

# 魂のコンセプトメイク

## (+ペルソナ設定)

めっちゃこんにちは。  
Yusukeです。

僕は情報発信コミュニティを運営していて、  
普段からこの手のコンセプトメイクに関する壁打ちを頻繁におこなっているので  
それらを踏まえて「**これさえ見ればみんな勝手に売れるコンセプトが作れるな**」  
という資料を作りました。

ぜひ最後まで読んでいってください。

### ■本資料を読むと どうなれるか？

自動で価値観の合う仲間が集まってきてくれて、  
勝手に感謝してもらって、  
こちらから売り込まなくても「買わせてください」と言われるようになります。

ストレスフリーで稼げます。

ちなみに今回の理論を用いて**僕自身はこれで700フォロワーで月収200万、  
クライアントは開始1ヶ月で「40フォロワーで月収30万」という  
何とも誇大表現に近いレベルの速度で成果をあげています。**

それほどの効果です。

### ■そもそもコンセプトってなんやねん

もう本題に入っていきます。

コンセプトとは、

- ・誰のどんな悩みを解決するサービスですか？
- ・具体的にどんな価値を提供しますか？
- ・そして、あなたはなぜそれをするのですか？

という3つの問いに対する答えです。

これで何が出来上がるかというと、お店でいう「看板」ができます。

例えば焼肉屋があった時に  
焼肉きんぐと叙々苑ではコンセプトが違うのがわかりますでしょうか？

大衆・ファミリー向けのきんぐ、  
高単価で特別なシーンに特化した叙々苑、  
これらは店側が一貫したスタイルを確立しているからこそ  
僕らが認知することができてお店を選べるわけですね。

**たまに路面にポツとできる焼肉屋とかありますけど**  
**「なんかよくわからんうちに潰れてますやん」みたいなことありませんか？**

**あれは「ただ店を出せば稼げるのかな」みたいな甘い起業の成れの果てです。**

**コンセプトを確立しなければ、確実に埋もれてそうなるということです。**

そしてこれは僕らのビジネスも一緒です。

つまりコンセプトを作れば「確実に」ではないですが、  
お客様に選ばれて確固たるポジションを構築できると言えます。

違う角度から言うのであれば、

コンセプトとは、  
あなたという存在を競合の中で「バシッ！と表現するための要素」であり  
これがないとお客様から選んでもらうことができない。認知されない。

稼ぎたいのであれば選んでもらう必要があるから  
選んでもらうためのコンセプトは必須である

ということです。

**そして、お客様は買う商品を選ぶ時に「機能面」で合格ラインを出し、  
そこでGOサインが出たら「感情面」での意思決定をして買うかどうか判断をします。**

「感情面」で鬼の共感を実現することができれば  
「機能面」をガン無視して顧客に購入させることもできます。

大好きな彼女がくれたものなら何だって嬉しいでしょ？

# コンセプトの作り方

魂コンセプトを作るには三段階の工程を踏みます。

## ■第一段階：ノーマルコンセプト

以下のテンプレートに自分の発信を当てはめてみてください。

=====

～～という実績・権威性を持つ私が、～～という悩みを持つ顧客に対して、  
～～という価値提供をして、～～という理想の状態に連れて行きます

=====

例えば僕が過去にやっていた物販ビジネスの発信を例に出すと

副業で月収50万円を稼いだ私が、  
一生興味のない仕事を続けるのが苦痛という悩みを持つ顧客に対して、  
物販ビジネスで副業収入を得る方法を提供して、  
いつでも会社を辞められる状態を手に入れてもらいます

みたいな感じです。

少し末尾などイジっていますが、これくらいは全然大丈夫です。

上記が埋められない人は、

- ・そもそも情報発信するスキルがない
- ・自己分析が足りていない

のどちらかです。

前者は情報発信ビジネス自体が適していない可能性もあるので、そこも考えましょう。

そして後者の場合は、自分にスキルがあるのに深掘りができていないだけの可能性があるので、そこを詰めていきましょう。（これらも全て簡単に導き出すやり方を最後に教えます。）

