

# ネット起業バイブル！

---


## 第31号

発行会社: infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://www.resale-rights-business.jp/>

ネット起業バイブル！バックナンバー（無料）

<http://www.top-marketer.com/NetBible/>

← の  ボタンをクリックすると目次が表示されます。  
読みたい項目をクリックすると該当部分に移動します。

**このレポートは再配布できます。**

あなたのお友だちやお客様に、自由に配布してください。  
メルマガ、ブログ、ホームページでの配布も可能です。  
改変はできませんが、どのような方法でも配布できます。

**再販権付き商品をプレゼント！**

リセールライト「無料」メール講座を受講するだけで  
再販権付き商品を無料でプレゼントします！

<http://infomakemarketing.com/e-course.html>

## 【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の Adobe Reader をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

## 【免責事項】

著者はこの E-BOOK を執筆するにあたり最大限の努力をしています。著者は、この E-BOOK の内容の精度や適用性、適合性、完全性についてはいかなる保証もいたしません。

この E-BOOK の情報は、教育を目的としているものです。したがって、この E-BOOK にあるアイデアを適用する場合の全責任は、利用者ご自身で負うものとします。

著者は、いかなる特定用途のためにもその保証(明示的であれ暗示的であれ)や商品性、適合性を否認いたします。著者は、この E-BOOK を使用することで直接あるいは間接的に発生する、直接的、間接的、懲罰的、特別、付随的、またはその他の派生的損害について、いかなる責任も負わないものとします。

また内容は現状のまま、保証なしで提供されるものとします。常に適任とされる専門家のアドバイスを求めるようにしてください。

著者は、この E-BOOK で記載されたサイト一覧やリンクの性能、有効性についてはいかなる保証もいたしません。全てのリンクは情報目的だけに用いられており、その内容や精度、他のいかなる目的についても保証されるものではありません。

# **infomake 株式会社 野村 晃正**

執筆者: infomake 株式会社 代表取締役 野村 晃正

Yahoo・Google「リセールライト」1 位、リセールライト日本第一人者  
2010 年 8 月より AllAbout(オールアバウト)プロフィール登録専門家

infomake 株式会社(インフォメイク)

<http://infomake.jp/>

リセラーパーフェクトクラブ

<http://www.top-marketer.com/>

アーティクル infomake

<http://www.infomake.org/>

WordPress 無料テンプレート

<http://wordpress-theme.jp/>

## WEB 上の資産とは？

お金で、全てのものが買えるわけではない。

でも、お金でほとんどのものは買えるし、実現できる。

だから、とにかく稼いでほしい。

今は、成功法則が屁理屈にしか聞こえなくても、  
経済的に余裕ができれば解決するでしょう。

お金は、人間性をも変えます。

だから、とにかく稼いでほしい。

ただ黙々とネットビジネスをやっても、  
明るい未来なんてありません。

ぜひ、「WEB 上に資産を作る」という発想で  
ネットビジネスをして欲しいと思います。

そもそも「WEB 上の資産」って何？

WEB 上の資産には、主に 3 種類あります。

1. サイト

2. リスト

3. 商品

今月はいくら売れたという単発の利益でなく、  
毎月収入を運んでくる「資産」です。

「資産」は積み重ねて増やすことが可能です。

単発で月に 1000 万稼いだネット起業家が、  
そういえば最近見なくなった...

あなたも、不思議に思ったことはありませんか？

「WEB 上に資産を作る」発想がなかったせいで  
おそらく消えていったのでしょう。

あなたが消える起業家にならないために、

あなたが長期的に成功していくために、

これら 3 つについて、説明していきますね！

## 【WEB 上の資産 1. サイト】

アクセスを集められる、集客力のあるサイト。

なぜなら、人を集められるサイトさえあれば、  
リストも取れるし、商品も売れるからです。

## 【WEB 上の資産 2.リスト】

コミュニケーションが取れているリスト。

ビジネス、ネットビジネス、美容、健康、  
投資、恋愛、自己啓発など...

あまり細かくしすぎる必要はありませんが、  
ある程度の属性分けは必須です。

なぜなら、部数だけ多くても  
反応しないリストなら意味がないからです。

## 【WEB 上の資産 3.商品】

アクセスさえ流せば、売れていく商品。

売れる商品を量産して、アクセスを流す  
というきわめて単純な話です。

成約率がある程度予測できて、黒字なら  
お金を賭けてどんどんアクセスを流せば...

その商品は、「金の成る木」なわけです。

まさに「WEB 上の資産」ですね！

ネットビジネスもビジネス。

あなたも「WEB 上に資産を作る」という発想で  
ネットビジネスを見直してみてくださいね！

## なぜ、ネット起業で失敗するのか？

ネット起業で失敗する人には、共通点があります。

あなたは、何だと思いますか？

ネット起業で失敗する人の共通点とは...

**「常に仕事を与えられてきた人」**

であるということ。

これをやってください、マニュアルはこれです。

ここで、こうなったら、こうするんですよ。

何をやれば良いのか自分で考えなくていい。

分からなければ職場の先輩が教えてくれる。

結果、自分では考えなくて良い。

このような人生を歩んでこられた方です。

**ネットビジネスは、「起業」です。**

起業というのは自分で何をどうやるか考え、  
自分で道を切り開いていくことです。



だから、今まで与えられる環境だった人は、  
どこかで歯車がかみ合わない。

これが現実なのです。

今までに自分で考えてきた習慣が無いのに

「よし、起業するぞ、稼ぐぞ！」

そんな気合だけで出来るはずがありません。

「常に仕事を与えられてきた人」

サラリーマン気質とも言われますね。

対極するのは...

「自分で何をどうやるか考える人」

起業家気質とでも言いましょうか。

私の起業当時を振り返ってみましたが、  
これだけは最初から持っていました。

何しろ、人から言われた仕事をやるのが  
大嫌いな人間でしたので(^-^)

周りの成功している起業家を見ても  
みんな自分で考えられる人間です。

ヘルプを見る、Google で検索するなどは  
当たり前に行います。

そして、慣れているから調べるのも早いし、  
的確に答えを見つけられる。

その上で人に聞くということをするので  
非常に効率が良いのです。

では、サラリーマン気質の人が成功するには  
どうしたら良いのか？

その方法は、たった 1 つです。

サラリーマン気質の人が成功する方法は...

