

バンドマーケティングZ.0

【著作権について】

当電子書籍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。

- ・本電子書籍の著作権は作者である雷僧にあります。
著作権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。
- ・本電子書籍の一部、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、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と作者（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取ることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的 乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、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 禁止事項（第三者への公開の禁止） 本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、いかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条 契約の解除 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償 甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違約件数と販売価格を乗じた金額を支払うものとします。

バンドマーケティング2.0

第1章

「バンドマーケティング2.0」 の概要、全体像把握

- 1－ 第1章を読む前に
- 2－ 本教材の役割
- 3－ バンドマーケティング2.0の正体、全体像
- 4－ ウェブ集客の基本的な3ステップ
- 5－ 集客するための具体的な実践手順
- 6－ 本教材で得られるもの
- 7－ 成功するために必要な3つのポイント
- 8－ ビジネスにおいて必要な10個のマインドセット
- 9－ 音楽ビジネスに必要なマインドセットとは
- 10－ 人は欲求によって行動する
- 11－ 相手をあなたのファンにさせる方法

【第1章を読む前に】

この章ではウェブで集客するために必要な「考え方」がツラツラと書かれています。

唐突ですが・・・

1 + 1 = なんでしょう？
「2」ですよ？

これ、なぜでしょう？？
ちゃんと説明できますか？

超簡単に言うと、説明できる = 「なぜ？」がわかっている。
これが「考え方」です。
要するに、「なぜそうなるのか？」的な話です。

例えばあなたが初めての職場で仕事するとき、
こんなことはありませんでしたか？

会社の基本理念や、「さすがに知ってるよ！」っていう業務内容が収録されたビデオを1～2時間たっぴりと見させられるやつ。

見てる側は、「いつになったら仕事させてもらえるのよ！」
ってなるんだけど、

会社会的には見てもらわないと困る内容ばかりなんですよね、
なぜなら、会社に属するために知っておいてもらわないと困
る考え方、働き方、なぜそれをやるのか？などなどをまとめ
てお伝えする社内ビデオなワケ。

これと同じで、
本教材も実践に移る前に、知っておかなきゃならないことが
ちゃんとあります！

これを知らないと、2章3章なんかで
「なんでコレやってるのかしら??」ってなります。
そして、今自分が何をやっているのかがわからなくなり、
作業迷子→成果が出ない→やめちゃいます。

それじゃ教材を購入した意味がありません。
ちゃんと「思考」という根本から変えていってください！
変えるために必要な内容はちゃんと盛り込んでいますので。

ということで・・・
次ページからさっそくいきます！

【本教材の役割】

本教材の目的は

あなたが本当に好きなことでお金を稼ぎ、生計を立てていく
ことです。

本教材の役割は

あなたが音楽をビジネスとして取り組む上での指針となるような本質的な部分を解説します。

もちろん実践における具体的なノウハウも惜しみなく書き下ろしました。

「本気で楽しく音楽をやって、それだけでお金が得られる。」
これこそが、あなたが求めている『プロ』あるいは『メジャー』という抽象的言葉に込めた理想的な未来だと思う。

もしかしたらあなたは、

『これをこのようにやれば○日後に○○人の動員が・・・』

といったようなロジカルかつ明快な方法を望んでいるかもしれない。

しかし、本教材はそのような HOW TO 系の教材ではありません。

もっと言うと、そんな容易に集客は増えないことを断言しておく。

もっともっと本質的な部分です。

例えば・・・

『1分で数学の二次方程式を解くための方法』があったとする。

これは、二次方程式の公式を教えることで解決する。

この場合、『公式に当てはめるだけである程度の問題は解くことができる』わけだが、『なぜその公式が成り立つの?』という説明ができないワケ。

しかし本教材は、『なぜ二次方程式がそういう計算式になるのか?』

という本質的な内容を話していくわけです。

なので、『こうすればこうなる』的な単純な教材ではないのです。

しかし、それではなかなか前に進めない人が多いこともよく理解しています。

なので、強いて言うならこうかな? という HOW TO も書いていきたいと思います。

あなたが今どのレベルにいるのかわからないので、完全な初心者からのスタート地点から書いていきたい。

次ページをしっかりと暗記レベルで覚えてください!!

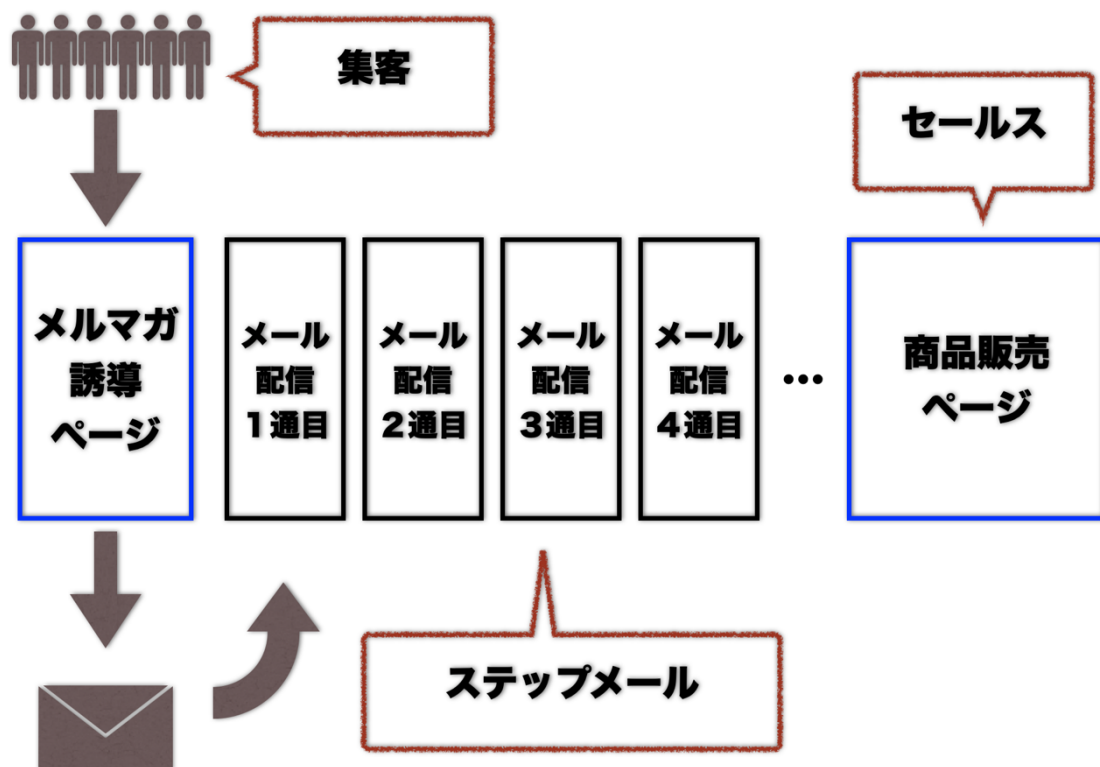
【バンドマーケティング 2.0 の正体】

今回あなたが実践していくノウハウは「ダイレクトレスポンスマーケティング」というマーケティングです。略して「DRM」とも呼ばれますので覚えておいてください。

これはメルマガや LINE といった「お客様の連絡先＝**リスト**」を獲得し、あなたから直接相手に情報を届けることで効果を発揮します。

こういった「リスト」を使ったマーケティングをリストマーケティングと呼ばれます。

▼このような流れです▼



この流れはあなたにも経験があると思います。
なぜなら、僕自身も DRM を使っているからです。
今回バンドマーケティング 2.0 の有料サービスをご紹介します
形にはなりましたが、そこまでの流れがすべて「DRM」を
使っています。

DRM の特徴

こちらから投げかけ、相手からレスポンスをもらう
これを繰り返すことで信頼関係を築けることが最大のメリットです

詳しくは別の章で解説しますが、ここでは「バンドマーケティング 2.0 はリストマーケティング内で DRM の手法を使う」というイメージだけでも理解しておいて下さいね！

【バンドマーケティング 2.0 の全体像】

1. Web メディアを構築しアクセスを集める→認知
2. 興味を持ってくれる人間を集める→関心
3. その人と関係性を構築するために「リスト」をもらう→集客
4. こちらから投げかけ、相手からレスポンスをもらう→教育
5. これを繰り返すことで信頼関係を築く→教育
6. 商品を販売する→販売

