

# たった60日でセミリタイヤする奇跡のお金儲け術

再販権付  
著作権フリー・編集可

“実際に私もこの情報売って月70万円程度を毎月稼いでいます。”等の私の部分は、あなたが実際にそれを体験するまでは書かないで下さい。嘘になりますから。当社はこの情報の著作者でありませんし、この商品を単品で販売しておりませんので、このマニュアルの使用・不使用に関わる結果については一切保証しかねます。あくまでも、再販権付きの情報商材としての商品として扱っております。また、販売の際には同梱のテキストファイルをワードなどのワープロソフトで編集して、PDF化してそれを商品として売って下さい。テキストファイルのままではトラブルの元です（閲覧用ソフトがただで入手できないため）。もちろん、販売の際には編集したテキストファイルも同梱して下さい。つまり、PDF＝商品、テキストファイル＝ツールとして販売して下さい。

---

## ◆目次◆

はじめに

1. 販売活動の仕方
2. 集客UPマニュアル
3. 広告タイトル・本文の秘訣
4. HP作成マニュアル
5. 宣伝
6. 申し込み者への対応
7. 金額設定
8. 注意事項

おわりに

付録 メルマガ集

---

## はじめに

この度は、この情報をご購入いただき誠にありがとうございます。少し長い情報商材になりますが、読み飛ばしせずにご覧頂けると幸いです。

そもそも、本当に「たった60日でセミリタイヤできるのか」ということなのですが、努力の程度によりますが、不可能ではありません。ではどうするのか？

答えは簡単です。この「たった60日でセミリタイヤする奇跡のお金儲け術」を売って下さい。

え～、と思いはなるかもしれませんが、販売価格が2万円で、一日2人の方に販売できたら、1日で日給4万円です。仕事の量や効率にもよりますが、1ヶ月でだいたい50万円程度は稼いだら、普通のサラリーマンであればもうセミタイア状態ですよね。実際に私もこの情報を売って月70万円程度を毎月稼いでいます。

方法は極めて単純ですが、1日に大体2万円程度稼ぐのに一番手っ取り早いそして確実な方法です。できれば、この情報を元にあなたなりにオリジナル性を加え販売することです。つまり、「たった60日でセミリタイアする奇跡のお金儲け術」を加工して、あなたのオリジナルとして販売しても構いません。ある意味、情報ビジネスの醍醐味を味わうことでしょう！

---

## 1. 販売活動の仕方

それではどのようにして販売を進めていくのか？とても簡単です。この活動をするにあたって必要なものは、メールの送受信と圧倒的な広告力だけです！

ベテランの方は既に色々と知っているでしょうが、初心者の方のことも考え、一つずつどのような手段があるのかを説明させていただきます。

- ・ 独占広告
- ・ ヘッダー広告
- ・ フッター広告
- ・ バナー広告
- ・ クリック保証型独占広告
- ・ 有料一括投稿・無料一括投稿
- ・ 検索エンジン
- ・ ML
- ・ リンク集
- ・ 掲示板
- ・ DM
- ・ メールアドレス集を買う

等色々と宣伝方法はあります。

ですが、ビジネスで重要なのは最小限の手間と労力で短期間で最大の効果を上げる事です。いくら稼げてても手間（時間）を必要以上に費やしては意味がありません。それならどこかに働きに行けばいいんですから。

ということからすると、検索エンジン・バナー広告・ML・リンク集・掲示板などは、これらは効果がないとはいえませんが、時間がかかります。

何がいいとは一概にいえませんが、費用は費用対効果を考えた場合、独占広告・一括投稿・DM・クリック保証が、無難じゃないかと思います。

それでは広告手段が決まりました次は、集客しなくてはなりません。情報転売はお客様あつての商売です。お客様がこなければ意味がありません。では、どのようにしたらお客様は来てくれるのか？今から効果的な集客方法をお教えします。

---

## 2. 集客UPマニュアル

インターネットビジネスでは相手の顔が見えません。ですが基本はオンラインもオフラインも同じだと思います。同じとゆうことはマーケティングの手法も基本は同じなのです。

マーケティングとは「その人に何をしてあげれば喜んでくれるのか？」を考えて集客効果を具現化することを言います。

ここからのお話はオンライン・オフライン共に同じ事なのですが、人がお金を支払う時の心理の一つは「感情」なのです。

### ■感情に訴える

人間行動心理学というのがあるそうです。

「人間が行動を起こす動機とは何か」という心理学の分野です。人間にはさまざまな行動の動機があるものですが、そのうち広告で重要なのは、

(広告読者にとって)

1. 苦痛から逃れるため
2. 快楽を求めるため

の2つの要素と言われています。

とある有名な心理学者が「人間の無意識の行動や思考は本能的な快楽と不快の原則に基づいて行われる」と述べているとおり、人は、苦痛と快楽という2つで、行動を起こすのです。

この2つに共通しているのは、極めて動物的な感情です。

そうです。

理屈ではなく、感情——。

よく引用されますが、こんな広告効果測定の実例があります。

航空券のディスカウントを扱う会社が、出張の多いビジネスマン向けに

『 航空券を20%ディスカウント！ 』

というキャッチコピーで広告を出したときと

『 なぜあなたは、航空券に無駄金を使い続けるのですか？ 』

というキャッチコピーで広告を出したときとでは、レスポンス率が10倍近く違ったのです。

そうです。後者の方が反応が良かったのです。

前者は、理屈の広告、後者はエモーショナル(感情)広告、だったわけです。

「不安が解消されそう」  
 「困難が解決されそう」  
 「面白そう」  
 「楽しそう」  
 「得になりそう」  
 「楽になれそう」(肉体的・精神的)  
 「幸せな気持ちになれそう」  
 「美味しそう」  
 「安心できそう」  
 etc

そうです。広告読者の感情に直接訴えかけるのです。理屈の広告は好ましくありません。

「上手に揚げた豚肉 300 g のトンカツ」(笑)という看板より、

『サクサク美味しいトンカツ、ボリュームも満点』の方がお腹の虫の鳴き方が違いますね。(ああ～、お腹すいてきたあ)

ああ、そうそう。「トンカツ」で思い出しましたが、かつてセールスの神様とも言われた人が、こんなことを言っていましたね。

「ステーキを売るな、シズルを売れ！」

焼き鳥屋さんでいうと、「焼き鳥一本いかががっすかあ～」より、焼き鳥の「うまい匂いを嗅がせてやれ」ということですね。

次のこれらは広告本文のエッセンスですが、広告タイトルについても当てはまりますので、是非、頭の引き出しに入れておいてください。

1. 「斬新な切り口・アプローチ」
2. 「問題の提示」
3. 「問題の煽り立て」
4. 「解決策の提示」
5. 「悩みの解決」
6. 「魅力的な無料オファーをつける」(無料プレゼント等)※質より量
7. 「ベネフィット」(得をする、サービス)
8. 「限定」(すぐ、いつまで、何個まで等)
9. 「あまり知られていない事実・秘密」
10. 「特別」(今だけ、あなただけ、キャンペーン)
11. 「～しないと損をすると思わせる」
12. 「保証」(安心)
13. 「ユーザーの声」
14. 「確信」
15. 「繰り返し」
16. 「疑似体験」～ストーリー展開
17. 「記事風」(～は〇〇になるらしい、等)(時事折込)
18. 「逆説」
19. 「夢・希望・理想」
20. 「ターゲット絞り込み」

これらを目的に応じてブレンドして用います(全て盛り込むには少々、無理があります)。

この手法は最近でこそよく見られるようになりましたが、初めは結構驚かせられました。

例えば、住宅業界などで、

「うちの住宅はこんなに良いんですよ～」

と旧態依然とイメージ广告的に宣伝している同業他社をよそに、ある中堅工務店が

【住宅建築はちょっと待て、欠陥住宅はこんなにある！】←広告タイトル

「先着 50 名に小冊子『欠陥住宅に泣かない為の 30 の秘密』特別無料プレゼント！お電話は今すぐ！  
24 時間受付フリーダイヤル〇〇△△、 □□工務店 」

とニュースやワイドショーで欠陥住宅の取り上げの多いときにやったものですから、それはもうたいへんでした。

これは、上記の 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 20. を周到に盛り込んでいたのです。

無料プレゼントにたくさんの申し込み者が来てくれたので、□□工務店の営業マンはそれはもう大忙し。行き先がなくて困っている営業マンがいる他の工務店とは大違いですね。

広告は、アプローチと構成の方法で天と地の差があるものなのです。

それではもう一つ、人間が動こうとする感情に訴えかける宣伝方法をご説明します。

#### ■限定・希少性を演出する

使い古されているようでも、いまなお有効な基本手法の一つです。

人は後悔を嫌います。後で手に入らないことを知ると無性に欲しくなるという習性を応用した手法です。

「本日限り」「本日午後 8 時まで」「〇〇名様まで」「限定〇〇個」…

もうお馴染みですね。

誰でも「あ～、またかよ」ですね。

でも、この手法に「信憑性」というエッセンスをふりかけると、効果が一変します。

この手法では、どう信憑性を出すかがキーポイントとなるのです。

また、信憑性には具体性が必要です。

「お申し込み先着 2,000 名様に限定版フィギュア無料進呈」

よくある広告例ですが、

これがたとえば…、

「今回はお申し込み先着 928 名様に限定版輸入フィギュアを進呈致します。前回はたくさんのご応募ありがとうございました。尚、前回の無料プレゼントは 2,000 名様でしたが、今回は先日のテロ事件

