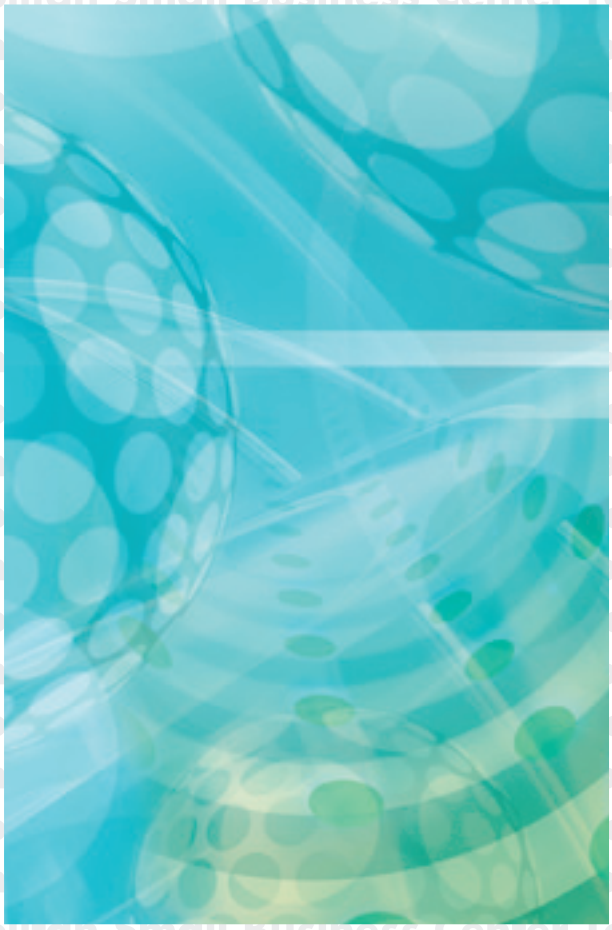
チャレンジ精神あふれる 24 社の軌跡

事業可能性評価事業
ニューマーケット開拓支援事業

成果事例集



アスプラザ
財団法人 東京都中小企業振興公社

はじめに

2007年夏頃から、アメリカのサブプライムローン問題が世界的な広がりを見せ始め、日本でも株価の下落等、さらには最近の急激な原油高や鋼材価格の高騰など中小企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況にあります。こうした難局を打開するためには、大手企業の協力会社ではなく、中小企業が新たな製品や技術を開発し、自社製品の販路開拓などに積極的に取組むことが不可欠です。

財団法人東京都中小企業振興公社では平成12年度に、創業者や第二創業者の事業プランを評価し、事業の可能性があると評価されたプランに対し継続的に支援していく「事業可能性評価事業」を開始しました。また、平成15年度には販路開拓を支援する「ニューマーケット開拓支援事業」も開始し、中小企業の自社製品の販売を積極的に支援しています。

本事例集はこれまでに「事業可能性評価事業」を活用し、事業化でき経営も軌道に乗った企業や、「ニューマーケット開拓支援事業」を活用し、新たな販路の開拓につながった企業等成果を収めた24事例を取り上げ、紹介しています。

本事例集が新事業や経営革新等にこれから取組もうという中小企業の皆様にとって、有益なものとなれば幸いです。

最後になりましたが、本事例集を作成するにあたり、ご協力いただきました事例企業の皆様方に心から感謝申し上げます。

平成20年3月

財団法人東京都中小企業振興公社

事業戦略支援室

CONTENTS

はじめに …… 1

事業可能性評価事業成果事例

1 サンレックス工業株式会社　「ジェットミル」でナノテク事業へ挑戦…… 4

2 株式会社エスウェル　液体ワックスに替わる店舗用床面特殊フィルムにより起業 …… 6

3 有限会社シンカーズ・スポット　日本独自の鼻緒を付けた靴「楽闊歩」により活性化を図る …… 8

4 有限会社マダムトモコ　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…… 10

5 株式会社北斗金属工業　自社製品で本格建築資材メーカーへの転換 …… 12

6 キーテック工業株式会社　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 …… 14

7 株式会社オランネット　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 … 16

8 株式会社勝美ジャパン　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 …… 18

9 株式会社東京ブレフ　「米ぬか」は貴重な食糧源…… 20

10 株式会社ラポールエスエー　MEMS 検査装置のナンバーワン企業を目指す …… 22

11 株式会社 Ving　シートベルトカバー「Ving」で世界の人々に貢献したい …… 24

12 JNS 株式会社　セキュリティ製品により、安全な IT 産業の発展に寄与…… 26

ニューマーケット開拓支援事業成果事例

13 有限会社アイシーアイ　独自の日本語学習システムで「日本文化」を世界に …… 28

14 株式会社エム・アイ・エル　高精度検査装置を独自の理論で開発 …… 30

15 有限会社エンドレス　闇夜を照らす省エネ型ライト …… 32

16 株式会社オーエステクノロジー　夢のユビキタス時代の幕開け …… 34

17 株式会社オルパ　身近になったミウラ折り …… 36

18 株式会社ブイキューブ　Web 会議システムで円滑なコミュニケーション…… 38

19 フットマーク株式会社　正しく・美しい姿勢にしてくれる「フィール・アライナ」…… 40

20 株式会社ミュープラン　暮らしの生活情報をその現場で提供する …… 42

21 株式会社フジ　「携帯トイレ」で災害時も安心…… 44

22 株式会社田中電気研究所　大気汚染の見張り番 …… 46

23 株式会社日進産業　住環境の改善 …… 48

24 株式会社日本テレソフト　日本語解析技術を活かした点字関連製品 …… 50

事業可能性評価事業のご案内 …… 52

ニューマーケット開拓支援事業のご案内 …… 53

1

サンレックス工業株式会社

「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㈱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 年程前に知人よりジェットミル微粉砕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砕に至る粉砕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砕を実現した。

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砕性材料、金属関連の粉砕等にも圧倒的な優位性を発揮し、より超微粉砕、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、受託の粉砕加工も行っている。

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

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」「粉砕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。

企業概要

サンレックス工業㈱
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　超微粉砕システム「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（㈱エース技研：試験粉砕及び受託粉砕担当、㈱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・テクノロジィ㈱：湿式超微粉砕機器メーカー、㈱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、微細粉砕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・高純度の粉砕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

伊藤社長はちょくちょく公社に立ち寄り、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。これは大変に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かかることが悩みであるが、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、おそらくじっと独りで考え、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㈶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砕に対応出来るメーカーとしての確立をめざします。

2

株式会社エスウェル

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

㈱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③ WAX 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

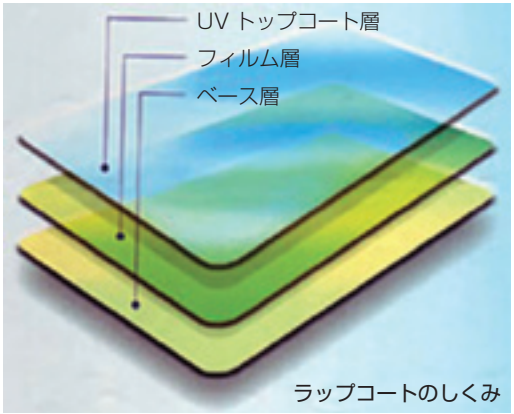
⑥抗菌、耐熱性の実現

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。

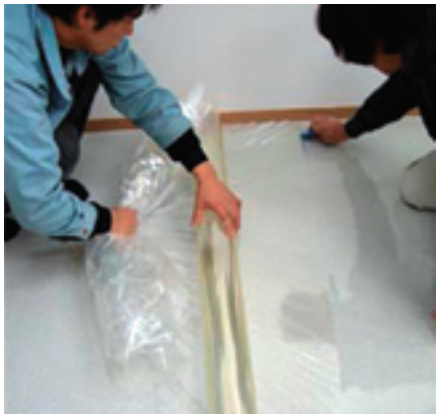
効果的な専門家によるアドバイス

㈱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。



ラップコートのしくみ


簡単な施工作業

企業概要

㈱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㈱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㈱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。

3

有限会社シンカーズ・スポット

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

㈲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オ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るべきかと考えた。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、オーダメード生産である。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

㈲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ヶ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いますが、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いて、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。

4 有限会社マダムトモコ

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活き活きとしている『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。

お客様の笑顔が目に浮かぶビジネス

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

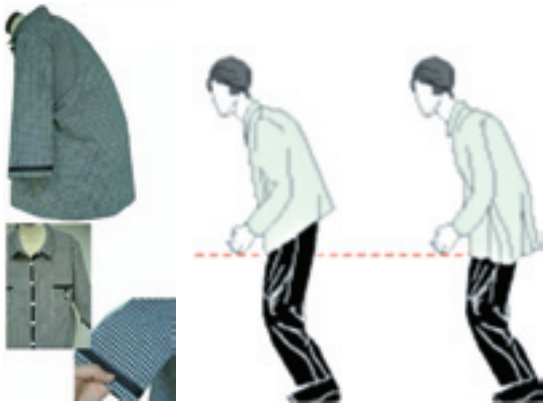
同社の洋服には、渡辺副社長が考案した特許「背中安心製法」が施されている。アームホール下の後ろ身ごろに3本のタックを入れることで背中の丸みに対応し、背中の曲がっている人が着ても後ろ裾が持ち上がらず、背中が見えてしまう不安を解消した。

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ったが、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

㈲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、アドバイスを受ける目的もあった。

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こと、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同社である。

マネージャーの声

市場のニーズ（背中は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公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していただいていた。

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。

背中の曲がった祖母、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います。

5

株式会社北斗金属工業

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

㈱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」

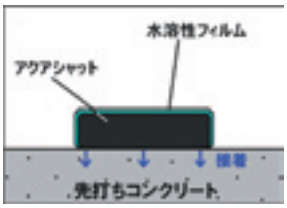
地下の構造物を造る際には、必ずコンクリートとコンクリートの打ち継ぎ部が発生する。この打ち継ぎ部は山留壁から発生する水の通り道となり、漏水の原因となる。漏水は基盤を劣化させ、建物全体の存続をも脅かす。従来、漏水を防ぐ方法としては、ゴムシート等を全面に貼る方法しかなく、セパレータ等の貫通部分が生じる等、信頼性・作業性・採算性という点で満足のいくものではなかった。

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。

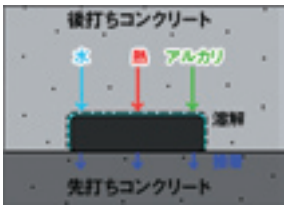
漏水をシャットアウトする「アクアシャット」

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。

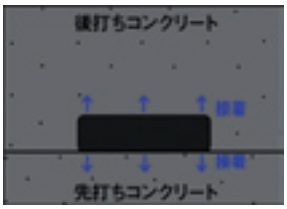
接着のメカニズム



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がありません。



後打ちコンクリート打節の際に、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。

公社によるトータルサポート

㈱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

㈱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

㈱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期待できる。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ますが、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、作業者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㈶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。

6 キーテック工業株式会社

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

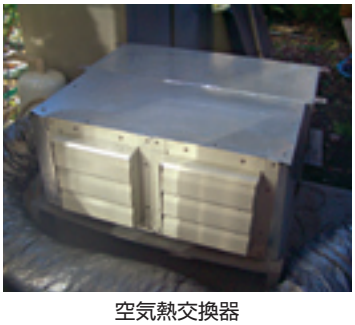
快適空間の提供と環境保全をめざす

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 CO_2 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 CO_2 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公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、当公社の事業可能性評価事業にて「CO_2 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。

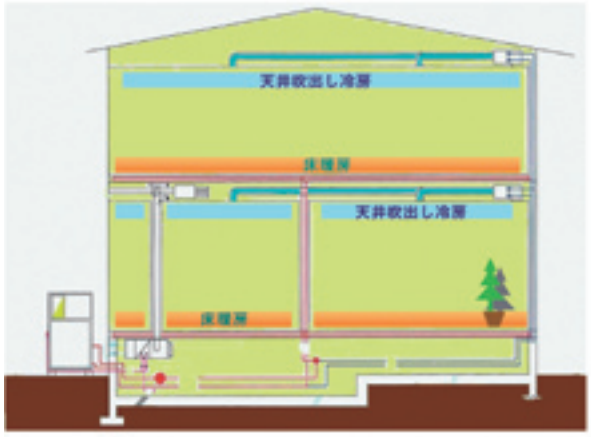
資金調達に関しても、開発資金の調達にあたり、いわゆるリレーションシップバンキングを活用している。この際、金融機関向け事業計画書の作成（資金計

企業概要

キーテック工業㈱
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。



冷暖房システム図

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。

マネージャーの声

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労をしている。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。

企業の声

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業メーカーです。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。

7

株式会社オランネット

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

㈱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金に月額数万円から 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、海外に仕入先がある場合も頻繁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。

