

第一章

自分の会社を持ちましよう！

私は二六歳のときにトレンダーズという会社を始めました。それまで私は、大学を卒業し、普通に就職し、社会人としてリクルートや楽天などいくつかの会社に勤め、有意義な経験をしてきました。働くことは心の底から楽しかったし、実績も残すことができました。それに見合ったお給料ももらっていました。

会社勤めでも満足していた私が会社をつくろうと思ったのは、いくつか理由があります。まず留学を考えましたが、準備がうまくいかず迷っていました。再就職も違和感を感じ、とはいっても収入は必要ですから、フリーランスのような形で何かやるつもりでした。せっかくだか

ら、誰もやらないようなことで、自分の思いどおりのサービスを提供してみたいという気持ちがありました。最初から社長や経営者というところまでは考えていませんでした。とりあえず個人コンサルタントをやることを思い立ちました。自分の家でできて、経費がかからないと思っただけです。インターネットにつながったパソコンとプリンターさえあれば、何でもできると思っていました。周囲の人の頼まれるままに、数社のお客様に対して、リサーチレポートなどを作成しては納品してました。そういう業務を続けて数カ月、なんとか食べていくことはできるなと感覚がつかめたのと同時に、少しだけ疲れていた自分がいました。当時の自分を振り返ると、その姿はまるで、鶴の恩返しのお話そっくり。たった一人で自分の羽を抜きながら反物を織るような日々でした。これでは自分がすぐに空っぽになってしまう、インプットに限界があるからいいコンサルティングを永遠に続けるのは限界があるのかもしれない、お客様が突然途絶えたらどうしようなど、いろんな危機感が生まれ、自分の中で「先が見えない不安」がだんだん大きくなっていったんです。ではもっと自分らしく、成長しながら、お客様にも社**会にも提供できる価値も高めながら仕事をするにはどうしたらいいのか？** と思ったときに、**自分の会社を持つこと**が**「起業」**があっただけです。

女性というのはその特性上、皆と同じほうが安心できるし、自分が主張するよりも周りの意見に合わせるいく習慣が身についています。私自身もそのような部分があって、女性が女性と

しての人生を生きるのはいいことだし、わざわざ男を目指す必要なんてないと思っていました。でも、仕事が大好きで、自己実現したいし、でも家庭を持って、いいお母さんにもなりたい。両方やりたい！ 一見無理なように思いましたが、結局、私はあれを取ってこれを捨てよう、と考えることができました。どうにかして両方実現しようとしたのです。

そして会社をつくり、業績を伸ばしながら現在までがんばってきました。その間に結婚をし、子どもも生まれました。そして、今、また新しい命がおなかの中に入っていて、一緒にこの本を書いていきます。私はできるならば、「子どもは五人ほしい」と思っています。仕事と家庭の両方を楽しみたいと思っています。

今までの経験から数え切れないくらいたくさんのごことを学びましたし、学生時代よりはるかに学習量が増えました。そういったお話はこれからしていきます。

皆さんに先に伝えておきたいのは、私は親からの会社とか財産とかを受け継いで社長になつたわけではないんです。それから社長になるための特別な訓練を受けてもいませんし、MBA（経営管理学修士）も持っていません。だからこの本を読んでいる多くの皆さんと一緒にだと思えます。お金もそれほど持っていません。何もわからない状況で、二六歳のとき、何もかもゼロから始めたのです。若くして会社を持つような人は何か特別に恵まれた境遇にある人な

んだからとか、私とはしょせん違うんだから、と考えないでください。私は誰にでもチャンスがあると思っています。すべては「考え方」次第なのです。お金がないのであれば知恵を出せばいいのです。あなたが本当に望むなら、必ず夢は実現できると思います。

女性が起業するメリット

まず、これから起業したいと考えている女性の皆さんのひとりひとりに、「女性」であるだけで、どれくらい大きな可能性があるか、潜在的に有利なポイントがあるのかということから話をスタートさせたいと思います。