**「自分で考える習慣をつける」**

もし、何か分からないことが出てきたときに  
まず自分で調べるということです。

まず自分の脳みそで考えてみるということ。

ヘルプを見る、Google で検索する、  
自分で試行錯誤しながらやるなど。

これが出来ないのであれば、  
ネットビジネスで稼ぐのはあきらめましょう。

リアルビジネスでも無理でしょうね。

この世に、完璧なマニュアルなど存在しません。

なぜなら、人それぞれ疑問に思う所は違うし、  
常に新しい情報が出てくるからです。

「もし、マニュアルにないことが出てきたら  
あなたはどうしますか？」

この回答が全ての答えなのです。

サポートを活用するのも良いでしょう。

でも、メールや電話で 100%伝えてもらって  
理解するのは難しいですよ？

コンサルティングを受けるのも良いでしょう。

でも、横にいないときはどうしますか？

こうやって考えていくと、結局...

「その起業家の元で働くしかない」

という結論になるわけです。

これでは、元と同じサラリーマンです。

起業ではありませんよね。

いくらマニュアルを買おうと、

いくらサポートを受けようと、

いくらコンサルティングを受けようと、

**「自分で考える習慣をつける」**

これが出来なければ起業で成功できない。

分かっていただけましたか？(^-^)

今出来ていない方は、少しずつでも  
自分で考える習慣をつけていきましょう。

## なぜ、考えない人が成功するのか？

ちょっと考えてみてください。

あなたが、初心者からゴルフを始めるとして

「よーし、頑張るぞ！」

って、いきなりドライバーを持ちますか？

普通は、書籍や DVD などの教材を買いますよね？

さらに早く、確実に上達したいと思う方は、  
レッスンプロに専属で習いますよね？

じゃあ、何でネットビジネスだとみんな...

って、もう、

これ以上言わなくても分かりますね？(^-^)

実社会の経験で考えれば分かるはずなのに、  
ネットビジネスだと感覚が麻痺する。

そんな人が非常に多いのです。

「守・破・離」という言葉。

ほとんどの方は知っているはずです。

まず、教えられた通り、型の通りにやる。

そして、少しずつ自分のものを加えてみる。

最後に、型から離れて、自分の型を作る。

ネットビジネスで成功できない人の多くは、  
こうしているんです。

**マニュアル通りにやらない「破」**

だから、破・破・はああ～になるんです(T\_T)

**いきなり自分でやろうとする「離」**

だから、離・離・離脱～になるんです(笑)

最初から自己流でやってはダメです！

成功している人がわざわざ時間をかけて、  
いろんなことを試行錯誤しているんですよ。

わざわざ同じことを自分で試行錯誤しても  
時間と労力の無駄ですよ？

マネしないともったいないんです！

まず「守」から始めて、マネしましょう。

メンターを持てとか言われているのも  
あながち間違いではないということです。

私は、これを知らなかったせいで、  
ここまで来るのに相当時間がかかりました。

全部自分で考え、自分で作ってきたからです。

あなたには同じ苦勞をして欲しくないと  
思っています(^-^)

この人の言う通りにやろうという人を見つけ  
要領よく成功しましょう！

## どんな人から学べばいいの？

先ほどは、

最初から自己流でやってはダメ！

まず「守」から始めて、マネする。

ネットビジネスも「守・破・離」が大切。

というお話をしましたね。

「野村さん、まず【守】が大事なのは分かった。

でも、どんな人から学べばいいの？」

と思われた方も多いのではないのでしょうか。

では、どんな人から学べばいいのか？

答えをお話していきましょう。

### 【あなたが学ぶべき人】

ポイントは、たった 2 つだけです。

この 2 つを持った人から学んでください。



1.自分がやっていることを教えてくれる人

2.分からないことを分からないと言える人

これだけでは深く理解できないでしょうから  
少し掘り下げてお話していきます。

1.自分がやっていることを教えてくれる人

その人が結果を出していることを教えてもらう。

言われれば当たり前のことなのですが、  
出来ていない人があまりに多いのが現実です。

よくいますよね？

自分で投資していないものを勧める投資家(笑)

ハッキリ言いますが...

~~~~~  
やっていないことを教える人は机上の空論  
~~~~~

注意してください。

2.分からないことを分からないと言える人

例えば、弊社のメイン事業は  
リセールライトとマッチングビジネスです。

アフィリエイトで月 100 万稼ぐ方法を教えて  
といわれても無理なんです。

聞かれても、私は知りませんと答えます。

その道のプロを探して聞いてみてください  
と答えます。

稼いでいる人に聞けば何でも分かるはず  
というのは幻想です。

もちろん、普通の方たちよりは  
よりの確な答えを与えられるでしょう。

でも、それが机上の空論であることを  
私は知っています。

カッコ悪くて言いたがらない人が多いですが...

