

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



CLUB33
THE INSPIRE & ANGELS

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
お金の恵まれるための「最初的一步」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
お金の恵まれたい

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、プリヤンカさんとのお食事の場にて、「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「いつかの夢だけれど」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。

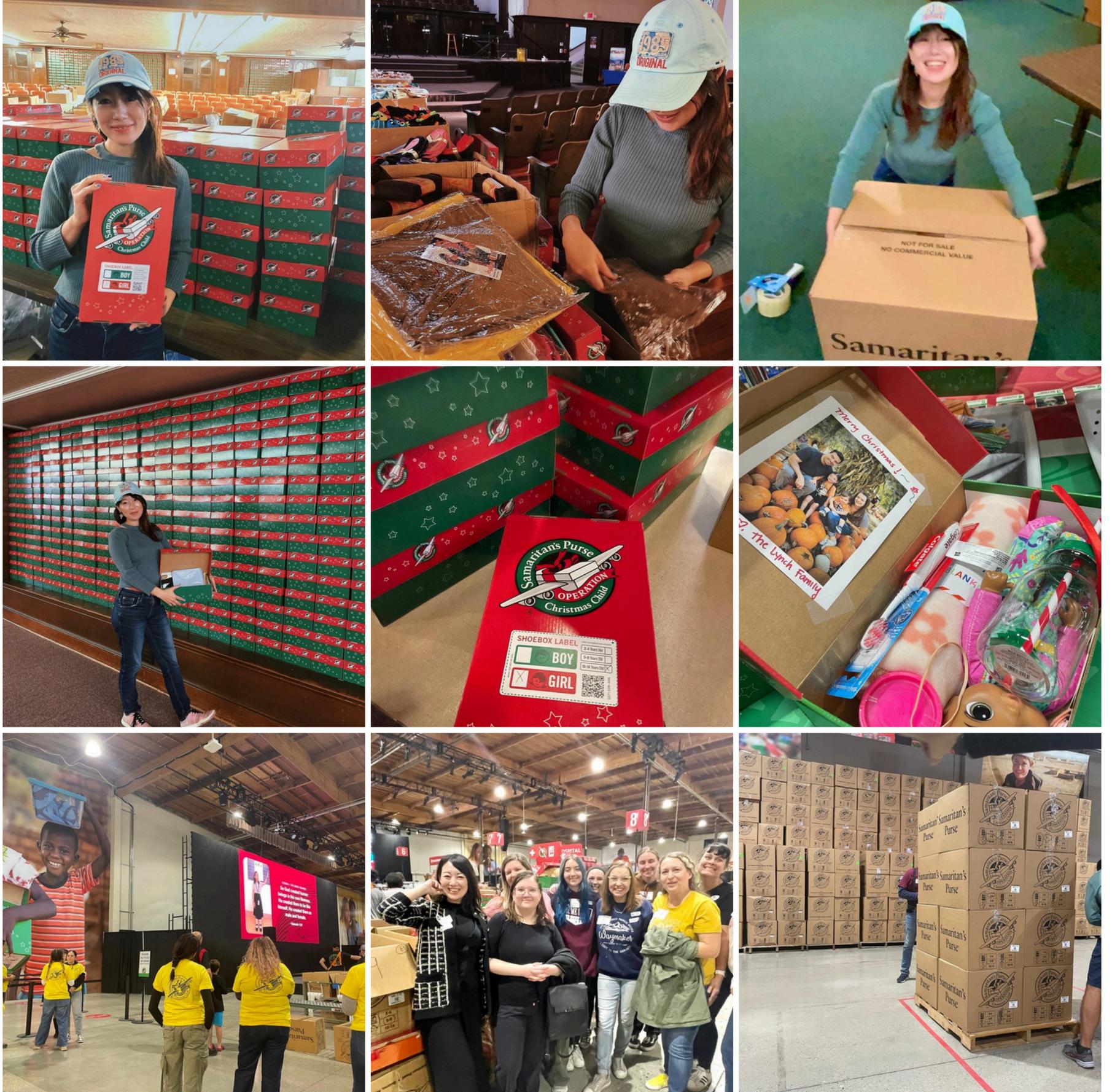
[\(森社長のFacebookはこちら >>>\)](#)



森睦美

森睦美. 11,167 likes · 10 talking about this. 発酵の力と生きた植物の力で健康を応援 喘息他50超の病気をたった1年で完治 HAKKOH+で医療費の削減に挑戦 ▶食を通して健康と夢を叶える学校 ▶著書：7冊累計10万部超 ▶雑誌：カワッパ等多数

[facebook.com](#)