に関連する輸入元の事情で数量が少なくなりますことをお詫び申し上げます。レア物となります。」

としますと、広告訴求効果は数段のアップが望めます。

プレゼント数を減ずることによって広告効果があがるのですから、一石二鳥ですね。

もちろん、MLM のオンライン宣伝でも応用できます。

「資料を無料進呈します。」

などというありふれたものには見向きはされませんが、

前述の手法にさらに「ティーアップ」「2次信用」と呼ばれる2つのエッセンスを加えて、

「業界紙ネットオークビジネス新年号でも紹介された日本の MLM 業界を代表するトップワーカーA 氏直伝の『秘伝 e-MLM 成功マニュアル、私はこうして 成功した』を資料請求の方に先着無料プレゼントいたします。当グループへの割り当ては全部で 25 部です。お急ぎ下さい。この著作は、巷のノウハウ屋の使い古された陳腐な内容などではありません。トップ年収億単位の成功者自身のみが知る一般には知られていない本物のシークレットが数多く書き記されています。あなたの e-MLM は劇的な変化を体験することになるでしょう。尚、本秘伝書の著作権は全て A 氏に帰属し、不許複製となっています。コピーでの複製頒布ができないことをお詫び申し上げます。m(\_ \_)m」

ちょっと極端な度の過ぎるモデル文ですが、こんな広告が出せたら、3,000 円の広告予算で 20~30 人くらいは資料請求してもらえるかもしれませんね。

(上の広告文はフィクションです。)

高い広告レスポンスを得るためには、

常に古きものに新しいエッセンスを加えてみることを試みる

必要があります。

また、そうするとバリエーションが大きく広がります。

新鮮というのは昔も今も変わらない広告価値の一つです。

## ■保証をつける

これも購買心理学を応用した有効な手法です。

よく通信販売などで

「お買い上げ後、万一、お気に召さなかった場合、商品到着より 2 週間以内でしたら、いつでもご返品下さい。商品代金の全てをお返しします。」

などとありますね。あれのことです。

## ●お客様が購入という最終行動がとれない場合の

『心の中の不安と心配を除去して安心を与える』

という効果があります。

☆「最後の一押し」といったところです。

「こんなことしたら、返品で大変なことになる!？」

いいえ、心配ご無用です。

実際に返品する人は数パーセントもいないという実証された通販業会のデータがあります。なぜでしょうか。

1. 一応は欲しかったものが手に入って嬉しい。
2. 自己所有の意識が生じる。
3. 使ったものを返品するのに良心の抵抗が生じる。

そして、お決まりの文句がとどめを刺します。

「ただし、ご返品の際には恐れ入りますが、返品送料だけはご負担下さい。」

そうです。4.「面倒な荷造りをした上に」、5.「送料がかかる」…。

返品送料を払うという「損を嫌う心が生じる」というわけです。(^^;)

商材にもよりますが、一般的には

『保証することによる購買増加のメリットが保証による返品のリスクより大きいため、保証しない手はない』

とされています。

つまり、保証をすると(差し引き)得となるケースが多いというわけです。例えば(普通の粗利益であれば)保証することによって15人の購買増加となれば、仮にそのうち1人返品してきても差し引きで得ということになります。

※保証による購買増加とリスクの相関には個々の商材自体によるところもありますので、最初は小規模テストをされることをお勧め致します。

もちろん、こういった「保証をつける」ことはMLMビジネスにも応用できます。

「セミナーにご来場いただき、セミナー内容にご満足いただけなかった場合には、セミナー参加費の返金に加えて交通費として+2,000円をお支払いいたします。」

「製品を試してみても万一お気に召さなかった場合は、使用中の製品でも60日間いつでも代金を全てお返ししています。製品を試すのにあなたには一切のリスクはありません。(ご返品の場合、返品送料だけはご負担頂いております)」

「20日間は全額返金の保証がありますが、いまここで、ビジネスに参加するかしないかは決定しないで下さい。試供品を無料でお送りしますので、それを試されてからにしてください。試供品のご送付をご許可いただける場合は、下記よりお申し込み下さい…。」

「資料の無料請求を頂きましても、あなたには一切の義務も負担もないことを保証いたします。」

などなど、いろいろ考えられますね。

## ●スライディング効果

広告タイトルで興味付けして、広告本文まで誘導した後は、「本題に引きずり込む」ために、サブタイトルを用います。

広告タイトル→サブタイトル→本文というステップを「スライディングさせる」といいます。

サブタイトルは「本文の一部に要約的に触れる」という役割を果たします。

広告読者が本文を「真剣に読むための」導入の役割をはたします。

(例)

【特別公開】オンラインビジネスの極秘ノウハウ →タイトル

～1週間で38人リクルートできた驚異の手法とは？～ →サブタイトル

※メルマガ独占広告などではサブタイトルを本文冒頭に用います。

スライディング手法を用いると本文熟読率が数倍アップするとも言われています。

「なんだろうな～」を

『いったい何が書いてあるんだ！！』にするわけですね。

## ● ちょっと【復習】

今までの大切なところをちょっと復習してみましょう。

オンラインでもオフラインでも広告が溢れています。

その中で広告の反響(レスポンス)を得るには、

見出し(タイトル)が大切です。

しかも瞬間的に目を引くタイトルが必要です。

『広告レスポンスの全てはタイトルから始まる』のです。

ではどのような考えに則ってタイトルを作製したらよいのでしょうか？

それは、一言でいえば「欲求を刺激する言葉」ということになります。

そうです。欲求です。

理屈ぬきに「欲求感情に訴えかける言葉」です。

では、欲求とは何でしょうか？

もちろん個人差がありますが、

最大公約数的欲求は幾つかに集約されています。

### 1. 苦痛から逃れたい



## 2. 快楽を求める

広告レスポンスにつながる中心欲求はこの2つです。  
人は、Pain（痛み）とPleasure（快楽）という2つのことから、  
行動を起こすのです。

よく、セクシュアルな言葉が広告に採用されているのもこういった理由に  
よっているわけです。そしてビジネス広告に限定すると、

- 失敗したくない(損したくない・ノウハウを知りたい・ビジネス失敗の苦痛から逃れたい)
- 成功したい(お金が欲しい・儲けたい)

この2つが基本欲求であることが知られています。

特に、「苦痛から逃れること」に強い欲求を持つことが知られています。

たとえば、

1. あなたも収入UP！！
2. あなたの人生がこのまま貧乏で終わってもいいんですか？

この2つを比べると、人間心理により多くスイッチの入るのが  
2.ということになります。

これらの2つのP〔Pain（痛み）とPleasure（快楽）〕という  
人間の行動習性を考えてタイトルや広告本文を作るととても効果的です。

「ばかやろう！！」

という言葉が人を傷つけ怒らせるように、  
(失礼しました)m(\_ \_)m

★「感情」をくすぐり、「感情」にスイッチを入れる言葉があるのです。

「感情はメカニカルにはたらく」のです。感情のスイッチを入れてあげて「行動したい」と思わせる  
のが大切です。

従って、使い古されているようでも「苦痛から逃れたい」「快楽を求める」というキーポイントを刺  
激されてしまうと、どうしてもなく広告読者が反応してしまう言葉が存在しています。以前も書か  
せていただいたような…

「無料」「秘密」「ノウハウ」「スクープ」「初公開」「発見」「暴露」「プレゼント」「安心」「安  
定」「確実」「(具体的な)高収入」「成功」などに類する言葉です。

このような基本欲求を刺激するマジック・ワードの基本を踏まえたうえで、より斬新で新鮮な語感の  
キャッチコピーを作ることが高いレスポンスを得る秘訣となります。

### 【重要な事】

この集客法では人を説得して買わせるものではありません。あくまで、買う人を見つけていきます。言  
い換えれば興味の無い人をふるいにかけて、落としていくのです。そうすると、興味のある人、買う

人のみが自ずと残っていきます。

それでは次に、肝心の広告のタイトル・本文の作り方を解説していきます。

---

### 3. 広告タイトル・本文の秘訣

それでは、先ほどの集客UPマニュアルも頭に入れながら、広告のタイトル・本文を考えていきましょう。まずはじめはタイトルからご説明していきます。

#### ■広告タイトル

オンライン宣伝ではタイトルがとても大切となります。

メルマガ独占広告などでは広告本文を読者が読む読まないはタイトルの影響がほとんどであるとも言われています。どのような広告タイトルにしたら良いのでしょうか？

オンラインでビジネス展開している人は誰でも遭遇する難問ですね。  
ときには本文以上に脳みそに汗をかく必要があります。

まず最初に、よく引用されますが、早稲○大学のメールサークルOBでアクセス向上委員会の橋本さんの面白く素晴らしいウェブページがありますので、覗いて見ましょう。

<http://surfers.firstnews.com/jcatch.htm>

ツボをおもしろく解説しています。

次にかの有名な船井総研さんのウェブページもこっそり覗いちゃいましょう。これは凄いです。すべてよく読むと何日かかかるかもしれませんが、是非、バックナンバーの全編を読んでみてください。ヒントに満ち溢れています。

