

次のステージに行くと決めた
起業3年目の方へ

時給から使命給へ 人生ストーリーをお金に変えよう！

使命給ビジネス

星野紘子



月30万円を安定して稼ぐ
オンラインビジネスの仕組み

Be real rich on my mission in life

ごあいさつ

この小冊子を手に取ってください、ありがとうございます。

星野 紘子です。

この小冊子では、私が提唱・実践している「使命給ビジネス」のエッセンスをお伝えしています。

あなたとご縁をいただけましたこと、心から感謝申し上げます。

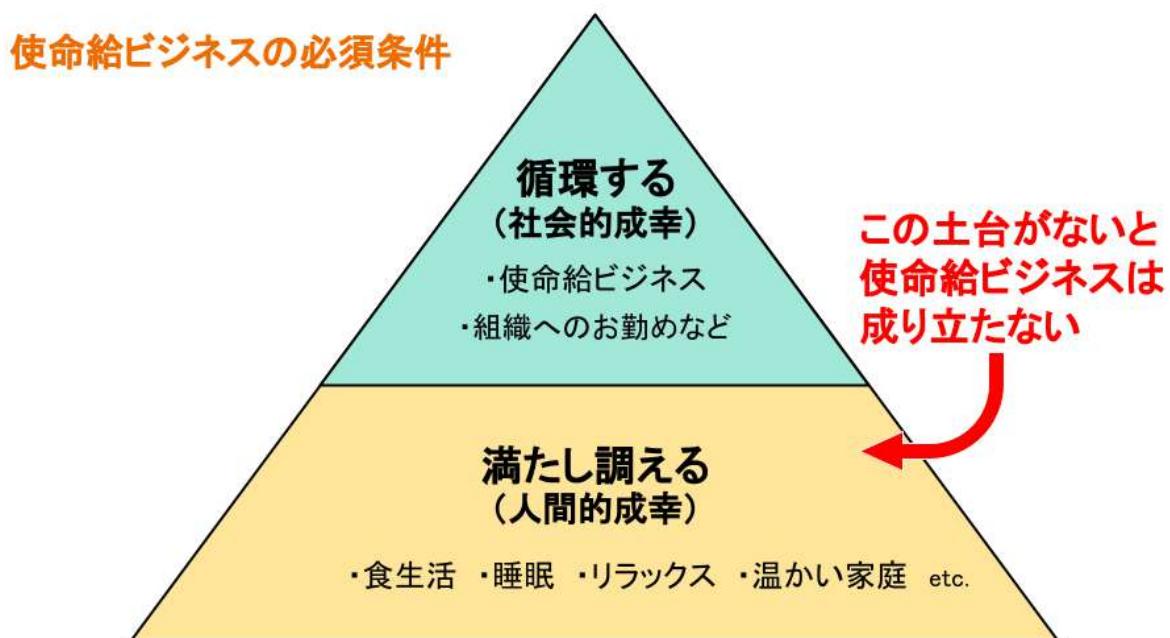
使命給ビジネスとは、

- オンラインで完結
- 月30万円を安定して稼ぐ仕組みを作り
- 大切な人を大切にする

というビジネスモデルです。

ただ、使命給ビジネスの説明をする前に、最も重要なことをお伝えします。

図解しましたので、ご覧ください。



単にお金を稼ぐ仕組みではなく、生き方そのものを再構築するのが使命給ビジネスです。

その土台は満たし調え（みたしととのえ）。

- 食生活
- 睡眠
- リラックス
- 温かい家庭

自己対話、自己理解、自己表現、他者理解を含みます。

（自己理解、自己表現、他者理解については、後ほど詳しく説明します）

自分の基盤が調和してこそ、ビジネスは上に乗っかります。

けれど以前の私は、この基本的なことをわかっていませんでした。

ビジネスを始めて大きなお金が入るようになり、
私は自分が"うまくいっている人"だと勘違いしました。

あるお客様がいて、私を家に定期的に招待してくださるようになりました。

駅まで迎えにきてくれて、至れり尽せりでした。

当初私は、クライアント様が純粋に嬉しくて、そうしてくださっていると思っていた。

自分のビジネスがうまくいっている証拠だと思っていました。

実際にビジネスに取り組まれ、ある程度のラインは超えたものの、
本当はもっと成功したいんだとその方はおっしゃったんですね。

毎日発信したけれど、もっといい結果が出てもいいと思っている。
結果に納得がいかない、と。

その時に私はこう伝えました。

「納得いかないなら、試行錯誤で続けて欲しい。
本当にやりたいことなら諦めないで欲しい」

そのクライアント様は、その後ビジネスをやめてしまい、私から離れていきました。

今振り返ると、私はそのかたの言葉の先にある心を受け取れませんでした。

表面的な言葉しか耳に入ってこなくて、
言われたことに対してどう対処するのか？ばかりでした。

もっといい結果ってなんだろう？
でも参加費5万円のイベント、満席だったよね。

もっと稼ぎたいってことかな。でも明らかに収入額は増えたよね。

つまりは、ビジネス的な結果は出たのだけれど、もっとお金が欲しいのだと理解しました。

やり方が足りなかったのだと思っていました。

私自身に自己理解/他者理解の基盤がなかったので、そこで関係が終わりました。

今の私なら、その方の気持ちを受け取っていないことに気付いたと思います。

"よいしょ"したくなる迎合する心の癖を助長させている私自身のエネルギーの使い方こそに問題があり、自立したもの同士の風通しのいい関係ではなかった。

結果、"納得のいかない"関係になってしまった。

心の未消化はこの世の中に"成仏"しないでただよい、このような中で仮に私が今後お金を稼いでも、それは借金でしかない。

お金は色がついていて、借金を稼いでもどう使命を全うできるのか。

使命給ビジネスを伝え、伝える人を増やしたいなら、
私は満たし調べを徹底しないといけないと心の深い部分で自覚しています。

使命給ビジネスとは、心の基盤強化、体の調えが重要です。

この基盤がないと、本質に気づかないまま、単に稼ぎ方を教える人になります。

そうすると、かつての私のようにTakerになってしまい、誰も幸せにならない。

当時の私はお金を稼いでいたので、そこに気が付きました。

絶余曲折を経て その根本的原因にたどり着き、この小冊子をお配りしています。

この小冊子には、今まで私が実践してきた使命給ビジネスのエッセンスをまとめています。

中には、先ほどのような失敗から学んだものもあります。

余すところなくお伝えしたいと思います。

「全部お話していいんですか？」というお声もいただきましたが、いいんです！

自分でできる人は参考にどんどんさってください。

一人ではわからない人、他力が必要な方はいらしてください。

また、使命に生きるビジネスと一緒に伝えてくださる方がいらっしゃったらとても嬉しいです。

使命に生きるビジネスを通して豊かな人を増やすため、
これが私の使命であり道です。

あなたにとって必要なエッセンスを受け取っていただき、ビジネスをより良くしていただけたら幸いです。

