

「集客がうまくいかない」「思ったような売上が上がらない」と悩んでいる、
コーチ・コンサル・セラピスト・トレーナー・士業など、
個人のスキルをビジネスにされている方へ
また、美容系サロンや治療院などの店舗ビジネスを経営されている方へ

**あなたの「理念とビジョン」を明確にさせ、
その理念とビジョンに共感したお客様が
「ぜひともあなたのサービスを受けたい！」と
たとえ遠方からでも
どんどんやってきてくれるようになる。
結果、集客も苦労せず、売上も
「勝手に後からついてくる」。**

**そんな「理想のビジネス」、そして「理想の生活」を
同じ志を持つ仲間たちと4ヶ月で作り上げませんか？**

From 横川裕之

内容はもう理解したので早く申し込みたい、という方は
下記よりお申し込みください。

横川式ビジネス強化合宿0期

実践コース（定員5名）希望の方はこちら

[オンライン受講コース（定員10名）希望の方はこちら](#)

なお、クリックした先のフォームが閉じられていましたら
「定員に達したので募集終了」のサインです。

申し込みベースではなくて参加費の着金ベースでの先着順ですので、
申し込み後はお早めに送金をお願いいたします。

こんにちは、横川です。

ここまで、ボクと山口さんの対談音声を聴いてくださり、
そしてこの手紙もご開封してくださって本当にありがとうございます。

すでに対談音声でお伝えしたとおり、今回、ボクは
今まで「あえて」やってこなかった「ビジネス」にフォーカスした企画を
お届けすることにしました。

とはいえ、単に「ビジネスを教えるだけ」
「集客や売上アップの方法を教えるだけ」ならば、
それを専門としているコンサルタントなんて他にもたくさんいるので
わざわざボクがやる必要がありません。

それが「あえて」ビジネスにフォーカスした企画を
立ててこなかった理由の一つですし。

なので当然ながら、今回の企画は
ボクらしいアプローチであなたのビジネスを成長させる
という、他のコンサルタントでは決して真似のできない内容となっています。

その内容はもちろんこれからお伝えしていきますが、その前に、

“そもそも、なぜボクが、今まで「あえて」やってこなかった
「ビジネス」の企画を今回打ち立てたのか？”

その理由を改めてお知らせしておきたいと思います。

ビジネスの相談が増える一方でした。

ボクは以前から、コーチ・コンサル・カウンセラー・トレーナー・士業の方、
あるいはエステサロンや治療院などの店舗経営者の方から

「集客のしかたを教えてくださいませんか？」
「どうしたらもっと売上が増やせるのか、教えてくださいませんか？」

という相談をされることが多々ありました。

ビジネスを教える活動をしているわけではないのに、です。

そして、その数は最近、どんどん増えてきています。

それはもしかすると、以前から言われている「二極化」が
顕著になってきているのを反映しているのかもしれません。

お店を例にとってみても、高単価で売上が上がるお店と
激安にして引き寄せるしかなくて売上が上がらないお店に
二極化してきていますからね。

ですが、ボクがその相談に本格的に応じることは
今まで一度もありませんでした。

その理由はすでにお伝えしたとおり、
ボクでなくてもビジネスを教えている人がたくさんいるからです。

しかも、今やビジネスの知識であれば、
YouTubeの無料動画でたくさんのコンサルタントたちが語っていますので
すぐに手に入ります。

さらには無料の電子書籍もたくさん出ています。

なので、そんな中でボクがあえてビジネスを語る必要はないと思っていました。

**なにより、ボクが最も重要視しているのは
ビジネスとか集客とか売上とかではなく、
そもそもの「Be（あり方）」なのです。**

「Be（あり方）」とは心理学の「Be」「Do」「Have」という考え方のうちの一つで、

「Be」とは、「～になる」（あり方・ありのままの存在）。

「Do」とは、「～をする」（行動する・頑張る・努力する）。

「Have」とは、「～を持つ」（結果を得る・目標）。

そして、「Be」「Do」「Have」という順番に並んでいる通り、
**まずは「Be」を固め、それから「Do」、
そして「Have」につなげていくということが理想**
とされています。

しかし、これまでボクがビジネスの相談を受けてきた限り、
集客ができない、売上が上がらないと悩んでいる
個人ビジネスや店舗ビジネスの方々の多くが
「まずはBe＝あり方を固める」という考え方になっていません。

この状態では、ビジネスの問題は解決へと向かわないのです。

なぜ「Be」を固めないとビジネスの問題が解決しないのか？

「まずはBe＝あり方を固める」という考え方になっていないということは、
「Do」もしくは「Have」が先にきて、
「Be」は最後に持ってきていることになります。

たとえば、

- ・「大きな収益を上げられれば (Have)」⇒「安心できて (Do)」⇒「幸せになれる (Be)」
- ・「頑張って働けば (Do)」⇒「稼ぐことができて (Have)」⇒「幸せになれる (Be)」

といった感じです。

このように「Do」や「Have」を先に持ってきていると、
それらが達成されていなければ「Be」も達成されない。
つまりさきほどの事例では「幸せになれる」ということになります。

それに、さきほどの例では「Be」を「幸せになる」と定義しましたが、
そもそも「何が幸せな状態なのか」というのは人それぞれ異なります。

たとえばボクの場合、
年収1億円稼げても、それと引き換えに家族との時間が激減するなら
「幸せ」ではありません。

そうではなく、生活にゆとりが持てるほどの収入で、
自分が主体的になって、大切な家族との時間をしっかり持つことができ、
そして好きなときに旅行に行くことができたり、
好きなサッカー観戦ができたりする。

週に最低1回はテニスをする。

そんなバランスの取れた生活ができるほうが幸せです。

そして、それを「Be＝理想のあり方」に定義したからこそ、
ボクの「Do」と「Have」も固まり、理想の状態＝Beを達成できました。

逆に言えば、「自分なりの理想のあり方」の定義を先に定めなければ、
そのための「Do」も「Have」も定まらないわけです。

それなのに、多くの方は、「Be」を固めないまま「Do」や「Have」を求める。
これではうまくいくはずありません。

これはビジネスに限らず、たとえばダイエットを例に取ってみても、
ダイエットをする多くの方は次のような考え方になっていると思います。

「頑張ってダイエットをすれば (Do)」
⇒「理想の体型になれて (Have)」⇒「幸せになれる (Be)」

ところが、もうご存じかと思いますが、
ダイエットに成功する人というのはそれほど多くありません。
それはやはり、「Be」が具体的に定まっていないからだだと思います。

たとえば

「友達の結婚式に、美しいプロポーションで、キレイなドレスで行けること」

といったように「理想のあり方」を具体的に定めれば、
いつまでに何をどうしなければならないか、という具体策が明確になり、
ダイエットの成功率は高まるわけです（100%成功するかどうかは本人の努力次第ですが）。

だから、ボクは最も本質的で重要な
「Be」の部分にフォーカスして活動が続けてきたわけなのです。

このことが、今までボクにビジネスの相談をされても

「ボクじゃなくてもたくさん教えてくれる人がいるでしょ？」
「ボクじゃなきゃいけない理由はないでしょ？」

と、「あえて」親身になって応じることがなかった理由の一つです。

そして、理由はもう一つあります。

そもそも、ビジネスに「こうすればいい」という 正解なんてありません。

このことは、ビジネスの本質が理解できている方なら
すでにおわかりだと思います。

ビジネスというのは、言ってしまうと
「こうしてみたらいいのでは」という仮説を立て、実際にやってみる。
その結果がすべてであって、
はじめから「こうすればいい」というものはないんですね。

つまり絶対的な正解があるわけではなく、
やってみないとわからないわけです。

ということは、ボクのアドバイスで
100%問題が解決するわけではない。ということにもなります。

この点は他のコンサルタントに相談したとしても同じです。
あたかも「誰でも結果が出せる」ように言っているコンサルタントが多いようですが、
そんなことは「本質的に」ありえませんから。

それがわかっているのに、100%の保証ができないことを行うのは、
ボクとしては気が進まなかったのです。

それに、ビジネスのアドバイスって、簡単ではありません。

「簡単です」と言っているコンサルタントもありますが、ボクはそうは思いません。

なぜなら、人それぞれ、生い立ちも背景も状況も違うからです。

その方がどんな生い立ち、経歴で今のビジネスをするようになったのか。
どんな理念とビジョンを持っているか。
その上で、どんな活動をしていて、どんな状況にあって、どんな状況になりたいのか？

など、しっかりヒアリングしてからでないと
的確なアドバイスなんてとてもできません。

だから、ボクはビジネスのことで「どうすればいいですか？」と聞かれても
簡単に答えようがありませんし、
正解のないものを正解のように語るつもりもないので、
ビジネスの相談については「あえて」応じてこなかったわけなのです。

それでもビジネスの相談が増える不思議。

そうなんです。

不思議なことに、ボクがビジネスの相談に応じなければ応じないほど、
ボクへのビジネスの相談はなぜか増える一方でした。

そこである日、ビジネスの相談をしてきた何人かの方に聞いてみたんです。

「どうしてボクなんですか？他の人じゃダメなんですか？」

と。

すると、こんな答えが返ってきました。

「コンサルタントの言っていることを
自分のビジネスにどう落としたいのかがわからない」

「みんなアクが強い感じがして私には合わなそう」

「ケタ違いの売上が上げられるようなことを言っているコンサルタントが多いけれど、
そこまで売上を求めているわけじゃない。
毎月10万円とか20万円とかを確実に上積みしていけるアドバイスがほしいんです」

中には

「実際、30万ぐらい払ってコンサルを受けたけど、サポートが丁寧じゃない」

という声もありました。

「具体的にはどんな感じだったんですか？」

と聞くと、質問を投げて、3日ぐらい待って、
返ってきた答えが「いいですねー」というたった1行だけ。

他にも、とにかく

「こちらが一番聞きたかったことをはぐらかしたような答えしか返ってこない」
ということでした。

「それはひどいな...」

ボクがそう思ったのもつかの間、その後、さらにひどい話が飛び込んできました。

「100万円を支払って個人コンサルを依頼したのに、
面談の申込みをしても『あなたは準備不足だから』と、
面談を一方的にキャンセルされた。その準備のことで相談したかったのに...」

「私が依頼したコンサルタントは
『基本コンサル料+毎月の売上の20%』という契約だったのですが、
ろくにアドバイスもしてくれないのに、毎月売上の20%を持って行かれるんです。
クレームを出しても『アイデアは出しましたから』と言われる始末。
そんなコンサルタントに引っかかってしまった自分が悪いんですが、
悔しくて悔しくて仕方ありません...」

念のため、これらは正真正銘の実話ですからね。

文字どおり「信じられないような話」を聞かされ、さすがに

「ボクじゃなくても教えている人はたくさんいますから」

で済ませてはいけな、と思わざるを得ませんでした。

そんなことをしていたら、被害者が増える一方だ、と。

そして、ボクも人間ですから、
これだけ熱烈に求められていて、心が揺れたというのも事実です。

でも、ボクのアドバイスを求めてくださるのはありがたいけれども、
やはりビジネスを教えるのはさきほどお伝えしたように、
「そう簡単ではない」ということ。

そして、ビジネスに関しては、
ボク（だけでなく、どんなコンサルタント）がどうアドバイスしても
100%問題が解決するという確証がないので、気が進まないということ。

なにより、ボクは「Be=あり方」のほうが大切だと思っていること。

この3つの理由により、ボクは
「ビジネスのアドバイスをする」ということに
どうしても前向きにはなれないでいました。

そして、実は理由はさらにもう一つありました。

それは、たとえボクが
「ビジネスのアドバイスをする」ということに前向きになったとしても、
物理的にアドバイスができない。

そう言い切れるだけの、極めて重要な理由です。

ところが、それはつい最近、偶然にも解決してしまいました。

ボクがこうしてビジネスにフォーカスした企画を立てる決意をしたのは、
この解決によるものが大きかったです。

解決できたなら、今まで

「他のコンサルタントではダメ。横川さんをお願いしたい」
と頼ってくださったのにその期待にお応えしなかった不義理の禊（みそぎ）として、
「ビジネス」にフォーカスした企画を立ち上げよう。

そう決心して、今回の企画が出来上がったわけなのです。

では、ボクをそこまで動かした「極めて重要な理由」とは一体何なのか？
そして、どのような形で解決できたのか？

これらについては、
今回の企画についてすべてお話ししてからでないと
その重要さがわかりづらいと思っていますので、
もう少し先のところで説明したいと思います。

なので、その前に、

「そもそも横川はビジネスを教える資格があるのか？」

と思っている人もいるかもしれないので（笑）、
ここからはボク自身のビジネスの現状についてシェアしておきたいと思います。

ボクは、収入と「自分や家族の時間」のバランスの取れた 「理想の生活」を送っています。

ボクのことは、

- ・ Amazon 「ビジネス交渉・心理学」部門1位を獲得、
版を重ねてもすぐ在庫切れとなる著書

「人も仕事もお金も引き寄せる　すごい自己紹介」の著者

であったり、あるいは

- ・「自分が日本一になり、仲間も日本一にする　日本一のランチ会」
(現在までに、全国20都道府県で累計175回開催)

