

生徒全員が講師のシェア・ブレイン・ビジネス・スクール
第23回 定例講義

商品が完成した途端、ぱっとすぐに売れる商品と、売れるようになるまでに結構な時間がかかってしまう商品の、決定的な違いとは？

～立ち上げスピード診断 3×3のマトリクス 2パターン～



2013年9月8日(日)

一般社団法人シェア・ブレイン・ビジネス・スクール 代表理事
NPO法人ウーマン・キャリア・デザイン 理事長
アントレプレナー・コーチング株式会社 代表取締役

中山 匡(なかやまただし)



<http://www.sbbs.or.jp/>

短期的に立ち上がるかどうかを 決める3要素

- 1) ニーズの潜在性
- 2) 新規参入の難易度
- 3) 代理店制度構築の容易性

1) ニーズの潜在性

- ・ **顕在**

「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)

- ・ **半顕在**

「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる

- ・ **潜在**

ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる

2)新規参入の難易度

- 先行者数少
& ノウハウ開発時間小
- 先行者数多
(ノウハウ既保有者以外は参入不可)
- 先行者数少
& ノウハウ開発時間大

3) 代理店制度構築の容易性

- 見込客を既に支援している人(職業)が存在しているか？
- 見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい
- 見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい

立ち上げスピード診断

3×3のマトリクス その1

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

以下の事例を見る上での注意点

- あくまで、立ち上げが早いかどうかという視点だけに立って表記している
- 立ち上げスピードが遅い分野に参入していけないわけではない
- あくまで、資金に制約があり、早く立ち上げが必要であるにも関わらず、立ち上がりが遅い分野を選ばないようにする目的で活用する
- また、そもそもが早く立ち上がらない分野なのに、早く立ち上がらないことにイライラしたり、焦ったりしないようにする目的で活用する

SBBSの事例

- 在宅秘書サービスが、申込を安定して頂けるようになるまでにかかった期間はちょうど3年
- 現実的には、リリースしてから最初の2年半はサービスとしての完成度がまだまだで、2年半は商品開発期間（その後の半年間がどのようにして販促していくかを試行錯誤した期間は半年）
- また、リリース前に1年半ほどの研究開発期間
- この2年半＋1年半＝合計4年かかる点が、「新規参入の難易度」の高さ
- これに時間がかかることを理解した上で参入する
- （シナジーのある）既存の事業で収益が安定的に得られた状態が実現している状態で、「在宅秘書サービス」に参入するような新規参入ステップを採用する必要がある

iPhoneの事例

- (iPhone 3 2007年6月)
- iPhone 3G 2008年7月
- iPhone 3GS 2009年6月
- iPhone 4 2010年6月
- iPhone 4S 2011年10月
- iPhone 5 2012年9月

◎1

- 汚れ落とし販売 -
- 美容薬剤販売 +
- 車のアクセサリ販売 -
- ヒーリンググッズ販売 +
- 訪問美容師派遣 +
- 中上級者向けテニス上達支援
- 中上級者向け卓球上達支援
- (起業アイデア発想支援)+

02

- パーソナル・シェフ派遣
- ニュースレター制作代行 +
- 転売ビジネス情報提供 +
- 墓参り代行 -
- カリスマ・コーチング +
- 盆彩庭園
- (ビジネスモデル・デザイナー認定) +

○3

- 印刷 +
- Web制作 +
- 翻訳 +
- 税理士 +
- 弁理士 +
- 司法書士 +
- 写真撮影・動画撮影編集 +
- リトミック教室 -
- ギフト販売 -
- まつげ美容液販売 +
- 人材派遣 +
- 保険営業 -
- 不動産仲介 -
- 建築・設計 - 接客能力向上支援 +
- スピーチ力向上支援 +
- 投資アドバイザー +

△4

- 高品質セミナー構築コンサルティング +
- 電子書籍コーチング +

△5

- 競馬予想情報提供 -
- サイグラム +
- 算命学アドバイザー +
- イメージ・コンサルティング +

△6

- 太鼓教室 -
- バイリンガル育成 +

△7

- スマートフォン
- コーチング

×8

- 民間学童
- 母親向けコーチング
- (在宅秘書サービス) +
- (協会秘書サービス) +

×9

- iPhone –
- 詩人 –
- 覺技
- (SBBS)

