

15 期岡崎充『社会人編』

1. 最後の学生生活



4年生のGW、理工系レガッタが終わり、現役ボート部生活も終わった。

大学の方は、研究室に入るわけですが私は『吉田研究室』を選んだ。理由は自由に研究ができ忙しくない。

吉田正昭教授は東大卒でいつも資料を風呂敷に包んで持ち運ぶ、とてもやさしい先生だった。その

ご縁で理工ボート部の顧問をお願いしたら二つ返事でOKしてくれそれから10年以上理工ボート

部の顧問としてお付き合いしてくれたと聞いている。毎回ボート部のイベントには趣味のカメラを片手に参加してくれた。当時の手帳を見ると、私は引退の後も夏合宿や秋合宿に泊りで参加している。『岡崎さんに騙されて入部した』と言われる部員たちが辞めないように見張っていたのかもしれない(笑)

一番の思い出は、秋合宿が終わった日。この日は一番嬉しい日だ。春までの4か月間合宿所での練習が

ないので思いっきり部員たちが開放的になる。当時流行っていたのが『ディスコ』だ！ 1977年上映

の映画『サタデーナイトフィーバー』の影響で大変なブームだった。その日も後輩数人を連れ歌舞伎町へ。

噴水前カンタベリーハウスの前でキャッチのお兄さんと値段交渉。だいたい3,500円、3時間飲み放題

で妥結する。ディスコの遊び方は、まずテーブルに座り好きな酒を飲む。ディスコミュージックに合わせて

踊る。その間に可愛い好みの女性を選んでおき10曲に2曲ほど訪れるチークタイム(男女が体を寄せ合

いゆっくり踊る)で声を掛け誘う。簡単にいうとナンパである。テーブルに着いた後から誘うと成功率はグッ

と下がるので、曲の変わり目でテーブルに着く前に誘うのがコツだ。酒の勢いもあり、心はディスコミュ

ジックで高揚しているので結構な確率でゲットできる。女性は男性の首に手を回し、男性は女性の腰に手

を回すのが定番だ。夜8時から3時間いるとそろそろ終電の時間になる。さあ仕上げの時間だ。最後のチ

ークタイムの時に『これから、、、』をささやき勝負に出る。さあどうなったかは、後輩のY部君に聞いてくれ。

2. 就活



東京海上日動

HITACHI
Inspire the Next

株式会社 日立製作所

当時、就活解禁日は4年生の10月1日。文系の人気第一位は、東京海上火災保険。理系は日立製作所だった。10月1日朝8時のTVワイドショーでは、東京海上火災保険丸の内本社前には、ビルを一周するほど並ぶ学生を映し出す。その一番先頭に並ぶ学生にレポーターが『あなたは何時から並んだんですか？』とマイクを向けるのが一つの風物詩であった。当時は解禁日の朝一に第一志望の企業に履歴書を持参しスーツに身を固め、並ぶのが常だった。だいたい履歴書を3通ほど持ち、その日のうちに3社回る。企業も午後から行くと『君はうちが第一志望ではないですね？』などと言う。理系は研究室によっては教授が推薦してくれるところもあった。しかしそのルートで受かると他の企業には行けなくなるので考えものであった。