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

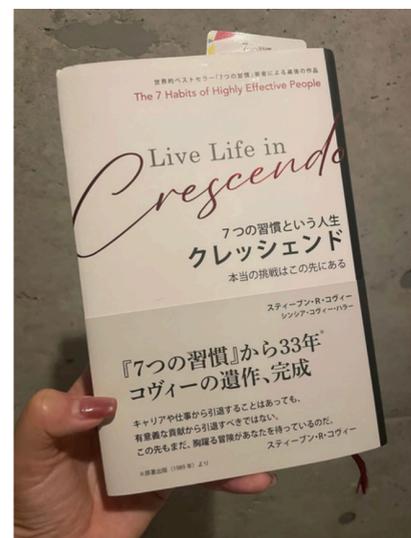
全世界で3000万部超えのベストセラー本 「7つの習慣」

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

經營思考 × 幸福資產



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得意様、
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想い
- ・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に確認する必要あり)

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](https://twitter.com/mimialoha17)

インスタグラムならストーリーズで、
[@mimi_aloha17](https://www.instagram.com/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](https://www.instagram.com/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 · 公開

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ん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。

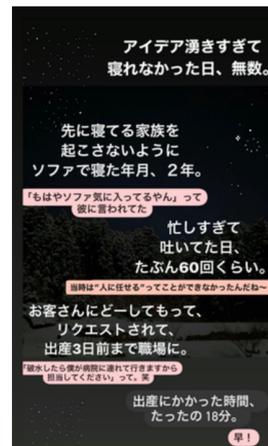
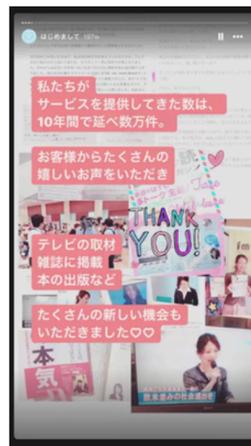
- ・なぜ起業するに至ったのか、
 - ・どこから何をやってきたのか、
 - ・どんな苦労があったのか
- というのを、ストーリーにした。

「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、見にいけます！



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？

商品をピカピカに磨く

お客様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ごちゃごちゃ・・・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らっしゃいます。

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・(Yukoさんへの顧客斡旋)
- ・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 いかにか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。

選びやすさ、見やすさ、
色々ごちゃごちゃあるのではなく、
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
背中を押す。

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。
目的次第
講演の例

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、
閲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

「集客ができない」という事業や会社さんには痛い話かもしれませんが、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です。

「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？

- ・バケツリスト
- ・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、見にいけます！

X（ツイッター）なら、[@mimialoha17](https://twitter.com/mimialoha17)

Instagramならストーリーで、
[@mimi_aloha17](https://www.instagram.com/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](https://www.instagram.com/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!』と認識してもらおう。

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
こんなふうに変わってる。」

この人もこんな風だったのがこんな風に変わってる。
そしてこの人もこんな風に変わっている。
(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

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)

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、絶対に向き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](https://twitter.com/mimialoha17)

インスタグラムならストーリーで、
[@mimi_aloha17](https://www.instagram.com/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](https://www.instagram.com/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

どうしても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。
売り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つしかいない。

★今の選択は理想の未来に繋がっているか？本当に向かいたい場所は？
★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？

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を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！