女性が起業するメリットはいくつかあります。それは主にこの四つの点です。

1. 女性自身が消費のプロフェッショナルであるから、世の中のニーズを身をもって知っている。

2. 女性の特性である、きめ細やかさ、優しさがサービスに反映される。これは、今の時代、

世の中のニーズに合っている。

3. 本能的に母性があるので、人材育成などに対して本能的に合致できる。

4. 堅実な人が多くまじめ。小さく産んで大きく育てるといふ地道なやり方ができる。

それでは一番目から説明していきましょう。最初は女性が消費者自身であることがすでに有利であるということです。今は、世の中がござって消費の主役である「女性向け」を意識していて、商品開発、プロモーションを行っています。女性は消費者のひとりとして、そのリアルな感覚を自分自身がよく知っています。実は経営者の九五％が男性なのです。つまり、最終的にモノをジャッジしているのは経営者で、現在はそのほとんどが男性ということになります。でも、実際は、二〇歳から三四歳の女性が消費行動に八割の影響を与えているといわれています。つまり、モノをジャッジしている人と購入している人が違いすぎるのです。商品が売れない理由はそこにあるのかもしれませんが。今トレンドは、二〇歳から三四歳の女性をターゲットに絞ったマーケティングサービスを提供しています。男性主体のいろんな会社から、女性向けのものを作りたいから手伝ってほしいとか、マーケティングデータがほしいと頼まれるのですが、「女性の感覚」はお金を払ってでもほしいということなのです。それくらい世の中は

プロフェッショナル消費者である女性の感性を求めているのです。女性は当たり前すぎて気づいていないのですが、女性の感性そのものがすでに価値があるということです。

二番目は、女性特有の優しさとかきめ細やかさです。これはお客様が今の時代に求めていることなのです。つまり、昔は単にモノを買うという時代で、物欲さえ満たされればそれでよかったのです。でも、今はたとえば、電化製品を買って何か不備があったらサポートセンターに電話しますよね。そのとき丁寧に対応しないと、その会社に対してのイメージが下がる。そこではもう購入しないということになる。以前は、「スイッチを入れれば直ります」「ああ、そう。ありがとう」ですんだ時代から、もつと皆が、きめ細やかで、優しく、あったかいものを求めています。「いつもありがとうございます」という言葉や、「お客様を大切にする姿勢」を求めているからこそ、そういう消費者の感情にきめ細やかにフォーカスするのは女性が得意な分野であると思います。

三番目の、人を育てるといふ点ですが、会社というのには人で成り立っていますよね。スタッフがいて、そのスタッフの力によってチームワークで何かを成し遂げていく。つまり、チームをどうまとめ、力を引き出すのか。そういうことが女性は母性本能でできる。人材育成をす

るときに、人が育っていくということを本能的に喜びに感じる。男性は、どちらかというところ、自分の権力を拡大していくことのほうに喜びを感じる場合が多いかもしれませんが、女性はそうではなく、人が育っていくことがうれしい生き物だから、チームが気持ちよく機能していくのかもしれない。そういうえば、スポーツチームのマネージャーの気遣いにも近いものを感じます。

四番目のまじめで堅実であるという点ですが、これが本当に大切なのです。経営というのは、一気にガツと大きく、手広くやるというものもあるけれども、今の時代、一〇〇億円とか一〇〇〇億円のビジネスなんてそうたやすく見つけられるものではありません。リスクもとても大きいですよ。飽和している社会では、巨大なビジネスチャンスを見つかるよりもニッチを狙って、皆のニーズとニーズの隙間を埋めるとか、そういったビジネスがとても求められるようになってきていると思います。その場合、女性が、小さいマーケットを丁寧に拾っていったら、いいサービスを提供し続けることができる。小さなところからリスクを最小限に抑えながら、コストと丁寧徐徐に大きくしてやっていくのが女性は得意です。お金を使うことは、大きく「消費」と「投資」に分かれますが、社長になったらお金の使い方は「投資」だけです。いかに小さい金額でも確実に元をとっていく。それが経営の基本だと思います。経費は、節約するのに