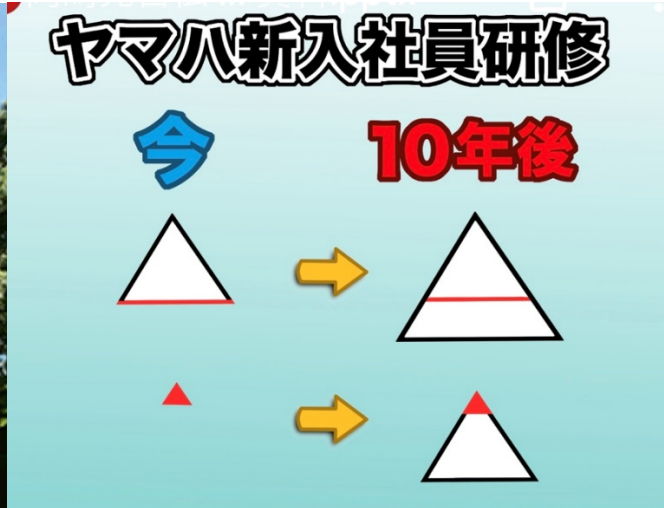
で私はというと、大企業というより中堅企業でトップに上りつめた方がカッコイイと思い、夏の週刊誌に載った『これから伸びる中堅企業20社』という記事をもとに業績の良い中堅企業を中心に会社訪問をしていた。当時は10月1日より前に企業は学生と接触してはいけない紳士協定があったが、私は7月から活動を開始した。企業の人事部に電話でアポを取り、会社訪問。3か月とはいえ社会人経験は伊達ではなかった。明らかに普通の学生とは違い、企業受けはすこぶる良かった。当時付き合っていた彼女の両親は大手志向。結婚を考えていたので、どうしても押し切れず大手を一社だけ受けることにした。ヤマハ発動機である。結局中堅企業は4社受けて4社内定。解禁日前に内定を頂けた。ヤマハは大学新卒だけで全国で5,000人受験したようだ。本社での5次試験まで毎回半分落とされる計算で最後は150人が採用となった。しかも私は事務系で受けた。今でいう総合職である。その理由は、当時クルマメーカーは技術職で入社すると工場勤務となりすべて地方勤務だった。それがどうしても納得できず、事務系受験となった。



YAMAHA

ヤマハを受験しながら感じたのは、グループ面接で一緒になる学生に非常に好感が持てたことだ。こいつらとだったら一緒に仕事したいなあ、という感情である。これは内定を頂けていた中堅企業とは圧倒的な違いである。やはり大手の方が人間力のある魅力的な学生が多いと感じ、彼女との将来も考え、ヤマハ発動機に入社を決めた。

3. ヤマハ発動機入社



【図1】

1980年、私が入社した年、ヤマハは非常に勢いがあり、オートバイも飛ぶように売れた。

経営的にも安定しており無借金経営の超優良企業だった。ヤマハに入社すると人に言うと、「良い会社に入れてよかったね！」と言われたものだ。

■ 運動部出身の内定者に人事部からアルバイトの相談

当時、オートバイ特にスクーターが売れに売れ、二輪車業界は前年比30%UPで急成長していた。

本社工場7,000人の労働力では足りず、我々運動部出身の内定者に人事部からアルバイトの相談があった。条件は、『寮の住み込み、バス送迎付き、食事3食付き、1日8時間労働で5,000円、週1休み、残業1時間で1,000円』後輩に話したら、7人くらいが手を上げ、2月1日から末まで割の良いバイトで30万円稼げた。寮に付くと内定者とその後輩で50人くらい。毎日合宿状態、他大学のボクシング部、野球部、テニス同好会、すぐに仲良くなり毎日夜はドンちゃん騒ぎ。良い思い出となった。

■ 30万稼いだバイト代で沖縄旅行

ヤマハバイトに行った後輩(山中、橋本、矢部)と4人で沖縄旅行に行こうということになり、3泊4日で本島、石垣島、西表島に行った。天気に恵まれ3月なのに真夏のような陽気であった。

