

原 正紀  
HARA MASANORI

# 独活ドツカツのススメ

独立・起業・副業を  
考えはじめたら読む本

立ち読み版

## はじめに

この本は、来るべき時代において充実した人生を実現したいと思う、すべての人に向けて書いています。自分のボスは自分、自分で自分を雇うという「独活（ドツカツ・独立活動）」を提案するものです。雇われない働き方もたくさんあるのです。

私自身も独活を経て、きびしいながらも楽しく充実した仕事人生を堪能しています。もともとは会社勤めで、フリーランスを経て起業しました。事業も産学官の間くらいで、幅広く取り組んでいます。一度きりの人生、「悔いなし」でいきたいのです。

コンサルティングや提案活動、執筆や連載なども長年続けてきたので、多くの事業家、フリーランス、ビジネスマンや公務員などと面談・インタビューを行つてきました。そのような自分の体験・人生の達人たちの事例などから導き出したのが本書です。

学校を出てから社会人になるとき、多くの人は民間企業、公務員、教育機関や医療機関など組織の一員となる道を選びます。しかし、なかには組織人の道を選ばずに社会へ旅立つ若者もいます。また、一度は組織人となるものの、その後雇われない生き方を選択する人もいます。

日本人の平均寿命は、女性が86・4歳で26年連続の世界一、男性は79・6歳で世界第4

位（厚生労働省「平成22年簡易生命表」）。これは平均の年齢ですから、半数はこれ以上の人生を生きることになります。定年後的人生はまだまだ長く、誰もがいざれは独立を真剣に考えなければならなくなります。

組織人にならないキャリア、雇われない生き方というのはどのようなものでしようか。それには大別すると、自分自身がフリーランス（以下フリー）として独立する道と、組織を自らつくる起業という道があります。

では、フリーとしての独立と、起業はどうちがうのでしょうか。

フリーは、人のコントロールの下ではなく、自分の意志と力で勝負していくことです。常に自分のボスは自分であるという一匹狼の世界で、自由さが最大のリターンなのです。その快適さは、一度その境遇に身を置いてみないとわからないかもしれませんね。

一方、寂しさや不安といった、組織に身を置く人とはちがった苦勞も背負いこむことがあります。

起業は、独立するための選択肢でもあります。しかし、自分の意志と力で勝負していくものです。一定の自由があるものの、サラリーマンとはちがう縛られ方をすることも覚えておいてください。併に縛られるのかなど、それは責任です。サラリーマンは、組織という枠のなかにいるため、責任の範囲はかぎられます。副社長までは、社長に頼ることができます。

ですが、起業家はすべての責任を自分で負わなければなりません。しかも、自分1人がやつたこととしてすむフリーの世界と比べ、他者の力を借りている分、レバレッジが効いて責任が大きくなってしまいます。

私が起業した会社は、株式会社クオリティ・オブ・ライフといいます。なんとか毎年成長を続けています。新時代の人財ビジネスを創ろうと起業して、人財分野で日本一のソーシャル・カンパニーになることをめざしています。

これからは、人と組織の関係がより自立的なものになるだろうと思い、組織のなかの個人、社会のなかの個人の充実をコンセプトに「クオリティ・オブ・ライフ（人生の質）」という社名にしました。

お客様に満足していただくことはもちろん、そのためには働くメンバーが満足していることが大事だと思います。メンバーの人生の質の向上にも、精一杯報いることができる会社であります。

私自身は、30代で「やがては自分の会社をもちたい」と密かに決めました。でも、自信がなかったので、40代での起業を目指します。そうすればもうひとがんばりして、普通の人の定年（60歳）までに企業としても安定経営に入っているだろうという計算です。今のこところは順調にいっています。

そのような独立をめざしてきたので、ビジネスマンとして働きながらも独立に使える資源（リソース）の蓄積をしてきました。それは、自分の力をつけることです。私の場合は、人財分野での提案営業を続け、課題解決力を磨き、人財活用の専門性を高めてきました。併せて中小企業診断士とITコーディネーターの資格を取り、経営の勉強をしました。長年続けた営業の仕事を通じた人脈づくりにより、今でも多くの方に支えられています。さらに、家族への理解促進や、資金のストックなども進めてきました。何より自分の覚悟をじっくりと固めました。

今思えば、それが私の独活でした。組織のなかにいて義務を果たしながらも、独活はできるのです。私ができたのだから、誰だってできるはずと、自信をもって言えます。本書では、「雇われない生き方をめざす＝独活」という意味で、独立をするためのプロセスやノウハウを伝えていきます。その前提として、フリーとしての独立、起業としての独立を分けて考えています。フリー独立の延長が、起業になることもありますが、それはまったく別物だという見方もできます。つまり、独立の道はキャリア選択肢として、多様化しているのです。

