

「講師になる！」

Ver 1.80 ダイジェスト版

株式会社 サポ - トプロ

はじめに	4
ごあいさつ.....	4
本文掲載内容についてのお断り	5
序章 : セミナービジネスガイダンス.....	6
様々なモデルについて.....	6
【セルフイメージ】と【やる理由】	8
2章 : コンテンツ誕生	21
あなたが夢中になれる身につけたいモノ	21
魔法の方法とは?	23
品質に雲泥の差が生まれるわけ	25
セミナーが開催できる2つの理由	26
なにもコンテンツがない!とお嘆きの貴兄に	29

はじめに

ごあいさつ

こんにちは 西田です。今回はこの「講師になる！」～「儲かる講師・儲からない講師」を手にいれるアクションをして頂き、誠にありがとうございます。

今回の教材、非常に欲張りです。一回も講師をやったことが無い人から、すでにベテランの人が200人クラスのセミナーを運営するのにも通用するマニュアルです。

すでに講師の人には序盤のコンテンツはいささか、冗長かもしれませんが、できる人ほど、そういうところからも学び取ろうとすることを知っているので無駄ではないと思っています。

あなたの今のステージに遇うところからつまみ食いもよし、段階を追って復習・確認するように読まれて、取り入れるのもよしと思います。

はじめはコンサルティング現場の補足マニュアルにと思って、書き始めたテキストですが、途中、こんなにも、私の中に「講師」「教え業」に関して、トライ&エラーで培ってきた経験があることと
思い入れがあることにあらためて気が付きました。

あなたがこのマニュアルに興味を持って頂いたこと、何らかを学び取ろうと今、お読み頂いていることに心よりお礼申し上げます。

それでは、ここから、読むことも楽しんで頂きたいし、よかったら実践もしてみてください。

お気づきの点などあれば、気軽にご指摘のお手紙を頂けましたら幸いです。常に教材として更新していきます。

最新の更新の際にはできるかぎり反映していきますので、この教材が進化する一助を頂けましたら、とてもうれしいです。
気がついたこと・加筆して欲しいこと・もっと知りたいこと

Mail to dai@support-pro.jp

本文掲載内容についてのお断り

P10の私のセミナー履歴をご覧ください。
ほんの一部他社集客がありますが、ほぼすべて自社集客です。

これからお話しするマニュアル・ノウハウは、私が経験的に継続していること、継続していないこと、とりやめたこと、場合によってはやった方がいいという選択をしてとりいれること、などを書いていきますが、すべて経験したことばかりです。

わたしは、コンテンツを作るときに極力、類似の情報・雑音を遮断するようにしています。今回の場合だと、類似のセミナー講師業のススメ、をしているような著書、セミナーのマニュアルなど、一切見ないで書いています。

勉強好きなかたはそれらの著書・マニュアルを見て
一見、おなじようなことが書いてあることも有ると思います。
その際には、こう考えてみてください。

同じことが書いてあると言うことはそれだけ重要。
再現性において意味があるのだろう、と。

あるコンサルタントが言ったことを流用しているということを
私が明確に認識している内容は、引用元を明らかにし、
そのコンサルタントを参考にして頂くように記述しています。

株式会社 サポ - トプロ 西田光弘

序章　：セミナービジネスガイダンス

様々なモデルについて

この「講師になる！」を手にしたということは、セミナー成功のためのコーチを雇い入れたに等しいかもしれません。コーチを雇い入れて、これから第一回目の面談がはじまります。コーチが**はじめの質問**をします。

「どんなセミナーをやりたいのですか？どんな講師になりたいのですか？」

まず、私をはじめて講師をしたときのことをお話しましょう。はじめの講師はパソコンのメールの使い方やインターネットの使い方、ネットショッピングについてのセミナーでした。

当時（1999年頃）は、パソコンサポートで起業する前で保険の営業マンをやりながら、企業研修の先生のお手伝いをしていました。

その先生のパソコン先生だったので、先生の研修用の資料作りを手伝うなど、色々なことをパソコン面でサポートしていました。

ある日、私のパソコンの能力とアシスタントとしてセミナーをフォローしていたこともあり、「西田さん一度、研修をやってみない？」といわれました。

はじめのそのセミナーです。先生が主催・集客で私が講師です。

セミナーの内容は、パソコンサポートの現場で一番多い相談事をコンテンツとして先生に列挙して、「こんな内容なら話せるし、興味有るはずです」とプレゼンテーションしました。

その時の構成したセミナーの内容はあることを意図して作り、かつ、受講者と主催・集客する先生にも喜んでもらえるように考えました。

チャンスにNOと言わず、「やります」と言い切ってしまうこと、これは、もちろん重要です。

ここでお伝えしたいことは、

私が「どんなセミナーをやりたいのか？どんな講師になりたいのか」を考えていたか？についてです。

当時考えていたことは、
本業をパソコンサポートで起業するつもりでしたので、
そのセミナーからパソコンサポートのお客様が生まれたいいな、でした。

セミナーの内容・構成が功を奏したのか、
結果から言えば、その受講者から期待通りお客様が生まれました。

私が言う、

「どんなセミナーをやりたいのか？ どんな講師になりたいのか？」は

良いセミナーがやりたいとか、良い講師になりたいと言うことではありません。
良いセミナーであり、良い講師であることは講師としては、
日本人が日本語を話せるくらい当たり前のことなのです。

私は、受講者の中からパソコンサポートのお客様を生み出すことを
ゴールにして、セミナーを作り、実際にそのように執り行ったのですが、

これは後からでてくる、「意図」とセミナーのモデルに密接に関連しています。

どのようなセミナーを意図してやるのか？どのようなモデルでやりたいのか？

重要なのはやりたいと思っても、実行に移せるのか？
取り組み始めたあと、最後までやりきれぬのか？
そして、初めに意図したゴール・結果を手に入れるまであきらめないか？

