

起業前（本当は仕事を辞める前） 銀行融資を受ける前までに準備する チェックリスト

| | リスト | MEMO |
|--------------------------|---|------|
| <input type="checkbox"/> | 会社を辞める前に今の段階で準備すべき事は終えて居ますか？ | |
| <input type="checkbox"/> | 会社の人脈を活用できるように、支援者になってもらっている | |
| <input type="checkbox"/> | 起業前から会社から貰えるノウハウは習得している | |
| <input type="checkbox"/> | 独立して大丈夫な蓄えはあるか？ 借りの場合確約されてるか？ | |
| <input type="checkbox"/> | 起業するときは失うものがあるはず。それは失って大丈夫か？ | |
| <input type="checkbox"/> | 家族の承諾はあるか？ 協力者になってくれるか？ | |
| <input type="checkbox"/> | 付属のコンセプト作成シートは埋まっているか？ | |
| <input type="checkbox"/> | SNS WEBサイト（3ヶ月以上かかる事も） Blogの準備 | |
| <input type="checkbox"/> | ウェブサイトを作る会社を決める 大体の予算を把握 | |
| <input type="checkbox"/> | 参考にするWebサイトを集める。（ブログも） | |
| <input type="checkbox"/> | 必要なSNS開設する（特にLINE@） | |
| <input type="checkbox"/> | SNS（特にFB）過去の不要な投稿を削除する | |
| <input type="checkbox"/> | ブログを準備する | |
| <input type="checkbox"/> | 欲しいドメイン（URLのこと）が取得可能か確認する。 | |
| <input type="checkbox"/> | デザイン会社を決めておく 大体の予算を把握 | |
| <input type="checkbox"/> | 名前とロゴの雰囲気や参考資料を揃えておく | |
| <input type="checkbox"/> | 作りたい印刷物を決める（メニューや看板等も） | |
| <input type="checkbox"/> | 名刺に必要な情報を集めておく | |
| <input type="checkbox"/> | 必要なハンコ（住所などのゴム印等）いつでも作れる準備 | |
| <input type="checkbox"/> | 店舗型の場合 候補地物件、参考店舗デザインなど情報を集める | |
| <input type="checkbox"/> | 大体の予算を把握 | |
| <input type="checkbox"/> | 電話回線、ネット回線はすぐに繋がりません。準備を早めに | |
| <input type="checkbox"/> | 備品の購入する大まかなリストと購入場所リスト | |
| <input type="checkbox"/> | 特に照明と電源の配置は結構大変 | |
| <input type="checkbox"/> | 場所が決まったら 近隣の競業他社のリストアップ料金チェック | |
| <input type="checkbox"/> | 会計の勉強 | |
| <input type="checkbox"/> | 会計&ん事務のシステムを決めておく | |
| <input type="checkbox"/> | 必要なら税理 社労 司法 保険など候補を決めておく | |
| <input type="checkbox"/> | 商品設計 | |
| <input type="checkbox"/> | 商品の価格 売り出し方を決める | |
| <input type="checkbox"/> | リピートしてもらおう戦略を考える | |
| <input type="checkbox"/> | 創業の予想予算*120%+最低3ヶ月分の事業継続コスト=必要予算を銀行から借りるプランを立てて下さい。 | |

市場調査シート

あなたが参入する市場の大きさとクライアントがお金を払う

- 1) あなたの商品・サービスを購入する可能性がある人は誰ですか？
また、日本全国で何人いますか？その根拠となる出典を教えてください。

| | | |
|----|--|---|
| 対象 | | |
| 約 | | 人 |
| 出典 | | |

- 2) 上記の見込客と直接会うにはどこに行けばよいですか？集客するためのル-
例) ビジネス交流会、パーティー、懇親会、お茶会、食事会、ランチ会、e

| No | 名称 | URL | 開催頻度 | 一度に出会える人数 |
|----|----|-----|------|-----------|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |

- 3) 上記の見込客が参加していると思われるFacebookのイベントを3つ書き出してください。

- ・参加予定人数が多いものが望ましい。
- ・参加者同士が交流できるイベントであること。一方的に話を聞くのはNG。

| No | 名称 | URL | 開催頻度 | 一度に出会える人数 |
|----|----|-----|------|-----------|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |

