

嬉業の教科書

嬉業の教科書

会社を辞めたばかりの

\\ ビジネスと素人の奥さんの //

ありきたりで初歩的な疑問に

現役『嬉業家』の旦那さんが

できるだけ分かりやすく答えてみた



中野太智
Taichi Nakano

中野太智

インターネットを活用したビジネスで、
ゼロからのスタートでも
時間・お金・場所の自由
を手に入れるための具体的な方法！！！！

『嬉業の教科書』会社を辞めたばかりのビジネスと素人の奥さんのありきたりで初歩的な疑問に、

現役「嬉業家」の旦那さんができるだけわかりやすく答えてみた」

目次

はじめに

5

第一章 商品

1 商品の種類

7

①自分で作る形のある商品

9

②他人が作った形のある商品

11

③自分が作る形のない商品

14

④他人が作った形のない商品

17

2 商品の調達方法

20

第二章 販売方法

1 「集客」と「販売」

23

2 インターネット集客

26

3 もう一つのインターネット集客

28

4 販売方法における「教育」とは？

5 何を使って集客するの？

6 何を使って教育するの？

7 教育した後はどうするの？

8 オンライン完結型とは

第三章 お悩み解決コーナー

1 「作れない」「書けない」

2 ブログやホームページはどうやって周知するの？

3 オリジナリティの出し方は？

4 新商品を作り続ける方法

5 ブログを立ち上げたら何をすればいいの？

(前編・立ち上げからアクセスを安定させるまで)

6 ブログを立ち上げたら何をすればいいの？

(後編・マネタイズ)

7 初期費用は？

8 家族から起業を反対されてしまう…

9 推奨のビジネスモデルの全体像は？

30

33

36

39

42

45

47

49

51

53

55

57

59

61

- 10 もう同業者がたくさんいる場合は？ 64
- 11 起業したら税金はどうするの？ 66
- 12 パートをしながらでも起業はできる？ 68
- 13 思いはあるけど、どうやってそれを商品にしたらいいの？ 70
- 14 学んだことをどう活かせば良いのかわからない 73
- 15 周りの人がすごすぎて、と諦めてしまいそう 75
- 16 パソコンの選び方 77
- 17 成功している人の見分け方 79
- 18 インターネット検索のコツ 81
- 19 自己投資の適切な金額 83
- 20 自分が起業したいジャンルがわからない 86
- 21 めんどくさがり屋は起業できない？ 89
- 22 ブログとメルマガは同じ内容じゃダメ？ 91
- 23 時間がない人が自力でお金を稼ぐには？ 93
- 24 外注化とは具体的に何をするのか？ 96
- 25 何もない私には何ができますか？ 98

才能をマーケティングする嬉業コーチ・中野太智



はじめに

ある日、うちの奥さん（大学卒業後、新卒から9年間同じ会社に勤務）に、「会社をやめてこれから起業をしてみようかな、と考えている人ってどんなこと知りたいと思う？」って聞いてみたんですよ。

そうしたら、

「どうしたら起業できるのか？まず何をしたら起業できるのか？」

とのこと。

あー、なるほどなー。と。

僕みたいな人間は、半ば流れて起業せざるを得なくて起業しちゃったようなところもあるので、そんなこと考えてる場合じゃなかったんですよ。

でも、一般的には、確かに「起業」っていう、なんだかよくわからない世界に入っていくにあたって、

「どうしたらいいのか？」

「何をしたらいいのか？」

っていうことは気になるところなんだな、と気づきました。

根性論系起業論の人はこういう質問をされると、だいたい

「どうしたらいい？じゃなくて、とにかくやるんだよ」

「起業します！って宣言したらその日から起業」

「とにかく開業届出しちゃいなよ」

というような返答をしますね。こういうのも、まあ確かに正しいんですけどね。起業ってそういう側面もある。

知識ばかり身につけて、

「十分な準備ができたら起業しよう」

なんて思っても、実際には十分な準備なんて、いつまでたっても整わないですからね。

ただ、「とはいえ」なんですよ。

とはいえ、

何をするのか、

何を用意すればいいのか、

まずどうしたらいいのか、

このあたりってきつと気になりますよね？

なので、簡単にはありませんが、会社員で起業に関する知識ゼロのうちの奥さんの疑問に答えながら、ちょっと整理してお伝えていこうと思います。

第一章 商品

1 商品の種類

奥さんからの質問

「そもそも、まず最初に何が必要？」

まず、起業って言っても、そんなに難しく考える必要はないです。

必要なのは二つ。

- ・商品
- ・販売方法

この二つだけです。

だって、商品があつて、それが売ればその分の入金があつて、それで商売は回っていきます。シンプルですよ？

となると、次の疑問はこれですよ。

奥さんからの質問

「商品ってどうやって用意すればいいの？」

まず商品を用意する方法です。いろんな考え方があると思いますが、こう考えるとわかりやすいのでは？という方法をお伝えします。
それは、

1. 形のある商品を自分で作って用意する
2. 形のある商品をよそからもってきて用意する
3. 形のない商品を自分で作って用意する
4. 形のない商品をよそからもってきて用意する

という4つに分ける考え方です。

そして、4↓3↓2↓1という順番で、大変になっていきます。逆に言えば、1↓2↓3↓4という順番で負担が減る、ということです。それぞれについてはこの後に説明していきますので、まずは、起業をするには、

・商品

・販売方法

の二つが必要だということ。

そして、商品を用意する方法は、

1. 形のある商品を自分で作って用意する
2. 形のある商品をよそからもってきて用意する
3. 形のない商品を自分で作って用意する
4. 形のない商品をよそからもってきて用意する

この4つがある、ということ覚えておいてください。

①自分で作る形のある商品

一つ目の、自分で形のある商品を作って用意するという方法ですが、結論から言うと、個人単位で起業するならば、この方法はあまりオススメしません。
なぜかという点、労力ばかり増えてしまい、かつリスクが高いからです。

それは何故でしょうか。

まず、自分で商品を作るということが大変な作業となります。

例えば、帽子を作るとしましょう。帽子一つを作るのに3時間かかるとして、それが1万円で売れるとしたら、時給としては3333円です。ぱっと見悪くはなさそうですね。ですが、それを作るという労働自体がまず大変です。材料費や工房を構えるならその家賃や設備費などもかかります。

何より、自分で作り続けるということは、商品を値上げするか、生産スピードを上げるか、原価を下げる、そのいずれかをしないと、一定のところから収入を増やすことはできなくなります。

となると、自分一人では限界が見えてくるので、自社の商品を他人に作ってもらう、ということも考えられますね。例えば、帽子を作れる人に外注をするとか。ただ、この場合の外注は、あなたと同じクオリティで帽子を作れることが前提になるので、値段を下げるのが難しくなります。そして、そのクオリティの帽子を作れる人は、あなたに帽子を譲らなくても、自分で売れば良い、ということにもなってしまいます。

人を雇って、その人に作ってもらう、という方法もありますが、そうすると今度はお給料を払わなくてははいけません。
人件費というのは、何よりも大きな経費ですから、これから起業をしようという時に、いきなり自分以外の人件費を発生させるのはリスクが高すぎます。

外注したり、人を雇ったりするのがダメとなったなら、帽子を作れる工場に依頼するという方法があります。

品質の高い帽子を安定してたくさん作ってくれますね。ただし、工場に依頼すれば、「1個だけ作ってください」ということができないので、50個とか100個とか、大きな在庫を一気に背負うことになります。これは大変なリスクですよ。売れなかったとしても、工場に支払いをしなければいけません。

つまり、形のある商品を自分で作るということは、労働も多くなるし、リスクも高い、ということになります。なので、「よほど」ぶっつけてもこれを作って売りたい」という志がない限りは、この方法はオススメしません。

②他人が作った形のある商品

次に、自分以外の人作った形のある商品です。これは、形のある商品を「仕入れる」ということです。

仕入れる方法は大きく分けて二つあります。

それは、

- ・問屋から仕入れる
 - ・小売商品を仕入れる
- です。

問屋から仕入れることを、卸売と言います。これは、一度にたくさん仕入れることで、1個あたりの仕入れ価格を下げ、収益を得る方法です。

例えば1足5000円の靴は普通に買ったら5000円ですが、これを10足まとめて仕入れることで、4000円で仕入れられるとします。ということ
は、1足あたりは4000円になるので、定価の5000円で販売すれば、1足あたり1000円の利益が出ます。なんだか商売っぽいですね(笑)

商売としては非常に真つ当でスタンダードですが、やはりリスクとしては、まとめて仕入れる分、それが売れようが売れまいがまとまった支払いが必要になる、ということなんです。なので、個人単位だとこれをやる人はあまりいません。個人単位の場合は、小売商品を買ってきて、それを販売する、ということをする方がいます。

例えば、古本屋さんで売っている100円の本を買ってきて、それをamazonで300円で販売する、などです。一般には、「転売」「せどり」と呼ばれる方法です。一時期マスクの転売で問題になりましたね。

この「転売」や「せどり」の問題点は、仕入れてくる商品を常に探し続けなければいけないことです。実店舗で仕入れるならば、足を運び続けなければいけないし、ネット上で探すとなれば、やはりずっとネット上で商品を探し続けることになります。その労力の割に、あまり大きな利益が取れないので、時給換算するとあまり割の良い商売とは言えません。きちんと利益が出てこそその起業ですからね。

とくひんじやい、

1.形のある商品を自分で作って用意する

2.形のある商品をよそからもってきて用意する

この2つに共通して言えるのは、「形のある商品」を扱うのは、それなりにリスクが伴う、ということ。たくさん仕入れられて、しばらく在庫を抱えられる資金力があるならば良いかもしれませんが、そうでなければ、利益が圧縮される傾向になり、労働ばかりが増えてしまうリスクがあります。

ただ、「他人が作った形のある商品を用意する」ということについてだけ言えば、メリットは大きいです。

起業するなら商品は自分で開発しなければいけない、と漠然と思いついて入っている人もたくさんいます。でも、世の中を見てみてください。不動産屋とか本屋さんなどを見ると、自社商品ってほぼ0%ですよ？

みんなどこかから商品を調達してきています。自分以外の人の商品やサービスで、「これいい！」って思ったものを売り物にして、売れたら仕入れとの差額を利益にしたり、紹介料（仲介料）を得たりしています。

考えてみたら、スーパーやコンビニなんかも自社商品って少ないですよ？全くないわけではないですが、多くは他社（メーカー）の商品を仕入れて販売し、利益を得ています。インターネット上だと、「仕入れて販売」という仕組み以外にも、不動産屋さんのように、「売れたら仲介料（紹介料）をいただく」という仕組みもあります。

インターネット上だということ「売れたら仲介料（紹介料）をいただく」という仕組みを、アフィリエイト、と言います。

「アフィリエイトってなんか聞いたことある」

「怪しいやつでしょ？」

なんて思われるかもしれませんが、アフィリエイトの仕組み自体は、仲介料（紹介料）システムをインターネット上に持ち込んだだけなので、怪しくもなんともありません。

例えば、googleってご存知ですよ？あの検索システムのgoogleです。googleは無料で使える便利な検索サービスですが、何を収益源にしているか知っていますか？9割以上は「広告料」です。これはどういう仕組みかというと、広告を出したい人がgoogleに広告を出し、googleの画面を経由してその広告がクリックされてお客さんが訪問してくれたり、商品が売れたりすると、googleに対して料金が発生する、という仕組みです。もちろん料金を支払うのは、広告を出した人、です。

ということはこれも、仲介料（紹介料）と同じモデルです。なので、大きな意味ではgoogleもアフィリエイトをしている、ということになります。そう考えると、世の中の多くの販売の仕組みって、仲介料（紹介料）の仕組みなんですよ。つまり、世の中の大半はアフィリエイトみたいなものなんです。

と、なんでこんな話をしているのかというと、理由は二つあります。

「**じつは**、

「商品は自分で作って用意しなければいけない」という思い込みを無くしてほしいから。」

もう一つはこれから、

3. 形のない商品を自分で作って用意する

4. 形のない商品をよそからもってきて用意する

という「形のない商品」の説明をするにあたって、インターネット上で扱われる商品が増えてきて、それにしたがって、自然とアフィリエイトという言葉が出てくるようになるので、この便利な仲介料（紹介料）システムへの思い込みを、今のうちに無くしておいてほしかったからです。

③自分が作る形のない商品

ここからは、「形のない商品」についてのお話です。もしかしたら最初はちょっと捉えどころがないかもしれませんが、だんだんとわかるようになって思うので、安心してください。

さて、形のない商品には大きく分けて二つあります。それは、

- ・実働のある商品
 - ・実働のない商品
- の二つです。

形のない商品で「**実働のある商品**」だと、例えば「家庭教師」などがそれに当たります。コンサルとか、コーチとか、カウンセラーとかもそうですね。人と話したり、教えたりするようなタイプのサービスです。整体やマッサージなどもこのタイプのサービスですね。

こういうサービスについて「商品」というとちょっとイメージがつきにくいかもしれませんが、とりあえず無理矢理にでも、「商品」だと思っただけだと思えます。お客さんがお金を払う以上、それに対して提供されるのは「商品」です。形があってもなくても、「お客さんからお金を受け取り価値を提供するもの」は「商品」という感覚を持つことが大事です。なので、家庭教師とか、塾とか、コンサルとか、コーチングとか、そういったサービスも、全て「商品」であり、かつ、「実働のある商品」です。

もう一つは、「**実働のない商品**」です。これは、「商品が提供されている段階では、実働がない」という意味です。わかりやすく言うと、CDやDVDがそうです。音楽で考えるとわかりやすいかもしれませんが、ミュージシャンがライブをする、となったらそれは「実働のある商品」です。ですが、音楽が吹き込まれたCDや、ライブが収録されたDVDは、「実働のない商品」です。もちろんCDやDVDも製作段階では実働がありますが、それがお客さんに提供される段階では、商品提供者は働いていませんよね？

さらに、CDやDVDでなく、例えばApple MusicやAmazonプライムのように、完全に形がなくなる、という形式もあります。CDやDVDは板切れの形がありますが、Apple MusicやAmazonプライムは、データが販売されているので形がないですよ？

こういった「データ」を商品化したものを、「情報商材」や「コンテンツ商品」と呼びます。「情報商材」は一時期粗悪品も多かったのですが、悪いイメージを持っている人も多いのですが、それは一時期粗悪な情報商材が多かった、という事実があるだけで、情報商材そのものが悪いわけではありません。言ってみれば、本や雑誌も情報商材です。本や雑誌も「情報」を扱っていますよね？

ただ、本や雑誌は物質的な形を持っています。一般に情報商材と呼ばれるものは、同じように「情報」を扱っていますが、それが物質的な形ではなく「データ」という形式をとっている、ということなのです。

この、物質的な形を持たない「データ」というものを扱えるようになると、起業は非常に有利なものになります。なぜなら、データは無限に複製できるし、物質的にも金銭的にも在庫にならないからです。

なので、個人で起業をするならば、間違いなくこの「データ」を味方につける必要があります。それができれば、自分自身が労働する量を減らして、たくさんの人に喜ばれながら、たくさん収入を得ていくことも十分に可能になります。

ただし、今回のテーマは、

3.形のない商品を自分で作って用意する

つまり、こういった「データ」の形式をとった、「コンテンツ商品」を、自分で作って用意する、ということです。

コンテンツ商品は、

- ・会員制webサイト
- ・ステップメール
- ・オンラインサロン
- ・動画
- ・音声
- ・PDFファイル

などを使って作ります。一つだけでなく、組み合わせで作ることが多いです。

どうやって作るのかというと、過去の自分の経験や学んできたことを活かして、人に喜ばれるような「データ」を作っていくわけなのですが・・・。おそらくこうやって説明すればするほど、

「なんだか難しそう・・・。」

という気持ちになってしまうのではないか、と思います。

「形のある商品」だって、自分で作って商品化するのには簡単ではありません。それが、「形のない商品」というとらえどころがないものになると、余計にどうやって作っていいか、ということがわかりにくくなるのではないかと思います。

ただ、物質的に形のある商品を扱って、在庫や金銭的なリスクを負ってしまうよりも、形のない「データ」を扱う方が、ずっとリスクは少ない、ということともきくと理解していただけたんじゃないかと思います。

そこで登場するのが、

4. 形のない商品をよそからもってきて用意する

という方法です。

詳しくは追ってお伝えしますが、結論から言うと、まずは、「4. 形のない商品をよそからもってきて用意する」という形で起業をはじめ、のちのち、「3. 形のない商品を自分で作って用意する」に移行していく、という方法がオススメです。