という交流会の主催者

さらには

- ・「思考の文字化で人生は100%変わる」というテーマにたくさんの方が共感され、
通算16期も続いている「文字化合宿」の主宰

といった形で認識していただいているかと思います。

ボクがビジネスの相談を受けることが多くなったのは、
きっとこれらの実績によるところが大きいのだと思われます。

ただ、そういった活動で実際にどれだけ収入を得ているのか？
については、きっと謎だったと思います（笑）。

そもそも誰からも開示を求められたこともなく、
自分から言ったこともないので当然ですね（笑）。

とはいえ、ビジネスを教えるというからには
自分の収入を公開しないと説得力がないと思いますので
今回に限り言いますと、
「平均月収100万円」は最低でもキープしています。

「平均」とつけたのは、ボクの場合、
「月収」は月によって差があるからです。

たとえば文字化合宿のような企画を立てて仲間を募集した時には
大きな売上が上がります。

逆に、そういった募集がない時には
月収が100万円に満たない月もあります。

なのでわかりやすく平均化した次第です。

この「平均月収100万円」を多いととらえるか少ないととらえるかは
人それぞれだと思いますが、ボクとしてはさきほどの「Be（あり方）」
のところでもお伝えしたとおり、収入の額よりも、
その収入を「自分や大切な家族との時間」を十分に確保しながら得る
ということのほうを重要視しています。

正直、ボクはもっとビジネスに時間をかければ
今の何倍もの収入を得ることができます。

ただ、その代償として、自分や家族との時間は減ってしまいます。

それはボクとしては「やりたくないこと」です。

そして、そこまで収入を追い求めなくても、
あなたがこの手紙を読んでくださっている少し前、
ボクは家族とハワイ島に10日間ほど滞在していました。

また、今度のゴールデンウィークには
家族でベトナムに旅行することにもなっています。

6月頃にも旅行をしようかと思っています。

こうしたことができるくらいの収入はあるわけですし、
そしてそれ以上の収入を無理して追いかけないからこそ、
家族を喜ばせる「時間」もできるわけです。

さらには、ボクは週に一回以上は好きなテニスを満喫していますし、
Facebookで川崎フロンターレの試合を見に行っている投稿を
何度もしているのはおなじみかなと思います（笑）。

そんなふうには、収入と、自分や家族の時間とのほどよいバランスが取れている。
それがボクの理想の生活であり、人生の価値観なのです。

では、そんな理想の生活をなぜ実現することができたのか？
それは、ひとことで言えば以下の言葉に尽きます。

理念とビジョン。

言うまでもないことですが、
ビジネスというのは世の中に価値を提供し、
その対価として報酬を得る活動のことです。

ただし、一口に「価値を提供する」と言いますが、
世の中の状況をふまえずにひとりよがりで考えた価値を掲げても、
相手が求めているものでなければ「価値がある」とは感じてもらえません。

また、たとえ心から「世のため人のため」を思って作り出した価値でも、
「誰にとって価値があるのか」「どんな価値があるのか」ということが
わかりやすく表現されていなければ、世の中に発信しても
「価値がある」と感じてもらえません。

だからこそ、ボクは自分でビジネスを始めるにあたり、
「理念とビジョン」を明確にしたのです。

より具体的にいえば、

- ・「理念」＝世のため人のために、自分が貢献すべきこと
- ・「ビジョン」＝その貢献が実現された理想の世界

ということで、これを自分のフラッグシップ（旗印）として掲げるわけです。

ボクの場合、それが代名詞ともなっている

「自分が日本一になり、仲間を日本一にする」

でした。

ここで言う日本一とは

「日本で唯一無二の状態であると確信できている」
という状態を指します。

ボクのコミュニティに参加してくださる方々は、
みんなが仲間となり、お互いに

「自分が日本一になり、仲間を日本一にする」ために助け合い、成長し、
そしてみんなでより良い世の中に貢献していく。

そんな想いがこもった理念とビジョンが、ボクの代名詞ともなっている

「自分が日本一になり、仲間を日本一にする」

というわけなのです。

その結果、ボクの想いに共感してくださった方々が

「日本一のランチ会」にどんどん参加してくださるようになりました。

それだけではありません。

皆さん、共感してくださっているからこそリピートしてくださり、
このランチ会を盛り上げてくださり、
友人知人にも積極的に紹介してくださるのです。

たまたま、とあるイベントで出会った方に

「ぜひ〇〇県でランチ会してください。私が参加者を集めますから」と言われ、
それから1ヶ月もしないうちにそのランチ会が実現した。
なんていうことも数多くあります。

そんな皆さんの熱い応援のおかげで、

「日本一のランチ会」は現時点で175回も続くロングランを実現しています。

なので、このランチ会を通して「仲間」がたくさん増えました。
それはもちろん、参加された方々も同じです。

そのおかげで、

お互いに一人ではできなかったことが、みんなの力で達成できる

というシナジーも生まれています。

ボクの場合で言えば、初めて書いた書籍

「人も仕事もお金も引き寄せる すごい自己紹介」が

Amazon「ビジネス交渉・心理学」部門で1位を獲得したことがまさにその好例です。

ビジネス交渉・心理学の売れ筋ランキング

Amazon.co.jpの売れ筋ランキング。ランキングは1時間ごとに更新されます。



1.
すごい自己紹介 (リンダパブリッシャーズの本)
横川 裕之
★★★★★ (1)
単行本 (ソフトカバー)
価格: ¥ 1,512
ポイント: 14pt (1%)
2点の新品/中古品を見る: ¥ 1,512より



2.
伝え方が9割
佐々木 三一
★★★★☆ (369)
単行本 (ソフトカバー)
価格: ¥ 1,512
ポイント: 46pt (3%)
73点の新品/中古品を見る: ¥ 669より



3.
伝える力 (PHPビジネス新書)
荒上 彰
★★★★☆ (207)
新書
価格: ¥ 864
ポイント: 26pt (3%)
372点の新品/中古品を見る: ¥ 1より



4.
超一流の雑談力
安田 正
★★★★☆ (72)
単行本
価格: ¥ 1,490
ポイント: 45pt (3%)
82点の新品/中古品を見る: ¥ 957より

皆さんの応援がなければこのような実績は絶対に作れなかったと断言できます。

「集客」に悩まなくて済む唯一の方法。

さきほどのような結果を得るために、ボクがやったことといえば

「自分の理念とビジョンをわかりやすく表現し、それを発信した」

言ってしまうとたったそれだけのことです。

その結果、

その理念とビジョンに共感したお客様が「自発的」に集まってくださり、
みんなが「仲間」となって、その理念を推し進め、
ビジョンを達成するために動いていく。

さらには新たな仲間を連れてきてくれる。

そんな理想的な状態を実現することができました。

なので、ボクとしては「集客」をしているという感覚がありません。

それでも、結果的には十分な収入が入るだけの
お客様が「集まってくれている」わけです。

つまり、理念とビジョンを明確に打ち立て、
それをわかりやすい表現で発信することは、
集客に苦労しなくて済むことにもつながるということです。

しかも、あなたの理念とビジョンに共感した方々が集まるので、
ウマの合わない人や自意識の高い人を呼び寄せてしまって苦労したり、
ストレスを感じてしまうということもありません。

この状態、つまり
必死に集客しなくても「集まってほしいお客様が集まってくれる」状態が
ビジネスとして非常に理想的な状態であることは
おわかりいただけるのではないのでしょうか。

仲間がいるから頑張れる。成果が出る。

たった一つの事例では説得力が足りないかもしれませんので、
もう一つ、「文字化合宿」の状況をご紹介します。

「文字化合宿」の場合は、

**「思考を明確に文字化して具体的に
イメージできる形にすることで、人生に革命を起こす」**

という理念とビジョンを掲げ、募集時にはそのさらなる詳細、
また、理念とビジョンを掲げた背景をまさに文字化した手紙を
読んでいただいています。

その結果、ボクの理念とビジョンに共感してくださった方々が集まり、
合宿に参加してくださいます。

そして、集まった方々は、
同じビジョンの達成を目指して突き進む「仲間」となります。

というのも、この合宿はFacebookグループ上で、
みんなが仲間となって一緒に進めていく形となっているのです。

一人だとくじけてしまうことでも、仲間がいると頑張れます。
だから、成果が出ます。

皆さん、自分の思考をどんどん文字化したことで、
文字化の能力が上がり、そして自分自身の人生に
良い変化が起きているのを実感されているのです。

だからこそ、友人知人にも紹介してくださる。

そのおかげで、「文字化合宿」は
累計4年、16期も続くロングランを達成できているわけなのです。

要するに、「理念とビジョン」は 非常に効率の良いビジネスを実現させてくれるんです。

...と言うとなんだか計算高い感じがしてボク自身も抵抗があるんですが、
ビジネスはどうしても「計算」抜きには語れませんので
そこはご了解いただいた上で読み進めてくださいね。

理念とビジョンを明確にして、わかりやすい表現で発信する。

それだけで、その理念とビジョンに共感したお客様が集まり、
ビジョンを達成するための仲間、コミュニティができる。

そして、仲間たちが自発的に紹介・口コミを起こしてくれて、
仲間がどんどん増えていく。

だから「集客」に苦労しない。

これは本当に大きいです。

しかも、自発的に紹介してくれているので、
アフィリエイトのように紹介料が発生せず、
集客のための経費がかからずに済みます。

つまり収益が上がります。

そして、必死になって時間をかけて集客する必要がないので、
その分だけ商品やサービスのクオリティをアップさせることに
時間を割くことができます。

もちろん、自分の時間、家族との時間を増やすことも可能です。

つまり、

- ・「自分が日本一になり、仲間も日本一にする」という理念を掲げて
お互いのビジネスが発展するきっかけとなるコミュニティを生み出した
- ・「思考を文字化して自分の理想の人生を生きる」というビジョンを掲げて
それを実現するためのコミュニティを生み出した

- ・「自己紹介」に磨きをかけて初対面の人を見込み客レベルに惹き込むようにした

というのは、そういった強い想いがあるのは当然として、
ビジネスの観点で見ても

「効率とお客様の満足度の最適なバランスが得られる」

という、まさに「理想のビジネス」になっているわけなのです。

**その結果、売上は“特典”として
勝手に付いてくるんです。**

そうなんです。

理念とビジョンに共感したお客様が集まれば、売上は後からついてきます。

これはマインドセットの話にもなりますが、
売上を先に追いかけてしまうと、結果として売上は上がらないものです。

いま売上が上がっていないのであれば
「売上を上げたい」と思うのも自然なことではあるのですが、
とはいえ売上のことを先に考えてしまうと、
どうしてもお客様のことが二の次になってしまいがちです。

その結果、売上に結びつかない形となる。

なので、ここは「売上、売上」という気持ちを抑え、
まずは理念とビジョンを明確にするところから始めるべきだと思います。

それが結果的に、売上が上がる近道になります。
これはさきほどのボクの事例からも明らかです。

**つまり、これが
「ボクらしいビジネスの教え方」です。**

より具体的には、

「集客する」「売上を上げる」ということが先に来るのではなく、
理念とビジョンを明確にして、わかりやすい表現で発信することが先。

その結果、理念とビジョンに共感したお客様が集まり、
ビジョンを達成するための仲間、コミュニティができ、
売上は後からついてくる。

つまり、ボクの的には、

ビジネスとは「自分のBeをマネタイズする活動」である

ととらえています。

理想のあり方をお金に換える活動。ということですね。

そんなビジネスに共感してくれる仲間と一緒にみんなで構築して

**「自分のあり方を曲げず、効率とお客様の満足度の最適なバランスも得られる
理想の状態、理想の生活」を一緒に実現しませんか？**

というのが、今回の企画の概略となります。

そもそも、ボクが「売上ですよ、売上！」なんて言っても
似合わないじゃないですか（笑）。

当然です。

ボク自身、自分のビジネスにおいて

「売上、売上」と考えたことがないので。

それは裏を返せば、売上に悩んだことがないということでもあります。

その秘密は、ここまで詳しくお伝えしてきました。

そのポイントを要約すると、何度も出てきていますが

**「理念とビジョンを明確にして、わかりやすい表現で発信する。
それだけで、その理念とビジョンに共感したお客様が集まり
ビジョンを達成するための仲間、コミュニティができる」**

ということです。

今回立ち上げる企画でボクがあなたに実現していただきたいのは、
まさに上記のことに尽きます。

「世のため人のため」に、理念とビジョンを掲げてビジネスを構築し、
関わる人みんなに笑顔になってもらいながら、
生活にゆとりが生まれる収入と、自分や家族の時間を楽しめる。

そういった生活を理想とする方々に、その理想を実現するために必要なことを、
文字どおり「すべて」提供しようと思っています。

「私は店舗ビジネスなので横川さんみたいにはできません」

ここまで読んでいただき、

あなたが美容系サロンや治療院などの店舗ビジネスをされている場合は
そう思われたかもしれません。

確かに、店舗ビジネスの方の場合は

「好きな時に家族と旅行に行ける」というライフスタイルは物理的に難しいかと思います。

また、お客様同士が集まって何かするわけでもないのに

「コミュニティ」というのもピンとこないかもしれません。

でも、いつでも自由に旅行は行けないかもしれませんが、たとえば「ちょっと高めのレストランで食事をする」というような余裕は生まれるはずです。

そして、店舗ビジネスでも

「理念やビジョンを掲げてコミュニティを作る」というのは、できます。

その事例として、文字化合宿に参加された仲間でもある、ボクの地元・東京都荒川区にある

「かつみカイロ整体院」の事例をご紹介します。

この整体院は「頭痛専門」となっているのですが、その理由は院長の本屋勝海（もとやかすみ）さん（以下「かつみ院長」）自身が長年頭痛持ちで悩まされていた経験を持っているからです。

