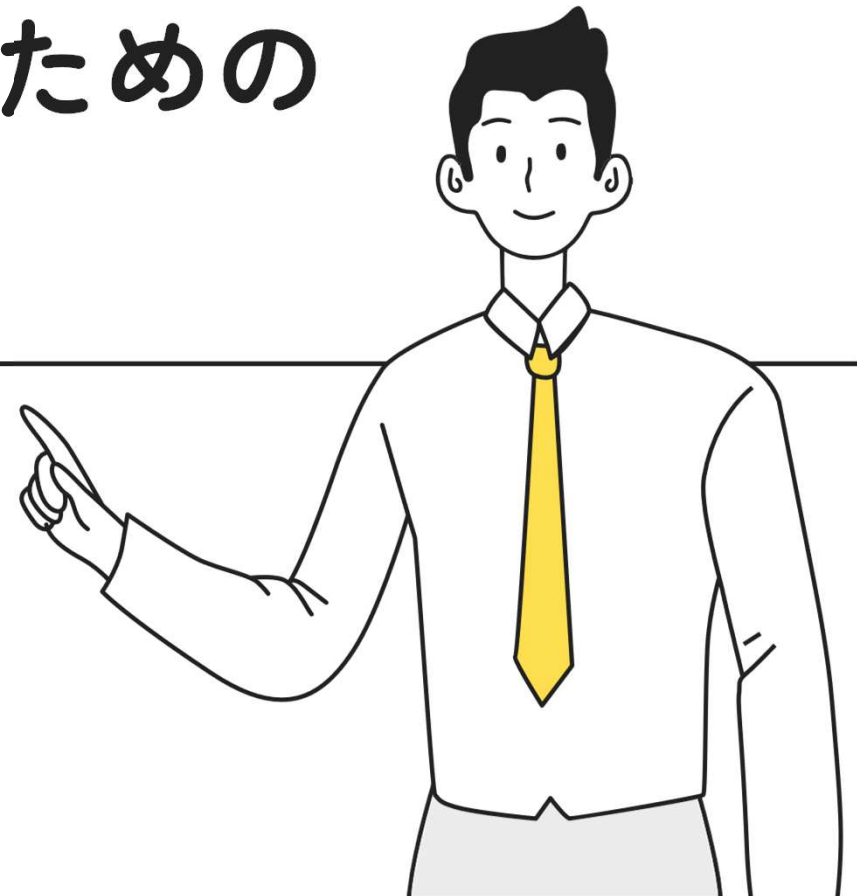

崖っぷちから脱出するための ビジネス超入門

Lucky Field 吉田直樹



目次

1. まえがき
2. ビジネスとは
3. まず最初にやること
4. 需要とは
5. 供給とは
6. マーケティングとは



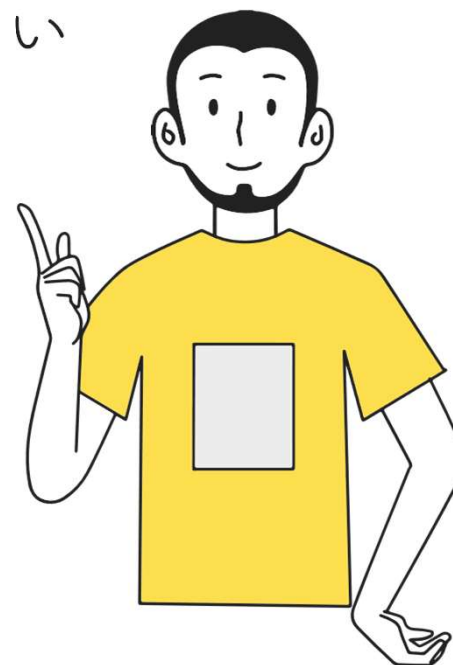
1. まえがき

- どの情報が自分に合っているのかわからない
- 何をすればよいかわからない



「崖っぷち状態」

それは、あなたのせいではない！

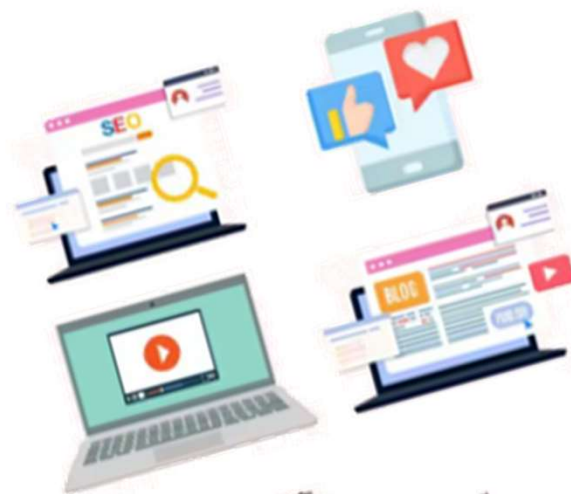


1. まえがき

- ・いまの時代、情報があふれている
- ・だれもが先生になれる（玉石混交）
- ・集客や販売に特化されている
- ・ビジネス全体を教えてくれない



迷ってあたりまえ



- ・SEO対策
- ・SNSマーケティング
- ・Web広告
- ・動画マーケティング
- ・コンテンツマーケティング



1. まえがき

まずは、
情報の「断捨離」をしましょう！



1. まえがき

はい、
情報を捨てましたか？

頭を空っぽにしたら、
次はビジネスの基本です。



2. ビジネスとは

ビジネスの前に、

お金とは

「価値」と交換
する「モノ」



2. ビジネスとは

お金を稼ぐとは
価値を与えてお金をもらうこと

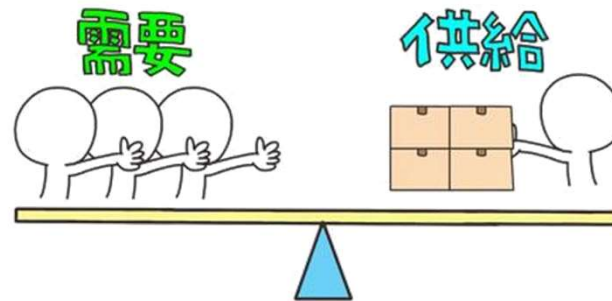
「お金を稼ぐ＝正義」



2. ビジネスとは

ビジネスとは

需要に対して供給する活動



2. ビジネスとは

人が商品・サービス
を買う理由

現状の状態（不快）



理想の状態（快）

ギャップを
埋めるため
価値を買う



2. ビジネスとは

ビジネスの要素



戦略：目標を達成するための各要素の流れ

戦術：各要素を最適化する手法



3. まず最初にやること

商品・サービス設計のため
のターゲットとコンセプト

ビジネスの最初の要素



商品・サービス



ターゲットとコンセプトを決める



3. まず最初にやること

でも、ちょっと待ってください！



3. まず最初にやること

ターゲットとコンセプトって難しそう
フレームワークとかたくさんあるし、、、



3. まず最初にやること

情報の断捨離をして

これだけ、考えてください！



3. まず最初にやること

あなたの商品・サービスは

- ・ 誰の
- ・ どういう悩み（不快）を ⇐ **需要**
- ・ どうやって解決（快に）する ⇐ **供給**

を考える！



3. まず最初にやること

でも、ちょっと待ってください！



3. まず最初にやること

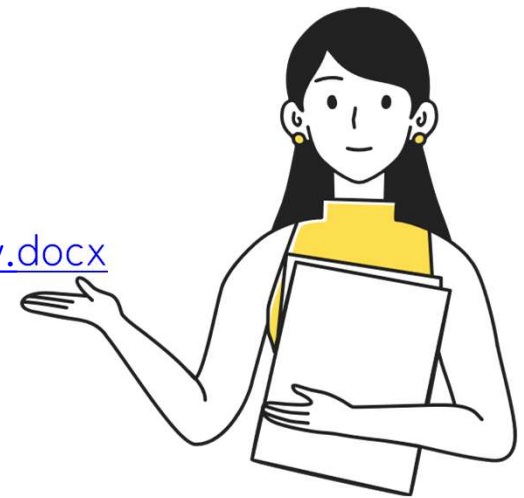
商品・サービスを考える前にすることがあります

それは、自分の強みを知ること！

無料特典を受け取ってワークしてください



<https://lucky-field.jp/wp-content/uploads/2024/12/selfhistory.docx>



3. まず最初にやること

自分を強みを知っているから、

どういう「需要」に対して

どうやって「供給」するのか

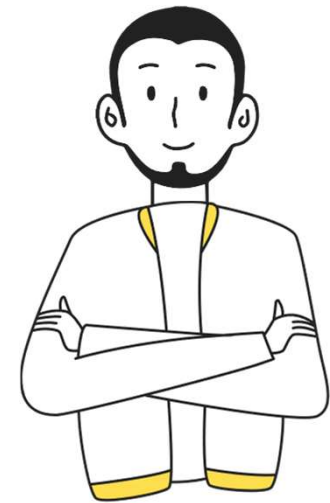
つまり、あなたの商品・サービスが作れるんです！



4. 需要とは

ニーズや欲求にアプローチすると売れない
⇒ 需要を見つければ売れる

- ✓ ニーズとは
不快から快になりたいと感じている状態
- ✓ 欲求とは
ニーズが特定の対象に向けられた願望
- ✓ 需要とは
欲求を更に絞って具体的にしたもの

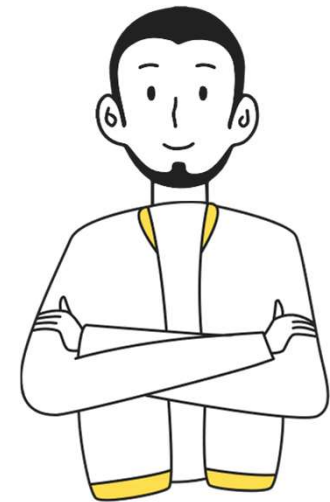


4. 需要とは

ニーズとは

本人が根源的に感じていて他人が作る出すことはできない

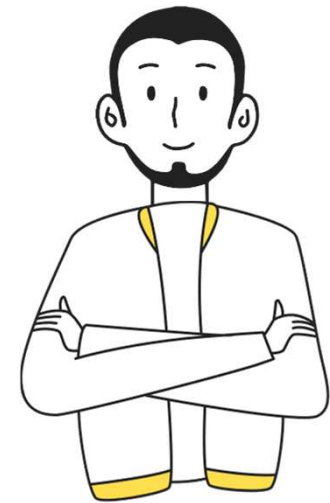
人間が行動する際の目的とされていて、「抽象的に表現」される



4. 需要とは

ニーズ：例えば

- ・ お腹がへったな～
- ・ 家族みんな幸せになりたいな～
- ・ 老後一人っきりになったらどうしよ～
- ・ のどが渴いたな～
- ・ パンデミック起きたらいやだな～

