

新規事業を、 いつやめるか。

始める前に決めておく撤退基準の作り方

この資料で分かること

- 撤退基準を先に決めておく理由
- 何を測れば判断できるか
- やめられない会社に通ずる構造
- 撤退を次に活かすための引き継ぎ方
- 続ける判断をするときの条件

オブティソース株式会社 / 2026年版

新規事業でいちばん難しいのは、始めることではなく**やめることです**。投じた時間と費用が増えるほど、やめる判断は感情的に難しくなります。だからこそ、**始める前に「何が起きたらやめるか」**を書いておく必要があります。撤退基準は、事業を守るためではなく、次の一手を打つためのものです。

やめられないのは**基準ではなく決め方が無い**から

撤退できない会社の多くは、判断材料が無いのではなく、誰がいつ判断するかが決まっていません。「もう少し様子を見よう」が繰り返されるうちに、担当者の評価と事業の存続が結びつき、誰も言い出せなくなります。判断の場と時期を先にカレンダーに入れておくことが、いちばん効きます。

撤退は失敗ではない

見込みが無いと分かったこと自体が、投資から得た情報です。問題は、分かったあとも続けてしまうこと。撤退した担当者を評価する仕組みがあるかどうかで、次の挑戦が出てくるかが変わります。

01

何を測るか

売上ではなく、その手前の数字。問い合わせ数、試用数、継続率など、早く動くものを選びます。

02

いつ判断するか

3ヶ月後、6ヶ月後と日付を決めます。到達点ではなく日付で区切るのが要点です。

03

誰が決めるか

担当者ではなく、その上の意思決定者。担当に自分の事業を止めさせるのは酷です。

判断の材料になる数字

段階	見る数字	撤退を考える目安
構想	話を聞いてくれる見込み客の数	10社当たって関心が1社も無い
試作	実際に試した人の数と、続けて使う割合	試した人が誰も2回目を使わない
初期販売	有料で買った件数	3ヶ月で1件も有料化しない
拡大	獲得コストと継続率	コストが下がらず、継続率も上がらない
全段階共通	担当者が次に何を試すか言えるか	打ち手が思いつかない状態が続く

始める前に決める8項目

- ✓ **いつ判断するか**

日付を決めてカレンダーに入れます。到達点ではなく期日で区切ります。
- ✓ **誰が判断するか**

担当者ではなく、その上の意思決定者を指名します。
- ✓ **何を見て決めるか**

売上より手前の数字を1つか2つに絞ります。
- ✓ **いくらまで使うか**

総額の上限を先に決め、超えたら再審議とします。
- ✓ **続ける条件**

やめる条件だけでなく、続ける条件も書いておきます。
- ✓ **撤退時の後始末**

顧客への説明、データ、契約。手順を先に決めます。
- ✓ **担当者の次の役割**

撤退後の処遇を決めておくと、正直な報告が出てきます。
- ✓ **学んだことの残し方**

何が分かったかを文書に残し、次の企画で使えるようにします。

期日で区切る

成果が出るまでではなく、いつ判断するかを決めます。

判断者を上に置く

担当者に自分の事業を止めさせない仕組みにします。

手前の数字を見る

売上は遅れて出ます。関心・試用・継続で早く判断します。

やめた人を評価する

撤退が減点になる組織では、誰も正直に報告しません。

撤退基準は、事業を疑うためではなく**次の一手を早く打つため**にあります。判断の日付・判断する人・見る数字。この3つを始める前に決めておいてください。当社は新規事業の立ち上げに伴走し、この設計から一緒にしています。

相談は無料です

現状を伺ったうえで、やらない方がよい場合はその理由をお伝えします。／ optisource.co.jp

オブティソース株式会社 / 新規事業の撤退基準

P. 02 / 02