このような感じです。
なんとなくわかりますか？

DRM を行う上で、認知～販売まで 5 段階のステップで構成されています。
これらを音楽用にこれから解説していきます。

さっそく、次ページで認知～集客までを解説していきますね！

【ウェブ集客に必要な3ステップ】

1. 相手にあなたの存在を知ってもらうこと→認知
2. あなたのことに関心をもってもらうこと→関心
3. あなたと信頼関係を構築する（ファン化）→集客

まずは知ってもらわないと話にならない。
だから路上ライブをやるし、SNS もやるんです。

そこで、あなたに関心を持つ人とそうじゃない人と分かれる。
関心を持ってくれた人にだけ、どんどんどんどん接触をして
いって、あなたとの信頼関係を築いていただく。

この3段階を踏んで初めて商品の提案ができます。

まず、こういう順序だということだけ頭に入れておいてください。

では、次ページで具体的に活動を進めていく順番を公開します。

これがバンド集客のマーケティングの基本になります。

目線としてはバンドがライブ動員を増やしてお金を稼ぎ、生計を立てていくという目線で書いていきます。

あなたが裏方業であれば、自分にとってどこがどの部分に該当するのか？

これを自身で考えながら読み進めてください。

【集客するための具体的な実践手順】

1. バンドを結成する
2. バンドコンセプトを決める
3. ターゲット（客層）を決める。
4. ウェブ媒体(サイト、SNS、YouTube 等)を構築する
5. 各媒体で情報発信をし、
関心を持つターゲットを増やしていく
6. そのターゲットにあなたのバンドの情報、
ドキュメントを発信する
7. あなたのバンドのコミュニティを形成し、
信頼関係を構築する
8. 商品（ライブ、グッズなど）を販売する
9. 買ってくれた人、買わなかった人へのフォローをする
10. 5～8 を繰り返し実践し、規模を拡大していく

HOW TO で考えたらこのようになります。
基本的に、この 1～10 の順番で進めていけば問題なくファンが増えます。

別にバンドに限った話では無いです。あなたがソロでもユニットでも、何にでも当てはまる『型』なのです。
そのくらい強烈な方法です。

特に重要なのが下線を引いた部分です。
抜き出すとこんな感じです。↓

- ・ 結成する（活動を開始する）
- ・ コンセプトを決める
- ・ ターゲット（客層）を決める
- ・ ウェブ媒体（自社サイト、SNS、YouTube 等）を構築する
- ・ 情報発信をし、関心を持つターゲットを増やしていく
- ・ ドキュメントを発信する
- ・ 信頼関係を構築する
- ・ 販売する
- ・ フォローをする
- ・ 規模を拡大していく

わかりますか？

こうして考えてみると、あなたがもし表方ではなく
楽器講師、楽曲提供、エンジニア、プロデューサーなど、
裏方で音楽をやっていく人だとしても
どういう手順で実践していくかわかると思います。
次ページで具体的に解説していきます。

・ 結成する（活動を開始する）

言うまでもないです。
まずは行動してください。

・ コンセプトを決める

ここが重要です。
後の項目で詳しく解説しますが、ここが決まっていなくて音楽でのマネタイズは極めて難しいです。
ポイントは「とにかくニッチに絞ること。」
「ギター全般教えます！」と言うより
「早弾き専門で教えます！」と伝える方が、
実は圧倒的にお客さんの数が多くなります。

・ ターゲット（客層）を決める

コンセプトが決まると、ターゲットは自ずと決まってきます。
上記の例でいけば、
ターゲットは当然「早弾きを上手になりたい人」ですよね？

・ ウェブ媒体（自社サイト、SNS、YouTube 等）を構築する

ここが出来ていないとウェブ上での集客は不可能です。
一番重要なのが自社サイトです。
自社と書くと会社っぽく感じますが、そんなことはなく・・・
自分自身で運営しているサイトを構築する、ということ。
僕のブログサイトなんかがまさにこれに当たります。

・ 情報発信をし、関心を持つターゲットを増やしていく

これは自社サイトを中心にして
コンセプトを決めた上でそこからズレない情報を発信します。
すると、徐々に徐々にターゲットとなる見込み客があなたの
記事、動画といったコンテンツに関心を示します。

・ ドキュメントを発信する

これは表方で活動しているパターンでは特に大切。

ということかということ・・・

ライブ映像ばかりを発信するのではなく、

ファンはアーティストの裏側を知りたいことが多い。

ですから、ごく自然な日常だったり

スタジオのシーン、レコーディングでの打ち合わせシーン、

などなど、ライブという完全体ではなく

完全体になるまでの「不完全な状態」をファンは欲します。

基本的にライブや PV といった完成されたものがあって初めて成立するものであり、

この日常だけを発信しては、ただの一般人に変わらないことになる。

ここだけは気をつけてください！

・ 信頼関係を構築する

これは、情報を発信し続けていけば自然と構築されていきます。

後々の章で解説しますが、「信頼残高」という言葉があります。

- ・ 商品を販売するときには信頼残高が減り

- ・ 普段の情報を発信してコミュニケーションをとることで信頼残高が増えていきます。

・ 販売する

言うまでもなく、あなたの商品を販売することですね。

販売方法については別の章で詳しく解説します。

・ フォローをする

買ってくれた人へのアフターフォローをしてあげます。
買わなかった人も、今回買わなかっただけで次回は買ってくれる可能性は十分にある。
なので、買わなかったからといって無下に扱うのではなく、信頼残高を取り戻すためにも、買わない＝サヨナラといった印象を与えないような発信をしていきましょう。

・ 規模を拡大

今までの流れを繰り返していくことで売り上げ規模を拡大していきましょう！ということですね。
とにかく難しいのは「0→1」です。
一度でもウェブ上で販売が成立できれば、そこから先は早いんです。
この「0」がかなり長くなるため、ほとんどの人は挫折するわけです。

以上のような感じですね。
わかりましたか？

よく、『この中で特にどれが大事ですか？』という質問をする人がいます。

あなたもそう思いませんでしたか？（笑）

この質問の裏には・・・

『全部は面倒だから、重要な部分だけやっておこう！』
という意識が隠れています。

回答は、残念ながら・・・『全部』です。(笑)
どれか1つでも欠けると、成立しません。
さっきの数学の公式の例で言うなら、
1～10 全部で1つの公式だと思ってください。

例えば数学の公式で例えると・・・
 $Y=X(A+B)$
みたいな公式があったとしたら、
A、B、X、全部がわからないとYは導き出せませんよね？
ということです。全部を網羅してくれないとダメです。

で・・・

今までのあなたのバンドも、ライバルの対バンも、普段見ているSNSで頻繁にライブ告知しているバンドも、必ずどれかが抜けています。
3万いいね！があっても何十万とフォロワーがいても、どれか1つが抜けていると、音楽だけをやり続けられるような理想の生活はできません。

