マネタイズ戦略
（商品設計と収益の構造）

売上の作り方

単価×顧客数×リピート率＝売上

例1）5,000円×100人＝50万円
例2）5万円×10人＝50万円
例3）50万円×1人＝50万円
例4）（2万円×新規10人）＋（6万円×継続5人）＝50万円

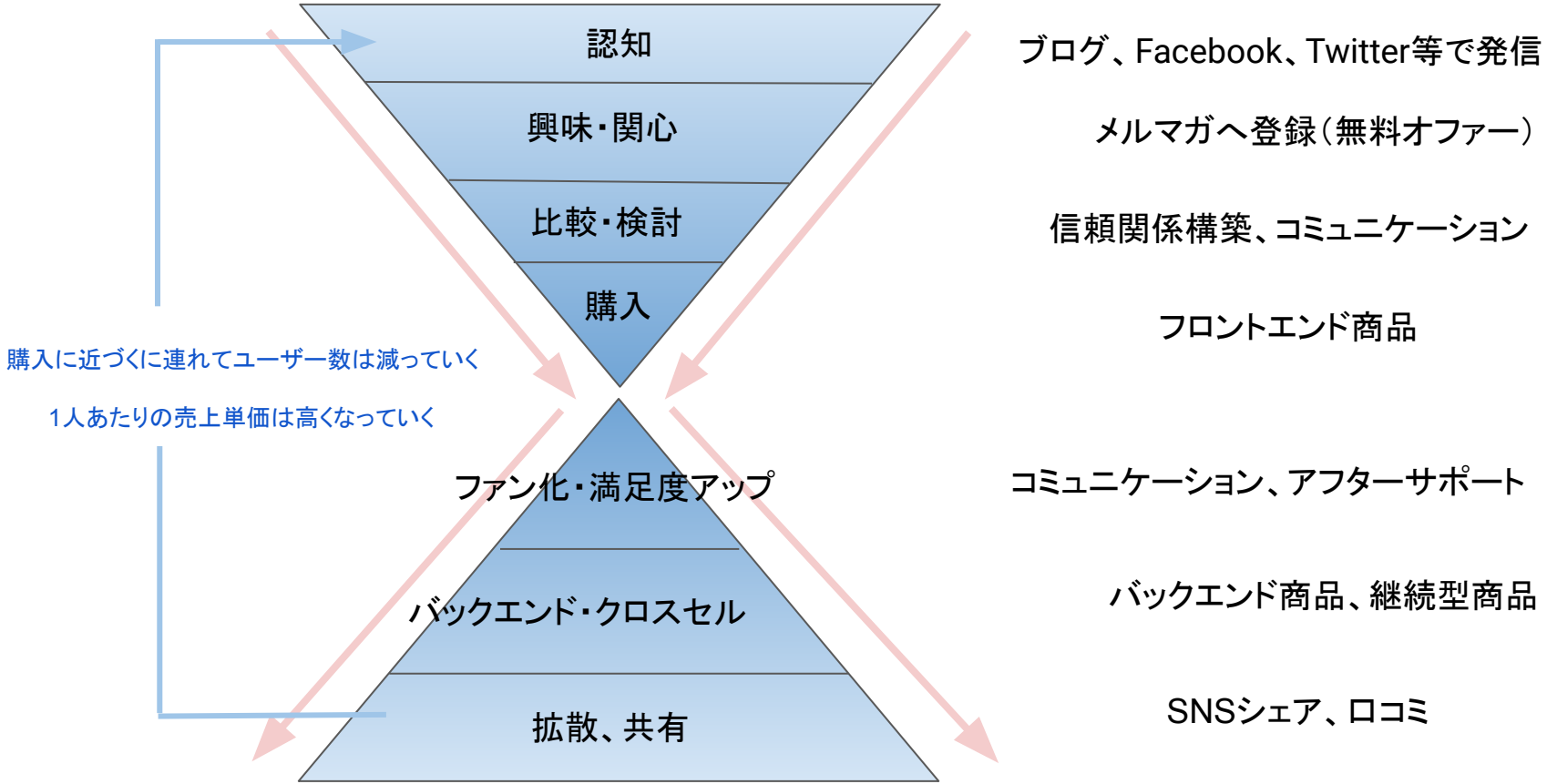
集客可能な人数なのか？

理想的な労働時間になっているか？

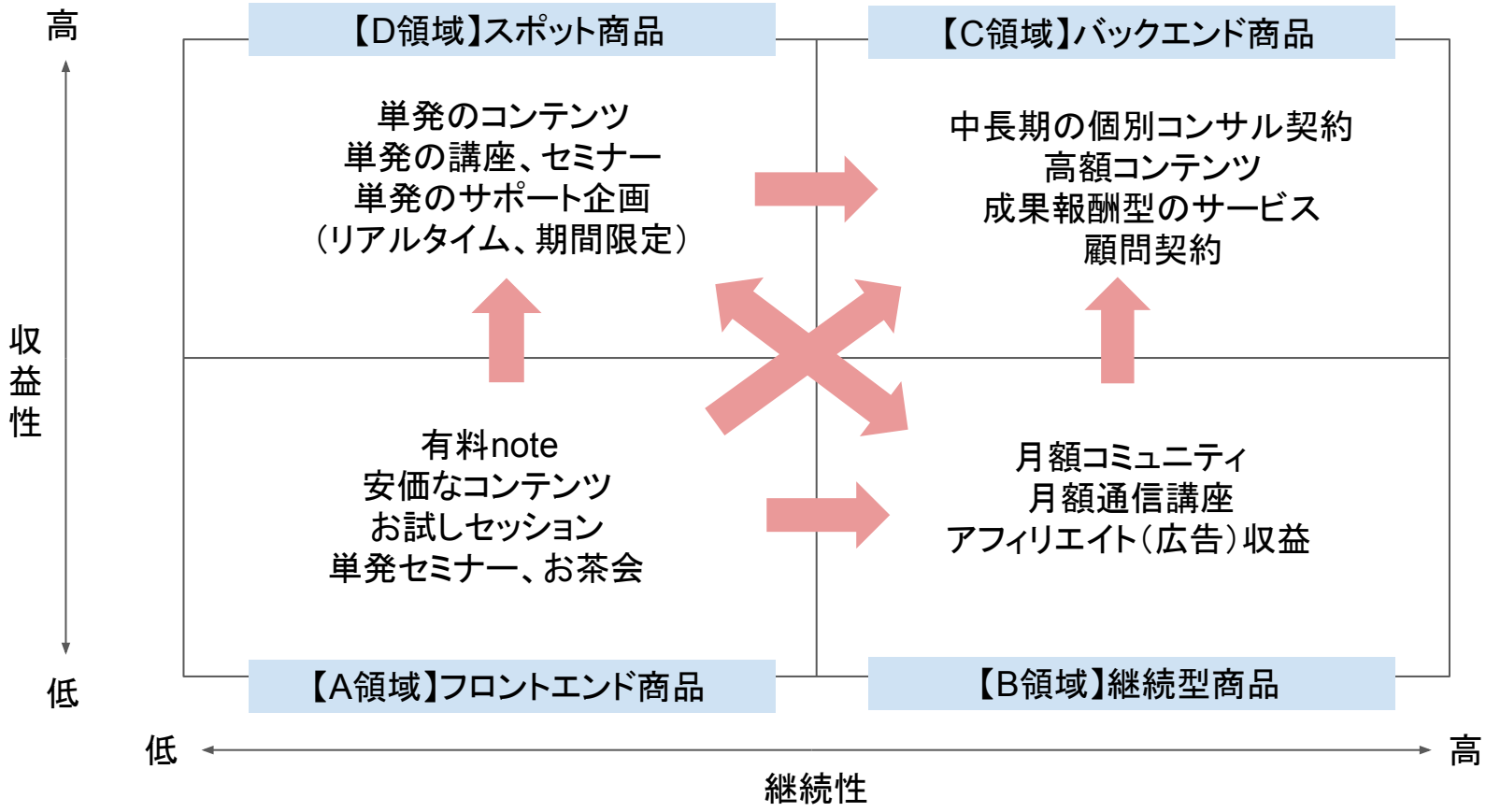
適切な単価になっているか？

リピートの仕組みはあるか？

ファネルと顧客の購買行動



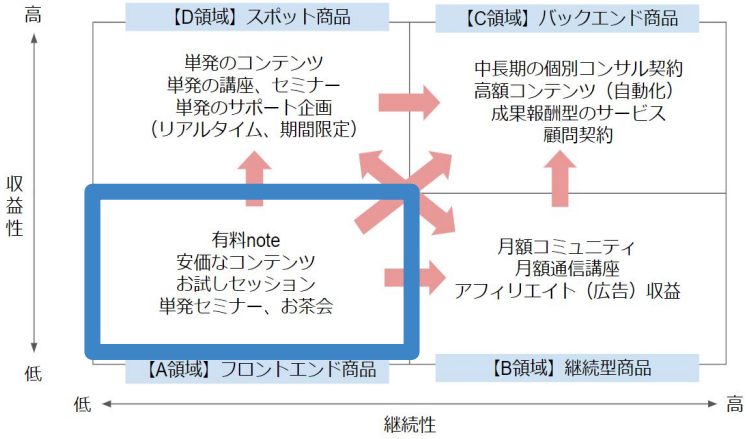
収益構造


高
収益性
低
【D領域】スポット商品
単発のコンテンツ
