



『ヨギー・マーケティングの道』

あなたのヨガクラスを、愛する生徒さんたちで満たすための本当に効果的なマーケティング手法をお伝えします。あなたの本質的な価値を正しく届ける方法（技術）を学んでいきましょう。



第一回

**「ヨギーとしての態度を
ハッキリさせましょう！」**

成功するヨガマーケティングは、
あなた自身の態度と姿勢を明確にすることから始まります。
自分らしさを大切にしながら、
効果的に生徒さんに価値を届けていきましょう。

ヨガビジネス vs. ヨガマーケティング

なぜ「ヨガビジネス」ではなく「ヨガマーケティング」なのか



「ビジネス」という言葉への違和感

「ヨガビジネス」の講座をよく見かけるようになりましたが、「ビジネス」といった曖昧な言葉に違和感を感じます



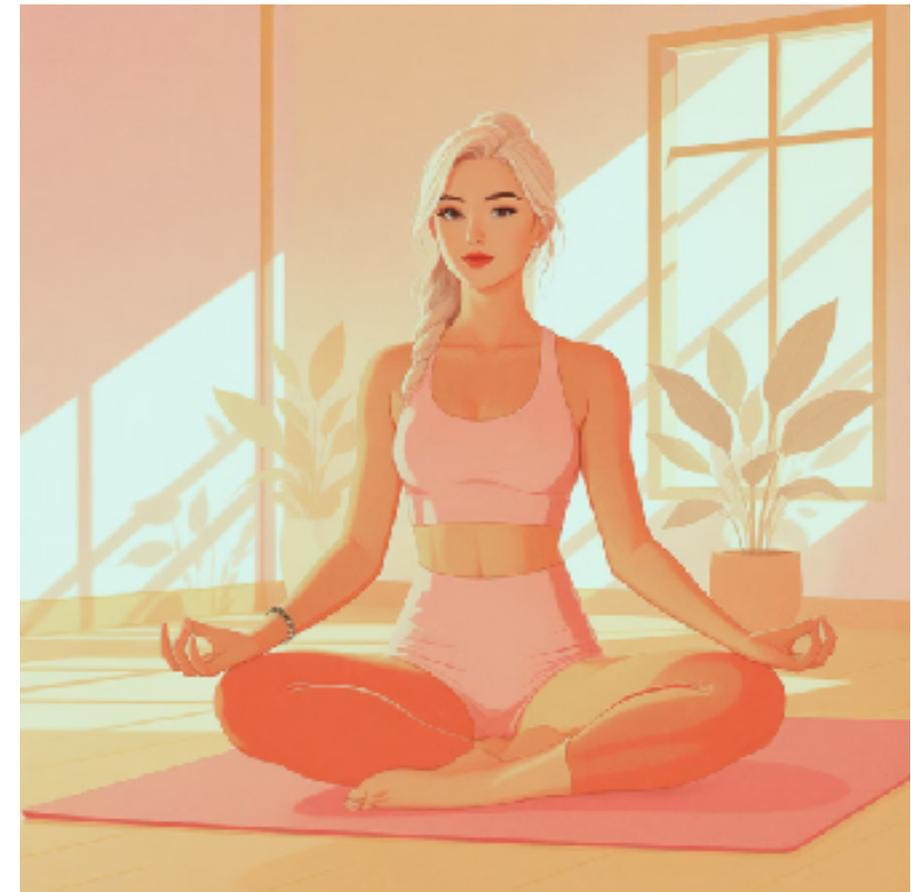
MBAを持つヨガインストラクター

MBA（大学院で取得するビジネスのマスターの称号）を持ちながら、ヨガ教室の現場で20年指導し続けているヨガインストラクターは日本では珍しいはずです



知識の無料公開と指導への情熱

ハタヨガ基礎講座や講師養成では講座料を頂いておりますが、多くの部分はブログにて無料で公開しています。個人的には直接のヨガ指導が好きなので、ヨガコンサルタント的なことをするつもりはありません



