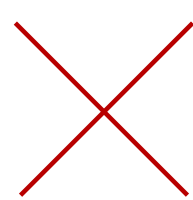


Club33 The inspire & Angels

安定した経営で
大切な人と世界を幸せに

経営思考



幸福資産

保存版



経営哲学 マーケティング ブランディング 商品設計 集客導線 LTV 店舗経営

大切な人を幸せにしながら
お金に恵まれるための「最初の一步」が凝縮

初心者必読

全 133
ページ



はじめに

物事を変えるためには「影響力」を持つこと

- 「貧困問題を解決する」
- 「教育を変える」
- 「幸せな日本人を増やす」
- 「得意なことで輝ける人を増やしたい」
- 「健康を疎かにしない社会を作る」
- 「一人でも、多くの命を救う」
- 「殺処分、ゼロ」

それぞれ、抱えている想いがあり、
より良い世界、より良い社会を想っていることでしょう。

必要とされる時に、
力になってあげられるように。

心を磨いて、
影響力を高めていく。
器を大きくし、貢献の幅を広げる。

率先して 経験値を高め、
挑戦でインスパイアして
失敗を誰かの勇気とし、

視野を広げる
視座を高める
発信する、影響力を高める
発言に存在感を持つ
一人ひとり、それぞれが影響力を高め
この世界を、より最高なものにしていく

What legacy will you leave for the planet?

この世界に、何を残していくか？

未来の可能性を信じて、私たちは進み続ける。

前書き

はじめまして、石尾ミミです。20代からの会社経営を経て、34歳で家族セミリタイア、
大好きな家族と地球一周分の旅、大好きな読書、海外での学びを楽しみ、
現在は、会社顧問・エンジェル投資家として 教育系やITスタートアップへの出資・投資、
ダボス会議参画組織の顧問や米国NGOの理事をつとめています。
大好きな家族との時間を大事にしながら、「道を切り開いて、次の世代に渡す」ことを目的に、
ニューヨーク環境投資テックサミットでのパネル登壇、欧州での投資家フォーラム登壇、
スラムの子どもたちを日本に招待してのチャリティディナーなど、
「関わった人たちの人生を変えるきっかけ作り」「大切な人との時間を大事に生きる人を増やす」
ことに、自分の時間を使っています。

本書では、石尾が立ち上げた「社会貢献クラブ / 国際人財バンク・クラブサーティスリー」で
話している大事な事柄の中から「安定経営をしながら大事な人を幸せにする方法」について
一部を解説しています。

この本を読んでいる人の中には、

今年こそしっかり
経済構築をして
お金に恵まれたい

大事な人との
時間を楽しめる
人生にしたい

これからの
生き方に
迷っている

という人も、いるかもしれません。でも大丈夫、
あなたの人生は、まだ、これからいくらでも激変する可能性があります。

Nothing is impossible. （不可能なんて無い）

ぜひご自身の人生を、あきらめないで、さらに良いものにしていきましょう。
この本はきっと、あなたの人生を変える良いインスピレーションを与えてくれますよ！
それでは、読み始めてみましょう。

経営思考 × 幸福資産



01

経営者の役割

CHAPTER 1

社会貢献クラブ「Club33」には、起業家・経営者が多いので月に1回のレクチャーでは、

『知っておくべき資金調達・正しいお金の使い方』
『選ばれる人のポジショニング・ブランディング』
『他と差をつけるためのメディア戦略』
『影響力を高めるには』
『海外人脈の作り方・登壇の裏側』
『命の時間を濃く生きるための使い方』
『反応率を高める9つの秘訣』 など

経済力を高めていただくための話も多いです。

なぜなら、「**経営者の役割は 利益を出して、社会に還元すること**」という、私たちの共通認識があるからです。

経済人として（＝「経世済民」）

この世界により影響を届けていくためには
「心の余裕」と
「経済力の余裕」を作っていく必要があります。

社会に還元するために利益を出す

『ノーマージン・ノーミッション、
利益を生まないところにミッションはない』
By スティーブンコヴィー博士

パナソニックの創業者である松下幸之助氏によって創設された
「PHP研究所」のPHPとは、“Peace and Happiness through Prosperity”という
英語の頭文字をとったもので
“繁栄によって平和と幸福を”といった意味があります。

理念と経済、両方実現できる方法を追求していく。

助けたい人を助けられるようになる
守りたい人を守れるようになる
そのために、影響力・経済力をつける、のですね。

ビジネスを通じてどう社会問題を解決していくのか？

あなたのビジネスは本当はどんなビジネスで、
どんな社会課題を解決するものか？

「どうやって人の役に立てばいいか、まだ分からない」という方は
情報・経験が不足しているので 実際に見にいきましょう。

皆さんの関心の輪の広さは、影響力の大きさに比例します。
視座を高くしていくことで、事業は成長します。

社会の流れにアンテナを張り、関心の輪の範囲を広げていくことで、
自分たちがやるべきことがはっきりと見えてきます。
皆さんは、普段何を見ている？ 周囲の環境はどんな環境？

「どんな社会問題を解決するか？」
これを言語化した時が、あなたの本当の事業のスタート。

あなたの事業は、どんな社会課題とリンクするものですか？

Today's Pick UP



2023年、石尾が支援をしている米国NGOワールドビーイングの活動でインド最貧州のビハールへ。
Club33 会員でもある、森社長・柴田社長・岡崎氏と、現地の学校を周り、先生や子どもたちと交流。
2024年の4月には、再会したスラムの少女たちを日本に招待し、政府関係者のゲストとともに、
チャリティディナーを行いました。「初めての海外・初めての飛行機。この教育プログラムを通じて
人生が変わった私が、今度は同世代の子達をインスパイアしていきたい」としっかりとスピーチをして
くれたプリちゃんをはじめ、海を超えた子どもたちの変化が生まれたのも、森社長・柴田社長・岡崎氏、
3名の経営者や、他にも支援に参画くださった方々がしっかりと想いを持ち事業で収益をあげた結果です。
こちらのNGOでは長年の活動が認められ、クリントン財団やビルゲイツ財団・カルティエ財団にも賛同を
もらっており、引き続き 森社長（株式会社アティーバ）や会員の皆さんと共に、笑顔をお届けしていきます。
※ このほか、Club33では、日本国内外複数のNGOやNPO、団体を支援しています。



私たちが日本に招待したスラムの少女の母親は強制結婚により14歳で出産。
視察時にヒアリングした学校の教師によれば、

「以前は子どもたちは勉強に集中できない環境だった」とのこと。
親の労働強制・女子生徒への性被害・ハラスメント・強制結婚など、
インド最貧エリアであるビハール州では学校に壁もない現状でした。

私たちが支援をしている米国NGOワールドビーイングの教育プログラムを通じて、
精神的・身体的な健康維持や学校への参加率・成績を向上。
優秀な成績で無事卒業できる子どもの数が増えました。

- ・教育の推進
- ・地元教師の育成
- ・男女間の不公平
- ・ビハール州の若者の自己主張力
- ・社会的スキル
- ・人間関係を育む ことを目的とし、

ビハール州政府教育局と提携し、州内の教室で指導ができる
約1,000人の政府マスタートレーナーと13万人の学校教師を養成しています。
2025年4月からは、ユースファーストのカリキュラムがすべての州の
教科書に組み込まれ、3万5千校で年間350万人の生徒が学ぶこととなります。

WorldBeingがプロジェクトを立ち上げた背景には、
「**子どもたちの教育格差・体験格差を無くしたい**」という想いがあります。

実際に、経済的ウェルビーイングと個人のウェルビーイングは切っても切れない関係にあります。

ワールドビーイングでは、マイクロファイナンスの自助グループに所属する低所得層の女性たちのために、**心のウェルビーイング、経済力の向上、自立、意思決定**といった重要なライフスキルを向上させる金融教育とウェルビーイング教育を届けています。

例えば、インドの農村部でマイクロファイナンスグループに所属する女性たちを対象に、週1回計18回、1時間のセッションの実施、強み、目標設定と計画、感情的知性、コミュニケーション、問題解決などを学ぶ研修を実施。ワールドビーイングのトレーニングを受講した**地域の女性たちが講師役**となり、セッションを届けています。

講師役となった女性たちも、トレーニングを通じてより「**強くなった**」「**人生を自分で作っていけるんだという意識に気付いた**」「**子どもたちを守れるようになった**」など変化があったことを教えてくれました。



▲ 自身の変化について語ってくれた地元の教師たち

2024年4月 旧李王家東京邸でもある赤坂プリンスクラシックハウスにて
チャリティ・ディナーを開催。インド・スラム出身のプリヤンカさんや、
内閣官房長官夫人、米国NGOメンバーたち、利他の心を持った経営者陣など
約50名のみなさんで少女の夢を叶えるディナーを行いました。





きっかけは 2023年のインド視察時。教育プログラム成績優秀者として選ばれたスラム出身の少女、プリヤンカさんとお食事の場にて、「いつか日本に行くのが夢」「ミミさんから色々学びたい」と、何度も言いにくてくれた彼女。

彼女の母親は14歳で出産し航空チケットを買う余裕などはもちろんないので「いつかの夢だけ」と。「じゃあ、日本で会いましょう」と、サプライズ招待。

株式会社アティーバの森睦美さんなどClub33のみなさんが温かく迎えてくれ、ディナー会は素敵な時間となりました。

プリヤンカさんは、「周りで唯一、初めて村から出た」「初めて飛行機に乗った」と喜び、

「村の全ての少女たちの夢を、自分は今 叶えている。今度は自分が周囲の人の光になりたい」と、語ってくれました

14歳くらいに見えるほど小柄なプリヤンカさんですが、実は18歳。

栄養失調でこの地域の子ども達はみんな小さく育つのだとか。

「次は、自分が他の子たちの夢を叶えたい」と、力強くスピーチしてくれました。

日本国内外、育った環境による「**教育格差・体験格差をなくす**」ことが、私たちの願いでもあります。

Today's Pick UP



ワールドビーイングの寄付者の一人でもある **株式会社アティーバ代表取締役、森睦美社長**は、「日本の人々を健康に」との想いで、15年食品会社を経営しており、「**発酵食品**」「**健康食品**」などのテーマで、複数のメディアやテレビにも出演。7冊の本の著者でもあり、スタッフからも慕われる経営者です。

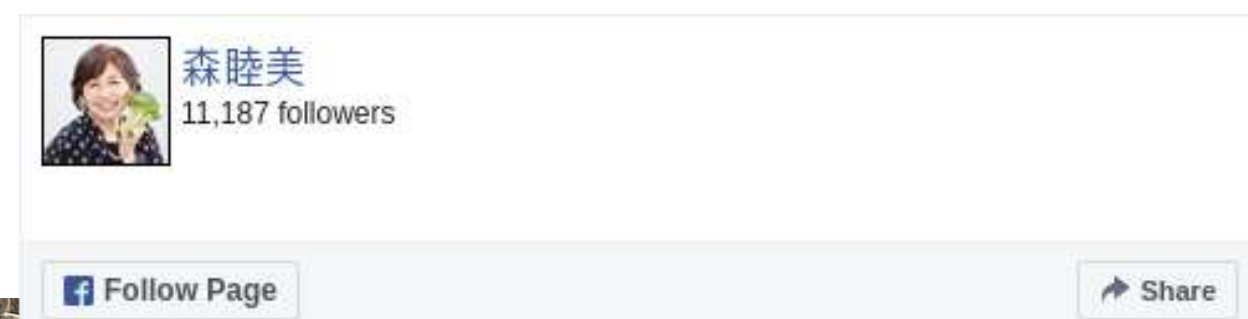
「**自社の商品で途上国の子どもたちに栄養を届けたい**」と、開発をした商品「**HAKKOH+（発酵プラス）**」というドライパウダーは、持ち運び便利で、栄養分たっぷり。

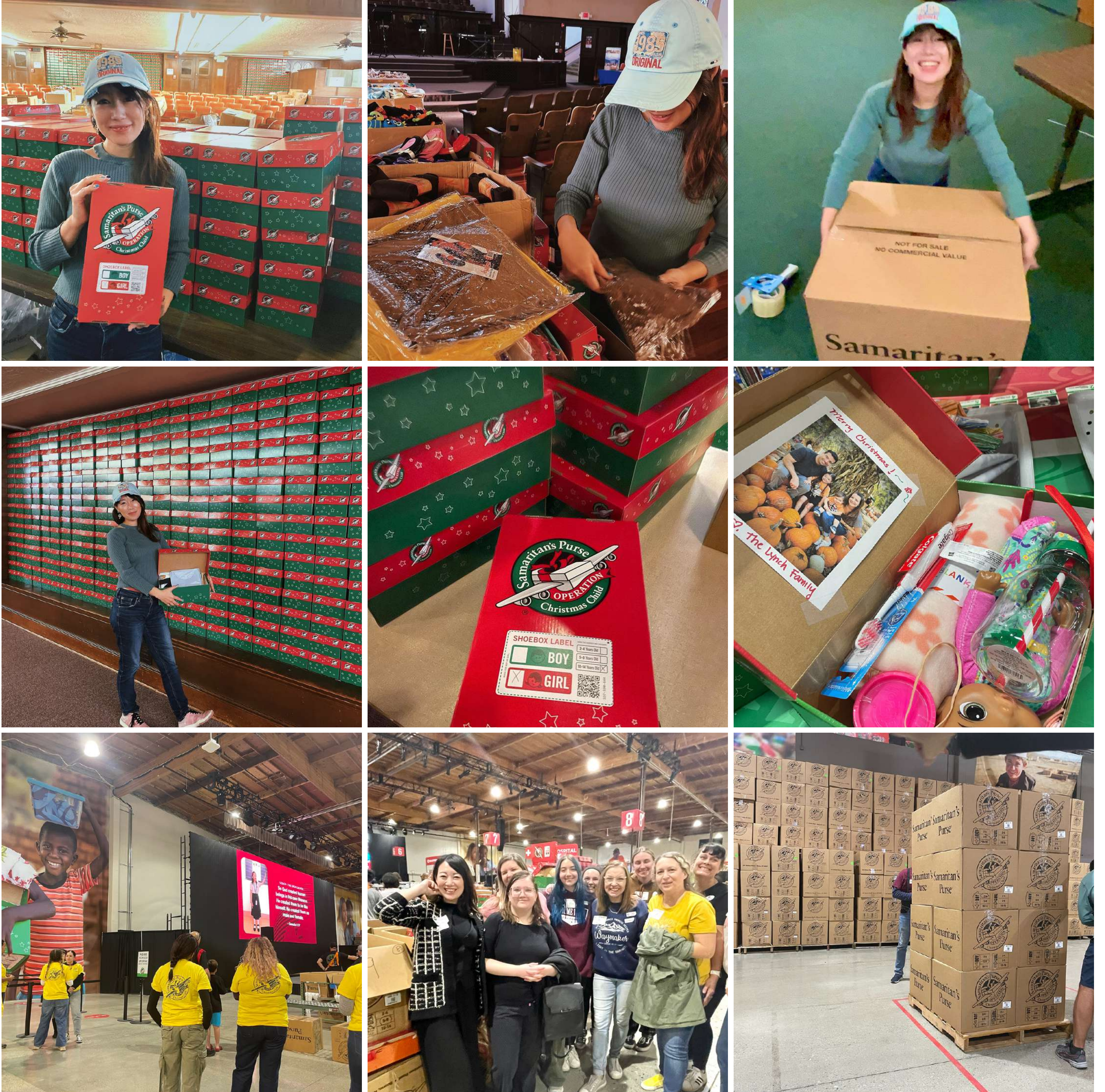
先日、Club33を通じてイヴ・サンローラン / ウブロの元社長がこの商品を試したところ、「最初は半信半疑だったのが、**パウダーを入れて置いておいたワインが格段に美味しくなっていてびっくりしたよ**」とのお墨付きもいただきました。

「足が悪かったのが歩けるようになった」「体調が悪かったのが元気に」と、**健康改善されたエピソードが全国から届く**などたくさんの実績も。

「**会社経営を通じて利益を出し、途上国支援や日本に還元していきたい**」といつも、途上国支援や震災被災地支援への想いを語ってくださいます。想いに共感をする方は ぜひ繋がっていただきたい素敵な経営者です。

(森社長のFacebookはこちら >>>)





例年 11月には、ロサンゼルスで、「Samaritan's Purse」の活動に参加します。
 11月は米国での大きな祝日「感謝祭（サンクスギビング・デー）がありますし
 12月にはクリスマス。10月～1月のこの時期は、石尾も大好きなホリデーシーズン。
**孤児など恵まれない子ども達のために、全米からボランティア・クルーが集まって、
 ホリデーギフト作りが行われます。**
 各地から届いたおもちゃ・文具などを、1週間かけて、ギフトパッキング。
送り主ファミリーの写真や、子どもたちに宛てた手紙なども添えられていて、
 作業をしている私たちも思わず笑顔になります。
 国外に送られるボックスは**1日に何万個にもなり、170カ国の子どもたちのために
 送られます。**箱はバーコードごとに**追跡可能となっていて、自身がスポンサーと
 なった箱がどの国の、どこに着いたのか把握**することができます。
 内封した手紙の返事が来ることもあるそうですよ！

みんな音楽をガンガンにかけながら、踊りながらギフトボックスを詰めたり、
 互いに**明るく声を掛け合ったり**。キリスト教など宗教の影響もありますが
当たり前に「隣人によいことをする」が文化になっていることを実感します。
 義務感からではなく、楽しみながらチャリティ、
 多くの方にもぜひ、加わっていただくと良いと思います。

<https://www.samaritanspurse.org/>

何のためにビジネスをするのか

日本の実業家であり、松下幸之助氏、稲盛和夫氏が学んだとされる
中村天風氏の著書『運命を拓く』の言葉

「我は今、力と勇気と信念とをもって甦り、
新しき元気をもって、正しい人間としての本領の発揮と、
その本分の実践に向わんとするのである。

我はまた、我が日々の仕事に、溢るる熱誠をもって赴く。
我はまた、欣びと感謝に満たされて進み行かん。

一切の希望、一切の目的は、厳粛に正しいものをもって
標準として定めよう。

そして、恒に明るく朗らかに統一道を実践し、ひたむきに、
人の世のために役だつ自己を完成することに、努力しよう。」

[中村天風著『運命を拓く』（1994）より]

おすすめの一冊

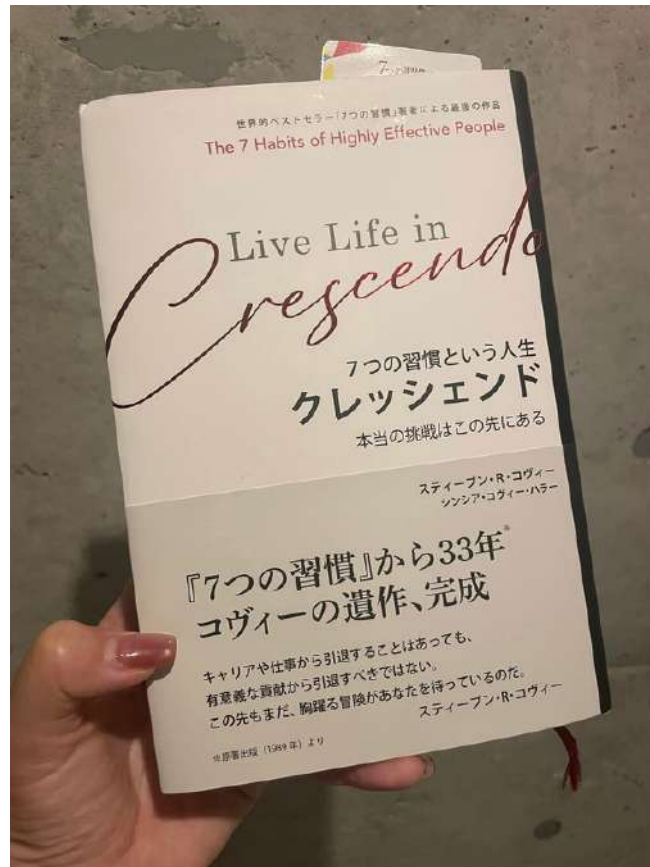
全世界で3000万部超えのベストセラー本 「7つの習慣」

石尾が新卒入社した経営コンサルティング会社で配属されたのが
「7つの習慣」を取り扱う部署でした。

スティーブン・R・コヴィー博士によって書かれ1996年に出版された書籍。
約200年分の「成功」にかかわる文献を調査し、誠意、謙虚、勇気、正義、
忍耐、勤勉、節制、黄金律といった、不変の「原則」に基づいて素晴らしい
人格を育てるための習慣がまとめ上げられた名著。かなり分厚く、
中身も濃いので1冊読んだだけでは本当の意味で理解ができない人も多いでしょう。
石尾 本人も、7つの習慣部署で働いていた時には
まだ本当の意味で理解しておらず、
何年も経った頃に、7つの習慣が自分の人生に
もたらしてくれたものを見て
「(日本の) ビジネス書・自己啓発書にはこれ以上の
ものはない」と理解したのでした。

**2023年に発売された続編「7つの習慣という
人生クレッシェンド」は
人生の後半を貢献と成長に生きる、**という内容で、
とても共感しています。

この本の出版元は、実は石尾の古巣の会社。
(数年前に対談させていただきました)
いつか、メンバーさんとも再度 コラボできたら素敵です！



社会に還元するために
利益を出す

理念と経済、両方実現
できる方法を追求して
いく。

助けたい人を助けら
れるようになる
守りたい人を守れる
ようになる

そのために、
影響力をつける。



CLUB33
THE INSPIRE & ANGELS

経営思考 × 幸福資産



02 商品設計

CHAPTER 2

理想のお客様は誰か

自分は誰を幸せにしたいのかを明確にしておくこと。
ビジネスの目的が、お金儲けのためだけになっていたら、
当然、良い結果にはつながりません。

- ・ **誰を幸せにしたいのか**
- ・ **どんな人と 人生のお付き合いをしたいのか** （理想のお客様）

- ・ どんな方のお力になりたいのか
- ・ どんな感情にして差し上げたいのか
- ・ 自分がその方々をお連れしたい理想の未来はどんな世界か

そこにフォーカスするとともに、
常に 幸せにしたい相手やお客様からのフィードバックに耳を傾けてください。
あなたが幸せにしたいと思っている人たちが、どんなフィードバックをくれているのか、
もしくはどんなフィードバックをもらえたら自分の役目を果たせていると言うことになるのか。

