

東京商工会議所のご案内

本部

創業支援センター TEL. 3283-7767 FAX. 3283-7988
100-0005 千代田区丸の内3-2-2丸の内二重橋ビル5F

23支部

千代田支部	TEL. 5275-7286 FAX. 5275-7287 101-0051 千代田区神田神保町3-19 ダイナミック・アート九段下ビル2F
中央支部	TEL. 3538-1811 FAX. 3538-1815 104-0061 中央区銀座1-25-3 中央区立京橋プラザ3F
港支部	TEL. 3435-4781 FAX. 3435-4790 105-6105 港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル5-E(5階) ビジネスサポートデスク(東京南) TEL. 6324-4139
新宿支部	TEL. 3345-3290 FAX. 3345-3251 160-0023 新宿区西新宿6-8-2 BIZ新宿4F ビジネスサポートデスク(東京西) TEL. 4346-1961
文京支部	TEL. 3811-2683 FAX. 3811-2820 112-0003 文京区春日1-16-21 文京シビックセンター B2F
台東支部	TEL. 3842-5031 FAX. 3843-1206 111-0033 台東区花川戸2-6-5 台東区民会館1F
北支部	TEL. 3913-3000 FAX. 3913-6360 114-8503 北区王子1-11-1 北とびあ12F ビジネスサポートデスク(東京北) TEL. 4346-5523
荒川支部	TEL. 3803-0538 FAX. 3802-2729 116-0002 荒川区荒川2-1-5 セントラル荒川ビル9F
品川支部	TEL. 5498-6211 FAX. 5498-6222 141-0033 品川区西品川1-28-3 品川区立中小企業センター4F
目黒支部	TEL. 3791-3351 FAX. 3791-3573 153-0063 目黒区目黒2-4-36 目黒区民センター4F
大田支部	TEL. 3734-1621 FAX. 3731-9801 144-0035 大田区南蒲田1-20-20 大田区産業プラザ5F
世田谷支部	TEL. 3413-1461 FAX. 3413-1465 154-0004 世田谷区太子堂2-16-7 世田谷産業プラザ2F
渋谷支部	TEL. 3406-8141 FAX. 3498-6569 150-0002 渋谷区渋谷1-12-5 渋谷区立商工会館7F
中野支部	TEL. 3383-3351 FAX. 3383-3353 164-0001 中野区中野2-13-14 中野区産業振興センター2F
杉並支部	TEL. 3220-1211 FAX. 3220-1210 167-0043 杉並区上荻1-2-1 Daiwa荻窪タワー2F
豊島支部	TEL. 5951-1100 FAX. 3988-1440 171-0021 豊島区西池袋2-37-4 としま産業振興プラザ(IKE・Biz)4F
板橋支部	TEL. 3964-1711 FAX. 3964-3434 173-0004 板橋区板橋3-9-7 板橋センタービル8F
練馬支部	TEL. 3994-6521 FAX. 3994-6589 176-0001 練馬区練馬1-17-1 Coconeri4F
江東支部	TEL. 3699-6111 FAX. 3699-5511 135-0016 江東区東陽4-5-18 江東区産業会館2F
墨田支部	TEL. 3635-4343 FAX. 3635-7148 130-0022 墨田区江東橋3-9-10 すみだ産業会館9F ビジネスサポートデスク(東京東) TEL. 4346-1973
足立支部	TEL. 3881-9200 FAX. 3882-9574 120-0034 足立区千住1-5-7 あだち産業センター4F
葛飾支部	TEL. 3838-5656 FAX. 3838-5657 125-0062 葛飾区青戸7-2-1 テクノプラザかつしか3F
江戸川支部	TEL. 5674-2911 FAX. 5674-2997 134-0091 江戸川区船堀4-1-1 タワーホール船堀3F

挑みつづける、変わらぬ意志で。

 東京商工会議所
創業支援センター

起業家のスピリッツに学ぶ

創業事例集



2019年度版

はじめに

東京の経済の持続的成長には、時代の変化に合わせたビジネスモデルによる創業が活発になることが不可欠です。近年は、開業率の引き上げに向け、国や地方自治体による支援も充実してきています。

東京商工会議所では、2016年10月に創業支援センターを設置しました。高い志を持って創業する起業家を支援するため、窓口での創業相談を始め、創業の準備状況に応じたセミナーの開催、開業までの手続きをまとめたガイドブックの配布など、支援メニューの充実に努めていきます。

2003年から続いている創業融資の申込を視野に入れた、創業計画書の作成を目的とする「東商・創業ゼミナール」の卒業生は、3割強の方が創業を実現しています。本書は、上述の「東商・創業ゼミナール」の卒業生のなかから、高い志を持ち模範となる10名の起業家を、創業事例としてご紹介させていただきました。

また、10の事例には、業種や業態もさまざまですが、創業を成功に導く共通点があります。そのなかから特に重要と思われるポイントを、「創業ワンポイント」「創業準備の段階で考えるべきこと」としてまとめております。是非、事例とあわせてご活用ください。

本冊子がこれから創業を志す方の一助となれば幸いです。

最後に、作成にあたり、ご多忙中にも関わらずインタビューにご協力いただきました起業家の皆様、また取材・執筆にご協力いただきました関係者の方々に厚くお礼申し上げます。

東京商工会議所 創業支援センター

目次

- 1 music bar forty five (音楽バー)
代表 高橋 良明
- 5 株式会社アクト・スマイル (不動産仲介)
代表取締役 宇井 一哲
- 9 株式会社ナードワード社 (ウェブ制作・商品企画・デザイン)
代表取締役 國安 淳史
- 13 株式会社ロックトゥーン
(エンタメ系コンテンツ、サービス開発・プロデュース)
代表取締役 立山 聡瑠
- 17 株式会社J-Proze
(ブランドジャーナリズム、海外広報支援サービス、翻訳・編集)
代表取締役 森 由美子
- 21 Kila-Lighting (キラ・ライティング) (LED電源設計サービス)
代表 木村 豊
- 25 ジャパンシーフードトレーディング株式会社
(水産物の輸出入・技術研究開発)
代表取締役 清水 義弘
- 29 ラブディエン (雑貨小売店)
代表 横川 雅子
- 33 株式会社光心工業
(内外装リフォーム、愛犬家住宅リフォーム、各種修繕工事)
代表取締役 永井 栄一郎
- 37 ロジール (洋菓子店)
代表 中村 敦子
- 41 創業ワンポイント
- 47 創業準備の段階で考えるべきこと

付録

東京商工会議所の創業支援事業

music bar forty five

● 音楽バー

ゆったり居心地が良いをコンセプトとする渋谷のミュージックバー



音楽業界で会社員として20年以上のキャリアを高橋氏は積み重ねた。会社員時代にプライベートでバーに通っていたことが同業態で創業するきっかけとなり、バーで独立を前提として行うアルバイトを経て、渋谷駅徒歩5分の場所に音楽バーをオープンさせた。ゆったり居心地が良いお店をコンセプトとして来店客同士がコミュニケーションを取るよう心掛けている。これからは情報発信の場としての期待を込めて酒場づくりをしていきたい意向である。異業界からの参入であるからこそ発揮される斬新な発想と企画により情報発信力が磨かれていくことが期待される。

DATA

企業データ

会社名 (屋号)

music bar forty five

住所

東京都渋谷区桜丘町17-10 吉野ビル2階

電話

03-5784-4565

HP

<http://musicbar45.blog.jp/>

事業内容

音楽バー

代表者

代表 高橋良明

創業 (設立)

2015年5月

前職

音楽レーベル会社

利用した事業

創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『バーで独立を前提としてアルバイトを始める』

音楽業界で会社員として20年以上のキャリアを高橋氏は積み重ねた。「学生時代からお酒は好きでした」とプライベートでいくつかのバーに通っていたことが創業するきっかけになったことに触れた。従来から「経営することには興味がありました」と事業を行うこと自体に関心を持っていたことを高橋氏は明かした。

腕を磨いてから独立しようとそれまで行き来していたバーで独立を前提としてアルバイトを始めた高橋氏。修行する店舗選びについては、「独立したいという志に理解があり、経営の基礎を学ぶことができる」という軸を持っていたと振り返った。「先輩スタッフが経営者のビジョンを分かり易く伝えていた」と期せずしてお店づくりのポイントを会得したことを高橋氏は振り返った。一方、

同業態は人手不足の傾向があり、スタッフも年下のメンバーが多く、「仕事そのものは必ずしも経験したいことばかりではありませんでした」と高橋氏は苦笑いした。

② 創業当時の様子

『行きつけのロックバーを居抜きとして物件契約』

「脱サラ」で飲食業をしたいということを高橋氏が行きつけのロックバーのオーナーに相談したところ、偶然、同オーナーが店舗の「移転」を考えていた時期に当たったのである。同オーナーから「次のお店にそのまま持っていけないものは、引き継いでもらえれば」と提案を受け、思いがけず、「居抜きという形」で渋谷駅徒歩5分という好立地の物件を契約できる運びとなった。

バーカウンターについて「新しい木材では演出できない良い雰囲気があります」と歴史ある店舗を引き継いだからこそ醸し出せる店



店内の様子

内の雰囲気について高橋氏は誇らしげに語った。

こうして2015年5月、音楽を流すバーであるmusic bar forty fiveを開業した。店名に付された“forty five”という数字は高橋氏が開業した年齢で、かつレコードの回転数を表す数値をかけあわせたものである。店内は長めのカウンターとフロアテーブルからなり、一人客でもグループでも利用しやすい店内構成になっている。BGMは洋楽から邦楽まで時代やジャンルを超えて構成される。「音楽のジャンルは問わない」と高橋氏は言う。

③ 現在の事業内容

『ゆったり、居心地の良いお店がコンセプト』

渋谷駅から徒歩5分という立地柄、「毎日



オリジナルラベルワイン

1組以上、また年間で2〜3割は飛び込み客です」と高橋氏。その他、イベントを目的とした顧客に加えて「外国人が2〜3割はいます」と高橋氏は語る。「オーストラリア、アジアの方が多くいます」と訪日客のニーズがあることにも触れた。「日本酒やジャパニーズウイスキーなど国産のお酒が飲める」というメニュー構成は、外国人に「楽しんでもらう要素になっています」と高橋氏は微笑んだ。

ジャンルやカテゴリーにとらわれない気軽に入店できる音楽バーとしてアナログレコードやCDをディスクジョッキーが演奏するDJブース付きで、随時イベントも実施中である。「ゆったり、居心地の良いこと」をコンセプトとしていることから「ジャンルの縛りを設けない」と高橋氏。「前職での経験」が飲食業のバーという業態で「いろんな形で生きてくる」と高橋氏。かつて音楽業界に携わっていたことから「時代のムーブメントやトレンドをウォッチしてきた自負はあります」と高橋氏は力強く語る。業界での経験や人脈を活かして特徴ある企画を開催している。

「お酒を飲んでから、仕事で疲れているところにテンションが上がりすぎてしまう音楽」は避けるなどの配慮も怠らない。

④ 将来の目標

『人のつながりに一役買っている』

「隣の人同士で乾杯して、会話が弾むことも少なくない」と高橋氏は誇らしげに語る。知らない客同士がコミュニケーションを取るようになり、一人で飲みたい客には距離を持って接したり、「お客様の持つ気配やスタンスを尊重した」顧客に応じた接客を心掛けている点について高橋氏は触れた。

音楽のジャンルについて「枠にはめすぎるとよくない」と高橋氏は語る。これからも「まだまだいろいろやる幅をもたせて」模索していきたいと高橋氏は目を輝かせた。

これからは「このお店自体がメディアになっていければ」と情報発信の場としての期待を込めた。渋谷駅周辺の複数店舗が連携したインバウンドの会場として活用されるなど、共同企画の場として利用される機会も増えつつある。これからさらに「リアルなところでダイレクトな酒場づくり」をしていきたいと高橋氏は言う。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『それまでの経験は全て無駄にはならない』

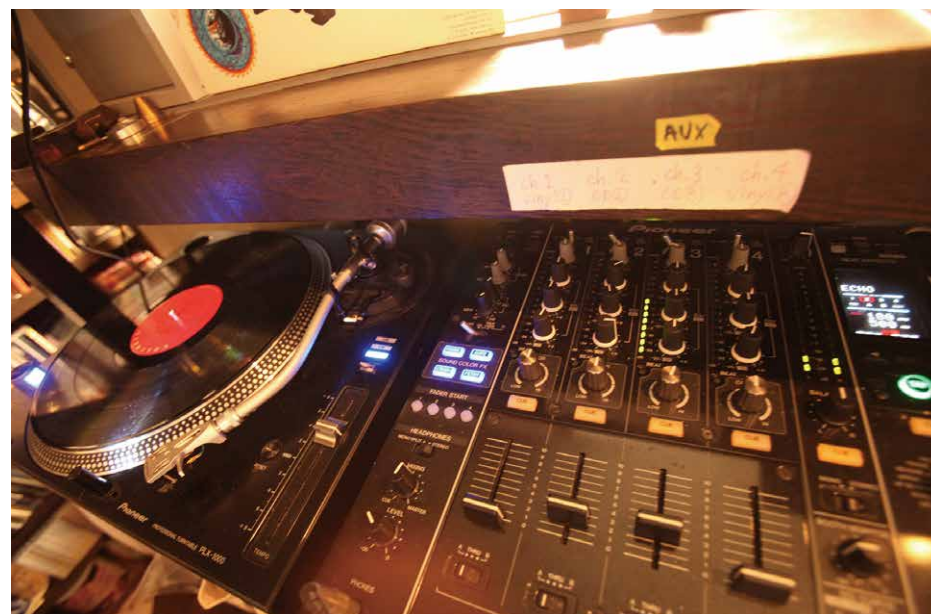
勤務していた業界の知人や学生時代の友

人など「人とのつながりが顧客につながってくる」と高橋氏。創業するのであれば、「それまでの経験は全て無駄にはならない」と高橋氏は語る。顧客とのコミュニケーションを通して自らが、「商売のヒントをつかむこともある」という店づくりの特徴に高橋氏は触れた。

