

図解

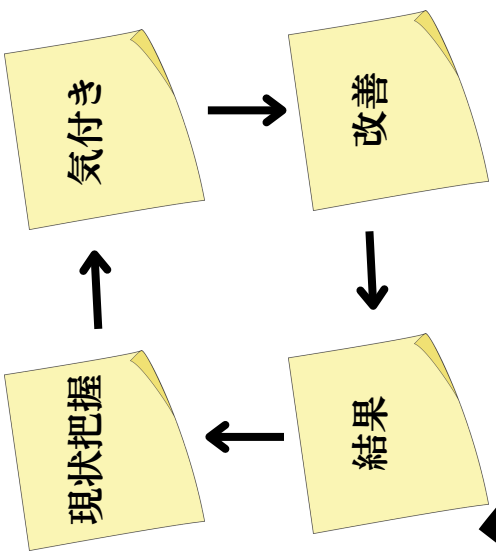
シート

解説動画

実践ガイド

ビジネスの作り方 社会と自分を豊かにする

すえなみ起業&経営スクール



【読者の方限定 無料プレゼント】

次のURL、またはQRコードから申込みwebページにアクセスして、お申し込みください。

<https://cl-wagamamalive.com/p/r/nNsMe8sA>

- ・解説動画 「社会と自分を豊かにするビジネスの作り方」 図解&ワークシート
- ・本書で扱った図解とワークシート集 (pdf)
- ・「起業の教科書」 割引クーポン (3,000円→1,000円)



【ご案内】

当スクールでは、普通の人々が、社会も自分も豊かになる個人事業の作り方を教えています。特に、地元を豊かにしていく当たり前の商品サービス、事業作りを得意としています。とは言っても、社会自体が壊れつつある今、当たり前の仕事が変わり前じゃないように見えてしまうのかもしれない。個人事業主が目指すべき商売の形を知って、地域もあなたも豊かになる商品を作りましょう。

起業と経営を学びたい方は、ホームページをご覧ください。

また、企業様、学校様からの出張講師、研修のご依頼もホームページからお願いします。

すえなみ起業&経営スクール：

<https://lifedesign.wagamamalive.com>



社会と自分を豊かにするビジネスの作り方

—図解とワークシートで学ぶ、あなたと社会が共に豊かになるための実践ガイド—

はじめに

このワークブックは、「社会と自分を豊かにするビジネス」を立ち上げ、育てていくための考え方の全体像と、それを自分自身のビジネスに落とし込むための具体的な手法を学ぶためのものです。

ビジネスを始めようと考えている方、あるいは既に始めているけれど、改めてその方向性を見つめ直したいという方もいらっしゃるでしょう。ビジネスの存在意義は、社会を豊かにすることにあります。しかし、それは自分を犠牲にして成り立つものではありません。**自分自身が豊かになるからこそ、他者や社会に貢献できることが増えていく。**この両立こそが、持続可能で幸せなビジネスの形です。

では、その「豊かさ」とは一体何でしょうか？

このワークブックでは、「豊かさ」を**「持続可能であり、かつ、生産性の高いもの＝社会的資本」**と定義します。かつて日本の農家が、何世代にもわたって田んぼや周辺環境を整え、毎年お米を収穫し続けられるようにしてきたように、ビジネスとは、社会の中に価値を生み出し、蓄積していく活動です。生産性が高まれば、一人の働きでより多くの人を支えることができ、社会全体が豊かになります。

このワークブックは、そのための「ビジネスの全体像」を図解で示し、ご自身の状況を整理するための「ワークシート」を提供します。

このワークシートの効果的な使い方

このワークブックは、一度読んで終わりではありません。

1. まず、全体像を理解し、やってみる。
2. やってみた結果を、ワークシートで整理する。
3. 見えてきた課題や次のステップを元に、また行動する。

この「実践と整理の繰り返し」が、あなただけの「社会と自分を豊かにするビジネス」を形作っていきます。具体的な手法は、あなたの状況、経験、知識、そして情熱によって異なります。このワークブックは、そのあなただけの答えを見つけるための「地図」であり「羅針盤」です。

