

ジブン・アップデートVol.3

田中：

どうもこんにちは田中です。

それでは、『ジブン・アップデートプロジェクト』の完結編ですね、最終章としての3本目ということで、今回は「働き方2.0」ということをテーマにMr.Gと話をしていきます。

よろしくお願いします。

Mr.G：

よろしくお願いします。

田中：

3本目ですね。「働き方2.0」、色々なところで、この1.0とか2.0とか、3.0みたいなことってよく使われるじゃないですか。僕も結構使うんですけど。

これってアップデートを考えた時に、まあバージョンアップでいいかもしれないけど、ちょっとした変化、追加みたいなものだと、1.1から1.14とか、何とかみたいなアップデートで、

それが働き方が2.0、全然またね、フェーズが変わるというか、全然概念が変わっていくよみたいなことだと思うんですけど、

じゃあ働き方というのが変わると、ビジネスの仕方が変わる、お金っていうものの作り方が変わるみたいなところだと思うんですけど、そちらに関して話を聞かせてください。

Mr.G：

そしたらですね、いきなり「次はこうなります」という話だけ突然しても全然ピンとこないと思うんですよ。

なぜそうなるのかっていう本質のところを理解しておくのが非常に大事なので、まずちょっとその背景から話をさせて欲しいんですよ。

田中：

了解です。

Mr.G :

今働き方が変わっていく原因となってることは、時代はもう既に「コンテンツビジネス」から「コンサルビジネス」に移動し始めてるからなんですね。

田中 :

コンテンツビジネスからコンサルビジネス。

Mr.G :

この場合の「コンテンツビジネス」というのは、何かを教えてとか情報を売って稼ぐっていう「コンテンツ」だけじゃなくて、

例えば不動産会社が「家はまだ買わない」みたいな本とかレポートを発行して、お客さんを集めてみたりとか、YouTube とかそういう動画もコンテンツですよ。

つまり情報の塊、「コンテンツの中に入ってるもの」というのがコンテンツの意味なので、情報の塊だったコンテンツビジネスから、コンサルビジネスに移行しているっていう意味なんです。

田中 :

なるほど。僕がいまジブン・アップデートプロジェクトのコンテンツに触れてくれている人達というのは、

結構ね、「コンテンツビジネス」と言ったら、僕が今やっているような、なんか情報を体系化して、pdfファイルにしたりとか、音声にしたりとか、動画にしたりっていうコンテンツにして、

それを必要な人に届けることでマネタイズすることが、いわゆる情報ビジネス、コンテンツビジネスっていう定義の人が多いと思うんですけど、

それよりも抽象度が高いというか、もっと枠が広い意味でのコンテンツビジネスですね。

Mr.G :

そうです。

田中 :

了解です。

Mr.G :

そもそもコンテンツビジネスが広がった背景というのが、物が溢れたからなんですよ。

戦後、物がなかったときは物を作れば売れたっていう感じで、ひたすら昭和の時代は、物を作っては売るっていう大量生産、大量販売の時代だったわけですよ。

ただ物が行き渡って溢れてしまったら、今度はどれがいいんだろうとか、どう活用したらいいんだろうっていうことが分からなくなってきた、

それを教えてくれる情報、つまりコンテンツの方が価値が生まれてきたんですね。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

だから「家を買いなさい」じゃなくて「そんな家はまだ買わない」って言われた方が、みんなが興味を持ったわけですよ。

で、コンテンツビジネスが広がったわけですけど、結局、また今度はその情報が溢れてしまったんですね。

どんな情報でも検索すれば出てくるぐらいになってしまうと、情報そのものの信憑性がないというか、結局 Aの人とBの人とCの人、言ってる事が皆バラバラだったら、

誰の言うことを信じて動けばいいのか分からないっていう時代に今どんどんなってるわけですよ。

という風になってきたから、次は「コンサルビジネス」、つまり教えてくれる、この人のようになりたいとか、この人の言うことなら信頼できるっていう人に教えて欲しいビジネスというか、時代になってきたと。

だから田中っちがやってることも、もうコンサルビジネスだと私は思ってるんです。

つまり情報をまとめて PDF とかで販売してますとかじゃなくて、どんな人にどんな情報を届けて、どんな理想の現実に至らせようかっていうのは、まさにコンサルじゃないですか。

