

ネット集客だけで月 200 万円を売り上げる

カウンセラーの集客法 児島さん

書き起こし

◆ 著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◇ レポートの著作権は、「ミッションマーケティングアカデミア」にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇ 本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

◆ 使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）とミッションマーケティングアカデミア（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。

第1条（目的） 本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条（第三者への公開の禁止） 本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第3条（損害賠償） 甲が本契約の第2条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壱万円を乗じた価格の10倍の金額を支払うものとします。

第4条（その他） 当レポートに沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

坂本： こんにちは、坂本憲彦です。今日はですね、ミッションマーケティングで実績をあげられる方のインタビュー映像をお届けしたいと思います。

今回ご紹介させていただくのはハッピーヒプノの代表を務めております、児島弘樹さんをお呼びしております。児島さんはですね、心理カウンセラーをされておまして、心理カウンセラーの中でもあがり症専門の心理カウンセラーとして活動しておまして、毎回セミナーが満席になっているというような方ですね。

多い時には、カウンセラーでありながらも 月間で 200 万円くらいの売り上げを上げています、大きな成果を出されている方でもあります。こういったコーチ、カウンセラー業、コンサルタント業の方ですね、なかなか集客で苦しんでいる方が多いようです。

そしてそれは児島さんも例外ではありませんでした。心理カウンセラーとして独立した当初というのは全く集客ができないと、というような状況でした。ブログやフェイスブックを一生懸命書いてもなかなか集客できないと。

それが、自分の中でミッションですね、ミッション、何を中心にメッセージを伝えていか、そしてマーケティングですね、どういった形でそれを具体的に広めていくのか学ぶことによ

て、そして今では 自分のセミナーに行列待ちというか、お客さんが常に満席になるという
ような状態が出来ているというような形ですね。

児島さんがどのようにして自分のミッションを見つけていって、そして実際にビジネスに生
かしてそして集客に活かしていったのか、これについて今回インタビューをお聞きしていま
すので、ぜひこれをあなたにご覧いただいて、そして具体的なノウハウを学んでいただいて、
活用していただけたらと思います。

それじゃあぜひ楽しみにご覧くださいどうぞ。

坂本： 今日お呼びさせていただいたのはですね、あがり症専門のカウンセラーをされて
います、ハッピー・ピプノ代表の児島弘樹さん、お呼びさせていただいて、お話お聞ききし
たいと思います。

岡： よろしくお願ひします。

坂本： 児島さんなんですけど カウンセラーとして独立されて、もう何年くらいですか。

児島： そうですね、5年くらい経ちますね。

坂本： 5年くらい、独立されて。今は主にネットを中心に集客をして、あがり症専門のカウンセラーという形で活躍されているというところですね。結構やっぱり私の周りでも多いんですけど、コーチングされている方とかカウンセラーとか、コンサル業やっている方もそうなんですけど、結構そうやって、自分の技術で独立したけどもなかなかお客さんが集められないというふうに悩んでいる方、凄く多いんじゃないかというふうに思います。

今日は、そういったカウンセラーでコーチング業とかですね、そういった方々がどういうふうにして集客していけばいいのか、お客さんを集めていってそして自分の、商品サービスに繋げていったらいいのかといったところ、その辺を具体的に聞いていきたいなと思いますので、よろしくお願いします。

簡単に自己紹介ちょっとお願いしたいんですけど。

児島： あがり症専門心理カウンセラーの児島弘樹と申します。私のほうはですね、いろいろサービスを提供しているんですけども、主に3か月の、あがり症の方に対して話し方の教室を提供させていただいています。

話し方教室、世の中にネット見ると分かるんですけども、たくさんあります。ただし、ほとんどのところが、スキルに特化したところが多いですね。場数を踏めば治るというアプローチをとっているところが多いですので、そういうことは一線を画してですね、心理学、心理療法というところを前面に出して行っています。