CLUB33

THE INSPIRE & ANGELS

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？

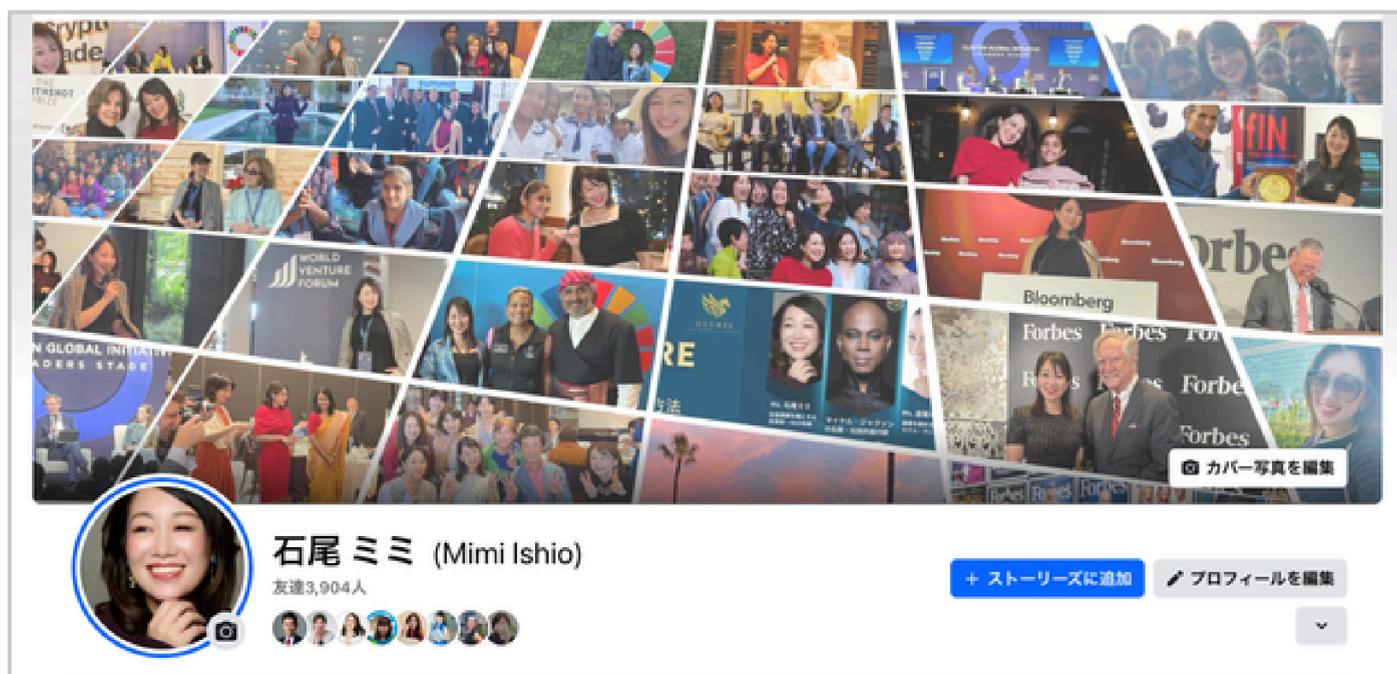
あなたの投稿を読んだ人が「人生観が変わった」「行動できた」と言ってくれるような、そんな投稿を重ねましょう。

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>



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

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！

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）

有料集客と無料集客

< 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。)

有料集客と無料集客

< 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！

ちなみに、石尾も、少しでも良い活動を知ってくれるひとが増えたらと、SEO対策的にnote記事も書き始めました

<https://note.com/>

有料集客と無料集客

< 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）

（読者の中で、ホームページをまだ持っておらず、
ホームページの作成をして欲しい人は別途ご相談ください。）

有料集客と無料集客

< 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

有料集客と無料集客

< 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
- ・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

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
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

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えます。

次回もお楽しみに！

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、素敵なお思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>



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・・・」 → 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？

（出している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、だと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番だけれど、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
入れていただくと、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



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）

そのためにマストなもの・・・優秀な人材か、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)

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 人の来店にいくらくらいかけられるか)

1人1万円の商品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 人のお客様が来るのが必須。

(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、職業や年齢層を絞り込むことができる。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ぬ)
- ・ 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」欄はいらぬ。「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るか
- ・ お客様の気持ちに沿った対応ができてるか
- ・ テンプレートができてるか
- ・ 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るか

リピートしてもらおう

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

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！ ^^

經營思考 × 幸福資產



09

資產設計

CHAPTER 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

=====

■ 会社に利益を残す理由としては・・・

- 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だけではない施作（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！

<洗い出してみよう>

- ・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

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
- ・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○）

「Life Time Value」 = 「顧客生涯価値」
「平均購入単価」 **×** 「購入頻度」 **×** 「継続購入期間」

LTV（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。LTV値が高いビジネスを構築しましょう。

LTVを上げる3つの方法

LTV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、
上位商品を守るアップセルや別の商品を守るクロスセルなど

LTV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「忘れていたから」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

LTV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LTV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。

