一人起業家が売上を上げる50のヒント Vol.2

倉林 寛幸
Hiroyuki Kurabayashi

一人起業家が売上を上げる50のヒント

Vol.2

倉林 寛幸
Hiroyuki Kurabayashi

はじめに

『一人起業家が売上を上げる50のヒント　Vol.2』に興味を持ってくださり、ありがとうございます。

本書は前作と同様に、売上を上げたい一人起業家のために書きました。特に、「もう少し売上を上げたいけど、どうしたらいいんだろう？」と悩んでいる方が読むとちょうどよいと思います。ドカンと一発逆転を目指すような派手なことは書いていませんが、何かしら現状を打破するヒントが見付かるはずです。

これから起業する方も、ぜひお読みくださいね。本書の内容を前もって知っておけば「しなくてもいい失敗や挫折」を避けることができます。

本書は、前作を補う形でより細かいテーマを取り上げています。前作とあわせてお読み頂くと効果的です。

こんにちは。Web広告コンサルタントの倉林寛幸（くらばやし ひろゆき）と申します。

現在は、一人起業家向けにWeb広告運用サービスを提供しています。また、安定して売上を上げたい人のためのビジネスサロン「たまごアカデミー」やWeb広告運用を学びたい人のための講座「たまごキャンプ」を運営しています。

僕が広告運用を担当させて頂いた案件には、1回のプロモー

ションで1億円売り上げたものもあります。逆に、残念ながらあまり売れずに終わってしまったものもあります。

この違いは何だと思いますか？

実は、ほんのちょっとした考え方ややり方の違いなのです。決して、能力や才能の問題ではないのです。

また、自社の売上が1年で10分の1になったり、あやしい儲け話に乗って数百万円の借金を背負ったりして、5年もの間ドン底になったのですが、後にV字回復させることができました。これもほんのちょっとした違いが理由です。

本書では、1億円プロモーションでの経験や、自社の売上をV字回復させた経験をもとに、「一人起業家が売上を上げるヒント」をご紹介しています。50個（前作と合わせて100個）ありますので、1つくらいはお役に立てるかと思います。

なお、本書は、僕の公式メルマガ「すごいメルマガ」や「たまごアカデミー」「たまごキャンプ」でお伝えしたことをもとに、加筆修正しています。

倉林寛幸 公式メルマガ「すごいメルマガ」
https://lp.appassionato.co.jp/subscribe/

一人起業家ビジネスサロン「たまごアカデミー」
https://academy.tamago.love/lp/

※たまごキャンプは公式メルマガ内で募集します。

目次

1. 出血を止める 5
2. 安易に成果報酬で引き受けてはいけない 7
3. 一気にガツンと売り上げない 9
4. 1つ目のドミノを探し出せ！ 11
5. 稼いでいる人は「自分の好み」で決める 13
6. 「エラーしてもいいんだ」と思えますか？ 15
7. 稼いでいないとダメ！？ 17
8. 決断はいらない 19
9. どうして男は一夫多妻制にしたがるのか？ 21
10. ほんのちょっとだけ進めてみる 23
11. カーナビのように行動する 25
12. 自分をもてなして楽しませていますか？ 27
13. SNSは正しく使うよりも楽しく使う 29
14. 定期的に読み返す情報を持ち歩く 31
15. すぐにお金を出そうとしない 33
16. 「まだお金があるから大丈夫」は赤信号 35
17. 「うまくいかない場合にどうするか？」を考えておく 37
18. 安易に人と組んではいけない 39
19. 正当に評価してくれる人を大切にする 41
20. 手に取れるものを作る 43
21. インフルエンサーを巻き込め！ 45
22. 「お客様に集めてもらう仕組み」を作る 47
23. 「自分にはまだ早い」はもったいない 49
24. 無傷なところを補強せよ！ 51
25. やりたくない作業はゲーム化して楽しむ 53

26. すぐにホームページを作ろうとしない.....55
27. 「詐欺なのか？ 検証してみた！」の実態 57
28. 「セールスされるのはイヤ」と思っているから売れない 59
29. 断るときに前置きなんていらない 61
30. 想像力のない人と付き合ってはいけない.....63
31. 見込み客が持っている不満を解消する.....65
32. 既に稼いでいる人のサポートをして稼ぐ.....67
33. 安易に制作サービスを止めてはいけない.....69
34. その話をするのにふさわしい自分か？.....71
35. とにかく色んな人と会う 73
36. 厳しいルールを作ったってうまくいかない.....75
37. 「まずは学んでから」が成功を遅らせる 77
38. 新しいことを学ぶと陥る落とし穴.....79
39. あれもこれもやらず、1つに特化する 81
40. 自分が何者なのかを公開しているか？ 83
41. ファンタジーで売らない・買わない 85
42. 「いい話だと思った」で買わない.....87
43. 限定性で買わせようとしない.....89
44. 当日買う人だけを優遇しない.....91
45. プロモーション期間だけ頑張らない 93
46. 目を引く広告やチラシを作ってはいけない.....95
47. 複数の決済手段を持つべき理由とは？.....97
48. 差別化やポジショニングから考えてはいけない.....99
49. 意味のない競い合いから抜ける.....101
50. たとえ達成していなくても楽しめるか？ 103

1.　出血を止める

もしも返すアテのない借金があるとか、売上が少なくて生活がカツカツだとか、売上が多いのになぜかお金が残らないということでしたら、**お金を稼ぐのと同時に「支出管理」**をしてみてください。出血を止めるということです。これだけで**お金が残るようになります。**

支出管理とは、何にお金を使っているのかを書き出すということです。稼いだお金はよく覚えているものですが、使ったお金はあまり覚えていない方が多いです。これでは、いくら稼いでもそれ以上に使ってしまっている可能性があります。

かつての僕もそうでしたが、売上に関わらずいつもお金に困っている方は支出管理をやっていません。お金を稼ぐことばかりにフォーカスして、自分が何にいくら使っているのか、全体でどのくらい使っているのか、全く把握していません。

「支出管理をやっただけで、お金が残るの？」と思うかもしれませんが、残ります。どうしてかというと、支出の数字を見ていたら、自然に改善したくなるからです。「ムダなものを買ってしまった」と思ったのに、「そのままでいいや」とはなかなか思えませんよね。自然と改善したくなります。そして、いつの間にかお金が残るようになります。

騙されたと思って、ぜひ支出管理をしてみてください。

「経済的な自由を手に入れたい」という方は多いのですが、

経済的な自由を手にするのが目的であって、お金を稼ぐのが目的ではありませんよね。**お金を稼ぐのは手段の一つです。**

たとえば、住む場所を変えて生活費が劇的に下がったら、稼ぐ金額は同じでも経済的に余裕が生まれます。「稼ぐのが正しい」と思うかもしれませんが、稼ぐだけが唯一の答えではありません。もちろん、稼げるのなら稼いでくださいね。稼ぐことを否定しているわけではありません。

支出管理のポイントは、「続ける」ことです。

支出管理はちょっと面倒ですし、すぐにお金が残るようになるわけではないので、数ヶ月で止めてしまいがちです。これでは何も変わりません。僕は**「3年は続けるように」**とメンターから教わりました。ぜひ3年は続けてみてください。気づいたら毎月お金が残るようになっていますから。

続けるためには、ルールをゆるくするのがオススメです。正確にやろうとして1円単位で書くと、誤差が生まれたときにすぐ挫折します。現金は1,000円単位でカウントするとか、ルールをゆるくするのが続けるコツです。会社の決算や申告ではないので1円単位まではいりません。

くれぐれも、**「稼ぐのと同時に」**支出管理をして出血を止めてくださいね。稼ぐのを止めてはいけません（笑）

あなたは支出管理をしていますか？

2.　安易に成果報酬で引き受けてはいけない

安易に「成果報酬」で仕事を引き受けるのは止めてくださいね。通常は**「作業報酬」を強くオススメします。**

成果報酬とは、作業量に応じて報酬をもらうのではなく、売上などの成果に応じて報酬をもらう形式のことです。作業量に応じた作業報酬だと、自分の作業量の限界がすぐに来てしまうので、報酬にも限界がありますよね。成果報酬は、たとえ作業量が少なくても全体の売上が上がったらその分だけたくさんもらえる可能性があります。夢がありますよね。

ただまあ、現実は厳しいものでして、どうせ夢で終わりますけどね（笑）　ほとんどの場合、「作業報酬の方がよかったじゃん！」と後悔することになります。僕もそうでした。

特によくあるのが、少し売上が上がり始めて、周囲から「調子がよさそうですね」と言われるようになった頃です。この頃は、あまりよくない意味で「気軽にお願いしやすそう」に見えるのです。大御所だったら気軽にお願いできませんが、つい最近まで無名だったからちょっとしたお願いも気軽にしやすいし、まだそれほど報酬が高くなさそうだし、その割にちゃんと成果を上げてくれそうだし、というわけで、コストパフォーマンスがよくて使いやすい便利な存在なのです。

こんな状態のときに「成果報酬でお願いできますか？」なんて言われて引き受けると、いいように使われてしまいます。もともと「使いやすい」から依頼があったわけですから、「ガン

ガン使ってやろう」と思うのは当たり前です。頑張って作業したら報われるだろうと思うのは誤りです。どんなに作業量が多くても、「成果報酬だから」「成果が上がったら払いますね」で終わります。

期待通りに売上が上がったらいいんですけどね。実際には満足な売上が上がらないことが多いから問題なのです。成果報酬だと、支払う側は「売上が上がらなかったら報酬を支払わなくてもいい」と思いやすいので、どうしても「粘り強くやろう」とは思えないものです。

一度、実際の報酬金額を計算してみるとよいでしょう。「売上が○○万円だったら自分の報酬は△△万円」だということが目に見えれば、きっと目が覚めますよ（笑）

成果報酬はダメなのかというと、そんなことはありません。**プロデューサーのように、自分がコントロールする側にいるのなら成果報酬もアリだと思います。**逆に、作業担当者ならオススメしません。きっちり作業報酬をもらいましょう。

まだ経験の浅いうちは、「とにかく経験を積みたい」「顔を売りたい」と思って、成果報酬での支払いを安易に受け入れてしまいがちです。気持ちは分かりますが、何ヶ月も後悔を引きずるだけですので、キッパリ断りましょう。

あなたは成果報酬で引き受けていませんか？

3.　一気にガツンと売り上げない

人は見た目の数字にごまかされやすいものです。たとえば、同じ月商100万円でも、1社から100万円と、20社から5万円ずつとでは、前者の方が価値があるように見えます。

確かに、100万円を一気にガツンと売り上げるとテンションが上がりますよね。口座明細に表示された「￥1,000,000」を見て、思わずニヤっとしてしまいます。「￥50,000」ではちょっと見劣りします。

100万円と5万円とを単純に比べてしまうと、100万円の方に価値があるように見えますが、落ち着いて計算すれば、月の売上は同じなんですよね。

「同じ売上だったら、100万円を一度に売り上げる方がスゴいでしょ」と思うかもしれません。が、実は逆なんです。**1社から100万円を売り上げるより、20社から5万円ずつ売り上げる方がビジネスとしては優秀です。**

1社から100万円なら、その1社との契約がなくなったら売上がゼロになります。他のお客様に売ろうと思っても、100万円は高額なのですぐには売れません。ということは、売上のリカバリーが難しいのです。これは不安ですよ。

20社から5万円ずつなら、1社契約がなくなってもそれほどダメージはありませんし、新たなお客様に売るのも（100万円の場合よりは）早いでしょう。すぐに売上をリカバリーでき

ます。**売上的にも精神的にも安定しやすいのです。**

1社がずっと契約を継続してくれるのならよいのですが、そんな保証はありません。今月は月商100万円だけれど来月はゼロ、なんてギャンブルはダメです。

一人起業家の多くは、高額な塾やコンサルティングを目指したがります。そりゃあ、思い通りにバンバン売れたらよいのですが、そうはいきません。高額ですから、提供する内容にもこだわらないといけません。支払い管理も大変です。支払い期間や金額がバラバラですし、途中で支払いが止まってしまう人も多いですからね。実のところ、高額な商品・サービスを売ることに疲れている人は大勢います。一気にガツンと売り上げようと幻想を抱くのは禁物です。

もちろん、低額な商品・サービスを頑張って大量に売るのを推奨しているわけでもありません。**疲弊することなく続けられて、着実に手元にお金が残るようにビジネスモデルを決めてくださいね。**そして、焦らずに少しずつ売上を積み上げて伸ばしていってください。売上的にも精神的にも安定しますよ。

それと、高額な商品・サービスを売ってはいけないわけではありません。売れたらラッキー、くらいがオススメです。

あなたは一気にガツンと売り上げようとしていませんか？

4.　1つ目のドミノを探し出せ！

一人起業家でよくあるのが、「大きなことをやりたいけれど何から始めてよいのか分からず、結局は何もできないでいる」ということ。会社組織だと、分からないながらもなんとか進んでいくのですが、一人でやっているとなかなか進まないことがあります。誰からも叱られませんからね。

叱られないのはよいのですが、何も進まないと焦ります。ただ、このままいくら焦ったって問題は解決しません。何から始めてよいのか、いつまでも悩み続けるだけです。

こんなときは、**すぐにできる小さな行動から始めてみるのがオススメです。**大きなことをやりたいと思っている人にとっては、小さな行動なんてバカにするかもしれませんが。

ここでちょっと話を変えますね。

ドミノ倒しのお話です。テレビ番組で見たことがあるかもしれませんが、ドミノの高さを1.5倍ずつ高くしていっても倒すことができます。

海外での実験映像によると（「Domino　Chain　Reaction」https://youtu.be/y97rBdSYbkg）、高さ5mm・厚さ1mmの極小ドミノから始まって、1.5倍ずつ高くすると13枚目で高さ1m・重さ45kgにもなります。これが「バタン！」と大きな音を立てて倒れるわけです。衝撃的ですよ。重さ45kgのドミノを直接倒すのはかなり大変ですが、5mmから始めるとそ

れがあっさり可能になります。「5mmの小さなドミノを倒しただけなのに！？」と驚きます。

実験映像では、高さ5mmの極小ドミノから始まって1mまでですが、このまま1.5倍ずつ高くなっていくとしたら、高さはどうなっていくと思いますか？

実は、30番目でスカイツリーの高さを超え、53番目で地球の半径を超え、62番目で地球から月まで到達します。さすがに実際にドミノ倒しは行えませんが、スケールにビックリです。

こんな圧倒的な成果でも、始まりは「高さ5mmのドミノ」です。ピンセットで持たないといけないくらいの小ささです。吹けば飛んでいきます。すぐになくしてしまいそうな、こんなちっぽけなドミノから、とんでもない成果が生まれます。

ビジネスも同じです。**圧倒的な成果は、つい軽視しがちなごく小さな行動から始まります。**高額商品を売りたいとか、会員数を増やしたいとか思っていたとしても、すぐには叶いませんよね。まずはモニターを募集してみたり、見込み客をコツコツ集めたりする「小さな行動」が必要です。いきなり大きなドミノを倒そうとするのは困難ですから。

まずは「1つ目のドミノ」を探し出してくださいね。

あなたにとっての「1つ目のドミノ」は何ですか？

5. 稼いでいる人は「自分の好み」で決める

稼いでいる一人起業家に「どうしたらいいんでしょうか？」「どちらがいいんでしょうか？」と質問すると、**「好きにしたらいいじゃん」**と言われることがよくあります。

「冷たい人だなあ」と思うかもしれませんが、これは誤った解釈です。「好きにしたらいいじゃん」というのは、「そんなこと知りませんよ」という意味ではありません。丁寧に言うと、**「自分の人生なのだし、自分の好みにしたがって自分で決めるのが結局はベストです」**という意味です。

実は、**稼いでいる一人起業家は自分の好みにしたがって決めています。**メリットやデメリットを検討しないわけではないのですが、甲乙つけがたくて、かえって決めにくくなってしまうこともあります。ですので、**最終的には好みで決めています。この方が圧倒的に判断が早いしブレないのです。**

自分の好みで決めて、実際に行動してみて、どんどん改善していく。これが最短です。失敗するのがイヤだからといって、行動する前に正解を探そうとするのは止めてくださいね。正解なんてすぐに見付かるとは限らないし、そもそも存在するのか分かりません。ただいたずらに行動を先延ばしにしてしまうだけです。本当に時間がもったいないです。

「好みで決めていいの？」と思うかもしれませんが、ぜひ自分の好みで決めてください。そうしないと続きませんし、うまくいきません。自分の好みと大きく違うこと、つまり嫌い

