

未来を拓く

地域から力を!!

起業家達の物語

はじめに

個人の独創性やリスクに挑戦する起業家を応援する社会の実現を目指して、平成11年に創業・ベンチャー国民フォーラムが設立され10年目を迎えます。フォーラム設立の背景には、日本の経済成長がバブル経済の崩壊によって減速、一方で、グローバル化の波のなかで、新たな新産業や新事業の創出が日本経済の牽引役として求められたことがあります。同1999年は、「中小企業基本法」が改正されたなかで、新たなビジネスの創出と創業の支援が柱となった年でもあります。

その後、今に至るまでの10年間、グローバル化と市場ニーズの急激な変化に対応した事業やビジネスモデルを持つ中小企業・ベンチャー企業の輩出とともに、創業支援の環境作りは着実に進められてきました。新事業創出促進法の改正により1円創業が可能になり、また、LLPやLLC設立のための法制が整い、エンジェル税制度も開始されました。また、高度な技術力をもつ中小・ベンチャー企業の経営資源の充実を図るため、産学官や異業種間の連携などによる新事業展開の支援や、各種技術開発支援が行われています。

一方、現在は、経済構造改革に追随した非正規雇用や地域間格差の拡大への対応もあり、中小企業やベンチャー企業が、地域経済と社会に深く関係する、高齢化、環境、医療・福祉などの社会的課題の解決の担い手となることが期待されています。地域の産物・特産品を活用した新事業の創出を目指す「地域資源活用プログラム」の開始、農商工の連携による新事業展開へのサポート支援の展開など、地域政策として中小企業施策の充実も試みられてきています。

そのような中、フォーラムでは、特色ある事業を展開し地域の課題の解決や再生・活性化に貢献している事例に、地域住民のよりよい生活を導くうえで重要な役割を果たす地域の起業の芽として脚光をあて、本調査を実施いたしました。

本事例集は、各地域で中小企業の支援にあたる方々に推薦していただいた30名の起業家の方を紹介しております。こうした地域起業家の活動を知ることで、次の起業家の輩出につなげていただけたら幸いに思います。

最後に本事例集の作成にあたり、ご多忙中にもかかわらず、ヒアリング調査にお時間を割いてくださった企業・関係者の方々、貴重な情報を提供してくださった運営委員をはじめ専門家の方々に、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

平成21年3月

創業・ベンチャー国民フォーラム
運営委員会 委員長 松田 修一
(早稲田大学ビジネススクール教授)

目次

1	創業・ベンチャー国民フォーラムについて	1
2	地域起業活動調査事業の概要	3
3	業種・分類別 事例一覧	4
4	事業の特性格 事例一覧	5
5	個別事例紹介	6
	(株)エルフィン.....	6
	(株)アイカムス・ラボ.....	8
	(株)マスターマインド.....	10
	(株)ナノシーズ.....	12
	(株)ダイアディックシステムズ.....	14
	(株)エイチ・エス・ピー.....	16
	(有)エヌ・イー・ワークス.....	18
	はますい(株).....	20
	武芸川町特産品開発(株).....	22
	(株)パストラル.....	24
	(株)パラダイスプラン.....	26
	(株)アルコム.....	28
	薩摩びーどろ工芸(株).....	30
	(株)TAMU.....	32
	(株)ブックス.....	34
	(株)ピオテック.....	36
	メーカーズシャツ鎌倉(株).....	38
	センチュリーペット(株).....	40
	(株)サンテクノ.....	42
	(有)ビーインミュージアム.....	44
	(株)シンプルウェイ.....	46
	(株)RDV システムズ.....	48
	JASPA(株).....	50
	夢らく商事(株).....	52
	(株)ピーエーワークス.....	54
	(株)リブネット.....	56
	アベニールポルテ有限責任事業組合.....	58
	(株)チャイルドハート.....	60
	(株)ミトラ.....	62
	(株)オフィスケイ.....	64

6 地域における起業の課題と克服（事例のまとめ） 66

7 事例選定時の視点と評価 68

- (1) 身近な創業
- (2) 地域への貢献と地域との係わり
- (3) 新規性・革新性・チャレンジ性
- (4) 継続性・成長性・発展性

8 事例企業の属性 75

- (1) 創業者の性別
- (2) 創業時の年齢
- (3) 創業時の資本金と現在の資本金
- (4) 当期利益の計画と実績

1 創業・ベンチャー国民フォーラムについて

(1) 創業・ベンチャーフォーラムとは

わが国の経済社会がいつそう活力あるものとなるためには、チャレンジ精神を持ち、新たな事業や企業を生み出す多くの起業家を輩出することが不可欠と考え、「創業・ベンチャー国民フォーラム」は、創業・ベンチャー企業に対する国民理解の向上や、独創性に富む起業家精神の発揮等につながる国民意識の涵養をめざした活動を行っている。

創業・ベンチャー国民フォーラムの目的

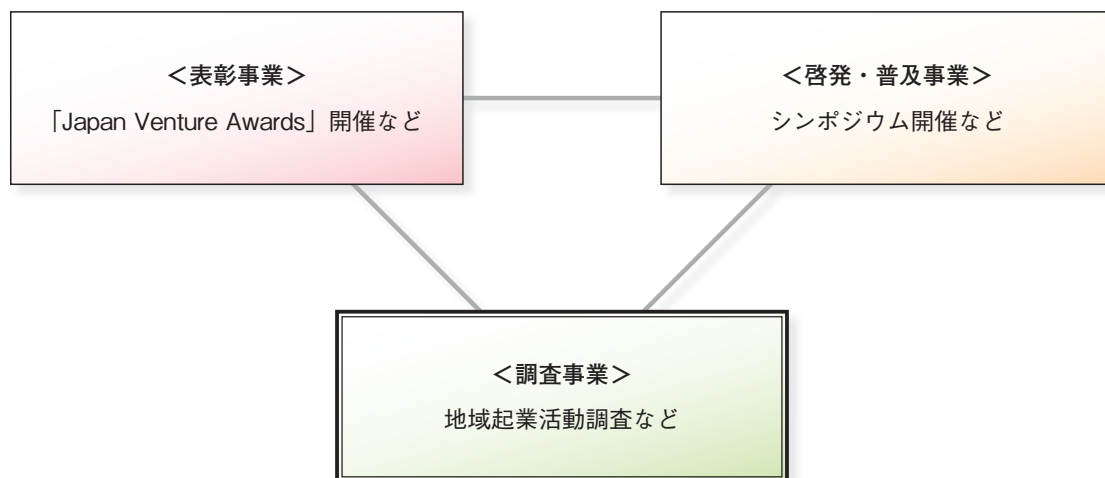
- ① 起業経験者や社会の幅広い分野におけるオピニオンリーダーを結集して、創業・ベンチャー国民フォーラムを組織します。
- ② 創業の活性化やベンチャー企業の発展のために必要とされる社会制度および意識改革などについて、創業・ベンチャー国民フォーラムメンバーによる議論、普及啓発イベントの成果等を取りまとめ、政策への反映をめざします。
- ③ 創業・ベンチャー精神の高揚に向けての国民的議論を喚起するために、全国各地での普及啓発イベントを企画し開催していきます。
- ④ 独創性に富み、新たな事業に果敢に挑戦する起業家や起業支援家などに対して顕彰事業を実施します。
- ⑤ 起業に挑戦する人・したい人・関心のある人に有益な情報提供活動をめざします。

(2) 平成20年度の活動

平成20年度の基本コンセプトは「社会的に価値ある起業」、テーマは『身近な創業』として、表彰事業、広報活動を中心とした啓蒙・普及事業、調査事業の3つを展開している。

『身近な創業』とは、「身近にある経営資源（ヒト・モノ・カネ）」を活用したり、「身近なマーケット」を対象とするなどした、革新性・新規性・社会性に富んだ事業を展開する創業企業事例を指す。これらの事例をモデルとして提示することで、創業に興味を持つ方や創業予定者の方に創業を身近に感じてもらい、新たな事業やベンチャー企業を生み出す風土づくりにつなげることを目的としている。

創業・ベンチャー国民フォーラムの主な事業



(3) 平成20年度幹事会

起業経験者や起業支援家、学識者を初めとする幅広い分野の方々が「幹事」して就任し、「幹事会」でフォーラムの活動方針などの意志決定を行う。

(順不同・敬称略)

会長	生駒 俊明	東京大学名誉教授
副会長	倉橋 泰	社団法人経済同友会新事業創造推進委員会副委員長 (株式会社ばど代表取締役社長)
顧問	江崎 玲於奈 清成 忠男	横浜薬科大学学長、財団法人茨城県科学技術振興財団理事長 法政大学学事顧問
幹事	高原 慶一郎 荒井 寿光 飯塚 哲哉 池田 弘	ユニ・チャーム株式会社代表取締役取締役会会長 東京中小企業投資育成株式会社代表取締役社長 ザインエレクトロニクス株式会社代表取締役社長 株式会社アルビレックス新潟代表取締役会長 社団法人関東ニュービジネス協議会会長
	伊藤 俊明 上野 保 大江 建 大河原 愛子 沖 幸子 かづき れいこ	株式会社ジャフコ取締役社長 東成エレクトロビーム株式会社代表取締役社長 早稲田大学産学官研究推進センターインキュベーション推進室室長 株式会社ジェーシー・コムサ代表取締役会長 フラオ グルッペ株式会社代表取締役社長 有限会社かづきれいこ代表取締役、 早稲田大学感性領域総合研究所客員教授
	竹内 利明 田嶋 雅美 出縄 良人 樋口 一郎	電気通信大学産学官等連携推進本部客員教授 株式会社フランチャイズアドバンテージ代表取締役 ディー・ブレイン証券株式会社代表取締役 株式会社日経BPクリエティブデジタル事業本部副本部長 兼 企画制作本部プロデューサー
	前田 正博 松田 修一 松村 博史 松本 保範 三神 万里子 宮城 治男	独立行政法人中小企業基盤整備機構理事長 早稲田大学ビジネススクール教授 財団法人ベンチャーエンタープライズセンター理事長 トーマツベンチャーサポート株式会社代表取締役社長 ジャーナリスト・キャスター、信州大学経営大学院客員准教授 特定非営利活動法人ETIC.代表理事

(4) 平成20年度運営委員会

フォーラム全体及び諸活動の進捗把握・管理を行うため、「運営委員会」を設置している。

(順不同・敬称略)

委員長	松田 修一 上野 保 左田野 康 高石 光一 田嶋 雅美 野崎 茂男 前田 昇 宮城 治男 村上 義昭	早稲田大学ビジネススクール教授 東成エレクトロビーム株式会社代表取締役社長 独立行政法人中小企業基盤整備機構関東支部チーフアドバイザー 東京富士大学経営学部教授 株式会社フランチャイズアドバンテージ代表取締役 トーマツベンチャーサポート株式会社取締役 青山学院大学大学院国際マネジメント研究科教授 特定非営利活動法人ETIC.代表理事 日本政策金融公庫総合研究所主席研究員
-----	---	--

2 地域起業活動調査事業の概要

(1) 調査の目的

地域経済格差が顕在化する中で、地域の様々な資産・資源を活用して創業し、当該地域で活動を続けることにより地域の課題解決や活性化・再生に寄与する地域起業活動は、地域経済にとって非常に重要である。こうした創業活動を発掘し、モデルとして改めて広く周知することは、地域における創業意識を喚起し、地域の経済活動の活性化に向けた大きな支援になると考えられる。

本調査事業は、全国の地域貢献を行っている創業事例を調査し、創業意識の啓蒙・普及に役立つモデルを「身近な創業」の具体例として紹介することにより、地域における創業意識を高め、先行事例を通して創業や創業支援の具体的な手がかりを示すことを目的としている。

(2) 調査方法

創業時の社長・代表者を主な対象として、地域における起業モデルになりうる30企業に、インタビュー形式の現地調査を実施した。

① 調査時期

平成20年10月～12月

② 調査対象

- ・創業から15年以内の企業
- ・「身近な創業」でありかつ「地域への貢献・地域との係わり」が認められる企業

③ 調査先の選定

経済産業局、独立行政法人中小企業基盤整備機構（支部・事務所）、財団法人中小企業異業種交流財団から上記の対象にあてはまる企業として推薦された中から、地域バランスを考慮し、30社を選定した。

(3) 調査体制

創業・ベンチャー国民フォーラム運営委員会（メンバーは、P.2参照）にて、調査方針の決定、調査報告書の監修等を行った。

調査の実施、報告書のとりまとめは、創業・ベンチャー国民フォーラム事務局の独立行政法人中小企業基盤整備機構が行った（体制・メンバーは、P.78参照）。

3 業種・分類別 事例一覧

創業に興味をお持ちの方や創業予定の方が興味のある分野の事例を参照しやすいよう、業種・分類別に個別事例を掲載している（P.6～）。

各事例紹介のページでは、「経営者がどのような経緯で創業を決意したのか」、「会社設立後どのような課題を克服してきたのか」、「事業活動が地域経済や社会にどのような貢献をしているのか」などの着眼点で記述している。

製造業

	業種	分類	地域	企業名	ページ
1	製造業	電気・電子	北海道函館市	株式会社エルフィン	6
2			岩手県盛岡市	株式会社アイカムス・ラボ	8
3			長野県塩尻市	株式会社マスターマインド	10
4			岐阜県各務原市	株式会社ナノシーズ	12
5			石川県金沢市	株式会社ダイアディックシステムズ	14
6			岡山県岡山市	株式会社エイチ・エス・ピー	16
7			島根県仁多郡奥出雲町	有限会社エヌ・イー・ワークス	18
8		食品	北海道増毛郡増毛町	はますい株式会社	20
9			岐阜県関市	武芸川町特産品開発企業組合	22
10			熊本県山鹿市	株式会社パストラル	24
11			沖縄県宮古島市	株式会社パラダイスプラン	26
12		金属	宮城県黒川郡富谷町	株式会社アルコム	28
13		窯業	鹿児島県薩摩郡さつま町	薩摩びーどろ工芸株式会社	30
14		紙器	愛媛県松山市	株式会社TAMU	32
15		印刷	岡山県瀬戸内市	株式会社ブックス	34

非製造業

16	建設業	福岡県福岡市南区	株式会社ピオテック	36
17	卸売・小売業	神奈川県鎌倉市	メーカーズシャツ鎌倉株式会社	38
18		兵庫県神戸市東灘区	センチュリーベット株式会社	40
19		香川県高松市	株式会社サンテクノ	42
20	飲食業	山口県下関市	有限会社ビーインミュージアム	44
21	サービス業	北海道函館市	株式会社シンプルウェイ	46
22		宮城県仙台市青葉区	株式会社RDVシステムズ	48
23		神奈川県横浜市神奈川区	JASPA株式会社	50
24		石川県金沢市	夢らく商事株式会社	52
25		富山県南砺市	株式会社ピーエーワークス	54
26		三重県伊勢市	株式会社リブネット	56
27		大阪府大阪市中央区	アベニールボルテ有限責任事業組合	58
28		兵庫県神戸市西区	株式会社チャイルドハート	60
29		香川県高松市	株式会社ミトラ	62
30		大分県別府市	企業組合オフィスケイ	64

4 事業の特性別 事例一覧

今回の調査では、「身近な創業」及び「地域への貢献・地域との係わり」という二つの視点で、地域の創業事例を選定した。

それぞれの視点から各事例の特性をみて、タイプ別に分類したものが以下の表である。

身近な創業

創業手段として身の回りにある経営資源をどのように活用しているかという点で、30事例を3つのタイプに分類している。

身近にあるものや家族、友人など「身の回りのものを有効活用」しているケース。地元企業や研究機関との連携・交流を図るなどして「身近な人との係わりを活用」しているケース、起業前の社会人経験で習得したノウハウなど「自分の特技・経験を活用」するケースに大きく分類した。

地域への貢献・係わり

企業と地域の関係やどのように地域へ貢献しているかという点で3つのタイプに分類している。なお、当初から地域への貢献を志として起業しているケースもあれば、事業を展開するうちに地域へ貢献をしている企業もある。

高齢化や環境問題、衰退産業の振興など「地域が抱える課題を解決」を、新たなコミュニティビジネスや地域に密着した事業展開で実現しているケース。また、農林水産品や特産品など「地域の産物や資源」を活用するケース、雇用の創出や地域のイメージの向上などにより「地域への波及効果をもたらしている」ケースに大きく分類した。

		身近な創業		
		身の回りのものを有効活用	身近な人との係わりを活用	自身の特技・経験を活用
地域への貢献・地域との係わり	地域の課題解決 ＊地域になかった事業展開 ＊新たなコミュニティビジネス	(株)バストラル(P.24) (株)サンテクノ(P.42)	アベニールボルテLLP(P.58)	(株)エイチ・エス・ピー(P.16) (株)ピオテック(P.36) (株)RDVシステムズ(P.48) (株)リブネット(P.56) (株)チャイルドハート(P.60) (株)ミトラ(P.62)
	地域の資産・資源の活用 ＊地域人材の活用 ＊地域資源の商品化	はますい(株)(P.20) (株)パラダイスプラン(P.26) 夢らく商事(株)(P.52)	(株)エルフィン(P.6) (株)アイカマス・ラボ(P.8) 武芸川町特産品開発(株)(P.22) (有)ビーインミュージアム(P.44)	(株)ナノシーズ(P.12) (株)ダイアディックシステムズ(P.14) (株)アルコム(P.28) 薩摩びーどろ工芸(株)(P.30) (株)TAMU(P.32) (株)オフィスケイ(P.64)
	地域への波及効果 ＊雇用の創出 ＊地域のPR ＊身障者・高齢者の雇用	(株)シンプルウェイ(P.46)	(有)エヌ・イー・ワークス(P.18) JASPA(株)(P.50)	(株)マスターマインド(P.10) (株)ブックス(P.34) メーカーズシャツ鎌倉(株)(P.38) センチュリーベット(株)(P.40) (株)ピーエーワークス(P.54)

株式会社エルフィン

異業種交流によるEL技術の開発・光商品の用途を広げ、新分野を切り開く

会社概要

事業概要：エレクトロルミネッセンス（EL）による面発光技術を活かした製品の設計・製造・販売
所在地：北海道函館市西拮梗町589-242
URL：http://www.elfin.jp/
設立：平成12年3月
資本金：6,000万円
年商：5,000万円
従業員：6名

社長プロフィール

代表者：川島 眞一
年齢：52歳
職歴：家業である（有）北海道合金鑄造所を先代から引き継ぎ経営
座右の銘：出会い・気づき・学び・そして行動



製品・サービスの特徴

- ① EL素子の設計・製造・販売
- ② ELによる面発光技術を活かした製品（建物内装素材、広告資材、建築資材、エクステリア、インテリア、自動車部品、デザイン照明等）の設計・製造・販売

無機ELは無機化合物の蛍光体に電圧を印加すると起こる真性エレクトロルミネッセンスで、発光面の大面積化に対して直接的な障壁が無いことや、無機材料を用いることによる長寿命などの長所がある。



無機ELを使った看板用素材

起業の動機

株式会社エルフィンの代表取締役川島眞一氏は、家業の鑄造業を受け継いだが、典型的な3Kいわれる業種で従業員の確保が難しいこと、函館周辺には組み立てや機械関係の企業集積が少なく、業況が厳しいこともあり、当時、何か新しいことを始めようと常に考えていた。

この頃、函館市のテクノポリス構想の一環で、昭和61年に北海道道立工業技術センターが設置され、センターが事務局となつての異業種交流活動が盛んに行われた。シーズ探しが熱心に行われるなか、平成2年、函館臨空工業団地にEL技術をもつた㈱函館セコニックが進出してきたことをきっかけに、EL技術を核とした異業種交流が始まる。EL技術に多大な関心を持った川島氏は、「何か自社の製品と組み合わせると何か新しいものができるのではないかと考え、異業種交流グループの他の経営者らとともに任意団体「EL商

品開発研究会」を発足させる。

その後、平成9年5月に「協同組合エルフ工房」を設立し事業化に向けた検討を行い、平成12年3月に株式会社エルフィンを立ち上げた。

社名は、頭に「EL」がつく用語を検索したところ、「elfin」が妖精の意味を持つと知り、ELが放つ光のイメージにマッチしていると考えて決めた。

ELの課題を克服しての創業

当時のEL技術では名刺半分程度の大きさの製品しかできなかった。開発をしていくうちに2つの大型化を妨げる理由が判明した。一つには、電極に近い部分と遠い部分との明るさの違いが際立ってしまうため、面を均一に光らせることが困難であること。二つ目は、紫外線や雨に弱く、屋外での使用に適しておらず、耐候性に乏しいこと。

これらの課題をクリアすればELの将来性が開けると考えた川島氏は、協同組合時代に、公設試験研究所

(北海道立工業技術センター)と大手フィルムメーカーとの共同研究により、3年間技術開発に取り組んだ。その結果、独自の工夫により新しいEL素材の開発に成功。「大型化」と「耐候性」の2つの課題を克服した上で、これまでの8倍の明るさをもたせるなど、従来製品に比べ付加価値高めた商品化が可能になった。そこで、(株)エルフィンを設立したのである。

身近な経営資源の活用

- きっかけ：家業の鋳造業は、将来性が期待できないことから、新分野での事業展開を検討。たまたま、EL技術保有の企業が当地に移転してきたことから情報を得て、ELの市場性を感じ創業
- 技術：公設試験研究所（北海道立工業技術センター）と大手フィルムメーカーとの共同研究により「大型化」と「耐候性」の2つの課題を克服した独自EL素材の開発に成功。メーカーとのライセンス契約により自社で製造・販売
- 資金：「異分野中小企業者の知識の融合による新分野の開拓の促進に関する臨時措置法（融合化法）」に基づき、知識融合開発事業を行う協同組合の認定を受け、補助金などを利用。協同組合のメンバーからの共同出資も受ける
- 協力者：異業種交流によって培った人脈を有効活用し、事業の参画、地元での市場開拓に結びつける
- 支援者等：函館に内地から立地したEL技術保有会社の社長が技術開発支援と販売面での連携支援。また、北海道立工業技術センターや公認会計士、弁理士などの協力が事業化に必須であった。また、家業である鋳造所は家族に任せており、川島氏は安心して同事業に従事出来る

地域資源の活用と地域貢献

電気・看板、デザイナー、内装関連の企業等が集まり、地元の異業種交流グループから、協同組合を組成したことで、それぞれの持つ技術やネットワーク、人材を活かして、事業化や市場開拓ができた。また、研究開発を実施する組合として認定を受けたことで、行政や公的研究機関からの支援を受けて、各種EL技術の開発ができ、円滑に起業することが出来た。

函館は夜景の街として有名な観光地であり、ELの

明かりが街を彩るようになれば、地域と密着した事業活動が期待できる。

販売戦略の絞りかた

EL分野に取り組んだ当初の段階では特定の製品イメージはない状況であった。家業の鋳造とELとの組み合わせも検討したが、うまくいかなかった。

研究会を進めるうちに屋外広告のバックライトや光を使った低コストの商品として市場性が高いことが分かってきた。さらに、自動車のステップライトとして商社から注目され、BMW、メルセデスベンツなど、ヨーロッパの主要自動車メーカーに納入されている。

近年では、光の素材としてELを商品提供することから、光をデザインした商品を市場に提供するようになっている。ELをはめ込んだ壁や床などにより癒し効果を創出するなど、細かいニーズに合った市場開拓を心掛けている。販売先の開拓には、東京、札幌などで開催されるテーマ性のある展示会に積極的に出展し、認知度を高めることに尽力する。

今後は、これまで線や面だけであったものを、曲面に直接ELを形成する技術開発に挑戦し、特にデザインの用途を期待している。

学ぶべきポイント

- ① 異業種交流による蓄積を活かし、それぞれの取組段階に応じ、研究会、協同組合等の最適な組織形態を取りながら、最終的に会社設立へ結びつけている
- ② 複数の会社に関わる異業種間の連携事業の中で、代表である川島氏が強いリーダーシップとコーディネート機能を果たしてきた
- ③ 国等の制度を有効に活用し、着実にステップアップを図ってきた

起業を志す方への アドバイス

プランを作ったら、行動を起こし、自分でやってみることが重要。やってみることで、協力者やヒントが出てきて次につながっていく。

「行動を起こすか、起こさないか」によって、自分にとっては大きな違いになる。

1人ではやらずに、必ず仲間を作ること。他人が加わることで、客観的に見てもらうことができる。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への波及効果

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

株式会社アイカムス・ラボ

地域の知恵と技術をフル活用

会社概要

事業概要：プラスチック歯車減速機を用いたマイクロアクチュエータとその応用製品の開発・製造・販売

所在地：岩手県盛岡市上田四丁目3-5

URL：http://www.icomes.co.jp

設立：平成15年5月

資本金：3,951万円

年商：1億5,000万円

従業員：18名

社長プロフィール

代表者：片野 圭二

年齢：47歳

職歴：大手電気メーカー

座右の銘：日本と地域と個人の
自立



製品・サービスの特徴

世界最小のプラスチック歯車減速機（φ4mm×L3mm）とステッピングモーターを連結したマイクロアクチュエータは、プラスチックの特性を生かし部品点数を大幅に削減することで、小型・軽量・低価格を実現。計測器分野や理化学・医療機器分野のほか、介護・福祉ロボット分野においても活用されるなど今後も利用拡大が見込まれている。



マッチ棒の先ほどのサイズの、小型・軽量マイクロアクチュエーター

自らの力で事業化にチャレンジ

代表取締役片野氏は大学卒業後、アルプス電気盛岡事業部（プリンタの開発・生産拠点）において、プリンタの機構系の設計・開発を担当していた。そうした中、経済のグローバル化が加速し、世界規模での生産拠点の再編が起り、アルプス電気においてもプリンタの開発・生産拠点であった盛岡事業部を閉鎖。中国へ工場を移管することになったのである。入社して18年後のことであった。

このように在籍事業部が閉鎖されるなど環境が大きく変化する中、「環境を変えて何か新しいことにチャレンジしたい」との考えに加えて、開発に取り組んでいたが事業化に至らなかった「超小型プリンタの事業化を実現したい」との思いから起業を決断。事業部閉

鎖に伴う退職であったため、退職金が割増しで支給されることも起業を後押しすることになった。

退職後、片野氏は会社をただちに設立するのではなく、財団法人いわて産業振興センターに研究員として勤務することを選択。経済産業省の平成14年度「地域新生コンソーシアム研究開発事業」に採択され、超小型プリンタの基幹技術である「小型IT機器用減速装置の開発」をテーマとして研究に取り組んだ。研究開始から1年が過ぎた頃、研究事業の途中ではあったが、技術基盤が確立されるなど事業化の目途が立ったため、ようやく起業に踏み出すことになった。

小型機構技術へ特化

会社設立後、Yシャツの胸ポケットに入れることができる厚さ12mmの世界最薄サイズの超小型プリンタ

「プリンパクト」の開発に成功する。テレビ、雑誌の取材が殺到するなど注目を集めることになった。試作品を製造し販路開拓を行うことになったものの、販売網の拡大に苦戦するなどコンシューマー製品のマーケティングの壁に直面し量産化をあえなく断念。超小型プリンタの開発時に培った小型機構技術を生かし、プラスチック歯車減速機を用いたマイクロアクチュエータの開発に事業を特化することで、経営危機の克服に挑むことになった。

情報機器や医療機器の小型化が進み、部品の小型・軽量化が求められる状況の下、世界最小のプラスチック歯車減速機の開発（φ4mm×L3mm）に成功する。金属の切削加工の限界を打ち破ることで、これまで金属では不可能であった小型化を実現。部品点数を大幅に削減することで、小型・軽量・低価格を可能とした。こうした同社の戦略が小型・軽量化ニーズを捉えることで、経営危機を乗り越え、現在では計測器分野のほか、医療用の小型分注機、マイクロピペットやマイクロTAS等の薬液搬送機構など幅広い分野で利用され、更なる成長を遂げている。

身近な経営資源の活用

技術：小型機構技術（マイクロアクチュエータ）
資金：自己資金、役員、元同僚、岩手県ファンド
支援機関：東北経済連合会、いわて産業振興センター、岩手大学地域連携推進センター

100%岩手県内産

大手企業の生産拠点の中国への移転が進んだこととともに、中国を中心とする海外の安価な製品の流入により、地域の中小製造業も日本の他地域と同様に衰退が進んでいる。このような状況のもと、片野氏は「日本の製造業は大企業と地域の中小企業の連携なしでは成り立たない」との持論から、生まれ育った地域の活性化を意識した行動を常に心がけている。

たとえば、「100%岩手県内産」にこだわった同社の製品づくりである。同社は、岩手県ファンドとともに岩手大学の教授や准教授が経営に参画している。このため大学との強力なネットワークを構築し、大学の技術と知を活かして共同研究を進めることで技術力の向上や新製品の開発に繋げているのである。

生産に関しても、地域を支える精密加工技術に長けた岩手県内の中小企業と連携を深めている。製品の付加価値を高めることで、取引先企業にも利益を還元で

きるように、高い収益性が望める理化学機器や計測器などの分野に製品のターゲットを絞っている。

片野氏は、このように製品の研究・開発から生産までを岩手県内で一貫して行うことで、岩手県内を中心に地域のものづくりに貢献することを使命と考えている。

雇用に関しても、Uターン就職を希望する地元出身者を積極的に採用するなど地域を意識した採用活動を進めている。地域雇用の創出だけではなく、地域貢献の意識を共有できる人材を育成することで地域の活性化を図りたいと考えている。このような思いが経営理念「日本と地域と個人の自立」という言葉に込められている。

今後の事業展開

同社の販売方法の特徴は、有力市場である東京での販路開拓に、個人を中心とした「セールスレップ（営業代行）」を活用していることである。東京進出時に東北経済連合会から紹介を受けてスタートしたが、現在では全体の3分の1はセールスレップを通じた売上である。こうした販売体制を活かすことで更なる事業の拡大を目指している同社。顧客ニーズを的確にとらえることで、今後は株式公開も視野に入れて、次なるステージでの飛躍が期待されている。

