


“好き”を仕事にするために

私が**毎朝4時起き**で

実践してきた**7**つのコト

特別シークレットセミナー

 My手帳倶楽部



INDEX

1. 序章「軌跡」
2. 「戦略」の章 ～ 朝4時起き以前の“前提となる話” ～
3. 「戦術」の章 ～ 朝4時起きで実践した7つのこと ～



<序章>
軌跡

立上げ期

成長期

成熟期

- 2018年7月： BtoC向けのビジネスとして**コーチング事業**をおぼろげながら構想し始める
- 2018年10月： YouTubeで**手帳ネタ**を出し始める
※この時『社長の強化書』チャンネル登録者数900人
- 2019年1月： 『**My手帳倶楽部**』（以降、MTC）
サービス開始
※初月度の会員数12名からスタート



立上げ期

成長期

成熟期

- 2019年2月： YouTubeチャンネル登録者数 **3,000人突破**
- 2019年7月： 『**手帳コーチ養成講座**』 第1期スタート



- 2019年9月： **一般社団法人 日本手帳マネージメント協会** 設立
※手帳ライフ事業は（株）ラグランジュポイントから移管

立上げ期

成長期

成熟期

➤ 2019年10月： YouTubeチャンネル登録者数 **5,000人突破**

『手帳コーチ養成講座』 **第2期**スタート

➤ 2020年1月： MTC会員数 **100名突破**

『年間計画合宿』を沖縄で実施

➤ 2020年4月： YouTubeチャンネル登録者数 **7,000人突破**



立上げ期

成長期

成熟期

- 2020年10月： 著書『**手帳で夢をかなえる全技術**』を出版
※発売2日でAmazonランキング1位獲得 & 重版決定

『手帳コーチ養成講座』

第3期スタート

- 2020年12月： MTC会員数 **300名突破**



著書『手帳で夢をかなえる全技術』 **9刷2万部突破**

- 2021年1月： フランクリン・プランナー社で**コラボバインダー**
商品化決定 & 製作スタート

今回のセミナーの主旨

約2年という短期間で事業化していった裏舞台

- 1) 根底にあった**戦略**とは？
- 2) 朝時間を活用して遂行してきた**戦術**とは？

<セミナー参加の目的>

今日あなたは

何を持ち帰りたいですか？

<セミナー参加の目的>

今日あなたは**何を持ち帰りたいですか？**

【目的の例】

- ✓ 自分の夢を実現するために「**何に注力していけば良いのか？**」そのヒントを得たい
- ✓ 仕事や家事に追われながらも、**限られた時間の中で**、やりたいことを実行するための秘訣
- ✓ 毎日の**朝時間**の有効な活用方法 . . . 等々



「戦略」の章

～ 朝4時起き以前の“前提となる話”～

弱者の戦略

競争条件が不利な立場の合理的な戦い方

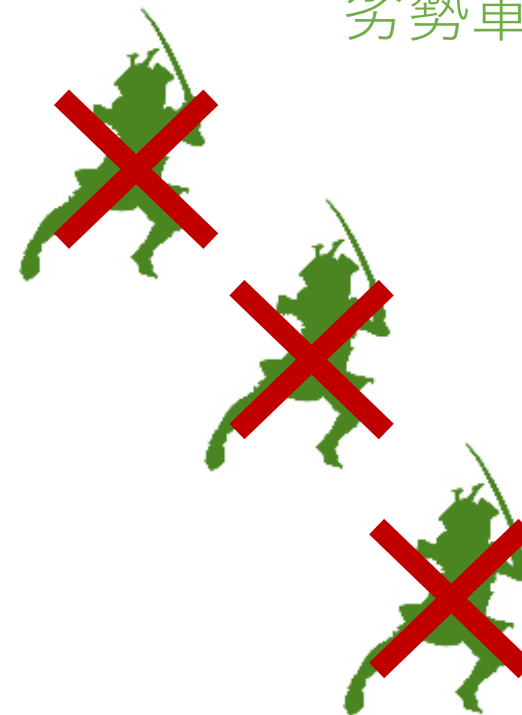
基本的に「強者」と「弱者」は市場占有率（シェア）
によって分類されるが、後発参入はもれなく弱者となる

