

日時： 2004年4月16日（金） 19時10分スタート～ 21時00分終了
講師： マイルズ・ドット氏
タイトル： 日本におけるEntrepreneurship （+ 3つのケーススタディー）
場所： 日本クラブ（会場費用： £80）
参加人数： 訳25人
JEEF理事会参加者： 松本、由田、田代、二上、戸田、西川、広綱

1) 内容

1. 導入

起業促進について →規制緩和が起業を促す？

2. ベンチャーキャピタル投資について/日本におけるスタートアップの比率

3. 企業、起業家が感じるプレッシャー (Page 2)

- ・ 国内の投資家
- ・ 海外の投資家（例：Non-Japaneseは指摘が厳しい。）
- ・ 新しい会社
- ・ 若い起業家
- ・ インターネットの導入（例：ソニー生命）
- ・ 女性の使い方
- ・ 外国企業の参入
- ・ 消費者からのプレッシャー
- ・ 海外への拡大
- ・ 中国の影響（この力を無視することはできなくなっている。）
- ・ 規則緩和（特に、医薬・製薬）
- ・ その他

4. 日本人の起業家は年齢層が高い？

- ・ 日本人の場合、子どもが生まれて、卒業して、落ち着いた50歳ぐらいで起業する人が多い。

5. HP Way

過去の成功にたよってはいは駄目。

6. 若い社長の誕生

例：Muji、Family Mart、Seiyuなど。

7. Seiyuの再構造ケースについて

8. 日本の産業の発達

1945年 何もなかった。→ソニー、ホンダ、三洋、シャープなどがでてきた。

1980年代 日本はNO1

2004年 これからどうなる???

9. 衰退について

10. 起業家とその後

- ・ 起業家は登るのは好きだが、上り詰めた後は飽きてしまう。その後のマネージメントは

違うタイプの人間が行う場合が多い。

- ・ 社内や社外で競争をさせる。(マイケル・ポーターの理論)
- ・ イノベーションを妨げるもの(組織が大きくなると新しいものが生まれても、それをネガティブに考えてDefensiveになることがある。)

11. 業界

Defensiveになることがある。

< ケーススタディー 1 (東横イン) >

創業者/西田氏 (100%株主) :

何をしたらよいか? 土地を持っている人だけが儲かっている。→土地の有効活用。

はじめ: 予備校、家などをいれる建物を建てたら儲かるのではないか? →その予備校がつぶれた。

では何をしたらよいか: ホテル? (当時のパートナーの河野氏が猛反対)

西田氏: 反対をされても、'自分でやる' と決めた。→リサーチなどをはじめ。→ホテルを運営するのであれば、きめ細かな女性の方が向いているのではないか?

*当時、ホテルとしては女性の従業員が多いというのは新しいシステムであった。

30年間の契約で土地を借りた。→100ルームからのレント→50ミリオン円の年間売上。ここから経費・土地賃貸料をひいたものが利益となる。

*土地を借りるというコンセプトは当時の日本においては全く新しいコンセプトであった。

戦略: 必要なものを提供、必要ないものはカット。(例: 部屋にTVなど全ての必要設備を整える。しかし、ベルボーイなど不必要と思われるものはカット。)

*このアイデアも全く新しいアイデアであった。

コスト: ブレークイーブン4000円→休めの価格設定を実現。

→売上成長

< ケーススタディー 2 (QB House) >

起業家は生まれるもの VS 作られるもの?

・ある日、8000円の床屋は高すぎると思った→'切る'ということだけに集中して'切る'作業を安く行うことを思いついた。

・水がないー水があるとさびる、他の問題がおこる。→手を洗うときなど特別な液体を使う。

・お金を作りたい→このアイデアを売りたいこれでお金をかりようと思った。→誰も貸してくれない。忍耐強く通い詰めてお金をかしてくれるところをようやくみつけた。

・櫛→安い櫛を作ってそれを顧客にあげる。(洗うコストを考えると安い櫛をつかってあげてしまったほうが安くあがる。

・髪の毛をきる専門学校を卒業したばかりをやとう。3年で辞めなければならない。→安い労働力。

・テレフォンカードを売る機械をほとんど無料状態で仕入れて、それでチケットを購入させる。

・競合他社は猛反対をして、店のガラスをわったりまでした。→よいPRになる。

・待っている際のイス→センサーが入っており今何人待ちかということが店の外の看板に「何人まち」などという情報が出るようになっていく。

- ・上記をはじめとして、徹底ていにコンピューター化することにより、売上、社員マネージメントなど全部はじきだされるように仕組みられている。
- ・髪の毛を吸い込む特別な掃除機（吸入器）。→メーカーに作ってくれるように頼みにいったが、髪の毛をそんなに吸い込むと火事を起こす可能性があるとして受け入れなかった。→自分でRISKをとって自分で作った。（現在、パテントを所有している。今のところ火事になったことは一度も無い。）→起業家はリスクテイクング？
- ・予定通りに成長し、非常に成功している。
- ・空港にQB Houseを作った。→起業はブランドマネージメントが必要。

< ケーススタディー 3 （日本セラミック） >

セラミックセンサー

1976年 三洋で世界初のリモコンがはじまる。→売れない。AT&T、GEに売りにいって成功をした。前払いのみ。→絶対に売れる、絶対にできるという自信。

機械：DIYで安く作った。

中国での生産

→ 利益率が高く、とても成長している。

< 3つのケーススタディーをみて >

- ・株を大部分もっている→リスク、自信。
- ・社員を大切にしている。

< 質問 >

伊庭野さん：

若い層でリスクをとる人が少ない。どのように活性化させることができるか？

→古い体質を排除する；年功序列の廃止。

戸田さん：

日本はベンチャーキャピタルが少ないといわれているが、これはどのように向上させることができるか？

→社会は起業家に対してどのような反応があるか？（大手企業に勤めることを未だAppreciateし、リスクをとることをDiscourageしたりしていないか？）

（最後に）

起業家フォーラム（会員募集）のお知らせ

（次回のお知らせ）

5月11日予定 「I-アイデア」

2. 参加者の声

(1)

(2)

