

ビジネスモデル構築セミナー

鼻歌交じりの商売道

このは屋
スモールビジネス特化の学び舎



はじめに

本日お伝えする 2つの内容

ビジネスモデル

商品作り

売り方



ビジネスモデル
基本編



入門

学科編 1

実技編

学科編 2

まとめ

ビジネスモデル よくある誤解

スモールビジネスにおける、「ビジネスモデル」

プラット
フォーム

ブルー
オーシャン

ロングテール

サブスク
リプション

フリーミアム



スモールビジネスにおける、「ビジネスモデル」

大切なのはわかったけど
ウチにどうやって活用すんの？



巷の情報でよくあるケース

- ・ 海外の実例
- ・ 大手企業の実例

→ スモールビジネスには扱いにくい



スモールビジネスのビジネスモデル発想が必要



ビジネスモデル発想とは？

- ・ スモールビジネスにおける、ビジネスモデル発想とは？



なぜビジネスモデル が必要？

ビジネスモデルが必要な 3 つの理由

- (1) 収益性を高めるため
- (2) 拡張性を高めるため
- (3) 再現性を高めるため



ビジネスモデルが必要な 3 つの理由

(1) 収益性

- ・ 脱薄利多売
- ・ ”高単価商品”でも問題なく売れる仕組み
- ・ 自然とライフタイムバリューが高まる仕組み



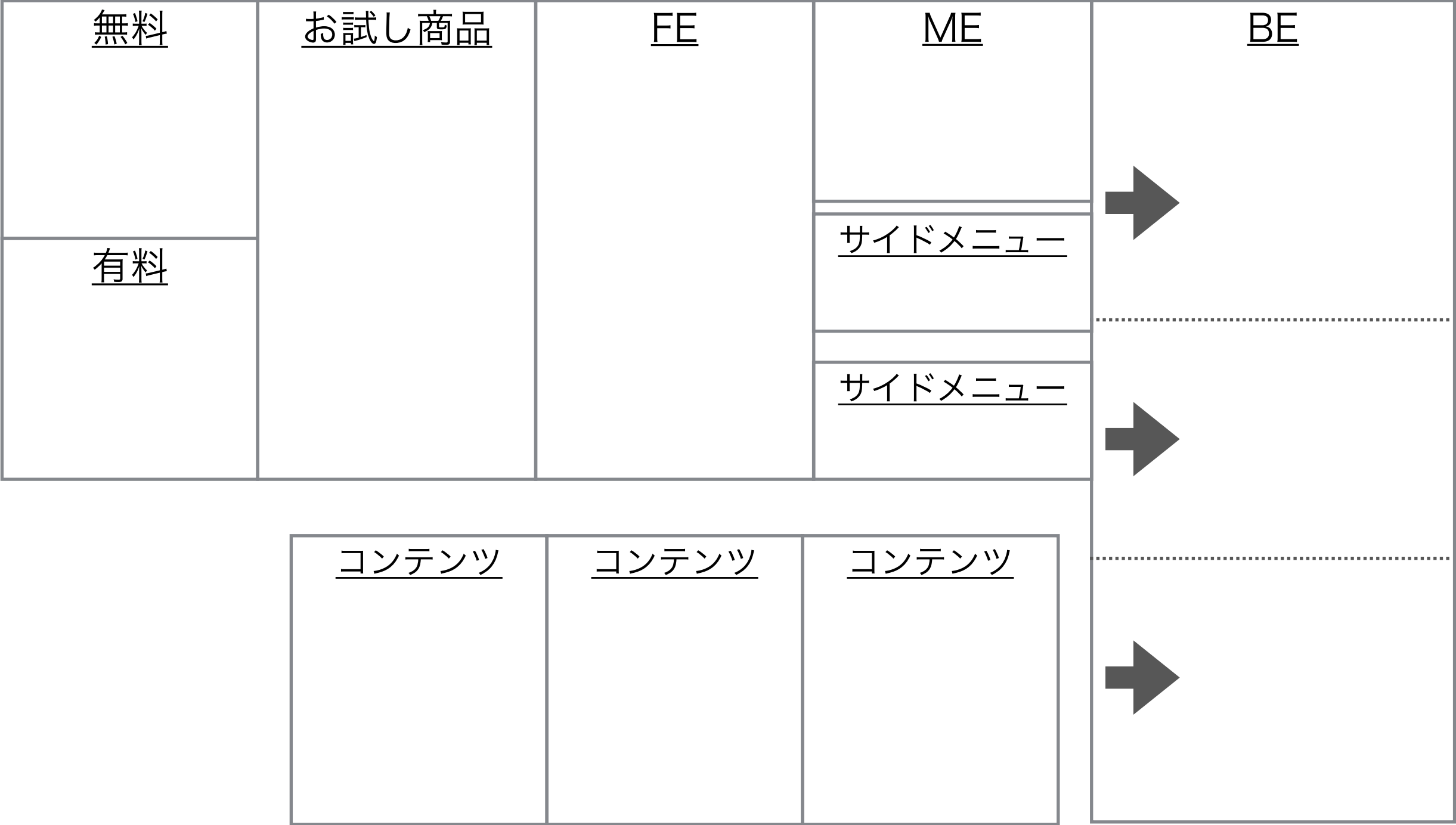
フロントエンド商品とバックエンド商品

- ・ フロントエンド商品
 - ・ 低価格
 - ・ 集客するための商品
- ・ バックエンド商品
 - ・ 高単価
 - ・ 利益を得るための商品



ビジネスモデルの大地図ー第1章

FEは集客商品
BEは利益商品



ビジネスモデルが必要な 3 つの理由

(2) 拡張性

- ・ 時間は有限！
- ・ お客さんが増えれば増えるほど忙しいはNG
 - 属人性が高まってしまっている証拠
 - あなた以外のキャッシュポイントを追加する必要あり



