

月刊e-Coaching第4号を ご覧の方からお寄せ頂いたご感想

全般的なご感想

今回は、特に充実していて、各章全て読み応えがありました。さぞ原稿まとめるのが、大変だったことでしょう。

2) 起業して波に乗り続ける方法

ノウハウの本は数多くても、具体的プロセスを書いた物は少ないですね。何と言っても、e-Coachingの事例があるのがいいです。他の事例にも、当てはめてみたいです。中山さんの文は、比喻表現交え（今回は波）、きれいにまとめるのがいいですね。

3) 印刷・発送代行ビジネス

私は、マッチング型（アウトソーシング）ビジネスモデルに興味を持っているので、これが一番おもしろかったです。自社に実働部隊がなくても、本格的システムが構築しうる（しかも小資本で）のは、とても魅力的です。高度に緻密なスタディーが必要でしょうけれど、しかし、配送部分は難しいですね。主婦に替わる別案考えても、なかなかいい案が浮かびません。口コミ経営で女性を組織してうまくやっているようですが、男が頭で、主婦をコントロールできるのでしょうかね。優秀な女性スタッフを、その部門トップにすればいいのでしょうか。

4) 誌上コーチング

情報商材は、私も金儲けテーマ以外は難しいと感じています。仮に売れたとしても、その時点で終わってしまいますね。この例では、コンサルティングを売り、継続性を持たせるのがいいです。メルマガ、ブログの無料情報と、有料情報商材の内容の分け方が知りたいです。

5) 学習効率を高める

私も新しいテーマを如何に短時間にマスターするかで、いつも試行錯誤を繰り返しています。中山さんの経験された事は参考になります。（短時間で集中的に）コップの大きさの話（ここでも比喻）もわかりやすいです。（建築家、代表取締役、東京都中野区、森岡篤様）

具体的事例を取り上げ、中山さんの手法によりロジカルに展開・解決していく内容は非常に有益です。書かれている手法を自分でも試してみた時にその有効性が分かりました。

（会社経営、岐阜県各務原市、宍戸克己様）

一つ一つの話題と、文章の書き方が、リラックスして読めて良いと思います。印象に残るので、実行に移しやすいと感じます。

（東京都杉並区、M.F.様）



<中山より>

ご感想どうもありがとうございます！とても励みになります！！

月刊誌全体から中山さんの誠実で、丁寧で、心配りにあふれた人柄が感じ取れます。また内容が具体的にとても奥深く感じます。この点が他社と決定的に違うと思います。まったく安心して読ませていただいております。ありがとうございます。

（長崎県諫早市、大久保陽友様）

森岡さんへ： 介在型の仲介ビジネスの場合には、マネジメントの問題は、やはり発生しますよね。私自身も40名の女性の方をマネジメントした際には、かなりの苦勞を伴いました…。月刊e-Coachingでも、事業の立ち上げに成功される方が増えてきましたら、そういった方面にも触れていきたいですね！

商品力診断9要素チェックリストが、良かったという方からの声

商品力9要素チェックリストは文章だけではイメージしにくいこと、書かれていることはなんとなく分かっていても、内容をどう活かして良いかわからないことをわかりやすくまとめたもので良かったです。アイデアを手早くチェックし、本文で対策を練るという使い方ができそうです。

（愛知県刈谷市、H.T.様）

商品力9要素チェックリスト活用法で、個別にコメントが、いただけるところが、特にありがたいと思いました。私などは、今、自分で考えていることが、どう判断してよいか、わからないので、ご意見、アドバイスを、プロの目で、判断いただければ、悩みも減ると思います。アドバイスを楽しみにしておりますので、よろしくお願ひいたします。

（起業準備中、島根県浜田市、大手自動車会社、下本晃様）

商品力9要素チェックリストが良かったと思います。思いついたものを、くだらないと思ってもとりあえずチェックしていこうと思います。誌上公開コーチングにもあったように、とりあえず何か始めなければと思いました。(起業準備中、愛媛県今治市、T.M.様)



<中山より>
「このアイデアどうだろうか?」と悩まれた際には、チェックしてみるだけで、たった5分ほどで、おおまかなことが、お分かり頂けるのではないかと思います。
今後も活用法や事例は、どんどん紹介していこうと考えています!

「誌上公開E-mail Coaching」が良かったという方からの声!

