

副業術

もくじ

プロローグ	この書籍を手にしたあなたは、すでに勝ち組です！	3
第 1 章	ご挨拶&自己紹介&会社説明	7
第 2 章	なぜ今、副業が流行っているのか？	17
第 3 章	既存のさまざまなスモールビジネスが稼げない理由	28
第 4 章	選ぶコツとポイント	36
第 5 章	需要を見つける逆転の発想！	41
第 6 章	【薄毛産業】はニッチ産業	72
第 7 章	今日から商売を始める	84
第 8 章	少人数制限定の理由！	102
第 9 章	通信販売・アフィリエイト・ドロップ SHIPPING	111
第 10 章	フルサポート	115
第 11 章	返金保証	125
第 12 章	クライアント成功者の声	128
第 13 章	一緒にビジネスをやるメリット	130
第 14 章	Q & A	133
最 終 章	決めるのは、あなた！	137

※本文中に使用されている画像は全てイメージです。特に人物と内容とは関係ありません。

プロローグ

この書籍を手にしたあなたは、すでに勝ち組です！

この書籍を手にとっておられるあなたは、
今の生活を《どん底》だと思っているかもしれません。

「どん底ではないけど——」

ないけど——？

何か言い返したいけれど、幸せかと問われたら、そうとも言い切れない現実気づいて言葉
を呑み込んでしまったのではありませんか？

今の生活、今の閉塞感から抜け出したい。

自分を変えたい!!

でも、どうにもならない想いを抱いている方は、たぶん意外に多いのだらうと想像します。

（今まで何度も失敗してきた——）

（もう自分にはお金儲けなんて出来ないんだ！）

すっかり諦めてしまった方もいることでしょう。

しかし、そんな方にこそ、

成功をおさめるチャンスがある！

私の経験から、確信をもってそう思います。

私だって、生まれた時からお金持ちだったわけではありません。このあとの第 1 章

で詳しくお話しさせていただきますが、**失敗と挫折の連続でした。**

でもそれが、今になって思えば種となり肥やしとなって、今の私を育ててくれたのだと思っています。

チャンスは、どんな人間にも平等に訪れます。

世に「成功者」と呼ばれる人は、星の数ほどいます。

私が知る限り、全ての成功者は必ず一度は人生そのものに絶望するほどの凄まじい挫折を

経験して、その後**チャンスをものにして**這い上がってきた人ばかりです。

チャンスを活かすも殺すも、あらゆる物事から「これはチャンスなんだ」と見極めて、そ

して**行動に移せるか**どうかにかかっています。

経営の神様として世界じゅうから尊敬を集めている**松下幸之助氏**は言いました。

「やめてしまったら、すべて失敗である」

上手く行かないと、すぐに諦めてしまう人がいます。
失敗したから諦めるのではないのです。

諦めるから失敗なんです。

失敗を貴重な経験として、前向きに考えましょう。

お金を稼ぐ行為は、じつに楽しいです。

そしてお金を使うことは、それ以上に楽しい！

さて、ここで皆さんにひとつお断りしておくことがあります。

このプロローグは、初めて皆さんにお会いしたご挨拶として、敬語で書きました。
第1章からは、私はいよいよ自らの経験を踏まえて講義を進める「講師」として、皆さんの前に立たせていただきます。

そこで今後は、言葉を「～です」調の敬語から、「～だ」「～である」調へ替えます。

それは皆さんへ自信をもってお話しできる内容であることをお約束すると同時に、私の成功体験をしっかり肝に銘じていただきたいという願いから、そのようにさせていただきます。

どうか最後まで、しっかりついて来てください。

第 1 章

ご挨拶 & 自己紹介 & 会社説明

今、ネット上では「副収入を稼ぐ！」とか「1万円で始めたFXが月収を超えた！」というサイトの広告を多く見かける。

正直な感想として「**そんな旨い話があるわけない**」と感じておられるだろう。

そう。

私もそんな感想を抱く1人だった。感想というより、疑問あるいは疑惑に近い印象だったのだ。

この書籍を書こうと思い立った動機のひとつには、そのような疑問を解決したいという想いもある。

日々の本業は決しておろそかにせず、

ネットで本当に稼ぐことができるのか——？

最後まで読み終わっても、

「1円の価値もない」と思われるかもしれない。

受け取り方は人それぞれなので、全ての人に100%理解してもらうのは無理な話だ。

それは重々承知のうえだが、私にも家族があって幸せな生活を送らせていただいている身分なので、**他人から後ろ指を指されるような真似だけはするまい**と心に誓って生きている。

どうか純粋な気持ちで読んでいただければ幸いである。

それでは遅ればせながら、簡単に**自己紹介**から。

- ◆ 名 前 山下 瀟 38 歳
- ◆ 職 業 株式会社ニュース：副業術販売責任者
- ◆ 出身地 愛知県名古屋市中村区

【人生歴】

高校中退。

本当に、今思えば“ガキ”だった。

親や学校への反発心が膨らんでいた時に、周囲の友人たちが 1 人また 1 人と学校へ来なくなり、やがて正式に退学していった。

流されるように、自分も 1 年生の 1 学期で学校とオサラバ……。

**これで自由になったと思いきや、
世の中の現実を思い知るのに時間はかからなかった。**

ファーストフード店員（笑顔を作るのが苦手でやめた）

新聞配達（早起きがキツかった）

テレホンアポインター（クレーマーとケンカした）

交通誘導の警備員（誘導に失敗してダンプの運ちゃんにボコられた）

トラック運転（生意気な警察官に交通違反をデッチ上げられた）

不動産営業（ノルマがキツかった）

タクシードライバー（行き先をちゃんと言わない客にキレた）

居酒屋バイト（酔っ払いにからまれた）

コンビニの店員（コンビニ強盗を捕まえて褒められた）

精密機械工場勤務（雑用ばかり）

携帯電話の販売営業（ノルマが不動産営業よりキツかった）

芸能マネージャー（パシリばかりで面白くない）

照明助手（やっぱりパシリだった）

などなど、数えたらキリがない。**犯罪以外は何でもやった**ような気がする。

まさに職を転々とする毎日。

もちろんまともに収入なんかあるはずもなく、いい若いもんがその日をやっと暮らしていたのだ。

それでもまだ「自分が悪いんじゃない。世の中の仕組みが悪いんだ」とか「行く先々の上司に恵まれてない！」など、全てを周りのせいにしていた。

オレが本気を出せば、いつでも稼げるんだ！」などと嘯いて、反省の「は」の字もなかったのである。

そんな荒んだ生活を送っているとき、友達がたまたま会社を設立して、営業職で雇ってくれるという。

固定給が月 17 万円に加え、成績次第で歩合給もつくという。

営業なら経験があるし、成績次第では昇進のチャンスもある。

たとえ下っ端でも出世できるチャンスだと思った。

これまでの自分をちょっぴり反省しかけていた頃でもあったので、わからない事があれば何でも質問して、全てを吸収しようと思って心機一転、友達が興した会社で働き始めた。

そこは小さなベンチャー企業だったこともあって、高校中退の私にも経営のノウハウを学ぶ環境があった。

死ぬ気で勉強したかいがあって、営業成績は上々。

社員 6 人からスタートした会社はみるみる大きくなり、気が付けば 40 人近くの社員を擁するいっぱしの会社になっていた。

私も責任のあるポジションに立ち、仕事にやりがいと面白さを感じ始めていた。

職を転々としながらその日暮らしをしていた頃から見れば、まさに順風満帆を絵に描いたような生活に変わった。

ところが、ふと頭を過ぎった思いがある。

このまま“雇われて使われる人間”で良いのだろうか……。

責任者になって部下もできたが、一国一城の主ではない。雇われの身であることに変わらないのだ。

自分がトップに立ってみたい――

ふつふつと湧き上がってくる独立願望を抱き続けて 3 年後、私はついに決心を固めて実行に移した。

かねてから社内で目をかけていた部下と親しい友人を 4 人ヘッドハンティングして、新会社「**株式会社ニュース**」を立ち上げたのだった。

不安が無かったわけではない。

しかし**行動に移すことで、自分がステップアップできる。**そう信じて、一步を踏み出したのである。

行動を起こしたからには、必ず成功させなければならない。

ヘッドハンティングした元部下と友人の生活も、私の肩にかかっている。

仕事を選ばず自分たちができる事を全力で取り組んだ結果、私を含め一緒について来てくれた4人全員の収入は、やがて**前職の収入を遥かに上回る**ことが出来た。

今では経営も軌道にのり、2013年にはダイニングバーを展開する計画が進行中だ。

さて、いよいよこれから延々、お金の話をさせていただく。

日本人の倫理観には「お金の話をするのは、はしたない」「汚らわしい」というイメージがあるようだ。

子供のころ、

「お金の話をするのははしたない」とか「カネ、カネ言って、下品な」などと、親や大人たちから言われた記憶は誰にもあるはずだ。

未だに親の詳しい収入がわからない。。

しかし商売で成功している経営者らが集まると、話題はお金のことばかり。

そもそもみんな三度の飯よりお金が好きで、儲け話は逃すまいと常にアンテナを張って生きている。

いつチャンスが転がってきても良いように、心構えを怠らないのだ。

「お金に対して前向きなイメージを持つ」

これは決して「がめつい」ということではなく、**ビジネスチャンスを掴むため**には必要不可欠な志なのだ。

稼ぎたいのであれば、お金の一切を否定しないこと。

堂々と「**お金が欲しい**」と認めていいのだ。

むしろ商売人としては、お金の話を忌み嫌うことの方が恥ずかしい。

しかしそれでも、世の中には「お金持ちになりたい」という願望をもつことに抵抗を覚える人が少なくないようだ。

「欲に目がくらむ」という言葉がある。
小説やドラマでも、欲に目がくらんだ人間は思いやりがなく冷徹で、たいていロクな死に方をしない。

中にはそういう人間がいるかもしれないが、はっきり言って誤解である。

なぜなら、お金がなければ、我々は3日と生きていられないだろう。
食べるものを買う、電気を使う、ガスを使う、水を使う、これら全てにお金がかかる。

生活のあらゆるところで、お金は必要だ。
会社へ通勤する電車やバスだって、1円足りなくても乗れないのだ。
自家用車に乗るのだって燃料代が要る。

もっとはっきり言わせていただくと、

「お金を否定する人は幸せになれない！」

お金は、あなたの生活を支える土台だ。

文房具、散髪、旅行、エステ、ゲームなど、どんなささいなことをするにもお金は必要だ
お金があるからこそ、家族・恋人・友達の誕生日にはプレゼントを買って祝うことができるのだ。