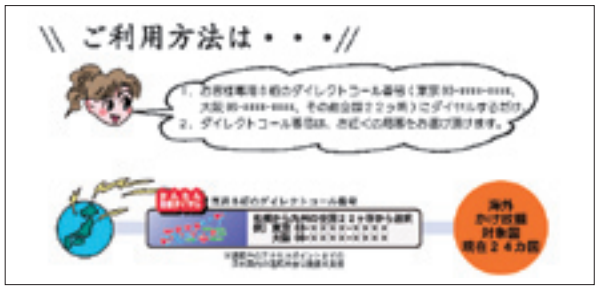
「ラクダコール」にて起業された矢沢社長

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。

かけやすさをポイントとした「ラクダコール」

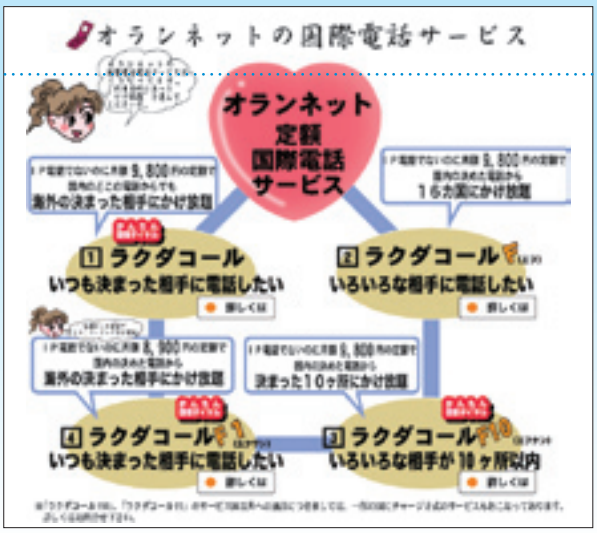
本事業を始めるにあたり、総務省へ通信事業者としての届出が必要であった。その際に本事業における問題点の有無を確認し、特に問題はないとの見解を得ることができた。その結果、本事業を「ラクダコール」（商標登録済）と命名し、平成 17 年４月よりサービスを開始した。

「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

企業概要

㈱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

評価委員会による推奨事業の効果

㈱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㈱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」と言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は非常に苦労した。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。

8 株式会社勝美ジャパン

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。

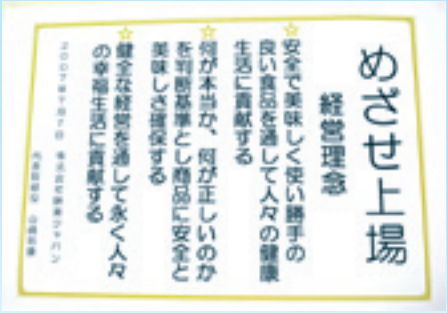
日本版セールスレップの活用

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

㈱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ろふき大根

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きている。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行っており、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が今後も課題として残るが、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が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「トレーサビリティー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「末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います。

9

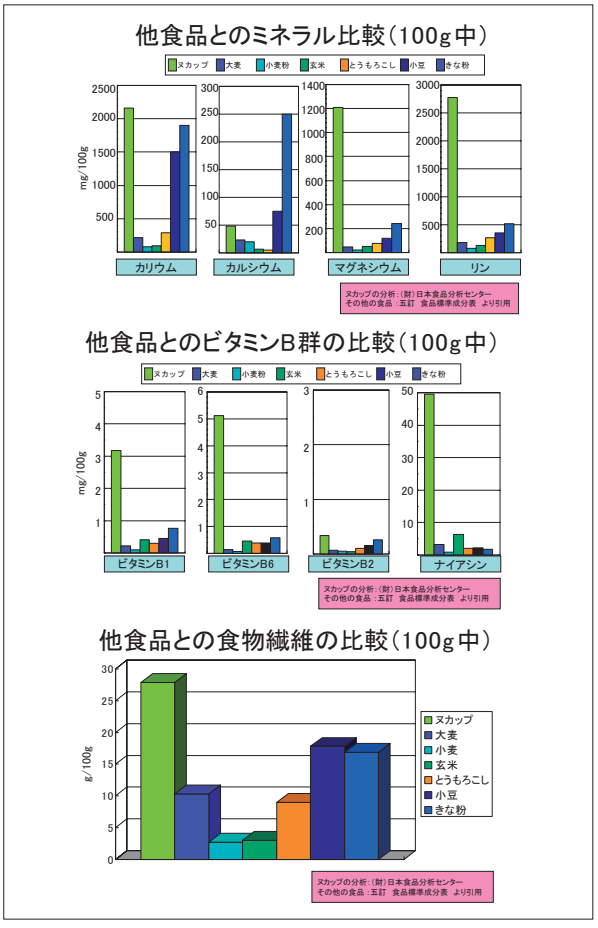
株式会社東京ブレフ

「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。



米ぬかと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社が合弁により平成 14 年７月に㈱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、さらに粉砕も容易となり、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「ヌカップ」とした。

また、搾油もビタミンＥ・オリザノール等多く含有し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。

ヌカップ
（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

㈱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社の合弁にて始めた会社であるが、専任の経営者がい

企業概要

㈱東京ブレフ
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（「㈱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㈱」精製及び搾油担当、「㈱平野商会」機器関連担当、「城南食糧販売㈱」精米担当。その後、城南食糧販売㈱は解散し、「㈱むらせ」が精米担当となった。）そして、㈱東京ブレフとしての権利・義務を明確にした上で㈱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「ヌカップ」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「ヌカップ」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。

「ヌカップ」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、パン屋で売る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す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。

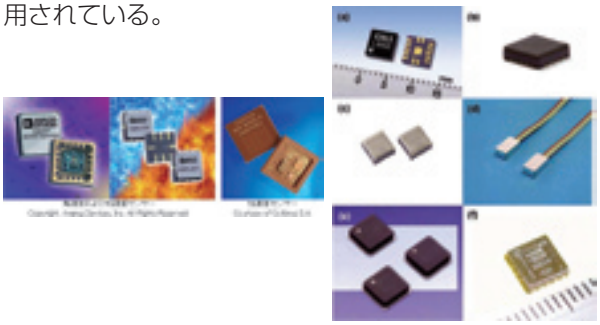
10

株式会社ラポールエスエー

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

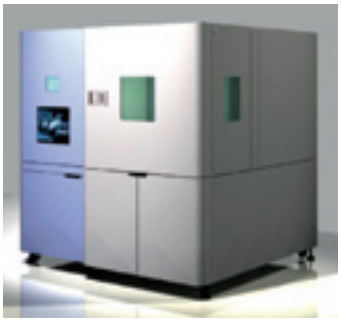
その中でも MEMS による小型の加速度センサーは、質量が小さいため感度は低下するが、劇的な小型化が可能になるため多くの用途に利用されている。

㈱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、手作り的な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。その課題をクリアー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が可能である。また、デバイスを精度良く保持搬送するボート基板方式も開発し、検査速度も１時間当り 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。



経済産業省補助金による研究・開発試作機

事業戦略構築のために東北大学へ

㈱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

㈱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 蔦 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㈱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なると思われる。

現在開発が終わっているのは「ピエゾ型 MEMS ３軸加速度センサー」の「静的加速度検査装置」であり今後も

公社の市場開拓助成金によるSEMICON Japan 2006出展風景

①ピエゾ型 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、市場のニーズに応え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、山蔦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、山蔦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が、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いっ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が特徴であり、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。

11

株式会社 Ving

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？」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、㈶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証した。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はなく、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

㈱ Ving
東京都世田谷区三軒茶屋 1－18－11
スクウェアー・フイールド 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、全国からの問合せや直接販売の本数も増えてきた。

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）

その結果、ニチレイマグネット㈱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っ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ィアを出し、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ー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る。

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。

12

JNS株式会社

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

㈱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㈱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。

⑴ 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。

⑵ 運用コストの削減

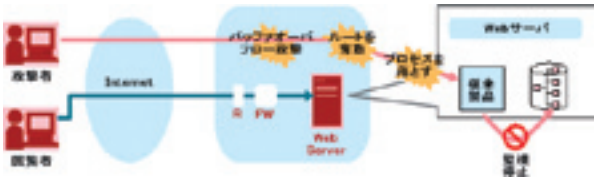
従来製品ではコンテンツの更新時に手動の作業が必要であり、24時間管理者を置く必要があった。また、「改ざん攻撃」か「正規更新」かの判断も管理者が行う必要があった。しかし、「isAdmin」は全て自動的に判断し処理するため、運用コストがかからない。

⑶ 設定が極めて容易

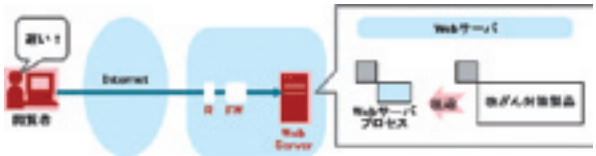
従来の製品はOSやWebサーバソフトに依存しているため周辺環境の調整が必要等導入時の設定や運用に相当数の時間を要していた。しかし、「isAdmin」は周辺環境の設定変更の必要がないため、数分で簡単に設定できる。

⑷ 優れた稼動監視機能

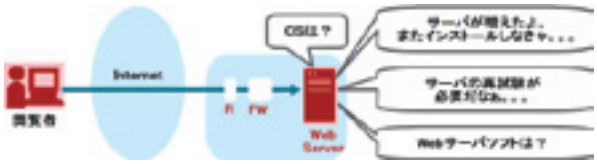
従来製品ではhttpプロトコルによる監視機能はなかったが、「isAdmin」はリンク切れ等のエラーステータス、Webアプリケーションの稼働状況の確認、性能低下の検出、タイムアウト検出等の機能を持っている。



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㈱
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

㈱ 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う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、このまま順調にいけ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」と絶賛したことにも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ます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。

13

有限会社アイシーアイ

独自の日本語学習システムで「日本文化」を世界に

日本語を教えることを生業に

㈲アイシーアイは昭和 62 年に創業した。日本語研修、英会話教室、通訳･翻訳、留学支援業務を軸に、最近、新規事業で独自の日本語学習システムを開発した。

創業の経緯を伺うと、「日本語の勉強法を学ぶためにアメリカの大学に留学しました。そこで学んだ日本語の分析法は非常に刺激的なものでした。言葉とは何か、言語とはどういうことなのか、それをどう見るかの視点がとても興味深いものでした。」

それから、山内所長は日本に帰り、日本語教室を開いた。学習者からの要望もあり、山内所長は自らテキストを執筆し始める。言葉を理解するには、その言葉を使用している場面を踏まえることが重要だという。そのため、対話ごとにイラストをつけることを考えた。何よりも、まだ世に馴染まない「E ラーニング」というシステムの構築が至難の業だった。よいものを作りたいという熱意から、妥協は許さなかった。多くの失敗と労力と時間と費用が必要だった。なんと、すべてが完成するまでに、およそ 10 年もの月日がかかってしまったのだ。しかしそのお蔭で、ほかにはない非常に完成度の高いシステムを作ることができた。

山内所長は当初、「よい製品なのだから売れるだろう」と考えていた。しかし、現実はそう甘くはなかった。「作るのは得意だし、いいものができた。だけど、売るのは得意ではなかった。作るのに必死で売ることができなかった。」と述懐する。

先輩との再会が転機に

そんな時（4 年前）、大学時代の先輩であり、現在ビジネスナビゲータを務めているＡ氏と再会した。それがキッカケとなり、公社のニューマーケット開拓支援事業に取り上げられ、支援企業となった。山内所長は「不得意の“売る”ことを補完してくれる、当社にとって真に有り難い事業だと思った。」と言う。

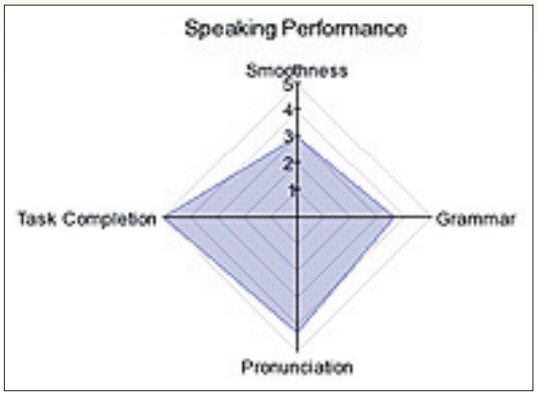
支援を開始した当時は教科書のみの販売だったが、その後１年ほどして、営々と進めていたＥラーニングがやっと完成。これもそう簡単には売れなかったが、大手商社関係者やビジネスナビゲータからも強く支援があったことにも後押しされ、徐々にＥラーニングも注目を浴びるようになった。幸運なことに、当時としては珍しい ASP（業務用のアプリケーションソフトを、インターネットを通してレンタルするサービス）の開発ができる企業と取引をしていたため、インターネットによるＥラーニングのサービスビジネスへと移行することができた。

アットホームな雰囲気

使いやすいインターフェース

企業概要

㈲アイシーアイ
東京都千代田区麹町６－２ 麹町サイトビル 4F
URL:http://www.icijapan.com/
所　　長　山内繁勝
資 本 金　2,100 万円
業　　種　教育分野における情報サービス業
主要製品　外国人のためのインターネットによる日本語学習教材サービス「eSUN」



日本人教師からのフィードバック機能

販路開拓から契約書類のチェックまで

支援開始から１年ほどして、Ｅラーニングの仕組みが構築された。しばらくして大手商社に導入が決まり、その結果が良好だったことからその後は話がしやすくなった。そしてこのサービスを気に入った別の大手商社からも開発費用の補助を受けてサービス内容を拡充していった。

一方、ニューマーケット開拓支援事業としても、担当のビジネスナビゲータが月に２回の同社の戦略会議に出席している。内容は、単なる販路開拓だけでなく、製品をＰＲするためのセミナー開催、知的所有権の保護、中国市場進出に関する助言、関係契約書類の吟味など、経営に関わることは何でも議論に参加している。支援開始からおよそ３年が経ち、ビジネスナビゲータが寄与した成約金額は、およそ 4,500 万円となった。

企業にとってニューマーケット開拓支援事業を活用するメリットとは何かという問いかけに対し、山内所長は、「ビジネスナビゲータとは、当社にとって無償の社外取締役兼顧問です。時にはきつい言葉をもらいながら、月２回の定期的なビジネス戦略会議を行っていますが、これは、かれこれ２年ほど続いています。ビジネスの厳しい難問にぶつかる都度、ビジネスナビゲータには、厳しく、且つ的確なアドバイスをいただいています。加えて、営業活動に際してナビゲータの存在は精神的に楽にしてくれます。訪問先へ同行してくれるので、先方も妙な構えがなく、紳士的に対応してくれます。難しくなると考えていた大手電機メーカーＨ社との商談も非常にスムーズに行きましたが、これもひとえにビジネスナビゲータのおかげだと思っています。」と答えてくれた。

