

「ドラッカーは大企業向けの理論。起業家と結びつけるのはこじつけ、ムリがあるのではないか？」と思われるかもしれませんが。しかし、ドラッカーの代表作『マネジメント』（ダイヤモンド社）には、学園都市で大学の教職員専門の不動産屋（個人事業主）の事例が出てきます。

私は、ドラッカーを250回以上読み込み、ドラッカー理論が染みついた人間です。その私が主宰している「藤屋式ニッチ戦略塾」では、弁護士事務所の開業半年前に入塾し、開業1年後には、平均的な開業弁護士の2倍近い売上をあげた弁護士の方もいます。その弁護士の方は次のように話していました。

「私は、塾で教えていただいたように、自分の強みを活かせる、競争がないけれど十分な売上が確保できるように対象分野と顧客を絞り込みました。そうするのが当たり前だと思っていました。でも、地方都市でそれを当たり前と考えている同業者はほとんどい

ませんでした。だから、初年度からこの売上をあげられたのだと思います」

この方は、その後も順調に売上を伸ばしています。

本書の著者の天田さんも「藤屋式ニッチ戦略塾」で7年間学んでいます。また、弊塾で学びながら、自ら「藤屋式ニッチ戦略塾・銀座塾」で、ひとり起業家や中小企業の経営者の方々に「藤屋式ニッチ戦略（＝生態的ニッチ戦略）」を指導しています。なお、「生態的ニッチ戦略」は、ドラッカーの『イノベーションと企業家精神』（ダイヤモンド社）に出てくる企業家戦略の1つです。

本書はその天田さんが、起業家のための雑誌『アントレ』の編集者として18年間に3000人超の取材に携わった体感値、その後の起業家支援の経験、そして個人事業主や中小企業経営に最適な「生態的ニッチ戦略」の理論と実践をもとに書き上げました。

ドラッカーは、「いわゆる、起業家と言われる人たちが失敗するのは、経営の基本と原則を知らないからだ」という意味のことを述べています。逆にいえば、「経営の基本と原則」を習得すれば、成功の確率は高まり、失敗のリスクは減少するということです。ぜひ、本書で基本と原則を学び、ひとり起業を成功に導いてください。

## 著者による「はじめに」

本書は、ドラッカー理論をベースに「ひとり起業家による、ひとり起業家のための、ひとり起業の成功法則」をまとめたものです。

まず、「フリーランス」と「ひとり起業」では、何が違うのか？

私の定義では「フリーランス」は、ライター、イラストレーターのように「職」を表すものだととらえています。なかには下請け的な仕事もあるかもしれませんが、キャリアアップのために、自らのスキルを磨き上げるイメージです。

一方、「ひとり起業」は人に雇われずに、自らで「事業」を行います。「ひとり起業」の理想的な姿は、世の中のニーズをもとに新しい市場を創り出すというイメージです。

では、そんな「ひとり起業」にどうしての成功とは？ 本来「成功」とは定義が難しく、その解は1人ひとりの心のなかにあるものですが、本書では「ひとり起業家による成功」

を次のように定義します。

- 望む価格で買ってくれる顧客がいる
- 商品やサービスの熱心なファンがいる
- 価格競争に巻き込まれず、適切な利益が得られている
- 小さくてもよいので新しい市場を創る
- 継続して儲かる仕組みがある
- 毎日、仕事を楽しんで、ストレスとは無縁
- 過去の辛い体験が克服できている
- 仕事が自己実現とつながっている
- 社会や世界とつながっている実感がある

これらの項目にすべてチェックが入る方はそう多くないかもしれませんが。しかし、たとえ「ひとり（起業）」であってもこれらを実現できる方法があるのです。そのエッセンスをまとめ、紹介するのが本書の役割であり使命です。

私は現在、「独自化戦略コンサルタント」という肩書きで、自分のような「ひとり起業家」を支援するための活動をしています。まずは、簡単な自己紹介をさせてください。雑誌の編集者になるのが夢だった私は、念願かなってリクルートという会社で『アントレ』という創刊3年目の編集部に配属になりました。『アントレ』はリクルートでも珍しい「起業」に特化した情報誌として創刊され、毎日のように起業家の取材を行い、それは夢と刺激に満ちた日々でした。

