

ビジネス基礎 マスター講座

 Avance



目次

Contents

- 1 ビジネスとは
- 2 ニーズ・欲求・需要の関係性
- 3 供給とは
- 4 マーケティングとは
- 5 売上の計算式とは
- 6 ビジネスにおいてやること



- 第1章 -

ビジネスとは



THINKING

TIME



そもそもお金とは？

お金とは

価値と交換
するもの



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＝悪」ではない



THINKING

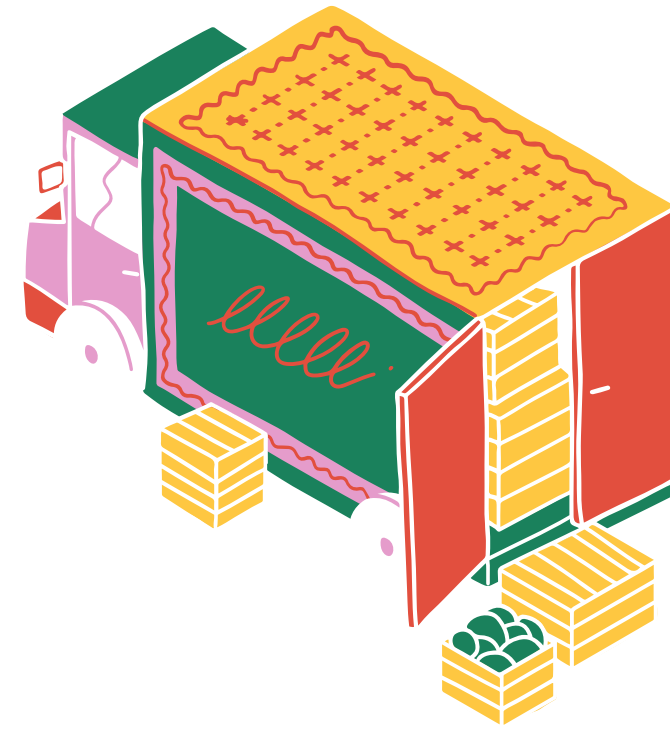
TIME



ビジネスってなに？

ビジネスとは

需要に対して供給を届ける活動



THINKING

TIME



Q

なぜ人は商品を買
うのでしょうか？

人が商品を買う理由

現状の状態



ギャップを
埋めるため

理想の状態



- 第2章 -

ニーズ・欲求・需要の関係性



THINKING

TIME



Q

これらの関係性を
パッと言えますか？

ニーズとは
(Needs)

