

コア・インテグレーション・テクノロジー で再成長を目指す

独自開発のコア・インテグレーション・テクノロジーを基盤に、クラウドコンピューティングへの切り替えをてこにビジネスの再成長を目指す企業が、販路開拓コーディネーター事業等を活用して新たな活路を見出した。

関東本部 販路開拓プロジェクトマネージャー 田川 幸平

企業名 ナレッジアイティ株式会社
業種 コア・インテグレーション・テクノロジー*を用いたクラウドコンピューティングサービスの提供
*分散するデータを統合して、重要かつ緊急な各種報告書ビューを迅速、柔軟に作成する技術
所在地 東京墨田区江東橋1-8-3
インド：Knowledge IT Limited (ニューデリー)
米国：The Knowledge IT Corporation (サンフランシスコ)
資本金 10百万円
設立 平成11年6月
売上高 国内28百万円 (平成23年期)
従業員 25人 (グループ企業従業員を含む)



ナレッジアイティ株式会社が開発したコア・インテグレーション・テクノロジーは、企業内に分散するデータを、通常数か月から場合によっては数年かかるところを、わずか数日から数週間で迅速に統合し、安全性の高いクラウドコンピューティングによるサービス提供を可能とする技術である。販路開拓コーディネーター事業ではこの技術をベースとした「人財育成戦略ソリューション」の販路開拓を支援した。その後、「ベンチャープラザファンド in Tokyo」でベンチャーキャピタルとのマッチング、支援期間中に出てきた資料およびホームページ改善の課題に対して経営実務支援事業での継続的な支援を行った。

企業概要

創業者であるヘマント氏はインドのニューデリーに生まれ、日本の千葉大学に留学、同大学院で電

子工学修士号を取得した。卒業後、大手システム開発会社シニアエンジニア、米国大手企業ソフトウェア部門の日本支社長兼アジア・パシフィックディレクターを務めた。この間、アメリカ・イギリス・フランス・スウェーデン・日本・インドで約100社の大企業向けシステム開発に関わっている。

これらの経験をもとに平成11年、当社を創業した。現在ではインドに最先端の開発技術をもったソフトウェア会社、アメリカにIT動向をリサーチする会社を設立し、グローバルな事業展開をしている。

平成22年に特許を取得したコア・インテグレーション・テクノロジーは、社内に分散している情報を効果的に統合して、有効な知的資産として活用できる他社にはない当社独自の技術である。例えば、人事情報が分散して存在している企業が多い。これを「人財育成戦略ソリューション」では図1のように統合することができる。

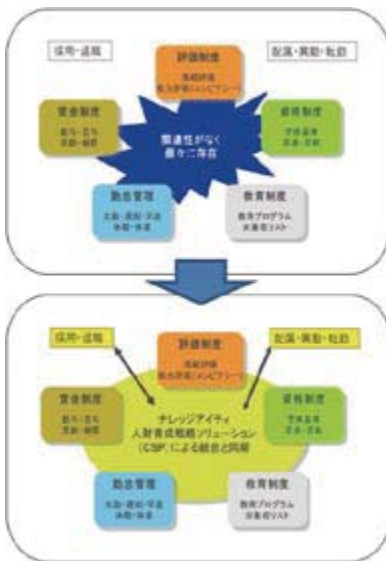


図1 分散する人事情報の統合

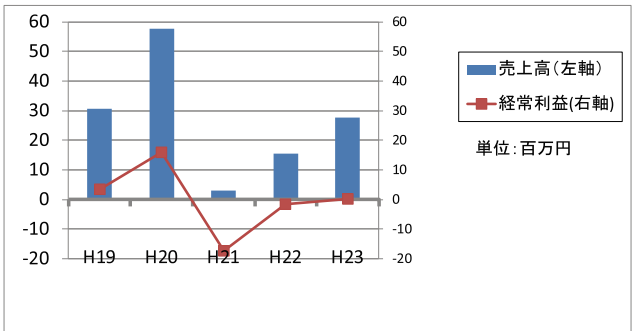
既存のリソースを使うので、新たにシステムを構築するのに比べ、大幅に経費と時間を節約できる。また、元データに影響を与えずに統合できる点に優位性がある。現在、コア・インテグレーション・テクノロジーをベースにした製品には、人事戦略管理、知的財産管理、インシデント保守管理、経営管理等があり、大手通信データ会社、大手メーカー系ITソリューション会社、チケット販売・イベント企画会社などに導入実績がある。