愛情や友情を深めるときも、実はお金が土台になっていることを再認識してほしい。

お金があるからこそ、衣食住が安定し、人間らしい生活が保障される。

私たちの生活は、お金が基盤になっているといっても過言ではない
資本主義社会の中で生きている限り、お金を否定することはできない。

これだけ激しい調子で力説すると、必ずこのように反論する人が現れる。

「お金がすべてではない。お金で買えないものもある！」

そう。

間違っていない。

たしかにお金で買えないものもたくさんある。

愛情や友情はお金では買えない。

しかし、愛情や友情を深めるためのツールとして、お金が必要なのだ。

たとえば恋人に、気持ちのこもった手紙を書こう。

まず便せんが要る。封筒もいる。いやそれ以前に筆記具も要る。

書き上げた手紙を送り届けてもらうために、切手代だって要る。

メールで済ませるから、便せんも切手も要らないって？

笑わせちゃいけませんよ。

メールを打つためには何が必要かな。

パソコンや携帯電話は、便せんよりはるかに高価だ。通信料も然り。

お金がなければ何もできないのが資本主義社会の現実だ。

しかし逆に、お金があれば、たいていのことはできるようになる。

ビジネスで成功をおさめたい人は、今すぐ、お金に対するイメージをあらためること！

お金は善でも悪でもない！

お金は道具。

人間が人間らしい生活を送るために欠かすことのできない道具なのだ。

さあ、いよいよ本題に入ろう。

副業術とは何か？

何をして稼ぐのか？

私の自己紹介とお金の話で居眠りをしていた人は、目を覚まして読み進めてほしい。

**この書籍を読み終えた時、
あなたは、お金と副業に対する認識が
180 度変わっていることだろう。**



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

第 2 章

なぜ今、副業が流行っているのか？

副業をやるサラリーマン・主婦が急増している

長引く不景気の影響で、給与カットの憂き目に遭っている人は多いはず。

それでも「人員整理で解雇されないだけまし」と、現状に甘んじざるを得ないのが、サラリーマンの悲哀というものだろう。

しかし給与をカットされると、家計を支えるのが現実的に苦しくなる。

住宅ローンを払えなくなって、安アパートに引っ越す破目に陥っている事例も少なくない。

お父さんが「一家の大黒柱」といわれる所以は、収入を得て家計を支えるからだ。

ところが今はどうだろう？

奥さんもパートに出て、夫婦共働きは当たり前。お父さんの存在意義が、どんどん薄れて行くばかりか、

「お父さんみたいになっちゃダメよ」

奥さんが子供に言い聞かせる。

収入は減る、家庭での存在価値も薄れる一方では、いったい何のために働いているのか分からない。

せめて一家の大黒柱としての威厳を回復するため、あるいは独り者なら人間らしい生活を送るために、**いかにして収入を増やすか**ということをも、真剣に考えねばならない。

仕事には、大きく分けて2つの働き方がある。

ひとつは、会社に雇われたり公務員になるなど、誰かに雇用されて給与収入を得る方法。

もうひとつは、自ら事業を起こして稼ぐ方法だ。

ところが「雇われる」という働き方が、近年すこしずつ変化している。

かつては終身雇用といって、いったん就職してしまえば、定年まではひとつの職場に居続けることが出来た。また、そうすることが当たり前という風潮すらあった。

しかし**終身雇用制はすでに崩壊**し、派遣労働者が一般化することにより、雇用状況はじつに不安定になっている。

業績が下がったら、まずは派遣切り。人手の足りない分は正社員が背負い、どうしても人手が要るときは、そのときだけアルバイトを雇う。

いや、**正社員でさえ、生涯安泰ではない**のが、今の雇用状況の実態だ。

だから**とにかく金銭面での安定と安心を求めて、本業の他に副業をして、収入を得る道をもうひとつ確保しておこうという人が増えている。**

民間企業でもそのあたりの事情はよく分かっている。

かつてはアルバイトを禁止している企業が多かったが、**度重なる給与カットで従業員に十分な待遇を与えられていない**ことを自覚している。

だから副業を公式に認めたり、規則上は禁止なんだけれども黙認するという企業が増えているのだ。

逆にいうと、**企業が雇用を守りきれなくなっている**ということだ。

このような情勢の中、本業だけで収入を守るのはもはや困難である。
一家の大黒柱として、その存在価値と大切な家族を守るためには、

自ら行動を起こして副業収入を求める以外にない。

独立法人「労働政策研究・研修機構」の調べによると、企業に勤める正社員のうち、6%が副業をもっているという。10%に達するのは時間の問題だろう。
しかも副業をやっている年代の割合は、20代よりは30代、30代よりは40代と、

年齢が上がるほど増える傾向にある。

そして50代になると、約1割の人が何らかの副業をもっているのだという。

一時期は「週末起業」といって、本業が休みになる土曜日曜に副業をやる人が多かったが、
現在ではそんなことは言っておられず、**ほぼ常態的に副業をやっている**ようだ。
つまり昼間は本業、夜になると副業先へ出勤というパターンだ。

本業だけで食えなくなっている現状は、なにも一般人だけではない。

ある芸能週刊誌にスクープされたのは、**おバカキャラをウリにしている人気ア**

イドルが、渋谷・道玄坂にあるオナクラの面接に訪れたという噂だ。

もっとも週刊誌の記事なんて、大半が話題作りのためのでっち上げだから、このスクープも話半分に聞いておかななくてはならないが――。

おバカキャラアイドルのオナクラ面接はさすがに眉唾だとしても、最近のバラエティ番組を見ていると、ひな壇の若手芸人に混じって、そこそこベテランの俳優が座っていることが多くなった。

本来ならひな壇は、若手芸人が賑やかしの為に座る場所だ。

ドラマや舞台、映画の仕事が減って、あるいは製作費の削減でギャラが減ったりした俳優が、あらたな収入源としてバラエティに進出しているのだ。

これも、ある種の副業だといえる。

そうは言っても、一般人がいきなりバラエティ番組に出られるわけではなく、それなりに自分でできる仕事を探さないといけない。

かつては「副業をやっている」と言ったら、まるで稼ぎが悪いように思われて、世間体もあまり良くなかった時代があった。

今はむしろ、副業をやっていないと言ったら「そんなに給料のいいところかよ！」と、人から羨ましがられるほどだ。

それほど実践している人が多く、**「副業」という言葉が市民権を得ている**ことが分かる。

しかし副業がこれほどまで認知される前の一時期、**S O H O**という言葉が流行っていたことをご存知だろうか。

おそらくバブル経済が弾けた直後ぐらいから出てきた言葉で、「Small Office Home

Office」(スモールオフィス・ホームオフィス) という意味だ。

つまり、自宅の一室にパソコンを 1 台置いて小さな事務所とし、そこを拠点に仕事をするという、1990 年代に流行った副業の形だ。

世のサラリーマンたちは「通勤しなくていい」「自宅で仕事ができる」というところに魅力を感じて、SOHO を立ち上げるためのハウツー本が続々と刊行されて飛ぶように売れた。



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

2000 年代に入ると「SOHO」は「副業」という言葉に進化(変化)して、イメージが分かりやすくなった。

そして今、欧米では、SOHO とよく似た「**スモールビジネス**」が注目を集めている。

スモールビジネスとは――

その名の通り「小さな事業」という意味。

大企業が展開するビッグビジネスに相対する用語で、個人または零細なビジネス集団によって展開される事業。

ただし、大金を稼ぐことを目的とせず、得意分野を活かしてニッチ市場に向けてビジネスを展開する。

ニッチ市場（にっちしじょう）とは、よく聞く言葉だが、その意味をご存知だろうか。

市場全体の一部を構成する特定の需要や客層をもつ小規模の市場のことで、

日本語では「**隙間市場**」とか「**隙間産業**」と呼ばれる。

大規模なサービスや市場ではカバーしきれない、隙間的に生まれるニーズに応えるための市場である。

ところで何故いま、こうしたスモールビジネスが欧米で流行ってきているのだろうか。

今も昔も、新たにビジネスを立ちあげることで、儲かれば儲かるほど嬉しいのは偽らざる本心だ。

しかし、出口の見えない暗闇の中を手探りで歩くような不況下にあって、**大金を稼ぐ**

ことだけが生きがいではないことに、少しずつ気づき始めた人が徐々に増えているのも、また現実なのだ。

スモールビジネスは、**お金よりも生きがいや働きがいを重視**する人々の支持によって、徐々に流行ってきたビジネスなのである。

現に新入社員の中にも、給料の額は食べるのに困らないだけあればいいから、自分の好きなことをやるという者が多いらしい。

モーレツ社員なんて言葉が流行り、長時間労働が美德とされた時代は、とっくの昔に終わ

っているのだ。

つまり時流は「生活をしていく上で必要な収入が得られれば【幸せ】を感じる。

【心の満足】こそが最大の目的」なのである。



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

スモールビジネスをやる目的

スモールビジネス最大の特徴は、小規模で行うため自己資本を**最小限のリスク**に抑えられることにある。

万が一失敗したとしても、もともとリスクが低いので大損することはなく、比較的早期に立て直すことができるわけだ。

これは「ローリスク起業」の概念とイコール（＝スモールビジネス）の考え方ともいえる。ローリスク起業とは、危険性は伴うが、それが低い事業を立ち上げることをいう。

私たちを取り巻く情勢は、刻一刻と変化している。

そう、あなたがこれを読んでいる今この瞬間にも、世界の情勢は動いているのである。

その中で普遍的なもの――、

それがニッチ市場だといえる。

ニッチ市場に的を絞ったスモールビジネス――。

欧米で注目を集めているスモールビジネス――。

この時代に何故流行っているのか？

みなさんにも理解できたはずだ。

さて、スモールビジネスで**成功を収めたら**、貴方は**何がしたい**だろうか？

仮に月々100万円の収入を得られたとしよう。

人間の欲に上限はないけれど、月々100万円あったら、ひとまず当初の目的は達成されたと判断できる。

じゃあ、次の目標はどうする？

今日は、あなたに、**将来のビジョン**を考えてほしい。

この**ビジョンを設定**できるか否かによって、**稼げる成功率**に格段の差が出る。

しっかり考えてほしい。

ズバリ訊く！

いくら稼ぎたいか？

年収 1000 万円とか、
月収をあと 10 万円増やすとか、

なんでもいい。
これくらいは欲しいという具体的な額を、明確に設定すること。

参考までに、平成 22 年度におけるサラリーマンの**平均年収は 412 万円**。

平成 9 年以来、右肩下がりだ。

夫婦共働きが当たり前の時代、
このまま平均給与が減り続ければ、
もはや共働きでは追い付かなくなるのは目に見えている。

副業が当たり前の時代になるのは、もう時間の問題だ。

嫌な時代に突入するが、背に腹は代えられない。

年金だって事実上破綻していて、全くアテにならない。

老後は豊かな人生を送りたいなら、**今のうちから収入を確保する道**を付けてお

かねばならない。

会社からもらう給料だけでなく、自分で稼げるスキルを身につける必要がある。

さて、ビジョンは決めただろうか？

最初に設定する収入ビジョンは、なぜか年収 1000 万円という人が多いようだ。
一般のサラリーマンには、とうてい夢のような年収だし、数字的にもキリが良い。

参考までに、

私が設定したビジョンは 年収 3 億円 である。

そのビジョンは、**年内に必ず達成**するつもりだ。

第 3 章

既存のさまざまなスモールビジネスが稼げない理由

既存のsmallビジネスは、なぜ稼げないのか？

今、ネット上で話題になっているsmallビジネスを、ざっと挙げてみよう。

アフィリエイト、せどり、FX、株式投資、ドロップ SHIPPING、不動産、マルチビジネス……

その中で最も手軽なsmallビジネスのひとつとして、メジャーなのがアフィリエイトだ。
ネット上の広告を見ても、**アフィリエイトは簡単に稼げる**といった表現を見かける。

