

# ネット起業バイブル！

---

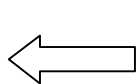
## 第36号

発行会社:infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://infomake.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

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  
<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/>

# 今、最も数万円を稼ぎやすい方法

2011 年 12 月現在の話ですが。

今、最も数万円を稼ぎやすい方法...

あなたは分かりますか？

稼ぎやすいときに動いたほうが  
より少ない労力で、大きく稼げます。

これに限らず、何でも同じです。

できる人は、ぜひやってみてください！

リストとメルマガが必要になりますので  
今は実践できない人もいるかもしれません。

でも、表面上のテクニックよりも  
なぜ稼げるのか？なぜそれをやるのか？  
という本質のほうが大切です。

なので、自分には関係ないと思わずに  
じっくり考えて読んでくださいね。

では、答えです！

今、最も数万円を稼ぎやすい方法とは...

### 無料オファーのアフィリエイト

今は、動画、音声、レポートなどの  
いろいろな無料オファーがありますよね。

そういった無料オファーを紹介して  
1 件紹介するごとに 300 円をもらう。

というふうに稼ぐ方法です。

メルマガやブログなどで紹介します。

300 円の無料オファーを 50 件紹介したら  
 $300 \text{ 円} \times 50 \text{ 件} = 15,000 \text{ 円}$

月に 3 つの無料オファーを紹介したら  
 $15,000 \text{ 円} \times 3 = 45,000 \text{ 円}$

流れは、分かっていただけでしたか？

無料オファーの案件を見つける

↓

メルマガやブログで紹介する

↓

ダウンロードされると報酬が入る

今はリストがないからできない。

今はブログがないからできない。

それでも、大丈夫です！

今ないなら、リストは集めましょう。

今ないなら、ブログを作りましょう。

「ない」と言っている、いつまでもないまま。

やり始めるしかありません。

**何事もテクニックより本質が大切です。**

最後に、本質をお話ししておきます。

ここが一番大切だったりします。

本質がわかっていれば応用できますからね。

## ■なぜ、無料オファーアフィリエイトが稼げるか？

- ・無料だから、お客さまにリスクがない
- ・無料だから、ダウンロードされやすい

- ・今は、無料オファーの案件が多い

## ■なぜ、無料オファーアフィリエイトをやるか？

- ・その情報を知りたい人に、知らせてあげる
- ・顧客の知識や情報を増やしてあげる
- ・リストを独り占めせず、循環させる

自分でリストを独り占めにする必要もないし、  
循環させたほうが社会のためになる。

お客さまのためにもなる。

その情報を知りたい人に、知らせてあげて  
それで自分も報酬をもらえる。

無料オファーの提供者もリストが手に入る。

**みんなが Win-Win なビジネスですね！**

## リストとは、会社にとって何か？

リストの集め方を話そうと思っていましたが、  
その前に伝えるべきことがありました。

「リストとは、会社にとって何か？」

ということです。

リストはお客さま、

そんな当たり前のことはありません^^

会社、企業という深い視点からの話です。

ビジネスとして真面目に考えている方には、  
かなり大きな気づきになるでしょう！

リストが重要！

あなたも分かっていますよね？

あえて説明する必要もないとは思いますが、  
リストがあれば...

- ・無料オファーをアフィリエイトして稼げる
- ・有料商品をアフィリエイトして稼げる



- ・自社商品を販売して稼げる
- ・広告掲載をして稼げる
- ・読者さんとの信頼関係を築ける
- ・商品開発に役立てることができる

などなど、いろんなメリットがあります。

**でも、本当に大切なのはそこではありません！**

本質というか、会社とは何かというか...

深い話ですが、これを理解できるようになると  
一気にビジネスが加速します。

私が、リストが本当に大切だと思う理由は...

**リストがあれば会社の形を変えやすいから！**

どういう意味か分かりますか？

少し難しいかもしれませんね。

詳しくお話ししていきましょう。

まず、理解しやすいように想像してください。

**「リスト＝お店、店舗」**

ラーメン屋でも、洋服屋でも何でもいいです。

リストがお店だとイメージしてください。

**あなたがラーメン屋をやっているとします。**

以下、イメージしながら読んでください。

お客様 : とんこつだけでなく、味噌も食べたい...

あなた : 味噌ラーメンも提供しよう！

お客様 : 美味しいけど、お店が汚らしくて嫌...

あなた : 毎日営業前にきれいに掃除しよう！

お客様 : ラーメンだけでなく、餃子も食べたい...

あなた : 餃子も提供しよう！

お客様 : 美味しいけど、店員の愛想が悪い...

あなた：店員が笑顔で働ける環境を作ろう！

お客様：荷物を床に置くのは嫌だな...

あなた：荷物を入れるカゴを用意しよう！

お客様：こぼしたけどティッシュがない...

あなた：ティッシュを置いておこう！

お客様：いちいち注文するのが面倒だ...

