



合同会社ジェグルズ 代表社員
秋田県よろず支援拠点コーディネーター
工藤 実 くだみのる

2003年春に15年生活した東京から秋田に移住。2021年春には生れ育った青森の居住歴をも超え、名実ともに秋田県民に。2016年に起業し、それぞれの起業家や経営者が描く夢や志の実現に向け、経営を内側から支援するビジネスパートナーを目指し活動中。

起業における4つの重要チェックポイント

「10年後起業家生存率10%以下」の現実

起業を考える皆さん、或いは新規事業開発を行う皆さんには、すべからず何らかの事業プランがあると思います。しかし、残念ながらそのプランは思うように収益化できない事業になるかもしれません。むしろ世の中には収益化できない事業のほうが圧倒的に多いのが現実です。

中小企業経済白書のデータを分析したコンサルタント、税理士や会計士の多くが10年後の起業家生存率を10%以下(注意:さまざまな解釈や説があります)と表現し続けています。9割以上の事業が10年後には無くなっていることになり、新たなビジネスの多くは「凸凹だらけの道」を走っているような情景です。中には、凸凹道を丁寧に整地しながら上手に走る起業家

や、スーパードライビングテクニックを駆使して上手に駆け抜ける起業家もいると思いますが、走り出す前に、凸凹を目視確認し整地することができれば、転倒やリタイヤの確率は格段に下がるはずで、起業の場合は事前にその作業を行う時間があります。そのアドバンテージをしっかりと活かし、自分がこれから進む道をできるだけ走りやすくしておくことが大切です。

要するに、起業前に「すべき確認を行い舗装する」ことが重要なのです。

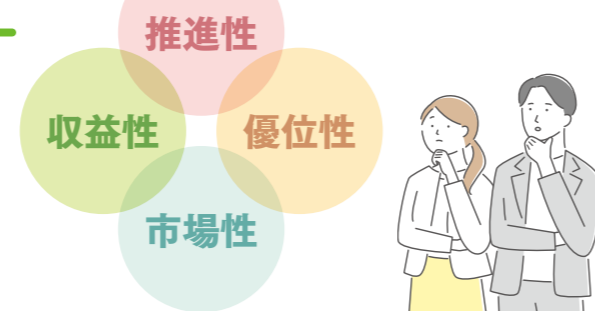
これから起業する方、或いは起業準備中の方には、継続できる事業をつくるために、次の4つの要素について、起業前に確認しておくことを推奨します。

確認すべき4つの要素

要素1 推進性

- なぜこの事業がやりたいのか?
- お客様にどのような幸せ(価格以上の価値)を提供できるのか?
- 地域社会にどのように役立つのか?

具体的には、「事業の意義」のようなイメージです。これから凸凹道を走る選択をしているので、穴に足を取られたり、木にぶつかったり、頭上から石が降ってきたりなど、様々な障害が予想されます。諦めてしまえば挑戦は終了、9割の失敗事例のひとつになってしまいます。それらの障害に対し立て直して再び推進するパワーが必要です。パワーの源となるのは、好きだから、やりたいから、夢だから、などという気持ちであり、



事業という観点から整理すると、前述した「事業の意義」です。起業する方の多くはある程度持ち備えていることだと思いますが、それを言語化し可視化しておくことがとても重要だと私は考えています。

苦境を目の前にした時、人は平常心を失いやすい。だからこそ、「自分の事業の意義を言語化し可視化する」ことをおすすめします。

要素2 収益性

- どのくらいの売上が見込めるのか?
- どのくらいの原価がかかり、経費はどの程度必要なのか?
- 経常利益でいくら残るのか?
- 減価償却や返済計画も加味し、キャッシュフローはどうか?

季節変動や月の特性、商品の特性などを考慮し、12か月の予算計画を作成します。損益計算はもちろんのこと、キャッシュフローも3年分くらい出しておきたいものです。机上の計画ですが、この計画が無いと収益の出る事業かどうかすらよくわからないはずで、当たり前のことと思われるかもしれませんが、実際に相談を受ける中で、意義のある事業でも、いざ計画を作ってもらおうと「赤字が増えるだけ!」というプランにも度々お目にかかります。机上論ですので、精緻なものでも、必ず計画を作り確認することをおすすめします。

要素3 優位性

- 他社の参入に耐えられる優位性はあるのか?
- その優位性は将来的にも通用するのか?

うまくいきそうなビジネスは、他の参入も想定しておかなければなりません。もしあなたの事業が良い結果を生み出しても、他の人がより良いサービス内容で、あるいはより安価で市場に参入してきた場合は、売上が下がってしまう可能性があります。ライバルは必ず出現するという前提のもと、自社の優位性をぜひ確認しておきたいものです。また、昨今は目まぐるしいスピードで社会環境が変化していますので、その予測をしながら現状の優位性が3年後や5年後も通用するものなのか?も確認することをおすすめします。

要素4 市場性

- お金を払って商品やサービスを購入してくれるお客様がどのくらいいるのか?

要するにマーケティングです。この要素は他の3つに比べると十分に確認作業を行っていない人が多いと感じます。市場性の確認不足は、起業家にとってリスクを高める状況だと思っています。お客様や社会に求められる推進性の高い事業!収入と支出の想定から収益性も見込める事業!差別化も充分で優位性もある事業...これで満足してしまっている起業家が多いように感じています。かくいう私も、起業した頃に立てたビジネスモデルはまさにこの状況でしたが、恩人のアドバイスにより大転倒する前に軌道修正することができました。

推進性・収益性・優位性の3つの要素も重要ですが、最終的にその商品やサービスにお金を支払って下さるお客様がいなければ、どんなに素敵な事業でも成立しません。他の3要素より少し手間と時間はかかると思いますが、ぜひしっかりマーケティングリサーチをしてほしいと強く願います。



起業家にとって、失敗を恐れず挑戦することには計り知れない大きな意味がありますので、「石橋を叩いて叩いて叩いて」などという気は毛頭ありません。しかし、走り出す前に、「推進性・収益性・優位性・市場性」の4点について、「すべき確認をし舗装する」ことをおすすめします。あなたの挑戦が「あなた自身・お客様・そして社会」の持続的な幸福につながるために…。