

6

ユメをカタチに —ハードウェア起業の「壁」を越えた先へ—

応
般

岡島康憲

(岩淵技術商事(株))

ハードウェア起業の現状

近年、ハードウェアベンチャーへの注目が集まっています。アメリカのシリコンバレーでは多くのハードウェアベンチャーが生まれ、ビジネス拡大を目的とした資金調達や大手企業による買収も多く成立しています。

皆さんの中にも自らの研究や構築してきた技術をビジネスにすることに興味を持つ方はいらっしゃると思います。実際、研究からビジネスへの発展の事例は多くです。ハードウェア製品の多くはさまざまな研究に基づく要素技術から成り立っています。今後も優れた要素技術を持つ研究者がハードウェア製品やビジネスを作り出す流れも増えていくでしょう。

一方で、ハードウェアビジネスを立ち上げ、成長させる過程では量産やプロモーション、収益化検討など研究活動とは異なるさまざまな課題が存在します。しかし、ベンチャービジネス支援を目的としたインキュベーションプログラムやコンテストなど、それらの課題を乗り越えやすくする仕組みも増えていきます。

この記事ではハードウェアビジネスを立ち上げる上での研究活動との違い、乗り越えるべきポイントと、それらを乗り越えるための仕組みを紹介します。

ハードウェア起業の課題

アメリカのシリコンバレーや中国の深センを発信地として、さまざまなハードウェアベンチャーが製品を送り出しています。たとえば、ラジコン操作



図-1 3D Robotics が販売するマルチコプター

ができるマルチコプター（図-1）を製造販売する 3D Robotics^{☆1} やリストバンド型のハードウェアと Web サービスを組み合わせる健康管理デバイスを製造販売する Basis^{☆2} などが挙げられます。

彼らのようなハードウェアベンチャーは商品企画から試作、量産そしてプロモーションとステップごとにさまざまな課題をクリアしています。一般的に、ベンチャー企業がハードウェアビジネスを進めるためには、「資金集め」「メンバ集め」「コミュニティ作り」といった、さまざまな壁があります。この章ではこれらの課題について紹介します。

◎資金集め

ハードウェア製品の開発、製造には資金が必要です。プロトタイプ製作においても部材費用はもちろん、実験のための費用も必要です。ハードウェアビジネスはソフトウェア開発のみで完結する企業と違い、さまざまな原材料費がかかるためより多くの資金が必要なのです。

プロトタイピングの末に出荷する製品の設計を終えたとしても、顧客の手に届け代金を受け取る前

☆1 <http://3drobotics.com/>

☆2 <http://www.mybasis.com/>

に、製造のための費用を工場などに支払う必要があります。さらに、製品を作るだけでなく、事前のプロモーションも重要です。展示会などに参加する場合にもやはり費用が必要です。そして商品企画やプロトタイピング、製造にかかわるチームメンバがいる場合、彼らに給料を払う必要もあります。このようにさまざまな局面で費用が必要になるため、資金をどのように準備するかが課題です。

資金を準備する方法としてはさまざまなケースがあります。他社からの開発案件などを受注し、そこで得たお金でメンバを雇い製品開発を進める企業もあれば、銀行から借り入れる企業、投資家からの投資を受ける企業もあります。あなたがもし研究者で、大学内でプロトタイピングを行いやすい環境にいるなら、大学からの支援を受けながら商品企画を練り、いざ大量の資金が必要になった段階で学外からの協力を仰ぐ、というスタイルも成り立つかもしれません。

いかなるベンチャー企業も資金の問題は重要です。こういった問題を解決するための仕組みとして、後ほど紹介するクラウドファンディングやインキュベートプログラムがあります。

◎チームメンバ集め

研究におけるハードウェア開発とビジネスとのハードウェア製造にはさまざまな違いがあります。大きな違いは「売れる製品を企画し、適切な量を生産し、販売する」という点です。ハードウェアビジネスにおいてはマーケティングやプロトタイピングなどの商品企画、プロトタイピングの末に完成した設計を元にした適量生産、そしてそれらをきちんと販売するためのプロモーションなどさまざまなタスクが存在します。そして多くの場合、それらの分野すべてをあなた1人でカバーするのは不可能です。