飲食店での創業を目指す人に向けて、「ある程度、居抜き物件の情報」を得て、開業コストを極力抑えることを「ぜひとも考えてもらった方がよい」と高橋氏は語った。

「自分も楽しんで周りも楽しくしていきたい」と高橋氏。異業界から参入したからこそその発揮される斬新な発想と企画でオンラインの音楽バーとしてさらに情報発信力に磨きがかかることが期待される。

(2019年8月取材)



DJ 機材

株式会社アクト・スマイル

● 不動産仲介

マンション、戸建て、アパートを中心とした不動産仲介業



一貫して不動産業界の営業畑を歩み、約25年のキャリアを経て独立開業に踏み切った。創業当初、メインビジネスと考えたコインパーキング事業の顧客開拓が思うように進まないという厳しい現実と直面する中、創業後約半年でマンション、戸建て、アパートの仲介・販売を始めとする不動産住宅売買を中心にアピール活動を行うよう方針を切り替え、業容が好転した。今後は自社の保有物件により、不動産賃貸業を事業の柱に加えるという当面の目標を掲げる。3期目に入る今期も順調に売上が推移して、今後のさらなる飛躍が期待される。

DATA

企業データ

会社名(屋号)

株式会社アクト・スマイル

住所

東京都千代田区西神田1-3-13 山田ビル4F

電話

03-5244-5867

事業内容

不動産仲介業

代表者

代表取締役 宇井一哲

創業(設立)

2017年1月

前職

戸建住宅施工・販売業

利用した事業

創業ゼミナール、マル経融資



物件売却から販売まで全てお手伝いした築古マンションのリノベーション例

① 創業までの経緯

『一貫して不動産業界の営業畑を歩んだ約25年のキャリア』

大学卒業後、マンションデベロッパー勤務を経て、駐車場運営会社に転職、アパート・マンション運営会社、戸建て住宅の施工・販売会社と扱う物件の異なる4つの不動産会社で経験を積んだ。一貫して不動産業界の営業畑を歩み、約25年のキャリアを経て独立開業に踏み切った。

25年のキャリアの後半では事業部門の責任者や支店長といった管理職も経験した。組織の中で経験の無い「残された役職は役員しかない」と考え、自らが事業をすることがステップアップにつながると思い立ち、創業を意識し始める要因になった。

さらに新卒後就職した企業について「仲間の多くが独立しています」と宇井氏。勤めた会社の出身者の多くが独立していることも創業を現実考えるきっかけとなったようである。

最後の勤務先では事業部門の責任者として「大きく売上を上げ実績を残した」と宇井氏。しかし、会社の戦略上の構想から事業部門を縮小することになる。実績を残した事業部門の縮小が決まってから約1年は事実上の創業準備に充てることに決めた。

② 創業当時の様子

『顧客へのアプローチで理想と現実の違いを痛感』

創業を目指して「事業戦略やお金の流れを学ぼう」と考えて、創業をテーマとしたセミナーを受講することを決めた。東商創業ゼミナールも受講して事業計画を練った。会社員の時、2社目に経験したコインパーキング事業にビジネスチャンスがあると目論み、主たる事業と見定めて事業計画を練ることとした。「起業する仲間がで、自分のコンセプトを計画書としてまとめて発表することが役立ちました」と当時を宇井氏は振り返った。セミナーの受講と同時に、「会社の

登記も行いました」と株式会社として創業に踏み出したことに宇井氏は触れた。

創業直後から、会社員時代につながるのあった知り合いを中心に営業活動を実施して、ターゲットとなる地主の紹介依頼を行い、加えてすでに独立している先輩や同僚にもアプローチした。

同じ業界の知人に働きかける活動のメリットについて「同じ釜の飯を食べた仲間」であり初期のアプローチがスムーズに進んだ当時を宇井氏は振り返る一方、「2回目はなかなか会う機会が少なくなった」と宇井氏と言う。顧客に対して、「こういう仕組みだったらどうか」と自らが考えた事業のモデルについて提案を行うも、事業の話題までには至らず、創業の「理想と現実」が大きく異なることを痛感させられたようである。

③ 現在の事業内容

『マンション等の不動産住宅売買をメイン事業として方針転換』

このように創業当初、メインビジネスと考えたコインパーキング事業の顧客開拓が思うように進まないという厳しい現実と直面する中、「得意分野」を活かして一緒にやらないか」と勤務時代の仲間から「声をかけられたことがきっかけだった」と宇井氏はしみじみと語った。方針を切り替え、「マンション等の仲介・販売を始めとする不動産住宅売買」を中心にアピール活動を行い、業容が好転していった。

創業から約半年、主力事業で顧客である地主にアプローチしても「なかなか会えない」という現実と直面した一方、アパートやマンションなどの売買は「頼りにしてくる方がいる」と

宇井氏は目を輝かせた。現在はサブ事業として考えていたマンション、戸建て、アパートなどの不動産物件の仲介が売上の約9割を占める。

創業で対象とするマーケットを選定するポイントについて、「現実に顧客がいるかどうかがとても重要」でそれで顧客開拓の「きっかけも多くなる」と自らの苦い経験に基づいて宇井氏は指摘した。

また「既存の取引先だけでは戻つばみになる」と考えて、経営者が集まる交流会や団体活動にも参加して人脈を広げる活動にも余念がない。こうした地道な活動が「徐々に案件化してきている」と新規開拓につながっている現状について宇井氏は触れた。

④ 将来の目標

『自社の保有物件を持ち、定期収入を増やすこと』

48歳で創業して現在は50歳を迎え、「これまでやりたいことをやっている」と創業後2年半が経過したこれまでを振り返る。これからも「仲間とやりたい仕事を続けていきたい」と宇井氏は力強く語った。

創業後2期目を終えて、いずれも黒字の実績を残している。「毎月、数千万円程度の不動産仲介を獲得している」と宇井氏の鼻息は荒い。

さらに創業当初、主力事業と考えたコインパーキング事業についても地道な営業活動が実を結び始めているようである。徐々に案件獲得が進んでいることから「毎月、少ないながらコンスタントに収入があります」と宇井氏は微笑んだ。

今後は「自社の保有物件を持ち、定期収

入を増やしたい」と不動産賃貸業を事業の柱に加えるという当面の目標を宇井氏は掲げた。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『自分自身でコントロールできることが創業のメリット』

創業した当初、メイン事業と考えていた事業が思うように伸びず、軌道修正したことから「理念は重要、しかし実際に通用するかどうかは実際に社会にでてみないとわからない」と現実の厳しさを指摘した。勤務経験を経て得た人脈からのアドバイスにより「方向転換もできて、うまく仕事も回している」と周囲の協力から事業見直しが実現できたことを宇井氏は感謝した。

創業そのものについて「実際にやってみて満足感はある。人に使われる仕事をやらされるのではなく自分自身でコントロールできる」と創業したことの手応えについて宇井氏は力強く語った。40代前半でアパート・マンション運営会社に勤務していた際にも創業を考えたものの「当時は恐かった」と一歩が踏み出せなかった当時を宇井氏は振り返る。「元気だった40代前半で創業していれば」と考えることもあると宇井氏は苦笑いした。

不動産賃貸業を3つ目の事業と見据える宇井氏。3期目に入る今期も順調に売上が増加する傾向にあり、今後のさらなる飛躍が期待される。

(2019年8月取材)



自社運営で時間貸駐車場の管理運営も行っている

株式会社ナードワード社

● ウェブ制作・商品企画・デザイン

メーカーのウェブ・広報部門でのキャリアを活かしたウェブサイト制作・デザイン業



DATA 企業データ

会社名(屋号)
株式会社ナードワード社

住所
東京都杉並区高円寺南2-19-30

メール
info@nerddword.jp

HP
<https://nerddword.jp/>

事業内容
ウェブサイト制作・商品企画・デザイン

代表者
代表取締役 國安淳史

創業(設立)
2018年4月

前職
PC周辺機器メーカー勤務

利用した事業
創業ゼミナール、社長ネット

國安氏は、外資系ITメーカー、ヘルスケアメーカー、PC周辺機器メーカーと一貫してメーカーのウェブ／広報マーケティング部門で20年近くの経験を積んだ後、2018年4月に創業した。売上の構成比はウェブ制作が業務の約7割を占め、残りの3割が商品開発とコンサルティングである。2期目に入り、更なる売上向上を図るため、商品のパッケージデザインやブランディング施策を請け負い、強みを伸ばす形で事業領域の拡大を実施。創業初年度と比較して月間売上はほぼ倍増しており順調に推移してきている。今まで関わった人を大切に、更なる事業拡大を目指している。

① 創業までの経緯

『メーカーのウェブ／広報マーケティング部門で20年近くの勤務経験』

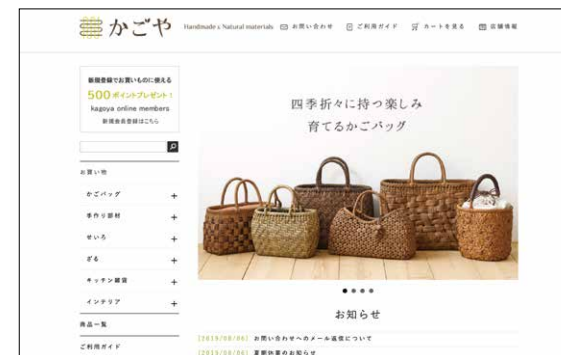
國安氏は、外資系ITメーカー、ヘルスケアメーカー、PC周辺機器メーカーと一貫してメーカーのウェブマーケティング・広報部門で20年近くの経験を積んできた。外資系ITメーカーではウェブデザインやマーケティングを担当、転職したヘルスケアメーカーではeコマースの管理・調達や商品開発・マーケティングを行った。

さらにPC周辺機器メーカーではeコマースを含めたインターネット事業全般と広報宣伝部門を担い、部長職として商品企画から商品開発、ウェブマーケティング全般を担当した。

当した。

実家が家業を営んでおり、社会人になった時点から、「漠然と自分で何かしらしたいと思っていた」と國安氏。創業を目指して、外資系ITメーカーからヘルスケア、PC周辺機器と異なる業界で様々な商習慣を経験できた。一定の「経験値を積めた」ことを確信したことで、最後に入社した3社目で具体的に「創業の準備を始めました」と國安氏は当時を振り返る。

創業時期についても「切の良い4月と決めていました」と言う。準備として会社員時代から創業やマーケティングをテーマとした勉強会などにも積極的に参加した他、「本も良く読んでノウハウを学びました」と國安氏は語っている。



ウェブ制作実績
かごや様
<https://kagoya-onlinestore.jp/>



ウェブ制作実績
ハトハ様
<https://tea-hatoha.com>

② 創業当時の様子

『約1年の準備期間を経て株式会社を設立』

2017年に会社を退職、次年度4月の起業に向けて参加した東商創業ゼミナールでは「1週間ごとに課題が出て、スケジュールに沿い確実に進めて創業計画書という成果物の精度も上がる」とセミナーに参加することの直接的なメリットに國安氏は触れた。

情報収集を行いつつ、「すでに創業前から発注は得ていました」と國安氏。商品開発の案件が決まっていた。企業取引における信用力の確保が求められたため、「株式会社として創業することを考えていました」と國安氏は語った。約1年の準備期間を経て、2018年4月、株式会社を設立した。

創業融資制度を活用して創業初期の運転資金を確保することもできた。この資金調達にあたっては「創業ゼミナールで作成した創業計画書の内容を活用して申請書を作成できました」と國安氏は微笑んだ。

NERD
愛と想像力
WORD

理念の一部を盛り込んだ自社ロゴ

一方で「最初の3カ月はほぼ売上がたたなかった」と國安氏は厳しい現実に直面した当時を振り返った。創業当初、事業内容は「①IT関連機器の商品開発」をメイン事業として、「②ウェブ制作」と「③コンサルティング」という3つの事業の柱を考えていた。創業初期に受注した商品開発で、「2回目の発注が大きく減ったことがありました」と苦い記憶に國安氏は触れた。

③ 現在の事業内容

『商品開発からウェブ制作へメイン事業を転換』

IT関連機器の商品開発の現状について「開発スピードが速く、ライフサイクルが短い」ため事業化することの難しさに國安氏は触れた。さらに開発に要する初期投資や原価負担が発生して資金投入しなければならぬという厳しい現実に直面した。

外部企業に仲介を依頼して急場を乗り切ったものの、大型案件になるほどスピーディーに資金を回収しないと継続できないという課題を國安氏は思い知らされたようである。

当初は、商品開発をメイン事業として予定していたが、「見込みが甘かった」と言う。現実を直視して、ウェブ制作を事業の軸に変更した。最初に決めたことにとらわれず、柔軟に対応したことが危機脱出につながった。

創業初年度の中盤から、ウェブ制作に関して会社員時代の知人を含めた地道な営業活動を開始した。勤務していた頃から、創業を意識していたことから「今後のお付き合いがあるかもしれないので、仕事の取引先は大切にしていた」と國安氏は会社員時代を振