④他人が作った形のない商品

形のある商品は、

- ・作業量を減らすことができない
- ・在庫リスクが高い

等の理由で、これから起業しようとする人が最初に手を出すことはオススメしませんよ、とお伝えしましたね。

なのでよっぽど、「これが売りたい！」というものがない限り、最初は「形のない商品」からスタートするのがオススメです。

「形のない商品」の中でも特に「データ」は、

- ・複製ができる
 - ・在庫リスクゼロ
 - ・提供に労力がかからない（実働がない）
- という3つの理由で、非常にオススメです。とにかくリスクが少なく、収益を上げやすいのが特徴です。

ただ、「3.形のない商品を自分で作って用意する」でお伝えしたように、これを自分で作るのは最初はなかなか難しいです。

例えばあなたが料理を作るのが得意だとしたら、「料理を作って提供する」というのはわりと商売として考えやすいと思います。レストランやカフェがそうですね？これは、

「1.形のある商品を自分で作って用意する」に入ります。

では、「料理の作り方を教える」というのはどうでしょう？さっきよりもちょっとハードルが上がったかもしれませんが、「できるかも」という感じがしますよね？これは、

「3.形のない商品を自分で作って用意する」の中でも、実働が必要な商品です。自分が働いて自分が教えるわけですから、実働ですね。つまりこの時点ではまだ「データ」とは言えないわけです。自分という人間の労働力には限界があります。ということは、このやり方だと収入にも限界がある、ということなのです。

では、「料理の作り方を教えるDVDを作る」、「料理の作り方を教える動画コンテンツを作る」となるのでしょうか？これを一度作ってしまうことができれば、あなたは実働なく、在庫リスクもなく、いくらでも商品を複製して販売できるわけです。

ですが、

「え、そう言われても・・・どう作るの???」
って、なってしまうじゃないですか？

そうなんです。実際、「データ」「コンテンツ」を作るのって、パソコン等の、デジタルの専門知識が必要なんですよね。めちゃくちゃレベルの高い知識を求められるわけではないのですが、それでも、「やったことがない」という方にとっては、かなりレベルが高く感じるはず
です。

「料理が作れる」

「料理の作り方を教えられる」

ということ、

「それをデータコンテンツ化できる」

というのは、かなり方向性が違いますよね？

だから、いきなり自分で「データの商品」つまり、「コンテンツ商品」や「情報商材」を作るのって、かなりハードルが高いんです。でも、形のある商品は在庫リスクがある。形がなくても実働商品だとたくさんの労働が必要になる。だからやっぱり、形のない商品で、かつ、実働の必要ない商品を扱えるようになる必要があります。

そこでオススメの方法が、

「4.形のない商品をよそからもってきて用意する」
という方法なんです。

僕は、これから個人で起業をしていこうと思うならば、そして、経験や時間や潤沢なお金があるまでないという状況ならば、まずは、「4.形のない商品をよそからもってきて用意する」、これから始めるのが一番オススメです。なぜなら、
・在庫リスクがない

- ・提供に労力がかからない
 - ・自分で作る必要がない
- と、理想的な三つの要素が揃っているからです。

でも、

「よそから持ってきた商品を勝手に売っていいの？」

「商品やっぱり自分で作らないといけないんじゃないの？」

と、あなたは思うかもしれません。ですが、以前も説明したように、世の中のほとんどの商売は「他人の商品」を販売しています。

本屋さん、不動産屋さん、八百屋さん、コンビニ。ほとんどの商品が、自社商品ではないですよ？つまり、他人の商品を紹介したり販売したりして、販売手数料や仲介手数料、紹介料を得るようなビジネスモデルって、実は世の中にたくさんあるんです。

物販だと、「仕入れ」↓「販売」↓「差額が利益」という流れになることが多いですが、「データ」を販売する場合には、そもそも仕入れが存在しません。なので、販売することができたら、「紹介料」を得られるという仕組みになっていることがほとんどです。

つまり、「売れなくても損はない」、「売れたら利益を得られる」、という最高の条件でビジネスを始めることができるわけです。だからこそ、「これから起業を考えています」という方に、僕が一番最初にオススメする商品調達の形は、「4.形のない商品をよそからもってきて用意する」という方法なんです。

2 商品の調達方法

奥さんからの質問

「よそから商品を持ってくるよって、自分で、どんな商品を探してくればいいの？」

まず、商品の条件は、「コンテンツ商品であること」、「他人が作ったものであること」、ですね。
こういう商品は「ASP」というところを見に行くとかたくさん見つけることができます。「ASP」というのは、「アフィリエイトサービスプロバイダ」の略です。あまり話をややこしくしたくないので、ここでは、そういうものがあるんだな、程度に思っておいてください。

「ASP」を見に行くと、「私が作ったコンテンツ商品を紹介（販売）してください」という案件情報がたくさん揃っています。有名なASPは、「インフォトップ」や「インフォカート」です。

ただ、ネットで検索して、内容を見てもらえるとわかるのですが、正直怪しい商材が非常に多いです。アダルト系の商品も多いですし、健康法についての商材も、これ大丈夫なのかな？というものが多いですね。

こういう商品を、自分が誰かに紹介しているところを想像すると、「ちょっと辛いな」、「やりたくないな」と思うようなものが多いと思います。自分でも試したことないような商品を、いきなり人に勧めたりするのも、ちょっと抵抗を感じる方が多いはずですが、そういうコンテンツ商品の全てが怪しく、全てがダメというわけではありません。ただ、その見極めが難しい、というのも事実なんです。

そう考えた時に、「4.形のない商品をよそからもってきて用意する」これを実現するための商品の選び方は、自ずとこうなってきます。

- ・自分自身が興味がある
- ・自分自身を取り組んでいる
- ・どういう人にオススメか、ある程度イメージできる

こういう商品であれば、販売することに対してもそんなに違和感はないのではないのでしょうか？

他人の商品を販売する、というのは、言ってみればセレクトショップのようなものです。そこに、

- ・自分は興味がない

- ・自分で触ったこともない
 - ・誰にオススメなのかもわからない
- というような商品は、置かないですよね？

そして、さらに大切なことがあります。それは、

「成約単価が高いこと」
です。

成約単価というのは、商品が1個販売された時に、あなたが受け取ることができる金額のことです。ASPを見ると、この成約単価が数千円、下手すると数百円程度のものも少なくありません。成約単価が低いということは、あなたが受け取れる金額も少ない、ということ。ということは、たとえば80万円稼ごうと思った時の労力がものすごく増えてしまう、ということになります。

仮に、成約単価3000円の商品を扱ってしまったら、それで30万円稼ごうと思うと、1ヶ月に1000個売らなければいけなくなります。これははっきり言って大変です。僕でも無理です。

多くの人は、「商品が安いほうが売れやすい」と考えます。なので、低価格帯というのは、たくさんの商品がひしめき合う状態になり、また、それを扱い販売しようとする人もたくさんいる状態になります。つまり、商品的にも、販売者のにも、ライバルが多い状態なのです。

「安いほうが売れるだろう」と思って、商品を選んでしまうと、後で大変な苦勞をすることになります。

成約単価は、少なくとも1件2万円以上、可能であれば3万円以上のものを選ぶようにしましょう。成約単価が3万円ならば、80万円稼ぐためにはたったの20個を販売すれば良くなります。

「とはいえ、そんなに高いものが売れるだろうか？」と思うかもしれませんが、高いか安いかを決めるのは販売者ではなく購入者です。また、それなりの価格をつけている商品というのは、それなりにしっかりとした品質になっている商品です。安い商品ほど、内容が粗悪で、かつ、安い商品を買うお客さんほど、後からクレームをつけてくる確率も上がります。

成約単価が高い商品で、かつ、しっかりとした販売実績がある商品であれば、お客さんも値段に納得し喜ばれている可能性が高いし、高級な商品を買う人につまらないクレームを言う人はいません。なので、あなたがこれから、「4.形のない商品をよそからもってきて用意する」の方法で商品を調達するとしたら、

- ・ 自分自身が興味がある
- ・ 自分自身が取り組んでいる
- ・ どういう人にオススメか、ある程度イメージできる
- ・ 成約単価が2万円以上（できれば3万円以上）
- ・ しっかりとした販売実績がある

こういったものを選ぶようにしてください。

第二章 販売方法

奥さんからの質問

「商品が用意できたとして、それをどうやって売っていいの？」

1 「集客」と「販売」

まず、販売方法を大きく分けるとしたら、

- ・インターネットを使う方法
 - ・インターネットを使わない方法
- の二つに分かれます。

ですが、今回は形のないデータ商品、つまりコンテンツ商品を扱うようになるので、インターネットを使わない、という選択肢は、あまり現実的ではありません。チラシを配って、QRコードで読み込んでもらって、そこから購入、というのは、ちょっと遠回りというか、そんなことをしてもみんな怪しがつて、きつとQRコードを読むことすらしないと思います（笑）。

なので、インターネットを使って集客して商品を販売していく、という「販売方法」を考えたほうが現実的です。

さて、ではどうしたら、インターネットを使って、集客をして、販売ができるようになるのでしょうか？

と、ここで「集客」と「販売」という、二つの言葉が出てきました。あなたは、「集客」と「販売」というこの二つの言葉の違いを、きちんと説明することができますか？

「集客」＝「お客さんを集める」

「販売」＝「お客さんに売る」

というのが一般的な考え方ですよ？

例えばコンビニがあるとして、「集客」がうまくいっている、というのはどういう状態でしょうか？

「そのコンビニに、お客さんがたくさん訪れてくれている状態」ですね。

この時、「お客さん」というのはどういう人を指すでしょうか？

「商品を買ってくれるかもしれない人」ですよね？「トイレを借りに行くだけの人」、「立ち読みしかない人」、こんな人たちでお店の中が溢れかえっていたら、大変なことになってしまいます（笑）。そういう人たちはお客さんにはなりにくそうですよね。

ただ、これを買おうという明確な意思がなかったとしても、買い物するかもしれないし、しないかもしれないけど、少なくとも何か買うかもしれない人だったら、たくさんきてくれたら嬉しいですよ？こういう人を、

「見込み客」

と言います。

つまり、集客というのは、

「見込み客を集めること」

なんです。

人を集めることではなく、「見込み客を集める」ということ。この違いをしっかりと理解してください。

さて、「集客」と「販売」の違いに話を戻しましょう。コンビニの例で行くと、「見込み客がたくさん集まる」という状態は「集客」がうまくいっている状態です。でも、これだけでは売り上げにはなりません。お客さんが商品を手に取り、レジまで持ってきてくれて、お金を払ってくれなくてはけません。ここまでできて、「販売」が成立します。

つまり「販売」がうまくいっている状態というのは、お客さんがカゴに商品をたくさん入れてレジまで持ってきてくれて、きちんと支払いをしてくれて、しかもそんなお客さんが繰り返し訪れてくれる状態、のことを言います。

なのでやっぱり、「トイレを借りに行くだけの人」「立ち読みしかない人」ばかりが集まっては困るんです。そういう人たちは「見込み客」ではないですからね。

ひとまずここまでで理解してほしいのは、

「集客」≡「見込み客を集めること」

「販売」≡「集まった見込み客が商品を購入しお金を払ってくれること」と

ということですよ。

そう考えると、「集客」と「販売」って、繋がってはいるけど別物なんだな、ということが理解できると思います。

ところが、「コンビニだとわかりやすかったこの話も、インターネット上だとちょっとわかりにくくなりませんか？

インターネット上で、「見込み客が集まる」というのはどういう状態でしょうか？

インターネット上で、「集まった見込み客が商品を購入しお金を払ってくれる」そのためには、どうしたら良いのでしょうか？

2 インターネット集客

奥さんからの質問

「実店舗のないインターネット上で、どうやって集客するの?」

さて、インターネット上で、「集客」「見込み客を集める」というのは、いったいどういう状態でしょうか?コンビニだったら、「お店」に集めれば良いのですが、インターネット上だどこに集めるのでしょうか?

少しインターネット集客のことを学んだことがあれば、

・SNS集客

・ブログ集客

なんていう言葉を聞いたことがあると思います。では、SNS (Facebook等) やブログに、アクセスが集まれば集客は成功なのでしょうか? 実はここに大きな落とし穴があります。

コンビニの例えの時に、「トイレを借りにくるだけの人」、「立ち読みしかしない人」こういう人が集まっても、それは集客とは言わない、というお話をしましたよね? なんてだったか覚えてますか?

そうです。「見込み客じゃないから」です。それと同じで、どんなにSNSに人が集まっても、どんなにブログにアクセスが集まっても、見込み客が集まらなかつたら意味がないんです。これを忘れて、

「アクセス数を増やさなきゃ」

「いいねを集めなきゃ」

「友達やフォロワーを集めなきゃ」

と躍起になっている人がたくさんいます。これをいくらやっても売れないんです。

大事なのは、「見込み客」を集めることです。

では、「見込み客」とはどういう人のことだったのでしょうか?

見込み客とは、「これを買う」という明確な意思がなかったとしても、あなたが提示する商品を買うかもしれない人」のことを指します。では、ブログやSNSを見に来てくれた人が、「見込み客かどうか」を判断するには、どうしたら良いのでしょうか? 実はここに、「インターネ

「ツト集客」の、一つの答えがあるんです。

集まった人が「見込み客かどうか」を判断する方法。それは、「何かしらに登録をしてくれるかどうか」です。
何かしら、とは何かという点、

・メルマガ

・LINE

・facebookグループ

等です。メルマガやLINEやfacebookグループは何かしらの理由がないと登録しません。つまり、それに登録をしてくれるということは、「何かを求めている」＝「見込み客である」ということになります。

つまりインターネット集客というのは、「ブログやSNSをやること」ではなく、「ブログやSNSをやって、何かに登録してもらうこと」なんです。これをしてもらうことで、「読者さんから「見込み客」へとリンクアップしてもらうことができます。

3 もっついのインターネット集客

実は、メルマガやLINEやfacebookグループなどに登録をさせなくても、「集客ができています」と言えるパターンがあります。それは、「検索」によってアクセスが集まっている状態です。

なぜ検索によってアクセスが集まっている状態であれば、集客ができています、と言えるのかというと、検索というのは「悩み事を解決するため」にするものだからです。この場合の悩み事は、「調べ物」も含まれます。

つまりその時点で何かしらの需要があつて調べている、ということは、その何かしらについてを扱っている商売の「見込み客」ということができます。「見込み客」の定義は、「お客さんになってくれる可能性がある人」でしたよね？ということは、検索で集まっている人というのは、「見込み客」ということができるわけです。なので、こういう場合は、メルマガ、LINE、facebookグループなどへの登録がなくても「集客」ができています、ということになります。

ただし、「検索」してもらえないように、SEOサイトやブログを作るのは、簡単なことではありません。

例えば、「地域+業種」などのキーワードで検索してもらえないようにするのであれば、そこまで難しくはないかもしれませんが、「厚木 コーヒー」などですね。このキーワードで調べる人は、厚木でコーヒーを飲みたい人かコーヒー豆を買いたい人です。つまり、厚木でコーヒーを売りたい人にとっては「見込み客」ですね。

ただ、例えばこれが、「新宿 コーヒー」とかだとかなり大変です。新宿はお店が多いので、そもそもそれだけライバルになるSEOサイトが多くなるからです。

こんなふうに、「検索」で見込み客を集めるには、常にライバルを気にする必要があります。これはSEOサイトではなくブログの場合も同じです。

何か専門性に特化したブログで、検索により見込み客を集める、ということも可能といえば可能です。ですが、それをするためには膨大な量のブログ記事を書き続ける必要があります。平均して3000文字程度が適切な文字量と言われていますが、これを毎日書き続けて、だいたい3ヶ月くらいでアクセスが集まり始める、と言われています。

ということは、3000文字を90記事です。文字数にして27万文字。これは本が何冊も書けるレベルです。なので、「この分野について書きたいことがたくさんある」「いくらでも書ける」というのであれば、ブログへの検索流入による集客を考えても良いですが、作業量的にはか

なり多くなるので、挫折してしまう人が非常に多く、オススメはしません。

そう考えると、「絶対にこれがやりたい!」ということがない限りは、まずは、メルマガ、LINE、facebookグループのどれかしらに「登録」をしてもらい、それを「集客」と位置付ける方が無難です。
では、「集客」をしたら、次に何をすれば良いのでしょうか？

4 販売方法における「教育」とは？

奥さんからの質問

「「見込み客」が集まれば、すぐに商品は売れるようになるの？」

もしかしたら、すぐに買ってってくれるかもしれない。でも、価格帯にもよりますが、多くの場合は、すぐに商品を購入してくれるわけではない。

・メルマガ

・LINE

・facebookグループ

これらは基本的には無料で登録されるものなので、「明確な買い物の意思」はこの時点ではないことがほとんどです。この段階ではまだ、

「情報を集めている」という段階です。この段階で急に、「今お得なのでこれを買いませんか？」なんてやってしまうと、お客さんは一気に冷めて、離れていってしまいます。

服屋さんなんかで、なんとなく暇つぶしでお店に入ったただけなのに、「サイズご用意しますよ」「今これがオススメなんです」って、あんまり積極的に話しかけられると、すぐプレッシャーを感じませんか？あれと同じような状態です。

