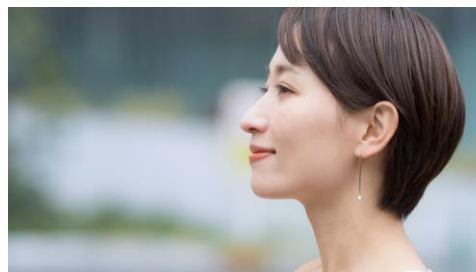


コーヒーを注文するような気軽さで
フリーランスに戦略を提供する

気軽なストラテジー

ライトプラン



CASE 1

ご相談内容

会社員としてITスキルを身に付けたため、そろそろフリーランスになりたいと考えています。

しかし、本当に自分にやれるのか不安なため、フリーランスになるべきか
アドバイスをいただけないでしょうか？

- 32歳 ITエンジニア



ご支援内容

「フリーランスになるべきか」を、
①キャリアのゴールは何か、②会社員とフリーランスのどちらがゴールに近いか、という問いに読み替えて検討しました。
結果として、フリーランスのほうが良いと判断し、1か月後にはフリーランスとして活動を開始しました。



キャリアのゴールは何でしょうか？

「年収1,000万円、かつ家族と自由な生活を送ること」をゴールに決めました。

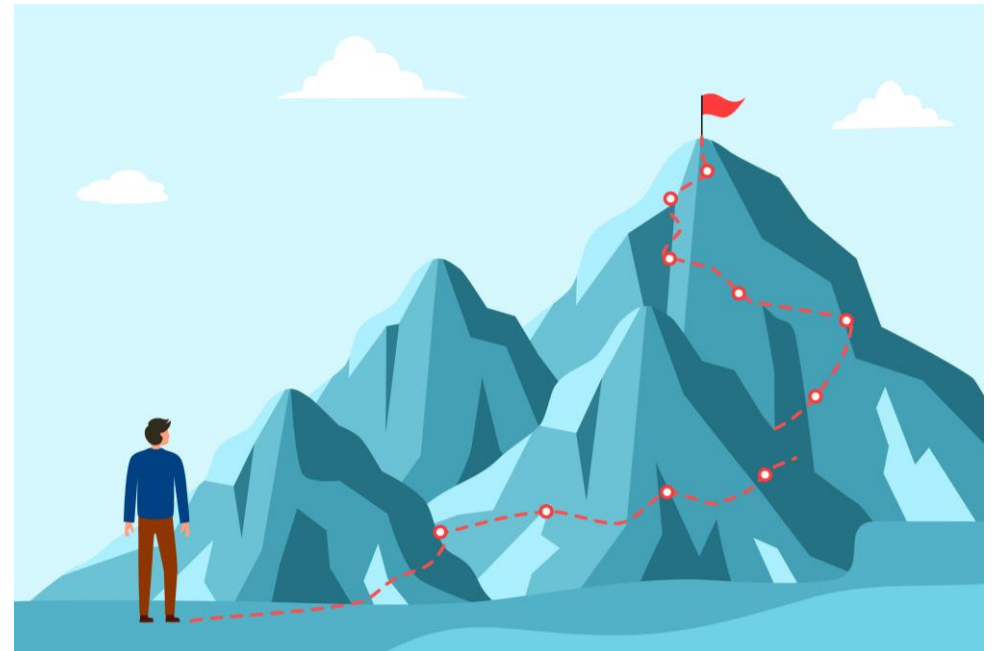
お話しさせていただいた内容のまとめ

- フリーランスになることを考えた理由は、会社員としての現職に不満があるため
- 現職の年収は現在500万円であり、将来的には1,000万円ほどないと心配
- 家族との時間も大切にしたいと考えているが、現職は毎月1度は休日出勤があり家族に迷惑をかけている点を反省
- 周りの友人のなかにはフリーランスになった者もいるが、「上手くいった」「上手くいってない」で二極化しており、自分が上手くやれるのかという不安あり
- フリーランス以外の働き方も一案だと思うが、自分で会社を作るといった大きなことをする気はなく、せいぜい転職するなどを想定