[http://www.funaisoken.co.jp/magazine/magazine\\_3.cgi?page=4&mag\\_id=126](http://www.funaisoken.co.jp/magazine/magazine_3.cgi?page=4&mag_id=126)

[http://www.funaisoken.co.jp/magazine/magazine\\_3.cgi?mag\\_id=123](http://www.funaisoken.co.jp/magazine/magazine_3.cgi?mag_id=123)

ご参考になったことでしょう。

■広告タイトルの唯一の目的は『広告本文を読んでもらうこと』です。

●広告タイトルは「認知・注目」と「興味」の2要素が肝心です。

●また、オンライン広告のタイトルは「目立つこと」が命です。

どんな優れた内容の本文でも、タイトルにインパクトがないと見てもらえません。タイトルはオンライン広告では最重要事項の1つです。

見込み客は「広告タイトル」に目が留まって、はじめて本文を読みます。

例えば道を歩いていて、人が倒れていた。  
(へんな例ですみません)

ビクッリして目が点になりますね。これが「タイトル」のコツです。

例えば渋谷の雑踏の中、素っ裸のストリーキングが走っていた。

あれだけの人がみの中でも、「何だ、あいつ！！」

目が・・・止まりますね。これが集客できる「タイトル」です。

タイトルは「ナンダ？」って思わせることです。

これを『フック』といいます。

タイトルの役目は「目を点にさせる」「目を止めさせる」ことです。

ただし「告知内容との整合性」を前提としなくてはなりません。

有名な(?)広告タイトルに

『手を上げろ！！ ほんとうに打つぞ』

というのがありましたね。ほんとうに目立ちます。広告タイトルの傑作のひとつです。

でも、いくら「注目」と「目立つこと」が大切といっても広告タイトルは「告知内容(本文)との整合性」を前提としなくてはなりませんから、どのような内容の広告文にでも用いるというわけにはいきません。

また、ひところ

『 Re:お世話になっています 』や『 緊急重要連絡 』

などのタイトルなどが流行りましたが、結果的に人を騙すことになってしまいますので、あまり好ましくありません。

また、広告タイトルは作成テクニックは画一的のものではありません。時に応じて相対的なものですので、柔軟に思考していかなくてはなりません。

色彩を例に挙げますと、一般に赤色とか黄色は目立つ色です。

しかしそれは、一般に赤色と黄色という原色が周囲に少ないからこそ目立っているのです。

皆が赤いブレザーコートを着ている集団に赤色の上着を着ていってもさっぱり目立ちません。むしろ、一般にはノーマルで目立たないはずの紺色の上着の方が目立ちますよね。

現在において『他とは違う』『意外性』ということがキーポイントです。

そして、

●『ビジネス宣伝自体をタイトルにしない』

ということも、実は重要なテクニックなのです。

これをメルマガのタイトルに当てはめると、

「今世紀最大…」(今世紀は始まったばかりなのに先日見ました)(笑)  
 「縁故募集…」  
 「最高のプラン…」  
 「凄い商材…」  
 「トップポジション…」  
 「絶対に儲かる…」

などの「これでもか!」という強烈な言葉でも、現在『ありふれていれば』メルマガ宣伝などでは逆にインパクトがなくなってしまう。

(オイ、またかヨ…というわけです)

しかしまた、(前述と矛盾しているようですが)

オンライン宣伝での経験則による「顧客感情をちょっとくすぐる言葉」(一般例)という慣用句的なものも存在します。

結構、低俗で安直な言葉ですが、何度見ても「読みたい感情」をくすぐるようです。

使用するかねあいが難しいところですが、これらの中の言葉のうち、『最近使われないようなものを選んで』『香りつけのエッセンス』程度に用いるとより効果的な場合があります。  
 以下に示します。

#### ●顧客感情をちょっとくすぐる言葉集(一般例)

「無料」「保証」「発覚」「極秘」「速報」「特報」「号外」「封印」「奇跡」「暴露」「告白」「緊急」「ついに」「禁断」「一挙公開」「オンライン初」「すべてを暴く」「全貌解明」「初公開」「スクープ」「オフレコ情報」「最新情報」「超絶」「秘密」「マル秘」「裏ワザ」「発見」「～は～だった」「〇〇〇とは?」「一変させる」「次世代の」「謎」「衝撃」「驚異」「極限」「選ばれた」「秘密」「秘法」「門外不出」「究極」「秘伝」「魔法」「劇的」「悪魔の」「天使の」「福音」「予言」「シークレット」「禁断の」「圧倒的」「ノウハウ」「最強の」「〇〇の法則」「プロ仕様」「超破壊力」「高性能」「新型」「強烈」「人気絶頂」「超豪華」「理想」「完全」「本当」「爆発的」「本気」「伝説」「最高」「限定」「危険」「究極」「極める」「必殺」「無敵」「過激」「大進化」「壮大」「歴史の証人」「史上最高」「名人直伝」「大興奮」「怒涛」「大満足」「白熱」「オモシロすぎ」「最前線」「大放送」「大分析」「一発必中」「驚き」「完全制覇」「決定版」「最終報告」「完璧」「伝授」「史上初」「プレゼント」「お買い得」「先着」「激安」「クーポン」「値引き」「お値打ち」「お楽しみ」「安心」「自由」「高級」「満足」「～放題」「賞金」「おすすめ」「即納」「無制限」「大人気」「ヒット商品」「儲け」「注目」「バカ売れ」「節約」「カンタン」「利息」「新登場」「有名」「感動」「期間限定」「大喜び」「明るい」「大評判」「大売出し」「極楽気分」「刺激的」「楽しい」「幸福」「思いのまま」「面白い」「一発」「効いた」「殺到」「凄い」「人気沸騰」「美」「強」「楽」「爆」「激」「幻」「在宅」「実益」「～億万円」「権利」「利益」「マネー」「財産」「高収入」「即金」「ハワイ」「南国」「自由自在」「あなた」「今なら」「今すぐ」「さらに」「もれなく」「たった」「しかも」「なんと」「誰でも」「アレ」「コレ」「バッチリ」「ズバリ」「ぴったり」「ピチピチ」「メキメキ」「ピカピカ」「コツコツ」「スッカリ」「モリモリ」「ラクラク」「ガッポリ」「ホクホク」「バンバン」「ガンガン」「ザクザク」「バーン」「ドンドン」「ドーンと」「ジャンジャン」「バリバリ」・・・etc

抽出したこれらの言葉だけ見ると、笑っちゃいますね。

「タイトル」は「本文との相関」が必要ですが、

★顧客心理を突いて、エモーショナルで目立つことが大切というわけですね。

最後のフレーズはパチンコ好きの方は何度聞いてもたまらないことでしょう（私も新海物語が好きです） o(^v^)^o

<参考>

### ●ちょっとしたテクニック

メルマガでオリジナル・タイトルが出せないところは論外ですが、メルマガなどでタイトルの字数制限がありますね。例えばタイトル全角 25 文字まで、といったものです。しかし、タイトルを考えると、この 25 文字全てで考えてはいけません。

???

全体は 25 文字以内でも最初の 8～10 文字がとても大切です。

それは、読者が見ているメールソフトの「件名欄」に一覧で表示されるのが、読者のメールソフトによっては 10 文字くらいのももあるからです。タイトルの最初の 10 文字にインパクトを込める必要があります。

闇雲にただノウハウなく目立とうとして、たまにこんなタイトルを見ることがあります。

### ★★★【【かつてない驚異のボーナスプラン】】★★★

これは全部で全角 25 文字ですが、メールソフトによっては「件名一覧」で表示されるのは、

### ★★★【【かつてな...

になるので、意味不明でインパクトが少なく、すぐにデリートの刑に処せらることになります。注意しましょう。

### ■下げ釣り広告で腕を磨こう

満員電車で揺られての通勤はなかなか厳しいものですが、週刊誌の下げ釣り広告で「広告タイトル」の勉強をしてみるのも面白いものです。

オンライン宣伝での広告タイトルの唯一の目的は『広告本文を読んでもらうこと』ですが、週刊誌の広告は「衝動買いしてもらうこと」です。

低俗ではありますが、コピーライトの『フック』のコツがつかめるかもしれません…。

「S議員の夜な夜な交遊録」

「なんだこれは！ 日比谷公園の怪」

「D女史が国会で追及されないほんとうのワケ」

「日本がハイパーインフレになる、これだけの理由」

サブタイトルなども巧みに用いて、衝動買いにスライディングさせる週刊誌の熾烈な販売合戦の広告のキャッチコピー技法はとても参考になります。

でも、最近は「ちょっと明かして、続きを隠す」チラリズムの手法が多すぎるようです。

【それでは、広告本文のご説明に移りたいと思います。】

## ■本文構成

いままでのいろいろな広告手法の各論を本文にどう盛り込んだら(配置したら)いいか、という基礎的な考え方です。

〈起・承・束・結〉

起承転結の誤記ではありません。「起・承・束・結」です。

一般に小説などの文章は「起承転結」を踏まえることが常道となりますが、ことダイレクト・レスポンス広告に関しての文章構成の定石は、「起承束結」が良いとされます。

起承転結に関しましては、いまさら述べる必要はないと思いますが、「転」にかわり「束」、すなわち、「(話を)まとめ」で解決策を提示して、広告目的(結論)にスライディングさせるわけです。

