



鳥羽さんから学んだ事を活かして作ったDMやチラシによって平均月商が**130%**に！ 飲食店の主人ながら「経営者の視点」を持った鳥羽さんの教えを、今後も貪欲に吸収していきたいと思えます。

鉄板厨房 広島焼き お多福・久志 正雄さん（写真右）

<取材先DATA>

鉄板厨房 広島焼き お多福

住所:大阪府大阪市福島区福島7-6-19 ☎:06-6453-0220

ホームページ:<http://www.hiroshimayaki-otafuku.com/>

■ INDEX ■

[Chapter 1: 鉄板厨房 広島焼き お多福について](#)

[Chapter 2: 飲食店の主人ながら「経営者の視点」を持つ鳥羽洋史に惹かれる](#)

[Chapter 3: 集客に繋がったのは「お好み焼き」ではなく「セロテープ台」!?](#)

[Chapter 4: 試行錯誤を繰り返してチラシの反応率**2.5%**を実現!](#)

[Chapter 5: DMやチラシが効果を発揮し平均月商が**130%**以上にアップ!](#)

[Chapter 6: 自ら志願してメールマガジンの執筆も開始!](#)

[Chapter 7: 鳥羽塾は学ぶ姿勢さえあれば絶対に結果が出る場所!](#)

鉄板厨房 広島焼き お多福について

— まずは鉄板厨房 広島焼き お多福さんが、どういったお店なのか教えてください。

JR福島駅から徒歩1分程度の好立地にある、大阪では珍しい広島焼き.....いわゆる広島風お好み焼きの専門店です。

広島県出身の皆様が小さな頃に食べていたような、オーソドックスな広島風お好み焼きがウリで、あまりハデな味付けなどはしていません。

こだわりは、広島の方の馴染みのある素材を使っていることで、例えばソースは、広島の方が一番小さい頃から馴染みのあるオタフクソースを、また麺は、広島焼き専用の麺をわざわざ広島から郵送していただいています。



久志 正雄さん

ー 広島風お好み焼きは、どこで学んだのですか？

実際に広島に食べに行き研究したりもしましたが、基本的には、広島出身の妻とふたりで1年ほど試行錯誤して作り上げました。

ですので、妻が子供の頃に食べていた広島焼きを再現した形となっています。

広島の方は郷土愛が強く、広島焼きへのこだわりも、非常に強いものをお持ちです。

私は関西人ですので、お店をオープンしたての頃は、「関西人が焼く広島焼きってどうなの？」と、お客様に言われた事もありました。

2016年の8月で、お陰様で9周年を迎える事が出来たのですが、これだけ長く続けていけているという事そのものが、お客様にちゃんとご満足いただけている証かなと思っております。

ー お好み焼き以外で、名物料理があるようでしたお教えてください。

冬場限定ですが、3年前から始めた牡蠣の食べ放題が人気です。

昨年、江田島の漁協さんから直接仕入れるようにしたのですが、これが苦労しました。

ー どのような苦労があったのでしょうか？

漁協さんって、個人店にはなかなか門戸を開いてくれないんですよ。

だから直接仕入れさせていただくために、まずは江田島の役所に問い合わせして、生産者を紹介していただいて、現地まで行って.....といろいろやって、やっと今の仕入先を見つけることが出来ました。

私の知る限り、江田島の牡蠣を直接仕入れているお店は、大阪にはないんじゃないでしょうか。

ちなみに牡蠣は、1kg売りで2480円、食べ放題で3500円で、ご提供しています。

仕入れの苦労、江田島の牡蠣の希少性をお伝えしてはいる事もあり、期待していた以上に多くのご注文いただき、当店の名物となりました。

また、牡蠣の食べ放題にいらしたお客様は、その時は牡蠣だけのご注文となります。

そのため「次はお好み焼きを食べに来るよ」と行っていただけていて、そうしたりレポートに繋がっている点も良かったなと思っています。

飲食店の主人ながら「経営者の視点」を持つ鳥羽洋史に惹かれる

一 鳥羽塾を知ったきっかけをお教えてください。

ハワード・ジョイマンさんという、また別のコンサルタントの方のメールマガジンで、鳥羽さんが行われる「集客マスタープロジェクト」の紹介をされていたのが、鳥羽さんを知った最初になります。

