



**ファンレターが送られて  
くるほどに読者を魅了する  
情報発信の極意**

「AUN」こと

西祖幸平 Kohei Seiso





# 改めまして

- ✓ 仕事は、“情報発信”。
- ✓ メルマガやSNSを通じ読者にとって価値ある情報を日々発信しつつ、キャッシュポイントは主に教材、通信講座、オンラインサロン、セミナー、スクール、コンサルの販売。
- ✓ 情報発信の内容は広く言うと「自己啓発」。具体的には、コミュニケーションやリーダーシップ、ビジネスの知識やノウハウ、またそれら目標達成のためのマインドセット、等々。
- ✓ 公式サイト：  
<http://intofree.jp/aun-official-site/>



# 情報発信ビジネス

- ✓ 情報発信ビジネスをやっている人はたくさんいるが、メルマガ読者を何万人と抱えているような人でも、まともに食えている人は実はそんなに多くない。
- ✓ そんな中、私のメルマガ読者はわずか2千名程度で、視聴者を何十万何百万抱えるYouTuberのように全国区の有名人でも何でもないが、この規模でちゃんとビジネスとして成り立っている。
- ✓ ……どころか、読者何万人規模の人々よりも、稼ぎで言うと場合によっては何倍も多い（はず）。しかもかれこれ6年以上続いている。



# なぜ？

- ✓ ……そんなことが可能なのか？
- ✓ それは、ファンレターが送られてくるほどに読者を魅了する情報発信の極意を心得ていて、それを実践しているから。
- ✓ ここで言うファンとは、応援者であり、協力者であり、賛同者のこと。
- ✓ 私以外にも、この極意を心得ている情報発信者は皆同じように読者に支持されているし、感謝されながら効率的に稼いでいる。



# ファンレターは大袈裟

✓……ではない。



西祖 幸平様

先日は【THE DIVE in 東京】でお世話になりました。  
また、リッツ・カールトンのスイートにも泊めさせて頂き、  
ありがとうございました。  
直接的な対話やセッションはできなかったですが、  
大変貴重な体験をさせていただき感謝しております。  
そのお礼としまして少しばかりではございますが、  
仙台かまぼこをお贈りいたしますので  
是非ご家族で召し上がってください。  
これからも色々とお世話になりますので  
よろしく申し上げます。









# オフ会を開催すれば……





# とまあこんなかんじで

- ✓ 今回お伝えする情報発信の極意さえ実践すれば、例えばこういう現実も当たり前に入手に入る、という話。
- ✓ 当然、何かを売れば一定の割合で必ず購入者がいて対価を受け取ることができるから、ビジネスは非常に安定する。
- ✓ 価格競争に晒されながら、クレームを恐れながら、顧客の顔色を伺いながらのビジネスではなく、自分のファンだけを相手にするわけだから、精神的にも安定する。
- ✓ “イージーモード”に突入し、少し張り合いがなくなってしまうかもしれない。



# 「あの…私、物販なんですけど」

- ✓ 「あの…美容室なんですけど」
- ✓ 「あの…居酒屋なんですけど」
- ✓ 「あの…治療院なんですけど」
- • •
- ✓ だったら尚更、情報発信の極意を学ぶべき。
- ✓ なぜなら、物販ビジネスや店舗ビジネスに「情報発信」という概念を導入すれば、集客コストはグンと下がり、売上は爆発的に増え、経営は極めて安定するから。
- ✓ もちろん、セミナー講師やセラピスト、コンサルタントやアフィリエイトは今すぐにでも導入すべき。



**と、いうことで、  
話していきます。**



# 最初に質問です

✓ あなたは、、、

- どんな人が“気”になりますか？
- どんな人に“惹”かれますか？
- どんな人を“好き”になりますか？
- どんな人と“仲間”になりたいですか？
- どんな人と“繋がって”いたいですか？
- どんな人に“憧れ”を感じますか？
- どんな人を“凄い”と感じますか？
- どんな人に“愛”を感じますか？

✓ 相手にそう思ってもらうことが、情報発信をやる上で達成しなければならないことであり、ここで言う「ファンになってもらう」とはそういう状態のこと。



# そう思わせてしまう要素

✓共感

✓憧れ

✓尊敬

✓好意



# 共感とは

- ✓ 他人の意見や感情などに対して「同じ気持ちだ」と感じること（同情）。
- ✓ また、「この人だったらわかってくれる」といったような、親近感や安心感。信用や信頼につながる感情。
  - 「その気持ち、すごくわかる」
  - 「うん、この人はわかってる人だ」
  - 「そう、それが言いたかったんだ」
  - 「この人は私の代弁者だ」



# 憧れとは

- ✓ 実現していない自分が理想とするものに対して強く心が引(惹)かれていること。願望。
- ✓ 「未知の世界への憧れ」や「憧れの先輩」など、人物に限らず用いられる。好奇心や興味心からも来る。
  - 「私もこんな風になれたらなあ」
  - 「自分もチャレンジしてみたいなあ」
  - 「この人や、この人が生きる世界(業界・場所・コミュニティ)のことをもっと知りたい」



