

「ジェットミル」で ナノテク事業へ挑戦

金型製造業に危機感

サンレックス工業(株)は、昭和56年大田区内に創業した自動車機器用クラッチプレート、自動機器、金型の設計・開発・製造を行う企業である。創業以来大手企業からの発注に基づき、金型を製作してきたが、製造業の海外移転が相次ぐ中、従来の自動車部品関連業界の将来性に強い危機感を持ち新規事業分野への進出を模索していた。

「ナノグラインディングミル」の誕生

3年前前に知人よりジェットミル微粉碎システムの紹介を受けたのがきっかけとなった。医薬品をはじめとする、化学、化粧品、電子材料、粉末冶金、窯業等の分野では機能性粉体や新素材の製造を目的としたナノオーダーの粒子径が求められている。そこで、従来のジェットミルにいままでの自社の技術を活かせれば対応可能なものがきっとできるはず、と考えたのだ。

原材料の投入から粉碎に至る粉碎プロセスを見直す等試行錯誤を経て、当社は独自の高圧空気注入ノズル、材料供給エジェクターノズルを持つ「ナノグラインディングミル」を開発した。これらのノズルから噴出する高速気流に、処理物を巻き込み、粒子相互の衝

撃力及び摩擦力により粉碎を実現した。

その結果、エアロダイナミクスを考慮した構造から、従来困難であった難粉碎性材料、金属関連の粉碎等にも圧倒的な優位性を発揮し、より超微粉碎、より高い生産性、ランニングコストの軽減、異物混入の防止、洗浄性の向上、部品点数の削減、機材損耗の軽減を可能とした。現在は、本製品を販売するとともに、受託の粉碎加工も行っている。

市場のニーズに応えるべく体制の整備

当社は本製品について、16年度に「事業の可能性十分あり」の評価を受け、現在も継続支援を受けており、マネージャー等のアドバイスにより種々の課題を解決してきている。

販路開拓の課題についてはニューマーケット開拓支援事業を利用するだけでなく、公社の推奨商品としての承認のもと、自らも「ビジネスフェスタ2006」やトヨタ自動車で行われた「新技術・新工法展示商談会」等にも積極的に参加した。また、日刊工業新聞や日経産業新聞等のプレスリリースも公社の支援によって実現し、知名度の向上、ユーザーからの引き合い、更には成約の実現へとつながった。

資金面の課題については、公社の推薦のもと、リレーションシップバンキングの金融機関から融資を受け、さらに展示会に出展する費用を助成する市場開拓助成金も利用した。

しかし、その中でも一番大きな課題は体制の整備であった。事業が拡大し、特に大手ユーザーとの接点が増加することに伴い、「販売人材の確保」「粉碎受託業務への取組み」「技術的課題への対応」「人的等経営資源の確保と体質強化」「関係会社間での相乗的・効率的営業活動の実施」「より効率的な営業活動、販売促進活動」等の課題を早急に解決する必要があった。そこで、担当マネージャーは関連企業による業務連携ネットワークの構築を提言した。



ナノグラインディングミル
NJ-50 型



NJ-30 ラボ・システム



ナノグラインディングミル NJ-300 型

企業概要

サンレックス工業株式会社

東京都大田区西蒲田 4-29-10

URL: <http://www.sunrex-kogyo.co.jp/>

代表取締役 伊藤 健三

資本金 1,000 万円

業種 一般機械器具製造業

主要製品 超微粉碎システム「ナノグラインディングミル」
金型他

その結果、当社を中核として関連企業 4 社 (株)エース技研：試験粉碎及び受託粉碎担当、(株)ニューメタルスエンドケミカルスコーポレーション：専門商社で販売担当、アドバンスト・ナノ・テクノロジー(株)：湿式超微粉碎機器メーカー、(株)デュコル：システムエンジニアリング会社)と業務連携契約を締結し、単発機器の販売のみならず、微細粉碎に対する市場の要求に対応可能な体制が構築された。



展示会での積極的な PR 活動

相次ぐ大手各社からの引き合い

自社、代理店等の地道な営業活動・積極的な展示会出展、販路開拓支援事業及びプレスリリース等により市場における、認知度は一定のものが得られた。

また、製品の受注から納品では、見本市→問合せ→サンプル納入→評価・分析→見積もり依頼→機器の納入といった長い手順を踏むため、1～2年前の商談がようやく売上として現れてきた。

顧客は全て化学、金属、電気、化粧品等大手メーカーである。新規の問合せも相次いでおり、営業活動で大変忙しい状態が続いている。最近ではシステムとしての販売の可能性も出てきており、さらに売上の大幅な増加が見込めそうである。

そうした中でも、市場からはさらなる細微粉化、対象原料の多様化、システムの効率化、生産性向上によるエネルギー・コストの削減、より高品質・高性能・高純度の粉碎品の要求等ニーズは高まっていく。当社はこれらに応えるべく技術の改良や新たな開発にも取り組んでおり、さらなる飛躍も期待できる。

マネージャーの声

伊藤社長はちよくちよく会社に立ち寄り、最新の営業情勢や課題などを話してくれるので、我々と良好なコミュニケーションを維持できている。これは大変ありがたいことであり、また支援のしがいもある。社長は他人を巻き込むのが上手というか、天性のコミュニケーション能力があるようだ。製品の性質上、どうしても提案から成約までの期間が長くなるのが悩みであるが、社長は継続的に粘り強く対応して結果を出している。この姿勢には学ぶべき所が多い。また当社の製品は乾式装置だが、湿式等のニーズが同時にあることから、他社とも提携して、間口を広げた営業も展開している。

超微粉が持っている可能性は広大であり、それだけに幅広い業種での利用が見込まれる。当然のことながら当社が独力で開拓できる市場には限りがあるが、本事業の継続支援や販路開拓支援によって、新たな業種、新たな顧客を紹介してきたものが、成果として結実してきている。社長の笑顔が見られれば、我々も報われるわけだ。

そんな社長ではあるが、おそらくじっと一人で考え、悩む時が常にあるに違いない。我々にはそんなそぶりは全く見せないが、そのような時間があってこそ、いつもの元気な姿があると勝手に推測している。

企業の声

弊社は現在 (株)東京都中小企業振興公社の様々な御支援を頂き大手企業との契約が成立しました。そして2年越しの案件もいよいよ本格的に動き出しました。現在の大型案件はすべて公社の支援の賜物と感謝しております。弊社自身の企業努力も怠りませんが、結果的に公社の恩恵に預かるところが大きく、今後共更なる御支援を賜りますようお願い致します。

弊社としても現在、ジェットミルのみならず周辺機器も含め、湿式やボールミルメーカーとの提携も始まり、更に数ナノ～数10ナノの世界へと裾野を広げ、近い将来にはすべてのナノ粉碎に対応出来るメーカーとしての確立をめざします。

液体ワックスに替わる店舗用 床面特殊フィルムによる起業

多くの問題点を抱える床ワックス清掃

(株)エスウェルは床用特殊シートの企画・開発・製造及び販売を事業として、平成17年7月に設立されたベンチャー企業である。

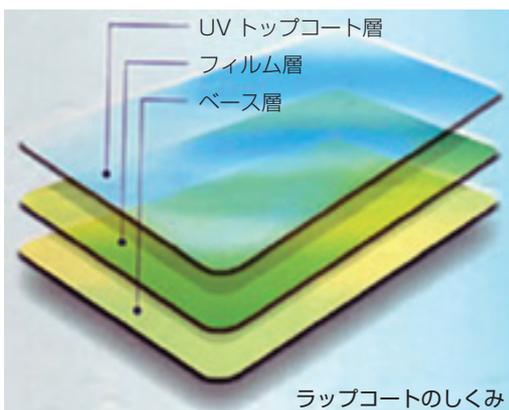
従来の床ワックス清掃には①作業クルーの腕の良し悪しに作用され、品質の統一が不可能②ユーザー側の日常メンテナンスが必ず必要である③WAX剥離清掃時に排出される汚水が環境汚染物質である等問題点が多かった。大阪で各種コーティングや清掃用品の製造等を事業とする会社を経営していた、山田社長はそれらの問題点を目の当たりにしており、解決するために、従来のワックス方式をフィルム方式に変換することを考えた。

液体ワックスの代替商品「ラップコート」

ワックスの代替商品として4年を要して開発されたのが「ラップコート」である。乾燥養生の必要がなく、環境を破壊しない、人にも床にも優しい素材であり、「塗る」から「貼る」をコンセプトとして開発されたものである。

その主な特徴として、

- ①トップコート層にセラミックを配合し、硬度9H以上を実現



- ②フィルム層にはリサイクルが可能な形状記憶PETフィルムの採用
- ③ベース層には粘着材が基材に残らないタイプを採用
- ④ワックスの1.5倍の光沢性
- ⑤シックハウス症候群の原因となる有害物質の発生源をシャットアウト
- ⑥抗菌、耐熱性の実現

その結果、ユーザーは光沢があり傷が付きづらい、さらには転倒防止にもなる床を長期間維持することができる。また集客力のアップが図れるとともに、清掃作業が簡易になるため、コストの大幅削減も可能となる。

効果的な専門家によるアドバイス

(株)エスウェルは平成17年10月に事業可能性評価委員会において「事業の可能性あり」の評価を得て、現在もマネージャー等による継続的な支援を受けている。また、専門化派遣事業、ニューマーケット開拓支援事業及び創業期技術開発助成金等公社事業も積極的に利用している。

特にマネージャーのアドバイスにより、コスト面や硬度、施工性等の技術面における課題を解決するため、専門家派遣事業を活用したことは当社にとって大きな効果を生んだ。



企業概要

(株)エスウェル

東京都中央区明石町 8-1 聖路加タワー 13F

URL:<http://www.s-well.net/>

代表取締役 山田 清彦

資本金 7,950 万円

業種 プラスチック製品製造業

主要製品 特殊シートの企画、開発、製造及び販売業務

コーティングシステムの開発、製造及販売業務他

派遣した専門家からは、まず、コスト削減のために当初材料として使っていた二軸延伸 PET シートを回収 PET ボトルシートに切り換えることが提案された。また、床面の凹凸に適合するラップコートの薄膜化、そして硬度を変えることにより窓材等別用途の道も開ける等のアドバイスを受けた。結果として、この専門家は当社にとって必要不可欠な存在となり、専門家派遣事業終了後の現在も個別にコンサルタント契約を結び、良きパートナーとなっている。



