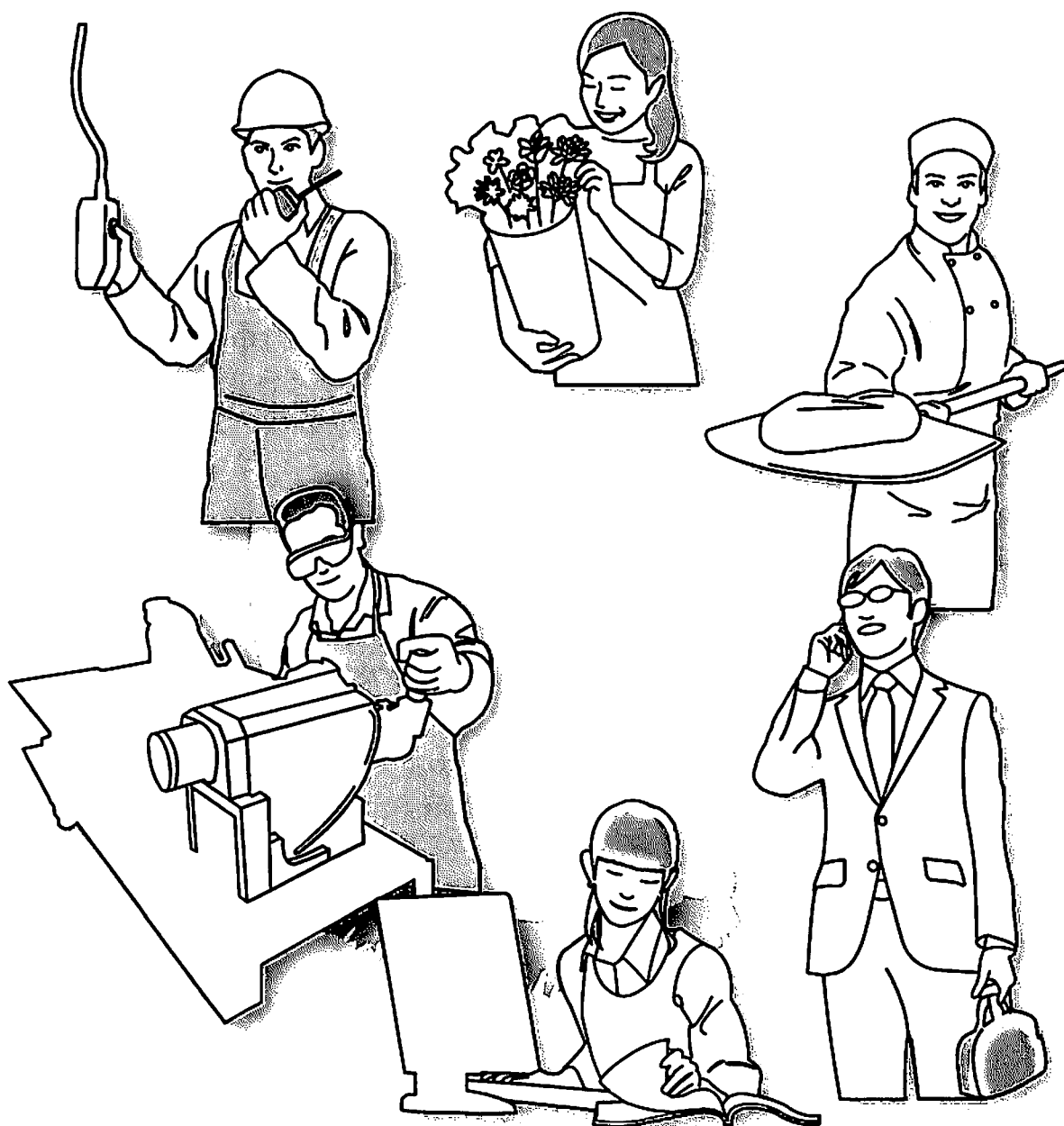


# 中小企業自書

2010年版

ピンチを乗り越えて



中小企業庁 編

**CASE** [事例2-2-1]

## 中国市場を始めとする海外へのデジタル機器向けのフォントの販売

静岡県浜松市の株式会社リムコーポレーション（従業員15名、資本金1,900万円）は、大学院で認知工学を専攻し、コンピュータシステムエンジニアであった竹塚直久社長が独立起業して設立した会社である。同社は、認知工学や認知科学を応用した視認性・可読性に優れたデジタル文字の開発に強みを有し、携帯電話、カーナビゲーションシステム、液晶等に使用される光学式・デジタルフォントエンジンの開発に成功し、「フォントレンダリングエンジン」という新しい市場を創造したニッチトップ企業である。現在、携帯電話の日本語フォントエンジンでは国内50%のシェアを占めている。

同社は、コアコンピタンスに係わる技術の特許出願せず、自前の技術として保持する戦略を採用している。具体的には同社自身で組み込みソフトのエンジニアを育成し、同社のエンジニア自らが顧客であるメーカーの製品にソフトを組み込んでおり、大手携帯機器メーカー等のライセンス供与している顧客に対してソースコードを開示していない。

デジタル機器の技術開発のスピードに対応するため、自社の経営資源に固執せず、大学との共同研究や他社との提携を積極的に行っている。自社で中国語のフォントを開発し、日本企業で初めて、中国政府から認定を得ることに成功した。中国ではデジタル機器に、中国政府認定ビットマップフォント又は、認定を受けたフォント書体を使用することが義務付けられており、欧米企業や、国内の携帯電話メーカー等に同社の中国語フォントと漢字に適した独自のレンダリングエンジンを販売することによって、巨大な中国市場への進出を計画している。

