

もう今は、新しいプラットフォームの時代だ。

CRUSH IT!

by Gary Vaynerchuk

Copyright© 2009 by Gary Vaynerchuk

Published by arrangement with HarperCollins Publishers
through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo.

訳者まえがき

「時代は本当に変わったんだな」……これが本書を読み終えた後の、わたしの感想でした。

本書の読者の大半が、インターネットビジネスまたはソーシャルネットワークツールのマーケティングのノウハウに強い関心を抱いていることでしょう。

本書を読めば、確かにそれらを学ぶことができますが、本書の価値はそればかりではありません。これからビジネスを立ち上げようとしている人、企業家、いや会社勤めの人にとって、(まだ大半の人が気づいていない) 変化した時代の中で、経済的な豊かさや心が満たされる人生を生きるヒントを学ぶことができます。

著者のゲイリー・ヴェイナチャックは、幼少の頃、家族でベラルーシからアメリカに渡った移民です。英語を話せず頼る人もいない、貧しい生活から、今では成功した

企業家、ソーシャルネットワークマーケティングターとしてCNNや有名なトークショーに出演するまでになっています。

わたしが本書を日本に紹介することを決めたのは、ゲイリーのメッセージが、日本人の価値観と親和性が高く、ここ15年ほど、わたしたち日本人が忘れかけていること、そのために失いつつある自信を取り戻すために、うってつけの内容だと確信したからです。

本書を読むと、あなたに次のような変化が起こります。

1. 時代の変化の意味を知り、それにどのように適応していけばよいのかわかります。
2. ソーシャルメディアのコンセプトと実際に自分のビジネスでどのように活用すればよいのかヒントを得るでしょう。
3. 自分らしく、自分にしかできないこと、やりたいことをして生きることが、決心できるでしょう。
4. あなたが、ビジネスに従事する者として、最も大切なことを心に刻み、ぶれることなく、事業を推進することができますようになります。
5. 成功を超えた成幸へのキャリアが見えてきます。
6. 元氣と勇氣と自信を持つことができます！

さっそく読んでみてください。

岩元貴久

第1章

情熱こそすべて

「ソーシャルメディア時代の生き方とは？」

- ◆ 3つのルール 19
- ◆ やりたいことをやる 20
- ◆ 知っておくべきこと 22
- ◆ ゲームは新しいステージへ 25
- ◆ 言い訳無用 27
- ◆ もし、あなたが失業中なら 30
- ◆ 好きな仕事を選べ 32
- ◆ こうやって稼ぐ！ 34
- ◆ ソーシャルメディアビジネス 36
- ◆ あなた次第 38
- ◆ 水をワインに変える 40

第2章

成功のカギはDNAの中に
「あなたの持っている才能の使い方」

- ◆ 自分らしくあること 46
- ◆ アメリカ移住 48
- ◆ ゲイリーになる 50
- ◆ 8歳のときから 52
- ◆ ベースボールカード交換会 54
- ◆ 商売を学ぶ 58
- ◆ ワインの世界を変える 60
- ◆ ワインライブラリーTVがスタート 62

第3章

パーソナルブランドのつくり方
「ブランドがなければ売れなくなった！」

- ◆ 僕のブランドづくり 70
- ◆ ありのままの自分 73

第4章

- ◆ チャンスは透明性にあり 75
- ◆ 自分の舌を信じよう 79
- ◆ 増大する口コミパワー 81
- ◆ もう履歴書はいらない！ 83
- ◆ クビになったって大丈夫 86

まったく新しい世界の幕開け ～ソーシャルメディア時代のビジネスモデル～

- ◆ 新しいビジネスモデル 90
- ◆ 世界が変わる 93
- ◆ 会社を辞める？ 95

第5章

面白いコンテンツをつくる方法

- ◆ 商品を知れ 100
- ◆ ストーリーを語ろう 102

第6章

どうやって配信していくのか？ ～ソーシャルメディアはこう使う！～

- ◆ 自分に嘘をつかない 103
- ◆ メディア選びは慎重に 105
- ◆ 自分を知ること 107
- ◆ ルアーと投げ縄 108

- ◆ DNAとの連携 110
- ◆ ブログはやるべき 113
- ◆ これだけは絶対に外せない！ 115
- ◆ グローバルプラットフォーム 116
- ◆ 本当の自分 134
- ◆ 自分を差別化する 144

第7章

生き方が稼ぎ方になった

〈企業マーケティング⇨個人マーケティングの時代〉

- ◆ありのままの自分であること 148
- ◆一番重要なものにお金を使う 150
- ◆セレブもやっている 151
- ◆一番を狙おう！ 153
- ◆情熱とやる気だけ 155
- ◆成功したければ忍耐が必要 158
- ◆ワインは飲めない 159

第8章

1人でもいい！

〈ソーシャルメディア時代にコミュニティをつくる方法〉

- ◆コミュニティの重要性 166
- ◆心をつかめ 169
- ◆引きつける 171

第9章

これしかない！

〈世界最強最高のマーケティング戦略〉

- ◆一個人が持つ力 174
- ◆ネクストステップ 175

第10章

こうやればいい！

〈ビジネスをつくるソーシャルメディアマーケティング〉

- ◆キラーマーケティング実践 180
- ◆さらなるステップ 189

第11章

お金にしてい！

〈ソーシャルメディア時代の稼ぎ方〉

- ◆広告収入 195
- ◆講演活動 198

第12章

ストーリーをつくれ！

「ソーシャルメディア時代のアウトプット」

- ◆ 変化への順応 213
- ◆ 問題の火種をすぐに消す 215
- ◆ ドミノピザのブランドイメージ 216
- ◆ 自分のストーリーをつくろう！ 218

第13章

レガシー

「お金よりも大切なもの」

- ◆ 流行に敏感になる 220
- ◆ パーソナルブランドのために 226
- ◆ レガシーが勝つ 228
- ◆ 雪の中を3時間 231

結びの言葉

訳者あとがき

..... 234
..... 237

第 1 章

情熱こそすべて

～ソーシャルメディア時代の生き方とは？～

「あなたは、自分のすべてをぶつけて何かに取り組んでみたい！」

って思うことがあるだろうか？

夜、ベッドの中でアイデアが頭の中を駆け巡って、なかなか眠ることができないってことは？

自分の思いどおりに生きていけるチャンスのために、どんなことをも厭^{いと}わずにやる覚悟はあるだろうか？

もし、すべてに「Yes」と答えるなら、あなたはラッキーだ。

なぜなら、今はそれだけのやる気、根気、そしてビッグな夢を持つ者が、空前のチャンスをつかめる時代だからだ。実際に、そうして大きな成功をつかんだ僕がいうのだから間違いない。