あなた：食券の販売機を置こう！

私が、何を言いたいのか！？

それは、

**お客さまの要望によって店は形を変えるべき！**  
~~~~~

頑固一徹ではダメです。

(もちろんポリシーは必要ですが)

お客さま「を」合わせるのではありません！

お客さま「に」合わせるのです！

お客さまの【要望】【わがまま】を叶えるから  
その対価として【お金】をいただけるのです！

これだけやっていれば、潰れるはずがない。

これだけやっていれば、どんどん儲かる。

本当に、これが商売の基本なのですが、  
分かっていない人が多すぎる気がしますね。

「お店」を変えるのは大変です。

メニューを開発したり、人を増やしたり、  
物を購入したり、時間がかかったり...

費用も、時間も労力もかかります。

でも、ネットビジネスならどうでしょうか？

扱う商品や紹介する商品を変えることは、  
簡単にできますよね！

「リストの大きさ＝お店の大きさ、立地」

より大きなお店、より立地の良いお店があれば、  
売れる商品は後から用意してもいいのです。

ビジネスには「完成」「最高」がありません。

常に進化、改善しなければいけないから、  
先に「儲かる箱」を作ったほうが良いのです！

「儲かる箱＝より大きい、反応あるリスト」

## リストを集める5つの方法

人間、腑に落ちていないと行動できないもの。

モチベーションが上がらないとか言い始めます。

すぐに挫けて、思いっきり進めないのです。

行動できないのは、本当にやろうと思えないから。

あ～そうか！すごいな！

という感動や気づきがないから。

心の底から理解し、腑に落ちていない。

だけど、分かったつもりになっているのです。

・リストの重要性がピンとこない人

・分かった「つもり」になっている人

は、1つ前のコンテンツを復習してくださいね！

では、リストを集める方法をお話しします。

## ■リストを集める5つの方法

細かい方法などは、Google などで検索すればいくらでも出てくるはずです。

「○○ 方法」で検索してみてください。

それくらいの努力は必要です。

ビジネスなんだから当たり前ですよね！？

甘ったれは卒業してください。

【1】無料レポートを書いて、  
無料レポートスタンドに登録する。

難易度 ★

最初は、質より量です。

登録できるすべての無料レポートスタンドに  
登録するくらいやってください。

10～20 スタンドへの登録は当たり前です！

やったことのない頭で効率なんて考えたって  
出てくる知恵はしょぼいもんです。

考えはそこそこで、がむしゃらに行動です！

## 【2】ブログを書いて、リストと引き換えに 無料レポートを配布する。

難易度 ★

メルマガと同じ記事で大丈夫です。

以下の公式に当てはめて考えてください。

【infomake 式マーケティング】

**(メルマガ記事＝ブログ記事)×30＝無料レポート**

ブログへのアクセスを垂れ流しにせずに、  
ちゃんとリストを取っておきます。

## 【3】無料オファーを用意して、 無料オファーに広告を打つ。

難易度 ★★

**自分の無料オファーを用意して、  
メルマガ号外広告や PPC 広告などを打ちます。**



1、2までできたらチャレンジしましょう！

いつまでも無料だけでリストを集めていても  
ちっとも売り上げは伸びません。

お金をかけて集めたほうが早いし効果的です。

#### 【4】無料オファーを組んで、 アフィリエイトに紹介してもらう。

難易度 ★★★

一番、難易度が高い方法です。

無料オファーをアフィリエイトで紹介してもらい  
アフィリエイトに報酬を支払います。

独自アフィリエイトセンターがあるといいですが  
ASP の無料オファーを扱っている所でもいいです。

紹介してもらえる無料オファーを用意すること、  
アフィリエイトの人脈が必要です。

#### 【5】読者増サービスを利用する。

難易度 ★

お金が回ってきたら、リストを「買う」という  
考え方も必要になってきます。

買うといっても、普通に買うのは絶対ダメ！！

法律に触れる可能性がありますよ！

「どこでどうやって集めているのか？」

が明確でないサービスは、ほぼ違法でしょう。

違法というのは、購読の許可を取っていない  
(オプトインを取っていない)ということ。

オプトインを取っていないリストへの配信は  
違法に当たります。

私が見るに、現状でクリアーしているものは、  
無料レポートスタンドの読者増くらいです。

協賛メルマガに入れて、リストを集める  
というふうに集める方法が明確ですからね。

オプトインを取っていないリストだとしても、  
配信したらあなたの責任。

1,000 万円も賠償命令が来たらどうしますか？

真剣に考える必要がありますね。

難しい所もあるでしょう。

でも、5年後を考えたときに必要です。

これができない起業家は、打ち上げ花火のように  
パッと稼いで、パッと消えていきます。

長期的な視点がないからです。

「長期的な視点から見て、  
今は短期的に何をすべきか？」

起業家、経営者としてやっていきたいのなら  
この考え方が必須でしょう。

# どう稼ぐかより、何で稼ぐか？

タイトルの言葉が全てですが、

「どう稼ぐかより、何で稼ぐか？」

最近、本当にこれが重要だと感じています。

どういう意味か分かりますか？

これが分かると稼ぎ方に対する考え方が  
ガラッと変わりますよ！

そして、収入も一気に上がります！

では、さっそく分かりやすいように  
例を挙げながら説明していきましょう。

ぜひ、分かった「つもり」にならずに  
フラットな気持ちでお読みください^^

## 【稼ぎ方1】

1つ1万円の情報コンテンツを  
インターネットで販売。

1ヶ月に100万円の売上を出すには  
100本売る必要があります。

毎月100本を、1年間売り続けても  
100万円×12ヶ月＝1200万円。

頑張って、年間1200本を売っても  
たった年商1200万円です。

## 【稼ぎ方2】

100万円の仕事を請けて、  
その手数料として10%をもらう。

100万円の仕事の10%は10万円。

10本仕事を請ければ100万円です。

請けた仕事を自分でやる必要はないです。

チーム化、システム化して仕事を回せば、  
仕事を取ってくるだけでお金が回ります。

もう、お分かりですよ？^^

【稼ぎ方2】の方が大きく稼ぎやすいです。

稼ぎやすいというより、伸びしろが大きい  
将来性があるというべきでしょうか。

自分、自社が駆けずり回るビジネスは  
利益の壁が見えてきます。

いかにチーム化、システム化するか？

そもそも、チーム化、システム化できる  
ビジネスをしていくべきだということ。

「ネットビジネスに執着していませんか？」

インターネットで稼ぐスキルを応用すれば  
もっと大きく稼げますよ！

リアルでやっているビジネスから見れば、  
100万円、1000万円、1億円なんて  
当たり前金額ですよ。

年商3億円で、粗利が5%なんて普通です。

3億円の5%で1500万円。

3億円の30%を広告費に使うとしたら  
広告費は9000万円。

そのうちの一部でももらうことができれば  
楽に稼げるといませんか？

もしくは、あなた自身がサイトを作って、  
集客して、仕事を振ってあげれば...

どれだけ可能性が広がるでしょうか？

何も、インターネット広告会社をやれ  
ということではないですよ^^

視野を広げて欲しいということです。

今は、いろんな情報が氾濫しています。

しかし、情報やノウハウに振り回されると  
こういう思考ができなくなります。

稼ぐためには、情報やノウハウよりも  
「俯瞰して」見れる思考が大切なのです。

深い話ですが、分かりますか？

分かる人は、既に稼いでいる方でしょう。

もし分からなければ、何度も何度も  
じっくり読み返してくださいね！

## ベストな目標の順番とは？

年末年始は、「目標」について考えることが多くなりますよね。

自分自身を見つめ直す良い機会だと思います。

本当は、年末年始だけでなく、毎日考えて、出来れば声に出して読むと良いです！

私も最近、毎朝オフィスで「経営理念」を声に出して読んでいます。

目標を達成するには「立て方」も大切ですがそれ以上に「考える回数」が大切です。

- ・年末年始だけ考える人
- ・毎日考え続けている人

どちらが目標を達成しやすいと思いますか？

答えは100対0。

誰がどう考えても後者と答えるはずです。

物事の真理とはそういうことです。



わざわざテクニックなど学ばなくても  
本当は「あなたの中に」答えはあるのです！

さて、少し精神的なお話になりましたが  
目標の立て方の話に戻しましょう^^

ここまでを踏まえた上で読んでください。

まず、目標には2つの種類があります。

### 【1】欲の目標

### 【2】感謝の目標

それぞれ、簡単にご説明しますね。

---

### 【1】欲の目標

- 〇〇が欲しい
- 〇〇を買いたい
- 〇〇になりたい
- 〇〇に行きたい

「自分が」〇〇したいという  
「自分中心」の目標

## 【2】感謝の目標

お客さまに○○になってほしい  
お客さまに喜んでほしい  
お客さまに幸せになってほしい  
お客さまに便利にしたい  
お客さまに満足してほしい

「お客さま」に○○になってほしいという  
「お客さま中心」の目標

---

【1】欲の目標が、悪いわけではありません。

人間ですから、誰にでも欲はあります。

私も同じです。

欲はあってもいいですが、順番を考えましょう！

そうすれば、全てがうまく回ります。

## ■ベストな目標の順番とは...

【2】感謝の目標を立てる

- 会社の利益に反映される
- ごほうびとして【1】欲の目標を叶える

会社として、利益をあげるのは当たり前です。

「利益を上げない会社は存在する意味がない」

と私は思います。

「利益がない＝お客さまに喜ばれていない」

そんな会社は存在する意味がないのです！

ただし、順番が大切だという話。

自分の欲を考える前に...

・あなたは、お客さまに何を与えるから  
お客さまからお金をもらえるのですか？

・お客さまから、お金をいただいて  
あなたは、お客さまに何をできますか？

この質問の答えを真剣に考え、答えが出れば、  
知らないうちに売り上げも増えていきます。

目先の利益、自分の欲ばかりに目を向けると  
やがて売上は減り、会社はつぶれます。

観念的と思う方もいるかもしれませんが、  
それが真理というものです。

経営は自分の欲との戦いです。

## 知らないうちに稼げる人間になるには？

先日、夢丸の伴さんと、野作さんとお食事とお酒をご一緒させていただきました^^

夢丸さんといえば、情報販売で年商数億円を稼ぎ続けている方です。

このメルマガなどの執筆もお願いしていますし、会員制サイトでもご協力いただいています。

まだ私が個人事業で、月商数十万のころからずっとお世話になっています。

とっても器が広くて、素晴らしい方で、私の尊敬する経営者です。

現在弊社は、リアルビジネスに力を入れていて取扱高が億を超えるようになりました。

自分と会社がここまで来られたのも、本当に伴さんのおかげだと思っています。

**なぜ、こんな話をしたのか？**

最後まで読んでいただければ分かります^^

「どうしたらクライアントが稼げるか？」

常にそれを考えながらコンサルをしています。

本当に成功してほしいからです。

その答えを見つけるために、自分自身が  
どうやってここまで来たかを思い出しました。

私はセミナーなどには参加してきましたが  
誰からもコンサルは受けていません。

教材やマニュアルもめったに買いません。

でも、今はそこそこ上手くいっています。

なんでだろう...と考えました。

そして、答えが見つかりました。

上手くいった要因は、2つだと思います。

【1】あきらめずに改善し続けた

【2】稼いでいる人との時間が増えた

それぞれ簡単にご説明しましょう。

---

## 【1】あきらめずに改善し続けた

これは当たり前の話ですね。

あなたは、以下のどちらですか？

- ・成功する人...決断が早くて、あきらめが遅い
- ・成功しない人...決断が遅くて、あきらめが早い

後者で上手くいくはずがないのです！

## 【2】稼いでいる人との時間が増えた

冒頭で書いた伴さんとの時間が増えてから  
一気に収入が増え始めました。

時間を増やすには一緒にビジネスをするのが  
一番良い方法です。

一緒にプロジェクトやサービスをやってみる  
ということです。

ただ、何も持っていない人と組む人なんて  
いるはずがありません。

あなたが、相手に何を提供できるのかを  
まず考えるべきでしょう。

私には、リストとメルマガの能力がありました。

あなたには、何がありますか？

あなたにこの言葉を贈ります。

相手と組んで、掛け算できる人間になれ！  
~~~~~

