

川崎市のベンチャー支援体制とベンチャー企業の現状 —ケース・スタディによる調査—

小 野 耕 三

目 次

I. はじめに

II. 川崎市のベンチャー支援体制

1. 川崎市の産業政策におけるベンチャー支援策の位置付け
2. 川崎市産業振興財団のベンチャー支援策
 - 2.1 ベンチャー支援事業の概要
 - 2.2 かわさき起業家オーディション ビジネス・アイデアシーズ市場
 - 2.3 かわさき新産業創造センター(KBIC)
3. 神奈川サイエンスパーク (KSP)

III. ベンチャー企業ヒアリング調査

1. 川崎市ベンチャー企業アンケート調査の概要
2. ヒヤリング対象企業の選定及び調査方法
3. ヒヤリング調査対象企業
4. ヒヤリング調査結果の概要

IV. 調査対象企業の詳細

1. 株式会社 アイビット
2. アップコン株式会社
3. 株式会社 アド
4. アールエフ・チップス・テクノロジー株式会社
5. アロニクス株式会社
6. 株式会社 伊吹電子

7. 株式会社 インターミクス
8. Ex.株式会社
9. 株式会社 オプトピア
10. 株式会社 キノテック
11. 株式会社 クマタカエンジニアリング
12. SCIVAX株式会社
13. シーアールディー株式会社
14. シリコンライブラリー株式会社
15. 合同会社 スタジオフェイク
16. 株式会社 巧 (旧社名ASP)
17. TMCシステム株式会社
18. テスコジャパン株式会社
19. 東海技研株式会社
20. 株式会社 トラン
21. 日本原料株式会社
22. 株式会社 日本サーキット
23. ヒューマンアシスト株式会社
24. 株式会社 フィギュアネット
25. 有限会社 メカノトランスフォーマ
26. 株式会社 メモリーバンク
27. 株式会社 リアルナレッジ
28. 株式会社 ワイシーシーデータサービス

V. 川崎市の今後のベンチャー支援策への提言

VI. アンケート調査表

VII. 参考文献

I. はじめに

専修大学都市政策研究センターは、2004年6月から文部科学省のオープン・リサーチ・センター整備事業として採択された「イノベーション・クラスター形成に向けた川崎都市政策への提言」のための調査・研究活動を進めている。

2004年度は、都市産業ユニット、都市経済政策ユニット、都市基盤ユニット、都市比較ユニットの4つの研究ユニットに分かれて調査・研究を進め、その成果は都市政策研究センター論文集第1号、都市政策研究センター年報第1号に報告されている。

それに引き続き2005年度は、川崎市のイノベーション・クラスター形成条件について多面的なアプローチを行った。その中の都市産業ユニットにおいて川崎市の中小企業に対しアンケート調査及びそのアンケート結果の中での注目すべき企業に対するヒヤリング調査を行い、その結果は都市政策研究センター論文集第2号「イノベーション・クラスター形成に向けた川崎都市政策への提言」(2006年3月)の中で報告されている。^{1) 2)}

こうした流れを受けて、2006年度は中小企業の中でもとくにイノベーション・クラスター形成に直接的な関係が深いベンチャー企業を対象に調査・研究することになった。そのアンケート調査の対象は川崎市内もしくは川崎市に深い関係のあるベンチャー企業とし、その結果を調査・分析したものはすでに報告済み³⁾である。このアンケート結果の報告書作成と平行して、ある水準以上の業績を上げているベンチャー企業を出来るだけ多く選定してそれぞれヒヤリング調査を行い、アンケート全体の統計的な分析では得られない生の情報を得て、ベンチャー企業の動向と将来の可能性を探ることを目的として行ったものが本調査である。

本調査報告は、上記のアンケートに回答のあった企業の中から選定された川崎市在籍もしくは川崎市に關係のあるベンチャー企業28社を対象にヒヤリング調査を行い、その動向を分析し報告書としてまとめたもので、その具体的な調査と取り纏めを専修大学都市政策研究センターより弊所CRIPに委託されたものである。

II. 川崎市のベンチャー支援体制

1. 川崎市の産業政策におけるベンチャー支援策の位置付け

川崎市の域内総生産成長率は1985年以降全国平均を下回っており、1990年以降はマイナス成長となっている。神奈川県及び横浜市も同様に1985年以降全国平均を下回っているが、全国平均との乖離幅では川崎市の方が大きくかつ川崎市のみがマイナス成長となっている⁴⁾。こうした状況を引き起こした主な要因は、同報告によると電気機械、輸送用機械、石油・石炭製品分野の製造業の付加価値生産の激減にあるとのことで、こうした既存の製造業の積極的な誘致・活性化がまず重要である。しかしながら、長期的な展望から考えるとそうした従来産業を対象とした振興策だけでは片手落ちであって、多様な業容のベンチャー企業を数多く輩出させ、その中から新たな産業を起こす新産業振興が必須である。こうした新産業振興は、川崎市のみならず全国規模でその重要性が叫ばれているが、域内総生産成長率が全国平均を下回りかつマイナス成長となっている川崎市においては最優先課題の一つとなっている。

そうした状況を背景として、川崎市では川崎市新総合計画「川崎再生フロンティアプラン」を2005年に策定したが、その中の「Ⅳ重点戦略プラン、6：川崎の活力を生み出す産業イノベーション」において、新産業振興策について以下のように述べている。

まず「状況認識と本市の課題」において、「本市の産業は、臨海部を中心に京浜工業地帯の中核として日本の産業を支えてきましたが、近年では産業構造の変化が進んでいます。市内には、高次な情報サービス機能や高度加工技術を有する企業が多数立地しており、こうした特徴や、首都圏における地理的優位性、港の機能を活かして、産業と環境が調和した持続型社会の実現に貢献する川崎の基幹産業を振興するとともに新たな産業の立地誘導を図り、活力ある産業集積を形成していく必要があります。

産業の活力、都市の活力を高めるためには新たな産業分野の開拓が必要であり、新事業創出の支援策として、起業・創業・準備段階から事業化段階、発展段階に至るまで、成長段階に応じた総合的・効果的な支援を行うことが求められています。」と述べ、それに続く「アクションプログラム」において、「川崎の産業活力を高めるために、競争力強化に向けた産業イノベーションを促進するとともに、立地・活動環境を向上させることによって企業立地を誘導する戦略的な取組を進め、さらに今後大きな市場拡大が見込まれる新産業分野の創業促進、育成に取り組みます。」と総括した後に、

*** 国際的視点に基づく産業振興**

アジア各国のベンチャー創業拠点となるアジア起業家村構想の推進

*** 川崎の特徴を活かした産業再生**

- ・ 産業誘致を促す立地競争力強化、立地企業のものづくり機能高度化と技術開発力強化、製品の複合化促進
- ・ 臨海部の再生に向けた産学公民連携
- ・ 羽田空港の国際化に対応した総合的な物流機能の高度化

*** 起業・創業の環境整備**

- ・ ベンチャー、創業、新分野進出支援のための総合的な起業家支援、企業の成長段階に応じたきめ細かな支援
起業化の総合支援（ビジネスプラン講座・ビジネスオーデイションの継続実施）
- ・ インキュベート施設の増強、創業企業や新分野進出時の技術開発を支援する産学公ネットワーク強化
新産業の創造支援（KBIC入居企業の支援を継続）
- ・ 科学技術振興指針に基づく科学技術関連施策の推進
産学公民連携基盤の強化（ゲノム・ライフサイエンスなどの研究開発機能の立地誘導や連携基盤の強化）
科学技術を活かした研究開発機能の強化（新川崎・創造のもりや臨海部などの研究開発拠点の機能強化）
- ・ コミュニティビジネスの事業化支援（以下略）

このように、川崎市において新産業振興策に対して大きなウェイトが置かれている。

2. 川崎市産業振興財団のベンチャー支援策

こうした川崎市の新産業振興策の具体的な事業遂行の要になるのが1988年4月に設立された(財)川崎市産業振興財団である。以下に同財団が行っているベンチャー支援策についてまとめる。

2.1 ベンチャー支援事業の概要

川崎市産業振興財団で行っている主なベンチャー支援事業を以下に示す。

1) かわさき起業家オーディション事業

川崎生まれの元気な企業を育てることを目標として、新規開業や新分野進出につながるビジネスプランを広く募集してその事業内容を専門家の目から評価する「かわさき起業家オーディション ビジネス・アイデアシーズ市場」を開催している。(これについては2.2で詳述する。)

2) 元気な起業家育成支援事業

創業への啓発を目的とした創業フォーラムや起業志望者向けのビジネスプラン作成支援セミナーを開催している。また、創業・新分野進出を目指す人の参考になるよう、新製品の開発や新分野に進出した元気企業を訪問取材し、その情報を川崎元気企業発掘調査報告書としてまとめたものを毎年発行している。

3) SOHOビジネス支援事業

川崎市産業振興会館12階に設置した「かわさき夢オフィス『創房(そうぼう)』」の運営・管理を通じて、起業家の事業拡大に向けた支援を実施するとともに、ホームページなどを通じてSOHO事業者向けの情報を提供している。

4) インキュベーション事業「かわさき新産業創造センター(KBIC)」

新川崎創造のもり地区のビジネス・インキュベーション施設「かわさき新産業創造センター(KBIC)」では、インキュベーション・マネージャー2名が常駐し、入居企業の事業プラン策定、資金調達、マーケティング、ビジネスサポート、技術開発等、親身になって成長を支援している。また、入居企業の販路開拓など具体的なニーズに的確に対応できるよう、大企業OBネットワークの協力を得て支援を展開している。(これについては2.3で詳述する。)

5) 窓口相談等事業

中小企業者や起業家が直面する経営、税務、技術、特許等の様々な課題に対し、税理士、中小企業診断士、弁護士、技術士等、各分野の登録専門家が無料で適切なアドバイスを行っている。

6) 専門家派遣事業

経営の改善や技術の革新を図る中小企業者や起業家が直面する様々な課題について、登録専門家を一定の日数企業に派遣し、実施に適切な診断や助言を行っている。

2.2 かわさき起業家オーディション ビジネス・アイデアシーズ市場

全国に数あるビジネス・オーディションの中でも、継続的に毎年7回開催しているこのオーディションは開催回数及びその内容において、全国的にも評価の高いオーディションである。一次書類審査、二次面接審査、最終選考会の3段階の審査によってビジネスプランを評価し、優秀な

プランにはその発表の機会が与えられる他に、川崎市制度融資等の融資機会、投資家・金融機関・事業パートナーなどとの出会いの場の提供、専門家による支援など各種の特典が与えられることにより、応募プラン事業化の支援を行っている。

本オーディションは2001年9月にスタートし、2007年10月には第50回を迎えた。2007年3月までの集計結果⁵⁾によると、それまでに約1,181件（学生のみを対象とした4回分を差し引くと836件）の応募があり、そのうち416件（学生のみを対象とした4回分を差し引くと365件）の受賞・発表件数を誇っている。

当初は融資制度としては川崎市の制度融資のみであったが、2003年度以降民間金融機関等からの融資制度の特典が付加され、現在では商工中金による川崎経済活性化融資制度「かわさき起業家オーディション対応融資制度」、川崎信用金庫による「かわしん賞」、りそな銀行による「りそな神奈川賞」の各種の融資制度が設けられ、それらに加えて、KSP、商工中金、りそな銀行等のファンドからの投資を受ける機会も与えられる等の多くの特典が付与されている。

上記の受賞件数には重複受賞者が含まれているので、今回のアンケート調査においてはそれらを差し引いた256社にアンケートを依頼し、そのうち60社から回答を得ている。その回答率がそれ以外のグループの回答率よりもはるかに高いという事実からも、オーディション参加企業の川崎市への積極的な関与・協力の姿勢がうかがわれ、そうしたオーディション受賞企業の活躍の状況が本報告の随所に見ることができる。

2.3 かわさき新産業創造センター（KBIC）

川崎市内には、すでに神奈川県や民間企業と共同で設立した後述する神奈川サイエンスパーク（KSP）内にインキュベーション機能を持った施設があるが、川崎市独自のビジネス・インキュベーション・センターとして、2003年1月に「新川崎・創造のもり」に開設されたものがかわさき新産業創造センター（KBIC）である。

KBICに入居するためには各分野の専門家で構成された審査会による厳正な審査を経なければならないが、2007年3月時点でそれをクリアした22企業7研究室が入居している。KBICには居室スペースにより原則3年と5年の入居期限が設けており、その限られた中で各事業を成功に導くための支援をインキュベーション・マネージャー（IM）が中心となって行っている。およそ4ヶ月に1回を目安に企業経営者とIMが定期的な面談を行い、ビジネスプランのブラッシュアップ支援、資金調達支援、販路開拓支援等の各種支援を、IM自身もしくはIMが適切な専門家を紹介することにより行っている。この他に、入居企業への情報提供と相互の交流のために月例セミナーを開催したり、各種展示会や見本市への参加を促し販路開拓支援の一助としている。

KBICのインキュベーション施設としての大きな特徴の一つとして、重量物が設置可能な部屋を有していることが挙げられる。他のインキュベート施設ではデスクワークしかできない部屋のみで構成されていることが多いのに対して、このことは特筆されるべきである。このために市外から優秀な企業を誘致することに成功している例がいくつも出ている。

KBICは、「インキュベーション事業」に加えて「ものづくり基盤技術支援」も行っている。その一環として、3次元CAD/CAM講習会、汎用旋盤加工実技講習会、仕上げ作業実技講習会、KBIC精密加工研究会、KBICものづくり基盤技術支援CAD/CAMセミナー、計測技術講習会等

を行っている。

以上は参考文献⁶⁾から引用したが、詳細は同文献を参照されたい。

3. 神奈川サイエンスパーク (KSP)

わが国のビジネス・インキュベーション事業の草分けとして全国的にも有名なかながわサイエンスパーク (KSP) は、1989年に設立されたがインキュベーション事業としてはその2年前から行われていた。川崎市高津区に位置し、神奈川県、川崎市、日本開発銀行 (当時) が1/3及び複数の民間企業が2/3を出資してできた第3セクターである株式会社KSPが事業運営を行っている。川崎市内にあり歴史的にもまた実績的にも創業支援に関しては大きな成果を有する機関である。

KSPのインキュベーション事業は次の3つの基本方針で運営されている。

- ・単なる入居場所の提供ではなくハンズオン型支援を目指す。
- ・早期のサクセスストーリーを目指す。
- ・自ら投資ファンドを持ち公開までの成長支援を目指す。

また、KSPの支援メニューは、創業支援、成長支援、起業家育成の3本柱からなっており、それぞれの概要を以下に示す。

1) 創業支援

その特徴は企業の成長に応じたスペースの提供と支援である。その内容は、1年を期限にシェアドオフィスを仕切った一区画が無償で提供される「KSP夢オフィス」に始まり、パーティションで間仕切りした小スペースの「シェアドオフィス」、独立した部屋でインキュベータの中心施設である「スタートアップルーム」からなっている。2004年にはそれより賃料が半額程度になる「KSP-Think」もKSPのランチとして発足した。個々の企業には担当インキュベーション・マネージャーが決められ、ステージが変わっても一貫してその企業の世話をする。

2) 成長支援

KSPインキュベータは8年を入居期限としており、期限満了を卒業と呼ぶ。卒業企業の中で残留希望企業には西棟もしくはR&D棟への移転を勧めるが、その中でとくに成長の見込める企業を対象に行う支援を成長支援事業と呼ぶ。スペースの提供とその関連サービスの「ポストインキュベーション」、外部の専門家のリソースを活用して経営の効率化を図る「ビジネスサポートセンター」、KSPが独自に持つファンドからの投資等からなっている。

3) 企業家育成

この事業の中心となるのは「KSPベンチャースクール」である。2006年度の第15期で408名の卒業生を送り出している。年1回6ヶ月の期間で週末中心に26日間、全200時間を超える長期の研修を行っている。カリキュラムは新事業立上げのための戦略及びスキルの学習と自らのビジネスプラン作成より成る。

これ以外の企業家育成事業としては、入居企業や県内のベンチャー企業を対象とした新人社員研修、各種マネジメント研修、株式公開企業経営者等による講演会、法律改正・各種助成制度説明会等の研修、セミナー、講演会等を実施している。

以上は主として参考文献⁷⁾から引用したが、詳細は同文献を参照されたい。

Ⅲ. ベンチャー企業ヒヤリング調査

1. 川崎市ベンチャー企業アンケート調査の概要

本調査のもとになった専修大学都市政策研究センターによる「川崎市ベンチャー企業アンケート調査」の調査方法の概要を以下に示す。

アンケート調査票の送付先名簿は、川崎市産業振興財団関連では同財団主催の「かわさき起業家オーディション」の最終選考会発表企業256社、KBIC入居企業22社、SOHO入居企業8社、平成13年度に行った「企業家の実態と課題調査」送付先リスト970社、神奈川県では商工労働部工業振興課「創造法認定企業」270社、川崎市では産業振興課「経営革新計画認定企業」87社、神奈川サイエンスパーク（KSP）入居企業68社、退去企業65社を利用して作成した。上記合計1746社のうち重複企業を除いた1485社に対し、2006年9月にアンケート依頼を送付し10月に回収した。未着件数が451社ありそれらを除いた1034社の17.5%である181社より回答を得た。この分析結果の報告は参考文献3）に示されている。

2. ヒヤリング対象企業の選定及び調査方法

今回のヒヤリング調査対象企業は、アンケートの回答内容を見た上でそれを補足する形でヒヤリング調査をするという趣旨から、前述の「川崎市ベンチャー企業アンケート調査」に回答を寄せていただいた企業の中から選択した。最初は、アンケートの結果から、資本金伸び率、人員数伸び率、売上高伸び率、現時点の営業利益率、ベンチャー・キャピタルからの投資頻度等の指標を総合評価して選択することを試みた。しかし、中にはアンケートの回答に記載がない項目があるためそれらの指標が出せない企業も多く、必ずしもこれらの指標の上位企業のみという結果にはなっていない。なお、KSP、KBIC等の入居企業については、担当インキュベーション・マネージャーからより詳しい情報ももらい選定の参考とした。

その結果、以下の3. に示す28社を選定した。ここで断っておかねばならないことは、アンケートに回答しなかった企業、あるいは回答したけれど上記の選択から漏れた企業の中にも、多くの注目すべき企業があるということである。例えば、KSP卒業企業で現在大きく発展している企業として参考文献5）で社名を挙げている8社については、いずれからも回答が得られていないし、またアンケートの回答は得られても、その後のヒヤリング調査には日程的に無理であったりした企業についてはヒヤリングを断念した場合もある。そうした事実を認識しつつ、主として調査に使える時間的制約により調査対象として相応しい企業すべてに拡げることができなかったことをここでお断りしておく。

ヒヤリング調査の方法としては、前述の「川崎市ベンチャー企業アンケート調査」の回答事項を補充する内容という考えで、従来の同種のヒヤリング調査事例を参考にして、Ⅵ. に示すヒヤリング調査票を作成した。次に、調査対象企業に対しメールや電話を使って原則として代表者もしくはその代理人として適切な方との面談日時の了解を取り、1社当たり1.5から2時間程度の面談を行い、その結果を調査票にまとめた。

3. ヒヤング調査対象企業

(社名の五十音順で示す。アルファベットもその読みにもとづき配列してある。)

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1) (株) アイビット | 2) アップコン (株) |
| 3) (株) アド | 4) アールエフ・チップス・テクノロジー (株) |
| 5) アロニクス (株) | 6) (株) 伊吹電子 |
| 7) (株) インターミクス | 8) Ex. (株) |
| 9) (株) オプトピア | 10) (株) キノテック |
| 11) (株) クマタカエンジニアリング | 12) SCIVAX (株) |
| 13) シーアールディー (株) | 14) シリコンライブラリ (株) |
| 15) 合同会社スタジオフェイク | 16) (株) 巧 (旧社名ASP) |
| 17) TMCシステム (株) | 18) テスコジャパン (株) |
| 19) 東海技研 (株) | 20) (株) トラン |
| 21) 日本原料 (株) | 22) (株) 日本サーキット |
| 23) ヒューマンアシスト (株) | 24) (株) フィギュアネット |
| 25) (有) メカノトランスフォーマ | 26) (株) メモリーバンク |
| 27) (株) リアルナレッジ | 28) (株) ワイシーシーデータサービス |

以後本文中での社名表記においては (株)、(有) を省く。

4. ヒヤリング調査結果の概要

ヒヤリングを行った28企業に関してその概要及び各調査項目に関しての総括を以下にまとめる。

1) 調査対象企業の概要

a) 創業年 (第二創業に関しては第二創業開始時期とする。)

1989年以前: 4社

1990年代: 7社

2000年代: 17社

b) 創業時の年齢 (第二創業に関してはその開始時期の主担当者の年齢とする。)

20代: 2人 30代: 8人 40代: 4人

50代: 10人 60代: 4人

c) 現在の所在地

川崎市: 25社、 東京都: 1社、 横浜市: 2社

今回のヒヤリング調査対象企業は原則として川崎市内に限ったが、「かわさき起業家オーデション」については、市外の企業も対象とした。

なお、今回調査した28社のうち「かわさき起業家オーデション」に参加した企業が16社あったが、それらの入賞暦で分類すると、

d) かわさき起業家オーデション受賞歴

(複数回受賞企業はその上位賞のみでカウントしてある。)

大賞：3社
優秀賞：7社
起業家賞：4社
入賞：2社 合計 16社

2) 創業の動機と経緯

各社の創業の動機を調査して行くうちに、起業家の創業の動機は以下のパターンに分類されることが分かった。調査対象企業をそのパターンに分類すると以下ようになる。

a) 創業自体を目的とする創業：

インターミクス、オプトピア、シーアールディー、TMCシステム、トラン、日本サーキット、ヒューマンアシスト、フィギュアネット、メモリーバンク、ワイシーシーデータサービス

b) 保有技術・サービスの普及を目的とする創業

- ・スピニアウト型：アップコン、アド、アールエフ・チップス・テクノロジー、E x、クマタカエンジニアリング、シリコンライブラリ、スタジオフェイク、巧、テスコジャパン、リアルナレッジ、
- ・定年退職型：キノテック、メカノトランスフォーマ
- ・リストラ型：アロニクス

c) 事業継続を目的とする創業： アイビット、SCIVAX

d) 既存事業の革新・合理化（第二創業）： 伊吹電子、東海技研、日本原料

e) 収入源確保を主目的とする創業：（これを主目的と回答した企業はなかった）

それぞれの創業の動機は、上記のどれかひとつといった単純なケースは少なく、そのいくつかが複合的に組み合わさったものであることが多い。例えばシーアールディー社の例では、創業者の創業の動機はa)なのでそこに分類したが、現在の事業の主体はスピニアウト型の創業を意図した技術者がその後同社に入社したことによっているという具合である。また、c)事業継続を目的とする創業も、内容的にはb)保有技術・サービスの普及を目的とする創業に入れるべきかもしれない。そうした単純には分類ができないところを、調査者の独断で以上のように分類させていただいた。

2) 人材戦略

調査した企業のうち何社かは創業時の人員のまま現在に至っており、人材確保は今後の課題というところもあったが、多くはつねに新たな人材確保を目指している。各社が希望する人材は、研究開発、営業、財務経理といった分野が多く、その多くは期待した人材の確保が出来なかったとの回答であった。このようにベンチャー企業の人材確保は重要課題であるにもかかわらず、期待する結果が得られていないことが分かった。

3) 資本戦略、IPOについて

資本戦略とくにIPOに関しては、資金獲得のためあるいは投資を受けたベンチャー・キャ

ピタルとの約束履行のためにIPOを目指すことを明言する企業（A）と、それとは反対に、その必要性を感じないし出来るだけIPOを行わないという企業（C）、それらの中間のIPOが必要になった時点で検討する企業（B）という3つのグループに分けられる。

Aグループ：

アイビット、アップコン、キノテック、クマタカエンジニアリング、SCIVAX、シーアールディー、シリコンライブラリ、巧、東海技研、トラン、メモリーバンク

Bグループ：

アド、アールエフ・チップス・テクノロジー、アロニクス、Ex、インターミクス、オプトピア、TMCシステム、日本サーキット、メカノトランスフォーマ

Cグループ：

伊吹電子、スタジオフェイク、テスコジャパン、日本原料、ヒューマンアシスト、フィギュアネット、リアルナレッジ、ワイシーシーデータサービス

4) 営業戦略

自社の商品やサービスの顧客をどのように獲得したかについての質問に対してのアンケート結果では、自力で新規に営業開拓、経営者の個人的人脈、前職の会社関係の3つが圧倒的に多かったが、ヒヤリングの結果ではそれらに加えて自社のウェブサイトを通じてというものも大きなウェイトを占めているように感じた。全体としては、創業期には営業活動にはそれほど多くの人材を割けないという企業がほとんどであったが、その事業内容により営業活動に相対的に多くの人員をかけねばならない企業もいくつかあった。

5) 成功要因と今後の展開

創業者自身の口から成功要因を語ってもらうことは難しいことである。まずはご本人がまだ現在の段階を成功と思っていない場合が多いこと、また話してもらえる場合でも他人から見たら明らかな成功要因と思われることには言及されないことも多いこと等の理由からである。そのような中で、今回の調査を通じて得た範囲の情報から調査者が判断した成功要因をまとめると、

- a) 他にない独自の技術・サービスを持っていること。
- b) マーケットをしっかり押さえていること。
- c) 経営者の人格的魅力が反映した人的ネットワークがあること。
- d) その分野における豊富な経験を持っていること。
- e) よいタイミングで投資や融資の機会が得られたこと。

