

起業3年目までの
必要な知識が
10時間で学べる
オウンドビジネス大百科

オウンドビジネスの地図
～ インターネットビジネス編 ～

全編

玉井 : こんにちは、玉井です。

伊藤 : こんにちは、伊藤です。

玉井 : 今回は、インターネットビジネス編ということで。

伊藤 : はい。

玉井 : ビジネス初心者の方向けに、前提としては「しっかり起業する力」とか「ゼロからビジネスを構築する力」とか「自分だけのビジネスを作れる力」、簡単に言ったら「お金を稼ぐ力」やねんやけど。そういう本質的なところを高めていこうぜっていう前提で。それって言うたら「自分が社会に対して提供できる役割をしっかりと世の中にとっての価値に変えることができる力」になるんやけど。

伊藤 : はいはいはい。

玉井 : まあ、それをちゃんと意識高くと言うか、それを高めていきたいって人向けに。

伊藤 : もうなんか、ワクワクするような感じですよ。

玉井 : そうそう。そういうことにワクワクする人に向けて、音声を通して色々喋っていただけたらなと。

伊藤　：はいはい。

玉井　：あと、これから多分知らない単語とかも出てくると思うんですけど。敢えていっぱい使うので、そこから自分で調べたりして、見識を広げてもらえたらなと思うんで、初心者の方はメモとかとりながら聞いてもらえたらなと。

伊藤　：まあ、あと、聞き取りにくかったところとかは、書き起こしも用意しているのでそれも参考にしてもらえたらなー、という感じですね。

玉井　：そうそうそう。あともうちょっと言っとくと、これ聞いてくれてる人っておそらく、例えば、起業したいとか今いる会社を辞めて独立したいとか、本業とは別に何か商売を始めようと思ってるんですとかさ、色々あるやん。

伊藤　：うんうん、ありますね。

玉井　：自分が実現したいライフスタイルっていうのがもう既にあって、ノマドとか、他にもこう「社会でもっと必要とされる自分になりたい」「役に立ちたい」とか「手に職つけたい」とか、動機は色々あると思うんやけど。そんなようなモチベーションで、何か新しいことに、ビジネスにチャレンジしようと考えてる人、もしくは、今「絶賛チャレンジ中です！」って人向けにさ、その選択肢の1つとしての「インターネットビジネス」、その全体像っての

をまず俯瞰しようっていう目的で、こんなに自分には選択肢が既にあるんやってことを知ってもらえるように体感してもらえるようにってのがこの音声の目的なんで。

伊藤　：最初は、ネットで簡単に調べても得られる知識っていうか、まあこれもネットですけど、でもどこ見ても結局表面的なことしか書いてないというか。

玉井　：そうそう。だから、やっぱり情報が薄いのよね。っていうのも、そういう記事とかってライター雇って書いてたりとかさ、YouTubeもそうやけど、結局マス向けに、YouTubeだったら再生回数稼げるようなコンテンツにしないといけないわけで。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから、ほんとにその、これからやっていきたい、やっていこかなって考えてるっていう積極的な人にとっては実際のじゃなくて。個人で発信してる人ばかり見てみても、じゃあ裏で活躍してるマーケッターとかディレクターとかっていう働き方、こういう人、実はむっちゃおるのに、それは勿論見えてこないし、そうやって色んな個人が、色んなポジショントークやセールストークを繰り広げてるからこそ、本質も見えてきづらっていう、まあ構造があって。

伊藤　：ほんまにそういうところはありますよね。SNSとか、例えば、Twitterとか、今むちゃくちゃっすからね。

玉井　：そうそう。だから、ちょっと話それるけど、例えばネットビジネスって調べてみたら個人が、「なんとかアフリエイト」「なんとかマーケティング」みたいな、色んな人が色んなこと言ってるやん。

伊藤　：めっちゃ言うてますね(笑)

玉井　：で、別にそれは嘘ではないんだけど、やっぱりそういうビジネスを教える発信をしてる人って、勿論我々も例外ではないけど、自分の商品があって、有料コンテンツとかオンラインサロンのようなコミュニティとかスクールがあって、その集客としてメディアを育ててるわけやから、だからなんていうのかな。「周りのやつよりこっちのほうが優れてますよ稼ぎやすいですよー」とかさ、「簡単ですよーこんなメリットもあるんですよー」ってのを伝えるわけやんか。

伊藤　：そうですね。ポジション取りですからね。

玉井　：そうなんよ。でも、それは伝えないといけないから、やり方の上手下手は置いといても、ビジネスとしてやってる以上仕方ないなっていう気持ちも分かる。だから、別に彼らが嘘ついてるわけでも、惑わしてるわけでもないんやけど。でも、初心者のときって、俺自身そうやったから分かるけど、色んなことみんな好き勝手言ってるからホンマに。「えーじゃあ自分は何やったらええねん」と

か、悪い意味で選択肢多すぎて、逆に行動に移せないって人も多いんで。

伊藤　：いや、ぼくもビジネスの勉強始めて、1年くらいはずっとその状態やったんですよね。だから、そんな時はずっと、何て言うんですかね、業界地図というか、そういう上から眺められるようなものがあったらいいのになって、ずっと思ってたんですよ。

玉井　：そうそう。最初の頃に必要なんって実はそれやん。だから細かいマーケティングの知識とかそんなもんは実践しながらでええねんから、しかも、別にやらへんのやったら1ミリも意味ないんやから、そもそも。

伊藤　：(笑)

玉井　：だから、あと1個言いたいのは、確かにネットビジネスって種類いっぱいあって。でも、その「なんとかアフィリエイト」をやるにしても例えばね、そういうのって結局、本当は全てのネットビジネスにおいて共通する力、ビジネススキル、ITスキルみたいなものってのがあって。

伊藤　：本質的なスキルですね。

玉井　：そうそう。その実力がついてくるから、「自分でビジネス構築する力」、まあ「起業力」って僕らは呼んでるけど、それがついてくるから結果も出るし、お金稼げるし、どんどん事業を大きくしていけるし、あとは自動化、

ある程度放置しても収益発生するとかっていう形が作れるのに、「なんとかアフィリエイト」みたいなその枠組みの中で、言ったら1つ低い視点で学んじやって、実践してしまおうと。

伊藤　：うんうん。

玉井　：例えば、その教えてくれる人がすごい親切で、この手順でこんなペースでやればいいですよって、ホンマに具体的なところまで、もうマニュアルやんってレベルで教えてくれてて。

伊藤　：はい(笑)

玉井　：それをただひたすら頭使わんと、言われたとおりに実践したら、例えば成果出たと。出たとしても、ネットビジネスって流れめっちゃ早いから、結局すぐできんくなる。

伊藤　：あー。

玉井　：どんどん稼ぎ減って行って、でも自分では今までそれを身につけてきてないから、何が悪いかわからへん。んで色々手を尽くしてみるんやけど、どんどん結局置いていかれて行って、気づいたときには「あーれー」みたいな、ことになるやんか。

伊藤　：いや、実際本当にそうで、僕の友だちにもいたんですよね、そういう人。

玉井　：ほおほお。

伊藤　：たいせい君って子なんですけど。

玉井　：名前言うてええの(笑)

伊藤　：いや、まあ(仮)ですけど。

玉井　：あーはいはい。たいせい君(仮)ね

伊藤　：そうですそうです(笑) 今後はたいせい君でいきますけど。たいせい君と僕は18歳の同時期くらいにビジネスを始めて、一緒にビジネスをやっていたわけじゃないんですけど、ちよくちよく連絡とりあって現状報告するような仲やったんですよね。で、僕がビジネスを始めて1年くらいした時に、たいせい君が「俺、月200万稼いだわ！」って言ってきたんですよ。

玉井　：おー凄いやん。

伊藤　：凄くないですか。で、僕も素直に「え？めっちゃすごいやんおめでとう！でも、どんなビジネスで稼いだん？」的なことを聞いたら、たいせい君は「アフィリエイトできる商品の動画を引っ張ってきて、youtubeに大量に載せてる！」みたいな。

玉井　：あーはいはいはい(笑) あれね、まあ何年か前に流行ったやつね。

伊藤　：そうです。んでその時の僕はある程度知らなかったんで、「へえ～、まあこれからも頑張っていこーぜ」みたいな感じで、その場は終わったんですよ。でも1ヶ月くらいしてからまた連絡とって、「今月どう？売り上げどうなん？」って聞いたら、たいせい君は「今月1万やわ。やばいわ。」みたいな。

玉井　：なるよね。

伊藤　：そんないきなり下がる？！って、当時はびっくりしたんですけど、よくよく考えてたら、ビジネスの本質的なところを抑えていないと意外とこういうことって全然あって。

玉井　：まあまあ、そうね。でもその場合に関しては、そのノウハウっていうのが、そもそも、もの凄く賞味期限が短くて、っていうようなものやった、ていうのは多分あると思うけど。

伊藤　：ありますね。まあ、そこからたいせい君は、他のビジネスをやったりとか、月10万の薄給の意味わからんやばい系の会社入ったりとか、僕も色々ビジネスの話とかしてたんですけど、その場その場の情報に惑わさせられて消耗していった感じになって、結局たいせい君自身「俺何

したいんやる、、何ができんねんやる、、」みたいになってて、何て言うんですかね、マーケティングに振り回されてるといふか。

玉井　：あーはいはい。発信する側のマーケティングに振り回されてるってことやね。

伊藤　：そうですそうです。自分の外に答えをずっと探し続けてるみたい。なんか、情報ジャンキーみたい。言うたら、ノウハウコレクターみたい。感じですね。だから次こそは、「このノウハウを実践したら俺はイケる！」みたいな感じで勘違いして、本質学ぶことをなおざりにしていっちゃったみたい。

玉井　：そうそう、だからそういう人って、まじでいっぱいおるやん。

伊藤　：いますいます。

玉井　：でも、そうなっちゃう原因って1つしかなくて、それがネットビジネスを「小遣い稼ぎだ」とか、「なんかパソコン使ってうまいこと金稼ぐ方法があるんや」みたいな。しかも「なんか自動化できるらしくて、ほったらかしても稼げる、収益化できるから、働かんでよくなるんや」とか、そういう捉え方をしてもうてるからで、たいせい君も俺知らんから申し訳無いんだけど、ほんまにこれが原因で、確かにそう謳ってる人っていっぱいおるんやけど、で

もちょっと考えればわかるんやけど、そんな訳ないやんって。

伊藤　：ウシジマくんにあった世界とは違うよねって言うのはありますね。

玉井　：そうそう。あれは一応実話に基づいてるけど、あんなものぼくらの中ではフィクションやと思っておいたほうがいいから、だからこの業界ってポッと出の人、ポッと出てすぐ消えるみたいな人いっぱいいてるやん。

伊藤　：めちゃくちゃいますね。

玉井　：でも、「ちゃんと着実に本質的な力をつけるぞ」って意識をもって、取り組んだ人は、例えば同じ教材を買ったりしても、例えそれがすんげえ胡散臭いやつやったとしても、ちゃんと結果出すわけよ。

伊藤　：本当取り組む前提の意識の問題ですからね。

玉井　：そうそう。だから、ちょっと話逸れたけど、まずこれから実践していこうと思ってる人とか、「どんなのがあるのかなー？」って思ってる人も含めて、これはネットビジネスに限らず転売とか投資においても言えることなんで。てかまあ、逆やな、「本質は何か」とか「1つ高い視点で物事を捉える」ってことが大事っていうのが全てにおいて言えることで、それはネットビジネスも例外じゃない

ですよ、ってことを前提として、僕らは話を進めていきたい
など、思ってますよってことですね。

伊藤　：はいはい。

玉井　：で、じゃあまず喋っていくんだけど、ネットビジ
ネスって広い意味でのネットビジネスにしちゃうと、ほん
とに広すぎるから、例えばYouTuberとかもそうで、彼らっ
てGoogleアドセンスで稼いでるわけやから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：まあ言うたらブログやサイトで商品紹介したりし
てる人、広告貼ってる人の動画バージョン、言うたらサイト
アフィリエイトの動画バージョンになるんやけど。

伊藤　：そうですね。構造は完全一緒ですね。

玉井　：そうそう、ビジネスとして見ればね。でも
youtuberは今は影響力がありすぎて、タレントとか演者み
たいな立ち位置になってるから、まあ言うたらエンタメ業
界の人であって別にビジネスができるのとはまたちょっと
違うんで、一旦省く。

伊藤　：うんうん。

玉井　：あとは、省くもので言ったら、えーとサイバーエー
ジェントがやってる「AbemaTV」とか、「Netflix」とか

「Hulu」とかもコンテンツビジネスと呼ばれるものなんやけど、

伊藤　：そうっすね。

玉井　：でも、そういうレベルのものはぼくらには一旦関係ないものとして、彼らもそれとはまた別にオウンドメディア事業っていう形でサイトアフィリエイト、例えばサイバーとかもやってるわけだけど、結局はそれを、言うたら上場企業レベルの大きな会社単位でやるか、個人でやるかの違いなだけやねんけど、まあそゆ明らかにいきなり1人でやるのに適してないってものも省くと。

伊藤　：なるほど、なるほど。そもそも大企業のビジネスって意外と中身自体は個人でやってることとおんなじやったりしますからね。

玉井　：そうそう、構造が違うだけで。

伊藤　：それで言ったらスタートアップとかも一緒に、ぼくの友だちにシリコンバレーで、もうザ・スタートアップのIT企業を経営してる友達がいるんですけど、そいつとかの取り巻きの人とかとよく話したりしてて、まあ結構深いビジネスの話するんですけど、結局はコンテンツ違うだけで、売るものが違うだけで、集客から販売までやってる事はまじで一緒に、それ知った時は「すげえな、ほんまに一緒にやん」ってなりましたね(笑)

玉井　：そうそう、そういうアプリ開発とかさ、法人向けにサービス展開してるところとかも結局はマーケティングは同じ、考え方もほぼ同じだったりするわけで、だからゆくゆくは、ビジネス力高めてそういう方向に進んでいくこともできるけど、まあ、でも一旦今は置いとくと。だから、あくまで1人で始められる、そこから組織化したり、システム化・外注使って大きくもしてもいけるし、自動化して効率よく収益化することもできる、みたいなものをここでは、ってかこれ以降、「ネットビジネス」と呼んでしゃべっていきます。