キャリアのゴール

条件1 年収1,000万円以上を手にすること

条件2 家族と自由な生活を送ること



会社員とフリーランスのどちらがゴールに近いでしょうか？

キャリアのゴールを踏まえると、フリーランスになることを推奨します。

年収1,000万円以上を
手にすることができるか？

家族と自由な生活を
送ることができるか？

総評

現職を続ける

現職では部長クラスに
ならないと1,000万円には
至らない ✕

月に1度の休日出勤は
もちろん、平日残業も
多い △

年収や勤務時間ともに、
良い選択とは言えない ✕

他の会社に
転職する

既に現職+200万円の
オファーがあり、5年で
1,000万円を達成できる ○

休日勤務も当たり前と
いう労働環境であり、
家族との時間が一層減る ✕

年収は魅力的だが、家族
との時間を取れない △

フリーランスに
なる

自分のスキルを考えると
1,000万円も達成できる ○

自由な働き方こそフリー
ランスの醍醐味であり、
家族の時間を十分取れる ○

最初こそ苦勞するかも
しれないが、年収・労働
時間ともに条件を満たす ○

フリーランスになることがやはり不安な場合、どうすればいいのでしょうか？

お勤め先は副業OKであるため、半年間は兼業体制で取組むことも一案です。

やるべきことの日安

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

兼業から半年経過

現職で会社員として勤務

フリーランス向けサービスに登録

兼業フリーランスとして1案件目獲得・稼働

兼業フリーランスとして2案件目獲得・稼働

兼業フリーランスとして3案件目獲得・稼働

フリーランスとして独立できるか判断

(独立する場合) 独立に向けた各種手続き

(独立する場合) 専業フリーランスとして活動

収支計画を作成し、1年以内にキャリアのゴールを達成できるかという観点で判断

CASE 2

ご相談内容

動画クリエイターとして数年活動しているのですが、受注数が増えません。

どうすれば受注数を増やすことができるでしょうか？

- 28歳 動画クリエイター



ご支援内容

「何でもやります！」スタイルから、強みや提供価値、ターゲットまでを明確にしたスタイルへの変更を提案しました。結果として、クライアントが本当に欲しいものを提供できるようになり、受注数も5倍になりました。



現状のサービスにはどのような課題があるのでしょうか？

現状の「何でもやります！」という売り方では、クライアントに響きません。

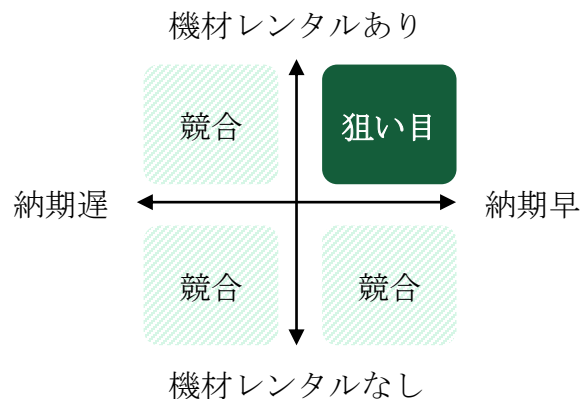
現状の課題

- 動画クリエイターと言っても、提供している価値はさまざまであり、どのような市場でも既に多くの競合が存在しています。
- そのような中で、「何でもやります！」という売り方をしていると、顧客は何が価値か判断できなくなり、購入に繋がりません。
- そのため、何が価値なのかを明確にした売り方が必須になってきます。

