

士業・コンサル・講師・コーチなど”先生業”向け

資格取得後にやるべき「10 のアクションリスト」

～稼げる資格に変わる！90 日で売上を作る実践ガイド～

はじめに 資格を「紙切れ」で終わらせないために

- 第1章 先生ビジネスの羅針盤——目的と目標を先に描く
- 第2章 “受注力”を数値に落とす——売上を呼び込む設計図
- 第3章 “選ばれる理由”をデザインする
- 第4章 “高単価”で選ばれるパッケージ設計
- 第5章 販促ツールは“一枚目の営業マン”
- 第6章 SNS ブランドを起動する
- 第7章 紹介アンバサダーを 10 人つくる
- 第8章 “有償モニター”で実績と証拠を量産する
- 第9章 コミュニティに参加する
- 第 10 章 開業手続きを抜け漏れなく進める

最後に “先生ビジネス”を加速させる集客システムへ

編著 志師塾

はじめに——資格を「紙切れ」で終わらせないために

ある日、念願の合格通知がポストに届く——。
その瞬間、胸に込み上げる達成感と、これから始まる自由な働き方への期待。
けれども、独立を果たした多くの“先生”が最初にぶつかる壁は、
「どうやってお客様を獲得すればいいのか分からない」という現実です。

資格はゴールではなく、スタートラインに過ぎない。

腕さえ磨けば顧客は来る」と信じ、
スキル研鑽に時間とお金を注ぎ込んだ結果——得たのは“知識”だけ。

受注力 を鍛えないままでは、ビジネスは始まらない。
多くの先生業を支援して体系化したのが、本冊子でお届けする
資格取得直後にまず着手すべき「10 のアクションリスト」です。

本冊子の対象読者

- 国家資格・民間資格を取り「先生業」で独立したい方
- すでに開業したが集客・単価に伸び悩む士業・コンサル・講師・コーチ
- 副業から一歩踏み出し、専門性で食べていく道を真剣に模索している方

10 のアクションで手に入る3つの成果

1. **受注力の土台**
目的・目標・選ばれる理由を明文化し、“高単価で売れる”仕組みを設計。
2. **実績と証拠**
有償モニターと紹介アンバサダーを活用し、短期間で成果データを量産。
3. **開業に向けた第一歩**
先生業をスタートするためのインフラを整え、見込み客が列をなす状態をつくる。

本冊子の読み方——“行動指示書”として使う

各章末に「今日のアクション宣言」を用意しました。

読んだら 24 時間以内に1つでも手を動かす。

小さな実践を積み重ねるたびに、資格は“紙切れ”から“価値の証明書”へ変わります。

そして次のステージへ

アクションを終え、モニターで成果が出始めたら、

いよいよ「集客の仕組みづくり」に着手する番です。

ホームページ、広告、セミナー、出版——先生業ならではの手法を組み合わせ、
受注の成功パターンを自動化するフェーズへ進みましょう。

本冊子はその“起動キー”です。

ページをめくるたびに、新しい行動とチャンスがあなたを待っています。

さあ、資格を武器に、あなたの専門知識で世の中を変える旅を始めましょう。

1章 先生ビジネスの羅針盤——目的と目標を先に描く

「資格はゴールではなく、スタートラインに過ぎない」

1.1 なぜ“目的”と“目標”を最初に決めるのか

資格を取った瞬間、私たちは“専門家”として同じスタートラインに並びます。そこから先、売上が伸びる人と伸び悩む人を分ける唯一の違い——それが「どこへ行くかを最初に決めたかどうか」です。

- **目的**
「私はこの資格を通じて、社会や顧客にどんな価値を提供したいのか」という“存在理由”です。この目的があいまいだと、発信がブレ、共感が集まりません。
- **目標**
目的を現実落とし込むための“数値”と“期限”です。目標が定まらないと、行動量が曖昧になり、月日だけが過ぎ去っていくでしょう。先生ビジネスでは、とりわけ**年商目標**を先に設定することが欠かせません。

資格は単なる手段であって、目的地そのものではありません。地図を持たずに航海に出れば、強い追い風をつかんでも漂流するだけ——これが、資格取得後に失速する先生業の典型です。

1.2 “資格＝手段”を忘れないための3つの問い

1. この資格を使い、5年後の世の中をどう変えていきたいか？
たとえば「経営者の数字アレルギーをゼロにする」「産後ママの孤立をなくす」など、社会的インパクトを一文で書き出します。
2. 私は、年間いくらの上売があれば“使命に集中できる生活”を送れるか？
生活費＋再投資＋将来準備を合算し、必要経費を加味して、利益・売上〇〇万円という具体額を出します。
3. その上売を“いつ”達成するか？
「●年●月までに年商△△万円」という期限を付けると、行動は一気に現実味を帯びます。