施工前



施工後

見えてきた夢の実現

創業から 2 年、山田社長の地道な営業活動の結果、大手フランチャイズチェーン、教育機関及び病院等から数多くの引き合いや導入実績があり、既に複数の大手コンビニエンスストアチェーンへも導入されてきている。特に、シートに一定の感覚でロゴを配置し、専用の端末で読み取ることにより張替え時期を知らせてくれるオンライン管理も開始したことにより成功に拍車をかけた。その結果、資本金は当初の 500 万円から 7,950 万円へ、また従業員数も倍増した。また、平成 19 年 2 月には東証二部上場企業であるウェーブロックホールディングス(株)の子会社であり複合素材技術を有する日本ウェーブロック(株)と、それぞれの得意分野や経営資源を活用することで、さらなる事業展開を図るべく、業務提携を開始した。

現在、最大手のコンビニエンスストアチェーンから技術的な提案があり、それが実現すれば導入してもよいという話が出ており、研究開発を進めている。いよいよ数年以内に上場したいという夢も現実性をおびてきたところである。

マネージャーの声

従来の「塗る」コーティングではなく、「貼る」コーティングという新しい商品を開発して躍進中の企業である。当社は商品の新規性ととともに、社長の人柄も大きな魅力といえるだろう。社長は、多くの現場経験を経て現在の新会社を立ち上げており、その経験から出てくる社長の言葉には穏やかな中にも本事業に掛ける熱い情熱を感じる。そのようなカリスマ性のある経営者のもと、当社に集まってくる社員も若く活気に満ちた人たちにあふれている。今回の「ラップコート」は従来の液体製品に有った「品質ムラ」の少ない商品であり、汚れが付きにくく、清潔で、光沢感がありながら転倒防止効果もある商品である。

また、これらの新規性ととともに、施工・保守に関する仕組みも十分に考えられている。施工・保守については既存のビルメンテナンス会社との連携、四国アイランドリーグの人材活用など、社長の人脈の広さを感じる。

現在、専門家派遣なども活用して更なる製品改良にも取り組んでおり、掃除の手間も減らしたいという市場ニーズにマッチし、今後さらに導入が広がっていくと期待されている。経営者の魅力とともにこの魅力的な商品が広く世の中に受け入れられることを願っている。

企業の声

当社は創業から、床用の特殊フィルムシートの製造・開発を中心にビジネスを展開してきました。現在では、耐熱・硬度を実現するフィルム製造の技術力から、床用フィルム以外の多用途利用の拡がりをみせています。今後における当社の展望としては、住宅、自動車、家電業界向けに、各用途に合わせたフィルムシートの開発を行い、床用フィルムシート以外の収益化を実現していく方向にあります。

日本独自の鼻緒を付けた靴 「楽闊歩」により活性化を図る

生き残りをかけて

(有)シンカーズ・スポットの長谷川社長は、靴メーカーで製造の技術を得た後、独立して大手メーカーのウォーキングシューズの企画開発をしていた。しかしながら、靴の生産が海外にどんどん移転してしまう現状に危機感を抱き、国内メーカーが生き残るためにはどうすべきかと考えた。その結果、国内でしかできないもの、価格競争にならないもの、日本独特のものを作るしかないと考えた。

足に合った靴の追求

ここ近年、外反母趾やかかとの痛み等足のトラブルで苦しむ人が増えている。その原因は、従来の靴がつま先の部分を細くし指が動かない設計になっているからである。自分の足に合った靴ではなく、靴に足を合わせていたのである。

そこで、考えたのが日本古来からある鼻緒である。つま先部に余裕を持たせ、靴の中敷に鼻緒をつけることにより、指が自由に動くようにするとともに、靴の中で足が固定される仕組みである。この靴を履いて歩くと、足の指を使って歩くことになり、足の血液還流を促進させる。履き心地、歩き心地も抜群であり、その結果として足のトラブルも防止・改善される。足の形は人それぞれであるため、必ず足を測定しその人に

合った鼻緒の位置を決める必要がある。柔らかく軽い革を使用するため全てが手作であり、オーダーメイド生産である。まさに、自分の足に合った、自分だけの靴である。

このように、この靴は足のトラブルを抱えている人のためのものだけではなく、「歩きやすい靴」を求めている人にとっても、まさにピッタリの靴なのだ。

この鼻緒付きの靴のブランド名を「楽闊歩」(ラカッポ)とした。

顧客と直接接する店舗の必要性

「楽闊歩」を販売するにあたり、店舗が必要となった。その際、まず店舗に作業場を設けることを考えた。顧客に実際に作っているところを見てもらい、長谷川社長本人が測定し、その結果に基づき、実際に製造しているという安心感を得てもらうためである。

次に考えたのは試し歩き用自然道である。履くだけでは本製品の良さはわからない。実際に履いて歩いてもらってこそわかるのだ。いかにしてその人に合った靴を提供するかという意味で、自然道は必須であった。

そして、なによりも店舗を設ける最大の理由は、直接顧客に接することである。顧客と接することから得られる色々な情報が、さらなる商品開発に活かされるのである。

その店舗は平成15年9月2日(靴の日)に台東区



鼻緒付きの靴「楽闊歩」



一足一足心を込めた手作り



試し歩き自然道

企業概要

(有)シンカーズ・スポット

東京都台東区駒形2-3-5-109

代表取締役 長谷川 武

資本金 300万円

業種 皮製履物製造業

主要製品 ウォーキングシューズ「楽闊歩」



アンテナショップ「楽闊歩 LA-KAPPO」

駒形にアンテナショップ「楽闊歩 LA-KAPPO」としてオープンした。

知的財産総合センターでの効果的なアドバイス

当社が事業可能性評価を受けたのは、平成15年3月である。これまでの4年間、マネージャーを中心とした継続的な支援を受けている。他社との特許実施契約の際に注意すべき点等を総合相談において弁護士からアドバイスを受けたり、専門家派遣事業を利用している。

特に知的財産総合センターでは、製品に関する基本特許について拒絶通知を受けた際に相談を受けた。知

財センターのアドバイスは非常に効果的であり、弁理士を通さずに自社で権利化することに成功した。さらに、改良特許についてのアドバイスも受け、これもわずか4ヶ月で権利化を実現した。商標についても、アドバイスに基づき自ら出願し、「楽闊歩」を登録した。これにより知的財産の保護は万全となり、他社との競争力強化につながった。

注文が殺到、納品は一ヵ月半後

こうした中で、「楽闊歩」はNHKおはよう日本「まちかど情報室」や日本テレビ「ぶらり途中下車の旅」のテレビや新聞等マスコミにも取り上げられ、それに口コミも相まって着実に顧客を獲得している。現在では、足のトラブルに悩む人だけでなく、歩きやすさを求める人等、日本中から問合せもあり、リピーターも合わせて予約が殺到し、納品は注文してから一ヵ月半程度かかる状態である。

高齢化世代が増えていく日本で、健康意識の高まりとウォーキング人口が増加傾向にある中でますます人気は上がるに違いない。

マネージャーの声

長谷川社長の靴業界における長年の経験と高いスキル、生体学・解剖学等の深い見識を基盤としているからこそ成立している事業です。そして、なによりも「世界でただ一つの日本人に合った自分専用の履きやすく健康にも良い靴を作ろう」「台東区の地場産業である東京の靴業界を活性化させよう」という意欲には感服するものがあります。最近では知名度も上がり、顧客数も確実に増加しており、事業が順調であるとのことで、ますます期待できそうです。たまたま、お店におじゃました際に、外反母趾で歩けなくなっていたご婦人が2足目の「楽闊歩」を購入されている場面に遭遇しました。履いてみないと良さは分からないということなので、私も一足購入させてもらいましたが、今でも履き続けており、一度履くと手放せないものになってしまいました。それ以来、私も口コミの一助を担わせていただいています。

ただ、現状では長谷川社長が一人で製造しており、せっかく発注があっても納品は1ヵ月半後という状態が続いています。今後は技術者の養成、販売チャネルの拡大を早急に行い、更なる飛躍を願っています。

企業の声

おかげさまで、多くの方にご利用いただいておりますが、現在は私ひとりで製造しているため、発注していただいても納品まで一ヵ月半かかってしまいます。もっともっと多くの方に是非履いていただき、良さを解っていただければと思っています。そのためにも、早く技術者を養成することが必要です。足を測定し、インソールをカッティング、鼻緒までを作る技術者を養成し、全国の靴の販売店や整骨院等に「楽闊歩」のコーナーを作っていただき、気軽に購入できるようにするのが私の夢です。

いくつになっても好きな服を着て、おしゃれを楽しめる環境を

介護服ではないシニア向けおしゃれ着

同社は、シニアのための服、しかも背中が曲がった方のための機能性を重視した衣服の企画・販売を行っている。

地味な色合いのシンプルな服を想定して同社を訪問すると、当初抱いていたイメージとの大きなずれに驚かされる。実際に手にした商品は、色鮮やかな花柄のブラウスであったり、縦のラインがすっきりとしたワンピースであったりと、とてもおしゃれである。同社のカタログやHPで目にする『アクティブシニア』という言葉からも、ターゲットとする顧客層は元気に活動されるシニアなのかと言うと、そうではないらしい。病院へ通院される際に着る服として、また入院された方が病院内で着る服として購入される場合もあるそうだ。

「私達のお客様は元気な方ばかりではありません。でも介護服ではありません。女性はいくつになってもおしゃれはしたいもの。お気に入りの服を着て外出する、そんな日常のちょっとした喜びで、お客様が元気になってくれれば良い。」と話す武石社長。健康面だけでなく精神面でも明るく美しく生き活きとしている『アクティブシニア』層の外出欲を促すこと、それが同社の理念である。

お客様の笑顔が目浮かぶビジネス

社名は、当社の副社長でありチーフデザイナーでもある渡辺友子さんに由来する。平成15年7月、渡辺副社長の義母が米寿のプレゼントに、体にぴったりフィットするおしゃれな洋服を要望されたことがきっかけとなる。骨粗鬆症により背中が曲がっている義母にとって、既製服では背中がでてしまうため、今まで仕方なくサイズの大きな前開きの服を着るしかなかった。そこで洋裁経験30余年の渡辺副社長が独自に、体型にすっきりフィットする服を作ったところ、

大変喜ばれたそうである。その時の義母の笑顔を見て、ほかにも同じような悩みを持っている人達にも義母のように喜ばせてあげたいと思い、長女であり当時経営を勉強中であった武石社長とともに会社を設立した。

商品企画やパターンデザインはもちろん、最近ではカタログ写真の出来の良し悪しが売上に影響する程重要なモデルもこなす渡辺副社長と、商品をプロデュース、販売する武石社長の母娘ふたりの女性ならではの気遣いや思いやりが、同社の商品には反映されている。



売上に影響する程重要なモデルもこなす渡辺副社長



商品をプロデュース、販売するのは武石社長

求められる製品づくりを

同社の洋服には、渡辺副社長が考案した特許「背中安心製法」が施されている。アームホール下の後ろ身ごろに3本のタックを入れることで背中丸みに対応し、背中が曲がっている人が着ても後ろ裾が持ち上がり、背中が見えてしまう不安を解消した。

