

The Alchemy of Intelligence.内容紹介

The Alchemy of Intelligence.第一号

セミナービデオ：ブランディングのラストピース（約2時間）

第一回目となるこのセミナーでは、木坂的ブランド論についてお話ししました。「ラストピース」というタイトルがついていますが、それが最大のポイントです。つまり、

「巷で信じられている従来のブランド論は、決定的な視点が欠けているために、実践的とは言い難い」

ということです。その最後の1ピースを、今回僕なりに埋めました。「全く新しいブランド論である」とまでは言いませんが、書籍などでよく勉強している人にとっては斬新な視点だと感じてもらえるかなと思います。

ただ、もちろん斬新であることが大事なわけでもないし、そもそも斬新なものを目指したわけでもありません。ただ単純に僕なりの真理を語ったら、今まで他に誰も言っていなかった、というだけの話です。

自分のブランド化、または企業のブランド化を考える人にとっては、必ずやヒントになるかと思います。

以下に、その内容を少し記しました（専門用語で「ブレット」という、嫌われ者です 笑）。

参考にしてください。

・ ブランドを築かなくてはいけない本当の理由（なぜブランドが支持され、高い利益を上げることができるのかについて解説しています。）

・ 現代人が「心から」悩んでいるひとつのこととは？（いみじくも30年前にトフラーが指摘したことがそのまま現実になってしまったわけですが・・・）

- ・現代人の思考パターンから見る「選ばれる」ビジネスの特徴とは？
- ・ブランドの「本当の」定義（わざわざ「本当の」とつけるからには、一般的な定義がどれも的をはずして不十分だということです。）
- ・ブランドを構成する3要素（以前、機能的価値と情緒的価値、という2軸でブランドを考える方法をセミナーでお話ししたことがあるのですが、今回より重要な3つ目の軸を導入しました）
- ・なぜ、見込み客をリサーチすればするほどブランドになれなくなるのか？
- ・現代に特有の、顧客が絶対に無視できない（=支持せざるを得ない）企業の持つひとつの特徴とは？
- ・ブランド化を可視化する3ステップ
- ・ブランド構築の、はじめの一步とは？（当然ですが、第一歩を誤ればうまくいくことはありません。しかしことブランド構築においては、この第一歩を説明している人は皆無に近いように思います。特に現代のような時代には、この第一歩が何より重要なのです。）
- ・インターネットがもたらせた、本当の恩恵とは？またその正しい使い方とは？
（実は、ネットのおかげでブランドを作ることは、格段に容易になっているのですが、正しい使い方をわかっている人があまりに少ないためにその恩恵にあずかっている人も残念ながら非常に少ないのが現実です・・・。）

などなど・・・。

対談音声：成功する起業家、失敗する起業家（約1時間）

これは、僕の顧問をしてくれている税理士の方との対談音声になります。彼は職業柄数千人の人と会い、数百社をクライアントに持っていますので、どのような起業家、経営者が成功して、どのような起業家がうまくいかないのか、についてかなりの精度でわかるわけです。

今回、その辺の話をいろいろと聞いてきました。数字にこだわる起業家は高確率で失敗しているとか、臆病で後ろ向きな起業家が実は大成功することが多いとか、一般に広く信じられている「有名な誰かの妄言」とは真逆のことも多く語られています。しかしそれらは全て彼が実際に会って、会社の数字をすべて把握した上で出した結論なのです。そこに希望とか、理想とか、理屈とかは入る余地がありません。

単なる事実を語るだけ。

それだけに、説得力があります。僕以上にたくさんの経営者と会い、成功も失敗もすべて「内部で」見てきた人間にしか語ることでできない真理があります。是非、今後の指針のためにも、一度は聞いてほしい音声です。

レポート：

1. FRI に学ぶブランディングの極意

このセクションでは、セミナーと連動してブランディングについての記事を書きました。「極意」というのは、どちらかという「明日からすぐできる」というニュアンスを強く込めていて、非常に具体的な方法を提示しました。

人が何かにブランドを認めるとき、どのような原因があるのか、それを逆手に取って、明日からすぐできるブランド化についてお話ししています。

「この人は次元が違うな」

となぜか思われている人というのが世の中にはいるのですが、そう思われる理由は実はすごく身近な、単純なことに求めることができるのです。明日からできます。誰でも出来ます。特に必要なものもありません。もちろん、僕が知る限りですが、今まで誰も話してきていないことだと思いますし、試してみたら、驚くくらい効果を実感してもらえenと思います。