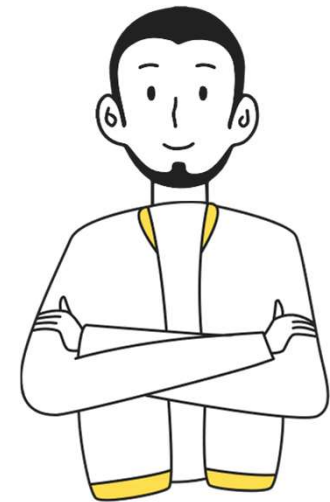


4. 需要とは

ニーズは根源的欲求

ニーズは「LF8」と呼ばれる
根源的欲求に基づくと言われている

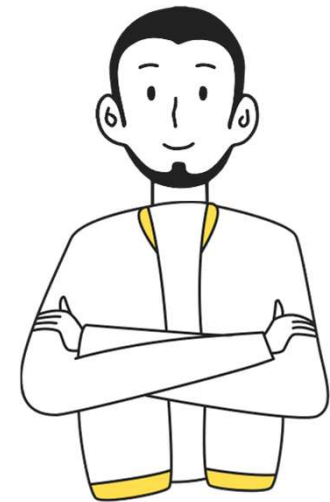
LF8 : Life Force 8



4. 需要とは

LF8 とは

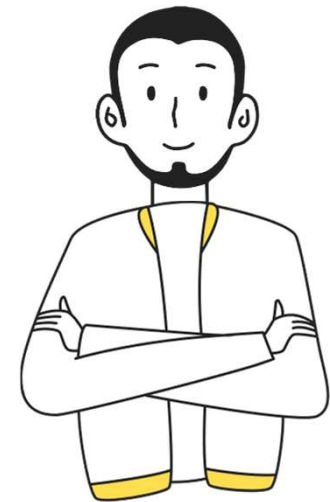
1. 生き残り、人生を楽しみ、長生きしたい
2. 食べ物、飲み物を味わいたい
3. 恐怖、痛み、危険を免れたい
4. 性的に交わりたい
5. 快適に暮らしたい
6. 他人に勝り、世の中に遅れをとりたくない
7. 愛する人を気遣い、守りたい
8. 社会的に認められたい



4. 需要とは

LF 8 に付随する後天的欲求

1. 情報がほしい
2. 好奇心を満たしたい
3. 身体や環境を清潔にしたい
4. 能率よくありたい
5. 便利であってほしい
6. 信頼性、質の良さがほしい
7. 美しさと流行を表現したい
8. 節約し、利益を上げたい
9. 掘り出し物を見つけたい