さあ、一緒に社会と自分を豊かにする旅を始めましょう。

目次

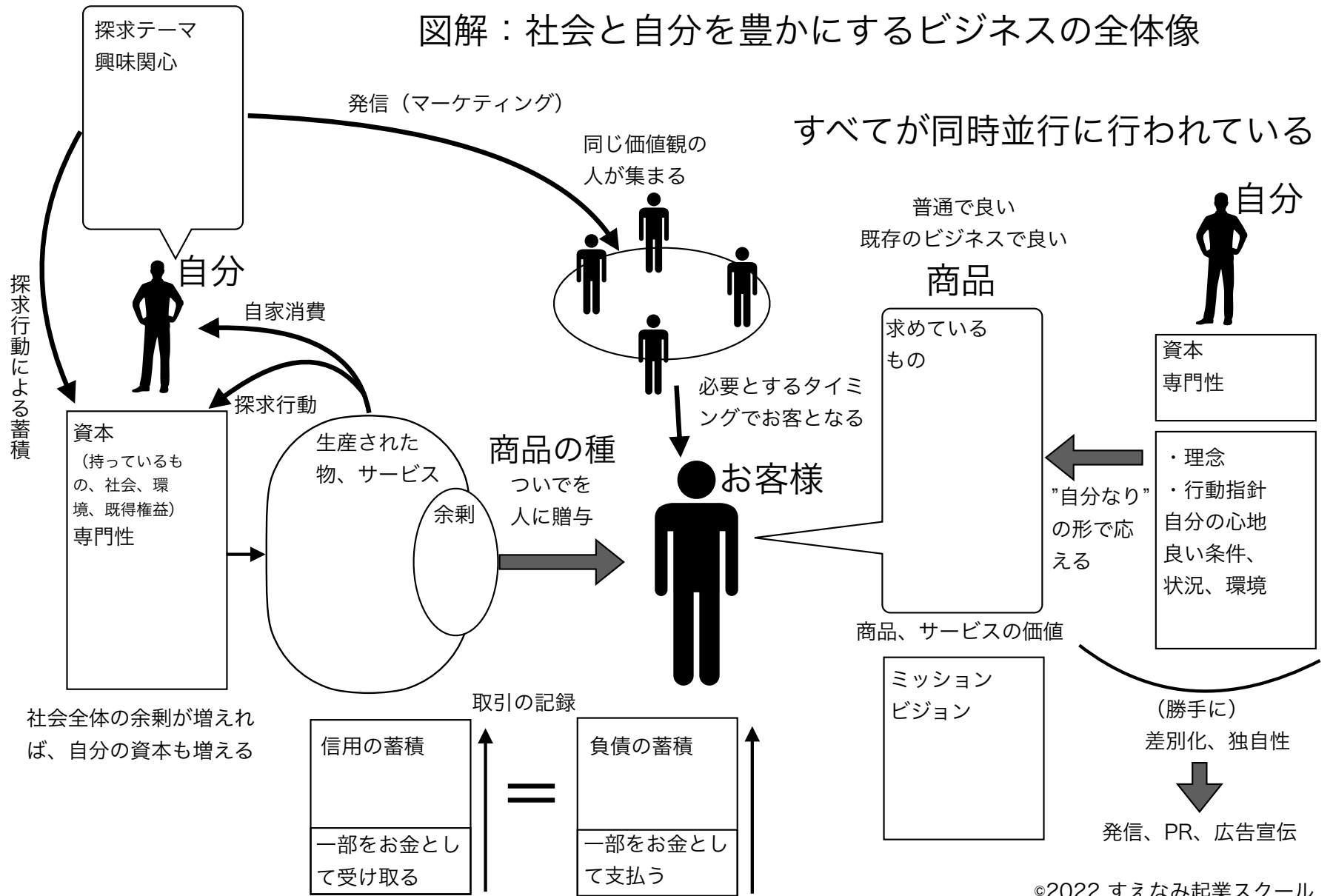
はじめに	2
このワークシートの効果的な使い方	3
第1章 社会と自分を豊かにするビジネスの全体像	6
1-1. ビジネスの原点：「自分のため」から始まる	8
1-2. 行動が資本となり、専門性となる	8
1-3. お客様は「同じ価値観を持つ仲間」	8
1-4. 商品とは「自分なりの形」で応えること	9
【ワークシート①】 ビジネスの全体像を書き出してみよう	10
第2章 人生を豊かにする「三つの仕事」のバランス	12
2-1. 三つの仕事とは？	12
2-2. あなたにとっての最適なバランスを見つける	13
【ワークシート②】 三つの仕事のバランスを考える	14
第3章 必ず売れる「商品」が満たすべき三つの条件	16
3-1. 条件①：支払う金額 < 儲け（価値）	18
3-2. 条件②：最低価格以上の値付け	18
3-3. 条件③：商品の価値をきちんと認識していること	18
【ワークシート③-1】 商品の価値（儲け）を洗い出す（条件①）	19
【ワークシート③-2】 商品の最低価格を計算する（条件②）	20
第4章 お客様と「仲間」になり、価値を伝える方法（条件③）	22
4-1. 価値を伝える大前提：信用を築く	22
4-2. 価値の伝え方：五感に訴える	22
【ワークシート④】 価値を伝え、行動してもらう仕組みを考える	24

第5章 お客様を「買う」という行動に導くデザイン	26
5-1. ステップ1：共通認識を作る	26
5-2. ステップ2：行動を分解し、施策を考える	26
【ワークシート⑤】お客様の行動計画を作る	28
おわりに	30
ご案内	32
著者プロフィール	33

第1章 社会と自分を豊かにするビジネスの全体像

この章では、ビジネスの最も根本的で基本的な構造を学びます。社会も自分も豊かになるビジネスは、どのような仕組みで成り立っているのでしょうか。

図解：社会と自分を豊かにするビジネスの全体像



1-1. ビジネスの原点：「自分のため」から始まる

図解の中心を見てください。すべてのビジネスは、「お客様」に「生産された物・サービス」を分け与えるというシンプルな形から成り立っています。

ここで最も重要なポイントは、お客様に与えるものは、自分の生み出したものの**「余剰」**である、という点です。余剰ではないもの、つまり自分の身を削って提供する形では、自分自身が疲弊してしまい、持続可能ではありません。

では、その「余剰」はどこから生まれるのでしょうか？

その原点は、**「自分が必要とするものを、自分で作る（手に入れる）」という行動、つまり「自家消費」**にあります。

例えば、私が田んぼでお米を作るのは、第一に自分や家族が食べるためです。その際、不作などのリスクに備え、食べる量よりも少し多めに作ります。そうすると、豊作の年には必ずお米が「余り」ます。この余ったお米を、「欲しい」という人に分け与える。これがビジネスの原型です。

これは食べ物に限った話ではありません。自分が「知りたい」と思うことを学ぶ（探求する）と、知識やノウハウが蓄積されます。情報は、人に伝えても減ることはありません。これもまた、他者に与えることができる立派な「余剰」です。