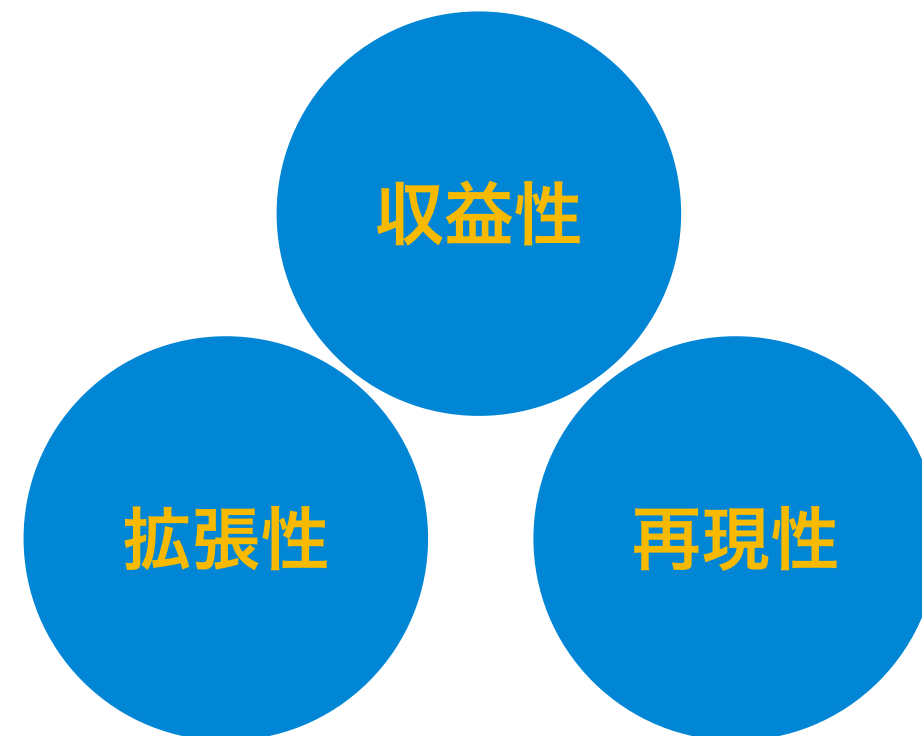
ビジネスモデルが必要な 3 つの理由

(3) 再現性

- ・ 脱 「いい時もあれば、悪いときもある」
- ・ 毎月新規集客しなくても売上は安定する仕組み



収益性×拡張性×再現性



ビジネスモデル



ビジネスモデルがないと陥るパターン

- 集客ができない、、、
- 売れば売るほど忙しい、、、
- 売上が不安定だけど、時間が足りない、、、



ビジネスモデル
2つの秘訣



入門編

学科編 1

実技編

学科編 2

まとめ

ビジネスモデル 2つの秘訣

本日の流れ

時間割

はじめに

劇的！直ちに改善できるビジネスモデル2つの秘訣

学科編 1

サクッと簡単！ビジネスモデル構築2つの手順

実技編

【脱机上の空論】商品案を実際に作ってみる

学科編 2

悩まない！集客をいい加減安定させるための全工程



本日の流れ

時間割

はじめに

劇的！直ちに改善できるビジネスモデル2つの秘訣

学科編 1

サクッと簡単！ビジネスモデル構築2つの手順

実技編

【脱机上の空論】商品案を実際に作ってみる

学科編 2

悩まない！集客をいい加減安定させるための全工程



ビジネスモデル 2つの秘訣

1. 2つの収入が入る仕組みを作る
2. 商品のラインを作る



1. 2つの収入が入る仕組みを作る

①確固たるフロー収入

②安定性のあるストック収入



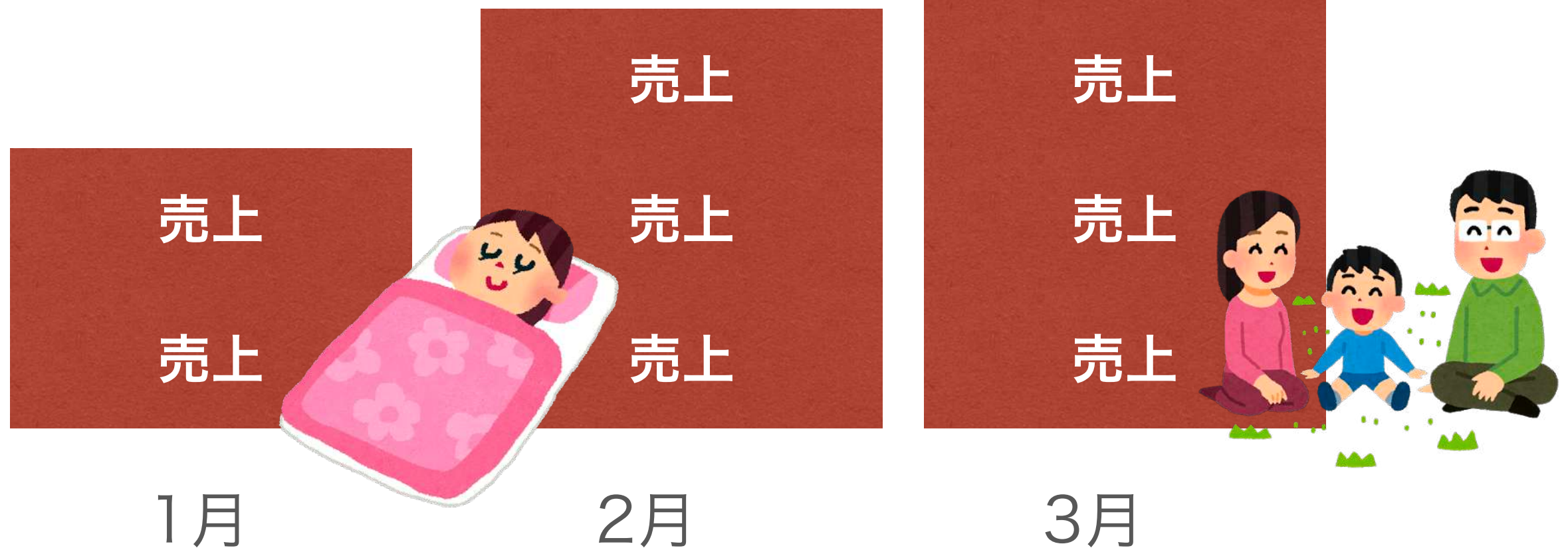
フロー型のビジネスモデル

▶ 毎月営業活動が必要

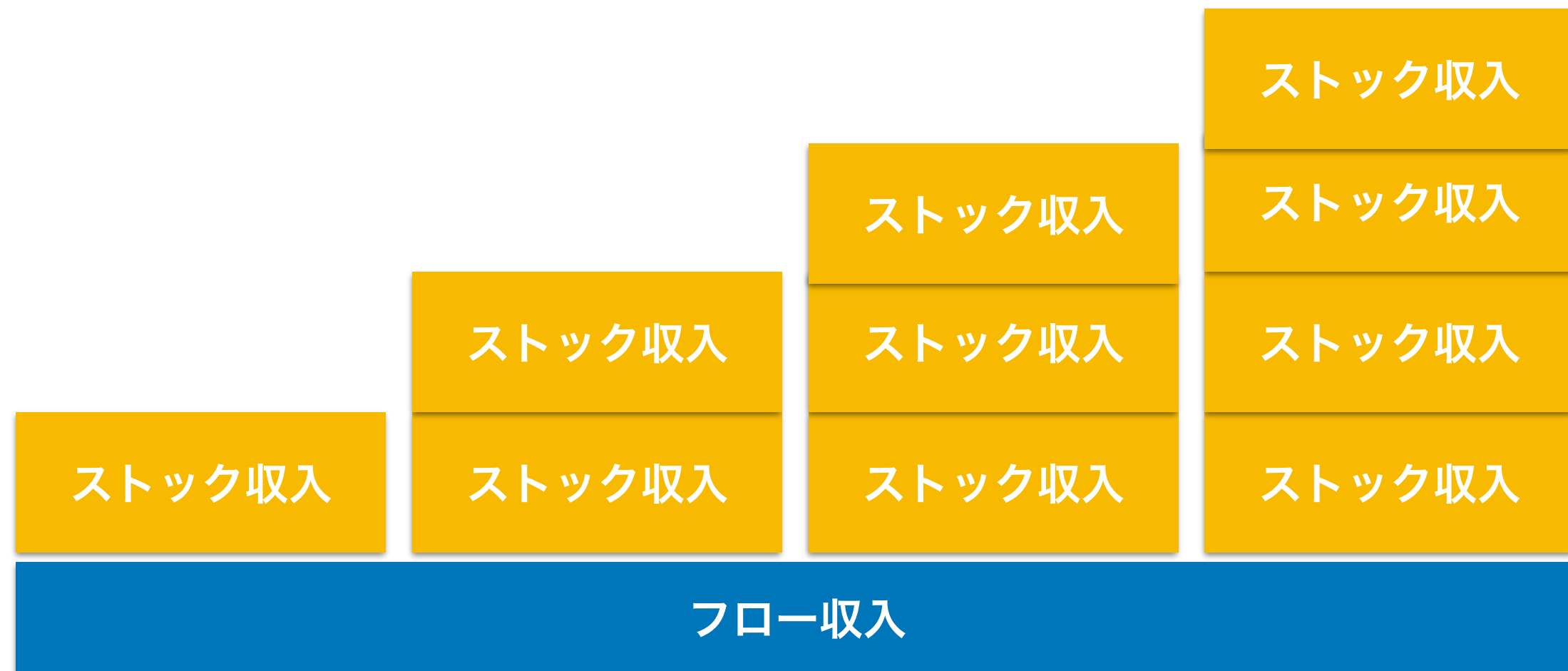


ストック型のビジネスモデル

▶ 毎月安定した収入が約束されている

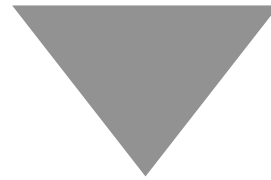


フロー収入を稼ぎつつ、ストック収入を積み上げる



2. 商品のラインを作る

- ・ スモールビジネスにおける、ビジネスモデル発想とは？



まず何をもって、次に何をもって、その次に何を売るか



2. 商品のラインを作る

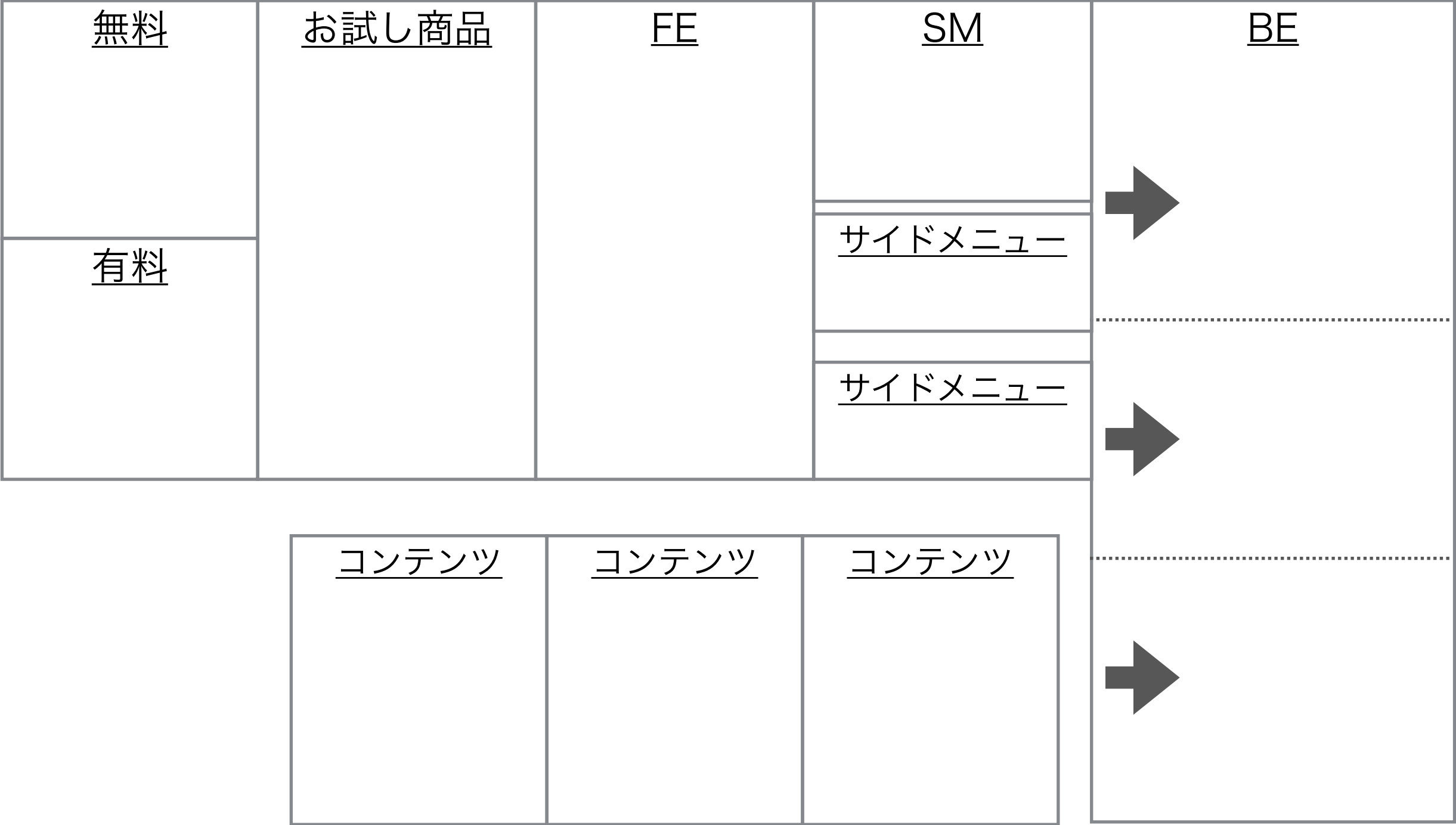
まず何をもって、次に何をもって、その次に何をもって

商品ライン



ビジネスモデルの大地図ー第1章

FEは集客商品
BEは利益商品



ビジネスモデルの大地図ー第2章

FEは集客商品
BEは利益商品

FE

アップセル2

BE

アップセル1

FE・ME・BE

リピート

クロスセル

クロスセル

クロスセル

ダウンセル

ビジネスモデルの大地図ー第3章