■ 本社研修

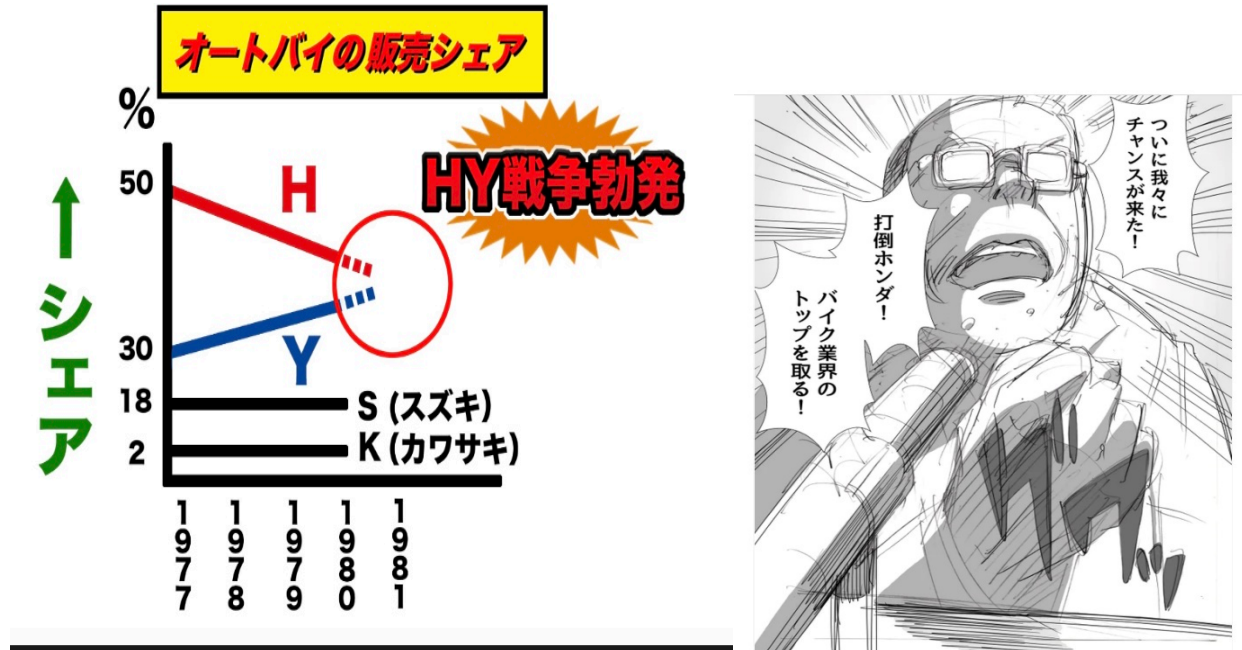
本社人事部の研修で『10年後のヤマハ』というテーマでグループ討論せよ！という課題があった。

私のチームでは私が発表者となり、みんなの前でそのアイデアを披露した。そのアイデアとは、

ホワイトボードに【図1】の絵を書いて説明した。『私たちは今、左上の三角形の底辺に居ます。10年後になっても右上の三角形のこの辺だろう。どっちかというと底辺に近い。会社は社員数1万人の大所帯だから。そこで下の左を見て欲しい。こういう小さな三角形を作るとする。すると10年後は右の三角形の頂点になっている。この意味わかりますか？ そう我々が新規事業を起こすのです！ そうすれば10年後は我々の天下だ！！』するとある同期から質問が飛んだ！『岡崎さん、私もその仲間に入りたいんですが、新規事業って何かプランあるんですか？』 待ってましたとばかりに私はプレゼンを続ける。

『オートバイは化石燃料で動いています。これは将来枯渇する。その時、代替エネルギーが必要となる。ブラジルでは、マンジョカという品種の芋から植物性アルコールが採取でき、今年から公用車3台が試験運転されるのを皆さん、ご存じでしょうか？ そう私たちは、この植物性アルコールで動く世界初の2輪車事業部を立ち上げ、10年後戦略子会社の幹部になっているんです』・・・このアイデアは拍手喝采で大いに盛り上がり、発表者20人中で最優秀と評価された……人と違うことを考える癖がこの時からあったようだ！

4. HY戦争



上のグラフを見て欲しい。1970年代後半からヤマハは一気にマーケットシェアを伸ばし Honda は下げていく。グラフはどう見てもこのまま行くとシェアが逆転してしまう、そんなドラマチックな時期に私は入社した。ここからの3年間、確かにドラマチックであったが、生涯忘れることにできない体験をすることになる。それは正に太平洋戦争と同じ図式であった。Honda がアメリカ、ヤマハが日本。

■ 宣戦布告

当時のヤマハ小池社長は『2輪業界のトップシェアを狙う!』と高らかに宣言。Honda は激怒し『ヤマハを潰す!』と戦争状態になった。当時全国に100ヶ所あった営業所で一番大きい東京の城東営業所に私は配属された。その現場では何が起こっていたかという、まず月のノルマが100台、200台、300台と果てしなく大きくなっていく。『できません!』という言葉は当時なく『やります!』しかない。ルートセールスで回る販売店に『売ってください!』ではなく『買ってください!』となる。毎月毎月販売店に買ってもらってもその分バイクは売れない。業界規模が前年比130%伸長している時にメーカー各社150%から200%の増産をしていた。市場にバイクが飽和し叩き売りが始まる。定価7万円のスクーターをヤマハが39,800円で売れば、Honda は29,800円で売る。またヤマハが24,800円で売ればHonda が19,800円で売る。もう完全に狂った世界。局地的にはトラック一杯10万円で卸していたエリアもあったという。営業マンは朝出かける前にホワイトボードにその日の売上『目標』を書き、戻ってきたら『実績』を書く。その数字が違えば販売課長に詰められる。『お前は今日どんな営業活動をしたのか、なぜ自分が書いた数字が達成できないのか、、、』。面倒くさいから適当に数字を合わせておくと月末帳尻が合わなくなる。