例えばスーパーの実演販売なんかもそうですよね。

「寄ってらっしゃい見てらっしゃい！」って、何か騒いでるから見にいったら、

「このなんでも落ちるアニバーサリーウォッシュが今日は1000円！いかがですか!？」

なんて急に言われたら・・・

「いや、いかもなにも、騒いでたから見に來ただけだし」

「急に押し売りなんて怖い」

「捕まる前にさっさと逃げよう」

「ってなっちゃいますよね？」

「教育」↓「販売」という流れを作る必要があります。
ではインターネット上でそれはどうしたらいいのでしょうか。

5 何を使って集客するの？

奥さんからの質問

「その『寄ってらっしゃい見てらっしゃい！』みたいな集客は、相手が見えないインターネット上でどうやってやるの？」

インターネットを使って起業するには、

「集客」＝「見込み客を集める」

「教育」＝「商品の必要性を理解してもらい、欲しくなってもらう」

「販売」＝「商品を販売する」

という3つのステップが必要になる、ということとは、ここまで理解していただけたと思います。

この、「集客」→「教育」→「販売」という流れは、今後も何度となく出てくることになりますので、しっかりと頭に叩き込んでおいてください。

「集客」→「教育」→「販売」

です。

そして、「今自分は『集客』をしているのか、『教育』をしているのか、『販売』をしているのか」ということを、自分自身で常に把握しておくことが大事になります。

というと、難しく感じるかもしれませんが、実際にはそんなに難しいことはありません。

なぜなら、「集客」「教育」「販売」のそれぞれで、使うメディア（媒体）が変わってくるからです。

メディア（媒体）というのは、ブログとか、SNSとか、メルマガとか、そういうものを指します。情報を載せるところは全てメディア（媒体）です。

以前お伝えしたように、「集客」というのは、

SNS・

ブログ

- ・webサイト
- ・広告

などを使って、

- ・メルマガ

- ・LINE

- ・facebookグループ

等に登録してもらったことです。

「集客」をする場所である、

- ・SNS

- ・ブログ

- ・webサイト

- ・広告

の中で最も手軽に「集客」ができるのが、SNSです。

また、こちらにも既にお伝えした通り、ブログはアクセス数が増えるのに時間がかかるし、SEOサイトはたくさんのライバルを考慮する必要があります。広告は数万円から数十万円単位のお金がかかりますので、個人で起業をスタートする段階には向きません。

つまりここで言う「集客」とは、「SNSを使って、メルマガやLINE等に登録してもらったこと」だと思ってください。

集客に向いているSNSはいろいろありますが、今であれば始めやすいのは、

- ・twitter

- ・インスタグラム

です。

以前はfacebookも集客に使いやすかったのですが、facebookは元々のコンセプトが、「以前からリアルにつながっている人とオンラインでも繋がるSNS」です。なので、会ったこともないような人とつながるには不向きなSNSです。

その点twitterやインスタグラムは、会ったことがない人でも気軽にフォローをしたりされたり、という関係を作っていくことができます。そして、始めたその日から、1日に1人、2人、3人、とメルマガやLINEに登録してもらったことができます。これはコツさえつかめば全く

難くないはずです。

つまり、SNSを使った「集客」は他の集客方法と比べて、コツさえつかめば難易度は非常に低い、と言えます。

身近な人や、知っている人に、直接商品を勧めて買ってもらうのは抵抗がある、という方は多いですが、Facebook以外のSNS集客のコツをつかむことができれば、全く会ったことがない人を「集客」し、オンライン上で「教育」し、そのまま会ったり話したり、直接のやり取りをしたりすることなく、オンライン上で「販売」まで完結させることができます。

しかもこの時に扱っているのが、前述の「他人が作ったコンテンツ商品(データ)」であれば、自分で商品を作る必要もないし、商品販売後もアフターフォロー等の作業はあなたには一切発生しません。

そういう状態で収益化を実現できるのが、インターネットを使った販売方法なんだ、ということ覚えておいてください。

そして、SNSを使った「集客」はコツをつかめば難しくないとお伝えしましたが、実際に集まってくれた「見込み客」が、商品を購入してくれるかどうかは、そのあとの「教育」が鍵を握ります。

では、「教育」は何を使って行えば良いのでしょうか。

6 何を使って教育するの？

奥さんからの質問

「」「集客」「教育」「販売」のそれぞれで、使うメディア（媒体）が変わってくるって言うんだけど、教育は何のメディアでやるの？」

実はそのヒントは、「集客」に隠れています。

「集客」＝「見込み客を集める」ということは何度もお伝えしてきました。その「集客」をインターネット上で行うためには何を使うのかという点、

- ・ SNS
- ・ ブログ
- ・ webサイト
- ・ 広告

などを使って行う、というお話もしましたね。

さて、これらを使って、何をするのが「集客」だったのでしょうか？「何かしらに登録してもらったこと」でしたね。その何かしら、とは、

- ・メルマガ
 - ・ LINE
 - ・ facebookグループ
- でした。

この中でも特に、

- ・メルマガ
- ・ LINE

は「教育」を行うのにはうってつけです。なぜなら「教育」というのは、時間をかけて、順序よく、丁寧に、情報を送り届ける必要があるからです。

なぜそんなことをする必要があるのか、というと、「見込み客」は「願望」を持ってはいるけど、「商品やサービスを欲しいとは思っていない」という状態だからです。

「願望」というのは、「この悩みを解決したい」とか「こういう状態になりたい」というものです。「見込み客」は、曖昧にでもそういう願望を持っています。

例えば、「痩せたい」などがそうですね。でも多くの見込み客は、そういう願望を「曖昧」に持っています。なので、「こうなれたらいいですよ?」という**理想の未来**を、こちらで描いてあげる必要があるんです。

「痩せたいなあ」と思っている人に対して、「今よりもスリムになって、諦めていたあのワンピースが着れたり、次の夏はちょっと攻めたデザインの水着を着て、数年ぶりに海でナンパなんてされちゃったらどうします?」なんていうふうに、本人以上にリアルに描いてあげるわけです。

そうすると、「あー、うん、確かに、そうになりたい!」なんて思うようになるわけです。でも、見込み客には「そうなれていない現実」がありますよね? 要は「痩せてない」という現実。

そうしたら、次に、「痩せたいと思って色々やってきたのに、なぜ今まで痩せることができなかったのか?」ということを、伝えてあげるわけです。

「糖質制限が流行ったけど、あまり意味がない」とか

「ビリーズブートキャンプはスティックな人しか続かない」とか

「りんごだけ食べるとかは確かに痩せるけど体調も崩す」とか、既存の方法の問題点なども伝えながら、「実はここを解決しないと痩せることは難しいんです」と、**本当に解決すべき問題点**を伝えてあげます。

そして次に、「それを解決する方法はこれなんです!」と伝えてあげるわけです。

すると、「そこが問題だなんて知らなかった!」「その解決法はこれだったのか!それは試してみたい!」という新しい「**価値観**」が見込み客の中に生まれます。

そこまできたら、「痩せるためにはこの問題点を解消する必要がある。そのためには、これをする必要がある。それを商品化したのがコレ！」みたいな感じで提示をしてあげると、お客さんは「商品が欲しい状態」で、その商品を目にするようになります。

これってなんだかちよっと、テレビ通販の番組の流れみたいですよ？あれもまさに「教育」なんです。

いきなり商品を出してしまうのではなくて、こうやって「教育」をして、見込み客が「欲しい！」と思ってくれている状態になってから、「じゃーん！こちらがその商品です！」と出してあげること、成約率（お客さんが商品を買ってくれる確率）が、著しく向上するんです。

そりゃそうですよね？「まだ欲しいと思っていない状態」で商品を見せるのと、「もうすでに欲しいと思っている状態」で商品を見せるのだったら、どちらの方が売れる確率が高いかなんて明白です。

そして、そういう状態を作るためには、時間をかけて、順序よく、丁寧に、情報を送り届ける必要があります。

とすると、「教育」にベストなのは、

・メルマガ

・LINE

になるわけです。

7 教育した後はどうするの？

奥さんからの質問

「教育の後の販売はどうしたらいいの？」

「教育」というのは、「見込み客」に「商品やサービスが必要だ、欲しい」と思ってもらうためのアプローチです。なので、「教育」をしただら、そのあとは「販売」をする必要があります。これは自分の商品を売る場合であっても、他人の商品を売る場合であっても同じです。

では、販売方法にはどのようなものがあるのでしょうか？

それは大きく分けてこんな感じになります。

- ・ 集団クロージング型
- ・ 個別クロージング型
- ・ オンライン完結型

「集団クロージング型」というのは、セミナーセールスやお茶会セールス、などと言われるものです。ある程度の人数（5人〜100人くらい）を一箇所の会場に集めて無料から数千円程度の参加費でセミナーを行い、そのセミナーの最後に、「こういう商品があります！必要だと思ったら是非買ってください！」とセールスをかける方法です。

この方法で行く場合には、セミナーは、そのあとに販売する本命商品の、予告編のような位置付けになっている必要があります。テレビで映画のCMをやる場合がありますよね？もちろんそのCMで映画の全てを見せることはありませんが、かなり核心部分まで見せていたり、注目度の高いところを見せていたりするはずですよ。そうやって映画に興味を持った人が、映画館に足を運ぶわけです。

この場合、テレビCMがセミナーで、映画が本命商品、という位置付けになります。

他人の商品を販売する場合に、こういった集団クロージング型を用いることはほばないと考えて良いと思います。

次に、「個別クロージング型」です。

「個別クロージング型」では、見込み客とマンツーマンでコミュニケーションします。実際に対面してお話する場合もあれば、遠隔通話システム（skypeやzoomなど）を使用して行う場合もあります。「個別相談会」「体験会」「体験セッション」などの形で行われることが多いです。

流れとしては、

- ① 見込み客の悩みを聞き出す
 - ② それが解消して、どんな未来になったら嬉しいかを聞き出す
 - ③ 今のままの状態が続いてしまったらどうなりそうかを聞き出す
 - ④ 悩みを解消し、理想の未来の状態になるために必要なことを伝える
 - ⑤ 商品によって、その条件が満たされることを伝える
 - ⑥ 購入意思を聞き出す
- と、だいたいこんな流れになります。

「個別クロージング」は成約率は高くなりますが、大きな労力がかかる、ということが問題です。また、集団、個別、どちらにも言えることですが、「クロージング」をするということは、売り手、買い手共に非常に心理的な負担が大きくなります。

特に、「人から売り込まれるのが苦手」という人ほど、「自分自身も人に対して売り込みをしたくない」と思っていますから、極力「クロージング」を避ける傾向にあります。

実は、僕自身もそうなんです。起業してからほとんど、「クロージング」というものをしたことがありません。セミナーをしたことはありませんが、その場で、

「こういう商品があります」

「今申し込むとお得です」

みたいなことは一度もしたことがありません。

お客さんは、セミナーはセミナーとして、一つのサービスを受けに来ているからです。そこでもう一つ新たに買い物をする予定なんかありません。それを、セミナーの雰囲気盛り上がり上がっているところに、「もっといいものがありますよー!」としてしまうと、結局雰囲気が冷めた時にクレームの原因になりやすいと思います。

というより、正直に言えば、僕自身がクロージングされるのも、クロージングするのも、どちらも苦手なんです。口頭で売り込む、ということは極力したくない、と考えています。

だからこそ僕は「販売」の方法として、「オンライン完結型」に特化して、技術を磨いてきました。

「オンライン完結型」の「販売」を身につけることができると、見込み客と一切の会話をすることなく、まるでお客さんが自分の意思で勝手に自動販売機で商品を購入するように、こちらの商品を購入してもらうことができるようになります。

これは、僕が起きていても寝ていても何をしていても、全く関係がありません。

僕は趣味で毎日のように卓球をしているのですが、2〜3時間の卓球の練習が終わってメールを開くと、「あ、15万円分の申し込みが入ってる」みたいなことは、正直言っちゃってしょっちゅうあります。

自分の労力を使わずに「販売」ができる、「オンライン完結型」の方法。具体的にはどうやるのでしょうか。

8 オンライン完結型とは

「販売」の方法には、大きく分けて、

- ・ 集団クロージング型
- ・ 個別クロージング型
- ・ オンライン完結型

の3つがあることをお伝えしました。

このうち、

- ・ 集団クロージング型
- ・ 個別クロージング型

の二つは、自分でクロージングをする必要があります。

つまり、「買いますか？どうしますか？」ということ、口頭で聞く必要がある、ということです。

僕はとにかくこれが苦手なので、起業して以来ほとんどやったことがありません。その代わりに、

「オンライン完結型」

の「販売」を磨いてきました。

これは、お客さんと一切対話することなく、お客さんがまるで自動販売機で商品を購入するように、商品を「販売」できる方法です。何を使って「販売」するのかというと、「お手紙」を使って販売します。

「セールスレター」というお手紙です。

お手紙といっても手書きで書くわけではなく、一枚のホームページとしてインターネット上に設置します。

一般的なホームページは、たくさんクリックできる場所があったり、メニューがあったりして、内容が充実していますよね？でも、セールスレターは、縦に長いたった一枚の手紙として作ります。

文章はそれなりに長くなります。「教育をしたのに長い文書が必要なの？」と思われるかもしれませんが、みんながみんな「教育」で伝えたことを全て覚えていてくれるわけではありません。「教育」の過程で送り届けたものを、すべて読んでいるとも限りません。なので、「販売」のために必要な要素を満たす意味でも、それなりの長文になります。

「でもそれじゃあ、教育の意味は？」

とも思いかもしれませんが、そもそも「教育」がない状態だと、セールスレター自体が見向きもされないんです。なので、メルマガや「ZIN」での「教育」を経てセールスレターで「販売」する必要があります。

セールスレターではどんなことを伝えるのかというと、「教育」とちょっと似ています。概ねこんな順番になります。

- ・〇〇なあなたにお手紙です
- ・あなたはこんなことで悩んでいませんか？
- ・その悩みを解消して、こんなふうになれたら嬉しくありませんか？
- ・そのためにこんなことを試してみてくださいませんか？
- ・それは、思うように結果が出なかったのではないのでしょうか？
- ・思うように結果が出なかった理由はこれです
- ・本当に上手くいく方法はこういう方法です
- ・実際にこの方法でうまくいっている人はこんな風に喜んでいます（お客様の声）
- ・今回はこの方法を、こんなパッケージでこんな商品にして用意しました
- ・しかもいまならこんなにお得です
- ・どうぞお早めにご購入ください

と、ざっくりと伝えるとこんな感じになります。こういうお手紙を、1万文字から、長いものだと3万文字以上のお手紙で伝えていきます。

このセールスレターの良いところは、口頭で説明しなくて良いところ。そしてお客さんには、読む自由もあれば、読まない自由もあります。なので、お客さんは自分のペースで読むことができ、落ち着いて理性的に判断をすることができます。だから、クレームが生まれにくいんです。

僕は起業してから、ほとんどの商品を、

「ブログ集客」↓「メルマガ教育」↓「セールスレター販売」

または、

「ブログ集客」↓「LINE教育」↓「セールスレター販売」

という流れで販売してきました。

なので、会ったことのないお客さん、話したことのないお客さんもたくさんいます。そして逆に、こういう販売方法を取ってきたからこそ、出会えたお客さんもたくさんいます。海外のお客さんなんかは、オンライン形式でなければ決して出会うことはなかったと思います。

ここまで、ざっくりとインターネットを使った「販売方法」のお話をしてきました。

・商品

・販売方法

この二つが揃えば、誰だって起業は実現できます。

第三章 お悩み解決コーナー

ここまで、起業するにはまず何をすればいいのか、商品はどうすればいいのか、販売方法はどんなものがあるのか、どのようにSNSを利用するのか、などを説明してきました。

第三章では、起業全体に関する質問にお答えしていきます。

1 「作れない」「書けない」

奥さんからの質問

「商品と販売方法があれば良いのはよく分かったけれど、自分で作ったり書いたり出来るイメージが湧かない・・・」

きくと、これから起業しようとか、起業を検討してるとか、そういう段階の方にとっては、「詳しく正しい情報」をたくさん仕入れても、「結局自分でやるのは難しいんじゃないか」と感じてしまうのが普通だと思います。なにせ未経験ですから、イメージがつかないですよ。例えば、車の運転の仕方をどんなに本で学んでも、「じゃあ、運転席に座って運転してみてください」って言われて運転できるかって言われたら、怖くてできないと思うんですよ。だから自動車教習所があるんですよ。