伊藤　：はい。

玉井　：えとーまずはじゃあ例えば、サイトアフィリエイト。サイトアフィリエイトってのは、今言ったオウンドメディアってのを個人でやってる人みたいなイメージよね。

まあ、そんな認識でよくて、で、何やって稼いでるか言ったら、アドセンスとかAmazon・楽天のアフィリエイトや、ASP、アフィリエイトサービスプロバイダに掲載されてる商品を紹介することで、例えば1クリック100円とかさ、無料お試しセット、そのドモホルンリンクルのとか、健康系のサプリ、他には仮想通貨の取引所のアフィリとか。

伊藤　：あー、はいはい。

玉井　：新規登録で1000円とかね、保険の相談とか英会話サービスの会員登録とか、Netflixの新規登録とか、

いっぱいあるんやけどさ、こういうのって成果報酬型広告っていうんですけど、成約したらいくらお支払いしますよーっていうやつ。

伊藤　：うんうん、案件自体はもう数万件とかありますからね

玉井　：そそ、いっぱいある。ほんでそゆのでマネタイズしてる、サイト上で収益化してる人たちのことをサイトアフィリエイトっていうと。だからトレンドアフィリエイトとかってのも、聞いたことある人もいるかもしれんけど、それもこの部類に入るわけで。で、形になってればだいたい利益としては月数十万くらい、まあざっくり月100万以下くらいかな、1人でやるとなると限界あるから、まあどっかで天井は来る、と。

伊藤　：そんなもんですねー。

玉井　：んでー、じゃあそれを個人なんだけど、労力とかは自分1人じゃなくて外注とかを使って1人でやってる人もいる。

伊藤　：いますね。

玉井　：別に雇用してるんじゃないくて、例えばクラウドワークスとかランサーズで文字単価1円、ブログ記事とか「1文字書いたら1円払います、構成はこっちが作ります、肉付けしてください、1記事5000円ですー！」みた

いな外注をして、実質は3人とか5人とかの体制でやってくる人。

伊藤　：あー、最近流行りの経営スタイルですからね。ホリエモンさんとかもITベンチャーでさえ社員は1人とか2人とか3人で、あとは外注で良いやんってゆってるくらいですし

玉井　：そうね

伊藤　：だから組織化するにしても本当に重要な部分って少人数で良いんですよね。

玉井　：そうそう、で、それをサイトアフィリエイトでやってる人ってことよね。だからさっき言った、たった一人でやるっていう次のステップ。個人でまず力つけてから少しずつ組織化して行って、例えば1人だったら月数十万くらいだったのが、そのお金を少しずつ外注費にまわして行って月3百万くらい利益できるようになりましたーとか、そういうパターン。っていうのがあって、まとめサイトとかってこういう形でやってる人多かったりするけど、こういうパターンもありますよ、と。

で、他には、個人でできるメディア事業っていう意味では、例えば歯科医院とか、歯医者さんね、あとは整体師とかマッサージ師とか、自分のお店がまずあって、オフラインのビジネスを持っていて、そのお店の集客にWEBを使ってる人、Facebook使ってーとか、最近だったらYouTube

使って一とか、WEB広告打って一とか、そういう広告とか Youtube見たことある人も多いと思いますけど、彼らもネットビジネスのスキルを持ってるわけで、うまくいってるからね。

伊藤　：そうですね。むしろ今の時代で店舗持ってるけど集客でweb使っていないってヤバイですからね。

玉井　：まあ基本的にはね、まあ便利なんだから使えば？ってだけやねんけど。

伊藤　：まあまあまあ、結局ほとんどの自営業者にとっては集客って一番大変なところで、それがWEB集客だったら安定的にできて、かつ、効果測定もできると。で、自分でメディア作れば広告費もかからないっていう、めっちゃええやんっていう、勿論それを自分でやるんだったら本業以外に時間取れないとちょっと難しいかもしれないですけど。

玉井　：そうそう、まあそれが実際問題そういうのはあるんやけど。で、まあこのパターンってのは、メディアの機能と新規の顧客獲得の目的、2つの目的でネットビジネスをやってるってイメージで。

で、そういう人の中には、店舗の集客だけじゃなくてコンテンツビジネスしてる人もいて、どういうことかって言うと、例えば整体師だったら、「デスクワーク多めの人に、椅子に座ったまま1分で肩こり軽くする方法」とかね、まあこれぐらいの内容だったら無料かもしれんけど、要は施

術して価値を提供するんじゃないくて、自分でね、お客さんが、身体のこと学んで、健康な身体づくりしていけるよう、まあ言うたら自立しましょうよ！と、健康的な意味で。それが学べるような教材を販売してたり、セミナーやっていたりしてる人。

伊藤　：整体業を教育業に、転換してサービスを提供する感じですね。

玉井　：そうそう、で、そのうち「そっちのほうが儲かるかな」って完全にそっちに振り切る人もおるけど。

伊藤　：(笑)

玉井　：それやるには情報発信ビジネス、まああとで説明しますが、ぼくが勝手にそう呼んでるんですけど、ある程度ネットで人を集めてネットで物を売るっていう集客から販売まで、販売してから商品提供してサポートしてうんぬんっていう端から端までってのをさ、できるようにならなきゃいけない。

で、そういうネットで始まりネットで終わるネット完結型のビジネスモデルを導入してる人は、基本的にはDRMっていう、あのダイレクトレスポンスマーケティングって言われるアメリカからもう大分前に輸入されてきたビジネスモデルがあって、そういう網羅的なことを学んで実践できるか、ってのが問われると。

伊藤　：そうですね

玉井　：で、あとは一、あの今言ったことって、やってる人いっぱいいるんやけど、やっぱり見よう見まねでやってる人がめちゃくちゃ多い。で、それ自体は別にええねんけど、そのビジネスって自分で始めてみたら分かるけど、勉強せずにやってる人ってめちゃくちゃいるから、それで大成功してる人もいっぱいいるし。

まあそういう人はなんか人脈があってとか、資金が最初からあってとか、まあ試行錯誤の過程で感覚的に学んでいったとか、まあ「商売ってそもそもそういうもんやん」ってところもあるけど。

伊藤　：ま一、最初、何もないところから、泥臭いところからスタートして、RPGみたいにレベルを上げていくみたいな、それが楽しいよね、みたいな。

玉井　：そうそう、でも勿論見よう見まねじゃうまくいかない人のほうが圧倒的に多いわけだし、何が言いたいかって言ったら、例えばじゃあ、そゆ人向けに、じゃあWEBに関してはぼくに任せてくださいと。

伊藤　：なるほど、なるほど。

玉井　：そうやって集客のコンサルをしたりクロージング、商品のセールスをかわりにやったりっていう人もいて、彼らがやってることっていうのもネットビジネス。

伊藤　：そうですね。

玉井　：自営業者向けにコンサルしたり、業務委託されて営業したりセールスしたりね。で、こゆのはあんまり表には出てこないんやけど。

伊藤　：でないですね。

玉井　：でもこれも個人でできるフリーランスとしての働き方の1つとしてあって、別に難しいことじゃなくて、いきなりこっから始める人も全然いて。というか多分これからまだまだ増えてくるやん。

伊藤　：めっちゃ増えると思いますよ、副業解禁とか、人生100年時代で老後の貯金が2000万必要！みたいな、そういう世間の流れ的にも、働き方の1つとして焦点あたってくるんじゃないですか。

玉井　：そうそうだからー、こういうのって言いかえれば昔はそこまで浸透してなかったわけでさ、でも今は例えばオンラインサロン始めるにしてもDMMとかプラットフォームがあるし、コンテンツ販売するにしてもnoteとかのプラットフォームがあるし、自分のECサイト、ネットショップだってすぐに作れるサービスもあるしー、ネット決済の導入だって一瞬やし、やから昔と比べてむちゃくちゃ敷居低いわけよね、ネット使って商売する敷居が。

伊藤　：ほんま今は何でもありますからね(笑) 仕事投げたり受けたりするのもランサーズとかクラウドワークスとかありますし、資金集めるのもクラウドファンディングもできるみたいなの。

玉井　：そうそう。で、そういう流れの中で、「ネット使ったほうが絶対ええやん、儲かりますやん！」ってことに色んな業界の人、大企業っていうより自営業レベルでやってる人ね。そういう人が気づき始めて、というか前から気づいてはいたけど、色々インフラが整ってきたからってことで、ちゃんと行動し始めたのがここ数年でグッと増えたから、じゃあ同時にそういう自営業者向けに教える人、とかってのも増えてくるよねっていう。まあでもまだ需要のほうが圧倒的に多いけどっていうそういう状況。

伊藤　：まだまだ全然ですね。

玉井　：まあ、要するに自営業者向けに、中小企業向けにコンサルやってるとか、色んな案件を抱えて業務委託されて営業とかセールスをしてる人とか、広告運用任されてる人とかってのがいて、そういう人はわざわざ情報発信しなくて、ツテとかで仕事とってくるから、だから表には出てこないけど、結構いますよと。んで、別にこれいきなり初心者の人でも勉強したらいけますよってことですね。

伊藤　：いけますね(笑)しかも、そういうツテとかで仕事をとってくる人の強みって、そうやって人脈と言うかネット

ワークをしっかりと構築していくわけなんで、それが結局資産じゃないですか。

玉井　：そうやね、仕事バックしたりしない限りね(笑)なくなることはないからね。

伊藤　：そうですね、例えばさっきのサイトアフィリエイトじゃないですけど、googleのSEOが変わって翌月からいきなり収益ゼロになった！とかがないんで、こういう働き方とかがちゃんともっと広まったらいいなあって個人的には思いますね。

玉井　：これもこれで食いっぱぐれることはないからね。

伊藤　：ないですね。

玉井　：で一、えと一次は、オンラインサロンとかもあるよね、さっきちょっと言ったけど、まあ今だったらこれがネットビジネスとして一番馴染みあるかもしれんけど、たとえばホリエモンとかキングコング西野さんとか著名人の方がやってるやつがそうで。

伊藤　：うんうん。

玉井　：彼らのビジネスモデルってのを説明すると、まず集客っていうのはは本なわけやん。

伊藤　：そうですね。

玉井　：本屋に沢山自分の本をまず並べてもらおうと、それがまず広告の機能を果たしてて、同時に商品としてはフロントエンドに位置づけられてて。

伊藤　：はいはい。

玉井　：で、それを新刊出るたびにSNSで、例えばTwitterでそれ界隈の、出版社の人とかね、と協力しながらバズらせて、オンラインサロンメンバーも巻き込んで、リツイートしまくったりとかね、そうやってSNS上でバズらせて、話題にして、そうすると本が沢山売れる、売れなくても話題にはなる。つまり、買ってない人もなんか知ってるーっていう。認知させることができて。

で、そこから、SNSから、あとはYoutubeとかから、自分のオンラインサロンとか有料メルマガとかに自然に誘導してる。話題になったらアクセス集まるから、インプレッションが増えるから。

伊藤　：そうですね、バイラル起こしていくわけですね。

玉井　：そうそう、で、そっから商品もいくつも展開していく。サブスクリプションモデルっていう

伊藤　：サブスクですね。

玉井　：そう、まあこれもアメリカから順番にその流れが来てて、日本でも今やスタンダードになってるんですけど、簡単に言ったら月額課金制ってことで。で、それを月額1000円くらいのやつ、月額1万円のやつ、単発で10万円のやつ、高いのだと3ヶ月100万のコンサルみたいになって、色んな価格帯の商品を作って、それで上手に収益化してる。100万のコンサル入ってくれたら「あなたがやってるビジネス、ぼくがオススメって言うていいですよ！」みたいなねw「誰々氏推薦！」ってバナーあげますよっていう、コンサルは1時間のやつ数回とかしかないけどみたいな。言うて良いんかなこれ。

伊藤　：まあまあまあ、いんじゃないですか(笑)

玉井　：まあ、誰とは言うてないんで、まあ死ぬほど有名ね、でも別にdisってないんで、普通に彼に紹介してもらえたら余裕で元取れると思うし。

伊藤　：あんだだけ影響力持ってる人なら余裕でしょうね。

玉井　：で、そういうライトなお客さんからガッツリ濃いお客さんまでを想定して、フロントエンド・ミドルエンド・バックエンドって言い方するけど、そのファネルを作ってしっかり稼いでる。それがオンラインサロンのビジネスモデルであり、同時のコミュニティビジネス、コンテンツビジネスの型も基本的にはこの構造。

伊藤　：つまり、お客さんのニーズに合わせて、段階的にキャッシュポイントをつくって、LTV、ライフタイムバリューをあげていくわけですね。ライフタイムバリューっていうのは、生涯顧客単価、つまり一生のうちにその1人お客さんが自分にどれくらいお金を払ってくれるのか、イコールこっちは1人に対してどれくらいの価値を提供するのかっていう。

玉井　：そうそう、短期的に売りつけるのではなくて、お客さんと長く信頼関係を築いていきましょうよっていう考え方を数字に落とし込んだ時にLTVってのを見るわけね。で、上手く言っていない人はこのLTVが低い場合が一般的には多いんやけど。

まあ、それは置いといて、次は、オンラインサロンの著名人ではない人が、例えば「ブログやってまーす」とか「フォロワー何万人おるからインフルエンサー！」みたいな人が、彼らを真似してみても、「自分もオンラインサロンやってみよとか、noteとかで有料記事販売してみよ！」とか、で最近始めてる人、Twitter界隈は特に多いけど。

伊藤　：ここ数年でめっちゃ増えましたね。

玉井　：そうそう。で、ネットビジネスが専門の人間からすると、そもそも著名人のオンラインサロン流行り出すのでさえ、もう5年も10年も遅いわ、っていう、この業界の人間はもっと前からやってるわけさ、でも、有名な人

がやってくれたおかげで、流行らせてくれたおかげで、やっぱり彼らは影響力あるから、業界がすごく表に出たっていう、だからすごく感謝はしてるんやけど。

で、状況としては、そんな彼らを真似して始める人ってのが、だいぶ増えてるっていう今があって、おれはこういう人らにマーケティングとかを広く教えてるんやけど、まだまだこの流れは加速していくから。で、まあそれは良いことやねんけど、参入する人が増えてるってことは逆にいうと成果出ずに困ってる人はいっぱいいて。

