

# SNEEDING



HIRATA



古典個展 『論語』	船橋 晴雄	3
これからの社会におけるSEEDとNEED	齋藤 忠夫	4
LinkedIn	影木 准子	6
初めてのロボット作り	高橋 宏和	7
米国のベンチャーキャピタルの現状	薬師寺 陽一	8
インキュベーションを思うとき	小林 卓司	10
「GOLF」	佐野 充	12
What's SNEED?		15
社長の独り言	道具 登志夫	16
これからのベンチャー起業家と 学生へのアドバイス		
ユーティースターコム(株)代表取締役へのインタビュー	高橋 宏和 インタビュアー	18
秋葉原からIPO	本多 弘男	20
SNEEDING No.2のための活動報告	森寺 章夫	22



表紙 水彩画 平田 康夫氏

## 古典個展 『論語』

船橋 晴雄

古典中の古典というと、西洋では『聖書』であり、東洋では『論語』であろう。いずれも何千年と、何億、何十億の人々に読み継がれ、人々の生きる糧となっている。

とはいっても、両方とも決して読み易い本ではない。私は『聖書』を通読したことはないが、『論語』は通読したことがある。

『聖書』の場合、「創世記」から始まるわけだが、「出エジプト記」「レビ記」「民数記」と進んで「申命記」あたりでギブアップした記憶がある。

『論語』の場合は、「学而篇」、「学んで時にこれを習う、またよろこばしからずや」で始まるが、『聖書』に比べるとはるかに短いいし、ところどころによく知っている章句が出てくるので、何とか終わりの「言を知らざれば、以て人を知る事無きなり」まで辿りつくことができる。それにしても易しい本ではない。

最近、『論語』を少しは読み易くするひとつの方法を発見した。それはまず巻末の人名検索を見るのである。そして弟子の子路とか顔回とか、あるいは子貢とか宰我とか、門人ではないが陽虎とか葉公とか、こういった人物が登場する章句をひとまとめに読むのである。初めは頻度の多い人は避けて二、三ヶ所に出てくる人のくだりを読み、次第に数多く出てくる人に進む。ただし、事前に登場人物のプロフィールを注かなんかで読んで、孔子との歳の差はどのくらいだったのか、どういう地位にいた人物だったのか、どういう人生を歩んだ人物だったのかを知っておく必要はある。

このような読み方を少し集中して行い想像を逞しくしていくと、次第に二千五百年前の人々が自分の目の前で問答をしているような気になってくるから不思議だ。孔子の言は、理想を求めたがついに世に容れられることがなかった教師の嘆き節のように聞こえる。「暴虎馮河」の子路は、孔子に甘えたりすねたり、可愛気があるといえはいえるが、今でいう単細胞人間だな。「陋巷」の顔回には、何か悟りすましたような悪く言えば嫌味などところがある。弁が立ち金儲けも上手だったとされる子貢は表現力が素晴らしい。しかも人間として信ずるに値する人だ。「昼寝」で孔子に叱られた宰我は、ああやって先生の気を引こうとした女々しい奴だったのではないか。陽虎は男らしい迫力のある英傑だ。他方葉公は自己顕示欲の強い能吏に過ぎない。

以上はあくまで私の独断と偏見に基づく印象である。歪んだ印象かもしれないが、それに拠りつつ章句を読むことで、章句の意味合いをより身近に感じることはできる。



船橋 晴雄（ふなばし・はるお）東京生まれ。東京大学卒業後、大蔵省（現・財務省）入省。

大蔵省副財務官、国税庁次長、証券取引等監視委員会事務局長などを経て、

2002年国土交通審議官。2003年経済倫理・企業倫理を専門とするシンクタンク

『シリウス・インスティテュート』を設立、代表取締役。

著書に『新日本永代蔵』（日経BP社）、『日本経済の故郷を歩く』（中央公論新社）

『あらためて経済の原点を考える』（かんき出版）など。

## これからの社会における

## SEED と NEED

東京大学名誉教授  
齋藤 忠夫

20世紀後半の科学の進歩には爆発的な勢いがあったが、そのほとんどにエレクトロニクス技術が貢献している。エレクトロニクス技術により今まで出来なかった事が可能になったり、今まで解決できなかった問題を解決したりできるようになった。例えばバイオの世界や環境の分野でも、電子解析の技術が無ければここまでの完成度には至らなかったと思われる。またコンピュータデザインなど機械設計が可能になった事により、自動車をはじめ多くの工業製品のデザインが斬新に、また豊富になった。

このようなエレクトロニクス技術のブームと言える時代は1960年代から始まり、その量的速度はムーアの法則に法ると1.5年で2倍、5年で10倍になる計算である。こんな事が既に45年続き、そして今後15~25年は続くと思われる。

この進歩に重要な役割を担ったのがLSIである。LSIは大量に作らないとペイしないという特徴を持つ。しかも一国だけで消費したとて間に合わないほど大量でなければならぬ。従ってみんなに使ってもらうためには世界的規模で、日常生活に入りこむ必要がある。

1990年以前までコンピュータは一社に一台、或いはせいぜい一部所に一台備え付けられていたくらいで、各家庭にある物ではなかった。IBMがマイクロソフトの開発したソフトウェアをスタンダードソフトとして導入し、その事によってコンピュータは「パーソナル」となり、世界の人口をマーケットとして、今年年間四億台が生産されるという事態となった。マイクロソフトの成功の素因である。

昔はニーズがあって物が作られた。「必要は発明の母」と言われる所以である。また技術の発展がニーズを作りだし、社会が技術の発展を支えるという車の両輪の関係が成り立ち、技術者達は必要を満たす発明をして世に貢献するというのが当たり前であった。しかし、マイクロソフトがIBMと提携した当時に、ビル・ゲイツ氏の現在のような成功を思い描いた人はいなかったのではないだろうか。ビル・ゲイツ氏自身の頭にもその様なニーズのコンセプトがあったわけではないだろう。今の時代はビジネスと必要とは必ずしも同期していないことになる。端的に言うとLSIとはそう言った技術だということになる。

ではビジネスになる技術とは何か、そしてその場合のマーケットとは何だろうか。まず、その技術が日常生活のなかで理解され、世界の万人にこなせるレベルである必要がある。そしてその設計コストは安くなることは無いから、設計コストを割り算して分母は人間の数を超える100億のオーダーでなければならない。ロボットが使ってロボットがお金を払ってくれるのであれば無限大ともなるのであろうが、取り敢えずは人間がお金を払うのであるから、マーケットは人間社会であり、必要な事はその人間社会の観察である。ある地域の文化、そこに大量消費を受け入れるライフスタイルがあるか、子供は大切にされているか、などの家族関係なども観察対象となる。

通信分野でその事に思い当たるのが携帯電話である。携帯電話の東アジア、特に中国、韓国、日本における成功は目覚ましい。そこでこの3カ国の文化的特徴を見てみると、親は働き者で消費に向ける適当な余裕があり、子供は熱心に教育され、また甘やかされ、欲しがる物

を買ってもらえる。携帯電話やゲームなどがどうかを議論すれば答えは別だろうが、仮にヘンテコだとしても文化に裏打ちされたマーケットは存在している。

ビジネスとして特段の成功をするためには広くマーケットを見る必要があり、ライフスタイルを鑑みたマーケット・クリエーションこそ発明の母ということになる。そこで問われるのはマーケットを創る側と技術者の倫理であろう。願わくはあんまりヘンなマーケットを作ってもらいたくない。先のマイクロソフトの例にもあるように、むしろ結果的にそうやって行った、皆が納得して「こんなのが欲しかったんだよ！！気がつかなかった」と言ってもらうのを理想の形とすべきではないだろうか。

