

起業ライダーアモデル

起業のコンセプトブック



■ 目次

1. 起業へのステップ	P 04
2. 事業コンセプトとは	P 06
3. 作成のポイント	P 09
4. コンセプトのまとめ	
Step1 起業の動機	P 10
Step2 強みや特技	P 11
Step3 社会やお客さんのニーズ	P 12
Step4 コンセプトの基本（誰に・何を・どのように）	P 13
Step5 ビジョンや目標	P 15
Step6 競合の特徴	P 16
Step7 事業の優位性	P 17
コンセプトシートの記入例	P 18
5. 専門家に相談	P 19
6. 起業ライダーマモルのサービス紹介	P 20





オレ「起業ライダーマモル」は、24時間365日起業の相談に乗るAIチャットボットだ。膨大な起業相談データを分析して作られたんだ。

「起業したい」と決意したら、まずはアイデアをノートにまとめることをオススメする。どんなアイデアも、頭の中だけではイメージだけが先行し、事業の構想を具体的に描きにくいからだ。

この冊子では、そんな“ふわっ”とした起業のアイデアを、コンセプトにまとめるポイントを紹介したい。時間はちょっとかかっても、「どんなビジネスをしたいのか」「何をめざすのか」といった事業の骨格が作れるといいな。たった1枚の「コンセプトシート」でも、事業のエッセンスがぎゅっと詰まっていれば、内容の薄い100枚の計画書よりも価値があるはずだ。

この冊子の最後には、オレ「起業ライダーマモル」のサービスを紹介しているぞ。スマホで簡単に起業のアイデアをまとめることができるようにサポートをするから、ぜひLINEで「中小機構_チャット経営・起業相談」を友だち登録してほしい！

いつでも君の起業を応援しているぞ。

1. 起業へのステップ

起業の道のりは、大きく6ステップに分けられます。

この冊子では、その中でも重要なコンセプトのまとめ方について解説しています。

「起業ライダーマモデル」がサポートするのはココ！

アイデアを事業の構想にします。

この冊子や起業相談チャットボットを使って、

コンセプトをまとめてみましょう。

アイデア
発想

コンセプト
まとめ

事業計画書
をつくる

「何のビジネスがしたいか」をまずは考えます。
悩んだら「質より量」。
ネットで調べたり、先輩起業家の話も聞いて、
アイデアを探すのもよいでしょう。

コンセプトをさらに具体化したり、売上の見
込みといった数値を盛り込んだ事業計画書
を作ります。
計画書は、あなたの事業の設計図となります。



「コンセプトのまとめ」は、ステップの最初の段階で、起業のアイデアを事業の構想にまとめるプロセスだ。君の「これまで」の人生を振り返り、「これから」の未来を考えよう。自分と対話して作ったコンセプトは、道に迷ったときに「起業のコンパス」となって、君が「どこに進むか」を示してくれるはずだ。

起業に必要なお金を集めます。
貯金で足りなければ、
金融機関からの借入が必要です。

市町村役場や税務署に各種届出をするなど、
開業に必要な手続きを行います。
忘れないようにしましょう。

資金を
集める

内外装工事など
開業準備

開業手続き

開業

店舗やオフィスの内外装工事や
スタッフ募集、仕入先の開拓など、
開業に向けたさまざまな準備を行います。

2. 事業コンセプトとは

「事業コンセプト」は、「起業したい」と決意した人が、起業のアイデアをビジネスの構想として具体的に整理したものだ。

「誰に」「何を」「どのように」といった視点でまとめて、君の事業の「ウリ」をハッキリさせよう。

右ページには、イメージをつかみやすいように事業コンセプトシートの全体像を載せておいたぞ。



なぜ、コンセプトを作成するのか？

コンセプトづくりには、次のメリットがあります。

- ① 事業内容の骨格が決まって、
事業計画書の作成やその後の準備がスムーズになります。
- ② 創業時の仲間や金融機関の人たちに、
説得力のある言葉で話すことができ、信用を得やすくなります。
- ③ 「事業で何を大切にするか」に気づき、
これからの起業準備で、決断がしやすくなります。

