
個人開業講座

技編



【個人開業講座 技編】別冊付録

- ・ 2ヶ月以内に30万円の資金を作る5つの方法
- ・ おすすめ本リスト

はじめに

このレポートの利用に際しては、以下の条件を遵守してください。

このレポートに含まれる一切の内容に関する著作権は、レポート作成者に帰属し、日本の著作権法や国際条約などで保護されています。

著作権法上、認められた場合を除き、著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を、複製、転載、販売、その他の二次利用行為を行うことを禁じます。

これに違反する行為を行った場合には、関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負うことがあります。

レポート作成者は、このレポートの内容の正確性、安全性、有用性等について、一切の保証を与えるものではありません。

また、このレポートに含まれる情報及び内容の利用によって、直接・間接的に生じた損害について一切の責任を負わないものとします。

このレポートの使用に当たっては、以上にご同意頂いた上、ご自身の責任のもとご活用頂きますようお願いいたします。

目次

- 01 【開業の届出】 始まりは紙切れ1枚です
- 02 【確定申告】 白色申告と青色申告どちらにする？
- 03 【店舗】 人も店舗も出会いです
- 04 【店舗】 店舗をパワースポットにする
- 05 【店舗】 お金を出さずに知恵を出せ
- 06 【成功の秘訣】 究極の成功の秘訣
- 07 【成功の秘訣】 それは本当に好きなことですか？
- 08 【成功の秘訣】 苦手なことは堂々とやらない
- 09 【お金】 200万円ポンっと貸してくれました
- 10 【お金】 お金にフラれて目を覚ます
- 11 【お金】 知らずに毎日投じている1票
- 12 【集客】 ○○○は理想の集客方法です
- 13 【ホームページ】 今すぐ自分でホームページを作る裏技
- 14 【ホームページ】 ホームページは、あなたの分身
- 15 【集客の媒体】 集客の入口は多い方がいい
- 16 【ブログ】 集客につながるブログのしくみ
- 17 【ブログ】 経営者の自覚がない人の特徴
- 18 【ブログ】 あなたのブログを見てもらうには？
- 19 【ブログ】 月額2980円で雇える従業員
- 20 【メルマガ・LINE】 お客様の心を動かすには
- 21 【メルマガ・LINE】 初めに本気を出す
- 22 【メルマガ・LINE】 見た目とリズムと感情の流れ
- 23 【心に響く文章の書き方】 たった1人の心に響けばいい
- 24 【心に響く文章の書き方】 信頼貯金をためる
- 25 【心に響く文章の書き方】 あなたはどの学習タイプ？
- 26 【心に響く文章の書き方】 心に響く文章のテンプレート

-
- 27 【心に響く文章の書き方】 文字から伝わるエネルギー
 - 28 【メルマガ】 メール配信スタンドで集客を自動化
 - 29 【ビジネスパートナー】 ビジネスパートナーの必要性
 - 30 【ビジネスチャンス】 チャンスの神様は前髪しかない
 - 31 【ビジネスチャンス】 見えないエネルギーが見えるツール
 - 32 【ビジネスチャンス】 創造力や経営力を磨く
 - 33 【時間管理】 時間は平等ではない
 - 34 【従業員】 4番バッターは何人もいない
 - 35 【従業員】 短所は深みのある味になる
 - 36 【従業員】 どんな時代になっても直接話をする
 - 37 【工夫】 経営は子どものように楽しむ
 - 38 【事務処理】 おデブなお店や企業からの脱却
 - 39 【事務処理】 事務処理効率化の本当の意味
 - 40 【料金設定】 料金は安ければいいというものではない
 - 41 【料金設定】 お客様の意識を高める料金設定
 - 42 【料金設定】 「いつか」は永遠に來ない
 - 43 【経営者のマインド】 東日本大震災での体験
 - 44 【経営者のマインド】 結局、経営者に必要なのは？

筆者プロフィール

一吉（かずき）

個人経営サポーター、プログラマー、ヴォイスカウンセラー
「[虹色の声](#)」代表

IT会社のシステム開発事業部に2年勤務した後、プログラマーとして独立。

以降、並行して様々な個人事業を20年近く行う。

一時期は事業に悩み、死が頭をよぎった時に「死ぬ前に、死に物狂いでやってみよう」と思ったのをきっかけに復活。

現在はそれらの経験を元に、個人経営サポートを行っている。

✧ 個人事業の経歴

「システム開発」「ボーカル教室」「ヘルシーサロン」「話し相手サービス」
「スピリチュアル系カウンセリング・セラピー・ヒーリングサロン」
「声分析ソフトの販売代理店」「リサイクルショップ」「投資関連」
「インターネットビジネス」その他

✧ 趣味・資格・学びなどの履歴

書道、珠算、陸上競技（中長距離、高跳び、やり投げ、コーチ）
乗馬、自動二輪、小型船舶、スイミング、サーフィン、カヤック、登山
ボルダリング、ラクロス、ゴルフ、フットサル、ボーカル、ドラム
よさこい、和太鼓、陶芸、クラヴマガ、空手、筋トレ、ボディービル、ヨガ
海外（ドイツ、オーストリア、アメリカユタ州）
救急救命、危険物取扱主任者、高校教員免許（現代社会、倫理、政治経済）
図書館司書教諭、ナチュラルフードコーディネーター
成功哲学、法律、心理学、素質論、食（食品添加物、自然栽培、断食）
サプリメント、経皮毒、スピリチュアル全般、その他

個人開業講座「技編」について

「個人開業講座」は「技編」と「心体編」の2部構成になっています。

それぞれ50日間のメール講座としてお届けしていた内容をまとめました。

「技編」で個人事業主（または小規模な会社経営者）の経営ノウハウや経営者マインドの一例をお伝えし、「心体編」で経営者としてのエネルギーギッシュな心体を作る情報をお伝えしています。

「技編」は、店舗経営などの「リアルビジネス」、今の時代に欠かせない「インターネットビジネス」、「経営者としてのマインド」を、運・縁・風水・宇宙の原理などのスピリチュアル的なことを含めた、あらゆる角度からお伝えします。

この講座では、経営に関する市販の本などに書いているようなことや、個人で調べればわかるようなことは、あまり書いていません。

長年の経験に基づいた結論や、実践的な内容を重点的にお話ししています。

1節ごとにテーマが違いますので、それぞれのタイトルの冒頭の【 】内にテーマを記載しています。

目次を見て、ご自身に必要なテーマの内容をご覧ください。

経営をされている方や、これから開業や起業をしたいとお考えの方にとって、このレポートが少しでもお役に立てれば幸いです。

01 【開業の届出】 始まりは紙切れ1枚です

まず、個人事業主の「開業の届出」についてお話しします。

会社経営の方は、流し読みしてください。

「開業の届出のしかたがわからないから開業に踏み切れない」っていう方、結構多いです。

経営コンサルのときに必ず聞かれます。

でも、結婚するときに「届出のしかたがわからないし、面倒だから結婚しない」っていう人はいないですよ？

結局、面倒に感じる理由としては、調べてもごちゃごちゃといろんなことが書いてあって、結局何をしたらいいかわからないという所にあると思います。

まず、個人事業を始めたなら、次の書類を書き、納税地の税務署に提出します。

★開業届

<https://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/shinkoku/pdf/h28/05.pdf>

※ 詳しく知りたい場合は、これを読んでください。

<https://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/shinkoku/annai/04.htm>

これでわからないことがあったら「納税地の税務署に聞く」これだけです。

地方によって微妙に対応が違ったりするので、聞くのが1番早いです。

1つ、屋号に関してだけ言うと、税務署は個人事業主に関しては個人名で管理しているので、屋号はそんなに重要ではないです。

ころころ変えても変更届はいりません。

そして届出は、開業して数年経って提出しても罰せられたりはしません。

これ、言っていないかわかりませんが、はっきり言ってゆるいです。

ただし、青色申告をするならば、青色申告の申請書と一緒に、開業届を確実に提出しておきましょう！

青色申告をせず、ちょろっと稼いでいくのであれば、開業届は出しても出さなくてもどちらでもいいのが現状です。

だから、開業届を出す前に、まずは自分が最終的にどのくらい稼ぎたいかを明確にしておいてください。

02【確定申告】白色申告と青色申告どちらにする？

個人事業を始めたなら、自分で確定申告をする必要があります。

税金を納めるために、1年でどのくらい稼いだのか書類に記入して、税務署に提出するわけです。

確定申告には、白色と青色の2種類あって「どっちか選んで申告してね」ということです。

何も申請をしなければ「白色」の扱いになります。

ざっくり違いを言うと、

『白色申告』は帳簿づけが簡単、

『青色申告』は帳簿づけが難しい（少し簿記の知識が必要）、しかし控除があるので節税できる

といった感じです。

帳簿とは、家庭で言うと家計簿みたいなものですね。

あまり稼ぐつもりはなく、帳簿づけが面倒な人は「白色」、しっかり稼いで帳簿のつけ方を学んで節税したいという人は「青色」を選ぶとよいです。

「青色」を選んだ人は、次の書類を書き、納税地の税務署に提出します。

★ 青色申告承認申請書

<https://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/shinkoku/pdf/h28/10.pdf>

※ 3月15日を過ぎて提出した場合、その年は白色申告になります。翌年から青色申告が適用されます。

前回お伝えした「開業届」と一緒に提出するとよいです。

個人事業を始めるにあたって、必要な届出は以上です。

ところで、帳簿をつけるのが初めての人は、何をどうしたらいいのかさっぱりわからないですよ。

私も初めは簿記の知識がなかったので、悪戦苦闘しました。

ちなみに、帳簿は税務署に提出する必要はありません。

それなのに、帳簿も提出するものだとは初めは思い込んでいたので、帳簿や領収証の整理をこだわりにこだわって、終わったときには芸術作品のようなものが出来上がりました（笑）

いずれは税理士にまかせるのがベストでしょうけど、初めは自分で悪戦苦闘するのも必要だと今は思います。

そうすることで、お金の流れが体感できるからです。

それではまずどうしたらいいかというと、会計ソフトを使うのが1番早いです。

私は、20年近く「弥生会計」を使っています。

これを使っている人は多いですね。

最初は時間がかかるとは思いますが、解説などもわかりやすいので試してみてください。

時間があるときに少しでも簿記の知識を入れると、スムーズに帳簿をつけられるようになります。

「簿記3級」くらいの知識で大丈夫です（試験を受ける必要はないです）

今回は届出の話なのでこのへんにしておきますが、とりあえず始めることは、レシートや領収証などを全部とっておくことです。

03【店舗】人も店舗も出会いです

開業するとき、店舗を必要とする仕事と必要としない仕事がありますが、まず店舗を必要とする場合の、借りるときのお話をします。

この話は、自宅にも応用できます。

どのような店舗がいいかということは、その人の希望条件や状況によって違うので、個別にしかアドバイスはできませんが、これだけは知っておいていただきたいという共通のことはあります。

結論から言うと、人も物件も「出会い」だということです。

私はいろんな所に住むのが趣味で、これまで11回引越しをしました。

夜逃げじゃないですよ（笑）

事業で店舗を何度か借りたことと、自宅の物件を数えきれないほど探した経験の感覚から出た答えです。

物件探しでは、自分にとって譲れない条件があると思いますが、実際に見るとそんなもの吹っ飛びます。

恋愛で、理想の人と好きになる人が違うのと同じです。

だから、ノウハウはあってないようなものです。

しかし、1つ言えるとしたら、絶対的に必要な条件以外は頭で考えないということです。

感覚でその場の空気を感じてください。

特に風水に詳しくなくても、その場の空気を感じ取ることは誰にでもできます。

自分がやろうとしているお店は、その物件でイメージできるかどうか。

縁がある物件なら、わくわくした感情が出てきます。

こういう感覚は、実は経営には大事なことなんです。

従業員は木を見ていますが、経営者は森を見なければいけません。

常に全体を見て、日々判断の繰り返しをするときに、空気を読んだり、先を読んだりする、この感覚は大事になってきます。

経営者は縁起を気にする人が多いですが、「経営」という経験をする、世の中には目に見えない力や、自分ではコントロールできない何かの力があることに気付くことが多くなるためだと思います。

