

Makeup is infinity.

ビジネス化のコツ ～ 基礎編 ～

Vol.1

メンズメイク検定協会
Produced by growth Co.,Ltd.

メンズメイクを
広めよう！

稼ぎながらなら
続けやすい！

少しずつ
始めたらいいい◎

こんな方におすすめです

- ・メンズメイク検定を合格した方
- ・メンズメイクを啓蒙したい方
- ・メンズメイクを教えたい方
- ・副業で稼ぎたい方



1. ビジネス化の目的
2. ビジネスのコツ
3. ビジネスのステップ
4. ターゲットの理解
5. 商材の理解
6. 存在に気付いてもらう必要性
7. ニード喚起
8. クロージング
9. フォローアップ
10. 認定ライセンスについて

【注意事項】

- ・ビジネスの成功を保証するものではありません。
- ・ビジネスに対する相談は原則有料となります。
- ・ビジネスで生じた責任は自己責任であり、補償などが必要な事態となった場合に当協会はサポート致しません。
- ・当協会に損害が生じた場合、補償が必要です。
- ・美を業とするには美容師免許が必要です。
詳しくは「厚生労働省の医薬・生活衛生局 生活衛生課」や各地方自治体の衛生局などにお尋ねください。

1. ビジネス化の目的



メンズメイクが
好きですか

カッコよくなれるって
最高に楽しいお洒落

メリットもたくさん
・自信がつく
・モテる
・ビジネス力

メンズメイク最高！

メンズメイクを
広めたいですか

メンズメイクの楽しさ
を広めたい

メンズメイクがし易い
世の中にしたい

メンズメイクのやり方
がわからなくて困って
いる人がたくさんいる

教えられる

教えるしかないよね！

お金持ちですか

メンズメイクを広めた
いけど活動するには何
かとかかる活動費

価値のあるものを提供

ビジネス化してサス
ティナブルな活動にす
ることで継続できる

仕組みがある

もはや社会活動！

本気で広めたい

副業が当たり前になっ
てきた世の中

でも副業って怪しいも
のばかり

メンズメイク検定なら
真っ当で、かつ、教え
て喜ばれるビジネスに
なる

しかもメンズメイクっ
ていう好きなことで
チャレンジできる！

当てはまる方が多いと思うので、ビジネスノウハウ無料で提供しちゃいます！
本気で広める方が増えたらメンズメイクの普及という協会の最終ゴールにも近づける！

お金が欲しいだけでビジネスしたい人は応援したいと思っていません。

2. ビジネスのコツ



やり方の正しさ

×

十分な量

=

成果

ビジネスは2つの重要な要素ありきです。

- ①お客様
- ②ライバル

自分目線でどんなにイイと思っけていても

①お客様にとって価値があつて

②ライバルがイイ方法を提供していたら選ばれません。

自分もハッピーじゃないと続きません。

正しさを追いましょう。

1回CM見ただけで商品を買いますか。むしろ認知できるほど覚えてさえいないかもしれないですね。

何度か見て初めて効果がでるという世界があります。

特にお客様という存在は意識を向けてくれています。その傾向が顕著に出ます。

どうやれば十分なアプローチなのか、イヤがられない範囲も理解して、こなしましょう。

欲しい成果を想定出来ていますか。

欲しい成果に必要な十分な量を狙えていますか。

運任せはビジネスではありません。

最初から上手くはいかないかもしれません。

だけど見直して段々と精度を高めることはできるはずですよ。

あなたらしい最良のビジネスを見つけましょう。

3. ビジネスのステップ



ターゲット の理解

アプローチの精度を高めよう。
メンズメイクをビジネスにすると考えたとき
どんな男子を想像していますか？

商材の理解

テーマや商材への関心の持たれ易さ
本質的な価値
興味を引きやすい要素とは？

気付いて もらう

どこで？
どのくらい？
どうやって？

ニード喚起

そのセリフはターゲットに刺さりますか
興味がひける要素と本質は同じですか
満足を感じるのはどういうときですか

クロージング

買ってくださいが最強のワード
断る理由を潰すより欲しいを作り、促す
結論を促すテクニック

フォロー アップ

応援価値
リピーター価値
消化価値

4. ターゲットの理解



目的 : アプローチできる場所やアプローチできる方法の精度を高められる。