1-2. 行動が資本となり、専門性となる

「自分のために」行動を続けると、自然と**「資本」と「専門性」**が蓄積されていきます。

- ・ **資本:** 道具や設備、お金など、目に見えるもの。
- ・ **専門性:** 知識、スキル、経験、ノウハウなど、目に見えないもの。

田んぼの例で言えば、水路を整備したり、より効率的な道具を開発したり、稲の育て方に関する知識を深めたりすることです。これらの資本や専門性が蓄積されればされるほど、生産性は向上し、より質の高いものを、より多く作れるようになります。結果として、他者に分け与えられる「余剰」も増えていくのです。

この好循環こそが、自分を豊かにし、ビジネスを持続的に成長させるエンジンとなります。

1-3. お客様は「同じ価値観を持つ仲間」

では、あなたの商品やサービスは、誰に届けたら良いのでしょうか？

答えはシンプルです。あなたと同じ価値観を持つ人です。

あなたが「自分のために」作り出したものは、あなたと似たようなライフスタイルや興味を持つ人にとって、価値あるものである可能性が非常に高いのです。

そこで重要になるのが**「発信（マーケティング）」**です。あなたが探求しているテーマや興味関心、価値観などを発信し続けることで、それに共感する「同じ価値観の人」が集まってきます。その人たちこそが、あなたの未来のお客様であり、共に豊かになっていく「仲間」なのです。

1-4. 商品とは「自分なりの形」で応えること

お客様が集まったら、その人たちが「求めているもの」に対して、「自分なりの形で応える」。これが「商品」です。

例えば、「お腹が空いた」という求めに対して、お米そのものを売ることもできれば、調理して定食として提供することもできます。どちらが良い悪いではなく、「自分にできること」「自分が大切にしていること（理念・行動指針）」に基づいて、自分らしい形で応えれば良いのです。

無農薬にこだわって野菜を作る農家のように、その「自分なりの形（こだわり）」こそが、他との**「差別化・独自性」**に繋がり、価格競争に陥らない独自の価値を生み出します。

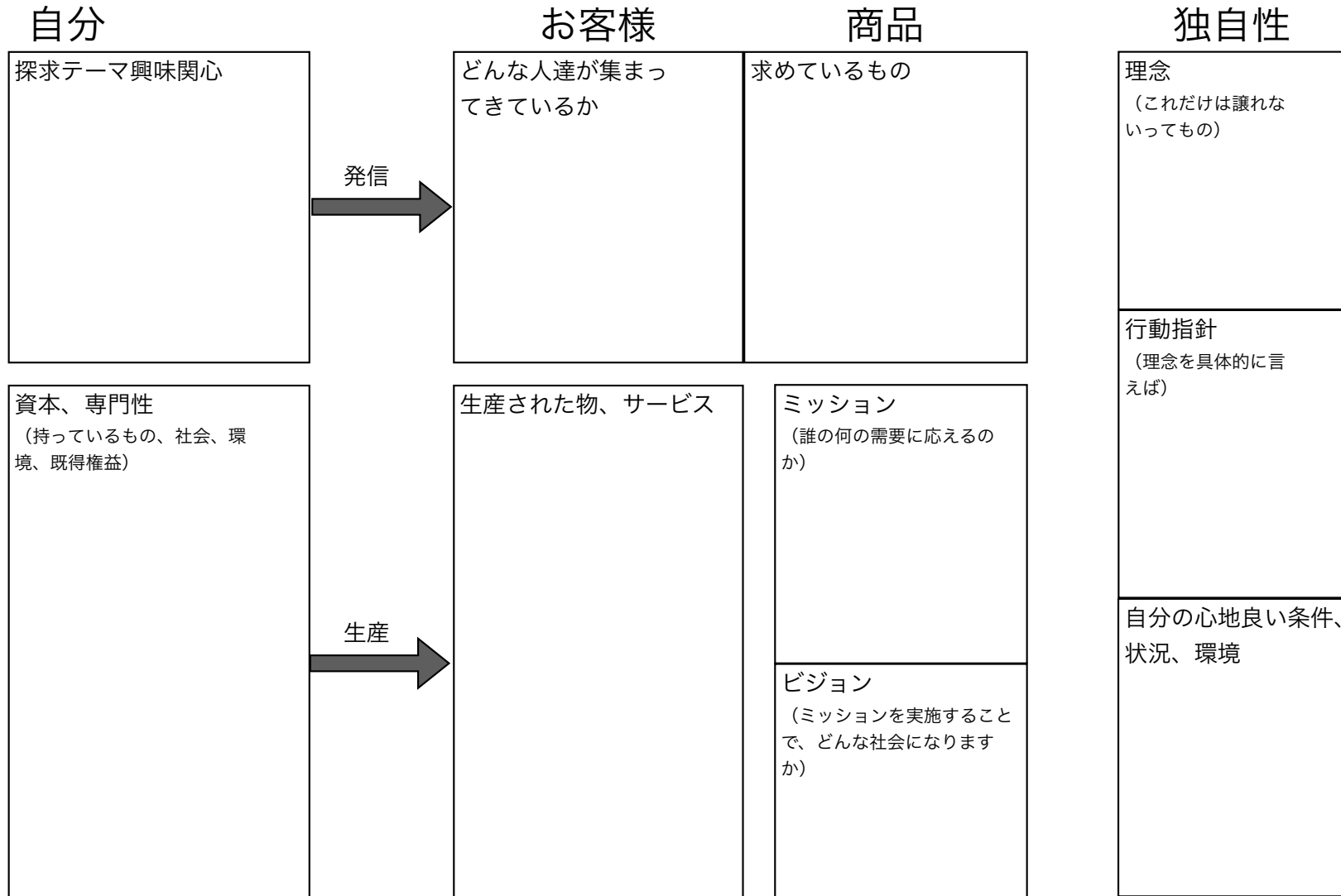
【ワークシート①】ビジネスの全体像を書き出してみよう

それでは、最初のワークシートを使って、あなたのビジネスの全体像を整理してみましょう。下の図の各項目に、ご自身の状況や考えていることを付箋に書いて貼るようなイメージで書き出してみてください。