望む通りのフィードバックが返ってきたならば
きっとあなたは理念の軸に沿ってビジネスができているのでしょう。
もしお客様から良いお声が返ってきていないのであれば、軸がぶれている可能性がありますよ。

お客様の声は、自分の軸がぶれているかどうかの大切な指標になります。
常に、意識をしておきましょう。

何でも引き受ける、何でもコラボする、ではなく、
人生の時間をどんな方と一緒に過ごしたいのか
どのような方を理想のお客様としたいのかを定める。

◆誰を幸せにしたい？ （ビジネス・プライベート）

自分を今まで慕ってくれたり、商品を買ってくれたり、ずっと継続してくださったお客様、
得意なお客様の層はどんな層か？

- ・ どんな職業、どんな年齢層、どんな境遇にいる方か。
- ・ その方々と付き合っていて、そこに成長はありそうかどうか
- ・ ワクワクするかどうか

事業が行き詰まった時に問いたい質問

人生を通じてお付き合いをしたいような、「理想のお客様」は？

ちなみに、石尾が社会貢献クラブで一緒にいたい方は

- ・他の人を思いやる 利他の心を持ち
- ・社会の役に立ちたい思い
- ・まっすぐで素直な心
- ・前向きに人生を進んでいく良い心 を持つ方々。

審査があるため、クラブ・サーティスリーには まさに利他の心を持つ
素敵な方々が集まっています！

オプラ・ウィンフリーやジェイミーフォックスといった 海外セレブ御用達の
一流フォトグラファー、M氏がクラブ33のために撮影会をしてくれた際には
後日までたびたび、「**Club33のみんなのポジティブなエネルギーは最高だった！**」
「**本当に楽しい日だったよ**」と、語ってくれていました。

是非、皆さんも人生で長くお付き合いするお客様と、
素敵な出会いをしてくださいね！



売れる商品とは何か？

1) 相手の需要や困っていることの解決になること

- ・ 緊急性があること、
- ・ 今すぐでもお金を出してでも欲しいもの
(～だったらいいのになあと言うもの、「いつか」でいいものではない)

2) その次に、自分の価値観や人生観に沿ったもの

需要＋価値観 の組み合わせが一番良い

例) 英語を上達させたい（需要）+ハワイ+人生の可能性を広げていく

「ハワイ好きのためのマンツーマン英会話」

コンセプトと、講師の質の良さで
集客せずともお申し込みが続々と届きます。

相手の悩み解決がベースにあり、
その上に、自分の価値観や人生観がのる

お客様に喜んでいただいている声を確認しながら、
どんどんワクワクな要素をプラスしていく！



(→ お客様の望んでいる結果が出ているかを定期的を確認する必要あり)

今日の宿題

「こんな方のために、こんな想いでサービスを届けています」
(もしくは届けていきたい)、言語化して、SNSに書き出しましょう。
石尾をメンションしていただければ、見にいきます！

X (ツイッター) なら、[@mimialoha17](#)

インスタグラムならストーリーで、
[@mimi_aloha17](#) とメンションしてね！

あなたの宿題の答えを、みにいきます！

関わった人の
人生を変える
きっかけ作り
留学サポートを
通じて、視野を
広げるお手伝い

[@mimi_aloha17](#)

お客様に求められるビジネスとは

- ・時流に乗っているか？
- ・今求められているか？
- ・本当に求められているか？
- ・お金を出す価値があるほどに求められているか？

お客様がどんな方で、何を求めているか、「どんな未来に向かいたいのか」を明確にする

- 「自分が未来どうなれるのか」
- 「自分の問題が解決できるのか」
- 「人生がどう変わるのか」

そのほか、事業を新規で作る際には下記もポイント！

- ・お金を出してでも解決したい悩み / 投資回収がしやすい / 成果が出やすい
- ・単価が小さすぎない（付加価値をつけて単価を上げる工夫）
- ・シンプルにする / 他社との違いを明確にする



石尾 ミミ
6月9日 · 🌐

Facebook post

ハワイを経て、ニューヨークへ。

20代は、自分が好きなことよりも
市場が求めるもの
相手が求めるもの
お客様が求めるものに、重きを置いてきた。
(仕事しながら大笑いする位に、
楽しませてもらっていたけれど)

おかげで集客不要とばかりにお客様に恵まれ、
関わった方々にも
喜んでいただけた。

30代は、今度は、自分が大好きなこと、
-家族との時間
-旅、
-学び、
そして新たな未知の世界を旅すること、
頼りにしてくれる方々に役立つ感覚や、
貢献の幅を少しだけ広げられたこと、
一緒に人生を生きたいと決めて迎え入れた
大好きな人たちと一緒に時間を過ごすこと、
に、生きている。

インド、
ハワイ、
ニューヨーク、
ロサンゼルス、ドバイ、
そして来月はオーストリアで
ゲストスピーカーとして呼んでいただいたり。

そんなふうに、自由な人生を生きられるのは、
いつでも、どこでも行っておいでと
留守を守ってくれる
大好きな旦那様のおかげであり。

サーティスリーのこれからが楽しみと
待っていて下さるメンバーさんのおかげ！
(ニュースを持ち帰るのが楽しみです)

とにもかくにも、
感謝でいっぱいです 🙏🌟



あなたの軸を作る

何のためにそのビジネスをするのか？ 理念や想いを言語化・明文化する

- ・どんな価値を世の中に届けていきたいですか？
- ・死ぬ時にどんなことで感謝されたいですか？
- ・事業を通じて、どんな社会の課題を解決していますか？

- ★ ノートに書いて、毎日見返して見ましょう
- ★ そもそも、世の中で何が起きているか、どんな社会課題があるのかを知っておくことも大事（人の悩みを聞く、周囲に困っていることを聞き取りをする、経済・世界のニュースを観るなど）

Today's Pick Up

“大切な人たちとの時間を味わう日本人が増えますように。”
そんな私の想いとも重なる、素敵なお宿が東北にあります。

『いつか訪れたい憧れのお宿』と口コミでも人気の山形の老舗旅館『名月荘』。
名物は、最高級 A5ランクの山形牛が たっぷり入った 炊き込みご飯。

常連客からのリクエストにより、通販で食べられるようになったそうで
我が家も食べてみたところ、**ホロホロの肉と、大きな具材、**
甘い旨味がたっぷり染み込んで、「こんな炊き込みご飯、初めて！」
と言いたくなるような美味しさ。

この炊き込みご飯は、社会貢献クラブの会員さんでもある 若女将、菊池さんが
『家庭でも幸せな家族だらん時間になるように』、と
想いをこめて開発してきた

【家庭円満をつくる幸せの炊き込みご飯】なのですが まさに我が家も
この ご飯を囲みながら楽しく盛り上がりました。

（その後、こちらの商品はすぐに
Sold Outに。今でも個数限定らしいです）

想い+確かな質 が重なるからこそ
大ヒット商品ができるのですね！

距離を縮めたい相手がいる方は、
名月荘のお取り寄せ炊き込みご飯、
ぜひ、食べてみてください。



ストーリーの掘り起こし

★ あなたの事業・あなたの人生のエピソードを棚卸ししてみましょう！

- ・ビジネスをしようと思ったきっかけ。エピソード
- ・どんな苦労がそこにあったのか、
- ・どんな工夫をしたのか
- ・お客様からいただいた嬉しいお声
- ・どんな未来を作っていきたいのか、

これを、ストーリーにする→どこでも、語る

スタートアップ企業も、ストーリーテリングが非常に大事。

(参考書籍：「Zero to one」
ピーターティールの本や、その他のスタートアップ企業の本にも、
この「ストーリーテリング」の大事さが出てきます)

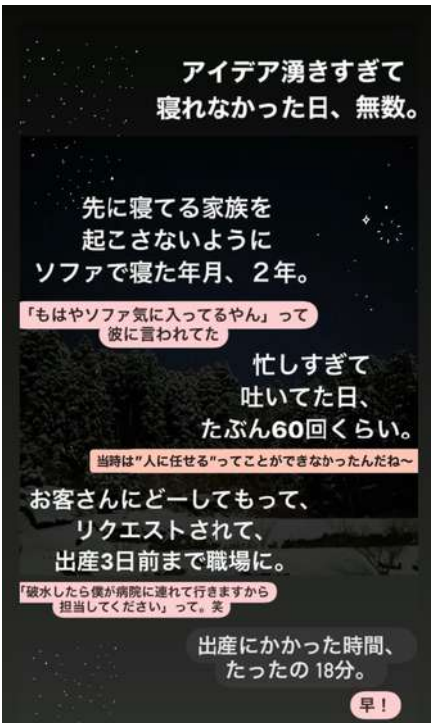
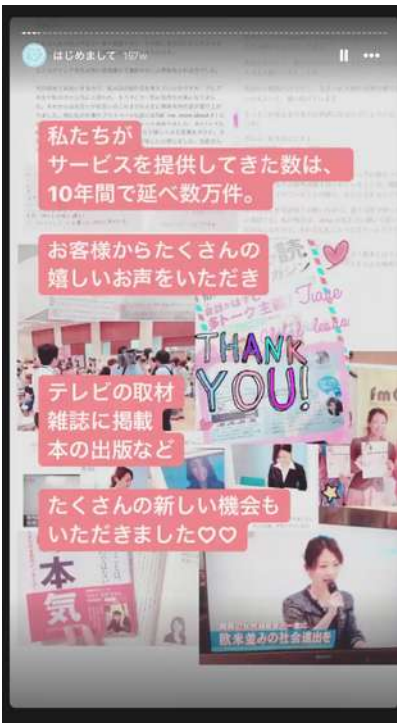
とにかく想いを語ることから始める。

石尾ミミがセミリタイア期間の最中、Instagramアカウントを作って最初にやった事は、
「自分の人生のストーリーを、ストーリーズに、載せた」こと。
・なぜ起業するに至ったのか、
・どこから何をやってきたのか、
・どんな苦労があったのか
というのを、ストーリーにした。

「共感します」「感動しました」など、流すたびに反応がありました。

今日の宿題

みなさんの「ストーリー」を、言語化して、SNSに書き出しましょう。
石尾をメンションしていただければ、見にいきます！



買わない理由がないくらいの魅力的な商品を作る

「勝ちパターンの明確化」
「買う理由を増やして買わない理由をなくす」
を強化することによって 強いオファーを作りましょう

＜チェックテスト＞

- ・商品の中身の濃さ
- ・サービスを受ける理由
- ・受けたらどのようになれるのか
- ・受講生のビフォア・アフター
- ・特典の豪華さ
- ・返金保証や、成果保障
- ・限定の価格設定(人数限定、期間限定)
- ・あなたとつながることでの付加価値は何か

改めて、言語化してみましょう。

◇感情設定

さらに、購買体験に伴う「感情」を良いものにすれば、
あなたのビジネスの価値は何十倍にもなる！
ただの『モノ』だけでなく そこに感情価値が加わります

あなたの商品・サービスで どんな感情を創り出しますか？

癒される、楽しい、優越感、ワクワクする、
安心できる、感極まる、冷静になれる、など、どんな感情？

購買が生まれるパッケージを作る

- ◆ タイトル （商品名・キャッチフレーズなど）
 - ◆ 見た目 （商品パッケージ・LPデザイン・スライドデザインなど）
- ・ プロの仕上がり、素人っぽくはないか？
（できる部分はプロに任せる）
 - ・ 対象者に合う色使い、形になっているか？
 - ・ 明るく、目立つ色など 考えて設計されているか？
 - ・ 思わず手に取りたくなるおしゃれさ、
誰かに紹介したくなる工夫はあるか？
 - ・ 著作権フリーのキャラを使うなど すでに認知されているものを使って
目立たせられないか？
 - ・ ありがちなもの、埋もれがちなものになっていないか？

Today's Pick Up

**売れる世界観ブランディングで志ある経営者を応援している葛西 彩耶子さんは
ソニー、ワーナー、ディズニー社など大手で経験を積んだデザインのプロ。**
インスタ開始4ヶ月で5000人強／リール1ヶ月で6万再生など
SNSマーケティングの指導も行っています。
幼少期は**中米ニカラグア**で過ごしたそうで、明るく素敵な女性。

国際人財バンクClub33の中でも、PCが苦手な方のスライド作成を引き受けてく
ださったり、マイケル・ジャクソン氏の右腕、トラヴィスさんをゲストに迎えた
フォーラムでも素敵なバナーを仕上げてくださったりと大活躍。

大事なパッケージやバナー、ポスターなどのデザインは、
プロに頼むことで仕上がりも反応率も大幅にアップ。

「デザイナー新して商品をリニューアルさせたい」
「SNSをバズらせたい」という方は、ぜひ
明るく・人柄も良い 葛西 彩耶子さんに
お声がけしてみてくださいね。

<https://www.facebook.com/ayakokasai.369>



商品をピカピカに磨く

お客さまの期待値を超えた部分が感動になる。
魅力的な商品をまずは1つだけ出そう。

★ピカピカの入り口を1つ用意する

色々と商品のラインナップを出しすぎない、
まずは一箇所、ピカピカに光っている入り口に来ていただく。

- ・ランディングページ（LP）で案内する商品は1つに絞れていますか？
- ・スライドのQRコードから案内する商品は1つに絞れていますか？
（QRコードを見たらリットリンクに繋がって色々とかちゃごちゃ・・・となっていないですか？）

★ひとたび、顧客になったらそのあとは色々その他の商品を
案内していても良いが、それまでは「迷わせない」ことが大事。
（お客様は優柔不断。背中を押して、人生を変えるきっかけを作ってあげましょう）

Today's Pick Up

マヤ暦鑑定を通して親子の絆作りをサポートしているスクール、
「自己探究アカデミー®」さんは Club33に入ってから商品の大規模リニューアルを。

何度も、ブラッシュアップをしては
「顧客の8割以上が継続を希望して延長契約更新」という、
最高に素敵なクラスを作られました。

- ・成約率大幅アップ
- ・受講生が喜んで契約更新
- ・年商大幅アップ&受講生への還元がしっかりとできるように

メルマガも開封率が高く、「心から笑える」「悩みが吹っ飛ぶ」「育児がしやすくなった」
「子どもの自発的な成長が進んだ」と評判で、
2024年からは 北海道～九州まで **あちこちで講演に呼ばれ始めたのだとか。**

代表の藤原氏は、四人のママ、海外ワンオペ育児経験、といった中で
明るく、突き抜けて前向きに 子育て世帯の大人たちを引っ張っていています。

子育てや人生の相談をしたい、という方は
是非ご連絡してみてくださいね♪

<https://www.facebook.com/satoko.fujiwara.167>



經營思考 × 幸福資產



03 導線設計

CHAPTER 3

＜マーケティング=お客様に届くための流れ を作る＞

1) 知っていただく

- ・ホームページ(SEO、MEO) ワードプレス
- ・SNS 人が集まっている場所での露出
- ・紹介 どう紹介していただくか？
- ・口コミ が生まれやすい声かけとは？
- ・イベント 企画力
- ・セミナー 目玉・レジェンド
- ・メディア 企画力

企画力 いかに当たり前のものを打ち出さないか

- ・意外性の組み合わせ
- ・レジェンドを作る

2) 気になっていただく

- ・理念、想い
- ・書いてある内容や知識の深さ
- ・コンセプト
- ・他との違い

＜組み合わせが大事＞

- ・ハワイ✕英会話
(日本人みんなが好きなもの) + 需要があるもの
- ・売らずに + 売れる
- ・教えない + 塾
- ・人生のドラマ、逆転劇

3) 選んでいただく

お客様が最も欲しい商品をフロントにして、順番に置く形

申し込みやすさ
使いやすさ、利便性
確信が持てる要素

反応率を高めるには

- ・ 誰向けのものなのかがすぐわかる。
- ・ 得たい結果がコンセプトの中に入っている。
- ・ 何が得られるのかがすぐにわかる。
- ・ 持って帰れる特典がいかにもお得。
- ・ 何をしたらいいのか、指示（CTA：コールトゥーアクション）が明確か
- ・ 需要に合っているものか、時流に合っているものか。
- ・ ウェブサイトから導線を作るのも結構大事。
- ・ 更新の担当者は決まっているか、
- ・ ヘッドラインを変えるだけでも印象が全く違う。
未来を見せる。

お客様の事例、どうなっているのか？
どんな感情が得られているのか？

4) ファンになっていただく。

人材の魅力

人材採用が全て
妥協しない

- ・ 理念の軸に沿っている。
- ・ 成長が感じられる。
- ・ 望んだ結果が得られる

→紹介につながる。
→長期の利用につながる。

LTV値はいくら？
（高ければ 高い方がいい）

5) 売り上げを最大化させる

- ・経費を抑える
- ・時間を短縮する。
- ・時間生産率を高める。

売り上げを上げるには・・・？

単純にお客様の数を増やし、
平均購入単価を増やし、
購入頻度を増やすまたは継続率を上げる。

では、10倍にしてみよう。
今のお客様や今の単価の10倍にするには？

<問い掛けたい質問>

- ・既存のお客様がまた買いたくなるような満足感や感動を生み出すには？
- ・新規のお客様を増やすには？
- ・商品単価をあげるには？
- ・購入頻度を増やすには？
- ・購買点数を増やすには？
- ・継続回数を増やすには
- ・継続年数を増やすには？

<ヒント>

- ・シリーズ化する、セット販売をする
- ・定期的に 旬な企画をする。

+ α をこぼさずにとっていく

<購買頻度>

必ず次回のご予約を取る。
オンラインで目的が果たせるのであれば、それでもいい。

6) 次につながる再投資をする、お客様との接点を増やす

反応率を高めること、
観覧数トラフィックを増やすこと、
集客チャネルを増やすこと。

- ・ 暑中見舞い
- ・ 新年のご挨拶

ちょっと時期をずらすのもあり。

- ・ 広告投資を増やす
- ・ 既存顧客からの紹介を促進する。
- ・ 著名人の発言などを使って口コミやバズを起こす。
- ・ 他の人たちとコラボをする、対談をする。

- ・ また買うきっかけを用意する。
- ・ また買うメリットを作っておく。
- ・ 再購入しやすさを意識する。
- ・ 見つけやすくする。

商品単価を上げる工夫
ネーミングはとても大事。

できるだけコストを下げる

結果を出す

極論、結果を出さないから、お客さまが集まらないんですね。

だから、まずは「お客様の望む結果を出す」ための商品やサービスになっていることが必須です。

◆ダイエットを商品にしている人ならば・・・？

ご飯作ってもらってトレーニングしてもらって
住み込みでやってもらってダイエット！
そこまでやったらそりゃ痩せるよね、買うよねと言う圧倒的さ

（お客様の成果のために全力投球するために、最初の事業は一点集中で。）

經營思考 × 幸福資產



04 集客設計

CHAPTER 4

みんな知らない正しい集客とは

**自分でがんばって1人で集めるものではない。
人が集まっている場所や環境を作り、目立つ、のが本当の集客。**

「目立つ」の方法・定義は=貢献すること、
価値提供すること。

- ・とことん面白い。
- ・とことん寄り添う
- ・とことん知識豊富
- ・とことん主催者の手伝いになっている。
- ・とことんコメントして目立つなど
- ・主催者側に、成果報告や、お礼をマメにして、
ポジションをとっていくのも1つ。

コミュニティーに入ったらその2番手になると言う勢い。

知識はなくても、スキルはなくても、
時間はある人はいるのでは？

→時間を差し出す。

ぜひ、あなたの良さを引き出してくれるような素敵なコミュニティ（人が集まる場）に出会いましょう。

メンバーさんからの声

「以前は、別の場所で学んだことを活かして色彩コーチをしていたのですが、
1年間お客様はゼロ。石尾ミミさんのレクチャー後、
**お客様の課題解決によりフォーカスした
ビジネスモデルに変え、クラブ内で募集してみたらお申し込みが続々！**
商品を変えたら集客がいらないって、本当だったんだと、
思わずミミさんにメッセージをしました」
と、教えてくれたのは、会社員と兼業でビジネスをスタートしたMさん。
とっても素敵なお人柄ということもあり、需要重視で設計した商品は好評となりました。

「本当にお客様のためにいい商品を持てば、集客に苦労しない」というのが石尾の持論。

「戦わずして勝つ」とは？

「こんな会社、他にないよね」

「こんな商品、他にないよね」

「こんなサービス、他にないよね」

「こんな人、他にいないよね」

と、他と比べるまでもなく選んでもらえるポジションを作ること。

唯一無二の存在になるポジショニングの作り方

他が あまりやってやっていないこと

- ・キーワードの掛け合わせ
- ・肩書き
- ・名称

あなたのお店や商品の唯一性は何ですか？

あなたの人生のレジェンドを作る

あなたが「他と違う」と言われる存在たる「レジェンド」とはなに？

- ・どんな挑戦をしてきたか
- ・どうコンフォートゾーンを抜け出したか
- ・どんな努力を重ねたか
- ・どんな工夫をしたか
- ・どの分野で、何を成し遂げたか（小さいことでも）

まだ、何もない、という方は

今年、来年は どんなレジェンドを作りますか？

- ・バケットリスト
- ・思い切ってやってみたいことは？
- ・伝えてみたか、発信してみたか
- ・「今日、人生を変える上で 最も、効果的なことは何か？」

だけやる

選んでもらう存在＝アウトレイジャスな生き方をしているか？

あなた自身や、あなたのお店が、

より「選ばれる存在になる」ポジショニングを作る、ことを
是非、今年のテーマとしてくださいね♪

今日の宿題

「こんなちょっと珍しい経験がある」「こんな特技がある」「これは頑張った」など
自分の人生で「これは特徴的かも」という要素を棚卸しして、SNSに書き出しましょう。
石尾をメンションしていただければ、見にいきます！