何でも知っているように答える人  
~~~~~

注意してください。

-----

成功できない人から学んだら  
成功できないのは当たり前なんです。

だから、先生選びは大切ですよ。

アフィリエイト、投資、リアルビジネス...

何でも同じ。

1.自分がやっていることを教えてくれる人

2.分からないことを分からないと言える人

この 2 つを持った人から学んでくださいね！

## メルマガの 3 つの資産とは？

あなたは、メルマガを書いていますか？

もし、まだメルマガを書いていないなら  
今すぐに始めてください。

なぜなら、メルマガは 3 つの資産になるから。

目先のお金ではなく、資産です。

メルマガの 3 つの資産とは？

1 つずつ解説していきましょう。

### 【1】自分の成長につながる

できれば毎日書くのがベストです。

今は他の方にも執筆していただいておりますが、  
私も 2009 年の 1 月 7 日から  
毎日休まずメルマガを書いています。

当然、毎日メルマガを書くためには  
常にメルマガのネタを探さないといけません。

常にあらゆる情報にアンテナを張って

自分が最新の情報を入れないといけません。

ただポーッと情報収集しても無意味です。

でも、メルマガを書くという目的があれば  
情報も自分の身になります。

情報を知っただけでは無意味です。

でも、発信するという行為をすることで  
人に教えることで自分が一番学べます。

結果、メルマガを書くと自分が成長します。

## 【2】人脈や人とのつながりができる

セミナーを開いたり、お会いしたときなどに  
メルマガを読んでもすと言われます。

一気に顧客との距離が縮まります。

また、リスト数が増えてくれば  
JV する際にも有利な立場で進められます。

それだけの媒体を持っていること自体が  
ブランディングにもなりますので、  
人脈を作っていく上でも非常に有効です。

よく勘違いされている方がいますが、  
JV すれば儲かるわけではありません。

$0 \times 0 = 0$  というのが現実です。

武器や能力のあるもの動詞が組んではじめて  
JV は威力を発揮します。

大きなメルマガ媒体は、JV の武器として  
非常に有効な手段になります。

### 【3】お金を生む資産になる

メルマガという媒体があれば(数が大きいほど)  
好きなときにオファーをして稼げます。

好きなだけ稼げます。

商品がなければ再販権付の商品を仕入れたり、  
アレンジしてもいいでしょう。

または、商品を持ってる人と組んで  
売上のマージンをもらってもいいでしょう。

残念ながら、メルマガを誤って使う人もいます。

メルマガというのは、基本的に売り込むための  
道具やツールではありません。

**メルマガは、顧客に役立つ情報を届けて  
顧客と信頼を築くための媒体です。**

望む商品があれば紹介するというスタンス。

微妙な違いですが、ここが差を生みます。

売り込みのためにやっている人のメルマガは  
嫌われますし、読まれません。

だから、いざオファーしても売れません。

---

「メルマガが大切なのは分かりました。

でも、メルマガの発行って難しいのでは？」

と思われたあなた。

いまいち仕組みが分からないあなたへ。

**メール配信システムの一括配信機能を使えば  
簡単にメルマガを発行できます。**

今まで私が実際に使った中でオススメなのは  
以下の 2 つです。

低価格で何でも出来るメール配信システム

<http://infomakemarketing.com/mailexpress.html>

高確率で届くメール配信システム

<http://infomakemarketing.com/expert.html>

「私はリストを持ってないので意味ないです。」

「リストが集まったらメルマガを書きます。」

と思っている方もたくさんいるでしょうが、  
リストは後から集めてもいいんです。

このようなことを言っている人のほとんどが  
一生メルマガを書き始めない。

という事実を私は知っています。

だから、まず動いてからリスト集めましょう。

知識があっても、経験がなければ無意味。

経験がないうちは、あれこれ考えるよりも  
まず動いて、試行錯誤しながら考えましょう！



## **知らなきゃ大損！ドライテストの重要性**

「ドライテストって何？」

という方のために。

ドライテストとは、

『商品やサービスを実際に販売する前に  
事前に売れるかどうかをテストすること』

です。

なぜ、ドライテストが大切なのか？

これを知っておかないと時間と労力を  
『大損』することになります！

逆に考えて欲しいのですが、

「ドライテストしなかったら、どうなりますか？」

売り始めてから、売れ行きに一喜一憂する。  
~~~~~

ということになりますね。

お金と時間とかけて商品やサービスを作って  
売れなかったらどうするんですか？

全てが水の泡です。

赤字を出すことにもなりかねません。

そうではなく、あらかじめ売れると分かっている  
商品やサービスを作る。

それを可能にするのがドライテストです。

「ドライテストって、どうやったら出来るの？」

「それって空売りで、ダメなのでは？」

と思う方もいるでしょう。

でも、ちゃんとした方法でドライテストすれば、  
問題なく正當にテスト出来ます。

売れる商品やサービスだけ作れます。

「では、実際にどうやってドライテストするか？」

私が行った事例をもとにご説明しますね。

弊社で以前、会員制の記事提供サービスを

リリースした際にドライテストを行いました。

(サービス概要)

- ・毎月 1000 文字以上の記事を 30 記事提供
- ・会費は毎月 3150 円

実際に下記の方法でドライテストを行いました。

(ドライテスト)

- ・100 人で終了する約束で先行予約を受付
- ・50 人集まればサービスを開始すると伝えた
- ・50 人集まらなければ、やらないと伝えた

このような条件でメルマガで予約を募りました。

やり方を間違えると空売りになります(笑)

でも、このように事前の予約制にして、  
人数を制限すれば正当な方法ですね！

なぜ、50 人かというと...

- ・月の会費が 3150 円
- ・ライターの外注費が〇〇円（内緒！）
- ・労力や管理の手間

などから採算性を計算しました。

その結果、50 人くらい集まればサービスを開始すると決めました。

そして、実際に 50 人以上集まりましたのでサービスを開始しました。

もし、このドライテストをしていなかったら...

手間とお金ばかりかかって儲からない。

出してから売れなくて困る可能性が高い。

もちろん、今はえらそうに話している私も失敗したからこそ分かりました。

失敗したからドライテストがいかに重要かということが分かったわけです。

以前、あるシステムを数十万かけて開発して1 つも売れませんでした（笑）

身をもってドライテストの重要性を知りました。

まあ、勉強代と思えば安いもんです(^-^)

あなたは私と同じ失敗をしないでくださいね！

**最後に、ドライテストの手順をまとめます。**

## 【ドライテストの手順】

1. サービス内容が分かる程度のラフなサイトを作り

- ・人数を限定して予約を受け付ける
- ・特典を付けて予約を受け付ける
- ・割引をして予約を受け付ける

2. メルマガ(または広告)でそこにアクセスを集める

3. 自分の決めた基準をクリアしていれば販売する

すでに商品を販売して行動されている方は、  
かなりご理解いただけたのではないのでしょうか？

まだこのドライテストの話がピンと来ない方は、  
まだまだ行動の『量』が不足しています。

ノウハウや情報を入れることに時間を使う前に  
どんどん『売る』という行動をしてください。

商品がなければ、こちらで仕入れてください！

⇒ <http://www.top-marketer.com/index1.php>

## 今すぐ本を捨てなさい！

今すぐ本を捨ててください！

本当に捨ててしまわなくてもいいですが  
本を読むのをやめてください(^-^)