ぶっちゃけ初心者は、まずここを考えるだけでも相当やりやすくなるはずですよ。

最近のX（旧Twitter）を見ていて、

「恐らく低額のサロンやTips、note、Brainなどでコンテンツ販売を学んだであろう」  
発信者がたくさんいるなあと感じます。

が、**アカウントを見て「何の発信をしているのかわからない人」が多すぎます。**

僕が見てもわからない人は、お客様が見てもわかるわけがないので、  
そうした方は今回の話だけでも意識すると相当改善します。

ノーマルコンセプトが描き出せたら、それをそのままXのプロフィールに貼るだけでも  
多分今よりは良くなるのではないのでしょうか。

## ■第二段階：人生コンセプト

これも以下のテンプレートに当てはめてみてください。

=====

第一段階で決めたコンセプトで情報発信する理由は、～～という思いがあるからです。

=====

～～＝なぜ自分が稼ぎたいのか？そのジャンルの情報発信をするのか？

それをすることで自分の人生がどう上向くのか？

それによって顧客の人生はどう上向くのか？

という「思想・理念」を乗っけるイメージです。

**ではなぜ、思想や理念を乗っけるのか？**

**それは、「人は自然とこうした部分で物事を判断しているから」です。**

そして勘違いをしてほしくないのが、

ここで「崇高な理念」を乗っけなければいけないのか？と聞かれるとNOです。

「本音」が正解です。

例えばですが、「稼ぐ動機」などはよく対比に出されます。

「あなたはなぜ稼ぎたいのですか？」という問いに対して  
以下の2つの回答があったらどうでしょうか。

A：私は社会貢献がしたいから稼ぎたいです、世界を平和にしたいです

B：とにかく稼いでいい暮らしをしたいです、自分も家族も幸せにしたいです  
ぶっちゃけ社会貢献とか大事な気はしますが今は1mmも考えられていません  
なぜなら「幸せでない奴が幸せなど分け与えられないと思っているから」です  
自分が満たされたら社会貢献とかも考えられたら良いですね

という2つがあった時に、ぶっちゃけAは信じられませんよね？

「キレイゴト言ってんじゃないよ」となります。

もちろんこれを「大企業」が言っていたらいいんですけど、  
ポツと出の会社員であるイチ個人が言っているのもちょっと難しいですよ？

はいはい、となります。

普通にBの方が人間味があって、信じやすいです。

**だから個人の闘い方は「共感」であり「尖り」なんです。**

**強い言葉を使うのではなく、無理に煽ったりするのではなく、思想で尖る。**

この思想に深く共感してくれた人が自分の高額商品を買ってくれます。

ここで共鳴できていない人は買ってくれないので、  
つまり自分自身がこのコンセプトを練れていなければ  
そもそも高額商品を売ることはできないということです。

(実績がズバ抜けている場合は全然勝てますが。)

### ■第三段階：魂コンセプト

これも以下のテンプレートに当てはめてみてください。

=====  
第一段階・第二段階で決めたコンセプトで情報発信することにより、  
～～という理想の状態を手に入れた顧客が増え、  
その連鎖により国や社会に～～といういい影響が生まれます。  
その結果、～～という未来を望んでいます。

=====  
第一段階・二段階で決めたコンセプトで情報発信をすることによって  
どんな人が生まれていき、その延長線上で国、社会、にどんないい影響を与えるのか？  
もっと広く抽象度の高い分野にどんな影響を与えるのか？などを加えるイメージです。

ぶっちゃけこれは難しいうえに顧客にわかってもらえるハードルも上がるので  
余裕がある人だけで大丈夫です。

なぜここまでやるといいかと言うと、  
嘘をつくのはダメですが、本気でこうした高い視座や理念を持っていることで  
明らかに大多数とは見え方が変わってくるからです。

ただ、先ほども言ったように「相手のレベルに合わせないとただのキレイゴトマンになりがち」  
なので注意は必要です。

**月収500万くらいまでは第二段階の人生コンセプトまででOKです。**

さて、ひとまず大枠は上記です。

上記を見てバシッ！と当てはめる人は別に下は読まなくてもいいですが  
そんな人はごく少数だと思いますので、  
当てはめるだけでコンセプトやペルソナが見えてくるワークをご紹介します。

僕は脳死とかテンプレとかいう言葉が大嫌いですが、  
**脳死でできるテンプレをご用意しました。笑**

## ①自分史を書き出す（なぜ？にあたる）

まず最初に、これまでの人生を全て棚卸しします。

専用スプレッドシートリンクは[コチラ](#)です。

これは「自分が生まれてから今に至るまでのプライベートな出来事と感情」を思い出せる限り全て洗い出すシートになります。

これまでのあなたの人生をここに書き表してください。

シートは僕の生まれ年に合わせているので、セルを増やしたり減らしたり ご自身で調整してみてください。

そして、生まれてから全てとは言ったものの、全ての項目を埋めるのは記憶的に無理なので書けるところやすぐに思い出せることなどから書いてあげてください。

本当に内容は何でも良いです。

ビジネス的な経験は後ほど別シートでやるので、このシートではプライベートのことだけを書き込むようにしてください。

幼稚園に入った、この時の思い出はこうだ、  
こういう出来事があって、こう思った、とか。全てを書き出してください。

あなたの人生における「記憶に残っている感情」を全て洗い出してください。

なぜ、これをやるのか？

これを繰り返すことで、あなたの人生や思考には「パターン」があることに気づけます。

**そして多くの場合は、この「パターン」というのが  
そのままコンセプトにあたる場合が多いからです。**

あなたが稼いでどうなりたいのか？

何をしたいのか？

人生においてどんな状態を実現したいのか？

ということが見えてきます。

ちなみに僕だとうこうです。

洗い出して気づいたことは、

- ・スポーツも勉強も恋愛もいつも中途半端だった
- ・いつも肝心なところで逃げる、成果が出ない
- ・同じようなことばかり繰り返してきた
- ・だから自分に自信がない
- ・でも適当に生きてきたわけじゃねえ
- ・自信を持てる男になりたい
- ・だから証明したい
- ・俺の人生証明したい
- ・でも自分で自信を持つなんて無理だから、  
自分の人生に共鳴してくれた仲間にお金を払ってもらえたらいい気がする
- ・それができれば俺は証明できる、自分の人生に本当の意味で自信を持てる
- ・つまり、俺にとってコンテンツビジネスは歴史の証明だ！

