

起業前後の販路開拓

スタートアップカフェにご相談ください!

起業家が悩むポイントの一つである、販路開拓。そのためにあなたが現在行っているアクションや、そのアクションから立てた仮説についての報告、そしてそのアイディア・仮説のプラスアップは、スタートアップカフェコンシェルジュがお手伝いいたします！ぜひお気軽にご相談ください。

"CREATE A CUSTOMER"（ドラッガー氏の言葉）

なぜ"create customers"（複数形）ではなく"a customer"（1人称）なのでしょうか？そこには「**まずは1人の顧客を生みだす**」ことが**ビジネスの原点である**という意図が込められていると私は思います。スタートアップカフェでは、毎月300件を超える起業に関するご相談を頂いていますが、多くの起業家の皆さんが直面する大きな壁は「**最初の収益をどう生み出すか？**」です。

当然答えはありませんが、大事なことは**圧倒的な思考投入と行動量**だと思います。ある一定の仮説ができたら、顧客を観察してみる、生の声を聞いてみる、実際に販売してみる…。たとえ「経験なし、知識なし、人脉なし」でも、**失敗も辞さずに積み重ねたアクションの量がやがて質に転換していきます**。そして、よりよい仮説や唯一無二のビジネスチャンスに出会い、最初の収益とともに持続性の高い顧客との関係へつながっていくと思います。

もちろん、失敗も多々経験するかと思いますが、マイナスに振れた分だけプラスへの反動も大きい「振り子の法則」は、成功したスタートアップには欠かせないストーリーでもあります。**迷ってしまっても失敗を恐れず、顧客へのアクションを起こしてみましょう！**



Pick up Concierge

起業・経営など
オールマイティに
ご相談ください！

藤見 哲郎コンシェルジュ
パソソフトバンク社にて新規開拓
営業を経て、ソニー・ヒューマンキャ
ピタル社にてソニー社の新卒採用
の企画運営（採用企画）、Eコマース
事業を手掛けるネットベンチャー企
業ネットプライス社にて新規事業開
発（社長室、合弁会社の立ち上げや
出資先ベンチャーの事業転換）。グ
ロービス社にて組織変革コンサル
タントや法人向け企画営業としてビ
ジネスリーダー育成に従事。ドーカ
ン社内の事業承継ファンドにて投
資先の執行役員としてハンズオン
支援及び人材紹介事業における
U・Iターンも含めた人材のマッチ
ング事業の立ち上げを行う。

専門のコンシェルジュがあなたの悩みをサポート！
一人で悩まず、お気軽にご相談ください。



コンシェルジュ
一覧

具体的な相談項目はコンシェルジュ一覧をご覧ください



スタートアップカフェは、福岡市の登録商標です。

fgn. FUKUOKA GROWTH NEXT 福岡市

起業に関するお悩み、無料でご相談いただけます。

080-3940-9455

OPEN 10:00-22:00 ※相談最終受付は21:00まで ※年末年始除く



スタートアップカフェ
公式サイト

ご予約はTEL
またはWEBから

福岡市

福岡市

福岡市

福岡市

スタートアップカフェでは新型コロナウイルス感染拡大防止対策に配慮して起業相談を行っております。

パソコンやスマートフォンを使ったビデオ通話によるご相談も可能です。ご利用について不明な点がありましたらお気軽にご連絡ください。

毎週木曜 個別相談DAY!! 無料相談

各専門家への
相談受付時間
17:00~/18:00~/19:00~ 税理士・日本政策金融公庫
18:00~/19:00~ 行政書士・司法書士・弁護士・弁理士

相談予約は、お電話か受付で

080-3940-9455

起業・創業に役立つ情報をお届け！ 起業・創業するなら福岡市！



福岡市の起業・創業応援サイト

<https://www.city.fukuoka.lg.jp/keizai/r-support/souyou/index.html>

採用・雇用の悩みを無料で弁護士等に相談できる
雇用契約や就業規則の見直しもできます。

電話番号 **080-1001-4675**

※相談時間はお電話でご確認ください。



福岡市雇用労働相談センター

内閣府

厚生労働省

発行：スタートアップカフェ / デザイン：佐藤 真梨乃（カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社）/ デザイン：南野 佐代子、松島 梨恵（カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社）

※本誌の無断転載・掲載禁止

STARTUP CAFE PRESS

2022 vol.39



0→1の売上はアクションの積み重ねでしか生まれない！

売上をつかみ取るアクション!!



