



第5回 ■【解答】客数を激増させた秘密、そしてMSD増田塾の概要公開

木下

それでは解答編のほうですね。福岡にある焼肉屋さんのところなんですけど、お願いします。

増田

答えとしては、新規の顧客が増えたってことと単価が増えたってことですね。あとはまだざっくりかもしれませんが、少しずつリピートも上がり始めて、1人のお客さんがどれだけ来てるのかですね。そういうところが答えとなってくると思うんですけど。1つ目は新規ということなんですけど、今まで新規を集めるために何をされてました。

甲斐

本当口コミのみですね。

木下

それは何か意図的に口コミをおこそうと思ったわけじゃなくて待ってた感じ。

甲斐

ですね、どちらかといえば。

増田

塾で広告を作ってもらって、変わっておられましたけども、そこからの反応が結構あったみたいで。

甲斐

そうですね。

増田

お客さんが自分の中でコントロールできるということがあるじゃないですか。

甲斐



それがなんか自分がこう動いたら何かしら反応があって、これなんか面白いなという思いが出てきたんですね。どんどん増田先生から集客として習っていきたいと思いだし始めましたね。

増田

それでプラス単価にしてもお客さんがまず入ってくるということで、単価にしても少し単価を上げられたんでしたっけ。

甲斐

ええ。これは絶対自信あるというものを例えば肉の値段が2000円だったのを3500円くらいに上げてみたりしたんですけど、それも結構その値段でも出たり。高いのに大丈夫かな、自分では思ってしまったんですけどお客さんはそこまで思っていないというお客さんもおられて。

増田

1人の単価が4000円とか4000円弱じゃないですか。その3500円のお肉が出た時点で大体その1人の単価というのがほとんど出ちゃってる。3500円で一発で出るって感じですけども、結局のところそうやって値上げしたとしてもお客さんはあんまり何も感じてない。

こっちは結構2倍近く値上げしてるけれどもお客さんびびるんじゃないかなと思うけれども、ビビってるのは自分なんかだけというのはありますし。お客さんが来る、もちろん回転が早くなりますよね、回転がありますしプラス単価が上がるということで売り上げが上がるわけですよ。でもまあしかしMSDに來られて今まだ3ヶ月4ヶ月くらいですけども、実際動き始められたのは結構遅いって聞いたんですが。

甲斐

そうですね。始めたのは3月から徐々に動いていったという。

増田

それはなぜそういうふうにしたんですか。なぜ3月から、1月2月が何もしなかったわけではないと思いますけれども、なぜ1月2月となくて3月になったんですか。

甲斐

自分のマインドがまだまだ足らなかったというところでしょうか。ちょっと外から見てみようかなっ



ていうような感覚だったんですね。

増田

斜に構えるとは違うかもしれないですがほんまかなと。

甲斐

それはあります。

増田

というところですね。

木下

そうするとお客さんの数を増やすというところで増田チラシを作られたんですね。作られてそれでまかれたと。

甲斐

そうですね。

木下

それは今ありますか。

甲斐

ええ。こういったものがあるんですけども。

木下

まさに増田チラシですね、伝説の。

甲斐

ちょっと手加えてみたんですけどもこんな感じで。



増田

これが最高に上手な。

木下

これは何部くらい刷られて。

甲斐

こちらがまず最初3000部ですね。3月に配りました。

木下

反応はどうでしたか。

甲斐

反応自体は0.4%くらいでしょうか。

木下

0.4%というのだいたい12、3人ですかね。

甲斐

はい。

増田

悪くないです。

甲斐

でまあ4月は2500しかできなかったんですが、7組ほど、8組ほど反応あって来られました。



木下

その辺も徐々に何もなくて口コミだよりだったところを自分自らそういうチラシを、増田チラシをまくことによってある程度の反応率がわかってるチラシができたと思います。これを継続しながらお客さんを増やしていったということだと思います。

甲斐

そうです。

増田

集客において広告はい基本的なものですけれども、これを基本的にじゃあいつやるか。例えば2周目の金曜日にやったほうがいいのか、もしくは1週間目の土曜日にやったほうがいいのか。そういうことをですね、どんどんデータを取っていかれるとどんどん売り上げは上がっていきますし、逆に今までやらなかった時、例えば日曜日やってたかどうかかわからないですけど、日曜日にやってみたりであるとか。来たお客さんに常にアップセルですね。

常にこれいかがですか、これ頼んでいただいたらこれはいくらですけども、これを頼んでいただいたお客さんだけにこれありますよみたいな感じでやると、どんどん今の単価というのは1.5倍くらい全然狙っていけるんですね。しかも顧客数が下がらず。次のリピート取るための例えば、会員登録とか10%毎回お得になりますので会員登録をおすすめしますみたいにすると、お客さんが続けて来なくなりますよね。そういう施策としてはどんどん伸びしろがあるかなという感じですね。