単発の講座、セミナー
単発のサポート企画
（リアルタイム、期間限定）
【C領域】バックエンド商品
中長期の個別コンサル契約
高額コンテンツ
成果報酬型のサービス
顧問契約
有料note
安価なコンテンツ
お試しセッション
単発セミナー、お茶会
月額コミュニティ
月額通信講座
アフィリエイト（広告）収益
【A領域】フロントエンド商品
【B領域】継続型商品
低
継続性
高

【A領域】フロントエンド商品

■コンテンツ販売
有料note（300円～500円）
オンラインコンテンツ：PDF、音声、動画（数千円～ 1万円）
無料オファー用のコンテンツ

■労働型サービスの販売
お試しコンサル、セッション、セミナー（無料～ 1万円）
タイムチケット、ココナラ、ストアカ（ 500円～1万円）



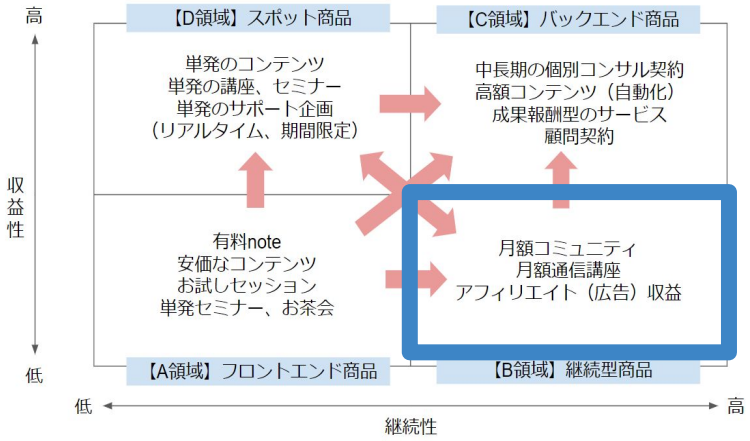
