



夢をかたちに!! 女性のための 創業スタートアップスクール

リスクをおさえて事業を立ち上げ、継続・成長させるための3つの力

1.商品開発力

2.マーケティング力

3.経営力

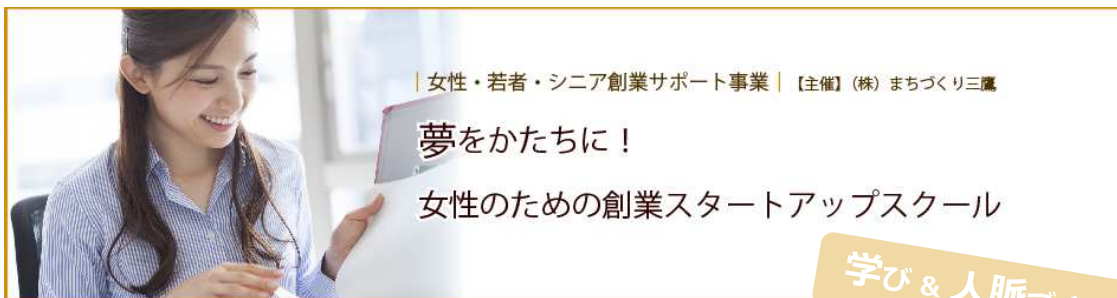
を身につけ、事業計画の作成を目指します。

[1日目] リスクを抑えて、大きく育てる
小さな事業の始め方・育て方

2021年1月15日（金）10時～12時
（一社）ビジネスシード 浅川 絢子

5週間の目標

- ☑自ら仕事を作りだすための基礎知識を身につける
- ☑事業計画の立て方を学び、プレゼンテーション力を養う
- ☑販路開拓（お客様を見つける）力を身につける
- ☑計画を数値（お金）で考える事の大切さを理解する
- ☑共に歩み・切磋琢磨できる仲間を作る



第1回 1/15	リスクを抑えて、大きく育てる 小さな事業の始め方・育て方 [講師] 浅川絢子 リスクを抑えながら、事業をスタートするポイントや、売上を伸ばすための事業構想のたて方について学びます。
第2回 1/22	小さな事業のための集客技術 [講師] 浅川絢子 小さな事業に特化した販路開拓方法について学びます。 マーケティングの基礎を学ぶことで、集客に悩まない事業体質づくりを行いましょう。
第3回 1/29	これだけは知っておきたい 起業にまつわるお金や制度のはなし [講師] 税理士法人フューチャーコンサルティング 代表 税理士 小澄健士郎氏 「事業をする」という事は、言い換えると「お金を扱う仕事をする」とも言えます。 商品の価格設定、売上や経費の扱い方など、経営者にとって必要な上手なお金の管理について学びます。
第4回 2/5	魅せる！事業計画書の作成方法 [講師] 浅川絢子 第1～3回の講義内容を振り返りながら、構想を事業計画書にまとめる方法について学びます。 また、自分の考えを人に“伝える”技術について学びます。
5回 2/19	ビジネスプラン発表会 [コメンテータ] 多摩信用金庫 価値創造事業部 法人支援グループ 創業支援担当者 お一人ずつ事業プランを発表いただき、コメンテーターよりアドバイスをいただきます。

