

こんにちは、原田翔太です。

今日は、『創造的破壊プロジェクト』音声セミナー・第2回目を、お届けしていきます。

＊

さてさてさて……

『創造的破壊メソッド』第一弾、「『脱・テンプレート思考』～なぜあなたは埋もれてしまうのか?」は聞いていただきましたでしょうか? ?

まだの方は、前回の記事を確認してくださいね!

(文中真ん中あたりで、音声セミナーファイルのダウンロードができます。)

&

アフィリエイトの方向けに、『成約率をあげるための記事の書き方講座』を僕の個人ブログのほうで公開しています。割と初心者向けの記事ですが、アフィリエイトをやられている人の参考にしてもらえればと思います。

それと・・・・・・・・

前回の記事&音声セミナーに対する、たくさんコメント、ありがとうございます。
大輔と一緒に、頂いたコメントは、全て読ませて頂いています。

率直なところで、多くの方が興味を持ってくれて、
僕らの対談を真剣に聞いてくれているのが嬉しいです。

少なくとも、このプロジェクトに参加をしてくれている人の多くが、僕らの意図するところで、正しく『創造的破壊』のニュアンスを掴んでくれているようで・・・・・・・・!こちら、嬉しいです。(^^)

さて、

今回は、前回の内容を踏まえて、いよいよ『創造的破壊』の具体的な『技法』の部分にスポットライトを当てていきます。今回含めてあと、3回あるので楽しみにしていて下さいね!

復習までに、ちょっとだけ、
前回の音声をざっくりまとめておきましょう。

●なぜ『テンプレート』をなぞっただけの

マーケティングでは、思うような結果がでないのか？

ということを主題に、
僕らが目指さなければいけない地点についてお話をしました。

こんな感じでしたね。

(0) なぜ、お金が儲からないのか？

↓

(1) 存在が埋もれてしまっているから。

↓

(2) だから気がつかれない、そして売れない。

↓

(3) では、どうやって「目立たせる」のか？

(もちろん最終的なゴールは『売り上げ』を作るために)

というのが大まかな流れでしたよね。

(なんのこっちゃ覚えてない人は、もう一度聞いてねー。

で、・・・

その方向性として、僕らは
『創造的破壊』

という考え方を提唱しました。

少し前に、経済学部などにいらっしゃった方の中には、
この言葉が懐かしい人も多いかもしれません。

というのも、
前回の記事へのコメントでもありましたが、

実は・・・この『創造的破壊』という言葉は、
僕らが作り出した造語ではないのですね。

この概念をはじめて世の中に投じたのは、
経済学者、ヨーゼフ・シュンペーター氏。

彼のことをご存じの方には、もはや説明不要くらい有名な先生です。

彼は、社会主義だ！資本主義だ！と、喧々諤々に世の中が議論していたときに、『イノベーション』という、当時斬新な経済理論をひっさげてさっそうと論壇に登場した人物。

そのイノベーション理論の中の中核概念の一つが、この『創造的破壊』という考え方なのです。

彼の理論において、『創造的破壊』は『イノベーションを生む』ためのものです。

経済学というと、マクロ的な感じがして、一見すると僕らにはなんら関係のない概念のように感じるかもしれません。

だからといって、「あー、なんかむずかしーから俺には関係ねえし。っていうか、それ、食えんの？」と切って捨ててしまうのは早計。

実は、この『イノベーション』＝創造的破壊の考え方というのは、

僕らのやっているインターネットビジネスに置き換えたときにも、そっくりそのまま同じことがいえるのですよ。

イメージできますかね？

ちょっと、ついてこれないという人も、頑張って脳みそフル回転させて、この間の僕らの話を思い出しながら、ニュアンスを感じ取ってほしいです。絶対役に立つし、損はさせないから。（＾＾）

＊

さて、僕らの言うところの『創造的破壊』における、最大のテーゼはなにか？

簡単に、一言で言えば、

業界をひっくり返すくらいの『イノベーション』を生むには、誰かの猿まねや、使い古されたクリシェのような手法では、到底おぼつかない。

何か大きな結果を手に入れたいときには、テンプレートをなぞったようなやり方ではなく、『確信犯的に』大きなインパクトを生み出す『創造的破壊』をしかけないといかんのだあああ！！、ということです。

これは、

- 商品企画も、
- デザインも、
- コピーも、
- プロモーションも、すべてに共通していえること。

そういう意味で、『創造的破壊』という概念を知って頂だけで、
あなたのビジネスの中に、多くの人たちを
魅了するための『着火剤』を埋め込めるのではないかと。

そう思って、和佐大輔さんと一緒に、
このプロジェクトを立ち上げることにしたのです。

前回の記事で、和佐大輔も言っていましたが、
この対談はかなりおもしろいです。

いろいろな人と対談をしてきましたが、
やはりトップランナーとの対談はものすごくシナジェティックな
ものになるなぁと実感しました。

和佐大輔というと、木坂さんとの対談のイメージが
強いかもしれませんが、

木坂氏との対談とはまたひと味違った
味わいのある対談ではないかと。

さて、余談はこのぐらいにして……笑

ぼちぼち、2本目の音声セミナーを公開したいと思います！

＊

さて、今回は、第二回目。

■「3Fの法則」～人々を扇動するプロパガンダの技法

をお送りします。

この『3Fの法則』というのは、僕と和佐大輔の共同制作メソッドです。

どの本を見ても書いていませんし、
今まで聞いたことがないノウハウだと思います。

ですが、僕らが仕掛けを作るときに、
行っていること。

これを言語化すると、『こういうことだよね』という
ところで一致しまして、体系化することにしました。

詳しくは、内容を聞いてみてください。

<http://hakai-dl.s3.amazonaws.com/HAKAI02-3E.mp3>

簡単に2本目の音声セミナーの中でお話している
『3Fの法則』を解説しておく、

3Fとは・・・

- (1) face (見た目)
- (2) forcue (焦点)
- (3) foe (敵)