最初にすべきことは「定義」を明確にすること

1

言葉の曖昧さを排除

「ビジネス」という広く使われすぎて曖昧な言葉を、明確に定義することが重要です

2

ヨガの定義と同様

「ハタヨガの中でヨガの用語の定義を明確にするのと同じアプローチです

最初にしないといけないことがあります。

【ヨガビジネス講座】とは何の事を言っているのかをはっきりとさせることです。

あなたが求める「ビジネス」とは何ですか？

ヨガ教室の運営・経営方法なのか？

インストラクターとしての名前を売る（売名する）方法なのか？

自分のレッスンの来訪者数を増やす（集客）方法なのか？

自分のクラスに継続して通う生徒さんが増える方法なのか？

ヨガのインストラクターの皆さんの中で、登場するビジネスという意味とは、何のことを指しているのでしょうか？良くなるという結果は同じでもプロセスが異なります！



目的が違えばアプローチも変わる

ヨガ教室の運営、インストラクターとしての宣伝、生徒数の増加、そして生徒さんの継続的な参加。これらはすべて異なる目的であり、それぞれに特化した手法・やり方・アプローチが必要です。

1

有名 ≠ 教室運営

自分だけが有名でもヨガ教室運営は成り立ちません。

2

知名度 ≠ 生徒数

インストラクターとして有名でも、生徒さんがヨガを継続的に習いたいとは思わないかもしれません。

3

集客 ≠ 継続

生徒さんが大勢来ても、一回だけの来訪で終わってしまうこともあります。

4

継続 ≠ 疲弊

生徒さんに継続して通ってもらうために、ヨガとは異なる悩みばかり聞いて疲れてしまうかもしれません。

📌 ここで重要なのは、全ての目的には、異なるアプローチ（手段・技術）を使わないといけないわけで、あれこれ何でもやれば良いわけではないということです。

全8回！

『ヨギーマーケティングマスターになろう！』

その意味において【ヨガビジネス】と言うより、「ヨガ・マーケティング」って呼ぶのが正しいと思いました。

1

ヨギー・マーケッターとしての態度をハッキリさせよう！

2

どんなヨギーなのかを明確にせよ！

3

マーケッターとしての態度に足りないもの！

4

マーケティングの始まりはいつも雨！

5

立ち位置は、崖っぷちか？

6

立ち位置が分かるから進める一歩がある！

7

レッスン効果を10倍に上げる魔法のマーケティング

8

宣伝を開始せよ！

収益よりも大切な最終目標



結果的には生徒を増やし、収益を増やすことにはなるのだからビジネスなのだけれど、**収益を最終目標にすると欲に目が眩んで失敗することを、本日の教訓にして欲しい**と思います。

その為に、
まず最初に具体的な目標を立てる必要がある！！
のですが・・・

目標は誰かに立ててもらうものではありません。
どこかでヨガクラスを担当して指導しているのならば、
自分自身で明確な目標を立てるほどの態度で挑む
姿勢が重要なのです。

『ヨギー・マーケティングの道』



初回のテーマ

ヨギーマーケッターとしての態度を
はっきりとさせよう！

ヨギーマーケッターとしての 2つの重要な態度



今の自分が完全体として存在

今の自分が完全体として存在していることを自覚して、自信を持って振る舞うという態度



謙虚にベターを目指す

世界には知らないことがあることを謙虚に認めてベターを目指していく態度

ヨギーマーケッターとしての道のためには、まだまだ重要な態度があるのですが、最も重要な2つの態度を見ていきましょう！

すでに今が完全体であると知る

私たちはいつも完璧を目指してしまいます。

そして、完璧な理想的な状態と今の(完璧ではない)自分を比べて落ち込み嘆き悲観して、苦しみます。

このヨギーマーケットの8回講座を読み実践を繰り返したあとには、あの頃の自分は未熟だったな・・・と思うかもしれません。優劣を意識し始めると周りを見渡して自分より優れたインストラクターばかりがいる気がしてしまい、不安な気持ちにより萎縮して実力を発揮できなくなってしまうのです。