り返った。

さらに、支援機関が運営する経営者紹介サイトへの登録を行うなど認知度向上のための取り組みを実施、「徐々にホームページへのアクセスが増えました」と國安氏は語る。こうした取り組みが功を奏して、2年目に入った現在では、ウェブ制作が売上の約7割を占め、残り3割が商品開発とコンサルティングという売上構成で推移している。

④ 将来の目標

『サポートする事業の提供を通して安定した売上を確保したい』

顧客開拓について「種まきは1年目から取り組んでいました」と國安氏。次年度を見据えた地道な活動が2年目の実績作りに貢献していることに触れた。

クライアントが活用できる補助金などの公的支援策の情報提供を行う複合的な提案にも着手している。外部支援機関から環境分析の方法や利益計画の策定についてアドバイスも得ながら効果的な顧客開拓活動につながっている。

さらに外部のプロダクトデザイナーと連携して商品開発や企業ブランディングのプロジェクトを進めている。「仕事を通してこれまでつながりのあったデザイナーと事業を展開したい」という國安氏自身が抱く想いにも触れた。

主力事業のウェブ制作では“すぐやってくれ”という主旨の急を要する発注も決して珍しくない様子で「受注から完成までの期間が約1カ月でクローズするウェブ制作案件もあります」と國安氏。こうした事業特性を踏まえ、課題として「半年先の売上が見

えない点」をあげた。今後、中長期的にサポートする事業の提供や数カ月先の案件に着手できるよう計画的な活動を行うことで、「安定した売上」を確保できるよう取り組んでいきたいと語った。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『仕事を楽しみ、環境変化に柔軟に対応すること』

会社に勤務していた時は「行動結果によって大きく自分の給料はかわらないが、創業すると全ての行動や取引が個人の収入に直接的に関わる」と國安氏。だからこそ「一歩引いて、現実を俯瞰して見ないと辛いと感じることがある」と國安氏はいふ。置かれた現状が厳しい状況であっても「楽観的にとらえ仕事を楽しむ」ことの重要性について自らの経験に基づいて國安氏は語った。

さらに、「創業してから万が一、売上が獲得できなかったとしても柔軟な発想を持ってチャレンジして欲しい」と國安氏は力強く語った。IT業界を始めとする移り変わりが激しいマーケットでは「切り替えられる柔軟性が必要」と國安氏は言い切る。環境の変化に対して柔軟に適應することの必要性を訴えた。

2期目に入り、創業初年度と比較して月間売上はほぼ倍増のペースで順調に推移してきている。「愛と想像力をもって、ものごとを編集し、ひとの役に立つ」という理念のもと、國安氏の活躍の場がさらに広がっていくことであろう。

(2019年8月取材)

株式会社ロックトゥーン

● エンタメ系コンテンツ、サービス開発・プロデュース

仕事は自分で創る！ ビジネスプロデューサー集団



立山氏は、以前の会社の同僚との縁から、6人で会社を設立した。ゲーム開発・サービス運営の経験から、その知見を別分野へ活かすべく、コンサルティングやレベニューシェアモデルでの共同開発を行っている。場所にも勤務時間にも縛られず、各人がビジネスプロデューサーとして利益を管理する当社は、プロデューサーの育成とその増加によるIT業界の発展を目指している。

DATA

企業データ

会社名(屋号)

株式会社ロックトゥーン

住所

東京都目黒区青葉台1-30-6

電話

03-6877-0646

HP

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

事業内容

エンタメ系コンテンツ、サービスに係る業務全般

代表者

代表取締役 立山 聡瑠

創業(設立)

2016年2月

前職

システム開発会社

利用した事業

東商創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『同僚だった仲間6名が集まって創業』

立山聡瑠氏は、就職氷河期に新卒で入社した会社にて、営業職として働いていた。残業がかなり多い会社の中で、求められる営業成績や会社の管理方法について疑問を持っていた立山氏は、いつか自身で事業を立ち上げたいと考えていた。当時も創業しようと思ったことはあったものの、その気持ちは長くは続かなかった。

その後転職した立山氏は、台湾に本社を持つゲーム会社に入社した。このゲーム会社は働き方の自由度が高く、居心地がよかったことで、メンバーのつながりは強かった。

その後、次の会社に転職していた立山氏は、見聞を広めようと2015年春に東京商工会議所の創業ゼミナールへと参加した。ただ、当時はあくまでも見分を広める目的だったため、具体的に創業を決めていたわけではなかった。

しかし、その年の秋にゲーム会社時代の仲間との飲み会が、創業のきっかけになった。この飲み会で、その場にいたメンバーで創業しようという話が盛り上がった。立山氏は、その場のメンバーが本気で創業したいと考えているとは思っていなかったが、実際に行動し始めるメンバーが現れ、その熱意に押される形で創業の道へと歩み始めた。

このときに、以前創業を考えたときは違うモチベーションを得た。「創業において大事なものは、一緒にやっていく仲間である」と気づいた。このことから、創業以来一度も一般媒体への求人は行っておらず、メンバーが10名以上となった今でも、仲間になりたいと思った人だけを採用している。



ROCKTOON

自社ロゴ

その思いは、会社名にも込められている。「Rocktoon」の「Rock」は“揺り動かす”に加えて創業時のメンバー6(ロク)人であったことから、また、「toon」はサービス・コンテンツの意味を含め、立山氏が名付けたものである。

② 創業当時の様子

『当初のゲームへのこだわりを捨て、幅広い分野へ』

創業当初は、スマートフォン等で遊べるオンラインゲームの開発を行おうとしていた。しかし、ゲーム開発には時間がかかることや、当たり外れがあることなどから、ゲームの開発受託やシステムエンジニアリングサービスなどの事業に方針変更した。ロックトゥーン社の働き方は、全員が専業の正社員というわけではなく、各人が独立していたり、他の会社にも所属していたりと、働き方は様々である。そのため、会議や作業は夜中と土日のWeb会議で行われていた。

経営自体は一見順調ではあったが、今後の

方向性について考えた2017年の夏に事業内容を見直し、新たに仕切り直すことにした。それまで「ゲーム」にこだわっていた事業内容を一新し、「ゲーム」の開発や運営で得た知識を他の分野に活かすという決断であった。具体的には、Webサービスの新規事業開発やコンサルティングなどの事業である。サービスを創るところから共同で行うため、レベニューシェア(サービスからの売上が上がってきってから、支払ってもらう)という形態を取ることで、これから新規事業をはじめる会社にも利用しやすいようにした。

③ 現在の事業内容

『アイデアから運営まで一緒に考える
プロデューサー集団』

現在は、主にBtoC(一般顧客向け)のWebサービスやアプリの開発・運営を行うにあたり、クライアント企業に対してハンズオンでのコンサルティングや、開発会社との提携による事業開発をレベニューシェア型の企画提案、オリジナル企画の自社開発を行っている。

開発会社との提携は、顧客企業が開発会社にシステム開発を依頼した際、サービスそのものや要件が固まっていない場合に、ロケットタウン社メンバーの今までの知見から、サービスを作り込むところから協力するものである。

働き方は幅があり、基本的に「フルリモート(一箇所に集まらず、遠隔で仕事をする)」[フルフレックス(勤務時間が決まっておらず、好きな時間に仕事をする)]であり、Web会議などにより、社内での打合せもリモートで行っている。

立山氏が会社員だったときの経験から、会社としての指標は一つしか作っていない。それは「損益分岐点を超えるか」ということである。損益分岐点を超え、最終的に黒字にできるように、各人が「プロデューサー」の意識で考え、逆に損益分岐点を超える事業であれば、法律やモラル等の問題がない限り、例えばIT事業以外でもどんどんやっていると決めている。

一人ひとりが「プロデューサー」として利益の感覚を身につけており、会計も透明にしている。年末決算での決算賞与も出している。その際に、計画通り黒字を出したとしても、それは自分だけの実績ではなく、「関わってくれたメンバーの分も入っている」ことは、認識してもらうようにしている。

④ 将来の目標

『プロデューサーを育成し、組合を作りたい』

今はフルリモートの会社だが、今後はオフィスを作ろうとも考えている。日本企業の常識に縛られないという立山氏の考えからしく、様々な理由で、第一線で活躍できていない方やフリーランスでもっと大きな仕事をしたいと思っている方々を戦力にしたい。「世界一ツッコミどころの多い会社」を目指している。

現在ITシステム開発は、分業制になりすぎていると、立山氏は語る。一番大事なものは、単にサービスを作ることではなく、事業として最終的な黒字をコミットできるプロデューサーであり、その絶対数が足りていないと感じており、その育成を行っていきたいと語る。



またプロデューサーといえども、得意・不得意があり、すべての人材が範囲をカバーすることは難しい。そのため、組合的な組織を作ること、同じ価値観を持ったプロデューサー同士が苦手分野をカバーしあうことで、より確度の高いビジネスの創出を手伝えたいと考えている。

システム開発業界の多重構造などの問題も多く、意思決定者や関係者が、工数が増えることを嫌がるあまり、「もっとこうすべき」と言わないという文化がある。ただ、これからは受け身の人間は生きていけない。そのため、これからはプロデューサーが大事になると、立山氏は考えている。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『安易に借入りをせずに創業する』

創業期に「安易な借入りはしないほうが

いい」と、立山氏は語る。これは、ベンチャー企業のようなキャッシュフローがまわっていれば、赤字でもいいという考え方が嫌で、二重・三重にマネタイズのロジックを見込んでやるべきであるという持論である。創業するのであれば「お金」、特にコストについてシビアになる必要があり、取り返しがつかないように、コストコントロールを行うことを考えるべきである。

また、創業したい人は本当に好きでこの事業をやりたいという人と、何となくこれまでの経験からやりたい、経験していないけれどやりたいという人がいる。自分のやりたいこと、できること、やらなければいけないことは違うので、その点をしっかり切り分けて考え、創業に向き合うべきと、立山氏は語った。

(2019年8月取材)

株式会社 J-Proze

● ブランドジャーナリズム、海外広報支援サービス、翻訳・編集

会社員だけの人生から、 一歩踏み出せば何かが生まれる



サラリーマンとしての先が見えてきたと感じた森氏は、まずは一歩踏み出すことで、創業の道へと歩みだした。当初苦戦した、企業Webサイトの英語ページ翻訳・編集事業も、ターゲットの違いに気づいたことで顧客を増やし、今では前職のネットワークも使い、コストを削減しながらも、多くの仕事を行っている。

企業データ

会社名(屋号)

株式会社J-Proze

住所

東京都港区赤坂1-3-5 赤坂アビタシオンビル3F

電話

050-5578-8702

HP

<http://www.j-proze.co.jp>

事業内容

ブランドジャーナリズム、海外広報支援サービス、翻訳・編集サービス、海外での出版交渉ほか

代表者

代表取締役 森 由美子

創業(設立)

2015年5月

前職

新聞社(英字新聞) 編集長代理

利用した事業

東商創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『定年再雇用の道ではなく、一歩ずつ創業の道へと進む』

森由美子氏は、40代後半になって、サラリーマン人生の先が見えてきた時、頭の片隅に「創業」ということが浮かんだ。しかし、そのときには実際に行動はしなかった。その後、定年も遠くないと思いはじめた時期にふと考えた。

「このままいくと、60歳を迎えて、再雇用で65歳まで勤務。能力が3分の1になるわけではないのに、待遇が変わり、今の部下にも使われる立場になる」

このルールには乗っていきたくはないと考えた森氏は、自分からアクションを起こさなければ変わらないと考えた。まだその時点では、自分が何ができるかはわかっていたが、どう活かせるかは考えられていなかった。

管理職で仕事が忙しく、余裕がない中だったが、一歩前に進み始めた。WebマーケティングやSEOなどを学べるインターネットのスクールに通い、2014年はじめには創業ゼミナールへと参加した。インターネットのスクールでは、Webマネージャーになるための知識を身につけ、自分で作るまではいなくても、問い合わせに答えられるだけの知識を得ることができた。創業ゼミナールでは、ビジネスの基礎を身につけることができた。特に、英字新聞の記者という仕事柄、これまで会社の利益やコストなどのお金について、しっかりと考えるということにはなかったため、創業をする上ではもっと考えなければいけないことがわかった。

この経験から、創業するなら早いほうがい



制作協力をした千葉大学医学部附属病院の
英文パンフレット

いと考えた森氏は、さらなる行動を起こす。現職と関係深い財団法人の役職をもらったのだ。会社に許可を得て、社外の財団法人と関わることで、自分の世界が広がった。後に、起業した際にはこの財団法人が最初の顧客となってくれた。

森氏はこれらの経験から、自分は日本から世界発信のお手伝いができるのではないかと考え、創業する事業を決めた。企業や大学、政府などのWebサイトの英語ページがしっかりした文章になっていないということに気付き、まずはこれらのWebサイトの英語ページ翻訳・編集を事業とすることにした。

② 創業当時の様子

『ターゲットが違っていることに気づき、顧客を獲得する』

創業当初は、ネイティブの外国人スタッフを雇用し、大手企業Webサイトの英語ページを評価、英語として成り立っていないような大幅に改善が必要なWebページを持つ企業へと営業をすることにした。