経営が成功する絶対的な法則はありません。

あるとしたら、自分にとっての成功法則です。

それを見つけるのに1番大事なことは、自分の感覚、センサーです。

経営に必要な知識や経験と同時に、この感覚も磨きましょう！

別冊の「個人開業講座 心体編」は、その感覚を磨くための情報を書いていますので、ご参考にしてください。

ところで、こんな質問をいただきました。

Q：家の近くに、すぐ違う店に変わる物件があるんですけど、物件のわけありな理由でつぶれることってあるんですか？

・・・

これはあると思います。

実際にそういう物件を借りたことがありますから（笑）

ころころ店が変わる物件は、要注意と思っていいです。

その場所ではなぜかトラブルが多いという現象は、確かにあります。

でも、どうしてもその物件を借りたい強烈な願望があるなら、たとえすぐ閉めることになっても何か意味があります。

長い目で見ると、あの経験があってよかったということにはなります。

何を選んでも何が起こっても、失敗ということはありません。

単なる「経験」です。

最終的には自分を信じましょう！

04【店舗】店舗をパワースポットにする

私が初めて店舗経営をしたのは、ボーカル教室のオーナーになったときです。

趣味でボーカル教室に通っていて、そこでの生徒同士の交流が楽しかったのが開業のきっかけです。

10代の学生と30代のサラリーマンが親友になる、20代の女性と40代のおっさんが同級生のように友達になる、60代の夫婦と20代の女性が親子のようになる。

そんなことが当たり前になっていて、歌を通して、年齢、性別、国境を越えて人が仲良くなれることに感動しました。

そして、自分でもそういう空間を作りたいと思って、ボーカル教室を開業しました。

おかげ様で、レッスン以外の時間にも、生徒さんがたくさん集まる教室になりました。

場のエネルギーというのは、土地や建物自体のエネルギーも大事ですが、最終的には「人」が作ります。

楽しくて明るいエネルギーを発しているお店には、自然に人が集まってきました。

エネルギーとは波動、つまり同じ周波数のものが引き寄せられる傾向があります。

イライラしている人には、さらにイライラするような現象が起こるのも、これが1つの要因ですね。

店舗のエネルギーに1番影響力があるのは、経営者自身のエネルギーです。

これについては、また違う機会にお話しします。

前回、空気を感じ取る感覚を磨くお話をしましたが、経営をしていると、日に日にこの感覚が鋭くなります。

もしあなたが従業員に全てまかせているとしたら、お店の様子を見に行ったときに、今お店がどういう状態か瞬時にわかるようにもなります。

それは、お店に愛情がある人に限るかもしれませんが・・・。

「売上が落ちている」「トラブルが多くなった」という状態に陥った場合は、今までのやり方を変えなさいというサインです。

この場合は、お店の在り方をあらゆる角度から見直す必要があります。

このとき1番最初に行ってほしいのが「場の浄化」です。

まず、普段ほとんど手を付けていない部分の「掃除」、これは絶対です。

できれば、お店全体を徹底的に掃除してください。

ある仕事で、大型電気店を何十件も回ったことがあるのですが、店員の態度が悪いお店は必ず、お客様から見えない部分がホコリだらけでした。

お店の清掃状態とお店の雰囲気は、100%つながっています。

殺人事件などが起こる部屋は、ほぼ汚い部屋だという話もありますね。

自宅であれば、心と部屋の状態はつながっています。

「最近ついていない」とか「何をやってもうまくいかない」という場合は、まず掃除をする、そうすると、うまくいっていない原因も見えてくる場合があります。

特に水回りだけは、ピカピカにしておいてください。

よくトイレ掃除をすると金運が上がると言いますよね？

そういうのは信じていないという方も、1度試してみる価値はあります。

店舗は特にわかりやすい変化があります。

何も考えずに楽しんでみてください。

わざわざパワースポットに行かなくても、自宅や店舗をパワースポットにするほうがエネルギーが上がりますよ！

05【店舗】お金を出さずに知恵を出せ

今回は「店舗を借りずに開業する方法」についてお話しします。

あなたが開業しようとしている仕事は、必ず店舗が必要ですか？

私は、初めて店舗を借りようと思ったとき、アパートやマンションを借りる感覚でいました。

最初に50万円もあれば借りられるだろうと思っていました。

しかし、店舗は保証金が高く、100万円以上することがわかり、開業するのが半年くらい遅れました。

本当に最初の頃は「開けてビックリ！」なことだらけでした。

経営では予期しないことが多々起こるので、設備に関しては最初はなるべくお金をかけずに始めることをおすすめします。

完璧主義の人は、これがなかなかできません。

最初からきれいな店舗で、きれいな内装で、完璧にそろえてから始めようと思います。

しかし、それは売上が上がってきてからでも遅くはありません。

最初は、自宅にあるものを使ったり、手作りしたりして工夫しましょう。

銀座まるかんの創始者「斎藤一人」さんは、「お金を出さずに知恵を出せ」と言われています。

その通り、知恵を出してアイデアなどを生み出していくのが経営者の仕事だと、痛感することが多いです。

それでは、店舗を借りないで開業する方法をいくつか考えてみましょう。

1. 自宅の一部を店舗にする

自宅サロンなどを開業する人が増えていますね。

経費が節約できて、アットホームなお店になります。

あとは、カウンセリングなど、電話だけでできる仕事なら店舗はいりませんので、自宅を仕事場にすることができます。

2. レンタルスペースを利用する

最初は、レンタルスペースやレンタルオフィスなどを利用すると、無理のない金額で場所を借りられます。

いろんな場所を調べて、見学に行ってみるとよいと思います。

3. 店舗の一部を借りる

すでに何かのお店をされている人に、店舗の一部や使っていないスペースをお借りすることを交渉する方法もあります。

月額いくらか支払うか、売上の何%かを支払う形で交渉します。

例えば、カフェの一部を借りた場合、お客様が飲み物などを注文すれば、カフェの売上にも貢献できて、お互いにメリットがあります。

お互いのメリットになることを常に意識するのがポイントです。

4. 公共施設を利用する

お客様からの依頼があったときだけ場所を必要とする仕事なら、公民館などの会議室や和室は、比較的安く借りることができます。

ただし、営利目的がOKかどうか調べてください。

営利目的禁止でも、無料体験会などのお金が発生しないことに利用するとよいです。

5. カラオケBOXなどを利用する

これも、お客様からの依頼があったときだけ場所を必要とする仕事に限りませんが、カラオケBOXやカフェなども使えます。

以上です。

1つ覚えておいていただきたいのは、お金をかけずにと言いましたが、設備に関してのお話です。

学ぶということには、お金をかけたほうがいいです。

無料で学んで成功するのは難しいと思っていてください。

お金の使いどころを見極めましょう。

1番早いのは、成功者から直接学ぶことです。

直接というところがポイントです。

06 【成功の秘訣】 究極の成功の秘訣

何かを習得するとき、あなたならまず何をしますか？

例えば「字が上手になりたい」と思ったとします。

そうすると、本などを買ってきて、見本を「まね」することから始めますよね。

仕事でも何でも、全ては「まね」から始まります。

それは、ほとんどの人がわかっているはずですよ。

字が上手になりたいからといって、今までの自分の字を何千字も何万字も書いても変わらないですよ？

しかし、お金を稼ぐということになると、なぜか最初から自己流でやろうとする人がいます。

気持ちはすご〜くわかりますが。

最初から自己流でやって成功したという話は聞いたことがないですよ。

「とにかく素直な人が成功する」と言われていますが、これは本当にそうです。

最初のうちは、とにかく言われたことをそのまま素直にやる人が成功します。

私は、フランチャイズでの経営をしたことがありますが、フランチャイズは料金や細かいルールは全て本部に従わなければいけません。

最初は右も左もわからないので素直にやるのですが、慣れてくると「これはこうしたほうがお客様は喜ぶんじゃないかな〜」とか「料金を安くしたほうがいいんじゃないかな〜」とか、生意気な自己主張が出てくるわけですよ。

そしてこっそりルールを変えたりもしました（笑）

しかし、結局はうまくいかず、どれもこれも最初から本部の言うことを聞いていればよかったという結果になりました。

フランチャイズでの契約金は、150万～200万といったところが多いですが、当時は高いなと思っていました。

でも今は、妥当な金額だと思います。

すでに成功している経営ノウハウを買えるわけです。
誰かが長年かけて試行錯誤して得たノウハウを伝授されるということです。

店舗経営が初めての方は、まずフランチャイズから始めることもおすすめです。

とにかく、最初は「成功者にできるだけ近づいて学ぶ」「言われたことは素直にやる」ということが大事です。

可能なら「直接」学んでください。

もう1つ例えをあげますが、ゴルフが上手になりたい場合、次の3人の誰が1番早く上手くなると思いますか？

・Aさん

本やDVDを買って独学した

・Bさん

ゴルフ教室でグループレッスンを受けた

・Cさん

ゴルフ教室でマンツーマンレッスンを受けた

明らかに上手くなるのはCさんですね。

とにかくぴったりくっつくくらい、成功者の近くで学ぶことが理想です。

そして、直接学ぶことには惜しまずお金をかけてください。

何をやってもうまくいかない人は「学びに対して何でも無料や安い金額ですませようとする」「依存心が強い」という2つの特徴があります。

学びに関しては、どんどん投資をしましょう！

自分にとっての成功法則は、その過程で見えてきます。

最後に、成功するための究極の最短ルートをお伝えします。

いろいろと誤解されそうなのでお話しするか迷いましたが、成功者だけが知っている究極の方法なので、この話からヒントをつかんでください。

究極の成功の秘訣とは、メンター（師匠）にしたいと思う人がいたら、その人に100万～200万円くらい払って「教えてください」と頼むことです。

抵抗を感じましたか？

これは、お金だけの話と捉えないでください。

よく、自分は何も相手に与えてないのに「教えてください」と言う人がいますが、それは強盗と同じです。

自分は何もせず、相手からノウハウをもらおうとしているわけですから。

「無償でお仕事のお手伝いをします」などでもいいですが、教える側がそのようなことを望んでいるとは限らないですよ。

結局、教わることばかり考えるのではなく、相手のために何ができるかということに第1に考えられているかということです。

「先に相手に与える」これが成功の秘訣です。

07【成功の秘訣】それは本当に好きなことですか？

今回は根本的な話なので「今さら？」な感じですが、開業を検討中の人であれば、もう1度確認してください。

あなたが開業しようとしていることは、本当にやりたいことですか？

本当に好きなことですか？

．．．

経営には、戦略的なことなど、いろんなことが絡んでくるので、それが全てではありませんが、「まず経営者が自分の仕事を楽しんでいるか」というところに成功の秘訣の1つがあります。

自分が好きなことや楽しいことを基準にすると、物事がスムーズに流れやすく、なぜか天からの助けや周りの人からの応援も多いです。

もちろん好きではないことでも稼ぐことはできます。

しかし、私の経験上ですが、様々な事業をやってみた結果、あまり好きではないことをやったときはトラブルが多かったりして、何となくいつも苦しい状態が続くことがわかりました。

一方、「楽しむ」ということから、いろんな大事な要素が生まれます。

- ・集中しやすく時間を忘れて仕事ができる
- ・アイデアがどんどん浮かぶ
- ・お客様にいかに楽しんでもらえるかを第1に考えることができる
- ・従業員にも楽しく働いてもらいたいと思う
- ・多少のトラブルにも負けない

・がんばらなくても続けられる

最後の「がんばらなくても続けられる」というのは、努力していると認識していない状態のことです。

好きなことは自然に毎日やっていますよね。

努力しているとは思っていないはずです。

例えば、野球選手のイチローさんは、毎日コツコツと努力して成功したと思いますが、本人にとっては好きだから毎日やっているという意識ではないかと思います。

そして、好きなことなら簡単にあきらめることもないですよ。

逆に、やりたくないことでトラブルになると、すぐに「もういいや」って全部投げ出したくなります（笑）

成功者は「成功するまで続けるから成功する」という言葉もあります。

成功とは「自分もお客様も幸せな状態」であることです。

その状態であれば、お金は嫌でもスムーズに回ります。

どちらかに偏っては、うまく回らなくなります。

お客様を無視して、自分が儲けることだけ考えていたら、いつか転落するというのは誰でもわかると思います。

しかしその逆に関しては、やってしまう人が多いです。

その逆とは「自己犠牲」です。

お客様のために安くしようとか、時間外も対応しようとか、いろいろ無理をしているうちに自分が苦しくなります。

以前、場のエネルギーに1番影響を与えるのは経営者自身のエネルギーだというお話をしました。

苦しい状態で経営していると、その場は暗くて苦しいエネルギーになります。

楽しく経営していると、その場は明るくて幸せなエネルギーになります。

ここで言う苦しい状態とは、経営の過程で試行錯誤している時のことではないです。

根本的に好きなことであれば、その苦しさすらも潜在意識では楽しんでいるからです。

ここで言っている苦しさは「根本的にやりたくないこと」です。

例えば、自分ではいいと思っていない商品を買っている場合などですね。

結局、自分自身が楽しむことは、お客様のためでもあります。

あなたの心の状態やエネルギーは、物であってもサービスであってもお客様に伝わります。

その考えは、私生活にも応用してください。

自分が幸せになることは、家族や周りの人のためでもあるということです。

あなたが幸せなエネルギーを発していれば、周りも幸せな気分になります。

まずあなた自身が自分を楽しませ、幸せに生きることを考えましょう。

08 【成功の秘訣】 苦手なことは堂々とやらない

成功の秘訣の1つが「苦手なことはやらない」と聞いてどう思いますか？

今まで何でもがんばってきた人には、抵抗がありますよね。

苦手を克服することは、人間的な成長や気づきがありますし、実は苦手ではなかったことに気づくこともあります。

ここでは、「何回挑戦してもやっぱり苦手」「できればやりたくない」ことに限って言います。

「苦手なことはやらない」つまり『苦手なことは得意な人にまかせる』、これが成功の秘訣です。

私は、ボーカル教室を経営したいと思ったとき、歌は好きだけど先生にはなりたくないと思っていました。

だから、インストラクターを雇ってオーナーになりました。

私は、パソコンを使った作業や管理をする仕事が好きです。

それ以外のことは、自分より優秀な人にまかせたほうがいいと思っています。

経営で失敗しやすい人は、何でも自分でやろうとする人です。

1人で考えたことより、2人ならアイデアも2倍になります。

相性が合う人となら、3倍にも4倍にもなる可能性があります。

逆に2倍以下になる人とは、組まないことです。

それでは「人を雇えばいいの？」という話になりますが、私個人の考えでは、小規模な経営なら、従業員よりもビジネスパートナーを探すことをおすすめします。

もしくはコラボです。

雇用だと、人を育てることから始めないといけません。

ビジネスパートナーなら、対等な立場でお互いに高め合っていけます。

例えとして、アニメのワンピースはわかりやすいですね。

ワンピースから学ぶ経営の本などもありますし、船長のルフィは、現代に必要な経営者の見本かもしれません。

セリフが経営に使える名言だらけです。

「おれは助けてもらわねェと生きていけねェ自信がある！！！」って、言ってますよね（笑）

できないことがあるから、できる仲間を探す。

これに尽きます！

何よりも心が楽になりますよ。

09 【お金】 200万円ポンっと貸してくれました

開業するときに資金が足りない場合、どのように資金を調達しますか？

すべて自己資金で開業できるなら、それが1番ですよね。

基本的にはそれをおすすめします。

しかし、お金が貯まるのに何年もかかるなら、開業はいつになるかわかりません。

あと、ビジネスによっては、早く始めた方が有利というケースが多いです。

チャンスがきたなら、即決断しなければいけないこともあります。

それでは「お金を借りる」ことを決めたならどんな方法があるか、1つ1つ見ていきましょう。

1. 家族や知人から借りる

これは精神的にも助かりますね。

信頼関係がある場合は、家族や知人をお願いしてみるのもよいと思います。

2. 銀行や日本政策金融公庫から借りる

私は初め、直接銀行に行きました。

そうすると、地域の商工会議所に行くように言われました。

最終的には銀行から借りるので同じことなのですが、そういう手順になっているようです。

地域の商工会議所では、いろいろと相談に乗ってくれますので、まずそちらに行きましょう！

手続きに時間がかかるので、余裕をもって行った方がいいです。

書類をそろえたりするのも、かなり面倒くさいです。

そして、必要な資金の全部を借りられるわけではなく、半分は自己資金で用意する必要があります。

私は、書類が郵便事故にあったりして予想以上に時間がかかり、開業に必要な支払いが間に合わない事態になりました。

そのときは、友人が200万円貸してくれました。

融資が実行されてすぐに返したので、借りたのは1週間くらいでしたが、信頼してくれる友人の存在をこのときほど有難いと感じたことはありません。

とにかく銀行から借りるときは、時間がかかることを覚えておいてください。

3. 消費者金融から借りる

手続きが簡単で実行も早いですが、金利が高いのでおすすめはしません。

利用するのは、かなり緊急の事態のときのみにした方がよいです。

4. クレジットカードを活用する

ビジネスにおいて、クレジットカードを活用することは戦略的にはよくあります。

支払いが翌月以降という特徴を利用して、商品の仕入れに活用したりなどです。

ビジネスに活用している人は、ポイントもかなり貯まります。

きちんとした計画に基づいて、賢く活用するならよいと思います。

以上です。

基本的に、借金はしなくて済むならその方がいいです。

しかし、極端に借金という言葉を嫌うのも、経営判断を狭めます。

余談ですが、事業などを始めると、必ず心配する友人いませんか？

「そんなにお金借りて返せなくなったらどうするの？」とか。

でも、そんな友人も、家を買って5000万円のローンを平気で組んだりしているんですよ。

ローンも借金ですよ（笑）

何でも使う人次第、使い方次第ということです。

包丁も、料理の道具にもなれば、凶器にもなりますよね。

とにかく、お金を汚いものとか悪いものと捉える心理ブロックは成功の妨げになるので、お金に対する正しい知識も勉強していきましょう。

10【お金】 お金にフラれて目を覚ます

お金って何だと思えますか？

改めて考えたことはありますか？

今、お金に悩まされているとしたら、ルーツを思い出せば解決の糸口になるかもしれません。

お金は「物々交換」が原点です。

物々交換とは、自分が持っている物と相手が持っている物を交換することです。

自分は狩りが得意で肉を持っている。

でも農業ができないから野菜は持っていない。野菜が欲しい。

相手は農業をしていて野菜を持っている。

でも狩りができないから肉は持っていない。肉が欲しい。

ここで交換するわけです。

自分が持っている物＝自分ができること、相手が持っている物＝自分にできないことと言えます。

自分にできることが多ければ、自分で手に入れることのできないたくさんの物と交換できますね。

お金をたくさん得たいなら何をすればよいか、ここが1つのポイントです。

欲しがる人が多いかどうかポイントです。

ニーズがあるかどうかということです。

そもそもお金とは、自分が持っている物と相手が欲しい物が一致するとは限らないので、効率良く交換できる共通の価値として生まれました。

基本的に物々交換が原点であることを忘れなければ、お金にまつわるトラブルは減る気がします。

よく、お金を払ってるんだからお店には何でも言いたいことを言っていていいという考えの人いますよね。

レストランで店員に偉そうな態度をとったり、無理な注文をしたり。

でも、お金を払うことで、自分には作れない料理を食べることができたり、自分には作れない物を買ったりできているわけですよね。

同じだけのサービスをしてもらっていることを忘れていきます。

等価交換をしているなら、お金を払っている方が偉いわけではないです。

それがわかっているならば、お会計で店員さんに「ありがとうございました」と言われたとき、自分の口からも「ありがとう」という言葉が自然に出てくるはずですよ。

あなたはどうですか？

雇われる側だと、自分のしたことが同じ価値のお金に換わることはほぼないのでわかりにくいですが、経営する側になると、お金というエネルギーの流れがよくわかるようになります。

