

# ガイドビジネス基礎的知識と起業スキル

## 目的

- ガイドビジネスにおける知識の習得
- ビジネス展開に向けての学習課題
- ガイドビジネスの起業家促進！

## GOAL

ガイドビジネスで成功する。



JUST DO IT!



法人登記した企業の6割が1年以内でなくなる

8割が5年以内に倒産

10年以上、ビジネスを継続できる会社は10%

経済産業省がはじき出した企業寿命（ビジネスを展開できる期間）は5年と言われている

## <目次>

参考書籍 実践経営術

著（株）ディセンター

- 1 ビジネスの基本スタイル
- 2 具体的なアクションプラン
- 3 ビジョンと経営理念
- 4 仮説の構築
- 5 ビジネスコア
- 6 経営計画
- 7 マーケティング
- 8 数値計算
- 9 リスク管理と対処
- 10 イノベーション

「決してライバルには見せないでください！」

## 1 ビジネスの基本スタイル

ビジネスにおける基礎的な知識を紹介します。

### ◇基礎的な知識

成功するビジネスの基本スタイル（アプローチ）は

「仮説・検証・ノウハウ化」のサイクルである  
さらにそれを行う際のスピード化も必要となる。

「仮説」について

仮説とは空想やイメージです

現状のビジネスでは「**これをやれば確実に成功するビジネスモデルはどこにもない**」

ある程度の仮説ができたらとにかくチャレンジし修正しながら進むという姿勢となる。

仮説があればあるほど有利となる。

「検証」について

実行が測定できる項目（エビデンス）を決めて確かめること

「ノウハウ化」とは

組織として行う場合「ストック」と「シェア」の仕組みを持つこと

<ビジネス開始の基本スタイル>

- やりたいこと、ビジョン、あるべき姿をイメージする
- 自分の特徴や自分の置かれた環境を活かす
- 自分が喜ばせたいお客をとにかく喜ばせること
- 自分にしかできない「さすが」だと言わせることを考える

<ガイドビジネスの基本スタイル>

- 0 目標設定 (目標や目的は何か)
- 1 サービス商品の策定 (お客は誰か？どこを案内するのか？)
- 2 告知・広報・宣伝・営業 (どのように情報を届けるのか)
- 3 集客 (どのように集めるのか)
- 4 実行 (どのように実行するのか)
- 5 改善 (よりよく行うための改善は何か)
- 6 検証 (目標の達成度は何%か)
- 7 イノベーション (どのように変えると良いのか)
- 8 持続 (持続するための方法を実践)

## 2 具体的なアクションプラン

ガイドビジネスを起業するための具体的な行動を紹介します。

### <起業にむけての具体的なアクションプラン>

- 1 ビジョン・経営理念を抱く
- 2 仮説を立てる（このようにすればお客が喜ぶ、そして私は〇〇儲かるのでは？）
- 3 情報収集と分析（外部環境と内部環境）
- 4 ビジネスコアを強化する
- 5 経営計画を検討する
- 6 マーケティングをする
- 7 数値計算する
- 8 リスク管理する
- 9 イノベーションする
- 10 繰り返す

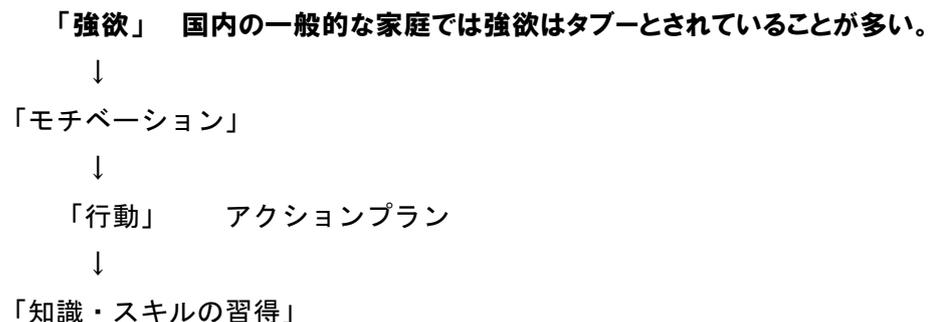
事項から具体的に解説していきます。

### ◇現状のダークサイド

- ・業界におけるガイドは「山登り」をすることが目的であり、それを仕事とすることを目標にしているがそれで満足してしまう（事業で稼ぎたいと考える方は少ない）ガイドすることで満足してしまっている傾向が強い。
- ・専門ガイドで自立するためには「ビジネススキル」「集客スキル」等が必要となる。
- ・さらにガイドビジネスで起業するには「勇気」と「行動力」が加算される。
- ・「勇気」と「行動力」を引き出すためには「強烈なモチベーション」が必要となります。
- ・「強烈なモチベーション」の原動力は「トラウマ」「コンプレックス」「強欲」です。そもそも山歩きを楽しむ人は比較的、恵まれた経済環境の家庭が多いのも事実である。