しかし、当初営業はうまくいかなかった。また、営業を行うリストの中に、高校時代の友人が役員を務めている会社があり、その仕事を頂いたくらいだった。

そこで森氏は、ターゲットを見直すことにした。大幅に改善が必要なWebページを持つ企業は、実はその出来を気にしておらず、少し

の改善だけで良くなるWebページを持つ企業のほうが、実は話を聞いてくれるのではないかという仮説を立て、営業先企業を変えてみた。すると、営業への反応がよく、話を聞いてくれる企業が出てきた。大学に対する営業においても、世界に発信をする意欲のある学校のほうが反応がよく、その多くが顧客となってくれた。

創業当初課題となったのは、やはり「お金」のことであった。お金のことを気にしないで仕事をしてきた記者が、会社をどう運営するのか、どう対価をもらうのかわからなかった。例えば、日本語のライターの相場は調べられるが、英語のライターは人数が少なく、レベルも違うのでいくら頂くのが妥当なのかわからない。単純に相見積もりだけで比

べられると、英語の精度が低い競合に負けてしまうというように、価値をわかって頂けていなかった。価値を知ってもらうことを優先し、相見積もりを取って安価に翻訳するという仕事は取ろうとはせずに、できる範囲で良い仕事をしようと考えようになった。

また、当初ネイティブのイギリス人スタッフを雇用しており、オフィスも賃料を払って借りていたが、仕事がない中、経費だけがかってしまうという課題もあった。それも、そのスタッフが辞めることを機に、フリーランスの人材に仕事を発注することに変え、事務所も自宅に移すことで固定費をできるだけ減らし、コストを削減することができた。

③ 現在の事業内容

『企業の英語発信に関するサービスを多岐に展開』

今では、Webサイトの翻訳・編集サービス以外に、企業のプレスリリースやパンフレット、英語で発信するオウンドメディア、海外出版の支援など、多岐にわたった仕事をしている。また、今までのご縁から日本のいいところを発信する会議に関わったり、前職に関係する仕事を、元上司から頂くようになるなど、多くの取引先を得ている。

業務を行うにあたっては、フリーランスの方々に、翻訳・デザインなどの仕事をお願いしている。最終的には自分がチェックするにしても、やはりクオリティを維持する必要があり、誰にでもお願いできるわけではない。知人を通じたネットワークの中での依頼を行い、品質を確保することで、信頼を得ている。

④ 将来の目標

『日本から海外に英語で発信できる人を増やす』

今の仕事を伸ばしていくことはもちろん、将来的には日本から海外に英語で発信する人を増やしたい。日本は発信ベタなので、もうちょっとしたかにならなければいけないと、森氏は語る。今まで英字新聞が担っていたような、わかりやすく世界へと情報発信できるような人材を育成することが重要である。

今後も正社員を雇用していくというよりは、自社のネットワークの中から、できるフリーランスをプロフェッショナルとして組織化していきたい。今後はアシスタントは必要かもしれないが、アウトソーシングも適宜利用することも視野に入れている。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『一歩踏み出せば、何かが生まれる』

現代は、人生100年時代である。60歳で退職し、65歳までの再雇用。そのような道を歩まず、起業していることに自分は全く後悔していない。すぐには起業しなくても、準備だけでも、一歩踏み出せば何か生まれる。自分の世界が広がるとともに、自分の持っているものを使う場所があることに気付く。自分が不本意だと感じている組織の中で働くよりも、新しいチャレンジを試みることを考えてみるのも一つだと、森氏は語った。

(2019年8月取材)



取引先との打ち合わせの様子

Kila-Lighting (キラ・ライティング)

● LED電源設計サービス

LED電源設計サービス



約20年間の電機メーカーでの勤務後、電機業界の商社勤務を経て、LED照明の電源設計サービス業として創業。現在は設計サービスと試作業務の2つの事業の柱を持つ。創業当初から3社と定期契約を結ぶことができ、創業2期を終えてほぼ見通し通りの売上で推移している。この実績を基盤に今後の新たな事業展開が期待される。

DATA

企業データ

会社名(屋号)

Kila-Lighting (キラ・ライティング)

住所

東京都中央区日本橋本町4-15-1 タカコービル7F

電話

03-3663-0321

事業内容

LED電源設計サービス

代表者

代表 木村豊

創業(設立)

2016年1月

前職

電機メーカー系商社

利用した事業

東商・創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『メーカーと商社での勤務を経て創業』

約20年間の電機メーカー勤務後、電機業界の商社に転職した。商社でLED照明の電源ユニット製作分野に新たに進出することになった際、「LEDを製作できるスタッフはいないのか」という社内の声上がり、技術的なことをほぼ一手に木村氏自身が担当することとなった。

LEDそのものを扱う照明業界と製作に携わる電機業界では「業界の文化が全く違う」と木村氏。文化の異なる2つの業界にまたがる技術や商慣習を身につけることができたことは、木村氏の大きな強みだ。

創業準備に入ってから相談に訪れた東京商工会議所の窓口で、「創業ゼミナールを案内された」と木村氏。創業ゼミナールを受講してからは、創業の成功に向けた事業計

画づくりに取り組んだ。「様々な業種出身の方で、同じように創業を志す人がいて良かった」と木村氏は言う。受講を通して創業を目指す者同士の人脈形成につながったことを振り返った。

② 創業当時の様子

『新しい外注先を探し直したという苦い経験』

「ここ数年は新しいLED素子が絶え間なく出てきて、製品が新しくなるとその都度、電源製作も対応していけないといけない」と拡大路線にある業界動向に木村氏は触れた。当社が取り扱う製品は、ブランド品の店舗や美術館、博物館などで使用される高級感ある照明機器などのニッチな分野のLED照明に付随する電源なども含まれる。

多くのLED照明器具の電源は「製作に手間がかかる上、故障等のトラブルも多く、利



事務所風景

益率も決して高くない」ことから大手メーカーが「参入したくない市場のひとつではないだろうか」と木村氏は指摘する。

創業直後で多忙を極めていた時期、勤務時代から馴染みのある業者に設計を外注していた。ところが前触れもなく急に契約を途中で破棄されてしまい、新しい外注先を探し直したという苦い経験も。「何が原因だったかは未だにわかりません」と木村氏。「知り合いであっても、きちんと契約を結ぶなど、取引面はしっかり検討しなければならなかったかもしれません」と木村氏は馴染みある業者との取引でトラブルに見舞われた当時を思い返した。

③ 現在の事業内容

『創業当初から、 3社と定期契約を締結』

勤務していたときは「真面目に技術を追い

かけてきた。それを信用してくれたのかもしれない」と木村氏は振り返った。こうした勤務時代の人脈を基盤にして、創業当初から3社と定期契約を結び、順調に事業のスタートを切ることができた。退職後に勤務時代の取引先から問い合わせをもらい、幸運にも契約できる形となった。

創業1年目・2年目とも売上は、ほぼ創業前に見込んだ売上計画に沿った実績で推移している。3期目に入る今期の売上も2期目を超える見込みである。

「お金を借りる必要もなく、お客さんの方から来てくれる」と順調に推移した現在までを木村氏は振り返った。さらに「測定器などの機材や専門書など、勤務時は自費で負担していたものを事業の経費として購入できる点も大きい」と自らが創業することのメリットに触れた。

「自分1人で事業を運営できるように新規のお客を積極的にはとっていない。もし新

たな問い合わせがあったとしても現状では対応できない」と当社の状況を冷静に分析する。「きちんと顧客化するまでかなり時間と手間がかかる仕様もあり得る」と新規取引先の拡大には安易に踏み出せない事情にも触れた。「これ以上、新規顧客を増やすとすれば、一人で事業維持することは難しい、今後、人を雇うかどうか検討しないといけない」と人員増強についても今後検討していくという。

④ 将来の目標

『海外での事業展開も視野に入れて』

これまでの実績を元に今後の事業展開に向けた信用力アップのため、金融機関との関係づくりをすることも検討している。創業から2年経ち、「キャッシュフローには全く問題ないのですが、事業が困難に直面したケースに備えて、金融機関から融資を受けることも検討していきたい」と木村氏。さらに、個人事業として創業したが、「今後は、法人化する必要があるかどうか」についても具体的に検討していきたいと木村氏は述べた。

一方、LED照明に付随する部品でも「日本で入手できないものが増えている」と木村氏は危機感を見せた。「中国では手に入らない部品が少ないので、製作のためのインフラ作りでは今後、敵わない状況になるかもしれない」と製作に携わる日本と海外の環境の違いに触れた。これからの事業展開に向けては海外も視野に入れて、事業の拠点のひとつを中国に置くことも木村氏は視野にいられているようだ。

30Watt DALL LED Dimming Driver Type-A/Type-B

納入事例：納品先事例



納入事例：納品先製品カタログ（スポットライト）



パンフレット写真切り抜き（納品実績）

⑤ 創業を目指す方へメッセージ

『現在付き合っている人脈が一番大切』

「これまでの人脈を活かすことが大事である」と勤務時代のネットワークが創業から現在に至るまで大きく寄与している現状を木村氏は振り返る。「現在の事務所も知り合いを通して賃借することができて、自分から営業もしないでお客さん側から来てくれる」と人脈の重要性を木村氏は強調した。

創業前の見通しに沿った売上で推移した実績をベースに、法人化や人材雇用などの次のステップに向けた検討段階に入る木村氏。創業3期目に入り、今後の新たな事業展開が期待される。

（2018年8月取材）



製品展示品

ジャパンシーフードトレーディング株式会社

● 水産物の輸出入・技術研究開発

優れた日本の水産物・水産加工品を海外へ届ける輸出事業



総合商社での勤務を経て、水産物の輸出入、関連技術の開発を事業として行うジャパンシーフードトレーディング株式会社を2013年10月に立ちあげた。現在の事業の基軸は輸出で、自社プライベートブランドや関連技術の開発にも余念がない。創業6期目の現在、順調に事業を軌道にのせ、多角化も実現している同社のさらなる成長に期待したい。

DATA 企業データ

会社名(屋号)

ジャパンシーフードトレーディング株式会社

住所

東京都新宿区喜久井町34

築地事務所：中央区築地6-1-10築地USビル6F

電話

03-6264-7455

HP

<http://japan-seafood-trading.co.jp/>

事業内容

水産物の輸出入・技術研究開発

代表者

代表取締役 清水義弘

創業(設立)

2013年10月

前職

総合商社勤務

利用した事業

東商・創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『“日本の漁業を元気にしたい”という想いの下に会社設立』

総合商社での勤務を経て、水産物の輸出入を事業として行うジャパンシーフードトレーディング株式会社を2013年10月に立ちあげた。

「日本の漁業を元気にしたい」という創業当時の想いを実現すべく、日本の生鮮水産品を海外へ届ける輸出、冷凍エビの輸入、技術開発の3つを中心に事業を進めてきた。

特に力を入れている事業は輸出である。主にベトナム、タイの現地商社を通じ、日本の生鮮まぐろやうに、養殖魚などの輸出を行う。現地で提携する商社を1国1社に絞ることで、関係の強化を図る。この営業方針は総合商社時代に学んだノウハウを生かしている。

同社の強みは、国内生産者や中央市場の業者とのネットワークである。小田原、沼津、銚子、宿毛などの生産者、築地(豊洲)市場の大卸や仲買と提携しながら旬の魚を海外にスピーディーに供給する体制を実現させている。

「当社は月に20便程度、航空便で定期出荷しているの、小ロットでしか出荷できないような国内業者でも輸出に挑戦できます」と清水氏。現在は、海外バイヤーとのネットワークの拡大にも積極的に取り組んでいる。

② 創業当時の様子

『“あまり記憶がない”ほど奔走した創業後3年間』

創業から2カ月後に第一子が誕生。そのような中、事業を軌道に乗せるべく奔走したが、創業2期目には大きな赤字をだし、資金確保にも苦労した。「創業してから3年間はあまり記憶がない」と清水氏は振り返る。

創業して3期目に入り、輸出事業の売上はようやく伸び始めたものの、人的資源の不足から、なかなか全ての事業に満足のいく対応ができない時期もあった。そこで、祖業でもあった冷凍エビの輸入事業を当時関係の深かった大手企業に営業譲渡し、自社は輸出事業に集中することを決断した。

冷凍エビの輸入は商社勤務時代から好きな仕事として積極的に取り組んできた事業であった。しかし、「祖業にこだわらない」と清水氏。常にリソースが不足するスタートアップ企業では、自社のwantsより世の中のneedsに応える意思決定を行うべきであると説いた。

③ 現在の事業内容

『海外市場へ和食食材をいかに素早く供給できるか』

創業から2年後、和食文化の発信地でもある築地に事務所を開設し、近年は生鮮品以外に出汁素材も取り扱う。

自社プライベートブランドとして、化学調味料は不使用、国産原料のみを使用した和食の出汁パックを新たに開発、自社関連店舗での販売もスタートしている。出汁に注目したきっかけは、生産者と関わる中で、もっと



展示会出展の様子

魚を有効活用したいという想いが生まれたことである。

さらに鮮魚流通関連技術の開発にも余念がない。水揚げ直後の魚の鮮度を保つために魚を締めるツールを自社で考案し特許を取得。そのツールを漁師さんに使ってもらうことで魚の鮮度をより良いものにする流れを作った。カタチになるまでに試作やテストを繰り返し開発に2年以上を要した。

「大手企業のように大きな仕事を手掛けることはリスクが高い。まずは日々の積み重ねでできる仕事に時間とお金を振り向けていけないといけない」「小さい会社は経営資源が少ない。銀行からの借り入れで運転資金

を確保することも必要だが、まずは自己資本を積み上げること」と地道に事業をすすめていくことの重要性を清水氏は説いた。さらに、「現在は2行と取引して、半分位はプロパー融資（公的保証をつけない資金調達）です」と成長のためには、金融機関との信頼関係の構築が欠かせない点にも触れた。