良いコンセプトとは？

一度聞いただけで、パツとイメージができるもの。

魅力のあるコンセプトとは、「お客さんにどんなメリットを提供できるか」、「何を目指すか」といったビジネスの根幹が、はっきりわかるものです。お客さんになりそうな人に「そんな商品やサービスがあったら、ぜひ使いたい！」と思ってもらえれば、事業の魅力がきちんと伝わるコンセプトになっているはず。

事業コンセプトシート



スマホの方は
次ページ

事業名	
------------	--

1. 起業の動機	2. 強み・特技	3. 社会・お客さんのニーズ

4. コンセプトの基本		
誰に（ターゲット）	何を（商品・サービス）	どのように（商品・サービスの提供方法）

5. 目標	
--------------	--

6. 競合の特徴	
-----------------	--

7. 事業の優位性	
------------------	--



「中小機構_チャット経営・起業相談」のLINEアカウントでできること

起業の「マイノート」作成機能で 事業コンセプトをスマホで簡単にまとめる

「中小機構_チャット経営・起業相談」のLINEアカウントを使えば、
スマホで簡単に事業コンセプトをまとめることができます。

無料で起業のプロに添削してもらえます

マイノートを作成した後は、「マイノート添削キャンペーン」に応募いただくと、
起業のプロによる添削を無料で受けられます。

相談窓口での相談ツールにも

完成したマイノートをダウンロードして、相談窓口での相談ツールの一つとして
利用することも可能です。

ぜひご活用ください。

 友だち追加はこちら →



事業コンセプトシート		
事業名		
1. 起業の動機	2. 強み・特長	3. 社会・お客さんのニーズ
4. コンセプトの概要		
誰に (ターゲット)	何を (商品・サービス)	どのように (商品・サービスの提供方法)
5. 目標		
6. 経営の特徴		
7. 事業の優位性		



STEP1 自分の棚卸をする できた!

起業の動機 ②
未入力です。

君の強み・特技 ②
未入力です。

社会やお客さんのニーズ ②
未入力です。

STEP1 STEP2 STEP3 編集

STEP2 アイデア整理 できた!

誰に ②
未入力です。

何を ②
未入力です。

どのように ②
未入力です。

3. 作成のポイント

全体を通した作成のポイントは、次の3つだ。

- ① まず書いてみる
- ② つながりを意識する
- ③ ブラッシュアップする



1

まず書いてみる

書きにくいところも、まずは文字にしてみましよう。順番に書く必要はないので、考えやすいところから記入してみてください。ただし「事業の優位性」は、あなたの考えている事業とライバル企業を比較して書くことをオススメします。

2

つながりを意識する

各項目のつながりや全体としてのストーリーを考えてみましょう。魅力のあるコンセプトは思わず、流れるように話したくなるものです。例えばこんな感じ。「こんなお客さんに、自分の特技を活かして、あんなニーズのある商品をつくりたい。これは、ライバル企業とここに違いがあって、これがお客さんから選ばれる理由なんだ」。

3

ブラッシュアップする

一度、作成したコンセプトは、納得がいくまで練り直しましょう。先輩の起業家や周りの知人から、客観的な意見をもらうのもいいかもしれません。

4. コンセプトのまとめ

Step1 起業の動機

君は、なぜ起業するのか？

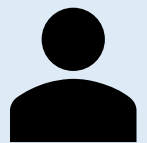
起業を思い立ったのには、理由があるはずだ。起業して困難にぶつかったとき、その動機が壁を突破する原動力になる。「サラリーマンが嫌になったから」といった動機だと…ちょっと、壁は乗り越えにくい。君の起業へのモチベーションが下がったときに、動機を読み返すとやる気が出るのいいな。