やりたいと思うことと、方法を知っていることと
やりきれぬことは全く別物です。

次にお話する、2つの要素が揃わないと
決して最後までやり抜くことはできません。

セミナーのサイズとか難易度とか、
ノウハウを持っているかの有無は一切関係ありません。

【セルフイメージ】と【やる理由】

以下の表は私のセミナー実績です。ご覧ください。
 どうでしょう？ なにか特徴とか気が付くことが有りませんか？

開催日時	セミナー・講演内容/テーマ
2002年	2002/07/30(火) 売上倍増実践会/塾(全4回毎月1回)
	2002/08/10(土) 『お盆にビジネスの仕込みをする』
	2002/10/30(水) 売上倍増実践会/塾-sohoクラブ月例会
	2002/11/27(水) 売上倍増実践会/塾
2003年	2003/02/05(水) 戦略社長塾第1期(全4回毎週)
	2003/02/15(土) 儲け・利益の仕組み特別セミナー
	2003/03/04(火) 戦略社長塾第2期(全4回毎週)
	2003/04/01(火) 戦略社長塾第3期(全4回毎週)
	2003/05/06(火) 戦略社長塾第4期(全4回毎週)
	2003/06/03(火) 戦略社長塾第5期(全4回毎週)
	2003/07/27(日) 1day戦略社長塾
	2003/11/01(土) 1人ビジネスの脱★ドジリ経営セミナー
	2003/11/13(木) ★100 『1人ビジネスであなただも〜』出版セミナー
	2003/12/13(土) スーパーダントツビジネスモデルセミナー
2004年	2004/01/31(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/02/07(土) ★100 起業サポーターズクラブ講演
	2004/02/28(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/03/27(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/03/28(日) 1人ビジネスセミナー(本科)
	2004/04/18(木) 沖縄セミナー
	2004/04/24(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/05/29(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/06/16(水) 1人ビジネスドリーマーズ
	2004/06/18(金) 沖縄セミナー
	2004/06/26(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/07/02(金) ★100 連続セミナー(全3回)
	2004/07/31(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/08/06(金) ちょろい英語で月5万円稼げる魔法のランブセミナー
	2004/08/21(土) 仙台セミナー
	2004/08/23(月) 教わる技術〜トークライブ
	2004/08/28(土) 1人ビジネスドリーマーズ
	2004/09/17(金) 沖縄セミナー
	2004/09/25(土) 1人ビジネスセミナー
	2004/10/17(日) 1人ビジネスドリーマーズ
	2004/11/07(日) ★100 『間違いだらけの成功法則』講演
	2004/11/23(火) 1人ビジネスアフィリエイトセミナー
	2004/11/27(土) 沖縄セミナー
2005年	2005/02/19(土) ★120 月取100万円の株を3本作るセミナー
	2005/04/09(土) 月取100万円の株を3本作るセミナー-in大阪
	2005/07/16(土) 一から始めてアフィリエイトで月取100万円稼ぐセミナー
2006年	2006/01/21(土) ★200 儲けを生み出す商品・サービスの作り方
	2006/03/18(土) 2DAY'sセミナー
	2006/04/15(土) 起業入門セミナー
	2006/04/19(土) 付帯仕事術セミナー
	2006/05/27(土) 本コース受講生フォローアップセミナー
	2006/06/17(土) 起業入門セミナー
	2006/06/17(土) 付帯仕事術セミナー
	2006/07/09(土) 付帯仕事術セミナー
	2006/07/09(土) 起業入門セミナー
	2006/07/15(土) ★200 アントレFC&開業独立フェア
	2006/07/27(木) 本コース受講生フォローアップセミナー
	2006/08/26(土) 起業入門セミナー
	2006/08/26(土) 付帯仕事術セミナー
	2006/10/19(木) 付帯仕事術セミナー
	2006/11/28(火) ★100 達成する夢 達成しない夢(大分)
	2006/12/12(火) 西田塾
2007年	2006/12/16(土) 最強の仕事術セミナー
	2007/03/15(木) 経営者向け仕事術講演
	2007/04/20(金) 経営者向け仕事術講演
	2007/04/28(土) 経営者向け仕事術講演
	2007/04/29(日) スリープロ主催パソコンサポート養成講座
	2007/05/17(木) ヒューマンアカデミーマーケティング講座(通年)
	2007/05/26(土) 経営者向け仕事術講演
	2007/05/26(土) スリープロ主催経営者向けマーケティング講座
	2007/05/26(土) スリープロ主催パソコンサポート養成講座
	2007/06/23(土) スリープロ主催パソコンサポート養成講座
	2007/07/10(火) 経営者向け仕事術講演
	2007/07/18(水) ワクワクで行こうセミナー
	2007/07/28(土) スリープロ主催パソコンサポート養成講座
	2007/08/22(水) PPMセミナー
	2007/08/25(土) PPMトレーナーセミナー
	2007/08/28(火) PPMセミナー-in大阪
	2007/09/08(土) PPM集中講座
	2007/09/19(水) 税理士向けHP集客セミナー
	2007/09/28(土) PPMトレーナーセミナー
	2007/10/27(土) 経営者向け仕事術講演
	2007/11/07(水) コンサルタント向け仕事術講演
	2007/10/12(水) 税理士向けHP集客セミナー
	2007/10/7-8 夢セミナー-経営者編
	2007/11/3-4 夢セミナー-1人ビジネス編

表の中の中程にいくつかの、 100があります。
これは「100人超のセミナー」です。
私を実現しているのは200人までのセミナーです。

ここでのテーマは、思い描いたことでこうなりたいなと思えたなら実現するし、
そう思えないことは実現しない、

もう少し丁寧に言うと、実現する気になれないので実現しようとし、
とすることについてです。

世の中には、いくらでも300人、500人、1000人
それ以上のセミナー・講演をしている人がいます。
私も思い描けば、きっとできるのでしょう。しかし、

200人セミナーは自社集客（もちろん各方面たくさんの力を借りました。）で
実現しました。

自社集客とは、自社が主催・主体となって集客活動をするを言います。
他社集客とは、他者、他社がなんらかの企画の一環として、講師として招聘し、
集客を自分が一切しない場合です。

