

自分軸の教科書

立志編

1章：自分軸とビジョン

2章：自分軸を自覚する

3章：自分軸を育てる

ライティング編

4章：文章の種類

5章：プロフィールを極める

6章：個性と感性を守る

マネタイズ編

7章：コンテンツで収益化する

8章：意味で売る

9章：なぜ凡人でも成功できるのか

マーケティング編

10章：最短で収益化する

11章：創発的な成功イメージ

イノベーション編

12章：売れる自分になる

13章：資源の再配分

12章：売れる自分になる

ネットニュースを見てると、

成績優秀だった人が犯罪者になってしまう事件が起きたりしますよね。

ハーバードの卒業生でも、オックスフォードの卒業生でも、

社会的成功を手に入れても人生が崩壊する人がいたり、

犯罪を犯してしまうことがあるらしいです。

これは、社会的な成功と、人生の成功が分離しているからです。

創発的な成功イメージをマーケティング戦略に落とし込んだら、

次は人生戦略にまで落とし込んでいかないといけないのです。

分離の原因は囚われです。

達成意欲に囚われたり、

愛情に囚われたり、

知的興味に囚われたり、

完璧さに囚われたり、

不安に囚われたり。

いろいろな種類の囚われがあります。

そして、囚われが偏りを生み、性急な結果を求めていきます。

失敗を恐れたり、短期的な成功を目指すなど、
創発的な戦略から逸脱していつてしまうのです。

これがノウハウコレクターの特徴であり、
いつまでも仕掛けられる側の人の特徴であり、
自分軸ではなく他人軸で行きている人の特徴なのです。

主体的になって、仕掛ける側の人間にならないと、
物事は何も成就することはないのです。

私たちの心理構造は古今東西を問わず、
だいたい10パターンくらいに分類されます。

エニアグラム、ホロスコープ、九星気学、十干十二支など、
あらゆる占いでも10前後の分類になっています。

達成意欲に囚われやすい人

愛情に囚われやすい人

知的興味に囚われやすい人

完璧さに囚われやすい人

不安に囚われやすい人

そんなふうに、偏りやすさにはある特徴があるのです。

偏りとは思い込みであり、執着でもあります。

脳科学的に説明すると、

これらは脳内にプログラミングされており、

自動操縦されている状態です。

あるきっかけでスイッチが入ると

→ 不安がふくらみ

→ 焦りが発動し

→ 買い物でストレス発散する

あるきっかけでスイッチが入ると

→ イライラして

→ やけ食いでストレス発散する

あるきっかけでスイッチが入ると

→ めんどくさい感情が立ち上がり

→ やらなきゃいけないと思っているのに後回しにする

とかです。

パターン化しているのです。

その最初の入り口に気付くことができると、
そのパターン以外の選択肢が見えてきて、
主体的に人生の選択を変えられるようになっていくのです。

だから、自分のパターンを見切ること、が重要なのです。

たとえば、達成意欲の強い人は
成功者と見られたいという執着心があります。

だから、営業の仕事をしたら成績トップ。
数字の成果を残すのがすごくうまいのです。

起業しても売上をばんばん上げます。

合理的で効率的で、無駄なことをせずに、

とにかく結果を残すことにフォーカスすることができます。

ところが。

人生はいいことばかりではありません。

思いどおりにいかない時、
手段を選ばずに成果を手に入れようとする。

グレーだけど、ちょっとくらいはいいだろう。

これも許されるだろう。

これくらいならバレないだろう。

そうして最終的に犯罪まで犯してしまうのが、
東京大学、ハーバード大学、オックスフォード大学などの、
超名門大学を卒業した超エリートが犯罪を犯す1つのパターンなのです。

ここから何を学ぶべきかというと、
何らかの分野で成功をおさめたとしても、
そこで安住してはいけないということです。

自分軸をアップデートする継続学習が必要なのです。

7つの習慣では「刃を研ぐ」という習慣の重要性が説かれています。

いくら切れ味のいい斧だったとしても、
ずっと使い続けていたら切れ味は落ちていきます。

だから、時には休んで、道具を手入れするのです。

そしたら、斧はまた切れ味を取り戻すことができ、
結果的に作業効率をアップさせることができるのです。

いま稼げているからこれでいい。

この状態は衰退の始まりなのです。

私たちは常にイノベーションを起こしていかないといけない。

そして、今が一番充実していて幸せ、と言わないといけないのです。

いかがでしょうか。

そのような努力ができていますでしょうか？

ドラッカーは名著『マネジメント』の中でこういう言葉を残しています。

「企業の目的が顧客の創造であることから、企業には2つの基本的な機能が存在することになる。すなわち、マーケティングとイノベーションである。」

つまり、マネジメント=マーケティング+イノベーション、ということです。

マネジメントとは他人事ではありません、
私たち一人ひとり、株式会社自分のトップマネジメントです。

トップマネジメントとして、
自分の人生のマーケティングをどう取り組むべきか、
自分の人生のイノベーションをどう起こしていくべきか、
ここを考えていかないといけないのです。