なことなんて、続けたいとは思いませんよね。だったら、自分の好みで決めた方が続けやすいし成果が出やすいのです。

「AよりもBの方がいいですよ」とアドバイスされることもあります。だからといって、「Aを選んだら失敗する」わけでも「Bを選んだら成功する」わけでもありません。「私だったらAよりもBを選びます」くらいの意味合いにすぎません。うまくいく保証なんてありません。他者の意見はあくまで参考として聞くのがよいです。**最終的には自分の好みで決めましょう。**

かくいう僕も、正解を教えて欲しくて色んな人にアドバイスを求めましたが、全く芽が出ないまま何年も過ぎてしまいました。自分の好みで決めて、さっさと行動しておけばよかったなあと反省しています。

ここで、「では、自分の好みで決めよう」と思ったときにつまずくことがあります。自分の好みが分からないことがあるのです。やったことがないことに対して、好みで決めようとするのは難しいですよね。それと、もちろん、好みで決めたとしてもうまくいかないときもありますよ。だからといって、失敗を恐れるあまりに、正解ばかり探していては時間が過ぎていくだけです。あっという間に数年経ってしまいます。

自分の好みで決めようとしていれば、次第に自分の好みがハッキリしてきます。すると、どんどん判断が早くなるし、ブレなくなります。ぜひ自分の好みで決めてみてください。

あなたは自分の好みで決めていますか？

6. 「エラーしてもいいんだ」と思えますか？

とある人気芸人さんのかつての悩みを紹介するテレビ番組を見ていました。その芸人さんは、笑いの正解だけを探し求めるあまりに、「絶対にエラーしてはいけない」「常に正解を出さないといけない」という苦しさが強くなりすぎて心を病んでしまい、ついには入院されたそうです。

あるとき病院で、**「エラーしてもいいんだ」「正解を出さなくてもいいんだ」**と自ら気づいてから、見事に吹っ切れたのだとか。他の人気芸人さんも、**「（エラーしても）どうでもイイやみたいになるといいんだよね」**と同意していました。

病院で吹っ切れたという芸人さんは、さまぁ〜ずの三村さんで、同意した芸人さんは爆笑問題の太田さんです。

このエピソードは、僕たち一人起業家にとっても大いに参考になります。本当にこの通りなのです。

「絶対にエラーしてはいけない」「常に正解を出さないといけない」と思って悩んでいる人は、唯一絶対の正解があるはずだと信じているからこそ、悩みます。でも、唯一絶対の正解なんてありませんからね。残念ながら、悩んだところで解決しないのです。実際にやってみるまで、どんな結果になるのかは分かりません。言い方を換えれば、エラー（失敗）してみないと分からないわけです。

エラーしてみないとどんな結果になるのかは分からないとい

うことは、「絶対にエラーしてはいけない」と思っていると、永遠に悩みの無限ループから抜け出せないということです。このままでは心を病んでしまいます。

もちろん、正解を探し求めるのは本人の自由ですよ。ただ、それでかえって行動できなくなったり、心を病んだりするようでは本末転倒です。

エラーしてみないとどんな結果になるのかは分からないわけですから、**「エラーしてもいいんだ」と思ってガンガン行動してみるのが早いです。**エラーしたからうまくいく、なんて保証はありませんが、試行錯誤を繰り返していればうまくいく確率は確実に上がります。

ちなみに、「エラーしてもいいんだ」というのは、「そのままのあなたでいいんだよ」「苦手なことをうまくやろうとしなくていいんだよ」などの偽ポジティブの押し付けとは違いますよ。これでは行動が止まってしまいますからね。むしろ真逆です。今回ご紹介したのは、ガンガン行動できるようになるための一つの考え方です。

あなたは「エラーしてもいいんだ」と思えますか？

7.　稼いでいないとダメ！？

一人起業家の世界にいると、「稼いでいないとダメ」「稼いでいるヤツが偉い」という空気が漂っているのを感じますが、稼いでいない人は全くダメなのでしょうか？　存在価値はないのでしょうか？

決してそんなことはありませんよね。たとえば、赤ちゃんは自力では全く稼いでいませんが、赤ちゃんのことを責める人はいないでしょう。

「それは赤ちゃんがかわいいからでしょ」「赤ちゃんが自力で稼げないのは当たり前でしょ」という話だけではないんですよ。実は赤ちゃんだって経済効果を生み出しています。

赤ちゃんが生まれたら、ベビーベッドや服などを買ってあげますよね。ちょっと大きくなったらオモチャや人形なども買ってあげますよね。赤ちゃんが生まれたことで、お金の流れも生まれたわけです。赤ちゃんは自力では全く稼いでいませんが、経済効果を生み出しています。赤ちゃんのところに届くまでの全ての人たち、ごく一部を挙げると、販売会社や製造会社、下請け、孫請け、運送会社などとても多くの人たちの雇用を作り出し、生活に影響を与えています。

赤ちゃん本人は自力では稼いでいなくても、知らないうちに経済効果を生み出しているわけです。つまり、周りが豊かになっていきます。**自分で稼いでいないからといってダメだというのは早計ですよね。**

一人起業家の場合も同様です。自分が使ったお金や、自分の周りで動いたお金の流れを書き出してみるとよいでしょう。たとえ今はあまり稼げていなくても、知らないうちに周りに経済効果を生み出していますよね。自分が稼いでいないからダメだなんていちいち思わないことです。

それと、自分にダメ出ししたら気力がなくなってしまって余計に稼げなくなるだけですから、何の意味もありません。

今はあまり稼いでいないからといって自分にダメ出しするのは誤りですし意味がありません。**ただし、稼がなくてもいいんだよ、なんてお話でもありませんよ。**これまでに何度か書いていますが、**とにかく稼いでくださいね（笑）**　そうでないと、生活できなくなってしまいます。赤ちゃんとは違って、面倒を見てくれる人がいませんので。

稼ぎたいと思うなら、**シンプルに「どうしたら稼げるか？」だけを考えればOKです。**何度も繰り返しますが、自分が稼いでいないからダメだなんていちいち思わないことです。ダメ出ししたって稼げるようにはなりませんから。

あなたは「稼いでいないとダメ」だと思い込んでいませんか？

8.　決断はいらない

以前、80代の若宮正子さんがiPhoneアプリを作って話題になりました。当時のインタビュー記事から抜粋します。

私は別にそんな大決断をしたとは思っていないんです。iPadなんて最初に何万円か投資したら、それ以上は大しておカネがかからない。もし、上手に扱えなくても誰かが死ぬわけじゃないですし。多くの人がなぜ、「できなかったら、どうしよう」などと心配するのか理解できません。今回もスマホのアプリを作って、仮にアップルの審査に通らなくても、プログラミングの体験ができて勉強もできて楽しかったと。それで十分じゃないですか。
（『東洋経済』2017年7月22日号より）

ちまたでは、「決断しないから行動できない」「まずは決断することが重要」とよく言われますが、かえって「決断できない…」と苦しんで行動できなくなる人を増やしているように感じます。上の記事を読むと気がラクになりますよね。若宮さんは「私は別にそんな大決断をしたとは思っていないんです」とおっしゃっています。「まず決断しました」とはおっしゃっていません。

若宮さんは、最初から自分でアプリを作ろうとは思っていなかったそうです。まずはアプリ開発の先生に「シニアでも楽しめるアプリを作って欲しい」と言ってみたら、自分が作る流れになったようです。最初は他人に作ってもらおうとしてい

たのです（笑）　何がきっかけになるのか、本当に分からないものですよね。そして、決断とは程遠い（笑）

決断しなくてもいいから、本気でやろうと思わなくてもいいから、やってみたいことを気軽に始めてみると行動しやすいです。若宮さんのように、まずは詳しい人に話を聞いてみるのもアリです。周りからは「本気でやりたいと思っているの？（そうは見えないけど）」と言われるくらいの小さな一歩で十分です。**一歩踏み出せば、さらにもう一歩、もう一歩と一歩ずつ進んでいけます。**

決断が重要だとよく言われますが、（決断しなくてもいいので）**とにかく最初の一歩を踏み出してみる方がはるかに重要です。**決断しようとして結局は決断できなくて、行動もできないようなら全く意味がありません。実際に行動してみると、分からない点が出てきます。これを自分で調べたり他の人に聞いたりして解決します。このプロセスを繰り返していると、いつの間にかうまくいってしまいます。まずは最初の一歩を踏み出してみるのがスタートです。

同時に、「プログラミングの体験ができて勉強もできて楽しかった」「それで十分じゃないですか」と思えるような**「心の柔軟性」**もあると、心穏やかに毎日を過ごせます。うまくいってもうまくいかなくても、どちらに転んでも幸せですから、これはもう最強です。うまくいったときしか喜べないとなると、毎日がしんどくなりますからね。

あなたは、まず決断しようとしていませんか？

9.　どうして男は一夫多妻制にしたがるのか？

Twitterで話題のこんな名言があります。

日本も一夫多妻制にしろ！とか言う男の人って、何で自分の取り分が増えると思うんやろ。一夫多妻制になったら私福山雅治の第1572夫人にしてもらいにいくけど。

おっしゃる通りですよね（汗）

一夫多妻制にしたがる男性は、「なんで一人の女性としか結婚できないのか？」「一夫多妻制になったら自分は複数の魅力的な女性と結婚できてウハウハなのに」と思っています。つまり、現在の好ましくない状況は自分のせいではなくて社会のせいであり、社会が変われば自分にとって好ましい状況になるはずだと信じています。何の根拠もないのに（笑）

仮に一夫多妻制になった場合、実際にどうなるのかは検証できません。ですが、女性から上記のような投稿があって、広く取り上げられているということは、推して知るべしです。決して全ての人にとって好ましい状況になるわけではないということです。福山雅治さんのような一握りの方だけが恩恵を受けて、ほとんどの男性は今と同じかもしれません。むしろ今よりも状況が悪化する可能性もありますよね。安易に社会が変わればよいと期待するのは浅はかです。

現時点で言えるのは、「日本も一夫多妻制にしろ！」と社会

（＝自分以外）が都合よく変わってくれることを期待している人のところには女性は行きたくないだろうということ。それは冒頭の女性の声からもうかがい知れます。「自分は正しい。もっと評価されるべきだ。社会や他の人たちが変わらないからダメなんだ」って言っているようなものですから、面倒なことになるのが目に見えています。

ここからは男女共通ですが、現状に不満があるからといって、社会にグチを言ってみても社会が変わることを期待してみても、あまり意味がありません。結局のところ、**現状を変えたいのなら（現状を変えようとするのではなく）自分自身が変わる方が早いです。**

稼いでいる一人起業家は、社会や他の人たちが変わるべきだなんて思っていません。「社会が起業家を支援してくれたらいいのに」「どうして自分のよさを理解してくれないんだろう？」なんて全く思っていません。

彼らは**「自分自身の考え方や行動を変えればいい」**と思っています。あ、人格が立派だからではありませんよ（笑）　単に、自分が変わった方が早いというだけです。社会や他の人たちが自分の望む通りに変わることを期待して、グチをこぼして待っていても何も変わりませんから。

あなたは、現状を社会や他人のせいにしていませんか？

10. ほんのちょっとだけ進めてみる

「やってみたい」「やらないといけない」ことがあるけれど、なかなか手をつけられない場合は、**ほんのちょっとだけ進めてみる**のもオススメです。たとえば、こんなレベルです。

・読みたい本をカバンの中に入れて持ち歩く。
・寝る前に5分だけ本を読む。
・トイレに行く前に1分だけ運動する。
・作業前に机の上を拭く。
・明日確認する資料を印刷だけしておく。
・たまった領収書の山を日付順に並べ替えておく。
・行きたい場所（お店や旅行先）について5分だけ調べる。
・やりたいことについて、どんな実現方法や事例があるのか15分だけ調べてみる。
・何から手をつけてよいのか分からないなら、ざっくりとした計画（たたき台レベル）を作ってみる。
・いつやるのかをカレンダーや手帳に書いてみる。（まずは書いてみるだけ）

このくらいなら、**やる気や時間がなくてもすぐにできます**。

ほんのちょっとでいいから進めてみると、その後もすんなり続けられるものです。**まず始めてみるのが重要なポイント**なのですが、そのためには「やってみようかな」と思えるくらいのちょっとした行動がオススメです。いきなり完成形や理想形を目指してもなかなか進みませんよね。

先日、小説『海賊とよばれた男』を読みましたが、実は何年も前に読んでみようかなあと思ったことがあります。そのときは、「この分厚いのを最後まで全部読まないといけないのか…」と思ってしまって、そのまま先延ばしにしていました。今回読破できたのは、**「とりあえずお風呂で5分だけ読んでみるか」**と気軽に行動を始めてみたからです。自分の好みに合っているなら、5分で終われるわけがないんですよね（笑）

普段はやらない作業を新しく始めるのはなかなか難しいものです。ですので、**普段やっている作業とセットで始めてみるのがよいです。**お風呂に入っているときに○○する、トイレに行ったら○○する、のようにセットにすればすんなり始めやすいです。僕の場合も、お風呂で5分だけ読んでみようと思って気軽に始めました。

今回ご紹介しているのは、やりたくない作業がやりたくなる方法ではありませんよ。**やりたいかやりたくないかに関わらず、作業が進むようになる方法**です。**やりたくない作業はやりたくない作業のまま**です。「やりたくなかったけど、やってみたら意外とあっけなく終わった」くらいの効果だと思ってください。

また、「絶対に最後までやり遂げる！」なんて決断は不要です。まずは**ほんのちょっとだけ進めてみてから、改めて判断すればよい**でしょう。

あなたはほんのちょっとだけ進めていますか？

11. カーナビのように行動する

僕はあまり現状を気にしないようにしています。以前は「自分には○○できない」「自分には○○がない」のようなマイナス面の現状を気にすることが多かったのですが、気にしたってただ悩みが増すだけですから。必ず解決できるなら気にしてもいいんですけどね。

「現状肯定派」だと思われるかもしれませんが、世間で流行っているように「今のままでいいんだよ」なんて安易に言うつもりはありません。それはあまりに無責任ですからね。かといって、望まない現状をガマンしなさいということでもありませんよ。どちらでもないのです。

「現状をどうにかしようとしない」ということです。肯定しようが否定しようが、現状は変わりませんから。

たとえば、「次回までにブログを書きます」と宣言したのに書かなかった場合、それでもOKなんです。「そのままでOKです」「大歓迎です」という意味ではありませんよ。ただ現状を受け入れるだけです。ブログを書かなかったという現状はもう変えられませんからね。変えられないのですから、**現状を受け入れた上で、淡々と打ち手を決めればよいだけです。**

あえて言うなら、**「現状はどうでもいい」**というのが近いです。「やらなかった」という現状があるなら、それは「やらなかった」に過ぎません。つい、「決めたことをやらなかったダメな人」という余計なレッテルを貼ったり、自分や他者へ

のダメ出しをしたりしがちですが、不要です。そんなことをしても何も解決しませんからね。だったら、淡々と打ち手を決めて実行する方がずっと効果的です。

この働きは**「カーナビ」**に似ています。

カーナビは、当初決めたルートから外れたとしても、現状に対して文句一つ言わず、運転手にダメ出しすることもなく、目的地に到達するための新しいルートをすぐに探し出しますよね。淡々と。アタマの切り替えが早くてステキです（笑）

そして、当初決めたルートとは全く違っても最終的には目的地に到達できます。

ということは、**目的地に到達できるかどうかと現状は関係ない**ということです。もし関係あるなら、当初決めたルートから外れたらすぐにカーナビから「このままでは目的地に到達できません。すぐに正しいルートに戻ってください」なんて文句を言われてしまいます（笑）

僕たちも、**当初決めたルート（計画や手法）とは全く違っても最終的にはゴールに到達できます。**現状は関係ありません。カーナビのように淡々と手を打てばいいだけですから。

あなたはカーナビのように行動していますか？

12. 自分をもてなして楽しませていますか？

定期的に自分をもてなして楽しませていますか？

ビジネスでは自分の思い通りにならないこともあります。落ち込んでしまうこともあるでしょう。こんなとき、会社員だったら同僚と飲みに行って気軽にリフレッシュできます。ですが、一人でやっていると、同僚はいませんし、なかなか気軽には休めませんよね。一人起業家の多くは、自分が休んでしまうと作業が止まりますから。ついガマンして作業をしようと思いがちです。これでは気力や体力が回復するのに時間がかかってしまいます。

ここでちょっと考えてみてください。自分だと「サボっている場合じゃない」とガマンしてしまいがちですが、もしもパートナーが疲れているように見えたら、「何かしてあげたい」と思いますよね。相手の好きなものをプレゼントしたり、食事をご馳走したり、ドライブに連れ出したり。相手はきっと喜んでくれるでしょう。そして、元気になります。