「なんで本を捨てないといけないの？」

それは、本を読むということ自体では  
1 円の利益も上がらないから。

つまり簡単に言えば、

本を読んでも儲かりませんよ！  
~~~~~

ということ。

「じゃあ、どうすれば？」

たぶん、答えはもうお分かりでしょう。

そう、**行動すること**です。

もう耳タコかもしれませんね。

でも、行動です。

読書を否定しているわけではありません。

読書は効率よく成長していくためには  
欠かせない方法です。

先人の知恵、経験、失敗、ノウハウを  
たった 1500 円くらいで学べる。

本はすばらしいツールです。

ただ、みんな読書の『順番』が違います。

本を読む → やってみる

もしくは、

本を読む だけ(笑)

正しい読書の『順番』はこうです。

やってみる → 分からない → 本を読む

あなたは、赤ちゃんのころ



『歩き方』のマニュアルを読んで  
歩けるようになりましたか？

あなたは、小学生のころ

『自転車の乗り方』のマニュアルを読んで  
自転車に乗れるようになりましたか？

では、あなたが今していることは...？？

じっくり自分を見つめ直してください。

成功法則なんて単純なものです。

## 今から同じことをやっても…

ネットビジネスでは、いろんなジャンルで稼いでいる人がいますよね。

あなたは、その人たちを見て…

「今から同じことをやっても稼げない。」

と思いますか？

確かに、結果は時期や環境に左右されるので同じ結果は出ないかもしれません。

でも、私はそもそもこの考え方をする人は間違っていると思います。

なぜか？

それは、

同じことすら出来なければ、違うことは出来ない。

と思うからです。

たまたま、こういう方がいます。

「今から野村さんと同じ方法でやっても  
同じようには稼げませんよね。」

はい、残念ながら同じようには稼げません。

なぜなら、参入時期や個々の環境によって  
結果は変わるからです。

しかし、同じことすら出来ないのであれば  
それ以上に稼ぐことは無理です。

守・破・離です。

最初から『破』や『離』をしようとするから  
結果を出せなくて苦しむんです。

ただ、同じようには稼げないにしても  
後から参入することにはメリットがあります。

「すでに、やることが分かっている」

ということです。

そのノウハウを提供している人は  
いろいろ試行錯誤して失敗を繰り返して  
ようやくそのノウハウを築いたはず。

でも、あなたは最初から何をすればいいか  
分かった状態でスタートできる。

だから、

早くノウハウ提供者と同じ土俵に立ち(守)

~~~~~

抜くことに多くの時間を使える(破・離)

~~~~~

最初から工夫(破・離)しても失敗します。

成功したとしても、かなり苦労します。

まず、早く、スピーディにマネをして(守)

抜くことに時間と労力を使いましょう(破・離)

## リセールライトで稼ぐ、具体的な方法

リセールライト(再販権付の商品)であれば  
自分で商品を作る必要がありません。

**購入した商品をそのまま再販売できます。**

もちろん、販売して得た利益はあなたのもの。

販売用のホームページもついていますので  
名前などの部分を編集するだけ OK です。

**ちょっと編集して、サーバーにアップすれば  
あっという間に販売を開始できます。**

慣れれば、1 商品／10 分で販売できます。

でも、商品もホームページもあっても...

「何から始めたらいいか分からない」

と思う方が多いのも事実。

なので、リセールライトで稼ぐための方法を  
具体的にステップにしてみました。

私自身が今までやってきたことなので  
きっと参考になると思います。

あれこれ考える前に、まずはこの流れの通り  
迷わずにやって欲しいと思います。

集中することが大切です。

では、

リセールライトで稼ぐ具体的な方法とは？

手順は簡単です。

## ■リセールライトで稼ぐ、具体的な方法

- 【1】30 個のリセールライト商品を仕入れる
- 【2】30 個のリセールライト商品を ASP に出品する
- 【3】同じように他の 10 個の ASP にも出品する
- 【4】月に数万売れてきたらセット販売する
- 【5】リストを集めてリストにオファーする

多くの方が、【5】のマーケティングから  
考えてしまいます。

だから、難しく感じて行動できません。

そうではなく、まずひたすら出品して  
キャッシュポイントを作りましょう。

マーケティングなんて知らなくても  
月数万くらいなら稼げますから！

実際、私もマーケティングを勉強したのは  
月に 10 万円を超えてからです。

それまでは、ひたすら出品していました。

また、たくさんリセールライト商品を出品すると  
勝手にアフィリエイトリストが集まってきます。

新着商品パーツのリンクなどで生成されて  
勝手に紹介されていくためです。

出品するだけで勝手にリストが集まるなんて  
これほどおいしいことはありませんね(^-^)

合法的にメールを送れるリストですから！

アフィリエイトリストはあくまで副産物なので  
まずは基本の流れをやってみてください。

最初からマーケティングなんて考えるより、  
まずガムシャラに行動することが大切です！！

## ■リセールライトで稼ぐ、具体的な方法

- 【1】30 個のリセールライト商品を仕入れる
- 【2】30 個のリセールライト商品を ASP に出品する
- 【3】同じように他の 10 個の ASP にも出品する
- 【4】月に数万売れてきたらセット販売する
- 【5】リストを集めてリストにオファーする

リセールライト商品がない方はこちら

⇒ <http://www.top-marketer.com/index1.php>



# **株式会社 夢丸**

執筆者：株式会社 夢丸

2008 年に後発組は儲からないと言われる中、情報起業にチャレンジ  
わずか 3 年で 6 億円の売り上げを達成した、情報販売のエキスパート  
社員数も 10 人に増やし、チームプレイで売れる商品を次々に量産

株式会社夢丸

<http://www.yumemaru.jp/>

6 億円を売り上げたセールスレターテンプレート  
超実践型コピーライティング講座 DVD

<http://infomakemarketing.com/writing.html>

彼女の勉強法の全てを公開した無料動画講座

<http://infomakemarketing.com/copyr.html>

## 人を惹きつけるセールスレターのフレーズ (山戸久美子)

あなたは、人を惹きつけるフレーズって、  
何だと思いますか？

「気になる、気になる～」と思わせるものでしょうか。

それでも「そうだよね～」と思わせるものでしょうか。

どちらも正解です。

では、どうやって「気になる～」と思わせたら良いのでしょうか。

それは、**リサーチ**です。

例えば、10 キロ痩せたい人がターゲットだとします。

10 キロ痩せたい人は、  
今まで様々なダイエットを試しました。

運動もしたし、食事制限もした・・・

サプリも色々試して、マッサージも通った・・・

でも痩せなかった・・・

そんな人が気になるフレーズとは何でしょうか。

10 キロ以上痩せたい人限定！

運動しても、食事制限をしても痩せられなかった人

痩せなければ全額返金！

などなど、いろいろありますね。

ターゲットをリサーチする事で、  
その人が今までどのようにして悩みを解決しようと  
努力してきたのか分かります。

ですから、その部分をすくい上げる事が大切です。

ターゲットがあなたのレターを読んで  
「これは私の事だ・・・」と思ってもらえるようにするのです。

この部分がキャッチコピーです。

ターゲットを明確にしてベネフィットを伝える部分です。

このサイトを読む事で、こんなベネフィットがあります。  
という言葉と並べ、まずはセールスレターを読むという  
行動を起こしてもらいます。

そして、次にセールスレターを読み進めてもらう為に  
「そうだよね～」という共感を得てもらいます。

## ジョイントベンチャーの実例をご紹介します(成澤朋美)

私は夢丸では主に、情報商材の企画・制作業務に携わっておりますが、ここ数カ月は、自分が一から企画を立ち上げる機会は減ってきていて、クライアント様と一緒に情報商材制作に取り組む機会が増えてきています。

クライアント様から挙げて頂いたキーワードに対して、一緒にリサーチと検討を繰り返し、タイアップ候補を探し出し、時にはアポイント交渉や商談も行います。

商談が成立しましたら、更にタイアップ先も加わって、三者共同での作業が進行していきます。

つまり、3つの企業がそれぞれのブランドを活かして1つの情報商材を制作するのです。

規模は小さいけれど、これも立派なジョイントベンチャーと言えるのではないのでしょうか？

ですが、時には情報商材制作だけに留まらず、大きなビジネス展開につながることもあります。

私も先月その機会に恵まれました。

きっかけは、私が担当するクライアント様が選出したタイアップ先候補でした。

そのタイアップ先候補はとても著名な先生で、  
私は正直、電話でのアポイント交渉に気後れしてしまうほどでした。

もし、自分の立ち上げた企画だったら  
その先生をタイアップ先候補として選出しなかったかもしれません。

現時点ではまだお名前をお出しできないのが残念ですが、  
それくらい有名な先生です。

ですがその後、商談は成立し  
今では情報商材制作へのご協力はもちろんですが、  
三者お互いの夢の実現に向けて、日々企画が進行しています。

クライアント様の知識と情熱を、私がタイアップ先へと橋渡しして、  
タイアップ先のノウハウとブランディングが強力な商材になり、  
クライアント様の販売力と夢丸の販売力が商材を世に送り出していく。

そして更に、クライアント様と夢丸のネットビジネスノウハウが  
タイアップ先の大きな発展に貢献し、  
そこからまた新しいビジネスが始まるのです。

まさにジョイントベンチャーとして、  
お互いの能力を提供し合い、大きな事業に向かって動き出しています。

これは、三者のどれか一つが欠けていても  
ビジネスとして実現しなかったでしょう。

全く接点のない三者が、奇跡的に結びつき、ビジネスを展開する。

それは、ネットビジネスだからできることかもしれません。

そして、たとえネットビジネスであっても  
一番大切なのは人と人との結びつきなのだと思います。

## セールスレターの共感とキョウカンの違い (山戸久美子)

突然ですが、あなたはどんな言葉に共感しますか？

突然そう聞かれても、全く答えられませんよね。

実は、私もセールスレターにとって  
“共感”はとても重要だと知りつつも、  
どうやったら共感を得られるのか、全く分かりませんでした。

そして、セールスレターに関する書籍を読んだり、  
売れているセールスレターをとにかく筆写したり・・・

そして、結局

「自分には文章力がない・・・」

「やっぱりコピーライティングの才能はない・・・」

とセールスレターを書くことをあきらめようと  
何度も思いました。

と、ここまでが共感部分になります。

セールスレターを学んでいる人は、  
共感は大切だと知りながら、いきなり共感させようとします。

しかし、それでは掴みが弱くなってしまうのです。

まずは「あなたに言っているのですよ」というフレーズを入れる必要があります、その後に共感です。

ですから、私は

-----  
突然ですが、あなたはどんな言葉に共感を得ますか？

突然そう聞かれても、全く答えられませんよね。  
-----

という一文を入れました。

1文は、次の1文を読んでもらうために存在し、  
次の1文は、さらに次の1文を読んでもらうために存在します。

さらに言うなら、1つのセールスレターのパーツは、  
次のセールスレターのパーツを読んでもらうために存在します。

ここで、文章を読んでもらうためのポイントを1つお伝えします。

人に文章を読んでもらうためには

質問すること  
~~~~~