伊藤　：めちゃいますからねー。

玉井　：まあそんな人にね、これ聴いてくれてる人がいきなりその人達に教える商売始めて稼ぎましょ！ってのは違うけども。

伊藤　：まあまあ。

玉井　：でも、そういう人にはニーズがあるわけよ。どういうことかって言ったら、その人達は基本個人でやってるから、例えばデザインができませんとか、動画編集してくれる人探してますとか、YouTube始めたいけどそれ任せられる人が周りにいないからできてないんですとかね。あとは、本格的なLPとか、メルマガの登録ページとかっていう無料登録とかお申込みを目的としたページのことをランディングページ、LPっていうんですけど。それを作りたいけど自分にはそのスキルがないから誰かに頼みたいとか

ね、あとはサイトをどんどん大きくしていきたい、ブログライティングができる人に外注頼みたい、記事量産したいからかわりに書いてくれーとかって人とか。

やっぱ1人でやるとまず手が足りんし、あとは1人ってことは全部器用にこなさないといけないから、いやそこ誰か既にできる人に任せたいわっていう、金払うからやってほしいっていう、そういうニーズっていっぱいあるから。

伊藤　：めちゃくちゃありますね。

玉井　：で、それって例えば最初ビジネスを学びながらやってくってなったときに、いきなり自分でゼロからビジネスこしらえるってなると時間がかかると。でも、最初からもう仕事をしたいと、成長していくプロセスでも、しっかりお金をコツコツ稼いでいきたいとなった時に、それ最初にやるってのはめっちゃありで、そっから始める人ってのも実は結構いる。ライターとかさ、動画編集から入るっていうパターンね。

伊藤　：一般的にはあんまり王道的な認識はされてないんですけど、実は一番堅いやり方っすよね、まず1つ出来ることというか、強みを作って、それをやりながら同時にビジネスを覚えていくっていう。

玉井　：そうそう、昔はあんま一般的じゃなかったけど、最近はこちらも増えてきてて。

伊藤　：そうですね。ゆったら、ホリエモンもそうですからね

玉井　：ほおほお、っていうのは？

伊藤　：最初はプログラミングが得意で、だからホームページ制作の会社立ち上げて、っていう。で、そこからどんどん会社をおっきくしていったみたいなの。

玉井　：たしかに確かに、で、そういう動き方が昔はさ、それこそホリエモンのときとか商売始めるのに、まあ会社やるのに最低資本金ってのが300万とか1000万とかあったからね。今はそれもいらんからね、おれも大学ん時に始めて作った会社とか資本金2円やし(笑)

でも、まあいきなり会社にする必要はないし、個人でね、動画制作とかライターとかデザイナーをやりながらビジネスを覚えていって、っていうルートもありますよってことね。

伊藤　：はい、そうですね。

玉井　：あとは裏方って意味では、もうちょっとスキルがついたらコピーライターとか、今いったLP、ランディングページとかを作るとか、メルマガ、ステップメールってものがあるんですけど、それを書いたり販売ページ作ったりするって人もいてるし。

伊藤　：うん。

玉井　：例えばLPとかって文字単価50円とか、だから1枚LP作って100万とか、+成果報酬とかでコピーライターとして月何百万稼いでる人だったり。

伊藤　：うん、いますよね。

玉井　：もうちょっとマーケティングができるようになると、そのコンセプトづくりからシナリオまでを設計して、なおかつディレクターみたいなこともやって、人に指示をだしてね。

伊藤　：なるほど、なるほど。

玉井　：ってなるとそういうマネジメントできる人って少ないから、でも正社員って形ではなくて、いくつも掛け持ちしながらのフリーランスみたいな働き方で、表にも一切出ずに、年間個人で億稼いでる人とか、もいたりとか。凄腕コピーライターとかね。

伊藤　：いますよね。僕の知ってる人で一番もらってる人はセールスレター1枚だけで800万みたいな人もいましたね。

玉井　：あーそれは凄いね。まあそういうこともできると。あ、ちょっとあの、例が多いかもしれないけど、これ今、ダーツで喋ってるものって、全部個人でゼロから始められるものやから、ほんとに今すぐにでも始められる選択肢としてしゃべってるんで、難しくてちょっとわからんって思っても一旦ね、全部聴いてください。

伊藤　：そうですね。なんかビジネス版14歳のハローワークみたいな感じで、ざあーと把握してもらえたらなって感じですね。

玉井　：　そうそう、やっぱり最初は何やるかなっていう、どっちの方向に進んで、どんなライフスタイル・働き方をしたいのかっていうビジョンが大事で、そのためには選択肢を出来るだけ沢山知ることが重要やと思うんで、分からんこととかも、知らない単語とかね、あとで調べてもらったらいいんで、最初に言ったけど、そうすれば間違いなく理解できるように、視野も最初っから一気に広がるようにしゃべるんで。

伊藤　　：　はいはいはい。

玉井　　：　でー、なんやっけ、話もどすと他には、セミナー講師とかもあって。

伊藤　　：　ありますね。

玉井　　：　例えばコーチとかセラピストみたいな、働き方もやねんけど、彼らもものすごくネットビジネスを駆使していて。SNS広告で見た事あるって人もいると思うんやけど、営業ノウハウを教えるとかさ、自己啓発とか、占いとかもあるし、筋トレのマンツーマンのコーチですとかさ、ボイストレーナーやってますーとか、大学受験とか資格試験とかね、まあそういうジャンルで、教える活動してる人、教育ビジネスをやってる人。

伊藤　　：　うんうん。

玉井　：で、彼らは基本的に、集客を目的として情報発信をしてて、例えばセミナーの集客までとか、で、自分のレッスンとかスクールの販売は実際会った人に対してのみ売ってますとかさ、セミナー来てくれた人にだけ募集するとかっていう形でやってる人が多くて。

あの一昔、O2Oって言葉が流行ったんやけど、オンラインtoオフライン、ネットとリアルを上手に役割分担してやってる、ハイブリッドというか。で、ちょっと中級上級になるけど、これをいかにね、ネットとリアルのバランスをとれるかってのが今、大事になってきてて。

伊藤　：うんうん。

玉井　：そういう意味では伊藤ちゃんとかって、いきなりこのネットとリアルのバランス感覚あった方じゃない？

伊藤　：あー。割と序盤からネットとリアル両方使ってビジネスを進めてきたというか、でもまあ、初めからバランスが良いモデルを作ろうと思ってやったわけじゃなくて、多分詳細な手順とかは今、資料作ってるんで今後PDFとかでお渡しするんでそれ見てもらったら良いんですけど、結構不純な動機で始めてるんですよ(笑)

玉井　：ほおほお。

伊藤　：っていうのも、僕、死ぬほど怠惰な人間なんで、だから一人やとまじで何もしないし、だからコンスタントにコツコツ仕事できないんですよ(笑)

玉井　：わかるわかる(笑)

伊藤　：で、あとは、一時期、webマーケティングの会社でセールスレターとかメルマガとかめっちゃ書いてた時期があったんですけど、下積みの的な感じでやってたんですけど。

玉井　：うんうん。

伊藤　：もう他の社員の人とかみんなめっちゃ楽しそうに、1日12時間とか、14時間とか仕事してるんですよ。

玉井　：ブラックやん(笑)

伊藤　：そうなんですけど、でも彼らも土日2日休んだらもう日曜の終わりには仕事したくてウズウズしてるみたいな

玉井　：従業員のカガミやな(笑)

伊藤　：そうなんすよ。でも、実際僕は結構しんどくて、こう毎日パソコンとにらめっこして、ずっとカタカタやるの向いてないっていうか、これは自分の土俵ではないなって

思ったんですよね。なんか、この人らにはこの土俵で勝てへん、みたいなの。

玉井　：あーはいはい。

伊藤　：で、その会社がオンラインとオフラインどっちも使ってたんですけど、で、僕、新規事業部やったんで全部やってたんですよ。事業的に。やっぱりオフラインでクライアントさんとかと話す時とか、セミナーの時とか、その懇談会の時とか、やっぱり楽しいんですよ。

玉井　：あー。

伊藤　：だから人と話したり相談乗ったり、新しい人と出会ったりってというのが好きやし、得意やなって気づいたんですよ。

玉井　：まあ完全に伊藤ちゃんはそっちタイプやもんね。

伊藤　：そうですねー。だからそんな時、自分のビジネスもちゃんと作っていこうって思って、会社とは別に。同時並行でやってたんですけど、そっちがうまく行きかけ、いき始めてて。

玉井　：ほおほお。

伊藤　：例えば、会社で12時間くらいパソコン仕事してる合間の休憩1時間とかで、電話でクロージングしてそれだけ

で月給分稼ぐみたいなの。で、もちろん結果出たから嬉しかったっていうのもあるんですけど、でもやっぱりこっちのほうだったらサボることもないし、楽しいし、一回本気でやってみよかなっていうところから、自分の働き方、ポジションが見えてきたみたいなの。

玉井　：あー結構若い子だったらそっちタイプの人も多いよね。

伊藤　：んー結構いますね。で、だからぼくの場合は、怠惰だからこそ、自分の不得意なところは、それが得意な人に任せたら良いし、で、それは依存するとかじゃなくて、お互いの強みを活かそうぜっていう意味ですけど。

玉井　：もちろん、もちろん。

伊藤　：あとは、誰かと一緒にやるほうがやっぱりおもしろいし、仕事を自分が誰かに振るからには、おれもやらないとやばい！みたいなの、良い強制力というか責任が働いて、で、そっかりがつつりやるようになって、うまく行き始めたみたいなの。

玉井　：あー1人やとモチベーション保つのが難しいっていうことよね。

伊藤　：うん、ほんとそうで。そのビジネスをやっていくにつれて、どんどん抜けてるところ、弱いところっていうのをもっと補強したりとか、そういうところを担ってくれ

る人を探しまくって、見つけたら口説いて行って、どんどん売上上げていったみたいなの。

玉井　：おーその考え方に最初の段階で自然に行きついたのはすごいよ。

伊藤　：いやー、まあけど、最初から組織つくっていきたいっていう気持ちがあるからあって、あとはビジネス自体勉強するのが好きなんです。そういう番組とかビジネス番組とか本とかあるじゃないですか。そういうの昔からずっと見てましたし、そういう本とかも好きで読んでたのもあるかもしれないです。

玉井　：なるほどね、抽象的なところからちゃんとビジネス学んでたってわけね、それも自然に。

伊藤　：まあ結果的に、って感じですね。

玉井　：だから今の時代、変な言い方、ネットが得意じゃなくてもネットビジネスできるっていうね、パソコン0台で稼ぐ的なね(笑)

伊藤　：(笑)

玉井　：完全に0じゃないけどほぼ0でね、できるという働き方もあると。

伊藤　：そうですね。

玉井　：で、これって1つ広いくくりでいうと、さっきちょっと言った情報発信ビジネスに分類される。まあ情報発信ビジネスって定義広いからあれやけど、例えばそれを1人でね、やるとしたら、何をネタにするかっていうとまず自分の強みとか武器、得意なジャンルってのを活かして、その情報発信をSNSとかブログ、メルマガでやって、例えば英語得意ですー、大学受験教えますーとかさ、あとは恋愛とか営業ノウハウとか、さっきのセミナー講師とかも一緒ですよって言ったけどそういうのも全部含むし、あとはアクセサリー作りだの、カラオケ上達とかさ、自己啓発もありやし、転売の稼ぎ方教えますーとかビジネス教える系のもそうやし、スポーツもそうやし、まあなんていうか上達が伴うものなら基本的には全てできる、「それうまくなりたい！」っていうニーズがあるものはすべて稼げるんやけど、そういうジャンルで発信して、共感してくれる人を集めて、コミュニティを作って、コンテンツ作って、それ気に入ってもらった人に買ってもらって、っていうようなビジネスを構築していくってのが、情報発信ビジネス。ってことよね。

伊藤　：なるほど、なるほど

玉井　：あと、今言ったO2O、オフライン、リアルを中心としたモデルもちゃんと個人レベルでできるものとして型ができつつあるんで。

伊藤　：あー、そうですね。集客代行とか販売代行とか。

玉井　：そうそうそう。それじゃあちょっと伊藤ちゃん詳しいから説明してよ。

伊藤　：おっけーです、おっけーです。まあ、結構オフラインでの働き方、って、ネットでなかなか出てこないんすよね。

玉井　：はいはいはい

伊藤　：やっぱりネットを使ってというか、なんならネットだけを使って稼ぐみたいなのばかりがでてくるネット上で。でもやっぱりさっき話したように僕みたいに対人が得意とか、ネットが得意じゃないとか、人と絡むの好きな人とか。

玉井　：結構おるよね。

伊藤　：いますいます。でも、やっぱり知らないから、そのモデル自体を知らないから、全部ネット使わないといけないみたいな、集客から販売まで全部ネットで、でも苦手やけどやらないとあかんからやってる人は多くて、だからそういう人にとっての選択肢の一つとなれば良いかな、って感じで話していこかなって思うんですけど。

玉井　：うんうん。

伊藤　：ビジネスモデル自体は情報発信ビジネスと全く同じで、だから、言ったらそれをネットでやるかオフライン

でやるかの違いでしかないんで。で、さっき玉井さんも言うてましたけど、オフラインを組み込むっていうのが主流になってきてて、それは個人レベルでもそうですけど、例えばライザップとかも、集客はweb広告やメディアとか使って、無料カウンセリングに落とし込むと。で、スクリーニングした後に、担当者が1：1で契約まで持っていくみたいな流れなわけで。

で、それって、例えばDRM、ダイレクトレスポンスマーケティングの集客、教育、販売っていう3ステップがあるんですけど、それで言ったら、集客はネット、教育販売はオフラインでってことじゃないですか。

玉井　：そうね、さっき言ったセミナー講師とかも同じよね、セミナー集客まではネットでやって、自分のレッスンなりスクールなりを売るのは対面なわけやから、集客はネット、教育はセミナー、販売は1：1みたいな。

伊藤　：あー、そうですそうです。で、じゃあその仕組みを1人で全部やるのは大変なわけで、それを任せたいっていうニーズはいっぱいあるわけですよ。で、その役割の一部を担うっていうのが販売代行。とかそういうのですよね。

