

A silhouette of a woman with glasses and her hair in a bun, looking out over a cityscape. The background is a dark, blurred view of buildings and streets.

# 顧客増カード

このカードをめくることで、あなたのビジネスの顧客数を増やすことができます。



## 方法1 新規問い合わせ数を上げる

新規問い合わせ数を上げる方法は主に下記の4つです。

- ①既存の問い合わせルートを加速させる
  1. 選ばれる理由を言語化
  2. LPを作成
  3. 露出を増やす
    - ・オーガニック
    - ・有料広告
- ②低ハードルオファー（顧客の行動線上に配置できる低単価商品）で見込み客を集め、セールスでアップセルさせる
- ③アフィリエイト広告
- ④関連業種との提携

## 方法2 リピート率を上げる

下記の手順でリピート率を上げましょう。

- ①失客理由を言語化する
- ②失客理由をつぶし、リピート率が高まるかテストする
- ③リピートの再現性を作る（トークスクリプトなど）
- ④「③」をマニュアル化する（参照：マニュアル作成カード）
- ⑤マニュアルを社内に浸透させる（参照：マニュアル導入カード）

## 方法3 新規問い合わせからの成約率を高める

- 問い合わせの前段階で、商品の特徴とその必要性を理解させる
- 見込み客との接触回数を高める
- 見込み客との接触方法を変えてみる
- 見込み客が望む未来・憧れを提示する
- 成約を取りこぼしたときの代替の選択肢を提示する

A silhouette of a woman with glasses and her hair in a bun, looking out over a cityscape. The background is a blurred city view with buildings and a road.

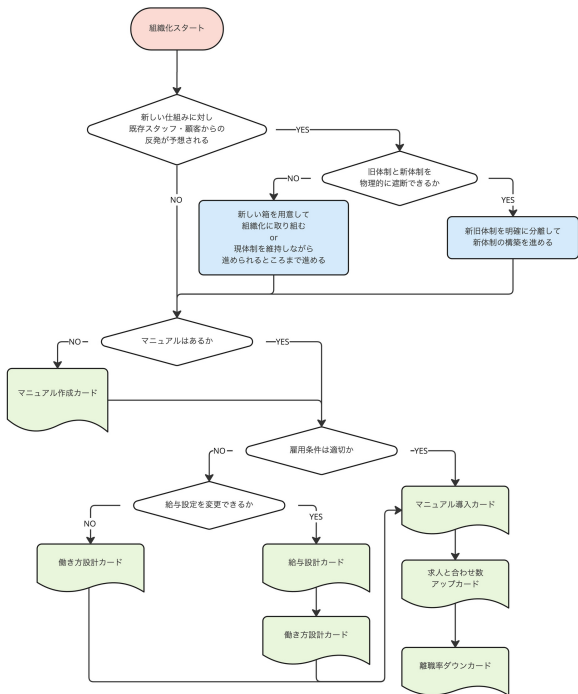
# 組織化カード

このカードをめくることで、あなたのビジネスが組織により自動化され、現場から離れることができます。

# カードのめくり方

目標タイム：6ヶ月～1年

フローチャートに基づき、あなたに必要なサブカードを順にめくってください。



# 求人問い合わせ数 アップカード

このサブカードをめくることで、求人  
の問い合わせ数を増やすことができます。

# カードのめくり方 目標タイム：1ヶ月～2ヶ月



下記のステップで求人問い合わせ数を増やしましょう。

## ステップ1 求職理由を言語化

市場に求められている職場のあり方、もしくはすでに勤務しているスタッフが応募してきた当時の求職理由（応募した理由）をヒアリングし、求職理由を言語化します。

## ステップ2 雇用環境のウリを言語化

求職理由の共通項から、自社で提供可能な雇用環境のウリを言語化します。

## ステップ3 LPを作成

自社の雇用環境のウリを前面に出したLPを作成します。LPには「仕事内容」「どのような人にとって幸せな環境なのか」「応募してきて欲しい人物像」「採用したくない人物像」を必ず明記します。