# 尊敬とは

- ✓ 相手を敬う気持ち。憧れや願望ではなく、「素晴らしい」「凄い」「偉い」「魅力的だ」といった“敬い”の気持ちを、人物や、その人物の行為や業績に対して抱くこと。
- ✓ 強い信用・信頼感。
  - 「この人は素敵だなあ、魅力的だなあ」
  - 「素晴らしいなあ、凄いなあ、偉いなあ」
  - 「この人は、ここまでしてくれるのか」
  - 「この人は信じるに値する人物だ」
  - 「この人には愛を感じる」



# 好意とは

✓ 相手を慕う気持ち。好きだと思ふ気持ち。離れている人を思うこと。思慕、恋慕。一緒にいたくて後を追うこと。

- ・「この人の仲間になりたい」
- ・「この人と繋がっていたい」
- ・「この人に会いたい」
- ・「この人が単純に好き」



# 情報発信でこの状態に持っていくために

- ✓ オンラインならメルマガやSNS等、オフラインならDMやニュースレター等を通じて、文章や音声や映像を提供し、関係構築を図る。
- ✓ 文章や音声や映像から関係がスタートするため、きとんと戦略的に行わなければならない。



# 具体的に

- ✓ どのように関係を構築していくのか？
- ✓ ここでは、5つの「戦略」的スタンスを推奨する。

1. 常識の上の非常識
2. 優しさの上の厳しさ
3. 誠実の上のしたたかさ
4. 謙虚の上の大胆さ
5. 提供の上の提案



# 1. 常識の上の非常識

- ✓ 誰であれ、一般的に「非常識」「反社会的」だとされる事に対して、ある種の「憧れ」を抱いて生きている。
- ✓ だからこそ、それを体現している人には惹かれるし、ここから共感や憧れや尊敬や好意が生まれることも多い。
- ✓ しかしそれには条件があって、あくまで土台は「常識」的な人間であるということ。基本は常識人。だからこそ安心できる。安心感は重要。
- ✓ これが逆（非常識の上の常識）だったらヤバい。安心以前に、そんな奴とはそもそも関わりたくない。



# 例えば、、、

- ✓ 私は、茶髪にピアスに普段着&サンダルといった風体でセミナーやコンサルをしていた時期がある（今はある程度落ち着いています）。
- ✓ 見るからに非常識で反社会的だと思っただけけれど、例えば、挨拶や相槌や気遣いなど、礼節は人一倍ちゃんとする。
- ✓ “常識の上の非常識”だったからこそ、キャラクターに対してより多くの支持を得たような側面は確実にあると思っている。



# イタくならないように注意

- ✓ 例えば、まだ社会的に何者でもないタダの学生が「人生」について語っていても大抵“イタく”なる。
- ✓ 説得力のある実績さえあれば問題ないが、そういうものがなければ反感を買ったり、冷やややかな反応をされたりする。
- ✓ こういうものや、「常識が無い非常識」に対する反感は避けたい。



## 2. 優しさの上の厳しさ

- ✓ 誰であれ、油断するとスグに自分を甘やかす。
  - 努力できない、決めたことを継続できない、すぐにサボってしまう。
  - お手軽で楽な商品やノウハウに手を出してしまう。
  - 結果、いつまでも変われずに悶々としている。
- ✓ 「誰かそんな自分に厳しく活を入れて欲しい」という思いを心のどこかに持っているし、「誰かに厳しく言われないと変われない」こともわかっている。
- ✓ その思いに応えてあげることで、相手に気づきを与えることができるし、尊敬や好意が生まれる。



# 「教育」的観点からみても

- ✓ 夢を見させるような甘い話よりも、正し道を示し、そこ目を向けさせ、自ら進んで行動するように導いた方がお互いのため。
- ✓ 結果が出て感謝されるし、喜んでお金も払ってくれるし、お互いに高め合える関係になれる。



# 誰でも教育者

- ✓ 「教育」と聞くと「自分なんかが」と思う人は多いが、誰でも、社会生活を営んでいる以上、誰かを教育する宿命を背負っている。
- ✓ 自分自身の価値観や考え方を広める、相手に好い影響を与える、ということを前提とした情報発信は、ある種の教育的活動だと言える。
- ✓ 我々は、常に誰かにとっての教育者であり、リーダーであるという自覚を持つべき。



# ただし、“優しさあっての厳しさ”

- ✓ でなければならぬ。
- ✓ ただ厳しいことを言うだけの人間となんて関わりたくない、というのが多くの人の本音のはず。
- ✓ また、「優しさの上の厳しさ」だからこそ、愛を感じられる、というのもある。
- ✓ 注意しておきたいのは、関係が構築されていない初期の段階においては、わかりやすい優しさから入らないと相手は耳を貸さないということ。
- ✓ 最初の段階では、相手が聞きたいことを語ってあげるのが基本。