また、ブランドの公式というものも示していて、それを満たしてくれればほぼ間違いなくブランドとして認知されることが可能になります。たった二つの要素からなっている公式です。複雑なことは何もお話ししていません。

セミナーの内容とも連動させていますので、相乗効果で何か面白いことがひらめくかもしれません。

2. 哲学は単なる言葉遊びか？

このセクションでは、一般には「現実には何の役にも立たない学問トップ1」として認知されている哲学が、いかに現実に役に立つものか、というお話をしています。

ある意味思考訓練の場であって、読んで楽しい役に立つ、売上が上がったよ、的なものでは一切ないですが、知的好奇心を満足させるには十分な内容だと自負しております。人によっては苦しいかもしれませんが、特に専門用語を使っているわけでもないですし、個人的には、ぜひ楽しんでほしいなと思う記事です。

なぜイチローは哲学者であると言えるのか？なぜ羽生は哲学者であると言えるのか？なぜ成功者は哲学者なのか？その辺の話も踏まえながら、哲学と成功の知られざる関係についてお話ししています。

3. 進化とは何か、そしてそれはどうやって起こすのか

ここでは、僕の人生のターニングポイントになった出来事を例にとりながら、人間が「劇的に」進化するために必要な条件について、お話ししています。進

化というのは、意図的に起こせるものだというのが僕の考えですが、そのために必要な、極めてシンプルな2つのルールを提示して解説しています。

そのルールに従っていただければ、誰でも劇的に進化することができますし、それを継続することができます。

つまり、ルールに従っているうちは、際限なく進化していくことが可能、ということなのです。

進化に興味がないければこの記事はつまらないものになるかもしれませんが、もし進化に興味がある、進化していきたい、という思いが少しでもあるならば、きっと何かのヒントにはなると思います。

あ、あと、僕の昔話もたくさんしていますので、その辺の感想もあれば欲しいなと思ったり思わなかったり・・・(笑)。

The Alchemy of Intelligence.第二号

セミナービデオ：「苦しい時代でも選ばれるビジネス」の本質とその方法

第二回目のセミナーでは、第一回目の内容を受けて、どんなに時代が厳しくても、選ばれ続けるビジネスの本質とは何か、そしてそのようなビジネスを作るにはどうしたらいいのか、という話をさせてもらいました。

100年に一度の不景気、などと言われていますが、どんなに景気が悪くても、どんなにお財布が寒くても、どんなに時代が厳しくても、生き残るビジネスは生き残るのです。その単純な事実から目をそらしてはいけません。不景気や時代の厳しさは、別に誰かをピンポイントで狙ってくるわけではないのですから。生き残る企業があるのであれば、つまりその不景気は、生き残ることができるものである、ということなのです。はっきり言ってしまえば、

「生き残れないのは全部お前のせい」

ということです。言い訳はいくらでも考えつくでしょう。でも、厳しいかもしれないですが、これが受け入れられないなら、ビジネス撤退は時間の問題です。どんなに泣きごとを言おうが、社会を呪おうが、消えるのは、いつの時代も不勉強な社長が率いている知的脆弱な企業なのですから。

今回のセミナーでは、本質からできる限り具体的なところまで、時代に左右されずに生き残ることのできるビジネス、つまり選ばれ続け支持され続けるビジネスについてお話ししています。

僕にしては珍しくうまくいかないときの具体的な着眼点や対処法まで解説していますので、比較的すぐに自分のビジネスにあてはめてもらえるかと思います。

以下に、また嫌われ者を羅列しておきましたので、参考にしてください。

- ・「努力は報われる」は本当か？

・ 人々が行動するたった一つの理由とは？（セミナーでお話ししている通り2つと言ってもいいのですが、両者はまとめることができると個人的には考えています。）

・ そもそも、ビジネスとは何のために存在するのか？（これが理解できると、「絶対に失敗しないビジネス」の特徴が明らかになります。）

・ ビジネスが「失敗」するたったふたつの理由

・ 我々が陥りがちな「ビジネスを破壊する3つの無知」とその対処法とは？

・ ビジネスがうまくいかないときにまず考えるべき7つのポイントとは？（無限にある修正ポイントの中で、経験上特に即効性があるポイントを7つ選び、解説しています。）

・ 売れるセールスレターが共通して持っているある特徴とは？（これを語っているコピーライターやマーケッターは、僕が知る限り皆無です。）

・ 人が金額を気にせずものを買う3つの条件とは？

・ 現代社会に特徴的な、爆発的に価値が上がっていくあるものとは？（現代社会とはつまり情報社会のことであり、情報社会に特に価値が爆発的に上がるものがあるのです。）

・ 結局、セールスレターと商品のどちらが大事なのか？（これは僕に言わせれば史上稀に見る最低の疑問なのですが、いまだに悩んでる人がいるみたいなので、ひとつの明確な答えを提示しました。）