人は、質問されると、自然と答えを考えます。

そして、答えを考えると、自分の答えが正しいか確かめたくになります。

ですから、続きを読んでもくれるのです。

ぜひ、あなたのコピーライティングにお役立てください^^

## 成功への近道(伴智樹)

先日、地元の異業種交流会で  
見習いのコックさんとお話をする機会がありました。

見習いと言いましても、  
その業界(?)に入ってから 8 年も経っているそうですが。

イタリア料理のコックさんなのですが  
今はデザートの修業を行っているそうです。

私は全然料理の世界のことは知らなかったのですが、  
当然のことながらコックさんの世界に  
マニュアルみたいなものは存在しないらしいですね。

もちろん先輩コックさんが教えてはくれるのですが  
基本的には見よう見まねらしいです。

「技を盗み取る！」

って奴ですね^^

友達の大工さんも同じようなことを言っていました。

先輩大工さんは最初の基本的なことは教えてくれるのですが、  
やはり後は真似をしながら学ばなくてははいけないと。

実はビジネスの世界でも同じなのです。

よくビジネス教本のようなものもありますが  
あれは基本部分を教えてくれるだけ。

次に何をすれば良いかは自分で考えなくてははいけません。

私も実際にそうでした。

まずは、真似をする。

そして自分流にアレンジする。

その繰り返しでした。

誰かに一から教えてもらうよりも  
徹底的に誰かの真似をする。

これが成功への近道ですね^^

## ASP の審査をすり抜けるセールスレターとは？（山戸久美子）

あなたは、現在インフォプレナーとして、  
情報商材を販売していますか？

情報商材を販売する際には、多くの場合、  
ASP（アフィリエイト決済システム）を使い、  
アフィリエイトさんに販売をお願いします。

ただし、ASP に商品を登録する際には、  
いくつかの審査があります。

ASP の審査で、非常に厄介なのが“誇大表現”です。

私も、昔はよく誇大表現が引っかかり  
商品が審査に通らなかったものです^^；

誇大表現とは、その言葉のとおり  
実際以上に大げさに伝える表現のことです。

でも、誇大表現がサイト訪問者の目をひきつけ、  
興味をひきつけます。

「1ヶ月で10万円確実に稼げる！」

なんて、まさに誇大表現・・・

では、本日は誇大表現で引っかからないための表現方法をお伝えします。

### 「1ヶ月で10万円稼いだ方法」

は OK !