となりに教官が座って、安全が確保された場所で、まず運転を「体験」する。この「体験」があるからこそ、車の運転を少しずつ身につけていくことができるんですよ。

そう考えると、「起業」って、「体験」できることって少ないですよ。いきなり、「まずやってみましょー!」みたいな世界になってしまふので。

だから、

- ・商品作れなそう
- ・商品探せなそう
- ・メルマガや「LINE」書けなそう
- ・セールスレター書けなそう

って思っちゃうのは、ある意味普通のことなんです。 「体験」していないことですから。

従来は、「それでもとにかくやるしかないです!」という根性論が多かったのですが、それだけだと挑戦したいけどできない人がたくさん出てきてしまう、と思ったので、僕は考えました。

「商品を探すのが難しいなら、もうすでに売れている、抜群の販売実績があって、売りやすく、喜ばれる、高単価の商品を、こちらで用意すれば良い。」

「メルマガや「LINE」を書くのが難しいなら、こちらでそれを書いて、自動配信システムに設置済みの状態にしておけば良い。」

「セールスレターを書くのが難しいなら、セールスレターもこちらで書いて、売れる状態にセッティングしておけば良い。」

つまり、あらかじめ作れるものは全てこちらで作っておいて、あなたはそれを使って「体験」しながら収入も受け取れる。そんな仕組みがあったら、とても助かると思いませんか？

まるで、全く車の運転をしたことがない人が、助手席に乗って、「こうやって運転するんですよ」「こういうことに気をつけるんですよ」と、教官の運転の仕方を間近で見せてもらえるような状態です。

今回ご案内しているプロジェクトは、実は、まさにそういう状態なんです。

本来あなたがゼロから作るべきものを、こちらで改めて作ってしまっている。あなたはそれを使って、自分で作ることなく、自動収入の発生を「体験」できる。

もちろん「体験」と言っても、きちんとお金を受け取ることができます。

つまり、学びながら稼ぎ、稼ぎながら学ぶことができる、そういう環境を、このプロジェクトでは整えています。ぜひ、お届けするビデオでじっくりとご確認ください。

2 ブログやホームページはどうやって周知するの？

奥さんからの質問

「もし自分のブログやホームページを作りたい場合、どうやって広めていけば良いの？」

ブログやホームページを作ったら、基本は「検索」によって人が訪れてくれるのを待つようになります。「検索」というのは、googleなどの検索エンジンで調べ物をした結果に表示される、という意味です。

例えば、「カブトムシ 育て方」などと検索する人というのは、「カブトムシの育て方を知りたい」と思っている人ですよ？そういう人に、自分が書いた情報をお届けするためには、その「知りたい」という欲求に応えるような情報を、しっかりとした記事として書いていく必要があります。

「検索」から見きてほしいと思ったら、徹底して「**検索者**」の立場に立つ必要があります。

例えばあなたが「カブトムシ 育て方」という検索に応えるような記事を書いたとします。でも、世の中にはもうすでに「カブトムシの育て方」について、誰よりも詳しく徹底的に書いている人がいるかもしれません。

だとすると、もしあなたが後から「カブトムシ 育て方」という検索に対応するような記事を書いたとしても、「**検索者**」からすると、より詳しく書いている他の人の記事の方が親切、ということになるかもしれません。もしそうなるのなら、後から書かれた記事は不要、ということになります。

そうなった場合、その記事はgoogleの検索に表示されにくくなります。

googleはどんな基準で検索順位を決めているのかというと、アルゴリズム（判断プログラムのようなもの）はしょっちゅう変更されるのですが、要は「**検索者**にとって親切かどうか」という基準で決めています。

なので、より親切な情報が載っているものが、より上位表示されるようになる、ということになります。つまり、ブログやホームページで検索上位に表示されることによって周知されていこうと思ったら、「**検索者**」にとって、より親切な記事をたくさん書く必要がある、ということになります。

この場合には、親切な記事を書くことも大事なのですが、もっと大事なのは、「**どんな検索者のニーズに応えるか**」ということを、あらかじめきちんと考える、ということがもっと大事になります。

例えば、「チューリップ 栽培方法」なんていうキーワードで上位表示される記事を作るのは、かなり困難です。なぜなら、もうすでに良

質の記事を書いている人がたくさんいるからです。

つまり、「まだ良質な記事が見当たらないキーワード」を探して、その検索キーワードに対応する記事を書く必要がある、ということ。さらに、「良質な記事が見当たらないキーワード」であればそれでいい、というわけでもありません。「実際に検索されているキーワードかどうか」を、きちんと見極める必要があります。

その判断をするためには、Googleが提供している「キーワードプランナー」というサービスを使うことができます。つまり、「実際に検索されているキーワード」かつ、「まだ良質な記事が見当たらないキーワード」を探してきて、そのキーワードに対応する記事を書いていく、ということになります。

だいたい100記事くらい書いた頃から、だんだんと反応が見られるようになってくると思いますので、もしブログやホームページを使ってアクセスを集めたいならば、長期戦になるんだということをあらかじめ知っておいてください。

その長期戦をショートカットする方法としては、SNSを使う、という方法があります。検索だけでアクセスを集めるようになるよりも、SNSでアクセスを集める方がよりスピーディーです。なぜなら、SNSは検索と違い、能動的に繋がりを作っていくことができるからです。Twitterなどでごんごん繋がりを作って、「こういうブログをやっています」と宣伝をしていく方が、検索されるようになるのを待つよりも早い、と言えます。

なので、ブログやホームページにアクセスを集めたいならば、オススメの方法は、

1. キーワードをきちんと選定する
2. キーワードに沿って記事を書き始める
3. 検索されるようになるのを待つ間、SNSでつながりを作って見てもらう
4. 記事を書き続ける

という手順で作業を進めることです。

3 オリジナリティの出し方は？

奥さんからの質問

「オリジナリティってどうやって出すの？」

まず考える必要があるのは、

「なぜオリジナリティを出す必要があるのか」ということです。

「起業＝自分のオリジナルで勝負！」と考える方はよくいますし、素晴らしい考え方だと思います。ですが、お客さんの立場に立って考えてみると、お客さんは「オリジナリティ」はそんなに求めていなかったりします。お客さんが求めているのは、

- ・自分の悩みを解決してくれること
- ・自分の願望を実現してくれること

です。そういうものに対して、お金を払って購入をするようになります。

お客さんの立場に立った時には、「売り手側のオリジナリティ」というのは二の次というか、ほとんどの場合、あまり関係なかったりします。「オリジナルだから売れる」、「オリジナルじゃないから売れない」ということはあまり起きません。

ただこれは、「売り手側の願望」を完全に無視した考え方、とも言えます。つまり、起業するにあたって、「自分のオリジナルの何かを実現したい」と思う人も多いし、そういう気持ちを大事にする必要もある、ということなのです。

そんな時に大事になってくるのは、「自分のできること、やりたいこと」「田」「田」の中で、「お客さんの悩みや願望」を「中心」において、起業を考える、ということなのです。

「お客さんは誰なのか？」ということをしきちんと考えない状態だと、「悩みや願望」というのは本当に千差万別です。「お腹がすいた」「もてたい」「お金がない」「寝たい」人によって全く違ってきます。

なので、「お客さんは誰なのか」ということを、まずきちんと考えする必要があります。

ではそれはどう考えるのかというと、「あなたにできること、やりたいこと」という「田」「田」をまず描くことです。そしてその中に入って

る、「悩み、願望」を持った人を「お客さん」として設定します。そしうたら、その「お客さんの悩み、願望」を「中心」において、その中心に対してあなたができることを提供していく、という考え方で

す。

例があつた方がわかりやすいですね。

あなたが、過去に「ダイエットに成功した」という経験があるとしします。そしてその方法を人に教えられるから、何かに役立てたい、と思つているとしします。

となると、「ダイエットのやり方を教える」ということが、「あなたのできること、やりたいこと」という円になります。

その中にはどんな悩みが入ってくるかというと、シンプルに「痩せたい」ですね。(どんなふうに痩せたいかは、あなたが成功してきた痩せかたによって変わりますね。)

となると、「痩せたい」という悩みが、円の中心になります。

そして、「痩せたい」というお客さんを「中心」において、「どんなふうにダイエット方法を教えたなら結果が出るか」「どんなサービスにしたらより喜んでもらえるか」ということを考えられるようになります。そうすると、ちょっとオリジナルティが出てきますよね。

大事なのは、「必ずお客さんを中心に置いて考えること」なんです。

起業というと、自分が自由にやりたいことをできるイメージを持つ人も多いですが、結局はお客さんあつての起業です。「自分ならどんなふうにお客さんを大切にできるか?」ということを考えられるようになると、お客さんの需要や期待に応えながら、少しずつオリジナルティを出せるようになっていきますよ。

4 新商品を作り続ける方法

奥さんからの質問

「同じ商品じゃいつか売れなくなりそうだけれど、ずっと新しい商品を作り続けるのは難しそう・・・」

この問題は二つに分けて考える必要がありますね。

- ・同じ商品だといつか売れなくなるのか？
 - ・効率よく新商品を作り続けるにはどうしたら良いのか？
- という二つです。

まず一つ目の、「同じ商品だといつか売れなくなるのか？」という問題ですが、これは時と場合によります。

例えば、吉野家はずっと牛丼を売っていますが、牛丼が売れなくなることはありません。新商品を出したりすることももちろんありますが、売り上げの中心は常に牛丼です。

なので、同じ商品だといつか売れなくなる場合もあるし、そうでない場合もある、ということなんです。ブランドイメージの確立に成功し、定番商品を作ることができれば、同じ商品でも末長く販売していくことができます。

ですが、それを個人で実現するのは容易なことではありません。なので、その場合にはやはりある程度のペースで商品を作り続ける必要があります。

この時にオススメなのが、

「**二つの商品を作り続けることで新商品が生まれ続ける仕組みを作る**」
という方法です。

これはどうやるのかというと、Aという大規模な商品を作り始めます。そして、完成しない段階で販売をスタートします。だいたい20%〜30%ができたときに、販売をスタートしてOKです。

その代わり販売時にお客さんにはきちんと、

「**まだ未完成品なので、お客さんから要望やフィードバックをもらいながら完成に向かって一緒に進んでいきたい。**」

ということを伝えます。

そして、「**その分お得に販売します。**」とも伝えます。実際に、一人で商品を完成させてしまうより、お客さんから随時声を吸い上げながら作った方が、お客さんにとっても良い商品が出来上がります。

自分の要望が反映され、通常価格より安く手に入るとなれば、お客さんとしてもとても嬉しいですよ？
そんなふうに、あえて未完成な状態で商品の販売をスタートしてしまえます。

販売したら、その商品をだんだんと完成させていく必要があります。焦る必要は全くなく、お客さんとコミュニケーションをとりながら、どうしたらより喜んでもらえるのかを考えながら、商品を作っていきます。

すると、作っている途中で、「この部分だけを切り出して、単体商品として販売できるな」という部分が頻繁に見つかるようになります。そういう部分を見つけたら、それは完成を目指している大規模商品Aとは別に、新商品B、新商品C、新商品Dとして、別の新商品として販売することができます。

こういうふうになると、商品制作側としては、大規模商品Aをじっくりと完成を目指して作っているだけなのですが、その中で自然と新商品B、新商品C、新商品Dが出来上がっていくことになるので、お客さんからすると、目新しい商品がどんどん登場することになります。

この方法であれば、さほど負担なく新商品をコンスタントに発表し続けることができます。まず、「完成してからじゃないと売ってはいけない」という思い込みを外してみるのが良いかもしれません。

5 ブログを立ち上げたら何をすればいいの？

(前編・立ち上げからアクセスを安定させるまで)

奥さんからの質問

「とりあえずブログから始める人が多いけれど、ブログを立ち上げたら何をするの？」

ブログを立ち上げたら、まずは記事を書くことに慣れる、ということが大切です。多くの人は、そんなにしょっちゅう記事を書く、ということには慣れていませんから、最初はなかなか大変だと思えます。

なので、まずはどんな内容でもいいですから、「書く」ということに慣れて、習慣化していくことが大切です。その日に食べたものことや、その日に考えたこと、その日に読んだ本のことや、その日に出会った人のこと。なんでもいいので、とりあえず1日1記事を目標に、書けるようになってみましょう。

それに慣れたら、だんだんと記事を長文化して試してみてください。500文字→800文字→1000文字→1500文字→2000文字→3000文字という感じで。いきなり無理に長文を書こうとしなくても良いので、だんだんと長文化を目指してみてください。その時は、「自分の考えでできるだけ言語化して書く」「曖昧な部分についてしっかりと調べて書く」等をする、読者さんにとっても読み応えがあり、冗長にならない長文記事を書けるようになります。

なぜ長文記事を書けるようになる必要があるのかというと、のちのち検索を意識したブログ記事を書こうと思った時に、ある程度のボリュームがある記事が書けた方が、検索対策として有効なものになりやすいからです。

そうやって、書くということに慣れ、長く書くということに慣れたら、次にテーマを決めていきましょう。なんでもいいから書く、日記を書く、ということだけが続いていると、検索から読者さんが訪れてくれる可能性は低くなります。なので、慣れてきたらテーマ設定をします。テーマというのは、「このブログは『主に何について書くブログなのか』を決める」ということです。

この時大事なものは、ターゲット設定です。つまり、「どんな悩みや課題を解決したい人に向けて書くのか」「どんな願望や興味を持った人に向けて書くのか」ということが大切になります。

この設定によっては、同じような人をターゲットにしたブログ、つまりライバルになるブログがすでに存在している可能性があります。ライバルが存在する場合には、

そのライバルのブログよりも充実した内容のブログにする必要があります。

なので、この時点で「このブログにはどんなに頑張ってもかなわないな」と思ったら、別のテーマにすることをお勧めします。

テーマを決めたら、キーワードプランナーからキーワードを抽出し、どんどんブログを書いていきます。また別のところで一度書きましたが、書き始めの頃は検索には引っかけにくいので、可能であればSNSで積極的に繋がりを作り、自分のブログを見に来てもらう工夫をすることも大切です。

こんなふうにしてコンスタントに記事を書き続けて、ブログを充実させていけば、だんだんとアクセスが集まるようになり、そのアクセスが安定するようになります。そうなれば、ブログを書く頻度を少し落としても大丈夫ですし、ライバルがないブログであれば、書くのをやめてもアクセスが安定し続ける場合もあります。

ここまででは、ブログのアクセスを安定させるための話をしてきましたが、同時に大切なのは「マネタイズ」をどうしていくか、ということですよ。

6 ブログを立ち上げたら何をすればいいの？ (後編・マネタイズ)

「マネタイズ」というのは、そこからどう収益を得ていくのか、ということですよ。もしかするとこの「マネタイズ」の部分の方がつまずきやすいポイントかもしれません。

マネタイズをするには大きく分けて二つのパターンがあります。

- ・ 広告を使う
 - ・ 広告を使わない
- この二つです。

ブログで広告を使ってマネタイズする場合によく使われるのが、「**googleアドセンス広告**」です。

これはあなたがブログ上のどこに広告を表示するのかを決定し、その場所にgoogleが広告を選定して掲載することで、クリックやその他のアクションがあった場合にあなたに広告料が入る、というモデルです。

昔よく、一軒家の周りの塀に、その家とは関係のない看板が貼ってあったことがありますよね？あの看板は、宣伝したい人がお金を払い、塀を貸した家に広告料が入る、というモデルになっているのですが、そのインターネット版と考えるとわかりやすいかもしれません。アドセンス広告を掲載するには、googleからの承認をもらう必要があります。承認をもらうこと自体は難しくないとはいわれていますが、非承認の場合に明確な理由がわかりにくい、と言われていました。

またアドセンスでそれなりの収益を得るためには、かなりのアクセス数を集める必要がありますので、その点は先に覚悟しておく必要があります。

少ないアクセスで多くの収益を上げたいのであれば、広告を使わずに、「自分でリストを取る」という方法をおすすめします。

自分でリストを取る、というのは、ブログから自分のメルマガや自分の「LINE」に登録してもらうことです。ここで「教育」をし、何かを「販売」すれば、その収益は100%自分のものになります。なので、基本的には僕はこちらの方法がおすすめです。

この方法で最初につまずきやすいポイントは、「そもそもメルマガや「LINE」に登録してもらえない」ということです。

最初始めたての時は、「メルマガや「LINE」の募集をすれば登録してもらえらる」と漠然と淡い期待をしているのですが、実はここはきちんと考

えるべき点です。

メルマガや「LINE」に思うように登録してもらえない時、考えるべき点は次の3つです。

- 1.ターゲットが明確か
 - 2.ターゲットは自分が得られるものを認識しているか
 - 3.ターゲットは自分が得られるものに魅力を感じているか
- この3つです。