競合の取組状況（=売れる戦い方）

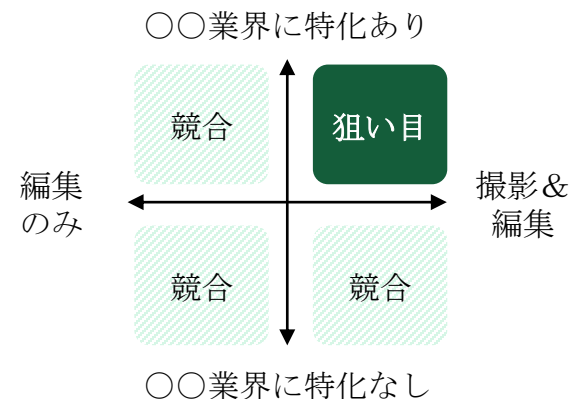
具体的には、動画クリエイターが活動している市場を細分化し、競合が少ない「狙い目」となる価値を見極める必要があります。

例1. 「機材レンタル」&「短納期」



手ぶらで撮影可能かつ
短納期で支援

例2. 「〇〇業界」×「動画撮影&編集」



特定の業界に特化して
動画撮影&編集を支援

課題を解消するためにはどうすればいいのでしょうか？

強みである「再生数が増える科学的な分析」を強調したサービスにすべきです。

〇〇さまの強み

市場における価値

サービスのコンセプト

再生数が増える科学的な分析

分析まで可能なクリエイターは少なく、かつ〇〇さまの分析技術は市場でも優位

動画編集だけでなく撮影も可

いずれか片方のスキルに特化した競合が多い中、両者を提供できる点は魅力的

制作会社での勤務経験あり

制作会社出身者は市場に溢れているため、前面に押し出す強みと言うことは困難

女性的な雰囲気での演出

女性特化型のサービスはさまざまあるため、競合との差別化要素としては魅力低

比較的短納期での作業

短納期ではあるものの、複数人体制の企業に競争で勝つことは困難

オンラインに加え、対面面談も可

撮影を除き、動画編集に対する対面ニーズはそこまで高くない可能性高

作品の入選経験あり

クライアントは入選経験よりも実績を重視する傾向

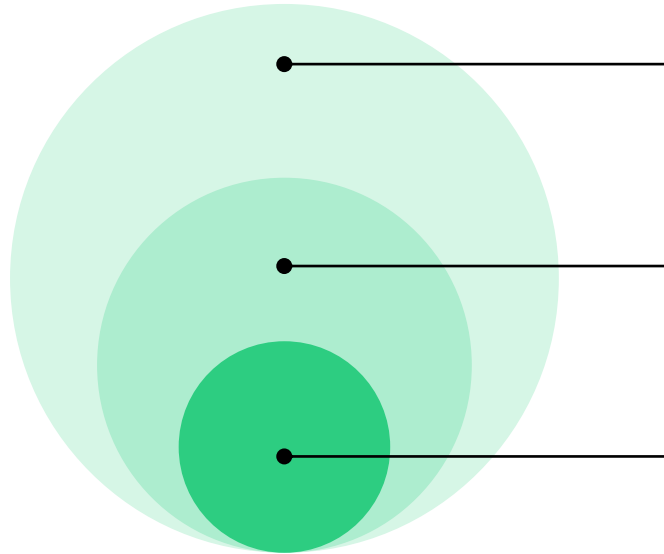
動画市場の分析から逆算して人気動画を企画し、そのうえで撮影から編集までを一気通貫で行うことで再生数をしっかり担保してくれるサービス



さらに受注数を増やすには、どうすればいいのでしょうか？

「動画作成を依頼したことはあるが失敗した人」をターゲットに絞りましょう。

弱い
↓
ニーズ
↓
強い



これまでの
ターゲット

動画作成を依頼したい人

前スライドの
ターゲット

「再生数が増える科学的な分析」
に魅力を感じる人

本スライドの
ターゲット

動画作成を依頼したことはあるが
失敗した人



ニーズは強ければ強いほど、クライアントに響きます。

「動画作成を依頼したことはあるが失敗した人」は、再生数増に対して非常に強いニーズがあるため、サービス紹介に「これまで失敗した方向け」などの文言を追加すれば、より簡単に集客することができるでしょう。なお、ニーズを限定しすぎると、クライアントの数が少なくなってしまう点には注意してください。

