

The First Company ザ・ファースト・カンパニー 2015

ダイヤモンド経営者倶楽部◆編

新領域を
切り開く
独創の
イノベーターたち

The First Company ザ・ファースト・カンパニー 2015

ダイヤモンド経営者倶楽部 ◆ 編

新領域を
切り開く
独創の
イノベーターたち

ダイヤモンド社

【編者】

ダイヤモンド経営者倶楽部

日本の次世代産業の中核を担う中堅・ベンチャー企業経営者を多面的に支援する目的で設立、運営されている。

〒104-0061

東京都中央区銀座4-9-8 銀座王子ビル3F

電話 03-6226-3223

<http://www.dfc.ne.jp>

ザ・ファースト・カンパニー2015

——新領域を切り開く独創のイノベーターたち

2014年12月4日 第1刷発行

編 者——ダイヤモンド経営者倶楽部

発行所——ダイヤモンド社

〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17

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

電話／03-5778-7231 (編集) 03-5778-7240 (販売)

装丁/校デザイン —ヤマダデザイン

編集協力——安藤柁樹(クロスロード)

製作進行——ダイヤモンド・グラフィック社

DTP —— インタラクティブ

印刷——堀内印刷所(本文)、加藤文明社(カバー)

製本——ブックアート

編集——北村和郎(kazu@dfc.ne.jp)