学ぶべきポイント

- ① 地元大学の研究開発力を有効活用
- ② 精密加工に長けた地域の中小企業との連携
- ③ マイクロ歯車によるマイクロアクチュエータの事業に特化
- ④ 付加価値が高い製品づくりを行い地域のものづくりに貢献

起業を志す方への アドバイス

情熱をもって仕事に取り組むこと。同時に自分の仕事に誠実であることが必要である

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源を活用
地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域への波及効果

株式会社マスターマインド

インクジェットプリンタを活かして「市場創造」

会社概要

事業概要：インクジェットプリンタの製造・販売およびメンテナンス
電子情報通信と情報処理装置の開発・製造・販売およびメンテナンス
インクジェットプリンタ用塗料の製造・販売等

所在地：長野県塩尻市片丘今泉9828-16

URL：<http://www.mastaermind.co.jp>

設立：平成5年5月

資本金：3,100万円

年商：11億円

従業員：25名

社長プロフィール

代表者：小沢 千壽夫

年齢：60歳

職歴：民間会社

座右の銘：信は力なり・
信心と感謝



製品・サービスの特徴

ダイレクトインクジェットプリンタは、紙素材のほか、食品や革製品など厚物素材へ印刷することも可能である。Tシャツなどテキスタイル用プリンタは当社の主力製品であり、同社売上の大部分を占めている。



開発経験を活かして

代表取締役の小沢氏は、大学卒業後、長野県諏訪市に本社を置く光学機器メーカーに10年間勤務。その後、取引先からの勧誘を受けて転職をし、コンピュータ会社の工場長として迎えられたものの、バブル期の経営戦略の誤りから、あえなく倒産を経験することになった。45歳の時であった。

出身地である塩尻で仕事を探し始めたものの、転職が難しい年齢に達していたため、なかなか思うような仕事に巡り合うことができない。そうした中、「自分を雇う会社がないのであれば、自ら会社を興そう」という思いが募り独立を決意する。その背景には、「長年培ってきた情報通信関連機器の開発経験と実績があ

り、これらを活かせば活路を見出せる」という自信も持っていたのである。

そこで、小沢氏が豊富な経験を持つフロッピーデスク（FD）のコピー機とともにFDにラベルを貼り付けるラベラーの製造を事業の柱に決め、創業に踏み出すことになる。

インクジェットプリンタの開発

塩尻の中小企業の多くは、大手精密機器メーカーの下請部品加工業者である。しかしながら、同社は創業から一貫して自社での製品開発にこだわってきた。得意とする情報通信の分野において、常に新規市場を追い求める戦略を取ってきたのである。

もうひとつの特徴は、大企業や競合他社が真似ので

きないニッチな分野をあえて狙い、事業を展開してきたことである。同社は市場を先読みしてニーズを的確に捉えることともに、世の中にある様々な部品を探し出し、それを上手く組み合わせることで製品を生み出している。新製品開発のポイントは技術の応用力。どんな機能が必要でどんな部品を組み合わせるかが鍵と考えているのである。

このような取り組みは、創業から5年後、同社の主力製品であるインクジェットプリンタとの出会いから始まる。大手精密機器メーカーの技術部長が講師を務めるインクジェットプリンタの講習会に小沢氏が参加。「このインクジェットプリンタは、同社に必ず大きな商売をもたらすに違いない」と考えた小沢氏は、熱意を持って粘り強く交渉を重ねることで、技術部長とプリンタに関する技術協力を結ぶことに成功。この技術協力をきっかけに、独学では習得が難しかったインクジェットプリンタのヘッド構造の理解を深めることになる。

こうした努力を重ねる中、同社の経営の転機となるCD-R用のプリンタの開発・製造の依頼が取引先から舞い込む。そこで、小沢氏の陣頭指揮の下、全社一丸となって開発に取り組み、顧客の要望に応えるCD-R用プリンタの開発に成功することになる。さらにCD-Rなどのメディア以外の素材へ印刷が可能となるプリンタの開発にも挑戦。タイルやガラス、木材、皮、ダンボールなどの素材にも印刷できる厚物素材ダイレクトインクジェットプリンタの製品化を実現することになる。

具体的には、Tシャツなど衣服に印刷できる「テキスタイルプリンタ」やパンなどの食品への印刷が可能な「フードプリンタ」のほか、金属やプラスチック、石、木などにダイレクトにプリントできる「フラットベッドインクジェットプリンタ」などの製品を生み出したのである。さらに、凹凸の表面やボールのような球体の表面への印刷も可能にするプリンタを開発することで、様々な業界で話題を呼ぶことにもなった。

さらにプリンタで使用するインクの開発にも同社はこだわりを持っている。テキスタイル用として、洗っても落ちないインクを開発。食用には厚生労働省が認可した天然の食べられるインクを製造。このように用途に合わせた多くのインクを開発しているのである。

また、顧客の意見を取り入れることで、製品価値を更に高めることができるとの考え方から、積極的に製品のカスタマイズ化も行っている。これは、あらゆる

製品を短納期で対応できる小回りの利いた開発体制を取っているため実現している。このような対応によって、製品の更なる開発につなげるだけではなく、完成品メーカーでは敬遠されがちな顧客の取り込みにも成功している。

身近な経営資源の活用

支援者：経営コンサルタント
技術：プリンタヘッド開発技術
資金：自己資金、友人からの融資

今後の事業展開

同社の所在地である塩尻地域は、地元大手精密機器メーカーの業務を請け負う中小零細企業が集積している。大手精密機器メーカーの生産体制が大きく変わり、国内から中国を中心とした海外への工場移転が加速。この影響を受けて、地域の中小零細企業は大きな打撃を受けることになった。このような中、同社では地元企業と連携を深め、仕事の供給源の任務を果たしている。こうして疲弊する地域経済を支える役割も担っている。

年商20億円を目標として事業展開を進める同社。企業の発展のためには、地域の中小企業との連携とともに、地域の活性化が欠かせない。こうした取り組みをいかに行うかが、今後同社を大きく左右することになるかもしれない。

学ぶべきポイント

- ① 製品を開発する力だけではなく、市場を開拓する力が経営する上で重要。市場ニーズを先取りする感性は不可欠である
- ② 産業界の有力者に可愛がられる人間性が必要。その中でも図々しさや厚かましさを持つことも大切である
- ③ 起業は大企業が進出していないニッチな事業を狙うべきである。高い技術力とアイデアさえあれば、スムーズな事業展開が可能である

起業を志す方への アドバイス

例え事業が成功していても、陰の努力は人一倍行っている。起業する際には、必ず苦勞するということを肝に銘じておいたほうがよい。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資源・資産の活用
地域への波及効果
地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

株式会社ナノシーズ

研究開発を活かした技術創出型ベンチャーの挑戦

会社概要

事業概要：粉体に関する受託測定、測定機器の開発、販売、コンサルティング

所在地：岐阜県各務原市那加中下町6

URL：http://www.nanoseeds.co.jp/

設立：平成17年

資本金：7,600万円

年商：3億5,000万円

従業員数：11名

社長プロフィール

代表者：島田 泰拓

年齢：33歳

職歴：産業技術総合研究所

座右の銘：一期一会



製品・サービスの特徴

① 粉体層せん断力測定装置や衝撃法付着力測定装置などの測定装置の製造販売

② 測定装置による受託測定・試験サービスの提供およびコンサルティング

微小粒子間付着力や遠心法による付着力等の測定、粉体層せん断測定、帯電減衰性試験等粉体に関する受託測定を行う。粉洗剤や化粧品、コピー機のトナー、インスタントコーヒー等粉体の付着力のテストを行い、物性の安定性を測定、分析する。受託した多数の企業の製品について品質管理、製造工程の安定化に寄与している。



NS-S2000 型粉体層せん断力測定装置



NS-F100 型衝撃法付着力測定装置

起業の経緯

大学在学中より粉体工学の研究をスタートさせた代表取締役社長島田氏は、卒業後も研究員として大学や独立行政法人産業技術総合研究所において、粉体の物性に関する研究を数多く行っていた。

産業技術総合研究所での研究員としての仕事に満足はしていたものの、共同研究を行っていた多数の企業より独立開業を勧められることになる。企業にとって公的機関との共同研究は、機密事項の漏えいや知的財産権の所有権など解決すべき問題が多く、研究開発の妨げとなっていたからである。

こうした中、「事業化できれば取引先が抱える問題を解決できる」と考えたこととともに、「今勇気を持って新しいことにチャレンジすべきなのではないか」との思いから起業を決意。粉体については、長年研究を続けてきた自信を持てる分野であったことに加えて、測定法がすでに確立された技術で今後大きな変化が起こりにくい分野であったことなども起業を後押しした要因であった。

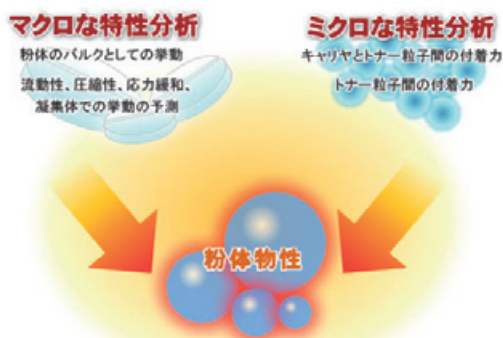
このような経緯を経て、研究開発型の技術創出ベンチャー企業として、中部産学官連携研究棟（インキュベーション施設）に入居し、創業の第一歩を踏み出すことになった。

イノベティブな創業

粉体の物性測定装置の販売とともに、装置を使った測定受託サービスを主要事業として創業する。顧客は精密機器メーカーのほか、化粧品メーカーや食品メーカーなど多岐にわたり、複写機のトナーや化粧品のパウダーなどの粉体の物性を測定。その測定結果を基にコンサルテーションを行なうことで、品質管理や製品開発の向上につなげている。

たとえば、同社のサービスは粉洗剤の商品改良にも役立っている。以前の粉洗剤は、湿度の変化などですぐに固まることが多く、使いにくいとの意見も多かった。そこで、粉洗剤の粉の物性を繰り返し測定、分析することで粉の表面処理方法を検討し、湿度などの変化が起こっても固まりにくい粉洗剤の開発に活用されている。また、眼鏡や光学装置のレンズの改良にも貢献している。レンズに静電を起こりやすいとゴミなどの異物が付着しやすくなる。異物の付着力のテストを繰り返すことで、レンズの素材を改良。この結果、異物が付着しにくいレンズの製造が可能となった。このような顧客を抱えての起業であったため、創業時から順調に売り上げを上げるようになった。

しかしながら、新しい顧客の開拓には苦戦することになる。粉体は、食料品や複写機のトナーのほか、医薬品や化粧品など身近に存在している。だが、その物性に関しては余り知られていない。ニッチな分野であるため研究者が少なく、専用の測定器もあまり普及していないため、一般的にはそれほど認知されていないのである。そのため、研究目的や予測される研究成果の有用性を認識させることを目的に、島田氏自らがセミナーを開催するなど営業努力を重ねることになった。こうした努力を行うことで、企業の研究・分析意欲を高め、新たな顧客の獲得につなげることに成功したのである。



身近な経営資源の活用

支援者：独立行政法人産業技術総合研究所
名城大学

技術：粉体（微粒子）測定技術

資金：自己、家族、知人、取引先企業

今後の事業展開

粉体の物性測定の可能性は極めて広いものの、その重要性の認識は高いとはいえない。現在、複写機のトナーのほか、粉洗剤や化粧品などの開発企業からの依頼が売上の大部分を占める。しかしながら、地元を代表する自動車メーカーや精密機器メーカーなどとの取り組みはまだ少なく、取引拡大の余地は非常に大きいようである。

そのため今期3名の営業社員を採用。営業力の強化を図ることで取引先の拡大につなげる予定である。

また、国内だけではなく、海外への販路拡大も課題となっている。これに対して、フランクフルト（ドイツ）の展示会に今期から出展を開始。3、4年後を目途に中国、欧米などへの本格的な海外展開を目指している。

学ぶべきポイント

- ① 経験と実績に裏付けられた独自の高度な技術確立して事業の柱にしている
- ② 有用性を認識しなければ需要に結びつかないニッチな技術分野。これまでの地道な営業活動を取引先の拡大につなげている
- ③ 創業前からの顧客を上手く取り込むことで創業時から安定した売上を確保できている

起業を志す方への アドバイス

- ・自分が好きでしかも顧客に感謝されるような仕事であれば必ず成功する
- ・小さいニーズでも掘り起こして夢と希望を持って世界に1つしかないものを作っていけばビジネスになる
- ・需要がないところでもそれを作っていくのがベンチャー企業である
- ・金儲けをしようと思うと失敗する。地域や社会に根ざしたところがないといけない。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

株式会社ダイアディックシステムズ

外部の力をフル活用

設計開発・検査調整を主軸にしたファブレス企業

会社概要

事業概要：制御ソリューション、電気式サーボ、サーボアクチュエータの開発・販売

所在地：石川県金沢市畦田西2丁目160

URL：http://www.dyadic.co.jp/

設立年月：平成7年

資本金：8,700万円

年商：3億4900万円

従業員：7名

社長プロフィール

代表者：小川 武志

年齢：64歳

職歴：山洋電機株式会社役員



製品・サービスの特徴

機械の直線運動部分は従来、空圧・油圧シリンダが主流であったが、モータで駆動し簡易サーボで制御するメカシリンダに変えることでより制御が容易になる。さらに、インシャルコストをエアシリンダ並みに下げることができるうえ、ランニングコストを従来の1/3～1/10に下げることが可能である。



ロッドレスタイプメカシリンダ
(高剛性タイプ)



ロッドレスタイプメカシリンダ

経験を活かして創業

代表取締役の小川氏は、石川県内の工作機械メーカーの支援を受けて会社設立を決意する。工作機械の捕機類の開発とともに、普及が進んでいる空気圧や油圧により制御されるアクチュエータに代わり、電気サーボにより制御が可能となるアクチュエータの開発を行うことになった。「電気サーボによる制御機構の開発が高い制御性を生み出すことで、新たなビジネスの展開を行いたい」と考えたのである。創業にあたっては、施設内に事務所を提供されるなど工作機械メーカーからの支援も受けることになった。

電気サーボ技術の活用

創業当初は、工作機械メーカーからの支援を受けた

こともあり、工作機械の捕機である旋盤用ターレットやローディング・アンローディングシステムの電動化などの受託開発を行い、順調なスタートを切ることになる。しかしながら、工作機械業界ではこれらを専門のメーカーから購入することはなく、取引先独自の専用品となってしまうため、継続した取引が難しく2年あまりで終了することになってしまう。

一方で、電気サーボ技術を応用した製品を提供するビジネスを模索するなか、石川県産業創出支援機構の支援を受けることになる。これにより、技術指導を受けるほか、インキュベーション施設への入居や貸付などの支援も受けることが可能となった。その後、電気サーボ技術を基にアクチュエータやサーボシステムを一般の産業機械メーカーに提供する企業へと方向を転換。石川県産業創出支援機構とベンチャー融資会社と

が強烈的な指導力を発揮することで、小川氏のもと経営体制が強化されることになった。

このとき石川県産業創出支援機構からの紹介をきっかけに地元の老舗機械商社と取引が始まることになる。これにより、仕入れと生産を外部に発注する生産体制が確立される。しかも、この取引開始を契機にこの機械商社から出資を受けることに成功し、同社の信用力の向上とともに、資金調達に役立つこととなった。

また、販売については、産業機械用の部品として全国的な販売網を持つ商社と提携する。この商社を活用することで、製品の販売数量が大幅に増加。同社の事業拡大に大きな貢献を与えることになった。

このように同社は、ファブレス企業として開発に特化することで、事業を拡大。前期（平成20年5月期）の売上が3億4900万円になるなど大きな成長を遂げているのである。



超簡単コントローラ
(ティーチングBOX機能付)



超簡単コントローラ
(基板タイプ)

身近な経営資源の活用

協力者：前職（工作機械メーカー）での取引先
技術：これまでの制御技術の応用
資金：自己資金、石川県（出資、貸付、ファンド）
支援者等：石川県産業創出支援機構（指導、ファンド、信用力の供与 など）
石川県工業試験場（インキュベーション施設と測定器などの利用）地元商社など

地域の支援を受けて

石川県産業創出支援機構から技術指導に加えて出資や融資を受けるほか、地元の金融機関系ファンドからも出資を受けている。また、取引先の地元商社は、分散する同社の製造委託先を取りまとめる役割も果たしており、同社の生産体制の確立に寄与している。このように地域の産業ネットワークを有効に活用すること

で、同社の成長は支えられてきたのである。

学ぶべきポイント

- ① 販売に関して、製品の効果的な使用方法を提案するなどコンサルテーションを強化。小回りの利く顧客対応など中小企業の強みを活かしている
- ② 開発設計と調整、検査に特化する一方、生産部門は外注を有効に活用する戦略に成功している
- ③ 取引先の地元商社を活用することで、発注を一本化するだけでなく、製品出荷の調整により資金繰りの不安を解消している。しかも、単独では難しかった石川県内の外注加工先の確保に成功するほか、この商社から出資は同社の信用力の向上に大きく寄与している

今後の事業展開

電気式サーボ技術をベースにアクチュエータやサーボシステムを開発、販売することで業績を上げてきた同社。しかしながら、今後の更なる成長に向けて取り組む課題も抱えている。それは、優秀な技術者の増員による開発力の向上や経営基盤を拡大するための資金の確保とともに、成長の原資となる利益の拡大である。

そのためには、ファブレス企業に共通した課題でもある製造コストの低減に加えて、販売力の強化が不可欠である。この強化のためには、現在取引のある商社の販売力と併せて、同社が得意とするコンサルテーション販売が不可欠である。この実践によって、売上を拡大し利益を確保することで、同社の飛躍が可能になると考えている。

起業を志す方への アドバイス

アイデアを売るのか、商品を売るのかを明確に割り切る必要がある

産業界を対象にした事業は業績が安定するまでかなりの時間を要する

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社エイチ・エス・ピー

衛生管理を通じて社会に貢献

会社概要

事業概要：食品用殺菌用水生成装置、院内感染対策用除菌用水生成装置、空間除菌消臭加湿システム装置の開発・製造・販売・施工・メンテナンス

所在地：岡山県岡山市江崎56-5

URL：http://www.hsp-net.co.jp

設立：平成9年

資本金：1,800万円

年商：2億円

従業員：19名

社長プロフィール

代表者：増田 礎

年齢：70歳

職歴：民間会社

座右の銘：主体性と根性



製品・サービスの特徴

スーパー次亜水（弱酸性次亜塩素酸水）とは、食材や水道水、プールなど広範囲で使われている殺菌剤「次亜塩素酸ナトリウム」のpHを当社独自の技術で弱酸性に調整した除菌水である。この衛生管理用水の活用により安全、簡便で環境負荷が無く、かつ効果を持つ新しい衛生管理法を提案している。



スーパー次亜水専用ポータブル噴霧器
Steri μ（ステリミュー）

新たな分野にチャレンジ

代表取締役の増田氏は、土木関連の仕事に携わっていた。そうしたなか、友人から衛生管理に関わる事業を共同で行わないかと依頼を受ける。これまで全く経験のない分野であったため、時間をかけて検討を重ねることになった。

事業の内容は、食品添加物として使われている殺菌剤の次亜塩素酸ナトリウム水溶液を最も殺菌力が強い弱酸性にPH（ペーハー）調整をするシステムの製造・販売であった。このシステムによりペーハー調整された水溶液は、殺菌力が高まるだけでなく、肌に優しく手荒れの可能性も小さくなる。使用後の排水も環境

に影響を与えることはなく安全かつ安心できるものである。

当時は、O157による食中毒が社会を騒がせている時期で、地元岡山の邑久町でも園児が2名死亡する悲しい出来事が起こっていた。「事前に消毒や除菌による適切な衛生管理が行われていれば、防げたはずである」と増田氏も考えていた。このような影響を受けたこともあり、衛生管理の向上を目指して新たなビジネスに取り組むことになったのである。

新たな除菌方法

友人とともに会社を設立し、スーパー次亜水や除菌装置などを主要製品として事業をスタートする。

除菌装置は、オゾン法、電気分解法など各種あるものの、安全性や簡便性のほか、環境負荷や効果、コストなどに弱点があるとされていた。このような除菌装置の弱点を解消したのが、同社開発のスーパー次亜水である。

その特徴は、これまで殺菌用に使われてきた次亜塩素酸ナトリウム水（次亜塩素酸ナトリウムを水で薄めたもの）は本来アルカリ性であるが、これを弱酸性にPH調整することで約80倍の除菌力を生み出した点である。また、悪臭成分を元から分解する能力があるため、空間除菌・消臭に利用できるだけでなく、優れた自然分解性をもっているため、残留性が低く環境にもやさしいのである。コスト面でも、従来の殺菌消毒剤の70%~80%の費用で済み、コスト削減効果も伴っている。このようにスーパー次亜水は、高い除菌力とともに安全性も併せて実現しているのである。

このような製品を開発したものの、販売に結びつかず売上が上がらない日々が続く。増田氏も営業活動を積極的に行うが、なかなか成果に結びつけることができない。これまでにない製品であるため、除菌効果など製品の良さを理解して貰えないためである。

しかしながら、衛生関連の展示会に出展したことが転機となる。東京の設計事務所が同社製品に強い関心を示したのである。この設計事務所は、病院や老人ホームと取引があり、そこに新しい除菌装置を導入することを考えていた。増田氏が熱心に交渉を進めたこともあり、この商談が上手くまとまる。同社にとって、創業初の大きな契約であった。

その後、地元岡山の大病院との取引が実現したほか、全国の病院や老人施設に加えて、保育園や食品メーカーでも同社製品の導入が決定。こうして同社の経営も安定するようになったのである。

身近な経営資源の活用

協力者：友人（ビジネスパートナー）

支援者：商工会議所、岡山大学、岡山県産業技術センター、岡山県産業振興財団など

技術：殺菌剤「次亜塩素酸ナトリウム」のpHを弱酸性に調整したスーパー次亜水（弱酸性次亜塩素酸水）の研究・開発力

資金：自己資金、銀行融資

地域資源を有効活用

同社は、地元の異業種交流会に参加するほか、岡山

県産業技術センターや岡山大学と安全性試験、電解水との比較実験等の共同研究も行っている。また、岡山県からの協力を得ることで、経営革新計画の認定企業にもなっている。これにより会社の方向性が明確になったほか、助成金の活用が容易になる等資金面でも効果が現れている。このような地域資源やネットワークを活用することで、製品の向上や新たな製品開発を実現するとともに同社の成長も促進されているのである。

今後の事業展開

ノロウイルスやインフルエンザなどの感染症は、社会問題として新聞などマスコミにも大きく取り上げられてきた。さらに、このような人から人へ伝染する感染症に加えて、鳥などの病原体が突然変異することで生まれる新型インフルエンザの出現の可能性も高まっている。パンデミック（感染爆発）が起これば、大きな被害をもたらすことが予想され、病院や老人施設のほか、一般企業でもその対策を強化している。

しかしながら、こうした状況は同社にとって大きなチャンスになると増田氏は考えている。除菌効果の高い「スーパー次亜水」を含めた同社製品に対する期待が高まっているためである。そのため現状の製品に加えて新たな製品の開発を進めるとともに、新たな顧客へのアプローチを図ることで、同社の成長につなげたい意向である。

学ぶべきポイント

- ① 岡山大学との共同研究による有効性・安全性の認知のほか、岡山県の「わが社の技」の認定や中国NBC会長賞の受賞など、公的機関を上手く活用することで、信頼性ととも知名度の向上を図っている
- ② 常に顧客の期待を裏切らないようなメンテナンスを行うことで、優良顧客と継続的な取引を行っている
- ③ 情報収集に注力することで、脱臭装置の開発のほか、新たな用途に対応する製品開発を行っている

起業を志す方への アドバイス

起業を志すならば、最後までやり通す根性が不可欠である

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

地域への貢献・地域との係わり

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

有限会社エヌ・イー・ワークス

モノづくりで雇用の場を創出し、 地域経済の自立化に貢献

会社概要

事業概要：電子部品の検査・組立、機械加工（商社機能）、菓子の製造・販売、人材派遣他
所在地：島根県仁多郡奥出雲町三成 1354-2
URL：http://www.new-works.jp/j.html
設立：平成14年8月（稼働は10月）
資本金：600万円
年商：5億5,000万円
従業員：150名

社長プロフィール

代表者：三澤 誠
年齢：33歳
職歴：社会福祉協議会勤務
座右の銘：鶏口午後、上善如水



製品・サービスの特徴

- ① 電子部品等の組立・検査、食品製造・販売
- ② 人材派遣、機械加工（商社機能）
人のスキルを高度化し、電子部品の組立、検査から食品の製造（押し花せんべい）まで、幅広いモノづくりで日本一の技能集団を目指す。
地域にない技術・経験を戦略的人材派遣により習得し、地元還元する仕組みを実現。



職場風景



オリジナル商品
「押し花せんべい」等

仁多町に工場をつくるため、転職・起業

県立高校を卒業し、地元島根県大東町の社会福祉協議会に勤務していた取締役社長の三澤氏は、結婚を機に仁多町（現、奥出雲町）に居住。「福祉以外で地域貢献できることは何か」「この地域で何が一番不足しているか」を考えていた。仁多町には、かつては大手工場が何社もあったが、それが撤退し、働く場がなくなっている。そんな時に、広島某会社が同町に工場を出すという話を聞き、三澤氏自身がこの会社に就職して工場を地元を持って来ようと思った。

その会社の業務は細かい電子部品の組立・目視検査など、大半が女性の仕事であり、「女性が活躍できる職場」を作ることが地域の自立になると確信した。そこで、社会福祉協議会を退職し、平成10年2月からこの広島の会社に勤務、電子部品の勉強を始めた。

翌年、工場を仁多町に作る段階になり、働く仲間を探しに各方面に奔走。平成11年8月に10名で新工場

をスタートさせた。工場は順調に運営されていたが、平成14年9月末に突然、会社自体の整理統合から法人の解散が決まってしまった。

三澤氏は当時の社長に「この地元で雇用の場を作り、会社を作りたい」と折に触れ話をしていたので、社長から「会社にとってピンチであるが、あなたにとってチャンスかもしれない。3ヶ月もあれば新会社設立も間に合うだろう」と熱い声援を送られる。解散前3ヶ月間、日常業務終了後や日曜日に定款や就業規則、経理面、取引先との交渉等の準備を密に行った。社員の気持ちが動揺し、職場が混乱することを避けるためであったが、その結果、誰一人辞めることなく、同年10月、新会社が稼働した。

共に働く仲間として創業

創業時は、携帯電話のカメラモジュールの組立・検査業務や車載用・民生用厚膜抵抗基板の検査などを行っていた。

過疎地で高齢化率が約3割と言われる中山間地の奥出雲の立地条件を「むしろ地域資源の豊富さや山陽地域との距離などを判断すると島根県の他地域より有利」ととらえ、人のスキルを磨いて顕微鏡による目視検査や極小部品の組立など、取扱いが難しい仕事を軸に、広島・岡山など県外からの受注を積極的に受け入れている。

最初の2年間は、経理も労務も営業もすべて社長自身が行っていたが、徐々に組織体制を整えてきている。グループ長への思い切った権限移譲とグループ間での流動的な人の配置、業績のオープン化、人事評価・採用面の工夫など、現場で働く仲間の意見を取り入れた風通しの良い職場づくりをしている。

女性主体の職場であるため、朝、急に子供が熱を出した、近所に不幸があったなどで休むことも多い。そんな時にもお互いが助け合って、気持ちよく休めるようにするための人間関係を大切にすることに心がけている。

身近な経営資源の活用

協力者：広島の会社に同期に入社した現工場長をパートナーに。事業を引き継いだ時の社員は共に頑張る仲間

技術：前勤務先で電子部品の固有技術や生産管理を勉強、取引先とのネットワークを構築

資金：自己資金と地元信用金庫からの融資

支援者等：前勤務先社長から新会社設立のためのノウハウなどの支援。地元工務店社長、取引先等の支援

地域活性化のために人を育てる

「雇用の場を創造して地域社会に貢献したい」、このことが三澤氏の一貫した思いである。創業して7年目、既に働く仲間が130名になっている。

事業分野は、電子部品の組立・検査業務のほかに、設備を保有しない機械加工分野も外注で対応。それに加え、自社のビニールハウスで栽培した生花を押し花にして、1枚1枚手作りせんべいを製造するなど、モノ作りを、地域で生活する人が経済的に自立できる一つの手段として提供している。

また、創業2年目には雇用の安定継続のため、人材派遣業の認可を取得。平成17年から戦略的派遣として、三澤氏の出身地である大東町出身の20代前半の若者3人を岡山県の機械加工会社に3年間派遣し、機械加工技術を習得後に地元で新会社を設立出来るよう

準備を始めており、派遣された若者も短期間で技能士の資格を取得している。

地元の若者達が起業すれば周囲も応援してくれるし、地域の活性化にも繋がる、と三澤氏は考える。

今後は地域の雇用の場を増やすだけでなく、地域の活力の源泉にもなるよう奥出雲地域の農産物などに付加価値をつけ、加工品を市場に提供することなどにチャレンジしていく。

コア財産は人材

「当社は、新鋭設備のノウハウではなく、コツコツと仕事に真摯に取り組み、生産性が高く、お客様から信頼を得られる人材が豊富にいて支えられている。人の高度なスキルがコア財産である」と三澤氏は言う。

目視検査などの熟練度の高い業務の人材は、1週間や10日ぐらいではすぐに戦力にならない。しかし、人は鍛えると、いろいろな業種の仕事ができるようになる。同社は、スキルを必要とする仕事を主体に営業を行っている。

昨年からは、自社オリジナルの「押花せんべい」の製造も始めている。創業7年目、従来の委託加工中心から自社製品を持ち、直接消費者に販売する機能をもつ企業への転換期にさしかかっている。