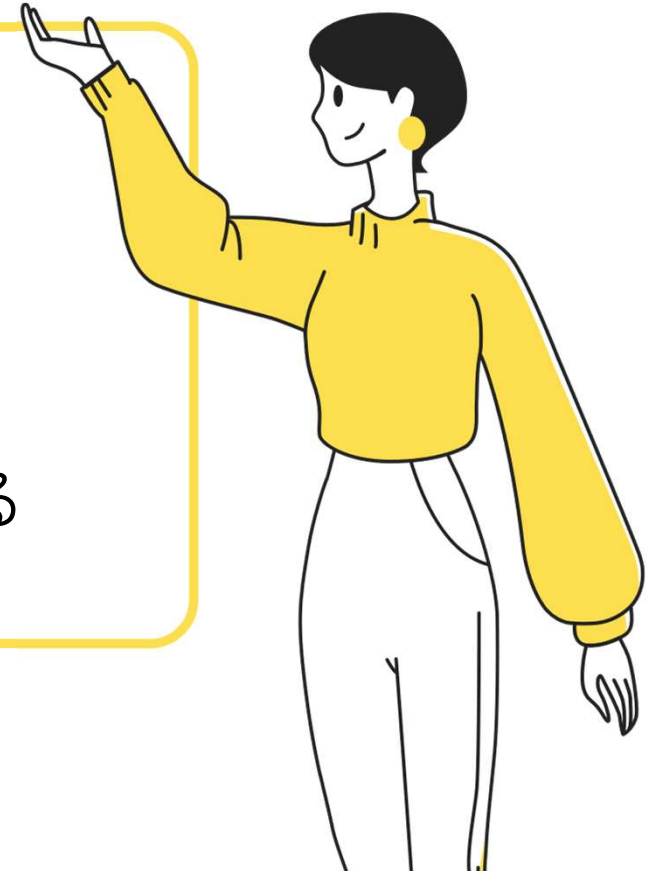


4. 需要とは

欲求とは

ニーズが「特定の対象」に
向けられた願望のこと

⇒ 特定の対象は人によって異なる



4. 需要とは

欲求：お腹がへったな～
というニーズに対して

- ・ お寿司が食べたい
- ・ 焼肉が食べたい
- ・ ハンバーガーが食べたい
- ・ ラーメンが食べたい

欲求はニーズを満たす「特定の対象」

ニーズよりも具体的



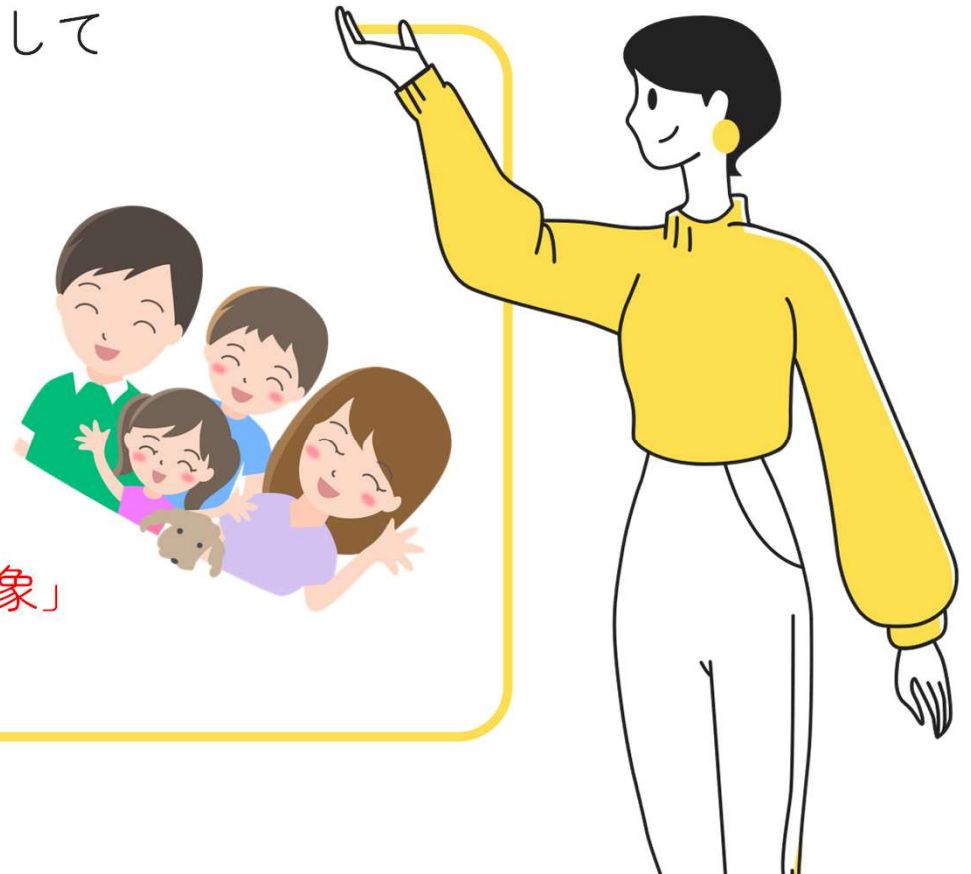
4. 需要とは

欲求：家族みんな幸せになりたいな～
というニーズに対して

- ・ お金を稼ぎたいな～
- ・ 子育て頑張りたいな～
- ・ 家族旅行したいな～
- ・ 一戸建てに住みたいな～

欲求はニーズを満たす「特定の対象」

ニーズよりも具体的



4. 需要とは

欲求：老後一人っきりになったらどうしよ～
というニーズに対して

- ・ 結婚したいな～
- ・ 犬か猫欲しいな～
- ・ 友達増やしたいな～
- ・ マンションに引っ越そうかな～

欲求はニーズを満たす「特定の対象」

ニーズよりも具体的

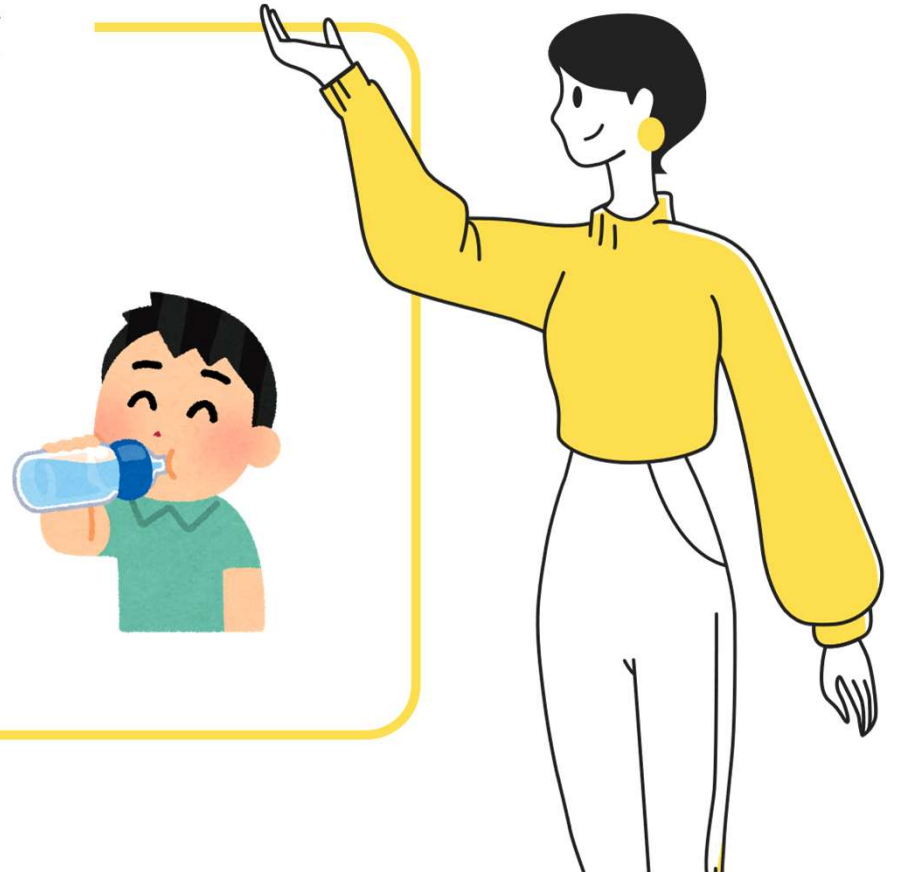


4. 需要とは

欲求：のどが渴いたな～
というニーズに対して

- ・ コーラが飲みたいな～
- ・ お茶が飲みたいな～
- ・ コーヒーが飲みたいな～
- ・ ジュースが飲みたいな～

欲求はニーズを満たす「特定の対象」
ニーズよりも具体的



4. 需要とは

ビジネスのおさらい

ニーズや欲求にアプローチすると売れない

⇒ 需要を見つければ売れる

ビジネスとは、

需要に対して供給する活動

ニーズや欲求に供給する活動ではない！



4. 需要とは

需要：お寿司が食べたい
という欲求に対して

- ・ 高級なお寿司が食べたいのか
- ・ 安いお寿司を家族と一緒に食べたいのか
- ・ 家でお寿司を食べたいのか
- ・ サクッと一人でお寿司を食べたいのか
- ・ 自分でネタを選びたいのか