玉井　：はいはい。

伊藤　：で、どっかの企業とか自営業の人と、業務委託契約して、お客さんの相談に乗ったりヒアリングして、その

会社の商品をセールスするとか。で、売れたら成果報酬で、例えば30%とかコンテンツとかだったら50%とかもらったり。

玉井　：セールスマンやね。

伊藤　：そうですそうです。で、セールスマンってすごい個の力で全然変わるじゃないですか。

玉井　：うんうん、小規模やったらそいつ1人おるだけで全体の売上何倍とかあるからね。

伊藤　：ありますね。だから優秀な人は固定給でセールスマンするのは割に合わなくて、成果報酬のほうがよっぽど稼げるですよ。

玉井　：そういう人にとってはね。

伊藤　：はい。だから、これはネットビジネスとは違いますが、保険の営業とか、プルデンシャルとか、あとは不動産もそうですし、もっと言ったらAmwayみたいなMLMとか、まあこういうのって対人が得意な人がやりがちですけど、いったらこれも業務委託で販売とか集客の代行してるわけなんで。

玉井　：あー、でもそれしか知らないと、ネットワークビジネスとか嫌やなあみたいだね、なるってことやね。

伊藤　：そうですそうです。僕も実際、昔めっちゃそれでちょっと悩んだことあって、対人が得意って絶対良いスキルと言うか、求められるはずの能力なのに、なんで1人でお金稼ごうってなったらそんなんしかないんやろって。

玉井　：あーそれでいったらスカウトマンとかね、やる人も多いしね。

伊藤　：多いですね、でも今はネットビジネスの業界って、リアルとネットの境目がなくなりつつあって、そういう人にとっては新しい選択肢が生まれつつあるんですよね、それもいっぱいあって。

玉井　：うんうん。

伊藤　：まあ、だからその1つとしてまず販売代行っていうのがあるよっていう。

玉井　：だから、ネットで言ったらそれってコピーライターのポジションよね。販売ページを作るとか、その何かしらメルマガとか問い合わせとかの登録ページから成約までのシナリオを作る人。

伊藤　：そうです、そうです。で、じゃあどう具体的に案件見つけてとかどうすれば成約がとれるのか的なのノウハウ部分は、後日資料配るんで、それ見てほしいんですけど。

玉井　：うんうん、まあそういう選択肢ってのがあってのことね、1つの成功パターンとして。

伊藤　：そうです、だから僕的にもっとみんなに知ってほしいくて。

玉井　：いいね、熱いね(笑)

伊藤　：いやいや(笑) で、あとは集客代行っていうのもあって。

玉井　：うんうん。

伊藤　：で、リアルで集客するって聞くと、少し知識がある人とかは、「集客はネットのほうが効率良くないですか？」って思うと思うんですけど、1人でやる場合はそうとも限らなくて。やっぱりネットで自動でアクセスが集まるとかっていう仕組みを作るのってやっぱり時間かかるんですよ。だったら足動かしたほうが早いやるっていう。

玉井　：あ一手動かすより足動かさせていう(笑)

伊藤　：そうですそうです(笑) もちろん軌道に乗ってきたらちゃんと手動かしたり、人を使うなら組織化したりするのは必要ですけど、あとは、そういうマッチング系のプラットフォームも今はいっぱいあるんで。

玉井　：saleshubとか？

伊藤　：そうですそうです。あとは、交流会とかイベント、セミナーとかもネットでいっばいみつけれますし、SNS使って、そこだけネット使って、例えばよくありがちなのがSNSからLINE@とかにうまく誘導して、そこから1：1のやりとりに持っていくとか。

玉井　：あー、接点の部分だけはネット使ってるけど、お客さんの接点の部分ね。別にそれってネットで仕組み作ってるわけじゃないってことね。

伊藤　：そうなんですよね。それだったら全然パソコン得意じゃなくてもできるんで。

玉井　：うんうん。

伊藤　：で、集客代行は販売代行よりも簡単というか、最初は成果出しやすいんですよね。

玉井　：まあ、そらそうよね。売らなくていいんやから。

伊藤　：そうです。で、これも業務委託で成果報酬ですけど、成果発生するポイントは違って、例えば問い合わせまで持っていけばOKとか、無料登録してもらえたらOKとか。

玉井　：ネットっていう無料オファーみたいなもんやね。

伊藤　：あーそうですね、無料オファーって知らない方も多いかも知れないですけど、言ったらアフィリエイトですよ、オフラインでアフィリエイトするっていう。

玉井　：オフラインアフィリエイトだね。

伊藤　：そうですそうです(笑)

玉井　：ゆったらまあ、役割的には、ライターのパポジションよね、ネットで言えば。

伊藤　：そうですね。

玉井　：コピーライターじゃなくてSEOライター。だからブログとかサイトの記事書く人っていうのは、いわばそのサイトのアクセスを増やすために動いてるわけで、ネットの集客を任されてるわけやから。で、それが文字単価いくらっていう形じゃなくて、問い合わせなり登録があったら成果報酬が発生するっていうのが集客代行、オフラインアフィリエイト、オフアフィリエイトだね(笑)

伊藤　：(笑) まあそんな言い方ないっすけどね。まあでもその通りですね。

玉井　：そんなもんかな？

伊藤　：あ、あとは集客代行も販売代行もどっちもやるっていうパターンも一応ありますね。

玉井　：あー最初伊藤ちゃんが始めた形はそれやもんね。

伊藤　：そうですね。ぼくの場合は情報発信ビジネスを勉強してて、結構しっかりコンセプトも作り込んで、どんなコミュニティにしたいかとかっていうのははっきりめにあったんですよ。あとはそれを集客から販売まで全部リアルでやっていったっていう。勿論SNSとかネットのマッチングサービスとか、ってのは使ったんですけど。

玉井　：でも、基本はそれをオフラインでやっていったっていう。

伊藤　：そうです、そうです。

玉井　：そんなかんじかな。だからまあ集客代行、販売代行っていう働き方、っていうのが、ネットでいうSEOライター、コピーライターの立ち位置としてあって。で、そうやって最初はね、誰か既にビジネスの仕組みを持ってる人、自営業の人、とか企業とかから仕事を貰ってやっていけば、それで終わったらただのフリーランスの営業マンやけど、まあもちろんそれでもいいけどさ。それを実践の場として、ビジネスを学んでいって、同時に人脈も開拓したりとか、していって、自分のビジネスを構築していくっていうプロセス、ってのもありますよってことよね。

伊藤　：まさにそうです。

玉井　：まあ、オフラインも、まあオンラインもそうやけど、じゃあ具体的な手順は？コツは？っていうノウハウ的なところは、音声じゃなくて資料作っていくんで、色んな人に協力してもらいながらインタビューとかもしながらね、そっちを見てもらえたら、今はそんな選択肢があるんだなあっていうところだけ掴んでもらえば。

伊藤　：うん、そうですね。

玉井　：あ、あと、ネットビジネスの種類としては一応、自己アフィリエイト、お小遣い稼ぎサイトも一応言っとくと。

伊藤　：ポイントサイトですね。

玉井　：そうそう、まあこゆのはぶっちゃけビジネスと呼べるようなもんじゃないけど、でもこれと情報発信組み合わせるとむちゃむちゃ稼いでる人もいるし、まあそれはちょっとまたどっかで話すかもしれないですけど。

伊藤　：軽く言うと、ぼくの知り合いにポイントサイトだけで月200~300万は安定して稼いでいるって人もいますね。

玉井　：あー、ポイントサイトっていうジャンルで稼いでるってことね。情報発信の。

伊藤　：そうですね、ポイントサイトで稼ごうよっていうジャンルでサイトやったりコミュニティやったりっていう。

玉井　：まあ、情報発信ビジネスと組み合わせるとそういうこともできますよと。一応自己アフィリエイトについては詳しい資料作って渡してると思うんで興味ある人は読んでみたら良いかなと。

伊藤　：はいはいはい。

玉井　：あとは情報商材もネットビジネスの一種で、ネットビジネスに詳しくない人は、ネットビジネスって聞くと『ネットビジネス=情報商材』ってイメージするって人まだ多いから。

伊藤　：怪しいみたいなの。

玉井　：そうそう。で、まあ別に今もあって、てかnoteと違って別にあれ情報商材やし、オンラインサロンって月額1万とかさ、高額塾やし。だから、形が変わってるだけで一緒というか。、むしろ今ダーって喋ってきたようなビジネスモデルができたのって、しかも、それがしっかり1つの産業になりつつある、この流れの源流ってのは情報商材にあったりするから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから、ぼくは情報商材は悪だとかって絶対に否定はせんけど。てか、むしろおれ始めた頃ってもう7年くらい前やけど、そういう怪しいやついっぱい買ってたし、で、普通にむっちゃええこと書いてるし(笑) っていうのも例えばネットビジネスって本とかで勉強できひんやん。

伊藤　：いやあ、無理っすね。一番に情報が古いついていうのと、あとは本はフロントエンドなんで、かつマス向けなんで、当たり障りないことしか書いてないっていう。

玉井　：うん、そうそう。なんぼ売れるか、なんぼ大衆にウケるかが勝負であって、ターゲットど真ん中のほんとに悩んでる人の問題を解決するような情報ではないから。で、それは全てのジャンルに当てはまることで、「本ってそもそもなんで書くんですか？」ってことで、「著名人の人はなんであんな頻繁に本出すんでしょうか？」ってことであって。だから、普通に普通の本屋に置いてるような本、まあ新宿の紀伊国屋くらいデカかったら別やけど、普通の店に置いてるような本って、まあdisってるわけじゃないけど、人生変わるような本ないし、ほぼ99.99%。

伊藤　：disってますけどね、それは(笑)

玉井　：だから、ちゃんと実践レベルまでの力がつくようなもんってのもないんやけど、やっぱり当時はそんなん知らなかったから、そういう5分で速読できるような自己啓発本とかビジネス本とかむっちゃ熟読してたからおれ(笑)

伊藤　：めちゃくちゃ情弱じゃないですか(笑)

玉井　：めっちゃ情弱やで(笑)訳わからん広告ばかりのメルマガとかもまじで200個くらい登録してたし(笑)でもそこスタートやから、情報商材とか普通にむっちゃ勉強なるわけよ、もちろんピンキリやけど、良いやつは全部紙に印刷して熟読してたし。

伊藤　：へー。

玉井　：だから、おれプロフィールに起業して3ヶ月で1000万稼いだとかって書いてると思うんやけど。

伊藤　：売り上げでゆうたら2000くらいありますよね。

玉井　：そうそう。まあ2人でやったから2で割ってるねんけど律儀に(笑)で、まあこれ勿論色んな人に、既に成功してる人とか、に相談させてもらったりっていうのもあるけど、商材で学んだこと実践した結果やから、話逸れてるけど。

伊藤　：あー、なんか変な話っすけど、情報商材買ってお金稼げました、成功しました！みたいな聞くと、始めた頃とかは「やばい、そんなんセンスある人しか無理やる」とか思っていましたけどね。

玉井　：いや、全然そんなことないよ。ええもんはええから。勿論そりゃ糞みたいな商材が過去にあったことはあったんだろうし、例えば「パチンコで絶対に負けない方法」っていう商材買ってみたら、紙ペラ1枚だけ入ってて、そこに「今すぐパチンコやめろ」って書いてたみたいな。

伊藤　：(笑)

玉井　：いや確かに絶対負けへんけど。

伊藤　：メルカリとかヤフオクの詐欺みたいなもんですね。

玉井　：そうそう、買ったのに発送してくれへんみたいな。、でも別にヤフオクは詐欺サイトじゃないでしょって、だから結局世間の印象なんやけどね、どうでもいいけど。

伊藤　：まあまあ。

玉井　：てか、普通におれ、本とかのほうがヤバイと思うもん、まじで。その程度無料で配れよっていう、あんま言わんとこ(笑)

伊藤　：(笑) あんまり言わない方がいいですね。

玉井　：まあ、だから情報商材っていう存在自体は、今ダーツと喋ってきてるネットビジネス業界の源流にあるから、その恩恵をみんな今受けてるわけで、商売やってる人間はさ、だから別にええやつも実はいっぱいあるんやでっていう。

伊藤　：そうですね。

玉井　：ポジショントークばっかすんなよっていう。「情報商材系の人はずのオンラインサロンに入らないでください」みたいなさ、いやお前昔やってたやんけみたいな。

伊藤　：誰か分かりましたよ(笑)

玉井　：うそ、まあいいや(笑) まあ、ちょっと最後話それたけど、その一今言ってきたようなことってのが個人レベルでできる、スモールビジネスだとかプチ起業としての選択肢としてのネットビジネスですと。

伊藤　：はい。

玉井　：いうわけやね。まあそんなところかな、ネットビジネスの種類っていうと。

伊藤　：そうですね。

玉井　：で、まあかなりね、色んなパターンが出たと思うんやけど、端から端までネット、パソコンだけで完結するような働き方もあれば、リアル・オフラインも活用しながらハイブリッドというかバランスよくやるものもあるし。

伊藤　：はい。

玉井　：完全に1人でやるのか、そこから外注とか使ってちょっとした組織でやりつつ1人のときよりも事業を、収益を大きくしてやってるパターンなのかとか。

伊藤　：うんうん。

玉井　：あとは、表に出てるかどうか、顔や名前を前に出して個人名義でブログやるとかセミナーやるのか、それとも裏方でマーケッターとかコピーライターとしてやっていくのかとかね。

伊藤　：うん。

玉井　：何が言いたいかっていっぱいある、と。

伊藤　：選択肢が。

玉井　：そうそう。これってハッキリとこれはこれ、これはこれっていう風に線が引かれるもんでもなくて、自分のスタイルで、自分だけのビジネスを構築していけるってところ、っていうのがネットビジネスのほんとの魅力やなと思ってるんやけど。

伊藤　：ほんまにそうですね。

玉井　：意外とまだまだそういう風に認識はされてなくて、世間はもちろんやけど、やってる人でさえそう思っていない人多いから。でもそんなスキルが身につくからこそ、全てのネットビジネスに共通するビジネス力、ITスキルってのを身につくからこそ、ここで1つしっかり結果を出せば、縦横無尽に色んなことができるようになる、自分の可能性がすごい広がる、っていう可能性をむちゃむちゃ秘めてるっていう、その可能性の部分も魅力としてあって。