自社集客で200人を集められたのなら、
その先の数百人～も段階を追って、きっと達成するはずで
表をご覧になれば一目瞭然のように実施していません。

これが私、西田光弘、の限界なのでしょうか？

私のグチにつきあってください、ということではないのです。

西田は200人はわかるけれど、
数百人のやり方がわからないからでしょうか？

それを言い出せば、

200人の時も、100人の時も、もっと言えば、
はじめての30人の時だって誰かが、
セミナー開催の先生やコーチがいたわけではありません。

未経験の受講者や内容のセミナーはその都度、未開の地を
開拓してきてセミナーを実現させてきました。

だから、300人であろうと、800人であろうと、1000人であろうと、やりたい、やってみたい！という気になれば、妄想ではなくて、確実にできると思っています。

では、なぜ、200人なのか？

200人はできて、300人や1000人が実現していない理由はこれからお話しする2点にかかっています。

セミナーの実現・やりきれるかどうか？
そもそも着手したいと思うかどうかは

【セルフイメージ】に左右され【なぜやるのか？の理由】によります。
この2つが適切に揃ったとき、実現します。

200人セミナーは【セルフイメージ】として描け、
【なぜやるのか？の理由】があったのです。

300人、1000人は【セルフイメージ】として描け、
【なぜやるのか？の理由】がなかったのです。

人数に限らず、セミナーの題材や、呼ばれて話す場合の主題や主催者の目的への賛同など、すべて同じです。

【セルフイメージ】として描け、
【なぜやるのか？の理由】があれば実現します。

この2つが揃わないまたは弱いと、

そもそもやりたいと思わないか、
または、着手しないか、はじめても途中であきらめるか、のいずれかです。

あなたが今、経験値0ではじめての数人のセミナーを「やろうかやるまいか？」というステージであろうと、すでに何回も講師業をやっていて、次のステージを模索しているステージであろうとも

1 セルフィメージ

2 なぜやるのか？

この2つが揃わない限り、

セミナー成功のためのコーチにあたるこのマニュアルを
使いたいと思わないはずです。

このマニュアルは2つの役割があります。

あなたが、あなたのやりたいセミナー・講師という姿を
セルフィメージとして持てる手助けとなり、
そのセミナー・講師をなぜやるのか？を明確にする手助けとなること。

そうなったあなたにとって実際に役に立つマニュアルであること

この2点です。

セミナーの意図

ビジネスや日々の生活すべてに必ず意図があります。

「意図」は意識して、焦点をあて、自分の求めるモノ・形・結果に向かって
編集・向上させることができます。

セミナーをする際の「意図」の一つに、セミナーをビジネスとしてとらえ、
どんなビジネスにしたいか？があります。

以下に主だった、セミナーの「型」についてお話しします。
あなたはどれを選び、どれを目指しますか？

セミナーをキャッシュポイントから見た場合、特徴的なのは、
「労務提供型」「複製しづらい」「時間売り」ビジネスです。
それではでどんな形態があるのか見てみましょう。

大きく分けて 「労務提供型」と「複製可能モデルの一部」です。

まずは労務提供型です。

労務提供主体型

➤ 労務提供ビジネス主目的型

始めから終わりまで労務を提供することでキャッシュポイントとしている

◇ 定期コースの追加募集のタイプ

講師として奥行きや深み、バリエーションが有る場合、
入り口商品であるミニセミナー・紹介セミナーのあと、
定期コース・塾形式のバックエンドセミナーを募集する。

自分が主催の場合もあるし、主催が別途いて、バックエンドまで
他社が主催する場合もある。

◇ コンサルティング請負のタイプ

ミニセミナー・紹介セミナーをしたあとに自社のコンサルティングサービ
スを導入してもらうことが狙いのセミナー。
この場合、セミナーは入り口商品。

◇ 本業サービス提供のタイプ

コンサルティング型と似ているが、本業が業務請負や人的サービスを
提供する会社のフロントセミナー 例：行政書士が開業セミナー

➤ セミナー・講演一芸のタイプ

バックエンドと言う概念はなく、自分（＝自社・招聘講師含む）の
持ちネタをつねに顧客に提供し続ける ＝ いわば芸人タイプ

➤ 本業セミナービジネス型

フロントセミナー～バックエンドセミナーまで終始、「セミナー」を
主商品としているビジネスのタイプ

複製可能商材販売主目的ビフォー型（商材が集客エンジン）

- 教材商材のフォローセミナー型
- 教材・商材の実践習得塾形式

このタイプはそもそも「その商材・サービス」を利用・購入してくれることが主目的で、キャッシュポイントは商材販売にある。

たとえば、圧力鍋を買って料理教室、メール配信サービスで、ステップメールの書き方、BMW を買ってドライビングスクールなど。

複製可能商材販売主目的アフター型（セミナーが集客エンジン）

- 低価格×不特定多数型
- 高価格×高付加価値型

このタイプは、セミナーで人を集めて、結果的に商材を買ってもらうことを目的としている。前述のタイプとのハイブリッド型もある。

前者は集客コストとの兼ね合いから考えるとあまり現実的ではなく、通常後者、高価格×高付加価値型になる。

たとえば、増改築セミナーや資産運用セミナー、または高額自己啓発教材セットの販売などがこれに当たる。

以下はこのマニュアルを読んでいるあなたにはあまり関係ないかもしれませんが意外とセミナーの受け手として参加すすことや募集広告を見たりすることが有ると思うので参考までに掲載しておきます。

見た目は同じでも、主たるビジネス＝本業がありセミナーをその本業・事業の一部として組み込んでいる場合とそうでない場合があります。

セミナーをビジネスとしていないモデル

➤ 事業家経営者 お願い型

成功した事業家は自分の経験談などを、後進のために話すことはいとわない。通常、主催者が講演を依頼した場合に話す。特に事業として組み込んではいない。

➤ セミナーお小遣い稼ぎ型

セミナーをよく観察していると、どう見ても、これは小遣い稼ぎだなどというタイミングで行っていてかつ内容のセミナーがある。バックエンドもなければその前後のフォローもそれなりのもの。

➤ セミナーライフワーク型

本業で自分はそれなりに成し遂げてきた（自分）ひとが、自分が採ってきた方法や考え方などを、あまりビジネスモデル等は考えずに辻説法的に伝えて続けている。集客も自分でやっている。

いかがだったでしょう？

すべてをカバーしていないかもしれませんが、概ねの「型」をカバーしていると思います。これからあなたがセミナーを、講師をやる、企画するときに、これらを意図しないという「意図」もあります。

このマニュアルはセミナーを「なぜやるのか？」につながるので随所で、この「意図」を問うことがあります。

セミナー運営という全体像

セミナーが思いつきでお小遣い稼ぎな場合と、複製可能な商材をバックエンドとして売の場合とでは、セミナーの全体設計が違ふことはぼんやりとでもおわかり頂けると思います。