⇒ これらが「需要」である



4. 需要とは

つまり、
欲求に対して
商品やサービスを提供するだけでは、
お客さまにとって
「本当の悩み（不快）」の解決になるとは限らない

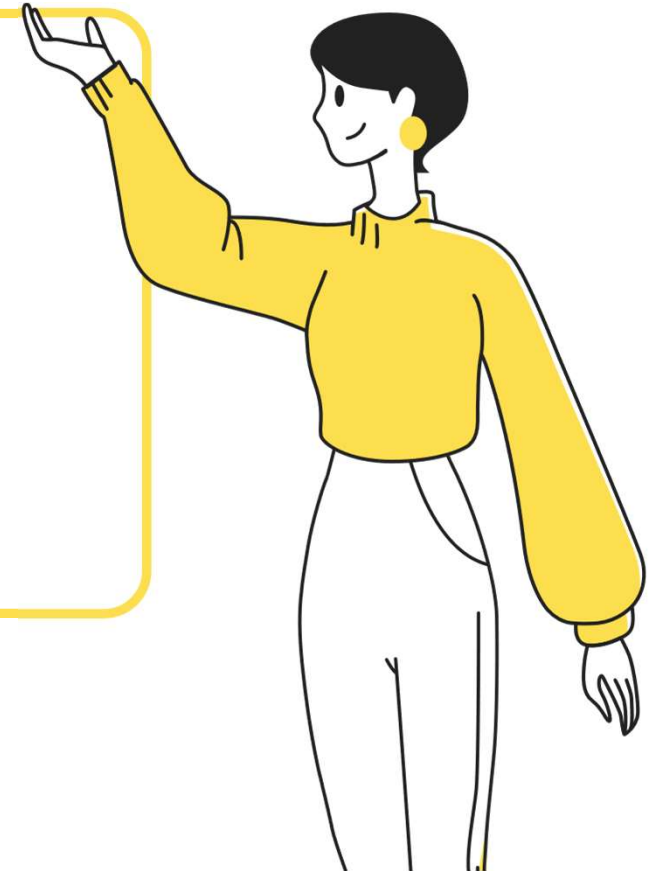


4. 需要とは

需要とは

欲求を更に特定の対象に向けた
「具体的な願望」のこと

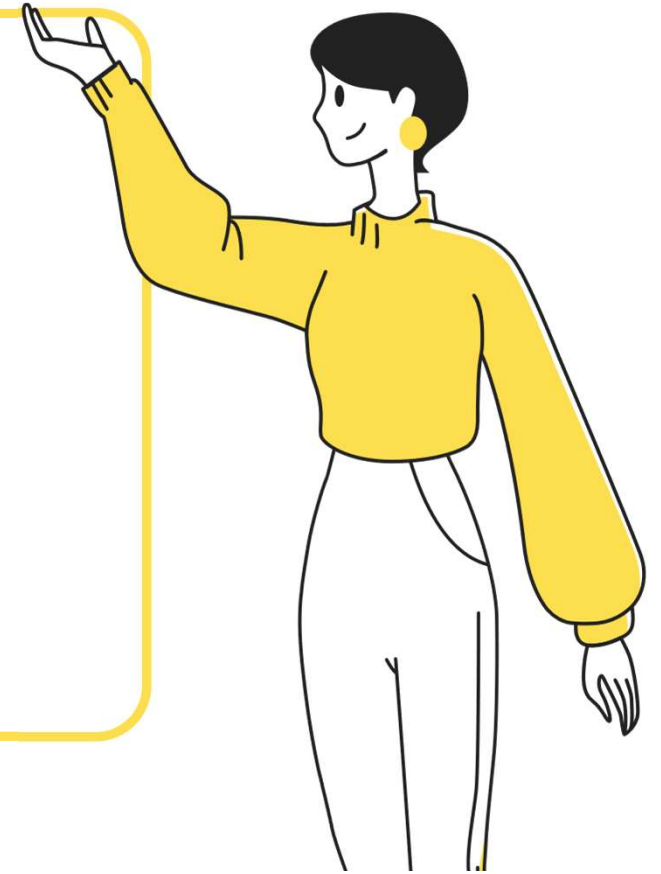
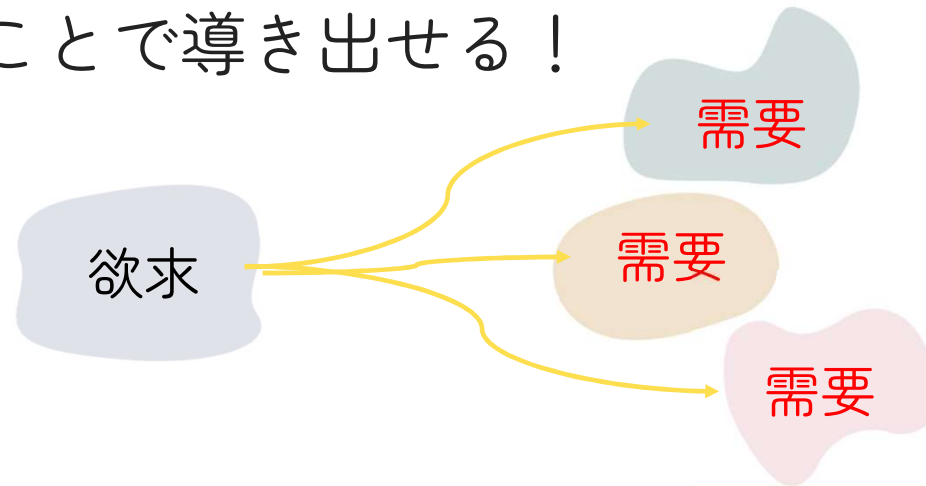
⇒ それは人によって異なる



