

Raymac press



レイマックプレス

2020年10月号 Vol.146

社員と先生が幸せになると、
生徒さんも幸せになる。



アイズミュージックアカデミー
代表取締役
安藤尚範

過去には2つの大きな挫折があった。1つはサラリーマン時代にあった先輩からのイジメ。2つ目は業績不振で社員を泣かせてしまったこと。この2つの挫折をパワーに変え、会社を興し、成長させてきたアイズミュージックアカデミーの代表、安藤尚範さん。コロナに負けず、今、過去最高の時を迎える音楽起業家の、ここに至るまでの道のりを聞いた。

(インタビュー＝豊田礼人)

今月の内容

- 経営者インタビュー
アイズミュージックアカデミー代表取締役 安藤尚範さん
- 経営コラム 本質へ回帰する世の中
- 書籍解説 『嫌なことノート』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

—最初に、今、どのように事業を展開されているか教えていただけますか。

最総合音楽スクールを経営しています。ボーカルがメインですが、ギター、ベース、ピアノ、コンピュータミュージック、フルート、サックス、ドラムなどあらゆる楽器を教えています。各楽器の先生と契約して指導してもらうというスタイルです。金山と名古屋駅前に教室があり、今年で20周年です。私は経営全般をみているほか、ボーカルレッスンを担当しており、経営者発声コースで、経営者やリーダーの発声講座を行っています。

—20周年！すごいですね。ところで、コロナの影響はいかがでしょうか。

声を出すスクールなので、影響はありました。今生徒さんが500人いるのですが、100～150人が休講中です。戻りつつありますが、辞めた生徒さんもいました。休講するとお月謝が止まるのですが、お月謝を来月回しにする「繰り越し制度」を利用してくれた生徒さんも多く、経営的には助かっています。

—なるほど。では安藤さんがどのような経緯でこのスクールを起業したかについては、後ほどじっくりお聞きしたいと思います。その前にこのインタビューでは小さいころからの話を聞いています。安藤さんはどのようなお子さんだったのですか？

名古屋生まれで、3人兄弟の真ん中です。父親は繊維関係の会社の社長でした。兄弟そろって活発で、スポーツが大好きでした。部活も野球部、サッカー部、陸上部、相撲部など。高校まではスポーツして、体を動かすことが楽しみでした。高校からギターを始め、バンドブームだったこともあって、音楽に目覚めました。高校生になって、友人と初めてカラオケに行った時、歌い始めたら友人たちがザワついて(笑)。「もしかしたら歌が上手いのかも」と思いました。高校はギター担当で、人前で歌うことなかったのですが、大学では、ビジュアル系バンドのボーカルをしていました(笑)。

—ふふふ、派手な感じで(笑)。高校生になって初めて自分は歌が上手いんだと気づいたんですね。で、

大学卒業後の進路を決める時は？

プロになりたい気持ちがありましたが、どうすればいいかわかりませんでした。当時は就職難の時代で、流されるままに名古屋のプラスチックの総合商社に入社しました。営業職として働き始めましたが、営業はやりたい仕事ではなく、嫌々仕事をしていました。すると、10歳ぐらい上のちょっとヤンチャな先輩から目を付けられてしまって、まあイジメというか、ちょっかいをされるようになりました。就職先は給料や休みなどの条件で選んだだけで、やる気もさほどなかったのが、先輩は私のそんな気持ちを見抜いていたのかもしれない。その先輩からいじめられ、気分が落ち込み、次第にうつ状態になりました。気が滅入って、自宅で泣いたこともあります。そんな暗闇の中で人生を振り返り、唯一褒めてもらったのが「歌」だったことを思い出します。歌で何ができるのか、もがいていたときに、歌のスクール主催のオーディションを受けたら、合格しました。で、会社に通いながら、スクール生として月謝を払いながら歌のレッスンを受けるという生活になりました。当時、教えてくれたボイストレーナーさんに会社の愚痴を言っていると、「（ボーカルの）先生をしてみない？」と勧められました。それがきっかけで東京のスクールで3カ月ぐらい修行して、ボイストレーナーとしての知識を学び、できたばかりの名古屋のスクールで先生として教えることになりました。それがこの世界に入るきっかけですね。厳しいスクールでボイストレーナーの先輩が次々と辞めていくので、自分が自然と上のポジションになりました。そうしているうちに、辞めた先輩から「一緒にやろう」と声を掛けられて、女性2人、男性1人の3人で「アイズボーカルスクール」を立ち上げたのが25歳の頃です。

