brainerian CODE
Module 8 - ソクラテスと汝
Ver.1

MASATOSHI KOBAYASHI

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

重要なお知らせ

brainerian CODE は、全 20 巻から構成されています。1 巻から 8 巻までは蔵出アウトレット倶楽部メンバーエリアでトレーニングとしてメンバーへ提供しています。Web Innovation Group 倶楽部メンバーエリアでは 1 巻から 20 巻まで全巻をメンバーへ提供しています。

ありがとうございました。

brainerian CODE は小林正寿と brainers 有限会社の著作物として全世界的に保護された出版物です。

ALL RIGHTS RESERVED. 電子的、機械的、カメラによる複写、読み上げての録音などいかなる形式をもってもこのレポートの一部または全部を配布することは禁止します。レポートのコンテンツの引用をご希望の場合は書面で著者に対して許諾を得てください。

免責事項／法律に関する告示: この書籍でテーマに取り上げられた情報は出版された日付の時点での著者の見解です。著者は状況の変化に応じて、このレポートで表示した見解とは異なる新しい見解を表現する権利を有します。このレポートのテーマとして取り上げた事項に関し、適切且つ信頼に足る情報を提供することを意図して作成されていますが、いかなる誤り・不正確・不作為に対しても著者・出版元・アフィリエイト・リセラーは一切責任を負うものではありません。また、法律、その他の分野に関する専門的なアドバイスを与える事を保証するものではありません。著者・出版元・アフィリエイトパートナーは利益や特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。このレポートの使用・適用によって生じたいかなる結果に対しても責任を負うものではありません。もし、法律、その他の分野で助けが必要な場合はその分野の専門家からサービスの提供を受けることを強く要請します。

収益に関する免責事項: 本製品はその可能性を正確に示すよう、あらゆる努力がなされています。このウェブサイトが提供する本書のテクニックとアイディアを利用して収益を上げることについては、何の保証もありません。本書またはページ内の事例は、収益を約束したり、保証したりするものではありません。収益の可能性は、本書、アイディア、およびテクニックに含まれる情報を使用する各個人に完全に依存するものです。お金持ちになれる仕組みであると明示するものではありません。実際の収益、あるいは実際の結果の例を生み出す権利は、要求に応じて確認することができます。サイトで主張している結果の獲得における成功のレベルは、記載したアイディアやテクニックに費やした時間、あなたの財政状態、知識、およびさまざまなスキルによって異なってきます。これらの要因は個人によって異なるため、成功、つまり収益のレベルは保証できるものではありません。またあなたのいかなる行為についても責任を負うものではありません。本書およびウェブサイトの資料には、将来的な出来事を期待させる、もしくは予想させる前向きな文章を含んだ情報が提示されている場合があります。これらの文章は、歴史的事実もしくは現在の事実に厳密に関連していないという事実によって確認することができます。これらについては、予期する、予測する、期待する、予想する、意図する、予定する、信じるなどの言葉やその他、潜在的収益または財務実績の説明に関連した類似する言葉を使用しています。本章内もしくは我々の販売資料に記載したありとあらゆる前向きな文章は、収益の可能性についての意見を明らかにすることを意図したものです。実際の結果の判断においては多くの要因が重要であり、我々もしくは他の誰かと類似した結果を得られることには何の保証もありません。我々の資料に記載されたアイディアやテクニックからどのような結果が得られるかについては、何ら保証をするものでもありません。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

目　次

目　次 **3**

MODULE 8 - ソクラテスと汝 **4**

あなたは何者ですか？ 6
インターネットマーケティングにおける「自己」の概念 *6*
では、オンラインでのあなたは何者なのでしょうか？ *6*
あなたのペルソナをオンラインで構築する 13
あなたのオンラインペルソナの起草 16

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

MODULE 8 - ソクラテスと汝

簡単に王様にもなれたソクラテスとして知られる男。

歴史上、最も賢い哲学者として知られるソクラテスは、バガボンド（放浪者）としての人生を生きることを選びました。

彼は極寒の過酷な環境でもコートやサンダルを身に着けずにアテネの通りを歩きながら耳を貸す時間がある人には哲学を教えました。

しかし、ソクラテスは平凡な教師ではありませんでした。彼は自分が知っていることについて説教することはありませんでした。

そうするのではなく、彼は生徒に一連の質問をしました。彼は生徒たちがこれらの質問に対して自分自身で答えることを求めました。

1 つの質問は別の質問に繋がり、その後は別の質問に繋がり、生徒自身が答えを理解することを目論んでいました。

彼のような教育のスタイルが、今日の学術機関において重要なモデルとなっています。それはソクラテスメソッドと呼ばれています。

ソクラテスの教えについては、ほとんど知られていません。今日、わたしたちが知っていることはプラトンが「ダイア

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ログ（対話）」という論文でソクラテスの叡智について書いたものに基づいています。