■ 本田の逆襲

翌年にHonda がニューモデルを50機種出す!とのニュースが飛び込んできた。通常ニューモデルの開発には5年かかる。それを1年でしかも50機種、毎週ニューモデルを市場に出すと宣言。どう考えても無理と思っていたが、翌年1982年それは現実となった。本当の戦争で技術革新があるように、この時生まれたバイクは正に夢のバイクだった。今では宅配に使われる定番3輪バイク『ジャイロ』、雨の日でも乗れる屋根付きワイパー付き『ストリーム』、燃費1リットル100km走るスーパーカブなど画期的な商品ばかりだった。安売りではなく、商品力で圧倒的な違いを見せた。



■ 現場は硫黄島

あまりの厳しいノルマに気の弱い営業マンは体調不良で入社できなくなる。チームリーダーはもっと大変だ。部下が全員数字を達成することがマストなので部下のマイナス分まで『やります!』状態。私の上司もある日突然蒸発し、家にも会社にもいなくなった。他の営業所では、営業マンが警察官の後ろから拳銃を抜こうとしてその場で現行犯逮捕。もらい受けに行った営業所長に「なぜそんなことを?」と聞かれたその営業マンは『とにかく今の状態から逃げたかった』とだけ語ったという。販売店に行っても怒られた。毎月買取買取で店の中はヤマハのバイクがひしめき合っていた。『前門の虎、後門の狼』状態だ。