商品・サービス

対象

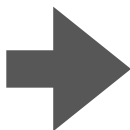


対象

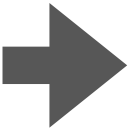
悩み・願望



悩み・願望



TPO



TPO

A photograph of a stone basin filled with water, with several pink lotus flowers floating on the surface. The text is overlaid on the left side of the image.

三年後や五年後、十年後には
確実に売上が上がっている
と自信が持てますか？

商品案を考える
オファーを考える

入門

学科編 1

実技編

学科編 2

まとめ

商品ラインの作成 2つの手順

本日の流れ

時間割

はじめに

劇的！直ちに改善できるビジネスモデル2つの秘訣

学科編 1

サクッと簡単！ビジネスモデル構築2つの手順

実技編

【脱机上の空論】商品案を実際に作ってみる

学科編 2

悩まない！集客をいい加減安定させるための全工程



このは屋のセミナーは特殊です

「学科」「実技」に別れている理由は、

- ノウハウよりも**実践**に価値を置く
- **自分で運用**できるようになること

という、信念があるためです

スクールの体験をしてみてください！

今回のセミナーの内容は、

実際にスクールのワークショップで扱う内容を抜粋したものです
スクールの雰囲気を少しでも感じてみてください。

時間の関係上、ワーク時間は少なめに設定しています。
セミナー後に、復習することを前提にしてください。

ビジネスモデル 2つの秘訣は、、、

1. 2つの収入が入る仕組みを作る
2. 商品のラインを作る

なので、、、



商品ラインの作成 2つの手順

2ステップ

- 1 商品を作る
- 2 商品を並べる



商品ラインの作成 2つの手順

2ステップ

1

商品を作る

2

商品を並べる



5ステップ 商品開発 テンプレート

商品・サービスの作り方5ステップ

5つの手順

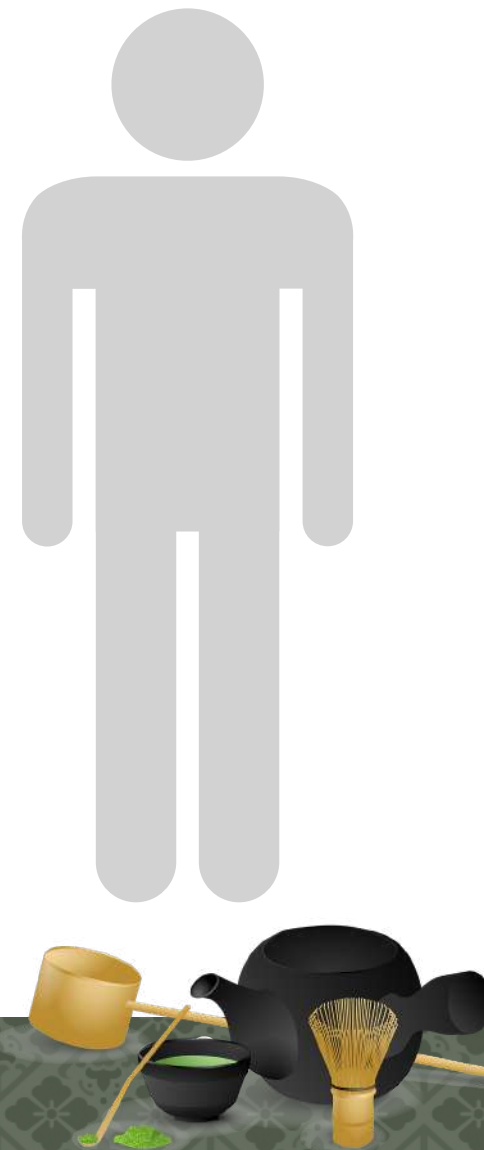
1. 提供するターゲットを決める
2. ターゲットが必要とするものを考える
3. 自社が提供できることを考える
4. 商品・サービスを制作する
5. 集客の仕組み作り



1. 提供するターゲットを決める

- ・提供したい人、たった一人を考える

→悩み、願望から考える



1. 提供するターゲットを決める

現在の悩み・課題
(現状)

願望・理想の未来
(ゴール)