ターゲットの理解が疎かになると頑張ってアプローチしても無駄にしかない。

メンズメイクをビジネスにすると考えたとき、どんな男子を想像していますか？

1. メイクに興味がある
①是非やってみたい
②興味はある
③ノリ次第
④やりたくない

2. 取り組める強さは？
①周りなんか気にせず積極的
②周りを気にするけど積極的
③やりたいけど気恥ずかしい
④すぐ側で皆がやってないと無理

3. メイク知識の程度は？
①女子並み
②基本がわからない
③眉描くくらいならできる
④右も左もわからない

4. お洒落度合いは？
①メイクもトータルファッション
②服や髪型はこだわる
③身だしなみ程度
④ださい

5. メイクの学び状況
①本格的に学んでいる
②ネットで調べている
③思い付き程度
④何もしていない

6. 見た目に自信があるか
①カッコいい部類と思っている
②悪くはないと思っている
③ニガテ
④ネガティブ

7. モテるか
①モテる方だ
②がんばれば彼女はできる
③色々運が重なれば・・・
④全く自信がない

8. ビジネス力は？
①プレゼンや営業が得意
②頑張ればそれなり
③内心はハラハラ
④オドオドが隠せない

そのターゲットは
どこにいますか

そのターゲットは
どのくらいいますか

どのくらいアプローチ
できそうですか

1年後はどうなっ
ていそうですか

5. 商材の理解 (メンズメイクを教えるというビジネスについて)



何を教えるのか

教えるとはいっても、①何を、②どのくらい深さで、③どうやって教えるのか様々なパターンがあります。まずはそれを決めましょう。
ターゲットによってニーズは異なります。
まずはしっかり書き出してみましょう。

どのくらいの時間や 期間で教えるのか

1 時間のセミナー（とりあえず触れてみるの最初におすすめ）
1 day 3～5 時間集中（満足感を得やすいパターン）
3 か月コース（週 1 回×月 4 回× 3 か月）など様々なパターンがあります。
組み合わせや流れ、通いやすさや費用の負担感とターゲットのニーズを検討しましょう。

何が引きになるのか

例えばメンズメイク上級者ならアイシャドウとアイラインのバランスなどが面白いと思っても初めてメイクをする人にそんな話をいきなりしても引かれるだけです。
ターゲットが興味関心を得やすいものは何か理解しましょう。
引きになるものをPRでしっかりとアピールしましょう。

何が満足になるのか (商材の本質)

引きになるものが満足に繋がるとは限りません。
逆に言えば、引きになったものだけを話したら感動は生まれず満足に足りないでしょう。
引き以外の目玉を 2 つ明確にしましょう。すると、引きと合わせて合計 3 つのポイントとなります。
講義の最初、途中、終わりに 3 つのポイントを明確に謡いましょう。学んだ満足感が生まれます。

ライバルはどうか

「最高のビジネスモデルを創った！」と思ってもライバルも頑張っているものです。
お客様は当たり前前にライバルと比較してあなたを選ぶか決めます。
ライバルの調査も行って、本当に勝負するに値するか判断しましょう。
逆に言えば、十分勝てるか、どう勝てるか理解でき、自信と安心を手に入れてビジネスを進められます。

6. 存在に気付いてもらう必要性



どこで

媒体 Twitter、Instagram、TikTok、Youtube、Facebook、LINE
コリュパなどイベント募集サイト
ストアカやタイムチケットなど個人向け集客プラットフォーム

同じ1人のターゲットでも複数の媒体を見ていることがある。
逆に言えば1つだけを見ているわけではない。
個人でも広告を出し易い。

メンズメイクを学びたいが顕在化している人はどうやって探している？
美容室、SNS、メイクに詳しい男友達、女友達

紹介を受けられる仕組みを作れないか検討してみよう（ポスター、SNSでの発信など）
紹介は紹介が欲しいを伝えておかないと発生しないゾ。

どのくらい

まずは存在に気付いてもらわないと話にならない。

1回CMを見たからと言って商品を買うだろうか
最初は気付きさえしていなかったけど、何度か見てるうちに初めて認識するということがある。
こちらがターゲットにしているターゲットは興味がないことがスタート地点。
興味を持たせるには、気付いてなくてもいいから何度か見てもらうことが必要。

