

オンラインでもできる！

あなたの知識を セミナーにする方法



費用をかけずに、
1台のパソコンとやる気だけで作れます！

produce by Abundance INC.

■はじめに

はじめまして、蔦田照代（つただてるよ）と申します。

このたびは「あなたの知識をセミナーにする方法」の無料 PDF をダウンロードしていただき、誠にありがとうございます。

私が 2002 年にフリーランスで起業後、飛躍的に売上を上げたのが、セミナーを扱うことを始めてからです。1 対 1 のコンサルティングより効率良く多くの方に知識をお伝えことができるようになって、最初は低単価から、そしてより高単価に移行してゆくのと同時に、売上も伸びていきました。

ただ、最初は自分自身のコンテンツがなかったので、大阪にセミナー講師をお招きする招致業から始めたわけなんですけど、魅力的なセミナー講師さんたちを見ながら、その当時は、「まだまだセミナーなんてできないわ」と思っていました。

しばらくたってから、あるセミナー講師の方から「大阪でのセミナーを蔦田さんやってみませんか？」と願ったり叶ったりのオファーを受け、見よう見まねでセミナーを開催し始めました。過去の教師経験も生かせたと思いますし、多くても多くても 30 人くらいの少人数でしたので、なんとか軌道に乗せることができました。

それから、自分自身のオリジナルのセミナーを作りたい！と思い始めて、独学で 2 時間の「手帳術セミナー」を作りました。それが意外と好評で、今でも毎年売れ続けています。

セミナーのよいところは、

- ・コストがかからない。
- ・利益率が高い
- ・劣化しない

ことです。

そして、あなたの頭の中にある知識をセミナーという商品にすることで、すでにあるものでビジネスが始められるのです。

特別なスキルや経験、ノウハウがなくても、パソコン1台とやる気さえあれば、あなただけのオリジナルセミナーを作って、世の中のお役に立つことができるのです。

では、そんな「あなたの知識をセミナーにする方法」を解説していきますので、ぜひ最後まで読んで実践して行って下さいね。

■なぜこの講座を無料で作ったのか

本題に入る前に、「なぜあなたの知識をセミナーにする方法」を無料で公開するのか？についてお伝えさせて下さい。

はじめにの部分でもお伝えしたのですが、私自身が起業してからずっと「教える仕事」をしているのと、「セミナー」を扱ってきました。

その当時、セミナーと聞くと「なんだか怪しい」「宗教じゃないの?」「洗脳されそう」などネガティブなイメージがまだつきまとっていました。

もちろん悪質な詐欺まがいのセミナーもあったことは事実ですし、今もなお、存在すると思います。

その反面、「学びたい人」は世の中にたくさんいるということもわかりました。

悩みを解決するために学びたい、もっと理想の人生を歩むために学びたい、お金のことについて学びたい、健康のことについて学びたい、人間関係について学びたい。

人のお悩みベスト3が、「健康」「お金」「人間関係」だと言います。そのお悩みに対する知識を持っていたら、その方達のお役に立つことができるのです。そして、対価としてお金もいただけるのです。

私が自分のセミナーを作る前に、自分が学びたいセミナー講師を大阪に招致していました。

どんなセミナー内容だったかというと、

- ・アメブロ集客セミナー
- ・自己プロデュースセミナー
- ・マネジメントセミナー
- ・写真の撮り方セミナー
- ・協会ビジネスを立ち上げるセミナー
- ・断捨離セミナー
- ・運氣アップセミナー
- ・神社の正しい参拝を学ぶセミナー
- ・アロマセミナー
- ・事業計画セミナー
- ・コミュニケーションセミナー
- ・マナーセミナー
- ・自分軸セミナー
- ・代替医療セミナー
- ・各種美容セミナー
- ・メンタルケアセミナー

まだまだ数えきれないほどあります。そしてこれらのセミナーがいつも大入り満員でした。それだけ、世の中のニーズに合ったセミナーを提供していたんですね。

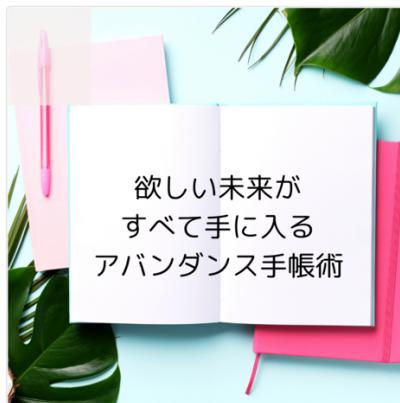
しかも受講生さんが、次はこんなセミナーを受けたい！こんなことを学びたい！とリクエストしてくれるものですから、リクエストに応じて、講師の方と一緒にセミナーを作っていました。

たまにはコケるセミナーもありましたが、リクエストに応えていくわけですから、本当に売れるんです。売れるセミナーってこういうふうに作るんだと、体感しました。

その経験をもとに、次に私のセミナーを作りました。そして自分のセミナーのラインナップから、受けたいもののリクエストも聞きました。

一番最初に作ったのが、「手帳術のセミナー」です。周りに女性が多かったし、女性って手帳が好きなんですよ。私も手帳が大好きで、A5の大きな手帳を持ち歩いていましたか

ら、みなさん私の手帳に興味シンシンだったわけです。



5年前に作った手帳術のセミナーは、全国行脚をするほどで売れました。（そんな時代が懐かしい。。。）しかも韓国・ソウルでも開催したほどです。

私自身もそんな展開に驚きながら、手帳術に来てくれた人のリクエストに応えながら、次から次へとセミナーを作っていました。同じようにセミナーには、たくさんの方々がきて下さいました。