電子部品や素材加工、食品など、どんな分野でも手掛けられるスキルを磨いて、何でも幅広く対応できる「日本一の技能集団」を目指している。

学ぶべきポイント

- ①地域が経済的に自立できる場の提供を実現するという明確な経営理念・方針を掲げていることが、社内の一体感を生んでいる
- ②持ち前のフットワークの良さ、行動力で、先を見ながら事業を展開している
- ③社員をともに頑張る仲間と意識し、仲間が働きやすい職場づくりに注力している

起業を志す方への アドバイス

自分の夢を多くの人に語ることで、起業を実現する可能性が高くなり、応援してもらえる人も多くなっていく。

一人のみる夢は夢でしかないが、大勢の仲間のみる夢は実現できる。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

身近な創業
身の回りのものを有効活用

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

はますい株式会社

港の期待を一身に・地元初の本格加工工場

会社概要

事業概要：製法特許によるタコのやわらか煮、アワビ、甘エビ、ホタテ、うに、サケなどの水産加工事業

所在地：北海道増毛郡増毛町別荘417-1

URL：http://www.hamasui-y.com

設立：平成16年4月

資本金：6,700万円

年商：1億8,500万円

従業員：16名

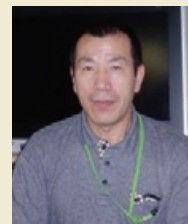
社長プロフィール

代表者：浜本 義夫

年齢：59歳

職歴：漁業協同組合職員

座右の銘：ものづくりは物語。どんなものであろうと、ものを創るということは一つのロマンであり、そこには苦勞も喜びもある。ものを創る過程が物語なのだ。



製品・サービスの特徴

① 「タコのやわらか煮」

お年寄りや子供には噛み切りにくいタコを、化学薬品を一切使用しない特許製法によりやわらかく食べやすいように加工。菌数を大幅に減らし、真空パックして長期保存を可能にした。

② アワビ、甘エビ、ホタテ、うに、サケ等の海産物の加工品



たこのやわらか煮



ポイルだこ



ほろ酔い帆立

ものづくりへの情熱が創業の芽を育てた 漁業職員が、一念発起して起業

日本海に面し、古くから漁業の盛んな増毛町。はますい株式会社の代表取締役浜本義夫氏は増毛町の漁師の家庭に育ち、地元の高校を卒業して漁協職員となる。

「ニシン漁で栄えた増毛に、かつての賑わいを取り戻したい」との思いを抱き続けてきた浜本氏は、日本で最も美味しいと評価の高い「水ダコ」を、増毛のブランド海産物として全国販売したいと、漁協職員時代に考えた。しかし、加工時の特有の硬さからタコは、老人や小さな子供に敬遠されがちで、消費を拡大することは難しい。食べ易いようにタコを軟らかくするにはどうしたら良いのか。

水産加工業は全国津々浦々に存在し、過当競争が起きている産業である。その一方で、食生活の魚離れが

進み、産業基盤も脅かされてもいる。商品を売るためには、相当な競争力の確保が不可欠であった。

やわらかく誰でも噛み切れ、且つ、味のレベルが高いタコの加工方法を開発することで、付加価値を高めることが、その手段であると確信した浜本氏は、技術者でもないのに自費で開発のための場所を借り、仕事が終わるとその研究にいそしんだ。そして、冷凍とその煮こみ方の試行錯誤を繰り返した結果、「タコのやわらか煮」の製法の開発にたどり着く。製法特許も取得した。

起業直後に最大の危機

事業化して5年間は、勤務先である漁協の事業として取り組む。しかし、市場を拡大するには漁協から離れ、起業することが最善と考えた。

平成16年4月、起業にあたってはまず加工工場を建

設、2日後から会社設立・即創業と考えていたところ、台風第18号による高波で原材料が水没し多大な損害となった。

しかも、この台風のため、根付け漁業であるタコの漁場が破壊され、しばらくの間不漁が続いた。既に販売契約を結んでいたため、浜本氏は原材料のタコを求めて北海道中を探し回り急場を凌いだ。この創業時の不運により、しばらくの間苦しい経営を余儀なくされた。

しかし、食品業界への直販、郵便局の「ふるさと小包」、インターネットによる通信販売といった、比較的少ない営業力の投下で軌道にのりやすい販売方法を採用したことで、着実に商品が北海道内で認知されるようになり業績も伸びてきた。5期目で初めて黒字を計上する。

事業が軌道に乗りつつあるときの課題は量産化だった。浜本氏一人で営業も生産もしていたのだが、生産と生産管理に係る人員を増やして需要の拡大に対応する必要があった。地元の猟師の奥さんをパートに、そして、高校の卒業生を正社員として迎える。誰でも一律に味と品質を均等化して製造できるように、そして、工場内の管理を行えるよう、社員教育を徹底した。

身近な経営資源の活用

人 材：経理担当の妻との二人三脚による経営。経営、安全衛生については、(独)中小企業基盤整備機構の派遣専門家の指導も得る。従業員は、地元高校の卒業生と主婦のパートを採用

材 料：タコ、甘エビ、アワビ、ホタテなどの地元で豊富に揚がる水産物

資 金：父親と妻による資本提供が起業を後押し。また、政府系金融機関や地元の民間金融機関などを通じて運転資金と工場建設資金を調達

地域資源の活用と地域貢献

人口5,700人の漁港の町、増毛で、本格的な水産加工工場が稼働、事業の成功が地元産業の発展に繋がると大きな期待が寄せられている。

同社で加工する蛸の9割以上が増毛で水揚げされている。地元には水産加工会社が10社あるが、ほぼ全量を増毛で調達しているのは同社のみであり、地域の漁業発展に思いを寄せる浜本社長の経営方針が現れて

いる。

最近では北海道の他の漁協や水産加工会社からの委託加工の依頼も増えている。漁獲量に変動のある水産物の長期保存を可能にする冷凍技術を使って、適時の加工・販売を可能にできるため、「水産委託加工」という新たな事業にも本格的に乗り出すことも考えている。これも浜本社長の北海道の発展を願う気持の表れでもある。

現在、市場の大半は北海道だが、今後、東京に進出する予定である。真空パックしたタコのやわらか煮の菌数を大幅に減らすことに成功したことで、商品の保存期間が延長され、新たな市場の開拓が可能になると考えている。

また、パートタイマーとして漁業関係者の奥さん達を多数雇用し、少ないながらも地元高校の新卒者を継続して採用している。人口減に苦しめられている増毛町で若い人達の流出防止に役立つ雇用を創出し、町の活性化に貢献することが期待される。

学ぶべきポイント

- ① 発想の豊かさが成功の条件
- ② 例え技術の素人であっても、探究心があれば成功する
- ③ 起業家に必要なのは、あくなきチャレンジ精神である

起業を志す方への アドバイス

努力こそ成功の近道である。また、継続は力なりというように、一つの仕事を探求し続けると必ずアイデアが閃いてくる。



活イカ船上造り (右)
活えび塩水冷凍 (右下)
さいころくん (下)



身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資源・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

武芸川町特産品開発企業組合

特産品を活かして住民参加型の事業を展開

会社概要

事業概要：「つるむらさき」を使った食品の製造販売
所在地：岐阜県関市武芸川町谷口1223
URL：<http://www.e-tsuruya.com/>
設立：平成12年
出資金：242万円
組合員数：6名

社長プロフィール

代表者：杉山 ミサ子
年齢：64歳
職歴：武芸川町職員、
武芸川町議会議員
座右の銘：思ったことに信念を持って突き進む



製品・サービスの特徴

「つるむらさき」は、何度摘まれても芽を出すほど丈夫な野菜。その粉末は、ほうれん草の生葉と比較すると、カルシウムが45倍、鉄分とビタミンAがともに8倍と栄養価が非常に高い。これらの高い栄養価を活かすために、「つるむらさき」を粉末にし、地元で馴染みのある小麦粉を加えることで、完成したのが「つるむらさきうどん」である。



つるむらさきうどん



つるむらさきの若芽

町おこしをきっかけに

町の活性化のため特産品の開発を目指していた武芸川町。そこで、町の農業婦人クラブの女性たちが、武芸川町や商工会などで組織する町おこし委員会の支援を受けて、特産品の開発に取り組むことになった。地元岐阜薬科大学の教授の薦めから、どのような土地でも育ちやすく、栄養価の高い「つるむらさき」に着目し、栽培を始めたのである。

「つるむらさき」はお浸しや天ぷらなどにして食べることができる野菜。しかしながら、ぬめりやにおいなどが独特であるため、食材として使うためにはひと工夫が必要であった。そのため、「つるむらさき」を乾燥させたあと粉末にして、食べやすい形状に変えることにした。すると、食べやすくなるだけでなく、さらに栄養価が高くなることが分かった。この「つる

むらさき」を地元で馴染みのある小麦粉と融合させることで、「おいしさ」と「栄養価」の備わった「つるむらさきうどん」の開発に成功したのである。

この事業に深く関わったのが代表理事を務める杉山氏。当時、武芸川町町役場に勤める中で、特産品の開発を担当していたのである。夫の故郷である武芸川町に移り住むようになったのは、家庭の事情がきっかけであったが、長年暮らす中で、武芸川町に対する愛着が深くなりつつある時期でもあった。そのような中、農業祭等のイベント会場で「つるむらさきうどん」を販売すると、商品が売り切れるほど大好評であった。

しかし、地元特産品として本格的に根付かせるためには、常設の店舗を開く必要があった。そこで、町役場を退職して町会議員となり、他の議員の協力を得ることで店舗を開設。農業婦人クラブのメンバー9名とともに平成12年に企業組合を設立することになった。

経営形態として企業組合を選択した理由は、女性でも出資できる金額を出し合い、メンバー全員が出来る範囲で運営することを望んだからである。

店舗コンセプトの確立

店舗は築年数100年以上の建物を改築して使用。うどんづくりは武芸川町の70歳以上の高齢者達から指導を受ける。こうした経緯を経て、特産品として開発した「つるむらさきうどん」だけではなく、地元で採れた米や野菜、山菜、地鶏などこだわりのある食材を提供する農家レストラン「つるや」を開業した。

開店当初は、「つるむらさきうどん」など地元食材のほか、海老、蟹などの高級な食材も提供していた。そのため、家庭では味わうことができない本格的な料理を楽しみたい地元住民が来店客の大半を占めていた。

しかし、料理長が退職することをきっかけに、店舗コンセプトを変更し、地元食材を活かした田舎料理の店として再出発することになった。店舗のリニューアル後、自宅でも味わえる料理に魅力を感じない地元常連客の来店が大幅に減少したため売上が落ち込み、経営の危機に陥ることになる。しかしながら、インターネットや口コミにより遠方から来店する客が増加。田舎料理を珍しく感じて、岐阜県のほか、愛知県や三重県から店を訪れる客が増えるようになったのである。「スローライフ」を楽しむ世代が増えたことも手伝って、週末には行列が出来るほどの来店があり、「つるむらさきうどん」とともに田舎料理の店「つるや」も武芸川町に定着しつつある。

身近な経営資源の活用

支援者：農業婦人クラブの有志、地元住民
財団法人岐阜県産業経済振興センター、岐阜県中小企業団体中央会、武芸川町商工会（現関市西商工会）
技術：野菜栽培技術、うどん打ち技術
資金：組合員9名で出資
武芸川町商工会（現関市西商工会）研修費補助金、農林水産省補助金

地域資源の活用と地域貢献

町の特産品開発に成功、製品の製造やレストランの運営のほか商品開発などにおいても、地域住民の協力は欠かせない。地元の農業婦人クラブのメンバーや地

域の高齢者などの協力を得ることで、事業は成立しているとも言える。特に過疎・高齢化が進む地域の中で、うどんづくりに高齢者の経験とノウハウを上手く活用する一方、働く場を提供することで、彼女たちに生きがいも与えているのである。

地元の雇用創造に加えて、改築や設備拡充などを行う際には、住民から多数の励ましや協力を獲得している。このような活動を通して、地域の一体感を作り出す発信源になることにも成功しているのである。

学ぶべきポイント

- ①出資金額や業務運営に応じた経営形態（企業組合）の選定
- ②公的機関の支援施策の効果的な活用（研修費補助、アドバイザー派遣、組合設立支援指導など）
- ③住民参加型の地域一体の運営体制
「つるむらさき」の栽培、「つるむらさきうどん」の製造、販売などを地域住民参加型で展開

今後の事業展開

武芸川町では「つるむらさきうどん」が特産品として定着し、道の駅等での販売も増加している。しかし、まだ知名度が十分高いとは言えないため、認知度を上げ、売れる食材にするためのPR活動も必要である。薬効成分の種類も量も多く含まれている「つるむらさき」の粉末は多くの用途が考えられ、異業種との連携など新たな展開を模索している。

起業を志す方への アドバイス

資本金が十分準備できないが事業を始めたいと考えている人には企業組合がお勧めである。お互いを理解できる仲間と一緒に、良いものを世に送り出すためには組合が適している。企業組合は株式会社と違って独断で決めることはできない。しかし、一時的に反発があったとしても他の人の意見を聞きながら前進すれば、収まるところに収まるようになる。

企業組合の設立に当たっては、県の支援機関や中央会、商工会などは頼りになるので相談するべきである。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

身近な創業
身の回りのものを有効活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の課題解決

株式会社パストラル

地域農産物を使った「ご当地アイス」のOEM生産

会社概要

事業概要：業務用創作アイスの製造・販売、業務用アイスのOEM（相手先ブランドの製造）、業務用デザートヨーグルトの販売（飲むヨーグルト）、直営店の経営

所在地：熊本県山鹿市鹿本町来民 1929-2

URL：http://www.niceice.jp

設立：平成9年

資本金：2,700万円

年商：7,200万円

従業員：13名

社長プロフィール

代表者：市原 幸夫

年齢：56歳

職歴：デザイン開発企画会社

座右の銘：継続は力なり
思いは実現する



製品・サービスの特徴

- ① 業務用創作アイスクリームの製造・販売
 - ② 業務用アイスのOEM（相手先ブランドの製造）
 - ③ アイスクリーム販売店の経営
- アイスクリームには、栄養価が高く濃厚でおいしいと評判の地元のジャージー牛乳を使用、シャーベットには、阿蘇の天然水を使用している。得意先から送られてくる食材を顧客の要望に合わせてアイスクリームに加工するオーダーメイドを特徴としている。



ご当地アイスを紹介

代表取締役の市原氏は、デザイン開発企画会社で20年近く自治体の物産館計画業務に取り組んでいた。その中で、物産館は建物の立派さと比べて、提供するコンテンツが乏しいこととともに、農産加工品の品種が少ないことに気づく。また、販売する特産品の加工は高齢者が担当することが多く、彼らが年齢を重ねたことで毎日商品を納めることが難しくなり、箱菓子ばかりが店頭で陳列されることも多かった。その一方で、中高年を中心に「新鮮」、「安い」、「添加物が少ない」というニーズが高まっていて、そのような商品を望む声も多かった。そこで、地域の特産品の開発に加えて、その安定供給を実現することでビジネスチャンスに繋

がると市原氏は判断した。

販売する商品は、自分が大好きなこともあってアイスクリームに着目。イタリアでは地域の農産物を使ったジェラートが好評との情報を得たこともあり、「ご当地アイス」というコンセプトを考えた。少子高齢化社会となっても広い層に受け入れられることが望めるため、地域資源を活用した「ご当地アイス」を通じて、中山間地の物産館の活性化に取り組むことを決意した。

業務用アイスへの転換

地域農産物を活用した「ご当地アイス」を主力商品として事業を開始する。アイスの原料となる牛乳は、地元のジャージー牛乳を使用。製造にはイタリア製の

機械を導入するなど、他とは違った独自のアイス作りに取り組んだ。創業当初は、初期投資と乳製品の衛生管理などのランニングコストが大きく、資金面で厳しい経営を続けることになったが、地域活性化を担うベンチャー企業としての使命感だけは忘れることはなかった。

そうしたなか、物産館に同社の特産品アイスクリームが受け入れられることになる。同社の製品は、新規性に加えて、付加価値の向上が望めるものであったため、注文を取ることができたのである。こうして県内の物産館で販売を行うこととなった。

物産館での販売は好評であった。しかしながら、飲食店やホテルから「産地アイスを食事のデザートに出したいので、業務用アイスとして販売してほしい」との要望が多数寄せられることになる。そこで、全国の飲食店をターゲットとした多品種（150種）のアイスや業務店用の小ロットオーダーメイドのPB（プライベートブランド）アイスを提供することに方針を転換。これに対応できる生産体制の確立を行うことで、業務用アイスに特化したビジネスモデルづくりに着手する。オーダーメイドのPBアイスは、得意先から送られてきた食材を加工して、製品を送り返す仕組みである。京野菜や白味噌のほか、タンカンやにんじんなどのオーダーメイドアイスを作り出すことに成功。しかも必要な量だけ製造するため、在庫を抱えないというメリットも生み出すことで、顧客からの評価も高まることになった。

身近な経営資源の活用

- 協力者：家族（妻が総務・経理を担当）
 支援者等：国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）、熊本県起業化支援センター、くまもとテクノ産業財団、九州経済産業局、中小企業基盤整備機構
 技術：特産品アイスクリームの小ロット多品種製造技術
 資金：自己資金、家族、知人、国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）

地域資源の活用と地域貢献

同社の製品には、地域の農産品とともに地元のジャージー牛乳を活用している。また、地域の農家との連携を深めるために、農産品をペースト状に加工して、納品する試みにも挑戦している。農繁期に収穫したも

の、出荷できなかった規格外品の農産物を冷凍し、それらを農閑期に出荷する。こうすることで、一年間を通じた出荷が可能となり、安定した売り上げを確保できるようになるのである。このような取り組みを行うことで、同社は地域農家との関係を深めている。

今後の事業展開

「中山間農業の経営を安定させるためには、生産だけではなく、加工と直販を上手く結びつけた仕組みが必要である」と市原氏は考えている。同社では加工と直販機能の確立を進める一方、今後の展開として生産機能を備え、生産・加工・販売の融合を図ることを目指している。平成20年に農業組合法人の設立にも参画し、そこを起点に農村再生の実現を狙っているのである。

学ぶべきポイント

- ① 中山間地の地域再生を図るという社会的な使命感を持って事業に取り組んでいる
- ② 連携する中山間農業の経営を安定させるために、生産だけではなく、加工と直販の仕組みを作る取り組みを行っている
- ③ 業務用創作アイスの顧客獲得のために、FAXや「ぐるなび」など多様なチャネルを積極的に活用している



起業を志す方への アドバイス

- ・会社経営なので利益を出す必要があるが、自分の目指す目的や方向性を伝えることができなければ、企業は成り立たないにちがいない。
- ・「このようにしたい」という思いの強さは人を動かすためには重要である。結局最後は、人の魅力が人を動かすのである。

身の回りのものを有効活用
 身近な人との係わりを活用
 自身の特技・経験を活用
 地域の問題解決
 地域の資産・資源の活用
 地域への波及効果
 地域への貢献・地域との係わり

身近な創業
身の回りのものを有効活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

株式会社パラダイスプラン

宮古島の澄んだ海水でミネラル数世界一の塩造り

会社概要

事業概要：「雪塩」などの製塩事業、塩の専門店、お米の販売などの生活関連事業

所在地：沖縄県宮古島市上野字野原1190-188

URL：http://www.yukisio.com

設立：平成6年7月

資本金：6,800万円

年商：7億4,000万円

従業員：82名

社長プロフィール

代表者：西里 長治

年齢：41歳

職歴：農協職員

座右の銘：為せば成る為さねば成らぬ何事も成らぬは人の為さめなりけり



製品・サービスの特徴

- ① 「雪塩」の製造と販売
 - ② 塩の専門店：「塩屋」の経営
- 主力商品である「雪塩」は沖縄県内でも有数の美しさと高い透明度を誇る宮古島の海の恵みを活用し、独自の製塩法で商品化。2,000年8月に世界一ミネラル種類数の多い塩（18種）としてギネスブックに認定され、記録は今でも生きている。



生まれ育った故郷での起業

代表取締役西里氏は、3年制の専門大学を卒業と同時に沖縄本島の農協に就職した。長男であり生まれ故郷の宮古島で働きたいとの思いが募るなか、宮古島の上野村で、村おこしのプロジェクト「トロピカルフルーツパーク」施設を誘致する話が持ち上がった。

早速、応募した西里社長は、「観光農園プロジェクト」を企画提案し、見事に上野村から承認される。

これが「観光農園」事業で起業家の道を歩む第一歩となり平成6年造園管理会社を設立。設立資金は貯金と、父親が土地と家を担保に工面した。若干26歳の時である。翌年、日本一の蝶々園を保有する観光施設「みやこパラダイス」を開業、同時に資本金を1,500万円に増資した。

平成9年には、関連会社として農業生産法人有限会社野原農園を設立、郷土料理の店「みゃーくやー」を開業し、特産品の製造販売を開始した。現在、農業生産法人有限会社パラダイスファームに名称変更し、宮古島の観光スポットとして賑わいをみせている。

当初の造園管理会社を(株)パラダイスプランに組織変更したのは平成13年である。

西里社長が製塩事業を始めたのは、創業して6年後のこと、父親が営んでいた事業を自社の事業として引き継ぐことからスタートした。当時の製塩業は販売不振が続いており、西里社長も事業を引き継ぐべきかどうか悩んだが、関係者の意見を聞いてみると、塩そのものの評判は極めて高い。しかも父親が開発した独自の製塩特許があり、これが父親の製塩業を吸収し事業を引き継ぐ決め手となった。

独自の製塩技術により世界一の塩を製造

同社の製塩技術は、従来の海水を煮詰める製法と異なり、海水の浸透した宮古島北部の海岸沿いの隆起珊瑚礁の琉球石灰岩の地下20mから原料となる海水を汲み上げ、海水淡水化装置に通すことで濃縮海水にすることができる。また、濃縮海水を熱した鉄板に吹き付けることで水分を瞬時に蒸発させ、ミネラル分の多いにがり成分を含んだ自然塩を採り出す製塩法（製法特許3144407）である。にがりを出さない製塩法であるが、独特の苦味が出ないよう、製塩する際の温度に秘密がある。そして、世界で最もミネラル数の多い塩として、ギネスブックに認定されると爆発的な売れ行きをみせ、事業発展の礎となったのである。

身近な経営資源の活用

きっかけ：生まれ故郷の宮古島の発展に貢献したいとの思いから、「観光農園」プロジェクトを立案したことが、起業家になるきっかけ。また、稲盛和夫京セラ名誉会長の主宰する「盛和塾」の塾生として、稲盛名誉会長の経営理念に傾倒。平成20年に「稲盛経営者賞」を受賞

材 料：珊瑚礁が隆起してできた琉球石灰岩にゆっくり時間をかけて浸透した地下海水が「雪塩」の原料

技 術：製塩技術

設 備：海水淡水化装置、濃縮槽等

資 金：自己資金、沖縄振興開発金融公庫

地域資源の活用と地域貢献

宮古島は周囲100kmの珊瑚礁が隆起してできた小さな島である。このため、海水が地下に浸透し濾過され、常に高い透明度が保たれている。

硬い岩に変わった珊瑚礁は「琉球石灰岩」とよばれ、スポンジのようにとこどところに穴が開いているのが特長。雪塩の原料となる海水は、その地下約20メートルの位置からくみ上げられている。

離島のひとつでもある宮古島には、みるべき産業としては2つの製糖会社がある位のため、同社の地域への貢献は大きなものがある。

雇用の面での貢献も目立つ。社員数79名で販売ルートが全国に広がるにしたがって、雇用する社員の出身地も広がりを見せている。現在、宮古島、沖縄県内、

県外がそれぞれ3分の1ずつ分け合っている。

顧客満足と販売

販売は個人と法人向けの2つのルートがある。個人向けは大手スーパーのジャスコ、イトーヨーカドーでの店頭販売やインターネットによる通信販売および塩の専門店での販売が中心。法人向けは主に食品加工会社を対象に業務用の塩を供給している。

また、塩の販売店を4店舗、このうち3店舗では沖縄県内の合計24社の製塩会社の塩を共同で展示販売し、地域の発展に貢献している。このほか生活関連事業として「おいしい水」と「おいしいお米」を販売する「おみずやさん」を3店舗展開する。海外では香港と台湾に販路を持つ。

将来的には塩の専門店100店舗、海外30カ国で販売し、世界のトップブランドを目指す。

学べきポイント

- ① 先達の経営哲学と知恵に学ぶ
- ② 事業に希望があれば社員はついてくる
- ③ 遠隔地事業拠点を構えても、地域資源を生かせば成功する

起業を志す方への アドバイス

大義名分のない仕事はやるべきではない。また決して長続きはしない。自分以外の人にもいい結果を出すくらいの情熱がないと、社員にも地域にも犠牲を強いることになる。



地下から採取した海水を濃縮する(右)
塩を作る(下)
検品・袋詰め(右下)



身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資源・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

株式会社アルコム

地元企業との連携と顧客満足主義により 成功した創業

会社概要

事業概要：国内向けエンジニアリングプラスチック成型
用精密金型の設計・製造・販売

所在地：宮城県黒川郡富谷町成田9丁目16-2

URL：http://www.alcom-inc.co.jp/

設立：平成13年9月

資本金：2,000万円

年商：3億5,000万円

従業員：18名

社長プロフィール

代表者：茄子川 直人

年齢：40歳

職歴：エンジニアリングプラ
スチック会社の生産管
理、営業職

座右の銘：特になし



製品・サービスの特徴

エレクトロニクス製品の部品の金型の設計・製作

携帯電話機側に内蔵された充電用ケーブルとの接続コネクタの成形金型や、液晶機器のコネクタ用金型を設計・製造・販売。コネクタピッチ0.3mm以下を主なドメインとする。また、圧入治具、切断治具、治工具の製作と製造も行う。成型品の製造は中国にある合併会社で行っている。



金型設計を行うエレクトロニクス製品。
売上構成は、金型が50%、成型品が50%である。



圧入治具、切断治具、治工具

創業の経緯

株式会社アルコムの代表取締役茄子川直人氏の創業のきっかけは、30歳の時、10年間勤務していたエンジニアリングプラスチック会社において従業員の多くを削減するという大規模なリストラが行われたことだった。終身雇用制度の崩壊の現状を目のあたりにして、自身の社会的評価について考え始める。そして、「他人に人生を左右されずに自分の力で生きていく」ために、独立をどうしたら良いのかと考えるようになる。

自分自身で稼ぐための第一歩として、将来独立することを企業へ明示したうえで、同業他社へ転職した。15年勤務した後、上司から独立の誘いを受け、共に

退職し会社を創業した。

しかし、エレクトロニクス製品の部品の金型事業の将来性をより感じ取り、創業を決意。一番初めに勤務していたエンジニアリングプラスチック会社で知り合った妻（現在非常勤取締役）と共に、33歳の時にアルコムを設立した。

成長を支えた協力企業のネットワーク

設立当初は、受注した金型やその部品を、要望に最適な協力企業に設計・製造を発注するという、茄子川氏いわく「商社的活動」を主に行った。顧客は、人の紹介を受けた7、8社であった。製造協力企業のネットワークを創り、受注から納入までの短納期化を可能

にし、高品質・高精度等の要求毎に、生産可能な企業に発注する。企業に多少の無理を言いながらも、顧客の要望に応えることが出来た。

自社で生産をしなかったのは資金的な理由だけでない。わがままが言える、これまで勤務や転職した企業を中心とした製造協力企業のネットワークがあり、期待通りの製品を作ることができたところにある。創業期を無事乗り越えられたのは、人脈や地元企業とのネットワークであった。

しかし、受注が増加すると、顧客からの厳しい要求を協力企業に短時間に漏れなく正確に伝達することが難しくなり、クレームに繋がるものが頻発した。品質と納期を確保するため、平成15年に、自社での製造を始めることにした。

製造機能の確保のため最初にしたことは、創業時から事務所を置かせてもらっていた、エンジニアリングプラスチック会社（30歳までの勤務先）内設備の「研磨加工機」の月間貸借料を支払い、使用することだった。

その後、その会社の敷地から出ることになり、現在の事業所に移転。宮城信金から設備投資資金の融資を受け研磨加工機の新品を1台、中古を3台導入した。事業所の場所探しによって地元金型製造企業との新たな出会いがあり、協力企業や顧客としての取引が始まったのは、人と人のネットワークを活用して売上を堅調に伸ばし成長してきた、アルコムらしい話である。

身近な経営資源の活用

- 人 材：妻と元勤務先で出会った人に経理を任せる。従業員は、元勤務先を退社した人や知人からの紹介者
- 技 術：元勤務先や関連企業からの製造要員を採用
- 設 備：製造を始めた当初は協力会社の設備を借りて生産していたが、金型製造を行う現在は、リース及び協力企業からの購入で設備を調達
- 資 金：国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）。地元の信用金庫からの設備投資資金の借入れ
- 支 援 等：中小企業大学の研修受講。中小企業基盤整備機構の専門家派遣の受け入れ

地域資源の活用と地域貢献

創業期以降一貫して、地域の関連企業のネットワー

クに支えられて、事業基盤の安定化と販路拡大をしている。社員は地元の人材を活用しており、同社の事業の発展に伴った、地域の製造業の振興と、雇用の拡大が期待されている。

顧客満足と販売

創業直後の成長を支えたのは、顧客を満足させることに主眼に置いた、「商社的活動」による。茄子川氏が、「営業（売る）」と「生産管理（造る）」の両方の業務を創業前に経験していて、価格・品質・納期についてのパフォーマンス向上が常に意識されていたことが大きな要因だった。

設備投資により自社製造を開始したことで、一層の金型の短納期化や高品質化が出来るようになり、顧客層から支持を得る要因となっている。中でも、平成16年の設備投資で加工機を導入したことにより高い支持が得られている。