起業家のアクションストーリー

株式会社ファビ 代表取締役 平田 大樹さん

「業界経験なし」「血縁なし」「県外出身」の起業家が
教育・保育事業を軌道に乗せるまでの軌跡

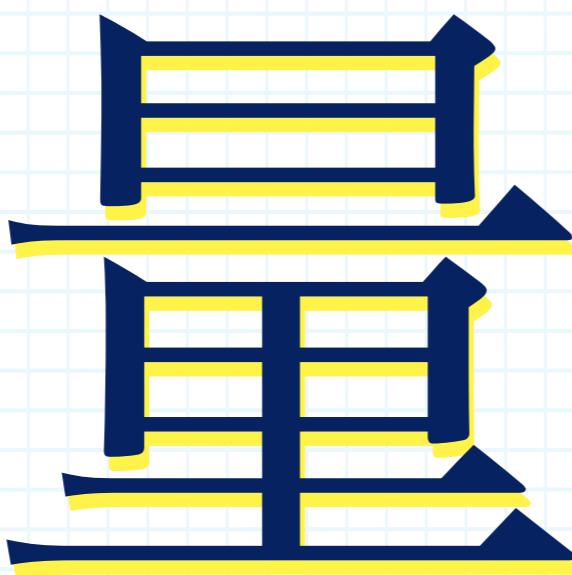
はじめての 売上＝アクション×

「売上をとりたいけど、
何からやったらいいですか？」

スタートアップカフェでのご相談でもよくお伺いします。はじめての売上をつかみ取るためには、まずはその礎となる「事実」や「根拠」を集めていきましょう。例えば、ターゲット設定、ターゲットの課題、サービスの市場規模や競合の状況、サービスを使ってもらった感想など。そして集めた事実や根拠が、商品開発のヒントになったり、営業トークの切れ味につながったり。あなたのサービスの価値が認められ、売上につながる第一歩になります。サービスの独自性を強めたり、未知のビジネス領域を見出すこともできるかもしれません。では、どんなアクションをとればいいのか。今回はそのアクションの一例をご紹介します！

一見ムダにも感じる
**1000件以上のインタビューが
ネット売上を凌駕し利益改善60%に！**

新規サービスの開拓に伴い、ターゲットの仮説を立て、その業界の事業者に対して1000件以上聞き込みと売り込みを行いました。事業者の声を聞いていく中で、自分が立てていたターゲットへの仮説が間違ったということに気づきました。そして仮説を立て直し、ターゲットのセグメントを見直して売り込みをしたところ、やっと顧客獲得につながり、結果として従来行っていたEC販売を超え、利益率60%の改善にまでもついていきました。1000件以上事業者を回ったことが直接的に売上になったわけではありませんが、「この仮説ではうまくいかない」という事実を知ることができました。それにより、仮説を立て直すという経験ができ、様々な状況のコントロール力や判断力を身につけることができたと感じています。(過去の相談者様より)



経営者に 直接アタック！

「経営者とのつながりが欲しい!」という人は、紹介してもらうことももちろんですが、手紙や電話、SNSのダイレクトメッセージなどを使い、経営者に直接アタックしてみるのも一つの手!やみくもに連絡するのではなく、経営者が掲載されている雑誌や記事などを見て、経営や戦略を読み込んで、その内容も踏まえてアタックしてみるとよいかも。



24時間いつでも 商品を持ち歩く!

起業もフードビジネスも未経験の60歳の主婦の方でしたが、いつも自分が開発したスイーツの商品を持ち歩き、出会った1人1人に図々しい思いながらも「自分の商品を試食してもらえないか?」と積極的に声をかけて商品の改良を地道に行っていらっしゃいました。とあるイベント出店のチャンスから、実際に商品を販売することができ、最初の売上を実現!「例え経験はなくとも、粘り強く顧客に向き合い、自分の商品を伝えるための準備をしておけばビジネスチャンスをつかめる」という好事例ですね。(佐藤コンシェルジュ)



毎月必ず プレスリリース

コンスタントに、かつ、時代感にあつた情報
リリースしつづければ、取材のチансが舞
んで、顧客拡大につながるかも。ヤンスが舞
い込を



「今すぐその人に電話してもらえないか?」

図々しくても 紹介してもらえば良し!

ぐらいの心意気で、どんどん紹介してもらいたい人脈を広げていきましょう。紹介してもらうためには、信頼関係の構築も必要なので、そこは丁寧に。定期的に情報交換をしたり、食事の場を設けることで、つながりを維持し、人脈を最大化する方法を考えましょう!



「これ、いくらだったら使おうと思う?」

隣の人聞いてみる!

あなたのご家族、パートナー、旧知の友人、職場の同僚、飲み屋で隣に座った名前も知らない誰か…。自分の頭の中だけで考えることをやめて、他の人の意見も聞いてみましょう!新しいアイディアが生まれるかも!