伊藤　：はいはい。選択肢は無限に広がってますからね。正直な話、最初やり始める時と違って10年やるかどうか分からないですし、途中でやること変わるなんてザラにあるじゃないですか。

玉井　：うんうん。

伊藤　：で、自分のビジネスを構築していけるようになってたら、まじで何にでも応用きくし、潰しがきくというか。もし、別に大成功、何100億、何1000億とか、大成功できなかったとしても、ちゃんとどっしり構えて学んで、実践して身につけたスキルっていうのは絶対糧になるし、裏切らなくて。

玉井　：そうそう。英語とかさ、プログラミングとかさ、なんか新しく資格取るとかさ、そういう自分のスキルアップとか自己成長に対して人って投資するけどさ。

伊藤　：しますね。

玉井　：もちろん素晴らしいことやと思うけどさ、一番投資すべきは、いやビジネススキルよっていう。

伊藤　：うわ、めっちゃ思いますね、それ。

玉井　：だって、それが一番強いし、それが一番人の役に立てるし、人から求められるわけで。だから、一番儲かるんであってさ、もちろん自分が実現したいライフスタイルとかをさ、達成することにも直結してるって場合も多いやろうし。

伊藤　：そうですね。しかも、1つしっかりビジネスを形になれば、次に新たなにビジネスをやるときは、”強くてニューゲーム”で始めれるというか、ゲームクリアした強い状態でまたスタートできるわけで、FF2周目からできるみたいなの。だからめっちゃ楽やし、さらにどんどんおもしろなっていくますからね。

玉井　：そうそう。そういうものとしてネットビジネス自体もっと認知されていってほしいなっていうのはあって、そしたらもっとみんなにとっての選択肢がさ、ドンっと増えるわけです。しかも、ネットビジネス自体、種類はもうユニクロのTシャツばりにあるわけです。しかもそれぞれがなんていうのかな、お小遣い稼ぎみたいな、ままごとみたいなビジネス、結局なんのスキルも実力もつかへんようなもんじゃなくて。ってか、そもそもこゆこと言わなあかんのもさ、やっぱり未だに「スキルとか知識とかありません！割とみんな誰にでもできます！」みたいなことを謳って、なんとかアフィリエイトみたいな怪しいパッケージ作ってね、売ってる人いるから、さっきも言ったけど(笑)

伊藤　：めっちゃいいいますね(笑)

玉井　：いや、でもほんまにそういう露出する人っていまだにおるから、多分一生なくならんと思うけど、でもそのせいで、「あーそういうもんなんや、しょーもな」と思ってる人もいるからねまだまだ。ほんとにおれはね、それが悲しい。

伊藤　：(笑) まあそういう一部のマーケッターが業界のイメージを悪化させてるわけですからね。

玉井　：そう。だから「いやもっとおもしろいもんやで！」っていう、そういう意味での風評被害っていうか。勿論じゃあお前がそういう部分を変えてみるよって言われそうやけど、いやだからこういう活動してるんじゃないかってね、ことなんやけど、まあそういうことですよ。

伊藤　：そういうことっすね(笑)

玉井　：だから、怪しい稼ぎ方みたいなやつって、確かにね、できると思うねん。別に彼らもそこまでウソついてるわけじゃないから。「でもそれやってどうすんの？っていう、そんなマニュアル通りに言われた通りに作業して、頭も使わんと、それやって稼げたとして、それ何になるん？いやいや働いてるんと一緒やん、結局労働やん」っていう。力もつかへんしおもんないし人生も広がらへんし。だから、そういうモチベで興味本位で始める人っていっぱいおるけど、ほとんどみんな挫折するわけよ。おもんないから。

伊藤　：そうなんですよね。まあ、おもんなかったら結局続かないですからね。あとは、自分でその仕事の意味とか意義とかが分からん状態で、生活のためにやり続けるのは地獄っすよ。

玉井　：そうそう。しかも、おもしろくてしゃーないわって楽しくやってるやつにも勝てるわけないないし。

伊藤　：いや、ほんまそうで。しかも今後、どんどんおもんないことってのはAIがやってくれるようになるわけで、まあ、機械がやって来るわけで。だから、人間はおもしろいと思うことだけやっていけばよいというか。てゆか、そうじゃないと価値を生み出せる人間にならないから、結局今後生き残れへんやん、っていうのはありますね。

玉井　：そうそう。しかも、おれらって、もちろんこれ聞いてくれてる人もさ、多分その多くがさ、言われたとおりロボットみたいに仕事するのが嫌でさ、自分でビジネスやりたいとかさ、こんなライフスタイル・働き方送りたいだとかっていう目標があって、その手段として何か新しくやろうとしてるわけさ。

伊藤　：ほんまにそれっすね。機械的にノウハウ実践しろ、ってゆわれても続くわけないっすからね。

玉井　：そう、だからもしこれ聞いてくれてる人で、「いや今そういうモノに取り組んでるわ」って人って、別に今やってることは良いと思うねん、すごくよくて。

伊藤　：ほんとにそうですよね。それ自体はいいっすね。

玉井　：ただ、大事ななのは、ちゃんと高い視点をもつことで、もっと根本的なをところを、汎用性の高いビジネススキル・ITスキルってのを掴もうとかさ、鍛えようっていう意識で取り組んでみてほしいなど。

伊藤　：そうっすね。もろさとかやりがいは結局取り組む側の意識の問題ですからね。

玉井　：そうそう。そしたらもっと目の前のことが、目の前のビジネスが面白くなるはずやから。だから絶対に型にはまらないほうが良いし。

伊藤　：あ、テクニク的な型になってことですね。

玉井　：うん、そうそう。で、あとは、これからって人にはね、今挙げたような働き方ってのが、まあ沢山あったと思うけど、ちゃんと本質的な力ってのを身につける視点で学んで取り組んだら、全部できるようになるから。

伊藤　：そうですね、本質的なところは同じなのでね。

玉井　：そうそうそう、確かにもうちょっと具体的にビジネスのロジックとか仕組みレベルまで落とし込むともっと細分化されるっちゃされるんやけど、それは今回の目的ではないから。

伊藤　：今回は、全体のゲシュタルトを掴んでもらうっていう目的なんでね。

玉井　：そうそう。まあ、だからそれだけ選択肢が沢山あって、可能性が猛烈にあって、もっと言ったら自分のスタイルってのをちゃんと追求できる。カスタマイズできる。ナイキのシューズばりに自分だけのものが作れるっていう。

伊藤　：ユニクロばりに種類もありますしね。

玉井　：そう、なぜかアパレルの例え多いけど(笑)ってことをまず、やるやらないは置いといて知ってほしいっていう。

伊藤　：うんうん。

玉井　：それは、ネットビジネスが凄いて言ってるんじゃないくて、言いたいのはそこじゃなくて、「今あなたには既にこれだけの選択肢があるんやで」ってことを知ってほしいっていう意味で。

伊藤　：はいはいはい。

玉井　：もういつでも起業できるし、実はね。副業から始められるし、稼ぐ力つけれるし、自分のビジネス作っていきけるしっていう。こんこというのも最初ってやっぱりさ、「えービジネス経験もないし、専門的なスキルもまだないし、そういう人脈もないし、ネットではこんな稼いでるぜ！みたいな人よく見かけるけど友だちにそんなやついてないし」みたいなね時って、変に自分を過小評価するっていうか。

伊藤　：うんうん。

玉井　：やってみたらわかるやん、こっちの世界に来たら。「あーいっぱいおるやん、自分もできるやん」っていうことに気づくんやけど、でもそれは周りにそういう人が

いないとそうは思えないし、1人だったら踏み出してみないとなかなか見えづらいし。

伊藤　：でも、やってみたら意外とこんなもんかみたいな。

玉井　：そうそう。だからそれを今こうやって先に伝えて、視野を広くね、もってもらいたくて、しかも「これら今から目指そうと思ったら全部できるんや、可能性むっちゃあるやん！」ってことを知った上で、その上で、じゃあ「自分が今やるべきこと、やりたいことは何かな？」ってのを真剣に考えてもらいたいなっていう。

伊藤　：はいはいはい。

玉井　：てなかんじで、ダーッとこんなんありますよーって説明はこれくらいにして。でも、これだけやとね、臨場感わきづらいと思うんでまだ、もうちょっと掘り下げて、知識というかイメージを分厚く出来るようにね、喋っていきこうと思うんですけど、いくつか分かりやすいモデルをピックアップして、3つくらい紹介しよかなと思います。

伊藤　：はい。

玉井　：で、こっからは、ひとつずつビジネスモデルを掘りさげてね、それぞれ3つくらい詳しく語っていきこうと思うねんけど。で、じゃあ最初に分かりやすい、みんなにとって馴染みのあるものとして、サイトアフィリエイトを例

にしゃべろうと思うんですけど、まず視点として持って
もらいたいのは、2つあって。

伊藤　：うんうんうん。

玉井　：「集客をどうしてるのか：ネットだからそれはア
クセスをどうやって集めてるのかってことと、「どこでマ
ネタイズつまり収益化してるのか」っていう2つ。

伊藤　：うんうん。

玉井　：まあ、これはすべてに言えることやけど、すべての
ネットビジネスってのが、

「アクセスを何らかの方法で集めて、集めたアクセスを何
らかの方法でお金に変えてる」

わけやから、

伊藤　：そうですね。

玉井　：じゃあ「その何らかの方法で」ってところが分か
れば、まず理解すれば、んで最終的に実践できるようにな
ればいいわけで。で、この2つが理解できたらビジネスモ
デルの全体像、もっというとは仕組みってのが見えてくると思
うんで、そういう意識で聴いてほしいんですけどー。

伊藤　：はい。

玉井　：で、サイトアフィリは、仕事としては、メインはサ
イトを作って、そこの記事を沢山書くわけやんか。で、な

んで記事書くのが仕事になるんかって言ったら、記事を書いたらアクセスが集まるからで、もっと正確にいうと記事を書いたら書いただけアクセスが集まるように、戦略的に記事を書いている。

伊藤　：うんうん。

玉井　：今言ってるのは「集客はどうしてるのか」ってところね。

伊藤　：はいはい。

玉井　：で、それは主にはSEOをやってるってことであって、SEOを知らない人は調べてもらったら良いんですけど。例えばヤフーとかgoogleで何か検索したときに、自分のサイトを上位に表示してもらうために、だから例えば自分がダイエットの発信してるとして、じゃあ「ダイエットおすすめ」って調べる人がいたとして、ってか居てるわけで、日本中にいっぱいいるわけで。

伊藤　：はい。

玉井　：その月間何回検索されるかっていうボリュームってのもネットで調べられるんやけど。

伊藤　：いけますね。

玉井　：じゃあ、その一定以上検索されてるワードで自分のサイトを上のほうに表示してもらえたら、googleにね。勝手に毎日サイトにアクセスが集まるから、じゃあどうやったら上に表示されるやろう？ってことを考えないといけなくて、集客のために。

伊藤　：うんうん。

玉井　：だから、戦略的に記事の構成やったり、そもそもどのキーワードで攻めるかとか。もうちょっとというと、サイトの訪問者の人が満足してくれるページを作らんと、googleは評価してくれなくて、それってサイトの1人あたりの滞在時間とかね。検索結果から自分のサイトをクリックしてくれた人の割合、CTRって言いますけど。めちゃざっくりこの2つを見て判断してるので、滞在時間とCTR。

伊藤　：この2つがKPIですね。

玉井　：そうそう。滞在時間とCTRがKPIってなんかすげえ意識高い系の発言ぽいけど(笑) まあまあ、じゃあどうやったらその2つを上げられるのか。つまり、ユーザーが満足する情報を提供できるのか、ってのを考えて実践していくのがSEOって呼ばれるものね。

伊藤　：はいはい。

玉井　：だから、抽象的に言えば「人を集める力」のことであって、ビジネスっていうのはほぼ100%、「人を集めてモノを売ること」なわけで。だから、人を集めてモノを売る力ってのがマーケティング力やから。だから、マーケティングってすげえみんな色んな小難しい言葉で理解しようとする人多いやん、てかビジネス書ってそういうカッコつけた書き方してるから、どうしてもそれで頭に入れようとするんやけど、でもそんなん頭に入らなくて、全然実際的じゃなくて、感覚分からんし、目の前のことに活かせるやんから、だからシンプルに捉えたほうがよくて、最初はね。

だから、マーケティングなんて、共感起こして、結果人を集めて、ニーズ満たして、結果モノが売れる。っていう、その導線を作ることやって、くらいにシンプルに思っておけばいいから。

伊藤　：ほんとそうすね。

玉井　：話逸れてるけど、だから、まあ、SEOってのは要するに人を集める力のことやと、その1つですよと。で、でもこれだけやと、半分やん。人は集まるけど、ダイエットに興味ある人、痩せたくて悩んでる人はサイトに来てくれるけど、金にはならん。ビジネスにならんわけで。じゃあどうするかっていうと、広告を載せるんですと。

伊藤　：はいはい、アフィリエイトリンクですね。

玉井　：そうそう。例えば、「飲むだけで痩せるサプリ！無料お試しセット」みたいなもんがあったとして、それを紹介する。で、それを自分のサイト経由で、無料お試しの申込みがあったら、1件あたり3000円の報酬が発生するみたいな。そういう成果報酬型広告を主に、収益化の手段として利用してると。

伊藤　：はい。

玉井　：で、そんな案件ってのは、ASP、アフィリエイトサービスプロバイダに沢山あるから、自分で申し込めば、まあ、基本的には誰でも紹介できるし報酬を受け取れるから、そういうところで稼げそうな商品を、つまり報酬金額が高いとか。えーと、しっかりその商品が売れてるかどうとか、販売ページの質もそうやけど、そういうものを見て、見極めて、自分のサイトに貼っつけるっていう。

伊藤　：うんうん、なるほど。

玉井　：めっちゃ簡単に説明したらこういうことで。サイトアフィリっていうのはYouTuberと比べたら分かりやすいかもしれんけど、Youtuberってのは広告機能をオンにしたら勝手にyoutube側が最適な広告載せてくれるわけよ。まあこれをアドセンスっていうんやけど、サイトアフィリの場合は、まあもちろんアドセンスで稼ぐ人もいるけど、自分で案件を見つけて、自分でちゃんとじゃあその新規申し