目的は利益化ではなくバックエンドに繋げるための集客用コンテンツ（本命商品のお試し版）
自分の実力やコンテンツの品質を確かめてもらう

バックエンドがない場合はリサーチにも使える

【B領域】継続型商品

■自分のコンテンツ
月額コミュニティ（月額5,000円～1万円）
月額通信講座（月額3,000円～1万円）
有料noteマガジン（月額1,000円～1,500円）

■他人のコンテンツ
アフィリエイト（数百円～ 1万円）
スポンサー広告、メルマガ広告（ 1万円～10万円）



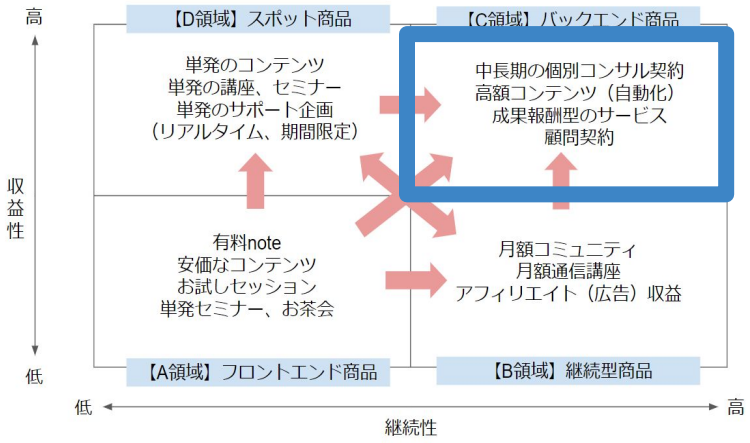
1商品あたりの利益額は低いけども、数が増えれば継続的に収入を得られる
一度作った仕組みが回れば労働作業に依存せず収入を構築できる

