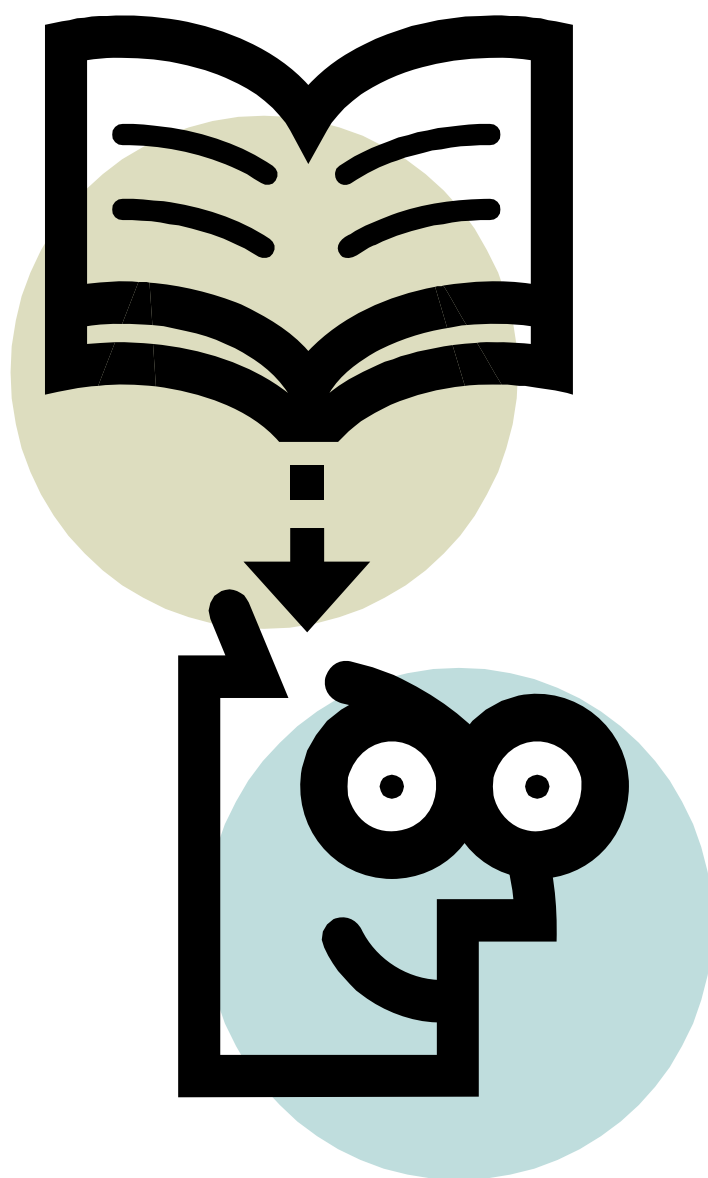


地元密着なび

メールマガジン冊子版

008年2月号



地元密着なび・新谷貴司

■目次

■2008年2月1日号	3
●急激な成長の後にはでかい落とし穴が待ち構えてる?	3
●ジャンク食うなって、健康的な食事をする金がない!	4
■2008年2月4日号	5
●そのタイトルで内容を想像して買えというのは無理	5
●あなたが短期集中型か長期持続型か、それが問題です	5
■2008年2月6日号	6
●プロフィールはホームページの最重要アイテムです	6
●人に偉そうに言う前に自分がちゃんとしろという話	7
■2008年2月8日号	8
●素晴らしいお題目を掲げても中身が伴ってないとね	8
●昔からのお客様も大事にします。これ当たり前ですね	9
■2008年2月11日号	10
●スタッフが口にする感謝の言葉に意味はありますか?	10
●自分の生殺与奪権を他人に差し出していませんか?	11
■2008年2月13日号	12
●「ポジティブ思考」の限界を乗り越えるのに必要な事	12
●ホームページやチラシで反応が得られないのはなぜ?	13
■2008年2月15日号	14
●「ヤフー・グーグルで上位に出る」のは出発点です	14
●「貴様、何者だ。名を名乗れ!」と思う時ありません?	14
■2008年2月18日号	15
●「知っている事」と「できている事」とは違います!	15
●「いたずらメール」よりも性質の悪い「犯罪メール」	16
■2008年2月20日号	16
●天下一品の社長による無料セミナーに行ってきた話1	16
●天下一品の社長による無料セミナーに行ってきた話2	17
■2008年2月22日号	18
●2月22日は「行政書士記念日」なのだそうですが	18
●チラシや広告を作っても失敗する7つの理由とは?	18
●やたらめったら変更すると一体どうなってしまうか?	19
●うちは干物屋さんじゃないからねえ、というあなたに	20
●問題を解決するためには詳しい人に聞きましょう	21
●月極で税理士さんに記帳代行をお願いしようと	21
■2008年2月29日号	22
●そろそろ携帯ホームページが無視できなくなりました	22
●安くて美味しいサイゼリアに行きたくない理由?	23

■2008年2月1日号

12月20日から配信解除URLがおかしい事に気付かなかった「地元密着なび」の新谷です。

●急激な成長の後にはでかい落とし穴が待ち構えている？

前回のメルマガで、ホームページでこ入れメールセミナーを受講しておられる東京の上原先生がネット経由での患者さんを10倍にまで増やされたという話を書きました。

その記事を読まれた大阪の重里先生から次のようなメールをいただきました。

・幸道整体カイロプラクティック(相互リンク募集中)

<http://www.eonet.ne.jp/~koudou/>

ひとつ気を付けなければならないのは急激に伸びた後の落ち込み。

どんなビジネス書にも書いてますが業績が伸びる時は急激に上る。当院もそうでした、開院当時は暇で暇で…貯金も底をつき、もうアカンと言うときに一発勝負をかけ半年足らずで売り上げを当初の10倍にしました。

でもね・・・その後には落とし穴がありました・・・売り上げを何が何でも伸ばすぞ！月の患者来院数の新記録を作るぞ！

今考えれば、この考えが間違いでした。

まあ、いい勉強させてもらいました(^^)

上原先生は何年も経営しておられるので大丈夫でしょう。

でも、今まで苦しい経営をしていた方が新谷さんのセミナーで急激に忙しくなった時、僕と同じ失敗をしない事を心よりお祈りいたします。アーメン(^_-)

今回の重里先生の場合は「新患さんの総数が十倍」で、前回の上原先生の「ネット経由の新患さんが十倍」とは話が全然違いますが、気にせず話を進めます。

単純に業務に限っても、急激に業績がアップすると色々不備が出てくるものです。たとえば次のような。

- ・ 数をこなすために仕事の質が落ちる。
- ・ 個々のお客様へのサポートが疎かになってしまう。
- ・ 特にリピーターへの対応が疎かになりやすい。
- ・ 「俺様はすごいんだ」と慢心する。

- ・ 仕事量が少ない間は気付かなかった業務の「穴」が目立ってくる。

あるいは、前月よりも顧客数や売上・収益がアップすることそのもの楽しさを感じ過ぎると、

- ・ お客様が単なる「数」のように感じられてしまう。
- ・ お客様を満足させてナンボだという事を忘れる。

さらに仕事の外に目を向ければ、

- ・ 忙しいので家族と過ごす時間が減る。
 - ・ 疲れているので家族と触れ合う気力がなくなる。
 - ・ 家庭に軋みが起こっていても気付けない。
 - ・ 暴走する親にブレーキをかける為に（そんなことを自覚していなくても）子供の心身に不調が起こる。
 - ・ 疲れすぎた挙句にある日ぶっ倒れて即入院。
- あと、仕事でも何でもそうですが、
- ・ 能力の限界を超えた努力はそう長く続かない。

たとえば、100m走のスピードでマラソンを完走する事はできないようなものです。ちなみに100m10秒のペースで42.195kmを完走できれば1時間10分と世界記録を1時間近く縮められます。んなもん無理です。

あるいは、「釣った魚に餌をやらない」なんて言葉があります。これも彼女（もしくは奥さん）を口説き落とすまでに無理な努力をし過ぎたからという面があるんじゃないでしょうか？

うちはまだ新婚ですから、結婚生活について先輩諸氏に偉そうな事を言えた立場じゃありませんが。

長い人生、墓の中に入るまで勝負は続きます。お互い、笑って死ぬように気長にがんばりましょう。老後の年金が当てになるかどうか果てしなく怪しいことですし。

◆シンプルすぎる要約◆

成功するためにがんばっている行為そのものが、その後の失敗や不幸を呼び寄せている事がままあります。くれぐれもご注意ください。

- ・ 成功して不幸になる人びと(ジョン・オニールがイモト社)

<http://www.shintanitakashi.com/item/447873268x/>

●ジャンク食うなって、健康的な食事をする金がない！

まともな食生活は心身の健康の基盤であります。

「そんなもん、お前に言われんでも分かっとるわ」と、突っ込みを入れたい事とは思いますがお待ちください。

アメリカといえば「健康のためなら死んでもいい」健康ヲクナ人たちがいる一方で、ジャンクな食生活しかないせいで肥満→メタボリック症候群な人たちが山ほどいます。

日本も何だかそうなりつつあるような気はしますが、それは後に置いて。

たとえば、一家そろってデブな人に

「食生活を改善して体重を落とさないといけない」
などと生活指導をすると、

「健康的な食事をする金がない。マクドナルドだったら 15 ドル（約 1,600 円）で家族 5 人が食事できる」

※日本のマクドナルドならいいとこ 3 人分です。

「なら外食するな、自炊しろ！」

と突っ込みたくなつた方、正常です。しかし、少なくともアメリカ人では、貧困層の多くがそもそも料理を知らない。親から教えられてないどころか、

健康的な調理／食事の習慣は、今子育てをしている年代の祖父母、曾祖父母の世代で失われた。

(出典：ニューヨークタイムズマガジン、らしい)

・ネタ元：On Off and Beyond

メタボリックシンドロームは新たなデミングか

<http://www.chikawatane.com/blog/2008/01/post.html>

この辺の事情は残念ながら日本もアメリカに近付いていっている気がしてなりません。小学生ですでに二型糖尿病（すい臓が悪いとかではなく生活習慣病の方）にかかっているメタボな子供がいるくらいですから。