これが、大体3年くらい前になります。

一 そこからすぐに鳥羽洋史のメールマガジンを取り始めたのでしょうか？

いいえ。

鳥羽さんの事を知った時点では、まだ「同業者の人の意見を聞いてもなー」というネガティブな思いがあったんです。

ですので、なかなか鳥羽さんのメールマガジンを取ることはありませんでした。

一 そこからメールマガジンを購読したり、「集客マスタープロジェクト」や「シルバー会員」に申し込んだりされたのは、なぜでしょう？

心境の変化があったのが、一番の理由です。

私は、さっきお伝えしたハワード・ジョイマンさんのメルマガを読んで、そこに書かれている事を実践して売上をある程度上げる事が出来ました。

しかし、いつしかその売上が頭打ちになったんです。

そんな時に、「そういえば鳥羽さんという方が、ハワード・ジョイマンさんのメルマガで紹介されていたな」と思い出したんです。



「鳥羽さんのメールマガジンを読んで、少しずつ考えが変わっていきました」

他の方の意見を聞けば、もっと成長出来るようになるんじゃないか。そう思って、鳥羽さんのメールマガジンを取り始めました。

それがちょうど1年前、2015年の7月の事です。

鳥羽さんのメルマガを読み始めて思ったのは、同業者の方でも、飲食店の店主や職人ではない、「経営者としての考え方」を持った方もいるんだという事です。

私は今まで、飲食店の方の意見を聞いても意味はないと、ずっと思っていました。

でも次第に、鳥羽さんのような「経営者の視点を持った」飲食店の方からの教えがあるのは、自分にとってタメになるのではないかと思うようになってきたんです。

そんな時に、「集客マスタープロジェクト」の募集があつて、価格も4万9800円と、私が思っていたよりも安かった事もあつて、申し込みに踏み切りました。

ちなみに「集客マスタープロジェクト」は2016年2月から4月まで開催され、その後、2016年5月から「鳥羽塾シルバー会員」に入会させていただきました。

集客に繋がったのは「お好み焼き」ではなく「セロテープ台」!?

一 鳥羽洋史の元では、どのような事が学べましたか？

「儲かる仕組み」を学ぶ事が出来ました。

既存のお客様にDMを送って、そこで上げた売上を使って、新規獲得のチラシで集客しようというサイクルを作るという事です。

併せて、そのためのDMやチラシの作り方も教えていただきました。

一 DMの作り方では、どのような事が学べましたか？

「自己開示する事」と「ストーリーを見せる事」ですね。

それまでも、DMは送っていたのですが、鳥羽さんの教えを受けてから、その内容は大きく変わりました。

鳥羽さんの元で勉強をする前に、初めて出したDMがこちらです。



9月もうすぐ秋味覚の秋は『広島焼きお多福』へ!!

スペシャルクーポン
有効期間 9/7~9/30まで
最初の一杯
最大5名様まで可
このハガキ持参下さい
お急ぎください!!

メガ広島レモンハイボール
702円が半額の351円

ご予約TEL 06-6453-0220

大阪府福島区福島7-6-19
平日 17:30~23:00
土曜 17:00~22:00
定休日 日曜日 祝日 営業



9月もうすぐ秋味覚の秋は『広島焼きお多福』へ!!

様 もうすぐ秋ですね。秋は広島レモンの収穫時期。なんと収穫高日本一なんです！
そんな広島レモンで作ったシロップを使う当店名物【広島レモンハイボール】冷たくキリッとした炭酸にレモンの爽やかさ。広島焼きにぴったり(笑)。大阪で広島レモンハイボールを提供するのは当店だけ。
今回ハガキ表に半額クーポンを 様に用意しましたので、ぜひ皆様でご利用下さい。

新スタッフ紹介
店長久志
広島出身、カーブ女子の山本です。
働いて間もないので迷惑掛けますが頑張りますので宜しくお願いします。
PS カーブの事ならおまかせ(笑)

ご予約TEL 06-6453-0220

大阪府福島区福島7-6-19
平日 17:30~23:00
土曜 17:00~22:00
定休日 日曜日 祝日 営業

「集客マスタープロジェクト」で学ぶ前に久志さんが作ったハガキDM

こちらは鳥羽さんのメルマガで「DMを出しなさい」と言われたので、とりあえず訳も分からずに出したものとになります。

「人を出す」という事は、メルマガでも言われていたので、それだけは忠実に守って、スタッフを登場させています。

ただ、基本的には商品を売るためのDMを心掛けていたんです。

このDMの場合ですと、ドリンクを売りたいかったので「広島レモンハイボール」の紹介を中心とした内容になっていますよね。

それが、鳥羽さんの教えを受けてからは、このように変わりました。



8月1日 で 9周年それを伝える前に!!
ポロポロのセロテープ台??? そこには夫婦の壮絶な物語が……

06-6453-0220
あなたの電話お持ちします!!