「束」には「転」の要素も含まれますが、この「束」の主意が「絞込み」となります。

(余談：「起・承・束・結」は、幼児教育学での作文法でもあります)

次に、この起承束結をより具体的にした広告文作成の公式を紹介いたします。

## ●PASONAの法則

顧客を行動へと導く有名な公式です。

P………問題点(共通の問題)

A………問題のあおりたて(ちょっと言葉が悪いですが…)

SO………解決策

N………絞込み

A………行動への呼びかけ

簡単な具体例で解説します。

P(問題点) 「不況がひどい状況になっています。」

注:必ずこの問題点自体が「そうだよ」と読者に共感をもらえるような内容にすることが鉄則です。ここで否定されると話が続きません。

A(煽りたて) 「サラリーマン4人に1人以上が1年以内に失業の不安を抱えていることが連合総研がまとめた調査結果で判明しました。(朝日新聞掲載記より)さらに、中高年の再就職が非常に厳しい状況が続き、昨年9月の有効求人倍率は50～54才が0.28、55～59才が0.19と過酷な状況となっています。……」

SO(解決策) 「私も団塊の世代でいつリストラされるか分からない不安を抱えていましたが、副業を得ることによってその不安から解放されました。複数の収入はこれからはなくてはならないものと実感しております。将来への不安が解消されたことは本当にありがたいものと実感しています。」  
(副業かぁ。なるほどね。でもどんな副業なんだろう)

- N (絞込み) 「副業といってもいろいろありますが、私のような資本ない者でもできて、なおかつ、高収入を得られる可能性のある MLM を始めたのですが、以前に抱いていた偏見とは全く違った素晴らしいものでした。時間的に自由に取り組めるというのも魅力で…」
- A (呼びかけ) 「もしも以前の私と同じく将来の生活に不安を感じていたり、何か副業をお探しの団塊の世代の方がいらっしゃいましたら、是非一度、ホームページを見に来てください。私自身が実証した自信を持ってお勧めできる凄いビジネスを紹介いたします。あなたの人生も私と同じように大きく開けるかもしれませんよ。さあ、今すぐクリック！ <http://www.abcdefg.ne.jp> (ダミー)」

概要は、こういった具合です。

注：説明の便宜上、ビジネス宣伝を文例としていますが、  
 「ビジネス自体の宣伝を前面にしない」  
 「最初から売り込まない」  
 「オファーを宣伝の中心にする」  
 「読者の悩みが解決されるように感情の共感を得る」などが、  
 基本の構成となります。

それではもう一つ P A S O N A の法則の具体例をご紹介します。

P A S O N A の法則、この眼目は、次の 3 つです。

- 問題の提示
- 問題の煽りたて
- 解決策の提示

町工場の零細企業の社長どうしの会話を例にしてみます…。

A 「いや～、景気悪いねえ。社長、どうだい。なんか良い話ないかい」

「あるわけねえだろう。こっちが聞きたいぐらいだよ。まったく」

B 「ところでさあ、5 丁目の〇〇さんのとこさあ、元請が倒れちまって、片手くらいの不渡りつかまされちまったみたいでさあ、年末は大変だったみたいだよ」

「えっ？、片手かい、そりゃ大変だ。ウチだったらもうマイってるね。取引している信金だって、いざとなりゃあ、あっち向いてホイだもんね。ウチの元請だってわかりやしないよ。おちおち寝てもいられねえ。経営者受難の時代だよなあ。サラリーマンになりてえよ。まったく。ハッハッハッ」

C 「まったくだ…。俺んともいつなんどきどうなってもいいように〇〇倒産防止共済に入ったよ。なにせ掛け金の 30 倍まで無担保融資だからな。従業員もいるしよ。転ばぬ先の杖ってやつで……。なんたって安心が一番だよなあ」

「〇〇倒産防止共済？ 掛け金の 30 倍まで無担保融資？おいおい、冷てえな。俺にももっと詳しく教えろよ！」

A が「問題の提示」、B が「問題の煽りたて」、C が「解決策の提示」にあたります。

「問題の提示」には必ず肯定される共通項が必要です。ここで反感を買えばPASONAの法則は破綻します。共通項が鉄則です。

(そのとおり、と思わせて)

いやらしい言い方ですが、さらに不安を増長させるようにします。これが、「問題の煽りたて」です。

そして、「解決策を提示」して(安心感を与えて)、目的とするところに誘導するわけです。

単純なようですが、これがダイレクト・レスポンス宣伝文の基礎となる構成です。

この基本構成を核にして

1. 「斬新な切り口・アプローチ」
2. 「ターゲット絞り込み」
3. 「2次信用の活用」
4. 「お客様の声(証拠)」
5. 「圧倒的な差別化」
6. 「欠点と失敗の活用」
7. 「魅力的な無料オファーをつける」(無料プレゼント等)※質より量
8. 「ベネフィット」(利点の供与、サービス)
9. 「限定」(すぐ、いつまで、何個まで等)
10. 「あまり知られていない事実・秘密」の開示
11. 「特別」(今だけ、あなただけ、キャンペーン)
12. 「～しないと損をすると思わせる」
13. 「確信」
14. 「繰り返し」
15. 「疑似体験」
16. 「逆説」

など以前に述べたことなどを盛り込み、本文構成を増強・補完してゆくわけです。

でも、基本となる「問題の提示」「問題の煽りたて」「解決策の提示」以外の増強・補完要素の全てを盛り込もうとすると無理があります。いくつかをブレンドして用いるわけですね。

それでは、ここでいままでの復習をしてみましょう。

## ■復習と整理

PASONAの法則の応用を中心に今までの各論を少し整理して見ましょう。

1. 広告タイトルを脳みそに汗をかきながら作る。

※広告本文を読んでもらえるかどうかの最初にして最大の難関です。

2. サブタイトルで興味付けを増幅させながら、本文へとスライディングさせる。

※「いったい、何が書いてあるんだ!」と思わせます。

【ここからPASONAの法則の応用です】

3. 共通の問題を提示する。



※「共通する」という点がポイントです。ここで反感をかうと全てが終わってしまいますので、注意が必要です。

4. 煽り立てる。(表現が悪いですね) (^\_^;)

※(3の問題を放置したままでは)～～になる。

※(言葉悪くいきますと)不安感が増大するように煽るということです。

5. 解決策を提示する。

※3、4が払拭される解決策を示します。

※安心感を与えるということになります。

※「2次信用の活用」などはここ(もしくは6)に入れます。

6. 絞り込む

※結論(広告目的)にスライディングさせるために5を具体化する。

※「お客様の声(証拠)」「圧倒的な差別化」「欠点と失敗の活用」などはここに盛り込みます。

7. 行動への呼びかけ(広告目的を達成させる)

※「今すぐ、クリック!」「今すぐお電話を」などと即行動を呼びかけます。

後では、顧客の戻ってくる確率が激減します。鉄は熱いうちに…ということですね。

※「保証」「希少性・限定の演出」「プレゼント」などはここに盛り込みます。

広告ではホームページへ誘うこと、ホームページでは資料請求させたり、MLに参加希望してもらうことが目的となります。決して、最初から売り込んではいけません。「階段」を用意してあげるのです。

直接的にリクルートを目指す広告よりも、第一段階として興味関心を持っている人(見込客)を集めることに専念した広告の方が数段簡単なのです。

どうでしょうか? みなさんおわかりになったでしょうか? これで広告タイトル・本文のご説明は以上です。

次はHPを作る上での大切な事をご説明します。

## 4. HP作成マニュアル

### ◆あなたオリジナルのHPを作る◆

まずご自分のHPを持つ必要があります(売りたい商品への誘導に使います)。

HPを持っていない人は作ってください。作れない人は作れるように努力してください。

HTMLから覚えて作る必要はありません。

ウェブ上では無料のHP作成ソフトもありますし、一度覚えてしまうと難しいものではありません。

HP を作れる人と、そうでない人の差はビジネス面においても大きな差が生じます。

私はビジネス以外に趣味の HP を持っています。そこそこのアクセスはありますから、その HP からビジネスの HP ヘジャンプ出来るように、リンクを張ってあります。この方法を使えば、狭い所にひしめきあっているビジネス系のジャンル以外からも集客が可能です。

このように、HP が作れれば活動範囲も広がり、ビジネスも加速するのです。

そして、その HP にあなたの写真を入れてください。人間くさい写真が良いです。

これは相手に仲間意識を心理的に植え付ける究極のテクニックです！ほとんどの人は残念ですが、これをしていません。

写真がない場合、反響は落ちます。一度確認に、写真のない HP とあるものと見比べてみたら良くわかります。

写真がないものはどこか信頼感が足りません。よく見かけるサイドビジネス系の HP は、自分を隠しておきたいのか顔写真が載っているのは、ほとんどありません。

ところが、同じビジネスでも産地直送を謳っている HP は、「私が作りました。」といって農家のオジさんが載っているではありませんか！それを見ると、ホッと安心しませんか？

女性の方で「顔が出るのはちょっと」と言われる方は仕方ありませんが、その場合はプロフィールを前面に出して、あなたを売り込むことに専念してください！

#### ◆プロフィール

写真を入れたら今度はプロフィールを入れてください。  
最初のページでも良いですし、ページリンクさせても良いです。 レイアウト等は自由です。

プロフィールですが別に特種な経歴は要りません。相手に安心感と仲間意識を植え付けければ良いのです。

#### 【構成文】

前述したように、あなたのメッセージを託してください。そして相手にここにはこれだけのメリットが有ることを強調してください。とにかく相手の感情をどれだけ揺さぶれるかです。