「学習効率を高める方法」について、コップの水があふれるとアウトプットというのはよく言われることですが、ニッチに絞ることをコップの大きさにたとえられたのは驚きました。そしてまさにそのとおりであるし、書籍などからの学習に限らず、自分の例で言えば、以前第2号のアンケートで書かせていただいたように、実際に自分がこれまでのサラリーマン生活の中で関わってきた分野と資源で起業テーマを絞り、動き始めたところ、これまで眠っていた人脈が活かされ始めたり、休眠会社を譲ってもらったりと、いろいろな良いサイクルが生まれてきました。きっと中山さんがおっしゃるように、アンテナが活性化したのだと思います。

その意味では、起業、起業とお題目をとなく、書物を読み漁るより、「月刊e-Coaching」のような触発してくれるテキストを読み込み、同時に自分の中にある資源や資質、願望を深耕して、なるべく早くニッチテーマを見つけ出すことのほうが、重要だと思えます。ですので、今回も2番目に役立ったのは「誌上公開コーチング」でした。

(企画マーケティング、神奈川県横浜市、M.I.様)



<中山より>
M.I.さん、いつもアンケート有り難うございます! ご活用頂いている様子が伝わってきて、とても嬉しいです。なお、私も、過去ご経験されてきたこと(業界でも、業務分野でも)をきっかけにして、アイデアを深めると、「腑に落ちるアイデア」が膨らみやすいと考えています。
それにしても、「コップの水」の例えは、やはり他の方が既に言われているお話だったのですね。

「デル・ユニクロ型流通代行ビジネス」が良かったという方からの声!

ノウハウ販売より儲かるデル・ユニクロ型「物流・・・」は、特に参考になりました。企業では、物流部門に限らず他の部門でもアウトソーシングを考える機会が増えつつあるはず。今回のモデル構築プロセスは、営業が得意と自負している小生にとっても”売り方開発”のヒントをいただけました。

1月から事業をスタートいたしました。かねてから計画しておりました「営業代行(請負)」事業です。今回の”物流”アウトソーシングの事例は、”営業”に置き換えて更に”7つの視点”の組み合わせを考え併せながら読み進めました。資金的に余裕がないので仕入れを発生させないことを最優先に、”7つの視点”を参考にしながら自身のビジネスを組み立てスタートさせました。今後も大いに勉強させていただきます。(会社経営、奈良県桜井市、巻木敏徳様)

<中山より>

具体的に、ヒントを得て頂き、嬉しく思います!
また、巻木さん、独立どうもおめでとうございます! 一つ一つの事業が着実に立ち上がりますこと、お祈り申し上げます

(冒頭省略)
...なんて考えを温めていたところでした。

そんなところに、今月の e-Coaching。
なんとタイムリーな(笑)

どんな仕事でもそうですが、どっぷりその業界につかると、「業界の当たりまえ」に縛られて視野狭窄になりがちです。
今月号はまさにそのことに気付かせてくれました。非常に視点の幅が広がりました。
ありがとうございます。
(プランニング事業経営、東京都新宿区、K.O.様)

相変わらず、全体が、高レベルに纏まっていると思いますが、今回は、特に印刷ビジネスが参考になりました。この部分は、企業での裏方の部分ですが、非常に大事であると考えております。
(東京都葛飾区、K.M.様)

「波に乗るための具体的方法」が良かったという方からの声!

楽天日記を使って、小さい波を、大きくしていった様子が詳細にかかれておまして、非常に参考になりました。(起業準備中、学生、宮内哲平様)



<中山より> 先にステップを知っておくだけでも、同じ行動をとっても、実りが異なるものですね!

「起業して波に乗り続ける方法」で、立ち上げの際の具体的な流れ、心づもりがはっきりしました。確かに、今までいろいろノウハウ本ではさらっと流しているだけで、具体的な作業が分からず「こんなことかな?」と曖昧だったところです。

具体的な手順がはっきりイメージできないため、実行できなかったことがはっきり分かりました。
(学習塾経営、神奈川県藤沢市、H.Y.様)

行動を決意されている方々からの声！

今は本業の学習塾にてこ入れを最優先で進めたいと思っています。学習塾は成熟期に入っていますが、Eラーニングなど新しい形態も始めました。

また、通信教育（ベネッセ、Z会など）も攻勢に出てきているようです。成熟期でありながら再編期でもあるのだと思います。ここに、小さな塾の生き残り、さらには発展の余地があるように思っています。

（学習塾経営、神奈川県藤沢市、H.Y.様）

私は個人的には、アフィリエイト起業、スモールビジネス起業を追求しています。多少夢を見たいのもあるのですが、成功している人たちは確実にいますし、そのサイトの作り方のトレンドも、初期のアフィリエイターさんたちとは違うトレンドが流行りだしています。ようやくいまからが成長期だと思っています。2005、6年は、後発組のアフィリエイターである私も十分勝負できると思います、頑張っています。