大阪市福島区福島7-6-19 鉄板厨房 広島焼き お多福
9月は無休 日曜日も営業 営業時間 17:30-23:00
www.hiroshimayaki-otafuku.com
【公式 広島焼きお多福】 一で検索
オープン当時は良かったが……

8月1日でお多福は9周年を迎えます。本店に有難う御座います(感謝)。
ここまで来るのに大変でした!
『広島焼きを大阪で広めたい』と、因島出身の線と飲食経験豊富な私で開業しました。
開業前は線と一緒であーでない、こーでない……?と徹夜続き。突如!客見が出て
無い。『じゃ!と本店広島に広島焼き食べに調査行こう!』と日帰り調査は度々。(笑)
そんな思いで出店したお多福。開業当初は物珍しさも有るもすくく賑わいました。
と……2週間が過ぎると、お客様が来ない、来ない、来ない、『なんでや!』(超不安)
もう無理 限界

線と私は悪態ムードに
線『お客様が来ないのはアタのせいやからな(怒)』
『こんな所でお店やって言ったアタやで、責任とってや』
『開業時の借金支払あんのどうするん? 責任とって(超怒) もう無理限界!』
パーーーーン ガシャン セロテープ台が私のところに。
すかさず避けましたが、セロテープ台はポロポロに。(上記写真がそれです)
答えはお客様
『何とせよ……』 食材を良いものに(原価も考えずに) 焼き方変えな、えっと線は?
『旨い!広島焼きは?』と考えた私。 あっそが!! お客様が可愛いと思ってるって下さい!!
お客様が答えを持っているんだ。と察された私。以前は自己主張でした。(反省)
そこからお客様が1人2人と徐々に戻って来て下さいました。本店にうれしかった。(涙)

9年経った今でもあの時の驚きを忘れない為に、ポロポロセロテープ台は鉄板の下
にあの時のまま鎮座しています。
今では線は子育て(双子の小学2年生)で忙しくお店には出ていませんが、新しいスタッフの
鉄板職人阪本やカープ女子山本がお店を盛り上げてくれています。ただただ感謝です。
9月は一つの区切りです。が、もともとお客様と共に歩きたいので支援を願います。
さきやかでは有りますが最優良顧客のあなたに対しては、1000円の商品券 同封しました。
是非ご利用ください。



お多福 9年間の歴史を少し紹介

9年経つと久谷ファミリーの子供も成長しました。(私的な喜びです!!)

オープン当時は生まれてなかった、双子。 家族も同然。お多福ファミリーも成長
今は小学2年生になり元気いっぱい!!

阪本 健児(23歳)
成徳学
校第1
学年
上級生
はか
ら
中
学
部
から
カープファン 山本 あゆ
み
愛媛
県
松
山

5年間でお多福に来店された有名な名人の事情で写真がなかなか
私店された時はどこかで見たか……あ、『○○さんんと スタッフ同士で超盛り上がり!』
でも、せっかくお食事楽しみに来たので線はにお声掛けさせて頂きました。プライベートに干渉してない!
では、どんな方が来店されたのでしょうか?
ハイヒールリンゴさん ハイヒールモモ子さん 間寛平さん(カハイちゃん 気運最高)
金村 義明(元近鉄選手 身長高く前でした) Dicoさん(取の焼きスタッフ大物でした!)
モンスターエンジ 西森さん(奥様のかと 和牛 水田信二さん(阪神)と若手芸人さん
月亭八方師匠(福島区在住 奥様と来店)ロザン 管ちゃん(広島でカープ番組やってます)
○○○リング1つの外車の社長さん(この方以前は広島マツダ勤務)
大阪都構想で橋本前市長と戦い勝利した柳本顕さん(粉もんが大好きみたいです)
オタファブス 佐々木社長様(お味いのお酒付きました)
色々な方々が来店されたがやはり私の有名な名人はあなたです。店長ひざまさ

8月のお知らせ~ お盆休みナシで元気に営業!!
カープファンのあなたにお知らせです。
大型モニターで観戦出来ますよ!
※最近カープ応援の盛り上がりすごく
予約が取りにくい厨があります。

8/6は広島平和記念日
広島焼きにマヨネーズで「平和」の文字を書き、平和維持活動
平和について考える期間として毎週広島平和記念日までの期間広島焼
に平和の文字を入れて提供します。 ※売上の一部を広島県に寄付することも決定!