実際、息子（小学3年生）の授業参観に行けば、みんな（良く言えば）ふっくらしている事。うちに遊びに来る子供を見ても、ポテチとかのスナック菓子をボロボロ喰ってる（揚げ油で腹を下すので、息子にはほとんど食わせてません）し、ファーストフードのお店には家族連れがいつだっています。

※何で知ってるんだ、という突っ込みは却下します。

第二種兼業主夫として言わせてもらえば、自分で料理を作れば外食や惣菜を買ってくるよりもどう考えても安上がりで済みます。

料理だって適切な手の抜き方を知っていれば、楽に美味しいものは作れます。半完成品をある程度まとめて冷凍しておけば、殺虫剤入りギョーザにおののく事もありません。

第一、安上りの手抜きレシピなんて本屋さんに行けば腐るほど売ってるんですから。料理をする気がない層に「手抜きで安上がりで美味しく栄養バランスが取れている料理の作り方を教える教室」なんてのは、うーむ難しいですかね？

◆シンプルすぎる要約◆

食は命なり。

■余談ですが…

今週の頭に「メルマガの配信を止めてください」というメールを2通いただきました。

あれ、メルマガの配信解除は専用 URL をクリックするだけで、できるはずなのに何でメールが来るんだ？

と思ってその「配信解除の専用 URL」を見ると、

おかあさん、これ違うよ！

これ昔の配信ソフト用の解除 URL だよ。

ま、おかあさんはどうでもいいんですが、とにかく URL が間違っていたせいでメルマガの配信ができなくなっていたのです。

確か、バックナンバーを見ようとして間違えて配信解除の URL をクリックしてしまった、というメールをいただいた時に、昔の配信ソフト用の解除タグを間違えて貼り付けてしまったようです。

配信解除する気がない人が気付くわけがありませんし、

配信解除したい人は「あれ、解除できないぞ、クソ！」と思って、それっきりゴミ箱直行になっているのかもしれない。

結局のところ、ミスに気付かなかった私の失態です。申し訳ございません。

■2008年2月4日号

最近色々本を読んでモヤモヤと脳内に思い描いている「地元密着なび」の新谷です。

●そのタイトルで内容を想像して買えというのは無理

「黒山ももこ、抜けたら荒野（水無田気流/光文社）」
<http://www.shintanitakashi.com/item/4334034349/>

という本が我が家の本棚にあります。ここで質問です。この本はいったいどんなジャンルの本でしょうか？

本のタイトルからして、絵本のような詩集のような、そんな感じがしますよね？ しかも筆者が「水無田気流」という何と読んでいいのか（どこか、どこで区切れればいいのかすら）分からないペンネーム。

これは詩集でしょうね、たぶん。

ぶぶーーーーーーーーーーーーーーーーーーーーっ!!!!

実はこの本のサブタイトルはこうです。

「デフレ世代の憂鬱と希望」

そして、アマゾンでのこの本のジャンル分けは「ビジネス・経済・キャリア」となっています。

つまり、この本は「ビジネス書」の部類に入ります。もう少し正確に書けば、1970年生まれ（私と同じ年）の筆者が自分のたどってきた生い立ちや周りの環境などを絡めつつ、現代の日本の何が問題なのかをあぶり出している本です。

…って、そんなもんタイトル見ただけで分かるかー!!!!

ちなみに筆者の水無田気流（みなした きりう）さんは詩人です。やっぱりね、ってな感じですよ。

本文を読まないとなんか何やら分からないタイトルを付けてしまうセンスはビジネスマンでは有り得ないし、小説家でももうちょっと分かりやすいタイトルを付けたいと思います。たぶん。

サブタイトルに「デフレ世代の憂鬱と希望」と付けたのは、たぶん編集者の人なんですよ。

肝心の本の内容はというと、現在の日本のグダグダぶりが地味にユーモラスな口調で分析されている良い本です。買いたいですよ。

・黒山ももこ、抜けたら荒野（水無田気流/光文社）
<http://www.shintanitakashi.com/item/4334034349/>

なお、普通に本屋で見掛けただけなら買うどころか、手に取って見る事すらなかったと断言できます。それなのになんで買って読んで絶賛して推薦しているのかといえば、「404 Blog Not Found」という日本有数の書評ブログで絶賛されていたからです。

・希望は、ユーモア・書評・黒山ももこ、抜けたら荒野
<http://blog.livedoor.jp/dankogai/archives/50987486.html>

実際、この本のタイトルで検索したら、

「404 Blog Not Found」で絶賛していたので試しに
 買って見たらやっぱり面白かった。

と書いているブログが結構ありました。

逆に言えば、私も含めてみなさん、上記ブログで紹介されていなければ手に取る事はなかったと言っているようなものです。中身がよい本だけでももったいない話です。

みなさまもホームページやメールなどに変なタイトルを付けてしまって、興味を持ってもらいたい人にスルーされてしまう事がないよう、くれぐれもご注意ください。

と、相変わらず自戒を込めて。

◆シンプルすぎる要約◆

中身がいくら良くてもタイトルでドン引きされたのでは売れるものも売れなくなってしまいます。

●あなたが短期集中型か長期持続型か、それが問題です

私の場合、思い立ったらすぐに勉強を始めますから、瞬発力は十分にあります。しかし勢いを持続させる力がありません。

過去の例で言えば、昨年10月末に漢検2級を受けましたが、そのために7月に漢検DSという学習ソフトを買って「準」2級まで勉強しました。で、そこで飽きてしまい、結局ギリギリになって一夜漬けで何とか合格というさまでした。

その前の初級シスアド試験でも試験は4月なのに、前年の12月から試験勉強を始めて1月には飽きてしまい、やっぱり直前に一夜漬け。こちらは実務で学んだ事が結構できたので余裕で合格しましたが。

一方うちの息子はといえば、始めるまでの腰が重いこと重いこと。何にもしないうちから「でけへん。無理。不可能。絶対

に嫌」とネガティブワードのオンパレードです。

でも、やり始めてしまえばけっこう長続きします。公文式もかれこれ4年間続いていますし、サッカーも3年ほど続いています。

世の中にはどうも、始めるのも早いけど飽きるのも早い私のようなタイプと、始めるまでに時間が掛かるけれど飽きずにコツコツ続く息子のようなタイプの2種類があるように思います。

実際、ホームページでこ入れメールセミナーを受講していただいて100人あまりの先生方を見ても、メールセミナーが始まったその日から質問のメールをガンガン送ってこられる方と、忘れた頃にやっとメールが届く方と、やっぱり2つのタイプに分けられます。

どちらのタイプが良いとか悪いとかいう話ではなく、自分がどちらのタイプなのか、そして弱点を補うためにはどうしたらいいのかを考えてみるのも良いと思います。

※私の場合は「飽きる前に結果を出す」事にしています。

ホームページでこ入れメールセミナーを受講される方から「いきなりガンガン質問のメールが来ても」「何ヶ月も音沙汰ナシで突然メールが来ても」ちゃんとサポートはいたしますのでご安心ください。ただし、「1から10まで私にお任せ」の内容だとさすがに困ります。あくまで「サポート（手助け）」が私の役目です。それだけはご了承ください。

結果を出したい方、ぜひ受講なさってください。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

◆シンプルすぎる要約◆

あなたが短期集中型なのか、それとも長期持続型なのか、それによって勉強のやり方が大きく変わってきます。

■余談ですが…

「世界の小国（田中義皓/講談社選書メチエ）」という本に書いてあったのですが、世界の歴史をたどると

ミニ国家→中規模国家→巨大国家→ミニ国家→(略)

という流れがあるそうです。学校で習った歴史の知識を脳内

から引っ張り出してみると、お隣の中国はそうですし、ヨーロッパだってそうです。日本もそうでしょう。

そして、国家に限ったことではなく会社組織でも似たような事があるのかもしれませんが、でかい組織はたしかに強力はあります。金と人を山ほど抱えていますから。

でも、でかい組織は得てしてその大きさのせいで身動きが鈍くなりますし、組織そのものを維持するために人や金や力を取られてしまいます。

時代が変わる時には、大会社よりも、小回りが効く個人事業や零細企業の方が（トップに決断力と行動力があれば、ですが）適応しやすいのではないのでしょうか？ 私としては、そんな方々の手助けができれば、なんて事を考えております。

■2008年2月6日号

節分の恵方巻は海苔業界の陰謀ではなかった、らしい「地元密着なび」の新谷です。

●プロフィールはホームページの最重要アイテムです

10日ほど前に、私が愛読しているメルマガの発行者さんが主催した新年会に行ってきました。

その方の強い要望で「お酒が美味しい店」が会場になったのが、未だに酒が飲めない私には拷問でした（下戸でもないのに美酒のお預けを喰らうのがどんなに辛いかが、それはともかく。

その新年会に集まったのは、ご本人を含めて7名。親睦を深めるにはちょうど良い人数ではないかと思います。そしてその7人のうち『本を出した方が1人、3月に本が出る人が1人』。

…出版してる人の確率が7分の2かよ。

私も自分の本を出版社の金でぜひとも出したいですから、耳をダンボのように広げて二人の話を聞きました。

お二人が言うには、出版社の方が新人の著者を探す際はネットでメルマガなどを検索して目ぼしい人を物色している。

だから、メルマガやブログのバックナンバーは当然チェックされるとして、『筆者プロフィール』もしつかりとチェックされている。

メルマガやブログの記事をまめに書いている人でも、プロフィールを書いたページがそもそもなかったり、あつてもごくお座なりになっている事が多いようです。

「どきっ！」

そういえば「地元密着なび」には私のプロフィールを載せたページがない。前にアエラの記者さんから電話取材をいただいた時(※)に彼が参考にしたブログには、プロフィールのページがちゃんとある。

※アエラ 07年3月12日号・ブログ炎上からの悲惨 (全文)
<http://noclaim.livedoor.biz/archives/50760661.html>