教師としてのソクラテスと生徒としての若きプラトンとの間に交わされたソクラテスメソッドを用いた何時間にも渡る議論を記録した作品です。

ソクラテスの風変わりなライフスタイルが実際に書いた著作物を残さなかったようです。

ソクラテスの哲学的教義の１つは、自己の概念です。これは次の簡潔な言葉に収斂されます。

「汝自身を知れ。」

これは哲学における一般的な声明であり、ルネッサンス期の歴史における実存主義運動を生み出したと主張されています。この声明はとても人気があり、デルポイのアポロ神殿の入り口に金色の文字で刻まれています。

ソクラテスによれば、自分の知っていることを知り、知らないことを知ることは、知っている人の特徴です。

恐らく、定型的ですが、それほど不可解なことではありません。それは、ソクラテスが伝えた最も分かりやすい教えです。

ソクラテスにとって、自己の概念は自己の内からはじまります。

自己の概念は、ジョージ・バークレーが後に主張するように、自分のペルソナに対する外部認識の合計値ではありま

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

せん。ジル・ドゥルーズが後に規定するように、それは自分の野心と目標の合計値でもありません。

ソクラテスにとって、自己の概念はよりシンプルな主題でした。

あなたは何者ですか？

この質問に対する答えは、自己の概念です。

インターネットマーケティングにおける「自己」の概念

あなた自身が何者なのかご存知ですよね？

あなたは現在まで何年にも渡って自身と一緒に生きて来ました。

あなたは何があなたを前進させるのか、何があなたを後退させるのか知っています。あなたは何が得意で何が苦手なのか知っています。あなたは何が好きで、何が嫌いなのか知っています。あなたは素の自分を知っているはずです。

では、オンラインでのあなたは何者なのでしょうか？

これはインターネットマーケティングにおいてとても重要な質問となります。

インターネットという特異な性質上、人々は、生身のあなたを目にすることはありません。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

人々は、あなたが残す言葉、仮想世界での行為、あなたのオンラインビジネスを通じて示される効率性と信頼性に基づいて、あなたが何者であるかを判断します。

これらを除いても、他のすべては人々の想像に基づいています。

では、あなたは何者になるべきでしょうか？

この質問に対する考え方は２つあります：

1. **あなたが何者であるのか、本当の姿を示す**：または・・・

2. **あなたのビジネス繁栄に必要な要因に基づいて成りたい姿を示す。**

最初の考え方 - あなたの真の姿を示す - は、あなたがオンライン上で目にしている大成功している「グル」によって採用されています。

インターネットは、匿名に溢れています。これはインターネットマーケターにとって大きな問題になる可能性があります。何かを販売するには消費者の信頼を獲得する必要があります。

そして、匿名性が氾濫する中で信頼を獲得することは困難を極めます。

既に成功している「グル」たちは、真の姿を示すことで匿名性の壁を打ち破りよりパーソナルな方法で消費者とコミ

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ュニケーションを交わすことができるようになると言います。

そのようにすることで消費者との間にラポートが形成され信頼を獲得することが容易になります。

これは多くの場合、あなたの名前、郵便住所、電話番号、電子メールアドレスなどの個人情報を消費者に開示することで達成することができます。

見栄えの良い人（笑）は、自分の顔写真をパブリックに向けてオープンにすることで、消費者は誰とビジネスをしているのか購入前に知ることができます。人によっては自分の顔写真だけではなく家族写真を開示しています。

人によってはパーソナルなメッセージを録音してオーディオをパブリックに向けてオープンにすることで生身の人間であることをアピールしています。

人によっては、販売している商品を紹介するビデオクリップを制作して活用しています。

「グル」は、消費者に販売している商品を紹介するためにできることはすべてやるべきだと主張しています。このようにすることで匿名性の障壁は崩壊し、消費者の信頼を獲得することができます。