自分のしたことが、良いこともそうでないこともそのまま結果となるからです。

そして、当たり前前を当たり前前にしていれば、必要なお金が必要な分必ず入ってくることに気づきます。

「今月は支払い危ないかな～」と書いていても、必ず何とかなるんです。

逆に、十分なサービスができていないのにお金だけ入ってきた場合、変な形でお金が出ていきます。

何か、いや～な感じで出ていくんですよ。

「あなたとは一緒にいたくないわ」とお金にフラれたような感じです（笑）

少し体験談をお話しします。

一時期、経営が苦しくて、利益のことばかり考えていたことがあります。

そんなとき、開催した小さいイベントで18000円の利益が出ました。

そうすると同じ日に、当時めったに車を運転しなかった私が、今まで誰が停めても駐禁をとられなかった場所で駐禁をとられました。

そのときの罰金がちょうど18000円（笑）

私としては、お客様に楽しんでもらえるようにいろいろ考えたつもりでしたが、どこかに歪みがあったんでしょうね。

目を覚ますきっかけになりました。

しかし、罰金を払っても痛手にならないように、ぴったりの利益を与えられたと考えると有難い出来事ですね。

お客様に喜ばれることを毎日コツコツと一生懸命にやっていれば、いつも必要なお金がぴったりの額入ってきます。

そして、釣り合わないお金は、ぴったりの額出ていきます。

経営をしていると、不思議な現象がたくさん起こります。

お金というエネルギーにも当然、宇宙の法則、宇宙の流れがあることが体感できます。

あなたが今お金のことで悩んでいるなら、どこかでパイプがつまっていて、お金の流れが滞っているということです。

パイプのつまりは、自分の意識や行動に原因があります。

多くの場合、楽をしようとしていたり、一気に稼ごうとしていたり、圧倒的に行動が少ない所に原因があるので、日々行っていることを見直してみましよう。

11 【お金】 知らずに毎日投じている1票

あなたはいつも、何に1番お金を使っていますか？

食べ物、服、家賃など、衣食住にかけているお金や、趣味や習いごと、自己投資、子どもや誰かのために使っていること、全て思い出してみてください。

あなたがたくさんお金をかけているところは、あなたが本当に好きなことや人生で大切にしていることです。

お金は入口より出口が大事とされています。

出口とは「使い方」ですね。

お金がスムーズに回っている人は、お金の使い方が上手です。

使い方が上手というのは、節約が上手ということではないです。

使いどころが上手ということです。

これは、経営者として意識してほしいところです。

まず、あなたは、あなたが選んだお店で買い物をするすることで、そのお店に1票を投じたことになります。

例えば、大根を買うとします。

近くには2つお店があります。

1つは小さな八百屋さん。

無農薬で丹精込めて作られた大根。値段は150円。

店主はいつも、楽しい話でお客様を元気にしています。

もう1つは大型のスーパー。

普通に流通している大根。値段は100円。

レジは流れ作業で進みます。

あなたは、どちらで大根を買いますか？

値段が安いお店で買いますか？

もし八百屋さんで大根を買う人が多ければ、お客様の心も体も元気にするその八百さんはずっと営業できます。

あなたがどんな価値観でお店を選ぶかは自由ですが、どんな地域になるか、どんな社会になるかは、政治家を選ぶ選挙での1票よりも、あなたが普段お金を使っている1票のほうが、世の中を変える大事な1票になっているということです。

それでは、もう1つ例をあげます。

あなたが飲食店を経営しているとします。

お店のトイレのトイレットペーパーを買いにいきます。

1つは普通の無地のもの。値段は300円。

もう1つは、絵が描かれていて見ていると楽しくなるもの。値段は400円。

どちらを買いますか？

これも、あなたの価値観です。

私の場合、一瞬でもお客様を楽しませる要素がある方を選びます。

経費をなるべくかけないことも経営での大事なことなので、もちろん余計なことにはお金をかけません。

手作りで済むものは手作りするし、再利用できるものは再利用するし、最大限経費をかけない努力はします。

しかし、使うときは、なるべく人が喜ぶことにお金をかけます。

芸人さんなど、後輩のために多くのお金を使っている方が多いですね。

そういう人はたくさんの人から慕われていて、文字通りお金回りもいいです。

そして、もう1つお金をかけるべきところがあります。

以前お話しした通り「学び」です。

学びにお金を使うことは「消費」ではなく「投資」です。

消費はその場でなくなりますが、投資は後で何倍にもなって返ってきます。

お金をどこにどう使うかは、あなた自身の価値観、人間性、器などを表します。

そして、お金というエネルギーは、人のいろんな感情が含まれています。

その中の「感謝」や「喜び」というエネルギーを世の中に循環できるように、使いどころを考えていきましょう！

12【集客】○○○は理想の集客方法です

集客には大きく分けて2つの方法があります。

インターネットを使った方法と使わない方法です。

今回は、インターネットを使わない方法を1つ1つ見ていきます。

この方法は、ターゲットが地域の人達です。

「地域性」がかなり影響しますので、いろんな方法を試して反応のよい方法を見つけてください。

1. チラシを配る

まずはチラシを作ります。

最初は自己流で作るより、思わず見てしまうお店のチラシを見本にして作るとよいです。

印刷は、自宅のプリンタで印刷するのが安く済むように感じますが、家庭用のプリンタはインク代がかなりかかります。

1000枚以上印刷するなら業者に頼む方が安いです。

近くの印刷会社に頼んでもいいですし、インターネットで注文できる会社もあります。

チラシは、いろんなパターンを作って、必ず反応をテストしてください。

次に、チラシの配り方ですが、駅前などで配る、ティッシュの中に入れて配る、ポスティングをするなどの方法があります。

あとは、いろんなお店にチラシを置いてもらうという方法があります。

この場合は、置いてもらったお店のチラシを自分のお店に置くなどして、お互い宣伝し合う方法がベストです。

2. フリーペーパーに広告を載せる

いくつかのフリーペーパーに広告を載せてみて、反応があるフリーペーパーがあれば、毎月掲載すると安定した集客になります。

関東圏で言うと、ホットペッパー、イーノ、ぱど、などが有名です。

これらは掲載料が数万円しますが、地域のフリーペーパーには数千円程度の安価なものがあります。

3. イベントで宣伝する

何かのイベントに出店できないか、検討してみてください。

イベントに出店すると、お客様に気軽に知っていただいたり、体験していただいたりすることができます。

イベントの探し方は、地域の公共施設などの貼り紙を見たり、インターネットで「イベント ○○市（地域名）」などで検索してみてください。

イベントでは、チラシを置いておくといいです（ご自由にお取りくださいと書いておく）

そして、イベントで1番してほしいことは、他の出店者と仲良くなることです。

必ずお互いのプラスになりますので、騙されたと思ってやってみてください。

4. 自分でイベントを開催する

自分で場所を借りて、無料体験会などを行ってみましょう。

セミナーを行ってもいいですし、気軽にお茶会にするのもいいですね。

かなり効果のある方法です。

他店とコラボすることもおすすめです。

5. 口コミ

口コミは理想の集客方法です。

口コミでお客様が来るお店は、お客様にかなり満足していただけている証拠です。

お客様がお客様を連れてくるようなお店を目指してください。

そして、お客様の誰かに感想をいただくとよいです。

割引券などのお礼を渡すと、協力して下さる方は多くなります。

なるべく手書きでいただいて、ホームページやチラシに手書きの感想を掲載してもいいか聞いてみましょう。

「お客様の声」を見て、申込みをする人はかなり多いです。

「お客様の声」があるかないかで、集客は天と地ほどの差があります。

ぜひ、実践してみてください。

以上、いくつか方法をあげてみました。

とにかく最初は試行錯誤しますが、行動すればするほど道が開けてきますので、その過程を楽しみましょう！

13 【ホームページ】今すぐ自分でホームページを作る裏技

今回は、インターネットを使った集客についてお話しします。

まず思いつくのが、インターネット広告だと思いますが、広告は、ある程度軌道に乗ってから考えてみてください。

とりあえずは、無料で始められるものから準備していきましょう！

まずは「ホームページ」ですが、チラシを見ても、フリーペーパーを見ても、何の広告を見ても、大体のお客様は最終的に「ホームページを検索して見る」という傾向があります。