ニーズとは

なにかしらの

不満や欠乏から

必要性を感じて

いる状態



ニーズは



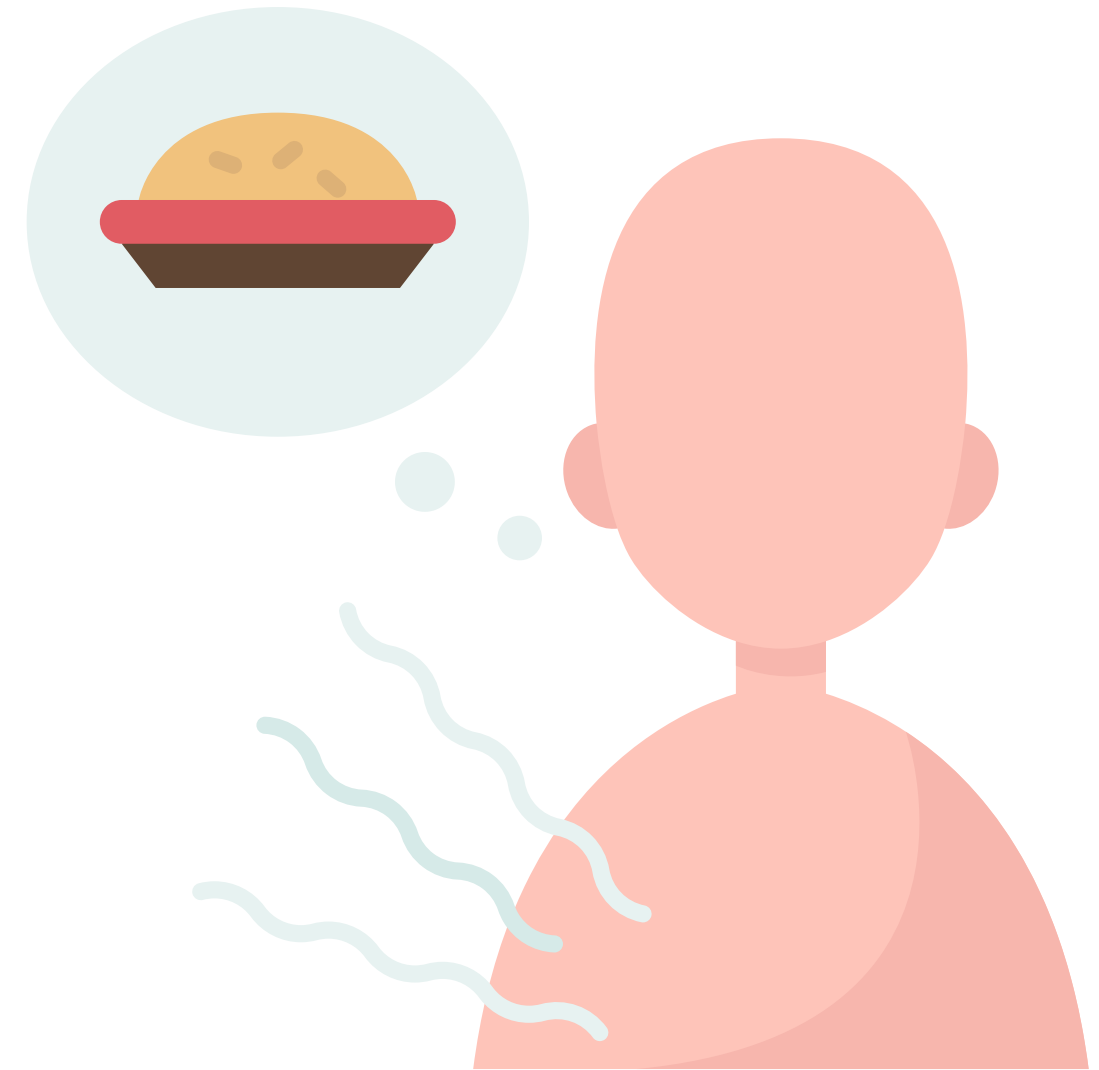
ニーズは人間が根源的に感じている願望
なので第三者が作り出すことはできない。



人間が行動する際の「目的」とされており
「抽象的に表現」されるのがモノである。

例えば

- ✓ お腹が空いたな～
- ✓ 家族と幸せになりたいな～
- ✓ 将来1人じゃ嫌だな～
- ✓ 喉が渴いたな～



根源的欲求

ニーズは根源的欲求に基づくことが多い。

「LF8」と言われている。
(Life Force 8)

日本語では

「生命の8つの躍動」 「人間の8大的欲求」



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、危険を逃れたい
4. 性的に交わりたい
5. 快適に暮らしたい
6. 他人に優れ、世の中の遅れを取りたくない
7. 愛する人を気遣い、守りたい
8. 社会的に認められたい



後天的欲求

1. 情報が欲しい。
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、質のよさが欲しい。
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ない。



欲求とは
(Wants)

欲求とは

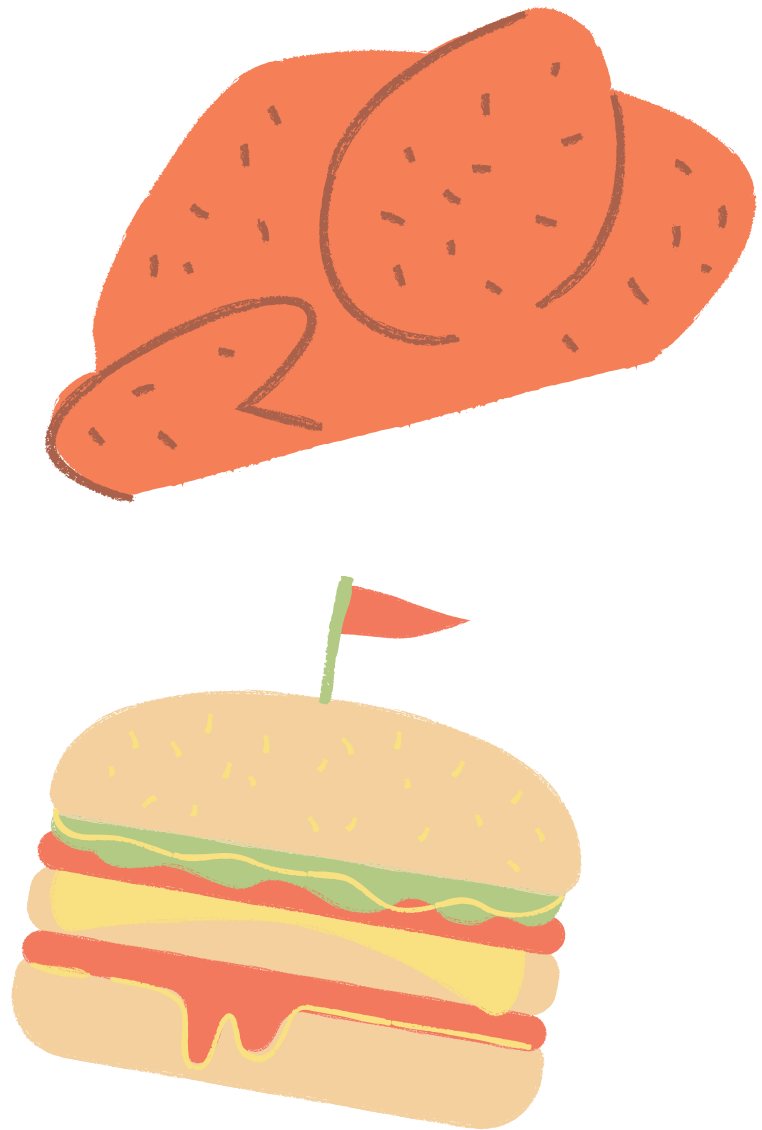
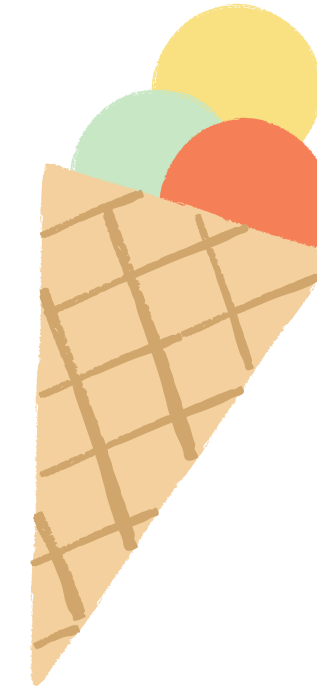
ニーズが「特定の対象」に
向けられた願望のこと

