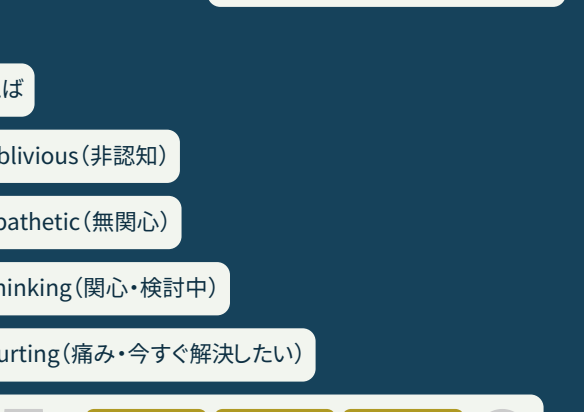
世界観構築ブートキャンプ DAY2
「最高の出会いを引き寄せ、沼らせるための世界観構築術」

- **最高の出会いを引き寄せるには？**
  - ①誰を引き寄せたいのかを決める
  - ②世界観を構築する（表現する）
  - ③引き寄せる方法を実践する
  - 方法論は一番最後になる
  - 例えば
    - 仮にマッチングアプリで最高の彼女と出会いたいなら
    - 偶然に頼りっぱなしだと厳しい
    - 偶然の出会いに期待するロマンチストには春はやってこないかもしれない
    - タマゴか、ニワトリか
      - 偶然を必然に変えられる人には2種類いる
      - ①理想が明確な人
      - ②独自の世界観を持っている人（勝手に引き寄せられる）
      - 実はどっちも同じことを言っているし、同じ結果を生む
      - だから①から②を構築してもいいし、②から①を導き出してもいい
      - 情報発信も同じこと
    - とは言え
      - ほとんどの人は、明確な世界観なんてない
      - あなたが自他ともに認める変人なら、②→①のプロセスをやるといい
      - あるいは、あなたが自他ともに認めるプロなら、既に世界観があるはずなので、②→①でいい
      - つまり
        - あなたが既に持つ世界観（変えられないもの・譲れないもの）を必要としてくれる人や理解してくれる人を明確にする
        - 世界観の言語化から始めて、次に理想の相手を言語化していく
      - 一方で
        - まだ自分の世界観が醸成されていない場合は、出会いたい相手から先に考えていけばいい
        - 世界観は育てるものだから、焦らなくていい
        - 情報発信をしていくと必然的に育っていく
      - どちらにせよ
        - 「誰を引き寄せたいのか？」を徹底的に考え、言語化していくことに変わりはない
        - なぜなら
          - 誰も認めてくれなかったら全てが無意味だから
          - どんなにハッキリとした世界観があっても、仲間がいなければ意味がない
          - 仲間になってくれる人に歩み寄ったり、興味を持ってもらわなければならない
          - 「他者目線」が絶対的に必要不可欠
- **誰と出会いたいのか？**
  - 「誰」を考える時のマインドセット
    - ビジネスの文脈では例えば
    - OATHの法則
      - Oblivious（非認知）
      - Apathetic（無関心）
      - Thinking（関心・検討中）
      - Hurting（痛み・今すぐ解決したい）
    - GTDの法則



-
    - などの法則がよく出てくる
    - これらは優れたフレームワークだけど、僕らとは目的がちょっと違う
    - 僕らの目的はあくまで
      - 最高の出会いである
      - シナジーを生む出会い
      - 助け合いではなく高め合いの関係性
      - 金払いの良いお客さん集めではない
      - そっちに行くと
        - 必然的に競争になる
        - つまり、顧客の奪い合いになる
        - 価格競争、サービス競争、誇大広告のオンパレード
        - 選ぶのはお客さん側
    - だから
      - 僕が重視するのは「目線」と「姿勢」の2つ
      - 具体的には
        - ①上目線の人
        - ②前のめりな人
        - この2つの条件を満たす人
      - 逆で考えると
        - 下目線で、受動的な人になってしまう
        - こーゆー人はやり方によっては「カモ」にしやすいとは思う
        - ただ、付き合っていて面白くない
  - 「誰」を具体化する方法
    - シンプルに、条件と一致する人をリアルで見つけること
    - 例えば
      - 類似するセミナーに参加する
      - 懇親会に参加する
      - 既存のお客さんから見つける
      - 方法論はいくらでも考えられる
      - 「リアル」で見つけることが重要
    - 僕は
      - 「ペルソナ」と言う考え方には反対
      - ChatGPTなどに聞くのも反対
      - これらは全部「楽しよう」としてるだけ
      - 表面的な同調はできても、真の共感には至らない
      - 「応援したい」「関わりたい」「出会いたい」とはならない
    - だから
      - ここで「甘え」は許されない
      - 本気で最高の出会いを引き寄せたいのなら、自分の生身で、リアルで探せ
      - 僕は常に5〜10人の顔が思い浮かぶ
      - そのリアルな人たちに向けてメッセージしている
      - これはもう足で稼ぐしかない
      - AI時代だからこそ、リアルが重要
- **自分の世界観とは何か？**
  - 「宗教」で考えるとわかりやすい
    - 宗教＝世界観の最高峰
    - キリスト教徒は世界に20億人以上いる
    - イスラム教徒は約19億人
    - つまり、足せばほぼ世界人口の半分
    - 日本では無宗教の人の方が多いけど、世界では何かしらの宗教を信仰している人の方が多い
    - ※日本人も別に無信心なわけではない むしろ無自覚なだけで信心深い