バックエンドとは。

バックエンドとはそもそも、「後処理」とよばれるようです。ビジネス・販売活動においては購入後の、より効果の高い高付加価値商品やサービスを段階的に買ってもらう、購買行動で買い求められる商品・サービスのことをさしていることが多い。 フロントエンド

バックエンドの販売までを考えたとき、セミナー当日の運営は、全体の仕組みの、一つの部品としての役割です。

セミナー当日を迎えるときにはビジネスとして、全体設計の中でのすべき仕掛けはほぼ完了しています。

セミナーの設計図

セミナーの全体設計から考えた場合、仮にバックエンドを販売するという設計を「意図」した場合、セミナーのときは、販売総数や売上や利益が成果の指標になります。

趣味のようなセミナーであれば、当日のセミナーのでき不できの「感じ」に一喜一憂するかもしれません。それもそれでかまわないわけです。

ですから、つねに何を意図するのか？とても大事なのです。

セミナーという商品の品質と価格について

セミナーに、当然、価格、受講料があります。
セミナーを有料でやるか？無料でやるか？
高いセミナーをやるか？安いセミナーをやるかを悩んだり、
価格を上げられないことを悩んだりすることがあると思います。

しかし、どんなセミナーをやるのか？の意図が明確にないのであればそれはじつはナンセンスなことなのです。

たとえば、バックエンドで、20人に一人売れば良い商品を持っていて、それが売れば年間粗利益が、100万円あるとします。

この販売のために無料のセミナーを行い、20人集めるのに
広告費が10万円かかり、会場費もろもろで、10万円かかるとします。
20万円の費用で、100万円の粗利益が見込めますよね？

一方、このセミナーは話す内容はとても価値がある、
だから3万円にしよう、と決め開催したとします。

しかし、思いのほか、5人しか集まらずに結局、
一人も購入に結びつかないとしたら
セミナーは無料でやった方がよかったというわけです。

注：無料でたくさん集めた場合よりも有料で少数の方が売れる、
という逆の場合もあります。

セミナーの受講料と品質は必ずしも正比例ではないのです。
セミナーという商品を通して、何を得たいか？何を伝えたいか？
何をしたいのかが明確になっていないと、意味のないことなのです。

はじめてパソコンセミナー以来、2000年4月には起業し、
パソコンサポート業に精を出したのち、「講師になりたい！」「講師になる！」と
思い立ちパソコンサポートは一切やめて講師業に転身を決めたのが
2002年の夏の事です。

横浜で私の顧問会計事務所をしている税理士さんに話をもちかけ
7月には、はじめての4人のお客さんを迎えての「講師業」を始めました。

全、4回、毎回2時間話して計8時間（実際には10時間以上）で
おひとり、1万円だけ頂きました。

4人ですから4万円、そして参考図書（2冊×4人×1500円）配ったので
1万2千円。残り2万8千円を2人で分けると10時間講師をさせて頂き
1万4千円が私のデビューです。

時給@1400円、・・・準備+打ち合わせをいれたら高校生のアルバイトくらい
でしょう。当時、私のパソコンサポートは、設定やトラブルシュートをするとい
いて、1~2時間で1万円~数万円になっていました。

しかし、自分が用意したワークを真剣にやっていただいた時に
「おお～～」「へえ～～」「なるほど」となる姿に
とても充実感を感じたのです。

さて、では私が、初めて、4人に集まってもらってセミナーを
始めたときにはなにを考え、意図していたのか。

当時、そのセミナーの名称は、「売上倍増実践会」という
当時、はやりのネーミングでした。

4人に4回×2時間のセミナーをうけてもらい、セミナー終了後に
「お客様」にどうして欲しいのか？（意図）

「売上倍増実践会」のコンサルティングメニューの一日コンサルティングや
定期コンサルティングを買って欲しかったのです。

当時、私は、パソコンサポートの主たる収入源が、
法人の定期顧問契約でしたので、同じモデルを
コンサルティングの分野でやりたいと考えていました。

結果は・・・・・・・・

一人の個人事業主から毎月：5万円/1時間/月一回のコンサルティング契約を
頂きました。当時は、本も出していませんし、メルマガもやっていません。
1人ビジネスという言葉も生まれていませんでした。

私の実績は？といったら、パソコンサポートをやっているということだけでした。
当時はまだ出版前です。

西田はいくら稼いでいる？なんてことは聞かれもしませんし、
自分からわざわざ言うことも無かったので、
私の収入とか売上とか実績は明確にはしていませんでした。

でも、毎月5万円の定期契約を頂きました。
もし、わたしが、「講師をやりたい」がゴールで4回終わらせることが
目的、意図だったら？おそらく契約になっていないと思います。

契約になったのは「意図」したからです。

その後、同じ内容の二回目にあたる戦略社長塾第1期を終了した後も定期契約に結びつきました。

また、戦略社長塾第1期の集客は先ほどの定期契約のクライアントが友人に塾への参加を強く勧めてくれて紹介で参加してくれました。

戦略社長塾2期～以降も同じ傾向が続き、4期、5期には受講者全員がパソコンサポートや講師業以前の人脈からの直接の知り合いではない受講者で運営できていました。(これがあなたにも可能です。)

パラレルワールドがありませんので、意図しなかったらどうなったかは正確にはわかりません。

はじめての4人のセミナー終了後「定期契約をした」という実績があるのとないのとでは、初めは微差かもしれませんが、後で気が付くととんでもなく大きな差になっていたかもしれません。

その結果を生んだ初めの一步は、セミナーをどのように意図したか？から始まっていることだけはまちがいありません。

「意図する内容」によって、セミナーの品質が変わります。

とにかく4回終わらせることが意図のセミナーと

終了することが残念な感を残しつつおわり「もっとこの人に相談したい」と思ってもらえるにはどうしたらいいのか？

を意図するセミナーに差があることは想像に難くないと思います。

もちろん、そんな道を選ばないという選択肢もあるという一選択肢だ、ということをかさねて言うておきます。

(「いいの、いいの一回講師さえできれば」も充分あります。)

セミナーとはマスターであること

もしも、あなたが、セミナーを通じてなにか伝えたいことやそしてそれが対価を頂くサービスや教材・商材に結びつくのであれば、ここはとても大事なことをお話しします。

今までお話ししてきた、全体設計にも関わりますし、

値付け、プライシングにも大きく関わります。
セミナーでいつもお話しする話をお話ししましょう。

例としてコーヒーで考えてみましょう。街にあるスターバックス・ドトール
その他チェーン店でもコーヒーは飲めますし、
ロイヤルホスト・デニーズというファミリーレストランでも飲めますし、
ちょっとしたモーニング・ランチをやっているお店でも飲めます。