うむむ。プロフィールページをちゃんと用意しよ。ついでに「マスコミの方の取材や出版依頼は大歓迎」とも書いておこう。

…と、ここまで読まれて、
 「私は本を出す気はないから関係ないよ」
 と思われた方、それは違います。関係は大有りなのです。

何にせよ「自己開示(自分自身をさらけ出すこと)」は重要です。自分をさらけ出さない人に他人が心を開いてくれる訳がありません。それにたいしての人は、何者なのかも知らない人を頼りにする気にもなれません。

と書くとは今度は「そんなドラマティックな人生歩んでないからご大層なプロフィールなんか書けないよ」という反論が返ってきます。

大丈夫です。大河ドラマじゃないんですから、ささやかなエピソード程度でも大丈夫です。強いて言えば、なんで今の仕事を目標されたのかは必須です。

というわけで、業務用のホームページにはぜひともご自身のプロフィール(自己紹介)ページを用意しましょう。

その他にも、お客様を呼べるホームページを作る(改造する)には気を付けるべきポイントがいくつもあります。

お客様を呼べるホームページを作るためには、技術的に高度な事など別に必要ありません。最低限必要なのは「あなたのやる気」です。あとは私がサポートします。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！
<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkazou.html>

※万が一ご満足いただけない際には返金いたします。

◆シンプルすぎる要約◆

「自分は一体何者なのか？」を文章にしておくことで、お客様に安心感を与えることが出来ます。不安になるようなプロフィールを書かなければ、ですが。

●人に偉そうに言う前に自分がちゃんとしろという話

前回のメルマガを送信した直後に東京都の某先生から、以下のようなメールが届きました。

>みなさまもホームページやメールなどに変なタイトルを
 >付けてしまって、興味を持ってもらいたい人にスルーさ
 >れてしまう事がないよう、くれぐれもご注意ください。
 >と、相変わらず自戒を込めて。

これ、うまい流れですね。一気に届いた瞬間読みましたよ。

>タイトル：●●様は一体どちらのタイプですか？

これみたときに、

「あー、またどっかのアダルトサイトから来たよ・・・」
 「どうせ、女性のタイプが二通りかいてあって、アクセスはこちら、とかだろ」
 と思いつつ、開いてみると(Webメールなのでわりと気楽に開いてるんです)
 「地元密着なび」
 とかいてあるじゃないですか。

「こりゃゴミ箱直行タイトルだな、そうだメールしとこうかな」
 速攻でスパム認定した人もいるのではと思いつつ、読み始めるとタイトルのテーマの内容。

>興味を持ってもらいたい人にスルーさ
 >れてしまう事がないよう、くれぐれもご注意ください。

そしてこのオチ。自爆ぎみに誘導して最後に畳み掛ける、ちよっと感動しました。

読んだ瞬間、己のアホさ加減に泣けてきました。上記の先生のメールを読むと、何だか私が一から十まで計算して自爆ネタを振ったように思えてきます。

わざわざ言うまでもないでしょうが、そんな計算してませんから。自虐ネタになってしまったのは「わざと」じゃないのです。

メルマガを書きあぐねている間に時間が経ちすぎて、「やば

い、日が変わってしまう」と焦っていたせいです。よりもよ
って、「いくら中身が良くてもタイトルでスルーされたら意味
がありません」という記事を載せたメルマガが、

ほぼ出会い系スパムメールそのまんまのタイトル

というアホっぷり。普通はしません。

というわけで、人間急ぐとこのようなバカバカしいミスを犯
してしまいます。もっと余裕を持って生きたいものです。いや、
ホントに。

もちろん、確定申告も3月になってから右往左往するのでは
なく、早いうちにとっと片付けましょう。(2月にこんな事
を言ってる時点でもう遅いですか?)

◆シンプルすぎる要約◆

時間がないなどの理由で慌てると、しょうもないミスをしで
かしたり、やらないといけない事を飛ばしたり、逆にやるべき
でない事をやってしまったりと、たいがいロクな事はありませ
ん。

■余談ですが…

最近スーパーやコンビニでも「節分には恵方巻」と称して、
2月3日には巻寿司を売りまくっているようですが、節分とい
えば元々は「豆まき」ではないですか?

豆を年齢の数だけ食べて、ちゃんと「鬼は外、福は内」と豆
まきをしている人はどれくらいいらっしゃいます?

うちはついに今年、豆を買ってきすらしませんでした。恵方
巻の巻寿司は3本(3人分)買ってきましたが、豆まきもイワ
シの塩焼きもすっかり忘れていました。ヒイラギの葉っぱは初
めから覚えてません。

豆を撒いて鬼を追い払うのであれば、豆まきが廃れて喜ぶの
も鬼に決まっています。つまり、恵方巻が広まったのは、その
代わりに豆まきを廃れさせようという鬼の陰謀だったので
す!!

…んなアホな。

■2008年2月8日号

サイゼリアのメニューにある間違い探しが難しすぎる「地元
密着なび」の新谷です。

●素晴らしいお題目を掲げても中身が伴ってないとね

「パパ検」なるものがあるのをご存知でしょうか?

- ・子育てパパ力(ちから)検定

<http://www.kentei-uketsuke.com/papaken.html>

子育てパパ力(ちから)検定、略称「パパ検」とは何か、を
上記の説明ページから丸ごと引用いたします。

子育ては義務である以前に「楽しみ」でありたい。
父親であることを楽しもう

社会が大きく変化し、これまでの育児や父親のあり方が大き
く問い直される時期にきました。父親自身も自らの生き方を、
企業や社会にゆだねるのではなく、自らが主体的に選択し作り
上げたいという思いを持つようになりつつあります。その最も
基本的な欲求が子育てであり、意味のある父親になることであ
ると思っています。

しかし残念ながら長きに渡り、育児の場から遠ざけられてき
た男性がいきなり育児ができるわけがありません。

男性が自発的に、愉快地に、育児や家族と関わるためには、強
い決心と人生のギアチェンジが必要です。父親が自ら主体的に
育児に関わりたいという思いを形にし、そのキッカケになるの
がこの「パパ検」なのです。

パパ検で、子育てをもっと楽しもう

どうやら、この検定のために勉強すると、お父さんも育児に
積極的に関わるようになれるらしいです。ではどんな問題が出
るのか、下記の練習問題を解いてみることにします。

- ・パパ検の練習問題

http://www.kentei-uketsuke.com/practice_guide.asp?exercise_id=papa001

…何じゃあこりゃあ!!

このまま腹を押さえながら「死にたくねえ、死にたくねえよ」
と続くとジバン刑事になってしまいます。閑話休題。

- ・ゼロ歳児に食べさせてはいけないもの。
- ・「おやつ」という言葉。
- ・男性による育児休暇の申請率。

- ・ソフトバンクの出産祝い金。
- ・家計に占める育児費の割合。
- ・「桃太郎」の別バージョン。
- ・けん玉の技の数。
- ・サザエさんの小ネタ。
- ・父子家庭の数。
- ・立会い出産の割合。
- ・特定のコンビニ店舗の名前。

ええと、こんな問題のどこら辺が「育児に関わるためのキッカケ」なんですか？ まともに役に立ちそうなのは1問目だけではないか。

ホームページを見ると「経済産業省後援」「東京都後援」と目立つように書いてありますし、下記ページを見ると色んな人がコメントを寄せています。

- ・パパ検 私たちが応援しています！

http://www.kentei-uketsuke.com/papa_pop01.html

でも、経済産業省も東京都もその他の皆さんも、この呆れ果てた練習問題を見てないでしょうね。ぜひとも自分で練習問題を解いてみて、こんなアホな検定試験に推薦文を寄せていいものかどうか考え直した方がいいと思う。

お父さんが育児に主体的に関わるのはいい事です。それを否定する人はまあいないでしょう。でも、だからといってこの「パパ検」を推薦できるかという、どう考えても無理。絶対に無理。どこをどう考えても時間と金の無駄遣いです。

いくら素晴らしいスローガンを掲げても、中身が全く伴っていない、というか全くの別物では、むしろ何にもしない方がマシです。何もしなければ周りの人を振り回して迷惑をかける事はありませんから。

実際に提供している商品やサービスが、キャッチコピーやスローガンと一致していないというのは、残念ながらまあある事です。現実を理想に近づけるのがより良いやり方だとは思いますが、何かの事情でそれが難しいなら、スッパリと掲げた理想を引っ込めてしまうというの潔いかと。

◆シンプルすぎる要約◆

ほとんどの会社や団体は高邁な理想を掲げて発足しているものですが、現実が全く伴ってないとしたら、理想が現実かどうかを見直すべきです。

●昔からのお客様も大事にします。これ当たり前ですね

「ホームページでこ入れメールセミナー」の案内を始めてから、かれこれ1年ちょっとになります。

- ・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者 100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

普通に考えれば、新しい受講者が次々と参加されるのですし、最初に一回受講料を支払っていただくだけですから、新しく受講された方だけを懇意にした方が効率が良さそうながします。

しかし、現実はこちらです。

- ・ 今日のお昼ごろに、去年の1月末に申し込まれた先生から8ヶ月ぶりにホームページの更新についてのご質問をいただきました。
- ・ 一昨日の夕方ごろに、去年の2月末に申し込まれた先生から、実に11ヶ月ぶりにホームページに関してご質問のメールをいただきました。
- ・ 昨日の夜に、去年の3月末に申し込まれた先生から、検索エンジン対策などについてのご質問をいただきました。

ここまで久しぶりではない方からのご相談・ご質問もしょっちゅう受けております。当然ですがちゃんと回答もしています。

では質問です。なんで私は1年前に受講された方にも、いまだにきちんとサポートをしているのでしょうか？

・答え：

まず、中身も分からんような代物にお金を出してくださった方への恩義は感じております。それに、サポートはずっとしますと約束した以上、そうそう約束を違える訳には行かないというのがあります。ついでに言えば私が善人だからというのもあります。

(少なくとも悪人じゃあないと思います)