自分の事業への関連性×媒体の影響力を考え

ピンポイントで ニュースを投げ込み

やみくもな情報発信ではなく、効果的な発信を心がけましょう。確率を上げるという点で、記者に直接連絡するのも効果的ですが、ターゲットへの影響力がない記事は非効率的なので、きちんと媒体を見極めることも重要です。(藤見コンシェルジュ)



店舗運営をしていた時、なかなか売れない商品があつたので、原因を探るために、その商品を手に取ったお客様になぜその商品を手に取ったんですか?と直撃インタビューを行つたことがあります。すると年齢層によって、その商品の購買目的や、店舗内で販売方法の改善に役立てることができました。顧客の生の声を聞くことで、自分たちの判断に根拠が生まれ、収益につながります。(藤見コンシェルジュ)

なぜその商品を手に取ったんですか?

なぜその商品を手に取ったんですか?

じっくり1日中 競合店を観察

例えばカフェのお客様と一口にいっても、時間帯によって、男女比や利用目的、滞在時間、従業員数、よく頼まれるメニューは異なります。競合店が1日の売上をどう組み立てているのか、じっくり1日中観察してみるのもあり!その中で自分はどこで差をつけるのか、ターゲティングをどうするのか考え直すことができるかもしれません。もちろん複数の競合を観察するとよりgood!



自らの人脉を図で徹底的に見える化

初期段階から売上を加速させたり、フィードバックを受けたい場合には、まず自分や知り合いが持っている個人のネットワークを徹底的に書き出してみてください。書き出することで、どのようなセールスルートがありそうか、事業拡大の協力者が誰なのかを確認することができます。キーマンを見つけ出し、その人経由で商品をアピールすることで、成約確率が高まるかもしれません。まずは自分がもっているリソースを図で整理して、販売強化のためのアクションを実行しながら、PDCAを高速で回していくましょう!(井口コンシェルジュ)

考えながらアクションすることが重要!

例えば100本電話を掛けるにしても、全て最初の一言を変えてみるとか、反応が良かったワードを少しづつ探っていくとか。

分からなりりに行動して、その結果を積み重ねて戦略的な考え方・仮説を作っていくことが重要です。私の場合、知識やつながりもなかったので、とにかく行動しなければ不安でした。ですが、行動して積み上げてきたものが今の自分につながっていると思います。

みなさんも行動することを恐れず、自分なりの仮説を立て、どんどん行動していきましょう!



私はこうやって売上をつかんだ!

PHASE

1 とにかく関係者とつながる!

①公開している事業者リストから**全ての事業者**に直接電話!
この段階で話を聞いてくれる事業者はおらず、まずは別のアプローチの必要性を感じた。

②友人、知人、仕事相手など**自分の人脉**とにかく連絡!

お願いする時は、「**3人紹介**してください」「あなたの知り合いでこの業界の人がいませんか?」「今ここで連絡してもらえないですか?」と**具体的に**伝えた。例え1人でもつなげてもらえば万々歳!の気持ちでお願いし続けた。

③つながらった縁を大切にして徐々に関係を築いた!
自分の事業に直接関係ないような依頼を引き受けたり、定期的に情報交換の場を設けたり、紹介してくれた人にはきちんとお礼をすると、つながりが途切れないと工夫した。

PHASE

2 業界での自分の立ち位置や 価値を確認!

直接的に自分の事業につながらないようでも、**様々なつながりをつくった**ことで、業界を全体的に知ることができ、その上で過去の経験を生かしてセミナーの講師をしたり、相談に乗ったりしているうちに、**業界の特性がわかつてきて、自分の立ち位置をつかむ**ことができた!

以前、直接電話をかけた時に話を聞いてもらえないかった事業者から、仕事の相談がくるまでに成長!直接電話したことは無駄ではなかった!

ここで投資確定!

サービス内容はまだ固まっていなかったが、**ここまでやっているならこの先もやってくれるだろう**という行動力から**信頼を得る**ことができ、投資につながった!

PHASE

3 自分のサービスを広める!

①2年間毎月1回**プレスリリース**を出し続けた!

取材に来てもらえるよう、「初」という言葉や、SDGsと関連付けるなど、**社会的なトレンド**やインパクトを意識してリリース!

②ピンポイントで**投げ込み営業**!

広告代理店やテレビ局にヒアリングし、自分のサービスと親和性が高い番組を聞き、**ピンポイント**で営業を行った!

③自力でのチラシのポスティング

個人宅以外にも、**大型商業施設や業界と親和性のある施設**にも自分で配布した!

④評価指標となる**実績づくり**

大手企業とのコラボ事業を多数行い、**顧客にわかりやすい評価指標**となる実績をつくった!

株式会社ファビ 代表取締役
スタートアップカフェコンシェルジュ
平田 大樹さん