NEWS RELEASE

2026年11月12日（木）

報道関係者各位

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

「良い商品なのに売れない」のはなぜ？
令和の虎・迫佑樹氏が語る、「人の心を動かす10の型」

「令和の虎 経営塾」10月31日開催レポート

～ SNSの再生数やフォロワー数だけに頼らない、売上を生むマーケティング戦略を解説 ～

著名YouTubeチャンネルや経営者のPR・イベント支援を手掛ける株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい（本社：東京都新宿区、代表取締役：菅原隆太）は、株式会社MONOLITH Japan（本社：東京都新宿区、代表取締役：岩井詠子）と共同で、2026年10月31日（土）に「令和の虎 経営塾」を開催しました。

今回は、株式会社Brain 代表取締役CEOであり、YouTubeチャンネル『令和の虎』の「スキル獲得版」で主宰を務める迫佑樹氏が登壇しました。講演では、自身の事業経験を交えながら、商品の良さを伝えるだけでは売上につながらない理由や、顧客の心理を踏まえたマーケティングの考え方、売上を生む仕組みづくりについて解説しました。



（講師：株式会社Brain 代表取締役CEO　迫佑樹氏）

商品の良さだけでは売れない理由

講演の冒頭、迫氏はIT教育事業やデジタルコンテンツ販売プラットフォームの運営経験を紹介しました。

自身が経営する会社では、営業担当者を置かず、広告宣伝費もほとんどかけずに事業を成長させてきたといい、その背景にはSNSでの情報発信や、顧客の心理を踏まえた言葉の使い方があると明かしました。

また、自社の方が優れた商品を提供しているにもかかわらず、競合他社の商品の方が売れているケースを例に挙げ、商品の良さを説明するだけでは、必ずしも売上につながらないと指摘しました。

そこで重要になるのが、顧客が興味を持ち、信頼を深め、商品を欲しいと感じるまでの「相手の心が動く順番」です。

迫氏は、SNSの再生数やフォロワー数が多くても、必ずしも商品が売れるわけではないとし、まずは「もっと知りたい」と思わせる「興味付け」を行い、継続的な情報発信によって「この人から学びたい」「この人の商品を選びたい」という「ファン化」につなげることが大切だと語りました。

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村　E-mail：kimura@ebichoco.com

顧客の心を動かす「3つの欲求」

続いて、迫氏は顧客の心理を理解するための考え方として、「表層的欲求」「中間的欲求」「深層的欲求」の3つを紹介しました。

例えば、「SNSフォロワー数を増やしたい」という要望の背景には、「売上を伸ばしたい」という目的があり、さらにその奥には「経済的に豊かになりたい」「自由な時間を手に入れたい」といった、より深い欲求が隠れているといいます。

こうした心理を踏まえ、商品やサービスを紹介する際には、機能や性能を説明するだけでなく、それを手に入れることで顧客の生活や仕事がどのように変わるかを伝えることが重要だと解説しました。

講演では、自動車のCMやスクール事業の広告などを例に挙げ、商品の特徴を訴求する場合と、購入後の理想の姿を想像させる場合とでは、顧客の受け止め方が異なることを紹介しました。

一方で、深層的な欲求を過度に刺激すると、かえって不信感を招く場合もあるため、顧客が納得できる根拠や実績を示しながら伝える必要があると指摘しました。

売上につなげる「人の心を動かす10の型」

講演の中心となったのは、迫氏が長年の事業経験を通じて培ってきた「人の心を動かす10の型」です。

迫氏は、SNSでの情報発信や商品紹介など、さまざまな場面で応用できる10の手法を取り上げ、それぞれの特徴や活用する際のポイントを、自身の経験や具体的な事例を交えながら解説しました。

また、これらの手法は単独で使うのではなく、目的や状況に応じて組み合わせることが重要だと説明しました。ただし、伝え方を工夫するだけでなく、顧客が満足し、周囲にも勧めたくなるような良い商品・サービスを提供することが、事業の持続的な成長につながると強調しました。

経営者に求められる「売れる仕組みづくり」

講演では、経営者自身がマーケティングを理解することの重要性についても話が及びました。

迫氏は、経営者の重要な役割として「商品を売ること、売れる仕組みを作ること」と「従業員に給与を支払うこと」の2つを挙げました。

そのうえで、SNS運用やマーケティングを外部に委託する場合でも、経営者が売上につながる仕組みを理解しないまま、すべてを任せてしまうことには問題があると指摘しました。

外部の専門家を活用する際にも、経営者自身がマーケティングの基本を理解し、どのような施策が売上につながるのかを判断できることが重要だと説きました。

講演後の懇親会では、参加者同士が交流を深めました。



（懇親会での集合写真：中央が迫佑樹氏）

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村　E-mail：kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE

今回の「令和の虎 経営塾」では、SNSで多くの人に観てもらうことだけを目的とするのではなく、顧客の心理を理解し、興味から信頼、購買へとつながる仕組みを構築することの重要性が伝えられました。

■参加者の声

講演後に実施したアンケートでは、「具体例があり分かりやすかった」「すぐに実践できる内容だった」などの感想が寄せられました。また、SNSでの情報発信や商品紹介、広告制作などに学んだ内容を取り入れたいという声も聞かれました。

・「人の心を動かす10の型」が特に印象に残りました。これまで自分にはなかった考え方を学ぶことができたので、今後は型を意識し、商品を買いたいと思ってもらえるようなSNS投稿に取り組みたいです。

・自社の商品説明動画では、顧客が成功をイメージできる伝え方が不足していたことに気づきました。早速、動画やランディングページを見直し、営業活動に活用していきたいと思います。

・人の欲求には階層があり、どの部分に訴えかけるかによって効果が変わるという話が印象的でした。具体例も分かりやすく、学んだことをスクール運営やSNSでの発信に生かしていきたいです。



■次回開催予定

次回の「令和の虎 経営塾」の開催予定は下記の通りです。

開講日：2026年11月28日（土）17:00～19:00

講師：大王製紙株式会社 前会長　井川意高氏

詳細および参加申込みについては、公式サイト（https://reitora-school.com/）をご覧ください。

■「令和の虎 経営塾」について

「令和の虎 経営塾」は、人気YouTubeビジネス番組『令和の虎』から生まれた実践型の経営者向けワークショップです。

経営者・事業家が講師の経験や考え方を学ぶだけでなく、参加者同士の交流や質疑応答を通じて、自身の事業や経営について考える機会を提供しています。

■開催概要

名称：令和の虎 経営塾

開講日：2026年10月31日（土）

講師：迫佑樹氏（株式会社Brain 代表取締役CEO）

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村　E-mail：kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE

主催：株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい、株式会社MONOLITH Japan

■会社概要

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたいは、「お客様第一主義」「経営戦略」「メディア戦略」を軸に、小規模市場で高い占有率を目指して事業を展開してまいりました。価値観の多様化により顧客接点が複雑化する中、その流れを読み解き導くことが役割です。業界の常識を俯瞰し、時代に合わせて見直すことで革新を生みます。今後も「クライアント様の未来を拓く。」を使命に、期待を超える成果を創出してまいります。

商号：株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
所在地：東京都新宿区西新宿7-7-26　ワコーレ新宿第一ビル 1109
代表者：代表取締役　菅原隆太
設立年月日：2020年11月
事業内容：イベント・セミナー等の企画・制作・実施・運営および管理、チケット等の販売、広告および宣伝業、広報・PR代行業
URL：https://ebichoco.com/

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村　　E-mail：kimura@ebichoco.com