という3つの"F"のことです。

この3つのポイントを、可変させることで、ビジネスは、

『本質は同じなのに、新しく、斬新なものに見える』

ようになります。

言い換えれば『売れる新規ビジネスコンセプト作りのためのメソッド』
だと思ってもらえればわかりやすいかもしれません。

なにかというと、この3つのポイントこそが、

ビジネス上で、少ない労力で『差別化』を行うための
『労力を投下すべきポイント』なのです。

あれこれやらなくていいのです。

最短距離で、人々の琴線に触れるグッとくる、
貫通力の高いビジネスコンセプトを作り出したいというときは、
この3つに集中してみてください。

この3つを徹底的に考えるだけで、
あれこれ、うんじゃかんじゃ会議室にこもったり、
何時間も意味のないブレストや、『雑談』をしなくても、
シンプルに、かつスピーディに、パワフルなコンセプトを生み出すことができます。

逆に言えば、情報ビジネスや、ネットビジネスだけに限らず、
世の中の『大ヒット商品』の、商品&コンセプト作りの秘訣は、
この『3Fの法則』で大半が説明できます。

この音声の中でも話していますが、
一般消費財のほとんどは、常に『使い回し』なのです。

コンビニなどに行ったときのことをイメージしてほしいのですが、
新商品！と打ち出しているものの大半が、実はどこかで
一度は見たことがあるような商品だったということはないでしょうか？

たとえば、わかりやすいところでは、

数年前にアサヒ飲料から
『WONDA・朝専用コーヒー』
という缶コーヒーが発売され、大ヒットになりました。

*知らない人、いませんよね？

ご存じのとおり、この缶コーヒーは、
『朝専用』というのが、キーコンセプト。

言い換えれば、この『朝専用』という3文字のコンセプトを
発見できたことが、この商品&アサヒ飲料の功績ともいえるわけです。

だって、中身は『普通の缶コーヒー』ですからね。

(コーヒーマニアの僕から言わせると、朝専用だからか、かなり甘味が強いのが特徴なくらいです。笑)

本質を考えると『缶コーヒー』そのもので、
ほかの商品と、中身自体の差はさほどないのですね。

では、なぜこの缶コーヒーが

一世を風靡する大ヒットになったのかというと

『朝専用』というコンセプトの発見であり、提示だということです。

僕らのような個人や、小さい会社、副業でインターネットビジネスをやる人たちの場合、

こういうビッグビジネスとは縁がないと思いがちですが、よくよく考えてみてください。

僕らのような個人の世界で、この『差別化』ができている人は、実際ほとんどいないのです。

逆に言えば、これができると、他人と大きく『異なる』自分であるということを演出できます。

＊あくまで演出ですよ。笑

もちろん本質が伴っていなければ話になりませんが、

本質がきちんとあるにもかかわらず、『売れない』というジレンマに陥っている人が多いのも事実です。

作り上手な人ほど、商売下手だったりする傾向があるのが世の常ですから。

そういう人たちにこそ、是非この『3Fの法則』を知ってもらいたいな、と。そんな風に思っているわけです。

過剰な演出、嘘八百を並べ立てることが、商品企画や、コピーライティング、プロモーションなどのマーケティング活動の神髄ではありません。

ですので、あくまで本質をしっかりとした軸に据えた上で、という注釈付きで語らせてもらいたい&理解していただきたいのですが

この『3Fの法則』は、『コンセプト』という大きな差別化要素を作り出す上で、

ぶっちゃけ『めちゃくちゃ使え』ます。

かなりエポックメイキング的なフレームワークですので、
是非多くの人にこの法則を知ってもらって、
これから活用していただければな、と。（＾＾）

そんなわけで、第二回目の音声もお楽しみください。

＊

■コメントのお願い（僕らに知らせて下さい、あなたのこと。）

さて、今回も例のごとく宿題・・・ではなくて、
コメントをお願いできればと思います。

1. 今回（第二回目）の音声セミナーを聞いた感想
 2. 聞いて見たい質問、疑問に思ったこと
- ＋アルファで僕らへのメッセージ（是非応援してください。笑）

この2つ＋アルファをお願いします！

今回もコメント、楽しみに読ませていただきます！

PS:

今回の『創造的破壊』の主題の一つは、
まず、自分自身による、自分自身のための『創造的破壊』だったりします。

これは、言い換えればすなわち、
『セルフプロデュース』ということ。

僕も和佐大輔も、
若くしてそれなりの成功をしたわけですが、

その背景には、自分自身の持っているポテンシャル（可能性）を
創造的破壊メソッドを使って、セルフプロデュースをしていった
結果なのですね。

僕らは、その『セルフプロデュース』のやり方をこのブログ＆音声セミナーを通じて、
あなたに伝えたいと思っています。

次の更新では、「破壊の視点、創造の思考」をテーマにした
音声セミナーをお届けします。

いよいよ、具体的な『破壊』と『創造』の起こし方に入っていきます。
次回も楽しみにしててくださいね！

それでは、僕らも、あなたからのコメント、楽しみに待っています！
&次回もどうぞお楽しみに！