目的はコンパス、目標はマイルストーン。——これを明文化し、デスクトップとスマートフォンの壁紙に設定してください。

1.3 年商目標を逆算で設計する

志師塾では、初年度は**「生活費 × 2」**を年商目標の目安にしています。理由は以下の通りです。

1. 生活費分は自分の給与、もう1倍分は経費・事業投資・税金・予備費へ。
2. 「生活費 × 2」を超えると、経済的不安が軽減し、受注力を伸ばす投資判断がしやすい。
3. 過度な高目標はモチベーションより先に“無力感”を生みやすい。

例) 月の生活費 50 万円の場合

- 年間必要生活費: $50 \text{ 万円} \times 12 = 600 \text{ 万円}$
- 初年度年商目標: $600 \text{ 万円} \times 2 = 1,200 \text{ 万円}$

ここで大切なのは、**利益ベース**で数字を追うことです。外注費や経費がかさみ、売上だけを見て喜んでいたら赤字だった——というのは、先生業が陥りやすい“数字の罠”です。

1.4 目的 × 目標を“見える化”するミッションシート

1. ビジョン(10 年後)
 - 例:「中小企業の“財務ドクター”として 1,000 社の黒字化を実現する」
2. ミッション(3 年後)
 - 例:「経営数字が苦手な社長 300 人に、財務コーチングで黒字転換を支援する」
3. 年商目標(期限付き)
 - 例:「2026 年 12 月期 年商 1,200 万円」

この3行を、手帳やデジタルノートの**最初のページ**に固定してください。目的と目標は、一度決めても環境が変われば揺らぎます。毎朝1分、このページを見直すだけで行動のブレが劇的に減ります。

1.5 行動を決めるところまでが“目標設定”

最後に、「目的・目標を決めたら次に何をするか」までを一気に書き出します。

例)「2026 年 12 月までに年商 1,200 万円を達成するために、

- 1) 来月末までにパッケージ商品进行設計し、
- 2) 6月から月2回の無料セミナーを開始し、
- 3) 9月までにモニター3社を確保する」

こうして目的→目標→行動が一本の線でつながったとき、資格は初めて“ビジネスを加速させるエンジン”へと変わります。

次章では、このエンジンを実際に回すための“受注力アップ計画”を具体的に描き出していきます。

第2章 “受注力”を数値に落とす——売上を呼び込む設計図

「腕があっても“受注力”がなければ、ビジネスは回らない」

2.1 なぜ受注力を“先に”磨くのか

資格学習や専門研修は、顧客を満足させる**満足獲得力**を高める行為です。もちろん不可欠ですが、クライアントと出会う「入口」がなければ、その腕前を誰も体験できません。**独立3年以内に離脱する先生業の多くが「受注が安定しなかった」**ことを主因に挙げています。

満足獲得力は現場で磨かれます。よって、

受注力を“先行投資”で伸ばす → 現場で満足獲得力を鍛える

という順番が最短ルートになるのです。

2.2 「受注力」を構成する3ピース——抜けた瞬間、数字は止まる

1年目に1,000万円を達成した先生業を分析すると、すべての案件は次の3ピースが連動した結果として発生しています。

ピース	役割	欠けたときに起こること
キラーコンテンツ	「この人に頼みたい」と感じさせる核テーマ	単価が上がらず、比較され続ける
集客導線	見込み客を継続的に呼び込む入口	忙しいのに問い合わせゼロ
信頼資産	実績・数値・推薦のストック	最後のひと言で競合に負ける

2.3 “設計図”を描く3ステップ

ステップ① キラーコンテンツを1行で定義

- ・ 「誰を」「どんな状態から」「どこへ連れて行くか」を 30 文字以内で書く。
- ・ 専門用語より“相手の痛み”を主語にする。

ステップ② 導線を1本に絞る

- SNS／紹介／セミナーなど、最初の 90 日は入口を1チャンネルに集中。
- 選定基準は「ターゲットが1日 30 分以上滞在する場所」。

ステップ③ 証拠を蓄積し“信頼資産化”

- 有償モニター→成果→数字＋感想を四半期ごとに3件必ず公開。
- 「語る」より「見せる」が信頼構築の最短距離。

2.4 年次ロードマップ:4期×90 日で組み立てる

期	目的	主なアウトプット	売上目安
Q1	コンテンツ確立	キラーコンテンツ1行／LPドラフト	0～100 万
Q2	初受注 & 証拠化	有償モニター3件／成果レポート	100～350 万
Q3	導線拡張	紹介アンバサダー10 名／セミナー型集客開始	350～700 万
Q4	高単価化 & 自動化	パッケージ改訂／ステップメール設定	700～1,000 万

90 日ごとに「何を残すか」を決めれば、行動は自然と揃う。

2.5 KPI(重要業績評価指標)は“成果→行動”の2枚看板で追う

- 成果指標:受注件数・成約率・月商
- 行動指標:モニター提案数・紹介依頼数・発信回数

成果が停滞したら必ず行動に戻る。

数字はサボりを責めるのではなく、課題を指し示すナビゲーションです。

2.6 今日からできる“設計図づくり”3アクション

1. キラーコンテンツ 30 文字版をメモ帳に書き出す
2. ターゲットが最も集まるチャンネルを1つだけ決定し、90 日は他を触らないと宣言
3. カレンダーに**「Q1 終了日＝アウトプット納品日」**を赤で書き込む