成長しないと何かができないのではなく、今すべきことをするならば、それは何でもできるものです。

(なぜなら、それは、今、出来ることだからです。)出来ないのは、まだ、その時期ではないということで、ただ、それだけなのです。

- ✔ 「出来る」「出来ない」という結果や技術の無さを気にするより、「今の自分が完全体としてバランスがすでにとれている」という姿勢を持つ事が重要です。

未熟であることは当然なのです。どう頑張っても勝てないような凄い人もいます。そんなことは当たり前なので、気にすることが時間の無駄です。無駄なことに時間をかけないで、今、自分にある知識と経験を全力で発揮することに集中するのです。

いま、そこに在る自分自身は、それで完全体です。疲れていても、満腹でも、空腹でも、眠くとも、元気いっぱいでも、その状態で完全体であるとして全力を発揮すれば良いのです。この姿勢で挑むのが、ヨギーマーケットです。

足りないことがあることを認めてベターを目指す！

1

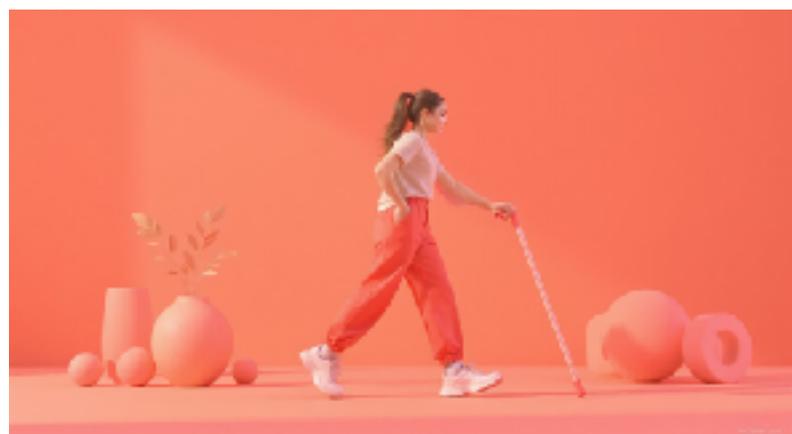
完全体であることの真意

「完全体で在る」とは、完成されていることではなく、どんな状態であっても調和がとれているという意味です。

2

不足を補う力

我々には不足を補う機能が備わっています。例えば、膝の手術後、杖と腕が脚の不足を補い、歩行を可能にするように。



3

補完の限界と成長

しかし、いつまでも他のもので補い続けることには限界があります。真の完全体を目指すには、不足を認識し、より良い状態への改善を追求することが不可欠です。

2つの態度のバランス

1.と2.で反対なことを言っているように聞こえるかもしれませんが、**ヨギーマーケティングの道にはどちらの姿勢も大事な**のです。

1

レッスン中

今が完全体として感じる。足りていない部分を他の要素で代用する

2

レッスン以外の時間

不足自体を補う努力をする。成長と向上を目指す

この姿勢で初めていくことで、これから始まるマーケティングマスターの道が開けて行きます！！



マーケティングの本質を理解する 最初に質問です！

【質問1】 あなたは、何を与える人なの
でしょうか？

*マーケティングとは、マーケット（市場）での取引の中で生まれた技術





あなたは何をお渡ししますか？

【質問2】あなたは市場（マーケット）にいます。そして、向こうからお客さんがやってきて、お金を渡してきました。そこで、あなたは何をお返しするのですか？

市場では具体性が求められる

りんご1つとバナナ3本を交換して・・・というように物と物が行き交うのが市場です。その交換（流れ）をやすくするために、貨幣（カレンシー：流れ）というものが発明されました。