同じことを自分にもしてあげたらどうでしょうか？　きっと元気になります。大切なパートナーに対してするように、**自分で自分をもてなしてみてください。**

お金をかけてもてなす、という意味ではありませんよ。むしろ、**お金をかけずにもてなすのをオススメします。**そうでないと続けられないからです。たまにはお金をかけるのもアリだと思いますが、慣れてしまうと、お金をかけないと満足できな

い状態になってしまいます。これでは少しさびしいですよね。

「いかにお金をかけずに自分をもてなし、自分を楽しませるのか？」を普段から追求してみるとよいです。

僕の場合は「卵」です。中学生の頃から大好きなんです。安い上に栄養価が高くて、優秀な食材です。半熟の目玉焼きを温かいお米に乗せて、醤油をかけて食べると実においしいですよ。卵は3個使います（笑）　ちょっと特別なおもてなしの場合は、お店でオムライスを食べたり、たまごサンドを買ったりします。

卵以外にも、おもてなし候補はありますよ。お笑い動画を見まくったり、1時間以上の仮眠を取るのも好きです。

皆さんにも、お金をかけなくても楽しめる、自分なりのおもてなし候補がありますよね。まだ出会っていないものの中にもたくさんあるでしょう。実際に試しながら、普段からおもてなし候補をストックしておくとよいかと思います。

おもてなし候補のストックがたくさんあると、いつでも自分をもてなすことができます。**自分のタイミングで自由にリフレッシュできる**ということです。**常に絶好調になりますよ。**

あなたは、自分をもてなして楽しませていますか？

13. SNSは正しく使うよりも楽しく使う

このご時世、「SNSで集客できないと一人起業家失格」という空気感があります。SNS集客の塾もたくさんありますね。

SNS集客はぜひ活用したらよいと思います。僕も大いに活用させてもらっています。広告も使っていますし、メルマガのバックナンバーを載せたり、セミナーの告知をすることもあります。たまごネタを投稿したり、他の方の投稿にコメントしたりして、見込み客と仲よくなるためにも使っています。SNSは僕にとってなくてはならない存在です。

SNSで集客しようとするのはよいのですが、正しい使い方ばかりを追い求めるのはどうかなあと思います。「どう使うのが正しいのか？」を考えていると、結局はSNS集客の塾やセミナーで教わったことをそのままマネすることになります。つまり、他の人と似たような使い方になります。よく見かける、キラキラ装飾した写真や自撮り写真、ポジティブ投稿や名言・格言ばかりを載せるようになります。第三者にはハッキリ言って退屈ですよね。

他の人と似たような退屈な投稿をして、集客できるでしょうか？　似たようなチラシが郵便ポストに入っていたら、まとめてゴミ箱に直行するだけですよね。中身なんて確認せずに。同じように、他の人と似たような投稿をしたってスルーされるだけです。涙ぐましい努力を続けても、ほぼムダに終わります。

人から教えられた通りに「正しく」使おうとすると、すぐに行き詰まります。集客するために使うのなら、正しく使おうとするよりも**「楽しく」使おうとするのがオススメです。**これなら、「なんだか楽しそう♪」と好印象を持ってもらいやすいですし、自分自身が楽しんでいるので頑張らなくても続けられます。

ただし、いくら自分が楽しく使っているつもりでも、うまくいかない場合があります。たとえば、他者にとってあまりに不快な表現をしていたら、まともな人は寄ってきません。表現の自由を主張するのは結構ですが、他者に思いやりがない（他者が傷つくことをイメージできない）のなら望む結果は得られません。

また、何をしている人なのか伝わっていない場合もうまくいきません。僕も、たまごネタばかり書いていた時期には集客できませんでした（笑）　そりゃそうですよね。**楽しく使いつつ、たまにはビジネスのことも書いてくださいね。**

最大のポイントは、なんといっても「楽しむ」ことです。楽しく見せるよう飾るのは意味がありません。「楽しそうに投稿しないといけない」なんて義務感を持ってやるのも意味がありません。第三者にはバレバレですからね。むしろ、「楽しいからつい投稿しちゃう！」くらいの方がはるかにオススメです。この上で、たまにビジネスのことも投稿しましょう。

あなたはSNSを楽しく使っていますか？

14. 定期的に読み返す情報を持ち歩く

この半年くらい、定期的に読み返す情報を紙に印刷してバインダーにはさんで持ち歩いています。僕はこれを**「ダッシュボード」**と呼んでいます。中身は、次の通りです。

・3年先までのざっくりとした計画
・重要な数値を月単位でまとめた表（売上金額、取引先数、リスト数、Facebookページのいいね数など）
・現在のプロジェクト一覧
・自社ビジネスの全体像
・やりたいこと一覧
・行きたい場所一覧（旅行先、お店など）
・常に心にとめておきたいこと（戒めなど）
・自分の勝ちパターン、負けパターン（性格検査の結果など）
・1年の大きな出来事をまとめた自分史

なぜこれを持ち歩くのかというと、**「そもそも自分は何をやりたかったんだっけ？　何を目指していたんだっけ？」**を忘れたくないからなんです。どうしても易きに流されてしまって、本来やりたいこととは違う方向へズレてしまいますからね。

僕の場合、なかなか結果が出ないときは、待ちきれずについ「すぐに儲かりそうな手法」に飛びつきたくなります。客観的に見たら、あまりに安易だと映るのですが、自分では気づけないんですよね。ですので、**自分の目指していたものを再確認するために**ダッシュボードを持ち歩いているわけです。

ダッシュボードは自宅でも外でもこまめに読み返しています。パラパラめくっているだけなんですけどね。これだけでも十分です。オススメの習慣ですよ。ブレなくなります。

このダッシュボードがないと、目の前のちょっとした出来事に過剰に振り回されます。自動車のハンドルを切るときは、手元なんて見ませんよね。ちょっと先を見ているはずです。手元だけを見ていると、ハンドルを切りすぎて事故を起こします。これと同じで、**全体像がまとまっているダッシュボードがないとそのときの気分や体調に振り回されて疲弊してしまいます。**疲弊するだけで結果は出ませんしね。

「なかなか成果が出ない」「ゴールに近づいている気がしない」「つい目先の儲かりそうな話に飛びついてしまう」と思っている方は、ぜひご自身のダッシュボードを作ってみてください。易きに流されていることに自分で気づけますし、そもそも何を目指していたのかも自分で思い出すことでしょう。そして、**自分自身で軌道修正できるようになります。**

ダッシュボードの内容は自由です。僕が挙げたのはあくまで参考程度に。**定期的に読み返したいこと、つい忘れてしまう重要なことをまとめておくとよいです。**ブレがなくなっていって、着実にゴールに近づいている実感がありますよ。

あなたは定期的に読み返す情報を持ち歩いていますか？

15. すぐにお金を出そうとしない

まだ十分な売上が上がっていないのに、セミナー参加費やLP制作費や広告費などにまとまったお金を出そうとするのはオススメしません。先にお金を出すのではなく、**まずはお金をかけずに売上を作ってから、その粗利の一部をセミナーやLPや広告に回します。**これが王道です。

まとまったお金を先に出して安易に問題解決しようとはしないでくださいね。こんな考えでは売上なんて上がりません。ただ出ていくだけです。かつての僕に言ってやりたい（笑）

「はじめからお金を出したら、元を取ろうと思って、ガンガン売るべく頑張るのでは？」と思う方もいますよね。これはオススメしません。ほとんどの人は行動できずに終わります。

なぜかというと、「先にまとまったお金を出して痛みを味わわないと、自分は行動できない」と思っているからです。つまり、「自分は行動できない人だ」と思っているのです。これでは行動できないのが当然です。

ただ、お金を出しているわけですから、「コストを回収しないといけない」と思って焦りますよね。焦ると、実に安易な方法に走ります。本来なら手を出さないあやしいビジネスに手を出してしまうとか。僕もやらかしました。うまくいくはずもなく、借金だけが残りました。アホすぎますよね。

また、焦るあまりに、本来なら売ってはいけない人（買って

欲しくない人）に売ろうとしてしまうこともあります。たとえば、明らかに支払い能力がない人に対しても「これを買えば大丈夫ですよ！」なんて無責任に売りつけようとします。当然のことながら、「あのとき大丈夫って言いましたよね！」なんてクレームになりやすいわけです。

かけたコストを回収しようとする焦りが強いと、冷静な判断ができなくなります。自分で自分を窮地に追い込むなんて滑稽な話ですが、本当によくありますよ。

「先に与えることが重要だと教わりました」「お金が欲しいなら、まず自分がお金を出さないといけないと聞きました」なんて意見もありそうですが、都市伝説です。真に受けてしまうと、お金に困るだけです。僕もけっこうな大金を出しましたが、ただ出ていっただけです（泣）　都市伝説を信じて、お金を安易に使わないでくださいね。**お金だって、安易な使い方をする人のところよりは、大切に扱ってくれる人のところに行きたいでしょう。**

一人起業家はお金を出すことが好きな人が多いのですが、これ自体は個人の好みですからよいと思います。くれぐれも、お金を出すのが正解だと思って、安易にお金を出そうとはしないでくださいね。お金をかけずに売上を作り、その粗利の一部を使うようにしてみてください。

あなたはすぐにお金を出そうとしていませんか？

16. 「まだお金があるから大丈夫」は赤信号

もしも、毎月の収支がマイナスになっているなら要注意です。**たとえ少額でも毎月お金が減っているのなら、すぐに時間を確保して、あらゆるお金の流れを見直しましょう。**最優先で取り組むべき問題です。

「そのうち売上がV字回復するかも」なんて期待しないでくださいね。回復しませんから。毎月ちょっとのマイナスでも、あっという間に大きなマイナスになってしまいます。のんきに待たずに、すぐに通常業務を停止して見直すのがよいです。**一刻も早くお金が出ていくのを止めないといけません。**

僕の話をさせてください。ビジネスが全くうまくいかず、貯金がどんどん減っていったとき、「まだお金があるから大丈夫だろう」とたかをくくっていました。

当時は次のようなことを思っていました。

「貯金はまだまだあるし、1年もあればV字回復するでしょ」
「まだ貯金が500万円あるから大丈夫」
「まだ貯金が100万円あるから大丈夫」
「小規模企業共済を解約すれば大丈夫」
「生命保険を解約すれば大丈夫」
「父親に借りれば大丈夫」

みるみるお金が減っていきました。先の見通しも立たないので、お金がなくなったところで実家に戻りましたが、戻るま

でに3年くらいかかっています。もっと早く、**お金があるうちに手を打つべきでした。**

ある日突然お金がなくなったのなら、手を打っていたと思いますよ。じわじわと時間をかけてお金が減っていくと、なかなか強い危機感を保てないのです。コロナショックのときのように、危機感を保つのに疲れてしまうんですよね。

もしも、たとえ少額でも毎月お金が減っているのなら、かつての僕と同じ状態です。**すぐに通常業務を停止して、あらゆるお金の流れを見直してください。**支払いにムダがないか、請求漏れはないか。少額でも見逃してはいけません。1日か2日でかまいませんので、**カンヅメになって徹底的にやりましょう。**「まだお金があるから大丈夫」なんて絶対ダメですよ。

先の見通しが立たないのなら、**いったん実家に戻るとか、どこかに居候させてもらうことも検討してみてくださいね。**

ちなみに、お金がないからと言って、お金を借りてくるのはダメです。返せないし、どうせ消えてなくなるだけですから。

まずは毎月の収支をチェックしてみてくださいね。記録していないなんて論外ですよ（笑）

あなたは「まだお金があるから大丈夫」だと思っていませんか？

17. 「うまくいかない場合にどうするか？」を考えておく

僕もそうでしたが、経験の浅い一人起業家は「すぐにうまくいく前提で考えている」人が多いです。やってみてから痛いほど分かりますが、そんなに期待通りにはうまくいきません。

ですので、すぐにうまくいく前提で考えずに、**「うまくいかない場合にどうするか？」もあらかじめ考えておくのがオススメです。**うまくいったら儲けもの、くらいで。

こんなことを書くと、「ネガティブな想像をすると、ネガティブな現実を引き寄せてしまうのでイヤです！」と脊髄反射で返す方もいるのですが、そんな話ではありません。ネガティブな想像をふくらませろ、なんて書いていません。

そうではなくて、「うまくいかない場合にどうするか？」を考えておくだけです。重点は、「うまくいかない場合に」ではなくて「どうするか？」の部分にあります。つまり、**想像するのは、「どうするか？」の方です。**この違いは明確に区別しておく必要があります。

普段からネガティブ思考になっている人は、何においてもネガティブに考えがちです。これを止めるのはなかなか難しいと思います。「うまくいかない場合に」ばかりを想像してしまうかもしれません。これをダメなことだと思わなくてOKですよ。自分にダメ出ししたって好転しませんから。ダメ出しするだけムダなのです。

ネガティブ思考だろうがポジティブ思考だろうが、どちらでもよいのです。**ただ、「うまくいかない場合にどうするか？」をあらかじめ考えておくだけです。**たとえ思考がポジティブであっても、これを考えていないのなら意味がありません。

「うまくいかない場合にどうするか？」を考えておけば、「うまくいかなかったらどうしよう…」なんて不安に惑わされなくなります。**「うまくいかなかったら、次は○○すればいい」と思えるので、目の前のことに集中できます。**不安に流されて気力を漏電してしまうことがなくなり、淡々と手を打てるようになります。

あらかじめ考えておいた方法が効果的ではない場合だってありますよ。それでもいいのです。あらかじめ考えておけば、目の前のことに集中できるわけですからね。

ただ、打ち手を考えすぎるのも止めてくださいね。「うまくいかなかったら、次は○○。ダメなら△△、それもダメなら…」なんて考えていると、重点が「うまくいかない場合に」の方になってしまっています。これでは気力が漏電して、目の前のことに集中できません。数は少なくていいので、「うまくいかない場合にどうするか？」を考えてみてくださいね。

あなたは「うまくいかない場合にどうするか？」をあらかじめ考えていますか？

18. 安易に人と組んではいけない

「人と組んだ方がラクに売上が上がりそうだから」「自分ひとりだけではしんどいし不安だから」なんて理由で安易に人と組もうとすると、全くうまくいきません。

そもそもの動機が「ラクをしたい」「自分だけで頑張りたくない」という依存的な動機だからです。つまり、行動したくないという考えです。こんな考えを持ったままでは、たいして行動しません。ちょっとやってすぐに諦めてしまいます。

コラボレーション（コラボ）、ジョイントベンチャー（JV）なんて言葉もありますが、言葉の響きにコロっといかないでくださいね。いくら言葉の響きがかっこよくても、**主体的に行動しないと結果なんて出ません。**

かくいう僕も、自分ひとりだけでは頑張るのがしんどいと感じていましたし、たいした売上も上がっていなかったので、積極的に（というか安易に）人と組んでいました。が、うまくいったと言えるものはゼロです。まあ、「行動した」という点くらいは評価できるかなとは思います。

よくある例ですが、コラボセミナーはあまりオススメしません。集客の負担が減るように見えるのでラクそうなのですが、実際は全く違います。そんな簡単に集客なんてできませんし、事前に何度も打ち合わせをしておかないといけません。打ち合わせをサボると集客もセミナーもグダグダになります。それと、複数の講師の話を一度に聞けるから参加者にとって

もオトクだろうと思うかもしれませんが、講師一人あたりの時間が減ってしまうので、どうしても話が浅くなります。参加者は物足りなさを感じたまま帰ることになってしまいます。

コラボセミナーは一時的に売上を上げるかもしれませんが、次にはつながりにくいのです。継続的に売上につなげるのは決してラクではありません。

「あの人と組んだら儲かりそう♪」「あの人に任せよう♪」なんてつい期待してしまうものですが、安易に組んでもうまくいきません。自分で主体的に行動せず、相手に依存がちになるからです。自分が主体的ではないのに相手が主体的に行動してくれることなんてありませんよね。これではうまくいくわけがありません。

人と組んでうまくいくのは、矛盾しているようですが、**「相手に関係なく、自分ひとりでも最後までやりたい」**と思っている人だけです。「それだと組む意味がないのでは？」と思うかもしれませんが、実際にうまくいっているのはこのタイプです。このタイプの人が、自分の弱みを補ってくれる人と出会えたら強いですよ。

あなたは安易に人と組もうとしていませんか？

19. 正当に評価してくれる人を大切にする

起業すると色んな人と出会い、お世話になるのですが、**「誰を大切にするのか」**で悩むことがあります。

たとえば、まだ全然稼げていない頃に仕事をくれた人（Aさんとします）がいたとしますね。この状態のときに仕事をくれる人は、こちらが稼げていないことを知っているので、相場よりも安く発注することが多いです。それでも、仕事をもらえるわけですから、本当にありがたいです。