木下

結果としてお客さんとしてはいぜん300人強だったというのが今大体480人くらい、だいぶ増えてますね。

甲斐

増えてますね。

木下

3月ですか、今5月の頭ですから3月4月と2ヶ月ちょっとくらいでもう売り上げは1.2倍くらい。

甲斐



そうですね、前年比で比べましたらそのくらいになってますね。

増田

忙しいですか。

甲斐

僕の感覚ではそんなに忙しいとはないですけども。

増田

安定はしてますか顧客数とか。

甲斐

そうですね。そこまでが一んと下がるとかはないですよ。

木下

じわじわ上がってきてるところで。焼き肉だとこれから夏場結構ピークだと思いますので、そこが本当に楽しみなところですね。

甲斐

そうですね。

木下

そんな形でお客様の数と単価、単価というのは先ほど言った。

増田

そうですね。値段を上げるプラスこれもいかがですか。マクドナルドのポテトじゃないですけどこれもいかがですかというだけで、お客さんはじゃあみたいな感じで。基本的にはこれで単価は上がっていきますよね。



木下

そうするとMSDは増田塾に入る前と後で、前の精神的な状況も含めてどんなような感じだったんですか。

甲斐

前は本当にのりくらりしとったような、夫婦でやってるから従業員もおらんし大丈夫やろみたいな感覚でやってましたね。

木下

モチベーションもあんまりという感じですか。

甲斐

そうですね。

増田

この数字ではなかなか表せないですけど、モチベーションというのが上がらないというのが結構な自分達の歯止めをかけている点だと思いますし、誰か僕みたいなケツどついてくれるやつがいたらいいんですけど。なかなか田舎でしかもご夫婦でやられてて、全部つくるものは家内制工業でとかだったらモチベーション上げろっていっても松下幸之助の本くらいしかないんじゃないですかね。

木下

そうですね。入る前は増田先生の印象としてはどんな感じだったんですか。

甲斐

なんかこの兄ちゃん怖いな。

木下

胡散臭さもあっただんですかね、多少。

甲斐



ちょっとありましたね。

木下

実際に入ってみていかがですか。

甲斐

なんか頑張る人には本当応援してくれるといえますか、また厳しいですが人間味があるというのを感じますね。

木下

実際に言われた施策を愚直にやってみて結果も出始めてこれからどんどん出てくる。

増田

事実行動し始めてまだ1、2ヶ月でちゃんと効果が出るんですから半年後っていうのは基本的に最高の数字の2倍くらいの数字が出ると思ってくださいね。利益も伸びますからね。

木下

わかりました。ありがとうございます。始めて1、2ヶ月ということで増田先生のほうから甲斐さんのほうに追加でこういうのやったらいいんじゃないっていうアドバイスがあればお願いしていいですか。

増田

そうですね。まずは広告の部数を増やすんじゃなくて広告を入れる頻度を上げていくということですね。例えば週に1回入れていく、それも1000部、1500、2000でもいいから週に1回入れていく。これでまず集客の安定化を図るということですね。テストという意味でも。ここから来たお客さんは常にこれはいかがですかと、ロボットみたいにこれもいかがですか、あれもいかがですか。今これ限定ですと。

その帰るお客さん達に会員登録をさせて、次大体2週間以内に来ていただけると10%オフが20%オフになるんですけどいかがですかと言ったりしてクーポン渡していく。どんどん来させる、新しいお客さん来させる、単価もアップさせる、会員登録を増やしてリピートも増やしていく、そして紹介も増やしていく。このサイクルを増やしていくと、以下大体売り上げが150万とかくらいだと思いますけれども予測ですけどMSD終わるまでには250万くらいになって、利益は今の2倍以上になってますの



で。しかも経費はそんなにかからないですね。

これは広告を入れるにしてもどんなにかかったとしても2, 3万上がるだけ。いかがですかというのは資産として酸素を使うだけ、空気だけですからね。資料も何もいらない、リピートに関しては少しアンケートみたいな用紙を加えていって、名前とご住所だけ、あとはメールアドレスですね。そんなにたくさんとらなくていいと思いますけれども、お名前と住所ですね。基本的にお名前と住所変わらないですから。メールアドレスは変わってしまいますので、でもパソコンのメールアドレスよりも携帯のメールアドレスは結構ポイントなんですね。常に入って携帯は持ってる、パソコンは持ってないじゃないですか。携帯とか持ってますし、今はスマホとか持ってる人たちが結構いるので例えば売れ残ったお肉を6時半とか7時半。もしくはもう少し遅くで8時半くらいに流していって、例えば居酒屋の帰りにいかがですかと。

例えば今だったら5000円のものが来ていただいたお客さんには2000円でゆずりますよみたいな感じで、そういう携帯メルマガ増やしていく。そういうのは月にやっていこうと思ったら経費としては1500円とか、高くても5000円くらいで一斉に送っていけるような感じですね。その3つプラス会員登録とかも含めての3つプラス例えば看板ですね。看板とか、あとはフェスティバルとかお祭り、すすむ祭りみたいな。焼き肉ご飯がススムくんみたいなちょっとパクリみたいな感じですけど、そういうのをやっていかれると僕自身はいいと思いますし。ジレンマがあると思うんですけど、今までこの4店舗変わってきてる、またあそこ焼肉屋できたね。7年間今やってる感じですけど、そういうところで一発逆転じゃないですけど、自分のはしっこのところで帝国をつくっていくのであればまずはこれを愚直にやっていく。