CASE 3

ご相談内容

お客さまから案件のお声がけをいただくのですが、リピートに繋がりません。

どうすれば継続的に案件を依頼してもらえるようになるでしょうか？

- 35歳 接客・営業系



ご支援内容

継続化できていない根本的な原因を探るため、アンケートを行うことで合意し、設問内容・分析方法まで設計しました。結果として、リピート率が15%から70%まで大幅改善しました。

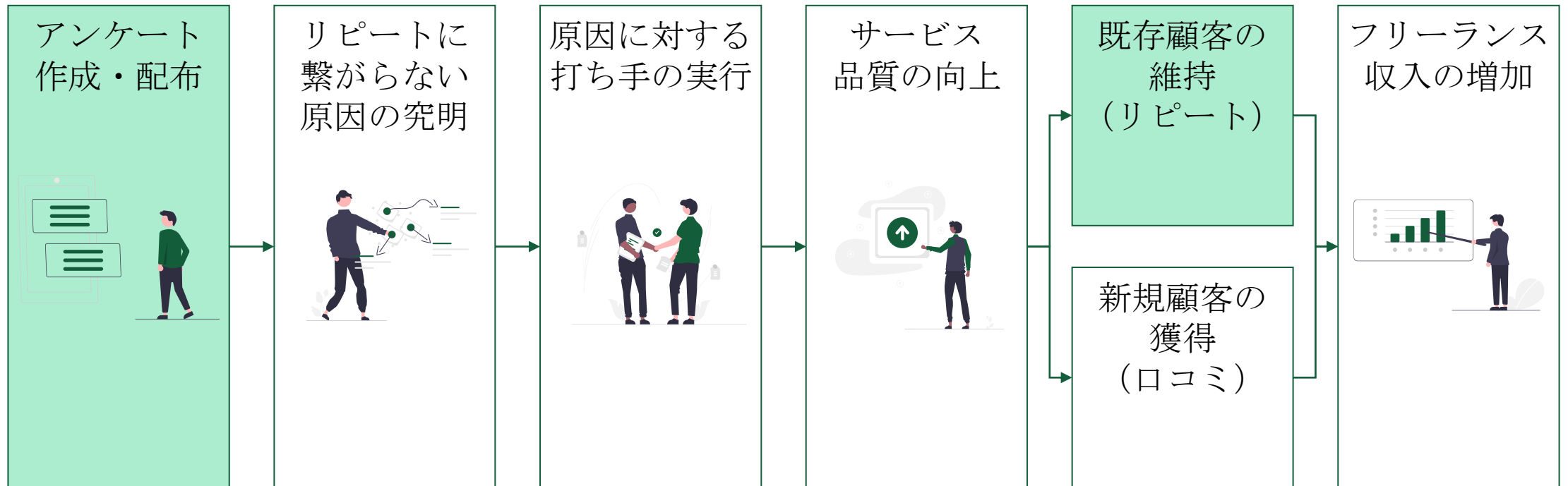


案件を継続できていない原因を探るには、どうすればよいでしょうか？

クライアント向けのアンケートを作成・配布して、原因を究明しましょう。

アンケート効果のメカニズム

根本的な原因を究明しなければ、効果的な打ち手を実行してリピート率を改善できません。



アンケートの設問はどのようなものがよいのでしょうか？

サービスの推奨度をヒアリングしたうえで、回答理由を拾い上げましょう。

アンケート

Q1.
本サービスを、家族・友人・同僚にどれくらいおすすめしますか？
0（まったくおすすめしない）～10点（ぜひおすすめしたい）から選んでください。

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Q2.
上記のように回答した理由は何ですか？

ポイント

- 「満足しましたか？」という本人目線ではなく、「どれくらいおすすめしますか？」という第三者への影響度を聞くことで、責任ある回答（信頼できる回答）を得ることができます。
（AppleやMicrosoftも採用している、伝統的な質問方法）
- 回答者に負担を強いて、多くの質問を投げかけなくても、おすすめする/しない理由を自由記述で回答してもらえば、最も意味のある意見を得ることができます。
- 本音の回答を引き出すために、無記名式で回答してもらいましょう。