あまりに誇大な文や自分よがりなものは見るものも嫌気がさします。何より見抜かれます。

ですが、「ラーメン日本一」と言うようなものは必要です。  
そのラーメン屋は本当に日本一かどうかわかりませんが、その気概で 商売していますし、これは許容範囲だと私は解釈しています。

HP のページ数についてですが、 資料請求をさせるものでしたら 1 ページでも充分効果は出せます。資料請求させずに HP で参加者を出すのでしたら、4 ページ位使われたら 良いと思います。

ただ、この場合は相手に心構えができない内にビジネスを勧めるので 登録の確率は落ちますが手間は大幅に削減できます。どちらが良いかはご判断にお任せ致します。

#### 【レイアウト】

そんなに凝ったものでなくても良いと思います。  
あまりに良くできていて、業者が作った様なものと 人間くさが消えてしまいますから。  
うさんくさくないイメージが出て相手に興味を与えるものでしたらOKです。

#### 【体験談】

あなたがご活動を始めれば多くの方の声がメールで届くようになります。  
その方達の声を経験談としてHPにアップすれば信頼性が高まります。  
体験談をアップする前にHPでの公開の許可は取ってくださいね。

#### 【資料請求】

資料請求を行う場合は、HPで公開できないもう一步踏み込んだ話ができますので、その辺りをメリットとして生かせば良いと思います。

本当の所は資料は2～4回位に分けて配信した方が良いでしょう。

資料は資料として、そこでは、売り込みはしないでください。

資料は有益な興味を引くものを考えてください。

受け売りでも構いませんが嘘がなく相手になるほどと思うものがベストです。

最後の資料で売り込みをします。

数回の資料配信で相手もこちらの方に不信感をぬぐい去り、上手くいけばあなたのファンになっているはず。最初は赤ずきんちゃんに出てくるおばあさんになることです。資料請求でいきなり狼になったら資料請求者はびっくりして逃げていきますからね。（笑）

#### 【一連の流れをもう一度】

メルマガに簡単な宣伝をします。

その場合多くを語ってはいけません。見る人に「おやっ」と思わせ、クリックさせるところまでが良いのです。

クリックしたらあなたのHPが現れます。

そこで相手に最低5秒以上感心を持たせる内容でしたらOKです。

人間は一瞬に判断します。興味を引けなければあっさりHPは閉じられます。

そこで死ぬ気であなたの思いをHPにぶつけ相手を感動させる必要があるわけです。

あなたのHPを読まれビジネスや商品に興味を持たれた人が次に資料請求してきます。

コツさえ掴めば資料請求迄でしたら本当に簡単です。

資料請求された方には情報配信します。

ですが、絶対に最初から売り込みはしないで下さい。

ただしメリットは強調していきます。ある種の暗示を植え付けていくわけです。

相手もこちらが売りこんでいかないので不快感は持ちませんし、ほんの少しでしょうがあなたに仲間意識を持ち始めます。

最後で何気なくお誘いをかけます。

ここであなたを相手が受け入れてくれていけば相手から申し込んできます。

気づいているかも知れませんが基本はオンラインもオフラインも同じです。

## 【補足】

以上が HP での集客法の大まかなものです。  
知ってしまったら何だこんなものかと思われたかも知れません。

「牛乳瓶のふたの耳」みたいなものです。ちょっとしたことですね。  
それから、一度資料を請求された方の記録は残しておきましょう。  
その時、参加しなくても後で参加したい気持ちになることは良くあることです。

たまに、ご機嫌伺いのメールや新規ビジネスの案内など出されても面白いと思います。  
私も資料請求者で参加されなかった人に新ビジネスの案内をしてみたら良く登録者が出ます。

結局、相手は何かを求めているからです。失礼な人も時々いますが、これは避けて通れませんので宿命です。それからこの集客法はMLMでも何でも使えますので範囲は広いですよ。

さて、ここまでをよく理解されましたら、早速宣伝してみましょう。  
先にお伝えした集客UPを活用しお客様を誘います。

---

## 5. 宣伝

それでは、この仕事でかりたいせつな「宣伝」の仕方をご説明します。

大抵、メルマガや検索サイトを使ったら色々出てきます。あと、購読用にされているメルマガの中で、目に付きやすい広告会社あればチェックしときます。ご自分が目に付いた！という事は、ほかの人も目に付きやすいのです。

付録にメルマガ集を作っていますので、参考にしてください。

広告会社でもかなりたくさんあります。その中からいい広告会社を選ぶのは大変です。

そこで、ある程度基準を決めて選んでみたらどうでしょうか？  
下記にその基準を書きましたので、参考までに見てください。

### 【広告会社を選ぶコツ】

「1日に8回も9回もメールマガジンを発行しているところ」はたとえ発行部数が多くても広告の反応はかなり悪い場合があります。

購読者への日あたりの広告量が過剰となっているからです。  
「あっ、また広告だ…。」とデリートされるわけです。(涙)  
(きっと、皆様にもそうして広告を削除した経験があるのではないのでしょうか)

バックナンバーで「日あたりの広告配信数は要チェック」です。  
広告配信依頼をして数日待たされるくらいのところがいいかもしれません。  
(もちろん、即日配信をしてくれる業者さんでも優良なところはあります)

これらの点をバックナンバーなどで確認して、メルマガを選定しましょう。

また、「購読者数」や「広告単価の安さ」ばかりを重要視してメルマガ選定をしてはいけません。

創刊間もない少ない読者数のメルマガでも、発行者が真剣にコンテンツを作っているメルマガでは、読者もコンテンツをよく読むので、結構な広告反応を得れる場合もあります。

また、発行者自身のメルマガで、何回も広告キャンペーンなどを打っている業者には注意が必要な場合があるという意見を最近よく聞きます。

一般的に「いい業者の見分け方のポイント」は、そのメルマガに2週間以上の間隔を経て何回も同じ広告を出している人がいる場合は良い宣伝媒体としてのメルマガといわれます。

宣伝効果があるので何度も広告出稿しているわけです。

(2週間以内に同じ広告が出ている場合は、連続掲載申し込みによる可能性が高く、上述の判断は適用されないかもしれません。)

広告単価の経験則としましては、1配信あたりの単価が相場より少し高いのですが、「0.15~0.2円」くらいのところが当たりはずれが少ないようです。

(もちろん、単価が安くとも優良なところはたくさんあります)

少し広告料金は高いですがクリック保証型の独占広告が一番いいと思います。

(独占広告の相場は7000円~8000円です。先払い・後払いとありますので、そのへんは貴方様のお好きなほうをお選びください。)

少し長くなりましたが、大体こんな感じです。

《参考》

お客様の反応を得る言葉とは？

「消費者は感情で買い物をする」と言われています。

面白そう、楽しそう・楽になれそう(肉体的・精神的に)

・気持ち良さそう・美味しそう・幸せな気分になれそう・くつろげそう・・・

このような感情にハマった時、多くの人が消費行動に向かいます。

言い換えれば、お客様が買いたくなるような演出をすればいいのです。

インターネット通販で儲けるためには、この演出にすべての知恵とアイデアを集中させるのが近道です。

モノを売る仕事をしている人なら誰でも知っている定石があります。

誰もがスーパーマーケットのチラシや店内POP、ダイレクトメールや雑誌広告、テレビ通販などで日頃からよく目にしていることばかりです。

しかし、自分のホームページを作ってビジネスを始めると、ほとんどの人がこの「お金を稼ぐノウハウ」を忘れてしまっています。ここで1度、どんなノウハウがあるのか復習してみましょう。

このページで紹介するテクニックとノウハウはすべて、長年にわたって、たくさんの商売人が実践してきたことばかりです。これらのテクニックをいかにしてインターネットで実現するかが、成功への第一歩となるでしょう。金儲けの定石はこれだ！すべて日常生活で目にしているはずなのに、自分が売る立場になると、つい忘れてのことばかりです。人間の購買行動パターンを熟知した上で、インターネットをどのように活用するかが腕の見せ所です。

カラー

黄色と赤の組み合わせはアイキャッチの王様。

(例：マクドナルドは赤地に黄色のM) ワンポイントで使うと、より効果的。

POP、のぼり、看板、広告にアクセントを生む。

赤と白もOK。金色は上品に使うこと。

金色は多用すると下品になる。

文字書体

- 明朝体とゴシック・・・事務的、ビジネス向け
- 勘亭流・・・縁起もの、日本独自の雰囲気
- POP書体・・・女性向け、親しみやすさ、気軽さ
- 草書・行書体・・・日本の伝統、シニア層向け

魔法のキーワード

消費者が反応する言葉はこれだ！

無料 現金 特典 プレゼント 割引 値引き クーポン 賞金 先着 おすすめ お買い得 お値打ち お楽しみ 安心 保証 自由 即金 カンタン 日本一 激安 高級 ～放題 無制限 ヒット商品 バカ売れ 注目 大人気 成功 満足 儲け 節約 明るい 大喜び ～王 在宅 極秘 秘密 秘伝 門外不出 有名 究極 極楽気分 刺激 感動 期間限定 大売り出し 思いのまま 趣味と実益 月収～万円 利息 印税 高収入 人気沸騰 高騰 大評判 一発 治った 効いた 美 強 楽 爆 激 猛 面白い 新登場 初公開 カタカナの魔術