▷ その対象は人によって異なる。



例) お腹が空いたな～ (ニーズ)

- 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
- 中華料理が食べたい
- ラーメンが食べたい



欲求はニーズを満たす「特定の対象」であり
その対象は人によって異なる。(ニーズよりも具体的)

例) 家族と幸せになりたいな～ (ニーズ)

- ☑ お金を稼ぎたいな～
- ☑ 家族関係を改善したいな～
- ☑ 子育てを頑張りたいな～
- ☑ 旅行に行きたいな～
- ☑ 引越したいな～



欲求はニーズを満たす「特定の対象」であり
その対象は人によって異なる。(ニーズよりも具体的)

例) 将来1人じゃ嫌だな～ (ニーズ)

- ☑ 結婚したいな～
- ☑ 犬欲しいな～
- ☑ 友達欲しいな～
- ☑ 都会に暮らしたいな～

欲求はニーズを満たす「特定の対象」であり

その対象は人によって異なる。(ニーズよりも具体的)

例) 喉が渴いたな～ (ニーズ)

- ☑ コーラが飲みたいな～
- ☑ お茶が飲みたいな～
- ☑ 水が飲みたいな～
- ☑ コーヒーが飲みたいな～
- ☑ ヤクルトが飲みたいな～



欲求はニーズを満たす「特定の対象」であり
その対象は人によって異なる。(ニーズよりも具体的)

THINKING

TIME



Q

ビジネスとは？

ビジネスとは

需要に対して供給を届ける活動

(×) **欲求**に対して供給を届ける活動

お寿司が食べたい（欲求）

高級なお寿司が食べたいのか

中価格の寿司を食べたいのか

低単価で家族と一緒に食べたいのか

おうちでお寿司を食べたいのか

パッとひとりでお寿司を食べたいのか

自分の好きなネタを選らびたいのか



これらが「需要」である。

つまり

欲求に対して供給（商品やサービス）を
届けるだけでは消費者にとっての

「本当のニーズ」を満たせるとは限らない

▷ 多くの人がやっている「博打・ギャンブル」である

需要とは
(Demands)

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

▷ その対象は人によって異なる。



余談として

需要は満たされなくても困らないけど
満たされるとプラスの感情が働くモノ

▷ 「購買力を伴う願望」のこと（覚えなくて良い）

需要は

欲求を「細分化」することによって
導き出すことができる

欲求

需要

需要

需要

▷ ビジネスは「需要に供給を届ける活動」
欲求を細分化することで具体的な対象がわかる。

需要は

ニーズを「深掘り」することによって
導き出すことができる

ニーズ

需要

需要

需要

▷ ビジネスは「需要に供給を届ける活動」
ニーズを深掘りすることで具体的な対象がわかる。

悪い例) ハンバーガー

ハンバーガーが食べたい (欲求)

ハンバーガーどうぞ! (供給)

いや、そのハンバーガーは要らない

良い例) ハンバーガー

パッと外で食べれて且つ低価格で
ボリュームのあるハンバーガー食べたいな～ (需要)



はい！マック買ってきたよ～ (供給)



お！これが食べたかったんだよ～。ありがとう。

悪い例) お腹すいたな～

お腹空いたな～ (ニーズ)

ハンバーガーどうぞ! (供給)

いや、ハンバーガーは食べたくない

良い例) お腹すいたな～

パッと外で食べれて且つ低価格で
ボリュームのあるモノが食べたいな～ (需要)



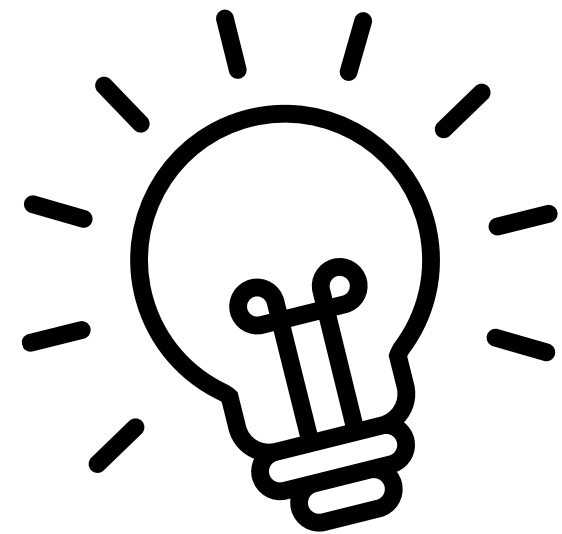
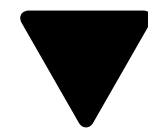
あ、それならマックとかどう？ (供給)