実際はどうだろうか——？

ある調査によると、**月 5000 円も稼げていないアフィリエイトターが全体の約 95%**
を占めるらしい。
自分でやってみると分かるが、まあ実際そんなものだと思う。

アフィリエイトで稼げない理由

仮に**月 5000 円**稼いだとしよう。

時給 700 円と考えて（法定最低賃金より安いけど）、**約 7 時間強**働かないと 5000 円に届かない。

ということかということ、7 時間強すなわち **1 日働けば稼げるはずの金額を、いくら頑張っても稼げないアフィリエイターが大半を占めている**ということだ。

いったいアフィリエイトのどこを見て「簡単に稼げる」というのだろうか。

アフィリエイトで稼げない理由は他にもある。

その①「競合が多い」

解決策＝競合が少ないところで戦う。その際にはジャンル選びに注意する。

その②「どう売っていいのかわからない」

解決策＝押し売りをしないで、自然な形で誘導するよう工夫する。

その③「作業が続かない」

解決策＝モチベーションを維持する工夫をする。

こうしてみると、やっぱりアフィリエイトは難しそうだ。

なぜか？

ジャンル選び、

自然な形で誘導、

モチベーションを維持する工夫、

具体的に何をどうすれば、それらが実現できるのだろうか？

結果が出ないのに、未だに何ヶ月もアフィリエイトを続けている人が多い。

現実を見据え、一度冷静になって考えてみれば分かると思うのだが……。

株式投資で稼げない理由

至ってシンプル、確実に値上がりして儲かるという投資先は、残念ながら存在しない。

証券会社の意見はあくまでもアドバイスだから、**失敗は全て自己責任**である。

その他、せどり、FX、ドロップ SHIPPING、不動産、マルチビジネスなどが稼げない理由は、もう改めて説明するまでもないけれど――。

もし上記のようなビジネスを始めて3日経っても結果が出なかったら、

騙されたか、若しくはやり方を間違えている事に気づくべきだ。

そして、お金での失敗を授業料と考えた瞬間から、**金銭感覚を変える**こと。

参考までに、正しい金銭感覚を身につける方法として、『悩み解決＆幸せ生活向上サイト Happy Lifestyle』（<http://www.happylifestyle.com/3745>）に掲載されている「金銭感覚を身につける 30 の方法」をご紹介します。

金銭感覚を身につける 30 の方法

- その 1 金銭感覚ゼロの状態から生まれたことに、気がつく。
- その 2 自分で働いて稼いだお金で、生活をしよう。
- その 3 自分で稼いだお金を使い、本当の金銭感覚を身につけよう。
- その 4 苦労は、あなたがしないと意味がない。苦労した経験が金銭感覚に変わっていく。
- その 5 痛みから回避することとなると、人間は底力を発揮する。
- その 6 「それは本当に必要なのか」
- その 7 100 への道のりは、終わりのない道のり。
- その 8 最新を求める人は、お金もたまらない。
- その 9 たくさん儲けようとするのではなく、少なく使う。
- その 10 いらないものを捨てると、お金も節約できる。
- その 11 身にあまる生活は、浪費への第一歩。
- その 12 箸が 1 膳の間にお金をためろ。
- その 13 面倒くさいことから逃げていると、お金がたまらなくなる。
- その 14 ものがなくても、人間、意外と生きていけるもの。
- その 15 節約は、ゲームとして考えれば、たのしくなる。
- その 16 金銭感覚を磨くことは「痛み」と「後悔」を知ること。
- その 17 お金によるトラブルを経験すると、金銭感覚が変わる。
- その 18 金銭感覚を身につける理由は、心配を小さく、幸せを大きくするためである。
- その 19 節約ができて、幸せを失っては意味がない。
- その 20 本当に大切なところにお金を使い、どうしてもよいところは一切お金を使わない。
- その 21 見えを張るほど、お金は消える。
- その 22 質素な生活を笑いに変えて、お金もためよう。

- その 23 お金の使い方に、人となりが見える。
- その 24 クレジットカードを使っていると、金銭感覚がおかしくなる。
- その 25 ローンを組むときは、長期にするのがおすすめ。
- その 26 貧乏ではなくても、貧乏だと宣言しておこう。
- その 27 お金の失敗を授業料と考えた瞬間から、金銭感覚へと変わる。
- その 28 お金の値段は、世間が決める。物の価値は、あなたが決める。
- その 29 割り勘をやめると、人間関係が長続きする。
- その 30 お金を拾うのは、お金を助けているのと同じこと。

失敗で失ったお金は授業料と思え

さて、

「お金を使って後悔をした」という経験は、誰にでもあるはず。

むだに使ってしまったお金。

貸したまま、戻ってこないお金。

騙されてしまったお金。

泥棒に盗まれてしまったお金。

これらの失敗は無いに越したことはないのだが、もしもそんな失敗を犯してしまったときのためのアドバイスがある。

それは、失敗によって失ったお金を **「授業料」** と考えることだ。

授業料と考えることができた瞬間から、失敗が失敗でなくなる。

後悔を伴う失敗が、強い感情を伴った学びへと変わり、忘れることのできない教訓を得られるのである。

しかし、高い授業料を払ったのだから、その分しっかりと学びに変えよう。

「次からは絶対に引っかからないぞ」 という意識を高めるのだ。

意識が高める、それだけでも大きな意味がある。

お金や金銭感覚の勉強は、学校では教えてくれない。

生活の中でお金の失敗体験ができたことは、とても貴重な体験なのだ。

失敗した経験は「学び」という形で、必ず元を取ってほしい。

そして正しい金銭感覚へと変えよう。

元を取った瞬間から、失敗は失敗ではなくなる。

体験談をひとつお話しすると、

以前ニューヨークを旅行したとき、80ドルが相場のタクシー料金を、200ドルもぼったくられて請求されたことがある。

日本人の旅行者だから、完全に足元を見られたのだ。



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

独身時代には訪問販売に引っかかって、30万円もする浄水器を買わされてしまったこともある。

どの経験も思い出すと、悔しく腹立たしい気持ちがよみがえってくるのだが、その経験があったおかげで、今このようにお金で失敗をしない本が書けるようになっていると考えれ

ば、失敗を挽回したといえるだろう。

過去のどの失敗も悔しい気持ちが頭に残っているが、その反動から「次からはこうしよう」という学びや教訓になり、**成功を導くためのモチベーション**を保つのに役立っている。

