

「失敗からのビジネス学」 和田一夫（角川 書店 2002 ）より抜粋紹介しながら、インターネット時代への事業の可能性を考察した。

1. 日本経済の危機は、最大のチャンスに転じる！
2. 日本経済がなぜ、なかなか復活できないでいるのかといえば、
3. IT革命後の世界の1年は「過去の10年」に匹敵する
4. 「負け組」から「勝ち組」に転身する方法
5. インターネット上の仕事のマッチングや仕事オークションのエージェント

1.日本経済の危機は、最大のチャンスに転じる！（p83～p85）

もともと失敗は少しも恥じることではない。
 そして、とくにこの21世紀は、失敗の積み重ねこそが「必要」とされる時代である。
 「日本は今日、歴史上、あるいは世界でも最大のビジネスチャンスを迎えている」

2.日本経済がなぜ、なかなか復活できないでいるのかといえば、

それは、これまで社会をリードしてきた価値観や成功体験が通用しなくなっているにもかかわらず、それを捨て去るのに踏み切れないでいるからである。
 裏返していえば、それができたならば、今後、どんどんと新しいものを作り出していく絶好のチャンスになるわけである。

これまでは、「経営規模の拡大＝成功」というシンプルな時代だった。
 だが、危機の時代においては、かつてのシステム、かつての成功体験、そのビジネスモデルはまったく通用しなくなる。

過去にとらわれず、新しいものを創りだしていく。
 これからそれをやっていく中では、失敗が繰り返されていって当然である。そのためには、失敗と挫折の連続になっていくという覚悟が必要なのだし、「失敗が当たり前前の時代」になると考えたならば、これを乗り越えていくのは可能なはずだ。
 無数の失敗を積み重ねてこそ、大きな成功を手にする。

3. IT革命後の世界の1年は「過去の10年」に匹敵する（p86）

21世紀が失敗の時代だという理由はもうひとつある。
 先にも書いたが、21世紀の1年は「20世紀の10年」に匹敵するからである。
 それだけ急速なスピードで世の中に変化が起きているのは誰でも体感できているはずだ。難しく考えずに、身の回りにある物を見ればいい。
 たとえば昭和の後期にテレホンカードというものが生まれて、ことあるごとにそれをプレゼントしてもらっていたかと思えば、次には携帯電話が普及した。

そして、テレホンカードを使うことが激減した現在、10代の人たちは、公衆電話の使い方さえわからなくなっているという。

一方では、その携帯電話でメールが送れるようになり、動画が見られるようになっていく。

あるいは、かつては一握りの人しか購入できないほど高価な商品だったビデオデッキが1~2万円で購入できるようになったかと思えば、今度はDVDといったハードが生み出される。

さらにいえば、ロボットまで商品となって、市場に流通しているのである。

よく言われていることだが、携帯電話ひとつをとっても、少し前の感覚でいえば、完全な「SFの世界」である。生活様式がこれだけ急速に変化しているのだから、ビジネスシーンにおいても様々な試行錯誤が生まれてくるのは当然である。

先が読めない時代になっているのだ。

かつての常識や方程式、成功体験は役に立たなくなるのだから、それに変わる新しいアイデア、新しい手法、新しいビジネスモデルを考えていかなければ、個人や企業の成功、そして日本経済の建て直しはできないのである。

それには、常に新しいことに挑戦していかなければならないのだから、失敗を恐れていて何かをできるはずがない。

これからのビジネスシーンにおいては、失敗は「勲章」と考えてもいいだろう。

失敗を重ねただけ勲章が増える。そして、様々な場面で「貴重な人材」として登用され、「個人としての成功」も勝ち取っていけるのである。

4. 「負け組」から「勝ち組」に転身する方法 (P190~193)

・「企業」と「利益」を結び付ける計画性

巡り合いこそが、起業の第一歩だともいえるはずだ。

何も考えずに日常を過ごしていたならば、たとえ大事な人に出会っていたのだとしても、ただ擦れ違ってしまうだけになるかもしれない。

だが、毎日を懸命に生き、人との出会いを大切にしていたならば、そこで何かに気づき、何かを始められることは少なくない。

また、そうした気づきをもたらしてくれる結果は、「一発、何かで当てたい」と頭を悩ませて始めたことの結果にくらべても、想像を超えて大きなものになる場合もあるものだ。

私は飯塚に移住し、正田たちの助けを受けて「インターネット無料経営相談」を始めたが、世間の反応はよく、すぐに様々な規模・業種の経営者たちからの質問が寄せられるようになってきた。