## ステップ4 LPの露出を増やす

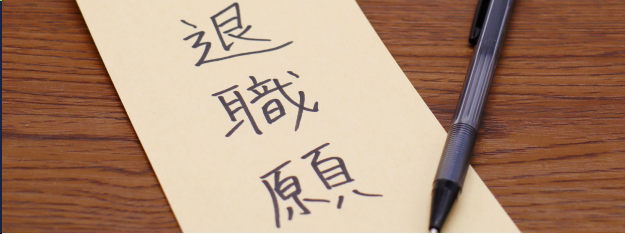
無料の求人媒体にはすべて掲載したうえで、予算に応じて費用対効果の高い有料求人媒体を活用し露出を増やします。

\* 求人問い合わせは求職者側のタイミングに大きく左右されます。

すぐに問い合わせが来ることもあれば、そうでないこともあるため、面で構え、自社のウリを広く告知し続けましょう。

# 離職率ダウン カード

このサブカードをめくることで、求人の問い合わせ数を増やすことができます。



退職願

下記のステップで辞めないスタッフを採用し、離職率を下げましょう。

## ステップ1 過去の離職者の離職理由を整理

市場に既にある離職理由、もしくは過去に自社であった離職理由をすべて書き出し、離職原因を特定します。

## ステップ2 自社が提供する働き方を振り返る

ステップ1の離職理由をふまえたうえで、自社が提供する働き方を振り返り、求人設計と設定がズレていないか確認します。もしズレていたら、雇用環境を再設計します。（参照：給与設計カード、働き方設計カード）

## ステップ3 設計にあつて設定の人材を面接する

求人LPに、「応募してきて欲しい人物像」「採用したくない人物像」「離職理由になりそうな要因」を明記し、設計にあつた人物像（＝設定）の人材を面接に通します。

## ステップ4 面接で自社の設計と設定を説明し、相手に選ばせる

面接にて、「会社の方針・環境」「仕事内容」「どのような人が幸せになるのか」など、自社の設計と設定について詳しく説明。そのうえで『それでも働きたいなら後日連絡をください』と伝え一旦帰し、相手に採用されたいかどうか改めて選ばせます。



# 給与設計カード

このサブカードをめくることで、あなたの  
ビジネスモデルにとって適正な給与モデル  
が設計できます。



適正な給与モデルの設計方法は下記の2ステップで行います。

## ステップ1 同業者および類似業態の給与相場を調べる

同じ市場の競合他社（＝同業者）および、転職元となる類似業態の会社の給与相場を、転職サイト等を使って可能な範囲で調べます。

## ステップ2 収益シミュレーションをもとに適正値を計算する

収益シミュレーションをしながら、事業に十分な利益を残しつつ、競合他社よりもほんの少し良い条件を提示できる適正な給与モデルを理論値ベースで設計します。「ほんの少し良い条件」とは、前職より労働時間が短く、給与額が1～2割ほど高い水準のことで、業種業態またビジネスの収益力を考慮しながら、労働時間と給与額のバランスを整えていきます。

\* 給与設計のゴールは、求人がしやすく、かつスタッフが辞めないモデルを作ることです。基本、前職より労働時間が短く、給料が上がれば「転職成功」となり一旦は定着します。求人設計と設定に配慮しつつ、収益シミュレーションを何度も繰り返し、ちょうど良い労働時間と給与のバランスを設計しましょう。