越したことはありません。創業以来ずっとムダなお金は一銭でも使いたくないと思ってやってきました。お金を払うときはそれ以上のリターンが見込まれる場合のみきちんと支払います。今でも裏の真つ白なコピー用紙をスタッフが捨てたら怒ります。必要のない電気もパチパチ自分で消して歩いています。それぐらい節約して、物を大事にしているんです。そういう精神、つまり物を大事にするということができなければ小さな仕事も大切にできません。常に使ったものの費用対効果を考えて管理できることが、女性が起業に、社長職にとっても向いている点だと私は思います。

自分サイズの会社。最初のステージはどこ？

今まで女性が会社以外で働く場合、家でできる何かの資格を取るとか、SOHOとか、フリーランスなどの形態を考えてきました。まず手に職をつけて、それでずっと食べていきたいという希望が多かったと思います。でも、そういう時代は一区切りついた感じがします。もちろん自分の得意分野で好きな仕事を追求するというのは素敵なことです。でも、そういう生き方は、ある程度の制限があるのも事実です。専門資格を所有する人の間での価格競争になりがち

だったり、時間に縛られていてやった分だけしか稼げないし、クオリティを上げていくのもなかなか難しいし、気づいたら時代の流れに取り残されていたり、営業が難しかったり、顧客基盤が脆弱であったり、なによりも、自分が病気になるたら大変です。だから、ある意味リスクが高い仕事なのです。人件費を払わないぶん、リスクが低いと考えるのは早計です。持続できないリスクを考えると、私は決して安全ではないと思います。

では私が推奨する、女性が選ぶべき最初の事業や規模についてお話ししましょう。まず事業についてですが、ある程度時代に合った事業やオンリーワンのビジネスを探すということが大事です。さらにニッチで、誰もほかの人が手がけてないような珍しいことであればいいですね。たとえばトレンドグッズで実際に手がけている事業なのですが、人材の斡旋や派遣業はいっぱいあるけれど、それが「女性幹部、女性社長専門の斡旋」とか、「ネイリスト専門の派遣」とか、そういったあるカテゴリーを絞っていくことによって、小さい会社でも会社のイメージがつくりやすいというのがあります。珍しい部分のマーケットがとれるからです。大企業は、そんな狭いところまでは真似してきません。先に手がけたものが優位にたてるというメリットもありますから、自分独自のペースでノウハウを積み上げながらきちんとできるはずですよ。

さらに会社の規模や売り上げについてですが、女性で社長という立場で、時間とお金が最もバランスよく自由になるのはどの程度だと考えればいいのでしょうか？ **私は、社員は三〜四**

人程度を最初の組織体制の目標と考えます。社員が多いと社長の悩みは増えます。だから小規模で売り上げでいうと年商一億円ぐらいを目指すと思います。事業は利益率が高いサービスで、なるべくオンリーワンで競合があまりないようなものを作って、認知度と会社のブランドイメージをつくっていく。すると、その分だけクチコミで確実にお客様が増えていく、というやり方がいいと思います。これなら利益率も高いし、社長はだいたい年収二〇〇〇万円から三〇〇〇万円は取れると思います。また、自分自身が病気や出産など何かあったときでも、一応社員が三人いれば何とかなるというような形がつくれます。これらの理由から、「年商一億円、社員三〜四人、オンリーワンビジネス」、それが女性が起業するとき最初の目標として理想的なモデルと考えています。

私が年商一億円、年収三〇〇〇万円にこだわる理由

仕事にも人生にも充実を望むなら、やはりバランスを考えてどのあたりに比重を置くかが問題になります。女性の場合、あまり行け行けドンドンというよりも、お客様といい関係を長く誠実に続け、従業員とも、むしろ家族のような感じでやっていく形を好みます。それが女性の