④ 将来の目標

「まずは売上高10億円。創業から10年目には1000億円を目指したい」

「規模の大きな水産業界において、何かインパクトのあることをしようと思うと1000

億円ぐらいの規模となる。ただ、創業はどんな会社もゼロからのスタートとなる。特に、売上が上がること・お客様がいることが当たり前であると思っている。脱サラ組の経営者にとって、「売上ゼロ」は、経験したことのない状況で、手の打ちようを知らない」と清水氏は説く。

自社に信用がなければ売上が上がらないということを理解してから、「信用力・認知度向上のためにも、築地に実店舗が欲しくなった」と清水氏。そのような思いを周囲に相談していたところ、仕入れ先の企業を通じ、思いがけず、築地の実店舗の運営を任せられ小売事業にも進出することになった。

創業2カ月後に生まれた第一子の成長を踏まえて、「生まれて5年たち、自分で歩いて何を言っているかようやく分かるようになってきた。当社も同じような段階」と清水氏は

振り返る。同社は、4期目に年間売上1億円を超え、5期目は1億5千万円を達成し、増収増益の基調にある。しかし、同業界で急成長したベンチャー企業の存在を例に挙げ、「6期目としては少し成長が遅いかもかもしれない」、「伸びている企業は仕事のやり方が違う。もう少しスピード上げないといけない」と自身を奮い立たせる。「まずは近い将来、売上10億円を目指したい。それで創業10年目に1000億円。それまでは旗はおろしません」と清水氏。今後の成長に向けてのビジョンを垣間見ることができた。

⑤ 創業を目指す方へメッセージ

創業する前に、「自分が社長だったら」と言う目線で創業後の収支シミュレーションを実施し、創業後、事業の運営が本当に可能であるかを検討するべきであるという。「資金計画・事業計画をしっかり立てたうえで創業するべきです。創業は走り出したら止まれませんか」と清水氏は微笑んだ。

創業の視点で大切なことは、「伸びるマーケットに常に自社が居られるかどうか」という。例えば、日本の人口は確実に減る。ならばヒトに集約するような仕事ではなくてその逆をやらないといけない。つまり、時流を読むことが経営者にとって大切なことだと言う。創業6期目で自身の想いをカタチにしながら順調に事業を軌道にのせ、多角化も実現している清水氏。1000億円ビジョンの達成に向けて、今後のさらなる事業の成長が期待される。

(2018年8月取材)



だしパック

ラブディエン

● 雑貨小売店

リトアニアのオンリーワン製品を扱う雑貨小売店



デザイナーとしてメーカー勤務後、印刷会社でディレクターを務め、デザインや商品プロモーションなどに約10年間携わる。その後、輸入製品を扱う雑貨屋事業として2014年にネットショップを開業した。複数の大手百貨店の催事やヨーロッパフェアのイベント等での販売経験を踏まえて、2017年に実店舗として雑貨店をオープン。他店にはない商品を求め、全国各地からお客様が来店するショップを運営。

DATA

企業データ

会社名(屋号)

Labdien (ラブディエン)

住所

東京都品川区西五反田4-1-2 山手通沿い1F

電話

03-6426-1148

HP

<http://labdien.jp/>

事業内容

雑貨小売業

代表者

代表 横川雅子

創業(設立)

2014年1月

前職

印刷会社勤務

利用した事業

東商・創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『“リトアニアの製品を扱う雑貨屋”という事業アイデアが生まれた』

グラフィックデザイナーとして2年間メーカーに勤務後、印刷会社でディレクターを務め、印刷物やウェブサイトのデザイン、商品のプロモーションに約10年間、携わった。勤務時代から、将来、「雑貨屋をやりたい」という漠然とした夢を横川氏はもっていた。

昔からアメリカやヨーロッパなどの海外にはしばしば旅行に行っていたという横川氏。バルト三国のうちリトアニアの名産のひとつがリネン製品で、自らがプライベートで使用する中で、“品質がとても良い”ということに気がついた。「リトアニアのお国柄や同国の製品特性が自分にとてもマッチしました」

と横川氏。勤務時代からの夢とプライベートの経験から自然発生的に“リトアニアの製品を扱う雑貨屋”という事業アイデアが生まれ、2013年に第41期創業ゼミナールに参加して同アイデアのビジネスプラン作成に取り組んだ。

② 創業当時の様子

『輸入製品のネットショップ業として事業を開始』

その後、2014年1月に個人事業として開業、3カ月後にホームページを開設してネットショップをスタートさせた。自身のプライベートな買い物から「もともと手元にいろいろな商品を持ち合わせていました」と創業当時を語る横川氏。気に入った商品があれば



横川氏こだわりの雑貨

持ち前の明るさと言語能力を武器に、メールや電話で現地企業に直接問い合わせる商品仕入れを行い、約200アイテムの商品を取りそろえる輸入製品のネットショップ業を開始することができた。

創業時、自己資金300万円を用意してスタートを切ったものの、資金繰りについて「少し甘く考えていたかもしれません」と横川氏。「仕入れ資金のやり繰りの大変さを創業してから思い知らされた」と資金繰りの困難さを横川氏は振り返る。そのほか「この時期は並行してアルバイトもしていたため、今ひとつ思い切って本業に取り組むことができなかった」と横川氏。「集客のために特段なにもせず、事業が停滞してしまいました」と厳しい業況の当時を横川氏は振り返った。さらには、百貨店で行われたイベントで他の雑貨事業者と話す機会があり、「これくらいの値段で仕入れて、この位の値段で売っている」という相場感を知り、「自分の値付けが間違っていること」に気付かされた経験を持つ。「リトアニア製品を広めたいという一心から、利益をのせていなかったことが間違っていた」と横川氏は当時を振り返った。

③ 現在の事業内容

『お客様との接点を大切に。
実店舗オープン』

心機一転、複数の大手百貨店の催事やヨーロッパフェアのイベント、スペースを賃借して行う販売を通して、店頭販売すれば、取り扱い製品が売れることを肌で実感し始めた。「当時は売上の大部分をイベント出店の販売で占めていました」と横川氏は言う。他方、催事売り場での「1週間など期間限定

のポップアップショップは準備から撤去までとても大変な面もあります」と横川氏。イベント販売の手応えから、「自分のお店を出した方がいいな」と考えはじめ、4年目で思いきって実店舗を開業することを決意。インキュベーションオフィスの退居期限を契機に200万円の出店費用を準備し、雑貨小売店の出店を実現することが出来た。「実店舗ならではの気づきがある」と横川氏は語る。来店するお客様に「どこから、なぜ来たのか」と聞くと「喜んで話してくれるお客さんが多い」と横川氏はほほ笑んだ。横川氏が情報発信するSNSを見て、北海道や名古屋など遠方から来る顧客も存在し、常連客は100名を超えているようである。

④ 将来の目標

『常連客100名を超え、今後は
“洋服をもっと増やしていきたい”』

取り扱う商品は、縫製などがしっかりしており、品質が良いと横川氏が判断できるものに限っている。「作り方や縫製は細部まで



お店の入り口

確認します」と横川氏。取引する仕入れ業者は15社で、半数の業者からは定期仕入れを行っている。取引先は現地の小規模企業で取引先工場の製品は、「日本の他の会社では売っていないものがほとんどだと思います」と横川氏。「日本人とやりとりするのがはじめて」という現地の業者も多く、オンリーワン商

品の取り扱いを実現している点に横川氏は触れた。

現在のメイン顧客は30代から40代の女性。売上の構成は洋服と雑貨では洋服が雑貨よりやや多いが、雑貨の一部は観光地の雑貨店に卸売販売を行うなど、流通経路も増えつつある。洋服もメイン顧客のニーズの高まりを感じており、「今後は、洋服のアイテム数をもっと増やしていきたい」と横川氏は力強く語った。

⑤ 創業を目指す方へメッセージ

『自分の力を試すこと、“いかに自分の力でやっていけるか”』

創業後、インキュベーションオフィスに同居していた時期を振り返り、「思いきって事業を展開することが大切で、イベント出店など対面販売にチャレンジしていなければ、ずっと苦しい状態が続いていた」と横川氏は



店内の様子

分析した。「いかに自分の力でやっていけるか」、という考えから自分の力を試してみるのが手取り早いと考え、実店舗を出店して現在に至った経緯を振り返った。「失敗するのなら、なるべく早めに小さな失敗をした方がよい」と横川氏は言う。

「顧客の声を聞いて嬉しいという体験はしばしばあります」と横川氏。リトアニア産の麻の服はあまり日本では売られておらず、実際に身に着けた顧客から「着ていて気持ちが良い、使い心地がとても良い」という反応に、「リピート客から好反響を聞くことがとても嬉しい」と横川氏は言う。

2018年4月に4周年記念セールを行った。5年目に入り、「全て自分の責任でやっているため、ストレスは全く無い」と横川氏は現在の生活を振り返る。リトアニアのオンリーワン製品を取り扱う雑貨小売店として、今後、さらなるファンの拡大が期待される。

(2018年8月取材)

株式会社光心工業

● 内外装リフォーム、愛犬家住宅リフォーム、各種修繕工事

建設業界の革命児を目指して



永井氏は、塗装職人の父が関わっていた建築会社で、リフォームや塗装の仕事を行っていたが、17年の勤務を経て、転職。転職先の事業を拡大する手助けをした後に、自身で起業した。人とのつながりを大事にしてきたことから、創業当初から仕事をたくさん受注しているが、一つ一つの仕事に丁寧に対応するためにも、無理のない範囲での受注を心がけている。多くの人から頂いた言葉を心に刻み、未来の建設業界を作ろうと活動中である。

企業データ

会社名(屋号)

株式会社光心工業

住所

東京都北区西ヶ原4-27-4-1F

電話

03-5944-5993

HP

<http://www.koshin-k.net/>

事業内容

内外装リフォーム、愛犬家住宅リフォーム、
各種修繕工事

代表者

代表取締役 永井栄一郎

創業(設立)

2013年5月

前職

建設会社 取締役

利用した事業

東商・創業ゼミナール、東商創業塾、区制度融資

① 創業までの経緯

『日本の建設業界に役立つため、
創業を決意』

永井氏は、都立高校建築科を卒業後、父親が塗装会社の職人をしていた関係もあり、17年間リフォーム会社に勤めた。会社では、就職した当初から営業、見積り作成、工事手配、工事管理、集金、利益収支に至るまでを幅広く学んだ。いつか自分で仕事をやっていきたいと考えていた永井氏は、入社17年目に退職をして新しい道を歩むことに決めた。

独立か転職か悩んでいた時に、以前から付き合いのあった建設会社の経営者から、「取締役として働いてくれないか?」との誘いがあった。今後のことなどを悩んだ末、転職することに決めた。会社の成長をみることもでき、経営の勉強、経営者の考えも教えてもらった。転職後3年ほど経った頃には社員の人数も増え、会社が大きくなり一息ついた。そこで、「自分の会社でお客様に感謝をしていただけのような工事をしたい」、「職人さん達の培った技術を未来へ残したい」、「日本の建設業界の役に立ちたい」といった思いが強くなり、5年間で退職し、創業する決意を固めた。

退職が決まったのち、お世話になっていた



ひまわりをイメージしたロゴマーク
(創業仲間にデザインを依頼)

同業の経営者から「創業ゼミナールを受講してみてもいい?」と東京商工会議所の職員を紹介され、受講の申込みをした。

運良く選ばれ、創業ゼミナールを受けられた事で創業へ向けての勉強もでき、同じく創業を目指す方たちに会えたことはとても新鮮だった。今でも創業ゼミナールや創業塾で知り合った方々との交流はもちろん続いている。

創業ゼミナールを修了した2か月後に創業することにした。実は、創業する日は5月1日と決めていた。なぜなら、その日を創立記念日として会社の休日にするためである。建設業界は、休みが取りにくい業種であると認識していた永井氏は、従業員も職人もゴールデンウィークが休める理由になるように、創業日にこだわったのである。永井氏の「人」に対する想いの強さが感じられるエピソードである。

事務所を借り、今までの人脈等から紹介を受けて税理士を探すなど、準備を行った。その間も、以前からお世話になっていた人との繋がりを大事にしており、創業後に発注を頂ける見込みの取引先も多く、創業の段階で既に仕事には恵まれていた。



創業仲間のお店を居室から店舗へ改装
(高円寺：サルトリイバラ喫茶室)

② 創業当時の様子

『資金調達に、創業前の勉強が役立った』

初年度は概ね創業計画書通りの工事の受注があったが、売上のバラつきによる資金繰りで苦勞をした。

仕事はあるのに資金繰りで苦勞した理由は、運転資金が十分には足りていなかったからであった。創業当初といっても、工事代金は1000万円を超えることもあり、100万円単位の受注を数件受けることもあった。売上が入金される前に、職人を手配し、段取りを組んで準備するなどの手間がかかるため、費用が先に掛かってしまうという問題があった。

創業準備の段階から、売上が増えると手持ちの運転資金のみでは足りなくなるリスクは把握しており、資金の調達方法を検討していた。創業ゼミナールの受講で融資の受

け方や書類作成の方法を学べたことから、区の制度融資を利用するなど、運転資金を確保できていたため資金ショートをすることなく乗り切ることができた。資金は無いが知恵を出し、工事で使う道具や材料、資材の無駄をなくし、在庫管理を徹底したことも大きかった。

