

迷いを減らし、選択の基準をつくる。

フリーランスの 自己分析ワークブック完全ガイド

強み・価値観・戦略を行動に落とし込む実践型



対象

独立準備～駆け出し期



成果

90日アクションの確定

全体ルートマップ | 自己分析の5ステップ

やる順番を決めると迷いが消える。完了物（アウトプット）を先に定義して進捗管理する。

Step 1

基礎

🔍 自己理解の基礎 | まずは自分を知る

- 強みの棚卸し
- 弱みの受け入れ
- 価値観の明確化
- 成果：強み・価値観シート

Step 2

接点

🎯 市場との接点 | 求められる場所を探す

- 市場ニーズ把握
- 差別化ポイント発見
- ターゲット設定
- 成果：ポジショニング仮説

Step 3

戦略

🏆 キャリア戦略 | 目標と行動をつなぐ

- 目標の3階層設定
- スキルマップ作成
- 行動計画立案
- 成果：OKR+90日計画

Step 4

実践

🔧 実践と検証 | 仮説を市場で試す

- ケーススタディ参照
- アクション実行
- 実験ログ記録
- 成果：案件実験ログ

Step 5

定着

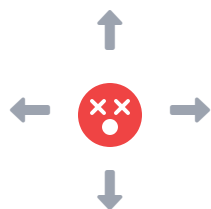
🔄 定着と更新 | サイクルを回す

- 月次レビュー
- 四半期振り返り
- 計画のアップデート
- 成果：定期チェック定着

📌 なぜ自己分析が必要か | 意思決定の基準を持つ

案件選び・価格交渉・時間配分。フリーランスは毎日「選択」を迫られます。自分の軸がないと、他人や目先の利益に振り回され、疲弊し続けます。

❓ 基準がない状態



- ✗ 単価が高ただけで飛びつく
- ✗ 「断ると次がない」不安
- ✗ 他人の成功法則を真似て失敗

✂ 自分の軸がある状態

強み・価値観

目標・戦略

行動・判断

- ✓ 受けない仕事を即決できる
- ✓ 値付けに根拠が持てる
- ✓ 自分だけの勝ちパターン確立



FIRST ACTION

「絶対に受けない仕事の条件」を3つ書き出し、PCの付箋アプリや手帳の目立つ場所に貼る。

例：即日対応が必須の案件／深夜・土日稼働前提／苦手な〇〇業界

🔍 強みの棚卸し | 3つの視点で発見する

自分の強みは主観では見えにくいものです。「成果・資源・評判」の3視点で客観的事実を集め、他者が価値を感じる形に言語化しましょう。



1. 成果（定量）

- ✓ 売上・CVR・LTVの改善率
- ✓ 工数・コスト・時間の削減数
- ✓ 制作数・記事数などの積み上げ



2. 資源（希少性）

- ✓ 経験業界・職種の組み合わせ
- ✓ 保有資格・使用可能ツール
- ✓ 独自のネットワーク・人脈



3. 評判（他者視点）

- ✓ 感謝メール・指名理由の言葉
- ✓ 「よく頼まれること」の内容
- ✓ SNSやプラットフォームの評価

▼ 強み言語化テンプレート

「私は **【対象】** に対して **【成果】** を **【根拠】** で再現できる」

MINI CASE STUDY



デザイナーAさんの場合：「B2B企業の採用担当者に対し、応募者数を増やす成果を、CVR改善率平均+28%の実績と心理学知識で再現できる」

Action: 上記3視点で各3つずつ書き出し、テンプレートに当てはめてみる

🔧 弱みの受け入れ方 | 制約を設計に変える

「何でもできます」は信頼を下げます。弱みは無理に克服するのではなく、設計でカバーすることでプロとしての信頼感に変わります。3つのアプローチで弱みを処理しましょう。