もっと言えば、アフィリエイトとは少し違いますが、キーワードやカテゴリの分析次第では、ネットでのなんらかの代理店ビジネスも個人起業として十分稼げる土壌がまだあると思っています。

（起業準備中、福岡県大牟田市、A.B.様）



<中山より>

先日は、素晴らしいアイデアを共有頂き、有り難うございました。ぜひ、早急な成果を楽しみにしています！



<中山より>

個別ご支援をさせて頂いているクライアント様も、A.B.様と同様にアフィリエイトの可能性を感じておられました。今後、高成功報酬の商材も増えてくることで、戦略的に考えることで、高収益を狙えるのではないのでしょうか。

きっと事業化代行型になると思うのですが、「**開発事業**」とも呼べるようなものを考えています。昨今が増えてきています。（火付けは **化粧品** という化粧品で、わずか5年で上場、**億円**もの売り上げになっています）

しかしながら、大半の **市場**に出したいと思いつつも、せいぜい自分の **サイト**で販売するにとどまっています。事業にはなっていません。逆に事業になっているのは、化粧品専門メーカーが製造し、単には広告契約をしているだけ、というケースがほとんどです。

ただ、消費者にとってはこれだけ美容に関する情報が氾濫する中、基礎化粧品の選択の際、「本当に」 **開発**し、詳細な情報がついた商品であれば、非常に役立つはず。しかもみずから女性で、日常の診療で女性の肌を知る、皮膚科の女医さんの商品であれば、より説得力はあるのではないのでしょうか。

これまで私の本業の中で何人かの **お付き合い**があり、また一方で流通代理店（卸業）の方やOEM化粧品メーカーとのお付き合いもあるため、その3者が一体となった開発ユニットを組むことで、売れる **生み出す**ことができるのではないかと考えました。（ドクターが単独で考えた処方ですと、えてして市場のニーズとはかけ離れてしまうことがあるので、流通の人間が入ることで、その部分の是正が図られるかと思えます。なによりその人間が販売を担当するわけですから、「売れる」商品アドバイスをしてくれるはず）

あとは、自分の稼ぎをどこから生み出すかということですが、現時点では販売のバックマージン、広告業務、自分でサイトを作り（すでに **.com**（**ドメイン**）というドメインは取得しました）その通信販売による利益かな、と考えています。1~2件の事業成功事例が生まれれば、これまでに交流のないドクターへもDMなどで事業化提案ができるかなとも思っています。この事業、どうですかね。中山さん。

（企画マーケティング、神奈川県横浜市、M.I.様）



<中山より>

M.I.さん、いつも丁寧なご感想有り難うございます。今回のものは、掲載のご許可を頂いておりましたが、戦略的な部分が含まれていると感じましたので、重要箇所は隠させて頂きました。

ビジネスモデルとして、すごく面白いですね！お知り合いもいらっしゃるというところで、そこでのテストマーケティングと1~2件の成功事例をもとに、どんどん水平展開が容易に可能だと感じます。商品力9要素で見えていった場合、唯一気になりますのは、「**市場の成熟度**」でしょうか。既に上場している起業がいるということは、成熟度合いが高まっているということですので...。でも、そんな中でも新しい展開をお考えで、それが差別化要素にもつながるので、大きな問題はないのではないかと存じます。成果を楽しみにしています！

今回の前に創刊号、2号もバックナンバーで読ませていただき、質の高い内容をありがとうございます。私はこれらのアイデアを1日も早く試してみたい衝動に駆られております。

ただ、肝心の起業アイデアが追いついておりません。今までの読み一つ思いついたのが **を**を作成し販売するものです。基本的には手間削減、情報収集型の仕事です。各業界を粗く見たものなら自分にもできるかと考えました。そこで中山様にお聞きしたいのですが、2号のように立ち上げ段階の **を**を作成する場合、どれぐらいの要素を思いつけばよろしいのでしょうか？

誌上コーチングを読んでますと、とてもレベルの高い型ばかりですね。その人たちが、その後どうなったのが気になります。まとまりの無い文章ですいません。次回も勉強させていただきます。

（愛知県刈谷市、H.T.様）



<中山より>

もはや行動をしたくてたまらないという状況でいらっしゃるわけですね。何よりも、本誌は、アイデア発見のためにもお役に立てればと考えておりますので、これまでのご経験に、月刊e-Coachingの視点をかけあわせることで、ぜひ、新しいアイデアを発見頂けますと幸いです！

なお、ご質問の回答ですが、 **を**を作成する場合には、業界の成熟度が高いほど、要素の数はたくさん必要になりますね。そうでないと差別化要素が必要になってくるからです。ぜひ、進展を楽しみにしております。