逆に言えば、これができれば、売れる自分でい続けることができる、のです。

イノベーション編とマーケティング編。

この2つで自分自身のマネジメントを理解する。

それが、売れる自分になる、ということである。

以上がこの章の結論なのですが、

以下、様々な具体例を交えて話を進めていきたいと思います。

まずマーケティングは、

市場とのコミュニケーションによって成立するものです。

テストをして見えてきた事実を元に、

戦略を微調整していく、創発的な戦略によって、

マーケティングは機能していきます。

ここで大事ななのは、事実を受け入れて意味を見出すこと。

はい、出ました。

意味で売るということができる人は、

意味を見出すことができる人なのです。

意味を見出し、言語化するから、意味で売れるようになる、のです。

ここの言語化が如何に大事なのか、

ご理解いただけるでしょうか。

ライティング編をしっかりと復習してください。

イノベーション編では、これまでの内容をすべて統合していきます。

はい。

それではテストをして見えてきた事実を元に、

どのようにして戦略を微調整していくかというと、

「自分のビジネスはどうあるべきか。」

「自分の人生はどうあるべきか。」

ここを問い続けていくということです。

自分の言葉で情報発信して、市場の反応を見る。

そのフィードバックを元に自分自身を見つめ、自分を知る。

そこでイノベーションを起こすことで、
よりよいマーケティングが機能していく。

こういう流れになります。

たとえば、
集客を自動化する仕組みを手に入れたり、
販売商品の単価を上げたり、
リピートを増やしていく、
といったことが可能になるのです。

ここが理解できると、一切のムダがなくなります。

失敗しても、成功しても、あらゆる経験は
イノベーションのきっかけにすぎなくなるのです。

たとえば、個別セッションをした方から、このような感想をいただきました。

=====

セッションの時に、

自分の今住んでいる実家の1階のお店がやめたら、
自分でカフェやって結婚相談所&カフェ会も自分のところでやって、
そういう差別化したブランディングもできるし、
色々な人と出会えて思ってもみない良い方向に仕事が増えると
面白いくていいな。

みたいな未来像をお話させて頂きましたが、
それまではなんとな〜く、

「こういうの面白いよね」

くらいに思っているだけで嫁以外には、
誰にも話したことがなかったです。

ですが、小川さんに話をしたことで、
最近は少し意識が強くなったというか、
アンテナが貼っている感じはあります。
輪郭がくっきりしてきたと言うか、現実的に目指してみようかなと。

なので、ストアカでも婚活系の講座をやろうかなと

ちょっと考えてみているところですし、
外食するときもそういう意識をもって店を選んだり、
食事しようかなと思っているところです。

と、またこうやってアウトプットすると意識がまた強くなって
その方向に自然に進んでいくと思うので、またイイですね。

=====

この方は元々は Web サイトで他社商品をアフィリエイトする
いわゆるアフィリエイトで月 100 万円以上稼いでいた方でした。

婚活サイトを立ち上げて、いい記事を書くために、
婚活パーティーにも 40 回以上参加して、実体験を積み、
ご自身が感じたことを盛り込みながら記事を書かれていたのです。