4. 需要とは

需要とは

だから、欲求を「細分化」する
ことで導き出せる！



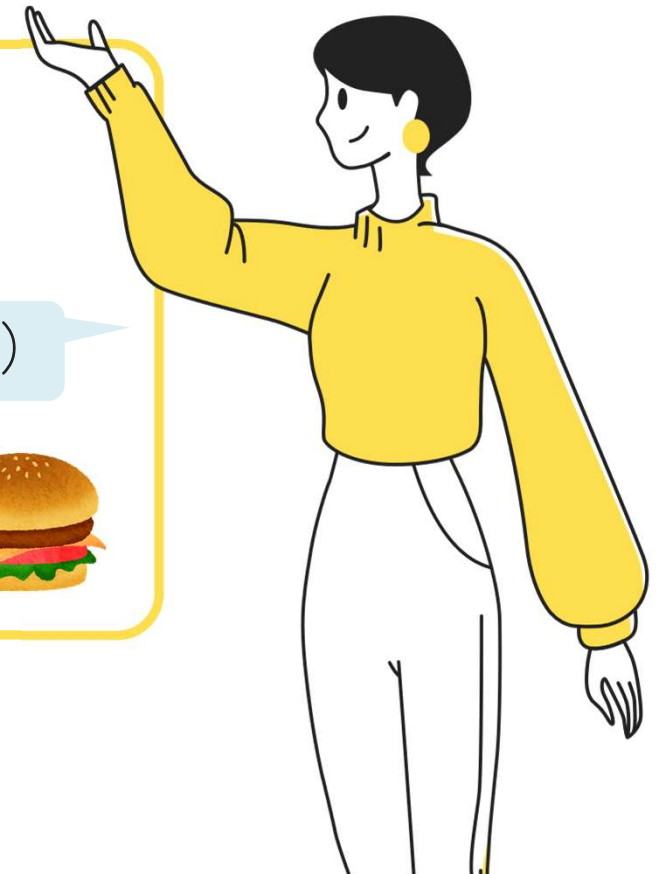
4. 需要とは

悪い例

お腹空いたな～（ニーズ）

はい、ハンバーガー（供給）

いや、ハンバーガーは食べたくない



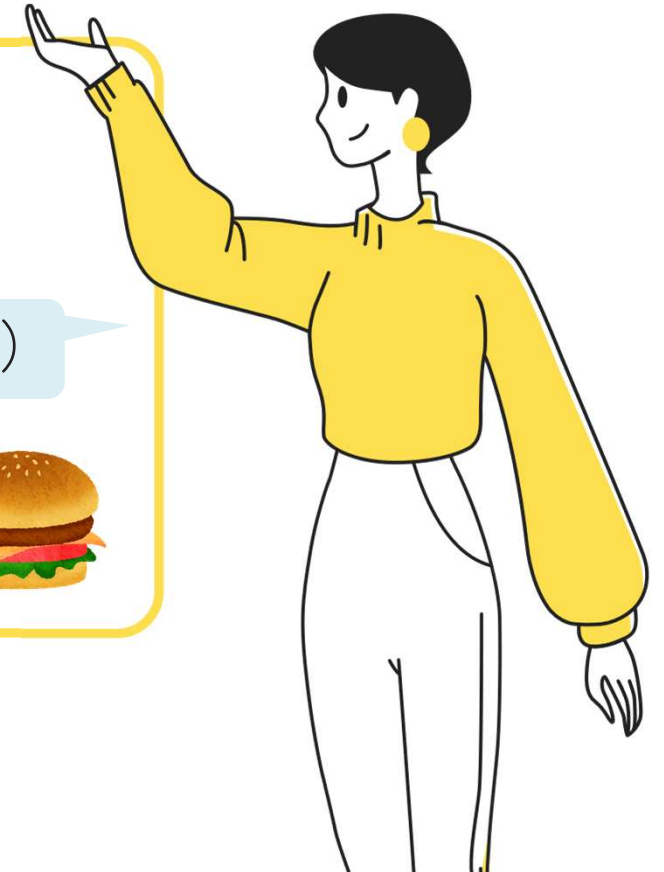
4. 需要とは

悪い例

ハンバーガーが食べたいな (欲求)

はい、ハンバーガー (供給)