そして、ご家族、ご友人、お客様、ビジネスパートナー…あなたにとって大切な人を大切にし、世の中に豊かさを循環させてくださいね。

使命給ビジネスとは？

まず初めに「使命給ビジネスとは何か？」からお伝えします。

使命給ビジネスとは、自らの使命を定めて生きることで、自分の経験・人生ストーリーをお金に変える働き方。

オンラインで完結し、月30万円を安定して稼ぐビジネスモデルです。

家にいながら子育てしながらでも実践でき、私自身3人の男の子を子育てしながら収入を得ています。

主婦の方はもちろん、会社など組織にお勤めされている方や店舗経営などリアルビジネスをなさっている方にも、新たな収入源としてぜひ持っていただきたいのです。

どうやってお金を生むのか

使命給ビジネスでは、自分の経験、人生ストーリーをお金に変えます。

- 今までの人生経験から自らの使命を定め
- 使命に沿った人生ストーリーをインターネットで表現し
- 共感してくださる大切な人と出会い
- 自分の経験を生かして大切な人のお役に立ち
- 喜びという報酬を手に入れる（その喜びの一部がお金）

使命は誰しもが持っています。

誰しもが他の人とは違った人生を歩み、あなただけの経験とストーリーがある。

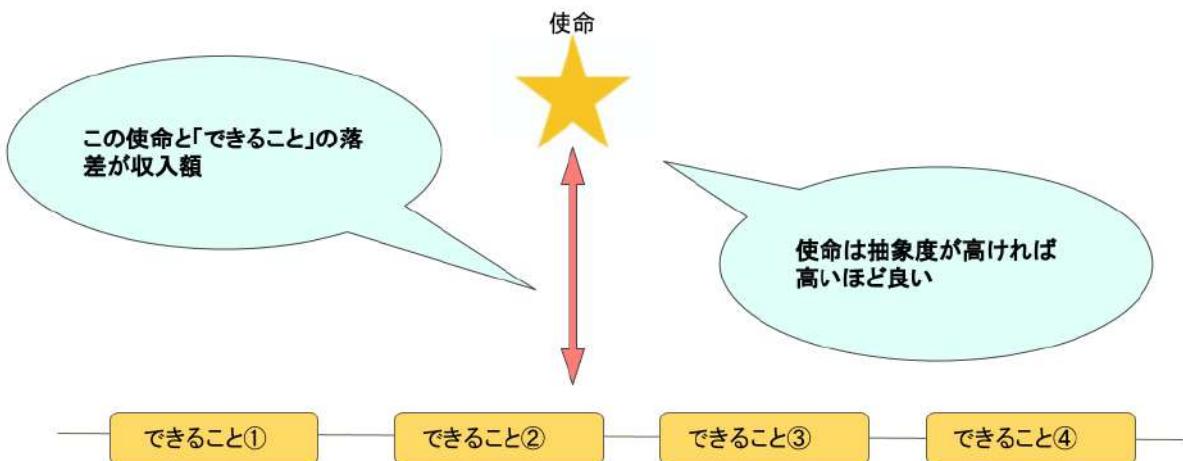
それをインターネットで発信することで、あなたに価値を感じてくださる方に出会い、お役に立ってお金をいただくことができます。

使命給ビジネスがオンラインで完結する理由はこれです。

そして、定める使命の抽象度が高いほど、収入額は上がります。

稼げる人と稼げない人の違い

使命給ビジネスの収入額について



使命とサービスの図解です。

使命★に対して一直線のサービスを作ること。これが第一です。
横展開するなら、そのあと。

稼げない人の多くが、横展開ばかり。「できること」を並べただけ。
もしくは、使命とできることの差がわずか。

それでは、あなたを選ぶ理由がありません。
あなたを応援する錦の御旗もないです。

使命とサービスの高低差が手にする収入額です。

例えばあなたが家でサロンをしているとします。

いつの間にか、アロマのイベント、セッション、誰かとコラボのようにできることができ
増えていませんか？

これでは稼げないです。使命との高低差が小さいから。

一旦できること、やりたいことは胸に置き、自分が人生をかけて伝えたいことを定めてまずサービスにしましょう。

そこから接点を増やしていく。

本命サービスから派生する「できること」を精査する。

この順番です。

サービスと使命の高低差は大きければ大きいほどいいです。

使命の抽象度を上げましょう。

お金だけを追いかけるのは無理がある

掲げる使命とお金についてお伝えしますね。

こちらの絵を見てください。

◎使命とお金の相関図



使命があって、その炎を燃やし続けると、燃えかすがたまる。

この燃えかすがお金です。

燃えかすだけを集めようとするって無理があると思いませんか？
お金だけを追うことがいかに無意味かわかります。

自分が目指すところがどんどん燃え上がるからこそ、どんどんお金がたまる。

お金と表現しましたが、ご縁やチャンスでもあると思います。

例えば私の場合ですと、ビジネスを通して本当に豊かな人を増やしたい。
そのためにできることはなんだろう、始められることはなんだろうといつも考えています。

そう考えたときに、ビジネスサポートやオンラインサロン、場を作るお手伝いをすることでお金をいただくことができています。

そのお仕事も、使命を掲げてそこに「いいね！」と共に感してくださる方がいらっしゃってこそです。

自分ができることは、力強く炎を燃やし続けることだけ。
他人を無理にどうにかしようとか考えてはいけない。

自分から始めることです。

誰かの何かを頼ることなく、自分が燃え続けること。
その結果、周りが潤い、お金も一部になって返ってきます。

私はオンラインサロンの方に
「油田みたいですね」
と言われたことがあるのですが、油田もそうですよね。

自分がどんどん石油を組み上げると、オイルマネーで周りが豊かになり、巡り巡って自分に返ってきます。

油田たれ、です。
使命という炎を燃やし、周りの大切な方をオイルマネーで豊かにしてください。

するといつかどこかで自分にも返ってきます。

※逆にいようと、時間差がありますので明日の食費に困る方は、生活費を最低限確保するためにお金を求めて稼ぐことを勧めます。アルバイトでもいいし、パートでもいいです。
自分が必要な生活は維持できていますか？ その上で使命に向かって、炎を燃やし続けて欲しい。

集客力の秘訣

集客とは、人を集めることではなく**人が集まる自分になること**。

このことを意識すると行動が変わってきます。

人を集めようとする....