次章では、この設計図のスタート地点となる**差別化の核＝キラーコンテンツの種**を、どのように見つけ言語化するかを掘り下げます。

第3章 “選ばれる理由”をデザインする

— 資格は同じでも、立ち位置は自分で決められる —

3.1 なぜ“資格外”の差別化が必須なのか

士業・コンサル・講師・コーチ——いずれも同資格者は全国に何千、何万と存在します。資格を掲げただけでは「●●士の一人」に埋没し、価格競争に巻き込まれるだけです。

- Web 検索1ページ目に並ぶのは、ほぼ“価格比較サイト”という現実。
- 価格競争に巻き込まれず、年商 1,000 万円ラインを突破した卒業生は例外なく、“私はここで戦う”という明確な旗を立てている。

3.2 自己棚卸は「差別化エンジン」——外ではなく、まず内側を掘る

人は情報よりもストーリーと共感で意思決定します。
ところが、同じ資格・同じサービス説明だけではストーリーが生まれません。
だからこそ、

1. 過去のキャリア
2. 乗り越えた挫折
3. 心が震える価値観

——“自分だけが語れる素材”の自己棚卸を行い、差別化の原材料とします。

ポイントは「役に立つ／立たない」を判断せず、まず“全部出し切る”こと。
素材を選ぶのは後でいい。足りないのは“量”より“掘り方”だ。

差別化の公式

1. 誰に(ターゲット)
2. 何を(課題・願望)
3. なぜあなたが(独自エピソード)

この“3点セット”を語れた瞬間、見込み客の頭の中で「●●と言えはあなた」が成立します。

3.3 選ばれる理由3原則

原則	意味	チェックポイント
① 狭くて深い	絞り込むほど専門性が濃く見える	「対象は誰？」が10秒で言えるか
② 体験が裏付ける	実体験は唯一無二の証拠	過去に似た課題を乗り越えたか
③ 感情を動かす	共感・怒り・憧れは記憶に残る	ストーリーに“感情語”があるか

3.4 競合リサーチ:穴を見つける3ステップ

1. 同資格・同エリア／業界で5人ピックアップ
2. HP・SNS などから情報整理し、表形式で比較
3. 空白または弱点をマーキング → そこを自分の強みで埋める

競合が語っていない“情熱”や“個人史”で差別化すれば、比較自体が起こりにくくなります。

3.5 “一行宣言”と肩書の作成

・ 一行宣言テンプレ

「私は【ターゲット】の【課題】を、【独自経験】で解決する専門家です」

・ 肩書作成ルール

1. 13文字以内(名刺・SNSで視認しやすい)
2. 専門性＋立ち位置(例:伴走型財務コンサルタント、ストレス解放コーチ)

この二つを添えるだけで、自己紹介が「名乗った瞬間に終わる」レベルまで短縮できます。

3.6 よくある落とし穴 Q&A

Q	A
資格名を前面に出す？	検索性は上がるが差別化は下がる。資格は後ろにそっと添える。
経験が浅く自信が…	“経験年数”ではなく“濃さ”で訴求を。実務例が少なければ自分の失敗→克服物語を示す。
複数ターゲットを取りたい	入口は一つに絞り、成果が出てから横展開。初期は狭いほど成果が早い。

3.7 今日のアクション宣言——旗を立てる準備を整える

1. ターゲット・課題・独自証拠を各1行でメモ帳に書き出す
 2. その3行をつなげ、13文字肩書＋一行ステートメントの初稿を作る
 3. 明日、友人1名に読み上げてもらい、「覚えやすさ・ワクワク度」を10点満点で採点してもらう
-

差別化は“自分発見”と“相手目線”の交差点で生まれる。
ここで立てた旗が、あなたの先生ビジネス航路の北極星になる。

次章では、その旗にふさわしい高単価パッケージを設計し、時間売りの壁を超える方法を確認していきます。

第4章 “高単価”で選ばれるパッケージ設計

—— 時間売りをやめ、「成果売り」で利益率を跳ね上げる ——

4.1 時間売りモデルが抱える3つの限界

1. 売上の天井が“労働時間”
1日8時間×稼働日数が限界。病気や家族事情で働けない日＝売上ゼロ。
2. 顧客が“値切り交渉”しやすい
「1時間いくら」で提示すると、比較対象が明確になり価格競争に巻き込まれる。
3. 成果を評価されにくい
価値は時間ではなく結果で感じるもの。時間売りでは“感謝”より“消費”の感覚を生みやすい。