まず、「メルマガ（LINE）始めましたー、登録してくださいー」って言っても、それで登録してもらえるのは有名人くらいです。多くの一般人の場合は、

「え？なんで？」

「なんのために？何がもらえるの？」

「個人的な連絡先を知らない人に渡すのは怖いんだけど」

「って誰か？」

と思われると思います。

知らない人のメルマガやLINEに登録するには、それなりの「メリット」が用意されている必要があります。そして「メリット」というのは、人によって違います。つまり、ターゲットによって「何をメリットと感じるか」は、千差万別なのです。

なので、ターゲットをきちっと絞って、その人にとって喜んでもらえるようなものを用意する必要があります。多くの場合、それはメルマガやLINEとは別に、「特典」という形で用意してあげる必要があります。

「メルマガ（LINE）でこれらが得られます」ということも大事なのですが、「メルマガ（LINE）に登録してくれたら特典としてこれをあげます」というものを用意して提示してあげた方が、より登録してもらいやすくなります。

この「登録するメリット」を、ターゲットをきちんと絞り、ターゲットにとって魅力的な形で伝えてあげること、よりメルマガやLINEに登録してもらおうことができるようになります。

7 初期費用は？

奥さんからの質問

「起業するにはどんなお金がかかる？」

これは起業をする形式によって大きく変わるので、一概にこうですと説明するのは難しいですね。

例えば店舗型の起業をするのであれば、家賃や設備費がかかりますし、仕入れの必要があるようなことをするのであれば、最初の仕入れ経費を用意する必要があります。

そういう意味では、形のない商品を扱うような形式での起業というのは、初期費用を抑えることができます。

例えば自分自身が商品となって、コミュニケーションをすることで対価をいただくような、「コンサルティング」「コーチング」「カウンセリング」などは、仕入れ等は一切発生しませんし、家賃や設備費も不要です。

また、コンテンツ商品(データ)を扱うような起業の場合にも、同じように仕入や家賃や設備費は不要です。

集客をしたり、販売の仕組みを作ったりするのに、パソコンやスマホは必須です。作業効率から言っても、スマホよりもパソコンを使うべき場面がたくさんありますので、スマホとパソコンの両方を用意した方が良いでしょう。と言っても、そんなにハイスペックなものを用意する必要はありません。普通にインターネットをすることができる状態になっていれば問題ありません。

メルマガや「LINE」の配信をする、となっても、経費は月に数千円です。家賃などがかかるようなタイプの商売と比較すると、初期費用も、毎月の費用も、ずいぶん少なく抑えることができます。

ただ、ここからが大事なのですが、こういう仕入れ、家賃、設備費が不要なビジネスというのは、非常に参入障壁が低いです。参入障壁というのは、その分野にあとから参加する際のハードルの高さです。

仕入れも家賃も設備費もかからないようなビジネスというのは、それらがかかるビジネスと比べて、誰にとっても始めやすい、と言えます。つまり、ライバルが大量発生しやすい分野、ということですよ。

では、ライバルが大量発生する分野において、きちんと稼ぎ続けることができるのはどういう人かというと、基本を押さえてきちんと学び続けている人です。

インターネットを使ってビジネスをしていくためには、原理原則をきちんと理解し、それにそってビジネスを進めていく必要があります。それを理解しないで我流で始めようとすると、労力ばかりが多くなり、結果が出なくなり、何をやって良いかわからなくなり、挫折します。

「初期費用が少ないから」という理由でコンテンツ商品を扱うビジネスを始める人の中には、お金を払って人から学ぶことを避けてしまい、我流でスタートし、結果が出ずに挫折してしまう人も多いです。

つまり、仕入れ、家賃、設備費などが必要ない分、たくさんの方が参加してくる分野になるので、きちんとお金を払って原理原則を学んでいる人こそが、生き残っていくことができる分野になります。

また、きちんとお金を払って原理原則を学んで実践し、結果を出せるようになることで、人にその原理原則を教えられるようにもなります。そうになると、ビジネスの幅はさらに広がっていくようになります。

どんなビジネスでも同じことが言えますが、「我流」で結果が出ることはまずありません。形のない商品（コミュニケーションやデータ）を扱うビジネスは、仕入れや家賃、設備費はかかりませんが、「学び」にきちんと「自己投資」をする必要がある、ということは忘れないでください。

8 家族から起業を反対されてしまう…

奥さんからの質問

「旦那さんに起業を反対されている友人がいるのだけれど、どう説得したら良いと思っつ？」

女性の方で、旦那さんの理解を得られない、という悩みを持たれている方は非常に多いように思います。特に、旦那さんが会社員などをされている場合、「お給料は我慢代」、「収入は労働の対価」という価値観に染まっていることが非常に多いです。

そうなる、インターネットを使った起業などは、旦那さんから見たときに、「労働じゃない」＝「遊び」に見えてしまうことも多く、理解を得られなかったり、反対をされてしまったりする、という話はよく耳にします。

こういう場合の対処法ですが、大きく分けて二つあると思います。

「きちんと思いを伝えて理解を求める」

「結果で黙らせる」

もし可能なのであれば、前者の方が良いかな、と思います。

この場合のポイントは、「家族のために頑張りたい」という思いをしっかりと伝える、ということとです。

旦那さんが反対をする理由は様々あると思いますが、「家庭をないがしろにしてまで、稼げるかどうかかわからないことをやらないでほしい」という意見が大部分を占めるように思います。

なので、「家庭をないがしろにはしない」、「家のことも今まで通りやる」、「その上で、家族の幸せのために結果が出るよう頑張りたい」ということを、旦那さんに向けてプレゼンするのです。

これがきちんと伝わると、旦那さんとしても、遊びでやるうとしていたわけじゃないんだな、ということがわかるので、応援されやすくなります。

また、家のことも手伝ってくれるようになった、なんていう報告も聞いています。

「自分がやりたい」ということについて、その目的を「家族の幸せ」にすることで、「今までと違うことをするけど、向かっているゴールはあなたと同じだよ」ということをしっかりと伝えるわけです。もともと理解のある旦那さんであれば、このような伝え方で、さらに理解してくれるようになり、協力してくれるようになるかもしれません。

ですが、ここまで読んで、「うちの旦那はそれじゃ無理」と思っている方もいるかもしれません。

だとしたら、とるべき手段は一つです。それは、「結果で黙らせる」です。そのビジネスできちんと稼げていることがわかれば、基本的には旦那さんは文句を言わなくなります。

要は、自分が働いてお金を稼いでいる間に、お遊びをされるのが嫌、という状態なんです。（極論ですけどね・笑）なので、きちんと稼いでいるところを見せて、お遊びじゃないんだ、というところを見せる、ということなんです。

ただし、稼げるようになるまでの段階で旦那さんに気付かれてしまうと、茶々を入れられたり邪魔が入ったりします。

そこで、言い方は悪いですが、結果が出るようになるまではバレないようにやるのがオススメです。

バレないようにやるためには、少ない作業量で稼げるビジネスモデルを選ぶ必要があります。せどりやFXやネットワークビジネスやブログの大量投稿などは、かなりの時間と労力を使うので、隙間時間に内緒でやりながら結果を出すのは非常に困難です。

なので、あらかじめ商品や、自動販売の仕組みなどが作られているビジネスモデルを選ぶようにしましょう。そうすれば、1日30分以下の作業量で、月収30万円〜100万円くらいであれば、十分に稼ぐことができます。

稼げるようになったところで、

「実は、こういうのやってみてたんだよね」

「収入がこれだけ増えたら、家族のためにも良いと思うんだ」

「あなたにも、もう少し楽をさせてあげられると思う」

と伝えれば、旦那さんも納得してくれるはずですよ。

9 推奨のビジネスモデルの全体像は？

奥さんからの質問

「オススメのビジネスモデルで、実際に月100万円くらい稼げるようになるまでの、作業の全体像を教えてください。」

僕が推奨しているビジネスモデルは、インターネット上に自動収入の仕組みを作る、というビジネスモデルです。そして、最終的にはあなたが自分でオリジナル商品を作れるようになります。そして、それを販売するための自動販売の仕組みも作れるようになります、その仕組みへの集客も全自動で行えるようになります、ということをご目標として考えています。

つまりゴールは、あなたのオリジナル商品で、お客さんに喜ばれながら全自動収入を得る、ということです。

ここには二つのハードルがあります。それは、

「商品を作るのは大変」

「自動収入の仕組みを作るのは大変」

という二つの「大変」です。

最終的にはそれをできるようになってほしいのですが、いきなりそれをやろうとすると大変すぎて多くの人が挫折します。それにどちらも自分でゼロ作ろうと思うと、膨大な時間がかかりますし、作る商品によっては新たな勉強が必要になり、お金もかかるかもしれません。

そこで、その二つの「大変」なものを、あらかじめこちらで作ってしまうことにしました。つまり、

「商品」

「自動販売の仕組み」

の二つをこちらで作って用意した、ということなのです。

商品は、

「自動収入の仕組みの作り方を教えるコンテンツ商品」
です。

自動販売の仕組みは、

「LINEと動画を使った教育システムと、セールスレターを使った販売システム」
です。

これをあらかじめこちらで作っておくことにより、あなたはこの「自動販売の仕組み」をSNSに設置、拡散するだけで、あとは仕組みが勝手に商品を販売してくれて、販売後の商品提供もデータで行われるため、販売にも提供にも、あなたには一切労力がかかりません。

まずはこういうふうにするので、「自動収入の発生」を体験しながら、自動販売の仕組みの内部がどのようになっているのかを学んでいただきます。あなたは自動収入を得られるようになるので、時間的にも経済的にも余裕ができますようになります。

そこで「体験」した学びを、あなた自身でも「実践」できるようにさせていただきます。

つまり、「LINEやメルマガを使った自動教育の仕組みや、セールスレターを使った自動販売の仕組みを、あなた自身が自分で作れるようになる」ということです。

これができるようになれば、あなたは自分で作った仕組みで、自動収入を得られるようになります。

そうなれば、さらに時間的にも経済的にも余裕が出てくるので、その収入でさらに学び、オリジナル商品を作れる余裕が出てきます。

オリジナル商品の形式はどんな形式でも良いですが、やはりコンテンツ商品（データ）がオススメです。なぜなら、在庫リスクがなく、仕入れの必要がなく、複製が可能だからです。また、販売後の労力も非常に少なく済みます。

つまり売れば売っただけ利益になり、時間は使わないのに、収入だけがどんどん増えていく、という状態を作ることができます。

ここまでくる頃には、あなたは、商品づくりも、集客↓教育↓販売という一連の流れの自動化も、全てマスターできている状態になります。

例えば、SNSを使って月に100人集客をしてLINEに登録してもらい、そのLINE上で、文章や動画による教育を行い、教育ができたところで、セールスレターで販売を行う、という流れをあなたが作ったとします。

そこであなたの10万円のオリジナル商品を販売するとして、成約率が10%になれば、100人集客×成約率10%×単価10万円＝月収100万円、となります。

「そんな単純な話でうまくいくの?」と思われるかもしれませんが、数字としては非常に単純です。

もし、そこまでの成約率を出すことができず、成約率が5%だったとします。すると、100人集客×成約率5%×単価10万円＝月収50万円と

なりません。

ここから仕組みをいじることなくさらに収入を増やそうと思ったら、広告を使うことができます。

例えば広告単価が500円だとします。広告単価というのは、メルマガやLPに1人登録してもらおうのにかかる広告費のことです。広告単価が500円の時に、広告費として10万円使ったとします。すると、10万円÷500円＝200リストを取ることができます。

となると、既存の集客人数100人にプラスして200人を集客できるので、300人集客×成約率5%×単価10万円＝月商150万円となります。そして、広告費に10万円かかっているので、月商150万円-広告費10万円＝月収140万円となります。

つまり、成約率や集客数が思ったように上がらなかったとしても、売り上げの一部を広告費に回すことで、望む数字まで収入を増やしていけるようになる、ということなのです。

そのためにはまず、「商品」、「自動販売の仕組み」の両方を自分で作れるようになる必要があります。

そのための時間的、経済的な余裕を作って、稼ぎながら学べる状態を実現するために、「商品」、「自動販売の仕組み」の両方を、あらかじめこちらで作って提供するのが、僕のビジネスモデルの初期段階です。

全体像、ご理解いただけましたでしょうか。

10 もう同業者がたくさんいる場合は？

奥さんからの質問

「自分で商品を作ってみようと思っても、同じような商品がすでにあったり、自分よりもすごい商品を買っている人がいて、どうしたらいいかわからない。」

この質問の答えをシンプルに表現するならば、

「気にしない」

ということになります。

なぜ自分と同じような商品を買っている人がもうすでにいたり、自分よりすごそうな商品を買っている人がいても、気にしなくて良いのでしょうか？

もうちょっと具体的に言うと、ビジネス的には気にする必要はありません。ですが、感情的には気にする必要がない、という意味になります。

同じような商品を買っている人がいる、という状態は、実はビジネス的には歓迎すべき状態です。それはなぜなのかというと、「そこにそういう商品が売れる市場がある」ということだからです。

毎年冬になると、新しいチョココレートがコンビニに並びますよね？正直、毎年似たような商品が出ています。ですが、それでも新商品は出るし、売れます。それはなぜかというと、チョココレートを求めている人たち、という市場があるからです。

チョココレートを求めている人たちがいる限り、新しいチョココレートが出れば、売れます。

変な話、中身が同じでも、パッケージや商品名を変えるだけで、新商品のように売れていく、ということもよくあります。似たような商品を買っている人がいる、ということとは、そこには市場がある、ということなんです。

最も売れない商品はどついう商品かというところ、**「売れる市場がない商品」**です。

「どついう商品は目新しいし、誰もやってないことだからきつと売れるぞ！」と、鼻息荒く作った商品が、リリースしてみたら全く売れない、どついうことは、非常によくあることです。

なぜ売れないのかというと、市場を無視してしまっているからです。

世の中に全く存在しない目新しい商品というのは、非常に売れにくいのです。市場がないからです。

チョコレートにはチョコレート市場がありますし、コーチングにはコーチング市場、カウンセリングにはカウンセリング市場、コンサルにはコンサル市場があります。

つまり、既存で売れている業界があるということは、そこには市場があり、そういうところに商品を送り込むことが大事、ということなんです。

「でも、すでに市場がある中、新参者の自分が新しい商品を作っても相手にされないのでは？」と心配されるかもしれませんが、でもそれは「GODIVAがあるから、ロッテが新しいチョコレートを出しても売れないんじゃない？」

と言っているのと、あまり変わりはありません。
お客さんには、お客さんそれぞれの、「求めているレベル感」があります。ロッテのチョコを買う人は、今はGODIVAは食べたくないんです。

例えばあなたが、これから新参者として「ビジネスコンサル」を売っていきこうとしているとします。「でも、ビジネスの業界には孫正義さんみたいなすごい人がいるから・・・。」なんてことを考えるのは無意味、ということなんです。

なぜなら、お客さんは自分のレベル感にあったコンサルを選ぶからです。「あなたが救える人だけを救うことだけを考える」ということがとても大切です。

僕でさえ、「孫正義さんからコンサルを受けられます」と言われても、レベルが違いすぎてどう受けていいかわからないです。でも、「年商1億円レベルのコンサルをします。」と言われたら、そのレベル感なら受けやすい、と感じるわけです。

なので、もうすでに市場があることは歓迎すべきことだし、同系統のすごい人がいたとしても、全く気にすることはありませんよ。

11 起業したら税金はどうするの？

奥さんからの質問

「新卒からずっと会社員だったから、税金のことが分からない。」

今まで雇われて働く、ということしかしてこなかった場合には、自分で税金を納める、という感覚があまりないと思います。個人で起業してお金を稼ぐようになったら、税金は自分で納める必要があります。

まず発生するのが**所得税**です。所得税というのは、事業所得の金額に基づいて算出されます。事業所得とは、事業で得た収益から、経費を差し引いたものです。この事業所得から、各種所得控除を差し引いた金額が課税所得となります。

各種所得控除とは、基礎控除や扶養控除、生命保険料控除のことです。それらを差し引いた課税所得に税率をかけたものが所得税となります。

雇われて働いていた時には、「源泉所得税」という形で、お給料からあらかじめ所得税分が差し引かれた状態で毎月支給されています。ですが、自分で稼ぐようになった場合には、自分で得た収益から自分で所得税を支払う必要がありますので、全て使ってしまうように注意が必要です。

基礎控除は33万円が一律なので、年間売り上げが33万円を超えない場合には、所得税は発生しないこととなります。

青色申告の場合には、さらに所得控除の金額が増えるので、節税効果があります。いずれにしてもこのような形で課税所得が決まり、所得税の金額が確定します。

また、この課税所得の金額に応じて、**住民税**を自分で納める必要があります。これも雇われていた時にはお給料からあらかじめ差し引かれていた状態になっていたものを、自分自身で納める必要が出てくるので注意が必要です。

さらに住民税は、お給料から天引きされていた時は毎月引かれています。自分で支払う場合には、年4回支払うようになるので、1回あたりの金額が大きくなるので、その点も注意が必要です。

さらにある程度の利益が出れば、**個人事業税**もかかるようになります。これは事業所得が200万円を超えた時に発生する税金です。

また、条件によっては**消費税**を支払う必要がある場合もあります。

これらの金額を確定するには、自分で「確定申告」を行う方法があります。

確定申告を行う方法としては、

- ・ネット上で自分で行う
- ・窓口で行う

といった方法があります。

ネット上で自分で行うには、**確定申告書作成コーナー** (<https://www.keisan.nta.go.jp/kyoutu/ky/sm/top#bsctr1>) を使うのが便利です。現れる画面に数字や必要な情報を入力していくことで、確定申告書を作ることができます。

出来上がった確定申告書は、プリントアウトして、捺印して、所轄の税務署に控えと返信用封筒と返信用切手と共に送付します。

また、この申告書を作った時点で所得税等の金額がわかるので、銀行等で納付をします。

住民税は支払い用紙が送られてくるので、その用紙で支払いをします。

自分で確定申告をするのが不安な場合は、確定申告の時期になると税務署で相談窓口が開かれるので、売り上げ入金や経費を証明するものと、その金額をまとめたもの、身分を証明するものと印鑑を持参して窓口に行けば、親切に教えてもらえます。

ごまかすようなことを意図的に行うはいけません。多少の間違いがあっても、あとから「ここ間違えているので修正してください」とお知らせが届いたり電話が来たりして、修正することができません。

その場合、税金が還付されてくることもあれば、さらに税金を払わなくてはいけない場合もあります。

ですが、追加で払う場合でも、きちんと申告をしていけば、そこまで大きな金額になることはありませんので安心してください。

12 パートをしながらでも起業はできる??