ターゲットを広げた薄く広いアプローチをしても効果が出づらい。
興味関心を持たれるまでに時間や密度が足りないからだ。
ターゲットを絞って多面的に気づいてもらえる仕掛けを作ると効率が高まる。

興味関心の強さによって、気づき易さが変わる。

どのくらいで気づいてもらえるのかは細やかにターゲットごとに
仮説を立てて、検証していくことが必要だ。

7. ニード喚起 (PRの肝)



キーワード

ターゲットに刺さるキーワードを明確にしましょう。一番目立たせるべき言葉になります。フワッと話しても一切伝わりません。ズバッと明確にすることが何より大切です。キーワードは複数あるし、優先順位や、伝えるべきタイミングあります。それぞれ整理しましょう。タイミングはPRのとき、講座の開始、途中、最後、お礼のタイミングで使いましょう。

フック

ターゲットにちゃんと「あなたがターゲット」と伝えられていますか。伝え方はターゲット像を言葉やイメージ写真で見える化し、その人たちに刺さるキーワードをちゃんと読ませることで。そうするとフックがかかります。

イメージ

フックを引っかけてただけでは逃げられてしまいます。しっかりと引き寄せることが大切です。どうやって引き寄せるかというと、フックを引っかけた人たちが興味関心がある範囲で価値のある文章やイメージ写真をちょい出ししていきます。どこまで出すかは駆け引きです。

本質追及

ニーズには本人が認識できている顕在ニーズと認識できていないけど確かにある潜在ニーズがあります。フックをかける際は顕在ニーズが良いです。認識できているニーズなので興味を持ちやすいですね。イメージを良くして必要性を強く感じさせるには潜在ニーズを掘り起こしてあげることが大切です。ターゲットに本質を追求できると感じてもらえるようになります。

8. クロージング



買ってください が最強のセリフ

「買ってください」意外と言い忘れていませんか。よかったら自然と買うだろうは3流以下の失礼な奴です。ライバルの存在忘れていませんか。あなたから買ってくれることへの感謝の前に買って欲しいという希望を伝えるスタンスは大切です。「買いませんか」じゃなくて「買ってください」。これはお願いごとではなくて、「誠意をもって販売します」という、スタンスを示す魔法の言葉です。

独りより仲間ごと 捉まえる方が簡単

普通他のビジネスは複数客をいっぺんに捉まえるのは至難の業です。しかし、メンズメイクは捕まえやすいし、迷っているお客様を後押しし易いです。「友達と一緒にやってみませんか」伝えて見て下さい。これはお客様がヒヨってるわけじゃないんです。チャレンジ動機を、不慣れなビジュアルに向き合うという観点から、「友達とノリと勢いで楽しむコンテンツ」という観点への変更提案となるのです。

断る理由を潰すより 欲しいを作り、促す

新しいことにチャレンジする時は欲しいものを明確にする方がフッ軽です。やらない理由を全部潰すのは大変だし、ターゲットごとに異なるので非効率です。ターゲットが望むものを理解し、しっかりとフックを訴求し、真っ向勝負しましょう。あれこれ考えさせるより、スパッと判断を促す方が気持ちよく決断してもらいやすいですよ。

結論を促す テクニック

本資料では難しい商材の組み立て（まずは何を情報発信して、最初こんな講座をして、次にこんな講座を売りましょう）までは記載していませんが、クロージングはいきなり促す類のものではなく、クロージングし易い仕掛けを用意して提示しておくことが大切です。たとえば、期間限定、スペシャルオファー、特別セット化などです。見せ方も大切です。最後は買うことへの正当性を持たせられるか。お客様へ買うことの自分への言い訳（＝口実）を作ってあげるくらいで考えましょう。もうズルいなあって言わせたら正解です。

応援価値

購入したお客様が満足する方法は2つの方面があります。1つは自分で感じた納得感です。もう一つあります。他者から認められる納得感です。この2つ目は大きな満足感に繋がります。第三者評価で客観的に価値を感じられるからです。そして、その他社からの認められる状況の作り方はSNSに投稿してもらうことです。イイネが付きます。なので投稿を促してください。促し方はサービスの提供者側からのお願いの形や投稿割引などきっかけはなんでもいいです。大切なことは投稿して下さったことに対して、他者から「イイネ」と評価されていることを素敵ですねとフォローアップで後から連絡して伝える事です。価値を理解してくれて、広めたいと思い、あなたの応援団になってくれるでしょう。