そう言ったコーヒーには（コーヒー好きの立場で見た場合）
あまり期待をしていませんので、
どのようなコーヒーがでてきても文句はありません。
コーヒーの気分だけ味わえればいいかな、という味ですし、価格です。

これに対して、街に一軒あるかないかのおいしいコーヒー屋さんがあります。
そこではカップも一品モノで、オーダーしてから香ってくるコーヒーの香りも
たまりません。

日によって、コーヒーを変えてオーダーすることもあるでしょう。
新しい種類が入ったら、オーナーの蘊蓄をひとしきり聞いてから、
それをオーダーするかもしれません。でてくるコーヒーはもちろんうまい。

自分でもこんなコーヒーを淹れて飲んでみたいと思っていて、
そのお店がマメを挽き売りしていたらきっと買って帰るでしょう。

その時はこちら（客）から色々、注文をつけるのではなく、
オーナーの言うことを聞いて買うのではないのでしょうか？

もしくは、「こんな風にコーヒーを淹れたいがうまくいかない。
どうしたらいいでしょう？」と弟子が師匠に相談する、
そんな風情ではないのでしょうか？

そう、コーヒー屋のマスターの蘊蓄は深いし、おもしろいし、
自分との差を圧倒的に感じるのです。そんなマスターの淹れたコーヒーだから、
相応の価格を支払うわけです。

そのマスターから、後日、いい道具が入ったと聞いて、
お店に行くと道具やコーヒーの蘊蓄をひとしきり聞いた後、
「それください」と言って買って帰らざるを得ないのです。（笑）

これがマスタービジネスです。

セミナーこそ、まさにマスタービジネスなのです。
チェーン店型でどこでも飲める蘊蓄の必要のないコーヒーでは
お代はお安くならざるを得ないのです。

もちろんビジネスとしてはありますが、
それは資本のある企業がやればいいことで、
個人が手を出してはいけないモデルなのです。

個人が講師として、やるのならマスタービジネスです。

あなたがマスターとして語るべき資格のあることを語れば、
その蘊蓄を聞いても聞いても飽きない人がかならずいます。

そしてあなたが勧めた商材・サービスは
マスターが勧めるものなので信頼して買ってくれます。

だから、あなたはセミナーでマスターになる必要があります。

そうすると、どうなるか？

あなたはあなたの設計した意図通りにことを
運ぶことができる確率が飛躍的にたかくなります。

THE METHOD OF MASTER BUSINESS オーディオセミナー

参考：http://www.wakuwakuwork.com/twice/master_biz.html?s=koushi

2章 : コンテンツ誕生

あなたが夢中になれる身につけたいモノ

さて、それでは、あなたが30日で講師になるための準備に入りましょう。
まず今まで読んできて、もしかしてこんな風に思っていないか？

「西田さんは結局、マスターになれる何かを持っていて、
それでコンサルティングを契約できるほど実績があったからできたんだ」

それは誤解であることを今から解説&実践的で、あなたにもできることを
お話ししていきましょう。

私が、4人のセミナーをやったときの「ネタ」をばらすことができると、
あなたも希望を持つことと思います。

すこしもったいぶりましょう(笑)

今、あなたが、身につけたいな、できるようになったらいいのになって
思っていることってなにかありますか？

英語？社労士の資格？マーケティング？パソコン講師？料理？スポーツ？
HP制作？お金を貯めること？資産形成？マネジメント能力？コーチング？
カウンセリングスキル？営業力？電話の仕方？

Etc きりがありません。

思いつかない&思い出せなかったら、読売カルチャーとか朝日文化センターとか
ケイコとマナブの習いごとのメニューを持ってきてください。

それらを見て、自分のしてきたことを思い出してみてください。
いかがですか？
何も無いことはないはずですよ。

質問が、今までに達成したこと、人並みはずれた実績をだしたこと、
と言うことならそれは有る確率で、できた人・できない人に分かれます。

しかし、質問は、

「今、あなたが、身につけたいな、できるようになったらいいのに、」と
思っていることです。

再度聞きます？有りましたか？

よかった。あるはずです。

それを身につけるのにあとどのくらい時間とお金と気力が必要でしょう？

けっこうな量が必要ですね。

それを一気に短縮して、

身につける魔法の方法が有るのですが・・・・・・・・

知りたいでしょうか？

そんな魔法が無いと知っていながら、

「え、そんなうまい話あるのかな」って、
知りたいと思ってしまうのが人の常。

じつはあるのです。

心の準備ができたならめくってくださいね。

魔法の方法とは？

それは

人に教えること

しかも、もっと魔法の効きを良くするための特効薬があります。それは

お金を頂いて教えること

これをやれば効果てき面です。あっという間に身につきます。

引き続き私の事例をお話ししますね。

私はパソコンサポートをやっていて、ビジネスをすべて紹介で成立させていました。紹介はとて、効率がよくつねにマスターでいられます。

しかし、2002年3月にとんでもない本に出逢ってしまったのです。神田昌典氏の一連の著書です。

なんだ、おまえもカンダマサノリかと言わずに聞いてください。

私をもっとも衝撃だったのは、文中にあったあるひとことです。

ブッチ~~~~ン

切れました。一人で本を読んでいるのに、赤面をしていたかもしれません。それほど私にとって衝撃的な一言でしたし、その一文がそれからの5年間を作ったと言っても過言ではない、

その一言とは？

「紹介でビジネスが成り立っているという経営者がいるが、それは“私は新規獲得ができません”と公言しているのと同じ」

と書いてあったのです。

「絶対に新規獲得の力をつけてみせる！！」と星飛雄馬がボールを投げるときの背景が私の背中に付いたかと思うくらい燃えました。

私が身につけたかった技術、それは「マーケティング」です。

だから、お金を頂いて教えること

の対象に選んだのが神田昌典氏の著書です。

ベストセラーですからたくさんの人が読んで、単語や知識はたくさんの人が知っています。当時もビジネスをしている人がもうかなり知っていました。

しかし、ただ、読んで知っているのと読んで知ったかぶりすると、人に理解してもらうのと、

さらに、その先の「この人にコンサルティングをお願いしたい」と思ってもらうのでは、自分の理解、身につけている度合い、深みは全然違う到達度が必要です。

まだ本に出逢って、数ヶ月なのに、マーケティングのセミナーを

お金を頂いて教えること

にしました。

品質に雲泥の差が生まれるわけ

そうなる、セミナーの品質は雲泥の差、天地の差、です。
しかし、客観的にやったことは・・・神田昌典氏の著書を2冊ずつ
一人一人に配って、それをテキストにマーケティングをレクチャーしただけです。