6) インキュベーション施設に関して

KSP、KBIC入居企業の回答を集計すると、メリットとしては、インフラが整っている、対外的な信用が増す、各種の支援が受けられる、家賃が安い、の回答が多い。ただし家賃に関するこの回答はKBICのみで、デメリットの方でKSP入居企業の2社から家賃が高いとの回答がある。ただし、同じKSP入居企業でいくつかの企業は施設や環境の割には妥当である、

あるいは安いとの回答もあり入居費用の面では評価は分かれている。

デメリットとして回答のあった最も多いものは、入居年数の制限があることであった。その他の個別の指摘においては、KSPに対してエアコンの夜間停止、門限があることに対する不満、及びKBICに対しては食堂がないことの指摘があった。

7) オーディションに関して

オーディションで発表の機会があった企業がオーディションに関して感じたことは、入賞したことで対外的にPRできた、プレゼンの勉強になった、が多かった。顧客の獲得につながった、投資を受ける機会になった、も少数ながら見受けられた。

8) 公的支援機関について

公的支援に関する要望としては、ベンチャー向け融資制度の拡充、事業展開に関連した各種情報の提供、開発した製品・サービスの優先的購入、経営者の交流の場の提供、が多かった。個別な回答として目に付いたのは、ベンチャー企業の借金の利子を経費扱いにして欲しい、行政で認定したビジネスプランの行政への積極的導入、があった。

IV. 調査対象企業の詳細

ヒヤリング調査を行った各企業の詳細内容を次ページ以降に示す。各企業の訪問調査時期がそれぞれの冒頭に示してあり、調査結果は概ねその時点のデータであるが、最終的にその内容を各企業に校閲していただいた際に、数値的データを中心にその時点の最新データに修正されている場合もあることをここにお断りしておく。

調査対象企業ごとに以下の項目で示してある。

番号. 企業名

1) 企業概要

- (1) 主要経営指標
- (2) 主要な事業分野
- (3) 主要事業内容
- (4) 簡単な企業沿革

2) 起業の動機と経緯

3) 事業の推移と現況

4) 経営者及び経営ビジョン

5) 成功要因

6) 人材戦略

7) 営業戦略

8) 資金戦略及びIPOについて

9) 今後の展開

- 10) インキュベーション施設に関して
- 11) ビジネスオーデイションについて
- 12) 公的支援機関について

1. 株式会社 アイビット

1) 企業概要

調査年月日： 2007年4月25日

貴社名	株式会社アイビット		
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP東609		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	向山 敬介	
	ご連絡先	TEL: 044-829-0067	FAX: 044-829-1055
		e-mail: muko@i-bit.co.jp	
		貴社URL: www.i-bit.co.jp	
代表者	お名前	向山 敬介	
	性別	① 男	2 女
	年齢	43才 (創業2000年当時36才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	2人	18人
パート、アルバイト数	0人	1人
b. 資本金	3百万円	148.5百万円
c. 売上高	90百万円	200百万円
d. 営業利益	3百万円	△100百万円
e. 出願特許数	0件	3件

(2) 主要な事業分野：

電気・電子機器開発・製造・販売

(3) 主要事業内容

- a) 半導体向けX線検査装置の開発・販売
- b)

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2000年 9月	前職の松下インテック社からX線装置事業の移管を受け有限会社アイビットを設立。
2001年 6月	自社開発X線装置IX-100を「JPCAショー」にて発表
〃 12月	マイクロフォーカスX線検査装置IX-200を「実装プロセス展」にて発表
2002年 6月	台湾のU-TRUN社と販売契約、台湾、中国にX線装置を輸出開始
〃 12月	株式会社に組織変更
2003年 1月	オンラインX線検査機FX-355、卓上X線検査機FX-60をインターネットコンショーで発表
〃 9月	X線の反射波を利用した検査機の開発で「かわさき起業家優秀賞」を受賞
2004年 7月	第三者割り当てによる増資を実施、資本金1億2千万円
〃 10月	ハイブリッド車向けパワーデバイス向けX線自動検査装置を開発・納入
2005年 1月	欧州向け安全規格CEマーキング取得、FX-90販売開始。ドイツ・フランクフルトへ納入
〃	ナノフォーカスX線装置IX-1600発表。解像度世界最高水準の開放型X線管を採用
2006年 6月	資本金を1億4850万円に増資

2) 起業の動機と経緯

社長の向山さんはX線検査装置を扱う松下インターテクノに在職していたが、松下グループが創業以来の業績不振でリストラを行ったため、8人いたX線検査装置の部門の事業廃止に伴い、2000年9月にその事業を松下より移管を受けてアイビットを設立した。同僚はすべてもとの会社に残り、独立の3ヶ月後に協力会社の社員が一人加わった二人での創業であった。それまでは米国Nicolet社の80M¥もするインライン検査装置を販売していたが、ニーズのある市場と確信しての創業であった。

その翌年にはBGA検査用の傾斜テーブル機能の付いたIX-100を8M¥で発売し、その1号機を東芝に納入した。その製品は今までにはない設計思想に基づく、安価で高性能のものであったが、その心臓部にあたるX線管は東芝製であったため、すぐに東芝にまねされ、より安価な製品として発売された。そこでさらに上の機能の製品の開発を進め、Nicolet社と同等のインライン検査装置を20M¥で発売することでピンチを切り抜けた。

3) 事業の推移と現況

年々人員を増強し、現在は技術10人、営業2人、社長を含む管理6人の18人体制である。社長の向山さんの業務の8割は営業活動とのことである。なおNicolet社の業務も続けているが、それはすべて松下時代に販売した50台程度の製品の保守業務である。2007年4月だけの売上で100M¥で今年度は600M¥程度の見込みである。

創業後まもなく、散乱X線を使った全く新しい原理の検査装置の開発を手掛け、これを川崎のオーディションに発表し試作機まで製作したが、現製品の受注が旺盛のため新技術の開発に手が回らない状況である。

4) 経営者及び経営ビジョン

向山さんは松下に中途入社する前にも画像検査装置関係の仕事をしていた。リストラを行った松下からはだれも付いて来なかったX線事業を一人で始めた背景には、この分野のニーズを確信していたことと、ご本人からはその言葉を聞くことはなかったがこの分野の技術にほれ込んでおり、なんとか自分で事業化したいとの思いが強かったものと感じられる。当然のこととして自分の可能性を試してみたかったことが創業の主要因であろう。

経営ビジョンとしては、研究開発用の高機能機よりは、現場で省人化に役立つ機械の開発を目指しているとのことである。

5) 成功要因

オーディションを契機に投資を受けられたことと、それにより先行投資としての人員確保が可能になったことが成功要因であったと思っている。これにより、この4年間全く売上げがなかったにもかかわらずインライン検査装置の開発ができ、次の発展につながった。

6) 人材戦略

リクナビやエンジャパン等の情報誌を通じた公募を中心に人材を集めており、赤字の年でも年間4～5M¥程度を人材募集に経費をかけている。

7) 営業戦略

専任営業2人と社長の体制で営業活動を行っている。ネットを通じての引き合いもあるが、引き合いの主なものは、年4回程度行う展示会である。展示会には直接経費として1回につき2M¥程度かかるがこれは欠かせない。

8) 資金戦略及びIPOについて

川崎のオーディションの際に野村証券の課長さんから、VCへの働き掛けは1社ずつ個別にやる代わりに複数のVCに対し同時に行う方が効率的であるとのアドバイスをもらったので、それに従って10社に呼び掛けたところ4社から同時に投資を受けられることになり、それにさらにKSPファンドも付いて現在の資本金となっている。

こうした投資を受けられた背景には最初の製品で優良顧客からの注文が取れたことが呼び水となった面もある。ただし毎月月次決算を出して報告したり、上場の約束も果たさねばならず、大変な面もある。

投資を受けた際に2009年には上場するとの約束があり、そのためその時期にJASDACへのIPOを目指している。このためこの4月にその要員として2人を採用している。

9) 今後の展開

X線検査装置の本来の機能は見えない部分の検査であるが、同じ装置で見えている部分の検査も同時に行える検査装置の開発を考えている。インラインでその両方が同時に検査できる検査装置を開発して行く。

10) インキュベーション施設に関して

インフラが整っており、各種の支援が受けられ、対外的な信用も得られる等、いろいろな面でお世話にはなっているが家賃が高いことが問題である。m²一万円のKSPの賃料は非常に高く、溝の口駅前でも坪一万で借りられ、この賃料は渋谷並みである。現在3部屋使用しており、賃料は月2M¥にも及ぶ。入居期限が2008年6月であり、KSPの別棟への移動、もしくは外部へ出ることも考えているが、製品が重量物のため適当な物件が見つげにくい事情もある。そのため、10か月分の保証金を払ってさらにこの場所を借り続ける選択肢も考えている。

その他の問題点としては、夏場の18時のエアコンストップ、22:30の閉門は改善してほしい。ベンチャー企業にとっては夜も昼もないという現実をKSPとしてもよく考えてほしい。

11) ビジネスオーディションについて

入賞したことが対外的なPRとなったこと、プレゼンの勉強になったことの他に、投資を受ける機会となったことが大きい。このこと詳細は資金戦略のところで述べた。

12) 公的支援機関について

専門家の派遣・紹介、事業にふさわしい条件の整ったスペースの提供、ベンチャー向けの融資制度の拡充を望みたい。すべての金融機関は融資の際に過去の事業実績を問うが、ベン

チャーのほとんどはそんな実績はあるはずがない。公的支援としては、将来の可能性を見極めて融資をしてくれる制度が必要である。なお、現在、中小企業整備機構から5M¥の助成金を受けている。

2. アップコン株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2006年 9月 29日

貴社名	アップコン株式会社		
本社所在地	〒213-0012 神奈川県川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP東棟611		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	松藤 展和	
	ご連絡先	TEL: 044-820-8120 (代)	FAX: 044-820-8121
		e-mail: info@upcon.co.jp 貴社URL: http://www.upcon.co.jp	
代表者	お名前	同上	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	48才 (創業2003年当時45才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	1人	(経営陣も含めて) 32人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	3百万円	30百万円
c. 売上高	63百万円	272百万円
d. 営業利益	百万円	百万円
e. 出願済特許数	0件	1件

2. 主要な事業分野：

建築・土木・住宅関連事業

3. 主要事業内容

- a) コンクリート床スラブ沈下修正工法「アップコン」による施工・施工管理
(沈下修正・空隙充填・地盤改良・止水・断熱)
- b) コンクリート床スラブ沈下修正工法「アップコン」の技術的研究・開発

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2003年 6月	アップコン有限会社を設立
" 9月	機械1台目完成、稼動開始
2004年 2月	アップコン株式会社に組織変更、資本金1000万円に増資
" "	第22回かわさき起業家オーディション入賞並びに会場応援賞受賞
" 11月	「ノンフロン材を用いた沈下修正工法」の特許申請
" "	かながわビジネスオーディション2004奨励賞受賞
2005年 8月	機械2台目完成、稼動開始
2006年 2月	第2回かながわキリチャレンジ大賞受賞
" "	資本金200万円に増資
" 8月	耐震対策に向けた新技術の研究開始
" "	機械3台目完成、稼動開始
" 10月	EOY JAPAN 2006 ファイナリスト受賞
2007年 4月	資本金3000万円に増資
" 7月	機械4台目完成、稼動開始

2) 起業の動機と経緯

松藤（まつどう）社長は、海外で建築関係の仕事をしていた時、このウレタン樹脂を使用する地盤沈下修正工法を知る。短時間で凹んだ床をフラットな状態に戻してしまう見たこともない工法を知り、地盤沈下の多い日本においてこの工法を広めたいと思ったという。

この海外で知った工法を模倣するのではなく、日本の事情・状況にあった新しい工法を開発できるか模索した。そして独自の研究を重ねて、安全で環境に優しい完全ノンフロンの特殊発泡ウレタン樹脂を開発、更に機械も小型化し、2003年6月に事業をスタートした。

3) 事業の推移と現況

スタートと同時に、大手物流業者から倉庫の沈下修正工事を受注。10,000㎡を越える面積を施工して高床式コンクリートスラブの沈下を約130mm修正した。

その後も順調に受注が増え、それに合わせて社員も増員。最初は一人で始めた事業であったが、設立から5年目である現在、経営者を含め32人になる。今春より新卒採用をスタートし、来春入社予定の内定者も数名確定している。業績の方も売上げは初年度の約4倍となり収益も初年度から確保している。

外部の評価も高く、かわさき起業家オーデイション入賞、かながわビジネスオーデイション奨励賞、かながわ“キラリ”チャレンジャー大賞、EOY JAPAN2006ファイナリストなど受賞した他、全国紙・テレビ等のマスコミにも取り上げられ、話題を呼んでいる。

4) 経営者及び経営ビジョン

松藤社長は、武蔵工大建築科を卒業後インテリア関係の研究のため米国の大学院で学んだ後、豪州の設計事務所に勤務し設計者から短期間に経営側に近い立場まで登りつめ、多くの実績をあげた。その後同地にて、設計施工一貫請負の会社開業を経て、ウレタン樹脂を使用する地盤沈下修正工法を知る。

起業に当たって、特定の協力者はいなかった。しかし、それまでの業務経験やそこで築かれた人的ネットワーク、また松藤社長自身の人柄の影響なのか、材料や小型機械の開発、及び施工現場確保にあたり、それぞれ良い協力者に恵まれ、短期間にあまり費用もかけずに事業をスタートし、発展させている。

企業方針は『健康第一・安全第一・家庭第一』。健康でなければより安全な技術提供は実現できず、また社員も社員の家族も会社の一員と考えている。

5) 成功要因

「社員に恵まれているからではないか。ここまでの成長は一人ではできないことではない。優秀な社員がいるからこそ、今の会社があると思う。」と松藤社長は言う。「また、顧客、協力企業すべてがwin-winの関係になるよう事業を進めて来たことも成功してきた要因であると思う。」

調査者小野の個人的な見解では、松藤社長自身の人的ネットワークや人柄の良さに加えて、この工法がわが国で非常に需要が高く、かつ操業を止めることなく非常に安価で短期間に施工できるというメリットが高く評価されていることが最大の成功要因であると思う。

6) 人材戦略

従来は即戦力になる中途採用で社員を増員してきた。しかし今後の会社の成長を考慮し、今春より新卒採用をスタートした。その教育体制も、社員同士で企画し取り組んでいる。今後も、会社の成長に合わせて即戦力になる中堅社員と新卒社員のバランスを考えながら、人材確保に努める。

7) 営業戦略

広告宣伝費や接待費を使う営業ではなく、人的ネットワーク以外にはインターネットを重視した営業戦略に力を入れている。このため、アニメを使った工法の説明など、創業当初からホームページの充実に力を注いでおり、それを見て問合せをしてくる客も多いとのこと。

更には、知名度が上がってきている影響で、近年新規参入が難しかった公共工事の受注が増えてきている。最近では、神奈川県内にある学校の教室や体育館、愛知県内の道路などの実績がある。今後は民間工事同様、公共工事にも重点を置いた営業戦略を考えており、その一環として、NETIS登録準備も進めている。

8) 資金戦略及びIPOについて

前述通り、短期間に事業をスタートした同社。またスタートと同時に大手物流業者からの工事受注の影響もあり、順調な滑り出しで初年度から黒字を計上した。取材した範囲では資金的な苦労はしていないように見受けられた。

これは、この工法がわが国で非常に需要が高く、また操業を止めることなく非常に安価で短期間に施工できるというメリットが高く評価された結果であると思う。

5年以内にIPOを目指してはいるが、事業の継続性に一番の重点を置いている。IPOを果たすことにより、いろいろな意味で強い企業になることが目的である。

9) 今後の展開

経営方針は『スピードと環境を重視した社会貢献度の高い企業』。施工と同時に、ウレタン樹脂に特化した研究を行っており、新技術の開発に力を入れている。又事業スタート時1台だった保有機械（トラック）も、受注増加に合わせて2007年7月に4台まで増やした。

現在全国的に事業を展開しているが、いずれ関東・東海を直営にして、それ以外は営業代理店展開をする予定である。海外展開も注文があれば現地で施工できる企業を見つけ、それに任せる方式で進める。「ホームページやマスコミの他、代理店などで更に知名度を上げていき、この社会貢献度の高い技術を広めて行きたい。」と松藤社長は言う。

10) インキュベーション施設に関して

アンケートには、インフラが整っている、各種の支援が受けられる、対外的な信用が増す、と回答しているが、その中でもとくにKASTからの技術的支援が大きかったとのことである。

デメリットとしては、家賃が高い、入居年数に制限がある、と回答している。同社のような優良企業が、入居期限が切れたことが原因で市外に移転せざるを得ないようならぬよう対応策を講じるべきであろう。

11) ビジネスオーディションについて

オーディションの効果については、ビジネスプランのレベルアップに役立った、プレゼンの勉強になった、入賞したことで対外的にPRできた、と回答しているが、これはオーディション関係者二人（岩崎、小野）を前にした面談による回答なので、多少主催者側への配慮も入った回答と考えねばならない。

12) 公的支援機関について

アンケートの回答には、ベンチャー向け融資制度の拡充、開発した製品・サービスの優先的購入、開発した製品・サービスの広報・紹介、と回答している。この中でもとくに開発した製品・サービスの優先的購入は市としてもっと具体的な対応が必要に思われる。ベンチャー支援担当部署のみが施策を講じても、実際に採用する部門が実行するような具体策がないと有名無実となってしまう。

3. 株式会社 アド

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月18日

貴社名	株式会社 アド		
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 K S P R&D棟 A-1004		
面談者	ご所属	役職 代表取締役社長	
	お名前	梶原 肇	
	ご連絡先	TEL: 044-813-0702	FAX: 044-813-0708
		e-mail: h-kajiwara@ado-tech.co.jp	
		貴社URL : http://www.adonet.jp	
代表者	お名前	梶原 肇	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	67才 (創業1996年当時56才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	7人	170人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	100百万円	100百万円
c. 売上高	800百万円	900百万円
d. 営業利益	100百万円	300百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

2. 主要な事業分野：

事業所向けサービス

3. 主要事業内容

- 環境・エネルギーに関するコンサルティング
- 開発技術者派遣
- エコショップの運営

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1996年 7月	KSPのスタートアップ企業として、環境・エネルギーのコンサルタントを目的としてアド設立
1997年 5月	特定労働者派遣事業の届出をして労働者派遣事業をスタート
2001年 11月	社員数100名を達成
2002年 7月	エコ雑貨小売を目的とした子会社設立、ショップ「クリティカル・パス」を横浜市港北区に開店
2003年 11月	本社をかながわサイエンスパークR&D棟に移転
2004年 9月	特定労働者派遣事業から一般労働者派遣事業の許可に変更
〃	有料職業紹介業の許可を取得して有料職業紹介業をスタート
〃	エコ雑貨ショップ「クリティカル・パス」を恵比寿ガーデンプレイスにある三越恵比寿店内にオープン
2005年 6月	「クリティカル・パス」横浜港北店を閉店
2006年 2月	小売事業の全部を親会社に吸収し、子会社株式会社セブソジエレーションを解散
〃 5月	株式会社デジタル・スパイスと業務提携
〃 10月	さいたま市大宮区にさいたま支店開業
2007年 9月	「クリティカル・パス」が三越から撤退し、横浜市営地下鉄センター北駅阪急モザイクモールに開店

2) 起業の動機と経緯

社長の梶原さんは'62年に現在の三菱重工相模原に入社し、エンジンの設計に従事されていた。52歳になった'92年に人材派遣会社に出向となり、2年で戻る約束が、その会社が上場するというタイミングと重なり、その手伝いをしているうちに転属することになった。その後、その会社の社長と意見が合わずに同社の仲間2人と'96年に創業することになった。その人たちが現在の経営者である。

創業当初はエンジン技術・環境技術関連で事業を進めようとしたが、それでは収入が不安定なので、経験のある人材派遣を事業にしようと考え、昔の仲間に相談したところ皆が協力してくれて、三菱重工、新キャタ、三菱自動車から協力が得られた。当初4名でスタートし、翌年に16名、その翌年は30名、その後は毎年15～20名と順調に増え現在の170名体制に至っている。

3) 事業の推移と現況

現在の売り上げの90%以上は派遣事業だが、その収益で3人の経営者のそれぞれの夢を実現するための事業ができるという理想的なビジネス形態である。ちなみに環境エネルギー事業は「子供たちに青い空を残したい」をモットーにしている梶原社長、恵比寿のガーデンプレースの三越内に出展しているクリティカルバスは、小売業をやりたかった宗片取締役の夢という具合である。

4) 経営者及び経営ビジョン

上述のように、人材派遣会社における社長との意見の相違から、そのときの仲間と一緒に創業した。当初は人材派遣をするつもりはなかったが、収入の安定化のために始めたその事業が主となった。

「アド」はAdvertisement（広告宣伝）ではなく、Advanced technology（先進技術）、Adventure（冒険）、Adhocracy（自由な発想で臨機応変に物事を決めていく主義）からとったもので、このことが同社の経営理念を表している。

また、梶原さんは出身の東工大のOB会組織としてバイオマス関連のNPOに協力したり、地元の小学校にボランティアとして環境問題の授業を続けている。

5) 成功要因

成功要因を伺ったところ、社長の口からは社員に恵まれている点との答えが出た。採用の際にはペーパーテストを行わず面接のみであるが、採用基準として、元気さ、コミュニケーション能力、目的意識等の人間力を基準としている。このため、多くのお客様から喜ばれている。良い社員が居てくれるおかげで会社があるといつも感謝しているとのこと。

なお、同社は派遣業では珍しく、年4回全社員が集まって、事業方針説明、技術発表会、新年会、新人歓迎会等を継続的に行っている。これ以外に2ヶ月に1回地区ごとに飲み会を行っている。こうした社風から、社員の中から自発的に勉強会を行うようになり、そこで育った若者が次にはそのリーダー役を買って出るという良い循環になり、それが定着している。こうした社風づくりに成功したことも成功要因のひとつではなかろうか。

6) 人材戦略

つい最近までは比較的思うように人材が確保できたが、この頃景気がよくなったせいか急に人材確保が難しくなった。主に県内の私立大学を対象として学校人脈を頼って個別に依頼しているが苦戦している。この辺の営業活動は社長自身が担当している。

7) 営業戦略

三菱系三社の受注比率が高く、三菱重工、新キャタ、三菱自動車（現在は三菱ふそうトラックバス）が各40名で、残りの40名がその他企業となっている。この三社は安定した顧客としては重要だが単価が安いので高単価企業の開拓も心がけたい。これは社長の仕事と考え大学時代の友人をつてに働きかけている。

8) 資金戦略及びIPOについて

大きな資本が必要な事業ではないので、資本金は1000万円のみである。ものつくりを手がけるようになれば別だが、それまでは大きな資本は不要である。このため現時点ではIPOは考えていないが、いずれ「ものつくり」を始める際には資金が必要になるので考えることになる。

9) 今後の展開

経営基盤の安定化のために派遣のための人員は300名程度にもって行きたい。また、ゆくゆくは社内の優秀な技術者の一部を当てて、ファブレスで環境エネルギー関連のセンサーもしくは部品等の「ものつくり」を手がけたい。

10) インキュベーション施設に関して

創業当初は1人でシェアドオフィスから始め、3人になって12㎡のサテライトオフィスに移り、2004年に現在のR&D棟に移った。交通の便や、立派な建物施設は採用面で良いし、何よりも170名と一緒に集まれる大きな会場があるのは非常に都合が良い。

11) ビジネスオーデイションについて

オーデイションを受けた経験がない。

12) 公的支援機関について

とくにコメントなし。

4. アールエフ・チップス・テクノロジー株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月29日

貴社名	アールエフ・チップス・テクノロジー株式会社	
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP R&D棟 D747	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	五十嵐 貞男
	ご連絡先	TEL: 044-813-2653 FAX: 044-819-2651 e-mail: rfchips_info@rfchips.com 貴社URL: http://www.rfchips.com/
代表者	お名前	五十嵐 貞男
	性別	① 男 2 女
	年齢	58才 (創業1999年当時50才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	1人	11人
パート、アルバイト数	0人	1人
b. 資本金	10百万円	25百万円
c. 売上高	10百万円	150百万円
d. 営業利益	0百万円	2百万円
e. 出願済特許数	3件	19件

2. 主要な事業分野：

電気・電子機器開発・製造・販売、医薬・医療・バイオ・食品開発

3. 主要事業内容

- a) 無線用IC開発・販売
- b) 設計受託及びコンサルタント
- c)

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1999年 3月	KSP内シェアード・オフィスK419-Lに資本1000万円にて創業
〃 6月	携帯電話用RFIC開発に関する技術コンサルティングを開始
2000年 1月	資本金1200万円に増資
〃 2月	KSP内サテライト・オフィス西300A-2に移転
2001年 6月	資本金2000万円に増資
〃 7月	RF CMOS IC技術に関して、(株)エイアールテックと技術開発を締結
2003年 10月	資本金2500万円に増資・ストックオプション発行
2005年 2月	医療用ワンチップ無線ICの実現化
〃 10月	超小型カメラ用無線ICの供給開始
2006年 3月	第2回ストックオプション発行
〃 4月	KSP内 R&D棟 D747にオフィスを移転

2) 起業の動機と経緯

エレクトロニクス関連の大手企業の研究職であった五十嵐さんが50歳を迎えたときに、新しい技術や商品を提供して社会に貢献するため及び独立して自分の会社を持つために創業した。まずはビジネスプランをしっかりと作り、それを提示してKSPのシェアドオフィスに入居した。まったく一人で創業し、社員はその後になって主にホームページ経由で集めた。

