



# コンサル型ビジネス『7つの収入モデル』 マニュアル

## STEP7：継続課金モデル

---

## ■著作権について

当マニュアルと表記は著作権法で保護されている著作物です。

当マニュアルの著作権は発行者にあります。

当マニュアルの使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

## ■使用許諾契約書

本契約は、当マニュアルを入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。当マニュアルを甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

### 第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する当マニュアルに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾します。

### 第2条 禁止事項：

当マニュアルに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は当レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずに出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ当マニュアルに含まれる情報を使用できるものとします。

### 第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がありますのでご注意ください。

### 第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合、乙は使用許諾契約書を解除することができます。

### 第5条 責任の範囲：

当マニュアルの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って万一いかなる損害が生じた場合も乙は甲に対して一切の責任を負いません。

---

## STEP7：継続課金モデル

動画でご覧いただく場合は、こちらのURLからご視聴ください。

<http://bizlaboratory.net/movie/7model6/>

北野：こんにちは。株式会社コンサルタントラボラトリーの北野哲正です。  
コンサル型ビジネスの7つの収入モデル構築のための  
無料オンラインセミナー、  
いよいよ今回が7番目の収入モデルということで、  
また引き続き中里さんと進めていきたいと思います。  
よろしくお願いします。

中里：よろしくお願いします。

## 第7の収入モデル：継続課金モデル

北野：7つ目の最後、継続課金型モデル、  
いわゆる**メンバーシップモデル**といわれるものなのですが、  
これは本当に経営者にとっては、  
めちゃくちゃありがたいシステムで、  
分かりやすくいうと、**毎月お金が振り込まれてくる、**  
**いわゆる会員制ビジネスといわれるようなモデルなんです。**  
最終的にはみんなここを目指すっていう感じですよ。

中里：そうですね。  
やはり大きい売上が上げられるプロデュース型も1つなんですけども  
ずっとそれを続けられるっていうのはなかなか困難ですよ。

---

北野：やはりこういった定期的な収入があった上で、  
プロモーションをして売上を上げるみたいのが一番理想的というか  
いわゆる会社員の方でいうと、給与みたいなものですよね。  
毎月入ってくるという。

そういった安心があって、  
ボーナス的なプロモーションの売上が入ってくるみたいなのが、  
すごく理想的じゃないかと思いますけども。

そこで、今日の会員制ですよ、  
継続課金型モデルについてお話ししたいんですけども、  
実はね、私と中里さんの知り合いでマッサージというかね、  
整体系のビジネスをやられている方が、  
継続課金型で毎月1千万の収入がある方がいるんですけど、

その方の話をちょっとすると、  
まずは普通の情報提供の会員制みたいのが  
月額3,900円いくらみたいなのがあって、  
あとは、顧客管理システムを月額1万円でまた提供している。

さらにニュースレターの代行サービスとか、  
ホームページレンタルサービスといって、整体の方なので、  
基本的に同じようなホームページで、  
エリアを変えて出す訳ですよ。

それを毎月4千円とか5千円とかで貸し出したり、  
あとはその整体とかマッサージとあわせて、  
入浴剤を販売する物販のサービスもやられていまして、  
継続して複数から毎月入ってくるモデルを持っているんです。

本当に通帳に売上を記帳するのが楽しみで、  
記帳に時間がかかりすぎると。  
すごい贅沢な悩みを話されていた訳なんですけども、  
どうですか、やはり会員制継続課金型というのは？

---

中里：いきなりこれを目指すとなると、それを集めるために集客、  
ってというのはちょっと違うかなと。順番が。

ただ、これまでの色々な収入モデルをやってくると、  
やはりファンだったり顧客も増えてくるので、  
そうすると会員制というのは  
非常に有効な手段なのかなという気がしますね。

北野：本当に経営的に安定するというか、  
定期的な収入が入ってくるって本当にありがたいんですよね。

それで、こういった継続型のモデルを複数もっていると、  
売上も大きくなるし、  
より安定していくということになるんですよね。

具体的に、どんなのがあるかっていう話を  
していきたいんですけども、  
まず、いちばん分かりやすいのは、コンテンツ提供型ですね。

これは要するに、  
僕らはコンサルタントラボラトリーっていう  
2010年に始めたモデルがあったんですけども、  
これは毎月DVDを送るという。

インタビューや対談をするので、  
これも、自分でずっとコンテンツを出してると大変なんだけど、  
対談とかをすると割とやりやすいですよ。

そういったコンテンツ、DVDとかCDとかあるいは  
オンラインでもいいんですけど、  
そういったものを定期的に配信していくっていうパターンですよ。

中里：そういったものでよく、有料のメルマガなんてあったり  
しますけども、  
あれも一つの情報提供という形ですよ。

---

北野：もう一つのモデルは**ツール&システム提供**です。

これ実は中里さん、やられてるというか、  
うちの会社で今やってますけども、  
これはどういうものですか？

中里：やはりそういった集客に必要なもののツールとして、  
弊社でいうとWOMマネージャーっていう、  
アフィリエイトというシステムを導入できるもの、  
これがツールとして。

北野：**毎月使用料として収入があるモデル**ですよ。

中里：そうですね。  
あとはよくあるのが、メルマガ配信のシステムなんかも  
あれも一つシステムっていう感じになりますよね。

北野：さっき言ったマッサージ、  
整体の方の月額1万円というのは  
顧客管理システムを提供していて、  
それを月額でもらうみたいな感じですよ。  
これのメリットとしては、一度使うとなかなかやめられない。  
特にいいものであれば、1回使うとやめられないっていうか、  
これがなくてはできないみたいになるので、  
安定していくっていう感じですよ。