当初はこのアイデアの権利を売ろうと、アパレルの担当者に話しをもっていたが、相手にされなかった。デザイナーがおこしたパターンを基に服を作り、それを売っている彼らにとっては、着る人の体型に合わせてパターンを補正し、服をデザインするという逆のセオリーが理解できなかったのである。それならば、業

企業概要

(有)マダムトモコ

東京都世田谷区新町 2-1-12-301

URL: <http://www.madametomo.jp/>

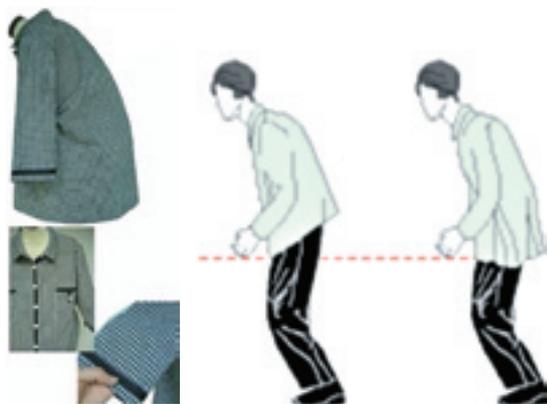
代表取締役 武石 麗子

資本金 655万円

業種 衣服その他の繊維製品製造業

主要製品 加齢に伴う体形の変化に対応した婦人服の
企画・販売

界の常識から外れていても、本当に必要としている人がいるのならば自社で製造し、販売しようということになった。



背中安心製法により背中が見える不安は解消

事業拡大が社会貢献へ

同社は、一般のビジネスプラン公募において、みたか信金協会賞受賞（平成16年2月）、経済産業省後

援ドリームゲート2006ファイナル出場など、いくつもの実績をもつ。こうした実績を重ね、多くのメディアに注目されることで、自社製品をPRしたいという思いと、やはり客観的な事業プランの評価、アドバイスを求める目的もあった。

公社でも平成17年5月事業可能性評価事業で「事業の可能性あり」の事業評価を得て、現在もマネージャーによる継続支援を受けている。技術・機能・ビジネス面について、商品アイテム数を充実させ、商品コンセプト・位置づけに相応しいものにする、知的財産の確認や機能ブランドの確立を検討すること、自社の体力に合わせた事業運営を図りながら確実な展開を目指すこと等のアドバイスを受けて、事業運営上の参考にし、着実に事業を拡大してきている。

ブラウスとパンツからスタートした商品も、今ではインナー、アウターを含め59アイテムと充実してきており、さらに19年夏には初のニットアンサンブル、秋にはちりめん素材のブラウスに同素材のきんちゃく袋をセットにした新製品も販売するなど、今後もさらに成長の可能性を秘めた会社である。

マネージャーの声

市場のニーズ（背中が曲がっているがおしゃれなおばあさんのブラウスへの要望）を的確に汲み取り、自社の持っているシーズ（縫製技術と服飾デザイン）で解決し特許を取得、事業にしようとして事業可能性評価事業に申込があった。顧客ターゲットははっきりしており、課題は販売方法と生産方法であった。これらの課題について社長のお父さんにたびたび会社を尋ねていただき、「顧客管理情報のIT化について」「生産管理について」「商品モデルの多様化に対する在庫と資金について」「広告宣伝方法について」など話し合いをさせていただいた。創業当初は娘さんが何々TVに出ました、何々新聞に出ました、何々ラジオにでましたなど自分の事以上に喜んで報告をさせていただいていた。

そのお父さんも現在では悠々自適の生活とのことで、我々とのつながりもなくなっている。事業は社長（娘）と副社長（母）が中心に経営されており、このことは事業が順調に伸びている証とむしろ嬉しく思っている。

背中が曲がった祖母、デザイナーのお母さん、社長のお嬢さんと女性が中心になって順調に伸びている事業だが、陰で支えているお父さんの嬉しそうなお顔が浮かんでくる企業である。

企業の声

今後も「B to C」に特化した独自通販を展開していきたいと思っています。

拡大に必要な要素は「会員数の増加」「客単価の増加」に展開を集中することであり、そのために、有効な広告、顧客ニーズに即した商品開発やプロモーションを事業の規模に合わせて展開していくことでお客様、またご家族の皆様の笑顔につながるように精進してまいりたいと思います。具体的な売り上げや利益の目標に固執することなく無理せず着実に進化できるように展開したいと思っています。

自社製品で本格建築 資材メーカーへの転換

現場からの開発以来がきっかけ

(株)北斗金属工業は昭和42年に創業し、ねじ加工やテレビ・ラジオ等の電子機器の部品加工を行っていた。しかしながら、円高による親企業の海外移転、輸入品の増大、コストダウンの要請等、従来の部品加工業に陰りが見え始めた。そこで、平成3年より建築土木業界へ進出を図り、現在では100%建築関連事業を行っている。

こうした中、建設現場においてゼネコンから漏水対策技術の開発の依頼や地下工事現場での漏水防止のための防水シートの開発依頼があり、これをきっかけに自社製品の開発に取り組むようになった。

画期的な止水関連商品「アクアシャット」

地下の構造物を造る際には、必ずコンクリートとコンクリートの打ち継ぎ部が発生する。この打ち継ぎ部は山留壁から発生する水の通り道となり、漏水の原因となる。漏水は基盤を劣化させ、建物全体の存続をも脅かす。従来、漏水を防ぐ方法としては、ゴムシート等を全面に貼る方法しかなく、セパレータ等の貫通部分が生じる等、信頼性・作業性・採算性という点で満足のいくものではなかった。

そこで、開発されたのが「アクアシャット」である。「アクアシャット」は非加硫ブチルゴムを原料に作られており、コンクリートや鉄・塩ビ等に強力に接着するものである。特に本製品に使用されている非加硫ブチルゴムは独自の加工技術により一般のものに比べ柔軟性、接着性、耐久性に優れている。これにより止水性能を

飛躍的に向上させた。また、片面を水溶性フィルムで包み、作業者の手にゴムが付着するのを防ぐとともに、他社製品のような養生テープを剥がす手間もない。また、埃や



漏水をシャットアウトする「アクアシャット」

木屑等の汚れからゴムをガードする役目も持ち、コンクリート打設時にコンクリート中のアルカリ・熱・水分によって完全に溶解し、ゴムの表面が現れて、2次コンクリートの方にも接着する仕組みである。

さらに、躯体を貫通するセパレータ部からの漏水を防ぐ「ホクトリング」も開発し「アクアシャット」との併用で更に効果をアップさせている。

接着のメカニズム



離型紙を剥がした側が先にコンクリートに接着します。水溶性フィルム側はまだ接着性はありません。

後打ちコンクリート打設の際に、コンクリート中の水・熱・アルカリで水溶性フィルムが完全に溶解します。

水溶性フィルム溶解後、接着性があらわれて後打ちコンクリートに接着します。先打ちコンクリートの側にも加重がかかり、更に強力に接着します。

会社によるトータルサポート

(株)北斗金属工業は平成16年11月に事業可能性評価委員会において「事業の可能性あり」の評価を得て、現在もマネージャー等による継続的な支援を受けている。マネージャーからのアドバイスは多岐に渡っているが、経営戦略策定が大きな課題の一つであった。

そこで、まず専門家派遣事業を活用し「効率的なチャネルの構築」「全国展開のための取引先開拓」「価格設定の見直し」「データの管理」「意識改革による経営理念の策定」等を明確にし、中期経営計画を策定した上で、それに基づいたアクションプランを作成した。

企業概要

(株)北斗金属工業

東京都北区東田端 2-7-6

URL: <http://www.hokut.com/>

代表取締役 菅野 征人

資本金 2,000万円

業種 建築材料製造販売

主要製品 コンクリート打ち継部止水板「アクアシャット」
コンクリート型枠工事H鋼へのセパレータ保持
金具「スクリュービット」他



耐圧盤工区境用の取り付け

製品カタログについても従来あまり見栄えのするものでなく、顧客からも不評であったものを、デザイン支援事業によりデザイナーを紹介し、新たに製品カタログを作成した。これは顧客にも好評であり、実売にも結びついてきている。

また、当社は知的財産の重要性を認識しており、必ず特許出願し権利化もしているが、同業他社から侵害の警告を受け訴訟になった際にも、その対応策について知的財産総合センターの相談窓口の活用を勧めた。その結果、裁判所の勧告により賠償請求が認められ、和解という結果が得られた。

さらに、販路の開拓については、大きな市場が見込

める公共事業への参入が課題であった。そこで、マネージャーが同行し、東京都の関係部局への紹介を実施した。特に建設局では当該製品を採用するには「新技術情報」への登録が必要であるということで、申請した後、新技術評価選定会議を経て選定された。これにより「新技術情報データベース」へ掲載もされることとなった。当社のPRとしては非常に効果的である。その後も水道局他他局への紹介も積極的に行っている。

期待される公共事業での活用

(株)北斗金属工業も自ら中小企業経営革新法の認定や国土交通省等公的機関の登録も受ける等積極的に活動を続けている。特に、国土交通省のNETIS(新技術情報システム)では、事前審査を経て試行を待つばかりであり、認定されれば国の公共事業での活用ができる。また、戸建の住宅から地下40mのトンネルや通信インフラの補修、耐震補強まで活用できる、「アクアシャット」を始めとした自社製品を総合的に使った工法の販売も開始した。着々と本格的建築資材メーカーとしての地位を固めつつある。

マネージャーの声

当社の強みは、その技術力にあります。しかしながら、単に技術が優れていることだけではなく、菅野社長自らが直接現場に赴いて現場の問題点やニーズを把握し、それを反映した製品を開発するという姿勢が更に当社の強みになっています。また、当社のもう一つの強みは、単に製品を開発するのみでなく、データもしっかりと取り、それに裏づけされた顧客アピールを行っていることにあります。

一方、長年下請的な事業を行ってきた企業の宿命として、菅野社長の市場開拓力や営業力は残念ながら不足が感じられます。しかしながら、ご子息が当社に入られ、営業の責任者として活躍されていることは、当社の今後にとって大いに期待が持てる状況であると思います。更に、技術面で補佐、継承してくれるもう一人のご子息も入社し活躍されているのは、近年後継者の不在が問題になっている企業が多い中で、非常に恵まれているものと言えます。

建築・土木業界は暫く厳しい状況が続くものと思われそうですが、自社の恵まれた経営資源を活かしつつ、今後共親子三人力を合わせ、当社の名前に相応しく、建築資材メーカーにおける夜空に輝く星のように、きらりと輝くものを持った特徴ある企業として、堅実に成長されていくことを期待ならびに祈念しています。

