

月刊e-Coaching第8号を ご覧の方からお寄せ頂いた感想

メルマガからこの「e-Coaching」までお世話になって、早1年が経ちました。いつもすばらしいコンテンツの提供、ありがとうございます！！

中山さまの存在をもっと多くの人に知って頂きたいと思う反面、あまり知られては困るなど、思ったりもします。(笑) それだけ、このコンテンツが貴重であるという事です。

中山さまのコンテンツを拝見する時は、いつもそのための時間をしっかりと取って集中するように心がけております。逆にそうしなければ、頭に汗をかくことができないからです。経営者たるとも、そのような時間が取れないようであれば、失格であると思っております。

アンケート<7>での「過去の中で最も良かったものは何号か?」という質問では、1つしか答えられませんでしたので、あえて「創刊号」を上げましたが、私の中では、創刊号から第3号までが、1セットとなっております。これらの号は、「起業・新規事業」に関するバイブルだと思っております。(個人的な思い入れでは、私のメールを引用して頂いた第5号がうれしかったです)

「インフォレビュー」に関しましては、正直申し上げまして、とても衝撃でした。このようなサイトの存在を全く知らなかったからです。(早速アクセスして、このe-Coachingについても、レビューさせて頂きました)

自社HPや広告などでは自社商品に関する「お客様の声」を掲載する例はありますが、第三者的な立場でのレビューというのは、良い・悪いの両面が掲載されている為、商品を購入する際には、かなり参考となるのではないかと感じます。

このサイトを見て、すぐさま活用できる範囲を考えてみました。私は保険のエージェントという立場から、に関するレビューサイトなんて、面白そうだなと思いました。

(駅前ゴンドラ 権田浩晃様、保険エージェント)

<中山より>

権田さん、1年間、どうも有り難うございました。特に権田さんからの強い推薦がなければ、私自身が「月刊e-Coaching」を発行を決断できなかったかもしれませんので、なんと感謝申し上げて良いかわかりません！

また「創刊号から第3号までが、1セット」というお言葉には、びっくりしました。なぜならば、ちょうど「月刊e-Coaching第9号」で、まさにそういったこれまでの情報配信の流れを執筆させて頂いている際に、権田さんからそういったご感想がメールボックスに届いたからです。そういった「共鳴」には、いつも私も驚かされております。

なお、私自身の今の務めは、私自身や月刊e-Coachingが有名になることではなく、引き続き、「具体的な成果を上げて頂くことが可能なコンテンツ」を提供し続けることだと考えています。確かに、本誌の効果を感じてくださる読者様は多数いらっしゃるかとは思いますが、でも、それ以上に、具体的な成果を得て頂く方がもっと増えるよう、あともう一步の努力が必要だと感じております…。さらに痒いところに手が届くよう、日々精進したいと考えております！

<中山より>

佐藤さん、毎回アンケートをどうも有り難うございます！

ここまで情報起業が騒がれつつも、海外の状況をきちんと見て、今後どういう流れが来るのかを予測している方はまだまだ少ないのではないかと感じています。

だからこそ、佐藤さんが言われるように、チャンスがあるの shouldn't でしょうね！

インフォレビューは確か「平成・進化論。」で広告が出たときに初めて訪れた記憶がありました。「こんなサイト、あったらいいな」と思っていたところに忽然と現れた、という印象を持っています。

情報起業に強い興味を持つ私としては、今回のインタビューでこの業界の現時点での雰囲気や今後の展開の見通しに関しての有益な情報を得た、と感じました。

具体的には、「米国での情報を購入することへの浸透」と「日本での矮小化してしまっている市場性」とのギャップに、自分のポジションを決めるヒントが隠されているような気がします。

(佐藤健二様、石川県金沢市)