**特に「強欲」であることが開始の条件となります。**

「強欲とは手に入れたいものをあきらめない」ということとなります。



### 3 ビジョンと経営理念

ビジョンと経営理念を作成しましょう。

#### ◇ビジョン

ビジョンとは事業の未来像を描くこと

(未来を推測し、行動のための仮説を抱くこと)

ビジョンを描くためには現状を深く分析することが必要となる。

ビジョンをつくる目的としては行動の指針や人生目標（ゴールセッティング）を明確にすることでそれに向かい意識的、無意識的な努力をするようになるということです。

(例)「私たちはエコツアーを通じ地球環境の保全と活用を推進し  
世界の人々の健康で文化的な生活に貢献します。」

「私たちの願いは地球と人類を健康にすることです。」

#### ◇経営理念

経営理念とはビジョンを達成するための考え方の目標や判断や行動の基準です。

経営理念を明確にするメリット

- ・ 様々な人の強力を得るため
- ・ 自身やスタッフのモチベーション UP
- ・ 人材育成
- ・ 管理コストの削減
- ・ ブランド価値の向上
- ・ ステイタス
- ・ お客様へのアピール

(例) 私たちは世界の人々に「非日常的な体験」と「気づき」を提供します  
私たちは安全と安心を最優先にてサービスを提供します。  
私たちはお客様に最大の満足度を与えることが最大の喜びです。  
世界の人々との交流を通じ平和で心豊かな社会を実現します。  
私たちはいかなる場合も「お客様が笑顔で過ごせる」サービスを提供します。  
私たちは観光サービス業を継続することが最大の社会貢献です

**「ビジョンと理念は観える化すると効果的です」**

#### 4 仮説の構築

仮説を構築しましょう。

##### ◇仮説について

「仮説」とは空想やイメージ、思い込みです。

例えば

「このようにすればお客が喜ぶ、そして私は〇〇儲かるのでは？」

仮説がたくさんあればビジネスを開始したくなります。

日頃から「仮説やアイデアを考え、メモする習慣が大事です」

##### ◇仮説を導き出す思考法

ほとんどのガイドは実務をスムーズにこなすことを優先的に思考しています。

起業家を目指すガイドは「どうすれば儲かるか」が思考の中心です。

- 例えば
- ・このような場所を案内すればお客が喜ぶ
  - ・このような場所へ連れて行くとお客が喜ぶ
  - ・このようなサービスを提供すればお客が喜ぶ
  - ・このような行程やルートだと便利でお客が喜ぶ
  - ・このようにすればガイド料を高く設定できる
  - ・このような人を案内すればガイド料を高く設定できる
  - ・このようなおまけがあるとお客は嬉しい
  - ・このような困ったことを解決するとお客が喜ぶ

ガイド中、絶えずこのような思考が必要です。

##### ◇現実的な課題

実は上記のような思考（仮説）については実践的な経験が必要となります。

##### 「仮説は現場から生まれます」

現場や経験をできるだけたくさん積むことが有利となります。

##### ◇現状のダークサイド

- ・経験や現場をたくさん積んでいても「強欲」や「ビジョン」がない場合  
仮説は生まれません。
- ・仮説やアイデアが生まれてもメモしないとすぐ記憶から外れます。  
(仮説やアイデアの9割は忘れてしまう)
- ・メモを見ながら行動したいと思う人は2割です。
- ・**実際に行動を開始する人は約2%です。**

## 5 ビジネスコア

ビジネスの中心について整理しましょう。

### ◇ビジネスコア

「ビジネスコア」とは事業の中心となる部分です。

事業を運営するにあたり、必要な武器です。

<5つのビジネスコア>

- 1 「商品（サービス）」そのもの
- 2 「ビジネスモデル」
- 3 「付加価値」
- 4 「差別化」
- 5 「ポジショニング」

**特にビジネスコアを強力にするには「付加価値」と「差別化」がポイントとなる**

### ◇付加価値とは

**「お客様がお金を払う理由(私たちがお金をもらう理由)」です**

<ガイドサービスの付加価値例>

- 他の人が案内できない場所を案内できる
- 誰よりもスピーディに案内できる
- 誰よりも楽しい体験を提供できる
- 誰よりも質問に答えられる（解説できる）
- 誰よりも体力的に楽に案内できる
- 誰よりも安い料金で案内できる      など