病院で脳の検査をしてもらっても異常がない。

そこでいろいろな治療を渡り歩き、カイロプラクティックと出会ってようやく頭痛から解放された。

その経験から、「今度は自分が頭痛に悩む方々を救いたい」と施術家の道へ。

そして、「押したり揉んだりしない『痛くない施術』」を開発し、その施術によって

「病院に行っても改善しない頭痛に悩む患者様の笑顔に貢献する」

というビジョンを掲げています。

その結果、かつみ院長の元には地元の荒川区のみならず、東京の多摩地域、埼玉、神奈川などの遠方からも患者さんがたくさん訪れています。

さらには「どうしてもかつみ先生の治療を受けたいから」と、
福島原発で作業をされていた方も訪れたり、

東京は東京でも、三宅島の南にある御蔵島（みくらじま）というところから
そのまた南にある八丈島にヘリコプターで行き、
そこから飛行機に乗って訪れる患者さんまでいるそうです。

片道約7時間もかけて....。



まさに、「理念とビジョンに共感したお客様（今回の場合は患者様ですが）」
が集まっている状態ですね。

これほど熱烈に支持されているわけですから、
患者さんからの紹介もたえません。

皆さん、頭痛で悩む友人知人を紹介してくださるわけです。

こうして、患者さん同士で自然に「仲間の輪」ができている。
その結果、「かつみカイロ整体院」は一大コミュニティが形成されているわけです。

売上の数字はあえて言いませんが、この状態であれば、
かなりの売上が「後からついてきている」ことは明らかでしょう。

もちろん、これはかつみ院長の
施術の技術が伴っていることは言うまでもありません。
ここがダメならすべてダメです。

ということで、理念やビジョンを掲げて

「効率とお客様の満足度の最適なバランス」の取れたビジネスを行っていくことは、たとえ店舗ビジネスであっても問題なく可能であるということが、この事例でおわかりいただけたのではないかと思います。

なので、あなたが店舗ビジネスをされている場合でも
そんな理想的なコミュニティビジネスは作れます。

ぜひ、期待していただければ幸いです。

では、「例の件」をようやくお話しします。

はい。「例の件」とは、この手紙の前半でお伝えした、下記の部分に関する話です。

でも、ボクのアドバイスを求めてくださるのはありがたいけれども、
やはりビジネスを教えるのはさきほどお伝えしたように、
「そう簡単ではない」ということ。

そして、ビジネスに関しては、
ボク（だけでなく、どんなコンサルタント）がどうアドバイスしても
100%問題が解決するという確証がないので、気が進まないということ。

なにより、ボクは「Be=あり方」のほうが大切だと思っていること。

この3つの理由により、ボクは
「ビジネスのアドバイスをする」ということに
どうしても前向きにはなれないでいました。

そして、実は理由はさらにもう一つありました。

それは、たとえボクが
「ビジネスのアドバイスをする」ということに前向きになったとしても、
物理的にアドバイスができない。

そう言い切れるだけの、極めて重要な理由です。

この中の最後の一行にある「極めて重要な理由」の件となります。

このタイミングでお話しすることにはもちろん意味があるのですが、
その意味をお伝えする前に、まずはもったいぶらずに理由をお話ししますね。

その、極めて重要な理由とは「コピーライティング」です。

ご存じかもしれませんが、コピーライティングとは、
商品やサービスを売るため、あるいは集客を促進するための文章技術のことです。

言い方を変えると、あなた、もしくはあなたの商品・サービスを、
情報の受け手に「これは私にとって価値がある」と感じてもらうための
文章技術がコピーライティングです。

ビジネスにはコピーライティングが極めて重要である。
ということは、おそらくどこかで聞いたことがあるのではないのでしょうか。

ホームページやブログといったネット上の媒体。
あるいは、チラシやDMといった紙の媒体。
いずれも、文章の良し悪しが反応率に大きく影響することはおわかりかと思います。

しかし、この、ビジネスの成否を左右する最も重要な要素である
コピーライティングを教えるということが、ボクにはできません。

いや、正確に言えば、できます。

ただ、ボクにはコピーを教えていただいた「師匠」がいて、
その師匠の教え方にはどうしてもかなわない。

それを自覚しているから、コピーを教える、ということに対して
大きな抵抗があるのです。

しかし、去年の夏、表参道で...

そう、あの時がまさに運命だったと言えます。

すでに対談音声を聴いてくださっているのもうおわかりかと思いますが、
ボクのコピーライティングの師匠は、
今回対談に登場していただいた山口高志さんです。

その山口さんと、去年の夏、
久々にランチしながらお話しする機会がありました。

場所は、表参道ヒルズにある中華料理店「蔭山楼」。

近況や、お互いのビジネスのことなど、
久々だったのでネタが尽きないほどいろいろ話したのですが、
コース料理の最後であるデザートの杏仁豆腐が運ばれてきた時、
山口さんはボクにこんな提案をされました。

「横川さん、一緒にビジネスを教える企画を立てられないですか？」

「え？」

そんな提案を受けるなんて全く思ってもみなかったので、

ボクは飲んでいたお茶でむせそうになりました。

「あ、びっくりさせてすいません...」

山口さんは思わずそう言いました。

「いえ、大丈夫です。でも、どうしてですか？」

ボクが聞くと、山口さんから

「そろそろ横川さんと一緒にやるタイミングかなと思っていたんです」

という答えが返ってきました。

山口さんとは2007年、あるビジネスコミュニティで

「運営側のスタッフ（山口さん）と参加メンバー（ボク）」という関係で出会ったのですが、

それ以降、山口さんはそのコミュニティの参加者たちとコラボして
いろんな企画を立ててどんどん成果を上げられていました。

でも、ボクはずっと声をかけてもらえませんでした。

仕方ありません。

当時のボクは、声をかけられるほどの実績も成長も
できなかったので...

名前を覚えてもらっていただけてもありがたいというレベルです。

しかし、山口さんはその後のボクの活動をずっと見ていてくれていて、
今のボクなら一緒にビジネスを教える企画が
できると思ってくださったようです。

それはボクにとっても願ってもない話だったのは言うまでもありません。

「山口さん。ボクはちょうど
ビジネスにフォーカスした企画を立てているところだったんです」

「そうですか。それは奇遇ですね！」

「他のコンサルタントたちに被害を受けた人たちの助けになろうと思ったものの、
山口さんほどクオリティの高いコピーのアドバイスができないことを自覚しているので
企画が進まない状態だったんです。
その部分を山口さんに担当していただいたらこんなありがたいことはありません」

「全然問題ないです。じゃあやりましょう！」

このやりとりが、今回の企画が生まれたきっかけです。

まさに「運命的」でしたね。

ただ、当時はお互いにしばらく先まで仕事のスケジュールが詰まっていたために、半年以上経った今、ようやく今回の企画が実現するに至りました。

あの頃、ボクは行動できず、何もうまくいきませんでした....。

さきほど、山口さんとはあるビジネスコミュニティで
「運営側のスタッフと参加メンバー」という関係だったとお伝えしましたが、
そこで山口さんは参加者のコピーライティングの添削を担当されていました。

でも、実はボクは、
一度も山口さんに添削を依頼したことがありませんでした。

それは、「コピーを書くことすらできなかった」ということを意味します。

そう。当時、ボクは行動ができなかったんです。

他のメンバーはどんどん行動して、山口さんの添削を受けながら
月商数百万円というような成果を上げているのに
ボクは行動ができず、そんな成果を上げられなかった。

いわゆる落ちこぼれ組でした。

それでも、山口さんが他のメンバーに行っていた添削は
見続けていました。

というのも、山口さんの添削を初めて見た時の衝撃が
あまりに凄すぎたからです。

添削は掲示板でメンバー全員が見ることができるようになっていたので
ボクも見ることができたわけですが、
あるメンバーが書いたセールスレターの添削に対するコメントが
そのセールスレターとほぼ同じくらいの文章量だったのです。

しかも特筆すべきは、
そのメンバーは、添削を受ける前のセールスレターで
納得いくぐらいの売上を上げることができていたのに
山口さんから徹底的に添削されて返ってきたという事実です。

結果、そのメンバーが山口さんのアドバイスを
参考にして直したセールスレターによって、
売上は2倍になったようです。

当時、同じように山口さんの添削を受けたメンバーの中から
ゴルフレッスン系の教材で毎月600万円以上、
恋愛系の教材で毎月500万円以上、
英語教材で毎月1000万円以上を売り上げるような人たちが続出していたのですが、

「これだけのアドバイスが受けられたらそうなるよな」

と納得したのを今でもよく覚えています。

なのに、そんなすごいサービスを、ボクは
自分が行動できなかったばかりに、一度も受けることができなかった。

こんなもったいないことはありません。

なので今、あなたが「行動できない」ということで悩んでいたとしても
安心してください。

今でこそ筆文字を書き続けたり、「心が整うことばの朝食」を届け続けたりと
当たり前のように継続的な行動をし続けているボクでも、
昔はこんなふうに「行動できない人」だったんです。
うまくいかない人だったんです。

でも、だからこそ「行動できない」「うまくいかない」という人の気持ちがわかるし、
そしてそんな状態からでも

「大丈夫。行動できるようになってうまくいく方法はある」

と、実体験をベースにあなたに伝えることができるのです。

では、その方法とは何か？

それは「徳を積む」ということです。

たとえば、ボクはさきほどのビジネスコミュニティで
自分自身のためには全くと言っていいほど行動ができなかったのですが、
唯一、

「コミュニティのメンバーに貢献する投稿」

これだけは続けていました。

当時、メンバーとのやりとりは掲示板で行なわれていたのですが、
そこでたとえば「○○について知っている方はいませんか？」
と書き込んだメンバーに対して参考記事などを送ったり、
作業の進捗報告をしたメンバーに励ましのコメントを送る
ということをして続けていたのです。

なぜそれだけは続けられたのか？

それは、「利他の精神」があったからです。

自分自身のためには行動できなかったボクでも、
仲間のためには行動できた。

それは別に、「徳を積めば後で自分の利益となって返ってくる」と計算していたわけではありません。

純粹に「仲間のためなら、なぜか動けた」だけです。

でも、結果的には利益となって返ってきました。

コミュニティのメンバーに貢献する投稿を続けていても、
自分自身のために行動できなければ
自分のビジネスは成長させられません。

なので、ボクはそのコミュニティでは
全く結果を出すことができませんでした。

でも、後で知ったのですが、
ボクが続けていた、コミュニティのメンバーに貢献する投稿を
山口さんはずっと見てくださっていたそうです。

「これだけみんなを自発的にサポートしているなんて
すごいなあと思ってたんですね」

それがきっかけで、そのコミュニティが終了した後も
山口さんとはたびたびお会いする関係となり、
そしてボクが自分のビジネスを成長させている姿を認めてくださって
今回、一緒にコラボしようと呼びかけてくださったわけなのです。

しかも、ボクが「ビジネス」にフォーカスした企画を
考え始めていたタイミングで。

ある意味「引き寄せた」と言ってもいいほどのこの出来事に、
「やはり、徳を積むことは大切だな」と
ボク自身も改めて気付かされました。

思えば、ボクが保険営業の成績が振るわずに退職を余儀なくされてから
今のビジネスで独立してすぐにうまくいったのも、
それまでにランチ会の開催で徳を積んでいたからだと思います。

こうした経験から言えることは、

「たとえ今は行動ができていなくても、
徳を積んでいれば、必ずチャンスに恵まれる。
そのチャンスをつかんで動き出すことで、状況は好転する」

ということです。

「状況が好転する」とは、ビジネスであれば
お客様が集まって、売上が上がるということですね。

チャンスもお金も、 目に見えない徳を目に見える形にしたものです。

ボク自身はそうとらえています。

なので、利己的な考えや行動ばかりで徳を積んでいなければ、
それ相応にチャンスもやってこないし、お金も入ってこない。

逆に、徳を積んでいれば、
それ相応にチャンスもお金もやってくる。

そんなものかな、と。

そうでなければ、
一度もコピーの添削依頼をしたことがなかったボクが
山口さんから「一緒にやりましょう」と提案されたり、
ボクが独立してすぐにビジネスが軌道に乗ったことの説明が付きません。

そのあたりのことも、今回、
あなたに詳しく教えることができたと思っています。

今のボクがあるのは山口さんのおかげです。

そして、ボクが独立してすぐにビジネスが軌道に乗った
もう一つの大きな理由。

これも、山口さんによるところが大きいです。

10年以上前に入っていたビジネスコミュニティでは
何も成果を上げられなかったボクでしたが、
山口さんが他のメンバーに行っているコピーの添削をずっと見ていたおかげで
今のボクがあります。