→ 解決策：成果ベースのパッケージ化——ゴール写真を売る発想に転換する。

4.2 パッケージ化5つの設計要素

要素	質問	ポイント
① ゴール	「終わったとき顧客はどう変わる？」	数値×情緒で示す 例：離職率 30%→10% / ストレスで眠れない→ぐっすり
② ステップ	「どんな手順で導く？」	3～7フェーズ程度に分解 多すぎると複雑・少なすぎると不安
③ 期間	「いつまでに達成？」	明確な期日＝安心感・決断促進
④ サポート&特典	「途中で挫折させない仕掛けは？」	例：メール相談無制限／動画講座／チェックリスト
⑤ 価格	「成果への投資として妥当か？」	原価と目標利益率→“価値アンカリング”で提示

4.3 価格を決める“逆算式”アプローチ

1. 必要年収÷稼働可能件数＝最低価格
例) 必要年商 1,200 万円 ÷ 限界顧客数 20 件 ＝ 1 件 60 万円

2. 顧客が得る経済価値・精神価値をリスト化
3. ①②を照合し、“顧客が得る価値の 30%以内なら高確率で受注可

Tip: 先に値付け、それから内容を磨く。
値段を後回しにすると、高額を提示する勇気が削がれる。

4.4 「パッケージ名」で印象の 50%が決まる

- ・ 機能＋成果 が原則
 - × : コミュニケーション講座
 - ○ : 3か月で辞めない職場をつくる“離職ゼロ”コミュニケーションプログラム
- ・ 数字・期間・比喩 を添えて具体化
 - 例: 90 日・3倍・7ステップ・ドクター・ナビ

4.5 ケーススタディ: パッケージ化で単価3倍

Before	After	結果
税理士: 月額顧問 3 万円／決算申告のみ	「財務ドクター3か月黒字化プログラム」45 万円	単価 15 倍・顧問契約へ続伸
コーチ: 1回 90 分 1 万円	「思考整理7ステップ・30 日集中コーチング」15 万円	成約率 20%→60%
管理栄養士: レシピ単発提供 5 千円	「産後ママ“3kg 減”栄養&メンタル伴走3か月」12 万円	継続率 85%

4.6 よくある誤解と真実

誤解	実際
「経験が浅いから高額は無理」	価格を決めるのは“経験年数”ではなく“課題解決の切実さ”。実績がなければモニターで証拠を作ればいい。
「値上げすると客が減る」	“誰でもいい”客は減る。しかし理想客は増える。単価×質の向上で、売上とストレスが同時に改善。
「パッケージにすると柔軟に対応できない」	基本工程を箱に入れ、追加要望は“オプション”で提示すれば良い。むしろ顧客も費用対効果を把握しやすい。

4.7 今日のアクション宣言——時間の物差しを捨てる

1. 理想客の“終着点”を1行で書く。
 - 。 例)「6か月で営業利益率を2倍にする」
2. その変化が起きたとき、顧客が得る経済・心理メリットを3項目メモする。
3. 今の時給換算をやめ、“メリットの 30%以内”を目安に仮価格を設定する。

以上の3行を手帳の最初のページに貼り付けましょう。

“時間の物差し”を手放した瞬間、あなたのビジネスは 利益率と自由時間の両方で伸び始めます。

次章では、その価値を“ひと目で伝える”販促ツールを整え、見込み客を戦略的に惹きつける方法に進みます。

第5章 販促ツールは“一枚目の営業マン”

—— 伝わらなければ、どれほど優れた価値でも‘無い’も同じ ——

5.1 なぜオフライン(紙)とオンライン(Web)の“両面戦略”が要るのか

オンライン全盛とはいえ、対面で手渡される1枚の名刺は、相手の行動を決めるシグナルになります。

さらに、その名刺が QR コード1つで HP や SNS に“瞬時接続”されていれば、オフラインの好印象をオンラインの詳細情報につなげられるでしょう。

- 紙＝信頼の入口
- Web＝深掘りの導線

この両面が揃った販促ツールこそ、“受注力”を底上げするレバレッジなのです。

5.2 統一ブランドこそ最大の説得力

名刺・チラシ・提案書・SNS ヘッダー——色・フォント・コピーを揃えるだけで、「お金を掛けてでも頼みたい」ブランド印象が生まれます。

▼ ブランディング 4 ルール

1. キーカラーは1色＋モノトーン(例: 深緑×白黒)
2. フォントは大・中・小の3サイズだけ
3. キャッチコピーは各ツールで完全一致
4. ロゴ or 顔写真の位置を固定(右上に顔、左上にロゴ等)

5.3 3点セットで“ブランド軸”を固定する

ツール 役割

期待するアクション

名刺 7秒で専門性を認知させる SNS/Web へのアクセス

チラシ 到達点と価格帯を可視化 個別相談の申込

提案書 価値>価格 を論理で証明 契約書への署名

5.4 “オフ→オン”をつなぐ3つの導線

1. QRコード:LP／予約カレンダー／メルマガ登録へ直送
2. ショートリンク:覚えやすい独自ドメイン(prodoc.jp など)
3. NFC 名刺:スマホをかざすだけでポップアップ

5.5 よくある2つの落とし穴

落とし穴	失敗の原因	志師塾からの提言
「作り込み過ぎ」症候群	情報満載＝信頼と誤解し、読む気を削ぐ	役割を1ツール1メッセージに絞る
自己流デザイン依存	フォント・色がバラバラで“安売り感”	プロに外注 or テンプレート利用で統一感を保つ