本誌に対するご要望・改善点に関する声

本書の中でしばしば(ひょとしたら全巻かも)とりあげて事業の検証や発展性検討に使用される、「小資本ビジネスモデルヘキサゴン」は、常時巻末か巻頭に掲載されてはいかがでしょうか。

ちなみに私はパウチして常にカバンに携帯しているの
で、お話がでるとそれを引っ張り出して見っていますが。

なんといっても月刊C-coachingのベースとなる「7つの視点」ですから、都度都度目に触れるようにしたらどうか
と思います。

(企画マーケティング、神奈川県横浜市、M.I.様)

とりあえずありません。
(起業準備中、静岡県、T.W.様)

特になかったです。
(起業準備中、愛媛県今治市、T.M.様)



<中山より>

M.I.さん、いつも有り難うございます。確かにアイデア発想の核となっている「7つの視点」ですので、月刊誌内にも、視点一覧のようなものを掲載したいところですね。あとは、限られた視点との相談になってくるかと思います。今現在も、削除したくないとは思いつつ、執筆後に毎回10~20ページを削除しているような状況ですので、どのような形にするか、考えてみたいと思います。よいアイデア有り難うございます！

商品力9要素 チェックリスト活用法も面白いのですが、

「6)購買頻度」は商材を考える上で、リピート性は重要な要素ですよ。

新規顧客を得る営業費と、リピートの場合の営業費は何倍も異なるので、通販なんかは、リピート性が重要事項とされていると思います。(誌上公開)コーチングでも情報商材にリピート性を加えるメリットが書かれています。リピートのない商材では、別の売り方があると思いますが、購買頻度が低い方が評価が高いのはどうなん
でしょう。

「9)効果の差別化力」

商品の差別化力があれば良い商材なのはあたりまえですが、このチェックリストは、該当商品に差別化力があるかどうか、ですか? 「差別化の度合いが大きい」というのは、商品のジャンルが差別化が大きいかどうか、と読めるのですが。そうだとすると、成熟度合によりますが、例えば成熟して、差別化の度合いが大きいジャンル、とすると、参入が難しい、という事になると思うのですが。

(建築家、代表取締役、東京都中野区、森岡篤様)



<中山より>

「9要素」については、もう少し補足説明が必要そうですね。

特に、「リピート性」については、議論が分かれるところかと存じます。私がリピート性が低い方が評価が高いと設定しているのは、「リピート性」が高い商品分野では、リピート受注獲得のために絶え間ない努力がなされていることが多いので、参入障壁が高いからです。そう考えると、新規参入して成功しやすいのは、リピート性が高い分野というよりも、購買頻度は少なくとも初回購入の際の粗利額が大きい分野の方だと考えられます。とは言え、リピート性が高いにしても、新規参入の障壁が低いような分野であれば、望ましいですね。

なお、私が最もおいしいと思うのは、通常はリピート購買されないものに、リピート性を付け加えることです。例えばその一つが、第4号の「会社設立代行会社の毎年の会社メンテナンス・サービス」でした。また、情報起業の場合で言いますと、マニュアルやビデオを初回数万円販売して終わりにするのではなく、その後の定期的(毎月、四半期ごと等)な情報配信というリピート構造も付加できると考えられます。

少し補足説明が分かりにくいかもしれませんが、今後、個別にご連絡させて頂きたいと思います。ま

これまで、おおざっぱな概念で習得の流れは、まずノウハウ取得 必要なスキル ツールという認識でしたが、ノウハウについては、ノウが主でハウについては自分に合わなかったり、オリジナルにもっていくのが難しいと感じていました。

逆にツール スキル ノウハウの流れの方が、特に初心者には身につけやすいのではないのでしょうか。チェックリストやパーセプションマップ等をやってみて感じました。

(東京都葛飾区、K.M.様)

今回の商品力9要素 チェックリスト活用法のように内容のまとめた図、表、要約などがあると整理、活用しやすいです。本当は自分でできるのが良いと思いますが。

(愛知県刈谷市、H.T.様)



<中山より>

やはり、ツールがあると、活用しやすいもの
なのですね! 過去にご提供したノウハウ類
も、より使いやすい形にまとめ直してい
きたいです!

アンケートにご協力くださった方々、どうも有り難うございました!

誌面の都合上、全てのご感想を掲載できておりませんこと、お許し頂ければと存じます。

もちろん、全てを拝見させて頂いておりますので、どうぞご安心ください。

今後も、より良質の情報をお届けするためにも、ぜひ、アンケートにご協力頂けますと幸いです!

本当にどうも有り難うございました。