

お客さんの顔色をうかがって値段を 言わなくても済む「本当の需要の 見つけ方、契約の取り方」

追補資料⑧..普通の人の起業の教科書

はじめに

起業し立ての時って、お金の話をするこつて躊躇しませんか。あまり高い値段を言うと「売れないかなあ」とか、「高い！」つて思われたら嫌だなとか、でも安すぎるのも嫌だし、色々考えてしましますよね。

その仕事をする為に必要な物を買ったり、支払った分は遠慮なく言えるけど、自分の人件費、報酬を決めるのつてドキドキしますよね。そうやって、お金の話をなあなあで進めた結果、タダ働きになつてしまつて、その状況に不満を持ちながらも言えない自分に落ち込んだり。

起業初期によくあるこの悩みはどうやったら解決できるでしょうか。この状況に陥つてしまつてしまう一つの原因としては、「本当の需要」を見つけていないからです。本当の需要であれば、お金の話をするこつで悩むこつは基本的ありません。また、一般的な契約の流れを知つていると、自信を持つて話を進められるようになります。

この追補資料では、

- ・ 本当の需要
- ・ 契約の流れ

の二点について解説していきたいと思います。

この資料を読み終わった時には、お客さんの顔色をうかがうことなく、本当の需要を見付け、契約がスムーズにできるようになっていくでしょう。

本当の需要とは

相場のあるもの、ないもの

世の中の商売は、相場のあるものとないものがあります。一般的に多くの人がある商品サービスについて認知しているものは、お客さんがその商品サービスについて知っているのと、大体の値段相場があるものになります。相場のあるものは、はじめに述べたような、値付けに困ることはないものの、逆に何らかの事情で相場以上の値付けが必要になったときに言いづらいことになりません。

相場のないものは、一般的な認知がない商品サービスです。相場がないために、値付けに正解がなく、自分で決める必要があります。逆に言えば、お客さんの認知次第で値段が変えられる商品サービスとも言えます。

需要⇨望み⇨予算

起業をすると、自分が解決できそうなことで人が困っていたり、悩んで居たりすると、とにかく自分の仕事へと結び付けたくありません。その傾向自体は悪いものではなく、むしろ自分の色んな可能性を試す意味でどんどん試してみると良いと思います。

しかし、気を付けなければいけないのは、本当の需要と偽物の需要の違いを知っていなければ行けません。

本当の需要とは、望み（欲求、解決したいもの、求めているもの）に加えて、それにお金を掛ける意志があるかどうかです。

商売の鉄の掟

商売（ビジネス）とは「世の中の需要に自分の専門性、資本で応えること」です。これは定義上、そういうものです。付け加えて、今の世の中は貨幣経済です。お金を使って、商品サービスを提供し合う仕組みになっています。お金を使うからこそ、人間関係に縛られずに物やサービスを交換し合うことができます（起業の教科書のお金の章を参照）。

ということは、幾ら人が何かを欲しいと言っても、そこに予算が付いていなければ、それは需要とは呼びません。

雑談が仕事に変わる魔法の質問

雑談や打ち合わせの中で、相手の望みが見えてきたらこんな質問をしてみてください。

「その悩みが解決されたら幾ら払いますか？」

この質問をすることで、相手の欲求レベルがどれくらいあるのか数値化されます。

例えば、夕食にラーメンが食べたいなと思います。そのラーメンが3,000円しても食べたいと思うのか、3,000円掛かるぐらいなら、おにぎりでもいいや、ってなるのか。

同じラーメンを食べたいでも、欲求レベルが違うのが分かりますよね。

昔、クレジットカードのCMでこんなセリフがありました。

「お金で買えない価値がある。」

お金で買えないものは、幾ら払っても手に入れないものですね。もちろん、ない袖は振れないので、手持ちの払える範囲に限られてし

まいますが、これぐらいの欲求でしたら、値付けはしたい放題です。

「気持ちちは〇〇円でも払いたいけど、予算としては△△円しかないんですよね。」
こんな風に話ができる理想ですね。

いずれにしろ、気持ちと手持ちの予算含めて、幾ら払えるのか。その予算と望みの両方がセットになって、初めて需要が分かったことになります。

実は、この質問をすることは、お客さんにとっても為になることです。

人は質問をされると、その答えを無意識に考えてしまいます。「果たして自分は、この望みをどれぐらい手に入れたいと思っているのだろうか。」それが明らかになると、お客さんの中でも優先順位が整理されます。