クラウドコンピューティングの将来性を見越し、それまでの製品の提供形態を変更するための開発に注力した。

中小機構との出会い

技術的には実用化の用途はついたものの、ヘマント社長としてはこれまで以上の成長を図っていくためには、自社だけの力では及ば

売上高と経常利益



支援メニュー	H19	H20	H21	H22	H23	支援内容(支援テーマ等)
販路開拓コーディネート事業				●		テストマーケティング
ベンチャープラザファンドinTokyo				★		ベンチャーキャピタルとのマッチング
経営実務支援事業				●		HP、販促ツールの改良等

ないところがあると感じ、関東本部に所属する販路開拓コーディネーターの紹介で、販路開拓の相談にいられた。

事業の説明を聞いた後、自社の課題を解決するためには、市場での検証が必要かつ有効であると判断し、テストマーケティングによる支援を希望された。

プロジェクトマネージャーの視点と支援課題の設定

まず窓口相談でチーフアドバイザーと数回の面談を重ね、マーケティング企画のブラッシュアップを行った。そこでは製品の優位性を発揮できるターゲットの絞り込み、ターゲットにどのような価値を提供できるのかという仮説の設定、市場へのアプローチにあたっての懸念点等を「使用シーン表」を用いて整理した。

支援対象製品は当社の製品の1つである「人財育成戦略ソリューション」とした。当初、社外秘である人事情報を他社に預けることは

日本企業に馴染まないのではないかという懸念があった。しかし、大手商社が人事システムをクラウドで運用することを新聞発表したことから、国内企業も人事情報を外場で運用する時代に移行しつつあることが確認でき、製品の優位性ととも今後市場機会の広がりが見込めることから採択に至った。

企業が業績向上を図るため、あるいはM&Aによる急速な組織拡大に対応するためには、社内の優秀な人財発掘や活用が不可欠である。しかしながら、事業部長クラスが求めるスキルをもった人財を探したい時にすぐに欲しいデータがない、人事部に情報はあるのだがスムーズな検索ができない、情報の追加・変更に手間がかかるといった問題に直面する。ほとんどの企業は人財関係データを機密扱いで集中管理しており、異動に伴う人財発掘や社員の育成に活用するには使い勝手が悪く、状況変化に伴う改変に時間と多額の投資が必要となる。これらを解決することが

可能となれば、眠っている人財の有効活用によって社員の士気が高まり、適材適所による組織活性化につながる。

支援にあたってはその点に着目し、既存システムをそのまま使い、経営者や事業部長クラスの人が利用することを想定し、①システムの構築や利用面での柔軟性を高める、②クラウドによる提供形態で導入・運用コストの大幅な低減を実現する、③部門間やパートナー企業との連携を容易にする、④自社で手間をかけずに最新の技術を常に利用できる、といったことがメリットになることを想定した。

また、製品の機能を必要とし、



仮説の検証プロセスの中で、アプローチ先からいただいた課題にヘマント社長が真摯な姿勢で取り組んだことが成果につながった。

田川 幸平 関東本部 販路開拓プロジェクトマネージャー

その効果があると思われる、①外食チェーン店を運営している会社、②人事業務受託サービス会社、③ITベンダ、④プラント会社、⑤総合商社、⑥人材派遣会社をアプローチ先として設定した。

ただし、当社の知名度はまだ低く、信用力の不足は否めない。人財情報は企業にとって機密情報なので、外部にデータを預けることに安全性面での抵抗感がまだある。導入にあたっては、コンサルティングを行いながらシステムを構築していくが、相手の状況によっては受注までの時間と費用がかかる

ことがネックとして想定された。ヘマント社長は日本語でのコミュニケーションに不安はないものの、製品の内容をわかりやすく、導入企業のメリットをいかに訴求できるかが大きな課題であった。

支援内容と支援成果

販路開拓コーディネーター事業には3つのフェーズがある。第一段階は前述のチーフアドバイザーが行うマーケティング企画のブラッシュアップと仮説設定である。「使用シーン表」というツールを使い、想定販売先の絞り込み（優先順位づけ）と利用者が得られるメリッ

トを徹底的に分析し、それをもとにプレゼンテーション資料を作成する。

第二段階では、アプローチ先企業にネットワークのあるコーディネーターについてもらい、仮説検証のための同行訪問を行う。今回は2名のコーディネーターとともに6社に合計25回のアプローチを行い、個別ニーズ、機能面での有用性、料金設定などについて、情報収集とデモを繰り返しながら仮説を検証した。ヘマント社長の真摯で熱心かつ迅速な対応がアプローチ先から好感を得て、スムーズ

な進捗が図られた。

第三段階は、支援の活動報告である。活動成果、市場の評価、商品改良等について報告し、今後の展開についての提言を行った。

支援活動の結果、人事マネージャークラスでは、人財関連のバラバラになっているデータベースを統合したいニーズがあることを確認でき、アプローチ先から次のような評価を得た。