企業の声

昨今「耐震問題」「手抜き工事」による人生の安全無視の風潮が蔓延しています。

当社は「現場のニーズに応え、安心と信頼の製品の開発」を経営方針としてゼネコンや作業者に信頼され安心して、喜んでいただける製品の開発と製造に努力してまいりました。地下コンクリート躯体工事用の「スクリュービット」は型枠崩壊事故による生き埋めの危険を解決し、作業員から安心と信頼をもって施工をしていただいております。

止水製品「アクアシャット」は(勅)東京都中小企業振興公社のご支援をいただき、建築・土木の両分野で販売作戦を展開中です。

ヒートポンプ式冷温水セントラル冷暖房システムで快適な居住空間を提供

快適空間の提供と環境保全をめざす

オフィスビルなどの業務用空調設備は、建物の一ヶ所に設けた装置から熱を各室に送って冷暖房する、集中冷暖房システムが採用されていた。このシステムには、各部屋や廊下間の温度差が小さくなり結露も少ない、また、各部屋を個別に暖房するよりコストが安いといったメリットがある。森田社長は、日本の住宅設備は欧米と比較し、まだまだ遅れているとの認識を持ち、この集中冷暖房システムを戸建て住宅にも普及させ、快適な居住空間を提供したいと願っていた。また、それと同時にCO₂の削減、地球温暖化防止といった環境保全の一助となりたいとも考えていた。

こうした社長の志に共感した知人の技術者らとともに平成10年7月に同社は設立された。当初は大手製薬会社、駅ビル、スポーツセンターなどの空調メンテナンスを行いつつ、集中冷暖房システムのためのヒートポンプの研究開発を行っていた。

冷暖房システムついに完成

従来の空調メンテナンス業務に加え、これまで培ってきたノウハウを製品開発に活用すべく、平成11年12月、北海道電力株式会社が主管を務める「次世代型住宅用電化システム」の研究開発に参加した。また、この一環として道内の個人宅に研究開発商品である



空気熱交換器



水熱交換器ユニット

ヒートポンプを設置し、各種データ測定を開始した。平成14年6月には、「キーテック換気熱暖房システム」の商品化に成功し、その後も製品改良や技術開発を続け、ついに平成19年9月、冷暖房ユニットの完成に至った。

このシステムの大きな特徴は、化石燃料を直接消費するシステムとは違い、少ないエネルギーで、効率よく冷暖房エネルギーを作り出すことにある。ちなみに同社製品では、1単位の熱エネルギーから約2倍以上の暖房エネルギーを作り出すことが可能である。これによりCO₂など温室効果ガスの排出抑制効果も期待できるのだ。

製品開発成功のカギ～公的支援の有効活用～

同社が、製品開発に成功した要因は、大学等の研究機関との共同研究を進めつつテストを繰り返し、その成果がNEDO（新エネルギー・産業技術総合開発機構）や中小企業創造活動促進法の認定を受け、補助金支給に結びついたことや当会社の経営支援を始めとする公的支援をうまく活かしてきたことにある。

暖房システムの導入が進んでいた平成15年4月、当会社の事業可能性評価事業にて「CO₂排出抑制型－高効率ヒートポンプ冷温水式暖冷房システムの製造販売事業－」をテーマに「事業の可能性あり」の評価を受けた。経営面、市場開拓面、技術面、商品力に関して課題と対応策について、支援担当マネージャーから総合的なアドバイスを受けた。マネージャーの支援は、単発的ではなく継続的な支援が特徴であり、同社の顧問コンサルタント的な役割を担っている。現在も継続的に支援を行っている。最近では、新商品の販売戦略と具体策、販路開拓支援事業への推薦について相談を受けたところである。

資金調達に関しても、開発資金の調達にあたり、いわゆるリレーションシップバンキングを活用している。この際、金融機関向け事業計画書の作成（資金計

企業概要

キーテック工業株

東京都調布市多摩川5-9-4-103

URL: <http://www.keytech.jp/>

代表取締役 森田 與志子

資本金 1,350万円

業種 一般機械器具製造業

主要製品 住宅用ヒートポンプ冷・暖房システムの
研究・開発・製造・販売

画)についてマネージャーに指導を受け、結果として制度融資による融資に結びついている。

また、北関東信越エリアへの進出にあたり冷房技術は必須要件であったが、実証実験や結露対策、コストダウン、部品の仕様見直しなどについて専門家のアドバイスを受けた。その結果、セントラル冷温水換気排熱利用冷暖房に床下乾燥機能を付加したシステムの開

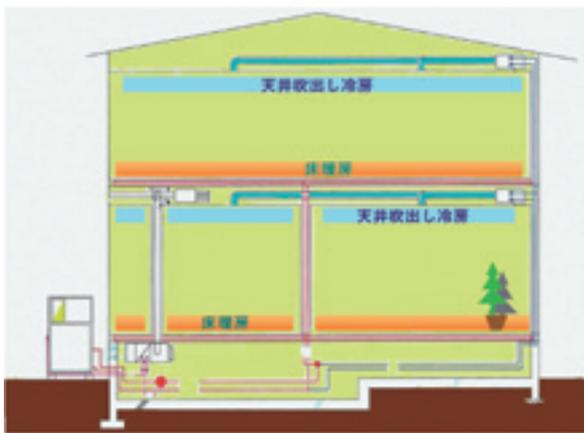
発商品化に拍車がかかった。

平成18年9月、試作機が完成し、データ収集がスタート。経営戦略(方針)、ハードウェアの技術面、製造コスト削減、データ収集および分析についてのアドバイスを公社の専門家派遣事業を活用し技術士から受け改良を行い、市場投入は目前の段階まで来ている。

環境・省エネ志向の高まりを追い風に飛躍に期待

約10年の開発を経て冷暖房システムはついに完成した。ここまで辿り着いたのは、技術に強い人材に恵まれたこと、社長の経営手腕(先見の明)が優れていたことが非常に大きい。

今後の大きな課題として「販路開拓」があげられる。多くの中小企業はブランド力が乏しいために苦戦している。昨今の原油価格の高騰、省エネルギー志向、環境問題への関心の高まり、建築基準法の改正などの追い風を受け、ニューマーケット開拓支援を上手に活用し、大きく成長することを期待したい。



冷暖房システム図

森田社長には常に協力者がいる。技術的な課題に対応する専門家派遣の技術士、特許の権利化を支援する東京都知的財産総合センターの活用推進員、そして融資を受ける際の申請書作成指導のマネージャーなどである。

日本では昭和40年代に、一般家屋にもセントラルヒーティングが導入されたが、使い勝手の悪さや燃料費がかかることから、個別冷暖房の方向が定着してしまった。そのため、夜中に寒いトイレに行かなければならず、老人は昔と同様の苦勞をしている。それをもう一度個人住宅に導入しようというのである。キーワードはヒートポンプであり、技術の進歩を受けての発想である。

そして販売の立ち上げは戦略的に北海道であった。北海道では本土よりも住宅が密閉構造であり、一般に集中暖房が行われているので、ヒートポンプ式暖房を入れるのは比較的スムーズであり、すでに多くの実績が出た。そしていよいよ関東地方である。東京での実証データを取り、冷暖房を備えたシステム特許も提出し、特徴をまとめた営業資料を作成した。ここでの協力者は販路開拓支援のビジネスナビゲーターである。約1年遅れたものの、平成20年春から関東甲信越での販売を開始するところまで来た。成果が楽しみである。

マネージャーの声

当社は、平成10年設立以来、ヒートポンプ一筋に歩んできた専門メーカーです。業務用空調設備メンテナンスで培ったノウハウと長年に渡る研究開発の粋を集め、「ヒートポンプによる高効率冷温水セントラル冷暖房システム」が完成し、床下乾燥機能も付加することが出来ました。

これまで「部分最適化」が進んできた日本の住環境。果たしてこのままでいいのでしょうか。私たちは、このシステムの提供を通じ、「人」「住宅」「環境」「居住空間」の「全体最適化」を実現します。

企業の声

簡単国際電話サービス 「ラクダコール」で国際電話が身近に

増え続ける国際電話の需要

近年、企業活動のグローバル化が進み、国際電話の需要は増え続けている。そうした中、様々な通話方式が生まれ、低価格化も進んでいる。しかしながら、様々な低価格の国際電話は、利用者にとって決してかけ易く、利用しやすいものではない。特に海外進出している中小企業（約 25,000 社）にとっては、国際電話に要する経費が非常に負担の重いものとなっている。

上海での経験が引き金

(株)オランネットの矢澤社長は、平成 16 年に上海のコンピュータ関連会社に在籍しており、日系企業の情報システム構築を行っていた。その際、多くの企業が日本側からの国際電話料に月額数万円から 10 万円もの費用をかけていた。また、その多くは進出拠点の責任者への連絡に集中していた。さらに進出企業だけでなく、海外に仕先がある場合も頻りに国際電話を利用していた。通信方法としては、格安の電話や PC 電話を導入している企業もあるものの、初期費用や運用面での対応に時間がかかってしまうことから、従来型の電話を使っている場合もまだまだ多いことがわかった。

そこで、矢澤社長は上海での経験を引き金に新たなビジネスモデル「低価格定額の国際電話サービス事業」による起業を決意した。



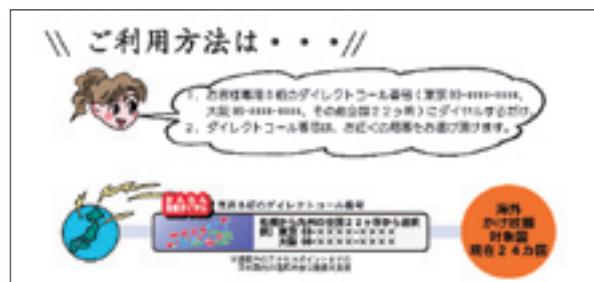
「ラクダコール」にて
起業された矢澤社長

かけやすさをポイントとした「ラクダコール」

本事業を始めるにあたり、総務省へ通信事業者としての届出が必要であった。その際に本事業における問

題点の有無を確認し、特に問題はないとの見解を得ることができた。その結果、本事業を「ラクダコール」（商標登録済）と命名し、平成 17 年 4 月よりサービスを開始した。

