

自分に合った情報収集と情報発信

デジタル講座 #4

2021.11.13

株式会社フレアワークス 代表取締役 高橋陽介

自己紹介

- Webデザイナー
- セルフケア・ヨガ講師
- ITに関する個別相談教室

ITも、心と体も、課題は人それぞれなので
ひとりひとりにあわせた内容・伝え方でやっています



本日の内容

- どんな情報が必要か
- どうやって情報を入手するか → 情報を得て、何をするか
- どんな情報が、どんな形式で発信されているか
- IT業界のビジネス・職業の概要（YouTuberやブロガーなども含めて）
- 情報発信のやり方の例
- マインドフルネス・セルフケア

どんな情報が必要か

情報の分類

1. 緊急で必要な情報
2. 必要だが、緊急でなくてもよい情報
3. 必要ではないが、あるとよい情報
4. 余計な情報

1. 緊急で必要な情報の例

- 災害や気候に関する情報
- 身近に関係する事件や事故のニュース
- 金融など流れの速いビジネスに関する情報
- その他、命に関わる情報

2. 必要だが、緊急でなくともよい情報の例

- 行政に関する情報（確定申告、各種手続きなど）
- ビジネスに関する情報、求人情報
- 不動産物件情報
- 保育園・幼稚園・学校などに関する情報
- その他、暮らしに関わる情報

3. 必要ではないが、あるといい情報の例

- 教育に関する情報
- 娯楽・エンターテインメント・スポーツなどに関する情報
- 料理や趣味に関する情報
- 買い物に関する情報
- その他、よりよい暮らしをするための情報

4. 余計な情報の例

- 自分に関係ないニュース
- 心を乱してしまいうSNS投稿や動画
- 時間をムダにするだけのゲームなど
- その他、**時間とエネルギーを浪費する情報**

→取捨選択するのもエネルギーを浪費するので、見る習慣もなるべく減らす

→うっかり余計なものに触れてしまっても、心乱されないようにうまく「切り替える」

リモート生活ではとくに、切り替えがとても大事

切り替えのコツ・復習

- 「今やるべきこと」に関係ないことは、全て余計・雑念
たとえば休むべきときには、仕事に関する情報は見ないようにする
- 切り替えるための、自分なりのサインを決めておく
たとえば「微笑む」「呪文を唱える」「手のひらの真ん中を押す」など
- 雑念が湧いたり、余計なことに気を取られ続けていたら、サインを行って、それ以上は考えないように切り替える
- 雑念は湧いてくるものなので、それ自体を忌み嫌わないこと
湧いてきたときに、考え続けずうまく切り替える、という練習を重ねる

どうやって情報を入手するか
情報を得て、何をするか

情報にたどりつき、行動する道のり

1. 「自分に合ったメディア」にアクセスする

- ・ テレビのチャンネルを選ぶ、ラジオを選局する
- ・ 新聞をとる、ニュースサイトやブログを購読する
- ・ Yahoo!などのポータルサイトをブックマークしておく
- ・ SNSで好みのアカウントをフォローする



2. 深掘りする：メディアから得た、興味あるキーワードを使って検索し、追加の情報を探す



3. 行動する：買い物したり、お店などを予約したり、自分なりに情報発信したりする

1. 自分に合ったメディアを選ぶ

- テレビ
- ラジオ
- 新聞、雑誌
- Yahoo! などのポータル
- ニュースサイト
- メールマガジン
- YouTube
- Twitter、Facebook、Instagram
- ブログなど

メディアの選択肢はとてまたくさんあり、個人もメディアを持ち発信している

情報の種類・スピード・信頼性、生活のリズムに合っているかどうかなどで判断し、自分に合ったメディアを選ぶ

目的別メディアの選び方 例

1. 緊急で必要な情報
→気象庁のサイト、Twitter、radiko（ラジコ）など
2. 必要だが、緊急でなくてもよい情報
→港区のサイト、求人サイト、不動産サイトなど
3. 必要ではないが、あるといい情報
→YouTube、Twitter、Instagram、Amazonなど自分の趣味にあわせて

