

以下の質問に対して、『できている=○』『できていない=x』をつけてください。

Q1. 起業時にかかる費用を把握して、払える状態にある

個人事業と法人化ではもちろん費用は大きく違います。その他にも「場所」「インフラ」「仕入れ」「備品」なども必要かもしれません。当たり前ですが初期費用を明確にして、それを「払える」状態にないとスタートの前に終わります。

☐ ☐

Q2. 自分の『強み』や『魅力』と言えるものを持っている

人よりも「抜きん出た成績」や「周囲から認められるスキル」を持っていますか？ もちろん仕事のほうがイメージしやすいかもしれませんが、部活や趣味などでもOKです。周りで「一番」を取っているなら文句ないですが、一目置かれるレベルでも問題ありません。

☐ ☐

Q3. その強みを活かした起業をしようとしている

ココはすごく大事です。そもそも強みを活かしたビジネスを立ち上げないと、集客が上手くいかずにあっという間に競合に負けてしまいます。ということは、今までやったことがないジャンルや、『新しい業種にチャレンジしたい!』なんていう時は、いきなり起業する前に、Q2の『強み』を作るところから始めるといいです。

☐ ☐

Q4. 自分が参入する市場の情報を調べている

自分が参入しようとするエリアや業界について情報収集を十分に行っているかです。対象のエリアには、どのくらい見込み客がいそうで、流行りの商品がどんなもので、業界として成長段階なのか成熟段階なのか、などなど。ちゃんと調べることで、既に衰退している業界や、お客さんがほとんどいない市場に突撃するような『負け戦』を避けることができます。

☐ ☐

Q5. 競合になりそうな企業や人について調べている

これからあなたのライバルになりそうな企業やお店が、「どんな商品」を「いくらで」「どのように」売っているのかなどを知っていると、「自分が参入できそうか」「どんな方法なら参入できそうか」も見えてきます。

☐ ☐

Q6. あなたのサービスを提供するターゲットについて調べている

あなたの商品を最も欲しがる人についての情報は、起業でロケットスタートを切るためには不可欠です。どんな悩みを抱えていて、他にどんな商品を試したことがあって、どんな状態になりたいと思っているのか、などを知れば知るほど、魅力的なサービスを作ることができます。

☐ ☐

Q7. ターゲットが「お金を払ってでも手に入りたい」と思えるサービスがある

ターゲットについて調べた情報をもとに『あなただから提供できる商品』が既にあるかどうか。あなたの商品が売れるには、競合他社には真似ができなくて、お客さんがわざわざあなたから買いたくなる理由が必要です。

☐ ☐

Q8. サービスを売るための集客の計画がある

『集客』は起業してから最初にクリアしなきゃいけない大きな課題ともいえます。大変だからこそ見て見ぬフリをしがちですが、起業してから考え始めるようでは、あっという間にゲームオーバー間違いなし。事前に組み立てた計画をもとに改善のプロセスを回していくことが成功のポイント！

☐ ☐