2 番目の考え方 - あなたのビジネス繁栄に必要な要因に基づいてなりたい姿を示す - は、ほとんどの成功者が実践しているものです。（大成功しているグルは最初の考え方を用いる人が多いようですが、2 番目の考え方が主流です。）

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

結局、インターネット上では誰もが自分のなりたい人になることが可能です。

例えば、インターネット上での出会い系サイトで誰もがこの考え方を用いています。

誰もが簡単に異性の関心を鷲掴みにできるプロフィールを語ることができます。悲しいことですが、彼らが語る自己紹介が真実でなくてもお構いなく氾濫しています。

インターネットマーケターは、自分のなりたいもののイメージを投影するために嘘をつく必要があるのでしょうか？

必ずしもそうではありませんが、倫理的なものと非倫理的なものとの境界は極めて薄いという現実を認めなければなりません。

ですから、細心の注意を払って行使する必要があります。

この考え方は諸刃の剣とも言えますが、どのような意味なのか事例でお話ししてゆきます：

事例 1 - インターネットマーケターは、自分の名前が平凡で消費者の記憶に残らない場合、かなり印象に残る名前をペンネームとして名乗っているケースが数多く見られます。

これは嘘になるのでしょうか？いいえ、それは必要に応じた代替手段と言うことができます。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

カウンター事例 1 - インターネットマーケターが最初から計画的に消費者を騙そうとしていると仮定します。

彼は詐欺的なゴミのような商品をあたかも素晴らしい他では手に入れることができない貴重なものだとセールスページでアピールして返金保証も約束します。

消費者がその商品を購入して実際に利用したらまるで役に立たない詐欺的な商品であることに気づき返金保証を求めます。

しかし、彼は名前も連絡先も嘘の記述をしているため購入者は泣き寝入りするしかありません。彼は定期的に新しい嘘の名前に変更して詐欺を繰り返します。このようなアプローチは確実に卑劣です。

事例 2 - あるインターネットマーケターは、母親の家の地下室に長年暮らしていました。彼は善良な人であり、自分のスキルで人々を助けたいと熱心に望んでいました。

彼は過激な速度や高度をはじめ、物理的に難易度が高い目標などに挑戦するエクストリームスポーツマーケットでビジネスを展開していました。

インターネットマーケティング業界での販売活動は見込客と類似のライフスタイルを投影しなければなかなか難しいものがありました。このインターネットマーケターは、見込客へシェアすることができる十分な知識とスキルを持ち合わせていました。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

しかし、彼はその分野のプロフェッショナルとして彼自身をブランディングする経験はありませんでした。そこで、彼は伝説的なストーリーを創作しました。

これは本当に悪いことでしょうか？

これは境界線的なケースと言えますが、少なくとも彼のストーリーでは、マーケティングとしての目的は正直なものであり誰にも実害を及ぼさない限り容認できると解釈することができます。

カウンター事例 2 - あるインターネットマーケターは、母親の家の地下室に長年暮らしていました。彼は自分のマーケットであるエクストリームスポーツに関連する十分な知識を持ち合わせていませんでした。

そこで、彼は伝説的なストーリーを捏造してエクストリームスポーツのカリスマ的存在であることを消費者に納得させることにしました。

彼には経験がないばかりか消費者にシェアできる価値ある知識やスキルさえ持ち合わせていませんでした。さらには、彼が膨大な売上を獲得していると捏造しました。これは確実に非倫理的な行いです。

ご覧のとおり、許容できる調整と非倫理的な調整を分かつのはかなり細い境界線です。

では、受け入れられるか否かを判断する基準はどのようなものであるべきでしょうか？

このような基準は次の質問に求めることができます：

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたは不誠実であるにも関わらず誠実でいられますか？

この質問は最初、疑似的に聞こえるかもしれませんが、それは多くの正当な目的を果たします。

あなたが本当の自分ではない人の振りをすることは、嘘をつくことになります。

しかし、このような嘘は非倫理的でしょうか？

そのような嘘は結果として誰かを傷つけることになるでしょうか？

あなたは、人々を欺き彼らが苦労して稼いだお金を詐取するために嘘をつくのですか？

これら２種類の嘘には違いがあります。あなたが本当の自分を示すのではなく、正当なマーケティングの目的を果たすために、**あなた自身の拡張バージョン**を示すことだと言えます。

