

独立支援プラン

～Independence support of new business program～

1 ビジネスに失敗する例

失敗例から成功のヒントを学ぶ

～賢者は常に最悪を想定して常に前向きに考え行動する～

2 投資家が注目する10のポイント

投資家の視点を学ぶ

～心と資金のサポートを得るために～

3 企画提案書の策定

独立前に社内で出来ることを行う

～独立シミュレーションを実施する～

4 独立までのステップ

現実的な行動計画の策定

～独立までのカウントダウン～

1 新規ビジネスで（独立支援や社内ベンチャーなど）失敗する主な例

「資金繰りに失敗したから倒産した」はとんだ勘違い。

本当は資金繰りではなく、ビジネスモデル（儲かる仕組み）が作れなかったことがほとんどの場合の主な原因です。

そしてその根底には、リーダー自身の資質がある。ここでは表面化される例を取り上げる。

(1) 大局的な判断ミス

いくら良いものをつくっても市場がなければ売れない。時流を読み乗ることが重要。「木を見て森を見ず」では事業の成功は難しい。

(2) 強みを活かさないビジネスをする

専門知識や土地勘のないビジネスに参入すると、経験・知識を十分活かした判断が出来ない。

(3) 小さいマーケットで勝負してしまう

良い商品やサービスがあっても、市場規模が圧倒的に小さければ事業の成功は難しい。

(4) 顧客ニーズのミスマッチ

常に顧客の立場に立った考えと行動がないと、事業の成功は難しい。

(5) 使用媒体が不適切

顧客に情報を伝える際の媒体選択が不適切なため、情報を届けられないと事業の成功は難しい。店舗であれば、ロケーションが悪いと客数は増えない。

(6) 分不相応な規模拡大をする

資金計画も作成せずに、事業規模拡大を急ぎ、無計画に進めると事業の成功は難しい。

(7) 分不相応な広告費を浪費する

プランや費用対効果の検証もなしに、投資をすると成果がでにくく、事業の成功は難しい。

(8) いつまでも1人で進めようとする

事業開始と軌道に乗せることだけを考え、その先のことを考えないと事業の成功は難しい。

(9) マネジメント未経験

起業型の経営では、1人の守備範囲の広さが重要であり、成功のポイント。(ワンマン経営)

(10) キャッシュフローの管理不足

会計や経理の管理を怠り、お金の出入りを把握できないと、儲かる仕組みを創りにくくなる。

2 投資家が注目する10のポイント

投資家が投資をする際には、投資後のリターンを期待して投資することがほとんどである。その期待が現実のものとなるのかを確かめるために、企画書や事業説明会などを活用する。そしてその際には各自の判断基準知ることによって事業成功のヒントを探る。

(1) 事業に高い志があるか

事業における志は事業ミッションに現れる。

(2) 明確なゴールを狙っているか

いつまでにどのラインまで到達するのかが見えると投資効果を測定しやすい。

(3) 顧客ニーズやマーケットを把握しているか

市場が投資するに値する市場になっているのか。

(4) 戦略は明確になっているか

ゴール達成のために行うべき事が明確にかつ優先順位がつけられている。

(5) 差別化の要素を持っているか

会社の強いコアコンピタンスを持っているか。活かすようになっているか。

(6) 競合は把握しているか

競合情報はマーケットシェアを獲得するための必要情報として必須情報。

(7) 不公平な優位性はあるか

同じ土俵で勝負できない(させない)ような仕組みがあるか。(特許や既存強力ブランドなど)

(8) ビジネスモデルはできているか

具体的な言い方としては、「儲かる仕組み」となり下記3点の回答を持つこと。

- ① どうやってお金を儲けるのか？
- ② どこからお金を得るのか？
- ③ 誰がどのようにして集金するのか？

(9) プロトタイプはすでにあるか

プロトタイプを活用し、リサーチを行い、完成度/顧客満足度を高める具体策を検討する。

(10) チームマネジメントはどうか

投資判断の6割は、事業を提案している起業家の人となりについての判断だと言われる。最終的な投資判断基準は、「このマネジメントチームは信用できるのか？」である。

3 新規事業企画書の策定

(1) エグゼクティブサマリー

事業の要約部分です。

「一言で言うならば・・・」という分かりやすさが重要です。

(2) 事業ミッション・ビジョン

事業ミッション：事業についての社会的意義や経営理念

事業ビジョン：事業を通して実現したい夢や見える状態にしたもの（絵）

(3) マーケットリサーチ

市場規模はどのくらいあるのか？

市場はどの状態にあるのか？（導入期・成長期・成熟期・衰退期）

(4) 事業目標

事業ミッションに基づき、事業ビジョンを成し遂げるための、ゴール設定。
数値化された業績目標や設備投資、資産購入などの目標がある。

(5) 事業戦略

戦略は明確になっているか？

市場に何を提供するのか？

目標達成のために何を行うのか？

(6) 差別化

会社独自の強いコアコンピタンスを持っているか。

何を強みとして事業を推進していくか。

(7) 競合

競合する会社と各社の強みや特徴を明確にしておく。

競合目線に立ちより客観的な判断ができるように、情報を収集し整理しておく。

(8) マネジメントチーム

投資家は事業ネタではなく、事業を経営するマネジメントチームに投資する。

どのような体制で事業を行うのか異動や採用に関しても明確にする。

(9) 収支計画

新規事業における業績目標を策定する。

年間での損益分岐点売上や（赤字スタート時は）黒字化の時期も明確にする。

その際の資金繰り表もあわせて作成する。

(10) 行動計画

アクションプランを明確にする。

5W1Hに基づき不明確な部分を極力少なくする。

(Who What When Where Why How)

また行動した後のフォローも迅速に行う。

新規事業は Try&Error の繰り返しであり、そのスピードが重要となる。

4 独立までのステップ

(1) 事業ミッション/ビジョンの構想

書式などは自由。

熱い想いが新規事業の必須条件。

社長との面談方式で構想の可能性を検討する。

(2) マーケットリサーチ/目標/戦略の選定

下記内容を指定書式にまとめて社長へ提出。

- ・事業ミッション 理念とビジョン
- ・ビジネスモデル
- ・マーケティング

社長との面談で合格ができれば最終ステップへ進む。

合格が出なければ、再提出か事業計画却下。

(3) 新規事業企画書の策定

下記内容を追記し、出資予定者に対してプレゼンを行う。

- ・競合
- ・自社モデルの強み
- ・マネジメントチーム
- ・収支計画
- ・行動計画

出資者からは合否と共に出資額の判定を伝達。

最終的に本人の意思確認のもと、企画書の採用は社長が決定する。