仕事をくれるということは、外部に発注できるくらいの「お金の稼ぎ方」を知っているということ。仕事をもらって経験を積みながらお金をもらい、さらに、お金の稼ぎ方も学ばせて頂けるわけですよ。もう本当にありがたい存在です。

きっちり仕事をしていると、Aさんから継続的にお仕事をもらえるようになります。こうなると、徐々にスキルアップしますし、自信もついています。知名度も上がっているかも。

次第に、他の方からも問い合わせが来るようになります。この段階で、自分のできることをまとめてメニュー表を作って積極的に販売し始めるとよいです。料金も少しずつ値上げしましょう。だいぶお金が手元に残るようになります。

ここでAさんと他の方とで価格差が生じてしまいます。でもまあ、Aさんは恩人ですからね。特別料金で提供するのもアリでしょう。価格差があるのも納得ですが、このまま続けている

とどうなると思います？

おそらく、Aさんと仕事するのが苦しくなります。売れっ子になればなるほど。なぜなら、扱われ方にギャップがありすぎるからです。他の方からは「売れっ子」と扱われていて、自分でもそう思っているのに、Aさんからは「まだ稼げていない人」として扱われるからです。

Aさんに悪気はなくても、このままでは人間関係が壊れていくだけですので、**値上げしてもらうよう交渉するのがオススメです。**折り合いがつかないなら、**取引を止めるのもアリです。**ちょっと売れたらすぐに値上げ交渉するのは、恩知らずだなあと思いますが、自分で「さすがにもう恩返しはできたかなあ」と思ったり、周りが「なんで値上げしないの？」と思うようなら、問題ないでしょう。

冒頭の「誰を大切にするのか」の答えですが、僕は**「自分を正当に評価してくれる人」**だと思っています。簡単に言うと、**正規の料金で発注してくださる方を大切にするということ。**

恩返しは立派なことですが、**過去に受けた恩にこだわりすぎると、今のお客様を軽く扱うことになってしまいます。**これではビジネスは発展しません。もちろん、取引を止めたからといって、人間関係まで断つという意味ではありませんよ。

あなたは誰を大切にしていますか？

20. 手に取れるものを作る

一人起業家は、小冊子や無料レポートを（紙ではなく）PDFファイルで配布することが多いですよね。電子ファイルなら、作るのにコストがあまりかかりませんし、在庫を抱えるリスクもありません。内容を修正する場合もファイルを差し替えるだけでOKです。非常に合理的です。

ここであえて、常識に逆らって**「手に取れるもの」を作ってみるのをオススメします。**周りがほとんどやっていないから、非常に目立ちますし、喜ばれます。ぜひお試しください。

僕の場合は、紙の書籍『一人起業家が売上を上げる50のヒント』や、たまごの口ゴが入ったストラップ付き缶バッジを作ってみました。これが実に評判がいいんですよ。正直、ビックリしました。「これ欲しかったんです！」「やっと手に入って嬉しい！」という声をよく頂きました。

ちなみに、紙の書籍と全く同じ内容で、電子書籍も作っています。電子書籍は無料配布です。それに、かさばらないですし、検索もできます。紙にはないメリットがあります。非常に便利だと思いますが、紙に比べるとあまりありがたみを感じませんよね。

ハッキリ言って、紙の本や缶バッジのような手に取れるものを作るのは面倒ですよ。制作に時間がかかりますし、制作費もかかりますし、送料や保管スペースも必要です。それでも、ぜひ試してみてください。**大変さを上回るだけのリターンがあ**

りますから。

販売するのもいいですが、**お世話になった方やインフルエンサーにプレゼントするのも非常にオススメです。**運よく、メルマガやFacebookで紹介してもらえたらすぐに元を取れますよ。他にも、**セミナー参加特典や購入特典としても使えます。**

対面で渡せるなら、本やグッズを持って一緒に写真を撮ってもらってください。この写真をFacebookなどで公開して、LPへのリンクも載せておけば、LPへのアクセスも増えます。こんなことをできるのは手に取れるものだからこそ、です。

手に取れるものを作るときに、注意して欲しいのは**「本気で作る」**ということです。「紹介してもらってリストが取れればいいから、品質はそこそこでいい」なんて姑息なことを考えていると、たいした効果は上がりません。むしろ悪評が立つだけでしょう。

だからといって、「もっと完成度を高めてからでないと怖くて公開できない」と思うのももったいないです。今は小ロットで安価に発注できるので、**公開する前に試作品を作ってみたらよい**です。僕も試作品を作って、改善してから本格的に発注しました。

あなたは手に取れるものを作っていますか？

21. インフルエンサーを巻き込め！

あるテレビ番組で、海老名サービスエリアのメロンパンの事例が紹介されていました。ライバル店の出店の影響などで売上が落ちてしまった時期があったのですが、あることをやって見事にV字回復させたということでした。

何をやったのかというと、メロンパンをバスガイドさんたちに無料で配ったのです。こうすることで、メロンパンをバスガイドさんたちに知ってもらい、さらにはバスの乗客たちへのクチコミも起こしたわけです。乗客としては、バスガイドさんがすすめるなら「さぞかし美味しいんだろう」と期待して買いますよね。見事な戦略です。

バスガイドさんたちのように、**影響力を持った人のことを「インフルエンサー」といいます。**影響力があるわけですから、**インフルエンサーを巻き込むことができれば一気に商品やサービスを広げることができます。**僕たちも、インフルエンサーを巻き込むことができないか考えてみるとよいです。

ちなみに、僕は拙著『一人起業家が売上を上げる50のヒント』（紙の本）をインフルエンサーに無料でプレゼントしていました。直接会ったときにプレゼントしたり、郵送で送ったり。この方たちが写真付きでSNSにシェアしてくださったので、僕が直接つながっていない方にも買ってもらえましたよ。元も取れています。ぜひ試してみてくださいね。

インフルエンサーは、有名人ならいいというわけではありま

せん。バスの乗客にとってのバスガイドさんのように、**「見込み客に対する影響力」が必要条件**です。

インフルエンサーを巻き込む場合、**カタチのあるものをプレゼントするのが分かりやすくてオススメです。**カタチがないと紹介しにくいからです。カタチがあれば、写真付きでSNSにシェアしてもらいやすくなります。コンサルタントや士業だったら、書籍や小冊子、無料レポートが分かりやすいです。カタチにしにくいのなら、招待券や割引券などチケットを作るのも手です。

それと、プレゼントなのですから、**「もらって嬉しいもの」を贈る**ことを忘れてはいけません。好き嫌いがあるので全ての人に喜んでもらうのは難しいのですが、美味しいとかキレイとか手がかかっているとか手に入りにくいとか、もらって嬉しい要素が何かしら必要です。

念のため書いておきますが、プレゼントしたからすぐに広まるわけではありませんし、気に入ってもらえるかどうかも分かりません。いつか実ることを期待して、気長に配り続けましょう。

配りすぎて赤字にならないようご注意くださいね（笑）

あなたはインフルエンサーを巻き込んでいますか？

22. 「お客様に集めてもらう仕組み」を作る

今はメールと言えばGmailを使う人が多いのですが、20年くらい前はHotmail（ホットメール）が流行っていました。古くからのインターネットユーザはHotmailを使っていた人が多いのではないかと思います。

このHotmailですが、当初はユーザがなかなか増えずに困っていたそうです。ユーザ数が爆発的に増える一つのきっかけとなったのが、メールの一番下に「P.S. I love you. Get your free e-mail at Hotmail.」と載せたことです。

つまり、Hotmailユーザの手で新規ユーザを集めてもらおうとしたわけです。iPhoneでも、メールの一番下に「iPhoneから送信」と載っていますよね。この1行のおかげでHotmailやiPhoneの存在が広まっていくわけです。

たった1行ですが侮るなかれ、です。この1行のおかげで、Hotmailは1日に3,000名もの新規ユーザを獲得し、6ヶ月後には100万人を突破しました。広告に頼らなくても、お金をかけなくても、お客様を獲得することができるんですよね。

Dropbox（ドロップボックス）も、同じようにお金をかけずにユーザを増やしています。新規ユーザを紹介してくれたら使える容量を増やしてあげるとか。僕も追加容量が目当てでせっせと紹介したものです（笑）

広告にお金をかける前に、**まずはお客様に集めてもらえるよ**

うに工夫してみるのがオススメです。直接知っている人からの紹介やクチコミは効果絶大です。しかもお金はかかりません。ぜひ試してみてくださいね。

一人起業家の場合は、「興味がありそうな方を紹介してもらえませんか？」「メルマガやFacebookで紹介してもらえませんか？」とお客様や読者にお願いするのもよいですね。

ちなみに、「集客できないから広告でも出してみよう」「自分だけで頑張ってもなかなか集まらないので、広告を出してラクに集めたい」と言う人がたまにいますが、止めてくださいね。ほぼ確実に広告費は回収できませんから。

このような動機で安易に広告を始める方は、商品・サービスの作り込みが甘すぎることが多くて、せっかく見込み客を集めても売れません。「○人集まったらそのうちの△人が登録するだろう」と数字が見えるようになってから本格的に広告を使うのがオススメです。

まずは、**お金をかけずに「お客様に集めてもらう仕組み」**を考えてみましょう。もしかしたら、広告を出さなくても十分な売上が上がるかもしれませんよ。

あなたのビジネスでは、どんな「お客様に集めてもらう仕組み」ができそうですか？

23. 「自分にはまだ早い」はもったいない

僕は定期的に一人起業家向けの勉強会に参加しているのですが、もったいないなあと思うことがあります。それは、「この勉強会はまだちょっと早いかな」と思うような層の方が参加していないということ。

なぜもったいないのかというと、先輩起業家がたくさんいるので、**懇親会で貴重なお話を直接聞ける**からです。これは本当に価値があります。「稼いでいる一人起業家でもそんなことに悩むの？」「みんな苦労しているんだなあ」「そう考えればいいんだ！」など、気づきが満載です。

確かに、勉強会の内容自体はよく分からないかもしれませんし、すぐに行動に移せないかもしれません。「自分にはまだちょっと早いかも」と思って参加しないのも分かります。でも本当にもったいないと思います。懇親会で聞ける「ここだけの話」は他ではなかなか聞けませんからね。

実は、勉強会の内容がよく分からないのは他の参加者たちも同じです（笑）　僕だって全てを理解しているわけではありません。何か1点でも持ち帰れればよいと思いますよ。とりあえずお試しで参加してみたらよいかと。

実際に参加してみて、「やっぱり自分にはまだ早い…」と思ったとしても、**その勉強会の雰囲気が好きだったらまた参加してみることをオススメします。**楽しんでくれる人なら皆さん歓迎するはずですよ。

勉強会は短期で考えずに、長期で考えるのがオススメです。勉強会に1回参加したくらいで「自分にはまだ早い」と判断していては新しいことはできなくなってしまいますからね。何度か参加して判断してみてください。

何度か参加していたら、なんとなく理解できるようになりますし、他の参加者と仲よくなって仕事につながることもあります。僕も、仕事を受注したことがあります。過度な期待はオススメしませんが、可能性は十分あります。

このように、知識も得られて、アドバイスや貴重な裏話も聞けて、仲間も増えて、仕事につながるかもしれないとなったら、背伸びしてでも参加する価値がありそうですよね。勉強会のテーマやレベル感だけで判断せず、**勉強会（と懇親会）に参加してから雰囲気も含めて判断することを強くオススメします。**

決して、ムリをして参加する必要はありませんよ。雰囲気が苦手なら1回で止めてもよいです。僕も、「みんなで仲よく」みたいなのは苦手なのですぐに行かなくなります。好みに合う勉強会にいくつか参加してみて自分に合うものを選べばよいでしょう。

あなたは「まだ早い」という理由で参加を諦めていませんか？

24. 無傷なところを補強せよ！

今回は**「戦闘機」**のお話です（笑）

戦場から無事に帰ってきた戦闘機の状態を調べていたとしますね。敵に攻撃された傷をまとめていくと、その位置には偏りがあることが分かりました。よく傷がある箇所と全く傷がない箇所が明らかになってきたのです。あなただったら、上司に「どの部分を補強するべきだ」と報告しますか？

僕が初めてこの話を聞いたときには「そりゃあ傷があるところでしょ。傷をふさいで補強したらまた飛べるじゃん」と信じて疑いませんでした。

が、違うんですよね。逆に、**「無傷なところを補強する方が効果的」**という考え方もあります。

そもそも調査できたのは、「無事に飛んで帰ってこられた」戦闘機だけなんです。当然ながら、帰ってこられなかった戦闘機については調べられません。つまり、調査した機体の傷は**「そこに傷があっても飛べた」**ということ。見た目には傷があっても、致命的な問題にはならなかったわけです。

傷があっても飛べたということは、**その傷は優先して補強しなくてもよい**ということです。目に見える分かりやすい傷があるからといって、傷自体がダメなわけでもないですし、補強しないといけないわけでもないのです。

帰ってこなかった戦闘機は、「帰ってきた戦闘機では無傷だった箇所」を攻撃されてしまったために飛ぶことができなかった、という可能性があります。

ですので、「無傷なところを補強する方が効果的」という結論になります。一見するとおかしな結論ですが、この方が、戦闘機が無事に帰ってこられる可能性が高まります。

僕たちは、つい「傷があるのはダメだ」「傷を治さないといけない」と思ってしまいますが、このようにあまり効果的でないこともあります。

たとえば、SNS集客やコピーライティングが苦手だと、「塾に通ってちゃんと習わないといけない」なんて、目に見える分かりやすい傷を治そうとします。残念ながら、ほとんどの場合、うまくいきません。苦手なものを何とかしようとしたところで、やっぱり苦手なままだからです。**大きな問題がないのなら、あえて放っておくのもアリです。**他の人にお願いしてもいいですしね。

それよりは、**無傷なところを補強する方が効果的です。**たとえば、**自分の得意な分野**です。**「今も今後も無傷」な分野**ですね。それともう一つ、**「今はまだたまたま無傷なだけ」の分野**も忘れてはいけません。「自分の主力商品はあと数年で通用しなくなるかもしれない」と予想しているのなら、無傷なうちに補強しておくのがオススメです。

あなたは無傷なところを補強していますか？

25. やりたくない作業はゲーム化して楽しむ

起業してから何年もの間、「やりたくない作業がやりたくなってしまう魔法があったらいいなあ」と思っていましたが、それはもう諦めました。そんな魔法なんてありません。やりたくない作業は、やっぱりやりたくない作業なんですよ。

ただ、やりたくないという気持ちを気にならないようにすることはできます。**作業をゲーム化して楽しめばよい**のです。

作業をゲーム化すれば、「やりたくない作業をどう終わらせるのか」という問題ではなく、**「ゲームをいかに楽しむか」「ゲームをどうクリアするか」という問題に変わります。**やりたくないことと向き合う必要がなくなるので、だいぶ苦痛感はなくなりますよ。

ゲーム化といっても、簡単なものです。たとえば、キッチンタイマーで15分をはかって時間内に作業が終わるか挑戦してみるとか、ストップウォッチで時間をはかってどのくらいの時間で作業が終わるのか試してみるとか。前回よりも早く終わらせることを目指すのもいいですね。

キッチンタイマーやストップウォッチを使うだけですが、たったこれだけで作業のスピードは上がります。**「ちょっとでも早く終わらせたら気持ちがいい」**と自然と思えるからです。やりたくない作業をどうにかしようと奮闘しているのとは大違いですよね。

他にも、ゲームをクリアしたらご褒美をもらえるのもオススメです。**作業を終えた自分にご褒美をプレゼントして自分で自分をもてなす**のです。

たとえば、作業が終わったらちょっと高級なアイスクリームやコーヒーを楽しむとか。高級でなくてもよいのですが、**「それいいなあ♪」と思えるようなものがよいです。**あまり欲しくないものだと、早く終わらせたいとは思えませんから。

ゲーム化するという考え方は、自分の作業についても使えますし、他の人を動かすのにも使えますよ。

たとえば、**セミナーに参加してくれたらグッズをプレゼントする**とか。会場に行かないともらえない特別な記念品が手に入るわけですから、ちょっと嬉しいですよね。僕は、ストラップ付きの缶バッジをプレゼントしていました。好評でしたよ。

セミナーをシリーズものにするのもいいですね。コンプリートしたくなる人も出てきそうです。セミナーをただ行うだけだと、たとえテーマが変わっても「1回参加したからいいや」と思われますが、シリーズものにしておけばリピート参加する人が増えます。