だからやっぱりそうやって、いま一線でやってる人は自分が気付いてる気付いてないはともかくとして、コンサルビジネスをやってるんですよね。

田中：

なるほど。

Mr.G：

だから今の時代はもうコンサルビジネスの時代になってきていると。ただの情報だと、もう一冊数百円で売ってる本と変わらなくなってきたるんですよね。

だからこそ、これからは専門性の高い情報、もしくは専門性の高い人間、個人に価値が生まれてくるんですよ。

「この人にだから頼みたい」という風にみんながどんどん移動してきてて、この会社だから頼みたいっていうのはあまりないんですよね。

だってA社とB社を比べたときに、もう値段とサービスでしか比べられないじゃないですか。もっとサービスが良くて値段の安いC社が現れたらそっちに行っちゃいますよね。

そうじゃなくて、この人がいるから、この人に頼みたいからっていうのが、これからの時代は大事なわけですね。その鍵が専門性なんですよ。

田中：

専門性。

Mr.G：

そう、専門性をつけないといけない。

専門性がお金になるのがこれからの働き方。つまり「働き方2.0」というのは、言っちゃえばコンサル的な働き方ですよってことなんです。

田中：

なるほど。これって多分この音声を聞いてくれる人の大多数がですよ、おそらく働き方としては、何かに属して、お勤めという形態で仕事をして、その仕事をしてる対価で、給料という形でお金を貰うスタイルの人が、ほとんどだと思うんですけど、

そういう場合でも、その仕事の中心というか、ビジネスの中心というのが、コンテンツを扱うとか物を作るとかよりも、コンサルビジネス的な形になっていくから、それを捉えた上で働くのが大事ってことですか。

Mr.G :

そうです。例えばサラリーマンの頃から頭角を現す人っていると思うんですよ。そういう人って、社内において自分のコンテンツの価値が認められた人なんですよ。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

つまり会社の中で物を売るわけじゃないですけど、この人の言っている営業戦略はうまくいくとか、この人が言ってることは正しい、信頼できるみたいな、

そういう個人の価値を認められた人、専門性や能力が認められた人がどんどん上にいくじゃないですか。

田中 :

確かにそうですね、いま思ったのが、僕が関わっている人で、前のコンテンツとかでも例にしたことがあるかもしれないですけど、外資系の保険の営業マンがいるんですよ。

彼は、色々なスキルというのを学びに来てくれた人ではあるんですけど、

もちろんトップ営業マンになって、それこそ収入の桁というのは、丸が二つぐらい増えた、桁が変わったくらいなんだけど、

彼が今やってることを見ると、社内で同じような人を育てたりとか作ったりとか、あるいは顧客の教育じゃないけど、やってることってそうですもんね。

コンサルティングというか、コンサル的なことだなあと今思って、営業だけだね。社会の立ち位置としては営業マンだけど、中身がそうだなっていま理解できました。

Mr.G :

「コンサル営業」という言葉がちょっと一人歩きしてるところもあると思うんですけど、

やっぱりお客さんにしても、物を持ってきて売り込むだけの人じゃなくて、お客さん自身の悩みを解決してくれる人に来て欲しいじゃないですか。

田中：

100%そうですね。それを扱っている商材が何であれ、金融であれ、車であれ、これ有名かもしれないけど、うちの家の隣が、ヤナセの本社じゃないですか。

ヤナセの優秀な営業マン達って、全然車売ってないですもんね。

お客さんの喜ばれることをやる、みたいな人が結局選ばれて、そこで結果的に仕事がなんかみたいな感じで、本当にそうですね。喜ばせる方に人は集まるので。

Mr.G：

そうですね。だからそういう意味では、もうみんな気付かない内にコンサルビジネスをやっている人が、価値を認められているんですよね。

それに気付かないで、なんか言われたことをやっていればいいとか、自分の仕事は物売ることだとか、作ることだっていう考えに凝り固まってしまうと、やはり時代遅れで価値が下がってしまうんですよ。

田中：

なるほど。これは本当に視座の話ですね。どこに目線の高さを置いて、目の前の仕事をするかというところで、

もう今の時代が、今までのコンテンツビジネス、物を作った時代から、コンテンツが主流になる時代になってきて、

これからはコンサル、人に何かを伝える、専門性を教えるとか、そういった視座で目の前の仕事をしていくっていうのが凄く大事で、これからの「働き方2.0」ということですね。