しかし、何といても「情けは人のためならず」です。私のことを「信頼できる」と思っただけならば、何か他の商品やサービスを案内した時に買っただけの確率が劇的に上がりますから。少なくとも、私のことを知らない人に案内するよりは、よっぽどやりやすいです。

そういう魂胆も秘めておりますから、昨日お申し込みいただいた方でも、一年前にお申し込みいただいた方でも、同じように力を尽くしてサポートしております。

アクセス数が全然ないホームページをお持ちの方、アクセスはあるけれど問い合わせや来訪につながらないホームページをお持ちの方、きっとお役に立ちます。ぜひお申し込みを。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者 100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

■余談ですが…

今日は妻が会社の歓迎会に参加するので、息子と二人で久しぶりにサイゼリア（安価なイタリア料理店）に行きました。お子様メニューを見ると、表紙と裏表紙のイラストが間違い探しになっていました。

私 「もう間違いが見付かったぞ」

息子 「いくつ？」

私 「1つ！」 ※ちなみに間違いの数は10個です。

息子 「これ難しすぎる。7個までは見付かったのに」

私 「…全然分かんらん」

しょうがないので会計を済ませる際にレジのお姉さんに答えを聞いてみました。お姉さんが間違い部分に○の付いたお子様メニューを見せてくれます。

…答えを見たら間違ってる場所がすぐに分かるのに、なんでそれまではいくら見ても分からないんでしょうね？

■2008年2月11日号

もしかして「むずむず脚症候群」かもしれないと思った「地元密着なび」の新谷です。

●スタッフが口にする感謝の言葉に意味はありますか？

この間、ブックオフで本を買いました。当然買う時にはレジで会計をしてもらいますが、会計を済ませた時にレジの女の子が何やらボソボソとっていました。

たぶんこう言っていたのだと思います。

「ありがとうございました。ご不要になった本やCD、ゲームソフトなどがございましたら、ぜひお持ちください。またお越しください」

何しろボソボソと早口で言われたので、たぶんこんな事を言っていたんじゃないかという推測です。もしかしたらぜんぜん違っているかもしれませんが、その辺はご容赦を。

ブックオフは山ほど店舗を構えている大会社ですから、社内のマニュアルがきちんとあって「どのタイミングで何を言えば良いか」は教えているのでしょう。

しかし、残念ながら「何故そのタイミングでその言葉をおっしゃるか」は教えてないようです。もちろん、バイトが自分で考えてみることもないでしょう。

もちろん、人生経験が少なく未熟な学生やフリーター、あるいは社会人としての経験値が低い主婦に、自発的に仕事内容の意味を考えるというのは酷なのかもしれません。

しかし、そういう経験値の低い学生やフリーター、主婦を戦力化してのし上がってきた（しかも社長は元パート）会社の末端がこの状況というのは非常にまずいのではないのでしょうか？

残念ながら世の中、

「なぜこの作業をする必要があるのか？」

「なぜこの言葉をこのタイミングでお客様に言うのだろうか？」

などを自発的に考える習慣がない人がほとんどです。

※だから、それが出来るごく少数の人が目立つのですが。

ならば、アルバイトやパート、もちろん正社員にも「なぜ？」を考えられるように従業員教育をするのがベストです。それは難しいし時間もかかるという事であれば、せめて「なぜ●●をするのか？」までマニュアルにきちんと書いておくべきですし、従業員にもきっちり叩き込んでおくべきです。

そうでないと、従業員が決められた言葉を決められた時に話すだけ、決められた事を決められた手順でやるだけの「ロールプレイングゲームのキャラクターみたいな存在」になり果ててしまいます。

そんな従業員に対応されるお客様はいい迷惑です。同僚や上司だって困ります。やっている仕事の意味が分からないのですから、本人だつてつまらないでしょう。誰にもメリットがありません。

そもそも、人間は「無意味な事」に耐えられるほど強くはありません。意味が欲しいものです。意味を与えてあげてください。

もちろんこれは、従業員に対してだけの話ではありません。お客様に対してだって同じ事です。単に「●●してください」と指示するだけでなく、「なぜ●●するのか？」まで説明して納得していただけてください。

◆シンプルすぎる要約◆

「なぜ●●をしないといけないのか？」をスタッフやお客様にきちんと説明して納得してもらいましょう。

●自分の生殺与奪権を他人に差し出していないか？

静岡県のH先生から次のようなメールをいただきました。

私の所属するカイロプラクティック団体では、背骨の矯正用布団、各種サプリメント、基礎化粧品などの物販も 行っています。もちろん、儲けるためではなく、健康維持・増進のための品です。

つい先週末までは、それらの物販について、販売方法は自由だったため、多くのメンバーがホームページで販売を行っていました。中には、それだけで十分に生活できる だけ売上げがあったメンバーも多くいたようです。

ところが・・・、

一部のメンバーが、明らかに薬事法に違反するような販売をしてしまったために、数日前に突然、「本日から、ホームページでの物販及び、ホームページ での商品の名前の表示も一切禁止する」という通達がなされ、丁度昨日からメンバーのサイトが次々と「準備中」等になってしまいました。

私の所属する団体の登録メンバーは3万人以上いますので、その中の5%がホームページでの物販をしていたと 考えても、1500人が急にその日のうちに「店を開める」と言われたわけで、とんでもない話です。

幸い私はホームページでの物販はしていませんでしたので、特別な被害はありませんでしたが、かなり投資して 運営し、売上げが伸びていたところは目の前が真っ暗に なることでしょう。

私のところも今後いつか、
「施術についてはホームページで集客してはならない」

なんてことになったら大変ですので、そういうこともありえると想定して、色々準備しておく必要があるのか など考えさせられました。

この例では話が唐突すぎる上に言い分がひどすぎるので、加盟している施術院が集まって訴訟を起こせばたぶん勝てます。損害賠償をむしり取るもよし、販売停止を差し止めさせるもよし。

でもここで話題にしたいのは別のことです。

1つのものに収入源を依存しているというのは、実は「生殺与奪権を他者に差し出している」と同じ事です。上記で例に挙げられている施術院は、その団体が卸す健康グッズにおんぶにだっこだったから、いざ「販売禁止」と言われると一気に地獄に落ちてしまうのです。

※私も前職のネットショップで地獄行きの経験があります。

あるいは、楽天市場に出店してガンガン売り上げているとします。でも、楽天でいくらがんばっても顧客のメールアドレスは手に入りません。だからネット通販で儲け続けるためには楽天に居続けなさいといかんです。まかり間違っても楽天が潰れてしまったり、楽天から放り出されたりしたらお陀仏です。

さらにあるいは、会社勤めのサラリーマン。99%以上のサラリーマンは、会社が潰れたり首になつたりしたら速攻で失業者です。腕一本で会社を渡り歩ける人や今すぐ独立出来る人、別の収入があつてあくせくする必要がない人は例外中の例外でしょう。

ここに挙げた3つの例では、それぞれ「所属している団体」「楽天市場」「勤め先の会社」という他者に全面的に依存しているのが問題だといえます。他者もある程度は当てにしてもいいでしょうが、当てにならなくなった時には自分自身で何とか出来るようにしておくべきでしょう。

メールアドレスも含めて顧客リストは自分の手に握っておくべきですし、扱う商品やサービス・媒体を選ぶ権利も自分が持つべきです。会社が潰れても食っていけるように備えるのはこのご時世なら必要でしょう。他人の都合でいきなりご臨終させられる事のないように、お互い気を付けましょう。

◆シンプルすぎる要約◆

自分以外の何かに全面的に依存している状態だと、その「何か」が当てにならなくなった時点で身動きが取れなくなってしまう。

■余談ですが…

昨日の新聞の折込広告に
「むずむず脚症候群の治験にご協力ください」
というチラシが入っていました。

は？ むずむず脚症候群？ 何それ、ギャグ？
そういえば、昔ジャンプに連載していた「ダイの大冒険」とい
うマンガに「ひざがしらむずむず病」という仮病があったよな
ー。

…え、ホントにそんな病気があるの？

・むずむず脚症候群

<http://www.muzumuzu-ashi.jp/>

「むずむず脚チェック」をやってみると「週4回以上」とい
う回数以外は全部当てはまります。

※脚むずむずの回数はいちいち数えてないので。

ちなみに妻には「運動不足」と一蹴されましたが、それも本
当なので反論はできません。

■2008年2月13日号

連休に息子と妻の実家に帰り地元のお祭りに行ってきた「地
元密着なび」の新谷です。

●「ポジティブ思考」の限界を乗り越えるのに必要な事

人生に成功するためには「ポジティブ思考」が大事だとか、
「目標を紙に書いて毎日眺める」とか言います。でもホントに
それでみなさん成功しているんでしょうか？

案外、ちっとも成果が上がっていなかったり、下手をすると
やる前より悪くなっていたりしませんか？

たとえば「ポジティブ思考」。ネガティブな事を考えたり口
にしたりするのは止めて、前向きな事を思ったり口にしたりし
ましょうと言います。そうするうちに、脳みその中に「ポジ
ティブ思考」が刷り込まれていく、はずなのですが、無理やりポ
ジティブ思考を植え付けようとしても上手く行きません。

あるいは「目標を紙に書いて毎日眺める」。眺めているうち
に自分の意識が目標達成のために動き始める、はずなのですが、
これもやり方1つでやるだけ無駄になります。

自分ができる信じてもない事を「ポジティブ思考」や「目標
を紙に書いて」脳みそに刷り込もうとしたらどうなるか？

「今年は年商1億円を目指すぞ！」
(無理、去年の年収500万しかないじゃん)

「今年こそは結婚するぞ！」
(ダメだろ今の職場は男しかいないし)

「めざせ、TOEIC800点！」
(待て、英語はずっと赤点だったじゃないか)

こんな風にネガティブな反論が「反射的に」脳みその中に湧
き出てきてしまいます。そんな状態なのに、いかがわしい訪問
営業の会社みたいに、あるいは、昔流行った人格改造セミナー
みたいに、無理やりにポジティブな目標を刷り込むような真似
をしたらどうなるか？

心が壊れます。

そうならないためには、それなりのノウハウが必要です。そ
のためのノウハウ「サイコ・サイバネティクス」を解説した小
冊子を、今なら無料で手に入れます。

「サイコ・サイバネティクス」は、よくある気合いややる気
を喚起してプラス思考で成功するというものではなく、成功す
るために自然と自動的に行動を起こさせるプラス行動をつくり
だす成功法則とのことです。

興味がある方は今すぐどうぞ。先着300名に限り、無料で小
冊子を送ってくれるとの事です。

・「サイコ・サイバネティクス」小冊子プレゼント

<http://www.shintanitakashi.com/item/400930/>

ほかにも、超大手企業でコーチングを行なっている全米トッ
プクラスのコーチングの達人、リー・ミルティアがコーチング
のエッセンスをまとめた小冊子「内面から成功しなさい・ダイ
ジェスト版」もまとめてプレゼントしてます。コーチングに興
味がある方もぜひどうぞ。無料です。

・「内面から成功しなさい」小冊子プレゼント

<http://www.shintanitakashi.com/item/400930/>

◆シンプルすぎる要約◆

気合と根性でポジティブ思考を脳みそに刷り込むのは危険
です。もっと安全確実な方法を知ってください。

●ホームページやチラシで反応が得られないのはなぜ?