新しい技術が出てくるとそれ以前の技術を食ってしまうと言うか、失われてしまうという事があり、これに対して防戦しようとする動きも一方で出てくる。イノベーション・ジレンマと呼ばれる現象である。既に作られたインフラの廃棄や作り換え、投資の未回収、果ては「新しいものが理解できない人」など新技术を必ずしも歓迎しない阻害要因が出てくる。特に日本社会では保守的なインテリが大企業に集まり、その傾向が強いようだ。

アメリカでもその傾向は無いわけではなく、1970～80年にかけてアメリカは既存の技術や組織の飽和が起こり不況であった。その時、IBMなどの大企業を飛び出した多くの技術者達はサンフランシスコの南でベンチャーをスタートさせ、そこで世界をリードする多くのハードやソフトの開発をし、現在のシリコンバレーの繁栄をもたらしたのである。日本も高度成長のあとの飽和状態が長くつづいているので、もう少しアメリカ的になれば良いと思う。

日本がベンチャー華やかなりし頃のアメリカを、凡そ15年遅れで追っかけているとすれば2015年の日本は素晴らしい筈である。その時のテーマは一人が100台のコンピュータを使う時に何が起ころのかであり、そこにブロードバンド中心の技術に支えられた、ユビキタスの世界が見えてくるはずである。

2015年、日本の企業が世界でナンバーワンとなるためにメーカーとキャリアが新しい関係を築く必要があり、そのために通信政策、法規制は改められなければならない。次号には後半としてそんなことを書きたいのだが、そのためにもSNEEDがますます発展していただきたい。私もおおいに協力をさせていただくつもりである。



## 齋藤 忠夫 (さいとう・ただお)

東京大学名誉教授、中央大学教授、

トヨタ IT 開発センターチーフサイエンティスト

電子情報通信学会次期会長

総務省情報通信審議会座長代理、技術分科会長




影木 准子

シリコンバレーで、インターネットを活用して個人と個人のコネクションを手助けする「ソーシャル・ネットワーキング・サービス (Social Networking Service)」の利用者が急増している。日本では「出会い系サービス」などと翻訳され、恋人を見つけるといったプライベートな利用面が強調されているようだが、米国ではビジネス利用を主目的とするサイトもある。

その代表例が「LinkedIn」(<http://www.linkedin.com>) という名前のサービスだ。昨年5月にLinkedIn社の創業メンバーが、それぞれの友人、合計100人を「ネットワーク」に招き入れたのをきっかけに始まった。この100人がさらに友人・知人らを招待するという仕組みでネットワークがグローバルにぐんぐんと拡大。現在は会員数が40万人に達する勢いという。入会は今のところ無料だが、既存会員に招待されないと入れない。

いったん会員になると、他の会員を所属会社名や専門技能などで検索でき、その会員が自分と「何度」離れているかが分かる。自分の直接の友人は「1度」、友人の友人は「2度」という考え方で、自分と「4度」離れている会員まですべて、個々人の登録情報を検索し、接触を試みることができる。例えば、私もLinkedInに登録しているが、同社のサイトによると、8人の直接の友人を通じて合計15万5千人以上の会員と連絡が取り合える。

検索でいったん連絡を取りたい人物が見つければ、LinkedInのサイトで「リクエスト」を登録。リクエストは電子メールの形で、登録した本人を起点に、その友人、そのまた友人という具合に、最終的に連絡を取りたい人物まで転送されて行く。最短経路はLinkedInのコンピューターが決める。メールを中継する人たちは、「このメールを友人に転送しては迷惑になる」と判断すれば、そこでリクエストを止めることもできる。これがフィルターとなり、迷惑メールを防止できるほか、だれが止めたかは発信者には分からないようになっているので、プライバシーも守られる。

LinkedInの生かされ方を知るには、シリコンバレー在住の日本人エンジニア、Tさんの経験が良い例だ。Tさんはある日、このLinkedInを通じて見ず知らずのベンチャー企業経営者から連絡を受けた。このベンチャー企業は事業を立ち上げるためにMPEGとDVDに関する専門家を探しており、LinkedInの検索でこれらの分野を得意とするTさんを見つけた。この「出会い」をきっかけに、Tさんは現在の勤め先に在籍しながら、同社の技術アドバイザーに就任することになった。

ソーシャル・ネットワーキング・サービスがシリコンバレーで流行る理由は、ここでは「個人」が所属する「会社」を超え、人的ネットワークを構築して自身のキャリアアップにつなげようという風潮が強いからだ。米国では報酬アップのために転職するのはあたりまえ。しかも転職の大部分は知り合いの紹介を通じて実現されるのが実状で、ここではアフターファイブの会合などに参加すると、必ず積極的な名刺交換が行われている場面に出くわす。いつどこで、だれに転職のお世話になるか分からないし、今は競合会社に勤めていても、将来は同じ会社の同僚、あるいは売り手と顧客の関係になるかもしれないのだ。さらに米国のIT業界では企業の大小にかかわらず、外部の会社に業務をアウトソーシングするのが日常茶飯事。一人の独立コンサルタント、フリーランスのソフトウェア技術者に仕事を発注することも多い。LinkedInの取材で2大利用方法は求人と外注先探しと聞き、納得した。

米国では「Me Inc.」という表現がある。直訳すると「私・株式会社」だが、個々人が自分の専門技能を磨きながらどんどんキャリアの幅を広げ、あたかも会社のように収益を増やして行く状態を指している。日本でも自分の腕一本で稼ぐ料理人や大工さんには「私・株式会社」という意識が少なからずあると思われるが、米国では一サラリーマンでもこの意識が高い人が多い。こうした意識の高さや、友人・知人のネットワークを使ってでもビジネスを成功させようというがめつさが、LinkedInのようなサービスが栄える土壌を形成している。

では、日本でもLinkedInのようなサービスは流行るのだろうか。日本に住むあるキャリアウーマンから次のような話を聞いた。彼女も米国の友人を通じてLinkedInの会員となったのだが、「例え何かアドバイスが欲しいと連絡を受けても、自分の勤めている会社からんで話せないことも多いし、答えられないのよね」。

インターネットはいろいろな面から私たちの生活を変えて行く威力を持っているが、それが本当にインパクトを持つためには、社会構造の変化が先決なのだ、と考えた。



# 初めてのロボット作り

慶應義塾大学ロボット技術研究会 高橋 宏和

「あっ、動いた！！」

大会当日の朝、初めて作った自律ロボットがゆっくりと動き出した瞬間である。

製作期間は、約5ヶ月。夏休みが始まる前、ロボット作りの知識を全く持たない大学の友達を誘い、4人でマイコンカーラーの大会に向けてロボット作りが始まった。初めは、ロボット作りの基礎を学ぶために図書館やインターネットを利用し、必要な資料を集めた。赤外線センサの回路作りやマイコンの使い方を学び、実際に自律走行車型のロボット作りが始まると、失敗の連続であった。慣れない半田付けでやけどしたり、誤った仕様のモータドライバを作ってしまったりしたこともあった。ロボット作りが思うように進まないこともあったが、結果的に多くの貴重な経験ができたと思う。