- どんなツールを使おうか
- どんな方法が効果的か
- たくさん集めるには？

自分からたくさんの人へ届けようとして疲れてしまう。

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

集まる自分になろうとする....

- **何が自分の課題か**
- **まずは一人から**
- **目の前の方に何ができるだろう**

自分に集中し、どんなメッセージを放つか精査することにエネルギーを注ぐことができる。

人が集まるためには、自分がどんな軸を持って生きているのか、**使命を言語化すること**が大事です。

使命とは人生のゴール設定、今の精一杯で定めて決めてください（詳しくはp.22「使命を集める7つの質問」にて）。

自分が目指す世界を言語化することで、求心力が起ります。

ビジネス＝人間関係

願わくば、自分のサービスは口コミで広がって欲しいし、紹介も起きて欲しい。

「どうしたら口コミ紹介って起こるんだろう？」

ビジネスをなさっていて、そう思ったことがある方は多いかもしれません。

私もそのうちの一人で色々と試行錯誤してきました。

その結果…

- どれだけ目の前の方と良い人間関係を作ることができるのか
- 信頼を築くことができるのか

これに尽きるとわかりました。

私が提供するサービスに口コミと紹介が起きるようになったのは、私が本気で人間関係構築を変えようとコミットしたことからでした。

それまでビジネスの売り上げを上げるには、仕組みを作ることはもちろんですが、どうやって拡散しようかどうやってたくさん的人に提供しようかと効率ばかりを考えていました。