ただ、最初の初期投資というか、システムを作るとなると、  
そこにコストはかかるんですけども、  
こういったものを組み合わせるとすごくいいですね。

あと、代行サービス系なものもあるんですけど、  
例えばニュースレター。  
よくお客様の代わりにやってあげるっていうモデルなんですけども、  
これもなかなかね、やめられないんですよ。

---

中里：確かに。一回使うとちょっと変えられないですもんね。

北野：あとはですね、ある人がやっているのは  
マッチングサービスをやっていて、  
お客さんを紹介すると、そのお客さんが定期的に  
1年とか2年ぐらいつとお客さんであり続ける限り、  
バックマージンがずっと入ってくるみたいなシステムで、  
これも代行ですよ。ね。  
営業代行してそのフィーをもらうっていうパターンね。

中里：集客とか、そういったリアルなセールス部隊がいるとか、  
そんな方だと集客はできるんで、  
代わりに集客しますよっていうのもこれも一つですよ。ね。

北野：**お客さんが悩んでいること、面倒臭がること、  
ニュースレターとか毎月作るの大変なので、  
これを代わりにやってあげる。**

これは実は雛形があって、雛形を作って、  
お客様のところだけ住所を変えてあげるそういう風にしていくと、  
結構手間がかからずにできるサービスですよ。ね。

中里：でも実際にやるとなると  
大変というか、難しいところもあるんじゃないかなと  
思うんですけども。

北野：これはですね、実はそういったレターとかも  
**外注**しちゃえばいいんですよ。ね。  
編集プロダクションとかを使えば、結構低価格でできたりするので  
後は自分の会員さんとかに書いてもらうっていう  
やり方なんですよ。ね。  
そういったことで、すごく低価格で押さえることができますよ。ね。

---

中里：確かに弊社の受講生さんには、  
いろんなバラエティの業者の方がいらっしゃるので、  
漫画が書けるとか、文字書いたりできるとか  
そういったことのできる方が、結構いらっしゃいますもんね。

北野：あとは**物販**ていうのがあって、  
整体やボディワーク系だと、例えば先ほどの方であれば、  
オリジナルで入浴剤を作ってるらしいんですね、  
入浴剤を定期的に届けるみたいなことをやったりとか。

あなたが美容系のコンサル、コーチであれば、  
サプリや食品、化粧品を売るっていうモデルは結構ありますよね。

中里：確かに。お客様は一緒ですからね。

北野：よくあるのが、美容系のコンサルタントで、  
最初に器具を販売して、それを使う時に使う  
クリームとかを定期的に販売するみたいな手法がありますけども、  
これも物販の絡みっていうのはすごくいいですよ。

あとは、**定期情報**ていうのがあって、  
これは私が取締役で入っている、  
リアルネットっていう会社でやっています。

これは、変わったビジネスモデルを構築する会員制なんです。  
何をやるかという、  
毎月3冊のビジネスモデルに関する本をピックアップするんですよ。

中里：書籍？

北野：書籍とか。  
その要約サービスていうのがあって、  
要約してエッセンスだけまとめて、それを送るんですよ。  
そこにさらに我々がその本の解説をつけて  
ビデオを送るみたいな。これはね、ネタが付きませんんですよ。

---

中里：本もたくさんありますもんね。

北野：あとは、定期情報で多いのが株式の情報とかで、  
「今この株がいいよ」みたいな  
そういった情報っていうのは、なかなかお客さんも止めづらいので  
こういったものはすごく会員制にすごく向いてるかと思いますね。

中里：なるほど。  
今お話を聞いていると、提供するところの情報を得たりとか  
インフラもなるべく手間はかけないんだけど、  
お客様が悩みとして持っているところ、  
これを結びつけると課金ができる。  
そういう感じになりますよね。

北野：この継続課金型、そうはいいつつ集客もしなくてはいけないし、  
離脱がどうしてもあるので、  
満足度を上げるっていうのは難易度が高いと思うんです。

今私が勧めているのは、**コミュニティを作る**っていうこと。  
例えば、無料セミナーで話をしましたけれども、講座をやりますと  
その卒業生を会員制のコミュニティに移行させるんですよ。

講座が終わったら、月額制でサポートします。  
みたいなのは、  
自然に一番簡単にできる継続課金型モデルだと思うんですよ。

中里：期間の長い講座をやると、  
そこで集まる仲間ができて、そこと縁が切れちゃうの嫌だから、  
つながってたいっていうニーズもありますもんね。

北野：もっとサポートして欲しいみたいのもあるので、  
逆にこういう会員制ないんですかと、  
聞いてくる人もいらっしゃいます。

---

北野：そこでコミュニティができると、

例えば次の講座にまた来てくれるとか、再受講してくれるとか、  
あとは紹介も生まれてくるんですよ。

こういった形で継続課金型、メリットが非常に大きいので、  
ぜひ取り入れていただきたいなと思います。

ということで、7つの収入モデル、最後は継続課金型モデル、  
メンバーシップモデルということだったんですけども、  
この7つをうまく具合に組み合わせて、  
高単価型、中単価型、あと不労所得型ですね、  
この7つをうまく組み合わせていくと、  
間違いなく1億超えていきますよ。

1億超えていって、このモデルが機能すると、  
経営するあなたも時間的な自由も取れるようになりますし、  
あながたいなくてもビジネスが回って売上が上がるような  
仕組みが作れますので、  
ぜひ、取り組んでいただきたいなと思います。

さて、次回いよいよ最終回なのですが、  
次回は、この7つの収入モデルを作るためには  
どんなスキルを身につければいいとか、  
どんなことを考えながらやっていけばいいのかっていうことを、  
特別編・必要なスキル編でお届けしたいと思います。

最後、楽しみにしていただければと思います。  
ということで、どうもありがとうございました。