

## アントレプレナーセンター福島正伸社長語録（順不同）

「人生の目的」をどう設定するかが問題。「儲けて楽をしたいのか」それとも「充実した人生を送りたいのか」？

普通は楽をしたい気持ちが80%。しかし今の日本は数十年前の王侯貴族の生活。車を持ち、クーラーの効いた部屋でカラーTVを見、行きたければ空を飛んで海外へも自由に行ける。成人病（生活習慣病）にもなれる！欲望には限りがない。物的満足を追い求める限り、充実した人生はおくれない。目的は、金持ちになることではない。充実した生活を送ることのはずだ。

充実した人生を送ろうとすれば、「楽」はないと知らなければならない。

充実した人生を送ろうとする人には、「苦しみ」が最高の喜びとなる。有森祐子が北海道マラソンで、「走る苦しみを、再び味わうことができ最高に幸せだった」と言ったことに通じる。勝敗や成功/失敗という結果より、全力で生きることだけが大事。

「失敗するか成功するか」と「充実した人生」とは無関係。

事業を通じて社会に貢献し、豊かな充実した人生を送ろうという考え方が米国では浸透してきている。

失敗は貴重である。失敗は100回より1000回の方がいい。1000のノウハウが身に付くからだ。仕事はうまく行かない方がいい。

起業家は基本的に成功しない。またその方がいい。最初からうまく行くと後で駄目になり、危ない。

苦しみは役立つ。歴史に残った人20人を調べてみたが、共通して、最悪の事態の中で行ったことが次代に残っている。私も一番苦しいときに考えたことが、すべて残って今の私を作っている。困ったときにいい考えが浮かぶ。

入社するのも、明日倒産することがわかっている会社が最高である。一流企業は最悪だ。倒産も糧にせよ。借金も糧にせよ。毎日ヤバイヤバイが必要。企業は安定しない方がよい。

特に20代は苦しめ。

悪いことが起きたとき、他人のせいにせず、むしろ幸運だと思え。

目的は達成するな。廃人化現象が起きる。

頭が悪いほどうまくいくものだ。なまじ頭がいいとうまくいかない。あれこれ考えすぎる。

優秀な人の定義：私利私欲のない人。共通の利害を共有できる人。

起業家は中卒、高卒の人が70%成功している。

いい顧客がつくとよくない。油断するからだ。改善向上を怠ることになる。 おごる平家は久しからず。

いいものは売れないと思え。

資本金は0でよい。知恵を使え。

銀行を恨むな。銀行が金を貸さないのは、その人の事業計画が悪いからである。努力が足りないからである。

起業家とは、自分と闘うことのできる人だ。

私は夜間も休日もなく、常にオーバーワークだが、充実し楽しい。

固定給をなくし、明日の保証をなくせよ。目標に向かってともに闘う従業員には安定は不要。

日本の手取り足取りの甘い起業家支援策は、むしろ起業家にとってマイナスだ。

我々はどのような社会を作り得るのか？ シーズが大切。

ニーズ思考は駄目。ニーズを追うな。今までのニーズは不要。ニーズだけでいうなら「性風俗」になってしまう。

米で大ヒットの商品は、売り上げの 50%を寄付。何のために何を売るのか。コンセプトメーカが重要。何をすれば儲かるかを考えるな。

心の豊かな生活を望む give 与えあう社会

物の豊かな生活を望む take

常に相手優先。起業家が、与えあう社会を作ることができる。

事業計画書には形容詞、副詞は不要。定性的表現は駄目。例えば「人に優しい商品」といっても、優しいかどうかは買い手が決めること。具体的に表現しなければ、米 Venture Capital は評価してくれない。米 Angel は厳しいが、Venture Capital はもっと厳しい。

1年間本気でやれば、どんな分野でも一流になれる。

「いつか、何かをやろう」は駄目だ。今できないことは 100 年たってもできない。

完全に新しいことで成功した例は少ない。今あることの延長でやれ。

議論、批判はするだけでは意味がない。行動に移すこと。

情報は活用して初めて意味がある。集めてためておくだけでは無駄。

自発性を伴わない限り、知識は役立たない。

予測することは意味がない。予測は必ずはずれる。

問題解決手法では、問題は解決できない。

「成功の秘訣は、成功するまであきらめないことだ」・・・松下幸之助

「メラキアの法則」・・・渡辺美樹（ワタミフードサービス会長）

「失敗」と思ったときが失敗。あきらめない者に失敗はない。

世の中には当たり前のことしか起きない。原理・原則に合わない奇策、妙手、マジックはない。

「日本の優秀企業研究」（2）企業経営の原点：6つの条件

わからないことは分ける

自分の頭で考えて、考え抜く

客観的に眺め、不合理な点を見つける

危機を企業のチャンスに転化する

身の丈に合った成長を図り、事業リスクを直視する

世のため、人のためという自発性の企業文化を埋め込んでいる