ナビゲータの声

所長は米国の大学で言語学を習得し、日本語の規則性を発見しました。それを基に外国人にとって難解な日本語を、自主度の高い学習ができるようなシステムを開発しました。また、教える力が高く、これが単なる語学学習販売をしている企業との差別化となっています。私達は教育システムの中のツールとしての「eSUN」を位置づけるべきと提案しています。（SUN チューター制度）

誠実なファミリーで経営しています。ビジネスの厳しい難問にぶつかる都度、ビジネスナビゲータとしての経験から時には厳しい解決策やアドバイスをしています。

経営の安定のためには利益率の高い「eSUN」ビジネスを伸ばすことが必要です。今年度は売上高対総利益率 50%を目標に、今後も引き続き応援していきたいと考えています。

日本語、日本文化の普及に情熱を注ぐファミリーに心から、声援を送りたいと思います。

企業の声

有用な外国人労働者を増やす手助けをしたいと考えています。日本の労働力人口の減少および超高齢化社会を支えるためには有能な外国人の力が必須です。現在外国人労働者の割合はおよそ 1%にすぎません。その大きな阻害要因は日本語であると考えます。当社はこのような状況を打破する一助を担いたいと思っています。

言語は単なる意思伝達だけのツールではありません。特に日本語で真のコミュニケーションを図るには日本文化や日本人の考え方をよく理解する必要があります。日本語を学ぶことは日本語を知ることでもあるのです。当社は日本文化の理解者、愛好者を世界中に増やすことに微力を尽くしたいとも思っています。

14 株式会社エム・アイ・エル

高精度検査装置を独自の理論で開発

研究者から創業者へ

佐藤社長は、もともと「魔鏡」の研究者だった。大きくは光学、光源と反射の研究であり、光を金属に当て、反射する明暗を分析し、表面の凹凸を計測するというものだ。

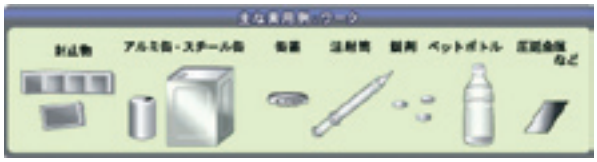
創業する前はある企業に所属していた。企業の立ち上げから携わっていたが、経営も軌道に乗り始め、そろそろ違う道をと模索していた時であった。

佐藤社長のところへ、前から面識のあったある商社トップから声がかかった。その内容は「ある大手メーカーに検査装置を導入するはずであったが、以前に導入した際の検収結果が悪く、困っている。替わりの良い製品を探しているが、なかなか見つからない。起業して検査装置の開発をやってくれないか。」と言うものだった。佐藤社長はこの話を承諾し、創業を決意した。

開発は想像以上に難しいものであった。「魔鏡」の理論を応用し、試行錯誤を重ねた。その結果、ついに製品が完成した。導入先の大手メーカーにも非常に高く評価していただいた。

AYA-40VL2
ライセンサーカメラ用 12bit 分解の高性能画像処理装置

MIL-21A
エリアセンサーカメラ用リアルタイム画像処理装置



積極的な技術開発

創業後は営業活動をほとんどしなかった。その代わりに「画像センシング展」「画像機器展」の展示会には毎年出展している。そこで市場のニーズを把握しながら、製品開発を行っていった。創業後２年目から、新たな製品を開発し、売上高は毎年安定している。特に３年目には、容器･金属の検査装置を開発するなど、開発に力を入れていった。大手医薬品メーカーと連携し、共同開発した製品を医薬品容器メーカーに販売していった。このように創業から現在に至るまで、半導体関係から、医療品、包装品、硝子関係などと、矢継ぎ早に新たな製品を開発していった。佐藤社長は「検査の基本的技術の原理原則はどんなものが対象となっても変わりません。当社は、目視が出来ない微細な検査を自動で行うことを売りとしています。そのニーズがあるところなら、どのような業界でもかまいません。」という。

現在、当社・回路設計業者・機械業者・鍍金塗装業者・商社の５社で連携を図り、新たな製品を開発している。それについては、来年に経済産業省の新連携事業として認定申請する予定だ。今後も積極的に新たな取り組みを行っていくつもりだ。

企業概要

㈱エム・アイ・エル
東京都国分寺市西町２－２－３ 第５東財ビル2F
URL:http://www.mil-mail.co.jp/
代表取締役 佐 藤 茂
資 本 金 6,700万円
業　　種 精密機械器具製造業
主要製品 高精度欠陥検出画像処理装置

公社主催新技術・新工法展示商談会（トヨタ自動車）に出展

公的機関の利用による信用力の向上

㈱エム・アイ・エルは、平成13年からほぼ毎年、中小企業新事業活動促進法による経営革新計画の承認など、公的機関の何らかの認定を受けている。佐藤社長は言う。「公的機関の認定に関して、金融機関など特に保証協会からの評価は非常に高いものとなっています。認定を取得した企業に対しては与信が増加しますし、必然的に金融機関からの与信も増えることになります。当社は開発力を売りにしている企業ですが、開発や研究費が逼迫しているような状況では、顧客のニーズに柔軟に対応することが難しくなってしまいます。顧客からはいろいろなデータを要求されますが、余裕がないとそれらに対応することが難しくなるからです。そういった理由から、与信が与えられることはサービス面を充実させることにつながります。また、認定をいただけると従業員のモチベーションも向上します。当社は大手と比較すると規模も小さいですが、それでも素晴らしい研究開発をしているのだという、外部からの評価を得ることは、従業員にとって誇りとなっているようです。」

また、ニューマーケット開拓支援事業を活用している利点として「大手企業に訪問する際に、公的機関からの評価があることで、一定の信用を得られていると思います。当社は、技術で勝負ができる土俵に上がりさえすれば、たとえ相手が大手企業でも負けないという自信があります。実際に、大手企業が受注に失敗した案件を当社が獲得したことは何度もあるのです。しかし、多くの場合その前に土俵に上がらせてくれないのが実情です。技術があるといっても、名もない中小企業が相手では警戒しているのでしょう。しかし、ニューマーケット開拓支援事業を活用すると、ビジネスナビゲータがその土俵に乗せてくれるのです。」

この土俵での連勝を期待したいものである。

ナビゲータの声

ある日、新製品の開発を行っている金属加工メーカーと㈱エム・アイ・エルとのマッチングを行った。金属加工メーカーは新製品の完成に集中しており、検査項目に関しては“ノーアイデア”の状態であった。
㈱エム・アイ・エルの社長と担当者は金属加工メーカーの新製品の用途及び発言内容を理解した。
次回の訪問の際に、具体的な検査項目及び検査機に関するアイデアを提出し、金属加工メーカーはこのアイデアを100%受け入れた。
検査機を使用する側に立っての提案は、検査に関する経験と技術力の裏付けである。
㈱エム・アイ・エルには今後も技術力を向上し、検査機を使用する側に立っての提案型営業に徹して欲しい。

企業の声

５年後の目標として、AI（人工知能）を備えた検査ロボットを開発したいと思っており、すでにAIの研究を始めています。日本のものづくりは今後、高性能・高品質に特化すべきだと考えています。安くてもよい製品は中国に任せておくべきです。中国の最近の成長は目覚しいものがありますが、日本とは文化が違います。日本には高性能・高品質なものづくりの文化があります。どこにも作れないような製品を開発し製造していくべきです。それを実現するためには検査の精度が重要となってきます。当社は高性能検査装置により、日本のものづくりを支えていきたいと思っています。

15

有限会社エンドレス

闇夜を照らす省エネ型ライト

現場ニーズに基づき開発

１年中を通して各地で繰り返される道路工事。当時道路舗装工事業者の現場作業を担当していた遠藤社長は常に不便を感じていた。道路工事は概ね深夜に行われ１日の作業時間は限られている。工事用コーンを設置して照明をつける。また工事終了後にはその撤収作業が発生する。限られた作業時間においてその準備と撤収にかける時間は馬鹿にならず、何とか短縮できないか？また、発電機から発生する騒音はなんとかならないか？そんな現場担当時代に自分にとって必要かつ便利なものをこの世に無いならつくってしまえという感覚で開発し、起業したのが当社の始まりである。

当社が開発したホタルケーブルは、道路工事などで作業区域を区分けするために使う照明灯「工事用コーン」の消費電力を大幅に抑制するLED（発光ダイオード）付きケーブルである。従来の白熱灯に代わり、LEDで照明することで消費電力を最大100分の１に削減する。自動車バッテリーを電源に使えるため、発電機による排ガスや騒音を防止できる。当製品には５個のLED光源を備えたモジュールをあらかじめ組み込んだ。LEDは白熱灯に比べて消費電力が少ないことから、排ガスや騒音を生み出す自家発電装置ではなく、車用のバッテリーから電力を供給することができる。従来はケーブルを発電機につないで所定の位置

ホタルケーブル

ホタルケーブル使用例

に配置した後、枝分かれしたケーブルの先端にソケットと白熱灯を取り付け、さらにその上にコーンを乗せるという作業手順を踏む必要があった。ホタルケーブルは光源を取り付ける手間を省けるため、作業負担の軽減や作業員の安全確保につなぐことができる。ケーブルは従来と同じくドラムに巻き取ることが可能。発熱灯と同等の明るさを確保したため既存のコーンをそのまま活用できるのが特徴である。

いざ製品が完成するとそれはたちまち評判になった。持っていった現場では常に評価は高く、当初の目論見どおり、夜間の道路工事用などで需要があり、電力会社や建設会社、警備会社に採用が決っている。

持続性のある営業活動へ

ただし、社長一人の口コミ営業ではいい時は長続きせず、すぐに行き詰まってしまった。そんな折、ニューマーケット開拓支援事業の支援対象製品となりビジネスナビゲータと出会うことになる。当社は個人企業のような小さな会社であったため、目先の売上も必要であったし、将来的に大きな売上となる計画的な広報活動も必要である。ビジネスナビゲータは当社のネックである営業人員不足を補完するために、エンドユーザーに紹介すると同時に、主に販売代理店となるような企業を紹介し、点から面への販売活動となるような

企業概要

㈲エンドレス
東京都大田区田園調布本町 11－2　田園アツミマンション 1F
URL:http://www15.ocn.ne.jp/~end-less/
代表取締役　遠 藤　司
資 本 金　300 万円
業　　種　電気機械器具製造業・一般土木工事請負業
主要製品　環境対策型保安用品「ホタルケーブル」「北極星」

支援を行った。支援当初はほとんど無かった販売代理店の数は 30 社を超えるようになり、売上の向上に貢献している。また、中小企業の弱点のひとつであるブランド力の無さを補完するために、東京都建設局の「新技術情報データベース」への製品登録を提案し、登録されたことで、製品の信用力が増すと同時により多くの現場担当者の目に触れることとなった。

ビジネスナビゲータのハンズオン

売上が向上すると当然運転資金が必要となってくる。金融機関からの信用力の弱い当社に対して、中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新計画を説明し、ビジネスナビゲータが力になり、承認を得て資金調達が円滑にできるようになった。

ホタルケーブルの他に「北極星」というネーミングの自動車のヘッドライトに利用される HID ランプを使った作業灯も好評だ。夜間工事現場で一般的に作業用の光源として使用されているハロゲン灯に比較して使用灯数が 1/6 に減少できる優れものである。この製品の普及に関して、ビジネスナビゲータは同じくニューマーケット開拓支援事業の支援対象製品である㈱グローバルテック社のリチウムイオンバッテリー「GANGAN」と組み合わせることにより、「北極星」に携帯性をもたせ、使用領域を広げることに成功した。

「ビジネスナビゲータは当社にとって経営のアドバイザーのようなものです。公的機関の方はお堅いイメージがあるけど、ビジネスナビゲータの方は民間企業の出身の方々なので、話しやすいし、ビジネス全般に渡りいろいろ教えてもらいました。」

作業灯「北極星」

ビジネスナビゲータのハンズオン支援の成果が出ていることが遠藤社長の声にも表れている。

ナビゲータの声

私の前職は交通安全用品…特に道路標識を諸官庁に紹介する仕事に携わっておりました。そのような縁で、㈲エンドレス社の製品を担当することになりましたが最初の製品は「ホタルケーブル」という工事現場用カラーコーンを内部から LED 光源で光らせようという、世間の常識からは容易には考えられない製品でしたので、最初は半信半疑で同社を訪問し製品説明を受けました。ところが、現物を見て驚きました。従来の 100V 電球では逆に「明るすぎて」折角のカラーコーンの形状が白色の団子状に見えるのに対し同社の LED 光源では光量が少ないため、カラーコーンの全景がはっきりと見えたのです。特徴のある製品は紹介する方にも力が入ります。

遠藤社長の商品開発、改良の探求心には頭が下がりますが、もう少し経営面にも気を使っていただければ、今後もっと発展していかれると思います。

企業の声

弊社製品の当初の開発目的は工事現場に於けるコスト削減と発電機の騒音対策でした。光源に LED、HID ランプを使用することにより消費電力の大幅な削減はもとより、電源がバッテリーで可能となりました。そして、必然的に発電機が不要となり、騒音のみならず排気ガス対策もクリアできました。近年、地球温暖化が社会問題となり、行政機関及び一般企業までが CO_2 削減が命題となっています。今後、弊社の得意分野である LED、HID ランプの特性を活かした製品開発を行い CO_2 対策等少しでも社会貢献が出来る会社になる様努力をしていきます。