ほんの3年前まで僕みたいな人間は珍しい存在だった。技術的な知識がほとんどない僕が、フェイスブック（ミクシイのようなソーシャルネットワークサービス）やツイッター（140文字で情報を発信するツール）やタンブラー（ツイッターに似た情

報のスクラップツール）などのソーシャルメディアを使って、充実感で満たされるだけでなく経済的な成功を獲得するだけのパーソナルブランドを築いたのだ。

当時は、ビジネス、社会が変わってきていることを受け入れている人は少なかった。ほとんどの人がそのことを認めたがらなかった。僕が、情熱と身を粉にして働く覚悟さえあれば、富と幸福の両方を手に入れるビジネスを構築できると言っても、誰も信じてくれなかっただろう。

今やチャンスは無限にあると言っていい。でも、社会やビジネス、そしてインターネットでさえこれまでは変わってしまったことを、本当の意味で理解している人はまだ少ない。

僕が経験したことだって、もはや珍しいことではなくなっている。

もし、あなたがそれを心の底から本気で望むなら、今度はあなたがそれを手にする番だ。しかも、それに要する時間とお金は僕よりもずっと少なくてすむだろう。

状況がどれだけ変わったのかを示す例をお話ししよう。

僕は親父がやっていた酒屋「ショッパーズ・デイスカウト・リカーズ」を手伝って、8年間（1998年から2005年）で年商を400万ドルから5000万ドルに伸ばすことに成功した。自分でも、これはすごいことだと思っている。でも、そのために、超ハードワークで働いただけでなく、ニューヨークタイムズやワイン専門誌、それからラジオや地元のローカルテレビの広告宣伝に何百万ドルも投じた。

それに比べると、2006年2月に取り組み始めたパーソナルブランディングは、かいた汗は別として、金額としてはわずか1万5000ドルもかかっていない。しかも、今までの人生で体験したことがないくらい楽しい仕事だった。

ただしこのことはしっかりと伝えておく。それは決して楽な道ではなかった。僕は、そのために相当の汗をかけた。それからもう1つ。たとえば、コネやカネや学歴がなくても、情熱とそのために全力を尽くすことができるなら、どんなことだって実現可能だってことだ。

◆3つのルール

僕の成功の秘訣^{ひけ}を知りたいと思ってこの本を手にとった人もいるだろう。僕の秘訣、それは、次の3つの簡単なルールを守っていることだ。

1. 家族を大事にする
2. 鬼のように働く
3. やりたいことをやる！

これだけだ。

インターネットやソーシャルメディア、ましてテクノロジーさえ、成功の秘訣ではない。

確かに、それらはここ数年の僕が成し遂げたことには欠かせないものだったのは事実。

でも、僕にとつての成功は、いかに自分が幸せであるかなんだ。ビジネスの規模とか年収が成功の真の目的ではないんだ。

この3つのルールを守ってきたおかげで、今の僕は100%幸せだ。

「嘘だ、そんなことはない」って思うかもしれない。だけど、これは誓つて本当なんだ。

◆やりたいことをやる

まだ第1のルールを実行していない人は、今すぐ実行してほしい。なぜなら、家族を大事にしない人がこの本を読んでも意味がないからだ。いいかい。何をおいても家族を一番優先すべき！ これは絶対だ。

もし家族を最優先して、一生懸命働いているにもかかわらず、100%ハッピーじゃないとしたら、それは3番目のルール、今やっていることに情熱を感じていないのかもしれない。やりたいことをやるのは、成功の秘訣の3分の1のことではないけど、これこそが今のビジネス社会では重要なカギになる。

そこで、やりたいことをやるとはどういうことか説明しよう。

たとえるならそれは、仕事の日の朝は、目が覚めたと同時に、ベッドからパッと飛び起きてしまうって感じた。だって、自分がこの世で一番やりたいことについて話したり、実行する最高にワクワクする1日が始まるんだから、自然とそうなっちゃう。

そうなると、もう休暇が待ち遠しいなんてことは起こらない。なぜなら、仕事をすることが遊びとなり、それでリラックスできるのだから、休暇をとるなんて必要なくなるんだ。そして、どれだけの時間働いたかなんて気にすることもなくなる。従来の仕事の概念とは、まったく異なるものなんだ。確かにそれでお金を稼ぐわけだけれど、たとえお金をもらえなくても、喜んでそれをやりたいって思う。

という感じなんだけど、わかったかな？

そこで、あなたに尋ねてみたいのだけど、今僕が言ったこと、あなたの毎日に当て

はまっていますか？

あなたは、自分の望む人生を生きていますか？

それとも生活のために稼ぐ毎日を送っているだろうか？

人生の貴重な時間をやりたくない仕事にばかり向けるのってもったいないよ。もつと自分が心からワクワクすることに時間を使いたいと思わない？

人生は短いんだから。

自分の人生を良い方向に変えるのは、自分次第だ。そのために、インターネットを活用してはどうだろう？ ネット上には、たくさんのツールが、あなたのことを待っているのだから。

◆知っておくべきこと

本書では、インターネットのソーシャルネットワークワーキングツールの活用法についてステップ・バイ・ステップで説明する。あなたが時間さえあればずっとやっていたい

こと、話し出したら止まらない話題、誰かにぜひ手に取ってほしい商品について、多くの人に知ってもらう方法だ。

そして、それは単にビジネスの成功にとどまらない。お金だけでなく、あなたが最も求めている幸福をもたらす強力な「パーソナルブランドを確立する方法」だ。

今すでに、大好きな仕事をしているけど、もっとビジネスを大きくしたいとか、既存の商品／サービスのブランド力をもっと強化したいと思う人も、本書から新鮮なアイデアをたくさん発見することだろう。

この本で取り上げる内容を紹介すると、

- ・ソーシャルメディアを使ってパーソナルブランドを築くことが、業種を問わずビジネスの生き残りと発展に不可欠な理由
- ・今の会社に不満がなくても、会社を辞め、パーソナルブランドを軸にしたビジネス展開を図るべき理由
- ・次なる社会トレンドやビジネスチャンスの情報を、ソーシャルネットワークワーキン

