



## 揺るぎない 社長の信念こそが 壁を越える力になる

事業には、強い信念が必要だ。いま注目される、この2人の起業家も、大きな壁にぶつかってきた。1人は10年にも及ぶ開発を続け、もう1人は人の問題で倒産寸前に追い込まれた。共に揺るぎない信念があったからこそ、その苦境を乗り越えられたのだった。

## ソニーやアップルのようなかっこいい企業になりたい

セブン・ドリーマーズ・ラボラトリーズ株式会社

代表取締役社長 **阪根信一**



### 消費者が喜ぶ製品を生み出し社会貢献する

洗濯したものを放り込めば勝手に畳んでくれる、世界初の全自動洗濯物折り畳み機「ランドロイド」。今やさまざまな媒体や企業から注目を浴びる、この夢の家電がもうすぐ実際に発売になる。

「世の中にないモノを創り出す技術集団」セブン・ドリーマーズ・ラボラトリーズは阪根信一さんが家業の株式会社I・S・Tを継いだ後、スピンアウトさせて設立したベンチャー企業だ。「世の中にないモノ」「人々の生活を豊かにするモノ」「技術的なハードルの高いモノ」という三つの「クライテリア（基準）」を設定し、すべてをクリアするアイデアのみに挑戦する。

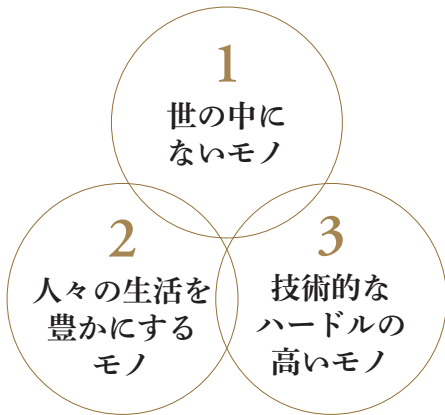
アメリカの大学で博士課程まで修了した阪根さんだが、「天才」がひしめくアメリカで自分が研究者として頭一つ抜ける自信は持てなかった。そこで、研究者になりたいと一度は固辞した父の会社を継ぐために帰国。すぐに開発に着手し

て完成させたB to Bの医療用製品が思いの外ヒットし、高収益に。会社を正式に任されるようになって、利益を次の事業用の研究開発費に投じることとした。その際、B to BからB to Cへの転換を図る。なぜなら、B to Cで一般の消費者が喜ぶイノベーションな製品を生み出すような、社会貢献をしたいと考えたからだ。

「企業イメージとして頭にあったのはソニーやアップル。かつて自分がソニーのウォークマンやアップルのマッキントッシュに触れて、かっこいい！欲しい！と直感的に感じたように、斬新な発想や最先端の技術に支えられた商品が魅力的なデザインやブランドینگによって、さらに特別な輝きを放つ「ランド」を作りたい、と思ったんです」

ソニーやアップルのようなかっこいい企業になる、という壮大だが極めて素朴でシンプルな目標を掲げることは、実はとても重要な心が折れそうな時や妥協しそうなとき、シンプルだった初心を思い返し、自身を奮い立たせる鍵

3つのクライテリア



となる。もちろんその思いを共有することで、チームの絆も強くなる。

「弊社は持っている技術シリーズではなく、市場のニーズに立脚して開発することをミッションとしています。いまだ世の中にはないがニーズがある商品を製品化できれば、必ず市場に受け入れられるからです」

困難に直面しても、信じられた妻の言葉

すでに同社は世界初の完全オーダーメイドのカーボン製ゴルフシャフト、やはり世界初の使い捨

ていびき解消デバイス「ナステント™ クラシック」を商品化している。発表済みの三本柱のうち、最後の真打ちがランドロイドだった。なかなか商品化にこぎ着けなかったのは、多様な形態の衣服やタオルなどを折り畳むことが世界最高レベルのAIを駆使しても困難だったからだ。ランドロイドの開発には一〇年以上の歳月がかかった。アイデアを社内で披露したさいに「ドン引きされた」というスタートから困難を極めた資金調達、販売時期の延期など、紆余曲折を経た一〇年間だった。

当初はシリコンバレーのファンに資金調達依頼を持ち込んだ。ところが、数社回ってすぐにシリコンバレーでの調達は難しいと悟る。「アメリカでは異なる三つの事業を同時に開発するベンチャーは信用されません。グーグルでさえ、スタート当初はコア事業に特化させていたほど、まずはコア事業を成功させてから別の事業に手を付けるべきであって、一つに絞れ、と言われる。でも、私は三つの事業すべてに可能性を見いだしていましたし、同時進行できると信じていました。そこで、日本の企業やベンチャーキャピタルにお願いすることにしました」



ランドロイドの予定価格は185万円～と高価だが、阪根さんは「ぜひとも多くの方に使っていただきたいですから、最終的に20万円ほどで販売することを目指しています」と語る

「日本企業は比較的「なんでもやる」ゼネラリストが活躍できる風土があるため、理解を示すベンチャーキャピタルが多く、なんとか資金調達できた。ただ、前述のように開発に時間がかかったため、さらに大和ハウス工業やパナソニックといった大企業との提携を得て、商品化にたどり着いた。何があってもランドロイドの商品化と成功を信じられたのは、着想のきっかけをつくった妻の一言だ。三つのクライテリアを満たす商品で欲しいものがあるかと問うと「もちろん、自動洗濯物折り畳み機」と妻は即答した。それは、男性ばかりだった自社の開発者と自身自身になかった発想で、目からうろこが落ちた瞬間だったという。

追記…五月二日。シリコンバレーで第二次「スタートアップ・ワールドカップ」が開催される。世界のベンチャー企業が競うこの大会の日本代表に、画期的なランドロイドの開発が評価され同社が選ばれた。