「ホームページでこ入れメールセミナー」ならびに、「広告費をドブに捨てないためのノウハウ・基礎の基礎」をお申し込みいただいた大阪府のF先生から、次のようなメールを頂戴いたしましたので紹介いたします。

現在はHPでみられたかたと
店舗の前の看板
その備えつけのチラシをみた
方の来院となっています

HPをみられたお客様が一人来られて
そのお客様が気に入って頂き
5人つれてきていただきまして
HP→口コミの凄さを思い知りました

●●していた1月より
アドバイス頂いた●●●●した
2月のチラシの反応の方が高く
すでに広告ノウハウの元はとれました
今まで作成したチラシの中で一番反応がよくて
たいがいチラシもってこられます
チラシ持参ってどこにもかいてないのに

「チラシを撒いても効果がない」
「ホームページを作ったけど反応がない」
良く聞く話です。

しかし、なんで効果もなければ反応もないのかというと、「効果のあるチラシの作り方と撒き方」や「反応を得られるホームページの作り方」を知らないからです。

なぜそう言い切れるか?

効果があるチラシを作って、お客様を呼べるホームページを作っている人が何人もいるからです。上記のF先生もその一人です。

新聞の折込チラシを参考にチラシを作っても、ほとんどのチラシは「人を呼べないチラシ」ですから、これはもう失敗が約束されているようなものです。

同業他社のホームページを参考にホームページを作っても、そのホームページが「人を呼べるホームページ」である確率はかなり低いですから、やっぱり失敗への道に突き進んでしまうこととなります。

※ 実際、このホームページはどうでしょうか、とメールで

質問される事がしばしばありますが、反面教師になっている事の方が多いのが実情です。

自分が客として吟味する時にはちゃんと「お客様を呼べるホームページやチラシ」に反応するのに、同業他社を吟味する時には業務などの知識が邪魔をしてしまいます。その挙句に「時間と労力と経費の無駄遣い」に終わってしまうのが残念でなりません。

ホームページでお客様を集めたい方はこちらを。

・ホームページでこ入れメールセミナー

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

チラシや電話帳広告、無料誌を活用したい方はこちら。

・広告費をドブに捨てないためのノウハウ基礎の基礎

<http://www.localnavi.biz/knowhow/adknowhow.html>

ぜひご活用ください。

◆シンプルすぎる要約◆

間違ったお手本を参考にしていたら、100年経っても上手くいく訳がありません。役に立つお手本と相談相手を見付けて当てにするのが確実です。

■余談ですが…

お祭りといえば縁日です。そして縁日といえばいかがわしい福引や当て物です。くじを引いて、書いてある番号の福袋がもらえる出店がありました。その出店にはWiiやDSのソフトがズラリと並んでいて、お兄ちゃんが威勢良く

「福袋の中にはここに並んでる商品が絶対入ってるよ」

と言っています。

息子は目を輝かせて欲しがってますが、ちょっと待て。出店の前にいて福袋の空き袋を持っている小中学生を良く見ると、なぜか「BB弾のピストル」を持っています。さらに出店をよーく見ると片隅に鉄砲が置いてあります。

息子も気付いたようで「みんなピストルしか持ってない」と報告してくれました。

次にライフルでコルク玉を打ってライターなどを落としたら、落とした物をもらえるという、これまた昔からある出店が

■ 地元密着なびメールマガジン冊子版 2008年2月号

ありました。最上段にはまたもDSだのWiiだのソフトが並んでいます。やっぱり息子は欲しそうです。

でもな、息子よ。ソフトのパッケージの後ろを良く見ろ。

息子「後ろにつかえ棒が見えた」

諦め切れないのか、息子はそれでも食い下がってきます。

息子「全弾当てたらつかえ棒ごと落とせろと思うぞ」

私「つかえ棒を棚に固定してなかったらな」

息子「…」

息子よ。大人の世界は厳しいのだ。確実に物がほしければ、ちゃんと金出して買え。

■2008年2月15日号

今回は読者の方からのメール特集号みたいになっている「地元密着なび」の新谷です。

●「ヤフー・グーグルで上位に出る」のは出発点です

青森県八戸市の北カイロプラクティックオフィス・北先生から「ホームページでこ入れメールセミナー」のご感想をいただきました。

こんにちは、メールセミナーで指導いただいてから、はや12回目になりましたが、正直毎日今日はまだメールが来ていない。やった一今日は来てると毎日楽しい日々を過ごしています。

検索をして一挙にトップに出るようになりました。今後はHPを見た方が実際に治療院に来るようになれば最高ですが、あせらずにゆっくり指導を待っている。そんな感じです。こ

れからもよろしく願いいたします。

お客様を集めるためにホームページを作るなら、ヤフーやグーグルのような検索エンジンへの対策は必要不可欠です。

今どきは「知りたい情報は検索エンジンで調べて探す」のが当たり前になっていますから、検索エンジン対策はやっておかないと話になりません。

ただ、検索エンジンで「●●県 整体」「●●市 整体」などと検索した時に上位に出てくれば万事OKかということ、そんな事はありません。上位に出るのはゴールではなくスタートです。そこから先が実は本番です。

でも、スタートラインにすら立てないのでは、話にも何にもなりませんので、検索エンジン対策にも力を入れております。ヤフーやグーグルからお客様を呼び込みたい方、ぜひどうぞ。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

◆シンプルすぎる要約◆

検索エンジン対策はホームページでこ入れのスタート地点ですが、まずはスタート地点に辿り着かないと話になりません。

●「貴様、何者だ。名を名乗れ！」と思う時ありません？

東京の某先生からこんな質問のメールをいただきました。

相互リンクの依頼方法について、いまさらながら質問したいと思います。

当方に来る相互リンクの依頼メールは、多く場合は普通にメールの書式です。私もそのようにして依頼していました。

ところが、時々相互リンクの依頼らしいのですが、

- ・タイトル
- ・URL
- ・説明文
- ・リンクしたページのURL

これを箇条書きした「だけ」のメールが来ます。どうしてこういうメールを送ることが出来るのか理解に苦しみますが、何かの間違いか誤発信だと思って放置してます。

それが一回や二回ならともかく、時々違う相手から来ます。

もしかして、相互リンクの依頼というのは、そういうドライに用件だけ伝えるのが普通なんですか。

…時代は流れても無礼な人がやる事は変わらないのね。

数年前にメールマガジンの相互紹介（お互いに相手のメールマガジンを自分のメールマガジンで紹介し合って読者を増やそうという試み）が流行った事があります。その時にも、手当たり次第に心の全くこもっていないメールを送りまくる輩が大量にいたのです。

「送る相手の名前を書いてない奴（たいていの人にはメルマガの文中か末尾で名前を名乗ってます）」

「送る相手の名前を間違ってる奴（論外）」

「どんなメルマガにも当てはまる没個性な感想が書いてある
（そんな感想ならぬ方がまだマシ）」

「相互紹介はしないと文中に書いてあるのに送ってくる（問題
外）」

しかし、メルマガ相互紹介のための最低限の情報だけを箇条
書きで送ってくる輩はさすがにいなかったような。しかも、「リ
ンクしたページのURL」が書いてあるという事は、こう言っ
ているのと同じです。

こちらはリンクしてやったんだから、お前もさっさと俺様の
ホームページにリンクしろ。

確かに相互紹介や相互リンクを成功させるテクニックとし
て、まず勝手に紹介なりリンクなりをしておいて、その上で「リ
ンク張りました」とか「メルマガで紹介しました」とかいうの
はあります。

その場合でも、「伝言メモ」じゃないんですから、ここまで
何にも書いてないってのは余りにひどすぎます。

見ず知らずの相手には、とりあえず自分の名前と、自分が何
者であるかを名乗るくらいは当然です。そうでない場合でも、
というかメールを書く時には必ず名前を入れてください。

◆シンプルすぎる要約◆

メールを書く時には冒頭で名乗ってください。お願いします。

■余談ですが…

こうやって定期的にメルマガやブログを書いていると、ネタ
が思い付かないというのは良くある悩みです。そんな時に読者
の方からネタにできるようなメールをいただくと、非常に嬉し
いものです。

なので、お便りください。特にご質問は大歓迎です。

■2008年2月18日号

「昔の」タイムボカンシリーズの歌を聴きまくっている「地元
密着なび」の新谷です。

●「知っている事」と「できている事」とは違います！

ホームページでこ入れメールセミナーを受講しておられる

東京都のS先生からご感想をいただきました。

全くなるほどと言うものもあり、うれしく思います。
基本ある程度インターネットで集客をやってきた人は
何となく分かってる感があるが、結局知っているだけで
実行してないことを指摘してくれるメールセミナーで
あり大変役に立ちます。