込みの件数が増えるような文章、ってのを書いてやってる人も多くて。

伊藤　：ですね。

玉井　：つまり「アクセスは集めるけど売れるかどうかは知りません、ぼくはyoutuberなんで」ってことじゃなくて、ちゃんと売れるようなビジネス的な仕掛けってのもしっかりやる、学んでる人が多い。で、もちろん構造的にはさ、後者のほうが儲かるやん。

伊藤　：もちろん、もちろん。

玉井　：もちろんだって、広告代理店に任せっぱなしじゃないんやから。「自分で何を売るのが？」「どうやったら買ってくれるのか？」文章だったら売れる文章の書き方ってのがあって、それはもうすごく勉強しないとイケなくて、コピーライティングね。あとは、小学生からお年寄りまで楽しめるもの～とかではなくて、そんなバラバラの属性のアクセス集めても意味ないから、意味なくはないけど商品の成約につながらんから、とか。

伊藤　：広くお客さんとりゃめっちゃむずいですからね。

玉井　：そう、広く人集めるのは簡単やけど、みんなやってるやん、ただフォロワーがいっぱいおる！みたいなTikTokでかわいい高校生がダンスして～みたいな。

伊藤　：(笑)

玉井　：でも、広くお客さんをとるのは難しいから。これ全く意味が違うから。

伊藤　：そうですね。集めるのと取るのとでは違いますからね。

玉井　：そう。だから、ちゃんとターゲットがいて、消費者の心理理解して、人ではなくて見込み客を集めてモノを売るところまでの導線作りってのをちゃんと担ってるわけだから、そりゃこっちのほうが収益は出る、圧倒的に。

伊藤　：うんうん。

玉井　：なんか難しいこと言ってるかもしれんけど、多分いっぱい見たことあると思うので、こういうサイト、だからイチ読者ではなくて、ビジネスをやる側の視点、仕掛ける側の視点で色々見てみると面白いし、実感もわくかなと思うんですけど。

伊藤　：そうですね。普段から仕掛ける側の視点でモノを見るってのはめっちゃ重要ですよね。もちろん、ぼくらもイチ消費者ですけど、自分でビジネスやる以上はイチ起業家であって、商売する側なわけで。だから、その両方の視点から常にモノを見れるかっていう。

玉井　：そうそうそう。そこが多分、全く同じ生活してても全然違う所で、だからサイトアフィリじゃあ月100万稼いでますと、っていう人と、じゃあニートしてますと、親が月100万くれるんで、っていう人がおって。

伊藤　：めっちゃええな(笑)

玉井　：定点カメラでさ、毎日さ、その2人をさ、観察したら、たぶんね、生活ほぼ一緒やね。あんま変わらん。

伊藤　：てか、普通のニートともあんま変わんないすよね多分。

玉井　：確かに(笑) 特に家に引きこもってるタイプだったら、ほんとに一緒に、夕方起きてきて、パソコン触って、マンガ読んで、外でたらと思ったらコンビニで飯買ってみたいな、地味な生活してる人も多いから。でも、外から見ても同じでもさ、視点が違うから、生きてる世界が違うのよ、大げさやけど。でも自分の世界が変わるってそういうことやから。もちろん、住む家とか身につけるものとかが変わるとかね、普段付き合う人が変わるとかね、ってのも勿論あるけど、本質はそこやから。話逸れてるけど。

だから、たとえ初心者であっても、いかにも自分はビジネスマンや、起業家や、経営者や、既にね、っていう視点でモノを普段から見るのがすごく大事。

伊藤　：めっちゃ大事ですね。

玉井　：で、あとサイトアフィリに関しては、商材、てかジャンルは沢山あるから、だからASPについてちょっとだけ言っとくと、A8.netとかinfotopとか、これ物販系と情報系で一番有名どころやけど

伊藤　：あとは、ジャンルで絞るなら、例えば、検索窓で「ダイエット　ASP」とかで調べたり、あとは「ASP　比較」とか「一覧」とかで調べたらいっぱい出てきますからね。

玉井　：そうそう。そういうのを見て知っていけばいいし、あとは肝心の収益の、イメージっていうのは、例えば1つのサイトで月5万とか、10万とかの収益でるような、例えばじゃあ商品が1件3000円とかだったら2日に1個売れるとか、1日1人無料お試ししてくれるとか。そういう仕組みができれば、月5～10になるわけで。

伊藤　：そうですね。

玉井　：で、そういうサイトをいくつも作る。簡単に言うかね。で、もちろん適当に作るんじゃないくて、そこにはリサーチとか戦略とかがあるから。そもそもサイト作る準備段階で、どのジャンル攻めるのか、どのキーワードで、どんくらい記事書いたらどんくらいアクセス集まって、じゃあなんぼくらいになるかな、みたいな構想立てて、ロードマップみたいなものを作って、よしっつってダーツと書いて

いく。で、効果とか検証しながら改善していく。あとはそのサイクルを早く回すっていう、そういうプロセス。

伊藤　：なるほど、なるほど。

玉井　：もちろん、その上で芽が出るもの、出ないものはあって。で、そこはそういう投資の視点の、判断があって、自分の労力を投資するわけやから、外注だったらお金投資してるわけで。じゃあ、どれをどう伸ばしていくべきかってのもあったりするわけだし、まあそういうことをやると、結果、自分でゼロからサイト作って、それいくつか持ったら月数十万くらいにはなりますよね、っていう。

伊藤　：ふんふん。

玉井　：慣れたらもっといけるからね。割と初心者向けのやり方がこんなかんじ。で、それができたら、ジャンルにもよるけど、例えばほったらかしててもアクセスが集まる状態になるから、そりゃだってSEOを集客に使ってるんやったら、googleが上位表示してくれてるんだから。

言ったらすげえ立地の良いところにお店構えてるみたいな、自動販売機置いてるみたいなイメージ。だから、よく不動産とかと比べられて、サイトアフィリエイトって権利収入がこんだけ入ってきますよ、ネット上の不動産ですよって言い方がされるんやけど。

伊藤　：されますね。

玉井　：あとは、作ったやつを売却する、何百万とか場合によっては何千万とかで、ってこともできる。サイトM&Aってやつ。ってのも、「毎月10万の収益上がってるサイトだったら100万で買いますよ！」って人はおるから例えば。

伊藤　：全然いますね。

玉井　：で、なんで買うんかっていったら「そっからこっちでサイトを拡張すると、もっとマンパワーつかって記事書いてアクセス増やして、収益もっと増やしていくんで！」っていうねっていう人というか企業って沢山あるので、そういう売買サイトもあるんで、例えばそこでそういう人たちに売るっていう。

伊藤　：今の買値の目安は、直近3ヶ月の平均月間収益の12～24ヶ月分とか言われてて、ちょうど友だちにサイトアフィリやってる人いるんですけど、「自分が作ったサイトもし全部売却したら家建つくらいにはなるよ」ってゆうてましたね。

玉井　：ほんまに不動産買えてるやん(笑)

伊藤　：(笑)

玉井　：まあ、そういうM&Aってのは基本的に、「ビジネスの立ち上げの時間を買う」っていう時間短縮が目的やか

ら。つまり、何が言いたいかっていと買う側の需要は沢山あるから。だから、売却をゴールにやってる人もおるし、まあ、これがサイトアフィリエイトのざっくりのイメージ。というか、それができる人ってのが実際何を思って何をやってるかってところ。

伊藤　：うん。

玉井　：で、じゃあ次2つ目。2つ目は続きの的に情報発信ビジネスがいいかなと思うんやけど。

伊藤　：そうですね。

玉井　：これはその、さっきも言ったけど、「アクセスを何らかの方法で集めて、集めたアクセスを何らかの方法でお金に変える」と、全部これやでって言ったけども、今言ったサイトアフィリエイトよりも、お金に変えるってところをもっと戦略的にやってるイメージ。

伊藤　：うんうん。

玉井　：だから相対的には、サイトアフィリのほうがアクセス集めることに特化していて、今から言う情報発信ビジネスがアクセスを収益化するところに特化してる、って思ってもらったら分かりやすいかなと。

伊藤　：そうですね。

玉井　：っていうのも、サイトアフィリエイトも、まあ、確かにyoutubeとかのアドセンスと比べたら、ちゃんと自分で案件を選んで自分で文章書いて売ってる分、構造的には収益化が上手いって言ったんやけど。それでもあくまで広告やから、自分で商品作って売ったりってのもプラスαできたら、そりゃもっとグンと売上上がるよねっていうことであって。

伊藤　：はいはい。

玉井　：あとは、メディアをサイトとかブログしか持ってないと、サイトに来てくれた人って、記事は読んでくれたけど何も買わずに去っていく人ってのは沢山いるわけで。つまり、店で例えたけど、人通りの多い場所店構えてるけど、素通りする人っていっぱいいるよねってこと。

伊藤　：大分、勿体無いですね。

玉井　：そうそう。その人たちってほんまに道歩いてる人じゃないから、適当に集まった人たちじゃないからさ。例えば、ダイエットのジャンルだったら、ダイエットに興味がある人を集めてるわけやから、ビジネスチャンスは沢山あるわけで。

伊藤　：だからその素通りの機会損失が半端ないですよ
ね。

玉井　：そうそう。例えばその人にね、もっとダイエットに取り組む意識とかをじゃあ高めてあげたらダイエット本格的に始めるかもしれないし、生活習慣とかを疎かにしてたんだけど、そこをもっと教えてあげたら、じゃあその人食事とか運動に自己投資するかもしれないし、たまたま紹介した商品が興味なかっただけでもしかしたら違うものを求めてたかもしれないし、っていう。

伊藤　：あー、確かに。

玉井　：よく言うけど、何か商品を例えば10人買ってくれた人がいたら、その裏には50人、100人くらいは買おうか迷って辞めた人ってのがいるよっていう。じゃあ、その100人に、ページ閉じられてさよならーってするんじゃないくて、商品は売らないけど、いきなりは買わなかったけど、でも、こっちとしてはその人っていうのはがっつり見込み客やから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから「買わなかったとしても、連絡先だけ教えてよ！」っていうのができたら、連絡先教えてもらったら、今これたとえですけど、つまりは、こっちから何か情報を発信したときに受け取ってもらえる「関係性」ってのを作っておけば、後々利益になると。だから、メルマガとかLINE@だとか、SNSでフォローしてもらおうとか、そういうところで繋がっておく、っていうことよね。

伊藤　：そうですね。やってみるとわかりますけど、例えば3ヶ月とか1年、2年してから、相手のタイミング合った時に買ってもらえることってのも余裕であるし、むしろ、それくらいドンと構えてた方が売れるっていうか。

玉井　：そうそう。あんまり短期的に刈り取ろう刈り取ろうとすると逆にそれは下手やから。数字、売上だけを見たとしても下手やから、長期的にはね。だから、たとえば、「LINE@登録してくれたら今なら期間限定でこんなプレゼントしてます！」みたいなね。そういうの見たことある人多いと思うけど、今は飲食店とかお店とかでもやってるけどさ、ああいうのもそれで。

伊藤　：ありますね。

玉井　：でも、やっぱり下手な人が多くて、飲食店とかオフラインは特に。ってのも、あんなんすぐブロックするやん。メルマガとかLINEの内容が告知ばかりで、おもんないから。

伊藤　：しますね(笑)

玉井　：うざいだけやから。だから意味も分からず連絡先だけ交換しても、そっから関係深めることは一切できてなくて、そもそもそのために、仲良くなるために連絡先交換したのにみたいな、あんま話したことないのにとりあえずLINEだけ交換して、今度飲みに行こうよ！遊びに行こう

よ！ばっか送るみたいな(笑)「いやお前とは行かんわ」ってなるわけでさ、だからちゃんと、連絡先を交換する以上に、それ以降の流れをしっかりと組まないと、そこに力を入れないといけなくて、それが縦のメディア、垂直展開って言うけどさ、ここでどう役に立つ情報を、みんなが楽しめる、次も読みたくなる発信ができるか、そんなストーリーを作れるかってことが大事になってきて。

伊藤　：はいはいはい。

玉井　：ちょっと難しいかもしれんけど、さっきからゆっているDRM、ダイレクトレスポンスマーケティングの3ステップ、「集客・教育・販売」の教育に当たる部分がまさにこれで。

伊藤　：うんうん。

玉井　：見込み客と信頼関係を築いて、購買意欲を高める仕組みってのを作っていく。ってところ、ここがマーケティングで一番重要というか。だって橋の部分やから、つなぐところやから、だから情報発信ビジネスではここを重点的にやるわけで。

そしたら、例えば、アクセスあたりの単価、単価ってのは、例えば毎月1万人の人が来てくれるサイトがあって月の利益が10万円やとしたら1万人で割り算して1人あたり10円ですってやつね。

伊藤　：アクセス単価ですよね。

玉井　：そうそう、これがグンと高くなるわけで。5倍とか10倍とか、場合によっては何十倍ってレベルで高くなる。

伊藤　：なりますよね。1人でやるとかなり効率良いモデルですよ。

玉井　：そう、だから情報発信ビジネスだったら月1万PVで、ページビューで、月100万利益出てる人とか割と普通やし、おれも月300万くらいの仕組みを初めて作った時って、アクセス確か月3万PVくらいしかなかったから。

伊藤　：へえー。

玉井　：で、もしかしたら「3万PVって多いやん！」って思われるかもしれないけど、サイトアフィリエイトやってる人からすれば全然少ないから、「え、3万？みたいな、少な！(笑)」って感覚やから。

伊藤　：アドセンスだけやったら1万円くらいしか稼げないですからね。

玉井　：そうそう。で、なんでじゃあそんなことができるかっていうと、アクセスをお金に変えるところの仕組みづくりがうまいからこそで、簡単に言ったら。

伊藤　：うんうん。

玉井　：でも、「こっちのほうが賢いやり方！」ってことでは別になんやけど。

伊藤　：構造の問題ですね。

玉井　：うん。でも、俺個人の考え方としては、今これ聞いてくれている人とかもそうやと思うけど、個人でビジネスを興したいってなると、労力として一番大変なのってやっぱり集客やから、たとえばさっき言ったSEOっていうのも、個人じゃなくて企業単位でね、例えば数百人とかライター一団って記事書きまくってるメディアとかね、あるから、そんなんに勝てないから。で、そこ、アクセス集めることに関しては競争やから。