主要業務は、1) 携帯電話用、データ通信用、デジタルTV用RFICの機能システム開発、2) RFIC (RFはRadio Frequency 高周波の意味) 設計・評価用ハードウェアおよびソフトウェアの開発、3) RFIC企画・設計・評価に関するコンサルティングであるが、創業前のネットワークのおかげで創業当初から大手企業の注文が取れ、その注文書を担保にして銀行融資が受けられ、外部から大きな投資を受けないまま現在の売上げまでに至っている。ちなみに現在の同社の売上げは1.5億円である。

3) 事業の推移と現況

シェアドオフィスからサテライトオフィス。さらには昨年4月にはR&D棟へとスペースも拡張され、資本金も外部からの投資を仰ぐことなく増資を続け現在2500万円となっている。

4) 経営者及び経営ビジョン

特に協力者もなく、出身企業からの援助もないところで、比較的短期間に順調な成長を遂げている。経営ビジョンとしては、とにかく他社に負けない優位技術と、顧客要求にきめ細かく対応することで他社と差別化している。品質面のアフターフォローをしっかりと行うことを目指しているが、そのためには契約内容を明確にするための契約書をしっかりと作ってある。

5) 成功要因

創業者の技術力と人脈が一番大きな要因と思われるが、創業に際してしっかりしたビジネスプランを作成し、それに基づき着実に事業を進めていることが最大の成功要因と思われる。

6) 人材戦略

人材確保は主にホームページを使っている。

7) 営業戦略

創業者の大手企業在籍時代のネットワークを生かした営業活動が主体で、それ以外にはベンチャー・キャピタルやインキュベータの紹介もあった。

8) 資金戦略及びIPOについて

今のところ、外部からの投資はごくわずかで、ほとんどが経営者個人の資本である。研究開発段階では、資金確保に苦労したが、現在では売上金を回す形で資金確保ができています。

時期は未定だが、いずれは資金調達やより優秀な人材確保のためにIPOを達成したいと考えている。

9) 今後の展開

現在はRFICの研究開発が主体で、それをファウンドリーメーカーに製造を委託して、部品として供給するだけのビジネスだが、将来的にはそうした部品を組み込んだ装置メーカーを目指したいと考えている。

10) インキュベーション施設に関して

KSPは交通の便がよく、体外的な信用も得られるので、家賃もリーズナブルだと考えている。正直云うと創業当初において、事務局の干渉がわずらわしいと思ったこともあった。

11) ビジネスオーデイションについて

応募した経験はない。

12) 公的支援機関について

インキュベーション施設の拡充、ベンチャー向け融資の拡充を望みたい。

ひとつだけ国に対してとくに要望したいことは、現在国の指導により大手企業の支払いサイトが短縮されて来つつあることは非常に歓迎するが、肝心の国の機関自体のサイトが従来通り長いままであるのは困るので改善して欲しい。

5. アロニクス株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月 8日

貴社名	アロニクス株式会社		
本社所在地	〒212-0054 神奈川県川崎市幸区小倉308-10 K B I C 232		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	西尾 壽美	
	ご連絡先	TEL: 044-599-6333	FAX: 050-3580-5815
		e-mail: info@alonics.co.jp / s.nishio@alonics.co.jp 貴社URL: http://www.alonics.co.jp	
代表者	お名前	西尾 壽美	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	59才 (創業2003年当時55才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	1人	2人
パート、アルバイト数	人	人
b. 資本金	10百万円	10百万円
c. 売上高	8.5百万円	9.5百万円
d. 営業利益	△4百万円	6.2百万円
e. 出願特許数	0件	1件

(2) 主要な事業分野:

電気・電子機器開発・製造・販売

(3) 主要事業内容

- 高周波を工業的に利用する機器全般のエンジニアリング
- 薄膜生成を中心としたスパッタリング技術開発
-

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2003年 11月	米国T&C社と総代理店契約締結
2004年 3月	米国Ameritherm社と総代理店契約締結
〃 4月	米国CODACO社と総代理店契約締結
〃	米国Induction Atmosphere社と総代理店契約締結
〃 5月	米国Spectramcom社と総代理店契約締結
〃 7月	ウェブサイトwww.alonics.co.jpを公開
〃 12月	米国IRCON社と代理店契約締結
2005年 1月	川崎新産業創造センター (KBIC)に移転
〃	米国E&I社と総代理店契約締結
〃 4月	アドバンスト・コンバーターズ社と総代理店契約締結
2006年 11月	川崎起業家オーディションにて起業家優秀賞を受賞

2) 起業の動機と経緯

社長の西尾さんは、最初小さな輸入商社に入り、輸入部品の営業やそれを使った装置を作ったりしていたが、30代のころ米国の企業が日本法人を立ち上げる際にその経営を任せられ、その後13年間で売上が40億円以上の企業に育て上げた。その会社が親会社により他企業に売却され退任を余儀なくされたためにやむなく創業した。

それまでの長い経験から、実業が伴わないうちに企業規模を先に整えるということは一切せず、2人だけで開発を中心に行い、製造はすべて外部に委託しており、無借金経営で現在まで来ている。

3) 事業の推移と現況

現在の業務の中心は米国のアメリサーム社の誘導加熱用電源装置を輸入してそれをういた装置やシステムを開発し製品としている。企業概要の表の現在売上は2006年6月期のものだが、2007年度は130M¥を見込んでいる。

今後の展開のところでも述べるように、今後更なる展開をしていく内に人材の増強と資金の手当でも必要になってくると考えている。

4) 経営者及び経営ビジョン

それまで社長をしていた米国エマーソンエレクトリックの日本法人会社が他企業に売却され、解任されたのを機会に創業した。それまでのこの分野における長い経営経験から上述の地味な堅実経営を心がけてきているように見受けられる

5) 成功要因

まだ成功したとは思っていないが、ここまで来られたのは、それ以前の経営者としての経験から、自分のやりたいことに固執せずに、顧客の要望をよく聞き対応してきたことが良かったと思っている。

6) 人材戦略

今まで、経理、技術、営業それぞれの分野で人材確保を試みたこともあったが、うまく行かず技術畑の2人だけで来ている。現時点では、自分の技術を受け継いでくれる若い技術者と、会社の経理を任せられる人材をぜひ確保したいと考えている。

7) 営業戦略

今までの社長個人の人的ネットワークによるものもあるが、Webを介した受注が最も多い。創業当初やることがないのでホームページ制作に没頭していた。その際にこの専門分野で注目しそうな技術内容を目立つように工夫したことが功を奏したのか、Googleで上位に検索されるため、営業ツールとして効果を発揮している。技術的特徴としては誘導加熱の電源周波数をワークとの共振周波数に自動同調する機能が評価され引き合いにつながっているものと考えている。

8) 資金戦略及びIPOについて

今までは着実に無借金経営できており、資本も社長個人及び親戚知人の範囲にしか広がっていないが、今後はそのままでは行かないと思っている。現在80M円の大型受注がありそれも何とか借金しないでこなそうかと思っはいるが、後は融資を受けることも考えねばならない。そのためには経理をしっかりやってくれる人材が必要である。

現在のところ、IPOは念頭にない。次に述べる今後の事業展開を進めていく中で必要になったら考える。今の事業内容ではキャピタルが投資をしたくなるような独自商品がないので今のままではIPOは無理だろうと考えている。

9) 今後の展開

一挙に拡大することは考えていないが、現在2M程度の小パワー電源が中心のところを、10M程度の大パワー電源へとシリーズの拡大を図ることや、自動化機能が付き生産ラインに組み込める装置、さらには高周波技術に関係するまったく別な製品開発も心がけている。

10) インキュベーション施設に関して

家賃が安くて交通の便が良いKBICには満足している。ただし入居期限がある点が困る。後2年弱しか残っていないので何処に移るか考えねばならない状況になっている。

11) ビジネスオーデイションについて

2006年11月に応募し優秀賞を受賞した。一般人に対するプレゼンの勉強に役立った。

12) 公的支援機関について

創業用のインキュベーション施設及び事業用スペースの提供をお願いしたい。

6. 株式会社 伊吹電子

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月16日

貴社名	株式会社 伊吹電子	
本社所在地	〒213-0013 川崎市高津区末長236番地	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	松田 正雄
	ご連絡先	TEL: 044-888-3796 (代) FAX: 044-888-0256
		e-mail: ibuki@ibukiel.co.jp 貴社URL: http://www.ibukiel.co.jp
代表者	お名前	松田 正雄
	性別	① 男 2 女
	年齢	65才 (創業1971年当時29才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	3人	6人
パート、アルバイト数	2人	14人
b. 資本金	1百万円	10百万円
c. 売上高	百万円	130百万円
d. 営業利益	百万円	黒字 百万円
e. 出願済特許数	0件	20件

2. 主要な事業分野：

電気・電子機器開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- a) 電子機器組立加工（下請け）
- b) 福祉介護機器開発・製造・販売（音声拡聴器他）

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1971年	伊吹電子製作所として電子機器組立加工業を創業
1996年	株式会社に組織変更（資本金10KY）
1997年	音声拡聴器クリアボイス開発着手
1999年	クリアボイス販売開始
2002年	ボイスカムバック販売開始
2003年	川崎市敬老祝事業「米寿」選定
〃	かわさき起業家オーディション起業家大賞受賞
2004年	「マイク&スピーカー」販売開始
2005年	クリアボイス川崎市ものづくりブランドに認定

2) 起業の動機と経緯

’71年にサラリーマンから自立するため創業し、電子回路基板の加工・組立てを行ってきた。今でも売上の70%はその仕事ではあるが、発注者任せの仕事から脱皮して独自商品を持ちたいという願望が常にあった。’97年に母親が困っていたのを助けようと手作りで現在の音声拡聴器クリアボイスの原型を試作したところ母親のみならず、他からも評判が良く引合があり、それが音声拡聴器を中心としたいわゆる第2創業を始めるきっかけとなった。それ

が可能になったもう一つの要因は、当初は電子回路加工組立要員として採用した技術者が、たまたま大手の電子機器メーカーでの開発経験がある人で、この事業の成功はその人の技術に負うところも大きい。

3) 事業の推移と現況

社長の松田さん自身はニーズを嗅ぎつけ製品開発をコーディネートする役目に徹しているが、常に新たな新製品を開発しようとする意欲と、周りからのタイミングの良いフィードバックのおかげで、第2の創業以来、続々と新製品を出し続けている。また、それらは川崎市の認定商品として承認されたり、東急ハンズの全国ネットに乗ったりして、今では同社の売上の3割を占める事業に成長し、今後はさらに伸びる模様である。

4) 経営者及び経営ビジョン

最初の創業は、とにかく独立したかったというのが動機であるが、第2創業の動機は常々独自の製品を持ちたいと思っていたことが背景にあったとはいえ、とくにそれを意図したわけではなく母親へのプレゼントとして作ったものが自社の独自製品へと育ったという面がある。

その協力者としては、大手電子機器メーカーにおける長い技術経験のある技術者の協力があるが、松田さん個人の独自製品を育てないというあくなき思いが大きな要因であったと思われる。

経営ポリシーとしては、「逆境に勝る教師なし」をモットーに、いたずらに他人に依存しないで、自分自身で苦しんだだけ成長があると考えているとのこと。

5) 成功要因

社長個人から聞き出したものではないが、取材していて感じたことは、誰にでも誠実で優しい人柄が、良い人材や有効な情報をタイミング良くもたらし、それがいつかは独自製品を持ちたいという思いとうまくかみ合って、現在の成功に結び付いたと思われる。

6) 人材戦略

極力正社員を増やさないで進めて来ているが、新製品開発にあたり海外から適切な部品を調達できるエンジニアを採用したいと考えている。

7) 営業戦略

とくに個別に売り歩くという営業展開はしていない。川崎市の認定や市の援助を受けた展示会のつど引き合いが増えるので、これからは自力で展示会出展をしようと考えている。今までの営業展開で大きな力となったのは、東急ハンズの一担当者が注目してくれたことがきっかけで、東急ハンズの全国ネットに乗ったり、さらには国民休暇村に置かれたり、新しい通販の「ふくふく」のネットにも乗ったことである。

他にはない特徴を備えた製品力のある商品のため、口コミで広まってきている強みがある。また、そのことが大手の引き合いの中で大幅な値引きに対しても、ノーと言える力も備えているように思われる。

7万台以上売れた中で、1万台以上が直販であり、それからのフィードバックが次の新製品開発の良い情報となっているとのこと。

8) 資金戦略及びIPOについて

とくに大きな資金を必要としない事業であり、大きな投資や融資を受けたことはない。現在の資本は経営者個人の出資が主であり、融資も金融公庫から頼まれて借りている程度である。

当面大きな資金を必要としていないし、それほど事業を拡張する意図もないので、IPOは具体的には考えていない。

9) 今後の展開

次々と新製品を開発しているので、これがそれぞれ育っていくとそれなりの規模になるとは思われるが、社長個人としては大きく事業を拡大していく思いはそれほど強くないように感じられる。ただし、ここまで来てみると、販売した製品への責任と、従業員のため、さらなる発展と後継者育成を考えねばならないとの思いに至っているとのこと。

10) インキュベーション施設に関して

利用したこともないし、利用を考えたこともないのでノーコメント。

11) ビジネスオーディションについて

オーディションには2回応募し、そのうちで大賞も取っている。プレゼンの勉強になった、顧客の獲得につながった、入賞によりPRできたとの評価である。川崎ものづくりブランドに認定されたことにより、それが東京都へも波及する契機となったりした。

12) 公的支援機関について

ベンチャー企業向け展示会の実施、事業展開に関連した各種情報の提供、開発した製品・サービスの広報・紹介を希望している。

7. 株式会社 インターミクス

1) 企業概要

調査年月日 2007年 4月16日

貴社名	株式会社インターミクス		
本社所在地	〒213-0024 川崎市高津区明津146 SPビル		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	江川 元三	
	ご連絡先	TEL: 044-751-4603	FAX: 044-751-4693
		e-mail: egawa@intermix.jp	
貴社URL: http://www.intermix.jp/			
代表者	お名前	江川 元三	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	48才 (創業1994年当時35才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	2人	2人
パート、アルバイト数	0人	1人
b. 資本金	10百万円	10百万円
c. 売上高	30百万円	50百万円
d. 営業利益	0百万円	7百万円
e. 出願済特許数	0件	1件

(2) 主要な事業分野：

情報通信サービスの提供

(3) 主要事業内容

- a) コンテンツ配信サービス
- b) システム開発

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事 項
1994年	設立、“3DO” SEGAサターン向けゲームソフトの開発などを手がける
1995年	マルチメディア図鑑 “The Dog” 発売
1996年	日本コロムビアよりMachintosh版、“Way Out West” “American Custom Bikes” 発売
1997年	日本コロムビアよりWindows版デジカメ編集ソフト、“デジカメ・ハリウッド” 発売
1998年	PC DEPOT全店で“Inter-PC” 販売、港北本店に同テクニカルセンター開設
1999年	PC DEPOT大和グレートセンターに“Inter-PC” テクニカルセンター開設
2000年	リアルタイム配信エンジン“T-CAST” 開発開始
2001年	地上波TV文字放送のインターネットリアルタイム配信、特許出願、中小企業創造法認定
2002年	デジタル監視システム『DBI』シリーズ発売開始
2003年	デジタル監視システムをベンチャーフェア2003に出展、CLUB AirHにフットボールLIVE速報配信 第16回 かわさき起業家選抜 優秀賞 受賞
2004年	gooでプロ野球LIVE速報サービス、音楽の街・川崎ホームページ、音楽コンテストサイト立上げ
2005年	Docomo公式クラブフットボール速報サービス、Yahoo会員向けフットボールアニメーション速報サービス開始

2) 起業の動機と経緯

社長の江川さんは、専門学校卒業後システム開発企業に入社し、システム開発関係業務に従事していた。その後26歳のころ友人3人でSPファクトリー社を創設し、6年後には社員50人で年商10億円の売上の事業に発展した。しかし、経営体制が整わない中で急成長により業績が悪化し、他社に吸収合併された。その間に体調を崩し入院中に個人連帯保証の2億円

の借金が残った形で会社は倒産した。

しばらくはフリーの立場で、それまでのビジネス用のシステムソフト開発をやめ、ゲームやネットへの転身を目指して模索していた。194年に現在の会社を立ち上げたが、このころ川崎をはじめとする各地のオーディションに出た。この会社は2人で始めたが、現在はその協力者は非常勤として協力してもらっている。その後、Inter-PCという製品名で自作パソコンの販売をPC-DEPO社を通じて行い、300台／月まで売上げが増えたが、利益も出ないうえにやりたいソフト開発ができないのでその事業はやめた。

3) 事業の推移と現況

その後は、ネット関連のエンターテインメント系ソフト開発に絞り、規模は追わずに利益重視の経営に徹している。現在は各社の携帯を通じて、プロ野球ライブ速報、時事通信社の号外メール等が主力で、このほかに、某携帯会社の公式ページ等のWebページ作成保守管理業務もある。これらで売上の90%を占め特に携帯メールが80%である。

実は、最初の事業における2億円の個人債務が大きいのしかかり、事業拡大や、経営ビジョンとかを論じるよりも、まずは借金の返済ということで今まで来ており、せっかくのビジネスチャンスがあっても、一切の融資を受けることができない事情もあった。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業の動機としては、自分の可能性を試してみたいということで、20代のころから起業し、それなりの成功をおさめていたが、個人営業の感覚で規模が大きくなりすぎ失敗した。現在の会社を興してから自作パソコンビジネスのように売上規模的には成功したにもかかわらず、収益的には問題があり、本来の自分の希望とは違うということでやり直しているように、江川さん自身のエンターテインメント系ソフト開発をやりたいという願望を実現するための紆余曲折のある道のりであったように思われる。

5) 成功要因

未だ成功したかどうかを議論できる段階ではないが、大きな借金を返済しつつ事業を維持できている要因としては、たとえ採算割れしても品質の悪いものは一切出さないという技術者としてのこだわりにあると考えている。このため、古いお客が今でも声をかけてきてくれる。

6) 人材戦略

借金返済を最優先とし、事業拡大しようにも融資も受けられず、2人体制のまま現在に至っている。そのため、人材戦略を論じるような段階を迎えることができないまま今に至っている。08年度には返済し終わるので、それから本格的な事業展開をスタートさせてからの話であろう。

7) 営業戦略

営業活動は社長自身の個人的活動による。この道で25年くらいの経験があり、その人的ネットワークで何とかなっている。

8) 資金戦略及びIPOについて

同様に、今までの期間は一切の新たな投資・融資を受けられる状況でなかったため、その戦略も立てるところではなかった。'09年以降の事業展開の中で検討する課題である。

現状ではIPOを考える状況ではない。'09年以降の新たな事業展開の結果考えるかもしれないが、IPOを事業の目的のように考える風潮には反対である。結果的にそれが必要になった時に考えればよい。

9) 今後の展開

2億円の個人債務の返済を現在も続け、毎月100万円返している。現在住んでいるビルも最初の事業が順調に行っている際に、銀行から借りて自社ビルを建てた方が経費的には有利であったので建てたもので、現在は1、2階をよそに貸している。'08年度には完済の予定なので、新たな事業展開はそれからになるが、動画関係のコンテンツ開発を考えている。

10) インキュベーション施設に関して

上記の理由で、現在のビルにいるしかなかったため、インキュベーション室の利用を考えたことはなかったが、現在のインキュベーション施設は単なる不動産業になっていることが問題だ。ソフト開発を含めた生産現場はどこにあってもよいが、本当にベンチャーに必要なのは都市の一番便利な所にある営業拠点である。それはサテライト・オフィスのような狭いものでもよい。その意味では、THINKのような交通の便の良くない施設は問題である。

11) ビジネスオーディションについて

川崎のオーディションには2回も参加し、第2回目には優秀賞を受けている。ただし、前述の理由でその恩典である制度融資は利用できなかった。メリットとしてはプレゼンの練習になった点であろうか。

ところで、現在のような開催回数は少々多すぎないかと感じている。少なくともよいから、テーマごとにまとめた方がよいのではないか。

上記に対しては、それを何度か検討したが、応募件数が少ない中では実施が難しいと説明しておいた。

12) 公的支援機関について

希望としてはベンチャー向けの融資制度の拡充であるが、現在の公的融資制度は民間のそれと比べて、融資条件としてあまり変わりがなく魅力的ではない。

今迄の経験から切に希望するのは、借金返済の利子を経費扱いにしてほしい。再チャレンジを容易にする施策が打ち出されているが、現在の制度のように所得に課税された後の金で借金返済をして行くというのは、いわば税金の二重取りに近い。再チャレンジを容易にするため、事業にチャレンジした結果の借金の利子を経費扱いにすることを切望する。

8. Ex.株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月14日

貴社名	Ex. 株式会社	
本社所在地	〒213-0013 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP西棟312	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	酒井 聡雄
	ご連絡先	TEL: 044-888-3796 (代) FAX: 044-888-0256
		e-mail: sakai-toshio@ex-inc.com
貴社URL: http://www.ex-inc.com		
代表者	お名前	酒井 聡雄
	性別	① 男 2 女
	年齢	54才 (創業2003年当時50才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	6人	12人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	0.05百万円	25.5百万円
c. 売上高	5.5百万円	210百万円
d. 営業利益	0百万円	13百万円
e. 出願済特許数	0件	3件

2. 主要な事業分野：

電気・電子機器開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- a) 電子機器の受託開発と試作、大手電気メーカーより受託している。
- b) 車両動態管理システム、Ex. Bulldogの開発・製造・販売
- c) 超小型カメラモジュールCMS103の開発・販売

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2003年 3月	Ex. 株式会社を設立登記
〃 5月	KSP西棟シェアードオフィスから東棟スタートアップオフィスへ移転
〃 11月	中小企業の創造的事業活動の促進に関する臨時措置法の認定
2004年 4月	株式会社国見メディアデバイスと業務提携契約を調印
〃	株式会社ミズサワセミコンダクタと業務提携契約を調印
〃 8月	車両動態管理システムEx. Bulldogの製品出荷を開始
〃	富士通デバイス株式会社と業務提携契約を調印
〃 12月	資本金を18,000,000円に増資
2005年 7月	超小型カメラモジュール“CMS103-1F”を発表
2006年 4月	資本金を25,500,000円に増資
〃 8月	USBカメラモジュール“USB-CMS103”を発表

2) 起業の動機と経緯

社長の酒井さんは、29年前に友人3人と開発受託会社アポロ技研を創立し従業員100人程度の企業に育てた。その後経営方針の違いから203年に6人で独立しEx.を立ち上げた。その後、アポロから6人加わり現在に至っている。アポロはその後大手人材派遣企業に買収されたので、実質的にもとの事業を引きついでいる形になっている。

3) 事業の推移と現況

売上の70%は受託開発で富士通、キャノン等の大手企業が顧客である。25%の売上を占めるのがEx.Bulldogと銘打つ車両位置管理システムで、中小企業を中心に端末数で1000個程度の実績がある。残りの5%がEx.Graphy事業で携帯やパソコン用の超小型カメラモジュールを開発・販売している。こうした製品開発の進め方としての同社の特徴は、ペーパープランの段階で販社及び必要に応じて製造企業と徹底的に協議し、それらの了解のもとに実際の開発を進めるという非常に手堅いやり方をしていることである。資金もないのでそうせざるを得ないと社長の酒井さんは言うが、賢い経営方針である。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業から4年もたたずに現在の業績になった背景には、29年前の創業及びその企業における経営経験があり、その企業の中核部隊を引き連れての起業であったので、当然の帰結であったとも考えられる。しかし、創業当初は企業の知名度や規模の点による苦労が多かったとのことである。

同社の経営方針は、Do Excellence and Let's Exult 新しい事への挑戦を喜び、その達成を楽しむ、Expands more 情報通信機器事業内での事業拡大、Expedient by Experience経験に裏打ちされた企業貢献、で社名のE X. はそれから来ている。

5) 成功要因

前の企業における実績をそのまま引き継いだ上に、前述のような手堅い経営方針を取ってきたことが成功要因と思われる。

6) 人材戦略

現在の社員はすべてもとの企業からの人材であって、今まではとくに新たな人材を求めているなかった。しかし、これからは固有の能力を備えた新たな人材を求めると考えているとのことである。

7) 営業戦略

前職の会社関係や個人的なネットワーク、ベンチャーキャピタルの紹介に加えて独自の営業開拓による。前職に関連する人的ネットワークの比重が大きいようである。

8) 資金戦略及びIPOについて

当初の資本金が5万円であったことから分かるように、創業当初の資金繰りには苦労した。最初の融資を川崎市から得られたことが契機となって、他からも借入れが可能になった。その点では川崎市に大変感謝している。'06年には中小企業投資育成から投資を受け入れその資本金比率が30%になっている。それ以外は経営者個人の出資に基づくものである。IPOについては、いずれチャンスが到来したときには考えたい。

9) 今後の展開

既存のEx.Bulldog、Ex.Graphy事業をそれぞれ拡大していくほかに、大学との連携による新たな事業開発をEx.Termとして進めている。受託開発もそれなりに拡げるが、それ以外で70%近くにすることを目標にしている。

10) インキュベーション施設に関して

家賃が高いことには不満だが、各種の支援が受けられ、対外的な信用も増す、さらには重要顧客がK S Pに居る等のメリットがあるので相対的には満足している。

11) ビジネスオーディションについて

かつて川崎のオーディションを受けたことがあったが、担当者から提出資料以外の内容でプレゼンをするようにとのアドバイス通りにプレゼンを行ったことがかえってあだになって、事業内容が評価されず発表の機会がなかった。