### ◇差別化とは

「ライバルのどの部分で勝つのか」（ライバルに勝つ理由は何なのか）

ライバルとの差別化と既存事業との差別化の二つが必要となる。

<ガイドサービスの差別化例>

- 参加者限定   （高齢者・子供・女性 障害のある方など）
- 依頼先限定   （個人、法人、旅行会社、訪日外国人など）
- 属性限定      （医師、弁護士、看護師、公務員、エンジニアなど）
- 地域限定      （〇〇国立公園、〇〇山、〇〇エリアなど）

### ◇現状のダークサイド

安全管理や登山技術（ロープワーク含む）においてお客様は比較できないため付加価値としてはならない。危急時対応についても披露できる機会が少ない

## 6 経営計画

組織や団体としての経営について必要なことを学びましょう。

経営を計画するにあたって必要な知識となります。

### ◇分析について

経営を計画し、実行可能か判断するために必要なことが分析です

#### ・外部環境について

外部環境とはビジネスにおける「経済」「業界」「お客様の動向」「リスク動向」です  
いわゆる事業を取り巻く「変化」の予測です

#### ・内部環境について

内部環境とはビジネスにおける「資産」「商品（サービス）」「ビジネスモデル」です  
いわゆる「内部的な強み」です

### ◇資産

「有形資産」 預貯金、土地、建物

「無形資産」 情報、ノウハウ、信用、実績、ブランド

「人的資産」 ネットワークなど

### ◇商品（サービス）

「機能」 ニーズや目的に合わせたガイディングを提供できるか？

「品質」 優れたガイディング技術を持ち合わせているか？

「デザイン」 優れた人材や見た目的な価値があるか？

### ◇ビジネスモデル

「商売のやり方」 利益が出るビジネスも出るか？

「販売方法」 見込み客がお金を払う仕組みがスムーズか？

（まとめ）

上記に内容や条件を分析し、事業を経営する価値があるのか検討しましょう。

又、そのための情報を収集しておく必要があります。

その中で勝算の仮説を構築しましょう。

その仮説に向かい計画的に行動しましょう。

### ◇現状のダークサイド

業界的にガイドさんは山の知識や情報は数多く持ち合わせているが、外部環境とくに

「経済」についての情報量が少なすぎる方が多い。（読書とセンス）

## 7 マーケティング

マーケティングについて学習しましょう。

### ◇マーケティングの知識

「マーケティング」とは、どのお客様に自分たちの商品（サービス）をどのように提供していくかを考え、売れ続ける仕組みをつくることです。

又、見込み客を効果的に集めること。（効果的に情報を届け、参加してもらう）

つまり「**売れ続ける仕組みをつくること**」（**商売はマーケティングが9割**）

「市場」とは「既存客＋新規客」となります。

ある程度の既存客と新規の客が必要です。

1：5 の法則 新規客に対する販売コストは既存客の5倍かかる

5：25の法則 既存客の離脱率を5%抑えると利益の25%が改善される

KFB (key Buying Factor) 最重要購買決定要件

（その商品・サービスを選ぶ決定打）を考える

KFBは属性やライフスタイルによって異なります。

「属性」 年収 地域 職業 年齢 など

「ライフスタイル」 起床時間 時間の使い方 趣味 食の嗜好など

### ◇ターゲット（絞り込み）の必要性

現状では人々のライフスタイル・属性・ニーズが多様化しています。

以前までの旅行会社パッケージツアーによる不特定多数、量販募集においてはビジネスにおいて限界が来ています。（集客数が少なく催行されない）

特に、小規模事業者においては効果的な集客をするための必要なことがターゲットを絞り込むということです。

まずは**ターゲットを明確化することで、そのターゲットに合わせたサービスメニュー**

**体験内容、効果的な広告媒体、効果的なセールスコピー、効果的な制約決済システムが展開可能となります。**

### ◇現状のダークサイド

現状では経験や登山実績で有名なガイド、技術的に優れているガイドでありながらもただ待っていてもお客さんはやってきません（集まりません）

こちらから効果的に情報を配信する仕組み（情報配信のスキル）、その情報の内容がお客様の心を動かすような広告文（広告・宣伝のスキル）、それを可能にするITスキルが必要となります。マーケティングは多面的な知識とスキルが必要です。

## 8 数値計算

検証のための数値計算を実行しましょう。

### ◇数値計算の知識

「数値計画」とは事業計画の内容を数値（数字）で表現することです。

#### <方程式>

利益 = 収益 - 費用

売り上げ = 客単価 × 客数

売り上げ = 買い上げ平均単価 × 買い上げ点数 × 顧客数 × 購買頻度

### ◇数値計算しなければならない項目例とエビデンス（検証）例

- ・ 長期目標 （10年後の売上目標金額）
- ・ 年間売上目標〇〇円 達成率〇〇%
- ・ 年間集客数 〇〇人 達成率〇〇%
- ・ 年間稼働率
- ・ 平均客単価
- ・ 参加者の年代別データ
- ・ 参加者の男女比
- ・ リピート率
- ・ 上記の月間別 など