お金を頂いているのに、市販の誰でも手にいれられる本を渡して、
読み合わせをしたわけです。けっこう、しびれます。

「え？そんなことで1ヶ月1万円も取ったの？」と思いませんか？私は思います。
いえ、思いましたので、1万円払ったけど十分元を取ったよと言わせてみせるに
はどうすればいい？と考えるわけです。

一つのジャンルについて20冊の著書を読めば専門家になれるとも言います。
周辺図書・関連著書・マーケティングという言葉が付く本を買いあさり、
読みあさりしました。

パソコンを覚えたての頃、「MS-DOS」の意味するところがわからず、
関連図書を読みまくっていたら、ある時、文脈からようやく
「なるほど」となったことがありました。

これが、のちのち、人に説明するときに役に立ちました。
なぜなら、たとえば「MS-DOS」という単語の文中での用いられかたを
たくさん知っているということは、人に説明するときの引き出しの数
そのものなので色々な説明ができるのです。

マーケティングの用語も用語解説はあっても自分が腑に落ちて、
理解して人に説明するには大量の文章に当たり、
文中での用い方に触れないと理解できません。

これを、お金を頂きながら短期間（1ヶ月、と言っても週に1回ですから、
毎週針のむしろです。）にやったわけです。

さらには、このときから、知り合いのSOHOインキュベーションセンターに
「マーケティング」をかじって作ったセールスレターを置かせてもらったり、
元の職場に売り込みにお邪魔して、チラシをおかせてもらったりしました。

問い合わせはメール・FAXでもらえるようにしました。
(一人一人個別撃破で口説いてはマーケティング効果がわからないので)

結局、はじめての開催は色々やった割に蓋を開けてみれば、
みんな私とパートナーの税理士の知り合いでした。

さて、私の実況中継はほどほどに、あなたに応用できる話に戻りましょう。
私が神田昌典氏という存在に出逢って、セールスレターやマーケティングのことを
学び始めたのが、2002年3月です。

その半年後に講師をやってしまった、のです。

これは勇気でしょうか？無謀？根性？戦略家？

セミナーが開催できる2つの理由

覚えていますでしょうか？セミナーができるのは2つの理由からだ、と。

一つは【セルフイメージ】、もう一つは【やる理由】です。

私は、それまでパソコンサポートをやっているし、人にものを教えるのが
得意だし好きなので、自分のセルフイメージとして4人くらいなら、
(パソコン教室はたいてい、5, 6席から10席程度です。)
教えられると疑いもなく思ったのです。

そしてやる理由、これは今、お話ししてきました。そのやる理由の前では、
まだ、実績がない、とか、教えたことがないとか、お金をもらってまでやるほど
理解していないとか、やらない理由、できない理由は理由になりませんでした。

そう、やらずにはいられなかったのです。つまり、あなたにも、

「今、あなたが、身につけたいな、できるようになったらいいのに、」が
あるのなら、それをどれほどできるようになりたいのか？
やれる自分になりたいのか次第なのです。

実績や結果は後付でどうにでもなります。ウソやでっち上げはいけませんが、
許される範囲での大きめに伝えることが集客に活かせるのならそれもやります。

逆にどんな実績が有ろうと、「やる理由」が無い人は

「いや、そう言うのは趣味じゃないので」とか「あまり表にでたくないのだから」とか言ってやらない理由にします。

さあいかがでしょうか？

これで、「講師になる！」のにネタがないという言い訳ができなくなってしまいました。あなたは何をネタにして講師になりますか？

【ワーク1】夢中になれる身につけたいモノを探す

1. 今もしくは過去に「身につけたいな、できるようになったらいいのに、」を思いつく限り書き出す。
2. その中で実際に取り組んでみたり、始めてみたりしたこと、まだ、始めていないことに分けてみてください。
3. すでに取り組んだことは、「飽き」や「壁」や「当時の状況」でやめてしまったかもしれませんが、でも、今、もう一度身につけたいと思うかどうか問うてみてください。
4. 頭をよぎったことのある、身につけたいな、の中で、何度も何度も頭をよぎって仕方がないものを選んでみてください。
5. それらの中から、「やる理由」が強いモノはどれでしょう？それがあなたの講師としてのネタかもしれません。まだ決定せずに候補としておいておいてください。

なにもコンテンツがない！とお嘆きの貴兄に

もう一つの私の事例をお話ししましょう。その前にどうしてそういう事例になったのかの心理的背景をお話ししておいた方が良さそうです。

当時（2002年9月 起業後2年半後）パソコンサポートはもう新規客を取らない&既存のお客様も全部、友人の同業者に譲っていきました。

でも、セミナーの売上は月に4万円です。

それと、最初のセミナーは毎週の連続だったのですが翌月からコンサルティングが始まり、プラス売上5万円です。

もちろんまだ、パソコンサポートの収入があるからすぐに悲惨な状況になるわけではありません。でもそれもそう遠くない、秒読みと感じていました。

でも読める売上はなにもなし、どうしたらいいのか？とにかくやるしかない、でもやってもダメだったらどうする？

講師としてなんの実績もないし、ビジネスでの成功者でもないのに、だれが自分の話なんか聞く？ 常に悲観的は声が頭の中で鳴っていました。

そんな状況の2002年11月にで出逢った本が、また、私の方向性を決めました。これまた著名なランチェスター戦略の竹田陽一氏の著書です。

著書を読み、すぐに資料を取り寄せました。そして、25,000円の導入教材を買ってみました。

まさにマーケティングの話ですし、経営者・事業者に何かを教えたいけれども引き出しにネタがない私にぴったりだと思いました。

竹田先生と直接お話しをしたら

「とにかく100人の経営者と一緒に勉強しなさい」と言われ、早速戦略社長塾の第1期を募集したのです。

ランチェスター経営さんの取り決めがあって、毎週で月4回1万円です。人数も推奨人数があって5~6人くらいとのこと。第1期は7人で始めました。ほぼ、友人ばかりです。売上は7万円です。