いい商品、サービスを提供すれば自然と口コミは起こるだろうと考えていました。

もちろん提供するサービスの質は口コミの要因として大事ではあります。でも本質は違いました。

ビジネスは人間関係だった。

ここに気付いて本当に良かった。

対人関係、

1対1の一騎打ち。

これ以上でもこれ以下でもない。

目の前の方と安心安全な関係を築くことができる。

ここを前提としてどんどん温まるものがあり、それが派生して口コミとなり紹介となる。

オファーをかけると手にとってくださる方が増えて、結果売り上げが安定する。

目の前の方の話をどの心で聴いているのか。

聴いている、です。

毛穴を耳にして受け取っているのかな。

インターネットはね、どこまでも効率よくできます。

仕組みを作つて自動的に売り上げを上げることは、ある程度のステージになればできるでしょう。

私もずっとそう考えていたので、今ここで声を大にして伝えたいと思います。

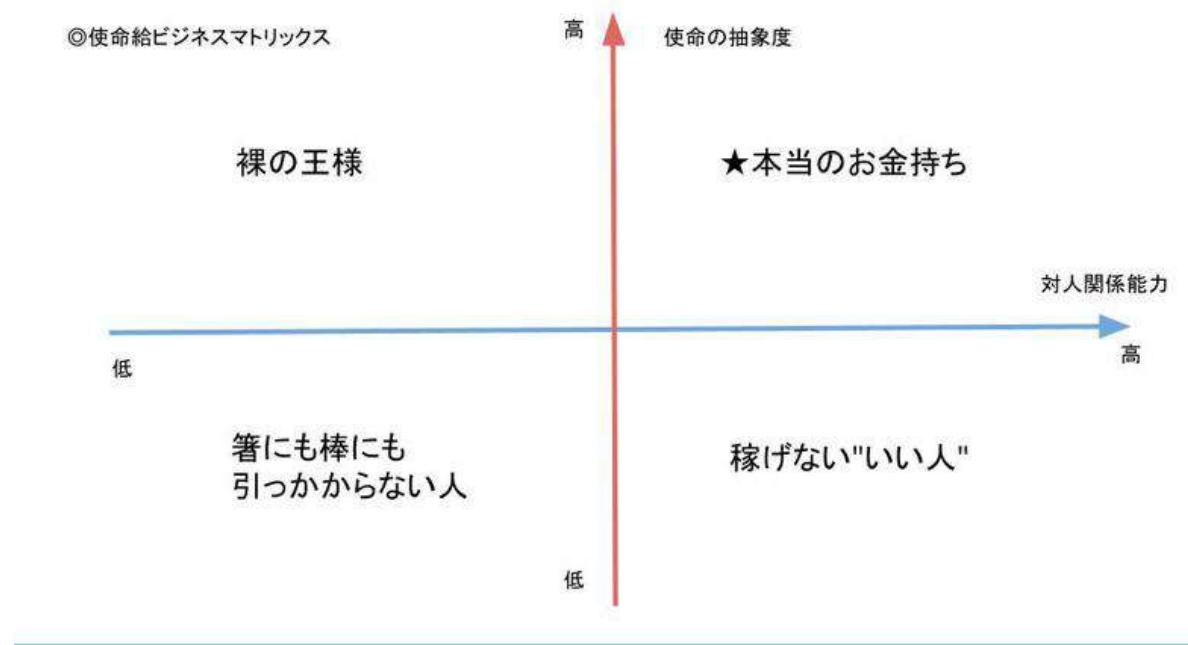
ビジネスは人間関係でしかない。

対人関係能力を磨いて欲しい。

集客とは、人を集める力ではなく、人が集まる力、あなたの魅力です。

あなたにお願いしたいとお願いされる人間関係を、たった一人のために築いて欲しいと思います。

本当のお金持ちとは？



- 使命の抽象度が高く、自分に要求し自分を改善する
- 対人関係能力が高く、相手のことを心から考え提供する

こういった人を本当のお金持ちと表現しました。

本当のお金持とは、
使命に生きることでたくさんの喜びという報酬を手に入れる。
その一部がお金である暮らしです。

本当のお金持とは、2つの要素で成り立ちます。

- 1) 使命の抽象度 → 図の縦軸です
- 2) 対人関係能力 → 図の横軸です

使命の抽象度が低いと、どんなに対人関係能力が優っていても、稼げない"いい人"で終わります。

仲間はいてワイワイしているけれど、いまいちお金にならないパターン。
友達に自分のサービスの金額を伝えられないことも。

また、ビジネスが上手で誰もがYESとうなずける使命の抽象度の高さがある一方で、

- ・人を依存させる
- ・圧をかける
- ・俺様と下々のもの
- ・無意識のうちの人を見下す

傾向にあるような人は、お金は入っても裸の王様。

ある意味悲劇ですね。

真っ逆さまに落ちて初めて気が付くパターン。

いかがでしょうか。

お金を手にしたけれど人が離れていった、私自身が経験した大きな失敗をした中で手に入れた気付きと学びです。

使命給への4ステップ

使命給ビジネスを実践するには、4つのステップがあります。

大切なのは、階段を上がるよう順番に積み上げること。

使命給への4ステップ

4.相互支援

大切な人が必要とする商品を
提供してお金をいただく。
使命を燃やし徹底的に注ぐ。

3.他者理解 出会った人とコミュニケーション。
数を増やすのではなく、目の前の
大切な人の心を理解していく。

2.自己表現

インターネットで情報発信する。
自分の使命に共感してくださる
大切な人に出会うために。

1.自己理解

人生を振り返りながら、自分を
再定義・再編集。
使命を定め、本命商品をつくる。

1.自己理解

人生経験を振り返り、自分の使命を定めていくステップです。

これまでどんな経験をしてきたのか。そこから何を学んだのか。自分はどう生きるのか？

自分を再定義&再編集をすることで、点として散らばる出来事の一つ一つが線になった時、エネルギーが溢れ出します。

そこから「だれをどう幸せにするの？」 「なぜ私が？」を紐解いていきましょう。

2.自己表現

インターネットで自分の人生ストーリーを表現するステップ。

使命をかけ、

- どんな人にどんな風に幸せになっていただきたいのか？
- どんな風にお役に立ちたいのか？
- それはどうして自分なのか？

Webメディアで表現してください。

一番の目的は、自分の使命と人生ストーリーに共感してくれる人と出会うため。
決して、フォロワーやアクセスを集めることではありません。

まずは、大切なたった一人と出会うことを目指してください。

3.他者理解

ビジネス的に言えば「マーケティング」のステップ。

ただし、機械的に人を集めのではありません。
心と心で向き合いながら対話し、相手を理解していきます。

「目の前の大切な人が、夜も寝ないで悩んでいることは何か？」

コミュニケーションを深めながら抽象度を上げ、相手の言葉の背景を読み解いてくださいね。

4.相互支援

大切な人のお役に立ち、お金をいただく起業・ビジネスのステップです。

自分が使命に生きるからこそ、大切な人からもお金や応援をいただける、相互支援の関係を築いてください。

ポイントは、目の前の人徹底的に提供すること。
自分の使命を燃やし、全て差し上げるGIVERであってください。

使命給ビジネスへの歩き方

それでは、実際にどうすればいいのか？ 4ステップの順でお話ししますね。

1.自己理解

使命給ビジネス、
使命に生きることで喜びという報酬を手に入れる。
そのうちの一部がお金である。

喜びの源泉は人生ストーリーにあり、皆 必ず持っている。

人は定めた人生を歩み、使命はそのテーマである。

お金とは、自分の経験。

最初にするのは、自分がこれまでどんな経験をしてきたのかを知ること。

「どうやってお金にするの？」ではなく、
↓
「あなたにはお金にするどんな経験があるの？」

まずはこの問いに、向き合うところから始まります。

どんな経験をしてきたのか、事実とそこからの気付きを振り返ってみてください。

自分にはお金にするどんな経験があるの？

幼少期のあの時、中学校のあの時、母から言われたあの一言。

あの日あの時、起こった出来事からこんなことを感じた。

その時に
「でも母も大変だったから」

「仕方がなかったんだ」
という解釈は不要です。

「自分がどうだったのか？」しか重要ではありません。
他人の視点は一旦脇に置いておきましょう。

- 幼少期
- 小学校
- 中学校
- 高校
- 大学
- 社会人

使命給とはこれまでの経験。人生ストーリーこそ宝物。

生きる意味は人は必ず持っていて、それは社会のお役に立つために必要な経験だった。

自分が自分であるために、その経験があるべくしてあった。

このように、単に過去の事実を事実にとどめるのではなく、体験を経験に昇華させましょう。

点と点が線になったとき人は輝きを放ちます。
もう何度も立ち会ってきますが、言葉にならないほど尊いです。

自分に向き合うのは辛いです。だから多くの方が辞めてしまう。
ここは使命給の世界に行くなら、踏ん張って欲しい。

あなたはどうですか？

一人でするのが大変な方はぜひ他力を。

■ 使命に沿った本命商品をつくる

使命給ビジネスでは、最初に「使命に沿った本命商品」を作ります。

「いきなり商品ですか？」と驚かれるかもしれません。

でも、使命給ビジネスの構築順序は、“やり方”（具体的な手段）から。

具体的なものを持っていないと、“あり方”を磨くことができないからです。

“あり方”（マインド、精神論）ばかりを学んでいるとポーズを学んでいるに等しく、そこからは何も生みません。

「使命に沿った本命商品」をどの心で届けるのか？

この精査を繰り返すことで、「どの心でいるのか？」という“あり方”がバージョンアップしていきます。

- ・自転車は、まず乗れるようになること。
 - ・その先に、早くなるように心を磨いていく。
- この順番ですよね。

ですのでまずは“やり方”、使命に沿った本命商品を作って欲しいと思います。

使命に沿った本命商品を作る。

これがまた難しい。

できること、やってきたこと、持っている資格ではないからです。

“できること”は使命ではありません。

その先に、

- なぜそれを手に取ったのか？
- その“できること”を提供することで誰がどうなるの？

本質に迫る問い合わせが必要です。

使命に沿った商品でないと、自分の内側から湧き上がるエネルギーとリンクしないんです。

使命という身体の中から湧き上がるエネルギーとリンクしないと、途中でやめたり他のことを始めたりします。

結果に結びつかないんです。

例えば私は、「使命に沿った本命商品を作る」ことが本命商品です。

本命商品を手にしてもらうことで、時給から使命給へシフトするお手伝いをする。その結果時代にあった働き方をする人が増える。

その働き方を手に、ビジネスを通して豊かな人を増やしたいと思っています。

何が言いたいのかというと、

「**使命に対して一直線の自分のサービスを作ることがまず最初にやること**」
ということ。

もちろん後で修正などはあっても良くて、でも今の精一杯で決めていくことです。

“できること”から入ると自分が本当は何がやりたいのか、どこかのタイミングで迷子になります。

収入も増えないし、いつの間にか「稼げないいい人」に。

単価を安くして、実は赤字のビジネスになっているケースはとても多いです。

あなたは使命に対して一直線の本命商品を持っていますか？

使命給ビジネスは“やり方”からです。

※ 「使命に沿った本命商品」は、バックエンド商品に当たります。

ですが、高い商品というわけではなく、自分の使命にナビゲートする上でお客様を最も大きく変化させる商品のこと。

フロントエンド商品は、お客様との接点を増やすためのものですね。あくまで使命に沿った本命商品に繋ぐための接点です（お茶会/勉強会/飲み会/イベントなど）。

"好きなことを仕事にする"ステージに行くには

使命の抽象度を上げようとお伝えしました。

今の仕事に縛られることなく

「自分は今なぜその仕事を取り組んでいるのか？」

本質を問うことで自由になります。

具体から抽象へ

視座を上げてください。

使命の抽象度を上げたことで360度収入源になり、自由度がアップした事例をご紹介します。

その方は飲食店を営む店舗経営者でした。

コロナで集客が減り、このままではお店を畳まないといけない。

そんな状況でお話を伺いました。

本職は飲食なので、例えば、youtubeでレシピの動画をとって流したり、テイクアウトを作ったりと色々施策をされたようですが、いまいちだったとのこと。

これ、なぜうまくいかなかったのか、わかりますでしょうか。

具体的な方法ばかりが増えて、根本解決していないからなんです。

("できること"が増えただけ)