第 4 章

選ぶコツとポイント

騙されない情報選びのポイント

これまで何度も繰り返しているように、稼げる情報と偽情報は、もはやどれぐらいの数が出回っているのか分からないほど、怒涛のようにネット上を駆け巡っている。

私のクライアントの中にも、商材コレクターになってしまい、抜け出せなかった方が大勢いる。

「美味しい話には裏がある！」

こんな一言で片付けないでいただきたい。

稼げる情報を求める人は、それこそ必死なのだ。

では、安心できる情報選びのポイントは何か？

落ち着いて冷静に分析すれば、これが**意外に簡単**なことが分かる。

① 電話番号が**固定電話**であること。

携帯電話は、その名の通り「携帯できる電話」だから、人物がどこにいるのか分からない。しかも今は、レンタルでいくらでも借りることができる。

なぜ、わざわざ携帯電話を使うのかというと、足がつかないようにしているからである。

弊社 03-6427-0417

② 情報を発信している**会社の存在**も必要なポイントだ。

レンタルオフィスやマンションの一室で、こそこそ営業しているところが増えている。
まだ拠点を構えているなら良心的だろう。

よくあるのは架空の住所で、あたかも存在しているように見せかけている「幽霊会社」である。

実在する住所でも、まだ安心はできない。

聞いたこともない田舎の住所や、いかにも海外資本を装って海外の住所を掲載している場合は怪しい。海外の住所なんて、本当に有るのか無いのか、確かめようもない。

さらに言えば、本当に稼いでいる会社ならば、クライアントや出入りの業者などの来訪が多いから、立地の便利な場所で営業するに決まっている！

出張所や出先機関ではなく、**本社を交通の便の悪い場所に置いている会社は怪しい。**

住所を調べたら空き地だったなんてこともあるので、よくよく調べる必要がある。

弊社 <http://www.jp-news.jp/index.php?access>

③ **訪問**を嫌がらないか？

「直接伺いたいのですが」と言っても、何かと理由を付けて会うのを避けたり、連絡は全てメールで済ませようとする会社も危ないと思ったほうがいい。

なぜ直接訪問してほしくないのかを考えたら分かるだろう。

実態が無いからである。

最低限、以上の条件をクリアしないと、必ず痛い目に遭う。

また、情報商材の販売価格が**べらぼうに高い**、若しくは**安すぎる**のも怪しい。

本音を言えば、情報商材なんて無料でも良いと思っている。

でも制作に要した時間と労力への対価は、正当な報酬として受け取っても良いとも思っている。

要は「**適正価格**」か否かを見極めなければならないのだ。

ほとんど価値のない商材を、高額で買わされたと思うから頭にくるのだ。

巷には沢山の情報が飛び交っている。

馬鹿馬鹿しいゴミ以下のものから犯罪ギリギリのものまで千差万別あるが、選ぶポイント

としては、まず「**個人でやっているのか？ 会社組織でやっているのか？**」を基準にする。

万が一稼げなかった場合、結果責任を取ってくれるのか？

これから右も左も分からない業界に飛び込もうとしているのだから、リスクは極力負いたくないというのが人情だ。

買ったとたん連絡が取れなくなってしまう悪徳業者も少なくない。

そんな業者が現れるから、真面目にやっている業者までが巻き添えを食って、

「情報商材はインチキだ」などと噂を立てられて、せっかくの有用な商材も売れなくなってしまうのだ。

本当に腹立たしいが、そんな不良業者はいずれ淘汰されて行くだろう。

それなのに、なぜ弊社が商材を有料で販売しているのか？

言うこととやっていることが相反し、矛盾していると思われるかもしれない。

無料で配布してしまうと、やはり弊害が生じるのである。

たとえば本当にこの商材が欲しいわけではなく、タダだから取りあえずもらっておこうかという“冷やかし”のお客さんが増えるであろうと思われること。

動機のはっきりしない“なんとなく”というのも、当然に困る。配布するには、多少なりともこちらの手間がかかる。

お金に困ってない人も困る。

稼ぐためのマニュアルだから、**お金が欲しい人に読んでもらいたい。**

それから弊社が最も恐れるのは、同業他社に情報が流れることである。

有料ならば、それが多少の抑止力となって、垂れ流しは防げる。

弊社としては、お金が欲しいけれども稼ぎ方が分からず、しかしやり方が分かったら必死で稼いでくれる人を真の読者と認めたいのである。

読者が幸せになれば、弊社にも利益が還元される。

ビジネスだから、**お互い win-win の関係**にならないと、決して長続きしない。

弊社が考えるスモールビジネスは、短期の一発屋的なものではなく**長期的に安定**したものになるはずだ。

高いリスクを負って短期で一気に稼ぐ、さながら“やり逃げ”みたいなビジネスは、今の時代に向いていない。

第 5 章

需要を見つける逆転の発想！

世の中の需要を知る

副業として実際に何をやるかを考える前に、まずやることがある。

それは、

世の中のニーズ、すなわち何に需要があるのか？ ということ。

需要のないことを必死にやっても、もともと誰も欲していないのだから、利益に結びつくわけがない。

さりとて需要が向こうからやって来るわけでもない。

自分で見つけるのだ。

チャンスはどこにでも転がっている。

それを見つけることができるか否かで、すでに勝負が決まってしまうといっても過言ではない。

参考までに、近年ヒットした商品の例を挙げてみよう。

何かヒントが隠されているかもしれない。

ファストファッション

単純に安い。ただ安い物は今までにもあった。

だが、それを単に安いだけの商品ではなく、**ブランド化**する事によって、安いけどおし

やれ、安いものを着ても恥ずかしくないというのが、ヒットした大きな要因になっていると考えられる。

3D映画

おそらく日本国民のほとんどの人が「聞いた事がある」というが、まだまだ未体験者の方が圧倒的多数。

特別な場所でしか観られなかったものが、技術が進歩したおかげで身近に感じられるようになりつつある。

近年は映画のみならず、テレビにも3D対応が増えている。

身近にあれば、誰もが関心をもつのは明らかである。

아이폰/アンドロイド携帯

個人的な考えとしては、 아이폰の画期的な**エンターテインメント性**が、大ヒットした一番の理由だろう。

もっとも流行は日本国内での話。海外諸国では日本よりずっと早く、携帯端末の主流になっていた。

折畳み式の携帯が日本人に好まれる理由は、一説によると、日本文化に根付いている「折る」習慣からきているという説がある。

扇風機

まだ記憶に新しい、悪夢のような自然災害。

2011年3月11日に発生した東日本大震災に伴う大津波で、東京電力福島第1原子力発電所に6基ある原子炉のうち、なんと4基が破損。

「原発は危険だ」という意識が日本中に広がり、定期点検の為に停止させていた他の原発

は、再稼働のめどが立たない

もちろん電力が足りなくなるから、国を挙げての節電対策に取り組まざるを得なくなった。

家電製品の中でも**ひときわ電力を消費するエアコンの使用が控えられ**、その副産物として扇風機が売れに売れた。



Photo by midorisyu

原発の是非を含めて、これに対しては様々な意見があると思うが、

電力不足という危機に際して節電意識の高まりに尽きる。

私自身、この現象を、たんに「流行」という言葉で表現することには、いささか躊躇を覚える。

むしろ日本人が心をひとつにして国難に立ち向かおうと、意識を変えたことに胸を打たれたことは偽らざる心境である。

「震災があったから」ではなく、ごく自然の当たり前の事として、この先もずっと続けて行ける事を目標にしたい。

震災は不幸な出来事だったが、これを貴重な教訓として未来への発展につなげて行くことが、亡くなった方々への最高の供養であり、これから先も日本で生きて行く我々にとって大切なことだと感じている。

トマト

トマトが**ダイエットに効果がある**だという説がテレビで放映されるや否や、日本じゅうのスーパーと八百屋の店頭からトマトが消えた。

これは単純に、ダイエットへの欲だろう。

「〇〇でダイエットに成功した」

「これを試したら痩せた」など、日々あらゆるダイエットに挑戦している方々の耳に少しでも入ったなら、爆発的ヒットとなって全国に広まっていく。

だが実際に効果があるとは限らない。人それぞれ体質が異なるし、ましてやトマトは「やせ薬」ではない。

かつてリンゴダイエットが流行ったとき、あるローカル放送局の女性アナウンサーが挑戦したそうである。

彼女曰く「ふだんの食事に、リンゴが1個加わっただけでした」

流行とはそういうものだという、これが好例であろう。

これまでも、数多くのダイエット関連商品が市場に現れては消えていった。

結局、ダイエットにはコレが必ず効果があると決まったものがない。だからこそ人は色々

試したくなるし、**願望の為なら多少高価でも**購入意欲をそそられるのだ。

フェイスブック／ツイッター

私の個人的考えだが、
これらが流行った最大の理由は、

現代人が潜在的に抱えている【寂しさ】 だと思う。

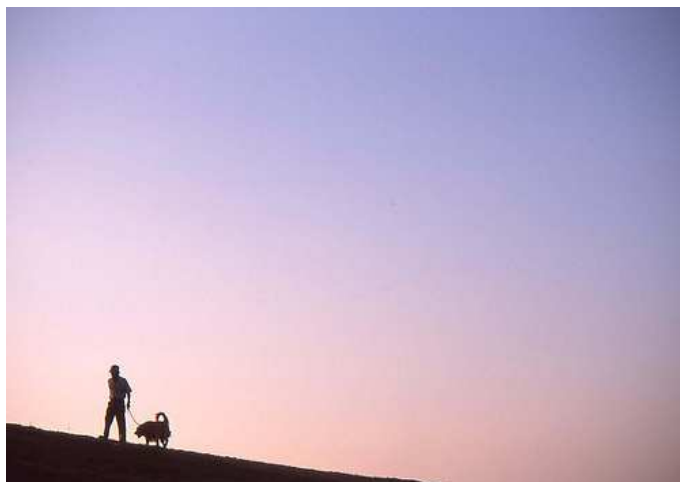


photo by Roxy nakimusi

現代人は仕事上はいろんな人と会っているが、友達になるわけではない。あくまで商売の相手である。

また全般に受ける印象だが、**人との付き合い方を知らない**人を多く見受ける。

「それは、ゆとり世代の連中だね」という話も多々耳にするが、そんな、まるで思考を停止したような言葉で終わらせたくない。

例えば、同じマンションに住んでいるのに挨拶しても全く反応しない、というか無視。それどころか、隣にどんな人が住んでいるのか、男なのか女なのか、若いのか年配なのか、1人で住んでいるのか家族で住んでいるのかさえ、お互いに知らないのが都会のマンション暮らしである。

ご飯を食べる時には「頂きます」、食べ終わったら「ごちそうさま」を言わない人も、大人でも少なくないという。

何のことはない簡単な事だが、人間の暮らしの中で重要な事である。

話しが逸れているかもしれないが、**人間は寂しさ故に他人との繋がりを求める。**

互いに無関心を装いながらも、心の内は寂しくてしょうがないのだ。

そんな心の隙間を簡単に埋めてくれるツールとして、mixi や Facebook などの SNS が爆発的に利用者数を増やしている。

手軽に多くの情報が入手できるという利便性も相俟って、現代人には欠かせない情報ツールだと思う反面、手のひらに乗る小さな機械を通してしかコミュニケーションをとれなくなっている現状に、少し寂しい気分になってしまうのである。

食べるラー油

桃屋が 2009 年 8 月に発売してからというもの、未だに人気が衰えないロングラン商品である。

一時は生産が追いつかず、品薄状態が続いていた。

当然、ラー油市場に与えた経済効果は驚くほど絶大だ。

食べるラー油が発売される前までのラー油市場は、年間 13 億円程度の規模だった。

ところが現在は、**100 億円を超える市**

場に拡大しているという。



photo by is_kyoto_jp

食べるラー油がこれほどまでに大ヒットした理由を、トレンド面から明らかにしてみたい。

はっきり**相乗効果**として挙げられるのは、それまで続いていた**激辛ブーム**があるだろう。

桃屋・営業企画室の森本豊彦氏によると、健康志向の高まりから最近の食事は全体的に薄味・減塩傾向になっている。

このような味にもの足りなさを感じていた人々は、パンチの利いた味を求めている。
琴線に触れたのが、ラー油だったというのだ。

確かに昨今の激辛坦々麺の定番化や、辛さに選択の自由度があるカレーハウスの台頭にみられる辛味愛好ブームは、このような傾向を顕著に表している。

もうひとつは、**食の内部化（内食化）**が挙げられる。
不況感漂う日本では、いまだ人々の心理面で節約志向が蔓延している。外食でお金を使うよりは、食材を買って自宅で調理するほうを選ぶ傾向が強い。

桃屋の森本氏は、

食べるラー油がヒットした理由のひとつに、**外食から「イエ飯」への転向**をあげている。

日本経済新聞社が昨年 8 月末に行ったインターネット調査の結果（日本経済新聞電子版セクション、2010 年 10 月 1 日刊）をみると、それは明らかだ。

「家計の引き締めで、自宅で料理をする機会が増えている」と回答した人は、調査対象**全体の約 6 割**に上っていることが、外食より「イエ飯」傾向が強いことを裏付けている。

言い換えると、食卓を少しでも華やかにして楽しもうとする人が増えているといえるが、イエ飯の増加が食べるラー油人気の背景にありそうだ。

防災グッズ

17 年前の阪神淡路大震災の後、防災グッズが飛ぶように売れた。
そして昨年の 3.11 以降も、同様の現象が起こっている。

日本人はどうも熱しやすく冷めやすい性質があって、阪神淡路のときにあれほど自然の猛威を目の当たりにしながら、翌年には防災グッズの売り上げが落ちてきたという。

東日本大震災は東北の日本海沿岸 500km にもわたる広大な地域が被害を受け、しかも福島第 1 原子力発電所の放射能漏れ事故は、現在なお進行中であることから、やはり人々の震災への考え方や取り組み方も**現在進行形で関心が高く**、いまでも様々な工夫を凝らした防災グッズが開発され続けている。

日本人の多くは、震災や災害は自分とは関係のない場所で起こって、自分だけは大丈夫なんだという**何の根拠もない安心感**をもっていた。

その考えを打ち碎いたのが、17 年前の阪神淡路大震災であり、記憶が風化しかけたときに再び日本を襲った東日本大震災だったのだ。

甚大な被害を被ったが、**自然から学んだ教訓を忘れずに**生きていく事が、今を生きる私たちの使命ではないだろうか。

水

震災によって原子力発電所が壊滅的な被害を受け、水道水に放射性物質で汚染されているかもしれないという不安や恐怖心から、水道水を飲めなくなった人が急激に増えたという。