お！マックいいいね！行こうか！！

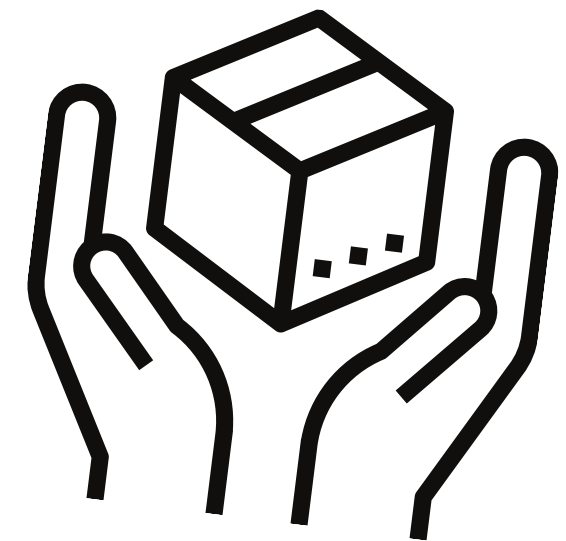
需要を見つけることが必須！

需要を見つけることで
供給すべきモノがはっきりと分かる



「売れるコンセプト」

「売れる商品」に繋がる



まとめると

● ニーズ (Needs) とは

なにかしらの不満や欠乏から必要性を感じている状態

● 欲求 (Wants) とは

ニーズが「特定の対象」に向けられた願望のこと

● 需要 (Demands) 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

良い需要の条件

- ① 競合が少ない
- ② 人数が多い
- ③ 購買意欲額が高い



5W1H法もある（補足）

いつ



When

どこで



Where

誰が



Who

何を



What

なぜ？



Why

どのように



How

欲求に対して「why?」と聞くと「ニーズ」が出てくる
欲求・ニーズに対して「why以外」を聞くと「需要」が出てくる

実際にワーク

欲求



稼ぎたい

Why



なぜ
稼ぎたいの？

ニーズ



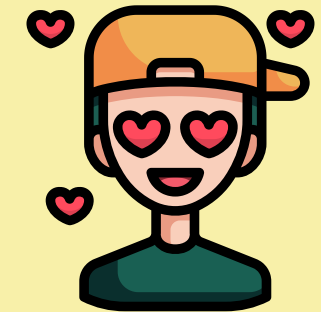
モテモテに
なりたいから

じゃあ別に



恋愛テクニック
だけでOKよ

欲求

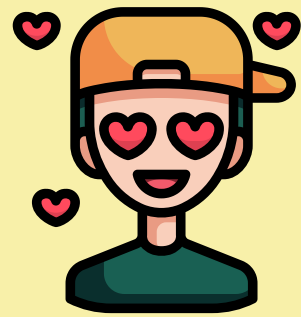


恋愛テクニック
身につけたい！

▷ ニーズを満たす欲求は複数ある。

実際にワーク

欲求



恋愛テクニック
身につけたい！

Why



なぜ
身につけたいの？

ニーズ



モテモテに
なりたいから

恋愛テクニック
なくても



お金稼げれば
モテるように

欲求



稼ぎたい

▶ ニーズを満たす欲求は複数ある。

▼欲求から需要を導き出す▼

何をして稼ぎたいの？ (What)

アフィリエイトで稼ぎたい (欲求)

SNS？ ブログ？ (How)

インスタアフィで稼ぎたい (需要)

いくらくらい？ (How)

月100万円くらいをインスタアフィ
で稼ぎたい (需要)

どのくらいの期間で？ (When)

1年で月100万円を
インスタアフィで稼ぎたい (需要)

何でインスタアフィで
100万稼ぎたいの？ (Why)

お金稼いでモテモテに
なりたいから (ニーズ)

▼ニーズから需要を導き出す▼

お腹すいたな～（ニーズ）

どんなのが食べたいの？（What）

ボリュームがあって、安くて満足感のあるやつだ良いな（需要）

外で食べれるやつ？（Where）

外で食べれたら良いね（需要）

肉？魚？ジャンク？（What）

ジャンキーなやつだな（需要）

この人はボリュームで安くて満足感があって外でパッといけるジャンクフードが食べたいのか（需要）

マックで良いじゃん??