12) 公的支援機関について

公的機関には経営者の交流の場の提供、各種情報提供、製品・サービスの広報・紹介をお願いしたい。

9. 株式会社 オプトピア

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月12日

貴社名	株式会社 オプトピア	
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP 西棟714-B	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	中根 譲
	ご連絡先	TEL: 044-812-5911 FAX: 044-812-5921 e-mail: joenakane@optopia.co.jp 貴社URL: http://www.optopia.co.jp
代表者	お名前	中根 譲
	性別	① 男 2 女
	年齢	57才 (創業2005年当時55才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	1人	3人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	5百万円	5百万円
c. 売上高	16百万円	130百万円*
d. 営業利益	百万円	百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

*アンケートにはこう回答したが、実はもっと大きい。公表は避けたいとのこと。

2. 主要な事業分野:

その他 (レーザ及び光学装置の販売)

3. 主要事業内容

- a) ドイツ製レーザ機及び固体レーザ用光学装置の販売
- b)
- c)

4. 簡単な企業沿革

創業後まもない企業なので、創業者の経歴と関連事項を載せる。

年・月	事 項
	海外の大学卒業後、TI社に入社。
1981年	Spectra Physics社の日本法人設立時に同社に入社。
?年	カナダのLumonics社の日本法人立上げに参画し、その責任者となる
?年	LAMDA Physics社の日本法人立上げに参画し社長となる。その後同社はCoherent社に吸収される。
2003年	ドイツのゲッティンゲンにてディスクレーザを開発したInnovaent社が設立される。
2004年	Jenoptik社の100%子会社になる。
2005年	上記2社の製品を販売する株式会社オプトピアを設立。

2) 起業の動機と経緯

社長の中根さんは、上記の企業沿革に示したように、レーザ分野では25年もの長い間、販売・事業立上げ・経営と幅広い経験と実績を積んできた。ただ、欧米系の現地法人の責任者と

言うと、一般的には親会社の方ばかりに目を向けて、市場の方は二の次というタイプが多い中で、中根さんはその逆であったために、販売の実績としては上がっていても、あるところまで来ると本社と対立し、その結果別の企業に移るということを繰り返してきた。そうした中、ドイツのInnovavent社の固体レーザーと出会ったのを機会に、自分自身の会社を起こした。

3) 事業の推移と現況

扱っている製品はアジアを販売対象とするInnovavent社の半導体アニール用固体レーザーと、日本国内を販売対象とするJenoptik社の固体レーザーを主な商品としている。3年という短い間に着実に売り上げを伸ばしてきており、単年度黒字化も達成の見込みである。

4) 経営者及び経営ビジョン

上記のような経緯で、自身の会社を興したわけだが、もうひとつの背景としては、3人の小さな子供たちの将来を考えると、いつまでも使われているだけではだめだと思ったことも要因になっているとのこと。

海外の生活や、海外企業との付き合いが長い事もあって、かなりはっきりものをいうタイプの人で、今回のヒアリングの目的や効果についても明快な回答を求めるような面もあった。しかし、根は良い人で、不合理なことをいう人ではない。

5) 成功要因

まだ創業したばかりで成功を論じるのは無理であるが、この分野では豊富な経験を持っている人なので、当面の事業はある程度の成功にまでこぎつけるものと期待できる。課題は製造元の製品に依存したこの事業をもとにしたまま、同社からの日本法人もしくは専属の代理店にならないかという働きかけが来た場合、それをどうやって断り、中根さんが目指す独立した事業を維持できるかであろう。

6) 人材戦略

現在ではどちらかというと核になる優秀な人材を高給で採用している段階で、そのうち事業の基礎ができてきたところで、一般的な採用を始めるとの事。

7) 営業戦略

今までの会社関係、個人的人脈、異業種交流会や見本市、自社のウェブサイトに加えて自力の営業開拓と、多様な形で営業展開をしている。

8) 資金戦略及びIPOについて

資本はすべて経営者個人のものである。融資としては、ベンチャー・キャピタルではないある民間企業から受けている。

資金調達を目的として成長していずれはIPOを目指す。ただし、企業規模をいたずらに大きくすることが良いこととは考えていないとのこと。最大でも40人程度になったら分社化して、中小規模の企業グループを増やした形での成長を目指す。

9) 今後の展開

当面の目標は4～5年後に15～20人の規模の企業にする。その段階で製造元の企業から同社の日本法人化への話が出てくるはずだが、今回は自分の会社を起こしたいのでそこをどう対応するかが課題である。

10) インキュベーション施設に関して

KSPは交通の便が良い、インフラが整っている、対外的信用度が増すとといったメリットがあるので、その割には家賃も安いと思っている。とくにこれといったデメリットは感じていない。

11) ビジネスオーデイションについて

受けた経験がないし、関心もない。

12) 公的支援機関について

インキュベーション施設の拡充、事業所向けスペースの提供、ベンチャー向け融資の拡充を望む。その中でもとくに希望するのは融資である。

10. 株式会社 キノテック

1) 企業概要

調査年月日 2007年 2月20日

貴社名	株式会社 キノテック	
本社所在地	〒212-0054 川崎市幸区小倉308番地10 KBIC 211号	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	木野 幸浩
	ご連絡先	TEL: 044-588-6053 FAX: 044-588-6053
		e-mail: info@kinotech.jp 貴社URL: http://www.kinotech.jp/
代表者	お名前	木野 幸浩
	性別	① 男 2 女
	年齢	71才 (創業2002年当時66才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	4人	6人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	10百万円	47.5百万円
c. 売上高	17.25百万円	12.53百万円
d. 営業利益	△15.23百万円	△10.81百万円
e. 出願済特許数	0件	6件

2. 主要な事業分野:

機械製品開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- a) 多温度スクリーニング装置
- b) 実験観察映像記録システム
- c) 新亜鉛還元法ポリシリコン製造技術の開発

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2002年4月	株式会社キノテック設立
2003年1月	東京都創造法の事業認定: 先端計測光ネットワークシステム
2003年4月	かわさき起業家選抜入賞: 機器遠隔監視・制御システム
2003年10月	科学技術振興機構(JST)技術加工受託: 小型タンパク質育成装置
2003年11月	三井住友銀行ベンチャー育成基金助成金: 蛋白質結晶化装置の開発
2004年3月	神奈川県創造法の事業認定、特定基盤的技術の高度化計画承認: 同上
2004年度	以上の他に科学技術振興機構、神奈川県、川崎市の補助金認定
2006年11月	UFJベンチャー育成基金研究開発助成金: 低コストポリシリコン製造技術開発

2) 起業の動機と経緯

創業者の木野さんは松下電器の東京の研究所に勤務され専門の材料分野で研究開発する他、東京発の情報収集や国のプロジェクトへの参画等で同社において活躍された。通産プロジェクトでは総額800億円もの研究開発費を使った経験もあるとのことである。同社退職後一時別な企業に移ったがその間も大学等と共同研究開発を進め、'02年4月にKBICにて(株)キノテックを設立しそれまで開発してきた技術の事業化に踏み切った。

最初に手がけたのは、あらかじめ設定された数箇所の映像を間歇的にIPカメラで撮影し、撮影年月日時をファイル名とするJPEGファイルとしてハードディスクに保存し管理する、実験観察映像記録システムであった。技術的には成功したがそれほど売上げには寄与しなかった。

3) 事業の推移と現況

次に手がけたのは、バイオ・ライフサイエンス分野で多用されるマイクロウェルプレート上に温度勾配を生成することで、ウェルごとに異なる温度が設定され、複数の温度条件での同時実験が、1枚のマイクロウェルプレート上で可能となる多温度スクリーニング装置である。これはバイオ・ライフサイエンス分野の幅広い実験に活用できる装置として'05年3月に売り出した。とくにタンパク質結晶化スクリーニングに有効で、今後の売上増大に期待できる。現在の売上げは1台180万円の装置が年間10台くらいである。

4) 経営者及び経営ビジョン

木野さんをお話を伺っていると根っからの技術屋である感じが伝わってくる。すでになりの高齢でもあるにも拘らず、常に新たな技術開発を目指し続けている。創業の動機といった形で明確な回答は得られなかったが、次々に出てくるアイデアを実用化し事業化することが目的で創業されたことは間違いない。同じ職場の仲間と始めた事業であるがその牽引力は木野さん個人に寄るところが大きい。

5) 成功要因

大きく成功する技術的な要因は多々見られるものの、まだ業績結果としては成功を議論する段階ではないのであえてこの質問はしなかった。

6) 人材戦略

人材としては、経営企画・財務、研究開発、営業販売の各人材を求め、前2者は満足な人材を得られたが、営業に関しては適材を見出せなかった。

7) 営業戦略

木野さんの人的ネットワークと共同研究先の企業からの紹介、及び理化学機器の専門商社を代理店として使う。

8) 資金戦略及びIPOについて

創業当初の資金繰りにとくに苦勞した。現在の資本構成は2/3は経営者個人及び知人の出資で、残りの1/3がベンチャー・キャピタルによるものである。

今後は事業を成長させて5年後には上場を目指したいと考えている。その主な目的は資金調達である。

9) 今後の展開

現在とくに開発に力を入れているのは「亜鉛還元法による低コストポリシリコン製造技術の開発」である。これは、今まで年間30～60%で成長してきた太陽電池市場が原料のポリシリコン不足により年間10%に低迷している原因が原料のポリシリコン不足であるという事実を受け、今までにない小型で安価な装置でポリシリコンを量産する技術を開発しようというものである。すでにUFJベンチャー育成基金研究開発助成金を受け大学や企業の協力を受けながら開発を進めており、'10年には新亜鉛還元法ポリシリコン製造一川崎市から世界へ展開—という形で新聞発表の予定である。

10) インキュベーション施設に関して

インキュベーション施設としてのKBICには非常に満足している。家賃が安く、インフラが整っており、ここに居ることで対外的な信用が増すことにメリットを感じている。ただし入居年数の制限と食堂設備がないことに不満がある。

11) ビジネスオーディションについて

'03年4月に「光ブロードバンドによる機器遠隔監視・制御システム」のテーマで第14回かわさき起業家選抜ビジネス・アイデアシーズ市場に応募し、残念ながら入賞にとどまった。しかし投資を受ける機会になったことでメリットはあった。

調査者のコメント：調査者の小野は当時オーディションの審査委員長をしていたが、応募技術が大学等の研究機関だけがマーケットであるかの印象であり、あまり大きな市場とは理解できなかったために入賞どまりになったと記憶している。

12) 公的支援機関について

創業及びその後の事業展開に当たって、各種の専門家、金融機関、ベンチャー・キャピタルとともに、公的な産業支援機関やKBIC等のインキュベーション施設の支援が有効であった。国や地方行政に対しては、インキュベーション施設の拡充、事業所向けのスペースの提供、ベンチャー向け融資制度の拡充、事業展開に関連した各種情報の提供、開発した製品・サービスの優先的購入を期待する。

1 1. 株式会社 クマタカエンジニアリング

1) 企業概要

調査年月日 2007年 2月 6日

貴社名	株式会社クマタカエンジニアリング	
本社所在地	〒212-0054 川崎市幸区小倉308-10 KBIC 119	
面談者	ご所属	本社 役職 代表取締役、常務取締役
	お名前	熊澤 正郷、高橋 睦
	ご連絡先	TEL: 044-580-3960 FAX: 044-580-3961 e-mail: kumazawa or takahashi@kumataka.co.jp 貴社URL: http://www.kumataka.co.jp
代表者	お名前	熊澤 正郷
	性別	① 男 2 女
	年齢	67才 (創業2003年当時62才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	3人	5人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	3百万円	3百万円
c. 売上高	0百万円	60百万円
d. 営業利益	0百万円	15百万円
e. 出願済特許数	0件	2件

H19/3推定
同上

2. 主要な事業分野:

電気・電子機器開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- 路面の3指標、同時測定が可能な「けん引式、路面性状装置」の製造、販売
- 路面の3指標、同時測定が可能な「けん引式、路面性状装置」の製造、販売の延長線上にある、車載型、3指標同時測定のできる路面性状測定装置の検討
- その他の開発品

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2003年4月	最低資本金規制特例の基づき資本金3MYで(株)クマタカエンジニアリング設立
2003年6月	第16回かわさき起業家選抜にて「かわさき起業家賞」受賞
2004年8月	H16年度中小企業経営革新対策費補助金15MY受賞
2006年7月	マルチロード・プロファイラMRP1000完成

2) 起業の動機と経緯

創業者である熊澤さんは経営者として、高橋さんは技術者として、トキメックにおいて道路面の計測機械に携わっていた。その後会社の業績が思わしくなくなり銀行が管理する状態になり、自由に開発ができにくい状態になったので'02年6月に熊澤さんが退社。翌'03年1月に高橋さんも退社し、もう一人を加えて4月に創業した。川崎市商工会議所からの紹介により'03年4月よりKBICに入居できた。出身企業との軋轢を避けるために今までの技術とはまったく無関係の新たな技術に基づく道路面計測装置の開発に着手した。

はじめは大学との共同で電磁波を応用したシステムであったがうまく行かなかった。そのために10M¥ほどの資金が無駄になった。その後レーザを使った新たなシステムを高橋さんのアイデアで開発し、従来製品で現状では業界標準ともいえる米国F A C E社のDipstick (40分) より短時間 (2分) で計れ、かつ安価なものが開発できた。国交省の新技术活用システムであるNETISに登録され、すでに20数台納入済みであり、今年度は初めて単年度黒字化を達成し、この1~2年で累損も解消できる見通しである。

3) 事業の推移と現況

今後の売上げとしては年間50台 (約200M¥) を見込んでいる。さらに新たな製品を開発して行き、売上が10億程度になったら製造も含めて事業を拡大していきたい。

4) 経営者及び経営ビジョン

会社の経営方針に納得がいかなかったことと、持てる技術を社会に生かしたいということが動機での創業と見受けられた。熊澤さんは技術者としての高橋さんに全面的な信頼を置いており、一方高橋さんは経営者及び製品企画者としての熊澤さんを信頼しているという非常に良い関係である。

とくに経営ビジョンというものを示しているわけではないが、自社の保有する技術を通じての社会貢献と、若い社員たちのためにも事業を大きく発展させて、いずれは上場を目指している。ちなみに現在KBICにおいて重宝しているのが建物の前の道路で、100mの道路計測の場としてちょうど良いとのこと。場所的にも便利で良いので、入居期限が過ぎても現在の場所の奥の土地を入手したいとの希望がある。

5) 成功要因

優れた技術力を持つ人材 (高橋さん) がいたことに尽きるとの熊澤社長の言葉に対し、当の高橋さんは素晴らしい商品企画力のある社長のおかげと、お互いにほめあっているお二人は良い協力者であると思う。こうした二人の良いチームワークが成功の主要因と思う。さらには、お二人がその業界を周知していた路面性状の計測という非常に特殊な分野に特化して技術開発を進めたことも成功要因と思う。

6) 人材戦略

技術の人材確保に努めた結果、良い人材が得られているとのこと。現在46歳と38歳の社員がおり後継者としてちょうど良い年齢とのこと。しかし今後の事業拡大のためさらに人材を確保しようとしているがなかなか良い人材確保ができないで困っている。

7) 営業戦略

社長と営業担当2人による営業展開では限界があり、代理店を使っているが、当初使っていたところは技術力がなく売上げが伸び悩んだ。その後技術に強い代理店に変更し現状では営業力には満足している。

8) 資金戦略及びIPOについて

創業初期に大学の協力を得て目指した開発が10M¥もかけたにも拘らず良い結果が出ず、その後の資金確保に苦労した。当初は自己資金の他に川崎市の制度融資や民間の金融機関からの融資で始めたが、資金に乏しくなった際の川崎信用金庫の支援がありがたかった。

基本的には大きく発展させることよりも事業の継続を重視する形で創業したように思われるが、現在では、事業が軌道に乗りかけて、若い社員も入ると、さらに発展させてIPOも目指そうというのが現在の社長の考えのようである。年間売り上げが10億円を超えたあたりからIPOを検討したいとのこと。

9) 今後の展開

現在の商品のマルチロード・プロファイラだけではなく、それに続く新製品を今後開発して行きたい。このマルチロード・プロファイラは世界に通用する技術なので海外展開も考えたい。使用している部品に軍事的な意味での輸出制約を受けるものもあるため、そうしたものに関係ない欧米を主に事業展開したい。

10) インキュベーション施設に関して

交通の便が良く、入居費用が安く、インフラが整っていて、各種の支援が受けられ、KBICに入れたことを非常に満足している。また対外的な信用が増すこともメリットの一つである。ただひとつ問題なのは入居制限があることで、できれば5年の制限を延長してさらに3年間はここにいたい。それを過ぎたら、KBICに隣接するところに工場併設の本社を建設したいので、今から土地の予約が出来るものならそうしたい。

11) ビジネスオーデイションについて

'03年6月の第16回のかわさき起業家選抜において「かわさき起業家賞」を受賞した。おかげで川崎市の制度融資を受けることが出来た。また、対外的なPRの際にも役に立った。

12) 公的支援機関について

KBICのようなインキュベーション施設の提供や、ベンチャー向けの低利の融資制度を充実して欲しい。また事業展開に関連した各種の情報提供を期待している。

1 2. SCIVAX株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月 4日

貴社名	SCIVAX株式会社	
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP東棟502	
面談者	ご所属	役職 取締役副社長
	お名前 奥田 徳路	
	ご連絡先	TEL: 044-820-0551 FAX: 044-820-0552 e-mail: general@scivax.com 貴社URL: http://www.scivax.com
代表者	お名前	田中 寛 役職 代表取締役
	性別	① 男 2 女
	年齢	40才 (創業2004年当時36才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	4人	16人
パート、アルバイト数	0人	10人
b. 資本金	15百万円	407.5百万円
c. 売上高	百万円	約400百万円 (2007年度)
d. 営業利益	百万円	百万円
e. 出願済特許数	件	件

2. 主要な事業分野：

その他（研究開発シーズの事業化に取り組んでいる。）

3. 主要事業内容

- 知財関連事業（知財調査・分析受託、知財研修受託、事業化コンサルティング）
- 研究開発事業（ナノインプリント技術開発、細胞培養技術開発他）

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2004年 2月	東京都中央区で創業、研究所はつくば支援センター内
2005年 2月	ナノテク展2005のナノビジネスプランコンテストにて最優秀賞を受賞
2005年 7月	研究所をKSPに移転
2006年 10月	本社をKSPに移転

2) 起業の動機と経緯

創業メンバーは三井物産のナノテクベンチャーの出身者である。三井物産のナノテクベンチャーは、'01年に立ち上げ、最盛期には社員約120名を擁し、16のプロジェクトを平行して進めていた。2004年初、三井物産の方針変更により再編・縮小となり、それを機に、有志が退職、'04年2月の同社創業に至ったとのことである。創業は東京都中央区であるが、創業当

時からつくば市に研究所を開設し、産総研と共同研究を行いながら、ナノインプリンティング関連の装置の開発を行った。その後、2005年7月装置の本格販売を機に、研究所をKSPに移転。移転後、3次元細胞培養技術開発に着手、2007年から3次元細胞培養用のプレート販売を開始し、好評を博している。

三井物産ナノテクベンチャー時代にも知財には力を入れていたが、創業以降も知財に力を入れ、社内は勿論のこと、社外にも積極的にサービスを展開。弁理士2名を中心に、元研究者の主婦や年配の方をネットワーク化し知財の知識を授け、知財専門というより、研究開発専門で知財もわかる調査分析員を育成している。

社外の連携・協力先は、丸善石油化学、明電舎、丸文（代理店）等で、こうした企業はSCIVAX社からの要請を受けて協力してくれているものである。

3) 事業の推移と現況

今年の売り上げ予想は4億円強で、その内、ナノインプリント、細胞培養、知財がそれぞれ1/3ずつである。

現在の人員は、役員5名、社員13名、業務委託14名の計32名であり、社員13名のうち8名が研究者である。

4) 経営者及び経営ビジョン

社長の田中さんは早稲田大学の応用化学の大学院卒で、副社長の奥田さんは文系とのことである。創業の動機は、先端技術シーズの実用化を通して社会に貢献したいという思いが主である。社名のSCIVAXは科学（SCIENCE）の価値（VALUE）を最大化すること（MAXIMIZATION）との意図からの命名であり、こうした経営ビジョンが表れている。

5) 成功要因

まだ成功したとは思っていないが、もし成功するとすれば、その要因は、知財をひとつの切り口として、仮説（戦略）を立て、ニーズを確認し、ニーズに基づいて仮説（戦略）を修正する方法、言い換えれば、シーズとニーズを結びつける独自の試みにあると思う。

6) 人材戦略

各部門の人材を、人材紹介会社、ホームページ、知人等々あらゆる手段をこうじて集めようとしているが、なかなか適材を見つけるのは難しい。

7) 営業戦略

営業展開の手段としては、自力営業によるほか、展示会及び自社の技術セミナー、販売店からの紹介等を通じて行っている。

8) 資金戦略及びIPOについて

一般的に言って、ものづくり・研究開発ベンチャーにはなかなか資金が集まりにくい状況であるが、独自の研究開発モデルや事業化戦略などを丁寧に説明し、VCより出資して頂き、資金を獲得している（第二回増資は2007年3月完了）。VCの出資比率が50%を超えているが、現状では彼等とは良好な関係にある。

2009～2010年あたりにはマザーズ上場を目指したい。上場により、新たな研究開発の資金調達を図りたい。

9) 今後の展開

知財関連事業は着実な収益に繋がるビジネスではあるが、先端技術シーズの事業化に力を入れていく。まずは細胞培養の事業化に注力する。

10) インキュベーション施設に関して

つくばの研究支援センターにいたことがあるが、交通が不便であった。KSPはそれなりのコストではあるが、耐荷重をはじめとした施設インフラや交通の利便性を考慮すると、KSPがベストと思う。

11) ビジネスオーデイションについて

ナノテク展2005におけるナノテクビジネスプラン・コンテストにおいて最優秀賞を受賞したことがある。これは主催者側からの要請があって応募したものであった。受賞による特別な効果はあまりなかったとのこと。

12) 公的支援機関について

今まで東京都の創業支援助成金1M¥を受けたことと、国の特許出願費用の1/2補助等を活用した。

1 3. シーアールディー株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月26日

貴社名	シーアールディー株式会社		
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 西棟302, R&D棟 A1008		
面談者	ご所属	役職 取締役開発部長	
	お名前	岩田 俊夫	
	ご連絡先	TEL: 044-814-3725	FAX: 044-814-4002
		e-mail: crd@ksp.or.jp	
貴社URL: ttp://www.crdinc.jp/			
代表者	お名前	村上 健治	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	68才 (創業1999年当時60才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	4人	15人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	2百万円	670.5百万円
c. 売上高	15百万円	4百万円
d. 営業利益	△33百万円	△160百万円
e. 出願特許数	0件	29件

(2) 主要な事業分野:

機械製品開発・製造・販売

(3) 主要事業内容

- a) 精密モータの研究開発
- b)
- c)

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
1999年 1月	シーアールディー株式会社設立
〃年	超薄型FDB-SPMを米国DISCONショーに出品、2.5" 用FDB-SPM 開発開始
2002年	1" 用FDB-SPM 開発開始
〃年	経産省創造技術研究開発事業で「HDD用超小型スピンドルモータの研究開発」を開始
2003年	13年度即効型コンソリアム研究開発事業で「HD両面対応型スピンドルモータ」を開始
2004年	NHK、東大、ソニー等とコンソリアムを組み「大容量、超薄型ストレージヘッドバスの研究開発」開始
2005年	コンソリアムで2.5mm厚HDDサンプルを「NHK技研公開」に展示・出品
2006年 3月	コンソリアム事業を終了し、その成果を米国TMRCで全世界に発表 (TMRC: The Magnetic Recording Conference 磁気記録国際会議)

2) 起業の動機と経緯

社長の村上さんは20代の頃からスポーツ用品の商社など4社を立ち上げた起業家で'99年には自動車用中空鋳物部品メーカーCRDを立ち上げた。一方、もう一人の創業者である岩田さん(面談者)はシチズン時計においてフロッピーディスク関係の技術部長であった。同社の精密加工技術を見込んであるベンチャーが売り込みにきた流体軸受を用いた超小型モータ

のアイデアにもとづいて、社内で試作を行っていたがそれがうまく行かず、岩田さんのところに相談に来たので自分がやってみたらうまく行った。そこでその技術に基づくビジネスプランを作り事業を立ち上げようと思っていたところ、会社の都合でその開発が中止になった。そのころ役員定年の55歳を迎えていたので、それをもとに起業しようと思っていた。そんな折に村上さんと出会い、2000年にCRD社に入った。その後CRD社は事業を小型HDD用超小型スピンドルモータの開発一本に絞り現在に至っている。

3) 事業の推移と現況

'04年7月にはIBM系の大手メーカの採用が決まり、これでそれまでの累損も解消できると喜んでいたところ、その会社が日立に買収された結果、会社方針が変りそれまでの話が振り出しに戻った。現在は他のメーカとの話が進んでいるが、それが決まるのは早くても'07年秋のことになる。本格的出荷は'08年春となるので、今が正念場というところである。幸い、村上社長の人脈から大手のVCが出資してくれているので、今まで事業を維持できているが早くに売上を立てる必要がある。

流体軸受のアイデア自体は古くからあり、同じ方式の軸受はすでに実用化になっているものもある。技術的に差別化できる点としては、微小部品上に超精密な加工を行う加工技術にある。

HDD装置はパソコン用の2.5、3.5インチのモータは球軸受でも可能だが、1インチとなるとメモリーの高密度化には軸受精度の向上が必須であり、球軸受けの高精度化には限界があるので流体軸受式が期待されている。しかし、半導体メモリーの拡大がHDD分野に侵食しており、それも同社の事業の脅威となっている。