フェスティバルとか1ヶ月に1回くらいお客さんを集めてあげてパーティをしてあげるのもものすごくいいです。これは私がもちます、その代わりお客さんの声をお聞かせくださいという感じで例えば土曜日の晩の8時から11時までゆったりしてですね、来たお客さんの声とかおすすめのメニューとか、口コミを増やしてもらうための施策とかそういうのをやっていくことによって経費ほぼほぼ使わずにお客さんを増やしていく。こういう飲食店とか特にですけど、広告とか別にやってもいいんですけど、口コミを意図的に増やしていく。

自分たちの施策でどんどんコントロールしていくというのがポイントだと思いますから、あとは新規ですね。新規をどんどん増やしていけないといけませんけど、これはさっきも言ったように少ない部数でもいいですから毎週出していく。あそこなかなか毎週見るねという形でやっていったりして、来たお客さんに関しては口コミを流す、リピートを促す、これもいかがですかという単価アップも促していくということで全然難しくありませんし、これ自身は300万とか、さっきも言いましたけど250万とか300万とかもしくは400万とかそれくらいって従業員を入れないといけないと思いますので。多分奥さんも死ぬかもしれませんし、忙しくなっていくと。

なので全然難しくくないですね、今まで上手くいかへんかったからこれからは上手くいかないじゃない



のかという前の部分が結構あるかもしれませんが、これやっていけばやっていくほど効果が出る。そもそも1ヶ月2ヶ月やっただけでこんだけ効果が出てるんですからこれ半年、1年2年3年、例えば5年続けた時にあの時懐かしかったなっていう話になると思います。この感じでぜひね、愚直というかたんとやっていくだけですかね。あとはケツは叩きますので、ぜひいらしてください。

木下

それでは甲斐さん増田先生のスパルタの教育のもと1個1個施策を実行に移していただければと思います。どうもありがとうございました。

甲斐

ありがとうございます。

木下

どうも本日はありがとうございました。

甲斐

ありがとうございます。

木下

まず店舗経営者の方であるとそれぞれの立地であるとか店構えとか業種とかいろいろあると思うのですが、非常に個別要因が多いと思うんですよね。その中で増田先生どんな業種でもいけるんだよっていうふうに言ってらっしゃいますけど、それが本当に自分でもできるのかなっていう不安であるとかそれはどのように思って入塾されましたか。

甲斐

まずですね、マインドの部分とか気持ちの部分まず変えたかったというのが1つありましたね。それからいろいろ手法とかテクニックなりを学んでいきたいと思ってきましたね。

木下

それはご自身の焼き肉屋さんでも全然通用するものだと。



甲斐

確信してきました本当に。

木下

実際結果が出て、出始めてますもんね。このMSD増田塾に入ってやってる中で先ほどいろいろ数字であるとかどういう施策をしたかをお聞きしたんですけど、奥様から見てご主人とか店の感じであるとかどのように変わってきたか。

奥さん

行動して結局結果がついてきたというのを実感してるのでやっぱり意欲が少し見ると変わったような気がする。東京に行ったらやっぱりすごい人がたくさんいるので、負けていけないというか、しないと恥ずかしくていけないというのも言ってるのでそういう部分はすごく大きいと思います。

木下

その横のつながりというか仲間の存在というのが。

甲斐

やっぱり非常に大きいですね。

木下

わかりました、ありがとうございます。最後に近い将来の目標だったり将来の夢だったり何かありましたら教えてください。

甲斐

やっぱりもっと売り上げを上げて利益を残して、次は2号店で自分がいなくても回る仕組みをつくっていきたいと思っています。

木下

奥様は。



奥さん

一緒に頑張りたいと思います。

木下

本日はどうもありがとうございました。

甲斐

ありがとうございました。

木下

福岡は博多というところで。

増田

なんばしよっと。

木下

そうですね。焼肉屋さん行ってきましたけれども、やっぱり立地だけ見るとまたあんまりよくないというか、実は移動で20分くらいでしたっけね。

増田

2、30分ですね。

木下

福岡の駅から、博多駅か。博多駅から行ったんですけどタクシーの運転手さんに移動中に聞いたらですね、どんなところなんですかって聞いたら、住宅街で特に何にもないよと。観光できるようなところはなくてただ人が住んでるみたいなの。店もあんまりないんでてちう話をしていた場所なんです。その中であんまり目立たない感じではありましたが。



増田

ほんまに直角のところにありますからね。

木下

で、MSDに入ってちょっと斜に構えるじゃないですけど少し遠慮をしていたようであまり実践されていなくて、最近3月くらいですね。

増田

最初入られて1月2月のときはぶっちゃけた話ほんまかいなと、オーナーは福岡の方で今は福岡に住んでられますけれどもももともとは大阪の方なのでほんまかいなと思ったらしいですね。それで斜に構えてたけどとりあえずちょっとやってみるかと思って実際に実践し始めたのはこの3月から。賞味2ヶ月くらい。

木下

その結果ですね、まずポイントとしてやったことはあれですね計測ですね。

増田

これね、ビデオ見てられる方も多いと思いますけれどなんせ上手くいってるっぽいとかね、最近調子悪いとかね。結局数字上がってないんですよ。売り上げいくらですかっていったらなんぼくらいとかいうじゃないですか。計れよと。そもそも甲斐さんも計り始めてからなるほどこうなってるんだと、それで問題点がわかって集客し始めたっていうところがありますよね。