—25歳ですか。若い起業スタートですね。スクールの場所はどうしたんですか？

一緒に会社を立ち上げた女性の友人で、スナックで働いている方から「繁華街のスナックが空いてるから、そこでスクールをやれば？」と持ち掛けられました。でも、見ず知らずの方からのお誘いはちょっと怖いじゃないですか。父親に相談したところ、「その誘いは危ないから断れ」「オレが出資金を出すから」と言われました。それで自分も貯金を崩して会社を設立しました。場所は、名古屋市昭和区鶴舞で、父親の知人が会社の2階を貸してくれました。3人で、「儲かったら三等分しよう」というノリでスタートし、1年後に法人成りしました。

—ふむふむ。お父様のナイスアシストがあったんですね。スタート当時、生徒さんは集まったのですか。

当時はインターネットやSNSもないので、生徒を集めるために、毎日ビラをまいていました。最初はボーカル教室だけでしたが、生徒は20人集まりました。家賃30万円で、初

任給は1万5千円でしたね（笑）。その後、少しずつ生徒が集まりだして、ギターとベース、コンピュータミュージックの先生を紹介してもらえたので、2年目からボーカル以外の指導も始めました。ケイコとマナブ、ホットペッパーなどで集客していたのですが、集客には波がありましたね。5年目ぐらいに2校目となる名古屋駅校を作りました。その頃から心理、マーケティングの勉強を始めて、経営者の集まりなどに参加したりして、いろんな方からアドバイスをもらうようになりました。10年目ごろでしょうか。「家賃を毎月30万払うのは、もったいないからビルを買ったほうがいい」とアドバイスされ、鶴舞の教室を閉めて、金山駅近くに自社ビルを購入しました。金山に移ったのを機に、ドラム、サックスの指導も始めました。意外にもドラム教室が人気で、3年前に自社ビルの裏にドラム専用のスタジオを建てました。今でもボーカルの次にドラムが人気です。ドラムは家で練習できないからだと思います。

—起業時やビルを購入するときなど、資金はどのように？

そうですね。知り合いでお金の専門家がいたので、アドバイスを頂きながら銀行からも低金利で借りることができました。ビルの購入も、私自身はそれほど積極的でもなかったのですが、やはり「ビルがある」という安心感や宣伝効果は抜群で、買って良かったと思います。

—なるほど。やはり存在が視覚化できる効果は大きいということですね。今、講師の先生は何人くらいいらっしゃるのですか？先生との関係は業務委託契約ですか？

先生は約30人で全て契約社員で、1人いくら、1時間いくらという感じで契約しています。

—組織を運営していく難しさって感じますか？

そうですね。難しいですね。ですので経営塾へ行ったりして、いろいろ勉強しました。開校したばかりのとき、先生全員を正社員として雇い、人件費がかさんだこともありました。金山に移転後、契約社員という制度を導入しました。先生たちはうち以外にもいろんな教室へ出向いて教えています。この業界は横のつながりがなく、他の会社がどのよ



ビル丸ごとが音楽スクール

うに経営しているのか情報が入ってこなくて、分かりません。先生が増えてくるにつれて、業界の色々な情報が入ってくるようになり、それらを参考にしながらやっています。

ープロの先生は、ある程度モチベーション高くやってくれるのですか？

うーん、やはり先生によってバラつきはありますね。先生たちは「音楽で食べていきたいけど、それだけでは食べていけないので、仕方なく先生をやっている」という人もいます。多くの先生はプレイヤーを兼ねていて、先生業一本でやっている人は少ない。ライブBARなどのお店に呼ばれて演奏するスポットという仕事はやっているけど、それだけでは食べていけないという実情があります。