1. 提供するターゲットを決める

1-1.見込み客の「悩み・問題」はなんですか？ *

※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

1-2.見込み客の「願望・理想」はなんですか？ *

※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

ワークシートに
記入しましょう

2分で、ワークお願いします！

回答を入力

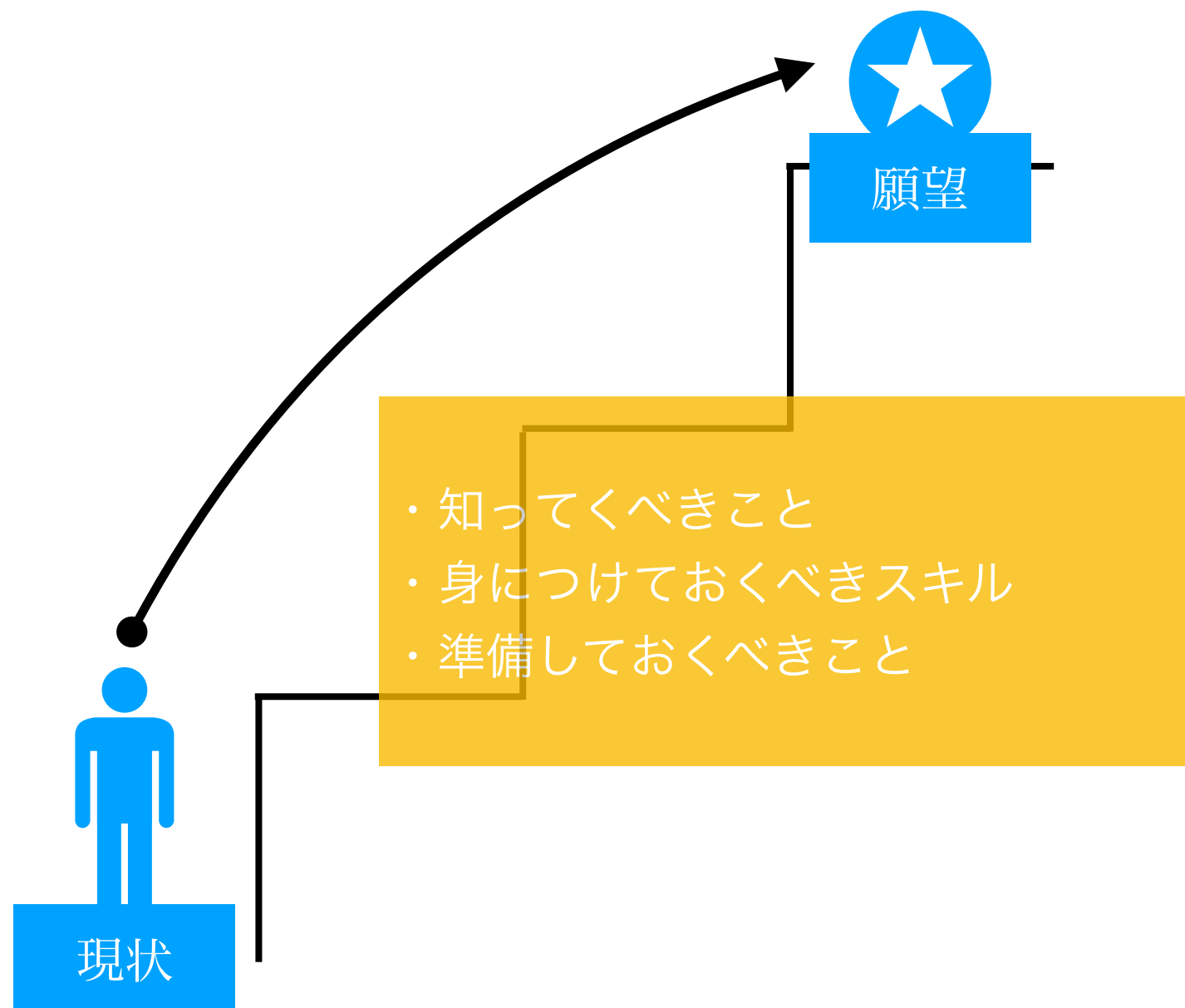


2. ターゲットが必要とするものを考える

- ・ 現状から、願望を達成するまでに必要なステップを考える
 - ・ 知ってくべきこと
 - ・ 身につけておくべきスキル
 - ・ 準備しておくべきこと



2. ターゲットが必要とするものを考える



※改行で、複数行、入力可能

2. ターゲットが必要とするものを考える

1-2.見込み客の「願望・理想」はなんですか？ *

※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

ワークシートに
記入しましょう

2. 「ターゲットが必要になるもの」を考える

【現状～願望実現】の間で、「知ってくべきこと」「身につけておくべきスキル」「準備しておくべきこと」を書いてください。※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

3. 「自社が提供できるコンテンツ」を考える

「サポートできること」「教えられること」「誰かと組んで提供できること」を書いて

2分で、ワークお願いします！



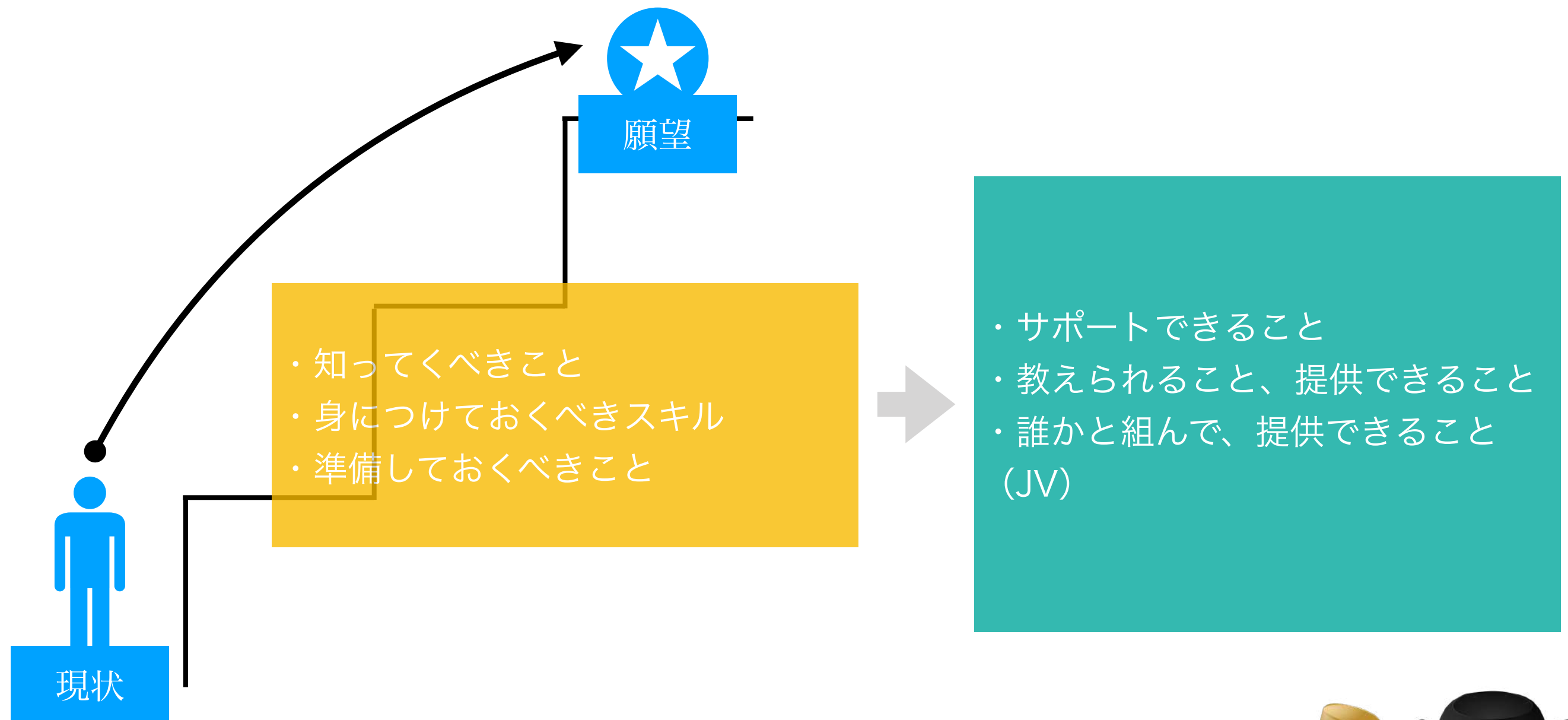
3. 自社が提供できるコンテンツを考える

必要なことの中から、自社が提供できるもの考える

- ・サポートできること
- ・教えられること、提供できること
- ・誰かと組んで、提供できること（JV）



3. 自社が提供できることを考える



3. 自社が提供できることを考える

2. 「ターゲットが必要になるもの」を考える

【現状～願望実現】の間で、「知ってくべきこと」「身につけておくべきスキル」「準備しておくべきこと」を書いてください。※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

3. 「自社が提供できるコンテンツ」を考える

「サポートできること」「教えられること」「誰かと組んで提供できること」を書いてください。※改行で、複数行、入力可能

回答を入力

ワークシートに
記入しましょう

2分で、ワークをお願いします！



商品・サービス制作100の階段

お客さんが到達したい未来

- 1.
- 2.
- 3.

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

お客さんの現状

- 1.
- 2.
- 3.