4) 経営者及び経営ビジョン

上述のように、創業者の村上さんと岩田さんはそれぞれ別な動機を以て始めたわけだが、今では岩田さんの持ち込んだ技術の実用化が主力事業となっている。従来からの自動車用部品の事業も少しはあるそうである。

経営ビジョンとしては、同社のホームページによると、空洞化する我国の超精密加工技術を育てると同時に、日本の経済を発展させてきた多くの分野の先端技術が海外に垂れ流し状態にある事態を憂慮し、自社の製品を全て日本で生産することを最も重要なポリシーとしているとのこと。

5) 成功要因

まだ成功といえる段階ではないが、良いアイデアとシチズンの精密加工技術が結びついたことが、他にない優秀な製品が生まれた要因であろう。因みに最初にアイデアを持ってきたベンチャーとは、その後は接触がないとのことである。

6) 人材戦略

主な人材はシチズン時計を主とした大手の経験者を採用しており、日経産業新聞には平均年齢57歳のベンチャービジネスとして紹介されたことがある。その後の人材確保には期待した人材が集まらずに苦勞しているとのことである。

7) 営業戦略

売込み対象が大手企業となるため、経営者の個人的ネットワークが中心となる。

8) 資金戦略及びIPOについて

累損が10億円以上になっているにもかかわらず、資本金が6億7千万にもなる出資をVCから受けられているのは技術の優位性、ビジネスプランの優秀性に加えて、村上社長のそれまでの人脈もあると考えられる。それだけに早くに売上を上げて累損の解消を図る必要がある。

アンケートの回答によると、出資比率は、経営者12%、知人22%、個人投資家44%、VC22%となっており、この内VCにはKSPファンドや大手のVCが含まれている。出資者の期待もあり、できるだけ早期にIPOをはかりたいが、現状では難しい。ただし、売上げが立ちさえすれば一気に回収可能で、そうすればIPOも遠い話ではない。

HDD用モータのロットは1機種でも40万ケ/月で年間500万ケであり、単価は1ケ500～600円なので、年間売上げが25～30億円となり回収は早い。'08年末には月産100万ケ/月を目標としている。

9) 今後の展開

今後は、2.5、3.5インチのHDDへも展開して行きたい。その際の課題は薄型化である。また携帯用薄型HDDへも広げたい。今は構想段階だが、行く行くはHDD以外にも展開して行きたい。HDD以外の応用としてはコピー機のポリゴンミラー駆動用、ビデオ回転ヘッドの駆動用などがある。

10) インキュベーション施設に関して

インキュベーション施設としてのKSPは、交通の便がよい、各種の支援が受けられる、対外的な信用が増す等のメリットがあるが、家賃が高いことと入居年数の制限があることが問題である。

11) ビジネスオーデイションについて

参加経験なし。

12) 公的支援機関について

企業の沿革にあるように、同社は経産省等の研究開発プロジェクトに参画し、補助金等も得ている。公的機関に対する要望としては、インキュベーション施設の拡充、事業所向けスペースの提供を挙げている。

1 4. シリコンライブラリー株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2006年 12月 21日

貴社名	シリコンライブラリー株式会社(Silicon Library Inc.)		
本社所在地	〒212-0054 神奈川県川崎市幸区小倉308-10 KBIC 225		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	清水 潤三	
	ご連絡先	TEL: 044-599-0766	FAX: 044-599-0769
		e-mail: inquiry@siliconlib.com 貴社URL : http://siliconlib.com/	
代表者	お名前	清水 潤三 (Jung-Boo Kim氏も代表権あり)	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	52才 (創業2005年当時51才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	5 人	20 人
パート、アルバイト数	1 人	2 人
b. 資本金	100百万円	300百万円
c. 売上高	12.7百万円	65百万円
d. 営業利益	△30百万円	△170百万円
e. 出願済特許数	0 件	1 件

2007/9末
2007年見込み
250MY

2. 主要な事業分野：

半導体IPの開発・販売

3. 主要事業内容

- 高速インターフェースIPの開発・販売
- SRAMコンパイラーの開発・販売
- LSI製品・テストチップの評価・解析

4. 簡単な企業沿革

年・月	事 項
2005・6	シリコンライブラリー株式会社設立、資本金10M¥(6/13)、KBICに本社を構える(6/21)
2005・7	県ベンチャー創出促進モデルプロジェクト事業に採択、第三者割当増資資本金24M¥
2005・8	第二回第三者割当増資 資本金28.55M¥
2005・9	米国シリコンバレーSanJoseに Silicon Library USA, Inc. を設立
2005・10	かわさき起業家大賞受賞
2005・11	京都高度技術研究所 (ASTEM)内に京都デザインセンター開設
2006・2	第三回第三者割当増資 資本金98.55M¥
2006・4	福岡システムLSI総合開発センター(福岡IST)内に福岡デザインセンター開設
2006・10	仙台市に仙台デザインセンター開設

2) 起業の動機と経緯

社長の清水さんは、NECにおいて現在と同様の業務に従事していたが、大企業において技術者があまり高く評価されない点を改革したいという思いと、担当していた業務が今後は米国のように大企業の外部に専門受託事業として発展することを信じ、同じ考えのKimさんと共同で会社を設立した。

創業当初はSRAMコンパイラーを主体に開発を進めていたが、その後同時に開発を進めていた高速インターフェースの方の需要が大きいことが分かり、現在はそちらを主体に開発を進めている。

3) 事業の推移と現況

さらに、今までは設計ノウハウとしてのIPを販売することを主眼としてきたが、その主たる売り込み先である大企業への販売が思うように進まず、それに代わってそのIPを使ってチップ化したもののニーズが顕在化していることを知り、現在はそちらにシフトしている。

製造は台湾等のファウンドリーを使うが大量の在庫を持つ際のリスクを回避するために、専門商社に間に入ってもらう方向で進めている。

4) 経営者及び経営ビジョン

清水さんは、名古屋工業大学電気工学科大学院を卒業後、'79年にNECに入社して以来、ULSIデバイス開発研究所、システムLSI設計技術本部、基盤技術開発事業本部を経て'05年6月にシリコンライブラリ（株）をKimさんと共同で設立した。その主な狙いは大企業において技術者があまり高く評価されない点を改革したいという思いと、担当していた業務が今後は米国のように大企業の外部に専門受託事業として発展することを信じたからである。

清水さんは根っからの技術者という感じで、協力者のKimさんが主に営業を担当していたが、今では二人とも主に営業活動に従事せざるを得ない状況である。経営のビジョンとしては技術者が努力した分だけ社会的に評価され収入が増える企業にしたいという点を意識して入るが、現状では開発スピードを上げ、早くに売上げを上げ事業を軌道に乗せるかに注力するとともに、人本位の経営ビジョンを掲げて推進している。

5) 成功要因

創業間もない企業であるので、成功したかどうかはまだ判断できない段階ではあるが、成功する可能性を秘めていることは、まだ赤字企業である同社に対してベンチャー・キャピタルが高額な投資をしていることから理解できる。半導体開発には欠かせない特殊技術を持った技術者仲間がスピンアウトし、米国の同業者よりもきめ細かいサービスを提供するというビジネスコンセプトは必ずや受け入れられるものと思う。また、成功の段階にはベンチャーとしてはそれなりの規模の事業となることが期待される。

6) 人材戦略

20人いる社員全員がその道の専門家といった技術者集団で、それに相応しい能力のある者には大企業以上の給与を出すという同社の方針に沿う人材集めはそう簡単なものではない。知人の紹介及びホームページを通じて集めてきた結果、かなり優秀な人材は集まっているとのことだが、会社設立当初は取りたかった人材が採用できず口惜しい思いもしたとのことである。アンケートの回答の獲得できたが満足していないとはそのことを言っている。

7) 営業戦略

業界のニーズ動向に精通した人たちの企業なので、良いものはできたけれどどこに売ったら良いか分からないといったよくありがちな苦労はないようである。ただ、当初予定していたSRAMコンパイラーは期待していたほど需要が立ち上がらず、並行して開発してきた高速インターフェースが現在主流となっている。こうした需要動向や営業展開は、創業者の人的ネットワークが主体で、現在は二人の代表者、清水さんとKimさんが人的コネクションを利用しながらもっぱら営業、マーケティングを担当しているとのこと。

8) 資金戦略及びIPOについて

人件費、開発ツール代、外注費（この中身も人件費とツール代）に年間2億円以上もかかるビジネスで、本格的な売上が立つのは'07年秋というこのビジネスにおいて資金戦略は最重要課題のひとつである。創業当初は創業者、社員、知人の出資の他、川崎市の融資によりスタートしたが、その後はベンチャー・キャピタルからの投資を主体に資金を獲得している。幸いにビジネスモデルに賛同するベンチャー・キャピタルは多く、その点では一般のベンチャーに比べて資金獲得の苦労が少ないように見える。しかし、'07年秋を見込んでいる本格的な売上が遅れるようになると、資金繰りも大変になってくることも懸念される。

現在の資本構成は経営者個人、知人、VCそれぞれが1/3づつであるが、今後はVCの比率が上がる方向であろう。

5年以内の株式公開を目指す成長路線を取っている。川崎市産業振興財団としても創業当初において本格的専門家派遣の対象企業として各種の専門家を派遣して社内体制や規則の整備、IPOまでの計画立案等の支援をした経緯がある。

9) 今後の展開

現在ベンチャー・キャピタルから140M¥の投資を受けているが、更なる投資受け入れを検討している。現状では赤字であるが、'07年秋には本格的な売上げが期待でき、'08年度の単年度黒字化を目指している。

10) インキュベーション施設に関して

現在KBICに入居しているが、家賃が安い、インフラが整っている、各種の支援が受けられる等のメリットを感じている。デメリットとしては交通の便が悪いことである。新川崎の駅から多少遠いこと、およびそこからの電車の本数が少ないことを指摘しているのであろうか。

11) ビジネスオーデイションについて

最初にKBICに入居を希望した同社に対し、その後から財団からオーデイションへの参加を呼びかけたわけだが、オーデイションにおいてかわさき起業家優秀賞を受賞している。その結果対外的なPRや信用力向上に役立ったとのことである。

12) 公的支援機関について

財団としては創業当初から、インキュベーション室の提供、複数の専門家派遣等最大限の支援をしてきている。同社としては、事業展開を支える専門家の紹介、事業展開に関連した各種情報の提供等を期待している。とくに前者への期待が強い。

15. 合同会社 スタジオフェイク

1) 企業概要

調査年月日 2007年 6月14日

貴社名	合同会社 スタジオフェイク		
本社所在地	〒213-0012 川崎市高津区坂戸3-2-1 KSP西棟201		
面談者	ご所属	役職 業務執行社員	
	お名前	石本 則子	
	ご連絡先	TEL: 044-829-3404	FAX: 044-829-3405
		e-mail: nori@studiofake.co.jp	
貴社URL: http://www.studiofake.co.jp			
代表者	お名前	岡安啓司 役職 代表社員	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	40才 (創業2000年当時33才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	5人	14人
パート、アルバイト数	0人	3人
b. 資本金	3百万円	5百万円
c. 売上高	12百万円	150百万円
d. 営業利益	?3百万円	50百万円
e. 出願済特許数	件	件

2. 主要な事業分野:

ソフトウェア開発・販売

3. 主要事業内容

- a) ゲームソフト制作
- b) 3DCG映像制作
- c) Web等デザインコンテンツ制作

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2000年 9月	川崎市川崎区に合資会社スタジオフェイク(資本金300万円)設立
2000年 11月	本社を川崎市高津区「かながわサイエンスパーク」に移転
2001年 1月	公式ホームページ「溝のロコンビナート」開設
2003年 5月	米国Electronic Entertainment Espo(E3)任天堂ブースに開発品出展
〃 9月	コンピュータエンターテインメント協会(CESA)入会
2004年 3月	任天堂より同社開発ゲームキューブ用ソフト発売(日米同時発売)
〃 5月	米国E3任天堂ブースに開発品出展、E3アワードにノミネート
2005年 12月	日本電信電話ユーザ協会電話対応コンクール全国大会にて優良賞受賞
2006年 4月	任天堂より同社開発ゲームキューブ用ソフト発売(日米欧同時発売)
〃 5月	合同会社(LLC)に組織変更、資本金500万円に
〃 11月	日本電信電話ユーザ協会電話対応コンクール全国大会にて優良賞受賞
2007年 3月	光荣より「真・三国無双DSファイターズバトル」発売(日米欧並発売)

2) 起業の動機と経緯

社長の岡安さんと業務執行社員の石本さんはセガに居たことがあり、その時点で若かったにもかかわらず大きなプロジェクトを任せられる実力者であった。しかし対外的広報優先で企画倒れが多い、若い人材の使い捨て、といった会社の経営方針に疑問感じ、取引先との社員3人とともに2000年に独立した。最初はKSPのシェアードオフィスからスタートし、スタートアップオフィスを経由して現在の場所に移った。

創業当初は、創業の目的に沿う企業形態として欧米のLLCが理想であったが、その時点ではなかったためそれに近い合資会社とした。新法成立により可能になった実情に近い合同会社(LLC)に変更した。

3) 事業の推移と現況

現在の業務は据え置き型ゲーム機、DS向け携帯用ゲーム機用のゲームソフト開発；パチンコ等の3D液晶画面（ゲームの3D用と使用するLSI基盤が共通）制作、テーマパーク用コンテンツ、ホームページ用コンテンツ、ロゴ作成等のデザインワーク制作；その他コンテンツ開発の3つに大別される。現在の売上はゲームとパチンコ等で90%、その他が10%程度である。

4) 経営者及び経営ビジョン

上述のような動機でセガの中での実力者二人が始めた企業である。経営ビジョンとしては創業の動機からも分かるように、人材育成重視、良質なコンテンツ開発をモットーとしている。

社名のフェイク（インチキ野郎）は良い意味でお客様の期待を裏切つてやろうという意味で付けたもので、こうしたところにも同社のビジョンが伺われる。

同社のホームページの岡安社長の挨拶によると、「私が欲しかったのは、素晴らしい開発会社という環境、器そのものでした。開発セクションという狭い括りを越え、職場として魅力溢れる環境を作りたい。技術だけでなく人間教育も重視したい。スタッフと共に成長していく柔軟な組織でありたい。学歴にとらわれず、優秀な若い人を育てたい。他者・他社と気持ちよく仕事したい。開発技術を活かしてゲーム以外の仕事もしたい。私たちならではの社会貢献をしたいetc…」とのこと。

5) 成功要因

人材や会社の仕組みに対する先行投資をしっかりと行ってきたことが一つの成功要因と思う。会社の社風づくりを重視して来たことが現在大切な財産となっていると思う。

6) 人材戦略

いかに優秀な人材を集めるかは非常に悩ましい問題であるが、会社のカラーを明確にして、それを外部に明確に示すことが重要と考えている。望ましい人材の心に響くような普遍的なキーワードをホームページに組み込み、それに共鳴した人材が応募してくる中から採用している。

7) 営業戦略

創業から3年目から業績が安定してきた。その間の主な引き合いはそれまでの人的ネットワークによるものが70%以上である。人対人の営業では限りがあるのでネットによる営業力強化も力を入れている。コンテンツの優劣による差別化だけでは決定的な受注力には結びつかないので、創業当初から大手が求めているキーワードがロボット検索で引っかかるような仕掛けづくりに力を入れたが、これが有力な営業ツールになっている。

8) 資金戦略及びIPOについて

当初は川崎市の創業融資を利用し、その後は銀行融資のみ。経営者二人が出資している。大手会社がパブリッシャーとして資金提供するため、大きな資本が要らない事業なので資本金を大幅に増やす考えは今のところない。何度か資金的に困ったことはあったが、今までは乗り切ってきている。

現状ではIPOは考えていない。資金確保の必要がないし、いたずらに大きくして行く事を目指していない。身の丈にあった安定した経営を心がけて行きたいと考えている。

9) 今後の展開

企業規模を大きくしていくことを目的にした事業展開は考えていない。パートナーを増やすということは、社員のため、さらにはお客様のために必要なら行うが、そうでない限り規模の拡大のために増やすことはしない。

10) インキュベーション施設に関して

インキュベーション施設に居た期間は短かったが、KSPは異業種交流の場として良かった、対外的な信用が増す、等のメリットがある。ただし家賃、とくに時間外空調料金が非常に高いのが難点。

11) ビジネスオーデイションについて

調査者の小野がオーデイションの審査委員長であったころ、何回かお誘いしたが、今はその余裕がないとの理由で応じていただけなかった。彼らの事業形態から考えてオーデイション参加はそれほどのメリットを感じなかったというのが事情であろうと考える。

12) 公的支援機関について

アンケートにもこの関係には無回答であり、やはり公的支援機関に対しても、期待するところは無いものと思われる。あまり自主性も持たずに公的機関の支援に頼りきりの企業に比べて、同社のように自立していることはむしろ評価してよいと思う。

1 6. 株式会社 巧 (旧社名ASP)

1) 企業概要

調査年月日 2007年 4月26日

貴社名	株式会社 巧 (旧社名: 株式会社ASP)	
本社所在地	〒231-0015 横浜市中区尾上町6-90-1H S 大江橋ビル8階	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	浅田 高春
	ご連絡先	TEL: 050-5537-3173 FAX: 045-664-1171
		e-mail: asada001@aspinc.co.jp 貴社URL: http://www.takumi-kk.co.jp/
代表者	お名前	浅田 高春
	性別	① 男 2 女
	年齢	54才 (創業2001年当時48才)

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	4人	33人
パート、アルバイト数	0人	7人
b. 資本金	10百万円	95.5百万円
c. 売上高	30百万円	135百万円
d. 営業利益	0.03百万円	△70百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

(2) 主要な事業分野:

ソフトウェア開発・販売

(3) 主要事業内容

- a) WEBソフトウェア開発
- b)
- c)

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2001年 8月	Web業務システム開発会社を目指して「株式会社ASP」を設立
2002年 8月	ASP型会計システム『助太刀会計』出荷
2003年 7月	1000社対応 ASP会計サービス『ドコデモ会計』開発
2004年 8月	ASP型給与システム『助太刀給与』、販売管理システム『助太刀販売管理』出荷
2004年 10月	川崎市起業家オーデションで優秀賞受賞
2005年 10月	ベトナムTDA社と開発技術提携
2006年 3-6月	携帯CMS「SYSMO」、IP電話システム「AsterTel」、携帯ショッピングサイトシステム「SYSMOコマース」出荷
2006年 9月	ISMS (ISO 27001) 認証取得
	横浜市より「株式公開型ベンチャー企業」として認定
2007年 4月	「株式会社 巧」に社名を変更

2) 起業の動機と経緯

社長の浅田さんは、OSエンジニアとして、バローズ、タンデム、オラクル等のコールセンター立ち上げ及びその単独事業化を成功させてきた経験を持つ。弥生会計に移り、それまで製品を売るための赤字覚悟の補助業務にすぎなかった同社のコールセンター事業を4年間で従業員150人、売上

33億円の事業に育て上げた。製品売上事業の20億円をものぐものであった。その成功経験と当時の会社のごたごたを契機に、自分の技術やアイデアを生かすために同じ部門の仲間4人で創業した。

3) 事業の推移と現況

現在の売上はPHP言語システム開発50%、助太刀組み込みシステム販売30%、IP電話10%、サーバ運用10%であり、創業当初から手掛けて来た当時他社ではやってなかったPHP言語開発が、今では業界の主流になったため仕事はどんどん来る。しかし人員の手配が追い付かず断っている状況である。サーバ運用業務は利益率が高く今後も増える部門である。

創業当初は売上が1億になるまでは何でもやろうという考えで進めてきたが、2億近くになった現在その延長では無理なことに気付き、事業を上記のように整理すると共に資本政策活動にも力を入れている。

4) 経営者及び経営ビジョン

浅田さんはこの分野では多くの成功経験を持っていたが、弥生会計での経験とちょうど良い仲間がそろったので自分自身のアイデアを事業化しようと考え起業した。良い協力者にも恵まれたことも幸いした。

ご自身の語る経営方針としては常に新しいものを手がけMake Next Standardを求め続けることであり、それが現在主流となったWeb用専門言語PHP、現在立ち上げ中のAsteriskIP電話システムとなって具現化している。

また、他社のように社員に遅くまで残業させれば、形の上では売上が上げられるはずの現在でも、10時以降は残業させない、土日は休日を守る、という方針も、同氏のこの分野の長い経験から裏打ちされた立派な経営方針といえよう。

5) 成功要因

他社にはできない差別化技術があったことだと浅田さんは言うが、そうした技術を早くから手掛けていた先見性が成功要因といえよう。'06年には広報担当を採用しプレスリリースを積極的に行った結果、知名度も上がり大手企業からの引き合いも増えたとのこと。

以上が浅田さん自身の語る成功要因であるが、なんでもオープンで明るい性格が社員の心を引き付け、そうした経験や施策の実現の後押しをしているようにも感じた

6) 人材戦略

新卒採用を原則として行わず、主に専門学校の卒業生を対象に採用活動を行っている。その狙いは、他業界での業務経験を持ち、自己投資をしてIT技術を身につけた人を採用するため、専門学校のほかに公的研修機関や自衛隊横須賀基地の通信技術研修所卒で民間に出る人等を採用している。特にホテルマンは接客マナーが良く、ITエンジニアとして能力をつけると非常に良い仕事をする。

7) 営業戦略

当初は他に見向きもされなかったPHP言語がいまでは業界の主流になり、消化しきれない

ほどの注文を抱えている。これは、業界の将来を見越した先見性の賜物と考えられる。その他にWeb会計システム助太刀シリーズ、特徴あるIP電話システムに加え、収益性の良いサーバ運用業務もあり、現在の同社は苦勞して売り込む必要がないくらいの感じがする。

8) 資金戦略及びIPOについて

ソフトウェアハウスはある程度の規模までは良いが、それ以上の規模を目指すには大きな資本が必要になると感じたため、積極的に資本導入を働きかけた。オーディションを機会に横浜キャピタルが投資をしてくれ、KSPも紹介してくれた。それを契機にKSPファンドも付いた。現在はオリックスキャピタルが60M¥入れてくれて筆頭株主になっている。浅田さん自身は50%を少々切るくらいの比率とのこと。

9) 今後の展開

今まで開発したものに付加価値をつけたシステム提案、PHP技術者による大型開発等の開発ビジネス展開、今まで行った開発をプロダクト化する製品ビジネス展開、代理店を'09年度までに30社にする営業ビジネス展開を今後進める。

10) インキュベーション施設に関して

操業当初は秋葉原にいたが、オーディションを契機にKSPに移り、横浜キャピタルの投資の際にはKSPファンドも受けることになった。KSPは対外的な信用が増すメリットがあるが、交通の便が悪く、家賃が高いことが難点である。

現在の横浜に移った理由は、ひとえに積極的な働きかけと具体的な優遇策を行っている横浜産業振興公社によるもので、IPOを目指す企業としての認定をされ、坪5000円の家賃（これはKSPの1/6）で交通至便の現在のオフィスを探してくれた上に6か月分の家賃を補償してくれたためである。

調査者コメント：

川崎のオーディションがきっかけでKSPに誘致した企業が、このような横浜の積極策によって他の市に取られてしまっている現実に対しどう対処すべきか真に検討すべきである。

11) ビジネスオーディションについて

'04年10月にオーディションで優秀賞を受賞している。ビジネスプランのレベルアップに役立った、入賞したことにより対外的PRになった、投資を受ける機会となった、等のメリットがあった。また、その結果KSPに入居しKSPファンドも受けたにもかかわらず、その後の横浜市の積極策のもとに同市に移転している。

12) 公的支援機関について

ベンチャー向け融資制度の拡充、開発した製品・サービスの優先的購入を望んでいるが、そのうちとくにベンチャー向け融資制度の充実を望んでいる。

1 7. TMCシステム株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月 9日

貴社名	TMCシステム 株式会社		
本社所在地	〒210-0001 川崎市川崎区本町1-6-1		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	松本 寛	
	ご連絡先	TEL: 044-211-6551	FAX: 044-211-4200
		e-mail: matsumoto@tmcsystem.co.jp 貴社URL: http://www.tmcsystem.co.jp/	
代表者	お名前	松本 寛	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	60才 (先代創業1960年当時40才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	7人	200人
パート、アルバイト数	0人	20人
b. 資本金	0.3百万円	50百万円
c. 売上高	1百万円	1900百万円
d. 営業利益	0.03百万円	10百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

2. 主要な事業分野:

機械製品開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- a) 装置開発設計
- b) 精密計測機の開発設計
- c) 業務系アプリ開発

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1960年	東京マシナリー株式会社を設立、本社を川崎市幸区に置く
1977年	川崎市幸区に自社ビルを建設、東京支店を川崎に移転し一本化
1983年	川崎区に自社ビルを建設し本社を移転、放送映像機器等の設計開始(板金)
1985年	パソコンの設計開始、POSの設計開始(プラスチック)
1986年	2次元CADを導入、携帯電話の設計開始(プラスチック)
1994年	複写機・プリンターの設計開始、自動サービス機器の設計開始(メカ)
1997年	3次元CADを導入し、本格的3次元設計を開始
1998年	各種鋳造・実験機の設計製作開始(メカ、エレキ、制御)
2001年	熱流体解析開始(板金)、LinuxServer構築および対応ソフトの開発
2003年	社名をTMCシステム株式会社に変更、新体制を確立
〃	特定派遣事業届が受理され、これを受け派遣事業部を発足
2004年	ModelSimを導入、3次元構造解析開始
2005年	資本金を5,000万円に増資