学ぶべきポイント

- ① きっかけはさまざまであるが創業に関して、真剣に取り組む人にはそれなりの出会いがあるということを感じる
- ② 茄子川社長の「商社的活動による製造業」という、外部資源を活用しながら、低リスクでの経営をおこなうビジネスモデルが創業に有効であったと思われる
- ③ 人材を雇用することはできても育成することの難しさ、そして、それらに対して積極的な投資を行なう企業の将来に明るさを感じる

起業を志す方への アドバイス

物事に懸命に取り組む姿勢を持つこと。その結果自社に対する周囲の評価も変わり、さまざまな困難と思える壁が低くなって乗り越えられる。

まずはやってみる、やりながら考える事も大切。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

薩摩びーどろ工芸株式会社

受け継がれる輝き、新技術で「薩摩黒切子」を開発

会社概要

事業概要：薩摩切子、宙吹きクリスタルの製造・販売、
ガラス製品の展示・販売、工芸体験施設の運営

所在地：鹿児島県薩摩郡さつま町永野5665-5

URL：http://www.satuma-vidro.co.jp/

設立：平成6年6月

資本金：1,000万円

年商：1億7,800万円

従業員数：17名（役員・パート込み：32名）

社長プロフィール

代表者：加藤 征男

年齢：70歳

職歴：ガラス工芸職人

座右の銘：挑戦（新しきを求めて）



製品・サービスの特徴

- ① 薩摩切子、及び宙吹きクリスタルの製造・販売。
江戸時代に制作が途絶えた島津藩発祥の工芸品である薩摩切子を復元し、制作。鹿児島県伝統工芸品にも認定され高級調度品として販売。ジャパンブランドなどで国際的にも知名度が上がり、海外からの問い合わせもある。
- ② ガラス製品の展示・販売、工芸体験施設である「さつま町ガラス工芸館」及び「霧島高原まほろばの里『がらすの館』」を運営。宙吹きグラス作りや切子カットなどの体験を観光客などに提供。



薩摩黒切子

職人が起業家に

代表取締役の加藤征男氏のキャリアは、規模の小さい企業でのガラス職人として働いたことから始まる。腕を見込まれて大企業のガラス工場に転職したあと、薩摩切子の復元を目指し一級の職人集団を集めていた企業に宙吹きの名人としてスカウトされた。そこで、仲間と共に江戸時代末期に途絶えた薩摩切子の復元に120年ぶりに成功する。

そんな中、さつま町の町おこし事業として観音滝公園内に設立することになった「さつま町ガラス工芸館」への参加要請を受け、退職して、町営の施設を賃貸する形で起業した。

薩摩びーどろ工芸株式会社設立には、薩摩切子の復元に参加した若手の職人5人が集まったが、当初の事業計画は、販売見込みがあったクリスタルガラス工芸品を主力商品とするものだった。10年間ガラス工芸品で食いつなぎ、その間に薩摩切子は少ない職人で少しずつ生産しながら更なる技術習得をし、生産量を確保できる体制を整える計画であった。

しかし、職人の集団の集まりだった同社に経営的なセンスを持つ人材は皆無だったこともあり、苦しい経営が続くことになる。

創業3年目に転機が訪れる。東京の大丸百貨店と日本橋三越への販路が開けたことである。

また、同じ頃、現在の部長である田原氏が故郷に戻り、たまたまガラス工芸館を訪れたことが出会いとなり、強引にスカウト。総務・経理等の社内体制を整えることができ事業が軌道に乗る。

現在の生産体制を確立するまでも紆余曲折を経た。平成9年に地震でさつま町ガラス工芸館の炉に不具合が生じた後、しばらく作業が続いたが経費がかさんだため、平成16年に霧島市のまほろばの里に「がらすの館」として第二工場を建設し、本社工場の窯は停止した。その後、平成17年本社工場の新しい窯を導入。設備投資資金の返済のため財務状況は厳しくなったが、第一工場では薩摩切子、第二工場ではクリスタルガラス工芸品の製造をそれぞれ行うことで、売上をの

ばせる生産体制も確立できた。

最近の売り上げは順調で、ここ3年間は毎年1千万円ずつの伸びを示している。

ほぼ完璧な復元

売上をのばせた背景には、扱う商品の質の高さもある。薩摩切子については当初、金赤、瑠璃、藍の3色の復元からはじめ平成8年に緑、翌年に黄、平成16年紫の復元に成功した。

これらの色の復元についてはサントリー美術館の元館長でガラス工芸美術の第一人者である土屋良雄氏から「ほぼ完璧な復元」と絶賛されている。平成12年には鹿児島市工芸展へ出した作品が鹿児島商工会議所会頭賞を受賞した。

しかも、技術的に難しいとされていた黒色のガラスを使った黒切子の開発に成功し、これまでの薩摩切子になかった新製品として多大な評価を得たことが飛躍の転機となった。平成18年には、鹿児島県商工会連合会の「JAPANブランド育成支援事業」に採択されヨーロッパの展示会に3年連続で出展した。

身近な経営資源の活用

きっかけ：ガラス工芸の職人集団が、町おこし事業に呼応して起業

技術：ガラス加工技術（カット、吹き）

設備：ガラス加工設備（カット、吹き）

資金：自己資金

支援者等：さつま町、鹿児島県商工会連合会

薩摩切子の普及をめざして

創業当初、PR不足や販売チャネルの構築がままならず、知名度も上がらなかったため、売り上げは徐々に落ち込み、資金繰りの悪化を招いてしまった。結果、販売先の見極めときちんとした販売計画の策定と実践が必要との教訓が残った。

現在の販売方法は、デパートや代理店を通じての販売及び展示会・見本市などを通じての直販である。

展示会・見本市への参加は、伝統工芸品である商品の特徴上、欠かすことができない。最近ではドイツとフランスの展示会の反響が大きく海外からの問い合わせも少しずつ増えている。ただし、製品が高価な工芸品であるため、販売方法や販路については慎重に行う必要があり、特に外国への販売には、市場や取扱商品の範囲など事前に十分な検討が必要となる。

また、熟練者の養成にも時間がかかるなど市場の要求に即応する体制が取れないことから販売計画と生産体制のバランスが今後の課題であると考えられる。

地域資源の活用と地域貢献

薩摩切子という、伝統工芸復活の一端を担って、地域の文化資源の充実につながっていること、また、その普及に努めていることによる地域への貢献度は高い。地域外からの観光客に対し、公園内の施設として売店の運営やガラス工芸体験などをおこない文化の普及にも努めている。また、何より、黒切子の開発成功が全国的に知られるようになったことで、地域全体のPRへとも繋がった。

また、技術の修得に時間がかかることから、毎年定期的に1~2名を従業員として採用、職人と育てることで、技術の伝承を行っており、42歳の工場長を筆頭に20代、30代と若い職人が多く、その他パートも13名以上雇用するなど雇用の創出も行っている。

学ぶべきポイント

- ① 妥協しないもの作り
同社の特徴は、高度な職人技によって作られた製品群である。試行錯誤を繰り返しながら技の修得と復元に取り組んだ妥協をしないものづくりが企業の発展につながっている。
- ② 新製品開発のきっかけは素人発想へのチャレンジ
「黒切子」の開発は素人である田原部長の発想から生まれたもの。鹿児島県の特産品として注目されている黒糖焼酎や黒酢、黒豚、黒毛和牛などからヒントを得た「黒」の提案だった。「黒色のガラスで切子は出来ない」という職人の常識を覆して提案にチャレンジしたことが「黒切子」の開発につながった。他社との差別化が出来たため、同社の知名度も一気に向上した。

起業を志す方への アドバイス

- ・販売先（ターゲット）を見据えて具体的・継続的な販売計画が必要。
- ・まじめにもの作りを。苦しくても商品価値を下げない。妥協しない。
- ・自分は良いパートナーに恵まれた。良いパートナーが必要条件。
- ・支払いが苦しい時、相手によく相談に行った。腹を割っての相談はわかってもらえる。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資源・資産を活用
地域への貢献・地域との係わり
波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

株式会社TAMU

独創性・デザイン性に活路拓く紙器メーカー

会社概要

事業概要：印刷紙器・各種紙箱の製造・販売、及び紙ダル（紙製包装容器と紙製ゴミ箱）の企画・製造・販売

所在地：愛媛県松山市久万ノ台310-1

URL：http://www.geocities.jp/tamunohako/

設立：平成15年2月

資本金：1,000万円

年商：1億8,000万円

従業員：17名

社長プロフィール

代表者：田村 克彦

年齢：55歳

職歴：松山市役所職員、
民間会社勤務

座右の銘：憂きことのなおこの上に積もれし限りある身の力ため



製品・サービスの特徴

2枚の板紙を貼り合わせた合紙の端にカール加工を加える独自技術（特許申請）により作り上げた、「紙ダル」（「かみだるくん」シリーズ）が主力商品。強度が高く輸送用途などに適していることに加え、冷凍・冷蔵耐性が強く多種の食品の包装・保存が可能。紙製のため価格も安く、木や、プラスチック、缶に代わる容器となることが期待される。

デザイン性が高い商品の製造も可能で、食品包装器「和樽」は、贈答品や高級品用として高く評価されているほか、グッドデザイン賞を受賞したゴミ箱「トラッシュポット」はインテリア店などで取り扱われる。



マイナスからのスタート

代表取締役の田村氏は大学卒業後松山市役所に14年間勤務したあと、紙箱会社の経営者だった義父の死去にともない経営をバックアップするため退職、役員を務めた。しかし、数年で倒産の憂き目に会い勤め先を渡り歩くこととなった。

平成9年に、義兄が経営していた創業約90年の紙器メーカーが倒産した。働いていた元従業員が高齢で何年も再就職できない、或いは、また紙箱の仕事してみたいと願う姿を見かね、彼らの技術を活かすため紙器製造を起業することを決心する。そして、平成15

年に株式会社TAMUを設立した。

新たな起業とはいえ、紙器業界のビジネスがいかに難しいかは身に染み付いている。しかし、義兄の紙箱会社が倒産したことで、紙器の業界や地域での信用は地に落ちた状態で、まさに「マイナス」からの出発だった。現在でも、取引先120社のうち義兄が取引していた企業は、僅か2割に過ぎないことでもその厳しさが理解できよう。

この状況下で、取引先の開拓と付加価値の高い商品開発が成功の絶対条件と考えて計画を着実に実践、事業が軌道に乗って黒字を計上するまでに成長できたのは、5期目の平成19年のことだった。

失敗要因の綿密な分析が功を奏す

義兄の会社が失敗した理由を徹底的に分析し、紙器事業が成功するために必要なものは何か。取り組むべき課題と対策の研究を重ねた。

その結果、倒産の原因は新商品の開発を怠ったことによる販売不振と過剰な設備投資が原因であることが明らかになった。設備投資を誘発したのは、薄利多売という紙器市場の構図にあった。

経営戦略としては第一に新しい市場を開拓するための高品質で高付加価値の新商品開発。第二にデザイン性の重視と環境に優しいパッケージで他社との差別化を図ることであった。

その成果は、特許申請中の「和樽」や「かみだるくん」などのパッケージや「愛媛県優良リサイクル製品」の認定、「2008年グッドデザイン賞特別賞、中小企業庁長官賞」の受賞などに現れている。

また、以前紙器製造に携わっていたため、業界や製造のことが理解できたことや、大学で食品工業化学科を卒業したことが、取引先に食品業界が多い市場の開拓や商品開発に大いに役立った。

身近な経営資源の活用

人材：倒産した義兄の会社に勤めていた技術者たち

技術：蓋と身（ものを入れる部分）から成る荷重に強い紙箱「紙ダル」の製造技術。平成15年に特許出願した「和樽」の製法技術

協力者：専務取締役の妻と思想家の中村天風

支援者等：四国経済産業局、中小企業基盤整備機構四国支部、えひめ産業振興財団

資金：自己資金、家族、民間金融機関

環境に優しい製品作りで地域貢献

田村氏は創業当初から「環境に優しいパッケージ作り」を目指していた。強い強度でプラスチック製容器と変わらぬ使い勝手の良さがありながら、利用後は分解しやすく古紙としてリサイクルできるため、「和樽」は「愛媛県優良リサイクル製品」の認定を受けた。使用する紙の原料にリサイクル紙を使用するとともに、紙箱をリユースすることによってゴミの減量化に一役買っている。こうした環境への配慮を通して地域に貢献している。

顧客満足と販売

同社の成功要因は創業以来、商品開発に力を入れ次々と高付加価値のパッケージを作り出し、多品種少量生産を行ってきたことにある。

紙を打ち抜き・裁断・組み立てによって各種の紙箱など工夫によって様々な形の容器を作り出すことができる。この特性を上手に利用すれば、サイズ、形状、図柄など顧客のオーダーに応えた満足のゆく商品が提供できることになる。このような顧客のニーズを吸い上げて作る商品は500種以上にのぼる。

特に高付加価値化に成功した商品が特許出願中の「かみだるくん」シリーズ。京懐石、洋菓子店などの高級店が商品パッケージに相次いで採用。今では需要が一気に広がって売り上げの30%以上を占め、全国から注文が集まっている。

商品開発はこれに留まらず、耐久性に優れた「和樽」を始め、平成20年度グッドデザイン賞中小企業庁長官特別賞に輝いた紙製ゴミ箱「TRASH POT」や「貯金箱」などを市場に投入し、顧客ニーズをしっかりとつかんでいる。

学ぶべきポイント

- ① 紙器製造の技術者集団を活かそうと起業
地方では、中高年の転職は難しい。会社の倒産という回避しがたい理由で職を失い、再就職できずにいた従業員の技術を活かすため、紙器製造という業種を選択・起業した意志が、会社の発展に結びついている。
- ② 商品戦略の展開
流通・小売りの現場で、コスト削減の対象になり易いパッケージを、高いデザイン性、高強度、環境に優しいなどの機能を追加することで高付加価値化し、同業他社が手掛けていない商品を開発。

起業を志す方への アドバイス

経営はやはり資金調達が最も重要。とくに民間金融機関の融資に対する厳しさを認識し、工夫する習慣を身につけることが大切。

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域への波及効果

株式会社ブックス

経験と人脈を活かして顧客とともに成長

会社概要

事業概要：印刷・製本・加工等
所在地：岡山県瀬戸内市邑久町北島222-10
URL：http://www.e-books.co.jp
設立：平成7年1月
資本金：3,000万円
年商：12億7,300万円
従業員：55名

社長プロフィール

代表者：黒田 季之
年齢：43歳
職歴：印刷会社
座右の銘：顧客を一番に考え、価値ある会社になる



製品・サービスの特徴

- ① 24時間体制の生産体制
 - ② ISO9000 認証取得による品質管理、プライバシーマーク 認証取得による情報管理
- 中綴じ、無線綴じ、各種折り加工など一般的な製本加工から企画物、紙の教材・教具等立体系の商品などを手がけている。お客様のニーズにあった最適なシステム構成により、高品質かつ高い生産性、そして正確な納期を実現している。

取扱い商品例

●メーラーブックレットシステムで断裁、ダイカット加工、折り、糊製本を自由自在にコントロールできます。



企業の倒産をバネに

高校を卒業後、代表取締役社長の黒田氏は地元岡山の印刷会社で勤務していた。ところが、バブル経済の破綻の影響を受けて、勤務先企業が倒産してしまう。その後、新たな仕事を求めて活動するなかで、印刷会社勤務時の取引先から思わぬ話が舞い込むことになる。「印刷会社を設立しないか」という依頼であった。この依頼は、取引先3社が仕事の発注を出すことのほか、資本金の一部を負担するという条件が伴っていた。当時年齢は30歳ではあったが、既に家庭を持ち子供

も養っていたため、生活基盤の確立を迫られていた時期でもあった。こうした状況のなか、印刷業界での経験が豊富であったことに加えて、家族の理解が得られたことで創業を決意することになる。

創業にあたっては、取引先に加えて家族の協力が不可欠であった。専業主婦であった妻とともに母親も勤務する会社を退職して、創業メンバーに加わることになったのである。また、創業資金に関しては、自己資金や取引先からの出資のほか、国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）や岡山市の開業助成金制度を利用した。こうした創業の準備を経て、岡山市に会社を設

立することになった。

品質向上で顧客に対応

経理や事務作業は母親や妻が担当したものの製造、販売などその他の業務は黒田氏が全て行う経営体制で事業を開始する。出資先企業からの定期的な受注もあり、順調にスタート。創業1年目から安定した売り上げとともに利益の確保にも成功する。しかしながら、創業2年目に大きな変化に見舞われる。取引先が大手企業に仕事を奪われ、同社の受注が激減したのである。創業2年目で突然訪れた経営危機。これまでほとんど行っていなかった営業活動も再開し、本格的な受注活動を行うことになった。こうした活動をする中で、黒田氏が活かしたものはこれまでに培った人脈であった。前職で取引実績のあった企業に加えて、それらの企業から紹介された別の企業からも受注を受けることになったのである。これらの営業努力が実ることによって、低迷していた受注が増加。見事に業績を回復させることに成功する。

さらに、顧客からの要望に応える製品・サービスを提供することで業績を拡大する。その中で、同社に最も影響を与えたのが、地元岡山の大手出版社の存在である。通信教育サービスを主要事業として業績を急拡大。事業の拡大に伴って、ダイレクトメールや教材等の印刷依頼が急増することになった。これらの依頼に対応するため、ISO9001やプライバシーマークを取得して製品・サービスの品質向上に努める。こうした取り組みが認められ顧客とともに、売上を向上させることに成功した。

その一方で、別の問題が発生してしまう。受注の増加により製造業務が多忙になったため、製造スタッフの負担が重くなり、彼らが会社に定着しないのである。印刷業界では、同様の悩みを抱える企業も少なくない。過酷な業務に加えて、日常的に長時間労働を強いられ、休日数も少ないと一般的に考えられているのである。会社の業績は拡大するものの、社員は2、3年周期で退職する状況がしばらく続くことになる。この状況に対して、同社は就業規則や業績管理制度の導入と同時に、社員教育を充実。社外での研修やセミナーにも従業員を積極的に参加させるようになった。これらの取り組みが実を結び、従業員の定着率も上昇しつつある。

身近な経営資源の活用

協力者：母親・妻などの家族

支援者：取引先企業、前勤務先社員、弁護士、会計士、社会保険労務士

資金：自己資金、取引先企業、家族、国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）など

業績拡大で雇用創出

平成19年に瀬戸内市に新社屋を設立。岡山市から会社を移転することで、地元の人材を約30名採用する。その結果、創業当時4名であった従業員は、55名が現在では同社に在籍している。このように従業員を増員することで、地域の雇用創出に関して、大きな役割を担っているといえるだろう。

さらに、地元小学生の工場見学の受け入れや地元老人会への協賛など地域との関わりを深めることで地域への貢献を果たしたいとも考えている。

今後の事業展開

新たな事業として、店舗型プリントショップ「アクセア」を他企業と提携して岡山駅前に出店をした。いわゆる「ビジネスコンビニ」と呼ばれる店舗で、コピーやFAXの貸出しなどビジネスマンが必要とするサービスを提供している。同社の印刷業界での技術や経験を小売ビジネスに結び付けることで、事業の柱に育てたい意向である。今後は更なる出店と同時に、出店エリアの拡大を図り事業の拡大を目指している。

学ぶべきポイント

- ① 資金調達や取引先の開拓などに、これまで培った自身のネットワークを有効に活用している
- ② 事業の更なる発展のために、紙教材・教具の開発を行うなど新製品開発を積極的に行い、顧客ニーズを捉える継続的な努力を行っている

起業を志す方への アドバイス

- ・人のためになるとともに長い継続が可能なビジネスを目指してほしい
- ・資金がなくても、アイデアと実行力があり、説得力のある事業計画書があれば金融機関から融資を受けることは可能である。逆に、金融機関から融資を受けることができないならば、起業することをやめるべきである

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源を活用
地域への波及効果
地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社ピオテック

貼紙・落書きから街を守る景観改善ベンチャー

会社概要

事業概要：貼紙・落書き予防コーティング剤の製造・販売、塗装工事及びメンテナンス工事

所在地：福岡県福岡市南区大橋1-3-5 福農会館 202

URL：http://www.pio-ltd.jp

設立：平成18年7月

資本金：2,000万円

年商：3,500万円

従業員：6名

社長プロフィール

代表者：永松 徳文

年齢：66歳

職歴：地方公務員
民間会社勤務

座右の銘：楽しむ。

若い時から「知らないことはとことんなんでも知りたい」という好奇心の持ち主。



製品・サービスの特徴

① 貼紙・落書き予防塗料「Pioシリーズ」

② 船底塗料（今年4月発売予定）

貼紙・落書きを予防し安心安全な街づくりに貢献する都市景観企業として、主に電力会社、地方自治体、鉄道会社などに製品を販売。塗装工事やメンテナンス工事も行なう。



リサイクル機器開発の経験から生まれた製品

代表取締役社長の永松氏は、公務員一家に育ち、自身も地元の県庁に就職する。ところが、冒険をしたくなり、すぐに飛び出てしまう。不動産会社、メーカー等を転々とする中、あるリサイクル機械メーカーで営業中にリサイクル事業に興味を持った。装置に疑問を感じ、自ら発泡スチロール製魚箱のリサイクルプラントの開発に乗り出すことになった。苦勞の結果、13年も費やして、ようやく試作品が完成。ところが展示会展を目前にして、大雨でプラントが水浸しになってしまった。作り直す金はなく、事業化を断念せざるを得なかった。

「お金のかからない仕事はないものか」と思案中に、九州大学と九州電力が主催する粉炭に関する共同研究会の会合でたまたま知り合った九電の技術者から、「電柱の貼紙を予防する方法はないものか」との相談を受ける。そこで閃いたのがリサイクルプラントの研究を通じて発見した、発泡スチロール（ポリスチレン）が「のり」の付着を阻害する性質だった。

独自に実験を重ねてみると、狙い通りの結果が得られた。しかも、これまでの、貼紙の予防だけ、落書きの予防だけという塗料と異なり、貼紙の予防と落書きの予防の両方に効果を発揮することが分かった。こうして事業化に踏み切り、設立したのが同社である。

優れた商品であることに自信はあったが、社会的な

認知度を高めて、販売ルートをどう構築するかが最大の悩みであった。しかし幸いにも地元福岡のテレビ局や新聞各紙が大きく取り上げたことで知名度を高めることができた。販売先を電力会社や鉄道会社、地方自治体などに絞り込み、代理店販売の強化に努めている。

ボランティア活動を利用して知名度を上げる

米国の心理学者が唱える「ブローケン・ウィンドウズ理論」によると、かつてのニューヨークのように落書きの多い地域は軽犯罪が多発し、凶悪犯罪が起こりやすくなると言われている。それだけ貼紙・落書きを予防することは、都市の景観と街の安心安全を守るために極めて社会的に価値のある仕事である。このような問題意識から全国の繁華街などでもボランティアが落書きの除去作業に汗を流す姿がよく見受けられる。

同社では、福岡市内のこうした活動に率先して参加。それが地元テレビでも紹介されるなど各方面から注目を集め、この活動を通じ、知名度の低かった貼紙・落書き予防塗料「Pioシリーズ」は瞬く間に知れ渡った。

環境や社会貢献にしっかりと軸足を置いた起業である。

身近な経営資源の活用

協力者：長男が取締役に就任

材料：固形油脂と脂肪酸等

技術：自己資本による独自開発の技術

福岡県新技術・新工法活用促進制度及び国土交通省の公共工事等における新技術活用システムに認定・登録

資金：自己資金と知人の企業である株式会社ヤマウ及び合資会社前田商店の共同出資で設立

支援者等：九州大学 等

地域の環境整備に貢献

永松氏は、若い頃から環境問題に深い関心を寄せていた。貼紙・落書き予防塗料で起業したのも、地域の環境改善に関わる問題の解決策として社会生活に大きく寄与する仕事だと確信したためである。

特に違法な貼紙・落書き予防には、地域住民が一体となった予防対策が不可欠。このため同社では「ふくおか安全安心よかまち運動」、「落書き許さん隊」など、

街の景観改善に取り組む地域のボランティア活動に積極的に参加している。

平成18年の会社設立と同時に、福岡市の天神地区に永松社長が代表を務めるNPO法人「都市景観を守る会」を設立。景観改善の専門家として各地で開かれる景観問題の講演会に講師として招かれている。

事業そのものが「美観改善・維持対策への社会貢献」という同社の使命となっている。

強みを活かした新たな展開

落書きを消す方法としては、揮発油などを使うケースがほとんど。しかし、揮発油は臭いが強く、しかも手が汚れ消す時間がかかるため、作業を嫌がる人が多い。

これに対し「Pioシリーズ」は落書きされそうな場所に吹き付けておくだけで、簡単に手で剥がすことができる優れものである。有力ユーザーである電力各社の実験では、落書きを剥がすのに要した時間は「わずか3秒だった」とのデータもある。

販売先であるこうした電力会社を中心に、地方自治体や個人の商店も、景観維持の観点から同社の製品に強い関心を寄せている。

販売方法は、当面は直販と代理店方式を併用して市場開拓を行ない、軌道に乗った段階で代理店に切り替えていく計画である。

現在、船底塗料についても開発に成功しており、事業化の目処が付き次第、販売に着手する予定である。

学べきポイント

- ① 起業家マインドと年齢は無関係であり、情熱がある限り、何歳からでも起業は可能である
- ② 優秀な起業家は、安全安心、環境、景観改善などの時流を的確につかむ名人である

起業を志す方への アドバイス

「社会貢献」という高い経営理念を掲げることが、これからの起業には求められる。社会の信頼を勝ち取ることが生き残りの条件となる。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への貢献・地域との係わり
波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域への波及効果

メーカーズシャツ鎌倉株式会社

「上質でリーズナブルなシャツを提供したい」 との思いから起業

会社概要

事業概要：メンズレディースシャツ、ネクタイ、コート、セーターの製造販売

所在地：神奈川県鎌倉市雪ノ下4-2-15

URL：http://www.shirt.co.jp

設立：平成5年11月

資本金：2,800万円

従業員数：81名

社長プロフィール

代表者：貞末 民子(代表取締役社長)
(取締役会長：
貞末 良雄)

年齢：社長60歳
(会長68歳)

職歴：アパレル会社勤務、
主婦

座右の銘：継続は力なり



製品・サービスの特徴

国産生地を使用。綿100%の80番手双糸以上の糸を組み合わせ、縫製は巻き伏せ本縫い。天然の貝ボタンを使用した上質シャツを均一価格(4,900円)で提供。

毎週、新作製品を入荷し、生鮮食品のように上質シャツを売るビジネスモデルが特色である。



シャツ専門店という新しい業態

自身もアパレル勤務の経験がある貞末民子氏が、アイビーファッションの先駆けとなったVANでの修行経験を持つ夫のサポートを受け創業したのが同社である。二人ともアパレル業界に身を置き、衣料関係のモノ作りや流通に精通していた。その中で「まだ日本にはないシャツ専門店を作りたい」という思いが創業のきっかけとなった。

「日本人のビジネスマンが世界で活躍するためのメンズファッションをメイド・イン・ジャパンで作りたい」という哲学とVAN倒産の教訓から、取り扱い品目を「シャツ」に絞り込んだ。

さらに、貞末氏の生まれ育った鎌倉から観光以外の文化を発信したいという考えから、鎌倉市内のコンビニの2階の店舗を借りてシャツの製造販売を開始し

た。1年後の平成6年に会社を設立。消費者の視点から上質でリーズナブルな商品を提供することを目指している。

戦略と経営システムにより優位性を築く

同社の特徴が、メンズファッションの中でスーツの脇役であったシャツの役割の重要性を再確認し、そのシャツに絞り込んだ戦略を徹底していることである。貞末会長は「シャツはスーツの発達とともに、その装飾性ははぎ取られ、派手なものではなく、シンプルの中にその品性や粋(イキ)を極める、スーツシステムにあって重要な役割を担う」と強調している。

原材料の生地は綿100%の80番手双糸を使用。縫製は巻き伏せ本縫い、ボタンも天然高瀬貝を磨き上げるなどのこだわりと均一価格を貫く商品づくりを徹底している。

もう1つの特徴は、流通構造である。「上質でリーズナブルなワンピース」「おしゃれで品質の良いものを少しでも安く提供する」という商品コンセプトを実現するために、流通ルートを極端にシンプルにした。生地業者や工場とは直接取引とし製品は工場から店頭へ直接納入される製造小売（SPA）形態をとっている。

中間業者を省いて流通コストを低減。生産と販売を直結させることで、感度の良い商品を市場に提供。在庫を持たない少量多品種体制を構築し、商品の「ほぼ99%」を売り切っている。

そしてもう1つ、常に消費者の信頼を勝ち取るための戦略がある。消費者目線で顧客に接する販売員からの情報などを企画に反映できる仕組みを構築している。企画から販売まで1ヶ月を切る体制を確立し、毎週、新デザイン商品を市場に投入。市場密着型のオリジナルシャツを高回転率で販売している。

身近な経営資源の活用

協力者：会長、社長とも大手アパレルメーカーでの勤務経験があり二人三脚で運営

素材：こだわった生地（綿100%、80番手双糸以上のハイエンド質）、天然貝ボタン

資金：自己資金

PR活動：趣味の仲間や友人などの人脈活用、口コミ、情報誌、マスコミ取材などによる相乗効果

地域名をブランドに活かし地域とともに発展

鎌倉生まれの貞末社長は、地域に数多くの友人がおり、子供のPTA役員、趣味のサークルなどで培った人間関係を大切にしている。創業にあたって店舗販売を喜んで手伝ってくれた友人、企業の拡大期に入社した知人など地域の人的資源は大きな助けとなった。

鎌倉は日本人なら誰でも知っている「住みたい街、憧れの街」「歴史ある街」の一つであり、その鎌倉から服装文化を発信することで地域の貢献につながっている。

同社の製品は通称「鎌倉シャツ」として知られており、製品の品質と鎌倉というブランドが顧客にとって結びついて認識されている。

学ぶべきポイント

- ① 基本コンセプトが明確で、それを実行するためのシステム構築に様々な工夫がなされている
「日本人をもっとおしゃれにしたい。世界で活躍

するため、上質でリーズナブルなシャツを提供したい」という基本コンセプトを実践するための生産・流通・販売面での工夫がある。例えば、業界で常識の手形決済を「現金決済の翌月払い」に変更して原材料を安く仕入れ、返品なしでリスクをとる姿勢も評価された。また、流通経路の短縮化により、流通コストを低減するなど、コンセプト実現のためのシステムづくりに注力している。

