

月刊e-Coaching第19号を ご覧の方からお寄せ頂いたご感想

今月の表紙を飾って頂くのは、中園勲さんです！

中園 勲様(神奈川県)

中園さん、おめでとうございます！ 事前に何の連絡も無しということで、驚かれたかもしれませんが、今月の表紙として、ご感想をご紹介させていただきます。

今回は、お送り頂いたご感想の数が、なんとどのいつもの3分の2程度でした。(涙) ゴールデン・ウィークの関係でお届け日が中旬頃になってしまったせいなのか、少し精神論めいた話が多かったせいなのか、特別付録が魅力的だったせいなのか…。

そんな中でも、お役に立てて頂けているという感想を頂けることは、私の何よりも励みです。ぜひ、本誌の手法も、既にお使いの手法と上手く組み合わせ、ご活用頂けますと幸いです。どうも有り難うございました！

潜在ニーズを発見すること→アイデアの核融合が必要であり、内観と外観のかけ合わせによりアイデアの核融合が可能になるという点が非常に参考になりました。

私はこれまで自分の棚卸し的なことは本などを参考に何回かやってきましたが、次の展開につながるようなアイデアを得ることができてませんでした。

それは内観という1つの軸しか見ていなかったためだったのかもしれないと思っています。外観というもうひとつの軸を掛け合わせてアイデアの核融合を実感してみたいと思いました。

18号、19号と両方通して読んでみましたが、理解しやすかったです。18号19号と読ませていただいて感じたことは、何事にも『型』があるんだな～！ということでした。

発想という形の無いものを形にするということは、何らかの型にはめ込んでいく作業をするということとほぼ同じのように感じました。突き詰めていくと基本が大切ということなんですね！

0→1にしていく際の基本を月刊e-Coachingを通して自分の型にしていきたいと思います。

<その他コメント>

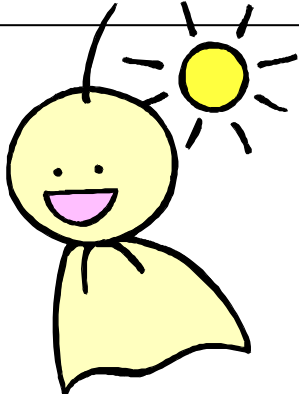
メモを取り→そのメモを忘れずに指定された箱に記録することの重要性を強調されてましたが、是非習慣化したいと思います。

実は先月からGTD (Getting Things Done)という手法が頭をすっきりさせることができるとの事実践しているのですが、中山様が今回書かれている内容と一致する面が非常に多いのに気がつきました。

GTDの中にはブレンスストーミングの重要性がかかれてましたが、GTOの仕組みの中にうまくフィットしてませんでした。中山様の箱をつくりそこに記録していく方法を採用するとすごくうまくいきそうです。

GTDについては『仕事を成し遂げる技術』デビッド・アレンという本が日本語訳で出てますが、訳がすごくてなかなか理解できませんでした。『LifeHacks Press ライフハックプレス デジタル世代のカイゼン術』という雑誌がわかりやすかったです。

(中園勲様、神奈川県)



<中山より>

中園さん、お役に立てましたようでとても嬉しく思います！

私の方法も、絶対唯一のものではないかもしれませんが、自称、世界一の超左脳型の人間である私でもできることですので、この方法で発想が出ない人など存在しないのではないかと思います。(笑)

もちろん、向き不向きもありますので、そっくりそのまま使う必要はないと思いますし、中園さんのように、ご自身に向いている手法と結びつけて使われるというのは、素晴らしいことですね。ぜひ、具体的な成果が得られますこと、願っております！

なお、Getting Things Doneという手法については、私は勉強不足で知りませんでした。情報提供、どうも有り難うございます！

起業のアイデア発想については、18号だけでもでも充分、と思いましたが、さらに19号でより具体的に、また、「切り口」という要素もあり、これで何も浮かばなかったらウソ、と今思っています。

18号で実際マトリクスを作ることをやってみて、縦軸と横軸のとり方でうまくいきやすい時と、そうではないことがあるな、と思ったのですが、その点を19号で解説いただいたので非常にありがたかったです。ただ、マス埋めていくときに、スッとアイデアが浮ぶところとなかなか出ないところがやはりありました。

その後1つ1つ掘り下げる作業もあるので、出ないところはある程度考えたら出ないままで次のマスに移り、出やすいところ優先で行って行きました。

でも、ひょっとするとこのなかなか出にくいところを考えるのがより「核融合」になるのかな？と、なかなか出ないところにこだわるべきか、こだわらざるべきかちょっと迷いました。