木下

非常にぼやけてましたよね。なんかなんとなく来てるとか。

増田

来てそうとか。最初はよかったけど最近は悪いですよと、でって話ですから。

木下

集客なくとも口コミでで、何かするわけでもなくただ待ちの営業という感じですかね。



増田

まあ店舗の経営者とかって口コミとかよく言いますけど、お前口コミする客がまず来てへんと、という話ですから。甲斐さんのところもその口コミというのをお客さんを増やしていったというのがありますけど。

木下

ということでまずやった施策の1つとして計測をしてお客の数ですね。それが弱かったということで広告を。

増田

手書きの広告をしてですね、非常にインパクトのある広告ですけどもそれをやってからですね、反応率が上がったと言われてますし、そこからの紹介とかね。結局単価も上げていったのでその紹介と集客でここで来たお客さん達に商品を流して行って、単価を上げていったから結構ばっと上がったという話ですね。

木下

あともう1つのポイントとしては単価を上げたということですね。

増田

1000円のを1500円とか3000円とか。ほんでファミリーのお客さんに対しても10%20%上げていったということでコース料理もつくってというふうに聞いてますから、そういうところで単価を上げていったということですね。結果として前年比で2ヶ月間の実践だけでももう120%になってるということですね。

木下

120%ですね。これからどんどん上がっていくと思います。

増田

やることはまだまだ多くはなかったですから、それでも120%ですし女の方が言ってたのがこのままやり続けて行って施策も増やしていくと200%250%、そうすると2.5倍とか3倍になるといついたの



で。

木下

あと私のほうでぜひお伝えしたいのが立地もそうなんですけど収録が終わった後にちゃんとお金払ってですけど、あそこで食べたんですよ焼き肉を実際に。そのお肉がすごい美味しいんですよ。私東京に住んで結構焼き肉好きなので行くんですけどなかなかクオリティだと思うんですよね。正直なところ。ただそれでもお客さんが来てなくて売り上げは下がっているというこの事実ですよ。だから美味しいものを出せばいいんじゃないということなんですね。

増田

あれ多分東京で食べたら普通に2万とかいくっちゃうんですかね1人あたりの会計がって話ですけど。そんなんでも本人は商品いいと思ってる、でも地域がこんなだから1800円や2000円で売ってくかってところで遠慮しがちでありますけど、いい商品あつかつてるんであれば素晴らしい定価っていうのが必要ですから。僕は基本的にお肉の名前出していいかどうか分からないですが、サガリとかイチゴとかありましたけどああいうお肉で東京であんだけのかたまり出してもらったら5000円6000円というところですよ。でもそれが1800円とか、ちょっと即日値上げしなかったら殺しに行きますけど。

木下

そういう部分もありますし美味しくてもそれだけではお客が来るっていう理由にはならないということですよ。

増田

美味しいかどうかっていうのは外のお客さんわからないじゃないですか。入ってきたお客さんに関しては美味しかった何でもっとはやらへんのか、お前たちだって来なかったでしょ。その美味しいということを広告でうたっていったりであるとかメディアでうたっていないことにはその美味しさってひびかないんです。そういうことだと思います。

木下

ビデオの後半でまだ実践して2ヶ月ということで一応増田先生のほうから追加の施策というのいろいろレクチャーがありましたが、いろいろノボリを立てたりいろいろあるので、今後はどんどん上がっていくんじゃないかと。



増田

飲食店は本当に簡単です。なにせ何が簡単かっていったら周りは何もしていない、要するに焼肉屋のオーナーの甲斐さんみたいにぼーっとしててどんぶりなので何もしないから、何かすると何か変化があるんですよ。広告まくなりノボリ立てるなりポップ工夫するなり値上げするなりとか、そういう工夫をするだけですぐに120%というふうになりますので。

木下

本当にやれることは無数にあるという感じだと思うのでぜひ参考にさせていただければと思います。どうもありがとうございました。

木下

それでは増田先生ケーススタディありがとうございました。

増田

いえいえとんでもないです。

木下

静岡、浜松、福岡、沖縄ですね。いろいろ回ってきましたけど非常に参考になるとともに自分の中でどういうふうに小売をすればいいのかという考えのきっかけにもなったと思うので、ぜひ有効に活用していただければと思います。さて今日はですねMSD増田塾店舗集客実践会こちらの第4期を開催するというところでいろいろ内容についてお聞かせいただければと思うんですけど、そもそもMSD増田塾というのはどんなことをやる塾なのかの説明をお願いします。

増田

ケーススタディのところでもありましたけど、基本的には集客をどのようにして伸ばしていくか。来たお客さん達をどういうふうにリピートさせるか、お客さんをどのように単価アップさせるかというのがありますが、じゃあ実際にどうやったりいのかということがありまして、その時に使うのが増田拓保の101の戦略、細かい例えばポスティングするとか値上げする時に使うこのどういうふうに言えばいいのか、いろんな細々なことがありますけどそういうところですね。