ランチェスターの法則

優勢軍



劣勢軍



VS

接近戦（地上戦）で戦う場合、**損害は1：1**となる

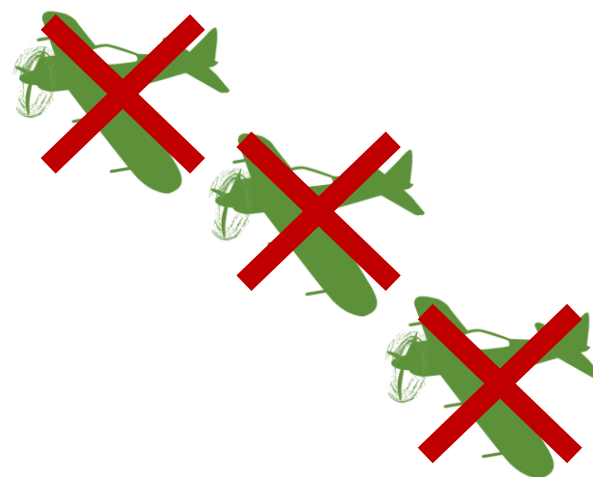
ランチェスターの法則

優勢軍



VS

劣勢軍



遠隔戦（空中戦）で戦う場合、攻撃力は**兵力数の2乗に比例**する

※「5機：3機」の戦いだが、実際の攻撃力は「25：9」となる

「ランチェスターの法則」から導かれた企業経営の原理原則

強者は遠隔戦（空中戦）が基本

- 商品網羅
- 全国展開
- マス広告を使った大量露出
- 代理店販売（間接営業）
- 機械的・自動的な効率重視
- One of Them
- 敵がやることを即真似る
- 重装備

弱者は接近戦（地上戦）が基本

- 商品特化（専門特化・隙間狙い）
- 地域限定
- 一点集中（資源は集中投下）
- 直接営業
- 非効率な人間関係重視
- One to One
- 誰もやらないことをやる
- 軽装備

弱者は面倒くさい&泥くさい&ローテク系が基本

※弱者は「メールよりも電話」「電話よりも訪問」「ハイテクよりもローテク」

ダイエー vs ユニード

- 九州で超有名な**総合スーパーユニード**に対して、九州では全くの無名であった**大手ダイエー**が福岡に参入。
- ダイエーは資本力を活かして**売場面積2,000坪**。
対する中堅ユニードは、**売場面積500坪**ながらも**品揃えを豊富**にして対抗。
- ユニードは滅多打ちにあい即敗退。その後、ダイエーに**吸収**される。

※商品内容がほぼ同じであれば、売上は**売場面積の2乗に比例**する

日高屋



幸楽苑



VS

店舗数		約400		約400	
売上	2005年	150億円		300億円	2倍
	2014年	350億円		350億円	互角
営利	2014年	40億円 (12%)	5倍	8億円 (2.5%)	
出店		1都3県のみ		全国展開	

※コロナ禍の2021年現在は、両社ともに赤字決算です

戦略
1

差別化されたポジション作り

- 多くの既存プレイヤーは、手帳オタクの“**文房具路線**”
- 対して高田は目標達成、習慣形成、仕事術の“**ビジネス路線**”に
- 情報発信の主戦場は、あえて**YouTube**をメインに

