

INCUBATION ANGEL GROUP

FROM 2021 TO 2023

VENTURE SUPPORT

IAGG

IAGベンチャーサポートプログラム

第11期 支援事例集

(2021年4月～2023年3月) 支援事例集

ここから広がるビジネスチャンス
 **産創館**
<https://www.sansokan.jp>

IAGベンチャーサポートプログラム

第11期(2021年4月～2023年3月)

支援事例集

2021年度

アーキュリージャパン株式会社	03
アクスタイズ株式会社	04
株式会社アッテミー	05
錦城護謨株式会社	06
クルン株式会社	07
株式会社フツパー	08

2022年度

目利氣358合同会社	09
株式会社エシカルノーマル	10
株式会社コウズ	11
株式会社KOKYU	12
株式会社Suppleno	13
株式会社SalesNavi	14

目に見えないキャリアやスキルをコンテンツ化。

事業のニーズを確信し、販路を広げ 販売単価もアップ！

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

プロダクトではなく「人」にフォーカス

人のキャリア、スキル、ノウハウ、想いを生涯学習コンテンツにし、目に見えない人的資本を経済資源へと見える化するキャリアコンサルティングサービス『ラックミー!』を展開しています。コンテンツとは教材、セミナー、講座、資格検定、コンサルティング、書籍などを総称し、その人にふさわしい表現方法でプロデュースします。コロナ禍で事業が立ち行かなくなる多くの経営者を見て、プロダクトではなく人にフォーカスしてみようと思いました。社長そのものを資産に変換することができれば、たとえ商品が一時的に途絶えても存続は可能なのです。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

コンテンツ市場の存在を知ってもらうこと

コンテンツ市場の存在を知らない人たちに、当社の事業を理解してもらうことに苦労しています。当社のサービスはヒューマンアセットを目に見える形にしてコンテンツ市場に送り出し、消費者はそのコンテンツを生涯学習という項目で消費しています。国内市場規模2兆円であるにも関わらず、経済有識者と呼ばれる方々のなかにも「そんな市場があるの?」と言う人がいます。サービスの紹介以前に市場の存在から話し始めなければならない点が大変です。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

事業のニーズを繰り返し検証する場

当社の事業の特徴は、大手広告代理店がブ

ロダクトに焦点をあてて大手企業に提供しているサービスを、人に焦点をあてて中小企業や個人事業主に提供している点です。つまり、サービスも対象も新しい。IAGには、そのことを理解し「大手と競合しない。ブルーオーシャンだね」と言ってくださる委員さんがいました。その方は私が中小企業を対象を絞ってサービスを提供するというリスクをとることも評価してくださいました。うれしかったですね。また、IAGでの発表を通じてDX化に踏み切る決心ができました。いろいろ厳しい意見も頂戴しましたが、IAGは否定された時にあきらめない練習ができる場であり、事業のニーズを繰り返し検証する場でもありました。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

インフォグラフィックで事業を紹介

インフォグラフィックの制作に活用しました。テレビ番組の枠をそのままインフォグラフィックとして買い取る配信付きのサービスです。当社が著作権を持っているので一部を切り取って使うこともできます。このインフォグラフィックをお客様に見ていただくことで事業の理解度が格段に上がりました。東京方面の販路も広がり販売単価が上がりました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

ヒューマンアセットの価値を追求していく

まずはサービスのDX化です。私がコンサルティングで携わっていた部分をAI化することで事業を拡大していこうと思います。そうして4～5年後のIPOをめざしたい。今後、人的資



本情報開示の義務化の中で、人間力を構成する要素を数値化・可視化していく役割を当社がリードしていきたいですね。ヒューマンアセットに対する価値観は二極化しています。私は旧来の価値観を脱却して新しい時代に生き残っていこうとする人を応援したい。でもその一方で、日本経済の傾きにみんなで勝利したいという思いもあるんですね。

※ヒューマンアセット…人間が持つ知識や技能を資産として捉えた概念。
※インフォグラフィック…情報やデータを視覚的にわかりやすく伝えるツール。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- DX化のためのシステム構築に強い協業先
- ベンチャーの資金調達力強化に協力いただけるパートナー
- ISO30414に取り組もうとされている企業

アーキュリージャパン株式会社
代表取締役社長 新川 智子氏

東京都品川区小山3-27-5
品川区立武蔵小山創業支援センター6F
設立 / 2022年2月8日
資本金 / 100万
従業員数 / 1名(業務委託キャリアコン45名、
クリエイティブパートナー企業22社)
E-mail / luckme@accury.jp



市場調査の裾野を広げる情報ナレッジサービス

発表で視野が広がり ビジネス設計を考え直す

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

市場調査のレポートバンク事業

IAG では市場調査のレポートバンク事業を発表しました。市場調査とはマーケットの解像度を高める情報を数値的・体系的に提供するもので、新規事業を立ち上げる際の裏付けデータとして必須です。私は学生時代から市場調査を学び、前職でもその仕事に携わっていました。そのスキルを社会のために活かしたいと思ったのがきっかけです。事業の立ち上げ当初は研修を通じてレポートを書けるエキスパートを育て、多様な自主企画レポートを提供していこうと考えました。市場調査の裾野を広げていきたいと思ったのです。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

中小企業に受け入れられるのか

実は市場調査を定期的に事業に組み込んでいる企業はごくわずかです。その大半が大企業です。中小企業は市場調査の存在も活用方法も知らないところが多い。しかも市場調査はマーケティングと違い、すぐに売上に直結するものではありません。つまり、中小企業にとってはコストでしかないのです。当社は企業を主要ターゲットとしつつも、中小企業へサービスの裾野を広げていく考えですが、そもそも市場調査を受け入れてくれるのか、料金はいくらが妥当なのか、その感覚を掴むためにいまだに試行錯誤しています。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