大げさではなく、あの頃山口さんの添削を見ることができなかつたら、
ボクが「自己紹介」に着目して「すごい自己紹介」という本を書き上げることも、
そして自分の思考を文字化することで人生が変わることを体験し、
それをみんなにも体験してもらった「文字化合宿」を立ち上げ、
16期も継続できているということもなかったと断言できます。

そんな山口さんと今回一緒にビジネスを教えることができるということは、
ボク自身はとても感慨深いものがあります。

とはいえ、ボクがここまで語っても、
あなたが山口さんのことを今回初めて知るのであれば、
正直「ピンとこない」のではないかと思います。

なので、山口さんの実力を少しでもわかっていただくために、
ボクとの対談音声、そして
宮崎県都城市で美容脱毛サロンの店長として頑張っている
幸野百合香さんへのアドバイスを提供させていただいた次第です。

ネットが動画の時代になるにつれ、
山口さんもファイルにアドバイスを書き込む形から
添削対象の文章を画面に映して動画でアドバイスするスタイルに変えておられますが、
場合によっては20分、30分も話していることも多々あるようです。

なので、情報量としてはボクが添削を受けていた頃よりももっと多いと思います。

あなたは今まで、それほどまでに個別具体的に、
コピーに関する丁寧なアドバイスを受けたことがあるでしょうか？

もし、あるというのであればボクに教えてください。
きっと「ない」と思いますし、万が一「ある」としても、
山口さんは必ず、それを質でも量でも超えるアドバイスを必ずしてくださるはずです。

というわけで、今回の企画には自信があります。

ボクでは埋められなかった「コピーライティング」というピースを
山口さんが埋めてくれた。

ならば、もうボクには不安はありません。

ボク史上初めて、あなたの「ビジネス」の悩みを解決し、
そして今回集まってくれる仲間たちとともに「理想のビジネス」を実現し、
みんなで最高の笑顔になる。

今のボクには、そんなストーリーを描いていける確信があります。

では、その具体的な中身は？

ということで、ここまで長々と語ってきましたが、ここからがようやく
今回の企画が「具体的にどんな中身になっているのか」の話になります（笑）。

まず、今回の企画のタイトルですが、
ひとまず「横川式ビジネス強化合宿」（略称：ビジネス強化合宿）と名付けました。

正式なタイトルは今回集まってくださる仲間と一緒に決めたいと思います（笑）。

さて、その「ビジネス強化合宿」ですが、
基本的には以下のような内容で構成されています。

「基本的には」と言ったのは、

今回集まってくれる仲間たちの状況や要望などをふまえて
作り直したり、追加するといったことが十分に考えられるからです。

では、その基本的な内容を以下にお伝えしますので、
ちょっと長くなりますが、ついてきていただければと思います。

1. これでビジネスの基礎がすべてマスターできる 「ビジネス基礎丸わかり講座」(オンライン通信講座)

こちらは、ビジネスの本質から具体的な集客ノウハウまで、
ビジネスのことに関して文字通り
「これらの内容は大前提でマスターしておくべきもの」
をオンラインで学んでいただく通信講座になります。

講義はボクと山口さんで分担して動画や音声に収録したのですが、
正直、それなりにボリュームがあります。

ビジネスにおいて必要なことをお伝えするわけですから
当然そうなるわけですが、そのようなボリュームを一度に送ると
きっと消化不良を起こすと思いますので
(ボクも受講者の立場であればきっとそうなります・笑)、
テーマごとに分けて、1週間に一度のペースでお届けしていこうと思います。

そして、たとえ今、あなたがビジネスの知識がゼロの状態でも
3ヶ月後には超一流の起業家と同じ知識とスキルが
身に付いている状態まで持っていきます。

繰り返しになりますが、
この講義はあなたが理想のビジネスを実現するために
「大前提」でマスターすべき内容です。

つまり、この大前提をクリアしていないで
「ビジネスを成長させたい」と願っているというのは、
サッカーのルールも知らないまにサッカー選手を目指すようなもので、
実に本末転倒なことなのです。

自己啓発を学んでいるのに自分のビジネスが成長しない、という人がいますが、
それもおそらく、一番の原因はビジネス自体を
しっかり学んでいないからではないかと思います。

この点は山口さんも次のようにおっしゃっています。

「個人ビジネスの方って、自分のやっていることが
れっきとしたビジネスだととらえている人が少ないような気がします。
もし、ちゃんとビジネスだととらえているなら、
今回の講義で私が話していることはすでにマスターできているはず。
でも、そんな方は私が出会ってきた限り、ほとんどいません」

しかし、山口さんいわく、それはその方が不勉強なのではないそうです。

「結局、その方にビジネスの本質を
しっかり学ぶ機会を与えなかった人たちのせいなんですよ。

コーチやコンサル、カウンセラーやセラピスト、士業といった個人ビジネスでも、
美容系のサロンや治療院といった店舗ビジネスでも、
そうした職種で開業を目指す人のための養成講座やスクールで教えてることは、
ほとんど『技術』じゃないですか。

ビジネスとは何か、とか、集客ノウハウとかは教えていない。

だから、独立しても集客できない、売上が上がらないという人が
多くなって当然です。

それはやはり、技術しか教えない養成講座や
スクールの運営団体のせいですよ」

いかがでしょうか。あなたに心当たりはありますか。

だからこそ、「ビジネスとは何なのか」、
その本質をしっかり学んでいただくべく、
山口さんに以下のような講義を用意していただいています。

講座1 ■ビジネスの「基本のキ」セミナー

こちらは文字通り「ビジネスの基礎の基礎」を学んでいただく内容です。

ただ、その「基礎の基礎」も知らないままビジネスを始めてしまった方が
ボクが見た限りでもかなりたくさんいらっしゃるの、
ここでしっかり学んで「土台」を作ってほしいと思います。

その内容の一部をご紹介しますと...

・山口さんがとらえている“ビジネスの定義”とは？（たとえば、自分の仕事の愚痴を言っている人は山口さんの定義にてらせばビジネスをしていることになりません。なぜなのか？それは山口さんがここでお話しているので確認してください。この合宿で「ビジネス」に関してお話しする場合はすべてここでお話している定義を前提としています。なので、まずはこの定義をしっかり理解してほしいと思います）

・「お客様に伝わる記事が書けていますでしょうか？」「キャッチコピー10個考えたんですけどどれがいいですか？」これらの質問が全くもってナンセンスな理由とは？（この手の質問をしてくる人が本当に多いのですが、ビジネスの本質がわかっていたらこんな質問は出てくるはずがないのです。その本質ももちろんお教えします）

・それでも「どうしたらいいですか？」系の質問をどうしてもしたいなら、誰に聞けば一番手っ取り早いのか？（ボクとか山口さんではありません）

・集客や売上が安定せずにつらい時、「ビジネスをしている」という自覚があるならその状況にどう立ち向かうべきなのか？（というか、正確にはここで話しているような形で「当たり前のように立ち向かっている」のです）

・「自分は好きなことを仕事にしています」と言っている人でも、実は大して好きじゃないことがバレてしまう、2つの質問とは？（この2つの質問にどちらも「YES」と答えなければ「好きを仕事にしている」はウソなのです）

・ビジネスが成り立つ時とはどんな状態の時なのか？（ビジネスがうまくいかない時はこの本質に立ち返ると改善できるようになるはずです）

・理想のビジネスを叶えるために欠かせない「2つの力」とは？（この2つの力があれば、わがままなお客様に困らされたり、せっかく雇ったスタッフがすぐに辞めていく、といったこととは無縁になります）

・どんなビジネスであっても意識しておくべき「ビジネスのど基礎」とは？（ビジネスはすべて、この「ど基礎」の上に成り立っています。これを理解しておかないと、あなたのビジネスはひとりよがりなものになって誰も振り向いてくれませんので、ぜひここで理解しておくようにしてください）

などです。

これらをマスターするだけでも、
あなたが今抱えているビジネス上の問題は、
そのほとんどを自力で解決に向かわせることができるはずです。

なぜなら、ビジネスの本質を理解すれば、
その問題が起きている根本的な原因も理解でき、
それゆえに解決策も明確になるからです。

つまりそれは、
「どうしたらいいかわからない」ということが起きない。
ということです。

ビジネスを学ぶということがいかに大切で、
いかに自分自身のビジネスを助けてくれることにつながるのか。

そのことを、このパートでぜひ実感してほしいと思います。

講座2■経営の重要事項セミナー

これも、個人ビジネスで独立した方は
しっかり学んできていない場合が多いようです。

独立すれば、たとえ一人でも立派な経営者です。
しかし、意識はどうしても「プレーヤー」になってしまうんですね。

そこでこのパートでは、
山口さんがこれまでのビジネスコンサルの経験でクライアントに教えてきた
「経営」に関する重要事項をあなたにも学んでいただきます。

具体的には、たとえばこのようなことをお伝えします。

・ **「売上を上げること」は経営者の本当の仕事ではありません。では、経営者の仕事とはいったい何なのか？**（「自分は経営者だ」と自覚しているのであれば、この仕事をしっかりと果たすべきです）

・ **真の経営者になるために通らなければならない、「売上が落ちるのを覚悟しなければならない時期」とは？**（従業員を雇って自分が現場から離れた経営者はみんなこの時期を経験しています。売上を落としたいのはわかるのですが、あえて売上を落とす覚悟でその道を通らなければ真の経営者にはなれないのです）

・ **これを知っていないとあなたのビジネスは苦しくなります...「経営破綻の4つの要因」とは？**（これは必ず確認してください。そして、心当たりのある場合は今すぐ確認して経営破綻を回避してください）

・ **従業員が辞めた時、真の経営者はどう考えるか？**（従業員が辞めることをディスる経営者は真の経営者ではありません。ここで山口さんがお話ししている考えになって、真の経営者へとステージを上げてください）

・ **経営者なら月単位で即答できなければならない8つの数字とは？**（数字の話をされると頭が痛いという経営者が多いのですが、たとえそうであっても経営者である限りはこの8つの数字を把握しなければ「経営」には向かないと思います）

・ **集客を頑張るのはあなた自身のためだけではない。「お客様のため」でもある理由**（あなたはここで山口さんがお話ししている理由により、お客様のためにも集客を頑張る必要があるのです）

・ **サービスの単価を上げていくために、「経営者自身」はどう変わるべきか？**（このお話からわかるように、テクニックの話ではありません。あなた自身がこのように変わらない限り、売上のステージは上がらないのです）

など、これらのことをマスターすると、
あなたがあなた自身のビジネスをしっかりと「経営」していくことができ、
少なくとも「頑張っているのに思ったほど利益が出ない」といった状態に陥ることはなくなるはずです。

さきほどもお伝えしましたが、
個人で独立した方もれっきとした「経営者」です。

それなのに「経営」をしっかりと学んでいないというのはありえませんので、
ぜひ、このパートで山口さんがお話ししていることをマスターして、
本当の意味での「経営」をしてビジネスを着実に成長させてください。

そう、行き当たりばったりではなく、着実に、思い通りに。

講座3 ■集客マスターセミナー（基礎知識編・実践編）

あなたのビジネスにとって

「集客」が至上命題なのは言うまでもありません。

ただ、どこかのセミナー講師やコンサルタントの

「アメブロで集客」「Facebookで集客」といったフレーズを見て

それらを始めた方も多いと思いますが、

それで集客ちゃんと集客できていますでしょうか。

集客というどうしても「○○で集客」のような

「方法論」を追いかけがちになるのですが、

重要なのはやはり、まずは「集客の本質」をとらえ、

その本質に沿って手順を踏むこと。

これが集客のために必要なことであり、

結果的に集客できるようになる近道なのです。

そこで、このパートでは

「集客の本質」をあなたにしっかり理解してもらった上で、

集客するためにあなたが取るべき行動を

「基礎知識編」と「実践編」に分けて山口さんが教えてくれます。

その具体的な一例は、

■集客の基礎知識編

●集客の本質

・ **新規集客とリピート集客の戦略の違いとは？**（集客というと多くの人は新規集客ばかりを思い浮かべますが、リピート集客も重要です。そしてそれぞれ集客戦略が違いますので、何も知らずに無駄な集客活動をしてしまうことがないように、それぞれの戦略をここでぜひ理解しておいてください）

・ **集客にお金をかけられない人は何をすべきか？**（お金をかけられないならこれをするしかありません。もちろん、手抜きではなくしっかり行なうべきなのは言うまでもありません）

・ **ただ新規集客すればいいのではない。理想の新規客を集める方法とは？**（たとえばあなたは「安いから」という理由だけでやってくる新規客ばかり集めたいですか？そうではなく、あなたが本当に来てほしい「理想の新規客」に来てほしいと思うなら、このお話はしっかり心にとめておいてください）

・「リピート集客」のために理解しておかなければならない本質とは？（他のコンサルタントは「DMや手紙を送れ」と言っている人が多いらしいですが、本質を理解すれば、それさえすればリピート集客につながるわけではないことはすぐにわかります。なので、あなたはいち早くこの本質をつかんでください）