③ 現在の事業内容

『無理せずしっかりとした工事で信頼を得る』

現在は、戸建住宅、ビル、マンションの内・外装のリフォーム、大規模修繕工事や各種修繕工事を主に行っている。工事を選んで行うことはないが、担当できる工事管理者が少ないため、対応できる範囲での受注を心掛けている。本来は売上也利益も伸ばすことが当たり前かもしれないが、無理をして対応が出来ないにもかかわらず工事を受注することは、お客様に迷惑をかけるだけでなく、品質にも影響を及ぼすと永井氏は語る。その方針を貫いていることもあり、お客様が新しいお客様を紹介してくださり、創業時よりも顧客数は増えてきているのが現状である。

一方、現在の課題は工事管理者の雇用及び育成と考えている。建設業界では人材採用が大変な課題であり、経

験者だけに頼るのではなく、業界に入ってくる若手を育てていく方針である。

④ 将来の目標

『多くの方からの「言葉」に刺激を受け、建設業界に革命を起こしたい』

今日まで、沢山の方々にお会いして、沢山の方から頂いた言葉が、永井氏の頭の中には残っている。

「君達はこれからの日本の工業会の発展を担う若者だ。」高校の恩師が言った言葉は、学生の頃はあまり関心も無かったが、今思えば人材の育成や技術の継承、新しい工法や技術の開発のことだったと思っている。

創業を意識する以前に、「世のため、人のため」という言葉を教えてくれた、ある経営者の言葉も心に残っている。自分のためではなく、お客様のために自分が出来る最善のことをつくすようにと教えてくれたと永井氏は語る。

また、先日会った経営者から、「飛行機は止まったら落ちてしまう、だから何があるうと目的地まで飛びしかないと」言われた。その方の思いを聞き、非常に考えさせられた素晴らしい言葉だと感じた。

このように、「色々な言葉を様々な業種、立場の方から教えてもらったことで、今の人生がある」と永井氏は考えている。言葉は非常に大事で、一言一言に意味や思いがあると思っている。

目標というよりは夢になるが、『建設業界の革命児』となれるようなことを成し遂げられたらと考えている。教えていただいた言葉を自分なりに解釈し、そして胸に刻み自分の糧として生きている。

⑤ 創業を目指す方へメッセージ

『創業社長だからこそ、すべての人に敬意を払う』

「創業をした段階で一国一城の主となるわけですが、主とはいえ一番下っ端だと思ってください。」と永井氏は語る。

どの立場になろうと敬意をはらって人と接することが大事なことであり、特に事業を行う上では机上の計算通り上手くいく事はあまりなく、状況はいつ変わるかわからないからである。

臨機応変な対処や柔軟な発想が必要な事もある。会社のお金は自分のものではなく会社のものである。紙1枚、鉛筆1本、消しゴム1つすべてにお金がかかる。「資金はここぞという時のために無駄をなくすようにして下さい」とも強調する。

「事業をおこなっていくことは良いことばかりでなく、時には理不尽な思いをすることもある。どんな事があろうとも自分の会社を守る決意で臨み、そして自分の夢を叶えていって下さい。」と永井氏は熱く語った。

(2018年8月取材)



創業して間もなく行ったマンション大規模修繕工事



看板犬のこんた君

ロジール

● 洋菓子店

幸せや楽しさを 感じられる洋菓子を



老舗の洋菓子店などで約15年の修業を経て、自分の作ったお菓子里でちょっとした幸せや楽しさを感じてもらいたいという思いから、懐かしも素朴な焼き菓子里で店舗を持つ決意を固めて創業。大学病院の近くという立地を活かすとともに、持ち前の経験と根気から、区のお土産物として認定されるなど経営を軌道に乗せている。今後は、癒しを求めている人が集まれるようなカフェやお菓子作りの教室を行うことなども視野に入れている。

DATA

企業データ

会社名(屋号)

ロジール

住所

東京都品川区旗の台2-1-15 鷹取ビル1F

電話

03-6451-3505

HP

<http://rosir.net/>

事業内容

洋菓子(焼き菓子、ケーキ等)の製造販売

代表者

代表 中村敦子

創業(設立)

2012年7月

前職

洋菓子店勤務

利用した事業

東商・創業ゼミナール

① 創業までの経緯

『お菓子作りの様々な経験が、 開業へとつながる』

中村敦子氏が、お店を持ちたいと思ったのは子供のころ。子供の頃からお菓子作りをしていたので、自分が作ったお菓子里を食べてくれて、喜んでくれるのがうれしいと感じていたからである。人を癒す仕事がしたいという思いから、子供のときから自身に馴染みがあった菓子作りの道を選んだ。

専門学校時代、就職活動時に、どうしても働きたかった老舗の洋菓子店で、半年間ほど手伝いをさせてもらった。それがきっかけで、そのまま就職。この老舗の洋菓子店で働いたことが、のちに店舗を持った時の助けになった。

30代半ばには自店舗を持ちたかったことから、中村氏は自身の店を開くまでの約15年間、いくつかの店舗でお菓子作りだけではなく、店舗経営や接客などお店を運営するために必要なさまざまなことを学んだ。東京商工会議所の創業ゼミナールに参加したのはこの頃だった。その後、他の創業セミナーや、創業ゼミナールの卒業生を中心とした集まりなどに参加し、人脈ができた。

創業ゼミナールに参加していた頃から、創業のための店舗物件を探し始めていた。当初は地縁のある蒲田、自由が丘などで10~15坪の小さな物件を探したが、人気のある場所・物件規模だったこともあり、なかなか手頃な価格の物件が見つからなかったが、現在の旗の台駅の物件を見つけた。池上線の沿線でこの場所を見つけたのは、たまたま歩いていて空き物件があったからだ。家賃や店舗の規模、2つの路線、大学や病院が

近かったのが最終的な決め手となった。

それから準備をすすめて、2012年7月に店舗をオープン。資金は親族からの借入金を含めた自己資金で賄った。

② 創業当時の様子

『取引先開拓の苦労と立地の悪さを 乗り越える』

創業当時大変だったことは、準備も開店も一人で行ったことであつた。女性であり、外見が実年齢よりも若く見られるということで、様々な交渉で苦労した。特に、原材料の仕入れ先の選定にあたっては、依頼した一部の業者に相手にしてもらえなかった。このとき、最初に働いた老舗の洋菓子店での仕入れ先が、中村氏の話聞いて取引してくれることになった。それ以外にも、今までのつながりを利用して、無事に原材料ルートを確認す



店舗外観

ることができた。

店舗の敷地は広くはないので、原材料や設備は必要最低限、作業しやすい配置にした。また、店舗で1人でお菓子を作りながら営業する場合に備えてセンサーを設置するなど、小さな店舗で修業していた経験を活かしている。

中村氏は良い場所を見つけたと思っていたが、店舗を開いてみてわかったことは、お店の場所が近隣住人の通り道ではなく、わかりにくいことだった。大学や大学病院が店舗の近くにあり、主に通院の患者さんが見つてくれる場合が多く、近隣住民への認知には特に苦労した。新聞の折り込み広告や、沿線の雑誌への掲載などを利用して、少しずつ利用者を増やし、さらに利用者の口コミで、新たに来てくれる利用者を増やした。時間がかかったが、このような「常連客」には恵まれたと中村氏は語る。

③ 現在の事業内容

『まわりの助けと工夫で
徐々に顧客を広げる』

ロジールは、焼き菓子を中心としたお店である。中村氏が一人でも営業できるようにするために、ある程度の作り置きが可能であることとともに、何より自身が焼き菓子を好きだったことが決め手であった。

一番忙しいシーズンはクリスマスの時期と、焼き菓子の需要が多いホワイトデーの時期である。この期間は一人でお菓子の製造や接客を回すのが難しいため、近所の友人が手伝ってくれるなどして、運営を行っている。また、大学が近いこともあり、大口の注文が入ることも特長である。

広告宣伝にお金をかけすぎるのではなく、取材等でのメディアの掲載や口コミで顧客を増やしている。さらに、2014年に品川区認定の「しながわみやげ」のコンペで選ばれている。これは、その一年前に商店会の広報で知り、応募するものの、落選してしまったことから、しっかりと研究を行った成果だった。コンペ応募にあたり、品川にちなんだものや、品川の歴史に関わるものなど、品川区のことを調べて取り組んだ。

江戸時代、品川は浅草と並んで江戸の紅葉の二大名所のひとつだったことに因み、区の木となっているカエデをモチーフにし、もみじの型のパイ生地にもープルシュガーをトッピングして焼き上げた。もみじの型はあまりなかったこと、また市販されているものでよいものが見つけれなかったことから、思い切って自分で作成するなど、大いに工夫を凝らした商品であった。

この『品川もみじのめープルパイ』がコンペに入賞したことにより、品川の物産展などで販売。冊子にも掲載され、その冊子を見て、顧客も訪れるようになっている。現在も使用しているパイ生地をくりぬく型は、中村氏手作りのもので、今も現役で使用している。



しながわみやげ 認定証



店内ショーケース①

④ 将来の目標

『将来的な夢を実現するため、
今後の方針を考え続ける』

今後の販路開拓と、お店をどのような方向性で展開していくのかが大きな課題になっていると中村氏は語る。個人向けの店舗売りの菓子販売を続けていくのか、今までも引き合いがあったが断っていた百貨店のような大型の受注先を増やしていくのか。大型の受注を受けるためには、雇用や、スペースの確保、配達をどうするかなど考慮すべき点は多くある。

「将来的には、癒しを求めている人が集まれるようなカフェや、昔からやりたかったお菓子作りの教室ができるようなお店がもてたらい」と、中村氏は明るく笑った。

⑤ 創業を目指す方へのメッセージ

『人のつながりを大事にして、
意見を真摯に聞く』

「創業にかかわらず私は芯を強くもって柔軟に生きたいと考えています」と中村氏は語る。

創業前に想定した通りには行かない事も多いが、その時々信念や理念からはぐれずに柔軟に対応を心掛けて欲しい。創業するとそれぞれの状況によると思うが、色々な方から色々な意見やアドバイスを頂ける。自分の考えと違うものでも否定せずに一度自分の中にしまって置くと、別の状況の時にそれに納得出来たり役に立ったりする事もある。頂ける意見は有難く柔軟に受けとめること。また、柔軟な広い視野を持つ為にも異業種の方など様々な方と交流を持つ事も大切にして欲しい。

自らが創業時の人脈作りが役に立ったという経験を持つ中村氏の実感からの話であった。

(2018年8月取材)



店内ショーケース②

事例から学ぶ 創業ワンポイント

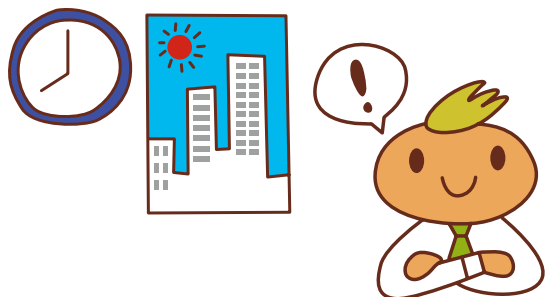
ポイント 1

創業に対する目的意識が明確である

いずれの事例でも、創業者自身が事業を起こす動機を明確に保持していた。「どうしてもこの事業を行いたい」、「自分の能力を発揮したい」、「社会的なニーズを満たしたい」など明確な動機が存在した。たまたま行き掛かりで「何となく起業した」といった曖昧なケースは皆無であった点は特筆できる。

また、独立前と同じ業種で創業する場合は、これまでの経験・ノウハウ・人脈などを十分に活かしていた。一方、未経験の業種で創業するケースもあったが、その際も業界研究や情報収集などを熱心に行い、未経験ゆえのハンデを克服していた。

「なぜ、何のために創業するのか」がしっかりしていれば、取り組むべき課題も明らかになる。また、その後発生し得るさまざまな問題点や障害を乗り越えるための原動力にもなっている。創業に臨むに当たって必ず押さえないといけない要件と言えよう。



先に紹介した10の事例は、業種・業態は様々であったが、創業の展開においては共通する思考や戦略が存在していた。これらの点は今後、創業を検討する方にとっても有益かつ参考になると思われる。以下にポイントを整理してみたい。

ポイント 2

創業前のプラン策定に労力を掛け、その後も柔軟な対応に努めている

創業は、“無から有を生じさせる”という取り組みであり、当然のことながら不確実性を含むため、そのリスク低減をいかに図るかは重要な課題となる。そのために、しっかりとしたビジネスプランの策定が不可欠である。

本事例においても、創業ゼミナールなどの創業セミナーを通じて、ビジネスプラン策定の基礎知識を得て、創業者自身が何度もプランを書き、商工会議所からのアドバイスも参考にしつつ、その過程の中で完成度を高めていくケースがあった。

一方、どんなに完璧なビジネスプランを策定しても、現実にはその通りに事態が運ばないことがあるのも忘れてはいけない。その際、当初のシナリオを見直し、現実を直視して然るべき方向へ柔軟に軌道修正を行っていた。どんな業種を営むにあたって“環境変化適応業”であらねばならないということであろう。



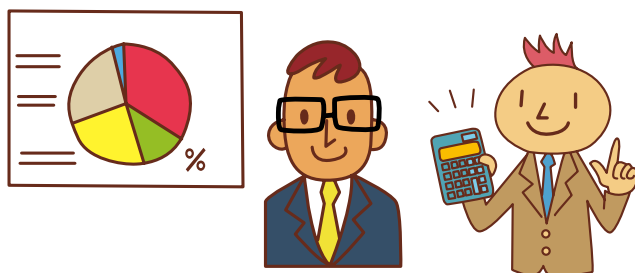
ポイント3

自社(自身)の強みをフルに活かし、その伸長に努めている

創業を図る際、既存の企業と比較すると、その経営資源はやはり脆弱である。限られた資源の中でいかに事業展開を図るかも重要な経営課題となる。その解決のヒントは、自社や創業者自身が有する「強み」に着目し、それを最大限に活かすことである。