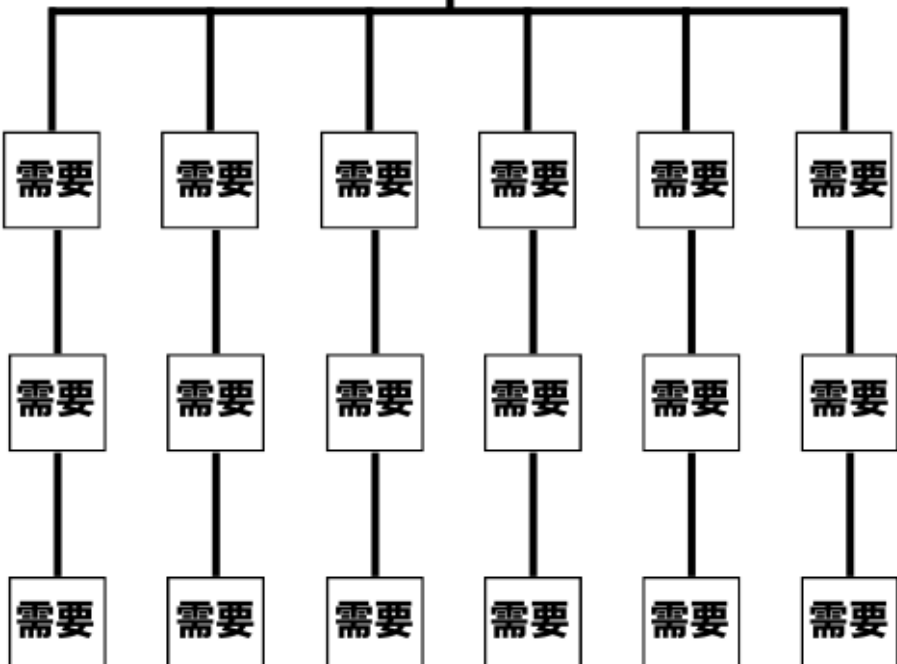
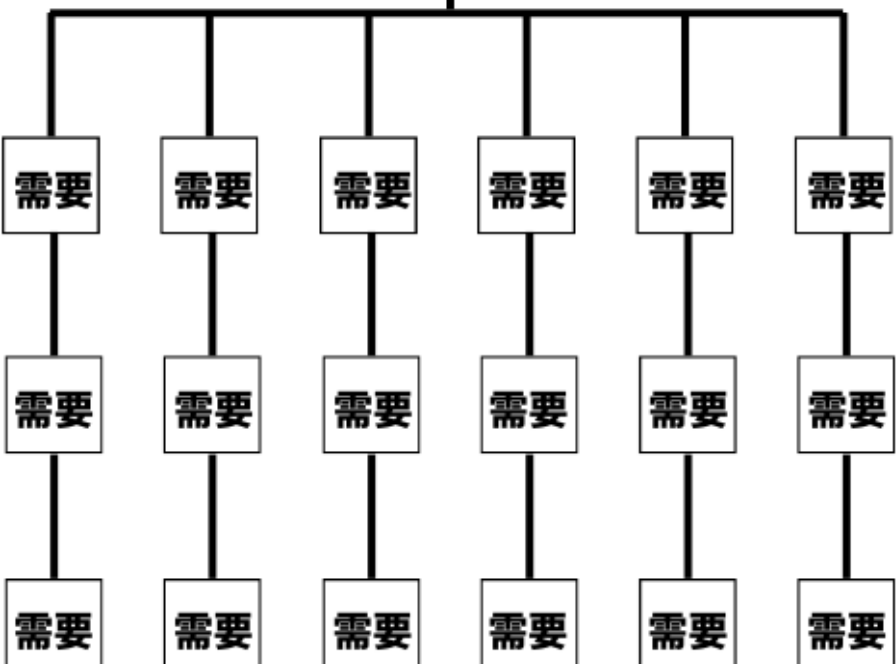
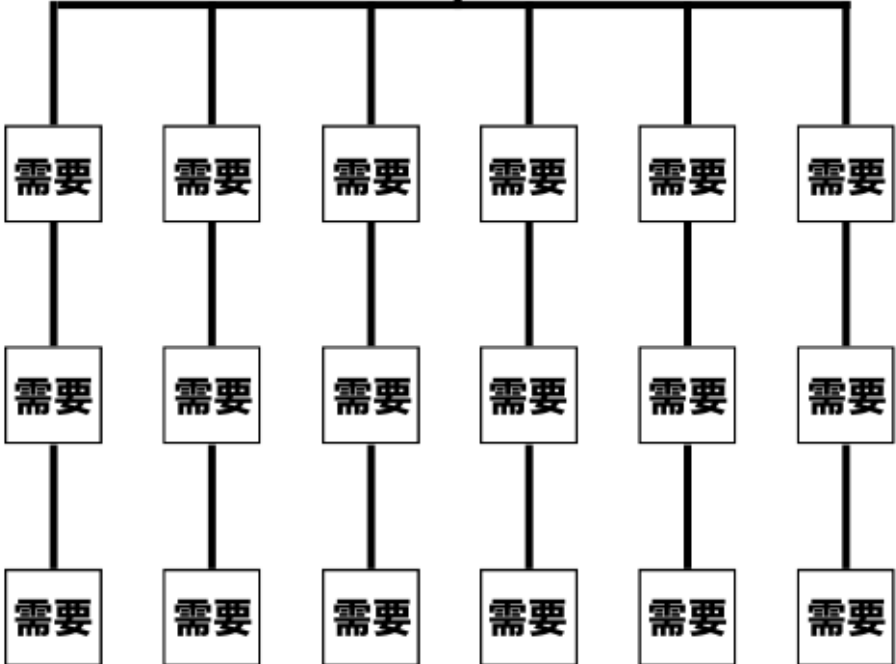
おお、マックいいね！！
行こうか。