・お客様が離脱する7つの瞬間とは？（逆に言えば、この7つの瞬間のクオリティを上げれば離脱されなくなるので、当然リピートが増えます）

・あなたに価値を感じてくれたことが客観的にわかるお客様の行動とは？（言い換えれば、あなたはおお客様がこの行動を取ってくれるように頑張るべきだということです）

●ターゲティング

・多くの人が理解していない、ターゲティングの大きな誤解とは？（たとえば「30代OL」というのはターゲティングではありません。その理由をここで山口さんが明確に説明してくださっていますので、あなただけは、正しいターゲティングをして理想のお客様が集まる仕組みを作ってください）

・各項目を埋めるだけで理想のターゲティングができてしまうワークシート（EXCELファイル）をご提供（これは貴重です。このシートがあれば、あなたはもうターゲティングで困ることはありません）

●リサーチ

・多くの人が誤解している「リサーチの本質」とは？（リサーチが重要、というのはなんとなくわかっていると思いますが、では何をどのように、そしてリサーチしたら良いのか？ということになると、明確にわかっていないのではないのでしょうか。そこで、「そもそもリサーチとは何なのか？」「何のためにリサーチするのか？」という基礎知識をお教えし、リサーチの本質を正しく理解していただきます）

・経営者の多くがたった2、3人の話を「大多数の話」「皆が言っている話」というふう
に話を盛ってしまう理由（これはリサーチの行動にも関わる重要な問題なのでぜひ知っておいてください）

・あなたがリサーチすべき「3つの対象」とは？（ターゲットになる人だけをリサーチすれば良いと思っている人が多いのですが、それだけでは足りません。ここで話ししている3つが必要不可欠です）

・ターゲットのリサーチはどれくらいの人数に行なえば良いのか？

・僕が時々仲間に聞いて「リサーチ」している理由

・友達や家族にリサーチしてもあまり意味がない理由

・リサーチ対象が「一人もいない」という場合でも簡単にリサーチ対象を見つけられる方法（ここで話している場所に行けば済んでしまいます）

・ **対象にリサーチをお願いする場合の声のかけ方とは？**（ここに気をつかわなければ協力してもらえない確率が高まるので、絶対に覚えておいてください）

・ **ターゲットのリサーチ後にあなたが真っ先に行なうべきこととは？**（これをしないとせっかくのリサーチが台無しになってしまうので、必ずやってください）

・ **そもそも「ライバル」とはどういう人（やお店・会社）のことを言うのか？**（この質問から、単なる「同業者」が答えではないことはわかると思います。では何なのか？その答えをここでお教えします）

●ブレインダンプ

・ **理想のビジネスとブレインダンプの相関関係とは？**（ブレインダンプとは脳内（ブレイン）を吐き出す(ダンプ)という意味で、とにかくあなたの脳内にあるものをすべて吐き出す作業、ということです。このブレインダンプを行なうと理想のビジネスがとても構築しやすくなるのですが、その理由について山口さんがわかりやすく教えてくださいました）

・ **ブレインダンプで「数」をたくさん出すことの意味**（この意味にたどり着くためにたくさん出さなければならないのです）

・ **ブログのタイトルやホームページのキャッチコピーをたった1案で決めた場合とブレインダンプした中から決めた場合で、お客様の反応がどれだけ違うのか？**

・ **どうしても数が出せない場合の対処法とは**（簡単な方法ですが即効性があります）

●独自の売りを作る

・ **「独自の売り」が成立する3つの要素とは？**（この3つを必ず満たしていなければ、いくら一生懸命作っても「独自の売り」とはなりえませんので、時間の無駄をなくすためにもぜひ把握しておいてください）

・ **「独自の売り」が複数出てきた場合はどうすれば良いか？**（複数出てくることはよくあります。その場合は、この方法で1つに決めてください）

・ **ライバルがあなたの「独自の売り」を真似してきた場合の対処法**（この方法で、ライバルとは違う次元に行ってください）

・ **一度決めた「独自の売り」を変えたい場合の注意点**（「独自の売り」という重要なものは安易に変えるべきではありません。とはいえ、変えざるを得ない場合もあると思いますので、その場合の注意点をお話しします）

■集客実践編

●コンテンツを作る

コンテンツとは、この場に限った言い方をすれば

「ホームページ・ブログ・チラシ・Instagram」などの媒体に掲載する

文章や写真、動画や音声のことを言います。

お客様はこれらのコンテンツを見て
あなたを選ぶかどうかを判断するわけですから、
コンテンツの内容が重要であることは言うまでもありません。

そこで、このパートでは、
あなたのビジネスを認知してもらい、そして「お願いしたい」と思ってもらうための
コンテンツの作り方をわかりやすく解説しています。

その一部は以下のとおりです。

・ **媒体ごとにメッセージを変えるべきなのか？**（これは多くの経営者から受けている質問
なのですが、そのたびに山口さんはここで話ししているような回答をされているそうで
す）

・ **まず着手すべき4つの基本コンテンツとは？**

・ **反応の取りやすいブログ記事タイトルの生み出し方とは？**

・ **プロフィールを書く時に、やりたくても絶対にやってはいけないこととは？**（これをや
りたがる人が本当に多いのですが、やってしまうとあなたの価値を下げてしまうことにな
るのでやらないほうが無難なのです）

・ **お客様から共感されやすい、プロフィールの黄金パターンとは？**（プロフィールの書き
方に悩むようであればこのパターンで書いてみてください。見ている人の共感が得られま
す）

・ **「よくある質問」の項目は何個ぐらいあると良いのか？**（よくある質問はお客様が来店
しない理由をなくすために必要なのですが、とはいえ、数がありすぎると逆効果なのです）

・ **「お客様の声」を書いてもらう時に「絶対に外してはいけないポイント」とは？**（この
ポイントをお客様に伝えておかないと、せっかく書いてもらっても見込み客に響く声にな
らないのでしっかり伝えておいてください）

・ **「はじめての方へ」というページを設けることの「本質的な理由」とは？**（このページ
を設けている方は多いですが、そのページに何を書けばいいのかがわからないという質問
をよく受けます。しかし、それはそのページを設ける本質的な理由を理解すればすぐにわ
かることなのです。その理由をここでお教えします）

・ **あなたの商品・サービスが今すぐ必要だと思っていない人でも、身乗り出して「それ、
ほしい！」「ぜひお願いしたい！」と言ってしまう「鉄板のストーリーテンプレート」と
は？**（リサーチやブレインダンプがしっかりできているならば、あとはこの「鉄板のスト
ーリーテンプレート」に沿って書くだけで、いわゆる「そのうち客」の人たちも「今す
ぐ客」にできるようになります。このコンテンツの書き方がわかればあとはあなた自身で
量産していけますので、反応率が見違えるように上がってくるはずですよ）

●アメブロ集客

- ・ アメブロ集客の3つのステップとは？（何からやればよいかわからない、という人も、このステップで進めれば集客できるようになります）
- ・ 「読者登録」と「いいね」はどちらを優先させるか？（この2つの関係性を改めてお伝えしながら答えをお教えします）
- ・ 「読者登録」や「いいね」をする相手先（ターゲット）の選び方とは？（これを意識していないと集客に結びつかない相手にばかり「読者登録」や「いいね」をしてしまうことになるので、この選び方を知らない場合はここで必ず知っておくようにしてください）
- ・ 集客に結びつく相手の探し方とは？（4つあるのですが、それぞれ詳しく解説しています）
- ・ グルッぽでつけた人に読者登録する際の注意点とは？（これを知らないと無駄な読者登録になってしまうので注意してください）
- ・ 見ている人の滞在時間を延ばして集客力をアップさせるために欠かせない、「6つのカスタマイズ」とは？（アメブロをデフォルトの状態でも使っていても、集客にはつながりにくいものです。では、その6つのカスタマイズとは何なのか？そして、それぞれ具体的にどこをどのようにカスタマイズすればいいのか？実際のアメブロの画面を見せながら詳しく解説していますので、集客力を上げるためにぜひ1つ1つしっかりカスタマイズしてください）
- ・ メッセージボードには何を載せればいいのか？（メニューバーのすぐ下、記事のすぐ上にきている固定記事となっている部分をメッセージボードと言いますが、ここを有効活用する方法をお教えします）
- ・ 集客につながるブログタイトル&プロフィール攻略法とは？（ブログタイトルは何の気なしに設定しないでください。ここで話ししているポイントを意識して設定することで、設定しない場合に比べてあなたのアメブロへのアクセスが大きく違ってきます）
- ・ アメブロとワードプレスブログとの違いとは？（根本的にはここで話ししていることの違いがあるだけで、本質的には大差はありません）

●ホームページ

ホームページ作成業者に高いお金を払って頼んだのに、
ホームページから集客できない。そんなのは当たり前です。

なぜなら、業者のほとんどは「デザインの整ったページを作ること」のプロであり、
「集客できるページを作る」ことに関しては素人だからです。

なので、率直に言って、集客できるページを作りたいなら
あなたがそのノウハウをマスターし、それを業者に指示しなければなりません。

そこで、このパートでは、

これだけ知っておけば集客できるホームページが作れる、という知識やノウハウをあなたにすべてお教えします。

その一部は以下のとおりです。

・ **集客という観点から見た、ホームページを作ることの3つのメリットとは？**（あなたはこの3つの意味においてホームページを作る必要があるわけです。業者はこんなことはわかっていませんので、ただ頼むだけでは集客できるホームページができあがらないのです）

・ **集客できるホームページを作成するためにあなたが最も意識しなければならないことは何なのか？**（これを意識して作っていないとそもそもあなたのホームページの存在が知られず、よって集客もできないのです）

・ **集客できるホームページ作成の7つのステップとは？**（このステップどおりに進めていけば、集客できるホームページは必ず作れます）

・ **あなたのホームページを検索結果の上位に表示させる技術「SEO」について**（上位表示されないとアクセス数が伸びず、集客にもつながらないのでこの技術を学ぶことは絶対に必要です。とはいえ、基本的なことはとても簡単なので安心してください）

・ **上位表示されただけで安心してはいけない理由とは？**（上位表示「だけ」を目標にしている人ほど安心してしまいがちなので、この点には本当に注意してください）

・ **各ページでtitleタグの文章を変える必要がある理由**（「titleタグ」が何のことかわからない人もここで解説していますので安心してください。こんなことも知らず、全ページ同じ内容にしているホームページ作成業者がいかに多いことか...）

・ **「質のよい被リンク」の3条件とは？**（「被リンク」が何なのかわからない場合もここで説明していますので安心してください。その上で、あなたのホームページを上位表示させるために欠かせない被リンクについて、ただ被リンクがたくさんあればいいというものではないので、「もらうべき被リンクはどんなリンクか」というものを詳しく解説しています）

●SNS

・ **SNS集客の基本戦略とは？**（SNS集客はSNSだけで完結するものではなく、アメブロやホームページ、そしてこの後紹介するチラシなどの媒体の合わせ技で効果が出てきます。その前提での基本戦略をお教えしますので、「SNSで集客」の意味を履き違えないようにしてください）

・ **意外に知られていない、ハッシュタグの有効な活用法とは？**（ハッシュタグは知っていると思いますが、ここで話していることをしていなかったなら集客の効率が悪くなるので、すぐにやるようにしてください）

・ **ハッシュタグをクリックされにくいちょっとしたテクニックとは？**（ハッシュタグを付ける目的はあなたのページに来てもらうためであり、ハッシュタグをクリックされてしまっ

たら他のページに飛ばれてしまい、あなたのアカウントに戻ってきけません。なので、このテクニックを使ってクリックされにくいようにしておく必要があるのです)

・「**フォロー**」と「**いいね**」をするターゲットの簡単な見つけ方 (とても単純ですが効果的です)

・「**フォロー中**」の数と「**フォロワーの数**」の理想的なバランスとは? (あくまで理想なのですが、このバランスが「あるべき姿」だと理解してそれを目指すという意識が重要なので、ぜひここで理解しておいてください)

●チラシ

「チラシではもう集客できない」そんなことを言っている人は、チラシという媒体自体が悪いのではなく、撒いている先、あるいはチラシに書かれている文章に問題があるということをおぼえています。それらの質が高ければ、今でもチラシから集客することは可能です。とはいえ、集客できるチラシづくりなんて学んだことがない、という場合がそれをこのパートであなたにわかりやすくお教えします。

具体的な内容の一部は以下のとおりです。

・**そもそもチラシを配らないといけない理由** (集客のためというのはもちろんですが、それ以前にこんな重要な理由があるのです)

・**チラシの推奨サイズは? チラシは片面と両面、どちらがいいのか?** (これらは結論がもう出ています)

・**来店しなくても、チラシを見た人がそれを捨てずにずっと取っておいてくれる簡単なテクニック** (山口さんのクライアントでは、2年前に配ったチラシを持って来店したお客様がいるという事例があります)

・**手書きとパソコン作成、どちらがよいのか?** (これは双方にメリットとデメリットがあるので、それを整理してお教えします。その上で、僕の見解も示します)

・**チラシに必ず入れ込むべき7つのパーツとは?** (この7つのうち1つでも欠けていたらそれだけで集客できるチラシにはなりません。なので、この7つは絶対に外さないようにしてください)

