

## 7. マネタイズ

### マネタイズ周りの障害

マネタイズを考えた時に、3つの障害がある。

1. どうやってマネタイズをするか？
2. 金額をどう決めるか？
3. 「お金をもらう」抵抗感をどうするか？

### マネタイズが「うまくいかない」時

コミュニティができていれば、基本的にマネタイズの失敗はあり得ない。

失敗するとしたら、コミュニティが出来ていないか、  
コミュニティとは無関係なものを売ろうとしているか、または両方か。

「無関係なもの」とは何か？

現在から理想の世界へ向かっていく集団がコミュニティ。

実際は、フラフラしながら目指す。

無関係なものは、理想の世界に行くために必要のないもの。

では、それは何か？

「ピンとこないもの」

ピンと来るなら、ありとあらゆるものが必要なものとなり、  
あらゆるものでマネタイズが可能になる。

けども、難易度がある。

ピンときやすいものがマネタイズしやすいもの。

## モデルいろいろ

- 1.サブスクリプション
- 2.セミナー
- 3.コンサル
- 4.情報
- 5.各種グッズ、ファンクラブ
- 6.ツアー、合宿
- 7.イベント
- 8.広告

これで悩むのはもったいない。

## イメージ

マネタイズのイメージを持っておくべき。

必然性がある場面はどこなのか？

コミュニティにおける、マネタイズというのは、  
全て「コミュニティメンバーでい続ける参加料+サポート料」  
という感覚。

つまり、適宜買う商品は違う。

- 1.理想の世界に向かっていくために随時提供する
- 2.躓く部分があれば、それを克服する手助けを提供する

## DRMでは

DRMでは、「市場リサーチ」によって、ニーズを発見し、  
商品化して、マーケティングを駆使し、プロモーションして、  
セールスして、マネタイズしていた。

これが王道だった。

今の時代を考えると、楽になった。

マーケティングやセールスがコミュニティによって不要になる。

+市場リーサチも不要になる。

コミュニティを観察して、問題を発見して、  
それを解決するような商品を作ればいいだけ。

どういふ商品を作ればいいですか？  
という問いに対して。

やりたいこと×できること×求められていること

の交わる部分の商品を作れば、バカ売れしますよと言われていた。

でも、実際には、  
3つの動いているパラメーターを感じるのは難しい。

でも、コミュニティだと、  
求められていることだけを考えればいい。

リーダーは基本的に、  
メンバーより先に歩いているから、  
解決策は先に出せる。

人は何を欲しがっているか？

「何を売ったらいいかわからない」という悩みは、  
コミュニティができていれば、無縁。

人が求めているのは、  
「自分にもできて」、「楽しいと感じられて」、「問題が解決する」  
というなにかがほしい。

これは客観的な価値ではなく、主観的な価値に重きが置かれている。

例えば、ある人が英語を学ぶぞってなったとする。

Googleで英語を検索すると、  
膨大なサイトが出てくる。

たまたま、誰からのメルマガにあって、  
「自分にできて」、「楽しいと感じられて」、「問題が解決する」  
プログラムがあれば、喜んでお金を払う。

細かく見れば、全部Googleに載っていることかもしれない。  
でも、喜んでお金を払う。そこに不満はない。安い買い物。

人はそういうふうなことにお金を払うようになる。

情報が物があふれたりすると、この傾向が顕著になる。

「自分に合ったものはどれなんだ？」  
って思いが強くなる。これを主観的価値という。

英語のプログラムの完成度が高いかよりも、  
自分に合っているかどうかが大事。オーダーメイドの時代。

売りやすくなるには、コミュニティだから。

本当に英語ができるようになるものがほしい、それ以外はいらなくなってきている。

## 二極化と消費傾向

二極化が進み、お金を払える人が減ってきたと、いろんなところで言われてきた。

今までは、中流階級がたくさんいることで、  
経済が豊かになったというモデル。

社会構造の変化。

しかし、経済は拡大している。

たしかに、

- 1.一部の金持ちがとんでもない消費をしている
- 2.そうでない人々も「ピンポイント」で消費している

というのはある。

この傾向を理解しておく必要がある。

### 「普通の人」は何を買うのか

普通の人、  
今後2種類のものしか買わなくなる。

- 1.とにかく安い生活必需品

安さ、この水準はなるべく下げたい

- 2.自分にピンポイントに調整されたもの

ピンポイントであれば、金額は関係ない。  
多少高額でも関係なく購入する。

### 時代の変化と普通の人

時代の変化は加速の一途を辿る。

現代人は、自分が時代から取り残される不安に常に付きまといながら生きている。

人は無意識的に何かに焦っている。

今まで以上に「早く」問題を解決しなければいけない。  
今まで以上に「長く」安心できる場所がいなければならない。

自分のコミュニティと、  
自分にピンポイントに調整されたものに、お金を喜んで払う。

これはもっと加速する。

テレビでも色々なテクノロジーが報道され、  
もっと不安になり、もっとコミュニティが求められる。

インスタ映えも、  
人と同じ共有している感覚を持ちたい。

## 金額

何をいくらで提供するか、は自由に決めればいい。

やってはいけないのは、

- 1.相場に合わせること
- 2.有名な人・企業と比較して決めること

は意味がない。

客観的な価値と金額は比例していない。

金額はこっちで決めているようで、相手が決めている。

何個か商品を出すことで、感覚がわかってくる。

言い値、買い値の世界。

## お金をもらう抵抗感

お金をもらうことに抵抗感がある人というのは、  
お金の価値を高くみすぎている。

こういう人は、払うのも嫌い。

不適切なレベルで大切にしている人はこういう傾向がある。

「お金様」の地位を相対的に下がればいい。

- 1.お金の価値そのものを下げる
- 2.お金以外のものの価値を上げる

どっちでもいいけど、これらを通して、  
フラットに向き合えるようになるしかない。

一番わかりやすいのが、  
お金がたくさんあれば、わかりやすい。

所有する感覚がなくなってくる。

お金も所有する感覚がなくなってくる。

自分は何で幸福を感じるかって感じる経験が多いと、  
お金に対する価値は相対的に下がっている。

質問：これからの時代、価値を持つものとは？

「安心」を提供できる人、場所、ものが人を惹きつける。

お金で安心は買えないけど、人には安心は必要。

個人で言えば、喜び、幸福感を提供できる人が強い。

コミュニティ時代が安心を与える場所。