クローズドな場で発表できること



IAG はクローズドな環境で発表できる点が魅力でした。当時、当社の事業は初期段階でサービスの骨格が固まっていなかったため、委員の方々との対話でブラッシュアップを図れる環境を望んでいました。守秘義務のある環境の中で同業他社に聞かれるという心配もなく、多様な経歴をお持ちの委員の方々に相談できるのが良かったです。発表に関しては「ターゲットが広すぎる」「ビジネスモデルがイマイチ」など厳しい意見もいただきましたが、ある方にお会いしてビジネス設計を考え直しました。もっとスケール感を持って世の中にインパクトを与えられる事業は何か。そう考えて行き着いたのが、市場調査とWEBを掛け合わせて情報を提供する情報ナレッジサービスのプラットフォームです。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

サービス体系をビジュアル化

これまで市場調査のレポートは「見る」「分析する」という目的で購入されていましたが、当社のレポートは「活用する」ためのものです。そのため、著作権をクリアしていることはもちろん、1枚単位または数枚単位で売れるもの、お客様



がそのままプレゼンに使えるものを提供しています。情報やナレッジを、活用する素材として提供する発想です。そのサービスを、インパクトを持たせつつ体系的に示すために、ロゴマークの統一とテンプレートの作成をデザイナーに依頼しました。カッコいいビジュアルができたと思っています。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

業界にイノベーションを起こす

新規事業開発の失敗理由には「ニーズがなかった」が多いと言われます。当社のサービスはその失敗をなくしてもらうためのものです。すぐに結果は出ないかもしれませんが、未来に感謝されるサービスだと思っています。広すぎると言われたターゲットを絞るため、まずはカーボンニュートラル、SDGs、環境、住宅等というテーマからアプローチしていきます。市場調査の裾野を広げ、使い手を増やしていく。これまでビジネスモデルが変わってこなかった市場調査業界に当社がイノベーションを起こします。手応えが得られれば、資金調達をして、2030 年までのIPOをめざします。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- Webサービス開発におけるパートナー
- レポート制作におけるパートナー
- 中小企業の経営者や大企業の企画担当者と接点を持つ販売パートナー
- Webマーケティングに精通するパートナー
- エクイティファイナンスによる資金調達支援

アクスタイズ株式会社
代表取締役 橋本 規宏氏

大阪市中央区本町4丁目2番12号
野村不動産御堂筋本町ビル8階
設立 / 2021年4月26日
資本金 / 200万円
従業員数 / 0人(役員2人、業務委託5人)
TEL / 050-3555-6200



高校生の働く価値観を変えていく インターンシップのプラットフォームへ IAGで事業の方向性を見つめ直す

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

きっかけは進路指導で覚えた違和感

当社は高校生の就職活動に特化したマッチングサービスを提供しており、高校生と企業をつなぐインターンシップ事業に力を入れています。私は大卒で大手IT企業に入社しましたが、高校時代から偏差値にあてはめて大学に行くという進路指導に違和感がありました。入社したIT企業では事業パートナーとして若者や主婦が学歴に関係なく活躍しており、その姿と自分の違和感が重なって「高校の進路指導のあり方を変えたい」と思うようになったんです。

— 事業の立ち上げで
苦労したことや葛藤したことはなんですか？

事業開始時期にコロナが直撃

高校生の就活は“一人一社制”の暗黙のルールがあり、大学生が当たり前にやっているWebでの情報収集や複数企業へのエントリーができません。事業の立ち上げ前に飛び込んだ公立高校の進路指導の場でそのギャップと選択肢の少なさ、可能性の低さに衝撃を受けました。そして、事業開始後はコロナ禍に突入し、学校は休校や分散登校に。特に高校はオンライン環境が整っていないところが多いので、世の中がオンライン化していく中、動きがとれない状態が続いたのは大変でした。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

ターゲットを見直す意思決定の場に

当時、コロナ禍で高校生の就職に対する価値観が急速に変化していく中で、事業に迷いが生じていました。このまま従来の就職活動に対するサービスを続けるのか、海外も視野に入れている意欲的な高校生と枠にとらわれない人材を採用したい一部の企業にターゲットを移していくのか、意思決定が必要だと感じていたのです。IAG 委員の皆さんにはその点をアドバ

イスいただきたいと思い、発表会登壇を決めました。発表後、「会社を設立してまであなたがやりたいことはなんだったの？」と本質的なところを問われ、細部にこだわるより、時代を読むことも含めて大局を見ることが大事なのだと気づきました。

— IAGフォローアッププログラムの支援を
どのように活用しましたか？

直接問い合わせが入るLPを制作

オンラインで資料請求ができるLP(ランディングページ)の制作と法人向けのサービスメニューをまとめたパンフレットを作成しました。これまでセミナーや紹介を通じて営業活動を行っていましたが、LPができてからはさまざまな業種や規模の企業から毎月問い合わせが入ってきます。また、フォローアッププログラムの中でメンター委員の方に定期的に相談できたのもよかったです。耳の痛いことを言われた



り、しんどいところを指摘されたりしますが、会社にとって大切なことをはっきり言うてくださるのはありがたいと感じました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

高校生インターンシップの プラットフォームへ

ようやく私たちが描いたサービスが提供できるようになってきたので、2023 年からは大阪と兵庫を中心にエリアを拡大していきます。また、“早活人材”と呼ばれる意欲的な高校生とイノベーションを起こしたい企業とのマッチングについては大手製薬会社とのインターンシップ実績ができたので、今後も開催していくことを考えています。最終的には進学する高校生も就職する高校生も、進路を検討するために社会で経験を積むインターンシップの当り前のプラットフォームになっていくことをめざしています。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- ダイバーシティな組織づくりや地域貢献をPRしたい企業
- 高校生を採用したい企業、若い人たちの採用に課題を抱えている企業
- 上記の情報を持つ金融機関や組合等とのセミナー共催
- 教員、保護者への情報発信のためのネットワーク