書き方のヒント

- ・ **探求テーマ・興味関心:** あなたが時間やお金を忘れて没頭できることは何ですか？
- ・ **資本・専門性:** あなたがこれまでに得てきた知識、経験、スキル、持っている道具や人脈は何ですか？
- ・ **生産された物・サービス:** あなたの探求から、具体的にどんな「余剰（人に分け与えられるもの）」が生まれていますか？
- ・ **お客様:** あなたの発信に、どんな人たちが集まってきていますか？あるいは、どんな人に集まってほしいですか？
- ・ **求めているもの:** その人たちは、何に困り、何を求めているのでしょうか？
- ・ **理念・行動指針:** あなたが仕事をする上で、これだけは譲れないという価値観やこだわりは何ですか？

ワークシート①：社会と自分を豊かにするビジネスの全体像



第2章 人生を豊かにする「三つの仕事」のバランス

一般的に「仕事」というと、お金を稼ぐための活動をイメージしがちです。しかし、人生という広い視野で見ると、私たちの「仕事」は三つの種類に分けられます。この三つの仕事を意識し、自分にとって最適なバランスを見つけることが、人生全体の豊かさに繋がります。

2-1. 三つの仕事とは？

① 自給仕事

自分で自分が必要とするものを手に入れる仕事です。

これは、第1章で学んだビジネスの原点となる活動です。具体的には、米作りや薪割り、料理や掃除といった家事、さらには自分を癒すための休憩やリラックスも含まれます。仕事の成果を受け取る相手が「自分」であるのが特徴です。

② 人への仕事

人が必要とするものを、自分の余剰で与える仕事です。

仕事の成果を受け取る相手が「他の人」になります。この仕事は、対価を何で記録するかによって、さらに二つに分かれます。

- **信用（記憶）で記録する:** お金を介さずに行う活動です。例えば、地域のボランティア活動や、友人への無償の手伝いなどがこれにあたります。相手の「記憶」に「あの人に助けてもらった」という形で記録されます。
- **お金（記録）で記録する:** いわゆる一般的な「ビジネス」です。提供した価値の対価として「お金」という客観的な「記録」を受け取ります。

③ 公共仕事

広く社会や、未来（子孫）のために行う仕事です。

仕事の成果を受け取る相手が、特定の個人ではなく、不特定多数の人々や将来の世代であるのが特徴です。例えば、地域のインフラ整備（水路作りなど）や、学問の発展に貢献する研究活動などが挙げられます。これは、社会全体の生産性を向上させる「資本作り」であり、「投資」とも言えます。

2-2. あなたにとっての最適なバランスを見つける

現代社会では、とかく「人への仕事（お金）」に偏りがちです。しかし、社会はこれら三つの仕事でバランスを取り合って初めて成り立っています。専業主婦（主夫）の家事や育児、地域の活動など、お金には換算されにくい「自給仕事」や「人への仕事（信用）」も、社会を支える非常に重要な仕事です。

大切なのは、自分にとって最適なバランスを、主体的に見つけていくことです。ライフステージや価値観によって、そのバランスは変化して当然です。

このワークシートを使って、まずはご自身の現状を可視化してみましょう。そして、「収入」と「支出」のバランスも確認し、今後の方向性を考えてみましょう。

【ワークシート②】 三つの仕事のバランスを考える

ステップ1：時間と労力の配分を書き出す

一週間を単位として、あなたが三つの仕事にどれくらいの割合で時間と労力を使っているか、おおよそのパーセンテージを書き出してみましょう。

ステップ2：具体的な活動内容を分類する

あなたが日々行っている具体的な活動を、下の表の適切な場所に書き込んでみましょう。

ステップ3：収入と支出のバランスを確認する

- ・ 収入：「人への仕事：お金」「公共仕事：お金」で得ている金額
- ・ 支出：「人から買う：お金」で支払っている金額

収入が支出を上回っていますか？もし支出の方が多い場合、どうすればバランスを改善できるでしょうか？

選択肢は、

1. 収入（人への仕事：お金）を増やす。
2. 支出（人から買う：お金）を減らす。

支出を減らすには、「人からもらう（信用）」を増やすか、「自分で作る（自給仕事）」を増やすかの二つの方法があります。「自給仕事」を増やすことは、新たな資本や専門性を生み、結果的に「人への仕事」の可能性を広げることに繋がります。

ワークシート②

人生における三つの仕事

1. 自給仕事 自分で自分が必要とするものを手に入れる（米作り、薪ストーブなど）
2. 人への仕事 贈与 人が必要とするものを余剰で与える
記憶（信用）
記録（お金）
3. 公共仕事 広く社会が必要とすること
未来（子孫）のためにすること ←投資（資本作り）
記憶（信用）
記録（お金）

時間と労力の配分

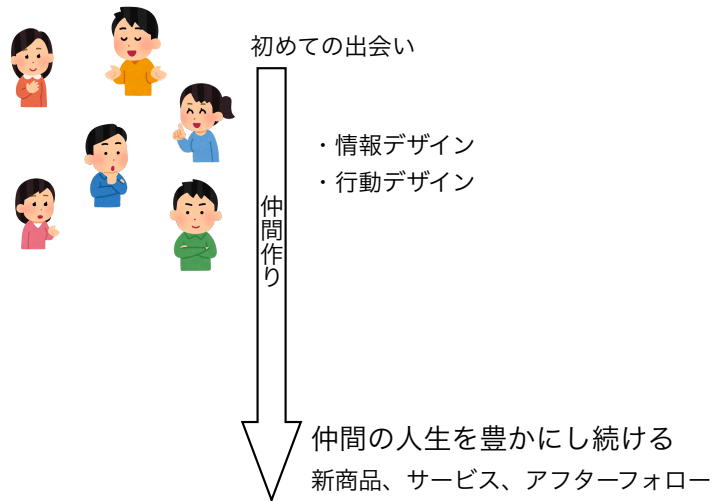
- ・人への仕事には、お金が適しているものと信用が適しているものがある。
- ・自分なりの最適なバランスを見つけることが大切。