この方式でアイデアを増やす方法は、このように出にくいところをそれでも出す、ということと、縦軸・横軸を増やす、の2つだと思います。

回数をこなしてやってみればわかることかもしれないので、とりあえず、どちらも試してやるつもりですが、より効果がある方というものがあるものなのでしょうか。

もしこの点で何かアドバイスがあればお教えいただければと思います。

(T.S.様、宮城県黒川郡)

切口の例と読むと納得します。自分でやるとマトリクスはなかなか埋まりません。あまりにも画期的なアイデアをためている部分もあります。書いて練習して書いて練習しての繰り返しでしょうか。

仙 寿夫 上記内容を今後、月刊e-Coaching等に掲載しても宜しいでしょうか？
掲載しても良い 姓だけなら良い イニシャルなら良い 掲載不可

(仙 寿夫様、東京都)



<中山より>

T.S.さん、仙さん、いつもご感想どうも有り難うございます！今回は、このようになかなかマトリクスが埋まらないが…という質問をたくさんの方から頂きました。

おっしゃる通り、埋まるところと埋まらないところがあってもおかしくありません。そして、あえて無理矢理埋める必要はないと考えています。大切なのは、埋まったときに、「あっ、これとこれをつなげるとこういうアイデアが生まれるんだ！」と感じる体験を積み重ねることではないでしょうか？ 目的は、マトリクスを全て埋め尽くすことではなく、「核融合」を起こすことです！ マトリクスはその経験を積むための手段にすぎないのだという位置付けでご活用頂きますと幸いです。

アイデアの核融合の続編ですが、相変わらずの分かりやすい内容でした。

「様々な発送のための切口集」は、以前読んだコトラーの「マーケティングコンセプト」の内容と重なるものがあるような気がするのですが、e-coachingの方が断然分かりやすいですね。六つの切口の後の、さらに細分化された切口が「すごい！」の一言です。

<中山への質問・提案>

「立ち上げ手順」について、一つ解説をお願いしたいことがあります。

数年前に、道路交通法の改正によりチャイルドシートの着用が義務付けられました。このときは、法改正により特需が発生したわけです。

仮に、この時に、チャイルドシートを販売して起業しようとした場合の、中山さん流の立ち上げ手順の解説をお願いできないでしょうか。

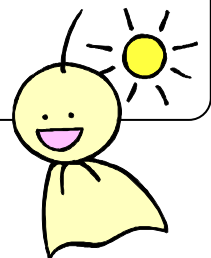
このように、何かの理由で、これまで普通に売られていた品物の特需が発生するという事は、時々あると思われまますので、これを利用して起業するというのも、特に起業アイデアが浮かばないという人には有効な方法ではないかと思うのですが、いかがでしょうか。

(起業家 永田泰明様、熊本県)

<中山より>

永田さん、いつもご感想どうも有り難うございます！大企業向けに書かれている事例も中小企業向けに書き直すと、かなりお役立て頂けるようですね。

ところで、面白いご質問どうも有り難うございます。来月号の中でも、ぜひ書いてみたいですね！



まず、マトリクスで考えることの重要性。そして、書き出すこと大切さ。

書き出す。記録する。は、解ってはいるがなかなか出来ないこと。自分が一段上にいけないのはこの習慣がないことにあると改めて気づかされました。

<中山への質問>

ブルーオーシャン戦略」読んだのですが、あまり理解が出来ませんでした。実際、どのように市場を広げることが出来るのか？切り口の引出しが少ないのですね。

(H.H.様、東京都世田谷区)

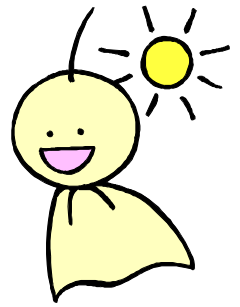
<中山より>

H.H.さん、鈴木さん、いつもご丁寧な感想、どうも有り難うございます！

私の中では、どうやら、ブルーオーシャン戦略については、本が非常に素晴らしく、それを読みさえすればすぐにでもフル活用できるようなものだと勝手解釈をしてしまっていたようです…。

やはり、事例が大企業のものばかりなので分かりにくいのでしょうかね。

改めて、何か月刊誌の中で企画を組んでみようかとも考えています。どうぞご期待ください！



教育可能なことと教育不可能なことの境界線として、そもそもの前提条件は「成し遂げるということが自分の中で当たり前になっている状態」である。その上で育成可能なスキルを習得することで成果を出していく。