株式会社アッテミー
代表 吉田 優子氏

大阪市西区江戸堀一丁目14番1号
平和相互肥後橋ビル301
設立 / 2019年
資本金 / 200万円
従業員数 / 5名
TEL / 06-6180-6130



歩行誘導マットによるインクルーシブなまちづくり

IAGで外部発信力を強化し 製品の認知向上中

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

視覚障がい者のための 歩行誘導マットを提案

視覚障がい者が安全に歩行できるゴム製の歩行誘導マット『歩導くんガイドウェイ』を発表しました。従来の点字ブロックと違い、表面に凹凸がなく、周囲がスロープ形状のユニバーサルデザインなので、視覚障がい者だけでなく車いすやベビーカー等にとってもバリアになりません。インクルーシブな空間づくりに貢献することができます。仕事の中でつながった誘導マットの発明者との出会いが開発のきっかけになりました。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

とにかく製品を知ってもらうこと

製品の認知度向上に苦労しています。このプロダクトは世界に類を見ないコンセプトということもあり、2016年にドイツのiFデザインアワードの金賞を受賞しました。しかし、現在の社会環境では点字ブロックの知名度が高すぎることで、安全性や実績を重視する福祉業界では導入に前例がないことが壁となりました。そのような中、このマットは使い方や安全性の説明から始めるので時間がかかり、なかなか認知が定着しないのです。当社のような中小企業が限られた予算とマンパワーで製品を世の中に広めることに苦労しています。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

外部発信力の強化を図りたい



何年にも渡り認知度向上が大きな課題でしたので、IAGの発表を通して外部発信力を強化したいと思いました。それまでは展示会や企業訪問が主な営業活動でしたが、さらにホームページなどを活用してより多くの方々に知っていただく。もうひとつは経営者であるIAG委員の皆さんの意見や支援をもらえることに魅力を感じました。発表してみて「社会的な課題をもつづくりの力で解決していく良い事業」と共感してくださったのがうれしかったですね。個別に面談した委員からのアドバイスも戦略の中に落とし込んでいます。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

視覚障がい者も読みやすい ホームページに

ホームページ作成のための解析とデザイン企画に活用しました。既存のホームページもありましたが、当製品のターゲットを絞り、わかりやすいコンテンツを整備して、Webアクセシビリティの良いものを作りたいかったです。特

に視覚障がいのある方々にも読んで欲しかったので、実際に視覚障がい者と関わっている制作会社に依頼し、音声読み上げソフトや文章を適切な順番で読める機能をつけました。その結果、ホームページからの問い合わせと購入が増えました。また、社員のスキルも身につけ、自社でサイトを運用する気概も高まりました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

国内外にさらなる認知拡大を

現在、透明ゴムを使った誘導マットの下にLEDの液晶モニターを設置してサイネージ化する実証実験に取り組んでいます。誘導路の機能を確保しつつ、インフォメーションやサインを組み込む付加価値のある製品です。これまで当社はお客様からのオーダーに応える「部品の製造販売」をしてきましたが、この製品で初めて「完成品の提案型営業」に取り組みしました。そのビジネスモデルの変化がイノベーションとなり、社内にインナーブランディングの意識を生みしました。今後は海外にも営業展開し、さらに社会に必要とされる製品にしていきたいです。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 国内の販売網構築のための支援 (ex. 営業マンの拡充、代理店の構築)
- 海外展開のための支援(ex. 販路開拓のサポート、カントリーリスクの情報提供、現地での提案方法などのノウハウ提供)
- 上記のための資金援助
- 製品導入先の一例として、市役所・福祉センターなど公的機関、病院、学校、銀行、大型商業施設など

錦城護謨株式会社
代表取締役 太田 泰造氏

大阪府八尾市跡部北の町1丁目4番25号
創業 / 1936年5月
資本金 / 8,000万円
従業員数 / 288名
(2023年1月01日現在)
TEL / 072-992-2321
https://guideway.jp/



クルクルとまわる回転型歯ブラシのPR方法を知りたい

通販番組でかつてないほどの 売れ行きを見せる

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

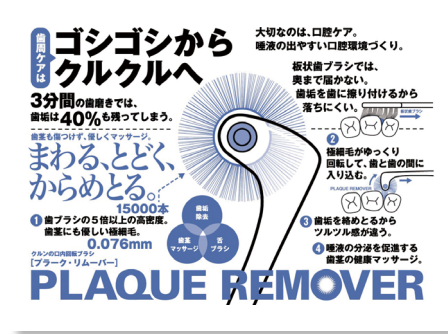
「ゴシゴシからクルクルへ」 歯の寿命を延ばす回転型歯ブラシ

当社は「まわる歯ブラシ」の開発メーカーです。従来の歯ブラシとは異なる形状で、クルクルと回転させながら歯と歯茎を同時にケアします。国は8020運動として80歳で20本の歯を残すことを推進していますが、実際のところ、28本のうち15本程度しか残らないというデータもあるようです。また、日本では40歳以上の約80%が歯周病予備軍です。平均寿命が100歳に届こうとしているこの時代、一般に普及している歯ブラシは性能不足で歯の寿命が延びない。それをなんとかしなくてはいけないと、当社は20年前にこの歯ブラシを開発しました。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

店頭陳列による販売では 商品の良さが伝わらない

おかげさまで国や大阪府を始め数々の賞をいただき、「まわる歯ブラシ」の認知度は広がり始めています。しかし、これまでなかったタイプの歯ブラシなので、販売時に説明しなければなりません。当社はそこを怠ってきたという自覚があります。実際にスーパーやドラッグストアで買っていただいても、なかなかリピートにつながりません。ネット上でも評価が分かれています。低評価の意見は「ゴシゴシ感がなく、磨いた感じがしない」。ゴシゴシ感がなくてもきちんと磨けているのですが、パッケージの裏面に細かい字で書かれている説明では性能が伝