私自身の人生も、仕事で全国に行ったり、海外に行ったり、まさかの展開となりました。

そういった自分自身の経験から、セミナーというコンテンツを持つことで、ビジネスもできるし、人生を大きく広げることができることを知って欲しいなと思い、まずはこの無料レポートでセミナーの作り方を学んでいただき、まずはひとつセミナーを作っていただきたいなと思っています。

自分には、セミナーにするような知識も何もないと思われるかも知れませんが、大丈夫です！周りの人よりちょっと詳しい、ちょっと学んだ、ちょっと時間のかたということがあれば、セミナーにできます！

そして作ったセミナーをリアルでも展開できるし、オンラインでも展開できるんです。もう作るしかないですよ！！

では、その方法を順番にご紹介していきますね！！

■そもそもセミナーとは

実はこのガイドブックは「どんなことが知りたいですか？」とアンケートを取った時のダントツ一番でリクエストが多かったものなんです。

意外とセミナーを作りたい方が多いのだなというのか率直な私の感想です。

では「セミナー」といっても、捉え方は人それぞれですので、ここで概念を統一しておくために「そもそもセミナーとは何ぞや？」の話をしていきますね。

実は「講演会」を「セミナー」と思っていたり、「研修」を「セミナー」と思っている方も意外と多いのです。

似ているようで講演・セミナー・研修にはそれぞれ特徴があり、それぞれ何が違うのかあなたが「セミナー」を作る上でとても大切です。

まず、「セミナー」とは、**必要な知識を持っている講師が決まったテーマについて講師が参加者に教えることです。**

具体的なテーマ例

- 今日から使えるアロマライフセミナー
- あなたの資産を考えるマネー・投資セミナー
- 40 代会社員のメンタルヘルスセミナー
- 働く女性のためのタイムマネジメントセミナー

セミナーの語源は、ドイツ語の「ゼミナール」で、「少人数の生徒が教授や教師といった指導者のもとで特定テーマの討論や研究を行う」という意味です。

セミナーの特徴は主に次の 3 点です。

1. 必ずテーマがあること
2. ターゲットとなる受講者もある程度特定されること
3. 受講者自身もそのテーマについて何からの課題があること

講師が参加者に教えるスタイルのため、ある程度一方的に話をしていきます。ただし質疑応答の時間が設けられるので、参加者は質問や意見交換することができます。

人数も少人数から、30～50人などの中規模で行われることが多く、単発や数回で終了するものがほとんどです。でも、最初はそんな規模ではなくて、2～3名、4～5名から始めても構いません。



また、セミナーは広く参加者を募りますが、受講者自身がそのテーマに興味・関心があって参加するため、積極的な参加者が多い傾向です。

セミナーで伝える内容には、必ず「ノウハウ（知識や技能を高める方法）」が必要です。

参加者はこのノウハウを聞くためにセミナーに参加するからです。

したがって、参加者から「参加した甲斐があった」「時間やお金をかけてでも聞けてよかった」と思ってもらえるノウハウが提供できたか、が成功のポイントになるんです。

ちなみに「講演会」は幅広い層の参加者に、興味関心ある話を聞いてもらうことで、「研修」とは特定の人たちに知識・スキルを習得させることです。

これをふまえて「セミナー」を作っていきます。

■ セミナーを作る 7つのメリット



売れるものはあなたの頭の中にあります。売れるものは、形のあるものや、技やスキルだけではないのです。あなた自身が考え出したアイデアやあなたの体験など、あなたの頭の中に詰まっているものが立派な商品になるのです。これをインターネットなどを駆使して販売して行くことで売上をつくることができます。

そんなものがお金になるのか？と思うかもしれませんが、どんなものでも、「それがお金を出してでも欲しい」という人がいればビジネスになります。

あなたしか知らない 知識・情報・ノウハウ・アイデア・うんちく・あなたの考えた創作など、それを欲しがるといえる人がいれば、そのすべてが商品となります。あなた自身の情報でなくても構いません。ほかの誰かと組んでその人の頭の中にある物を販売代行してもいいのです。

では具体的なメリット 7つを お伝えします

1) 収益性が高い

まずは収益性が高いということです。個人事業主や小規模事業者は、安くて利益率の低いものを大量に売るのではなく、高い値段でかつ利益率も高いものを販売することが大切です。

セミナーは利益が常に 7~8 割 ありますし、受講料は前金制のために運転資金などがショートすることはありません。

セミナーを 1 つのビジネスと考えるのであれば、まさにこの高い値段でなおかつ利益率も高い商品を販売するという法則が当てはまります。

実際に私が主催してきたセミナーの利益率は 80% 近くあり、オンライン開催だと、会場費や移動費が必要ないので、ほとんどが利益となります。今時、そんな利益率のビジネスが他にあるでしょうか。