	() %	() %	() %
手に入れる手段	自給仕事 ・ ・ ・	人への仕事：信用 ・ ・ ・ ・	公共仕事：信用 ・ ・ ・ ・
	人からもらう：信用 ・ ・ ・	人への仕事：お金 ・ ・ ・ ・	公共仕事：お金 ・ ・ ・ ・
	人から買う：お金 ・ ・ ・		

第3章 必ず売れる「商品」が満たすべき三つの条件

ここからは、三つの仕事の中でも特に「人への仕事（お金）」、つまり**「商売」**に焦点を当てていきます。お客様に喜ばれ、かつ自分も豊かになる「商品」には、満たすべき三つの絶対条件があります。

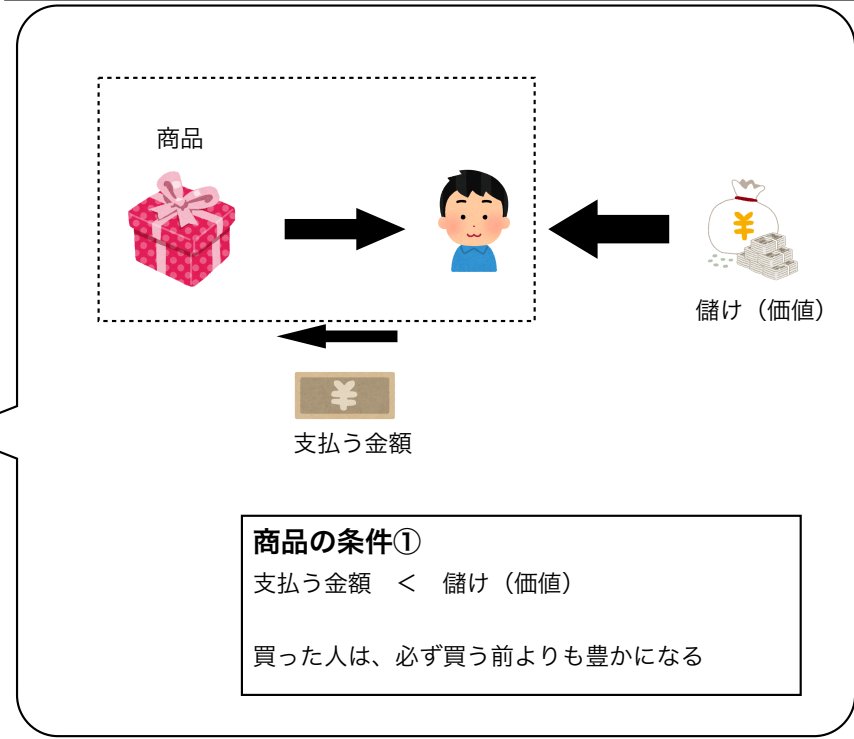
図解：商売の全体像



商品の条件②
最低価格以上の値付け

最低価格の計算方法

1. 一ヶ月の支出を調べる。
2. 一ヶ月に働く時間を算出する。
3. 一ヶ月の支出÷働く時間=最低の時給
4. 価値提供時給=最低の時給×安全係数 (1.5から2.0)
5. その商品を提供するために必要な時間を算出する。
6. 価値提供時給×必要時間=商品の最低価格



商品を提供し、
一番豊かになって欲しい人
(一番買ってくれる人)

商品の条件③
商品の価値をきちんと認識していること

- ・情報デザイン
- ・行動デザイン

頭の中

顧客

同じ趣味嗜好、価値観を持つ仲間達
(ビジョンの共有)

3-1. 条件①：支払う金額 < 儲け（価値）

これはお客様目線の絶対条件です。

お客様があなたの商品に支払う金額よりも、その商品から得られる「儲け（価値）」の方が必ず大きくなければなりません。ここで言う「儲け」とは、金銭的な利益だけでなく、人生が豊かになる、問題が解決するといった広義の価値を含みます。

もしこの関係が逆転していれば、お客様は損をすることになり、それは「詐欺」と呼ばれます。お客様が買う前よりも必ず豊かになること。これが商売の大前提です。

3-2. 条件②：最低価格以上の値付け

これはあなた自身の目線の絶対条件です。

あなたのビジネスと生活が持続可能であるためには、商品の価格が、必要経費を賄える「最低価格」を上回っている必要があります。

最低価格の計算方法は後述のワークシートで詳しく解説しますが、基本的には「あなたが1ヶ月に生活するために必要なお金」を「あなたが1ヶ月に商品提供のために働ける時間」で割り、商品1つあたりにかかる時間を掛けることで算出します。この最低価格を下回る値付けでは、働けば働くほど貧しくなってしまいます。

3-3. 条件③：商品の価値をきちんと認識していること

これはお客様の「頭の中」の条件です。

いくら「条件①（価値 > 価格）」を満たす素晴らしい商品であっても、その価値がお客様に伝わり、「この商品を買えば、支払う金額以上に得をする（豊かになれる）」と認識されなければ、商品は売れません。買われない商品は、ビジネスの世界では存在しないのと同じです。