枝葉末節にエネルギーが取られて、何のためにビジネスをしているのか不明瞭になっていました。

そこで一緒に使命を洗い出しました。

なぜその仕事（飲食店）をなさるのか。

ブラッシュアップする中で、逆の気持ちが溢れました。

日常の中で幸せを届けたい。

うちの料理を食べることで、関わる方の家族が豊かになり、日本を元気にしたい。

この使命があることで、一つオンライン収入源ができたんです。

それは、インテリアアドバイザーでした。

飲食店が、インテリアアドバイザーです。

そのお店、すごくお洒落で、内装が素敵でファンがついています。

そこでオンラインでファンを集め、その中でお店のような素敵なインテリアを選ぶポイントなどを家庭に届けるサービスを始めました。

これが人気になりましたね。

飲食店が本業だったのが新しいオンライン収入源ができた瞬間でした。

関わる方の家族を豊かにする。

この使命を成し遂げるためのその一つの手段が飲食に過ぎなかったと腑に落とされたのでした。

使命の抽象度を上げたとき、収入源は360度全方位になります。

こここのステージになったとき初めて「好きを仕事に」することができます。

さて、あなたはなぜ今の仕事をしていますか？

今の仕事しか自分が提供できるものがないと思ってはもったいない。

抽象度をあげよう。

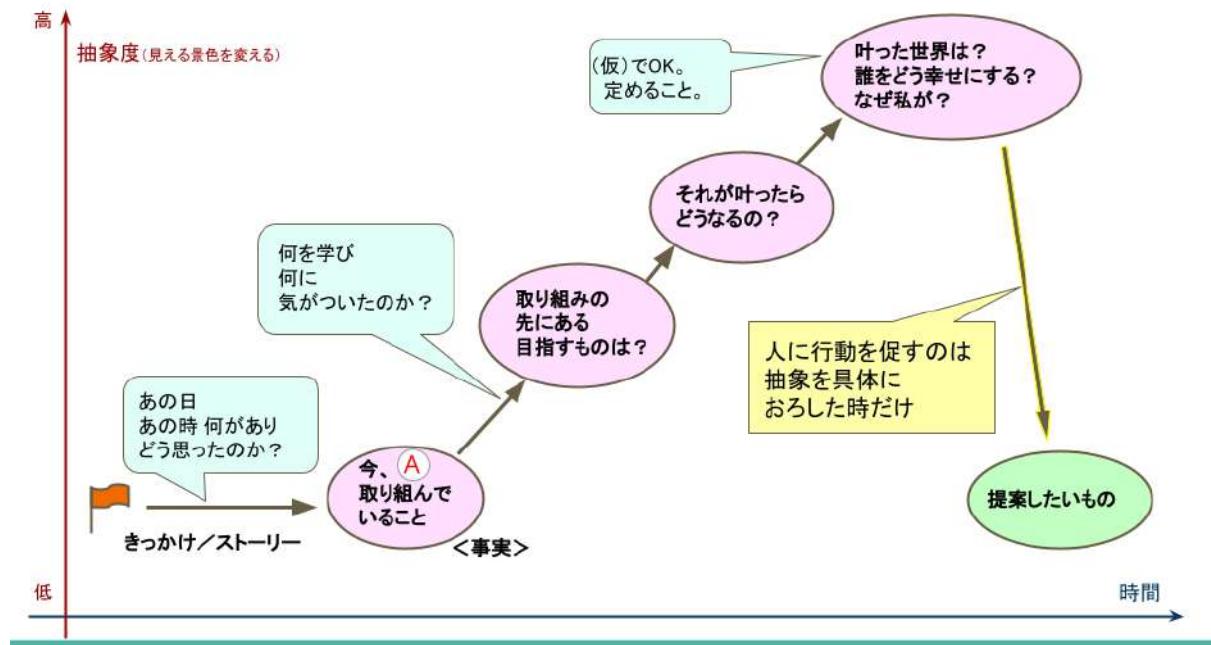
なぜ生きるのか。

それは誰をどう幸せにするためなのか。

なぜあなたが？

使命を定める7つの質問

ここで、あなたの使命を定めるための7つの質問をお届けします。



1) 今取り組んでいることはなんですか？

図の中のAに該当します。

2) 1) のきっかけになった出来事はなんでしょうか？

あの日あの時、何があり、どう思って今の事実に結びついているのか。ストーリーを教えてください

3) 1) を通して、

- 何を学び
- 何に気がついたのか

4) 3) を踏まえて、今の取り組みの先にあるあなたが目指す姿を教えてください

5) あなたが4) を叶えることができたのなら、周りはどうなりますか？

6) 叶った世界はどんな景色でしょうか。誰がどう幸せですか？まだなぜそれをあなたが叶えるのでしょうか。

→これを使命と呼びます。（仮）で構いませんので、今ここの精一杯で言語化してください

7) では、6) を叶えるための具体的な提案を考えてみましょう

※図にもありますが、人が行動をするのは6)から7)に落とし込んだ時だけです。
ビジネスであれば6)から7)の落差=お金になります。
抽象度をあげた使命があることで、具体的な行動を促すことができます。