リピーター価値

新規を捕まえるのと、リピーターで来てもらうのではコストや労力が10倍違うという方もいます。ついつい新規を追いかけがちですが、リピーターはあなたの応援団でもあり、単なる売上以上の価値があります。リピーターの作り方は4つの流れがポイントです。

- ①ありがとうを伝える（感謝のスタンスの明示）
- ②どう体験してどう変化がお客様に生じたか言語化してあげる（思い出の再共有と価値の明確化）
- ③次の課題を伝える（ニード喚起）
- ④また来てくださいと伝える（クロージング）

紹介価値

紹介で来ていただけるお客様はありがたい存在です。すでに良さをあなたの応援団から伝えられているので本質的な価値を届けることに集中し易いのです。紹介者によって信用を得ているのです。紹介者に感謝しましょう。感謝はお礼の連絡を入れる事です。ほったらかしたら紹介してくれなくなるし、何より失礼ですよ。ありがとうは思ってるだけじゃなくて、ちゃんと言葉で伝えましょう。

紹介をしてもらえるような仕組み化も大切です。

- ①「紹介してください」と明確に欲しいということを伝える。何より大切なことです。
言わないと動いてもらえないけど、言えば可能性が高まります。
- ②紹介割引や紹介者特別コンテンツなど感謝を何かの価値でリターンしましょう。
このリターンは感謝の形として提供することがポイントで、単なる値引き感があっってしまうと、紹介を出す誘引に乏しいですし、丁寧な紹介を逆に妨げることになりえますので注意しましょう。
紹介される人にもメリットのある形や、紹介の口実が作りやすい形が望ましいです。
単に紹介メリットを伝えるのではなく、紹介の仕方を教えるくらいからやっちょうどよいです。

10. 認定ライセンスについて（ビジネスに活かせる価値）



誰でも学べる 基礎編

「基礎編」では、メンズメイクを教えるためのビジネスをしていくために、まずはビジネスモデルを考えるための1つ1つの基礎的なビジネスの捉え方を学んで頂いています。具体的なビジネスモデルとして設定していったり、商材をステップアップしてお客様に届ける方法は「組み合わせ編」でお伝えします。

合格者は学べる 組み合わせ編

お客様は学びに合わせて成長します。成長に合わせた商材提供がポイントです。ターゲットごとの商材の設定のコツや、どう次のステップを示してあげるかといった具体的なビジネスモデルの例を中心に提供させていただきます。メンズメイクセミナーのやり方、メンズメイクスクールのやり方、美容室でのお客様へのトークスクリプトなどを合格した方にマイページから見れるようになっています。合格を機に、メンズメイク広めたいから教えてみようかなという方にピッタリのノウハウです。

認定ライセンス 応用編

書道や空手道など、日本にはいろんな〇〇道が古来よりありますね。技術や精神修養のコンテンツですが、教えるというビジネスの大先輩たちでもあります。ビジネスとして捉えたときに3つのポイントがあります。①体系的である、②ステップアップの認定がある、③教え広めていけるの3つです。

ではなぜ、教え広めていけるのでしょうか。肝となることが、「先生への信頼」です。どうやったら先生として信頼してもらえるのでしょうか。コンテンツが資格化している場合、生徒は資格に合格することを目標として活動していきます。このとき、先生の役割は合格へ導くことです。すなわち、先生への信頼は合格サポート力となります。

試験の際に合格を判定することが先生だとしたら、生徒は合格のために学ぶのであれば、先生の教える信頼する合理性がありますね。すなわち、「教えてくれる先生に認めてもらえばOK」と思えるので、安心して習えるということです。

そこで、教えるということがし易くなるように、メンズメイク検定では認定ライセンスを取得した方は合格判定をできるようにしました。集客もし易くなるでしょう。もちろん合格基準が人によってブレるようではいけませんので、誰でも彼でもは出来ないようにし、認定制としています。

認定ライセンス登録者には試験官の立場をもったビジネスのコツのノウハウを提供します。

メンズメイクが好きで
本気で広めたいと思ってくださる方が
1人でも増えて下されば嬉しいです。

メンズメイク協会代表 松本ゆうや