



# コンサル型ビジネス『7つの収入モデル』 マニュアル

## STEP2：収益型セミナーモデル

---

## ■著作権について

当マニュアルと表記は著作権法で保護されている著作物です。

当マニュアルの著作権は発行者にあります。

当マニュアルの使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

## ■使用許諾契約書

本契約は、当マニュアルを入手した個人・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。当マニュアル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当マニュアルに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾します。

### 第2条 禁止事項：

当マニュアルに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は当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に出版・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当マニュアル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あります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、乙は使用許諾契約書を解除することができます。

### 第5条 責任の範囲：

当マニュアルの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って万一いかなる損害が生じた場合も乙は甲に対して一切の責任を負いません。

---

## STEP2：収益型セミナーモデル動画

動画でご覧いただく場合は、こちらのURLからご視聴ください。

⇒ <http://bizlaboratory.net/movie/7model2/>

北野：こんにちは。

株式会社コンサルタントラボラトリーの北野哲正です。

コンサル型ビジネスで7つの収益モデルを構築する

無料オンラインセミナーの第2回になります。

今回も中里さんとお届けしたいと思います。

よろしくお願いします。

中里：よろしくお願いします。

引き続き色々お伺いしていきたいと思うのですが、前回、

第1のモデルということでセッションモデルについてでしたが、

今回の第2のモデルというのはどういう内容になりますか？

北野：これはですね、収益型セミナーモデルと言われるもので、

名前の通りなんですが、**セミナー型**、

単純にセミナーだけではなくて色んなパターンがあるのですが、

**集合型のセミナー型**といわれるものですね。

中里：なるほど。前回でもパッケージ化してセールス力を上げる

ということでしたが、そういった意味では売上のいいかなと。

北野：売上のいいのは1千万ぐらいまでは、これでいけるんですけど、

中里さんも経験があると思うのですが、

1千万ぐらいが一番忙しいっていう感じなんですよ。

中里：バタバタしてるみたい。

---

北野：バタバタしてて。

結局そのセッションモデルをやるんですけど、  
僕も多い時で月30人ぐらいをコーチングしてた時期ですね。

中里：かなりの数ですね。

北野：その時は1人につき、月2回セッションをやって、  
35人ぐらいいたので、最大で月70セッションやるんですよ。

そうすると1日多い時で7セッションぐらいやるんですよ。  
50分で10分休憩する感じで、正直ね、まあ嫌になります。

中里：ちょっと想像するだけでも。

北野：常にコーチングとかコンサルとか、好きでやってるんですけども、  
ただそこにセールスもしてお客さんも取らなくてはいけない  
となると、常に働いていて忙しいって感じだったんですよね。

なんとなく限界が見えてくるっていうか、  
このままやっても体もしんどいし、忙しいし、休みもないし、  
みたいな状況になってくるんですよ。  
そこで何かないかと考えたのが**収益型セミナーモデル**なんです。

## 収益型セミナーモデルのメリットとは？

中里：収益型セミナーをするということかなと思うんですけど、  
具体的なセミナーをする上でのメリットには  
どんなことがあるんですか？

北野：まずはですね、主催者側の立場からすると、  
今まで1対1でやっていたのでどうしても時間的制約がありました。

---

北野：でも集合でやると、1度に大人数ができるんですよね。  
だから非常に効率的というか効果的というか。  
これが大きいかなと思いますね。

中里：なるほど。  
やはりそういった数の限界というところの、  
1つ壁を打ち破った形の集合型ということですね。  
他には何かあるんですか？

北野：もう1つは**単価が上がる**っていう、  
パッケージ型って前回の話でも通じるんですけども、  
例えばセミナーでもできれば単発セミナーよりも  
全6回セミナーみたいにある程度パッケージ化していくと、  
結構単価も取りやすい訳ですよ。

全6回で、20万とか30万とか50万とか高額であれば、  
100万とかもチャージできるんですよ。  
ですので、単価も上がる。

しかもセミナーって前払いじゃないですか。  
だから**キャッシュフローがすごく良くなる**んですよ。  
単価が上がるっていうのは大きいかなと思いますね。

中里：効率的でかつ単価も上がる。  
良いことづくしですね。  
他には何かあるんですか？

北野：今のはどちらかというと主催者側の都合じゃないですか。  
でもね、参加者も実は**1対1のセッションよりも**  
**満足度が高かったりとか、成果が出やすかったりする**んですよ。

