

第17回 蔵前ベンチャー相談室セミナー講演録

「技術系ベンチャーの立ち上げと上場～上場プロセスの表と裏」

1. 講師：ネクステック株式会社 代表取締役社長 CEO 山田太郎氏
2. 講師略歴：1967 生まれ、慶應義塾大学経済学部卒、早稲田大学大学院アジア太平洋研究科博士後期課程修了。



アンダーセン コンサルティング (現 アクセンチュア) で製造業のコンサルティングに従事。次いでオランダのバーン社 (現 インフォア社) 日本法人設立に寄与。プライスウォーターハウスコンサルタンツ (現 アイ・ビー・エムビジネスコンサルティングサービス) 製造業部門マネージャー、米国パラメトリック・テクノロジー コーポレーション (PTC) 副社長を経て、33 歳でネクステックを立ち上げ 37 歳で東証マザーズに上場。これまでに 100 以上の製造業の大規模業務改革や部材のモジュール化、IT 導入プロジェクトを指揮。IT 戦略とものづくり技術の両方を専門とし、かつ製造現場にも明るい。

3. 日時：2007 年 12 月 4 日(火) 18:00～19:30 セミナー終了後交流会を実施。
4. 会場：東京・田町キャンパスイノベーションセンター 1 階国際会議室
5. 参加者：50 名

講演要旨

1. ネクステック株式会社の概要

2001 年会社設立、2002 年業務開始、2005 年東証マザーズに上場、2007 年度売上 30 億円。社員数 10 人からスタートして現在 150 人超。事業内容は製造業の製造部門の「プロダクトライフサイクルマネジメント (PLM)」についてコンサルタント業務を行っている。今まで 80 社以上の製造業の業務改革、部材のモジュール化、IT の活用による、製造部門の品質、コスト、納期の大幅改善を実現させてきた。弊社の特徴は、製造業に特化しているという点であり、現在コンサルタント業界のこの部門の評価は、大企業をしのぎ常に国内トップにランクされている。

2. 技術系ベンチャーについて

技術系ベンチャーと言われる企業が多い現在であるが、技術をベースにしたベンチャーが全て成功するだろうか。技術だけでは成功はなかなか難しい。上場となるとさらに難しいのではないかと。素晴らしい技術を持っている企業でも、その技術が市場で評価されなければ、企業として成り立たない。その技術の評価はいくらで売れるかで決まる。したがって、技術力より営業力が成否を左右することになる。素晴らしい技術を購入してもらうべく、市場を広げていくことが重要である。図式でいうと、技術の基盤の上に経営があるのではなく、経営力の基盤の上に技術があると考えべきである。



3. 技術系ベンチャーの上場

ベンチャー企業の上場には、その時々テーマが関与しているように感じる。その時期のテーマに沿った企業が多数上場していくが、テーマが他に移ると、投資家は投資先を新たなテーマの企業に変更する為、継続投資がなく、企業経営が厳しい状況となる。バイオ、ナノテク、コールセンターなどはベンチャー上場として、一時もてはやされたが、上場後その大部分はうまくいっていない。最近は携帯電話関連等の上場が多かった。

4. 上場するための要件

現在は金余りで、過剰流動性資本が向かう先は成長企業であり、なかんずく成長ベンチャーである。したがって資金をよびこむことのできる技術かどうか問われることになる。

ベンチャー企業は、貸借対照表や損益計算書よりも「資本政策」を重要視すべきである。なぜなら一度「資本政策」を誤るとリカバリーが不可能だからである。証券会社の意見は証券会社の利益から判断しているので、資本政策については、あまり参考にならない。なかなかアドバイスを受けられない。また、IPO 関連の書籍は多数出版されているが、なかなか真髓をつく、参考資料に巡りあわなかった。

- ・ 企業として信用があり選択されるためには、ブランド力を持つことが必要不可欠である。弊社はブランド力をつける手段として、セミナー、出版物、展示会、産学連携等に積極的に取り組んできた。
- ・ ベンチャー企業の資産とは人脈・情報・知的財産である。1日で形成されるものではなく、日々の積み重ね、これを増す努力を常にすべきである。

5. 質疑応答

①上場で得たもの失ったものは

- ・ 得られたもの
企業風土。優秀な社員。会社の継続性、成長性。
企業としての利益追求観。経営の戦略的自由度が増した。上場前は個人保証など担保がなければ資金調達ができなかったが、上場後は株式の評価に応じて資金調達が可能

である。信用が高まった。弊社の顧客は大半が大手上場企業である為、上場企業という社会的なステータスが、ある意味顧客への信頼感・安心感につながるのだと感じた。上場前の旧オフィスに訪問した顧客は、不安感を覚えたのか、その後の発注にはつながらなかった。

- ・ 失ったもの
自由な時間。仕事（＝社長）を辞める自由。

②大企業とベンチャーとの相違は何か

- ・ 昨今の製品市場はライフサイクルの短縮、リピートオーダーの減少、バッチサイズの少量化の傾向に対し、製品のアイテムは増大している。このような中では大企業は、小ロット生産に対応しにくい為、大量生産となる。その結果完成した時点には、市場は既に次の製品に移っており、販売時期を逃し、過剰在庫になる等の非常にリスクを負っている。一方ベンチャーにとってはチャンスである。すなわち、バッチサイズは小さく、切り替えの変化についていける柔軟力があるということである。

③営業力と技術力について

- ・ 営業力とは、
RQ: : requirement 何が求められているかを的確に把握する。
ST : structure 構造化して解決すべき課題は何かを明らかにする。
PR : presentation 説明力。孤独な技術者ではスポンサーはつかない。
- ・ 上場する場合、技術は売ることが必要である。技術だけを利用してもらってライセンスフィーを得ることを考えず、他人に技術を売ること考えるべきである。

④技術系ベンチャーの経営者が成功するために心掛けること

技術系起業家が一人で成功するのは、なかなか難しいと思う。適切な事業パートナーを得ることがきわめて重要である。例えばホンダの本田氏と藤澤氏、ソニーの井深氏と盛田氏の関係である。

以上

本稿筆者の所感

技術系ベンチャー経営者の陥り易い落とし穴を鋭く指摘頂きました。従来、セミナーの講師は同窓者が多かったのですが、今回のように全く別の視点から、示唆に富むお話をお聞きするのは極めて有意義であると思います。

(K V S コーディネーター吉田博 S 3 1 化工 2007.12.6)