どうせやるなら楽しい方がいいですよね。ぜひ自分やお客様が楽しめるようにゲーム化を考えてみてください。

あなたはどんなゲームを楽しみますか？

26. すぐにホームページを作ろうとしない

「ビジネスの方向性が決まったから、まずはホームページを作ってもらわなきゃ。そうじゃないと集客できないから」と思って、お客様もいないのにすぐに制作会社に発注するのは絶対に止めた方がよいです。見た目だけは立派なホームページができますが、第三者が見たら「何を伝えたいの？」「何をやりたいの？」としか思えない出来になるからです。これでは数十万円がムダになってしまいます。

本人は「自分のやりたいことは明確だ！」と思っているかもしれませんが、そう思っているのは本人だけです。実際には、全く明確ではないのです。それに、やったことがないことを他人が分かるように明快に語ることなんてできないんですよ。どうしても分かりにくくて抽象的な話になります。

こんな状態のままホームページを発注してもムダになるだけです。ホームページ制作会社はプロなので立派な見た目のホームページを作ってくれますよ。ですが、他者のアタマをのぞける超能力者ではありませんからね。結局は何を伝えたいのかよく分からないホームページになります。

ビジネスでは、数十万円もかけてそんなムダなことをしてはいけません。「ビジネスを本気でやろうとしているのにホームページがないと恥ずかしい」と思うかもしれませんが、ホームページは必須ではありません。それと、**明らかにムダなことにお金をつぎ込んでしまう方がはるかに恥ずかしい**です。

オススメは、**ホームページを作る前に最低5人、できれば10人に対して自身の商品・サービスを販売してみること。**ホームページのことはいったんアタマから完全に切り離します。

期間も重要です。継続利用してもらう商品・サービスの場合は**3ヶ月間は継続してもらってください。**半年間の塾やコーチングを予定している方も、半年間だと長いので3ヶ月の短縮バージョンでよいと思います。

3ヶ月の間に、現場での経験を通して「やりたいこと」「課題」がより明確になりますし、お客様のナマの声を聞いて商品・サービスを改善できます。見込み客の悩みも具体的に分かるので、力強くて伝わるメッセージを書けるようになります。

この段階でホームページを作るのがオススメです。

ホームページを作ってもすぐに集客できるようになりません。ホームページのことはいったん完全に忘れましょう。まずは、5人〜10人に対して3ヶ月間、自身の商品・サービスを使ってもらってください。この後で制作会社に発注すると、かなり優秀な「売れるホームページ」ができますよ。

ホームページを作らなきゃ、と焦る気持ちは分かりますが、焦ったら数十万円が消えていくだけですからね。

あなたはすぐにホームページを作ろうとしていませんか？

27. 「詐欺なのか？ 検証してみた！」の実態

今でこそ、ネットで見かけた情報商材をあまり悩まずにすぐに買えますが、起業直後はなかなか買えなかったものです。なんだかあやしく見えたからです。やたら実績や簡単さを押し出している情報商材は、特にあやしく見えました。でも、そうは言いながらもむちゃくちゃ興味があるわけですよ。「これを知ったらラクに売上が上がるかもしれない！」と。

そこで、Googleで検索をします。講師の名前や情報商材名で。評判がどうなのかを知りたくて。すると、「○○は詐欺なのか？　検証してみた！」（○○は講師名や情報商材名）なんてページがいくつか出てくることがあります。

こちらとしては騙されたくないので、「○○は詐欺なのか？検証してみた！」というタイトルのページをつい見てしまいます。この類のページはたくさんありますが、共通しているのは結局は自分のメルマガに誘導している（笑）ということ。「あなたが騙されないように、まずは私のところで学んでください！　本物の情報を無料でお届けします！」なんて書いてあるわけですよ。ズルくて姑息ですよね。

このような人たちは、自分の名前では集められないから他人の名前を借りて、ときにはその他人をおとしめつつ、見込み客を横取りしているわけです。このようなやり方を「ハイエナ商法」「コバンザメ商法」と呼ぶ人もいます。よい子の皆さんは決して近づいてはいけませんよ。

本当に悪質な情報商材で、被害を受けている人が大勢いるのなら、そんなページを作る気持ちも分かります。ただ、そうだとしたら注意を促すだけでよいのです。自分のメルマガに誘導する必要なんてないはずです。

不安な気持ちのときにこのようなページに出会うと、「騙されなくてよかった！」「教えてくれてありがとう！」「無料で学べるならこっちがいい」なんて安易に流されてしまいがちです。でもまあ、実態は先ほど書いた通りですので、ご注意ください。最初は無料で教えてもらえてラッキーだと思っても、結局は何らかの商品・サービスのセールスがあります（笑）

ではどうしたらよいのかというと、「これを知ったらラクに売上が上がるかもしれない」「頑張らなくても売上を上げてもらえる」「絶対に成功するノウハウを教えてもらえる」なんて**他力本願で依存的な期待を捨てる**ことです。これが騙されてしまう原因だからです。「どの情報商材がオススメですか？」なんて聞く人は、この典型です。

重要なのは、（情報商材になんとかしてもらおうと期待するのではなく）**自分自身で主体的に行動すること**です。その上で、疑問や課題を解決するために知識を追加するのはいいと思いますよ。

あなたは「詐欺なのか？ 検証してみた！」に引っかかっていませんか？

28. 「セールスされるのはイヤ」と思っているから売れない

気持ちは分かるのですが、「セールスされるのはイヤ」と言い続けていると自分が困ることになります。いざ自分でセールスしようとしても、セールスできなくなるのです。

「セールスされるのはイヤ」だと思っているのですから、そのイヤなことであるセールスを自分もできなくなってしまいます。自分がそうだったように、「相手もセールスされるのはイヤだと思っているだろうなあ」と想像して。

まあ当たり前ですよね。自分はセールスされるのはイヤだけど、他の人がセールスされるのはOKだし自分がセールスするのもOK、とはなかなか思えないものです。

「セールスされるのはイヤ」だと思っている人は、過去に強引で不快なセールスをされた経験がある方が多いようです。セールスというよりは、売り込みとか売り付けに近いかもしれませんね。だから、セールスに対してマイナスのイメージを持っているのでしょう。こんなイメージを持ったままではセールスなんてできません。売上も上がりません。

セールスは売り込みや売り付けではありません。**単に取引条件を確認し合うだけ**です。お互いに納得できる条件だったら契約すればいいだけですし、納得できないのなら破談になるだけです。実にシンプルです。欲しがってもいない商品やサービスを強引に売ろうとしたり、買うつもりがないのにキッパ

リ断らなかったりするから、トラブルになります。

セールスは単に取引条件を確認し合うだけなのだと捉えておけば、自分がセールスを受けたときは「セールスされるのはイヤ」だなんて思わずに、**「取引条件が合うから買う」「取引条件が合わないから断る」と堂々と伝えればよい**わけです。

逆に、自分がセールスするときは何が何でも売ろうとするのではなくて、**「取引条件が合うかどうか」を相手に確認すればよい**わけです。これならだいぶ健全なセールスになります。

せっかく買ってくれるかもしれない相手が目の前にいるのだから、何としても売りたいと思う気持ちはよく分かりますけどね。取引条件が合わないのに強引に契約を進めようとするとトラブルになります。途中で解約されたり、悪評が立ったりります。僕は「まずはとにかく稼ぐ」とお伝えしていますが、トラブルを起こしながら稼ぐことは推奨していません（笑）

ぜひ、**取引条件が合うかどうかに焦点を当てて、冷静に確認してください。**買ってもらえるのが正解ではありません。取引条件に合わないのなら強引に売ってはいけません。長い目で見れば、この方がはるかに安定して売上を上げることができます。

あなたは、セールスで取引条件を確認し合っていますか？

29. 断るときに前置きなんていらない

塾やコンサルティングのセールスを断るときに「やりたい気持ちはあるのですが…」などと前置きする方がいます。本当は**前置きなんていらないんですけどね。**かくいう僕もよくこのように前置きして断っていたものです。

どうしてこんな前置きをしてしまうのかというと、買いたいけど買えない（買う余裕がない）自分がみじめだからです。だからせめて、「買いたい気持ちはあるんですよ！」とささやかなアピールをしているわけです。結局買わないのですが（笑）

どうせ買わないのなら、手短に断ってしまった方がよいです。相手も自分も、時間をムダにせずに済むわけですから。長引く分だけムダな時間が発生してしまいます。長引いたって状況は変わらないのでどうせ買いませんし、相手は「もうちょっとプッシュしたら買ってくれるかも」と淡い期待を抱いてしまいます。断るのが心苦しいという気持ちは分かりますが、スパッと断ってくださいね。

断るときに前置きをしてしまう方は、「買えない自分が恥ずかしい」「決断できない自分がイヤ」などと余計なことをごちゃごちゃ考えがちです。このような感情論を持ち出すと訳が分からなくなります。

あくまで商取引なんですよ。取引条件がマッチしたら取引成立で、マッチしなかったら不成立になるだけです。**ただ取引条件が合うかどうかの話にすぎません。**感情論は一切関係なし。

取引条件が合わないのなら、淡々と断ればいいだけです。

また、自分が売り手側のときに、「やりたい気持ちはあるのですが…」と言ってくる方を安易に深追いしてはいけません。取引条件が合わないのなら、淡々と断りましょう。

いったん甘い顔を見せてしまうと、「私の言うことを聞いてもらえる♪」と勘違いして、その後も要求がエスカレートしてしまいます。お断りするのが難しいようなら、**「それで、どうしますか？」とだけ聞いて、本人に決めさせるのがよいです。**これを守っておけば、大きなトラブルにはなりにくいです。

売り手側が譲歩して、「売上が上がったら払ってくれればいいですよ」なんて言うのは止めてくださいね。買い手のアタマの中では「頑張って売上を上げてさっさと払うぞ！」よりも「今は払わなくていいんだ♪」「うまくいかなくてもリスクがない♪」の方が大きいですからね。

感情を大切にするのはよいのですが、商取引に感情を持ち出すとおかしくなります。**取引条件が合うかどうかの確認を淡々と進めましょう。**取引条件が合わないのならお断りしてください。

あなたは、セールスで取引条件が合うかを確認していますか？

30. 想像力のない人と付き合ってはいけない

想像力のない人とは付き合わない。こう書くと、なんて冷たいことを言うんだと思われそうですが、本気です。想像力のない人と付き合ってしまうと、時間やお金やエネルギーを持っていかれてしまうので、不利益を被るからです。

想像力がないというのは、「薄着のままそこにいたら風邪を引くよ？」と誰が見ても思うのに、「なんで？」「自分は大丈夫だから」と根拠なく思ってしまうような人で、予想通り風邪を引いた後に「なんでもっと強く言ってくれなかったんだ！」と他人のせいにする人です。

自分以外の価値観や考え方を想像できないため、自分が正しいと無条件に思っています。自分が正しいと思っているので、いつも威張ってばかりで何か問題が起きたらすぐに人のせいにします。問題が起きてから初めて対応するのも特徴で、段取りの苦手な人やイージーミスをしがちな人も多いです。

実際にあった話をご紹介しますね。夜中の1時にプロジェクト用のチャットに「この書類をご確認ください」と投稿がありました。そして、5時間後の朝6時に「もう確認して頂けましたか？」と（笑）「みんな寝ていることくらい想像できるだろう」と思うのですが、自分が起きているから他の人も起きているはずだと思えたのでしょう。

付き合ったら大変そうでしょ？（笑）

想像力と書きましたが、決して難しいことを要求しているわけではありません。「このままここにいたら風邪を引いてしまうかもしれない」なんて、ちょっと想像したら誰にでも分かります。

「実際に問題が起こるまでは、本当に起こるかどうかなんて分からないし、どんな影響が及ぶのかも分かりませんよね」というのはまさに想像力がないタイプの言うことです。たしかに、事前に完璧に把握することは不可能です。だからといって、風邪を引くまでじっと待つのは違いますよね。

想像力のない人と付き合わないことをすすめているのは、振り回されて時間やお金やエネルギーを持っていかれてしまって、不利益を被るからです。他のお客様にも迷惑がかかってしまいます。丁寧な対応をする余裕がなくなりますから、サービス品質が下がります。ハッキリ言って営業妨害です。

念のため書いておきますが、これはあくまでビジネス上のお話です。それと、想像力がないのはダメだという意味でもありません。**ビジネス上は非効率であるというだけです。**ビジネス以外での友だち付き合いは好きな人とご自由にどうぞ。

ビジネスでは、自分がパフォーマンスを発揮できる方たちと付き合うのがよいと思います。

あなたは想像力のない人と付き合おうとしていませんか？

31. 見込み客が持っている不満を解消する

ビジネスの世界ではよく言われることですが、**「見込み客が持っている不満を解消する」**のは重要です。特に重要なのは、**「見込み客が」**という視点です。

ついやりがちなのが、売り手側の視点で「見込み客の不満はこれだろう」と勝手に決めつけてしまうということ。売り手側は専門家なので、シロウトである見込み客に比べたら、どうしてもマニアックで専門的な点ばかりを見てしまいます。その結果、見込み客にとっては「そんなことで困ってないよ！」「他とは何が違うんだよ！」と思われてしまうわけです。苦労して改善する時間がもったいないですね。

また、競合他社の分析をしてしまうのもやりがちです。競合他社を分析して弱みを見付けて、「他社がまだ提供できていない○○をウチが提供してあげれば喜ばれるはずだ！」なんてよくやりがちです。一見するともっともらしいのですが、全くもって的外れです。本当に見込み客が求めているのかは別の話です。

売り手の視点で勝手に決めつけるのも、競合他社に勝とうとするのも止めてくださいね。そうではなくて、見込み客が持っている不満を解消するだけです。

たとえば、僕がやっている広告運用サービスでは、ほとんどの会社（広告代理店）がこまめな報告や打ち合わせには対応してくれないことについて、見込み客が不満を持っていまし

た。ということは、こまめな報告や打ち合わせをするだけで優位になりますよね。実際、僕もこの点を心がけたところ、「親身になってくれるので他の案件もぜひお願いしたい」と言われるようになりました。競合他社に勝とうとして、とにかく高いパフォーマンスを出そうとしていたら、疲弊していたでしょうね。

もちろん、品質改善や他社分析をやってはいけないという意味ではありません。**自社が成長して、よりお客様のお役に立とうとするのが目的の「健全な競争」ならよいと思います。**そうではなくて、他社に勝って自社が選ばれようとするあまりにお客様を置き去りにしてしまうのは違います。結局うまくいきませんしね。

繰り返しになりますが、「見込み客が持っている不満を解消する」のが基本です。競合他社に勝つことがあるかもしれませんが、意図するものではなく、結果としてたまたま勝ったにすぎません。

経験の長い専門家は、どれだけ注意していてもつい売り手目線になりがちです。**「それは見込み客が自覚している不満なのか？」**を強く意識してみてください。見込み客が自覚していない不満だったら、それは見込み客にとっては不満ではありません。

あなたの見込み客が持っている不満は何ですか？

32. 既に稼いでいる人のサポートをして稼ぐ

一人で起業するときに、「何から始めたらよいのか？」で悩んでしまって行動できない人は多いです。個人的には、**下請けや制作、作業代行から始めるのがオススメです。**色々考え込んでしまうと、時間を浪費しますし、お金もどんどん減っていきます。だったら、**ちまたによくあるビジネスから始めて、お金をもらいながら経験を積んで、どんどん改善していくのが早い**です。

中でも特にオススメのビジネスが**「既に稼いでいる人のサポート」**です。お金をもらいながら、既に稼いでいる人の考え方ややり方を近くで学ぶことができます。同時に、その人の周りの一人起業家たちと出会うことができます。同じようなレベルの人たちばかりです。かなり貴重な経験です。

業務内容は、たとえば**「ITのサポート」**です。既に稼いでいる人でも、ITが苦手な方は非常に多いです。ちょっとITに詳しい人なら引く手あまたです。きっと驚くと思います。具体的にはFacebook、Instagram、WordPress、LINE@、メルマガ配信システムなどの設定をしてあげたり、使い方を教えてあげたりします。セミナーの出欠管理や入金管理もいいですね。ITが苦手な人のお客様もだいたいITが苦手ですから、まとめて引き受けるのもアリです。

また、良好な関係が築けていたなら、という前提ですが、たとえばこんなのはどうでしょう？　「○○さんのメルマガのバックナンバーをまとめて、電子書籍を作りますよ！」と提案

してみるのです。電子書籍をAmazonで販売すれば、お金をもらいつつ、濃い見込み客を獲得できます。自分では後回しにしがちで、なかなか着手できませんからね。喜ばれますよ。