確かにその影響はあると思うが、水ビジネスが伸びている背景には、急激に増えているペットブームやヘルシー志向、オーガニック（有機栽培）などの要因も絡んでいる。



photo by k14

水は人間のみならず、**あらゆる生物にとって必要不可欠**なので、この分野の市場が衰退することは考えにくい。

トイレトペーパー

トイレトペーパーのイメージといえば、紙ロールに巻かれた薄く白い紙というのが定番だった。

ところが最近では、香りが付けられていたり、ウォシュレット専用のトイレトペーパーもあるという。

かつてどこの家にも同じものがあるという時代は終わった。

家ごとにこだわりをもってトイレトペーパーを選ぶ時代になったことが、売り上げを伸ばしている秘密だろう。

値段は原油価格の影響を多少受けるものの、日本人の生活習慣には欠くことのできない日用品なので、「値上がりしたから買わない」という事態にはならないはずである。

薄型テレビ

地上デジタル放送への完全移行は、電波の空き周波数帯を増やすための国策なので、流行とはちょっと趣きが異なる。

しかし一家に1台どころか、**1人1台に近い普及率**を考えると、地デジ対応のテレビに買い替えざるを得ず、否応なしに需要が一気に伸びた。
また地デジのクリアな画像を観てしまい、データ放送の便利さを知ってしまうと、もう画面が粗いだけの**アナログ放送には戻れない**のである。

地デジ対応テレビの価格は、ちょっと前までは1インチ1万円といわれた。
つまり32型とは画面の対角線が32インチということであり、すなわち32万円だった価格が、今年に入って急激に値崩れして**1インチ1000円前後**にまで下がってきた。



photo by akiraak2

価格が10分の1まで下がったことで、ボーナスまで待たなくても比較的簡単に買えるようになったことが、売り上げ増の最大要因だろう。

マッコリ

マッコリとは韓国の醸造酒で、日本では「どぶろく」に相当する大衆向けのお酒である。

かねてからの韓流ブームと相まって、韓国の若い人気俳優を起用したテレビCMで大衆酒を**おし**

やれなイメージに換えることに成功。日本の若い女性を中心に購買層を広げた。



photo by kimubert

これがたとえば、日本の人気俳優を使って「どぶろく」のCMをやっていたら、ここまで購買層を広げることはなかっただろうと思われる。

なぜなら「どぶろく」には相乗効果を生む「日本ブーム」というものが、そもそも存在しないからだ。

それを考えると、韓流ブームに効果的に乗せたCMプロデューサーは、**時流を読む才能**に長けていたといえる。

さらに説明を加えると、マッコリは昔から韓国（大韓帝国とか朝鮮と呼ばれていた時代）の一般家庭で作られていたお酒である。日本でいう「どぶろく」と同じというのは、そういう意味で、極めて大衆色の濃いお酒なのだ。

それを 2010 年に、日本の若い女性をターゲットに爆発的なヒットを飛ばすには、**緻密な**

マーケットリサーチに基づく**市場分析**と、**確信的な戦略**、そして最後には「絶対売れる」という**決断**が求められる。

そもそもマッコリは、お酒を飲む人なら知らない人がないほどポピュラーなお酒である。とりたてておしゃれなイメージもないお酒が、今やわざわざマッコリを飲むためにお店に足を運ぶお客さんを作っている。

販売戦略において、**広告と宣伝**、そして**パブリシティ**というものが如何に大切かが分かるだろう。

つけ麺

ラーメンの味付けはもはやパターンが出尽くした感があって、もはや味よりもサービス合戦になりつつある。

そんな**閉塞感を打開**したのが「つけ麺」で、その人気もすっかり定着したようだ。

グルメ番組での紹介も増えて、売上がアップしているのは事実である。

同業者が互いをライバル視して競争することは大事だが、つぶし合いになっては本末転倒。

お互いに**腕を競い合って、業界全体を盛り上げる**事によって全体の収益を上げる努力

をするのは基本中の基本だ。

生姜ブーム

今、若い女性がチューブ入りショウガを常に持ち歩いているという。

これもやはり、**ターゲットは女性**である。なぜなら生姜には発汗作用があり、体温を上げるので代謝がよくなる。つまり**ダイエット効果が期待できる**ということで、多くの女性の関心を集めたのだ。

女性の約6割が冷え症で悩んでいるといわれており、生姜が冷え性を改善する効果がある事は以前から分かっていた。

そこへほんの少し**効果的なプロモーション**を行う事によって、爆発的なブームが起こったというわけだ。

要は「仕掛け方」しだいということか。それに「ショウガ」というより「ジンジャー」と呼ぶ方が、語感的におしゃれなイメージを醸し出せる。

マスク

新型インフルエンザが猛威を振るった一昨年、マスクが飛ぶように売れた。

そして福島第1原発から**放射性物質が飛散**したと訊くと、これまたマスクが飛ぶように売れた。

放射性物質をマスクで防げると本気で考えたのかどうか分からないが、鼻と口を露出しておくことに不安を覚えたのだらうと思われる。

さらに現代病と言われる**花粉症**も、マスクの売り上げに拍車をかけている。

しかし実際にマスクを使っている人の中には、口だけ覆って鼻を露出している人が意外に多い。

知り合いにそういう人がいたので訊いてみたら、

「息苦しいから」

「メガネが曇るから」だそう。

笑ってはいけない。本人は大真面目なのだ。

マスクをかけておくことで、なんとなく安心するのだろう。いや、安心したつもりなのだ。

メーカーはこぞって画期的なマスクを開発している。

花粉を 98%除去！

インフルエンザウィルスを防止！

などなど――。

マスク市場はさらに拡大しつづけるだろう。

なぜならインフルエンザウィルスは猛烈な速さで

進化してタイプを変えるし、花粉の飛散を防ぐ根本的な手立ては未だ実用に至っていないからだ。

かく言う私自身、10 代からのベテラン花粉症患者なので、マスクを手放すことが出来ない。

以上述べたように、常に**関心と好奇心**をもってアンテナを張っていれば、“売れるもの”

と“売れているもの”は敏感にキャッチすることができる。

なにも“いちばん最初”にやらなくてもいい。

photo by Sekikos



時代の波に乗りましょうということだ。

「何か流行りそうなものないですか？」とか「これから何が売れますかね？」と、まるで口癖のように言う人がある。

そういう人は難しく考えすぎているのだ。

世の中にまだ出回っていない、新しい画期的なものを探そうとするから、結局なにも見つからない。

それもそのはずで、

世の中に回っていないものなんか見つかるはずがない。

もっとも自分でゼロから研究開発するなら話は違ってくるが、会社の給料が少ないから副業でもやろうと考えている人に、そんな余裕も能力もないだろう。

そこで弊社が今最も注目しているのがコレだ。

現代人の2大コンプレックス！

それは

【ダイエット】

と

【薄毛】

コンプレックス商品はヒットしやすい。

ご存知の通り、ダイエット商品は年がら年中、次々に新しい商品が現れる。

たしかに市場は広いが、今となってはライバル業者が多すぎる。

素人が新規参入しても、まず割り込むのは無理だ。

しかも時代は徐々に“健康”へとシフトしつつあるから、ダイエットはやや時代遅れの感もある。

薄毛に悩む人は多い。

かつて薄毛は男性特有の悩みだと思われていたが、

今は**薄毛に悩む女性が急激に増えている**のだ。

私の母親はいま 70 代の後半だが、出かけるときは帽子が欠かせない。

そう、髪が薄くなった頭を、他人に見られたくないからだ。



photo by Dakiny

髪は女性の命とはよく言ったもので、
女性はいくつになっても女性でいたいのである。

男性の需要は、あらためて説明するまでもないだろう。
気にしない人は、ハゲようが抜けようがまったく頓着しないのだが、
気にする人はあらゆる方法を試して、涙ぐましい努力をして髪を守ろうとする。

年々増え続ける女性の薄毛

ひと口に薄毛といっても、その原因はさまざま。
加齢によるものやストレスが原因になることがある。

◆ 生理不順や更年期障害

男性の薄毛のように、額の生え際が後退してきたり、頭のとっぺんから髪が薄くなりやすい脱毛だ。

ホルモンバランスが崩れたときに起こりやすい傾向がある。

◆ ストレスや心理的な要因による脱毛

心的要因で起こる脱毛は、男性よりも**女性に多い傾向**があるといわれている。

「まばらに多数の毛髪が抜ける」という症状も女性に多く、改善には根気が必要。
悪化すると頭髪が完全に抜け落ちてしまうほど進行することもある。

【参考】① 薄毛の頭皮画像

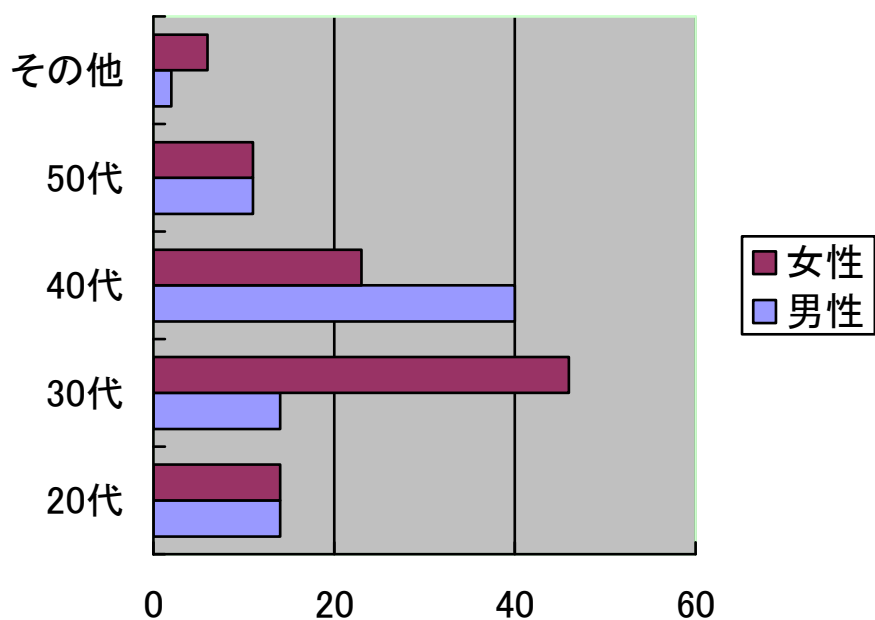
	男性		女性
1		6	
2		7	
3		8	
4		9	
5		10	

※画像出典

- 1.<http://kaminonayamimuyou.seesaa.net/article/135686650.html>
- 2.<http://pop-cool.com/2010-9.html>
- 3.<http://indianshampoo.sblo.jp/>
- 4.<http://hakuraidou.wordpress.com/2011/01/12/%E8%96%84%E6%AF%9B%E3%81%AE%E4%BB%95%E7%B5%84%E3%81%BF%E8%A7%A3%E6%98%8E%E7%BC%8D%E7%B1%B3%E3%83%9A%E3%83%B3%E3%82%B7%E3%83%AB%E3%83%99%E3%83%8B%E3%82%A2%E5%A4%A7%E5%AD%A6/>
- 5.<http://hair-ad.info/nukege.html>
- 6.<http://www.b-essence.com/clinic/a12.html>
- 7.http://www.ikumo.co.jp/04_kaizenrei/s_jousu/jyouseiusuge8.htm
- 8.http://www.wove.jp/clinic/women_aga.html
- 9.<http://m1mist.hatumou.me/a/lilun/2011/0622/7.html>
- 10.http://www.shokumou.info/photo/201202/51841_before.html

【参考】② 年齢別調査

下のグラフは、薄毛に悩む人を男女の年齢別で調査した結果である。(当社調べ／単位：%)



年代 \ 性別	女性	男性
20 代	14%	14%
30 代	46%	40%
40 代	23%	33%
50 代	11%	11%
その他	6%	2%

薄毛に悩む女性のうち、なんと 30 歳代が脅威の 46% !!!