業界に関係なくお客さんが来る流れ、繰り返しになるテクニック、単価アップのための広告とか、ダ



イレクトメールを出すタイミングとかを事細かくやっていくところが僕の塾の特徴的なところで、あとは実践的なところですね。

なんかビジネス書に書いてあるこうやってやればいいんだ、やれれどうちの業界でどうやればいいんですかということを困ると思うんですけど、それは随時質問して解決していくところがあると思いますね。そこは他のところと違うところだし、あとは僕の顔が怖いとかいう人もいますけど怖いからやらへんかったらちょっとしんどいみたいな、それはそれでいいと思うんですね。そういうところだと思います。

木下

通常の店舗経営者だとどういうことをすればいいのか、何からやればいいのかわからないと。何をしたいかわからない方がいると思うんですね。で、増田先生のところに行ったらとしても101個あったらどれからやればいいのかわからないということがあると思うんですけど、その辺の前のステップというかあるんですか。

増田

ありますね。結局のところさっき言ったように、新規の数、あとはリピート。これは継続といってもいいかもしれませんもしかすると。もう1つは単価ですね。あなたのところでさっきの提出される時も言いましたけれどもどこが一番つまってるのか、悪い、みんな最近よくない、悪いっていうけれども、じゃあそれは数が足りてないんですか、どれなんですか。

大概のところというのはみんなお客さんの数が足りてません。例えばお客さんの数が来てないから、ここは来ないということはここも成り立たないですね。じゃあ一番最初にどういうところを重要視していけばいいのかってことをよく塾で言うんですけど、これはここなんですね。要するに安いものを売り続けてると周りと同じように安いものを売り続けてるんですね。お客さんが安くなってしまうとか、悪いお客さんしか来ない。

まずはあなたのお店にですね、単価の1.7倍にしてくださいというふうなことを言うんですけど、これ本当にやる人がいるんですね。1.7倍って今10%でも結構やんけって思うんですけど、でも自身大して集客も変わってへんしお客も来ないんだったら2倍くらいにして、変えてみたらどうですかって迷うんですね。でも私のところはお客も来ないし、そもそも今来てないやって話ですけどそういうところでやっていく。

これをやることによって、まずはこれに興味を持ってやってくれるお客がやってきます。このお客さんがやってくる時にもここまで来たら簡単ですね。次どうされますか、例えば家だったらベランダ立ててくれたら立つんですけど、150万でいかがですか。100万でいかがですか。ハウスメーカーだったらもっと高いかもしれないですけども住宅の場合それですね。



例えば魚屋さんの場合だったらこっだけ注文していただいた方に特別にこれをこっだけの金額でやります。本当は本来こっだけですけどこの金額でいかがですかというふうにリピートさせていく。単価も上がる、数も増やしていく、これですね。単価増やしていったって数増やしていったってリピート増やしていく。

この順番が講座の内容になると思いますけど、でもまず一番最初は実際に何をすればいいのかという話ですけど、まず広告やったことありますか。みんなほとんどの場合ノーなんですね。まず広告作ることから始めないといけないんですよ。だからその広告を作る手順、まずA4のコート紙を用意しましょう。A4の紙を用意しましょう。書いて、今まで塾生がめっちゃめっちゃいますので、要するに自分の似通った業種とかの人たちから引っ張ってきて、お手本というのがめっちゃめっちゃ山のようにありますので。

周りもめっちゃめっちゃ人がいますからこれどうしたらいいですか、この赤の部分どうしたらいいですか。このどの部分を黒で書いたらいいですかとか質問をやっていきますので、その部分でお客様の数を増やしていく。要するに広告だけでいいですけども、これとこれにはつながらない。お客様がお店の前にいないと話にならないですから、それをどんどん増やしていく話。

木下

まずは集客をやっていくということですね。このチラシなんですが広告は、それは先生の作った最初のテンプレートが俗にいう増田チラシというものが。

増田

あります。これを手本にいろんな業種の人が作ったやつが業種別にあるという感じですね。

木下

それはどんな業種でも応用が可能なのところなんですか。

増田

今まで何業種ですか、50業種60業種、全部作ってもらいましたけども、ちゃんと作った人の中で反応出ませんでしたねっていう人は1人も聞いてないんですよ。やし、とってうちの業界でとかっていう人いると思うんですけど、すっげー一緒という話ですね。

作ったら集まるし、作れへんかったら集まらへんし、そもそも今集まってへんから別に作って出せば



いじゃないですかというふうに言ってますけれども。効果が、もしない、同じように作ってないというふうに言うのであれば結局のところまく地域が悪かったのか、もしくはメディアが間違ってるのか、折込広告でもなくポスティングでもなく、もしかしたらラジオ広告かもしれない。それも例えばダイレクトメールにすると流行るかもしれないというのがああるかもしれないので。

あとは書き方が悪いとかね、字が汚すぎて読めないとか。たまに左手でかいたんじゃないかみたいな広告ありますけれども、それはちょっと読めないのでから読めなくっても反応率20%とかってありますから、例外は僕は見たことはないです。

木下

ということは増田チラシをベースにいろんな業界の、すでに塾生さんが作られたものを参考にしながらご自身のものを作って集客を増やしていく。

増田

逆に自分で考え出そうとしたらダメですよ。このまんまコピーのように写してください。という感じでやっていって集めて、これを促していく。これを6回に分けてやっていく感じですね。