ー経営者は従業員のやる気を高めることが重要な仕事のひとつだと思いますが、プロの先生たちのモチベーションアップについても何かしているんですか？

私の仕事は、先生に「ここで働けて良かった」と感じてもらうことだと思っています。先生やスタッフを幸せにするのが自分の役目で、先生はその流れで生徒さんに指導して生徒さんを幸せにする、と考えています。だから、先生たちがどうしたら幸せになるのかを常々考えています。ベタですがBBQをして交流を深めるなどもしていますよ（笑）。先生とは、3カ月もしくは半年に1度、面談をしています。継続率や本稼働率などの数字で管理しているので、数字を元に話し合っています。教える生徒が増えると収入も増える、という完全歩合ですので、先生たちも数字を上げたいと思っているはずです。プレイヤーか先生、どちらをしたいのか、何が幸せなのかを聞くようにしています。腰掛け程度の気持ちでやっている人は当然結果が出ません。本人も充実しないし、こちらも腰掛けじゃ困るわけです。何より生徒さんに申し訳ない。私は色々な心理系の資格を取得して、いろんな手法を使って先生たちと話しますが、数字を上げるのは簡単ではありません。

ー定期的に面談をしているのは素晴らしいですね。他の企業ではなかなかやり切れていないケースもよく目にします。

面談は自分の仕事だと思っています。かかわった以上はここにいてよかったと思ってもらいたい。例えば週1回だけの指導で、私に会わずに帰ってしまう先生もいます。ここで働いている以上、関係しているわけですから、その縁には何か意味があるはずですよ。人間の究極な目的は「幸せになること」です。でも何が幸せかを分かっていない人も多い。ただ惰性で生徒さんを教えるのではなく、生徒さんとも何か意味があって出会っているのだと思っています。面談では、自分の考えを押し付けないように気を配りながら「何が幸せなの？」「どうしたいの？」と聞くようにしています。



ー集客の方法で気を付けていることはありますか。

インターネットでの集客が中心です。アフィリエイト、クリック広告も行っています。古くからやっているの、ホームページはSEOでヒットするようになっていて、おかげさまで集客は順調です。生徒さんの継続率は先生によって変わり、体験レッスンをして何パーセントのお客様が成約するかなどを調べています。数字が悪ければ、先生を個別に研修します。楽器レッスンでは、先生と生徒さんがマンツーマンでレッスンをしているため、外からは先生の何が悪くて数字が低迷するのかが分からないのです。でも研修をすると、ほとんどの先生が変わります。継続率に関しては、どうしても数字が低い先生がいて、見ているとその先生の性格が影響を及ぼしているように感じることもあります。

ーなるほど。研修はどのように行うのですか。

私が生徒役をして、1対1で行います。私自身も生徒さんに教えていたことがあるので、「自分だったらこうするよ」とアドバイスします。面談すると（数字の）いい先生から「こんなことをしている」といった話も聞くわけです。それを他の先生と共有したりもします。ダメな先生もそれではいいとは決して思っていないくて、絶対、良くなりたいのです。実地研修が大切で、頭で考えても結果が出ない人もいるため、数字で示すしかありません。継続率と無料体験レッスンが何件あって何人入ったかを数字で見えています。数字が落ちている先生は肌で感じているので、何とかしたいのです。一生懸命やっているけど、生徒さんへの伝え方が業務的になっている先生もいます。「そんな言い方だと喜ばないし、せっかくお金を払ってきてくれる人に対して、どういう言い方だと喜んでいただけると思いますか？」と言って、伝え方に気を付けるようにアドバイスします。