ただし、オンラインサロンのような継続課金モデルは初心者にはおすすめしない
月額コミュニティの継続率を維持するためにサポートが必要になる＝費用対効果は非常に悪い
他で収益が安定するまでは月額制オンラインサロンは後回し

【C領域】バックエンド商品

■中～高単価
中長期の個別コンサル契約（月額 5万円～10万円）
高額コンテンツ（5万円～15万円）

■その他
成果報酬型のサービス（売上の 20～30%）
顧問契約（年間契約 100万円～）
ノウハウ、サービスの版権



個人ビジネスで収益を上げるなら必ずバックエンド商品まで作ること
売上額と底上げしてくれるのはバックエンド商品（高利益）と継続型商品

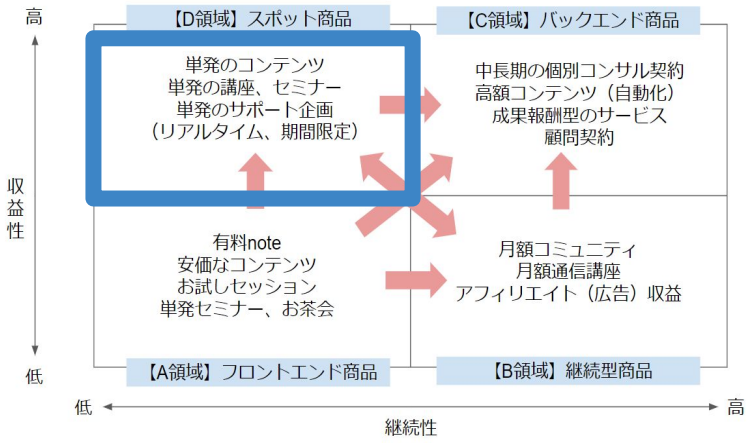
「その他」の項目は最初は考えなくても OK

【D領域】スポット商品

単発のコンテンツ
単発の講座、セミナー
単発のサポート企画

テストマーケティングに使うことも多い

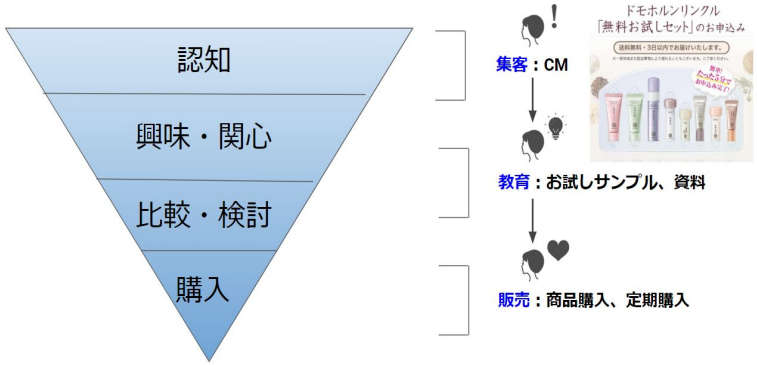
リアルタイムで企画を打ち出して
もし反応が取れれば【B】【C】のラインナップに組み込む



まずはフロントエンドとバックエンド商品から

①バックエンド商品＝自分のコンセプトを実現するための最高の商品
②フロントエンド商品＝バックエンド商品のお試し版

多くの人に継続課金サービスを売るよりも単価が高い商品を扱うほうが簡単

10万円の商品を3人に売って30万円
3,000円の継続課金サービスを100人に売って30万　→100人まで集める労力、100人を維持する労力

フロントエンド商品		バックエンド商品
体験コンサル3,000円	→	6ヶ月コンサル25万円
体験セミナー1,000円	→	月額3万円×6ヶ月 カウンセリング
オンライン教材5,000円	→	5万円の通信講座