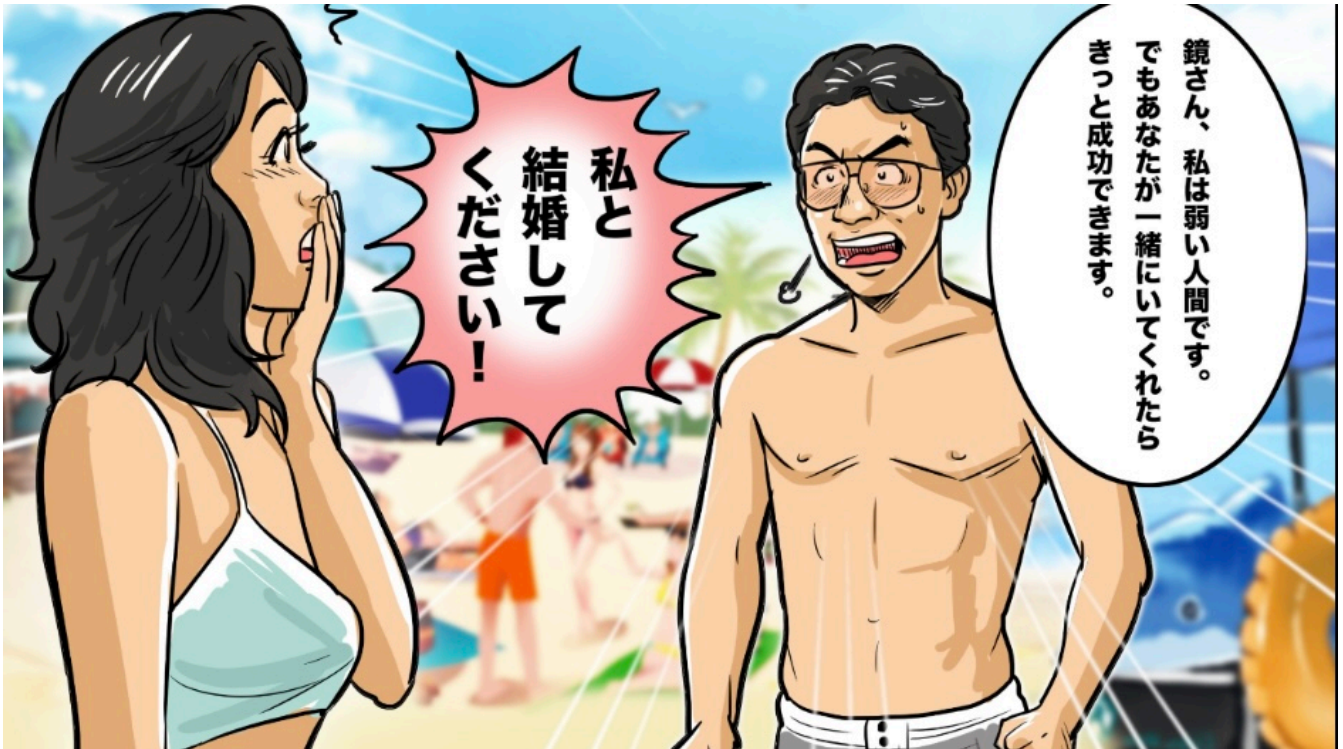
■ 私の戦略

ノルマを達成する為に既存店だけの売上では無理。私の考えた戦略は新規店の開業である。自動車修理工場や過去オートバイを販売したことの無い自転車店に YAMAHA の看板を上げ販売店とした。これは大成功して大きく実績を伸ばすことができた。

■ HY 戦争で学んだこと

東証一部、売上1兆円、社員数1万人。これはそんな会社で起きた事実である。会社って何なんだ。大企業ってすごいと思って入社したけど、バカなことするなあと正直思った。当時『YAMAHA』ブランドがついた商品で世界1位を取れていないのはオートバイだけだと言われていた。楽器から始まり、ボート、ヨット、スノーモービル、ジェットスキーと YAMAHA というブランドが付いた商品は全て世界一だった。そこで当時の会長だった天皇・川上源一氏が小池社長に『あなたにできますか?』『できます!』となり地獄の戦争が始まったと聞いている。蓮舂議員の『2位ではいけないんですか?』の言葉が思い出される。作った商品が売れ残るとバーゲンセールをやり、売りさばくのはどの業界でも同じだが、この戦争では最初から安売り合戦しているので、これ以上は物理的に無理だった。在庫を置くだけでコストになる。不良在庫の恐ろしさを嫌というほど味わった。この戦争の経験から将来自分がビジネスをやる場合、『在庫を持つ商売はやらない』『値引き商売はやらない』ことを肝に銘じた。

5. 初デートでプロポーズ

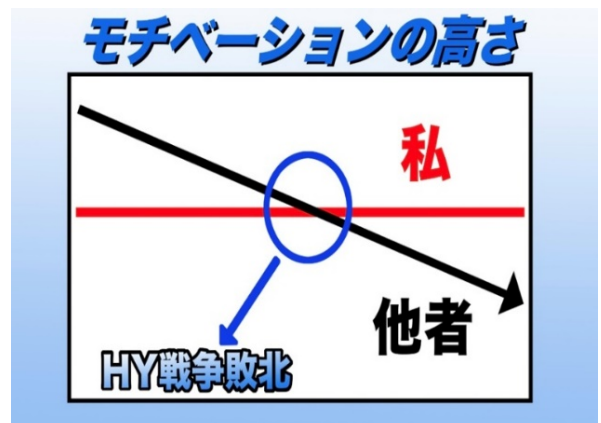


岡崎「鏡さん、僕には夢があるんです。将来世の中にない会社を作りたいんです。でも自分は弱い人間だから一人では無理なんです。..その夢を実現するためにはあなたの力が必要なんです。僕と結婚してください」

ヤマハ発動機に入社し3年目、27歳の夏。同じ営業所の経理に勤務していた鏡さんにデートを申し込んだ。入社3年目、営業マンとしてトップセールスを目指して頑張ってきた。朝から晩まで一に仕事、二に仕事、土日も営業実績のことが頭から離れず、女性とデートしながらも上の空で数字の組み立てをするほどだった。それでもトップセールスには程遠かった。そしてあることがきっかけで自分の弱さを初めて実感した日があった。その夜中、神(=もう一人の自分)が現れ、問答の結果、それ(自分が弱い人間だということ)がわかったら『結婚していいぞ』となり3秒考えた末、鏡さんを選んだ。社内で挨拶や伝票を渡すくらいの仲だった。初デートはうまく行ったが彼女には結婚前提の彼氏がいたということを知り、その彼氏が我々の結婚に簡単に首を縦に振るとは思えず修羅場を覚悟した。