1. 回避

やらないと決める

不得手な領域を最初から対象外とし、得意領域の純度を高める戦略。

EXAMPLE

「3Dデザイン・動画編集はお受けしておりません」と明記し、Web制作に集中する。



2. 補完

誰かと埋める

自分にはないスキルを持つパートナーと組み、セットで提案する戦略。

EXAMPLE

コーディングが苦手なら、信頼できるエンジニアと提携し「実装込み」で受注する。



3. 転用

逆に売りにする

弱み（マイナス）を視点を変えて強み（プラス）として訴求する戦略。

EXAMPLE

「作業が遅い（＝納期長め）」を「丁寧な検証と品質保証」として高単価で売る。



FIRST ACTION

「しないことリスト」を3つ決め、プロフィールや提案資料の「対応範囲外」欄に明記する。

📍 価値観の明確化 | 仕事選びの軸を作る

報酬が良くても「価値観」がズレる案件は、精神的な消耗が激しく長続きしません。7つの項目をスコアリングし、自分の譲れないライン（合格点）を可視化しましょう。

7つの価値観スコア

自律性 (Autonomy) 裁量権、場所・時間の自由度	/10
成長 (Growth) スキル習得、新しい挑戦	/10
インパクト (Impact) 顧客・社会への貢献実感	/10
人間関係 (People) チームの雰囲気、心理的安全性	/10
安定性 (Stability) 継続性、収益の予測可能性	/10
報酬 (Money) 単価、時給効率の良さ	/10
社会貢献 (Social) ビジョンへの共感、社会的意義	/10

📊 バランス診断



FIRST ACTION

直近で完了した3つの案件を上記項目で採点し、平均7点未満だった項目の「原因」を言語化する。

例：「報酬は良いが自律性が3点」→ 指示待ち作業になりがちな案件は避ける、等

🔍 市場ニーズの把握 | 求められるスキルマップ

自分都合ではなく、買い手の言葉を収集することが重要です。実際の募集要項から「市場が求めているキーワード」を抽出し、需要を可視化することで、スキル習得の遠回りを防ぎます。

STEP 1



収集

クラウドソーシングや求人サイトから、ターゲット職種・業界の募集要項を10件スクレイピング。

STEP 2



抽出

出現頻度の高いキーワードを集計。
例：「運用型広告」「リライト」「Next.js」など。

STEP 3



分類

キーワードごとに「単価相場」と「要件（必須スキル／歓迎スキル）」を整理して一覧化。

STEP 4



マッピング

「供給過多（レッドオーシャン）」と「希少領域（ブルーオーシャン）」を色分けして可視化。



FIRST ACTION

今週末に時間を確保し、「今月の需要トップ5キーワード」を書き出す。

まずは大手クラウドソーシングサイトの新着案件をざっと見るだけでも効果があります。

天秤 差別化ポイントの発見 | 3つのポジショニング戦略比較

戦略の型を先に選ぶと一貫性が生まれます。「何でもできます」は選ばれないため、自分の勝ちパターンに合わせて専門・経験・体験のいずれかに軸足を置きましょう。

戦略タイプ	特徴・具体例	強みと注意点	追うべき指標（KPI）
<div>専門特化</div> <div>Type A</div>	特定の技術・領域を深掘りする 例：B2B SaaSのオンボーディング設計、Reactのパフォーマンス改善	○ 高単価化しやすく、権威性がつく ✗ 案件数が市場規模に依存し変動する	・ 同領域での指名率 ・ LTV（継続期間） 専門性が評価されれば単価と継続率が上がる
<div>経験特化</div> <div>Type B</div>	過去の業界知見を掛け合わせる 例：元看護師×ライター、元営業×LP制作、不動産知識×Web広告	○ ドメイン知識で信頼獲得が速い ✗ 別業界への横展開に時間がかかる	・ 商談通過率 ・ CV事例の横展開数 「話が早い」ことが最大の価値になる
<div>体験価値特化</div> <div>Type C</div>	プロセスや対応力で差をつける 例：即レス、丁寧な進行管理、議事録の質、チャットコミュニケーション	○ スキル差が少なくても差別化可能 ✗ 模倣されやすく、労働集約になりがち	・ リピート率 ・ 紹介発生数 「また頼みたい」安心感を数値化する