# 働き方設計 カード

このサブカードをめくることで、離職率の低い働き方を設計できます。



スタッフが離職しない働き方の設計は下記の3ステップで行います。

## ステップ1 自社が提供する環境を整理する

下記の4点を言語化し、提供する雇用環境を整理しましょう。

- ①仕事内容
- ②業務の特徴（例：マニュアル業務、自発的な動きを求めるのかなど）
- ③勤務時間
- ④1日の仕事量

## ステップ2 誰を幸せにするか言語化する

あなたの雇用環境を幸せに感じる人がどのような人なのか、下記の3点を軸に言語化しましょう。

- ①前職でどんな嫌な思いをしたのか
- ②前職で何が満たされなかった
- ③どのようなライフスタイルを目指しているのか

## ステップ3 働く環境の作り込み

ステップ2で言語化した人物像の心が疲れない環境を、下記の3点を中心に作り込みましょう。

- ①スタッフ間の距離感
- ②お客様との距離感
- ③会社と社員の関係性
- ④社内ルール

# マニュアル 作成カード

このサブカードをめくることで、業務をマニュアル化し、あなたの仕事をスタッフが再現できるようになります。

## Manual

### マニュアルの作り方

下記の手順に従ってマニュアルを作ろう。

- ①あなたがやっていることを時系列で言語化する
- ②時系列型のマニュアルを作る  
良いマニュアル：上から順に読み実行すれば結果が出るマニュアル  
（＝時系列型）  
悪いマニュアル：読み手が整理しないと業務の流れがわからないマニュアル  
（＝百科事典型マニュアル）
- ③あなたがマニュアル通りに作業し、一定の成果が出ることを確認する
- ④スタッフにマニュアルを実行してもらい、同じ結果が再現できることを確認

### 作成するマニュアルの種類

作成する種類は下記の4つです。

1. 新規問い合わせマニュアル
2. サービス提供マニュアル
3. リピート率向上マニュアル
4. クロスセル/アップセルのクロージングマニュアル
5. ダウンセル提案マニュアル
6. 組織のルールマニュアル

\*テストを繰り返しながら抜け漏れを確認し、スタッフが作業に迷わない環境を作りましょう。

# マニュアル 導入カード

このサブカードをめくることで、完成したマニュアルをスタッフに浸透させることができます。

マニュアルの導入は下記の4ステップで行います。

## ステップ1 マニュアルの必要性を説明する

スタッフに「なぜこのマニュアルが必要なのか」、①会社の方針、②お客様のメリット、③社員へのメリットの3を軸に丁寧に説明し、その必要性を知ってもらおう。

## ステップ2 スタッフにマニュアルを印刷させ クリアファイルに保存してもらおう

スタッフに全てのマニュアルを印刷するよう指示し、クリアファイルにまとめてもらいます。作るファイルは1人1冊です。マニュアルの社外持ち出しは厳禁です。スタッフに「オンとオフのメリハリを付けて欲しいから、家に持ち帰らないで欲しい」と伝え、自宅に持ち帰らせないように導きましょう。

## ステップ3 スタッフにマニュアルを熟読させる

就業時間中に、何度もスタッフにマニュアルを熟読してもらい、業務がイメージできるようにします。

## ステップ4 20~30人ほどモデルを用意し 練習してもらおう


モデルを手配しマニュアル通りにサービスを提供できるよう練習してもらいます。ポイントは、マニュアル通りに動けないうちは、本番のお客様を接客させないことです。30人練習してダメなら、できるようになるまで、モデルでの練習を継続してもらいます。

\*本カード記載の方法は、店舗での接客業を想定したマニュアルの導入法になりますが、導入方法の基本は業種業態問わず同じです。ご自身のビジネスモデルに合わせてアレンジしてください。

### 【注意】

マニュアル導入を焦ると、スタッフや顧客からの反発から、今うまくいっている仕組みが崩壊するリスクがあります。感情を紐解きながら慎重に進めていきましょう。





# 組織統合 カード

このカードをめくることで、新たに作った組織を、既存ビジネスに適切に導入し、浸透させることができます。



下記の2通りのいずれかを選択し、新組織を既存ビジネスに浸透させましょう。

## プラン1 新組織のルールを旧組織に適用し 統合する

新しく作った組織のルールを、旧組織に適用します。適用する際は、旧組織のスタッフに①会社の方針、②お客様のメリット、③社員へのメリットの3を軸を丁寧に説明します。またこの方法は、必ず一定数の離職者と顧客流出を生み出すため、そのリスクを加味し、事業全体が赤字に転落しないよう気をつけます。もし統合により収益力が著しく落ち、長期にわたり赤字になる見通しがある場合は「方法2」を検討します。