4. 商品・サービスを制作する

3 ステップ制作

1. 名称を考える
2. 形態を考える
3. 価格を決める



4. 商品・サービスを制作する

1. 名称（コンセプト）を考える

- ターゲットの【**悩み・願望**】を起点に考える
- ターゲットが喜ぶ「**約束**」を伝える
- 競合との明確な「**違い**」を伝える



4. 商品・サービスを制作する

1. 名称（コンセプト）を考える

【悩み】にお困りの方のための【願望】を手に入れる
【商品名】です。他の同様の商品は～ですが…
弊社の商品は【違い】です。

2分で、ワークをお願いします！



4. 商品・サービスを制作する

2. 形態を考える

- ・ 文字
- ・ 音声
- ・ 動画
- ・ 会員制サイト（オンラインプログラム）



4. 商品・サービスを制作する

3. 価格を決める

- ・ 無料プレゼントにするか？
- ・ フロントエンド（集客商品）にするか？
- ・ バックエンド商品（利益商品）にするか？



商品ラインの作成 2つの手順

2ステップ

- 1 商品を作る
- 2 商品を並べる

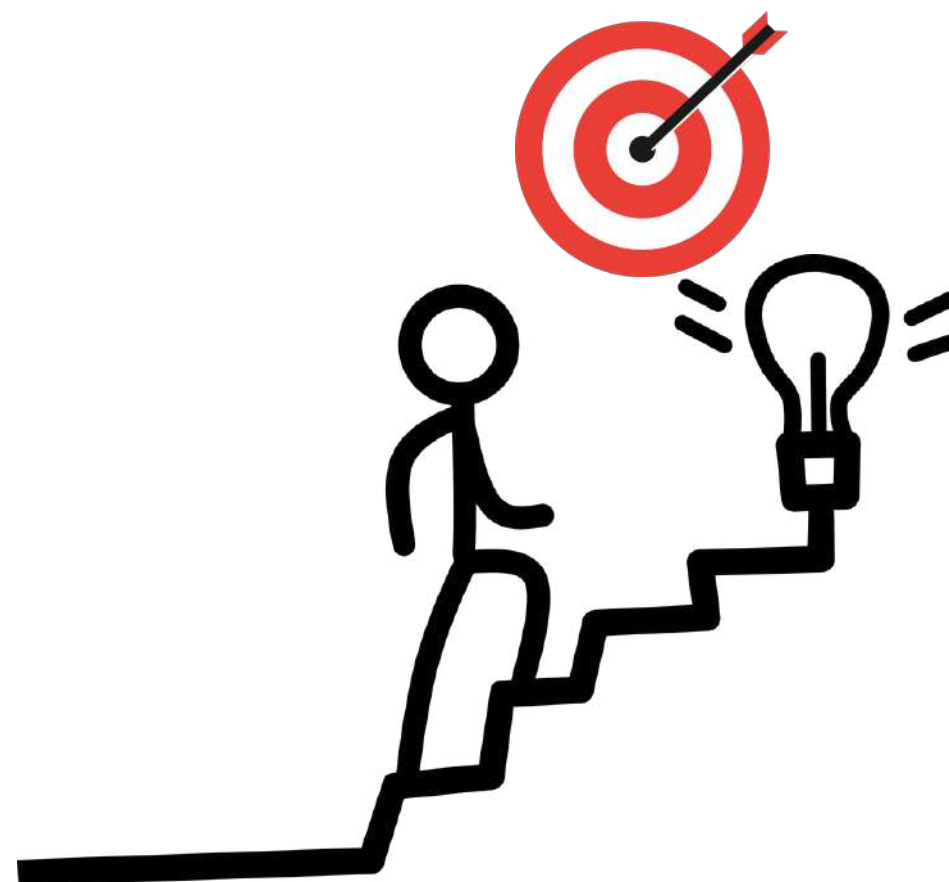


商品ラインの作成 2つの手順

2ステップ

1 商品を作る

2 商品を並べる



作った商品を並べる

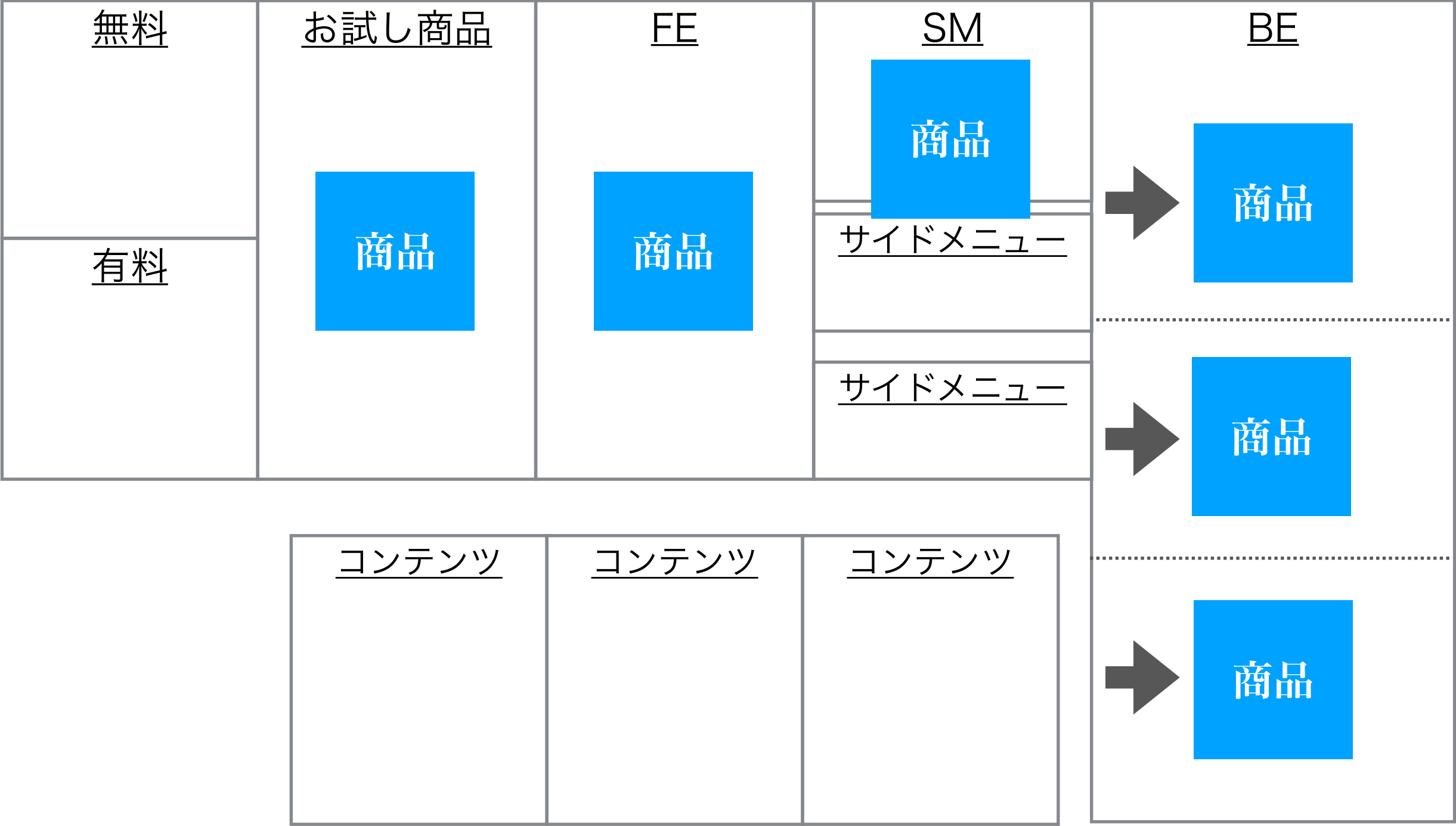
商品ライン作り

- ◆無料プレゼント
- ◆フロントエンド商品
- ◆サイドメニュー
- ◆バックエンド商品
- ◆継続課金型（サブスク）商品



ビジネスモデルの大地図ー第1章

FEは集客商品
BEは利益商品



5. 集客の仕組み作り

超重要なので
詳しくは、後半で話します！



商品・サービスの作り方5ステップ

5つの手順

1. 提供するターゲットを決める
2. ターゲットが必要とするものを考える
3. 自社が提供できることを考える
4. 商品・サービスを制作する
5. 集客の仕組み作り