◆ 妊娠・出産による脱毛

妊娠でホルモンのバランスが大きく変化することにより、ヘアサイクルの成長期が伸びて、退行期にとどまっていた髪が抜けずに残ることがある。

そしてホルモンが正常な状態に戻る出産後、退行期にありながら抜けずに残っていた髪が一気に抜けてしまうのだ。

髪全体の 10%～20%が、一度になくなってしまうこともある。


ちなみに人間の頭髪は**約 10 万本**で、**寿命は 5 ～ 7 年**である。

そして 1 日に抜ける本数は、毛根が健康な人でも**約 100 本**といわれる。


つまり 1 日あたり 100 本ていど抜けるのは、いわば正常な代謝の範囲なので心配することはない。

問題は、いったん抜けたら、その後が生えて来なかったり、生えて来ても前よりも細かったりすることだ。

ヤフー知恵袋には、薄毛、抜け毛で悩む人からの質問が毎日のようにアップされている。



30歳女性です。薄毛でしかも脂性です。
[kiyomizu_eriさん](#)





30歳女性です。薄毛でしかも脂性です。
年々髪の毛が細くなり、特に前髪と頭頂部が、薄くなってきています。。。しかも、いつも地肌が赤く、(日焼けではありません)
とても 心配です。

脂性の頭皮には、オイルでクレンジングがいいと書いてましたが専用の物があるのですか？


オリーブオイルとかでもいいのですか？

アドバイス宜しくお願いします。


[違反報告](#)

質問日時: 2007/11/16 22:49:46	解決日時: 2007/11/23 00:14:54
回答数: 1	お礼:  100枚
閲覧数: 9,761	ソーシャルブックマークへ投稿: 

(ソーシャルブックマークとは)



女性の薄毛の解決策
[suthmaromaro7742さん](#)





女性の薄毛の解決策
最近女性で「薄毛」に悩んでいる方が多くなってきましたが、実は私もその一人です。
特に最近気になってしょうがないです。

私の髪の特徴ですが、

- ・もともと髪の毛は細い方です。
- ・癖はほとんどないです。
- ・2年前ぐらいからカラーリングをしました。
- ・生理は毎月、定期的にきます。

これらから、薄毛の原因とその解決方法を教えていただきたいです。
本当に困っています。回答お願い致します。

[違反報告](#)

質問日時: 2010/5/5 20:43:27	解決日時: 2010/5/7 10:15:55
回答数: 1	お礼:  100枚
閲覧数: 544	ソーシャルブックマークへ投稿: 

(ソーシャルブックマークとは)



女性の薄毛について質問です。私は約一年前から薄毛で悩んでいます。具体的には...

[kagomekoteさん](#)



女性の薄毛について質問です。

私は約一年前から薄毛で悩んでいます。

具体的にはおでこが広がってきたり、髪とおでこの境目が薄くなってきました(T_T)

マッサージなどを行っているのですが一向に良くなる傾向が見えません。

どなたか、薄毛に良いシャンプーやマッサージの方法などご存知の方いらっしゃいますか？

知恵を貸していただけたら幸いです。

よろしくお願いしますm(_)_m

[違反報告](#)

質問日時: 2010/8/4 18:31:44

解決日時: 2010/8/9 02:11:50

回答数: 5

お礼: 25枚

閲覧数: 657

ソーシャルブックマークへ投稿:

([ソーシャルブックマークとは](#))



女性の薄毛

[fdraw676さん](#)



女性の薄毛

薄毛とは男性だけのものかと思っていたのに、私も頭のとっぺんあたりが薄くなってきました。とくにつむじの辺りや分け目の辺り。それに、髪全体が細くなってきたし…。女性でも抜け毛や薄毛に悩まされるのですね。対処法などありますか。

[違反報告](#)

質問日時: 2010/12/15 17:18:40

解決日時: 2010/12/17 20:20:17


回答数: 2

閲覧数: 298

ソーシャルブックマークへ投稿:

([ソーシャルブックマークとは](#))





女性の薄毛について。

[kasukabe96さん](#)

女性の薄毛について。

私は20代前半の女性なのですが、髪が薄いです。

全体的に薄いというより、サイドだけが薄いです。(M字禿みたいな感じです)

少なくとも高校の時からそうなので生え方も関係あるのかな…と思いますが昔より薄くなったような気がします。

サイド以外の部分は普通～やや多めなのですが…。

こういうのはやっぱりどうしようもないのでしょうか？

何か改善策があれば教えて下さい。

ちなみに髪質はやわらかく細いです。

ストレスは特に感じていません。

👤 この質問は、活躍中のチエリアンに回答をリクエストしました。

[違反報告](#)

質問日時: 2011/4/27 00:39:49	解決日時: 2011/5/3 12:52:50
回答数: 2	お礼: 🍵 50枚
閲覧数: 494	ソーシャルブックマークへ投稿: 

(ソーシャルブックマークとは)

ご覧になってお分りの通り、20代・30代の女性が真剣に悩んでいる。そしてどこの誰に相談して良いのか見当すらつかないため、このようにネット上の質問サイトに救いを求めているのである。

まさに心の叫びではないか！

髪の大敵はストレス

これまでは“薄毛”とか“抜け毛”というのは男性特有の悩みか、あるいは女性であってもあ

るていど高齢になってから抱く悩みのように思われていた。

しかし男女の性別とは関係なく、たとえ女性でも、**早い人は 20 代から**悩んでいることが分かった。

「自分はまだ若いから薄毛にはならない！」

こんなことは、たんに思い込みに過ぎない。

いくつになっても、薄毛になる可能性が常にあるのだということを忘れてはいけない。

そもそも女性ホルモンは薄毛になりにくいはずなのに、どうして 20 代から薄毛になってしまうのか？

特に考えられるのが、ストレスなど生活習慣に関係する乱れが大きな関わりをもつ。
中年～更年期の女性の場合、その最大の原因として考えられているのが、日々励んでいる“アレ”である。