インターネットやホームページ、検索エンジン対策について
まったく知らないという方は別ですが、ご自身である程度勉強
している方なら、知識はあります。

※下手をすると私が知らない事まで質問してこられます。

しかし、「●●をすると検索エンジンの上位に出る」という
知識がある方が、そういう事を全部やっているかという、残
念ながらそうでもありません。「知ってはいるけれど実際にや
ってはいない」ことは、珍しくも何ともありません。

私自身、健康のためには毎日ちゃんと運動をしないといけな
い事は知っていますが、真面目にはやってません。せいぜい、
近所を毎朝ぶらぶら散歩するくらいです。

「やった方がいいのは分かっているんだけどねえ…」

という事はビジネスでも有りがちです。逆に、やる必要がない
のに「やらないといけない」と思い込んでいるという事も有り
がちです。集客できるホームページを作るために必要な事は、
現状でどれくらい出来ているかにも寄りますが、そう多くはあ
りません。

「ホームページでこ入れメールセミナー」で、お客様を先生
の目の前まで呼べるホームページを作ってください。2日に1
回メールを送って「やらなきゃいけない事」をお届けいたしま
す。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

※もしもご満足いただけない時には全額返金します。

◆シンプルすぎる要約◆

「知っているけど出来ていないこと」が出来るかどうかが成功
と失敗の分かれ道になります。

● 「いたずらメール」よりも性質の悪い「犯罪メール」

同じく東京都のS先生からご質問をいただきました。

ペイパルから英語でメールが来るんですが、これはいたずらメールでしょうか？

最初は件名などすべて英語なので開きもせず捨てていたのですが、良く分からないので教えて下さい

差出人：Paypal@rcpt-impgw.biglobe.ne.jp

件名：[\[phishing\]Paypal](#)

内容：(略)

ここでキモになるのは、件名の冒頭に書いてある

> [\[phishing\]](#)

という言葉です。

これは「このメールはフィッシング詐欺を行なうために送信されたメールです」という警告のために、プロバイダーがメールの冒頭に書き足してくれているものです。

※フィッシング詐欺とは？

金融機関やカード会社、ポータルサイトからのメールを装って偽ページに誘導し、カード番号やIDパスワードを手に入れようという詐欺です。

引っ掛かると口座から金を引き出され、カードは限度額一杯まで買い物され、ヤフオクでアホほど買い物され、もうワヤクチャです。

S先生は「英語の訳わからんメールだからゴミ箱直行」にしておられたおかげで引っ掛かりませんでしたが、これが日本の金融機関を装った日本語のメールだったら、ヤバかったと思います。

そして日本のやくざ屋さんがこんな「商売」を見逃す訳がありません。近いうちに日本語版のフィッシング詐欺メールが届くと思っておいてください。

で、対策ですが、

- ・ メールリンクをクリックせずに、検索エンジンもしくはお気に入りから本物のホームページにアクセスする。

簡単で確実な対策はこれだけです。

◆ シンプルすぎる要約 ◆

金融機関やポータルサイトからのメールが届いても、うかつ

にメール本文に書いてあるURLをクリックしないようにご注意ください。

■ 余談ですが…

先週末に妻の実家に帰った時に、たまたま「新ヤッターマン」を見たのですが、オープニングの歌（歌っている人以外は作詞作曲とも変わってない）のあまりにもあんまりな最高級有機質肥料ぶりに絶望しました。

そこで、昔のタイムボカンシリーズの歌を聴き直して心を洗わないといけなそうと思い、ニコニコ動画で昔のを発掘してきました。

…すんません。聞きながら絶叫してます。カラオケでタイムボカンシリーズ網羅したいです。

■ 2008年2月20日号

3年前に撮った写真をいまだにあちこちで使い回してる「地元密着なび」の新谷です。

● 天下一品の社長による無料セミナーに行ってきた話 1

2月16日(土)に、西本願寺の聞法会館で京都発祥の超弩級ラーメンチェーン・天下一品(略称：天一)の社長による無料セミナーがあったので参加してきました。

・ 参考：天下一品ホームページ

<http://www.tenkaippin.co.jp/>

・ 参考：西本願寺 聞法会館

<http://monbou.jp/>

私がどこでこの無料セミナーの存在を知ったかという、天一フリークにふさわしく「近所の天一に置いてあったチラシ」を見てのことです。

「ほお、無料セミナーか。起業戦略、いいですねー。あ、雄琴の温泉リゾート*の平日半額券までプレゼント。素晴らしいですねー。でも、せっかく天一なんだからラーメン半額券くれー！！」

*注：スバリゾート・あがりゃんせ

<http://www.agaryanse.co.jp/>

などと、元々タダ尽くしだというのにさらに欲深い事を考え

つつ速攻で西本願寺・開法会館のホームページから申し込みました。

で、当日。

会場で封筒に入った配布資料をもらって、全席自由なのをいいことに前から2列目のど真ん中に腰を下ろして、封筒の中身を改めると、

おおおおお、ラーメンと餃子の半額券がたっぷり
(ラーメン2枚、餃子5枚) 入ってるじゃないか。
社長太っ腹! お土産ももらったし、帰ろうか(嘘)

いや、別に「ラーメン半額券をもらって嬉しいな」という話をしたいのではありません。最初からもらえる事が分かっている物ももらっても、あんまり有り難味がありません。もらえることが分かった時点では嬉しいと思いますが。

でも、もらえるとは思っていなかった物や、そもそも想像すらしていなかった物ももらって嬉しさ倍増なのです。もちろん、物に限らずサービスだって同じことです。さらに言えば、プレゼントをするタイミングもそうです。

プレゼントをしたという事実をより相手に印象付けるには、最後の最後に渡すべきです。間違っても、デートの待ち合わせの場所で、持って来たプレゼントをいきなり渡したりしてはいかないのです。

◆シンプルすぎる要約◆

プレゼントをする時には秘密のプレゼントも用意しておくといいです。はい。

●天下一品の社長による無料セミナーに行ってきた話2

前の記事ではラーメン半額券をもらった話しか書いてませんので、もっとまともな話も書きます。

天下一品が滋賀県大津市に「あがりゃんせ」というスパリゾート(スーパー銭湯?)を作った時のことです。ラーメン屋とは全くの異業種なので、某大手の経営コンサルティング会社にコンサルティングを依頼したのだそうです。

※ ちなみに私は、大手コンサルと言われても「マッキンゼー」と「船井総研」しか思い浮かびません。

来たのは社長の孫くらいの20代の若者。どうみてもどこの大学を出てすぐの新人です。もちろん、若かろうがスーパーサイヤ人だろうが、コンサルタントとして役に立ちさえすれば

いいのです。

いいのですが、現実はと言うと…。

「畳を敷いてみんなが座れるようにしましょう。」

→それやと風呂上りの人が休まれへんやないか。お客様に雑魚寝せえちゅうんか! ふざけんな、リクライニング座椅子を置き!

とか何とか。名誉毀損になりかねないので多くは語ってませんが、最終的に「あがりゃんせ」で得たノウハウをよそに教えたのが分かった時点で社長ぶち切れ。

「おまえはクビじゃ!! 二度と来るな!」

大手コンサルタント会社のコンサルといっても、実態は会社から給料をもらっているサラリーマンです。何をしても自分の懐から身銭を切らないといけな社長や自営業者とはそもそも違います。(制度上はともかく、オーナー社長にとっては会社の金≒自分の金です)

この辺の違いは、自分の金で部下を雇う&養う必要があった戦国武将と、国が兵隊をかき集めて給料も払ってくれる軍人将校との違いにも似ています。

実際、戦国武将はできる限り部下を無駄死にさせないようにしていました(下克上の時代です)。中世イタリアに至っては傭兵 vs 傭兵の戦争なので、ほぼ出来レース。見た目はハデでも死人はほとんど出ないという有様。

一方、近代軍隊の将校はといえば、自分自身が国に雇われている身分です。自分が身銭を切って雇っているわけでもない部下がいくら死んでも懐はまったく痛みません。だから、20世紀の戦争は桁違いに戦死者が増えたのです。

16世紀-----160万人
17世紀-----610万人
18世紀-----700万人
19世紀-----1940万人
20世紀--1億0780万人

脱線話はさておいて、身銭を切って仕事をしているわけでもない、経験値が高いわけでもないひよっ子の研修をさせてやった上に、コンサルティング料金まで取られたのではなかったものではありません。

私も「1日マンツーマン出張講義」と称して出張コンサルティングサービスを提供しております。今のところ全員にご満足いただいておりますが、これからも満足度100%を維持し続け

■ 地元密着なびメールマガジン冊子版 2008年2月号

たいと思っております。ご満足いただけて何度もご依頼いただきたいですし、他の方にご紹介いただきたいですから、是が非でも先生のお役に立ちます。

・1日マンツーマン出張講義の詳細&お申し込み
http://www.seitai-chiro.biz/mag/bn/post_171.html

◆シンプルすぎる要約◆

大事な相談をする時には相手を選びましょう。

■余談ですが…

記事でもネタにしている天下一品の社長による無料セミナーが終わった後に、アンケートを書いて会場の外に出ると、木村社長がいらっしやいました。

で、ミーハーな私は木村社長と2ショット写真を撮ってもらいました。



※左写真の右側が木村社長。ちなみに右の写真が3年前の私。

それにしても、御年73歳とは思えません。黒髪は白髪染めの成果だそうですが、72歳くらいにしか見えません。私の方は…3年前の写真とあんまり変わってない気が。

■2008年2月22日号

「死んだ人は生き返るか?」「(場合に寄り)はい」の「地元密着なび」の新谷です。

●2月22日は「行政書士記念日」なのだそうですが…

今日の京都新聞に京都府行政書士会の広告が出ました。昭和26年2月22日に行政書士法が交付されたのを記念して、今年から今日2月22日は「行政書士記念日」になったのだそう

です。

・「行政書士記念日」のお知らせ
<http://www.gyosei.or.jp/kinen/>

ただ、大々的に広告に書いてあるのが

「2月22日は『行政書士記念日』です」
もっと行政書士を知ってください

行政書士という存在をもっと身近に感じてほしいという行政書士会の意図は良く分かります。

だがちょっと待って欲しい。(なぜか天声人語風)

「もっと行政書士を知ってください」と言うなら、アピールするべきは記念日ではないはずだ。まずは行政書士が何をしてくれるのかをアピールしなければならないのではないのか?