## プラン2 新旧組織の位置づけを再定義し役割 を決める

新組織と旧組織を併走させて2軸で展開していくか、新旧いずれかの組織をサブ事業部として位置づけ組織の主従関係を決めて展開します。新旧組織を同時展開すると、どこかのタイミングで成長規模に差が出ます。これにより選択と集中を迫られ、どちらかを手放す瞬間が訪れます。その際は、組織をフェードアウトさせるか解体するか、後継者に譲るか、売却するかを決断します。



# コスト最適化 カード

このカードをめぐることで、ビジネスのコストが最適化され、収益力を高めることができます。

# カードのめくり方 目標タイム：1週間~6ヶ月



下記の3通りのいずれかを検討し、コストを最適化しましょう。

## 検討項目1 商品原価

代理店等から仕入れている原材料を、OEMで自社生産できないか検討します。自社生産によりコストが大幅に下がるのであれば、自社の資金力と相談して自社生産に切り替えます。

## 検討項目2 家賃

今の店舗・事務所の立地が、ビジネスに重要な要素（集客や求人、離職率）に本当に寄与しているのか検討します。例えば店舗ビジネスの場合、ウェブ広告やチラシ集客がメインであるなら、必ずしも好立地（例：主要駅近くの1階物件）である必要はなく、より家賃の安い駅から少し離れた高層階の物件等でも収益力は変わらないかも知れません。事業を客観的に分析し、出店立地、家賃、収益力のバランスが適切なものか、検討しましょう。

## 検討項目3 内装費

顧客やスタッフの様子をみて、内装のグレードを落としても、新規集客数やリピート率、離職率が落ちないか検討してみましょう。内装費を落とせば落とすほど、資金効率が高まり多店舗出店しやすくなります。競争力を維持しつつ、最低ラインのグレードの内装で営業できるちょうど良い内装費を見極めましょう。

A silhouette of a woman with glasses and her hair in a bun, looking out over a city skyline. The background is a dark, grayscale image of a city with buildings and a street.

# LTVアップカード

このカードをめくることで、プロダクトの  
LTVを高めることができます。

# カードのめくり方 目標タイム：1週間~6ヶ月



下記の4通りのいずれかを方法で、LTVを高めましょう。

## 方法1 メニューを絞り込みコンセプトを尖らせる

市場から受け入れられる範囲で、単価の低いメニューを削除または統合して、メニュー数を絞り込み平均単価を高め、コンセプトを尖らせます。

## 方法2 収益シミュレーションで最適価格を決める

収益シミュレーションをもとに、適正な利益が出せ、かつ市場が受け入れられる範囲で、最大顧客数と適正単価のバランスを調整します。

## 方法3 リピート率を高める


失客理由を言語化し、サービス提供の過程で失客の原因となる要素を排除。再現性高くリピートできるサービス提供のあり方を見つけます。

## 方法4 LTVの高い市場にズラオ

代行（=関連業務の請負）や、講座、フランチャイズ、上流工程の製品サービス（例：ライター業→インタビュー型LP制作）など、労務の提供方法を工夫し市場をズラし単価を高めます。

## 方法5 クロスセル・アップセルを加速させる

はじめに、顧客の行動導線上で求められていることや、既に問い合わせがあり求められていることを商品化します。そして、お茶会や交流会、勉強会、オフ会等で見込み客との距離を詰め、クロージングすることで、クロスセルやアップセルを加速させます。