まず、

・成功する人...決断が早くて、あきらめが遅い

になる。

あきらめずに改善し続けるのが大前提。

そして、

稼いでいる人との時間が増やしましょう。

自分の価値観の中でコチコチコチ考えるより  
自分より大きい人に触れてみる。



素直に、謙虚に、自分のフィルターを通さず、  
まず受け入れてみるのです。

理由は関係ありません。

成功法則なんて関係ありません。

それがこの世の真理なのです。

## **選択と集中、3つの時期**

### **「選択と集中」**

あなたは、できているでしょうか？

ビジネスにおいて、本当に大切なことです。

これが自然にできている人は成功しています。

逆に、何をやってもあまり結果が出ない人は  
これができていません。

**自分ではできているつもりなのかもしれませんが、  
私から見たら、全然できていません。**

例えば、月30万円を稼いで独立することが  
目的だとしましょう。

結果を出せる人は、**月30万円を達成するまで  
1つのビジネスに集中**します。

私で言うなら、リセールライトです。

結果を出せない人は、いろいろなビジネスに  
手を出していきます。

これが儲かる！というビジネスが出てくると  
すぐに飛びつく人ですね。

目的地を定めたら、ぶれずに突き進む！

それができる人は結果を出せます。

次に進むのは、その結果を出してからです。

やめるならやめるで、キッパリやめる。

引きずって残さない。

もちろん、あきらめが早すぎるのは論外！

- ・成功する人...決断が早くて、あきらめが遅い
- ・成功しない人...決断が遅くて、あきらめが早い

心に刻んでくださいね。

## 「選択と集中」

何のビジネスをやるか？だけではありません。

広告でも同じことが言えます。

どこに、どうやって、いくら広告費をかけるか？

ということです。

(選択)効果の出ていない広告をストップして、

(集中)効果の出ている広告に集中する。

あなたは今、以下の3つのどれでしょうか？

(3つの時期)