インターネット上では、あなたはなりたい人になることができます。

これは、あなたに授けられた力です。

これは凄い力です。

絶対的な力です。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

しかしながら、絶対的なパワーは必ず腐敗します。このフレーズを言い換えると - スパイダーマンのベンおじさんの言葉から引用するなら - **「大いなる力は大いなる責任が伴う」**

あなたはこの力を使うことができます。結局、誰でも使うことができます。

しかし、あなたは責任を持って力を行使すべきです。

この拡張版のあなたは、あなたのオンラインペルソナと呼ばせてください。

あなたのペルソナをオンラインで構築する

はい、あなたの見込み客や顧客に対処するのは本当のあなた自身です。あなたは彼らの問い合わせに答えたり、注文プロセスの処理などを行う当事者となります。

しかし、あなたのオンラインペルソナは、あなたのビジネス運営において対応しなければならない人々に示した人となります。

例えば・・・

あなたが実生活では世界で最悪のファッションセンスを持っているとしましょう。

あなたの友人たちは、いつもあなたの色の選択と時代遅れのスタイルをからかっています。しかし、あなたは子供のころから慣れ親しんだこの服装をとても気に入っています。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたはチェック柄のベルボトムパンツが気に入っています。あなたは市松模様のタイトフィットのジャケットはクールだと思っています。あなたはロナルド・マクドナルドが履いている靴はかっこよいと思っています。

あなたは時代遅れだと思っている人がいるからと言って服装を変えようとは思わないでしょう？

しかし、親友の結婚式のようなフォーマルな場に招かれたとします。

あなたはこのような機会に普段のファッションスタイルで出席するでしょうか？

まさか、そのようなことはしませんよね。

あなたはイベントの厳粛さを尊重して適切な服装を着るでしょう。あなたの親友にとって一生に一度のイベントにおいて型破りなことへの拘りで台無しにしたくはないはずですね？

言い方を換えれば、社会的に期待されるイメージがある場合には、その期待を大きく裏切らないよう常識的に対処するはずです。

さらにもう一つの例え・・・

あなたがある女性に求婚しようとしています。理想的に言えば、彼女はあなたのありのままの姿を受け入れ愛してくれるでしょう。あなたは恋愛期間を通じて良いことも悪いことも受け入れ強い絆を固めたいと願います。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたはその女性を本当に愛しています。

あなたは本当に彼女から愛されたいと願っています。

あなたは自然な流れから良い面だけを前面に出して仮面を被ってしまいます。

彼女はあなたの努力にも関わらず時間の経過とともにあなたの欠点に気づき始めてしまいます。二人の関係が親密になればなるほど欠点を隠し続けることは難しくなります。

しかし、彼女があなたの欠点に気づき始めるころには、あなたの良い点が欠点を遥かに上回ってあなたの欠点に気づいてもあなたへの愛は強いものになっています。

オンラインのペルソナについても同じことが言えます。

はい、あなたはある意味において彼女に対し嘘をついていることになりますが、それは必要な嘘であり、誰かを傷つけない限り無害な嘘だと考えることができます。

あなたはビジネスを運営しており、あなたが普段はジーンズを愛用していたとしても、TPO に合わせて特定の機会にはスーツを着用するでしょう。

あなたのマーケットの住人たちと信頼関係を構築するために彼らが使う言葉を使うでしょう。あなたはビジネスパーソンです。これらはあなたの業務の側面であり、彼らに害を与えるものではありません。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたのオンラインペルソナの起草

では、これから先へ進む前に、繰り返しになりますが 2 つの選択肢があります：

1. **ありのままのあなたを示す** - あなたがオンライン上で出会うすべての人に対して本当のあなたのままで接する：または

2. **オンラインペルソナを作成し、あなたを拡張したイメージを構築する。**

最初の選択肢については説明を要さないでしょう。あなたはありのままのあなたを示すことであなたのビジネスが推移してゆきます。

あなたは誰からのアドバイスも必要ありません。あなたのビジネスがどのようになるか、ありのままのあなたが裁判官となります。

しかしながら、あなたが 2 番目の選択肢で進むなら、従うべきいくつかのガイドラインがあります。

どのように進めるべきかを知らずしてオンラインペルソナをゼロから組み立てることはできません。

この道は危険を孕んでいるだけではなく細心の注意を払わなければ惨めな結果に終わるリスクに直面するでしょう。

これらのガイドラインは次のとおりです：

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

- まずは自問自答してください。なぜ、オンラインペルソナが必要なのですか？なぜ、ありのままのあなたではだめなのですか？

あなたが販売する商品に相応しいオンラインペルソナを求めるには明確な理由があるはずです。

- さらに自問自答してください。オンラインペルソナを構築したいというあなたの願望は地に足が付いたものですか？あなたは正しい理由に基づきオンラインペルソナを追求していますか？