コンテンツの質が高いので、自然とサイト訪問者の心を動かし、
婚活系のサービスのアフィリエイトがばんばん決まっていたのです。

ところが、少しずつご自身の中で違和感が膨らんでいったのです。

「自分は何者であるべきか、自分はどうあるべきか。」

と考えるようになっていきました。

そして、Google のアップデートにより、
収益がガクンと落ちた時にその違和感が表面化。

思い切って、Web サイトを売却して、事業転換を図ることにしたのです。

これまでの経験で培った Web サイトで収益化するノウハウを、
中小企業経営者や個人起業家向けに提供するサービスを開始しました。

相手に価値を提供できていて、なおかつ、自分も幸せを感じられる。

そんな自分自身のマネジメントの道筋を見つけることができました。
この方の答えが見つかったのです。

そんな win-win 状態を目指すのがマーケティングなのです。

そのためには、自分自身にウソを付いて収益を優先させると、
自己崩壊を起こすわけです。

それだともう、お金の奴隷ですし、資本主義の奴隷、です。

主体性を放棄してしまうと、自己崩壊を起こすか、
もしそのまま収益が得られたとしても死ぬ前の後悔リストが襲ってくる。

だから、生き延びるためには、
どうしてもイノベーションが不可欠なのです。

その方も、その予感がしたので、
事前に対策を打ったのだらうと思います。

だいたい、そういう直感は正しいです。

そして、おもしろいのはここからなんです。

「婚活系の講座をやろうかな」と感想に書かれていたのを覚えてますか？

「ストアカでも婚活系の講座をやろうかなと
ちょっと考えてみているところですし、(後略)」

という新たな答えの手がかりを見つけました。

婚活の体験を別の形でコンテンツ化することによって、
別の形でキャッシュポイントを作れる可能性が拓けたのです。

私とのコミュニケーションによって、自分を知ることができ、

あらたなキャッシュポイントが見えてきました。

己の持っている資源を整理する。

己の中に眠っている価値に気がつく。

お？もしかしてイケるんじゃない？やっていたらおもしろいんじゃない？

これもイノベーションです。

自分の中にイノベーションを起こすことができれば、

社会への価値提供の可能性が見えてくるのです。

そしたらあとは、テストマーケティングです。

他者とのコミュニケーションによって、

イノベーションもマーケティングも回すことができるのです。

これがマネジメントの実践です。

だから、この講座では、個別セッションを用意しています。

本を読むだけで身につかなかったり、

セミナーで勉強しても身につかないのは、

一方通行の学びだからです。

ぜひ個別セッションも活用していただき、
あなたの中に眠れる価値に気がついてもらえたらなと思います。

いかがでしょうか。

過去の経験に一切のムダがなく、
すべての経験がつながっていくことがご理解いただけるでしょうか。

失敗しても、成功しても、あらゆる経験は
イノベーションのきっかけにすぎないのです。

そして、創発的な戦略イメージとは直線的ではなく、
螺旋状に情報していくイメージになります。

螺旋状にぐるぐる回りながら上昇していくプロセス。

このことを哲学者のヘーゲルはアウフヘーベン（止揚）と言いました。

A と B が議論する際、

どちらかが正しくてどちらかが間違ってるかを決めるのではなく、
どちらも納得するCを見出す姿勢が大事だ、ということです。

それには1つ上の視座を手に入れなければなりません。

マーケティングを実践しながら、
自分軸と顧客目線を行ったり来たりするプロセスを回転させる内に、
何らかのきっかけを得てイノベーションが起き、
上のステージに上がることができるのです。

これがイノベーションです。

イノベーションが起きた状態から、
また自分軸と顧客目線を行ったり来たりすると、
またもう1つ上のステージに上がることができます。

こうして、1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9と進んでいき、
10の位に上がる時に、大きな飛躍を遂げるのです。

20、30、と飛躍を重ね、100で大飛躍を遂げます。

これが、自分軸のアップデートなのです。

自分軸をアップデートして、成長した分だけ、コミュニケーションの質が上がる。
それゆえ、顧客の潜在的な声をもっと汲み取れるようになる。

市場との対話がうまくなるので売上が上がっていく。

そんな説明もできますね。

ドラッカーの『マネジメント』にはこう書いてあります。

「イノベティブな組織には、事業の全体にわたって、学習の雰囲気は不可欠である。それは継続学習を創造し、維持している。誰であれ、自分自身が学習を「完成した」と考えることは常に許されない。」