- ・まず、何をやるか、選択する時期なのか？
- ・次に、選択したものを、集中して伸ばす時期なのか？
- ・最後に、ある程度伸びて、広げていく時期なのか？

3つのうち、どれをやっているか分かれば  
迷うこともなくなります。

そして、飛躍的に売上も上がります。

「選択と集中」「3つの時期」

これから常に意識してみてください。

## **利益計画のエクセルひな形**

あなたは、利益計画を立てていますか？

計画なきところに実行なし、  
実行なきところに成果なし。

ちゃんと利益計画を立てて、実行し、  
成果を出してくださいね。

私も最近、特に意識しています^^

なぜ、経営計画でなく、利益計画なのか？

その理由は、**経営計画なんて甘いから！**

いくらちゃんと経営計画を立てたって  
会社に利益があがっていなければ、  
企業としての存在価値がないということ。

お客さまに喜ばれ、その代価として  
利益を得られるわけですから。

ですから、

利益があがっていない＝お客さまに喜ばれていない

ということなのです。

会社の利益をシビアに見ていけば、  
お客さまに喜ばれているか分かります。

企業としての存在価値が分かります。

利益を追求することで企業は儲かり、  
社会貢献にもなるのです。

経営計画なんて甘いものは卒業して  
【利益計画】を立ててください。

それでは、ここから利益計画の立て方  
をお話ししていきます。

利益計画を立てる際、1つ注意があります。

それは、

広告費に対する利益を見ること

売上ではなく、利益です！

会社に残るキャッシュ、現金です（税引き前）。

自然にいくら売れるとか、SEO とか、ブログとか、  
ソーシャルメディアとかあてになりません。

そんな他人任せのものは、希望的観測です(笑)

**【いくら広告を打ったら、いくら利益が出る！】**

という明確な指標が必要なのです！

さっそく、利益計画のエクセルのひな型を  
以下からダウンロードしてください。

## ■利益計画のエクセルひな形

ダウンロードはこちらから

⇒ <http://infomake.jp/rieki.zip>

※左クリックでダウンロードできない場合  
右クリック → 対象をファイルに保存

## ■利益計画のエクセルひな形 記入解説

(左から順)

- ・年月：月ごとに記入
- ・想定広告費：予定の広告費を記入  
(運用を任せている場合は運用費込で記入)

- ・想定利益: 予想の利益を記入  
(最低でもこれくらいと予想して記入)
- ・実質広告費: 実際の広告費を記入
- ・実質利益: 実際の利益を記入

## (補足)

※広告費×●●＝利益想定(最低基準値)

広告費の何倍くらいの利益が見込めるかを  
最低でもこれくらいと計算しておきます。

※利益●●か月後入金想定(最低基準値)

利益が何か月後に会社の口座に入るかを  
着金ベースで見ておきます。

仮に3か月後なら、  
12月の想定広告費に対する利益を  
3月の想定利益に記入することになります。

エクセルの下タブに記入例も付けたので  
見ていただければ分かります。

ぜひ、この利益計画エクセルを活用して、  
会社の利益をアップさせてください！



# **プラス思考は、ここからスタート！**

このコンテンツは、ちょっと違うテイストで書きます^^

**プラス思考が大切なんて、みんな知ってる。**

でも、ほとんどの人ができていない。

**自分はできていると思っている人に限って  
偽りのプラス思考だ。**

自分を偽り、仮面をかぶり、無理をしてる。

そんな生活を続けていたら、やがて腐り、  
異臭を放ち始める。

汚れを隠していると、腐るのだ。

人間、心を変えようとするとは大変だ。

内から変えるのは、大変なのだ。

**そうではなく、行動から変える。**

行動を変えれば、考え方が変わってくる。

嘘だと思うなら、想像してほしい。

もし、あなたがブランド品で着飾ったら  
どんな気分になるだろうか？

リッチになった気分がしないだろうか。

少し偉くなった気がしないだろうか。

周りの視線を心地よく感じないだろうか。

いつもより姿勢が良くならないだろうか。

行動から変えるとは、そういうことだ。

何とも簡単なことだ。

無理に意識しなくても、結果が変わる。

それなら、「意識的に」行動を変える。

そうすれば、結果も変わる。

心を変えようとするより、はるかに楽だ。

あなたは、プラス思考なるための行動を  
知っているだろうか？

答えは「運動」だ。

何も激しい運動をしなくてもいい。

歩くだけでも十分だ。

そう、ウォーキングだ。

運動をするとエンドルフィンが分泌される。

きっとあなたも、ランニングハイという言葉  
一度は聞いたことがあるだろう。

エンドルフィンには、麻酔に使われる  
モルヒネより強力な鎮痛作用がある。

情動の緩和、免疫系の活性化、内分泌系や  
自律神経などにも影響を与える。

つまり、エンドルフィンというのは、  
ストレスに積極的に立ち向かうための物質。

何でも楽しもう、  
チャレンジしてみよう、  
苦しいけ頑張ってみよう、

そんなポジティブな考え方を生むものだ。

ネットビジネスは家にこもりがち。

あなたは、運動していますか？

プラス思考は、行動から！

行動から変えるのだ。

私も毎日、オフィスまで片道30分ほど  
ウォーキングをしている。

往復で1時間。

理由じゃなく、答えが先にある。

運動すると自然にプラス思考になっていく  
という答えが先にある！

歩くだけでもいい。

まず、先に運動してみてから、  
後から、少しプラス思考になっている  
という答えを感じてほしい。

## 売上より大切なものは？

あなたに質問です。

「売上より大切なものは？」

何か分かりますか？

答えは一言。

売上より大切なものは利益

顧客満足と答えた人もいるでしょうか？

不正解ではありませんが違います。

なぜなら、顧客満足を与えていなければ  
結局、利益もついてこないから。

顧客満足とか、経営計画なんて甘いです。

利益にフォーカスすれば、全てが見えます。

売上より、会社にくらお金が残るかが大切。

本当に簡単な、小学生でもわかる算数ですがちゃんと復習しておきましょう。

会社に残るお金＝利益とは...

【利益】 売上－経費＝利益

【売上】 会社に入ってくるお金

商品代金、代行、コンサル、仲介、家賃など

【経費】 会社として使うお金

仕入、広告費、人件費、家賃、光熱費、交際費など

さらに！

利益から40%くらい税金が引かれます。

恐ろしいほどお金が残りません(笑)

まだイメージがわからないかもしれないのでちょっと想像してみてください。

例えば...

(A) 年間売上3億円 × 利益5% = 利益1500万円

(B) 年間売上3000万円 × 利益20% = 利益600万円

あなたは、どちらがいいですか？

私は(B)がいいです^^

お金をたくさん持っている企業の見分け方。

利益が高い企業の見分け方。

簡単な方法をお教えしましょう。

それは...

