

アントレプレナーシップ入門

—チャレンジ課題への取り組み方—

第9章 自分の考えを事業計画書にまとめてみよう

① 成功する事業計画書はどのようなものであるか、どのような要素を盛り込んでいることが重要かについて、教科書を参考にしながら自分の考えをまとめてみよう。第5章で紹介されたQBハウスが提供するサービスを、本章で紹介したフレームワークを使って、説明しなさい。

事業計画書は会社の将来を決定づける非常に大切なものだが、その作成は難しい。教科書 129 ページの表 9.2 には事業計画書の主な内容を書いてある。最低限としてこれらの項目を埋めれば事業計画書らしきものは作成できる。しかし、そこに「経営者の魂を入れる」ことが大切である。事業計画書は「必要事項を記入した文章」ではだめで、「経営者の人生をかけた魂の叫び」とも言える熱い情熱を込めて書き込むものである。書き方の上手下手はあるが、それよりも情熱が感じられるものが全ての読み手にとって大切である。

教科書 130 ページには著者の考える事業計画書の成功例、失敗例を挙げている。これらのポイントを踏まえながらも、あなたが考える成功する事業計画書に必要な要素を考えてほしい。

「さらに学習する人のための文献」に記載しましたが、下記の2つは参考になる。

『事業計画作成とベンチャー経営の手引き』総務省

http://www.soumu.go.jp/main_content/000170365.pdf

■グロービス経営大学院『グロービス MBA ビジネスプラン（新版）』ダイヤモンド社，2010年

② あなたが考えるスケールが大きく、ユニークな事業アイデアを3つ、簡潔に述べなさい。

実際に事業アイデアを3つ、考えてみよう。第2章の「新しい事業機会を見つけよう」を参考にしながら書いてみてほしい。

なかなかスケールが大きく、ユニークな事業アイデアは思いつきにくいものだ。そのための手法はいくつもあるが、以下にその主なものを挙げよう。

第1に、発想の方法論をハイブリッド化することである。

アイデア・イノベーションの創出には多くの方法論が存在する。技術視点からだけでなく、市場視点やデザイン視点、社会・人間の観点を取り入れる事によりスケールの大きいアイデアが創出できる可能性が高まる。しかもそれらを1つずつではなく、複数組み合わせることが大切である。

第2に、カスタマーペインの大きい分野を狙うことである。

人々が不満に感じること（カスタマーペイン）にはスケールの大きいビジネスチャンスがある。なぜペインを感じたかをよく分析し、それを解消するにはどうすればよいかを考えることである。そのためには、より多くの人のペインを探り、今までになかった方法でそのペインを解決するようなアイデアがないかを熟考する必要がある。

たとえば、アメリカのUberがスタートされたきっかけは、創業者がタクシーを探すのに時間がかかりすぎると痛感したことだった。その最初のペインを発見した後に、そこにグローバル規模、たとえば最低でも同じ境遇の人が10か国以上で感じているものかどうかなどの条件をつけて検証することが必要である。

第3に、社会のメガトン・トレンドと自分の強みがクロスする事業を探すこ

とである。

近年のトレンドには、精神的安らぎの追求、健康増進意欲の高まり、モバイルアプリおよびテクノロジーサービスの充実、再生医療への関心の高まり、地球環境を考えたエコロジーへの貢献、働き方のダイバーシティ（外国人、高齢者、女性などのワークフォースの多様化）、高齢化社会の進展、貧困層の世界的拡大、ソーシャルビジネス及びソーシャルキャピタルの誕生などが挙げられる。このような 20 年以上継続するメガトン・トレンドに乗るような分野であるとともに、自社の要素技術やサービスの強みが生かせる分野を特定することである。

そうした分野を見つけるためには、自分の感度センサーの精度を高めることも必要となる。つまり、身の回りのビジネスモデルや最先端な技術、潜在的なニーズを知る習慣や機会を意識的に作り出さなければならない。具体的には、最先端でワクワクする場所に行き、人と会うための時間を作り出すことが必要だ。最初から収益獲得や市場規模を考えると、どうしても現実的なものに収まりがちだが、あったらいいな・ワクワクする、という気持ちを優先してビジネスアイデアを考える事が重要である。

③ 上記で考えた3つの事業アイデアのなかから理由をつけて1つを選びなさい。その1つの事業アイデアを「事業コンセプト固め」というステップを経た後で、簡単な「事業計画書」を作成してみよう。

事業アイデアを「事業コンセプト固め」を経て「事業計画書」にまとめる。教科書 127 ページの図 9.2 に示した事業計画書作成プロセスこそが非常に大切である。最初から事業計画書を作成するのではなく、事業アイデア、アイデアの評価、事業コンセプト固めを行った後に、事業計画書を作成することを体験しよう。事業アイデアは何をするのかという一行で語れる程度のものである。事業コンセプトは事業の概要、製品・サービスの 4P (Product, Price, Place, Promotion)、強みや弱み、対象とする顧客などを A4 に 1 枚程度の要約表である。それを「事業計画書」にまとめあげる。

この過程では、仮説（たとえばお客様はこんな製品・サービスを欲しがっているはずだ、このルートで売れば売れるに違いない、など）の上に構築している事業アイデアについて、いろいろな先駆的顧客や指導者、メンターのアドバイスや小さな市場テストを経るなど、「仮説の検証」がなされ「仮説の修正」がなされることが重要である。各自でこのプロセスを体験してほしい。

※著作権は著者に帰属します。

※私的使用および、大学等の講義・ゼミ等の教育目的に限って使用できます。