16 株式会社オーエステクノロジー

夢のユビキタス時代の幕開け

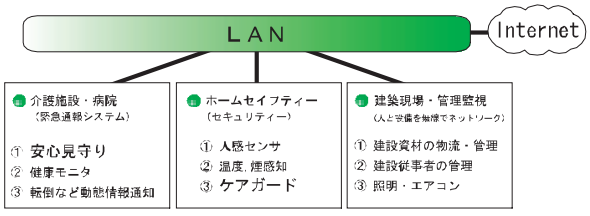
市場の可能性を感じ起業

「日本の中小企業は高い技術力を持っている」とよくいわれている。㈱オーエステクノロジーもご他聞に漏れず、豊富な経営資源を抱えている大手企業ですら参入できていない市場を土俵に、一歩も二歩も先を歩んでいる。

新しい時代の到来を予感し、「誰でもいつでもどこからでも」いわゆるユビキタスネットワークの基盤技術・システムの実現に向けてチャレンジしている。従業員数は 20 名ほどであるが、小さいながらも IT ベンチャー企業として勢いがある。

創業者の尾崎会長及び吉松社長は、平成７年に創業した際には、モジュール販売･基板設計受託を中心とする企業として、会社の基礎を築き、CAD の販売やホームページの作成、DTP（デスクトップパブリッシング）など、さまざまな事業に携わっており、IT 業界での知識やノウハウ、経験は豊富にあった。

その間、大学の教授と共同で無線ネットワークビジネスについて研究しており、同時にアメリカにて市場調査を行っていた。ニーズを肌で感じたことからビジネスとして大きな可能性を感じた尾崎会長は、㈱オーエステクノロジーの経営資源を新規事業に向けて大きく舵をきった。

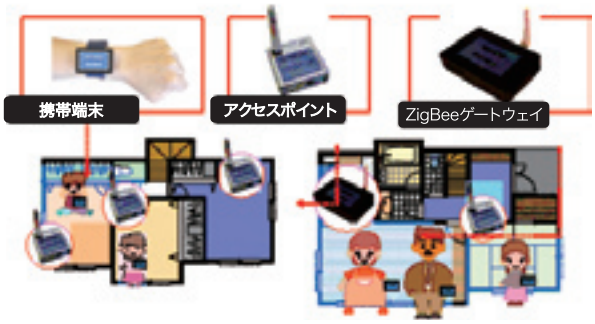


センサネットワークシステムのアプリケーション IEEE 802.15.4

連携先との信頼関係がコア技術を確立した

㈱オーエステクノロジーは大学や、大手企業、海外の研究所など､さまざまな組織との連携を図っている。それも形だけの連携ではない。連携先との長期的な信頼関係を築いている。

大学は種々研究を行っているが、その研究を形にしてくれる小回りがきくパートナー企業を探している。しかし、そういった企業は少なく、実際に中小企業白書でも、研究開発をする上で産学連携を行っている中小企業は大企業と比較して少ないという調査結果が出ている。企業側としても、時間の無駄になるかもしれない長期的な研究よりも、当然の事ながら、すぐに受注に結びつくような短期的業務を優先しがちである。それに対して、当社は、大学側が Bluetooth（無線通信の規格およびその技術）や ZigBee（短距離無線通信の規格および技術）を使ってシステム実験をしたいといえば、すぐにそれに協力し、試行錯誤を繰り返してきた。ある程度結果まで出たが、知的財産の面から断念をしたこともあるし、失敗もたくさんあった。それでも共同研究を止めなかった。失敗から多くを学び、成功から可能性を感じ取り、現在の㈱オーエステクノロジーのコア技術を構築していった。



ふれあい計測システム

公的機関をフル活用

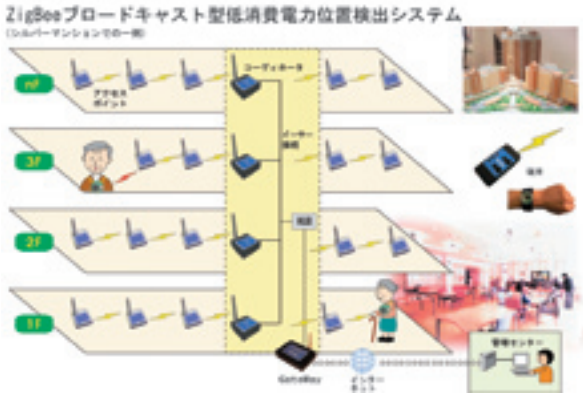
コア技術を確立しながら、同時に公的機関をフルに活用してきた。平成 14 年には公社の産学公提携助成事業により「屋内擬似 GPS システム」を試作・開発し、これらの結果により経済産業省の新連携事業の認定へと結びついていった。

企業概要

㈱オーエステクノロジー
東京都国分寺市西恋ヶ窪１－36－３ 3F
URL:http://www.ost.co.jp/
会　　長　尾崎研三
資 本 金　1,000 万円
業　　種　情報通信機械器具製造業
主要製品　高度無線センサ（ZigBee 方式）ネットワークシステム

しかし当時の一番大きな課題は販路開拓であった。営業活動をしても、客先のキーになる担当者までつながるのに非常に時間がかかったり、また仕様書がもらえないこともあった。仕様書さえもらえれば何とでもできる自信はあったが、なかなかそこに至るまでが難しかった。

そんな時、公社の事業可能性評価事業にて「事業の可能性あり」の評価を受けることにより、ニューマーケット開拓支援事業への推薦を得ることができ、その結果支援対象製品となった。



ビジネスナビゲータの活用による様々な効果

支援企業になり、ビジネスナビゲータによるマッチング活動が増え、当社尾崎会長はその効果をすぐに実感した。ビジネスナビゲータが一緒だと、キーになる担当者にも直接会える。通常１年以上かかるところが、すぐに本題に入ることが可能となった。

また、成約以外にも様々な効果がある。ビジネスナビゲータからは客観的な意見が聞けた。案件の優先度の選択、進捗管理、PR の仕方、市場についてのトータル的な情報などの意見が聞けたことで、自社の置かれた状況を様々な視点から確認することが出来た。

以前から、担当のビジネスナビゲータと月１回ほどの定例ビジネス会議を開催している。システム・技術営業の経験のあるビジネスナビゲータなども参加し、販路開拓以外のことについても議論を重ねている。この会議に参加していることで、従業員にも勉強になっているという。

ナビゲータの声

このシステムは近い将来必ず大きな市場を実現するシステム。その用途は無限である。私たちビジネスナビゲータの役割はその用途開発のアイディアとそれを使用したい企業のマッチングを積極的に行うことである。

私達は尾崎会長のこの分野にかける情熱に共感を覚え、支援している。会長は官庁、大学関係にも幅広い人脈を有し、様々な実証実験や共同開発も行っている。

同社は若手技術者が多く、やもすると、ビジネス感覚が未熟な部分もあるが、私たちの長年の経験からコメント、アドバイスを行っている。

会社の中のビジネスの仕組み（案件進捗管理など）づくりもこれからで、こうした分野も応援を行っている。

企業の声

５年後の目標は３つあります。計画通りに売上を上げていくことが第１の目標です。第２に商品の絞込みをしっかりやりたいと考えています。ZigBee の活用範囲は非常に広いので、逆に言えば市場、ターゲットが不明確な状況であるといえます。ターゲットを明確にし、経営資源を集中させたいと考えています。第３に生産管理、外注管理などの管理面を整備し、組織的な体制を構築したいと考えています。今までは開発中心で行ってきました。しかし、これからは組織化を図っていかなければならないと考えています。

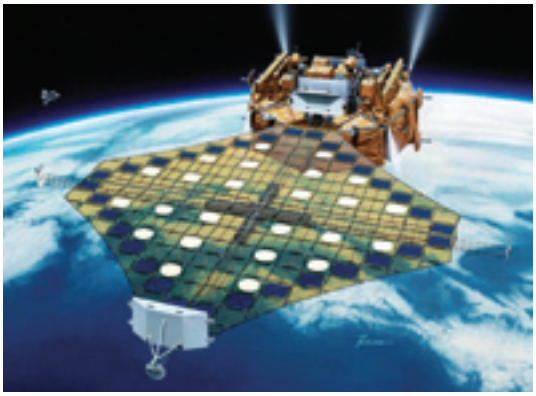
17

株式会社オルパ

身近になったミウラ折り

ミウラ折りをビジネスへ

福田社長が始めてミウラ折りを見たのは平成 10 年の夏である。当時取引先で出会った北海道の印刷業者が持ってきたのだ。ある雑誌に東京大学名誉教授、三浦公亮先生のミウラ折りの記事が寄稿され、それを見た印刷業者はビジネスとしての可能性を強く感じていた。当初は大手企業が関係していたため、そこで事業化するのだろうと考えていたが、機械化が難しいことからその企業は手を出せないでいた。そこで、印刷業者をはじめ、福田社長など総勢６名が発起人となり㈱オルパを創業した。平成 11 年 11 月のことだった。



ミウラ折りの技術が使われた人工衛星
宇宙実験「観測スペース・フライヤー」イラスト 水野哲也

不可能と思われた機械化の成功

創業後、すぐに「中小企業創造活動促進法」を申請し、東京都から認定を受けた。それにより、融資を受け運転資金をまかなうことが出来た。

創業当時はミウラ折り独自の折り方があまりに特殊であったため機械化ができず、全て手折りで行っていた。そのため、コスト・納期の面で非常に苦労をした。２～３万部の受注を受け、従業員総出で、徹夜で作業をしたこともあった。外注先を探したが、折り目を一目見ただけで断られた。東京商工会議所からも大手機械メーカーの紹介を受け、２年間開発を試みたが、結局成功しなかった。大手企業でも断念するほど、ミウラ折りを機械化することは非常に困難だった。その後、平成 15 年にその大手機械メーカーの関係会社が開発を引き継ぐことになった。その際に開発コンセプトを変更し、全ての工程の機械化を目指すのではなく、一部は手動で行うことにしたところ、何とか形にすることが出来た。

ミウラ折りの開き方

その年、公社の創業期技術開発助成金を受け、機械化が実現した。それがキッカケとなり、ニューマーケット開拓支援事業の支援企業となった。

１つの成約が大きなキッカケに

機械化する以前は手折りのため、製造コストが非常に高かった。そのため「ミウラ折りは面白いが高い」というイメージが市場に定着しており、機械化によるコスト削減に成功しても、価格が高いというイメージの作り直しが必要であった。

そのため、当初はビジネスナビゲータの活動も成果が上がらず時間がかかったが、マッチングを繰り返していくにつれ、高いというイメージは払拭されただけでなく、優れた機能への理解が深まり、徐々に成約が上がり始めた。

そんな折、第一回東京マラソンのコース図と地下鉄路線図、参考タイムなどの情報を盛り込んだ観戦マップを受注した。パッと開いていろいろな情報が一覧でき、すぐに小さく畳めるミウラ折りの機能が評価されたのだ。参加者・関係者等への配布だったが、マラソン終了後、インターネットオークションで 2,000 円の値が付くほど大きな反響があった。

この案件はビジネスナビゲータの活動により実現し

企業概要

㈱オルパ
東京都千代田区紀尾井町３－33　プリンス通りビル 5F
URL:http://www.orupa.co.jp/
代表取締役　福 田 善 紀
資 本 金　4,850 万円
業　　種　印刷物加工業
主要製品　ミウラ折りの企画・製作・販売

東京マラソン 2007 の観戦マップ

たもので、オルパにとって大変有益な実績となった。

ミウラ折りの知名度が飛躍的に向上し、引き合いも急増した。また当事者の観光部のみならず交通局や福祉局など、永年望んでいた東京都への道が開け、受注も広がった。

新たな活動

平成18年10月「新日本様式100選」に選ばれた。これは、日本のすばらしさを機軸に置きつつ、品位・品格ある製品を「新日本様式」と称し、普及・定着させ、国際競争力を向上させようというものである。福田社長は選ばれたときのことをこう振り返る。「選ばれたときは非常にうれしかったです。100 選に選ばれたほかの製品はシャープ社のアクオスや、トヨタ社のプリウスなど、すばらしい製品ばかりです。それらと肩を並べることが出来たということで、光栄に思っています。」

今は、ノベルティ以外に、店頭販売に力を入れている。ある文房具小売店にミウラ折りの路線図（単価 500 円）を置いていたところ、１日で 500 個以上も売れたこともあった。また、レジャーシートや、プリクラの台紙なども開発している。ある大手小売業者からミウラ折りのコーナーを設ける話しも出てきており、今後力を入れていきたい分野である。

今後の目標として、リピートが見込める案件を１年に１件でも良いので増やしていく事とのこと。それに伴い現状の売上を５年後に５倍まで伸ばしたいと考えている。また、量産に対応するための設備の改良も常に行っており、更なる飛躍が期待できそうだ。

ナビゲータの声

「地の利（良い製品）、努力、天のとき」
“ミウラ折りは良く知っています。プレゼンは不要です。使う予定はありません。”これは平成 17 年に私が大手観光業者へマッチングを申し入れた際の対応だった。ミウラ折りは業界で「高くて使えない代物」だったらしい。しかし、市場は変わる。第一回東京マラソンを控えた平成 19 年２月、福田社長が「受注していた７万部の一部を報道関係用として先行納入したら好評で、１万５千部の追加が即日決まった。」と目を輝かせて語ってくれた。
「機械化のため 100 回も長野の機械メーカーに通った。助成金がもらえたのも有難かった。地方の代理店もよくやってくれた。次はミウラ折りコーナーだ。」と苦労話も将来への夢も尽きない。平成 19 年度の売り上げは１億円を超える見込みだ。ミウラ折りの可能性を信じ平成 11 年に㈱オルパを立ち上げた７人の侍の中で残ったのは福田社長ただ一人とのこと。飛躍を期待したいものだ。

