

米国で着想し、日本で育てた技術を世界に



バイオニクス株式会社 代表取締役社長 須下 幸三氏

<http://www.bionics-k.co.jp/>

事業内容／血流認証による人物識別技術の企画・調査・研究開発。一般住宅用へのエントランスシステムの導入・メンテナンスが強み。「鍵を持たない利便性」と「紛失・盗難リスクを回避する安心」を両立する。

ロングインタビュー公開中⇒<http://bplatz.sansokan.jp/archives/2778>

血流認証を用いたセキュリティシステムの草分けのメーカー、バイオニクス。創業のヒントを得たのは商社勤務時代。駐在していたニューヨークだった。「住んでいたマンションの共用部分が、手の形を認証して入る仕組みだったんです。鍵を持ち歩く煩わしさも失くす心配もない。衝撃的でした」。金融を学ぶため現地に駐在していたが、日本人が金融の世界で勝負するのは不利だと痛感。丁寧に土地を耕し、作物を育ててきた農耕民族の日本人が勝てるのはものづくりだと確信し、起業を決意した。

手の形状からさらに進化させ、一卵性双生児でも異なるという血流パターンに着目し、認証システムを開発。事業が軌道に乗る契機となったのは創業から3年目の2004年、神戸市内のマンションに指認証によるエントランスシステムを大規模に導入したことだった。初めての試みでクレームも多かったが、改善点が洗い出され、製品の精度があがった。このマンションを手がけていたのが、以前勤めていた商社。「トラブルがあっても堪えて使い続けてもらえたことを、今でも感謝しています」。

順調に成長を続けていたが、最大のピンチが訪れる。リーマンショックだ。社員は1/4に減り、周囲からは「一度会社を畳んで再度やり直したらどうか」と言われたことも。「今の日本では、会社を潰したら、まだまだ個人の人生に大きな影響が出る。起業には覚悟が必要です。しかしその分、人の情に触れることもまた多いですね」。苦しい時期をともに耐え忍んでくれた社員や家族。顧客からの喜びの声。支えてくれた商社時代の先輩や同僚。「人との絆を感じることがとても多くなった」と須下氏。「周りのサポートのおかげで好きなことをやらせてもらっている。だからこそ、日本という国に貢献したい。人生は一度きり。仕事を通して、この人生で何をするか。どこで命を燃やすか。苦しいこともあるけれど、事業ほど手ごたえのあるものはありません」。

アメリカでヒントを得て、日本で育てられた技術は今、海外にも輸出されている。今後は住宅用のみならずさまざまな分野への応用も期待されており、人々が鍵や暗証番号の管理から解放されるその日まで、同氏の挑戦は続いていく。

ロングインタビュー公開中⇒<http://bplatz.sansokan.jp/archives/2779>

日本発、世界を驚かすスイーツを



株式会社ドロキア・オラシタ 代表取締役 寄本 将光氏

<http://www.drq.co.jp/>

事業内容／焼きたてチーズタルト専門店「PABLO」を全国18店、洋菓子店「パティスリー・ブラザーズ」を東京に1店、カフェ業態の「BROTHERS Cafe」を大阪に2店展開している。

詳しくは裏表紙に

講演告知⇒寄本氏がサンソウカンに登場！
Design Thinking
「小さなサプライズの連鎖が世界を幸せにする」
日時 8月23日 13:00～14:30

チーズタルト専門店「PABLO」が現在の寄本氏のビジネスの主戦場だが、戦いの舞台はこの10年でめまぐるしく変わってきた。高校卒業後、父が営む什器リサイクル業の会社に就職。開業する店、廃業する店。顧客の盛衰を目の当たりにできたことが経営の格好の学びになった。量販店の台頭で電化製品や家具が値崩れを起こし、在庫が経営を圧迫し始めたと見るや「小さくて利益率の高い商品を扱えばいい」と高級ブランド品に特化したブランドリサイクルショップの展開を決断。2004年に次弟、末弟と3人で会社を設立した。

順調に店舗を増やす中で、ケーキやコーヒーが出せるカフェ付きの買取サロンの出店を考えた。カフェだけでは収益性が低いことを知ると、お取り寄せブームを味方につけてテイクアウトできるスイーツの商品展開を視野に2008年洋菓子店「パティスリーブラザーズ」を立ち上げる。スイーツビジネスの経験はなかったが、協力工場を見つけて生産体制を整えた。

商品開発でコンセプトに掲げたのが「おどろ菓子」。「おいしいのは当たり前。興味を持ってもらうには見た目で、そして食感で驚かせないと」と今までにないユニークな商品を次々に発表した。約2年で13店に増やし事業は順風満帆。…に見えたが、新たな経営課題に直面していた。「需要に生産が追いつかず、外注に頼るあまり利益率が落ちていた。多忙な業務で従業員にも負担がかかり無理をさせていた」。そこで「商品の種類を絞り、在庫を抱えない」戦略、すなわち「専門店化」へと方針転換に踏み切る。そして2011年に出店したのが「PABLO」だ。