~~2012~~年9月1日

原正紀

# 1 章

---

## なぜ今、独立の時代なのか

1

はじめに 02

中華書局影印

雇われないキャリア／国をあげての若者支援／人生二毛作社会／独立促進のあれこれ／雇用とリストラ／団塊世代とバブル世代

独立活動のズスメ

空気が生き生きとアビリティとは戻れる力、自分のエネルギーを人に預ける力

## 第2章 かつての独立、今の独立

増える独立のチャンス

34

済の自営業と増えたサードパーティ／新しい独立のカタチ／独立のためのリソース拡大／

イマドキの独立ケース集

事例に学ぶ独活のパターン

- ① **発展的自己実現** ..... 41  
デジタルハーツ／小僧cōm／志縁塾／セカンドステージ／ライフネット生命保険／オフィスシロ／シナジーマーケティング  
② **計画的自己実現** ..... 50  
鳥飼総合法律事務所／トレジャーファクトリー／オイシックス／街道文庫／高橋笑店  
③ **発展的社会貢献** ..... 56  
三重県知事／エヌ・イー・ワークス／浦和フットボール通信社／みのりcafe  
④ **計画的社会貢献** ..... 62  
ケアプロ／ままともや／E-T-I-C（エティック）／「育て上げ」ネット

## 第3章 独立への道

### 負担の軽い独立から重い独立まで ..... 70

いろいろある、ライト級からヘビー級までの独立／ライト級の独立＝フリー lance／ミドル級の独立①＝NPO・NGO／ミドル級の独立②＝店舗ビジネス／ジュニアヘビー級の独立＝零細規模の起業／ミドルヘビー級の独立＝中小規模の起業／スーパーへビー級の独立＝拡大志向の起業

### あれこれ独立考 ..... 80

独立の方向性4分類／「独活」の世代別の相違点／使える時間に強みがあるヤング独活／成功の確率が高いミドル独活／リソースが豊富なシニア独活／キャリアの進化としての独立／ITは独立に不可欠／グローバル独立の時代／事業を考える発想術／アントレプレナーシップ（起業家精神）とは

## 第4章 リスクの少ない小規模独立を考える

- はじめの一歩はフリーか個店 ..... 100  
第一に、組織でやるか個人でやるかを選択 ..... 102  
リスクは金銭面よりも健康面 ..... 104  
事業開始時にお金がかかる個店／自分が倒れたら事業が止まる  
起業準備としての独立 ..... 106  
お試し的独立も1つのやり方／個店はネット上の店舗から始める  
独立プロセスの基本形 ..... 108  
独立をスマートにする4ステップ／自分を振り返り、成功事例を集めマネる  
意志を固める ..... 110  
成功イメージをもつ／自分を知る／ダメなら就職し直せばいい  
情報を集める ..... 112