仕入れもなく、在庫を抱えることもありません。 たったひとりでパソコンとやる気さえあれば始めることができます。 ぜひセミナーを作ってビジネスに行きましょう。

2) オンリーワンになれる

個人事業主や小規模事業者で成功するにはオンリーワンでなければなりません。もしオンリーワンでなければ、大手と勝負をすることになり必ず負けます。オンリーワンがいいことはみんな分っていますが、これまではそれを確立することが難しかったのです。

ところがセミナーの場合、オンリーワンになることは、さほど難しくありません。あなたと全く同じ知識やノウハウを持っている人は、ほとんどいないと言っていいからです。

仮にいたとしても、あなたが セミナーをすることで、オンリーワンになることができます。あなた自身がブランドです。ブランディングができていれば、受講生さんは、この人が言っていることだから聞こうと言うことになります。 自分の考えや、自分しか知り得ない知識やノウハウがあれば、誰でもすぐにセミナーを作ることができます。ノウハウの多くは自らの体験談をベースにしているからこそ、説得力が生まれます。世の中にあなたと全く同じ体験をした人などいません。つまり、人の数だけオンリーワンコンテンツがあると言えるのです。セミナーを行うあなたという人物はこの世にたった 1 人しかいないので、何もせずともオンリーワンなのです。

3) お金がかからない

セミナーは自分の頭の中にある情報や知識を発信するので、仕入れや在庫管理の手間は一切不要です。だからリスクはまったくありません。商品を用意するのに投資するのはあなたのアイデアです。

時間・労力・資金・などの資源が限られている小規模事業者にとって、もっとも適した方法だと言えますね。

セミナーの元手は0です。もちろん厳密に言えば、他の人のセミナーを聞いて勉強したり、本を買って勉強したり、インターネットでいろいろ調べたりの、お金や時間を原価として考える必要はあります。

でも、それで自分のセミナーが売れなかったら、損したことになるのかというとそんなことはありません。自分自身に蓄積されているので決して、なくなるものではないのです。管理不要で決して腐らない知識と言う在庫を、自分の中に持っていて、適切な機会に出荷すれば良いだけの話です。

4) インターネットで世界中に広げられる

セミナーの良いところは、インターネットを使って世界中の人々に 伝えることができるということです。インターネットの波及力はリアルとは段違いです。全世界の人にあなたのことを知ってもらって興味を持ってもらうというマーケティングも行うこともできますし、その興味持ってくれた人にセミナーを買ってもらうということも可能なんです。

実際に私も、韓国・ソウルでセミナーをしたり、アメリカ4カ所（ポートランド・ソルトレイク・ロサンゼルス・ニューヨーク）で、ランチ会・セミナー・コンサルで招致され、計60人のアメリカ在住の日本人女性と対話をした経験もあります。まさに旅をしながら仕事ができることも可能なんです。

2020年のコロナ禍以降、zoomの浸透によってオンラインでセミナーを受けることが当たり前になってきました。このような時代の流れを見ても セミナーを作ること、あなたのビジネスチャンスがより 世界へと広がっていく可能性が見えますよね。

しかも、リアルタイムでセミナーをする方法もありますし、事前にセミナーを収録して、その録画を販売する方法もあります。つまり あなたがリアルタイムで働かなくても収益が生まれる仕組みを作ることにも可能なんです。

5) どこでも仕事ができる

お店や サロンを構えると、その場所から離れられません。東京に店を出した人が北海道に住むことなどまず不可能です。セミナーをする場合も、塾の先生のようなものは生徒を集めて、面と向かって授業しなければなりませんので場所の制約があります。

しかし インターネットを使ったセミナーであれば、田舎暮らしや海外生活をすることも可能です。私自身も オンラインでセミナーをしたり、オンラインでセミナーを売ること、1 ヶ月 住みたいところに住んだり、行きたいときに行きたいところに行ける自由を手に入れました。

極端なことを言えば、セミナーはインターネットとパソコンさえあればできます。セミナービジネスの仕組みを作って海外移住している人たちもたくさんいます。あなたの人生がもっともっと自由になること間違いなしです。

6) 自分の知識経験が売れる

セミナーは、あなたのこれまでのキャリアが活かせる知的なビジネスです。実際に多くの人々が自分の会社経験を活かしたいと考えています。

確かに企業で培った経験やノウハウは非常に価値があるものです。製造業で生産管理をずっとやってきたとか、在庫管理が得意だとか、IT 分野でたくさんの実績を残したとか、プロジェクト管理に独自のノウハウを持っている、などと言う会社員さんは多いでしょう。

一方でそうしたノウハウを求めている人が絶対にいるのなのです。例えば大企業の生産管理のノウハウは中小企業の経営者なら、誰しも喉から手が出るくらい欲しいのです。

実際にトヨタで働いていた人が、トヨタのやり方を教えるコンサルタントになったり、

google で働いていた人が google で培った ビジネススキルを教える人になってたりします。どんな会社に勤めていても、それなりに売れるノウハウは身に着けているはずなんです。

デパートに勤めていた人が商店街のアドバイスをして、商店街ががらりと変わったという事例もあります。商店街のお店のオーナーさん連中が頭を突き合わせて考えるのと、豊富なノウハウを持つ元デパート勤務の人とでは、ちらし1つとっても出来栄が全く違うのです。