企業の声

ビジネスナビゲータと一緒に活動しているとき、この方々は本当にすごいと思うときがあります。それはここ一番というときの行動力です。我々が何かをやるよりもビジネスナビゲーター一人に任せておいたほうが良いのではないかと思うほどすばらしい。大手企業での経験や人脈、そこからくる自信があるのでしょう。ビジネスナビゲータの皆様はすばらしい人材です。今後公社に期待することは、中小企業は人材が不足しているので、ビジネスナビゲータのようなすばらしい人材を斡旋したり、顧問として中小企業に紹介したりしてほしいということです。中小企業の人材不足は深刻です。この問題にも支援を広げてほしいと思います。それから、支援卒業までの年数を柔軟に考えてほしいと思います。もうちょっと、というときに卒業となってしまった企業もあるのではないでしょうか。企業の体制にあわせ、継続的な支援をしていただければ、と期待します。

18 株式会社ブイキューブ

Web 会議システムで円滑なコミュニケーション

全世界どこからでも利用できるWeb会議システム

10 年前、社長が学生時代（大学３年）に開発した技術を基に、学生ベンチャーとしてホームページ作成の受託業務の会社を創業。その間、ビジネスをする上で、米国とのコミュニケーションの不便さを感じたことをきっかけに、４年前に独自のウェブを活用するテレビ電話システムを開発した。これが「nice to meet you」である。本製品は、インターネットに接続できる環境であれば、専用ソフトをインストールすることなく、全世界どこからでも利用できる Web 会議システムで、専用ホームページにアクセスすることにより、通常の会議室を使う感覚で Web 会議が可能となるものである。Windows・Macintosh のどちらでも使用でき、Web 会議に必要なホワイトボード機能・チャット機能・ファイル共有機能・録画機能等の機能が完備されている。さらに未契約でも「招待機能」を利用すれば、Web 会議に参加可能となる。また、当社が独自開発した「携帯電話コール機能」により、業界で初めてテレビ電話機能搭載の携帯電話と Web 会議システムとの接続を可能とした。

「nice to meet you」画面イメージ

公社との出会い

創業時のメンバーである登山氏とナビゲータが知り合い、平成 15 年に本事業の申請を行った。間下社長は申請したことを知らなかったばかりか、公社自体を知らず、支援対象となった後、初めて本事業について知った。

当初、この販路開拓支援事業を代理店のひとつが増えた程度の認識で、ビジネスナビゲータとの打ち合わせに間下社長は出席してこなかった。

支援活動の方向性や支援製品の改善について決定権をもっているのは、社長である。

そのため、支援活動を行う際のビジネスナビゲータとの意思疎通には、社長自らが参加する必要性は高いといえる。「支援先の代表者と会って話を進めなければ、その会社の真の姿は見えないし、販路開拓支援事業としても真に成果をあげていると言い難い。」と考えているビジネスナビゲータは多かった。

「nice to meet you」の CM 画面

企業概要

㈱ブイキューブ
東京都目黒区上目黒２－９－１　中目黒 GS 第１ビル 8F
URL:http://www.vcube.co.jp/
代表取締役　間 下　直 晃
資 本 金　39,306 万円
業　　種　映像・音声・文字情報制作業
主要製品　ビジュアルコミュニケーションツール（nice to meet you など）の企画・開発・販売・運用・保守他

ビジネスナビゲータの経験とノウハウを活用

ビジネスナビゲータの活動は、単なる「セールスマン」ではなく、企業が販路を開拓する際に、ノウハウ・助言等を行うことにより、ステップアップするためのネットワークアドバイザーであったり、経営指南役であったり、技術アドバイザーであったり、知的財産に関するアドバイザーであったり、さらには人材教育アドバイザーであったりする。ビジネスナビゲータが社長にこの話をしたところ、認識も新たに定期的な意見交換の場を設定することを決断した。特筆すべきは、社長の物事に対する柔軟性・先見性である。

この意見交換会は、毎月１回程度、現在も開催され、いかに他社製品と差別化していくか、どのようなアプローチで明確な違いを打ち出していくかなど、実践的なテーマに取り組んでいる。

その後、ビジネスナビゲータ向けの製品説明会を何度か行い、支援活動を開始。当社は、社長の描くビジネス・コンセプト（PC がもっと親しみ易いコミュニケーションツールとなるためのあらゆるテクノロジーを提供していく）とテクノロジーに対する造詣の深さ、さらに社員のヤングパワーが際立っている。若い会社であるがゆえのビジネスに関する経験について、ビジネスナビゲータの経験・ノウハウが大いに役立っていると社長は、話してくれた。

支援製品である「nice to meet you」を企業が導入する際の決定権者は、いわゆる「シニア」層の経営者である。そのため、同世代であるビジネスナビゲータを通して、いかに決定権者にアプローチすべきか掴むことができた。

またビジネスナビゲータ自身が支援製品を使いユーザーとしての使用感を直に伝えることにより、より良い製品とする過程での助言に役立った。

業績全体に占める販路開拓支援事業を利用した販売実績は、多大とはいえないが、数字に表れない相乗効果が大きく、社長をはじめ社員の多くに好影響をあたえることができた。

今後も、ニューマーケット開拓支援事業を有効に活用し、IPO（新規株式公開）という目標に向かって突き進んでほしいものである。

ナビゲータの声

若く勢いのある会社である。「パソコンがもっと親しみ易いコミュニケーションツールとなるためのあらゆるテクノロジーを提供する。」という間下社長の描くビジネス・コンセプトと、テクノロジーに対する造詣の深さ、そして社員のヤングパワーが売りである。

シニアである私達ビジネスナビゲータのアドバイスを真摯に受け止めし、同社なりにアレンジし実行する同社の姿勢に敬意を表する。同社が早く、株式上場を実現し、そして社業が益々発展し、IT 業界、ひいては社会に貢献できる企業を目指していただきたい。

企業の声

当社はビジュアルコミュニケーション市場における先駆者として、「世界経済・環境問題・世界平和」に不可欠な公共通信プラットフォーム（インフラ）となることによって、距離の壁や時間の壁を取り払い、人々のビジネスや生活の質を向上していくことを目標としております。また、今後は日本国内だけでなく、急速にブロードバンド化が進んでいる欧米やアジアといった諸外国へのサービス展開も行っていきたいと考えております。

19

フットマーク株式会社

正しく・美しい姿勢にしてくれる「フィール・アライナ」

健康に役立つ商品で高齢化社会に貢献

当社は昭和 21 年に磯部徳三氏（初代社長）がゴム布製品製造卸（赤ちゃんのおむつカバー、ぞうり袋、リュックサックなどの学童用品）を目的として墨田区緑に創業した。

赤ちゃんのオムツカバーの製造業としてその産声をあげ、いまではお年寄りのおむつカバーやパジャマ、シーツなどの介護用品へと事業拡大し、さらには、東京大学との共同研究により、公社支援製品となった、歩行支援商品「フィール·アライナ」の開発に成功した。

現在は、“健康”に役立つ創意あふれる商品・サービスを開発することを使命として少子高齢社会に貢献している会社である。

正しく・美しい姿勢にしてくれる「フィール・アライナ」

墨田区からの紹介で支援製品に

健康であるためには、正しく体を動かすことが大切であり、体を動かすことにより自然治癒力が向上する。この自然治癒力をサポートすることにより、未然に病気を防ぐことが可能となる。「フィール・アライナ」を開発するにあたり、当初は老人の転倒防止、転ばないためにはどのようにすればよいか、その視点から考え始めた。試行錯誤を繰り返しながらの開発であったが、正しい姿勢を保つサポート機能を特化することにより年齢を問わず、健康に貢献する製品として日の目を見ることとなった。「フィール・アライナ」は、身に着けるだけで『正しく・美しい姿勢に』してくれるタイツで、自分では気づかない姿勢のクセの矯正から、辛いヒザ痛·腰痛の予防、そして保温性にも優れている。

この「フィール・アライナ」は、墨田区の助成金を得て試作した製品であり、区から公社のニューマーケット開拓支援事業を紹介されたのを契機に支援製品のひとつとなった。

ビジネスナビゲータの力を得てキッカケづくり

ビジネスナビゲータに同行して売込先を訪問する場合、事前にナビゲータが製品の概要説明（特徴・新規性等）を終えているので、スムーズに具体的な話に入ることができる。企業自身も事前にプレゼンテーション力、交渉力を備えていなければならないが、このノウハウもビジネスナビゲータから伝授され、成約に向け企業と一体となって活動をしている。視点を変えれば、社員の営業力・交渉力向上にも一役買った OJT といえる。

このようなビジネスナビゲータの支援活動に直に触れ、「今までの公的機関が行ってきた支援活動とは、異質のものである。」と直感し、認識も新たに本事業に取り組むこととなった。ニューマーケット開拓支援事業を活用したときのメリットは何であるか。この問いに、「この制度を利用しての最大の利点は“想像も出来ないキッカケづくり”であり、本当にありがたい制度である。」と答えてくれた。

「フィール・アライナ」は、ビジネスナビゲータと二人三脚の販路開拓を行った結果、10 社以上との成約

企業概要

フットマーク㈱
東京都墨田区緑２－７－12
URL:http://www.footmark.co.jp/
代表取締役　磯 部 成 文
資 本 金　8,500 万円
業　　種　介護用品、体育用品製造販売業
主要製品　介護用品 / ヘルスケア用品・用具・出産用品 / 学校水泳・体育用品の企画・スイミング用品・用具 / プール備品・遊具の企画、製造、販売他

報告があり、誇れる成果を挙げることのできた支援製品のひとつといえる。現在は、セールスサポート事業（ニューマーケット開拓支援事業の卒業製品を対象とした有料の事業）にフィールドを移し、引き続き公社の支援企業となっている。

確立した販路を大切にしていきたい

「フィール・アライナ」については、営業に割ける人員にも限りがあるので、新規の販路開拓に力を入れるより、本事業で確立した販路を確実に継続取引とすることに力を入れ、その取引先と新たな製品開発を行うなど、取引先との連携強化に主眼をおいて活動していくことを考えている。

また、当社の経営理念である「お客様が第一」に基づく、「人を想い、笑顔を創る。すべては、健康快互（けんこうかいご）から」を合言葉に、また換言すれば、「時代が変わり、産業が移り変わっても互いを想い合い、健康を願う気持ちは、いつの時代でも不変であり、健康な人が、健康な家族を作り、健康な街を作る」の志を持ち、「健康づくりに役立つ創意あふれる商品･サービスを開発すること」を使命とし、感度を鋭く磨き、新しいことを先取りし、よりよい商品を創造し、高齢社会に貢献していこうと考えている。

「お客様が第一」をモットーとする社員一同

ナビゲータの声

赤ちゃんのオムツカバーからスタートしたフットマーク社は時流を捕らえて高齢者用オムツカバーを始めとする各種介護用品を開発販売してきている。因みに「介護」という言葉は同社磯部社長のオリジナルで商標登録されているが、氏の寛大な配慮から一般用語として世間で自由に使用されている。
「フィール・アライナ」も介護用を含めて健康用品として広範囲用途に販売されているが、ビジネスナビゲータに就任して間もないころに着用してみたところとても良い感触であった。同社は同製品の一部を「上がり３ホールも疲れない」というキャッチコピーとともにゴルフ用にも販路を広げつつあったので、早速かねてからの知己・佐川八重子氏の「桜ゴルフ」に紹介しその販売チャンネルに乗せてもらうこととした。
結果、ゴルフ場の売店のみならずキャディーさん、グリーンキーパーさん等従業員にも人気を博し、今や全国 100 個所を超えるゴルフ場に納入されることとなり好調な販売実績を記録している。

企業の声

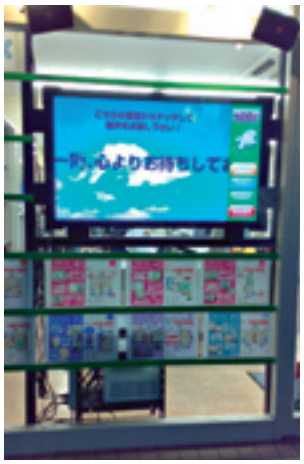
東京大学大学院・渡會先生のアライメント理論を商品化した「フィール・アライナ」は、医療費削減のための重要課題である、予防医学を推進してゆく上でも社会に必要とされるインナーウエアだと考えております。弊社として新規事業でもあり、新しい市場への展開を図るうえで、販売力強化が課題でありましたが、公社の支援商品として認定された後は、ビジネスナビゲータの方々のご協力で、次々に新販路を開拓することが出来ました。また、新商品のアイデアや改良のアドバイスなど、経験に基づく的確な意見をいただき、開発スピードもアップしました。
今後も、新事業、新商品を発展させてゆくために、様々な分野のプロ集団であるビジネスナビゲータの支援をいただきたいと願っております。

20 株式会社ミュープラン

暮らしの生活情報をその現場で提供する

トータルソリューションで差別化

㈱ミュープランはタッチパネル＆デジタルサイネージ（双方向型電子広告システム）を中心とした情報端末システムのトータルソリューションを行っている。具体的には賃貸物件や、中古車をタッチパネルでその場で検索できるという製品である。以前からタッチパネルの装置は存在した。しかし、ソフトもあわせたトータルソリューションを提供できる企業は他にはなかった。