キャッチコピーを見た人の感情を揺さぶる表現はこれだ！

ジャンジャン ウハウハ ドンドン ザクザク ガッポリ バッチリ ピッタリ ピチピチ モリモリ スッキリ ポッキリ ピカピカ バンバン ズバリ ガンガン ドカ～ン ムラムラ メキメキ コツコツ ホクホク アレ コレ

誘導

消費者が商品を見て購入するまでの最短シナリオ

あなた 誰でも カンタン ～するだけ なんと 今なら しかも さらに もれなく たった 今すぐ

数字の魔術

消費者が反応する価格は98（キューハチ）か均一である 100円均一 980円 1980円 2980円 9,800円 19,800円 98,000円

ちなみにアメリカでは0.99（ドル） 9.99（ドル）が多い

文字の大きさ

消費者のメリットは大きく 消費者の不利益・注意事項は小さく

次に、申し込みの対応についてご説明します。ここでもう一つ、お客様の購入心を煽り情報を買っていただきます。

## 6. 申し込み者への対応

さて、ご自分のHPを作り、広告を出しそこから今回の情報の申し込みがありました。この段階ではまだ、申し込み者の購入確立は、申し込み件数の役3分の1ぐらいです。

それではどのようにしたら、この購入確立はあがるのか？！方法はいたって簡単です。

まず、申し込み者に送るお振込み先がのったメールにこんな文章を入れておきます。

<例>

尚、通常〇万円のところ特別に〇千円でご提供しておりますので、お支払いは5日以内にお願いします。  
お申し込みをされたにも関わらずご入金されないとトラブルの原因になりますので、キャンセルの場合は 早急にご連絡下さいませ。

この文章を入れるだけで、3分の1の確立が5分の1ぐらいの確立に変わります。

あと、HP 自体に「限定〇〇名様まで・・・」とか、「即決購入者サービス中につき・・・」など色々お客様の購入心をくすぐる言葉はあります。

ちょっとした事でも、収入に繋がる事がありますので一度ご自分で考えてみて「これは自分でも勝ってしまいそうだ」というものは試して見て下さい。

---

## 7. 金額設定

金額についてですが、貴方様のご自由に販売してください。ですが、あまりに販売価格を低くしてしまうと、情報の質が落ちるため、1万円～3万円ぐらいを目安にしていかがでしょうか。もし販売価格を変えられるのでしたら、分割などしてもらっても結構です。

---

## 8. 注意事項

この情報自体をHP 上や広告で宣伝しないでください。私もこの情報を買って下さった方だけにお教えしています。情報の一部を開示すううことは構いません。

「継続的に儲けていくための対策」

- ・ 広告タイトル、広告文は私の真似をあまりしないでください。ですが、参考にするのは全然かまいません。
- ・ 成功できる方法をあなたが取れるためにも、出回っているメルマガを読み、マーケティング手法をきっちりと学んでください。
- ・ その学んだマーケティング手法や、ネット業界上の有益な情報を時折まぜていき販売してください。

「稼ぐ上での法律的課題」

- ・ 嘘は絶対つかないでください。（1日100万円稼げる！など） 詐欺行為になる恐れがあります。
  - ・ 特定人の名前を出す行為や著作権を侵害する行為は絶対にやめてください。
  - ・ 広告の際には、「確実」「保証」「絶対」「本当に」など、儲かる事を確約するような文章は事実でない限り極力避けてください。誇大広告はトラブルの原因となります。
-

## おわりに

お分かりになりましたでしょうか？ え！？,

「こんなくだらない情報、1万の値打ちあるものか！」ですって？

それでは、あなたはどんな物差しで計りましたか？情報というのは計るものがないのです。

ある人にはゴミみたいなものですし、ある人には3万どころか何十万もの価値を見出すかもしれません。また、この種の情報は使って始めて価値が分かるものです。単なる知識として知るだけなら、本当の価値は見出せません。

ただ、一般的な常識ということで判断した場合、例えばこの内容がどこにでもある誰でも知っているサイトの情報であれば確かにペテンかもしれません。

ペテンにかけてそのペテンをまた他の人に転売しろ！

というものであれば、真面目な人にはできないかも知れません。

しかし、この情報は少なくともそういった類では無いはずですよ。私も自信を持っています。なによりも実際にこれで実績を上げているのですから。貴方も自信を持ってこの情報そのままでもいいですし、アレンジするなり、追加するなりして、

あなたオリジナルの高価な情報に仕上げて下さい。

最後にあなたのビジネスの進め方についての注意点をまとめます。

① 案内文は、私のを参考にできるだけ人の気を引く様に、また「買ってほしい」という様な表現にしないことです。「欲しいんなら売るよ」といった、売り手市場にする事が重要です。押せば引く、引けば来るの原理です。

② 案内文にも対応でも中身を絶対に伏せることです。それで要らないという人は無理に追わないことです。そうすると、しばらくしてそれらの中から何人かは申し込んできます。追いかけると例外なく全て去っていきます。去るものは追わずです。

③ 短期勝負を意識することです。  
といっても1年や2年は大丈夫と思いますが。  
この情報が知れ渡ってしまえばかなり難しいでしょう。  
インターネットではすぐに情報が飽和状態になってしまいますから…、  
短期集中で大金を手にするのです。

④ この情報をどう扱われようと自由ですが、すべて自己責任において行動して下さい。  
それから、これが最後のお願ひですが、お金が入ってきたら心も豊かになります。  
その豊かになった心で、次の人のことも考えてあげて下さい。  
ある程度儲けたら、次の人も儲けられるように、活動をゆるめて次の人のために席を譲るようにして下さい。

そして、あなたは儲けた分を資金にして、あなた独自のビジネスを立ち上げ 更に大きく儲ければよいのです。 あなたの今後の成功をお祈りしています。

---



## 付録 メルマガ集

わくわくビジネス <http://page.freett.com/puritoku/13/waku.htm>

ライフプラン2 <http://www5e.biglobe.ne.jp/%7Elifeplan/life.html>

夢のある在宅ビジネス <http://homepage2.nifty.com/vivichan-ktomo/index.htm>

ゆびぱっちゃんメルマガ <http://www2.odn.ne.jp/%7Enumber-1/yubipacchin/>

儲けま速報HP紹介 <http://www.d4.dion.ne.jp/~fujita.y/>

儲かるビジネス紹介マガジン <http://www20.big.or.jp/%7Egenkinet/business/>

めるまがエイト情報局 <http://www6.ocn.ne.jp/%7Emelмага8/>

めちゃ得マガジン <http://www.togari.co.jp/toku/mail.html>

まるとくホームページ情報 <http://www.bc.wakwak.com/%7Emaru/mmtouroku.htm>

まるとく情報局 <http://www.yyshop.net/marutoku/>

まるとくホームページ宣伝 <http://www.glnets.com/%7Emarugoto/>

マネーの羊 <http://page.freett.com/hatimitupu/>

ホットなビジネス情報 <http://yokohama.cool.ne.jp/fuji7/hotbusiness.htm>

ぽっかぽっか総合HP宣伝 <http://www.galstown.ne.jp/sozai/poka/merumaga.html>

ホームページ宣伝計画 <http://www.kyokuei.co.jp/formzb/form.html>

ホームページ情報センター <http://www9.ocn.ne.jp/%7Emugen/hpic/>

ホームページ全国宣伝便 <http://fnet2001.gooside.com/mm/magazine.htm>

ホームページ紹介マガジン 宣伝 <http://e-shoppers.hp.infoseek.co.jp/>

ホームページ紹介マガジン <http://www.ne.jp/asahi/toku-toku/net/f.form1.htm>

ホームページ紹介！アクセスUp <http://www.up-city.net/>

ほーむぺーじさーち <http://www.af.wakwak.com/%7Etemu/hphp/sa01.html>

ホームページ交流会 <http://members.tripod.co.jp/dream999/>

ホームページ更新しました！ <http://www.hpkoshin.com/keisai.html>

ホームページ宣伝 ちんどんや <http://www.chindonya.ne.nu/>

ホームページA.Uクラブ <http://www.h2.dion.ne.jp/%7Ewebm/hpfiles/from2.htm>

プレゼント付ホームページ <http://homepage2.nifty.com/ELC/mail-maga.htm>

プナヘレのサイドビジネス <http://www7.ocn.ne.jp/%7Epunahere/magazine.html>

副業の館 <http://jtunet.tripod.co.jp/>

在宅副業日記 <http://plaza15.mbn.or.jp/□sideline/melmaga.html>

必勝！ビジネス Chance <http://www.h5.dion.ne.jp/%7Eorange1/>

必見！！ビジネス情報 <http://freett.com/2kh/index.htm>

ビジネス良品 [http://homepage2.nifty.com/po\\_net/mmfree.htm](http://homepage2.nifty.com/po_net/mmfree.htm)