今回のロボット作りで一番苦労したことは、車体の設計と製作である。必要なスピードとトルクからギア比を計算し、あれこれ議論しながら車体の設計を行った。最初は、手書きで設計図を描いていたが、最終的には、勉強のためにも3次元CADを用いて車体の設計を行った。設計図が完成すると、東急ハンズや秋葉原に行き、様々な材料に触れながら適当な材料を買い集めた。しかし、いざ材料を加工する段階になると、切削作業の大変さを身に染みて感じるようになった。車体は、ねじ穴を開けたアルミ板を組み合わせて作るのだが、ねじ穴が少しでもずれるとねじが通らなくなり車体を組み立てることができない。0.5mm以内の精度が要求される作業である。このため、切削を何度も失敗して同じ部品を何個も作ることになってしまった。切削作業の時間が予想以上にかかってしまい、大会が近づくにつれ次第に焦りも出てきたが、最後まで諦めずにロボット作りをやり遂げたことは、自信に繋がったと思う。

誤った仕様のモータドライブ回路を作ったことに気づいたのは、大会の3日前のことである。その日までは、電流不足でモータのトルクが足りず、ロボットが自律で動くことはなかった。このため、以前、試験的に作ったモータドライブ回路を取り付け、テスターを片手に電力供給法について日夜、多くの実験を行った。そして、大会の当日の朝にやっと動き出したのである。

ロボット作りは、大変面白い。一つのロボットを作るために、センサ回路、モータドライブ回路や電源回路の設計、3次元CADを用いたハードの設計、旋盤や電ノコを利用した切削作業、各 부품の配置や配線、モータ制御やマイコン制御のためのプログラミング、そして、電力の供給方法など様々な技術を学ぶことができる。しかし、ロボット作りの面白さは、単にたくさんの技術や知識を得ることだけではない。ロボット作りを通して直面する多くの問題を試行錯誤しながら一つ一つ解決していくことに本当の面白さがあるのではないだろうか。大会では、予選敗退となってしまったが、自分達の力でロボットを完成させたことにより、大きな達成感と充実感を感じることができた。一緒にロボットを作ったメンバー4人は、今年から大学4年生になり、ロボット関係の研究室にそれぞれ所属して卒業研究を行うことになった。二足歩行、サッカーロボット、学習ロボットやレスキューロボット・・・皆それぞれの夢に向かって研究を行う予定である。

# 米国のベンチャーキャピタルの現状

オリックス・キャピタル株式会社  
執行役員営業本部長 薬師寺 陽一

先日、米国のベンチャーキャピタル業界を視察する機会がありましたので、私見ではありますが、米国のベンチャーキャピタルの現状について報告します。

米国のベンチャーキャピタルは2000年をピークに、2003年第3四半期まできわめて低調で推移しましたが、2003年第4四半期に入り、やや明るい兆しが見えてきたようです。例えば投資総額は2000年の\$105.9billionが2003年には\$18.2billionに激減しており、投資件数も2000年の8082件が2003年には2715件に減少しています。が、IPOの件数を2003年度の四半期ごとに見てみると、第1四半期1件、第2四半期2件、第3四半期の9件、第4四半期17件と増加傾向にあり、ここに来てやっとIPOのWindowが開き始めたようです。

今回の視察で感じたことは、米国経済の中でのベンチャーキャピタルのステイタスの高さ、米国経済を支える一翼を担っているという彼らの自負心です。もちろん日米のベンチャーキャピタルの規模と、投資先企業への関与の方法の違いもさることながら、私としては、ある大手ベンチャーキャピタルのパートナーの次の一言が印象に残っています。

彼らは31年間の歴史を残しており、その間全投資先を通して28万人の雇用を創出し、\$80 billionの売上高を確保し、\$200 billionの企業価値を創造したと述べています。また米国では優良なベンチャーキャピタルが投資した会社は、投資家や社会的にも高い評価を受け、IPO時の時価総額も影響を受けるとのことです。

米国のベンチャーキャピタルの特徴を日本のベンチャーキャピタルとの比較で述べると、やはり「ハンズオン」と「ネットワーク」ではないでしょうか。しかし日本のベンチャーキャピタルでも「ハンズオン」と「ネットワークは」ここ数年重要視されており、「より進化した」という形容詞が付くというのが妥当でしょう。「ハンズオン」で日米の決定的な違いは、投資先のCEOを交代させるかということことです。

米国のあるベンチャーキャピタルのパートナーの話では、ハンズオンで最も重要なことは適切なCEOを採用することであり、同社は投資先の約1/3のCEOを同社主導で交代、採用したということ。CEOの採用には豊富なネットワークと投資先の業界での高度な専門性が必要とされ、また日本では米国と異なりCEOレベルの人材の流動化が活発ではありません。そういった意味では本格的な米国流の「ハンズオン」が日本で活発に行われるには、もう少し時間が必要かもしれません。

今回訪問した先で、常に彼らが強調したことは「ネットワーク」という言葉です。ベンチャーキャピタルの主要な業務の「ファインディング」「デューデリ」「投資先の支援（ハンズオン）」などにおいて「ネットワーク」はきわめて重要です。高度な

専門性を持っている彼らにおいても、全ての分野へのエキスパートになることは困難であり、効率よく高度な業務を成し遂げるには外部の専門家のネットワークが不可欠となります。ファイディングは投資対象業界やベンチャーキャピタル間の人脈および法律事務所、コンサルなどの外部ネットワークに依存しています。またデューデリでは独自のレファレンスを行うための業界人脈が重要であり、投資後の営業紹介などの顧客支援もキャピタリストが持つ人脈が必要になります。さらに米国ではEXITの8割がM&Aによるものですが、その際の売却先の紹介もキャピタリストの業界ネットワークが有効に機能します。すなわち、ベンチャーキャピタルにおいてネットワークの構築は、その投資のパフォーマンスに大きく影響することになるわけです。

さらに彼らが強調していたことは、ベンチャーキャピタル投資というものは、ハイリスク・ハイリターンということです。(当たり前のことですが) どんなに優秀なパートナーであっても、数多くの失敗の経験を持っており、その失敗にめげず、果敢にリスクにチャレンジする事が必要です。投資先の企業が苦境に陥っても、短期的に判断し、安易な回収などの動きをせず、その企業のテクノロジーや市場性、将来性が確信をもてるなら、決してあきらめない。その企業を忍耐強くサポートする事が双方に果実をもたらす道だと、あるキャピタリストは述べています。

また当然のことながら、バリュエーションの低い企業への投資が基本戦略であり、魅力的な企業でも彼らの判断した企業価値より高ければ、あえてそのディールから身を引くだけだとしています。日本のベンチャーキャピタルが投資競争に陥って、その企業の実力以上の株価で安易な投資を実行している現状からすると、我々にとって耳の痛いことではないでしょうか。

以上色々と言いましたが、これらのことははっきり言って目新しいことではなく、ベンチャーキャピタルからすると基本的かつ当然のことだと思います。

日本のベンチャーキャピタルにとって大事なことは、常に基本を忘れず、ベンチャーキャピタルの役割とは何かを心がけ、使命感とプライドを持って業務に取り組むことではないでしょうか。

## 薬師寺 陽一 (やくしじ・よういち)

オリックスキャピタル(株) 執行役員営業本部長

98年よりオリックスキャピタル投資営業部

趣味は、野球観戦。休日には少年野球チームのコーチも務めています。

# インキュベーションを思うとき



日本ベンチャーキャピタル株式会社  
小林 卓司

SOUL — 人にかかわる態度の基本 (成長発達促進プログラム法的一种)

