

起業支援・新規事業支援の現場から①

今回は、インキュベーション・マネジャーとしての業務を通じて日頃感じている事をお届けします。

業務を通じて、インキュベーション施設に入居している起業家、入居希望者、府内事業家などたくさんの方にお会いしますが、起業家(起業したい人含む)には是非とも発案→事業性追求の段階(なるべく早い段階)で仮説の検証をサポートしてくれる存在を確保してほしいと常々思っています。



①売り物は何?②お客さんは誰?それはどこにいるの?どうやってアプローチするの?③競争相手は?どうやって勝つの?などなど、「誰に・何を・どのように」と表現してしまえば簡単に実現できそうに思えることも、実は奥が深く、「誰に・何を・どのように」こそが事業そのものであり、意外に繰り返して深く考えられていないケースにたくさん出会います。

何度も何度も考えてみては確認する…仮説→検証を繰り返すことで、少しずつ事業化への現実性が上がっていくのだと思うのです。

何度も何度も繰り返すことが大切で、起業家一人では不足する部分もあり、第三者による仮説のマネジメントが必要なのだと思います。

「お客さんが確実に見えていて、かつ自社の商品・サービスを買ってくれるのか?」「きっと買ってくれる!」「良いものだからきっと売れる!」という思いだけで飛び出してしまう人を見かけたとき、いろんなことを曖昧にしたまま夢だけを大きく持って社会に飛び出してしまう大変な状況になってから相談に来られる方に会ったとき、借金を抱え、在庫を抱え、志半ばで断念してしまう方の疲れた姿を見たとき、なぜもっと最初の段階で第三者を交えて仮説→検証を繰り返せなかったのだろうか…そうすればもっと違う形があったのではないかと…とってしまうのです。

もちろん、どんなに仮説→検証サイクルを支援しても成

功しないケースも正直あります。何をもって成功と言うかも難しいところです。

事業活動に入る段階では、販路マッチングやプロモーションへのニーズが高まります。これで売上が上がる!順調に事業が立ち上がり成長する!と順調に行けばよいのですが、ここでもまた仮説→検証サイクルを繰り返すことになるケースがほとんどです。

プレゼン内容がわかりにくい場合、実際のお客さんの声を聞いて商品そのものを考え直す場合、お客さんだと思っていた人がお客さんではなかった場合、あったらいいけれどもお金を出してまでは買ってもらえない場合、そもそもの品質に問題がある場合、など様々なケースがあるのです。

プレゼン資料を事前にブラッシュアップしたり、プレゼンの練習をしたり、時には同行し面談をサポートしたりしながら、マッチングを繰り返し、仮説→検証を繰り返し、より確実に成功へと近づけるよう伴走していきます。

しかしながら、本来、モノを売って回ることと、お金の工面をすることは社長たるものの本業中の本業であり、いつまでも手厚い支援をしていたのでは誰が社長なのかわからなくなってしまいます。

また、支援開始から1年経ち、2年経ち、3年経ち…引き合いだけは多いけれども当初計画とは程遠く売上が伸びない、さらには運転資金に行き詰ってくるなどというケースもあります。これも結局は商談などを通じて得た折角の情報を元に、「誰に・何を・どのように」を現実をしっかりと見据えて再考されていない場合なのだと思えます。社長と

一緒に何度仮説→検証を繰り返しても、最後は社長がそれを受け入れ、変えるべき部分を変えられるか変えられないかなのだと思えます。そういう意味では支援には限界があり、すべてが成功するわけではないことを実感し、仕事のあり方を考えさせられることがあります。そんな時は、少しでも人と会社が元気になるお手伝いができれば!という思いと仲間の存在が心の支えになるのです。

今回は、具体的な企業支援事例をお届けする予定です。

(渡邊文恵)