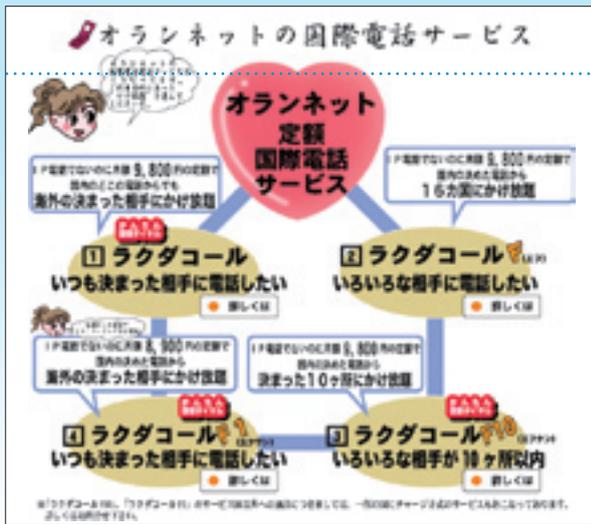
「ラクダコール」は、日本国内のどこの電話からでも、誰でも、海外の決めた相手に「かけ放題」月額 9,800 円（国内アクセスポイントまでの日本国内の通話料金は利用者負担）で提供するサービスである。日本国内のアクセスポイントに専用の 8 ケタ番号でかけるだけで、直接海外と通話できる。また、国内公衆回線、国際音声回線を使用しているため、特別な装置や回線は一切必要なく、高品質でクリアな音声を保証している。海外に支所がある企業、海外に取引先を持つ企業、海外に単身赴任している家族等にとっては非常に有益なサービスである。その後、顧客からの要望により日本国内の決めた電話番号から 13 ヶ国内どこへでも「かけ放題」月額 9,800 円という「ラクダコール F」というサービスも開始している。



「ラクダコール」の利用方法



「ラクダコール」のアクセスポイント



増えつづける商品ラインナップ

評価委員会による推奨事業の効果

(株)オランネットは平成17年5月に事業可能性評価委員会において「事業の可能性あり」の評価を得て、現在もマネージャー等による継続的な支援を受けている。マネージャーの顧客獲得のためには、先ずはわかり易く訴求力のあるパンフレットを作成することが重要とのアドバイスを受け、公社の総合相談にてデザイナーのアドバイスを受けながらパンフレットを作成するとともに、「ビジネスサポート TOKYO」による広告掲載を行った。また、直接マネージャーによる顧客の紹介もあり、成約にもつながった。さらに、公社国際化支援室の協力により窓口にはパンフレットを設置してもらい、相談に来訪する中小企業者へのPRを実施している。

自社においても「Yahoo」や「Google」での広告掲載をしており、「公社の推奨事業」としてPRをしている。いかに優れたサービスであっても、知名度も

企業概要

(株)オランネット

東京都千代田区内神田1-4-5 レイアード大手町ビル1F

URL:<http://www.orangnet.com/>

代表取締役 矢澤昌彦

資本金 1,000万円

業種 通信業

主要製品 簡単国際電話サービス「ラクダコール」他

低く信用されないことが多いベンチャー企業にとっては「公社の推奨事業」ということが非常に効果的であるとのことで、自社のホームページ上には委員会の評価報告書も掲載している。

増加する大手企業の利用

サービスを開始して以来2年、出願していた特許も権利化でき、知名度も次第に上がってきた。一度利用してみて、良さを感じたユーザーは長く使ってくれており、口コミも相まって、現在では、500回線の契約を持つに至っている。当初、中小企業者等をターゲットとしていたが、商社や海外で工場を持つメーカー等大手企業の利用も増えている。経費を削減しようとするのは中小企業でも大手企業でも変わらないはずであり、これからも大手企業のユーザーも増えそうである。

また、最近サービス対象国以外の国に対してもかけることができる、オーダー型のサービスも開始した。これにより世界中のほとんどの国へのサービスの提供が可能となった。このように(株)オランネットは、顧客の満足度を高めるべく、新たなサービスの開発をし続けており、更なる飛躍が期待できる。

マネージャーの声

「高額な国際電話の利用料金を少しでも安くできないか」という利用者側の体験を基に、固定料金で、安い国際電話サービスの提供を考え、回線業者との交渉の末にサービスの提供にまでこぎつけ、現在「ラクダコール」というサービス名で提供を行っている。

「安い電話」と言うと、最近では「インターネット電話」や「IP電話」を考えるが、当社の「ラクダコール」は、従来と同じ音声品質の高いアナログ回線を使ってサービスを提供している。安く提供できる「仕組み」は作ったものの、お客さまの信頼を得ることに非常に苦労した。一度利用すると、投資価値の高さに、ほとんどの人がリピートするというサービスだが、「国際電話」というだけで「あやしいサービス」と考えられ、当初なかなか理解してもらえず、新規開拓ではかなりの苦労をしたとのことである。

しかし、紆余曲折はあったものの、社長の「誠実さ」と「まめさ」、そして実際に使った際の投資効果の大きさに、徐々に市場の「信頼」を勝ち得ていった。また、事業可能性評価の支援企業であることから、「公社推奨事業」という告知が可能になったことも後押しとなり、現在も着実にリピート客を増やしている。今後一層の拡大を期待したい。

企業の声

国際電話でこんなサービスがあったら利用したい、との思いで開始した「簡単にかかけられ」、更に「かけ放題」の「ラクダコール」は通信費削減効果、利便性ともに好評を頂いております。一方で日々の問合せ、要望を基に、顧客満足を基本とした新しいサービスを開始できるようになりました。

海外とのビジネスでは、より一層、直接肉声での会話が要になりますので、ありきたりですが顧客満足を追求したサービスを展開して参ります。

先進的な取り組みで美味しさに 安心を添えた食品を食卓へ

公社支援事業を活用

同社の設立は平成15年12月。山崎社長が前職で培ったインドネシアの農産加工品の知識や人脈を活かし、無漂白かんぴょうの開発輸入事業で創業した。公社では平成15年7月の事業可能性評価委員会で、創業者である山崎社長の経営能力を高く評価し、今後の事業展開に期待を持って支援をすることとなった。

その後、現在同社の主力となっている冷凍変性のない冷凍野菜の開発事業で、改めて事業可能性評価事業の申請をした。平成19年3月の評価委員会では、生鮮野菜の単なる代用品ではなく、冷凍野菜の独自の品質と、使い勝手の向上を目指すというコンセプトが評価された。それを受け市場開拓助成事業へ推薦、これにより5月下旬に開催された国内最大の食品素材・添加物専門展示会（ifia JAPAN 2007）に出展した。従来にない商品特性から、展示会で実際に調理し品質の説明をすることで、食品メーカーからの引き合いが一気に増大した。

オリジナル性の高い商品開発

無漂白かんぴょうの開発で創業した同社だが、現在では冷凍野菜を中心に約80アイテムを扱い、給食や食品メーカー、外食産業向けに野菜の冷凍加工品を販売している。冷凍変性のない冷凍野菜の開発に着手したのは、現状の冷凍野菜に不満を持っているユーザーの需要に対応すること、そして既に1千億円の市場規模といわれる冷凍野菜の業界の中で、競争力強化のためにオリジナル性の高い商品を取り扱いたい、と考えたからである。

これまでの冷凍野菜は、例えば大根は水分が多いためスポンジ状になりやすい、ジャガイモの場合、調理時に煮崩れをおこしやすい等それを抑えるために食品添加物、PH調整剤などを使用しなければならないという問題があった。冷凍野菜は「生鮮の代替品」とし

て、簡便性だけがクローズアップされるのではなく、安全と美味しさをまず確保し、さらにユーザーの使い勝手の良さを追及しなければならないと山崎社長は考え、技術開発に努力し冷凍変性のない冷凍野菜づくりに成功した。特許の出願数は12件に上っている。

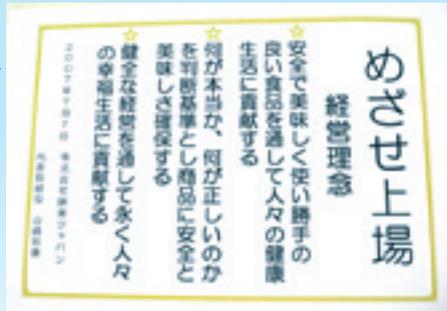
日本版セールスレップの活用

販売については、創業当時よりセールスレップを活用している。山崎社長によるところの日本版セールスレップの特徴は、単に商品の販売を代行するのではなく、担当者に売価決定権を与えて、仕切価格以上で販売した分を成果報酬として還元すること、また同社の社名入り名刺を持たせることで、売掛と品質のリスクは同社で負担し、担当者には積極的な営業を展開出来るようにさせている。現在では10名と契約しており、同社の売り上げで確実に実績を上げている。

一元管理による安全な食品を提供

同社には『安全でなければ真に美味しいものとは言えない』との信念がある。

冷凍野菜の品質は、安全な原料野菜の栽培と鮮度が重要であると考え、適地適作を基本としている。栽培された野菜は、朝収穫されるとお昼までには工場へ運び、その日のうちにすべて加工することで、生鮮と同等以上の品質（味、食感）を実現している。中国山東省と福建省にある同社の圃場では、農薬の使用は最低限に抑え、栽培履歴および残留農薬分析情報を圃場管理コードとして蓄積している。また出荷時にカートンに印字される原料トレース番号とともに、社内管理表上で製品と原料がトレースできるシステムになっている。農薬の使用管理に重点を置き、専用圃場で種まきから収穫まで一元管理することで、チェック機能が働く残留農薬管理体制とトレーサビリティ（追跡可能性）を実現している。



事務所内に貼付されている社長の経営理念

企業概要

株勝美ジャパン

東京都文京区本郷2-16-10 西澤ビル302

URL:<http://www.katsumijapan.com/>

代表取締役 山崎 裕康

資本金 1,700万円

業種 食料品製造業

主要製品 冷凍野菜



極力農薬の使用を抑えて栽培された大根



一元管理されている中国の圃場



ホームページで紹介されているレシピの一例ふるふき大根

努力の積み重ねが信用を築く

最近の各種食品問題によって、食品の流通にまで消費者が関心を寄せる傾向は急速に高まっている。食品の安全性の問題については、まさにトレーサビリティの重要性が認識されてきており、食品輸入をおこなっている同社にとっては、このようなシステムが整備されていることで信頼を得て、業況は追い風となっている。創業より3期連続で増収増益の同社は、今期売上4億を見込む。

需要の拡大を促すために食材の用途開発もっており、ホームページ上で、自社製品を使ったレシピ約500種が紹介されている。今後も1日1品の新メニューを提案し続け、2年後までには1,000種まで増やし、一般消費者向けにネット販売も計画中である。輸入業としてキャッシュフロー管理や運転資金の調達も今後課題として残るが、長期資金調達を目的に直接金融としてファンドや10年後の2017年には上場を目指している。

マネージャーの声

大手スーパーの海外食品事業に従事していた代表の経験と人脈を活かし、無漂白かんぴょう事業を起業したが、給食やスーパー・コンビニを顧客とする惣菜メーカーが冷凍野菜を使用している事に注目し、自社が保有している冷凍技術を改良して冷凍変性(スポンジ状)の無い冷凍技術を開発し特許を出願された。