Twitterを使うなら、Twitter検索やおすすめアカウントなどを参考に自分の役に立ちそうなアカウントをフォローしておく（たとえば「地震速報」などでTwitter検索）

2. 深掘りする

メディアから知ったキーワードを使って、Google・YouTube・SNS・買い物サイトなどで検索

例：商品を買おうとしている場合…

まず商品のことについて調べ、選ぶためのポイントを把握し、Amazonや価格ドットコムで評価やランキングを調べたりする「ヨガマット 種類」「ヨガマット PVC」「ヨガマット 人気ランキング」

例：旅行先を調べる場合…

じゃらんや楽天トラベルなどで観光情報やホテルの場所・評価などをチェックする「宮古島 ホテル 格安」「宮古島 ホテル オーシャンビュー」

例：健康のためにヨガがいいと知って、始めようと思った場合…

近くのヨガスタジオを検索し、特徴などをチェックする「ヨガ 白金」「ヨガ 白金 少人数」

3. 行動する

- Amazon、メルカリなどで買い物
- 映画や演劇・旅行・お店などの予約
- 確定申告などの行政手続き
- マッチングサイト（就職・転職・婚活など）に登録
- 得た情報や自分の意見をSNSに投稿・共有・拡散
- ...

今後も「デジタルでできること」は増えていくかもしれない

情報入手から行動までの実践

日々よく行われている例：

1. 暇な時間ができたら、好みのメディアを観る（たとえば最新のトレンドが知りたいならYahoo!やTwitter)
2. ざっと観て、興味のあるものがあったら、必要に応じてGoogle検索して追加の情報を探したり、SNSなどで他の人の意見を探したりする
3. 買い物したり、お店を予約したり、友人と予定を共有したり、SNSで発信したりといった行動する

まとめ：情報収集の心構え

- 自分にとって必要な情報が得られる「自分に合ったメディア」を選び、必要ないものは省き、余計な情報に時間とエネルギーを使わないようにする
(情報を取り入れるのが癖になってしまっている・情報を取り入れないと不安、という人も多い… 本当にそれは、あなたに必要か?)
- 得た情報に対して反射的に行動せず、落ち着いて、他の情報源も調べるなど「深掘り」する

どんな情報が、どんな形式で
発信されているか

企業や個人がメディアを持つ主な意図

- たくさんの人々に見てもらって、広告収入を得たい
あるいは「いいね！」や肯定的な反応をたくさんもらいたい（承認欲求）
- 狙った人に見てもらって、ビジネスにつなげたい・行動させたい
あるいは特定の人に好かれたい

主にこのどちらか、または両方を目的として、企業や個人はメディアを持つ
（自分の情報整理用や自己満のためにTwitterやブログを用いることもあるが、
それらは一旦別として）

発信されている情報の例

- なにかの宣伝（会社・組織、商品・サービス、個人自身…）
- 他者への意見・共感・誹謗中傷
- 他愛のない日常
などなど…

他者に行動を期待するもの、反射的に発信してしまったもの、自己満足で発信したものの、なんの意図もないもの…様々な情報が入り乱れている
捉え方も様々であり、意図せず他者を傷つけることもある

発信されているデジタル情報の形式分類 1

- プッシュ型（メール、ショートメッセージ、登録者への通知など）
相手に通知をして、訪れてもらう
- プル型（記事、SNS、HPなど）
適切なコンテンツと導線を用意して、相手が訪れるのを待つ

必要ないプッシュ通知は、なるべく来ないように工夫する
迷惑メールフィルターなどもその工夫のひとつ

発信されているデジタル情報の形式分類2

- 文章（ポータル、ニュースサイト、メールマガジンなど）
- 短い文章（Twitterなど）
- 写真、画像（Instagram、Twitterなど）
- 音楽、音声（ラジオ、YouTube、iTunes、Spotifyなど）
- 動画（テレビ、ニュースサイト、YouTubeなど）
- 短い動画（InstagramやTwitterのストーリーズ、TikTokなど）