Mr.G：

そうです。とは言っても、「自分にはそんな専門性がない」とか「そんな教えることは全然ない」って思われる人も多いと思うんですね。

だけど、ここでいくつか言いたいんですけど、「専門性」というのは掛け算なんですね。

田中：

専門性は掛け算。

Mr.G：

つまり自分の知ってる事っていうのは、例えばそれが車の知識だった場合、同じくらい車を知ってる人はいっぱいいるじゃないですか。

だけど、自分がスポーツも得意だった場合、車の知識とスポーツの知識を掛け合わせて、物を教えられるとか、話せる人っていうのは、いきなり少なくなるんですよ。

これが例えばプログラミングの知識と塾の先生をしていた経験とかがあれば、プログラミングの知識をすごく分かりやすく教える先生になれたりするわけですよ。

だから結構、コンテンツビジネスの起業家に塾の先生やってた人多いじゃないですか。

田中：

多いですね。人気講師だったみたいな人多いですね。

Mr.G：

だからそういう掛け算が入ると、価値って急に上がるんですよ。

みんな自分の一個一個をバラバラに思っているから、自分にはそんな人に誇れるようなものないって思いがちになるんですよ。

だけど2つのもの、もしくは3つの経験とか知識とか好きなものを掛け合わせると、いきなり誰でも専門家みたいになっちゃうんですよ。

田中：

正にそうですね。それって本当にそうだなって思ったのが、いつだったかな、昔からかもしれないけど、ホリエモンもそういうこと言ってて。

例えばそうじゃないですか。僕がやってるこのQOLコンサルタントという仕事、僕が今みんなと関わってるこの仕事では、一番最初は体のことからスタートでし、

時間のことも言うし、習慣とか、ビジネスとか、心のこととか、色々な話をしているけど、

その一つ一つをテーマを分けてみたら、僕よりもその知識があり、知見があり、実績がある人なんて、まあ山ほどいて。

だけど、そこにさっきガッキー言ったように、そこに違う、例えばスポーツ、体のこと、心のパフォーマンスのこと、ビジネスのこと、マーケティングのこと、っていうのを掛け合わせていったときに、そこにはどうしても希少性というのは出る。

プラス今までどういう生き方をしてきたかとかっていう要素を掛け合わせると、途端に結構オリジナルになるというか、ユニークになるんですよね。

本当はみんなそうなんですよ。

だけど、その認識があるかどうか。さっきの言葉で言ったら視座、その視座で物事を見るかっていうのが、本当に分かれ道になってくるでしょうね。

Mr.G :

そうです。それが本当にあるかないか。

視座が高いか低いかが、これからの時代、同じように働いているようでも、どんどん活躍の場を得ていく人と、なんか歳だけとって市場価値の下がっていく人の大きな差を分ける要因となるんですね。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

それは人間だけの話じゃなくて、なぜそうなるのかって言うと、市場が求めているからなんですよ。

皆が正解不在の世の中で、何を信じたらいいか分からなくなってきたから、専門家の人とか、自分が目指す理想を持つ人、憧れる人に教えてほしいっていう風になってきたわけです。

田中 :

正にこれね、たぶん結構年配の人以外はYouTube大好きだと思うので、YouTube まみれの生活を送ってる人が多いってよくよく聞くんですよ。

だから本当にユーチューバーの市民権って、この1,2年でも凄いことになってきてて、

じゃあ自分がフォローしてるユーチューバー、この人好きだなとか、ついついこのチャンネル見ちゃうっていうそのユーチューバーをちょっと想像して欲しいんだけど、まあYouTube見ない人は、著名人でもいいんですけど、

その専門性だけが魅力じゃないんですよ。ほとんどの場合。

もちろん、発信している内容は、専門性があるんだけど、他の何か、魅力だったり、知識だったり、というのを掛け合わせて、オリジンみたいな感じを作っているはずなんですよ。

というのを見抜いていかないと、もうこれはね、本当に勘違いしがちなのは、特に学ぶことが好きな人って、一つの知識で本当にゴリゴリ勝負して、そこで博士みたいにならなきゃいけないと思ってる。

あるいは実績を作らないといけないと思っているから、ビジネスって言うと途端に難しいものと考えてしまうし、「僕専門家じゃないんで」みたいなこと言う人いるじゃないですか。

専門家のなり方が、2.0として全然違うということなんですよ。きっと。

Mr.G :

そうです。どこを目指しているのかっていうのも大事で、多くの人は、お金を稼ぐっていうのは手段じゃないですか。

だからその専門家になることを目的にしてはないと思うんですよ。専門家であることすらも道具なんですよ。

なら自分が欲しいだけを稼げる力があればいいだけの話で、業界ナンバーワンの知識や経験をつける必要は全くないわけですよ。

けどそこを追求したら、大学の教授とか研究者がトップに決まってるじゃないですか。別にそうなりたいわけじゃなかったら、そんな知識はいらないんですよ。

田中 :