そう！ **ダイエット**だ。

もしあなたがダイエットをやっているなら、今すぐ頭髪をチェックしてみよう。

ダイエットは、**最近の女性に最も多い、薄毛の原因**なのである。

とくに不必要な“食事制限”を伴うダイエットをやっていると、毛根に十分な栄養が行き渡らず、毛髪に大きなダメージを受ける。

しかも一度抜けてしまった毛根からは、元通りのサラサラヘアが再生しにくいといわれており、ダメージが深刻な場合には――

毛根が死んでしまつて二度と生えて来なくなる。

できれば髪の毛が薄くなってしまふ前に十分なケアを行い、せっかくの髪の毛を守ってもらいたい。

女性の髪の毛が抜ける 1 日平均の本数

どんなに髪の毛の調子のいい健康な人でも、髪の毛は毎日必ず抜けていく。

それは老化でもなんでもなくて、**正常な新陳代謝**を繰り返しているからなので、それを止めることはできない。



photo by d'n'c

前述したように、**1 日平均で約 100 本**ていどは抜けている。

ていねいに数える必要はないけれど、もしも明らかに「100 本どころじゃないよ！」と思うほどの髪が抜けてしまっているならば、これは大きな問題だ。

それ以上抜けてしまわないようなケアが必要だし、またその原因を突き止めなければならない。

薄毛・抜け毛の兆候が見えはじめたら、その日から抜け毛防止のためのケアを始めよう。それを毎日欠かさないこと。

自分でできるケアとして最も手軽なのが、**育毛剤や育毛シャンプー**を上手に組み合わせさせて使うことだ。

あなたが使うのならば、**M-1 育毛ミスト**や**リマージュ**をお勧めする。

これらの育毛剤や育毛シャンプーは、弱った髪の毛や頭皮に優しく働いてくれるからだ。

男性と女性の抜け毛の違い

ひと口に「抜け毛」と言うが、男性と女性とでは、実は全く異なる。

だから手入れの方法も、男性と女性ではやり方が違うのだ。

自分に合った正しい方法で手入れしなければ、最悪の場合、逆効果になりかねないから注意が必要だ。

男性の薄毛の原因は、主に**男性ホルモンのバランスが崩れる**ことによっておこる。

だから抜け毛を防ぐには、男性ホルモンを整えていくことが重要になる。

これを間違えると、どのような方法で手入れを行っても、髪の毛を健やかに整えることはできない。

女性の場合は、男性ホルモンの影響は受けない。

すでに述べたように、**ストレスや栄養不足**が大きな原因となる。

あなたは思い当たらないだろうか？

現代女性の多くが、何らかのストレスを抱えて生きている。

女性の健やかな髪の毛には、ストレスは大きなマイナス要因になる。

もしもあなたの髪の毛が大きなストレスを抱えたら、たちまちあなたの髪の毛は少なくなったり傷んだりしてしまうことだろう。

さらには栄養不足も、髪の毛に与える影響が深刻になる。

ストレスと栄養不足――。

この両方を同時に抱え込んでしまうものといえば、

先ほど述べた**ダイエット**そのものである。



photo by misawakatsutoshi

いったん薄毛・抜け毛になっても、改善する方法はある。

頭皮に毎日、優しいヘアケアを行う事で改善されたという女性は少なくない。

男性の場合には“抜ける・抜けない”という問題になるが、女性の場合は事情が少し違ってくる。

女性にとって一番の悩みは「**髪にボリュームがなくなる**」という感覚だろう。

つまり頭頂部の毛髪が減ってしまったためにボリュームがなくなり、外見がペチャンコな状態になるわけだ。

では、ここで正しくヘアケアをして抜け毛・薄毛を改善し、より深く理解する為に、毛髪

の寿命（ヘアサイクル）について見て行くことにしよう。

ヘアサイクルは**成長期・退行期・休止期・脱毛**という4段階に分かれており、段階を踏んで髪の毛の一生を終える。

すなわち正常な代謝によって髪が抜けたとしても、**成長期に戻ってまた生えてくる**のだ。

◆ **成長期 ⇒ 3～7年**

◆ **退行期 ⇒ 約2週間**

◆ **休止期 ⇒ 約3ヶ月**

◆ **脱 毛 ⇒ 3ヶ月以上**

人間と同じく、髪にも寿命があることがお分かりいただけたらだろうか。

成長期が最長で7年もあるのに、なぜ寿命をまっとうしないで抜けてしまうのかという疑問が出てくる。

あるいは「7年以上伸び続ける髪もあるではないか」と。

人間に例えてみよう。

大きな病気をしたり、ケガを負ったりして、天寿を全うできない人がある。あるいは死期が早まることもある。

毛髪も同じように、何らかの原因（ストレスや栄養不足など）で頭皮にダメージを受けたり、薬の副作用などでも寿命を縮めることがある。

だから「成長期って7年もあるのかぁ！」などと、決して安心してなんかいられない。

あくまでも**健康的な状態ならば**という条件付きなのだから。

間違ったヘアケアを毎日続けたり、生活習慣の乱れによって髪の寿命は着実に縮まることを忘れてはいけない。

もちろん加齢による薄毛・抜け毛も例外ではない。こればかりは止めるわけに行かないから、せめて髪を健康に保つケアは怠らないようにしたいものだ。

結論として、男性と女性の抜け毛・薄毛の決定的な違いは――

男性の場合

ちょっと言葉の表現がよろしくないけれど、“ハゲる”ということだ。

女性の場合

毛髪の弾力性やボリュームに影響する。

男性のようにツルツルに禿げてしまうことは稀だが、ケアを怠ったり間違えると、髪はどんどん薄くなってしまう。

弊社は女性をターゲットとした増毛・育毛・薄毛ケアに注目している！

薄毛業界は二ツチ市場

育毛シャンプーが注目されるきっかけになった商品といえば、まず“ス〇ルプ D”を思い浮かべる。

従来の薄毛対策は“育毛剤”という特別な薬剤を使用するのが当たり前とされてきたイメージを覆し、**シャンプーに頭皮ケアの効能を付加した**という点では、画期的な商品だった。

つまり頭皮をケアしようという発想が、従来は無かったのである。

しかし、毛髪は頭皮から生えているのだから、**薄毛対策にはまず頭皮ケア**をするべきだという発想は、至極当然なのだ。

もちろん体質に合わない人はいたはずだが、多くのリピーターに支持されて、たちまち大ヒット商品になった。

繰り返すが「頭を洗って健康な髪を育てる」という発想は、それまでのシャンプー業界には無かった発想である。

そこに目を付けたメーカーの商品開発担当者は、まさに業界の隙間を見つけたのだろうと思う。

ス〇ルプ D は、シャンプーとしては、値段が少々お高い印象がある。

いや、実際に高いのだが、楽天市場の売り上げランキングでは常に上位をキープしている。

第一の理由は、**頭髪治療の専門医が開発に携わった**ことで、信頼性を増していることにある。

第二に、すでに述べたように、これまで**誰も目を向けなかった分野**に割り込んだ戦略が成功したといえる。

第三に、宣伝を**ネット中心に展開**したことである。

通常、シャンプーやヘアコンディショナーという商品は、ドラッグストアやスーパーでの取り扱いをいかに拡大するかが、売上を大きく左右するカギとなる。

2005 年 3 月から楽天市場で販売を開始するや、たちまち**口コミで評判が広がり**、
売りが急伸した。

その後、一部は小売店舗でも販売され始めたが、

今も**売りの 8 割はネット経由**だという。

そして特筆すべきは、**女性市場を開拓**したことである。

薄毛・抜け毛の悩みは男性のものという**固定概念を覆して**、女性向けの商品を開発したのである。

シャンプー市場は、いわば成熟しきった市場である。そこへ割って入り、しかも売りが急伸している秘密は、まさに**市場の隙間（＝ニッチ）**に上手く嵌ったからだ。

ニッチ産業とかニッチ市場という言葉も、最近をよく聞くようになった。

市場の隙間と言われる狭域な市場のことで、語源は「くぼみ」を意味する英語の**“Niche”**からきている。

大規模かつ広域に展開する大企業の事業とは異なり、一般市場向きとは異なる分野をターゲットにしているため、この分野では中小企業の躍進が目立つ。

不況の影響を受けにくく、元気な企業が多いのが特徴である。

第6章

【薄毛産業】はニッチ産業

これから最も伸び代が期待できる市場だ！

さあ、面白い商売は考えついた！

じゃあ、これからどうする？

答えはカンタン！

それを売っちゃえばいい!!

しかも――

費用をかけず時間もかけず

簡単に売れば、間違いなく儲かる！

では――

どうやって売る？

小売店を1軒1軒まわって営業する？

路上に商品を並べる？

まさか、そんな効率の悪いことをやってたら、儲かるものも儲からない。

どうやって売る？

< 通信販売 >

ネット通販の市場規模は約 7 兆円。消費不況が続く中で、脇役から消費の主役に躍り出た。その裏には、消費者の買いたい気持ちをくすぐり、購買に結びつける巧みな誘客の技術がある。売れない時代でもガンガン売りまくる通販こそ、日本を世界に売り込む武器となる。

インターネット通販、テレビ通販、雑誌チラシ通販…etc

普通に生活していれば、通販広告ぐらいは必ず見たことがあるはず。

テレビショッピング、雑誌、新聞の折り込み広告、電車の中吊り広告…etc

ヤフーのトップページにだって、いくつもの通販サイトが掲載されている。

そもそも通信販売とは――

分っているようでも間違えていると、この先の話を理解できなくなるので、基本的なことだけ説明しておこう。

通信販売（通販）とは――

ウィキペディアによると、

【小売業態のうちの無店舗販売の一つで、店舗ではなく、メディアを利用して商品を展示し、メディアにアクセスした消費者から通信手段で注文を受け、商品を販売する方法】

通信販売の定義

「特定商取引に関する法律」には、次のように定義されている。

販売業者又は役務提供事業者が郵便等（郵便、電話、ファクシミリ、電報、郵便振替、銀行振込など）により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは指定権利の販売または役務の提供。

そして一般的な意味合いによる通信販売に置いて、事業者（販売者）・消費者（購入者）双方が用いる媒体としては、以下のものが挙げられている。

放送媒体

- テレビ・ラジオの既存局
- C Sやケーブルテレビなどに設置された専門チャンネル
- C M
- テレビショッピング
- インフォマーシャル

印刷媒体

- カタログ
- フリーペーパー
- ダイレクトメール
- 雑誌の広告・記事
- 新聞広告・折り込みチラシ

インターネット

- ウェブサイト
- E Cサイト
- 電子商店街

そして場合によっては、**オークションサイト**も通販を行う媒体とされる。

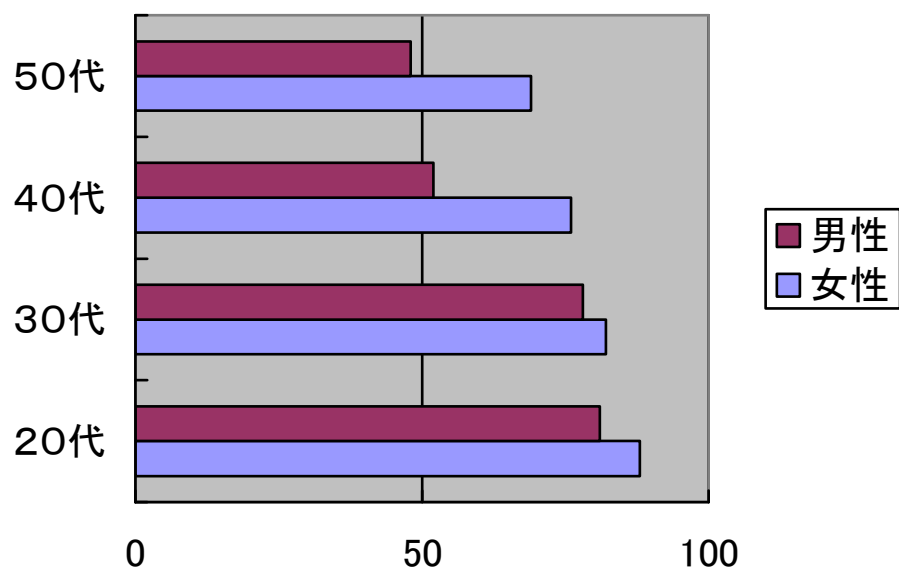
今は店頭での対面販売が減って、スーパーやコンビニでは一言も店員と言葉を交わさなくても、商品を持って行けばレジを打ってくれて、お金を払えば買い物が完結する。

それがさらに進化（？）して、販売者の顔を見ることすらない通信販売の利用が伸びている。

次ページのアンケート結果をみてほしい。

弊社が独自に調査したアンケートで、通信販売を利用したことのある人の割合を調べたものだ。

◆通信販売を利用したことがありますか？（単位：%）



年代 \ 性別	女性	男性
20 代	88%	81%
30 代	82%	78%
40 代	76%	52%
50 代	69%	48%

これでもうお分かりだろう！

今や日本人にとって通信販売は当たり前!!