そこでホームページがないと、他のお店を探しにいらしてしまいます。

最初から完璧なホームページを作る必要はないので、簡易的なものでも用意しておきましょう。

本格的なホームページを業者に頼むと数十万円かかるので、できれば自分で、もしくは社内で作ることを視野に入れてみてください。

なぜ自分で作る方がいいかというと、業者に頼んだ場合、変更したいと思う度に依頼をしなければいけないので、すごく不自由を感じるようになります。

そして、今の時代で事業をするには、インターネットを活用することはほぼ必須になるので、パソコンの操作ができないよりはできたほうが有利です。

ここで必ず「私はパソコンが全くできなくて・・・」と言う人がいます。

でも、英会話だろうと楽器だろうと編み物だろうとパソコンだろうと、習得に時間がかかるのは何でも同じです。

ほとんどが「慣れ」の問題です。

私の母は今だにカセットテープで音楽を聴いているような機械類が全く苦手な人間ですが、70歳からパソコンを始めて、今は人並みに使いこなしています。

はっきり言って、初めの頃は教えるのがかなり大変で、習得は不可能だと思っていました。

しかしこれで、年齢は関係ないという証明になりました。

とにかく1度はパソコンに挑戦してみることをおすすめします。

挑戦したけどだめだったという方は、パソコンが得意なビジネスパートナーや従業員を探してください。

それでは、ホームページを作る簡単な方法からお伝えします。

まずは、無料でホームページを作れるサイトを利用することです。

インターネットで「ホームページ 無料」で検索すると、いろんなサイトが出てきます。

「ペライチ」「Wix」「Jimdo」「AmebaOwnd」などが有名ですね。

いろいろ試してみてください。

次に、おすすめするのは「ワードプレス」を使ってホームページを作ることです。

ワードプレスとはホームページを作るためのツールです。

先ほど紹介したホームページの作り方は、デザインなどの型が決まっていますが、ワードプレスは自分の好きなように作りやすいです。

インターネットで検索すると、作り方が書かれているサイトはたくさんありますので、ある程度パソコンの操作に慣れている人は、挑戦してみてください。

ワードプレスでホームページを作るには、まず「レンタルサーバー」を契約する必要があります。

サーバーとは、インターネット上のあなたの家のようなものです。

ここにあなたが作ったファイルを置き、ファイルの場所（URL）を教えることで、誰でもそのファイルを見ることができるようになります。

サーバー上にホームページを作ることで、誰でも見れるようになるわけですね。

サーバーは自分で用意するのは大変なので、通常はレンタルサーバーを契約します。

人気なのは、ロリポップ、Xサーバー、さくらサーバーなどです。

私は、Xサーバーを使っています。月額料金は1000円程度です。

安いのはロリポップです。月額料金は324円です。

ワードプレスを利用しない人も、レンタルサーバーを契約しておくとは何かと便利です。

例えば、あなたがワードなどでチラシを作ったとします。

印刷して配ったりすると思いますが、そのファイルをPDFファイルに変換してサーバー上に置いておけば、インターネット上で誰でもそのチラシを見ることができます。

音声ファイルを置いて音声を聞いてもらったり、画像ファイルを置いて画像を見てもらったり、何でもできます。

そして、そのしくみを利用した、最も簡単にホームページを作る裏技があります。

それは、PDFファイルをそのままホームページとして使うという方法です。

どうしてもホームページを作るのが難しい場合、PDFファイルで作った資料でもホームページとして使えます。

PDFファイルに貼ったリンクは、クリックするとリンク先のサイトが開くので、Facebookやブログなどのリンクを貼って見てもらうこともできます。

メールアドレスなども記載しておけば、お客様が申込みもできます。

この方法なら、1日で作れる人もいます。

ちょっとイベントの案内をしたいというときにも便利ですね。

いずれは、本格的なホームページを作ることが理想ですが、すぐにでも簡単に作りたい場合は、そのような方法も利用してみてください。

14 【ホームページ】 ホームページは、あなたの分身

ホームページに何を記載したらいいかについて、概要をお話しします。

1. トップページ

トップページは、店舗の外観のようなものです。

一目見て、何のお店かわかる写真やタイトルにしましょう。

何だかわからないホームページは、数秒で閉じられてしまいます。

できれば、ターゲットが女性なら女性向け、若者なら若者向けというように、どのようなお客様向けのお店なのかも一目でわかるデザインや写真がよいです。

2. コンセプト

なぜお店をやっているのかという思いや、お店のこだわりなどは、詳しく書きましょう。

そのようなことが詳しく書かれているお店には、好感を持ちますよね。

ラブレターだと思って書いてください。

そして、できれば動画はあった方がいいです。

お店の様子を録った動画や、店主が思いを語った動画があると親しみがわきます。

スマホなどで撮った動画でもいいので、YouTubeにアップロードし、動画を貼り付けてください。

3. メニューと料金

メニューと料金だけ書かれていても、お客様には響きません。

説明は1ページ使ってもいいくらいです。

そして、お客様の心が動くストーリー性があるとよいです。

4. スタッフ紹介

商品売るのではなく、カウンセラーやセラピストなど、人が何かサービスを行う仕事の場合、誰が行ってくれるのかということは、お客様にとって大事な要素です。

自分自身が商品だと思ってください。

プロフィールは、信頼感プラス親しみを持ってもらえるようにしましょう。

その中でも、プロフィール写真はとても大事です。

絶対に、怖い顔やブスツとした顔、半目になっている顔などの写真を掲載しないように（笑）

5. お客様の声

これは必須です。

お客様にお願いして、できれば手書きの感想をそのまま掲載してください。

「この人実在するの？」と思われるようなものはNGです（笑）

最近はFacebookやブログに感想を書いてくださる方が多いので、それらを掲載させていただくのもいいですね。

6. よくある質問

これもかなりの確率でお客様が見ているページです。

知人などにホームページを見てもらって、質問がないか聞いてみて参考にしてください。

お支払い方法をこのページで確認するお客様も多いので、改めて記載しておいてください。

7. お申込みフォーム

お客様が決断したらすぐに申込みができるように、わかりやすい場所に設置したり、メニューのページ内などにリンクを貼ったりしましょう。

どこから申込みしたらいいかすぐにわからないと、お客様の気持ちはすぐに冷めてしまいます。

あと、入力項目は必要最低限にしてください。

入力項目が多いと、面倒で申込みをやめてしまうお客様もいらっしゃいます。

8. お問い合わせフォーム

お申込みフォーム同様、わかりやすい場所にリンクを設置しましょう。

9. 会社概要

会社概要や、特定商取引法に基づく表記のページもアクセス数が多いです。

なぜかというと、お客様は何よりもお店が信頼できるかを見ているからです。

「プライバシーポリシー（個人情報保護方針）」と「ご利用規約」も掲載しましょう。

特に難しく考える必要はなく、同じような業種のホームページを参考にすればOKです。

テンプレートなどもネットで探せばあるはずです。

以上です。

ホームページを作ると、それだけですぐにお申込みが入っている方が多いですが、それはまずないと思ってください。

ホームページを作った時点では、無人島にお店を出したような状態です。

ホームページを見てもらうには、ホームページの存在を知ってもらうという作業が必要です。

そして、ホームページを見たお客様がすぐにお申込みをすることもめったにないと思っていてください。

初対面の人にプロポーズされて、いきなりOKは出しませんか？

それと同じで、まず信頼を築くという段階が必要です。

それらの方法は、少しずつお話ししていきます。

集客にインターネットは使わないよという方も、リアルでの集客も考えは同じですので、参考にしてみてください。

15 【集客の媒体】 集客の入口は多い方がいい

前回、ホームページを見てもらうには、ホームページの存在を知ってもらうという作業が必要というお話をしました。

ホームページも、SEO対策（検索結果ページでホームページの順位を上位に上げる手法）をすれば、それ自体集客の媒体になりますが、時間がかかりますし、専門的な知識が必要です。

まずは無料で作れて、早く集客ができる媒体をいくつか準備しましょう。

ホームページは初めから完璧に作らなくていいので、他の集客媒体を同時進行で準備して行ってください。

それでは、様々な集客媒体の概要をお伝えします。

1. ブログ

ブログは、お店やスタッフに親しみをもってもらえる手段にもなります。

無料で作れるブログのサイトはたくさんありますが、まずは「アメブロ」をおすすめします。

★アメブロ

<http://www.ameba.jp/>

2. Facebook（フェイスブック）

Facebookも集客の大事な媒体です。

実名で登録しなければいけないから怖くてできないという人が多いですが、実名でなくても登録はできるので、とりあえず登録してみてください。

慣れないうちは、まずはいろんな情報を見るだけでもいいと思います。

★ Facebook

<https://www.facebook.com/>

すでにアカウントをお持ちの方は、お店のページを作りましょう。

サイト右上の▼ボタンを押すと「ページを作成」という項目がありますので、そちらから作成できます。

Facebookは、紹介や口コミがおきやすいです。

情報が拡散される特徴があります。

ブログを更新した際にFacebookでお知らせすることで、ブログのアクセスアップにもつながります。

そして、Facebook広告も、必要に応じて活用してみてください。

3. YouTube（ユーチューブ）

前回、ホームページの作成ときに動画を活用することをおすすめしましたが、動画をYouTubeにアップロードすることで、動画自体が集客媒体になります。

動画は、文字よりも多くの情報を伝えることができます。

動画の説明文に、ホームページなどのリンクを貼ることで、集客につなげることができます。

★ YouTube

<https://www.youtube.com/>

4. Twitter (ツイッター)

短い文章をリアルタイムで投稿できます。

ツイッターも情報が拡散される特徴があります。

Facebook同様、ブログを更新した際にツイッターでお知らせすることで、ブログのアクセスアップにつながります。

★ Twitter

<https://twitter.com/>

5. Instagram (インスタグラム)

画像や動画を簡単に掲載することができます。

商品などのビジュアルが大事なお店の場合は、活用してみてください。

★ Instagram

<https://www.instagram.com/>

以上です。

何の媒体を使うかは自由ですし、全てを必ず使わなければいけないというわけではないですが、集客のための入口はたくさんあったほうがいいことはわかりますよね。

ただし、全ての管理で疲弊してしまうと意味がないので、無理のない程度にしてください。

何から準備していいかわからない方は、まずはブログから始めることをおすすめします。

アメブロに登録し、プロフィールを作成し、記事を1つ書くところまでやってみましょう。

作り方は、インターネットで調べてください。

この講座は、ご自身で調べればわかることは書きません。

まずは、ご自身で進められるところまでやってみてください。

16【ブログ】集客につながるブログのしくみ

ブログは、お店の集客に欠かせません。

ただし、好きなことを好きなように書いていても、ただの趣味の日記で終わってしまいます。

集客につなげるには、ブログのデザイン、魅力的なプロフィール、各項目の適切な配置、ホームページへの誘導など、一連のしくみを作る必要があります。

それらは、人気がありそうなブログのまねをしてみてください。

初めは自己流でやらずに「成功している人のまねをする」これだけです。

何度も言いますが、初めは自己流ではうまくいきません。

「守破離」の「守」の段階のときは、学んだ通りにやりましょう！

ただし、絶対に完璧主義にならないようにしてください。

完璧主義も成功の妨げになります。

自分で完璧主義だとわかっている人は思い当たるとは思いますが、考えすぎて、こだわりすぎて、まーったく進まないですよ（笑）

デザインのカスタマイズなどは、ブログがある程度育ってきてから行えばいいので、それぞれの完成度を70%くらいで進めましょう。

最後に、アメブロを始めるにあたって重要なことをお伝えします。

まず、アメブロは規約に違反するとアカウントを削除されることもあるので、利用規約を読んでおいてください。

そして、記事のバックアップは必ずとっておくことを強くおすすめします。

17【ブログ】経営者の自覚がない人の特徴

ブログに限らず、Facebookやツイッターなどで記事を書くとき、個人で開業したばかりの人がやっけてしまいがちなことをお伝えします。

結論から言うと、やっけてしまいがちなこととは「ネガティブな発言をすること」です。

公の場でネガティブな発言をしてしまうのは、雇われる側から経営する側のマインドにまだ切り替わってないということです。

特に店舗を持たないビジネスの場合、自分が看板であるということを忘れがちな人が多いです。

最初から完璧にできるものではないので、経験しながら培っていけばいいと言えはそうなのですが、現代の怖いところは、ネットでの投稿でその人の価値観や人間性などが全てわかってしまうことです。

例えとして、私が小学生の頃の話をしてします。

私は近所の駄菓子屋によく行っていました。

当時は、自宅の一部を駄菓子屋にしているお店ばかりで、大抵は、おばあさんが店番をしていました。

ある日、いつものように駄菓子屋に行くと、お店が閉まっていた。

貼り紙があったので見てみると、「びっくり腰になったのでお休みします」と書かれていました（笑）

お店なのに、私的な理由が書かれていることに、子ども心ながら衝撃を受けたのを覚えています。

駄菓子屋のおばあちゃんなので笑い話ですみませんが、これと同じようなことをしている経営者は結構います。

もう1つ例えをあげます。

あなたが、カウンセラーやセラピストや何かの先生だとします。

お客様があなたのブログを見たときに、「風邪をひいてしまいました。起きるのだから」とか、「態度の悪い店員がいた。むかつく!」とか、「ちょっとショックなことがあってしばらく立ち直れないかも」など、愚痴、悪口、体調不良、心の不安定などが書かれていたら、どう思うでしょうか？

こんな人から助言されたくないと思いませんか？

その人がカウンセラーだったら、「あなた自身がカウンセリングを受けたほうがいいのでは？」と、私なら思います。

読者であるお客様に対して「かまってちゃん」になっている人までいます。

人間なのでネガティブになることはあります。

とことん落ちこんだり悩んだりしてもいいです。

しかし、ブログは、自分のネガティブな感情を吐き出す場ではありません。

開業したあなたは1人の経営者です。

サービスを与える側の人間です。

外に向けて何かを発信するときは、それを意識してください。

他人の記事に対してコメントをするときも同様です。

ネガティブな発言は、人からエネルギーを「奪う」行為です。

お客様が明るく元気になったり、何か気づきを得たりできるような、人にエネルギーを「与える」発信をしましょう。

あと、もう1つ。

街を歩いているときも意識してください。

「あっ、あのお店の人だ!」と、お客様は結構見えています。

お客様の個人情報に関わることを大きな声で話したり、だらしない格好で歩いたり、沈んだ顔や怖い顔で歩いたり、いちゃいちゃしたりしないように気をつけましょう（笑）

18【ブログ】あなたのブログを見てもらうには？

ブログで、具体的にどんなことを書けばいいか迷っていませんか？

記事は、基本的にはあなたのお店のサービスに関するお役立ち情報を書きます。

カウンセラーなら心を楽にする方法とか、エステサロンをしているならお肌のケアの方法とかですね。

個人的な日記のようなことばかり書いている人がいますが、お客様は他人の日記を毎日わざわざ見に行きません。

自分にとって役に立つ情報が書いているから見に行くわけです。

それを頭に入れて書きましょう。

お客様にとって役に立つ情報を毎日発信していれば、ブログを読んでいるお客様は、あなたのお店に興味を持ちます。

しかし、記事を書くだけではまだ具体的な集客になっていません。

もしお客様があなたのお店に興味を持ったとしても、どうしたらお問合せやお申込みができるかわからないからです。

ここで必要なのは、お客様に1番見てもらいたいページ（ホームページなど）への誘導です。

例えば「ホームページはこちら」などの文章とともに、ホームページのリンクを貼ります。

リンクを貼る場所は、メッセージボード（トップページの記事の上のスペース）、記事の最後、ブログの左サイドや右サイドなどです。

リンクの貼り方は、「アメブロ リンクの貼り方」などで検索して調べてください。

ここで、注意点をお伝えします。

アメブロは商用利用禁止とされています。

要するに、アメブロ上での金銭のやり取りやアフィリエイトなどが禁止されています。

禁止行為が見つかったら、何の警告もなく突然アカウントを削除されます。

料金表を掲載したり、アメブロ上であなたのお店のサービスの申込みが直接できるようにしたりすることは、控えておきましょう。

料金表や申込みなどは、ホームページや商用禁止でない無料ブログに記載し、アメブロではそのページのリンクを貼るだけにしてください。

それらの準備が終わったら、次にやることは「あなたのブログの読者を増やす」ことです。

どうやって増やすかというと、あなたのお店の見込み客になりそうな人のブログにアプローチします。

具体的には、見込み客になりそうな人の「ブログの読者になる」「ブログの記事に”いいね”を押す」などです。

他にもアプローチの方法はありますが、まずはこの2つに集中しましょう。

見込み客になりそうな人のブログの読者になると、相手があなたのブログを見に来て、あなたのブログの読者になってくれる可能性が高いです。

相手のブログの記事に「いいね」を押すことも同様です。

「いいね」をもらおうと大体の人は嬉しいので、メッセージをくれたり、あなたのブログの記事に「いいね」を押してくれたり、あなたのブログの読者になってくれることもあります。