■ トップセールス

初デートから結婚式までの半年間、東京支店で1番の営業成績となった。これは右の図で示すようにHY戦争でヤマハは敗北し、社員のモチベーションは下がった。私はというと、会社の業績が下がろうと自分の人生とは全く関係のないと思っていた。そして『初デートした彼女のお陰で』自分のモチベーションは高いままだった。結局このマインドの差で自分がトップセールスになることができた。



6. 岡崎、できないなら会社辞めろ！



初デートから半年後、結婚式を挙げ新婚旅行から帰ってきて一週間くらいがたった頃、YAMAHA からニューモデルが発売される有力な販売店には、「買ってもらえ」と上司から指示されたため私も担当の有力販売店へ向かった。そこは YAMAHA の”専売店”だ。YAMAHA が HY 戦争に負けたために経営が厳しい面があったように思う。ある日、私が話していると店主が突然「生意気だ」と怒りだし、東京支店の〇〇部長に言うとお前を首にしてやると、その場で電話を掛けだす。部長はその時、不在だったので、その場は「帰れ！」と追い出される形となった。帰社後、営業所長へこの事を伝えると「岡崎、お前な、販売店とうまくやれなかったら会社辞めろ」と言われ驚いた。私は「わかりました、辞めます！」と言り返した。私はただ感情的に啖呵を切ったのではない。実は自分には以前から考えていた自信の起業プランがあったのだ。所長は「お、お前、ここを辞めて何をやる気だ？」と聞かれたのでその起業プランの内容を話した。「そんなものは来年の本社政策に入っている！」えー、私はとても驚いた。現場を歩いていて、あることに気がついてこれはビジネスになると考えていたが、それを既に本社が同じことを考え、来年の営業戦略に入っているというのだ。「…さすが本社はすごいな」。上司「そんなものはビジネスにはならん、岡崎、本社企画へ行きたいんだろ？ 半年待て！ 東京支店から一人推薦することになっている。行けるかどうかかわからんが本社の企画へお前を推薦するよ、本社は残業もないから今やっている中小企業診断士の勉強もゆとりしやすいぞ、とりあえず半年俺に預けろ」「……わかりました、そうします」起業プランを否定された私はその提案を飲むことにした。

■ 東京支店

半年後、幸いにも上司の推薦で東京支店から1人、本社に行けることになった。憧れだった浜松にある本社の営業企画部への配属。新しい戦略、プロモーション、イベント、商品戦略にも口を出せる部署だ。配属後、私は上司にすぐ聞いてみた。「来年の営業戦略の中にお店の顧客管理の話があるでしょ？」すると、上司は「？ そんなものはない まだ来年の計画は決まっていない」との返答…これは一杯食わされたな…私は以前の営業所長へすぐに電話をした「例の話、ありませんでしたよ！！？」すると所長は電話口で大笑いをしだす。「お前は所詮、俺の手のひらで踊る悟空みたいなもんだ！アハハハハ！」……私は、俺を辞めさせないために考えてくれた策だと上司の愛情を感じた。

7. マンガでプレゼン



あのビジネスアイデアから半年経ってしまったけどどうしよう・・・あのアイデアはヤマハ1社ではなく全メーカーの顧客データを扱うから意味があるんだけどなあ～。しかし今更、本社まで来て辞める訳にはいかないな・・・と考えていた。そしてそのまま秋になり、営業企画部は翌年の営業戦略を考える時期となる。しかしHY戦争で負けたYAMAHAには既に戦略が何もなかった。そこで私は、例えば・・・と自身の顧客管理代行システムを提案した。「YAMAHAが音頭をとって、販売店からデータを集めてやりませんか」「これからは情報戦です。経営とは人、モノ、金 + 情報 なんです！ 情報を武器にしてこれからはYAMAHAも戦っていきませんか？」するとこれが好評で翌年の営業戦略の目玉となってしまふ。

■ プレゼンは、相手の意表を突くところから始まる

岡崎「みなさま、本日配布資料はございません。こちらの漫画をご覧ください。」

大企業の場合この手の大掛かりなプロジェクトを行う前には本社内で関連部署の責任者達に承諾を頂く儀式がある。そのプレゼンの席上でPL(プロジェクトリーダー)である私は一つの賭けに出た。