これは、私が答えを見出せないで自問していた「気付かせた責任をどう捉えるのか」について、明快な回答ですっきりした感覚を持ちました。中山さん、ありがとうございます！

もちろん自分自身の問題でもありますが、これからビジネス展開していく上で、どのようなビジネスであっても相手の問題解決に関わることですから、気になっていることでした。

前号で、来月号の予告として「ブルー・オーシャン戦略」に触れてましたので、購読予習して当月号を楽しみにしてました。(笑) 切口集は、発想を広げていく上でとても参考になる視点となりました。ただ、エッセンスのみでしたので少し残念です。

個人的に知りたかったのは、こういった書籍をどう解釈して活用するのかを私と中山さんとは、何ほどのくらい違うものなのか？具体的に知ることでした。起業を意識するようになってから、購読する書籍も変わりましたが、なかなか具体的に活用するまでにはなっていません。

自分の中に消化されて、自分の言葉で語られるように、そして、実践できるまでに昇華させたいものです。ぜひ、特集を組んで頂きたいと思います。

(鈴木康夫様、山形県)

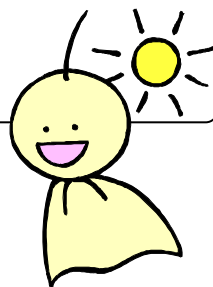
毎号内容のある特集を組んでいただいているので、楽しく読ませてもらっています。十分居酒屋1回分以上の価値があります。

アイデア創出は資料を確認しながら、早期に身につけていけばと考えています。

(齋藤益弘様、東京都)

<中山より>

齋藤さん、とても「ほっ！」とすご感想どうも有り難うございます！でも、今後、私が弛んでいる様子が見られましたら、ぜひ、カツを入れてください。(笑)



発想のための6つの切り口がたいへん参考になりました。何かを企画する時、どうどう巡りで考えがうまくまとまらないことも、このようにまとめていただくと、思考する上で突破口を見つけやすいです。

(武道様、富山県)

今月号より定期購読を開始させていただきました飛田です。今号は前号を読まなければ、今ひとつ話がつながらないのかと感じました。

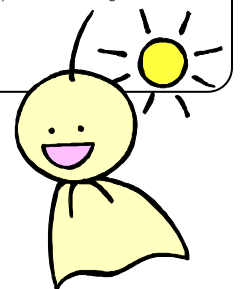
しかしながら、書く事により目標をより明確にするということを改めて実感しました。今まで自分は、頭の中だけでシュミレーションしていましたが、頭だけでは「すぐ忘れる」「妄想に近い」「そう、うつ状態」に陥りやすく考えがいつも持続しませんでした。

いまからは思いついた事はすぐにメモなり書き込みができるようにし、何度も検証、確認しながらアイデアを出して生きたいと思います。

次号も期待しております。

つたない文章で申し訳ありません。

(飛田様、茨城県)



<中山より>

武道さん、飛田さん、どうもはじめまして！第18号をご覧ではない状況では、さぞかし理解がしにくかったのではないかと心配しています。ご迷惑をおかけしました…。が、それでも、お役に立てましたようで、嬉しく思います。

切口を利用し、思い付いたアイデアを蓄積し続けることで、ぜひ、「これぞ！」というアイデアを発見頂けると幸いです。

私も何か頭に浮かんだらすぐにメモれるようにあちこちに紙の小片をクリップで止めて置いていたり、メモ帳を持ち歩いたりしているのですが、あるものは思いついたものを項目ごとにA4の裏紙に書いてファイルしたり、また他のものはパワーポイントで作ったりとばらばらで、そのうちどこに何を書き留めたのか記憶も薄れアイデアが散逸し放題だったのですが（苦笑）、今回の中山さんの例を拝見し、少々面倒でもきちっとパソコンで管理しようかな？と思いました。

それから、寝ているときにアイデアを思いついたときの私の対処法ですが、私のベッドは壁にそって置いてあるのですが、その壁の頭の近くのところに50×40センチくらいのホワイトボードをくっつけています。

そして寝ていても思いついたらすぐに暗闇の中でボードに書きます。

これですとメモ帳を探している間に眠気がどこかへ行って、眠れなくなることもなく、ボードに書いたらまたすぐに睡眠に戻れますよ(^_^)

また、アイデアツリーのソフトをご紹介いただいたのは大変助かりました。

以前マックを使っていたときは、アクタ7という同様のソフトを使っていてそれを非常に気に入っていたのですが、ウィンドウズにしてからそれがなくて不便を感じていたのです！