取材現場以上に刺激的だったのが、社内の環境です。当時、『アントレ』が属していたビジネスインキュベーション事業部は、文字通り新たな事業を起こす企業や人を支援するための新しい組織でした。

オフィスがあったのは、新橋と浜松町の中間に位置する雑居ビルの1フロア。それまで銀座8丁目のリクルート本社ビルで働いていたことを思うと「都落ち」そのものですが、集まった40人ほどのメンバーはどれも個人的な価値観をもった「野武士」のような人間ばかり。その先輩たちが、次々と会社を辞めて転職ではなく「独立」していくのです。当時の『アントレ』にいた人たちの多くが実際に起業家として羽ばたいていきました。

編集長がいなくなったかと思うと、数年後には副編集長まで「フリーになるから」と

独立。不思議なもので、いつしか私も「先輩たちのようになりたい」と思うように。ただ、何か自分で新しい事業を起こすというよりは、「もっと会社の枠を超えて、いろんなことにチャレンジしたい」といった理由からでした。

31歳の夏。まず、私は会社と相談して業務委託の編集者に切り替えてもらいました。野武士集団の一員に加わってから、フリーの編集者として『アントレ』の事業に携わること18年。全国を駆けめぐり、3000人を超える起業家を取材する機会に恵まれました。

そして、この本が誕生する背景も少し。2012年の夏のことでした。以前から親交のあった経営コンサルタントの藤屋伸二先生が福岡から上京してこられました。そこで、「これから始めるドロッカー理論をベースとした経営者向けの勉強会に参加しないか」とお誘いをいただいたのです。それが、私とドロッカーの（運命の）出会いです。以来、毎月のご定例会に参加するようになって7年が経過し、今では最古参の塾生になりました。藤屋先生は日本を代表するドロッカーの研究者として知られ、難解なドロッカー理論をわかりやすく実践的に解説することで、中小企業の経営者から支持されています。

特筆すべきは、文字情報が中心のドロッカー理論を「図解化」「漫画化」したことに

あります。こうした実績によって、これまで大企業の幹部が中心だった読者層ではなく「中小企業のためのドラッカー理論」という新たな市場を創り出したのです。

数あるドラッカー理論のなかでも、大手企業が参入してこない独自化領域を生み出すことを中心とした「ニッチ戦略」に共感した私は、2017年にニッチ戦略塾のフランチャイズに加盟し、銀座塾を開校しました。当初3人の塾生で始まったこの塾は、現在では私のようなひとり起業家から年商10億円を超える企業の経営者まで、個性豊かな塾生に支えられています。

こうして、『アントレ』の仕事を通じて経験した3000人を超える起業家への取材実績と、ドラッカー理論をかけ合わせてできあがったのが本書です。

これまで3000人を超える起業家の取材を通じて、成功している起業家には事業の大小に関係なく、いくつかが共通点があることがわかりました。

- ① 「強み」に基づいた事業を選択していること
- ② 明確な「コンセプト」を打ち出していること
- ③ 変化する「顧客ニーズ」にきちんと応えていること

- ④ 「独自の市場」を築いて価格競争に巻き込まれないこと
- ⑤ 「理想の顧客」をつかんでいること
- ⑥ 顧客を巻き込んだ「コミュニティ」があること
- ⑦ 魅力あふれる「ストーリー」を語ること

これら7つが本書の基本設計にもなっています。ドラッカーの言葉と理論に加え、人の先輩の事例を紹介しています。できるだけ専門用語は使わず、読者のみなさんが自分に置き換えて創造的に模倣できるよう工夫しました。

本書の内容は、即効性のあるものばかりではありません。しかし、壁にぶち当たったとき、きつとあなたの力強い味方になってくれるはずですよ。

それでは、夢と希望に満ちた「ひとり起業」の世界へ。

天田幸宏