これから起業の仲間を集めたり、金融機関から融資を受けるときに、きっと「なぜ起業するのか？」と聞かれる。そのときに、気持ちのこもった想いが伝えられれば、彼らは君の心強い協力者になってくれるはずだ。



■ 書き方例

今の上司がイヤだから、自分のお店を持ちたい…。

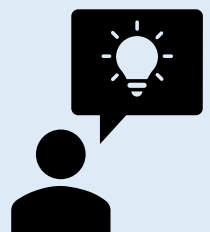


マモル's ヒント



- ① 君はなぜ、転職や就職ではなく、起業を選ぶのか？
- ② 自分の書いた動機を見て、君自身が応援したくなるか？

30才を機にこれまでのカフェ勤務の経験を活かして、地元でUターンしてカフェを開きたい。
自分で焙煎した珈琲と地元で取れた新鮮な野菜を使った料理やスイーツを食べてもらいたい！



Step2 強みや特技

君は、何が得意か？

強みや特技を考えるのは、君の特徴をうまくビジネスに活かして、起業の成功確率を高めるためだ。強みや特技とは、君の経験、身につけたノウハウ、知識、技術、資格や長所とかだ。「自分には… 特にないよ」なんて謙遜はいらない。社会人であれば、これまでの実務経験から何かしら強みが見つかるはずだ。例えば、営業マンであれば、商品知識や提案営業のスキル、卸売業者とのつながりとかも強みになるかもな。もちろん、事業に関連があれば、自分の趣味も立派な強みになるはずだ。



■ 書き方例

自分に強みなんてないなあ…。

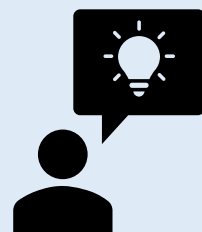


マモル's ヒント



- ① 君の人生を振り返り、自信があることや褒められたことは何か？
- ② 家族や友人に「自分の強みは何だと思う？」って聞いてみよう。
強みや特技は、意外と本人が自覚していないことも多いぞ。

自宅で焙煎機を持つほどの珈琲好き。
知り合いの卸業者から市場に出回りにくい珈琲豆を調達できる。
大手カフェチェーンで7年間（うち2年間は店長）勤務し、
店舗の効率的なオペレーションのノウハウを持っている。
妻が野菜ソムリエの資格を持ち、野菜を活かした料理が得意。



Step3 社会やお客さんのニーズ

今、どんなニーズがあるか？

社会・地域が求めているものやお客さんのニーズを考えるのは、君のアイデアが「本当に必要とされるか」を確認するためだ。身近な視点でいえば、「もっと○○だったら」とか「こんなサービスがあったら」というリアルなお客さんの声を集められるといいな。大きな視点でいえば、その業界の流行や変化の特徴をつかむんだ。「健康志向」とか「無駄を省いたシンプルなライフスタイル」とかもトレンドだ。君の考えているビジネスの周辺には、どんなトレンドがあるかを確認してみよう。思いつかないときは、Web検索で、競合企業を利用しているお客さんの声や評価を集めたり、先輩起業家のブログから探すのも参考になるな。



■書き方例

おいしい珈琲を飲みたいんじゃないかな。

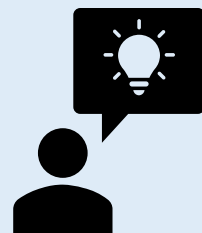


マモル's ヒント

- ① 君がビジネスを考えている業界では、お客さんにどんな不満が多いか？
- ② 君の商品やサービスは、お客さんのどんな要望を満たすのか？



“苦すぎない珈琲”とか“酸味が強いほうがいい”といった、自分の好みに合うおいしい珈琲を飲みたい。
野菜は不足がち。野菜は取りたいけど、おいしく食べたい。
都会にあるようなおしゃれなランチやスイーツを食べたい。



Step4 コンセプトの基本

君の事業を、ひと言でいうと？

頭の中にあるアイデアを「誰に」「何を」「どのように」に分けて整理すると、事業内容がひと言で表せるようになるんだ。この3つを聞いたときに、君の考えているビジネスが、パッとわかるのが理想だな。