現在活動している数々のハードウェアベンチャー企業も、人づてでメンバを増やしたり、自社について積極的に情報発信を行うことで必要な人材を獲得してきました。あなたが今考えているハードウェアビジネスに協力する人をいち早く見つけチームメン



図-2 マルチコプターの開発者コミュニティ「DIY DRONES」のWebサイト☆3

バとして迎え入れる必要があるでしょう。もちろん多ければいいという問題でもありません。あなたが作りたい製品のビジョンや、その製品を作るために立ち上げる企業のビジョンに共感する人でなくては いけません。

幸い、最近では少数のチームでハードウェア製品を作り上げるためのインフラは整ってきてはいますが、それでもあなた1人では対応できない課題も出てくるでしょう。このようなチームメンバ集めに関する課題を解決するために活用できる仕組みとして、後ほど紹介する展示会やハッカソンなどがあります。

◎開発者 & ファンのコミュニティ

無事に製品が完成し出荷してもユーザに受け入れられなければ意味がありません。昨今のハードウェアベンチャー企業が用いる手法で注目すべきものが、製品を販売する企業と一般開発者やファンがコミュニケーションするコミュニティの立ちあげです。

たとえば、前段にも紹介した 3D Robotics では、製品を利用するエンジニアたちが多く参加する開発者コミュニティが活発です。エンジニアは開発者コミュニティ向けのWebサイト「DIY DRONES」(図-2)で、製品の活用事例や技術的な話題のシェアや、新製品のモニタテストへの参加などが可能です。このように、コミュニティを活用することで 3D Robotics は多くのファンを獲得しています。

「議論が活発でクールなコミュニティ」に参加す

☆3 <http://diydrones.com/>

るために製品を購入しその製品のファンになる、というのはその製品だけでなく製品を扱う企業にとっても重要なことです。現在ベンチャー企業に限らず、さまざまな企業が製品を購入した消費者にさまざまなメリットを提供することでその製品のファンになってもらい、ひいてはその企業のファンになってもらうことでその他の製品についても購入を促すマーケティング手法をとっています。

そのようなファンを獲得することができれば、彼らはあなたが最初に販売する製品だけでなく、あなたの次の製品、次のビジネスにも興味を持ち、お金を払うかもしれません。コミュニティの醸成もファンを増やし、ファンでありつづけてもらうためのマーケティング手法の1つといえます。

こういった製品のファン、企業のファンを作り出すことは製品を出荷し販売する前の段階でも可能です。そのための仕組みとしては、クラウドファンディングや展示会、ハッカソンなどのイベントやWebページでの情報発信が活用されます。これらについては後ほど紹介します。

ハードウェア起業のインフラ

ここまでの紹介で、ハードウェアベンチャーには、研究活動におけるハードウェア製作とはさまざまな違いがあることを掴んでいただけたと思います。ハードウェアビジネスを進めるためにはそれらの壁を乗り越える必要があります。ここではそれらの壁を乗り越えるために整備されつつある仕組みとして、「クラウドファンディング」「インキュベートプログラム」「EMS」「展示会／コンテスト」「ハッカソン」について、事例を通じて紹介します。

◎クラウドファンディング

クラウドファンディングとは、特定のプロジェクトに対し不特定多数のユーザがインターネットを通じて資金を提供するサービスです。アメリカ発のサービスである Kickstarter^{☆4} が有名で、ライブやイ