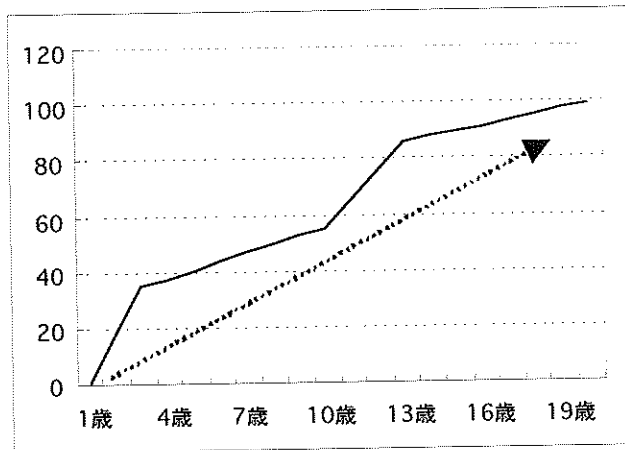
- u 「S」・・・沈黙 (Silence) ~ 簡単に声を掛けないで主体性を引き出し
- u 「O」・・・観察 (Observation) ~ 注意深く観察して、推測し
- u 「U」・・・理解 (Understanding) ~ 情報から相手のこと理解して
- u 「L」・・・聞くこと (Listening) ~ 言っていることをよく聞く

二ヶ月程前のこととなりますが、『僕と彼女と彼女の生きる道』というTVドラマが話題となりました。ご覧になられた方も多いと思われそうですが、簡単にストーリーをご説明しますと『妻と子供を持つエリート銀行員が、妻に突然に蒸発・別離される。そして一方的に離婚を突きつけられることに。妻と別離後、仕事に追われながらも残った子供の世話や面倒を見るうちに子供への愛に目覚めていく。そして男は、トップエリートの座を捨て銀行を辞め、子供と共に生きていくことを決意。だが、その後現れる妻との親権を争う裁判で審判は・・・』この決して変哲の無いドラマだったのですが、視聴率は20%以上を記録。小生もついビデオ録画しながら最後まで視聴してしまいました。常日頃より業務に忙殺されている企業戦士には思い当たる節があるドラマではなかったかと思われます。

このドラマのご案内をさせていただいたのは、子供のことにはまるきり無縁・無関心であった小生ですが、あるときから自分の子供を介してベンチャー企業の育成精神にも通じる小児医療・教育の現実を知ることによって端を発します。通常子供をお持ちの方であれば身を持ってご存知であると思われそうですが、子供の肉体と精神面の成長カーブは、成人を100とした場合、個人差もありますが1歳～5歳くらいまでの成長が20～30以上到達すると言われていています。また、思春期の二次成長期も成長性は著しい期間です。こうした急激な成長期に人間として必要な基礎的能力が、肉体的にも知能的にも構築されるのはご存知のとおりです。こうした前提を踏まえて我が国の健康診断制度が、昭和36年・母子保健法にもとづき実施されております。その目的は、「幼児期において身体および精神の発達において最も重要な時期である三歳児に対して、総合健診を実施して、その結果にもとづき指導および措置を行う」ことです。その後、1歳半健診の実施(昭和52年～)など小児の早期療育に効果を上げてきました。ところが、その半面で健診がいつのまにか「問題なく順調に発達している子」「おりこうさん」に太鼓判を押す場になってしまい、ちょっと標準から外れていたり、小さめだったりすると、「経過観察」や「指導」の対象とされる場合があります。所謂「グレーゾーンの子供」の増加です。「グレーゾーンの子供」とは、「障害あり」とも「障害なし」とも決めかねる「ちょっと気になる子」の存在です。このことが現在のお母さん達に、健診を大きなプレッシャーと感じさせる原因となっています。

「アインシュタインは4歳まで喋らなかった」と言われておりますが、事実、小生の子供がどうやらこの「ちょっと気になる子」の判定を受けてからは、状況が一変しました。特に家内にとっては、非常にシリアスな問題として受け取っており、当初精神的プレッシャーは計り知れないものだったようです。こうした子供の状況にも日々の業務に追われて何ら省みない態度で振舞っていた小生も、夫婦同伴でST(言語聴覚士)の方と面談をする場面に引き合わせられました。(ちなみにこの言語聴覚士の先生は東京大学教育学部で心理学を専攻され国立聴力言語センター専門職員養成所の卒業です。)その先生からは、極めて冷静な意見をいただきました。家内から聞いた子供の症状に関する一方的な意見に対して、希望と光明が見出すことができました。「そもそも人間の成長は、千差万別ですし健常者と言われる定義に到達するまでの時間はまちまちです。20歳にその同年代の方に追いつくペースで見てもいいのでは・・・。」そうです。先天的な事例

を除けば、成長曲線は、環境やタイミング、どういった関わりを外部環境から得てきたかによって変わってくるのです。



ベンチャーキャピタリストは、各ベンチャー企業の方々との関わりを持つ中で、企業の成長スピードに注視してモニタリングをし、また業績を積極的に分析して成長阻害要因をいち早く発見、対策を講じていくことが企業成長のフォローアップに繋がると認識しております。そのためには、その投資先企業の経営者がアドバイスを進んで受け入れてくれる意向を持っていることが大事ですし、俗に言うヒト・モノ・カネの経営資源について、投資先の状況に応じた組み合わせを考えながら適宜投入していくことが求められます。ただ、得てして投資家は性急な結果を求めがちです。冒頭の「SOUL」という頭文字に表される成長発達促進プログラム法が、子供にかかわる対処療法だということですが、例えば『S=慎重に』『O=おおらかに』『U=ゆっくりと』『L=凛とした』態度で待ち、育てる姿勢も大事かもしれません。言語聴覚士の先生のようにベンチャー経営者にたずさわる姿勢が求められるのではと・・・。

さて、子供が「グレーゾーン」のおかげで小児医療の現状やその需要と医師のギャップなど、昨今の診療報酬の問題や外科・内科偏重の医師界の姿を覗き見たような気がしております。ただ、半年近く待たされた小児心療の先生からは“極端な異常は見受けられない。しばらくは様子見。”と告げられ、目先は安堵しましたが、まあ気長な姿勢でのぞむつもりです。おかげで副産物として家内をはじめ家庭内のコミュニケーションがはかれ、“家庭内インキュベーション”は、しばらく視界良好です。

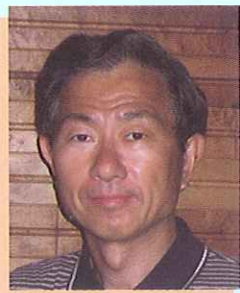
## 小林 卓司 (こばやし・たくじ)

1998年立教大学社会学部卒業。日本ベンチャーキャピタル株式会社投資部  
第四チーム課長。株式会社東京都民銀行を退社後、2000年より現職。  
IT分野及び既存ビジネスからの脱皮型 (INNOVATION) ベンチャーに注力。