  - つまり
    - 人間はそもそも宗教的な生き物だと言うこと
    - 人間の特徴は
      - 社会性であり
      - 言語であり
      - 宗教であると言える
      - そもそも
        - 社会を形成するには「共通の信じる物語」が必要不可欠
        - その意味では、民主主義だって、資本主義だって宗教であると言える
  - では、宗教とは何か？
    - 宗教に必要なもの
      - ①物語（ゴール）
        - ＝コンセプト・キャラクター・ストーリー
        - 「WHY?」
      - ②教え・戒律・哲学
        - 「WHAT」
        - 「HOW」
      - ③コミュニティ
        - 「DO」
        - 「BE」
      - この3つが揃っていなければならない
    - 例えば
      - 仏教には
        - ①ブッダが苦行の果てに悟りを開く物語
        - ②苦しみから解放するための方法論・実践論
        - ③寺院などの修行の場
      - キリスト教には
        - ①救世主の誕生、贖罪、救済、復活
        - ②愛や赦しのマインドセット・ルール
        - ③教会
      - 和佐大輔教
        - ①生きてるだけでまる儲け状態（人間パワースポット）に至るための物語
        - ②人間パワースポット化のマインドセット・方法論・実践論
        - ③オンラインコミュニティや個別コンサル
      - 構造が全く同じだと言うこと
  - 自分宗教だと考えてみる
    - つまり
      - ①物語（ゴール）
      - ②教え・戒律・哲学
      - ③コミュニティ
      - この3つを定義していくということ
    - 具体的には
      - ①あなたの世界のゴールはどこにある？
        - あなたの「人生」ではなく「世界」で考える
        - 世界とは、あらゆるものが内包されているもの
        - そこには当然、他人も入るし、自分が死んだ後の時間も入る
        - 暫定的でいい
      - ②ゴールを目指すための体系を決める
        - 体系化・言語化
        - 3〜5のトピックに切り分ける
          - これ以上になると複雑すぎる
          - 三本柱ぐらいがちょうどいい
        - 例えば
          - 世界観構築ブートキャンプの場合は
          - ①最高の出会いを引き寄せる
          - ②沼らせる
          - ③マネタイズする
          - という3つの大トピックがあって、それを細かく解説している
          - つまり、体系化されているということ
        - 他にも
          - 人間パワースポット化講座
            - ①これまでの人生の物語化
            - ②これからの人生の運命化
            - ③パワースポット化
          - 僕の人生のテーマ
            - ①生きてるだけでまる儲け
            - ②これでいいのだ
            - ③おもしろきこともなき世をおもしろく
          - など、僕のメッセージやコンセプトには全て体系がある
        - だから
          - 情報発信が「行き当たりばったり」や「思いつき」にならない
          - 発信すべきことが最初から体系化されている
          - 迷うことが一切ない
          - 具体的には
            - 3×3×3で考えてみる
            - 大・中・小（抽象度の段階）
            - 3+9+27の合計39のトピックが出来上がる
            - それぞれ5個出たなら、155個のトピック
            - ↑これぐらいが限界。これ以上になると複雑すぎる
            - この「体系」の範囲内で情報発信をしていく
      - ③リアルタイムに活動するコミュニティを考える
        - ①と②を深めていく活動
        - 強制力が働くように作ったが方がいい
        - 強制力＝時空間の確保（スケジューリング）
        - 例えば
          - ①自分が考える究極のラーメンを作ろう
          - ②究極のラーメンの定義・体系化
          - ③ラーメン屋を作って実践
          - ③がないと実践できない
          - ③があれば
            - 毎日店に立てる
            - 毎日お客さんが来る
            - 何もしないと家賃だけが無駄になる
            - ↑つまり強制力になる
          - 実験的で野心的で宗教的であればあるほど、お客さんもコアなファン（信者）になっていく
          - 仮に
            - 店主が道半ばで死んでも、定義と体系（秘伝のノート）が残れば受け継ぐ人が現れる
            - 僕らがやることはこれと同じ
            - 自分が死んでも、道は残る
    - 注意点は
      - ①「誰のため」を忘れないこと