- ② 本物志向の商品が顧客の支持を得ている
創業当初は生地業者や工場関係者を含め、周囲は「シャツ専門が成功するはずがない」と冷たかったが、素材や縫製加工などでの本物志向とお客様の求めているものをスピードをもって提供できる仕組みを作り上げた。
- ③ 組織をフラット化し、人材教育に力を入れている
急成長で入社希望者を厳選せず採用したため、その後採用した社員との間に仕事の取り組み姿勢のギャップが生じて苦労した。その経験から「健康的で明るい笑顔と迅速な行動」をモットーの人材育成に力点を置き、フラットな組織体制と店舗運営を心がけている。

今後の課題と方向性

同社の成長には、女性誌に掲載されてから売上が増加したことに要因があるが、それを支えたのは、製品の品質である。

創業当初からのこだわりである「驚くほど上質なシャツを4,900円で販売する」ことを実践することにより、他社との差別化を図っている。

今後は、ヨーロッパや米国市場をにらんだ更なる品質と価格のバランスの追及と製品開発が課題となっている。

起業を志す方への アドバイス

- ・最初から大きな投資をせず、最初は最小限の投資から。一番悪い環境から始めれば、それ以上悪くなることはない。
- ・ビジネスは自分一人では出来ない。創業前、日頃から地域の友人や学校関係等と良いコミュニケーションを図ることが大切。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域への波及効果

センチュリーペット株式会社

インターネットによるペット総合サイトの 運営とペット流通情報

会社概要

事業概要：ペットショップの経営、インターネットによるペット総合サイトの運営、ペット流通情報の提供及びペット売買の仲介業務、ペットショップのフランチャイズチェーン

所在地：神戸市東灘区御影3-11-2

URL：http://www.century-pet.co.jp

設立：平成9年1月

資本金：8,800万円

年商：5億2200万円

従業員：48名

社長プロフィール

代表者：日高 優

年齢：38歳

職歴：大手流通会社勤務

座右の銘：成せば成る



製品・サービスの特徴

- ① インターネットを活用したペット動物の仲介販売
- ② ペット用品の販売
- ③ ペット向けサービス（ペットの理容・ホテル経営）



起業の動機と経緯

代表取締役の日高氏は、大学（商学部）在学中から起業を考えていたため、事業化に関連する情報に接しやすいと考えて大手流通企業に就職したが、ノウハウの蓄積に適さない配属先であったこともあり、起業のために早々に退職した。

その時期、インターネットが普及しはじめた頃でもあり、ペットのブリーダーとペットショップを結ぶ生体取引の情報を仲介するネット上での通販事業で起業しようと考えた。ペット動物流通に知見をもった知人がいたことも、その一因であった。そして、自分もペット販売店に通って、値決めの仕組みなどを学んだ。

平成7年12月に個人事業の形で起業。翌年4月から同志社大学大学院に開設されたばかりのベンチャービジネスコースを受講し、著名な企業の経営を研究。さら

に、6月からは神戸市のキックオフセミナーも受講、専門家の指導を受けながらビジネスプラン作成に取り組み、そのプランが投資家等に対するプレゼンテーションで認められ兵庫県中小企業振興公社の新産業創造キャピタル制度（NECCS）で、出資を得ることができた。

効率のよいペット店の経営を

同社は、グループ企業運営の直営繁殖場や100名規模の独自のブリーダーネットワーク、FC加盟店網を結んだ生体情報管理システムを持つ。また、顧客管理システムとPOS管理システムにより、売れ筋情報の収集・分析などを本部で集中的におこない、FC全体

NECCS（新産業創造キャピタル制度）：（財）兵庫県中小企業振興公社では、優れた技術力やアイデアをもって新たな事業を展開しようとする企業や今後活躍が期待される女性起業家等の創出を促進するため、株式投資などを中心とした円滑な資金供給を行うことにより、企業の創業、新事業展開等を支援している。

で情報を共有するしくみを構築。手間のかかるペット動物の仕入れを本部で一括代行しているため、FC加盟店では、仕入れ担当者を置くことなく、最小限のスタッフで効率的な店舗運営が行える。

経験と勤に頼っていた旧来型の個人経営ペットショップとは違い、高い商品回転率と坪効率（ひと坪当たりの売上高）を維持することができるため、FC店は設立から約12年で、阪神地域のみならず東京や北海道を含む16店舗に増加した。

身近な経営資源の活用

協力者：前職で出会った仲間（1名）。現在、副社長としてともに経営に携わる

支援者等：新規創業のモデルケースと位置付けられることで、公的支援機関の経営相談事業を十分に活用

材料：100名規模の独自のブリーダーネットワーク
資金：会社設立の資金（500万円）は家族が提供。運営資金は、ビジネスパートナー、取引先企業から。その他、NECCSなど公的支援機関の出資や助成制度を活用

事業を拡大させた独自のネットワーク

現在ある独自のブリーダーネットワークやFC加盟店網の確立は、努力の結晶だ。起業した当時から、ブリーダーとペットショップの双方に向けて、ペット動物流通情報ネットワークへの参加を、ファックスなどでPRして呼びかけた。

ブリーダーから、誕生した犬などの動物の情報をファックスで送ってもらい、情報を整理して、ペットショップに配布する。一方、ペットのニーズ情報を集めてブリーダーに提供する。こうして、双方の受け手を拡大していった。誕生した犬や猫の子供を、早期に、いつでも、どこでも、リーズナブルな価格で、安心して手に入れることが出来ると、ブリーダーとショップ、そして顧客に喜ばれた。

店舗を開設後には、POSシステムや、来店顧客情報に基づくRFM分析を実施したうえでマーケティングを行い、地域の顧客の確保拡大に努めている。

また、若い女性などが入りやすい内外装やカフェ風の雰囲気づくりにも取り組んでいる。

地域資源の活用と地域貢献

ペットショップは土地柄によってビジネスに違いが

出るような業界、業態ではないため、全国的なネットワーク展開を日高氏は考えている。

しかし、それぞれの地域での成功のためには、地域に密着したビジネスである必要がある。

FC店舗の従業員はトリマーなどを行なう専門スタッフと、販売を行なうパートによる構成。現地での採用を基本とし、地域の人材を多く活用する。特に、トリマーは、地域の専門学校を通じてトリマー志望者のインターンを受け入れ、働く場の提供を行っており、地域の雇用拡大に一役買っている。

また、固定客が多いという特性を持つペットショップの立地は繁華街である必要はなく、コンビニの跡地などでもよいと、遊休地を積極的に活用している。

なによりも、阪神地域の既存のペットショップや来店する顧客の情報を集積・活用することで、業界のレベルアップに貢献できていると考えており、ペットショップのイメージの向上を図れている。

学ぶべきポイント

- ① 起業家精神をもって大学院や支援機関の起業セミナーに参加するなど、新規事業経営に必要な基礎的な知識・ノウハウを身につけ十分な準備を行っている
- ② ビジネスプランの精査、先進的経営への工夫を行って、公的機関の支援サービスを十分に活用している
- ③ 起業の目的を社会的存在価値のある企業づくり、目標を「株式上場」と明確に置いている。そのため、経営方針に一貫した姿勢があり、公的機関などの信頼を獲得してきた

起業を志す方への アドバイス

現在の経済情勢から、企業には難しい時代になっていると思う。起業するなら、常に勉強することが必要である。

また、起業後は、ビジネスに係ることは誰も教えてはくれないと覚悟する必要がある。

従業員は教えてもらって当たり前と考えているから、従業員に100のことを教えるためには150以上のことは自分で先行して学ぶ必要がある。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業
身の回りのものを有効活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の課題解決

株式会社サンテクノ

四国の森林資源に着目、住宅建設資材を地産地消

会社概要

事業概要：木材住宅用資材等の販売
所在地：香川県高松市林町411番地
URL：<http://suntechno.ask21.jp/gaiyou.htm>
設立：平成8年5月
資本金：1億円
年商：18億円
従業員：26名

社長プロフィール

代表者：川内 孝士
年齢：57歳
職歴：やまうち機械販売(株)
座右の銘：木材資源の有効活用により環境再生への一助となす



製品・サービスの特徴

顧客である住宅メーカーや工務店などから、設計図を預かり図面を分析することで、必要な木材や建築金物などの形状や数量などを積算。プレカット材や建築金物のほか、建築資材など木造住宅に必要な資材を一括で納入することを可能とする住宅資材調達のアウトソーシング請負業を展開している。



プレカット材製造現場

林業の再生を目指して

代表取締役社長の川内氏は、大学時代から住み慣れた四国で機械商社に在籍し木工加工機械の販売に従事していた。取引先である森林組合に対して営業活動をする中で、過疎化・高齢化が進む限界集落の状況に直面することになる。安価な輸入木材の流入により、国内の木材価格が最盛期の半値ほどに低迷。そのため林業の従事者が減少し、必要な手入れが不足したため「山」が荒れ果ててしまったのである。

「このような状況を打開するには、何よりも林業従事者の生活基盤を安定させることが不可欠である」と川内氏は、強く感じるようになる。

そこで「林業の再生を果たすためには、木材の付加価値を高め消費地への流通の仕組みを作ることが必要である」と考え、高付加価値化が図れる加工機械の販売を通して林業の再生に取り組むことになった。

ビジネスモデルの確立

木造軸組工法向けプレカット加工機を中心に木工機械の販売を主要事業として会社を設立。これまで培った川内氏の営業経験や人脈を活かして順調に事業のスタートを切ることになる。しかしながら、四国という狭い地域のためプレカット加工機の市場はすぐに飽和状態に陥り、次なる展開を模索していた。

そのような時、取引先からプレカット加工を新たな事業として行うことを提案される。時間をかけて検討を重ねたうえ、その提案を受けることを決め、プレカット加工事業に進出することになった。当時はまだそれほど普及はしていなかったものの、いずれ木造住宅はプレカット材の使用が主流になるとの予測も決断を後押しした。

プレカット加工事業は、住宅メーカーや工務店から意匠図面を受け取り、これを基に構造図面を作成し、

必要部材や数量を割り出すという流れである。この仕組みをアレンジして同社では簡単に意匠図面から必要部材を拾い出すシステムを開発。図面から生まれる情報をまるごと商品化しようと考えたのである。その結果、プレカット材だけではなく、構造用合板や端柄材など他の部材も併せて提供することが可能となった。

その後も法律の制定や改正を見越した素早い対応で、取扱商品を増やすことになる。具体的には、阪神大震災後、住宅の耐震強化を図るため品格法（住宅の品質確保の促進等に関する法律）が施行されることに先行して、それに対応する耐震用金物を他社に先駆けて導入。地域において圧倒的なシェアを占めることで安定した売り上げにつなげている。

こうした川内氏の先見性により取扱商品を増やすことで、住宅資材の購買代理業務を確立。手間がかかる積算業務をアウトソーシングすることを可能にするとともに、一括購買により低価格での商品供給を実現している。特に中小・零細工務店においては、限られた人材の有効活用が可能となるほか、価格交渉力の向上も図ることができるため、取引も飛躍的に拡大することになった。

身近な経営資源の活用

支援者：前職（機械商社）の同僚2名
中小企業基盤整備機構
材料：地元産の安価な間伐材、端材等
技術：資材調達の請負ノウハウ、
資金：自己資金、ビジネスパートナー、取引先企業、現在の幹部社員

地域との共生を目指して

林業の再生を目指して事業を展開する川内氏は、山間部の基幹産業を立て直すために様々な取り組みを行っている。会長を務める「かがわ建築市場」の運営はその一つである。ここでは、地域の工務店や施工業者のほか、森林組合などが集まり、森林保全と林業の活性化のために四国産の木材を積極的に活用した木造住宅の建設を推進している。森林は、大気中の二酸化炭素が生育中の樹木に吸収され、光合成により酸素を放出し、二酸化炭素の固定化を図るという特性を持っている。しかしながら、その一方で伐採されないために荒廃し、土地が痩せ、保水能力を失いつつある森林は数多く存在する。

このような状況のもと、伐採適齢期に当たる国産木

材を積極的に活用していく中で、若木の計画植林などの環境整備につなげ、伐採・植林の好循環により林業の活性化を図りたいと考えている。

今後の事業展開

同社では、良質な四国産木材を活用して、四国地域の地産地消住宅の推進を本格的に図ることを次なる展開として考えている。

このひとつが、J-Pod工法のための材料供給である。J-Pod工法とは、京都大学と鴻池組が開発した耐震工法であり、口の字型の木枠を重ねてできた箱を用いて作る耐震性の高い工法である。この工法は、鉄骨工法に負けない強度を実現する一方、間伐材や端材などの安価な材料を使用することが特徴であり、同社では四国産木材の活用を推進している。

また、開発中の新材料コラボウッド（杉柱を数本横に圧着する横架材）の本格的な導入も検討中である。現在横架材は、北米産木材を使用するものが主流であるが、これを四国産木材に変え、上記のJ-Pod工法と関連させて、四国産木材の活用率を上げることを目指している。

学ぶべきポイント

- ① 経営者としての先見性と決断力を有している
- ② 最新情報をいち早く掴み、他社に先駆けて新たな事業に取り組んでいる
- ③ 中長期的なビジョンを掲げ、地域と密接な連携をとり、地域とともに着実な成長・発展を目指している

起業を志す方への アドバイス

世の中全般における既成概念、固定観念を捨てて、世の人々の生活に必要な不可欠な分野、商品などにターゲットを絞って起業をすることが重要である

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用
地域の課題解決
地域の資産・資源の活用
地域への波及効果

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

有限会社ビーインミュージアム

55歳で「ふく料理店」を起業、 隠れた地元の食材を再発見

会社概要

事業概要：ふく、あんこう等料理飲食業、水産加工品の製造・販売等
所在地：山口県下関市唐戸町3-10
URL：http://www.koufuku-club.com/
設立：平成10年
資本金：500万円
年商：1億8,000万円
従業員：11名

社長プロフィール

代表者：高橋 和子
年齢：66歳
職歴：フェリー会社に勤務
座右の銘：「今が一番」



製品・サービスの特徴

- ① ふく料理店「旬楽館」の経営
高価なため観光客が手を出しにくかったふく料理を、価格帯の差がある各種のふくを使ってリーズナブルに提供。
- ② 「あん肝のみそ漬」等の水産加工品の開発・製造・販売
廃品同様であったあんこうの肝の味噌漬を開発。商品化、通信販売により全国に販売。

ふく料理 / 季節料理
「旬楽館」



「あん肝のみそ漬」

第二の人生として起業

代表取締役の高橋和子氏は、17年間勤めた地元のフェリー会社の管理職を55歳で定年前に退職。第二の人生として何かを始めたいと、女性起業家支援組織WWB [Women's World Banking (女性のための世界銀行)] の女性起業家スクールを受講、先輩起業家の話を聞きながら第二の人生として社会に役立つ仕事をしたいと起業を決意した。

ふく料理店を始めたのは、前職でふく料理を提供するツアー企画をした際、その値段の高さに疑問を抱いた経験が背景にある。地元下関の「ふく料理」は、有名でおいしいが価格が高く、通常のふく料理店は気軽に入り難い。下関を旅行する観光客が一人でも気軽に食べられるようなリーズナブルな価格のふく料理を提供して、「下関のふく」を広め、地域の発展に協力したかった。

経理には精通していたことと、漁業関連の仕事経験

がある古くからの友人（現在取締役）が、ビジネスパートナーとして、出資・協力してくれたことから創業が実現した。

一貫した経営方針が受け入れられるまで

暮らしを豊かにする「美味しく安全な食生活」をモットーに、同社は、ふく料理店「旬楽館」事業と、全国に配送する通信販売事業「幸ふく倶楽部」の2つの事業を展開している。

50席の料理店「旬楽館」では、価格を抑えるため、流通価格の高いトラフグ以外の、マフクやカナトフグなどに着目して活用することで3,800円から15,000円までのリーズナブルな価格でコースを提供することに成功した。また、客の要望に沿って新メニューを常に関発、洋風のメニューを取りいれたりもした。昼時は、合鴨農法で作った無農薬米と地元唐戸魚市場にあがった新鮮な魚を使った低価格の定食（800円）を出して

おり、常連客が多くいる。この昼食のサービスメニューで客を集め、夕食の会席につないでいるのである。

しかし、このような経営方針ははじめ、地元の調理師組合から斡旋してもらった料理人には理解してもらえず、料理人の交代も経てやっと、味と価格に満足していく料理の提供にいきついた。

また、多くのふく店が並び、業界に古い体質が残る下関で、素人であり、且つ、女性による起業は、様々な障害に突き当たった。地元の料理店組合に加入させてもらえない、また、ふく料理店だと認識してもらえず商品の仕入れが出来ない日々もあった。

高橋氏が起業後最も危機を感じたのは、生食用として市場で仕入れたカキの料理でノロウイルスの食中毒を引き起こし、営業停止処分を受けたときだ。客足が遠のくと心配したが、味を信頼してくれていた常連客に助けられた。(下関の岩カキを扱った他店のほとんどが中毒を起こしたことが後に判明した)

そして、3期目から、売上げが成長し始め、黒字を計上する。

下関発全国へ

地域の人や旅行者にふく料理を提供するだけではない。高橋氏が目指したのは、下関のふくや水産物を全国に広めて、その価値を高めることでもあった。

下関に来れない人のために、インターネット上で通販専用ショップ「幸ふく倶楽部」の運営を開始し、ふく鍋のセットややあんこう等の水産加工物を全国へ販売している。

主力商品は、あんこうの肝を利用したフォアグラのような食感の珍味「あん肝のみそ漬」だ。ふくに次ぐ同社の新ブランドの確立を目指して、これまで廃棄物とされていたあん肝を使って商品化したことも評価され、開発した料理長は、平成18年に第1回下関スローフード・マイスターコンテストで初代マイスター(名人)の称号を授与された。平成19年5月には、あんこうの商品開発についての経営革新計画の認定をうけ、平成20年には「あん肝のみそ漬」は下関ブランド推進協議会(下関市)より下関ブランドの認定を受け、県の展示会に出展するなどPRに余念はない。

身近な経営資源の活用

協力者・人材:

①よき事業パートナー

パートナーである取締役の高松日出子氏は、水産

業のコンサルティングなどを手掛けていた経験があり、創業時には資本提供に加えて、事業計画の組み立てなども協力した。現在では、高橋氏が現場面(サービス、渉外)、高松氏が経営、企画面を担当する。決算は会計士に依頼。

②経営方針に理解がある従業員

安価で質が良く客のニーズを満たした料理・加工品の開発に、理解のある料理人に会おうまでは、料理人の入れ替えもあった。また、従業員は地元の高齢者を多く活用(最高齢は73歳)

材 料: 地場でとれるふく等鮮魚が資源

資 金: 自己資金、ビジネスパートナー。起業時の銀行借入に際しては、WWBの保証を利用

地域資源の活用と地域貢献

ふく料理をリーズナブルな価格で提供する同社は、下関のふく料理の価格の先導役になっている。地域全体での価格がむやみに高騰しないことで、消費者が手に入れやすくなる。ひいては、消費の拡大、産業の拡大、そして、雇用の増大にもつながるだろうと、高橋氏は言う。

一方、あんこうは、下関が日本一の水揚げ量(1,000t/年)にもかかわらず、浜価格が250円/kgと安かった。廃棄物であった肝を商品開発してブランド化して売り出した結果、あんこうの浜値の上昇にも寄与、廃棄物も減り、市場ひいては、地域の活性化の一助となっている。近年、あんこう用底引き船を新設する動きも出ている。

今後も、新しい水産加工品の販売を予定している。

学ぶべきポイント

新しいアイデアを生む情報(特に地元情報)の収集をおこなうこと。今まで、他の人が着目していなかった「下関のあんこう」を使った商品化に結びついた、そのためには情報の収集があった。なお同社は現在、健康食品事業を立ち上げ、新たな事業展開を図っている。

起業を志す方への アドバイス

- ・ 起業家は、仕事が好きであることが一番。
- ・ 年齢的には体力が残っている50歳前後までの起業が好ましい。
- ・ いい事業パートナーを見つけることが成功には必要。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業
身の回りのものを有効活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

株式会社シンプルウェイ

起業の夢を実現、「思い出映像」をもう一度

会社概要

事業概要：8mmフィルムから電子媒体（DVD等）の制作（内容の編集、劣化フィルムの修復作業を含む）

所在地：北海道函館市本通1-26-12

URL：http://www.omoide.tv

設立：平成15年4月

資本金：200万円

従業員数：15名

社長プロフィール

代表者：阪口 あき子

年齢：35歳

職歴：求人情報誌編集社に勤務

座右の銘：朝令暮改でもよい。
Yes We Can



製品・サービスの特徴

8mmフィルムの映像の内容、劣化状況に応じて独自開発の変換システムを用いてDVD・VHSへの変換を行うサービスを行っている。お客様の要望に応じた映像の調整や不要部分の削除、収録順番の入れ替えなど、ニーズあわせて完全オーダーメイドで仕上げ。



起業家を目指して

代表取締役社長阪口氏が起業を志したのは大学時代である。両親が会社経営をしていたことに加え、一度しかない自分の人生を楽しむために、女性として結婚・子育てをしつつも、一生仕事をしたいという思いがあった。これらを実現させる手段として、自分の権限で仕事に取り組める社長というポジションが良いことから起業を志した。しかし、事業内容を検討する知識・スキルが不十分だったため、大学卒業後は、地元静岡に本社を置く求人情報誌会社に7年間勤務しながら起業のための事業計画を考えるノウハウなども学んでいった。大学時代の同級生との結婚、函館への転居を期に退職した。

知人などがいない函館が自立した起業に踏み切る良

い機会と捉え、函館へ転居したタイミングで起業に本格的に着手する。まず事業計画の検討を行った。現在の事業のほかに、ラーメン店、高齢者福祉関係、占いなど約30件の事業計画書を作成した。事業計画をある程度絞り、平成15年4月に会社を設立した。その後、一人で実証的に事業計画を実践する中でホームビデオなどの思い出が詰まった映像が、未編集のまま多くの家庭で死蔵されていることに目を付けた。「思い出編集局」という屋号で、編集・電子データ化サービス事業を平成16年2月に立ち上げた。この新計画について知人などを中心にアンケートを取ってみたところ、ニーズもかなり見込まれることから事業化を行った。

創業時の事業計画を事業化段階で練り直し

新事業をスタートさせたが、売上は思うように上が

らなかった。それは「思い出編集局」と言う屋号のイメージが広すぎて、何をやっているか顧客にうまく伝わらなかったためである。そこで、再度、事業計画を練り直すことにした。当初にターゲットと想定していた子育て世代は、「編集以前に何が映っているか不明」「金をかけてまで」「面倒」などの理由で、意外と顧客にならなかった。むしろ思い出の再編集にお金を出すのは60代の男性層であることが分かった。この世代は写真や8mmに入れ込んだ経験を持つ人も多く、金銭面や余暇時間の余裕もあることからニーズが強かった。そこで、同業他社が手掛けることが少なかった8mmフィルム事業に特化し、屋号も「8mmフィルム工房」として、平成17年5月に事業を再構築するとともに、インターネット上での宣伝を強化した結果、事業が軌道にのりだした。

身近な経営資源の活用

- 協力者**：会社を立ち上げの際に経理・総務に精通した人材をいち早く採用、現在に至るまで重要なパートナー。また、障がい者や高齢者、育児中の女性を積極的に採用し、スタッフの状況に応じた働きやすい環境の整備に努めている
- 技術**：8mmフィルムのダビングだけではなく、依頼者の気持ちになり編集するオーダーメイド型の技術を保有。また、大手企業が手掛けない「劣化フィルムの修復技術」について公的機関等と共同研究し、装置を開発した（2008年7月、特許出願）
- 資金**：自己資金、および北海道と函館市の助成金制度を活用

取引先の開拓

起業時には飛び込みの営業から始めた。函館の場合、東京などの大都市部と違い、営業で訪問しても話を聞いてもらうことができ、また相手も色々話をしてくれることから、顧客の不満・疑問などの情報をダイレクトに収集することができ、市場を開拓する上で大いに参考になった。現在では、インターネットによる受注がほとんどで、ネットによる有料広告も掲載している。全国の顧客から依頼があり、個人客9割、企業・行政1割の割合となっている。現在、全国で代理店の開拓を行っており、今後は代理店での事業展開にも力を入れていく。

地域資源の活用と地域貢献

函館で起業して地域の雇用創出が実現できたことが地域貢献の1つである。特徴としては、障がい者や高齢者、育児中の女性などを積極的に採用しており、15名の従業員のうち8名を占めていることである。また、事業の絞り込みで異業種交流会メンバーへの相談、函館市のインキュベーション施設に入居するなどの支援機関のサポートも受けた。現在、北海道立工業技術センターとの共同研究で、劣化8mmの修復技術で特許を出願中。8mm分野の技術・市場面での足場を着実に築きあげている。

さらに、北海道にIターンで入ってきた女性起業と言うことで、地域の人たちや行政からも注目され、様々な機会を通じて地域の情報発信役を努めている。また、函館市の観光アドバイザーや市のイベント企画への参画、起業を志す人の相談役等今後も、積極的な地域貢献を志向している。

学ぶべきポイント

- ① 起業に向けての強い意志を持続し、起業に向けて自らのキャリアを積み、実証的なビジネスモデルを検証して目標に到達している
- ② 自己の役割と必要な経営資源を的確に把握し、会社の立ち上げ時に総務・経理に精通した有能なパートナーとなる人材を確保している
- ③ 主婦として、女性として日常生活の延長上から事業展開を図っていると同時に、事業分野の選定や資金調達を堅実にやっている（特に、ビジネスプランの検証）

起業を志す方への アドバイス

- ・自分の能力や適正を実証的に検証し理解した上で、事業に着手すること。
- ・また、悪い部分を良く理解することや、安易にできないことに手を出して失敗しないこと。
- ・会社を興すうえでは営業のセンスが最も重要である。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用

地域の課題解決
地域の資源・資源の活用
地域への貢献・地域との係わり
波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

×

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社RDVシステムズ

機密文書の出張裁断とリサイクルのサービス

会社概要

事業概要：機密文書・重要書類等のオンサイト・シュレッターサービス、光・磁気メディアの出張機密データ消去サービス、全国RDVシステム協議会の運営事務局

* RDV : recyle domain value (reduce, reuse, recycle)

所在地：宮城県仙台市青葉区荒巻字青葉468番15

URL：http://www.rdv.jp

設立：平成12年5月

資本金：3,550万円

年商：1億8,800万円

従業員：6名

社長プロフィール

代表者：松本 敏治

年齢：52歳

職歴：専門商社勤務

座右の銘：雄大なる構想の基に無限の可能性を信じ、偉大なるRDV事業体を建設し、より優れた高度情報化社会・循環型社会の創造に直進する。



サービスの特徴

- ① 出張オンサイト・シュレッターサービス
- ② 光・磁気メディアの機密データの出張消去サービス「Onsite ZERO」
会社や官庁・自治体などの機密文書・重要書類を専用車で出張して裁断し、紙をリサイクルするサービスを展開している。光・磁気メディアの機密データの出張消去サービスは「新連携」で実現したものである。



起業の動機

代表取締役社長の松本氏は兵庫県出身、専門商社に9年間勤務し親しくしていた仙台の取引先の社長から誘いを受けて転職。社長から「環境をテーマに新規事業を立ち上げてくれ」との指示を受け、米国の現状を調査したことが起業する引き金となった。環境ビジネスの調査過程で、まだ日本では馴染みの無かった裁断した機密文書等のペーパーをリサイクルする「オンサイト・シュレッターサービス」というアメリカのビジネスに巡り合った。

シュレッターを搭載して企業を巡回する車が大きく、日本では不向きなように思えたが、いずれは日本

でも普及すると判断した。会社に事業化の企画書を提出すると案の定、役員からは総スカン。「要らなくなった書類は燃やしたら済む話」という回答であった。

しかし、社長の鶴の一声で、1年間の期限付きで事業化が決定、地元仙台での顧客獲得に成功した。

イノベティブな創業

RDVシステムズのビジネスモデルの特徴は、当初から全国展開のためのネットワークとして全国RDVシステム協議会の設立を前提とした経営戦略を立案したことである。3年がかりで全国11社の賛同を集め平成11年に協議会を設立する。(ISO27001取得が加入条件) 専門商社が協議会を運営して営業活動を行うこ

とは難しいと考え、平成12年に「株式会社アールディーヴィシステムズ」（平成19年3月、RDVシステムズに社名変更）を設立した。

同社のビジネスが成功した要因は、ダイオキシン規制、リサイクル法等の環境問題という追い風が吹いていたことにある。通常のシュレッダーは裁断した紙の繊維が短くなりすぎる。紙を引きちぎったように裁断するドイツ製のシュレッダーをワンボックスカーに搭載し、裁断サイズを規格化したことで古紙原料として全国どこでもリサイクルができるようにしたことが強みとなっている。

また、平成9年に猶予期間5年間の「ダイオキシン規制法」が施行された。新聞・雑誌・ダンボールの「裾もの3品」のリサイクル率53%が60%に引き上げられたことも売上を伸ばす要因となった。

平成17年にパソコンの廃棄などに伴って発生する「磁気・光媒体」の磁気・光情報消去についても非破壊で消去する技術を開発（特許）した。機器を車載したワンボックスカーで行う出張サービスで新連携支援事業の承認を得“Onsite ZERO”として展開中である。