坂本： わかりました。そういう形でされているんですけど、これを始めたきっかけってなんかありますか。上がり症専門でやろうとする。

児島： もともと心理学にはですね、中学生ぐらいから興味がありまして、そこからずっと心理学を勉強していました。といっても、やはりその心理学に興味を持ったのも、もともと自分自身があがり症で凄く苦しんできた経緯がありました。元々、大学生ぐらいですね、起業したいな、という思いがありまして、いろいろ起業家の方々とお会いしたところ、営業は必須だよって言われまして。

まず営業を学ぼうということで、会社員としてさせていただいているんですね。それからいろいろ考えて、結局心理カウンセラーとして独立しようというふう結論に達しました。

坂本： それが5年前ぐらいに？ 先ほどちょっと冒頭で話したんですけど、カウンセラーとかコーチとかのお仕事の方も、結構皆さん私の周りによく相談受けたりするんですけど、皆さん独立したいとかっていう人もいるし、しても結局なかなか集客できないという方も多いのかな、と思うんですけど、その辺不安とかはなかったんですか。

児島： 怖いもの知らずだったんです。独立してから現実に突き当たりましたね。元々、心理カウンセラーとして独立しようと思ったのが、会社員生活をしていた時に、職場の人たちがどんどんうつ病で辞めていくと。

坂本： そんなに辞めていくんですか。

児島： 隣の人がある日会社に来なくなる。それが、どんどん人がいなくなる。

坂本： そんなに減っていくんですか。

児島 そんなに減っていきましたね。顔が歪んでいくんですよ。ろれつが回らなくなって、本当に簡単なこともできなくなっていきますね。それが見てたら分かるんですけども、手を差し伸べない職場だったんです。

岡： じゃあ凄いですね、なんか、あんまり声の掛け合いとかもないんですか。

児島： 結構サバイバルな職場でして、そういったその職場は私らの新卒で初めて入った職場でしたので、社会って厳しいんだな。と思うと同時に、やはり心理カウンセラーの二

ーズ、すごくあるな。これだけうつ病で辞めていくんだったら、心理カウンセラーは必要とされているなっていうのが結構決め手だった。

岡： 凄い決め手ですね、なかなかできないですね。

児島： 周りがバタバタね。ただそういったことを思って、心理カウンセラー独立したんですけど、やはり集客は最初苦労しました。最初から私は P P C 広告で個人を対象に個人カウンセリングというのを 5 年前やっていたんですけども、来るんですよ、ある程度は。

グーグル P P C 広告、当時月 5000 円くらい出してですね、P P C やっている人は少なかったんで、それで月 2,3 人とかは来たんですね。

坂本： P P C 広告はネット上のいわゆるグーグルとかヤフーの検索で出てくる広告。それでこんなお客さんが。

児島 ただ、それで生活していけるかどうかという、できないですね。今振り返ってみると、なぜうまくいかなかったという、対象をですね、なんでもOKにしたんです。どんな方でもウェルカムです、という形で対象を全く絞ってなかったです。

マーケティングでもよく言われるものですが、誰でもいいですよ、っていうと誰も来ない。ただ、ぽつぽつは来ていたんですけど、このままだとやっていけないな、っていうのはひしひしと感じていました。

坂本：具体的に売り上げの規模とか、どれくらいのか。まあ、差し支えなければ教えていただきたいなと思うんですけど。

児島：先月9月の売り上げが200万弱です。
もうちょっとで200万行くという直前でした。

坂本：今、サービスとしてはどういうサービスを提供されているんですか。

児島： サービスとしては3つありますね。1つ目があがり症改善プログラムといってですね、通信教育プログラム。こちらのほうは場所時間関係なく、自分で、自分のペースで学ぼうというプログラムを19800円で提供しています。

もう1つがですね、先ほど話した、あがり症専門の話し方教室ですね。こちらが3か月のコースになっていまして、単価が13万弱、最後、3つ目がですね、カウンセリングですね。こちらのほう、今ほとんど行っていないんですけど、個別に希望のある方には個人カウンセリングとして提供しています。