などなど・・・。

レポート (未配布) :

1. 高級ブランドのVIPになる方法

このセクションでは、いわゆる高級ブランドのVIPになる方法について、具体的に説明しました。僕自身いくつものブランドでVIP扱いを受けさせていただいていますが、実はVIPになるためにはある条件があつて、それを満たせば別にお金持ちではなくてもVIPになれるのです。何年もいろんな「ブランド」と認知されている企業と付き合いってきてようやく僕の中でセオリーがまとまりましたので、それを公開しよう、と。

より具体的に言ってしまうと、5つの条件があります。「毎回100万円以上使え」みたいな、ハードルの高いものは特に含まれません。とてもシンプルで、それなりに実行可能なものだけです。

実際、毎年数千万円をブランドに貢ぐ人が数多いる中、僕自身相対的に見てそんなに多額のお金を使っているわけではありません（具体的にはレポートの中で解説していますが、例えば年間100万円程度使えるのであれば、十分以上にVIPの資格があります）。

真のVIPは、金額では選ばれないのです（「偽の」VIPは金額で選ばれますが、その点に関しても詳細に説明してあります）。

何かと謎のベールに包まれているブランド企業ですが、裏を知ってしまえば、ものすごく単純な論理で動いています。裏を知るまでは、長く険しい道のりでしたが（苦笑）。そんな僕のヒーローズジャーニーを含めて、お話しします。

ただ、実はVIPになる方法を教えてそれで終わり、というコンテンツではもちろんありません。この記事の主眼は、ブランドがどのような人物をVIPとみなすか、を理解することで、そこから

「ブランドの本質を学ぼう」

というものなのです。ですから、この記事の対象者は2種類あります。一つ目は、単純にVIPになりたい人。二つ目はブランドのVIPに興味はないが、自分

をブランド化することには興味がある人、です。

要するに、VIP になる方法と、自分をブランド化する方法が同時に学べる、ということなんですね。

個人的には、単純に読み物としても楽しんでいただける記事になっていると思います（何よりここまでブランド企業の「内部」からその論理を明かしたものは、会員制の成金専用サイトやニュースレター等含めて存在しません）。

是非、楽しみながら学んでほしいと思います。

2. 現実に役立つ哲学～哲学がわかるとダイエットにも失敗しない理由

このセクションでは、前号の記事から引き続き、哲学がいかに現実の「成功」と密接にかかわっているのかについて、具体的な事例を交えながら解説していきます。タイトルにもありますが、ほとんどの人のダイエットが失敗するのは、哲学的思考ができないからである、と。

もちろんそうやってしまえば大いなる飛躍に聞こえ、意味が全く理解できないと思います。しかし、それでも僕は哲学的思考が十分にできる人はそうでない人に比べてダイエットで成功する確率を飛躍的に高めることができる、と自信を持って言えます。

そのようなことを含めて、理由から原理からあーでもないこーでもないと説明していますので、もし哲学というものについて多少なりとも興味があれば、読んでみてください。きっと、何かしらの新しい視点を手に入れていただけるかと思います。

3. 学習するとは一体どういうことなのか～効率のよい学習のために

このセクションでは、「学習」についていろいろとお話ししています。このレポートを読むくらいなので読者は学習熱心で、向上心にあふれているのだとは思いますが、いまいち成長を実感できない人、気分にもラがある人など、いつもうまいこと学習できている人は少ないのが現状だと思います。

そんな人たちのために、本当に「効率が良い」学習とはどのようなものなのか、またそれはどうしたら達成できるのか、についてお話することにしました。

巷には、それこそ数え切れないほどの学習本が出ています。有名な人が書いた本もあれば、誰やお前の人が書いたものもある。ただ共通しているのは、いずれも

「しょーもな」

ということです。もちろん「しょーもな」と思っているのは僕なので、もしかしたらその本を読んでとても役に立ったという感想を抱く人もいるのかもしれませんが、そんな人は僕のレポートを読んでも意味がわからないと思うので、申し訳ないですが、記事を書く際にはあまり考慮はしていません。

僕が考える真に意味のある学習とはどのようなものか。

本当に頭が効率的に良くなる学習とはどのようなものなのか。

あまり「具体的な方法を書きました」という感じではないのでピンとこない人もいるのかもしれませんが、読む人が読んだら、コペルニクスの転回をしたいと思います。個人的には、それくらいのインパクトを持った記事です。