利益を取るために高い価格設定も考えたが、行列を作る店にするために当時税込680円（現在は税込800円）の価格設定とした。そのため通常は30分以上かかる焼き時間を10分に短縮。「スイーツビジネスの素人だからこそ柔軟な発想ができること。それがうちの強み」と寄本氏。洋菓子業界では今までにないエンターテインメント性を持った店舗づくりも注目を集める要因だ。

心斎橋店では購入する4人に1人は外国人観光客だという。その勢いを駆って、年内に出店が決定しているフィリピン、韓国をはじめとする海外展開をスタート。日本発のスイーツとして今度は世界を驚かす。

香港で生まれたレオン氏がカナダに移住したのは17歳のとき。香港返還が近づくにつれて移民ブームが起き、親戚が多く住んでいたカナダのトロントに家族で引っ越した。

現地の芸大と専門学校で美術とウェブ構築技術を学び、日本人留学生の友人がいたことから日本語も勉強するように。「それを機に日本に興味を持ち、就職先を探していたところ、ネットで知り合った日本人デザイナーの会社で働かせてもらうことになりました」。

2000年、25歳で来日し、香川県のデザイン会社に就職。その時点で、すでに30歳で起業するためのキャリアデザインを描いていた。1社目のデザイン会社ではウェブサイトのデザイン技術を習得。1年で転職後、2社目ではディレクション・プランニング力を、3社目では大規模案件のマネジメント力と人材育成の見識をそれぞれ養った。「いちデザイナーから管理者へ、常に上流をめざしてキャリアを組み立てたんです」と転職の意図を語る。

こうして3社を渡り歩き、計画通り30歳でマインドフリーを同業の仲間と立ち上げた。創業時は苦勞より、楽しくて仕方がなかった。大阪の顧客から関西ならではのコミュニケーションのとり方を教わった。「さらに企業ごとに独自の理念や文化、組織運営の仕方があることがわかった。それを自社に取り入れて組織化を図ってきた」という。

異国の地で会社を経営する同氏からすると、日本人はリスクに対する捉え方が「ズレている」らしい。「たとえば大学で講演をすると、決まって聞かれるのは起業リスク。学生はまだ失うものはなにもないのに、リスクってなに？と逆に聞きたい」ときっぱり。「社会人になって起業して失敗しても、失うのはせいぜい数百万円程度。なのに数千万円も借金し、家は買いますよね。住宅ローンのほうがよほど重いですよ」。

日本人が恐れる起業リスク。「それを解消するために海外にぜひ出てほしい」と力を込める。異文化に触れることで考え方が変わり、自分の悩みがいかに小さいかがわかる。「悩む時間があるなら起業したほうが早い、きっとそう気づきますよ」。

004

起業にリスクなんてない 日本の若者は海外に出よ

マインドフリー株式会社 代表取締役 レオン・メイ・ダニエル氏

<http://mindfree.jp/>

事業内容／ウェブの戦略立案、コミュニケーションプラットフォーム開発事業を軸に、そのノウハウを活かしたソーシャルメディアマーケティング事業も展開。最先端テクノロジーを追求し、IT事業の研究開発にも力を入れる。

ロングインタビュー公開中⇒<http://bplatz.sansokan.jp/archives/2775>

ごく普通にサラリーマン生活を全うするつもりだった山中氏。人生を変えるきっかけとなったのは、勤務していたカタログ通販会社が導入した社内ベンチャー制度だ。前職で海外赴任した際、身の回り品を通販カタログで選び日本に住む両親に頼んで国際郵便で送ってもらったところ、届くまでに数カ月を要した。「通販カタログの商品を現地からネットで直接購入できたらどんなに楽だろうと思い、海外向けEC（電子商取引）サイトを事業案にまとめ応募しました」。

アイデアが会社に認められ、プロジェクトリーダーを任された。だが、3年で単年度黒字達成なら事業化するという条件を達成できず、撤退を強いられる。売上げは伸びていたが、会社方針で大企業に発注せざるを得なかったシステム構築・維持費が足かせになっていた。「もっと経費を抑えれば軌道に乗せられる」。悔しさの一方で勝算ありと見た山中氏は、会社に事業の譲受を願い出て、独立に踏み切る。

創業後、海外拡販を考える複数の通販カタログ会社を束ね、各社の商品をワンストップで購入できる海外向けECポータルサイト「JSHOPPERS.com」を立ち上げた。販促のため海外の雑誌などに投じた宣伝費用がかさみ、気がつけば貯金通帳の残高は数百円になっていた。万事休すと思われたころ、手を差し伸べてくれたのが前職とは別の通販会社。グループ傘下に入り、売上げは10億円にまで伸びた。だが、親会社の経営陣が変わり、「うちの商品だけを売れ」と強要、「できないなら社長を解任する」と脅してきた。交渉の結果、親会社の売上分を譲渡することで決着をつけた。

株式会社ナビバード 代表取締役社長 山中和也氏

<http://www.navibird.co.jp/>

事業内容／2004年創業。「インターネットを通じて、日本の物品を世界に広めること」を経営理念に、海外向け専門のネット通販事業を展開している。

幾度も谷を乗り越え、真の独り立ちへ

003