X（ツイッター） なら、[@mimialoha17](#)

Instagramならストーリーで、
[@mimi_aloha17](#) とメンションしてね！

あなたの宿題の答えを、みにいきます！

今日の宿題：

人生のレジェンド棚卸し

- ・10代でハワイに家出
- ・読書1日13冊読む
- ・右耳と左耳から別々のものを学ぶ
- ・34歳で家族セミリタイア
- ・夫の顔を見るのが楽しみで起きる
- ・スラムの少女の夢を叶えた
（まだほんの一部）

[@mimi_aloha17](#)

営業は不要。売り込まないで売れるには

集客しなくて良くなったら、時間に余裕ができる。
→だから、集客しなくてもいい状態を作ることが
経営において、とても大事。

強い需要があるか、ポジショニングが取れているか
期待値を超える価値提供ができており、表に出しているか
お客様からの評判が良いか、LTV値は高いか
(継続・単価・ビジネスモデル・頻度・キャッシュポイントが複数)

強い決意と想いがあるか
想いを発信しているか
「口から出る言葉がすべて宝物のような存在」になっているか

たった2つ大事なこと
・課題の顕在化と、
・成功事例の共有

「こういう相談を多くいただきます。」
「こう言う悩みが最近多いですね。」

→『自分もそうだ、同じ課題がある！』と認識してもらう。

その悩みがあることで、この人はこんなふうに苦しんでいます。
自分も同じだと

<共感>
「私もそうだったからわかる、でも変わった」

「自分だけじゃなくて、自分のお客さんも
こんなふうになっちゃってる。」

この人もこんな風だったのがこんな風になっちゃってる。
そしてこの人もこんな風になっちゃっている。
(3人ぐらい例にあげて)

そしてバウンダリー（境界線）をハッキリ示し、
受け皿への入り口を示す

(この話は長くなるので、気になる人はぜひ追加特典である「完全版」の本を受け取ってくださいね。)

モニター募集で疲弊の罠

モニターって本当はどんな定義？

ただ安くして、
自分の力を試したりコンテンツを調整したりするもの、ではないのです。

モニターは、モニター客に望む結果や成果を出して、良いお声をもらうためのもの。

だから成果が出やすい方、実行してくれる方を選ぶ必要があるし、
実行するだけのある程度のコミットを
ちゃんと払ってもらう必要があります。

ですから、無料のモニターは望ましくない。

すごく安いとか、タダとかにすると、実行しない可能性がある、
実行しなければ成果が出ないので、モニターをしている意味がないのですね。

そしてモニターのもう一つの役割は、
「こんな人も参加してるんだ」と、
「この人も利用してるんだ」と感じてもらうためのもの。

例えば、顧問先の美容サロンは、
芸能人の人、モデルの人、読者モデルの人を呼び込み、
ブランディングにもつなげました。

このあたりは、ぜひ「人脈のハブ」となる方やclub33のような場所を活用して
セッティングしてもらいましょう。

収益を出す方程式

単価×人数×頻度や継続年数

上記の方程式を参考にして 収益アップの計画を立てましょう。

- 1) 単価を高めるには、
- ・パッケージ化する
 - ・統合する
 - ・ピカピカの商品を作る
 - ・価値を高める付加価値を高める
 - ・ブランディングする(メディアを使う、著名人を使う)

- 2) 人数を増やすには

反応率と、リーチ数
反応率を高めることと、
販路を複数持つこと。

今どこの販路を使っていますか、
さらに増やせないですか？

- ・頻度を高める。
- ・単発のサービスはしない（いちいち細かい作業が発生してしまう）
- ・命の時間
- ・長期契約
- ・月額契約(サブスク)
- ・年間契約

これを前提とする （その上でのお試しなら単発でも良い）

ただし、後に期待値が持てるティザーをかけているか、
期待感を醸成できているか、が大事。



CLUB33

THE INSPIRE & ANGELS

「自分で選んだ道は、
自分で正解にする」



經營思考 × 幸福資產



05 時間設計

CHAPTER 5

人生の時間を大事にする

**人生の究極の目的は
大切な人との時間を大事に、味わって生きること。**

仕事のために生きないで
大切な人との時間を楽しむために、仕事をしよう。

だからこそ、生産性や効率化が大事ですし、
目的意識を持つことがマスト。

「この時間を何のために使うのか」

と、目的を定めておくこと

時間を使ったならば、必ず結果を得ること

**結果を得るためには、目標設定をして、ゴール設定をしておくこと。
時間をうまく使っていくためには断捨離していくことも大事。**

多くの方が、断捨離したことで、
すごく楽になったと報告をもらっている。

<時間効率を高めるヒント>

- ・やめれないか
- ・統合できないか
- ・同時にできないか
- ・替えが効かないか。

どんどん手放していく。
本当に大事な生き方を見つめ直す。

あなたにとって本当に大事な生き方とは何でしょうか？

本当に大事な生き方を見つめ直す

1) 大切な人との時間

(まずは家族を幸せにする)

余計な作業をしない、時間感覚を大事にする、目的を明確にして行動する

いつも感謝を伝える、家族のためにやること時間を作る(習慣作りが必要な方)

お金で解決できることはお金で解決する(家事サービス、旅行、プロの手を借りるなど)

2) お客様への貢献

・期待値以上の価値提供、自ら進化し続ける

今週のインプットや情報収集は?どこにアウトプットした?

3) 周りへの貢献

NPO理事、地域活動の役員、友人の人生相談、行政イベントへの参画など

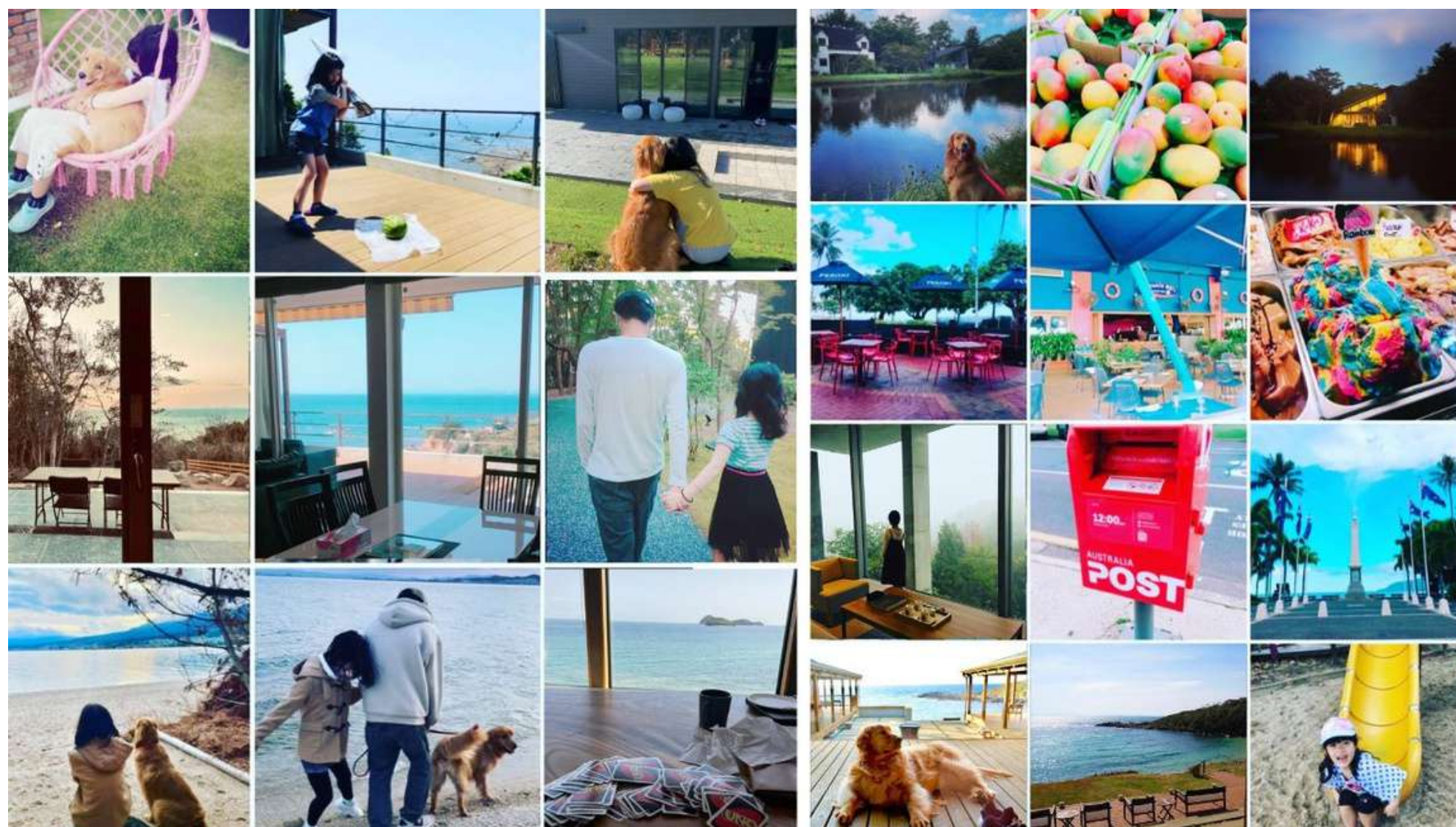
4) 人生で残していくものは?

あなたが人生で この世界に残していくものは何?

自分の命の時間を何に1番使いたいのか?

本当に目的に沿って徹底的に優先順位を
優先するのであれば、
少しの時間でさえも妥協せず

とことん、
本当に大切な方や大切なことに
時間を優先して使いましょう。



「決めた瞬間」から、運命は廻り始める。

多くの人が物事を変えられないのは、過去を見ているから。
今、自分が新しい自分になると決めたら、
この瞬間からあなたはもう新しい自分。

一番大切な「決断」は、
自分の理念と価値観に沿った生き方をする、と決めること。

あなたがどのような生き方をしたいか
「決めた瞬間」から、運命は廻り始めます。

強烈な決意をして
自分は必ずこうなれる！と思い込んだ時から変わり始める。

才能が湧き始める
行動をし始める
成果を出す人の特徴は、行動の量、スピード・・・

Nothing is impossible.

今日から、あなたは新しい自分です。

今日の宿題

あなたがこの1年、絶対に向かいたい方向は何ですか？
叶えたいことは何ですか？ SNSに書き出しましょう。
石尾をメンションしていただければ、見にいきます！

X（ツイッター）なら、[@mimialoha17](#)

インスタグラムならストーリーで、
[@mimi_aloha17](#)とメンションしてね！

あなたの宿題の答えを、みにいきます！

今日の宿題：

事業を拡大し
救いたい人を
救える経済力を
つける

[@mimi_aloha17](#)

ビジネスで絶対的に必要な目的意識とは？

◆ 心に刻む3つのルール

1) 時間こそが最も貴重な資産

その時間を使う目的は何なのか、ゴールは何なのか、常に意識しましょう。

あなたの命の時間を大切に感じて使ってください。

2) 優先順位を常に意識する

どうでもいい些細なことに夢中になってはいけない。

これからの、1時間、1週間、1年間で1番重要なものが何かを常にはっきりさせておく。
向かいたい未来に対して、直結する選択を取る。

3) 「売れるまでは何も起こらない。」

IBMの初代社長 トーマス・ワトソン・シニアの言葉を言い変えたもの。

ビジネスはボランティアではない。
売上げがないのならば意味がない。

しっかり利益を上げてこそ、時間とお金の余裕を持って社会に還元ができる。

ビジネスで重要なのは顧客に自分の商品を買ってもらうこと。
(ビジネスとボランティアをごっちゃにしない)

今日やる事は理想とする未来や目標の原因となるか？

人生の時間は限られています。

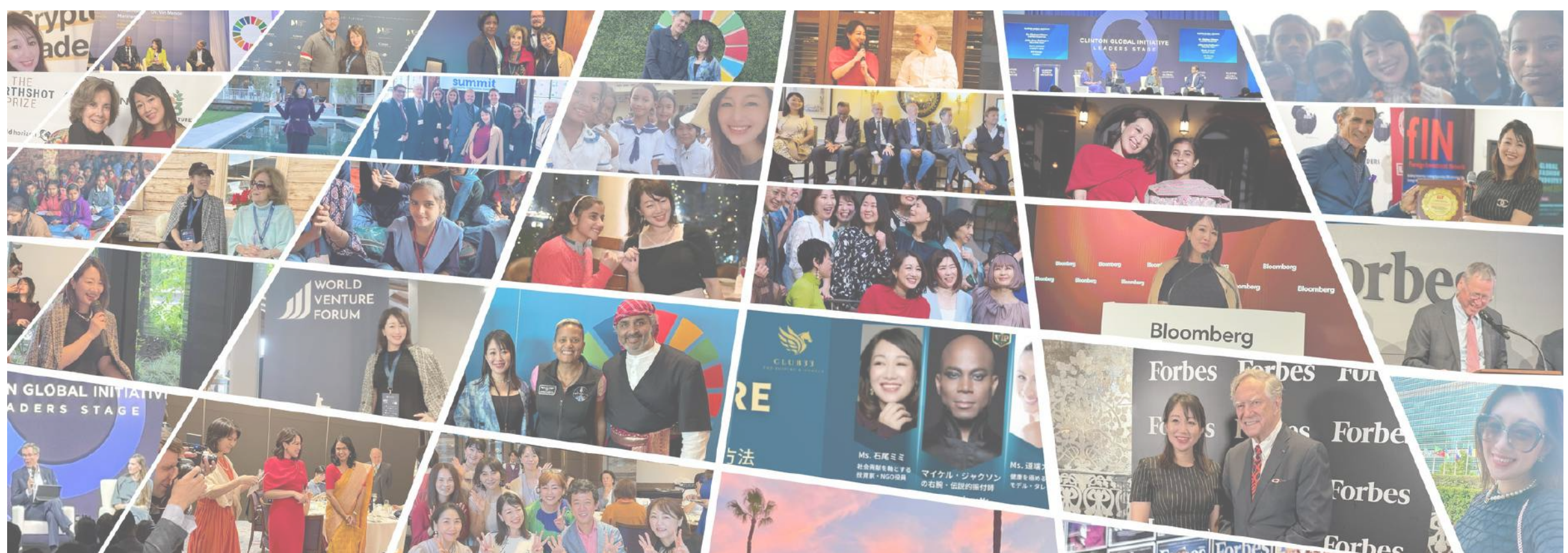
「今日やる事は、理想とする未来や目標の原因となるか？」を常に意識しながら目的を持って行動を選択していく、その積み重ねが人生になる。

余計なものを削ぎ落とす。
この2つしかない。

★今の選択は理想の未来に繋がっているか？本当に向きたい場所は？
★今、この瞬間は今しかない ～大切な人との時間を大事に生きる～

この一瞬一瞬の積み重ねが人生になっていく。

この一瞬に選択する行動が変わらないと人は変わらない
でも、「未来につながること」をやり続けると
数年後に大きなインパクトになっている。



皆さんの「未来につながる」絶対的プライオリティは？

- ・ 毎日1番効果的なことをする
- ・ 毎日幸せを感じる

あなたの時間は大事な時間

目的意識なく「何か」をしている人が多すぎる！

- ・ その場所へのコメント
 - ・ Facebook投稿へのコメント
 - ・ コミュニティ内でのコメント
 - ・ Facebook投稿
 - ・ インスタ投稿
- (しなくていいといっていることをしている人も多い→結果、時間なく苦しむことに。)
- ・ 人に会いに行く (何のために？何をゴールとして？)
 - ・ 定例的なミーティング (事前に課題は？)

その時間の使い方をいかに濃くするか？
この1年をどう使うか？

人生を飛躍させるための7つの絶対鉄則

「当たり前」に出来るように、習慣化していきましょう

1. 全ての行動に、目的を持つ

成功者の法則を集め、世界で4000万部売れているベストセラー書 **7つの習慣** の著者コヴィー博士は、7つの中で1番大事な習慣として、第二の習慣(終わりを考えて始める)、つまり目的を持って行動を起こすことの大切さを伝えています。

これから皆さんが行う **すべての行動に** **意味があるか、意義があるか？**
なんとなくやるのではなく、必ずそこに目的意識を持って
時間とお金を使うことで **皆さんがこれから得られる成果が大きく変わります。**

ステップ 1)

「向かいたい未来」に繋がる選択を優先する
(今、やることは「理想の未来」に繋がるかどうか？
つながらないのであれば、そこに時間はかけない)

ステップ 2)

どうしてもお付き合いで行くこととなった会食や、郵便局の待ち時間など、
一見意味がないように思えることも、目的設定と目標設定をすることで「意味ある時間」となります。

「この時間の目的は何か、この時間のゴールは何か？(定量的なゴール)」
→ 事後振り返る「設定したゴールは達成できていたか？」

全ての行動に対して、これらを **行う習慣を**ぜひつけていきましょう。

2 . 目的がない時間の使い方を無くす

向かいたい未来につながる選択を優先とし、その他は「やらない」と決めることで
余計な作業をせずに済みます。

3 . 時間の余裕を作る

時間の余裕は、新たなチャンスを呼び込むために必須です。
目的のない行動は削ぎ落としていき、時間に余裕を持ちましょう。
その時間は、本当に大切なことや、自分を向上させるチャンスに充てる時間、
大切な人と過ごす時間に使いましょう。
あなたが理想とする未来と繋がらないことに大切な命の時間を使わないでください。

4 . 誰を幸せにするのかを明確にする

自分は誰を幸せにしたいのかを明確にしておくこと。
ビジネスの目的が、お金儲けのためだけになっていたら、当然、良い結果にはつながりません。

- ・ 誰を幸せにしたいのか
- ・どんな人と 人生のお付き合いをしたいのか （理想のお客様）
 - ・どんな方のお力になりたいのか
 - ・どんな感情にして差し上げたいのか
 - ・自分がその方々をお連れしたい理想の未来はどんな世界か

＜お客さまからのお声＞も大事。
幸せにしたい相手やお客様からのフィードバックに耳を傾けてください。
あなたが幸せにしたいと思っている人たちが、どんなフィードバックをくれているのか、
もしくはどんなフィードバックをもらえたら自分の役目を果たせていると言うことになるのか。

望む通りのフィードバックが返ってきたならば
きっとあなたは理念の軸に沿ってビジネスができています。
もしお客様から良いお声が返ってきていないのであれば、軸がぶれている可能性がありますよ。

お客様の声は、自分の軸がぶれているかどうかの大切な指標になります。
常に、意識をしておきましょう。

5 . 投資をしたら、必ず生み出す

自己投資したら必ず回収すること。
「いつか役に立つかも…」ではなく 即、投資回収。これを「当たり前」にする。
インプットしたら即アウトプット。良い情報が手に入ったら、即、お客様に還元する

「いつか役に立てようと言うマインド」ではなく、
即実行、即実践、即教える、即自身のコンテンツとして活用する。

「お金をもらうのに躊躇がある」と言う方もいらっしゃるかもしれませんが
経営者の役割は、収益を生み出して社会に還元すること。

誰よりも早くさらなる経験値を積み、貢献の幅を広げていきましょう。
自分の利益のためにではなく、人を幸せにするために、誰かの夢を叶える力を持つために、
きちんと収益を上げていきましょう。

6. 感謝と報告をする

これからお繋ぎする人、もしくは今お世話になっている人に、感謝と報告をまめにしましょう。

忙しいから返事が来ないかもしれませんが、けれど、相手は あなたからのメッセージや報告を喜んでいるはずです。

石尾も、毎朝の楽しみは 朝1番、 メッセージアプリを開いて「報告が来ていないかな」「相談が来ていないかな」と楽しみに見えています。

最も頼りにしてくれる方のお力になりたいと、**この期間は自分の命の時間は会員さん最優先で使う**、と決めています。

皆さんの進捗や、今必要としていることがわかるので、機会を渡しやすいです。報告をまめにする人は機会を得る人です。

例えば Yさんは、石尾がご紹介してお繋ぎした著者さんとのランチ会で、御本をいただいたらば、その日のうちに本を全部読んで感想をつけてお礼のメッセージをしたり・・・人と繋がった後のファーストアクション、そしてお世話になっている人への定期的な報告と感謝、実践してみてくださいね。たくさんのチャンスの扉が開いていくはずです。

7. 気負わない、成長を楽しんでやる

- ・単純作業がつまんないなら大好きな音楽かけながらやる、
- ・細かい作業が苦痛なら得意な人に任せる、
- ・未体験のことで、進め方がわからないならとりあえず 進捗報告、相談してみる
- ・ミーティングがつまんないなら、やめてみる
 - ・ 家の中じゃなくて広い公園で投稿してみる
 - ・ パソコンの前で頭をひねるんじゃなくて散歩中にアイデア出しをしてみる
 - ・ 日本が退屈なら、大好きな場所への海外ツアーを企画してみる
 - ・ 声かけたら迷惑かなあ、と考えずにいちどきりの人生の時間は限られているので思い切って声かけてみる
 - ・ 今の仕事に、好きな要素を絡めまくってみる
(市場に需要・反応があるかどうかは大事ですが)

楽しみながら皆さんの人生の 成長角度を、高めて参りましょう。



習慣の明確化をする

「あなたが今やることは、理想の未来に繋がっていますか？」

その時間をどう使うのか？
どう有効に、有意義に使うのか？

あなたが今日、それをする目的は？

目的に沿って優先順位付けをしていく。

その中で当たり前のレベルを上げていく。

★ 習慣や環境を作っていくことが大事！

例えば英語を上達させたいのであれば、
週に1回英語のレッスンを受けるだけでなく、
日々の暮らしで環境づくりしていくことが大事。

- ・家に帰ったら、自動的に英語のラジオが流れるようになっているのか
- ・ニュースをつけたら、二重音声で英語のものになっているのかどうか
- ・スマホのメニューは英語かどうか
- ・家に外国人を住ませるだったり、外国人の友人と遊ぶ機会を作る。
- ・トイレの中に、10個のフレーズを書いて貼っておいて、
覚えたら強制的にどんどん紙を捨てていく。