ここは、後半でお伝えします



無料プレゼント作成
実演

入門

学科編 1


実技編

学科編 2

まとめ

無料プレゼント
作成の一部を実演

本日の流れ

時間割

はじめに

劇的！直ちに改善できるビジネスモデル2つの秘訣

学科編 1

サクッと簡単！ビジネスモデル構築2つの手順

実技編

【脱机上の空論】商品案を実際に作ってみる

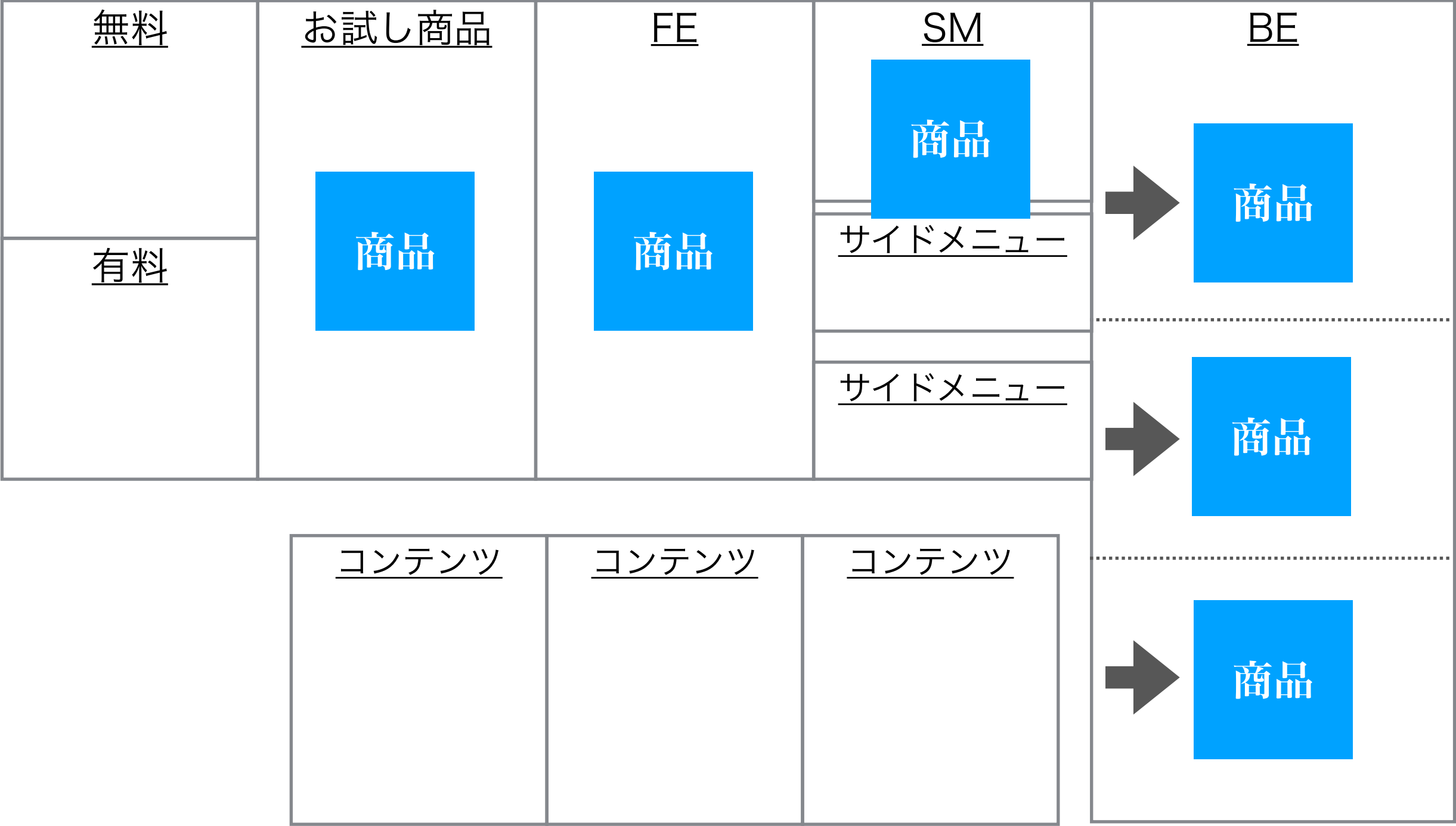
学科編 2

悩まない！集客をいい加減安定させるための全工程



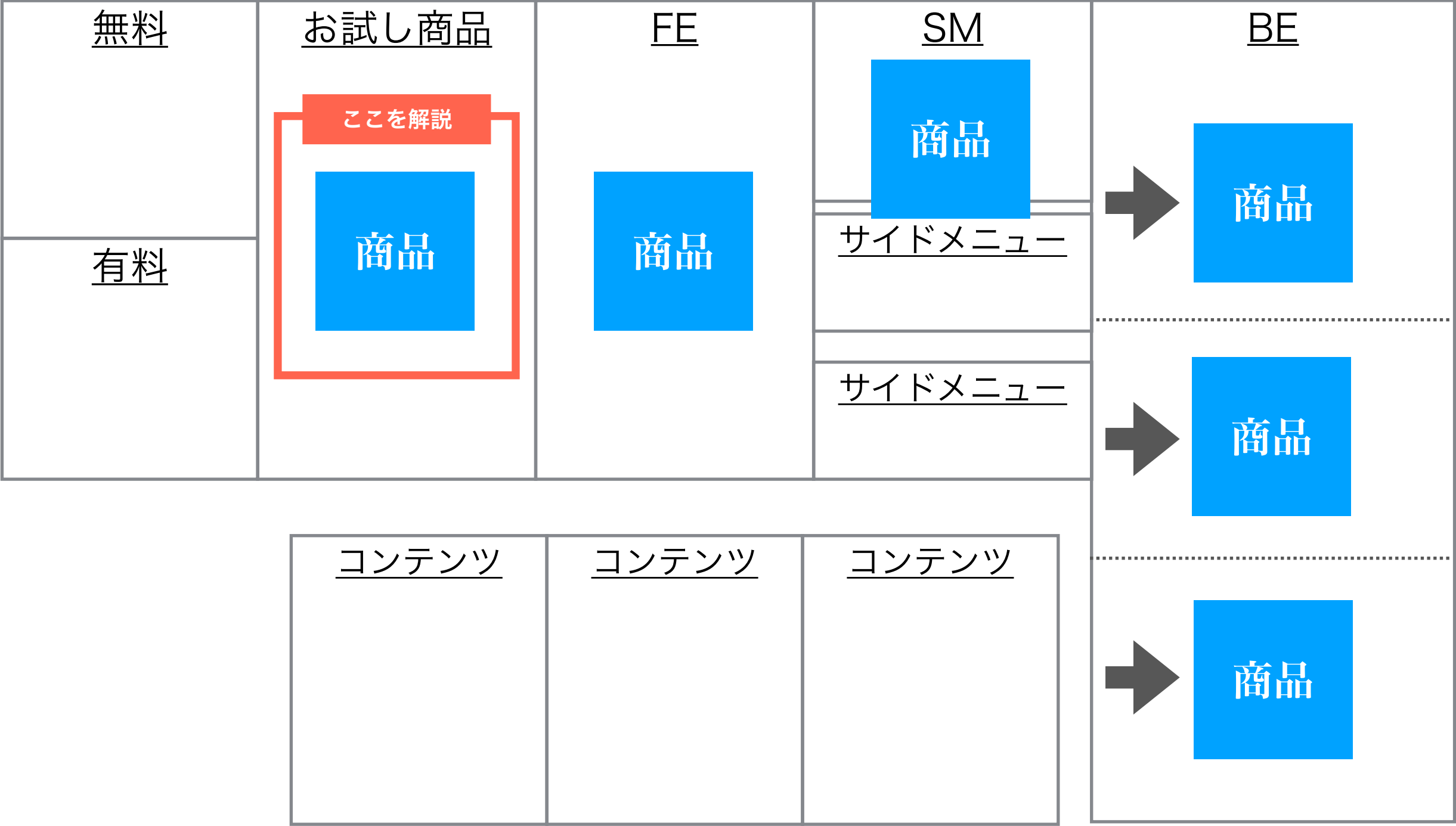
ビジネスモデルの大地図ー第1章

FEは集客商品
BEは利益商品



ビジネスモデルの大地図ー第1章

FEは集客商品
BEは利益商品



無料オファー作成

PDFファイルの作成

- ▶ OpenOfficeで作成
 - 基本操作を解説
- ▶ チェックリストを作成
 - デザインのコツを解説
- ▶ 提供方法
 - WordPressのメディアにアップロードする
 - ダウンロードURLを短縮リンク化

動画の作成

- ▶ スマートフォンで撮影 基本操作を解説
- ▶ 動画共有サイトにアップロード
 - YouTubeに動画をアップロードする方法
- ▶ 提供方法
 - 動画視聴ページの作成
 - WordPressの固定ページでの作成方法
 - 動画の埋め込み方法を解説（テキストエディタを使用）
 - 動画視聴ページ単体にパスワード設定する方法

アドレス取得ページ作成 (オプトインページ)

使用ツール

- ▶ WordPress × MailChimp

ページの構成

- ▶ 効果的なページの構成を解説
 - ヘッドライン
 - アイキャッチ画像
 - 登録フォーム
 - 手に入るもの
 - 無料オファーの内容・目次
 - プロフィール
 - 登録フォーム

具体的な作成方法

- ▶ WordPressの固定ページで作成
- ▶ MailChimpよりフォームの埋め込みコードを取得
- ▶ 固定ページに配置
 - テキストエディタにて作成
- ▶ ボタンテキストを変更する方法
- ▶ MailChimpで自作したサンクスページを設定…etc

その他、

- ・ ステップメールに無料オファー配置方法
- ・ オプトインページからのステップメールへの繋げ方

なども解説！

無料オファー作成

PDFファイルの作成

- ▶ OpenOfficeで作成
 - 基本操作を解説
- ▶ チェックリストを作成
 - デザインのコツを解説
- ▶ 提供方法
 - WordPressのメディアにアップロードする
 - ダウンロードURLを短縮リンク化

動画の作成

- ▶ スマートフォンで撮影 基本操作を解説
- ▶ 動画共有サイトにアップロード
 - YouTubeに動画をアップロードする方法
- ▶ 提供方法
 - 動画視聴ページの作成
 - WordPressの固定ページでの作成方法
 - 動画の埋め込み方法を解説（テキストエディタを使用）
 - 動画視聴ページ単体にパスワード設定する方法

アドレス取得ページ作成 (オプトインページ)

使用ツール

- ▶ WordPress × MailChimp

ページの構成

- ▶ 効果的なページの構成を解説
 - ヘッドライン
 - アイキャッチ画像
 - 登録フォーム
 - 手に入るもの
 - 無料オファーの内容・目次
 - プロフィール
 - 登録フォーム

具体的な作成方法

- ▶ WordPressの固定ページで作成
- ▶ MailChimpよりフォームの埋め込みコードを取得
- ▶ 固定ページに配置
 - テキストエディタにて作成
- ▶ ボタンテキストを変更する方法
- ▶ MailChimpで自作したサンクスページを設定…etc

その他、

- ・ ステップメールに無料オファー配置方法
- ・ オプトインページからのステップメールへの繋げ方

なども解説！

無料プレゼント作成の一部を実演

オプトインページ



① メールアドレスが登録されると移動

サンクスページ



② 同時にステップメールの1通目が
配信される

ステップメール



② 登録ユーザーはここで
無料オファーをダウンロードする

無料オファー



A top-down view of matcha preparation on a dark wooden surface. In the bottom left, a wooden bowl is filled with bright green matcha powder, with a bamboo whisk (chasen) resting inside. To the right of the bowl are three small, dark ceramic bowls, each containing a smooth, vibrant green matcha liquid. A bamboo scoop (chashaku) is positioned diagonally across the lower right, with two scoops of matcha powder resting on its flat surface. Two fresh green tea leaves are placed near the top center. In the top left corner, a bamboo strainer (chawan) is partially visible. The background is a dark, horizontally-grained wooden surface.