確かに。

Mr.G :

もっと大事なのは、そのやり方を知っておくことと使い方ですね。

使い方を知っておくっていうのと、何より今の現実、つまり市場がそれを求めている、コンサルビジネスっていうのが成立する環境ができてきてることに早く気付いて、それを受け入れることだと思うんですよ。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

それがなんか自分とは別世界の話と思ってる限り、やはり別世界の話なんですよ。

だけど、もうそういう事例もいっぱいあって、実際にそういうことしてる人がもうたくさんいるんだという風に気付いて、

そして自分の力に気付いた時に、もしかしたら自分もやれるかもしれないっていうことによりやく到れるんですよ。それがスタートラインだと思うんですよ。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

実際、例えばここ1,2年ぐらいで、コンサルタントを紹介するウェブサイトとかコンサルタントのマッチングサービスとかが極端に増えたんですよ。

これってほんと4,5年前はなかったんですよ。一つもなかったんですよ。

コンサルタントと言えば、もう「〇〇総研」みたいな大企業がやってて、そこに入って専門知識を付けて、ビシッてスーツ着たような奴がコンサルですって言ってたわけですよ。

だけど最近は、別にそんな人に頼まなくても、ちゃんと経験値があったり知識があって、分かりやすく教えてくれたらもうそれでいいんじゃないっていう風にみんなの市場が変わってきてるので、個人コンサルとかでも全然ニーズがあるんですよ。

だから例えば町の商工会議所とかのセミナースケジュールとか見て欲しいんですけど、個人レベルのコンサルがわんさかいるんですよ。

で、みんな仕事できてるんですよね。メシ食えているんですよ。しかも結構いいメシ食えているんですよ（笑）。

田中：

そうなんですよ。

Mr.G：

それってどこでやってるか、何をやってるかっていう話じゃないですか。

そういう人たちが、インターネットで、YouTube とかで「自分が日本一ですぞ」みたいな出し方をしたら多分負けるんですよ。

だけど町の商工会議所で、地域の中小企業を相手にするには十分な知識とレベルなんですよ。

教習所にF1レーサーの先生はいらないのと一緒で、町の中小企業にとんでもないレベルの先生って逆にいないですよ。使えないから。

だから自分の持ってる専門性とか、今自分が勉強してることとか、それをちょっと活用するっていう考え方があれば、意外とできちゃうことなんですよ。

だから、これから時代もそうになっていっているし、まだチャンスもあるので、そこをちょっと知ってほしいなと思うんですよ。

田中：

なるほど。それって例えばですよ、かなりイメージができてきた人も多いと思うんですけど、そういう風なコンサルタント、コンサルティングっていうものが、仕事をしていく中で、ビジネスをやっていく中で、

凄く大事な視点、その視座に立つことが大事だっていうのは、結構理解できた人が多いような気がするんですけど、なんか具体的に実例みたいなものってあったりします？

いわゆる一般の働き方として、勤め人をしながら、だけどさっき僕が言ったように営業で、社内の中でコンサルティングみたいなことやったみたいなのも一つの例でしょうし、それがお金になるというか、それが仕事になっている人みたいな。

まあたくさんあると思うんですよ。確かに今マッチングサービスいっぱいあるし、色々なコンサルタントも有り得る、

それこそネット上にもたくさんいるし、商工会議所に行ってもいるし、なんか変なというか、市区町村がやってるイベントとかでも、

まあ聞いたことないような、業界で聞いたことないような専門家、コンサルタントみたいなのがいっぱいいるし、確かに仰るように結構みんな食えているじゃないですか。

そういう人達の方が結構豊かに食えているような気がするんですけど、なんかそういう実例とかってあったりします？

Mr.G :

そうですね。いっぱいあるんですけど、例えばサラリーマンやってた、ちょっと頭髪がやばくなくなったようなおじさんがいて、

その人が社内で、最近、中小企業で何か新しいことやったりとかってあるじゃないですか。なんか通販をウチでやりたいっていうのを社長に言われて、通販事業を社内で立ち上げた人がいたんですね。