★「いつか見るだろう」「いつか復習しよう」とテキストをとっておくと、
永遠にみないことになる。強制的にどんどん捨ててしまうこと！
捨てる前に必死で覚えてしまうこと。

★インプットしたらどんどん人に教えて 自分のものにしていく

→ 当たり前のレベルを上げていく。

この1年、あなたの「習慣」にしたいことは何ですか？
ぜひ、良いメンターや、良いトレーナーをつけて、習慣化してくださいね！



時間の余裕は、
新たなチャンスを
呼び込むために必須。
その時間は、
本当に大切なことや、
自分を向上させる
チャンスに充てる時間、
大切な人と過ごす
時間に使おう。



CLUB33

THE INSPIRE & ANGELS

經營思考 × 幸福資產



06 集客販路

有料集客と無料集客

< 出会いのきっかけ（無料編） >

1) SNS

SNSは時間がかかるため、有料広告のように即効性がないが、コアなファンになってくれるため、成約率が高い。

[Facebook] 投稿で「価値ある投稿」を重ねる

- ・告知ばかりのメルマガや投稿は反応が下がります、読んだだけで人生観が変わるような価値ある内容を配信しましょう。
- ・ワクワクするような面白い生き方
- ・共感をうむ価値観
- ・視座の高い見解や分析、啓発
- ・日本のみんなへの励ましや周囲へのエール
- ・人生のレジェンドをどんどん作って周りをインスパイアする

[Instagram] で世界観を伝える

- ・ストーリーズで「人生のドラマティックなストーリー」を素敵な文章と、綺麗な写真で作って繰り返し流す
- ・視座の高い投稿＋素敵な世界観（画像の質やセンス大事）

SNS投稿の正しい使い方

SNSは・・・

- ・ 日記ではない
- ・ 単なる報告でもない

投稿1つで相手の人生観を変える場所

価値提供の場所

であり、

コラボをしたりなどで影響力の相乗効果を起こす場所

これができていないのに単なる「毎日投稿」や「自分発信」を繰り返している人はいませんか？

あなたの投稿を読んだ人が「人生観が変わった」「行動できた」と言ってくれるような、そんな投稿を重ねましょう。

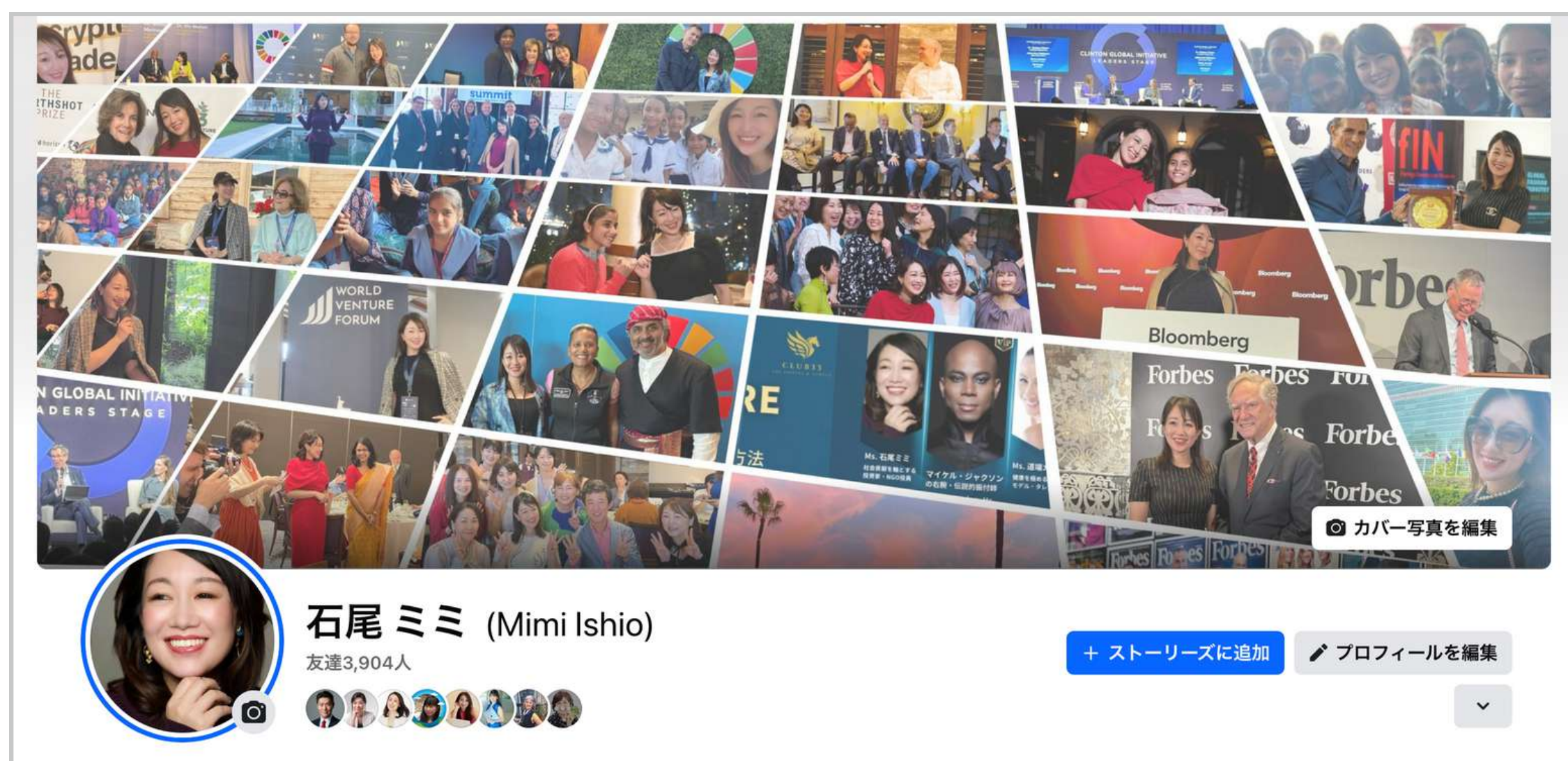
石尾ミミとFacebookで繋がっていない方はぜひ、申請（またはフォロー）してくださいね、

ストーリーズでメンションをしていただいたら、投稿を見にいきますし、

石尾の投稿に、近況をコメントしていただけたら

（お時間に限りはありますが）できる限りのアドバイスやコメントを入れさせていただきますね！

<https://www.facebook.com/mimialoha17>



インスタライブのポイント：

★悩みの顕在化 + 成功事例を話す

①課題の顕在化

『最近こういう悩みを持っている方からの相談が多くて、』

②成功事例の共有

『うちのお客さんも以前は、そうでしたが、
今はこうなっています。× 3パターンの事例を出す』

上記に加えて、

③境界線をはっきりさせるコミットメント

「自分のお客さんには何が何でも成果出していただく。」

「そのために自分は命の時間を使ってるんだと示す。」

と、暗に示す、または、宣言する。

CTAをしっかり提示する（ライブを見終わった後に、どんな行動をとって欲しいのか）

・手順を時間をとってしっかりと説明する

インスタライブの順番

- 1) 悩みの顕在化
- 2) 簡潔に自分の実績と紹介をする（数字）
- 3) 悩みの本当の理由を伝える（本質の課題）
- 4) 成功事例のシェア（2～3）
- 5) CTA （具体的な行動の指示）

上記が1セット × 2回繰り返して（合計30分）を、週3回やる

↓

個別セッションの案内をしないで終わる人も多いが
それだと目的を果たしていない

（この話は長くなるので、気になる人はぜひ追加特典である「完全版」の本を受け取ってくださいね。）



人生にインスパイアを。

- ✓ 人生を豊かに生きるヒントが満載。
- ✓ 海外イベントの情報が早期に見れる！
- ✓ プライベートの裏側も掲載。




@mimi_aloha17

CLICK HERE!

Youtubeトークの基本の流れ：（啓発やファン化のための動画の場合）

①インパクトのある逆説のタイトルと結論

②課題の顕在化

『最近こういう悩みを持っている方からの相談が多くて、』
『こんなことはありませんか？』

『この問題を解決しないと・・・』

③メリット・権威性

『この話を最後まで聞くことで・・・』
『実際にこれを試した人が翌日には・・・』
『私もこの方法を試したことで〇〇できるようになりました』
『～～にも裏付けされている新事実で』

『もしあなたがこの問題を解決したいのであれば、ぜひ最後まで』
『あなたの悩みをこの動画で解決します』

④目次・概要

⑤サブスク登録誘導

⑥結論

⑦理由

⑧距離感を詰める声かけや愛嬌・パーソナルコンタクト

⑨LINE登録誘導

⑩おさらい・エンディング

おすすめ本のまとめや、キュレーションした情報のまとめを、よく濃く、わかりやすく解説！
チャットGPTなども駆使しながら、濃い台本を作ってみましょう！

<出会いのきっかけ（無料編）>

2) ブログ、noteも活用してみると良いですね！

想いを込めて・・・

ちなみに、石尾も、アメブロや note 記事を書いています。

<https://ameblo.jp/mimialoha17>

<https://note.com/alohamimi>

FB（ <https://www.facebook.com/mimialoha17> ）

ぜひ、それらでも繋がってくださいね！

（note記事のプロンプトが欲しい方は、この本の記事の感想をシェアして、追加特典である「完全版」の本を受け取ってくださいね。）

<出会いのきっかけ（無料編）>

3) ホームページ（SEO)

ホームページの役割は受注（だけ）ではなく

- ・メディアへのPR
- ・SEO対策（記者や対談相手が検索してきた時など）
- ・ブランディング（他との差別化）

<最低限 必要なページ>

- ・トップページ
- ・プロフィール
- ・お客様の声
- ・メディア掲載ページ
- ・インタビューQ&Aページ（メディア掲載を呼ぶために大事）

<出会いのきっかけ（無料編）>

4) 相互紹介（コラボ・ジョイントベンチャーJV）

集客コストがかからない、リスクがほとんどない。信頼獲得されやすい

- ・コラボしたい人をリストアップ。
- ・相手にメリットが感じられる提案をする。

認知を広げる卓越の戦略

**コラボで相手の影響力と自身の影響力を合わせることで
相乗効果が生まれて
さらにリーチ数が高まる**

権威性、信頼性アップ

- ・Youtubeで対談
- ・ライブ配信で対談
- ・サミット開催、ゲスト招致
- ・ズーム会にゲスト講師を呼ぶ
- ・商品の利用、推薦してもらう
- ・人脈が多い人、との認識
(ハブからどんどん紹介してもらって自分の味方につけている)

<どうするか？貴重な時間を短縮するためには？>

- ・その会社、先生のお客様になる（商品を購入する）
- ・ハブとなる人に斡旋してもらう

=====

- ・あの人と対談をしたい、
- ・この人と一緒に登壇したい
- ・このブランドと組みたい
- ・この会社に自社の商品を使ってほしい
- ・イベントにこの会社を呼びたい
- ・メディアを呼びたい

という方は・・・

全部、相手にどんなメリットがあるかを考えること。

例えば、対談に呼ぶ
または対談をセットアップする場合、

相手が困っている事は何か
必要としている事は何か
から目をつける。

・本を出したばかりの著者
(告知したいからタダでも来てくれる)

・最近 新商品をリリースしたばかり

・1人喋りが重なっていて、
ネタに困っていそうなので、インタビュー形式にして、
お相手の負担を減らす。

サミット

・相手がリーチできていないところにリーチする。

海外

海外在住の方

海外に人脈を持っている方

海外でセミナーを開くことができる方。

ママサークルなど、人が集まっている場所

新たな市場

新たな顧客対象

＜コラボ相手として選ばれるためには？＞

・一緒に時間を相手の価値になる時間にする
・心の状態をいつも最高値に満たしておく
・感謝を伝える、良い部分を見つけて伝える
行動、実践、結果を最速で出す、感謝を示す

<出会いのきっかけ（無料編）>

5) イベント参加

6) お客さんに紹介してもらう

時間帯効果が高いものを選びましょう

きっかけ作りのヒント・・・・・・キャンペーンの作り方。

- ・みんなが意識しているもの、流行っているもの。
 - ・自分のお客さまの意識に合わせる。
 - ・「クリスマス」というより「一年間のご褒美」のほうが高い価値につながる。
 - ・運がよくなる日、0周年記念、〇〇振り返り週間、などきっかけを作る
 - ・普段からの価値提供をしておく。リスト集めを定期的にする。
- 売り込みではなく価値提供。信頼関係の構築。

<出会いのきっかけ（有料編）>

1) 広告

広告は、しっかりと成約される状態で出稿しないと赤字を出してしまいます。

シビアな反応率や成約率が求められる上に、自分のことを全く知らない人に向けて訴求するため、強いコンセプトやオファー、コピーライティング、USP（Unique Selling Proposition＝自社が持つ独自の強み）が必要です。

少しでも成約率を上げるために、デザインやライティングページを外注するなど、お金をかけてでも精度を高めることを考える必要があります。

・広告からLINE登録している人は「LINE登録したら問題が解決しそう」とベネフィットで登録しているので、ステップLINEなどで個別体験の良さをしっかり説明する必要があります。

また、店舗さんも広告をしっかりと活用しましょう。

広告を出す前に、テストをしたり 客観的な視点でLPをチェックしたり。

反応率が高い状態で広告費を無駄にすることなく使うことが大事です。

（特に、LPのデザインや出口が1つだけになっているかどうか、ボタンの押しやすさ、申し込みフォームに過度に質問項目が多く 離脱が起こりやすいなど は必ずチェック！）

2) 他社リストで紹介してもらう

自分のお客様候補がいるのはどこ？

(近隣のお店、連想できる行き先、人が集まる場所、人を集めるのが得意な人 etc…)

- ・異業種の他社
- ・インフルエンサー
- ・ハブとなる人

＜用意するもの・手段＞

- ・LP
- ・メルマガ相互シェア
- ・メルマガ有料で流してもらう
(たまに、流してもいいですよ、流せますよ、としているところがある)
- ・チラシ置いてもらう
- ・対談ライブ
- ・協賛として参加
- ・プレゼント企画で商品に使ってもらう

＜その場合の流れ＞

- ・連絡先を取るためのLP
- ・ステップメールや紹介記事（信頼関係を作る・必要と感じてもらうための啓発）
- ・個別相談や体験レッスン、サンプル商品の申し込み（入り口）

3) お客さんに紹介してもらう

お客さんからの紹介を増やすためのポイント

- ・タイミングよく、すかさず、いつでも、紹介のお願いをする
- ・たくさん紹介してくれる人を大切にする
- ・進捗とお礼を伝える
- ・紹介で成り立っていることを感謝とともに周知させる

商品・サービスを受けて2、3回感動してもらってから

→だからスピード成果が大事、まず目に見えて変化が出やすいところから着手する

販路を広げる

＜例えばコンテンツ系の方なら＞

- ・生徒の実績動画（テロップ入り、ジェットカット＋サムネイル）
- ・音声で最新の情報
- ・事前の動画コンテンツ
- ・プロモーション動画
- ・10大特典配布（テンプレートやロードマップ系）
- ・フロントとしての x の投稿やプレゼント（と引き換えにメンションしてもらう）
- ・UTAGEでのファネル作り（→33メンバーに外注）
- ・広告をはじめてみる
- ・SEO意識
- ・取りこぼしている人にリセール
- ・個別にメッセージや繋がりを作り始めてみる
- ・期間限定の直接相談サポート企画
- ・どんな言葉を口から出しているか？（コメントの質、声かけの質）
- ・レスポンスの早さ

＜例えば店舗系の方なら＞

- ・お客様の声 動画（テロップ入り、ジェットカット＋サムネイル）
- ・レター送付で最新の情報
- ・クチコミ返信で誠実な人柄＋工夫しているこだわり情報を出していく
- ・プロモーション動画
- ・10大特典配布（季節ごと・理由付け）
- ・フロントとしての x の投稿やプレゼント（と引き換えにメンションしてもらう）
- ・他の店との協力（チラシを置き合うなど）
- ・MEO
- ・SEO意識
- ・アンバサダー（マイクロインフルエンサーなど）
- ・理念や想いの確立、言語化（広めやすい）

共感できる、自分ごとにできる、志が高い、ワクワクできるビジョン

- ・感謝祭、リアル会
- ・リピーターを増やすための価値提供案の強化
- ・社内トレーニング
- ・未開拓市場への進出を検討
- ・実業＋無形コンテンツを取り入れていく（そういう時代）
（顧客コミュニティを構築し、エンゲージメントを深める）
- ・地域貢献に一層の力を入れる
- ・イノベーションのための R&D 投資を増加
- ・ESG(環境・社会・ガバナンス)戦略をブランド価値に統合
ダボス会議、ニューヨーク環境投資サミット
- ・複数の「顧問」の活用（人の紹介）
（今、こんな想いでこんなことを始めるのですが、顧問になってもらえないでしょうか?!）
報酬はピンキリ 月30万円と言われているが それよりも高い場合も安い場合もある

<商品を購入いただくための事前の準備・仕掛け>

※正解は1つではない

自分に合うもの、自分のお客様層に合うものを選ぶ

売上 = 商品単価 × 人数 × 頻度

とにかく母数を増やすこと、関わってくれるお客様を増やすこと。
そのためできる努力は・・・？

1) 既存客の掘り起こし

- ・LINE
- ・メルマガ
- ・過去に収集したメールアドレス

↓

<再度接点を作るきっかけ作り>

- ・交流会
- ・ぶっちゃけトーク会
- ・フォローアップ会
- ・お客様へのアフターフォローセッション
- ・今までの総まとめ資料のプレゼント

理由付け、なぜ今のタイミングなのか、限定感 が大事

あなたの場合、もっともらしい理由は？

記念日、縁起の良い日、事件、世論、出来事、自分の変化、旅、新年、新学期 etc…

- ・いつやるか？
- ・誰を巻き込んでやるか？ スタッフ、社員、お客様 etc…

店舗でも、季節感のあるキャンペーン企画などを使いながら
是非、お客さんと一緒に楽しんでくださいね！

記念日やキャンペーンを活用する

★イベントを企画する（参加するきっかけ作り）

- 「限定性」「お祭り感」「理由付け（なぜ、今このイベント・商品なのか？）」
- ・ 時事背景 （日本の状況、世界の状況、経済、人々の気持ち、出来事、歴史）
- ・ 想いや理念がこもったものを作る

フォーラム
サミット
ズーム会
シェア会
交流会

など企画してみましょう！

なお、社会貢献クラブ「クラブサーティスリー」でも、会員のアメリカ在住ミックスさんによる提案で、ウェルビーイング・フォーラム「ザ・インスパイア」というフォーラムを開催。

あの、**世界的アーティスト マイケル・ジャクソンの右腕と言われ
マドンナやジェネット・ジャクソン、レディ・ガガとも長年 一緒に仕事をしてきた
伝説の振付師「トラヴィス・ペイン」さんにも友情出演**してもらい、

会員メンバーみなさんや参加者1500名の「こんな社会にしていこう」という強い想いととも、3日間のフォーラムをお届けしました。

ウェルビーイング・フォーラム

CLUB33
THE INSPIRE & ANGELS

THE INSPIRE

あなたが人生を豊かに生き、
影響力を発揮していく33の方法





Ms. 石尾ミミ
社会貢献を軸とする
投資家・NGO役員



VIP

マイケル・ジャクソン
の右腕・伝説的振付師
The Legendary Mr.
トラヴィス・ペイン



Ms. 道端カレン
健康を極める
モデル・タレント

このフォーラムを通じて、人生の長いお付き合いになる方、大事なかたとのご縁が次々と生まれ、みなさんの人生が少しでも豊かになったかと思います。

次回開催は未定ですが、「出演してみたい」「関わってみたい」という方のお声があればぜひ、加わってくださいね！

必要とされる時に、
力になってあげられるように。

心を磨いて、
影響力を高めていく。

器を大きくし、
貢献の幅を広げる。

率先して 経験値を高め、
挑戦でインスパイアして
失敗を誰かの勇気とし、

視野を広げる
視座を高める
発信する、
影響力を高める



CLUB33

THE INSPIRE & ANGELS

経営思考 × 幸福資産



07

反応率アップ

CHAPTER 7

反応率を高める9つの要素

本当に求められるもの

時流に乗る

わかりやすいコンセプト

魅力的な世界観

消費者心理を汲み取った色合いや形の使い方、言葉の使い方、

圧倒的な質

信頼性(お客様からの声)

権威性(メディア等)

限定性

自分の1つのスライドの中に全部組み込まれているかどうか？

魅力的な世界観

あなたがワクワクするもので、
みんなもワクワクするものは何でしょうか？

◆世界観コピーライティング◆

お客さんは自分の向かいたい未来にしか
興味がない
現在の悩み、痛み
向かいたい未来、ベネフィット、夢、目標

①広告の商品に当てはめることができる
最も強い欲求を選ぶ

②広告の見出し1つでその欲求に認識し、
強化し、それを満たすこと
(見出しは本文の6倍読まれる。
見出しを変えるだけで売り上げが倍増する。)

例えば

・見込み顧客とそのニーズ、欲求、悩み
『朝起きるのが辛くありませんか?』
(そうそうそうそう、お客さんが反応するかどうか)