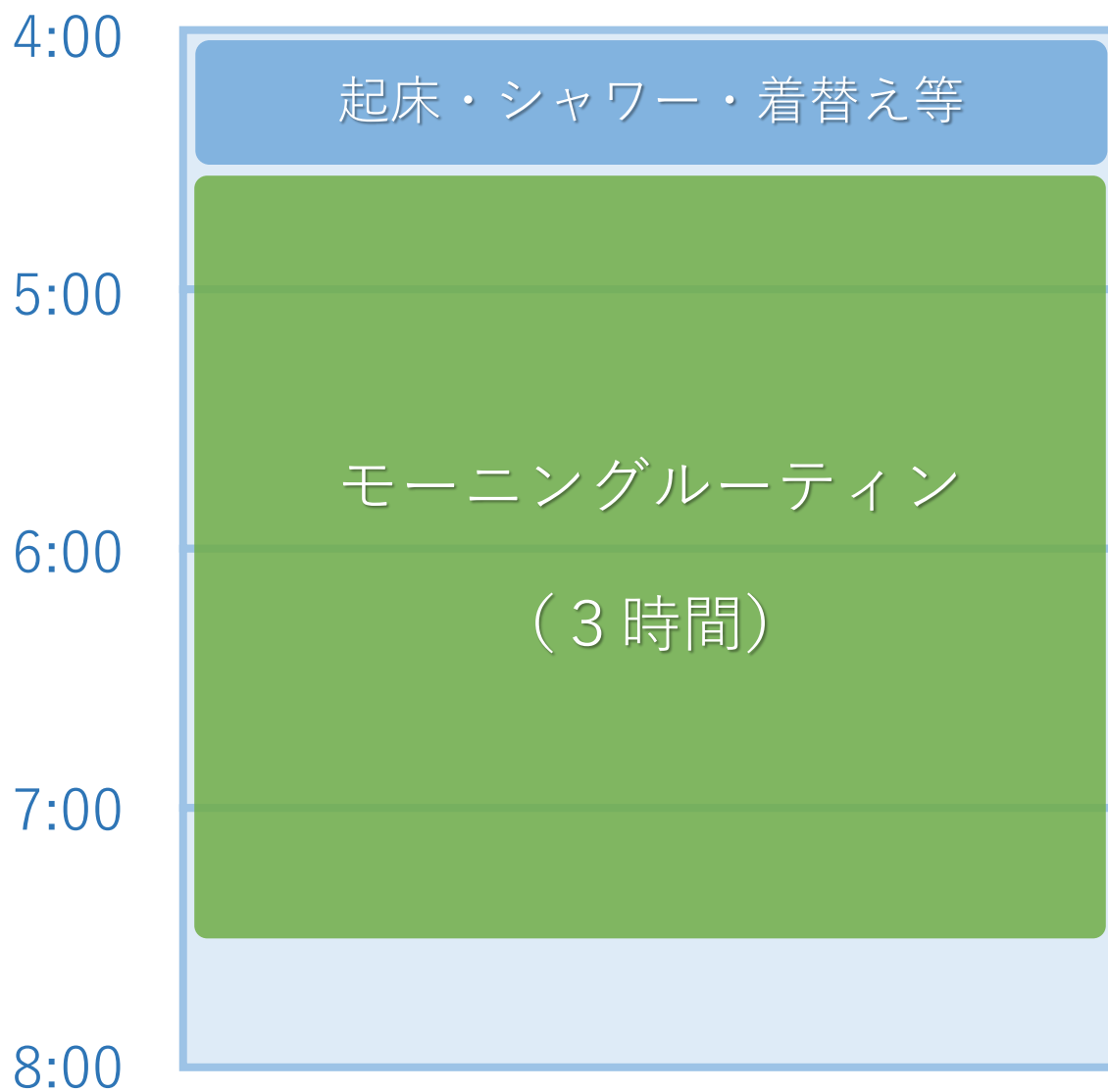
戦略
2

資源の集中投下

- ここでいう資源 = **投下時間**
- まとまった時間を確保するべく、**地方講演**の仕事を切り捨て
- 合わせて、**早朝時間**はすべて充当

「戦術」の章

～ 朝4時起きで実践した7つのこと～



朝3時間が
コアタイム



「第2領域」の
定義

夢の実現に必要な活動

(今回の場合は「手帳ライフ事業」に関わる作業)