自分の7畳の1ルームでやりましたので会場費はかかりません。
これもまた、人様のコンテンツ教材でセミナーをやらせて頂きました。

ランチェスター戦略のビデオ4巻をみながら、適宜、ビデオを止めて、
自社の戦略について考えたり、
みんなでブレインストーミングをしたりするのです。

正規の販売&教育の代理店ではないので、
私が買った、ランチェスター経営さんのフロント商材、
4巻25,000円の教材では、指導マニュアルなどはありません。

その時は、「100人経営者さんとおつきあいして、ランチェスター戦略の専
門家を目指して、正規代理店になるのもいいな」と考えていました。

マニュアルなどはありませんのでやることはまた、一緒です。
関連著書、もちろん神田昌典氏の著書もあわせて読み予習しました。

ビデオででてくるコメントや考え方や戦略などに関連したワークシートを作った
り、設問を用意したりして、毎回の2時間をいかに有意義に過ごしてもらえるか
を毎回、頭をひねっていました。

当時、頂いた受講者の声です。

戦略社長塾にご参加いただき、ありがとうございます。

お願いがあります！

サポートプロが主宰する戦略社長塾いかがでしたでしょうか？、サポートプロでは今後のセミナー
内容充実のため、たくさんの意見を頂きたいと思います。受講されたご感想を良いところ・悪いとこ
ろ・どんなことでもかまいません。ぜひあなた様の声をお聞かせ下さい。

ビデオをわけて頂いた参加者同士の自由なディスカッションから
とても多くのインスピレーションを得られました。
バックグラウンドが異なる方々の意見を聞いていると、自分の発想
が偏った側面からしか見えていた。セッションに気付かされました。

こんな応用の仕方

いかがでしたか？「なにもコンテンツがない！とお嘆きの貴兄に」むけてのセミナー開催法です。場当たり主義にセミナーさえ開催できればとか一回講師をやってみれば本望というスタイルではないことをご理解頂けましたでしょうか？

セールスレターで書きましたが、どんな方でも、ネタはあると申し上げたのはこのやり方をすれば、どなたでも必ず講師になれます。

また、この方法は少し応用して、単発開催もできます。たとえば、一回5万円のセミナーがある。自分も仲間も受講したいと言っている。

「ならば、私がでてきて、みんなに後で日程を取って、聞いてきた内容を教えるから1万円ずつ出して、自分が2万円出すから」

と言って、後日、約束通り、教える日を設けます。これでセミナーを受ける真剣度合いが違います。

(コンサルタント等、コンテンツそのものが商品で、セミナーを受けた人以外に口外禁止という方もたくさんいますので、よくお調べになってコンテンツの発信元への確認は取ってください。これは「講師業」必須です。)

ちなみに私の選んだ対象の、神田氏は出典さえ明らかにすれば、どんどん広めてくださいというスタンスでしたし、竹田氏も同様です。

できない理由、やらない理由はいくらでも見つけれられますし、きっとこのマニュアルをお読みになった方の何人かに一人は、熟読せずにこの周辺をさっと読み、

西田のやりかたは人の有料のコンテンツを無料で広めてしまうとんでもない方法だ、と言い出す人もきっといると思います。

私は、見つからなければなんでも良いから、お金をかけずにみんなで割り勘にしようと言っているのではないことは良くお読み頂ければわかると思います。そんなことをやらない・できない理由にしないで欲しいと思います。

自分コンテンツへの橋渡し

戦略社長塾のところで竹田先生とは「100人」とお約束しましたが、5期までやってちょうど、同時に1人ビジネスということばとコンセプトがまとまってきて、自分の情報を発信したい、という段階になったので戦略社長塾はやめました。

実はそのコンセプトがまとまったのも、戦略社長塾の受講者の皆さんとブレインストーミングをしたのがキッカケです。

世の中のセミナー講師は多かれ少なかれ、誰かのコンテンツを自分なりに翻訳・味付けして発信しているモノです。

ココまででお伝えしたかったことは、初めの一步として、**100%人のコンテンツでもいいということなのです。**

100%人のコンテンツでもいいと言っても、盗用や人のノウハウを自分のノウハウと言って伝えるのは講師で稼ぐ以前の問題です。

神田昌典氏の本を活用したときは、私のスタンスは、著書に書いてあることを、著書を読んだことのない人、熟読したことが無い人に私なりの解釈でマーケティングをつたえること、です。

ランチェスター戦略も同様です。教材のビデオが有るのですが、予習をして、受講される方が？と思うポイントを拾っておき、

そこを深められるようなそのほかの資料・ワークシート・情報を自分なりに加工したレジュメを用意して、ランチェスター戦略を理解もしくは受講生の翌日から実践の手助けになるようにリードするのが役目でした。

すると2時間のセミナーの配分が100%人の教材ではなくなり、そこに自分が入っていき、1：99や3：97、やがて、10：90となり、

自分の考えをまとめてみたくなり発信していきたくなるモノなのです。

たとえば・・・・・・・・

あなたがピラティスを習得したいと思っているとしましょう。

どうすればいいでしょう？

ちょっと、考えてみてください。まったく私の真似でもかまいません。
せっかくですから、私の話を応用してみてください。

～～～

そうですね、まず、お気に入りの講師のピラティスに関するDVDを買います。
そして、ピラティスを身につけたい友人、何人かに声をかけます。

(注：「ピラティス」の例は思いつきで書いていますので、該当法令や
協会・本部などの取り決め・遵守事項・資格要項を良くお調べください。

たとえば薬事法によって定められた薬以外が治ると言ってはいけないよ
うに、ダイビングの資格は有資格者しか教えてはいけないように法律や組
織の取り決めがあるものは必ず確認しご自身の責任で対処してくださ
い。)