この技術を使った冷凍水煮大根は給食やスーパー・コンビニでヒット、現在では、じゃがいも、長いもなど各種の根菜類に拡大している。販売方法としても冷凍食材をPRするだけではなく、これらを使った料理を500種類以上開発しレシピを公開するなど顧客を良く知った販売戦略を展開している。市場を絞り顧客に浸透していくニッチトップの経営戦略である。第二創業の企業の中でも従来市場(その業界を充分知っている)に新技術商品を投入する場合は成功する可能性が高いが、勝美ジャパンはまさにこの代表例である。マーケティングは、山崎社長の得意分野であり、市場の把握は十分されているので、我々としては企業経営、知財戦略、資金計画などに関するアドバイスを主に行なってきた。

中国生産の食品は現在大変な逆風だが、勝美ジャパンは「トレーサビリティを重視した品質管理が評価され、むしろ順風です」と山崎社長は胸を張っている。

企業の声

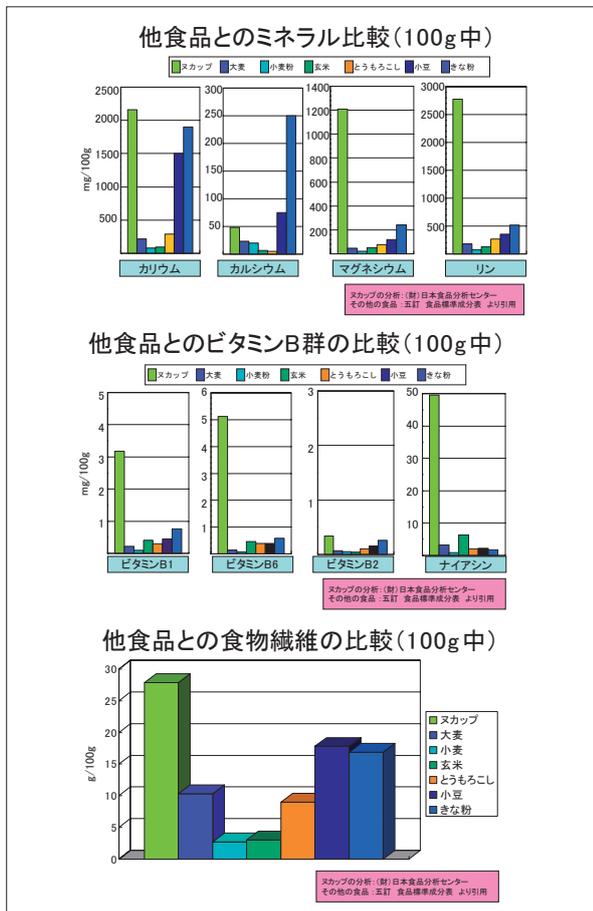
我社は経営理念に基づき「未永く多くの人々の健康生活と幸福生活および社会に貢献する」ために、高収益経営を実現する。その為に、経営手法として「知識を資源とした経営」、すなわち知力ベースマネジメントを用いる。常に学習する組織を作り、知的財産にも注力し、商品の基盤として知力を位置づける。知力を養うために、日々の想いと行動を反省し、何が本当か、何が正しいのかを探求し、常に創造し発展する経営を実現したいと思っております。

「米ぬか」は貴重な食糧源

廃棄物同然の「米ぬか」

昔から「米ぬか」は、ビタミン・ミネラル・食物繊維の他に良質な脂肪酸を含む貴重な食糧源であるということが知られていた。

しかし、「米ぬか」の利用は米油搾油以外は飼料・肥料・ぬか漬け床等の付加価値の低い分野での利用のみで、廃棄同然の扱いであった。「米ぬか」に含まれる油脂分解酵素により急速に分解が進行し、保存ができないこと、また「脱脂ぬか」は油脂分を「ノルマルヘキサン」による溶剤抽出で行うため安全性に欠けること等の理由で、食材に利用されることはほとんどなかったのである。



米ぬか他食品との栄養比較

新技術により「米ぬか」が商品に

この貴重な食糧源をどうにか活用したいということで、精米関連の4社が合併により平成14年7月に(株)東京ブレフを設立した。年間90万トンも発生する「米ぬか」を付加価値の高い食品として、そして小麦粉に代わる商品として開発しようとしたのである。この開発を可能にしたのが、新技術ミラクルチャンバーである。

新鮮な米ぬかを加熱処理し、酵素を失活させた後、連続高圧抽出機に投入することにより、油と固形分に分離させる。これにより、固形分は脱脂しているため長期保存が可能となり、さらに粉碎も容易となり、小麦粉並みに微粉化できるようになる。この粉末にはビタミン・ミネラル・ファイバーを多量に含み、パン・ケーキ・クッキー等の材料、チョコレート・カレー等の増量剤、ヨーグルト・アイスクリーム等のトッピング等多くの用途が想定できるものであった。その製品名を「ヌカッ」とした。

また、搾油もビタミンE・オリザノール等多く含み健康的なオイルとして活用が可能となった。「コメーユ」である。



ヌカッ
(圧搾脱脂ぬか)



コメーユ
(圧搾米油)

マネージャー等の支援で課題を次々クリア

(株)東京ブレフが事業可能性評価委員会にて「事業の可能性充分あり」の評価を受けたのは平成14年である。その後、担当マネージャーが支援をする中で、いくつかの課題が生じた。

まず、第一には会社としての体制の問題である。4社の合併にて始めた会社であるが、専任の経営者がい

企業概要

(株)東京プレフ
 東京都葛飾区奥戸 7-20-10
 代表取締役 石川 安一
 資本金 6,500 万円
 業種 食料品製造業
 主要製品 食用脱脂米ぬか粉末、ノンケミカル米油

ないまま、寄り合い組合的な経営体制になっていた。製品が優れているだけに急速な拡大も有り得る中で、責任者不在では好機を逃してしまう危険性があった。そこで、マネージャーのアドバイスのもと、4社の役割分担（「(株)東リョー」米ぬかの食品化ノウハウ及び販売担当、「三和油脂(株)」精製及び搾油担当、「(株)平野商会」機器関連担当、「城南食糧販売(協)」精米担当。その後、城南食糧販売(協)は解散し、「(株)むらせ」が精米担当となった。）そして、(株)東京プレフとしての権利・義務を明確にした上で(株)東リョーの石川専務を社長とすることに決定した。

第二の課題は市場の絞込みである。当初想定される市場を全て対象としようとしていたが、ニューマーケット開拓支援事業を活用しながら整理をしていき、まず食品業界の大手に絞ることとした。また、担当マネージャーも売込先を紹介する等、市場開拓のきっかけ作りをサポートした。売り込む際には、細菌数についてのデータが必要になり、都立食品技術センターの協力を得てデータ収集をすることができた。

第三の課題は、安定した供給である。そのためには、

早急に工場を建設しなければならなかった。その際の設備導入資金については、公社からの推薦によりリレーションシップハンキングの金融機関からの融資を得て調達することができた。

広がる「ヌカッパ」の用途

販売を開始してから2年、細菌についての対策で苦労したものの、スタビライザー処理をすることで、大幅な殺菌が可能となり、問題も解決した。そうした中「ヌカッパ」の知名度は上がり、商品力の高さと相まって、現在生産はフル稼働となっている。その結果都内の工場では製品の供給が追いつかず、平成19年1月に山形県内に工場を移転した。

「ヌカッパ」は製菓の材料や健康食品、輸出用高級ペットフード等多くの用途に利用されており、さらにここに来て大手食品メーカーでの採用も次々に決まっている。

特にニューマーケット開拓支援事業のビジネスナビゲータの紹介により成約した防災用缶詰パンは好評であり、官公庁での採用が期待できそうである。

マネージャーの声

当社はまさに支援のしがいのある企業である。製品の可能性としては非常に良いものを持っている一方、当初は4社で始めたために体制が定まらず、また販売先も絞り込めていなかった。そのようなところから支援を始めたわけであるが、それが今では生産量を確保するために、山形県に専用の工場を持つまでになった。当社の米ぬかを原料として、二次加工品を生産する業者も増えてきており、米ぬか産業の中心的な役割を担いつつある。

しかしながら米ぬかの栄養が豊富なことが災いして雑菌が繁殖しやすく、加工した食品の日持ちがしないという問題が分かってきた。レストランで出すパンは店で期限を管理可能だが、パン屋で売の場合は顧客がいつ食べるか管理できないので、食品としての安全性に心配が残ってしまう。この対策には時間がかかったものの、大幅に軽減することができたことは喜びである。

ビジネスナビゲータの活動からも、米ぬかカンパンなどの売れ筋商品ができたが、それでも当社の安定的な経営には、もっと販売量を増やす必要がある。最近では健康食品や、メタボリックシンドローム対策など、追い風となる食品嗜好が求められており、是非一層の飛躍を期するところである。

企業の声

玄米の栄養素の90%以上が集中する米ぬかの食品化につきましては長い間研究してまいりましたが、食品の基本でありまず安心安全の条件として新鮮な原料、長期保存、微粉化、ノンケミカル製造、細菌、ポジティブリスト等々多くの問題点を全て克服し小麦粉に変る食品として商品化致しました。

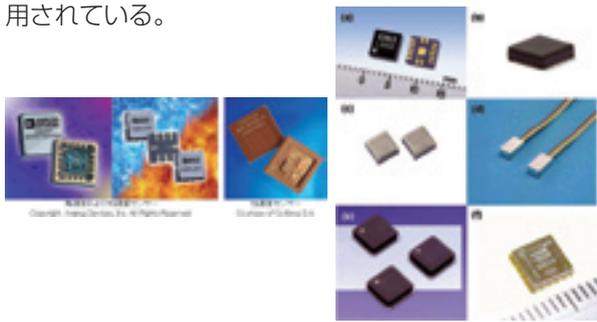
飽食の時代、と云われています現在、日本人に不足している食物繊維、ビタミン、ミネラル、抗酸化物質等が豊富に含まれており、正に食育に適した食材と言えます。

他方、メタボリックシンドロームが問題になっております生活習慣病につきましても米穀を中心とした日本の食文化の良さを再認識して、日本の食糧自給率の向上と国民の健康増進に役立てる様今後とも努力して行く所存です。

MEMS検査装置の ナンバーワン企業を目指す

MEMSって何？

「MEMS」とは、Micro Electro Mechanical Systems の略で、マイクロ（100 万分の1ミリメートル）レベルの半導体を使った加工技術である。従来型の機械加工技術では難しかった機械の微細化を低コストで実現する方法であり、各種センサー、バイオテクノロジー、エネルギー技術等多岐に渡った分野で応用されている。