# 新規市場/エリア 開拓カード

このカードをめくることで、自社の優位性を活かしながら、有利に新規市場/エリアを開拓できます。

# カードのめくり方 目標タイム：1週間~6ヶ月



新規市場や新規エリアを開拓する際は、下記の3つのシナジー（相乗効果）のいずれかが発揮できる領域で勝負しましょう。

## ① 売上シナジー

クロスセル、アップセル、販売チャネル拡大、ブランド強化など。既存ビジネスと掛け合わせることで、単独で参入したときと比べて、より大きな売上拡大が見込める領域の開拓

## ② コストシナジー

価格交渉力の強化、バックオフィスの統合、既存スキームの横展開、物流コスト減など、コストが今まで以上に下がる効果が見込める領域の開拓

## ③ 開発シナジー

ノウハウの掛け合わせによる新手法の開発など、これまで以上に研究開発のコスト、質およびスピードの向上が見込める領域の開拓





# 展開コスト 調整カード

このカードをめくることで、資力に見合った展開（＝スケール）プランを策定することができます。

資金計画に応じて適切な展開方法を選択しましょう。上から順にコストが高く、下にいくほど低コストでスケールできます。

## 高コスト 直営

最も展開コストの高い展開方法です。ハイリスクハイリターンであり、一般に出店費用を1年以内に回収できる高資金効率のビジネスモデルと相性が良いです。

## フランチャイズ

直営に比べれば低コストで展開できます。一般に出店費用を3~5年以内に回収できるモデルと相性が良いです。

## 代行業

元手をほとんどかけずスタートできますが、業務量が多いため初期から人手を確保する必要があり、人件費がかさみます。

## メニュー導入

高単価もしくは高リピート率のメニューを、単独で店舗に導入するスキームです。技術指導や剤の卸で対応でき、元手がほとんどかからず、マンパワーもそれほど必要ではありません。

## コンサルティング

元手かかからず身一つで展開できます。実績をつけることで単価を上げることができ、自身の時間単価を上げることでスケールさせていきます。構造的に時間の切り売りになりやすい点に注意が必要です。

## 指導・コンテンツ販売・講座・コミュニティ

情報販売の対価として報酬をもらうスキームです。卒業モデルになりやすく、クロスセル・アップセルの設計がスケールのキモになります。

## 低コスト

A silhouette of a woman with glasses, looking out over a cityscape. The background is a blurred city view with buildings and a road. The woman's hair is tied back, and she is wearing a dark top. The overall tone is professional and contemplative.

# 資金調達カード

このカードをめくることで、自社にとって最適な資金調達ができるようになります。




下記の2種類の調達方法から、ご自身の性格やビジネスモデルと相性が良いものを選びましょう。

## ① デットファイナンス (ゆっくり拡大したい人向け)

銀行からの借り入れなど、貸借対照表上の負債に計上して資金を調達する方法です。調達コストは利子の支払いで、貸し手からの信用に応じて利率や借りれる金額が変わります。与信が低い場合は、短期間で億単位の借り入れを起こすことが非常に困難で、急成長事業の場合、スケールの足枷になることがあります。10年～20年かけてゆるやかに規模を取りにいくときに有用な資金調達方法です。

## ② エクイティファイナンス (短期でスケールし、イグジットしたい人向け)

新株発行により、貸借対照表上の自己資本を増加させることで資金を調達する方法です。返済期限がないメリットがあるものの、投資家からの期待利回りが高いため、調達コストはデットファイナンスより高くなります。また投資家が株主になることから、株式の保有比率をコントロールする必要があるうえ、投資家の利益を確定させるために、IPOやM&Aなどの出口戦略を明確に描く必要があります。短期スケールしイグジットしたい方に有用な資金調達方法です。