2) 起業の動機と経緯

創業は現社長の父が就職した当時は、戦車の設計であり、戦後は機械の設計だったが、どうしても新しい機械と電気の連動した設計をやりたくて、それまで勤めていたコマツをやめ、設計事務所を立ち上げたことに始まる。大手企業からの設計受託業務を行うという業態は、それ以後現在に至るまで変わっていない。

現社長の松本さんは、大学卒業後、東急車輛に勤務し技術開発の面白さを感じ始めていた、当時28歳であった松本さんは父親のちょっとした策略により、当時社員は20人程度の同社に入社した。その後、'91年に社員数70~80人になった同社の社長を引き継いだ。

3) 事業の推移と現況

その後松本さんが一番力を入れたことは、それまで機械技術者ばかりであったのを、電気やソフト技術者も採用しメカトロ製品開発へも対応できるようにしたことである。'03年には社名もそれまでの東京マシナリーから現在の名前に変更した。

本来は人材派遣業をするつもりはなかったが、受託を受けた相手先企業の都合から、派遣の形を取らざるを得ないケースがあり、現在では30%程度が派遣となっている。

4) 経営者及び経営ビジョン

先代社長の創業の動機は、機械だけの設計にあきたらず、悩んでいる時、友人が独立するのなら、会社を紹介してやるよと助言してくれた事もあり、思いきった。脱サラであった1年を準備期間ときめ、一人で始める。

大手企業からの設計受託業務が中心の同社は、他社と差別化できるのは人材の育成以外にないとの判断から、人創り、技術者創りを最重要課題と考え、技術に限らず社会倫理も含め、幅広い内容の教育に力をいれている。ホームページを見ると、全般にわたる基礎技術及び専門別教育の新入社員教育、社内外の講師による専門技術教育、中間管理職対象の経営財務研修等、大企業並みの力の入れ方である。

社長の経営方針としては、研究開発における真のニーズを掴み、そのニーズに対し既存の枠組みを超えた創造性豊かなアプローチを行い、様々な商品開発における技術的問題を解決する会社でありたいとのこと。

5) 成功要因

創業47年の歴史を持つ同社は、いまやベンチャーとは呼べないレベルではあるが、大手企業からの受託業務を中心に手堅く事業を進めてきたことが良かったのではないかと推測する。

6) 人材戦略

原則として新卒採用のみとしている。その理由としては、白紙状態のほうが同社の企業文化を注入しやすいからとのこと。毎年10~20名程度採用してきているが、最近では質を落とさないために採用数を抑えているとのこと。

7) 営業戦略

営業のルートとしては、前職の会社関係、経営者の個人的人脈、自力の営業開拓、ホームページによる開拓、大学からの紹介等々、多様である。

8) 資金戦略及びIPOについて

現在の資本は、経営者及びその親族ですべてを押さえている。日常の資金確保はすべて都市銀行からの融資によっている。

一時は何が何でも上場を目指そうという幹部もいたが、現在では受託業務だけではなく、独自商品がいくつか育ってそれらが事業の中核になる手ごたえを感じられた時点で考えようと思っているとのことである。

9) 今後の展開

受託開発のみでなく、独自商品の開発にも心がけて行きたい。現在では、ある企業からの受託で開発した、電子機器用コネクタ等の微摺動磨耗試験機を独自商品化でき、ホームページを通じて多くの企業から引き合いを得ている。

また、最近特許とった「自動犯罪通報システム」をもとにした新たな事業も検討中とのことである。

10) インキュベーション施設に関して

関心がなくノーコメント。

11) ビジネスオーデイションについて

応募の経験がなくノーコメント。

12) 公的支援機関について

公的な支援としては、神奈川県中小企業新商品開発等支援事業補助金、中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新計画、公益信託UFJニューフロンティア企業育成基金を受けている。

18. テスコジャパン株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月17日

貴社名	テスコジャパン株式会社	
本社所在地	〒210-0013 神奈川県川崎市川崎区新川通 5-10 金源ビル	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	小山 友和
	ご連絡先	TEL: 044-201-2862 FAX: 044-201-2863 e-mail: oyama@tesco-j.co.jp 貴社URL: http://www.tesco-j.co.jp
代表者	お名前	小山 友和
	性別	① 男 2 女
	年齢	50才 (創業1993年当時36才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	3人	24人
パート、アルバイト数	0人	1人
b. 資本金	10百万円	80百万円
c. 売上高	88百万円	407百万円
d. 営業利益	7百万円	3.3百万円
e. 出願済特許数	0件	1件

2. 主要な事業分野:

石油精製その他のプラントエンジニアリング事業

3. 主要事業内容

- 石油精製その他のプラントエンジニアリング及びコンサルティング並びにそれらに付帯する建設工事
- 関係関連装置の研究・開発・販売

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1993年 4月	会社設立
1996年 10月	神奈川県知事認可、一般管・機械器具設置取得
2001年 9月	神奈川県知事認可、土木一式・鋼構造物・舗装・水道施設取得
2003年 3月	資本金を2000万円に増資
2005年 6月	資本金を4000万円に増資
2006年 3月	「湿式プラスチック処理油化装置」川崎ものづくりブランド認定取得
〃 6月	「湿式プラスチック処理油化装置」かわさき起業家オーディション優秀賞受賞
〃 7月	資本金を8000万円に増資
〃 10月	「湿式プラスチック処理油化装置」神奈川中小企業センタービジネス可能性評価認定
2007年 1月	神奈川県経営革新計画に関わる認定取得
〃	第2回『かながわスタンダード』認定。

2) 起業の動機と経緯

社長の小山さんは、三菱原子力、日揮、昭和シェル石油等の勤務経験があり、昭和シェルにいた'93年に3人で起業した。当初の主要業務は石油精製その他のプラントエンジニアリングであった

が、当業界の合理化が進む中で仕事量が先細りになる傾向にあるため、石油精製分野以外への展開および「湿式プラスチック処理油化装置」のような独立した商品の開発を進めてきている。これらの事業は当初の石油精製プラントエンジニアリングに対する第2創業的な位置付けとなる。

3) 事業の推移と現況

「湿式プラスチック処理油化装置」については、試験的に産廃業者に納めたが支払いや販売権等でトラブルしている。今後は、こうした製品の営業戦略として、行政を巻き込んだ仕組み作りを心がけている。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業の動機としては、それまでいた企業ではできないであろう新しいビジネス・サービスを実現しよう、さらには独立して自分の可能性を確かめようという点にある。その時の仕事仲間3人で協力して創業した。

経営理念としては、自社の事業を通じて工業振興、社会貢献を果たすということとのこと。

5) 成功要因

今の段階では決して成功したものとは思っていない。大きな企業を狙うというよりは、千代田や日揮等大企業の当該部門に負けない優良企業に育て上げたいと考えている。

6) 人材戦略

この分野の適材を得ることは非常に難しくなっていて、同社としても苦勞する面と、それゆえにビジネスチャンスになっている面があり、功罪両面がある。

7) 営業戦略

経営者の人的ネットワークによる営業活動が主力である。現在進めている「湿式プラスチック処理油化装置」プロジェクトに関しては、行政を含めた第3セクターをつくること、および大手企業の研究セクションとの協力を模索している。

8) 資金戦略及びIPOについて

資本金は3人の経営者がすべて出資しており、VCは入れていない。それほど大きな資金が必要なわけではないので当面このままの体制で進める。

やらないで済むならば、上場しないままで行こうと考えている。どうしても巨額な資金が必要になる局面に至れば考えるであろうが、上場したことで被るリスクの方が心配である。

9) 今後の展開

「湿式プラスチック処理油化装置」プロジェクトを進めることと、石油精製分野で培ったノウハウを、合板、製紙業界等の異分野に適用した新たな事業を進めたい。

10) インキュベーション施設に関して

インキュベーション施設の利用経験はなし。現在地の周辺の家賃の安いところを何箇所か移転して現在地に落ち着いた。この場所にこだわる理由は、取引先や顧客に近いこと、交通の便が良いこと、家賃が安いことである。

11) ビジネスオーディションについて

オーディションに参加して、ビジネスプランのレベルアップに役立った、プレゼンの勉強になった、対外的PRに役立った。とくに行政側が認定したとの性格を帯びるオーディションの受賞は同社の事業のPRに非常に役立った。

12) 公的支援機関について

ベンチャー向け融資制度の拡充、事業展開に関連した各種情報の提供、とくに行政機関で認知されたビジネスプランの行政側への積極的導入検討をお願いしたい。

19. 東海技研株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 4月16日

貴社名	東海技研株式会社	
本社所在地	〒213-0021 神奈川県川崎市高津区千歳5-4-1番地4	
面談者	ご所属 本社	役職 代表取締役
	お名前	川久保 洋
	ご連絡先	TEL: 044-754-0851 FAX: 044-754-0853
		e-mail: info@tokaigiken.co.jp 貴社URL: http://www.tokaigiken.co.jp
代表者	お名前	川久保 洋
	性別	① 男 2 女
	年齢	66才 (創業1975年当時32才)

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	1人	47人
パート、アルバイト数	2人	人
b. 資本金	2百万円	10百万円
c. 売上高	15百万円	1000百万円
d. 営業利益	1百万円	3百万円
e. 出願済特許数	0件	10件

(2) 主要な事業分野：

電気・電子機器開発・製造・販売

(3) 主要事業内容

- a) 駐輪場管理機器
- b) 駐車場管理機器
- c)

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
1975年 9月	精密金属部品加工業として発足(川崎市溝口)
1980年 8月	電子機器開発・設計・製造(受託生産)開始、メカトロニクス分野に進出
1986年 10月	自社ビル購入、現在地に本社を移転
1999年 7月	駐車場システムの販売・設置・メンテナンス開始
2002年 9月	ISO9001:2000(JIS Q 9001:2000)認証取得
"	第8回かわさき起業家オーディションにて起業家賞受賞
2002年 11月	駐輪場ゲート・サイクルン販売開始
2005年 4月	川崎ものづくりブランド認定を取得
2006年 2月	発明功労賞受賞(サイクルン)
2007年 3月	サイクルン納入実績が100件を超える

2) 起業の動機と経緯

社長の川久保さんは、'72年にそれまで勤めていた会社とおなじ金属加工を請け負う会社を友人と弟とで立ち上げた。その後機械加工のみの下請けからの脱皮を目指して、他の金属加工をやる企業と共同で共通営業部門を持った東海技研を'75年に設立する。その後日本飛

行機から駐車場管理システムの電子回路基板を受注したことがきっかけで徐々に受注範囲を拡大し、最終的にはそのシステムの90%までを製作するに至る。その後、独自商品の開発を検討していたところ、駐輪場の新しいシステム開発の依頼があり、ちょうどそのころ長い技術経験を有する技術者が採用できたことと重なりサイクルンの開発となった。'01年3月にその話があり、11月に特許申請、翌'02年5月にはパーキングショーに出展、7月には川崎駅西口に市と共同で最初の1号機を無償で設置した。

3) 事業の推移と現況

サイクルンを'02年11月に販売開始して以来、その3年後に40件、現時点で117件と順調に売り上げが伸びている。それに伴い、長年の念願であった独自商品の売上比率が70%となり、'08年度には90%にもなる見込みである。

現時点では売り上げが10億円あるにもかかわらず利益が出ていない理由は、この3年来20人近くの人員を増強したためである。これはサイクルンが大きく伸びることを見越しての先行投資である。'08年度売上15億円、'09年度25億円を見込んでおり、本格的な利益が出るのは'09年度と考えているとのこと。

4) 経営者及び経営ビジョン

このケースはいわゆる第2創業であるが、単品部分加工の下請けとしての不安定な業態からの脱却を目指して、まずは共同受注体制を作る目的で起業し、その中で単品受注からシステム受注、さらには独自商品開発と事業展開し、ほぼその目的をサイクルンというまったく新しい新製品開発を通じて実現していることは敬服する。その際に、十分な技術経験を持った人材を採用できたことがそれに大きく寄与している。

川久保さんの経営ビジョンは、企業は社員の人生の幸福を得るために存在し、社員は企業にその力を与えるために懸命に努力せねばならない、また企業はその活動を通じて社会へ応分の貢献をすべきである、というものである。

5) 成功要因

川久保さん自身の口からは、まあいろいろな面でついでにいただけですよ、との言葉しか聞かれなかったが、話を聞いていると機械加工の下請けを始めたときから常に、事業の範囲の拡大、独自製品の開発を目指しており、そのチャンスを着実に捉えてきたことが成功の要因と判断した。

6) 人材戦略

人材確保に関しては創業以来現在に至るまで苦勞している。縁故採用やハローワークを通じた採用で何とか来ているが、今後は学卒の定期採用も検討している。

7) 営業戦略

直接の売り込みの他、展示会等でのPRも心がけている。営業専任者は10名であるが行政、電鉄、スーパー、コンビニ等々へ売り込みをかけている。商品として良いものだから、コンペティターも売らせてくれとってくるくらいになった。

8) 資金戦略及びIPOについて

創業時の資金調達がとくに困難を感じた。現在は、銀行も無担保、無保証融資等の制度を設けてくれたりして、借りやすいので借りられるところはすべて借りている。

資金調達の目的でゆくゆくは上場を考えてはいるが、最近の株式市場やM&A一辺倒の風潮には違和感を覚える。

9) 今後の展開

現在はサイクルンを伸ばすために全力投球しているが、次期製品の開発をひそかに進めている。これはサイクルンより1桁以上売上規模の大きなビジネスになるものである。すでに特許も申請してある。

10) インキュベーション施設に関して

利用していないし、利用を考えたこともないのでとくに意見はない。

11) ビジネスオーディションについて

'02年9月に第8回かわさき起業家オーディションにてサイクルンで起業家賞受賞を受賞している。受賞によって対外的にPRできたことがメリットであった。

12) 公的支援機関について

ベンチャー向け融資、経営者の交流の場、各種情報の提供等を希望するが、とくに開発した製品・サービスの優先的購入を節に希望する。行政の産業振興部門はその気になっても、肝心の購入部門がその気になっていないケースが多々ある。

20. 株式会社 トラン

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月11日

貴社名	株式会社 トラン	
本社所在地	〒215-0003 川崎市麻生区高石5-21-5-1	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	藤原 和江
	ご連絡先	TEL: 03-3513-0491 FAX: 03-3513-0492 e-mail: fujiwara@tran.ne.jp 貴社URL: http://www.tran.ne.jp/
代表者	お名前	藤原 和江
	性別	1 男 ② 女
	年齢	54才 (創業2001年当時48才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	5人	14人
パート、アルバイト数	0人	2人
b. 資本金	10百万円	157.81百万円
c. 売上高	3百万円	300百万円
d. 営業利益	△30百万円	△30百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

2. 主要な事業分野：

情報・通信サービスの提供

3. 主要事業内容

- a) 旅行会社向けタクシーの手配業
- b) インターネットを通じたタクシー料金の検索と予約システムの提供とサイトの運営
- c)

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
2001年 4月	情報センター・フジワラ株式会社設立
2002年 2月	北海道JRトクホサービスとタクシー事業に関する業務提携契約締結
〃 7月	JR6社に観光タクシーの手配(Jたく事業)開始
2003年 1月	一般旅行会社向けにJたく提供開始
〃 7月	観光バスの手配開始(旅行業界・タクシー業界での知名度アップのためのステップ)
2004年 6月	インターネットでの定額タクシー(JたくFFT)の提供
2006年 5月	タクのりチケットスタート
〃 6月	帰宅支援サポートスタート
〃 7月	JたくFFTでの2地点間の定額制タクシースタート
2007年 5月	携帯電話での定額制タクシースタート

2) 起業の動機と経緯

社長の藤原さんは、公認会計士の仕事を通じて知り合った会社の取締役を引き受けたが、経営方針が合わずその会社の仲間5人で'01年に新たな会社「情報センター・フジワラ」を立ち上げた。創業仲間のうちに観光タクシーを行う同業他社の出身者が2名居たこと、会計事務所の顧客の紹介からJR北海道の協力が得られたこと、タクシーの規制緩和が'02年2月か

ら行われたこと等が結びついて、JR北海道を表看板としてトランが観光タクシー（Jたく）のネットワーク構築や旅行会社への営業活動等を行う現在の事業形態となった。同業他社がタクシー業界と競合する関係であったのに対して、トランの方針はタクシー業界と共存共栄の関係を維持する点が異なる。このためか短期間に業績を伸ばし、現在では業界のトップ3社のひとつになっている。

3) 事業の推移と現況

観光タクシーネットのほかには、インターネット経由でタクシーの料金確認と予約ができる仕組みを立ち上げ、都内では5000円以上の長距離に限られるとはいえ、格安にタクシーが利用できる仕組みを作り事業化している。これは、タクシー業界も空き車の効率的運用ができるので、共存共栄の仕組みといえる。

'06年8月現在の人員は取締役3名、社員（パートを含む）13名であり、Jたく加盟会社数530社（33,000台）、Jたく提供旅行会社数JR6社、大手旅行会社20社、中堅旅行会社70社、中小300社になっている。

なお、JR北海道との関係は、相互に協業契約を結び、表看板と代金回収業務をJR北海道が行い、実務はすべてトランが受託する形をとっている。

4) 経営者及び経営ビジョン

ご主人の海外赴任で3年間バクダッドに滞在する等それまでの主婦としての生活から転じて、会計士の資格を取り会計事務所を開設した。その後上記の経緯により現在の会社を起業することになった。創業の仲間の中には、現在のライバル会社において観光タクシーの手配業務をしていた2人を始めとする良いメンバーに恵まれ、現在のビジネスに行き着いた。

経営のビジョンとしては、あくまでタクシーに軸足を置き、それをベースに社会貢献していきたいと考えている。いずれ力がついたら地域の活性化や安全・安心確保に貢献できるビジネスを展開したいとの事。バクダッド滞在の経験から安全の大切さを身にしみて知り、これが経営方針にも反映している。

5) 成功要因

まだまだ成功した段階とはいえませんが、短期間で業界大手と肩を並べるまでに至った要因を挙げるとすれば、この事業に貢献できる経験や知識を持った信頼できるメンバーが集まり、その人たちが協力し合ったことだと思う。さらには会計士としての仕事上の関係でJR北海道と協力が得られたこともそれを加速した。また、観光タクシーの既存の仕組みの欠点を改善し、タクシー業界から喜ばれるビジネスにしたことも成功要因の一つといえよう。

6) 人材戦略

現在は役員3人を含めて16人の体制であり、そのうちパートは2名である。財務・営業・技術等の分野の人材を求めているが、適材が居ても断られたり、適材が見つからなかったり、採用できてもその能力に満足できない等、人材確保には苦労している。

7) 営業戦略

現在営業活動には4名がかかわっている。旅行会社経由で観光タクシーの注文が来るのであるが、本来旅行会社にとって観光タクシーは添え物であってメインの商品ではない。そこで、自社で積極的な営業活動をしないと注文が先細りになる傾向がある。このため営業活動にはたくさんの人をかけている。

8) 資金戦略及びIPOについて

システム作り、サイト作り、広報宣伝活動等の費用と、そのための人件費等に資金は非常に必要である。そこで資金確保にはあらゆる手段を講じている。アンケートの回答にある資本構成は、昨年秋のもので、今年の4月にはドワンゴから出資を受け、同時に減資を行い、現在はドワンゴ83%出資の子会社となっている。ドワンゴの傘下に入った理由としては、資金的支援とともに、同社のサイトが使えるメリットがある。

公開を前提とした起業であった上にドワンゴの出資を受けたことで上場は必達命題である。3年後の上場を目指しているが、その時点での売上げは20億円、利益は3億円を目標としている。

9) 今後の展開

もっと力をつけてからの話ではあるが、あくまでもタクシー業界に軸足をおき、それをベースとした新たなビジネス展開を考えていく。全国規模で多くのタクシー会社と連携ができれば、地域の活性化や安全確保のためのビジネスも考える。例えば夜警タクシーサービス、緊急駆け付けタクシーサービス、遠隔地の一人暮らしの人を見守る「お元気ですかタクシー」等を考えている。

10) インキュベーション施設に関して

利用経験なし。

11) ビジネスオーデイションについて

遠隔地の一人暮らしの人を見守る「お元気ですかタクシー」をかながわベンチャーオーデイションに出そうと考えているとのこと。その際に川崎のオーデイションにも応募するように勧めておいた。

12) 公的支援機関について

経営者の交流の場の提供、事業展開に関連した各種情報の提供を望むが、とくに前者を期待している。

2 1. 日本原料株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月23日

貴社名	日本原料株式会社		
本社所在地	〒210-0005 川崎市川崎区東田町1-2 NK川崎ビル		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	齋藤 安弘	
	ご連絡先	TEL: 044-222-5555 FAX: 044-222-5556	e-mail: info@genryo.co.jp
代表者	お名前	齋藤 安弘	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	44才 (第二創業1989年当時25才)	

1. 主要経営指標

	第二創業時(1989年)	現在
a. 正社員数(役員含む)	55人	65人
パート、アルバイト数	人	1人
b. 資本金	11.5百万円	50百万円
c. 売上高	1000百万円	2388百万円
d. 営業利益	0百万円	10百万円
従業員平均年齢	57歳	
e. 出願済特許数	件	108件

2. 主要な事業分野:

建築・土木・住宅関連事業

3. 主要事業内容

- 水道用と過材の製造・販売
- 浄水場のろ過池更生工事
- 上記に伴う機器の設計、施工

4. 簡単な企業沿革

年・月	事 項
1939年 12月	齋藤廣次(現社長の父) 硝子の原材料である砂の生産・販売を目的に会社設立
1945年 9月	GHQ技術本部並びに関係官庁の指導の下にろ過材専門メーカーとしての基礎を築く
1970年 5月	齋藤キン(現社長の祖母) 2代目社長に就任
1989年 4月	現社長齋藤安弘、横川電機を退職し日本原料に入社(第二創業の起点)
1993年	若手社員10名とともに高萩工場の全面リニューアル着手
1995年 7月	高萩工場全面リニューアル完成、24時間自動生産システム完成
1997年 1月	更生工事新型機械シフォン式ろ過砂洗浄機を開発・発表
〃 6月	齋藤安弘3代目社長に就任
1998年 5月	日本濾過砂研究所にてNRK式自動縮分機を開発・発表
2004年 2月	かわさき起業家オアションにてろ過装置ソフタックが起業家大賞受賞
2005年 4月	ろ過装置ソフタックが川崎ものづくりブランドに認定される
〃 5月	ソフ式ろ過洗浄機が全国発明表彰特別賞商工会議所会頭発明賞受賞
2007年 4月	齋藤安弘社長が「文部科学大臣表彰科学技術賞技術部門」表彰を受賞

2) 起業の動機と経緯

第二創業の起点とも言うべき'89年に理系出身で全く別分野にいた現社長の齋藤さんが26歳で入社したときの同社は平均年齢57歳であり、まったく利益の出ない会社でほとんどの人は自分が退職するまで存続すればよい、という沈滞したムードの企業であった。はじめは何を提案しても受け入れられなかったが、福岡工場用地を官へ予定価格より高額で売ることに成功したことを後ろ盾に、入社2年以内の若手10人により老朽化した高萩工場の全面リニューアルを提案し着手した。当時の幹部連はあんな若造たちに何ができるかという目で見てい

たが、2年後には完成し、生産能力3倍でコストは30%ダウンの24時間自動運転操業可能な工場が完成した。このことが、若者たちの自信につながったと同時に、古手の社員たちには今まで諦めていた企業改革もやればできるのだという意識変革を起こさせた。

3) 事業の推移と現況

そうした実績と背景をベースに齋藤さんは、それまではろ過池やろ過装置のろ過材は定期的に運転を止めて洗浄又は交換するものという常識を覆す、「シフォン式ろ過砂洗浄機」を開発した。この製品のニーズが高かったことと、さらにはこの技術を応用した製品「シフォンタンク」の開発に成功したことで、同社の売上増に寄与したのみならず、それまで官公庁相手の仕事が主であった同社の事業を民需に広げる契機となった。実はこの10年の間に水道関連の国の予算は半減して来ており、これによる民需への転換がなかったとしたら現在の同社はなかったといえる。この技術及び製品は川崎市や神奈川県の種類表彰や認定商品となり、ついには'07年4月に「文部科学大臣表彰科学技術賞技術部門」表彰を受けるに至った。

4) 経営者及び経営ビジョン

齋藤さんは形の上では父親、祖母の跡を継いだ3代目社長だが、ゼロからの起業、いやそれより困難を伴うとも思われる、長年沈滞したムードに浸りきった先輩社員の中での企業改革を実行した第二創業であり、上述のようにそれを契機に開発型の全く新しい起業に生まれ変えさせた。サラリーマンを辞めて同社に入社したときには、このオンボロ会社を立て直すのが自分の使命と思って望んだであろうが、並の人間だと周りの考えに抗しきれずに埋もれてしまうことが多い中で、よく頑張ったものだと感心する。

当初は実務上の協力者はゼロであり、入社5年目になって若手10人のプロジェクトを作り、高萩工場リニューアルプロジェクトに挑戦して見事成功し、その後の企業改革につながる。齋藤さんによると、具体的な協力者はいなくても壁にぶつかったときには誰かが救いの手を差し伸べてくれた、とのことである。面談を通じて感じたことは、社員一人一人を大切にしてくる、また、接する人たちすべてに誠実に対応するという齋藤さんの人柄が、そうした協力者を呼んだのではないかと思う。