☆4 <https://www.kickstarter.com/>



図-3 物体の成分を分析できる携帯スキャナ「SCiO」

ベントを開催するプロジェクトからハードウェア製造プロジェクトまで、さまざまなプロジェクトに対して支援が可能です。

ハードウェアに関するプロジェクトは特に注目を集めており、日本発の電動車椅子「WHILL^{☆5}」や食品や薬品など物体の分子組成を分析できる携帯スキャナ「SCiO^{☆6}」は多くの資金を集めることに成功しています。本特集3「放課後のモノづくり」でも紹介された WHILL は、デザイン性に優れた電動車椅子を開発し、国内外のクラウドファンディングで資金を集めることに成功し、Kickstarter でも約3.5万ドルの資金を集めて製品開発を続けています。SCiO（図-3）はアメリカのチームが開発しているセンサデバイスで、センサで当てた物の成分を検知しその情報をスマートフォンで確認することができます。原理は糖度計などと同様に、光の反射を使ったものです。ハードウェアの目新しさだけでなく、自分にあった栄養分の食べ物を選べるなどの生活を豊かにする価値が注目され、SCiO は Kickstarter で約270万ドルを集めました。

多くの場合、クラウドファンディングで資金を提供する一般ユーザはその見返りとして、そのプロジェクトが開発している製品そのものや、開発前の試作品に関する情報を金額に応じて受け取ることができます。

一方、製品を開発するチームにとっても、多くのユーザが訪れるクラウドファンディングサービスはさまざまな意味を持ちます。

まず、クラウドファンディングは一般的に、そのプロジェクトに対し、一定期間の間にユーザか

☆5 <https://whill.jp/ja/>

☆6 <http://www.consumerphysics.com/>

らの入金額が一定金額に達した時点で、プロジェクトを立ち上げたオーナーに資金が入金されます。つまり製品をユーザに届ける前に資金だけ事前に得ることができるのです。これは、ハードウェアの製造を進めるために工場などへ支払う資金として活用できます。

また、大きなアクセス数を集めるクラウドファンディングのサイトを通じて自分たちのプロジェクトや製品の情報を発信することができるので、サイトを通じて投資家や、将来のチームメンバになるかもしれない優秀なエンジニアからのアプローチを得られる可能性もあります。

さらに、テストマーケティングの場としてもクラウドファンディングは有効です。クラウドファンディングでのユーザの反応（ページビューや問合せ件数、支援者の人数や資金総額）は、製品を本格販売した後の売上を予想するために重要な指標となります。クラウドファンディングでの実績やそれに基づく売上の予想が投資家からの投資を得るきっかけにもなるのです。

クラウドファンディングをどのように活用するかはチームによって異なりますが、いずれの場合もハードウェアビジネスにおける資金調達やチームメンバ、ファンを獲得するために重要な仕組みとなっています。

◎インキュベートプログラム

インキュベートプログラムとはベンチャー企業の立ち上げ直前直後の支援を行う仕組みで、アメリカを中心に多く存在します。日本でも Open Network Lab^{☆7} や MOVIDA JAPAN Inc.^{☆8} はインキュベートプログラムとして多くのベンチャー企業を支援してきました。これらのインキュベートプログラムには下記のようなさまざまな支援があります。

- ・ 技術面、法務面などベンチャービジネスを進める上で必要なノウハウの伝達
- ・ 開発の場所や機材などビジネス立ち上げと運営

に必要な環境の提供

- ・ 資金の提供

2013 年頃までは Web サービスを製品とするベンチャー企業が主な支援対象でしたが、最近ではハードウェアビジネス立ち上げを目指すベンチャー企業への支援を行うインキュベートプログラムも増えています。代表的な例は中国の深センに本拠地を置く HAXLR8R（ハクセラレータ）^{☆9} と、アメリカに拠点を置くハードウェア製造企業である PCH が主導する Highway1^{☆10} です。

HAXLR8R は短期集中型のインキュベーションプログラムで、支援を受けるチームは 111 日間の支援期間の間にプロトタイプを製品化し、Kickstarter や Indiegogo など大手クラウドファンディングに出品することを目標として設定されます。そしてチームが無事クラウドファンディングでの資金集めに成功し、他の投資家などからのさらなる資金調達ができるよう、HAXLR8R は技術支援やビジネス支援など数多くの教育プログラムを用意しています。