4/11ページ

一般的な契約の流れ

プロとアマの違い

表現が難しいのでイメージで言いますが、お金をもらったとしても、ちよっと手伝っている感じのアルバイト感覚のものと、しっかりプロとして仕事を請け負う事業との違いってなんでしょうか。ここでは、プロとアマの違い、と表現します。

プロとアマの違いは、書面化されているか、いないかです。

プロの仕事は、何かにつけて書面化されている。

アマチュアの仕事は、書面化されていない。

違う言い方をすると、見える化されている、いない、と言っても良いです。

物を売るビジネスは、お客さんが受け取るものが明確に目に見えているので分かりやすいですね。しかし、目に見えないサービス関係の場合、お客さんが受け取るものが目に見えないので、受け取った価値の大きさが分かりづらくなってしまう。

本当のような冗談の話で、コンサルティングの報酬額は、提出した報告書の厚さで決まる。とも言われます。それぐらい、書面化（見える化）が商売において大事なと言うことです。

また、ビジネスでは提供した価値の代わりにお金をもらいます。このお金は、信用を見える化したものです（起業の教科書参照）。相手が受け取った価値の大きさを見える化したものがお金。こっちが提供した価値の大きさを見える化したものが書面と考えると、プロの仕事として事業を行っているのであれば、書面化することの大きさが理解してもらえないかと思えます。

問合せから契約までの流れ

ここで、雑談の中から仕事、問合せから仕事へとなる場合の一般的な流れを、書面化の視点で解説します。

← お客さんと話をしていく中で仕事の種が生まれる。

← 要望書の作成

← 提案書の作成

契約

この様な流れになります。もちろん、全ての状況で契約までいくわけではなく、途中で終わることもあります。この場合、資料の前半部分で解説した「本当の需要」ではなかったということですよ。

（念のためにお伝えすると、お客さんと話をしたこの時機において、本当の需要ではなかったただけであり、何か状況が変わったり、時が経ったときには、本当の需要になる場合もあります。）

要望書

人と話をして仕事の種が生まれたり、相手から問合せがあった場合は、その内容について打ち合わせを行います。

この打ち合わせで要望書を作成していきます。

要望書とは、相手（お客さん）が望むものを具体的に明らかにした書類のことを言います。打ち合わせの中で作られるので、議事録と呼ぶ場合もあります。

いずれにしろ、打ち合わせの中で明らかになったものを書面化して、その内容で合っていることをお互いに確認し、合意を取りま

す。

この要望書は、基本的にはこちらで作るものだと思って下さい。但し、問合せの段階で、お客さんの方で具体的な要望内容がまとまっている場合もあります。この場合は、お客さんの方から要望書が提出されます。

要望書の中身は、自分が次に作る提案書を作成するために必要な項目を聞き出してください。予算は必須の項目です。

お客さんの望みのレベルを知って、本当の需要かどうかを判断するために聞き出しておきます。また、提案書を作るにあたって、予算の規模によって、こちらのできることも変わってきます。

要望書を作成する段階では、こちらが出来ないを置いておいて、お客さんの望みをそのまま明らかにしてください。

要望書の形式は特に決まっていますので、項目と箇条書きが必要な内容が明記されていれば大丈夫です。メールなど記録に残る方法でやり取りをして、相手が合意したことも文字で記録されれば、尚良いでしょう。相手にもよりますが、大手企業になると署名や印鑑を押すところもあります。

提案書

提案書は、要望書を元に「私たちがやるなら、こんな感じで応えられます。」という提案する為の資料です。

7/11ページ

要望書は、お客さんが望むものをそのまま書いたものですが、提案書では、その要望をそのまま叶えてあげる必要はありません。あくまでも、私たちが持つ資本、専門性（理念）で応えるなら、こうしますよ、という提案をします。