さらに、「会員制サービスの事務局」を丸ごと引き受けるとか。これも、安定した売上になると分かりつつ、つい後回しにしがちです。業務自体はシンプルです。会員から質問を取りまとめて定期的に回答したり、会員限定のメルマガを執筆代行したりすればOKです。

ここまで来ると、面倒なことを代行する単なるサポートというレベルではありませんね。**より売上を伸ばすための強力なサポート**になります。**売上がプラスになった分は堂々と請求したらよいです。**会員制サービスの事務局を丸ごと引き受けるなら、粗利の半分をもらうとか。もちろん、あまり勝手にやられると困るので、独断で突っ走らないように注意です。相談しながら進めます。

「サポートをするために起業したわけでは…」と思うかもしれませんが、あくまで入口です。数年後は、電子書籍や会員制サービスのコンサルなど、独自のビジネスで大活躍しているかもしれませんよ。

あなたは、既に稼いでいる人のどんなお手伝いをできそうですか？

33. 安易に制作サービスを止めてはいけない

個人でホームページ制作を生業としているWebデザイナーがよく言うのが、「Web集客のコンサルタントになりたい」ということ。ホームページ制作だけでは労力のわりに売上が少なくて大変なので、コンサルタントに転身したいのです。

気持ちは分かりますが、転身してうまくいく人は少ないようです。ですので、夢を見て**安易に制作サービスを止めてはいけません。**制作サービスを受注できているのなら、**制作サービスを買ってくれたお客様にコンサルティングサービスを買ってもらう**ことを考えた方がよいです。制作サービスはそのままにして、**より高額なサービスを追加する**ということです。

新しいサービスを始めたときに一番困るのは「集客」です。**既に集客できているサービスを入口にして、より利益の出るサービスを追加するのがオススメです。**「制作なんて早く止めたい！」と思う方もいるでしょうが、安易に切り捨てるのはダメです。気持ちはよく分かりますけどね。せっかく集客できているわけですから。大変だったら、値上げしたり受注量を減らしたりして調整するのがよいです。安易に止めるのはダメです。売上も止まります。

制作サービスを自社で受注して、作業は他の方にお願いするのもアリです。いいビジネスパートナーが見つかれば、それほど労力を割かなくても安定して売上が上がるようになります。「手を動かしたい」「経験を積みたい」「ものづくりをしたい」と思っている方はたくさんいますからね。そんな方に発

注したらよいわけです。安易に制作サービスを止めて、売上を捨ててしまうのは非常にもったいないです。

ちなみに、僕は安易に制作サービスを止めて失敗しています。年商2,000万円のほとんどを1社に依存していたので、本当に苦労しました。2,000万円を捨てるなんてもったいないですよね。安易に止めていなかったら、その後何年も苦労することにはならなかったと思います。

コンサルタントに転身したいという方は、これまでのお客様が引き続き発注してくれると思いこんでいるフシがあります。これは図々しい妄想です。制作サービスを止めてしまったら、引き続き発注してくれると思いますか？　他の制作会社に乗り換えてしまうだけです。だって、どこかに発注してホームページを作ってもらわないといけないわけですから。新しい制作会社がコンサルティングもやっていたら、まとめてそこに依頼してしまいます。

僕にも経験があるので、制作サービス（などの時間を切り売りするサービス）が苦しいのは分かります。でも、安易に制作サービスを止めないでくださいね。**大きな売上を上げるための入口として活用する**ことを考えてみてください。

あなたは制作サービスをどう活用していますか？

34. その話をするのにふさわしい自分か？

一人起業家になるのに資格はいりません。誰でもなれます。どんなビジネスをやるのも自由です。ただ、どんな内容を教えてもよいのかというと、それはちょっと違うのではないかと思います。

たとえば、年収1,000万円を超えていない、あるいは1回だけ超えた程度なのに、「年収1,000万円を稼ぐ方法」を高額で教えるのはちょっと違いますよね。根拠もありませんし、再現性もありません。そのつもりはなかったとしても、限りなく詐欺に近くなってしまいます。「年収1,000万円を稼ぐ方法」を教えたいのなら、少なくとも何年かは年収1,000万円以上を継続していないと話になりません。

制作サービスや作業代行サービスのように自分で作業するビジネスよりも、「年収1,000万円を稼ぐ方法」のようなノウハウを伝えてお客様に作業してもらうコンサルティングビジネスの方が人気です。報酬も高いですし、なんとなくかっこよく見えます。少しでも早くコンサルタントになりたいと思う人は多いようです。僕もそう思っていました。

だからといって、すぐにコンサルティングを始めようとするのはオススメしません。気持ちは痛いほど分かりますけどね。たいした経験や実績もないのに始めても、お客様はやってきません。僕も、たいした経験も実績もないのにコンサルティングを始めてしまって苦労したことがあります。

コンサルティングを始めたいのなら、まずは**「その話をするのにふさわしい自分か？」**を考えないといけません。見込み客から**「○○さんならその話をするのにふさわしい」**と思ってもらえるような、**第三者が納得できる経験や実績が必要**です。これがないと、薄っぺらくてあやしくなってしまいます。

自分がお金を出す側になったらよく分かりますよね。「本当にこの人から教わって大丈夫なの？」という疑いがあったら、まず買わないでしょう。

コンサルタントを名乗るだけなら、今日からすぐに名乗れますよ。でも、名乗ったからといって売上が上がるわけではありません。お客様は、「コンサルタントだから依頼する」わけではないのです。

「あなたなら、なりたい自分に近づくための何かを提供してくれそう」だと信頼するから依頼します。

やはり、経験や実績があると信頼してもらいやすいです。まずは経験や実績を積むことに集中するのがオススメです。周りから「○○について教えて欲しい」とお願いされるくらいになるまで続けるとよいのではないかと思います。その後でコンサルティングを始める方がコンサルタントとして長いあいだ活躍できます。

あなたはその話をするのにふさわしい人ですか？

35. とにかく色んな人と会う

「とにかく色んな人と会うのが重要だなあ」としみじみ思っています。今の僕があるのは、色んな人と会ってきたおかげです。**人とのつながりの中で売上が上がります。**人見知りだから、なんて言い訳せずにぜひ色んな人と会ってみてください。

交流会に参加して人脈を作ろうという意味ではありませんよ。交流会を含めて、勉強会やセミナー、パーティ、趣味のイベントなど、色んなところに出かけていくのがオススメです。何がどうつながるのか分かりませんからね。

つい「仕事につなげるぜ！」と期待しがちですが、あまり期待しない方がよいです。すぐに仕事につながることなんて、そんなにありませんから。あまりにグイグイ来る人は敬遠されますしね。それよりは、初対面では**ただ楽しむ方がよいです。**楽しんでいれば、「この人といると楽しい」「また会いたいなあ」と思ってもらえます。次につながりやすいのです。

焦るのは禁物です。すぐに営業しようとするのはNGです。そりゃあすぐに売上につながったら嬉しいことこの上ないですが、しつこく営業目的のお誘いをしてくる人から買いたいとは思えませんからね。友人を紹介したいとも思えません。

まずは直接会って、その後も会ったりSNS上で交流したりして、徐々に仲良くなっていって、**相手から話を振ってきたらビジネスの話をするくらいでいいのです。**

いつ仕事につながるのか、そもそも仕事につながらないのか。事前には分かりません。あんまり期待せずに、楽しみながらじっくりと付き合えばよいと思います。

当然、時間がかかります。ですので、**普段から色んなところに出かけて色んな人と会うのが重要です。**プロモーションの直前になってあわてて出かけてもダメです。売上に困ってからあわてて出かけるのもダメです。普段から続けるのが重要です。

面白そうだと思うイベントには気軽に顔を出してみるとよいです。僕も、「楽しそう」と思うイベントや「知りたい」と思う勉強会で、参加費がそれほど高くないのなら気軽に参加しています。「見込み客がいるかも♪」と期待することももちろんありますが（笑）あくまで「楽しそう」「知りたい」がないと参加しません。この順番が非常に重要です。そうでないと、「つまらない時間を過ごしてしまった」と後悔するからです。こんな気持ちでは誰とも仲よくなれません（笑）

自分で勉強会やイベントを主催するのもいいですね。「見込み客を集めよう！」と狙っても人は集まりませんので、「楽しそう」「タメになりそう」と感じてもらえるよう工夫することをオススメします。

くれぐれも忘れてはいけない点があります。**長期的な関係作りと並行して、「すぐに買いたい人向け」の施策もやってくださいね。**そうでないと目先の売上が上がらないので（笑）

あなたは色んな人と会っていますか？

36. 厳しいルールを作ったってうまくいかない

あまり稼いでいない人は、自分に対して「厳しいルール」を作りたがるようです。僕もそうでした。「ここまでやらないとダメ」のように、自分に対して厳しいルールを作ります。（同様に、他者にも厳しいルールを押しつける傾向があります）

根拠があるならまだいいんですよ。残念ながら、根拠のないルールばかりです。たとえば、「毎日5時に起きないといけない」「毎日Facebookに自撮り写真を投稿しないといけない」「ネガティブな投稿をしてはいけない」なんてルールです。根拠なんてなくて、ただ厳しいだけです。

厳しいルールを作っても、苦痛ですから結局は続きません。せっかく決めたルールを守れなかったら凹みますよね。根拠もなくて凹むのなら、何の意味もありません。自分が行動しやすいようにルールを作るのならまだいいと思いますが、逆に行動できなくなるのなら意味がありません。**厳しいだけのルールなんていらないのです。**

「稼いでいる人は自分に厳しいルールを課している」「稼ぐためには厳しいルールが必要」と思っているのかもしれませんが、誤りです。**厳しいルールを課したからといって稼げるわけではありません。**行動できるようになるわけでもないし、ヤル気がわいてくるわけでもありません。ほとんどの場合、上に書いたようにむしろ逆の結果になります。

それでも、「そうは言っても、厳しいルールを自分に課さな

いと稼げないままなのでは？」「このままの（稼いでない）状態でいろってこと？」と思うかもしれません。僕もそう思っていましたので、気持ちは分かります。

繰り返しますが、厳しいルールを作ったって望み通りに稼げるわけではありません。なぜ厳しいルールを作ろうとするのかというと、「厳しいルールを作らないと行動できない」と思っているからですよね。つまり、本当はやりたくないんですよ。本当はやりたくないのに、厳しいルールで補おうとしたってうまくいかないのは当然です。結局は行動できず、「イヤだなあ」「でもやらないといけない」と負のスパイラルに陥るだけです。

あえて言うなら、厳しいルールを作らないといけない状況なのが問題です。言い換えると、今の自分のままでは到底できないようなことを（厳しいルールのチカラを借りて）やろうとするのが問題なのです。

オススメなのは、厳しいルールなんていらないくらいの**「これならやってみたい」「これくらいならすぐにできそう」と思う小さい行動から始めてみることです。**「とりあえず試しにやってみるか」くらいのノリでOKです。まずは小さい行動から始めてみて、何度も改善を繰り返します。この方が始めやすいですし、続きます。そして、結果も出やすいですよ。

あなたは厳しいルールを作ろうとしていませんか？

37. 「まずは学んでから」が成功を遅らせる

何かを始める前に、「まずはセミナーや教材などで十分に学んでから始めたい」という方がいます。学ぶこと自体はいいんですよ。何も学ばずに始めると、致命的な失敗をすることもあります。避けられる失敗なら避けた方がよいですしね。

ただ、学んでばかりでは、いつまで経っても始められませんよね。**必要最低限の知識を得たら、さっさと始めるのがオススメです。**この方が早いのです。**必要最低限とは、致命的な失敗をしないレベルということです。**小さい失敗はするかもしれませんが、またすぐやり直せます。

自動車の運転でも、必要最低限の知識や技術を得たらすぐに路上教習が始まりますよね。「ええっ、もう！？」と焦ったものですが、事故を起こさないレベルには達しています。だったら、さっさと現場で経験を積んで改善するのが早いです。まだまだ理解が浅い状態かもしれませんが、**行動しながら学んでいけばOKです。**

必要最低限の知識を得てもなお、「もっと学んでから始めたい」と思う方は、ハッキリ言ってもったいないです。不安だという気持ちは分かりますけどね。得たい結果を手にするタイミングを自分でどんどん先延ばしにしてしまっています。つまり、お金をもらえる日を自分でどんどん先延ばしにしてしまっているということです。その日までの間は、当然何ももらえません。自分で先延ばしにしたのですから、誰にも文句は言えません。

また、お金をもらえる日を先延ばしにするということは、お金が入ってこない状態が続くということです。すると、お金が入ってこない状態に慣れてしまいます。起業したいという方にとって、これが一番怖いのです。

それと、学んだからといって、必ずうまくいく保証なんてありません。セミナーや教材でいくら学んだって、それはあくまで他人のノウハウです。自分にそのまま当てはまるとは言えません。当てはまらないかもしれないのに、「もっと学んでから始めたい」というのは時間がもったいないです。

本やセミナーだけでなく、「まずは資格を取ってから」も同様です。資格があるからといって、うまくいく保証なんてありません。資格があると有利な感じがしますが、それは思い込みです。実際には、「資格を取っただけでは稼げない」と苦労する方が非常に多いのです。資格に頼ろうとするのではなく、（必要最低限の知識や技術を得たら）**お金をもらいながら経験を積める方法を探してみてくださいね。**お金を受け取る日を安易に先延ばしにしてはいけません。

学ぶこと自体はよいです。問題なのは、何かを始める前に「まずは十分に学んでから」と思って行動を先延ばしにしてしまうことです。お金が入ってくる日も先延ばしになりますし、稼げなくなるだけです。**必要最低限の知識や技術を得たら、すぐに現場で経験を積んで改善してください。**

あなたは「まずは十分に学んでから始めたい」と思っていませんか？

38. 新しいことを学ぶと陥る落とし穴

新しいことを学ぶのは楽しいものですが、陥りがちな「落とし穴」があります。それは、「ここに書いてある教えを完全に理解しないとダメなんだ」と思い込んでしまうということです。この結果、「この教えを完全に理解してからでないと、先に進んではいけない」と思って、行動が止まってしまいます。

行動するために役立てようと思って学ぶのに、行動が止まってしまうのでは本末転倒ですよね。

たとえば、「稼ぐコンサルタントに必須の5つのスキル」を見て、「この5つのスキルを理解してからでないと、先に進んではいけない」「この5つのスキルを理解していないから稼げないんだ」「この5つのスキルを理解すれば稼げるんだ」なんて勝手に思い込んでしまいます。そして、理解することが目的になってしまって、行動が止まってしまいます。経験が浅い人やまだ稼げていない人は、陥りがちです。僕もそうでした。

実際にはたいした根拠もない知識であることが多いのです。先ほどの例なら、稼いでいるコンサルタントの共通点を分析したら5つのスキルを備えているらしい、というだけでして、5つのスキルを理解したら稼げるようになるのかは「全く」別の話です。あくまで参考程度にとらえておきましょう。むやみにありがたがる必要なんてありません。

学ぶこと自体はいいんですよ。好きならやったらいいと思います。ただし、理解してから行動しようとするのはダメです。理

解しようとして時間ばかりが経ってしまいますから。

たとえ未熟で不完全であっても、実際に行動しながら学んでみてください。この方が早いです。行動をせずに理解なんてできませんしね。言い方を換えると、**未熟で不完全な状態で行動しないと永遠に理解できないということです。**完全に理解してから始めようとするのは諦めてください。

実際に行動してみて、結果を検証してみたり、生じた疑問や課題について学びを深めたりしていくのがオススメです。あくまでも**「行動が主」**です。**売上を上げたいのなら行動を止めてはダメです。**

僕も、本やセミナーで学んだことを完全に理解してからでないと先に進んではいけないと思い込んでいました。この時期は全く行動できませんでした。売上アップにはつながらなかったということです。当然、生活費や研修費などでお金は出ていくので、かえって大きなマイナスになってしまいました。何のために学んでいるのか分かりませんよね。

売上アップにつながる行動を取りながら、必要になったら学ぶくらいでちょうどよいです。あくまでも「行動が主」です。

あなたは、完全に理解してからでないと行動してはいけないと思っていませんか？

39. あれもこれもやらず、1つに特化する

あまり売上が上がっていなかったときの僕は、色んなことに興味を持ち、手を出していました。メルマガに詳しくなりたい、SEOに詳しくなりたい、コピーライティングに詳しくなりたい、Webデザインに詳しくなりたい、と思って手を出していました。「で、倉林さんは何屋なの？」とよく聞かれたものですが、自分でもよく分からなかったので（笑）「Web集客全般をやっています」なんて曖昧すぎる答え方をしていました。これはアウトですよね。売上が上がっている人のパターンとは程遠いです。