意識したこと

1

自分の夢の実現に直接的に関係しないことに 朝時間を一切使わない

一般的には第2領域といわれるような活動でも、

「手帳ライフ事業」に関わらないことは、早朝の時間を一切充てない。

- ✓ 筋トレ、ヨガ、ランニング、犬の散歩 ⇒ **全部夕方以降でOK**
- ✓ ニュースをチェック、新聞を読む ⇒ **スキマ時間でOK**
- ✓ 読書 ⇒ **スキマ時間&寝る前でOK**

意識したこと

2

1人の世界を邪魔するものを徹底的に排除

以下3点をマイルールとして課し、1人で作業に没頭する「**集中モード**」を邪魔する可能性のあるものを排除。

- ① スマートフォンは「**おやすみモード**」をON
- ② SNS（Facebook、インスタグラム）は開かない
- ③ YouTubeも開かない

Things
I

事業戦略の検討作業

- 手帳路線でビジネス化していくための**作戦タイム**

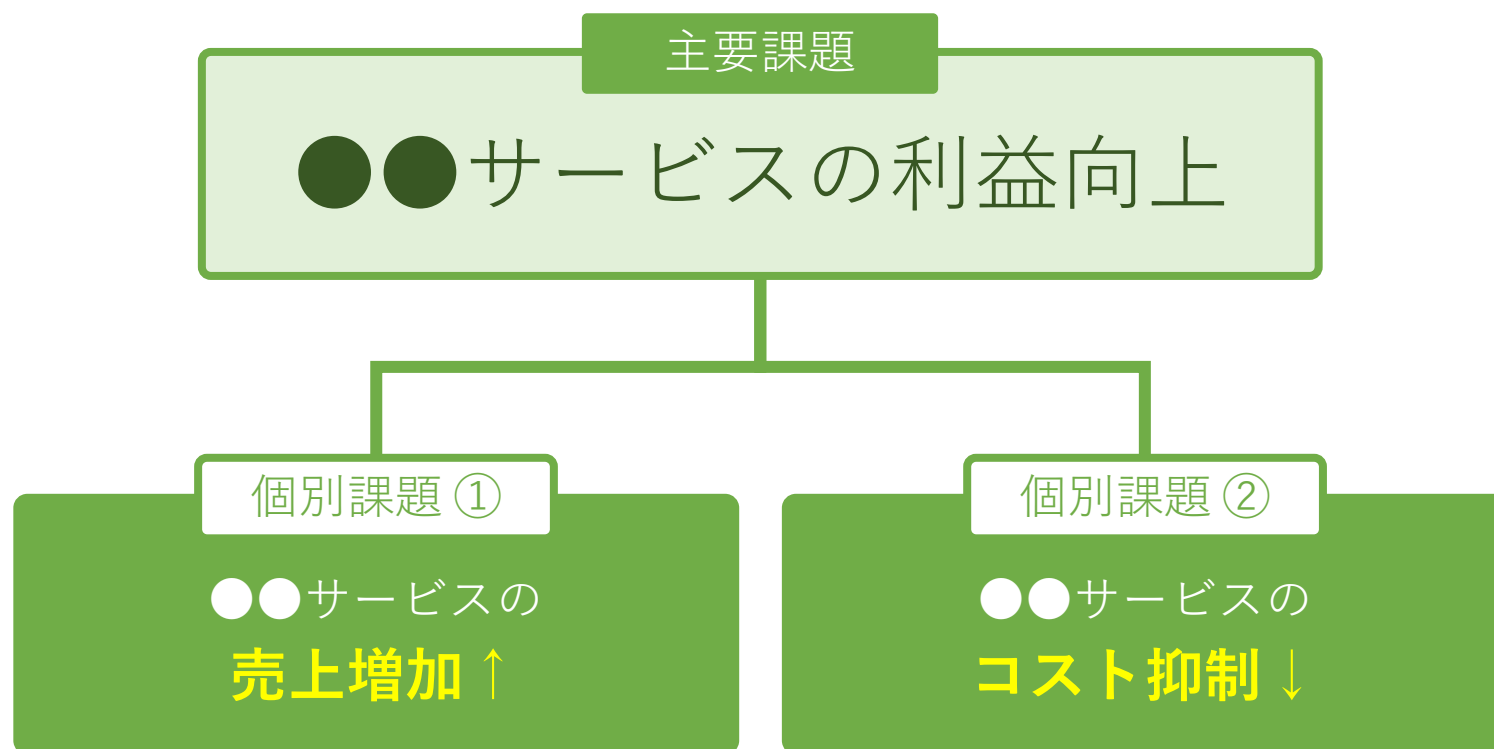
- 具体的には・・・
 - ① **課題**を設定すること
 - ② 課題解消のための**施策&プラン**を考えること
 - ③ 実行結果を**振り返り（検証）**して、**次のアクション**を検討すること