坂本： 基本その3つがメインで。一番じゃあその中でも比率としては3か月のコースが。

児島： そうですね、圧倒的に。

岡： 他の方は話し方っていうふうになっているじゃないですか。あがり症はってことは、最初は話し方こなかったご自身の経験をもとに、これ1本に特化してって感じで、すぐ切り替えたんですか。

児島： そうですね、ビジネススクールに入ってですね、U S P、強みを考えようということで、自分の経験とか知識を棚卸した結果、自分の上がり症克服にかなりのリソースを割いてきたなってことに気付いたんですね。

プラス、自分自身が体験した体験者ですので、あがり症の人の気持ちもわかりますし、そういった方たちがたくさんいるってこともわかってましたので、だとしたらそれを提供するのが一番自分自身にとって大きな価値を提供できるんじゃないかと気づいた。大きな気づきでした。

坂本： 自分自身があがり症だった。結構いろんなところで児島さん自身もいろいろ。

児島： 本当にいろいろ試行錯誤しまして、心理学心理療法もいろんなところに行つてですね、知識として学んだ面もありますし、自分で試行錯誤したものもあります。その中には 上手くいったものもあれば、うまくいかなかったものもあるので、そういったものも振り返ってみると、全部わかるんですけど。うまくいったものだけを体系化して、今、受講生にお伝えしようと。

坂本： 今はじゃあ集客、基本的にはネットを中心に集客をしている？

児島： すべてインターネットです。

坂本： そうなんですね。ちょっと今あんまり紹介とかって起こりにくい感じですかね？

児島： そうですね、あがり症というのはコンプレックスになりますので、中々口コミは発生しにくいですね。一方で会社の経営者の方とかも役員レベルでも、あがり症の方いますので、そういった方々が解決した場合に部下などに、という場合はあるんですけど。基本的には中々口コミは発生しづらいですね。

坂本： ネットにはすごく向いているのかな。

児島： 向いていると思います。人に話せなくて、インターネットで調べると。

岡： そういう方は自分があがり症っていうふうに思っている？

児島： もちろんです。あがり症っていうのは、すごく不思議な症状でして、人から見た時にそんなにあがっていないように見えても、本人はものすごく強い不安とか緊張を抱えている場合もある。そういった人は、人には言えずにずっと一人で悩み抱えて、ですからインターネットで自分 1 人で調べるというのが非常に多いですね。

坂本： 最初の 1 day のセミナーに来たら、どのくらいの方が本講座に来るんですか。

児島： 最初のほうは、やはり 2 割 3 割くらいだったんですけど、やはり何回も開催していくと、この部分がお客さんに刺さっているとか、アンケート、フィードバックを通じて様々なことが分かってきますので 継続的な改善ができました。現在では 13 万円の話し方教室なんですけども 成約率が 4、5 割ですね。かなり高くなってきています。

岡： お客さんの声をもとに内容を変えたんですか？ ということをこう。

児島： 変えらこともありますし、追加したこともあります。

坂本： 最初の頃と、現在とでどういうところ、何を変えたとか具体的にもしあれば。

児島： 例えば、あがり症と言った時に、実はあがり症でも様々な症状があります。あがり症っていうと、いわゆる一番有名なのがスピーチ恐怖と、人前に話す時に不安緊張ということなんですけども、実は他にもですね、初対面の人のが苦手、1対1が苦手とか、あとはいわゆる権威がある人、目上の人のが苦手とか、あと初対面、人前で字を書くときに手が震えるとか、10ぐらいの主な症状がありますね。

ですので、あがり症とか説明をする時に、あがり症ってこういう症状があります、と今は言うようにしています。そうすると、これとこれとこれに当てはまるな、と、より自分事として感じてもらうというのを途中から追加をしました。