新しく野球の球団を持った会社  
~~~~~

最近では「DeNA」

ちょっと前では「楽天」「ソフトバンク」

ちょっと昔は「デパート会社」でしたね。

もっと昔は「不動産会社」でしたか？

今は、変化の早い時代。

これから変化はどんどん早くなります。

会社が、成長する速度も速くなります。

反対に、倒産する速度も速くなります。

そんな変化の速い時代。

経費が多い会社は変化するのが難しいです。

利益率の高いビジネスで種銭を作って、  
お金を投資して、お金を働かせて増やす。

これが王道かなと考えています。

「作って、増やして、守る」です！



## **利益計画エクセルを使う前に必要なこと**

先ほどお渡しした「利益計画エクセル」は  
やってみていただけましたか？^^

私は最近、自分でも活用しています。

利益計画エクセルを簡単に説明すると...

いくら広告を打ったら、いくら利益が出るかを  
計算するためのエクセル表です。

自然にいくら売れるとか、SEO とか、ブログとか、  
ソーシャルメディアとかあてになりません。

だから、「広告費」に対しての利益なのです！

利益計画エクセルを使うべき理由は...

「いくら投資に対して、いくら利益が見込める」

ということがハッキリ見えるからです。

新規ビジネスに参入するかを決めるとき、  
どうやって売上を増やしていくかを考えるとき、

などに活用できます。

進むべき方向性がハッキリ見えますし、  
方向性を間違えることも少なくなります。

より速く、より効率よく結果を出すために  
私自身も役立つと実感しています。

ぜひ、あなたにも活用してほしいのですが、  
その前に絶対に必要なことがあります。

## ■利益計画エクセルを使う前に必要なこと

必要なことは2つです。

- ・広告を打てるビジネスをすること
- ・広告費に対して、そのビジネスを黒字化すること

例えば、10万円広告を打ったとしたら、  
20万円売上があがるようにするということ。

黒字化するようにそのビジネスモデルを磨く  
ということですね。

ここが一番大変なところでもあります  
絶対に必要なことです。

なので、ヒントをさしあげます。

「そのビジネスは、何の掛け算に分解できるか？」

これを考えて、それぞれの確率を上げれば  
必ず売上は増えていきます。

ビジネスは全て掛け算です。

単純な算数なので、難しい理論なんて不要です。

## ■利益計画エクセルの活用法

- ・広告費に対して黒字化したら、利益計画エクセルで  
どうやって売上を増やしていくかを考える。
- ・新規ビジネスに参入するとき、利益計画エクセルで  
想定利益から参入するべきかどうかを決める。

このように活用することで、計画的に売上を増やし  
会社を拡大していくことが可能となります。

ぜひ、あなたも活用してみてくださいね！

## あなたも引退したい？

いくら稼いで引退するとか、よく聞きますね。

きっと「引退」に興味をそそられる人が多いから  
そういう売り文句が多いんでしょうね。

あなたも、引退したいですか？

もしそうなら、なぜ引退したいんでしょうか？

私は、引退したいなんて思いません。

20～50代とかで引退したいと思う気持ちが  
全く分かりません。

だって、20～50代なんて...

まだ現役バリバリじゃないですか！？^^

でも、多くの人が「引退」に興味をひかれる  
原因は分かっています。

その原因は2つです。

### 【1】経済的自由がほしい

引退＝お金に困ってない＝お金持ち＝経済的自由

と勘違いしている人です。

本当は、引退しなくても経済的自由は手に入るし、  
現役のまま経済的自由を手に入れればいいのです。

## 【2】仕事が好きくない

仕事が、楽しくて楽しくて仕方がなかったら  
引退したいなんて思いません。

いつまでも働いていたいと思うはずです。

引退を考えるとときがあるとすれば、  
若い才能にバトンタッチすべきときでしょう。

男なら、人生の半分は仕事してます。

「男は仕事して、稼いでなんぼでしょ！」

と私は思います。

あなたも、趣味になるほど楽しい仕事を  
見つけてみませんか？

見つければ、それだけで人生が何十倍も  
楽しくなりますよ！

簡単には見つからないかもしれません。

でも、見つかるまであきらめないでください。

あきらめずに探し続けた人だけに与えられる  
神様からのごほうびですから^^

10個のビジネスにチャンレンジしてみて、  
本当に楽しいビジネスが1つ見つかる。

それくらいの勢いで行動しましょう！

# **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>

## **売れる商材を作るためのJV方法(山戸久美子)**

近日、新しい商材を作るために数件商談に行っておりました。

夢丸の情報商材の作り方は、自分にノウハウがなくても、  
ノウハウを持っているタイアップ先を見つけ、  
JV を組んで、商材を量産していく、というものです。

「商談」と聞くと、とても難しいイメージを持ってしまう方も  
いるかと思いますが、本日は有名な先生を口説き落とす、  
JV の組み方についてお話させていただきますね。

まず、夢丸の場合は、優れたノウハウを持っている先生に  
電話でアポイントを取ります。

アポの成功率は、50%というところでしょうか。

要は、2回に1回は断られるのですから、  
ここがダメなら、次はここ、というように気軽に行わなくてははいけません。

さらに、アポイントが取れて、  
JV を組むという事が決定する可能性は、  
90%というところです。

夢丸のやり方であれば、  
アポイントが取れば、商談はほぼ成功するのです。



問題は、アポイントですね。

私の場合は、**アポイントを取る際に  
必ず先生にお伝えする点**が3つあります。

では、一通りの流れをご説明します。

- 1、取材の件でお電話させて頂きました。
- 2、弊社のご購入者様から「〇〇」で悩んでいるというお声が、非常に多く寄せられている。
- 3、過去に、解決出来るノウハウをお持ちの先生と何度もタイアップしている。
- 4、今回「〇〇」を解決出来る、信頼性のある先生を探したところ、先生にたどり着いたと説明。
- 5、商材(DVD)を作るのに、費用は発生しない。  
むしろ、報酬をお支払いするという事を説明。
- 6、制作の流れなどをご説明したいので、詳しい資料を持って、直接ご説明に伺いたいと説明。

↓

アポ取り成功

というのが、一般的な流れです。

そして、この流れの中に**3つのポイント**があります。

1つ目が

**「悩みの声が寄せられている」という事。**

この中に、

- ・作れば売れる
- ・需要がある
- ・自分には販売力がある

という意味合いが込められています。

2つ目は

**「〇〇を解決出来る先生を探していて先生にたどり着いた」という事。**

この中には、

- ・先生が最も信頼性がある
- ・購入者が満足してくれるノウハウを持っているのは先生です。
- ・先生の確立した方法は特別であり、素晴らしい

という意味合いが込められています。

通常、常識とは異なるノウハウを確立した先生は、  
一般の方に受け入れられにくい事を悩んでいたりしますので、  
サイトから得られる情報は、全て把握し、可能であれば、

先生が書いている書籍などを読んで  
「〇〇で〇〇が治せるという事に非常に驚きました」などと、  
先生のノウハウを理解し、褒めると先生は気分良くお話を聞いてくれます。

3つ目は、

「詳しい資料を持ってご説明に伺いたい」という事。

この中には

- ・たとえ話を聞いても断る事も出来る