インキュベートプログラムは、主に学校のようなスタイルで運営されています。HAXLR8R の場合、支援を受けるチームは、製造やマーケティングに関する有識者によるメンタリングを受けることができます。また、それぞれ製品開発を進めつつ、技術面やビジネス面で抱えている課題の共有やディスカッションを定期的に行います。

さらに、HAXLR8R では、製造面での支援も受けることができます。電子機器の受託生産を行う EMS 企業と連携することで、支援先であるチームが製品化に際して必要となるノウハウや環境を提供しています。単なる製品企画力やプロトタイプ能力以外にも、製品の製造やユーザサポートなども重要になるハードウェアビジネスにおいてはこういった支援は重要です。

また、HAXLR8R や Highway1 など大手のインキュベートプログラム出身のハードウェアベンチャー

☆7 <https://onlab.jp/>

☆8 <http://www.movidainc.com/>

☆9 <http://haxlr8r.com/>

☆10 <http://highway1.io/>



図-4 ファッション性に優れたスマートフォン 배터리「Everpurse」

は、デモイベントなどを通じさまざまなメディアから注目を集めることになります。これは製品やチームを知ってもらうきっかけを作り、クラウドファンディングを通じた事前販売の活性化や、実際に市場で販売される際の売上の向上につながります。

実際に HAXLR8R を通じて製品づくりを行った「HAXLR8R 卒業生」としては、Everpurse^{☆11} (図-4) や Palette^{☆12} (図-5) が有名です。Everpurse はファッション性に優れたスマートフォン向けの充電バッテリーです。彼らは Kickstarter で約 20 万ドルの資金を集めました。

Palette は PC などの操作に利用できるノブやスライダーで構成された入力インタフェースで、同じく Kickstarter で約 15 万ドルを集めました。

彼らが 100 日程度の短期間でプロトタイプから量産準備まで進めることができたことについて、インキュベートプログラムが果たした役割は大きいでしょう。このように、インキュベートプログラムはハードウェアビジネスにおける資金調達や、製品企画から製造までの幅広いノウハウを身につけるために重要な仕組みです。

◎EMS などの製造受託企業

さまざまなメンバの手を借りプロトタイプを完成させた後はそれを量産する必要があります。しかし量産には外装を作るための加工機や基板を組み上げ

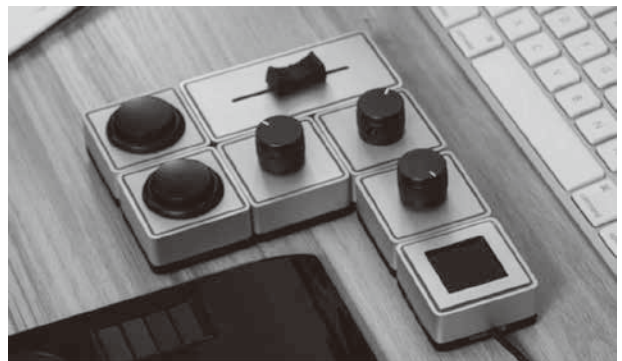


図-5 多彩なノブやスライダを備える汎用入力 UI「Palette」

るための装置など多くの設備が必要です。そしてそれらは非常に高額で、使用に際してもさまざまな経験が必要です。

そこで多くの場合、ハードウェアベンチャーは製造を請け負う企業に発注を行います。製造を請け負う企業にはさまざまあり、プラスチックの外装などが得意な企業もあれば基板製造が得意な企業もあります。さらには、基板製造から外装製造、梱包から出荷までサポートする企業もあります。EMS (Electronics Manufacturing Service) と呼ばれるこれらの企業は、製品を量産したい企業からの依頼に応じさまざまな製品を製造します。

EMS の代表例としては Apple や Sony、任天堂製品などを中心に製造をしている Foxconn があります。彼らは製品の開発段階から製造担当としてかわり、大量の製品を早く製造しています。