同社のホームページには『21世紀の生命のために日本原料は地球に夢を与えます』を企業理念として掲げている。

5) 成功要因

全くこの業界のことを知らずに、また経営の経験もなしに望んだことが、大きな変革を起こすには良かったのではないかとのことである。しかしそれだけでは今の成功は無理であったであろう。先代が築いてくれた企業資産があったことと、それをうまく運用して周囲の反対を押し切っても若い者たちのプロジェクトを立ち上げ、さらにはすべての人たちに誠実に対応してきた齋藤さんの努力と人柄が成功要因のように感じられる。

6) 人材戦略

若い人には、その機会を与えれば必ずや十二分の力を発揮するものだと考えている。同社

には「ブルーバード制度」というものがあり、年齢や性別にとらわれずに能力・やる気のある人材には早くから経営に参加し現経営陣と共に経営者感覚を実践の中で身につけてもらいたいという期待のもとに運営している。

新人採用について困っている面はないかとの問に対して、環境浄化に貢献する事業に対して憧れの気持ちを持つ若者は多くいて、採用には困っていないとのことである。

自分が各年代で楽しんだ来たことを、後から続く者たちにも同様に楽しんでもらえるような人材運用を心がけているとのことである。

7) 営業戦略

シフォンタンク開発を契機として、それまで官公需一辺倒であったところから民需も対象とするように変わった。その際の営業網確立についても同社のブルーバード制度を使って若い人にチャレンジしてもらった。広告を出したところ思いのほかの引き合いがあり、それまで直販を主としていたが、それでは追いつかず急遽代理店制度にすることにした。その代理店教育等々すべては初めてのことで、その営業網確立には苦労が多かった。

今では、官公需60%、民需40%の売上比率である。10年前2100億円であった国の水道関連予算が今では1000億円であることを考えると、この転換は非常に重要であった。

8) 資金戦略及びIPOについて

当初のシフォンタンクの開発においては、1～2億円の資金を銀行から借り受けていたが、それが売上に立つまでには長い期間が必要で、銀行からは返済の心配をする声が多々あったが、今ではその返済も済み売り上げた中から次の開発投資もできるようになり、資金的には困っていない。

とくに大きな資金を必要としないし、採用面でも困っていないので、とくにIPOの必要性を感じていない。

9) 今後の展開

いたずらに企業規模を大きくすることは考えていない。社長個人の考えとしては、自分が個々の社員すべてに目が届くためには100人程度の社員の企業にとどめたいと考えており、それ以上は分社化して経営を任せたいと考えている。

現在の展開としては、海外への売り込みと海外の商材を輸入販売する海外展開を図っている。また、世界中にはきれいな水を飲めないで困っている人がたくさんいるので、社内にNPOを立ち上げそうした人たちに無償で同社の浄水装置を提供することも進めている。

10) インキュベーション施設に関して

長い歴史のある企業における第二創業のため、インキュベーション施設の利用を考えたことなし。

11) ビジネスオーデイションについて

事業・製品のPRに役立った。

12) 公的支援機関について

各行政は、認定商品だとかの制度を作っており、同社の製品はその多くの認定を取っているが、その後その認定をした行政が実際に採用してくれたためしがない。これではそうした制度そのものが意味のないものと民間からそっぽを向かれてしまい無意味になる。せっかく作った制度なのだから、それを積極的に採用すればさらに新たな良い製品が応募して好循環サイクルが実現するものと思う。そのような運用を望みたい。

2.2. 株式会社 日本サーキット

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月 3日

貴社名	株式会社 日本サーキット	
本社所在地	〒211-0004 川崎市中原区新丸子東2-888 KTSビル2F	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	酒井 哲広
	ご連絡先	TEL: 044-433-5611 FAX: 044-433-5612
		e-mail: sakai@circuit.co.jp 貴社URL: http://www.circuit.co.jp/
代表者	お名前	酒井 哲広
	性別	① 男 2 女
	年齢	47才 (創業1989年当時29才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	1人	50人
パート、アルバイト数	0人	3人
b. 資本金	-	30百万円
c. 売上高	-	670百万円
d. 営業利益	-	2百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

2. 主要な事業分野:

電気・電子機器開発・製造・販売、情報・通信サービスの提供、ソフトウェア開発・販売、

3. 主要事業内容

コンテンツ作成

- a) プリント基板設計
- b) ハードウェア・ソフトウェアの開発
- c)

4. 簡単な企業沿革

年・月	事項
1989年	プリント基板実装設計業務をメインに株式会社日本サーキットを設立
1991年	ソフトウェア開発業務を開始
1993年	ハードウェア設計業務開始、部品実装業務を開始
1996年	福島県須賀川市に開発室(SIC)を設立、ホームデータ関連事業を開始
1997年	新潟県新津市に開発室(NIC)を設立、生産ラインシステム等産業機器開発業務開始
1998年	業務拡張につき本社移転
1999年	Webサイト制作、CG関連業務開始
2000年	業務拡張につきSIC、NIC移転、JCAPDU結成、活動開始
2002年	長岡にソリューションセンター開設、2000万円増資、資本金3000万円となる
2003年	ISO9001取得

2) 起業の動機と経緯

社長の酒井さんは、大学卒業後業務用無線関連機器メーカーの八重洲無線に就職し、アマチュア無線関連機器の開発に従事した。6年間勤めたが会社の開発方針と自分の考えが合わないため、28歳のときに退職し独立した。当初は個人として自分のアパートで仕事を始め自分で商品を開発する考えだったが、それが無謀な考えであったことを悟り、無線関係で身に着けた高周波回路技術を生かした受託開発に変更し、その延長線上に現在の会社がある。

独立後1年半たった'89年に日本サーキットを設立し法人化に踏み切った。通常は特定の大手企業の傘下に入ることが多い中で、同社はたくさんの大手企業から少しづつ注文を受けていることが特徴である。

3) 事業の推移と現況

現在の同社の主要業務は、電気電子回路開発・ソフトウェア開発、プリント基盤設計製作、CAD/CAM/CAE関連、伝送線路開発製作、ITセキュリティー事業・Webアプリケーション開発・Webコンテンツ制作、エレクトロニクスに特化した技術者派遣事業等と非常に幅広く、かつ多くの企業から受注しそれぞれの取引口座を持っていることが強みの一つ。人材派遣はごく限定してしか行っていないが、これだけ多くの口座を持っているならば大手企業への人材派遣業でも十分事業が成り立つはずである。しかし、酒井さんの方針として、当面は、その企業からの受注や技術習得の目的以外には派遣は行わない方針とのこと。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業の動機は、自分の思ったとおりの製品を思ったとおりのやり方で世に出したいという思いであったが、その困難さに気づき現在の業態になってきている。しかし、常にその夢は忘れてはいるわけではなく、今でも独自製品への夢は捨てていないとのこと。

同社の経営理念は、「すべての同志、同類の幸福を願い、これを実現する事」、「全人類、社会の進歩発展に貢献し、これと共生する事」と非常に高いところにおいている。それを実現する手段として「感謝の心を忘れず、謙虚に事を判断する事」、「お客様の発展を第一に考え行動する。この為には、常に高い技術力を維持、研鑽し、常に適正な利益を確保する事」をホームページに掲げている。

5) 成功要因

現在の状態が成功したとはまったく思っていない。今の状態までこぎつくことができたのは、たとえバブルの好景気のときでさえも、良い思いをしなくて苦労を重ねてきたこと、そして重要なのは、世の中の変化に対応できた事だと思います。

6) 人材戦略

7年前の、まだ経営的には非常に苦しいときではあったが、新卒採用に踏み切った。この人たちが現在の同社の重要な戦力になっている。中途採用者はそれまで居た企業と違う点に不満を持ったりするが、新卒者は良くも悪くもその企業風土になじんでくれるので結果的に

育つのが早いとのこと。

現在は、大手が採用を強化しているため今まで通りのやり方では採用が難しくなってきた。最近の若い人はベンチャー志向が希薄なことは残念なことであるとのコメントあり。

7) 営業戦略

一社に頼るのでなく、できるだけ多くの企業から注文をとる方針のため、営業専任者は5人置いている。受注額が最大の顧客でも全受注に対する比率は10%程度とのこと。

8) 資金戦略及びIPOについて

早大と三菱UFJからの投資を受け、それが1/3を占めている以外は、経営者や知人の資本である。

時期は未定だが、いずれは上場を考えている。それは多分常に挑戦しようと考えている独自の製品を持てたときになるであろう。上場の目的は社会に根付いた企業にするためであるとのこと。

9) 今後の展開

多くの企業との取引があることを土台にして独自製品を開発し製品化したい。今でもいくつかのアイデアはある。すべてを自社でやるには限界があるが、開発した製品を広めるのにそれが得意の大手と協力して拡販したい。

自分より優秀な後継者や協力者が現れる事を期待したい。なぜなら、会社とは一人の人間の是非でその将来が決まるような団体ではあってはならないからである。いつでも自浄作用が働き、将来に向かって一人歩き出来る力を着けた会社になりたいと考えている。IPOはその為の一步（スタート）である。

10) インキュベーション施設に関して

KSPに入居を申し込もうと思って行ったことがあるが、入居基準がはっきりせず、窓口担当者の対応が適切とは思えなかったのでやめた経緯がある。

11) ビジネスオーデイションについて

川崎市がこうした事業を継続的に行っていることは良いことだと思う。いとこや友人が応募したこともあるし、自分自身も応募を考えており関心がある。どの程度メリットがあるかわからないため現時点では具体的に考えてはいない。

12) 公的支援機関について

開発した製品・サービスの広報・紹介を希望する。

23. ヒューマンアシスト株式会社

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月12日

貴社名	ヒューマンアシスト株式会社	
本社所在地	〒210-0006 川崎市川崎区砂子2-10-7 ルリエ川崎駅前ビル4F	
面談者	ご所属	役職 代表取締役
	お名前	田辺 誠
	ご連絡先	TEL: 044-221-2211 FAX: 044-221-2333
		e-mail: m.tanabe@h-a.co.jp 貴社URL: http://www.h-a.co.jp/
代表者	お名前	田辺 誠
	性別	① 男 2 女
	年齢	58才 (創業1998年当時49才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	5人	10人
パート、アルバイト数	0人	0人
b. 資本金	10百万円	19百万円
c. 売上高	12百万円	400百万円
d. 営業利益	△7.8百万円	16百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

07年3月期
370MY
15MY

2. 主要な事業分野:

事業所向けサービス

3. 主要事業内容

- a) 人材派遣
- b) 人材紹介
- c)

4. 簡単な企業沿革 (年度は西暦で、パンフやホームページにあればそのデータをもらう。)

年・月	事項
1998年 7月	株富久屋74%出資によりヒューマンアシスト(株)設立

2) 起業の動機と経緯

社長の田辺さんは、自販機の缶飲料の供給オペレータ業を行う富久屋の役員を兼務したまま、同社の出資をもとに息子及び親族とで'98年7月に創業した。実は当時25歳であり人材派遣会社に勤めていた息子が独立するのを助けた形の創業であった。その後富久屋は缶飲料業

務の商権を売却し不動産のみとなり、息子は経営方針の相違により現在は別な場所でやはり人材派遣業を行っているが、近日中にふたたび協力関係を持つ予定との事。

3) 事業の推移と現況

当初は、富久屋が40%の出資比率であったが、現在では田辺社長個人で50%以上を保有する独立した企業となっている。

同社の主力業務は人材派遣であるが、近年の法改正により、紹介予定派遣が認められるようになったため、人材紹介の方にも力を入れるようになってきている。常用社員を派遣する認可制の特定派遣と、非常用社員派遣の許可制の一般派遣があるが、同社は一般派遣である。現在登録者数3000名とのこと。

4) 経営者及び経営ビジョン

新たな事業分野への展開を模索していたところに、人材派遣業にいた息子さんが独立したいとの希望と合致しての創業である。その後二人はべつべつに人材派遣業を行っていたが再び協力関係になる等、それぞれが自発的にこの事業に取り組んでいることが伺える。

経営方針としては、「地元の人材を、地元の事業所に」と「意欲のある人に、働く場を」の二つを方針としている。また、経験の不足している人材のスキルアップをバックアップし、地域の活性化を目指している。

5) 成功要因

とくにこれに関しては質問しなかったが、成功に向けて地道な努力を継続している姿がうかがえた。

6) 人材戦略

人材の登録は、ネットによる仮登録に続いて面接による審査を経て本登録となる。資格や職歴を重視するが、それがなくても人柄さえ良ければ登録後に教育によりパソコン操作等の基礎的な能力を付けさせることも行っている。

また、子供を預けなければ働けない人の支援のために、別会社のウエルバーが託児所業務を行っている。これに対しては1日あたり2000円の補助金が出る。

7) 営業戦略

現在は求人の方が多いためホームページを出しているだけでも多くの求人が来る。実際に決まるのはネットと既存顧客からの注文と半々である。

8) 資金戦略及びIPOについて

経営者個人や親族以外には、民間金融機関や商工中金の融資によっている。資本金は当初は富久屋が40%であったが今では社長個人で50%以上を持っている。

上場の意図はないが、配当も出来るようになってきたので社員持ち株制度を始めようと検討している。社員一人一人に責任を持ってもらうためにはそれが必要だと思っている。

9) 今後の展開

アルバイトの紹介予定派遣を始めようと考えている。

10) インキュベーション施設に関して

利用経験なし。

11) ビジネスオーディションについて

過去二回見学したことがある。今後も機会があれば見学を希望している。

12) 公的支援機関について

事業展開に関連した各種情報の提供、開発した製品・サービスの広報・紹介、開発した製品・サービスの優先的購入を希望するが、そのうちとくに各種情報の提供を望む。

24. 有限会社 フィギュアネット

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月26日

貴社名	株式会社フィギュアネット		
本社所在地	〒221-0057 横浜市神奈川区青木町3-15 SSビル201		
面談者	ご所属	役職 取締役社長	
	お名前	島崎ふみひこ	
	ご連絡先	TEL: 045-440-5545	FAX: 045-461-1577
		e-mail: shima@figurenet.com	
貴社URL: http://www.figurenet.com			
代表者	お名前	島崎ふみひこ	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	45才 (創業2001年当時40才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	2人	6人
パート、アルバイト数	0人	1人
b. 資本金	3百万円	10百万円
c. 売上高	26百万円	150百万円
d. 営業利益	百万円	10百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

(2) 主要な事業分野：

その他（電子部品の調達エージェント）

(3) 主要事業内容

- インターネットを使い調達困難な部品を世界中の市場(商社) からお客様の代わりに調達
- お客様（アセンブリメーカ、商社）から余剰となっている電子部品のリストを預かり、インターネットを使い市場へ展開し、販売の代行を行う。

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2001年 4月	日立の従業員の身のまま奥さんの名前で会社登記
2002年 5月	日立退社し正規に創業
2003年 10月	第19回『かわさき起業家選抜』にてかわさき起業家創業賞受賞
2003年 11月	第8回『かながわ ビジネスオーディション2003』入賞
2007年 1月	かながわキラリチャレンジャー大賞にノミネート

2) 起業の動機と経緯

社長の島崎さんは、日立製作所の情報通信事業部に在職中にセールスエンジニアをしていた際、ある韓国企業に開発を委託した折にイスラエルから調達困難な電子部品の調達を行った経験から、ネットを通じた調達困難な電子部品調達ビジネスの可能性を感じていた。いずれは創業しようと思っていたことに加えて、当時の日立は非常に業績が悪く希望退職を募っ

ていたことも相俟って、40歳の時にこの分野での創業を決意した。

社内で利用しているシステムは、すべて手作りで日々改良を加えている。電子部品のデータベースは、主として日本国内の電子機器メーカーや小さな商社のデータの集積であって、現在50万種の電子部品データを有している。

3) 事業の推移と現況

同業他社の動向としては、ミスミが社内ベンチャーで行ったこともあるが今はやめている。また図研が後ろ盾になったネット上のB to Bビジネスを行っているチップワンストップという企業もあるが、それぞれ業態が違っており比較するのはあまり意味がない。後ろ盾の有無はこの業界ではあまり意味がなく、対応の早さで他社に先行していると思っている。

自分のビジネスは手間とリスクをヘッジするエージェンツ機能を有するサービス業と位置付けている。このビジネスは、多品種の調達困難な部品を代金先払いで全世界を対象に調達する、同時に企業内に滞留する不用在庫の処分にも貢献するものである。このビジネスは20%の市場を形成する80%のお客を相手にするいわゆるロング・テイル・ビジネスで、インターネットがあればこそ成り立つビジネスある。

すべての部品は自社を通して全数外観検査を行いお客に渡す。不良品が出た場合は、常にお客の立場で行動してそのサプライヤーに代替品を出させたり、新たに他から調達をする。

4) 経営者及び経営ビジョン

前述のように、いずれは創業しようと思っていたところ、ネットを通じた調達困難な電子部品調達ビジネスの可能性を感じ取り、務めていた会社の業績不振の際の希望退職に応じて起業した。最初は奥さんと二人で自宅での企業であった

独立により、自己責任とダイレクトな成功報酬により、楽しい日々を過ごせると思っていたが、収入は増えても従業員の生活や会社の成長のことを思い、毎日追われているのが実感である。

特に明確な経営ビジョンというものは聞き出せなかったが、自分の器量に合った事業展開を行い着実な成長を望んでいる、また従業員がより充実感を持って働けるように努めている等々の発言から考えて、すべてに対して誠実かつフェアに対応していこうといった島崎さんの考え方が感じられた。

5) 成功要因

現在の状態を決して成功しているとは思っていない。もっと大きなビジネスにするため自分の器量を高めなくてはならないと常に思っている。自分の器量にあった資金しか持つべきでないと考えている。今は自分の器量を高めていくことが大事だと思っている。

6) 人材戦略

リクナビ等のインターネット上の求人媒体を使って人材確保をしており、海外の取引先もあるので英語で対応できる人を採用しているが、なかなか定着する人が少ないのが悩みのこと。メールや電話のみで行うビジネスゆえに、そこでの対応には非常に気を遣わせている。とにかくクイックレスポンスを重要視している。

7) 営業戦略

最初のとっかかりとしてはネットが主体だが、お客からお客に伝わるクチコミが主な拡販ルートである。それだけに毎日毎日の質の良いサービスを行うことが大事だと感じている。

国内売上は60~70%、海外は30~40%である。海外の比率 アジア60%、米国20~30%、欧州10~20%である。

図研とチップワンストップの例のように、大手と組むような考えはないかとの質問に対し、特定のメーカとの連携はあり得ないと思うし、そうした路線は考えていないとのこと。ある米国の企業が1.5年分の売上と6年分のサラリー相当額で同社の買収を提案してきたこともあったが断ったとのこと。

8) 資金戦略及びIPOについて

このビジネスは大きな資金が要らないので特に資金戦略を考えことはない。公的機関の融資を受けていると信用を得る面で有利だという友人からの話して、国民金融公庫の融資3Mを受けたが、それ以外は融資も受けていない。

そもそも、このビジネスを始めた最大の理由が、大きな資金が要らないという点であった。すべての取引が現金決済でそれも前払いであり、また今まではすべて手作りでやってきており大きな資金は要らなかった。今ではある程度の資金が必要になってはいるが、それでも融資を受ける必要を感じていない。

資金をそれほど必要としないため、IPOの必要性は現時点では感じていない。

9) 今後の展開

今のビジネスはまだ成長すると思っているので、それをより大きくすること以外は現時点では考えていない。ただ、従業員の処遇を年々高めていく義務を果たすためには、今年からはさらに次のビジネス展開を考えることも課題としようと思っている。まずは今のシステムに乗せられる別な商品がないかと考えている。

10) インキュベーション施設に関して

自宅でスタートし、手狭になったので今のところに移った。インキュベーション施設も探したことがあったがその際には条件に合う施設が空いてなかったことと、詳しい情報がなかったため入る機会がなかった。

11) ビジネスオーデイションについて

川崎のオーデイションに出て非常にメリットがあった。全く名前が知られていなかった企業が川崎市の公的認定が得られたことが、具体的な数字では表せないが気持ちの上で大きなプラスになった。

12) 公的支援機関について

融資ではなく、公的助成金がもらえるならばもらいたいが、今のビジネスでは無理であろうと考えている。

情報の集まる行政に対しての要望としては、成功した事業家の創業当初のビジネスプランを公開していただき、どのような事業プランが成功の要因かを勉強したい。そうした講座を計画してほしいとのこと。

2 5. 有限会社 メカノトランスフォーマ

1) 企業概要

調査年月日 2006年 10月27日

貴社名	有限会社 メカノトランスフォーマ		
本社所在地	〒212-0054 川崎市幸区小倉308-10 KBIC 116号		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	矢野 健 (八鍬和夫取締役も同席)	
	ご連絡先	TEL: 044-580-6086	FAX: 044-580-6087
		e-mail:yano@mechano-transformer.com 貴社URL: http://www.mechano-transformer.com	
代表者	お名前	矢野 健 代表取締役	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	67才 (創業2002年当時63才)	

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	3 人	5 人
パート、アルバイト数	0 人	1 人
b. 資本金	3 百万円	1.0 百万円
c. 売上高	0.98 百万円	9.40 百万円
d. 営業利益	△2.76 百万円	0.69 百万円
e. 出願済特許数	1 件	10 件

2. 主要な事業分野：電気・電子機器開発・製造・販売

3. 主要事業内容

- a) 圧電アクチュエータ素子の発生する変位を機械的に拡大・縮小するメカトランス技術の設計・製造・販売
- b) 同上技術の量産メーカーへの技術供与、コンサルティング
- c) その他のアクチュエータ応用技術およびフィルタ新技術開発・設計・製造および技術供与

4. 簡単な企業沿革

年・月	事 項
2002年 5月	東京都品川区にて有限会社電子精機を設立
2005年 5月	川崎市幸区のかわさき新産業創造センターに移転、商号を有限会社メカノトランスフォーマに変更
〃	かわさき起業家オーデイションにて「かわさき起業家優秀賞」受賞
2006年 3月	中小企業基盤整備機構「中小企業・ベンチャー挑戦支援事業のうち事業化支援事業に係わる助成金」認定

2) 起業の動機と経緯

社長の矢野さんはNECの出身で、同社在職中の'80年代に圧電素子を使ったアクチュエータによるインパクトプリンターの開発に成功した。この技術は当時において世界最初で最高速の性能を誇るものであった。その後プリンター技術の変遷に伴いこの技術はプリンターには使われなくなったが、圧電アクチュエータの技術自体の将来性を確信した矢野社長は、社内ベンチャー制度ができる前ではあったが社内ベンチャー事業を提案したが受け入れられなかった。そこで、やむなくライバルメーカの富士通でやはり同種の技術を開発していた八鍬さん（現同社取締役）とともに'02年5月に品川に（有）電子精機を設立した。

'05年5月にKBICに移転し社名をメカノトランスフォーマに変更した。それを契機に第33回かわさき起業家オ・ディションに応募、かわさき起業家優秀賞を受賞。同社の事業は現在では圧電アクチュエータに関する技術開発を支援するソリューションビジネスが主体であり、すでにグリーンシートの穴あけ装置に採用され、従来の穴あけ装置よりも約3倍早い装置が製品化されている。また、農業機器やコンシューマー機器の分野でメカトランス応用の協同開発プロジェクトを展開中で、近い将来の成果を期待している。

3) 事業の推移と現況

ソリューションビジネスによる売上げは、コンサル料の形で初期に入るものと、数量が少ない場合は同社で製造して供給するものの対価である。大量生産が必要なものは製造は先方が行いロイヤリティの形でもらうことになる。ただしここまで漕ぎ着けるまでに長い期間がかかるのがソリューションビジネスの悩み。

こうしたビジネスは依頼元企業の了解なしには技術内容を公表できないため広報活動が制約されたり、受注から売上げまでの期間がかかる等の問題がある。そこで最近では自社の独自製品を持つために標準モデルをシリーズ化し、その販促にも努めているが、引き合いはあるものの顧客の要望を詳細に聞いているうちに結局はソリューションビジネスになってしまうといったジレンマに陥っている。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業の動機は前述のように世の中に役立つ技術がお蔵入りになることを打開したい、自分が持つ技術を社会のために役立てたいということにあり、この分野では著名な東大の樋口先生の薦めもあり創業した。協力者としてかつてはライバルであった八鍬さんと顧客紹介や人材斡旋等では樋口先生が重要な協力者である。

経営理念としては、社会への貢献、顧客への貢献、会社業績の向上を掲げているが、ここにも優秀な技術を生かして社会に貢献したいという矢野さんの意志が反映している。

5) 成功要因

矢野さん自身も現状が成功した段階とは決して思っていないと見受けられるが、常に多くの引合がるという事実は、この技術の需要が大きいことと、同社の技術が評価されていることを示している。

6) 人材戦略

創業後人員は2人増えているが、一人はNECのOBであり、もう一人は研究を依頼していた東大で同社の技術開発に協力していたマレーシア出身のチーさんである。前者はNEC時代の人的ネットワークであり、後者は研究協力先のつながりであるが、結果的には良い人材が得られて満足している。

7) 営業戦略

ソリューションビジネスはこの分野で著名な樋口先生のところに相談に来る企業を紹介してもらうのが主だが、ホームページを見て問い合わせしてくるか、展示会への出品を見ての依頼も増えている。同社の現状の戦力からすると、この体制で十分な引き合い量はあるので新たな営業強化は現状では不要に見える。むしろ、安定した独自製品をいかに見つけるかが課題であろう。

8) 資金戦略及びIPOについて

創業時および研究開発時は自己資金で行ってきたが、銀行および政府系金融機関からの借入れによっている。まだ、事業自体が本格的に立ち上がっている段階ではなく戦略的な資金調達を考える段階ではない。