ー伸びる先生と伸びない先生の差は何ですか。

本当はプレイヤーをしたいと思いながら嫌々先生をしている人、自己反省ができない人は研修をしても伸びません。自分は悪くないと思っていたり、プライドが高い人は伸びない。口では「なるほど」と言いますが、自分の非を認め

たくないのです。結果が出なくて苦しんでいるのは先生本人です。数字が悪くて研修をするわけですから、研修なんて嫌ですよ。だからなぜ研修しているのか、そこから話します。話し合いながら、解きほぐすことで人間関係が良くなり、感謝が生まれます。伸びる先生になってくれると自分も嬉しいし、生徒さんがファンになってくれる。もう、嬉しいことしかないのです。それを邪魔しているのはプライドだと気づいてほしい。プライドが高くて、気づいていない先生は、本当にもったいないと思います。

一面談でのコツはあるのですか。

繰り返し、繰り返し、その人が何をしたいのかをしっかりと見つけて、伸ばすことだと思います。皆一生懸命生きていて、自分が悪いとは思っていないし、これでいいと思っています。だけど、結果が芳しくないから、不満が生まれる。伸びている先生は「ここで働かせてもらって、本当にありがたい」と言ってくれます。幸せな人は輝いているし、感謝の言葉しか出てきません。そうじゃない人は、不平・不満を感じています。なぜ不満があるのか、そうしている原因は自分にある、ということに気付かない。伸びない先生は「私のレッスンにくる生徒は意欲なく来ていたり、情報だけを取りに来ている」と生徒のせいにします。でも私はその先生がそういう生徒を引き寄せていると思っているので、「別の先生はこんなに生徒さんを入れてますよ」「どうしたらいいと思いますか?」「なぜだと思いませんか?」と質問し、自分の問題として考えられるようにしています。あと内観研修は絶対に行くべきです。

一富山の北陸内観研修ですよ。

2年前に行ったのですが、自然の中で自分を見つめる、ということをしっかり行う研修です。経営者の勉強会の仲間が4,5人行きだして、全員が良い意味で変わったことにびっくりしました。2,3回リピートする人もいます。私もその話を聞いてから、実際に行くまでに3,4年かかりましたが衝撃的でした。研修は親への感謝から始まります。普段から「ありがとう」と言ったりしていますが、めちゃめちゃ感謝が浅かったということが分かりました。研修費は社員については経費で、契約社員である先生には私が個人的にお金を出すから行ってほしい、と話しています。社員は全員、契約社員で2,3人研修に行ってくれました。もちろん私の個人的な感想ですが、人間が活着しているうに行かないといけな場所だ、と言ったら言い過ぎかな(笑)。でもそれくらい私にとっては大きな影響を与えてもらった場所です。感謝でいっぱいになり、心の底から鳴咽する経験をしました。

—そうなんですね。ちょっとチェックしてみます。ところで、安藤社長にとって大きな挫折って何ですか。

大きな挫折は、会社でいじめられていた時で、1番しんどかったですね。その次の大きな挫折は2,3年前ぐらい、業績がガクッと落ちた時のことです。生徒が減って、社員にボーナスを出せないこともあったのですが、「そんなこともあるよね」ぐらいにとらえて、深刻に考えていませんでした。それまでずっと業績が順調だったので、少しあぐらをかいていたのです。ある時、社員が泣きながら「社長、無料体験レッスンの予約がぜんぜん入っていないのを知っていますか?何もしないのですか?」と言ってきました。私は対策として、ホームページの作成業者を変えることを検討していたのですが、頼んでいたのが友人で、彼は一人で事業をやっているで仕事が遅かった。社員からするとそんなところに任せてほしくない、という感じです。当然ですよ。生活もあるし、お金も必要です。泣きながら言われた時に、めちゃくちゃ反省して、泣きながら社員に謝罪しました。すぐに新たなホームページの制作業者5社ぐらいいに来てもらい、見積もりを取り、新しいホームページに作り変えました。新しく舵を切ったときから、生徒が増え出してきて、今は過去最高に生徒が伸びています。ホームページの管理もフェイスブック更新も毎日、自ら行っています。社員のことを深く考えて行動すると、結果がついてきます。社員の泣きながらの訴えを深刻に受け止められず、甘えていたのが2番目の挫折です。

—そうなんですね。でもそこですぐに社員さんに謝罪して、社長自身の考えと行動を変えられたことは、本当に素晴らしいですね。さて最後の質問ですが、安藤社長とこのアイズミュージックアカデミーの今後はどんな計画ですか?