©2014 ダイヤモンド経営者倶楽部

ISBN 978-4-478-03966-3

落丁・乱丁本はお手数ですが小社営業局宛にお送りください。送料小社負担にてお取替えいたします。但し、古書店で購入されたものについてはお取替えできません。

無断転載・複製を禁ず

Printed in Japan

巻頭インタビュー 小宮 一慶……………3

PART
1
新規上場で脚光！
飛躍のステージに立つ次代の主役

ライフメディアプラットフォームを軸に事業領域を拡大
ジゲノミクス3本の矢で時価総額1兆円を目指す

じげん

代表取締役社長 平尾 丈……………18

Web会議市場の拡大を牽引する第一人者
日本発グローバルスタンダードの確立を目指す

ブイキューブ

代表取締役社長CEO 間下直晃……………22

日本国内で初めてRTTB技術の商用化を実現
アドテクノロジーの新たな潮流をつくりだす

フリークアウト

代表取締役CEO 本田 謙……………26

マルチコアプログラミングの第一人者
超越した技術力でシステムの高速化を実現

フィックスターズ

代表取締役社長CEO 三木 聡……………30

時流を先読みした「共同利用」の発想でクラウド化
業界特化でナンバーワンにだわる和歌山発ベンチャー

サイバーリンクス

代表取締役社長 村上恒夫……………34

日本独自のエスクローの仕組みを確立し
消費者が安心して不動産を購入できる環境をつくる

エスクロー・エージェンツ・ジャパン

代表取締役社長 本間英明……………38

医師専用のソーシャルメディアを運営
医師の「集合知」で医療の変革を目指す

メドピア

代表取締役社長 石見 陽……………42

ポイントビジネスとアドテクノロジーを基盤に
事業開発会社として大海原に出航

VOYAGE GROUP

代表取締役社長兼CEO 宇佐美進典……………46

PART

2

新市場を創造する若き開拓者たち

全国500名を超える指導のプロが
スポーツを通じて、子どもたちの人間力を育成

リーフラス

代表取締役社長 伊藤清隆……………52

COLUMN

1

2014年の新規上場動向……………50

貴金属、時計などのブランドリユースで急成長
業界にイノベーションを起こし、新しい価値を創造

SOU

代表取締役 寄本晋輔……………56

出合いの場の創出と地域活性化をプロデュースする
「街コン」ビジネスのバイオニア

リンクバル

代表取締役 吉弘和正……………60

コールセンターを軸に、企業の売り上げ向上や
コスト削減を支援するマーケティングエージェント

サウザンドクレイン

代表取締役社長 高橋良太……………64

次世代の生活を良くする価値を残したい。
その強い思いが生んだ「グリーンエネルギー事業」

アイアンドシー・クルーズ

代表取締役社長 上村一行……………68

制作本数年間3000本以上
CM特化で急成長中のポストプロダクション

デジタル・ガーデン

代表取締役社長 足立晋一……………72

クラウド型マーケティングの自動化システムで
クライアント企業に最適なソリューションを提供

シヤノン

代表取締役CEO 中村健一郎……………76

「双発型の住関連プラットフォーム」を通じ
個人最大の資産である住宅不動産の価値向上に挑む

ハイアス・アンド・カンパニー

代表取締役社長 濱村聖一……………80

看板業界の改革に成功した経験を糧に
労働集約の極地「介護事業」に挑む

ggCストーリー

代表取締役社長 西坂勇人……………84

圧倒的なホスピタリティと安さを武器に
月4棟のハイペースで介護施設を全国展開

SCホールディングス

代表取締役 松本 智……………88

チケットの「電子もぎり」システムを武器に

世界一のO to O(オンラインtoオフライン)事業を目指す

ライブスタイルス

代表取締役 松田晋之介……………92

アクセス解析とインターネット広告に事業を集中
結果を出すことにこだわり200%成長を持続

ミスターフュージョン

代表取締役 石嶋洋平……………96

市場調査業界向けに独自のソリューションを提供
消費者購買データ分析でさらに新事業確立へ

ポードーズ

代表取締役 萩野郁夫……………100

女性目線の『with Mamaの家』が絶好調
海外事業も順調に地歩を固める

ネクストワンインターナショナル

代表取締役 遠藤一平……………104

「可愛い」にこだわり続けたからこそ生まれた
プロ専門ネイルグッズ販売という選択肢

ネイルパートナー

代表取締役 秋里千恵……………108

スタートアップベンチャーの成長を支援し
日本のみならず世界で使える通信サービスを提供する

ビジョン

代表取締役 佐野健一……………112

環境分野で培った情報力、ネットワークを活かし
再生可能エネルギー事業を推進

レノバ

代表取締役社長 木南陽介……………116

COLUMN

2

急成長ベンチャー企業ランキング……………120

PART
3