このように これまで身につけた知識やノウハウを活かして、ビジネスをしたいという方はまずセミナーを作ることがおすすめです。

ただし気をつけないといけないのは、企業の知的財産を持ち出したということになるので、そのあたりは気をつけて始めて下さい、

7) セミナーを再利用できる

セミナーを作るといいことがたくさんあります。 セミナーはいくら使ってもすり減りません。だから発展させて、いくらでもほかのビジネスに展開できます。

セミナーをモノ化する、コンサルタントになる、 会員組織を作る、 文章化するなど発展させることができます。 発展のさせ方はあなたの工夫次第で無限に考えられその度に収益が増えてきます。

例えばセミナーを開催したとしましょう。 セミナーは情報の販売と言えます。 この時に配布するレジュメやテキストも別途販売できます。さらに 音声だけ抽出して音声セミナーという形で販売できますし、動画を収録しておけば 動画セミナーとして販売することができます。

こうした事ができるのは、セミナーには何度使っても目減りしないという特徴があるからです。ものは売ってしまえばなくなるのでまた仕入れなくてはなりません。しかしセミナーはいくら打ってもすり減らないのです。何度使っても元がなくなるらないので1粒で2度3度も美味しい思いができるのです。

以上、セミナーを作る7つのメリットについてお伝えしました。これといったリスクはありませんので、もう作るしかないですね！

■セミナーの作り方6つのステップ

それではいよいよセミナーの作り方をお伝えしていきます。この順番通りでやっていって下さいね。売れるかどうかは二の次です。まずはセミナーを完成させましょう。

1) 棚卸しをする。



まずは自分自身を知るために自分の棚卸をすることです。あなたの中に眠っているセミナーにすべき情報は「★好きなこと」「★得意なこと」「★自分の体験」の3つの中に眠っています。以下の質問についてじっくり考えて下さい。

★「好きなこと」

① 何も準備しなくても2時間以上喋れることは何ですか

あなたは「これを語らせたら2時間は語れる」というものを持っていますか？もしあればあなたはきっとそれが相当に好きで知識も豊富なはずです。セミナーのネタとしてうってつけでしょう。

② 今まで 最もお金をかけてやってきたことは何ですか

あなたのお金の使い道は、あなたが何に関心を持っているかを如実に反映しているはずです。最もお金をかけてやってきたことについての関心は、人 1 倍強い者であり知識も豊富でしょう。関心があることは好きなこととほとんど同じで、セミナーのネタとしては充分です。

★「得意なこと」

① どんな仕事をしてきましたか

もっとも見つけやすいできることは、あなたが今までにやってきた仕事の中にあります。その中で特に自分の性に合っていると感じたものはありませんか？学生時代のアルバイトを含めても構いません。あなたは当然その仕事に関する知識がほかの人より豊富なはずですから、セミナーをすることで 受講生のニーズを満たすことができます。

② 今まで誰かにしてあげて感謝されたことは何ですか

あなたにとってはどうでもいいことでも、ほかの人から見れば非常に価値があるかもしれません。もしあなたが誰かから感謝されたとすれば、その可能性は非常に高いです。それはきっとあなたの特別な技能ですから、それに関する知識はセミナーとして 売れる可能性があるはずです。

③ どんな資格を持っていますか

もしあなたが何らかの資格を取得しているなら、それを使ってセミナーを作りましょう。資格は公的なものでなくても構いません。少なくともほかの人よりは、知識や技能を持っているわけですからきっとセミナーにすることができます。

★「体験」

① あなたはこれまでにどんな体験をしてきましたか

あなたの体験も、セミナーにすることができます。変わった体験をした人ならそこで得たことをまとめればセミナーにすることも出来るのです。

例えば、資格試験の体験談、就職の体験談、ダイエットの体験談、災害の体験、恋愛失恋の体験、日本人がめったに行かない秘境を探検した経験、起業に成功失敗した体験などは、今現在同じ問題で悩んでいる人や、これから同じことを始めようとする人にとっては非常に価値のあるセミナーになります。

②あなたしか知りえないことはありませんか？

例えばあなたの住まい、あなたの仕事、あなたの趣味などの特殊性から、あなたにしかしれないことはないでしょうか？その中でほかの人が興味を持ちそうなことはありませんか？

例えばあなたの職業がちょっと変わっているなら、その仕事を通じて知り得るものがほかの人の興味を引くことがあります。銀座のクラブのママや京都の芸子さんの書いた本がベストセラーになるのはこの例です。

他にも マスコミ、不動産屋、探偵、経営コンサルタント、芸能界など、ちょっとユニークな業界の裏情報は、覗き見趣味的な関心だけでなく、これからその分野で働きたい人や仕事柄その分野の人とお付き合いする必要がある人にとっては、非常に価値がある内容です。

以上が棚卸をする内容なんですが、ここで1つ気をつけておいてほしいことがあります。それは売れそうもないと勝手に決めつけないことです。「こんな内容をセミナーにしても誰も欲しがらないのではないかな」と心配する人もいます。しかし初めから自分の常識だけで、「このセミナーは売れそう。これは売れそうもない」と決めつけないことです。

基本的なスタンスは、欲しい人だけが買えばいいということです。さらにインターネットを利用していけば、マーケットは世界中にあるものなので、自分の常識だけでこんなものは売れないと考えるようにしてください。世界中を見渡せば欲しい人が必ずいるはずです。