その肝心の業務について説明が小さい文字で書いてあって、『記念日できました』が特大文字で書いてあるのではまさに本末転倒ではないだろうか。

今こそ冷静な議論が求められる。(天声人語風終わり)

冗談はともかく(冗談なのは表現だけですが)、「カバチタレ」で行政書士の知名度と試験の難易度が上がったとはいえ、やっぱり弁護士や税理士と比べると行政書士は「何をしてくれる仕事か」が分かりにくい職業です。

何屋さんなのか一目瞭然の職業以外は、まずはそこからアピールしないと、そもそも広告を読んですらもらえません。くれぐれもご注意を。

◆シンプルすぎる要約◆

まず言うべきは「自分が言いたい事」ではなく「お客様が聞きたい事」です。

●チラシや広告を作っても失敗する7つの理由とは?

折込チラシをはじめ様々な広告がありますが、残念ながらほとんどの広告は広告費用の元が取れないで赤字になってしまいます。

もちろん、インターネットの普及に伴って紙媒体広告の反応率が落ちているなどの問題点はあります。ありますが、ほとんどの方は限界のはるか手前でこけてますから。

とりあえず広告を出して赤字にならないためには、広告費を稼ぎ出せるだけのお客様を呼ぶなくてはなりません。そして、「天国」に行くためには「地獄への道」を知り尽くす必要があります。

「なんで広告を出して大失敗してしまうのか？」

それをまとめた無料メールセミナーを作りました。「無料」ですでお代はいただきません。興味のある方は、ぜひお申し込みください。

・ほとんどの方のチラシ・広告が失敗する理由・お申込

http://www.seitai-chiro.biz/mag/bn/post_247.html

◆シンプルすぎる要約◆

何でもそうですが、成功するためには「失敗する理由」「多くの人がつまらずポイント」を知っておくと同じ失敗をせずに済みますので非常に有効です。

■余談ですが…

京都府福知山市の小学生と中学生にアンケートを取ったのだそうです。

・「死んだ人、生き返る」1割

http://osaka.yomiuri.co.jp/edu_news/20080215kk03.htm

・家族などで赤ちゃんが生まれたとき喜びを感じたか

→13・8%が「ない」

・身近な人が死んだとき悲しみを感じたか

→11%が「ない」

ちょっと待て。とりあえずうちの息子には弟も妹もいません。もちろん息子のせいではなく親のせいです。それに息子の祖父母も健在です。曾祖父母は息子が生まれる前に故人になってますから死に目にはあってません。

こんな子供が多いと思うんですよ。だったら上の2つの質問なんて答えようがないでしょう。「家族が生まれる経験も死ぬ経験もしてない」のに喜びも悲しみも感じようがないでしょ。

あと記事見出しになっている「死んだ人が生き返るか」にしても、心停止の直後ならAED（自動体外式除細動器）で蘇生しますから「はい」って答えてもアホの子とは言えんでしょう。

※現に義父は2度蘇生してますから、息子なら「はい」と答え

ると思います。

・結論：こんな設問を作った教育委員会こそがアホ。

■2008年2月25日号

やかましいキーボードの静音化に行き詰ってしまった「地元密着なび」の新谷です。

●やたらめったら変更すると一体どうなってしまうか？

テレビで21年ぶりにヤッターマンのリメイクを放映しているので、タイムボカンシリーズに関連したネタをば。タイムボカンシリーズは私（注：1970年生まれ）が子供の頃に、土曜日の夕方にフジテレビ系列で放映しておりました。

元祖のタイムボカンに始まって、ヤッターマン・ゼンダマン・オタスケマン・ヤットデタマン・イッパツマンとずっと見ていたのですが、その次の「イタダキマン」であっさりシリーズが終了してしまいました。

理由は「視聴率が20%超から一気に9.4%にまで急降下したから」だそうです。でも何でなんでしょうか？ ウィキペディアの「イタダキマン」の項目を見ながら、原因と思しき部分をリストアップしてみます。

・参照：イタダキマン - Wikipedia

<http://www.shintanitakashi.com/item/itadaki/>

・放送時間を18時半から19時半に変えた。ちなみに裏番組はクイズダービー。

・高年齢向けのシリアス路線から、原点回帰で低年齢&ギャグ路線に転換した。

・前作までシリーズ構成や脚本を行っていた小山高生氏を「マンネリ」との理由で構成から降板させた。氏は1本脚本を書いただけで脚本からも降りた。

・同じく前作まで音楽担当&声優を努めていた山本正之氏も「マンネリ」との理由で主題歌&声優から降板させた。

・オープニングの歌が「80年代前半の女性アイドルの名前を歌詞にふんだんに盛り込んだ歌詞」になった。

私（と兄）はオープニングの歌で絶望して、本編も見てさらに絶望して、今までどおりにクイズダービーを見ていました。で、「あれ、もう終わっちゃったの？」という感じです。

上記ウィキペディアの記事を見ていると色々思うところ

はありますが、一言で言い切ってしまうと

現時点で特に問題もなく上手くいっているものを、
マンネリ打破などという理由で変更すべきではない。

ということに尽きます。

「広告担当が変わるとテレビCMを替えたがる」
「社長が代替わりして先代の重臣をクビにする」
「社長が代替わりして新しい事をドンドン始める」
「今出している広告に飽きて新しいのを作る」

世間ではありがちな話です。

しかし、上手く行かなくなったものを替えるのではなく、
上手くいっているものを気に入らないとか飽きたとかの理由で
替えてしまったのでは、ロクな結果は出ません。

新しい事業に乗り出す場合、今までの業務と関係のない事業
というのはまず上手く行きません。今やっている業務と関連す
る業務の方がはるかに上手く行きます。

また、広告を新しいものに替えるのは「広告している商品や
サービスの取り扱いをしなくなった」とか「反応が悪い」とい
った合理的な理由がある場合に限るべきです。

「飽きた」だの「何となく気に入らん」だのという理由で替
えるなど言語道断です。

◆シンプルすぎる要約◆

「飽きた」や「気に入らん」などというアホな理由で、今まで
上手くいった事を変えてはいけません。

●うちは干物屋さんじゃないからねえ、というあなたに

昨年の10月に【売れた！売れた！お客様の声で売れまし
た！（秋武政道/大和出版）】という本を紹介しました。

<http://www.shintanitakashi.com/item/4804716858/>

で、事あるごとにこの本を色々な方にオススメしております。
秋武さんの代わりに私が返金保証を付けてもいいくらいの一
押し本です。

しかし、この「お客様の声を集める」という事が、どれほど
の成果を生むかを理解していない方は実に多いです。

たとえば当会の「ホームページでこ入れメールセミナー」で
ホームページ経由の患者さんを月5人から月41名にしてしま

われた、東京都の上原先生も昔はこのように言っておられまし
たから。

それ（＝患者様のお声をホームページに掲載すること）も考
えたのですが、いくらでもいんちきグッズのようにかけると
思い最初からやめて、

しかしその後、患者様のお声を山盛り載せておられます。

あるいは、件の本を読まれて、お客様のお声は大事だと分か
っていても

紹介してくださった書籍「売れた！売れた！お客様の声で～」
を参考にしていますが、あれは干物屋なので、

と思って、そのまま実践されない方もいらっしゃいます。ただ
し、上記のメールをお寄せいただいた東京都の某先生は次の行
にこう書いておられましたが。

ウチに合うように工夫しながら進めていきます。

こうでなくっちゃいけません。

もちろん、干物屋さんのノウハウが他の業種にそのまま使え
ると思う方が間違っています。その点では「うちは干物屋じゃ
ないからこの本のノウハウをそのまま使えない」という意見は
正しいです。

だからといって「うちの業界には当てはまらない」とか「う
ちはよそ様とは違うから」とか思ってしまうともうどうしよ
うありません。業界あるいはお店・会社独自の部分はきちんと
アレンジしつつ、使えるノウハウはぜひともパクって、もとい、
活用してください。

ちなみに私の「ホームページでこ入れメールセミナー」はネ
ットショップ運営のノウハウを取り入れています。検索エンジ
ンから見込み客を集めて、アクセスされた方をその気にさせる
までは同じですから。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

※万が一ご満足いただけない場合は返金いたします。

◆シンプルすぎる要約◆

「うちの業界には当てはまらない」「わが社はよそとは違
うから」と言っているヒマがあったら、どうやったら他業界のノ
ウハウを取り入れられるかを考えてください。

■余談ですが…

ここ5年ほど私が使っているキーボードは「IBM SpaceSaver Keyboard II」という、元IBMのノートパソコン・Thinkpadのキーボードをそのままデスクトップ用にしたキーボードです。

ホームポジションから手を動かす必要がないという非常に楽なキーボードなのですが、妻子から「キータッチがうるさい」というクレームが出ております。

キーボードカバーを付けたらそこそ静かになったのでこれでいいかと思っていたのですが、

- ・ 打ちミスが増えた
- ・ 腕に負担が掛かって腱鞘炎になりそう

という理由で、昨日カバーを捨ててしまいました。このままだとまずいので、これからUSB接続でキータッチが静かなキーボードをちょっと買いに行ってきます。

■2008年2月27日号

各地から日本終了のお知らせが聞こえるような気がする「地元密着なび」の新谷です。

●問題を解決するためには詳しい人に聞きましょう

ホームページでこ入れメールセミナーを受講しておられる東京都のT先生からご感想をいただきました。

まだメールセミナーでは5の段階ぐらしか実行していませんが、お陰様でYAHOOの「●●市 整体」で1位、「●●市 マッサージ」では2位にランキングされていました。以前は8位とか9位でしたので大幅アップです。

いままで何度と、HPを更新しながら検索上位アップを試みていたのですが、今回のメールセミナーの実行により、いとも簡単に激戦区の「●●市 整体」のYAHOO検索で1位にランキングされました。大変驚いております。