動画や高画質な画像はデータ量が大きいので、スマホでみるときはWi-Fiを使うなど工夫する
通信量の多いアプリは、**アプリごとにモバイルデータ通信をOFF**にしておくと安心

IT業界にはどんなビジネス・どんな仕事があるのかを知り、それぞれがどんな情報を収集・発信しているかを考えてみましょう

デジタル技術のおかげで『**個人と企業のできることの違いがなくなってきた**』ということを把握した上で考えてみると良いと思います

独立したりお店をつくったり、趣味や仕事の仲間をつくったり、お子さんや若い人たちとコミュニケーションしたり、もしこれからやってみたいことがあれば、適切に情報収集・情報発信していきましょう

そして、発信する側の意図がわかると、情報収集もより効率よく・安全にしていけることができます

IT業界のビジネス・職業の概要

IT関連「企業」の分類

- 事業会社：自社発信でのビジネスを行う
- ベンダー（下請け会社・開発会社・制作会社）：受託して開発・制作を行う
- 代理店：他社の商品・サービスの販売を代行したりOEMで提供する
- ファンド：スタートアップ・ベンチャー企業などへの投資や資産運用をする

「個人」はIT業界でどのようにお金を稼いでいるか

- 自己発信：ブロガー・YouTuberや、商品サービスの開発・販売、教室など
- 受託制作開発：在宅や業務委託でのデザイナー・エンジニアなど
- 販売代理：アフィリエイトや転売など
- 投資・トレード：株式、仮想通貨などの取引

先ほどの企業形態分類と、ほぼ同じ！

個人と法人で、できることの違いがなくなっている

自己発信の職業例

- 起業家、プロデューサー（サービスの開発、コンテンツ制作、商品製作・販売）
- YouTuber ユーチューバー
- ブロガー
- 講師、インストラクター（教室、スタジオ、オンラインサロンなど）

個人がメディアを持ち発信することができるようになったため、自力で集客することができる
たくさんの人に見られるメディアは、広告収入を得ることができる
影響力のある個人には、企業からブランドや商品の宣伝の依頼が来る（エヴァンジェリスト、
アンバサダーなどと呼ばれる）

制作開発の職業例

- ・ プロデューサー・企画
- ・ マーケティング・コンサルタント・データアナリスト
- ・ ディレクター
- ・ デザイナー
- ・ コーダー・プログラマー・ソフトウェアエンジニア
- ・ ハードウェアエンジニア
- ・ ネットワークエンジニア

必ずこれらの人々がいるわけではなく、プロジェクトによって別の名前がついていたり、分業されていなかったりする難しいカタカナ名が日々増え続けているが、基本的にはいわゆる「ものづくり」の流れである

事業形態別、情報発信例

自己発信

- ・ メディア（HP・ブログ・YouTube・SNSなど）を用意
- ・ 自分のこと、コンテンツ・商品・サービスに関することなどを発信

受託制作開発

- ・ メディア（HP・ブログ・SNSなど）を用意
- ・ 自分のこと、ウリや料金などを発信

販売代理

- ・ メディア（ショッピングサイト・フリマ・ブログ・SNSなど）を用意
- ・ 商品を出品・アフィリエイトを貼るなどしてビジネスの場を用意

投資・トレード

- ・ 自分の資産を運用するだけなら情報発信は不要
- ・ ファンドとして活動するなら、メディア（HP・ブログ・SNSなど）を用意し、実績や得意分野などをアピール