会場が必要なら、会場を提供してくれそうな、そうですね、
バレエのレッスンをしている人をさがすでしょう。

そして、月に4回か3ヶ月で6回か適切な回数を設定して、
レッスンを受けることを提案します。

もちろん自分は、身につけたくてやっているのに、
その友人が知らないような、様々なピラティスの動きの由来や
なぜ、そうするのかの根拠などたくさん学んでいます。

ひとつの姿勢をやるたびに、その蘊蓄を話してあげます。
また、DVDでは紹介されていないけれども、役に立つ類似の
入れた方がよいエクササイズを紹介します。

また、自分が身につけたときのとっておきの努力のしかた
毎日のちょっとした工夫などを教えてあげます。

そんな風にして、4回過ごしたら、友人はきっと満足するのではないのでしょうか？
その間にあなたは、その友人達と全く違った成長をしています。

「お金を頂いて教えた」 ことによって真剣度が何倍も違うから当然です。
接触した情報の量も全く違います。

もしかして、あなたに、
「もっとプライベートでレッスンをして欲しい」と言うかもしれませんよ！

あながち、あり得ないことではないことはここまで読んできたら
おわかり頂けますよね？

そして、あなたは第2期を開講します。
満足した友人が、もっと上達したいので、リピートするかもしれませんよね？

友達を誘ってくることも十分に考えられますよね？

ここで一度思い出してみましよう。

意図についてです。

あなたが、

「ちょっと人に教えられたらそれで満足」と思うのと
「個人的にレッスンをつけてあげられるくらいになったらいいな」と思うのと
では講師としての姿勢が全く違ったものにならないのでしょうか？

これもここまで読まれていたらおわかりですよ？

たとえ話をしますのでイメージしてもらえますか？

ゴルフでボールを打つ場合にたとえると・・・・・・・・



ゴルフでクラブを振り上げ、ボールを打つという動作の中で、どの辺を打ち抜くのか意識か？

ボールの数センチ先～人によっては30cm先をクラブヘッドが振り抜く感じでふることによって、ボールは首尾良く前に打ち出されます。ボールを打とう打とうと思うと、うまくいかないモノなのです。

空手に板割りに例えると



パートナーが両手で胸の前にかかぎって持ってくれている板を割ろうと思うと割れません。

そのパートナーの胸を撃つつもりで撃ち抜くと板は綺麗に割れます。

セミナーを成功させるにはセミナーがゴールでは板は割れません。
セミナーのその先に何を意図しているのか？が
あなたのセミナー・講師という当日の品質を決めます。

品質とはここまで色々お伝えしてきた「ノウハウ・知識」を使うか
使わないかと言うことです。

あなたのなりたい姿が自分で集客することよりも
主催者から絶え間なく声がかかる人気講師なのであったとしても同じことです。

一回の講師・講演のその先、ボールの先に何をおき、
何を見て何を意図しているのか次第です。

講師として当日をうまく仕上げようとすればもちろんうまく仕上がるでしょう。
それを否定しているのはなくて、そのうまく仕上がった当日のその品質でさえも
まだまだ、もっと向上します、ということが伝えたいのです。

【ワーク2】好きな講師を決める

【ワーク1】で残った候補をどうやったら現実的に開催できるか、「西田式」を真似てプランを考えてみましょう。

1. 残った候補の自分が身につけたい、先生や流儀や型を特定する
2. 該当の教材を手に入れる
3. 4回程度の講義・セミナー・レッスンになるように組み立てを考える
4. そのセミナーで得られるメリットを考える
5. メリットと開催日程を織り込んだチラシを作る
6. 価格を決める

ここから先は営業活動・集客活動になります。まずはここまでやってみよう！

【ワーク】はあなた自身の棚卸しです。

ドリルや練習問題のつまみ食いになれているのであれば、こと、やりたい仕事に関してはその習性は戒めて、日時を決めて「棚」の在庫を正確に把握することをお勧めします。

エピローグ～本日棚卸し

街で、こんな張り紙を見たことがないでしょうか？

「 月×日は当社棚卸し作業のため6：00を持って閉店とさせていただきます。」

きっと一度や二度は見たことが有るのではないのでしょうか？

なるほど、棚卸しというのは通常業務をやっていては終わらない
大変な作業なんだな、といつも思います。

遠い昔にスーパーでバイトしていたこともあるので、
その大変さも記憶にあるのでなおさらです。

そう、棚卸しというのは、平常業務をやりながらついでに
できるものではないのです。

あらかじめ 月×日 の何時から きっと何時間かかるから
それだけの時間予算をとって、準備をして取りかかるモノなのです。

そうでなければ正確でないでしょうしとにもかくにも全部が終わらないでしょう。

途中までやって、しょうがない、夜が明けてしまい、開店時間になり、
店を開けてしまい、また商賣が始まってしまうとします。

予告していない翌日は棚卸しができずに、翌日も、また翌日も、
そうこうしているうちに、もう、「棚」の状況は変化してしまいます。

再度、やるときには、もう一度やり直しです。

棚卸しは「棚」の在庫を正確に把握するのに定期的にやるという意味では
何回であろうと（定期的に）必要でしょう。

しかし、場当たりの棚卸しはやっても正確な在庫も把握できず、
何回もやるのは時間だけをロスして、なにも得るものがなさそうです。
時間を取ってやることをお勧めします！

いかがだったですか？

すべて私の実践のノウハウですがどなたでもできる標準化したノウハウにまで改良して教材にしています。あなたが30日後に講師になっているのも十分あり得ることですよ？

すでに何十通も声を頂いている中で一番多いのが「これでコンテンツがないなんて言い訳ができなくなりましたね」という内容です。

あなたからの実践した結果報告のメールなどお待ちしております。
また、読後の感想も待っています。

あなたの講師ビジネスの第一歩&ビジネスシステムとしての充実を祈念しています。

追伸：有料教材もありますが、このコンテンツを実行して結果を出してからでも十分だと思いますよ！有料教材は「マーケティング」「集客プラン」「運営」「充実レジュメの作り方」「講師としてパフォーマンス」などを155ページで書きさらに添付資料は実際に使ったモノを出し惜しみ無く提供しています。

興味がある人は

<http://www.wakuwakuwork.com/twice/koushi.html>

(株)サポ-トプロ 西田光弘 拝

講師になる！ダイジェスト版 テキスト

著作権は西田光弘 及び 株式会社 サポ-トプロ に帰属します。

無断複製およびオークション等への出品を禁じます。

2007年12月 初版 2刷 発行

著 者 西田光弘

発行者 株式会社 サポ-トプロ

株式会社 サポ-トプロ 代表取締役 西田光弘

住所 横浜市港北区大倉山1-4-11 203

mail dai@support-pro.jp URL <http://support-pro.jp> <http://www.wakuwakuwork.com>