        - そもそも誰かのためになっていないと意味がない（発信する意味がない）
        - 出会いたい人と出会うためという大前提を忘れない
        - これも宗教と同じ
          - 宗教は誰かを救うためにある
      - ②大風呂敷を広げすぎないこと
        - 抽象的になりすぎたら意味がない
        - 宗教は人々の生活に根付いている
        - 「それいいね！」と即答されるぐらいには、具体的にイメージできるものにしよう
        - 例えば
          - 僕の場合
            - 最初は「究極的に合理的なマーケティング」を自分なりに体系化していた
            - これが「DRM」
            - ネットビジネス大百科などで体系化している
            - そこから
              - 創造的破壊
                - ＝仲間づくり、文化づくり
              - リーダーのための
                - ＝共感、幸福、自己超越
              - 人間パワースポット化
                - ＝生きてるだけでまる儲けの境地
                - ↑今のところ、僕の到達地点
              - など、変化し続けてきた
              - 徐々に抽象的になっている
          - 逆に多くの人は
            - 具体性が抜けてしまう
            - 抽象的な理想論を偉そうに語っても、具体論が全く語れない
            - 順番が逆
            - 僕は
              - 徹底的に具体論をやってきた
              - だから、抽象的な理想論も、具体的な実践論までを全て説明できるし、教えることができる
            - つまり
              - 現実＝具体
              - ゴール＝抽象
              - 僕が相手にしている人たちの「現実」は変わらないが、僕が導ける「ゴール」がどんどん遠くになっているということ
              - 最初はもっと近い場所にしか導けなかった
              - 自分が徹底的に具体的に語れるレベルに留めることが大事
      - ③常に暫定的でいい
        - 全ては半年ぐらいで変わっていく
        - 自分が成長すればするほど変わっていく
        - その前提でいい
        - 僕も現在進行形で変わり続けている
- **出会いを引き寄せる方法**
  - ＝世界観の情報発信
  - 多くの人は
    - 情報発信を思いつきでやる
    - 例えば
      - 「今日は何を書こう」
      - 「次は何を書こう」
      - 思いつく日と思い付かない日がある
      - これでは継続もできないし、何よりも散漫な情報発信になってしまう
      - 「結局何が言いたいの？」と
    - だから
      - 情報発信＝難しい、続かない、めんどくさいというイメージになる
      - 本来はやるべきことは最初に全部決まっている
      - 問題となるのは「順番」だけ
  - 世界観が決まっていれば
    - あとは順番を決めていけばいい
    - 例えば
      - 3×3×3の体系化ができていれば、あとはそれをもとにコンテンツを増やしていく
      - コンテンツが増えていけばいくほど、世界観が構築されていくイメージ
      - そのどれかに共鳴して人が集まってくる
  - やっていく中で
    - 少しずつ「キラーコンテンツ」や「キラーコンセプト」が見つかっていく
    - 39トピックのコンテンツを作っていけば、その中で必ず人気にばらつきが出てくるはず
    - 人気のコンテンツを重点的に増やしていけば、出会える確率が上がっていく
  - さらに
    - 僕の場合は「広告」でブーストしている
    - 広告を使って人気のテストをする
    - 例えば
      - 今回の世界観構築ブートキャンプだったら
      - ①最高の出会いを引き寄せる方法
      - ②お客さんを沼らせる方法
      - ③AI時代のマネタイズ術
      - など、3種類で動画を作ってYouTubeに公開して、YouTube広告やMeta広告を使って、どの切り口が一番人気が出るか、反応がいいかを確かめる
      - そして反応が良いものを重点的に発信していく
      - 今は
        - YouTube広告
        - Mtae広告（Facebook・Instagram）
        - X広告
        - が、誰でも簡単に出せる時代
        - 1万円も出せば十分なテストが可能
        - ただオーガニックで待つより圧倒的に早い
  - 僕の場合、具体的には
    - ①AI時代の情報発信講座
    - ②割り箸ライティング講座
    - ③売れる商品を無限に生み出す方法
    - ④言語化の魔法（コラボコンテンツ）
    - などがキラーコンテンツとして機能している
    - この世界観構築ブートキャンプが完成したら、また新しく情報発信をテーマにしたキラーコンテンツを作る予定
    - どの入り口から入っても、僕の世界観が広がっている
    - つまり、沼れるということ
- **沼らせる方法**