この三つの条件がすべて揃って、初めて「商品」と呼べます。あなたの今の商品は、この三つの条件を満たしていますか？もし満たしていない部分があれば、そこを改善することが、何よりも先に取り組むべき課題です。

【ワークシート③-1】商品の価値（儲け）を洗い出す（条件①）

あなたの商品が、お客様にどれだけの「価値」を提供できるのかを具体的に書き出してみましょう。

書き方のヒント

- ・ **金銭的価値:** お客様の収入を増やしたり、支出を減らしたりできる要素を具体的に考えます。（例：最新エアコンによる電気代削減、資格取得による昇給など）
- ・ **プライスレスな価値:** お金では直接換算できない価値（満足感、安心感、楽しさなど）を書き出します。
- ・ **価値の換算:** プライスレスな価値も、「もしこれをお金で解決しようとしたら〇〇円かかる」というように、できるだけ金銭的価値に変換してお客様に伝える工夫をしてみましょう。比較しやすくなり、価値が伝わりやすくなります。

【ワークシート③-2】商品の最低価格を計算する（条件②）

次に、あなたのビジネスが持続可能であるための「最低価格」を計算します。下の項目を順番に埋めていってください。

計算のポイント

- ・ **働く時間:** 「人への仕事（お金）」に使える時間を算出します。
- ・ **安全係数:** 予期せぬ事態に備えるため、計算で出た最低時給に1.5～2.0を掛けておくことをお勧めします。これにより、事業に余裕が生まれます。
- ・ **必要時間:** 商品の提供そのものにかかる時間だけでなく、準備や後片付け、移動時間など、関連するすべての時間を含めて計算します。

この計算で出た「最低価格」と、先ほど洗い出した「お客様が得る価値」を比較し、**「価値 > 最低価格」**の関係が成り立っているかを確認しましょう。

ワークシート③

商品の価値（儲け）を洗い出す：商品の条件①

その商品を手に入れることで、何ができるようになるのか、何が手に入るのか ※追補資料6「必ず売れる商品の作り方」参照

プライスレスな価値

○情緒的価値：気持ち、満足度

- ・
- ・
- ・

○必須の物：衣食住、生きるために必要な物

- ・
- ・
- ・

○趣味、嗜好、慣習

- ・
- ・
- ・

金銭的価値：どれぐらい得するのか？ 増える収入、減らせる支出

- ・
- ・
- ・

商品の最低価格を計算する：商品の条件②

※追補資料2「値段の付け方」参照

1. 一ヶ月の支出金額は？

_____ 円

2. 一ヶ月に働く時間は？

_____ 時間

3. 最低の時給

(一ヶ月の支出) ÷ (働く時間) = _____ 円/時間

4. 価値提供時給

(最低の時給) × 安全係数2.0 = _____ 円/時間

5. その商品を提供するために必要な時間は？

_____ 時間

6. 商品の最低価格

(価値提供自給) × (必要時間) = _____ 円



第4章 お客様と「仲間」になり、価値を伝える方法（条件③）

商品の三つの条件のうち、最後の「認知」は、お客様との関係性作りと伝え方の工夫によって達成されます。どうすればお客様の頭の中に「この商品は価値がある！」という認識を作り出せるのでしょうか。

4-1. 価値を伝える大前提：信用を築く

人は、知らない人から「これはお得ですよ」と言われても、すぐには信じません。価値を伝える以前に、まず**「この人は信用できる」**と思ってもらう必要があります。

信用を築く最もシンプルで強力な方法は、**「接触頻度を保つ」**ことです。

毎日挨拶を交わすうちに、相手への親近感が湧き、「悪い人ではなさそうだ」と感じるようになります。ビジネスにおいても同じです。

- ・ **リアル店舗:** お店がそこにあるだけで、地域の人々との接触が生まれます。
- ・ **オンライン:** メールマガジンやニュースレター、SNSでの発信を定期的に行うことで、お客様との接点を持ち続けることができます。

重要なのは、これらは売り込みのための「広告」ではなく、**信用を築くための「挨拶」**であると捉えることです。

4-2. 価値の伝え方：五感に訴える

信用関係が築けたら、いよいよ価値を伝えます。言葉で説明することも大切ですが、より強力なのは**「五感」**に訴えかけることです。

うなぎ屋の前を通った時の、あの香ばしい匂いを思い出してください。店員が何も言わなくても、匂いを嗅いだけで「美味しそう、食べたい、幸せになれそう」と感じてしまいます。これは、「匂い（嗅覚）」によって、うなぎの価値がダイレクトに伝わっている例です。

あなたの商品は、お客様の五感（視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚）にどのように訴えかけることができるのでしょうか？

- ・ **視覚:** 美しいパッケージ、魅力的な写真や動画
- ・ **聴覚:** 心地よいBGM、安心感を与える声
- ・ **嗅覚:** リラックスできる香り、食欲をそそる匂い
- ・ **味覚:** サンプルの試食

- ・ 触覚: 素材の質感、商品の使い心地の体験

五感を通して価値を伝えることで、お客様の心は動き、「買う」という選択肢しか考えられなくなります。

【ワークシート④】価値を伝え、行動してもらう仕組みを考える

このワークシートでは、「条件③：認知」を達成するための具体的なアイデアを書き出します。

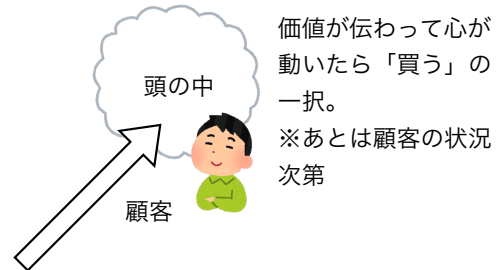
書き方のヒント

- ・ **繋がり続ける施策:** あなたのビジネスで、お客様と「挨拶」を続けるにはどんな方法がありますか？（例：週一回のメルマガ発行、季節ごとのハガキ送付、SNSでの毎日投稿など）
- ・ **五感で価値を伝える:** あなたの商品やサービスの価値を、五感それぞれで表現するとしたらどんな方法が考えられますか？（例：商品の使い方を解説する動画を作る（視覚・聴覚）、お店でオリジナルのお茶を出す（味覚・嗅覚）など）