歴史を受け継ぎ革新を続ける実力者

「二代創業」の精神を受け継ぎ
菓子業界のニッチ・トップを独走する

チロルチョコ

代表取締役社長 松尾利彦……………122

『安全』『品質』『鮮度』にこだわり飲食店から高い支持
食肉卸から総合食品卸へ、業容実績とも大きく飛躍

プレコフーズ

代表取締役社長 高波幸夫……………126

創業以来、磨き続けた精密板金加工の技術と実績で
企業の技術部門代行サービスを積極的に展開

深沢製作所

代表取締役 栗原正雄……………130

「お客さまの一生の思い出を創る会社」をビジョンに
車離れが進む逆境下でも、着実な成長を持続

武蔵境自動車教習所

代表取締役社長 高橋明希……………134

社員の自主性尊重と徹底したIT化で
精密位置決めセンサーメーカーとして独自展開

メトロール

代表取締役社長 松橋卓司……………138

生産者と消費者をつなぐ架け橋として
ワイン文化の裾野を広げるインポーター

モトックス

取締役副社長 寺西太亮……………142

職人技を生かした変身タキシードが好評
高級紳士服のファクトリーブランド

ファイブワン・ファクトリー

代表取締役社長 森 俊彦……………146

徹底したデータの収集と分析によって
シュリンクする理美容業界で驚異的な成長を実現

オオクシ

代表取締役 大串哲史……………150

全国121都市でのマンション分譲実績を基盤に
市街地再開発さらに中国市場へと事業を拡大

マリモ

代表取締役社長 深川 真……………154

画期的な空調用フィルターで省エネ大賞を受賞
省エネの棚田をコンセプトに新技術の開発に邁進

ユニバック

代表取締役 松江昭彦……………158

「人から人への生活サービス」を企業理念に
福利厚生、介護事業で躍進。さらにアジア展開を強化

リエイ

代表取締役 梶澤 一……………162

最高の技術力と万全の安全対策で、
独立系エレベーターメンテナンส์会社の最大手

エス・イー・シーエレベーター

代表取締役社長 西村裕志……………166

世界11カ国で特許を取得した技術研修で
理美容の新しい扉を開き、業界を変える

日鳥大和

代表取締役社長 齋木幸次……………170

「良い眼鏡を創りたい」その思いへのこだわりが
100年ブランドに向けて本物の信頼を醸成する

フォーナインズ

代表取締役 飯村祐一……………174

世界初・世界最先端の特許技術を標準搭載
唯一無二の「電子物流サービス」を提供

イーパースル

代表取締役社長 北野譲治……………178

特殊油圧シリンダーの分野で
世界が技術力を評価したモノづくり企業

南武

代表取締役 野村伯英……………182

国内初のM&Aマッチングサイト「SMART」で
中小企業のWIN-WINとなる縁組みを支援

ストライク

代表取締役 荒井邦彦……………186

不動産管理会社への付加価値サービスを通じた
賃貸物件の原状回復工事ビジネスで成長

ハウスクリニック

代表取締役社長 田中利治……………190

受け継がれてきた「美の五大原則」の理念
美と健康といきいきとした人生をすべての女性に

ビューティトップヤマン

代表取締役社長 山野純治……………194

「たのしい、おいしい、あたらしい」を追求し
伝統菓子である米菓の新しい可能性に挑む

栗山米菓

代表取締役社長 栗山敏昭……………198

大家族主義を旗頭にLPガス市場を牽引
「Gas One」ブランドを掲げさらにグローバルへ

サイサン

代表取締役社長 川本武彦……………202

本文中の企業データは2014年10月末現在のものです。

The First Company ザ・ファースト・カンパニー 2015

ダイヤモンド経営者倶楽部 ◆ 編

新領域を
切り開く
独創の
イノベーターたち

ダイヤモンド社

お客さまから見た「オンリーワン」を目指す。

それがすなわち「ナンバーワン」企業になるといふこと

経営コンサルタント

小宮コンサルタンツ代表

小宮 一慶

新聞の二面を読み続ける。そして、小さな行動を徹底させる

経営の本質とは「企業の方向付け」「資源の最適配分」「人を動かす」である、私は思っています。この三つを的確に実施することが、まさに経営を行うということなのです。

本書で紹介されるのは、将来の大きな成長が期待される企業、ニッチながら業界の第一人者として長く評価されている企業など、日本が誇る優良企業ばかりと聞きます。こうした企業はいずれも、この三つの経営の本質をしっかりと押さえているからこそ、タイトルに冠されるようなファースト・カンパニーと呼ばれるようになっていくのです。

では、それぞれ具体的にどのようなことを意味するか、詳しく説明していきましょう。

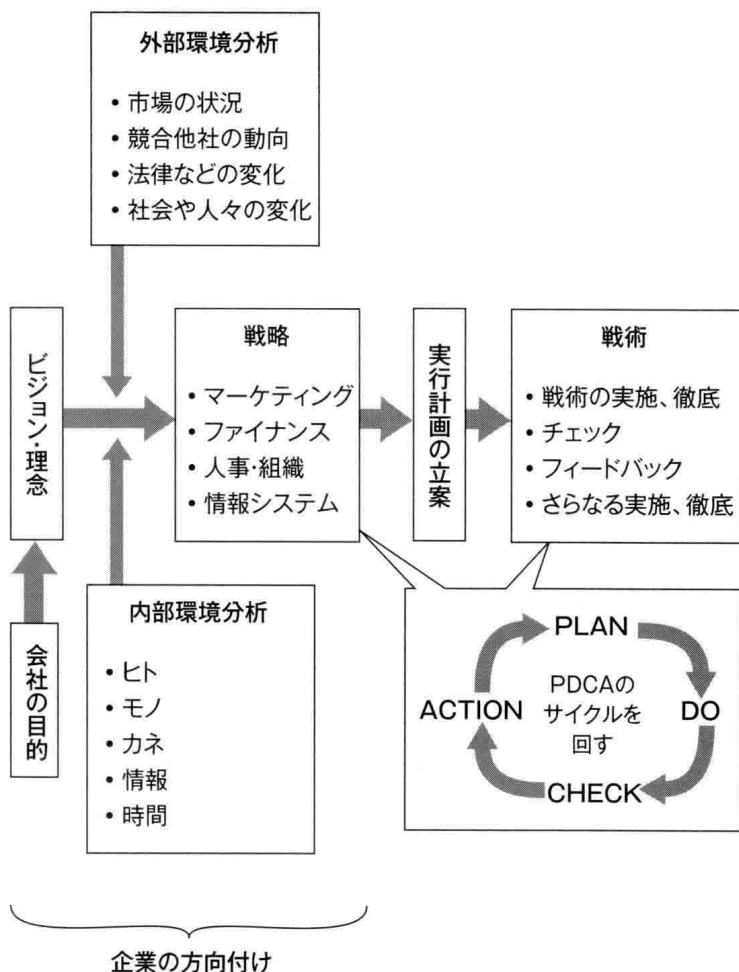
まず、「企業の方向付け」とは何か。これは、ビジョンや理念に基づき、外部環境や企業の内部環境を分析し、進むべき方向を明確に定めること。つまり、「何をやるか、やめるかを決める」いわば戦略づくりです。