- ・先生にはメリットはあってもデメリットは少ないという自信がある
- ・説明だけなので時間をあまりとらせない

という意味合いが込められています。

例えば、本を出版しませんか、という出版社からのお話が来た場合、  
自費出版と商社出版との違いがあり、  
商社出版であれば、制作費がかからないうえに、  
自分の手間があまりかからず、印税が手に入ります。

DVD 制作も、これと同じで

こちらからご協力をお願いした場合は、制作費はこちらで負担し、  
報酬をお支払いさせて頂くというように説明します。

- ・売れる可能性が高い
- ・リスクが少ない
- ・メリットが多い

この3点をしっかりと電話で伝える事ができれば、  
アポイントが取れる可能性が跳ね上がります。

私は、現在までに数十件以上の先生にアポ取りの電話をし、  
何十回と商談に行っております。

元々、販売実績など1つもなかった夢丸が  
手探りで成長してきた結果が出ている方法ですので、

もしあなたが有名な先生とタイアップをして、  
商材を作りたい！サービスを提供したい！  
と考えているのであれば、参考にいて頂ければ幸いです。

## **北国の住民が、真冬の室内を暑すぎるほど暖める理由とは？（伴智樹）**

実は、北海道の人間って意外と寒さに弱いのご存知でしたか？

その理由は、、、  
いつも暑すぎるくらいの室内にいますので^^

と以前に関西の方に話をしたことがあるのですが、その方に

「それは不経済ではないのでしょうか？」

と言われたことがありました。

確かにそこまで寒くならない地域に住んでいる方にとっては、  
真冬でも室内で半袖でアイスクリームを食べている北海道の人間は  
少し特異に見えるのかも知れません。

ですが、実はこれには理由があるのです。

北海道の住民が冬でも必要以上に室内を暖める理由、それは、、、

真冬の室内は、温度を下げるのには時間が掛からないが  
温度を上げるのには非常に時間が掛かる。

からなのです。

暑すぎる室内は窓を開ければ一気に温度を下げる事が出来ます。

逆に寒すぎる室内は暖房をフル回転してもなかなか温まらないのです。

そして、その暖房のフル回転こそが不経済になります。

だから急激に外気が冷え込んだ時にでも対応できるように  
常に暑いかなと感じるくらいまで温度を上げておかないといけないのです。

何も考えずに贅沢で室内の温度を上げている訳ではないのです。

**実は、これはビジネスでも同じことが言えます。**

私のクライアントさんでも、それほどペースは速くはないのですが、  
常に一定のペースで宿題を済ませるクライアントさんがいます。

このような方は意外とモチベーションが長続きし、  
成果も早く上がってくるのです。

逆に一気に燃え尽きる方もいます。

凄まじいテンションで一気に作業を進めるのですが  
ちょっと躓くと一気にモチベーションが下がり、作業をやめてしまう。

そうすると、またモチベーションを上げるのに  
非常にパワーが必要になってしまいます。

もちろん成果が上がるのにも時間が掛かってしまいます。

これはビジネスだけではなく  
ダイエットですとかその他のことでも言えるでしょう。

やはり目標達成には無理をしないであくまでも  
マイペースで進めていくのが一番の近道なのかも知れませんね。

## 私だけのあなたでいて！（伴智樹）

うちのスタッフでコーヒーが大好きな女性がいるのですが  
彼氏からプレゼントにバリスタを貰うことになっているらしいです。

バリスタってご存知ですか？

私は聞いたことがなかったのですが、  
スゴい手軽に自宅でホットコーヒーが飲めるんです。

インスタントなのに煎れたてのコーヒーのような味がするということで  
最近売れに売れているみたいで、大変そのスタッフも喜んでいました^^

でも、詰め替え用は自分で買ってくれって  
言われているみたいですが（笑）。

これって面白い戦略ですよ。

彼氏がじゃないですよ^^  
ネスカフェがですよ！

これは、**そのコーヒーマシーンそのものより  
専用の粉を買い続けて欲しいというネスカフェの戦略**ですよ。

このような手法は他にもたくさんあります。

最近、会社や病院等でよく見かけるウォーターサーバーもそうですし、



電動歯ブラシの替えブラシもそうですね。

これは顧客を抱え込むための戦略ですね。

実は、この戦略は我々コンテンツビジネスの業界でもよく使われている手法なのです。

例えば、美容系商材を販売した方に美顔器を激安で販売します。

ここで無料ではなく「激安」なのは、  
本当は使う気もないのに「タダ」だから欲しいというのを省く為です。

そしてこの美顔器というのは使うのに専用クリームが必要なのです。

ですからこの専用クリームの継続購入がキャッシュポイントになるのです。

コンテンツ(情報)ビジネスだからと言って  
バックエンドもコンテンツでなくてはいけないということはありません。

逆にコンテンツでないことのほうが多いくらいです。

そして、これらのバックエンド戦略というのは非常に重要です。

それはバックエンドの選び方さえ間違わなければ  
利益が何倍にもなるからです。

バックエンドには広告費が掛からないですね。

また、先程の美顔器の例のようにバックエンドが用意してあるからこそ、フロントエンドを赤字でも販売できるのです。

先程のウォーターサーバーもサーバー自体は「タダ」ですからね。

このように商品をただ何も考えずに販売するよりも  
キャッシュポイントを計算しながら販売すれば  
今の利益を何倍、何十倍にもすることが可能なのです。

あなたはフロント商品だけ販売しているということはありませんか？

せっかくの利益機会を失ってはいませんか？

# YSコンサルタント 株式会社

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.40】模範となる人を見つけ、ついていく**

前回、売上を3倍にするには、

**「今までのやり方を全部やめて」**

効果のある販売方法、提案の仕方をしなくてはならないということが語られていました。

では、**具体的にどうすればよいのか**、という点について突っ込んでいきたいと思います。

それでは、第40回目をお届けします。

### **■第40回「模範となる人を見つけ、ついていく」**

講師・佐藤康行：

「スタートラインを変えるには、一回自分を捨てて、自分が「このレベルの人」と思う人にしばらく同行することだ。

自分のペースをやめてその人のペースでやってみるわけだ。

もちろんすぐに売上が思い通りにあがるとは限らない。  
しかし、少なくとも今までよりは絶対良いに決まっている。

だから、自分を捨てて、その人に「ちょっと、ついていって  
よろしいでしょうか」といって、しばらく、ついていったらいい。

その人の行くとおりに。  
その人の話すとおりに。

そうすると、スタートラインが変わったことになる。

いままでの自分のもっていたパターンがあるから、

「よーし、やるぞ！」

と思ってもそんなのは一瞬だ。  
ほんの何日もつかどうか。

最初からすべてを変えなくてはならない。  
そのためには、自分の望むレベルの人に  
ついていくのが一番てっとり早い。」

## ■本日のワンフレーズ

「スタートラインを変えるには、一回自分を捨てて、  
自分が「このレベルの人」と思う人にしばらく同行することだ。」

（佐藤康行）

プロのレーシングドライバーいわく、  
クルマの運転がうまくなる最短距離は、

「運転のうまい人の助手席にのせてもらうこと」

だそうです。

助手席に乗せてもらう

↓

一人で運転する

↓

助手席に乗せてもらう