一見すると EMS を中心とした製造受託企業にプロトタイプを渡すだけでスムーズに量産できるように見えますが、実際は製造する企業と製品化に向けた再設計や部材調達、出荷体制の調整などさまざまな作業やコミュニケーションが必要です。そのために、チームの中に製造ノウハウなどに明るいメンバも加えるべきでしょう。しかしそれを踏まえても製造受託企業があなたのハードウェアビジネス立ち上げに重要な役割を持つことは間違いありません。

◎展示会／コンテスト

最近ではハードウェアを扱う展示会が増加しており、ビジネス性やユーザメリットの観点で作品を審査・展示するコンテストも増えています。

^{☆11} <https://everpurse.com/>

^{☆12} <http://www.palettegear.com/>

国内の場合、ハードウェアプロトタイプが多く展示される Maker Faire Tokyo はそのさきがけで、毎年多くの人が訪れます。ビジネス面を重視するハードウェアコンテストとしては GUGEN^{☆13} や Techplan^{☆14} が知られています。この2つは応募作品をビジネスの観点でも審査しており、優秀な作品に対しては生産やマーケティングなどの観点でビジネス化の支援を行います。リクルートが主催する Mashup Awards^{☆15} も、ハードウェアに限定されてはいませんが、数多くの作品が応募され大手メディアも注目するコンテストです。

ハードウェアベンチャーにとって、こうした展示会やコンテストに参加することは「製品アイディアが受け入れられるかの確認」「ファン獲得」「チームメンバ集め」の点で重要です。展示会には多くの場合、ハードウェアに興味を持つ人が集まります。そしてそうした中には研究者だけでなく一般消費者に近い立場の人が多く集まります。そうした人々に実際にプロトタイプや製品を触ってもらい、自らのアイディアが彼らに受け入れられるのかを確認することは非常に重要です。

そうしたコミュニケーションを通じて、彼らが皆さんの作る製品のファンとなる可能性や、ともに製品を作り上げるチームメンバに加わる可能性もあります。こうした面から、展示会やコンテストはハードウェアベンチャーが抱える課題解決のために重要な役割を持ちます。

◎ハッカソン

ハッカソンとはエンジニアやデザイナー、プランナなどさまざまな能力を持った人が集まり、時間を決めて何かを作る開発イベントです。Web サービスなどソフトウェア分野では広く開催されてきたイベントで、社内限定のハッカソンから、企業が主催となり多くのエンジニアを集めて開催するものまで幅広いバリエーションがあります。

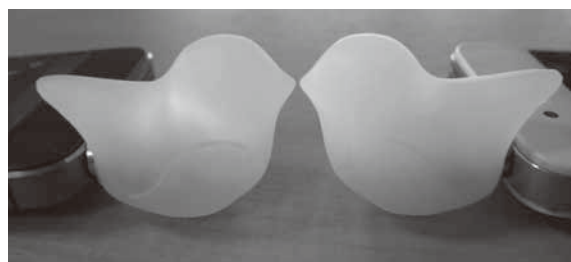


図-6 ウィンクルが製造するスマートフォン向けアクセサリ

そしてハッカソンにおいてもハードウェアを題材にしたものが増えています。ハードウェアのハッカソンとして次の2つの形があります。

- ・ゼロから新たなハードウェアを作る
- ・既存のハードウェアの新たな使い方や連携ソフトウェアを作る

すでにプロトタイプを完成させているハードウェアベンチャーの視点で注目すべきは後者です。ハードウェアベンチャーにとって、自社製品を活用した関連サービスを開発するエンジニアを多く集め、コミュニティとして成立させることは重要な戦略となっています。このことは前段に紹介した 3D Robotics が製品開発や新製品の告知などに開発者コミュニティを活用している点からも明確です。

たとえば、スマートフォン向けのアクセサリ(図-6)を開発している vinclu, Inc.^{☆16} (以下、ウィンクル) は定期的にハッカソンを開催し、製品開発と並行して製品の新たな使い方の発見や開発者コミュニティの成長を目指しています。