5.6 今日のアクション宣言——“1枚”を書き出す

1. あなたのパッケージ名と到達点(1行)を、白紙の中央に書く。
2. 顧客に最初に伝えたい3キーワードを周囲に円グラフのように配置。
3. その紙をスマホで撮影し、24時間以内にSNSでシェア。
 - 反応＝市場の一次データ。コメントやDMは、そのままツール改善の素材になる。

ブランドは「作る」ものではない。
相手の記憶に「植える」ものだ。

販促ツールは「あなたの分身」

24時間 365日、あなたの代わりに価値を語ってくれる営業マンです。
1枚のクオリティが、顧客の“最初の期待値”を決定づける。

次章では、その期待値をさらに高める“SNSブランドの起動”へ進んでいきましょう。

第6章 SNS ブランドを起動する

——先生業は“情報発信業”。発信しない専門家は、存在していないのと同じだ——

6.1 なぜ今、SNS が必須なのか

1. 発見の経路

多くの人が「Google より先に SNS 検索で専門家を探す」という行動にシフト。

2. 信頼の可視化

フォロワー数・いいね・コメントは「第三者の証言」。見込み客は“みんなが認めるらしい”という安心感で相談行動を起こす。

3. 紹介サイクルの加速

紹介者が渡すのは名刺よりプロフィール URL。オンラインで瞬時に共有できるため、紹介リードのハードルが下がる。

SNS は「広告より安く、人脈より速い」第3の集客基盤。

最速で年商 1,000 万円を目指すなら、無視できる余裕はない。

6.2 プラットフォーム戦略——メイン1+サブ1

目的	メディア特性	お薦め先生業
深い信頼×長文	Facebook: BtoB 強い／40 代以降多い	士業・コンサル
拡散×短文	X(旧 Twitter): バズ率高い	コーチ・講演家
ビジュアル×感情	Instagram: 女性・BtoC 強い	健康・美容・教育
専門性×HR	LinkedIn: ビジネス特化	IT・国際案件

メインで“濃い投稿”、サブで“シェア&速報”を行う。

6.3 “やること”は3ステップで十分

1. 旗を立てる

- プロフィールに「誰を・どう変えるか」を1行で掲げる。
- 旗が立たないアカウントは、フォロー理由が生まれない。

2. 火を絶やさない

- 週1投稿でも構わない。*継続＝存在証明*。
- 量より“頻度の規則性”が信頼を育てる。

3. 声を拾う

- いいね・コメントは市場調査のリアルタイムデータ。
- 反応が多いテーマをサービス開発に反映し、さらに投稿に戻す“共創ループ”を回す。

6.4 よくある思い込みと現実

思い込み	実 際
「フォロワーが多くないと意味がない」	年商 1,000 万円なら“濃いフォロワー300 人”で充分。売上はフォロワー数×成約率ではなく「適合度」で決まる。
「発信ネタが尽きる」	仕事の現場・顧客の質問・失敗談—— <i>毎日の業務こそ最高の教材</i> 。書くほど専門性が可視化される。
「炎上が怖い」	敬意・事実・専門領域を守れば専門家アカウントの炎上確率は極めて低い。リスクより“知られない”損失の方が大きい。

6.5 今日のアクション宣言

1. メイン SNS を1つ決定しプロフィールを更新
2. 最初の 20 ネタをスプレッドシートにストック
3. 価値提供ポストを1本公開&1時間でコメント返信

SNS は“テストマーケット”であり“紹介エンジン”。
無料で無限に実験できるこの舞台を活かせる人だけが、
「待つ営業」から「選ばれる営業」へと進化できる。

次章では、SNS で集めた見込み客をさらに増幅させる
“紹介アンバサダー”の作り方にフォーカスしていきましょう。

第7章 紹介アンバサダーを 10 人つくる

——“自分で売らない”仕組みを先に育てる——

7.1 なぜ紹介が最強チャネルなのか

- 1. 信頼を“借りられる”
紹介者の評判が“保証書”になるため、価格交渉や比較検討が最小化。
- 2. 高い成約率
「一度話を聞いてみたい」が「申し込みたい」に置き換わった状態で面談が始まる。
- 3. 顧客の質が高い
顧客属性が似る「ホモフィリー効果」により、良質なクライアントが“良質な友人”を連れてくる。

「先生業の最初の顧客の7割は“紹介”。
紹介システムを整えた時点で、営業は半分終わる」

7.2 紹介システム構築の前提——3つの土台を欠かさない

土台	目的	要件
① 成果証拠	「紹介しても恥をかかない」と感じてもらう	ビフォー&アフター、数字・声の公開可データ
② 依頼の言語化	誰でも同じメッセージをコピーできる	30 秒で読める紹介文＋理想顧客の明示
③ 相互価値設計	依頼が“頼み事”で終わらない	成果報告・特典・感謝の可視化で Win-Win を演出