ご縁を信じるタイプなので、かかわる人たちすべてに幸せになってほしいと思っています。弊社の仕事は、歌がうまく歌えない、楽器が上達しないなど、悩みを抱えている人が多いです。「もっとうまくなりたい」「もっと上達したい」という気持ちの奥底には、「目立ちたい」「認められたい」という欲があります。どうしてそう思うかをわかっていない人が多い。そこに気づいてもらうサポートもしたいですね。かかわらせてもらう以上、「よかった」「幸せになった」と思ってもらえるようになって欲しい。まず先生に気付いてもらって、思いを共有でき、広げていける会社にしていきたいです。

—素晴らしいビジョンですね。今日は仕事のヒントになるお話をたくさんしていただきました。ありがとうございました!🙏

【プロフィール】

安藤尚範 あんどうひさのり 1974年愛知県生まれ
有限会社アイズボーカalsスクール 代表取締役
アイズミュージックアカデミーの運営
会社HP <https://www.ays-vocal.net/>



豊田礼人(とよたあやと)
レイマック・コンサルティング代表
「クライアントの成功が私の成功である」がモットー。

「本質」へ回帰する世の中

今回は「本質への回帰」というテーマについて考えたいと思います。

■集中から分散へ

コロナにより、生活様式や考え方などが変化しつつあります。まず感じるのは「分散化」という現象です。今までは集中して、一括して、皆で一斉に、という生活様式や働き方にメリットがあるとされてきました。都市に集中して住み、毎朝一斉に会社へ通勤し、春に一斉に就職し、決まった時期に一斉に休日を取るというのが、古くからの日本の型であり、それが合理的だと見なされてきたわけです。

そこへコロナ。コロナ禍では「集中・一斉」が嫌われ、「分散・個別」が好まれるようになりました。3密回避のためにリモートワークが進み、田舎に住んだまま遠隔で仕事ができるし、リゾート地を旅行しながら仕事をする「ワーケーション」というライフスタイルも注目されるようになってきました。つまり都市や会社に集まることなく、地方や自宅に分散したまま仕事をすることが奨励される世の中になってきたのです。

そうなれば「通勤」というものがなくなるし、通勤するにしても個別に時間差をつけて出勤し、分散させます。また、政府が2021年の新年の休暇を1月11日まで伸ばすことを企業に要請すると発表しましたが、これによって初詣での分散、帰省ラッシュの分散などが想定されます。

■本質への回帰

このような分散化の流れは、コロナに対応するという要請から起きたわけですが、一方で、そもそも人間が人間らしく生きることに回帰しているのではないかと感じます。都心の通勤ラッシュはとても人間らしいとは思えませんし、毎日何時間もかけて会社に通勤するということは、豊かな生活を送るという面から言えば甚だ無駄です。その時間を家族と過ごすために使ったり、自分の趣味ややりたいことに当てた方が、よっぽど人間らしい生き方だと言えます。休日も分散して取得した方が混雑も緩和され、皆が快適に過ごせます。つまりコロナによって起きた「集中から分散へ」という流れは、「人間としてのより本質的なことへの回帰」なのではないか、と思います。



サバのチップス サバチ

■ビジネスにおける本質的に重要なこと

ビジネスにおいても、より「本質的」なことが重要になっていきます。ビジネスにおいての本質的なことのひとつは、ターゲット顧客にとってより良い商品を提供することです。見せかけや売り方云々など表面的なことの前に、顧客にとって本当に良い商品であること、つまり商品そのものの良さが問われるという、当たり前すぎるぐらい当たり前のことがますます重要になってきています。