なぜなら、事実だから。

過去の実績、事実として伝えるのは OK なんです。

そのような表現を使いたくない場合に最もお勧めなのは、

### 体験者の声 ~~~~~

実際に、試してもらった人の生の声をのせる！

しかも、写真付で・・・

出来れば手書きで・・・

さらに言うなら、動画で載せる！

大げさな表現は、サイト訪問者に期待を持たせます。

セールスレターでは“それ”が大事な部分ですよ。

ですから、体験者の声などを使って  
このノウハウがどれだけ素晴らしいか、

このノウハウを使うこと、知ること  
どんなメリットが得られるのか、

魅力的な表現してしまえば良いのです^^

ぜひ、あなたのセールスレターでも  
使ってみてくださいね！

## 6 億円稼ぐスタッフの育て方(山戸久美子)

私は、3 年前までパソコンの電源の切り方も分からない  
パソコン初心者 & ネット初心者でした。

しかし今では、夢丸の情報販売の責任者として、  
多くのスタッフに協力してもらいながら、  
大勢のお客様へ商品を提供させていただいています。

「なぜ、山戸さんはそこまで成長出来たのですか？」

「一体、伴社長はどんな教育をしたのですか？」

というご質問をちらほらいただきます。

非常に嬉しいことです^^

そこで、本日は私事ながら、

“成長するための秘策”をお伝えします。

“成長するための秘策”と聞くと、

どんなに素晴らしいものが聞けるのかと  
期待されたでしょうか？

期待していただいた方には申し訳ないです。

私がここ数年で大きな成長が出来た要因は、  
失敗を繰り返したことにあります。

つまり、**ただ挑戦し続けたということです。**

セールスレターも何度も何度も書きなおし、  
何度も何度もダメ出しをくらいながら、  
悔しい思いをしながら書きなおしてきました。

リストを集めること、  
サイト訪問者を誘導すること、  
商品を購入してもらうこと、

何度も何度も失敗を繰り返しました。

それでも、あきらめなかった。

だから、今があります。

小さな子供は、火が熱いことを知りません。

母親が「熱いから触っちゃダメ！」と言っても、

“熱い”という感覚を知りません。

おそらく、多くの方が幼少期に  
“火傷”を経験したことがあると思います。

だからこそ、火に気をつけるようになり、



湯気や、やかんが熱いことを知っているのです。

失敗しなくては、成功できません。

失敗を時間の無駄だと嘆くのは自由ですが、  
失敗して“熱い”という感覚を覚えるのです。

私は、決して失敗を繰り返すことは  
無駄だとは思いません。

目標に向かって挑戦し続けることが  
成長することだと思います。

先日、珍しくコンビニまで歩いて行きました。

そこでふと、足元にあるボツボツに目が留まりました。

（点字ブロックと言って、  
目の見えない人のためのものだそうです）

私達があれを踏んでも、四角なんだか、  
丸なんだかさっぱり分かりませんよね。

空港のお手洗いの外にも、点字で示された  
トイレの中の間取りがありました。

触ってしましたが、やっぱりどう違うのか  
さっぱり分かりませんでした。

しかし、視力を失った方にとっては、  
とても役に立つものです。

点字で本を読んだり、新聞を読んだりする人。

パソコンを自由自在に操る人や  
ピアノを弾く人もいます。

それと、成長と何の関係があるの？

と思われたかも知れません。

要するに、**日常的に伸ばしたいスキルを使う  
ということが大切なのです。**

セールスレタースキルを得たいのであれば、

どんな広告や看板を見ても、  
なぜこんな言い回しをしているのか、  
見た人にどう思ってもらって欲しくて書いているのか・・・

ビジネスの構築スキルを上げたいのであれば、

経営者の方に出て、話を聞いてみたり、  
1つの商品から、どのようにビジネスを  
展開しているのか調べたり、真似してみたり・・・

アイディア力を付けたいのであれば、

あなたの目の前のパソコンの横に転がっている  
ボールペンは“書くこと”以外に  
どんな使い道があるのか考えてみたり・・・

**使えば、使うほど、スキルアップしていきます。**

考えれば、考えるほど、行き詰るのは間違いで、  
さらに溢れてくるようになります。

そこまでいくと、後はもう行動力さえあれば、  
成長は約束されたようなものです。

私が成長出来た理由

**失敗を繰り返しながら、挑戦し続けた結果**

もう 1 つ、ついでにお話しさせていただくと。

弊社の伴は、スタッフの失敗を怒りません。

それよりも、挑戦し続ける姿を褒めてくれます。

私が、夢丸で・・・

だからこそ成長出来た理由があるとしたら、  
そんな上司に恵まれていたことかもしれません。

# PPC 広告に出稿できるセールスレターとは？(山戸久美子)

今回は、PPC 広告に出稿させるセールスレターの書き方をご紹介します。

PPC 広告と聞くと

- ・情報商材は審査に通らない
- ・縦長の販売サイトは審査に通らない

とされている方が多いと思います。

しかし、決して上記の 2 点が問題で  
審査に落ちているわけではありません。

つまり、

- ・情報商材でも
- ・縦長の販売サイトでも

PPC 広告に出稿することが出来ます^^

「ウソだ！」と思われた方もいるかもしれませんが、  
弊社が実際に問い合わせて聞いてみました。

では、なぜ情報商材の販売サイトは  
審査に落とされてしまうのか...

それは

- ・不安を煽り
- ・商品の購入へと導く

この流れがダメなのだそうです。

ですから、不安を煽って、  
商品の購入へと導かなければ OK !

ということになります。

しかし、それではセールスレターの力が  
半減してしまいます。

では、どうやって PPC 広告を使って、  
販売サイトへ誘導したら良いのでしょうか？

それは、ランディングページしかありません。

要するに、ペラページをかまして、  
販売サイトへ飛ばせば良いのです。

もしくは、PPC 広告へ出稿するサイトを  
完全なリスト取りにするかです。

もしくは、物販サイトに見せかけて、  
ちゃっかりリスト取りしたり、販売サイトへ飛ばしたり...