本日の内容

**STEP
1**

起業とは？

起業とは、「手段」
自ら仕事を作り出すとは？

**STEP
2**

小さなビジネスを成功させる事業構想とは？

これだけは押さえよう！3つのポイント

**STEP
3**

しっかり稼ぐ「ビジネス」の種の見つけ方

自分の経験をビジネスに繋げよう

起業とは？

サービスの提供を**続ける**事を約束するもの

- 続ける事
- サービスの向上を図る事
- それらの行為を有償で行うこと

コラム

雇われると起業の一番の違い

- 【雇われる】 **仕事**をすればお金をもらえる
- 【起業】 誰かに何かの**利益**をもたらしてお金がもらえる

起業のメリット・デメリット

メリット

- 自己実現**ができる
- 自由**な働き方が実現できる **定年**がない
- 成長**できる 負の経験を糧にできる
- 実力次第で**稼ぐ**事ができる

デメリット

- 収入が得られない**可能性がある
- 失敗の**責任**を負う
- 結構必要**社会保険**負担額

なんといっても！一番のメリットは
自由度の高い働き方ができる



《メモ》

書きだしてみよう私の**起業**



起業に興味を持った・起業したいと思ったのはなぜ？

起業を通して実現したいことはどんな事？

私の理想の仕事内容

どんな場所で、どのぐらいの時間

収入はどれぐらい？

どんな仕事内容

起業は 理想の状態👉 になるための**手段**。
まず、👉を実現するための事業の設計図を考えるとところからスタートしよう！

事業構想

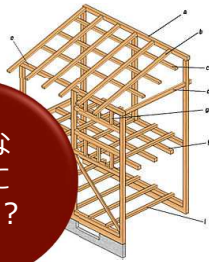


これから始める事業について、その内容・規模・実現方法などを具体的に考えて、骨組みをまとめること



事業の骨組づくりと材料集めをする部分

どんな
事業に
したい？



どんな
仕組みが
必要？



成功していると感じる事業に
共通すること

1
必要とされる
商品づくり

2
利益をあげる
体質づくり

3
集客を楽にする
仕組みづくり

事業をスムーズに立ち上げ・継続発展させるための
事業構想作成3つのポイント

Step
1

必要とされる

お客様がサービスを利用する真の理由を知る
ターゲットを絞り、空白な市場を見つける

Step
2

利益を上げる体質づくり

専門性を高め、高付加価値商品を開発

Step
3

集客を楽にする

お客様があなたから買う理由を明確に示す
集客導線を考えて、商品群を立体的に構成

Step
1

お客様が商品・サービスを利用する

真の理由を見極める

質問) 貴方はコーヒーショップに入ることになりました。
それは何故ですか？



目に見える『商品・サービス』と
『お客様が感じる価値』は一致するとは限らない！

お客様が商品・サービスを利用する真の理由を考えてみよう



お客様の抱える課題に対し
自分（事業）がどのように**役にたてるか**を考えよう

『物』『サービス』『情報過多』の時代
いいものだから売れる は **NG!**



解決したい!



私ならこんな事が
できますよ!



商品を作ってから、お客様探しをするのはやめよう!