こちらで
休憩しましょう！

集客の仕組み作り

入門

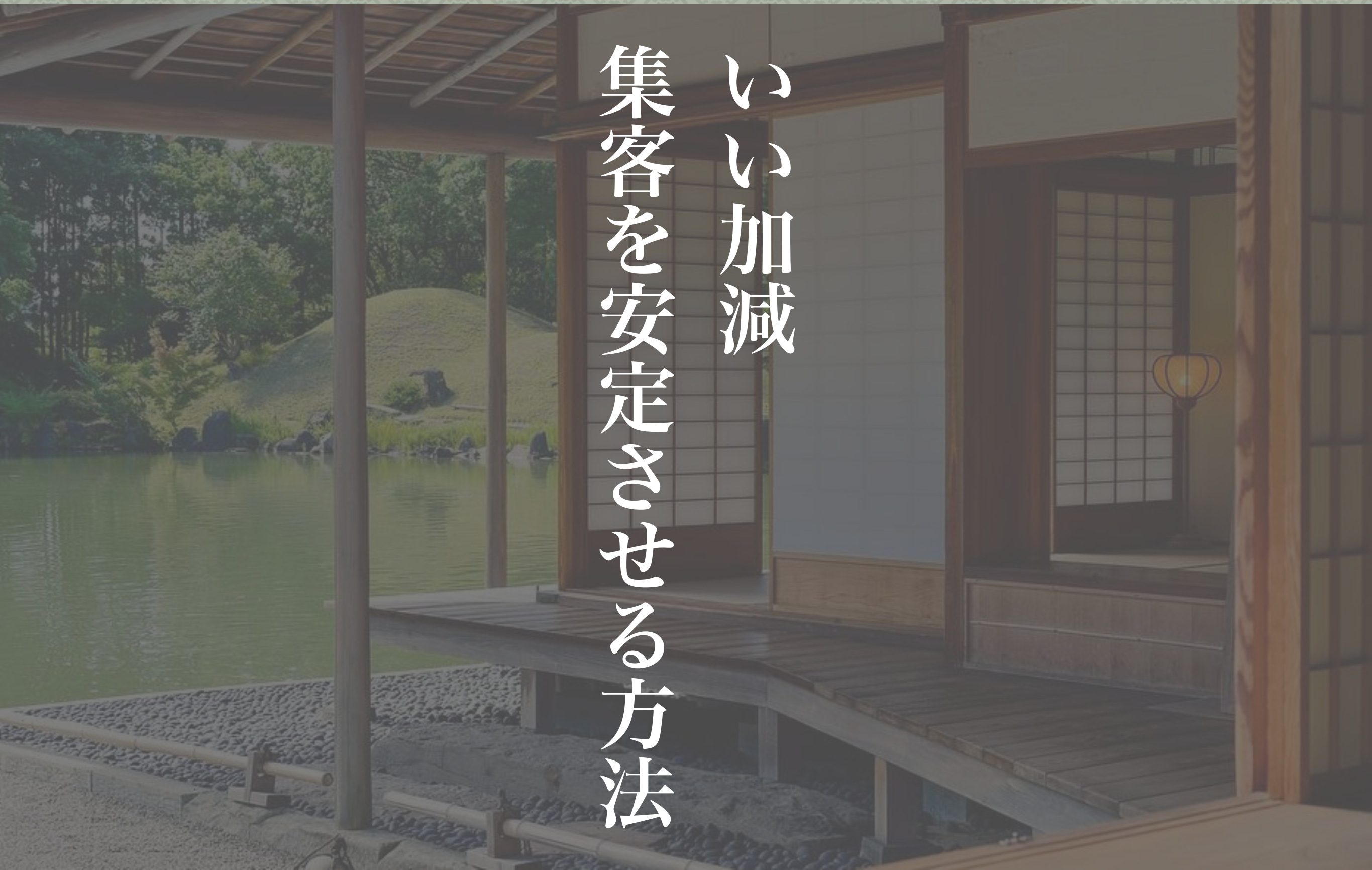
学科編1

実技編

学科編2

まとめ

いい加減 集客を安定させる方法



本日の流れ

時間割

はじめに

劇的！直ちに改善できるビジネスモデル2つの秘訣

学科編 1

サクッと簡単！ビジネスモデル構築2つの手順

実技編

【脱机上の空論】商品案を実際に作ってみる

学科編 2

悩まない！集客をいい加減安定させるための全工程



さて、肝心の
集客はどうします？

オンライン集客で
よくある失敗

商品を作り込んだのに
売れない・・・

専門知識

スキルはあるのに...