はい・・・ここまで読んだあなたは、
「ええー！こんなの全部やるの？？そんなの面倒くさい！無理だよー！」
って思って挫折しそうになったりしてませんか？？

やればあなたの夢の生活が得られます！

想像してみてください。

あなたが夢にしている音楽生活を！
まず、朝早起きしてアルバイトなんか行きません。
起きたい時間に起きて、音楽のことだけに集中した1日を送っています。

あなたのライブに動員が数百人もいます。お客さんのアツイ声援があなたのステージに向かっています。

あなたが発信するブログにたくさんのコメントが寄せられています。

あなたがアップした YouTube 動画の再生回数が何十万回と再生されています。

あなたの Twitter がのフォロワーが何十万と増えています。

あなたがメール1通送っただけでチケットが売り切れます。

あなたが作った曲を聴いて感動してくれる、元気になってくれる、泣いてくれる、そんなファンがたくさんいます。

そして、そんな毎日を送るだけでお金に困っていない自分自身がいます。

・・・こんな未来が見えましたか？？

『いやいやいや・・・こんな夢のまた夢だから・・・』

って、塞いでしまっていないませんか？
これが、あなたが描いている理想の未来じゃないですか？

そしてそれを叶えるために、本教材を手にしたんですよね？

いいですか？

やるだけで成功するんです。

しかし、地味で面倒だから、みんな誰もやらないんです。

ギターもベースもドラムも、練習は地味ですよね？

Fコード押さえられなくて嫌になって辞めた奴、周りにいませんか？

でもあなたは、地味で面倒なコードも練習して押さえられるようになって、今がありますよね？

ほら！あなたは「やったから成功」したんですよ！

楽器を弾くという成功を！

本教材もまったく同じです。

【本教材で得られるもの】

さて・・・。

本教材であなたは何を学ぶのか？何が得られるのか？

これを簡単に伝えておきます。

それはこの2つ。

集客の本質と、物売る戦略（マーケティング）
です。

人を集めて・・・その人たちに物売る。
これが商売ですよ？

しかし、口で言うのは簡単で、人からお金をいただくのはとても難しい。

それを、**インターネット上で最も高い確率で商品が売ることが出来るマーケティングがあります。**

それが先ほど解説したダイレクトレスポンスマーケティングです。

改めて僕があなたと出会ってあなたが本教材を購入してくださった流れ、思い出してください。

過去のメールが残っていたら抜粋してみてください。

しっかり DRM で組み立てられています！

この戦略は、あらゆるジャンルで使えます。

もっと言うと、ミュージシャンのような表現者はもっと簡単に使いこなせるようになります。アイドルだろうとソロだろうとユニットだろうと、関係なく、効果を発揮します。

僕も DRM の「ダ」の字も知らない状態から勉強に勉強を重ねて、今がある。

これから学ぶことは、あなたが全く学んだことのない領域かもしれない。

でも、僕が今こうして実践できているんだから、あなたにも必ずできます！

マジで、断言できます！

ですので・・・

絶対に「あきらめずに」「成果が出るまで」「やり通す！」

これを約束してくださいね？

【成功”するために絶対に必要な3つのポイント】

以前、メルマガ内で動画をプレゼントした内容を覚えていますか？

“成功”するために絶対に必要な3つのポイントというものです。

改めてお伝えすると

1. 継続する
 2. 情報に投資する
 3. 時間に投資する
- この3つです。

特に大事なのが、1つ目の「継続」です！！

いいですか？

継続！！です。

地味だし面倒くさい作業は、どんな仕事だってある。

それを乗り越えたと、自然とそれができて、気がついたら

「当たり前」になっていくでしょう？？

音楽で稼ぐというビジネス、すなわち本教材のノウハウも1つの「仕事」に取り組むと思ってください。

いいですか？？

あなたは今日から普段の仕事と両立してもう1つ仕事を始めるんです。

では、これから話すことを必ず常に意識してください。

日々生きている中で、常に意識し続けるんです！

まず、継続。これは、あなたの未来を想像することが大事。

「これをやることで、こんな自分が待っている」

これを明確にイメージすること！

そしてそれを信じ続けること！

これ以外ありません。

わかりやすく言うと、ダイエットです。

「スリムになってキレイになった自分」を想像するワケ。

そして周りから「キレイになったね！」とか「イケメンになりましたね！」

とか、そう思われたいワケですよ？

そうなった自分を想像して、ワクワクして、だからダイエットを始めるワケ。

そんな「ワクワク」を強く想像できる人ほど、がんばれますよね？

これが継続の原動力の最たる部分です！

そして、「継続」はあなたは出来る素質があります。

なぜなら、音楽をやる時点で継続出来ているからです。

他の楽器できない人や歌が歌えない人、そういった人は練習を継続出来ずにさっさと挫折しているんですよ。

でも、あなたは継続してきたからこそ今がある。

ですから、これからあなたがやるべきことは、

大成功をおさめたライブ、

音楽だけで食っている自分、

誰かにインタビューを受けている自分、

大きなスタジオを使ってレコーディングしている自分、
そんな未来を常にイメージし続けてください。

「思考は実現化する」という言葉があります。
これ、マジでその通りです。
人は自分が考えているような、そんな人間になります。
これ、良くも悪くも、です。

なので、常に理想の未来を想像し続ける！！
常にワクワクしてください。

いいですか？

これをやるだけで、びっくりするくらい毎日が変わります。
仕事にもやる気が出ますし、成果もすぐ出ます。

僕もそうだし、有名なギタリストも、ほとんどが
「寝る前にギターヒーローになっている自分を思い浮かべながら寝てた」
なんてセリフをよく言いますよね？

「なーに言ってんだよ！w」

って思うけど、実は本当にコレが大切なんですよね。
ですから・・・
あなたは今日からネガティブな自分は一切捨ててください。
もう、理想の未来以外来ませんから！

これらをイメージしながら、
今取り組んでいる作業を未来に自分に紐付けて行ってください。

逆に、どう考えても紐付かないものは、大至急捨ててください。

完全に邪魔なものです、それは。

仮にそれが今の仕事なら、すぐ転職してください（笑）

仮にそれがあなたの人間関係なら、断捨離してください。

自分の未来を構成してくれる土台になりうるもの、人だけに
囲まれる基盤を作り、取り組んでくださいね！

次に情報への投資。

これもあなたは出来ています。

なぜなら、
本教材を手にしたという行動ができているからです！

正直、メルマガの内容だけでも何とかしようと思えばできる。

でも、本質しか話していないし、具体例や実践的なところまでは話せませんでした。

そこであなたは、このノウハウを学ぼう！って思って投資した。

本当に素晴らしいと思います。

で・・・。

これからあなたにやってもらいたいことは、
先ほどお伝えしたように「未来の自分」を叶えるものであれば、どんなものでもガンガン投資してください。

参考書籍なんかがあれば、どんどん読んだほうがいいです。
これからあなたは本教材でウェブのマーケティングを学ぶワケです。

インプットは、いくらインプットしても足りないくらいです。

（もちろんその分「行動」というアウトプットをしなければ何の意味もないですけどね！）

自分の未来への行動に対して、
より効果的に、
より効率的に、
進んでいくことがありうるものなら、いくらでも有料のものを使うべき！
ということです。

スマホのアプリとかでも、有料と無料ってあるでしょう？
あれも、やっぱり有料って有料なりの良さが必ずあります。
メールを頻繁に使うなら、有料のメールアプリを使う…とか。

DTM なんかも、無料のソフトを使うんじゃなくて、最初から ProTools や Cubase を買ってみる…とかね！

衣装なんかもそう。ユニ○ロや G○なんかで一式揃えたら、
それなりの見た目になるもんです。なぜか、ダサいんです
(笑) そういうもんです。
一見同じに見えても高級ブランドってやっぱり見た目がよく見えるんですよ。

今のご時世、情報が無限にある。
だからこそ、逆に有料コンテンツは必ず有料な理由と実績があるんです。

例えるなら、見た目に関してもそうです。
自己流ダイエットが失敗続きなら、ライ○ップに行ってみるのもいいワケです。
しかし、高額ですよ？
でも痩せるための方法をガッツリ網羅したカリキュラムで、
あなたの結果にコミットしてくれるワケでしょう？

情報への投資というのは、あなたが良くなるための“すべて”
に対して、です。

あなたが死ぬほど悩んでいるものがあるならば、それは一度
はガッツリ投資して解決する。

そういう部分はいくらでもお金をかけるべきです。

わかりましたか？

ということで・・・

「自己成長への投資！！」

これをしっかり理解して、

普段から「自分への投資」を行ってくださいね！

そして時間への投資。

これは、情報への投資をきちんとしていくと、自然と時間短縮につながります。

あなたは仕事に行く時、電車で行きますか？
それとも自転車？バス？
いろいろありますよね！

何を使うか？は、「自分の時間をもっとも有効に使えるもの」を選んでください。

例 1)

徒歩で30分かかるけど、バスや電車なら5分で着く。
これだったら、25分を別の場所で自分のことに使えますよね？
でも、その25分がちゃんと有意義に使えなきゃ、ダメですよ??

例 2)

逆に・・・！

「曲を覚える練習をしながら通勤したい」とします。

この場合なら、バスや電車ではなく徒歩を選んだ方がいいワケ。

仮に仕事が朝9時から仕事だとしたら、
徒歩だろうとバスや電車だろうと始業時間は一緒。
徒歩で通勤する！と覚悟を決めたら、必然的に早起きになる。

すると、通勤時間分だけ曲を聴きながら移動できるワケ。
5分しか曲を聴けないところを30分も使える！！

これが1ヶ月続いたらどれだけ変わりますか??

・・・そういうことです。

こういう小さなところから、時間と自分のやるべきことを天秤にかけ続ける。

そして、その正解の行動をとる。ということです！

なので、必ずしも時間短縮だけじゃないってことですね！

自分のやることをいかに優先的に実行できる生活スタイルを作れるか？

これが大事。

そのうえで、情報にも投資して、それを「継続」するんだから、

神様がいなくても、

どう考えたって、うまくいくに決まってるでしょう??