あなたは市場にいます。向こうからお客さんがやってきて、お金を渡して来ました。そこで、あなたは何をお渡しするのでしょうか？

警告

「えっ！？ヨガですよ。ヨガの練習です。」と、返事が聞こえてくるかもしれません。マーケット（市場）では、その表現では通用しません。市場には、沢山の商品があるからです！

【交換】 ・ 【贈与と対抗贈与】



市場にある多様な商品の例

〇〇産のりんご

食べどきの熟したりんご

来週が食べどきのりんご

農家〇〇さんのりんご

10個でお得なりんご

マーケット（市場）にあるたくさんの商品を見てみましょう。



あなたのヨガは、 数あるヨガの中の一つ

市場という場所には、
あなたのヨガ以外にもヨガレッスンという商品はたくさん扱われています

【質問3】 あなたはヨガのレッスンでは、
何を受講された方にお渡しするのですか？

何かをお渡しするというと、小物やお手紙でも何か物を用意しないといけない気がして
しまいます。その感覚は商品とは物でしかないと思い込みがそうさせているのです

**「ヨガという経験」
は商品なのです**





代表的なヨガ商品の例



有名講師が指導するヨガ商品

有名人が指導すれば、商品は即完売するでしょう。



インド本場からやって来た指導者



モデルの仕事をしている指導者



仙人のような風貌の指導者

誰でも使える技術に焦点を当てる



『ヨギーマーケティングマスターの道』では扱わない技術とします。この講座では、誰もが使える技術（テクニック）に挑戦していくスタイルを紹介したいですし、その技術はすぐに効くというより回数を重ねながら、誰でも上達して身につけていくようなスタイルをお伝えしていきます

生徒さんに聞いてみる価値

【質問4】 あなたの提供するヨガ体験は、どのような商品なのでしょう？

すでにどこかでヨガを指導しているのならば、その受講生にたずねてみたらどうでしょう。色々な答えが見えてくるかもしれません。

自分が提供するヨガレッスンはこんな商品だったのか！色々と思いを考えることが出てくるかもしれませんね。

マーケティングでは、商品サンプルをお試ししてもらい感想をいただいて新たな商品開発に活かすこともするのでヨガ経験という商品を改善するのに役立つはずです。

📌 具体的な内容改善は個々の涙が出てきてしまうくらいの努力でしてください。それもここでは扱わない部分です。皆さん、習ってきたヨガテクニックは人それぞれですからね。それぞれの講師養成の先生に相談したら良いと思います。