### ◇ガイドビジネスで売り上げを上げる9つの方法>

- できるだけガイド料を高額にする
- できるだけ高い商品(サービス)を申し込むお客にする
- 一人のお客様にできるだけたくさん参加してもらう
- お客様が仲間を連れてきてもらえる
- お客様が新規のお客様を連れてきてもらう(紹介してもらう)
- これまでと違う商品(サービス)にも申し込んでもらう
- 参加頻度(来店頻度)を早めてもらう
- 成約率(確実に参加してくれる)を高める
- 季節変動をコントロールする(シーズンものの企画提案)

### ◇現状のダークサイド

現実的に小規模事業者は現場で活躍するため数値化の作業は面倒くさい  
事業内容を数値するには「少し勇気」がいる。

## 9 リスク管理と対処

リスク管理についての考え方と対処法です。

### ◇ガイドビジネスに潜むリスク（ガイディングにおけるリスクは省く）

- ・ 持続運営可能か？（倒産のリスク）
- ・ 十分な売上を確保できるか？
- ・ 負債を抱えないか？
- ・ 資金繰り（キャッシュフローのリスク）
- ・ 参加者や手配ガイドのアクシデントのリスク
- ・ 自然災害の影響のリスク
- ・ 自分の健康へのリスク
- ・ 家族環境におけるリスク など

### ◇ガイドビジネス起業におけるリスク

- ・ 十分な運営資金を確保できるか（融資が受けられるか？）
- ・ 運営資金がなくなるか（お金が続くか？）
- ・ しっかりとした組織運営ができるか？（やっていけるのか？）
- ・ お客が集まるか？（集客できるか？）  
（法人相手としては契約が折れるか？）
- ・ 法人的な職務が遂行できるか（決算、帳簿、保険届け出など）
- ・ その他事件に巻き込まれないか？（騙されないか？） など

### ◇予防と対処法

ビジネスにおける予防策は「当たり前のことを当たり前にする」という事になります。  
ビジネスにおける対処法は「起こってから最善の方法を選択する」（ベストを尽くす）

### ◇現状のダークサイド

そもそもリスクのないビジネスはありません。

ビジネスはリスクはあるが「リターン」が大きから挑戦するのです。

（ハイリスク・ハイリターンです）

そこでよっぽど仮説（自分）に自信がある人しか挑戦しません。

またこの自信については「根拠がないのが普通です」

「根拠のない自信」を持つことができる人がビジネスをスタートできます。

根拠のない自信とは「なんとなく成功すると思う」という感情です。

**「リスクを恐れて行動しない事が最大のリスクです。」**

## 10 イノベーション

事業を継続するための変革・革新の必要性についてです。

### ◇イノベーションの知識

「改善」とは何らかのより良い方へつくり直す（やり方を変える）という事です。  
イノベーションとは何かをつくり直すのではなく、「全く違うものを作る」という事になります。ただし0から1を生み出すのではなく、これまでの経験や知識を生かし新たな発想と柔軟性で、新たなアイデアや価値を創出する事です。

革新的とは今までにない事（みんなが驚く事）です。

変革とは大げさに言うと、業界（世界）や人々の暮らしを変えるという事です。

### ◇「なぜ、イノベーションが必要なのか？」

インターネットやIT技術の進歩により、ライフスタイルや社会の変化スピードが劇的に早いからです。例えば昨年ヒットした製品が翌年には全く違う製品が生まれ人々が購入する。そのヒット商品についても売れる時期はほぼ数カ月である。イノベーションを生み出し続けられない限り、事業は継続できない。

（イノベーションできない法人・大企業も存続できない時代である）

ライフスタイルも商品サイクルも早いので企業の平均寿命は5年であるという経済産業省の発表（データ）がある。

### ◇ガイドビジネスにおけるイノベーション例

- ・ドローン活用のレスキュー技術
- ・スマホ搭載GPSやビーコン（すでに実用化）
- ・スマホ活用の自然解説や歩行アドバイス
- ・室内でのバーチャル登山
- ・ガイドにおける全く新しいサービス
- ・山のガイドの他エリアの進出
- ・ガイドによる他のサービス業務
- ・高齢者への専用サービス など

**「ガイドビジネスにおけるイノベーションの可能性は計り知れない」**

### ◇イノベーションを生み出す技術

「柔軟性」と「課題の創出」そして「知識量の拡大」となります。

JUST DO IT！（いますぐ やれ）

END