通販事業を立ち上げる時に何が必要かとか、動き出したらどうしないといけないかっていうのを全部仕事をしながら身につけたんですよ。その人は全くの素人から。

で、いろんな人に通販の立ち上げ方を聞かれるように今度なってきた、これってもしかしてニーズあるんだろうかと思って、

「通販事業の立ち上げコンサルタント」みたいな感じで、情報発信したんですね。

そしたら、いろんな企業で、通販を立ち上げてみたい、興味がある中小企業は、いっぱいあるんですけど、どこに何を頼んでいいかわかんないし、何をすればいいかもやっぱり分からないわけですよ。

で、社員に頼もうにも社員も嫌がるんですよ。仕事が増えるだけだから。

そういうときに、一つのパッケージ、その人は確か1パッケージ200万円だったか、それぐらいなんですけど、

「200万円で6ヶ月以内の間に、あなたの会社に通販事業部を作ります」みたいなサービスをやったら、

もうキャンセル待ちが出るほど申し込みが入ってきて、もう月に2,3社回すだけで、月の収入が100,200軽く超えちゃうわけですよ。

みたいな感じになって、その人本人が一番ビックリしたみたいな話があるんですけど。

結局、サラリーマンというのは、毎日しっかり仕事してるわけで、そこで身につけたスキルとかには価値があるんですよ。

その価値があるものを社内で自分の会社にだけ納品してるわけだから、自分の給料分だけがもらえるわけですよ。

でも身につけたスキルをたくさんの会社に納品すれば、たくさんの会社からお給料分ぐらいはもらえるわけですよ。

そうすると、いきなり収入が何倍にも跳ね上がるわけですよ。

みんなコンサルタントって高いお金を請求する、そんな高いお金を請求するなんて、自分にはとてもできない、自信もないって思われる方多いんですけど、

例えば、一人に教えたら3000円ぐらいの内容でも、そういった人が20人参加してくれたら6万円じゃないですか。

だから例えば社員教育とかで、ちょっとしたマナーを教えるマナー講師とかでも、1セッション6万とか10万とか平気で取るんですよ。

何故かという、参加している人数掛ける3000円とか5000円っていう計算になるからなんですよ。

という風に考えると、自分のスキルは持っていく場所に持っていけば、意外と高く評価されて、意外と高い収入に直結するってことなんですね。

それが一人目、通販コンサルタント。

田中：

なるほどね。

Mr.G：

あと「こんなのもなるんだ」という風な例として、ランニング。

マラソンというか、夜にランニングしている人多いじゃないですか。ああいう人たち向けに完全オンラインでランニングサポートをやってる人がいるんですよ。

ランニングなんて自分ですればいいじゃんと思うんですけど、そこはちゃんとランニングして走った距離、時間、心拍数とかをそのコーチの人に毎週メールで送って、

それに対してコーチが「ちょっと心拍数は最近上がりすぎだから、来週は少し緩やかにしましょうか」とか「このペースならもうちょっと頑張ってもいいと思いますよ」というアドバイスを定期的にくれると。

月数千円ぐらいのサービスなんですけど、もうなんか何千人も登録者がいるんですよ。

だからランニングをサポートしてあげるから月5000円ですって聞いた時に、そんなのって俺は払わないし、商売になんないでしょうって思った人がいたとしたら、

それは単に自分の考えに凝り固まってるだけなんですよ。そんなことを求める人がやっぱり何千人もいるわけですよ。

それが一つのコンサルなんですね。

田中：

なるほどね。なんか本当にそうですよね。さっきMr.Gが言っていた様に自分が持っている能力、知識でもスキルでもってというのは、自分が思ってるもの、認識してるものは、その場で認識してるものが違うところに移動させたら、

自分が価値だと思ってる以上の価値になる所ってというのはあるって事が多いし、それをちゃんと考えて、正しいところに自分が持ってるものを移行させて、コンサル的なスタイルで伝えることにすごく可能性があるってことですよね。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

それで思い出したんですけど、僕とMr.Gの共通の知人というか、友人がやってるオンラインサロンでシェアされた事例があって、つい最近、統一地方選があったじゃないですか。

まあその選挙があるおかげでね、いま収録しているのはアトリエなんですけど、僕がやっている音声を録るっていう仕事は、だいぶ大変でしたよ（笑）。ずっと街宣車いるから。

なんかね、そこでシェアされていたのは、アフィリエイトとしては、インターネットで価値ある情報を発信して、他社のサービスを代理で販売するみたいな活動をしていたアフィリエイトとしては、