- c 練習場でもっと打ち込んでくるべきだったと考える。
  - d どのドライバーを使ってもだめかと、悲観的になる。
3. 崖の下からブラインドになっているグリーンを狙う。キャディは崖の上でピンの方向を知らせている。打った。ところが、自分ではあると確かめなかったガード・バンカーの中に、ボールは止まった、そんな時あなたは、
- a キャディの奴、なんでバンカーがあることを教えないんだ。
  - b ついてない。もう1メートル先へ行けば、ピンにぴったりだったのに。
  - c グリーン周り確かめてから、がけの下へ降りるべきだった。
  - d なんてドジな男なんだろう。
4. パットをしたら、方向がずれて、カップの向こうにあった他のプレーヤのボールに当たってしまった。二打罰打をとられた。そのときあなたは、
- a マークをしておかないなんて、なんて気の利かないゴルファーなんだ。
  - b めったに当たるもんじゃなければ、びっくりしたなー、もう。
  - c 不注意でつまらんミスをしたもんだ。
  - d あんなところのボールにぶつけるなんて、なんて下手なんだ。
5. ひどく大たたきしたゴルフの帰りの車の中で、あなたはその原因を次のどれに求めようとするか、
- a コースの難しさ、パートナーとの不調和。あるいは、キャディと気が合わなかったことなど。
  - b 数々の不運。
  - c 練習不足。
  - d 能力、才能の不足。

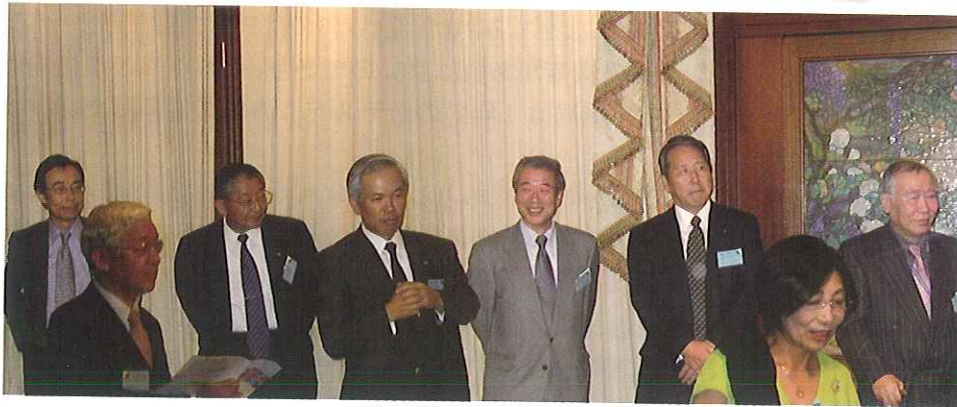
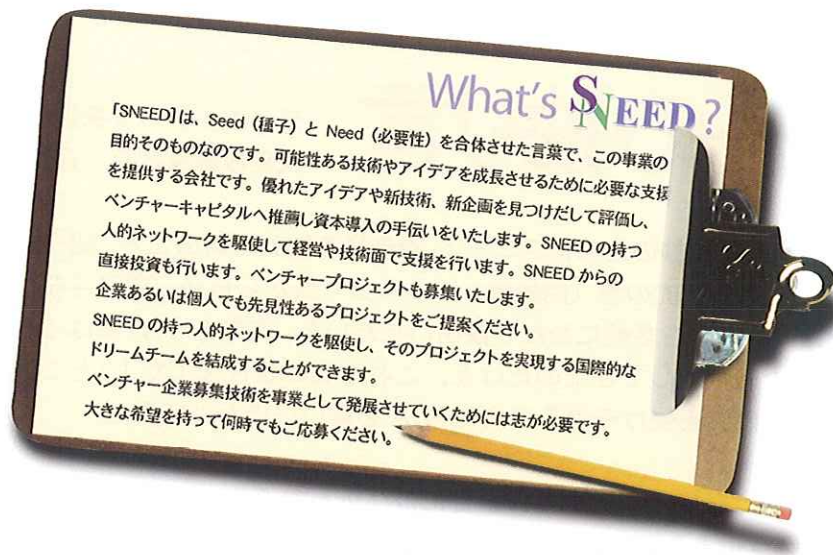
採点方法：選んだ a,b,c,d によって点数をつけます。

a:0点 b:1点 c:3点 d:2点とします。合計点は最高点が15点となります。点数の高い人ほど、ゴルフの上達に向いている性格であります。11点以上なら、強いゴルファーになる希望は大きい。5点以下に人はスポーツの上達には向いていない。これらのテストが悪くても悲観しないで頑張りましょう。有難うございました。



### 佐野 充 (さの・みつる)

日本オリベッティ(株)、松下電送(株)、サンマイクロシステムズ(株)を経て、  
シトリックスシステムズジャパン(株) 代表取締役、  
バリサート・ジャパン(株)代表取締役  
2003年5月、プログレッシブ・システムズ社設立、代表取締役就任



## We're SNEEDERS!

秋山 正樹	松下電器システムソリューションズ	社長
有村 正意	株式会社 NTT ドコモ関西	代表取締役社長
石田 祐子	ジャパンデータコム株式会社	代表取締役
竹内 敏晃	日本電波工業株式会社	代表取締役社長
竹内 修	株式会社ニッシン	代表取締役
田中 征治	株式会社 NTT ドコモ	顧問
中西 道雄	ユーティースターコムジャパン株式会社	代表取締役社長
服部 純市	セイコーインスツルメンツ株式会社	代表取締役副会長
平田 康夫	株式会社 KDDI 研究所	代表取締役会長
本多 弘男	ぶらっとホーム株式会社	取締役会長
森寺 章夫	株式会社 スニード	代表取締役社長
Isabelle Hupperts	European Business Group	Ex-Chairperson
Amos Fiat	Professor	Tel-Aviv University
Micky Cohen	Shanit	CEO

### お問い合わせ

東京都港区赤坂 6 丁目 6-28 赤坂カムフィーホームズ 6B

Tel 03-5574-7367 Fax 03-3582-2097

株式会社 SNEED 『SNEEDING』 編集部

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



# 社長の独り言

デジタルアーツ株式会社  
代表取締役社長 道具 登志夫

先日、ある案件の相談のためにスニード 森寺様を訪ねた時のこと。紹介先のご経歴に話が及んだ際に、虎の巻（閻魔帳？）よろしく懐からPDA（電子手帳）を取り出され、先方のご経歴を多岐にわたり説明いただいた。森寺さんは「私はこういうことで競争相手と差別化してきたのだけど、これも私の世代までだよ」とご謙遜されたが、私は大変感銘を受けその日の内にPDA を買いに出かけてみた。

ショップに着くなり、様々なPDAが目飛び込んでくる。【○○機能搭載 3万円】、【高画質カメラ付き5万円】、見れば見るほど高機能なものが欲しくなるから不思議である。しかし、よくよく冷静になってみれば、欲しいのはPCに接続でき、カレンダー、簡単なメモ、アドレス帳の機能があれば良いのであり、それ以外の高機能はさほど必要ないことに気づいた。結局は1年前のモデルを1万円で購入した。

市場には欲しい仕様以上のモノが高値であふれ、半年もすれば値段が崩れていく。そもそもモノの値段は、そのモノを作るために「どれだけ費用（原価）がかかり」かつ「それにどれだけ適正な利益を載せるか」から決定されるのが、モノ作りをする側からみて納得感のある方法だと思う。しかし、市場では競争により、より利益が適正化されるか、費用の圧縮が求められる。つまり、ディスカウントだ。よって、新機能搭載などの目新しさを恒常的に追及し、すこしでも値段を維持する工夫が必要になる。

ちょっと前までは底なしのデフレスパイラルで、すべてのものがどこまでも安くなって行き、しまいにはお金をあげるからモノを買ってくれと頼まれていくような錯覚さえ覚えたことを思えば、景気が上向いてきたということだろうか？