「どんなヨギーなのかを明確にせよ！」

・・・という、第2回のタイトルは、
自分が、どんなヨガ商品を提供しているヨギーなのかを明確にしてみましょう！という意味です。



多くの種類のヨガ商品を理解する

【質問4】 あなたの提供するヨガ体験は、どのような商品なのでしょう？

さまざまな角度から「どんな商品か？」を考えられるのですが、最初に考えて欲しいのが頻度です。以下に8種類のヨガ商品を紹介しています。

1回60分だけ受け取って欲しい商品なのか？

1回3時間かけて受け取って欲しい商品なのか？

3回レッスンで完了する商品なのか？

たまに受け取って欲しい商品なのか？（月1回？年1回？）

毎週受け取って欲しい商品なのか？

まるっと1日かけて、受け取って欲しい商品なのか？

10日間で受け取って欲しい商品なのか？

1ヶ月間で受け取って欲しい商品なのか？

これらはすべて異なる商品なのです。何が違うのでしょうか？

インストラクターがよくする間違い

インストラクターの方がよくする間違いがあります。

1ヶ月間の素晴らしい講師養成を受講したのだけど、レッスンは上手くできない！といます。

1ヶ月間でヨガをとて理解できたし、素晴らしい経験をしたのだけど、自分のするレッスンを受けた人の様子を見ても、あの時のようなしっくり来たようには見えない・・・

ⓧ 当然です。その方が手にしたのは1ヶ月間（200時間）で受け取る商品だったわけで、60分で提供するレッスンとは商品が違います。

60分の経験で何を与えるのかを考えないといけないのです。

あなたの中にどれだけ素晴らしいヨガの知識があろうとも、そうでなかるうとも、60分（1クラス分）で何を提供するのかをしっかり考える必要があります。

60～80分のヨガレッスンに数多く参加していて、様々な商品を経験していることから、講師養成などを受けていなくとも、素晴らしいヨガレッスンを提供できてしまうインストラクターもいます。彼らは、ヨガの商品をより深く理解しているからであり、すなわち、ヨギーマーケティングを自然と実践できているというわけです。

「ヨガのおしえ」となる講座などで理解を深めることなどは素晴らしいことですが、10時間かけて理解するという商品と、60分の1レッスンという商品は異なります。

1レッスンという商品の中に、あなたが与えたい経験を明確に決めないと、ヨガ哲学を理解したかもしれないけれど、レッスン内に、その教えの一部はまったく入ってないかもしれません。