いや、このハンバーガーは要らない



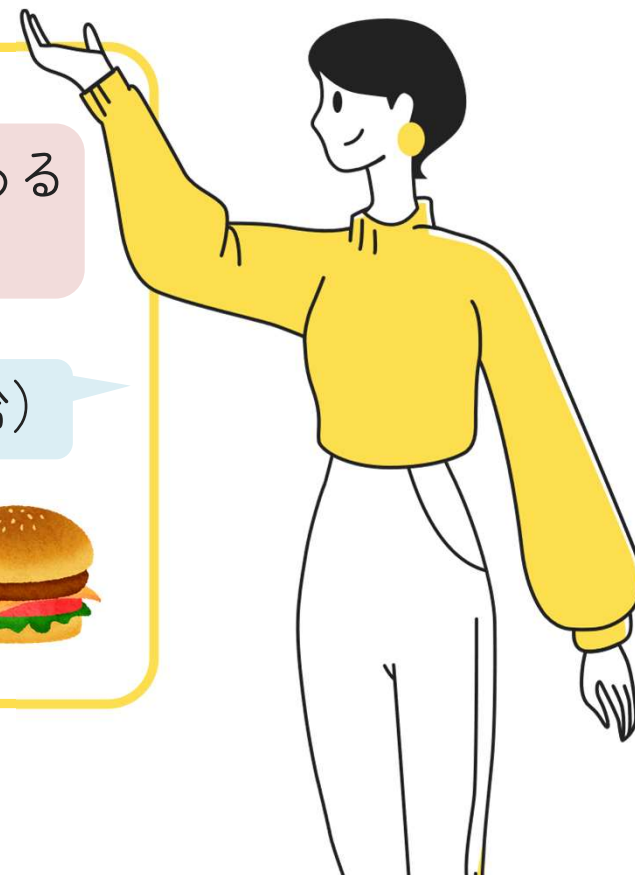
4. 需要とは

良い例

外でサクッと食べれて安くてボリュームある
ハンバーガーが食べたいな～（需要）

はい、マクドのハンバーガーどうぞ（供給）

これこれ、マクド。ありがとう。

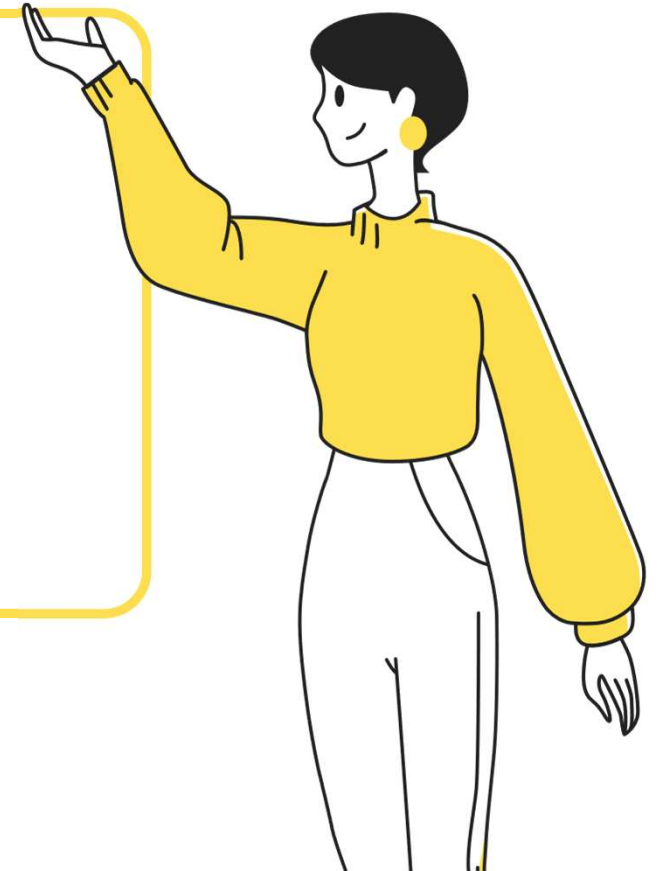


4. 需要とは

需要とは

欲求を更に特定の対象に向けた
「具体的な願望」のこと

⇒ それは人によって異なる



4. 需要とは

需要をみつけることで
供給すべきモノ（商品・サービス）が
はっきりとわかる



「売れるコンセプト」
につながる！



4. 需要とは

ニーズから需要を見つける

お腹空いたな～（ニーズ）

何が食べたいの？

ハンバーガーかな（欲求）

どんなハンバーガー？

安くてボリュームのあるやつ（欲求）

どこで食べたい？

外でサクッと食べたい（欲求）

安くてボリュームで
外でサクッといけるのが
食べたいのか（需要）

じゃあ、マクドだな

おお、マクドに行こう！



4. 需要とは



良い需要の条件

- ①市場が大きい
- ②競合が少ない
- ③高額でも売れる



5. 供給とは

供給とは

「需要」を満たす
商品・サービス
の提供



5. 供給とは

⊘ 注意点

商品・サービス中心（供給ファースト）で
ビジネスを構築してしまうと
良い需要の条件に当てはまらなくて終了