グから得る方法

- ・ソーシャルネットワーキングの達人がカクテルパーティーに招待される理由とあなたがそうなる方法
- ・ネット上で交流するすべての人から収入が得られる方法
- ・あなたの好きなことについて書いて、あなたのパーソナルブランドに興味を持つ読者が殺到するようなブログをつくる方法
- ・大手の広告スポンサーが広告を出稿したくなるツボをおさえて広告収入を得る方法
- ・史上最強のマーケティング戦略
- ・さまざまな収益源から儲かるポイントを見つける方法
- ・企業のストーリーづくりやブランド強化のためのソーシャルネットワーク活用法
- ・ブランドとビジネスの持続的成功と発展のために、キャッシュやモルタルより大事な企業のレガシー（存続意義、遺産）を築く方法

ソーシャルメディアは、従来とは比較にならないくらい、企業家や企業に顧客との

絆を深め、メッセージを伝える機会を与えてくれる。誰とでもつながろうとする意欲を持つ者がソーシャルメディアの威力をフルに発揮するなら、これまで誰も見たことがないレベルのことを成し遂げることだろう。

◆ゲームは新しいステージへ

インターネットが印刷機以来最も大きな文化的変革をもたらしたものの1つだということとは誰もが認めるけど、ビジネスのやり方が人類史上最も大きな変革をもたらしたことに、社会の認識はまだ追いついていないようだ。おそらくまだしばらくかかるだろう。

インターネットは、技術オタクの聖域から、アメリカ人にとって第2の故郷といえるくらい成熟したものになった。アメリカ人は、相変わらず何時間にかけてオンラインショッピングに熱中しているけど、最近フェイスブックやユーチューブ、タンブラー、ツイッターといったネットワーキングサイトの出現によって、社会生活をネットに移行する人がどんどん増えている。

人の注目が向かうところに、ビジネスが向かうことはしごく当然のこと。人々が集まるところにお金も動き、視聴者の集まるところに企業は広告を打ちたがるものだ。

企業はこれまでラジオ、テレビ、新聞・雑誌といった従来のメディアに広告費を投じていた。

しかし、そうしたメディアは視聴者・読者を秒単位でネットに奪われているのが現状だ。にもかかわらず、生き残りを賭けて必要な経費削減を実行したメディア企業は少ない。だからつぶれて当然だ。まだ生き残っている会社だって、この新しい競争相手に対応できなければ、30年後には、博物館の恐竜や化石と並んで、僕らの子どもたちに好奇の目で見られるのがオチだ。

これからいろんな大胆発言をしていくけど、（最近のDJのように）毒舌を吐くつもりはないからご安心を。僕はじっくり考えた上でしか、ものを言わないことにしている。

企業は、存続するためにお金を使わなきゃいけないようにできている。それなら、そのお金をあなたに対して使ってもらおうじゃないか！

あなたがソーシャルメディアネットワークを使ってパーソナルブランドを構築するのは、彼らのためだと言ってもいい。ただし、ソーシャルメディアを活用して、モノになるビジネスにするには相当の時間と労力がかかることは覚悟しないといけない。だけど、それを苦にしない人にとっては、ソーシャルメディアは開かれたプラットフォームなんだ。

そう、あなたにとつてね！

◆言い訳無用

「でもゲイリー、俺が好きなことは、ワインみたいにカッコいいものでも売りやすいものでもないんだ」

そう思った人もいるかもしれない。

「俺は『ワールド・オブ・ワークラフト』ってオンラインゲームにハマっているんだ」
「わたしはベリィダンスに夢中なの」

「わたしは、普段何もしないで自宅の地下室にいたりびたって友だちとランプばかりやっているもんだから、いつも妻に怒られているよ。自分のビジネスはやってみたいけど、カネになりそうなものがない。それに、家賃や住宅ローン、子どもや年輩いた両親の面倒、学資ローンや車のローンの返済だってあるしな」

そんなことを言ったら、パレス・ヒルトン（有名なブロガー）やジー・フランク（有名なネット上のコメディビデオ制作者）、ペロニカ・ベルモント（ネット番組のレポーター）だって同じこと。ただ彼らはそれを見事にやってのけた。そして、あなただってやろうと思えばできる。要は、今すぐに行動を起こすことなんだ！

「でもゲイリー、あんたはここ数年のニュースを見ていないのかい？」

と言うかもしれない。景気が落ち込んで大勢の人が失業し、消費者は支出を控え、

企業も前みたいに広告を打たなくなっている。だから今は、いつかいい時期が来たらいつでもビジネスを始められるようにと、準備のつもりでこの本を読んでいるんだ。

平凡なビジネスは別として、ビジネスを始めるのに悪い時期なんかない。僕は、不況こそは「これだ！」と決断し、邁進（まいしん）していく人にとってまたとない大きなチャンスだと思う。苦しいときにのし上がった者こそが、いつか大きな成功をモノにする。確かに、ここ数年の間に店じまいした人は多い。

しかし、もし彼らがもっと顧客が共感できる差別化した商品やサービスを提供し、環境への適応力があつて、何よりも自分の情熱をしっかりと伝える方法を知っていたなら、店じまいすることはなかったはずだ。

こんなことを言っていると、ひんしゆくを買うのはわかっている。でも、本書を読めば、カルチャーがどのように変わっていて、これから名を成すために何をしなければいけないかわかってくれるはずだ。そうすれば、僕の意見に納得してくれるだろう。

◆もし、あなたが失業中なら…

何年か前までに僕らが体験してきた好景気の期間は、とっくにつぶれていてもおかしくないビジネスが成り立ってしまいうことがあった。でも、ひとたび風向きが変われば、生き残るのは本物だけだ。思い出してほしい。あなたが始めた事業は、平凡に終わることを目指したものだっただろうか？ それとも人をあつと言わせようとしたものだったのか？ 答えはもうわかっているはず。

本書に書いてあることに従えば、ビジネスは順調に利益を上げていくことができるようになる。さらに、あなたが思ってもみないビジネスのキャリアで最高の幸福を味わうことだろう。

失業している人は、履歴書を送ったり電話を数本いれてから（ちなみに、従来の履歴書はもう古い。詳しくは後ほど述べる）、本書に書いてあることを、いくつか試してみようと思っているかもしれない。