これが3つのポイントの本質です！

せっかくですので、

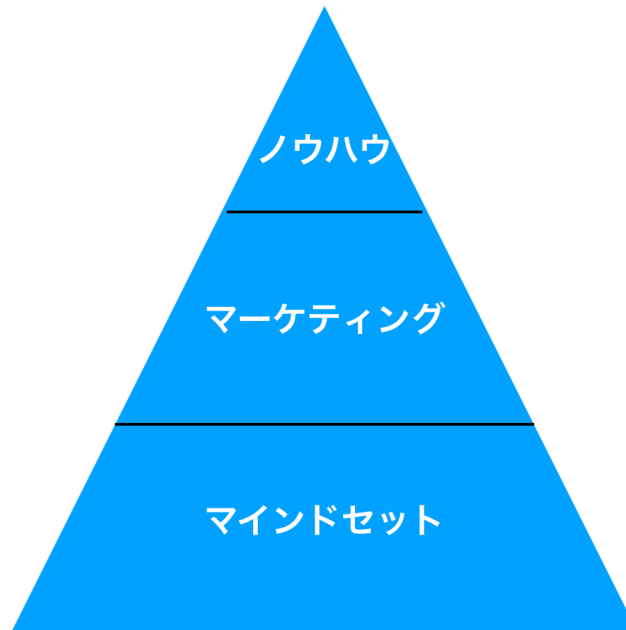
以前プレゼントした動画を改めて、ここでもお渡ししますね！

【音楽を仕事にするために絶対に外せない3つのポイントとは？】

<https://raizo-guitar.com/launch-01-jnvc/>

【ビジネスにおいて必要な10個のマインドセット】

次は、3つのポイントを押さえたあなたに、
さらに絶対に外せないところからお話ししていきますね！
ちょっとこの図を見てください。



これは、ビジネス全般に共通する必要なものの大きさを表しています。

マインドセット＝考え方

という土台が前提として築きあげられています。

そのうえでマーケティング＝売り方、戦略です。

つまりあなたが音楽活動をするための活動戦略です。

そして最後に必要なのがノウハウ＝商売を効率化するためのテクニックなど、です。

そして、ほとんどの人が欲しがるのは「ノウハウ」です。

冒頭で言ったように、『これさえ知ってしまえば簡単に動員を増やせる！』

って思っちゃうから、ノウハウを欲しがるワケなんです。

もしあなたが、上図を初めて見る！っていう状態の人なら、ノウハウだけ知ったところで、活用できないのは当たり前なんですよね。

ですので、ちょっと遠回りに感じてしまうかもしれませんが、マインドセットというものが本当に大事なので、そこから解説していきます！

【音楽ビジネスに必要なマインドセットとは？】

そもそもですよ。

「音楽で成功したい！」って一言で言っても、
どのレベルでどうなったら成功なんでしょう？？
そして、そのためには何をやったらいいんでしょう？？

その段階からまず考え直す必要があります。
普段使っているライブハウスを満員にすることが成功なのか、
日本武道館を満員にすることが成功なのか、
はたまた東京ドームでライブをやることが成功なのか、、、

こんな感じで、規模感でやるべき事も当然変わりますよね？
それぞれ段階ってもんがありますから。

では、本教材ではどこを目的としているか？

それは、冒頭でお伝えした通り、

あなたが音楽活動だけで生計を立てていけることが目標です。

この目標であれば普段のライブハウスを満員にするだけの力があれば十分です。

あるいは、あなたがギター講師なのであれば生徒さんが 20 人程度いれば余裕でサラリーマンの月収は達成できます。

さらに言ってしまうと、

その目標値が達成できれば、そこからは圧倒的なスピードで突き抜けることができます。

ということで、以下、僕が提唱するマインドセットです。

ここに出てくるものは、私自身がメンターと呼ばれる存在の人から学んだことや、
そしてそれを実際に自身のマインドセットとして取り入れて、
とてつもなく成長できたものを厳選してお届けしています。

あくまで思考法です。

その考えを取り入れて行動する人、行動できない人、当然分かれます。

ですが、何事もそうですけど本質的な考え方がわからない人って仕事できませんし、言ってることやってることに説得力に欠けますよね。

集客に関係ないなんて思わずに、むしろココが一番重要なので、
あなたの手帳や机に書いて貼っておいたりして、常に心がけてください。

(1) 自分の音楽活動は自営業（ビジネス）である。

「本当に音楽が好きなら、金なんか大切じゃない！」
なーんてことをよく言われますが、そういうキレイごとでは
あなたは生活できません。

そして、バンドで食っていくということはですよ？

医者で食っていく、
建築家として食っていく、
デザイナーとして食っていく、
etc、、

「音楽家として食っていく」

ね？

全部同じことなんですよ（笑）

つまり、音楽＝バンドで商売をし続けなければならないわけ
です。

これはもう、立派な個人事業主、自営業と同じことなんですよ。

会社は「営利を目的とした活動団体」と定義づけられています。

会社は当然ビジネスを行っております。

ですので、あなたも営利を目的とした活動をこれから行って
いかなければなりません。

営利を目的とし、実際に利益を出すには**戦略**が必要です。

その戦略こそが、本教材の最大のテーマとも言えます！

ですので、ただやみくもにライブを打っても利益を出すのは

まず無理です。

しっかりと戦略を練ったうえで、ライブを打ち、利益を出していきましょう！

ちなみに、サラリーマンは毎日8時間働きますよね。
それが「仕事」ですから。

じゃあ、バンドという「仕事」は何時間取り組んでいますか？
っていうことを、ちょっと思い返してみてください。

．．．

たぶん、1日8時間も取り組むなんてことは滅多にないと思うんです。

もちろん、日々仕事をしながらバンド活動していますもんね。
でも逆に、あなたに一生お金に困らないだけの財産があったとしたら？

毎日8時間はバンドに関わる仕事をし続けなければ成功なんて難しいわけです。

ここで間違えないで欲しいのは、8時間楽器を弾け！とか、
8時間曲を作れ！っていうことじゃないんです。

8時間という時間で、**利益を出せる仕組みを考える**ことがビジネスです！

楽曲やライブというのはあくまで商品です。
利益を上げるために使うアイテムっていうことですね！

それらを売るためにどうしよう・・・？

っていう「戦略」こそがマジで大事であり、
それこそがマーケティングということです。

ここまで聞けば、音楽活動というものがあなたにとっての仕事、ビジネスである、ということは少しは実感してもらえたかと思います。

(2) 100%は求めない、40%でもいいから素直に即実践

なんでもかんでも完璧になるまで先に進まない人っています。でも、ビジネスにおいてはコレはダメです。

ビジネスにおいて最も重要なことは「スピード」です。

例)

