

平成 29 年 11 月 11 日開催 第 149 回起業の鉄則研究会 報告書

起業の鉄則研究会(リーダー：小林宏至副会長)

平成 29 年 11 月 11 日(土) 14 時から本年度第 7 回目(通算 149 回目)の起業の鉄則研究会を開催しました。今回は起業家が抱える課題に対し、参加者がアイデアを提案。起業家の事業運営の新たな視点提供と課題解決に向けて一緒に知恵を絞ろうと、当研究会の強みでもある“ブレインストーミング形式”で実施しました。全員参加型のユニークな意見続出のワクワク感が高まった研究会になりました。参加者は 13 名。会場は神戸市兵庫区の甲南アセット本社。

◆テーマ：「家庭でお手軽水耕栽培『水に浮かせてキット』販路拡大、ユーザーのネットワーク化戦略」

講師：有限会社グリーンスペース造園 代表取締役 小山 茂樹 氏

課題：水をたっぷりやって、日光浴をあてるだけで、おいしいミニトマト(1鉢で約 1200 個収穫など)、すいか、水菜などが水耕栽培できる「水に浮かせてキット」の「販路拡大」「ユーザー同士が情報交換できるネットワークづくり」「商品の製造及び販売」「屋上菜園の普及」の 4 つを戦略テーマに分けて、メンバーを入れ替えつつグループディスカッション。

“具体的に事業を換金するための近道”がいっぱいできました。

参加者の皆様が経営者、起業を目指している若者、人的ネットワークを広げたい方々がご参加されたので、具体的な販売チャネル、シーズではなくニーズに基づいた商品化、特許をしているからこそできる事業化戦略など、小山さまいわく、全く考えてなかったアイデアや戦略のヒントになるものが続出。次は是非、うちの会社をテーマにやってほしいなど、ありがたいコメントもいただいております。

小林宏至塾長(NBK 副会長、甲南アセット)からの講評では、「商売というのはおもしろいもので、“売ってやろう”と思ってやっても、“売れない”、“儲けてやろう”と思ってやると、“儲からない”という曲者。起業家が陥りやすいのは、自社ができるシーズにもとづいて、新分野のお客様を作りだそうとする点(ソニーがウォークマンを作り、音楽の持ち運びを可能にして新市場を創造など)。これは、大企業ならいいけれども、お金も人脈も限られた中小企業がのめりこむと、あっという間に資金が底をつき、全財産を失うことになる。実際、そういう起業家が多い。まず、手掛けるべきは、売り出すと行列が並んでくれるような商品、テレビで宣伝すると、たった 30 分でフロアー中にたくさんいるオペレーターでも注文をさばききれないような、消費者が衝動買いしてしまうような“ニーズがある”商品に絞るべきである。お金がでてから、新市場を創造・開拓するという順番が重要。さらに、競争が厳しい時代なので、大企業が参入するような事業も避けるべき。あくまでもニッチ市場を攻めないと、簡単につぶされてしまう。今は、認知度が高まった「甲南チケット」(小林様創業、オリコグループに売却済)は、事業参入しようと考えていた当時は、ディスカウントチケットというと、「にせものではないの?」「頬に傷がある方がやっている商売では?」など品位が悪い事業との社会認識があった。こういう市場なら大企業は決して手を付けない。一方で、ニーズはかなり高いという特徴があったので参入した。ベンチャー起業家は自分が作った仕事に、どんどんのめり込んでしまいがちであるが、あくまでも(資金、やれることなど)体力を考えて(それども、自分の家族が暮らしていくような事業を)やることを考えないと、痛い目にあってしまう。

終了後は、近くの海鮮料理「魚盛」で懇親会を開催。盛況な懇親会になりました。

次回は、12 月 9 日 (土)。14 時から。甲南アセット本社にて開催予定。