MEMS 加速度センサー

その中でも MEMS による小型の加速度センサーは、質量が小さいため感度は低下するが、劇的な小型化が可能になるため多くの用途に利用されている。

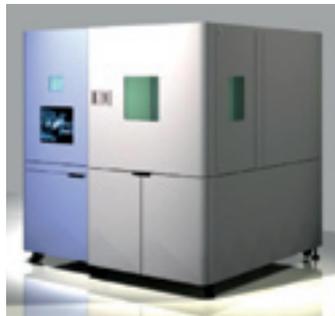
(株)ラポールエスエーは、山蔦社長率いるラポールグループの技術研究所的位置づけで設立されたが、設立6年目をきっかけにシーズから「計測技術」を核としたニーズへのビジネス転換を図り、今後大きな伸びが期待できるMEMSセンサー検査装置をコアに平成17年に東京都の「経営革新計画の承認」も得て、検査装置メーカーへの脱皮を目指した。

独自の MEMS 加速度センサー検査装置

MEMS デバイス市場の約3分の1はセンサー（加速度センサー、角速度センサー、地磁気センサー、圧力センサー等）で占められている。各 MEMS デバイスメーカーはセンサーの検査をするために、独自に市販されている恒温槽や IC ソケットを購入して、簡単な機構を特注して製作し、手作りの装置を手動で運

用していることが多かった。そこで、当社はこのセンサー用の検査機を開発販売することを考えた。

MEMS デバイスの内、加速度を感知して出力するセンサーは用途により、1軸（自動車のエアバッグ用等）、2軸（XY：ゲーム機等）、3軸（XYZ：携帯電話ナビ用、デジタルカメラ手ぶれ防止用等）の3種類がある。3軸加速度センサーは各軸が置かれている姿勢により出力が変化し、温度により特性が変化するため、センサーの良否を検査するには、XYZ 3軸の姿勢及び温度を制御する必要がある。その課題をクリアすべく当社が開発した検査装置は、無線データ転送により0～360度の任意角度姿勢で自動検査ができ、温度も-40℃～+85℃の範囲内での自動検査



経済産業省補助金による研究・開発試作機

が可能である。また、デバイスを精度良く保持搬送するポート基板方式も開発し、検査速度も1時間当たり1,000デバイス以上を実現した。このような装置は他に存在しない。

事業戦略構築のために東北大学へ

(株)ラポールエスエーは平成18年に事業可能性評価委員会にて「事業の可能性あり」の評価を受け、マネージャー等の継続支援を受けている。MEMS デバイス市場は今後大きな市場に成長する可能性を秘めているが、未だ本格的には立ち上がっていない。そこで、顧客ニーズをよく把握した上で、それを最大限標準化した装置が開発できれば、業界のデファクトスタンダードになる可能性もある。そのためにも、早急に業界のリーダーや関連学会の権威者にアピールすることが効果的とのマネージャーのアドバイスにより、MEMS 研究の世界的権威である東北大学江刺教授の紹介を

企業概要

(株)ラポールエスエー

東京都千代田区外神田 2-16-2 千代田中央ビル

URL: <http://www.lapole-sa.co.jp/>

代表取締役 山 薦 貞 雄

資本金 1,800 万円

業 種 精密機械器具製造業

主要製品 MEMS 検査装置と組込用基板・ユニット

受けた。マネージャーが同行しての面談であったが、MEMS の現状、今後及び大学との共同開発をしている企業の情報等、これからの事業戦略の構築に役立つ情報を得ることができた。

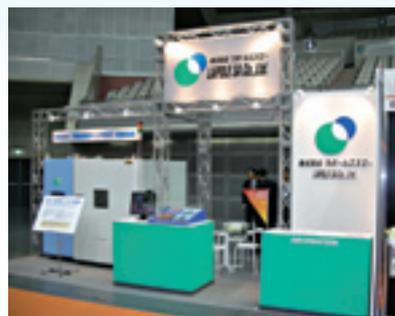
平成 18 年には、プロジェクトマネージャーの推薦により公社の市場開拓助成金と経済産業省の実用化研究開発補助金を利用して、「SEMICON Japan 2006」で実機展示を行い、大手企業から予想を越える引き合いを得ている。

また、評価後継続支援中の半導体検査装置を開発している(株)プロブエースとのマッチングを図り、ウェハレベルの検査装置への進出も視野に入れている。

市場のニーズに応えるために更なる研究開発

平成 18 年 4 月に商社 2 社と販売代理店契約を結び装置の PR を展開してきた結果、引き合いおよび見積依頼は活発であり、ようやくこれから受注が具体的にとなると思われる。

現在開発が終わっているのは「 piezoelectric MEMS 3



公社の市場開拓助成金による SEMICON Japan 2006 出展風景

軸加速度センサー」の「静的加速度検査装置」であり今後も

- ① piezoelectric MEMS 3 軸加速度センサーの動的加速度検査装置 (G 可変試験)
- ② 静電型 MEMS 3 軸加速度センサーの静的および動的加速度検査装置
- ③ MEMS 角速度センサーの高精度等速回転検査装置
- ④ MEMS 圧力センサー用検査装置
- ⑤ MEMS 地磁気センサー用検査装置
- ⑥ 上記の量産用自動搬送検査装置

など、引き続き研究・開発を行い、市場のニーズに応じて行くことが事業の成功には不可欠である。

マネージャーの声

今回の開発の中で同社の優れた点は次の二つであると感じています。

一つ目は、山薦社長はラポールグループというグループ会社を率いて様々な事業を行ってききましたが、その中で今回の製品に必要な要素技術も蓄積されてきており、その技術を利用して時代の要請にあった新しい製品を開発しようとするものであり、これが比較的スムーズな新製品開発につながっています。

二つ目は、中小企業が新規の開発を行う場合には開発資金の問題が生じるのが一般的ですが、山薦社長は公的な助成金をうまく活用しこの問題を乗り越えています。

ところで、このビジネスが成功するためのポイントの一つは標準化にあります。MEMS 部品は多品種少量のものが多く、検査装置の標準化は難しいものがあります。したがって、標準化できる部分をなるべく増やし、顧客の個別要求には最小限の範囲で対応するといういわゆる「マス・カスタマイゼーション」の考えを取り入れることによってこの問題を解決して欲しいと思います。

また、グループの力を集結しつつ、経験豊かな代表と若い事業責任者との 2 人 3 脚で、この分野の第一人者としての地位を築かれ事業が大きな成功を収めることを祈念しています。

企業の声

「MEMS 加速度センサー検査装置」の構造と技術の横展開として、主に自動車用電気・電子部品の「インライン検査装置」および「バーンイン装置」の引き合いが増えてきています。

これらは、バッチ式ではなく生産ラインの一部として全数検査を目的としている点の特徴であり、生産ラインの一部として自動化が求められています。今後は、これらの市場もターゲットにした営業展開を行う計画です。

シートベルトカバー「Ving」で世界の人々に貢献したい

創業にいたる動機

当社は、自動車用シートベルトを包み込む新発想のシートベルトカバー（商品名/Ving）の企画製造販売および特許管理を主な事業とする、いわゆるファブレス型の企業である。

事業開始の動機は、小林社長が50歳を過ぎてアメリカに滞在中、乳ガンの手術を受けた友人がシートベルトをする際、頸部から胸部にかけての患部周辺が痛むためタオルをあてがっているのを見て「なんとかならないものか?」と思い試作品を作り始めたところにある。

この後、さまざまな方々に話を聞くと、チャイルドシート卒業後の子供達および小柄な女性などシートベルトが体の大きさに合わない人たちからは、「圧迫感を感じる」「首の周りにあたって痛い」などの意見が寄せられた。社長自身も常日頃、背広などの洋服が傷んで困っていたという。

この他、シートベルトは事故の衝突時の強烈な衝撃で肩や首に裂傷や骨折、摩擦によるヤケドなどを起こす可能性があり、少しでもこの状況を緩和できればと考えた。また、後部座席のシートベルト着用率が低いことから、着用促進につながればとも考えていた。

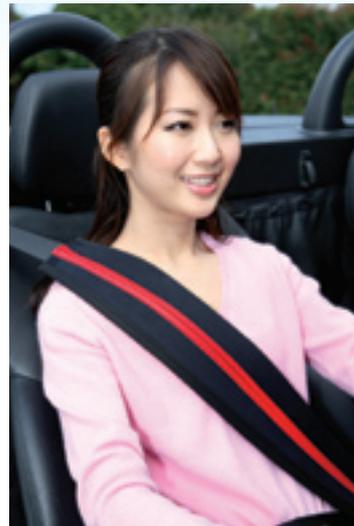
商品化への取り組み

～大学・研究機関、企業と連携～

約5年の歳月をかけ百以上の試作品作成を重ね、ようやく商品化にたどりついた。開発に際しては、自社にとどまらず、大学、研究機関、企業等の協力を得ながら商品としての品質向上とその証明に努めた。

いわゆる産学連携では、日本大学芸術学部デザイン学科インダストリアルデザイン研究室の先生方とともに共同研究開発を行い、商品の改良を行ってきた。

平成17年8月末、(財)日本自動車研究所において衝突実験を行い、10km/h時及び30km/h時における



Ving FREE
(表側にファスナーのあるタイプ)

Ving 装着時と非装着時の比較を実施。これにより、Ving を装着している際に衝突事故に遭った場合もシートベルトの機能を低下させないことを確認した。また、これ以外に普段の圧迫感及び擦れの状態を調べるための静的実験もニッタ株式会社様の協力を得て行った。

こうした取り組みは、単に品質向上およびその証明に好影響を及ぼすだけでなく、顧客満足度を高め、結果としてVingブランドを高める効用があるといえる。

事業化への取り組み ～公社支援を有効活用～

平成17年7月に、当公社の事業可能性評価事業において「事業の可能性十分あり」の評価を獲得。マネージャーのアドバイスを受けながら、更なる商品改良を進め、基本となる商品と製造・生産管理体制の確立を図ってきた。その後、販売拠点となるオフィスと在庫を保管する場所が必要になったことから、平成17年12月末に当公社の創業支援施設に入居し本格的に事業を開始した。翌年1月に開催された東京オートサロンでは、お客様の反応は予想以上に良かったが、資金面や人材面が潤沢でなかったため、新商品を世間に告知するための営業力と資金力不足に悩んでいた。直面している課題についてマネージャーに相談したところ、公社の市場開拓助成事業と中小企業ニューマーケット開拓支援事業の活用を薦められた。

助成事業では、年間計画に基づき福祉関係・ベン

企業概要

(株) Ving

東京都世田谷区三軒茶屋 1-18-11

スクウェア・フィールド 4F

URL: <http://www.vingving.com/>

代表取締役 小林 京三

資本金 1,000万円

業種 家具・装備品製造業

主要製品 シートベルトカバー（商品名/Ving）の
企画・製造販売

チャー向け・車用品関係等の展示会に出展し、その経費の一部の助成を受けた。一方、販路開拓支援では、多くのビジネスナビゲータから幅広い業種の企業の紹介を受けるとともに、営業先への同行とアフターフォローをしてもらった。その結果、個人・企業を問わず様々な販売先に商品を納品することが出来た。