好例が、最近のヒット商品として話題になった「サバチ」です。これは香川県の味源(あじげん)という食品メーカーが今年(2020年)2月に発売したサバ70%配合の魚チップスで、出荷個数150万個を超える大ヒットとなった商品です。サバ好きな西山泰和社長が、タイにあった魚のチップスを日本で商品化したいと考え開発しました。特長は、タイのチップスは魚の使用量が50~60%であるのに対し、サバチのそれは70%。この含有量の多さが他にない美味しさという食品としての本質的な強さを生み出し、大ヒットとなったのです。食品として美味しい、ということは本質的なことであり、これを満たしていればこそ、売り方や見せ方がより効果を発揮することになります。大して美味しくない商品を宣伝広告や価格の安さで何とかしようとしても、そういうことは見抜かれる世の中になっていきます。コロナ禍により「本質化」しているのです。

前回のこのレイマックプレスでインタビューした真野文宏さん。愛知県の南知多地区でベビーリーフやエディブルフラワー(食べられるお花)を生産している農家さんです。真野さんが作るベビーリーフはその圧倒的な味の良さから、全国の星付きレストランから指名買いが来るほどの商品力を持っています。特に営業や宣伝をしなくとも、レストランのシェフたちの方が真野さんの噂を聞きつけ、オーダーをして来るのです。つまり、商品として本当に良いものであるという本質的な強さが、それを必要としているお客様を引き寄せているのです。コロナ禍の緊急事態宣言でレス

トランの休業要請が全国的に行われてことで注文が激減した際には、新たに一般消費者向けにネット販売を開始。その時にもその商品の強さで順調に売り上げを確保したそうです。商品が良いと、過度な営業や宣伝は必要としないということです。

■会議も変わる

会議のやり方も本質的なものへと変化していくでしょう。今までは関係者全員が参加し、会議の間一言も発言しない人がいたりしましたが、そういう参加の仕方は見直されていくでしょう。オンライン会議になると、「ただいるだけ」の人の存在感は限りなくゼロに近づきます。リアルの場合では許されていたことが、オンライン化することでその無駄さがあぶりだされ、淘汰されていくことになります。会議の本質とは、組織の意思決定をすることであり、そのために必要な意見を出し、議論を深め、1人で考えるよりもより良い答えを見つけ出すことです。会議をすること自

体にはさほど意味はなく、そこに参加するだけで意見を出さない人を許容することは、本質的なことから外れます。

■歴史に学ぶ

AIやデジタル化の進展により、新たなビジネスのやり方がどんどん現れていきます。それと反対に、コロナをきっかけに、本質的なことがよりクローズアップされ、その周辺にある枝葉のことや、中途半端な無駄ことはそぎ落とされていくでしょう。本質的なことというのは、どんなに時代が変わろうとも変わらないものでもあります。変わらない本質的なことを知るためには、歴史に学ぶのが最も効率的です。何年たっても変わらないことこそ、ビジネスにおいても人間の社会生活においても本質的に重要なことであるはずで。古典に学ぶのも良いですし、ここ10~20年で起きたことを振り返って調べてみることも有意義です。混乱する時代においてこそ本質的なことを見極める目を養っていくべきです。📖



■オススメ度 ★★★★★

- ★★★★★ 読まないと損をする
- ★★★★★ 読み応えたっぷり、お薦め
- ★★★★ 読み応えあり
- ★★★ 価格の価値はあり
- ★★ 人気作だがピンとこなかった

あなたの読書時間を大幅短縮

気になる本を1分解説

レイマック豊田が最近気になった本を読み、その要点をズバットお伝えします

『嫌なことノート』 嫌なこと普及委員会 著

ポイント1 嫌なことを書いて、自分から切り離す

自分が嫌なことをノートに書きだす。毎日書き出す。ノートに書きだすという行為は、いったん自分からその事柄を離す効果がある。人間の思考の7割はネガティブなことで支配されているが、これを切り離すことで、自分の頭の中を正常に引き戻すことができる。