いろいろなアイデアが思いつくにつれ、どんなアイデアでもニーズさえあれば稼げると思ってしまうがちです。特にアントプレナーコーチングを購読させていただいてからは、読み進めるにつれ、いろいろなアイデア（大したものじゃないですが・・・）が浮かんでくるので、いくらでも起業できる！と思ってしまうがちです。まるで誘導尋問ですね。（笑）本当にすごいです。

しかし、今回のインフォレビューの内容、つまり、1をいかに10まで持っていくかという話でハッとさせられました。それは、市場のライフサイクルが非常に重要であること、そして、立ち上げ後、先手先手を読んでおくことが必須であること、の2点です。

もちろん重要なのはこの2点だけではないですが、この2点は中でも非常に重要なことに思えます。一見非常に単純なことですが、意外と忘れがちなものなんですね。このことを気づかせていただいた。それが今回特に良かった部分です。

レンタルビデオ事業のビジネスモデルは、1年ほど前に私が考えていたビジネスモデルと少し似ていました。それにしても、こういうビジネスがかなり前からあったんですね。本当に勉強不足を痛感します。

ちなみにどんなビジネスだったかと申し上げますと、大手レンタルビデオ店が出店できないような地域において、大手レンタルビデオ店が持つビデオの在庫を預かり、地元のコンビニ・スーパー・商店などのチャンネルを利用してレンタル事業を行うというものです。この場合、私は、レンタルビデオ店と地元商店などの仲介をすることになります。つまり、地元の商店などを組織化するとも言えます。どんなビデオを置くかは検討の余地ありですが、これであれば、在庫は一切ないですし、レンタルビデオ店、商店に15%づつマージンを渡したとしても70%残ります。

これ以上は深く検討しなかったのですが、通販があるのであれば、すこし弱いビジネスモデルかもしれませんね。以上、お恥ずかしいですが・・・。
(金井様、東京都江戸川区)



<中山より>

「誘導尋問」という言葉には、つい嬉しくて、私も笑ってしまいました。なるほど、そのようにまでお感じなものなのですね！（ただ、実際のところは「誘導尋問」ではなく、体感頂いているのはコーチング的な思考プロセスそのものとなります。）

なお、市場に求められているものであれば、それがどんな些細なものであったとしても、ビジネスとして成立させることが可能だと私は考えています。ただ、単にビジネスとして送りだせるのではなく、そのビジネスを長期に渡って継続させたり、大きなビジネスに発展させていけるかどうかは全く別ものだと考えています。

金井さんにそういった面を読み取って頂いたこと、とても嬉しく思っております！（ところで、過去にお考えになったアイデア、とてもユニークですね！）

インフォレビューの記事にあった競合対策は、どの企業にも必要不可欠なことなので、とても興味深く拝読致しました。

ソニーのウォークマン小型化による競合対策が紹介されていましたが、実に絶妙な対策ですね。自社の強みである技術力を競合対策に応用した好例だと思います。競合対策を行う場合は、想定されるあらゆる競合シーンをシミュレーションして、今やるべきことをきちんと行い、将来の強み（参入障壁）に繋げる必要性があると痛感致しました。まあ、ホリエモンのようにいつも「想定範囲内です」ってカッコよく言えるようになって感じでしょうか。（笑）

競合対策で気付いたことですが、逆に言えば十分な対策を取っていない業界に新規参入すれば、一気に市場独占も夢ではないかもしれませんね。大手企業のいない中小零細企業ばかりの業界に目をやると、そういう業界が見当たるかもしれません。今の大型家電量販店が存在しない時代の町の電気屋さんなんて、まさにそれですね。

それと、競合対策をしている業界の中で新規参入する場合でも、適切にポジショニングして、まずはニッチな市場から攻めれば、うまくいくと思いました。競合対策というキーワード一つを取り上げても、色んな視点が持てて楽しいです。

(通信販売業、代表、近藤様、愛媛県新居浜市)

<中山より>

近藤さん、非常に的確なご感想を、どうも有り難うございます！

上記のご感想に目を通すだけでも、多くの方が学びを得ることができるのではないかと思います！！



1を10にするための戦略で、地道な活動こそが成功の秘訣だと感じ、良かったです。そういった行動をしていく必要があることと、常に先の手を考え行動していくことの大切さがわかり、起業時の心構えを学べました。