そこで、もしあなたが失業中なら次の質問に答えてほしい。

「前の会社をクビになる前、あなたは仕事で毎朝飛び起きていましたか？」

もし、この質問の答えが「No」だとしたなら、あなたに聞きたい。

「どうして次もまた同じ職業に就こうとするのですか？」

今や信じられないくらいにチャンスが転がっている時代だ。だからこそ、空いている全部の時間を使って、自分が生まれ変わるような、前とはまったく別の道を歩んでみてはどうでしょう？ 「永年勤続表彰」と刻印された腕時計と、定年退職者送別パーティーを最後に引退するのとは違う道を！

やりたいこと、好きなことであれば、きっとあなたは上手くやれるはず。そうすれば、仕事とプライベートを分けて考えることはない。そうやって、そのまま生きることⅡ喜びとなるのだから。

◆好きな仕事を選べ

会社勤めをしていて、それで十分に幸せだという人も本書から学びがあるはずだ。この先も、会社から優秀で必要な人材だと思われたければ、僕が言うことを覚えておいて損はない。営業や技術、金融、出版、報道、イベント企画、事業開発、小売、サービス等、どんな仕事に就いていても、自分をブランド化しなきゃいけないことに変わりはないからだ。誰もが、そう、誰もが、自分を1つのブランドのように考えていなきゃいけない。

これは、やるかやらないかではなく、そうしなきゃいけないんだ！

僕のDNAは、起業してビッグになって世界を征服し、ライバルに打ち勝って、NFLチームのニューヨーク・ジェッツ（アメリカンフットボールのプロチーム）を買い取ることを望んでいる。読者の中には、僕がやってきたことを「すごいなあ」と思ってくれている人も多いだろう。僕は、そう思ってくれる人に教えたいことが山ほどあるし、そう思わない人にもアドバイスしたいことがある。

あなたのDNAは、僕のものとは異なるかもしれない。あなたは、ただ平穩に暮らし、愛する人たちを養って将来に不安を抱かないようしっかりと備えていければ、それでよいと考えているかもしれない。アメリカ人の平均年収は4万ドル～5万ドルだそう。お金自体は、仕事の好き嫌いにかかわらずに稼ぐことは可能だ。

でも、ぜひとも好きな仕事を選んでほしい！

もちろんお金や安心は大事だし、毎月ギリギリの給料で暮らしている人が多いことも知っている。もう1度言わせてもらおうけど、僕が本書で教えようとしている方法は、時間と労力が相当必要で、それらを集中しなければいけないけど、お金はあまりかからない。これこそが画期的なところなんだ。つまり、金持ちじゃなくても、誰にでもチャンスがあるってこと。

やりたいことが見つかったら、不思議と必要なお金が集まるようになり、運命を思いどおりにコントロールできるようになる。それこそ、真の意味で快適で平穩な暮らしと言えるんじゃないかな？

◆「ううやうやう稼ぐ！」

ビジネスセンスがないだつて？

大丈夫さ。スキルはたいして価値はないけど、情熱はお金では換えられないくらい価値がある。もし情熱を注ぐことができるコンテンツがあつて、誰よりもそのことに詳しく、誰よりもそれがうまくできるなら、ビジネススキルなんてなくても、100万ドルのビジネスをつくるポテンシャルは十分ある。

たとえば、あなたは釣りが好きだとしよう。そしてエサになるミミズについてすごく詳しい。もつと言えば、ちょっと恥ずかしいくらいミミズのことについて夢中で、それについていくらでも思いつき語りたいたいと思っている。でも、そんなミミズのお金を稼ぐなんて無理だと思うかもしれない。

それは大間違いだ。インターネットを使って、ミミズについて思いつき語れる場

をつくれればいいんだ。情熱は感染しやすい特徴がある。その情熱を面白いコンテンツづくりに思いつき傾けてソーシャルメディアツールを使って配信するんだ。そうすると、いずれ僕のようなビジネスを起こすことが大好きな人があなたのサイトを見て、ファンになるかもしれない。

そして、ある種類のミミズを使えばバスを80%多く釣れるようになる、というあなたの話を聞きつけた瞬間、僕はそのビジネスチャンスを調べてあなたに連絡を取る。そして10億ドルとされる釣り市場に向けて、オンライン番組かブログ、オーディオ・ポッドキャストと一緒に立ち上げる。

コンテンツ配信を始めると、すぐにあなたは注目を浴びるようになる。僕らはあらゆるソーシャルメディアツールを駆使して、オンラインコミュニティを拡大していくんだ。そうして氣づいたときには、アメリカ最大手のルーアメーカーが、僕らのサイトに広告を出稿したいと依頼が来るようになるまでになっている。

そこから僕らは口コミをうまく利用して、さらに収益源を広げていく。

「チーン！ カシャーン！（レジの音）」

こうして、ミミズに対するあなたの情熱と、ビジネスを始めた僕の情熱が合わさって必然的に本気のビジネスができあがったというわけだ。

◆ソーシャルメディアビジネス

ソーシャルメディアのアクセスの容易さと普及、そしてそれらが無料で提供されていることで、誰でもこれと同じようなことができるんだ。

映画の売り込みが大好きで得意な人は、俳優について詳しいファンと組むことで、100万ドル級の映画レビュービジネスを起こせるし、マラソンの練習記録をつけている人が優秀なマーケティングと組んで、一緒にランニングブログを始める。そして、それがナイキの目に止まれば、スポンサー契約に漕ぎつけることがあるかもしれない。

ソーシャルメディアの世界では、誰にでもチャンスがある。それはつまり、今のビ

ジネスの世界では、誰にでもチャンスがあるということなんだ。

「ソーシャルメディアビジネス。以上！」

このシナリオに出てきた4人の誰もが成功者だ。脚光を浴びるコンテンツ提供者はもちろん、裏方の営業やマーケティングの担当者も、自分の情熱を注げることに打ち込んだのだから、舞台裏では大いに盛り上がっていることだろう。実際、僕もこれだけネットで有名になって、テレビの全国ネットで取り上げられ、出演もしてきたけど、何よりも幸せなのは、やはり舞台裏でのブランドづくりをしているときだ。

もしかすると、ここまで読んで、次のように考える人がいるかもしれない。

「おつ、これはいい！ 自分の情熱が何かなんて考えなくても、誰かコンテンツに情熱を持っている人を見つけて、その人と組んでビジネスを立ち上げればいいんだ！」と。

確かにそれもありかもしれない。いずれにしても、あなたの情熱がビジネスの立ち上げやマーケティング、営業の分野でないというなら、それに代わる何かを探さな

きやならない。さもないと、成功しないだろう。

◆あなた次第

本書で伝えているのは目新しいことというより、普遍的なことばかりだといっている。自分がハッピーになれることをする。何事もシンプルに考え行動する。調査は万全に実施。全力で働く。常に先を読んで行動するといったことだ。

