

# 事業に失敗しないための 起業家宣言

小室 雄次 著

単行本：248 ページ

出版：こう書房

価格：1400 円（税抜）

## はじめに

ソニーを退社し、ビジネススクールを経て、太陽光発電事業として起業。しかし、資金も人脈も知識も経験も、経営資源と呼べるものはありませんでした。そんな筆者が起業から 10 年で売上高 20 億円を実現した手法をご紹介します。

## 自分の強みを考える

ビジネスモデルを完成させるための絶対的な条件は、自分の強みを活かすことだと筆者は述べています。今までの経験や、資格や性格、人脈、さらには趣味や特技なども強みとして考えます。筆者が太陽光発電事業を立ち上げた時、持っている強みは以前の仕事で身につけた「営業力」のみだったといいます。しかし、その唯一とも言える強みにおいては過去の実績から絶対の自信を持っていました。俗に「尖っている」と言われる要素はそれだけで時として強力な武器になりえるということです。

しかし一方で以下のような考えを筆者は持っています。

「好きなこと」は強みであるが、「やりたいこと」は強みにならないと判断しなければならない

「好きなことは」は経験があるからこそ好きだと判断できますが、「やりたいこと」はイメージだけの場合が多く、そういったものに手を出すと失敗しがちです。強みと混同しないように注意が必要です。

## センターピンを探し出す

市場を構築する真のターゲットユーザーのことを本書内では「センターピン」と言い換えています。SONY のウォークマンとハンディカムは言わずもがなの大ヒット商品です。しかし、発売当初はどちらの商品も一般的には高額と言われており、なかなかユーザーに価値を理解してもらえませんでした。そこで、ウォークマンは「パ

ーソナル感覚で音楽を聴く若い人たち」、ハンディカムは「お母さんと赤ちゃん」と、本当に必要としている人をしっかりと設定することで商品価値を適切に理解してもらえるようになりました。

このように、センターピンとなるユーザーを見つけ出すことはビジネスを加速させていくために不可欠な要素となります。まずは自身のビジネスモデルを研究し、ぼんやりとしたイメージを鮮明なターゲット像に変換することで、大きく安定したビジネスの基盤を築くことができます。

## 焦らず、ビジネスプラン どおりに遂行する

新しい事業を進めていくなかで、成果が出ない時間が続くどうしても焦りが生まれます。そして、その焦りによって近道を選択しようとして

- ・ 起業とはそう簡単に成果がでないのが現実である
- ・ 近道には同時にリスクが発生する確率が高くなる

練り上げた当初のプランを遂行すべき理由として、この 2 つを筆者は挙げています。ビジネスにおける近道はたいてい一過性のもので、大きな盛り上がりを見せても直後に衰退していくパターンは過去に数多くありました。必要なことは、長期的に事業を継続させるための取り組みなのです。ヘビーユーザーの拡大や知識・技術の習得など、遠回りなことばかりですが、時間と共に 1 つずつ実を結び、起業家を支える存在になっていきます。

筆者は、有名企業を退社し 53 歳で起業しました。ビジネスの世界に年齢の制限がないということを通じて痛感できます。そして、ごくわずかなリソースしかない状況でどうすれば起業を成功させることができるのか。起業家のためのバイブルと言える一冊です。