木下

ということは最初に健康診断じゃないですけど、まずはこういうところを明確にしていくような作業があるんですかね。

増田

ありますよ。結局のところプリントのようなものがあって、今要するに聞くんですよ。あなたは1ヶ月に来てるお客さんの数何人ですかとか、1人あたりの単価いくらですか。その1人の人がどれだけ期間来るんですか、リピートの継続とかですね。大体が白紙なんですね。

だし結局この数、前年度はどうでしたか。LTVっていうちょっとむずかしい言葉がありますけれども、その1人のお客さんが3ヶ月でどれだけ分買ってますかということですが、という部分も入れていくような表がちゃんとありますので。

それをやっていくと自分ところの健康診断じゃないですけど、どこが弱いのか、要するに感覚だけじゃなくてどこが弱いのかというのがわかってきますので、それを埋めていく。弱いところを強化していいところをさらに伸ばしていく。そうですね、それをやっていくだけで3.7倍とか7.4倍、もしくはそれ以上の売り上げになっていくということですね。



木下

まずは数字をしっかり出しながら現状どういうものなのかを把握をした上で、弱いものを1個1個相談していくと。そこに増田先生の101の戦略なりを当てはめてカスタマイズさせた形でどんどん売り上げをアップさせていくということですね。

増田

すごい今はじめてきいておられる方であれば結構複雑なんじゃないかなと主ますけれども、めちゃめちゃシンプルです。お客さん来てるんですか来てない、単価上げたんですか上げてない、リピートあるんですかありません。そもそも計ってませんとかね、それをただ単に数で表していくだけで自分ところの弱いところを見せていく。それを強化していくための101の戦略というのがあるってだけですね。

木下

なるほどすごいですね。ただやっぱり塾とか教材でもそうだと思うんですけど、なかなか実践できないと。知識はあるけど実践しない人非常に多いですが、こういうところに入ってもなかなか実践しないできないという方多いと思うんですけど、そういう場合は。

増田

僕もそういう質問もらった時は死ねばいいんですよとか言ってたんですけど、なかなかそういうわけにもいかないのどういうふうに言ってるかっていったら、結局のところ3期の人達でそういうこと言われる方結構多かったんですけど、周りにまず人がいる仲間がいるということですから、なんせ自分がやりたいとかやりたくないとか、そういう次元じゃなくてやらないと恥ずかしくなるくらい周りが結果出してくるので。

実践できないとかいいですけど、それは全員が全員、100人いたら100人とも実践できるかっていったら僕もそんなにいい現実じゃないと思います。やっぱりやらへん人もいますし、辞めていく人もいますけどでも普通にやってる人達で3.7倍ですからそれは仲間が支えてくれますよね。

結局教室の中に1人でいて勉強してくださいと言われてもできない、でも周りにめっちゃすごい言葉悪いですけど、自分よりも頭の悪そうな人達が周りでどんどん結果出していくと。あいつにちょっと負けたくないという感じの仲間が周りにうじゃうじゃいますので、やらざるを得なくなりますし結局やらへんかったら恥ずかしいの本人なので、結局のところ頭の悪いやつに負けるっていうプライドが許さないとかそういうところがあると思います。



だから僕の塾が何が良かったっていったら、コンテンツももちろんいいかもしれないですけど、仲間の存在があるということですね。要するに無報酬で自分のビジネスを手伝ってくれるコンサルタントが周りにいるって思ってもらってもいいと思うんです。

木下

素晴らしいですね。プラスアルファ先生がおしりを叩くような。

増田

そうですね。僕はMSDでたまにブチ切れたりすることがあるんですけど、ビデオ見ていたらわかると思いますけどほんまに机まではひっくり返さないですけど、星飛雄馬のお父さんみたいに。けれども宿題やったんですかって言って問い詰めていくと、その人が冷や汗をかくような感じで。

結局宿題やっていく実践する、どんどんやっていく、売り上げは知らん間に伸びるんですね。やり始めたら1ヶ月2ヶ月で伸びるんですよ。ただ焼肉屋さんのケースでもありましたけれども斜に構えることはやめてほしいですね。斜に構えたって売り上げは伸びないですよ。

僕のことが好きか嫌いかはどちらでもいいですけどやればいいんですよ。結局やらせるような仲間の存在があるですね。教材とか買ってなかなか実践できませんでしたってそりゃそうだろうって話ですね。スポーツで例えたらよくわかると思いますけど、コーチのいない練習場みんな反乱ですよ。

だし、結局このコーチのいる仲間のいる、規律がある環境でどんどんやっていく。しかもタイムリミットが迫ってきてる、だんだん減っていきますのでカリキュラムは。その間に結果出さないといけないう切迫感、あいつに負けたくないという侮辱感というか緊張感もありますからそういう部分でどんどん頑張ってる人達がいるっていうのが現実ですね。

木下

わかりました。期間としては6ヶ月。

増田

半年間です。

木下



半年間の塾でセミナー、対面のセミナー。

増田

対面のセミナーがあります。

木下

参加できない場合はビデオで。

増田

ビデオで見ていただきますし、その講座の中で広告の添削、あなたのビジネスをどういうふうやってビジネスカスタマイズですね。基本的に僕個人コンサルする時ってのは200万300万という現金もらいながらやっていきますので、この対面型のコンサルティングとかあとは他だと何か聞くとかもそうですけど、広告の添削もそうですね。自分ところの広告がどこが悪いのか、自分ではなかなか判断できないから見てほしいとかっていうのは現場のみですけど見ることはできますのですぐ改善できますよね。