やはり、**まずは1つに特化するのがオススメです。**より正確に言うと、**「あなたは○○屋さんですよね」（あなたは○○に特化していますよね）と認識してもらえるようになるのが重要**です。「何屋なの？」なんて聞かれるようではダメです。売上が安定するまでは1つに特化するのがオススメです。他のものはキッパリと捨てましょう。

自分がお金を払うことを想像してみたら分かりますが、「何屋なのかよく分からない人」にお金を払うのは抵抗があります。正直、大丈夫なのかと思ってしまいますよね。

色んなことに手を出している人は、1つ1つの知識や経験が浅くなりがちなので、どうしても1つに特化している人には負けます。といいますか、勝負にすらなりません。

もしも、色々手を出してしまっているのなら、1つに特化して

他は捨ててみてください。まるで反応が変わりますよ。だいぶ買ってもらいやすくなるはずです。

僕自身、「Web集客全般をやっています」なんて言っていた時期よりも、Facebook広告に特化してからの方が断然買ってもらいやすいですよ。売上も上がっています。

僕が何屋なのかを説明しなくても、もう「Facebook広告の人だ」と知っていてくれるので、**いきなり取引条件の話から始めることができます。**これは本当にラクですよ。何屋なのか分からないと、相手は不安なので細かい説明を求めてきます。そして、説明したところで結局買ってもらえません。

「ずっと同じことだけやるのはイヤだ」「色々やりたい」と思う方もいますよね。それでも、**まずは1つに特化して「○○屋さん」と認識されている状態を作るのが重要です。**その後で新しいことを始めるのがよいです。これなら、色んなことを広く浅くやっているふわふわした人ではなく、地に足のついた人がやっているふうに見えます。もちろん、全く業種業態が異なっていたらあやしく見えますけどね。関連があるなら誰も不思議には思いません。

まずは1つに特化して、他は捨ててみてくださいね。

あなたは何に特化していますか？

40. 自分が何者なのかを公開しているか？

スーパーに行くと、農家さんの顔写真つきの野菜をよく見かけます。他の大量生産の野菜よりはほんのちょっとだけ高いのですが、好んで買う人が多いようです。「美味しいから」「無農薬だから」など理由はいくつかありますが、**「顔が見えるから安心」**というのが大きいかと思います。顔と名前を出している人だったら、姑息なことなどせず、正々堂々と誠実にやっているのだろうとイメージしますからね。

この点は一人起業家も同じです。大いに参考にしましょう。

一人起業家では大企業に勝てないとか、大企業よりも格下だとか思ってしまう方もいますが、別の意見もあります。ちょっと高めでも農家さんの顔写真つきの野菜を好んで買う方がいるように、大企業よりも一人起業家の方が好きだという方もいます。**誰が対応してくれるのかが明確で安心ですし、よりきめ細やかに対応してくれそうなイメージがありますからね。**

ポイントは、自分が何者なのかを公開することで、見込み客に安心してもらうことです。顔出し、名前出しがいいのは、「この人なら、何かあったときに逃げないだろう」と思ってもらいやすいのです。まあ、実際には顔出し、名前出ししていても不誠実なことをする人はいるのですが、売り手側の情報を何も公開していないよりはずっと印象がいいのです。

たとえば、LPで公開しておくとよい情報は、名前・プロフィール写真・プロフィール・主な実績・どんな思いでやっているの

か・主な取引先・問い合わせ先・営業時間・会社概要・プライバシーポリシー・特商法あたりです。これらが載っていないと、「スパムメールがガンガン送られてきそうだなあ」など不安を感じます。丁寧に書いておけば、ちゃんと対応してくれそうだと安心できます。

「顔出し、名前出しをしないといけないの？」と思うかもしれませんね。出せるのなら出せばよいと思います。ただ、事業内容によっては顔出ししたくないこともあるでしょうし、実名を公開すると風評被害があった場合に面倒です。ですので、必須ではありません。正面の写真のかわりに横顔の写真やイラスト（似顔絵）を使い、名前はビジネスネームでもよいです。ビジネスネームを名乗っている方はけっこういますのでご安心ください。

ただし、説得力が少し弱いので、自分が何者なのかをより丁寧に説明する必要があります。丁寧＝盛る、ではありませんよ。盛りすぎるとうさんくさくなって、かえって不安の元になります。

当たり前ではありますが、顔出し、名前出ししたからといって売れるわけではありません。野菜だって、美味しいとか栄養価が高くて健康的とか本質的な理由があるからこそ、売れるわけです。商品・サービスの質を高めることも忘れずに。

あなたは自分が何者なのかを公開していますか？

41. ファンタジーで売らない・買わない

カタチのないものを売るときに、ファンタジー（幻想）で売るのは止めた方がよいです。全くほめられた手法ではありませんし、長い目で見たらうまくいきませんから。

ファンタジーで売るとは、「海外旅行しながら仕事できますよ！」「1日10分、スマホがあれば誰でも稼げますよ！」と中身を言わずにイメージばかりを強調して売ることです。一体何をやるのか、さっぱり分かりませんよね（笑）　ファンタジーで売る場合、夢のようなイメージばかりを伝えて、実際の中身やリスクや大変さをほとんど言いません。これではすぐに悪評が立って、売れなくなりますよね。売り逃げしたい人たちが確信的に使う手法です。

ファンタジーに乗せられて買うのもダメですよ。買ってしまったら大変です。中身がないことに気づいても、色んな理由を並べて返金してもらえません。最近は、買い手も学習しているので、ファンタジーで売る人は減ってきています。でも、しぶとく生き残っていますので、ご注意ください。ファンタジーで売られるのは中身の薄い商品・サービスです。**まともな商品だったら中身を説明して売ります。**

まあ、ファンタジーに引っかかる人にも大いに問題がありますけどね。「ラクをして稼ぎたい」「今の状況から抜け出させて欲しい」という依存的な思いが強すぎるとすぐに引っかかります。僕も引っかかったことがあります（笑）

やっぱりね、**現実から目を背けることなく、現実を直視して判断しないとダメです。**「そんなオイシイ話、あるわけないじゃん！　でも、もしかしたら今回は…」なんて思うとすぐに引っかかります（笑）「そんなオイシイ話、あるわけないじゃん！」で踏みとどまらないと。

売り手側の場合も同様です。現実から目を背けさせるような売り方はダメです。**まっとうなビジネスとして続けたいのなら、現実を直視して判断してもらわないといけません。**

本だったら目次や内容の一部を無料公開しますよね。そうでないと買うかどうか判断できませんから。カタチのない商品・サービスはただでさえあやしく見られがちなので、より丁寧に中身を公開する必要があります。コンテンツをまるごと公開しろという意味ではありません。**中身を判断できるくらいの十分な情報をあらかじめ公開する**ということです。

「そんなことしたら買ってもらえない！」と思う気持ちも分かります。僕もそう思っていた時期があります。でもそれは言い換えれば、ファンタジーで売らないと売れない、中身がスカスカだから普通に売っても売れない、その程度の品質だということです。根本から徹底的に見直す必要があります。

ファンタジーで売ろうとせずに、ファンタジーで買おうとせずに、現実を直視してビジネスをするのがオススメです。この方がビジネスが安定します。

あなたはファンタジーにハマっていませんか？

42. 「いい話だと思った」で買わない

ホームページ制作サービスやSEOサービスの契約でだまされたことがあるという方にたまに出会います。この方たちには共通点がありまして、「いい話だと思った」と口をそろえて言うのです。

たとえば、ホームページ制作サービスの場合。「デザイナーにホームページを発注しても集客できないのは当然です。マーケティングのことを知りませんから。当社はマーケティングに強いホームページ制作会社ですので、集客できるホームページを作ることができます。今回お申し込み頂ければ、特別に業界最安値の毎月たった○○○円でご契約頂けます。通常はお客様自身にお願いしている面倒な作業も、こちらで全て対応させて頂きます。ITが苦手でな方でもご安心ください」なんて口説き文句にコロっと落ちてしまうわけです。

そりゃあ、磨かれた営業トークですから、なんとなくよさそうに聞こえますよね。自分で他の制作会社を探しても失敗するかもしれませんし、探すのも面倒です。「いい話だと思った」と言うのもうなずけます。

ですが、実際には「毎月の支払い金額は安いけど、2年間は解約できないリース契約だった」「思っていたのと違った」「全く効果が出なかった」とグチをこぼすことになります。そして、「だまされた！」と思うわけです。

悪徳業者がなくなったら問題が解決しそうですが、残念なが

らなくならないでしょうし、仮になくなっても解決しません。悪徳業者が問題の原因ではないからです。

「いい話だと思った」くらいの理由で、よく分からないのに買ってしまうのが原因です。契約自体はまっとうだったとしても、商品や契約の内容をよく理解していなかったら「だまされた！」と勝手に思い込んでしまいやすいのです。実は被害者ではなかったのかもしれません。

商品や契約の内容をよく理解せずに買ってしまう限り、問題はなくなりません。買った後では遅いので、買う前にこんなルールを決めておくとよいです。

■高額な商品・サービスを買うときのルール
・商品や契約の内容を理解できないなら買わない
・買う理由を説明できないなら買わない
・いま必要性がないなら買わない

「いい話だと思った」では決して買わないでくださいね。同じように、「せっかく時間を割いて来てくれたのに悪いから」「商品の内容を理解できていないとは恥ずかしくて言えないから」「いつか使うから」なんて理由で買うのもダメです。堂々と断ってください。

あなたは「いい話だと思った」で買っていませんか？

43. 限定性で買わせようとしない

色んな神社を参拝していると、期間限定の御朱印に出会います。これ、テンションが上がります。以前にその神社で通常の御朱印をもらったことがあっても、つい欲しくなってしまいます。なにせ「期間限定」の特別な御朱印ですからね。

皆さんにも経験があると思いますが、「○○限定」って魅力的ですよね。**限定という言葉があるだけで特別なものに見えてしまって、欲しくなります。**あまり必要がなくても（笑）「もう買えないかもしれないし」「せっかくだし」「どうせ買うなら限定を」と思ってしまいます。

限定には、期間限定、地域限定、数量限定、会員限定などがあります。期間限定の御朱印もそうですし、地域限定キットカット、期間限定のヤマザキ春のパンまつり、ローソンの関東限定のたまごサンドなんてのもあります。普通に販売している商品よりは、自然と選んでしまいやすいですよね。

限定性は簡単に売上をアップさせることができるので、ご自身のビジネスでも使ってみてくださいね。

ただし、やりすぎ注意です。よくあるのが、煽り表現ぽくなるということ。（実際は期限なんてないのに）「登録できるのはあと○○日」というカウントダウンタイマーはよく見かけますが、これを嫌う人は多いです。「この場で申し込んでくれた人限定で半額にします！」なんてのも嫌われます。限定にする必要がないので、理由もなく「早く買え」とただ急かさ

れているだけに見えてしまって、あやしいのです。

つい限定性を使いたくなる気持ちは分かりますが、**売上を上げるためのテクニック、たいして欲しくないのに買わせるテクニックとして使うのはダメです。**目先の売上は上がりますが、後になって、「売りつけられた」「買わされた」とクレームや返金要望が増えます。悪評も広がってしまいます。これでは全く意味がありません。

ここはぜひ、本来の限定性に戻ってみることをオススメします。**「品質を確保するため」「お客様に満足してもらうため」「お客様に楽しんでもらうため」というまっとうな理由で限定性を使う**ということです。

たとえば、ブランド価値や商品の品質を確保するためにあえて販売量を抑える（数量限定）とか。ご当地ものを作る（地域限定）のもゲーム感覚で楽しんでもらえますね。結果として売上は上がると思いますが、売上を上げるためのテクニックとは全く違います。

ご自身のビジネスでも、まっとうな理由での「◯◯限定」が使えないかどうか、考えてみてくださいね。

あなたは限定性で買わせようとしていませんか？

44. 当日買う人だけを優遇しない

セミナーで高額商品をセールスする方は、そのセミナー参加者のうちの何名が買ったのか（成約率）を気にしますよね。もちろん、成約率を把握するのは重要なのですが、それだけにこだわるのはもったいないです。

なぜかというと、**その場では買わずに半年後に買う方もいるからです。**成約率ばかりを気にしてしまうと、このような方を無視してしまいます。

セミナーでの成約率を重視する気持ちもよく分かります。早く売上が欲しいですからね。特に、チームでプロモーションを行う場合は、プロモーション期間内の売上に応じて報酬が決まります。半年後のことなんて考えませんよね。

ただ、これだとどうしても、その場で買ってもらえたらOKで、買ってもらえなかったらNGだと思ってしまいます。すると、「なんとかして今この場で買わせよう」として、「今日申し込んだら大幅にお値引きします！」なんて派手なことを言い出します。もちろん、当日申し込み特典は有効な手法です。迷っている方の背中を押すにはうってつけですが、やりすぎるとまともな人が去ってしまいます。

問題なのは考え方です。どんな考え方にもとづいてプロモーションを行っているのか、が半年後に買う方の有無を左右します。当日買う方だけを優遇するなら、半年後に買う方は現れません。逆に、当日買わない方にも（優遇せずとも）丁寧

に接しているのなら、半年後に買う可能性があります。

当日買う方だけを優遇していると、プロモーション時しか売れないわけですから、定期的にプロモーションを行わないといけません。これは想像以上に大変です。

僕が担当させて頂いた案件では、セミナー当日は買わずに、半年後になって買う方が複数いました。通常、説明会を兼ねたセミナーではリピーターなんていません。一度しか参加しないのが普通です。ところがこの案件では、リピーターが複数いるのです。さらに、セミナー後の懇親会で「お金をためて戻ってきます！」と宣言する方もいるとか（笑）　そして本当に戻ってくる方もいます。非常に珍しい現象です。

当日買う人だけを優遇していたらこんなことは起こりえません。この案件では、講師やスタッフが**「何度も参加してくれていい」「ムリして今買わなくてもいい」「必要になったら買えばいい」**と何度も言っています。これなら、**欲しい人は自分から買います。自分のタイミングで。**

そうそう。「半年後に買ってくれるなら、今売れなくてもいいや♪」なんて言い訳はダメですよ。こんな姿勢の講師から教わりたいとは思えませんからね。

あなたは当日買う人だけを優遇していませんか？

45. プロモーション期間だけ頑張らない

プロダクトローンチのように強力なプロモーション手法に売上を依存してしまうのは危険です。1回で数百万円から数千万円の売上が上がるので、「年に2回プロモーションを行えば十分な売上が上がる。だから、年に2回だけ頑張ればいい」と期待しがちですが、これでずっとうまくいく人はほぼいません。

期待したくなる気持ちは分かりますが、必ずうまくいくとは限らないのです。優秀な講師はたくさんいますし、次々に新しい講師が登場します。次回募集時も自分を選んでもらえる保証なんてないのです。僕が担当させて頂いたプロモーションでも、経験豊富な講師が苦戦したことがあります。

「前回うまくいったし、今回もきっとうまくいくだろう」とたかをくくっていると、プロモーションが始まってから「なんで反応がないんだろう？」と大いに焦ります。何も対策をしてこなかったわけですから、余計に焦ります。それでも、色んな人たちに紹介をお願いして力技で何とか集めるものです。これが実は問題なのです。結果だけ見れば「よかったね」で終わりますが、関わったメンバーはきっと「もうやりたくない」と疲弊することでしょう。これではプロモーションを行うたびにメンバーが離れていきます。

プロモーションに売上を依存して、プロモーション期間だけ頑張るから、皆がしんどい思いします。**プロモーション期間だけでなく、もっと前から準備しておくのがオススメです。**

安定して稼いでいる一人起業家がよくやっているのは、**半年くらいかけて見込み客との信頼関係を築いておく**ということです。次のプロモーションに備えて、見込み客を集めてメルマガで十分な基礎知識を提供して、信頼関係を築いておきます。**いつプロモーションを始めてもいいように、半年かけてじっくりと場を温めておくわけです。**

「半年も待つのはイヤ」「すぐに売りたい」と思うでしょうが、結局たいして売れません。メールアドレスを登録したとたんに、よく知らない人からガンガン売り込みのメールばかりが届いても普通は買いませんよね。すぐに売ろう（売りつけよう）とすると、すぐに去っていくだけです。気持ちは分かりますが、焦ってすぐに売上に変えようとするのはオススメしません。

プロダクトローンチのようなプロモーション手法は非常に魅力的に見えるんですよね。一発逆転ホームランで大儲けできそうですし。でも、こんなことを期待するようではギャンブルと同じです。ビジネスではありません。**確実にお金を残すためには、時間をかけてじっくり準備しておく必要があります。**