  - コンテンツを「単品」で考えないこと
  - 「入り口」や「きっかけ」があったら次は、どんどん沼らせるための「コンテンツ群」が必要
  - つまり
    - 体系化した世界観をどんどんコンテンツにして、YouTubeなどに公開していく
    - すると、世界観にハマった人は勝手にそれらを消化してくれる
    - しかし
      - 仮に記事数は多くても、体系化されていない、カオスなブログがあったとしても、なかなか沼れない
      - 「もっと知りたい」「もっと学びたい」と思ってもらうための体系化でもある
      - 体系化されていない＝カオス（一貫性がない）
    - 逆に言えば
      - 体系化した内容以外のことは全部、「番外編」にしなければならない
      - 番外編はあくまで番外編
      - 数が多かったら意味がわからない
      - つまり、思いつきでなんでも発信すればいいってことじゃない
  - そして
    - メルマガやLINEに誘導していく
    - そこでは、スムーズにマネタイズしていくための動線を作る
    - ここまでくるとマネタイズは簡単
    - なぜなら
      - 体系化→コンテンツ群を作る、という経験で自分自身がめちゃくちゃレベルアップしているから
      - 体系化とコンテンツの量産を経ることで、一流のドクターやコンサルタントになれる
      - 一流のドクターやコンサルタントは
        - ①的確な診断
        - ②的確なアドバイス
        - ③信用にたる根拠
        - を持ち合わせている
        - 僕らもそうなれる
        - なぜなら
          - 体系化の中に全ての答えがあるから
          - もし自分の体系の中で答えられないなら、その人の役には立てない
          - 例えば
            - 僕が情報発信についての相談をされたら
            - ①最高の出会いを引き寄せる
            - ②沼らせる
            - ③マネタイズする
            - この3つのどこに問題があるかを見極めていく
            - 必ずどこかに問題があって、解決策もある
            - この体系の中で答えられないなら、それは僕の実力不足だということ
            - 素直に「わからない」と言うべき
        - 多くの勘違い
          - 一流の人は「すごい解決法」を持っていると思い込んでいる
          - でも、実際にはそんなものはない
          - 一流の仕事は、問いかけと診断
          - 答えは陳腐でも全く問題はない
          - 究極的には、雑談で相手に良い影響を与えられるようになることを目指すべき
- **まとめると**
  - 最高の出会いを引き寄せるには？
    - 「誰」と出会いたいかを決める
    - 上目線で、前のめりな人
    - リアル世界でちゃんと出会うことが重要
    - 助け合いではなく高め合い
  - 世界観を構築するには？
    - 自分の宗教を作るようなもの
    - 宗教には3つの要素がある
      - ①物語（ゴール）
      - ②教え・戒律・哲学
      - ③コミュニティ
    - これらを「構造的」に考え、情報を「体系化」していくことが重要
  - 最高の出会いを引き寄せる方法
    - 体系化した世界観をどんどんコンテンツ化・情報発信していく
    - その中でキラーコンテンツを見つけていく
    - キラーコンテンツを見つけるために広告を使ったり、あらゆるアプローチをしていく
  - 沼らせる方法
    - コンテンツを「単品」で考えず「群」にしていく
    - スムーズな「動線」を設計する
    - マネタイズに繋げていく
  - やればやるほどレベルアップしていく
    - 一流のドクターやコンサルタントになれる
    - 的確な問いかけ、的確な診断、的確なアドバイス、信用にたる根拠を持ち合わせた存在
    - 究極的には雑談で高め合える存在になる
  - 逆に上手くいかない理由は
    - ①「誰と出会いたいのか？」が明確じゃない（あるいは、言葉としては考えていてもリアルで出会っていない）
    - ②世界観が言語化・体系化されていない
    - ③世界観がコンテンツ化されていない（一貫性のある沼れるコンテンツ群になっていない）
    - ④キラーコンテンツが見つかっていない（レバレッジのかけどころがわからない）
    - ⑤構造化されていない
    - ⑥マネタイズ力が弱い（↑DAY3のテーマ）
    - 1つ1つちゃんとやれば上手くいかない理由がない
  - お願い
    - コメント欄にDAY1とDAY2を踏まえて
    - ①情報発信が上手くいかない理由・体験（自分の反省・他者の客観的な評価）
    - ②情報発信が上手くいくイメージの言語化（自分の情報発信の成功の鍵はどこにあるか？）
    - を考えて書き込んでください
    - この反省の言語化→鍵の言語化は、セルフコンサルティングのようなものです
- **次回予告**
  - DAY3では、いよいよ「AI時代のマネタイズ」がテーマになります
  - 今回も少し触れましたが、さらに具体的に深掘りしていくのでお楽しみに！
  - 次回までに「AIと競争しないマネタイズ」を自分なりに想像しておいてください
  - それでは、また