まず資料は配らない。部屋を真っ暗にして「マンガを使った紙芝居」でプレゼンしたのである。これは大好評で評判となり満場一致で承認を受ける。会議終了後、他部門の部長さんたちから「岡崎君、今日の話はすごく良かった、これからの時代はビジュアルだな、あの方が判りやすい、いや一頑張ってくれ、〇〇部も応援するから・・・」 多分この部長さん達は、プロジェクトの内容よりも「マンガ」「紙芝居」という演出に感激してくれたんだと思う。でも人間と言うのはそういうものかもしれない。1985年の話である。

※1986年、シリーズ500万部発行された石ノ森章太郎作「マンガ日本経済入門」(日本経済新聞社)が発売される。当時、ビジネスとマンガが結びついたのは、漫画界とビジネス界両方における革命だった。

※学習漫画は子供向けというそれまでの常識を覆す大人が学べる漫画という新ジャンルを開拓して出版界のトピックにもなった。本作のヒットに便乗して、様々な事象を解説する大人向けの情報漫画や解説漫画が発売される流行も生じた。

8. 100 億円マーケットは狙うな！



1985年当時、本社で先輩社員と雑談していた時のこと、ある相談をしたらその人はこう答えてくれた。「岡崎、お前アホだな。大企業ってのは100億のマーケットがないと参入しないんだよ」。100億というマーケットサイズがなければ大企業がそのブランドを使って、人とか金とか使う事はないんだと。この時、ちょうど私は30歳で将来は絶対起業しようと思っていたから、これから何が流行るのかを毎日、日経新聞、日経流通新聞、日経産業新聞、日経ベンチャー日経ビジネスとかを日夜読んで新しいビジネスを研究していた。こんなものが流行っている、これからはこんな時代が来るっていうのを見ては自分だったらこう考える、こう行動するとか、起業を夢見ていた。このビジネスは自分に合うとか合わないとかって事を毎日考えていたし、それがものすごく楽しかった。しかし、この100億マーケットの話を知って私は、とんでもない事に気づいた。これから自分が参入する業界が100億以上である、あるいはいずれ100億以上になる市場規模であれば、大手が必ず参入するって事だ。当然、これから流行る事業分野っていうのは成長するわけで、そこを狙おうとしてた自分には顔から火が出るほど、驚きと恐怖があった。私はヤマハの本社にいたので、大手がやる時にはどういってお金の使い方をし、どういって人材を投入してくるかというのを目の当たりにしていた。あれでやられたらひとたまりもないって事は痛いほどわかっていました。だから、起業して以来、今もそうだが、この100億円マーケットの理論は私が新しいビジネスを考える時の礎となっている。それは自分がどんなに頑張っても良い商品、サービスを作っても100億マーケットになれば必ず大手が参入してきて一瞬のうちに消されるってこと。「100億マーケットにならない事しかやらない」って決めた理由だ。

9. 母の死、起業



■ 母の死

私の起業に反対していた母が亡くなると確信した次の日、いつも購読していた日経流通新聞の朝刊である博多ラーメン店がフランチャイズ展開をすることを知る。当時その博多ラーメン店の築地店では24時間一年中行列ができるほどの人気だった。直営店が7店舗、これからFC募集し全国展開する計画だという。この記事を見た瞬間、いつも起業を考えていた私は『これだ！』と思った。次の日にはヤマハ本社に辞表を出した。その後母は亡くなった。享年67歳。私はすぐに動き出す。FC本部があった築地の本社へ履歴書をもってFC加盟店応募で伺った。本部長は私の履歴書を見て『立ち上がったばかりのFC本部に君のような方が居てくれたら助かる』と入社を勧められたがキツパリ断った。北九州の実家を売ったお金で開業資金にします、と伝え北九州へ向かった。不動産屋さんに見てもらった結果は『車の入れない家は価値がない為売れない』と言われる。FC本部長へそのことを電話で伝えると『おいでおいで大歓迎たい』と喜んでくれた。