戦略をつくるには、まず何より外部環境をしっかりと読み取ることが重要となります。正しい努力を積み重ねれば、実はそれほど難しいことはありません。私がよく言うのは「とにかく新聞を読みなさい」、それも「必ず一面から読みなさい」ということです。自社の所属する業界に関係のない記事であっても、一面を毎日欠かさず読めば、そのうち自ずと世の中の流れをつかむことができます、環境変化を感じ取るきっかけとなるからです。

そして、外部環境をつかんだら、次は自社の「強み」を見極めること。なければつくりだすことです。そのために必要なのは、「お客さま志向」「お客さま第一」の徹底です。ただし、ここで間違わないでほしいのは、「お客さま第一」は決して儲けるための手段ではないということ。儲けは結果です。「お客さま第一」で仕事をすれば儲かるから、という気持ちで「お客さま第一」をやってもうまくいきません。それなら「儲け第一」です。お客さま第一を目的としなければならぬのです。

それには、小さな行動を徹底することが重要です。例えば、かかってきた電話には、必ず3コ

企業の方向付けとは戦略を立てること



『社長の教科書』(ダイヤモンド社)より転載

ール以内に取る。そして「ありがとうございます。○○（会社名）です」と受ける、等々を決めるのです。実に些細な行動と思われるでしょうが、これを徹底できるかどうか、実はすごく大事なポイントなのです。

お客さまは、従業員の意識の向上など求めていません。従業員の意識が高かろうが低かろうが、電話に早く出てくれたほうが嬉しい、気持ちよく挨拶してくれたほうが嬉しいのです。そして、どんな些細なことでもお客さまから喜ばれ褒められれば、従業員はやる気が出ます。働きがいを感じます。働きがいを高めることが、モチベーションを高めるのです。

一方、事業には「目的」が必要です。「目的」とは「存在意義」だからです。そして企業の存在意義とは、独自の製品でお客さまに喜んでもらうことであり、従業員が働くことで幸せになること。つまり、経営者が目指すべきことは、いかに従業員が働きがいを持って、その会社で働くことを幸せと感じるか。その機会をより多く創出することであり、翻って言えばそれは、お客さまに褒められるきっかけを、できるだけ数多くつくることなのです。

公私混同を避け、「for the company」を実践すれば、人は動く

次に「資源の最適配分」について。端的に言えば、ヒト・モノ・カネを適切に配分するというのですが、その実践は容易ではありません。なぜなら、私利私欲が働くからです。

「資源の最適配分」に必要なのは、「for myself」ではなく「for the company」です。これが実践できず、社長が公私混同していては、部下は働かなくなる。社長自身も後ろめたい気持ちになり、会社も儲からなくなる。儲からなくなると社長は給料が十分とれず、余計に公私混同してしまい、会社のお金を使いたくなる。ますます会社がおかしくなる。という悪循環に陥るのです。

これは、経営の本質の三つ目、「人を動かす」とも大いに関係します。部下を動かし、また自分が経営者として100パーセントのエネルギーを出すには、正しいことをやること、正々堂々としていられることが大切であり、そのためにも公私混同は絶対に避けるべきなのです。

「人を動かす」には、まず何より従業員が「ルンルン気分」で働き続けられることが重要です。

従業員が会社でルンルン気分で来られるというのは、その仕事が好きだからであり、ひいては「良い仕事」をすることを働く目的、働く原動力としているからに他なりません。

お金を稼ぐためだけを目的としていたら、お金を稼ぐまでは楽しくても、ある程度稼いってしまったら「もうこんなものでいいか」と思ってしまう。つまり、「良い仕事」をすることを、従業員の働く目的にできれば、それは結果的に「人を動かす」ことになるのです。

では、「良い仕事」とは、どんな仕事なのでしょう。お客さまに喜んでもらえる仕事。お客さまに褒められる仕事です。やはり、ここでまた「お客さま第一」に戻るわけです。

お客さま第一を「目的」にしている会社は永遠に発展し続けられる、永遠に儲かり続けるので