※イベントの見つけ方：一つのイベントページを選んで、右下にある関連イベントを
辿っていくと類似するイベントを見つけられます。

- 4) あなたの商品と類似する商品を既に購入したことがある人はどこに行けば会えますか？

3つ書き出してください。

- ・同額くらいの商品であることが望ましい。
- ・直接会話できる場であること。

| No | 名称 | URL | 開催頻度 | 一度に出会える人数 |
|----|----|-----|------|-----------|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |

- 5) 上記の見込客は、15万円、30万円ほどの高額商品を買うほどの経済力はあるか？ また最も購入しやすい層

自分史作成シート

あなたのこれまでの人生を振り返り、強みや特筆すべきことを引き出すためのワークシートです。

- ① 学生時代から社会人までのそれぞれの区切りで、以下の質問に回答する形で記載してください。
- ② 年代別の表を埋めたら、その中で最も特筆すべきことをまとめのシートに記載してください。
- ③ 最後にまとめの表からそれぞれクライアントに何が提供できるか記載してください。

※ 仕事orプライベートどちらでもOKです。

| | ずっと続けてきたことは何ですか？ | 友達や周りからよく褒められたことは何ですか？ | あまり努力しなくても、すぐにできるようになったことは何ですか？ | 最も時間を掛けて取り組んできたことは何ですか？ | 人生のどん底を体験したことはありますか？ |
|--------------|------------------|------------------------|---------------------------------|-------------------------|----------------------|
| 小学生時代 | | | | | |
| 中学生時代 | | | | | |
| 高校生時代 | | | | | |
| 大学生時代 | | | | | |
| 社会人 (20代) | | | | | |
| 社会人 (30代) | | | | | |
| 社会人 (40代) | | | | | |

| | |
|---------------------|--|
| 上記で最もインパクトのある事柄は何か？ | |
|---------------------|--|

| | |
|------------------------|--|
| 上記からクライアントに提供できることは何か？ | |
|------------------------|--|

ライバル調査シート

売れているライバルを3人記載してください。（売れているとは月商100万円以上）

【1人目】

| 項目 |
|----------|
| ライバル名 |
| HP URL |
| ブログURL |
| LP URL |
| LPのオファー① |
| LPのオファー② |
| LPのオファー③ |

ライバルの強み調査

| |
|------------------------------|
| USP、主張は何か？ (ヘッダーに書いてある部分) |
| 自分の実績は？ |
| クライアントの実績は？ |
| 商品内容と値段は？ |

ライバルの弱み調査

| |
|---------------|
| 提供できてない部分は何か？ |
|---------------|

【2人目】

| 項目 |
|----------|
| ライバル名 |
| HP URL |
| ブログURL |
| LP URL |
| LPのオファー① |
| LPのオファー② |
| LPのオファー③ |

ライバルの強み調査

| |
|------------------------------|
| USP、主張は何か？ (ヘッダーに書いてある部分) |
| 自分の実績は？ |
| クライアントの実績は？ |
| 商品内容と値段は？ |

ライバルの弱み調査

| |
|---------------|
| 提供できてない部分は何か？ |
|---------------|

【3人目】

| 項目 |
|----------|
| ライバル名 |
| HP URL |
| ブログURL |
| LP URL |
| LPのオファー① |
| LPのオファー② |
| LPのオファー③ |

ライバルの強み調査

| |
|------------------------------|
| USP、主張は何か？ (ヘッダーに書いてある部分) |
| 自分の実績は？ |
| クライアントの実績は？ |
| 商品内容と値段は？ |

ライバルの弱み調査

| |
|---------------|
| 提供できてない部分は何か？ |
|---------------|

悩み調査シート

あなたのクライアントの悩みを箇条書きで書き出してください。

1) ライバルのLP、ブログの「こんなお悩みありませんか？」の欄から抽出してください。

| ライバルから抽出 | 抽出先のLP、ブログのURL |
|--------------------------------|---|
| ・独立を考えているけど漠然としたまま | 例) 北野哲正 コンサル型 ビジネス実践的12ステップ http://parade-mc.jp/12step02/ |
| ・ブログにFacebook、いろいろやったけどどれも中途半端 | |
| ・まず最初に何をやればいいのか知りたい | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |
| ・ | |

コンセプト作成シート

市場調査シートとマッチングシートの内容からカッコ内を埋めてください。

【コンセプト作成シートの目的】

- ・誰のどんな悩みを解決するか明確にします。
- ・あなたのサービスを受けるとクライアントはどうか明確にします。
- ・なぜクライアントはそうなると言い切れるのか根拠を明確にします。