ターゲット 空白の市場

美味しいそばを食べたい人は

【A】 ファミリーレストランに行く

【B】 そば専門店に行く

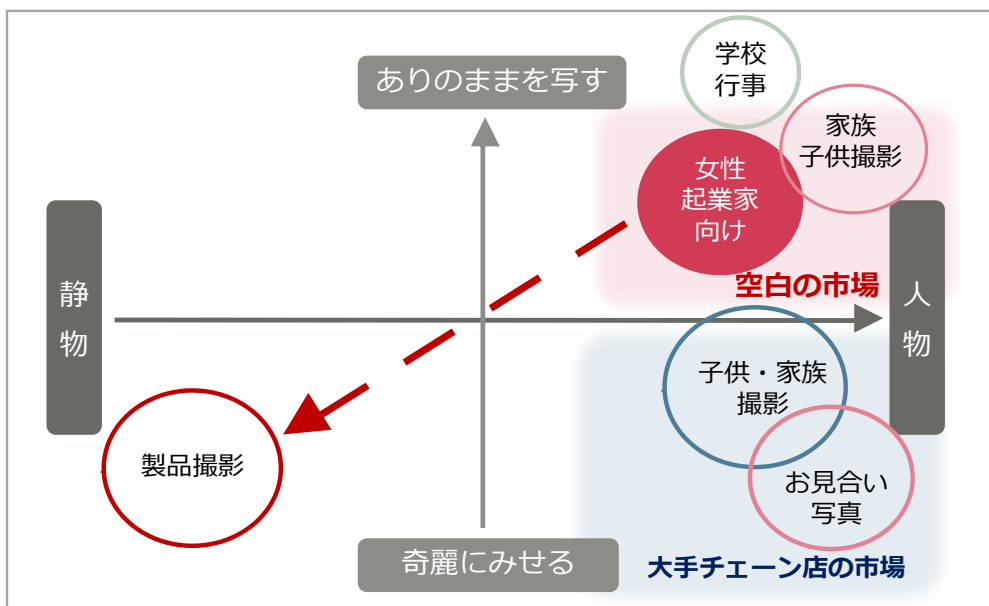
お客様は**一番いい**と思うから、お金を出す。

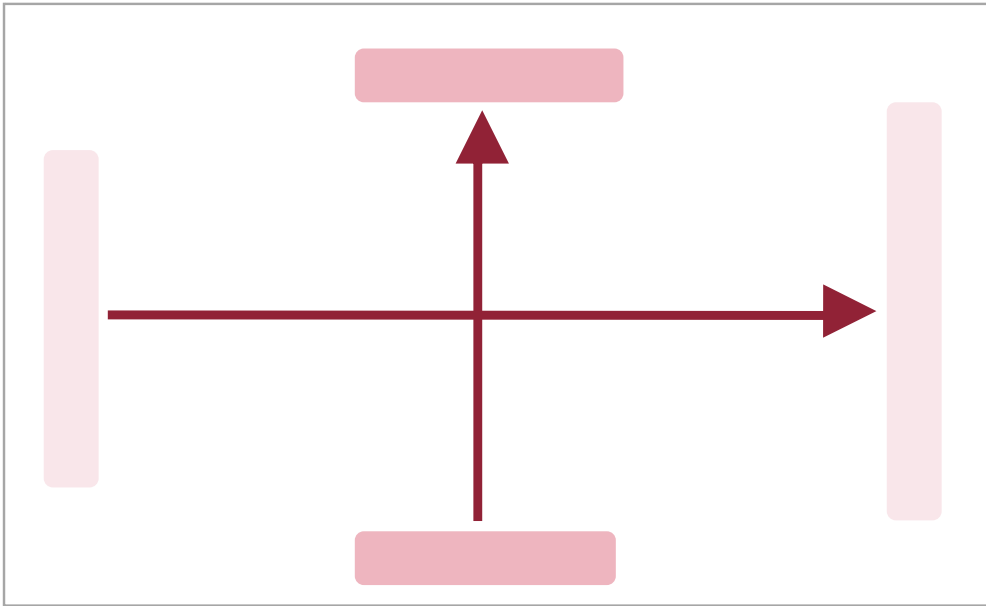
私のこの要望を叶えてくれるのは□□だ！



ターゲットを絞ることで、お客様の選択肢に入り込もう！

空白の市場 ポジショニングマップ





Step
2

専門性 高付加価値サービス

単価 (円)	数量(個)	売上 (円)
1,000	300	300,000
10,000	30	300,000
100,000	3	300,000

売上(月額) 販売単価 販売個数 (月)

= ×

毎月必要な告知数 = 件



『お客様があなたから買う理由』 を明確に示す

Unique Selling Propositionとは？

「独自の売りの提案」

1940年代 ロッサー・リーブスによって提唱

【広告は顧客への提案でなければならない】

単なる言葉の羅列や宣伝文句ではなく

「この商品を買えば、こういう利益を手にする」と伝えるべきだ。

【その提案は独自のものであること】

競合が同じ提案をできない、あるいはしないもの。

【提案は強力であること】

大衆を動かす力がある提案をする。

USP≡とんがり

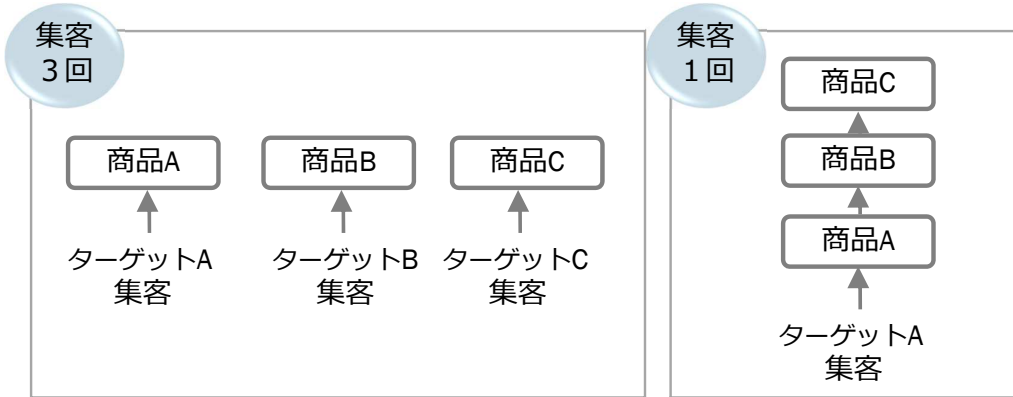
- ドミノピザ 「30分でお届けします」
- Fedex 「絶対に、確実に、一晩で」
- M&Mチョコレート「お口で溶けて手で溶けない」