木下

2, 300万っていうのは今回はかからない。

増田

今回はかからないです。

木下

通常だとそれっていうのがついてるってことですね。

増田

2, 300万払う人たちが100人いたら僕らめちゃくちゃ金持ちになってますからね。そうじゃなくてそれもついてきますと、MSDの特典としてついてくるということですね。

木下



通常そういうものがついてくると。

増田
はい。

木下
ということは半年仲間とともに先生にもおしり叩いてもらいながら自分のビジネスを分析していつて、1個1個改善することで最終的にはもう自分だけの集客システムが出来上がると。

増田
講座の中でシステムという部分があるんですけど、じゃあお客さんが来る流れ、リピートの流れ、単価を上げていく時の流れ。要するにこの自分たちのシステムというマニュアルができれば自分たちが現場にいなかったとしても従業員にこれやれあれやれって指示出していくことによって、自分とこと同じような結果が出るということですよね。

結局自分たちが一生働くのかっていったら、これ賛否両論ありますけどこれは従業員がやっても同じ数字であつたら自分たちが次の店舗でやっていったりとか、他の中華料理屋さんでもありましたけれども自分の店舗を持っていく。でも集客が忙しすぎてそれができないとなりますから結局のところこれを自分たちのコピーロボットのようにつくっていけばいい。それをつくっていくってところが1つの6回の講座の醍醐味というか。

木下
なるほどですね。そのシステムが出来上がればさらにその次のステージとして店舗展開だったりとか、違うビジネスを始めたりとかってこともできる。

増田
自分達が今想像する以上の数字というのを今イメージしてほしいんですよ。例えば今100万売り上げが売り上げられたらいいなと思ってる人間が300万400万500万。弟子でスペイン料理やってる人がいますけど、来た時に50万でも結局蓋を開けてみたら半年で700万いったりとか。

木下
それって月商ですか。



増田
月商ですよ。

木下
最初50万だった人が半年で700万。

増田
751万だったと思いますけど、そういうふうになっていってでも忙しくなっていくと自然とそうなってしまうんですね。結局のところ。そういうところで知らず知らず頑張ろうと思ったら自分達の何か1人で頑張るよりも絶対2人3人4人5人、周りにいる10人20人の人間達に刺激されながらやっていくというのが僕は成功の秘訣は僕は仲間だと思っていますのでそうだと思います。

木下
まあ今も数字が出てきましたけれども、このMSD増田塾に入った場合に大体今までのデータというか生徒さんの実績としては半年で大体どれくらいにアップしてるんですか。

増田
これね、ちゃんと聞いてほしいんですけど平均です。アベレージ半年間で年収です、年商じゃありません年収。

木下
年収。

増田
収入3.7倍が平均です。継続をされた方で1年間来られた方がありますがその方に関しては倍数の7.4倍から8倍くらい。

木下
になってると。



増田

だから30万の月収であれば大体100万くらいになる、100万であれば300万くらいになるという計算ですね。まあ母数が5万だったら15万くらいにしかならないかもしれないですけど、そんな人なかなかいませんし、そういう人達は平均ですからね。5万の人達が150万になることもざらに見てきました。

木下

5万というのは月収ですか。

増田

月商です、売り上げです。売り上げ5万の人達が終わる頃には収入が100万になったりとかもざらにありますので。

木下

非常に言っちゃうと悪いですけど結構悲惨なやばい状況の、沖縄の今回のケーススタディにもあったように。

増田

やばすぎでしょう。

木下

くらいのレベルの方でもそのくらいになってると。

増田

結局ケーススタディでも見ていただいたと思いますけど、断崖絶壁なんですよ。ブラックジャック見たいにいただいたらわかると思いますがあれ以上ですよ。行きにくすぎる場所でも。

木下

ブラックジャックってのは手塚治虫さんの漫画のあれですね。ちょっとわかりづらかったのですみません。



増田

そういうところでも立地に関係なくどんな人でもシステムを組み込んでいくと予測できた売り上げが立てられるということですね。

木下

すごいですね。年収で3.7倍ということなので。わかりました。そんなMSD増田塾なんですけど逆に来てほしくない人というか、こういう人は来てもらっても困るし多分無駄だと思うよっていう方はいらっしゃいますか。

増田

別にいいんですけど、なんとかしてくれっていうヘルプミーと、常にエマージェンシーコールを鳴らすような人達とか。先生なんかしてくれるから俺たち何もなくていいとかって。昔流行ってたほっときっぱなしとかありますけど僕のところはほっときっぱなしの人たちがもし来るんであれば地獄を見ますよね。お金の無駄遣い時間の無駄遣いだと思います。

プラスそういう人たちもちろん来てほしくないですけど、あとは全員が成果でるわけじゃないんですね、残念ながら。100人来て100人とも成果出たらもちろん僕は望みますけれども、でもやっぱり結果出すのは半分くらい。