僕が2006年に「ワインライブラリーTV」(<http://tv.winelibrary.com/>)を始めたとき、フェイスブックはまだ学生の遊びの道具だった。僕は、未成年の子にワインを売るような怪しいやつにならなくなかったから、自分のオンライン番組の集客にフェイスブックを使おうとは考えなかった。ツイッターは始まったばかりで、まだどんなものか誰も知らないような時期だった。

でも、ソーシャルネットワークが一般に知られるようになったとき、僕はすでにその全部を網羅していたし、それらの効果的な使い方もわかっていた。おかげで早く成

功を手に入れることができた。でも、ソーシャルネットワークは、僕の成功を加速させただけであり、成功そのものを生み出したわけではない。このことは、あなたが夢を行動に移すときにとっても重要なことなので、ぜひ覚えておいてほしい。

本書で紹介するツールは、あなたのアイデアを多くの人に広め、パーソナルブランドを築くのに、従来よりも格段に短時間でお金をかけずに可能にしてくれるものではない。しかし、こうしたツールは、使う人の力以上の力を発揮することはない！

それからツールが持つ威力は、最新バージョンの範囲内に限定される。技術革新は消費者の需要と相まってとんでもないペースで進んでいるので、本書が出る頃には、こうしたプラットフォームの能力はすでに変わっているかもしれない。

しかし、ツールのユーザーインターフェースや機能が変更になろうと、大局に影響はない。どんなに車を改造しても、乗って移動するという本質が変わらないのと同じだ。ソーシャルネットワークは、あなたを視聴者のもとに連れて行ってくれる。後は、そこで彼らをフォローし、さらに多くの人とつながり、あなたの話を聞いてもら

うのだ。

僕は、あなたにソーシャルメディアを使ってガーデニングや家を新築する方法を教えることもできる。もし、あなたが市長になりたいのなら、そのお手伝いもできる。でも、目標の大小にかかわらず、僕がいなくなつた後は、あなた自身が努力と方向修正と改良を続けていかなきゃいけない。

どんなに成功しても、怠れば芝は伸び、ペンキは剥^はがれ、道路はガタガタになる。努力をやめたら、ここで覚えたことはすべて水の泡。つまるところ、成功は、すべてあなた次第というわけだ。

◆水をワインに変える

本気で望むなら、お金や成功、充足感といったものは、どれも目の前にある。やるべきことは、そこに手を伸ばすかどうか。だからもう、グチや泣き言、言い訳はいつさい終わりにするとよいだろう。日中フルタイムで働いている人であっても、午後7時から午前2時まで（小さい子どものいる人は、午後9時から午前3時まで）時間は

たっぷりとある。深夜帯の仕事を楽しめるようになるう。

3度の飯よりも好きなことをするのであれば、別に難しいことなんかない。捨てられたフエレット（小さなイタチ科の動物）のリハビリでも何でも構わない。あらゆるデジタルツールを使いこなすことで、水をワインに変えることができる。大好きなことを、子孫代々に受け継がれるようなビジネスにして、大儲けしながらなお、自分らしくいることができるのだ。

本書は、100万ドルの稼ぎ方を教えるものではない。もちろんそのために役立つ本であることは間違いない。僕が伝えたいのは、あなたが日々、情熱を持って生産的に生きること、幸せな人生を築くことができるということ。ビジネスは金儲けだけじゃない。それがわからない人は失敗する。

あなたが、これから紹介するソーシャルマーケティングツールを使い慣れているなら特に、その大局を見るようにしてほしい。深みにはまってしまうと、本当に重要なことを見失ってしまうものだ。

さあ、ソーシャルマーケティングというデジタルの海に漕ぎ出し、あなたのやりた

第 2 章

成功のカギはDNAの中に

～あなたの持っている才能の使い方～

いことをビジネスにして、パーソナルブランドを構築しよう。どこまで進むかはあなたの次第。制約は何もない。フェイスブック、ツイッターその他のソーシャルメディアツールは、あなたを新しい世界へ連れて行ってくれる大船だ。人と情熱を分かち合い、ライバルと差別化して、あなたのブランドを可能なかぎり多くの視聴者に届けよう。

僕の成功の秘訣は、もちろん1人の人間のやり方にすぎないけど、僕のやり方を、あなたのDNAに合うように工夫することで、あなたはこの上ない幸せを手にするこ
とだろう。

僕は、矛盾を絵に描いたような男だと言っておこう。僕は誰にも負けないくらい自分に自信がある。その一方で自分が本当は取るに足りない人間だということもよくわかっていて。他人が僕のことについてどう思おうとまったく気にならない。でも、他人が僕のことをどう言っているのか敬意を持って注意深く聞くようにしている。

ある動画ブログに投稿したエピソードについて、視聴者から僕の態度が不愉快だったとコメントが投稿されたときは、午前4時までかかって1人ずつに謝罪した。僕は、新しいビジネスやベンチャーを立ち上げるのが好きだけど、お金に価値を置いている理由はただ1つしかない。それは、ニューヨーク・ジェッツを買収するには大金が必要だから（僕は冗談抜きでジェッツのオーナーになりたいんだ！ 小学3年生のときからずっと持ち続けている夢だ）。

僕がABCニュースに「ソーシャルメディア・ソムリエ」、オンライン雑誌のサイトに「ユーチューブ時代のワインのカリスマ」、報道番組ナイトラインに「ウェインズ・ワールド流ワイン愛好家」と呼ばれるまでになった話は、よくある移民のサクセスストーリーであると同時に、はじめてのケースでもある。それは、僕が使ったテ

クノロジが数年前まで存在しなかったということもあるけど、それだけじゃなく、僕と同じDNAを持つ人がほかにいないからだ。

僕はビジネスの人間にしては、よくDNAについて話す。もちろん本書でもそうだ。なぜなら、ビジネスで成功するカギは、その複雑な2重らせんの構造の中にあると本気で信じているからだ。

だから本当を言えば、僕がソーシャルマーケティングの世界で有名になるきっかけになったワイン紹介動画ブログ「ワインライブラリーTV」を成功させたのは、DNAをくれた父と母だと言ってよい。