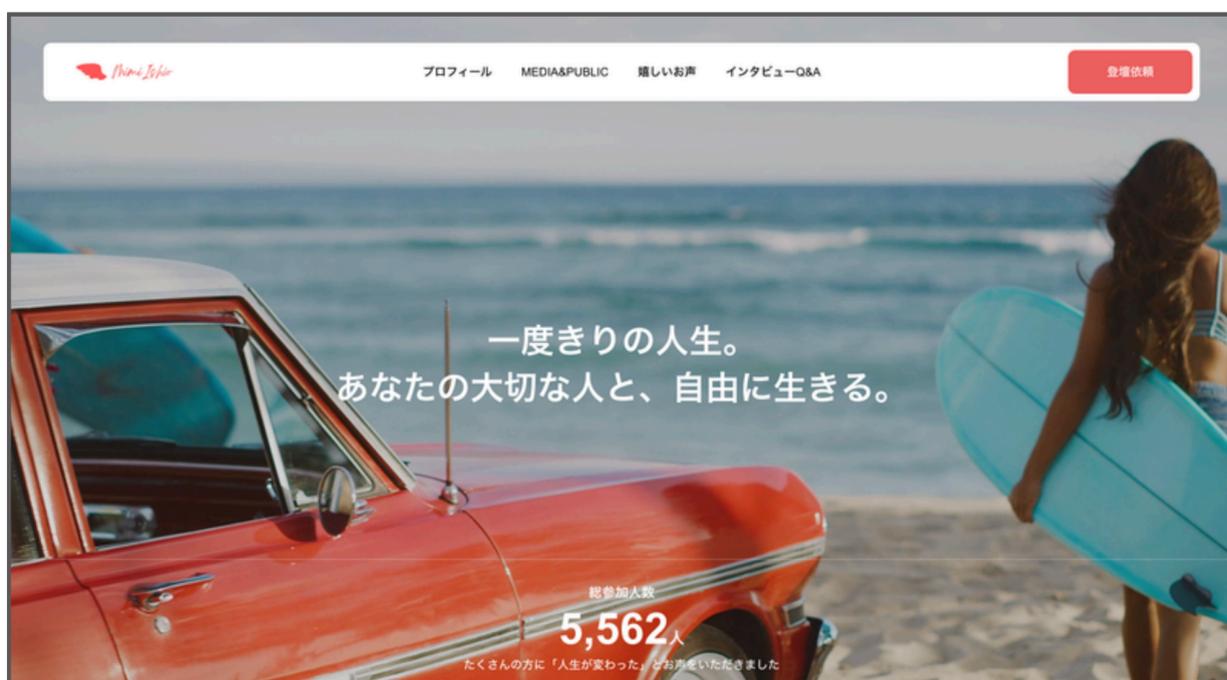
例えば紹介料も、小さい紹介料ではなく、
大きな紹介料を生み出すためにはどうするのか。

→ 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!

Instagram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/>

<ビジネスモデルごとの指標>

ビジネスモデルによって、平均的な利益率などは全く異なる

■赤字事業の撤退基準を明確にする
年商・売上だけではなく 利益・キャッシュが大事
(売上を上げるにはお金をかけたらいだけ。大事なのは利益率。)

■固定費をしっかりと見ること
計画してしっかりと守ること
(100万円、200万円のオーバーなどはNG)

■課題を洗い出す→実行して改善する
赤字会社は課題を忘れてる、改善していない、スピード遅い

<決済の際に使えるツール>

■ユニヴァ・ペイキャスト

- ・利用者も多く
- ・現在は初期費用&月額利用料=0円のキャンペーン中

他にはストライプ、PayPalなど

■経費管理
マネーフォワード
フリーなど

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？

1) 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

<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

JAFCO(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することで、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、
この仕事しかし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ますか？
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。

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週間を楽しみましょう。



WORLD VENTURE FORUM | 10 YEARS

KITZBÜHEL, AUSTRIA | 1 JULY - 6 JULY 2024

Mimi Ishio
Speaker @ Impact Alm
World Venture Forum

Join me @ #WVF24

The poster features a scenic background of a lake reflecting mountains and trees. A woman, Mimi Ishio, is shown in the foreground, smiling. The text is overlaid on the image, including the event name, dates, location, and a call to action to join the event on social media.



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

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

石尾に顧問を申し込むか、社会貢献クラブ「Club33 The inspire & Angels」に

ジョインください。(審査制・面談テストあり・初心者可)

利他の心を持つ素敵な方が加わり、海外の素敵な機会とたくさんのジョイントをしていけることや、

(私の大切な海外の仲間たちにご紹介すること)を とても楽しみにしています！



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。

経営思考 × 幸福資産



スペシャル 特典の お知らせ

読んでくださった方へのお願いと **スペシャル特典**のお知らせ



最後まで、読んでくださってありがとうございます。

この本が、少しでも、みなさんの成長スピードを加速するヒントになれば、と思います。基本は「必要としてくださる方にだけ、届けばいい」というタイプなので、ふだん、あまり強く発信や声かけをすることはしないのですが、

一方で、「どこかで必要としている人がいるのに知らせないのは自分の怠慢ではないかな」と思う気持ちもあります。

ですから、今後は、少しずつでも、必要な人に私たちの声をお届けできたらと思っています。

実は、この本、途中で 文脈上、ごっそり、カットした箇所があり。

まだ少し、残りがあるのです。

(AI プロンプト、テンプレート、台本、などなど)