通常、創業した企業は、その市場競争においては“後発参入組”でもある。その環境下でいかに顧客の支持を得るのか、すなわち先発企業に対する「差異性」を打ち出せるかが課題となろう。自社の強みがその差異性を生む大きな要因となる点を見逃してはならない。

創業において、経営資源の脆弱性から規模面での“ナンバーワン”にはなれなくても、質面での“オンリーワン”実現は十分に可能である点を押さえるべきである。またその差異性を確保し続けるため、おごることなく「強みの伸長」に努力を払っている点も忘れてはならない。



ポイント4

他者との連携や中小企業施策を有効に活用している

創業に際し、ネックとなるのが、自社単独では事業展開を完結しにくいという点である。すなわち不足する経営資源をいかに補完するのが課題となる。

そこで必要となるのが「自社にないものは他者と組む」という発想である。「アウトソーシング(外部委託)」や「アライアンス(業務提携)」などを活用し、経営資源の不足を補完することで自社の弱みをクリアできる。その分、自社の強みを更に伸ばす方向に労力を投下できる点を押さえておきたい。

また、これら経営資源の補完について、もう1つ押さえたいのは中小企業施策の活用である。我が国の中小企業施策は非常に豊富であるが、管轄の違いや制度目的の要件など、その体系が複雑で創業者は理解しづらい面がある。事例でも商工会議所などの身近な相談窓口をフルに活用していた。創業希望者はぜひ参考にしたい点である。



ポイント5

自社の経営に対するエネルギーと圧倒的な行動量

経営環境の変化が激しい現代において、創業を図ることは大きな労力を必要とする。そのプロセスの中で“生みの苦しみ”を味わうことも有り得る。また、当初のビジネスプランの通りに事業が進捗しないことも考えられる。これらをクリアする前提となるのが創業者の経営に対するエネルギーの強さである。

長時間労働や休日返上など、多くのエネルギーを事業に投下している創業者の姿も見かける。しかし、肉体的なハードさよりも、自身が望んでいた事業に進進できる喜びを語る創業者も多い。

また、前述の事例でも、事業を軌道に乗せるべく創業者自身が持ち前の行動力をベースに徹底的に取り組んでいた。これらの行動の中には失敗に至ったケースもあるが、それは創業者自身の貴重な“経験値”となっており、その後の事業展開に結果としてプラスにつながっている点も見逃してはならない。



創業準備の段階で考えるべきこと

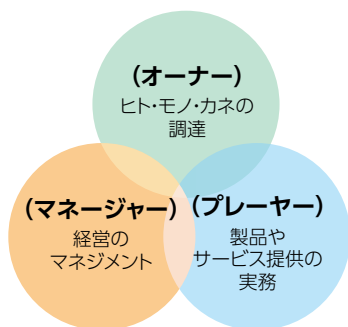
ここまで先輩起業家の事例と創業のポイントを紹介してきましたが、実際に創業するにあたっては、段階を踏んだ準備が必要となります。ここでは、創業までに考えるべきことを順序立ててまとめましたので、ビジネスプランを検討する際の参考にしてください。

1 経験や動機を明確にする

(1) 起業家が担う3つの役割

創業直後は、サラリーマン時代と異なり、一人でいくつかの役割を果たす必要があります。大きく分けて①事業活動に必要なヒト・モノ・カネ・情報といった経営資源を調達すること、②経営マネジメントを行う、③製品やサービスを提供する実務を行うことの3つです。プロスポーツのチーム運営に例えると、オーナー、マネージャー、プレイヤーの3つにあたります。

すべてに経験が有り、得意な人は稀です。自分自身の得手不得手を分析し、不得手な分野はスキルアップしたり、良いパートナーを見つける必要があります。



図表①：起業家が果たす役割

(2) あなたの経験を棚卸しする

創業した方の多くから「会社に勤務していた時の経験が役立った」という言葉が聞かれます。これまでの経験をどのように事業に活かすことができるかという観点から、自分自身の経験を棚卸しすることは有効です。

創業する事業内容に関係性があるか・ないかという点はあまり気にせず時系列で順番に書いていくことがおすすめです。勤務した会社、業務内容や実績に加え、プライベートで自己啓発に取り組んだ内容も挙げてみましょう。

(3) あなたはなぜ創業するか

仕事は人の生活の中で大半を占める活動です。前向きな気持ちで仕事に取り組むことができ、やりがいを感じ、充実した人生を送ることができるかどうかは、創業するうえでの大きな目的と言えるのではないのでしょうか。

創業に関心を持つようになったきっかけは何か、仕事において何をやりがいと感じるかといった想いを整理しておくことは創業を実現するためには不可欠な取り組みです。この想いは創業後も原点に立ち返り自らを奮い立たせるための原動力になります。

(4) 創業に必要な経営資源は何か

経営資源とは、事業活動に必要なヒト・モノ・カネ・情報を指します。

創業者や経営者は、常に経営資源が不足しないよう、調達を考え、手を打ち続けなければなりません。

「ヒト」 人材、人脈
「モノ」 製品・商品・サービス、機械設備、建物、原材料、工具類
「カネ」 現金や借入金などの資金
「情報」 顧客情報、市場情報、生産管理情報、技術・ノウハウ

創業時には潤沢に経営資源を揃えることが難しいものですが、スタートアップに必要なとなる経営資源をリストアップし、既に保有

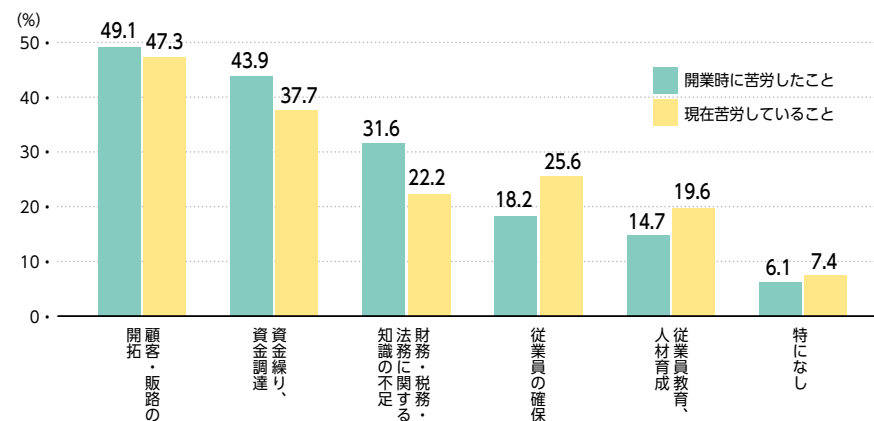
しているもの、新たに準備するものを分けて整理してみてください。

2. あなたのお客様は誰か

(1) 創業後に苦労したこと

2018年度の新規開業実態調査(日本政策金融公庫総合研究所、2018年12月)に

よると、創業時から創業後に苦労したこととして、「顧客開拓」の項目が高くなっています。半数近くの方が顧客開拓を課題と感じているようです。



(参考) 「2018年度 新規開業実態調査」日本政策金融公庫総合研究所、2018年12月、13ページより転載。

図表②：創業時に苦労したこと、苦労していること

(2) あなたの商品・サービスに ニーズはあるか

「良い商品・サービスだから売れる」と思って創業したものの、販売に苦戦する起業家は大勢います。そうした事態を避けるため、あなたがターゲットとする顧客層をイメージし、そのニーズや行動特性を把握し、商品・サービスの開発や販売方法に反映させていくことが必要です。

一般消費者向けのBtoCビジネスの場合は、年齢、性別、職業などの属性を整理し、事業者向けのBtoBビジネスでは業種や企業規模などをイメージし、絞り込んでいきます。

(3) 顧客開拓はトライアンドエラーの繰り返し

創業後、思うように顧客開拓ができるとは限りません。多くの起業家がトライアンドエラーを繰り返しています。どのようなステップで顧客開拓をするかを考え、ステップ毎に取り組みの効果を検証し、改善していくことが重要です。

顧客開拓には、想定する顧客層から信頼を得ることができるための体制づくりが必要です。名刺やパンフレット、ホームページ

などの最低限の営業・販促ツールを準備し、製品やサービスの豊富な知識を持ってスピーディーに顧客対応することを心がけましょう。

営業・販促ツールは、ターゲットとなる顧客層にとって、メリットや利用シーンがイメージできるものとなるようにつくることが重要です。

(4) 事業を軌道に乗せるには

安定的に売上をあげるためには、対象とする顧客層を絞り、プロモーションや営業活動を地道に続け、顧客開拓方法の見直しを継続的に行うことが重要です。また保有する人脈をうまく活用して、見込み客を掘り起こしたり、一度購入・利用した顧客がリピーターになるよう囲い込みを行っていくことも大切になります。

一方、軌道に乗るまでに苦労しているケースでは、「自分の商品・サービスは売れる」と過信している、強力な競合先がいる、継続的・安定的に商品・サービスを提供する体制が整っていないなどの特性がみられます。創業前からあなたがターゲットとする市場のマーケティング調査をしっかりと行うことがリスク低減につながります。

創業への一歩を踏み出すために 今からできるツールづくり

創業の仲間づくりを行うにあたっては氏名、住所、連絡先、目指す事業内容などを記載した名刺を作成しておくとう便利です。事業計画のエッセンスを1ページ程度にまとめ、事業案内のたたき台として活用することも可能です。

創業準備の記録として日記形式でブログやSNSを活用して情報発信に取り組むケースもみられます。屋号や会社名が決まったら、あらかじめドメインを確保しておくことも創業の実現に向けて役立つでしょう。

3. 創業準備を進める

(1) 創業準備の流れ

創業準備には、主に事業内容の検討段階から、資金調達、必要な届出、事務所・店舗や必要な人材の確保、顧客開拓など様々な段階があります。

(2) 必要資金を見積もる

創業に要する機械や器具の購入費用、店舗や事務所の契約費用などは「設備資金」と呼ばれます。軌道に乗るまで、月々に継続的にかかる経費を「運転資金」と呼ばれます。それぞれの項目について、どの程度の資金が必要になるかを見積もります。

(設備資金)

車、店舗内装、機械、ホームページ作成費用、事務所・店舗賃貸のための不動産初期費用、パソコン、電話、机などの事務用品など

(運転資金)

商品仕入、人件費、外注費、広告宣伝費(ホームページの運営コスト等)、地代家賃、消耗品費など

(3) 売上と経費を予想する

家計に例えると、毎月の給与にあたるものは「売上」、生活費にあたるものは「経費」になります。売上と経費に分けて見通しをたてたものを収支計画と呼びます。

収支計画の検討においては、創業直後の時期と、利益を確保し軌道に乗り始めると見込まれる時期を分けて考えます。軌道に乗った段階では「利益」を確保できるよう検討します。創業日から3カ月、遅くとも6カ月経った時点では、1カ月の売上で月々の経費を賄えることが望ましいです。

分類	取り組み内容	創業前	創業時	創業後
内容検討	アイデア検討 事業計画書作成	→		
資金調達	自己資金準備、 外部からの調達	→	→	→
場所・雇用	事務所契約 人材採用活動		→	→
各種届出	個人事業届出、 法人設立、許認可		→	→
顧客開拓	オープニングイベント 顧客開拓活動		→	→

図表③：創業までの流れ

(4) 必要資金を用意する

開業する業種により、必要となる資金額は様々です。例えば、自宅兼事務所の家事代行業では160万円程度、店舗を構え、設備が必要な美容院では約1,400万円の資金を要している例があります。(参考：J-NET21「業種別開業ガイド」)

これまでに蓄えた自己資金のみでスタートできるとは限りません。不足する資金の

調達には、金融機関からの借入、親類や友人からの出資受入、クラウドファンディングなどが考えられます。そのうち代表的なものは、市区町村や日本政策金融公庫の創業融資制度で、創業時に活用する起業家も多いです。

借入等にあたっては、あなた自身の創業にける意気込みや事業が成功する見込みを理解させる創業計画を示すことが必要になります。

創業への一歩を踏み出すために

創業の元手

ケースとしてはまれですが、“のれん分け”という言葉にも見られるように同業界で事業を立ち上げる社員に対して有形無形の支援を行う慣習は現在でもみることがあります。元勤務先の経営者から創業のお祝いとして“数カ月分の在庫”を送られたという例もあります。

自分自身が用意できるお金を“自己資金”と言い、ほとんどの場合、唯一無二の“創業の元手”となります。創業の時期を見据えて、コツコツと準備に取り組み、なるべく外部資金の必要性や割合を抑えられるよう準備していきたいものです。

4. 創業までに決めることは何か

(1) 創業準備と並行して決めること

開業までに、事業の形態や屋号・会社名、創業予定の住所、業種、創業年月日、資本

金、従業員などを決めていくことが必要になります。

項目	内容	備考
開業形態	個人事業、法人、その他	法人には株式会社、一般社団法人、NPO法人、合同会社、その他には有限責任事業組合、事業組合などがあります
屋号や法人名	どちらも事業所名のことで個人事業は屋号、法人名は商号とも言われます	法人名と別に屋号(お店の名前など)をつけることも可能です
開業の住所	①届出上の住所 ②主たる事業所：店舗や仕事の実務を行う場所を指します	①届出上の住所と②主たる事業所が異なるケースもあります
業種	日本標準産業分類の中分類、小分類	総務省ホームページの日本標準産業分類を確認ください
開業年月日	創業を予定する年月日	
従業員	雇用する人の人数	パート・アルバイトは稼働時間に応じて正規雇用に変換して、どの程度かを記入し、代表者は含みません