という感じで、僕の人生コンセプトは

「コンテンツビジネスで稼ぐことで人生という歴史の証明をしたい」

になっています。

コンテンツビジネスで稼ぐ

- =自分の人生が同じような価値観を持つ人に認められている
- =つまり自己評価だけでなく他者評価もあるので自信が持てる
- =これまでの人生が間違っていなかったという証明になる
- =そして俺がコンテンツビジネスで稼がせることで顧客も人生の証明ができる

的なものです。

ただ、これは僕も情報発信歴が非常に長いので、その中で顧客と接することによってようやく5年目にして降りてきたものになります。

なので、最初は本当にここまで明確に出せなくてもいいですがひとまず考えるだけでもやってみてください。

ポイントは、「**自分のエゴ**」と「**顧客の需要**」の交差点です。



## ②ペルソナ描写を書き出す（誰にどんな価値を？にあたる）

次にペルソナを書き出します。

**そもそもペルソナとは、**

- ・自分の過去
- ・見込み顧客

**を投影してできた「1つの人物像・行動履歴」である。**

**ターゲットの細かい版と思ってもらえれば大丈夫です。**

そしてペルソナは「過去の自分」と言われますが、それだと少し抽象的過ぎます。

なので、これも超絶細かく書き出します。

専用スプレッドシートリンクは[コチラ](#)です

こちらは僕の例が入っているので、見ていただければわかるかなと思いますが説明もします。

まずはHARMの法則に沿って「悩みが生まれるキッカケ」を洗い出す。

そして、そこから理想の体現をするまでに必要なことを全て書き出す。

こうすることで何が見えてくるかというと、  
いわゆる「**有益な発信**」というものの**答え**が見えてきます。

顧客が悩みを発現する瞬間から、理想を体現するまでの全て、です。

ここで書き出したものが有益な発信の全てです。

で、上にいけばいくほど潜在層に響く内容になり、  
下にいけばいくほど顕在層に響く内容になってくるので、  
表の媒体で上から順に発信していき、  
そこからリストインしていくに連れて下の情報を出していく。

とやると、かなりスムーズです。

ここで面倒臭がらずに細かく洗い出せば洗い出すほど  
あなたの情報発信活動が楽になっていきますので、  
ぜひやってみてください。

## ■コンセプトを決める

そして、これらを洗い出して資料の最初に戻ってもう一度考えてみてください。

そうすると、スッと当てはめられるはずですので。

後はこれを具体的にどう使うか？と言うと、一番いいのはペルソナの部分で書き出した情報をそのままnoteやブログなどで「プロフィール記事」のようなものとして書いてしまい、最後に人生コンセプトをバシッと決めて「これが理念です！」と言えればOKです。

後は日々のSNS運用などで、小出しにしていきながら発信をしていきましょう。

これで「売れる発信」ができるという流れです。

さて、いかがだったでしょうか。

一応、書いてある通りにやっていたらあなたのコンセプトはバシッ！と決まるはずですが**まあぶっちゃけ「難しい」**と思います。

僕もそうでしたからね。

情報発信においてコンセプトを初心者がいきなりバチコーン！と導き出せることってまずなくて、と言うか、そもそもいきなり完璧なもの生まれてくるものでもないんですよね。

なぜなら、発信活動をする中で「答え合わせ」ができていくものであり、多くの場合に最初に描いていたものとは少し異なっていくからです。

僕もかなり変わりました。

最初は「とにかく稼げてえ！」だったのが今は「国を良くするために」とかも結構割とマジで考えていますからね。笑

話を戻すと、コンセプトが変わるのは悪いことではありません。

ただ、本音ではあるべきなので「自分はなぜこの情報発信をしているのか？ビジネスをしているのか？」を定期的に思い返して考え直す癖をつけていきましょう。

初期段階で一切ブレないコンセプトメイクができれば  
その後の情報発信で迷うことが一切なくなります。

**そもそも「何を発信すればいいかわからない～」と悩む方も多いですが、  
それは情報発信におけるゴール・目的がブレているからです。**

そこが決まってないのに、  
その過程である情報発信活動をして迷うに決まっていますよね？

で、じゃあゴールや目的ってなんですか？  
それが「コンセプト」なわけです。

抽象的でわかりづらいけど超大事ですから、頑張って考えてみてくださいね。

もし自分でコンセプトに悩むようでしたら  
個別相談で一緒に考えたりなどもOKですので、ぜひご利用ください。

ありがとうございました！

## ■無料個別相談

[＜説明動画＞](#)



[＜お申し込みフォーム＞](#)はコチラから