・あなたが提供するベネフィット
『あなたの保険、見直せば50万円安くなります』

・特徴や実績
『去年1分間に30個、売れ続けた肉まんです』

・あなたのオファー(保証)
『他店より1円でも高ければ差額を返金!』

お客さんが、商品の知識がなく購買意欲が高まっていない状態から
いかに、その特定の商品の購入欲求を高めるか？

消費者心理を汲み取った色や形の使い方

今は、薄利多売よりも高級路線、限定性、特別感
(人口が減っている日本において薄利多売は合理的ではなくなった)

- ・安っぽくしない
- ・蛍光色は使わない
- ・紺色、黒色、金色
- ・パステルカラー
- ・原色は使わない

消費者心理を汲み取った言葉の使い方も大事

- ・個数限定
- ・人数限定
- ・期間限定
- ・特別
- ・プレミアム
- ・プレミア
- ・ここだけの
- ・今だけの

Today's Pick Up

「人々の健康を守りたい」と、素敵な想いを持ったパン工場、
フォレストフィールドさんでは、入手が難しいスペルト小麦のバゲットをはじめ
健康に優しいパンを取り揃えています。

お取引先は、**リッツカールトンさん、アマン京都さん、伊勢丹さん**など
錚々たる企業ともお取引をしており、品質も確か。

受賞歴もある美味しいバケットを新しいデザインで用意をしたところ、
早速、歌舞伎役者などにも**食していただき、**
関連商品が売り切れになるなど好評に。

デザインやパッケージ、思わずインスタにアップしたくなるような
おまけ付きなど、ひと工夫で売上アップ。

第三者やアドバイザーの視点を活かしながら、
常に商品のブラッシュアップを続けていきましょう！

株式会社フォレストフィールドさんの
「最幸のバケット」はこちら！
<https://de-rire.com/sukumane/shop/detail/3>



信頼性を高めるには

今までのお客様がどんな成果・実績が出ているのか？

見込み客は、そこを知りたい。

どうしても「お客様の成果」がまだない人は、自分の変化を見せる
（自身の例だけでは説得力がないので
早いうちにお客様の変化や成果を見せること）

過去のお客様のインタビューを掲載するのも良いですね！

できるだけたくさんのお客様から、みなさんの商品についてお声をもらいましょう！

ちなみに、石尾も日々たくさんの方からメッセージをいただき　掲載しきれないのですが
お声を下さったみなさん、本当にありがとうございます。

初めて会った相手の経験を数分聞いていただけで、相手に合っていてニーズもある商品の概要がスラスラと出てきてしまうミミさんに感動しました。圧倒的であり、同時に愛情を感じました。本当にありがとうございます！

起業してから、ある程度会社は回る形を作れたけれどもここからどうやって売上をあげたらいいのか、自分の中で見えなかった。労働集約型であるビジネスモデルや、変化の激しいデジタルマーケティングの世界についていくのが必死な頭脳と体力勝負などところで、永くやり続けたい仕事でない点に今後の方向性を悩んでいました。そんな中、漠然と思っていた「なりたい姿」「やってみたいこと」「課題感」に対してこんな「道」や「答え」があったのか！！と、異次元の全く新しい選択肢を　ボン、と提示された気持ちになりました。

- ・「存在」が価値になる生き方をしてみたい
- ・「経営者」に気付きや、メッセージを伝えられる存在でいたい
- ・トークスキルやコーチングスキルを使って、「人」の持つキラリと光るモノを引き出せる自分でありたい
- ・新しい学びや挑戦は好きだけど、実務能力が乏しい自分
- ・貢献はしながらも、疲弊する働き方はしたくない
- ・大切な人との時間を大切に出来る生き方がしたい

ミミさんから教えて頂いた選択肢は、整合性も何もとれていなかった自分の心の声に、ひとつの答えを頂けた気持ちになりました。全く新しい発想の未来のヴィジョンを、本当にありがとうございます！！

今日もありがとうございました。

私の世界では思いつかない発想を提示していただき、目の前の世界がば〜っと広がりました。コンフォートゾーンを打ち破りたいと思っても「どうやって？」という状態だったので。どんどん、自分の経験を発信して全国に仲間を増やしたいです。そして、いま私がミミさんから受けているように、お客様にしていきたいです。入会の翌日、個別セッションをしてもらいましたが 早速もう大満足！実際に相談してみるととても論理的！数値のトークでは男性と話をしているような感覚も。(笑)

ミミさんは別格、他にない存在です。

そして、まだ入会から1週間も経っていないのに 早くも〇〇万円が決まりました🥳

ミミさんの定例相談会をたくさん見て、学んで、インスパイアされ トークが変わったおかげです。ありがとうございます！

今日も定例相談会をありがとうございました。

ミミさんの起業ストーリーがとても興味深く こんなに詳細に聞けるのは大変光栄でした。なかなかここまで聞ける機会はないと思います。

速いスピードで、事業を展開、最初から黒字、すべてを味方にしてきた最高の事業家、顧問、投資家、今の立ち位置がすごく納得のお話でした。ノウハウを学ぶことはどこでもできるとありますが、身近にこのように高い視座でビジネスをされて、社会貢献にも積極的に行動されていて、いつもそのスピードに圧倒されます。毎回定例会に参加するだけで、行動の軸の向きや優先するべきことの確認をすることができ、大変有意義な時間になっています。メディア取材の案件が複数取れています。すごいスピード、と褒めていただきました。会社員だった私が 行動に移せるようになったのは、ミミさんのご助言サポートのお陰様です。いつも、愛溢れるサポート心より感謝です！！

レベルの違う これまで見えていなかった自分の軌道を見せて頂いた気持ちになりました！！

本当にありがとうございました！

私は、ミミさんのように、何拠点かを行ったり来たりして、仕事をしたい！と決めています。好きな時に好きな場所で、大好きな方たちと仕事をする！

ミミさんと出逢い、club33のご縁を頂き、〇〇と〇〇を仕事で行ったり来たりする、〇〇で仕事をしている自分を瞑想するようになりました。

自分を活かして、生き生きと輝き仕事をするということで、社会貢献する人生を歩む！と決めました。

ミミさんがClub33のメンバーに「使っていいよ」と共有してくださったスライドのテンプレートで自分の想いを作成していたら、自分の過去の経験や思いが棚卸できたりと自然と涙があふれてきました。

ビジネスを伝えながら、その人の思いやストーリーも伝えられる素敵なスライドを有難うございます。

「まだ出会えてない素敵なクライアントさんもいるはず！」…と、早く伝えたくまりました！

音声入力で合本書きながら 修正点も見つかり 夢中になっていたら もう朝でした。

昨日共有してくださったClub33 定例会の議事録を読んで、さらにスピードとモチベーションがアップしました。

ありがとうございます！

ミミさんとの個別セッションでは、ひとり個人事業主でいかにのんびりしていたのが露呈されて、自分感覚を指摘されて、なんか目が覚めた気がしています。何度も覚醒しているつもりですがまだまだですね。

とにかくフィードバックをいただいたところから今日より行動いたします！

はじめてミミさんにお会いして、すごい脳内沸騰しそうなくらい、すごい人に会った〜という感覚がありました。

あんなに的確に早く答えが返ってくるコンサルは初めてでした。

ドキドキしながら新たな扉を開けて、貢献を大きくしていきたいと思いました。

ミミさんのご指導のもと、何度も説明会のスライドを作成したところ、今月も3名のご成約。

そのうちの一人は1年前に卒業した方が再度学びなおしたいということで入会されました。

入会して二ヶ月で330万円成約＋さらに契約ベースで120万円成約。ありがとうございます。

食品メーカーです。ミミさんに何度も相談させていただいて、「どれをメイン商材にするか？」検討を重ね、試食していただいたり、リサーチしたり。今回、これをメインにしたい、というものが決まりました！

対象の方に合わせてチラシも大きく変わりました。

他のアイテムもそれぞれのマーケットに合わせて独自性を打ち出していこうと思います。

投資したら回収する意識の大切さを改めて学ばせて頂きました。投資した分を、自分の事業へ どのように繋げるかも非常に重要になり、投資を活かすも殺すも自分の行動の仕方次第、反応率を強みとしているミミさんからお聞きできる貴重な機会となりました。

非常に具体的な手法をありがとうございます。ミミさんがお伝えしていた、

「借金までして投資することで回収できていない人は肝に銘じて」と言われたお言葉は、まさに自分のことだと反省いたしました。

ミミさんの元でやっと、「投資したら回収する」ということがどのようなことなのか、分かりました。

今まで、インプットげへ掛けた時間分としてのアウトプットを意識して行うことはできていたがこれからはそこに、掛けたお金の分を収益につなげていく意識は持ちながら動いていきたいと思います。

思考面だけでなく、ビジネス（収益化）についても毎回具体的に公開していただいて、ありがとうございます。

ミミさん、今日はたくさんお時間いただいてありがとうございました。

- ・時間の密度を濃く
- ・すぐ実践、早くする
- ・決断
- ・事業内容を見直して（特に利益率）整理する
- ・付き合う人が変わる
- ・時間ができる
- ・みんなが初めて同じようなことをしても差別化は図れない
- ・日本の食材を使った商品作りを進化させる
- ・がんばる！じゃなくて、他力も使って楽しく！などたくさんのお気づきをいただきました。

これから、事業の再生に向けて進んでいきます。引き続き宜しくお願い致します。

お客様をどんな未来に連れて行きたいか

ヘンリー・フォード（フォード創業者）

**「もし成功の秘訣がたった1つあるとすれば、
それは相手視点から物事を見る能力を身に付けることだ。」**

- ・相手の課題を見抜く
- ・相手が本当に欲するものを見抜く
- ・相手が望む未来を提示する
- ・相手の人生の幸せに内心コミットする（クオリティ・質にも関わる）

→経験値を持っていること、自らが率先して挑戦し、経験する

どんな世界になる、どんな世界の動きになっているか

自分がまず情報を早く仕入れる

（経済番組・特集番組・本・ビジネス雑誌）

本を見る、アンテナを張る、経済ニュースを見る。

→未来を描いておくこと。

<注意点>

できるだけ、「学ぶだけの人」「消費マニア」にならないこと、

学びばかりするのではなく、アウトプット・成果にしていけること



石尾のお気に入りの番組は
「ニュースモーニングサテライト」

個人投資家の方は、みなさん必須で見ている番組かと思います。

（左の写真は、昨年、スイス大使館で開かれた
ダボス会議出席者振り返りミーティングにて
キャスターの豊島氏と。 次回もダボスで一緒にします。）

成功事例を増やす

「成功事例がない」と思っている人もいるが
これは実際にお客様の声を収集してみないとわかりません。
実は、お客様に成果が出ていたり 受講生が変化してるのに、
お声を回収してないから知らないだけ、ということもあり得る。

「サービス提供をした結果、お客様がどうなったのか
見てませんでした」

「計測してませんでした、結果を追っていませんでした」
と言うのは、
お客様の成果に対してコミットできていない証拠。
お客様の変化に関心を持つ、責任を持つ

お客様の变化を知ろう！

ちなみに、石尾のプライベートページにも、嬉しいお声をいただいていますので
ぜひ、気になる方はご覧になってみてください ^^（それぞれ、リンクが付いています）

<https://vimeo.com/1036182521>

売上も効率もまるっと変わりました！



世界一流の人と、雑誌等ではなく自分の体験として関わ
れた事が驚きでもあり感動です。



自分では分からない部分で、あ、そうかって気づかせて
いただいていることは沢山あります



的確な指示とアドバイスのおかげで行動が加速。登壇や
商談、多くの機会を頂けるように。



権威性を高めるには

コラボを使うか
メディアを使う

1) 既にブランド力や認知度がある方とコラボをさせてもらう。

率直にお願いする、思いを伝える、宣伝を手伝う、人を集める

コラボはマインドが変われば、気軽にできるようになる

「私なんかが・・・」→ あなたは相手にとっての「ギフト」

Today's Pick Up

権威性を高めるには「出版」も有効な手段の1つ。
本を出すことで「専門家」「先生」として
メディアや雑誌にも取り上げてもらいやすくなります。

ただし、自費出版は避けるなどのいくつかの注意点も。



初版100万部書籍『史上最強のCEO』など複数のベストセラー出版に関わった
編集者歴38年以上「出版界のおやっさん」こと、川田修氏によると
「出版は出した後が肝心。」とのこと。

しっかりと販売・マーケティングまでサポートをしてくれるパートナーと
タッグを組んで、ブランドにプラスとなる出版プロセスを踏みましょう。

Club33会員さんでもある川田氏の出版サポートは、**企画段階～販売促進まで
手厚く伴走してくれるので お客さんからの依頼が絶えず、大人気。
出版企画書の壁打ち、著者フェスなどのコラボセッティング、マーケティングや
ブランディングの支援、販促支援、表紙の選定、出版のリアル事情など、
惜しみなく共有してくれます。**

ビジネス書、自己啓発本書、実用書、教育書、ダイエット本など幅広い分野で
知識がおありなので、出版に関心がある人は、一度、ご連絡してみてください。
見た目はコワモテな「出版界のおやっさん」ですが、中身は心優しく、
温かく対応してくれますよ！笑

出版企画グループ「リベルタ・パートナーズ舎」代表、川田氏のFacebookは
こちら→ <https://www.facebook.com/osamu.kawada.16>

メディアを活用する

お客さまの心理

- ・よく知らないものには関心がない
- ・よく知らないものには手が伸びない

→第三者機関のお墨付きや紹介が非常に効果的（※SNS広告などではなく第三者の評価）

メディアの活用

（テレビ、新聞、CM、雑誌、ネットニュース）＝消費者が信頼、安心感を持つ

- 1) 多くに認知が広がる
- 2) 周囲の認識も変わる
- 3) 影響力が高まる

＜ステップ1 登場したいマスコミを見つける＞

- ・報道系なのか？、バラエティー系なのか？、情報系なのか？
- ・テレビなのか？、ラジオ、新聞、雑誌、ネットなのか？
- ・雑誌ならどんな種類か？
（月刊誌、週刊誌、専門誌、漫画、フリーペーパー、ビジネス誌）

→まずはターゲットを決める。

- 1) ラジオ出演（これも順番通り、ステップの1つなので「出た」がゴールではない）
- 2) 活字メディア（新聞、雑誌、Yahooニュースなど）

リサーチャーがググる
メディア実績をみる

第三者がどう取り上げているか？をみる

メディア実績がないとテレビに取り上げない

「お客さまの声」「プロフィール（ストーリー・人生ドラマ）」「メディア掲載」ページは必須！

3) テレビ出演

「テレビに出ただけ」ではなく戦略的にメディアをつかう
「出た」というだけでなくホームページでちゃんと見せているか？
（出していい番組とそうでないものがあるので注意）

＜ステップ2 対象となる番組や記事を分析する＞

- ・どんな取り上げ方をしているのか、
- ・どんなものが取り上げられている傾向か

＜ ステップ3 自社の分析 ＞

打ち出すポイントを作る （他と同じ、だど取り上げる意味がない）

何が強みなのか、
何がオンリーワンなのか、
何が日本初なのか、何が世界初なのか

自分のプロフィールを整えること

- ・成功事例を持っておく（実績）
- ・電子書籍を出す
- ・メディア出演は、買える
- ・フォロワー数を整える人もいる
（フォロワーを買って、登壇の際に足切りされないようにしている人も一定数いる。
それを使うかどうかは自分次第だが、知っておくことも1つ）

< ステップ4 ネタの選定 >

- ・時事の分析 なぜ、今なのか？（時事、時流）
- ・日本の課題（少子化問題、ママの孤独感、空き家問題など）
- ・チャリティーや社会貢献性の高い内容は取り上げていただける確率が高い。

<例えば、このような講義をしているメンバーさんのリサーチを参考に！>

< ステップ5 プレスリリースを書く >

もちろんコネクションが1番だけど、送らなければ何も始まらない。

ファックス

メール

郵送

など、何種類も使う

記者クラブのポスティングも有効。

<https://prtimes.jp/magazine/throw/>

ファックスもいいが、郵送で送った方が反響が上がる。

その場合は、開封の手間を軽減するために、

封筒に相手の興味を引く注意書きが必要。

（「〇〇についてのプレスリリース在中」）など

さらに確率を高めるには基本の原則に沿う。

- ・新規性
- ・社会貢献性
- ・独自性
- ・地域性

＜ステップ6 確率を高める工夫をする＞

- ・手紙を添える。
- ・宣伝にしない

例) 投資スクールであれば、投資のスクールの宣伝じゃなくて、
「未公開株の詐欺事件なぜこういった被害がなくなるらないのか」など、
そういった視点から。

＜ ステップ7 導線を準備する＞

- ・ホームページにはマスコミ登場ページ
- ・メディア掲載のページを入れておく。

マスコミ登場ページがなければプレスリリースのページにしても良い。

- ・自己紹介のページ
実績（数字）、講演履歴を明記する
- ・SEO対策（記者が検索しそうなキーワードをHPに入れ込んでおく）

※ 綺麗なHPやプロっぽいHPでなくても構わない
大事なことは

- ・プロフィール（実績・経歴・人間ドラマのストーリー）
- ・メディア掲載ページ（なければプレスリリースページ）
- ・お客様の声のページ

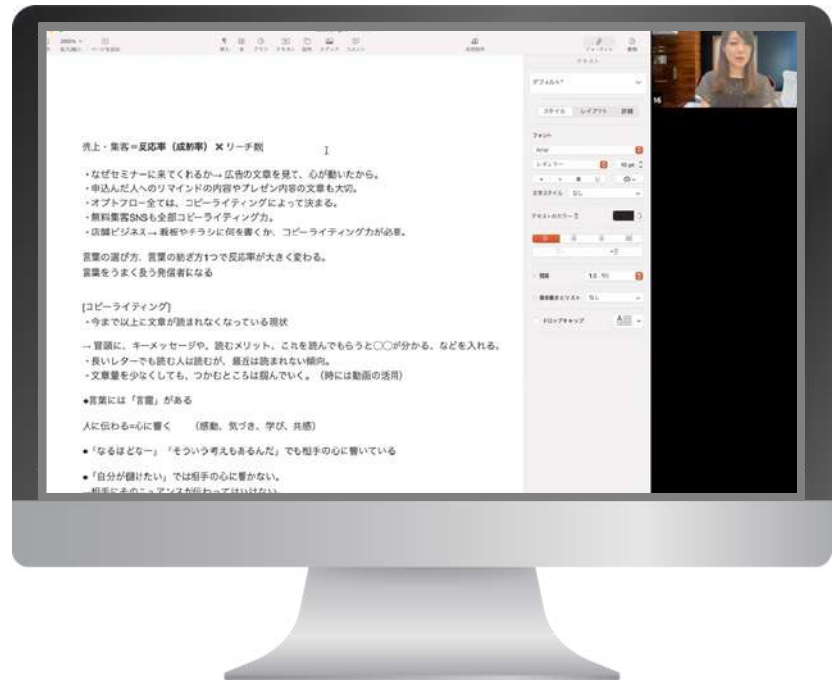
がHPに必ず含まれていること

Special gift

プレスリリースについては、動画レクチャーでも 詳しく解説しています。
「反応率アップ レクチャー（前半・後半）」のアーカイブ動画を観たい方は
InstagramのDMから、「反応率アーカイブ」とメッセージを
入れていただけると、特別にプレゼントします。

（この宣言を忘れないうちに、早めに言ってくださいね！
忘れていそうだったらリマインドしてください 汗）

- ・プレスリリースの注意点、角度
 - ・反応率アップの施作
 - ・集客の方程式
 - ・コピーライティング
- など



「今すぐ買いたい」を作るために必要なこと

→ 緊急性を作る

「ドリルを売るには穴を売れ」
マーケティング業界でよく言われる言葉で、
「商品売るには、顧客にとっての『価値』から考えよ」という意味

「ホームセンターに、工具のドリルを買いに来たお客様。
でもそのお客様が求めているのは、「ドリルを買うこと」ではありません。
お客様が本当に求めているのは「穴を開けること」なのです。

つまり……商品やサービスを売りたいとき、「商品そのもの」を売ろうとするのではなく、
お客様にとっての価値（ベネフィット）を売らなくてはならない。

「お客様が求めている価値は何なのか？」
「その価値を売るにはどうしたらいいか？」

……そんなお客様目線から打ち出すこと。

自分の説明会セミナーや個別セッションの翌週に必ず、
面白い、参加したい、と思えるような出来事を作っておいたり
（次に参加をしたくなる）需要を作り出す。

例えば2ヶ月後に、海外ツアーが当たりましたとなったら、
じゃあ本腰入れて英語勉強しようかとなる。

まずはその機会（英語を使える機会）を、作ること。

先日、PR広報をされている会員さんが世界的な写真家さんとの撮影会に同席された際に
とても素晴らしい動きをされていたので、
「ハリウッド御用達の写真家の撮影、次回でもぜひアシスタントに
なったらどうですか？」と提案した際、
じゃあ英語頑張ろうかとモチベーションになったのと一緒に。

**まずは相手に機会を、作ってあげること。
あなたはお客様のためにどんな機会を用意して
どんな「望み」「価値」を叶えてあげますか？**

経営を健全に続けていくために・・・

売り上げ よりも 利益 を重視することが大事。

「メルマガが週1回から週3回に3倍になっても、売上は1.3倍・・・？！
だとあまり意味がない
周囲の流れに乗って、次から次へと企画やキャンペーンをやっていたら確かに売上は上がる。
でも、売上をあげるのにかかる手間やコストが増加して利益は少なくなる。
メルマガを出さなくても売れる仕組みを考えないと利益体質にはならない。」
BY 木下社長（上場企業）

→ **黒字事業に特化し、赤字事業をやめる**

Club33メンバーのNさんの事例
複数あった事業の精査
・売上は？
・利益率は？

手放す事業、残す（主力にする）事業 分けて、主力に集中する・磨く、コンセプトを変える

→「反応率上がった、時間ができた！」

✕ 作業時間が増えた、利益が手元に残らない

利益体質に変えるには「利益目標を設定する」

業種にもよるが・・・

コンテンツビジネス 85%以上
店舗ビジネス 28%以上

を一つの目安とする

目指す状態としては・・・

- 1) 利益率が高い状態
- 2) 成約率が高い状態
- 3) 集客をしなくてもいい状態

→その上で、役割分担をする

今は、事業主・社長＝プレイヤーになっている会社が多い
→オーナーになり、実働の社長・マネージャーは別の人がやる
（現場から離れて、ビジョンの語り手（あなた）にしかできないことをやる）