やり方は、人それぞれですね。

PPC 広告で、その場で収益を上げたければ、  
物販サイトにしても良いでしょう。

リスト取得を重点的に行いたいのであれば、  
無駄なオファーはなくして、  
魅力的なリスト取りを付けると良いでしょう。

でも

・ランディングってどんなサイトが良いの？

・ペラページでも面倒くさそう

と思われた方もいるかもしれませんね。

**PPC 広告に出稿出来るサイトの作り方は、  
PPC 広告に出ているサイトを見れば分かります^^**

ここにリンクを貼ることは出来ませんが、  
気になるキーワードで検索してみてください！

# **サンタ営業メソッド開発者 佐藤康行**

執筆者：サンタ営業メソッド開発者 佐藤 康行

「お客様から奪うのではなく、与える」サンタ営業メソッドの開発者  
15 歳で上京、皿洗いからスタートし、営業でトップセールスとして活躍  
レストラン「ステーキのくいしんぼ」を創業し、70 店舗以上に全国展開  
教育教材の販売では世界 No.1 の実績を持ち、自身の著書は 70 冊超

サンタ営業の秘密

<http://infomakemarketing.com/santa-secret.html>

サンタマーケティング・ビジネスコース

<http://infomakemarketing.com/santa-marketing.html>

サンタさん営業ドロボー営業

<http://infomakemarketing.com/santa.html>

解説者：YS コンサルタント株式会社 代表取締役 岡田 基良

大手生命保険会社の最下位営業所長時代に、サンタ営業メソッドを実践  
1 年足らずで全国 1,000 営業所中トップとなり、13 年間トップを維持する  
ANA、住友生命、アリコジャパンなど多数のコンサルティング実績を持つ  
過去 1 年で 13 社の業績を V 字回復させ、企業研修リピート率 95%以上

トップセールスの DNA

<http://infomakemarketing.com/topsales.html>

## **【売上3倍セミナーNo.19】縁を求めて自分に化学変化を起こす**

前回のテーマは

「見本となる最高の1日をつくる」

ということでしたが、それに対し、

**「言うのは簡単だが、どうすればできるのか？」**

と思われた方も多かったようです。

今回は、前回の続きとして講師・佐藤康行に語ってもらいたいと思います。

### **■第19回「縁を求めて自分に化学変化を起こす」**

講師・佐藤康行：

「前回、「最高の1日をつくり、それを60回繰り返す」と言った。

「そんなこと本当にできるのか？」と思うかもしれない。

それに対して、私は、「一人では難しい」と言おう。

自分自身を変化させるのは、縁しかない。



縁によって、自分に化学変化を起こす。

あの薬品に、試験管に、この薬品とこの薬品入れると、  
こうなると決まっている。

一つの薬品だけだったら、何も変わらない。  
別の薬品を入れた時に、化学変化して変わるわけだ

では、あなたにとってその「別の薬品」とは何か？

たとえば、このメールセミナーも、「別の薬品」だ。

目標達成のために動く中で出会うお客様や、  
営業の先輩・先達や、  
本なども、「別の薬品」になりうる。

そして、私が開発した「究極の営業プログラム」  
「モチベーション 100 倍プログラム」といった教材や、  
営業セミナーも「別の薬品」としてあなたに強烈な化学変化を起こす。

実際、私は過去に「2ヶ月で売上3倍」を達成するために、  
セミナー終了後も2ヶ月間、徹底的に報告義務を課して最後まで  
見届けるセミナーを開催したこともある。

参加者という薬品と、私という薬品が化学反応する。  
実際に、化学反応を起こした方は何人もいる。  
信じられない成績をあげている。

しかし、仮にセミナーに参加しても、漫然と参加していて、  
結局は自分という薬品だけでやっているならば、成果はあがらない。

メールセミナーを読んでいるあなたも、  
ただ、なんとなく読んでいるだけで、頭では一応納得しても、  
結局は「自分の薬品」だけでやっていないか自分に問うてみるといい。

あなたは化学変化を起こさない限り、  
1割や2割の成績アップは起きても、3倍、5倍といったことは起こらない。

積極的に「縁」を求めている。  
化学変化を起こすために「別の薬品」を求めることだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「自分自身を変化させるのは、縁しかない。  
縁によって、自分に化学変化を起こす。」(佐藤康行)

1割、2割の成績アップなら努力でどうにかなるが、  
3倍となると、今までとはまったく別のやり方をしないと  
不可能だということは、以前のメールセミナーでも言われていました。

では、自分を変えるためにはどうすればよいのか？

それに対して佐藤康行は

「自分自身を変化させるのは、縁である」と言い切っています。

縁とは、人との出会いのみならず、本との出会い、  
CDやカセットに収録された音声との出会いなど、いろいろあります。

このメールセミナーとの出会いも、もちろん縁です。

積極的に縁を求め、自分に化学変化を起こしていく。

その縁、出会いによって、今は予想もできない  
自分の力が引き出されていくのです。

## **【売上 3 倍セミナーNo.20】営業力こそ一生涯の保障・保険**

それでは、No.20

**「営業力こそ一生涯の保障・保険」**

をお届けします。

### **■第20回「営業力こそ一生涯の保障・保険」**

講師・佐藤康行：

「前に、最高の1日をつくって、それを続けると言った。

たしかに大変かもしれない。

こんなの一生やと思ったら、ゾッとするかもしれない。

でも2か月間ならいいではないか。

期限を決めて、2か月間その気持でやってみようではないか。

本気でやってみる。

すると、あなたの失業の不安や恐怖も消える。

リストラの恐怖も消える。

首になろうが、辞めさせられようが、営業ができるというのは、

あなたは一生涯、生活を保障されたと同じことだ。

勤め先の会社や、売るモノは問題ではない。  
問題は、あなた自身。

世の中どんな不景気になろうがあなたは堂々としていられる。  
なぜなら100パーセントあなた次第だからだ。

営業で成績を出せるようになると、本当に何も怖くなくなる。  
人生に対して、堂々としていられる。

営業力は一生涯あなたの財産になるし、あなたの保険になる。

迷わないってことだ。  
決めたらやる。そして、一心不乱に、まっしぐらにやる。  
ただそれだけだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「営業ができるというのは、あなたは一生涯、  
生活を保障されたと同じことだ」(佐藤康行)