中里：なるほど。結構人の話聞くっていうのありますもんね。

---

北野：これはやっぱりね、参加者同士の交流とか  
参加者同士で仲良くなったりとか、競い合ったりとか、  
他の人がうまくいってる事例を見られるっていうのは  
勉強にもなるし、あとは人脈もそこでできるじゃないですか。  
参加者同士がコラボしたりとか、  
うちの講座でもよくあるんですけども、  
そういった意味では参加者の満足度も非常に高いですね。

中里：確かに。  
あの人もできてるんだし、私もできそうだとか、  
ちょっと化学反応というか。

北野：それはあります。

中里：ありますよね。

北野：そういった意味では主催者側にとってもいいし、参加者もいいし、  
ぜひセミナー型モデルは取り組んでもらいたいと思いますね。

中里：なるほど。  
いいことだらけなんですけども、  
セミナーを实际やるとしたら、  
どういったセミナーを企画したらいいとかあるんですか？

北野：基本的にご存じの方もいらっしゃると思うんですけど、  
セミナーっていうのは2種類あるんですよ。  
**1つは集客型、もう1つは収益型**ですよ。  
この2つがあります。これを両方ともやる必要がありますね。

中里：集客をするという属性のものと、収益を上げるためのものですね。

---

北野：分かりやすくマーケティング的にいうと、  
**フロントエンドとバックエンド**といわれるものがあって、  
集客型というのはフロントエンドと言われるセミナーで、  
比較的低単価、千円とか三千円とかまあ五千円ぐらいですね。  
お客さんが参加しやすく、  
集めるためのセミナーをこれを集客型と呼ぶんですよ。

中里：なるほど。一方で収益型というの？

北野：収益型はまさに収益を上げることを目的にして、  
例えば集客型で集まった人たちに対して  
新たなパッケージをコンサルティング、  
例えば20万円とか30万円のものを売る。  
こういった収益が上がるセミナーとか講座を  
収益型と呼んでる訳ですよ。

中里：なるほど。2種類あると考えると結構明確になりますね。

北野：そうですね、両方やる必要があって、集客型で集めて、  
そこでプレゼンテーションとかセールスをおこなって、  
収益型の講座を売るっていうやり方ですよ。  
このモデルを作り上げていく必要があると思いますね。

中里：よく聞くのは、  
セミナー1つでどうにか収益を上げようと  
努力しているのも多いですよ。

北野：中々難しいですね。  
こういった仕組みをつくる必要があるかなと思いますね。

---

## 収益型のセミナーで売べき商品とは？

中里：実際に収益型のセミナーをやるとした場合に、  
どういう商品がいいというのはあるんですか。

北野：これはいくつかのタイプがあるんですけど、  
まずは単純にシンプルに高額セミナー、  
要するに **1万円以上のセミナーをやる** っていうことですよ。

僕が1番最初にやったセミナーは、  
実は集客型とか収益型とか分からなかったんで、  
とりあえず千円でセミナーをやったんですよ。

初めてだったので、みんなに声をかけて来てもらって、  
27名集まったんです。  
売上が千円だから2万7千円なんですよ。

その時は香川県に住んでたんで、旅費と会場費とホテル代で  
経費が6万円かって赤字だったんです。

ただ、そこに参加した人が「北野さんのコーチングを受けたい」  
と言ってくれて、  
2年間ぐらい契約してくれたりとか、  
そういったことがありました。  
そのセミナーをやった3ヶ月後に、  
今度は2万円に値上げして、やったんですよ。  
そこで16人の方が参加して、32万円の売り上げで。  
それはね、ちょっと興奮しました。セミナーいいなって！