奥さんからの質問

「今のパートを辞めると直近の生活が厳しいという人もいると思うけれど、そういう人はパートをしながらでも起業できる??」

答えとしては、「もちろんできますよー!」と断言ことになるのですが、二つ気をつけなければいけないことがあります。

それは、

・作業量

・税金

です。

まず一つ目の「作業量」ですが、パートをされている方はおそらく主婦の方が多くと思います。子育てをされている方も少なくないでしょうし、子供の世話だけでなく「旦那の世話」なんかも大変かもしれません(笑)

パートをしているだけでも、家庭と仕事の両立、ということが大きなテーマになってくるとは思います。そこに「起業」というものが乗っかってくると、さらにやるこゝろが増えるようになります。

しかも「起業」というのは、安定するまでは、どれくらいやればどれくらい稼げるようになるのかが全くわからない世界です。となると、優先すべきは家族のことと安定収入となり、自分自身の起業にはそこまで時間を割くことができない、という現実には直面することになります。

10代20代で暇な独り身の若者なら、寝ずに気合で鬼作業、みたいなこともできるかもしれませんが、パートをされている方となると、きつとそうはいかないはずです。

なので、そもそもの起業の形を選ぶ際に、極力「作業量」が少ないものを選ぶ必要が出てきます。

今あなたが、無理なく起業のための作業に当てられるのは、1日にどれくらい時間ですか?

ここで無理をしないけません。本当はほとんど余裕がない状態なのに、1日1時間作れます、と言ってしまつて、無理な作業を詰め込んでしまつと挫折の原因となります。それで旦那さんに、「やっぱお前には無理なんだよ」なんて言われてしまった日には悲しすぎますよね?

1日10分〜30分程度の作業時間が取れそうであれば、僕の方でもおすすめできるプロジェクトがありますのでご相談ください。

次に「税金」の面です。税金の面で気にする必要があるのは二つ。

- ・パート先が副業を認めているか
 - ・旦那さんの扶養に入っていないか
- です。

パート先が副業を認めていないのに、起業を進めてしまつて、収入が発生してしまつた場合には、税金を納めないと脱税になりますが、通常通り税金を納めてしまうと、パート先の住民税に変動が出て、結果バレることになります。

これを避けるためには、住民税の払い方を変える必要があります。

具体的には、起業したことで得た収入を確定申告する際に、住民税の徴収の方法を、「普通徴収(自分で納付)」にします。そうすることで、自分のビジネスの分の住民税は自分で払うことになり、パート先で発生する分の住民税はパート先で天引きとなるので、パート先の住民税金額に変動が起きなくなるので、パート先にバレることはなくなります。

もう一つの、「旦那さんの扶養に入っている場合」ですが、これは状況によって変動する要素が多岐に渡るため、一概に説明することができませんが、大雑把に言うと、年収130万円を超えるようになると、扶養だけでなく社会保険の仕組みも変わってきます。自分自身の年収130万円を超えて、さらに自分で保険料を支払えるようになる、というところを最初の目標にして、起業を進めていくのも良いかもしれませ

13 思いはあるけれど、どうやってそれを商品にしたらいいの？

奥さんからの質問

「こんなふうに役に立ちたい！という思いはあるけれど、それをどうやって商品にしたらいいかわからない。」

ビジネスというのは、常に「お客さんを中心」にして考える必要があります。なので、「思い」というものに対して、誰がお客さんなのか、ということを考える必要がある、ということになってきます。

例えば、

「子供たちに、目標達成を通して自己肯定感を高めるコーチングを提供したい」

という思いがあります。この思い自体は非常に素晴らしいと思います。

この場合、お客さんは誰でしょうか？子供をお客さんに設定するのは、ちょっと難しい感じがしますね。なぜなら、お客さんというのは、「お金を支払う人」のことだからです。

子供というのがどれくらい年齢層になるのか、仮に小学生と定めるとしたら、子供のお小遣いの中からコーチングの代金の支払いをさせるのか、という話になってきます。

これはかなり設定に無理がありますよね？となったら、思い自体は大切にしつつも、ちょっと視点を変えていく必要があります。

この状況で、それでもどうしてもすぐに子供達にコーチングをしたい、となるのであれば、それはボランティアで行うしかなくなります。

あくまで今回は、その思いをどうビジネスにつなげていくのか、というテーマでお話ししていこうと思います。

まず、「お客さん＝支払い者」であることを考えると、子供自体をお客さんと設定するのが難しい、ということとはわかると思います。となると、お客さんとして考えられるのは、

「親」

「先生」

あたりではないでしょうか？

ですが、「そっかー親や先生にコーチングを提供すればいいんですねー」というのはちょっと早計です。なぜなら、親や先生がコーチングを受けたいと思っているとは限らないからです。というより、この場合コーチングというのは、「手段」にすぎません。

そもそも大事なのは、「子供の自己肯定感を上げる」というところが目的のほうです。

もしかすると、それは「目標」であって、「目的」ではない場合もありますね。つまり、「何かしらの理想とする状態」があって、そのための満たすべき要素の一つが、「子供の自己肯定感を上げる」なんていう場合です。

「目的」↓「目標」↓「手段」というのは、こんなふうに段階が違います。

ここでは「コーチング」はあくまでも手段です。

そして場合によっては、「子供の自己肯定感を上げる」というのも、何か別の目標に対する手段である可能性もありますが、そこまで掘り下げてしまうと話がわかりにくくなるので、とりあえず今回は、目的が「子供の自己肯定感を上げる」という方向性で進んでみましょう。

話を戻すと、子供はお客さんにはなりにくいので、親をお客さんにするとします。

ここで「親にコーチングを」と早計に考えるのではなくて、まず「子供の自己肯定感」に関連する、「親の強い悩み」を探します。直接子供にアプローチできない以上、多少遠回りになることは覚悟しましょう。「思い」があるのなら、それもできるはずですよ。

「親」をお客さんにする、ということは、「親」が現在進行形で持っている強い悩みを把握する必要があります。なぜなら「商品」というのは「悩み」を解決するためにあって、その悩みが強ければ強いほど、商品は購入されるからです。

そして、強い悩みを解決する商品を販売し、その悩みを解決することができたら、必ず次の悩みが出てきます。悩みが解決し、お客さんが成長するとともに、お客さんの中にある悩みも成長するからです。

そうやって、悩みを解決し、その次の悩みを解決する商品を販売し、ということを繰り返していく中で、「子供の自己肯定感を上げる」というアプローチに近づいていくようにします。

ちょっとわかりづらいかもしれませんが、アプローチ先が直接のお客さんになりにくい場合や、お客さんの顕在化された強い悩みを扱うものではない場合には、このように遠回りをして、アプローチをしていく必要がある、ということですよ。

例えばお母さんが「太っている」という強い悩みを持っているとして、「心理学を絡めた新しいダイエット法」を販売するとします。これは顕在化された強い悩みを直接アプローチする商品なので、売れやすいですよ。

次に、太っているという悩みを解決できたお母さんが、「もっと綺麗になりたい」という次の成長した悩みを持つようになったとします。そこで、「心理学を応用した、自己肯定感を上げて綺麗になれるプログラム」を販売するとします。

これによって、自分の自己肯定感が上がり、子供にももっと自分を大切にしていってほしい、より良い人生を歩んでほしい、という、さらに成長した悩みが生まれたとします。

そこで、「子供の自己肯定感を育む、親のコミュニケーションを学ぶコーチングプログラム」を提案したらどうでしょうか？
ここまでの時点で、自分の悩みを解決してくれたという信頼もあり、成長したことで悩みが顕在化した状態になるので、かなり売れやすい状態になるはずです。

また、ずっとこういうやり方をしなければいけないわけではなく、「子供の自己肯定感を育む、親のコミュニケーションを学ぶコーチングプログラム」という、本来の目的を果たす商品が何本か売れて、そこで実績を出すことができれば、それ自体がブランド力を持つようになるので、遠回りをしなくても直接販売ができる状態に、ビジネスを成長させていくこともできます。

「思いはあるけど、どうやってそれを商品にしていけば良いかわからない」という相談について、アプローチしたい先が直接のお客さんになりにくい場合や、お客さんの顕在化された強い悩みを扱うものではない場合を例にして、お話をしてみました。

ポイントは、

「手段と目的を一緒にしないこと」

「まずは顕在化された強い悩みからアプローチすること」
です。

14 学んだことをどう活かせば良いのかわからない

奥さんからの質問

「ビジネス系のコンテンツを購入しても活かし方が分からないという話も聞くけれど、どうやって学んでいけばいいの?」

こういう時は、「書かれていることをやる」というのがオススメです。

って言うと、「いや、それができないから相談してるんですけど」となってしまっているのですが、そんな時は、まず学んだコンテンツ(教材)の中身を二つに分けます。

それは、

「考え方」

「実践方法」

です。

この二つの情報、どちらの方が価値があるのかというと、実は「考え方」です。

なぜならば、**実践方法を生み出しているのが考え方**だからです。なので、最終的には考え方をきちんと身につける必要があります。

ですが、今現在の自分よりも少しレベルの高い教材に触れた時、どうしても「それで自分は何をすれば良いのか」という状態になってしまいがちです。

それは「まだそういう『考え方』が自分の中に浸透していないから」です。

例えばあなたがもし、ビジネスについて何にも知らない状態だったとして、「集客」↓「教育」↓「販売」という「考え方」の話をいきなりされても、それをきちんと自分の中に落とし込むことはきっとできないはずですよ。

では、どうしたらそれを自分に活かせるようになるのかというと、それは、「分からなくてもとにかくやってみる」ということになります。分かるうとしなくて良いので、まずはとにかくやってみることが大事ですよ。

なので、まず先に、「考え方」と「実践方法」を分ける必要があります。

例えば、「集客をしましょう」「これは「考え方」です

それに対して、「アメブロのアカウントを取得しましょう」、「アメブロの記事を書いてみましょう」「これは「実践方法」です。もしこのように書かれていたら、アメブロのアカウントを取得し、アメブロの記事を書いてみたら、「なるほど、まだよくわからないけど、これが『集客』ということにつながるのかな」というふうに、体で覚えることができますよね？

なので、学んだことをどう活かしたらいいかわからない場合には、まず「考え方」と「実践方法」にわけて、理解しようとしなくて良いので、とりあえず「実践方法」を上から順番にやってみます。

この時に大事なのは、うまくやろうとしないことです。とりあえずやる。とにかくやる。間違ってもいいからやる。こういうふうに考えることが大事です。

これをしていると、だんだんと「考え方」の方も身につけてきて、次第に教材を自分のものとして活かせるようになってきます。

また、教材は復習をすることも大事です。復習をすることで、

- ・ 実践方法として見落とししていたもの
 - ・ 以前は実践できなかったけど、今なら実践できるもの
 - ・ 以前は理解できなかったけど、今なら理解できる考え方
- こういったものを発見し、どんどん自分のものにできるようになります。

15 周りの人がすごすぎて、と諦めてしまいそう

奥さんからの質問

「すでに個人起業をしている人と自分を比較して、自信がなくなってしまいそう・・・。」

これは実際とても多いケースです。この質問に対するテンプレート的な回答は、「周りと比べることは意味がないのでやめましょう」なのですが、きつとそれだけだとなかなか納得できないですよ。なので、僕はこんなたとえ話をします。

「伊勢丹とセブンイレブンは、どちらの方が優れていますか？」

どう思いますか？おそらくセブンイレブンと比べたら、伊勢丹の方が高級なものを扱っていますよね？では、伊勢丹の方が優れているのでしょうか？

そうとも言えませんよね？あなたはここ最近で、伊勢丹とセブンイレブン、どちらに多く行きましたか？いや、これは質問が悪いかもしれません。高級百貨店とコンビニ、どちらの方が多く行きましたか？

きつと多くの人にとって、コンビニの方が来店回数は多いと思います。これはなぜでしょうか？それは、「求めるものがそこにあるから」です。

つまり、伊勢丹とセブンイレブンでは、求められているものが違うのです。

伊勢丹とセブンイレブンを比べると、ぱっと見では伊勢丹の方がすごそうです。1店舗当たりの売上げで言ったら、おそらく伊勢丹の方がかなり大きな売上げを持っているでしょう。

でも、そんなすごそうな伊勢丹と、セブンイレブンを比べること自体に意味がないのです。なんて話をすると、「セブンイレブンだって十分すごい。」なんて反応が返ってきそうですが。

では、セブンイレブンとコインランドリーではどちらの方が優れていますか？

これも、比べること自体に意味がないですよ？どんなに1店舗当たりの売上げがセブンイレブンの方が多くて、セブンイレブンの方が知名度も高くても、そもそも需要が違うので比べること自体に意味がないのです。

さて、あなたは誰と自分を比べているのでしょうか？
その比べている相手は、本当に比べる必要がある人なのでしょうか？

本当に比べる必要がある人というのは、「ターゲットを同じくする同業者」です。

たとえばあなたが起業コンサルタントをやりたいとして、起業コンサルタント業界なんて、すごい人がたくさんいるわけです。僕も、起業コンサルタントの業界にも足を突っ込んでる人間ですが、はっきり言って、僕よりもすごい人なんか、この業界にごまんというわけです。それでも僕がビジネスを成り立たせることができるのはなぜだと思いますか？

それは、

「周りと自分を比べるのではなく、自分が助けられる人だけを助けることだけを考えているから」
です。

同業者と比べるといふ心理は、保身から生まれるものです。そのような価値観から生まれた商品では、お客さんは集まってくれません。初心者だろうが、経験がなかるうが、技術が足りなかるうが、そんなのは後から学べば良いことです。

「今の自分に助けることができるのは誰だろうか？」を考えると、自分のことしか頭になかった状態から抜け出して、お客さんのことを考えるようになります。

そうになると、周りと比べる必要なんてどんどんなくなっていきます。

「今の自分が助けることができるのはだれだろうか？」と考えるようにしてみてください。

16 パソコンの選び方

奥さんからの質問

「ビジネス用に新しくパソコンを買うなら、どんなものがいい?」

時折「スマホだけで完結するビジネスです」なんていう触れ込みを見ることがありますが、作業効率は画面の大きさに比例するので、やはり画面が小さいスマホだと作業効率は悪くなります。

なので、高級なものではなくても良いですから、パソコンは一台用意しておいた方が良いでしょう。
では、どんなパソコンを購入すれば良いのでしょうか?