身近な経営資源の活用

きっかけ：前職で「環境をテーマにした新規事業」の事業化検討で米国の調査を行ったことが動機となった

協力者：植松商会元社長である植松林吉。（松本社長を同社に招いた人物）

技術：ドイツの「HSM」社製シュレッダー装置。HDD及び光情報媒体破壊技術、磁気情報媒体消去技術、特殊車両設計製造技術

支援者等：東北経済産業局、宮城県商工会連合会、中小企業基盤整備機構

資金：自己資金

地域資源の活用と地域貢献

兵庫県から仙台市に移り住んで20年。起業してからも仙台に拠点を構え、オンサイト・シュレッダーサービスと自分を育てた地元への愛着は誰にも負けないと自負する。平成18年1月、東北ニュービジネス協議会から東北ニュービジネス大賞奨励賞を受賞。翌年には東北IT経営応援隊事務局から「東北を元気にするIT経営応援者」の認定を受ける。地域産業界にも馴染みの深い会社となってきた。

社名の由来は、リサイクル・ドメイン・バリューの頭文字で、ごみの減量、再利用、リサイクルなど環境にやさしいサービスを提供するという意味。地域における環境ビジネスの先達者でもあり、宮城県民の環境意識を高めた功労者でもある。

顧客満足と販売

現在の協議会メンバーは42社（裁断登録店23社、資源化登録店17社）、ZEROサービス拠点9社で事業展開中。紙リサイクルでは年間100万トンを超える実績を誇る。

松本社長が事業展開で最も腐心したのが顧客サービス内容の全国統一と品質の確保。扱うサービスが機密書類・重要書類の処理であり、社会的にも関心の高い分野のリサイクル商品であるためである。

同社がまず取り組んだのが各サービスの名称や内容を統一すること。基本的な業務の流れも、電話で注文を受付、RDVシュレッダー車が出動、その場で裁断処理し、再生資源ヤードへと搬送する。すべての処理が完了した時点で顧客に「機密書類裁断証明書」を発行するという形で標準化されている。

顧客満足度を高めるため、協議会のメンバー教育にも力を入れている。出張サービスの担当者は、特別な教育と訓練を受けさせ、安全基準の統一も怠りない。平成20年9月にはISO27001の国内初の広域全体承認を取得。メンバーはこの認証を取得することにより、よりセキュリティ水準の高いサービス提供に努めている。

学ぶべきポイント

- ① 社会、環境の変化に、加え政策的な課題ニーズ等の時流を的確に捉えたビジネスの展開
- ② 技術力をベースに機動力のある新しいビジネスモデルを構築
- ③ 広域を対象とした営業展開を当初から想定した全国ネットワークの構築

起業を志す方への アドバイス

世の中の流れがどうなっているか調べること。
情報は経営の有効な武器である。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

地域への貢献・地域との係わり

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域への波及効果

JASPA株式会社

航空・宇宙産業を担う中小企業の連携を支援する 「まんてんプロジェクト」推進企業

会社概要

事業概要：中小企業が航空・宇宙ビジネスに参入するための支援業務
所在地：神奈川県横浜市神奈川区西神奈川1-17-4
URL：http://www.jaspa.co.jp/
設立：平成16年4月
資本金：2,000万円
年商：2億7,500万円
従業員：4名

社長プロフィール

代表者：山口 耕司
年齢：45歳
職歴：大手設計会社、大手電機メーカー勤務を経て、平成10年、地球観測・科学衛星の観測装置、小型衛星の開発などを行う有限会社オービタルエンジニアリングを設立
平成16年 同社設立、取締役就任
平成18年 代表取締役就任
座右の銘：従流志不変



製品・サービスの特徴

- ① 受発注業務**
航空宇宙および一般民生部品の加工・製造を一括受託し、まんてんプロジェクト参加企業（約100社）に繋ぎ、同社が一括して品質や納期の管理を実施。（加工・製造のみならず、設計・製造・検査・試験を一貫して行うことが目標。）製品の内容に合わせ、コスト・技術・納期を最適に組合せ、業務を提供。
- ② 検査・精密三次元測定業務**
保有の大型三次元測定器による航空機エンジン部品、宇宙用部品、船舶・自動車用部品の測定・品質保証。
- ③ 設計業務**
航空・宇宙をはじめ、一般製品の機械設計業務を実施。三次元CADによる設計から、二次元図面の修正や、CADデータの変換までを実施。

異業種交流会から始まった新たな企業

山口氏は、大手電機メーカー勤務時にアメリカで宇宙開発関連業務に従事し、GEから技術を習得した経歴を持つ。宇宙開発について日本は「開発」段階であるのに対し、アメリカは「産業」として成立している段階であることを知る。コンピュータの性能が良くなることで、それまでは大手しか手がけていなかった航空宇宙の設計分野で収益確保が可能になると航空宇宙分野に可能性を感じていた。

人工衛星の技術者としてプロジェクトに携るなかで、日本企業・研究機関が持つ多くの潜在的技術力の

高さが世界の航空宇宙業界で活かされないこと、日本の宇宙開発が国際市場での商業化に取り残されて行くことに疑問を感じ、技術を形にして世に出そうと有限会社オービタルエンジニアリングを設立した。

その後、日本で初めて自前の品質保証態勢を築く中小企業集団として発足した「まんてんプロジェクト」（正式名称：宇宙航空開発関連部品調達支援プロジェクト）に参加。このプロジェクトに参加している企業に対する受注窓口や製造の橋渡し、試験、検査などを支援する企業が必要となり、異業種交流の共同出資会社が設立され、平成18年山口氏が社長に就任した。

トレーサビリティの実現を目指す

航空・宇宙産業の市場規模は自動車産業などと比較すると小さく、発注量が少ない。技術的にも難しく、無重力・高真空・超耐熱・耐宇宙線などの性質を要求される。また、業界特有の品質保証体制も厳しい。

一方で、海外から輸入した部品は事故が起こっても生産履歴が判明しない場合が多く、宇宙航空研究開発機構（JAXA）では、「重要保安部品だけは国産化を維持したい」と考えていた。

しかし、日本で作られる製品の品質・性能はすばらしく、実用に足るものでありながら、試験や検査、品質保証体制が欠如しており、トレーサビリティに課題がある現状であった。そこで、品質保証を中小企業が自前で確立するために「神奈川異業種グループ連絡会議」が全国の中小企業に参加を呼びかけ立ち上げたのが航空宇宙関連部品を開発・製造するための「航空宇宙関連部品調達支援」コンソーシアム「まんてんプロジェクト」であった。

そのことから、同社の最初の受注も、JAXAの「地上試験用推進装置」、「試験用バネ」の開発であった。



身近な経営資源の活用

協力者：まんてんプロジェクト参加企業

技術：大学、前職で培ったもの

設備：3次元測定装置

資金：まんてんプロジェクト参加企業による出資

支援者等：神奈川県創業支援担当者からのアドバイス

神奈川県から全国へ

中小企業支援機関や大学、銀行、異業種交流活動など、地域人材の集合体から始まっている。その後、神奈川県内とどまらず、全国の航空・宇宙産業の中小企業の技術、ノウハウ、人材などに広がりを見せている。

受注先は大手システムメーカー等で、受注案件は会

員企業を中心とした中小企業に開発・製造を発注しており、会員企業から持ち込まれる案件は、受注後の再発注が多い。

多くの中小企業が単体で営業活動を行うと、自社の生産能力を超える量や、取り扱い可能範囲以外の案件を断ることが多い。また、繁忙期と閑散期の操業調整がうまく行えていない面もあり、キャパシティを超える案件について当社で再配分することで会員企業の操業調整機能の一端を担っている。

ものづくり企業のマネジメントを強化する

中小企業の管理機能の補完、受注調整機能に力を発揮している。プロジェクト参加企業は中小企業で、モノ作りに優れていても一貫した受託管理能力が高いわけではない。同社の使命のひとつは、そうした企業の管理機能の補完を担うことにある。

3期目から受託管理業務を手掛け、受注管理－購買－外注手配－生産管理－品質管理までを一貫してサポートするようになり、創業当初の検査収益中心の業態から脱皮。売上高も135百万円と飛躍的に増加。さらに第4期目では売上高275百万円と増収基調となり、はじめて単年度黒字を計上している。

学ぶべきポイント

- ① 中小企業のモノ作りの力を生かすために、共通の弱点であるマネジメント能力の補完を事業内容に含めている点
- ② 中小企業の新しい産業分野として航空・宇宙産業を大きく育てようとの使命感から自律的な展開を実現している点
- ③ 私企業からの視点ではなく、業界全体での視点を持っている点

起業を志す方へのアドバイス

- ① 企業目的を追求する熱意を持つこと。
- ② その熱意を具体化する上で利益のバランスが重要である。

※ 掲載事例は調査内容（調査日2008年10月20日）に基づいて作成しております

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源を活用

地域への波及効果

身近な創業
身の回りのものを有効活用

地域への貢献・地域との係わり
地域の資産・資源の活用

夢らく商事株式会社

地元の特産品「金箔」を基に新商品を開発

会社概要

事業概要：金箔をベースとした新商品開発及び製造販売、日本語研修・社員研修（全般）、ホームページ作成等IT関連事業

所在地：石川県金沢市桂町八六

URL：http://www.yumeraku.co.jp

設立：平成15年

資本金：1,000万円

年商：3,500百万円

従業員：7名

社長プロフィール

代表者：鈴木 艶子

年齢：56歳

職歴：民間会社勤務

座右の銘：一期一会



製品・サービスの特徴

● 顔型金箔パック「KINPAK」の開発・製造・販売

「KINPAK」は、エステサロンなどで行われている金箔パックを、「簡単、扱いやすく、もっと身近に」することをコンセプトに、世界で初めて開発した24金フェイシャルマスクである。従来エステシャンが取り扱いに困っていた金箔を、あらかじめ顔型にしておくことで取り扱いを容易にしている。金沢に伝わる伝統工芸である「金箔」を、従来の使い方とは違う「消耗品」として使用。より美しく、より若々しくなりたいという女性のニーズに応えている。



24金フェイシャルマスク
「KINPAK」

HPの受託事業からモノ作りへ

代表取締役の鈴木氏には、生来、商い（あきない）を知りたい、試してみたいという願望があった。大手通信会社に勤めながら、自分のキャリアに先が見えてきた40代後半から、個人として自分に何ができるのかを考えていた。子供の独立を契機に、環境が整ったと判断し、退社。創業にふみきった。

地域の小規模企業向けホームページの作成等を業務として創業したが、顧客企業のモノ作りに関心が向き、自社商品を創造したいという気持ちが高まってきた。地元の異業種交流会に参加した際、国内の金箔の需要が低下する中で、台湾では金箔を使った商品のニーズがあることを知り、企画・開発に着手。金箔をベースとした高級化粧品「金沢の金箔美人」を開発した。

そして、平成19年、顔型金箔パック（24金フェ

ィシャルマスク）「KINPAK」を開発した。

その背景には、金箔エステが首都圏で流行してきたが、エステシャンにとってそれまでの金箔は使いにくく無駄も多いことから、高品質で取扱いの易いものがないかと考えたことがある。一枚の大判の金箔を「うつし絵」シールのように顔に貼ればよいと考え、金箔職人を回ったが、「KINPAK」に使う24金の判は通常金箔の4倍もの面積があり、金箔職人からは作れないと断られた。また、職人達は問屋からの下請けであるため、試作を行うこともできなかった。そこで信頼できる問屋の協力を仰ぎ、開発に成功した。

金箔パックを身近なものに

「KINPAK」には、非常に純度の高い24金の金箔を使い、高品質を保証している。通常金箔と違い、和紙と金箔とを特殊技術を用いて一体化しており、簡単に持ち

運ぶことができ、貼りたい箇所に軽く金箔面を押し当てただけで和紙から金箔が剥離するようにできている。

また、通常金箔エステで使用される金箔と大きさが比較にならない程大きいので、1度の作業で終わらせることができる。

更に、個包装により金箔屋でしか買う事の出来なかった金箔がより広い範囲で購入することが可能となり、高額で手が出せなかったパックが家庭でも簡単に試せるようになった。

身近な経営資源の活用

協力者：次男（現、専務取締役）：ともに楽しい商いを起こすことを決意した

ご主人：独立を認め励ましてくれた

長女：薬剤師の立場から製品開発などでの有益なアドバイスをくれ、当社の見えざる原動力となっている。

創業時から異業種交流会の方々の協力もある

材料：地元金沢の伝統工芸である金箔

資金：自己資金が殆ど

支援者等：金箔や金箔技術を使った商品開発には、石川県ニュービジネス創造化協会、金沢大学イノベーション創成センター、石川県工業試験場、中小企業団体中央会、中小企業基盤整備機構、ジェットロなどからの支援を受けている

伝統工芸に光を

日本国内の99%の金箔を製造していて、かつ1万分の1mmという最も薄い金箔を生産できるのが地元金沢であった。金箔の技術を維持・向上する上でも、需要の落ち込みに歯止めをかけるために、新たな用途を開拓することが必要であるという創業者の考えが、金箔をベースとした商品開発の根底にある。

地場の金箔を使った新商品の販売は、地元の金箔の製造・流通関係者のみならず関連業者達のビジネスにも貢献している。

「KINPAK」は、地域に息づくモノづくりの精神を承継することから金沢市の「金沢ブランド優秀新製品」として、また、石川県の「石川ブランド優秀新製品」にも認定され、(財)中小企業異業種交流財団より平成20年度「優秀製品賞」も受賞している。

伝統的な用途を越え化粧品等に金箔を用い、消耗品として需要を喚起している功績に加えて、後述のよう

に、地域にありながらグローバルな展開をするなど、他の伝統産業に関わる地域の企業に勇気と知恵を与えている。

台湾、日本、そして欧州へ

「KINPAK」以前に開発した化粧品「金沢の金箔美人」は、金沢という地にありながら、台湾のマーケットを対象としたものであった。

その背景には、日本統治時代に台南で金沢市出身の八田與一技師が、烏山頭（うざんとう）ダム建設に尽くしたことから、歴史的に石川県と台湾は友好関係にあったことがある。1999年の日本・韓国・台湾の親善異業種交流大会（開催地：ソウル）を契機に、台湾の中華中小企業異業種交流会と社団法人石川県ニュービジネス創造化協会との友好関係が深まり、相互視察を経て、台湾からの花卉輸入等の具体的なビジネスが進んでいった。そして、平成17年、台湾から金沢の金箔商品の輸入の話が持ち上がったことから、同社が商品の企画・開発に着手することになった。

「KINPAK」も高級化粧品であり、海外の高所得者層をターゲットにしている。「KINPAK」は、その希少性を重視し、先ずヨーロッパでの限定販売を展開しており、そのブランドイメージを確立した後にアジアにも、販路を拡大する戦略である。

現在、ロシア、フランス、イタリアで販売しており、ヨーロッパでのブレイクを狙っている。

学ぶべきポイント

- ① 独立する環境が整った時を見極めたタイミングの良い起業であったこと。家族の協力もあった
- ② ビジネスチャンスとパートナーの見極め。人との交流とその信用を介して事業機会を察し実現することが重要
- ③ 取引をする場合には、社長に会い、信頼を築き、工場を見ることが必要。まずは、現場、現物、現実を知ること

起業を志す方への アドバイス

- ① あきらめないこと。
- ② 困難にめげないこと。
- ③ チャレンジし続けること。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の資源・資源の活用

地域への波及効果

地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域への波及効果

株式会社ピーエーワークス

異色の地方発アニメスタジオ、 若者文化を全国に発信

会社概要

事業概要：アニメ制作
 所在地：富山県南砺市城端4316-1 JECビル
 URL：http://www.pa-works.jp/index1.html
 設立：平成12年11月
 資本金：1,000万円
 年商：2億9,000万円
 従業員：13名、嘱託47名

社長プロフィール

代表者：堀川 憲司
 年齢：43歳
 職歴：アニメ制作会社勤務
 座右の銘：常に自分が何ができるかを考える



製品・サービスの特徴

- ① テレビアニメシリーズの各話の制作
テレビアニメでは「true tears」が初の制作元請け作品である。
- ② ゲームのアニメーションパートの制作。「レイトン教授と悪夢の箱」、「レイトン教授と不思議な町」、「精霊の守り人」、「ツバサ・クロニクル」などが代表作。



true tears' 表紙
 © 2008 true tears' 製作委員会

富山県発のアニメ制作会社

愛知県出身の代表取締役堀川氏は、富山大学に在学中、アニメ関係の仕事に就きたく思ったものの業界への具体的なアプローチ方法がわからなかった。その折、専門学校に行けば100%就職が可能との話を聞き、大学（理学部）を中退して名古屋市の専門学校に入学、卒業後、東京の制作会社に就職した。このように、大学生活を送る中で、本当に自分がやりたいことを見だし、道を切り開いていった。

そんななか、大学で知り合った女性と結婚。双方の両親には当初から概ね10年で女性の出身地である南砺市城端町に戻るとの約束をした。東京の制作会社の子プロダクション等のアニメ制作会社に制作・進行・管理として勤務して、いざ10年たって戻ろうと考えた。しかし、富山県内や隣接県内に自分が就職すべきアニメ関連の会社が見あたらなかったことから自

分で会社を立ち上げることを決めた。

東京で培ったネットワークがあったため、仕事の受注についての大きな不安も感じることなく、躊躇せずこれまで勤めていた会社を辞めることができた。

社員寮を建設し、クリエイターを確保

同社は、テレビゲームのムービーパート制作のほか、代表が経営参画していたアニメ制作会社などのグロス請けが主な仕事であるが、近年はテレビアニメの制作元請にも進出している。

アニメ制作はクリエイターの力量に左右されるが、クリエイターは売り手市場で引く手あまた、東京では落ち着いて仕事ができない状況にある。しかし、地方でなら彼らに腰を落ち着けて質の高い作品を生み出す環境を提供できる。ワンフロアーに制作担当やクリエイターなど多様なスタッフを一同に集めてコミュニケーションをとり、自分たちが作りたい作品に集中して

仕事ができると考えたのである。このような考えに基づいた創業が当地で実現できると確信できたことで、起業を決心することとなった。

創業後、徐々に仕事の依頼が増えると、一方で、スタッフの確保には大変苦勞することになる。東京に集中する業界内で、地方での立地は不利に働いた。

そこで、新人スタッフの採用を精力的に始めたが、彼らが住むための住居探しに苦勞したため、自前で社員寮を建設した。東京では、高額な投資が必要であるが当地では格安で社員の住環境が整備できた。

身近な経営資源の活用

協力者：東京でのアニメ制作会社での勤務を通じて知り合った、演出と作画ができるパートナーと2人で会社を立ち上げた。創業当初は、堀川氏が現場を仕切り、パートナーが人材育成を含め実務を担当するなど相互に役割分担を図ってきた。また、社外関係者から経理関連のアドバイスを得た

資金：自己資金、制作会社社長、ビジネスパートナー

支援：地方のアニメ制作会社が希少であることから、行政サイドからの注目を受け、インキュベーション施設への入居や広報面でのサポートを受けている

地域資源の活用と地域貢献

富山県南砺市を舞台にしたアニメーション作品を制作し、アニメを見た若い人たちが訪れるようになり、アニメ作品を通じて地域イメージを向上させている。これが、Iターンのような形で、域外の若者をスタッフとして呼び込むことにつながっており、若いスタッフが城端に住むことで同地域が活気づいている。それに誘発されて、地元の優秀な人材も入社してくるなど、雇用創出や地域の活性化への同社の地域貢献は非常に大きい。

また、アニメ業界における新しいビジネスモデルを構築し、それを社会的に認知してもらうことで、他の地方都市でも同様な会社が設立されるきっかけとなれば、アニメ制作を通じて人を育て地域の活性化につなげることが出来ると堀川氏は強く感じるようになったと言う。

良作品を生み続け、市場評価につなげる

アニメの制作は制作会社により作風が異なることから、他社との競合や価格競争によって仕事を奪いあうようなことは起こらず、制作した作品の評価がそのまま会社の業績に繋がっていく業界である。

このため、良い作品を生み続けることが市場拡大につながっている反面、一度評判を落とすと市場から見放されてしまう。

クリエイターなどのスタッフがじっくりと仕事に向き合うことができる環境作りや、各スタッフのスキルに見合った作品に取り組めるような配慮が作品の評価を上げる大きな要因となっている。

学ぶべきポイント

- ① 自分自身のやりたいことに対して、まずは動き出すことから始め、次第に組織としてのビジョン、方向性を打ち出している
- ② 会社の立ち上げにあたり、有能なパートナーと連携を図ること
- ③ 富山の地方都市である城端の環境を生かし、東京では出来ない仕事のやり方を確立し、かつ質の高い作品を生み出すような環境整備に注力。スタッフの育成に重点を置いた

起業を志す方への アドバイス

最初から壮大なビジョンを持つのではなく、動いている中で「自分がやらなくてはならないこと」「自分ができること」を見つけること。これらは、実際にやっているうちに見えてくる。

まずやり始めることが重要である。

一緒にやってくれ、自分の弱いところを補ってくれる人がいること。



レイتون教授と悪魔の箱の
パッケージ

© 2008LEVEL - 5 inc

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の資源・資源の活用

地域への波及効果

地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社リブネット

図書館を活性化、その運営に新しいサービスを導入

会社概要

事業概要：図書館業務受託、図書館業務コンサルティング、システム開発・販売など

所在地：三重県伊勢市神久4丁目2番1号

URL：http://www.libnet.co.jp/

設立：平成14年1月

資本金：8,706万円

年商：2億円

従業員：125名（パート含む）

社長プロフィール

代表者：谷口 とよ美

年齢：56歳

職歴：三重県職員（図書館司書）

座右の銘：楽しく



製品・サービスの特徴

学校図書館及び公立図書館業務の受託サービスと図書館コンサルティングサービスを展開。サポートセンターを介して、高品質なサービスを全館均一で提供している。また、図書館管理システム「くまたろうの森®」（学校向け）「オレンジ☆スター」（企業向け）の販売も行っている。



県内全ての図書館を活性化したい

三重県職員として、県立高校の図書館に26年間勤務していた代表取締役谷口氏。勤務する中で、図書の充実や活用とはかけ離れた学校図書館の状況に直面することになる。「昼休みでさえ図書館を利用する生徒が少ない現状を打破したい」。このような思いから図書館改革を実行することになり、生徒の「知りたい」気持ちに応えることで、生徒の図書館利用率が急上昇。本の貸出率が県立高校全体の中で2位になる等大きな成果を生み出すことになった。このような経験を活かして、「学校単位ではなく、県単位で図書館の活性化を図りたい」と考えたことに加えて、規制緩和が進むなか、「将来学校組織は必ずアウトソーシングの大きなターゲットになる」と予測して、起業を決意することになった。

会社を設立するまでの準備として、三重県の産業振興センターでの起業講座の受講とともにコンサルタン

トから起業に関するアドバイスを受ける機会もあった。しかしながら、前例のないビジネスモデルであるため、ビジネスプランの再考を促されるなど、勝算の見込みがないビジネスという意見が大半であった。

しかし、「今まで誰も挑戦していないことであれば、それだけやりがいもあり、成功すれば充実感を味わえる」との考えから安定した公務員の職を捨て、会社の設立に踏み切ることになった。

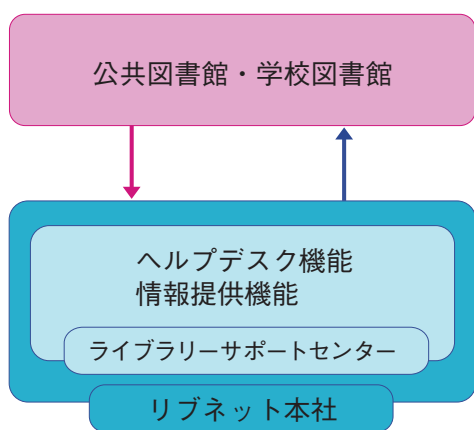
日本初のビジネスモデル

民間企業が学校図書館を受託運営する日本初のビジネスモデルとして事業をスタート。しかしながら、学校組織は想像した以上に新しいことに対する抵抗が大きかった。公立学校の施設運営を民間企業に委託した前例もないため、あえて危険を冒してまで「変化」を求めることはなく、現状維持を望む声が大多数であった。また、ビジネスモデルの新規性から具体的な事業内容とともに、サービス導入の目的や想定され

る成果を理解してもらうことにも苦戦することになった。

その後、学校単位では民間企業に業務委託することは難しく、教育委員会単位での契約が必要と考え顧客ターゲットを変更。そうした中、学校図書館の現状に対して問題意識が高い教育委員会と出会い、契約を締結することになる。レファレンス業務の充実による利用者への的確な情報提供とともにレイアウトの変更や利用案内の促進により生徒を惹きつける。このような運営ノウハウを活用することで、契約した図書館を劇的に変え、図書館利用者も急増する。この実績を契機に他の教育委員会からの依頼も増加することになったのである。

業務の拡大に伴って従業員とともに事業所も大幅に増加する。このような状況のもと、生まれたのが同社のマネジメントシステムである。経験豊富な地区責任者がエリア内の受託施設を巡回して指導や情報交換を行うことで、経験の浅い従業員をフォローする。このようなフランチャイズチェーン（FC）に範をとった仕組みを採用することで、サービスの質の維持、向上を図り、全ての図書館で同レベルのサービスを提供できるのが同社の強みとなっている。



身近な経営資源の活用

技術：図書館運営ノウハウ、図書館管理システムおよびシステム開発技術

資金：自己資金、国民生活金融公庫（現日本政策金融公庫）

支援者等：三重県、三重県産業振興センター

教育水準の向上に向けて

「真に豊かな人生を送るためには、情報基地として

地域の図書館を利用し、情報を有効に活用しなければならない。特に、幼児期、学童期から本に親しみ、本と触れ合う楽しさを味わうことは、考える力を養うために必要不可欠である」と谷口氏は考えている。しかしながら、児童、生徒の学力低下が叫ばれる中、地域の図書館ではこれらの任務を十分果たしているとは言い難い状況にあった。

このような状況の中、「図書館利用の活性化こそが学ぶ意欲の向上を生む」という信念の下、知的好奇心が湧き出すような読書環境の提供を目指している。読書環境の充実のために、図書館ネットワークシステムを導入し、様々なデータベースや媒体とリンクさせる。これによって、図書館利用者がいつでも、どこでも、簡単に必要な情報を取り出すことが可能となり、利用者の利便性を向上させている。このように読書環境を充実させることで、地域の子供たちを惹きつけ情報リテラシーを高めている。

学ぶべきポイント

- ①経験と実績に裏付けられた情熱と先見性
- ②フランチャイズチェーン（FC）に範をとったシステムを採用し、高品質で均一なサービスを提供

今後の事業展開

同社の図書館業務受託事業の実績は、公立の小学校・中学校・高校でのべ593校。指定管理者制度の施行により、現在では公立の図書館業務受託事業もスタートし、三重県だけでなく、愛知県や東京都においても事業を開始。全国展開も視野に入れて、業務を拡大している。

また、三重県の県立高校77校の図書館をネットワークで結ぶ図書管理システムの導入をきっかけに、学校図書館向けシステム「くまたらうの森®」を開発。現在では派生商品として企業向けに「オレンジ☆スター」を販売している。今後はこれらのシステム開発を同社の主力事業の1つに育てたい意向である。

起業を志す方への アドバイス

やりたいことはとことん遣り通すという熱意とお金を上手く使いこなす計算が必要である

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

身近な創業
身近な人との係わりを活用

×

地域への貢献・地域との係わり
地域の課題解決

アベニールポルテ有限責任事業組合

夢をかたちに、隠れた女性の才能を活かして

会社概要

事業概要：500名のアーティストによる、体験型カルチャーイベントの展開

所在地：大阪府大阪市中央区博労町3-1-7
グランテージ感彩301号

URL：http://www.avenirporte.com

設立：平成17年

資本金：400万円

年商：600万円

従業員：8名（組合員）

社長プロフィール

代表者：菅 恵里子

年齢：40歳

職歴：会社員

座右の銘：初心を忘れない



製品・サービスの特徴

アーティストモール事業では、自分の技術・技能を活かして社会に参画し、最終的にはビジネスに結びつけたいという女性（アーティスト）を登録。登録アーティストを活用して、イベント企画・運営事業、女性向けの商品開発・製作、コンテンツ・サービス、街づくり支援などを行っている。



OLからの転身

代表の菅氏は大阪でOLとして会社に勤務するなか、「自分をもっと何かやりたいことがあるのではないか」との思いを常に持っていた。そのような時に、百武氏（同社の相談役）が経営するビジネススクールと出会うことになる。このスクールは女性の起業家を育成すること目的に運営。菅氏は同スクール運営の起業支援イベント「夢フリマ」に3年ほど参加する中で、自分と同じように好きなことを仕事にしたいと考えている女性が非常に多いことに驚く。そうしたなか、「自分も創業したい」との思いが高まり、起業に向けて本格的な準備を始めることになった。

創業の準備をする中で、経営形態はLLP（有限責任事業組合）を選択。OLや主婦が集まって事業を行う

ことを考えていたため、仕事や責任の分担を明確にできるLLPが最適と考えたのである。また、創業時は、LLP法が施行される時期と重なり、話題性を呼ぶのではないかと考えたことも選択理由の1つであった。

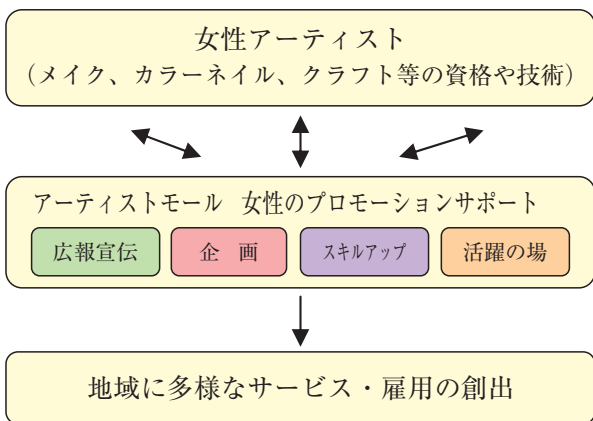
こうして起業支援イベント「夢フリマ」に参加していたOLや主婦が集まり、「好きなことを仕事にする女性の活躍を応援する」をコンセプトとして、「アベニールポルテ」（フランス語で「未来の扉」の意味）を結成することになった。

