経営・人事

新人脈 地脈

NILS（北海道・宮崎）

ITの親睦・協業生む

インターネットやIT（情報技術）企業の経営者らが年に二回、北海道と宮崎に集まる会合がある。「New Industry Leaders Summit（NILS）」は、業界の最新事情の把握や人脈開拓・維持ができる招待制のイベント。講演やプレゼンテーションの合間にはパーティーなども多く開かれ、単なる名刺交換会ではなく、相互理解の場として活用できるようにしている。

旗振り役はベンチャーキャピタル、グロービス・キャピタル・パートナーズの小林雅氏（32）。「日本のベンチャー企業をもり立てていくには、コミュニティーの形成が重要」と呼びかけ、二〇〇四年十一月に初会合を開いた。九十人からスタートした会合は、回を重ねるごとに参加者が増加。五回目となった昨年十一月には、参加者が二百六十人まで広がった。

NILSは大きく「セッション」と「ネットワーキング」という二つの場を用意している。セッションは一回六十分で、講演やパネルディスカッションなどで構成。テーマはインターネットや携帯電話、ソフトウエアなどで、二日間で十五～二十のテーマが設定される。二つのセッションが同時並行で進み、参加者は関心の高いテーマを選んで参加できる。

企画メンバーを務める田中章雄氏（36）は、米アドビシステムズで米国以外への投資を担当している。「海外からのゲストも増え、国際的にも知られる存在に成長してきている。国内での認知度も上がるのでは」と期待する。

昨年十一月の会合では、ソニーの出井伸之最高顧問が「リーダーシップ」をテーマに講演。中国のインターネット検索最大手、Baidu（百度）のロビン・リー会長兼最高経営責任者（CEO）も中国でのネットビジネスについてプレゼンテーションをした。

各セッションの合間や昼食タイム、パーティーなどはネットワーキングの時間として、参加者が情報交換したり、親睦（しんぼく）を深めたりできる。

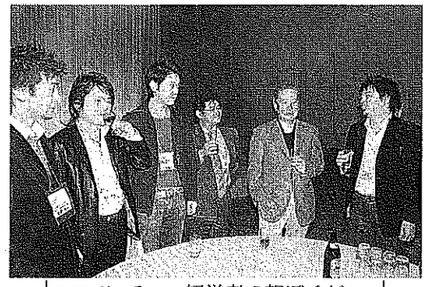
経営者たちの話し合いの輪が会場の各所で見られ、この場から協業や資本提携などに発展することも多い。「一回参加すると五件程度はビジネスにつながる」（小林氏）という。実際、NILSで聞いたIT企業の先駆者たちの話が刺激になって、上場を決意したベンチャー企業経営者もいるという。

第一回から企画メンバーとして参加しているIBMベンチャーキャピタルグループの勝屋久氏（44）は「多くの提携や協業が生まれるが、参加者に商売中心のギラギラした感じがないのが良い」と語る。紹介ベースで自然と人のつながりが広がるという。

開催地は春は北海道、秋は宮崎と交互にしている。あえて東京から離れた場所に設定しているのも、会合が成功する秘訣という。都内のホテルなどで開催した方が参加には便利だが、「有名な経営者ほどすぐ呼び出されて帰ってしまう」（小林氏）ためだ。

最低二日間は東京を離れ缶詰になることで、情報交換や人脈開拓・維持に集中できるようになる。延期したままになっていた食事会をしたり、ゴルフに興じたりと、忙しい経営者たちが「たまった宿題」を一度に処理できる。

年内にはNILSの公式サイトを開設し、会合内容や開催日程のほか、参加者も含めたブログなどを公開する予定だ。東京での分科会の開催も実現させる意気込みだ。（小川和暢）


ベンチャー経営者の親ぼくがビジネスにつながることも

小林雅氏

田中章雄氏

勝屋久氏

地域・中小企業

荒療治で甘え砕く

ナノ粒子粉砕機でシェアトップ

アシザワ・ファインテック

芦沢直太郎社長

アシザワ・ファインテック（千葉県習志野市）は物質をナノ（十億分の一）メートルの微粒子まで細かく砕く湿式粉砕機のトップメーカー。創業が一九〇三年という機械製造一筋の老舗にはびこった安定志向にメスを入れたのが四代目の芦沢直太郎社長だ。二〇〇三年、粉砕機部門を分社化した際に全社員を解雇、やる気がある社員だけを再雇用する荒療治を断行、「百年の歴史を持つナノテクベンチャー」に変身させた。

□ □

「ナノレベルの微粒子の需要がようやく本物になってきた」と、芦沢社長は微細化にこだわった開発戦略に自信を深める。従来は塗料やインク製造に主に使われた粉砕機だが、最近は液晶、リチウム電池、紫外線カット化粧品など幅広い分野に取引先が広がっている。原材料を極限まで細かくすると、素材に新機能が誕生するからだ。

〇七年三月期売上高は二十三億円と過去最高を見込む。芦沢社長は好調な業績よりも、顧客から「そこまでやってくれるのか」とアフターサービスの充実に感謝する声が増えたことを喜ぶ。

電話が鳴っても社員はなかなか受話器を取ろうとしない。一九九一年、三菱銀行（当時）を辞め、同社に入社した芦沢社長は営業部の光景に目を疑った。当時はクレーム対応の後回しはざらで、サービス体制と呼べる代物ではなかった。

湿式粉砕機は砕きたい物質を水などと一緒にビーズと呼ぶ粒を詰めたタンクの中に入れる。毎分数千回転の速度でかくはんすると、ビーズが物質にぶつかって粉砕する仕組みだ。同社製品はセラミックメーカーと共同開発した極小ビーズを使う。さらに機械製造ノウハウを生かした回転軸など独自機構で粉砕・分散力を十ナノメートルまで高めた。