立ち読み版

立ち読み版

成功事例を集める／成功者から直接話を聞く／失敗談こそ聞いておきたい／思い出は美化されがちと心得る

## 準備をする ..... 116

### 成功事例をマネる／リアルにシミュレーション／自分を印象づけるアイテムをつくる

### スタートする ..... 120

場合によっては思い切ったスタートもアリ／宣言すると応援団が出てくる

### 規模拡大への備え ..... 122

スタート後の規模拡大も徐々に／リピーターを獲得しやすい「かめ型」

### フリーランスの独立 ..... 124

安定が自由か／ゆるやかな連携関係

### フリーランスの独立プロセス ..... 126

売り込みとつながりで信頼を得る／自分を客観視するためにレジュメをつくる

### 個店での独立 ..... 128

実店舗とネットの両輪がおすすめ／お店づくりと品揃えにこだわる

### 個店の独立プロセス ..... 130

狭域マーケティングで立地を決める／細かい作業をいとわない

### 社会起業家という生き方 ..... 132

欧米ではメジャーな生き方／1人でも組織ができる

### 社会起業家への道 ..... 134

強い思いをもつ／会費や寄付など収入を得る方法を考える

## 第5章 起業①。ブランを立てる

### 動機を再確認する ..... 140

動機は起業の強力なエンジン

### 大きな方向性を決める ..... 142

どの市場をとりにいくかをイメージ

### フレーム分析で環境を理解する ..... 144

ものごとをフレームに分類整理する分析法

### 情報感度が勝負 ..... 146

人脉と、仮説を立てられるカンが重要／情報を処理する能力も必要

### 時代のキーワードをとらえる ..... 148

市場を見極める手段の一つがキーワード／キーワード情報は人から直接、がやはり最良

### パーソナルブレーンをもつ ..... 150

事業立ち上げの際にはとくに重要なのは大学の先生やコンサルタントなど

### ビジョンとコンセプトをつくる ..... 152

さまざまな情報を集約してつくるのがビジョン／コンセプトまでできたら一度形にすべき

## 起業② 具体的に動き出す

ビジネスモデルを絞り込む ..... 154  
 関係者に見せてヒト・モノ・カネを調達／複数のプランをどう扱うかが経営での難関  
**会社設立の手続きを始める** ..... 156  
 役所の窓口で相談すれば最新情報も得られる

### 人を知る ..... 160

補完関係になるパートナーが理想／準備段階で顧客リストをつくるべき

### 人で笑い人に泣く ..... 162

支えてくれたり裏切ったりするのが人／人を信じながらも頼りすぎない

### 人の力は事業のベースと認識する ..... 164

貢献した人には会社も一生懸命に奉仕すべき

### ヒューマンリソースマネジメントを知る ..... 166

どんな人を求めるかで処遇が決まる／OJTや自己啓発で教育

### 人脈の棚卸しをする ..... 168

棚卸して使える人脈を把握

### 社内で人間関係を築く ..... 170

働きやすい職場はよい人間関係があってこそ／従業員の人間性や価値観を理解すべき

## お金を理解し正しくつき合う ..... 172

資金と売上目標の側面がある／実際の資金調達方法は自己資金か借金

### キャッシュフロー経営を考える ..... 174

黒字倒産はキャッシュ不足が原因／とくに注意するのは営業のキャッシュフロー

### 銀行とのつき合い方 ..... 176

融資以外にも頼れる最近の銀行／肩入れしてもらうため有望性をプレゼン

### マネーブレーンをつくる ..... 178

各分野の専門家と知り合うとさまざまなメリットがある／マネーブレーンとの出会い方

### お金の専門家への頼り方 ..... 180

いざというときは頼りになる専門家／判断材料は出費と自分の手間暇、会社の規模

### 最初はどう自転車操業するか ..... 182

入出金の計画が狂うと倒産や不渡りに／高利の資金はその場しのぎにしかならない

### できることはお金で決まる ..... 184

どんな事業をやるかはお金次第

### 商品・サービスは商売の根幹 ..... 186

商品・サービスがビジネスモデルの中心／商品は有形で価値が明確、サービスは無形で固定費が

### 独自性を出す ..... 188

価値優位になるためのアイデアが重要／出してから改善するのも一案

### 常にチャンスをつかがう ..... 190

常に商品・サービスのことを考えて生活する

## 差別化を考える ..... 192

オリジナルにこだわるもの一つの道／価値優位の戦略は魅力的な付加価値が大前提／ライバルの参入を防ぐ特許取得、市場シェア独占

# 第7章

## 起業③ 充実・確立させる

### コミュニケーション力が基本 ..... 196

コミュニケーション力とは幅広い能力の複合力／さまざまビジネスシーンで能力が問われる／コミュニケーションを大事にすれば人が集まる

### 営業力①マーケティング ..... 200

顧客をつくり続ける仕組み／マーケティングのアプローチ方法はいろいろ

### 営業力②アプローチの技術 ..... 202

リストに対して数多く当たれる手法を選択

### 営業力③プレゼンテーションの技術 ..... 204

直接的、間接的手法を組み合わせ相手に賛同してもらう／苦手を補い合うパートナーとペアでプレゼンするのも一つの手

### 営業力④クロージングの技術 ..... 206

じつは営業の技術でいちばん大事

### 営業力⑤信頼関係をつくる ..... 208

利用後の顧客評価を集めフィードバックする仕組みが大切

### 売れる仕組みをつくる ..... 210

まず1回使ってもらうための仕組みをつくる／売れる仕組みはさまざま

### 無料を儲けにつなげる ..... 212

広告宣伝効果を狙った以前からあるモデル／最近伸びているのはだんだんお金がかかる仕組み

### ニーズに応えるとお金が入る ..... 214

顧客の課題を解決すること、欲求を満たすことが商売のベース／顧客を安心させる仕組みづくりを

### 究極のマーケティングに挑戦！ ..... 216

究極の目的は営業なしに売れる仕組みづくり

### おわりに ..... 218