女性の夢を実現するために

「自分の趣味を活かしてビジネスに結びつけたい」といった女性ならではの思いを、イベント企画などの事業に結びつけたビジネスモデルを展開。その仕組みは、メイク、カラー、ネイル、クラフト工芸などの資

格や技術を持った女性（アーティスト）たちを登録。企画、広報宣伝、スキルアップ等を行って彼女たちが活躍できる場を創造し、地域でのイベント開催など多様なコミュニティサービスを提供している。多様な資格や技術を持った女性を500名集めることで、雇用創出に貢献するだけでなく、多様なサービスを提供することで、様々な分野の顧客ニーズに対応することを可能にしている。

アーティスト支援事業の仕組み



身近な経営資源の活用

協力者：百武氏を含めた組合員8名
 技術：主婦、OLの多様な資格と技術（メイク、カラーネイル、クラフト等）
 資金：自己資金、組合員、政府系金融機関

埋もれた人材を活かして

地元大阪をはじめ、関西地域に在住する女性（20歳から50歳代）を中心に、メイク、カラーネイル、クラフト等の資格や技術を持ちながらも、それを生かし切れていない人材の発掘を行っている。これらの人材の活用は、同社の事業の柱となっている。

また、発掘した人材の特性に合わせて、地元のさまざまな企業や団体と協同してイベントを開催。芦屋駅前前で毎月開催している「手作りクラフトマーケット in 芦屋」や大阪市内のカフェで実施している「親子で楽しめる親子カルチャーのイベント」（平成18年から開催）などは好評を得て、定期的な開催が予定されている。

今年の3月にはATC（アジア太平洋トレードセンター）において「家族のための家族が楽しむイベント」

並びに「関西発500人のアーティストによる体験・展示即売会」の開催を予定している。これらの事業を通して、地域に眠るアーティストの発掘・育成を行うほか、地域の活性化にも貢献しているのである。



学ぶべきポイント

- ① 人材が事業の要。事業を支えるアーティストの能力を見極める能力が重要。優れた人材を発掘するだけでなく、優秀なアーティストの近くで他の人材が経験を積むことでアーティスト全体の能力向上も図っている
- ② 無形サービスの提供であるため、企画力とともにプレゼンテーション能力の向上に努めている
- ③ アーティストの将来がかかっている事業であるため、継続する責任感を人一倍持って事業に取り組んでいる

起業を志す方への アドバイス

- ・ 仲間の存在によりLLPという組織を選択したが、一人であれば起業できなかったと振り返って思う。
- ・ 起業をしたら途中であきらめずに事業を継続するという考えを持つことが重要である
- ・ 起業を支援する機関や制度を上手く利用することも大切である。池田銀行のニュービジネス助成金の支援や、大阪市コミュニティ・ビジネスモデル事業の選定は、同社にとって大きな分岐点となった。

身の回りのものを有効活用
 身近な人との係わりを活用
 自身の特技・経験を活用
 地域への課題解決
 地域の資産・資源の活用
 地域への波及効果
 身近な創業
 地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社チャイルドハート

専業主婦が、IT技術をドッキングした保育園を開園

会社概要

事業概要：保育サロン並びにプリスクールの運営、企業・病院内保育園の運営受託等

所在地：兵庫県神戸市西区今寺3-22

URL：http://www.child-heart.com/

設立：平成12年12月

資本金：3,810万円

年商：非公開

従業員：26名

社長プロフィール

代表者：木田 聖子

年齢：47歳

職歴：幼稚園勤務・専業主婦

座右の銘：出会いは実力なり



製品・サービスの特徴

- ① **認可外保育施設「保育サロン」の運営**：他の施設に先駆けて、Webカメラを施設内に設置し、保護者やその家族がいつでもインターネットで子供の姿を見ることが出来るサービスを提供。現在、神戸三宮駅前等3箇所で開催している。
- ② **プリスクール「チャイルドハートプリスクール」の開催**：六甲道教室で開催。2歳から4歳の子供たちを対象に、保育園・幼稚園入園前の教育を行なう。年間目標、今月の目標を立てて行事や遊び体験を通して学んでいく。
- ③ **企業内・病院内保育園の運営受託**：開園前には、市場、物件調査、施設レイアウト、備品、開園手続き支援、保育士の研修支援を行っている。

起業の動機

株式会社チャイルドハートの代表取締役社長木田聖子氏は、武庫川女子短期大学の初等教育課を卒業して幼稚園に就職する。その後、会社勤務を経て結婚、専業主婦として3年間子育てをしたあと、再就職を考えた。

就職活動では、幼い子供が居ることを理由に断られることが多々あった。そのため、自分の子供を預けたいようなプリスクールを開くことを決意。平成4年に明石と神戸で個人事業として開業する。

プリスクールは保育園や幼稚園への入園前の子供を集めたもの。8年間で5教室に増やし、約800人の子供をあずかる規模になったが、人件費や施設維持費がかかり思うように売上が伸びなかった。そこで、次のステップへの足がかりとして神戸商工会議所が主催する“創業塾”に参加した。

創業塾では、ビジネスプランを作成することの意義を学んだ。また、ベンチャー企業として資金等の支援

を受けるためには“新規性が必要”と知り、新聞・雑誌等の情報収集を行っていたところ、子供が見ていたTV番組にヒントが見つかった。そこにはWebカメラを設置したアメリカの保育園の情景が映されていた。「これだ!と思った」木田氏はアイデアを情報サービス関係の企業に持ち込んだが情報技術に疎かったこともあって相手にされなかった。しかし、たまたま、企業向け監視カメラの開発を行う会社に勤める友人に話をしたところ、担当部署を紹介してもらうことができ、保育事業に情報通信技術を取り入れたビジネスプランを作ることができた。ビジネスプランは(財)ひょうご産業活性化センターの投資育成企業の対象となり、助成金を元に平成12年、同社を設立した。



最新の技術を使って子供を守る

保護者に安心、安全を提供するため、保育事業に情報通信技術を導入、保育サロン内カにメラを置き、保護者がインターネット上で何時でも保育の内容が見られることが、同社のサービスの特色である。

加古川保育サロンでは、園児に名札代わりにICタグを身に付けさせ、動き回る子供の位置をパソコンで常時把握している。園児が無断で外に出るとブザーが鳴り、保育士の携帯電話にも知らせがいく。

更に、核家族化が進み子育てをする親の孤立化が問題となるなか、会員制育児応援サイト「のじゅーるたうん」を運営し、育児や健康相談を受け付けたり、子供の成長データや写真を共有できるサービスを提供している。この「のじゅーるたうん」は平成14年度の兵庫県産業創造プログラム並びに中小企業創造法の認定事業に選ばれている。

身近な経営資源の活用

きっかけ：自分自身の保育園勤務経験や主婦としての経験からプリスクールの個人事業を始め、その後“創業塾”で学び本格的な事業を展開

技術：知人の会社からの協力により導入できた情報通信技術

資金：創業当初は、自己資金、家族・親族、銀行借入で調達。(財)ひょうご産業活性化センター、みなと銀行、ビービーネット(株)の増資を受けている

人材：創業時はピラの作成・配布など家族の支援が大きかった。また前述の“創業塾”で知り合った者に経理を見てもらっている

地域資源の活用と地域貢献

株式会社の設立と再起業に際しては、神戸商工会議所の支援とそこで紹介を受けた“地元の人的資源”を活用して、事業を軌道に乗せた。現在、40名のスタッフを雇用するまでになり、事業の成長により、雇用拡大の一手を担うことが期待される。

また、同社の事業は、様々な理由により子どもを預けられる場所を探している親に対して保育を提供し、不足する地域の公営保育所の補完をすると共に、より一層質の高い保育を提供していることで、地域の課題解決に貢献する。特に、職業を持つ女性への子育て支援としての貢献度は高い。企業内保育サロンの拡充は、

率先して女性の雇用拡大に力を入れている企業の導入事例を増やし、全国へのモデルと成っている。

成功するための理念

同社のコンセプトは、安心して子供を預けたいという「保護者の視点」、働きやすい環境づくりと保育士の質の向上を目指す「保育士の視点」、継続した収支の安定を目指す「経営の視点」の3視点のバランスを常に意識することにある。いずれかの視点のみに注力すると質の低下が起き、この3視点を均衡にとりいれることで、質の高い保育施設の運営・受託運営を行う。

オープンな保育の場を求める保護者のニーズに応えて、Webカメラの設置だけではなく、ガラス張りで見渡せるような施設作りをしている。また、保護者から匿名のアンケートを取り、その指摘内容と改善策をすべて公開している。

また、当初、直営であった加古川の保育サロンは現在、神戸製鋼の企業内保育園として24時間体制で運営受託している。平成18年に神戸三宮センター街の空き店舗を利用し開設した保育サロン「キッズバルーン」も、周辺の法人企業に対して、同施設を企業内保育園として活用する提案を行っている。

学ぶべきポイント

- ① 起業に際しては創業塾の受講、起業後の運営においては相談、人材の紹介等に地元の商工会議所(神戸商工会議所)をフルに活用。また、資金面でも、公的な助成金やファンド出資制度を上手く利用
- ② 創業後3年は、ブランド力、信用力、実績を築くことに苦心したが、県の新産業創造プログラム、中小企業創造法、中小企業経営革新法等の認定を受けたことで大きな信用を築く
- ③ 「保護者(顧客)」「保育士(従業員)」「経営(会社)」の3つの視点を常に心がけ、バランスを取りながら、成長するための戦略を展開している

起業を志す方への アドバイス

- ① 人を大切にすること
- ② 軸がぶれないようにすること
- ③ 起業を志した時の思いを大切に、事業を続けていけると考えること

身の回りのものを有効活用

身近な人との関わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域への貢献・地域との係わり

地域の資源・資源の活用

波及効果

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の課題解決

株式会社ミトラ

医者と患者の立場から「周産期管理システム」を開発

会社概要

事業概要：医療機関向けシステムの開発など

所在地：香川県高松市林町2217番15

URL：http://www.mitla.co.jp

設立：平成14年10月

資本金：1,000万円

年商：2億1,200万円

従業員：20名

社長プロフィール

代表者：尾形 優子

職歴：情報システム会社など

座右の銘：成功経験を増やしていくことは大切。しかし過去の成功事例に頼ってはいけない。ただし、健康的な生活が送れる社会環境づくりに役立つ仕事をする



製品・サービスの特徴

同社製品の「ハローベイビープログラム」は、全ての妊婦が安全で安心な出産を迎えるためのシステムである。最大の特徴は紹介状の発行機能である。健診時の検査データは全て元の病院から健診先の病院へ送られ、送り先病院からも同じ画面で健診時のデータを確認することが可能となる。また、周産期管理サーバを介してネットワーク化することにより、病院間や診療所間で、患者のデータを共有することを実現。地域の産婦人科や診療所のネットワークを形成することで、医者と患者の満足を向上させることができるのである。



医療のIT化に向けて

企業のIT部門で仕事に取り組んでいた代表取締役の尾形氏は、在籍企業の業務と並行して平成12年から経済産業省の「診療所電子カルテ事業」に参加することになった。この事業は全国3か所で実施、そのひとつが香川県で行われ、その産業界の代表として医療のIT化に関わることになる。この事業は大病院ではなく、診療所用の電子カルテを開発し、それを医療機関で試用させ結果を分析することなどが目的であった。尾形氏は香川県の医療機関の調査分析を担当した。

この活動の中で、後に同社の主力商品となる「周産期管理システム」と出会うことになる。「周産期管理システム」は大手精密機器メーカーが開発したシステムであり、妊娠初期から出産後までの周産期の医療情報の管理が可能となる。尾形氏はこの産婦人科向けのシステムに魅力を感じ、「このようなシステムを通じ

て、医療のIT化を促進することで社会貢献したい」と考えるようになる。

これらの様々な経験から、医療のIT化の遅れやその意識の低さを痛感する。「医療現場にITを普及させることで、患者さんや地域の人々の健康的な生活を実現させたい」。このような思いに加えて、「ITの普及によって医療現場を向上させる」という創業目的に、当時病気療養中であった母親から大きな賛同を得られたことも起業の決め手となった。

有名病院への導入をきっかけに

大手精密機器メーカーから「周産期管理システム」の権利を購入するとともに、香川県から創業者向け助成金の支援を受けるなど着実な準備を経て、ついに会社を設立することになる。

産婦人科向け電子カルテ「ハローベイビープログラム」を事業の柱として、創業を開始。取引先の開拓は、

尾形氏自らが、香川県内の産婦人科のある病院の半数以上を訪問した。当時の医療現場はITへの理解がまだ不十分であったほか、ITバブルの崩壊時期と重なりIT企業に対する偏見もあったため、全く話を聞いてもらえない病院も多かった。そうした中でも営業を積み重ねることで、努力が実を結び創業年度から売上を順調に上げることになる。しかしながら、販売商品は当初想定した産婦人科向けシステムではなく、ハードウェアやシステム開発の請負などが中心であった。そのため売上は上がるものの、利益が出ない体質であった。その後、利益確保のため、システムの販売に注力するものの、思うような成果が上らず苦戦が続くことになる。ところが、転機は3年目に突然訪れる。

同社のホームページを見た全国的に有名な千葉県の亀田総合病院から問い合わせが入る。亀田総合病院では電子カルテをすでに活用してはいたものの、産婦人科に特化したものがなかったのである。産婦人科の周産期医療では、母体・胎児の状態を数値情報で管理する必要がある。「ハローベビープログラム」は医療装置等のインターフェイスを介して、数値、画像データを取得、管理することが可能となるうえ、外来診療、入院診療、分娩において発生する情報を登録し、一元管理もできるのである。

度重なる訪問や香川大学医学部附属病院医療情報部原量宏教授の協力を得たこともあり、「ハローベビープログラム」の契約を締結することになった。この契約をきっかけに全国で評判が高まり、受注が増加。それに伴って売上とともに利益も拡大し、同社も軌道に乗るようになったのである。

身近な経営資源の活用

支援者：取引先企業、四国産業・技術振興センター、香川県、香川大学

技術：前職で培ったスキル、知識

資金：自己資金、ビジネスパートナー、取引先企業、香川県（創業者向け補助金を活用）

地域のネットワークを活かして

創業以前より経済産業省の「診療所電子カルテ事業」などに関わることで、経済産業省の外郭団体や香川大学、地域産業界とのネットワークを構築。現在も、経済産業省の「地域医療情報連携システムの標準化及び実証事業」に参画し、周産期医療分野のシステム開発の向上に取り組むなど地域のネットワークを有効に活

用している。

このような取り組みの中で、地域医療におけるIT活用の促進を図ることに加えて、ITが医療分野に浸透することで、患者や住民の健康増進につなげ、高齢者になっても働き続けられる地域社会を創造することにも挑戦している。医療のIT化を通して、ドクターに頼らなくても健康データを閲覧することができ、自分で健康管理が簡単にできるような社会を目指しているのである。

今後の事業展開

創業時から「ハローベビープログラム」など産婦人科向け医療システムの開発に特化してきたが、現在では「糖尿病クリティカルパスシステム」など症例に特化した産婦人科向け以外のシステムにも注力している。「糖尿病クリティカルパスシステム」は、糖尿病患者の継続的な管理を電子的に行うシステムである。この利用により、管理に必要な問診、所見、症状経過、検査結果などのデータを基にした統計処理とともに検索や帳票出力が可能となる。また、検査値の経過などを一覧できるため、ドクターも診断が容易になり好評である。

学ぶべきポイント

- ① 医療分野において医師不足などの課題を今後解決する可能性を秘めている
- ② 創業前からの地域産業界や地元大学とのネットワークを効果的に活用している
- ③ 国の事業へ参画することで、医療業界などの最先端の情報を入手し、今後の事業展開に活かすことができる

起業を志す方への アドバイス

自らがやりたいことを純粹に取り組むことが大切である。しかし、事業を継続するには、利益が不可欠。利益を出せなければ、社会的な信用も得ることができない。信用されなければ社会貢献などできるはずがない。したがって、「儲けることは美徳ではない」という考えもあるが、利益を上げ続けることは事業を行ううえで非常に大切である。

身の回りのものを有効活用

身近な人との係わりを活用

自身の特技・経験を活用

地域の課題解決

地域の資産・資源の活用

地域への波及効果

地域への貢献・地域との係わり

身近な創業

自身の特技・経験を活用

地域への貢献・地域との係わり

地域の資産・資源の活用

企業組合オフィスケイ(トラベルネット)

旅創り好きの集まりが企業組合を設立、 着地型オリジナル旅行をサポート

会社概要

事業概要：旅行業務、着地型旅行商品と地元の観光情報の提供

所在地：大分県別府市野口元町12-31

URL：http://www.k-travel.net/

設立：平成14年11月

資本金：980万円

年商：1億5,000万円

従業員：11名（従事4名、非従事7名）

社長プロフィール

代表者：栗屋 しのぶ

年齢：49歳

職歴：大学卒業後ホテルに勤務。専業主婦を経て旅行会社勤務

座右の銘：「一人が皆のために、皆が一人のために」どなたでも参加できる「やさしい旅づくり」



製品・サービスの特徴

- ① 旅行業務（九州地域を中心とした発着型旅行商品の提供）
- ② 大分県を中心とした着地型旅行商品の企画・販売
地元別府や大分県に足を運んでもらうための着地型の旅行商品の企画を強みとする。インターネット上で、客がツアーを自由に組み合わせられ、予約できるサービスなどを提供する。



創業の動機

旅は日常生活から離れ、新しい体験による刺激の時間と、それを癒す休息の時間の組合せで成り立っていると言われる。企業組合オフィスケイ代表の栗屋しのぶ氏も「自らも旅行や温泉が大好き」と言うように、学生時代から旅創りに関心を持ち、大学卒業後はホテルに勤務した。専業主婦時代に総合旅行業務取扱管理者資格を取得したことをきっかけに旅行会社に勤務した。ところが突然、勤務先が廃業すると通告され、栗屋代表は既に予約されているお客様を抱え途方にくれた。このときの経験より、お客を第一に、事業を展開せねばならないことを学んだ。

勤務先がなくなった当時、かねてより既存の旅行パックだけではお客は十分満足ができないことに不満を持っていた栗屋氏は、なんとか自分一人でもお客の旅創りのお手伝いができないかと考えた。当時、会社設

立等の知識を持ち合わせていなかったが、勤務先の同僚3人が独立に賛同、創業に踏み切った。会社形態は有限会社も検討したが、4人の経験と強みを生かせること、リスクも分散されることから、平成14年11月に旅行部門のトラベルネットと小企業向けシステム構築を行うコンピュータ（CP）部門の2部門からなる企業組合を設立。当初の資本金は560万円だった。

インターネット再構築、創業後に戦略見直し

創業1年でCP部門が経営難となり、旅行部門の資金繰りまで逼迫、事業存続の危機に遭遇。栗屋代表は、CP部門を閉鎖し、もう一度創業の原点に戻り、自社の強みは何か、他社との差別化するには何ができるのかなど、戦略の見直しを行った。

地元別府や県内の温泉地の素晴らしさやグルメ情報などを熟知しているのも、未開拓な地域資源を見直し、磨き上げ、地元大分に来るお客様向けの「着地型商品」

企画や地域に密着した情報提供などを事業のコアとすることにした。

また、創業時に立ち上げたホームページ（HP）や予約システムが上手く使いこなせておらず、十分な機能が発揮できていない悩みがあった。そんな時期に、中央会の「組合等情報ネットワークシステム開発事業」（平成17年度）の補助金を活用して、HPを再構築し、また、予約・顧客管理・経理を一元化するシステムを導入することを決める。

トラベルネットは規模も小さいため、大手旅行会社と異なり、全国紙などへ広告宣伝などができない。そこで、お客の旅行の満足度を高めたいという基本コンセプトや経営方針をタイムリーにお客様に伝え、お客様に最大限の観光サービスを提供するために、インターネットを手段として選んだ。なによりもホームページを創意工夫し、多くのお客様に見てもらう必要があった。

創業時のホームページではターゲットが明確でなく、商品毎に内容を手作りしていたので更新が追いつかず、SEO対策も不十分な対応しかできていなかった。そこで、組合独自でタイムリーにホームページを通して情報提供できることと、ブログでより身近な情報提供を行なうなどが、できるようにした。

結果、ネットを通じて、他県同業者が真似できないきめ細かなオリジナル旅行プランを提案できるモデルが始動した。ホームページ利用者のリピーターと口コミや紹介が途絶えることなく、新たな顧客が広がり、業績も順調に伸びてきている。

身近な経営資源の活用

きっかけ：勤務先の突然の廃業を契機に、お客様に迷惑のかからぬことを第1に起業を決意
会社形態は、「働く仲間が、共にやりがいや経営者意識を持てる仕組み」を作りたいだったので企業組合を選択

協力者：前勤務先の同僚3名と共同経営で立ち上げ。
方針や意識のずれから3名脱退、2期目に新たに組合員を募集し、12名に増加

技術：総合旅行業務取扱管理者の資格保有者、介護ヘルパーや手話通訳経験者が組合員にいる

資金：自己、組合員からの出資

支援者等：大分県中小企業中央会から組合設立、運営などのきめ細かなアドバイスを受ける

質の高いサービスで顧客満足を高める

旅行へのニーズは細分化しており、トラベルネットでも、様々なタイプの特色ある旅行商品を企画している。高齢化社会を迎え、リタイアしてゆとりのある人向けの長期滞在型や女性・主婦層向けの癒し型プランなどはその一部である。なかでも高齢者や障がい者のためのユニバーサルデザイン旅行の提供に重点を置いた取り組みをしている。ヘルパー2級資格保有者や手話通訳経験者が組合員におり、2時間単位での添乗、福祉車両の手配やバリアフリー施設についての情報提供をおこなう。介護を要するお客様が「観光は楽しかったけれど、疲労が出た」というのではなく、「楽しい旅ができ、かつ元気になった」という旅をしてほしい。「ホスピタリティーの高い旅行のお手伝いができることを基本の方針としたい」と栗屋代表は言う。

地域資源の活用と地域貢献

また、別府や大分県に観光客を誘致しようと、地元旅行社ならではの観光情報を提供し、顧客ニーズに応じた商品にプラスαを心がけ、その1つ1つが積み上げて、当組合の強みにしている。そのために栗屋代表・組合員自ら現地に行き確認、その情報を全員で共有。それらを組み合わせて地域限定の商品作りを行っている。これらの努力が、地域の観光産業の振興と景観の保存や、文化遺産の積極的な保護につながる事が期待される。

学べきポイント

- ① 起業時には、十分なビジネスプラン作りとコンセンサスが不可欠であること
- ② 起業家は、さまざまなリスクに遭遇した時にも、絶えずプラス志向で取り組むこと
- ③ 他社との差別化には、身近な資源を磨きあげ、オリジナルな商品サービスを企画・開発する発想と行動力が不可欠であること

起業を志す方への アドバイス

絶えずプラス志向で事業を運営していく。苦しい時期や困難なことも多いが、それをプラスに考えていくことが大切。くよくよせず行動すれば、自ずと道は開かれると信じる。

身の回りのものを有効活用
身近な人との係わりを活用
自身の特技・経験を活用

地域の課題解決
地域の資源・資源の活用
地域への波及効果
地域への貢献・地域との係わり

6 地域における起業の課題と克服（事例のまとめ）

中小企業の多くが抱える課題が経営資源の確保である。地域における起業では、そこに大消費地から遠い、あるいは産業の集積が少ないなどという地理的な弱点が加わり、販路の開拓、経営人材の確保、協力企業の確保といった点が大きな課題となっている。

しかし、今回の調査では、起業家の創意工夫や、地域の強みを活かすことで困難を克服する事例も多くみられた。事例編の最後に、こうした課題とその対応についてまとめている。

(1) 地域から全国や世界に市場を広げる

企業が継続的に利益を上げていくためには、一定額以上の売上を、安定して確保していくことが必要である。今回の調査では、地域のブランドを上手く活用して首都圏での販売を実現している事例や、伝統工芸を消費者向けにアレンジすることで、アジアや欧米に市場を広げている事例がみられた。一方で、当初はブランドを活かして観光客に販売するはずの商品が、実際には全国でニーズがあることが判明し、OEM生産に切り替え販路の拡大に成功している事例もあった。価格志向に陥るのではなく、地域の特産品を使用したり、技術を磨いたりすることで高付加価値化を進める一方で、商品やサービスの対象やそのニーズを客観的に見極め、新たな顧客を常に開拓していく必要がある。そうした上で、インターネット通販や物産展、さらにはセールスレップや代理店を利用するなどの工夫をこらし、市場を広げる取り組みも不可欠である。

(2) 従業員満足を高めて雇用を確保する

就業規則を柔軟にすることで身障者や女性も働きやすい環境を整備して雇用の確保を実現している事例がみられた。また、都会から若者を呼び寄せるために、寮を設けるなど福利厚生に力を入れている事例もあった。農村のスローライフが見直され、UターンやIターンが復権の兆しを見せている。こうした機会を上手にとらえ、雇用を確保し、長く働ける環境を整備することで、若年層から高齢者層までのあらゆる地域の人材に働く場所を提供していくことが地域企業に期待されている。

(3) 地域の資源を有効に活かす

地域の人、企業、産物といったものに加え、地域の支援機関を上手に活用することで様々な困難に対応している企業が多くみられた。ここ10年の間で、中小企業を支援する体制が整備されている。支援機関、大学、自治体などが運営するインキュベーション施設が各地につくられ、少ない資金で事務所を開設できるようになっている。また、中小企業でも気軽に大学などの研究機関を活用できる時代となっている。地域の活性化という共通目標のもと、地域のさまざまな人、企業、機関が協力し合い、ネットワークをつくり一体となって取り組んでいくことが重要であり、そうした良い取り組みを全国の支援機関が支えるとともに、成功事例を国全体で共有する取り組みが期待されている。

(4) 長所を伸ばし弱点を打ち消す

中小企業の多くに共通することであるが、厳しい経営環境を乗り越えるためには弱点を克服するよりも、長所を伸ばしていくことが重要である。特に地域では、輸送コストが高い、産業の集積が少ない、新卒者が採用できないなど克服できない課題もある。しかしそのような点を理由に販路が拡大できないことを嘆くよりも、どうしたらお客様の要求にこたえられるのか、どうしたらより良いサービスを提供できるのかといった視点で行動することが重要である。地域には、豊かな水産資源、美味しい農産物、素晴らしい景勝地などが存在している。今回の事例で特徴として挙げられるのが、こうした経営資源を有効に活用し、自らの特技や経験を活かし、さらにそれを磨き続けているということである。また、中小企業の最大の長所の一つがその機動力である。法律の変更や環境変化をいち早く読みとり、未来を予見することで、事業機会につなげていくことが重要である。実際、社会問題や法律改正にいち早く取り組み、市場を創造している企業が見られた。こうした取り組みにより経営課題を克服し、地域の活性化に寄与する中小企業の存在が不可欠である。

(5) 知恵と情熱で未来を切り拓く

今回の調査をふりかえると、すべての起業家に共通して言えることが、必ず熱い情熱を持っていることである。地域の雇用を守りたい、自分の夢を実現させたい。こうした情熱が、数々の困難に立ち向かうエネルギーとなるとともに、多くの賛同者をひきつける。企業経営で最も重要なことの一つが、働く社員が共通して持てる目標を提示することである。起業家の情熱が社員の共感を生み、職場の活性化につながっている事例がみられた。

支援者も協力企業の社員もすべて人である。企業が地域で活躍し続けるためには、こうした人を動かす熱い情熱が不可欠である。そこで、多くの企業が随所で工夫を凝らした活動を行っている。市場の競争に打ち勝つためには、社員の知恵をあわせ、数多くの工夫を取り入れることで、競争優位性を高めていくことが重要である。また、自社だけが利益を独占するような取り組みは持続しない。一方で、他社に依存した状態も長くは続かない。地域内の人や企業や支援機関が支え合い、ともに成長していくことが、これからの未来を切り拓いていくためには不可欠なことである。

7 事例選定時の視点と評価

今回の調査では、「創業から15年以内」の企業の中から、「身近な創業」「地域への貢献・地域との係わり」という二つの視点で事例を選定している。

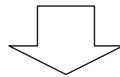
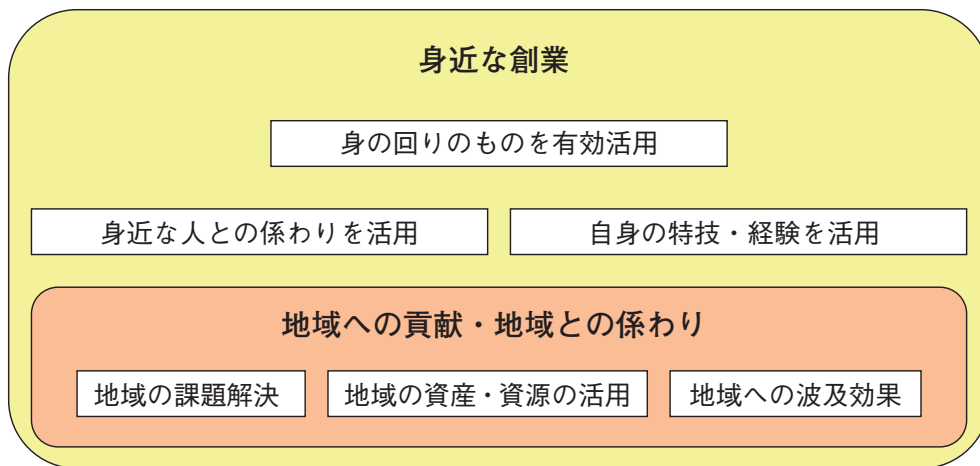
また、訪問インタビューをおこなった調査員の視点から、事例企業を「新規性・革新性・チャレンジ性」と「継続性・発展性・成長性」という2つの評価軸で分析・評価している。