・**あなたが配ったチラシが「即・ゴミ箱行き」にならずにまずは目に留めてもらえるちょっとしたテクニック** (チラシはとにかく「即・ゴミ箱行き」にならないような作りにすることが最優先です。そのため、こういったテクニックも有効ですのでぜひ使ってください)

・**チラシを見た後にホームページやアメブロを見てもらうことを想定したチラシ戦略** (チラシを見ただけでは価値がわからなくても、ホームページやアメブロを見た後であれば、チラシの内容に魅力を感じて予約してくれる。という戦略です。こうした戦略も必要なのでぜひマスターしてください)

・ ポスティングは専門業者に任せるべきか自分でやるべきか？

・ 集合住宅と一軒家はどちらに撒いたほうが効率的か？

・ チラシを自分が行きつけの店においてもらう場合のポイントとは？（チラシはただ配布するだけでなく、自分が行きつけの店に頼んで置いてもらうのも有効です。ただし、その際に気をつけるポイントがあるので、そのポイントをここでお教えします）

以上が「講座3■集客マスターセミナー（基礎知識編・実践編）」の中身の「ほんの一部」です。

これらの本質的な部分を理解してから集客を始めるのとそうでないのとでは、成果に雲泥の差が出ます。

新規集客、リピート集客に分けて、
いずれも重要なポイントばかりを教えていますので、
ぜひマスターするようにしてください。

講座4■マーケティング完全理解セミナー

個人ビジネスの方は、マーケティングについて
「言葉ではよく聞くけど、具体的にどういうものなのか、はっきりとはわからない」
という人が多いようです。

そこで、このパートでは山口さんが個人ビジネスにカスタマイズして
「マーケティング」をわかりやすく解説してくださっています。

その一部は、

・ そもそもマーケティングとは何なのか？（「マーケティングは価値を広める活動である」というコンサルタントがいますが、これについてはボクも山口さんも異論があります。では、僕達が考えるマーケティングの定義とは何か？ここで明確に回答しています）

・ 個人ビジネスで最も効率よく進められるマーケティング手法とは？（いろんなマーケティング手法がありますが、あなたにはここでお話ししている手法が最適です。よって、ここでお話ししているマーケティングを極めれば、あなたは理想のお客様を集客し、そしてファン化することができるようになります）

・ 適切な価格設定の仕方とは？（商品・サービスの価格を「なんとなく」設定している場合は、ここでお話ししている内容に沿って「根拠を持って」設定してください。それによって「適正な価格」が設定できるようになります）

・ 理想的な値上げのタイミングとは？（これに関してはある程度明確な基準はがあるのでそれをお教えします）

などです。

さきほどもお伝えしたとおり、
個人ビジネスの方でこうしたマーケティングをしっかりと理解して
駆使している方はあまり多くありません。

なので、あなたはこのパートをマスターし、マーケティングを駆使するだけで、
今までとは見違えるほどの成果を実感できるはずです。

講座5■ブランディング完全理解セミナー

ここ最近「セルフブランディング」という言葉が出てきたおかげで
「ブランディング」という概念も少しずつ浸透している感じがします。

しかし、それでも「なんとなく」の理解だったり、
また、他のセミナー講師やコンサルタントに間違ったことを教えられたおかげで
ブランディングを誤解している人が多くいます。

個人ビジネスにブランディングは必須なのですが、
そもそものところを誤解していたら当然ながらブランディングはできません。

そこで、このパートでは、ブランディングとは何か、そしてブランディングの目標である
「ブランドになる」とはどういうことなのかについて、正しい理解をしてもらうために、
山口さんがかなり深く掘り下げてお話ししてくださっています。

その一部を紹介すると、

・**結局、ブランドとは何なのか？**（ブランディングとは「あなたがブランドになるための
施策」なのですが、そもそも「ブランド」とは何なのかわかりますか？ファッションブラン
ドのようなもの？違います。あなたが間違ったブランディングを行なって苦労しないよ
うに、ここで山口さんがお教えするブランドの定義は必ず理解しておいてください）

・**なぜあなたはブランドにならなければいけないのか？**（その理由は、あなたのためとい
う以上に「お客様のため」なのです）

・**ブランドが構築されるまでの3ステップとは？**（各ステップの紹介だけでなく、それぞ
れのステップをクリアするための具体的な方法についてもお話ししています）

・**あなたが伝えるべき「価値の種類」とは？**（「価値を作りましょう」といっても漠然と
しすぎていてわかりづらくありませんか？それが、ここで話しているように分類して考え
ると、それぞれの価値を作りやすくなり、その結果、あなたのトータルな価値が生み出さ
れ、お客様に選ばれる存在になることができるのです）

・**お客様に選ばれるためにあなたがまず理解しなければならない「お客様の意識」とは？**
（この意識を理解していないといくらブランディングを試みてもお客様には選ばれません。
その理由ももちろんお話ししています）

・**あなたが簡単に「ナンバーワン」になれる方法**（ナンバーワンには価値がありますので、あなたもこの方法ですぐにナンバーワンを勝ち取ってください）

・**売上が上がっている人（お店、会社）に共通する、お客様の「ある特徴」とは？**（そんなお客様ばかり通っているのなら、それは確かに売上が上がるはずですが...）

・**イベント好きなお客様に選ばれる方法**（多少テクニク的な話になりますが、イベント好きな人は少なからずいるので、そういったお客様に有効な方法をお話しします）

・**あなたの価値を高める「ストーリーの力」とは？**（人はストーリーに魅せられ、ストーリーで記憶します。だから、あなたには「ストーリー」が必要なのです。その威力についてお話ししています）

などです。

そして重要なのは、
ブランドというのは上記のすべての要素によって生み出されるもので、
どれか一つが欠けてもブランドは作れないということです。

だからこそ、このパートの内容はすべてぬかりなくマスターし、
そして実践してください。

難しそうに思われてしまうかもしれませんが、
山口さんはとてもわかりやすく解説してくださっていますので
そこは安心してください。

講座6 ■山口式コピーライティング習得セミナー

山口さんいわく、

「『文章が苦手』『コピーライティングは難しそう』と思っている方は多いですが、
それでもアメブロやFacebookとかを頑張って書き続けられているということは、
本人が思っているほど文章が苦手じゃないんですよ」

なので、あとはこのパートでお話ししている内容を意識するだけで、
コピーライティングの力でビジネスを成長させることができるはずだと
山口さんは言います。

その内容とは、たとえば、

・**他人の文章をパクっても集客できない理由とは？**（そんなことをして集客できるほど世の中甘くない、ということもありますが、もっと本質的な理由をお教えします）

・**コピーライティングの最も重要な役割とは？**（この役割を知れば、コピーライティングを苦手なんて言っていられないはずです。こんないいことがあるならぜひマスターしたいと思うはずです）

・「サービスメニューの多すぎる人」「家族や協会などを紹介する記事を書いている人」「いろんな肩書きのある人」が選べない理由とは？（このことに気付いていない方が意外にも多いので、心当たりのある場合はここでしっかり理解するようにしてください）

・「ターゲットに向けて書く」というのではまだ足りない。それ以上に誰に向けて書くべきなのか？（この意識で書くようになれば、いやでも相手の心に響く文章が書けるようになります）

・書いた文章を「読んでくれるもの」と考えてはいけない理由（「自分のブログやホームページを訪問してくれたのだから読んでくれるはず」というのは大いなる勘違いです。その理由をお教えた上で、「読んでくれない」という前提で「それでも読ませるための具体的な方法」もお教えします）

・あなたの主張を読み手に信じさせる5つのテクニック（あなたも赤の他人の言うことをそう簡単に信じないと思います。同じ理由であなたも読み手に信じてもらえないのですが、そこを乗り越えなければ当然集客につながりません。なので、集客したいのであればこのテクニックは必ず使ってください）

・「！」の多い文章が集客につながらない理由（「！」の多い文章はそれだけで稚拙に見えてしましますが、もっと本質的にはここで話ししている理由によって、自分で自分の評価を下げてしまっているのです）

・あなたの文章に入れるべき、読み手があなたのサービスを受けたくなくなってしまう9つの要素とは？（この9つを意識して書くだけで、集客率がそれまでより上がるのを実感するはず。それぞれの意識で書いた具体的な例文も出していますので参考にしてください）

・「誰に向けて書くか」を設定する際に役に立つ、見込み客の分類法とは？（見込み客は4つに分類されるのですが、ブログ記事を書く際にはこのうちの2つが有効で、チラシを書く際は残り2つが有効です。その2分類について詳しく解説します）

・つまるところ、コピーの最終目的とは何なのか？（もちろん「成約につなげる」ことではあるのですが、成約につなげるためにはここで山口さんがお話ししている最終目的を果たす必要があるのです。これを果たせれば、お客様は自発的にあなたを選んでくれるようになります。まさに「理想のお客様」が誕生するわけです）

など、これでもまだほんの一部です。

もしかしたら「難しい…」と思ってしまったかもしれませんが、ひとまずこれらのことを「意識して書く」だけで文章は随分変わると山口さんは言います。

というのも、ほとんどのコーチ・コンサル・セラピスト、あるいは店舗のブログやホームページの文章はこれらのことを意識して書かれていないからです。

だから、意識して書くだけであなたは
ライバルよりも意外と簡単に優位に立てるんですね。

読み手の反応が目に見えて違ってきたり、
「ぜひ〇〇さんをお願いしたい」という新規のお客様が集まることを実感すると、
当然ですが書くことが楽しくなってきます。

そうすると、ビジネスは当然ながら順調にいきます。

そのためにも、このパートの内容はぜひとも自分のモノにしてください。

講座7 ■顧客管理の方法セミナー

顧客管理をおろそかにすると、お客様が目減りしたり、
もう来なくなったお客様にも無駄な連絡をしてコストがかかったり
といったことが起きています。

そこで、このパートでは顧客管理の方法として、
顧客とのコミュニケーションを図る「DM」と「メルマガ・LINE」に絞って
その基礎的な施策を山口さんが教えてくださいます。

具体的にはこんなことをお話ししています。

・ **反応の取れやすいDMが作れるようになる簡単なリサーチ法とは？**（頑張って努力する
ようなものでなく、気軽にできてしまいます。それでいて、効果的なリサーチができるの
です）

・ **DMを送る「だけ」で顧客があなたを「ブランド」ととらえてくれる確率が高くなる方法**
（これはさきほどのリサーチをしていると自然にわかることなのですが、時間短縮のため
にここで僕が理由をお教えします）

・ **「DMを送ればリピート率が上がる」という大きな誤解**（他のセミナー講師やコンサルタ
ントはそう教えている人が多いようですが、全くもって見当違いなので騙されないように
してください）

・ **DMはハガキと手紙、どちらが有効か？**（これはDMの本質をとらえれば自ずと答えは出
ます。なので、その本質もここで同時にお教えします）

・ **DMでキャンペーンのお知らせをする際に絶対に守るべき「2つの鉄則」とは？**（キャン
ペーンのお知らせは顧客の行動を促しやすいものですが、ここで話している2つの鉄則を
踏まえずにメッセージを書いしまうと、二度と顧客からリピートされなくなる可能性も
あるので絶対にこの2つは守ってください）

・ **サンキューDM（お客様に後日送るDM）では何を伝えれば良いか？**（簡単に言えば「表
立ってはなかなか言えないことを伝える」ということなのですが、では「表立ってはなか
なか言えないこと」とは何なのか？も合わせてお教えします）

・ **リピート率の高い人・お店・会社はサンキューDMをいつ出しているか？**（このタイミングならお客様は感動すら覚えてくれるはずです。だからリピートにつながるのです）

・ **お客様との関係性を良好に保ち続ける「ニュースレター」全解説**（あなたはニュースレターを知っていますか？これを有効に活用すれば、ファンは確実に増えていきます。そんなニュースレターの基礎から具体的な作り方まで山口さんが詳しく教えてくださいます）

・ **お客様に気軽にメルマガ読者登録やLINEの友だち追加をしてもらうためのテクニック**（このテクニックを使えば、基本的にはすぐに読者登録や友だち追加はできてしまいます）

など、これらの内容を理解せずに

「送った方がいいから」といった理由で
なんとなく送っている方も多いのですが、それは経費の無駄遣いです。

なので、かけた費用と時間以上の効果がちゃんと返ってくるように、
このパートでしっかり学んでください。

講座8 ■理念とビジョンに共感する仲間が集まる コミュニティビジネス構築セミナー

このパートはボクが担当しています。

さきほどまでの山口さんの講義によって、
「理想のビジネス」を生み出すために持っておくべき大前提の素養は
すべて身につけることができます。

あとはその素養の上に、ボクがこの手紙ですっと提唱してきている

**「理念とビジョンを打ち立て、
それに共感したお客様が集まってコミュニティとなる」**

という状態を構築していく段階となります。

その方法と、この「理想のビジネス」を作り上げていく際に欠かせないマインドを、
ボクが心を込めてお伝えいたします。

マインドについてはボクは
ブログやFacebook、メルマガで日々お伝えしているわけですが、
ここではそれらの内容をビジネスにフォーカスさせて
カスタマイズしたものになります。

一例を挙げると...