自動化する・金の卵（何もしなくても動く状態）
 するためにマストなもの・・・**優秀な人材、または、反応率が良い広告**

ちなみに・・・

- ◆ 今の時代、新規に店舗ビジネスを始めるなら・・・
- ・ いかに成約率が良いか？
 - ・ いかに人件費をかけないか（←無人系）
 - ・ オペレーションがシンプル
 - ・ いかにLTV値をあげるか？
-
- ・ 矢沢永吉「1回レコードを買ってくれたお客様とは一生付き合っていく」
 - ・ 石尾ミミ「一度保護下に入った方とは一生のお付き合い」

=====

- 1) 利益率が高い状態
- 2) 成約率が高い状態
- 3) 集客をしなくてもいい状態

成約率が高い状態 =利益率が高い状態・集客をしなくてもいい状態

集客 = リーチ数 × 反応率

反応率（成約率）を高める

- ・ 理念・想い
- ・ 信頼関係性（人となり）
- ・ 露出、拡散、口コミ

→ 自分で「このサービス最高なんですよ」と言ったとき 聞いた相手は身構える
 → 他の人が言ってくれて「このサービスいいよ」というと、
 状況が変わりダイレクトに潜在意識的に伝わりやすい。
 いかに応援者を増やしていくか？ → 想いで動いていく

紹介で来てくれたお客さんは成約率も高い

お客さんからの紹介を増やす7つのポイント

- ・紹介のお願いをする
- ・タイミングを決めておく
- ・紹介する友人をイメージさせる
- ・たくさん紹介してくれる人を大切にする
- ・進捗とお礼を伝える
- ・プレゼントだけで釣らない
- ・「たくさんの紹介ありがとうございます」というメッセージを出す

→18分スピーチを用意しておく

- ・心から湧き出る、社会へのメッセージ
- ・原体験、なぜあなたがそれをやるのかの理由

言葉の選び方、言葉の紡ぎ方1つで反応率が大きく変わる。

◆言葉には「言霊」がある

人に伝わる=心に響く（感動、気づき、学び、共感）

●「なるほどなー」「そういう考えもあるんだ」でも相手の心に響いている

●「自分が儲けたい」では相手の心に響かない。

→相手にそのニュアンスが伝わってはいけない。

書くときのステイト（心の状態）も大事。

Giveの心、慈悲の心、世界平和、器を大きくした状態で描く。

<刺さる言葉>

- ・頭にどれだけボキャブラリーがあるか。チラシや雑誌でキャッチフレーズチェックの癖
- ・語彙力を増やすために本を読む
- ・PCの前でうなっている時より、ぼんやりしている時、リラックスしている時に出てくる。

經營思考 × 幸福資產



08

店舖經營

CHAPTER 8

店舗経営 大事なポイント

利益率が高い 初期費用が掛からない 継続収入が見込める 在庫を持たない

できるだけ、この4原則に当てはまるビジネスモデルを作る。

＜ポイント＞

- ・見込み客が欲しい商品やサービスであること
- ・LTVが高いこと
- ・継続課金モデルを前提とする（使い続ける理由、効果があるかどうか）
- ・店舗の事例をたくさん見ること。（実際に経営者に聞いてみるのも○）

活用をお勧めするのは下記！

◆MEO(Google ビジネス)

Google マップで上位表示 ・レビュー数と評価で判断される

◆成約率の高いホームページ

- ・売れているところを参考にする ・サービス内容
- ・実績
- ・店舗の基本情報 ・誰が見ても問い合わせしやすいようにする

◆店舗ビジネスのホームページの改善ポイント

- ・写真付きのメニュー
- ・スタッフの顔写真など

◆.ポータルサイトの攻略

- ・ポータルサイトを活用する ・登録できるところに登録しておく方が良い
- ※リンクやアクセスの元になる ・ポータルサイト内でランキングを上げる

◆リピート戦略

- ・接触頻度を増やす
- ・特別感 ・誕生日などで連絡(リスト化しておく) ・LINE 登録してもらう

◆オンライン化するアイデア

- ・飲食店⇒コンサルティング講座などオンライン化していく

など工夫をしていきましょう。

特に、以下のものが効果が高いため優先しましょう。

- ・MEO（Map Engine Optimization＝地図アプリでの検索対策）
- ・口コミを起こす
(店内に「当店はお客様の口コミで成り立っています。ありがとうございます」と掲示するなど)
- ・良いHPやLPを作った上でのリスティング広告
- ・地域を絞ったSNS広告

大手店舗は、ホットペッパービューティーや有料ポータルサイト、雑誌やウェブへの広告掲載、ホームページの検索UP対策、集客イベントなど、新規のお客様の集客に大きなお金をかけますが、個人店舗はこれと同じことはできません。

いかに、「他にない」を打ち出して差別化するか。

例) ハワイ好きのための初心者マンツーマン英会話スクール

など、その層のお客様にしっかり響くコンセプトが必要です。

- ・コンセプトは「どういう人がどうなれるか」が大切
 - ・需要に合わせてコンセプトを決める
- 顧客数がそんなに必要ないなら、ニッチなところにもいける

例) 悩みが女性の薄毛 ⇒ (悩みが深いから) 客単価が高い
※どんな未来に連れていくか明確化すること
(ゴール、終着点の確認、定性的ゴールでなく定量的ゴール)

- ・コンセプトをとがらせる
- ・ターゲットをしぼりこむ
- ・プロフィールにこだわる
- ・リピート顧客を重視する
- ・お金をかけない集客の仕組みを持つ
- ・低価格からの脱却
- ・個人の発信力を磨く

独自のポジションを取ることで、戦わずして勝つことができます。

ビジョン経営

「理念なき経営は滅ぶ」

「ビジョン」って一体なに？ 呼び方はさまざま

1) 企業の目的、存在意義

(パーパス、ミッションステートメント、経営理念、社是、コーポレートミッション、ビジョン)

2) 企業の価値観、原則、経営哲学

(コアバリュー、クレド、スピリット、社訓、行動指針、経営理念)

3) 企業目標、未来

(ビジョン、ミッション、中長期経営計画、年度経営計画、KPI、KDI)
コアバリュー、パーパス、ミッション、全てを含んで「ビジョン」と呼び

50年以上成長し続けている成功企業は「ビジョン経営」を実行している

◆例えばソニー、ファーストリテイリング、アマゾン、テスラ、スターバックス、など、「ビジョン経営」を実施している会社の共通点

(参考：ビジョナリーカンパニー ジムコリンズ著)

- 1) 基本理念中心に経営し、ビジョン達成に向けて一丸となっている
- 2) 強い企業文化を持ち、社員に同質性を求めている。会社に誇りを持っている
- 3) 卓越した組織があり、中央集権ではなく、権限委譲し自律性を求める
- 4) 改革、進化に熱心。事業は大量に 試して良いものを残す
- 5) 社内の人材を幹部に登用する

ビジョン経営についてもっと学びたい方は
北海道の就職したいランキングTOP10、年商250億円の多角化企業が
素晴らしい研修をされているので、ぜひ、お声がけください、
ご紹介させていただきますね！

(石尾はプライベートで、時折、ご一緒させていただいています)

◆ビジョン作成のポイント

- 1) まずは価値観を整理し箇条書きにする
- 2) その言葉から連想してパーパス・ミッションを作る
- 3) そのビジョンは自分も社員も人生をかけるのにふさわしい誇らしいものか、目線は充分高いのか
- 4) 短く 簡潔に覚えやすく
- 5) 継続して伝え続け浸透させる
- 6) 日々の仕事とビジョンを結びつける意識や仕組みが大事

◆あなたの会社の価値観はなんですか？

(大切にしたい考え、言葉、文章)

- ・10個ほど、書き出しましょう

◆あなたの会社のパーパス、存在意義はなんですか？

- ・1つ、簡潔にいうとすれば？

◆ミッション

会社としてどんなことをやり遂げますか？

上記を明確にしておくことで、軸に迷わず経営判断ができます。
組織化をしていく際や、認知を広めていく際にも大変大事な要素です。

こんなときには、たびたびビジョン作成に立ち返ってみましょう

- ・会社の成長や停滞感を感じる
- ・経営に心がけない
- ・さらなる明るい将来への展望を見出したい
- ・社員が受動的、スピード感もない
- ・経営者の交代に伴って方向性をリニューアルしたい
- ・組織が大きくなり、一体感が生まれない
- ・視野の高い経営幹部を輩出したい
- ・優秀な人材を採用したい

あなたの会社のビジョンは、

- ・心からワクワクするものですか？
- ・ビックビジョンが描けていますか？

＼ ぜひあなたのビジョンをインスタのメンションで教えてくださいね！ //



The banner features a woman in a red dress on the left. The main text reads '人生にインスパイアを。' (Inspire your life). Below this, three checkmarks list benefits: '人生を豊かに生きるヒントが満載。' (Full of hints to live a rich life), '海外イベントの情報が早期に見れる！' (Get info on overseas events early!), and 'プライベートの裏側も掲載。' (Private side also featured). On the right is the Instagram logo and a QR code. At the bottom left is the handle '@mimi_aloha17' and a 'CLICK HERE!' button.

販路を広げる

(1)チラシ

・何らかの事情で利用できなかった顧客も次回来店できるように、ショップカード、リーフレット、フライヤー、看板に電話番号を入れる、Facebookやっていますなどの表記、HPアドレスの表記を追加する。

(2)FAXDM(地域絞って送る)

(3)新聞・雑誌広告

(4)プレスリリース

(5)フリーペーパー広告

(6)看板、ブラックボード

他にも、さまざまな手段を用意しましょう。

(1)Instagram

・ **しっかり作り込めば、Instagram の広告は反応が高い**

(2)リスティングの広告

・ ホームページをしっかりと作ることが大事！

・ LTV が上がると広告費を上げられる

・ 限界 CPA (1 人の来店にいくらかいかけられるか)

1人1万円の商品を販売している店の場合

⇒チラシにかかった経費が 10 万円ならば10 人のお客様が来ることが必須。

(3)ポータルサイト(ホットペッパービューティーなど)

※費用対効果を見る

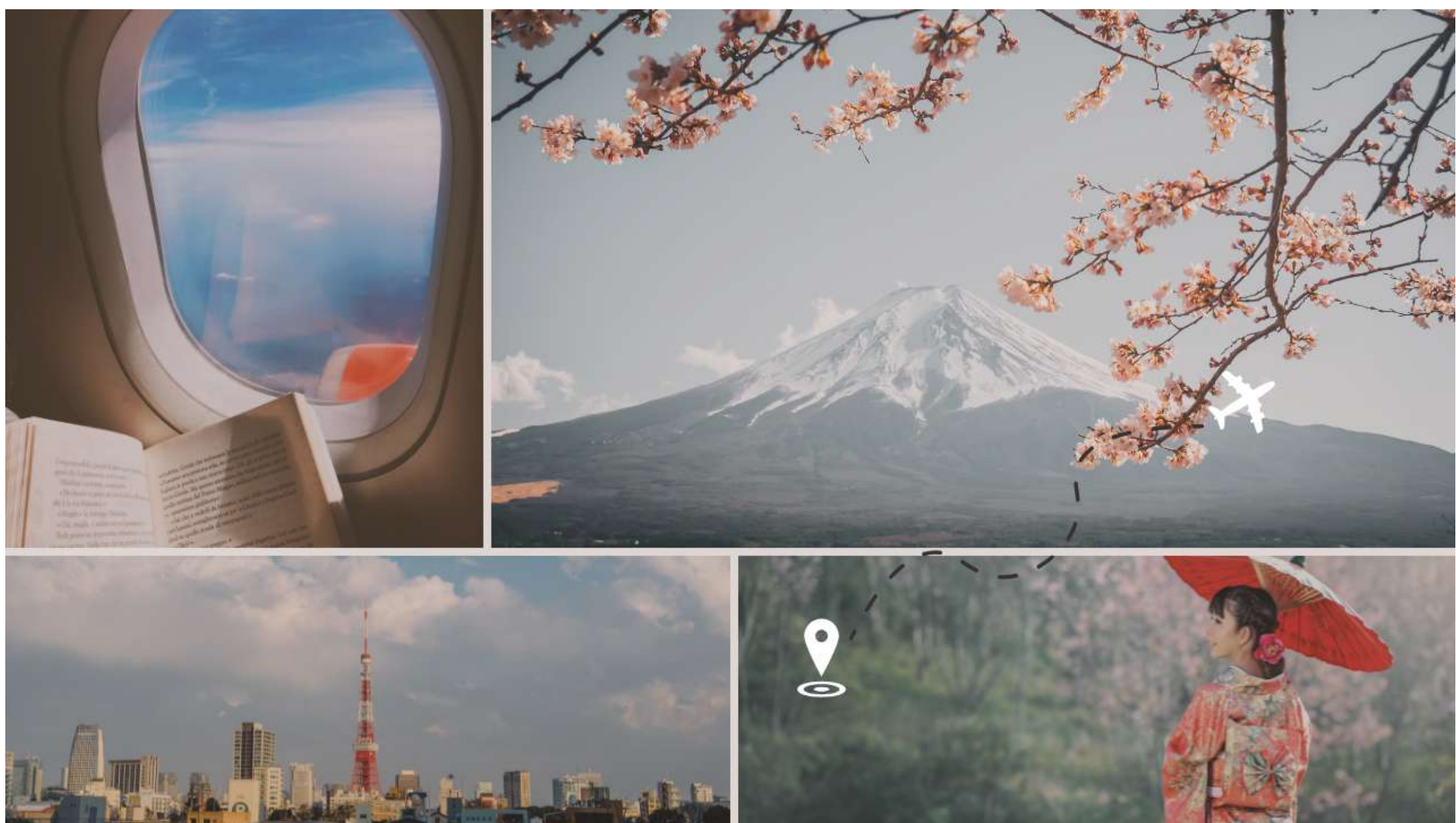
(4)インフルエンサーへの広告

・ 物販ビジネスであれば、SNSインフルエンサーに拡散してもらう方法もあります。たとえば、インフルエンサーにあなたの会社の商品を無料でプレゼントし、使ってみた感想などをSNSでシェアしてもらうのです。

会員さんには、この依頼文のテンプレートや、投稿用のバナーテンプレも共有しています。できることを1つずつ、埋めていくことで しっかりと収益が上がるようになります。

[SNS集客]

- ・ インスタ広告は投稿を宣伝する。ターゲットを決めて、広告を流したい地域、職業や年齢層をしぼることができる。費用対効果がいい。
- ・ 投稿や口コミしてくれていることをSNSで更に投稿する。
- ・ LINEはリッチメニューを使うのがいい。
- ・ 店舗の場合、ステップメールの自動返信は考えずに、手動で返信していくのがいい。
- ・ インスタ投稿時、店舗ビジネスの場合は位置情報を必ず入れる
- ・ 通行人の「利用したい！」という気持ちをアップさせるため、サービスメニューや店舗のおすすめサービス、写真を掲載する。
- ・ お客様にハッシュタグ付けしてもらうことで外部流入を増やす



導線を切らさない

- ◆ 各フローでの反応率を上げていくために
～各ステップで離脱を起こさないことが大事～

1) 検索

- ・ SEO
- ・ 検索キーワード
- ・ 地域名
- ・ お客様に「どんなキーワードで検索して見つけたか？」アンケート
→SEO対策に反映する

◆MEO

- ・ レビュー
- ・ レビューへのお返事

2) HP

- ・ 権威性（実績、メディア、推薦）
- ・ 信頼性（お客様のお声）
- ・ ロジック（読みやすさ、わかりやすさ、文章の意味が通っているか。
国語力に自信がない方は第三者に確認してもらう）
- ・ シンプルか（ごちゃごちゃしていない）
- ・ 相手のメリットがわかりやすいか
相手のメリットだらけになっているか
- ・ 料金システムはシンプルか

導線を切らさない

3) 申込

- ・ 料金は明示されているか
- ・ 申込フォームはわかりやすいところに配置されているか
- ・ 項目が多すぎないか
(性別、 ファックス番号、 ふりがな、 年齢、 メールアドレスの二回目確認とかいらない)
- ・ 記入するのをためらう項目はないか
(女性消費者へのサービスで
初見でいきなり細かい住所など)
- ・ 送信しやすいか (認証ロボなど排除)
- ・ スクール、 スタジオ、 学習塾等の方
→ 「お問い合わせ」 欄はいらない。「体験申込み」 だけでいい。

4) 返信

- ・ ちゃんとメールが届いてるか確認
- ・ 自動返信がすぐに行くか
- ・ 返信のテンプレートができているか
- ・ 返信担当者が明確か

5) 対応するスタッフ

- ・ どのスタッフも質の統一ができているか
- ・ お客様の気持ちに沿った対応ができているか
- ・ テンプレートができているか
- ・ 料金や手続きのオペレーションはシンプルか
(モタモタしない)
- ・ 優秀な人材の採用ができているか

リピートしてもらう

売上 = リーチ数 x 反応率 (CVR) x 生涯顧客価値 (LTV)

継続率・リピート率が非常に大事！

- ・ずっと通ってくださるには？
 - ・口コミ、応援してもらうには？
 - ・満足度を高めるには？
- ・どうすれば継続できるか考えてつくる。
- ・コミット型でない商品は、結果が出ないので止めやすい。
- ・購入だけして満足する人は多い。
- その場合、継続率は下がる。
- 継続できて結果が出るサービスをつくること。

◇購入後のアプローチ5つのステップ

手書きのお礼状
具体的な商品情報
社内情報(社員紹介など)
よくある質問
お客様の声や続ける理由など

次回のオファーは2回目以降
お礼状はお礼状だけで留める

<< LTVを高めるには >>

◆頻度を増やす

購買点数を増やす

一回の購入当たりの購買点数を増やすようにします。

1) 毎回、クロスセルする。

例えば、「ポテトいかがですか？」

2) 「ワンプラスワン」、「2 つめ半額」など。「3つまとめて〇〇円」という方法も。
米国ウォルマートはこのモデルで、大きく飛躍した。

ex) ホノルルクッキー

3) 商品をセット 販売をする。

スーツ、シャツ、タイ、ベルト、靴など。

4) 大人買いして頂く。

まとめて箱に入れておく。

ex) チロルチョコ

5) 数を限定する(「おひとり3個まで」と言われると3つ買う人が増える)

スーパーのPOPなど

6)会員制度にする
(会員メリットをつける、
メンバーカードを作る)
会員制カードにして次回予約をとる
※必ず次回予約を取るだけでも
結果が変わる
(美容室サロンなど)

その他・・・

- ・来店回数に応じて会員証&特典UP
- ・毎日ポイントでロイヤリティー向上
- ・ステップ配信によるクロスセル訴求
- ・初回カルテで、髪を切る頻度を質問
回答に応じてフォローメッセージを自動化
- ・もう一度、新規価格で試せるクーポンのアナウンス
- ・担当者からサンキューメッセージを送り、クーポン配布
- ・LINEステップの機能を使い、毎日ログインポイントを提供
- ・来店回数に応じてメニュー変更、再訪問を促す
- ・限定新メニューを少しずつ出す
- ・新メニューの開発状況も公開
- ・商品改善の声が来たら見えるように公開
- ・良かった投稿はリポストで拡散

満足度高い満足度が大事

特にローカルビジネスの場合
口コミなど
オンラインと違って、
店舗の綺麗さ見た目、清潔感も大事

通りすがりの人に店の中に入ってほしいのであれば、
「得する」と思えるメリットを提示する

- ・サンプルなど無料のプレゼントを渡す
- ・在庫処分品を破格で売る
- ・無料のお茶や無料のコーヒーを提供する
- ・特売商品を告知する
- ・人気の商品を扱ってますと記載する
- ・〇〇の在庫ありますと売れ筋商品を告知する

オペレーションをシンプルにする

・全てにおいてとにかくシンプルに。

複雑にしないこと！

うっかりすると複雑になりがち。

考えることが好きな方、インテリアが好きな方、計画が好きな方、手帳が好きな方は 要注意！

- ・説明しなくてもわかるオペレーション
- ・値段や店舗利用の仕組みはシンプルに。
- ・キャンペーンなどを多くしすぎない、現場が混乱しないようにする
- ・価格プランや、値段設定が複雑になっていないか？（基本は1つ）
- ・まるっとわかる料金になっているかどうか
（オプションで追加料金がかかる・・・などはNG!）
- ・料金システム いらないものを削る
- ・学生割引いらないのでは？
- ・いらないクラスは？ 生産性の悪いものは？