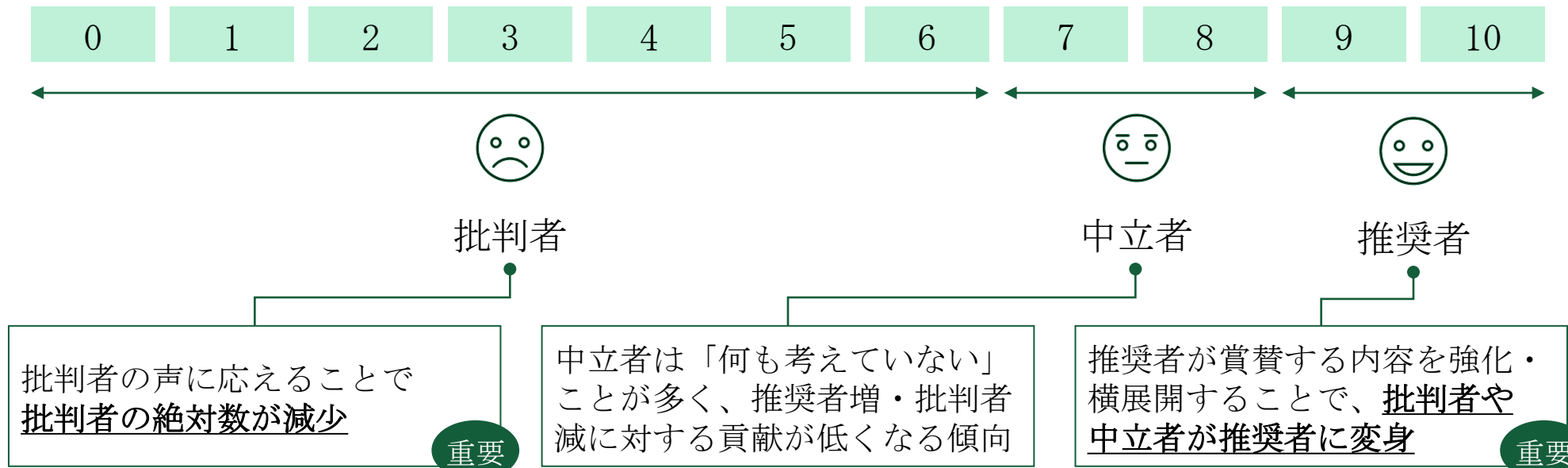
アンケート結果は、どのように分析すればよいのでしょうか？

回答者のうち、批判者・推奨者のコメントを中心にサービスを改善しましょう。

サービス品質を向上させてリピートを増やすための基本的な考え方は
「推奨者」を増やして、「批判者」を減らすこと



本サービスを家族・友人・同僚にどれくらいおすすめしますか？



CASE 4

ご相談内容

ココナラでパワーポイント資料作成のサービスを出品しているのですが、販売から1ヶ月経っても顧客がいません。

どうすればココナラで顧客獲得できるでしょうか？