継続学習が重要なのだと説かれているのです。

実際、起業して最初は調子がよくても、
徐々にジリ貧になって廃業に至るようなケースは多いです。

法人を立ち上げたとしても

9割以上は10年後には潰れているというデータもあります。

法人を設立するくらいですから、その瞬間は成功しているわけですが、
イノベーションを起こさないと生き延びることはできないのです。

以前、こういう方がいました。

=====

私は、以前「別のサイト構築の講座」で数年学び、
公務員の給与をはるかに超える収益を上げることに成功しました。

しかし、だんだんと「自分に合わない部分（やり方）」が見えてきて、
苦しくなって…とうとう続けられなくなってしまったのです。

それなのに。

また情報発信をやりたい！と思った時、
過去の「達成体験」が脳裏に浮かび、
当時の方法だけで「何とかしよう」と、もがいている自分がありました。

しかし、小川さんと話をする中で、
「過去の体験に囚われて動けなくなっている」と気づかせて頂き、
「今」にフォーカスしようと、気持ち切り替わりました。

=====

この方は、サイト構築のスキルを応用して新たな収益化に成功しました。

自分はどうあるべきか、を追求した結果、
しっくりくる自分軸を手に入れたことで、行動が加速したのです。

そのきっかけは、私とのコミュニケーションでした。

私が何かを教えたわけではなく、
コミュニケーションを通してご自身の中に
イノベーションを起こしたのです。

まあイノベーションが起きるように、私が誘導するわけですが。笑

結果として、3ヶ月後には初契約をゲットして、
やりがいと収益を同時に手に入れることができました。

しかも、過去最高額の契約を結べたそうです。

イノベーションを起こすことの重要性について、
ご理解いただけただでしょうか。

株式会社自分を成功させるために
トップマネジメントとしてやるべき仕事は
マーケティングとイノベーションの2つです。

そして、マネジメントの行き着くところは
自分にホントの意味で優しくなる、ということです。

自分を信頼し、自分に親切になり、優しくなる。

それは自分を甘やかすことではありません。

かといって、厳しすぎることでもありません。

自分を愛するということ、なのです。

ドラッカーの名著『マネジメント』にはこうも書かれてあります。

「フィードバックが意思決定に必ず組み込まれていなければならない。それによって初めて、決定を下す基盤となった期待が、実際に起きたことと、継続的に対比される。最善の決定でさえ、思わぬ生涯や想定外の妨害、ありとあらゆる不意打ちに直面するのが普通である。もっとも有効な決定でさえ、いずれは役に立たなくなる。なされた決定によって出た結果からのフィードバックがなければ望ましい結果が生み出されることなど、まずありえない。」