# 相手の現実に寄り添う

- ✓ この姿勢を常に大事に。
- ✓ “寄り添う”ことから「共感」は生まれる。
- ✓ 彼らの心の声は何か、を真剣に考える。
  - 彼らの問題（悩み、不安・恐怖・苛立ち）は？
  - 彼らは、どんな話になら耳を傾けやすいか？
- ✓ その上で自分ができることを考える。
  - 共感が沸くような自身の過去のエピソードを語る。
  - 似た悩みを抱えていたクライアントの体験談をシェアする。
  - 時に厳しく諭す（結局、今の現実は自分自身で作り出している）。



# 優しさ3：厳しさ7

- ✓ くらいのイメージを持つことを推奨。
- ✓ 7割厳しい事を言われても、3割の優しさがそれ以上の“愛”を相手は受け取るから、バランス的に丁度良いのではないかと感じている。
- ✓ し、「教育的観点」を持った教育者としてちゃんとやるのであれば、自然とこのくらいのバランスになる。



# 3. 誠実の上のしたたかさ

- ✓ 馬鹿正直では上手くはいかない。
- ✓ セールスする際、「これを販売するのは、自分が儲けたいからです」なんて言っていたら愛想を尽かされてしまう。
- ✓ しかし、ビジネスなのだから、セールスする目的は儲けることであることは事実。そこをどう表現するのか、という問題。
- ✓ オブラートに包みすぎると嘘くさい。馬鹿正直すぎてもダメ。



# 薄いオブラートに包む

- ✓ 分厚いオブラートに包むのではなく、薄いオブラートに包む、という“したたかさ”がものを言う場面。
- ✓ 二手三手と先の展開を見据える計算高さ、どんな状況でも不敵に笑っていられる打ち手の多さ……といった、一筋縄ではいかない“したたかさ”が必要。
- ✓ しかし、それだけでは、相手は心を開いてはくれない。が、土台に人としての“誠実さ”が見えることで、相手は安心し、それは信用や信頼につながる。



# 4. 謙虚の上の大胆さ

- ✓ **大胆**：ものを恐れない度胸があること。「一不敵」。普通と違った思い切ったことをするさま。凶太い様子。(by ネット検索)
- ✓ 「常識の上の非常識」によく似た概念だが、“大胆”な行動を取れる人に、人は憧れを抱く。
- ✓ が、謙虚さが土台にないと、どんなに大胆で面白く刺激的な行動を見せても、近寄りがたい人、危ない人、怖い人、という評価になり、（見る分には面白いけど）「友達にはなりたくない」「関わりたくはない」という気持ちが勝ってしまう。



# 謙虚とは

- ✓ 人としての安心感。その人の信用・信頼に大きく貢献するもの。
- ✓ 謙虚の上の大胆さ。
  - 普通は気が引けてしまうような、あまり誰もやらないようなことを、自分が持っている武器（リソース）を存分に発揮し、恐れずやる。だけど、自分の間違いや短所や欠点は素直に認めるし、自分の実力や地位や富や名声をひけらかさない。
  - 強烈な自己主張はするけど、感謝の心を持っているし、影で努力している。褒められたら素直に感謝する。



# 5. 提供の上の提案

- ✓ 情報発信者は、マーケッターやビジネスマンや起業家や経営者である以前に、“提供者”である必要がある。
- ✓ ファンで居続けてくれるか、それともスグに離れて行ってしまいか……は、「私は提供者である」という自覚の有無で決まる。
- ✓ 提供した（情報の）価値に対して対価を受け取るのが、情報発信を軸としたビジネスの基本……であるなら、提供することに対するスタンスは非常に重要。



# 2つのスタンス

## ✓ 提供スタンス

- 相手に最大限の価値を提供するために、最低限の対価をもらう。
- 爆発的な儲けよりも、長期的かつ安定的な儲けが約束される。

## ✓ 搾取スタンス

- 相手から最大限の対価をもらうために、最低限の価値を提供する。
- 一気に儲けを刈り取るが、次に続かないパターン。



# キラキラした存在

- ✓ である（になる）必要はない。
- ✓ キラキラしたいならしたらいいし、リア充ならリア充感を（イタく見えない程度に）出せばいいが、そうでないのに無理してそうなるうとする必要はない。
- ✓ 今回の話した基本（本質）を守りつつ、自分のしてきた経験や、自分の中に在る思いや感情、コンプレックス等々を、怖がらず、恥ずかしがらずに堂々と出していけば、必ずファンは増える。



# 文章力や話す力は要らない

- ✓ ……とは言わない。
- ✓ 最低限のチカラは当然要求される。が、上手な文章を書く必要も上手に喋る必要もない。
- ✓ 口下手で人見知りでも愛される人たらしが存在するように、文章や喋りが下手でも愛される情報発信者は存在する。
- ✓ 要は、相手の心にメッセージが届いているか、響いているか、刺さっているか……が、最も重要。



# 情報発信の可能性

- ✓ 売るものは何でもいい。
- ✓ 知識でも物でも体験でも、どんなサービスでもいい。

とにかく、

情報発信でファンを作り、  
ファン相手にビジネスを展開する。

これに勝る、個人規模で行える安定ビジネスはない。

以上。