ワークシート④

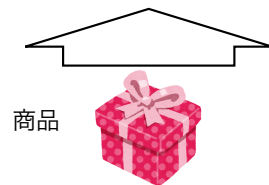
どうやって価値を認識してもらい、買うという行動をしてもらうか：商品の条件③

売る＝情報を伝える行為、買う＝いいね！と認知すること



五感を使って、どんな手段で”価値”を伝えるか？
認知してもらうか。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・



仲間の人生を豊かにし続ける
新商品、サービス、アフターフォロー

顧客（同じ価値観を持つ仲間）と繋がり続ける施策
接触頻度を保つ

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

第5章 お客様を「買う」という行動に導くデザイン

最後の章では、お客様に最終的に「買う」という行動をとってもらうための、より具体的な設計（デザイン）について考えます。売上は商品を作るのではなく、お客様の「行動」が作ります。

5-1. ステップ1：共通認識を作る

お客様は、あなたの専門分野については「素人」です。骨董品の価値が専門家にしか分からないように、前提知識がなければ商品の本当の価値は理解できません。

そこでまず、お客様に商品の「見方」を教え、共通認識を作る必要があります。

打ち合わせや日々の発信の中で、「こういう視点で見ると、この商品の価値が分かりますよ」という前提知識を少しずつ伝えていくのです。これにより、いざ商品を提案した時に、お客様はその価値を正しく理解しやすくなります。

5-2. ステップ2：行動を分解し、施策を考える

お客様が最終的に「購入する」という行動に至るまでには、いくつかのステップがあります。スーパーでの買い物を例に考えてみましょう。

ゴール：レジでお金を払う

↑

行動④：商品をカゴに入れる

↑

行動③：商品を手取る

↑

行動②：商品棚の前で立ち止まる

↑

行動①：お店に来る

このように、最終ゴールから逆算して、お客様にとってほしい行動を細かく分解します。そして、**それぞれの行動を促すための「施策」**を考えます。

- 行動①を促す施策 → チラシ広告、SNSでの告知
- 行動②を促す施策 → 目を引くPOP、売り場のレイアウト
- 行動③を促す施策 → 試食販売、魅力的なパッケージ

あなたのビジネスにおいて、お客様に最終的にしてほしい行動（ゴール）は何ですか？そこから逆算して、必要な行動と、それを促す施策を考えてみましょう。

【ワークシート⑤】お客様の行動計画を作る

このワークシートを使って、お客様の行動をデザインし、具体的な計画に落とし込みましょう。

書き方のヒント

- ・ 左側（目的・ワーク）：
 - **お客さんが求めるもの**: お客様の根本的なニーズや欲求は何か？
 - **知っておいて欲しいこと**: 商品の価値を理解してもらうために、どんな前提知識や価値観を共有したいか？
- ・ 右側（行動計画）：
 - **ゴール**: あなたがお客様に最終的にとってほしい「売上を作る行動」は何か？（例：申込ボタンを押す、契約書を交わす）
 - **お客さんがする行動**: ゴールから逆算して、必要な行動をステップに分解する。
 - **行動を導く施策**: 各ステップの行動を促すための具体的なアイデアを考える。
 - **目標人数**: 各施策によって、毎月何人の人が行動してくれるか、目標を設定する。これにより、計画の進捗を測り、改善策を立てやすくなります。