あなたの**現在の課題**

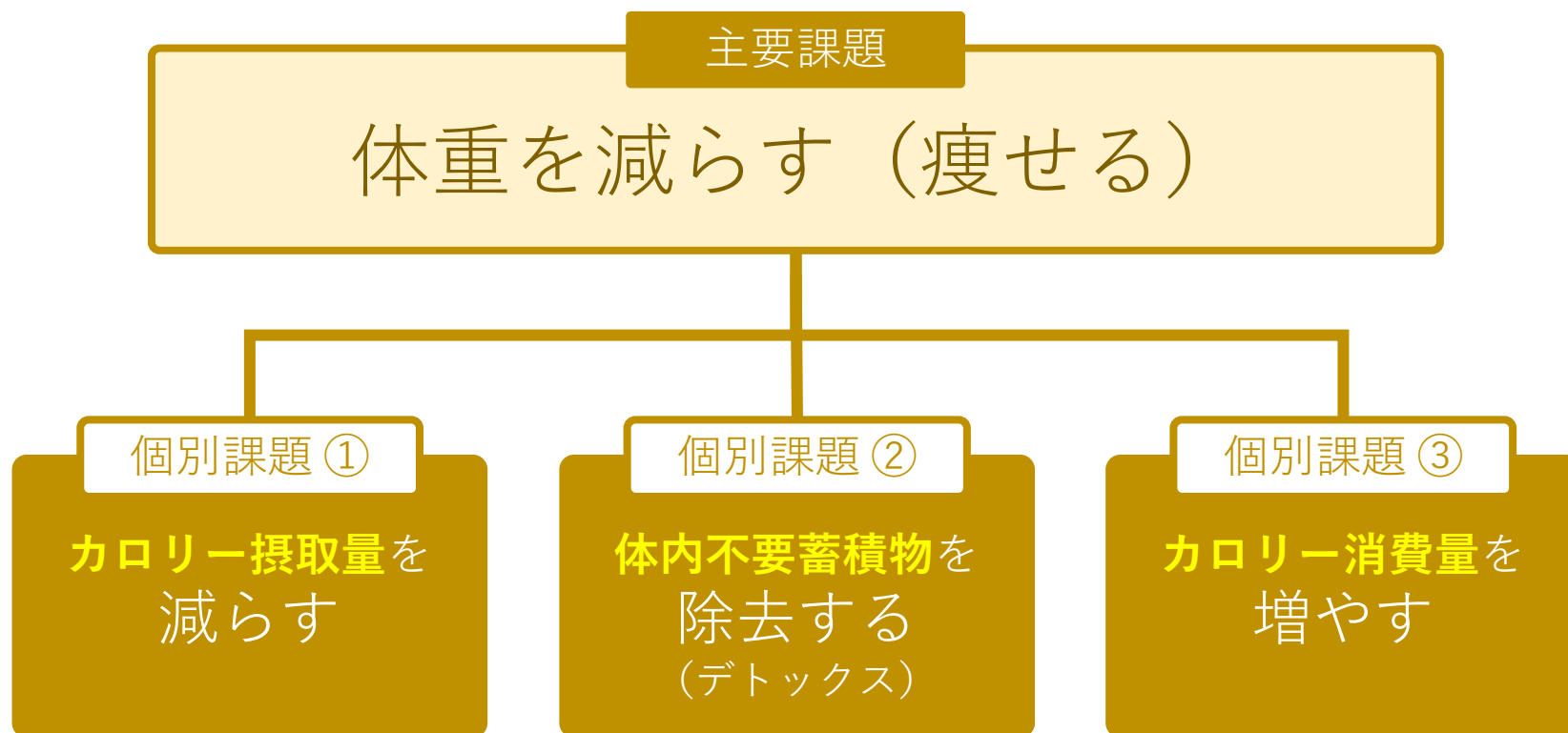
を思いつく限り書き出してみましょう

(制限時間：1分)

「課題」は、できる限り**大きい塊**から**要素分解**する



「課題」は、できる限り**大きい塊**から**要素分解**する



先ほど書き出した**課題**を
要素分解できないか検討してみましよう

Things
2

研究作業

- 夢の実現に向けて必要となる“**調べごと**”や“**学習**”の時間
- 具体例としては・・・

<例1>

自分が実践してきている**手帳術の体系化**

<例2>

講義をリアル（会場）とオンラインで同時開催するための**Zoom活用法**

<例3>

商品開発にあたっての優先順位のつけ方と着眼点

Things
3

ノートタイム（思考タイム）

- 日々溜まっていく**メモ類の整理**
- 使えるアイデアとしての**熟成作業**

結果を出す人はノートに何を書いているのか？

夢を叶えるメモ術

目標達成するためのノート活用法

オンラインセミナー



Things
4

執筆活動

- 2019年秋頃には、1年後の**手帳本**出版を画策
- それに向けた**企画検討作業**、及び執筆作業をルーティン化して強制的に行う
- 書籍の**販促プロモーション**も、この時間で検討