■ 書き方例

誰に：珈琲や紅茶が好きな人。

何を：多くの種類の珈琲と手づくりランチ。

どのように：珈琲はおかわり自由に。



マモル's ヒント

- ①コンセプトの基本に、君の事業のウリが含まれているか？
- ②コンセプトの基本を30秒で、人にしっかり伝えられるか？

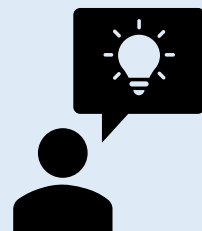
誰に：自分の好みの珈琲を気軽に飲みたい人。好きなものをおいしく健康的に食べたいと思っている子育て世代の女性。

何を：世界の珈琲豆を自家焙煎した、こだわりの珈琲。

地元で取れた旬の野菜を使った料理やスイーツ。

珈琲と料理のお手ごろなセットメニュー。

どのように：苦味や酸味をマッピングして、珈琲がわかりやすく選べるようにする。野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をホワイトボードやメニューブックで紹介する。SNSを活用し、珈琲の知識、食材のこだわりや料理のレシピを紹介する。



■ ■ MORE ADVICE “コンセプトの基本” ■ ■

“誰に”って例えば？

「どんなお客さんに提供するか」ターゲットとなる顧客を決めましょう。例えば、あなたのビジネスの常連客はどんな人か。その人の年齢、性別、職業、生活環境、住んでいる地域などを想像してみてください。商品やサービスを受け取って、笑顔になっているお客さんをイメージできると理想的です。

“何を”って具体的には？

「どのような商品やサービスを提供するか」を決めましょう。飲食店であれば、看板メニューの料理であり、小売店やサービス業であれば、オススの主力商品やサービスです。このとき、ターゲットとなるお客さんをイメージしながら、商品やサービスを具体的に考えてみてください。例えば、ヨガ教室を開く場合、20～30代の会社帰りの女性をイメージしながら「オフィスワークの心身の疲れを癒すヨガプログラム」といったように、ある程度商品やサービスを絞り込むと、特徴がはっきりします。

“どのように”って難しい…

商品やサービスを「どんな方法で提供するか」を決めましょう。提供方法を考えるとき、商品やサービスの販売方法、価格帯、付属のサービスなど、さまざまな視点があります。販売方法であれば、店頭での接客重視の販売、全国に販路を持つ卸売業者を通じた販売、ネット販売など選択肢は多数。同じような商品やサービスを扱っても、提供方法を工夫することで、ライバル会社との違いを出せるチャンスもあります。

Step5 ビジョンや目標

君は、どうなりたいか？

「何を目指すか」君のゴールを決めよう。

目標には、「言葉で表現する目標」と「数字で表現する目標」がある。言葉で表現する目標は、仲間と一緒に同じ船に乗りたいと思えるような、ワクワクするような表現ができるといいかもな。例えば、ヤフー株式会社の「情報技術で人々の生活と社会をアップデートする」といった感じだ。

数字の目標は、例えば「3年後に売上1億円」といった売上高や来店客数を考えてみよう。

言葉と数字の両方の視点で考えられるといいな。

無理に高い目標を掲げる必要はないけど、がんばって達成できるようなゴールのほうが、君もモチベーションが上がるんじゃないか。



書き方例

稼げるだけ稼ぎたい。

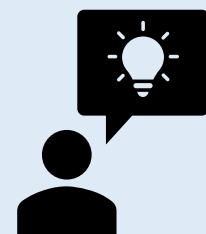


マモル's ヒント

- ① 君が本気で達成したい目標になっているか？
- ② 目標を決めたら、君のビジネスのやり方がハッキリしたか？

売上目標が3百万円と3億円ではビジネスのやり方も変わるはずだ。

地域の人たちがお気に入りの珈琲と新鮮な野菜料理を食べて、気分の上がる空間をつくりたい。
年間売上高は3,000万円を目指したい。



Step6 競合の特徴

ライバルのビジネスの特徴は？

「誰も知らないビジネスを考えた」と思っても、多くの場合、似たようなビジネスがあるはずだ。まずは、競合他社を探してみよう。

競合を見つけたら、そのビジネスの特徴を知ることだ。事業が続いているのには理由がある。「何がお客さんから人気なのか」「君の考えているビジネスと何が違うのか」を謙虚に学べるといいな。