# リーガルチェック カード

このカードをめくることで、プロダクトのがもつ法律上の問題点を洗い出し対策できます。



下記の項目をチェックして、法律上の問題点を洗い出し、対策を施そう。

## 契約書

- 企業価値の根幹をなす重要な契約書は何か
- それら契約書は、弁護士によるリーガルチェックを済ませており、適法かつ適切に作られているか

## 知的財産権（商標や特許）

- 企業価値の根幹をなす重要な知的財産権は何か
- その知的財産権は取得しているか

## 許認可


- その事業を行う上で必要な許可は何か
- その許可は容易に取得可能か
- その許可が取り消される恐れはないか

## 訴訟・クレーム

- 実際に過去にうけたクレームはどのようなものか
- 訴訟に発展したクレームはあるか
- 将来おこりうる訴訟とその金銭リスクは明確に把握しているか

## コンプライアンス

- 運営上、法令違反を指摘される要素はないか
- （もし法令違反が指摘されうる場合）その対処方法は何か

A dark silhouette of a woman with glasses and her hair in a ponytail, looking out over a cityscape. The background is a blurred city view with buildings and a road.

# ストラクチャー 選定カード

このカードをめくることで、共に仕事をする仲間との心の距離感に応じた、適切な運営形態を選定できます。

仲間との心の距離、どれだけその人と人生（＝時間）を共にしたいか、その程度に応じて、仲間ひとり一人と最適な運営形態を選定しよう。

心の距離      時間の共有      人生の絆  
近い              長い              深い



## 株主（共同出資者）

共同出資で法人を設立する形態です。一度法人を立ち上げると簡単には関係を解消できないため、「一緒に生きていく」レールの心の距離、深い絆が求められます。

## フランチャイズ契約

契約のもと、仲間に借入を起こさせることもあることから、字通り人の人生を背負う覚悟で臨む形態です。ただし、契約を解除すれば関係を解消できることから、共同出資よりは心の距離は遠いです。

## 雇用契約

契約のもと、スタッフの生活を背負うことになるため、法的にも倫理的にも一定の責任が伴います。心の距離や人生の絆の深さは中程度で、経営者側からの歩み寄りすぎに注意が必要です。

## 顧問契約


契約のもと、クライアントの事業に責任をおうことになるため、一定の責任が伴います。心の距離や人生の絆の深さは雇用契約よりは低めです。

## 業務委託契約

契約のもと、労務に対する対価を支払う責任をおいます。心の距離や人生の傷なの深さは最も低いです。

心の距離      時間の共有      人生の絆  
遠い              長い              浅い





# 外部システム 導入カード

このカードをめくることで、完成された仕組みを導入しながら事業が加速します。

# カードのめくり方 目標タイム：2週間~3ヶ月



他社のリソースをうまく活用することで、自社の弱みをカバーし、強みに集中しながら規模を大きくすることができます。導入できる外部システムの種類は下記の3つです。自社の状況に応じて適切なものを選びましょう。

## フランチャイズ加盟

フランチャイズを活用すると、ロイヤリティを払うことで完成されたビジネスモデルを導入でき、経営者としての仕事に専念できます。一方で本部の姿勢を見極めないと、ロイヤリティだけ取られる結果になりトラブルになります。良い本部を見分けるポイントは下記の4つです。

- ①集客・求人をサポートしてくれる
- ②LTVが高い仕組み（単価×リピート率）を提供してくれる
- ③スタッフ教育をサポートしてくれる
- ④経営の相談に乗ってくれる

## メニュー導入

看板を変えることなく、一部のメニューのみを導入し、その売上に対してロイヤリティを支払う方法です。LTV（＝単価×リピート率）が高く、再現性の高いマニュアルが用意されているものを選ぶと、売上がスムーズに伸びていきます。

## 代行サービスの活用

SNS運用やWEB広告運用、リピート率アップ施策の立案代行など用途に特化した代行サービスが多くあります。ある程度規模が大きくなったら、全て自社で行うのではなく、代行サービスを活用すると成長が加速します。