①製品面の評価

- ・ 現行システムのデータをそのまま活かし、必要なものを必要な目的のために統合できる点は極めて優れている。
- ・ 必要なデータを必要な目的のために統合できる柔軟性がある。
- ・ 各種データベース統合による意思決定システムとしての有効性がある。
- ・ データベース、ハブソフトとしてデータ項目追加が容易である。
- ・ 人財育成戦略ソリューションだけでなく、大手企業向けITミドルソフトウェアとして、各種データベースをつなげるハブソフトとしても有効である。
- ・ 人事関連のみならず他の営業、販売、経理等データをコントロールするすべての部門にノウハウが使える。
- ・ 今までは人事と労務が別々に管理されていたが、この手法を導入することで一目了然となる。
- ・ 店舗に対する各種データベース統合による意思決定システムとして有効である。

②価格面の評価

- ・ 新システムの導入コストと比較

してかなり安価である。

- ③営業・販促面についての評価
- ・営業初期においてニーズ訴求をする具体的ツール、事例が必要である。
 - ・ヘマント社長の人柄の良さや熱意が会う人に好感を与えている。
- ④供給面の評価
- ・旧来のシステムと比べて供給体制やリードタイムは迅速性の面で格段の優位差が認められる。
- 販路開拓コーディネーター事業によるアプローチを通しての成果としては、以下の4つが挙げられる。
- ①M&Aによって成長した外食チェーンでは、店舗の実績と各種データベースの統合による意思決定システムとして有効性が認められ、価格交渉まで進んだ。
- ②総合商社では、労働基準法改正への迅速な対応や経営者へのレポート作成、現行システムのデータを統合できる柔軟性が、人事関連のみならずデータをコントロールするすべての部門で使えることを高く評価し、見積り提出段階まで進んだ。
- ③人材派遣会社では、今までは人事と労務が別々に管理されていたものを、このシステムを導入することで一目了然となることが実証され、見積り提出段階まで進んだ。
- ④ITベンダでは、12に分散している人材関連のデータを統合したい、新しいスキルの管理項目を追加したいというニーズがマネージャークラスにあることがわかり、見積り提出段階まで進んだ。

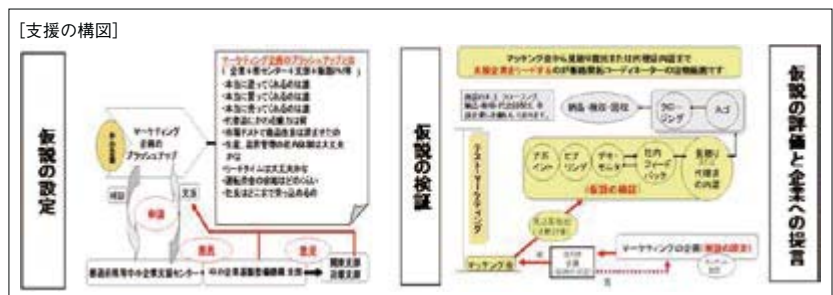
今後の課題

一方で、以下の5つの新たな課題も見つかった。

- ①ヘマント社長を補佐するマーケティング及び販売担当者を補充し、社内組織体制を整備すること。そのためにはまとまった資金が必要である。
- ②市場浸透を図っていくためには分かりやすいケーススタディによる具体的な説明、事例が必須となる。製品内容をより分かりやすくする必要がある。
- ③提供するソリューション内容や効果について、提案段階から分かりやすい情報提供ができるホームページの改善やカタログの工夫が求められる。
- ④旧来のシステムとの差別化のため、特別価格のお試し期間を設けるなどといった導入促進策の検討が必要である。

- ⑤アプローチ先のニーズを引き出すソリューション営業要員、デモ要員を採用する必要がある。

以上の課題の対応策について、販路開拓コーディネーター事業終了後に中小機構の支援メニューを活用し、資金面では「ベンチャープラザ ファンド in Tokyo」によるベンチャーキャピタルとのマッチング支援（平成22年12月）、ホームページの改善やカタログの工夫、導入促進等については、「経営実務支援」（平成23年2～8月）での支援を行った。



経営者のことば

販路開拓コーディネーター事業の支援によって、自社単独では会うことが難しい企業から現場の意見を直接聞いたことは、非常に貴重な経験になりました。現在のような厳しい経済環境にあっても、当社の得意とする短納期（数週間で納入）で、高品質かつセキュアにITシステムの統合するコア・インテグレーション・テクノロジー製品を提供していくことがニーズの掘り起こしにつながるという自信になりました。VCとの出会いも実現し、また、ホームページやパンフレットの改善ができたことにも感謝いたします。



代表取締役 ヘマント・クマル・セティア社長