競合を調べるには、Web検索が効率的だ。表現を変えながら検索してみよう。もちろん、ライバルの商品やサービスを体験したり、現地調査することも大切だな。



■ 書き方例

地域には5店舗ぐらゐのカフェがあるかも。



マモル's ヒント

- ① 自分の考えているビジネスと競合のビジネスの違いを説明できるか？
- ② 同業種だけでなく、類似の商品やサービスを扱う事業者も競合として、チェックしたか？例えば、ロールケーキを看板商品にするカフェにとってコンビニのスイーツは競合だ。

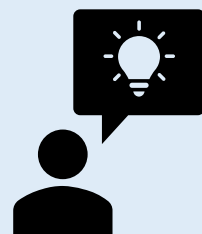


A店：大手チェーン店。40席程度。1杯220円と安さがウリ。

店内はきれいだが、特徴はない。

B店：老舗の喫茶店。珈琲好きの常連客は多いが若い人は入りにくい。

C店：最近できたコインランドリーに併設されたカフェ。男性客が多い。



Step7 事業の優位性

君の事業が、お客さんから選ばれる理由は？

事業の優位性を考えるのは、お客さんに競合他社よりも君の商品やサービスを選んでもらえるポイントをハッキリさせることだ。例えば、品揃え、短納期、小ロット対応、豊富な商品知識の接客とか、ライバルよりも優れているところを考えてみよう。

優位性を考えるときは、次のような表をつくとわかりやすい。このとき、お客さんが評価するポイントで、君のビジネスで優れた項目や独自のノウハウのある項目とかを含めて作れるといいな。

評価項目	君の店	A店	B店
品揃え	○	×	△
雰囲気	○	○	×
料理の独自性	○	×	△
価格	○	○	△

書き方例

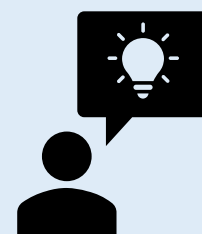
珈琲の種類が豊富なことかな。



マモル's ヒント

- ①お客さんから他社ではなく「君から買いたい」と思われる理由は？
- ②君の考える優位性は、お客さんにメリットを与えるポイントか？

知り合いの卸業者から世界の珈琲豆の仕入ができ、自家焙煎した珈琲をお客さんの好みに合わせて提供できる。妻の野菜ソムリエの資格を活かし、地元の新鮮な野菜を使った創作料理が提供できる。地元これまでになかった、女性客が利用したくなる居心地の良い空間をつくる。



事業コンセプトシート

事業名

自家焙煎珈琲と地元野菜が豊富な料理を楽しめるカフェ

1. 起業の動機

- ・30才を機にこれまでのカフェ勤務の経験を活かして、地元でUターンしてカフェを開きたい。
- ・自分で焙煎した珈琲と地元で取れた新鮮な野菜を使った料理やスイーツを食べてもらいたい。

2. 強み・特技

- ・自宅で焙煎機を持つほどの珈琲好き。
- ・知り合いの卸業者から市場に出回りにくい珈琲豆を調達できる。
- ・大手カフェチェーンで7年間(うち2年間は店長)勤務し、店舗の効率的なオペレーションのノウハウを持っている。
- ・妻が野菜ソムリエの資格を持ち、野菜を活かした料理が得意。

3. 社会・お客さんのニーズ

- ・「苦すぎない珈琲」とか「酸味が強いほうがいい」といった、自分の好みに合うおいしい珈琲を飲みたい。
- ・野菜は不足がち。野菜は取りたいけど、おいしく食べたい。
- ・都会にあるような、おしゃれなランチやスイーツを食べたい。