それはさておき、本来モノの値段の適正さを判断するのはお客様であり、お客さまが払っても良いと判断した金額が適正な値段であることは疑い様もない。よって、お客様の判断した適正な値段には、先の原価なんて一切関係ないのである。有名画家の絵や、デザイナーズブランド品などに、原価に比べればはるかに高い値段でも購入するお客様が存在しているかと思えば、一方では、私のように原価割れした旧型を購入する場合もある。この違いは何であろうか？先進的な新しモノ好きを除き、おそらく原価以上の高値で買うお客様は、製作者の創造性や知恵を値踏みしているのだろう。つくづく創造性や知恵とは大事なことだと思う。

では、創造性や知恵の使い方は、モノを作ることに限って重要なことであろうか？否。あらゆることに重要なことは言うまでもない。身近なことでは仕事のやり方にもあてはまる。

高校野球を見ていると常に全力投球で、その姿には感動を覚える。しかし、プロ野球はどうかといえば、ここぞ！の時にのみ全力投球をしているようだ。また、夜遅くまで努力してもいつまでたっても仕事の山が減らない社員もいれば、定時に退社しても常に仕事を綺麗に片付ける社員もいる。この違いはどこから来るのか？高校野球は、その瞬間が全てであり何事にも全力投球する、つまりアマチュアだ。かたやプロ野球はシーズンやプロ人生といった長期スパンでモノを考える必要があり、抜くところは手を抜くのである。常に全力投球ならシーズンはおろかその試合すら完遂できないはずだから、プロフェッショナルとしては当然のことといえば当然だ。その観点で効率の良い社員を見ていると、確かに手を抜くところは手を抜きつつ、一回の努力で複数個の仕事をこなせるようしているようである。これも長い会社人生を、「効果的に成果を残しつつすごして行く」ための創造性や知恵の使い方だと不謹慎ながらも感心した。

ソフトウェアという道具（道具が道具を作るといった笑いはさておき）を開発し販売する企業運営としている私も、社員以上に創造性や知恵をめぐらせないといけない。起業十期目の節目を迎え、お客様・株主・社員のためにも、この会社を出来るだけ早期かつ確実に大きく育てることに私の創造性や知恵を費やすと決意を新たにしている。このためにも、先人の創造性や知恵を借りて行こうと思っている。つまり【先人の創造性や知恵の循環】に【私の想像性や知恵】をめぐらすのである。そんな中スニード様との出会いは、先の差別化へのご努力も含め、非常に質の高い想像性や知恵を持たれた先人に会えた思いがしている。上手い循環が達成できるよう知恵をめぐらせるので、長くお付き合いいただけたら幸いである。



### 道具 登志夫（どうぐ・としお）

東京都出身  
新日本工販（株）（現（株）フォーバル）、（株）マクロシステム、  
TDK コア（株）を経て1997年10月デジタルアーツ株式会社  
代表取締役社長 就任  
NPO 法人サイバーボール及びメディカルブリッジ理事就任  
趣味は読書（ビジネス書）、ゴルフ

## これからのベンチャー起業家と学生へのアドバイス

ユーティースターコム（株）代表取締役社長へのインタビュー

中西道雄 インタビュアー 高橋宏和

中西道雄氏は、通信の専門家として三菱電機（株）に長年勤務され、一昨年の3月に常務取締役を退任された。現在は、ネットワーク機器や中国でのPHS事業でトップシェアを誇る外資系ベンチャー企業UTStarcomの日本法人の代表取締役社長として活躍されている。日本の大企業と外資系ベンチャー企業での経営経験を持つ同氏に、これからの企業のあるべき姿を含めて起業家や学生へのアドバイスを伺った。

### ■インタビュー内容

#### (1) 成功するベンチャー企業とは？

一般に、ベンチャー企業が成功するか失敗するかは紙一重ではないかと思う。ただし、事業が成功するためには、「天の声」・「地の利」・「人の和」の三つが揃う必要があると思っている。ここでいう「天の声」とは、時代の要請或いは社会のニーズのことである。いくら、技術的に優れた製品を開発しても、その製品に対する社会のニーズがなければ事業の成功は難しい。従って、何か新しい事業を立ち上げようとするときは、今、世の中の人たちはどういったものを必要としているのか、そして自分の開発したものがニーズに合っているかどうかについてよく検討する必要がある。また、「地の利」とは、自分に能力があり、それを生かせる環境に恵まれていることである。いくら素晴らしいビジネスモデルを考案したとしても、それを実現できる能力と環境がなければ、事業は成功しないであろう。最後の「人の和」とは、物事を実現するために必要となる「人の協力」である。新しい事業に対して社会のニーズがあり、自分にそれを実現するための能力が備わっていると、自分一人で事業を成功させることは難しい。やはり、物事を実現するためには、多くの人の協力が必要である。そのために、ベンチャー起業家は、多くの人たちと交流し、その人脈を大切にしながら、お互いに助け合いの精神を持ち続ける必要がある。失敗するベンチャー事業というものは、この「天の声」・「地の利」・「人の和」のどれかが欠けているからではないだろうか。特に、初期段階のベンチャー企業は、技術力を持っていても、経営力や営業力が乏しいことが多く、事業を成功に導いていくことが難しいと思われる。また、技術中心の事業というものは、ニーズに合致していないことが多く、販売促進に対しても障害が大きい。従って、ベンチャー起業家は、この「天の声」・「地の利」・「人の和」の三つを常に意識する必要があると思う。我々Sneedersが、ベンチャー事業の市場性を見極め、営業支援を行い、ベンチャー事業発展の一助となれば幸いである。

#### (2) UTStarcomと日本企業との違いは？

現在、ユーティースターコムジャパン（株）という外資系企業の代表を務めているが、この会社は日本企業と比べると少し変わっている。例えば、日本の多くの企業は階層構造となっており、意思決定に時間がかかるが、ユーティースターコムは「ナベブタ構造」なので、即断即決で意思決定ができる。また、会社にとって一番重要なことは、「利益」ではなく「成長」であると考えている。これは、いくら「利益」を得ることができたとしても、会社が成長しなければ意味がないと思うからである。そして、会社が成長することは、社内の活性化に繋がるため、より多くの社会的貢献ができるのではないだろうか。しかし、一方で会社が成長するためには、事業分野の拡大を行う必要があるため、いかに「地の利」を作っていくかが重要な鍵になってくる。

さらに、会社を活性化するためには、一般的な雇用制度や給与体系を変える必要があると思う。つまり、企業の成長には、従業員一人当たりの生産性を高める必要があり、給与条件が従業員のアウトプットを反映しているかどうかが重要となる。例えば、ユーティースターコムジャパンでは、固定給が6割、変動給が4割という形をとっており、変動給は個々の月次の成果により決定している。このようにして、従業員のモチベーションを上げることが非常に重要である。そして、既存の会社制度にとらわれることなく、どんどん新しい制度を取り入れスタートアップカンパニーの精神を持ち続けることが、これからの企業に必要なことではないだろうか。



### (3)大企業とベンチャー企業の違いは？

まず、日本の大企業の人材は世界に誇れるもので、一人一人を見れば非常に優秀であるといえる。しかし、いくら個々が優秀な能力を持っていたとしても、その能力が生かされているとは言えず、使う側に問題があるのではないだろうか。一方、ベンチャー企業は、技術力があっても企画・営業・経営の面で大企業と異なり、組織化されていないため、会社全体として力不足であることが多い。ただし、一人でも優秀な人材が得られれば、その能力を生かせる場であるともいえる。