何でかっていったらまずそもそもやらない。わかっていてもやらない、行動が遅いとかっていうのはもちろんありますけれども、その部分でMSDでも出てきますけどマインド部分は大きいですね。マインドセットという部分が結構出てきますけど、考え方を変えていく。考え方を変えていこうと思っても本で勉強してもなかなかならないですから、考え方を変えていく。考え方を変えていく気持ちのない人間はもう来なくてええわと思ってます。

木下

なるほどですね。

増田

変えるつもりがある、飛躍的な結果を望んでいる、そのことに関して出す覚悟があると成果を。1ミリでも迷ってるとかできるかどうかわからへんとかって不安に思う、でも業績はどんどん下がっている。でも何かチャレンジしたいと思わないとか、そういう人たちはどんどん来なければいいと思いま



すし、士気の高い人間が集まる場所だと思ってますからそういう人間たちが集まってくれればいいと思ってますし、実際に残ってる人間っていうのは灼熱の人間が結構多いので熱い人間が多いので、そういう人たちはどんどん指導者になっていく感じで今はやっていますね。

木下

そもそも行動しない人は来てもらっても、どんなことでも同じだと思いますけど行動しなければ何も変わらないので、そういう人はちょっとダメだっていうところですよ。あとはやる気がないとか自分を変えようとかなかなか思えない、そういう人も確かにそれはそうですね。

増田

まあ補足とすれば僕のが好きじゃないとかね、大概みんな僕のこと好きじゃないみたいな人ばかりだと思いますけれども、これ見ててうんうんってうなずいてる人は即スイッチオフにしてほしいですけれども。事実このMSD増田塾で成果出してる人たち僕のこと最初嫌いなんですよ、みんな。なんか胡散臭いと思ってましたとか、めっちゃ嫌い。すごい若いくせに態度でかいとか、だから僕のこと嫌いな人でもいいと思いますけど、なんせその人のいうことを聞けないとかという人たちは来ても無駄かなと思いますね。時間の無駄だと思います。

木下

わかりました。逆にやるきを持って自分変わるんだと、素直な心でちょっと気になるところあっても先生の言われたことをどんどん実践していくということをやっていけば、先ほどのスペイン料理屋さんみたいに例えば月商が50万だった人が700万になったりとかっていうことも全然要は事例としてあるということですよ。

増田

もうあるもありますよね。どんどん成果出す人たちって片っ端からやるんですよ。この言ったことでさえやっていきますけど、続きのことをやっていく。次のレベルを目指してどんどん毎月成長していくのがありますのでそういう人間に来てほしいですし、怖くたってやり方がわからないと、やり方を知りたいから来たいという人たちもどんどん歓迎しますし、ということですね。

木下

そう聞くとどうしても思ってしまうのが自分のお店は違うとか、私の業界はちょっと違うんだとかっていう人とかはご覧の方も非常に多いと思うんですよ。これ店舗ってそれぞれ固有のものですからそれはどうなんですかね。



増田

業種ってみんな言いたがると思いますけど、でも結局この概念、今お客様がいますよね。お客さんがリピートとか継続とか紹介をするっていうのがあります。お客さんが1回買う単価というのがありま
すね。これBtoBと呼ばれる企業間取引でもまったく一緒なんです。企業の数、企業がどれだけ企業紹介してくれるかとか。

その1個の取引でいくらもらうか、BtoBでも一緒BtoCでも一緒。例えば僕は会ったことないですけど僕のお客さんがコンサル指導したところに、こけし屋さんというのがあったんですね。こけし屋って
いうのがあるのかって話ですけど、こけしどうすんだって話ですけど。こけしの例えば買ってくれる
お客さんの数とかこけし何本買ったとか。

木下

木の彫り物。

増田

なんか死にかけの顔してるやつですよ。ていうのがありますけど単価いくらですかって結局すごい難
しそうなビジネス、新しそうなビジネス、インターネットビジネスでさえも増田塾の人たち来てま
すから。店舗ビジネス相手なのにインターネットビジネス来てますから、結局この概念に変わり
はない。お客さんが来る、買う、紹介する、これにビジネスなんて関係ないですよ。壁がないとい
うか、全然関係ない。だって誰が来てるんですかお客さんみたいな。

木下

すでにもう1期から3期まで実践されてますし、その中でもう何十業種の60とか80業種くらいの。

増田

多分70業種くらい。60業種くらいはもう来られてて。

木下

普通に結果も出されてるということなので、その辺も大丈夫ということですね。はい、わかりまし
た。そんなわけでMSD増田塾第4期ですね、募集を開始されるということなんですけど詳細のほう
はまた後日メールなどでお知らせをするということですね。



増田
はい。

木下
お聞きしているところによると、先ほどの独自のカスタマイズされた集客システム、その他にいろいろ特典もついてくるということなのでぜひちょっと楽しみにしておいていただければと思います。やっぱりご自身の月商であるとか収入ですね。その辺がゼロが1個増えたりとか、3倍になったりとかを想像してみてほしいと思うんですよね。非常にエキサイティングで本当になかなかないチャンスだと思いますので、ぜひこのすごいコミュニティというか、自分を変えるんだというところに飛び込んできてそれで実践して、増田先生のご指導のもとでいろいろ結果を出していただければと思います。

増田
やらざるを得ないのでやるとは思いますけどね、頑張っしてほしいと思います。

木下
というわけでどうもありがとうございました。

増田
ありがとうございました。