

伸びる会社、伸びない会社

02

伸びる会社のビジネスモデル

伸びる会社の定義をここで決めておきます。

伸びるとは、業績が伸びる、規模がスケールする、上場できる、組織が活性化する、多方面にわたり拡大する、人がのびのび育つなど、いろいろな意味があります。

本来それぞれが大事な要素であり、どれもが有機的の一体となって総合的に見るべきものです。

皆さんの客観的判断としては、上場した会社もしくは上場できそうな会社が伸びる会社、と定義した方が分かりやすいかも知れません。

前回は、起業家自体の魅力・能力が伸びる会社の大事な基準というお話をしました。

次は、二つ目の基準であるビジネスモデルです。

昨今、ビジネスモデルはこうだなどという本が書店に並んでいます。大体、成功した会社を分析してその骨組みを解説しているものです。

私の元に相談に来る起業家たちは、しっかりとビジネスモデルを持ってやっています。

それを分析してみると、既存のビジネスモデルを新規の商品に当てはめてみるもの、既存のサービスの形態を変えるもの（サブスクモデルへの転換）、知恵やサービスをネットで売るもの、インバウンド需要を狙うもの、創業ベンチャー、AIを売りにするもの、欧米からの持ち込みものなどなど。

とてもさまざままで専門的なものも多く話を聞いているだけでも楽しいものです。

文
都 賢治

text by Kenji Miyako

しかし、どうやってこのビジネスで規模を出して稼げるのか、いわゆるマネタイズが一番大事なのです。意外とそのあたりになると詰めが甘くなっています。事業計画5年分持ってきて、大雑把な感じですが。需要予測、同業他社分析、市場規模分析などのお決まりのプレゼンはしっかりしていますが、その中で自身の会社がプレイヤーとしてどう動くか具体的に描ききっているものは少ないです。

もちろんそれらが完璧なら、アドバイスの余地はないのですが（笑）。

起業家の中には、ビジネスモデル自体は、これしかないという勢いでやってくるものから、こちらのツツコミには、顔を曇らせたりする人もいます。そのあたりで、起業家の能力の一つの要素である、自己修正能力が見てとれるわけです。

「もう少し違った視点で再検討します」「そういう方法って考えていませんでした。練り直します」みたいな柔軟性があると支援しがいがあるなと思っています（笑）。

要はビジネスプランでは現在が絶対ではないのです。変幻自在に変わってしかるべきものです。

今回は、起業家の魅力・能力とビジネスモデルを備えた後の伸びる会社がすべきことを説明します。



Profile

1983年アーサーアンダーセン会計事務所入所。
1989年税理士法人アルタス（旧都会計事務所）開設、代表社員就任。現任。
1993年上場及びM&Aコンサルの株式会社アルタス代表取締役就任。現任。
その他社外役員としての関与法人としては、上場（アイスタイル現任、トレンダース現任、チームスピリット現任、サイバーパス現任、マクロミル、日本レジデンシャル投資法人等）、上場準備含む非上場（数社）、学校法人（グロービス大学院現任他）、社会福祉法人（数社）など。
慶應義塾大学卒。税理士。経営コンサルタント。投資家。
5回以上、上場の鐘を鳴らした稀有な存在です。まだまだ鳴らし続けます。