デジタルサイネージ

デジタルサイネージのメリット

平成３年に創業した藤崎社長は当時、大手電機メーカーのソフト開発を行っていた。その後、平成１３年に消費者金融の無人店頭セルフタッチパネルシステムの引き合いがあった。それと同時期に駅でのタッチパネル券売機も一括受注した。これらの製品を完成させたとき、藤崎社長は「タッチパネル＆デジタルサイネージ」の魅力を感じていた。そうした折、「最近は対人、対面が苦手な人が多くなっている」との話を聞いた。これにより、藤崎社長はビジネスとしての可能性を確信した。一般的な消費者の購買行動を分析すると、「製品･サービスに気づき」「手に取り」「他製品と比較し」「購入を決定し」「代金の支払いを済ます」といった過程をとる。業種・業態によるが、この間のすべての行動に関して店員が関与していることが想像できる。これが、タッチパネルを使用すると、「製品・サービスに気づき」から「他製品と比較し」までの過程で店員が関与しなくてすむ。一般に「店員が近くにいると思うと、思い通りに商品を見ることをためらってしまう。」といわれる。本来、消費者は何の気兼ねなく商品を見たいものである。さらに、消費者にとって必要な情報だけを入手することが可能となるため、店員の接客時間も減らすことができる。つまり、消費者・店舗両者にとって、煩わしさや時間などの見えないコストを削減することが、「タッチパネル＆デジタルサイネージ」では可能となるのだ。

情報発信＋店舗誘導

ビジネスナビゲータとの活動

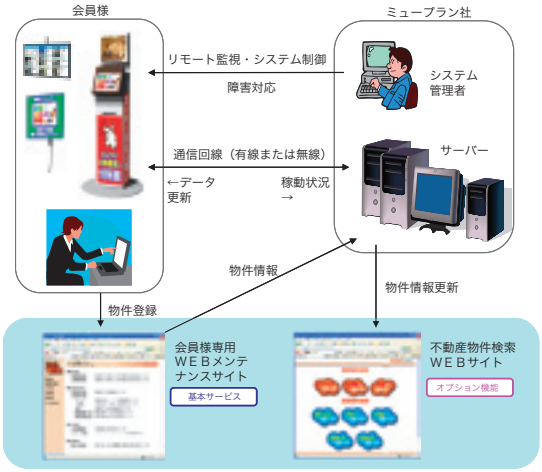
最初に受注した消費者金融無人店頭セルフタッチパネルシステムは、銀行にあるATMのようなものであった。これは既に完成されたシステムであったが、藤崎社長はより多角的に応用ができるように改良を重ねていった。しかし、都営地下鉄から引き合いがあったシステムについては、対応するには大掛かりな開発が必要であった。そのために公社の自立化・専門化助成金を活用した。これがキッカケとなり公社との関係が構築され、平成15年には、ニューマーケット開拓支援事業の支援製品となった。

ニューマーケット開拓支援事業におけるビジネスナビゲータの支援には大きく３つの利点がある。まず、「通常では訪問ができないような大手企業でも営業活動ができること」次に「すぐに決裁者まで話を通すことができること」そして、「先方も当方も両方が安心感を持って話ができ、製品の良し悪しをきちんと評価してもらえること」である。飛び込んで入ったとしても門前払いがほとんどだ。また、仮に入れたとしても決裁者までは届かず、担当者レベルでとまってしまい

企業概要

㈱ミュープラン
東京都三鷹市下連雀３－38－４　三鷹産業プラザ 4F
URL:http://www.muplan.co.jp/
代表取締役　藤 崎 正 裕
資 本 金　6,316 万円
業　　種　ソフトウェア開発及び販売業
主要製品　タッチセンサー付液晶モニター

結局時間ばかりがかかってしまうということが多い。さらに、中小企業であるため余計なフィルターがかかり、無駄なエネルギーを使うことになってしまう。藤崎社長は大手企業への営業活動がどんなに難しいかは、わかっていた。しかし、ビジネスナビゲータを活用することでそれらの問題が発生せず、非常にスムーズに話が進むようになっていった。



端末＆システム運用・保守

日本初のインフォメーションディスプレー

担当のビジネスナビゲータから、ある製品を紹介してもらった。その製品の技術と当社の技術を組み合わせることで日本発のインフォメーションディスプレーが完成した。

この製品は店頭のガラスをはさんでタッチパネルが操作できるというものだ。そのため、夜間、営業時間を過ぎてシャッターを閉めた後でも消費者はタッチパネルを操作できる。この製品の効果を測定するため、ほぼ 24 時間、タッチパネルを操作された件数をカウントした。それにより、午後７時から午前１時の間にタッチパネルを操作した件数が、午後７時前までの件数よりも多いことがわかった。（操作件数のおよそ55%が午後７時以降）つまり、消費者は店舗を閉めた後の時間に商品検索を行っているのだ。

この画期的な製品が完成してからは、引き合いが急増した。現在はビジネスナビゲータの紹介で大手の液晶テレビメーカーとの共同開発を行っている。今後も研究・開発を行い、改良を重ねていくつもりだ。

ナビゲータの声

㈱ミュープランは、トータルソリューションが出来ることが最大の強みです。装置だけ、ソフトウエアだけ、といった一方だけの強みではなく業界の状況を把握しつつ業務ノウハウに裏打ちされたソリューションができることが最大の優位点です。不動産業向けのシステムにおいては、ハードウエアとコンテンツの組合せを持っており、既存業務の改革をなしえるビジネスモデルになっていることが特徴です。窓型タッチパネル検索システムと、液晶大画面のデジタルサイネージをきれいに配置し、今までの不動産屋さんのイメージとはガラリと変わった明るいウインドウで、閉店後も物件情報を PR できるようになったと喜ばれています。

東京ビッグサイトのアトリューム・エントランス・コンコースへも設置でき、PR 効果も上がり各方面から問い合わせがきているようです。マッチング等で紹介した先からも、日常の問合せ事項についてレスポンスがよい、社長は誠実でこのソリューション事業全般に精通している、顧客ニーズをくみ取った提案ができる、との評価をもらっています。

近い将来、中堅企業に成長されるでしょう。

企業の声

最初に駅に導入したときは大変苦労しました。日本初のことでしたので予期しないことが何度も発生しました。毎日その駅に通ったものです。製品開発で最も難しいことはアイデアを製品化することではなく、製品を実用に耐えるレベルまで完成させることだと感じました。

広告は一方通行です。デジタルサイネージは双方向での情報交換でありコミュニケーションツールとなります。デジタルサイネージ市場は将来２兆円規模に発展するといわれています。業種を問わず、飲食店（オーダー端末）小売店などにもどんどん展開していきたいと考えています。

21 株式会社フジ

「携帯トイレ」で災害時も安心

震災の備えとして必要なもの

平成２年“普賢岳噴火”以来、平成７年には“阪神淡路大震災”さらに平成 12 年の“三宅島噴火”等、全国各地に自然災害が猛威を振るっている。つい最近では、台風による水害、新潟県の中越沖地震等、これからも全国規模で被害が予測される。そして、これからの自然災害が私たちの身の回りに“いつ”“どこで”おきても不思議のない状況である。そうした中、被災者が最も困惑することの１つに「トイレの不備」があげられる。

新潟県中越沖地震の時も仮設トイレの設置・充足に数日を要し、さらに設置後も断水が続いたために水を流すことができず衛生面や悪臭が最大の問題として提起された。被災者からは、次のような声が上がった。「貴重な飲み水をトイレに使用するのは非常につらかった。」「食料や飲料水等の備えはしていても、トイレの備えはしていませんでした。」「家のトイレが使えないので、避難所の仮設トイレに行ったが、どの仮設トイレも便器の中が汚物の山で使用不可能な状態でした。それ以来、トイレのことが心配なのであまり水が飲めませんでした。」

㈱フジは、被災者の方々に対して「我々は何ができるのか、皆さんに喜ばれるものは何か」を考え、色々と検討した結果、「排泄を我慢することによる健康への影響が問題である。」という観点から「使い捨て携帯トイレの開発」を手掛けることにした。

電機設備工事から携帯トイレへ

当社は昭和 22 年５月に創業。電機設備工事、家庭電化製品販売･修理を開始。その後、空調設備工事や、コンピューターシステムの販売、VTR 制作など、業務を拡大していった。更に、健康関連グッズや介護用品など､多角化を図っていく中で「携帯トイレの開発」に着手するに至った。しかしオリジナル商品を開発するには、使い易い形状はどのようなものなのか、など試行錯誤が続き製品化には数々の困難が伴った。他社からは「業界の勉強が足りない。」などの批判の声もあった。

Good パックトイレタイプ

ビジネスナビゲータの活躍

取引先で打ち合わせをしているときだった。そこへ偶然ビジネスナビゲータが現れ、同席することになった。取引先はニューマーケット開拓支援事業の支援企業であり、ビジネスナビゲータが打ち合わせにやってきたのだ。そこで商品を知ったビジネスナビゲータは「世のため人のために役立つもの。是非こういったものを支援したい。」と判断し同社にニューマーケット開拓支援事業への申請を勧め、公社の審査を経て支援製品となった。

当初は、先行していた他社製品との価格や、新規市場参入による知名度の不足などの理由で、なかなか成約には結びつかなかった。それが、特許出願した２製品が市場に認知された頃から、徐々に引き合いが出始めた。平成 14 年９月に支援を開始してから、マッチングをしても思わしくなかった成果も平成 18 年５月に初めての商談が成立すると、その後はとんとん拍子

企業概要

㈱フジ
東京都台東区花川戸１－５－２　サテライト・フジビル
URL:http://www.fuji.ecnet.jp/
代表取締役　池 田 一 郎
資 本 金　1,000 万円
業　　種　防災用品・介護用品製造販売業
主要製品　携帯トイレ Good パック他

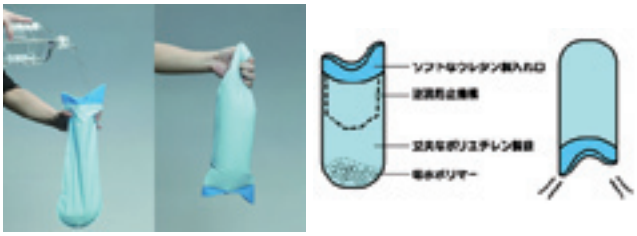
に商談が進み、その月だけで５件もの成約が上がったのだ。
そんな努力の結果、現時点（19 年９月末）でのビジネスナビゲータの紹介による売上げも 1,000 万円を超えるほどになった。

ニューマーケット開拓支援事業を活用したときのメリットは何かという問いかけに対し、「この制度を利用しての最大の利点は“想像も出来ないキッカケ”が創られたということです。例えば、一部上場企業に“携帯トイレ”を直接売り込みに行くことは、中小企業としてはとても勇気のいることですが、それが簡単に実行出来るのです。また、公社の支援対象製品であることを謳えることは掛替えのないブランドにもなっています。」と本事業の成果に満足の様子であった。

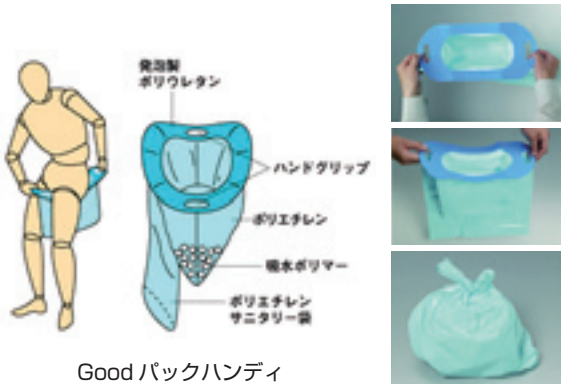
更なる発展に向けて

㈱フジは現在、携帯トイレが主力製品となっている。
市場シェア約５%の現状を打開するために携帯トイレ事業に全力を傾ける意気込みだ。現在は、TV 通販を始め、店舗販売、企業や行政等の備蓄販売などと様々な販売手法を行っている。

新たな製品開発も行っており、新たな支援申請製品ができつつある。ビジネスナビゲータは、こちらの製品も市場性を感じているようだ。



Good パックミニ



Good パックハンディ

ナビゲータの声

私は営業畑の出身ですが、企業と企業の仲立ちとして商品を紹介する際には最低限の製品知識が必要となります。
今回の製品は「その良さと必要性」が簡単明瞭で、かつ、災害時ばかりでなく日常のドライブなどにも使用することが出来るため「購入者からはきっと喜んでもらえる」という気持の「後押し」があり支援させて頂くこととなりました。
出身企業の防災対策用品の備蓄用を始めとして数件の取引先を紹介させて頂きました。平成 19 年３月に公社の規定により「支援卒業製品」となってしまいましたが、今回久しぶりに同社を訪問させて頂きました。本業を縮小され、主力製品が携帯トイレになったとのことに驚くと共に心から嬉しく思った次第です。
私達ビジネスナビゲータは支援製品・企業が信頼できれば努力を惜しみません。これからも頑張って下さい！

企業の声

早いもので、公社様に支援されて３年が経ちました。その間、公社の事務局の方や、ビジネスナビゲータの皆様方にご指導ご鞭撻を賜り誠にありがとうございました。
さて、弊社の製品ですが、企業備蓄はもとより TV 通販をはじめ各社通販紙、さらに店舗と順調に営業活動ができるようになりました。これにおごらず、公社の支援製品であるという誇りを持ち、今後も努力し、前進していきたいと思います。

22

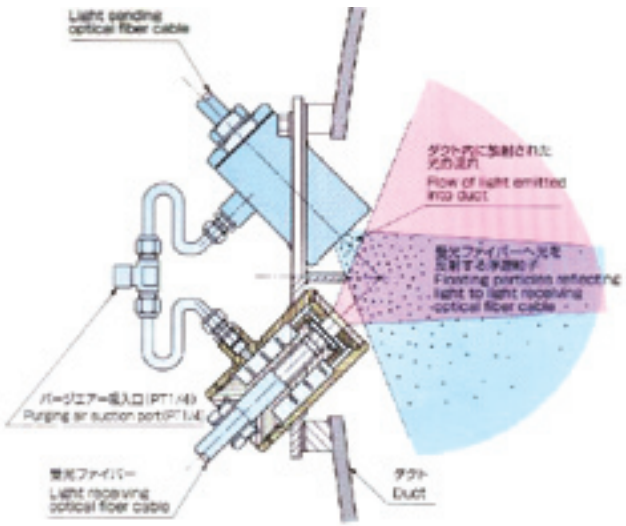
株式会社田中電気研究所

大気汚染の見張り番

環境を守る製品の開発

数年前の産廃処理施設でのダイオキシン報道をきっかけに、煙突からの煙に対する住民の視線がより一層厳しくなった。このような世の中の状況において、当社の開発した連続式ダスト濃度計は、集塵機能性管理や大気汚染防止法遵守のための貴重なデータを提供するツールとして注目を浴びている。