こうした小さな積み重ねが「実績」となりベンチャー企業ながらも営業先への信用も増していき、各種媒体への掲載をはじめ、



Ving RICH（体接地面側にファスナー、表にポケットがあるタイプ）

全国からの問合せや直接販売の本数も増えてきた。

その結果、ニチレイマグネット(株)との製造及び販売実施の協議がまとまり、平成19年4月より同社がVingの製造及び日本国内における総販売元となった。

事業化の秘訣はここにあり

当社は、身近に起こっている事象からビジネスシーズを見出し、人的ネットワークをうまく活用し試行錯誤を繰り返しながら商品化に辿り着いた。その後も、ファブレスという企業形態を選択し、国内外の特許を取得。また、限られた経営資源をうまく活用するため公的支援を有効活用し、見事事業化を達成した。

ここに至る状況判断は、社長の手腕（経営センス）によるものが大きく、これまでの経験で培った「生きるための知恵」ともいえる素晴らしさである。今後、創業を目指す方々のきつといい手本になるはずである。

マネージャーの声

高級車の営業をやられていた代表だけあって、起業当初、自動車業界での人脈を活かしてトップ営業は勿論、多くの情報収集をされ、販売拡大や商品開発に大変努力されていた。特に、営業出身の経営者にしては珍しいのだが、商品開発が大好きで自らが次々と新しいアイデアを出し、次々と試作をするという毎日であった。我々マネージャー達も色々な試作品を使わせていただき感想や改善提案をすると、次週には対策品が出来てくるという状態であった。

すべての自動車の運転席、助手席、後部座席などに標準装備することが代表の夢であり、この夢を実現する為には、自分一人だけの力では困難と判断され、昨年、生産と国内での一般販売を中堅の企業に依頼された。代表はライセンスホルダーとして商品開発を、シートベルトカバーのエバンジェリスト（自社製品の啓発活動を行う職種）として企業への直接営業と海外市場開拓を担当されている。

すべてを自らが出来る事に越した事はないが、ベンチャー企業では自ずと限界がある。VingさんのようにB to Cは資本力や販売ルートの有る企業に依頼し、自らはB to B営業や開発など自分の得意な分野に特化して、経営拡大を図られるのも一つの成功するパターンであると考えます。

企業の声

道路交通法改正により「全席シートベルト着用義務」が法令化され、本年6月以降施行されることになった。これを追い風に今後は女性をターゲットとし、ファッションの一部としての商品コンセプトを前面に出した商品作りや販売促進を積極的に進めていきたい。合わせて現状の課題であるコストダウンを成功させ、多くの方々にご利用いただけるリーズナブルな商品開発にも挑戦したい。

また将来的には、米国、韓国をはじめ世界各国の代理店政策を推し進め、シートベルトカバー Ving が世界のスタンダードとなるべく事業活動を推し進めたい。

セキュリティ製品により、安全なIT産業の発展に寄与

より良いセキュリティシステムの構築を目指して

(株) JNS の白井社長は商社の情報セキュリティ関連事業部で暗号化技術を利用したセキュリティシステムを輸入販売する傍ら、旧郵政省や経団連の委員会で電子署名および認証業務に関する法律の法制化に携わってきた。しかし、従来の公開鍵暗号技術を中心とした暗号方式では、利便性が悪い上に運用上の不安があると考え、新たな技術の開発に取り組み、認証強化機能、暗号化強化機能、改ざん確認機能、シングルサインオン機能等を搭載した製品を独自に開発した。更に、インターネットの Web ページ改ざん等のネット犯罪が急増する中で、これまで蓄積した暗号化技術を利用し、より安全性、利便性を高めるシステムの開発を目指し、平成 14 年 9 月に(株) JNS を設立した。



ホームページ改ざん検知・復旧ソフト「isAdmin」
isAdmin は、Web の改ざんを検知し、管理者に報告、必要に応じて自動的に復旧する製品です。従来製品とは異なり、Web サーバにアプリケーションを搭載しません。

国産独自のセキュリティ製品「isAdmin」

当社が開発したホームページ改ざん検知・復旧ソフト「isAdmin」は従来製品がすべて Web サーバインストール型であるため安全性や運用性に限界があったのに比べ、管理者マシンにのみインストールし、Web サーバ側には全くアプリケーションを必要としないため、以下のような優位性を持つ。

(1) 安全性レベルが格段に向上

従来製品は Web サーバが乗っ取られた場合に、製品自体が簡単に無効化され、機能しなくなる。しかし、「isAdmin」はリモート監視のため isAdmin が無効

化される心配がない。

(2) 運用コストの削減

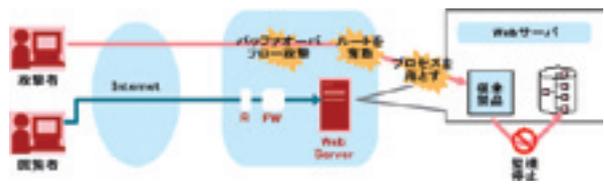
従来製品ではコンテンツの更新時に手動の作業が必要であり、24 時間管理者を置く必要があった。また、「改ざん攻撃」か「正規更新」かの判断も管理者が行う必要があった。しかし、「isAdmin」は全て自動的に判断し処理するため、運用コストがかからない。

(3) 設定が極めて容易

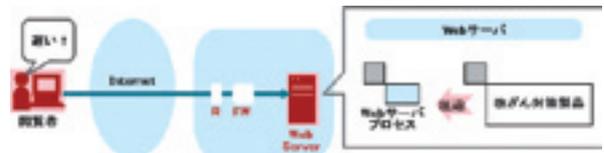
従来の製品は OS や Web サーバソフトに依存しているため周辺環境の調整が必要等導入時の設定や運用に相当数の時間を要していた。しかし、「isAdmin」は周辺環境の設定変更の必要がないため、数分で簡単に設定できる。

(4) 優れた稼働監視機能

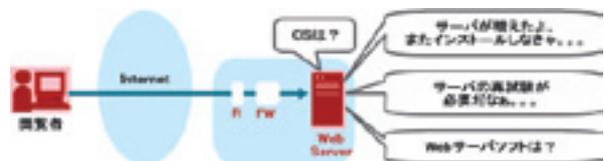
従来製品では http プロトコルによる監視機能はなかったが、「isAdmin」はリンク切れ等のエラーステータス、Web アプリケーションの稼働状況の確認、性能低下の検出、タイムアウト検出等の機能を持っている。



安全性：isAdmin は、安全なセグメントからリモートで監視できるため、直接攻撃を受けることはありません。



運用性：isAdmin は別のマシンからチェックするため、Web サーバへの負荷は最小限です。



利便性：isAdminは、別のマシンからリモートでチェックするため、OSやWebアプリケーションに対し、透過的に利用することができます。

企業概要

JNS (株)
 東京都港区新橋 6-11-8 今井ビル 1F
 URL: <http://www.jnsjp.com/>
 代表取締役 白井 力
 資本金 1,700 万円
 業種 情報サービス業
 主要製品 セキュリティアプリケーションの開発・販売
 セキュリティに関するコンサルティング

公社事業によるトータルサポート

(株) JNS が事業可能性評価を受けたのは平成 17 年である。「事業の可能性十分あり」の評価を受け、現在もマネージャーから種々のアドバイスを受けている。

特許出願の際には知的財産総合センターでの相談、展示会に出展する際には市場開拓助成金への推薦、融資希望の場合には、リレーションシップバンキング金融機関への推薦、そして販路開拓の際にはニューマーケット開拓支援事業への推薦等、公社事業を活用してのトータルサポートを実施している。また、特に商品力を高めるといふ目的で利用を勧めた、商品力強化支援事業では専門家により「価格設定及び製品体系の見直し」「セミナーを利用した PR 方法」「事業執行体制の見直し」「市場の絞込み」等の提言を受けた。この提言は当社にとって非常に有意義なものであり、それからの事業運営に大きな影響を与えた。

多様になった製品ラインナップ

提言にもあったように、まず製品体系の見直しを

図った。Web サーバの管理者とコンテンツ作成者が同一であるような小規模な Web サイト向け (isAdmin Standard) から、中規模向け (isAdmin Pro) そして、新たに開発した大規模な Web サイトや複数の Web サイトを管理する企業向け (isAdmin Enterprise) と 3 つの製品構成とした。さらに機能も Web の改ざん検知システム、Web の改ざん自動復旧システム、ファイル改ざん検知システムと細分化した。その結果顧客の細かいニーズに応えられる製品ラインナップが出来上がった。

また、公社主催のセミナー講師を務めるとともに、公社情報紙「アーガス 21」においても「中小企業のための情報セキュリティ入門」という記事を連載することにより、セキュリティの重要性を普及啓蒙することで、自社製品の PR にもつながっている。

これらの結果、官公庁・自治体や多くの企業で「isAdmin」の導入が進んでおり、このまま順調にいくればセキュリティ製品により、安全な IT 産業の発展に寄与するという目的も果せそうだ。

マネージャーの声

事業可能性評価委員会の審査会で IT 関連専門家である評価委員が「IT 関連分野において日本にも世界に誇れる商品が誕生した」と絶賛したことにありますようにこの商品は機能的に非常に優れた商品といえます。

また、白井社長自身が旧郵政省や経団連の委員会で電子署名及び認証業務の法制化に携わってきたように、当社の技術力も非常に優れたものがあります。

一方、この商品は説明が必要な商品であり、このような商品はいくら優れた機能を持っていても相手が理解し易いように、分りやすく上手に説明しないとなかなか販売には結びつきません。

残念ながら、代表は、相手にわかりやすく説明するのが苦手であり、この点が大ブレイクしない一つの要因になっているように思われます。既に、中央省庁、地方自治体などにも納入実績があり、この商品の認知度が着実に広がりつつあります。また、時代は当社にとってまさに追い風状態にあります。従って今後は代表の営業能力を高めると共に、販売面で他企業との連携も図りながら、その評価に相応しいような素晴らしい企業に成長されることを期待しています。

企業の声

弊社の Web 改ざん対策製品「isAdmin」は、ようやく中央省庁や地方公共団体でブランドが形成されてきたばかりで、今後、大手 SI (システムインテグレーション) ベンダーの支援を受け、拡販体制を確立して行かなければならない状況です。また、一般のエンドユーザへの対応として、IDC (インターネットデータセンター) との提携による本機能のサービス課金販売を進め、幅広いインターネット利用者に普及を促進し、情報化社会から一つでも多く Web 改ざん攻撃を駆逐して行きたいと考えています。