ちなみに、プロモーションを行う義務はありませんよ。プロモーションを行わずに、目立たずに静かにガッツリ稼ぐのもアリです。僕個人はこちらの方が好きです。

あなたはプロモーション期間だけ頑張っていませんか？

46. 目を引く広告やチラシを作ってはいけない

「目を引く広告」「面白い広告」「インパクトのある広告」を求める方は多いのですが、これは止めた方がよいです。結局のところ、あまり効果がありません。

ほとんどの場合、**「広告の反応率しか考えていない」のが問題**なのです。広告の反応率だけを考えていると、つい後先考えずに広告の表現を盛りがちです。すると、LPやメール、商品など、広告以外の部分と広告とでメッセージにズレが生じてしまいます。何を伝えたいのかがよく分からなくなります。これでは売れません。**広告単体だけではなく、全体を考えないとダメです。**

本当によくあるのですが、とにかく目を引く広告を作って反応率を上げようとして、商品とは全く関係のない、過激で過剰な表現をする方がいます。

たとえば、以前によく見かけたのですが、商品（書籍です）とは全く関係ないのに、ケガをした人間の足に見える「マネキンの足の画像」を使ってクリックさせようとする広告がありました。たしかに感情は動くしクリック数は上がります。ただし、マイナス方向に感情が動きます。人間の足のように見えるのでギョッとするだけです。また、クリックはしますが「商品と全然関係ないじゃん」「人をだましやがって」と一瞬で冷めます。完全に逆効果なんですよね。マネキンの足を見て来た人が本を買うわけがありません。

冷静に考えれば誰でもおかしいと分かるのですが、とにかく目を引く広告を作って反応率を上げるのが正解だと考えていると、ついやりがちです。

チラシも同様です。チラシに大きく掲載されている目玉商品を見て、大いに期待してお店にやってきたのに、「もう売り切れました」では悲しいですよね。店の目立つところに置いていない場合も悲しいですね。「チラシにだまされた」「せっかく来たのに、実は目玉商品じゃないのでは」とガッカリしてしまいます。結果、お店に対して不信感が増すことになります。チラシのおかげで来店させたという点では効果が上がっていますが、長い目で見たらお客様は離れてしまい、売上も下がります。

広告やチラシで目を引かせれば集客できると期待する方は本当に多いのですが、目を引かせようとするあまりに実態とかけはなれた表現をしてしまうと全くの逆効果です。特に、DRM（ダイレクト・レスポンス・マーケティング）が好きで、読み手の感情を動かそうとしたがる方は要注意です。

学んだテクニックを実践する前に、**「自分がやられたらどう感じるのか？」**というごく基本的なことを重視しましょう。

あなたは、目を引く広告やチラシを作ろうとしていませんか？

47. 複数の決済手段を持つべき理由とは？

「決済手段」をいくつ持っていますか？　決済手段とは、お客様からの入金を受け付ける手段です。たとえば、銀行の他に、ペイパルのような決済サービスがあります。

決済手段が1つしかないという方は、**ぜひ早いうちに複数の決済手段を確保しておいてくださいね。**

理由は、ある日突然凍結されてしまうことがあるからです。凍結されてしまうと、資金を引き出すことができなくなります。全ての資金がそこに集中していたら、アウトです。

詳しい凍結理由は教えてもらえませんが、お客様からのクレームが銀行や決済会社に直接行くと凍結されやすいようです。コンサルタント業のようにカタチのないサービスには特に厳しいとのことです。僕の周りでも何名か凍結されています。

たとえこちらに身に覚えがなくても、クレームが行ってしまうこと自体が危険です。一般消費者の意見の方が優先されるからです。書類を提出すれば凍結は解除されることが多いようですが、数週間から半年間もかかります。まれですが、返ってこないこともあります。一人起業家に人気のペイパルはかなり厳しいですよ。1,000万円近く没収された方もいます。

決済手段が1つしかないのは本当に危険です。ぜひ早いうちに複数の決済手段を確保しておくことをオススメします。

必要になってからでは遅いので、早めにご用意くださいね。すぐに作れるわけではありませんし、本番で使う前にテストも必要でしょうしね。ウチの会社でも、口座も決済サービスも複数使えるようにしてあります。

管理が面倒ですから、できれば数を減らしたいですよね。でも、ある日突然アカウントが凍結されたところをイメージしてみてください。お金を受け取ることも引き出すこともできないわけですよ。耐えられますか？

「自分は大丈夫だろう」なんて思わないでくださいね。僕の周りでも、ある日突然にアカウントが凍結されていますが、決して、詐欺なんかではありません。一人起業家ではよくあるタイプの商品・サービスを扱っている方です。

理不尽だとは思いますが、相手は相手で決められた仕事をしているだけですからね。「正当な手段で稼いだ、ウチのお金だぞ！」「ウチが倒産したら、どうするんだ！」なんて主張しても、スルーされます。

トラブルが起きてから相手を動かそうとしても、時間が過ぎていくだけです。**こちら側で事前に対応しておくことを強くオススメします。**複数の決済手段を持っていないという方は、すぐに調べて準備してみてくださいね。

あなたは複数の決済手段を持っていますか？

48. 差別化やポジショニングから考えてはいけない

マーケティングを学んでいると、「差別化」「ポジショニング」の話が出てきます。ライバルとの違いを明確にするとか、ライバルのいないマーケットをねらうとか、そんなお話です。

僕が差別化やポジショニングを知ったとき、「これさえマスターすれば、ガツンと一気に儲かるのでは！？」と心が踊ったものです。ライバルがいないのなら一人勝ちですからね。まあ、実際には全くうまくいきませんでしたが。

ここで、ちょっと冷静に考えてみてください。もしも自分が買い手側だったら、「他よりも目立っているから買う」「他の候補がないから買う」なんてありえますか？

こんな理由だけでは買いませんよね。買うとしたら、**そもそも欲しいから買う**わけです。欲しくもないのに買いません。

差別化やポジショニングから考えてしまう方は、この点を忘れています。もしかしたら、誰も欲しがらないものについてライバルを出し抜こうとしているのかもしれません。

たとえば、人里離れた山奥を眺めて、「この辺りには飲食店がなくて不便だろう。都内にあるようなオシャレな高級イタリア料理店をここに作ったら、珍しいしライバルがいないから一人勝ちできるのでは？」と思ったとします。たしかにライバルはいないかもしれませんが、見込み客もいないかもしれ

ません。山奥でオシャレな高級イタリア料理を食べたいという方だけがその店に足を運ぶわけですが、多くの人は「だったらオシャレな街で食べたい」と思うでしょう。

「もっとニッチを狙わないと」「もっとターゲットを絞り込まないと」とよく聞きますが、この考えだけでは意味がありません。強いコピーで感情を煽ろうとするのも同様です。コンセプト自体の魅力のなさを他の何かで補うことはできません。**「そもそも欲しいと思っている人はいるのか？」「誰が買うのか？」**を忘れてはいけません。

稼いでいる人は差別化やポジショニングができているように見えます。ですので、つい勘違いしがちなのですが、差別化やポジショニングだけを考えたら稼げるわけではありません。そもそも欲しいと思っている人がいなかったら何の意味もないのです。

まずは、**欲しいと思っている人がいるのかを確認するのが鉄則**です。商品・サービスを一般公開してしまう前に、モニター募集して小さくテスト販売してみるのがオススメです。そして、改善を繰り返してから一般公開します。

差別化やポジショニングはいったん忘れてください（笑）

あなたは、差別化やポジショニングから考えていませんか？

49. 意味のない競い合いから抜ける

木暮太一さん著『僕たちはいつまでこんな働き方を続けるのか？』（http://amzn.to/2oHqUQx）より、ちょっと長いですが引用します。

生存競争が激しい熱帯雨林に生息している樹木は、どの木も、隣の木よりも多くの光を得ようと上へ上へと伸びる。ところが、それでは「影」に隠れてしまう木が出てくる。その影に隠れた木々は、太陽の光を得ようと、他の木と同じ高さまで伸びようとする。もしくは、いちばん高く伸びて、光を独り占めしようとする。すべての木が同様のことを考えているため、熱帯雨林の木々は非常に背が高い。

ところが、ふとその熱帯雨林を俯瞰して全体を見渡してみると、光を得ているのは最上部の葉っぱだけだということに気がつく。一生懸命背伸びして、高いところにたどりつこうとしているが、日が当たっているのはごく一部なのである。

そして、より大事なことは、すべての木の背が低くても「各樹木が得られる光の量は同じ」ということだ。自分だけ太陽の光を得ようと競い合って伸びても、誰も何も考えず「当初」の高さでとどまっていても、**「得られるもの」は同じだった**のである。

熱帯雨林に生息している樹木は、なんと無駄なことをしているのだろうか――。

知らずしらず、こんなムダな競い合いをしていませんか？

「一人起業家たるものお金を稼ぐのが正解だ」なんて思っているなら要注意です。他にも、お金を使う、ライバルに勝つ、ライバルよりも目立つ、差別化する、自分をブランディングする、なんてのもそうですね。こんなことを思っていると、どうでもいい競い合いに巻き込まれて消耗します。

競い合うこと自体を否定しているわけではありません。**成長や進化につながる、健全な競い合いならアリです。**ただ、上記のように全員がつぶし合う競い合いは不毛です。消耗するわりに得られるものがありません。

あえて競い合わず、今の自分のままで高く評価してもらえる他の場所を探す。そんな起業も大いにアリです。この方が長く生き残っていける確率は高いです。競い合って生き残れるのはごくごく一部の人だけです。大多数は消耗して終わりです。

他の人たちと異なる行動を取るのは、「自分だけが間違っていたらどうしよう」と不安になりますよね。だからこそ、みんな同じ場所に群がってしまい、意味もなく競い合って消耗するわけです。不安は分かりますが、みんなと同じ場所が正解とはかぎりません。

あなたは意味のない競い合いをしていませんか？

50. たとえ達成していなくても楽しめるか？

僕の友人が1年かけて日本全国の一の宮を参拝したとのこと。一の宮とは、日本各地にある神社の中で最も社格が高いとされる神社のことです。合計104社あります。交通の便がいいところばかりではなくて車がないと難しいところもありますからね。これはスゴいことだと思います。それを1週間に2社のペースでまわるなんて。

彼の話を聞いて、「僕もやってみたい！」と思ったので、やりたいことリストに書いておきました。これまでにいくつかの一の宮を参拝したことがあるのですが、先はまだまだ長いです。何年かかるのか分かりませんが、いつかは達成したいなあ。

ところで、この日本全国の一の宮めぐりですが、**達成だけが正解でしょうか？**　104社全てを参拝したらOKで、それまではNGでしょうか？

決してそんなことはありませんよね。日本各地の一の宮を参拝する中で、貴重な体験をするでしょう。普段は行かない場所に行くだけでも楽しいものです。たとえまだ行っていない段階でも、計画を立てたり、現地の歴史や名所・名産を調べたりするのも楽しいです。**達成していなくてもプロセスそのものが楽しい**ですよね。

このプロセスそのものが楽しいというのが超重要なんです。**プロセスそのものが楽しくないと続きませんからね。**ということは、達成もできません。楽しいという感覚が分かりにくい

方は、充実しているとか夢中になってしまうとか。少なくとも苦痛でないことが重要です。

たとえば、「来年は年商○○万円を達成する」と目標設定したとしますね。この場合も、目標を達成したらOKで、達成するまではどんなに頑張ってもNG、なんてことはありません。もちろん、年商○○万円を目指してみるのはいいんですよ。でも、達成だけが正解だと思っていると、毎日が苦痛です。**プロセスそのものが楽しくて、達成しても達成しなくても楽しめるような目標や計画がオススメです。**

とはいったものの、趣味では簡単にできても、ビジネスになると、そんな目標や計画はなかなか立てられないものです。「せっかく起業したのだから、このくらいの年商がないと恥ずかしい」なんて思ってしまいがちです。楽しめるかどうかが置き去りになってしまいます。

ですので、ビジネスの場合は、あまり深く考えずに目標や計画を**「仮決め」**してみるのもアリです。とりあえず年商○○万円に仮決めしておいて、**行動しながら、プロセスそのものを楽しめるように自分の好みで変えていけばよい**でしょう。

念のため書いておきますが、目標を達成しないことを推奨しているわけではありませんよ（笑）　安易に諦めてはダメです。

あなたはプロセスそのものを楽しんでいますか？

おわりに

『一人起業家が売上を上げる50のヒント　Vol.2』をお読みくださり、ありがとうございました。あなたのビジネスに本書が役立てば嬉しく思います。

本書は前作と同様に、売上を上げたい一人起業家のために書きました。

「はじめに」にも書きましたが、対象として想定しているのは、「もう少し売上を上げたいけど、どうしたらいいんだろう？」と悩んでいる方です。僕自身も5年間くらい悩んでいました…。悩みすぎですよね（笑）

「もう少し売上を上げたい」と悩んでいる方たちの多くは、売上はそこそこあって、最低限の生活費はまかなえています。ですので、どうしても「もう少し売上を上げたいけど、忙しくなるくらいなら今のままでもいいかなあ。生活はできているし」と思いやすく、新しい行動を始めにくくなってしまいます。ですから、さらに売上を上げていくのが難しいのです。これが悩みの原因です。決して、能力や才能の問題ではありません。

本書が、そんな現状を打破するきっかけになれたらと思っています。ぜひ前作とあわせてお読みくださいね。

本書を読んでくださった方はお気づきかと思いますが、何か特別で大それたことをしなくてはいけない、というわけでは

ありません。むしろ、「改めて言われみたら確かにそうだよなあ」と思えるような、既に知っていることばかりのはずです。

まずは、「やってみたい」「これならできるかも」と思ったことを気軽に実践してみて頂ければと思います。「売上を上げるヒント」が50個（前作と合わせると100個！）ありますので、どれか1つくらいはお役に立てるのではないかと思っています（笑）

最後までお読みくださり、ありがとうございました！　フォローメールもお送りしますので、こちらもぜひあわせて読んでみてくださいね！

2020年2月
倉林 寛幸

＜追伸＞

本書があなたのビジネスのお役に立てたなら、ぜひぜひ感想や実践レポートを下記メールアドレス宛にお送りください！
info@appassionato.co.jp

一人起業家が売上を上げる50のヒント Vol.2

2020年2月29日　第1版発行

著者　倉林 寛幸
発行者　倉林 寛幸
発行所　アパッショナート合同会社
https://appassionato.co.jp/

© Kurasan 2020 Printed in Japan

本書に記載の情報は、特に断りのない限り2020年2月時点の情報を基にしています。

著者プロフィール

倉林 寛幸（くらばやし ひろゆき）

Web広告コンサルタント
アパッショナート合同会社 代表

Web広告を活用したビジネス効率化の専門家。

1977年　埼玉県秩父市生まれ。早稲田大学理工学部　卒業、早稲田大学大学院理工学研究科　修了。15年以上の経験を持つ、元システムエンジニア。会社員時代は社員数5,000人のシステム開発会社で開発費1億円以上のプロジェクトを担当。起業後は県立美術館のシステム開発にリーダーとして参画。現在は、一人起業家のWeb広告運用を行う。また、一人起業家のためのビジネスサロン「たまごアカデミー」を運営。

たまご料理をこよなく愛する。1日に10個食べることもある。煮たまご、オムレツ、目玉焼き作りにハマっている。

倉林寛幸 公式メルマガ「すごいメルマガ」
https://lp.appassionato.co.jp/subscribe/

一人起業家ビジネスサロン「たまごアカデミー」
https://academy.tamago.love/lp/

※たまごキャンプは公式メルマガ内で募集します。

サービスメニュー

売上を上げたい一人起業家のための
ビジネスサロン
「たまごアカデミー」
https://academy.tamago.love/lp/

「Facebook広告運用サービス」
http://appassionato.co.jp/fbad/

＜個別コンサルティングについて＞

個別の起業コンサルティングは新規受付を停止しております。「倉林に質問・相談したい」「倉林のコンサルティングを受けたい」という方は、かわりにビジネスサロン「たまごアカデミー」をご検討ください。

「たまごアカデミー」は、格安で倉林に相談できる場です。テーマは起業全般です。Facebook広告について聞いてくださってもかまいません。機密情報は明かせませんが、それ以外でしたら出し惜しみしません。ぜひ一度お試しください。

教材

「2時間で始める
　はじめてのFacebook広告」
https://academy.tamago.love/lp/fbad-hajimete/

「Facebook広告で失敗しないための
　傾向と対策」
https://academy.tamago.love/lp/fbad-taisaku/

ぜひこちらもあわせてお読みください！

『一人起業家が売上を上げる50のヒント』
https://academy.tamago.love/lp/50hints-buy/