追伸
この絵は鳥羽の息子が広島焼を焼いている様子を撮ってくれたものです。
私の宝物です。これを見ると私は元気が出て一息癒やんげれます。
お多福を9年間やってこれたのはあなたが来店して頂いたおかげです。
お多福をお支えの元気の源(宝物)に出来る様願致します。 店長 久志 正雄

「集客マスタープロジェクト」で学んで作ったハガキDM

今回は9周年という事もあって、レターにしてみました。

それを半透明の封筒に入れて、1000円分の金券もうつすら見えるように入れてあります。



DMと金券をワンセットにして既存の顧客へ送付

でもそういった体裁よりも、内容を大きく変えた点が、私としてはポイントでした。

一 どこが大きく変わった部分になるのですか?

商品の紹介はほとんどせずに、「自己開示」や「ストーリー」を押し出す事に注力するようにしたんです。
この時は、開業当時の苦労話を語りました。

夫婦ふたりで立ち上げた頃に、売上低迷のために大喧嘩をした事、その時に妻からセロテープ台を投げつ
けられた事、そして、その時に壊れたセロテープ台がまだお店に飾られている事を伝えました。

そうしたら、わざわざチラシをカバンに入れて持ってきてくださって、「このセロテープ台を見せてくれ」と仰る
お客様がかなりたくさんいらっしゃったんです。
「セロテープ台を見たい」、「チラシの苦労話の結末を知りたい」という思いが、うまく来店へのキッカケになっ
てくれたようです。



夫婦喧嘩の跡がしっかりと残っているセロテープ台は
お店の一番目立つ位置に鎮座。

- セロテープ台のような、お客様の興味を引くようなアイテムが残っていたのも良かった部分かもしれませんね。

いえ。

お店をやっている方であれば、こうした思い出のアイテムは、なにかしら絶対にあると思うんですよ。それに気づけるかどうか、脚光を浴びさせる事が出来るかどうかだと思います。

- ちなみに、このDMの反応率はいかがだったのですか？

22.4%です。

250枚送って56枚の戻りがあり、来店人数が201名様になります。

このチラシだけで63万円もの売上になってくれたんですよ。

- 組数もかなり多めですね。

確かに約3.6名と多かったですね。

でも実は、当店の組数は通常でも約3.3名と、かなり多いんですよ。

メインターゲットにしている仕事帰りのビジネスマンの方が、同僚の皆さんを連れてお越しいただける事が多いというのが、その理由です。

試行錯誤を繰り返してチラシの反応率**2.5%**を実現！

- もうひとつのチラシのほうでは、どのような教えが得られましたか？

チラシでは、基本的な「チラシのサイズ」、「お店を売るという事」、「ベネフィットを伝える事」を教えてもらいました。

もう古いチラシは残っていないので、変化を見て頂くことは出来ないのですが、「集客マスタープロジェクト」で教えてもらって作った直近のチラシをご覧ください。

新規顧客獲得のために作った新聞折り込み用の広告チラシ

まずサイズについては、私はなんにも考えず、勝手にA4サイズにしようと思っていました。でも新聞折込のチラシにするとした場合、B4サイズにすると良いという事を教えてもらったんです。そうする事で、他のA4サイズのチラシに紛れる事なく目立ちますし、他のチラシをまとめる帯にもしてもらいやすい。これを聞いて、なるほどなと思いました。

次に、商品ではなく「お店を売る」という部分です。このチラシの場合ですと、私がなぜお好み焼き屋を開業したのかという物語を謳っています。

また、皆さん知らないであろう広島焼きの作り方も載せています。自分では当たり前と思っている事でも、お客様は知らないという事、そしてその情報には価値があるという事は、私の視点にはなかったので目から鱗でしたね。