ソニーのウォークマンの話を知ると、ある業界が売れているからという理由で、いきなり同じ土俵に入って勝負すると、よほどのことがない限り、追いつけないですね。

別のことで付加価値を確立してからなら、それが差別化にもなり、勝負ができる。いきなりやりたいことをやるよりも、ニッチから攻めるという考えももてました。

(鳥居様、愛知県刈谷市)

<中山より>

鳥居さん、毎回、深い内容のご感想をどうも有り難うございます。別途、頂いたビジネスのアイデアも楽しんで読ませて頂きました。

近々、お会いできるのを、楽しみにしています！

いつもですが、考えている流れが非常にわかりやすく、参考になってます。足場を固めて、参入障壁を創っておいて、人が真似しようと思って参入しようと思っても参入できないという状態にする、という発想が全く抜けていたことに気づけました。

(I.N.様、横浜市青葉区)



<中山より>

Nさん、ご感想どうも有り難うございました！

本誌では、「独り勝ち」できるビジネスモデルに特化して考えているだけに、結果として、将来、負われる立場になるビジネスを考えているとも言えます。

だからこそ、「真似する人が現れる前に、真似する人が現れたらどういう手を打つかの準備をしておくこと」が、とても大切なことだと感じています！



<中山より>

永田さん、先日は楽しい時間をどうも有り難うございました！

起業において重要なことはたくさん有りすぎて、全く書き尽くせてはおりません。

今後も、徐々に徐々に、お伝えできる範囲を広げて参りたいと考えています！

これまで、折に触れて書かれることはあっても、正面切って取り上げられることがなかった「メンタル」と「競合」がかなりの紙面を割いて記載されており、興味深く読ませていただきました。

特に競合については、これまでは、0を1にする段階での「ハードルを解除する」=参入障壁になるという観点で、いわば起業前の段階での競合対策といったものが書かれていたと思いますが、今回は起業後の競合対策が書かれており参考になりました。

本誌第2号の農耕型マーケティングで「雑草」にたとえられていた競合がついに出てきたという感じですが、さらに詳しく解説していただけることを楽しみにしています。

第6号に記載されているマインドマップの表紙の一部や、今月号での嶋田さんとの会話を見ると、中山さんの場合目標設定や達成するための行動の管理についても非常に独創的な考え方をされているように感じます。

マインドマップをじっくりと見てみましたが、分かりません。個別の項目はなんとなく分かるのですが、その構造が分からないという感じです。中山式の基本的な考え方を是非解説していただきたいと思います。(起業準備中、熊本県上益城郡、永田泰明様)

最もエキサイティングだったのは、やはり「インフォレビュー」に関する記事の中での、もしも中山さんが競合サイトを立ち上げたとしてら、それにどう対処していくかというくだりです。

自分が嶋田さんの立場だったらどう答えるだろうと考えながら読みましたが、中山さんのことを些少なりとも知っている身としてはこれほどの脅威はありませんから。

でもおかげさまで、こういった数手先まで読んだ状態で臨むことの重要性をストーンと腑に落とすことができました。

(ぱてしえプランニング 代表 奥田和夫様)

<中山より>

奥田さん、先日のインタビューでは、大変お疲れ様でした！ やっぱり、大量に飲んでしまいましたね...。(笑)

競合が現れたときの様子を視覚化して疑似体験しておくということは、とても大切なことだと思います。ただ、いくら準備をしても、心安まる日は少ないものですね...。まさに、経営者の宿命といったところでしょうか？

「もし競合が現れたらとしたらどうする？」には、思わずゾッ！としました。(笑)

「前もってそういう活動を先手を打って行っていく必要がある。」自分のビジネスを要塞化するところまでは、考えが及びませんでした。

(鈴木康夫様、山形県米沢市)