不況、リストラが騒がれ将来への不安が広がる中で、  
何か資格を取ろうとがんばったり、貯蓄をどう殖やすか  
資産運用を考えたりする人が増えているようです。

しかし、今回のメールセミナーでも言われているように、  
本物の営業力さえあれば、

「世の中どんな不景気になろうがあなたは堂々としてられる」

のです。

ぜひ、迷わずに営業を究める道を歩んでいきましょう。

## **【売上 3 倍セミナーNo.21】ノウハウを先に勉強しない**

このレポートを読んでいる皆様は、  
向上心があり、勉強熱心な方が多いと思います。

それはすばらしいことです。

ですが、そんな熱心な方が陥りやすいワナがあるのも事実です。

今日は、そのことについて語ってもらいたいと思います。

### **■第21回「ノウハウを先に勉強しない」**

講師・佐藤康行：

「ノウハウとかそういうものを先に勉強しないこと。  
あなたの目的を達成するために、どうしても必要なノウハウであれば、  
まるで天から入ってくるように、入ってくる。

ノウハウを先にしたらだめだ。  
そうではなく、あなたの目的・目標が先。

すると、不思議とインスピレーションのようにノウハウが出てきたり、  
いろんなことが目についたりする。

勉強が先ではない。

この人を買ってもらう、ただそのことに焦点をあてる。

そのために知恵を無理やり絞って出していく。

無理やり絞った知恵だから、たいしたことない知恵だから、それを相手の心に入れるには、熱意でもって、汗びっしょりになって、誠心誠意やる。

話している内容、言ってることはたいしたことなくとも、相手の魂をグッと揺さぶる。

心というのは物体ではない。プツと膨らむ。  
物体じゃないから、これが入って、その分膨らむというものではない。

例えば、ごく小さなものが入っても、本当に誠心誠意、真心があったら、これだけのもんが心の中で、ブワッと広がり、膨らむわけだ。

それが心の性質。無限に広がる。

営業でモノを売っているとしても、  
相手は心で買うのだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「ノウハウとかそういうものを先に勉強しないこと。  
あなたの目的を達成するために、どうしても必要なノウハウであれば、  
まるで天から入ってくるように、入ってくる。」(佐藤康行)



営業の成績をあげようとして、いろいろな本を読み漁ったり、  
教材を買い集めたり、また、次々と新しいセミナーに参加したりする

「ノウハウ・コレクター」

とでも呼びたい状態になってしまう人がいます。

ノウハウについて、講師・佐藤康行は  
目的・目標を先にはっきりと立てることで、

「不思議とインスピレーションのようにノウハウが出てきたり、  
いろんなことが目についたりする」

と言っています。

しかし、努力せずただインスピレーションが出てくる、  
棚ボタ式に幸運が降ってくると勘違いしないでください。

今回のメールセミナーの後半部は重要です。

「熱意でもって、汗びっしょりになって、誠心誠意やる」

その動きが、お客様の魂を揺さぶるのであり、  
また、インスピレーションを湧き出させるのです。

## **【売上 3 倍セミナーNo.22】お金を貯めると いう目標**

前回のメールセミナーは

「ノウハウを先に勉強しない」

という内容でした。

まず、目標・目的をハッキリと決め、  
その達成を目指して動く中で、  
インスピレーションが湧いたり、  
必要なことが目に付いたりするということでした。

では、その目標はどのように立てればいいのか？

今回は、そのひとつの例を、講師自身の体験から  
語ってもらいたいと思います。

### **■第22回「お金を貯めるという目標」**

講師・佐藤康行：

「目標を立てるとき、お金をこれだけ貯める、というのは  
わかりやすい。

また数字にはっきり出るため、言い訳ができない、という点でもよい。

私もお金を貯めることを目標にしたことがある。

もともと私はレストランのコックをやっていた。

その時に、将来は自分の店を持ちたいと思っていたが、  
そのために考えて2つのことを決めた。

1つは、お金を貯めること。  
もう1つは、経営者にふさわしい人格と能力を身につけること。

この2つの目的でレストランをすべてやめて、  
営業という仕事を選んだ。

なぜならば、当時いろんな本を読むと、アメリカで大成功者や大富豪は、  
圧倒的にセールスマンあがりの人が多い、ということが書かれていたからだ。

営業の能力がある人は、医者や弁護士に負けないくらい尊敬されている、  
とも書かれてあった。

そこで、営業の仕事でたくさんの人に会うことによって、  
自分自身を成長させ、経営者にふさわしい人格と能力を身につけていこうと、  
若いなりに考えた。

そして、お金を稼ぐと決めた。  
今から40年近く前のことだが、とりあえず3年で資本金として  
1千万稼ぐという目標をもった。

最初は、化粧品のセールスをやった。

そして、より高額なものを扱おうということで、  
宝石のセールスマンになった。

結果的に、本当に3年で1千万現金を貯めることができた。  
それをもとにして、四谷に自分の店を持つことができた。

目標をはっきり持つことによって、道ができる。  
あとはその道をまっすぐ進めばよい。

その時に、お金をこれだけ貯める、というのは、大変わかりやすい。  
通帳見ればわかる。本当にできたかできないか、だけ。  
そこには、一切言い訳はできない。

だから、お金をこれだけ貯めるという目標を持つと一番わかりやすい。

それを悪いことだと思っている人がいる。  
自覚していなくとも、心のどこかで思っている人はかなりいる。

だから、お客様にこれだけ喜ばれて、これだけお役に立った結果として、  
これだけの収入がある、ということがハッキリわかって、  
お金をとるということに対する罪悪感をなくすことだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「(目標を立てる時)お金をこれだけ貯める、というのは大変わかりやすい。  
通帳見ればわかる。本当にできたかできないか、だけ。  
そこには、一切言い訳はできない」(佐藤康行)

営業の売上をあげたいという場合、  
そのことでお金を稼ぎ、評価もされ、心にも余裕ができ  
物心ともに豊かになりたいという思いがあるわけです。

しかし、心のどこかで

「お金を稼ぐのは悪いことだ」

と思っているケースはかなりあります。

そして、その思いが知らず知らずのうちに  
ブレーキとなっていることもあります。

そんなお金について、それを目標とするのは、

- (1) 数字で結果がでるのでわかりやすい
- (2) 達成できない場合に言い訳ができない

という点でよい、と経験をもとに言われているわけです。

お金という明確な数値目標を立ててみてください。

その達成に向け動くことで、  
必要なノウハウも、人格的な成長もついてくるのです。

## 【発行会社について】

発行会社 : infomake 株式会社(インフォメイク)  
〒275-0001 千葉県習志野市東習志野 1-11-21-102  
代表取締役 野村 晃正

infomake 株式会社プロフィール  
<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

お問い合わせはこちら  
<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>  
047-407-0163

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

こころを込めて



infomake  
野村 晃正