坂本： それを言うか言わないかで反応が変わる？

児島： あがり症っていうのはすごく抽象的な言葉、自分のあがり症がどのぐらいのレベルで、どういったものなのか、皆さん把握されてない。

坂本： 自分のことしか分からないですね。

児島： ご自身が今どういった状況なのかいうことを、具体的に分かるように指標とか、そういったものを事前に提示するようにしています。

岡： 一対一で提示してあげて？

児島： セミナーの中で、あがり症のメカニズム、とかですね、最初のところで症状とか。

岡： 自分は結構高いところにいる、まずいなくなって、本講座の方に。

児島： 実はですね、あがり症っていうのは、自然には治らない症状、風邪とかだとしっかり休養すれば治りますよね。実はうつ病もしっかり休養を取ると、2年後には5人に4人は回復します。

ただ、あがり症は2年経った段階でも、5人に1人しか自然回復していないというデータがあります。さらにあがり症っていうのは、放置しておくとうどんひどくなるですね、メカニズムとして。ですので治すんだったらしっかり治しましょう、とお伝えする。

岡： そういう具体的な数字だったりっていうのをきっちり言うことによって はっはっ、みたいな、そっかっ、てなってっていうのをアンケートだったり聞いていく中で入れていく中で見つけていったということなんですね。

児島： 実際、私のクライアントさんには老若男女いらっしゃる。下は10代から、上は70代まで、私も70代のあがり症っていうのは想定してなくて、実際の話をついてみると、20代30代であがり症を発症して、何十年も悩んでいる。

岡： かわいそう。

児島： わかりました、データだけでなく実際私は何十年、70代でも悩んでいる方にクライアントさんとしていらっしゃる、ちょっとそうになると人生楽しめないうすよね。もったいないですよね。

坂本： カウンセラーの方とかそうなんですけども セミナーやって、多分なんか次につながるのが苦手っていう人多いと思うんですけど、いわゆるクロー징かけるみたいなことが苦手な人、結構いると思うんですけど、この辺児島さんは、どういふのを意識してやりますか？

児島： そうですね、そこはですね、やっぱり怖いんですよ、私も。初めて 1000 円でセミナーを開催した時、1000 円でも怖かったです。

坂本： 最初怖いですよ。

児島： 凄く怖くてですね、それまでスピーチプレゼンの機会っていうのは無料でたくさん積んでいたんですよ。でも、お金貰う立場になった時、めちゃくちゃ怖かったの覚えています。開催した時に、友人もちよっと応援に来てくれたんですけど、その時写真とってくれた私の顔が、ちよっとひきつっている。

なんですけども、人って慣れるんですね。回数を重ねていくとどんどん成長していくと、強くなっていきます。受け取れるお金の量っていうのも、だんだん増えていくと思います。です

から最初から私が話し方教室 13 万円ですけども、そういうチャージできたかという和多分できなかったと思います。

まずは 1000 円のセミナーを作って、そのあと 20000 円のプログラムを作って、それが 1 年程度経ってから、話し方教室を提供したというふうな段階を踏んでいったと、いうのが非常に大きいんじゃないかと思います。話し方教室もですね、最初 10 万円ではじめたんですが、怖かったですね。

岡： そうですね、10 万円は。

坂本： 自分のサービスでいきなり、なんか。それは、サラリーマンとかですから、10 万円もらって大丈夫かって思ったりしますよね。

児島： その辺はセルフイメージというか、自己肯定感を段階を踏まえてあげていく、いうことが一つの方法かなと思います。

やはり、心理カウンセラーとかコーチングの方は優しい方が多い。

坂本： ふわっとした、あんまりがつつ行く感じのイメージなかった児島さんも、そんなにがつつ行く感じの印象受けなかったんで、どんなふうはそのへん意識されているのか、すごく気になったので。