<中山より>

鈴木さん、いつも有り難うございます！ 特に鈴木さんは、完全なる独り勝ちビジネスモデルをお考えだけに、そのようなご感想をお持ちになられたのだらうなあと感じました。

少し落ち着きましたら、鈴木さんのビジネスでも、競合が現れた場合のシミュレーションを検討してみまじょうか？ 楽しみにしております！

5. 第8号をご覧になって、特に良かったと思う点、浮かんだアイデアをコメントしてください。

いろいろありまして今号を読むのが今頃になってしまいました。インフォレビューの嶋田さんにはお会いしたことがあったので、冒頭からとても興味深く読ませて頂きました。どうしても、うまい題材を見つけて、楽しんでたくさん稼ごうと考えてしまいがちですが、何事も地道な泥臭い努力が欠かせないことを改めて認識しました。私は現在...
(起業準備中、T.W.様、静岡県駿東郡)

<中山より>

Wさん、いつもお忙しい中、ご感想をどうも有り難うございます！

おっしゃるとおり、つい「ああ、短期間にウハウハになったらいいのに...」と思ってしまうものですが(私も含めて..笑)、いくらそう思っても全く前に進まないんですよ。

一発逆転のようなムシのいい話を期待せず、自分の力を正しく認識して、着実に一歩一歩進む気持ちは、とても大切なものだと考えております。



じつは、「おわりに」が一番共鳴しました。

「多くの方が言われるようにスピードは大切なものでしょう。でも、それは急ぐべきときに急ぐことが重要という意味であって、急ぐべきでないときにも急ぐことであるという意味ではないことは確かだと感じています。その区別をしっかりせずに、画一的に捉えていることによって起こっているのが、最近マスコミを騒がせている事故のような気がしてなりません。」
(月刊e-Coaching第8号57ページ)

まさにその通りだと思います。起業の本やその他啓発本にお決まりのように出てくるスピードのテーマですが、まさに中山様のおっしゃるとおり、画一的に捕らえることのキケンさについて論じる人のなんと少ないことかと思います。

私はソフトバンクの孫正義さんを尊敬していますが、彼も起業前に様々な視点から100以上の起業アイデアを検証し点数化してソフトの流通業を選ばれたようです。その検証期間も1年以上。そのあとの展開スピードは、皆さんご存知だと思いますが、まさにそういうことなんですよ。
(有限会社イー・グルーヴ 代表取締役 加藤一郎様)

<中山より>

上記ご感想で加藤さんに引用頂いた文章、実は、私が第8号の中で最も「魂」を込めた場所だったのです！「魂」とは、本当に届くものなのですね。すごく嬉しい気分です！

実際1のステージに立った方が、どんなことを考えているのかが、よく分かりました。

自分が今、0 1の過程にいる中で、1以降の展開について、どのように見通しながら、0からの発想をしていくのか？無駄足だけで終わってしまうような気がして、不安ですし。

本当は、そんな事を考えず、思いつくものをどんどん立ち上げて、1以降の展開に持ち込めそうなものだけを展開していけばいいのかもしれませんが、現実問題として、そんなに豊富に時間は無い！...

結局は手足がすくんでしまって、ゼロのまま停滞してしまっています。そんな段階で、もがいてしまっています。この手足がすくんでしまっている段階を、はやく突破したいのですが...

(Y.A.様、愛知県刈谷市)

<中山より>

Aさん、ご感想どうも有り難うございます！第8号の「おわりに」の内容にも関わることですが、必ずしもすぐに行動を起こせば良いというものではないと、私も考えております。

やはり人それぞれに応じて、学ぶ時期もあれば、思索する時期、ビジネスの基礎を徹底して固める時期、バリバリ働く時期...と分かれるものだと感じております。Aさんとしては、今はどういう時期だとお感じでしょうか？

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。でも、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！
ご回答くださった方々、本当にどうも有り難うございました！とても励みになりました！！