<参考ネタ>

書籍出版後は、各地にある大型書店への**挨拶回り**（ドサ回り）も実施

Things
5

YouTube

➤ YouTubeでの**情報発信**に関わる作業時間

➤ 具体的には・・・

① 撮影するネタの検討

② 動画撮影

※以前までは「編集作業」も行っていたが、現在はスタッフ任せに

Things
6

SNS等での情報発信作業

- 対外的に**情報発信**するための作業時間

- 具体的な発信媒体としては・・・
 - ① メルマガ
 - ② 公式LINE
 - ③ ブログ
 - ④ インスタグラム
 - ⑤ Facebook

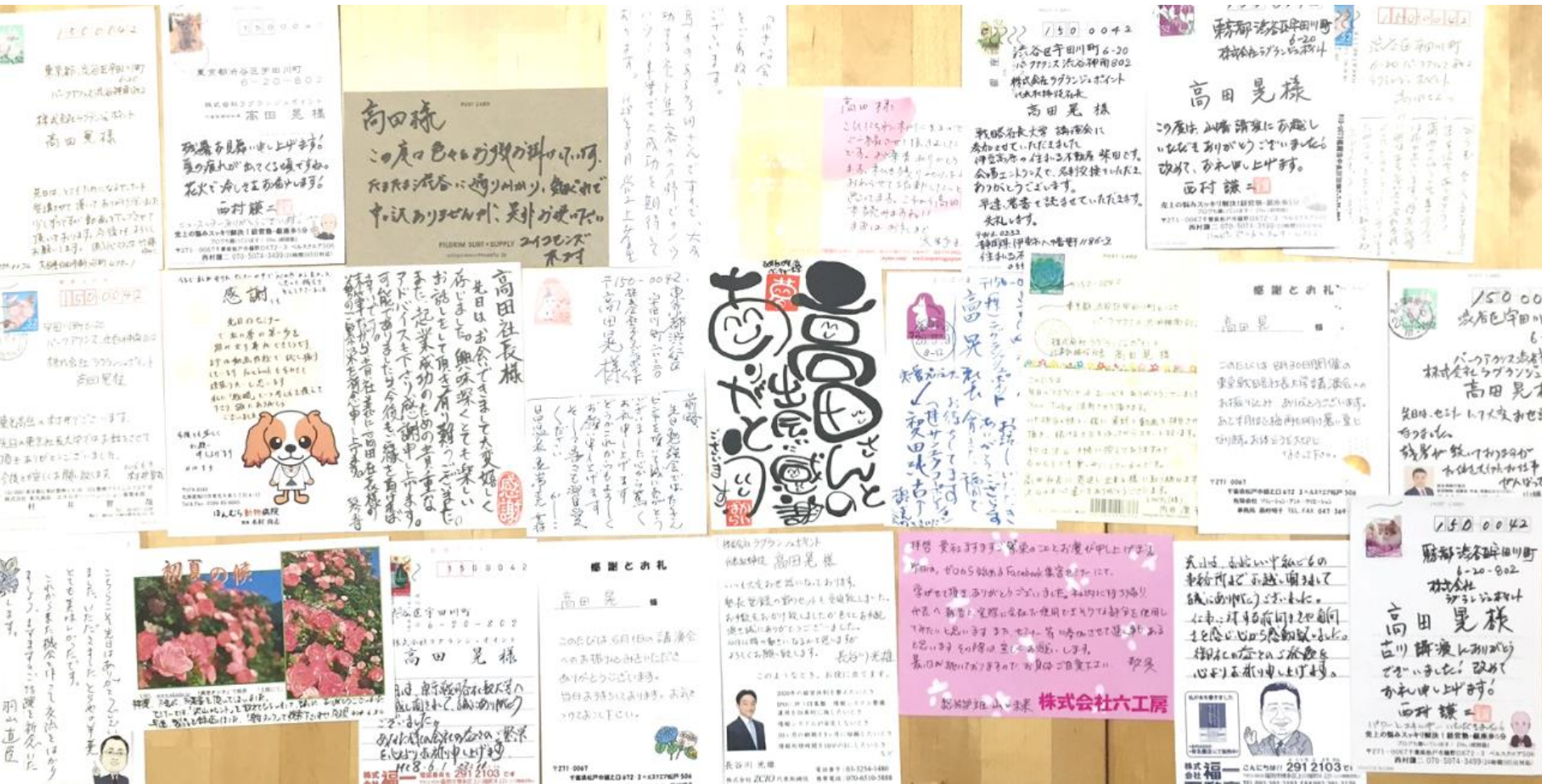
Things