4. コンセプトの基本

誰に (ターゲット)

- ・自分の好みの珈琲を気軽に飲みたい人。
- ・好きなものをおいしく、健康的に食べたいと思っている子育て世代の女性。

何を (商品・サービス)

- ・世界の珈琲豆を自家焙煎した、こだわりの珈琲。
- ・地元で取れた旬の野菜を使った料理やスイーツ。
- ・珈琲と料理のお手ごろなセットメニュー。

どのように (商品・サービスの提供方法)

- ・苦味や酸味をマッピングして、珈琲がわかりやすく選べるようにする。
- ・野菜ソムリエが監修し、地元の旬の野菜をホワイトボードやメニューブックで紹介する。
- ・SNSを活用し、珈琲の知識、食材のこだわりや料理のレシピ等を紹介する。

5. 目標

- ・地域の人たちがお気に入りの珈琲と新鮮な野菜料理を食べて、気分の上がる空間をつくりたい。
- ・売上高は3,000万円/年を目指したい。

6. 競合の特徴

- ・A店:大手チェーン店。40席。1杯220円と安さがウリで、店内はきれいだが、特徴はない。
- ・B店:老舗の喫茶店。珈琲好きの常連客は多いが、若い人は入りにくい。
- ・C店:最近できたコインランドリーに併設されたカフェ。男性客が多い。

7. 事業の優位性

- ・知り合いの卸業者から世界の珈琲豆の仕入ができ、自家焙煎した珈琲をお客さんの好みに合わせて提供できる。
- ・妻の野菜ソムリエの資格を活かし、地元の新鮮な野菜を使った創作料理が提供できる。
- ・地元でこれまでにない、女性客が利用したくなる居心地の良い空間をつくる。

5. 専門家に相談

「事業コンセプト」を考えると「本当にこれでいいの？」といろいろな悩みが出てくるはずだ。そんな君に起業をサポートする支援機関を紹介したい。



全国にある公的な支援機関のうち、主な窓口はこちら。

よろず支援拠点 _____ 47都道府県に設置された経営相談所
商工会・商工会議所 _____ 地域の身近な相談場所
中小機構 _____ 全国9カ所で経営相談に対応
日本政策金融公庫 _____ 資金調達の相談や創業支援情報を発信

作成したコンセプトシートを使って相談するのがオススメ。

コンセプトを作成して、自分が気になったところを相談してみましょう。これからの起業準備で、あなたに取り組むべき課題がハッキリするはずです。他にも、資金調達や集客方法など、多くの起業家が気になるところも確認してみてください。

最後の判断はあなた自身。

起業の選択は、あなたの人生そのもの。最後は自分が「何がしたいのか」、
「何を優先するか」をしっかりと決めてください。悩んだときには「コンセプトシート」があなたの判断を助けてくれるはずです。

6. 起業ライダーマモルのサービス紹介

まずはLINEでオレを友だちに追加してくれ。パーソナル情報を登録すると、業種や地域に合わせた君だけの回答をするぞ。



いつでも起業の相談ができる。

「どうすれば起業できる？」など、起業の悩みをLINEすると、24時間365日ピンポイントでマモルが即レス。メニューを使って質問もできます。人工知能なので、時々答えにならないことを言うかもしれませんが、どうか大目に見てください。

起業のアイデアがまとめられる。

パーソナル情報を登録すれば、スマホを使ってコンセプトがまとめられます。できあがったらコンセプトシートとしてダウンロードも可能。作成したコンセプトを持って最寄りの支援機関に行き、あなたの課題の相談もできます。

メッセージが受け取れる。

コンセプトづくりは、本気で取り組むと意外に大変です。そんなときに、あなたの進み具合に合わせて、コンセプトづくりのアドバイスをマモルが送信。きっとあなたの考えるヒントになります。