また、この頃、飯塚を地盤とする自民党政調会長であられる麻生太郎氏に面会する機会にも恵まれた。そしてそのとき、麻生氏からはこう指摘されている。

「それで和田さんの会社は儲かるのか？ 儲からなかったら、それは経営ではないのじゃないか」

私にしても「無料相談」をどのようにビジネスにつなげていくかは考えていたが、麻生氏のひと言で、改めて身を引き締めた。

企業経営というものを考えた際、利益を出すことが絶対条件になるのはいうまでもない。利益がなければ企業は存続できない。そしてまた、その企業のやっている事業が社会に求められている仕事であるならば、利益は必ず生み出していける。利益を無視しているのでは問題外だし、逆に利益だけを考えていたのでは、社会に必要とされなくなることも多いものだ。

その辺りのバランス感覚というのは大切だが、私にしてもそこを考えていなかったわけではなかった。

無料相談を準備期間にして、その後は会員制の有料サービス事業を行なっていくこと。それも、日本国内だけにとどまらず、アジアから世界へと展開していく計画であること。また、経営相談は、単なる質問への回答に限定するのではなく、国内外の複数企業を結び付けるコミュニティ作りに発展させていくこと。私はそうしたビジョンを描いていたのである。

麻生氏にもそのことを説明すると、「よくわかった」と答えてくれるとともに、麻生氏ご自身が持っている飯塚に対するビジョンなども語ってくれた。

麻生氏にご指摘いただいたように、私か飯塚の地で最初に始めた事業は「経営でない部分」が強かった。これには、社会に対する私の償いの気持ちも含まれていたわけだが、同時にそれは、私にとっての準備期間、マーケティング期間を意味していたのだ。

事を急ぎすぎずに、必要なところに時間を掛けるのも重要である。また、ただ落ち着いているだけではなく、その後のビジョンを明確に頭の中に描いておく。

「ゆとり」と「計画性」を備えたスタートを切るのは、起業の大切な心構えになってくる。

そして私は、「成功したい」などという甘い考えでいるのではなく、「絶対、成功してやる！」と心に誓い直したものだ。

“自分のやろうとしていることを信じられるかどうか”

それもまた重要なポイントである。

失敗を恐れてはいけませんが、その成功を信じられないような気持ちでいたなら、最初から第一歩を踏み出さないほうがいいだろう。

5. インターネット上の仕事のマッチングや仕事オークションのエージェント

事業性の確保については、企業や：行政のニーズとマッチングする手法の確立である。「地方経営の時代 政策市場の開放」は、行政のニーズに応え得るシステム作りが望まれていく。そのためには、地域のニーズに応え得る体制を検討し、その事業計画に基づいた「仕事のマッチング」や「仕事オークション」も将来生まれてくるであろう。

地方における閉ざされた「NPO」同士のエージェント機能：企業とNPOとのエージェント機能を備えた「ソーシャルネットワーク化」が生じてくるであろう。

事業を遂行していく根源力は、「人的資源の確保と適切な人材の配置と工程管理」である。その人材を探し当てる道は、全国狭義の団塊世代（昭和22年～24年生まれ）の690万人、広義の団塊世代（昭和19年～昭和28年生まれ）の1,900万人が年ごとに定年を終えて、一般社会に戻ってくる。

今、「新しい時代への出発のあり方が問われている。」

与えられた課題ごとの「行政：企業；NPO；社会起業家：一般市民の連携システムの構築」を検討することが最も望まれている。

それぞれのミッション（使命）による取り組みには、多くの組織・事業形態が存在するであろう。

しかし、現在の財政状況：人口分布図；健康寿命と寿命の状況：社会保険負担額の膨大な増加を考えれば、「組織活動の存続」と「経済活動の大切さ」を考えれば、経営手法を取り入れた「社会起業家的活動」も極めて重要であると考えられる。

このような「仕事のマッチング」や「仕事のオークション」は、セールス・レップ制度のように、今後の民間企業の生き残りと発展を考慮した場合、急激な増加傾向を齎していくであろうと思う。

そこに、新しい事業の可能性を感じる。

* **セールスレップ（販売代理人制度）の職務内容 - 事業NO16 参照**

商品の売り込み、注文獲得、メーカーへの注文伝達が基本的役割となる。

複数メーカーと契約し、マーケティング、情報の収集・報告が可能

セールスレップ・ネットの構築（複数のセールスレップ同士でネットの構築）

中高年・団塊世代...へ戻る

脳卒中障害者...へ戻る