そのようにして、ブログの読者数が増えていくと、あなたのブログを見に来たお客様は、あなたのお店を信頼します。

多くの人に支持されていると、このお店は人気があるんだなと思いますよね。

現在、1日に「読者になることができる数」は50、「いいねを押せる数」は300までです。

できるだけ毎日、それらを行っていきましょう。

19【ブログ】月額2980円で雇える従業員

「ブログの読者になる」「ブログの記事に”いいね”を押す」という作業を毎日行いましょうと言いましたが、これらの作業はかなり時間がかかります。

作業を効率化する方法が1つあります。

それは「ツールを使うこと」です。

自動で読者登録をしたり、自動で「いいね」を押したり、アメブロに関するあらゆる作業を自動的に行ってくれるツールがあります。

ツールにはアメブロのID抽出機能があるので、あなたの見込み客になりそうな人を検索して、自動で作業を行ってくれます。

アメブロを使ってビジネスをしている人は、ツールを使っている人が多いです。

[アメンバーキング2](#) というツールがおすすめです。

月額2980円かかりますが、月額2980円程度でアルバイトを雇えたと思えばかなり安いです。

作業を効率化すれば、その分経営者としての大事な仕事に専念できます。

そして、バックアップ機能があるので、万が一アカウントを削除されても記事などを復活できます。

ただし、使い方には注意点があります。

まず、しっかりマニュアルなどを読んで有効活用しましょう。

そして、どんな読者でも増えればいいというスパム的な考えではやらないようにしてください。

これは、私のやり方ですが、IDを抽出した際に1つ1つその人のブログを見に行っています。

なぜなら、できるだけお互いのために濃い関係を築きたいからです。

あとは、好ましくない内容を発信している人とつながらないようにするためです。

ツールだけに頼って読者登録をすると、知らずにそのような人の読者になっていることもあります。

初めの頃、風俗関係のブログに知らずに読者登録してしまって、お気に入りブログの一覧に表示されていたことがあります（一一;）

そのようなことを避けるためにも必ず確認しています。

それでは時間がかかってしまってツールを使う意味がないと思われる方も多いと思いますが、ID抽出の機能だけでも十分助かっています。

ツールをどのように使うかは、それぞれの考え方があると思いますので、ご自身の判断で活用してみてください。

最後に、おすすめの集客方法をお伝えします。

それは、誰かのブログを、あなたのブログの記事の中で紹介することです。

あなたが読んだブログで、いいことを書いているなどか、とてもためになったなと思った記事があれば、リブログして紹介しましょう。

自分が書いた記事を紹介してもらったら嬉しいですよ！

紹介してもらった人はあなたのブログを見て、あなたのお客様になるかもしれませんし、あなたの記事を紹介してくれるかもしれません。

一緒にビジネスをするというようなことにも発展するかもしれません。

単純作業などはツールを活用し、本当に大事なことは心を込めてやりましょう！

20 【メルマガ・LINE】 お客様の心を動かすには

ブログ、Facebook、ツイッター、YouTubeなどのあらゆる集客媒体の目的の1つは、ホームページへの誘導ですが、もう1つやっていただきたいことがあります。

それは「メルマガ」または「LINE@」への登録の誘導です。

ホームページを見たお客様がすぐにお申込みをすることはめったにないということを、以前お話ししました。

初対面の人にプロポーズされて、即座にOKを出す人はめったにいないのと同じです。

まず信頼関係を築くという段階が必要です。

ブログなどを書くことはそのような役割がありますが、お客様が毎日あなたのブログを読むとは限りません。

しかし、メルマガやLINEはお客様に直接届くので、見てもらえる可能性は高くなります。

メルマガやLINEの利点は、お客様と直接コンタクトをとることができるということです。

ブログのように不特定多数の人に向けたメッセージより、個人的に届くメッセージは、はるかにお客様の心に響きます。

例えば、以前利用した美容院のホームページを見たら、割引キャンペーンをしていたとします。

そのとき、行こうかなと思ったとしても、あれこれ考えているうちに結局行かなかったりします。

しかし、そのお店から「〇日まで割引キャンペーンをしています。〇〇様にお会いできるのを楽しみにしています♪」というようなメールが届いたら、行きたくなりませんか？

あと、お店から誕生日おめでとうメールなどが届いたら嬉しいですね。

このように、直接お客様との信頼関係を築いていくことができます。

しかし、メルマガをすすめると「私なんかメルマガを配信して大丈夫でしょうか？」と言われる方がいます。

メルマガ配信は、すごい人や有名な人がするものだと思い込んでいる人が多いですね。

そんなに難しく考える必要はないです。

ブログの記事をそのままメルマガにしても大丈夫です。

ブログには書いていない内容をメルマガに少し追加して、メルマガを読むほうがお得な感じにするとよいです。

実は、ホームページも、お申込みをしてもらうことより、メルマガやLINEに登録してもらうことを目的にしたほうがいらいなんです。

ホームページでいきなりお申込みをする人が少ないとわかっているなら、まずはメルマガやLINEに登録してもらって、定期的に配信することで信頼関係を少しずつ築いていけば、お客様がお申込みをする確率はかなり高くなります。

お申込みは料金が発生するので、お客様にとっては敷居が高いです。

しかし、無料のメルマガやLINEなら、すぐに登録する人は多いです。

もちろん、読みたくなるようなタイトルを考えたり、工夫はいろいろと必要です。

絶対に必要なのは、登録の特典です。

メルマガやLINEに登録した人に、無料プレゼントを渡すようにしましょう。

無料プレゼントなどがないと、ほとんど登録されません。

プレゼントは、何かお得な情報やお役立ち情報の冊子やレポート、割引券などがよいです。

動画や音声でもいいですね。

絶対ほしいと思われるようなプレゼントを考えましょう！

メルマガやLINEの配信は、最初は難しく感じるかもしれませんが、チラシを配ったりする集客よりもはるかに楽です。

最近では、メルマガよりもLINEを活用して配信する方が増えています。

LINEの場合は、店舗向けのシステムである「LINE@」に登録して配信します。

メルマガとLINE@の両方活用するのもいいと思いますので、あなたに合った配信のしかたを検討してみてください。

21 【メルマガ・LINE】初めに本気を出す

メルマガやLINEで、実際に配信していくときの詳細をお話しします。

ここでは、メルマガについての説明をしますので、LINEを活用する場合は応用してください。

まず、メルマガを登録するフォームを用意します。

フォームとは、名前やメールアドレスを登録する画面ですね。

このフォームを用意するときにはどうすればいいかわからなくて、なかなかメルマガ配信を始められない人が多いので、フォームについてはまた改めてお伝えします。

まずは、お客様のメールアドレスがわかればメルマガを配信できるので、最初はフォームを使わずに、「メルマガをご希望の方はこちらにメールをください」という登録方法でもいいです。

フォームを作るのは後でもいいので、とにかく始めることの方が重要です。

それでは、メルマガに登録してもらったときのポイントですが、お客様が入力する項目は、できるだけ少なくしてください。

基本的に名前とメールアドレスだけでいいです。

項目が多いと登録してもらえません。

そして、名前はニックネーム可にすると登録してもらえる確率は高くなります。

参考までにですが、メールアドレスだけの登録にしたら、登録数がかなり増えました。

あとは、前回お伝えしたように、登録した方に無料プレゼントを渡すことが必須です。

無料プレゼントを何にするか決めたら、第1回目のメールを作成していきましょう。

お客様からメールアドレスなどを登録していただいたら、1回目のメールを配信しますが、フォームを利用した場合は、自動返信メールにします。

まずは「ご登録ありがとうございます」という内容のメールを送ります。

最初のメールで重要なのは、お客様に迷惑メール対策をしていただくことです。

あなたのメールが迷惑メールに入ってしまうと、メルマガを読んでもらえません。

迷惑メール対策をしていただく方法は、下記のようなサイトをメールで紹介してください。

<http://m-wake.com/>

このときに早速無料プレゼントをお渡ししてもいいですが、2回目か3回目くらいのメールでお渡しするのがいいと思います。

なぜかというと、メルマガを解除される確率が高いのは、最初の1週間だからです。

最初の1週間メールを読んでもらえたなら、解除される可能性は低くなります。

最初の1週間でたくさんプレゼントをするか、本気であなたの思いをぶつけたメールを送ることをおすすめします。

自己紹介やお店のコンセプトなどを書いたメールは、最初の1週間の間に送ります。

とにかくこの期間は「あなたの本気の思いを全て出す」と覚えていてください。

念のために言いますが、本気というのは、本気でセールスするということではありません。

何度も言いますが、出会ってすぐにプロポーズしないでくださいね。

信頼関係が築けていない段階でセールスをすると、お客様は不快感を抱きます。

セールスをするときはタイミングがありますので、あからさまな宣伝などは控えましょう。

ところで、最初の1週間と言いましたが、配信の頻度などについてお伝えしておきます。

メールを配信する頻度は毎日が理想ですが、せめて3日に1回、最低でも1週間に1回は配信してください。

毎日でない場合は、配信する曜日などを決めましょう。

そして、配信の時間も毎回同じ時間にしてください。

読者に主婦が多いなら主婦が1番手が空きそうな時間、会社員が多いなら電車の中で読めるような時間など、工夫してみてください。

曜日と時間を決めた方がいいのは、不定期に配信されるメルマガは解除される確率が高くなるからです。

「毎週日曜の11時にメルマガを配信します」というように、曜日と時間が決まっているメルマガのほうが解除されにくいです。

メールを一斉に配信するには、メール配信スタンドというものを使いますが、フォーム作成もメールスタンドを使いますので、また改めてお話しします。

22【メルマガ・LINE】見た目とリズムと感情の流れ

いろんなメルマガを読んでいる人はおわかりだと思いますが、読みたくなるメルマガとそうでないメルマガがありますよね。

読みたくなるメルマガを書くには、いくつかポイントがあります。

ブログなどを書くときにも共通しているので、メルマガを書いていない人も参考にしてください。

1. 文章の見た目

まず、見やすくしましょう。

文字がつまっている文章は見にくいですよ。

せっかくいいことを書いていても、見た目が悪いと読んでもらえません。

ポイントをいくつかあげます。

- ・ 難しい漢字はひらがなにする。
- ・ 1行の文は短くする。
- ・ 箇条書きなどを活用する。
- ・ 記号や句読点でメリハリをつける。
- ・ 適切な場所に改行を入れる。

改行に関しては、スマホで見てもおかしくないように意識してください。

これは、ブログでもホームページでも常に考えたほうがよいです。

スマホによって1行に表示される文字数は違いますが、1行を19文字以内で改行すればOKです。

もしくは、1つの文ごとに改行するという方法もあります。

2. 文章のリズム

文章にも話し言葉のようなリズムが大事です。

リズムを確認する方法は、声に出して読むことです。

流れるように読めるかどうか確認してください。

声に出すと、話が急に変わったり、話がつまったりしているのがよくわかります。

3. 誤字脱字を確認する

誤字脱字があまりにも多い文章は、信頼をなくします。

いい加減な人だと思われてもしかたがないので、何度も確認しましょう。

声に出して読むことは、誤字脱字を防ぐことにもなります。

4. 刺激的なタイトル

読んでもらえるかどうかは、タイトルでほぼ決まります。

ここは少々刺激的でもいいです。

Yahooのニュースなどで研究してみてください。

思わずクリックしてしまうタイトルがあるはずです。

これは理屈ではなく、人が反応してしまうキーワードというものが世の中には存在します。

知らず知らず、感情を動かされて行動させられているわけです。

タイトルに限らず、本文でも人の感情を動かすことがポイントです。

基本的なことは以上です。

事業で大事なポイントも出てきたので、この機会にもう1度言いますが、人が行動するのは、理屈ではなく感情が動いたときです。

テレビショッピングなどでは、そのテクニックが終始使われています。

1度、自分の感情がどこで動いたか確認してみてください。

人はなかなか行動しない生き物なので、行動してもらうためにセールスの方法があるわけです。

セールスというと、あまりいい印象を持たない人が多いですが、自分の提供するサービスが本当に人に喜ばれて人の役に立つものなら、お客様に行動してもらうことが必要です。

そのためのセールスです。

人をだますようなセールスと混同しないようにしましょう。

しっかりと信頼関係を築いたなら、自信をもって行ってください。

23 【心に響く文章の書き方】 たった1人の心に響けばいい

メルマガやブログ、ホームページなどで記事を書くときに、どうしたら読者の心に響く文章を書くことができると思いますか？

・・・

まず、あなたの思いがこもっているかが大事ですよ。

それでは、どうしたら思いをこめた文章を書くことができるのかというと、不特定多数の人にではなく、たった1人の人に向けて書くことです。

ターゲットを決めるとき「年齢は20代から50代」など幅を広くする方が多いですが、これは逆効果になります。

多くの人を対象にすると、多くの人が他人事を感じてしまい、あなたの思いは届きません。

人の心に響くのは、自分事になったときです。

「あっ、私のことを言っている！」と思ったときです。
そのためには1度、ターゲットをたった1人に絞ってみましょう。

それはお客様を限定するというのではなく、ターゲットの中心を明確にするということです。

そのたった1人にメッセージを届けていけば、お客様の立場で物事を考えられるようになるので、思いが伝わりやすくなります。

それを続けることで、お客様の幅が広がっていきます。

それでは具体的に、たった1人の理想のお客様の人物像を作っていきます。

1. 年齢

年代ではなく何歳というように考えます。

例えば「30代」ではなく「32歳」というように決めます。

2. 性別

男性か女性かを考えます。

3. 住所

どこに住んでいるかで地域性や気質などが違うので、地域を限定します。

(例) ○○市○○町

4. 職業

正社員か、パートか、主婦かなどによって、自由な時間や自由に使えるお金が違うので、具体的に考えます。

5. 家族

1人暮らしか、家族と同居か、独身か既婚か、子どもがいるかなどで生活スタイルが違うので、家族構成を考えます。

6. 趣味

趣味や習い事を考えます。

どんな場所に行くことが多いかを明確にします。

その他、その人の名前を考えたり、イラストを描いたり、性格なども考えましょう。

理想のお客様像ができたなら、その人に向けて文章を書くようにしてみてください。

もし理想のお客様像が、現実存在する人と重なるなら、その人を想像するのもおすすめです。

私は初めの頃、どうしてもいい文章が書けなかったので、実際に存在する人にモニターになってもらいました。

その人に実際にメッセージを送って、その文章を活用しました。

そうすることで、とても書きやすくなりました。

あと、大事なポイントは、「みなさん」という言葉は使わず「あなた」という言葉を使うことです。

できれば、個人の名前で呼ぶのが1番心に響きます。

ただし、プライバシーに関わる職種、例えば相談所などの場合は名前を呼ばないほうが親切なこともあるので、あなたのお店のサービスに合わせて決めましょう。

24 【心に響く文章の書き方】 信頼貯金をためる

ブログやメルマガには、お客様にとって有益な情報を書きますが、それだけしていてもあなたには何の収入にもなりません。

有益な情報を無料でたくさん提供して「信頼」という貯金がたまったら、それを引き出すことが必要です。

つまり、ここで初めてセールスをするわけです。

しかし、いざセールスをして、お客様から何の反応もないということがあります。

それは、あなたは信頼貯金をためていたつもりだったかもしれませんが、実はほとんどたまっていなかったということです。

あなたが無料で提供した情報のお客様にとって有益でなければ、信頼貯金はたまりません。

お客様にとって有益というのは、お客様があなたの情報を見て気づきを得るということも大事ですが、それだけでは足りません。

お客様があなたの情報を見て、実際に成功体験をするということが大事です。

例えば、あなたのダイエットに関する記事を見て、お客様が実際に行動し、ダイエットに成功したというようなことです。

あなたのダイエットに関する記事を見て、お客様が「そうなんだ～、勉強になったわ」と思っただけでは不十分です。

大事なのは「実際に行動して成功してもらおう」ことです。

以前もお話ししましたが、人は理屈では行動しません。

人が行動するのは、感情が動いたときです。

つまり、人の感情を動かして行動してもらおう文章を書く必要があるということです。

そして、たくさん成功をしてもらうことで信頼貯金はたまっていきます。

それでは、人の感情を動かして行動させる文章を書くにはどうしたらいいと思いますか？

．．．

その方法の1つは、人の「4つの学習タイプ」を活用して文章を書くことです。

4つの学習タイプとは、人の行動意欲を起こす4つのパターンのことで、人によって異なります。

下記の4つです。

1. なぜタイプ

理由がわかれば行動する

2. 何タイプ

事実や背景がわかれば行動する

3. どうやってタイプ

方法がわかれば行動する

4. 今すぐタイプ

理屈はどうでもいいから、とりあえず行動したい

まずは、あなた自身がどのタイプなのか知るだけでも、これから何か行動するときに役に立ちます。

あと、行動してもらおう方法として1番早いのは、課題や宿題を出すことです。

課題をこなしたら何かをプレゼントするというのもいいですね。

その方法も取り入れてみてください。

25 【心に響く文章の書き方】 あなたはどの学習タイプ？

4つの学習タイプを詳しく見ていきましょう。

歌の教室を経営していたとして、歌のレッスンをすることを読者にすすめたい場合を例にあげます。

1. なぜタイプ

理由がわかれば行動するタイプです。

このタイプの人には、なぜ歌のレッスンをするといいのか、理由がわかると行動します。

- ・カラオケでみんなから注目される
- ・歌がうまくなるとモテる
- ・声量が大きくなる
- ・あがり症が克服できる
- ・心と体が健康になる

などのメリットがわかったり、

- ・カラオケで自信をもって歌えない
- ・本来の自分のいい声を知らないまま人生が終わる

などの、やらないデメリットがわかったりすると行動したくなります。

2. 何タイプ

事実や背景がわかれば行動するタイプです。

このタイプの人には、レッスンをしたどのくらい効果があるのか、何%の人に効果が出ているのか、証明する事実や統計データなど、証拠や根拠がわかると行動します。

- ・〇%の人が、うまくなったとまわりから言われた
- ・レッスンをした人は、していない人より〇%声量が大きい

などの、データがわかると行動したくなります。

3. どうやってタイプ

方法がわかれば行動するタイプです。

このタイプの人には、何をしたらいいかがステップバイステップでわかると行動します。

歌がうまくなるには、

- ・ステップ1
腹式呼吸のトレーニングをする
- ・ステップ2
リズムのトレーニングをする
- ・ステップ3
○○○○○○○○
- ・ステップ4
○○○○○○○○