→私のUSPは

自分の提供できる価値を相手に伝えられていますか？

Step
3

集客導線を考えて商品群を 立体的に構成



集客を最低限にできる仕組みを考えよう。

- ・複数の商品・サービスでターゲットを共通にする
- ・複数の商品・サービスでターゲットを時間差で共有する

復習

社長（事業主）の仕事は、
事業を『続ける』ための仕組みを考える事



モノ余りの時代
いいものだから売れる！はNG

↓
仕組みづくりに力を注ぎ
しっかりとした事業構想立案を

1
必要とされる
商品づくり

2
利益をあげる
体質づくり

3
集客を楽にする
仕組みづくり

上手くいかない理由を考えよう①

みた 鷹子さん (45歳) の例



娘の幼稚園グッズを作るのが楽しかった。季節ごとに作品を作り娘に持たせていたところ、ママ友から褒められ、「家の子の物も作ってほしい」と言われた。

友達だからと布代に少し上乘せした価格で制作してあげたところ、とても評判がよく、次々と友人からオーダーが入るようになった。

趣味がお金になるなんて！と最初は喜んでいたが、そのうち私もこれで起業してみたいと思うようになった。友人も「絶対成功するよ！」なんて言ってくれたので、ミネやママフェスに出店をしてみることにした。

しばらく続けるうちに商品は少しずつ売れ始めたものの、改めて考えてみると収入と言えるものはほとんどない。夫からは「趣味はほどほどにしよよ」と言われた。

上手くいかない理由を考えよう②

豊田 えみこさん (38歳) の例



産後冷え性で悩んでいたところ、友人に勧められヨガ教室に通い始めた。

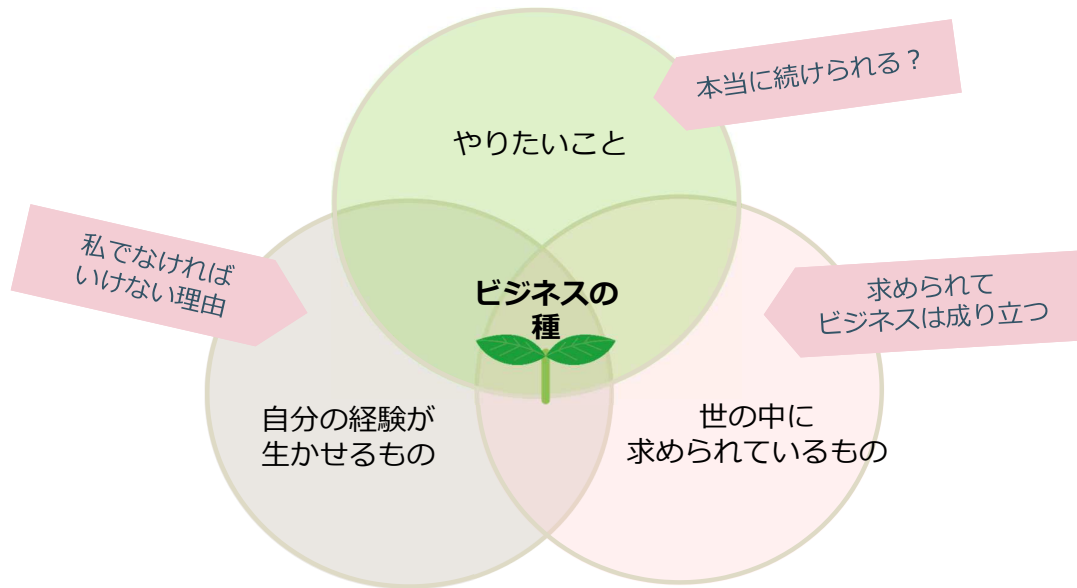
この先生は、子育てしながらヨガ教室を開くとともに、インストラクターとして講師を養成・子育てしながら教室を開いて自分で仕事を作るためのノウハウを提供するスクールを開いているという。

