

# ナノテクビジネスで成功するために

2012年11月8日

イノベーション・エンジン株式会社

代表取締役社長 佐野睦典



# ナノテクブームから11年、これからのナノテク

- ◆ 2000年1月 米国NNIが火付け役
- ◆ 2001年 日本のナノテク元年
- ◆ 2001年～2007年 夢のナノテク
- ◆ 2008年～2011年 試練のナノテク
- ◆ 2012年～ 実業のナノテク

- ◆ ナノテクが世界を変える
  - ◆ 米国は、製造業復活のシンボルとして打上げた
  - ◆ CNT、フラーレン、自己組織化プロセス、などがナノテク・スターに
  - ◆ 大学発ベンチャー1,000社構想がエンジンに
  - ◆ 赤字VBへのベンチャーキャピタル資金が燃料に

- ◆ 夢から覚めたナノテク
  - ◆ ホリエモン→ギリシャ・中東→大震災→EU・円高
  - ◆ 大企業がシュリンク
  - ◆ 黒字化遠のくナノテクベンチャー
  - ◆ ベンチャーキャピタル資金が凍結
  - ◆ 大リストラで身を削る

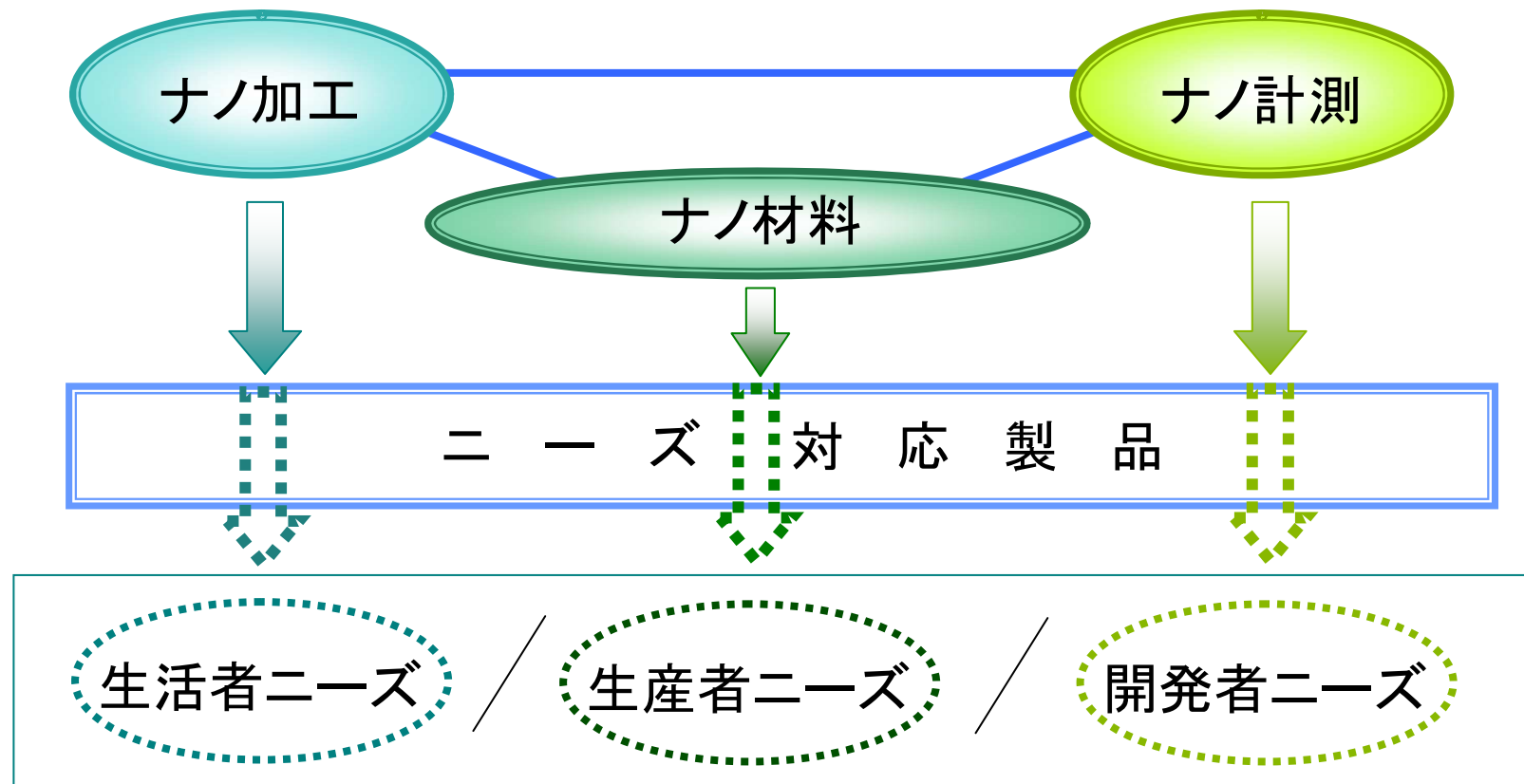
- ◆ リストラの中で自らの使命を知る
  - コアコンピタンス
  - ポジショニング
  - ビジネスモデル
  
- ◆ ニーズに近づくナノテク
  - 先端すぎないナノテク
  - 組合せのナノテク
  
- ◆ 地に足がついたナノテクからのスタート

## 売上5億円 利益1億円のナノテク製品を創出する

- フォトニック結晶
- ナノインプリント
- ナノ表面加工・修飾
- バイオケミストリー
- 高機能複合材料
- ナノインクジェット
- DDS材料
- MEMS・NEMS
- 3Dバイオアレイ
- 高速AFM

# ニーズに近づく事業の組立て

- ① 直接ニーズを捉える
- ② 大手企業と徹底的に組む





# “知恵”に立脚したビジネスモデル

---

- ◆ 利は“知恵”にあり
  - “知恵”リードのビジネスモデル構築
  - 製造・営業・資金はパートナー関係





# 産業ポジショニングを確立する

---

- 桁違いのコストパフォーマンスの事業領域
- 産業置換と産業創出



## 一品料理から量産品へ

---

### ◆ “知恵”の量産システム

- 生産のプロを導入する
- 開発者ニーズ→生産者ニーズ→生活者ニーズ

### ◆ ナノテクは世界に向かう

- ◎ 大企業の商品の中に入る
- ◎ アジアが真似のできないナノテク
  - アジアの強いネットワーク組織
- ◎ 欧米が真似のできないナノテク
  - 欧米に強いネットワーク組織を活用する