POSITIONING TIP



まずは1つの軸で実績を作り、徐々に掛け合わせるのが王道です。駆け出し期は「Type C（体験価値）」から入り、信頼を得ながらAかBへシフトしましょう。

◎ ターゲット顧客の設定 | ペルソナ設定ワーク

「誰の」「どの課題」を解くかを一人称で定義します。ターゲットが曖昧だと提案が刺さらず、価格競争に巻き込まれます。

☰ ペルソナ必須項目



業界・職種

例：SaaS企業のインサイドセールス



役職・決裁権

例：事業部長（予算決裁あり）



抱えるKPI

例：商談数・リードからの転換率



予算感・リスク

例：月30万まで・採用失敗を恐れている

🗨️ 価値翻訳プロセス

機能（何をするか）

Web制作・デザイン



成果（どうなるか）

CVR（申込率）向上



経営メリット（どう嬉しいか）

TEMPLATE



私は 【誰】 の 【課題】 を、
【方法】 で 【経営メリット】 に変える

🔍 競合分析チェックリスト | 5つの観点

差を作るには、まず差を見抜くことが出発点です。同業者の「何を提供し、どう見せているか」を可視化して、あえて“ズラす”ポイントを探ります。



提供内容・契約

What & How



提供領域（広さ/深さ）

「何でも屋」か「一点突破」か。対応範囲の境界線はどこか。



価格・契約形態

松竹梅のプランはあるか。単発かりターナー（月額）か。



実績の見せ方

定量成果（数字）で語っているか。プロセスを開示しているか。



品質・体験価値

Quality & Experience



速度・納期

「即日対応」や「短納期」を売りにしているか。



品質・修正回数

修正無制限か、回数制限ありか。品質保証はあるか。



顧客体験（UX）

レスポンス速度、ハンドオフ（納品）の丁寧さ、アフターフォロー。



FIRST ACTION

上位3人のプロフィールを比較し、彼らが訴求していない「空白地帯」を見つけて、自分の差別化1文を作る（30字以内）。

≡ 目標設定の3階層 | 短期・中期・長期ビジョン

遠すぎる夢も、近すぎる作業も機能しません。「ありたい姿（長期）」から逆算し、整合性の取れた「短期（90日）」のアクションに落とし込みます。

長期
2～3年

中期
半年

短期
90日

🚩 ビジョン・方向性

「B2Bマーケティング領域で、指名で仕事が来る専門家になる」

🎯 実績テーマ

「SaaS導入支援の成功事例を3件作り、専門性を証明する」

Action Focus

📋 OKR（90日目標）

〇：導入支援の初回案件を獲得し、納品する

- KR1：提案資料を完成させ、5社にアプローチ
- KR2：無料相談会を3回実施
- KR3：業務フロー図のテンプレート作成



FIRST ACTION

「半年後どうなっていたいか」を1文で書き出し、そのために「次の90日で達成すべき数値目標（KR）」を3つ決める。

田 スキルマップの作成 | 今あるスキル×伸ばすスキル

「できること」を全て同じ熱量で頑張る必要はありません。市場価値と自分の得意度で分類し、限られた時間とお金をどこに投資するか、戦略的に決定します。

↓ (得意・得意) 価値高

伸びしろ

集中投資

価値はあるが、まだ実力が追いついていない領域。

- 学習時間の8割をここに充てる
- 安価でも実績作りとして受ける
- 将来のメイン収益源候補

稼ぎ頭

磨く・維持

高単価でストレスなくこなせる現在の主力武器。

- 品質を維持し信頼を積み上げる
- 単価交渉やパッケージ化を進める
- 事例化して営業ツールにする

捨て枠

削減・撤退

価値も低く、自分も苦手な領域。

- プロフィールから削除する
- 依頼が来ても断る勇気を持つ
- AIやツールで代替する

実験・趣味

低コスト検証

得意だが市場価値が低い、または不明な領域。

- 趣味や発信活動として続ける
- ニッチ需要がないか軽く探る
- 深入りせず時間を区切る

得意度・スキルレベル →

FIRST ACTION



上記4象限に現在のスキルを8項目まで書き出し、次の90日で「伸びしろ（左上）」から1つだけ強化対象を選ぶ。

例：デザイン（稼ぎ頭）＋コーディング（伸びしろ）← ここを学習