ウィンクルにとってハッカソンは開発者コミュニティの醸成に加えて、自社ハードウェアの新たな活用事例を発掘するための実験室という意味も持ちます。長期間限られたメンバで開発していると自ずと視野が限定されます。こうしたイベントを通じて新鮮なアイディアを得続けることがベンチャー企業にとっては重要です。

同様に、ユカイ工学(株)も自社製品である Konashi^{☆17} のハッカソンイベントを定期的に開催し、自社製品のPRだけでなく新たなハードウェア製品誕生のきっかけを作ろうとしています。この内

☆13 <http://gugen.jp/>

☆14 <http://techplanter.com/>

☆15 <http://mashupaward.jp/>

☆16 <http://vinclu.me/>

☆17 <http://konashi.ux-xu.com/>

容は本特集5『『作る』を作る』で詳しく紹介されていますので、ここでは割愛します。

このように、ハッカソンはハードウェアベンチャーの成長に不可欠なチームメンバの獲得や開発者コミュニティ成長に寄与する重要な仕組みです。

ハードウェア起業への道程

ここまで、ハードウェアビジネスの現状と実際にビジネスを進める上での課題や乗り越える仕組みを紹介してきました。最後に、手元にプロトタイプがありハードウェアビジネスを始める場合、今日から具体的に何をすべきかのアクションアイテムを紹介したいと思います。これらは唯一の方法ではないかもしれませんが、筆者がこれまでに見てきた多く事例の中で、成功してきたチームは大抵これらに力を入れていました。ポイントは「あなたと、あなたの製品のファンを作る」という点です。

◎適切なプロトタイプ製作

あなた自身がそのビジネスを通じて実現したいことを、多くの人に分かりやすい形にまとめることが重要です。ハードウェアビジネスを立ち上げるのであれば、プロトタイプを通じて実現したいことを伝えることが適切です。

プロトタイプは技術面での素晴らしさ、その新規性を伝えるだけのものではありません。多くの場合、一般ユーザにとって技術の素晴らしさや新規性は魅力にはなりません。あなたの思い描くハードウェアがユーザの生活や行動をどう変えるのかがきちんと伝わるプロトタイプを用意すべきです。

そのためには研究者だけでなく、ビジネスプロデューサーやプロモーションなどに知見のある仲間を見つけると良いでしょう。またハードウェアのプロトタイプだけでなく、最終製品が完成した際に提供できるサービスを分かりやすく伝えることができるビデオがあるとより良いでしょう。今はまだ実現できていないことを明確にした上で、そのハードウェアビジネスを通じて実現した社会、

ユーザ行動を伝えることで、多くの人があなたのビジョンに共感し、ファンになるかもしれません。そうしたファンの人々が、あなたが作り出す最初の製品の購入者になるはずですよ。

◎情報発信

良いプロトタイプを作ったらそれを積極的に発信すべきです。こういった情報を発信するべきかを掴むためには前段で紹介した WHILL や SCiO などのハードウェアに関する Kickstarter のページを参照することが有効です。彼らはクラウドファンディングを通じて「お金を払ってくれるファン」を獲得しようとしています。そのために彼らはハードウェアの機能や実現するユーザ価値だけでなく、自分たちがどういう人間なのか、なぜそれを作ろうとしているのか、これまでにこういった障壁があったのかなど、まるでドキュメンタリ映画のようなコンテンツをクラウドファンディングのページに詰め込んでいます。ただの「製品情報」を発信するだけでなく、自分たちに「共感してもらうための情報」を発信することが重要です。

情報発信を行う場として、1 から Web ページを立ち上げることも無駄ではありませんが、実際の製品開発に注ぐべきリソースを確保するためにも Facebook や Twitter, Tumblr など既存の SNS や情報発信ツールを活用することも重要です。それらのツールは情報を拡散させるための仕組みが内蔵されています。デザインなど細かい部分でのカスタマイズが難しい点などがありますが、情報発信ツールにおいて最も重要である拡散機能を最小限のリソースで持つことができる意義は大きいでしょう。

