



インテグロブル社長 柴田 励司氏

1985年上智大文学。カルチュア・コンヒニエンス・クラブの最高執行責任者(COO)などを経て、2010年6月から現職。東証マザーズ上場のパス(旧イ・キャッシュ)最高経営責任者(CEO)、出版のGift会長も兼務する。

ジャスダックに上場しているシンバイオ製薬という会社がある。悪性リンパ腫など「空白の治療領域」と呼ばれる、患者数は少ないものの医療ニーズが極めて高い疾患に絞って治療薬を開発している会社だ。同社の吉田文紀社長にお会いする機会があり、その志に感銘を受けた。

創薬には莫大な時間と



知られることがベンチャーの成長戦略を下支えするバイオ製薬のホームページ

「知る人ぞ知る」といった状態だ。ベンチャー企業は多くが知られていない。知ってほしい、その試みを応援したいと考えている人がいて、もおかしく

広報専門の担当者必要

「知られる」ことで、そのベンチャー企業の応援が増え、挑戦の成功確率が高まる。ベンチャー企業は広報の専任者を置くべきだ。専任者については業務委託でもよい。ただし、この委託者は「指示されたことをやる」だけはおぼつかない。社員以上に社内の事情に精通し、その会社の顔として社外に接する意識を持ってもらう必要がある。

冒頭に紹介したシンバイオ製薬のホームページでは、難しい内容をわかりやすく動画で解説している。上場企業だからできることではない。ベンチャー企業でも専任者を置くことで十分できるはずだ。

「知られる」ことで、ベンチャーの成長戦略を下支えする。しかしながら、広報専門の担当者を置いていないベンチャーはほとんどないだろう。社長や管理責任者が広報を兼ねているのが一般的だ。広報に絶対的的手段はない。おりとあらゆる手段を講じ、各方面にネットワークを形成しておくことで花開くものだ。そう考えれば、第三者が現れ難い。このために資金が尽きて、せっかくの挑戦が頓挫してしまうことも少なくない。そこに手を差し伸べるのがベンチャーキャピタルだが、ベンチャーキャピタルは当然ながら自社の経済原則で動いているので、その理屈に合わないものについては支援できない。また、そもそもベンチャーキャピタルの情報網にひっかからないと話にならない。最近ではクラウドファンディングにより幅広く資金を集める方法も出てきているが、こちらの場合も、そのベンチャーの試みを知りたいと進まない。