The Alchemy of Intelligence.第三号

対談（未配布）：「日本の裏、世界の裏」

僕の知り合いで非常に面白い世界を知っている人がいます。「日本の裏、世界の裏」と呼ぶにふさわしい世界です。僕らの知らないところで、数百億、数千億、ときには兆単位のお金が毎日動いているわけですが、そのような世界を見ることのできる人です。黒い世界、と言ってしまえばそれまでかもしれませんが。その人自身は黒い人ではありませんが（笑）。

なんとも文字では書きにくい。

書いてはいけない気もする（苦笑）。

そんな話です。嘘か本当かわからないような世界に興味がある人は、もうよだれ垂らして喜ぶ話だと思います。もちろん、単なる都市伝説で終わるのであれば、わざわざこうして僕が対談なんかしたりしないわけですが。

鼻水垂らして平和に生きてるつもりになってる人にこそ聞いてほしい話ではありますが、まあ飲み屋で人気者になるために、キャバクラでモテるために、井戸端会議を2時間延長させるために、いろんな使い方がある話です。

レポート：まだ書いていないので未定。

The Alchemy of Intelligence.第四号

セミナービデオ (未配布) : InstantCommunicationGuru.com

このセミナーでは、コミュニケーションとは何なのか、どうやったらうまくコミュニケーションができるのか、について解説しています。とかく意志の疎通が難しい時代です。ビジネスなどをやっていけば特に、顧客とのコミュニケーションが生命線である、ということは実感の通りかと思います。

対面のセールスにせよコピーライティングにせよ、また電話やメールでのカスタマーサポートにせよ何にせよ、コミュニケーションが下手な企業が支持されるわけではないのです。

また、ビジネスではなく、一般的な人間関係においても、コミュニケーション能力の低い人ほど毎日ストレスにさらされ、思い悩み、苦しい思いをしながら生きていくこととなります。日本の自殺者の数は世界的に見ても非常に高い数値であることはよく知られたことですが、その原因のほとんどが対人関係の問題だと言われていることも、注目すべきでしょう。

つまり、コミュニケーションが満足にできるかどうか、というのは、ビジネスがどうこうとか友達関係や家族関係が云々という以前に、生きるか死ぬかの問題になってきているということです。

ちょっとコミュニケーションが下手だからと言ってすぐさま自殺につながることはないでしょうが、それはまるでボディーブローのように、じわじわと我々をむしばんでいくのです。そして気がついた時には絶望の淵にたった一人で立たされ、その底なしの闇に飛び込むしか選択肢がない状態になっている。

そうならないためにも、僕が考えるよいコミュニケーションについて、現代社会の特徴からスタートして解説させていただきました。今の時代、どのような人が求められ、どのようなコミュニケーションが求められているのか。どうすれば楽しく生きていくことができるのか。

僕なりの答えを提示したつもりです。是非参考にしてほしいと思います。

以下、嫌われ者の羅列になります。ご参考まで。

- ・「人間関係」とはそもそも何なのか？（当たり前ですが、これがわからないとコミュニケーションも何もありません。）
- ・コミュニケーションのスタートは一体何か？（たとえばまともな会話ができてもコミュニケーションができていないことはよくありますが、その原因も含めて解説しています。）
- ・人はなぜ「仲間」を求めてしまうのか？
- ・「ナルシズム」の本当の意味と現代社会における位置づけ（世界一のナルシスト、とは誰のことだと思いませんか？これがわかれば現代という時代がクリアに見えてきます。）
- ・ナルシストの認識パターンのすべて
- ・「自己愛」と「利己主義」の本当の関係（ほとんどの人がこれらを同一視しているようですが、それは全くの誤りです。）
- ・今流行している漫画、ドラマ、映画などに見られる顕著な特徴とは？（それはもちろん、時代を色濃く反映しているものです。）
- ・「現代人は現在を生きていない」という言葉の意味とは？
- ・SMの真実
- ・ほとんどの人が誤解している「相手本位」が意味する本当のところ
- ・コミュニケーションの基本を一言で言うとどうなるか？
- ・「弱い犬ほどよく吠える」の本当の意味とは？（実はこれは「怖くて威嚇している」わけではないのです。）

・人はなぜセールスされることが嫌いなのか？（これがわからないうちは、人間関係もビジネスもうまくいくことは決してありません。）

・現代人が共通して持っている5つの欲求とは？

・こちらのメッセージを伝える3つの方法とは？

・よいコミュニケーターとダメなコミュニケーターを決定的に分かつもの

などなど・・・。

レポート：まだ書いていないので未定。