ただ、せっかくすばらしいDNAを持って生まれた人の中には、野心は持っているけど仕事に行き詰まってしまい、不満や憂鬱を抱えて現状を過ごす人が大勢いる。なぜか？

それは、その人たちが自分の何より好きなこと、生まれつきのやるべきことをやっていないからなんだ！

◆自分らしくあること

僕はラッキーだった。自分のDNAが命じることを中心に早い時期に理解し、受け入れたからだ。僕は、人と関わるビジネスをするために生まれてきた。そしてそれは、僕がずっとやりたいことでもあった。

自分は事業家になるために生まれたと思っていたから、ほかの何かを目指したことは1度もない。それは、通信簿が「D」や「F」だらけだったことからわかる。母に見せるといつもヒステリーを起こされた。母を悲しませるのは忍びなかったけど、それでも、自分に正直でなきゃいけないと思っていた。

なので、授業中、算数の教科書のかげで『ベケット・ベースボールガイド』を隠し読み、次のベースボールカード交換会に備えていたものだった。

でもほとんどの人は、家族や社会の期待に応えようとするばかりで、自分のDNAを顧みることはない。それに、成功とはこうあるべきだといった固定観念を持つ人が多い。

そんなことから、自転車^{自転車}をデザインするために生まれてきた人がいつのまにか弁護士^{ざんしん}になっていたり、斬新なメイク^{ざんしん}を考えるのが好きな子が、来る日も来る日も全国のショッピングモールに高額なブランド化粧品を売り歩いたり、毎日思いついたことを欠かさず書き留めて次の詩のネタにしているような人が、緊急ITサポート部門の長として毎日を過ごしていたりするんだ。僕から見れば、とんでもないことだ。

僕は本を書きたくて、ずっとウズウズしていた。それは、百万長者になりたい人になれるようにしてあげられると思ったからじゃなく（それもできるけど）、今の状態を続ける必要がないってことを、いまだに気づいていない人を見ると、いても立ってもいられなかったからだ。

今の時代、どの国に住んでいようが、一生嫌いな仕事や好きでもない仕事を給料や責任感のためにイヤイヤ続けなければならぬなんてことは、どんな言い訳も理由になんかならない。今はインターネットを使って、自分の一番好きなことでパーソナルブランドをつくれば、誰でも100%自分に正直に生きながら、お金を稼ぐことができる。自分と仕事とのギャップを感じる必要がなくなるんだ。

ただし、「汝の心の声に従え」と言われて安心するのは氣が早い。僕の言うとおりにするには、今までの人生で経験したことがないくらい相当の努力をする必要があるからだ。「苦勞が人を育てる」は、僕の信念としている言葉だ。

僕の家族は、何もないところからスタートしたけど、それが家族のためになった。僕もそのおかげですべてを手にしたと思うハングリー精神、それと同時に、それがどうでもいいことだと氣づく知恵が身についた。あの最初の頃の苦勞がなかったら、今の自分はなかったとつくづく思う。これについて語るには、話を「祖国」にまで戻さないといけない。

◆アメリカ移住

僕の家族は、1978年に、まだ旧ソ連の一部だったベラルーシからアメリカにやって来た。先にアメリカに移住していた大叔父から父のサーシャが刺激を受けたからだ。妹に会いに帰国した大叔父の話から、父は、アメリカでは自分次第で人生

を切り開けること、そしてパンを1斤買うのに6時間も並ばなくていいことを知った。生まれながらの事業家だった父は、アメリカにこそ一家の未来があると確信した。

ユダヤ人は、外国へ政治亡命を求めることが特別に許可されていた。僕は、オーストリアとイタリアでややこしいお役所手続きのために数カ月待たされたのち、ようやくニューヨークのクイーンズ地区にたどり着いた。

残念なことに、大叔父は僕らが祖国を離れる直前に突然亡くなってしまったが、その子どもたちが僕らの面倒を見てくれた。「僕ら」とは、父と母、3歳の僕（当時はゲンナディーという名だった）、祖母、曾祖父母だ。まもなく、あるユダヤ系財団が用意してくれた1間のアパートに引っ越すことができた。話に聞いていた、アメリカが「道路が金で舗装されているほど」豊かだというのは、嘘じゃないと思った。

祖母は、1カ月半も経たないうちに強盗に遭った。景氣は急激に落ち込み、父がアメリカに着く前に決めていた建設の仕事は、2、3カ月でなくなってしまった。またしても大叔父の家族が救いの手をさしのべてくれ、ニュージャージー州のクラークという町で経営していた酒屋の1つで商品補充係として父を雇ってくれた。

◆ゲイリーになる

厳しい時代だった。あの頃のことを思い出すと今でも感傷的になる。僕の6歳の誕生日に、両親は4、5キロ離れたKマートまで歩いて往復し、『スターウォーズ』のフィギュアを1つならず2つも買ってくれた。

極貧の生活をしていた僕らのような家族（その頃には妹のエリザベスも生まれていた）にとつて、それは大変なことだった。それでもお金のことでも文句を言う人はいなかったし、ほかのことでも誰かが文句を言うのを聞いた覚えがない。家族がそろって健康に暮らしている。そのほかに望む必要はなかった。

僕らは素早く同化し、両親は、アメリカに着いてすぐに僕の名前をゲイリーに変えた。でも、一歩家に入ればそこはまだベラルーシだった。母がアメリカの母親たちがつくるようなどっしりしたミートローフを夕飯に出すことはまずなかった。うちでは、ロールキャベツやニシンのスモークなどを食べていた。

薬はいつさい摂らず、代わりにお茶を飲んだ。本当に体の具合が悪いときは、胸に

ウオッカを塗り込んだ。手を切ったとか火傷したと言うと、すぐおしっこをかけると言われるのが嫌で、なかなか言い出せなかったものだ。

頭が良く努力家でもあった父は、クラークにある小さな酒屋の店長になり、共同オーナーになるのにさほど時間はかからなかった。1983年には、パートナーと一緒にスプリングフィールドに小さな間取りの店を買い、その後、それを100坪にまで広げた。

しばらくして僕が手伝うようになり、同じ敷地を使って今の「ワインライブラリー」に建て替えた。それが今では1000坪になり、「ショッパーズ・ディスプレイ・ディスカウント・リカーズ」という名がびつたりだった以前の店の面影はもうない。

両親はハングリー精神にあふれていた。家族を養う必要があったし、成功を渴望していた。父は休む間もなく働いていたので、僕は14歳になるまで父のことをあまり身近に感じたことがなかった。でも父が僕らのためにしてくれたことをこの上なく尊敬している。その努力と図太さのおかげで、典型的なアメリカンサクセスストーリーを実現することができた。