- 41歳 デザイナー



ご支援内容

ココナラで売れるためのポイントを洗い出し、他出品者との差別化方法まで落とし込みました。

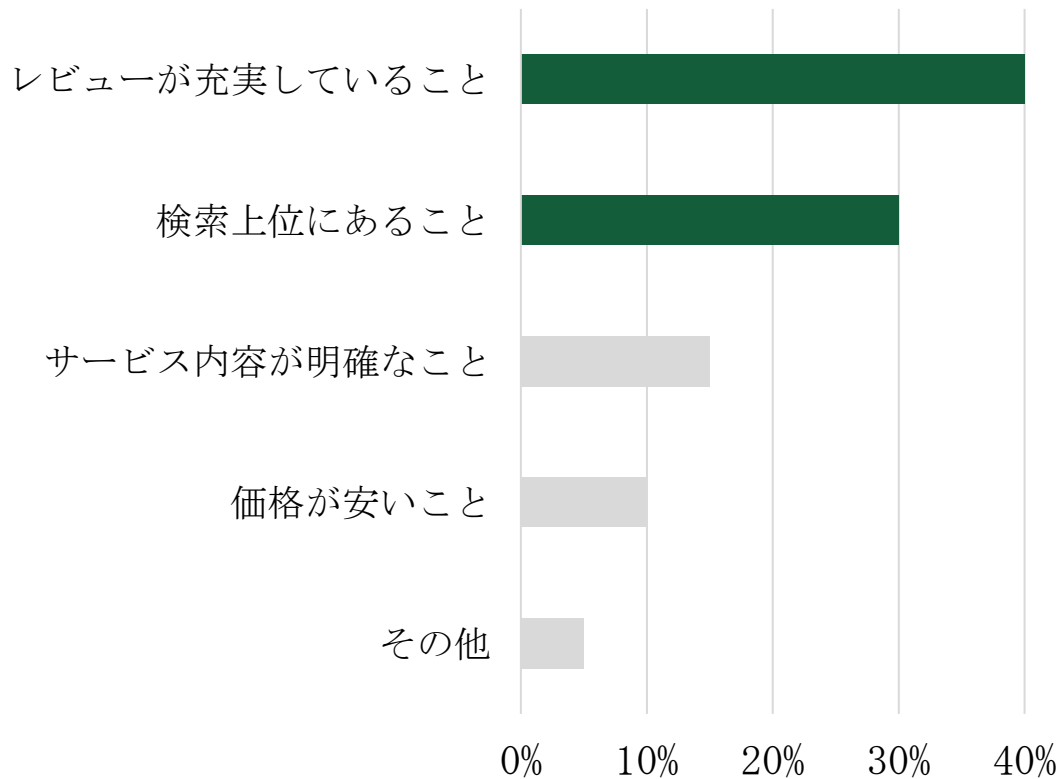
結果として、3か月で20人以上の顧客を獲得し、最高ランク・時給1万円を達成しました。



ココナラで売れるためのポイントは何でしょうか？

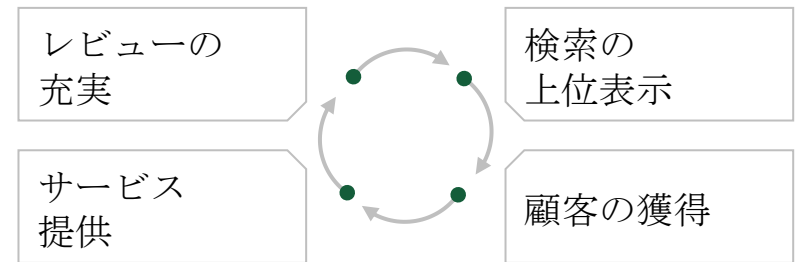
5件以上のレビューを獲得し、検索上位に表示することが最大のポイントです。

ココナラでサービスを選ぶ際に重視すること
(回答者30名：自社調査)