ニーズ

欲求

欲求

欲求



- 第3章 -

供給とは



THINKING

TIME



供給とはなんですか？

供給とは

「需要」を満たす
商品・サービス



全体像をおさらい

☑ ビジネスとは

需要に対して供給を届ける活動

☑ 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

☑ 供給とは

「需要」を満たす商品・サービス

供給での重大なミス

供給ファーストでビジネスを
構築してしまうパターン

▷供給ファーストで考えてしまうと
良い需要の条件に当てはまらなかった場合に終わる

供給での重大なミス

供給ファーストの人は
コンセプトが微妙なことが多い

▶ 良い需要から逆算していないので
自分よがりの意味不明なコンセプトになっている

当たり前現象

供給ファーストの人は

「欲求」に対して供給をしていることが多い

- ▷ 「痩せたい人」に対して「痩せる方法」を提供していたらボヤッとするに決まってる

なので

自分の供給（商品）がある人も
市場リサーチによって
「究極の需要」を見つける必要がある

▷要するに、あなたの供給（商品）で解決できる
見込み客の「究極の需要」は何なのか、ということ。

コンセプト設計の例（参考までに）

例) ヨガの講師

「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している

「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している

「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している

THINKING

TIME



ヨガのイメージってどうですか？

ヨガのイメージ

「単価安そう」「大手もやってる」
「誰でもできそうな感じ」みたいなの。

▶ 表に「ヨガ」と出してしまおうと
コンセプト設計の時点で積む。

THINKING

TIME



じゃあヨガの講師はどのように
打ち出していけば良いでしょうか？

＼結論／

「究極の需要」を見つけること

「自分はこれ以外やりたくない！」
みたいなマインドは捨てましょう

具体的な例

産後だから無理なくマイペースに
出産前の体重まで戻したいな～（究極の需要）

▼ この需要を元に

表では「産前へ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打ち出していく。

具体的な例

それに対して提供するもの

▶ その需要を満たす商品・サービスが「ヨガ」というだけの話

「ヨガを使ったダイエットの専門家」

「産前へ無理なく戻すゆったり楽痩せの専門家」

▶ 「供給するモノは同じ」でもコンセプト次第で180度変わる

見込み客が欲しいモノ（究極の需要）の中で
自分のできることは何なのか？という思考を持つこと

▶ 今現在商品のある人に関しても
「市場リサーチ」を行うことはマスト

注意点として

名前に供給名を入れちゃダメということではない

転職とか、SNSマーケみたいな
「購買意欲額」が高そうなやつは別に良い。

- ▶ 供給ファーストだと「良い需要の条件」を外す可能性が高いよねって話

- 第4章 -

マーケティングとは



THINKING

TIME



マーケティングとは何でしょうか？

マーケティングとは

「需要」に「供給」を
届ける活動に必要な「全て」

簡単に言うと

ビジネスを行う上での
「流れ」を構築すること

THINKING

TIME



Q

では、SNSマーケティング
とは何でしょうか？

SNSマーケティングとは

SNSでビジネスを
行う上での流れを構築すること

それこそが

カンニング式SNSマーケティング

▶ SNSマネタイズ10STEP

- 第5章 -

売上の計算式とは



THINKING

TIME



売上の計算式わかりますか？

売上の計算式（法的式）

$$\text{売上} = \text{「見込み客数」} \times \text{「成約率」} \\ \times \text{「単価」} \times \text{「購入回数」}$$