料金システムが複雑だと生産性が悪い、
スタッフのオペレーションにも良くない、
スケールするにもやりにくい

**「現場のオペレーションをシンプルに」をしっかりと進めることで
あなたの事業は「自動化」に近づけることができます**

あなたがどこで何をしても 収益が上がっていく形ができますよ！ ^^

良い人材を採用する

大事なことは、人材の魅力で、未来を見せていくこと

- ・会社の体制を整える

ターゲット層が複数ある場合には、
事業を分ける。
部署を分ける。
担当者を分ける。

全部 自分の力でやらないこと。

全部抱えない
良き方に任せる。

Announcement

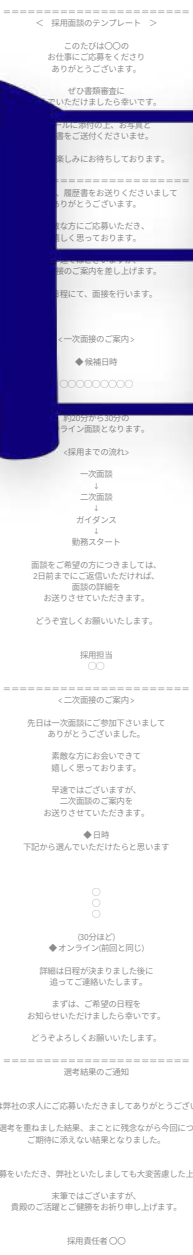
企業は採用が9割、と石尾は考えています。

そんな**大事な採用活動を成功させるための**
「求人広告例」、「メールの返信テンプレート」は別途配布予定です。

応募の方法は、**最後の「スペシャル特典の受け取り方法」**をご覧ください。

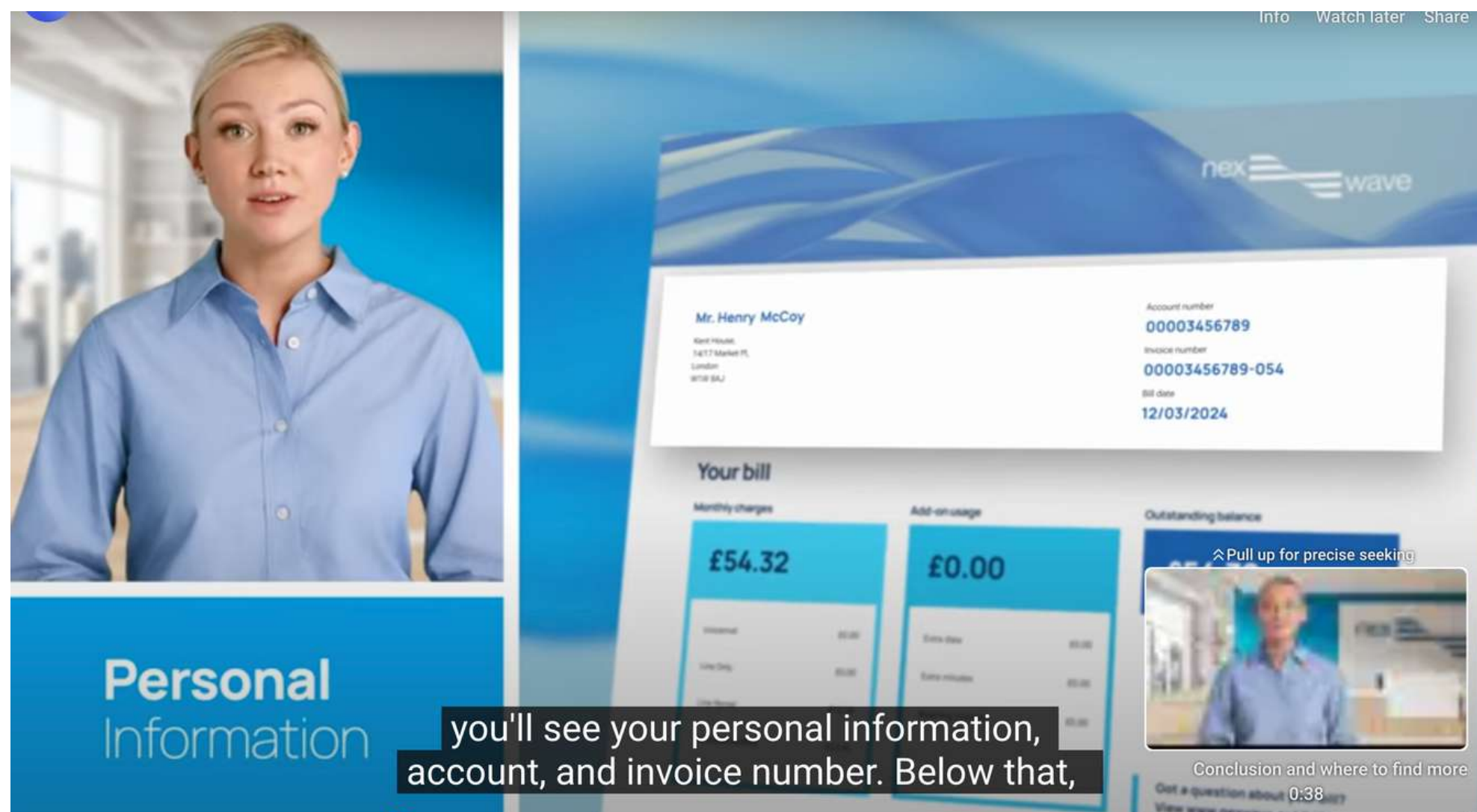
とっても大事なプロセスなので、この機会を逃さないでくださいね！

近日公開



◆ 最新のAIツール

・ AIアバターで社内研修動画作り
<https://www.synthesia.io/>



海外では日本よりもかなり進んだマーケティングツールやAIツールがすでに導入されています。

上記のように、指示を入れるだけで 研修動画を作ってくれたり
台本、ヒューマノイドアバター、マルチリンガル音声まで。

これら最新のAiツールを組み合わせることで、「事業の自動化」「大幅な時間効率アップ」が叶います。

Announcement

大切な人との時間を大事に生きるためには
これからの時代、AIの活用も必須。
希望者には、**AI活用で使える驚きの時短プロンプト集**をプレゼント。

応募の方法は、最後の「**スペシャル特典の受け取り方法**」をご覧ください。
一度きりの配布なので、この機会を逃さないでくださいね！

特典進呈

◆ そのほか最新のAIツール

・テキストの入力を行うだけでプロレベルの動画を作り出す
<https://invideo.io/>

・アニメ・絵
<https://sketch.metademolab.com/>

・こちらもいずれ来そう（Nvidia が巨額出資しています）
Runway （動画生成）
[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000028.000077879.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/0000000028.000077879.html)

他にも・・・

<https://gamma.app/>

<https://illuminate.google.com/home?pli=1>

<https://www.napkin.ai/>

<https://www.heygen.com/?sid=rewardful&via=skill-leap>

<https://auth.mistral.ai/ui/login?flow=c6b47737-3ecf-4483-91b0-289b254046d4>

<https://otter.ai/>

<https://riverside.fm/>

<https://sketch.metademolab.com/>

<https://invideo.io/>

經營思考 × 幸福資產



09 資產設計

チャプター9

起業家・経営者なら知っておくべきお金の使い方

前提として、売上を出すことや収益をあげることも大事だが、**どのようにお金を使うかも大事！**
ここをしっかりとコントロールしていきましょう！ ^^

<まず決めること>

- 1) ビジョン・目的
- 2) いつまでに実現する？
- 3) 何歳で引退
- 4) 引退する時に今の会社をどうしたいか
(ゴールが決まっていないのに戦略は立てられない)

■ 出口は5種類ある

- ・事業承継（親族への承継）
- ・事業承継（社員への承継）
- ・バイアウト
- ・精算、廃業（銀行からの借入が残っていると廃業できません）
- ・上場（VCなどのサポート活用）

★バイアウトか株式上場が一番利益が出る

=====

■ 会社に残す理由としては・・・

- 1) 上場
 - 2) バイアウト
- を目指している人
利益を残さなくても役員報酬がつつり取っていれば
同じ査定になる

バイアウト：高く売りたい場合は、売る直前の3年間で大事
それまでは利益を圧縮して 残りの3～5年は利益を出していく

「経営者たるもの10%の利益を上げないとダメ」というのは、上場企業の場合。

事業承継には、時には赤字を作ることも必要、とも言われる。
毎年利益をコントロールしてスムーズに事業承継することが大事。

＜事業継承の場合は、贈与税がネック＞

例えば、資本金1000万円
毎年利益 1000万円×20年＝2億円とすると・・・
株価（価値）は2億＋1000万円＝2億1000万円
贈与税：1億円

（事業承継された人が払わないといけないので大抵は、
銀行にお金を借りに行く、そうすると、借金を返すためだけに事業を継続することになってしまう）

（社員に事業継承する場合は、まず銀行が貸してくれない
→会社は利益あげすぎると事業承継が難しくなる）

上場企業の使命：利益を上げて株価を上げること
中小企業の使命：スムーズな事業承継

=====

- ・事業承継（親族への承継）
- ・事業承継（社員への承継）
- ・バイアウト
- ・精算、廃業（銀行からの借入が残っていると廃業できません）
- ・上場（VCなどのサポート活用）

=====

あなたの理想の出口は決まりましたか？

そうしたら、まずは最初のステップから参りましょう！

<創業> 個人事業主～法人起業初期

理念・ビジョン・他がやっていない工夫・
差別化・メンタルの安定・凡事徹底・需要を拾う

とにかく「集客がいない状態」を目指す

- ・ニーズの把握やタイムリーな提供
- ・SEOの強化、入り口を整える、導線を切らさない、離脱を防ぐ
- ・理念で共感、長期に活用いただく、LTV値の向上
- ・SNSだけではなく施作（SNS依存から脱却）

<お金の使い方>
コスト管理しっかりと。

回収できるものに使う。
使ったら、回収する。

消費にばかり使いすぎない

自分では「自己投資」したつもりでも、回収できていなければ、それは単なる消費にすぎない。
回収できるかどうかは自分たち次第。主体的でいること。(受け身をやめる)
「経営者・投資家」マインドの人は、基本、なんでも回収できる！

<洗い出してみましょう>

- ・最近使ったお金の使い道は？
- ・投資と思って回収できていないことは何か？
- ・どうやったらそれをもっと活用できるか？
- ・どうやったら他の方法で回収できるか？

=====

1) まず、目指すは 個人で創業→年収1000万円まで行って法人成りするところまで。

=====

- ①開業した場合には、基本的に開業届の提出が必要
また、確定申告の申告の際に最大65万円の控除が受けられる点や
損失が生じた場合に、繰越や繰戻しをすることができる点から
青色申告の適用をされる方が多い
ただし、適用の際には、収入金額や必要経費に関する日々の取引状況を記録した帳簿が必要
- ②確定申告が必要にも関わらず、申告していないことが指摘されると、
加算税が課せられることがある
- ③一般的に、所得800万円以上の場合には、
法人の方が税金が低くなると言われている
そのため、所得の金額800万円が1つの目安になる

Today's Pick UP



日本市場が縮小してきている昨今、海外の市場に拡大するために海外進出・海外での事業展開を視野に入れている方も増えてきましたね。とはいえ、現地の内情も法的な手続きもわからないし・・・という方は、一度、財務・会計の専門家である弘畠氏にご相談を！
タイ・バンコクで会計事務所など3社経営されていて、海外展開のサポートも行っています。
・誠実な方に海外・アジア展開の伴走をしてほしい
・お金の専門家に相談したい という方や
・起業前だけれど将来はアジア移住・海外で法人を設立したい、という方も。
きっと、力になってくれるはずです。

<https://www.facebook.com/yuko.hirohata777>

投資の際に大事な指標「LTV値」

◆安定経営をするために

LTV値が高いビジネスをする

採用が一番大事

利益率を意識する

社会に還元する

お金は前払い **✕**浪費 **▲**消費 **○**投資

＜ポイント＞

- ・見込み客が欲しい商品やサービスであること
- ・L T Vが高いこと

- ・継続課金モデルを前提とする（使い続ける理由、効果があるかどうか）
- ・店舗の事例をたくさん見ること。（実際に経営者に聞いてみるのも○）

「Life Time Value」＝「顧客生涯価値」

「平均購買単価」**✕**「購買頻度」**✕**「継続購買期間」

L T V（顧客生涯価値）とは？

「一人のお客さんが取引開始から終了までの間に、平均どれだけの金額を買って頂けるか？」という数字です。英会話スクールであれば、レッスン料が毎月3万円だったすると、年間で36万円です。それが10年続けば360万円になります。

単純計算で、お客さま1人の獲得には、360万円の価値があることになります。

L T V値が高いビジネスを構築しましょう。

L T Vを上げる3つの方法

L T Vを上げる方法①：購買単価を上げる

1回あたりの購入金額を高めることができれば、短期間で売上アップが可能
具体的には、高額な商品を作ったり、値上げをしたり、
上位商品を売るアップセルや別の商品を売るクロスセルなど

L T Vを上げる方法②：購買頻度を高める

購買頻度を高めることが出来れば、平均の顧客単価は上がっていきます。
ですので、期間限定キャンペーンなどを定期的に行ったり、
DMなどでの接触頻度を向上したり。
買わなくなる理由のほとんどが「忘れているから」というデータもあるので、
接触頻度を上げて忘れられないようにすることが重要

L T Vを上げる方法③：購入期間を伸ばす

できるだけ長い期間買ってもらうことでL T Vは上がります。
既存顧客より新規顧客開拓は5倍コストがかかると言われています。
それにも関わらず、多くの人は新規集客のことばかり考えています。
それよりも、既存のお客様や見込み客リストにしっかりと
価値提供をしてサービスを買ってもらうことでも売上は作れたりします。
具体的には、カスタマーサクセスモデルの導入や顧客ロイヤリティを上げる
魅力的な継続オファー、リピート特典などです。

収益と利益を分ける

収益と利益を混同しないように気をつけましょう

入ってくるお金を全て自分のものではなく、

- ・お客様への還元
- ・広告費
- ・紹介料等に使う

消費に使うのではなく、

次を生み出せる投資に使うことがポイント。

例えば紹介料も、小さい紹介料ではなく、

大きな紹介料を生み出すためにはどうするのか。

→ LTV値を高める

LTV値と成約率は十分に高いか??

ここは、とっても大事なところなので、不安な方は
ぜひ 相談しに来てくださいね！

インスタグラムにいただいた質問は、
石尾ミミ オフィシャルサイト（日本語版）のQ&Aサイトでも
回答を公開しています



<https://mimialoha.com/>

世界を知る・視座を高める

1) ビジネスとは情報戦でもある

投資、経営、社員への統括力、サービス提供、情報提供、ひらめき、商品力など

- ・1日のうちに新たに仕入れる情報量は？
- ・もっとも効率が良い情報源は？
(無料のセミナー、などではない)
- ・どんな環境を作っている？
(ニュースは？集まる人は？)
- ・読書はコスパの良い情報源

2) 実際に何を経験している？

ファーストハンドエクスペリエンス（実体験）こそが最も説得力がある

あなたの行動範囲は？

どんな世界をみている？

3) 決断を早くすること 時間を人よりも濃く、多く使える

経験値が高まる

本当にどうでもいいことに悩まない、迷わない

コンフォートゾーンを抜ける

安定した暮らしを送っていると、どうしても「このままでいいか」と感じてしまうのですが
「貢献の幅を広げる」ために「人生の深みを増す」「器を広げる」ためにも
コンフォートゾーンを定期的に抜け出す期間を意識的に作りましょう。
人は、**挑戦や学びをやめたら つまらない人間になる**ものです。

Today's Pick UP



「人生前に進めなければコンフォートゾーンを抜けること！変化のある人生はやっぱり楽しい。」
と語るのは **世界の中心・ニューヨークというチャレンジングな場所に移住を実現したクレアさん。**

- ・大手企業でマネージャーとして後輩を育成
- ・移住を迷っていた頃に石尾と出会い、Club33へ。動物養護のスタートアップも視野に。
- ・見事、移住を叶え、ニューヨークや日本で石尾のご友人たちをお引き合わせ。
- ・米国元大統領ファミリーメンバーとお引き合わせ。
一緒に並んでバイデン大統領、ビルゲイツ、ハリー王子などが参加のカンファレンスに出席。
- ・社交界のマダムの邸宅で投資家やファンドの役員たちとガーデンパーティ
- ・VCやベンチャー企業のメンバーたちとお引き合わせ。同年代なのでいざの時にも頼れる。
- ・日本のベンチャーキャピタル役員や世界的デザイナー桂由美さんとお引き合わせ
- ・インド支援の米国NGOチャリティディナーでNYやインドからのゲストとともに交流など、

向上心と素直さをもつ 素敵なクレアさんを、石尾の大切な方々にお繋ぎさせていただきました。
コンフォートゾーンから抜け出すのは簡単なことではない。それでも、適切な人と繋がり、
諦めずに前に進んでいけば道は開けるし、人生の深み、貢献の幅は確実に広がります。

「私にとって2024年は人生が大きく変わった1年でした。実現できた海外移住は苦悩の連続だった。言葉にならない焦燥感や苛立ちで眠れない日々も続いた。日本にいたらどんなに楽だったんだろうって何度も思った。それでも後悔はない。人生ビジョンに海外のキーワードがあったから自分がやりたかったことに素直に突き進んだだけ。」（一部抜粋引用）

とのことで、次世代を担っていく日本人の存在、頼もしいですね！

クレアさんのNY奮闘記はこちら！ >>> https://note.com/chie_marim08

世界経済フォーラムの年次総会（通称ダボス会議）

2024年の議題は「信頼の再構築」で、「世界の安全保障」という主要テーマではロシアのウクライナ侵攻のほか、イスラエルのパレスチナ自治区ガザへの攻撃などの地域紛争が議論の焦点。
「新時代の成長と雇用」「人工知能（AI）」「気候変動とエネルギー戦略」など



<資金調達やエンジェル投資にまつわる基本的な用語>

◆ スタートアップ

今までにない新しいビジネスモデルを構築して、短期間に大きな成長と大きな利益を狙っている企業のことを指します。イノベーションを巻き起こす会社。
ただ「起業した会社」という意味ではありません。
いわゆる、スモールビジネスとも異なります。
オンライン界隈で行われているのは、どちらかと言うとスモールビジネスのこと。スタートアップは、短期間でIPOやM&Aを目指して急成長しようとする会社のことです。

◆ ベンチャーキャピタル

スタートアップに投資をして利益を出す組織のことです。
大体のベンチャーキャピタルは、機関投資家や、事業会社、
ファミリーオフィスや個人等の投資家から資金を集めて、
そのお金でスタートアップに出資します。
スタートアップが成長して株価が上がったタイミングで株式を売却して、利益を得ます。

有名どころでは、

世界一有名なセコイアキャピタル

1972年カリフォルニアで設立されて、アップルやGoogle、Yahoo!、エアビー、PayPalといったテック企業への投資実績を持っています。

他にもオラクル、シスコ、YouTube、Instagram、Dropbox等。

金融機関系列としては、

タマホーム、オイシックス、などに投資しているSMBCベンチャーキャピタルや、
マネーフォワードなどに投資している三井住友海上キャピタル
エアウィーヴなどに投資している三菱UFJキャピタル等があります。

他にも、石尾の出資先が関わりを持っている

MIRAISEさん（エンジニア系に出資） <https://www.miraise.vc/>

SBIインベストメント

みずほキャピタル

デライトベンチャーズ

Gazelle Capital

その他、

グロービスキャピタルパートナーズ、

(国内最大規模の独立系VC)

主な出資先はnanapi、面白法人カヤックなど

JAFECO(ジャフコ)

東証1部上場をしている国内最大規模のベンチャーキャピタル、もともとは、

野村グループのVC、現在は独立。

主な出資先としては、UUUM、リクルート、キャンプファイヤーなど

- ・銀行等の融資とは異なって、まんべんなく出資をした上で、
そのうちの1つが大当たりすればリターンが出る
- ・投資家からもらう年2%程度の運用手数料もベンチャーキャピタルにとっての収益源
- ・VCが入る前に、小さな段階で、エンジェル投資家が入る事もよくあり、
逆にVCに入れてもらいたいから、その前段階としてエンジェルに入れてもらう
(投資実績を作る) そのためにエンジェルが頼りにされるということもあります。

◆ エンジェル投資家

企業に対して出資を行う個人投資家のこと

IPOやM&Aで資金に余裕ができた企業家がエンジェル投資家になったりします。

◆ リードインベスター・リード投資家

特定の資金調達ラウンドにおいて中心的な役割となって、契約条件等をまとめるベンチャーキャピタルまたは個人投資家のことで、そのラウンドにおいて1番大きくシェアを取ることが一般的。

信用ある会社や個人投資家がリードインベスターとなることで、スタートアップは信頼を得て他の投資家を集めやすい

資金調達をする際は、必ずリードインベスターの確保を最初にする事で、その後の資金調達が容易になる。

◆ 投資委員会

ベンチャーキャピタル内の各案件への投資判断を決める最高意思決定機関。

事前に案件の調査分析(デューデリジェンス)を行って投資すべきと判断された案件が投資委員会にかけられます。委員会メンバーは各案件投資をするべきかどうかを判断してリスクを最小限に抑えながら投資をします。

◆ マイルストーン

事業のエグジットまでのマイルストーンをわかりやすく引いてプレゼンすることが多い。投資家サイドはこのマイルストーンに従ってスタートアップ企業をモニタリングします。

◆ トラクション

ユーザ数や売り上げ等の実績、勢いを表します。

◆ PMF (プロダクトマーケットフィット)

自社サービスが適切な市場に受け入れられている状態。

顧客の適切な課題を見つけ出して、適切な市場で展開する

このプロダクトマーケットフィットは企業の成長のカギであり、基本です。

◆ ピボット

事業の方向転換、方針変更をすること。

最近人気の企業 / 番組もこの名前を使っていますね。pivot

◆ エグジット

株式公開(IPOや)企業買収(M&A)で創業者やベンチャーキャピタルが投資した資金を回収することを指します。

◆ チケットサイズ

新規投資の際の1回あたりの投資金額のこと。

10億円のファンドの場合は、チケットサイズは数千万円とすることが多いです。別の意味で使う場合もありますので、文脈によって。

◆ プレバリュウーやポストバリュウー

プレバリュウーは、資金調達前の企業価値で、
ポストバリュウーが資金調達後の企業価値です。

エンジェル投資のメリット

もちろん、

牛や豚を殺さないで済むような代替ミートの開発をとか、
がんの治療の促進とか、自分の応援したい分野に投資をすると言う
応援の趣旨もあります。

それ以外の、私が感じるメリットとしては、やはり、人脈と情報の広がりです。

出資先の企業がらみでパーティーに招待してもらったり、

自分とは全く異なる分野の情報が入って来たりします。

投資先からは、決算報告のほかに、

割と、報告を受けたりすることがあります。

投資家、企業との出会い

◆ 共通の知り合いからの紹介

◆ ピッチイベント、ビジネスコンテスト

◆ スタートアップとのマッチングサイト

投資ラウンドについて

◆ エンジェルラウンド

アイディアしかないような状態で投資する状態。
ただし投資家側も、慎重に出資をするか判断をする必要があります。

◆ シードラウンド

企業の状態としてはプロトタイプ、または α 版、 β 版がローンチした状態への投資となります。最低限のチームメンバーも揃って、形になってきた段階。VCからの調達またはエンジェル投資家からの調達。