2.自己表現

自己理解のステップでは、自分の人生を再定義しました。

- 過去どんなことがあったの？
- その日その時どんな感情が湧いたのか？

その感情が湧いてくる要因に、劣等感や承認欲求があります。
起きた事実から学びとったこと、気づいたことがあるなら何か。
これが財産です。

この気付きや学びを、インターネットを使って情報発信してください。
これが使命給ビジネスの自己表現です。

情報発信、お役立ちは必要なし

自己表現とは
「あなたがこの世の中をどう見ているのか？」
を発信することです。

お役立ち情報ではありませんよ。それはGoogleのお役目です。

あなたの視点は世界に一つだけ。
どのようにこの世の中を見ているのか教えてください。

この世の中はどんな景色でしょうか？

感性感覚を解放し、のびやかであってください。

あなたと出会う人は必ずいます。
そのためにはあなたを出してくださいね。

自己表現とは尊いもの。
お役立ちのようになに便利なものではなく、あなたの心のかけらを教えてくださいね。

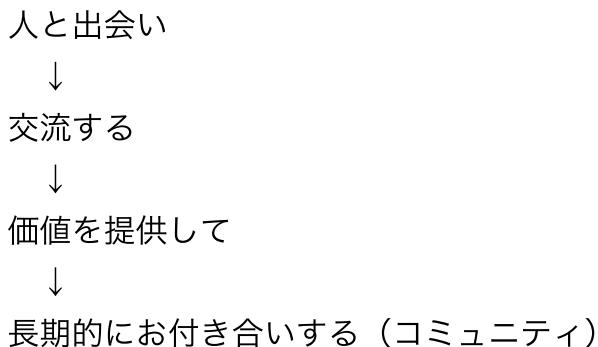
未来をつくるには人間関係の最適化から

情報発信の何が素晴らしいって、人間関係を再構築できることです。

人の悩みの90%は人間関係だと言われています。

未来を作る視点は、まず人間関係の最適化からなんですよ。

心地のいいホーム、居場所を作ることから。



これがビジネスでコミュニティをつくっていく流れになります。

最初の人と出会うために必要なのが情報発信、自己表現です。

そして大事な視点なのですが、使命給ビジネスでは

- 欲しい人に
- 欲しいタイミングで
- 欲しいものを受け取っていただく

この視点がめっちゃ大事。

欲しくない人に売ってはいけない。

自分の世界に興味があり、情報を待ってくださっている方にサービス商品を紹介するべき○

なので、自分と繋がりたい人と繋がることが先決です。

■ 使命給推奨のWebメディア

使命給でオススメのメディアは2つ。
メルマガとブログです。

この二つは積み上がっていくからです。

そして、繋がった人に自分から連絡を取ることができるのは、メルマガだけです。

使命給必須です。
始めたい方は個別にお知らせください。

対して、たくさんの人々に拡げるメディアはSNS全般ですね（Facebook、Instagram、Twitterなど）。

ただし、SNSって、誰がどのくらい受け取ってくれているのか、自分で管理するのが難しいです。

Facebookの記事、何人誰が見ているのかわからないですよね。

ですのでビジネスのオファーには不適切です。振り返りができませんから。

振り返りができないと次の対策が立てにくい。
すると、試行錯誤が難しいです。

拡散力や認知力を上げるためにSNSは便利なので

そこはうまく使いながら自分の城、メルマガへお連れしてください。

全てのWebメディアは、メルマガへ誘導するためにあります。

※Webメディアについて詳しい解説はこちら

Webメディアをコーディネートしよう ～本当の自分でいられる優しい世界への一歩

→PDFのダウンロードは[こちら](#) →音声は[こちら](#)(1:03:33)

※ブログやHPを立ち上げて、「デザインどうしよう?」と悩んだりしていませんか。

でも、使命給ビジネスではデザインは後回し。

「人と会うこと」を目指すなら、最初にやるべきは記事を増やすことです。

記事を増やしていくって、300記事くらいいたら初めてGoogleに認識されます。

そうなって人と繋がりだしたら初めてデザインを考えてもいいですよ。

最初からデザインにお金をかけると、編集などしにくいですよね。

情報発信はどんどんアップデートしていくもので、自分で育てていくイメージです。

3.他者理解

この他者理解は、ビジネスでよく聞く「マーケティング」に当たります。

私はマーケティングとは、人間理解だと考えています。

欲しいときに、欲しいものを提供する。

けれど、相手を理解できていなければ、提供できません。

どれだけ素晴らしい商品でも、相手が欲しいものでなければ買っていただけませんよね?