ポイント2 嫌なことへの対応次第で一流になれる。

「三流の人は、人の話を聞かない。二流の人は人の話を聞く。一流の人は人の話を聞いて実行する」と将棋の羽生善治さんは言った。これは嫌なことへの対応でも同じ。一流の人は、自分の嫌なことに向き合い、そしてその嫌なことを解決するように工夫できる人である。

ポイント3 ヒット商品は「嫌なこと」から生まれる

嫌なことを活用すると、仕事のアイデアがどんどん湧いてくる。世の中にある商品やサービスは、その多くが「嫌なこと」を解消するために生まれたものである。嫌なことノートに書き溜めて、それを解決する商品やサービスを見つけ出せば、ビジネスで大きな成果を生むことができる。

仕事をしていれば嫌なことにたくさん出会う。プライベートでも同じく嫌なことは起こる。これらをノートに書きだすことによって自分から切り離し、自分がどういうことを嫌に感じるのかを知ることが、成長の第一歩となると著者は説く。さらにその嫌なことを解決するように工夫したりアイデアを出したりすることで、人間はさらに成長していくのだという。そもそも世の中の商品は人々の「嫌なこと」を解決するために生まれたのだから、「嫌なこと」に客観的に目を向ける癖をつければ、仕事上に大いに好影響があるはずだ、というのがこの本の主旨である。とてもシンプルですぐに実行できる。本の中で紹介される「嫌なことの例」が会社内での上司や後輩との関係性から起こることばかりだが、それだけ会社の中には嫌なことが充満しているということだろう。ということは会社の中はアイデアの種の宝庫だということだ。

豊田の
結論



あなたは「良さそう」に見えるか

(第678号)

■良さそうに見せる

僕たちがモノやサービスを買うときは、それによって自分が抱えている問題が解決できると思うからこそ、お金を払います。例えば、僕たちが歯医者さんにかかるとき、その先生に診てもらえば、症状が治ると期待するからこそ、その先生にかかるのです。ですが、その先生が提供する医療サービスが、本当に自分にとって良いものかどうかは、サービスを受けてみないと分かりません。なので、商品やサービスを買ってもらうためには、買う前に「良さそうに見える」ということが重要になります。受けてみないとわからないけど、お金を支払わないと受けられない。だから、買う前に、良さそうに見せることが大事になるのです。

■ターゲット顧客からみて、良さそうか

良さそうに見せるためには、当然、まず「見た目」を良くすることが必要です。

飲食店であれば、美味しそうなメニュー写真、美味しそうなネーミング、美味しそうな店外・店内の雰囲気、美味しそうな盛り付け、等についてきっちり整える。

お医者さんであれば、清潔そうな外観、WEBページ、優しそうな先生や看護師さんの笑顔の写真、等に気を配り、「良さそう」に見せることが大切です。

お客様の前に立つ仕事の人は、身なりを整えて、清潔に、できればおしゃれにしておくことも、また話し方をトレーニングしておくことも、すごく大事だと思います。この時、「ターゲット顧客から見て良さそうに見える」、ということを軸に置くおくことは、常に意識したいことです。

■商品やサービスの使い方

また、その商品の使い方を、色んな事例を見せながら説明することも大事です。

バーミキュラという鍋のサイトを見ると、バーミキュラを使ったレシピや出来上がった料理の写真が並んでいて、この鍋を使うとこんなに美味しそうな料理ができますよ、というメッセージを発信しています。これによって、この商品を買うことで実現できる「嬉しいこと」が具体的にイメージできます。そのとき消費者は「良さそうだ」と購買意欲が動きます。