これを繰り返すのが、運転技術を向上させる上では  
もっとも手っ取り早いそうです。

営業も似ているのかもしれませんが。

実際に本番を目の前で見ること以上の教材はありません。

また、相当強い意志がないと、自分でただ目標を決めるだけでは  
数日たつとモチベーションも以前の状態に戻っていたりするものです。

ぜひ、お手本となる先輩や、実績のある上司などに  
頼み込んで、同行させてもらってください。

## **【売上 3 倍セミナーNo.41】守・破・離とは？**

前回、自分を変え、売上を3倍に変えていくためには、

「自分の望むレベルの人に  
ついていくのが一番てっとり早い」

ということが言われました。

今回は、その意味について  
より詳しく話してもらいたと思います。

それでは、第41回目をお届けします。

### ■第41回「守・破・離とは？」

講師・佐藤康行：

「実際に成績をあげている人に付いていくと、  
何が違うのかわかってくる。

もちろん「その人のモノマネをしろ」というわけではないが、  
間違いなく大きな刺激になる。

「守・破・離」という言葉がある。

まず基本を忠実にやっていく。  
それからそれを破っていく。

そして、完全に自分のものにしていくということ。

「今の自分で変える」と言っただけ、それこそ時間がかかって、一生かかってもできないかもしれない。

自分で自分の殻は破れない。

自分を変えるただひとつの方法は、縁。  
縁によって変わる。

今、私とあなたがメールセミナーというこの場で  
出会っているのも縁。

縁によってでなければ、人間というものはなかなか変わらない。  
自分ひとりで考えても、いくら考えてもそれは自分の考えだ。

縁によって変化がおきる。

今、ここで私が話すことで、あなたの心に化学変化が起きて、  
今までの思い込みがパッと消えたりして変わっていく。

どういう人と出会うか、誰と縁をもつかによって  
人生というのは変わっていく。

誰と縁をもつか。  
そしてその縁を活かせるか。

「よし、わかった！あの人だ！」と決めたら、  
すぐにでも電話して、「教えてくださいませんか？」とパッと  
行動しなくてはダメだ。



そうしなくては数字はあがらない。

明日はない。

今、今しかないと、そういうふうに捉えていったらいい。」

## ■本日のワンフレーズ

「自分で自分の殻は破れない。  
自分を変えるただひとつの方法は、縁。  
縁によって変わる。」

（佐藤康行）

「自分で自分を変えられる」

そう思っているかぎり、  
何度も決意を新たにして「やるぞ！」と意気込んでも、

気が付くとまた以前のパターンの繰り返しで  
何も変わっていない...という状態になりがちです。

「自分で自分の殻は破れない」

このことをしっかりと理解し、  
そして、行動していくことです。

「よし、わかった！あの人だ！」と決めたら、  
すぐにでも電話して、「教えてくださいませんか？」  
とパツと行動する。

まずは、自分の考えを差し挟まずやってみる  
という姿勢が大切です。

## **【売上 3 倍セミナーNo.42】数字で見る**

営業という仕事は、自分を成長させるのに  
最適な仕事です。

そして、どれだけ自分が成長したかということが、  
「数字」に出るため、とてもわかりやすいのです。

もちろん、セールストークを磨いたり、  
テクニックを身につけたりすることでも、  
成績は伸びるでしょう。

しかし、伸びたその成績を  
その後キープできるかという話は別です。

自分が変わって成長し、その結果として数字が  
営業成績としてついてくる。

ぜひ、ホンモノの営業力を目指しましょう。

それでは、第42回目をお届けします。

### **■第42回「数字で見る」**

講師・佐藤康行：

「自分で『私の営業成績はこうだ』『私の人間性はこうだ』

『お客様はこうだ』『わが社の商品はこうだ』  
というふうに思い込んでいることがある。

そして、思い込んでいることを繰り返していく。

企業で営業マンのグラフを見たら、  
だいたい『この人はここまで売れる』  
『この人はここで頭打ち』ということが決まっていて、  
毎月ほとんど 数字が変わらない。

だいたいパターンがあって、多少の差異はあっても、  
ほとんど変わらない。

できる人は毎回ほとんどできる。  
できない人はほとんどいつもできない。  
同じ会社で同じ商品を扱っているのに。

自分の思い込みに縛られて、  
そして同じパターンを繰り返しているのだ。  
だから、自分を本当に変えないと、成績もあがらないのだ。

もし、何かを勉強したり、訓練したとしても、  
それが数字として現れなければ、  
何も効果がなかったものとして受け止めるといい。

有名な人の何かいい話を聞いたとする。  
そして自分も変わったと思っても、  
数字が同じだったら実際は何も変わっていないのだ。

グラフに反映された数字が翌月からガラッと変って、  
本当に2倍、3倍になり、しかも、そこから常にその数字を

キープしているとなったら、「あ、本当に変わったんだな」と結果として受け止めることができる。

数字に現われなければ何も変わっていないと、そう思ったほうがわかりやすい。

わかりやすいこう。」

## ■本日のワンフレーズ

「グラフに反映された数字が翌月からガラッと変って、本当に2倍、3倍になり、しかも、そこから常にその数字をキープしているとなったら、「あ、本当に変わったんだな」と結果として受け止めることができる。」

（佐藤康行）

いろんなセミナーに出たり、教材を買ったりと熱心に勉強しているように見える方でも、実際、数字はイマイチという場合があります。

「自分はいろいろ勉強して、日々成長している。でも、営業成績だけは以前と変わらない」

そんなことは、ないと思ったほうがいいです。

時間は限られています。

効果のあることをやりましょう。

## **【売上 3 倍セミナーNo.43】見えない壁を破る**

「自分の殻を破る」というと、何か大変なことのように入えます。

ですが、実はそのチャンスは身近な日常の中に山ほどあるのです。

### **■第43回「見えない壁を破る」**

講師・佐藤康行：

「ほとんどの人が自分の中に見えない壁を作っている。

そして、「だいたい自分はここまで」と決めつけている。

お客様に説明する時も、ここまで説明して、  
それ以上は踏み込もうとはしない。

時間もだいたいこれくらい、とか。  
自分の能力はこれくらい、とか。  
訪問件数はこれくらい、とか。  
そして、話をするならこういうタイプの人に話をする、とか。

自分の中に見えない壁のようなものがあって、  
その壁から一歩も出ようとしないで、  
その壁の範囲内で物事をやっていこうとする。

当然その壁は小さい器の壁の人もいれば、

少し大きめ、中ぐらい、いろいろあるだろう。

その自分では見えない壁を破っていくということをしなければ、人は大きく変わらない。

自分が大きく変わらなければ、売上も業績も変わらないのだ。

本当はそんな壁なんかどこにもない。

それは今までの習慣の中でつくった見えない壁だ。  
本当はどこにもない。

だから、そういう壁を一枚一枚でもいいから、破っていくことだ。

たとえば、パッと隣の知らない人に話ができるか、  
電車に乗った時、パッと隣の知らない人に話かけられるか。  
町を歩いていて、歩いている人に声を掛けられるか。

そういう些細なことでもいい。

その一つの行為が小さなことかもしれないが、  
「自分にもそういうことができた」  
という小さな積み重ねが、後々大きなものになっていくわけだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「ほとんどの人が自分の中に見えない壁を作っている。  