・ **ボクの事例に見る、「理念」「ビジョン」「コミュニティ」「コミュニティビジネス」とはそれぞれ何なのか？**（コミュニケーションが取れない理由の一つは、同じ言葉を使っているでも各々が理解している意味が違うからです。そのため、まずはそれぞれの言葉の定

義を整え、意思の統一を図ります。その中で、ボクの理念・ビジョン・コミュニティ・コミュニティビジネスについて、これまであまり話してこなかった観点から解説します)

・自分のビジネスが「長く継続できる人」と「途中でつぶれてしまう人」を分ける、たった一つのポイントとは？（このポイントがあるのか、ないのか。あなたのビジネスの成否はこれで決まってしまうといっても言いすぎではありません。そのポイントをお教えします)

・「和」という文字に隠されている、意外に知られていない意味とは？（「それとビジネスと何の関係があるの？」と思われるかもしれませんが、それが大ありなのです。その部分についてももちろんお教えします)

・業界を問わず、あなた（のビジネス）が人から支持され、応援されるためのポイントとは？（これは「理念」の整え方に関する話なのですが、ここでボクがお教えするポイントをふまえた理念であれば、あなたとあなたのビジネスはたくさんの方に応援されます。逆にふまえていないと誰からも応援されません。なのでこのポイントはきわめて重要です)

・コミュニティを「会員制のサービス」「参加者同士の交流の場」だと思っているだけではもったいない。コミュニティビジネスの「想像を超えた威力」とは？（コミュニティというものの本質を理解すれば、その威力は絶大だとわかり、すぐにでもコミュニティビジネスに取り組みたくなるはずです。それを「会員制のサービス」「参加者同士の交流の場」のような「箱を作る」だけの発想になっているのは実にもったいないと思います)

・綿菓子に見る、理想のコミュニティの作り方とは？（理想のコミュニティの作り方を可視化すると、まさに綿菓子と同じなのです)

・コミュニティは何種類作るべきなのか？（それは逆に言えば「1種類のコミュニティだけでは足りない」ということなのですが、その理由も含めて、必要なコミュニティの種類を解説します)

・コミュニティをマネタイズするために必要なマインドとは？（「コミュニティビジネス」というからには当然コミュニティをマネタイズする必要があるわけですが、ただ「会費を課金する」というだけではそのコミュニティは長く続きません。長く続いていくためにはここでお教えしているマインドで課金していくのが有効です。すると、コミュニティのメンバーは喜んでお金を払ってくれるようになり、必然的に売上は上がります)

・あなたはコミュニティでどのような役割を果たすべきか？（ボクが酔拳世界チャンピオンのリー先生の武術講座に行くのはこの役割を理解しているからです)

すでにお伝えしているとおり、
ボクがビジネスにフォーカスしてお話をするというのはこれが初めてですので、新鮮味のある内容なのは間違いありません（笑）。

もちろんそれだけでなく、
あなたと同じく「現役」で個人ビジネスをしているボクが
「実際に考えてやってきたこと」をお話ししていますので、
あなたもその内容を参考にすることで、

理念とビジョンに共感したお客様とともに成長できる
「理想のビジネス」を作り上げることができるはずです。

講座9 ■Googleでも書店でも手に入らない、 人生を決める「2つの習慣」セミナー

このパートもボクが担当しています。

率直に言って、ここまでのオンライン講座を学ぶだけでも
なかなか大変です。

それは、裏を返せば
「ビジネスはそんなに甘くない」ということでもあります。

なので、そんなビジネスに立ち向かっていくには
「マインド」がなにより大切になってきます。

とはいえ、ただ「マインド」といっても
つかみどころがない感じなので、
ボクは「習慣」に着目しました。

成果を出す人に共通していることは、
「習慣」を身に着けていることです。

ボクが「筆文字」や「ことばの朝食」を継続できているのも
「習慣」ですね。

というわけで、ボクは「習慣」こそが
あなたの人生を決める重要な要素だと思っているので、
あなたにも「習慣」を身に着けていただくためのセミナーを用意しました。

ちなみに、「Googleでも書店でも手に入らない」とあえて付けているのは
ボク自身の体験、そして文字化合宿でやってきたこと「のみ」を
ベースとしてお話ししているからです。

よって、どこかで言われている話の切り売りではなく、
ここでしか得られない完全オリジナルな内容となっています。

具体的には次のようなことを語っています。

・ **ボクは「習慣」をどう定義づけているか？**（それはもちろん、辞書に載っている定義ではありません。ここで話ししているような定義にすると、その習慣は必然的に「成果を出す」ことに直結するようになります。ぜひ、あなたもここで話ししているボクの定義を参考にしてください）

・ **成果を出す人はどのような「習慣」を身に着けているか？**（成果を出す人は成果が出る習慣になっていて、成果を出せない人は成果が出ない習慣になっています。 なので、あ

あなたが成果を出せずに悩んでいるなら成果を出す習慣を身につければ良いのです。その習慣とは何かをお教えします)

・ **成果が出ない人の99%が陥っている「残念な思考」とは？** (成果が出ない人は、本人が自覚している・していないにかかわらず、ここで話ししているような思考をしてしまっているのです。でも安心してください。この思考から抜け出せる方法もお教えしていますので)

・ **「毎日継続する」と決めたことが、ある日、できなくなった。この時、あなたはどのような思考になるべきか？** (ここで話ししている思考になれば、あなたは「成果を出せる人」になるのが確定したと言ってもよいでしょう。いわば、この思考になれるかならないかが、成果を出すか出さないかを分けるポイントなのです)

・ **「習慣」という観点から見た、文字化合宿で人生が変わる人が続出している秘密とは？** (それは、人生、また成果というものがここで話ししている「ある要素」で決まるということがわかっているからです。文字化合宿は、その「ある要素」を90日間かけて身に付けていくからこそ、「成果が出る人」「人生が変わる人」を生み出していけるのです)

・ **「ブログを書く」ことを例にした「習慣化のメリット」とは？** (「ブログを書くのに時間がかかりすぎて…」という相談をたまに受けるのですが、そういう人こそブログを書くことを習慣化してみてください。すると、ここで話ししているようないくつかのメリットが必ず得られます)

・ **「習慣化が大事なのはわかってる。でもできない」という人でも習慣化ができてしまうシンプルな方法** (この方法の前提としてあるのが「習慣には2種類ある」ということです。その2種類はもちろんここで教えしています。その上で、あなたはそのうちの1種類の習慣にフォーカスすればよいだけなのです)

・ **「なんとなくよさそう」「なんとなくこの人は選びたくない」の「なんとなく」はどういった要素で作られているのか？** (「なんとなく」は抽象的でありながら、評価や判断を下すのに大変重要な要素になっています。なので、この「なんとなく」の印象を良くすることができればあなたの人生が変わります。そんなことができるのか？はい、できます。「なんとなく」がどんな要素でできているかを知り、それに対処していけば容易にできてしまうのです。そしてそのポイントもまた「習慣」なのです)

・ **分単位で動く人は本当に忙しいのか？** (これは「忙しい」の定義を理解すれば自ずと答えは出ます。そしてもちろん「習慣」も関わってきます)

というわけで、以上の9カテゴリーのオンライン講義が、一週間に一度のペースで適切なボリュームで送る予定にしています。

また、先にお伝えしたとおり、今回集まってくれる仲間たちの状況や要望などをふまえて追加のセミナーもお届けしていく用意があります。

まだまだ、これでは終わりません。

お届けするオンライン講座は以上になりますが、
当然ながら、この講座を視聴しただけでは理想のビジネスは築けません。

最も重要なのは、その講義の内容を
あなたのビジネスにカスタマイズして実際に進めていくことです。

とはいえ、それをたった一人で進めていくとなると、
おそらく途中でくじけてしまうと思います。

そのため、今回の企画ではボクと山口さんが中心になった
サポートコミュニティを設けています。

ボクは今回集まってくださる仲間からの相談や質問全般に対してアドバイスを、
山口さんは伝家の宝刀である「懇切丁寧なコピー添削」を行なってくださいます。

期間は基本的に4ヶ月間。（状況により延長もありえます）
その間、質問や相談はいつでも自由にできます。

※具体的な日程はのちほどお伝えします。

文字化合宿のようにFacebookグループを使って進めますので、
必然的に、今回集まっていただく仲間が一堂に会することになります。

なので、あなたは一人ではくじけそうなことでも、
仲間の行動や進捗に刺激を受けながら頑張れます。
これは文字化合宿の成果でも証明されていることです。

と、ここで
「自分の相談を他人に見られたくない」
「自分が参加していることを他人に知られたくない」
という人がいるのですが、そういう場合は
コミュニティには参加されなくて結構です。

ただ、個人的には、そんな人はとてももったいないと思っています。

なぜなら、仲間を作れないからです。

あなたは自己開示しない人を仲間にしようと思うのでしょうか？

仲間を作りたいなら自己開示は大前提です。

もちろん、ありとあらゆる個人情報を開示する必要はありませんが、
共有できる範囲のものはすべて自己開示する。
それをお互いが行うことで、安心して仲間となることができるわけです。

そして、一人だと実現できないことが、仲間の力で実現できます。

そのことを、ボク自身もAmazon1位を取ったことなどで経験しましたし、文字化合宿に参加された仲間たちも経験しています。

なので、ぜひ、同じ志を持った仲間と一緒に切磋琢磨する道を選んでいただきたいと思います。

そもそも、タイトルに「合宿」という言葉が入っているわけですし、それに、コミュニティビジネスを作ろうとしているのにコミュニティに入らないというのも論理破綻してますし（笑）。

今回は2つのコースをご用意しています。

以上が今回の「横川式ビジネス強化合宿」の中身のすべてとなります。

ただし、仲間たちが共通してつまずくところなどは補足の講義を追加するなど状況を見て、中身は増えていくと思ってもらえたらと思います。

その上で、今回は個別のニーズにお応えできるように、次の2つのコースをご用意しました。

1) オンライン受講コース

こちらは、ボクと山口さんのオンライン講義のみを提供させて頂くコースです。

経験上、「講義だけ受け取りたい」というニーズも少なからずありますので、そういった方のために、このコースを設けました。

このオンラインコースの参加費は**6万4800円（税別）**となります。

これでビジネスがしっかり学べて、その後のビジネスを大きく成長させることができるならば安い投資だと思います。

2) 実践コース

こちらは、オンライン講義に加え、ボクと山口さんが4ヶ月間、あなたからの気付きの報告や行動の報告、質問・相談に対してアドバイスするフルサポートがついたコンプリートなコースとなります。

もちろん、山口さんの懇切丁寧なコピー添削も無制限に受けられます。

これだけのサポートがつきますのでオンライン受講コースよりは参加費が上がりますが、ここであなたにお伝えしたいのは、

「時間短縮」

という感覚です。

ボクと山口さんのサポートを受けないということは、
その分の参加費を支払わなくて済む反面、
すべてを自分一人で試行錯誤して進めなければならないので、
「理想のビジネス」を構築するまでに
おそらくかなりの時間がかかってしまうはずです。

しかも、一人だとどうしても
「くじけてしまってやらなくなる」ということが起こりえます。

その点、フルサポートを受けていれば
「理想のビジネス」を構築できるまでの時間は短縮されます。
そうなれば売上も「後からついてくる」ことになるので、
参加費も早めに回収できて、そこから先は利益。

となります。

もちろん、サポートがあってもあなたが行動しなければ何も変わりませんが、
同じコースで頑張る仲間がいることで行動の壁は乗り越えられます。
これは文字化合宿でも実証されています。

なので、

「一人ではきっと頑張れない」
「理想のビジネスを完成させるまでの時間を短縮したい」

という場合には、こちらの「実践コース」がおすすめです。

実践コースの基本的なカリキュラムについて

基本的なカリキュラムとしては以下のように考えています。

■1ヶ月目

理想のビジネスの土台を作る

まずはボクが用意したヒアリングシートやアクションプランを埋めていただきます。
これにより、自分自身の振り返りや、現在地の確認、
そして理想のゴールの確認ができ、
理想のビジネスを構築する土台ができます。

これを埋める作業は、言ってみれば「プチ文字化合宿」ですね。

自分自身の振り返りや、現在地の確認。理想のゴール。
これらを頭に浮かべることはできても、

明確に文字化している人はほとんどいないと言ってもよいでしょう。

なので、まさにボクが

「思考の文字化で人生が変わる」とお伝えしているのと同じく、
自らのビジネスにおける過去、現在、未来を文字化することで、
あなたの理念とビジョンの種は出てきます。

あとは、それを、わかりやすい表現にするだけ。

これができた時点から、あなたのビジネスは
大きく変わっていくと確信しています。

■2ヶ月目

理念とビジョンに沿って

商品・サービス、メッセージをカスタマイズする

理念とビジョンが決まったら、
あなたの商品・サービスの内容、そして
その商品・サービスを認知していただくためのメッセージを
理念とビジョンに合わせてカスタマイズしていきます。

これからビジネスを始めるという場合は
一から生み出していくことになります。

「私は整体院をしているので整体メニューしかありませんが
これをどうやってカスタマイズするのでしょうか？」

その場合でも、理念やビジョン次第で
前述のかつみカイロ整体院のように
一つの症状だけを専門にしていくこともできます。

また、物販の場合でも、その有形の商品の
キャッチコピーやネーミングを変えることもできます。
(製造元から制限がかかっている場合は可能な範囲でカスタマイズします)