そして最後は、ベネフィット.....いわゆる「お客様が得られるメリットを伝える」という事です。これは私にとって一番大きな事でした。

このチラシで言えば、「笑顔になる美味しさ」という部分です。当店のお好み焼きを食べたら笑顔になれますよ、という未来予想をさせるような言葉を入れるようにしています。

そうする事で、より積極的にお店へ行きたいと思っていただけるようになったんじゃないかなと思っています。

一 学んだ事を実践している他にも、まだまだたくさんの工夫がされているように見受けられます。

はい。例えば、アンケートでお客様からいただいた手書きによるお褒めの言葉を、そのまま使って「生の声」感を出したり、テレビや新聞に掲載された事を載せて「社会的証明」を演出したりもしています。

あ、お客様の声のコーナーには、当店でも使っているオタフクソースの社長が、視察でいらっしやった事も載せています。

ー オタフソースの社長が！ それは凄いですね。

展示会などでお会いした際に、名刺を頂戴しましたので、「絶対にこの方にお客様として来てもらおう」と思って、1年くらいDMを送り続けました(笑)。

そうしたら、本当に来ていただけたんですよ！

大企業の社長も、DMで越させられる。それくらい凄い力がDMにはあるんだなと改めて感じました。

また従業員も「そんな偉い人が来るんだ」と、モチベーションに繋がったという効果もありました。

また従業員の話で言えば、ただスタッフ紹介をするのではなく、キャラクターを付けようと思ひまして、若手の厨房の子には「鉄板職人」、アルバイトのホールの子には「カープ女子」という肩書を付けるようにしました。

そうすると、お客様側からスタッフに話しかけてくれるようになったんですよ。

これは新規のお客様に対しても、有効でした。

お越しいただいた時に「広島出身なんだって？」と親しげに声をかけていただけていて、キャラクターを付けたスタッフ紹介は、お店に来る理由、会いに来る理由になっているのかなと感じています。

ー こちらのチラシの反応率はいかがだったのでしょうか？

新聞折込でやった時は、0.5%くらいでした。

近隣のサラリーマンを求めて、日経新聞に出したのですが、お越しいただいたお客様も、こちらが意図した方に来ていただく事が出来ませんでした。

最初は反応率としても、客層としても満足する事は出来ませんでした。

ー どういう客層だったのですか？

ファミリー層が多かったですね。

もちろんファミリー層でも、お越しいただけるのはありがたい話なのですが、お酒を飲まれないので、どうしても客単価が下がってしまうんです。

ー それを受けて、改善などはされましたか？

場所が悪かったのかなと思って、オフィス街の新聞に折込広告として出したのですが、こちらもファミリー層が多かった。

そこでさらに考えて、早朝、通勤中のサラリーマンの方々に、手配りでチラシを配布するようにはしたみたんです。

そうすれば、きっと会社に付いてから読んでいただけるでしょうし、仕事帰りにお越しいただけると思ったんです。

そしたら、反応率は大きく上がりました。

これは後になって気づいたのですが、受け取ったチラシは、カバンの中に入れてもらえるんですよ。ビジネスマンはカバンを手放しません。来店された時に、財布からクーポンを出すように、カバンからチラシを出されるんです。

常に身に着けているものに入れてもらえるよう仕向けられていたので、結果に繋がったんだと思います。

ー 最終的な反応率はどうになりましたか？

なんと2.5%になりました。

チラシでここまで高い数字は、なかなかないんじゃないでしょうか。

具体的には680枚配って、17枚の返りがあって、売上は18万5000円。

来店数は61名になります。

ただ、すごく良い方法を見つけたとは思ったのですが、早朝の8時～9時半くらいで手配りしようとなると、個人でやると体力的になかなか厳しい。

外注しようとする、1ヶ月で30万円くらい掛かると言われましたので、今は、アルバイトでやってくれる方を募集しているところです。

DMやチラシが効果を発揮し平均月商が**130%**以上にアップ！

ー 鳥羽さんの元で学ぶ中、売上の部分以外で、良かった点があれば教えてください。

仕事が、楽しんで出来るようになりました。
趣味的なものになってきた感覚がありますね。

なぜかと言うと、それまでは闇雲にやっていた集客のための施策が、鳥羽さんの教えによって理屈、やり方が分かった事で、闇雲ではなくなったからです。

DMやチラシに限らず、なにをやるにしてもお客様の注意を引く方法が分かってくるようになったので、もっともっと追求したくなりました。

魚や道具の知識がない状態で釣りをやっても、釣れるかどうかだけしか面白くないですが、どんな魚がいるか、どんな仕掛けがあるか、また釣れるポイントが分かってくると、釣れるまでの過程も面白くなるようなものですね。