そして、「だいたい自分はここまで」と決め付けている。  
本当はそんな壁なんかどこにもない。どこにもない。」

(佐藤康行)

たとえば、

「今月の目標は売上〇〇円！」

そう誰かに言われたとします。

すると、

「そんな目標は絶対無理だ！」

とか

「ああ、それくらいならなんとかいけそうだ」

とかパッと心が反応して思うわけですが、  
そういうことも自分で作り上げた「見えない壁」といえます。

街で見知らぬ人にパッと話しかけてみる。

そういう身近なところから、  
「見えない壁」を破っていきましょう。

その積み重ねが、業績にも現れてくるはずです。



# 株式会社 ディーボ

執筆者：株式会社 ディーボ

2010 年に業界最安値の SEO パッケージ「SEO パック」をリリース  
プッシュ営業の多い SEO 業界で、ウェブだけで 1 年で 1600 社超販売  
20 種以上の無料 SEO ツールを提供、月 45 万ページビュー、15 万人利用  
SEO ツール、外部対策に特化した SEO ツールカンパニー

被リンクチェックツール

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

無料 SEO 診断ツール

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

検索数チェックツール

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

SEO 基礎チェックツール

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

これからの無料 SEO をツールを紹介して、  
アフィリエイト報酬を獲得したい方はこちら！

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

## 画像の Alt 属性について

SEO 内部対策とは、検索エンジンで上位表示させたいページに対し、HTML の内容をチューニング（検索エンジンにわかりやすく記載）することです。

今回は、画像の Alt 属性についてご案内します。

少し前までは、検索エンジンに何の画像かを説明するため、画像に Alt 属性を設定することを推奨しておりました。

しかし、近日は、画像の Alt 属性よりもテキスト文字が重要視される傾向にあるとおもいます。

そのため画像に Alt 属性を設定するのではなく、画像の前後に SEO ターゲットワードを含めた文章を適切に配置するほうが高い SEO 効果が期待できると思います。

## Google マップに無料でお店・会社を表示する方法

Google の検索結果ページで、Google マップにマーク付きで店舗・サービスなどの情報が表示されることがあります。

これらの情報は、「Google プレイス」を利用して無料で登録できることご存知でしょうか？

Google プレイスには、

店舗の住所  
電話番号  
URL  
営業時間  
支払い方法  
写真  
クーポン

などの情報が登録できます。

Google プレイスで登録した情報は、

- 1.Google の検索窓で「場所 サービス」で検索
- 2.Google の検索窓で「場所 店名」で検索
- 3.Google マップで「場所 サービス」で検索

したときに表示されます。

登録方法は、

1.Google プレイスにアクセス

<https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=lbc&passive=1209600&continue=http://www.google.com/local/add/analyticsSplashPage?hl%3Dja%26gl%3DJP&followup=http://www.google.com/local/add/analyticsSplashPage?hl%3Dja%26gl%3DJP&hl=ja>

2.Google プレイスに自社情報を仮登録

(登録を行えるのは、お店やサービスのオーナー/代理人のみ)

3.Google から電話か郵送で PIN 番号の連絡がくる

4.Google プレイスに PIN 番号を入力し、自社情報を本登録

翌日以降に Google の検索結果ページに登録内容が表示されます。

少しでも流入を増加させたい企業様、Google プレイスに店舗・サービス情報を登録されてはいかがでしょう？

※Google プレイスの登録手順については、弊社ではサポートしてないことをご了承ください。

## **SEO のマイナス要因 1**

SEO 対策を実施し、特定キーワードで  
上位表示を自社サイトで独占したいと考えている  
企業様が時々いらっしゃいます。

上位表示を自社サイトで独占するため  
複数のページを作成しているケースがありますが、  
少し間違えるとマイナス要因となります。

全く同じ文章や類似するコンテンツを  
複数のサイト(ページ)で利用したり、  
複製ページを作成すると「重複コンテンツ」として  
検索エンジンが認識する場合があります。

「重複コンテンツ」として認識されると、  
主とするコンテンツ以外のページが全くヒットしなくなることがあり、  
元に戻すにはかなりの時間と手間を要する場合があります。

心当たりのある方がいらっしゃれば、  
一度サイトを見直しされてはいかがでしょうか。

## **SEO のマイナス要因 2**

SEO 対策に力を入れすぎて、上位表示を目指すキーワード（ターゲットワード）をページに埋め込み過ぎている企業様が時々いらっしゃいます。

ターゲットワードを不自然にページ内で詰め込み過ぎると検索エンジンにマイナス評価を受ける場合があります。

どこにターゲットワードを詰め込んでいるか、  
どんなページ内容になっているかによって異なるため、  
何%以上とは言えませんが、ターゲットワードの詰め込み過ぎは  
マイナス要因となる場合が多いです。

検索エンジンからマイナス要因（ペナルティ）と判断されると、  
全く検索にヒットしなくなることがあり、  
元に戻すにはかなりの時間と手間を要する場合があります。

心当たりのある方がいらっしゃれば、  
一度サイトを見直しされてはいかがでしょうか。

## 【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

オールアバウトプロフィール登録専門家

<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

フェイスブック 公式ページ

[http://www.facebook.com/pages/infomake%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE/103763156384892?ref=tn\\_tnmn](http://www.facebook.com/pages/infomake%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE/103763156384892?ref=tn_tnmn)

お問い合わせはこちら

<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>  
047-489-5627

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