最後の課題に挑戦しましょう さて、最後の課題です

【質問5】

『私の提供するヨガ経験は、〇〇〇である。』

少なくとも3つほど書き出してみてください。



具体的な表現例を参考にしてください

【質問5】 『私の提供するヨガ経験は、○○○である。』

最初は抽象的でも大丈夫です。

日本語は曖昧に表現するのが得意ですから。例えば・・・

私の提供するヨガ経験は、「受ければ受けるほど元気になれるもの」である！

私の提供するヨガ経験は、「腰の痛みが一瞬でなくなるもの」である！

私の提供するヨガ経験は、「3週に渡ってコアの使い方をマスターするもの」である！

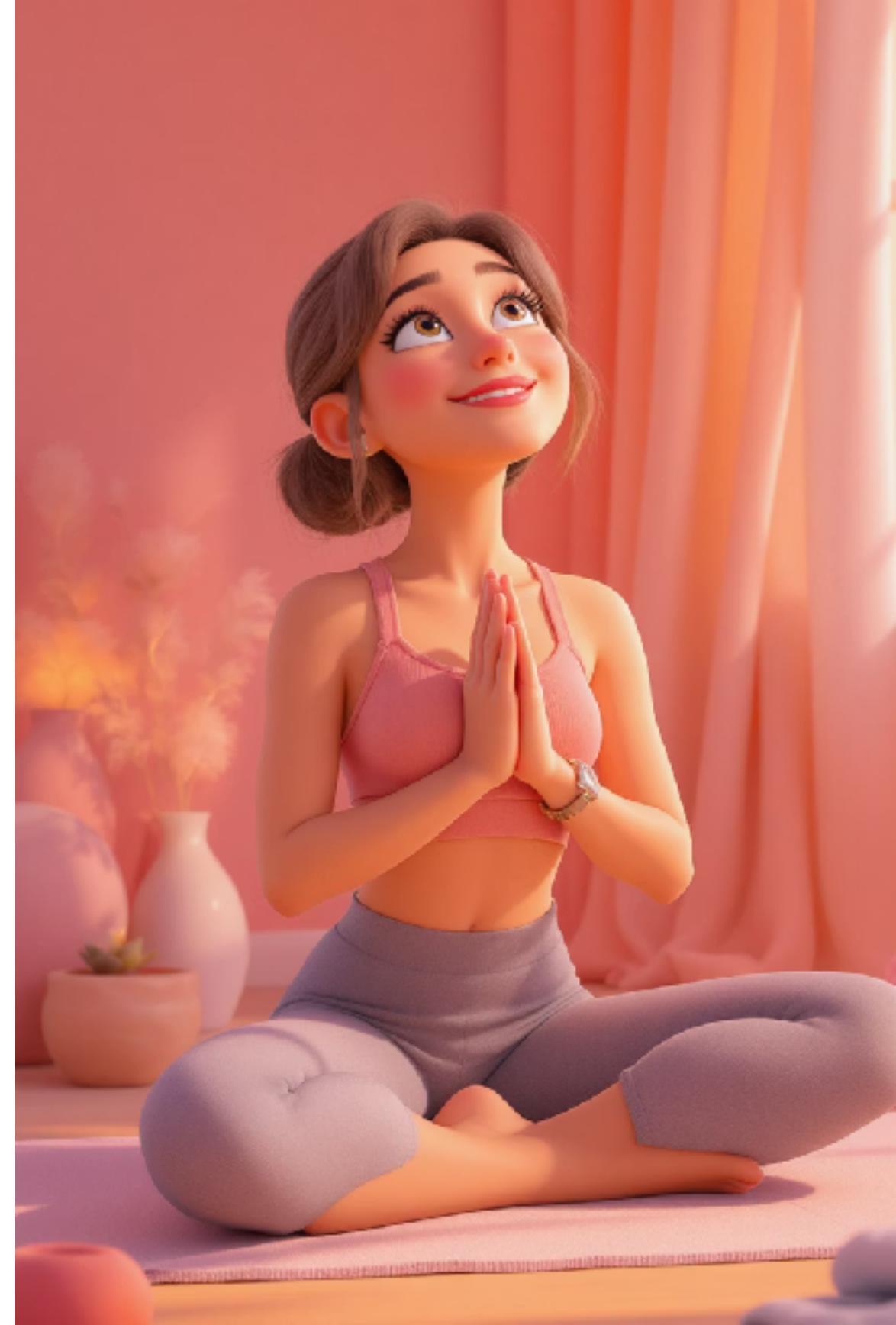
自分らしさの基準を明確にする

自分がどのようなヨガのインストラクターかを考えると、
「自分=エゴ」という言葉が先に走り始めてしまいます。

見た目がいい？スタイルがいい？服装が？声が？

違います！

ヨーギーマーケットターにとって、
あなたがどんなインストラクターであるかを定める基準は、
『どのような商品（体験）を提供するか』です。





『私が生徒さんに提供するヨ
ガ経験は、○○○○である。』

ヨギーマーケティングマスターの道は
ここから始まります！！

与えるインストラクターとしての自覚



ヨガインストラクターはお節介と言われるほどに、ただただ与え続けるのが仕事です。

だからこそ、立ち止まって、自分は何を与えるインストラクターなのかを考えてみる必要があるのです。

私のヨガレッスンを受けた方の感想を聞いてみると、「凄いハードだった!」「落ち着いて呼吸へと意識を向けれた!」「動きはゆっくりなんだけど辛い!」「分かりやすかった!」「よく分からない動きをしたけど集中できた!」などなど、毎回きりがいいほど異なる感想があります。

それは当然です。こちらが与える（経験していただく）ものを参加者に合わせて変えているからです。

【交換】 ・ 【贈与と対抗贈与】

レッスン内容はさておき、

商品となる経験を提供する時に、その与える内容は今の時間で足りているのか？

その体験は、1回で出来てしまったり、理解できる内容であるか？

もしも、理解できないなら、どれほど回数を受けないといけないのか？

その体験の効果はいつ表れるのか？

ヨガ商品が並ぶ市場（マーケット）では、さまざまな商品が並んでいるのだから、

自分を与えるヨガ経験がどのような商品なのかをはっきりと紹介（説明）しないとけません。

それらの説明の見せ方にこそ、技術（マーケティング戦略）を必要とするのです！

『ヨギーマーケティングマスターになろう！』

全8回！

1

ヨギー・マーケッターとしての態度をハッキリさせよう！

2

どんなヨギーなのかを明確にせよ！

3

マーケッターとしての態度に足りないもの！

4

マーケティングの始まりはいつも雨！

5

立ち位置は、崖っぷちか？

6

立ち位置が分かるから進める一歩がある！

7

レッスン効果を10倍に上げる魔法のマーケティング

8

宣伝を開始せよ！