会社で上司から指示を出された。

A：その日に完了したが、上司からアドバイスをもらい2日で指示された仕事が完了した。

B：内容は完璧だけど締め切りよりも3日遅く、2週間かかった。

どっちが上司の評価が高いか？といったら当然Aです。

Bの場合、内容は素晴らしくても間に合わなければ意味がない。

今後を考えた時、

お願いしたものがすぐ終わる人の方がいいんです。

なぜなら、他にもたくさん仕事があるし、4割程度の出来でも最悪自分が修正すれば間に合うからです。

仕上がりが中途半端でも時間があれば何とかなる

仕上がりが完璧でも締め切りを過ぎたらそれはただのゴミです。

厳しい話ですが、ビジネスの世界では当たり前です。

あなたは本教材を購入し、
さっそく今読んでいます。

可能な限り、即日実行しましょう！

具体的に言うと・・・

活動手順１～１０があったと思いますが、すぐにやれ！ということですよ。

結構当たり前のことを言っていますが、できていない人がほとんどなのです。

あなたは本教材を手にししましたが、もしかしたら他にも何かしらの学びの体験をしたことがあるかもしれないですね。

そこで得たものって、全部言われた通りに実践できてました？？

と聞かれたら・・・若干手を挙げにくかったりすると思うんですよ。

人間の心理的に、こういう教材は
買った瞬間が一番テンションが上がっているんです。w

大学受験とかで、赤本買うじゃないですか。
んで、買って満足して勉強しない人。

結果的に、その赤本１ページも開くことなく大学受験本番を迎える、、みたいな（笑）

（まあ、過去の僕のことです）

人って、そんなもんなんですよ。

強力な武器を手にいれた！！！！って思っても、

「私にはこんなすごい武器があるんだから大丈夫」っていう
過信が生まれます。

そして、その過信を持ちながら、武器を使うタイミングを逃し続けて、結果的に、まったく役立てることなくその武器は捨ててしまうという・・・。

だから、本教材を手にしたところで安心するのではなく、すぐに実践しろということです。

手にした時点が本当のスタート地点です。

他の人よりも有利に活動できるための知識をコレで植え付けて、

そこで初めて、あなたの音楽ビジネスが大きく変わり始めるわけです。

何度も言いますが、魔法のような「1週間でライブハウス満員」みたいな裏技なんかありません。

とにかく、やるのはあなた自身ということ。

やらなければ何一つ進みません。

仕事です。本気で取り組むということを忘れないでください。

そして次に、「素直に」ということなんですが、例えば・・・
本教材で書かれていることに対して、あなたが

「いや、私はこっちの方がいいと思うんだけどなあ、」

「ここの部分だけ、私流に進めてみようかしら」

みたいなことをしてしまうのは、絶対にやめてください。
なぜなら、おそらくそれは私が過去にすでに実践して失敗してきた方法だからです。

私も教材を出す以上は、効率的なことしか書きませんし、自分が失敗してきた内容はあなたには同じ失敗はしてほしくないなので、書きません。

ですので、ぜひ本教材通りに進めてくれたら嬉しく思います。

なので、口すっぱく何度も言いますが、

0章の1～10の項目を順番通りに全部実践することが最短最速です。

(3)やるだけで成功できる！結局みんなやっていない

冒頭でも話しましたよね？

『実践するだけで、ちゃんと成果が出るよ！』って。
それは、あなたが今楽器を弾けるようになっている現実が、
何よりの証拠だよ！ってということもお話しましたよね？

実はこれ、かなり重要なんです。どういうことかということ、
あなた以外にも、この教材を手にした人はたくさんいます。

仮に、100人が手にしてくれたとします。

しかし、残念なことに

実際に教材をちゃんと読み込む人なんて3割いればいい方な
んですよ。

さらに、その3割の中のさらに3割程度しか、実際に行動し
ません。

つまり・・・

100人中30人がちゃんと本教材に目を通します。
その30人の中の3割。つまり9人～10人程度しか、
実際に行動に移さない、ということなんです。

すごくないですか？？（笑）

なぜ金払ったんだよと本気で思います。

だから、あなたは「実践」しただけで、周りを大きく引き離
すことができます！

これは教材に限ったことじゃなく、
学校の先生に言われたこと、
ライブハウスでアドバイスされたこと、
色々な局面で誰かに何かを教わるという機会があると思います。

これ、実はほぼほぼ当てはまってしまう割合なんですね。

ですので、一番重要なのは、
あなた自身が行動することなんです。

これが出来そうでできない。
本当にみんな行動には移しにくいのです。
ですから、あなたは必ず本教材通りに行動していきましょう！

(4)出来ない理由は作るな。出来るようになる方法を考える

あなたにやってみてほしいことがあります。

1 年後に Zepp でライブをやってください！
(もう閉店してしまいましたか…)

．．．

どうでしょう？

「そんなことできるわけないわよ！」
「何言ってるのよ！」

って思いませんでしたか？（笑）
思いましたよね？

いやいや、できますよ！
・ Zepp に電話して、
・ ブッキングの予約を入れて、
・ 当日ライブをやればいいんです。

「でも、会場費が高すぎるわ！」
「あんな広い会場を埋めるほどお客さん来ないわ！」

っていう言い訳をしたはずですよ。
そうじゃないんです！
次ページで解説します。

【会場費がいくらなのか？仮に50万円だとした場合】

- ・ どうすれば50万円を相殺できるか？
- ・ どうすれば会場をお客さんで埋められるか？

この2点だけをひたすら考えればいいのです。

この例のように、大きな会場でライブをやろうと思うこと自体を自分自身が避けてしまっている…という人がとても多い。

もちろん、ハードルは高い。とっても高い。
しかし、いずれはそこに立ちたいワケですよね？

だったら、早いうちから Zepp に立つことを目標にした戦略を立てて、活動していけばいいだけです。

「雷僧さん！口で言うのは簡単ですよ！」
「でも、もしダメだったらどうするんですか！」

って思いましたよね？

いやいや、大したことないです（笑）
逆にお客さんが0人なんてこと、有り得ますか？
絶対そんなことはないと思います。
最低でも50人は来るんじゃないですか？
そしたら、チケット5000円なら、25万円は相殺できるんです。残りは25万円です。
長い人生の中、たった25万円ですよ。

もちろん「されど 25 万」とも言えますが、
この金額がなくなっただけで、別に人が死ぬワケじゃないで
す。
逮捕されて刑務所にブチ込まれるワケでもない。

むしろ、25 万円という大きな出費があった、というだけで済
むんです。

たったそれだけで、あなたは「Zepp でライブをやった」
という実績がつくんですよ？？

これを安いと思うか高いと思うか？

こう考えたら、
むしろ 100 万とか投資して
日本武道館でライブ経験あり
という実績を「買う」方がよっぽど賢い選択です。

もちろん人それぞれですが、決して費用対効果は悪くないで
すよ。
ほとんどの人は、こういう冒険はメンタルが弱すぎてやれな
いんですから。

でも、仮にあなたがこれを実行したら、
もちろん財布事情は大打撃ですが、確実に一目置かれる存在
になるでしょう！

いいですか？

「どうすれば叶えられるか？」を考えていくんです！

(5)「友達」は絶対にお客様に変えるな！

ちょっと実践的な内容ですが、ライブというのは、まず最初は友達を呼びますよね。
メンバー全員で必死で友達をかき集めて、ライブハウスを埋めようとするわけですよ。これがまた大変なんですよ～・・・。

(ギター講師や作曲、エンジニアも同じ。
まずは「友達のバンドに」あるいは、
「友達のバンド経由で誰かを紹介してもらう」
こういう流れでお客さんを獲得します。)

そうやってなんとかしてライブハウスを満員にすることができたのもつかの間。
次のライブはどうするんだ??
またお客さんとして友達は来てくれるのか??

結果、当たり前に来ません。
だから、集客に悩むわけですよ。

よくよく考えてみてください。
「友達」である以上、「あなたの友人」なわけですよ、その人は。

友人という存在は、お金をいただいてどうのこうの・・・って
いう間柄じゃないですよ？
ここ、結構大事です。

友達は頼るべきところは頼り合う、困った時はお互い様的な
関係こそ理想。

しかし、『ライブに来てもらう』っていうのは、あまり渾身の頼みとはいえないですね。

しかも、来てもらうのにお金まで取られたら??
あなただっていい気分はしないでしょう?

想像してみてください。

そんなことを、ライブがあるたびにその友達に同じ連絡をしていたとしたら・・・?

もしあなたが誘われる側の友達だったら??

「ええー、またあいつのライブに行くの?」

「しかもまたお金かかるじゃん・・・」

「正直ライブ自体そんなに興味ないからなあ・・・」

「でも、断るのもかわいそうだしなあ～・・・」

こういう感情なんですよ、友達は。

もちろん、あなたが連絡した内容への返信には、

「うん! ぜひ行きたい! 予定が合えば行くよ!」
くらいのポジティブな返信が返ってきていると思いますが、
心情は上述した通りなんです。

いいですか?

友人はあくまであなたの友人であって、
ノルマを達成するためのチケット要員なんかじゃないって
いうことです。

これを勘違いし続けると、結果的に友達をなくします。

あなたからの連絡＝ライブの誘い

っていう先入観が染み付いてしまうので、
だんだんだんだん気まづくなってしまう。
こんなことがとても多いです。

あ、しかしこういう場合は別ですよ？

めちゃくちゃあなたのバンドが好きになって、
友達が心の底からあなたのライブに行きたい！
お金払ってでもぜひ行きたい！

こんな風に思ってくれたのであれば、いいかもしれません。

しかし、友達という存在をファンに変えてしまうのは、
人生的に、やっぱりつまらないです。
ファンと何気なく遊びになんて出かけたりできないじゃない
ですか。
そういう関係性を持てる人こそ、「友達」なのですから。
そんな友達を、一時のライブ要員に使いまくって、減らして
しまうのは、
やっぱり人間的にも器が小さいです。
ですから・・・

友達はファンとしてカウントしない

という前提のマインドセットはぜひ持っていて欲しいです。

友達の数こそ、人生が楽しくなる数と比例すると思っています。

世の中って、マジで何事も人と人。
商売も、バンド活動も、交友関係も恋愛も、全部人と人なん
ですね。
だから、相手の目線になって行動してあげることがとっても
重要です。