「お願い営業」ではなく「協働プロジェクト」——
紹介者にそう感じてもらえた瞬間、依頼のハードルはゼロになる。

7.3 紹介アンバサダー3タイプ

タイプ	特徴	例
A. 既存顧客	成果を体感・ロコミ意欲が高い	過去のモニター顧客
B. 専門家仲間	補完スキルを持ち協業しやすい	弁護士⇄税理士／コーチ⇄栄養士
C. インフルエンサー	SNS 発言力・コミュニティ主宰	FB グループ管理者／Podcast 配信者

目標は A+B+C 合計で 10 名。バランス良く揃えると紹介経路が多様化し安定する。

7.4 紹介を“価値交換”に変える3ステップ

ステップ	行動	ポイント
① 教育	成果報告・事例共有	メール月1／SNS タグ付け
② インセンティブ	成功報酬 or 共同特典	金銭 3～10% or 共同セミナー招待
③ 感謝＋実績報告	紹介成立 24h 以内に礼＋進捗共有	“紹介→成果”を見せると次紹介へ雪だるま

注意: 金銭謝礼＝最優先ではない。

紹介者の“評判リスク”を軽減する成果証拠・感謝体験の方が長期的に効果大。

7.5 よくある疑問 Q&A

Q	A
紹介を頼むのが気まずい…	“価値交換”と“成果報告”で頼み事を「協働プロジェクト」に変える。
謝礼は必要？	金銭は必須ではないが“わかりやすい”。代替特典でも OK。
紹介されたがミスマッチ	断る際は紹介者に感謝を伝え、理想顧客プロフィールを再共有。

7.6 今日のアクション宣言

1. 最新の成果事例を1つ選び、数字と顧客コメントを1枚画像にまとめる
2. 既存顧客・仲間・インフルエンサー各3～4名をリスト化(計 10 名)
3. 紹介者がコピー&ペーストできる 30 秒紹介文を準備
4. 紹介依頼メールを送信

紹介システムは“自走型マーケティング”。

あなたが寝ている間も、アンバサダーが次の顧客を連れてくる——

この流れが始まった瞬間、受注力は質・量ともに別次元へ加速します。

次章では、紹介で得た初期顧客を勝ちパターンに変える“モニター顧客”の獲得と活用法を詳しく解説します。

第8章 “有償モニター”で実績と証拠を量産する

——最初の3件が、次の30件を連れてくる——

「実績ゼロの先生業にとって、モニターは“証拠づくり”の演習場。
ここで成果を出せば、価格も紹介も雪だるま式に増える」

8.1 なぜ“無料”ではなく“有償”なのか

比較項目	無料モニター	有償モニター
参加者の本気度	低い:途中離脱が多い	高い:真剣に成果を追う
先生側の緊張感	低い:テスト感覚	適度に高い:本番環境で腕が磨ける
成果再現性	測定困難	“支払い→成果”の実績として提示可

結論:「価格はハードル」ではなく「コミットメントの証」。
目安は**最終定価の30～50%**がもっとも契約率と真剣度のバランスが取れる。

8.2 成果収集フォーマット

1. 数値 before / after
 - 離職率、売上、時間短縮など
2. 写真／スクリーンショット
 - 表情が分かる笑顔＋成果物
3. 感想インタビュー(3質問)
 1. 導入前の悩み
 2. 取り組み中に印象的だったこと
 3. 結果と未来への期待

1案件＝3証拠を徹底し、LP・SNS・提案書に転載する。

8.3 3つの設計原則——必要最低限で十分

1. ゴールを数値で決める
 - 例:3か月で離職率 20% → 12%
2. 協力義務を明文化する
 - 成果データ公開・写真提供・感想インタビューなど。

3. 募集人数は3～5件

- サポート品質を保ちながら、十分な検証サンプルを確保できる最小単位。

ここで“細部まで完璧”を目指す必要はない。
シンプルに始めて、リアルな声で磨くことが目的。

8.4 よくある2つの心理ブレーキを外す

心理ブレーキ	書き換え視点
「経験が浅いのに有償は申し訳ない」	経験ではなく「成果への約束」に対価が支払われる
「割引すると安売りに見える」	モニター価格は「協力へのリワード」。本価格を同時に提示すればブランドは下がらない

8.5 今日のアクション宣言

1. 達成ゴールを1行で定義する
 - 例:「90 日で経営数値ゼロ社長を月次黒字へ」
2. モニター価格＝最終予定価格の 50% をメモに書く。
3. 協力条件を3つ列挙(成果データ公開・感想文・写真)。
4. 今週中に「モニター募集」の一言ポストを SNS ドラフトへ保存。