もちろん、予算に関しても（提案書に書く場合は見積もりと言います）、そのままである必要はありません（高くても低くても適正価格を提示します）。

但し、要望書の予算の方が金額が高い場合、お客さんとしてはそれだけの品質と内容を求めているということなので、それに応えてあげる内容を提案するのも大事だと思います。

例えば、結婚記念日に奥さんに渡す花束を買いにお花屋さんへ行ったとします。そこでお店の人に「ご予算は幾らですか」と聞かれますよね。この質問は、「どれぐらいのボリューム、ゴージャス感をご希望ですか?」という意味もあります。「一万円ぐらいで。」と言ったのに「5,000円でご用意しました。」って言われたらどうでしょう。か。「いや、一万円分で作ってくれよ。」と思いますよね。

提案書を作成するためには、見積もりをする必要があります。設備や道具、掛かる経費を合計し、自分の報酬を加えます。

ここで悩むのは自分の報酬です。

これに関しては、追補資料「値付けの方法」をご覧ください。

契約

予算の方が見積もりよりも高い場合、提案書の内容でお客様が同意すれば契約となります。

8/11ページ

お金か貢献か経験か

問題は、予算よりも見積もりの方が多い場合です。要は予算が安い場合です。

この場合、基本的には商売として成立しないので、断ります。

しかし、単純にお金だけでは判断できないのも事実です。具体的には、次のような観点です。

- ・ 貢献（信用）
- ・ 経験（学び）

貢献とは、提供する商品サービスの対価をお金ではなく、信用という目に見えない形でもらうことです。また、利益にはならなくても社会的に大事だと思えば、その仕事を請け負います。

また、信用という形で対価をもらうと、お金の代わりに人と繋がることができず。人と繋がることでビジネスは始まるので、この仕事自体ではお金を稼げませんが、波及して生まれた仕事でお金を得ることを考えても良いです。

経験とは、自分の経験値を上げるためにその仕事を請け負うことです。

予算が付くようにしてあげる

予算がない望みは本当の需要ではないとして来ましたが、相手にお金がないとしても必要な事業はあります。分かりやすい例で言えば、社会福祉、公教育など公的事业です。

貧困で困っている人は、お金がないから困っているわけで、その人達からお金を取ることはできません。かと言って、住む場所がない人には住宅を提供しなければいけません。

こうした場合はどうするかというと、予算が付くようにしてあげます。例えば、国会議員や政府、行政に働き掛けて住宅支援の予算を付ける、補助金、給付金を確保して、そのお金を使って住宅支援をします。

民間ビジネスのアイデアで言えば、先にお金を稼いでもらって、そのお金を使って依頼をしてもらいます。

先にお金を稼いでもらう方法としては、広告宣伝的に無料で情報提供して、それで稼いでもらうとか、もっと直接的に仕事を発注し

て、それで稼いだお金を今度は使ってもらおうとか。色々アイデアはあると思いますが、とにかく先に稼いでもらって、手元にお金を持っている状態にしてあげます。そうすれば、手元のお金の量に縛られず、望みに応じて予算を付けることができます。

まとめ

ここまで読み進めたあなたは、

- ・ 本当の需要について
- ・ 問合せから契約までの流れを理解しました。

まずは、予算が付くか付かないかで需要を分けてみる癖を付けてください。

その目が養われてから、意図的にお金にならない仕事をするかしないかを自分の基準で判断する。

さらに、予算はないが、大切な仕事をするために、予算を付けてあげる方法を提供できるようにする。

この様な順番で身に付けていくと、あなたが望む世界を作っていくことができるようになります。

ご案内

この教科書の内容を元に起業コーチングをしています。事業経営に
関して、利害関係のない第三者として相談できる相手が欲しい場合
はホームページよりお問い合わせください。

すえなみ起業スクール..

<https://lifedesign.wagamamalive.com>



研修、その他のご依頼もホームページからお問い合わせください。

著作権

著者..末次克洋

身内以外の方への印刷、配布は禁止致します。必要な場合は新しく
ご購入ください。

初版..令和五年六月四日