もともとそれほど大きな企業を目指すつもりはなく、保有する技術が社会の役に立ちさえすればそれでよいという考えから起業したのでIPOはあまり考えておらず、事業の安定的な継続を主眼としている。ただし、チーさんという優秀で若い社員を抱えてみると、より発展させた企業形態を目指すことも考えなければならぬかとも思っている。

9) 今後の展開

ソリューションビジネスだけではなく、同社独自の製品の売上げを増やして生きたい。しかし、それだけでどの程度の企業にまで成長させられるか、どのような企業を目指すべきか、矢野さん自身模索中である。本来、圧電アクチュエータを使った変位機構を世の中に役立てれば、それほど大きな事業にならなくてもよいという考えで創業したが、若い優秀な社員の将来を考えるとこのままの延長ではなく、さらなる飛躍を目指すべきとの思いがある。

10) インキュベーション施設に関して

現在のKBICにはインフラが整っている、各種の支援が受けられる、対外的な信用が増す等のメリットを感じている。デメリットはとくに感じていないが、入居年限があることに対してもう少し弾力的に運用してもらえないかと考えている。

11) ビジネスオーデイションについて

ビジネスプランのレベルアップに役立った、入賞したことで対外的なPRができた点で良かったと思っている。

12) 公的支援機関について

創業に当たっては、税理士による支援、インキュベーション施設KBICによる支援、大学の協力の恩恵を高く評価している。

国や地方行政に期待する支援としては、インキュベーション施設の拡充、ベンチャー企業向け展示会の実施、ベンチャー向け融資制度の拡充、開発したサービス・製品の優先的購入を期待したい。

2 6. 株式会社 メモリーバンク

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月10日

貴社名	株式会社メモリーバンク		
本社所在地	〒104-0031 東京都中央区京橋1-1-10 西勘本店ビル		
面談者	ご所属	役職 代表取締役	
	お名前	木村 多已蔵	
	ご連絡先	TEL: 03-3516-8130 (代表)	FAX: 03-3516-8178
		e-mail: t-kimura@memorybank-jp.com	
貴社URL: http://www.memorybank-jp.com			
代表者	お名前	木村 多已蔵	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	57才 (創業2004年当時53才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	6人	13人
パート、アルバイト数	1人	1人
b. 資本金	48百万円	99百万円
c. 売上高	33百万円	170百万円
d. 営業利益	百万円	(2006年度より黒字)
e. 出願済特許数	件	件

(2) 主要な事業分野:

コンテンツ作成(映像コンテンツ)

(3) 主要事業内容

a) 各種法人向け映像制作

- ①学校法人の生徒募集用映像、②金融機関の金融商品販促映像
- ③上場企業のIR用映像が中核ビジネスになっています。

b) 過去のアナログ記録物(写真、テープ等)のデジタルアーカイブ化事業

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2004年 2月	創業
〃 4月	Webサイト開設
2005年 4月	Webサイト更新(サンプル映像配信開始)
〃 12月	増資(増資後資本金9900万円)
2007年 4月	Webサイトリニューアル

2) 起業の動機と経緯

社長の木村さんは、山一証券に最後まで勤め、その後、住友海上に移った後も一貫してアナリストとしての経験を積んできており映像関係はまったくの素人であった。法人・個人の資産運用のコンサルを行うアナリストの仕事はある種の高度なシナリオライターの仕事であり、その理想のシナリオを映像業界において描いてみようと思って始めたのが今の会社とのこと。その具体的な目標としては、①アートとロジックを両立させた映像コンテンツを低価格で提供することで映像業界に風穴を開ける、②独自で制作能力を持ち一貫通でワンストップ対応できる広告制作事業の実現、③一芸を持つ人がそのスキルを十分発揮できるような新たな雇用の場の実現等を目指すために創業した。

創業に当たっては、退路を断つために勤めていた会社を辞め、創業のための準備、ビジネスプラン作り、協力者集め、友人・知人に対する投資の依頼等を単身で行った。6人でスタートした創業メンバーの出自はバラバラで、すべて映像分野の未経験者であったが、業界の古い慣行に縛られないためにはそれが良かったとのことである。

3) 事業の推移と現況

販売プロモーション映像、リクルーティング映像、セミナー・講座記録映像、映像社史、社員研修映像等の法人・団体向け映像制作業務（PR・IR用資料・印刷物、企業ホームページ、販促用パンフレット等の制作業務も含む）から、個人史映像、記念映像、ベトナムライフ映像、ブライダル映像等の個人向け映像制作業務までを行っているが、年々売上を伸ばしてきており、創業2年目の'06年度以後、単年度黒字を維持している。まだ累損を解消するまでには至っていないが、現在の勢いではその解消も間近の感触である。

4) 経営者及び経営ビジョン

もともと山一証券時代からいろいろなビジネスを計画しており、いずれは何らかの形で創業を考えていた。それが、アナリストとしての仕事で映像業界に関わったことから、この業界における創業を決意した。ただし、何でもいいから創業するというのではなく、今までアナリストとして経営を科学的に評価しようとして来た立ち場を代えて、上述のように経営にサイエンスを取り入れ理想のシナリオの描ける経営を目指している。

5) 成功要因

年々業績が伸びているので、その成功要因を伺おうと思ったが、木村さん自身は現時点では決して成功したとは考えていないとのこと。累損もあるし従業員の雇用条件も好待遇はできないうえ、企業体力がまだ弱いとのこと。

あえて、今までうまく行った要因を述べてもらったところ、第一に映像分野の経験のない素人集団が新しい発想で取り組んできたこと、第二にデジタル映像の制作・編集手法に特化してきたこと、第三に全員が一丸となって丁寧な仕事に努めてきたことが良かったのではないかとのことであった。

6) 人材戦略

人集めが悩みである。地に足を付けてロングタームで仕事を考える人が見つからない。最近の若い人たちは目先の結果を求めがちで困るとのこと。

7) 営業戦略

創業当初の2年間は、それまでの人脈を頼った営業ではあったが、決して縁故による甘えの営業ではなく、法人相手にその真の要望に沿った企画提案力による勝負を心がけた。悪かったら直しましょうという甘えを捨てて、一発勝負という気持ちで進めた。そうして実績を得たところで3年目からは、開拓する法人のジャンルを絞った戦略営業を進めた。第一に学校法人（生徒募集用映像）、第二に金融機関（金融商品販促用映像）、第三に上場企業（IR用映像）第四に事業会社（人材募集用映像）である。また、企画提案から最終納品まで1件ごとに丁寧な仕事を貫徹するスタイルが、顧客からのリピート受注や紹介案件を受ける結果にもつながり、着実に好循環を生み始めている。

8) 資金戦略及びIPOについて

現在の1億円近い資本のうち9.5%だけが機関投資家で残りはすべて社長個人及び友人・知人の個人投資家からの資金である。こうしたことが可能になった背景には、ビジネスプランの魅力だけではなく、木村さん個人に対する信頼の裏打ちがあつたのと思う。

株主との約束もあるし、資金調達、企業イメージアップ等のために、そのためのコストやリスクを覚悟の上で5年後には上場を考えている。

9) 今後の展開

現在は法人向けが主力であるが、今後は個人を対象とした映像制作に力を入れて行きたい。またネット事業への展開も考えている。ネットでよいコンテンツを配信することは自社及びクライアント企業双方のためにもなる。さらには、今では実現していない新たな映像分野（例えば、3D映像コンテンツとか丸秘の新たな映像コンテンツ）の開拓を目指している。

10) インキュベーション施設に関して

今の場所を決める際には、いくつかのインキュベーション施設も検討したが、その際に感じたことは、公共の施設で民間の市場相場からかけ離れているところがあったり、場所や作りが中途半端であったり、ベンチャー企業の実態を考えていないところが多かった、との印象を持っているとのこと。

11) ビジネスオーデイションについて

ビジネスプランのレベルアップ、プレゼンの勉強、対外的なPRの効果があつたとのことである。今でも川崎のオーデイションの表彰状がオフィスに飾ってあつた。

12) 公的支援機関について

アンケートには答えるとすればこれかなという項目が3つほど記載してあるが、本音を言うとベンチャー起業家は公的支援等には頼らないくらいの気構えでないと成功しないと考えているとのこと。

27. 株式会社 リアルナレッジ

1) 企業概要

調査年月日 2007年 5月15日

貴社名	株式会社リアルナレッジ		
本社所在地	〒212-0054 神奈川県川崎市幸区小倉308-10 KBIC212		
面談者	ご所属	役職 取締役	
	お名前 行方	与志洋	
	ご連絡先	TEL: 044-589-0868	FAX: 044-589-0869
		e-mail: namekata@realknowledge.co.jp 貴社URL: http://www.realknowledge.co.jp/	
代表者	お名前	高妻 啓幸 e-mail: kohzuma@realknowledge.co.jp	
	性別	① 男 2 女	
	年齢	58才 (創業2003年当時54才)	

(1) 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数 (役員含む)	3人	9人
パート、アルバイト数	0人	2人
b. 資本金	10百万円	20百万円
c. 売上高	30百万円	80百万円
d. 営業利益	0.01百万円	5百万円
e. 出願特許数	1件	1件

(2) 主要な事業分野:

ソフトウェア開発・販売

(3) 主要事業内容

- a) 業務プロセスの可視化・最適化のためのコンサルティング
- b) ソフトウェア開発・販売
- c) 企業向けセミナーの開催

(4) 簡単な企業沿革

年・月	事項
2003年 6月	株式会社リアルナレッジ設立
〃 8月	パフォーマンス・サポート・システムRealPro完成
〃 12月	かわさき新産業創造センターKBICに入居
〃	かわさき起業家オーディションにて起業家優秀賞受賞
?年 ?月	資本金を20Mに増資

2) 起業の動機と経緯

秋池、高妻、行方の3氏で、それまで在籍していた三技協メディアシステムズから独立した。それまで同社の社内の業務効率向上を推進する部署におり、同社の工事を効率的にスムーズに行うためのシステム開発やそれをを用いた社内研修を行っていた。その評価がメディアにも取り上げられほどに上がったので、社外向けの業務展開を提案したが受け入れられなかったため、その実現を目指して独立した。

3) 事業の推移と現況

創業にあたって、三技協とは円満に退社しその後も同社が販売代理店になってくれたり、注文をくれるなど、良好な関係を保っている。

備考：三技協とはグループ全体で500人程度の企業で、携帯のアンテナやパラボラアンテナの設計施工を行うネットワーク・エンジニアリング会社。7～80億円程度の売上。

4) 経営者及び経営ビジョン

創業の動機としては、社会に役に立つサービスを、社内にとどめておくだけではなく、広く社会に普及させたいという思いが第一とのことである。

日本の企業は往々にして属人的な業務の進め方になりがちであるが、各人の持つノウハウを企業体のノウハウとして構築することを支援するコンサルティング業務であり、日本を活性化することを企業理念としている。

5) 成功要因

とくに成功要因として語っていただいているはないが、全体を聞いていて、社内で十分その効果を確認したシステムやノウハウを使って顧客にその効果が認識できるやり方でコンサルすることが評価されているのではないかと思う。

6) 人材戦略

当初3人で創業したが、現在では社員9人、パート2人となっている。同社の業務は経験を積んだコンサルタントが必要であるが、現在ではそれができる人は3人だけで、後の若い社員は教育途上である。適切な人材さえそろえばもっと売り上げが伸ばせる場所であり、人材確保が経営の根幹を占めている。

7) 営業戦略

経営者の個人的人脈、セミナーや経済雑誌の取材記事等で済んでおり、特別な営業活動はしていないにもかかわらず消化しきれないほどの注文を抱えている。人材さえそろえばもっと売り上げが伸ばせる状況とのこと。大企業の一つの部署に納入すると、それから他部署への水平展開による拡販の効果も出てきている。

8) 資金戦略及びIPOについて

現在の資本金は経営者の個人出資だけで、外部資本はゼロである。また融資も受けていない。ほとんど大きな投資は不要な事業で、人材が唯一かつ最重要な経営資源である。このように大きな資本が不要な事業であり、すべてを経営者の個人資本で足りているので、IPOをする必要性を感じていない。

9) 今後の展開

人材投資と人材確保に重点を置き、人員を数十人程度に増やし売上を10億円程度に伸ばしたい。それ以外の事業展開は今のところ考えていない。

10) インキュベーション施設に関して

家賃が安く、交通の便もよく、インフラが整備されているKBICには満足している。そろそろ手狭になってきているのでより広い部屋への移転または拡張をお願いしたい。

11) ビジネスオーデションについて

'03年12月にオーデションに参加し優秀賞を得ている。ビジネスプランのレベルアップに役立った。その時のプランを今でも使っているし、受賞した表彰状を今でもオフィスに飾ってある。

12) 公的支援機関について

経営者の交流の場の提供、開発した製品・サービスの優先的購入をお願いしたい。

2 8. 株式会社 ワイシーシーデータサービス

1) 企業概要

調査年月日 2007年 7月11日

貴社名	株式会社 ワイシーシーデータサービス		
本社所在地	〒210-0023 川崎市川崎区小川町14-19 浜屋八秀ビル6F		
面談者	ご所属	管理部	役職 マネジメントディレクター
	お名前	鎌田 義男	
	ご連絡先	TEL: 044-244-8800 FAX: 044-222-6738 e-mail: yk003@yccdata.co.jp 貴社URL: http://www.yccdata.co.jp/	
代表者	お名前	村岡 正春	役職 代表取締役
	性別	① 男 2 女	
	年齢	62才	(創業1983年当時38才)

1. 主要経営指標

	創業時	現在
a. 正社員数(役員含む)	10人	40人
パート、アルバイト数	0人	50人
b. 資本金	10百万円	10百万円
c. 売上高	— 百万円	560百万円
d. 営業利益	— 百万円	経常 10百万円
e. 出願済特許数	0件	0件

2. 主要な事業分野:

情報・通信サービスの提供

3. 主要事業内容

- a) データ入力、調査票集計などの情報サービス事業
- b) 顧客先への人材派遣
- c) レストラン経営事業

4. 簡単な企業沿革

年・月	事 項
1983年 7月	アルファシステムのYCC内でデータエントリー業務をしていた部門を独立させ発足
1997年	他社でデータエントリー事業の経験のある鎌田氏が転職し入社
2002年	レストラン事業に進出、FC店として池袋にそば屋「高田屋」を開店
2005年	神田北口にジンギスカン料理の「山田モンゴル」を開店

2) 起業の動機と経緯

社長の村岡さんが経営していたデータエントリー等を行うアルファシステムという会社が、横浜計算センター（YCC）に人材を派遣してデータエントリーを受託していたが、YCCの上場の際にその部門を'83年に独立させたのが現在の会社である。社長は4年前に病に倒れ、今は回復したとはいえ実質的には面談者の鎌田さんと社長の長男の二人の取締役役に経営を任せている。

3) 事業の推移と現況

BPO（Business Process Outsourcing）事業とレストラン事業が主な事業であり、売上げ、人員ともに半分づつである。BPO事業の売上比は人材派遣サービス（60%）、データエントリー（30%）、DM代行・仕分け封緘（10%）である。レストラン事業は5年前からFC店として始めたもの。現在池袋と神田に各1店舗営業している。レストラン事業立上げのためこの3年間は赤字が続いたが、やっと'07年6月期で10M¥の黒字化になった。

なお、社員70名のアルファシステム社も村岡社長が兼務で同様の業務を行っているが、これは受託先によって分けているだけで実質的には同じ会社と考えてとのことである。

4) 経営者及び経営ビジョン

経営を任されている鎌田さんから話を聞いたとはいえ、彼は創業後14年に中途入社で入って居るので創業者の村岡氏の人となりについては詳しく聞けなかったが、創業の動機としては人材を派遣し業務を受託していた相手先企業の都合による創業である。実質的にはそれまで経営しており今でも継続しているアルファシステムの事業の延長ともいえる。その意味ではベンチャー企業としての性格は少ないケースである。むしろ、村岡氏がアルファシステムを立ち上げた時点の創業の動機を聞けばよかったと思うが、それは多分鎌田さんにも分からないであろう。

5) 成功要因

なんとか良い事業にしたいと努力中であり、成功したという実感は持っていないとのこと。

6) 人材戦略

アンケートでは適材の確保には苦勞しているとの回答であったが、昨年から新卒採用を再開し、'07年4月には3名を採用している。高々5名程度なので、採用にはそれほど苦勞していない。

7) 営業戦略

営業活動としては、経営者の個人的人脈の他に、顧客からの紹介もある。

8) 資金戦略及びIPOについて

運転資金としては銀行や公庫からの融資が主である。基本的に大きな資本の要らない事業なので、資本金は創業以来の10M¥のままである。資本構成は経営者が70%他はYCC、アルファシステムである。成長よりも事業の継続を目指しており、IPOは考えていない。

9) 今後の展開

近いうちに社長の交代も考えられ、そうした世代交代の機会に、BPO事業については大手のコールセンターとタイアップしてそのサテライトオフィスとなる、携帯分野で顧客管理・商品管理のためのサイト構築等の事業を考えている。また、やっと赤字から脱却したレスト

ラン事業ではあるが、フランチャイズ事業は本来人件費が稼げればよい程度のあまり儲からない事業であるので、FC契約更新時には独自のレストラン開設を考えたいという話が出ているとの事。

10) インキュベーション施設に関して
利用していないので回答なし。

11) ビジネスオーディションについて
応募したことも、検討したこともない。

12) 公的支援機関について
自治体からの注文は若干ながらある。公的な融資は受けたことがない。過去の実績、事後の報告等々手続きが面倒で、公的支援は中小企業向けにはなっていない。あまり制約条件のうるさくない形で仕事を発注してくれるとありがたい。

V. 川崎市の今後のベンチャー支援策への提言

川崎市は、1989年に設立され多くの企業の段階的インキュベートを行うと同時に独自のファンドに基づく成長段階の支援まで行っているKSPと、2003年に「新川崎・創造のもり」に開設され2007年3月時点で22企業7研究室が入居しているKBICのインキュベート施設を擁している。これらKSP及びKBICの施設内容や環境の良さ、サービスの充実面は全国的にも高い評価を得ている。こうした良質なインキュベーション施設に加えて、2007年10月に第50回目を迎える「かわさき起業家オーディション、ビジネス・アイデアシーズ市場」の今まで5年間に渡る継続的開催は、川崎市内のみならず周辺地域から意欲ある起業家、将来の成長性を見込めるビジネスの誘致に大きな効果を上げていることが、今回の調査の結果強く感じられた。

しかしその一方でいくつかの課題も同時に明らかになった。そうした問題点を、今後の川崎市の創業支援策に対する提言としてここにまとめておく。

1) インキュベーション施設の運営

多くの企業がKSP及びKBICの施設や環境の良さ、サービスの充実面を評価している。しかしその一方で、今回調査したKSP入居企業の半数以上がKSPの家賃の高い点を指摘している。ただし、施設の充実度から考えて妥当と評価している企業もかなりありこの点は一方的な評価はできないと思うが、施設やサービス内容を多少落としても安価で入居できる施設を増やす、もしくは対象企業を限定して一定期間入居費を減免する等の方策も必要ではないか。

また、いずれにおいても、とくにKBICにおいて、多くの企業が入居年限の短いことに対して改善を要望している。しかしながら、インキュベーション施設として運営していく上ではこうした規定はやむを得ないことではないかとも思う。

注目すべきこととして、最近横浜市が積極的な優良ベンチャー企業の誘致策を講じており、

その結果KSPより横浜市へ移転した企業が1社あったが、その際に横浜市から提示された条件を聞くと移った企業を責めるわけにも行かないと感じた。それを聞いた際には川崎市もそれに負けない積極策を打ち出すことも検討してみてもはどうだろうかとも考えたが、この横浜市の制度は川崎市の創業支援制度の充実に対抗しての臨時の手段とも考えられ、継続して行われるものとは考え難い。こうした個別撃破のやり方よりも、継続性のある支援制度をさらに充実させるべきであろう。

少数ではあるが次のような要望もあったので、できることから対応していくことが望まれる。KSPに関しては、時間外空調料金が安い、夏場の18時以降のエアコン停止、22:30の閉門に対する改善要望、KBICに関しては、食堂設備がない、事業進展後のKBIC近傍の土地の斡旋である。また両者に対して交通の便が悪いという指摘も1社ずつあった。

2) ポスト・インキュベーション支援策

神奈川県及び民間企業と共同で設立した神奈川サイエンス・パークKSP及び川崎市単独で設置したかわさき新産業創造センターKBIC等により、スタートアップ時点の創業支援は他に比べて誇れるレベルといえる状況であり、そこから巣立っていく優良企業の数も増えている。問題はそうした企業が期待する移転先が川崎市内に用意されていないことである。東京と横浜という2つの巨大都市に至近距離で挟まれた川崎市においては、意図的にそうした飛躍発展する企業の受入れ地を用意しない限り、他所へ移転することを防げないのではないかと懸念する。せっかくスタートアップ時点で優良企業の誘致育成を成功させても、いうなれば収穫時期ともいえる飛躍発展段階でそれらをつなぎとめることが出来なければ「画龍点睛を欠く」ことになるのではないか。

その対応策としては、以下のような短期的対応と長期的対応が必要であろう。

a) 短期的対応策

飛躍発展段階に入った企業に対して、土地取得やオフィス入居の費用面の補助、法人税の一定期間の減免等の優遇制度を設けることも必要ではないか。ただしこうした方法は、既存企業に対しての不公平感も引き起こすのであまり乱発することは避けるべきで、対象や実施期間を限定して行うべきであろう。

b) 長期的対応策

基本的には、創業段階の企業のみならずその他一般の企業が来たくするような魅力を川崎市が持つことである。そのために行うべきこととして筆者が個人的に感じたことを、十分な裏づけ調査のない無責任な意見で恐縮ではあるが述べてみたい。

基本的に現在の川崎市に欠ける点は、都市としての一体感ではないか。住民のほとんどが東京や横浜に通勤している人たちで、市内企業に働く人たちの多くはやはり東京や横浜から通勤してきている。そのため市を横切っている数々の私鉄の利便性が良く、市内各市街をつなぐ南武線はその補完的機能しかない。こうした状況を以下のような方法で解決し、川崎を職住接近の理想都市にすべきである。

i) 川崎の市街地の利便性向上とイメージアップ

J R と京急の川崎駅を一体化し川崎駅東口を再開発することで、駅周辺の利便性向上とイメージアップを図る。ラゾーナ開設により西口の集客が増えた分だけ東口がさびれるのでは意味がなく、川崎駅周辺市街地を活性化して東京や横浜から人が集まる町にする。

ii) J R 南武線の利便性向上

J R 南武線を高架化し快速運転サービス等利便性を向上させる。できることならさらに延長して羽田まで直結するのが望ましいが、それは一朝一夕に実現は難しからう。前項の京急とJRとの駅の一体化により羽田との利便性は補完できよう。

iii) 研究開発拠点インフラの整備と全国的情報発信

研究開発拠点インフラのさらなる整備を行うことで川崎に移転を希望している企業の要望をかなえると同時に、川崎が研究拠点集積都市であることは意外と知られていないので、そのことを全国的に情報発信し続ける。

iv) 本社機構、主力事業所誘致策の推進

さらに研究開発拠点のみならず、本社機構や主力事業所をも誘致する方策を推進する。そのためには一時的な優遇税制や補助金の制度を活用することも必要であろう。

v) 職住接近の理想都市の実現

以上を継続的に行うことにより、市内に住居と勤務先があるという職住接近の理想都市を実現する。その結果さらに市内居住者が増えて、良質な人材が得られ利便性も良いということによって優良企業もさらに集積して行く。

このようなことが実現し、他所から企業が来たくなるような町であるならば、今までのようにスタートアップ時の創業支援さえ行っておけば、その中で成功し成長していく企業は必ずや市内に留まるのではないだろうか。

1. 起業の経緯と展開(アンケートの間1, 2, 3, 4, 5, 10)

2. 経営者について(アンケートの間11、創業の動機:問1、協力者、経営ビジョン・方針等を聞く)

3. 人材戦略(アンケートの間12)

4. 資金戦略(アンケートの間13, 14, 15)

5. 営業戦略(アンケートの間16)

6. 成功要因(現在までに至った成功要因を経営者自身に語ってもらう)

7. IPOについて(アンケートの間7, 8)

8. 今後の展開(アンケートの間6, 9)

9. インキュベーション施設に関して(アンケートの間19)

10 オーディションに関して(アンケートの間20)

11 支援機関について(アンケートの間18, 21)

VI. 参考文献

- 1) 宮本光晴：川崎中小企業はイノベーション・クラスターの担い手となりうるか、専修大学都市政策研究センター論文集 第2号、71-102、2006年3月
- 2) 松田 順：川崎市中堅・中小企業の実態（ケース・スタディーをもとに）、専修大学都市政策研究センター論文集 第2号、143-195、2006年3月
- 3) 宮本光晴：川崎ベンチャー企業はどのように成長しているのか：川崎ベンチャー調査報告、専修大学都市政策研究センター論文集 第3号、61-94、2007年3月
- 4) 田中隆之、原田博夫：川崎市の成長構造と税収構造の変化—市民経済計算と税収データからのアプローチ、新産業政策研究かわさき 第4号、161-179、2006年3月
- 5) 小泉和明：かわさき起業家オーディション ビジネス・アイデアシーズ市場の展開—平成18年度—、新産業政策研究かわさき 第5号、281-287、2007年3月
- 6) 五味幸雄：かわさき新産業創造センター（KBIC）の現状—開設4年が経過して—、新産業政策研究かわさき 第5号、121-135、2007年3月
- 7) 志茂 武：KSPインキュベーション事業の17年—実績と課題—、新産業政策研究かわさき 第3号、3-18、2005年3月