■ 起業でなく転職となる

こうして1987年1月31日ヤマハを退職、翌日2月1日から博多ラーメンFC本部へ入社した。本部では、前職の経験を生かしてマスコミ対応の広報やFCオペレーションマニュアルなどを作った。入社後直営1号店築地店のフロアで修業を始めることとなった。面白かったのは、私と同じようにフランチャイズに興味のある来店客に入社日から説明ができたことだ。『博多ラーメンは麺が細いので、茹で時間が1分50秒。札幌ラーメンは3分40秒掛かるんです。飲食店は回転率です。これまでの札幌ラーメンより1.5倍の回転率＝利益が出るんです。これがこのビジネスの強みなんです』入社1年経った頃、ある飲食雑誌の記事を目にする。『博多ラーメンの次は喜多方ラーメン！』と書いてある。なんだ、博多ラーメンは一過性のブームだったのか！私はブームには抵抗があった。ヤマハ時代の苦い思い出である。本部の社員と喜多方ラーメンを食べに行ってみた。味、原価率、チャーシューのうまさ、どれをとっても競争力がある。入社当初こそ博多ラーメンのFC加盟店として独立を目指していたが、このような業界やチェーン店の内部事情が分かってくると、今いる博多ラーメンとのFC契約による独立はないと感じるようになっていった。

10. もうサラリーマンはゴメンだ、起業する！



当時自分には、お金もコネも看板も何もないにも関わらず『自信』だけはあった。他人には理解できない根拠のない自信。だから、ビジネスの内容は何でもよかった。当時32歳、不遜だが何をやっても成功できると思えるくらいの大なる自信があった。そのタイミングでたまたま知り合いが紹介してくれたのがコーヒー豆の焙煎販売事業だった。海外からの豆を仕入れて、焙煎しミルで炒ってから、1袋いくらで売るといいう商売だ。しかし1ヵ月半が経っても、なかなか売れない。私の営業力をしてもなかなか売れないのだ。その時、スーパーのチラシを見て驚愕した。値段が我々の仕入れ値よりもスーパーの販売価格のほうが安いのだ。これではいくら営業力があっても勝負にはならない。

紹介者からは「コーヒーは鮮度が命」と言われ、豆を炒っていい香りを漂わせながら移動販売車などがあればいいプロモーションとなって売れるのではないかと考えていた。しかし、実際はコーヒーはミルで引くときはいい香りだが、炒るときは実は臭いなめし皮のようなにおい。これでは誰もよってこない。そんなことも知らなかった。このような情報不足は、私自身、コーヒーが好きではなく、紅茶党だったためインスタントコーヒーしか飲んだことがないというのもあった。おいしさが全然わからなかったのだ。

「コーヒーなんてやったんだろう・・・」。なんでも自信があったからなんでもいだろうと考えていたがこれが間違いだった。当時私は女房と子供も2人いた。そんなとても無謀な起業だった・・・でも、今ではこれはこれでよかったのではないかと思える。調査もしない、戦略もない。自分が好きでもないもの、・・・

そのチラシを見て、その瞬間、私はすぐにやめることを決断した。「え？ だって45日しか経ってないじゃないですか」相棒はもっとやりたいと言っていたが私の心は既に決まっていた。



1. 起業は度胸だ

普通の人起業する場合
狙った分野を調べ調査分析し
リスクを如何に減らすかを考える
私はそれを全くやっていない

この時は度胸試しと考えていた
時期が来たからさっさと起業した
そして失敗した

失敗が怖い人は起業に向いていない
失敗を恐れるがあまり、やる前から
いくらかリスクを減らしても
リスクはゼロにならない
ゼロと思ってもやると
必ずリスクが発生する
やる前に調べて分かることは
誰でも調べれば分かること
そのレベルでは差別化できない
その先には強豪とのドングリの背比べ
となる戦いが待っている
起業には抜群のアイデアと度胸が必要だ!

2. 起業45日で撤退

そもそもコーヒーに
何の思い入れも無かったし
止めるのに何の躊躇もなかった
「自分ならどんな事業もやればできる!」
しかしそうでもないことが
身をもってわかったのは大きな学び

でも上手くいかなければ
上手くいくまで止めない
みたいな気持ちはあった
だからコーヒーがダメなら次
それがダメなら次と考えていた

今となつてはそれが良かったと思ってる
だから最初の事業で失敗したからと言って
自信がなく無化無くなることは全くなかった

そういう意味ではちょっとバカと言うか
ネジが一本抜けていたんだと思う(笑)

起業して一番の敵は
自信を無くすことだと思ふ
自信さえ無くさなければ成功のチャンスは必ずある