覚えておいてください・・・オンラインペルソナは、その性質上、嘘は嘘であり、嘘は不誠実の一形態であることを忘れないでください。

あなたは正しい理由に基づき消費者に害を与えることのないよう十分に注意してください。

- あなたはスーパーペルソナを構築するのですか？あまりに現実離れしていませんか？オンラインペルソナは、超人ではなく人間の範疇を超えることは危険です。

そうでなければ、あなたが対処する消費者から信頼よりも不信感を育ててしまうことになります。

さらに、あなたのオンラインペルソナが完璧過ぎれば、彼らはあなたとの取引に腰が引けるかもしれません。

- 常に覚えておいてください。オンラインペルソナ構築の目的は、消費者があなたを崇拝することではなくあなたとより良く関わるためです。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたにとってビジネスは優先事項であることは変わりありません。オンラインペルソナをあなたの自尊心のために利用しないでください。

あなたのビジネス遂行に必要なツールとして利用してください。

- あなた自身をオンラインペルソナの基礎にしてください。オンラインペルソナは本物の何かに固定されるべきです - それはあなた自身！

- オンラインペルソナを真剣に受け止めてください。例え、それが単なる創作物であったとしても、その基礎には依然としてあなたがいるのです。

オンラインペルソナは、単なる架空のものだと信じてしまう罠に陥るかもしれません。

そこには真実ではない部分があるかもしれませんが、オンラインペルソナの核心は依然としてあなたです。オンラインペルソナの行動を決定するのはあなたです。

言い換えれば、あなたがオンラインペルソナとして行うことはすべて生身のあなたが実践しなければなりません。

- あなたのオンラインペルソナがあなたのビジネスを支配することを許さないでください。

オンラインペルソナを構築しようとする人の中には、直面する状況をベースとして「この状況ではどのようなオ

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ンラインペルソナにすべきか？」と考えることがあります。これは適切ではありません。

覚えておいてください・・・あなたという人物がオンラインペルソナの基礎です。オンラインペルソナは、消費者に向けたフロントイメージです。実際に決断を下し、そして行動するのはあなたという人物なのです。

なんてことだ！小林正寿が嘘のつき方を教えるのか！

ある意味、そうかもしれません。

しかし、それは悪意ではない嘘であり、インターネットの世界は匿名性が氾濫していることとオフライン世界とは異なる環境において必要になるかもしれません。

はい、言葉を飾ったとしても、嘘は所詮が嘘だと主張する人がいるのも事実です。

しかし、オンラインペルソナは、あなたがオンラインビジネスを成功の軌跡に乗せるために、特に初期の段階では、避けることのできない現実という側面もあります。

さらには、オンラインペルソナは、インターネットによって提供される現在の自由を建設的に活用しています。

インターネット上で氾濫する匿名性を不正利用するのではなく適切なオンラインペルソナはあなたと消費者の双方の利益のために建設的に活用することができます。

今日のレッスンは、あなたから誤解を受けるかもしれない内容でしたが、オンラインの世界で成功を収めるためにオ

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ンラインペルソナを構築しなければならない時があると固く信じているので正直にお話ししました。

最後に、わたし自身がオンラインペルソナに対してどのように取り扱ったのかお話ししておきます。

わたしはインターネットマーケティング業界に参入する前からずっとオフラインビジネスを運営していました。ほとんどの取引は対面販売をしていました。

お客様と商談するときは、多少の仮面を被っていましたが素の自分をさらけ出していました。

結果として、わたしがインターネットマーケティング業界に参入してもオンラインペルソナの重要性を理解していましたが、オフラインビジネス同様に素の自分を前面に出す選択肢を選びました。

結局、オンラインペルソナを構築するか否かはあなたが判断することです。

© 2021 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.