わっていないのです。売り方に工夫があると反省しました。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

今後の売り方についてアドバイスを

まずは委員の皆さんに歯ブラシの現状を知っていただきたかったですね。そして、当社の売り方で足りていない点を聞いてみたかったです。多くの方がプレゼンを聴きにきてくださり、25名の委員さんと面談することができました。ある企業は社員さん用にと500本購入してくださいましたし、人脈を繋いでラジオにも出演させていただきました。介護施設もご紹介いただきました。コロナ禍でなかなか訪問できませんが、この歯ブラシは高齢者にも使ってほしいので時期が来れば再開したいと思っています。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

マンガと音楽をつくって情報発信

説明型商品として情報発信を工夫するためにマンガをつくりました。取扱説明書の中に入れて、

歯ブラシの特長と使い方を視覚的にわかりやすく伝えていきます。また、クルクル歯ブラシの歌をつくり、私がダンスを踊って動画サイトとHPで配信しています。さらにパッケージデザインもリニューアルしました。このようなアイデアはメンバーである広告業界に精通している委員が出してくださったものです。タレントさんといっしょに通販番組に出演し、テレビ局の担当者から「これまで歯ブラシがこんなに売れたことはなかった」と言われるほどの売上がありました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

世界中の健康寿命延伸に貢献して ノーベル賞を

最終目標はノーベル賞を取ることです。世界中の歯ブラシがゴシゴシからクルクルへ変わるイメージを持っています。そうして世界中の健康寿命に貢献したい。現在、海外では台湾で販売しており、とても盛り上がっています。台湾のバイヤーが展示会で見つけてくれて、対面でしっかり説明しながら売ってくれたおかげです。今後はアメリカ市場にも進出を考えています。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 大手の通販会社
(カタログやTVなどのメディアでしっかり商品説明をしてくれるところ)
- 百貨店の催事販売
- 高付加価値提案型のドラッグストア

クルン株式会社
代表取締役 林 伸彦氏

大阪市港区波除5丁目10番8号
設立 / 2010年11月
資本金 / 100万円
従業員数 / 7名
TEL / 06-6584-3234



製造現場での目視検査をAI化

新機能の実証実験を実施し メンターから上場へのアドバイスを受ける

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

目視検査の自動化で生産効率アップを図る

製造業の目視検査を自動化するAIのサービスを提供しています。一般的に製造現場での検査は目視か画像処理センサで行います。近年、製造業は人手不足の中、省人化を進めたいニーズは強いのですが、従来の画像処理センサでは見ることでできない領域があります。たとえば食品工場で扱うパンの焼き色のムラなどがその一例。個体差が大きく、検査のルールを決めにくい製品です。DX化が難しい領域においても、当社はAIの技術だけでは解決できないところを、ITとIT以外の技術を組み合わせさせて自動化に取り組んでいます。人件費の高騰や人手不足を解消し、生産効率の向上とコストダウンにつながればと思っています。

— 事業の立ち上げて苦労したことはなんですか

やることは多く予定はない創業当初

当社は3人で立ち上げた会社です。それぞれが製造業やIT企業で経験を積んでいるので、良いものをつくる自信はありますが、どのようにサービスを世の中に伝えていくのか日々、試行錯誤し手探りで進めていました。創業当初の数ヶ月、やるべきことは多いのですが、お客様とのアポイントが入らず、会社の資金もないので、1円単位でも事業展開において投資対効果を考える毎日でした。困難と言えばコロナです。現場に足を運べない中、お客様と要件を詰めていく方法は主にオンライン。現場の様子を携帯の動画で映していただきながらのやり取りは、お客様にとっても大変だったと思います。



— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

製造業の経営者からアドバイスを

IAGには大阪で長く事業をされている経営者が多く、その方々からアドバイスをいただけるのは魅力でした。フォローアップの支援金をいただいたら、さらに事業を拡大するために活用したいという考えもありました。委員の中には製造業の方が多くいらっしゃるので、当社のビジネスにニーズがあるのか、サービス内容へのご意見を聞くことができたのはよかったです。複数の企業が興味を持ってくださり、個別に面談する機会にもつながりました。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

新機能の実証実験に活用

自社システムの新機能の実証実験に活用しました。お客様先でプログラミング不要のAIの追加学習にニーズがあり、それに伴うユーザーインターフェースの改良と共に機能を実装しました。また、当社は数年以内での上場を目

標としており、メンター委員から上場に向けてアドバイスをいただけたのもよかったです。留意点、体制づくりなどの具体的な話を聴くことができました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

検査と言えばフツパーと言われたい

当社独自の検査AIは一般的なAIと比べて精度が高くなるような内部構造を組み込んでおります。AIといえばGAFAが有名ですが、当社も検査の領域においてはグローバル水準でAI技術をリードしている企業として認知度を高めていけるよう、研究に取り組んでおり、その技術は既に現場で実用化されております。「検査と言えばフツパー」と言われるようになりました。その一方で将来は検査が不要な製造工程の実現をめざしたいと思います。検査は製品の中に不良品があるという前提で行いますが、そもそも不良品が発生しなければ検査は要らないのです。これまで集めた画像データから原因を特定し、不良品の出ない生産工程を支援するAIをつくっています。

飲食店の料理を小ロットからレトルトに

「惚レトルト」のブランド化と レトルトパークを実現

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

小ロットからのレトルト製造販売

飲食店の料理をレトルトにして製造販売しています。レトルト化できるものであれば、店や料理の種類に制限はありません。35パックの小ロットから可能です。私は以前、食品メーカーでチルドや冷凍食品の企画・販売をしていました。コロナ禍でその経験が飲食店の役に立つのではと始めたのがこの事業です。高齢の母と親子で起業し、母が代表です。いっしょに仕事をしながら近くで見守ることができて安心です。