当社の主要製品であるダスト濃度計とは、工場の煙突から排出されるガス中のばいじん（粒子状物体）を測定し大気汚染防止法で規制されている排出基準を守る為に電気集塵機、バグフィルターの管理を行う目的に使用される相対濃度計である。当社のダスト濃度計は光散乱方式を採用し、過酷な環境でのメンテナンスフリーを実現するために開発された独特な構造の検出器を備えた、とてもシンプルな構造が特徴となっている。



光散乱方式解説図

下請けと自立の間で

当社は昭和24年に、現在の田中敏文社長の祖父にあたる田中貢氏により創業。創業当初は自社開発製品として、電力量計の標準検定装置の開発を行っていた。計器試験装置、標準変成器、高低圧相回転表示機などで数々の特許を取得し、電力会社、電気試験所に納入をしていた。先代の田中登氏の代になると今までの試験装置では納入先が限られているため、下請け仕事として大手電機メーカーから汎用電気機器の製造を受注。その後放射線測定器の電子機器モジュールの製造移管を受け、現在も工場の中心的仕事として行っている。

田中敏文社長が当社を引き継いだときには、研究所としての自社製品はなくなり、下請けの仕事のみが残っていた。当時の従業員は先代の社長が育ててきた人たちであったため、現在の業務を急に方向転換することなく、少しずつ方向性を変えていく方法をとった。下請けのみでの安定はいつまでも続かないであろうという社長の考え方と従前の下請け仕事しか知らない従業員の間にたって少しずつ会社の方向性を変えていくというやり方に社長の苦労が伺える。

当社の優れた製品のバックボーンになっているのは、下請けをやっていたことによる、大手電機メーカーの厳しい品質基準に鍛えられた製造技術である。当社ではそれを満たすために従業員はもとよりパートの職員に対しても「職業能力開発促進法に基づく国家検定

ダスト濃度計 DDM-2001

企業概要

㈱田中電気研究所
東京都世田谷区経堂３－30－10
URL:http://www.tanaka-e-lab.com/
代表取締役　田 中 敏 文
資 本 金　2,500 万円
業　　種　電気機械器具製造業
主要製品　ダスト濃度計 DDM-2001

制度の一つである電子機器組み立ての技能検定」試験の受験を奨励し、従業員の能力、モチベーションの向上を図っている。

ビジネスナビゲータと出会って

ニューマーケット開拓支援事業を利用したことにより、中小企業の弱点の一つである営業力が補強されたと田中社長は語る。当社の営業は社長自らが行う過去のつながりからの掘り起こしと商社１社に頼った営業であったものが、ビジネスナビゲータのネットワークを利用して当製品を扱う専門商社が複数に増えたことにより、同時進行案件が増加した。当製品の採用までは－技術研究－フィールドテスト－を経てようやく見積もりまで、と時間がかかるので、同時に案件を複数こなさないと安定的な売上げを計上できない。「同時進行案件が増加したことにより忙しさは以前の倍になりましたが、精神的には楽になりました。」

支援を受けるきっかけになったのは、工場のある栃木県での産業フェアに出展したところから始まる。「産業フェアで、ある経営支援の NPO に所属する人と出会いました。その方から貴公社のニューマーケット開拓支援事業を勧められ、ビジネスナビゲータを紹介いただきました。そのビジネスナビゲータの方に製品を見初められて、支援いただくところまで持っていっていただきました。当社の製品は専門性が高いのですが、初めて出会ったビジネスナビゲータの方が製品の特徴をよく理解できる方であったことが我々にとって幸運でした。今ではそのナビゲータの方とは月に何度となくお会いして、様々な相談をし、叱咤激励をうけています。中小企業はとかく自分の分野に閉じこもって視野が狭くなりがちですが、経験豊かなビジネスナビゲータの方とお話をしていると視野が広がり、我々では思いもつかないような製品の適用分野や新製品のアイデアが生まれてきます。今後も人の縁を大事にしてビジネスを進めていきたいと思っています。」今後も当事業をますます活用してもらい、更なる飛躍を期待したいものである。

ナビゲータの声

この『ダスト濃度計』に出会ったのは１年半程前の事で、某 NPO 理事（友人）の紹介で㈱田中電気研究所を訪問した事に始まります。【⇒ 人の縁】

当社のダスト濃度計は時流に乗れる製品【⇒ 製品力】で、支援対象候補として公社に推薦申請出来るとの確信を強く持てました。【⇒ 手前味噌ながらビジネスナビゲータの『目利き』】公社支援対象製品の審査に合格し、半年後に幸いにも私の出身商社経由で某鉄鋼メーカーの発電設備用として、競合４社との実機性能テストを勝ち抜いて受注し、成約第１号。その後セメントメーカーにも他ナビゲータの紹介で成約し、現在は電力数社などにも成約内定。他にも多くのナビゲータからの紹介により、当社では縁のなかった業界の多数の客先にマッチングなど展開中です。【⇒ ビジネスナビゲータのビジネスネットワーク効果、製品力、タイミング】田中社長の生真面目な性格から目下働き過ぎの感が強く、極力 客先に得意な商社（複数）を育成・活用して社長の労力軽減を図る事が急務と考えます。【⇒ 社長は常時 100% 出力ではなく余力が肝要⇒ 商社のスタッフ育成・活用】

今後、当社のダスト濃度計ビジネスの花が『満開』となる事を期待して止みません。

企業の声

産業近代化の幕開け期にあたっては、煙突の煙は産業発展のシンボルでした。グローバルな経済取引をする時代になった今、BRICS（ブラジル・ロシア・インド・中国等）といわれる新興経済国であっても国際的な基準を守らなければ国際的な取引は出来ないのが現状です。環境対策に無神経な企業は排除される傾向にあり、工場のシンボルともいえる煙突からのばいじん排出に対しても、法律ではダスト濃度計の設置義務がない現実ですが、ダスト濃度計による連続監視によって、高濃度のばいじんが常に環境に排出される前に未然に防ぐことこそが、これからの環境経営にとって必要不可欠なことでしょう。当社の製品を世界で使って頂いて、地球環境の改善に貢献していくことが私の夢です。

23 株式会社日進産業

住環境の改善

製品開発のヒントはお客様の声

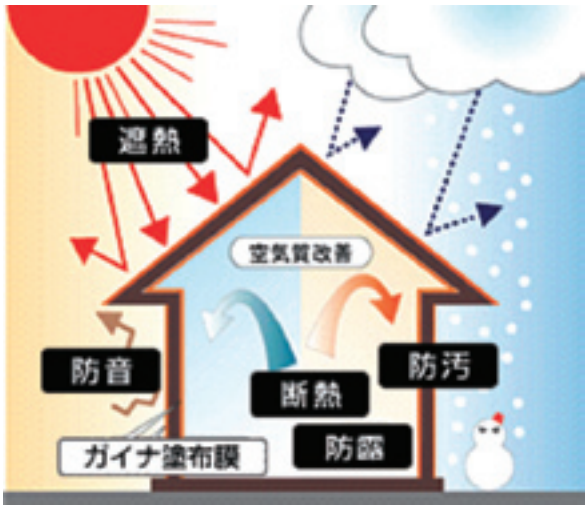
㈱日進産業はもともと、機械製造工程での組み立てなどを行っていた。平成元年頃、当時バブル崩壊や中国の台頭などがあり、石子社長は既存の事業だけでは今後の展開が期待できないのではないかと懸念していた。そんな時、「工場内がとても暑くて作業性が低下している」という顧客の声を聞いた。それを聞いた石子社長は前々から夏の工場内の暑さを知っていたこともあり、ここに大きな市場があると感じた。熱と温度についてのさまざまな研究を行い、セラミックビーズを活用した断熱塗料の開発を決意した。

研究開発が実を結んだ

その後、断熱塗料の「シスタコート」ができるまでには数多くの実験を繰り返した。ある程度製品として形になるまでには４年から５年もの時間がかかった。平成５年から販売を開始していたが、実際に売り上げが軌道に乗るまでには 10 年余りを要している。販売を開始してからも研究は怠らなかった。常に原料の改良などを重ね、それが実を結んだ結果、平成 13 年には販売も軌道に乗り始めた。量産体制を築くには協力会社との連携など非常に難しい課題があったが、それも一つずつ解決していった。

JAXA から技術移転

あるとき、宇宙航空研究開発機構（JAXA）のロケット研究の第一人者と石子社長が１対１で話し合う機会があった。石子社長の断熱についての理論をその研究者に話したところ、すばらしい理論であると高い評価を得た。これがきっかけとなり、㈱日進産業と JAXA とで技術移転のライセンス契約を行うことになった。この JAXA の技術と、シスタコートの技術を融合し、ついに新製品「ガイナ」が完成した。この製品は単なる断熱のみならず、防音、防露、防臭、空気質改善など、実にさまざまな効果を発揮する。また、JAXA のホームページに㈱日進産業の名前が掲載されたり、JAXA の会議に石子社長が出席したりという副次的な効果もあった。その JAXA の会議で多くの議論を交わし、さまざまな情報を入手することができた。



「ガイナ」を塗るだけで、夏は涼しく、冬暖かに

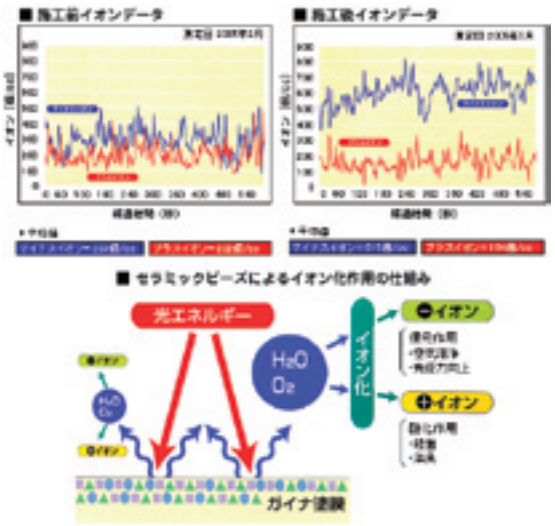
公社活用のメリット

公社の支援開始は平成 16 年５月からである。きっかけはビジネスナビゲータからニューマーケット開拓支援事業の利用を勧められたことによる。公的機関の支援の最大のメリットは、支援機関名が販売ツールになるということで、代理店も含めて公社の支援企業であることを積極的に謳っている。また、公社との関係ができたことで、他にもさまざまな効果があった。公社の推薦を受け、東京都主催の「東京ショーケース」によりドイツ及びイギリスでの商談会に参加できたこともその一つである。海外でのノウハウがなかったのだが、大手商社が代理店を引き受けてくれたため実現した。当社肝付室長は「東京ショーケースに参加できるというのは、東京都にある多くの企業の中からの 10 社に選ばれたと言えるので、とても光栄なことだと思っている」とい

企業概要

㈱日進産業
東京都板橋区坂下２－15－７富山ビル 4F
URL:http://www.nissin-sangyo.jp/
代表取締役　石 子 達次郎
資 本 金　1,000 万円
業　　種　断熱塗料製造業、機械工事業
主要製品　断熱塗料「シスタコート」「ガイナ」の製造販売

う。また、昨年、公社からの推薦で東京商工会議所主催の第４回「勇気ある経営大賞」に応募したが、そこでも優秀賞を獲得することができた。



特殊セラミックによる理想的なイオンバランス効果で空気質を改善

製品の可能性が戦略の方向を変えた

「ガイナ」が完成してからは売上げが飛躍的に伸びており、代理店も増加している。

しかし、まだ課題もいくつか残されていた。売り込みの際に「ガイナ」の性能に関する公的試験のデータを求められる。しかし、この断熱塗料には JIS 規格がまだないため、先方の要望ごとにデータをそろえる必要がある。紙の上での数字やグラフを見て判断するよりも、実際に手に触れて、感じて判断してほしいと考えているが、現実には公的な数字やグラフなどのデータが重視されており、最も悩ましい問題となっていた。しかし、先日、首都大学東京による夏の冷房消費電力削減効果実証試験を行うことができた。これは公的データに近い結果として説得材料に使えそうである。この首都大学東京で得られたデータや「ガイナ」のさまざまな製品特性を考慮すると、消費財としても広く消費者へ展開したほうがよいのではないかと考え、これからは工場需要はもちろん一般の家庭へも販売していくつもりである。

先日あるシンクタンク系のコンサルティング会社に入ってもらい、現在戦略を立案中だが、概ね方向は定まってきた。これからの事業領域を「住環境」にも積極的に展開していく予定だ。

ナビゲータの声

NASA の技術を使ったセラミック遮熱塗料を輸入販売している企業が多くあるが、その製品と㈱日進産業の「ガイナ」とを比較試験すると、明らかに「ガイナ」の方が性能が良いという結果が出ている。

他にも性能を示すデモンストレーションは数多くあるが多くのユーザーは公的試験のデータを要求する。大手企業は特にこの傾向が強い。これに対して石子社長は「目で見て肌で感じて良ければ購入してほしい」という立場なので大企業には営業したくないと言っている。このため世間でのオーソライズがまだ遅れている。

そのためいつかは試験方法を含めて、建材試験センターでのお墨付きのお手伝いをしたいと思う。公社の支援、首都大学東京での実験のおかげでかなり信用度が増してきているのでもう少しの努力である。