図表④：創業までに決めること

(2) 名前を決める

事業活動を行う際に、人の“名前”にあたるものが屋号や会社名です。この屋号や会社名から事業内容やコンセプトを直感的に理解することができると、顧客開拓の場面でも有効になる場合もあります。

(3) 個人事業と法人の違い

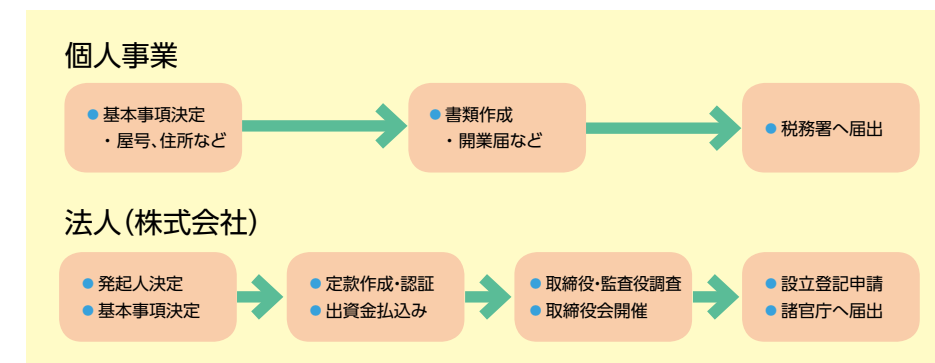
事業形態としては個人事業と法人があります。業種や目指す事業の規模、販売先や仕入先など取引先との関係など様々な観点から検討する必要があります。個人事業で創業する場合、費用が少なく、会計面の処理が比較的簡易ですが事業内容によっては、

法人でないと取引ができない場合もあります。

法人(主に株式会社)で創業する場合、一定の資本金を有しているなど、社会的信用が得られる一方、設立や会計面で手間と費用がかかり、定款に記載した内容の事業しか行えないなどの限定条件があります。個人として創業し、事業成長に伴い、やがて法人化するという選択も可能です。

(4) 事業を立ち上げる流れ

個人事業や法人を立ち上げる流れは次に挙げるような例になります。



図表⑤：個人事業と法人(株式会社)の立ち上げフロー

創業一口メモ

個人事業・法人の選択理由

形態を選択した理由として、個人事業では創業に係る手続きが容易・低費用、法人では、社会的信用が得られ、資金調達や顧客開拓が容易といった内容が挙げられます。

個人事業が自分の性格に向いている、会社を設立したかった、などの理由を挙げている方もいます。将来のビジョンや創業の動機、創業した後の仕事ぶりなど多様な観点から検討してみてください。

5. 創業計画書をまとめる

(1) 創業計画書とは何か

事業内容が固まってきた段階で、その内容を紙面に落とし込み、“見える化”したものが創業計画書です。創業計画書を策定することは、創業準備に不足がないかを確認する

うえでも、金融機関や出資者にあなたの事業内容を説明するうえでも有効です。創業計画書にまとめる要素としては下記のようなものがあります。

主な内容	項 目 例
サマリー	会社の概要、創業に至る経緯
理念・ビジョン	大切にしていること、事業方針、将来像
事業内容	取り巻く環境、基本戦略、事業概要、アクションプラン
数値計画	売上計画、予測収支計画、資金計画
組織・取引先	経営陣、アライアンス企業、株主

図表⑥：創業計画書に記載すべき要素

(2) 創業計画書の作成ポイント

他人に見せる創業計画書では、事業内容の全体像や強み、セールスポイントなどの特長を分かりやすくまとめることが重要です。事業内容を補完する資料として製品のサンプル、サービス内容を示す写真、ビジネスモデルのスキーム図などを準備することも有効です。

あなたの事業が成功する見込みの説明は、あなた自身の経験や人脈、創業の動機などで示すことができます。必要となる資金や月々の売上・経費の見込を数値で示すこと、事業上のリスクに対してどのような対策を用意しているかも、創業計画書に記入すべきポイントです。

(3) 事業内容を伝えるためのポイント

創業計画書の作成後は、第三者(取引先、金融機関など)に伝えることに取り組みたいものです。“誰に”、“何を”は事業計画のコアとなります。業界を知らない人に分かりやすく伝えられるかどうか最も重要です。

従来型の業種は“事業の強み”をいくつか挙げ、他社との違いや自社の特長がどこにあるかを伝えることが効果的です。また、新規性の高いビジネスの場合は、どのような顧客層をターゲットにし、どのように対価を得るかという“事業の仕組み(ビジネスモデル)”をしっかりと伝える必要があります。売上目標、必要資金、黒字化の時期など、収支や資金繰りの見通しを説明することは実現性のアピールにつながります。

創業への一歩を踏み出すために

創業の支援事業の活用

国、都道府県、市区町村などの自治体や商工会・商工会議所といった支援機関では創業を目指す方向けにセミナー・イベントや相談窓口等の支援制度を数多く用意しています。

セミナーだけを見ても、意識醸成を目的としたものから、事業内容を固めた方向けの少人数制の事業計画講座まで幅広い選択肢があります。比較的低価格で参加可能なものも多く存在していますのでご活用ください。

特に産業競争力強化法に基づく国からの認定を受けた市区町村や連携する創業支援事業者が行う一定のセミナーや窓口相談による支援(特定創業支援事業)を活用すると、国や自治体から受けられる支援の幅が広がります。

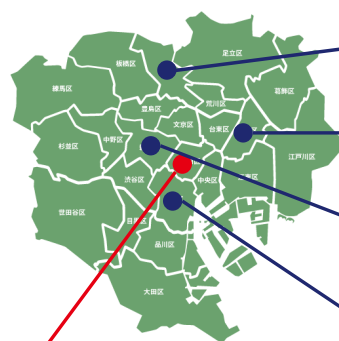
(特定創業支援事業を受けた創業者への支援)

- ・ 会社の設立登記にかかる登録免許税の軽減
- ・ 日本政策金融公庫の新創業融資における1/10以上の自己資金要件の適用除外
など

東京商工会議所の
創業支援事業
(2019年11月現在)

創業支援センター・ビジネスサポートデスク4拠点・23支部

23支部の窓口は冊子背表紙でご確認ください。



創業支援センター (丸の内 / 東商本部内)

千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル5F
☎ 03-3283-7767

ビジネスサポートデスク(東京北) (王子 / 北支部内)

北区王子1-11-1 北とびあ12F
☎ 03-4346-5523

ビジネスサポートデスク(東京東) (錦糸町 / 墨田支部内)

墨田区江東橋3-9-10 すみだ産業会館9F
☎ 03-4346-1973

ビジネスサポートデスク(東京西) (新宿 / 新宿支部内)

新宿区西新宿6-8-2 BIZ新宿4F
☎ 03-4346-1961

ビジネスサポートデスク(東京南) (浜松町 / 港支部内)

港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル5-E
☎ 03-6324-4139

創業フォローアップセミナー

創業直後の経営課題にフォーカスして取り上げた、
創業者向けのフォローアップセミナー

創業テーマ別セミナー

創業前の方や創業直後の起業家を対象に
それぞれの課題に応じて実施するセミナー



創業ゼミナール

参加者20名の少人数制で、ディス
カッションや個別指導を重視したゼ
ミ形式のセミナー(1コース8日間)



創業塾

創業に必要な基礎知識を
幅広く学ぶ入門セミナー



創業 フォーラム

ベンチャー起業家の講演や創業支
援機関の講義を通じて、起業家精神
を醸成していただくシンポジウム
(年間1回実施。平日夜間開催)。

サービス活用

東京商工会議所の各種サービス
の活用(資金調達、販路拡大)等

開業

資金調達相談

開業資金調達に関する個別アドバイス。

記帳相談

個人事業主向け記帳の仕方、年末調整、
申告手続き等につき相談・助言。

窓口専門相談

会社設立手続、開業の諸届出、契約書の作成、HP作成方
法などにつき、司法書士・弁護士・税理士等の専門家が
無料で助言。

創業窓口相談

相談窓口での個別相談。準備の進め
方から創業計画書の作成アドバイス
まで全般的に対応



創業支援事業のご紹介

創業セミナー

創業フォーラム

ベンチャー起業家の講演や創業支援機関の講義
を通じて、起業家精神を醸成していただくシンポ
ジウムです(年1回実施。平日夜間開催)。

創業塾

創業に必要な基礎知識を幅広く学ぶ入門セミ
ナーです(1コース2日間。年間2コース実施。土
曜開催)。

創業ゼミナール

参加者20名の少人数制で、ディスカッションや
個別指導を重視したゼミ形式のセミナーです(1
コース8日間程度)

交流会

創業ゼミナール

講義はディスカッションを多く取り入れており、
情報交換としても活用いただけます。また、セミ
ナー最終日には交流会も開催しています。

創業塾

講義終了後に交流会を開催しています。ネットワ
ークの構築にお役立いただけます。

情報提供

創業メールマガジン

東京商工会議所や各種公的機関の創業に関す
るセミナーやイベント情報をいち早く配信。創
業支援HPから登録いただけます。

東商創業支援HP

東京商工会議所の創業支援メニュー、イベント
予定などを掲載。

<https://www.tokyo-cci.or.jp/entre/>

開業ガイドブック

創業に必要な知識や支援策などの情報が満載!
創業を検討する際に、まず読んでいただきたい
創業準備のマニュアルです。

個別相談・融資相談・専門家相談

窓口創業相談

創業に必要な準備や情報について個別アドバ
イス。平日9~17時に随時ご相談いただけます。

窓口専門相談

弁護士、税理士、司法書士等の専門家から会社
設立をはじめ、専門的な課題についてアドバイ
スを受けられます。

エキスパートバンク

技術関連や立地調査、店舗レイアウトなど現地
指導が必要な場合でも専門家からアドバイスを
受けることができます。

ビジネスサポートデスク(東西南北4拠点)

創業予定者を含め事業者へのキメ細かい相談を
行う拠点として、錦糸町・新宿・浜松町・王子の
4ヶ所に相談窓口を開設。創業に必要な準備や
情報、創業プランのブラッシュアップなど、専門
家とご相談いただけます。

記帳相談

記帳の仕方から申告手続まで個人事業主のご
相談に対応します。有料の記帳代行サービスも
あります。

東京都中小企業制度融資

「創業融資(創業支援特例)」

商工会議所等が一定期間の創業支援を実施し
た中小企業者(創業予定者)に対して金利優遇
(通常金利より0.4%優遇)が適用されるもので
す。

※一定期間の創業支援…直近1年以内に4回以上、1
か月以上の継続的期間実施される創業支援

■利用料金

創業ゼミナール	受講料5,000円
創業フォーラム	無料
創業塾	受講料5,000円
各種相談・開業ガイドブック他	無料

創業支援事業についてのお問い合わせは 東京商工会議所創業支援センター
TEL 03-3283-7767 E-mail sogyo@tokyo-cci.or.jp

開業ガイドブック

開業までの必要手続きや情報をまとめた冊子。開業までを9つのステップに分け、開業までに必要な基礎的な情報を網羅した内容。公的融資制度、インキュベーション施設の情報を掲載した「資料コーナー」、許認可窓口、公的融資窓口をまとめた「べんりガイド」を掲載。

東京商工会議所の
相談窓口で無料配布



窓口相談の利用方法

創業に関する漠然とした疑問から具体的な内容まで、東京商工会議所の経営指導員が個別にご相談に応じます。身近な相談先としてぜひご利用ください。

創業イベント・セミナーの参加方法（メールマガジンの登録）

- ①検索エンジンで「東商 創業」とご検索ください。検索結果に東京商工会議所の創業ページがございます。
- ②ページ中の「メールマガジンの登録」のご案内からメールマガジンの登録を行ってください。登録後、配信されたメールマガジンからセミナー申込の手続きを行うことができます。

お問い合わせは
TEL 03(3283)7767

または

東商 創業 検索

お気軽にご相談ください

ビジネスサポートデスク(東京東)	ビジネスサポートデスク(東京南)
TEL.4346-1973 〒130-0022 墨田区江東橋3-9-10 すみだ産業会館9F (墨田支部内)	TEL.6324-4139 〒105-6105 港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル5-E (港支部内)
ビジネスサポートデスク(東京西)	ビジネスサポートデスク(東京北)
TEL.4346-1961 〒160-0023 新宿区西新宿6-8-2 BIZ新宿4F (新宿支部内)	TEL.4346-5523 〒114-8503 北区王子1-11-1 北とぴあ12F (北支部内)
創業支援センター	
TEL.3283-7767 〒100-0005 千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル5F	

創業事例集 執筆者

中小企業診断士 平村 一紀 氏
(ビジネスクリエイション株式会社 代表取締役社長)

中小企業診断士 四ッ柳 茂樹 氏
(株式会社 OCL 代表取締役)

創業事例集

2019年11月 第1刷
企画・発行 — 東京商工会議所 創業支援センター
〒100-0005
東京都千代田区丸の内3-2-2
丸の内二重橋ビル5F
電話 — 03(3283)7767

※無断転載を禁じます