自己表現して人と会ったなら、どんどんコミュニケーションしてください。

体験セッションやイベント、お茶会、お話し会。

ブログやSNSのコメントやメッセージも立派な対話。

インターネットであれば、場所に関係なくコミュニケーションできますね。

けれど、ただ会話するだけでは、相手を理解するのは難しい。

ここでは、対話・コミュニケーションで知りたいポイントをお伝えします。

■言葉の背景を慮る力

ディズニーランドでアンケートを取らない理由は
解決策を聞いても具体は矛盾に満ちているからだと考えます。

お客様の要望は大事ではありますし、聞く耳は持たないといけない。

けれどもそこにとどまることなく、その先を慮る力はもっと大事。

どんなことを言わんとしているのか。
問題点を見極めて自分が何を提案できるのか。

例えばデザインをお客様にお見せして意見を聞くとします。

- ・もっと文字が大きい方がいい
- ・この色は明るい方がいい

感じたままをフィードバックされると思うのですが、実はここは本意ではない場合が多いです。

文字が大きい方がいい→もっと目立たせて欲しい

目立たせて欲しいなら手段はたくさんあるのですが、お客様からは「大きくする」を表現するしかないのかもしれない。

その心は尊重申し上げ、自分でその先の問題点を見極める力は大事だなと思います。

使命給ビジネスとは、ビジネスを通して大切な人を大切にすることです。

その土台は**人間理解力**です。

しっかりと受け取り、その言葉に引っ張られることなく、お客様が表現したいことは何かまでしっかりと受け止める力を付けたいですね。

言葉に引っ張られない。

返ってくる言葉の背景を慮る力をつこう。

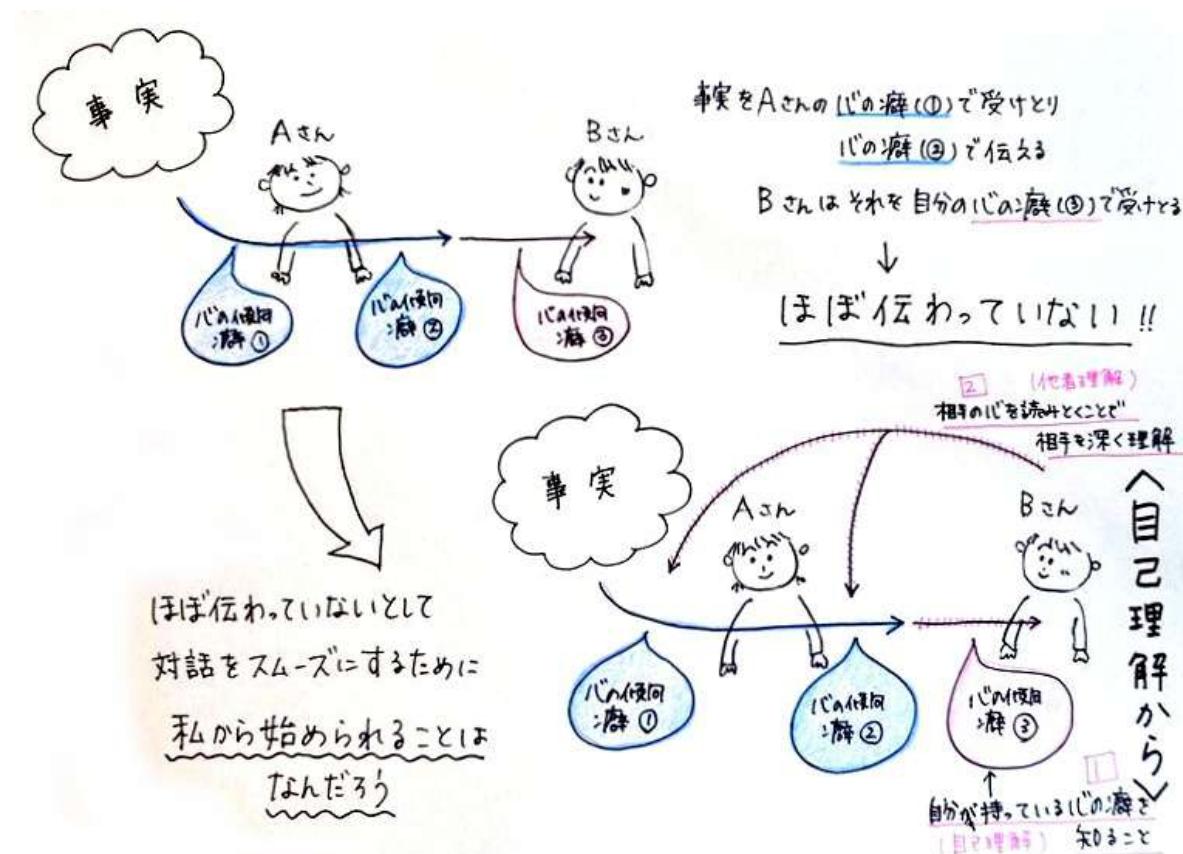
具体は矛盾に満ちています。

抽象度を上げて、その背景を感じる力を持つよう。

対話はこんなに伝わらない

では、相手の背景を感じるにはどうすればいいのか？

そのヒントとして、「対話がどれだけ伝わらないのか」を図解しました。



Aさんは何か事実があったら自分の心の癖で受け取り、心の癖でBさんに差し出す。

Bさんはその差し出されたものを自分の癖で受け取るので、事実は事実ではなく“ねじ曲がって”Bさんの元に届きます。

これは故意ではなくて、人と人の対話なら避けられないものです。

事実は伝わらないのです。

あなたがBさんだとして、できるだけ事実を受け取るには、Aさんの見ている世界をどこまでも理解しようとしなくてはいけません。

その上で相手と対話を取る必要があります。

対話は高度な総合芸術です。

他者理解とは自己理解と同じ。

相手の見えている景色を知るには相手の心の構造を理解する努力が必要で、それは同時に自分の心の構造理解につながります。

マーケティングとは、目の前の方とのコミュニケーションです。

一人と話ができるこそ、ペルソナと言われる自分が届けたい方の心も気持ちもわかるもの。

これはビジネスを始めたからできることではなく、日常の中で意識をしていくことはないかな。

伝わらないのは、相手の理解力の問題ではなくあなたの伝え方、相手を慮る心の不足だとするとなるなら、あなたから始められることはなんでしょう。

問題解決の起点はいつも自分に置き、切磋琢磨したいですね。

4.相互支援

大切な人のお役に立ちながら、相手の方からもお金や応援をいただく、起業・ビジネスのステップです。

自らの使命を燃やし、お客様に喜ばれて、社会貢献していきます。

商品・サービスとは？

使命給ビジネスでの商品・サービスとは何か？

自分の経験を、相手の方にわかりやすい形にしたもの。受け取っていただきやすい形にしたもの。

お客様が求めているもの、必要だと思うことを**提案**することです。

売り込むことではありません。

「その方の未来にとって、自分が携わることでできることはなんだろう？」

この合意形成につきます。

これまでの「自己理解」「他者理解」をふまえて、あなたもお客様も双方が笑顔になる商品・サービスをつくってください。

※自己理解のステップで「使命に沿った本命商品をつくる」をお伝えしましたが、商品内容は
どんどんよりよく更新してくださいね。
その時点のあなたで精一杯の商品を提供してください。

価格設定の裏側

「私のサービスの価格はどのくらいにしたらいいんだろう」

「次のイベントいくらにしようかな」etc...