シリーズA・B

プロダクトが完成し、お金をかけてどんどん顧客を増やしていく段階での調達時期をシリーズA、シリーズBと呼んでいます。

シリーズBあたりで上場するケースもあれば、
上場まで行かずに調達を繰り返して、シリーズし、リート進んでいくケースもあります。

◆ アーリー

プロダクトが出来上がったが実績も少なく、赤字の状態、通常の運転資金に加え、設備投資の資金なども必要になるタイミング。

または個人帳等歯科からの調達が多いです。

ミドルはプロダクトが安定成長している状態で、この完成したプロダクトがどの市場でマッチするか、マーケティングのチューニングを行っていく段階です。

◆ レイター

成長を経て事業の黒字化、累計損失も黒字化している状態です。

ファイナンスステージではDまたはプレIPOレベルになります。

上場に向けて内部統制を行っている段階です。

◆ 時価総額

上場企業の企業価値を図る指標、
株価に発行済み株式数をかけて算出します。

時価総額が大きい企業は現在の業績が良いまたはユーザ数が急に伸びているなど、将来の成長や収益も期待されている企業です。

オープンAIがかなり高い時価総額として話題になりました。

◆ バリュエーション

上場企業と違って、上場企業の株価は市場で決定されていないので、様々な観点から企業を分析して企業価値を評価する必要があります。

この企業価値評価のことをバリュエーションといいます。

これをもとに適正な株価を決定して投資家から出資を受けます。

算定には投資家の相場感で決まることも多いです。

ビジネスモデルが確立されていれば、1ユーザあたりの将来、収益と一人当たりのマーケティングコストから上場時点での時価総額を予測し、価値算出をすることもできます。

◆ アクセラレーター

ベンチャー企業の成長を一気に加速させる企業のこと。
大体 3ヶ月から6ヶ月位のプログラムが設けられています。

◆ インキュベーターとは
シードステージへのVC投資を行うか、資金面以外の支援を行っています。
例えば、アイデア、知識、情報等の共有など。
アクセラレータと異なって、一般的に期限が設けられていません。
皆さんの街の周りにもインキュベーターがあると思います。

◆ Y コンビネーター 英語・米国

- ・スタートアップスタジオ
- ・アクセラレーター
- ・ベンチャービルダー

渋沢栄一は、明治の大事業か、5500以上の銀行や企業などの設立に携わり、
数百もの企業の株主に直連ね、今で言うエンジェル投資家にして大富豪。
日本の資本主義の父と称されしている人。素晴らしい経営者は素晴らしい投資家

一般的に、スタートアップ企業が資金調達ができるかどうかは、
例えば、次の6つの要素が必要です。

- 1) 獲得可能な最大市場規模が十分大きいかどうか
すぐに自社を10倍に成長させ、
できれば100倍も見込める有望なアイデアがあるか？
- 2) 創作力豊かなチームが全員揃っているか？
ある企業がそのチームを見て、あーこの人たちなら
間違いなく実現できるだろうと口にするだろうか。
- 3) そのアイデアが良いことを示す具体的な証拠はあるか？
例えば、お客さんからの声だったり、もしくはリピート率の数値データ等ですね。
- 4) 自社がどんな会社で、どうして成功するのかについての物語はあるか？
それをすぐに説得力を持って語れるか？
- 5) 現実的なビジネスモデルがあるか？
キャッシュポイントが明確かどうか
- 6) これから10年、
この仕事しかないという覚悟があるか？
休暇もなく、週末もなく、誕生日も忘れ、眠れない夜がある覚悟ができているか？
といった要素が必要です。
しかもそれをスピード感持って、クリエイティビティーに、進めていく必要があります。

ROI：投資対効果（= Return on Investment）

KPI：重要業績評価指標（= Key Performance Indicator）

CEO：最高経営責任者（= Chief Executive Officer）

CFO：最高財務責任者（= Chief Financial Officer）

CMO：最高マーケティング責任者（= Chief Marketing Officer）

クリエイティブ：広告制作物

ブランド・プロミス：消費者の視点から見て、そのブランドが約束（保証）していると思う品質、機能、または価値のこと。

ブランド・アイデンティティ：そのブランドが保証するものを象徴する、消費者に持ってほしい固有のブランド連想の集合。

ブランド・エクスペリエンス：消費者がそのブランドとのあらゆる接点（マーケティング・コミュニケーション、購入、購入後）を通して得る体験のこと。

ホワイトペーパー：特定の主題について、問題提起や解決案を詳細にまとめた報告書。

ニッチ市場：隙間市場【岩などの割れ目、くぼみを指す“Niche”から、特定の需要が存在する規模の小さい市場を指す】

イノベーション：革新 インセンティブ：動機付け【意欲向上や目標達成のための刺激策】

W.I.I.F.M.： “自分にとっての価値とは何か”
（= What’s in it for me?）という視点に基づくマーケティング・コミュニケーションの基本原則

SOV：広告量シェア（= Share of Voice）

K.I.S.S.： “単純かつ平易に”（= Keep it Simple Stupid）という視点に基づくマーケティング・コミュニケーションの基本原則

サイロ化：縦割り組織【もともと穀物などの貯蔵庫（silo）を意味し、窓がなく独立している構造から、組織の中で各業務部門が他との連携を欠いて個別に機能する状態を指す】

ストラテジック・ブリーフ：戦略企画書

2025年6月末～7月は、欧州で投資家が集まるフォーラムが開催。
主催はオーストリアのベンチャーキャピタル、「Venionaire Capital」。

石尾は、こちらのベンチャーキャピタルのスポンサーでもあり
日本拠点の代表者でもあるため、例年参加予定。

出席したい方（投資家のみ）、同行したい方（会員さんのみ）は
是非、お声がけください。ご一緒にヨーロッパの投資家・VCと過ごす1週間を楽しめます。



世界中の投資家やVCが集まるフォーラム「WVF」、2024年のスピーカー登壇者として石尾が招待を受け、ヨーロッパ・米国のVC・投資家・ファンドのメンバーとパネル登壇。

- ・スタートアップとAIのレギュレーションについて
- ・インパクト投資について
- ・スティーブ・ジョブズの右腕も務めたパネリストなどもサプライズ参画。「朝まで生テレビ」どころではない激闘・白熱したパネルディスカッションの場でも、中立な立場で場を和ませるなどの器の広さを見せていただきました。
- ・日本からは、Club33メンバーでもある お着物の会社経営者、上野社長も同行されましたが、日本の伝統衣装が現地で大人気！写真会の列が並ぶくらいに みなさんから好評でした！



フォーラム期間の間、1 週間は、銀行役員・VCトップ・ファンド創業者などみなさんと一緒に過ごし、「第二の家族」のように親しくなり、とても素晴らしいフォーラムでした。

ヨーロッパでは、女性のエンジェル投資家もたくさんおり、年配の方でも対等に意見を求めて頼ってくださるなど、日本とは違った文化。イノベーションが起きやすい空気をひしひしと感じました。ぜひ、もっと多くの日本の方にも この機会を体感いただきたいです。
(来年 ご一緒したい方は お声がけください)





毎年9月には、ニューヨークで最大級の国連主催環境週間

「クライメート・ウィーク」が開催されます。

各国から専門家や首脳が集まり、この時期のNYは

全世界から投資家・VC・ファンド・活動団体などがマンハッタンに集まります。

石尾は、参画組織のスポンサーとして、また、パネル登壇者（受賞者）として

- ・環境テック最新の開発状況について
- ・GPサイドとLPサイドのディスカッション
- ・サステイナブルファッション投資の受賞会など

などの行事に参加しました。

みなさん、年齢も性別も関係なくオープンに意見交換が行われており

MTGに次ぐMTGで、この時期のマンハッタンは日本東京やLAとは

比べ物にならないくらいのスピードの速さ！

今回、同行くださったClub33の会員さんも

「今までの人生になかった衝撃的な体験」と、大変喜んでくださり

ますます、みなさんが日本国外に出る際の架け橋となれるように

これからも切り開いて、次の世代に渡していきたいと思っています。



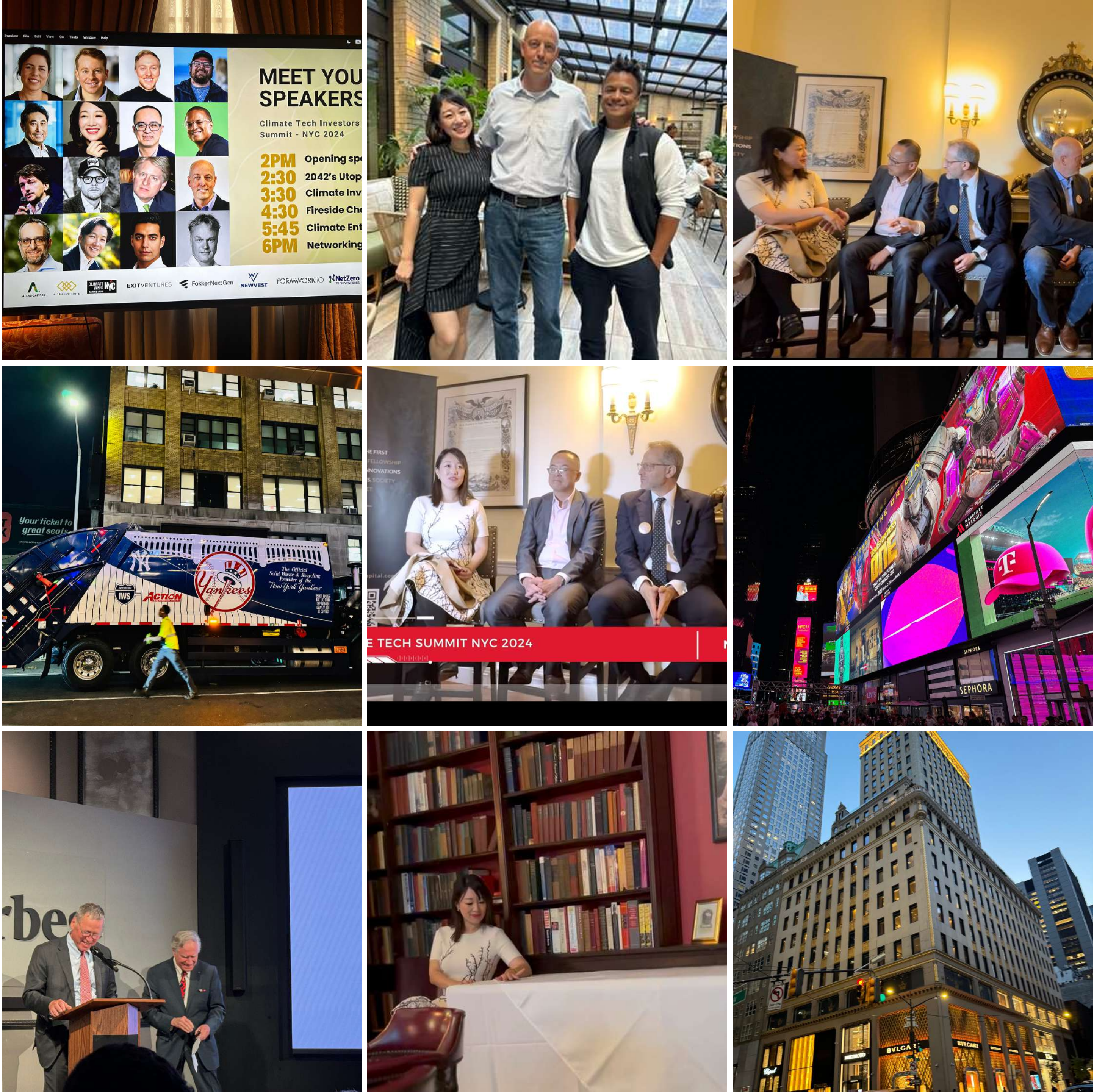
CLUB33
THE INSPIRE & ANGELS

人生の時間は限られています。

「今日やる事は、理想とする未来や目標の原因となるか？」を
常に意識しながら目的を持って行動を選択していく、
その積み重ねが人生になる。

- ★今の選択は理想の未来に繋がっているか？
- ★大切な人との時間を大事に生きる





2024年9月 ニューヨークで開催された環境テック投資家サミットで
海外財閥やウォール・ストリートのアナリストなどと共に石尾がパネル登壇。
環境投資、インパクト投資、社会還元などについてディスカッションを行いました。





Bloomberg

岸田総理（当時）が参加の
NYでのカンファレンスにて





CLUB33
THE INSPIRE & ANGELS

「自分で選んだ道は、
自分で正解にする」



経営思考 × 幸福資産



10 最後に

ここまで、いかがだったでしょうか？

工夫できる点

明日から取り入れるべき点

どんどん実践、導入をして

結果と実績、影響力を高めて参りましょう！

今回は、文字でざっとまとめたただけなので、頭に入りにくかったかもしれませんし
「実践するとなっても、実際にはどうしたらいいんだろう」と
迷う方もいらっしゃるかもしれませんね。

もっと、しっかりと指導をしてほしい、一緒に伴走してほしい、
収益化までの道筋を作ってほしい、という方は
一度、専用の相談フォームから、ご相談ください。

(命の時間なので有料となりますが

「こんなに短時間で道筋が見えた」、とみなさん喜ばれます。)

お話を伺えることを楽しみにしています。

石尾ミミ



予告

3月末、東京にて、
米国元大統領ファミリーメンバーや
ハリウッド女優ゲストと
ウェルビーイング・
カンファレンスを開催！

参画したい、つながりたい
という方はぜひ
国際人財バンクでもある
社会貢献クラブ

Club33 The inspire & Angels を
チェックしてみてくださいね！



物事を変えるためには「影響力」を持つこと

「貧困問題を解決する」
「教育を変える」
「幸せな日本人を増やす」
「得意なことで輝ける人を増やしたい」
「健康を疎かにしない社会を作る」
「一人でも、多くの命を救う」
「殺処分、ゼロ」

それぞれ、抱えている想いがあり、
より良い世界、より良い社会を想っていることでしょう。

必要とされる時に、
力になってあげられるように。

心を磨いて、
影響力を高めていく。
器を大きくし、貢献の幅を広げる。

率先して 経験値を高め、
挑戦でインスパイアして
失敗を誰かの勇気とし、

視野を広げる
視座を高める
発信する、影響力を高める
発言に存在感を持つ
一人ひとり、それぞれが影響力を高め
この世界を、より最高なものにしていく

What legacy will you leave for the planet?
この世界に、何を残していくか？

未来の可能性を信じて、私たちは進み続ける。

実践者のお声

実際に、ここに書いていることを実践した人たちからは、下記のようなお声が上がっています。

■ 所感（感想、気づき、メッセージ）

そもそも自分が持っていたビジネス設計の考え方が間違っていると気づきました。どうやった

ら形にできるかに

さんが仰るLTVすな

を言語化し、覚悟を

改めて感じました。

き合って考えてみ

「そもそも自分が持っていたビジネス設計の考え方が間違っていると気づきました。」（2025年9月入会会員Jさん）

「毎回やる気がみなぎる！スピード感が増します。」
「参加したあとは、なんか成約がバンバン決まるので大事な商談の前は何回もアーカイブを観ています！」（年商8ケタ達成会員Sさん他多数）

やっぱりミミさんのレクチャー会には

リアルで出席することでパワーがみなぎります。

スピード感が増！キオ オレ レクチャー会に出席した後に

何度も聴いています。

「成約数が高いスライドをそのまま共有してもらえてビックリ。
すごく役に立ちました！あれをほぼそのまま、あらゆるところで使わせて
いただいていて、もう、何度使ったことか・・・（笑）
皆さんには超・好印象だし おかげ様で収益もかなり上がりました。
ミミさんには毎回、目から鱗の指導をいただいています。」
（2025年海外登壇でも活躍する大山律子さん）



プライベートサイトには、40名以上のお声を掲載しています。[詳しくはこちら >>>](#)

石尾様のお陰で人生が変わりました。
本当に深く感謝しております。

（マザーズ上場支援2社、30社の顧問を務めたKさん）

が、またコーチングを受けたいとお問合せ下さって、今日お話ししました。
私がお役に立ちたいと思うお客様です
ので、ミミさんの言葉を思い出しながら、
その方の行きたい未来を描くお手伝いを
しました。その結果、とても前向きな気
持ちを取り戻して下さって、また一緒に
お仕事させていただくことになりまし
た！
お値段は、ミミさんとお話する前に決
めていた値段ですすでにオファーしていた
ので、以前のままですが、売り上げ上げ
なきゃとか、そんな気持ちが全くなくお
話しできて心地よく、でも自然体なリー
ダーシップが取れた感覚で、セールスす
るなんていう感じが一切なかったこと
が驚きです。この感覚を忘れず、これから

経営歴15年の中で、今月は創業初の過去最高月商を超えそうです。

なんだか、すごいことになってきています！！

ミミさんの指導のもとで、うちのスタッフも主体的に動き、成果を出してくれています。

何より嬉しかったのは事務や物販担当のスタッフにお任せしたところ

今までと意識や行動が変わってきていることです。積極的にミーティングを持つなど、頼もしい限りでした。

そして、目標金額に対して、最終的に、昨夜の締切で 倍の予約となりました！！

スタッフの嬉しい顔が目に見えます。

出張で不在にて、結果がドキドキでしたが、嬉しくてたまりません！！

全て、ミミさんのおかげです。

セッションを受けてから2ヶ月目にして 合計で120万円近くの収益が上がって・・・

あらためて、まだ2ヶ月なんだ...私の周りの変化、内面の変化、すごすぎる、と自分で驚いています。

私のお客さまにも、この思いを感じてもらえるように、全力でサポートしたいと思います！

ミミさんのご指導のもと、何度も説明会のスライドを作成したところ、今月も3名のご成約。

そのうちの一人は1年前に卒業した方が再度学びなおしたいということで入会されました。

入会して二ヶ月で330万円成約+さらに契約ベースで120万円成約。ありがとうございます。

1投稿だけで2名から個別セッション希望のご連絡がきました💕💕
30期に1人が5人ずつ募集したいと昨夜、表明いただき、ミミさんのご指導のおかげで、メンバーが盛り上がってきています😊
ミミさんの真似をしていると良い循環が起る気がします💕💕

Life

"Life's path is never straight, but every twist teaches us something new."

一人ひとり、それぞれが影響力を高め
この世界を、より最高なものにしていく。
そうやって、後世まで、
大切な人たちを守っていく。
まずは今日、あなたと、
あなたの大切な人を大事に。



CLUB33

THE INSPIRE & ANGELS

想い

大切な人との時間を大事に生きる、ことが、
人生において最も大事な財産。

いつかは何事も終わりが来ることを わかっているから、
この幸せも、いつかはなくなるかも、
と覚悟しつつ、10年以上は毎日、
「今日も幸せ」を更新している。
『命あるだけでも』と、幸せ基準が低すぎるのもあるけれど、

ある程度、心と、経済と、時間の自由があることや、
【選択の自由があること】も、きっと
幸福度を押し上げているのだと思う。

20代の時に会社経営者となり、
30代で投資家、学びとチャリティ、
大好きな夫と毎日、
鳥の声を聞きながら散歩して、
年配向けの旅番組見ながらランチして、
犬を可愛がって…と、
30代で60代のライフスタイルを
過ごしてきた。

ちょっと気が早い気もするけれど、
私にとって、今の人生は
【後半の人生】、貢献に生きる人生。

大切な人の力になれるように、
楽しみながら、成長して、
貢献の幅を広げて、必要な人に届けていく。

想い

子どもの頃は
世の中が広かってことも
こんなに可能性に満ち溢れているんだってことも、知らずにいて、

起業した当初も 子育てと職場との往復で、
周りの経営者との交流がほとんどなく、
ものすごく自己流だったから、
成長に時間がかかったし、
もっと早くいろんなことを知れる環境だったらよかったと思うことも度々ある。

だから、余計に、次の世代を担う子どもたちには
早くから教えてあげたい。
人生の可能性って、どんどん広がるんだよ。
選択の自由を持つことで さらに人生の枠が広がるし、
社会に還元していけるんだよ。
と。

少し前、米国の元大統領ファミリーの方が
『ミミ、あなたの娘を、日本のビジネスリーダーに育てたいわ』と
言ってくださり、ありがたいながらも、
『うちの娘は充分幸せだから、恵まれない子供たちのために、
その力を使ってあげて欲しい』と伝えた。
それは、本心。

恵まれない環境にいる人たちが
不利になることがないように。
できればまんべんなく、
必要な情報と経験を届けてあげたい。

知っているのと知らないのとでは
未来が全く異なってくる。

娘が来年 学校を卒業して、
家族優先期間が終わったら、
社会貢献クラブの皆さんと一緒に
たくさんの方にリーチをして
体験格差をなくすことが、
私が楽しみにしていることの1つ。

経営思考 × 幸福資産



スペシャル 特典の お知らせ

影響力とは、
誰かの幸せのために
重ねた努力に比例する。

影響力と資金力を高めて
社会に還元していく日本人を応援します。

人生相談をしたい人や
ご自身のビジネスの方向性を聞いてみたい人は
一度石尾の個別相談へ。

「やるべきことが明確に」
「経営の間違いがわかった」など喜びのお声多数。



期間限定受け付け
石尾へのズームセッションお申し込みはこちら
(50分 5000円)

Have a happy day



人生をワクワク生きる
大切な仲間と出会えることを
願って。

