

5月26日 飯村様 コンサル

講座やってみた感想

良かったこと

- 楽しい、充実感がある
- 信頼を作り、継続的に育める喜びがある
- 講座型なので、そこまでスケジュール的に大変ではない
- 自分の最終目標に繋がっているという実感を覚えられる

●信頼構築がミソ（ブランディング）

- ・羨望型
- ・共感型
- ・権威型
- ・神格型

⇒クーさんの場合「共感型と権威型」がおススメ

- 最初から最終ゴールを考えて、インスタも運用できる

大変なこと

- 設計と調整が大変
 - でも、AIで記録して壁打ちすれば、良い講座になる
- CHAT GTP を自分の理解者に育て上げる。

大事なこと

- ご自身の最終目標
 - お客様のゴール
- ⇒ブレない講座設計ができる

■ カツゼン式 | 講座づくりの根幹メソッド^秘

～目的から逆算して、講座とファネルを設計する思考法～

🌟 STEP1 | まずは「最終目標」から決める

講座づくりで一番はじめに大切なのは、「何を実現したいのか?」という最終ゴールを明確にすることです。このゴールを決めることで、講座の内容も、集客も、価格もすべてが“ブレなく”なります。

✅ 最終目標の主な種類（設定パターン）

種類	目的例	補足
💡【人数型】	年間に〇〇人の生徒を育てる	ミッションドリブンな講師に多い
💰【売上型】	月商〇万円／年商〇千万円を実現	ビジネスとしての安定・成長を設計しやすい
🎯【成果型】	〇%の受講者に“行動変容”を起こす	信頼を育てる講座設計の軸に最適
🌱【人生設計型】	「週3稼働で講座運営する」「自宅で完結させる」	働き方・自由度を重視する講師に◎
🌍【社会貢献型】	社会課題を解決／ライフスタイルの文化形成	長期的なブランド構築に有効

✅ 最終目標の決め方（問いの例）

- 自分は、どんな変化を人に届けたいと思っているか？
- この活動を、何年後にどうなっていたら「やってよかった」と思えるか？
- 売上・人数・社会的なインパクトなど、何を軸にすると自分のモチベーションが一番高まるか？

✅ お客様のゴール設定

「お客様がこの講座を受けて、どうなるか？」
そのビフォーアフターも考えておくことが大切。

STEP2 | 「ファネル構造」で逆算して講座設計する

最終目標を実現するためには、

“どんなステップを通して、どんな人とどのように出会い、信頼を育てていくか”を設計する必要があります。

それが、ファネル（＝段階的導線）の考え方です。

※ファネルとは「漏斗」型の段階的な導線のこと

ファネルとは？

お客様との関係性を「出会い → 興味 → 信頼 → 購入 → 継続」に分けて設計する地図のこと。

講座を作る際に「どこで出会い、どこで信頼が生まれ、どこで申し込みにつながるか」を明確にすることで、自然な流れで集客と販売ができるようになります。

ファネル構造の基本ステップ（例）

ステージ	役割	飯村さんの場合のイメージ例
① 出会い（認知）	Instagram／YouTube／メディア	お金の不安に寄り添う知識の発信・共感ポスト
② 興味・接触	メルマガ／無料PDF／LINE登録	「貯金の思い込みを外す診断チェック」など
③ 信頼形成	無料Zoom会／ミニ動画講座	「ラクに貯まる”家計習慣セミナー」など
④ 本講座（ミドルエンド）	講座販売・個別相談	「一生モノのお金の軸をつくる講座」など
⑤ 継続・進化	コミュニティ／認定制度／高額商品	卒業生限定クラブや個別コンサルの提供など

ファネル設計のポイント

- 出会いの場に“無料で価値がある体験”を入れると反応が高まる
→ 例：「無料セミナー」「3日間ミニ講座」「無料PDFダウンロード」
- “信頼の蓄積”を設計に入れると成約率が上がる
→ 例：「ストーリーズで日常共有」「講座参加者との対話」「体験談投稿」
- バックエンドは“ごく一部の人にだけ”でOK
→ 最初から広く売らなくていい。まずは講座をしっかりと届けた人にだけ案内すれば◎

まとめ：講座づくりの出発点は「未来設計」から

飯村さんのように、専門性と温かい人柄をお持ちの方は、講座を“届け方”まで設計すれば、自然と求める方に届いていきます。

そのために大切なのは――

「どんな未来を、一緒に見たいか」

「その未来に、どんな道を通して案内するか」

まずはここから、講座は自然にかたちになります😊

■ カツゼン式講座づくり | 具体事例（社外秘です。笑）

「実践瞑想」講座構築のリアルな設計と戦略

✓ STEP1 | 最終目標の明確化

🎯 最終目標（ゴール）：

2025 年内に、実践瞑想を学ぶ生徒を 5,000 人に増やすこと

（最終的には、国内 500 万人規模のムーブメントへ）

🔍 目標タイプと設計軸：

種類	内容
👥 人数ベース	まずは 5,000 人 → 将来的には 500 万人へ
💡 社会的インパクト型	「瞑想と自己理解が当たり前の日本」に変える
🗨️ 行動変容ベース	日々の生活に“内省と静けさ”を取り戻す人を育てる
🧘 ライフスタイル型	講師としての自由と拡張性を両立させる働き方設計

👉 瞑想が“特別なもの”ではなく、“暮らしにあるべき習慣”になる世界をつくる。

それが、実践瞑想の講座づくりの原点です。

✓ STEP2 | ファネル構造による逆算設計

📌 カツゼン式ファネル構造（全体像）

ステージ	内容	解説
① 認知	Instagram 投稿（共感・名言・言語化力）	共感と信頼を築き、「この人の言葉は信用できる」と思ってもらう
② 興味・接触	メルマガ・有料ブログ（月額または買い切り）	「自分だけの学びの時間がほしい」人に向けた“静かな体験”を届ける
③ 無料体験	Zoom 瞑想体験セミナー（無料）	実践型で「変化を実感」してもらい、講座への導線をつくる
④ 講座（フロント）	実践瞑想 2 か月講座（¥25,000）	日常に瞑想を取り入れ、自己理解の基礎を築く
⑤ 継続・深化	アドバンス・サブスクコミュニティ（¥1,980/月）	瞑想と学びを日常に“根づかせる”ための継続支援
⑥ バックエンド	高額商品（インスタコンサル・瞑想コーチ養成講座など）	ミッション実現の伴走や、教える側に育てるための高付加価値商品

💡 各段階でのこだわり・工夫ポイント

段階	工夫・強み
Instagram	フォロワー20万人以上。“共感 → 権威 → 神格”型ブランディング設計
無料 Zoom	あくまで「価値提供」優先。売り込み感のない“内省の場”として機能
講座	レクチャー+ストレッチ・呼吸・瞑想+PDF資料。五感と意識を同時に変える構成
サブスク	継続率重視。「実践を止めない仕組み」を構造としてデザイン
高額商品	教える・届ける人を増やすことで“仲間”が広がるモデル（拡張性と使命の両立）

📦 このファネルが機能している理由

1. すべてが「目的意識のある一貫構造」になっている
2. 無料で“感動と体験”を提供しているため信頼が深まりやすい
3. 講座だけで終わらず、関係性を継続・進化させる設計

🍷 まとめ：飯村さんへの応用のヒント

カツゼンの構造は、「売る」ためではなく、「育てて届ける」ことに主眼を置いた講座設計です。

飯村さんが目指す「優しさ×信頼性のあるマネー講座」づくりにも、この設計はそのまま応用可能です🌟