価格の付け方、きっと一度は悩んだことがあると思います。

価格は、相手の覚悟を引き出すときに設定します。

「どのくらいの覚悟の人にこのサービスを受け取って欲しいのか？」

ものの価格は自分からのメッセージです。

同業者が似たようなサービスをしていて、「このくらいの金額だから私も〇〇〇円にしよう」という発想は必要ありません。

お客様に問う覚悟は、同時に自分への覚悟でもあります。

このサービス商品に対して、私はお客様にどの心で寄り添うと決めたのか？

価格の提示は、重要な問いかけです。

安い値引きは、自信のなさを浮き彫りにします。

また、よくモニター価格などもありますが、モニター価格ってなんでしょう。

どのような心で設定しているのか、明らかでどうか。
なんとなく値段をつけないこと。

さて、あなたのサービスはいかがでしょうか。
振り返る問い合わせを用意しました。

Q1:あなたのサービスはいくらですか

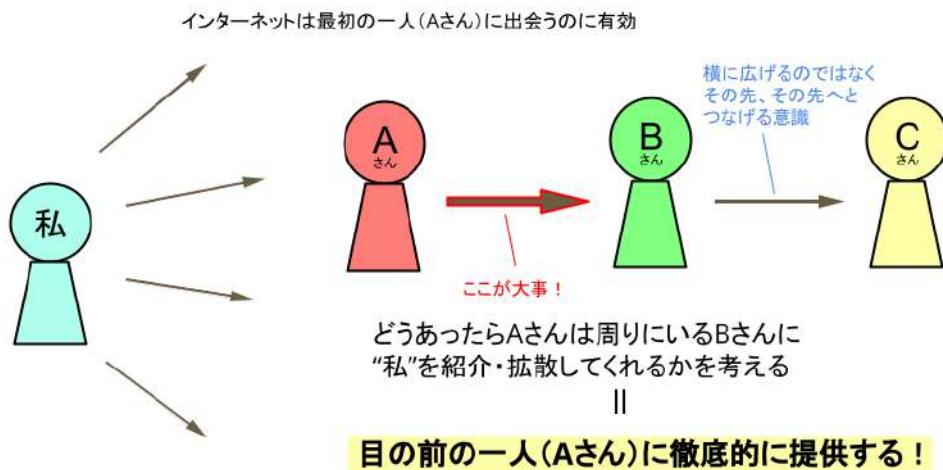
Q2:誰に、どの程度の覚悟を求めますか

Q3:その結果お客様をどう幸せにしますか

Q4:改めて今の価格についてどう思いますか

口コミのパワーはこれほど大きい

口コミを起こすには？



口コミのパワーって、考えたことありますか。

インターネットが当たり前の今なのですが、実は最強ツールは口コミです。

例えば営業で自分がアプローチする人数をN人とします。
これは直接自分がつながる人数ですね。

口コミはどうなるかというと、結論から言うとN²乗。

つまり、
2人の人が口こむ人は4名
3人の人が口コミ人は9名
10名なら100名になります。

私たちビジネスをする人は、この4・9・100名にアプローチすることを考えないといけません。

出会う人、横に広げるのではなく、その先、その先とつなげる意識ですね。

Facebookの「いいね！」の数はN人なんです。

いいね！数を増やしましょうと言う起業支援の本などをみることがあります、これでは先に進まないと感じます。

インターネットは、N人を増やすのには圧倒的な力があります。拡散力は抜群ですから。

ではN人のその先の方、さらにその先の方に口コミが広がるためには、私たちは何をすればいいのか。

これはもう、一人の人に徹底的に注ぐしかない。

注ぎまくることではないかな。

全て差し上げるGIVERであること。

広く浅いビジネスはNGだと考えます。

結局ビジネスは人間関係でしかない。

1対1の一騎打ち。

どこまでも差し出せるあり方、本気でその方と関わろうとする人間関係構築の力こそ、口コミが起こる源泉なんだと思います。

最後に

最上的人生を送りたいなら

ここまでお読みいただきまして、本当にありがとうございました。
使命給ビジネスのエッセンスを全てお話しできたかと思います。

ビジネスとは人間を理解すること。

- 自分を探求し（自己理解）
- 相手の心を理解する（他者理解）

相手が何が欲しいのか、心にあることは何か、その内で私から始められることは何か。

ここまで書いてお気づきかもしれません、これは人間関係全般に言えることなんです。

実は使命給の4つのステップとは、人間関係構築がより良くなる過程と同じです。

どれか一つが良くなると全部良くなると私は考えています。

ビジネスがうまくいくとパートナーシップがうまくいくようになるし、
自分を調えることがうまくなるとビジネスもうまくいく。

全部繋がっています。

繋がっているといえば…

「私にどんな発信メディアがあつていいのでしょうか」と聞かれることがあります。

この問いはすぐにはわからないんですよ。

Q1：あなたは何を目指していて

Q2：現在位置はどのあたり？

Q3：どんな過去を踏まえて今があり

Q4：誰に届けたいのか、どう幸せにしたいのか？

人生というストーリーがあるので、一部を切り取った答えを出すことは難しく、本当にその問い合わせに向き合うならセッションか講座をご案内するしかないのが現状です。

考えてみると、

- 自分にぴったりで
- 相手に役に立つもので
- すぐにお金になる

あなた仕様にカスタマイズされた世界ってあると思いますか？

ないですよね。自分で作っていくしかない。

人に答えを尋ねてもすぐにはわからないけれど、答えは自分にあります。
諦めないで欲しいと思います。

今がどんな状況でも、人は本来持っている魅力でお金を稼ぐことができる。

ここに気付いたとき、あなたはどうしますか。

リスクを取ってでも最上的人生を取るのか、
最悪を免れ最上的人生を失うそこそこの人生を取るのか。

最上的人生を送りたいなら、リスクを恐れないことです。
どんどん挑戦して欲しい。

本当の競争相手は誰か？

最後に、私が1年間学んだ経営塾で特に心に残ったことを共有したいと思います。

「ビジネスがうまくいかない人は、
本来競争すべきでない人と競争して疲弊する。」

「例えば、自分の手取りと夫の給与とかだな。」

「自分が競争すべきは誰か？ そこだけに集中しているか」

「イライラする、感情を揺れ動かされる。どうせ私なんか...と思う。
これがビジネスがうまくいかない人の特徴だよ」

「健全な競争は発展に結びつくが、
本来の競争相手でない人と勝負しても何もならない。」

そうそう、本当にそうですね。

例えば、SNSで自分とは全く関係ない人の投稿を見てざわざわしたり、一方的に嫉妬したり、感情を振り動かされることはありますか。

これは“本来競争すべきでない相手”ですね。

“本来競争すべき相手”は使命に一步でも近づくための昨日までの自分であり、これまでの過去のはず。

「競争相手を間違えないことだ」

経営塾長のSさんからの重要なメッセージです。

ビジネスは全て力学で組み立てられ、そのエネルギーの源泉は
「～してあげたい」という湧き出る気持ちである。

どんなに技術があっても、どんなに素晴らしい発信をしても、
その根底にあるのが「～してあげたい」という湧き上がる気持ちでないならば、それはどこかで劣等感に結びつく。

劣等感に結びつくビジネスは奪うものであり、発展しない。

経営の奥義は「して差し上げたい」という溢れる気持ち、愛である。

お金が絡むから起業やビジネスは、どこか特殊なことのように思えますが、そんなことはありません。

自分が嬉しいことをされたら、お返ししたくなるというシンプルな構造が、ビジネスのメカニズムですね。

本質はシンプル。

そして、この力学のメカニズムを応用して、自分の仕組み構築に実際に落とし込む過程が、センスの見せ所だそうです。

使命給ビジネスは、愛に溢れているものです。

お客様へ何かを差し出す心と家族に差し出す心は同じ。

家族のために美味しい食事を作る心とサービスを作りてお客様にお届けする心のどこに違いがあるでしょうか。

人を思いやる心に分け隔てはないはず。

使命給ビジネスとは、優しく温かい世界なんですよ。

使命給ビジネスを知っていただいたあなたには、ご自身のビジネスをより良くしていただきたい。

今よりもっと豊かで幸せな人生を歩んでいただきたい。

心からそう願っています。