例えば、ワイヤレスのイヤホンをなくしてひとつだけが家に残っているとします。普通に考えたらもうすでにそれは役に立たないものです。しかしそれをメルカリに出品したら高値で売れる可能性があります。たまたま同じようにワイヤレスイヤホンをなくした人が探している場合があるからなんです。

このようにあなたやあなたの身の回りの人には必要ないことでも、世界中に声をかければ何処かの誰かが買ってくれます。そういう出会いができるのがインターネットの素晴らしい

いところなんですね。ぜひあなたのセミナーをインターネットでも売っていった欲しいと思います。

2) パーフェクトカスタマーを決める



セミナーをつくる時、誰の役に立つかが大事です。

あなたの理想の見込客はどんな人ですか？これを聞かれて明確に答えられる人は、マーケティングを学び実践している人です。普通はなかなか答えられません。

パーフェクトカスタマー＝理想の見込客像をあなたは明確にしていますか？

パーフェクトカスタマーの決め方は、簡単に言うと、これまでのあなたのクライアントの中から理想とする人を何人か選びその特徴を合体させます。

もちろん現実に存在する人がいればその人一人の特徴で十分です。

特徴を合体させたら名前を付け、年齢、性別、職業、性格、趣味、休日の過ごし方などをイメージし、書き出します。

次に、その人物が抱えている悩みや不安を書き出します。

合体させたペルソナ（サービス・商品の典型的なユーザー像のこと）の心のつぶやき、葛藤、ジレンマを言葉にしてみるのです。

問題をどうやって解決するのか、悩みや不安が解決した理想の状態は何であるかも書き出しましょう。

最後に、その人物があなたのビジネスにどのようにたどり着くかを想像して書いてみましょう。ネットでこんなキーワードを入れて検索し、あなたの HP にたどり着いた、でも何でもいいのです。

ペルソナを設定すると、その人物一人に向けたメッセージをブログやメルマガで発信することができるので、あなたの理想とする顧客がより集まるようになりますよ。

3) 目的とゴールを決める

伝わるセミナーとそうでないセミナーの決定的な違いは、セミナーの目的とゴールが決まっているかどうかということです。

なんとなく決まっているのでは、決まっているとはいえません。

しっかりとした「目的」と「ゴール」です。

あなたのセミナーの目的は何ですか？

あなたのセミナーのゴールは何ですか？

たとえばこのレポートの内容をセミナーにするとしましょう。

すると、このセミナーの目的は「セミナーの作り方を学んでもらうこと」

セミナーのゴールは「セミナーの作り方がわかり実践すればセミナーが出来上がる」です。自分のセミナー参加者がどんな目的を持ってどんなゴールをするのかを考えることが大切です。

さて、あなたのセミナーに来るパーフェクトカスタマーさんは、どんな人で何を解決したいと思っているのでしょうか？何を求めてセミナーに参加するのでしょうか。参加者はどうなりたいと思っているのでしょうか。

とすると、この悩みを解決する方法をセミナーの内容に取り入れていくと「ゴール」が見えてくるということになりますね。何に関しても「ゴール」が決まったら、それに向けて真剣に準備をするだけです。しっかりとした「目的」と「ゴール」の設定をすると、伝わり方は一段と違ってくるのです。

4) 内容を決める

1.伝えたいことより受講生の悩みを解決でいる方法を伝える

一番やってはいけないことは、自分が伝えたいことをセミナーにすることです。自分が良いと思っていっても、周りの人、特にパーフェクトカスタマーが知りたい！欲しい！と思う内容でないと全く売れません。

周りが何を求めているのかわからない方は、まずはリサーチを始めて下さい。パーフェクトカスタマーに近い人たちが、何に困って、何に悩んで、何を求めているのか？

リサーチの方法は、リアルな知り合いに聞くでもいいし、ネットで調べるのもひとつの方法です。

パーフェクトカスタマーが40代の働く女性であれば、「40代の働く女性の悩み」と検索すれば、たくさん出てきますよね。

例えば、こんな記事が出てきました。

「40代といえば、働き始めて20年が経ち、ちょうどキャリアの折り返しを迎える時期。一方で、更年期を控え体や心のコンディションにも変化が表れるなど、40代女性が抱える悩みや迷いは20～30代の働く女性たちとは違うステージにさしかかる。

日経BP社では、40代からの働く女性をターゲットにした『日経WOMAN Soeur（スール：仏語で姉妹の意）』を発行、40代以上の働く女性1069人を対象に仕事やプライベートに関する意識調査〔注〕を実施した。そこで見えてきたのが、「働き続ける覚悟」を固め、仕事へのモチベーションを懸命に保とうとする40代女性たちのリアルな姿だ。」

ここからセミナーのヒントを得るとすれば、

- ・ 40代の更年期を控えた体や心のメンテナンス
- ・ 仕事のモチベーションを高める

などですね。

そして。。。

「何歳まで働きたいか」という質問に対する回答の平均は62.9歳。シングル女性の平均が63.1歳に対し、既婚女性は61.9歳とわずかに差がでたが、「定年まではしっかり働きたい」という女性が大多数を占めたのは、シングルも既婚も同じ。