児島： やはり、自己犠牲型の方が非常に多いという面も心理カウンセラーもコーチングの方は感じています。自分が儲からなくても利益が出なくても、人様が幸せになる。いいのって方はとても多くて、それは素晴らしいことだなというふうに思うんですけど、やはり、しっかり自分が活動が続けていく上には、利益をしっかり稼いでいかないとと思います。

さらにお金を受け取るということは、それに相当する価値を提供することだと思いますね。例えば、カウンセリングを 3000 円とか 5000 円で提供している方はですね、安ければいいというものではない、と言うことをぜひ知っておいてほしいと思います。

例えば 3000 円のカウンセリングでは、あなたのカウンセリングが 3000 円の価値しかないですか、ということになる。だとしたら、カウンセリングの価値を高めて、より大きなチャージをいただくと意識するといいんじゃないかと。

坂本： 確かに、なかなかその辺みんな、結構抵抗がやっぱり強かったりとか、なかなかね。特に最初の方っていうのは、お金をもらうところで、すごくドキドキしたりとかすごく大きいですね。

岡： 確かに。

坂本： その辺ちゃんと意識されていかれてるというのは、素晴らしいなと思います。わかりました。ありがとうございます、あとは、そうしたら、その辺の形で組みあがってきて、結構順調に伸びてきた感じなんですか。

児島： 話し方教室のほうを始めた時にですね、1 day セミナーのほうも始めたんですけども、先ほどお話ししたように、ポータルサイトとかブログで告知をしました。1Day セミナーですね、なかなか人が集まらなかったですよ、ブログのほうからは、ほぼ来なかった。

ですし、集客をポータルサイトからぽつぽつと来ると、ぽつぽつと来る中である程度の確率で成約するというのが一年近く続きました。ですので、話し方教室のほうは大体 3、4 人くらいで続きました。時にはですね、1 人しか集まらない時、さすがにやばいなと思って、

今までの受講生の方で、じゃあ開講しますので是非来てください、という形をとったこともありました。

ですので、やはり、その、必要な方に必要な情報が届いていないなと感じたんですけども、ある時ふとですね、P P C 広告止められていた、という話をしました。ランディングページに直接かけていったので止められたわけですね。

坂本：いわゆるセールスレターと呼ばれる長いもので、販売は教材を販売してる。

岡：情報教材だから止められたんですね？

児島：話し方教室のほうも、ランディングページを作ったんですけども、一旦止められていたという前科があったから、P P C が再開できなかった。ただ、今はワードプレス、アメブロでいった ブログがある訳ですね、ブログに直接 P P C をかけられないかというようなことをひらめきまして、実際にヤフーとグーグルで再開させようとしてみました。P P C を再開させようとしてみました。そうするとグーグルのほうは再開できなかったんですけども、YAHOO の方は P P C 再開できたんですね。それを機にヤフーの P P C ブログ 1 D a y セミナ

ー 1 D a y セミナーが毎回満員になるような状況なんです。そうすると 1 D a y セミナーからこんな話し方教室のある程度人が集まる。

坂本： 一定数。

児島： 本講座のほうが、ほとんど毎回定員がうまる、という状況になりました。

坂本： ちなみに 1 D a y セミナーは定員ってどれくらいなんですか。

児島： その 1 D a y セミナーは 8 人。

坂本： それって月に何回位ですか。

児島 3 か月話し方教室になりますので、始まるひと月前くらいですね、月 5 回程度やります。

坂本： 結構じゃあ週 1 回以上ぐらいですね。

児島： そうですね。

坂本： さて、それで本講座のほうは定員は何名ですかね。

児島： そちらは8名。

坂本： 毎回満員になるとすごい。それを今は、2クラスやっていると？

児島： 日曜講座と水曜講座ですね。

坂本： 話聞いてても、広告をブログに流すって聞いたんで、大丈夫なのかなっていつも思っちゃうんですけど、要はよく広告って、いわゆるランディングページっていたり、セールスレターっていたりするんですけど、その情報だけ書いて、申し込みボタンだけあると、そういうページに流すこと多いんですけども、ブログに流そうと思った意図はどのような意図だったんですか。