というように、全体像や流れがわかると行動したくなります。

4. 今すぐタイプ

理屈などはどうでもよくて、とりあえず行動するタイプです。

なぜ歌のレッスンをするといいのか、レッスンをしてどのくらい効果があるのか、何をしたらいいのかなどはどうでもよくて、「とにかく今すぐやってみたい」というタイプの人です。

このような人に理論ばかり説明すると、すぐにやる気をなくしてしまいます。

とりあえず、トレーニングをしてもらう、歌ってもらうなど、すぐに体験してもらうのが1番です。

4つの学習タイプの説明は以上ですが、あなたはどのタイプでしたか？

全ての人が全てのタイプの要素を持っていますが、順位があります。

あなたの順位を確認してみてください。

これがわかっていれば、今後、あなたが何かの行動するときに、自分のやる気を引き出すことができます。

そして、4つの学習タイプの要素を順番に文章に入れていけば、全てのタイプの人の心に響く文章が書けます。

全ての人が行動したくなる文章になるということです。

26 【心に響く文章の書き方】 心に響く文章のテンプレート

4つの学習タイプを活用し、ブログやメルマガなどでどのような文章の流れにすればよいか構成をまとめます。

下記のテンプレート通りに文章を書くと、読者の感情が動き、行動したくなる文章になります。

1. タイトル
2. 本日のテーマ
3. なぜ
4. 何
5. どうやって
6. 今すぐ

詳細は、前回の内容ももう1度見てください。

1. タイトル

読んでもらえるかどうかは、タイトルでほぼ決まります。

ここは少々刺激的でもいいです。

タイトルには全力をそそぎましょう。

2. 本日のテーマ

タイトルを少しふくらませます。

タイトルと同様に、読みたくなるような刺激的なキーワードを使います。

3. なぜ

本文の始まりは「なぜ」から入ると、読者は続きを読みたくなります。

「なぜ」と問いかけられると、人は答えを知りたくなるからです。ここで、行動することの理由、メリットやデメリットを書きます。

具体的なストーリーにすると、尚良いです。

4. 何

証明する事実や統計データなど、証拠や根拠を書きます。

このときに、難しすぎる表現をするとあまり効果はありません。

わかりやすく書きましょう。

5. どうやって

方法をステップバイステップで書きます。

ステップ数が多すぎると、読むほうはうんざりするので、多くても9ステップくらいにします。

6. 今すぐ

今すぐ行動できる内容を書きます。

課題や宿題を出すのもよいです。

以上です。

文章は自分の書きたいように書いても、読んでもらえなかったり、途中で飽きられたりします。

読者の心理にそって、感情を動かすことも必要です。

4つの学習タイプの要素を、順番に書いていくのはそのためです。

「起承転結」という言葉がありますが、心理的にすんなり頭に入ってくる文章の流れというものがあります。

流れるように文章を読み、その中で感情が動いていくことで、人は行動にいたりします。

まず、流れるように読んでもらうために、難しい漢字をひらがなにしたり、行間や改行や1行の文字数など、見た目を整えます。

流れるように読めるかは、声に出して読んで確認します。

このとき、話し言葉のようなリズムがあるかも確認します。

文字のサイズを大きくしたり太くしたり、文字の色を変えたりすることでもリズムを作ることができます。

見た目とリズムの基本にそった上で、感情を動かす文章を書いていきます。

4つの学習タイプを活用することは、1つの方法です。

文章で何を伝えたいかによって、様々な方法があります。

事業をしていくには、「思いを伝える力」は大事な要素の1つです。

27 【心に響く文章の書き方】 文字から伝わるエネルギー

まず質問です。

あなたは今、1人目の子どもを育てているとします。

もし子育てのことで誰かに相談したいと思ったら、下記のどちらの人に相談したいですか？

A. 子育てや教育について何も勉強していないけど、実際に子どもを5人育てた人

B. 子育てや教育について大学で専門的に勉強したけど、子どもを育てたことがない人

...

私はAを選びます。

子育てについて「知っている」と、実際に子育てをして子育てについて「わかっている」のでは、まるで次元が違うからです。

例えば、ギターを弾けるようになりたいと思ったとき、ギターの本を何冊読んでも、実際に弾いてみるとうまく弾けません。

知識は大事ですが、それは頭の中だけの世界です。

経験がともなっていないと、現実味も真実味もありません。

経験したことがある人の言葉と経験したことがない人の言葉は、深さや重みが違います。

経験したことがあると、そこに感情ものってくるので、経験者の話は引き込まれますよね。

理論上だけの話だと眠くなります。

話す言葉のエネルギーが全く違うということです。

それは文字でも同じです。

言葉も文字も、万物はエネルギーなので、あなたが実際に経験した話を書いたのと、知識だけの話を書いたのでは、文字から伝わるエネルギーが違います。

だから、なるべく仕事も遊びもいろんな経験をするをおすすめします。

そうすると、いろんな例え話をする事ができ、大勢の人に伝わる話ができるようになります。

そして、大勢の人の心に響く文章が書けるようになります。

私は、プロフィールに、これまでの趣味や習い事など、経験したことを全て記載していますが、なるべく大勢の人に親しみをもってもらうためです。

初対面の人でも、共通の趣味などがあると親近感がわいてすぐに仲良くなれますよね。

共感してもらえる部分は多いほどいいです。

経営者は、人間力を磨くことが必要なので、そういう意味でもいろんな経験をしましょう。

経験をするときに最も大事なものは、全力で楽しむことです。

楽しむことが、最短最速、最大の学びになります。

仕事も遊びも全力で楽しみましょう！

28 【メルマガ】 メール配信スタンドで集客を自動化

そろそろメルマガを始めようと思っている方や、すでにメルマガの配信を始めていて自動化したいと思っている方からの質問が増えてきたので、メルマガ配信スタンドについてお話しします。

メルマガ配信スタンドは、メルマガ配信システムともいいます。

メルマガを配信する際、手動で一斉に送信したりするのはかなりの手間になります。

そこで、一斉送信や予約配信やステップメールなど、自動で行ってくれるシステムを利用します。

これを使うことで、集客の自動化が完成します。

初めにお話ししなかったのは、パソコンやシステム関係が苦手な方が多いためです。

苦手だと、少しつまづくとやめてしまいます。

そのため、まずは手動でもいいので配信を始めることをすすめました。

しかし、始めた人はわかると思いますが、手動だと本当に大変ですよ。

メール配信スタンドの利用は必須と言ってもいいです。

パソコンが苦手な方は、得意な人に手伝ってもらったり、代わりにやらしてもらったりして、とにかく始めましょう。

メール配信スタンドには、無料で使えるものと、月額制などの有料のものがあります。

検索するとたくさんあるので、初めはどれを使ったらいいのか迷うと思います。

迷うと、これまた行動しないということにつながるので、とりあえず私が使っているメール配信スタンドを紹介します。

無料で使えるスタンドと、有料のスタンドを1つずつ紹介します。

★ オレンジメール

<https://mail.orange-cloud7.net/>

★ エキスパ

<https://ex-pa.jp/>

オレンジメールは、読者の登録が100人になるまでは無料で使えます（今後、変更されるかもしれないので、確認してください）

初めは無料のスタンドを使い、読者が100人になったら有料のスタンドに切り替えるのも手です。

メルマガで大事なことの1つは、メールの「到達率」です。

まず、自分が送信したメールが確実に相手に届くことが大事です。

そのため、初めに読者の迷惑メールフォルダにメールが入らないように対策をします。

しかし、メールが迷惑メールとしてたくさん報告されてしまうと、迷惑メール判定されて、メール自体が相手に届かなくなることがあります。

あなたがどんなに読者に役に立つ情報を送っていても、メールが必要ではなくなった読者から迷惑メール報告をされてしまうことがあります。

メールを解除してくれればいいのに、面倒なのか、迷惑メール報告をしてしまう人がいるんです。

そのため、解除リンクは目立つところに置きましょう。

初めから有料のスタンドを使える方は、ご紹介したエキスパは、到達率に徹底的にこだわったスタンドなので、おすすめです。

しかも、LINE@との連携もできます。

とにかく始めることが重要なので、どれか1つ決めてマニュアル通りにやってみてください。

29 【ビジネスパートナー】 ビジネスパートナーの必要性

以前、「苦手なことはやらない」つまり『苦手なことは得意な人にまかせる』、それが成功の秘訣だというお話をしました。

念のために言いますが、人にまかせるのは人に依存することとは違います。

苦手なことを人にまかせるというのは、自分の苦手なことが相手の得意なことで、相手の苦手なことが自分の得意なことだった場合、お互いに協力し合うということです。

お金を払ってサポートを受けている場合は別ですが、一方的に相手にまかせるだけでは単なる依存です。

協力関係を築ける人、つまりビジネスパートナーを探すことは、作業の効率、メンタル面、資金や経費の負担など、あらゆる点で楽になります。

そして、自分のやりたいことに集中できます。

その必要性は、経営コンサルで何度も言っています。

しかし、それでも全部自分でやろうとする人が多いです。

「一緒に仕事をしてくれる人が見つからない」という人、これは仕方がないかもしれません。

しかし、今は遠方でも一緒に仕事ができる時代なので、探せばいつかは見つかります。

「1度自分で全部やってみたい」という人、時間があるなら全部経験してみるのもいいと思います。

そのような理由ではなく、本当に苦手でやりたくないのに頑張ろうとする人だったり、自分のやり方でないと気がすまないというような自己流を好む人の場合、成功は遠いです。

頑張ったら報われるとか、苦しみの先に幸せがあるとか、そのような根性論は捨ててください。

物事がうまく流れるのは、楽しんでいるときです。

しかし、お金に対する不安があるときなどは、やりたくないことをやってしまうことが多いですね。

何かに不安があるときは、自分がやりたいことも完全にわからなくなります。

自分が思っている以上に泥沼状態になり、なかなか抜け出せません。

私もそんな状態は、嫌というほど経験しました。

そんなときは、自分のやりたいこととやりたくないこと、得意なことと苦手なこと、好きなことと嫌いなことなど、全部紙に書いてみてください。

やりたいこととやりたくないことを書く場合は、不安が全くなくなった状態になったと仮定して書いてください。

例えば、一生お金に困らない状態になったら何をやりたいか、何をやりたくないかということです。

それを明確にした上で、ビジネスパートナーを探しましょう。

あなたが本気で探せば、縁がつながる出来事が起きます。

30【ビジネスチャンス】チャンスの神様は前髪しかない

前回、ビジネスパートナーのお話をしましたが、ビジネスパートナーは人間であるとは限りません。

道具などの物であることもあります。

料理人にとっては包丁、美容師にとってはハサミ、プログラマーにとってはパソコンなどですね。

物体ではありませんが、以前ご紹介したツールもそうです。

その他「情報」であることもあります。

経営においては、これらの道具や情報を上手に使うことが成功の決め手になることがあります。

特に情報の場合、ビジネスセンスのある人、勘の良い人、先見の明がある人は、素早くキャッチしてすぐに自分のビジネスに取り入れるという共通点があります。

「チャンスの神様は前髪しかない」という話がありますよね。

チャンスの神様はすぐに通り過ぎるから、迷っていたら、つかもうと思ったときには後ろ髪がなくてつかめないという話です。

ビジネスでは、早く始めたほうが有利に働くことが多いというのは、法則としてあります。

チャンスを逃す人やすぐに行動できない人は、お金がない、時間がない、自信がないの「三大言い訳」をされると言われていますが、確かにその傾向があります。

チャンスがきたときには即行動し、お金がなければ作る、時間がなければ作るという意識をもつ、自信はその行動の過程でついてきます。

ただし、いくらチャンスと言われていても、自分の心が動かないものをつかむ必要はありません。

大半の人にとって必要なものでも、自分にとって必要かどうか見極める必要はあります。

しかし、自分の心が動いたなら、失敗してもいいからやってみることで。

失敗と成功はセットですから、あなたが何を選択しても正解です。

どんなにどん底に落ちても、世の中はなんとかなるようになっていきます。

あなたがクリアできない問題は、そもそも出来事として起こりません。

不安や恐怖は、自分で作り出した幻想だということを覚えていてください。

31 【ビジネスチャンス】 見えないエネルギーが見えるツール

前回、経営においては、道具（ツール）や情報を上手に使うことが、成功の決め手になることがあるというお話をしました。

そして、チャンスがきたら即行動したほうがいいというお話もしました。

今回は、実際のビジネスチャンスのお話です。

まず、あなたが経営していくにあたって悩むのはどんなことですか？

・・・

集客をどうするか。

他店にないサービスをするにはどうすればいいか。

リピーターを増やすにはどうすればいいか。

大体の悩みは、みなさん共通していますよね。

もし、これらが一気に解決するツールがあったらどうしますか？

・・・

実は、これからの時代にうってつけのツールがあります。

それは、声分析ソフト「ヴォイススキャン」です。

これは、声の周波数が12色のカラーで表示されるソフトです。

声は心と体のエネルギーを発しているのです、このカラーの強弱で、心と体の状態を目で見ることができます。

このカラーは、チャクラの色に対応しています。

この声分析ソフトの元になっているのは、ロシアが開発した機器です。

ロシアの宇宙飛行士の健康管理にも採用されている、体の周波数を読み取って心身のバランスをチェックする健康管理機器を元に作られています。

なぜ、この声分析ソフトが経営の役に立つのか？

まず、目に見えないエネルギーを目に見える形にしてくれるというところからです。

「心と体の状態が目に見える」、勘の良い人は自分の仕事に活用できるのではないかと、これだけでピンときます。

そして、この声分析ソフトは、日本でまだ200人程度しか所有していません
(2017年現在)

その中でも、ビジネスに活用している人はさらに限られています。

前日も言ったように、ビジネスでは早く始めたほうが有利に働くことが多いです。

まだ初期の段階ということは、これから開拓していく新しい分野だということです。

無限にある活用法を利用して、どんどんオリジナルのビジネスを作っていくこともできます。

もちろん、珍しいので話題になり、集客アップになります。

他店にないサービスができることもわかりますよね。

無限に活用法があるので、あなたの仕事にどのように活用できるかは、また次回お話しします。

32【ビジネスチャンス】創造力や経営力を磨く

それでは、声分析ソフトが、あなたの仕事にどのように活用できるかを見ていきます。

声分析ソフトについて、概要を知りたい方はこちらをご覧ください。

★声分析ソフト「ヴォイススキャン」

<https://nijiironokoe.com/>

下記にあなたの仕事に近い職種や目指している職種があれば、リンク先をご覧ください。

すでに声分析ソフトを所有している方も、改めて確認してみてください。

★声や音声を扱う仕事

歌手、ヴォイストレーナー、ヴォーカルインストラクター、声優、アナウンサー、ナレーター、司会者、セミナー講師、講演家、ピアノその他の楽器の講師、音楽療法、カラオケ教室、話し方教室など