— 事業の立ち上げて苦労したことはなんですか

飲食店の味を90%再現する

開発に時間がかかることです。どの料理もすべて2週間の観察期間を経て試食に着手するので商品化に時間と手間がかかります。一方、食品業界でのレトルト化は最小ロット500～1000個が常識と言われる中、35パックから製造できる当社の特徴は強みだと感じています。というのも、当社では小型釜で加圧加熱するので大型釜に比べて温度むらが少なく、短時間で滅菌処理できます。その結果、食材の風味をキープし、味の再現率90%を超えることができました。業界の平均値が70%ですから、はるかに高い品質を提供できています。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

事業を着実にブラッシュアップ

この事業を多くの人に認知してもらうためのアイデアがほしかったので応募しました。委員



の皆さんからは手厚いサポートといろいろな知恵をいただきました。特に、ある食品会社の社長からは「過去に同じような事業で伸び悩んだ経験があるから」とアドバイスをいただき、今後のブランディングの参考になりました。IAGでの発表を機にビジネスモデルをブラッシュアップし、他のビジネスプランコンテストでも賞をいただき、社会に貢献できる事業と認められるようになりました。一般的に創業間もない法人の銀行口座開設はハードルが高いのですが、都市銀行から開設の申し出をいただき、その後ビジネスマッチングや展示会の情報も入ってきます。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

ブランド「惚レトルト」完成。

レトルト食品は安価なものが多い一般消費の商品が多い中、当社のレトルトの差別化のためブランディングの必要性を強く感じたこともあり、プロに企画を依頼しました。その結果できたのが“店主が惚れている料理に当社も惚れトル。”というコンセプトの『惚レトルト』です。すっきりと視覚化されたブランドができたので、

今後はこのコンセプトに沿って事業を展開していきます。会社のロゴマークをつくり、ホームページもリニューアルしました。また、惚レトルト商品を実際にハーフサイズで食べ比べができたり、お餅やパスタなどでアレンジできたりとレトルト食品を楽しんでもらえる「惚レトルトパーク」を展開していく予定です。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

小ロットのニーズと多彩にコラボ

味の再現率90%は飲食店オーナーの評価ですが、実は商品によっては「店出しの料理よりおいしい」と言われるものもあります。つまり再現率100%を超えるものもある。ですが、私は90%という表現で止めようと思っています。なぜなら、飲食店の料理は店の雰囲気とともにその場で食べて100%のお店の味が完成するからです。世の中には小ロットからレトルト化したいというニーズがあり、産学連携やふるさと納税などコラボする機会はいくつもあります。惚レトルトパークでおいしさを体感していただき購入動線につなげていく。それが当社の存在意義であり未来のコンセプトです。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 検査と検査以外の領域でAI化を考える製造業全般
(ex. 食品製造業、金属加工業など)
- ロボット、コンベア等の設備を販売している企業

株式会社フツパー
取締役兼 COO 黒瀬 康太氏

大阪市淀川区東三国4-25-29
フローラル・セントランド202・206・208号
設立 / 2020年4月1日
資本金 / 1億円
従業員数 / 50名
(アルバイト・インターン含む)
TEL / 06-6151-9167



今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 産学連携。大学の食品学科、栄養学科の研究試作を民間企業とのコラボでレトルトにする
- 自治体のふるさと納税の返礼品として、地産の食品をレトルトにする
- 主要都市にレトルトパークを展開するための金融機関やVCからの資金援助

目利氣358合同会社
代表社員 箱井 美千代氏(写真左)
事業統括 箱井 孝氏(右)

大阪市中央区安堂寺町2丁目6-14
松屋町MTビル7階 Metro
設立 / 2021年3月22日
資本金 / 135万
従業員数 / 3名
TEL / 06-7777-3598



ハウスクリーニングで世の中をエシカルに

大阪での認知度向上と 応援してくれる機運を実感！

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

有害性を80%削減したクリーニング手法

“きれいごとできれいにしよう”というキャッチフレーズのもと、SDGsにマッチしたエシカルなハウスクリーニングを展開しています。もともとハウスクリーニング業をしていましたが、「お客様の家をきれいにするために有害な洗浄剤を使い、汚れを家の中から外に移しているだけじゃないか」と強烈な違和感を持ったのがきっかけです。洗剤も開発し、洗浄方法などすべての手法を含めて、“人やペットへの有害性を80%削減”と打ち出しています。移動は電気自動車、制服は古着を使用するなど全方位エシカルにこだわっています。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

エシカルという概念の認知度の低さ

エシカルという言葉がほとんど認知されておらず、当社の考え方をなかなかわかってもらえない点ですね。今は私たちだけが声を上げている状態です。ハウスクリーニング業界の実状も知られていないので、既存業者さんから「よいことを言うな」という空気も感じます。敵対したいわけではなく、既存の業者さんとも一緒にやっていくことをミッションにしていますが、現状はなかなかですね。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

会いたい人と企業を紹介してくれる

認知度が低いので、ひとりでも多くの人に共感してもらうことから始めようと、とにかくいろ



いろなところに出かけて行きました。その中のひとつがIAGです。IAGは大阪を中心にベンチャーを応援するプログラムなので、ぜひ応援してほしいと思ったんです。発表では当社のサービスを導入してくれる事業者とつないでほしいとお願いし、ご縁をいただいた高齢者施設や幼稚園向けに、資料を作って渡しました。委員の方々に会いたい人や企業を伝えと誰かが必ず紹介してくれる。ありがたいと思います。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

ストーリー仕立てのPR動画を制作

認知度向上と営業の成約率を高めるためのPR動画を制作しました。コンセプトはブレイキングダウンという格闘技系の動画を模したバトル形式の演出です。大阪のプロレス団体を起用してクリーニング方法を出場者に見立て、お風呂洗いに対決して当社が勝ち抜いていくストーリーです。TVCM制作会社に依頼し、監督とアイデアを出し合ってこの企画が生まれました。

この動画をホームページに置き、SNSで広げていく計画です。また、メンター委員とお会いしアドバイスをいただいたり、経営者の集まる会につないでいただいたりしました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