創業以来会社経営を継続してきて石子社長の努力は素晴らしいものがあるが、これまでの技術偏重の姿勢から営業体制の早急な整備が望まれる。CSR(企業の社会的責任)を意識した民生向け展開の成功を祈念しつつ今後も支援を続けたいと思う。

企業の声

現在は販売網の整備を行っています。多くの引き合いが来ているため、整備をするのが非常に大変で、現在最も重要な課題のひとつです。

先日コンサルティングを受け、市場調査をしてもらいました。国内だけでなく、例えばラスベガスなどの海外市場を含めると、この市場は手に余るほどの巨大なニーズが存在するとのことです。当社としては非常に自信が持てました。しかし、現在は売上を伸ばすことよりも販路の整備や社内の整備など、組織体制を整えることが先であると考えており、そのための戦略を立案中です。

24 株式会社日本テレソフト

日本語解析技術を活かした点字関連製品

ニーズとシーズのマッチング

金子社長は元々情報通信系の記者であった。情報分野市場が拡大し始めた昭和６１年、自らの人脈や情報（知識）を基に時代の風を読み、時流に乗る手ごたえを感じた金子社長は、知人のソフトウェア技術者とコンピュータソフトウェア開発会社を設立した。

そして、日本語文章解析ソフトウェアの開発プロジェクトを手がけるなかで、「自然言語の理論」に関するソフトウェア開発の技術力、日本語解析技術を蓄積していった。

福祉分野に進出するキッカケは、世田谷区役所の障害者担当者から、視覚障害者向けに点字の文章を作成したいとの要望を耳にしたことである。文字を点字に変換するには決まったルールがあり、当社の日本語解析技術を活かせば、ソフトウェアが開発できると考え、点字翻訳ソフトを開発した。従来は、点字の専門家でなくては点字文書が作成できないようなソフトウェアしか、市販されていなかった。しかし、本製品は難しい点字のルールを覚える必要なく、ワープロ感覚で文章を入力するだけで、自動的に点字文書に変換・編集できるソフトである。その後、点字プリンター、点字読取装置、点字ディスプレイなどの開発、生産へと事業を拡大していった。現在、売上高の１／３は福祉関係である。

飽くなき製品開発

点字翻訳ソフトは自社で開発したが、点字読取装置は熊本県電子応用研究所と共同開発した。他にも、くまもとテクノ財団、熊本県産業局などとも連携を図って開発を続けている。

当社の点字プリンターは音が静かなことが売りで、オルゴールの様なドラムを用いる方式で特許を取得している。従来の点字プリンターは音が大きいことが欠点で、点字印刷専用の部屋を設けるなどして対処していたが、当社の製品によりどこでも常時使えるようになった。また、両面印刷可能な機種と、高速印刷可能な機種も開発製品化した。これらを含めニーズに応じた計４機種を販売している。特に点字と墨字が同一の用紙に印刷できるプリンター「DOG-Multi」は世界初の製品である。さらに日本語の点字と墨字の組み合わせのみでなく、他の言語対応の機種も「Gemini」という機種名で製品化した。この製品は東京都のベンチャー技術大賞の特別賞を受賞することが出来た。その後、点字プリンター全機種に音声ガイドをつける改良も行った。

DOG-Multi

点字プリンター

Gemini

多言語対応の点字プリンター

SEIKA

点字ディスプレイ

企業概要

㈱日本テレソフト
東京都千代田区麹町１－８－１　半蔵門 MK ビル 1F
URL:http://www.nipponteleSoft.com/
代表取締役　金 子 秀 明
資 本 金　3,000 万円
業　　種　電気機器製造販売業
主要製品　点字プリンタ　DOG-MULTI（国内用）・JEMINI（海外用）

ビジネスナビゲータの活躍でコストダウン

公社との付き合いは、平成 14 年に新製品新技術開発助成金を利用したことがキッカケである。これによりニューマーケット開拓支援事業へも申請し支援対象製品となった。本事業を利用したことによるメリットの一つとしては、信用力の向上が上げられる。点字プリンター等のような福祉関連製品の売り込みは、学校、自治体、病院などの公的な機関が主体となるが、東京都の支援製品ということで、スムーズに話が出来るようになった。

しかし、それ以上に大きなメリットはビジネスナビゲータの活躍によるコストダウンである。ユーザーの声を製品に反映していたが量産が難しいため、価格が従来品よりも２～３割程度高くなってしまっていた。製品を市場に広めるためには、コストダウンが当社にとって大きな課題となっていたのである。

そこで、その課題を解決すべくビジネスナビゲータ数名でプロジェクトチームを結成した。その中でまず設計思想から練り直すことでコスト削減を図った。１機種ごとに追加機能の部品を調達して製品化するのではなく、できるだけ、全機能を搭載した構成から不要な部品を抜くような設計思想をとった。また、複数機種での部品の共通化を図ることで調達コストを低減させた。さらに、ビジネスナビゲータのネットワークを駆使し、仕入れコストの削減を図るとともに、できる限りの外注の内製化を図り、製造コストの削減を図ったのである。これらの活動により、販路・技術ネットワークが広がったことも大きなメリットとなった。

積極的な海外展開

日本国内は既にある程度のシェアを獲得しているため、これからは海外展開を図っていく。積極的に海外の展示会にも出展し、代理店も設置している。最近、米国の展示会に出展したところ、ヒューレット・パッカード社の目に留まり、技術協力が得られることになった。また、点字ディスプレイについては、中国の清華大学と共同開発をしており、製品名を「清華 Seika」とした。今後は欧米のほかにも中国、韓国やインドなどアジアも視野に入れていくという。更なる飛躍が期待できそうだ。

ナビゲータの声

ビジネスナビゲータとして、初めて金子社長にお会いして以来、３年半のお付き合いになるが、その間、日本テレソフトの点字プリンターは海外向けを中心に大きく発展された。

これも一重に製品の素晴らしさと金子社長の的確な戦略と積極的な事業展開によるものと、大いに敬服している。

私自身、ベトナムの盲人協会向け案件をワークする一方、技術系のビジネスナビゲータを含む「同社支援プロジェクトチーム」を結成、参加したビジネスナビゲータより製造コスト削減と海外向けの販路開拓のためのアドバイスをさせて頂いた。

その後、海外向けも大きく伸び、コストダウンと製品の内製化に成功されたとお聞きしうれしく思っている。

金子社長の素晴らしいリーダーシップの下、同社が益々発展されることを大いに期待している。

企業の声

点字プリンターはたとえ値を下げたとしてもすぐに売れるような製品ではなく、とても売り方が難しい商品です。こういった製品を扱う当社にとって、ビジネスナビゲータの支援はとても強力なものとなっています。ビジネスナビゲータの方たちは私の先輩の年代なので何でも相談しやすく、また、そのような大先輩と活動できると自信を持ってできます。さらに、営業活動では細かい話までつめてくれることが大きいです。例えばベトナムに輸出を行ったときも、ベトナム内部の事情に詳しい方がいたので実現できました。ナビゲータがいなかったら出来なかったと思います。

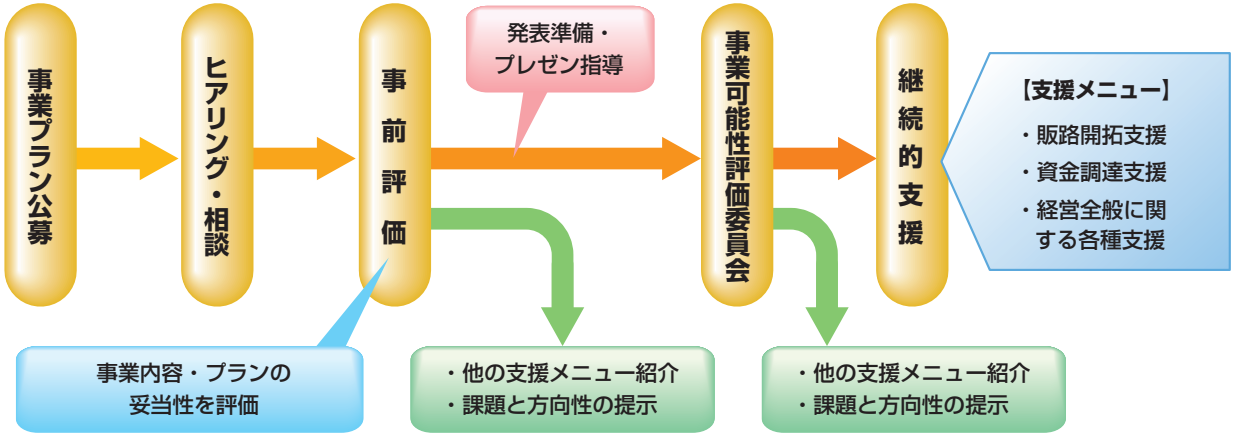
公社との付き合いは、平成 14 年度に研究開発の助成金を申請したことがキッカケでした。当社は公社の支援を最も活用している企業ではないかと思いますが、これからもどんどん活用していくつもりです。

事業可能性評価事業のご案内

～『新規事業プラン』の評価と事業化支援～

事業可能性評価事業は、新たな事業展開を目指す中小企業及び創業を目指す方に対し、各分野の専門家から構成される事業可能性評価委員会において、事業化の可能性について評価やアドバイスを行うものです。この評価で、成長性・将来性が高いと認められた事業プランには、公社が継続的な支援を行います。

事業可能性評価事業のしくみ



事業化に向けた強力なバックアップ（継続支援３年間）

- マネージャー等が事業化に向けたアドバイスをします
- 都の制度融資「チャレンジ」の申請資格が得られます
- 公社の助成金への推薦や、国などの助成金の申込支援も行います
- 融資について、公社の連携先金融機関を紹介します
- ニューマーケット開拓支援事業を活用し、取引先の紹介を行います
- その他、公社各種支援（創業支援施設入居、知的財産相談など）を活用できます

対 象 者

都内において新たな事業プランをお持ちで下記のいずれかの方

- 創業を目指す個人
- 創業後３年未満の中小企業
- 新たな事業展開を目指す中小企業

【お問合せ】

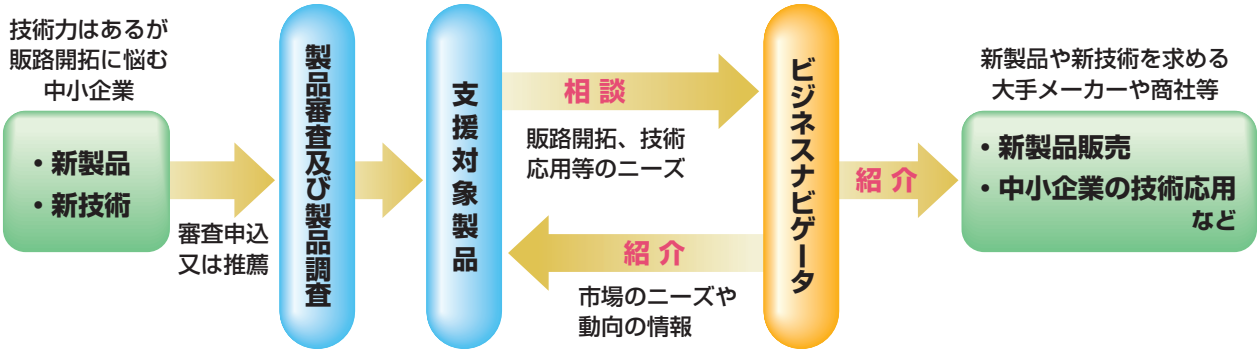
事業戦略支援室　事業化支援係
千代田区神田佐久間町１－９東京都産業労働局秋葉原庁舎４階
TEL　03（3251）9330　　E-Mail　senryaku@tokyo-kosha.or.jp

ニューマーケット開拓支援事業

～ビジネスナビゲータが応援します～

ニューマーケット開拓支援事業では、中小企業の開発製品や技術を「売れる製品・技術」として育てていくため、「ビジネスナビゲータ」が豊富な企業ネットワークや市場情報等を活用して、商社やメーカー等へ積極的に紹介する等、販路開拓を進めます。

ニューマーケット開拓支援事業のしくみ



ビジネスナビゲータ

商社等で豊富な営業経験があり、幅広い分野の商品知識を持っている、またはメーカー等で様々な製品開発の現場を経験され確かな技術評価力を持っているものです。

■ **営業系ナビゲータ**：主に商社出身で幅広い分野での営業を経験または専門分野や現場の企業実態に通じています。
■ **技術系ナビゲータ**：主にメーカー出身、工場等製品開発の現場を経験し製品開発に通じています。

対 象 者

高い製品開発力・技術力の評価を得ている都内中小企業の開発製品、技術が支援対象となります。

- 東京都と公社が技術支援等を行った高い技術力を有する製品・技術
- 推薦機関が高い技術力を有すると評価し推薦する製品・技術
- 本事業で設置する審査会において高い評価を受けた製品・技術

【お問合せ】
事業戦略支援室　販路開拓係
台東区台東１－３－５反町商事ビル B1 階
TEL　03（3832）3673　　E-Mail　hanro@tokyo-kosha.or.jp

memo

事業可能性評価事業・ニューマーケット開拓支援事業成果事例集

編集・発行　㈶東京都中小企業振興公社 事業戦略支援室
〒 101-0025 東京都千代田区神田佐久間町 1－9
東京都産業労働局秋葉原庁舎
TEL.03-3251-9330　FAX.03-3251-9372
E-mail senryaku@tokyo-kosha.or.jp　URL http://www.tokyo-kosha.or.jp/

© ㈶東京都中小企業振興公社 2008

この印刷物は再生紙を使用しています。

Tokyo Metropolitan Small Business Center

アスプラザ
財団法人 東京都中小企業振興公社