情報発信の現状と問題

個人が情報発信できるようになり、法人化したりコストをかけたりしなくても、小さいリスクでビジネスが始められるようになった

- メディアやコンテンツをつくるツールが無料化し、一般に広く使われるようになった
- 個人が情報を発信し、企業や顧客と直接やり取りできるようになった
 - 小さなビジネスにおいては「代理店」の存在が不要になってきている
 - 個人が「販売代理店」をするのも容易になってしまったので、転売屋も横行している
- 質の悪い情報や迷惑メールなども大量に出回るようになってしまったので、情報の取捨選択に際しては「気づき（マインドフルネス）」が重要になっている

おまけ：YouTuberの現状

- 主に「動画投稿」と「ライブ配信」を行っている
- ゲーム実況、エクササイズ、スポーツ、料理、歴史、音楽、商品レビュー、お笑い・バラエティなど様々な内容を配信しているYouTuberがいて、素人だけでなく芸能人や元プロスポーツ選手なども多い
- 小中高生がなりたい職業の上位に入る…好きなことを発信してビジネスにする魅力
- YouTuberをプロデュースする企画マネジメント事業も大きなビジネスとなっている
- YouTuberになるための教育もビジネスになっている

おまけ：YouTuberはどのように収入を得ているか

- 広告（視聴時間などに応じた収入）
- **スーパーチャット**（ファンからの投げ銭 略して『スパチャ』）
- **メンバーシップ**（ファンからの月額課金）
- 企業プロモーション
- アフィリエイト
- LINEスタンプやグッズ販売など

情報発信のやり方の例

私はどうやって独立して仕事を受けてきたか

自分のウリを把握する・磨き続ける

- ・ある程度全般的に仕事ができるので、話が進めやすい
- ・お悩みを把握して、解決策を導き出すのがそれなりにうまい（それを活用して、独立後まもなく教室業を始めた）
- ・慢心せず、常に人から求められるような能力を磨き続けた

集客する（売り込むのではなく、お客さんのほうから来てもらう仕組みをつくる）

- ・SEOの技術があったので、HPとブログを活用して検索からの集客ができた
- ・Twitterを使って、同業者や学生とのネットワークをつくった
- ・営業や売り込みはせず、**クラウドソーシング**という手段もあったが使わなかった

情報を届かせるには

- **SEO（検索エンジン最適化）**

Googleだけでなく、YouTubeやAmazonやSNSなどにも「検索システム」があり、それぞれの検索において、なるべく上位に自分のコンテンツ（ホームページ・動画・商品など）が表示されるように工夫する

- 広告・SNSでの発信

検索連動広告、バナー広告、動画広告、SNS広告、チラシなどの紙の広告、テレビ・新聞などのメディア広告、駅貼りポスターなど…

ターゲット（訪れてほしい顧客）に応じた最適な広告を用いて、目的のWebページに訪れてもらう+SNSで発信してファンを増やす

情報を届かせて、なにをしてほしいか

- 情報の認知
- 情報の拡散
- 商品の購入、来店予約、仕事の依頼など

ホームページ作成などを依頼するときは、どんな顧客に、どのようにホームページに訪れてもらい、最終的になにをしてほしいか、というユーザーシナリオをある程度描いておくと良い

ユーザーシナリオの例（大手ヨガ教室の場合）

1. 「銀座 ヨガスタジオ」で検索して、**検索連動広告**を見て、**ランディングページ**へ訪れる（「銀座 ヨガスタジオ」などのキーワードで最上位にくるように広告費用を設定しておき、広告として最適化したランディングページを用意しておく）
2. ランディングページでスタジオの特徴や料金などを知る（キャンペーン料金などで早期の行動を促す）
3. 要望（料金・通いやすさ）にマッチした人は、レッスンを予約する

→大量の人にまずはレッスン予約してもらおうようにするシナリオ

ユーザーシナリオの例（私のヨガ教室の場合）

1. ポーズ名・ヨガ流派名・ヨガ教典名などで検索→ブログ記事にランディング
2. 興味のある人は、サイト内で別の記事も読み始め、たくさんの記事があることを知る
3. ブックマークするなどしてファンになり、再来するようになる
4. 一部の人は、レッスンを受けてみようと思い、料金やレッスン内容などをサイト内で調べる
5. 要望（レッスン内容・料金）にマッチした人は、スタジオかオンラインを選び、レッスンを予約する