“お試し”ではなく“協働プロジェクト”と捉える。

有償モニターは“実績製造装置”。

ここで生まれた数字と感動の声が、次の高単価契約を呼び込み、
口コミを倍速化する燃料になる。

次章では、ここで生まれた実績を“共鳴する仲間”とシェアし、情報・案件・精神的支援までも循環させる《コミュニティ戦略》の必要性を掘り下げていく。

第9章 コミュニティに参加する

——“独りぼっち”を脱ぎ捨て、互恵の輪に入る——

「先生業は孤独だからこそ、仲間と仕組みで支え合う。
コミュニティは受注力・満足獲得力の双方を底上げする“栄養源”だ」

9.1 孤独リスクと3つの弊害

1. **情報格差**
市場・法改正・ツール…最新情報が入らず“浦島太郎”になる。
2. **メンタル低迷**
売上げの波、クレーム、家族の無理解——ストレスを吐き出す場がない。
3. **紹介機会ゼロ**
信頼は“関係の濃さ×時間”。独りでは紹介のスタート地点すらつukれない。

結論：コミュニティは“情報”“心”“案件”の3栄養素を一挙に補給できる場所である。

9.2 コミュニティの5タイプ

タイプ	主目的	具体例	特徴
同業学習	専門スキル深化	税理士会支部、弁護士会	情報精度◎／紹介は横展開
異業種交流	客層拡大・案件創出	商工会議所、BNI	紹介◎／専門性は浅め
ハイブリッド	学習＋案件＋支援	志師塾コミュニティ	相互補完／濃度高い
オンラインサロン	全国規模で学び	Voicy Crew、Studyplus	時間・場所自由／関係構築に工夫要
プロジェクト型	期間限定で協働	クラファンチーム、出版プロジェクト	実績と人脈が同時に残る

理想は **同業＋異業種** or **ハイブリッド** の“2拠点”保有。片方が情報、もう片方が紹介と精神的支柱を担う。

9.3 コミュニティ選定4つの基準

1. **理念の共鳴度**
代表者のビジョンが自分の目的と重なるか。
2. **アウトプット機会**
登壇・記事投稿・勉強会運営など“貢献の舞台”があるか。
3. **紹介文化の有無**
「Give→Give→Take」の仕組み・ルールが明文化されているか。
4. **参加コストとリターン**
年会費／時間と、得られる価値（情報・案件・仲間）が釣り合うか。

1つで全要素を満たす必要はない。

同業で専門性を磨く場 × 異業種で案件が回る場——複数に所属する。

9.4 “ギバー”として存在感を高める

- 情報をいち早くシェアする
- 質問に1日以内に答える
- 成果を数字で報告し、ありがとうを可視化する

与える行為が習慣化した瞬間、紹介・協業・共同企画の声が自然と集まる。

*Give → 信頼 → 案件*の順序は、どのコミュニティでも不変の原理だ。

9.5 今日のアクション宣言

1. 同業・異業種コミュニティを各2つリスト化し、1つ体験参加を申し込む
2. 参加予定イベントの自己紹介を1分バージョンで準備し、スマホ録画で練習
3. 今月中に紹介“Give”を2件行い、紹介先・紹介者に感謝投稿をタグ付きで報告する

孤独は選択だが、連携は戦略。

あなたの専門性が、仲間の成果を押し上げる。

コミュニティは“共に富を築くエコシステム”。

知識を交換し、感情を支え、案件を循環する。

この輪に深く関わった人だけが、独立ビジネスの孤独を超えて

“自走する受注力”を手に入れる。

次章(最終章)では、ビジネスの“滑走路”である開業手続きと基盤整備を抜け漏れなく押さえ、立ち上げ後の加速を妨げないためのチェックリストを示します。

第 10 章 開業手続きを抜け漏れなく進める

——“先生ビジネスの船出”を万全に整えるチェックリスト——

「“開業インフラ”が整っていなければ、ビジネスは走り出した瞬間に転ぶ」

10.1 手続きを“後回し”にすると起こる3つの事故

1. 資金ショート
退職後にローンやクレカ審査が通らず、運転資金が枯渇。
2. ペナルティ発生
健康保険・年金の種別変更を忘れ、追徴金や受給漏れが発生。
3. 信用失墜
請求書・契約書のフォーマットがないため、初案件で慌てる。

結論：開業準備はマーケティングと“同時並行”が鉄則。

10.2 【必須】法務・社会保険まわり

手続き	期限	ポイント
① 開業届(個人事業)／会社設立	事業開始後1か月以内	法人化の損益分岐点は「年間利益 600 万円」が目安
② 社会保険切替	退職日の翌日	国保・国年か、法人設立で協会けんぽ＋厚生年金か
③ 業務登録・許認可	業種により着手前必須	行政書士・宅建士など

10.3 【推奨】退職前に済ませたい金融インフラ

項目	理由	目安
ローン枠確保	独立後は審査ハードル激高	事業用クレカ／カードローン枠
クレジットカード	キャッシュフロー調整	法人カードは設立後に別途
銀行口座	入出金・補助金受領	事業専用口座を分けると経理が楽