その業界ではそんなに著名な人じゃないはずなんですけど、選挙コンサルじゃないけど、立候補した名もなき立候補者を当選させた、みたいな事例がシェアされていたんですね。

まさにインターネットビジネスっていう世界の中で、アフィリエイトというマーケット（市場）の中では、そんなに卓越した知識とか卓越したスキルっていうのが、まあなかったかもしれないけど、

その知識を違う所に持って行った、例えば統一地方選挙に持って行ったら、凄く価値になったっていうことじゃないですか。

これってこの間、僕も知人が、今回のやつに立候補したんですよ。

で、その地域で有名な人では別に全然ないし、実績があったわけじゃないけど、普通に街頭演説みたいなことで、38っていう若さだから、これをポイントにしてやるみたいなことを言っていたんですよ。

それはどうかと思ったから、ちょっとだけアドバイスしたんですよ。

結局、今まで選挙に行かなかった層というのを動かさないと、新しく立つ人っていうのは、難しいから、

その人達をまず定めて、その人達が使っているSNSとかに、こういうことした方がいいんじゃないっていうちょっとしたアドバイス。

僕らがインターネットマーケティングをやっているそのド基本のちょっとしたアドバイスをしただけで、

まあね、議席数も多かったというのもあるけど、普通に当選しましたからね。もう1回目から普通に。

そういうものじゃないですか。というのがたくさん、事例もいくらでもあると。

Mr.G :

結構、多分これ聞かれてる方ってすごい勉強家というか、いろんな知識やノウハウを学ばれてる人が多いと思うんですよ。

田中 :

うん、多いと思う。

Mr.G :

でも意外とそのノウハウを、例えばマーケティングを学んだら、そのマーケティングを学んだ、例えば、通販業界とかインターネットビジネスの業界とか、そういったところで使おうとするんですよ。

当然、そこって激戦区なので、なかなか新規参入が難しいわけですよ。

で、新規参入が難しいもんだから、つい学ばなきゃって思っちゃって、学んで学んで、結局ノウハウコレクターみたいに学びばかりが先行してしまって、

いつになったら芽が出るんだろうみたいな状態になりやすいんですよ。

だけどそこで学んだ知識とか、マーケティングとか、そういったノウハウを全然違う分野とか、違う業界にズラして持っていくだけで、

自分の思った以上に、とてつもない効果が出たりするんですよね。

だから、どこで戦うかっていうのがすごく大事で、その戦う場所さえ間違えなければ、これまで学んできた人というのは、もう全員力がついてるはずなんですよ。

すごく例え悪いですけど、ボクシングを学んで、ボクシングの試合に出たら最初はボロ負けに決まってるじゃないですか。

でもそのボクシングを学んで、小学校に行って戦ったら絶対勝てるじゃないですか（笑）。

みたいな感じで、どこで戦うかという話なんですよ。それすら間違えなければ、ノウハウを溜めてきた人というのは、たぶんうまくいくんですよ。

田中：

なるほどね。で、それがどんどん明らかにやりやすくなったってことですね。おそらく社会がアップデートされているから。

例えば分かりやすく言ったら、テクノロジーの進化って言ったら、そっちばかりがフィーチャーされるというか、そっちが本質みたいに思う人が多いような気がするんですけど、

それを使えるから、だからこの視座でいうコンサルティング、コンテンツビジネスからコンサルタントっていう視座を持つこと。

その視座を持って、今のこの時代のテクノロジー、あるいはAIとかもそうでしょうし、これから5Gっていうのが当たり前になってきますよね。どんどんやりやすくなるもんね。

Mr.G：

はい。

田中：

ここなんですよ。だから僕は正直、ここから先の自分の人生だけで考えた時に悲観が一つもないんですよ。

よく「なんで？」って聞かれることあるんですけど。きっと古典的に見えるんでしょうね。僕がみんなと関わる情報ビジネスというのは。

でも常に相手は人であり、人と人を結びつけるそこに、社会が色々アップデートされているだけで、結局は人の感情であり、人じゃないですか。

コンテンツからコンサルタントに時代が変わるってことを分かっておけば、それはもう戦い方が変わってくるし、全然悲観することは一つもないと。

だけど今までのやり方、昭和、平成、これまでの既存のやり方だと、その延長線上には結構
明るいものがないと思うから、だから今アップデートさせようということなんですよ。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

おそらくMr.Gがされているその仕事のスタンス、前からね、僕が知っているこの10年くらい
いだったら、もうずっとそういうスタイルでやってるような気がするんですよ。