フランチャイズ展開と エシカル認証マーク

ビジョンはハウスクリーニングをきっかけに世の中をエシカルにしていくことです。大阪の片隅で当社が叫んで終わりではなく、スケールとスピードを持たせたい。その一環としてフランチャイズ展開を進めています。既に3店決まっていますこれから本格募集に入ります。台湾への進出も計画しています。また、エシカル認証マークを作成して広めようと考えています。私たちの事業のような役務提供に対するエコ認証はまだ世の中に見られないので、作ったらおもしろいし、ネームバリューを加速する手段にもなります。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 認知度を高めるための情報発信を支援してくれるメディア
- 当社サービスのフランチャイズ参入に興味のある個人や企業
- サービスを導入してくれる高齢者施設、幼稚園、クリニック等

株式会社エシカルノーマル
代表取締役 本川 誠氏

大阪市東淀川区東淡路1丁目5-51
ショッピングタウンエバーレ内
設立／2021年5月
資本金／1,100万円
従業員数／5名
TEL／0800-600-8456



AIを搭載したホームページの運用支援サービス

IAGは経営者として 選択の幅に気づく機会に

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

AIを搭載したホームページの 3つのサービス

これまで培ってきたホームページ事業にAIを搭載して、お客様のWeb戦略をサポートする事業を立ち上げました。ひとつはアクセス解析を使ったホームページの課題抽出と改善提案。従来のコンサルティングを人的な工数をかけずに安価で提供できます。2つ目はCMSのレイアウト変更、画像差し替えなどが自動で更新できるサービス。3つ目は訪問ユーザーの過去の閲覧履歴をもとに有益な情報を提供するレコメンドサービスです。これらをひとつのAI事業として展開させていただきます。当社の顧客は9割以上が中小企業ですが、どこもDX化の必要性を感じていながらIT人材の確保と育成に注力できない現状を見てこの事業を始めました。

— 事業の立ち上げで苦労したことはなんですか

開発に必要な知見データの不足

当社がAIの研究を始めた5年前、AI技術はまだ進んでいませんでした。AIには何十万件という知見データを投入しなければなりません、当社はせいぜい数千件のデータしかありません。システムは開発できても知見が少なく、AIを育てられないのが課題でした。しかし、ここ数年で技術的な進化があり、少数の知見データで回答を導き出せるプラットフォームが整ってきたのです。同時に開発コストも低くなりました。当初、1億程度の開発予算を覚悟していましたが、事業再構築補助金を活用できたこともあり、想定していた予算より少ない費用で開発できました。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はなんですか

経営者として選択の幅が広がる

これまで外部の方や支援機関との接点がほとんどなく、自分たちで事業を成長させてきましたが、大阪産業局のトップランナー育成事業に認定されハンズオン支援を受ける中で、担当者からIAG事業を勧められたのがきっかけです。IAGでは同じ経験を過去に乗り越えてきた多くの経営者と出会い、自分自身の選択の幅が広がったと感じています。たとえば当社は社員数40名ですが、100人規模の組織になった時の問題や考え方を学ぶ機会になりました。また、アドバイスだけでなく、当社のサービスを利用してくださる顧客として提案の依頼をいただくこともできました。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

動画でサービスを訴求する

当社のサービスを紹介する動画を制作中です。これまで動画に投資する余裕がなかったの

ですが、支援金のおかげで専門の会社に依頼することができました。SNS広告としても配信し、効果が期待できと思っています。動画では、私が建築士からIT事業に軸足を移した企業ストーリーから頭に浮かんだ「DIGITAL ONCHI」というワードを使っています。IT専門家ではなかった私の経歴を強みに転じることで、デジタル知識の乏しい経営者にも事業の可能性を示すことができるのではないかと期待しています。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

地方自治体にサービス展開を

今後は当社のサービスを地方自治体に展開していきます。たとえば多くの自治体のホームページは住民向けのコンテンツと観光客向けのコンテンツが乱立しています。そこにニーズを発見しました。当社のレコメンド機能を使えば、多くの情報を精査して、見る人に合わせた情報をお届けすることができます。また、2026年の上場を視野に入れており、さまざまな支援や情報提供を受けながら準備を進めている最中です。



今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- ホームページに課題を持つ2万人から10万人規模の地方自治体
- 当社のノウハウを活用してもらえるWeb制作会社、コンサルティング会社等
- サービスを広め、代理店のように動いてもらえる販売パートナー

株式会社コウズ
代表取締役 浜野 耕一氏

大阪市西区西本町1-8-14
SEKONビル4F
設立／2006年3月
資本金／1,000万円
従業員数／40名
TEL／06-4391-0055



女性の美容と健康を商品とサービスの組み合わせでサポート

思いを商品化につなげられる 製造企業とマッチング！

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

女性の課題解決のための4つのカテゴリー

当社の社名「KOKYU」は「呼吸」から来ています。呼吸するようにかけがえのない商品を通して、女性が抱える美容と健康のあらゆる課題を解決することをめざしています。具体的にはストレスケア、インナーケア、ボディケア、スキンケアの4つのカテゴリーを展開し、カウンセリングからその人に必要な商品とサービスを組み合わせ提供します。もともと妻（当社COO）が美容関係の仕事をしていました。女性の健康と美容は食生活や睡眠など複数の要因が重なりますが、その原因をストレスの一言でまとめる風潮に疑問を感じたのがきっかけです。

— 事業の立ち上げて苦労したことはありますか

商品開発が進まないこと

事業の立ち上げから2年経ちますが、東京と大阪にエステとパーソナルジムを2店舗ずつ出したタイミングでコロナ禍に入り、売上が激減しました。その点は美容商品のオンライン販売の比重を増やすことでバランスを取ろうとしています。もうひとつは思うように商品開発が進まないことです。当社はいくつかの化粧品会社とOEM連携して、成分や技術を話し合いながら開発を進めますが、自分たちが納得のいく商品を作りたいので、商品化にこぎつけるまでに時間がかかるのです。2年経っても商品化に至らないものもあります。そこで30の商品とサービスを同時並行で大量開発することで商品数を増やしていこうとしています。



— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はありますか

思いをかたちにできる 製造企業との出会い

多くの女性のあらゆる課題を解決しようと思うと、商品とサービスを1000種類揃える必要があると考えています。そのため当社のビジネスをできるだけ多くの人々に知ってもらいたい。特に私たちの思いを商品化するために、理念に共感してくれて、独自の技術を持った製造業の力を借りたいと思いました。IAGの発表は中小企業の経営者がたくさんいるのが魅力で、委員の方には言えば誰かにつながります。関西のメーカー企業だけでもどんどんつながっていきそうな感じがですね。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

世界観を統一するブランディング

当社の事業はひとつの商品を際立たせるのではなく、悩みを聞いてカウンセリングし、複

数の商品とサービスを組み合わせ提供する仕組みです。その点がなかなか伝わりにくいと感じていたので、商品・サービスの世界観を統一するためのブランディングに支援金を活用しました。そのための販促物を製作中です。制作物のデザインは、産創館のMEBIC(クリエイティブネットワークセンター)を活用し、デザイナーさんとつながりました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

フェムテック企業として海外進出を

お客様の悩みを効率よく引き出せる仕組みをつくっていきます。悩みを聞く中でキーワードを拾っていき、AIを使って再現性を高めていくテクノロジーの導入ですね。また、アプリを採用したり、収集したデータを活用していくフェムテック企業をめざし、4～5年後には上場したいと考えています。商品はメイドインジャパンにこだわり、日本で市場を広げた後は米国と中国に進出したいですね。海外進出することで日本の国力を保ちたいのです。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 資金調達のための支援（VC、企業の投資部門など）
- 理念に共感し、技術を持つ製造業の企業
- 当社の思いをかたちにするためのテクノロジーを持つスタートアップや大学など

株式会社KOKYU
代表取締役CEO 堀 敦友氏

大阪市福島区福島3丁目14番29号
アルティジア新福島ビル4F
資本金／2359万円
従業員数／20名
設立／2020年12月
TEL／06-6476-8750



親会社のリソースを活用した BtoC 事業を起業

パーソナライズしたサプリの 販路開拓を検討する機会に

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

ライフケア分析でサプリを選定

パソコンやスマホで20問のアンケートに答えることで健康状態がわかり、その人に合ったサプリメントを届ける『サプリノ』というサービスを展開しています。親会社が井藤漢方製薬株式会社という健康食品メーカーで、そのリソースを使ってできることを考えました。新規事業部ではなく起業という形を取ったのは、大量製造して法人に卸す親会社の製販の仕組みと、エンドユーザーに直接提供する仕組みを構築したい当社では、意思決定のスピードが違うからです。今は親会社に籍を置いていますが、いずれは独立した会社になりたいと思っています。

— 事業の立ち上げて苦労したことはありますか

ECサイトのシステムの問題点に直面

立ち上げ後は集客がいちばん大きな課題でした。ECサイトをオープンした初月の新規顧客はたった10人。「これは大変」とキャンペーンやSNSを利用して、今は順調に顧客数が増えています。もうひとつはECサイトの設計です。当社のサービスはライフケア分析から課題をあぶり出してサプリメントの購入につなげるのですが、その動線が一般的なECサイトに比べて少し複雑なのです。そのシステムに問題があり、ある時期、会員登録数は増えているのに購入が増えないという状態が続きました。そんな問題点をバケツの穴を埋めるようにひとつずつ改善していきました。

— IAGで発表しようと思った理由と
発表してよかった点はありますか

販路開拓の事業モデルにアドバイスを

ECサイトが稼働した後、それ以外の販路に目を向ける必要性を感じました。そこで企業の福利厚生サービスの一環としてこのサービスを使ってもらえないかと考え、事業モデルについてアドバイスいただきたいと思ったんです。検討にあたり、サプリが対象になるのか、企業が得るメリットは何か、税務上の処理の仕方はなどさまざまなご意見をいただきました。ぼんやりと健康経営の一貫のサービスと考えていましたが、サービスに伴うルールや検討事項を知る機会になったのは良かったですね。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を
どのように活用しましたか

ECサイトの分析と改修、PR動画を制作

ライフケア分析後の購入率を高めるためのECサイトの改修と、サービス理解促進のため



今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 福利厚生として導入してくれる企業
- 企業の優待サービスとして当社の商品を使ってくれるところ（販売代理店機能）
(ex. フィットネスジム、睡眠商材、ヘルスケア関連企業、健康意識の高いところ)

株式会社 Suppleno
代表取締役 井藤 竜生氏
COO 若松 孝浩氏(写真左)
CXO 堤 朗子氏(写真右)

大阪府東大阪市長田東2-4-1
資本金／2000万円
設立／2021年4月1日
TEL／06-6748-9360



AIコーチが営業の最適解を指南する「Sales Navi」を開発

IAG発表で委員の企業に 導入決定！

— IAGで発表した事業についてお聞かせください

営業職の成果のばらつきを改善

AIコーチが営業をサポートする営業標準化システム『Sales Navi』を開発しています。トップセールスの営業ナレッジを体系的に可視化して、営業のノウハウをプログラミングすることにより、AIコーチが人間のマネージャーに代わって営業指導をサポートするプロダクトです。従来の属人的な仕組みでは営業成果にばらつきが発生しやすかった状態を改善し、営業力を強化していきます。営業職のいる会社なら業界を問わず使っていただけます。