その結果を下記にまとめた。

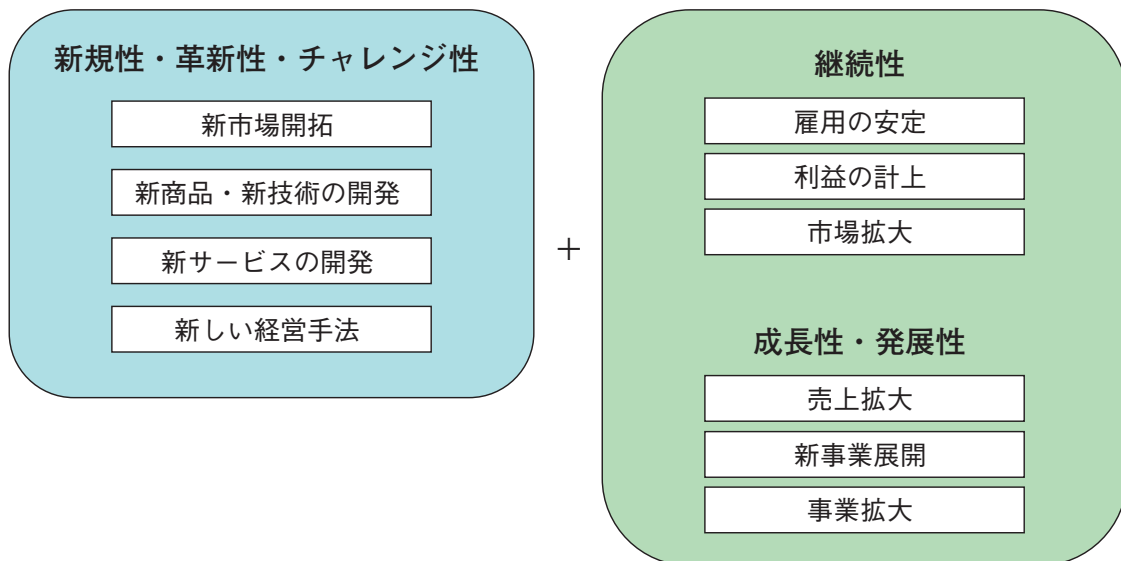
図1 選定条件と評価軸のイメージ図

【創業から15年以内】

【選定条件】



【評価軸】

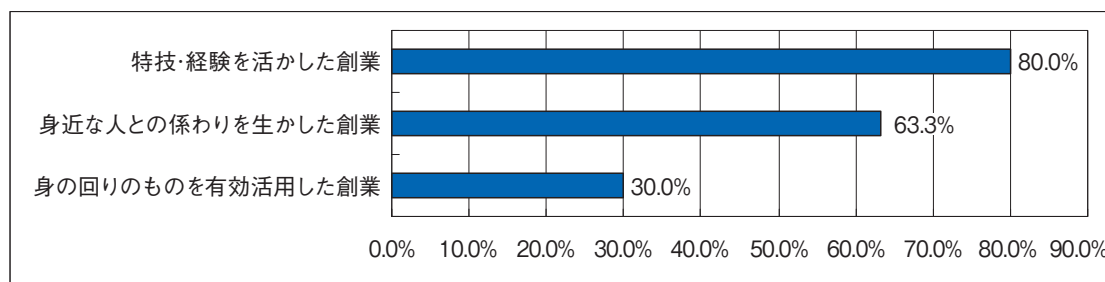


(1) 身近な創業

今回の調査では、「身近な創業」の概念を「生活に密着している」という内容で置き換えている。その具体的な内容を分類したものが下記のグラフである。

「特技・経験を活かした創業」が80.0%と多くっており、「身近な人との係わりを活かした創業」が63.3%と続いている。自分自身や身近な人など「人」という経営資源をもとにした創業が多くみられる。

図2 身近な創業の分類【複数回答、N = 30】



【特技・経験を活かした創業】株式会社ミトラ

産学官プロジェクトに参加したのをきっかけに創業。研究者としての知識や経験を活かし、地元香川大学の支援も受けて周産期医療の現場支援につながる電子カルテを開発した。

【身近な人との係わりを活かした創業】株式会社エルフィン

函館市の北海道道立工業技術センターが事務局をつとめる異業種交流グループの有志で立ち上げた「E L 商品開発研究会」をきっかけに、E L 技術を活用した商品の開発を行う同社を設立した。

【身の回りのものを有効活用した創業】株式会社パストラル

地域農産物を使った「ご当地アイス」を開発し創業。アイスの原料となる牛乳は、地元のジャージー牛乳を使用するなど、こだわりを持った製品づくりを進めている。

(2) 地域への貢献と地域との係わり

「地域への貢献と地域との係わり」について、「地域の課題解決」、「地域の資産・資源の活用」、「地域への波及効果」の3つの視点ごとに該当する企業を抽出している。

① 地域の課題解決

「地域になかった事業展開」が73.3%、「新たなコミュニティビジネス」が30.0%であった。地域になかった事業分野を選定することで、事業化の機会の発見と地域の利便性を両立させている事例が多い。

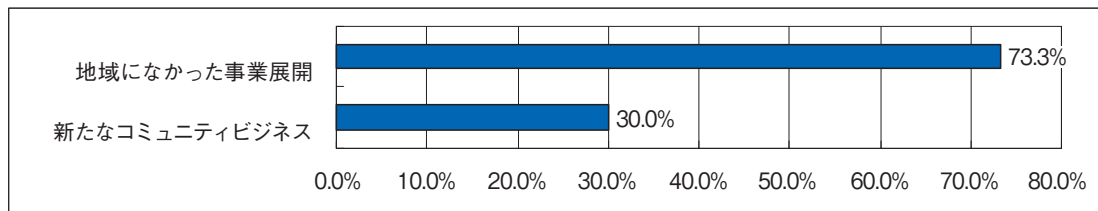
【地域になかった事業展開】株式会社ピオテック

貼紙・落書という犯罪の温床にもなる身近な社会問題に注目し、独自開発した貼紙・落書防止塗料で創業。地元のボランティア活動にも積極的に参加し、商品のPRにつなげている。

【新たなコミュニティビジネス】株式会社チャイルドハート

WEB監視カメラなどIT技術を駆使して、プリスクールや保育サロンの経営を行っている。地域や企業と一緒に子育てに取り組むことで地域に貢献している。

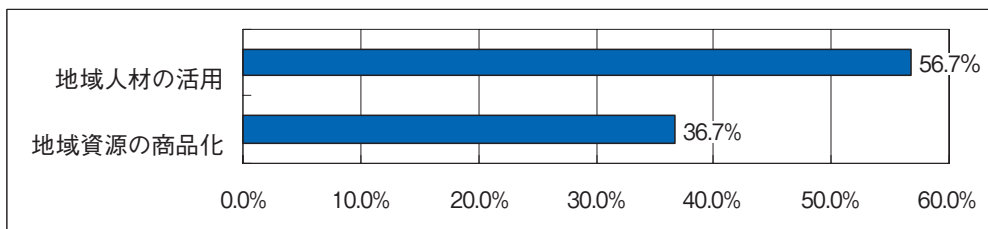
図3 地域の課題解決【複数回答、N=30】



② 地域の資産・資源の活用

「地域人材の活用」が56.7%、「地域資源の商品化」が36.7%と、創業時において起業する地域の事情を考慮した事例が多くみられた。

図4 地域の資産・資源の活用【複数回答、N=30】



【地域人材の活用】株式会社アルコム

製造協力企業をネットワーク化し、金型やその部品を納める事業を開始。地元の人材を活用しながら製造部門にも進出するなど、地域の企業、人材を積極的に活用している。

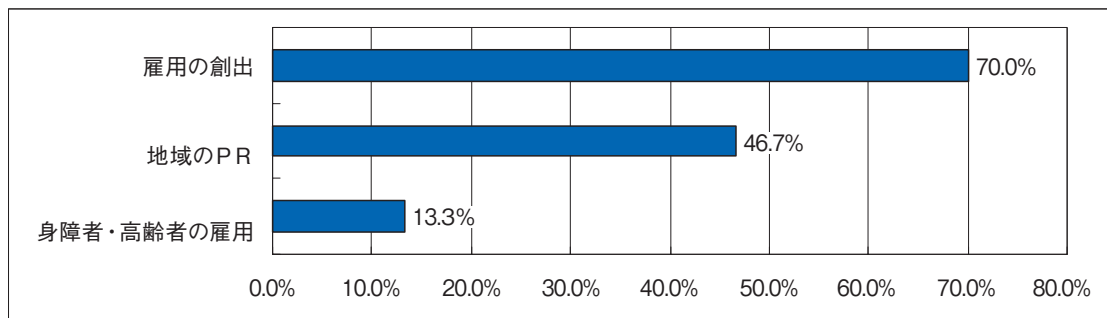
【地域資源の商品化】有限会社ビーインミュージアム

地元の高級食材「ふく」を観光客にリーズナブルな価格で提供することを目指して創業。「あん肝」の商品開発にも成功して下関ブランドの認定を得るなど、地域資源を有効に活用している。

③ 地域への波及効果

「雇用の創出」が70.0%、「地域のPR」が46.7%、「身障者・高齢者の雇用」が13.3%であり、雇用の創出を実現している事例が多くみられた。

図5 地域への波及効果の活用【複数回答、N=30】



【雇用の創出】有限会社エヌ・イー・ワークス

地域の雇用を創出するために創業。難しい業務を積極的に引き受けることで、技術を積み重ね、技術者集団として地域で自立することを目指している。

【地域のPR】株式会社ピーエーワークス

自社製作作品であるアニメーション「true tears」（富山県南砺市を舞台にした男女5人の高校生たちの青春群像劇）は、感動的なストーリーと地域の古い町並みなど写実的な舞台設定により人気を博し、テレビ放映を見た多くの視聴者が全国から南砺市を訪れている。

【身障者・女性・高齢者の活用】株式会社シンプルウェイ

夫の転勤を期に、函館で起業を目指す。障がい者や高齢者、育児中の女性を積極的に採用し、スタッフの状況に応じた働きやすい環境の整備に努めている。

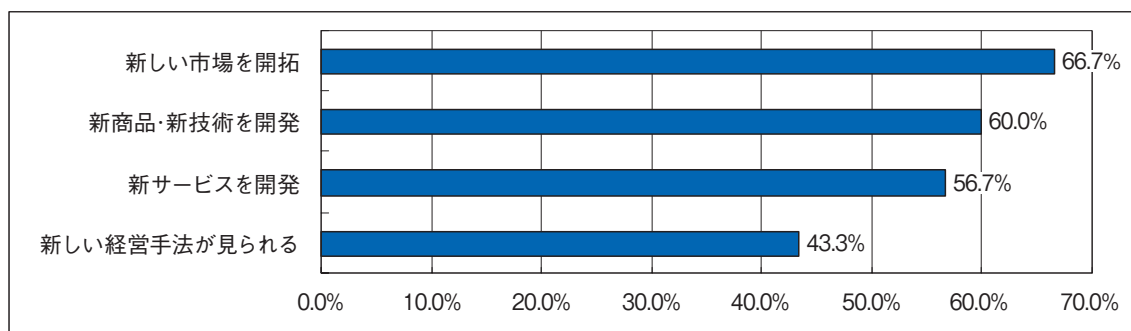
(3) 新規性・革新性・チャレンジ性

創業において、どのような顧客（市場）に、どのような製品・サービスを提供するかといった事業分野の選択は、事業の将来の発展と深く関連している。また、事業を成功に導くためには製品・サービスの差別化が必要であり、そのための新技術の開発・新サービスの開発や、経営手法の革新が求められる。

今回の調査では、こうした視点から、下記の4つの項目で評価を行っている。

隙間市場などの「新しい市場を開拓」している企業が66.7%、「新商品・新技術を開発」している企業が60.0%、「新サービスを開発」している企業が56.7%であり、「新しい経営手法が見られる」は43.3%である。

図6 新規性・革新性・チャレンジ性【複数回答、N=30】



【新しい市場を開拓】株式会社RDVシステムズ

会社や官庁・自治体などの機密文書・重要書類を専用車で出張して裁断し、紙をリサイクルするサービスを展開。環境問題の意識の高まりも手伝って事業を拡大している。

【新商品・技術を開発】はますい株式会社

地元増毛町でとれる「タコ」がお年寄りや子供でも噛み切れるように、「やわらか煮」の製造方法を開発、製法特許を取得。水産物に付加価値をつけることで地元の漁業界にも貢献している。

【新サービスを開発】株式会社サンテクノ

顧客から預かった設計図面を分析し、必要資材を積算。建築資材など木造住宅に必要な資材を一括で納入することで、住宅資材調達のアウトソーシング請負業というビジネスモデルを確立している。

【新しい経営手法が見られる】株式会社リブネット

経験豊富な地区責任者が、エリア内の受託運営する図書館を巡回して指導や情報交換を行い経験の浅い従業員をフォロー。このようなマネジメントシステムを導入することにより、サービスの質の維持、向上を図り、全ての図書館で均一なサービスを提供している。

(4) 継続性・成長性・発展性

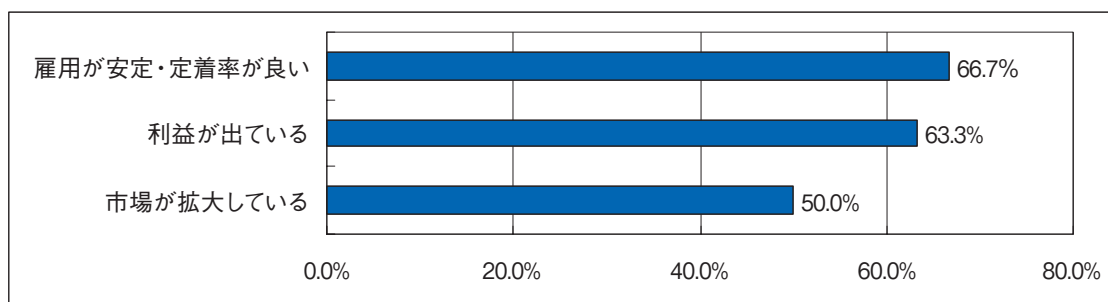
企業にとって大事なことは、継続的に利益を生み出しながら、地域社会にも貢献していくことである。その一方で、継続するために必要な企業体力を身につけるため、成長・発展していくことも必要である。そこで、こうした観点から評価を行っている。

① 継続性

企業の継続性については、経営の基盤となる雇用の維持、利益の計上という視点で評価・確認を行った結果、「雇用が安定・定着率が良い」が66.7%、「利益が出ている」が63.3%であった。

さらに、創業時やその後の新事業展開に際しては「どのような事業を行うか」の選択が重要であるが、30事例をみると、選択した事業分野（ドメイン）において、「市場が拡大している（または見込まれる）」が50.0%と半数程度にのぼっている。

図7 継続性【複数回答、N=30】



【雇用の安定・定着】株式会社TAMU

倒産した創業約90年の紙器メーカーの社員の就職支援のために創業。高付加価値化にとりくみ、デザインに力を入れることで、5年の期間を費やし黒字化に成功した。

【利益の計上】株式会社ナノシーズ

粉体に関する受託測定やコンサルティングで売り上げを確保する一方で、測定器の販売で売り上げを追加。計上した利益を新たな技術開発へ投資している。

【市場が拡大】武芸川町特産品開発企業組合

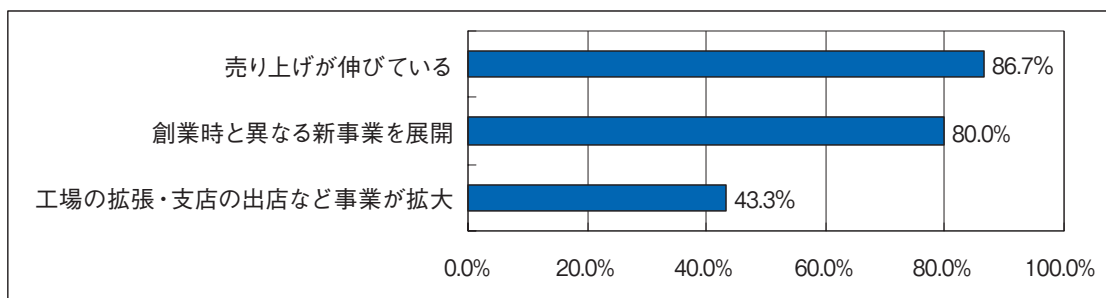
丈夫で栄養価の高い野菜「つるむらさき」を利用した食品を開発するため、農業婦人クラブのメンバーとともに創業。田舎料理店「つるや」は、こだわり食材の店から本格田舎料理の店へとコンセプトを転換したが、「スローライフ」のブームに乗って順調に売上を伸ばしている。

② 成長性・発展性

企業の成長性・発展性については、売上、事業の拡大に加え、独自の技術・製品・新サービスを開発し、創業時とは異なる新事業を展開しているかといった視点でも評価を行っている。

その結果、「売りが伸びている」が86.7%、「創業時と異なる新事業を展開」が80.0%、「工場の拡張・支店の出店など事業が拡大（又は見込まれる）」が43.3%であった。

図8 成長性・発展性【複数回答、N=30】



【売上が拡大】 メーカーズシャツ鎌倉株式会社

シャツ専門店という新しい業態を立ち上げ、製販の一体も図る。顧客満足の徹底により順調に売上を伸ばし、毎年前年度の売上高を更新し続け、10年間で10倍の売上アップに成功している。

【新事業を展開】 株式会社パラダイスプラン

観光農園、郷土料理店などを経て父が特許を保有する製塩事業を引き継ぐ。宮古島の海からとれる「雪塩」はミネラルの種類が多くギネスブックの認定も受ける。その後塩の専門店「塩屋」の運営も行い業務を広げている。

【支店の出店など事業が拡大】 センチュリーペット株式会社

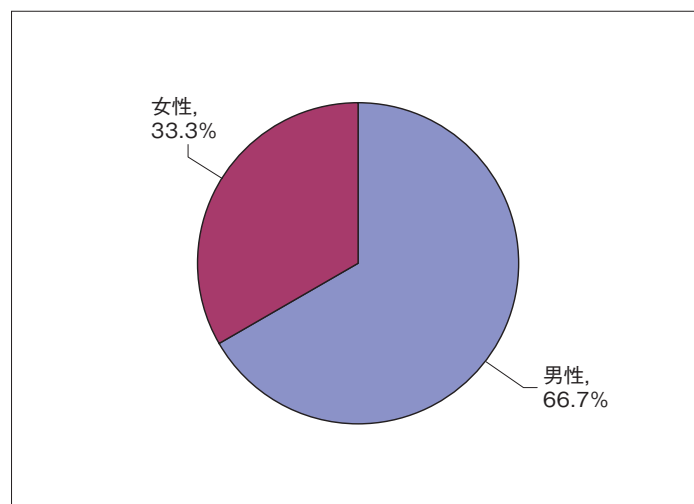
経験と勘に頼っていた旧来型のペットショップとは異なり、顧客管理システムを有効に活用。顧客情報に基づくマーケティング活動を積極的に行うことで業績を拡大し、現在では16店舗で事業を展開している。

8 事例企業の属性

(1) 創業者の性別

事例企業30社の経営者の性別は、「男性」が20名、「女性」が10名であった。

図9 創業者の性別【単純回答、N = 30】



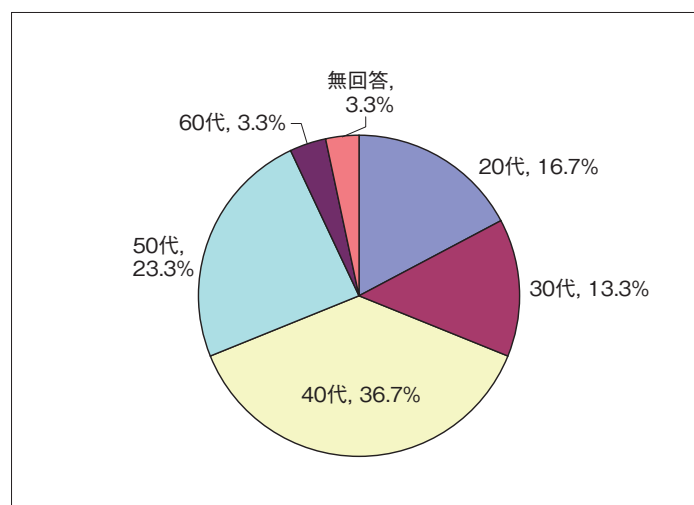
(2) 創業時の年齢

創業時の平均年齢は42.8歳で、分布をみても、「40代」が36.7%と最も多い。

個別に見ると、最年少は24歳で個人企業としてインターネットでペットショップを開業したセンチュリーペット(株)の日高氏で、次が26歳で起業した(株)パラダイスプランの西里氏であった。また最年長は(株)ピオテックの永松氏64歳であった。

国民生活金融公庫総合研究所発行『2007年版新規開業白書』の調査対象の平均年齢は42.9歳となっており、年代別の分布については差が見られるもののサンプル数が少ない今回の調査でもほぼ同じ傾向となっている。

図10 創業時の年齢【単純回答、N = 30】



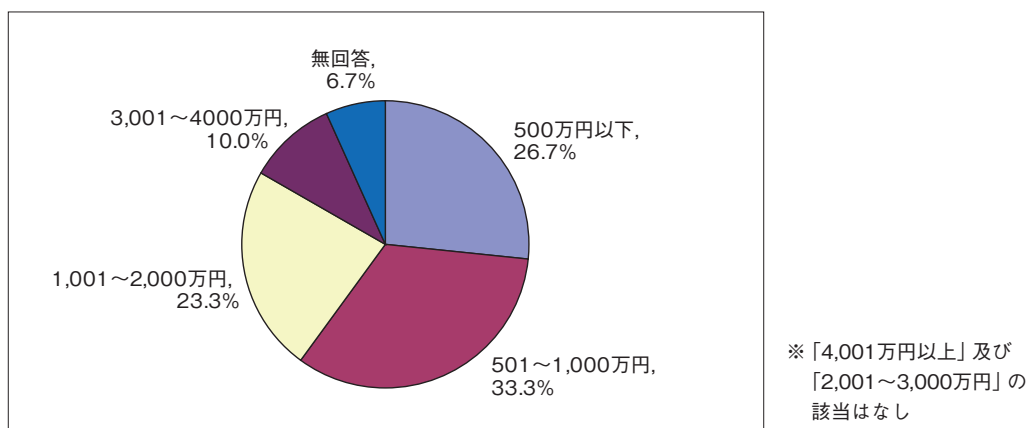
(3) 創業時の資本金と現在の資本金

① 創業時の資本金

開業資金のうち創業時に確定している出資金額の分布を見ると「500万円以下」が26.7%、「501～1,000万円」が33.3%で、「1,000万円以下」が60.0%と過半数を占めている。開業時資本金の平均値は約1,229万円である。前述の『2007年版新規開業白書』では、開業費用（運転資金を含む）の平均値は1,487万円である。同じく開業費用の分布は「500万円未満」で開業した割合が30.0%、「500万円以上～1,000万円未満」が27.2%、「1,000万円以上～2,000万円未満」が23.9%、2,000万円以上が18.9%となっている。

個別に見ると、創業時の資本金額が最も高額なのは、はますい(株)の4,000万円、次いで(株)RDVシステムズの3,550万円、(株)サンテクノの3,500万円となっており、そのほかの企業はすべて2,000万円以下であった。

図11 創業時の資本金額【単純回答、N=30】



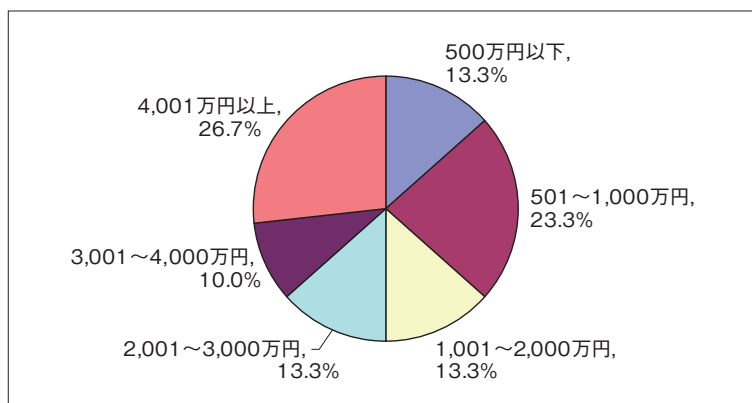
② 現在の資本金

一方、現在の資本金額の分布を見ると「500万円以下」が13.3%、「501～1,000万円」が23.3%で、「1,000万円以下」が36.6%と創業時は過半数を超えていたものが、4割以下になっている。

創業時と現在の資本金額を比較すると、創業時より資本金が増加している企業は18社（60.0%）、変化がない企業が12社（40.0%）となっている。増額している企業の約半数は、県の支援機関、投資育成会社等の公的機関、民間金融機関等のベンチャーファンドを活用している。

現時点で最も資本金額が大きいのは、(株)サンテクノの1億円で、次いでセンチュリーペット(株)8,800万円、(株)リブネット8,706万円、(株)ダイアディックシステムズ8,700万円、(株)ナノシーズ7,600万円の順となっている。

図12 現在の資本金【単純回答、N=30】

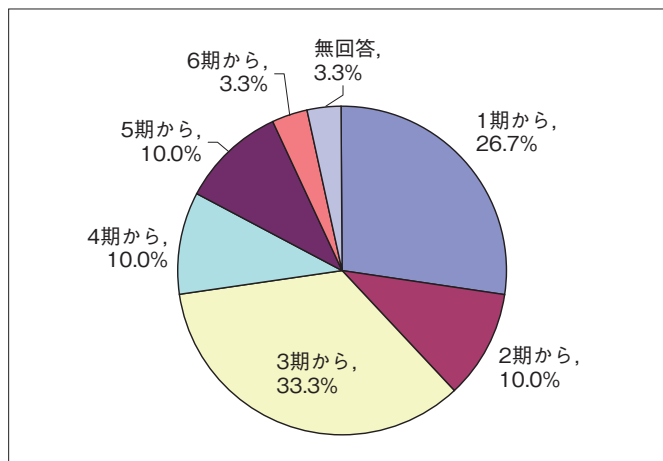


(4) 当期利益の計画と実績

① 起業時の計画における黒字の時期

創業から何期後に当期利益が黒字になると予定していたかを調査したところ「3期目から」との回答が33.3%と最も多かった。また、「1期目から」との回答も26.7%あり、3年目までの早期に利益を出す計画が70.0%であった。

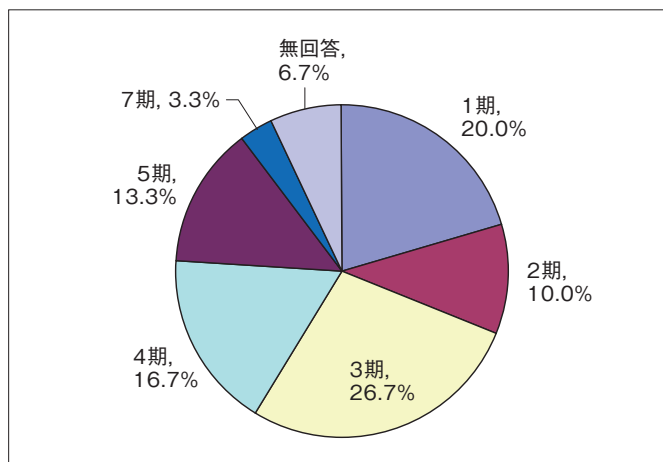
図13 起業時の計画における黒字の時期【単純回答、N=30】



② 実際に当期利益が黒字になった時期

実際に当期利益が黒字になった時期についての質問では「1期目から」が20.0%と計画時に比べ6.7ポイント低い。全体的に黒字の実現には遅れが見られ、計画では3期までに黒字との回答が70.0%だったが実際に黒字になった企業は56.7%であった。

図14 実際に当期利益が黒字になった時期【単純回答、N=30】



※「6期」の該当はなし

調査協力者一覧

(敬称略・順不同)

検討委員：坂本 光司	法政大学大学院政策創造研究科教授
青山 和正	東京富士大学経営学部教授 (兼調査員)
左田野 康	独立行政法人中小企業基盤整備機構関東支部チーフアドバイザー、 中小企業診断士 (兼調査員)
高石 光一	東京富士大学経営学部教授 (兼調査員)
調査員：小泉 達也	有限会社コスモ研究所代表、技術士、社団法人山口県技術交流協会会長
古谷 照雄	株式会社コタニオフィス代表取締役、中小企業診断士
関 佳昭	株式会社産業立地研究所主任研究員
高原 稔	株式会社産業立地研究所主任研究員
中山 和彦	中小企業診断士
廣谷 清明	有限会社テクノマップ取締役社長
三嶋 忠夫	中小企業診断士
宮本 芳昭	ビジネスブレイン株式会社代表取締役、中小企業診断士
吉岡 慎一	みずほ情報総研株式会社社会経済コンサルティング部シニアコンサルタント

調査実施体制

独立行政法人中小企業基盤整備機構

新事業支援部

大高 聰	部長
渡部 寿彦	創業・ベンチャー支援課課長 (平成20年11月～)
倉科 豊明	起業推進室室長 (～平成20年10月)
藤田 陽	起業推進室室長代理 (～平成20年9月)
宮下 典子	創業・ベンチャー支援課課長代理 (平成20年11月～)
平松 一恵	創業・ベンチャー支援課課員
早川 猛	専門調査員

財団法人中小企業異業種交流財団

柳瀬 光昭	特別参与
櫻井 行男	参与
伊藤 正昭	研究員 (兼調査員)
中根 修	研究員

創業・ベンチャー国民フォーラム事務局

運営：独立行政法人中小企業基盤整備機構

新事業支援部 創業・ベンチャー支援課

東京都港区虎ノ門3-5-1 37森ビル (〒105-8453)

T e l : 03-5470-1676

F A X : 03-5470-1188

(禁無断転載)
平成21年3月

平成 20 年度 地域起業活動調査事業 事例報告書