

## 自社のステージに応じた準備が肝心 本業を最優先する

株式上場の準備は大きく2つに分かれます。1つは、J-SOX対応をはじめとする上場基準を満たす手続的なもの。もう1つは、売り上げを確実に上げ、利益の出る体質の会社にする事です。上場準備と聞いて経営者の多くがイメージするのは前者でしょう。しかし、内部管理の強化は、上場準備で言えば最終段階です。

アーリーステージにある会社の上場準備は、後者がほとんどを占めます。経営者が「上場」という言葉に浮かれ、本業が不安定なまま性急に事を進めた結果、会社存亡の危機に陥るケースが珍しくありません。

売上計上した後で、人事制度の整備や業務効率化などの組織固めに取り組む。利益を出してから上場の最終準備に入るのが基本です。投資育成会社の上場支援は、会社がどのステージにあるかを見極め、状況に応じたサポートをフルラインアップで提供しています。

創業期の資金計画は1、2年経れるのが普通で、予想外の出費も重なります。上場準備の前に、足元の資金調達を見直すことが肝要です。



取締役  
企業支援部長  
高橋 謙二氏

お問い合わせ先



東京中小企業投資育成株式会社

東京都渋谷区渋谷三丁目29-22 TEL: 03-5469-1811(代) URL: http://www.sbic.co.jp/

## 東京中小企業投資育成の 価値組企業支援 2009

かねない。ましてや開発部門を持たない日本人の技術営業マンの意見が通るはずもなかった。

装置を作ってくれるメーカーを独自に探したが、独創的な技術であるがゆえにどこにも見つからない。宮内社長は「人間の健康と地球環境に優しい新技術を埋もれさせるわけにはいかない」という使命感に駆られ、独立起業の道を選んだのだ。

創業して間もなく、愛知万博のパビリオンで使う調湿機の開発・納入を実現したが、その後、資金計画の見通しの甘さを痛感する。1台千円単位の商品単価と開発コスト、加えて想定外の故障で修理代などがかさんだ。装置を1台売っては運転資金にあてるという自転車操業が続いた。

長期的視点からの助言を受けながら事業拡大の基盤整備を急ぐ

成長資金の獲得に苦戦していた06

年、同社は東京中小企業投資育成(投資育成会社)の出資を受けた。

「われわれの技術を理解し、事業の将来性なども高く評価してもらいました。出資が決まると他の金融機関の見目も変わり、自転車操業から脱しました。また、豊富な経験に基づく長期的視点からのアドバイスを受けることで、事業拡大に備えた社内基盤の整備にも着手できました(宮内社長)。

それまで手作業で行っていた開発業務のシステム化に取り組み、専用の空調計算ソフトも開発・導入した。開発プロセスの標準化を図ることで品質が高まり、故障の発生率が激減。新築施設への新規導入の際には、カスタマイズに伴う負担が大幅に軽減された。これと同時に、販売や購買管理業務もシステム化し、現在は管理体制の整備を進めている。

昨年後半以降、同社の装置は老人保健施設やスーパーなどへの導入実績が

増え、事業が急速に拡大している。国内の空調市場は約2兆円といわれており、省エネや衛生意識の高まりから、成長の余地は大きい。

現在は、特に技術者の確保・育成に注力しているという宮内社長。投資育成会社のネットワークなどを通じて技術者の確保に努めているのだが、需要の急増に人材確保が追いつかない状態が続いている。

「年明けからは装置についての問い合わせが殺到し、従来の空調に不満を持つ人がいかに多いのかを実感しています。液式調湿装置の一刻も早い普及を通じて社会に貢献したいというのが私の願い。株式上場は、その手段の一つと考えています(宮内社長)。

株式上場によって知名度が上がり、技術者の確保や開発資金の調達はこれまで以上に容易になる。起業の志は、企業の存続と発展があつてこそ遂げられる。

2004年創業のダイナエアーは、独創的な空調技術の開発・実用化に成功した技術ベンチャー。同社の液式調湿装置は、健康と地球環境に優しい空調として高く評価されている。事業拡大のために資金調達が急務であった06年には、国の政策実施機関である東京中小企業投資育成が事業の将来性を高く評価し、成長資金を出資。株式上場を視野に入れ、事業拡大に向けた基盤整備を急ピッチで進めている。

## 独創的な空調技術で社会に貢献する 液式調湿装置のバイオニア 低コスト・省エネを 強みに事業を拡大 株式上場を目指す



代表取締役 宮内彦夫氏

一般的な空調が湿度を制御するのに対し、調湿空調は湿度をコントロールする。湿度を調節することによって室内の温度差を近づけることが可能となり、除菌・除菌機能も備えた快適な空調を実現できる。だが、その半面、導入・維持コストが高額で、大がかりな工事が必要なものしかなく、業務用のクリーンルームといった特殊な用途に限られてきた。

ダイナエアーは、このような従来式調湿空調装置の問題を解決し、調湿と低コスト・省エネの両立が可能な液式調湿装置の開発に成功。同社の装置を導入したある特別養護老人ホームでは、年間500万円もの冷暖房費が削減され、インフルエンザの予防や体調悪化者の減少につながった。CO<sub>2</sub>の排出量も、3割以上の削減効果が見込めるという。

調湿空調普及の使命を果たすべく  
起業の道を選ぶ

同社は、2004年に宮内彦夫氏が独立して設立した会社であるが、



調湿と低コスト・省エネを実現した液式調湿装置

起業が第一の目的ではなく、「調湿空調を普及させたい一心」からのことであつた。

宮内社長が調湿空調を専門に手がけるようになったのは、空調会社から従来式固体除湿剤を扱う総合商社に出向した95年のこと。その後、経営危機に陥った総合商社の事業整理によって部門ごと売却され、本人も売却先である海外メーカーに転職した。

「調湿空調の価値は認められていたものの、固体除湿剤方式にはコスト高などの欠点がありました。そこで液式に着目し、個人的に基礎実験を始めたのです(宮内社長)。

手応えをつかんだ時点で宮内社長は実用化を提案したのだが、液式の実用化は従来式調湿空調の否定につながり