— 事業の立ち上げて苦労したことはなんですか

ようやく出会えたエンジニアのパートナー

当初苦労したのはプロダクト開発に携わるエンジニアを見つけることです。最初は開発を外注していましたが、外部の方に要件を伝えても私の意図が十分に伝わらないのです。営業標準化システムになるため、プログラミングだけでなく営業の知識が必要なんですね。そこで営業のことも理解してくれるエンジニアを自社で採用しようと思いました。しかし、今、業界ではエンジニアが不足していて募集しても人が集まりません。知り合いをたどり、「エンジニアを探している」と言い続け、ようやく出会ったのが最高技術責任者となる下地です。彼に私のやりたいことを熱く語ると、翌日には徹夜で作った資料を持ってきてくれました。外注先が3ヶ月かけて作ったものより精度の高いものが一晩でできたのです。その熱意と力に感激しました。

今後の展開のために希望する支援、パートナー例

- 『Sales Navi』の認知拡大に努めていただける営業パートナー
- 人材に関する支援（エンジニアを始め営業、マーケティング、人事などあらゆる職種の採用と組織づくりに力を貸してくださる方）

— IAGで発表しようと思った理由と 発表してよかった点はなんですか

中小企業の経営者の前でプレゼン ある委員の企業に導入決定

当社は大企業との商談は多いのですが、中小企業と出会う機会がありませんでした。IAGの委員は中小企業の経営者が多いので、中小企業にも販路を広げようとしていた当社にとって将来のお客様に事業を紹介できる点がメリットでした。結果として委員さんからの面談申し込みは9社あり、『Sales Navi』を直接営業させていただくことができました。そのうち1社に導入が決まっています。また、他の方からも製品のPRにつながるセミナーの場などを紹介いただき、登壇することが決まっています。

— IAGのフォローアッププログラムの支援金を どのように活用しましたか

特許出願とコーポレートサイト制作

ひとつは特許の出願です。『Sales Navi』ではAIコーチのキャラクターが営業指導を行うのですが、利用者の回答によって質問を深掘り

していきます。営業で成果を上げるために必要な要素を洗い出し、分類、体系化し、実際の営業指導に使えるレベルまで質問を落とし込んだもので、まるで人間の営業マネージャーと会話するような仕組みです。その対話アルゴリズムに特許を出願しています。もうひとつはコーポレートサイトの制作で、2023年2月に公開しました。

— 今後の事業展開とめざす姿を教えてください

営業職の当たり前ツールに

「営業の道しるべを創る」というビジョンで『Sales Navi』を営業職のインフラにしたいと思っています。教科書がなく感覚的だった営業のやり方を体系立てた手法に確立させ、営業職に就いたら『Sales Navi』を当たり前に使っている、そんな世界観をつくりたいです。当社は今、2027年度の上場に向けて動いています。そのために昨年末にベンチャーキャピタルからの出資も受けました。組織は現在25名ですが、2024年3月までに50名体制にする目標を掲げています。



株式会社Sales Navi
代表取締役CEO 田中 大貴氏

大阪市北区曽根崎2丁目8-5-3階
設立 / 2021年4月9日
資本金 / 7000万円
従業員数 / 25名(業務委託含む)
E-mail / info@salesnavi.co.jp



第11期IAG委員（50音順・敬称略）

赤瀬川 勝雄 日本アクア株式会社 代表取締役社長

筏 由加子 リボン食品株式会社 代表取締役社長

上野 昌也 上野製菓株式会社 代表取締役社長

大野 長八 大野アソシエーツ 代表

岡 隆宏 一般社団法人日本スタートアップ支援協会 代表理事

岡本 昭治 岡安証券株式会社 代表取締役社長

金井 宏実 金井重要工業株式会社 代表取締役会長

喜多村 晴雄 セルウィンコンサルティング株式会社 代表取締役社長

久我 洋一 株式会社久我 代表取締役社長

小西 新右衛門 小西酒造株式会社 代表取締役社長

薩摩 和男 株式会社美々卯 代表取締役社長

塩山 知之 株式会社ナニワ商会 代表取締役社長

高木 正和 ヨクスル株式会社 代表取締役

高野 哲正 公益社団法人関西ニュービジネス協議会 専務理事

高山 善和 西日本電信電話株式会社 ビジネス営業本部
バリューデザイン部 担当部長

橘 俊夫 株式会社東邦レオホールディングス 代表取締役社長

辰野 光彦 辰野株式会社 代表取締役社長

立野 純三 株式会社ユニオン 代表取締役社長

玉野 博昭 株式会社サンクネット 代表取締役

寺岡 竜太郎 東神電気株式会社 常務取締役

豊田 崇克 ネクストウェア株式会社 代表取締役社長

長瀬 孝充 キョーラク株式会社 代表取締役社長

能村 祐己 太陽工業株式会社 代表取締役社長
TSP 太陽株式会社 取締役会長

橋本 与志斗 株式会社 B-Bridge 代表取締役

長谷川 恵一 学校法人エール学園 総長

濱口 健宏 日建産業株式会社 代表取締役社長

樋口 正明 株式会社新通 代表取締役常務

廣田 文孝 廣田証券株式会社 代表取締役社長

細川 正直 税理士法人細川総合パートナーズ 代表社員

細川 悦男 ホソカワミクロン株式会社 取締役会長

堀川 一晃 株式会社ウィザス 相談役

前田 尚宏 株式会社秀建 代表取締役

松岡 仁史 株式会社情報企画 代表取締役会長

睦月 邦年 睦月電機株式会社 取締役会長

森下 喜郎 新和商事株式会社 代表取締役社長

山口 俊介 有限会社かほり堂 代表取締役

山崎 陽彦 株式会社オーゼットケー 代表取締役

山田 裕子 特定非営利活動法人大阪 NPO センター 副代表理事

山本 雅史 株式会社アワーズ 代表取締役社長

山脇 雅則 株式会社ヤマイテクノ 代表取締役社長



公益財団法人 大阪産業局

大阪産業創造館 IAG 運営事務局

〒541-0053 大阪市中央区本町 1-4-5

TEL 06-6264-9855 / FAX 06-6264-9899

E-mail iag-info@sansokan.jp

<https://www.sansokan.jp/iag/>