10.4 事業インフラ9ステップ

ステップ	内容	チェックポイント
1	実印・銀行印作成	法人は3本セット／個人は角印追加推奨
2	オフィス・住所	自宅開業ならバーチャル住所を検討
3	メンター選定	月1面談／メール相談など契約形態を明確に
4	会計ソフト導入	freee・マネーフォワード等／科目設定は税理士に確認
5	請求書フォーマット	PDF テンプレ＋電子発行(インボイス対応)
6	名刺&HP	第5章のブランド統一を反映
7	補助金・融資申請	公庫の創業融資／信用保証協会の保証付融資
8	助成金リサーチ	キャリアアップ助成金など“人を雇う前”に条件確認
9	知人への開業案内	手紙・メール・SNS で“紹介アンバサダー”拡大

10.5 タイムライン例(退職3か月前～開業後3か月)

時期	主タスク
-90～-60 日	ローン・クレカ申請／コンサルメンター面談開始
-60～-30 日	退職届提出／実印作成／創業計画書ドラフト
-30～-10 日	会社設立 or 開業届書類準備／銀行法人口座予約
退職日	社保切替手続きスタート／名刺・HP 公開
+1 か月	公庫面談→融資実行／補助金公募申請
+3 か月	第1期決算予測

10.6 今日のアクション宣言

1. 開業カレンダーを作成し、退職日から逆算して主要タスクをブロックする。
2. 銀行・カード・ローン手続きを退職 60 日前までに完了させる。
3. メンター候補に面談を申し込み、決定する。
4. 開業案内文をドラフトし、発送・投稿スケジュールを確定。

開業手続きは“滑走路づくり”。

滑走路が未整備のまま離陸を試みれば、どれほどエンジン(マーケティング)が強くても事故は避けられない。

本章のチェックリストを“済”で埋め尽くし、胸を張って先生ビジネスの空へ飛び立とう。

最後に——“先生ビジネス”を加速させる集客システムへ

ここまでお読みいただき、ありがとうございます。

本書では **目的と目標の設定** から始まり、**受注力・満足獲得力の両輪づくり**、そして **開業インフラの整備** まで、独立直後に踏むべき十のアクションを具体的に示してきました。

いま、あなたはどの地点に立っているか

- ・ **選ばれる理由** が言語化でき、
- ・ **高単価パッケージ** が形になり、
- ・ **有償モニター** で成果と証拠を手に入れつつある——

もしここまで来たなら、あなたはすでに「売れる感覚」を掴みはじめています。
次に取り組むべきは、その成功パターンを“仕組み”に変えるステージです。

集客の仕組みづくりを本格化する

1. **ホームページ&LP**
モニター成果をトップに据え、Before→After の数字と声を掲載。
2. **広告・リターゲティング**
SNS 投稿で反応が高かったコピーを広告へ転用。
月1～3万円の小額でも、クリック単価の安い広告が見つかる。
3. **ウェビナー／リアルセミナー**
“顧客獲得型セミナー”を活用し、「なぜ買うのか」「なぜあなたからか」を物語と実績で示す。
4. **出版・メディア露出**
モニター事例を“成功ストーリー”として書籍や業界誌にまとめる。
権威性が一気に高まり、成約率などが向上する。
5. **オートメーション**
Web ページ → ステップメール3通 → 個別相談日程調整までを自動化。
あなたは“コンテンツを磨く”ことに時間を集中できる。

行動の連鎖は、あなた次第

行動 → 数字 → 自信 → 行動

受注力はこの正のスパイラルで増幅します。

十のアクションを一つずつ完了するたびに、スパイラルは確実に加速していきます。
もし途中で迷いが生じたら、目的・目標シートに立ち返り、
「なぜこの資格で世の中を変えたいのか」を再確認してください。

志師塾はあなたの“航海図”であり続ける

志師塾は、これからも

- 集中実践プログラム
- 実践コミュニティ
- マーケティングツール提供 など

“仕組み化ステージ”に最適な学びと仲間を提供します。
あなたの成功事例を次の仲間へバトンとして渡してください。

さあ、船出のときです。

資格はスタートライン。

あなたの専門性と、本書で築いたアクションプランを武器に、
“先生ビジネス”という大海へ漕ぎ出しましょう。

成果報告が聞ける日を、心より楽しみにしています。

◆ さらに一歩、実践へ——志師塾セミナーにご招待

本小冊子を最後までお読みいただいたあなたは、もう“動き出す準備”が整っています。しかし、「やり方はわかった。あとは現場でどう落とし込むか」という段階でつまずく方が少なくありません。

そこで志師塾では、小冊子読者限定で
受注力7大スキルを3時間で体験できる“先生業のための Web 集客セミナー”にご招待いたします。

- あなたの先生ビジネスの勝ち筋を具体化
- キャッチコピーを即日ブラッシュアップ
- 成果が出た成功事例を公開

といった“実践ワーク中心”の内容です。
オンラインでも開催しているので、全国どこからでもご参加いただけます。

▶ お申込みはこちら

https://44jyuku.com/lp/web_syukyaku/introduction

席に限りがありますので、ぜひお早めにお申し込みください。
あなたが“先生ビジネス”で次の成功事例となることを、志師塾一同、心から応援しています。