1978年、僕は一文無しで英語も話せなかった。それが1985年には、僕は近所で誰よりも先に任天堂のゲーム機を持っていた。父がなぜ僕にとってヒーローなのか、わかるだろう。父がしてくれたことへの感謝の気持ちだが、ビジネスでもっともっと高みを目指したいという僕の野心を今でも駆り立てる。

◆8歳のときから

僕は、父と見た目には全然似ていないけれど、父の熱血と努力家なところはしっかり受け継いだ。僕は、母似だ。超がつくほど情にもろく、人づきあいが上手で、はじめに会った人ともすぐに打ち解けるけど、内側にとっても強いものを持っている。

父のほうが近寄りにくい。人を受け入れるまで時間がかかる一方、1度受け入れてしまうと家族同然につきあう。

僕は父を尊敬してやまないけど、もっと多くの人に父の良さが伝わると思う。父とのもう1つの大きな違いは、父が感情に任せて物事を決めること。情熱がすべての僕でも、感情的なまま仕事の電話をかけるのは御法度だ。

でも、僕の中に、父の事業家としてのDNAが色濃く流れていることは、僕を若い頃から知っていれば否定しようがないと思う。僕が唯一、事業や金儲けより好きだったのは、ニューヨーク・ジェッツ。「安心して観られるシーズンがない」と近所のおばさんがいつも言っていた。僕は、夏にはその家の車を洗い、秋には落ち葉を掃き、冬には雪かきをした。

ある春、その家の庭に咲いた花を切り、ドアをピンポンと鳴らして、おばさんに花束を売ったこともあった。そんな思いつきをした自分を今でも何となく誇りに思う。なんたつて半端じゃない利益率だったからね。

8歳になった頃には、7カ所でレモネード売りのスタンドを展開していた。まだ自転車も怖くて乗れない僕がお金をがっぽがっぽ稼いでいた。僕のフランチャイズが近所のあちこちに点在していたので、自転車に乗れないのは問題だった。僕が売り上げを回収しに大きな三輪車を転がして来る音が、1キロ先からもよく聞こえていたらしい。

僕にとって本当の意味でのビジネスの修行は、野球熱に取りつかれたと同時に始まったといっている。僕は、母に連れて行ってもらったノミの市で、ベースボール

カード数パックと『ベケット・ベースボールカード・プライスガイド』を買った。

そしてそのカードがお金になることに気づいた。そのとき、目の前で新しい世界が開けていくのを感じた感覚を今でも覚えている。

後になって、ワインにビジネスチャンスを見出したとき、はじめてインターネットを見たとき、はじめて動画ブログを見たときに味わったのと同じ感覚だった。試合終了。さよならレモネード売りのスタンド、ようこそベースボールカード。

僕らは、中学2年のときにニュージャージー州ハンタードン郡に引っ越した。新しい学校では、ベースボールカードが「ドンキーコング」並みに流行っていたから、僕は数週間も経たないうちにがっばり儲けていた。

◆ベースボールカード交換会

ある日、近所のショッピングモールでベースボールカードの交換会が開催されることを知った。これは絶対に見逃すわけにいかない。僕は、同級生相手にカードを売っていたおかげで、すでに100ドルプレーヤーになっていた。

そこで勇気を振り絞り、考えられるだけの最高の金額、1000ドルを父にねだった。すると意外なことに（後になって、そこが父らしいと思うようになった）、お金を出してくれた。僕はいても立つてもいられず、さっそく（大型ディスカウントストアの）コストコに行つてカードを何箱か買った。

人気のある年のものじゃないことはわかっていたけど、我慢できなかった（それから2度とそういうことはしていない）。箱を開け、ガイド本でカードの値段を調べてみると、わずか200ドルくらいの値打ちにしかないことがわかった。これはヤバイことになった。

僕と2人のパートナー、ジェイソン・ライカーとジョン・チャーカクは、母の運転で、カード交換会への出店申請の手続きのためにショッピングモールへ出向いた。もし出店料が20ドル以上だったらやめようと事前に申し合わせていた。係の人を呼ぶと、イタリア系の体重180キロほどの大きな男が出てきた。「出店料はいくらですか？」と聞くと、150ドルだと言う。150ドル！

でも僕は、サツとお金を渡し、係の男と握手して、呆氣に取られている友人たちを後目に会場を後にした。頭ではとんでもないと思いつつも、直感が「よし行け！」と

命じたのだった。僕は、こんな感じでいつでも直感を信じてやってきた。

家に着いて、父と母に自分がしたことを打ち明けたときは半べそになっていた。それでも、両親はいつもどおり、僕を怒鳴りつけることはしなかった。そうしたいのは山々だったはずだ。

でも、代わりに父は、「今回のことは、いい勉強代になったと思えばいい」と言った。賢い父親だ。僕は自分の部屋に戻り、ただの勉強で終わらせないことを父に証明してみせると心に誓った。もう火はついていて。失敗するわけにはいかない。

翌日、会場入りすると、まずマーケットリサーチを行った。ほかの出店者の売り物をチェックして回るのだ。次に、自分たちが売るカードを1枚1枚見直し、出回っているカードは、どの出店者よりも安い値に付け替えた。結局、僕らは全力でそれをやつてのけた。しっかりと儲けを出したんだ。

それから僕は参加できる交換会にはすべて参加した。母や、仲良くなったカードディーラー、親友のブランドン・ワーンケの母親が交替でブリッジウオーター、ヒル

ズボロ、エディソン、ラリタンと、交換会の開かれる町へ、雪や雨の日も運転して連れて行ってくれた。どの交換会も僕の1人勝ちだった。なにせ僕は人生最初のビジネスの秘訣の1つを覚えたところだった。

「希少性は欲求を生む」

僕の戦略は簡単だった。つまり、ベケット本に載っていないセットを購入し、宣伝して新しい市場をつくるのだ。僕のことをとんだ詐欺師じゃないかと思うかもしれないけど、それは違う。僕は楽観的に考えるタイプだということだ。物事を悪いほうに考える人は、本に載っていないカードには価値がないと思うだろうけど、僕は反対に、価値があるに違いないと素直に、無邪気に思ったんだ。

父に借りていた1000ドルは、3、4カ月ぐらいで返済し、それから週末になると、それぐらいの金額を稼ぎ続けた。そして15歳になったとき、僕はショッピングモールから引きずり出され、酒屋の世界に足を踏み入れることになった。