そして、これを知らない対バンのライバルたちは、「友達」を
増やし続ける作業ばかりに夢中になっています！（キッパリ）
「打ち上げで知り合い増やしまくろうぜ！」

とか

「対バンと仲良くなって、相互にライブに足を運ぶようにし
ようぜ！」

とか。

も——、ため息でるくらいバカな行動ですよ。

友達増やすのは楽しいけど、友達は友達。

一線を超えてはならないのです！

(6)八方美人になるな。嫌われてなんぼ

これ1番大事かもです。

手当たり次第、いろんな人と仲良くなって…っていう人っていますよね？

結局、あなたが「空気」のような存在になってしまったらダメなんです。

0章で話した10項目の6番目。

『そのターゲットにあなたのバンドの情報、ドキュメントを発信する』に該当する内容なんですが、

誰にでも好かれようとしてしまうと、SNSで発信する内容が、すごく薄っぺらく、当たり障りの無い内容になってしまい、誰にも共感されなくなってしまうのですよ。

料理の写真アップして、

「今日は〇〇食べてきました～～」

こんな投稿しても、正直意味ないんです。

じゃあどういふことを発信すればいいかというと、

「こんなこと書いたら、なんか批判きたりしないだろうか？」

「これ言ったら、あの人に嫌われてしまうだろうか？」

こんなことを思ったことないですか？

まさに、ソレを発信していきましょう！

逆に言えば、

つついコメント欄で言い返したくなる、

つついコメント欄で共感のコメントを返したくなる

そういった内容を発信するのです。

自分の発信に自信を持って直球で投稿すれば、
そりゃあ批判もされます。

しかし批判されるということは、相手の感情を動かした証拠
です。

さらに、「批判するコメントを書く」という行動まで起こさせて
いるんですよ。

すごいと思いませんか？

そこまで人の感情を動かすほどの鋭い発信をしていくことで、
逆に共感してくれる人が必ず存在します。

そういう人が、あなたのファンになっていくんですよ。

ちなみに以前、私がギターを教えている生徒さんが私のブログ
を見てこんな返信をくれました。

*****ここから*****

blog読みました。

練習できてなかったのは、申し訳ございませんでした。

始めに2週間に一回レッスンしてもらえると聞いていて、甘
えていた自分がいたのも事実です。

私は基本的に雷僧さんの考えに合わないのでギターもパソコン
も正直なところ、アドバイスをもらう度にやる気がなくなり、
それぞれを辞めたくなくなっていました。

今回私のことがblogに書いてあったのですが、こういうの
もやる気がなくなります。

ギターは仰る通り、有料のところに通うことにしました。

親切にしてくださったのでこんなことを言うのは良くないと思
い、今まで頑張ろうとしていたのですが、無理でした。

本当に雷僧さんのお時間を無駄にしまい、申し訳ございません。

しかし、これ以上雷僧さんの時間を無駄にするのは良くないと思ったので、お伝えさせていただきました。

本当にご迷惑をお掛けして、申し訳ございませんでした。

*****ここまで*****

肝心のブログは、この人に対して当てた内容ではないんです。
この人に極めて近いタイプの人が別にいて、
喝を入れるべく書いたブログがあったんですよ。

それに対してこの人は、

「自分のことを書いてる！！怒」

という感情を持って、私にこんな感じで返信してきたんです。

この人は、すごくがんばってくれていたんで、
これをもらった時はちょっとショックでした（笑）

・・・と、こういうことです。

こんな風に「これ、私のことかも?!」っていうくらい、あなたの発信に引き寄せることが重要なのです。

このくらい感情に突き刺さって、それが共感として突き刺さってくれたら、その人は、間違いなくあなたのファンになりうる存在です。

ここまで話しましたが、これでもまだまだ抽象的だろうなと思います。

『言いたいことはわかったけど、具体的にどうやって発信すればいいの??』

っていう思いなんじゃないかと思います。

ですよね??

そんな時に非常に効果的なワークがあるのでご紹介します。

「発信、振る舞いが好きな人物10名と、 その理由を挙げる」

これは、僕のビジネスにおける師匠がワークで使う項目です。
これを、A4用紙にでも書いてみてください。
これはどういう効果があるかという、「モデリングする」ということです。

あ、とはいっても誰かの猿真似をするのではないですよ?!

誰か尊敬する人、好きな人、そういう人を「一人」に執着すると、いつのまにかその人の猿真似みたいなモデリングになります。

しかし、10名挙げることで、自分になりたい人間像が見えてきます。

見えてきたら、そういう人間像になるべく、挙げた10名の発信、振る舞い、言うなれば「生き様」ですよ。それらを参考にして日々発信していくと、わりかし簡単に自分が見えてきます。

あとは、自分に正直に情報を発信していくだけ。

例えば「僕」「オレ」「私」、1人称でもこの3パターンで印象は変わりますよね?

あと、敬語を常に使うのか? あえて終始タメ口なのか? とか。
投稿の文章構成や、動画ならしゃべり方、しぐさ、色々参考

にしてみてくださいね！

ちなみにこれは、演奏でも同様のモデリングが可能です。

僕もすべからく色々なギタリストをモデリングして、「雷僧」というギタリストを構築しています。ここもちょっと触れておきますね。

人間像のモデリングと同じように、
ギターやベース、ドラム、歌、
弾くフレーズや弾いている姿、パフォーマンス、いろんな人がいますよね？

そういった人をたくさん想像して、
その中からたくさん好きなところをピックアップしていったら、
最終的に「あなた」というギタリスト、ベーシスト、ドラマー、
そしてボーカリスト像が出来上がるのです。

(7)自分の失敗は誰も興味がない。失敗は成功の投資である。

「できない人は過去にこだわり、できる人は未来にこだわる」

この言葉、よく聞きますか？

本当にその通りです。

あなたの失敗なんて誰も興味ありません。

例) ハゲの人はハゲを隠そうとする。

しかし周りからは「いっそのことスキンヘッドの方がスッキリしてていいよ！」

・・・なんて会話をよく聞きます。w

これすなわち、

ハゲは自分の頭がめちゃくちゃ敏感だけど

周りの人間は、そいつがハゲてようが関係ないんです。

ハゲようがスキンヘッドだろうが、興味ないんです。

失敗も所詮そんなもん。

そして、失敗をビビって何もしない人ほど、過去にこだわる。

まあ、死ぬほど失敗を積み重ねよう！ということですね。

そして・・・

未来は、いかようにでもあなた自身で変えることができます。

もっというと、しくじった分だけ未来が変わります！！（マジ）

僕が変わったんだから、間違いありません！！

「思考は実現化する」という言葉がある。

これ、本当にその通りで、自分が常々考えていることって、実際に起こります。

たとえそれが悪いことでも、容赦なく起こります・・・。(笑)
ですから、絶対にポジティブな思考で生きていくことがポイント。

(…って言うっておきながら、僕自身が結構ネガティブな人間でした。

やはりネガティブな思考で生きているうちは、ロクなことが起きなかった。

いつしかビジネスを始めてからはポジティブになりましたけど。)

ちなみにポールギルバートというギタリストは、

毎晩寝るときに、

「自分が大きなステージ立ってギターを弾いていることばかり考えていた」

って言っていました。

それが、結果的に自身のやる気をかき立てて、どんどん成長してって、

あのようなスーパーギタリストになっていったのでしょう。

例えが微妙すぎますが、オタクと呼ばれる属性の人に、
ジャニーズのような人っていませんよね？逆も然りですが。

バンドマンって、髪型やら服装やら、やっぱりそれっぽい人が多いでしょう？

何か突出した趣味や、特技がある人って、それ相応の見た目になってませんか？

それって、その取り組んでいる趣味や活動を通じて、その人という人間が形成されているってことなんですね。

(8)納得いかないところこそ、成長と金脈が眠っている

これはどういうことかという、

- ・ 他人から言われたこと
- ・ やろうと提案されたこと、

こんな中で、

- ・ その提案があなたの中で腑に落ちている内容だった。
- ・ あなたの中でこうすればこうなるって理解できる内容だった。

こういう場合、「今のあなた」で解決できてしまうものなのです。

成長するには、今の殻を破って、大きくなりますよね。
納得いかないということは、少なからず今の自分に無い何か
がそこにはあるんです。

それを吸収していった、初めて成長できるんですよ。
ライブも曲作りも、そういったバンド活動を通して、

「ええ！そんなことして何になるの??」

って思う瞬間ってあると思うんです。

ソコこそが、**あなたの知らない新しい何か**です。

そういう瞬間が来たら、全力でそれに取り組んでみてください。

成功ならもちろんオッケーですし、
仮にダメな結果だったとしても、
それをやることで、結果はダメになる

という経験を得ることができるので。
あなたもこんな奴と会ったことがあると思います。

「いちいち反論してくる奴」

これ、たいがい「反論したいだけ」なんですよ。
弱い犬ほどよく吠えます。

そうじゃなく、言われたこと、それがダメ出しであろうと提案であろうと、
自分の中で「え?!」とか「はぁ??なに言ってんだよ!」
とか、
確実に納得ができない内容だったら、ついつい言い返したくなります。

こうなっちゃうと、自分の井の中の蛙状態です。
その井戸こそ最強だと信じ続けているから、言い返しちゃうんです。

人間の心理的にしょうがないことでもありますが、
「なぜそう言われたんだ?」「それによってどういう効果があるのか?」
などなど、考える隙間は絶対にあるので、
あなたがもし、納得いかない内容を耳にしたら、それは成長のチャンスだと思ってください!