このように、多くの人やメディアが SNS や情報発信ツールを通じてあなたのプロトタイプに触れる機会を作ることは重要です。プロトタイプが素晴らしいければ、ファンは確実に増えるでしょう。

◎イベントでの紹介

ハードウェアビジネスの難しい点として Web での情報発信だけではそのすべてを伝えきれないこと

があります。実際に手に触れてもらえるコンテストや展示会などでの情報発信は、実際のプロトタイプを通じたファン獲得の場として意義があるので、そうした場には積極的に参加するべきです。また、ビジネス面に力を入れたコンテストや展示会の場合は投資家やインキュベートプログラム関係者が訪れている場合が多いです。そうした場でプロトタイプを通じて実現したいことやビジョンを明確に伝えることができれば、資金やインキュベーション面での支援を受けることもありえます。

以上に挙げたアクションを通じて重要なポイントは「あなた自身のファン、あなたが作ろうとしている製品のファンを作る」点にあります。そうして得たファンの中には将来製品が発売された際に購入する顧客や、大きく取り上げてくれるかもしれないメディア関係者、資金・チーム構築・ノウハウ獲得などをサポートしてくれる投資家やインキュベータ、なによりあなたのプロダクトと一緒に作る共同開発者になる人もいるでしょう。

◎資金集め

さまざまな情報発信や展示を通じ、あなたの周りには想いをともにする仲間や、製品化を心待ちにするファンも増えているでしょう。次のステップは資金集めです。他のステップ同様、これには正攻法はないと考えています。銀行からの借入れや行政機関からの補助金、投資家から投資などさまざまな選択肢が考えられます。展示会などでの情報発信を通じて、同じようにハードウェアベンチャー企業を起し、投資を受けているチームも知り合いに増えているかもしれません。そうした人々と情報交換しながら、あなたのビジネスを発展させるための資金を適切な形で集めることが重要です。

ハードウェア起業の未来

最後に、ハードウェア起業の未来について、筆者が感じていることをまとめます。

現在、Web サービス関連企業からゼロから起業

しようというチームまで、多くの企業がハードウェアビジネスを手がけようとしています。投資側も、これまでのコミュニケーションやソーシャルゲーム関連企業から幅を広げてハードウェアベンチャーへの投資に力を入れ始めています。こうした状況を、2000年代初頭のWeb関連ベンチャーが次々と立ち上がった状況と似ている、と表現する人もいます。見方を変えると、2000年代初頭のWeb関連ベンチャーの置かれた状況と同様にハードウェアベンチャーを取り巻く環境が混沌としている、ともいえます。今現在ハードウェアベンチャーとして活動している企業も成功を目指して手探りで進んでいる状況なのです。

そうした状況下ではWeb関連ビジネスが発展してきた時代と同様に、ハードウェアビジネスにかかわる者同士の情報共有が重要です。これまで、プログラミングやデータベースのチューニングについてWeb上で情報共有や議論が行われてきたように、ハードウェアビジネスに関するさまざまな情報（スジの良い工場や重要部品の案かな調達ルートなど）をシェアすることで、ハードウェアベンチャー全体の経験値が底上げされるはずです。これはベンチャー起業家だけでなく、投資家やインキュベートなどの支援側にとっても、支援するチームや製品を選ぶ際の情報が整備され支援しやすくなるメリットを生むでしょう。

もしあなたが、ハードウェアビジネスを立ち上げるのであれば、その過程で日々感じたことや手に入れた情報について可能な限り（自分に不利益にならない程度に）Webを通じてシェアすることをおすすめします。こうした活動が結局はより多くの仲間や知識、資金を得るための近道となるはずです。

(2014年7月28日受付)

岡島康憲 ■ yasunori.okajima@iw-techfirm.com

電気通信大学大学院修了後、NECビッグロープ（株）に入社し動画サービスの企画運営を担当。2011年、岩淵技術商事（株）を創業し、ハードウェアビジネス支援や、メディア向けの記事執筆を行う。