📅 行動計画の立案 | 90日アクションプラン

「1年後」は遠すぎますが、「90日後」ならリアルに想像できます。計画を「やれば終わる」作業レベルまで分解し、毎週のリズムを作ることで実行力を高めます。

1

3テーマを選定する

「実績づくり」「集客チャネル開拓」「スキル学習」など、90日で注力する分野を最大3つに絞る。あれもこれもは失敗の元。



2

週の固定枠を確保する

カレンダーに「学習タイム（火・木 7:00-8:00）」「発信タイム（土曜 10:00-11:00）」など、聖域としての時間をブロックする。



3

提出物を定義する

「頑張る」ではなく「完了物」でゴールを決める。例：事例記事1本公開、営業メール20件送信、ノート5ページ。



週次レビューの定着

✓ **実績確認**：予定した提出物は完成したか？

💡 **学び**：何が上手くいき、何が障害だったか？

→ **次の一手**：翌週の固定枠やタスクを微修正

毎週金曜夕方 15分の時間を確保



FIRST ACTION

カレンダーを開き、今週末に「90日プランニング」のための1時間を確保する。まずは3つのテーマを書き出すところから。

例：テーマ1「ポートフォリオ刷新」、テーマ2「新サービスLP作成」、テーマ3「React学習」

📌 振り返りチェックリスト | 月次・四半期

進みが遅いと感じるのは、測っていないだけかもしれません。感覚に頼らず、数値と事実で「現在地」を観測できる言葉にします。



月次確認

毎月第1金曜日



売上・粗利・案件依存度

今月の稼ぎ頭は誰か？ 特定の1社に依存しすぎていないか。



営業ファネル進捗

提案数→面談数→受注数。どの工程で詰まっているか。



学習・アウトプット実績

学習時間に比例して発信数や反応数も伸びているか。



四半期確認

1/4/7/10月



強みの更新（実績の上書き）

この3ヶ月で「新たに語れる成果」や「代表事例」は生まれたか。



ポジショニング仮説の検証

狙った市場での反応は想定通りか。ズレがあれば修正する。



次期90日計画の改定

達成できたこと・できなかったことを踏まえ、次の重点テーマを決める。



FIRST ACTION

カレンダーの毎月第1金曜日に「月次レビュー（30分）」、3ヶ月ごとに「四半期レビュー（60分）」の予定を繰り返し登録する。

🔍 ケース1 | 駆け出しデザイナーの自己分析

「何でもできます」は「何も強みがない」と同じです。実務経験が浅くても、過去の小さな成功体験を定量化することで、特定の顧客に刺さる強みが見えてきます。

BEFORE



❗ 状況：散漫な受注

バナー、LP、名刺など依頼されるがまま対応。
「Web全般」と名乗り特徴がない。

↓ 課題：単価低迷

比較対象がクラウドソーシングの安価な案件になり、消耗戦に陥っている。

悩み

「実績が浅くて強みと言えるものがない…」

ACTION



🔍 強み抽出：数値化

過去案件を見直し。BtoB LPでCVRが改善した事実
(+22%) を発見。

🌐 市場調査 & 特化

B2B SaaSの採用LP需要を確認。「きれいなデザイン」ではなく「成果が出る採用LP」に特化。

戦略決定

SaaS採用LP特化 + 進行管理の安心訴求

AFTER



✅ 成果：直案件成約

ポートフォリオを刷新し、3ヶ月で直案件を2本獲得。

¥ 平均単価 +35%

「採用課題を解決する」提案により、制作単価の交渉が不要に。

成功要因

「何でも」をやめ、「誰の何」を絞ったこと

KEY TAKEAWAY



成果の定量化 → 事例テンプレート作成 → 同業界へ横展開

「たまたま上手くいった」と思っている案件こそ、数値で語り直すと最強の武器になります。



ケース2 | 会社員からライターへの転換

「書くスキル」だけでは単価が上がりません。前職の営業経験（ヒアリング力）を強みとし、取材から記事化までのプロセス全体を商品化して差別化を図りました。

プロフィール

Bさん (30代・元法人営業)

- 課題 実績ゼロで単価1円未満
- 強み 初対面でも本音を聞き出す力
- 転換 インタビュー記事制作に特化

成果 (4ヶ月後)

月次売上 **30万円** (安定)

継続契約 **3社** (月2本/社)