もちろん、専門知識、一つ一つの分野の専門知識がエグいから。なんか洗脳とかまで学んで
るから、それはエグいと思うんだけど（笑）。

そのいろんなものを、さっき言ったように掛け合わせて、その価値が、おそらく最大化する
ようなところだったり、それが価値と認識されるようなところに、自分自身を持っていくつ
ていうスタンスで仕事をされてますもんね。

Mr.G :

そうですね。だから負ける場所にわざわざ行かないというか、自分の価値を認めてくれると
ころに行って、美味しい思いをすると。

でもこれ、私もやっぱりサラリーマン長かったので、サラリーマンの時って我慢したり嫌な
思いする事多かったんですよ。

やはり下請け的な立場で働いてると、物凄く上の人間に乱暴なこと言われたりとか、それが
やっぱりストレスだったんですよ。

で、せっかく貰ったお給料をストレス発散のお酒や旅行に使うことになって、なんか全然前
に進んでいる感がなかったんですよ。

凄い大金が欲しいってわけじゃないけれど、このストレスフルな仕事は絶対嫌だと。

たとえお金いっぱいくれる人でも、嫌いな人とは仕事しない。よく言う「馬鹿とは仕事しない」と。

好きな人、尊敬できる人とだけ仕事をしようという風に決めて、そっちに進んだ結果が今みたいな感じなんですね。

田中：

かなり理想だと思いますよ。僕が例えばコミュニティ運営とかスクール運営とか、コンサルとかセミナーとかで色々な人会うんですけど、

やっぱりね、もちろん好きなこととか、自分が生きたい人生を生きようと思って学んで、そうやろうとしてる人たちと会うんですけど、

日々の生活っていうのは我慢なんですよ。我慢の対価として、お金を貰ってる。だから時間だったり、やりがいとか、全部そういったものを差し出して働く。

で、お金もらうみたいな生活の人が多い中、やっぱりね、結構理想の形の一つかなと思うんですよ。ガッキー見てると。

実働とかは少ないように思うんですよ。まあどこまでを仕事と認識するかによるかもしれないけど、例えば今ってそんなにクライアント取っていないじゃないですか。

僕が知る限り、4社くらいな気がするんですけど。話を聞く中で。

ということは、ガッキーの場合、いつも1日で終わらせるから、一か月に一回、クライアントのところに行って、アドバイスというか、そういった話をガッツリやって、ということでしょう。

そしたら、1ヶ月に30日の内、4日なわけでしょ。仕事という仕事は。まあ増やそうと思ったらいくらでも増やせると思うんですよ。

でもその考え方というのは、我慢をした対価でお金をみたいなのと全く一緒だと思うから、マネジメントしているんだと思うんだけど。

でもきっとその4日間、あとは旅に行ったりとかさ、いつもどこか変なところにいるじゃないですか。

SNS見てたらさ、どこかの何かを食ってるじゃないですかいつも。どこかの何かの酒を飲んだりとか。

まあそれもきっと大事なことだと思うんですけど、QOL考えたときに。

でもそれって、1ヶ月に4日間とかで、収入的には、まあキャリアもあるし、知識もあるし、クライアントの水準もあるからでしょうけど、

まあ下手すりゃお勤めの人年収分くらいは、月に稼いでるわけじゃないですか。それって理想だと思うんですよ。

それがどんどん加速がついてるじゃないですか。今のITのテクノロジーを使ったりとか、ツールを使ったりとか。

で、これから先、さっきも言ったけど5Gが色々なところに導入されるようになったら、もっと加速がついてくると思うんですよ。

Mr.G :

ええ。

田中 :

っていうライフスタイルが、QOLが高い人というのは、僕はね、多い気がするんですよ。なんか自分がやりたいことをやる、好きなことをやる、ちゃんと誰かの役にも立つ。

人が充実を感じるのって、やっぱり自分が新しいチャレンジをする時とか、何かに役に立っているときとか、感謝するされるっていう要素がないと、

金だけあっても絶対QOLって上がらないし、時間だけあってもQOLって上がんないじゃないですか。暇だ暇だって。

人間関係も全部ちゃんとバランス取らなきゃいけないと思うんですけど、そのバランスの一つの答えみたいなのが、僕はMr.Gを見てると思うんですよ。

僕もそういう風に言われているけど、僕はすぐ実働を増やしちゃうので。まあQO高いんですけど。

ここを一つの「働き方2.0」、だから「コンサルタント2.0」みたいな視座で、インストールして働き方を変えれば、そういう風にならっていくと思うんですけど。

とは言えですよ？

Mr.Gはさ、専門領域がたくさんあるし、知識もあるし、みたいに思う人がいるような気がするんですけど、

これって例えばそういう「働き方2.0」、「コンサルタント2.0」的なスタンスで仕事をしていく事というのは、

どのぐらいの難易度、一般の人が、どのぐらいの難易度のことだと捉えられてるんですか？

Mr.G :