ベンチャー企業の経営者は、大企業の経営者より若く発想力も違う。ベンチャー起業家は、社会にいかに関与できるかということを考え、しっかりと自分の価値観を持って事業を展開する必要がある。そして、このようなベンチャー企業が生まれるためには、多様な価値観が共存できるような社会構造が必要であり、このような社会が実現すれば、ベンチャー起業家が存分に事業を行える時代が到来するであろう。

### (4)学生へのアドバイスは？

私は、三菱電機に長年勤めていたが、この会社に入社したのは、自分のやりたい大きな仕事ができると思ったからである。これから社会人となる人は、自分の本当にやりたいことを見つけ、仕事の意欲が湧くような職業を選択しなくてはならないと思う。そして、自分の能力に応じて、やりたい仕事と職業のマッチングができるように自己分析と企業分析を十分行っていく必要があると思う。

#### ■所感

今回、私は、学生の立場から中西社長に質問させて頂き、大変貴重なお話を伺うことができた。「天の声」・「地の利」・「人の和」についてのお話を伺って、これはベンチャー企業が成功するためだけでなく、すべての物事を実現するために必要不可欠なことではないかと思った。例えば、私は、今年の4月から大学4年生になり、卒業研究を行うことになっているが、卒業研究で良い成果をあげるためにも「天の声」・「地の利」・「人の和」が必要であると思う。

また、企業に就職しようと考えている学生にとって、今回の中西社長のお話は非常に役に立つと思う。中西社長が述べたように、これからは多様な価値観が共存できる社会が形成されていくとすれば、自分のやりたいことを早く見つけ出し、自分の能力と職業をマッチングさせることが重要になってくると思う。

高度成長時代と異なり、これからの企業がどうなっていくか誰も予測できない。昔のように、大企業に就職すれば、一生安泰と思う学生は、ほとんどいないのではないだろうか。私も、将来、大企業に就職するか、ベンチャー企業に就職するか迷っている身であり、中西社長の大企業とベンチャー企業の比較論は大変参考になった。大企業とベンチャー企業のどちらにおいても必要な人材と見なされるように、自分の能力をできるだけ高め、やりたい仕事を早く見つけたいと思う。



# 秋葉原からIPO

ぶらっとホーム株式会社  
取締役会長 本多 弘男



私は生まれも育ちも秋葉原である。その秋葉原でぶらっとホームという会社を1993年に立ち上げ2000年にマザーズに上場した。当時既に50歳を過ぎていたのでシニアからのベンチャーの成功例として話題となり、いろいろな人から状況を聞かれたり、講演を頼まれたりしている。が、実は、それ以前の若い時に同じ秋葉原で本多通商と言う会社を設立し、かなりの成功の実績があったので事業の現場は心得ていた。しかしながら若気の至りとでも言おうか、当時の本多通商は華々しすぎのところもあり、倒産してしまった。その後しばらく勤めたりもしてみたが、当然のごとく私は会社や組織からはみ出してしまい、失敗の経験を生かしてもう一度事業を立ち上げることにした。

一方、私自身心が若く、何でも新し物好きの面白がり屋だからなのか、はみ出し気味の若い人とはうまくコミュニケーションが取れたのだろう、私のところにはたくさんさんの若い連中が「オヤジサン」と言って慕ってきてくれた。現在IT業界で活躍している人の多くを育てたのは自分だと勝手に信じ込んで、一人で小気味よく、また誇らしい気持ちになっている。

私のオモシロイ物好き、楽しいこと好きは本多通商時代からで、大企業が手を出せないマニア向けと思われる商品を次々に発掘し、それを若者仲間で「皆でそだてよう」と言っているいろいろ仕掛けたりもした。その辺の칸どころを得ているらしく、後に私以外が大儲けをしたNifty-ServeやVENUS-Pなども含まれている。なぜ私以外がと言うと、大抵の場合、私のアイデアは当たっているのだが時期的に早すぎてお金にならない。それならじっと我慢しながら時期を待てば良いのだが、そこがダメ、ついべらべらしゃべって結局は大会社さんがチャンスをめがけてドーンとやってきて、こちらはユビを咥えてみている事になる。

この칸どころについて「本多さん嗅覚」はどこから来るのですか、とよく聞かれるのだが、これが説明できない。自慢ではないが英語もたいして出来もしないのに、すたすたアメリカまで出かけて行って、いろんな新しいもの、オモシロイ物を見つけてくる。コンピューターショーなどでは雲よ霞と見渡す広い会場にありっただけの新しい物が並んでいる。その中でどうやって次に当たるものをより分けてくるのか、きっぱりとは言えないのがもどかしいのだが、しいて言えば私の思想が単純な故に本当のものが見てくるのではないだろうか。「アホだから」と言うことにしている。

アキバのヤマシタキヨシ (山下 清画伯、申し訳ございません)

アホが面白がりたいためにあれこれ仕入れてきた中にLinux がある。なぜLinux に興味を持ったかと聞かれると、これはきっちり答えられる。先ずOSがタダと言うのは明らかな合理性では無い。あれこれ開発するにもライセンス料が高くて、という経験をした方は私だけではないはずである。そしてマイクロソフトは鼻持ちならぬと思っていた人も私だけではなく、例のアキバに集まる仲間も「そうだそうだ、これを育てよう」と国内のユーザを集めてユーザ協会を立ち上げる事にした。もちろん、アキバのオヤジの号令にしたがってくれるアキバ人脈が効いてあつと言う間にできてしまった。

そしてぶらっとホームはLinux をメインに出発し、例によって少々早すぎの感があったが、タダという合理性に自然の流れで、業績はうなぎ上り、8年後にIPOをすることになった。しかしながら「いまどき」のベンチャーらしくIPOがそもそもの目的だったかと言うとそうではなく、やがて大きな資金が必要になる時期がきた。そんな時でも銀行さんはなかなか相手にしてくれないのはもちろんだし、ましておや私の場合倒産の実績まである。そこで創業の時に協力してくれた皆さんに相談をして、リスクマネーでない資金調達をする事にした。おりしもITバブルの時であり株価に高値がつく幸運にもめぐまれた。

現在は昨年還暦を迎え、ぶらっとホーム会長として社内外を見渡しながら楽しく過ごしている。若いアキバオタクが立ち上げるベンチャー企業に頼まれて出資して、うまくIPOにこぎつけた場合、自分へのご褒美と称して趣味の手作り時計のコレクションに遣ってしまう。世界に数点しかない芸術作品を腕に友人達に自慢して見せびらかすのも心地よい。

ではどんなベンチャーが良いかと言えば偏に社長さん次第であるように思える。

1. 社長が優れたプロデューサーである事
2. おおむね技術屋社長はバランスシートが読めないのもので、その辺の良いパートナーを持っていること
3. 型にはまらない異端児 (発想が特異であるという意味での) であること
4. 面白がる精神を持っていること
5. 仲間を集められる人柄であること
6. 苦言を呈してくれる部下を持っていること

当たり！我こそベンチャーにぴったりとお思いの向きは、理念とアイデアを持って創業していただきたい。そしてSNEEDの顧客となって相談に来てほしい。SNEEDはある時はエンジェ尔的に、ある時はアドバイザー的に支援をし、その上に私の専門分野のニオイをお教えすることができれば鬼に金棒となるはず？である。

# SNEEDING No.2のための活動報告

(株) SNEED代表取締役社長  
森寺 章夫

花に水やったり、読書三昧で過ごす日々にあこがれて富士通を引退したのだが、縁あって(株)SNEEDの社長をお引き受けして二年が経った。その間、大会社では経験出来事無かった事柄や人々との交流があり、今更ながら世の中の広さを実感でき、おおいに楽しんでいる。