このようにして、あなたのビジネス、
あなたの商品・サービスが「新たな物語」を生み出していく準備を
仲間と一緒にこなしていきます。

■3ヶ月目

理念とビジョンに共感したお客様が集まる仕組みを作る

理念とビジョンが定まり、
その理念とビジョンに沿った商品・サービスも整った。

ならば、あとはそれらが認知される活動をするだけです。

いわゆる「マーケティング」ですね。
ある意味、「徳を積む活動」と言ってもいいと思います。

チラシ、交流会といったオフラインの媒体。
ホームページ、ブログ、SNSといったオンラインの媒体。

これらを有効に活用すれば、
あなたの理念とビジョンに共感したお客様は
自然に集まるようになります。

もちろん、こうした媒体でメッセージする際には
「コピーライティング」が欠かせません。

これに関しては山口さんが徹底サポートしていただきますので
安心して取り組んでください。

■4ヶ月目

理想のお客様に囲まれ、売上が後から勝手についてくる 「理想のビジネス」の完成

あなたの理念とビジョンに共感したお客様が集まれば、
あとはそのお客様が口コミを起こしてくれて
新たなお客様を呼び寄せてくれるようになります。

ここまで達成できれば、あとは必死に集客しなくても
理想のお客様がつねに集まり続ける状態になり、
あなたは商品やサービスのクオリティ向上など、
他の「やるべきこと」に専念できるようになります。

もちろん、売上も勝手についてきているはずですよ。

そして家族との時間も以前より取れることでしょうし、
店舗ビジネスの方でも、ちょっと高めのレストランで食事、
といった余裕も生まれているはずですよ。

と、このようなカリキュラムで「理想のビジネス」を
仲間と一緒に作り上げていきます。

もちろん、人それぞれ進捗度合いは異なってくるはずですので、
その状況を見ながら、上記のカリキュラムにとらわれず
臨機応変に行こうと思っています。

進捗状況によっては期間の延長も考えています。

ボクと山口さんにとっては、期間のことよりも
「あなたが理想のビジネスを構築すること」のほうが大事であり、

そのために立てた企画ですので、
その目的を果たすための最善策をつねに取っていくつもりです。

こちらの「実践コース」の参加費は**79万8000円（税込み861,840円）**となります。

ボクや山口さんが個別にやっている企画では、
ボクの文字化合宿（3ヶ月）が60万円（税別）、
山口さんのコンサルが同じく3ヶ月60万円（税別）なので、
2人が4ヶ月間あなたをサポートする今回は
120万円（税別）にしても問題はないと考えています。

しかし、2人でやるからこそ効率的に進められる部分もあると思いますので、
そこを考慮して上記の参加費とさせていただきました。

**ただし、今回は初めての企画なので、
特別な待遇であなたをお迎えします。**

すでにお伝えしているとおり、
ボクがビジネスにフォーカスした企画をお届けするのは今回が初めてです。

そのため、今回は「0期」と位置づけ、
あなたにはスタートアップメンバーとなっただき、
随時、あなたから感想や意見を伺いながらこの合宿をブラッシュアップしていき、
0期を終えた後、本格的に「1期」を募集しようと思っています。

文字化合宿の時も、最初はやはり0期を設けて
スタートアップメンバーからフィードバックを得て1期を始めました。
その結果、現時点で16期まで続いているわけです。

同様に、この「ビジネス強化合宿」も、
ボクとしては長期にわたり続いていく企画に成長させたい
という想いがあります。

というわけで、今回の0期では、

- ・合宿に対するご意見・ご感想・ご要望を随時いただくこと
- ・1期の募集に際して「仲間の声」の執筆にご協力いただくこと

を条件に、参加費を割り引きたいと思います。

具体的には、

- ・オンライン受講コース（オンライン講義のみの提供）

⇒通常6万4800円（税別）のところを **5万円（税込み54,000円）**

- ・実践コース（オンライン講義＋横川＆山口さんの4ヶ月間フルサポートつき）

⇒通常79万8000円（税別）のところを **40万円（税込み432,000円）**

とします。

**さらに、実践コースに参加された場合は
このような特別な特典もお付けします。**

それは、「1泊2日のリアル合宿に参加費無料でご招待」の権利です。

実は、0期の期間中に1泊2日のリアル合宿を行おうと考えています。

ボクは「ブレインダンプ合宿」という合宿を時々開催していますが、
こうした合宿を行うことの意義は、
まずはやはり、同じ志を持つ仲間とリアルに出会えることです。

同じ場所で同じ時間を過ごして
一緒に目標に向かって頑張る仲間との絆はかけがえのないものとなり、
「一生の仲間」となることも多々あります。

そしてもう一つの意義は、
「しっかりと集中して時間を取ることができる」ということです。

毎日の中で時間を取って作業をしないといけないのはわかっている。
でも、忙しい日々の中で、なかなか思ったように時間が取れない。

だからこそ、強制的に作業に集中できる環境を作るというのは
とても有効な手段になります。

特に、ブレインダンプ合宿では
「1000個出すまで寝られない」というルールを設けています。

一見厳しそうに見えますが、参加した仲間はみんな、
苦悩しながらもその時間を楽しんでいます。

その結果として、
「来てよかった！」「合宿に参加したおかげで自分の世界が変わった」
と大変好評をいただいております、この合宿は現時点で
毎年2回の開催を継続中です。

なので、今回のリアル合宿もそれほどの中身の濃いものとなりますし、
なにより仲間と一緒にになって集中して取り組むことで、
理想のビジネスの構築が大きく前進することと思います。

では、リアル合宿で具体的に何をやるか？ですが、
それはその時参加される仲間からの要望に応じて
臨機応変に対応しようと思います。

グループコンサルも良し、公開添削も良し。ブレインダンプも良し。

その時間はあなたと仲間のために設けられた時間ですから、ボクと山口さんを使い倒していただけたらと思います（笑）。

なお、このリアル合宿の開催日は実践コースに参加してくださる仲間の希望を取って決めようと思います。

なお、場所は箱根を予定しています。

箱根までの往復の交通費、および宿泊費は自己負担となりますが、合宿の参加費については完全無料とさせていただきます。

ぜひ、このリアル合宿でボクや山口さん、そして仲間とリアルに会って親交を深め、ビジネスを大きく成長させてもらえたらと思います。

その代わり、参加人数を限定します。

このような特別な待遇であること、そしてサポートは人的労力ですのでそれほどたくさんの人数は受けられないことを考慮して、

・実践コースは先着5名限定

とさせていただきます。

一方、オンライン受講コースは物理的には人数を限定する必要はないのですが、今回は0期ということで少ない人数から濃いフィードバックを得たいという意向から、先着10名限定とさせていただきます。

実践コース・オンライン受講コースのいずれも「参加費の着金順」での先着順となります。

今回の参加費を繰り返しお伝えしますと、

・オンライン受講コース（オンライン講義のみの提供）

⇒通常6万4800円（税別）のところを **5万円（税込み54,000円）**

・実践コース（オンライン講義＋横川＆山口さんの4ヶ月間フルサポートつき）

⇒通常79万8000円（税別）のところを **40万円（税込み432,000円）**

です。

割引分は、ご感想やご意見を伺うなど、ご協力いただくことがある分の謝礼ととらえていただければ幸いです。

なお、参加費は、基本的に現金一括のみとさせていただきます。
クレジット（一括、分割）には対応していません。
現金で分割を希望される場合は、直接メッセージでご相談ください。

なぜクレジットに対応しないのか？
その一番の理由は「カードで払う人の多くは行動しないから」です。

なぜ行動しないのかと言ったら、
銀行振り込み一括と比べてお金を払っている感覚が薄いからだと思います。

やはり、お金を振り込んだという感覚が一番の原動力になると思うのです。

ボクの側からすれば、カード決済を導入したほうが売上は上がります。
しかし、サポートは人的労力ですから
多くの人数を受けられるものではありませんし、
一番の目的は集まってくださる仲間
理想のビジネスを構築してもらって喜んでもらうことです。

なので、行動しない人を排除するために
「銀行振込一括のみ」ということで振り分けていると思ってください。

ちなみに、参加費を支払った瞬間は、
お金を失ったような恐怖が芽生えるかもしれません。

「本当に大丈夫かな」

といった不安が生まれるかもしれません。

ボクも山口さんも、ビジネス塾などに高額を払って参加した経験が
何度もあるのでその気持ちはよくわかります。

でも安心してください。

ボクも山口さんも、
「あなたのビジネスの、そして人生の成長ストーリーを作る」
ということをこの合宿の使命にしています。

他のビジネス塾では、
募集時は耳ざわりの良い言葉を並べて一生懸命熱く語るものの、
募集後の本番でのテンションがまるで違う。
丁寧にやると言っていたはずのサポートも雑。

ということもよく聞きます。

そんなことは、ボクも山口さんも本意ではありません。

なにより、それは「理念とビジョン」のある「理想のビジネス」になりえません。

なので、ボクたちは「over promise, over deliver」、
つまり、ここで提供するとお約束した以上のものを提供することを
ここに誓います。

期間について。

今回の「横川式ビジネス強化合宿」の期間は、
2018年4月16日（月）～2018年8月26日（日）の約4ヶ月間になります。

オンライン受講コースの場合は講義提供のみですので
本来は期間を区切る必要がないのですが、
ご意見や感想などのフィードバックをいただきたいので
その期間が上記の4ヶ月間であると理解していただければ幸いです。

ただし、5月1日（火）～ 6日（日）と、6月7日（木）～ 10日（日）は、
ボクが旅行に行く関係でサポートはお休みとさせていただきます。

※サポート期間はその分も加味して実質4ヶ月間で設定しています。

実践コースに参加される場合は、
開始日より前の段階でヒアリングシートやアクションプランにも
着手していただきますので、実質的には4ヶ月以上ということになります。

ボクたちの側で思うようなペースでコンテンツを提供できなかったり、
サポートに時間がかかってしまった場合には
期間を無料で延長すると思いますが、
あまり長期にしても中だるみしてやらない場合も出てきますので、
原則4ヶ月間ということやっていきたいと思います。

それでは、以上のボクのお話に共感していただけて、今回集まる仲間と一緒に

- ・まずはビジネスについて学び、
- ・そして理念とビジョンを明確に打ち立て、
- ・それをわかりやすく表現し、
- ・その理念とビジョンに共感したお客様が集まり、コミュニティとなる
- ・その結果、売上が後からついてくる

という理想のビジネスを構築したいという場合には、
以下よりお申し込みください。

お申込後、自動返信メールで
参加費の振り込み方法などをお届けいたします。

横川式ビジネス強化合宿0期

実践コース（定員5名）希望の方はこちら

オンライン受講コース（定員10名）希望の方はこちら

なお、クリックした先のフォームが閉じられていましたら
「定員に達したので募集終了」のサインです。

申し込みベースではなくて参加費の着金ベースでの先着順ですので、
申し込み後はお早めに送金をお願いいたします。

仲間がいるから頑張れる。

この手紙の最後に、ボクは改めて
「仲間がいるから頑張れる」という言葉を贈りたいと思います。

ボクが行なっている「日本一のランチ会」「文字化合宿」は、
仲間がいないと成り立たないものばかりです。

そして、そんな仲間たちが仲良くなり、一緒にビジネスを始めたり、
ジョイントしてプロジェクトを立ち上げたりというシナジーを生み出しています。

だからこそ、ボクは今回も「仲間がいるから頑張れる環境」を作りました。

一人ではくじけるかもしれないけど、仲間がいるから頑張れる。
それだけでなく、仲間と一緒に成長し、お互いのビジネスの理想を叶える。

そんなストーリーが生まれること、そしてそのストーリーに関われることを、
ボクも山口さんも楽しみにしています。

それでは、あなたが今回の「ビジネス強化合宿」に参加されることを
心よりお待ちしております。

長い手紙を最後までお読みいただきありがとうございました。

横川裕之

追伸：

何か不安な点や質問がある場合には、遠慮なくボクにメール、
あるいはFacebookメッセージでメッセージをください。
真摯にお答えさせていただきます。

追伸2：

今回は、冒頭でもお伝えしたように

- ・コーチ・コンサル・カウンセラー・セラピスト・トレーナーなどの個人ビジネス
- ・美容系サロンや治療院、トレーニングジムなど、
個人あるいは数名程度のスタッフを雇って行なっている店舗ビジネス

の方を主な対象として、ビジネスの本質をお教えし、
そして実践コースではあなたのビジネスの成長、
そして「理想のビジネス」の完成を
ボクと山口さんとでサポートしていきたいと思います。

もし、「私のビジネスは対象になるのかな」という場合にも、
遠慮なくボクにメッセージをください。

追伸3：

ボクが感動して、今のボクを作ってくれたと言っていい、
山口さんの懇切丁寧なコピーの添削。

これが受けられる機会というのはほぼ限られています。

個別の状況や文章スキルに合わせて
個別具体的にカスタマイズして教えてくれて、文章力が伸びる。

そして、それが集客や売上につながる。

その快感、そしてなにより
自分の文章に自信が持てるようになるのを
ぜひ実感してほしいと思います。