崖っぷちから抜け出せない！



5. 供給とは

⊘ 注意点

商品・サービス中心（供給ファースト）の人は
コンセプトが良くないことが多い



良い需要から逆算していないので
自分よがりの弱いコンセプトになっている



5. 供給とは

🚫 注意点

つまり、ニーズや欲求に対して
供給していることが多い



例えば、「痩せたい人」に
「痩せる方法」を提供している！
だから崖っぷちになる



5. 供給とは



「究極の需要」を見つける必要がある



5. 供給とは

(例) ヨガ講師

- ヨガを使ったダイエットの専門家
⇒ 痩せたい人に対してヨガを提供
- ヨガを使った健康の専門家
⇒ 健康になりたい人に対してヨガを提供
- ヨガを使った美容の専門家
⇒ 美しくなりたい人に対してヨガを提供



5. 供給とは

ヨガのイメージ

- ・ 価格がやすそう
- ・ 大手もやってる
- ・ 個人は怪しそう
- ・ 誰でもできそう



ヨガを前面に出すと
コンセプト設計の時点で終了



5. 供給とは

ヨガ講師の具体例

産後だから無理なくマイペースに出産の前の
体重まで簡単に戻せないかな～（究極の需要）



「出産前の体重に無理なく戻す

ゆったり楽痩せの専門家」

というコンセプトでヨガを提供する



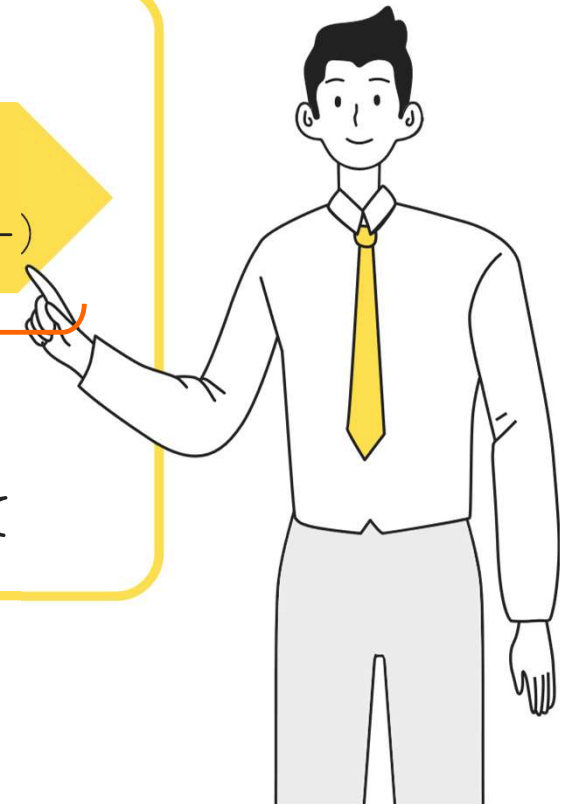
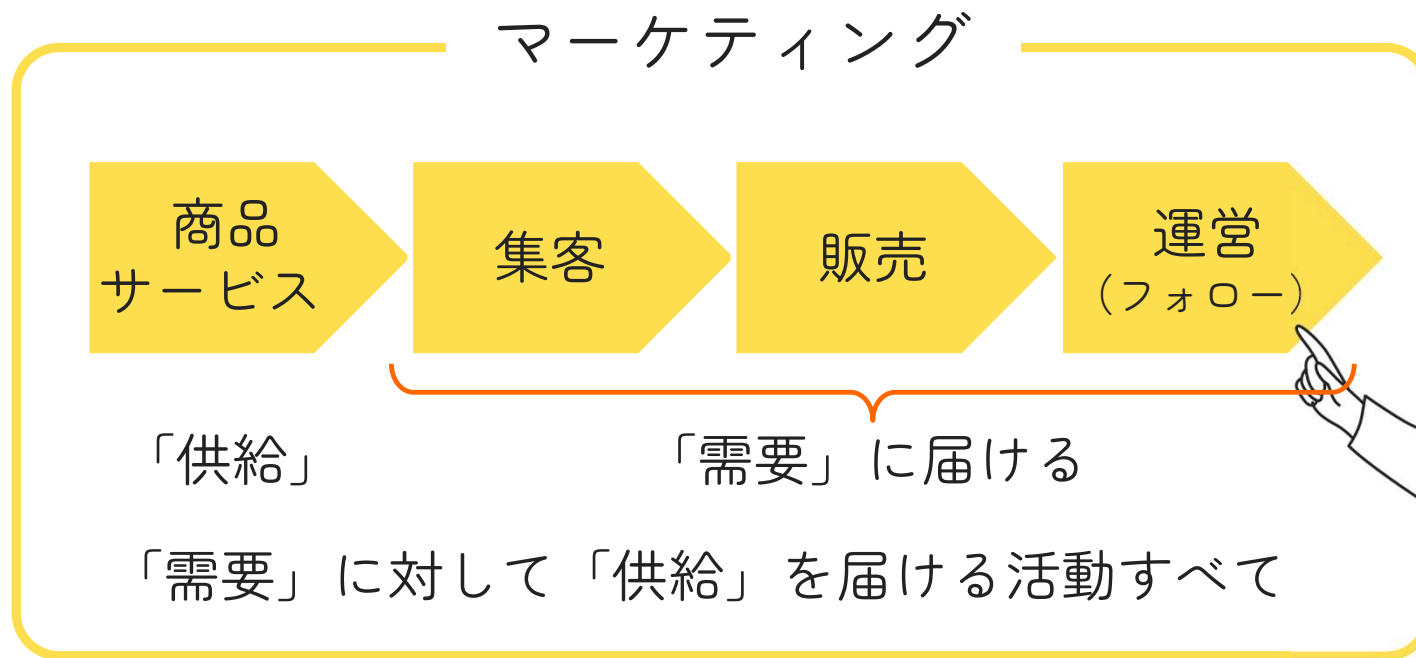
5. 供給とは