◆商売を学ぶ

金を持ったハンタードン郡のベースボールカード王から、時給2ドルで氷詰めをする単純労働者とは、ひどい落ちぶれ方だった。16歳になつてはじめて店に立つことを許され、レジを任された。ワクワクする仕事ではなかったけど、何時間も氷をすくつたり、棚を拭いたりするよりマシだった。

売り物を飲むことは禁止されていた（両親はこの点について徹底していた）けど、聞きかじった情報を提供することは得意だったから、店が暇なときには、時間つぶしに専門雑誌を拾い読みし、そこで得た情報を接客に活かしていた。そんな雑誌の1つが『ワイン・スペクテーター』だった。

ちなみに、「シヨップ・パーズ・デイスカウント・リカーズ」という店名には理由がある。店のお客のほとんどが、ハードリカー目当てだったんだ。ビールもよく売れた。ビール用の冷蔵庫が店全体の33%を占めるほどだった。

レジの奥で過ごした期間中、僕は2つの重要なことを学ぶことができた。1つは、

ワインを飲むこと自体が文化的なステータスとなること、それから2つめは、僕がベースボールカードやスターウォーズのおもちゃ、コミック本を集めるのと同じようにワインを収集する人がいるということだ。これらは、僕にとって非常に興味深いことだった。

それから、あるパターンに気づいた。アブソルートやジョニーウォーカーを買いにきたお客は、僕やほかのスタッフがどんなにのどが枯れるまでほかの銘柄について話して聞かせたとしても、結局アブソルートとジョニーウォーカーを買って帰る。

それに比べ、ワインを買いに来たお客さんは、ちよつと途方に暮れたような様子で、ラベルを10分ぐらいじつと眺めてはみるけど、自分を選んでくれとボトルのほうから飛び出してくるのを待っているようだった。

僕はベースボールカードビジネスの経験から、人は何が良くて何に価値があるのかを、誰かに教えてもらいたいと思っていること、そして、自分が一部の人にしかわからない魅力に気づいているという気分を味わうのが好きなことを知っていた。

ストーリーテリングは、最も過小評価されているビジネススキルである。

ワインを買うお客は、ウイスキーやバーボンを買うお客と違い、僕の提案を喜んで聞き入れてくれた。僕はそこにビジネスチャンスがあると考えた。そのことに気づいたことは、ワインに単なる日常的な興味しかなかった僕が、その世界にのめり込む十分なきっかけになった。働き始めの頃、「ショップ・パース・デイスカウト・リカーズ」で過ごす1秒1秒が嫌いだっただ僕だったが、この頃にはこの店をアメリカ1のワインショップにすると決意していた。

◆ワインの世界を変える

高校最後の年を迎えたとき、僕が将来学者になるだろうとは誰1人として思わなかった。僕自身も、何とか及第点を取って卒業し、その後、店で働くことが妥当な進路だと思っていた。

2月に入り……そう、あれは2月だった（ごめん、母さんは覚えているよね）……

僕は母からどの大学に行くつもりなのかと聞かれた。大学？ 運のいいことに、その数日後、マサチューセッツ州ニュートン市にあるマウント・アイダ・カレッジからハガキが届いた。

僕はそのハガキを記入して返信し、秋からマウント・アイダに住むことになった。でも、その頃には店が僕の生活の中心になっていたから、週末はほぼ毎週実家に帰り、店で働いていた。

1995年9月、寮に住む友人の部屋に遊びに行くと、その友人がパソコンを開き、インターネットというものを僕に見せてくれた。最初は、友人たちがチャットで女の子と知り合いになるうとしているのを見ていたけど、僕は彼らを押しつけて、ベースボールカードのトレーディングフォーラムを探したり、これをどんなふうにご利用すれば店を大きくできるかを考えたりしながら、それから9時間使いどおした。

これは疑いようもなく、ビジネスの未来の姿だと確信した。しかし、勇気を出して父にネットでワインを売りたいと切り出すまで1年かかった。何と言うか、父が怖かったんだ。最初は反対されたが、結局僕を信じてくれた。父が折れると同時に僕は行動を開始した。

1997年6月、「ワインライブラリー・ドットコム (<http://winelibrary.com/>)」を開設した(店を「ワインライブラリー」と呼ぶようになったのは1999年から)。1994年の店の年商は200〇300万ドルだった。

僕は、1998年に大学を出てから店に常勤し、1年で年商を400万ドルから1000万ドルに拡大した。これはネットでの売り上げを含まない数字だ。

2001年には、年商2000万ドルになった。悪くない。まったく悪くない。暮らして快適だったし、商売は繁盛していた。同じ年代のやつだったら、これで一生安泰だと思うところだろう。

◆ワインライブラリーTVがスタート

30歳の誕生日を迎えた2005年11月14日、仕事に向かう途中、僕はニュージャージー・ターンパイクを運転しながら、自分の人生について考えていた。申し分ない生活のように思えたけど、完全には満足していなかった。このまま小売りの道を進んで

も、ジェッツを買収できる日は永遠に来ないと、心の奥底では気づいていたんだ。そろそろデカイことを始めるときだ。

ワインライブラリーにはコンピュータ部門がある。以前、担当のエリック・カストナーとジョン・カシマティスが、昼休みに食べ物を口から吹き出し、体中に飛び散らせながら大笑いしているのを目撃した。2人は、動画ブログと呼ばれるものを観ていたのだった。

それ以来僕は、この新しいメディアを使って、消費者に面白いワインがたくさんあることを効果的に教えられないものかと考えていた。そして、マイスペースやYouTubeといったサイトが人気を集め始めていたのも氣になっていた。これらの新しいサイトは、商売とは関係なく、人と出会い、話を共有し、交流することを目的としている。そして、それこそはまさに僕が得意としていることでもあった。

それは、突然やってきた。ニュージャージー・ターンパイクを運転していた僕は、「はっ、そうか!」と閃いたんだ。僕は、ワインを売るためにどうやって動画ブログを使おうかと考えていた。でも、そうじゃないんだ。動画ブログを使って、ワインの、そして僕のまったく新しい世界を築くのだ!

第 3 章

パーソナルブランドの作り方

～ブランドがなければ売れなくなった！～

年末年始の店の忙しい時期が過ぎるのを待って、2006年2月、「ワインライブ ラリーTV」がスタートした。アイデアが閃いたあのときから、3カ月が過ぎていた。