完全版が欲しい！という方に、今季限りのスペシャル特典を用意しました。

ご自身のブログ記事か、SNS (Facebook・X) で、



石尾ミミの書いた 記事についての「感想や自身の変化」を、投稿いただければ、ぜひ、本書の【完全版】をプレゼントさせていただきます！

- **助けを必要としている人にも届くように、気持ちのこもった、前向きな感想をお願いいたします**
- **投稿画面をスクショして、インスタから石尾に送ってください。(投稿しました、と報告いただければわかりやすいです)**
 - **インスタのDMから、完全版バージョンをお届けします。**

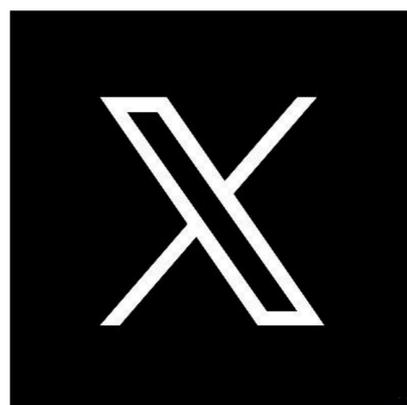
ぜひ、たくさんの方と 一緒に、世の中をインスパイアして

「体験格差」をなくしていけたらと思います。

読んでくださった方へのお願いと **スペシャル特典**のお知らせ



スペシャル特典は AIで書く SEO記事の プロンプト、
採用面接時のメールテンプレート、セミナーセールス時のマニュアル、
メディアPRプレスリリースのテンプレ、ライブ配信時の台本テンプレ
などなどが詰まった、「完全版」を期間限定でお届け！！



ご自身のブログ記事か、SNS（Facebook・X）で、

**石尾ミミの書いた 記事についての「感想や自身の変化」を、
投稿いただければ、ぜひ、本書の【完全版】をプレゼントさせていただきます！**

- ・ **助けを必要としている人にも届くように、
気持ちのこもった、前向きな感想をお願いいたします**
 - ・ **投稿画面をスクショして、インスタから石尾に送ってください。
（投稿しました、と報告いただければわかりやすいです）**
- インスタのDMから、完全版バージョンをお届けします。**

**先着順、期間限定。
素敵な感想をお待ちしています！**



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。



CLUB 33

THE INSPIRE & ANGELS

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。

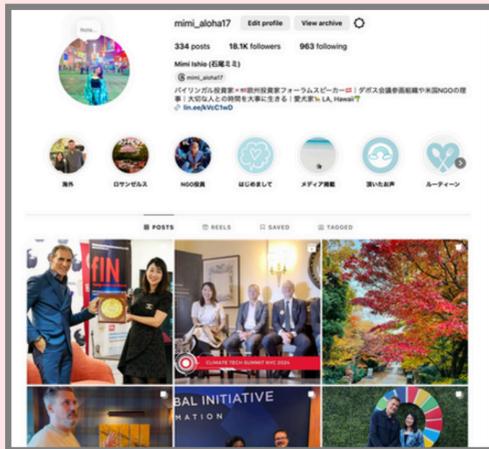
社会に還元するための影響力や経済力をつけることは経営者の大事な役割。

次の章からは、ビジネス、経営についての話を一部入れているので
もしあなたが今、「収益化できていないな」と悩んでいたならば
是非、取り入れて実践してみてください。

読んで実践してみたら、ぜひご報告をお待ちしています！

ブログで記事をいただいたり、または
インスタグラムでメンションして感想をくださいね！

(DMをいただいても 全てにお返事できないことが多いので
DMではなく、メンションで知らせていただけたら嬉しいです！)



会社顧問・投資家の
石尾ミミさんの記事
を見て「販路を広げる」
に挑戦してみました。
今日からnote記事も
書いてみました！！

@mimi_aloha17

ブログ記事なら、「石尾ミミ」の名前を入れて、

X (ツイッター) なら、@mimialoha17

インスタグラムなら、

@mimi_aloha17 とメンションしてね！

あなたの感想・報告メッセージを、
みにいきます！

出典・参考

■ 石尾ミミ氏

会社顧問 | 社会事業投資家 |
欧州投資家フォーラムスピーカー |
ニューヨーク環境テック投資家サミット登壇者 |
ダボス会議参画組織や米国NGOの理事 |
国際人財バンク「Club33 The inspire & Angels」 主宰

人生を変えるきっかけをつくる
「大切な人との時間を大事に生きる」
「今の選択を変えれば未来が変わる」

・インスタグラム

https://www.instagram.com/mimi_aloha17/