ビジネス・ニュース <http://www9.ocn.ne.jp/□mugen/news/>

ビジネス特報 <http://nigiwai.net/tukaitaosu/merumaga.htm>

びじねす亭かわら版 <http://www.h5.dion.ne.jp/%7Eamunago/koukoku.htm>

ビジネス宅急便 <http://www.formman.com/form.cgi?cKpTGFiwXkwlpWxJ>

ビジネス宅配便 <http://members.tripod.co.jp/btakuhai/index-2.html>

ビジネス専門マガジン <http://www.mie2.net/magazine/>

ビジネス情報ランド <http://sora1117.hp.infoseek.co.jp/touko.html>

ビジネス情報マガジン From・B <http://www.kjps.net/user/prado95/>

ビジネス情報 ポジティブ <http://www.mystery1.com/p3.html>

ビジネス情報宅急便 <http://www.koukoku2003.ne.nu/>

ビジネス情報倶楽部 <http://k-free.com/bjc/muryo.htm>

ビジネスサイト情報館 <http://www.formman.com/form.cgi?kP4l0ryS7wJcDdc0>

ビジネスNet <http://homepage3.nifty.com/b-net/>

ビジネス cafe <http://www9.plala.or.jp/cafe2/>

ビーパークビジネス情報 <http://www.mie2.net/magazine/b-toukou.htm>

パラパラ通信局 <http://2style.jp/paraparaweb/toukou.html>

ハッピー！ビジネス HP 宣伝ページ <http://page.freett.com/puritoku/10/ha.htm>

ハッピー情報&宣伝マガジン [http://page.freett.com/heart\\_paladice/31/happy.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/31/happy.htm)

発見！ネットライフPR通信 <http://hpcgi3.nifty.com/s-net/mag/smagm.cgi?f=disp>

パソコン de 在宅びじねす <http://miracle21.hp.infoseek.co.jp/form.htm>

ネットビジネス応援マガジン <http://www.formzu.com/formgen.cgi?ID=2856470>

ネットナビ [http://page.freett.com/heart\\_paladice/32/kmkikaku.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/32/kmkikaku.htm)

ネット情報誌 <http://www.jyouhousi.com/muryoumousikomi.htm>

ネット情報局 <http://kon0104.hp.infoseek.co.jp/business-toukou.html>

トップサイドビジネスマガジン <http://www.cgi-maker.com/tools/form/tsmag>

とくダネ！ネット通信 <http://www.rendeboo.com/%7Etokudane/muryou.htm>

特撰ビジネス10 <http://ww51.et.tiki.ne.jp/%7Euhs3/tokubus10mag.html>

得するセカンドマガジン <http://k-free.com/rescue/form.html>

ティプジン・えがおLife 情報 <http://www.aq.wakwak.com/%7Eykmirai/mtoukou.htm>

ただで得しよう <http://book-i.net/tadatoku/>

たからばこ <http://www2.ocn.ne.jp/%7Emililin/index.html/pochi/muryoutoukou.html>

速報情報局 <http://www.h3.dion.ne.jp/□ho-shi/a-mu/>

速報！在宅ワーク最新情報発信屋 <http://ww41.tiki.ne.jp/□tnnet/zaitaku-muryou.htm>

宣伝ビジネス編 <http://www.hopeful-life.com/mg/sendn/html1.htm>

セリーナのWEB 宣伝 <http://park.ruru.ne.jp/circle/serena/toukou.htm>

セバスチャン <http://page.freett.com/KYTH/m-form.htm>

生活改善チャレンジ情報 [http://page.freett.com/heart\\_paladice/0063/Life.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/0063/Life.htm)

生活応援 得々クラブ <http://www.tokutokihome.com/user-cgi-bin/merumaga/saitotoukou.htm>

すぐやる情報マガジン <http://www.s-syo.net/ssyo/acup/mm.htm>

すぐ見て Watch マガジン <http://www5b.biglobe.ne.jp/□cater/watch/muryo.htm>

スーパービジネス通信 [http://www.wgrove.com/bekkan/yomi-mailer/y\\_mail.cgi?id=magazine01](http://www.wgrove.com/bekkan/yomi-mailer/y_mail.cgi?id=magazine01)

初心者のためのSOHO <http://www.hpmix.com/home/maitan/E4.htm>

情報サイト通信局 <http://www.formman.com/form.cgi?2pbArE9PswrsiGTV>

情報 NET マガジンビジネス <http://www9.plala.or.jp/cafe2/>

自宅で副業・独立宣言 <http://www.jitakudesoho.jp/toko.htm>

幸せ運ぶ情報マガジン <http://www.geocities.jp/orionvqad/mailmagazine/orderform.html>

サファイヤのHP 宣伝隊 <http://tcup7004.tripod.co.jp/sapphire77/bbs>

ザ・代理店ビジネス！ <http://www.ftplan.com/age-koukoku.htm>

サイドビジネス列伝 <http://homepage3.nifty.com/retuden/>

サイドビジネス始めたい人集合 [http://www.geocities.co.jp/WallStreet-Stock/4220/syuu\\_001.htm](http://www.geocities.co.jp/WallStreet-Stock/4220/syuu_001.htm)

サイドビジネス通信 <http://hccweb1.bai.ne.jp/t-net/36704237/muto.htm>

サイドビジネス大好き <http://eggs.3nopcode.com/>

さいどビジネス <http://www.formman.com/form.cgi?V6JNYqGHhQNlUpwM>

在宅ビジネス大好き <http://eggs.3nopcode.com/>

在宅 SOHO EXPRESS <http://www.neo-create.net/express/toukou.htm>

最新サイト最前線 <http://www.bega22.com/saisin/muryoutoukou.htm>

子育てママ応援マガジン ぽのぽの <http://www.d1.dion.ne.jp/~cxshin/sub4.html>

激々HP 大宣伝マガジン <http://www8.ocn.ne.jp/%7Esweet-cc/melmaga.html>

元気くんのビジネス紹介宅配便 [http://page.freett.com/heart\\_paladice/35/genkikun.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/35/genkikun.htm)

がんばれ My ビジネス <http://kanopa.tripod.co.jp/page004.html>

簡単在宅ビジネス情報 <http://easynet.gooside.com/>

価値ありサイト情報 <http://www.bc.wakwak.com/%7Emaru/m2/muryou.htm>

お宝ビジネス鑑定団 <http://plaza8.mbn.or.jp/%7Ecyou/kantei/>

お小遣い情報隊 <http://members.tripod.co.jp/garfood/index-18.html>

お金儲けねっとマガジン [http://www.okanemouke.net/cgi-form/melma\\_toukou.html](http://www.okanemouke.net/cgi-form/melma_toukou.html)

エスビーブック <http://link.cside.com/sbbook/mu.html>

ウキウキ HOT ビジネス [http://www.ringnavi.net/index\\_magazineregist.html](http://www.ringnavi.net/index_magazineregist.html)

インパクト3000 <http://members.tripod.co.jp/tm1960/index.htm>

インターネットビジネス最新情報2 <http://shizuoka.cool.ne.jp/planet5/toukou/index.htm>

いっぺこっぺマガジン <http://web2000.kakiko.com/ippecom/toukouhoum.htm>

急げ！弱者救済ビジネス <http://www.formman.com/form.cgi?5sM1lOuTMho79HIT>

あるあるネット de サイドビジネス <http://www.cute.to/%7Emm01/wind/bg8.html>

あっとナビPC <http://webstar.jp/%7Etiagent/order.htm>

アクセスNET通信 <http://www.rendeboo.com/%7Eaccess/>

アクセスアップめるまが <http://power.he.net/%7Earidanet/business/mm-weekly.htm>

アクセスアップ応援 <http://homepage2.nifty.com/hm-soho/>

アクセスUPマガジン <http://www.manmos.tv/hpw/hpwtoukou.htm>

アクセスUPサプリメント <http://www.patora3.com/muryou-1.htm>

アクセスUPいっぱいマガジン <http://tn.tuu.jp/PrexScripts/A-003/tou-1.html>

ZINC'S お役立ち情報 <http://www.formman.com/form.cgi?yfVRJjvkaTZyZ3sg>

WWW 情報BOX <http://www.glnets.com/□www/muryo/index.html>

Weekly よむ・よむ <http://www.freelance-agency.net/yomu2.htm>

WEB プレスSOHO編 <http://www.noacclub.com/webpress/cmfmail1/cmfmail.cgi>

Treasure News [http://treasure\\_news.tripod.co.jp/#無料投稿フォーム](http://treasure_news.tripod.co.jp/#無料投稿フォーム)