伊藤　：うんうん。ランチェスター戦略的な所にも繋がってきますね。

玉井　：そう、だから、個人は個人なりの戦略があって、だからそのさっき言った2つ、アクセスを沢山集めるっていうところじゃなくて、集めたアクセスを上手にお金に変える。ってところを一生懸命勉強したほうが、個人にとっては、まず、広く深くビジネスが学べる。つまり、力がつくし。で、結果得られる収入も大きくなる、最高やん。って言ってるんやけど。

伊藤　：うんうん。

玉井　：まあ、そんなかんじ。だから、もうちょっと言っとくと、ビジネスにおいてリストの概念ってむっちゃ大事で、顧客リストね。俺もネットビジネス勉強始めた頃って、その先輩方というか、既に沢山稼いでる人が「やっぱリストが命だよなー」って言ってるの聞いて、「なんで？」って全然分からなかったんやけど。でも、それって消費者視点でしかモノを見れてなかったからで、「リストじゃなくない？アイデアじゃない？」とか、「商品が良いか悪いじゃない？」みたいな思ったけど。結局ね、始めてみればすぐ分かるけど「いやリストやわ」っていう。

伊藤　：死ぬほど大事ですからね。

玉井　：そう。だから未だにITで、その割と大きなメディアもってるところとか、月間1億PVとかね、そんなメガサイトもってるような企業でも、そういうところにぼくがコンサルで入ったときに、実際、あったんやけど、最初ヒアリングしてる段階で、全くこのリストの理解がなかったりするわけよ、ビビるぐらい。

伊藤　：意外とありますよね。

玉井　：そうそう。え、むっちゃ取りこぼしてるけど、多分売上の桁かわりますよ？っていう。いやこっちの業界やと、もう15年以上前からありますよっていう。もちろん、全部がそうじゃないけど、いまだにITとかでもそういうところもあって。

だから、よく言われるのは、江戸時代のね、呉服屋が、家事になったら、呉服は燃えても良いと。でも、顧客名簿はあかん、顧客台帳だけは何が何でも持って逃げな、あるいは井戸に投げ込めと。

伊藤　：有名なやつっすよね。顧客名簿さえあればなんぼでも復活できるみたいな。

玉井　：そう、闇金ウシジマくんでもあったけどそういうシーン、でもまあそれで例えるとちょっと印象悪いけど(笑)大企業でもリストの売買ってやってるからね。情報・データ持ってるやつが勝つからこの世界は。まあ、ちょっと話逸れてるけど、リストが大事ですよっていうのと、情報発信ビジネスはこんなイメージ。

伊藤　：はい。

玉井　：あ、あとは、ジャンルは一、サイトアフィリ同様に、なんでもいけて。

伊藤　：そうですね。

玉井　：さっきも喋ったかもしれんけど、もっかい言うと、例えば、英語もそうやし、筋トレ、プログラミングもそうやし、ダイエット、恋愛、人間関係、大学受験、資格試験合格法とかさ、営業ノウハウとかもいけるし、動画編集教えるとかもいけるし、もっとポップなアクセサリー作

りとか料理とかそうやし、スポーツもテニスとかゴルフ
だったらやりやすいし、大人がお金かけるからね、で、ビ
ジネス教えるのも勿論、転売教えますよ、株教えますよと
か。

伊藤　：うんうん。

玉井　：だから、要するに、学びとか上達が伴うもので、
且つそこに投資意識があるものであれば、なんでもいける
し。

伊藤　：そうですね。お金出してでも欲しいと思うジャン
ルですね。

玉井　：そう。要は、お金出した以上のリターンが見込め
るって思った人が買うわけやから。コストとリターンの話
で。で、まあ商品ってなると、その一商品がたぶん初心者
のときってダントツで一番イメージしづらいと思うんやけ
ど。

伊藤　：うーん、うん。

玉井　：例えば、大学受験やったら、分かりやすくそうい
うオンラインサロンやってもいいし、勉強法とかね、科目
別の、そういうのまとめた有料記事とか教材つくってもい
いし、もっとじゃあちゃんとカリキュラム作って、サポー
トもつけて、半年間の塾みたいなオンライン塾みたいなも
のも個人でできるし。

伊藤　：うんうん。

玉井　：やってる人いっぱいおるし、別に自分自身家庭教師で、その集客としてネット使っても良いし。あとは、受験生をもつ親向けにセミナーやってもいいやろうし、今だったらリアルじゃなくてWEBセミナー、ウェビナーってやつ、やってもいいし、それで収益化してもいいし無料でやってもいいし、バックエンドで何か売ってもよいし、もちろん、アフィリエイトしてもいいし。地味に受験とか英語とか速読とか、そういう勉強系の案件もあるから。

伊藤　：ありますあります。

玉井　：まあ、人が集まればマネタイズは、収益化はなんともなるっていう。その辺もっと具体的なところは、後日資料配っていくと思うんで、とりあえずざっくり情報発信ビジネスのイメージはこんな感じでできますよってことやね。

伊藤　：はい。

玉井　：次、3つ目なんやけど、リアル、オフラインを交えたモデルを例に。これはあんまり教えてくれる人も少ないと思うから、やろうかなと思うんやけど。で、まあ伊藤ちゃんがまさにその人やから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：こっからちょっと伊藤ちゃんに喋ってもらおうかなって思うねんけど。

伊藤　：じゃあ、3つ目僕がしゃべりますね。じゃあ、まずは一、これまでの2つと同じように、「集客をどうしてるのか」と「どこでマネタイズ・収益化してるのか」っていう2つの視点で聞いてもらったら理解しやすいかなと思うんですけど。ネットとリアル、まあオンラインとオフラインを絡めるって、考え方としてはめちゃシンプルで、「ネット使ったほうが良いところはネット使って、オフラインで動いたほうが良いところはオフラインで動けばええやん」ってだけなんですけど。

で、これを一般化しちゃうと、例えばDRM、ダイレクトレスポンスマーケティングでいう、集客、教育、販売の3ステップでいえば、まず集客はネットが効率良くて。

玉井　：そりゃそうやね。

伊藤　：これは分かると思うんですよね。で、次に集客・教育・販売の教育、つまり読者さんと信頼関係を築くところですね。これは、まず、集客で認知してもらって興味持ってもらって、こっちの発信を理解してもらってから先の話ですよ。もっと深く知ってもらって、もっと共感してもらって、商品を検討してもらって、っていうところは、やっぱりリアルのほうが効率が良いというか効果的で。

玉井　：そりゃそうよね。実際会ったり話したりしたほうが納得もしてくれるし、1：1で話せたりしたほうがイメージも湧くやろうってことね。

伊藤　：そうですそうです。で、販売もネットで販売ページをぽんって乗せて「それ読んでみてくださいね」って形よりも、1：1で購入を迷ってる心理状況というか、そういうところを対話しながら売ったほうが買ってくれるんですよ。

玉井　：うんうん。

伊藤　：ってことにはなるんですけど。なので、ある程度組織化してるところで、例をあげるとジャンルが大学受験やとしたら、集客は、例えば広告費をガンガンかけて、LP、ランディングページを露出していくわけですよ。で、例えば、なにかLINE@の登録とかメルマガの登録とか、あとはセミナーとか説明会とか、セミナーの場合は、例えば、500円とか1000円とかかなり格安にしておいて、障壁を下げておいて、いろんな人が入ってくるようにしておくんですよ。つまり、これがフロントエンドの商品になるわけですよ。ここまでの導線はネットで整えといて。で、説明会に来てくれた人に、ガッツリ独自の情報とか理念とかを共有するんですよ。

玉井　：オフラインでね。

伊藤　：そうですそうです。オフラインで。受験とかやったら、勉強法とか志望校の選び方とか、計画の立て方とか、受験生も、もちろんですけど、受験生の親が求めるノウハウをしっかりと提供した上で、満足してもらった上で。

玉井　：受験生の親もセミナーに来てる場合ってことね。まあ、来ること多いしってことね。

伊藤　：多いですね。で、例えばオンラインの学習塾をやってるんだったら、これをバックエンドの商品として用意しているわけですよ。で、その学習塾のコンセプトとかカリキュラムとかの説明をして、購入を検討してもらおうところの導線をセミナーの中を組むって感じですね。

玉井　：はいはい。で、セミナー終わってから、チューターさんみたいな人がおって、その人が1人1人と3者面談とかもしたりして、そこでセールスするってことね。

伊藤　：そうですそうです。そうやって1：1で状況とか、親御さんとやったら1：2とかの状況で、ヒアリングして、じゃあ志望校合格のためにどんなスケジュールでやっていったらいいかとかアドバイスしながら、うちの塾で頑張っていきませんか？ってセールスするみたいな。

玉井　：大手の予備校もこれと同じようなモデルでやっているからね。

伊藤　：そうです、全く一緒です。だから、認知してもらって、こっちに興味もってもらうまではネットでやる、と。そこからがつつり共感してもらって理解してもらって検討・購入してもらうまでがリアルでやるみたいな形ですよ。まあ1例ですけど、一般化するとこんなかんじで。

玉井　：はいはい。まあそうね。

伊藤　：ただ、今言ったようなのって1人だと難しいし、1人でビジネスやるってなると、自分の向き不向きとかもあたりとか、ジャンルとか商品とかターゲットによっても違ってくるんですよ。

玉井　：あとは、段階によってスケールというか、どれくらいの収入を目指すか、今どれくらいの規模かっていうのでも違うよね。

伊藤　：それも結構ありますね。なので、まず、最初は集客をネットじゃなくて、リアルでやるとかってのも全然アリですし、SNSだけやってて、それ以外は全部オフラインとかもまじでアリですし。あとは、ビジネス系のマッチングサイトとかでセミナーの募集して、注文が入ったらそれ以降オフラインってのも全然いけますし、軽いオンラインサロンみたいな形を用意しておいて、それをフロントエンドとして、サロンメンバーとの人間関係とか信頼関係を築くことをリアルで重点的にやるとか。オフ会とかですね。

玉井　：あー、はいはい。直接売上には繋がらんけど、ビジネスとしてというか、コミュニティ運営していく上で必要なことってのをリアルでやるってことね。

伊藤　：そうですね。そういう形もありますし、サービスの提供をオフラインにするのもアリなんですけど、大学受験で言えば、家庭教師みたいな形にするとか。

玉井　：でも、その問い合わせまでの導線はブログとかメルマガとか、つまり、ネットで作ってってことね。

伊藤　：そうです、そうです。なので、言いたいのは、自分に合った形で、オフラインとオンラインを混ぜてバランス取ることができれば、1人でまあ飯食うレベルであれば、めちゃくちゃ早く結果を出せるよねっていう。

玉井　：あー、ネット完結でやるよりもってことね。それで言ったら、ちょっと発展的な話になるかもしれんけど、ネットビジネスってそもそも、数年前までは、ネット完結が当たり前やったから、ネットで集客してネットで販売して商品もコンテンツとかDLできる何かだったり、ネットだしみたいな、ってのが王道で、それをみんな学んで実践してたけど。段々、さっき言ったO2Oの流れ、オンラインとオフラインをかけあわせるっていうノウハウが広まったり。あとは、コンテンツを売るっていう意識から、コミュニティを売るとか、場を提供するとか、っていう意識に変わってきたりして、それこそオンラインサロンが流行った

りもそうやけど、その流れの中で、ネットとリアルを合わせることが当たり前になりつつあるっていう。

伊藤　：そうですね。

玉井　：そうやってビジネスモデルが徐々に変化っていうか、ちゃんとお客さんが求める形に成熟してきたっていう全体の流れがあって。だから、それこそ、今こうやってさ、オフラインでもできますよとか、リアルでも動けるよって、敢えてそういう言い方おれらもしてるけど、別に敢えて分ける必要ないというか。

伊藤　：いや、ほんまそうなんですよね。ちゃんと理解できると一緒やんってことが分かるんですけど。でも、まだまだ「ネットビジネスなのにオフラインってどういうこと？」っていう認識があるんで。

玉井　：そうよね。だから、その辺最初から今喋って来たみたいなことを広く理解できてるといいよね。

伊藤　：そうですね。その上で、色んな発信してる人、セミナーしてる人とかブログやってる人とか、例えば、広告で出てくるようなやつとかもそうですけど。色んなジャンルのやつとか、自分が興味あるなし関係なく登録してみたりして、潜って、どんな導線組んでるのかなーとか、このビジネスどんなんなんかなって見てみたらめっちゃ勉強になるんで。

玉井　：そう、それ最初ってめっちゃ大事やん。

伊藤　：めちゃくちゃ大事ですね。

玉井　：方法論だけ学んでも絶対イメージ湧かないから、一旦座学と言うかさ、ある程度ロジックを頭に入れたら、今度は情報浴びまくって、それ見ながら自分だったらどうするか、自分のビジネスはどうやって作っていこうかって考えながらリサーチするってのが死ぬほど大事やから。

伊藤　：めちゃくちゃ大事ですね。でも、意外とみんな、あんま真剣にそれやらないですよ。

玉井　：やらん人多いし、あと足りてない人多いし。

伊藤　：ぼく、ゆうても今でも全然やりますからね(笑)

玉井　：結構、伊藤ちゃんめっちゃやってるよね(笑)

伊藤　：めっちゃやってます(笑) 例えば、こないだも英会話サービス自分からセールスされに行っただけです。

玉井　：うんうん。

伊藤　：別に、ぼく英語話興味ない、まあ、興味はあるんですけど、今真剣にやろうと思ってるわけじゃなくて。でも、インスタ見てる時に、広告が出てきて、ぱって見てみたらLPも上手に作ってるなあと思って、訴求とかも割とう

まいことやってて、登録してみようと思って登録したら、それが英会話に特化したオンライン英会話スクールみたいなやつで。で、そこで登録したら、

玉井　：それメルマガ？

伊藤　：メルマガですね。で、そのメルマガを登録してみたら、自動返信でメールが来て、「あなたの英語力を調査します」みたいな感じできて、電話で外国人と実際喋ってもらうので、日時予約してくださいというメールやったんですよ。