見込み客が欲しいモノ（究極の需要）
のなかで、自分のできることは何か？



6. マーケティングとは



6. マーケティングとは

マーケティング

「かぐや姫」をイメージするとわかりやすい！？

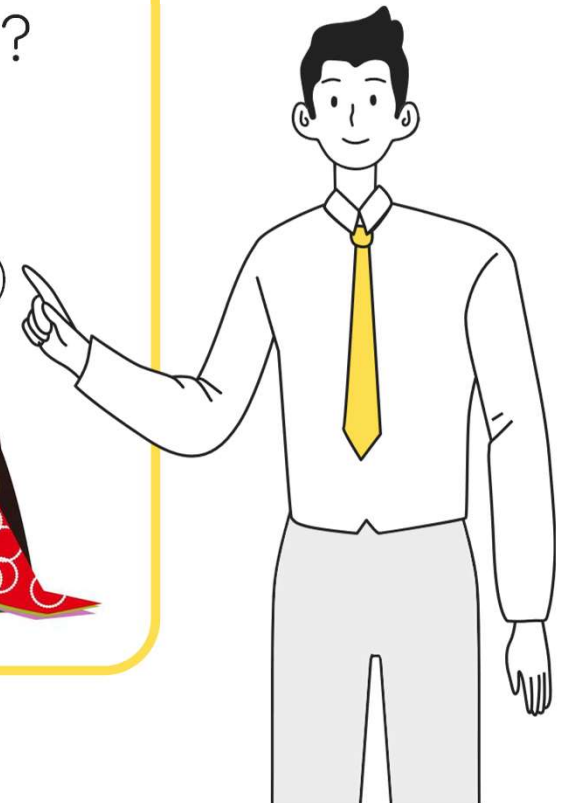
かぐや姫という商品を（供給）

全てを賭けても結婚したい男に（究極の需要）

差別化された噂を広め（集客）

無理難題（高額）を提供する（販売）

5人の高貴な男に貢がせる（運用）



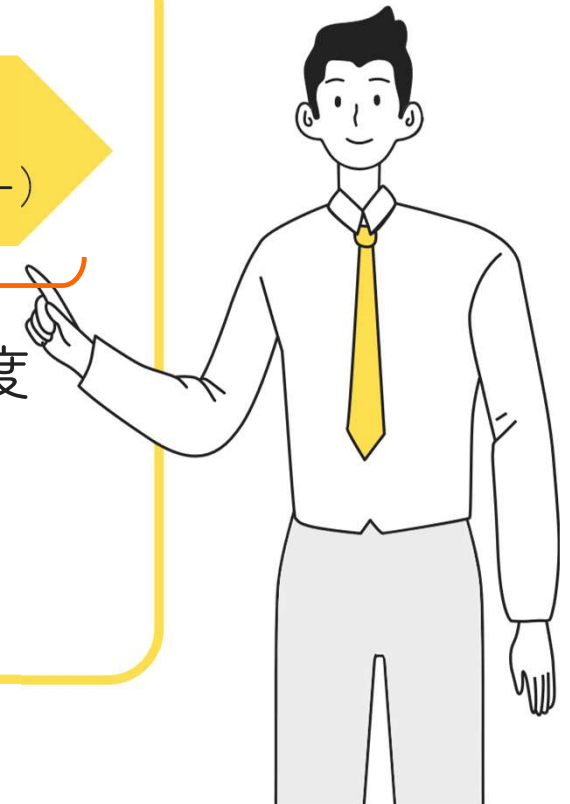
6. マーケティングとは

売上をつくる



売上 = 顧客数 × 平均単価 × 購入頻度

崖っぷちは「かぐや姫」は難易度が高い
なので、「桃太郎」戦略をオススメ



6. マーケティングとは

桃太郎戦略とは、キジ、犬、サルを味方につけて鬼を退治するやり方。



つまり、マーケティングの全てを自分の力でやるのではなく、できる人（企業）にお願いしたり、協業したりすべし！



まとめ

1. 情報の断捨離をする
2. ビジネスとは需要に対して供給する活動
3. 現状と理想のギャップを埋めるために買う
4. 「誰の・どういう悩みを・どうやって解決するか」
を考える
5. 究極の需要を見つける
6. マーケティングは桃太郎戦略を使う