ワークシート⑤

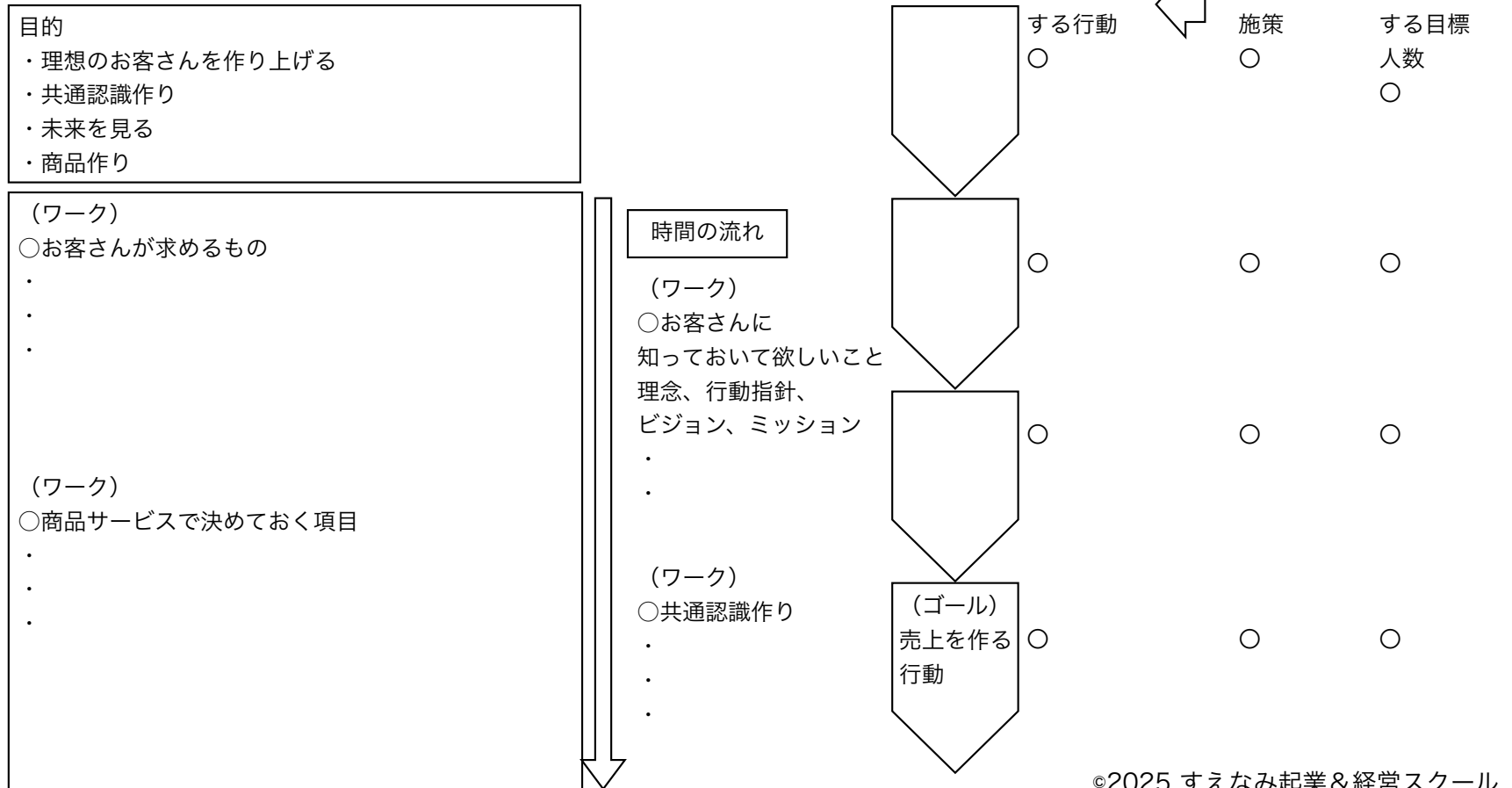
どうやって価値を認識してもらい、買うという行動をしてもらうか：商品の条件③

売上は、商品を作るのではなく、お客さんの行動が作ります（例：レジに商品を持って行く、申込みボタンを押す、契約書を交わすなど）

商品の売上げ計画ではなく、お客さんの行動計画を作りましょう

※追補資料7「どんな依頼も必ず売れる商品にしてしまう打ち合わせ術」参照

※追補資料8「本当の需要の見つけ方、契約の取り方」参照



©2025 すえなみ起業&経営スクール

おわりに

ここまでお疲れ様でした。

このワークブックで学んだこと、そして書き出したことは、あなたのビジネスにとっての羅針盤となるはずです。

しかし、最も大切なのは、このワークブックを完成させることではなく、**ここから行動を始めること**です。そして、行動した結果をまたこのワークブックに立ち返って整理し、次の行動に繋げていく。この繰り返しが、あなただけの「社会と自分を豊かにするビジネス」を、着実に、そして豊かに育てていく唯一の道です。

このワークブックが、あなたの素晴らしい旅の一助となることを心から願っています。

より詳しい知識や背景を知りたい方は、書籍『起業の教科書』（すえなみ起業&経営スクール）も合わせてご活用ください。

【読者の方限定 無料プレゼント】

読者の方限定で、特典を無料プレゼントします。

次のURL、またはQRコードから申込みwebページにアクセスして、お申し込みください。

<https://cl-wagamamalive.com/p/r/nNsMe8sA>



- 解説動画「社会と自分を豊かにするビジネスの作り方」図解&ワークシート
- 本書で扱った図解とワークシート集 (pdf)
- 「起業の教科書」割引クーポン (3,000円→1,000円)

ご案内

当スクールでは、普通の人が、社会も自分も豊かになる個人事業の作り方を教えています。

特に、地元の地域を豊かにしていく当たり前の商品サービス、事業作りを得意としています。とは言っても、社会自体が壊れつつある今、当たり前の仕事が当たり前じゃないように見えてしまうのかもしれない。

個人事業主が目指すべき商売の形を知って、地域もあなたも豊かになる商品を作りましょう。

起業と経営を学びたい方は、ホームページをご覧ください。

また、企業様、学校様からの出張講師、研修のご依頼もホームページからお願いします。

すえなみ起業&経営スクール：



<https://lifedesign.wagamamalive.com>

著者プロフィール

末次克洋（すえなみ かつひろ）



個人事業主の起業&経営コーチ。

すえなみ起業&経営スクール代表、すえなみBC防災スクール代表、オープンオフィスSENSE代表

コワーキングコミュニティ立ち上げをきっかけに会社員時代とは異分野で起業。簿記やホームページ作成など、すべて自分の手でやる芸の肥やしとした。お金の本質と自然界の姿から、独自の起業理論、ビジネスの在り方を考案。元電子機器技術者ならではの物作り思考と、心理カウンセリング、ファシリテーション力で、相談者の頭の中を見える化。地域を豊かにする主婦や会社員の起業家が増殖中。

社会と自分を豊かにするビジネスの作り方

—図解とワークシートで学ぶ、あなたと社会が共に豊かになるための実践ガイド—

初版発行：令和7年8月11日

著者：末次克洋（すえなみ かつひろ）

発行：すえなみ起業&経営スクール

〒390-0848

長野県松本市両島7-1 オフィス松本堂1階 SENSE内

※ 本書の内容の全部または一部について私的利用を除いて、著作権上、無断で複製、転載、配布（印刷しての配布を含む）、データファイル化することは禁じられています。

本書を複数人で利用される場合は、人数分をご購入いただきますようお願い申し上げます。

©すえなみかつひろ