差別化戦略：ブラックボックスの可視化

安心感の提供



事前ヒアリングシート

「何を聞かれるか不安」を解消するため、質問リストを3日前に共有。

準備力



取材・構成案作成

取材翌日に構成案を提出。「認識のズレ」を早期に修正し手戻りを防ぐ。

速度・品質



執筆・納品

修正は2回まで無料対応。文字起こしデータも特典として納品。

付加価値



KEY TAKEAWAY

成果物（記事）だけでなく、プロセス（進行表・質問シート）自体を商品の一部として見せる。

✓ 「次はどうなるの？」というクライアントの不安を先回りして消すことが信頼になる。

📄 ケース3 | エンジニアの収入安定化

「作って終わり」の単発案件だけでは、常に営業が必要です。機能開発に「安心」という継続価値をセットにし、ストック収入の比率を高めた事例です。

Before

📄 単発・労働集約



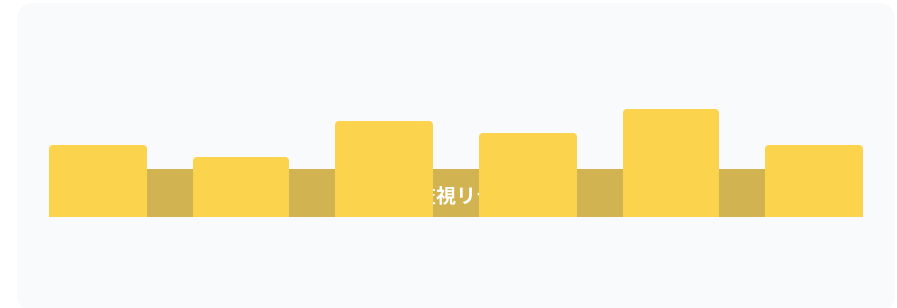
- ✗ 開発が終わると収入がゼロに戻る
- ✗ バグ修正などの無償対応が負担
- ✗ 毎月新規営業のプレッシャー

パッケージ化



After

📄 継続・ストック型



- ✓ 月額固定50万円のベース収入確保
- ✓ SLA（対応範囲）明確化で消耗減
- ✓ 紹介経由での受注が増加

KEY TAKEAWAY



過去のクライアントに対し、「月額3万円～の保守・相談プラン」を提案する。機能ではなく「何かあった時の即時対応（安心）」を商品化する。

📁 ケース4 | 複数スキルの掛け合わせ戦略

単体では埋もれるスキルも、「業務プロセスの流れ」に沿って組み合わせることで「一気通貫の価値」に変わります。顧客が本当に欲しいのは、部分的な作業ではなく「成果が出る仕組み」です。

Before：断片的なスキル



✖ 個別に売ると単価が安い



After：一気通貫パッケージ



1. 集客動画LP制作

商談に繋がる構成で動画化



2. 広告運用代行

ターゲットへの確に配信



3. MA/CRM自動連携

ノーコードで顧客管理へ直結

✔ 「リード獲得の仕組み」として納品



実施： B2B商談支援の動画LP → 広告配信 → MA連携までを一気通貫で提案

結果： 3件の包括案件を受注、客単価は従来の2.1倍に上昇

成果： 真似ポイント：持っているスキルを「顧客の業務フロー」順に並べてパッケージ化する

⚠ 失敗から学ぶ | よくある落とし穴と対策

自己分析や戦略も、実行段階でブレることがあります。先人が陥りやすい5つの罠を事前に知り、具体的な「仕組み」で回避しましょう。

🔄 何でも屋に戻る



👉 断る基準を固定・明文化する

📅 計画倒れで終わる



📅 週1の定点観測+提出物主義

💰 価格の根拠がない



📊 成果指標と代替コストで論じる

📅 学習テーマが拡散



🎯 90日間は1テーマに集中投資

🔒 実績が非公開のまま



📄 匿名化テンプレで即時公開



FIRST ACTION

自分が最も陥りやすい1項目を選び、その対策アクション（例：「断りメールの雛形を作る」）を今日の予定に入れる。

✓ アクションチェックリスト | 今日やること

まずは「知る」だけでなく「動く」ことが重要です。この5つのタスクを完了すれば、自己分析の第一歩が確実に踏み出せます。

完了	タスク内容	所要時間	必要なもの
<input type="checkbox"/>	1. 強み文を作る 「私は〔誰〕の〔課題〕を〔方法〕で〔成果〕に変える」の型に当てはめて言語化する	15分	 メモ帳・ノート
<input type="checkbox"/>	2. 受けない条件を3つ決める 自分の価値観に反する条件を明文化し、プロフィール原稿の備考欄などに追記する	20分	 プロフィール原稿
<input type="checkbox"/>	3. 需要トップ5キーワードを調査 クラウドソーシングや求人サイトで自分の職種を検索し、頻出語句から狙いを1つ選ぶ	30分	 検索サイト
<input type="checkbox"/>	4. 90日テーマを設定&カレンダー登録 「実績・集客・学習」から重点テーマを3つ絞り、週の固定枠（学習時間など）を確保する	20分	 カレンダーアプリ
<input type="checkbox"/>	5. 直近案件の事例テンプレ作成 「課題→打ち手→成果」の構成で過去の実績を1本まとめ、提案に使える状態にする	30分	 ポートフォリオ

🚩 コミットメント日： 20__年__月__日

完了サイン： _____