TouKou Magazine <http://csx.jp/%7Ecdr/free.htm>

TokuMaga <http://www.formman.com/form.cgi?A3MSOBiHkCyH1E82>

The 投稿屋 <http://www.shipline.jp/peji3/dokusen.htm>

THE 宣伝サイト情報 <http://www.bega22.com/m2/>

SWin Search サイト情報局 <http://www.swin-service.com/search/form/muryou.html>

SOHO 通信 <http://homepage3.nifty.com/e-planner/top.htm>

SOHOアクセス情報 <http://www5.nkansai.ne.jp/users/miranokobo/index10.htm>

SOHO <http://www.formman.com/form.cgi?rIGhwI3eLiCzQEXF>

Quick Mag Cup <http://page.freett.com/puritoku/26/cup.htm>

PuriMaga ビジネス <http://page.freett.com/puritoku/index.htm>

P&D ビジネス情報 <http://www.formman.com/form.cgi?L5Xmyfrzw0vMuhbV>

NORIMAGA <http://www.cgi-maker.com/tools/form/norimaga>

NET NEWS WRJ <http://www.ryu-ju.com/formmail/mrt.html>

Net-Navigation <http://www.net-navigation.com/html/free.html>

my ビジネス <http://www.arkworld.co.jp/arban/ban2.htm>

Mama 得情報 Express <http://www.formman.com/form.cgi?v0o2aUaM7xZrycBe>

K i r a r i ビジネス専門2 <http://page.freett.com/puritoku/10/bi.htm>

joy magazine <http://form.tok2.com/home/tibimaru/index.html>

JOB-JOY PRESS <http://www5d.biglobe.ne.jp/%7Ejob-joy/JOB3.htm>

J - N A V I C L U B <http://www.access-j.net/navi/touko.html>

Icmaga <http://icmaga.tripod.co.jp/>

ICHANBOX <http://kanemituya.hp.infoseek.co.jp/>

HP なんでも紹介マガジン <http://www.ne.jp/asahi/nagano/hokusin-net/mag/index.htm>

HP ☆宣伝★便 <http://www.hopeful-life.com/05/prpr/html1.htm>

HP 宣伝大作戦 <http://www.estyle.ne.jp/hpsenden/>

HP 情報誌～THE SHINING FUTURE <http://ks-net.pro.nu/>

HP アピールマガジン <http://melbiz.tripod.co.jp/>

HP・MM 宣伝エキスプレス <http://page.freett.com/yappie/toukou.htm>

HOPEFUL-LIFE <http://www.hopeful-life.com/mg/HOPEFUL/html1.htm>

G O L D - W I N G ～金の翼 [http://page.freett.com/heart\\_paladice/33/goldwing.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/33/goldwing.htm)

GoldRush 情報局 <http://www.formman.com/form.cgi?tcfT0k1lPkCooCoo>

Fine!マイホームページ <http://itsfine.tripod.co.jp/>

E - A C C E S S <http://eaccess.hp.infoseek.co.jp/muryo.html>

DREAM マガジン <http://www12.wind.ne.jp/magic/meluma.html>

C H A N G E ・ ザ ・ ライフスタイル2 <http://eprogress.tripod.co.jp/prike.html>

Chance <http://www.h5.dion.ne.jp/□orange1/page003.html>

CB マガジンワイド版 [http://www.southernnet.jp/net\\_k/index2.html](http://www.southernnet.jp/net_k/index2.html)

A L F A ビジネスマガジン <http://www.h2.dion.ne.jp/%7Ealfa/sub3.html>

A D V E R T I S E <http://www.formman.com/form.cgi?ZlvBmX3e5eQXzJ3d>

A c c e s s U p - C l u b <http://www.accessup-club.com/>

一括投稿！メルマガ通信局 <http://www.ylw.mmtr.or.jp/%7Ejkondou/ikkatsu/senden.htm>

H P 宣伝クラブ <http://homepage3.nifty.com/sopy/HP/index.htm>

美容・健康マガジン <http://www.itts.to/magazine.php?pgs1=2>

ウィークリーまぐまぐ <http://www.magclick.com/>

W e s t V i l l a g e <http://homepage2.nifty.com/nisimura/>

H P アクセスアップ応援隊ホームページ得とく情報号 <http://www.toku2navi.com/yuuyou1.html>

H P 宣伝大作戦！ <http://www.estyle.ne.jp/hpsenden/>

情報カプセル Best <http://best.pinky.ne.jp/top.htm>

Lucky smile <http://www.hct.zaq.ne.jp/cherry/mousikomi.html>>

PR 応援マガジン <http://www.ride-ring.net/rol/fchp/A052/>

めるまがエイト <http://www6.ocn.ne.jp/~melmaga8/>

WWW おトク情報 BOX <http://www.glnets.com/~www>

最新はなまる P R <http://www.hpmax.net/~hanamaru/>

夢のある在宅ビジネス [http://y7.net/dreamwork\\_yu](http://y7.net/dreamwork_yu)

ホームページ宣伝マガジン <http://success.k-free.net/>

急成長在宅情報&耳より情報独占広告 <http://www1.odn.ne.jp/~cdb58550/index.html/p2.html>

女性にも出来る!!サイドビジネス [http://www.e-anb.com/mailmag/02/women\\_side/index.html](http://www.e-anb.com/mailmag/02/women_side/index.html)

サイドビジネス成功道入門 <http://www.maxline.org/jyoho.htm>

とくダネ！ネット通信 増刊号 <http://www.rendeboo.com/~tokudane/>

価値あり！サイト情報 増刊号 <http://www.bc.wakwak.com/~maru/m2/>

まるとくホームページ情報 増刊号 <http://www.bc.wakwak.com/~maru/index.htm>

HP+情報マガジン <http://www.intent-net.com/>

最新サイト最前線 <http://www.bega22.com/ikkatu>

G O L D - W I N G [http://page.freett.com/heart\\_paladice/33/goldwing.htm](http://page.freett.com/heart_paladice/33/goldwing.htm)

WEB エキスパート JAPAN <http://www.interq.or.jp/leo/amm/top.htm>

宣伝支援マイドリームホーム <http://www.mdh-oi.com/daikou/>

ネコの手カシ隊 <http://s1.buttobi.net/randk/>

本気でアクセスアップ <http://freehost.kakiko.com/sakura/honki/access.htm>

ビジネス満載広場！独占広告 <http://www.topworld.ne.jp/tc/ingxs/hiroba/yuryou.htm>

最新デジタル総合情報誌 <http://www5b.biglobe.ne.jp/~cater/watch/watch.htm>

クロねこネット <http://yumeannai.fc2web.com/kuroneko.html>

女性のための SOHO マガジン [http://www.e-anb.com/mailmag/women\\_soho/index.html](http://www.e-anb.com/mailmag/women_soho/index.html)

サイドビジネス成功道入門 <http://www.maxline.org/jyoho.htm>

お仕事、探して！見つけて！ <http://www.topworld.ne.jp/tc/ingxs/osm>

アクセスUP応援マガジン <http://botan.ktplan.jp/>

PR 応援マガジン <http://www.glnets.com/~zaibiz/>

L e t ' s 在宅 <http://www.e-anb.com/mailmag/02/lets/index.html>

アップサイトマガジン <http://www.bega22.com/upsite/>

メルマガ通信 <http://www.e-anb.com/anblia/ad/index.html>

本気でアクセスアップ！ <http://freehost.kakiko.com/sakura/honki/sendin.htm>

セバスチャン増刊独占広告 <http://page.freett.com/KYTH/advan.htm>

皆で SOHO しましょ！ <http://www.e-anb.com/mailmag/02/minasoho/index.html>

主婦のためのお得情報マガジン <http://www.e-anb.com/mailmag/02/otokumag/index.html>

パソコンでお得探し <http://www.e-anb.com/mailmag/02/pc-otoku/index.html>

みんなの広場！お得な情報満載 [movezet@deluxe.ocn.ne.jp](mailto:movezet@deluxe.ocn.ne.jp)

ネットワークビジネス特集号 <http://www.e-anb.com/mailmag/02/netbiz/index.html>

eービジネス情報最前線 <http://np2.tripod.co.jp/mm.html>

歓迎！優良サイドビジネス <http://www.freemaga.com/bin/mag/501193/>

ビジネス N e t <http://homepage3.nifty.com/b-net/>

らんでるビジネス情報倶楽部 <http://landel-web.hp.infoseek.co.jp/index.htm>

ティプジン <http://www.aq.wakwak.com/~ykmirai/koukoku.htm>



E-LENT <http://niigata.e-lent.net/>

副業の館 <http://jtunet.tripod.co.jp/>

紀の国情報館増刊号 <http://boat.zero.ad.jp/□zbd60498/famiria/index5.htm>

アクセスネット <http://www.bega22.com/ikkatu>

最新サイト特選情報 <http://boat.zero.ad.jp/□zbd60498/mag2/mag4-1.htm>

S O H Oアクセス情報 <http://www5.nkansai.ne.jp/users/miranokobo/index10.htm>

パソコンでサイドビジネス [http://www.e-anb.com/mailmag/pc\\_business/index.html](http://www.e-anb.com/mailmag/pc_business/index.html)

くじ付き 『独占広告』募集中 [infomerunet@yahoo.co.jp](mailto:infomerunet@yahoo.co.jp)

A N Bメルマガ編集局 <http://www.e-anb.com/mailmag/mailpr.html>

即効ネット <http://www.sokko.net/s-publicity/>

ラッキー情報マガジン <http://pao.s20.xrea.com/mag/powder/html2.htm>

パソコンでお得探し <http://www.e-anb.com/mailmag/02/pc-otoku/>

みんなのビジネス情報広場 <http://book-i.net/tadatoku/>

情報 T s u U <http://merumo.pinky.ne.jp/tsuu/dokusen.htm>

ビジネス情報宅急便 <http://www.koukoku2003.ne.nu>

Macky <http://www.patora3.com/yuryou-1.htm>

サクセスマガジン [successoffice@lycos.jp](mailto:successoffice@lycos.jp)

アクセスUPサプリメント <http://www.patora3.com/yuryou-1.htm>

ワールドランド <http://www5e.biglobe.ne.jp/□lazy/suki.htm>