(参考：バーミキュラ <http://www.vermicular.jp/>)
サービスを売っている会社であれば、そのサービスをどん

なステップで提供するのかを、具体的に示します。またその各ステップを実施する理由や根拠も示すと良いです。

さらに、サービスを提供する場所や、提供する人間の写真を添えて説明すると、より「良さそうだ」と思ってもらいやすくなります。

ライザップのWEBサイトを見ると、痩せるために、各サービスのステップで何を、どのように、なぜやるのか？ということが「これでもか!」、というくらい書かれています。また、お客様の声を大量に掲載することも重要です。ちょっとではなく、大量に乗せることで、信頼性を担保することができます。高い商品・サービスであればあるほど、このあたりをきっちりやらないと購買に結び付きません。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？僕が売っているのは「コンサルティングサービス」です。これも、受けて（買って）みないと分からない典型的なもののひとつです。

ですからこういうサービスを売っている業者は、「お試し無料サービス」を用意します。ちょっとサービスを受けてみて、良さを感じてもらおう、ということです。

僕は無料ではなく、「単発コンサルティング」という形で、少しお金を頂いた上でコンサルティングを提供しています。というのも、無料で、ちょっとだけコンサルティングをします、というのがなかなか難しいのです。つまり、「中途半端に少しだけアドバイスする」というのができないんですね。途中まで話して寸止めして、「ここから先は有料です」というのも、ちょっと性に合わないというか。ですので、お金を頂いています。

一方で、プロモーション上は「良さそうに見える」ように、結構ガンバッテます。笑顔の写真を載せるとか、コンテンツをしっかりと提供するとか、メルマガ、ブログ、ニューズレター、セミナー、などを定期開催することで、信頼感を醸成し、「あいつ、良さそうだ」と思ってもらえるようにしています。スモールビジネスの場合、商品やサービスに加えて、提供する人そのものが商品になるので、その人を良さそうに見せることはめちゃくちゃ重要です。自分の商品・サービスが良さそうに見えるか。そして、自分は良さそうに見えるか。僕も改めてチェックしてみます。ぜひあなたも。

応援しています。🍀



レイマック豊田の ひとりごと..

レイマック・コンサルティングの豊田礼人が(たぶん)役に立つと思われることを勝手に取り上げ、勝手にぶつぶつ、つぶやきます。

今月の トピック

鞭打って、久しぶりにプールへ行った話

コロナでやめていたプール通いをようやく再開しました。

もう少し早く再開するつもりだったのですが、自分の弱さから先延ばしにしていました。たるんできた体を引き締めなきゃいけないのに、やはり泳ぐのは疲れるので、何かと言い訳をつけてやらない自分を正当化する…。

「プールでもコロナに感染するのではないか」「プール側の対策が万全ではないかもしれない」などと、やりたくないもんだから、アレコレ理由をつけて先延ばしにする弱い自分。もちろんプール側は万全の対策で、何の罪もない。

意を決してプールに行ったら行っただ、ノルマとして自分に課している「25メートルを往復20本」の途中で逃げ出そうとする。

「いきなり無理をしない方がいいんじゃないか」「明日からの仕事に支障が出るほど疲れたら困るから今日は10本にしよう」など理由をつけ、途中でやめさせようとするもう一人の自分。

人間って本当に弱いよな…と痛感します。一方で、やめさせようとする悪魔のささやきを振り切ってやり切った時に得られる達成感。この感情をかみしめて体に覚えこませることこそが、何かを続けるコツなんですよ、と思います。

つらいけど、引き続き頑張ります。🏊‍♂️

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

レイマッククラブのセミナーは、新型コロナウイルスの感染拡大のため、しばらくの期間、開催を見合わせています。

再開の時期については、新型コロナウイルス感染者数などの収束状況を見ながら、決めていきたいと思っています。

また、オンラインセミナーの開催も合わせて検討していこうと思っています。今後のことはまた改めてご連絡していきます。

今後ともよろしくお願いします。 豊田



定期購読をご希望の方は、レイマッククラブにご入会ください。詳細は当方のHP(レイマックで検索)にアクセスして頂き、ご確認ください。

■正会員 2,200円
(月額)
■入会金 5,500円



Raymac