申込みこない
売れない

決定的な 2 つの失敗要因

1

部分的な取り組みになっている

2

「即買い」が前提の仕組みになっている



ここが肝！



導線



商品
サービス

興味がある・欲しい人だけに
案内する仕組み

集客の仕組みがないと悲惨、、、

いきなり商品を案内しても申し込みはこない



案内した際に、
すでに興味がある状態にしておく必要がある



見込み客を集めて、教育する仕組み



集客の仕組み作り

入門

学科編1

実技編

学科編2

まとめ

ネット集客 基本の理解



ウェブマーケティングの基礎

集客

見込み客を集める

育成

見込み客に価値観、必要性を伝える

販売

見込み客を顧客化する

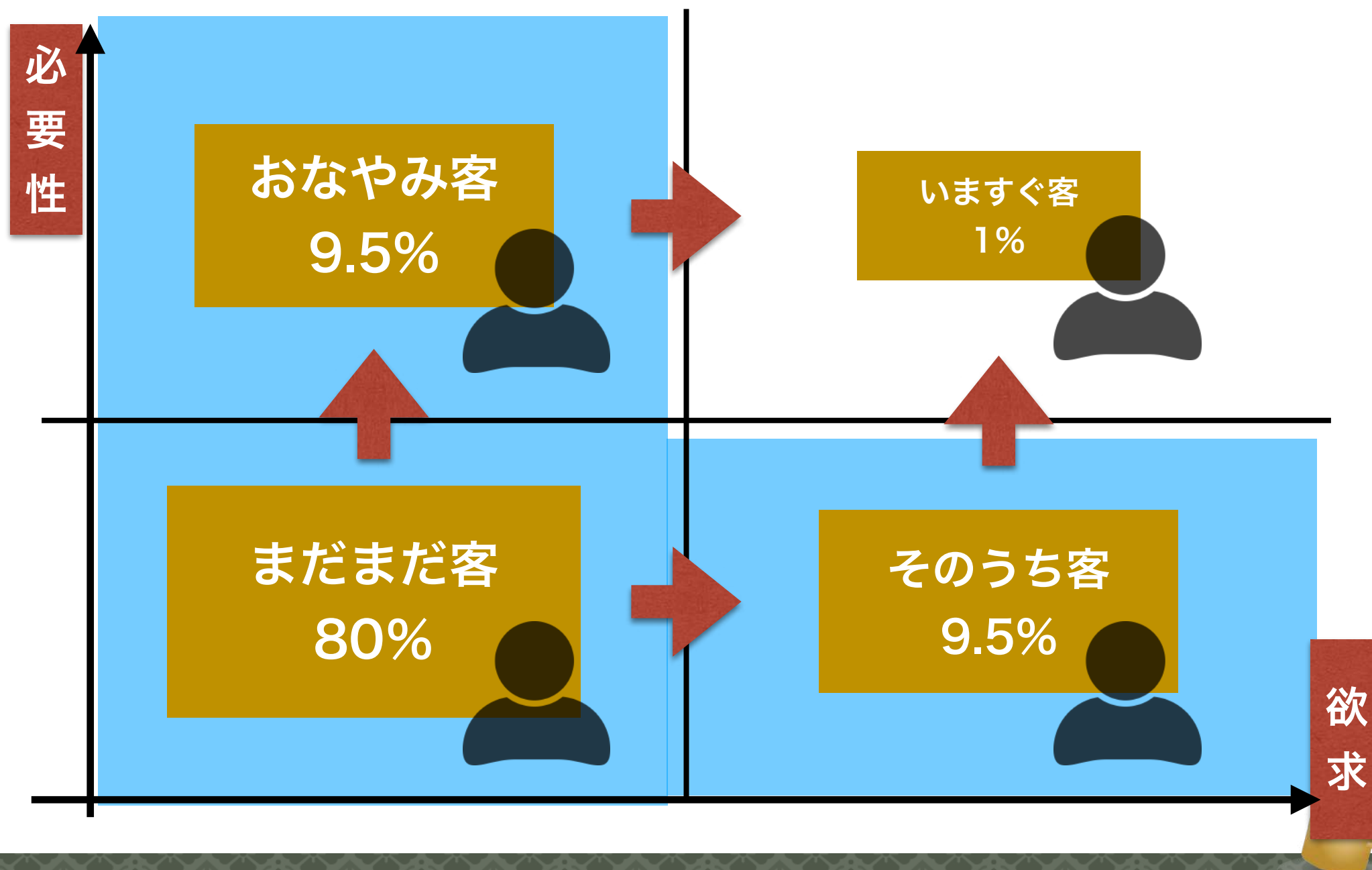
商品・サービス

維持

定期的に接触して、LTVを上げる



4人のお客さん



どうやって

その仕組みを作る？

集客の仕組み作り

入門

学科編1

実技編

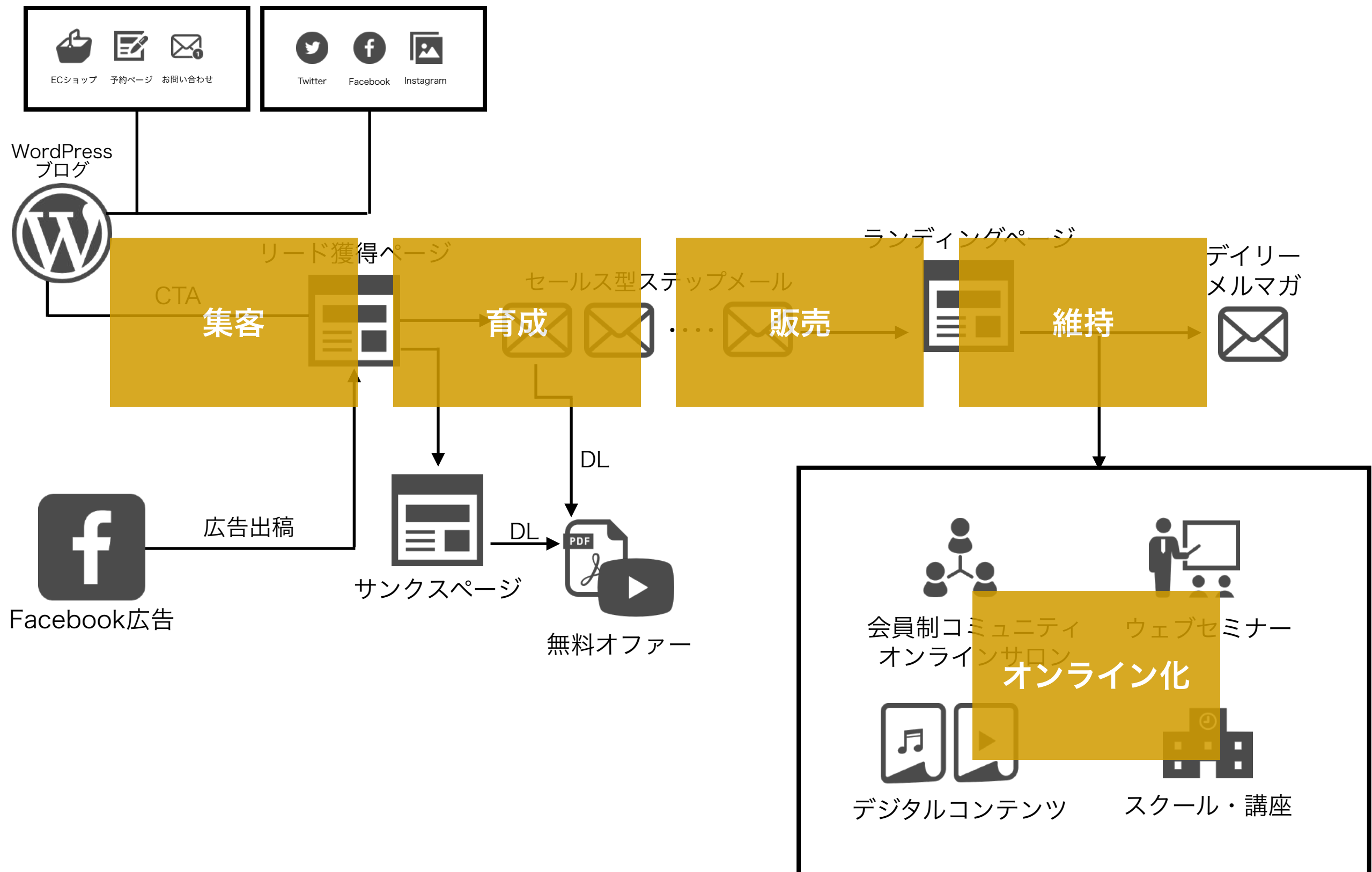
学科編2

まとめ

導線設計の作り方



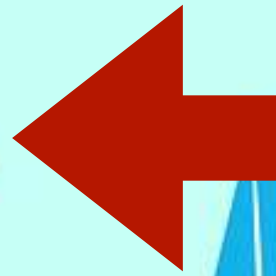
導線設計シミュレーション



全体の導線が大切



ブログ
インスタ
FB
TW
ランディングページ
チラシ
メルマガ



巷では
この手法やノウハウが
ほとんど

導線設計 (仕組み)

「導線設計ができてるか」
プロがいつも見るのは
この「3つ」だけです

【重要】導線設計ができているかのチェックポイント

1

毎月安定的に【見込み客】が集まっている

2

【高成約率】で売れているか

3

フロントエンド商品の集客が【自動化】されていて、
自分が動かなても集客に支障は出ないか



集客の仕組み作り

入門

学科編1

実技編

学科編2

まとめ

導線設計 実践2ステップ



仕組みが大切なのは
理解しているけど...

よく聞く悩み

ウェブ集客の塾で習ったんですが
なかなか形になりません…

個別コンサルを受けたんですが
結局実践できませんでした…

オンライン講座を受けたんですが…

ノウハウ
知識

実践が遠い・・・

頭ではわかってても
「いざやる！」となると・・・
やり方がわからない・・・

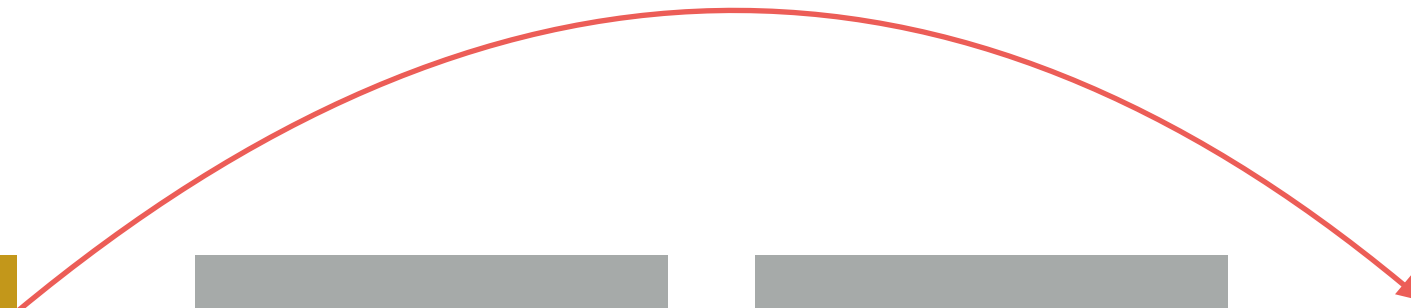
実践して
成果出す

ノウハウ
知識

どう伝える？
どう発信する？

どう形にする？
どう用意する？

実践して
成果出す



「知ってる」から「やっている」
に変える魔法の道具

「知識」を「実践」に変える2つの道具

テンプレート

ツール



ノウハウ
知識

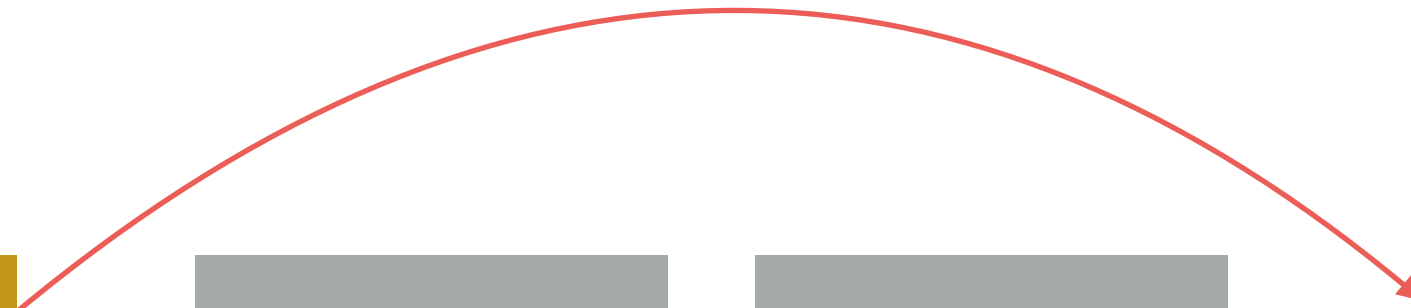
どう伝える？
どう発信する？

テンプレート

どう形にする？
どう用意する？

ツール

実践して
成果出す



テンプレ×ツールで実践

テンプレート

効果実証済み
雛形・パターン

ツール

実装するための
ウェブサービス・アプリ

テンプレ×ツールで
実践できる

導線設計を知っても、集客できない人の間違い

1

感覚で
コンテンツを
作る



2

間違った
ツールを
使う



3

「やっている」
と油断する



配布した、チェックリストを御覧ください

現場の実践で吸い上げた
収益安定のための
ハズせない、厳選された着目点

ウェブ集客導線【絶対条件】チェックリスト

1. 利益の設計を考慮した、「商品・サービスライン」ができているか
2. ロングテールキーワードで、アクセスを集められるか
3. 興味のある人だけに、“究極に絞り込んで”、広告を出しているか
4. コンテンツ（記事、動画、音声など）を、効果的に拡散できるか
5. 反応の高い、無料オファーを設置しているか（テストしているか）
6. ステップメールは、正しい順番で送られているか
7. ランディングページに、適切なセールスライティングは、施されているか
8. 高確率でオンライン上で商品・サービスを販売できるか
9. ライフタイムバリュー（顧客生涯価値）が上がる仕組みになっているか
10. 継続課金の仕組み/コミュニティがあるか
11. デジタルコンテンツ（Ebook、動画、音声、サイトなど）が作れるか
12. オンライン時代の「身だしなみ（画質/音声…etc）」は、整っているか
13. 最低限のIT（パソコン）リテラシーがあるか
14. ブラウザは、グーグルクロームを使っているか
15. ワードプレスを、使いこなしているか
16. HTMLメールを使っているか

まとめ

入門

学科編 1

実技編

学科編 2

まとめ

まとめ

まとめ

- ビジネスモデルは、**商品制作 & 商品ライン作り**
- 確固たる**フロー収入**と、安定性のある**ストック収入**を得る
- 商品を作ることよりも大切なのは、**集客の導線作り**