他者からのフィードバックによって、

正しいイノベーションを起こすことができ、

それによって自分軸をアップデートすることができるのです。

その努力こそが、望ましい結果を生み出してくれると。

つまり、自分一人では自分軸は手に入るものではなく、

他者とのコミュニケーションによって実現できる、ということです。

さらにドラッカーは『現代の経営』で、

「事業の目標として利益のみを強調することは、事業の存続を危うくするところまでマネジメントを誤らせる。」

とも説いています。

たとえば、旭山動物園は現代のイノベーションの成功例ですが、

人口減のあおりを受けて客足がどんどん遠のいていった時期がありました。

客寄せのためにジェットコースターなどを導入したり、

戦隊モノのイベントを企画したりと、

様々な努力と工夫を重ねていったのです。

ところが、一時的に入場者が増えるものの、またすぐに右肩下がり。

付け焼刃的な対策ではダメでした。

そんな時に、V字回復のきっかけになったのは、

旭山動物園の目的を見直したことでした。

客が増えるのはあくまで結果と捉え、

自分たちの動物園はどうあるべきかという問いを繰り返しました。

マーケティングの原点に立ち返ったのです。

客足が遠のいた原因と向き合い、修正をする。

自分は何者であるべきか、自分はどうかあるべきか。

この原点に戻った時に、

客寄せのために戦隊モノのイベントを企画したり、

ジェットコースターにお金をかけることではないと結論付けました。

そして、

動物の特徴的な能力、行動、感性を発揮できる環境を作り、

それを見せる展示方法を目指す、

ことにしたのです。

これは画期的でした。

まさにイノベーションです。

動物のありのままの姿を見せるという、

動物園の本来の原点に戻ったのです。

珍しい動物がいるわけではありません。

旭山動物園らしさが、人を呼び、

今でも毎年 150 万人もの来場者をずっと維持しているのです。

自分らしさを守り、育てていくには、

マーケティングとイノベーションが不可欠です。

特別な才能やスキルが必要なわけでもなく、

多額の資金が必要なわけでもありません。

自分を信頼し、自分に親切になり、自分に優しくなる。

甘やかすことでもなく、厳しくすることでもない。

自分を愛すること。

私たちにすでに備わっている、能力、感性、などの特徴を、

ありのままに活かすことが重要なのです。

それが売れる自分になる道、なのです。

追伸

あなたが持っている資源にはどのようなものがあるでしょうか。

知識、経験、人脈、信頼、ブランディング、など
資源にはいろいろな要素があります。

これらどの資源をどのように使って、
自分の未来に投資をしていくか。

資源を使って、投資をして、資源を増やしていきます。
そして、その資源をさらに再投資していきます。

そのサイクルを繰り返していくことが、
あなたの資源が増え続け、あなたの資産が増え続け、
金銭的にも、精神的にも、豊かになり続けるプロセスなのです。

それには、創発的な成功イメージを描くことです。

そうすれば、失敗経験すらも、資源になるのです。

その失敗を9回繰り返したとて、
それを活かして1回の成功につなげれば、
ビジネスとしては大成功なのです。

自分軸を磨くということは、
マーケティングを実践することとイコールであり、
自分のちからでお金を生み出せることとイコールです。

自分の価値を高めたら、
提供できる価値も増えていく。

お金を生み出す = 価値提供、なのです。

追伸2

いまあるものを活かして、イノベーションを起こす。

地域おこしで成功しているところも、
このイノベーションに成功しています。

たとえば、新潟県村上市は35万円の元手から、

10 億円の経済効果を生み出したとして知られている地域です。

この地域の特徴は、武家屋敷と町屋の両方が存在している点でした。

この地域の町屋文化の特徴として、

各家に人形があつたり、庭があつたり、屏風がありました。

それらを展示するイベントを企画したところ、

メディアにも取り上げられて大成功を収めたのです。

当初、自分たちにとっては当たり前のことだったので、

それが人を呼ぶなんて思いもよらなかったそうです。

持ってる人形を展示して、

観光客とおしゃべりする。

これで地域おこしを活性化させました。

え？

こんなことで？

そんな大したことしてないけど？？

はい。

自分の強みは自分では分からないものなのです。

しかし、そこに気付いた時に、イノベーションが起きるのです。

自分が持っている観光資源を、

どのように活かせばいいのか。

これが地域おこしでも大事なテーマなのです。

熊本の黒川温泉の例もおもしろいです。

ここは山奥の温泉街で人気を博したのですが、

徐々に客足が減ってギリ貧になっていました。

そこから劇的な回復を遂げるのですが、

そのきっかけになったのが雑木でした。

そこらへんの山にふつうに生えている雑木です。

それまでは、きれいに整えられた温泉街だったのが、

自然らしさを取り入れるために雑木をあえて温泉の周りに植えていったのです。

それがほっとする。

なんか落ち着く。

そんな山奥の癒しを感じられるようになって、
人がどんどん増えてきたのです。

自分が持っている観光資源を、
どのように活かせばいいのか。

これが地域おこしでも大事なテーマなのです。

ちなみに、ネット上に人を集めるには、
地域おこしならぬ自分おこしが必要です。

自分の持っている資源を使って、
自分でメディアを持ち、人を集める。

それには、自分おこしをしなければならないのです。

あなたが持っている資源はどんなものがありますか？

そして、それを活かしていますか？

ぜひここを考えてみてください。

追伸3

また、遊びの余白を作ることも、自分発見に役立ちます。

遊びとは、効率性、合理性の枠を飛び越えるために、
非常に有効なのです。

たとえば、Google は遊び心があることで有名です。

Google で

「斜め」

「一回転」

と検索するとどうなるか、ご存じですか？

Google の検索窓に「斜め」と検索するようになります。

[斜め、と検索すると…](#)

「一回転」と検索するようになります。

[一回転、と検索すると…](#)

完全に遊び心ですよ？（笑）

別にユーザーの役に立つわけでもないですし、
この機能によって Google の利益が増えるとも思えない。

完全に、効率性、合理性の枠を飛び越えた遊びなのです。

詩を読むのも遊び、

コーヒーの自家焙煎も遊び、

サルサを踊るのも遊び、

まあ趣味は全般的に遊び、ですよ。

この遊びを 5 分でもいいので、

大事にするとイノベーションにつながります。

なぜなら、新たな自己発見ができるからです。

そして、この変化の激しい状況において
継続的に成果を出し続けるリーダーの特徴に、
セルフアウェアネスが優れていることが挙げられます。

セルフアウェアネスとは、自己認識の能力です。

- ・ 自分の状況認識
- ・ 自分の強みや弱み
- ・ 自分の価値観
- ・ 志向性など

自分の内側にあるものに気付く力です。

脳でいうと前頭葉の大部分を占める前頭前野がこの機能を司り、
バランスや美意識を司る部分になります。

人間らしく生きるには、ここを活性化させることなのです。

そして、立志篇でも軽く触れましたが、
前頭葉は、脳の司令塔です。

前頭葉の働きは、

選択、判断、系列化、という3つに集約されます。

優先順位を立てたり、計画を立てたり、整理整頓をしたり、とかです。

つまり、決める、という働きです。

遊びによって自己発見を促す。

自分軸を強化する。

だから、人間らしく、継続的な成果を出すことができる。

遊びの重要性をご理解いただけただけでしょうか？

1日5分でもいいので、

ぜひ遊びを取り入れてみてください。

それがあなたのセルフアウェアネス（自己認識）を高めます。

そして、イノベーションのきっかけになりますので。