<https://nijiironokoe.com/case1/>

★心や体を扱う仕事

カウンセラー、セラピスト、ヒーラー、スピリチュアル関係（レイキ、数秘、占い、オラクルカード、タロットカードなど）、アロマやパワーストーンを扱うお店、サロン、エステ、ヨガ教室、ダンス教室、スポーツ教室、整体、マッサージ店など

<https://nijiironokoe.com/case2/>

★カラーを扱う仕事

カラーコーディネーター、カラーセラピー、インテリアコーディネーター、ブライダルコーディネーター、美容関係、ネイリスト、アパレル関係など

<https://nijiironokoe.com/case3/>

★イベント、セミナー、婚活、就活

イベント会社、婚活や出会いのイベントやパーティー、就活、就職相談所、セミナー、講演など

<https://nijiironokoe.com/case4/>

★会社、学校、医療関係

企業、教育関係（幼稚園、小中学校、高校、専門学校、大学、塾）、医療関係など

<https://nijiironokoe.com/case5/>

その他、このようにも活用できます。

★在宅ワーク、副業、独立、開業

<https://nijiironokoe.com/case6/>

★個人、家庭、子育て、ペット

<https://nijiironokoe.com/case7/>

ぜひ、ビジネスチャンスをつかんでいただきたいですが、このようなツールがあることを知るだけでもあなたの視野が広がり、創造力や経営力が磨かれます。

33 【時間管理】 時間は平等ではない

時間は誰にでも24時間平等に与えられていると言われていますが、同じ時間でもたくさんの方ができる人とそうでない人がいます。

成功者は、普通の人よりも活発にビジネスをしているのに、たくさん遊び、たくさん家族と一緒に時間を過ごしている人が多いです。

逆に、あまり仕事が進まず、夜遅くまで働いたり休日出勤したりしている人もいます。

「時間がない」とか「忙しい」とかいつも言っている人に限って、無駄な時間を過ごしていたりします。

時間を上手に使うことは、成功するための1つの鍵のようです。

私は、過去に、アメリカで有名なビジネストレーナーの講座を受講したことがあります。

3部に分かれていて、1部はビジネスマインド、2部は販売心理学、3部は時間管理でした。

100万円くらいする講座だったので、30万円分くらいが時間管理の学習だったわけです。

ビジネスにおいて、そのくらい時間管理は大事だということです。

それでは、時間を上手に使うにはどうすればいいと思いますか？

...

例えば、ある会社で書類を作る作業を2人で行っていたとします。

1時間に30部のペースで作っていました。

ここで、早く終わらせるために人数を5人に増やしました。

しかし、1時間でできる書類の数は、2人で行っていたときとあまり変わらないか、むしろ少なくなりました。

なぜそのようなことが起こるのかというと、人数が多くなると人がたくさんいるから安心という気のゆるみが出てきて、1人1人の集中力が欠けるからです。

このように、時間管理は「集中力」がポイントになります。

それでは、集中するためのポイントをいくつかあげます。

1. 時間を区切る

個人で仕事をしている場合、意識的に時間を区切らないとだらだらします。

タイマーを使うと効果的なので、試してみてください。

2. 携帯の電源を切る

作業中に電話やメールの着信に反応してしまうと、かなりの時間のロスになります。

急ぎのことがない限り、電源を切っておきましょう。

電話をかけ直したりメールを返信したりするのは、改めて時間を作ってまとめて行います。

3. 時間帯を決める

自分にとって1番頭が働く時間帯に作業をします。

午前中が調子がいいという人は、午前中に行うとよいです。

4. 場所を決める

家は誘惑が多いですね。

カフェや図書館など、自分にとって快適な場所を見つけましょう。

以上です。

集中力を高めるには、時間に余裕があるより、時間が限られているほうがよいです。

適度な緊張感は集中力を高めます。

そして、意識的に早い動作をすることでエネルギーが高くなり、さらに集中力が高まっていきます。

結局のところ「夢中になっている」ときが、最高に集中力が高まっている状態です。

何かの作業をするときは、夢中になれる環境を作ることがまず意識しましょう！

34 【従業員】 4番バッターは何人もいない

「面接でどういう人を採用すればいいか」「従業員の教育のしかたについて知りたい」などの質問がきましたので、そのお話をします。

その前に、個人事業主の方が従業員を雇うなら、雇用契約よりも業務委託契約をおすすめします。

手続きの手間や法律や節税など、様々なことを考慮した上での結論です。

その点についても、いろいろ調べて検討してみてください。

それでは、面接でどういう人を採用すればいいかについてです。

ノウハウなどはいろいろ言われていますが、結論から言うと、「雇って見なければわからない」です。

人というのは深く付き合わないと本当にわからないものです。

言い方は悪いですが、面接ではいいことを言うのは当たり前なので、話をするのが上手い人だと「この人いいな」とつい思ってしまうこともあります。

しかし、実際に雇うと、かなり手がかかる人だったということは多々あります。

もし面接でのコツがあるとしたら「不安な部分はあるけど、素直で、未来で伸びそうな予感のする人」を採用するといいです。

ビジネスパートナーを選ぶときは即戦力のある人がいいですが、従業員の場合は教育をしていく必要があります。

逆を言えば、教育をすればいいので、素直さが全くない人やよほど変な人でない限り、誰でもいいと考えています。

短所と思われる部分は、教育すればどうにでもなります。

私は、はじめに、その人の得意なことをたくさん聞きます。

好きなことや得意なことを話しているとき、その人のエネルギーは最大に高まります。

そして、リラックスします。

なるべく私は、面接を受ける側が緊張してうまく話せず、本領発揮できなかったという状態にならないようにします。

圧迫面接をしている企業もありますが、それなりに意図があって行っていると思いますので、特に否定はしません。

しかし、私の価値観とは違うので、そのような面接はしません。

面接というより、同じ人間として普通に楽しく会話したいと思っています。

実のところ、縁のある人は面接室に入ってきた瞬間にわかるので、感覚が全てです。

ただし、1つ必ず考慮することがあります。

これは、複数の従業員を雇う場合の話です。

すでにお店に従業員がいる場合、私は、今までにいないタイプの人を採用します。

今までいなかったタイプの人を採用すると、今までにないアイデアなどが加わるので、お店自体の器が広がります。

お店自体のエネルギーも高まります。

お店自体の器が広がると、広がった器の分、多くのお客様が来るようになります。

お店は野球チームのようなものです。

4番バッターは何人もいません。

9人全員、エースのような人を雇っても、経営がうまくいくとは限らないんです。

送りバントがうまい人も必要です。

ピッチャーもキャッチャーも必要です。

その人の長所が活かされればいいので、ピッチャーがバッティングが下手でも、それは短所とは言いません。

従業員の教育は、子育てと似ています。

従業員を雇わない方も参考にしてみてください。

35【従業員】短所は深みのある味になる

前回、短所と思われる部分は教育すればどうにでもなるというお話をしました。

スピリチュアルな観点で言うと、人に長所や短所というものはなく、良い悪いもなく、全て個性です。

ここでは、ある場面において適しているか適していないかを長所や短所と呼ぶことにします。

基本的に私は、従業員の長所に関わることにはあまり口を出さず、やりたいようにやってもらいます。

他人の長所は、自分にはできないことや自分より優れていることが多いので、まかせたほうが上手くいきます。

例えば、私はボーカル教室の経営をしたときに4人の講師を雇いましたが、レッスンに関することは各講師に全てまかせました。

短所に関しては、性格的なことは隠したり補ったりするのではなく、逆に活かして味になるようにします。

例えば、ボーカルの講師というのは明るくて活発なほうがいいですが、1人、大人しくて控えめな女性講師がいました。

自分の意見はあまり言わず、自発的に何かをするよりも相手に合わせるタイプでした。

それはそれで長所なのですが、レッスンという場では生徒さんは安心してついていけません。

他の講師ともコミュニケーションができません。

そこで、彼女にノートを1冊渡しました。

そこに日記のように何でも書きたいことを書くように言いました。

そのノートは、従業員全員が見れるようにしました。

そして、読んだ人がコメントを書くようにしました。

そうすると彼女は、とても面白い内容を1日に何ページも書くようになりました。

その結果、他の従業員が彼女に親しみをもつようになり、彼女自身も自分を少しずつ出せるようになりました。

元々歌唱力は抜群だったので、自信がついていくにつれ、頼もしい講師になっていきました。

控えめなことに変わりはないですが、人の話を聞くのが上手なので、お話好きな生徒さんに好かれるようになりました。

実は、あまりしゃべらない人というのはシャイなだけということが多く、文章ではよくしゃべる人が多いんです。

人によって自分を表現しやすい方法が違うだけです。

そこで、頭ごなしに「もっと生徒さんと積極的に話さない」「もっと自信をもちなさい」など言っても、どんどん萎縮していきだけですよね。

長所に意識を向けると、短所があるからこそ深みのある味になることがわかります。

表裏、陰陽、対極にあるものに良い悪いはなく、全てが一体のものです。

もちろん成功と失敗もそうですね。

一見マイナスに感じることは本当にマイナスなことなのか、考えるようにしてみてください。

36【従業員】どんな時代になっても直接話をする

ボーカル教室の講師の仕事は、レッスン以外に事務作業や集客や掃除などもあります。

レッスンの予約が入っていない空き時間にそれらの作業をするわけです。

当然、人によって得意な作業と苦手な作業があります。

基本的に、作業ごとに得意な人にやってもらうような分担にしましたが、どうしても全員がやらなければいけない作業もあります。

自分の生徒に関する事務処理などがそうです。

苦手といっても慣れればできるような作業はしてもらいますが、人によってどうしてもミスしてしまう作業があります。

その場合は、1人1人とじっくり話して一緒に対策を考えました。

例えば生徒さんから月謝を頂く仕事がありますが、レッスンの予約がいっぱいの日は、1日中慌ただしいので、頂くのを忘れることもあります。

作業を忘れるというミスが全体的に1番多いのですが、忘れないための1番いい方法は人によって違いますよね。

自分にとっては1番いい方法でも、他の人にとってはやりにくいということは多々あります。

統一化できる作業はそうしますが、個別に方法を変えたほうがいい場合は徹底的に話し合います。

事務的なことは効率よく終わらせて、できるだけ生徒さんと楽しく過ごしてもらいたいので、常にベストな方法を探します。

月に1回全員でミーティングをしていましたが、みんなの前ではうまく話せないという人は必ずいるので、個別ミーティングは欠かせません。

従業員との関係にしる、お客様との関係にしる、トラブルのほとんどは誤解から生じます。誤解の原因は、コミュニケーション不足です。

大事な話をするときに、メールやLINEなどで話をする、必ず誤解が生じるということを覚えていてください。

どんなに便利な時代になっても必ず直接話をしましょう！

37【工夫】経営は子どものように楽しむ

工夫とは、簡単に言うと、よりよい方法や手段を考えることです。

今さらな感じの言葉ですが、経営者としては常にこの意識をもってほしいところです。

どんな些細なことにも工夫をするくせをつけると、集客がうまくいくようになり、他店との差別化になり、自分自身も従業員もお客様も喜びを感じるお店になり、繁盛につながっていきます。

例えば、チラシを配ったりポスティングしたりすると、嫌がられることが多いですね。

配るスタッフも嫌な思いをして、お店としてもチラシが無駄になります。

ここで、100枚配って1人の人に見てもらえればいいと考えるのではなく、全員が幸せな気持ちになる方法を最大限考えましょう。

私は、チラシ1枚1枚に手書きのコメントを入れるということをしてみました。

占いなどで「あなたに幸運が訪れます」と言われると、うそでも嬉しいですね。

それを応用して、誰が見ても嬉しくなるような言葉を、文章が得意な従業員に書いてもらいました。

そうすると、そのコメントに感動した、面白かったと言って来てくださるお客様が増えました。

そうすると書いている従業員もその作業が楽しくなり、私も、集客になることよりも読んだ誰かが幸せになることが嬉しく幸せな気持ちになりました。

そのような手書きのメッセージは、どんなときも喜ばれます。

お客様に、手作りの誕生日カードなどを渡すのもいいですよ。

あと、ボーカル教室の経営では、生徒さんの「退校」が、私にとっても講師達にとってもつらいことだったんですが、退校者が出るたびに悲しい気持ちになるのを軽減するために、「退校」という言葉を「卒業」という言葉に変えました。