写真提供

セブン・ドリーマーズ・ラボラトリーズ株式会社

【会社概要】

事業内容／カーボンゴルフシャフトの開発・販売、医療機器の開発・販売、ロボティクス事業  
設立／2014年 従業員数／101名  
本社所在地／東京都港区

# 会社を救う鍵は「理念の浸透」にあった

株式会社ウィルゲート

代表取締役CEO こじまりき 小島梨揮



アルバイトで貯めた五〇万円を資金に、一八歳で起業した経験を持つ小島梨揮さんが率いる「ウィルゲート」。会社づくりのため、一日二〇時間作業に没頭し、まったく休みもとらなかったほど、仲間とともに夢中で駆け抜けた。今では、コンテンツマーケティング事業を軸に、これまでに約四三〇〇社の企業のウェブマーケティングを支援し事業を順調に拡大させている。

しかし実は過去に、「ウィルゲート・ショック」と呼ばれる大きな挫折を経験していた。そこで会社が生まれ変わったからこそ、今につながっているのだという。

## 伝わらない思いと止まらない内部崩壊

小島さんは高校三年生でアプリのネット販売会社を起業した。IT企業が注目を集めていた二〇〇四（平成16）年のことだ。幼馴染みで共同創業者として専務取締役を務める吉岡諒さんと二人で寝食を忘れて取り組んだ。「なにか

に全力で打ち込みたい……」、彼らにとってその手段が会社づくりだった。

そうした中でよりアクセス数をあげようとSEO対策（検索エンジン最適化を促すこと）をウェブマーケティング会社に依頼したが、その企業の不誠実な対応で、当時の彼らにとって大金だった五〇万円を失う。

「振り返れば、早いうちに業界の闇を見ておけてよかったのです」

その気づきが今も同社の中心事業であるウェブマーケティングに事業転換した大きなきっかけとなった。実際、急激にIT化するビジネス社会の中で、信頼できるSEO対策が切実に求められていた。小島さんのワンルームの自宅から始まったウィルゲートは数年で倍々ゲームのように拡大していく。しかし、必要な人材が足りない。そこで社長や専務よりもキャリアのある人を焦って迎え入れてしまうなど、人材採用で躓いてしまったのだ。

「年上の社員に遠慮してしまっただ。また聞きで経営陣に対する批



創業前から小島社長と苦楽を共にしてきた吉岡専務

判や愚痴が耳に入ってくると、どうしたものかと悩みました」

縦横の連携がうまくとれない中で、変化が激しいIT企業として事業を増やせば不採算事業も出てくる。資金がどんどん目減りした上、内部から機密情報漏れや引き抜きといった裏切り行為も起り、退社する社員が続出。

「すぐに直接話し合う機会を設けるべきでしたが、資金調達さえできれば社内の空気がよくなると思っていたのです」

不幸にも資金調達はうまくいかず、合併や買収の道も模索。倒産





男性経営陣が企画したホワイトデーのイベント。社員との間に壁を感じない1枚だ

の噂が業界を流れた。

○八(平成20)年の「ウィルゲート・ショック」だ。共同創業者二人の思いと会社のあるべき理念が社内でも共有されていなかったために起きた内部からの崩壊。苦い教訓として今も胸に刻む「大失敗」だった。

「心のどこかに自分や吉岡はこんなにがんばっているのに皆はなぜわかってくれないんだ、という思いがあった。でも、思いはきちんと言葉で伝えなければ、伝わらないですよ。結局、吉岡をはじめ社員や株主の皆さんといった大切な人を不幸にしていたのは紛れもない事実。だから、一つの方向に向かって、同じ価値観を徹底的に共有し直そう、と決意しました」

## 求めたのは、他人のためにもがんばれる人

その後、残った社員全員と長時間面談し、思いや不満をひたすら聞いた。そうした声を参考に作って作ったのが七つの行動指針「WinG」だ。採用面接でも重視

する部分を変えた。

「なんのためにがんばる人か、を見極めたい。自分のためだけではなく、他人のためにもがんばることが原動力となり得る人が、弊社が求める人材です。そして人は皆違っていいのですが、目標を掲げる組織では基準を共有することは絶対に必要だと実感しました」

会社の理念を共有した社内空気は明るくなり、事業も上向きになった。人を見る角度が「能力」から「ビジョンのベクトル」へ変わり、理念経営に変化したのだ。企業にとって「人」がいかに財産であるかがわかるエピソードである。中小企業のサポートという

# WinG

7つの行動指針

当たり前に感謝し、  
“アタリマエ”を疑う

大切な人・社会に  
誇れる仕事をする

仲間を尊重し、高め合う

いかなるときも  
「三方よし」を追求する

自分の『will』に向き合う

最高責任者の立場で考え  
行動する

「成果」から逆算する

「ウィルゲート・ショック」を経て作られた7つの行動指針「WinG」からは、クールなIT企業らしからぬ人情味あふれる社風がうかがえる

ミッションは「他人のためにもがんばる」人材があつてこそ、遂行できる。

今では一二〇人以上の社員が同じ理念を共有しながら働く。社内ですれ違おうと笑顔であいさつしてくれる社員たちの表情から、会社の風通しの良さが伝わってきた。

写真提供 株式会社ウィルゲート

【会社概要】  
事業内容／コンテンツマーケティング事業、メディア事業  
設立／2006年 従業員／130名  
本社所在地／東京都渋谷区

なかざわ・あきこ  
1969年東京都生まれ。ライター、出版ディレクター。女性誌ビジネス誌など幅広い媒体でインタビュー、ポルタージェノ、書評を執筆。主著に『遠足型消費の時代なぜ妻はネットコに行きたがるのか?』（朝日新書）、『埼玉化する日本』（イースト新書など）