ココナラでの好循環

レビューを充実させることが、検索の上位表示に貢献し、顧客の獲得に繋がる。



レビューの充実度に関するインタビュー結果

「レビューが充実」の定義はさまざまですが、5件以上のレビューで一人前という印象を持つ顧客が多い。

5件以上と答えた
顧客の割合

24名 / 30名

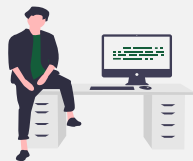


ポイントを踏まえると、どのような売り方が良いと考えられるでしょうか？

出品ページの模倣、大幅値下げ、広告出稿、他者との差別化を行いましょう。

売り方の改善点

出品ページの模倣



狙い

アンケートの結果を踏まえると、サービスページの充実が多少なりとも顧客の獲得に好影響を与えられ

具体的な取組内容

出品したいジャンルで検索上位に表示されている出品内容を参照し、一部のみ編集するかたちで出品ページを模倣する

大幅値下げ



アンケートの結果を踏まえると、サービスの価格も顧客の獲得に好影響を与えられ

レビュー件数が5件に至るまで、出品価格をできる限り低く設定する。なお、短期的には赤字でも構わない

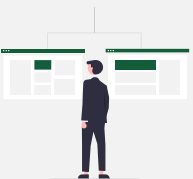
広告出稿



ココナラ上では有料広告を出稿することで検索上位に表示させることが可能であるため、積極的に利用する

マイページより広告出稿の画面に遷移し、広告設定を行う。なお、広告出稿の費用対効果は週次で分析する必要がある

他者との差別化



既に複数の競合がいるジャンルではなく、競合が少ないジャンルで出品することで、より容易に顧客を獲得できるようにする

ココナラ上で出品したいジャンルのキーワードで検索を行い、自分が提供できる×競合が少ないジャンルを見極める

次ページに
詳細あり

「他者との差別化」は、具体的にどのような行えばよいのでしょうか？

競合が少ない会社紹介資料や営業資料に特化し、出品すべきと考えられます。

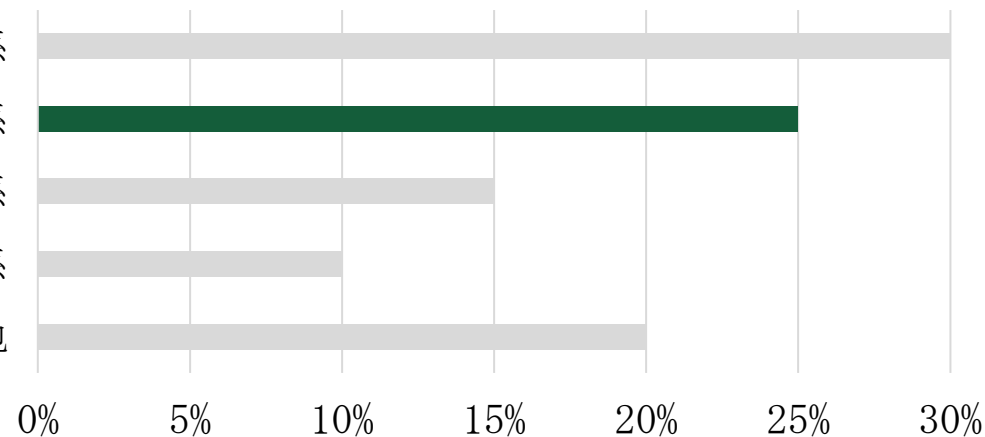
調査内容

資料作成ジャンルにおける
検索上位100件を調査



ココナラ検索上位100件のジャンル（自社調査）

デザイナーが作ります系
ビジネス全般系
格安で作ります系
ジャンル非特化系
その他



ビジネス全般系に対して大きなニーズが確認される一方、「ビジネス」における具体的な何かに絞った出品は非常に少ない。

これを踏まえると、「ビジネス」ジャンルをもう一段深掘りしたジャンルで出品することが良いと考えられ、具体的には会社紹介資料や営業資料の作成を依頼する購入者が多いため、同ジャンルに特化した出品内容であれば、多くの顧客を獲得することができるのではないかと考えられます。

コーヒーを注文するような気軽さでフリーランスに戦略を提供する

気軽なストラテジー

企業名

アカデミー・ハブ株式会社

住所

東京都中央区銀座1-12-4N&E BLD. 7階

URL

<https://freelance-strategy.com>

EMAIL

info@freelance-strategy.com