それこそ、冒頭で言ったように、僕が「1~10全部やれ!」
っていう内容に納得いかない場合、あなたは1~10を全部やる必要性に気づけていなくて、僕は気づいているワケ。
そういうことですね。

(9)情報と時間と出会いにはいくらでも投資しろ

冒頭に話した「成功に必要な3つのポイント」と重複しますが、それくらい大事だよ！ってことです。
非常に重要なポイントです。

今回あなたは自分の夢を叶えるために本教材を手にししました。

これは立派な「情報への投資」です。

いいですか？

情報社会だからこそ、本当に重要な情報は必ず有料です。
そして「情報」があなたの将来を決定づける重要な要素です。
情報を知っているか知らないかでどんどん差がつくのが”今”です。

例えば有料でセミナーがあったりとか。

こういうのも、「セミナー参加者しか知りえない情報」が必ず眠ってますし、開催側もそれを狙って有料で案内しているわけです。

ギターレッスンなんかもそうですよ。

ギターを上達するための弾き方や知恵、そういう「情報」を教えてもらうために毎月月謝をお支払いするワケです。

中にはこういうサムイ人がいます。

「有料情報を持っている人間と仲良くなって、シレッと無料で教えてもらおう」

こういう甘い考え方を持つ人が結構いますが、おすすめしま

せん。

それを待ち続けていたら、今度は「時間」がかかります。**時間は有限**です。

お金よりも大切です。

これ、年を取ればとるほど本当に痛いほどわかりますよ。w

よくあるのが誕生日を迎えるたびに焦る人。

これ多くないですか??

特に 20 代中盤あたりからどんどん焦りだします。

その瞬間だけ過去を振り返って、あまり成長していなかったり、1 年なんとなく過ごしてしまったり、そういうときすごく悲観的になりますよね?

でも、実際そのとおりです。冗談抜きであなたの両親の年齢になる日はあっという間です。時間が経つのは本当に早くなります。

そんな時間のためにお金を使って効率的に生きていくのは最も英断だと僕は思います。

繰り返しの話だけど、徒歩で 30 分かかるのを電車で 5 分なら、それは時間を節約するために交通費という投資をしているワケ。

こういう小さいところから、あなたも知らぬ間に時間へ投資しています。

(もちろん、徒歩の方が疲れるから…っていう理由もありますけどね w)

あなたの仕事先でやけに仕事が遅い人っていませんか？

いますよね？？（笑）

かといって、仕事ぶりを見てても別にチンタラやってる様子もない。

でも・・・

その人がやると業務が本当に遅い・・・。

こういう人いますよね？

これ、なぜ遅いかというと、**小さな1つ1つの業務が秒単位で周りより遅いんです。**

塵も積もれば山となる理論です。

例) レジ打ちが遅い人。

・普通なら30秒で終わるのにその人は45秒かかる。

これ、10回レジ打ったら150秒遅いわけです。2分半も遅いんです。

・掃除も普通の人では10分で終わるのに、その人は30分かかるとか。

これも1日に3回掃除したとしたら60分。1時間無駄なんです。

こういう積み重ねが、「仕事が遅い人」にさせているんですよ。

わかりますよね？

僕が経営者、あるいは店長みたいな立場なら、まちがいなくその人には業務は任せられません。その人は「仕事を早くす

る方法」を教えるところからスタートですよ。
こういうことです。時間はちょっとした瞬間で考えて、時間を優先した生活を送りましょう。30 代の僕が言うんだから間違いありません（苦笑）

そして「出会い」。上述したように出会いがあると、チャンスが生まれます。

「有料情報を持っている人間と仲良くなって、シレッと無料で教えてもらおう」

これが自然とできちゃうワケです。
お互いに嫌味もなくね。

音楽に限らず何かを成し遂げるなら、まず「ブレずに進む」ことです。
そのブレないプロセスの中に、人と関わる必要性って必ず出てきます。

人間って、一人で頑張るより、みんなで頑張った方が圧倒的な成果が出ます。
一人より二人。二人より三人。そういう考え方で大丈夫です。
もちろん信頼信用し合えることが大前提ですけどね。

僕だって今の「プロ」という環境に至るには、今までの出会いがなかったら絶対に叶っていない未来です。

バンドもそう。一人だけががんばったって動員は上がりようが

ありません。

全員で多方向から攻められるからこそ、大勢のファンを巻き込むことができます。

ですので、「誰かと会いに行く」「〇〇さんのライブに行く」「友人の友人のパーティーに呼ばれた」「誰かのセミナーに出席する」みたいなものは、絶対に積極的に参加しましょう。

でも、すごく気が重いのはわかるんです（笑）
なぜなら、自分のコンフォートゾーン（居心地の良い空間）
じゃない場所に足を運ぶから、自然とストレスが溜まるんですよ。

でも！！！！必ず何かしら得られますから！

そういう「出会い」にはお金を払ってでも行きましょう！

⑩常に理想の人間と自分を比較しろ

自分に一切妥協するな！ってことです。

これはビジュアル面においてよく相談を受ける。

例 1)

女性アーティストで多いんだけど、当然容姿を気にします。
その人は、自分のどこかに不満を持っています。

- ・明らかに痩せた方がいい・・・
- ・衣装が似合っていないと言われる・・・
- ・髪型がしっくりこない・・・
- ・メイクがおかしい・・・

などなど。

自分の採点は常に厳しく持ちましょう！

例 2)

あなたがYouTubeなどで低評価をもらうことが多いとする。

だとすれば、それは必ずそれなりの理由がある。

そこを解決しないで現状に甘えて妥協するようなマネは、
今あなたが憧れているアーティストは絶対にしていません。
僕も、一切妥協しません。

いいですか？

あなたは相手に憧れられる存在になる人なんです！

常に理想のトップスターと比較しましょう。

体型がダメなら納得いくまで体作りをする！

ファッションがダサいなら、徹底的にファッションを学ぶ！
髪型が変なら美容師というプロに相談する！
メイクが上手くなりたければプロのメイクに教わる！

これこそ、情報への投資です！！
やってできないことなんか1つもない！！
ただ、やろうとしてないだけ。

「お金がかかるから・・・」
「めんどくさいから・・・」
「他人に見られるのが恥ずかしいから・・・」

こういう「出来ない理由」ばかりを探してやらない人ってとても多いのです。
もしあなたがこの状況なら、一刻も早く脱しましょう！
こういうところにこそ、投資意識を持ちましょう！！
お金かかって当然です。
でも、その分必ず最高の自分が待ってます！

・・・いかがだったでしょうか？

もしかしたら、あなたはマインドセットという言葉自体が初めてだったかもしれませんね。

マインドセットを例えて言うならこういうことです。
(ちょっと例えが良いか悪いかわかりませんが・・・w)

【あなたが友人と地球の話をしています。】

その時、「地球は丸いものだ」という前提で話をしないと、話が全く進みませんよね？

この場合「**地球が丸い**」という思考がマインドセットです。

【あなたが友人にお金を貸したとします。】

その時、友人が「借りたものは返す」という前提がなかったら・・・借りパクされますよねw

この場合、「**借りた金は必ず返す**」がマインドセットなわけです。

これらの例えは単純ですが、本教材を実践するにあたって、必要な土台がこの10個のマインドセット、ということです。

【人は欲求によって行動する】

さて、続いては「欲求」についてお話ししておきます。

人は必ず欲求を満たすために行動するということを覚えておいてください。

- ・食欲を満たすために食事をする。
- ・性欲を満たすためにアダルトビデオを見る。
- ・睡眠欲を満たすために、寝る。

これは人間の3大欲求です。
わかりますよね？

では、改めてさらに深く掘り下げた8つの欲求を
次ページでお伝えします。

ライフフォース 8

1. 生き残り、人生を楽しみ、長生きしたい
2. 食べ物、飲み物を味わいたい
3. 恐怖、痛み、危険を免れたい
4. 性的に交わりたい
5. 快適に暮らしたい
6. 他人に優り、世の中に後れを取りたくない
7. 愛する人を気遣い、守りたい
8. 社会的に認められたい

(出典：現代広告の心理技術 101)

人間は、**これら8つの欲求が本能的に”すべて”備わっている。**

そして、今までの生き方によって、人それぞれ欲求の度合いが変わってくる。

ということかということ、8つの欲求の中でも特に、

8が一番強い人。

6が一番強い人。

4が突出して強い人（笑）

というふうに。

では…あなたはどの欲求が強いでしょう??
想像してみてください。

じゃあ今度は、あなたがライブに呼びたい人。
その人は、どの欲求が強そうか??
想像してみてください。

仮に、その人が6なのか、8なのか、
それはその人によって変わります。

さて、あなたもこんな経験がないですか??