その理由を尋ねると「今の仕事にやりがいを感じているので、できる限り続けたい」（46歳・メーカー・企画）、「社会と接点を持ち続けたい」（43歳・メーカー・事務）といった仕事そのものへのやりがいを理由に挙げる声も聞かれる一方で、目立ったのは老後の生活への不安を訴える声。「年金がいつからもらえるか分からないので、ずっと働き続けられる自分でいたい」（43歳・サービス・販売）、「体力的に可能な限りは、ずっと仕事をして稼ぎ続けたい」（42歳・IT・総務）といった意見が数多く寄せられた。

意外だったのは、こうした声は独身女性のみならず、既婚女性からも聞こえてきたこと。「特に40代前半世代は、就職氷河期に入社し不況続き。さらにリーマン・ショックも経験しており、非常に堅実。夫がいても、大企業に勤めていても、この先何があるか分からないという思いを持っている女性が少なくない」とキャリアカウンセラーの錦戸かおり氏は指摘する。

さて、上記の記事からは、どんなセミナーを連想しますか？自分ができるかできないかは置いて、連想してみましょう。

繰り返しますが、セミナーは自分が伝えたいことより、受講生の悩みが解決できる方法を伝えることです。

2. セミナーのフレームワーク（セミナーシナリオ）

■ セミナーシナリオ作成法。

ここではあなたの商品やサービスを売るためにわかりやすいセミナーや講演会のシナリオ構成法について学びます。これから学ぶ方法はセミナー以外にも簡単なスピーチをする際にも非常に便利な方法です。

あなたは人前で話すのが得意ですか？ 苦手ですか？ あなたは人前で話す時にどのように内容を考えますか？ 考えがうまくまとまらない方も大丈夫です。

上手に聞こえる話は次の順番で構成されているのでそのテンプレート通りに話を組み立てれば明日からあなたはセミナーの達人になります。

まずはシナリオ構成は

- ① オープニング
- ② テーマ
- ③ プレミス
- ④ バックグラウンド
- ⑤ サポート
- ⑦ コンクルージョン（結論）
- ⑧ Q&A

の8つの構成となっています。

一つ一つ説明していきますね。

① **オープニング** = 場を作る冒頭 <3分から5分>

オープニングとは話す内容に関するちょっとしたエピソードや冗談のことです。関西的というと「つかみ」ですね。

インパクトのある話をする事で聴衆を引き付けて、できれば冗談を言って笑わせたいところですが、知らない人同士の集まりの場合初めはみんな緊張しているので笑いを取るのは難しいです。

そこで冒頭は受講生と息を合わせる話をする、インパクトはないものもスムーズに話し始めることができます。

例えば天気の話とか、最近話題のニュース、または今日は大変遠くからおいでいただいた方もいらっしゃるし、近くから駆けつけてくださった方もいらっしゃいますよね。（誰もNOと言えない前提を作るダブルインバインド。）

相手が否定できない事実をゆっくり言いながらそして本題に入っていくようにすると スムーズに次に移ることができます。

②テーマ=何を話すかを明確にする<1分>

テーマとはズバリ次の文章を埋めることです

本日は「（あなたのセミナータイトル&サブタイトル）」についてお話しいたします。と始めて下さい。

時間としては付加的な説明を若干加えたとしても、ほんの1分程度で十分です。事前にテーマを明確に表現することで、聞く側に何についての話がされるのかが分かるようになります。

③ プレミス=自分の意見立場を明確にする<3分>

プレミスは例えば次のような文章の。。。の部分で表現される内容です私の意見では。。。については。。。です。 時間としては3分から5分です。

目的はテーマについての意見を明確に伝えることです。多くの話が下手な人は自分の意見をはっきりしないまま、本題に突入してしまいがちです。そうするといつまでたっても言いたいことがわからないので、聴衆は飽きてしまいます。

趣旨が分からなくなったら次の文章を埋めて考えてみると良いですよ。

つまり私の言いたいことは。。。。

要するに。。。。

この。。。の部分に埋めていく。どのように話を展開していいのか迷った時、要するに。。。つまり。。。と考え直すと突破口が得られることが多いです。

④バックグラウンド=自分にこの話をする資格があることを証明する

<3分から5分>

私がこのような意見を持った背景は。。。だからです。

この。。。が背景となります。例えば文章を作ってみると次のようになります。

「私が親子関係について、教育への影響が年々増大していると考え出したのは、実は自分が幼稚園生の頃 父親にこっぴどく叱られたことをふと数年前に思い出したからなのです」さらにもう少し説明してもいいですね。

このバックグラウンドを付け加えることによって、話し手の意見が単なる聞きかじりではなくきちんと背景を持った自分自身の意見があることがわかります。

⑤サポート=コンテンツ・ノウハウ。＜本題残り時間全て＞

ここから話の本題になるサポートというのは、自分の意見を証明する事実や話しを述べていく部分です。例えば私が。。。と主張する理由を三つの点から説明したいと思います。まず一つ目は～という具合です。

サポートについては、いくつあってもいいが、一般的には3つぐらいがいいです。1つや2つぐらいだと事例が少なくて信憑性に欠けてしまいます。3つというのはマジックナンバーで、これだけの理由を付け加えていれば、何となく聞く人は納得してしまいます。