児島： あがり症の方という特有のものもあると思うんですけど、不安なんです。この自分の強いあがり症が、解決できるのかどうかということと、信頼できるサイトかどうか、人かどうか、凄く見られると思います。ですからいきなりランディングページだと信頼性をしっかり確立できないんじゃないかなと思うんですね。

一方ブログにP P Cを流すと、ブログの記事でたくさん私のことが書いてありますので、納得がいくまで見てもらえると。そのうえで1 D a yセミナーなりブログなり、講座のほうに申し込んでいただけると。ワークショップあるほうが、逆に私の場合はいいのか。

坂本： ちなみに、こちらのブログですけど、このブログ、こういうものを見させていただいて、いわゆるホームページとあまり変わらないような感じですよ。

児島： 情報収録しています。

坂本： あんまり、いわゆるブログで日記みたいなブログではないんですね。

児島： 日記はビジネス的には厳しいと思います。関係のない情報を基本的にいれないと、ということです。

坂本： 基本的には、あがり症とか心理療法とか、それに関するようなところっていうような形ですかね、結構、多分独立して間もない方、さっきのカウンセラーとかコーチの方って結構ブログ書いたほうがいいよって適当に言われて書いているけど、なかなか成約に繋がらない人、結構多いですが、そういう人、見させてもらおうと、日記みたいなのを書いている人、結構いらっしゃいますよね。

児島： 専門家として情報を提供してわけですから、お客様の欲しくなるような記事を書くと。

お客様の目を意識すると、すごく重要なことじゃないかと思います。

坂本： 今、ここに来るとこの1 Dayセミナーの告知が、一番最初に来るように。これをずーっと一番上に来るようになっていく形ですね。

児島： アメブロのメッセージボードという場所ですね。

坂本： 記事を更新しても、一番上は変わらないという。あとはブログでそういう講座を
やりました、とか、こうしようとか、ちょこちょこしてる感じですかね。

児島： お客様の声、重要ですね。

岡： ここにありますね、お客様の声。

坂本： お客様の声、結構見られていますか？

児島： めちゃくちゃ見られていますね。サービスを提供する側が「いい」って言うのは当たり前。

いって言っても、やはり胡散臭いとは言わないですが、いってというのが当たり前なので実際同じ立場の人がどう変化したのかっていうのが、お客様は気になりますから、そこをしっかりと伝えるというか、そこをしっかりと載せるというのは重要なことだなと。

坂本： お客様の声の貰い方とか意識したり、どういうふうに？

児島： 講座、毎回開催するごとにアンケートを書いています。話し方3か月終わった後にグーグルのほうですね、インターネットでも感想を送れるような形。ですので、3か月終わった後に何かその会社内でもいいんですけども、なんかスピーチ、プレゼンの機会があったら、ぜひ報告してくださいというのは抑えるようにしています。

坂本： 常にもらえる状態を作って、それが出たらこういったブログのほうで。

児島： 実名 OK。イニシャルなら OK。など選べるようにしています。

坂本： そういう形でなんかしっかりお客さんの声を集められているのは 素晴らしいですよ。自分の励みにもなりますよね。

児島： 一番うれしいですね。

坂本： 確かにね、良かったっていう感想をね。

児島： すごい長文で送ってくるんですよ。あがり症の苦しみてすごい強いものなので、ここから解放されて上手くいったっていう喜びはすごく大きい、びっしり書いてあったので、それを開いた瞬間、すごく嬉しいです。

坂本： ありがとうございます。

坂本： じゃあまたちょっと質問したいんですけど、今お話し、いろいろ聞いてきたんですけど、じゃあ上手くいったところも凄くあったと思うんですけど、逆にうまくいかなかったことで、大変だったなーっていうところがあれば教えていただきたいなと思うんですけど。