「対バンで、すごくキレイな女性ボーカルのバンドがやたらと動員が多い」

これ、経験ありますよね??
これはちゃんと理由があります。
すごくいやらしい話になりますが、

この手のバンドに来るお客さんは、
潜在的に“その女性ボーカルと性的に交わりたい”
という欲求が備わっているんです。

つまり、上記8つの欲求のうちの
4番目「性的に交わりたい」この欲求を満たしたいから、そ
のバンドのライブに足を運ぶんです。

わかりますか??
地下アイドルが根強くファンがいるのも、
ジャ○ーズアイドルが売れ続けるのも、
実は潜在的にはこういう理論なんです。

「バンドで売れるんだったら女ボーカルだ！」

・・・よくこんな話を聞きますよね?
これは、こういうことなんです。

じゃあ・・・ですよ?
逆に言えばこうですよね?

あなたのライブに行くことによって
8つの欲求のどれかを満たすことができれば、
その人は、“確実にライブに足を運ぶんです”
しかも自ら大喜びで。

こう考えたら
どのように人を呼べばいいのか?
ちょっと見えてきませんか??

そして、人間が潜在的に平均的に強く持ち合わせている欲求がある。

それは、8番目の「社会的に認められたい」です。

例えをあげますね。

- ・フェラーリを買う
- ・ルイヴィトンのバッグを買う
- ・アルマーニのスーツを買う
- ・回らない寿司を食べる

これらが全部そういうことなんです。

周りから

「フェラーリ乗ってるの?!すごい!」

という価値観や、

「ヴィトン使ってるんだ?おしゃれですね!」

という価値観、

「高そうなスーツ着てますね!え?!アルマーニ?すごい!」

という価値観、

「いつもこんな食事してるの??すごいですね!」

という価値観。

つまり、簡単な言葉であらわすと・・・

「周りからすごいと思われたい」

という欲求が8番と思ってもらって OK。

あなたやぼくが、バンドで動員を増やしたいと思って活動するのも、以下のような流れです。

動員を増やす

↓

認知度が上がる

↓

メディア露出が増える

この結果・・・

「あなたのバンド、こないだテレビに出てたよね?! すごいじゃない!!」

「あなた、音楽でやっていく! って決めて、本当に有名になったね! すごいわ!」

ということになる。

このような欲求が、“潜在的”に、あるんです。

いいですか?

“潜在的に”です。

「そういうつもりで音楽やってないわよ!」

「ただ好きな音楽をやっていたいだけ!」

「何言ってるのよ!」

って、思ったかもしれない。

でも、メジャーデビューだったり、音楽で生活を立てようと思える人は、

行き着く先は、この欲求なんです。

仮にこの欲求がなかったら、ライブの動員もなくてよくなっちゃう。

でも、あなたはこう思うんじゃないでしょうか?

「どうせライブやるなら、たくさんの人に見てもらいたい!」

これ!!!

これです!! これが、8番の欲求なんです。

たくさんの人に見てもらいたい

↓

なんなら盛り上がってもらいたい

↓

ここでアーティストが感じることは、
お客さんに自分たちのライブを見てもらって、楽しんでもらいたい。

つまるところ、自分の音楽を認めてもらうということ。
ぶっちゃけ、
お金は二の次だったりします。

まず大前提で盛り上がるライブをやりたい！
つまり、自分の音楽を認められたいという欲求が先にあって、

そのあとに、お金。3番か5番の欲求を満たそうとします。

こういう感じですね。

【お客さんがライブに行くために必要な欲求とは？】

ぼくは、世代的に
X JAPAN や LUNA SEA が昔から好きです。

で・・・

ぼくは実際にこのバンドのライブに足を運びます。
高いチケット代と、
交通費、
時間を惜しまず、楽しみにして、ライブを迎えます。

じゃあ、お客として僕がこのバンドのライブに行く理由は？

たぶんこうです。

- 1 「実際に生の演奏を聴きたい」
 - 2 「メンバー実物に直接会いたい」
- これらは1の欲求。
「エンターテインメントを楽しみたい」
という欲求ですね。

- 3 「実際に生で観たことがある自分」
 - 4 「他のファンよりたくさん生でライブを観てる」
- これらは6の欲求です。
(…別にこう思いたくて足を運んではいません。
9割以上が1と2です。)

でも、潜在的にはきっとこういう欲求も、ぼくは持ち合わせているはずなんです。じゃあ、
「あなたのバンドを生で聴いてみたい！」
「あなたに直接会ってみたい！」

って、思わせたら勝ちじゃないですか？？？

でも、事実そうですね？？

では、次ページであなたに関心を持たせる方法をお伝えし
ます。

【相手をあなたのファンにさせる方法】

改めてまとめておきますが、集客するために必要なことは

- 1.相手に知ってもらうこと
- 2.関心を持ってもらうこと
- 3.信頼関係を構築すること（ファン化）

です。

上述した「欲求」をもってあなたのファンにさせるための手法は

「**接触頻度を上げる**」ことです。

人は、あらゆる角度から何度も何度も同じ人間と接触することで、

いつのまにかその人に好意を抱くという心理現象があります。

これはザイオンス効果と呼ばれるものです。

このザイオンス効果によって、ファン化が起きます。

僕もあなたも、今好きなアーティストがいますよね？

そのアーティストのことが好きになった経緯を、よく思い出してみてください！

- ・口コミ
- ・テレビで見た
- ・雑誌で見た
- ・ウェブで見た

このように複数の場所から同じアーティストの情報が耳に入ってきたことによって、あなたは関心を持ったにちがいない。

最初のきっかけとしては

「この曲いい！」

「この人イケメン！」
「このボーカルかわいい！」
こういった入り口がある。

そのあとに、
たくさんその音楽を聴いて
たくさんそのメンバーのライブを見て
たくさんそのアーティストの情報を手に入れて…
こういうことを繰り返していくうちに、気がついたらファン
になっていったと思うんです。僕もそうでした。

LUNA SEA、最初は好きじゃありませんでした（笑）
ただ単に“ギターの練習になりそうな曲”という目的で、
最初は聴いていたんですよ。
ところが、
同級生で「LUNA SEA が好き」という人間に会ったり、
テレビで LUNA SEA が出演しているのを見たり、
そういう瞬間瞬間を重ねていくうちに、

「おれは他の人間よりも LUNA SEA は詳しいぜ！」
みたいな優越感（＝6番の欲求）が生まれ始めたんです。

いいですか？この欲求によって
自らファン化を加速させているということです。

あなたもこんな経験ありますよね？
前々から好きだったアーティストがある日ブレイクして、一
般層にも人気が出たときって、
「ふん！私はもっと前から好きだったわよ！」
っていう感覚。（笑）

これです！

この心理によって、ぼくは LUNA SEA に対して
「他人に優れ、世の中に遅れをとりたくない」
という欲求が爆発しました。

そこから自然と「LUNA SEA が好きな雷僧」
という人間を自分が承認した…という感じです。

では次ページでは、逆のことを考えてみましょう！

アーティストが一般人にしてあげる具体的な行動とは？

LUNA SEA が、

「僕に対してしてくれたこと」ってなんだったと思いますか？

それは・・・

あらゆる角度から、僕に接触してきたということ。

たったこれだけです。

あらゆる角度というのは、最初に話したようにテレビ、雑誌、口コミ、などです。

いいですか？

ここからが重要です。

人は、自分が一度だけ見たことがあるものが、ふとしたときに、別の角度で再度見たときに、好印象を持つんです。

わかります？

だから、**ライブで初めて聴く名曲よりもすでに YouTube とかで聴いたことあるよくありそうな曲の方が実は、「良い曲」に感じるんです。**

ライブで自分が知ってる曲が流れた瞬間

「私、この曲知ってるんだぜ！えっへん！」

っていう欲求が爆発する、ということ。

わかりますよね？

ここからしっかり読んでください。こういう流れになります。

Twitter でたまたまあなたのバンドを見た人が、
何かの拍子に YouTube でライブを見る。
またある日、ブログであなたのバンドの内容を見る。

こういう接触をしていくうちに、
その人は、友人に・・・

「ねえねえ、
〇〇（あなたのバンド名）
っていうバンド知ってる??」

っていう行動を起こすんです。
わかりますよね??

そして・・・そこでもし、友人まで

「あぁー！聞いたことあるよ！」
「こないだ YouTube で見た！」
ってなった瞬間、
その人と、友人の2人は、あなたのバンドに一気に関心を示
すんです。

このような、「心理誘導」と言ったらちょっと宗教クサイで
すが（笑）、
こういった活動をインターネットで戦略を立てて実践してい
くのです。

いかがだったでしょうか??
ここまでお話しした一連の考え方が、
バンドマーケティング 2.0 の本質的な概念になります。

あなたがまずやることは、これらをまずは完璧に理解してください！

そのうえで、

じゃあ具体的にどのようにインターネットで活動していこうか??

っていう感じで、

次章に入っていきたいと思います！