もちろん4つから5つあってもいいしまだ時間が十分あれば、「。。。の7つの理由」というように MAX 7つまであっても良いです。

このサポートの部分で時間調整を行います。つまりサポート部分は持ち時間がトータル1時間であれば40分ぐらいとなり、3時間であれば2時間30分ぐらいになります

⑥Q&A=確認と時間調整質疑応答＜3分から5分＞

また質問を受けることで自分のセミナーのどこが分かりにくいかをチェックしてブラッシュアップすることができます。

⑦コンクルージョン=テーマとプレミスを再確認と結論

＜1分から2分＞

この結論は簡単テーマとプレミスの同じことを繰り返します。

例えば「今日は。。。というテーマについて話しました。私の意見では。。。については。。。です。ありがとうございました。」という具合です

結論を言う理由は、他の部分を聞いていなくても、終わりよければすべてよしで、潜在意識は最後に聞いたことが深く記憶されるので全部を聞いた気になって帰れるからです。

⑧コンタクトメッセージ＝セールスへ繋げる第一歩と次回接触方法

<1分>

あなたの話に興味を持ってくれた受講生が「次にどうすればあなたとコンタクトを取れるか」を明確にして、見込み客にしていくために重要なメッセージです。

例えばリアルセミナーだと「この後私も懇親会に出席致しますので話に興味を持っていた方は是非名刺を交換しに来てください」

オンラインセミナーだと「毎日ビジネスにお役に立つメルマガを発行していますので、こちらからメルマガ登録をして下さい。今後のセミナーの案内などもメルマガでお知らせします。」とメルマガ登録フォームが見えるなどして、次にどうすればコンタクトがとれるかを明確に伝えます。

以上セミナーシナリオの8つの構成についてお伝えしました。

シナリオを作る場合には、もちろん時間配分はあくまでも目安なのです。私自身も自分が喋る時には時間の目安を越えて話すこともあります。またこれを順番どおりに話しようと思えば、失敗することもあります。そこは臨機応変に対応していきましょう。

一番難しいのがオープニング。だからこれは最後に考えるようにします。
なので考える順番としては。

- ②テーマ
- ③プレミス
- ④バックグラウンド
- ⑤サポート
- ⑦コンクルージョン（結論）
- ⑧Q&A

最後に①オープニングを入れましょう。

一字一句、文字にして書かれることをおすすめします。

5) 価格を決める

セミナーの価格はみなさん悩まれるところです。おすすめは同業他社の価格をリサーチして下さい。それに合わせるのが無難です。でも、まだセミナー講師として自信がないのであれば、リリースする前に、知り合いにモニターとして受講してもらって、意見を聞いて手直ししてからリリースしましょう。

価格が高すぎても安すぎても売れません。パーフェクトカスタマーに合わせた価格設定を心がけましょう。

パーフェクトカスタマーが会社員や主婦であれば、個人として参加するのは、2時間単発セミナーの場合 3000 円～5000 円くらいが妥当でしょう。

6) セミナータイトルを決める

1. セミナータイトルの基本形

セミナータイトルは集客において重要な役割を果たします。タイトルは商品名であり、パッケージです。中身が見えないので、まずは「タイトル」で興味づけをする必要があります。

自分が自信を持って他人に解説できるテーマをピックアップし、想定する受講者が聞きたいであろう内容を挙げていきます。

セミナー講師未経験者は「自分にできるセミナーテーマが何かわからない…」という方もいると思いますが、受講者が知りたいことを理解して企画すれば、満足度の高いセミナーを構築することができます。

ポイントは、「これを知らないとこんなに損をしますよ」あるいは「知っているといくら得がありますよ」というように、受講者が参加するメリットをわかりやすく伝えられるようにすると、セミナーに参加する意義が生まれ、見込み顧客の受講を促すことができます。

形としては、サブタイトル+メインタイトルで考えると良いです。

2. 売れるセミナータイトルに盛り込むべき 4 つの要素

セミナータイトルを考えるうえでは、前述した「4Uの原則」を取り入れてみましょう。4つの要素を組み合わせることで、集客に繋がる魅力的なタイトルが作れます。ここでは、4つの各要素について文例を交えながらご説明します。

■説得力をつけるために数字を入れる（具体性）

具体的な数字を示すことで、言葉に説得力が生まれます。また、著名なセミナー講師の実績を示せば、権威性から参加意欲を引き出すことも可能です。

■メリット・ベネフィットを伝えるタイトル（有益性）

有益性とは、セミナー参加者に提供できるメリットのこと。例えば新しい知識を身につけたり何か課題を解決できたり、セミナー参加後の未来像を示します。これによって、そのセミナーの必要性を感じ取ってもらえるでしょう。

■限定性を訴求するタイトル（緊急性・独自性）

期間や参加定員の上限など、すぐに申込みを行うべき限定性を持たせます。これによってセミナータイトルを目にした人に特別感を与え、「参加した方が良い（参加しなければいけない）」という感情を引き出します。

■ターゲットを明確にしたタイトル（具体性）

誰にセミナーを知ってほしい、参加してほしいのか、ターゲットを具体的に示しましょう。例えば特定業務の担当者や経営者、あるいはその内容に始めて触れる初心者など。これによって、タイトルを目にした人が「自分に合った内容なのではないか」と興味を持ってくれます。

