

売れる！創業後の販路開拓のコツ！

第1回 己を知る ～自分の過去の断捨離～

U・DRAFT 代表

まちづくりプロデューサー・酒場社会学研究家

千葉県よろず支援拠点コーディネーター

上坂 理

◆はじめに

全6回にわたって、多くの起業家が創業後に直面する創業後の販路開拓について、乗り越えるためのコツやノウハウをお伝えする「売れる！創業後の販路開拓のコツ！」。記念すべき新シリーズの第1回は、『己を知る ～自分の過去の断捨離～』をお届けします。創業をお考えの方、創業して間もない方が参考になる情報をお届けしますので、ぜひご覧ください。

◆創業後の販路開拓

みなさん、はじめまして。まちづくりプロデューサー・酒場社会学研究家の上坂 理です。
私は長らく「経営コンサルタント」として活動してきましたが、この「コンサルタント」という言葉が自分にしっくりこないので、最近是我的ライフワークである地方創生に関連して「まちづくりプロデューサー」、また趣味と実益を兼ねた「酒場社会学研究家」という肩書を名乗っています。縁あって、千葉県よろず支援拠点のコーディネーターとしても5年目になりました。

今回のシリーズで、全6回にわたって私がお話しするテーマが「創業後の販路開拓」です。
みなさんは創業してから商売順調ですか？『新規開業白書(日本政策金融公庫総合研究所編)』によると、「資金繰り、資金調達」と「顧客・販路の開拓」は「起業・開業時に苦労したこと」のツートップの課題です。

巷には「販路開拓」に関するビジネス本が溢れています。どれもとても参考になる知識やノウハウばかりですが、いざ自分に置き換えてみると、なかなか実行に移せないものです。

かくいう私は、今でこそ、複数の行政の支援機関に専門家として所属し、プライベートの事

専門用語 de ドヤ顔マン



業と合わせて年間 500 件以上の経営相談を行い、まちづくりプロデューサーとして各地の地方創生を支援しながら、やっと“飯が食える”ようになりましたが、開業したての頃はお先真っ暗でした。

10 年前、私はそれまで勤めていた山口県をの会社を経営者とのちょっとした諍いから、その場で辞表を突きつけて東京に戻り、全く無計画に企画マーケティングのオフィスを開業しました。事前準備など全くしてなかったので当然顧客はゼロ。目先の売上の目処もつかず、事業計画もへったくれもありませんでした。減る一方の貯金残高を見ながら毎日胃が締め付けられる思いで半年ほど暮らしていました。

そんなダメ起業家の私がどうやって 10 年間社会を生きてきたのか、私が得た教訓と、私が日々接している経営者仲間の事例を元に、これからお話したいと思います。

◆己を知る ～自分の過去の断捨離～

初回ですので、まずは私自身の創業に至った経緯のお話をさせていただきます。

私は社会人になってから会計事務所やシンクタンク、教育コンサルティング会社など何社も転職を重ねながら、東京で 10 年以上サラリーマンをしていました。でも、コンサルティング業界特有の専門知識でクライアントに対しマウントを取る（※あくまで当時の私の感覚です 笑）仕事が性に合わず、常にくすぶっていました。企業で働く人は「人財」「人材」「人在」「人罪」の 4 つに分けられると言いますが、私は確実に当時働いていた企業にとって「人罪（会社にとってマイナスになるような社員）」でした。

30 代なかばになって、そんな私に転機が訪れました。とある縁で、自然エネルギー利用の環境技術を開発した山口県のベンチャー企業に出会ったのです。2000 年代に入った当時は、地球温暖化対策や環境配慮が声高に叫ばれ、「愛・地球博」の開催もあり一大環境ブームが巻き起こっていました。それまで職業柄、マーケティングと経営知識があると思い込んでいた私は、「これだ！！」と思い、年収が大幅ダウンするのも意に介さず、結婚したばかりの嫁を連れて山口県に移住し、先ほどのベンチャー企業へ転職しました。当時の私の思考回路は、『東京ではコンサルタントのヒエラルキー最下層だけど、山口県ならきっと活躍できるぞ！』でした。

しかし、意気揚々と山口県に乗り込んだ私を迎えたのは、絶望でした。言葉が通じないので…もちろん方言のことではありません。

「社長、SWOT で考えるとこうですね」

「社長、うちの KPI はこうなります」

「社長、それはプロダクトアウトの発想ですよ」

こんな専門的なマーケティング用語を得意げに連発する私に向けられた経営者や社員の目は、「コイツ宇宙人？」でした。

入社前には、経営者から（よくわかんないけどたぶん）『東京のエリート』として迎えられた私は、入社早々『カッコつけてる割に使えない東京モン』の評価に変わり、社内ではアンタッチャブルな存在になりました。天狗になっていた私の鼻は、見事にへし折られました。

専門用語 de ドヤ顔マン



◆素の自分で勝負する

ここで私は岐路に立たされました。一つは辞めて東京に戻る道。もう一つは、一営業マンとして会社で頑張る道。結果的に、東京に戻る決心もつかず、それまであまり経験がなかった営業を一からやってみることになりました。でも、この時の経験が私の人生観を大きく変えました。

私の場合、自分が生命線と思っていた「東京でのしがないキャリア」を捨てたとき、気が楽になりました。肩の力が抜け、素の自分で勝負する喜びを感じました。同時に、山口県の生活も楽しくなり、志を同じくする友人や私を応援してくださる方々が一気に増えました。

私には、自分の過去の断捨離が一番必要だったのです。

【教訓】

自分を盛らない。素で勝負する。自分の過去の断捨離も必要。

◆「販路開拓」は、相手（お客さま）に信頼されることから

いかがでしたか？ 第1回目は、私の創業前の苦い経験から「己を知る」という自身の教訓をテーマにしました。

みなさんも、創業してから思っていたのと違うと覚えることが多いのではと思います。

専門的な業種であればなおさら、会社勤めの時は順調だったことも、いざ自分で始めてみると上手いいかないことばかりです。

そんな時には、焦って他人からよく思われたい気持ちが出てプロフィールを盛って自分のキャリアを自慢しがちです。でも、そういう焦りは他人に簡単に伝わり、見透かされてしまいます。

創業したての頃は特に、経営者の人柄、考え方、姿勢がそのまま商売に影響します。

「販路開拓」は、相手(お客さま)に信頼されることから始まります。まず今の自分が周りにどう写っているか冷静に振り返ってみることも必要と思います。

次回は、ゼロスタートの私が販路開拓をしていく上で気づいた、自分のキャラ設定の重要性について、私の経営者仲間の実例も合わせてお話したいと思います。

題して、「じぶんブランディングのすすめ ～『自分らしさ』のキャラ設定～」です。

どうぞお楽しみに！

◆プロフィール◆

上坂 理



1971 年大阪生まれ。千葉縣市川市在住。中央大学商学部卒。高校生の時から海外 40 カ国以上をバックパッカーで放浪。

会計事務所・シンクタンク等にて中小企業向けの業務コンサルティングを経て、2006 年より山口県に移住して環境ベンチャーに経営参加。地域社会と地域経済の構造的課題を肌で知った後、2009 年に東京に戻り企画マーケティングオフィス U・DRAFT を開業。行政の支援機関に所属しながら、これまで累積 3,000 件を超える経営相談を行う。近年は、まちづくりプロデューサーとして全国各地の地方創生に関わる。

「売れる地域特産品のつくりかた」「バイヤーとの商談成約率を高める方法」「地域ブランディング戦略」「地域インバウンド戦略」など講演・セミナー多数。