児島： そうですね、やはり集客ができない苦しみというのはたくさん味わいましたね。自分の提供するサービスには、ある程度の自信はあったんですけども、ただ必要な人に届いていないとか、P P C 広告を最初プログラム上手くいっていたのに、いきなり止められてしまったとか、講座のほうもある程度いいものを提供する自信はあったんだけども、お客さんを集められなかったとか、その時はすごく苦しみましたね。

坂本： 結構どうなんですか、そういう時に商売辞めてしまおうか思っちゃったりする人とかも中にはいると思うんですけど。そこでやめない、あきらめなかったっていうのはなんか原因というか自分の中で。

児島： そうですね、実は私自身話し方教室、大学生の頃通ってまして、話し方教室業界はある程度知っていたと思います、その中で、やはり既存の話し方教室は、あがり症の方たちが 解決しないと思っていたんです。それを解決するために、自分のスタンスであったり講座を作りましたので、自分の講座じゃないとよくなならない人がたくさんい

るっていうのがあったんですよ。ですので、辞めちゃいけないな、というか、使命感みたいなものがあってと思います。

坂本： そうですね。そうやって集客できない厳しい時もあったわけで。

児島： 厳しかったです。

坂本： なかなか、あきらめちゃう人が結構多いですもんね、そういう使命感というか自分がやっぱり自分の良かった方法を伝えたいっていう。

児島： そうですね、世の中で自分しか提供できないものがあるというちょっと変な自負心じゃないですけど。

岡： 必要な人に情報を届ければ大丈夫だっていう確信が。届けてあげれば、みんなに喜んでもらえるんだってという確信があったと？

坂本： あと、そうですね、先ほどもお話があったのは競合との差別化っていうのはですね。選ばれているポイントですね、おっしゃったようにまあ話し方教室とか、他にもあるところだと思うんですけども、あの自分のところが選ばれている一番の理由って、どういうところですか。

児島： 端的に言うと心理学、心理療法を使っているところだと思います。話し方教室のちょっと歴史的な背景をお話ししますとですね、アナウンサー出身の方が非常に多い。

坂本： 多分、確かに話し方教室で調べたら結構元アナウンサーの方がしている教室が。

児島： 多分ほとんどですね、アナウンサーの方が引退されて、スキルも経験もたくさんあるわけじゃないですか、ですから話し方教室を開催することが多いんですけども、そもそ

もアナウンサーになった方って、あがり症で悩んでいたんですかって話ですよ、あがり症で悩んでいたら、アナウンサーになろうとは思わない。

坂本： そうですね、確かに。

児島： さらにアナウンサーの話方っていうのはスピーチに適した方法ではないってことです。あくまで情報提供をする。逆なんですね、民法のアナウンサーは別なんですけども、NHKのアナウンサーを意識されると個性を出さない。

坂本： 確かにそうですね。

児島： スピーチやプレゼンっていうのは、自分の個性を出していく。

坂本： 感情をこめて、みたいな話になってきますもんね。

児島： さらに、やはり昔はしょうがないと思うんですけど、心理学が発達していなかった
ので、どうしても場数を踏めばあがり症は治ると、そういうこと言ってる人多いです。本当
にあがり症つらい方は、場数を踏むとひどくなってしまいうんですね。ですので。

坂本： 逆に悪化しちゃうんですか？

児島： ただただ悪循環、そうすると、話し方教室通うこと自体 つらくなっていく。実は、
他の話し方教室にも通っていて、っていう方がいらっしゃるんですけど、話し方教室に通
うのは戦場に行く感覚だったって言うんですね。そのぐらいつらい。

ですので、心理学と心理療法を使つての話し方教室はほぼないと。98 パーセントくら
いはスキルに特化した、心理学を使つていても本当に一部の心理学、心理療法まで踏
み込んでいるところが原石ないですよ。