おかげで家人や友人、医者からも以前より健康になったと言われ、私自身も健康に対して大いに自信を回復した。一方、趣味の映画の収録数が1000本を超え順調に集まっているのは良いのだが、SNEEDの活動が結構忙しく、溜め込んだ映画を見る時間が無くなり、この分でいくと予定外に相当の長生きをしないと間に合わなくなってきたのは困った事である。

SNEEDの仕事は主にベンチャーキャピタル及びベンチャービジネスさんのお手伝いであるが、VCさんに対しては技術とビジネススキームの目利き、またVBさんに対しては営業支援、技術コンサルタント、市場調査及び分析などをする事が主である。加えて最近M&Aのお手伝いや技術者のリクルートのお手伝いも手がけはじめた。外国からの投資によるファンド作りの企画などに余る相談にあずかったりもしている。またSNEED自身がファンドを持つことへの努力も、就任以来地道に続け、各方面との折衝にあたっている。

主だった支援企業をご紹介しますと、昨年来支援をしているプログレッシブ・システムズ株式会社さんは電子政府に連なる技術を柱に目ざましい躍進をしておられ、はなはだ小額でお恥ずかしいのだがSNEEDよりの出資もさせていただいた。また携帯電話を使ってCDの販売促進を行う事を考えつかれた、株式会社ジャングルさんも、大企業ではとうてい考えられない発想とエネルギッシュな行動力をもって頑張っておられ、我々は度肝を抜かれたり、勇気付けられたりしながら応援をさせていただいている。

その他、特筆すべきは携帯電話に2次元バーコードの読み取りをさせることを使った新ビジネスの相談が数多くよせられた事だ。中には頼もしいと思われるビジネススキームもあったが、一方思いつきは良いものの、システムと収益構造の関係がはっきりしないものも多かった。

ご相談を受ける経緯は主に3つ。(1)SNEEDERSからの推薦による (2)VCさんからの御紹介による(3)Webを見て自ら御連絡を下さる一般の方。(1)のSNEEDERSからの紹介は、たいていの場合テーマがSNEEDの得意分野であり、すぐにでも何らかのお手伝いが出来ている。(2)のVCさんからのご紹介も有難く数多くの相談を寄せていただいて感謝をするとともに、VCさんの情報収集能力の高さには敬服しており今後一層の連携をお願いしたいと思っている。

残念なのは折角一般の方がWebを見てコンタクトをしてくださるのだが、たいていの場合単なる思いつきの域を出ないものが多く、事業として成り立たせることが難しい提案が多いためお役に立てていない。しかしながらそれぞれの方の発想の豊かさにはいつもながら感心させられ、ベンチャー企業である我々自身多いに力づけていただいている。一般の方々にはどうか懲りずに提案をいただきたい、とお願い申し上げます。

現在は仕事には結びつかなくても、将来何らかの形で結びつきたいと思っている分野がバイオである。あるVCさんの御紹介を得て早稲田大学研究室をお尋ねした時は本当に楽しかった。その研究室では養分を含ませたゼラチンのような膜の上に植物を植え、根を張らせ、成長させる実証をしていた。そこで育てられる植物はコミュニティを作るらしく、互いに協力し合い、援助しあって均一な成長をする。「ずるをして怠けるヤツはいないのですか」と聞くと「植物の世界は性善説です」とのロマン溢れるお答え。食料増産、砂漠の緑化、生活環境の保全などに役に立つとおもわれる頼もしい技術と、我々の見てきたbit, byteの非現実的な世界、便利にはなったが新しい形の犯罪や迷惑も多くなった通信の世界とを見比べて、夢多く人の役に立つバイオの世界に少なからず憧れを抱いた。是非SNEEDの分野の一つにバイオインフォマティクスを加えたいと願っており、皆様のご協力をお願いしたい。

そしてSNEEDは今後もVBさんの活力と思いこみをエネルギーとさせていただき、またVCの方々の情報収集能力にご支援を頂戴しながら、会社の枠を超えての交流から新しいビジネスのあり方を生み出すべく、楽しみながら努力をしていく所存である。そして、人のお役に立ちたい、と創設したSNEEDをどなたにでもお気軽に利用していただける様、内容の充実を計っていきたい。

最後に、私の世間を広げ視野を広げ価値観を多様化して下さっただけでなく、健康回復にも拘わって下さったVC、VBの方々を初めSNEEDERS及び所縁の方々々に感謝を申し上げます。

# Venture Business Yellow Pages



伊藤忠テクノロジーベンチャーズ株式会社

担当: 佐藤 元信  
 分野: 情報産業全般  
 営業支援主体のハンズオンを特徴とする

TEL03-3497-8077 <http://www.techv.co.jp> E-mail:m.sato@techv.co.jp

〒107-0061  
 東京都港区北青山 2-5-1 伊藤忠ビル 18F  
 代表取締役社長 安達 俊久



キュービットスターシステムズ株式会社

CEO 関 信彦  
 分野: IT  
 コンピュータのシステム技術の研究、開発、販売

TEL03-5484-6655 <http://www.qubitstar.com> E-mail:bcc@qubitstar.co.jp

〒108-0023  
 東京都港区芝浦 3-15-6  
 鳥倉田町ビル 3F



株式会社オールビーインベストメント・アンド・コンサルティング

代表取締役 PE 担当 山田 陽次  
 分野: 全般及びPEファンドの組成と運営  
 独立系、独自色の投資会社ベンチャーキャピタルです

TEL03-5733-4090 <http://www.rbico.co.jp/> E-mail:y.yamada@rbico.co.jp

〒105-0004  
 東京都港区新橋 5-9-1  
 野村不動産新橋 5 丁目ビル 7F



プログレッシブ・システムズ株式会社

代表取締役 佐野 充  
 コンピューターソフトウェアの企画、開発及び保守に関する業務

TEL03-3516-2890 <http://www.prog-sys.jp> E-mail:msano@prog-sys.jp

〒103-0023  
 東京都中央区日本橋本町 1-3-8  
 共同ビル



エムエス投資顧問株式会社

取締役営業部長 松田 久博  
 分野: 全般

TEL03-5542-3974

〒104-0032  
 東京都中央区八丁堀 4-4-5  
 市川ビル



デジタルアーツ株式会社

代表取締役 道具 登志夫  
 ・インターネットセキュリティ関連ソフトウェアの企画・開発・販売  
 特にURLフィルタリング向けソフトウェア開発・販売に注力  
 ・各種ユーティリティソフトの企画・開発・販売

Digital Arts Inc.

TEL03-5485-1330 <http://www.dajco.jp> E-mail:open\_sneeding@daj.co.jp

〒197-0061  
 東京都港区北青山 3-6-16  
 佐阿徳ビル



株式会社メディケア

代表取締役 松田 力  
 「イージーおらほー」自動ホームページ作成システム販売、  
 医薬品卸、医療器販売

TEL027-230-8711 <http://mc55.co.jp> E-mail:abc@als.co.jp

〒371-0055  
 群馬県前橋市北代田町 640

SNEEDING No.2 2004年5月20日発行 (年2回発行)  
 [発行者] 株式会社 SNEED SNEEDING 編集部 [印刷] サンワ印刷紙工株式会社 [デザイン・制作] 松岡 潤  
 〒107-0052 東京都港区赤坂6-6-28 カムフラードホームズ6B TEL 03-5574-7367 FAX 03-3582-2097

定価 500 円