結構私は簡単だと思ってるんですけど、ただ例えばいきなり、言っても私もコンサル10年近くやってるので、

いきなりその人が1年目に私と同じポジションに来ようと思ったら、それは難しすぎるわけですよ。

だけど1年目に例えば今のサラリーマンと同じぐらいの収入を得たいとか、なら全然そんな難しい話じゃないですよ。きちんとやることをやりさえすれば。

つまり門戸が開かれているので、そこにちゃんと入っていけば、それなりのものは当然得られるんですよ。

少なくとも、今サラリーマンっていう形で、自分の時間と労力の切り売りじゃないですか。

それをしてるよりかは、良い条件の方が多いと言うか、本当に同じ労力を提供できるのであれば。

それはね、サラリーマンって結構大変ですからね。

田中：

そうですね。僕も思いますよいつも話をしています。

どちらの方が、何て言うんでしょう。仕事、いわゆるオペレーショナルな、実務をどちらの方がやっているのか、働いているかって言ったら。僕らより圧倒的に仕事してますからね。

朝起きて、まあ僕も朝起きるんですけど、結構色々なものを我慢というか、犠牲にしながらやってるわけじゃないですか。

それはリスペクトに値するんだけど、その労力とかコストの割き方ですよ。

「コスト」って言ったら、みんなお金のコストばかり考えるんだけど、タイムコスト、メンタルコスト、エネルギーコスト、その割き方を上手にした方が、もっとハッピー、QOLが高い人生というのは作れると思うし、

しつこいかもしれないけど、僕仕事だけが人生じゃないと思うんですよ。

お金だけが人生でもないし、人間関係だけが人生でもない。このバランスというのを極めておそらくね、今からの時代って取りやすいはずなんですよ。

色々なものがアップデートされているからね。だけど、視座がなかったら、多分二極化が進む。

だから富める人が富み、なんて言うんだろう、飼いきれじゃないけど、もちろん生活もできる、食べるものはある、寝るところもある、けど心がハッピーじゃないみたいな人が増える気がするんですよ。

だから正に今だと思うんですよ。だからここですよ。

なるほど。まあ「働き方2.0」というのは、もう視座、これまでの物を作る時代から、コンテンツの時代、コンテンツの時代から、コンサルタントの時代になるっていう、

そこをちゃんと見極めて、その視座で、目の前の仕事をしていくことが第一っていうことと、これから先、例えば自分でビジネス持ちたいとか、収入をもっと増やしたいとか、起業したいとか言う人であれば、

まずここを中心に置いた上で、やらないとキツくなっていくよって話ですよ。

Mr.G :

そうです。

田中 :

さらに言えば、それはMr.Gだからとか、一部のコンサルタント、結果を出している人達とか、能力が高い人達だけができることじゃなくて、

価値というのは、掛け算で増やして行って、戦うべく、負けないところにちゃんと戦うっていうことをやれば、これはそんなにハードルが高いことじゃないと。

Mr.G :

そうです。

田中 :

だからちゃんと決めれば誰にもなれるっていうことですよ。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

だけど、きっとそこにはね、押さえなきゃいけないポイントだったりとか、具体的なやり方とか、ここはちゃんとやらなきゃいけないよって色々あるはずなんですよ。

だからその辺に関しては、次回の音声で話を聞いていきたいと思うんですけど、ここまでの1本目、2本目、3本目、ここまでのコンテンツの中でも、

かなり今の時代、そしてこれからの時代、QOL高くちゃんと生きていく上で大事なことを話してるはずなので、しっかり聞いて頂き、

4本目では、具体的なコンサルタント2.0的な生き方をしていく、仕事の仕方をしていく、稼ぎ方をしていく為のMr.Gが実際にやっていることだったり、提唱してる事みたいな所にメスを入れていこうと思うんですけど、大丈夫そうですか？

Mr.G :

はい大丈夫です。

田中 :

じゃあこの辺で3本目はまとめましょうか。ありがとうございました。

Mr.G :

ありがとうございました。