私の場合は、心理療法ですね、ヒプノセラピー、催眠療法、認知行動療法と
か いろんな心理療法を使っていますので、そういったこととお話しすると、ここでしか受け
られないというふうに思ってもらえるんですね。完全に私の強みです。

坂本：　そうですね。そこを本当にしっかり踏み込んでできるってところに、強みに気付いたっていう、あと、あがり症で悩んでいるってところに絞ったってのがね、なんか素晴らしいなって、なかなか絞れないですね。

児島：　正直怖いですね。

岡：　怖いですね。

児島：　正直に言うと、ほかの選択肢を排除するってことなんで、一見みんなOKです、って言ったほうが来そうな気がしますよね。でも、私たちがよくよく考えると、何でも屋さんに頼むかっていうと頼まない。

坂本：　確かに。

児島：　専門家に頼みますよね。何かしら専門に特化したほうが頼みやすいというか。

坂本： 確かに声かけやすいですからね。

児島： 信頼感とかもあると思う。

坂本： あがり症に特化したカウンセラーというの意味で、独自のスタイルを築かれていますというのが素晴らしいなというふうに思いますよね。

坂本： 最後に、ご覧いただいている方にもメッセージをちょっとお願いしたいなと思います。

児島： メッセージですか。

坂本： これは伝えておきたいなと。

児島：そうですね。どうしてもビジネスを行う際に、強みということ意識する必要があります。あなたの商品を買う理由ですよ。強みって見つけるの、結構難しいですよ。

岡： 難しいですよ。

児島： 強みを、今だったら私分かりますけども、試行錯誤が必要だと思うんですね。その時に強みは掛け合わせるとオリジナルなものになるってことを意識すると、すごいのかな、というふうに思います。

一つだけで強みにするんじゃなくて、2つ、3つ、4つ、掛け合わせることで、他の人にはないものになる。ってことだと思うんですよ。私の場合は話し方教室だったら世の中に星の数ほどあると、ヒプノセラピー、心理カウンセラーもたくさんいると。ただ、私の場合はあがり症にずっと悩んでいた。試行錯誤した経験、心理カウンセラー、ヒプノセラピストの知識と経験、さらにスピーチの全国大会で準優勝した経験があります。

この三つを掛け合わせた時に、他にない、私しかいないですね。ですので、1つだけで強みを作ろうとするのではなくて、掛け合わせて作るってことを試行錯誤で作る。やってみるといいんじゃないかなと思います。

坂本： 本当のオリジナルの自分だけのブランド、自分だけの強みが発揮されるという形ですかね。はい、わかりました。ありがとうございます。

素晴らしいお話が聞けました。

岡： なるほどって、すっときましたね。

坂本： ぜひぜひ、また、あがり症の方を、助けていただけたらと思います。

じゃあ、今日はすごく楽しい話でした。

ほんとうにありがとうございました。

坂本： いかがでしたでしょうか。実際に児島さんのインタビューをご覧いただいたと思うのですが、児島さんですね、ご自身のコンプレックスといった、あがり症だったと、そして自分は口下手だったという、そういった自分のコンプレックスに気付いて、そして、そこをしっかり伝えていくということですね。

これが定まったことによって、自分のビジネスがドンドン展開していったということで、お話しされていました。特にこういった心理カウンセラーとか、そういった業種業態というのも、多くの人を助けることもできるんですけど、ただそのなかでも、自分が本当に助けるべきなのはどこなのか、そして自分の役割は何なのかということですね、これを定めることが本当にビジネスでも大きな成果につながってくると。

最終的に集客の大きな武器にもなってくるということですね。

自分のミッションですね。自分の本当に届けたいメッセージを伝えていくと、これが非常に大事になってくるのかなと思います。今回も是非、インタビューをご参考にさせていただいて、あなたのビジネス、さらに発展させていたただけたらと思います。

それでは、今日もありがとうございました。