こうしたポイントを織り交ぜながら、セミナータイトルの案を考えていきましょう。

以上、セミナーの作り方6つのステップでした。まずはセミナーを1つ、この順番で作っていきましょう

■まとめ

あなたの知識をセミナーにする方法、最後まで読んでくださりありがとうございます。

内容はいかがだったでしょうか？もちろん文章だけでお伝えできることは限りがあるのですが、「セミナーの作り方」の大枠はご理解いただけたのではないかな？と思います。

まずは、あなたのセミナーをひとつ作ってみて下さい。あなたにしかできないオリジナルのオンリーワンな商品です。

それは今後あなたのビジネスを大きく変えることになる原動力になるでしょうし、あなたの将来を大きく変えてくれるツールにもなる可能性があります。

私自身がそれを体験しているので、自信を持って言うことができます！

もちろん今までやったことがないことをするのは、勇気がいるかもしれませんが、セミナーを作ることは何のリスクもないので始めやすいと思います。

『現状維持は後退の始まり』

人間、ともすると変わることにおそれを持ち、変えることに不安を抱く。しかし、すべてのものが刻々と変化する今日、現状に安ずることは、即、後退につながる。きょうよりあす、あすよりあさってと、日に新たな改善を心がけよう。

と、と松下幸之助さんもおっしゃっています。

最初はなかなかうまくいかないかもしれませんが、その分だけ確実に成功に近づいています。

ぜひ、一步を踏み出してチャレンジしてみてください。そうすれば、きっと見える世界も変わるし、未来も変わって来ます。

そしてさらに詳しく学びたい方のために、本書をテキストとして、より詳しく解説をした動画セミナーをご用意しました。

しかも！自分棚卸しワークシートや独自のセミナーテーマを自動的につくることのできるワークシートが7項目！つまり7日間でセミナーが出来上がるワークシート付きです。

名づけて「7days セミナーマスタープログラム」！！

下記のリンクを今すぐクリックして詳細をご確認くださいね！

[⇒ 「7days セミナーマスタープログラム」の内容を今すぐ確認する](#)

動画セミナーは必要ない方も、レポートの手法だけでも結果は十分に出せますのでぜひ引き続き取り組んで頂き、あなたの知識をセミナーにして欲しいと思います。動画セミナーに参加された方は一緒に頑張っていきましょう！

それでは、あなたの成功を心から応援しています！

蔦田照代

■著作権について

本レポートと表記は、著作権法で保護されている著作物です。本レポートの著作権は発行者にあります。本レポートの使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本レポートを入手した個人・法人（以下、甲と称す）と発行者（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受け取り開封することにより、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レポートに含まれる情報を、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：

本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本レポートから得た情報を、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一般公開することを禁じます。特に当ファイルを 第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートに含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条損害賠償：

甲が本契約の第 2 条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございませのでご注意ください。

第 4 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、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 5 条責任の範囲：

本レポートの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

■ ABOUT ME

蔦田照代（ツタダテルヨ）

幸せな女性起業家ビジネス実践講座主宰（【蔦田塾】）

「普通の主婦で終わりたいくない」と41才で起業、51才で法人化。イベント・セミナーの企画運営で年間1000人以上を、口コミとインターネットのみで集客。

6000人以上の女性のコンサル経験と自分自身の紆余曲折で得た成功体験から、誰にでもお金に変えることができる能力・才能はあるという「キャッシュポイント発掘メソッド」を確立。

それらを体系化して「幸せな女性起業家育成講座（蔦田塾）」を開講。2022年1月現在、8期を終えて130名以上の卒業生を送り出している。

「年商が倍になった」「売りたいものより、売れるもので月商100万円を達成した」「美容サロンで独立し、年収が会社員時代より多くなった」「時間に余裕ができ、家族との関係が良くなった」など、プライベートも充実させながら「稼げる女性起業家」を育成することに定評がある。

<経歴>

1) イベントプロデューサー

2006年～2013年で通算50回以上の「美と健康と癒し」の体験型イベントを開催。

延べ800名の出店者数・2500名のファンクラブ会員獲得を、インターネットとクチコミだけで行って来た。

2) セミナープロデューサー

2008年～自らアプローチをかけた講師のセミナーを大阪でプロデュース。

インターネットと口コミだけの集客で、ほぼどのセミナーも満席状態に出来ました。

3) 起業セミナー講師とコンサルタント

2010年から起業家対象の個別プロデュースを開始。

自身もセミナー講師として活動を開始。

2014年には、フツの主婦で終わりたいくないと思っている女性を集めて、全国10ヶ所で「フツ主婦ランチ会」を行い300名以上動員。

2015年9月～10月にかけて、

アメリカ4カ所（ポートランド・ソルトレイク・ロサンゼルス・ニューヨーク）で、ランチ会・セミナー・コンサルで招致され、計60人のアメリカ在住の日本人女性と対話

をした。

4) 蔦田塾開講

2016 年【蔦田塾】幸せな女性起業家育成講座☆6 ヶ月コース開講。

ビジネスと家庭のバランスなど女性視点でのアドバイスに定評がある。

家族は、夫と娘二人。

現在は、大阪の自宅を拠点に、月に一度関東に出張するスタイル。

コロナ禍の前は、年に3～4回海外に出かける旅好き。

コンセプトは「暮らすように旅をする」

2019 年には、夫婦で世界一周をすしたので、夢は世界2周目をする事。