新市場開拓が忙しく人員をメンテナンスに十分に回せないという事情はあった。しかし、機械が壊れてから急いで修理するなど、その場しのぎの対応がまかり通った理由は別にあった。

同社は東京都江東区の旧本社工場跡地（約二万平方メートル）に物流倉庫を所有、賃料収入は年間約十億円という。「本業が不況になっても会社はつぶれない」。社内にはこんな慢心がまん延していた。さらに、戦前戦後の激動期を生き抜いた歴代社長の強烈なリーダーシップが、社員に「指示待ち体質」を植え付けた。

日露戦争の前年に東京・月島で下請け工場として創業。ボイラー、圧力容器、セメント製造設備など日本の製造業が発展する波に乗り、様々な機械を作ってきた。

同社を下請けからメーカーに脱皮させたのが芦沢社長の父で三代目の直仁氏（現会長）。八四年、ドイツから導入した湿式粉砕技術に独自の工夫を加え、特注品で支持を集めた。湿式粉砕機は年間約六十億円のニッチ（すき間）市場で、同社はシェア三割を握るトップメーカーになった。

三代目の経営が暗転するのはバブル崩壊後。資産価値が目減り、本業の粉砕機も競争激化でトップの座が脅かされ、大手術が必要な病状となっていた。

「倉庫収入をあてにする安定志向を断ち切らねば会社はもたない」。〇〇年、トップに就任した芦沢社長は創業百周年を迎えた〇三年を機に粉砕機など機械部門を独立させ、アシザワ・ファインテックに移管することを決めた。倉庫部門はそれまでの社名のアシザワが引き継いだ。

粉砕機専業ベンチャーとして船出する際に、「顧客第一」の経営方針に賛同する社員だけを再雇用する方針を打ち出した。退路を断ち、全員が力を合わせ会社を再生する覚悟を求めた。当時六十人いた社員のうち辞めたのは二人だけだった。

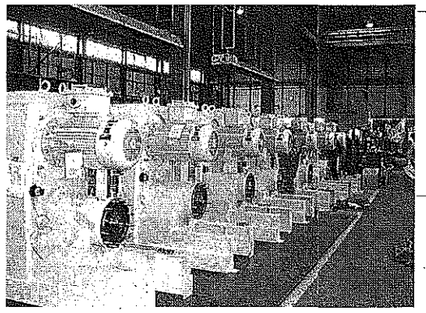
顧客満足度の向上に努める姿勢を目に見える形で示した。新会社の船出にあわせて工場内の実験室を拡充。顧客が粉砕したい原材料を持ち込み、粉砕機や分析装置を使ってテストできるようにした。現在は年間三百件の利用があり、新規顧客獲得に貢献している。

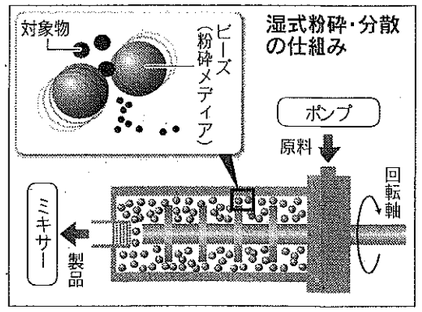
二十四時間以内のクレーム対応、故障発生前の部品交換提案、女子社員のアフターサービス部隊。これらは社員の話し合いで生まれた顧客満足度向上策の一例だ。

「会社は百年間、常に危機と背中合わせだったから生き残れた」。芦沢社長が肝に銘じる先代の教えだ。失敗を恐れず、常に挑戦し続けるベンチャー精神を根づかせようという意味だ。次の百年も日本のモノ作りを縁の下で支える、小さくてもキラリと光る存在になりたいという。（野中高秀）

100年目に分社化

顧客第一で老舗復活


顧客仕様に合わせたオーダメード生産が支持集める（湿式粉砕機を生産する本社工場）



湿式粉砕・分散の仕組み

私の経営ポリシー

（アシザワ・ファインテックの芦沢直太郎社長）

- お客様第一、自分は最後
- 未来のため、地球のために我々は仕事をする
- 世界一小さな分野で、世界一大きな仕事をする

《会社概要》
- ▽設立 2002年12月（創業は1903年）
- ▽本社 千葉県習志野市茜浜
- ▽社長 芦沢直太郎氏（42歳）
- ▽資本金 9000万円
- ▽事業内容 湿式粉砕機・分散機（ビーズミル）
- ▽社員数 86人（平均年齢37歳）
- ▽売上高 22億6492万円（2006年3月期）
- ▽税引き利益 1億754万円（同上）

ビズテク塾 新規事業戦略を考える 7

始動するタイミング

新規事業ミングはい企業のコア向かえつついえるだろ動ボタンを業の収益力期待に応え事業の規模待値に達すイムがどのめる必要が

マトリ

だが、新開発期間はるが、新規（即応度）しい場合か。新規事イミングをに絡み合っを客観的に法が必要だする中ではングである「Go－リックスをの方法だ。

このマトく分ければ現性検証軸業性の検証度（もうか（勝てるか当か）の三実現性の検

Market Watch

弱気ムードの誤解

▽日経平均（2日終値）
17217円93銭（－235円58銭）

中国発の響を受け、整色を強めな局面ではを回避する強まるのがクロ経済情きな変化が後は反発す転換点は下は決算発表の確認後に

今回のよ下落する時弱気の虫が米国経済が従来から指為替もオー円安の調整

株価下落やリスクシ