私は、（ 「市場調査」シートの対象 ）の
 （ 「マッチング」シートの悩み ）という悩みを解決する
 （ サービス名称 ）を提供しています。
 それを受けるとお客様は、（ 得られるベネフィット ）
 という結果が得られます。
 これは、私にしかできません。
 なぜなら、（ 「マッチング」シートの強み ）
 を提供するからです。

回答例

私は、個人起業家（フリーランス）や副業を始める方の
 うまくお金が回らないという悩みを解決する
 経営戦略や運営ノウハウを提供しています。
 それを受けるとお客様は、成功への道筋や、一歩ずつのステップアップを理解する
 という結果が得られます。
 これは、私にしかできません。
 なぜなら、飛驒の土地で10年間で8つ起業をしてし失敗や成功のノウハウを蓄え
 実績のある戦略やノウハウを提供するからです。

顧客対象と提供内容を具体化、フラッシュアップしてください。

| | |
|------|------------------------|
| 顧客対象 | （誰に） |
| 具体化 | 具体的な職種もしくは具体的な悩みに落とし込む |
| ⇒ | |

| | |
|------|----------------------------|
| 提供内容 | （何を） |
| 具体化 | 提供内容を具体的にして情景をイメージできるようにする |
| ⇒ | |

回答例)

| | |
|------|-----------------------------|
| 顧客対象 | 個人起業家（フリーランス） |
| 具体化 | 経営に困っている具体的な職種に落とし込む |
| ⇒ | セラピスト、サロン、飲食など個人で運営をされている方へ |

| | |
|------|--------------------------------------|
| 提供内容 | 経営戦略や経営ノウハウ |
| 具体化 | 具体的にどんな結果があるのかイメージできるようにする |
| ⇒ | 1ヶ月でお金に困らなくする経営戦略 集客に必要なブランディングのノウハウ |

あなたのサービスを受けると、誰がどうなるのか具体的にわかりやすく記載してください。

() へ

() になります。

なぜなら、
(「マッチング」シートの強み)
を提供するからです。

回答例

コーチ、セラピスト、教室、サロン運営をされている方へ

説明会・セミナー・体験セッションが毎月安定して完全満席になります。

なぜなら、
8年間毎月300人以上イベントに集客している実績のある集客ノウハウを
提供するからです。

参考) キャッチコピー雛形

〇〇を手に入れて、△△になる方法

なぜ、〇〇できるのか？

〇〇のような人でも、△△になれる

〇〇と△△のたった一つの違いとは？

〇〇以上の人が成功した△△術

失敗しない〇〇とは？

〇〇一切なしで、〇〇できる

〇〇からの脱却！

たった〇〇日で、△△を実現する方法

〇〇しながらでも、△△できる

わずか〇〇で、最速で△△を達成する方法

〇〇不要、もう△△しなくてもいい

〇〇を、〇〇に変えて、〇〇を手に入れる

〇〇を脱出し、〇〇を得る方法とは？

〇〇というほどの、〇〇が得られる〇〇

〇〇したいなら、〇〇ではなく、〇〇をやるべきです

もし、〇〇があったら〇〇したいと思いませんか？

〇〇しなくても、〇〇できてしまう〇〇を手に入れませんか？

〇〇するだけで、〇〇を実現し、〇〇になる方法

なぜ、〇〇でも、△△できるようになるのか？

なぜ、〇〇にも関わらず、△△できるようになるのか？

永久不変の〇〇

〇〇を辞める勇気

〇〇は今すぐ辞めなさい

〇〇を確保し、〇〇する方法

〇〇する特別な提案があります

〇〇中に〇〇を獲得できる

〇〇しなくても、〇〇できる

今までなかった〇〇が初登場

〇〇がついにベールを脱ぐ！

〇〇にも使える〇〇を限定公開

〇〇を身に付け、〇〇になる方法

〇〇に困らなくなる〇〇する方法

〇〇になって、〇〇してみませんか？

〇〇を生み出し、〇〇になる方法を公開します

〇〇と〇〇の両方を実現する方法を公開します

〇〇なのに、〇〇される〇〇になりませんか？

3) サスキッチコピーを以下の観点で作成してください。

- ・実績をベースに具体的な数字を入れる
- ・40～70文字ほどの中文字2行程度
- ・早い、簡単、楽、確実、手軽、安定、継続、持続など顧客から見て魅力的な要素を入れる
- ・無料で得られることを明記する
- ・40～70文字ほどの中文字2行程度