7

感謝コミ（感謝コミュニケーション）

- **顧客**、又は**見込客**に対して感謝コミュニケーションを図る作業
- 御礼葉書、御礼メール、各SNS媒体（YouTube、公式LINE、インスタグラム等）でのコメント返し

Things 7

感謝コミ（感謝コミュニケーション）



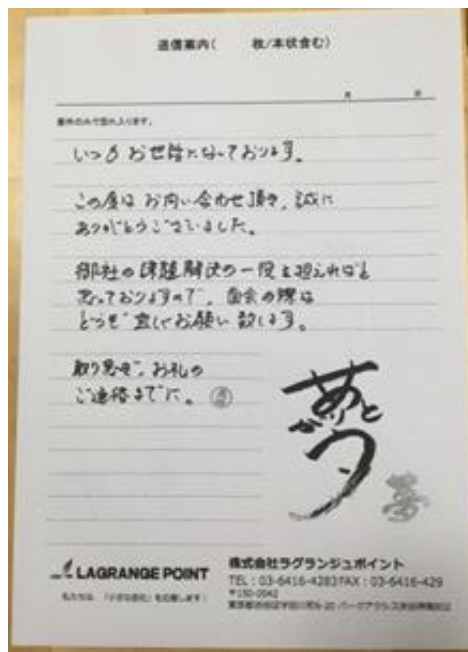
Things 7

感謝コミ（感謝コミュニケーション）

御礼葉書



御礼FAX



瓦版（ニュースレター）



できる限り顧客接点をつくり、できる限りアナログ要素（手書き）を盛り込む



自分ならではの
早朝に取り組むメニュー
(モーニングルーティン)
を考えてみましょう