正直、鳥羽さんからの教えを受けるまでは、売上を上げるために、色々やってはいたのですが、それが正しいかどうか分からず、余計な事もやっていました。

やっても効果が出ないし、当然ながら儲けも出ない……と、どんどん負のスパイラルに陥っていたんです。

それが鳥羽さんに教わって、儲けるための理屈が分かった事で、楽しく販促活動が出来て、しかもその見返りでお金が稼げるという、良いスパイラルに変化しました。



「理論が分かるのと分からないのとで、販促活動の楽しさは大きく変わってきます」

ー ちなみに、先ほど仰っていた「余計な事」とは、例えばどういったものですか？

例えば調理に関して言えば、「無駄なコダワリ」です。当店のウリではない一部の商品の調理工程を、少しだけ簡略化しました。

メインの商品に関しては、絶対に手を抜いたり、簡略化はしないんですけど、そうじゃないモノに関しましては、そこまで時間を掛けてやるものじゃなかったんだという事が分かったんです。

個人経営なので、どうしても時間は限られます。
その有限な時間を、一番お客様が喜んでくださる事に使うという事ですね。

そうして簡略化したお陰で、今まで日々の業務に追われてまったく作れなかった「時間」を、作ることが出来るようになりました。

その時間を使って、販促に注力するようにしました。

例えば、チラシを作るだけでなく、チラシを作るために本を読んだり、ネットで検索したりも出来るようになったんです。

逆に、そんな事すら今まで出来なかったという事に、この時に気付かされました。

ー DMやチラシの作り方を学び、また販促活動に時間を使えるようになって、売上はどのように変わりましたか？

鳥羽さんの教えを受けてから、売上は130%以上にアップしました。

平均月商で言えば、180万円くらいだったんですが、それが235万円くらいに上がったんです。「集客マスタープロジェクト」が終わってから、今年の12月までの予測で言うと、240万円くらいになるんじゃないかなと思います。

ー それは目標としては達成している状態でしょうか？

いえ、そこに関してはまだです。
自分なりに目標を立てた時、月商300万円を目標に据えました。

今はそのために、客数、客単価、リピート、それぞれを上げていくための方法を色々アイデアを考えて、それを実行に移しているところです。

ー どういった事をやる予定ですか？

例えば、カープ好きのお客様にご利用いただけるよう、「カープメニューの導入」を、まさに今日から行います(笑)。

カープのキャッチフレーズに「真赤激(まっかげき)」というものがあるのですが、それにちなんだ商品を、当店のアルバイトのカープ女子に考案してもらって、それを売り出します。
また、お店が売るんじゃなく、この子が発案してやるんですよという物語にしたポップを作りましたので、これを店内に貼っていきます。