立ち上げスピード診断

3×3のマトリクス その1

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6 太鼓教室 - バイリンガル育成 +	○3 印刷 + Web制作 + 翻訳 + 税理士 + 弁理士 + 司法書士 + 写真撮影・動画撮影編集 + リトミック教室 - ギフト販売 - まつげ美容液販売 + 人材派遣 + 保険営業 - 不動産仲介 - 建築・設計 - 接客能力向上支援 + スピーチ力向上支援 + 投資アドバイザー +	◎1 汚れ落とし販売 - 美容薬剤販売 + 車のアクセサリ販売 - ヒーリンググッズ販売 + 訪問美容師派遣 + 中上級者向けテニス上達支援 中上級者向け卓球上達支援 (起業アイデア発想支援) +
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そーいのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8 民間学童 母親向けコーチング (在宅秘書サービス) + (協会秘書サービス) +	△5 競馬予想情報提供 - サイグラム + 算命学アドバイザー + イメージ・コンサルティング +	○2 パーソナル・シェフ派遣 ニュースレター制作代行 + 転売ビジネス情報提供 + 募参り代行 - カリスマ・コーチング + 盆彩庭園 (ビジネスモデル・デザイナー認定) +
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9 iPhone - 詩人 - 覚技 (SBBS)	×7 スマートフォン - コーチング	△4 高品質セミナー構築コンサルティング + 電子書籍コーチング +

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

Copyright 2013(C) Share Brain Business School Association All Rights Reserved.

立ち上げスピード診断

3×3のマトリクス その2

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人 (職業)が存在しない、 どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業) が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業) が存在している
ニーズの 潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6 汚れ落とし販売 + 車のアクセサリ販売 + リトミック教室 ギフト販売 保険営業 不動産仲介 建築・設計 太鼓教室 -	○3 中上級者向けテニス上達支援 + 中上級者向け卓球上達支援 +	◎1 美容薬剤販売 + ヒーリンググッズ販売 + 訪問美容師派遣 + (起業アイデア発想支援) + 印刷 Web制作 翻訳 税理士 弁理士 司法書士 写真撮影・動画撮影編集 まつげ美容液販売 人材派遣 接客能力向上支援 スピーチ力向上支援 投資アドバイザー バイリンガル育成 -
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とパーソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8 墓参り代行 + 競馬予想情報提供	△5 パーソナル・シェフ派遣 + 盆彩庭園 + 民間学童 - 母親向けコーチング -	○2 ニュースレター制作代行 + 転売ビジネス情報提供 + カリスマ・コーチング + (ビジネスモデル・デザイナー認定) + サイグラム 算命学アドバイザー イメージ・コンサルティング (在宅秘書サービス) - (協会秘書サービス) -
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9 スマートフォン iPhone - 詩人 -	×7 コーチング 覚技 - (SBBS) -	△4 高品質セミナー構築コンサルティング + 電子書籍コーチング +

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

あなたのビジネス分野はどこ？

その1

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

その2

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

「起業アイデア発想支援」の場合

その1

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

その2

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

「在宅秘書サービス」の場合

その1

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういうのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

その2

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういうのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

「SBBS」の場合

その1

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

その2

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「~という商品があるらしいよ」とベルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いた瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

スピードを高めるための解決策1

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
		ニーズの 潜在性	顕在 「~をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6
半顕在 「~という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8		△5	○2
潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9		×7	△4

ノウハウ開発時間小
の分野に絞り込む

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

ノウハウ開発時間小 にできないか工夫する

- ・ノウハウ保有者との提携(手数料)
- ・他者ブランドで展開(OEM)
- ・フランチャイズに加盟(ノウハウを購入)

		新規参入の難易度		
		先行者数少 & ノウハウ開発時間大	先行者数多 (ノウハウ既保有者以外は参入不可)	先行者数少 & ノウハウ開発時間小
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「代理店制度構築の容易性」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。

あなたの現状は？

現状をより良くするには？

		代理店制度構築の容易性		
		見込客を既に支援している人(職業)が存在しない、どこにいるか特定しにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在しているがアプローチしにくい	見込客を既に支援している人(職業)が存在している
ニーズの潜在性	顕在 「～をなんとかして解決したいのだけれど…」というように具体的な深い悩みの言葉を発している(自らキーワード検索して探すような分野)	△6	○3	◎1
	半顕在 「～という商品があるらしいよ」とペルソナが聞いた瞬間に、「えっ、そういのあるんだ！自分もお金を払ってでも使いたい」と直感的に感じる	×8	△5	○2
	潜在 ぱっと見たり聞いたりした瞬間には、なるほどと思ったとしても、自分には不必要だと感じる。実際に商品が完成し、それを使っている人が増えているのを見て初めて、それを使うことの意味を理解できる	×9	×7	△4

※「新規参入の難易度」については、各マトリクスに事例を記載した後に、事例の右端に、「+」「無記入」「-」を記入する。