1万円以上のセミナーになってくると  
結構収益も上がりやすくなるので、  
こういった高額セミナーをやるといいですよ。

---

中里：なるほど。

収益が上がる高額セミナーをやるということが1つですね。

他は何かありますか？

北野：他はね、**グループコンサル**みたいのがあるんですよね。

5人とかぐらいの人数、3人ぐらいでもいいですよ。

複数の人数を集めて、グループでコンサルをやる、  
グループコーチングでもいいと思いますけどね。

中里：セミナーっていうと講師がいて、

受講生がいてっていうイメージですけど、

グループコンサルも1つのセミナーモデルですね。

北野：グループコンサルもすごく良くて、

1対1でやる料金で5人ぐらい集まると、効率良くできますよね。

他の人をコンサルするのを、他の人が見るとすごく役に立つし、  
僕はよくやるんですけども、

「Aさん、Bさんに何かアドバイスはありませんか？」

みたいなことをやると、盛り上がるというか、

色んなリソースっていうか、

意見も取り入れられて、これもぜひいいかなと思いますね。

中里：確かにこれはいいですね。それ以外は何か？

北野：後は、**講座**ですね。

うちも色々やってますが、例えばウェビナーとか

プロダクトローンチ実践講座、ダブルウェビナー実践講座

みたいなのを過去にやったことがありますし、

あとは養成講座は結構やってますよね。

中里：そうですね。

---

北野：ブレイクスルーコーチ養成講座とか、スマホコンサル養成講座とか。中里さんは例えばこういった講座されているんですか？

中里：僕自身は自分のホームページ作ろうというような講座ですね。Wordpressというソフトウェアを使って、自分のホームページ作りましようみたいな。

北野：それは何回とかの講座ですよ。

中里：そうですね、まあオンラインでやったりとか。後は集客の仕組みを作ろうみたいな塾形式の半年間のものをやっていますね。

北野：そういった講座とか塾っていうのは、いわゆる収益型セミナーモデルの1つですよ。

あと結構いいのが、**合宿**っていうのがあって。これはどこかホテルを借りたりとか、僕らはよく府中にある、クロスウェーブさんっていう宿泊施設みたいなところで、そこで泊まり込みでセミナー2日間やる。

いわゆる合宿型っていうのはすごく良くて、普段だったら夕方ぐらいに終わるのが夜までやって、できるまでやるぞ！とか。

あとは、普段話せないようなことを、夜に話して過ごしたりとか。さっきも言いましたが、できるまでやるとかそういうことでいうと、すごく参加者とも深くつながれるというか、満足度も非常に高いんですよ。合宿型っていうのも、1つあるかなと思います。

中里：合宿型ですね、まあ組み合わせてもいいかもしれないですね。

---

北野：そうですね。

講座型の中に合宿型を入れたりとかね。

そういったモデルもすごくいいと思いますね。

中里：他は何かあるんですかね。

北野：後はこれは非常に高額なモデルになるんですけど、

いわゆる**マスターマインド**といわれるものです。

僕もやってるんですけど、非常に高額で

年間で400万ぐらいいただいているものなんですけども、

これは本当に同じ志を持った仲間が

高いところを目指す集団ていうかね。

これは本当に、毎月年間契約みたいな形で

集合型で個別セッションを交えたり、国内合宿とか海外合宿とか

取り入れるような、フルサポートメニューのマスターマインドを

1度やると、自分自身もすごく勉強になるし、

結果も凄く出やすいんです。これもいいかなと思いますね。

中里：すべての良い所をまとめたのが、マスターマインドというか。

北野：例えば、あなたにとっての最上位サービスみたいなね、

マスターマインドっていうのは1つ取り入れてみても

いいのかなと思いますね。

中里：なるほど。

こういった商品があるということも含めて、

実際にセミナーをやるという時に

やっぱり困るのは集客じゃないかなと思うんですけども。

北野：そうですね、**今回実はプレゼントとして、**

**セミナーを集客するための33の打ち手**というのがあってですね、

---

北野：そのPDFをアンケートにお答えいただければ、  
プレゼントしたいなと思います。

アンケートに答えてプレゼントを受け取る

↓↓↓↓↓

「セミナー集客33の打ち手」プレゼントページ

<https://24auto.biz/kitano9160/touroku/thread342.htm>

北野：ということで、今日は7つの収入モデルの第2回目、  
収益型セミナーモデルについてお話させていただきました。

次回は、第3のモデルにいきたいと思ったのですが、  
さっきやっぱり**集客が大事だ**という話があったんですよね。  
やっぱりいくら収益モデルを知ってても、  
集客できないと形にならない訳ですよね。

ということで、次回は特別篇ということで、  
集客に特化した内容をですね、  
コンサル型ビジネスでいかに集客するのか？という  
テーマの特別篇を1編つけたいと思いますので  
楽しみにしていただけたらと思います。

では、今日はこの辺りで失礼いたします。  
どうもありがとうございました。