インタビュー当日から、販売を開始した
新メニュー「カープ優勝するぞヤキソバ」のポップ

- 「まだ生まれてからカープ優勝を知らない」という文言が、すぐく目に入ってきますね。

いいでしょ、これ！（笑）

当店のお客様の年齢層は、大体40代ですので、このアルバイトの子くらいの年の時に、カープがリーグ優勝したんですよ。

そういう思いにも馳せていただけるなと思って、ポップを作ってみました。

まさに、先ほどお伝えした空いた時間が出来ないと、こんなポップは作れなかったかなと思いますので、そういう意味でも鳥羽さんの教えは役立ったなと思います。

- 300万円という目標は、近々達成出来そうでしょうか？

年末には達成出来ると思っています。

達成できたら、その売上をずっと保ち続けていきたいなと考えています。

自ら志願してメールマガジンの執筆も開始！

- 久志さんは、鳥羽洋史のメールマガジンの執筆者としても活躍されています。これは久志さんから志願されたのでしょうか？

はい。

実は「鳥羽塾シルバー会員」になる時に、絶対にメルマガを書こうと決めていたんです。

ある日の鳥羽さんの定例のセミナーが終わった時に、鳥羽さんに「書かせてください」と自分から直訴しました(笑)。

- メールマガジンを書こうと決めていたのには、なにか理由があるのですか？

成功している人、儲かっている人はメールマガジンを書いているから、その真似をしよう、というのがその理由です。

お店のためとか、自分への見返りとか、色々深い事を考えている訳ではないので、今はただとにかく無我夢中でやっている状態です。

ちなみに内容は、鳥羽塾の塾生として、鳥羽さんから習って役立つ事を、体験談を交えながら書いています。

2016年7月から初めて、月に8~9回くらい執筆しています。



「鳥羽さんへ送る質問メールも、実は練習でメルマガ風を書いてみたりしていました(笑)」

— 今は訳が分からない状態と仰っていましたが、メールマガジンを書いている中で、お店や仕事に活かした事は、まだないのでしょうか？

そうですね、まだありません。

たまに自分のメールマガジン読んで「この人、いい事を書いているな」と思う時があるくらいです(笑)。

でもそれって、自分で書いておきながら、まだ自分の中にその教えが、しっかりインプットされていない、未熟という事なんだと思うんです。

そういう意味では、自分はまだまだですね。

DMやチラシは結局、伝える事が出来るかどうかが大切だと思っています。

ですので、こうしてメールマガジンを書いて、客観的に自分で見るのは、将来的に、DMやチラシを作る上での「伝える力」を付ける糧にはなってくれるんじゃないかなと思います。



「久志さんのメルマガは、「共感できて面白い」、「楽しみにしている」と評価も上々です。それにしても、自分から書きたい、やりたいと言ってくる人は本当に珍しいです(笑)」

鳥羽塾は学ぶ姿勢さえあれば絶対に結果が出る場所！

— 今後、お多福さんがやっていきたいこととがあれば教えてください。

先にも述べた、月商300万円をコンスタントに達成する事と、大阪での広島風お好み焼きのシェアを獲得する事です。

広島風お好み焼きは関西には、なかなかありません。

そんな関西で、「広島焼きと言えばお多福があるよ」と言われるようになりたいですね。

ただ、そのために一店舗では限界がありますので、将来的に4店舗くらい持てたらいいなと思います。

— それら目標を実現するために鳥羽塾には、どんな事を期待しますか？

「商売とは」という部分、特に「お金の稼ぎ方」を教えてくださいたいです。

ただその具体的な教えの中身については、今、色々手をつくして鳥羽さんから引き出している最中です。

鳥羽さんは「どれだけ引き出せるかが重要」という事を、口癖のように仰っています。

鳥羽さんが仰っている事を、そのまま身に付けるだけでなく、鳥羽さん自身も驚くような質問を投げかけ、もっともっと商売の核心について事を、鳥羽さんの口から引き出していけるか.....それが重要という事です。

しかし、そうした核心を付いた内容を引き出すためには、まだまだ自分の知識は足りないと思っています。ですので、まずは自分自身が成長していくところから初めていきたいなと思っています。

一 最後に入会を迷っている人に向けて、メッセージをお願いします。

実際に、コンサルタントと言うと、「これやって」、「あれやって」と言われた事をやるだけで、どんどん売上が上がるイメージを持っている方もいらっしゃるでしょう。

でも鳥羽塾は、そういったコンサルタントとは少し違います。

私は、鳥羽さんのセミナーに何度も参加して、いろんな経営者さんを見てきましたが、人の真似だけをしている人ではなく、ちゃんと自分で考えて、教わった事を自分のお店に変換している人ほど、大きな売上を上げているなと感じています。

そういう意味で、無知だったり、勉強をしていないで「鳥羽塾シルバー会員」に入っても、お金の無駄かもしれません。

入ってから、しっかり勉強するでも良いのですが、とにかく学ぶ姿勢を持っていただきたいですね。

そして学んで行く姿勢を持っていれば、結果は、絶対に出してくれる場所です。

結果を出す考え方が学べる場所でもあると言えます。

この考え方を教えてもらうだけでも、値段以上の価値があると思いますので、前向きに勉強する意欲を持っている方は、ぜひ参加してみたいですね。



取材日:2019年9月1日

↓鳥羽塾シルバー会員の詳細はこちら↓

http://syoubai-hanjyou.com/member_lp

↓集客マスタープロジェクトの詳細はこちら↓

<http://syoubai-hanjyou.com/project>