まず、デスクトップかノートパソコンか、という選択肢ですが、僕はノートパソコンをお勧めします。

理由は手軽に移動できるし、好きなところで仕事ができるし、デスクトップパソコンのようなハイスペックは必要ないからです。デスクトップパソコンだと場所を決めざるを得ませんが、ノートパソコンなら場所を決めても決めなくても良い、という自由があります。

次に、windowsとmacならどちらの方が良いか、という点についてですが、パソコンのことについてあまり詳しくない、という場合にはとりあえずwindowsの方が安全かな、と思います。windowsは対応するソフトが多いのが特徴です。windowsだと使えるけどmacだと使えない、というソフトは案外多いです。

動画編集やiPhone向けのアプリを使いたい、ということであればmacの方が良いかもしれませんが、そうでなければwindowsがお勧めです。

ただ、iPhoneを使っている場合には、アカウントを連携できるのでmacの方が便利かもしれません。僕自身もmacを使っています。動画編集やアプリ制作などをする予定もないのですが、正直に言えば「カッコいいから」という理由でmacを選びました(笑) おかげで、ソフトの面でたまに不便があることもあります。

パソコンのスペックですが、極端なハイスペックは必要ありません。ですが、あまりに低スペックなものも困ります。値段の安さだけを売りにしているようなパソコンの場合、スペックが低すぎて必要なソフトが動かない、なんていうこともあり得ます(経験済み、苦笑)。
スペックを見るときに必ず確認する必要があるのが、

・CPU

・メモリ

・HDD (またはSSD)

の3つです。

目安のリストは、

CPU : intel i5 以上 (i7、i9はもっと高級)

メモリ : 8GB以上

HDD (またはSSD) : 500GB以上

となります。

(上記は2020年3月時点での推奨です)

CPUはパソコンの頭脳の性能、メモリは作業するときの頭脳の容量、HDD (またはSSD) は記憶できる容量、という感じになります。この3つが基準を満たしていないと、パソコンの動作がすぐに重くなったりして、思うように作業ができずストレスになります。

それから、zoomやskypeなどのビデオ通話を使う予定があればwebカメラが内蔵されている方が良いでしょう。後付けもできますが、最初から入っていれば便利です。

USBポートも最低2つ、できれば3つ以上あると使い勝手が良いです。

その他には、タッチスクリーン、HDMIポート、DVDドライブ、SDカードスロット、Bluetooth、イーサネットポート、などの検討要素があります。どんな使い方をしたいのかによるので、普通にネットビジネス用に使っただけであればこれらはあまり考えなくても良いかもしれません。

価格帯ですが、新品で6万円〜10万円くらいです。中古だともっと安く買えますが、初期設定に手間がかかったりする場合があるので、初心者の方にはあまりお勧めしません。

このように、ネットビジネスをするときのパソコンの選び方でした。

17 成功している人の見分け方

奥さんからの質問

「ビジネスで成功したければ成功している人の真似をするといい、と聞くけれど、成功している人はどう見分ければいいの？」

確かに「成功している人」を真似するのはビジネスの大原則です。ただ、この「成功」という言葉もなかなか厄介です。お金持ちになればそれで「成功」でしょうか？たくさんのお金を持ってても不幸な人はたくさんいます。

なので、「自分が憧れるような『活躍』をしている人で、『幸せなオーラ』が出ている人」を探すのが良いですね。

「活躍」というのも、

ただ単にお金をいっぱい稼いでいる、とか、

ただ単にお客さんがいっぱいいる、とか、

ただ単に全国を飛び回っている、とか、

そういうことではありません。

僕の思う活躍は、

「望むお客さん」に「喜ばれる商品やサービス」を

「理想的な形」で提供して「十分な収入」を得ている状態

です。

お付き合いしたくないタイプのお客さんや、思いがこもらないようなターゲット層を相手にしていたら、それは活躍しているとは思えません。

提供している商品やサービスで喜ばれていなかったら、それも活躍ではありません。

その商品やサービスを提供する時に、自分にとって理想的ではない働き方になるようなやり方になっていたら、それも活躍ではありません。

また、どんなにこれらを満たしていても、自分が望む収入を得ることができていなかったら、それも活躍ではありません。

なので、成功している人を探すには、あなたとターゲットを同じくしている人、またはターゲットが近い人で、

「望むお客さん」に「喜ばれる商品やサービス」を

「理想的な形」で提供して「十分な収入」を得ている状態の人
つまり、理想的な活躍をしている人を探すと良いですね。

また、そういう人が発信している情報に触れるのも大事です。その人が本当に成功している人であれば、自己顕示欲とか承認欲求にまみれたような情報発信ではなく、セレブ自慢をするでもなく、幸せオーラを感じられるような情報発信をしているはずですよ。お金の成功も大事かもしれませんが、それだけに踊らされることなく、「幸せな成功者」を探してみてください。そういう人の行動や考え方を真似することで、あなたも「幸せな成功者」になっていくことができます。

18 インターネット検索の「コツ」

奥さんからの質問

「知りたいことがあってネット検索をしても、なかなか求めている情報が見つからないことがある。検索の「コツ」はある？」

今の時代はインターネット上にありとあらゆる情報が載っているのです、自分で調べることができればどんどん知識を身につけることができます。この、ネットで調べることを「ググる」なんて言ったりしますが、案外これが苦手、という方も少なくありません。なので、このググり方の「コツ」、のようなものをお伝えできたらと思います。

まず、検索する時には基本的に「単語」で検索します。

例えばあなたが「卓球」について何かを知りたいとします。その時に、

「卓球について色々教えてください」

などと入力してはいけません。

「卓球」

と入力して検索すれば良いのです。

もし、純粹に「卓球とはなんなのか」ということが知りたいならば、「とは」をつけて「卓球とは」と検索するのも良いでしょう。実際に「卓球」と検索してみると、卓球協会や大会情報などが最初の方に多く出てきます。

もしあなたが「卓球のルール」について知りたいならば、ここで、

「卓球 ルール」

という検索の仕方を行います。二つのキーワードを並べて調べる、ということなのです。こういう検索方法を「and検索」と呼びます。この方法は3つ、4つのキーワードに増やすことも可能です。

「卓球 ルール サーブ」

と調べれば、卓球のサーブについてのルールが検索できるし、

「卓球 ルール ユニフォーム 色」

と調べれば、卓球のユニフォームの色についてのルールを検索できます。

単語を並べるのがポイントです。

他には「○」検索」や「マイナス検索」というものもあります。

「卓球 ○ テーブルテニス」

これは○検索です。

この検索方法を使うと、卓球か、またはテーブルテニスかについての情報を検索することができます。意味合いが似ている言葉について、両方を同時に調べることができるので、検索の範囲を広げることができます。

逆にマイナス検索はある言葉が含まれないように検索をする方法です。

「卓球 用具 -ラケット」

これがマイナス検索です。

卓球の用具についての検索結果の中で、ラケットという言葉を含まないページの検索をすることができます。

こんなふうに、一つの単語で検索するだけでなく、AND検索、○検索、マイナス検索を使うことで、より探している情報を見つけやすくなります。

19 自己投資の適切な金額

奥さんからの質問

「ビジネスにおける自己投資額はどのくらいがいいの?」

ビジネスをする、ということは、人様からお金をいただく、ということなので、自分自身もお金を支払って学んでいる、ということも大切なことです。

「自分はお金をもらいたいけど、自分自身はお金を払いたくない」

なんていう考え方は真っ先に捨てなければなりません。第一、今現在ビジネスで活躍している方は、

「売り物」についても、

「売り方」についても、

しっかり自己投資をして学んでいる方です。

実際どんな業界でも、そういう人が活躍しているという現実があります。そんな中に、

「私は自己投資をしないで我流で頑張ります」

と飛び込んでいっても、到底かなうわけがないんです。(よっぽど特殊な才能があれば話は別かもしれませんが。)

スポーツだって同じですよ。プロ選手はみんなコーチをつけています。その中で

「私はコーチなんてつけるお金はもったいないから自分でやります。」

とコーチ代をケチった人が、プロ選手になてなれません。

ビジネスであれば、「売り物」と「売り方」にきちんとお金をかけるのは、お客さんのためを考えても当たり前なことなんです。

では、その金額というのはどれくらいが適切なのでしょうか。

ここではあえて、「自己投資対象の商品の質」については考えないものとします。なぜなら、通常は金額が上がればそれだけ内容は良いものになり、サポートも手厚いものとなるので、200万でも500万でも1000万でも、自己投資可能ならば金額は大きい方が良い、という理屈になってしまっからです。

なので、「自己投資額が感情に及ぼす効果」を元に、適切な自己投資額を考える、という話をしてみよっと思えます。

僕は、「ある感情を利用する」ということが大事だと思っています。

それは、

「せつかくだから元を取りたい」

という感情です。

「これだけ自己投資をしたんだから、せつかくだから元を取りたい」という感情がはたらく金額を、自己投資額として設定してみる、というのです。

これが1000円2000円だと、おそろくすぐに自己投資をした額としては忘れてしまいます。「積み本」なんかがまさにそうですね。

1万円、2万円、3万円くらいだと、少しは元を取ろうという気持ちですが、その気持ちもそんなに長続きしないでしょう。それくらいの金額は、割と趣味や日常で使ってしまったからです。

自己投資というのは、その人の中での「優先順位」を上げる効果があります。

「これだけ投資したんだから、遊んでいる場合じゃないな。」

「これだけ投資したんだから、飲み会はちょっと我慢だ。」

こんなふうに見える金額にするというのが大事です。つまり、趣味や日常で、ちょっと使わないような金額ということです。

そしてこの金額というのは、

「一括で払えないこともないけど、ちょっと分割も検討する」

という程度の金額なのではないか、と思います。

また、自己投資の額は、感情的には不思議と「月収」に反映されます。これは本当に不思議なのですが、例えば30万円を自己投資した人というのは、「年収が30万円増えたらいいな」とはあんまり考えないんです。

自然と、「この投資と学びで月収が30万円増えたらいいな」と考えるようになるんです。（これはなぜかはわかりませんが、多数の人に聞き取り調査を行った結果がそうでした。）

そういう意味では、「これくらい月収が増えたら、明らかに生活に変化が出るな」と感じられる金額を自己投資額として設定するのも良いと思います。

つまり、

・元を取りたいと感じられる額

・月収に反映された時に生活が明らかに変化する額

の二つを考えて設定する、ということですが。

そういうふうに考えると、「10万円前後が適切なのではないか」と僕は考えます。この水準の金額が、「覚悟が決まる額」とも言えるように思うからです。

また、言い方は変かもしれませんが、「10万円程度であれば、仮に失敗をしたとしても、人生単位で見た時には大した痛手になりません。そういう意味では、そこまでリスクが高くもない、ちょうど良い金額です。」

覚悟が決まり、行動を促してくれて、感情にも働きかけてくれて、そこまでリスクが高くない。そんな金額が10万円前後なのではないか、と思います。

もちろん、学びたいものがもっと高額である、という場合もあると思います。そんな場合には、10万円から、現在の月収の3倍程度の金額、と考えるのも良いと思います。

20 自分が起業したいジャンルがわからない

奥さんからの質問

「どんな商品やサービスを自分の商品にしたらいいいのか分からない・・・。」

これもよくある質問です。こんな時の一般的な回答は、

「まず自分の中にあるものを整理する」ということです。

具体的に言うと、

- ・あなたが好きなことは？
 - ・あなたが持っているスキルは？
 - ・あなたが持っている才能（なぜか上手にできること）は何か？
 - ・あなたが持っている強みは何か？
 - ・あなたが助けたい人、関わりたい理想のお客さんは？
 - ・あなたの理想のお客さんの問題は？
 - ・あなたが持っている、理想のお客さんを助けるノウハウは何か？
 - ・あなたのモチベーションが自然と上がる時は？
- など。

まずこれらを整理してみましょう、というようなアドバイスが行われます。

これらを整理することは、個人起業のビジネスアイデアを生み出す上で、非常に重要と言えます。こういった整理をしていくと、必ずいくつかのビジネスアイデアのタネが出てきます。

ただ、多くの人はそのタネを自分で摘んでしまいます。

「こんなのもう誰かがやっているし」

「こんな的一般大衆向きじゃないし」

「こんなの大したことないし」

という感じです。

でも、誰かがやっけていても全然問題ありません。美容院があっても、近所に新しい美容院ができることなんてよくありますよね？

あなたの商品やサービスが一般大衆向きじゃなくてもいいんです。ごく一部の人が喜んでくれるニッチなサービスで売れている人もたくさんいます。

あなたが大したことないと思うようなスキルでも、それで喜んでくれる人がいるかもしれません。ビジネスアイデアの段階で、自分でその芽を摘まないことが大事です。

ただ、こういうふうにも考えても、やっぱり何も出てこない、ということもよくあるのも事実です。

起業系のサービスを提供している人は、「どんな人でも必ずビジネスアイデアを思いつくことができます。」と言いますし、それは確かに正しいと思います。

だけど、それはじっくり自分と向き合う時間が取れる人だからできることでもあります。今現在会社勤めで働いている方や、子育てをされている方だったりすると、なかなかそういうふうには、自分を振り返る時間や心の余裕を持つことができないのも事実だと思います。

そんな場合には、第一章でもお伝えした、「**とりあえず他人の商品を販売して紹介料をもらう**」というスタイルからスタートすることがオススメです。

商品でもサービスでも、なんでも自分でゼロから生みださなければいけない、というわけではありません。

例えば僕が行っているプロジェクトの商品なんかは、1件紹介してもらっただけで、紹介者に3万円の報酬が入るようになっていきます。この仕組みをアフィリエイト、と言います。

月収が3万円増えたら、それだけでも結構余裕が出てきますよね。6万、9万となったら、もっと余裕が出るはずですよ。

こんなふうには、時間とお金と心の余裕ができるようになります。

・**本当は自分は何をしたいのか**

・**失敗する可能性があるとしても、それでもやりたいことは何か**

と、自分自身が本当に望んでいる働き方について、しっかりと考えられるようになります。

現状、「どんなに考えても何も出てこない」という場合には、まずはそういった形で時間とお金と心の余裕を持つためにも、自分で商品や

サービスを作るのではなくて、高単価の他人の商品を販売して紹介料を得るアフィリエイトの仕組みを、上手に取り入れるのが良いと思います。

21 めんどくさがり屋は起業できない？

奥さんからの質問

「起業はいろんな作業があつて几帳面な人が向いていそう。めんどくさがり屋は起業に向かない？」

大前提として、僕はものすごくめんどくさがりです（笑）

めんどくさがりだからこそ、自分がめんどくさいと思うことは極力やらなくても済むようにしてきましたし、今も「これってめんどくさいな、なんとかならないかな」と思ったら、その部分を効率化することに頭を使って、そのめんどくさを解消するようにしています。

そもそも、

「他人の『めんどくさい』をなんとかしてあげる」

というのがビジネスです。コンビニだって飲食店だって、同じものや同じことを提供しようと思ったら、相当めんどくさいことになります。だから、めんどくさがりの人というのは、実はビジネスセンスがある可能性が高いのです。

なぜなら、「めんどくさい感度」が高いからです。

めんどくさがりの人というのは、大抵なんでもかんでも全てのがめんどくさいわけではありません。（もし本当に全てが面倒な場合は無気力状態で精神病の可能性もあるので、一度精神科にかかった方が良いと思います。）

めんどくさがりな人というのは、「やりたくないことが多い」と言えます。きっと、どんなにめんどくさがりな人でも、「これは苦にならずできる」ということがあるはずですよ。

僕で言えば卓球ですね。卓球に関してなら、何もめんどくさいと感じることはないです。

つまり、やりたいこととやりたくないこと、好きなこととそうじゃないことの、区別がはっきりしている人がめんどくさがりの人です。

こういう人は、好きなこと、興味があることについては、とことんまで突き詰めることができます。

他の人が「なんでそんなめんどくさいことできるの？」と言いつくすくらいに、自然と突き詰めることができちゃいます。（自覚がない場合がほとんどですよ。）

ということとは、それだけでも他人のめんどくさいを解消できる可能性が高いわけです。

さらにビジネス的にいうならば、「無駄な作業」に気づくことができるのも、めんどくさがりの人の特徴です。

例えば、「毎日のブログ更新」も、めんどくさがりじゃない人は、それを疑うことなく続けられます。大変だけど、みんなやってるし、と。

でも、めんどくさがりな人はそれを耐えられません。

「え、なんで毎日ブログ書かなきゃいけないの？」

「そもそもなんのためにブログを書くの？」

「集客？じゃあブログじゃなくても良くない？」

「収益化するなら教育した方が効率的じゃない？」

「教育なんか一度作っちゃえば自動化できるからそっちの方が効率的じゃん。」

「成約率を高めれば集客数少なくて済むじゃん。」

というふうに、極力やりたくないことをやらなくて済む方向に思考回路が働くようになります。これは「業務効率化」なんですよね。

めんどくさなことをめんどくさくなくして、かつ、同じかそれ以上の成果を得られるようにする。これが「業務効率化」です。

つまり、めんどくさがりの人というのは、実は業務効率化が得意な人と言えます。

また、めんどくさがりな人は、めんどくさなことを人に頼めるようになると、自分のやるべきことにもっと集中できるようになります。

めんどくさがりな人というのは、自分がめんどくさがりなために、「人に頼んだら、人に面倒な思いをさせてしまう」と思ってしまいがちです。

でも、多くの人は頼まれごとを喜んでやってくれますし、そこに何らかの報酬を設定することができれば、なおさら喜んでもらえます。これを「雇用の創出」と言います。

つまり、めんどくさがり屋の人というのは、

・「1つのことに集中すると強い」

・業務効率化が得意

・雇いを創出できる

という3つの理由で、実は起業家向き、経営者向き、と言えるのです。

22 ブログとメルマガは同じ内容じゃダメ？

奥さんからの質問

「ブログやメルマガを書く場合、内容はそれぞれ違うものにしなければダメ？」

こちらもまたよくある質問なのですが、必ずしも違う内容にしなくてはいけない、というわけではありません。なぜなら、ブログは書いてるだけではなかなか見に来てもらえませんが、メルマガはこちらから送り届けることができるので、見てもらえるからです。