玉井　：うんうん。

伊藤　：で、予約して、実際30分くらい英語で喋らされて。

玉井　：それもやったんや。英語力調査されて(笑)

伊藤　：そうです(笑) そしたら、今度日本人のオペレーターに変わって、診断結果は後日伝えるからまた次いついつ話せます？みたいな、スケジュール合わされて。で、後日電話したら日本人のチューターみたいな人に、「あんたの今の英語力はこれくらいですよ」で、どうなりたいですかみたいな。

玉井　：あんたの(笑)

伊藤　：これはちょっと嘘ですけど、「あーもうペラペラになりたいです！ビジネスで英語使えるようになりたいです！」みたいなこと言って、そしたら、このプランで学習していったら良いですよみたいな。勿論、すごい親切に色々やってくれて。

玉井　：でも、断ったんや。

伊藤　：断りましたね(笑) まあ、ほんまによかったらやってもいいかなって思ったんですけど。

玉井　：でも、ほんまにこうやって体験する、今僕らが喋ってるさ、導線、マーケティングの、その仕組みとか流れっていうのをお客さんの立場で体験するってのが、もちろん、視点はビジネスやる側の視点やけど。っていうのがめっちゃ勉強になるから。てか、こういうのを勉強って言うわけやん。

伊藤　：そうですね。電話とか抵抗ある人は別に無理しなくていいですけど。でも、そうやって普段からアンテナ立てといて、色んなビジネスの例をしてみるっていう。特に広告打ってるところとかは、マネタイズの仕組みしっかり作ってるところが多いんで、やっぱりそれは良いところ盗んだほうが良いですし。

玉井　：それが生きた勉強よね。話逸れてるけど、まあ3つ目はこんなかんじか。

伊藤　：あー、あとはこういうオフライン、リアルを中心にやっていくのって、対人力、コミュニケーション能力を高めたいって人にもお勧めってのは言っときたくて、勿論、そもそもその能力が高い人とか、人と話すの好きな人は向いてるんですけど、集客代行とか販売代行とかいきなりもう始めたら良いんじゃないと思いますし、自分でコミュニティ作っていくって場合もどんどんリアルで動いていったら良いと思うんですよね。

玉井　：うんうん。

伊藤　：対人力にコンプレックスと言うか、ある人いるじゃないですか。ぼくの友だちにも太田ってやつがいたんですけど。

玉井　：太田(仮)ね？

伊藤　：(仮) っすね。その太田(仮)ってやつ、結構コミュ障というか。

玉井　：悪口やん(笑)

伊藤　：まあまあ別に本人に面と向かって言ってるんで(笑) 多分、これも聞いてもらうんで。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：で、そいつは、すげえ対人能力高めたいって思っ
てて、結構古い仲なんで、ずっと横で見てたから分かるんで
すけど。なので、今言ったみたいにリアルを割と中心にし
てビジネス始めて、てか、めっちゃやったんですよ。交流
会とか行きまくるし、SNSで人と絡みまくるし、マッチン
グアプリで女の子とガンガン会ったりもするしみたいなの。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：そんなことをめっちゃやってたら、コミュ力めっ
ちゃ上がって、めっちゃおもしろくなって、なんかむっちゃ
自信ついてるやんみたいな。で、ビジネスもしっかりでき
てきて、集客から販売まで全部自分できるようになった
し、自分のコミュニティもできて、だから自分の力でお金
も稼げるようになるわ、自信もつくわコミュ力も上がる
わっていう、いや普通に人生変わったやん(笑)みたいな。

玉井　：おーそれどれくらいの期間で？

伊藤　：あー、人と会いまくる活動始めてから、1年とか
ですね。それに慣れてきてちゃんとビジネスにしていこう
かってなってからは2～3ヶ月とか。

玉井　：おー、2～3ヶ月は結構スムーズなほうよね。

伊藤　：そうですね。やっぱりリアルは成果出るの結構早い
んで。

玉井　：そうよね。だから、そういう意味でも、その最初成果出すところ、ゼロからイチの段階とか、例えば月20万くらいを瞬間的に単月でもいいから達成しよう！みたいなスピード求める人は、最初リアルを多めにやって、後々どんどん自動化して行って、ネットを駆使して行って、っていう流れでもいいよね。

伊藤　：いいっすね。その辺はもっと具体的な動き方とかはまたPDFとか配るんでそれも合わせて見てもらったらなと。

玉井　：うんうん、そんなかんじやね。

伊藤　：はい。

玉井　：てなかんじで、3つ目。具体例をちょっと掘り下げて見てきたけど、少しはイメージ湧いたかなと。

伊藤　：はい。

玉井　：まあ、あとは何度か繰り返し聞いてもらったり、それを踏まえて色々、さっきも言ったけど、自分で調べてもらってもらったりすると、だいぶ理解深まると思うんで。

伊藤　：うんうん。

玉井　：で、長々と喋ってきたけど、やっぱり結局言いたいのは、てか、共通するのは、焦点を当てるべきは、

「自分でゼロからビジネスを構築する力」

であって。それを細かく言ったらマーケティングの理解とか、消費者心理の理解とか、そのためのリサーチであったりとか、プロモーション、商品作るんだったら価格設定とか。あと、WEB集客とかね、まあ色々あるけど。

伊藤　：そうですね。

玉井　：でも、結局全てのビジネスってのは、

「いかに人を集めてモノを売るか」だから、

それをネットで自由自在にできるようになる、ある程度ね、できるようになる力。ってのが普遍的な力なのであって、そこに再現性があるのであって。

伊藤　：はいはい。

玉井　：それがビジネススキルであって。

伊藤　：うんうん。

玉井　：で、それをネット上で形にできるのにプラス、ITスキルがあって、っていうこと。そういう風に認識してもらえると良いんじゃないかなと。で、もちろんその、自分でお金を稼ぐ、自分がリーダーというか、主導でビジネスを作っていく以上は、そういうメンタリティ、しょうもない

精神論とかじゃなくて、実践する以前の考え方というかビジネスの捉え方、信念とか哲学って言っても良いかもしれないけど。そういうところも、もちろん鍛えていかなきゃ、磨いていかなきゃいけないけど。

伊藤　：それは大前提ですよ。

玉井　：うん。だから、そこちょっとだけ言っとくと、そのビジネスってのを「お金の稼ぎ方」っていう言葉で、その抽象度で理解してる人多いけどさ。

伊藤　：多いですね。

玉井　：結局は、ビジネスを覚えることって、「人に価値を提供できるようになること」であって、イコールであって。で、その対価として結果として交換が起きて、手元にお金が出る、稼げる、やったーっていうモノやから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから、言い方変えたら、ビジネス力って、「自分が社会に提供できる機能や役割、それを誰かにとっての価値に変えることができる力」のことやから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから、じゃあその力を高めるためには、ってなったら、まず、自分が社会に提供できる機能や役割、っ

ていうのを徹底的に掘り下げる必要があるし。すーごい真面目な話ししてるけどさ今。

伊藤　：そうですね(笑)

玉井　：勿論、それは時。間かかっていいし、かかるもんやし。

伊藤　：かかるもんですね。

玉井　：で、どんどんじわじわ自覚して行って、自分でその気持ちを強めて行って、で、その上で、それをしっかり価値に変えることができる力があれば、うまくいく、稼げるよっていう。

伊藤　：ちょっと小難しそうというか、哲学強そうに思えますけど、これが一番論理的ですよ。

玉井　：そう、論理的やねん。で、それは、

「はい、じゃあビジネス始める前にとりあえず哲学から始めましょう」みたいな(笑)

「とりあえず偉大な経営者の経営哲学から、じゃあ江戸時代の商人道ってのを学びましょう」みたいなこと言ってるわけじゃなくて。

伊藤　：じゃないですね。

玉井　：それは実践していきながらでいいから。だって、誰でも早くやりたいんやから、早く稼ぎたいんやから、ミスして、失敗して、試行錯誤しながら、同時に鍛えていけばいいことやと思うんで。で、そういうのをひっくるめて、ビジネス力とか、起業力とか、ってぼくらは言ってるのであって。

伊藤　：はいはい。

玉井　：で、そうやってそれらを磨いてきた人ってのが、世の中で沢山お金を回してる。沢山稼いで沢山使ってるっていう。勿論、世の中にはすげえ利己的で巧みに稼いでる人もいるけど、それは別に今喋ってるパラダイムの外におる人やから。

伊藤　：そうっすね。

玉井　：だから、言ったら、お金を沢山回せる人っていうのは、資本主義においてはお金は血液みたいなもんなんやから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：イコール、沢山社会に貢献してる人なわけで、その上で同時に自分も、当然、経済的に自由な生活を送っているっていう。

伊藤　：それは当然ですからね。

玉井　：そんな力ってのが、言うたら社会で生きていく上での戦闘力と言うか、何があってもサバイバルできる力になるし、そんな力がある程度あったら人生の選択肢もむっちゃ増えるし、いやおもしろいやんっていうね。

伊藤　：ほんまおもしろいでしかないですね(笑)

玉井　：そう。だから、個人にとって、我々個人にとって、まあいくつもあるうちの1つとしてインターネットビジネスという世界があって。で、今回はそれを詳細に紹介してきたけど。

伊藤　：はい。

玉井　：ネットビジネスの世界も、だからお金を稼ぐ方法ではなくて、だけではなくて。

伊藤　：うんうん。

玉井　：そんな力が身につくような、人からもっと求められるとか、役に立つとか、自分のやりたいことを実現する手段とかであって。

伊藤　：はい。

玉井　：だから、やっぱり可能性よね。ほんとにまじで、大海原かよってレベルで例えば目の前が開けてるみたいな。

伊藤　：力をつければつけるほど人生の選択肢が広がりまくるみたいな。

玉井　：そう。だから、例えば、その一個人名は控えるけど、アフィリエイトから始めて年商何百億っていう企業を作った人とかね、有名なあの人だとか。

伊藤　：うんうん。

玉井　：そういう起業家としての成功のファーストステップとしても勿論いいし。

伊藤　：いっぱいいますからね、そういう人。

玉井　：うん。あとは、いわゆる海外ノマドとか、まあ、パソコンあったらできる商売やから、海外転々としながら生活してる人とかさ。

伊藤　：うんうん。

玉井　：ビジネスが上手だから自動化してますと。で、自分は趣味に没頭してますよって人とか。

伊藤　：はいはい。

玉井　：友だちとむっちゃ楽しくやってる一人ってもしれば、シンプルに副業でやってて、それが楽しいんですって人

もいるし、ネットビジネスで人生変わったって人ももちろんいっぱいいて。

伊藤　：もちろんですね。

玉井　：だから、単純なもんで、こういう力がついたら、それはネットに限らず転売でも投資でも全く同じやけど。

伊藤　：はい。

玉井　：他のことに対しても、ポジティブに積極的になれるから、精神的な自由、経済的な自由ってのを手に入れればさ、圧倒的にやっぱり自信がつくから。だから、ビジネス始めたら人生変わったって人は多いし。

伊藤　：多いですね。

玉井　：で、それは預金残高増えたから人生変わったってことじゃないから。もちろん、それも大事やけどさ、それプラス、自分でビジネスを作れる、お金を稼ぐことを通して、コミュニケーション能力も上がったみたいな、さっきの太田くんみたいに。

伊藤　：はいはい。

玉井　：恋愛もうまくいったみたいな、趣味もできたわ、友だちもできたわみたいな。もう「この靈験あらたかな石買ったおかげで人生変わりました！」みたいな、「この数珠つけてたら宝くじ当たりました！」みたいな(笑)

伊藤　：怪しい雑誌の後半の広告みたいな(笑)

玉井　：そう。でも謎のパワーストーンと違って、努力とか成長が伴うもんやから。

伊藤　：そうですね。

玉井　：だから、若い子とかでおるやん。元ひきこもりで一みたいな、自分に自信がなくて、自分のことめっちゃ嫌いだったとか。でも、自分でビジネス作れる力が身について、結果一番そこが変わったみたいな、人って多いし。

伊藤　：はいはい。

玉井　：なので、まあ、色んな動機があると思うけどさ、経済的な自由がほしい、時間がほしいとか、自分が実現したいライフスタイルがあるとか、もっと人から求められる人材になりたい、キャリアアップとかさ、有名になりたいとか、見返してやりたいとかでもいいし、現状が不満だからとりあえず脱却したいとか。もちろん、起業してどんどん大きなことやっていきたいとか、逆に、副業で成功したいとか。いっぱいあるけど。

伊藤　：うんうん。

玉井　：そういうすべての可能性を否定しない選択肢、として、ぼくはおすすめたくて。まあ、今回むちゃくちゃいっぱい喋ったけど。だから、初心者の人にとってはいき

なり色んなワードが出てきたりして難しかったと思うけど。

伊藤　：そうですね。

玉井　：やっぱり色んな選択肢ってのを知ってもらった上で、もちろん、ネットビジネスだけじゃなく転売や投資やそれ以外もね、個人で始められるビジネス全体を「実はこっただけ自分には既に選択肢があるんや、可能性があるんや」ってことを知った上で。

伊藤　：うんうん。

玉井　：「じゃあ自分が何をすべきか、何者になりたいのか、どこにいきたいのか」ってようなことををね、決めてほしいなと思うんで。

伊藤　：うんうん。

玉井　：そうなるよう喋ってきたつもりなんで。

伊藤　：実は、これかなりしっかり構成考えて喋ってますからね。

玉井　：何をどの切り口でしゃべったらええやろって作戦会議しまくったからね。

伊藤　：めっちゃしまくりましたからね。

玉井　：まあ、それはええねんけど(笑)だから、今はもうほんとにパソコン1台あれば自分だけのビジネス作れる、なんて当たり前の時代なんやから。だから、是非ね、分からんとことかは書き起こしを読んだりね。ヒントとなるワードもいっぱい出したので、自分で調べたりたりもしながら、何度もこの音声を聞いて勉強してもらったらなと。

伊藤　：うんうん。

玉井　：あとは、このあとも音声、資料配っていくんでね。じっくりこの講座で学んでほしいなと、思います。

伊藤　：はい。

玉井　：そうなん感じやね。

伊藤　：そうですね。

玉井　：というわけで、長かったけど、今回は以上です。

伊藤　：ですね。

玉井　：ありがとうございました！

伊藤　：ありがとうございました！