ほんとうに助かりました！ありがとうございました！

<中山への質問事項>

私も顧客管理をアクセスでしようかと考え、何社かにデータベースを組むことについて問い合わせをしましたところ、「アクセスは数千件入れると不具合が発生する」と回答してきたところがあったのですが、その点をどのようにお考えですか？

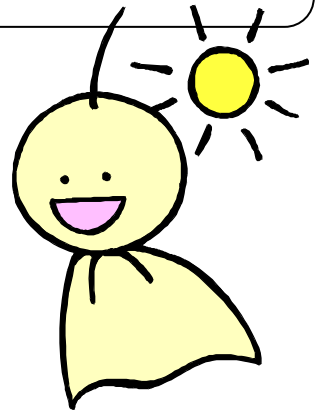
(会社経営 代表 鈴木様、奈良県)

<中山より>

鈴木さん、いつもご感想どうも有り難うございます。そのホワイトボードの活用法、すごく便利そうですね！家族の許可が得られたら(笑)、試してみたいと思います。

あと、アクセスの不具合の件ですが、どんなデータベースを作り、どんな環境下で使うかによってトラブルが発生するかどうかは変わるのでないかと思います。特に、サーバーにアクセスのファイル置いて、同時に数十人がファイルの更新を行うとトラブルが起こりやすいとはよく言われています。普通の起業家の場合は、初期段階から、そういう環境になることはまずあり得ないと思いますが…。

なお、私は1万件以上のお客データアクセスで1年以上に渡って活用していますが、不具合が起こったのはゼロ回です！ちなみに、アクセスに移行する前のエクセルでの管理のときには、データ数は1000件程度だったものの、2~3回程度不具合が起こり、ファイルが破損して開かなくなったりもしました。アクセスと同様、エクセルにもかなりの数のバグがあるので仕方ないですが…。こういうリスクはどんなソフトを使うにしても、覚悟はしておき、リスク回避のための施策を打っておくということが重要なのもかもしれませんね！



<中山より>

赤堀さん、ご感想どうも有り難うございます！

ご質問の件ですが、もしインターネットで販売することをお考えなら、インターネットでの市場動向を調べてみる必要がありますね。例えば、「ふぐ」の場合ですと、月間検索回数が9013回、入札件数16件、最高入札単価109円(以上、Overtureのデータ)です。まだ競争が激化しているわけではないですが、市場が小さい割に入札数は多い…。

また、そもそもどんな人に対してサービスを提供するかが問題になってきます。ふぐを購入するのではなく、ふぐの情報を欲しい人はどんな人なのか？少なくともマーケットは小さいですから、例えば、少数の人に超高単価(数十万円~)の商品を提供するというビジネスにしていく必要性がありそうですね。少しでもご参考になりましたら幸いです！

下関の赤堀です。発想法面白く拝見しました。

下関名物ふぐと水揚げ日本一のあんこうを全国に発進しようとしていますが、「情報起業」として発進できないか模索してます。

ヒントになるアドバイスがあればご指導いただければ有難いです。よろしくお願ひします。

(赤堀理容院 店主 赤堀哲朗様)

■月刊アントレプレナー・コーチング第20号への感想をお待ちしております！

第20号の「お客様の声」は、来月号第20号と一緒にお届けする予定です。大変、お忙しいとは思いますが、ぜひ、このアンケートという「アウトプット」の機会を利用し、今後とるべき行動を明確にして頂けますと幸いです。素晴らしい感想につきましては、来月の「表紙」として飾らせて頂きます。なお、アンケート・ご感想は、同封のアンケート(特別付録)あるいは、下記にてお願い致します。

→ <http://www.e-coaching.co.jp/ec/eqt20.html>

<「今月の表紙」企画とは？>

お送り頂いたアンケート(ご感想)の中で、最も「価値ある気付きを得られていると考えられるもの」、「確実に成果のある行動に落とし込まれていると考えられるもの」、「他の読者さんにとっても、学びがあると考えられるもの」を毎月お一人様だけ選ばせて頂き、この「月刊e-Coachingをご覧の方からお寄せ頂いたご感想」の表紙にてご紹介させていただきます！

そして、無事、表紙を飾って頂いた方には、賞品として**個別面談1時間(税込10,000円相当)のサービスを無料で1回ご提供**させていただきます！(ちなみに、「そんなもん、いらんよ！」という方は、どうぞご辞退ください…。)表紙を飾れるのは、1人1回まで、といった制限は一切ありませんので、遠慮なく何度でもこの機会をご利用頂ければと存じます。