これから、何か仕事をしていきたいと考えていたえみこさんは、自分も先生のように活躍していきたいと考え、この講師養成スクールを受講、自分の教室をオープンさせた。

子育てしながら無理なく仕事ができるように、週3回自宅教室から開始。始めは友人が参加してくれたものの、その後受講生が増えず、プライベートレッスンになることも多々。

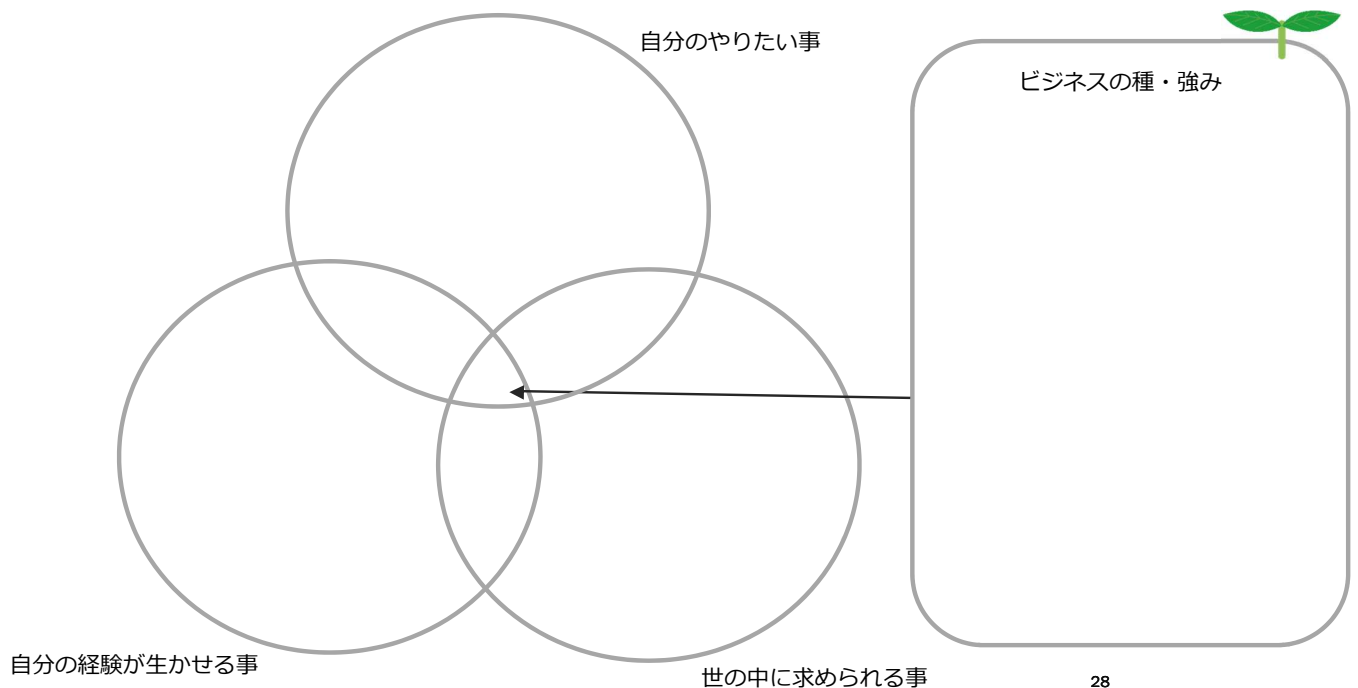
1年続けたが、パートに出てヨガ教室は趣味として細々と続けることにした。

ビジネスとして育てることのできる種



ワーク
1

ビジネスの種・強みを書き出そう





事業構想作成 3つのポイントを押さえて 自分の製品・サービスについて書きだそう

商品概要

--

商品詳細

商品・サービス名	価格

お客様はどんな悩み（課題）を抱えている方ですか？

--

お客様の課題に対して、どんな解決策を提供できますか？

--

他の人が真似できない・もしくはPRしないポイントはどんなところですか？

--

2月19日(金)第5回 ビジネスプラン発表会について

◆発表

1人発表4分、質疑応答3分（予定）

発表フォーマットを参考に発表ください。

※架空の計画でも構いません。かけなかった方は、聴講のみの参加も可能です。

◆発表資料内容の事前連絡・資料提出

期限：2月15日（月）17時

提出先：contact@bizseed.tokyo

①発表のタイトル（必須）

②発表用投影資料 あり・なし

投影資料が「あり」の方はメール添付またはストレージを利用してご提出ください。

※資料はPDFまたはパワーポイント形式でお送りください。

※資料は各自共有しながら発表いただきます。

お送りいただいた資料は、コメンテーターが事前に参照するほか、

共有が上手くいかなかった場合に事務局で代理投影するために使用します。

※口頭のみ、紙芝居・実演発表でも構いません。



1月22日までの宿題

ワーク
1

ワーク
2

書ける範囲で書いてきてください（枠は自由に増やして構いません）
ワークに使用しますので、
記載の上、手元に見られるようにしてご受講ください。

スクール開催中(contact@bizseed.tokyo)より、事務連絡や資料送付をさせていただきます。
どうぞよろしくお願いいたします。

これから6週間
よろしくお願いいたします。

不明な点がございましたら、遠慮なく
ご質問ください。



一般社団法人ビジネスシード

代表理事 浅川 絢子 (あさかわ じゅんこ)

[メール] junko@bizseed.tokyo

[Facebook(個人)]



JunkoMar22