▶ 全てのビジネスはこの売上の計算式で測ることができる

売上目標から逆算すること！



事業構築前に自分が稼ぎたい収入目標と
計算式を当てはめてみる（達成可能か）



今の目標が未達成の人に関しては
今のままで達成可能か見極めること（物理的に）

例) 物販で月100万円稼ぎたい

見込み客数：1000人

成約率：10%

単価：3000円

購入回数：1回

A. 30万円

THINKING

TIME



月100万円稼ぐためには？

＼結論／

何かの要素を3.3倍 or 全ての要素を
合わせて3.3倍にしなければいけない

▶ 物理的に考えて毎月安定して100万稼げますか？

仮に

100万円稼いだときの
あなたの状況はどうですか？

- ▶ ユニットエコノミクスの最適化
- ▶ スケーラビリティの担保

- 第6章 -

ビジネスにおいてやること



THINKING

TIME



ここまで色々語りましたが、
結局何をすれば良いのでしょうか？

＼結論／

ビジネスにおいて
やることはたった3つだけ

▶ その3つとは？

① 良い需要を見つける

② その需要を満たす供給を作る

③ 供給の届け方を決める

▶ この3つが最適化すれば必ず売上はあがる

まとめ



お金とは

価値と交換
するもの



お金を稼ぐとは

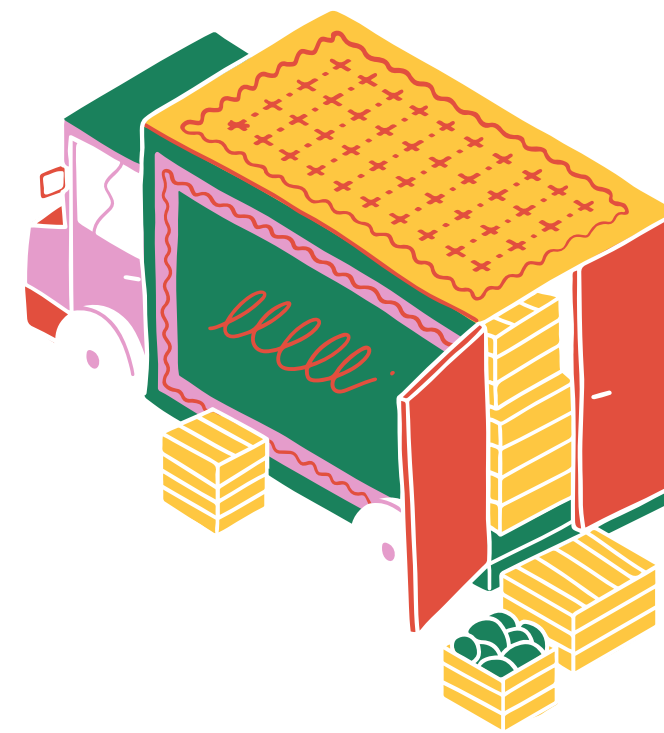
価値を与えてお金をもらうこと

「お金を稼ぐ＝悪」ではない



ビジネスとは

需要に対して供給を届ける活動



人が商品を買う理由

現状の状態



理想の状態



ギャップを
埋めるため

ニーズとは

なにかしらの

不満や欠乏から

必要性を感じて

いる状態

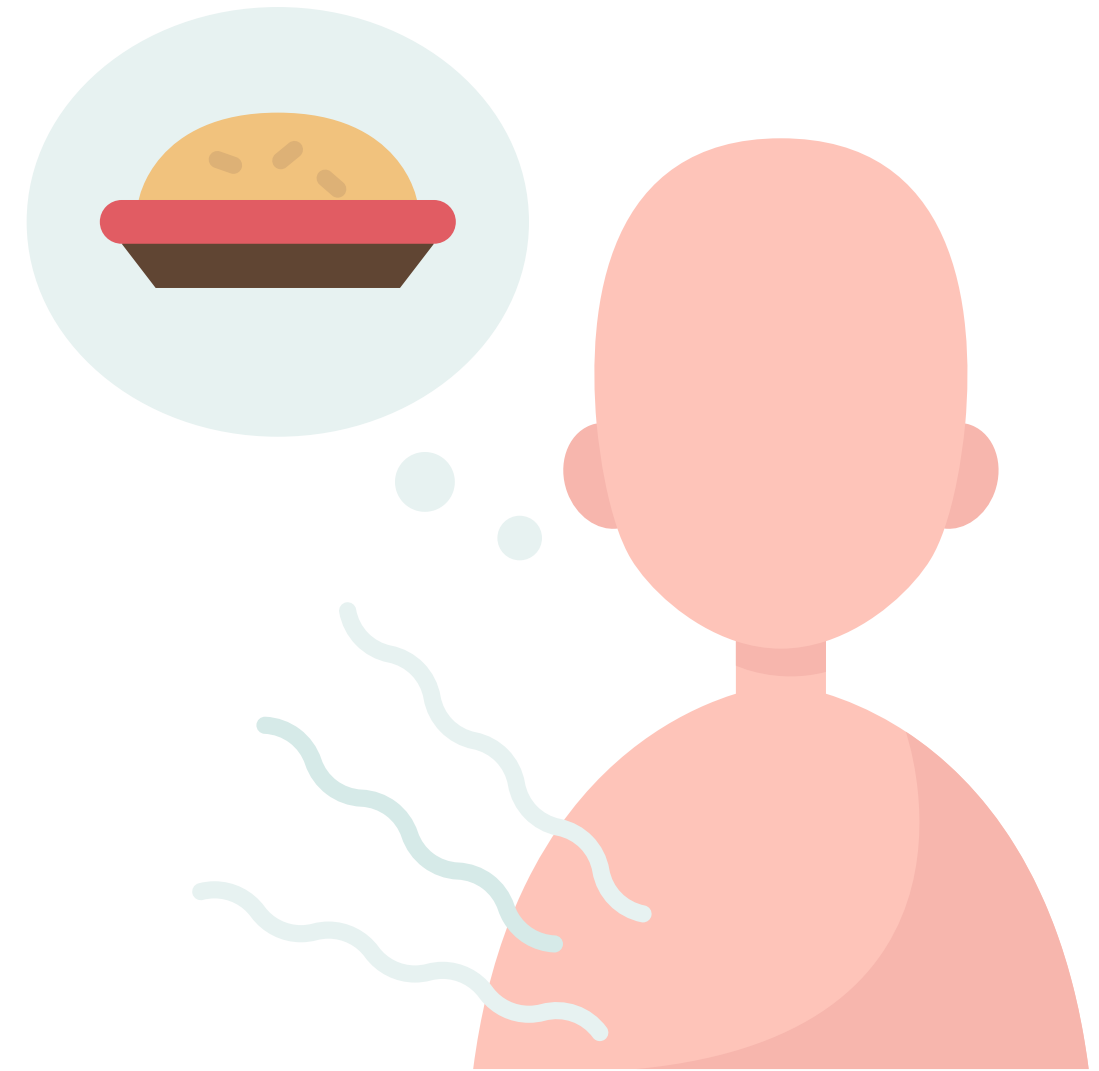


ニーズは

- ニーズは人間が根源的に感じている願望
なので第三者が作り出すことはできない。
- 人間が行動する際の「目的」とされており
「抽象的に表現」されるのがモノである。