→マッチした少数の人だけにレッスン予約してもらおうシナリオ

情報発信によって結果を出すには

1. 目標設定、シナリオを描く (Plan)
2. ホームページを作る・ブログを書く、必要であれば広告を出すなど (Do)
3. アクセス解析 (Check)
4. 必要に応じて改善する (Action)

メディアをつくったら満足！ではなく「**PDCAサイクル**」を適切に回し続ける

返ってきた反応への対応例 1

- そもそもアクセスが少ない
(PV：ページビュー、UU：ユニークユーザー、MAU：月ごとのユーザー…などの指標)
→コンテンツの質と更新頻度を見直す
アクセスを増やすため、SEO施策と広告出稿を見直す
SNSからの集客方法を見直す
- リピーター・フォロワーが少ない
→サイトのデザイン・使いやすさ、コンテンツの質や発信頻度などを見直す
- アクセスは多いが、コンバージョン「最終的にやってほしい行動」に至らない
→サイトの使いやすさ・情報のわかりやすさ、料金やサービス内容などを見直す
キャンペーンなど、早期行動を促す施策を行う

返ってきた反応への対応例2

- クレームや誹謗中傷
→感情的・反射的に行動せず、適切に対応する
- 予想外に繁盛して忙しくなりすぎる
→心身をこわさないように、身の丈に合った生活になるように調整する
メディアや人脈を活用して求人をする（求人メディアやSNS）
- 違和感（収入はたくさんあるが、自分に合っているのだろうか…？など）
→執着せず、別の道を探す
経験はムダにはならない、ブランディングしなおすことで再出発できる

おまけ：ホームページは、あったほうがいいのか？

- ・ 店舗情報など基本的な情報を発信するだけであれば、SNSやブログでも十分
- ・ 頻繁に情報を発信するのであれば、SNSのほうが適している（HPがあっても、SNSを併用することが多い）
- ・ 予約システムなどもイチから開発して組み込むよりは、別のサービス（ホットペッパービューティーなど）を利用したほうが安く済むこともある

ブランドイメージ・信頼性を重視するようなお店や企業ならば、ホームページはあったほうがよい

情報発信にはSNS、予約システムには別のサービスを活用するなど、ホームページを中心として複合的にメディアを展開すると、低コストでビジネスを始めやすい

マインドフルネス・セルフケア

デジタル疲れ対策のポイント

- デジタル疲れによる不調は、メンタル・自律神経が関わっていることが多い
「気持ちの切り替え」・「呼吸のコントロール」・「背骨の柔軟性」が特に重要
- いろいろ多すぎる時代、他人に流されず、余計なことをしない・自分に必要なことをする
- 予防や治療には、心身全体を観る必要があり、「気づき」が重要となる
- 人それぞれ「体の癖（姿勢や力みなど）」「心の癖（思い込みなど）」があり、それらが気づきを覆い隠している
- 自分なりのセルフチェック&ケア方法を持ち、癖を手放し、気づきを磨く
体：ヨガのポーズ、セルフマッサージなど
心：呼吸を使った瞑想、逆行瞑想など

デジタル作業後のおすすめセルフケア

- 気持ちの切り替えをするサインを確認（微笑む・手の真ん中を押すなど）
- 背骨を動かす（波の動き・ねじり・側屈）
- 手のマッサージ、手首ストレッチ、肩回し
- 首回し、眼球回し
- 腹式呼吸で瞑想

ありがとうございました

デジタルに関する個別相談

白金デジタル教室 🔍

白金デジタル教室 

ヨガ・瞑想 少人数レッスン

フレアプラス 🔍

FLAREPLUS 

白金デジタル教室 