ブログを書いても、よっぽどのファンでない限りは、読者さんは毎日ほきません。でも、メルマガだったら、送り届けることができるので、読んでもらえる確率が上がります。

これは、町内会の掲示板と自宅のポストの関係で考えるとわかりやすいと思います。

例えば盆踊り大会のお知らせのチラシがあると、全く同じチラシが、あなたの住んでいる町内会の掲示板に貼られているのと、あなたの家のポストに入っているのと、どちらの方があなたが読む確率は高いでしょうか？圧倒的に自宅のポストではないでしょうか？

この例えは、

町内会の掲示板⇨ブログ

自宅のポスト⇨メルマガ

です。

では、町内会の掲示板に貼ってあったチラシと、自宅のポストに入っていたチラシが、全く同じチラシだったとして、何か不都合があるでしょうか？特にないですよね。

町内会のお知らせを掲示板にも貼ってくれたし、自宅にも届けてくれたんだな、と思いますよね。それと同じだと思えば良いのです。なので、ブログとメルマガは絶対に違う記事じゃなければいけないのかというと、そういうわけではありません。

ただし、です。ここからが大事なのですが、マーケティング的な意味合いで言うと、ブログとメルマガは使われ方が違います。

ブログは主に集客に使われますが、メルマガは教育に使われます。

このような使い分け方をしていく時には、同じ内容ではいけません。

ブログはあくまでもメルマガに登録してもらったための集客記事を書く必要があります。

そしてメルマガは、商品販売に向かうための教育的内容を順序よく送り届ける必要があります。

集客と教育の違いは別のところに書いているので割愛しますが、直接販売に向かうマーケティング的な意味合いを持たせるならば、同じ内容ではいけない、と覚えておいてください。

ただ、直接販売に向かわないメルマガ、というのもあります。それは、

「価値観を共有するメルマガ」

です。

主に、ステップメールでの自動教育、自動販売が終わった後に、購入しなかったお客さんに向けて、じっくりと価値観を共有していくためにメルマガを配信していく手法です。

世の中の出来事や、日々の出来事について、自分の考え方を伝えたり、新しいノウハウを伝えたりして、見込み客の意識を向上させていきます。

この場合は販売に向かう内容ではないので、メルマガで配信した内容が、

「これはブログで公開しておいても喜んでくれる人が多いな」

と思われるならば、同内容をブログで公開するのもアリです。

メディアは常に**目的を意識**しながら、柔軟に使うようにしましょう。

23 時間がない人が自力でお金を稼ぐには？

奥さんからの質問

「会社の仕事などで忙しくて、日々の作業時間があまり取れない人はどうしたらいい？」

こういう方、結構多いんじゃないかと思います。普通に会社員をされている方や、小さなお子さんがいらっしやる方だと、日々はかなり忙しくなりますよね。

こういった状態から自力でビジネスを立ち上げるならば、「時間のかかる作業」は極力後回しにしていく必要があります。

ビジネスは、「集客」「教育」「販売」という3つの仕組みを作る必要があります、さらに「商品づくり」をする必要もあります。

この中でも、「教育の仕組みづくり」と、「商品づくり」は、非常に時間がかかりますし、適切なものを作れるようになるためには、勉強や試行錯誤をたくさん重ねる必要があります。

つまり、満足のいく成果が出るまでには、相当な時間と労力がかかる、ということです。

本来の道筋で言えば、商品を作り、販売の仕組みを作り、教育の仕組みを作り、集客をする、というのが王道です。

ですが、この王道パターンは、実際に収益化ができるようになるまで相当時間がかかりますし、収益が安定するようになるには仕組みの調整もたくさん必要になります。

つまり、現状忙しい状態の方がそこからスタートしようとするのは、あまり現実的ではないのです。では、現状忙しく、1日に何時間も時間を取れない、という方は、どうしたら良いのでしょうか？

その場合には、まず「時間を使わない方法でお金を稼げるようになり、時間の自由を手に入れる」ということが先決です。そのためには、「最初から商品を作らない」という方法を取る必要があります。

「商品を作らずに何を売るの？」と思われるかもしれませんが、第一章でお伝えした「他人が作った商品を紹介する形で販売し、紹介料をもらう」という、アフィリエイトの仕組みを取り入れる方法があります。

これであれば、自分で商品を作る必要がないので、その分の時間をショートカットすることができます。

ただ、アフィリエイトであっても、それを「販売」することは自分でやらなくてはいけませんし、「販売」するために必要な「教育」の仕組みも、自分で作る必要があります。これらも、自分で作るうと思うとかなり時間がかかります。

なので僕は、

「自動教育」の仕組みと、

「自動販売」の仕組みを、

僕の方であらかじめ作っておいて、それを使ってもらうことができるシステムを構築しました。

このシステムであれば、仕組みへの「集客」をすれば、あとは自分で作らなくても、あらかじめ用意された「自動教育」の仕組みで「教育」が進み、「自動販売」の仕組みで「販売」が行われ、集客してくださった方には紹介料が入る、という状態を作ることができます。

また、通常アフィリエイトはブログを使ってアクセスを集めることで集客しますが、収益が出るようなブログになるまでには、毎日3000文字以上の記事を書き続けて、だいたい半年くらいの時間がかかります。

それくらいやって、半年後に500円くらいの収入が入ってくる、というのが現実で、ブログアフィリエイトにチャレンジする人というのは、ほとんどが挫折してしまいます。

なので、僕が作ったシステムではブログの大量更新などが必要ないよう、Twitterやインスタといった文章量が少ないSNSを、1日1回〜3回程度更新することで、仕組みへの集客を実現し、そこから収益を上げてもらうことに成功しています。

このシステムであれば日々の作業時間は、だいたい5分〜30分程度になります。

もちろん初期設定等に少し時間はかかりますが、1日あれば終わることが出来ます。

こういったシステムを利用し、まずは月に10万円〜30万円くらいを稼げるようになると、現在お給料をもらっている先との関係性も変えていけるようになるのではないのでしょうか？

いきなり独立、というのはリスクがありますが、働きながら、忙しい時間の合間を縫ってでも、月に10万円〜30万円程度のお金を自力で稼げるようになれば、そこから「今の仕事を続けるか、やめてしまうか」という選択を自分で行えるようになっていきます。

その頃には、時間的な余裕も増えているはずなので、あなたのオリジナル商品づくりに着手しても良いですし、「教育」「販売」のオリジナルな仕組みを完成させ、もっともっとお金を稼ぐことも可能になっていきます。

長くなったのでまとめると、忙しく、日々時間が取れない方にオススメな方法は、

・「商品」「販売の仕組み」「教育の仕組み」は、自分で作らず借りてくる

・借りてきたシステムで自動販売を行い、紹介料を得る

・月に10万円〜30万円程度を少ない作業量で稼げるようになったら、働き方を考える

・余裕ができれば、自分の商品、販売や教育の仕組みを自分で作るという方法になります。

24 外注化とは具体的に何をするのか？

奥さんからの質問

「ビジネスをしていく上では外注も必要と聞くけれど、具体的にはどんな作業を外注するのか？」

ビジネスというのは、「集客」「教育」「販売」の3つのフェーズできているということは何度も伝えてきました。

この中でも、「教育」と「販売」は、システムを使って自動化することができます。「教育」であれば、ステップメールやLINEステップですし、「販売」であれば、セールスレター（LP）です。

これらの精度が高ければ、集客された見込み客は自動教育され、自動販売された商品を購入するようになります。

ですが、「自動教育→自動販売」の仕組みの中に入ってきてもらうためには、「集客」をする必要があります。

あまり知られてはいませんが、一般的に企業がインターネット集客を行う場合には数十万円から数百万円、場合によっては数千万円単位の費用を投じて広告を使って集客を行います。

もちろん個人でも、そのビジネスから十分に収益が出ることがわかり、広告の費用対効果が明確になれば、広告運用で集客を自動化していくことが可能になります。

ですが、個人ビジネスの立ち上げ段階で行うのは現実的ではないので、ブログやSNSの更新といった作業で集客を行うことが多くあります。

そのため、ビジネスの完全な自動化を目指した時に、最後まで実働として残ってくるのが集客作業となります。

ですが、せっかく「教育」と「販売」を自動化しても「集客」を自動化できないと、完全に自動化されたビジネスと呼ぶことはできません。

そこで「外注化」という考え方が必要になります。

外注化、というのは、誰かにお金を払ってその仕事を代行してもらう、ということです。

集客を外注化する場合には、大きく分けて二つの方法があります。それは、

- ・ブログの更新を外注する
- ・SNSの運用を外注する

という方法です。

ではどちらがオススメかというと、僕であればSNSの運用を外注する方をオススメします。

ブログ更新を外注するには、そもそもSEO（検索エンジン最適化）の知識が、十分に実践できるレベルまで身につけている必要があります。

SEOを考えた記事を、外注を使って量産することで、より早く検索エンジン上位に表示される状態を目指すのが、ブログの更新の外注化です。

それに対して、SNSの運用を外注するという方法は、そこまでハードルが高くありません。

というのも、今現在インターネットを使って集客をするならば、一番時間がかからずお手軽にできるのがSNSだからです。中でもtwitterとインスタは、そもそも少ない文字数で投稿するものなので、投稿自体に時間がかかりません。

そして、フォロワーをする、などの運用を外注することで、月に1000円〜3000円程度の費用で、集客を外注してしまつことができるのです。

25 何もない私には何ができますか？

奥さんからの質問

「これといった特技も特徴もなく、自分は何も持っていないように思っけねど、それでも起業はできる？」

さて、最後の質問に答えようと思います。

この質問への回答は、本書の大きなテーマになることと思います。

僕は、

「自分の嬉しいが人の嬉しいになり、人の嬉しいが自分の嬉しいになる」

それを「嬉業」として考えています。

自分も嬉しいし、お客さんも嬉しいし、みんな嬉しい。それが「嬉業」です。こんな話をするど、

「そんなこと、自分にもできるのだろうか？」

という反応が返ってくるのがほとんどです。

なぜなら、世の中の多くの人は、自分には特別な才能も、お金になるような特技もない、というふうに、自分のことを評価しているからです。

これから、ちょっと変なことをお伝えします。それは、

・ビジネスをするのに、特別な才能や特技は必要ない

・誰しもが、才能を持っている

ということなのです。

そもそも「ビジネス」とは何だったのでしょうか？その答えを究極的にシンプルにするならば、

「人様に喜んでもらい、お金をいただくこと」

です。ビジネスというのは、それだけのことなんです。

と一言いって、

「そうは言うけど、その『喜んでもらう』ということが難しいのではないか」とあなたは思うかもしれません。

でもそれは、案外自分でハードルを上げすぎてしまっているだけのことなのかもしれません。だって、今まで生きてきた中で、誰かに何かをして、喜ばれた経験くらい、誰だってあるはずだからです。

「でも、それとお金をもらうことはまた別なんじゃない？」
ともあなたは思うかもしれませんが。

でも実はそれも、「**お金を請求するかどうか**」の違いでしかなかったりします。

例えばあなたがホームパーティーを開いて、料理を振る舞ったとします。この場合、材料費程度はもらうかもしれませんが、基本的には利益が出るようなことはしませんよ。

でも、そのホームパーティーの主催に慣れてきて、参加者も増えてきて、会場も家ではなく別で借りる必要が出てきて、色々手間もかかるから、参加費は5000円と設定したとします。

そうなる、参加人数によってはそれなりに利益が出るかもしれませんが、きっと誰も文句は言わないでしょう。（ごく一部の性格の悪い人やケチな人が何か言うかもしれませんが、笑）
となると、そうやって利益が出たところから、それはビジネスです。

例えば僕は卓球が好きです。そして、自分よりも卓球が強くない人に教えたりすることもあります。今の所、会場費を折半して、そういう活動をしています。よく、

「中野さんの卓球の指導なら、十分有料化できますよ」
なんて言ってもらえます。

はつきり言って僕は、そこまで強いわけじゃありません。でも、どんな業界にだって、自分より上の人もいれば下の人もいます。（便宜上、上の人、下の人という言い方をしています。）

そして、下の人に喜んでもらえるようなことができれば、それは十分ビジネスになり得る、ということなのです。

「そんなのでお金とっていいんですか？」

と思われるかもしれませんが、あなたが「そんなの」と決めつけることには、何の意味もありません。

例えば、スマホに保護フィルムを貼ることを仕事にしている人がいます。僕からしたら「そんなの自分で、数分あればできるじゃん」というようなことです。

でも、できない人はできないんです。スマホと言えば、おじいちゃんおばあちゃんに、スマホの使い方を有料で教えている人もいます。そ

れも、写真の撮り方とか、電話のかけ方とか、誰だってできるような内容です。

でも、誰だってできる、と思うようなことを、できない人もいるんです。それをサポートしたり教えてあげたりすることは、世の中の十分仕事になるし、ビジネスになります。

そういうえば以前、

「パソコンを使ってインターネットができるようになりたい」

というおじいちゃんのために、パソコンを買ってきてあげて、インターネット接続の設定までやって、簡単なレクチャーをしてあげたこともあります。その時も、お駄賃と言って何万円かいただきました。

つまりこれって、「自分がお金をもらうか、もらわないか」を、ただ自分で決めているだけなんですよね。

世の中にはきつと、スマホの保護フィルムを無料で貼ってくれる人もいます。でも、有料で貼ってくれる人もいます。

どちらに頼むかは、人それぞれでしょう。タダの方が絶対良い、という人もいれば、何かを頼むならお金を払いたい、という人もいます。それは人それぞれです。

つまり、どんなに大したことなくても、

「今あなたができること」

について、あなたよりもできない人や、あなたよりも知らない人は、世の中に必ず存在するんです。

そしてそれが、

「ビジネスの種」

になります。

それは過去に経験してきたことや、過去に学んできたことかもしれません。そして、そういったものの中に必ず、

「これを人に提供することが嬉しい」

と思うようなものがあるはずですよ。

最初はなかなか気づかないかもしれませんが、でも、人に喜んでもらっているうちに、「これって自分自身も嬉しいな」と思うものが、必ず見つかってくるはずです。

それは「才能が発揮されている状態」なんです。

才能ってというのは、案外発揮されてからじゃないと気づけなかったりします。使われるまでは、埋もれているのかもしれない。だから、「特別な才能や特技なんかない」と考えるのではなくて、

「今の自分で喜んででもらえるようなことって、どんなことがあるだろう?」

と、まずは考えてみてください。

そしてそれを、

「こんなの大したことないから」

「世の中の意味があると思えないから」

「有料化できないから」

と、勝手に決めつけてしまわないでください。

ちょっと調べてみると、もうすでにそれを有料サービス化している人が案外いたりします。

それはつまり、それを求めているお客さんがいるというチャンスなんです。

先にビジネス化している人よりも、あなたの方がスキルの劣っていても全く問題ありません。「より初心者層の人」をお客さんにしてあげれば良いのです。

どんな業界でも、初心者層になればなるほど人数は増えます。それだけチャンスも広がる、ということです。

そうやって、人に喜んでもらえるようなことを提供していく中で、

「これを提供していると嬉しいな」

と思うようなものと、必ず出会います。

それが「才能」が活かされたジャンルです。

もしかしたら、そのジャンルで本当に独り立ちしていくには、

「これじゃスキルが足りない」

と思うこともあるかもしれません。

ならば、学べばいいんです。才能を伸ばすための学びだから、学び自体もきつと嬉しくなるはず。そうならば、サービスの単価も上げられるようになります。

あなたのスキルが向上するから、お客さんも「嬉しい!」と思ってくれるようになります。それはあなたにとっても「嬉しい!」と思うこ

とになるはずですよ。

それこそが「嬉業」です。

「嬉業」の扉は、誰に対してでも開かれています。
もちろんあなたに対してもです。

残念ながら、気づかずに通り過ぎてしまう人も多いですが、こうして、本書と出会っていただいたのも、何かの縁です。
ぜひ、

「私にとっての『嬉業』って何だろう？」

と、考える時間を作ってみてください。

「自分には何も無い」

なんてことは、絶対にありませんから。

最後までお読みいただきありがとうございました。