例えば

- ☑ お腹が空いたな～
- ☑ 家族と幸せになりたいな～
- ☑ 将来1人じゃ嫌だな～
- ☑ 喉が渴いたな～



欲求とは

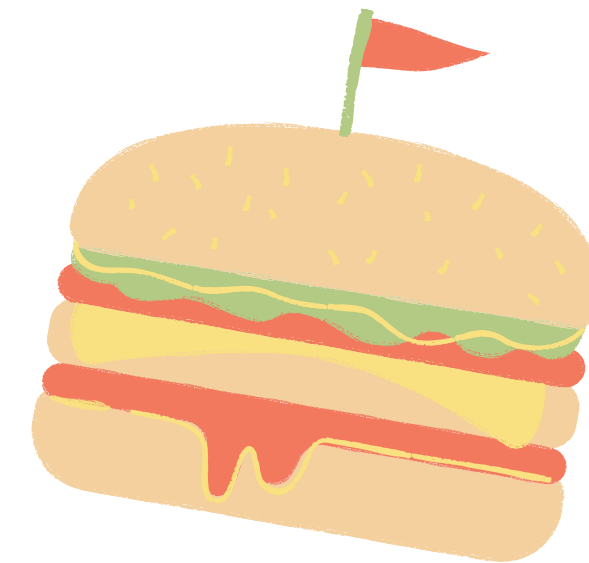
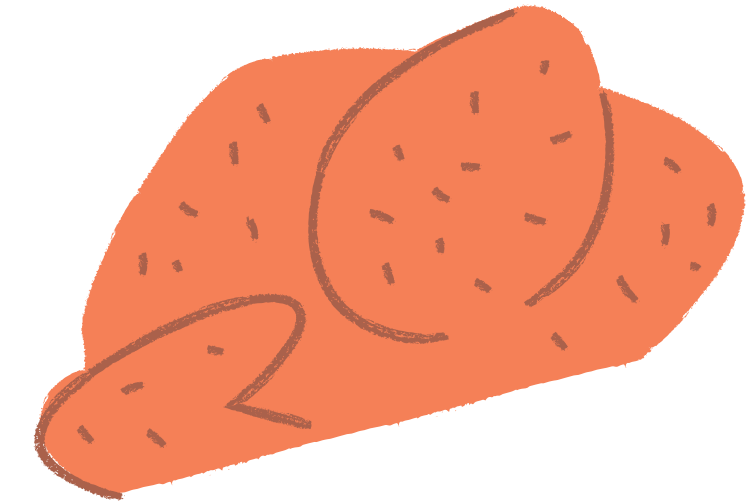
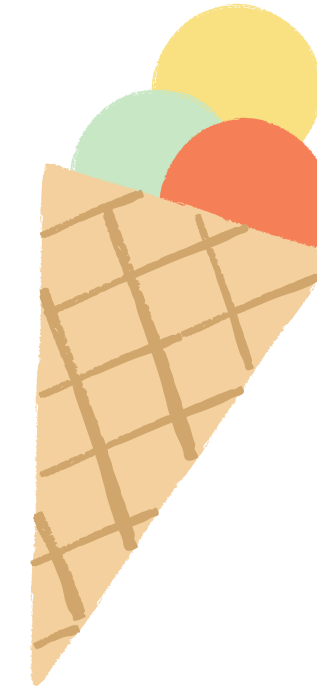
ニーズが「特定の対象」に
向けられた願望のこと

▷ その対象は人によって異なる。



例) お腹が空いたな～ (ニーズ)

- 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
- 中華料理が食べたい
- ラーメンが食べたい



欲求とはニーズを満たす「特定の対象」であり
その対象は人によって異なる。

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

▷ その対象は人によって異なる。



悪い例) ハンバーガー

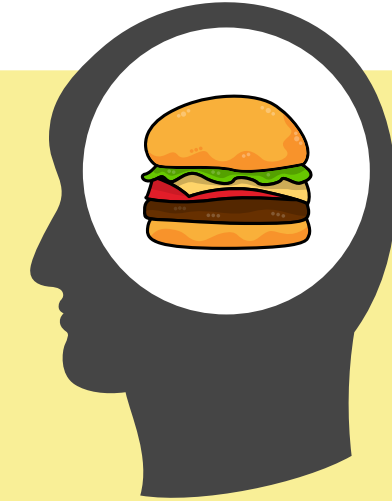
ハンバーガーが食べたい (欲求)

ハンバーガーどうぞ! (供給)

いや、そのハンバーガーは要らない

良い例) ハンバーガー

パッと外で食べれて且つ低価格で
ボリュームのあるハンバーガー食べたいな～ (需要)



はい！マック買ってきたよ～ (供給)



お！これが食べたかったんだよ～。ありがとう。

供給とは

「需要」を満たす
商品・サービス



供給での重大なミス

供給ファーストでビジネスを
構築してしまうパターン

▷供給ファーストで考えてしまうと
良い需要の条件に当てはまらなかった場合に終わる

当たり前現象

供給ファーストの人は

「欲求」に対して供給をしていることが多い

- ▷ 「痩せたい人」に対して「痩せる方法」を提供していたらボヤッとするに決まってる

例) ヨガの講師

「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している

「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している

「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している

具体的な例

産後だから無理なくマイペースに
出産前の体重まで戻したいな～（究極の需要）

▼ この需要を元に

表では「産前へ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打ち出していく。

具体的な例

それに対して提供するもの

▶ その需要を満たす商品・サービスが「ヨガ」というだけの話

「ヨガを使ったダイエットの専門家」

「産前へ無理なく戻すゆったり楽痩せの専門家」

▶ 「供給するモノは同じ」でもコンセプト次第で180度変わる

見込み客が欲しいモノ（究極の需要）の中で
自分のできることは何なのか？という思考を持つこと

▶ 今現在商品のある人に関しても
「市場リサーチ」を行うことはマスト

マーケティングとは

「需要」に「供給」を
届ける活動に必要な「全て」

簡単に言うと

ビジネスを行う上での
「流れ」を構築すること

SNSマーケティングとは

SNSでビジネスを
行う上での流れを構築すること

それこそが

テンプレート式SNSマーケティング

▶ SNSマネタイズ10STEP

売上の計算式（法的式）

$$\text{売上} = \text{「見込み客数」} \times \text{「成約率」} \\ \times \text{「単価」} \times \text{「購入回数」}$$

▶ 全てのビジネスはこの売上の計算式で測ることができる

例) 物販で月100万円稼ぎたい

見込み客数：1000人

成約率：10%

単価：3000円

購入回数：1回

A. 30万円

＼結論／

ビジネスにおいて
やることはたった3つだけ

▶ その3つとは？

① 良い需要を見つける

② その需要を満たす供給を作る

③ 供給の届け方を決める

▶ この3つが最適化すれば必ず売上はあがる

おわり