言葉の力は本当にすごいですよね。

言葉を変えただけで、一瞬にして悲しい出来事ではなくなりました。

マイナス言葉をプラスに変換する工夫は、特におすすめします。

あとは、店舗での事業をする場合は、内装などに工夫ができます。

以前、短所は深みのある味になるというお話をしましたが、物においてもそうです。

壁のひび割れや汚れ、露出している配管やくぎなど、味のあるレイアウトの一部になることがあります。

私は、どうしても借りたい店舗に、入口のすぐ横に簡易的なキッチンがあって困ったことがあります。

どう見ても不格好で、最初はカーテンなどで隠そうとしました。

しかし、あえてそれを利用してアットホームな感じにしたら、それが店の最大の売りになりました。

その店舗には、汚くて暗い3畳くらいの倉庫もありました。

こわいので入らないようにしていたら、いつのまにか換気扇用の穴から植物が入ってきて、ジャングルようになっていました（笑）

ちょうど店舗が手狭になってきていたので思い切って大掃除し、照明をいくつか置いたりしておしゃれな空間に変え、ドアを外して活用しました。

一見マイナスに感じることほど、工夫すれば面白いことになります。

何か嫌だなと思うことがあったら、どうしたらみんなが楽しくなるか、どうしたらみんなが幸せになるかを考えてみてください。

38 【事務処理】 おデブなお店や企業からの脱却

事務処理は、重要度の低いテーマのように感じるかもしれませんが、結構大事です。

事務処理は様々ありますが、ここではデータや人や物の管理を全て事務処理と呼ぶことにします。

管理は主に、顧客、収支、予約、販売、在庫などがありますね。

私は長年、システム開発に関わってきて、小規模から大規模まで多くのお店や企業を見てきましたが、いつも感じるのが事務処理の効率の悪さでした。

事務処理の効率が悪いとどうなるかというと、そこに多くの時間を使い、多くの労力を使い、多くののお金を使い、多くの空間を使うことになります。

ミスも多くなるので、さらに多くの時間と労力とお金と空間を使うという悪循環になります。

要するに、全てにおいて無駄が多くなります。

時間の無駄、空間の無駄、労力の無駄、お金の無駄。

無駄が多いとさらなる無駄を呼びます。

余分な在庫が増えたり、使わない物が増えたり、面倒な顧客が増えたり、やる気のない社員が増えたり。

お店や企業が不用な物だらけのゴミ屋敷状態、人而言えば、余分な脂肪だらけのデブ状態ということです。

多くのお店や企業が、無駄なところにエネルギーを使っています。

無駄なものがないければ、もっと大事なところにエネルギーを使えるはずで
す。

事務処理を効率化することは、お店や企業の全ての無駄をなくすダイエットです。

それでは、事務処理を効率化するためにやらなければいけないのは何かというと、まずは物理的なことからです。

全てにおいて無駄が多い企業やお店は、必ず多くの物があふれていて、掃除もあまりされていないという共通点があります。

1番最初にやるのは、不用品の処分、そして片付け、掃除です。

これだけでも多くの問題が改善されます。

従業員やお客様とのトラブルが減ったり、お金の流れがよくなったりします。

改めて言いますが、片付けや掃除がきちんとされているかどうかは、お店や企業の命運を左右します。

場のエネルギーを上げるためにも、掃除が大事だということは以前お話ししましたが、掃除の前に必ず必要なのが「不用品の処分と片付け」です。

データ関連の事務処理の効率化は、それが終わった後に行います。

まずは、物理的なことから終わらせましょう！

39 【事務処理】 事務処理効率化の本当の意味

物理的なダイエットが終わったら、今度はデータのダイエットです。

かなり小規模なお店なら、顧客、収支、予約、販売、在庫など、全ての管理はノートに書けばOKということもあるかもしれません。

しかし、やはりパソコンをフル活用することが効率化には欠かせません。

1番の理想は、全ての管理システムを開発することです。

事務処理の負担が軽減し、ミスも少なくなり、大事なことに集中できます。

しかし、それができるのは、資金に余裕があって外注できる人か、自分で開発できる技術がある人に限ります。

今回は、小規模経営をしていて、パソコン上級者がいないという場合のお話をします。

まず、顧客、収支、予約、販売、在庫などの管理をするには、Microsoftの「Excel」があれば、簡易的なシステムから本格的なシステムまで作れます。

書類作成に関しては「Word」で作るという方が多いですが、慣れれば「Excel」で作るほうが効率がいいです。

もしこれからパソコンができるようになりたいと思うなら「Excel」の習得だけでも十分です。

技術的なことは伝えきれないので、ここでは詳しくは書きません。

今回は、データの管理のコツだけお伝えします。

1. ファイルを片付ける

データに関しても、物理的な片付けと同じことが言えます。

部屋がごちゃごちゃしている人は、デスクトップにもアイコンやファイルがごちゃごちゃしていませんか？

これは必ずミスにつながります。

時間のロスにもなります。

まず不要なファイルを捨てましょう。

そして、誰が見てもわかりやすいフォルダ分けをしてください。

2. データは一元管理する

同じデータがあちこちに分散していたら効率が悪いです。

例えば、顧客のファイルにも予約のファイルにも販売のファイルにも全て、お客様の住所が書かれていたとします。

住所が変更になったら、全てのファイルを修正しなければいけません。

データは一元化し、1つのデータだけ修正すればいいように管理してください。

3. 個人情報の厳重管理

これをずさんにしていたら大問題に発展することがあります。

お客様の個人情報がネット上に流出しないように管理しましょう。

4. ファイルのバックアップ

突然パソコンが起動しなくなることは多々あります。

お客様のデータが消えたら致命的です。

修復作業で営業できなくなることもあります。

毎日、管理ファイルのバックアップをとっておきましょう。

以上です。

毎日無駄に同じ作業をしているのに、なぜか効率が悪いことに気づかないお店や企業が多いです。

長い時間働くことが美德になっていて、仕事を早く終わらせて充実した時間を過ごそうという意識が麻痺しているのが、今の大半の日本人なのかもしれません。

限られた人生の中で、何に時間を使うのか何にエネルギーを注ぐのか、見直すきっかけにもしましょう。

40 【料金設定】 料金は安ければいいというものではない

物を売る仕事なら、仕入れ値があるので販売価格は決めやすいですが、カウンセリング、セラピー、指導、施術など、自分の技術を売る仕事だと、必ず悩むのが料金ですね。

集客がうまくいかないと、料金を下げる人が多いです。

もちろん料金を下げることは悪いことではありません。
でもそれは、戦略的に意味がある場合に限りです。

個人で経営している人にありがちなのは、料金は安いほうがお客様のためだ
と思い込んでいるケースです。

お金に対する心理ブロックはなかなか外せない人が多いので、いろいろ例を
あげますね。

例えば、あなたが服を買ったとき、3000円で買った服と20000円で買った
服、どちらを大事にしますか？

そして買ったときの快感や満足度はどちらが大きいですか？

・・・

このときの快感とは、わくわくするという意味の快感です。

安く買えたときの快感は、どちらかというともあまりお金をつかわずにすんだ
という安心感のほうが大きいです。

高いお金を払うと満足度も大きくなる、そして得た物を大事に扱うという傾
向が多くの人にはあります。

オークションに出品したとき、同じ物でも、いろんな条件によって安く落札
されるときと高く落札されるときがあります。

高い価格で落札した人のほうが満足度が高いと言われています。

なぜか安い価格で落札した人ほど、不満やクレームを言う人が多いようです。

この傾向は、お客様の層とも関係してきます。

高い料金設定にしたときに集まるお客様と、低い料金設定にしたときに集まるお客様は、お客様の層が違います。

高い料金設定にしたときに集まるお客様は、経済的に余裕がある人が多いのは当然です。

しかし、それ以前に、意識の高い人が多いです。

意識の高い人というのは、向上心があって、常に質の高いものを求めるので、無駄なことにお金をつかわず、自己投資などの大事なところにお金をつかいます。

あなたが、どんな人にお客様になってもらいたいということも料金の基準になります。

お客様に意識の高い人が多いと楽しいなと思うなら、それなりの料金設定にするといいです。

もちろんあなたのサービスに、質の高さがともなっていることが必要です。

さらに角度を変えると、あなたのお客様にどのようになりたいかということも料金の基準になります。

お金を払ってもらうことで、お客様の意識を高めることもできるということです。

41 【料金設定】お客様の意識を高める料金設定

お金を払ってもらうことで、お客様の意識を高めることもできることの例として、私のボーカル教室の経営での話をします。

ボーカル教室では、3～4ヶ月に1回、発表会を行います。発表会では、他の生徒さんやゲストの前で自分の歌を披露します。

毎回30名くらい参加者がいて、さらにゲストがたくさんいるので、まず発表会をする場所を借ります。

カラオケBOXのパーティールームや小さなライブハウスを借りれば、参加費は3000円くらいにできるのですが、ちょっと本格的な大きいライブハウスを借りると、参加費は5000円くらいになります。

このとき必ず、参加費は安いほうがいいという意見がスタッフからでます。

しかし、何のためにボーカル教室があるのか、何のために発表会をするのかという目的がしっかりしていれば、安いほうがいいという考えにはならないです。

発表会に出ると、レッスン100回分の効果があると言われていました。

人前で歌うので、かなり集中的に練習しますし、表現の仕方や衣裳までこだわります。

もし大きなステージで歌えるとしたら、気合いが入りませんか？

これが、いつも見慣れたカラオケBOXで安い参加費だったら、気合いの入り方はどうなるのでしょうか？

本気度や緊張感は少し下がりますよね。

適度な緊張感で集中的に本気で練習すると、短期間で歌が上達しますし、自己表現が豊かになったり自信がついたりします。

みんなで気楽にカラオケを楽しむという一時的な快樂もいいですが、人間は向上していくことに幸せや喜びを感じる生き物でもあります。

普段経験できない場を提供するのも、経営をしている側の役割の1つです。

そういう視点で料金設定をしましょう。

さらに、発表会の後に居酒屋などで懇親会をしますが、このときにも参加費を決めます。

ここで少し余分に参加費を頂いて、生徒さん同士が仲良くなれるゲームなどにお金をつかったりもします。

なぜかというと、発表会でかけがえのない友人や仲間を見つける人がたくさんいるからです。

仲良くなりやすい場を作るために、参加費を少し高めにすることもあります。

参加費が500円くらい高くなっても、一生の友人を得られたら安いですよ
ね。

頂いたお金はそのように循環させます。

そのようにお金をつかうと、さらに生徒数が増える結果にもなります。

スピリチュアル的にも、人のためにつかったお金は倍返しと言われていま
す。

倍になって返ってくるという意味です。

頂いたお金をどのように使ってお客様の人生を豊かにするか、さらに社会貢
献できないかということも、料金設定の基準にしてみてください。

42【料金設定】 「いつか」は永遠にこない

以前、料金を下げるのは戦略的に意味がある場合だけというお話をしました。

それでは、どういうときに料金を下げるのか例をあげます（商品やサービスが訳ありの場合を除きます）

まず、集客が目的のときです。

商品やサービスを知ってもらうときですね。

イベントに出店するときなどは、お店を知ってもらったり、他の出店者と交流したりするのが目的なので、料金を安くします。

半額以下、場合によっては無料にすることもあります。

そこでチラシなどを渡せば、後で問合せや申込みなどがあります。

そして、料金を安くする最大の目的は「行動してもらうこと」です。

あなたが提供する商品やサービスがどんなに素晴らしくても、人はなかなか行動しない生き物です。

「あとで」とか「いつか」は、結局やらないことのほうが多いです。

期間限定にするのも行動してもらうためですね。

あなたが提供する商品やサービスで多くの人が幸せになるなら、行動してもらうことがお客様のためです。

それは、お店や企業を経営する側の義務や使命でもあります。

そして、そんな世の中のためになるお店や企業を存続させることも使命です。

そのために、きちんと利益を得る必要があります。

そのために、あなた自身の心に余裕があり、いつも幸せでいる必要があります。

サービスを受ける側ではなく、サービスを与える側であることを忘れずにいてください。

そのような視点で、料金設定をしましょう。

お金をいただくことに抵抗があるなどの心理ブロックがあるのは、雇われる側のマインドからまだ抜けていない証拠です。

経営する側のマインドがまだよくわからないという人は、まずは「プロ意識をもつ」という言葉なら響くかもしれないですね。

「これは私にしかできないというプロ意識をもつ」ここから始めてみてください。

あなたの意識が変わることで、あなた自身がパワースポットとなり、人やお金が集まってきます。

43【経営者のマインド】東日本大震災での体験

東日本大震災での体験をお話しします。

東日本大震災のとき、私は東京の田町駅の近くにいました。

突然大きな揺れが襲い、揺れの感じからしてただの地震ではないことだけはわかりました。

すぐに帰ろうと思いましたが、電車が止まっていました。

そして、タクシーやバスも行列、レンタカーもいっぱい、飲食店も満員、ホテルも満員。

結局、埼玉県の自宅まで、標識を頼りに歩いて帰ることにしました。

まわりを見ると、コンビニは買い占める人だらけ、靴屋と自転車屋も行列になっていました。

革靴だったので途中で足が痛くなり、足を引きずりながら10時間かけて帰りました。

自宅はテレビがテレビ台から落ちていたくらいで、被害はほとんどありませんでしたが、ボーカル教室の経営での対応に追われました。

当時、生徒さんが120人くらいいたので、全員の安否確認の後、営業をどうするか考えました。

計画停電があって、電車も毎日まともには動きません。

コンポや電子ピアノなどは使えないし、明かりもつかないので、そもそも普通に営業できる状況ではありませんでした。

しかし、営業を続けると決めていました。

なぜなら、それがお店や企業の役割だと思っているからです。

被災された方の心に寄り添うことは当然必要ですが、日本全体が自粛モードの中、光を灯し続ける場所も必要です。

経験したことの無い事態に誰もがショックを受けていたので、営業し続けることが生徒さん達の心の拠り所になると思いました。

歌は音源がなくても歌えます。

ギター1本あればレッスンは可能です。

ロウソクを明かりにして営業を続けました。

生徒さんが誰も来れない日も営業を続けました。

自粛しると批判を浴びても営業を続けました。

その結果、不安な日々を送っている人達が教室に集まり始め、停電で街が真っ暗の中、笑い声が聞こえる場所になりました。

この話で何が言いたいかというと、どんなときも何かを与える側であることを忘れないこと、どんなときもあなたのお店や企業が存在する目的を見失わないことです。

経営をしていると、あなたの考えが誰にも理解されずに孤独になることも多々あります。

一生懸命誠実にやっても、誤解によるクレームがくることもたくさんあります。

しかし、あなたがやっている事業はあなたにしかできません。

理念や信念や誇りは、しっかり持っていてください。

44【経営者のマインド】 結局、経営者に必要なのは？

経営者のマインドとは、「自立する」こと、そして、とにかく「与える」という精神だと言えます。

雇われているときは、仕事もお金も与えてもらう側でした。

その精神のまま経営者になると、なかなか稼ぐことができません。

例えば、あなたが誰かに飼われている猫だったとして、自由になりたくて家を飛び出したとします。

今まではエサをもらっていましたが、これからは自分でエサを獲る力を身につけなければいけません。

しかし、エサはもらうものという癖がぬけていないと、別の人間にすり寄ってエサをもらおうとするようになってしまいます。

自分でエサを獲るという行動をせずに、エサを与えてくれそうな場所を探すという行動をしてしまうわけです。

何も行動せずに、または行動して少しでもうまくいかないと、どこかに楽に稼げる手段があるのではと探してしまう、いわゆるノウハウコレクターになる傾向があります。

「経営者のマインドを身につけるにはどうしたらいいですか？」という質問は多いですが、マインドといっても知識だけでは身につけません。

結局は、行動して行動して行動しまくることで身につきます。

行動するエネルギーが不足している場合は、第1チャクラを活性化することをおすすめします。

1番お手軽に活性化する方法は、赤色のエネルギーを活用することです。

赤色の服を着る、赤色の小物を持つ、赤色のものを食べるなど、他にも自分にとっていい方法を探してみてください。

行動することは、最初は大変なことのように感じるかもしれません。

しかし、不自由な世界よりも、自由な世界で生きることを選んだのはあなたです。

この世を楽しむ幅が広がるので、いろんな出来事に遭遇するのは当たり前、人より多くの行動が必要なのも当たり前です。

経営する側になると、楽しいことも大変に感じることも、雇われているときより多くなるのは当たり前なんです。

眠れないくらい不安で怖いこともたくさんあります。

しかし、あなたに乗り越えられない試練は来ないし、必ず何とかできるようになっています。

「何があっても死ぬこと以外はかすり傷」という言葉もあります。

あなたが楽しもうと苦しもうと結果は同じです。

どんな結果になってもあとで話のネタになります。

どうせなら何でもやるだけやってみましょう！

経営者のマインドとは、「行動する勇気」とも言えるのかもしれません。

あとがき

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

★ 発行者

『虹色の声』代表 一吉（かずき）

★ 虹色の声ホームページ

<https://nijironokoe.com>