ありがとうございます。

また、こちらの質問メールに対しても、親切丁寧なご指導ありがとうございます。

自分の手では何一つ調べようとせずに、何でもかんでも「教

えてくれ、くれくれくれ」と聞いてくるクレクレ君はどこに行っても嫌われます。それに自分で何の試行錯誤も努力もせずにいきなり諦めては成功もへったくれもありません。

しかし、自分ひとりでの努力では限界があります。人間には得手不得手があるのはもちろん、自分ひとりのできる試行錯誤にも限界がありますから。

※ 極端な例ですが、フグを安心して食べられるようになるまでに何人が肝や卵巣を食べて犠牲になったことか。

旅行先で渋滞に巻き込まれないように抜け道を見付けなければ、自分で探し回るよりも地元のドライバーに聞いた方がよっぽど楽に確実に抜け道を見付けられます。

それと同じように、どうにも解決できない問題がある時には、いつまでも自分ひとりでは何とかしようとせずに、詳しい人間に質問してみる方が良いです。

メールセミナーを受講された方には、あっさり検索順位が上がった方もいらっしゃれば、あっさりネット経由のお客様が増えた方もいらっしゃいます。

根本的に建て直しをしないとイケない場合がないとは言いませんが、ちょっとした手直しをされるだけで大きな違いが出てくる事も多いのです。ホームページはあるけれど、どうも集客の役に立っていないとお悩みでしたら、ぜひご相談ください。

・ ホームページでこ入れメールセミナー
受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaizou.html>

※万が一ご満足いただけない場合は返金いたします。

◆シンプルすぎる要約◆

自分で考えて試行錯誤することも必要ですが、自分ひとりで解決する事にこだわりすぎるのは害悪ですらあります。

●月極で税理士さんに記帳代行をお願いしよう…

去年の確定申告を済ませた後には知恵熱を出して寝込み、今年はe-Taxでやってみよう準備は整えたものの、3月に入ったら始めようとかすでに逃げ腰状態です。

ぶっちゃけた話、細かい銭勘定というか記録を付けるのが苦痛ですので、今年はしょうがないとしても来年からは税理士さんに記帳代行を月極でお願いしようかなと思立ちました。

そうだ、そのために税金・会計なびを開設して税理士さんに

■ 地元密着なびメールマガジン冊子版 2008年2月号

登録してもらったのではないかと（←それは違う）。そうと決まれば善は急げ。税金・会計なびの紹介ページを片っ端から見て回って、月額5,000～10,000円くらいで請け負ってくれそうな方を探そう。

…154件もご登録いただいているというのに、月いくらという金額を明示してくれている先生が一人しかいません。その先生に素直に頼もうかと思ったのですが、メルマガのネタにしたら他の先生からも「うちでも実はやっています」みたいなメールが来ないかなと期待して書きをすることになります。

自慢じゃないですが、時価の寿司屋にふらっと入る根性は私にはありません。店頭で値段が書いてないといくら払う羽目になるか分かりませんし怖いからです。

それと同じで、ホームページや広告に「料金はお問い合わせください」と書いてあっても、まあほとんどの人は問い合わせなからしません。初めから料金をきちんと書いてある所を見比べて決めます。

いや、うちはお客様と打ち合わせをしながらオーダーメイドで料金を決めるから、一件いくらか書けないんだ。

と仰られるかもしれませんが、それならそれで、おおよその目安（こんな事例だとこんな金額になります）というのをホームページなどに掲載しておかれるべきです。

先の時価の寿司屋さんの例でいえば、友人知人の紹介なら（値段次第ですが）行きます。結婚してから回る寿司しか行ってませんが。

つまり、費用や料金をホームページや広告に表示していないということは、紹介以外の方法でお客様を集めていないようなものとも言えます。

意識してそういう方針で行っておられるなら何も差し出口を狭むつもりはありません。しかしそうでないなら、今すぐホームページや広告を見直してください。

でもって、廉価で手軽な記帳代行サービスのオファーもお待ちしております。

◆シンプルすぎる要約◆

物やサービスを選ぶ際には、費用や料金は最重要項目の一つです。できる限りきちんと書いておいてください。

■余談ですが…

- ・秋田名物「きりたんぼ」がモチーフのマスコット商品、本格発売へ
<http://akita.keizai.biz/headline/275/>

だそうです。具体的な商品名は下品すぎるのでここには書かないでおきますが、記事中にはしっかり「秋田名物きり●んぼ」書いてあります。

※ちなみに「●」は「た」ではありません。

一昨年に、北海道で「まりもっこり」なる阿寒湖のマリモをモチーフにしたキャラクターが登場してから、あっちこっちでこの手の下品キャラが増えているらしいです。

- ・ まりもっこり
- ・ あおもっこり（青森では売ってないそうですが）
- ・ 信州もっこりんご
- ・ 沖縄名物ちん●すこう

しばらく前に蘇民祭のポスターがセクハラだの何だのと問題になった記憶がありますが、どう考えてもこっちのアイテムの方がよっぽどセクハラだろうに。

とりあえず、猥談というのは「閉じた環境」にするからいいのであって、白昼堂々とするなよと言いたいです。

でも、これって売れてるんですかね？

■2008年2月29日号

来週は確定申告（e-Tax）の強化週間に入る（予定の）「地元密着なび」の新谷です。

●そろそろ携帯ホームページが無視できなくなりました

ちょっと前までは「携帯でインターネットにアクセス」なんてあんなチマチマした画面とテンキーでなんか、アホらしくてやられるかと思っておりました。

ま、ホントは今でも思わんではありませんが、パケット定額制でつなぎ放題という気軽さもあり、調べ物だとか暇つぶしだとかに重宝しています。実際、当「地元密着なび」でもホームページへの総アクセス数のうち、2割が携帯からのアクセスです。

また、神奈川県で整体院を営むS先生からも、次のようなご

報告をいただいております。

ひとつ報告です。

整体・カイロなび経由で予約が入りました。

ありがとうございます。

携帯を使って検索されたそうです。

今の若い子は携帯のが当たり前のようです。

携帯サイトを考える必要ありますね。

これからますます携帯でのネット接続は当たり前になってきます。パソコンと違って一人一台ありますし、パソコンと違ってほぼ肌身離さず持ち歩いていますし、パソコンと違って使いたいと思ってから10秒ほどでネットにアクセスできますから。

でも残念ながら、携帯用ホームページの作成やアクセスアップなどのノウハウは十分には出回っていません。

そこで質問です。どうなさいますか？

1. 本などが出て広く出回るのを待つ。
 2. 自分で試行錯誤してみる。
 3. 教えてくれる人の知恵と経験を買う。
- 3番を選ばれた方、こちら(↓)をどうぞ。

・ホームページでこ入れメールセミナー

受講者100人以上、HP経由のお客様を増やします！

<http://seitai-chiro.biz/knowhow/hpkaiizou.html>

携帯用ホームページの作成からアクセスアップ、そしてアクセスされた方に予約や問い合わせをしてもらうためのノウハウをお伝えします。もちろん、パソコン用ホームページもぼつちりてこ入れしていただきます。ご安心を。

◆シンプルすぎる要約◆

携帯からインターネットにアクセスする人を、むぎむぎよそ様に取られている場合ではありません。

●安くて美味しいサイゼリアに行きたくない理由？

「サイゼリア」というイタリア料理のチェーン店をご存知でしょうか？ 価格帯は普通のファミレス並みで、味はファミレスよりもずっと良い(と思う)ので、息子はお気に入りに入っております。

息子がここを気に入っている理由のひとつは「ドリンク飲み

放題」のドリンクバーがあるからなのです。そして逆に私があるまわりここに行きたくない理由でもあります。

普通に考えれば「安くて」「美味しくて」「ドリンク飲み放題」だったらしょっちゅう入り浸っていても良さそうなものです。でもそうは行きません。

なぜか？

サイゼリアは「安くて」「ドリンク飲み放題」なせいで、ガキの溜まり場になってしまっているからです。サイゼリアに限らず、深夜営業でドリンク飲み放題のファミレスはことごとくガキの溜まり場になっていますから、ゆったり落ち着いて食事をしたい私は、どうしても行きたくなくなってしまいます。

それはマクドナルドでも似たようなものです。何しろ元旦早々から、徹夜明けの10代くらいの連中が、だら——と座席に沈没していましたから。間違っても休日の昼間になんか行ったら大変です。あそこは「ドリンク飲み放題」ではありませんが。

「ガキの溜まり場」になる事を初めから想定しているなら何も言う事はありませんが、そうでないなら、わざわざ「金を落とすとしてくれない層」を選んで呼び寄せしてしまっている事になります。

そして残念ながら「安くしないと来ない人」は望ましいお客様ではない場合が多いです。行儀が悪いとか、態度が悪いとか、やる気がないとか、そういう人が多いようです。

値段が安ければ「気軽に利用できる」ので、来てほしくない人も気軽に来てしまうことになります。そして、「来てほしくない人」が増え過ぎると「来てほしい人の居場所」がなくなります。

それは決して望ましい事ではないはずです。

ただし、値段を上げる以外にも「来てほしくない人」が来なくなる手立てはあります。ごくシンプルに「こんな方を対象にしています」とホームページやチラシに分かりやすく書いておくだけでも、ずいぶん違います。ただ単純に値段を上げれば良いというものでもない事にご注意ください。

◆シンプルすぎる要約◆

良かれと思って値段を安く設定したり、お得にしたりすると、来てほしくない人ばかりが集まって、肝心の来てもらいたい方に逃げられる恐れがあります。

■余談ですが…

住基カードは手に入れましたし、税務署での手続きも済ませました。ICカードリーダーも買ってあります。ついでに「やよいの青色申告」なるソフトも買いました。確定申告をとつと済ませるノウハウも手元にあります。あとは、私のやる気だけです。

はあ、めんどくせー。しかし、金を稼ぐためならまだしも、金を払うためにわざわざ面倒な作業をしないとイケないとはどういうことだ？