**CASE** [事例2-2-2]

## 和傘製造の技術を応用した照明器具をヨーロッパに輸出する老舗企業

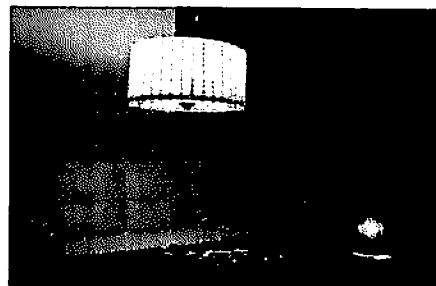
京都府京都市の株式会社日吉屋（従業員5名、資本金1,000万円）は150年超の伝統を有する和傘を製造する企業である。和傘の出荷量は、洋傘の浸透等により、年々減少する傾向にあり、同社の西堀耕太郎社長が就任した1997年には、同社の売上は年間100万円程度であった。

西堀社長は、和傘のインターネット販売を行うことで、和傘の売上を10倍以上に伸ばすことに成功した。しかし、和傘の販売を続けるだけでは、更なる売上上の増加は望めないと考えていた。

そこで、「伝統は革新の連続である」という理念を掲げ、経験を活かしたものづくりの技術に、新しい発想を取り込み、時代に即した商品開発を行うことを検討し始めた。

同社長は、和傘の強みを分析し、「骨組みの美しさ」、「和紙及び和紙からの透過光の美しさ」、「折り畳み可能な構造」に着目し、和傘の技術を用いた照明器具を製作し、将来的には海外で販売したいと考え、知人の紹介によりデザイナーと共同で製品開発を行った。

その結果、和傘の骨組み及び和紙の美しさを活かし、折り畳み可能な構造を簡型にした照明器具「古都里-KOTORI」を開発。2008年には、中小企業庁の「Japanブランド育成事業」としてバリの展示会に出展。現地で注目を集め、注文が来るようになった。輸出開始時には、照明機器が日本と外国で電圧安全基準が異なることや、販売拡大のために現地の卸売業者が必要となるなど様々な課題に直面したが、現地の企業とうまく提携して課題を克服した。現在は更なる事業拡大に向けて全力で取り組んでいる。西堀社長は、「和傘や伝統工芸品だから輸出できたわけでもなく、既存の商品の良いところを地道に見つめ直し、新しいアイデアを盛り込むことが新たな商品開発につながる。」と考えている。



モダンリビングにも合わせられる和風照明器具  
「古都里-KOTORI」