世帯で見ると9割、個人単位でも7割の人が通販を利用。しかしそれでも、日本の通販需要は、海外に比べたらまだまだ遅れていると言われているのだ。

365日24時間、いつでもどこでも購入できるのが

インターネット通販のメリット

個人で放送媒体や印刷媒体を使えなくはないが、広告料と称して莫大な金額がかかる。

だから**個人で始めるならインターネットがお勧めだ。**

ショッピングサイトは、いったん作ってしまえば、あとはタダみたいなもの。

更新作業も自分でやれば、お金はかからない。

インターネットで薄毛商品を売ったら儲かるという仕組みが、どうやら見えて来た？

携帯電話でインターネットにアクセスできる時代だから、24時間いつでもクリック1つでほしい物が買える。

そんな単純な発想でいい。

これまで日本人の意識には、

お金を稼ぐ事＝大変だとか難しいというイメージがあった。

今はっきり、それを否定させていただこう！

「販売用の**ショッピングサイト**を作ったり、商品を梱包したり配送の手配が、手間がかかるし面倒くさそう……」

「**ショッピングサイト**なんか、
どうデザインしていいかも分からない」

ご心配なく。

ショッピングサイトは

弊社で用意する。



ショッピングサイトはお店の顔だから、おろそかにできない。

言っちゃ悪いが、素人丸出しのサイトでは客は集まらない。

それに誤字、脱字、文字の配置、色合い、バランスなどを見れば、素人が作ったサイトは直ぐに見透かされてしまう。

極端なことを言えば、クリックされるボタンが違っただけでも売上に大きく影響するのだ。

ショッピングサイトは弊社のデザイナーが制作するので、どうか安心してお任せいただきたい。

そしてだんだん下世話な話になるのだが、要するに「**いくらかかるの？**」という疑問にお答えして行こう。

更新費用

季節ごとのイメージに合ったカラーに替えたり、ときには販売促進のためのキャンペーンを打ったり、トップページのデザインも定期的に替えて変化を付けないと、すぐに飽きられてしまう。

サーバー利用代金（月額）

売上管理画面

ショッピングカートの設置

カートとは「買い物カゴ」のこと。どんな商品をいくつ購入して、合計代金がいくらになっているのか一目で分かる。

ドメインの取得

専用のドメインを個別 I D で用意。

これら全て込みで、なんと**月々10,500 円！**

え？

高い？

今のご時世は“格安”とか“激安”に慣れてしまって、**本来あるべき価格**というものが忘れ去られているようだ。

参考までに、**弊社と競合関係にある某社**では、

初期作成費用無料、リース契約 5 年間**月々3 万円**を広告に謳っている。

リース契約で月額のコストが少なく見えるだけ、しかも月々3 万円と**弊社の 3 倍**の価格設定だ。

しかも追加オプションやページ更新費用など別途請求されるというのだから驚きだ

弊社は**本当に必要な経費**しかいただかないので、もし類似のサービスで弊社より安いところがあったら教えてほしい。

もっとも月額 10,500 円は売り上げから**相殺すればいいので、実質タダ**みたいなものだということも申し添えておこう。

「**なんだかんだ言って、商品の配送手数料だと称して、**

けっこう取るんじゃないの？」

結論からいうと**“無料”**である。

商品の発送業務のうち、個人で出来ないところを**全て無料にて弊社が請け負う**体制が整っている。

個人で出来ないところ、すなわち**“全部”**である。

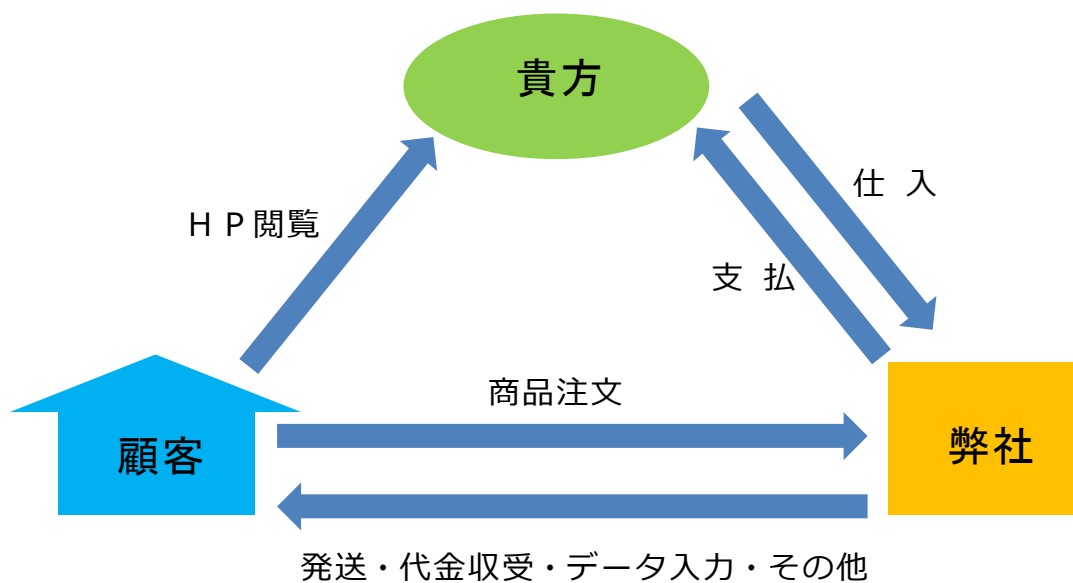
受付、データ入力、発送、代金回収など様々な事務仕事や作業などの業務をひっくるめて

フルフィルメントというが、全て個人でやろうとしたら、猫の手を借りても足りないくらい忙殺されてしまう。

そうすると副業どころか本業以上に大変なことになってしまうので、弊社ではフルフィルメントの一切を**無料で代行**する。

余計な心配をしないで売る事だけに集中できるという事だ

▼弊社フルフィルメントサービスのイメージ図



<フォロー対策の概要>

- ・新規顧客は商品購入後、商品価値を判定する。
- ・初回購入時に商品を購入するという自分の行為に納得するとリピートする。
- ・リピート顧客には顧客属性に合わせた対応をする。

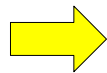
＜初回対策の重要性＞

- ・ 序盤の段階でリピートしないといつまで経ってもリピーターにはならない。
- ・ 初回購入時での商品に対する評価が低い。
- ・ 単に忘れてしまう。

お客様の満足度を高めて、高い評価を得ることも**店舗の競争力を維持**するためにたいへん重要である。

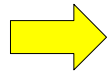
はじめよう！

商品は決まった



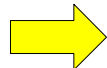
育毛シャンプー

ショッピングサイト



弊社で制作

フルフィルメント



弊社で代行。しかも無料！

“三種の神器”が揃ったのだから、あとは始めるだけ。

日本人の悪い癖で、新しいことを始めるときに、なにかと「やらないで済む理由」を探してしまうらしい。

そして結局、先に始めた人が成功しているのを見て「一緒にやっておけばよかった…」と後悔する。

あなたも、今まではそうだったのではないだろうか？

これからは「先に始めて成功する人」になろうじゃないか！

「難しそう」「とか「知識がないから」という、ネガティブ思考は昨日で終わりにしよう。

今日からは、

「面白そうじゃないか」

「じっとしていても金が入って来ない。可能性があるなら、やってみよう」

ポジティブ思考に切り替えるのだ！



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

第 7 章

今日から商売を始める

これは意義のある仕事

話がいよいよ具体性を帯びてきた。

ここから先は商売の話を進める。

薄毛・抜け毛の悩みを軽減してあげる、

人にやさしい商品を売るのだという**使命感と誇り**をもってほしい。

たんに薄毛関連商品といっても、その種類は沢山ある。

育毛剤、サプリメント、頭皮マッサージ器具、針治療……

髪の毛の悩みはシャンプーで解決する！

私自身のことを申せば、生まれてから大人になるまでずっと、テレビ CM でよく見るような市販のシャンプーを使ってきた。それで特に問題を感じたことはなかった。

頭皮や髪が傷んでいると感じたことはあったにせよ、まさかシャンプーのせいとは考えなかったのである。

しかし、結婚して子供が生まれてからは、子供のために日常使うありとあらゆるものの安全性を調べていくうちに、

市販のシャンプーが台所用洗剤とほとんど変わらない

ということを知った。

あなたは台所用洗剤で髪を洗えるか？

髪に関する悩みの多くは、
シャンプーを替えることで解決する可能性がきわめて高いのである。

なぜシャンプーなのか？

髪は水に濡れただけでキューティクルが開く。
そこに洗浄力の強いシャンプーで洗髪をすると、キューティクルがどんどん剥がれ落ちて
てしまい、髪の表面を傷つける。

カラーやパーマを繰り返している人は、もっと深刻だ。
既にキューティクルが剥がれている状態なので、シャンプーの度に髪から水分や油分、栄
養が流れ出してしまうのだ。

「髪が傷んでいるならトリートメントすればいい」

はたして、そうだろうか？
そう思っている人は多いだろう。

市販のトリートメントの多くは、キューティクルが剥がれ落ちた髪をシリコンでコーティ
ングするだけのもの。
酷いものになるとシャンプーにもシリコンが配合され、あたかもサラサラの指通りを取り
戻したかのような、**偽りの肌触り**を作為しているにすぎない。

見た目だけ華やかな CM に惑わされてはいけない。
自分に合った「よいシャンプー」を使うことで、自分の髪が持つ本来の美しさを取り戻す

ことができることを肝に銘じよう。

男性も女性も髪に関する悩みは尽きないが、一言でまとめると、すべて「見た目が悪い」ということに尽きる。

とりわけ女性は、見た目の良し悪しが男性よりも人生に影響を及ぼす度合いが大きいし、女性同士でも「見た目」に関しては熾烈な競争が日々繰り広げられている。

「いつまでも若く美しくありたい」 というのは、女性にとって永遠の願いなのである。

女性はハゲないか？

なぜか、女性がツルツルに禿げているイメージがないので、女性は禿げないと思われているようだ。

男性のように髪が“全損状態”にならないだけで、**女性も髪が薄くなる。**

平均寿命が延びたこともあって、昔と比べて長生きする人が増えた。

加齢とともに髪が薄くなり、今や女性の **10 人に 1 人は薄毛に悩んでいる** 時代なのだ。

女性の薄毛のほとんどは、頭頂部を中心に髪全体のボリュームが減る「びまん性脱毛」といわれ、髪が細く薄くなることで起こる。

女性の薄毛の原因の多くは、

洗浄力の強いシャンプーを使うことによる頭皮の乾燥である。

頭皮が乾燥すると炎症を起こしてフケやかゆみが発生し、発毛サイクルに狂いが生じる。
すなわち女性が髪のボリュームを保つには、何よりも頭皮の保湿が重要なのだ。

他に、女性が薄毛になる原因には「**過度のシャンプー回数**」「**カラーやパーマによる毛髪の傷み**」「**ダイエット**」「**ストレス**」「**加齢**」などがあり、いくつかの要因が複合して起こる場合もある。

なぜシャンプーを売なのか？

シャンプーは毎日使うものだから――。

人によっては1日2回使う人がいるから、**リピートが狙える**わけだ。

ス○ルプDは盛んにテレビCMを打って、ネット販売を中心に莫大な利益をあげている。

2008年に**約76億円**だった市場規模は、2010年には**約115億円**と約1.5倍に急成長。
こだわりをもってシャンプーを選ぶ男性が増えたことがその要因で、頭打ち感のある女性
向けシャンプーに替わる新たな市場として、業界の注目を集めているのだ。

この急成長を牽引するのが「薬用ス○ルプD」や「U○・O S」などのシャンプーだ。
そう！

需要はある。

だから売れる！

通販はリピートでナンボ

例：ス〇ルブDが月に1本売れるとする。

すると年間の売り上げは、1本 3800 円×12 本=45600 円

シャンプーはいったん使い始めたら、同じメーカーの同じ商品を習慣的に使う傾向があるので、リピーターになってくれさえすれば、1人につき毎月1本は売れる計算になる。あとは顧客を増やして行けばいい。

よその商品を褒めるのはここまでにして、いよいよ弊社の商品である。

弊社ではトコトン無添加自然にこだわった

マコンブエキス配合ノンシリコンシャンプー

成分

水・ラウリル硫酸 TEA・ラウリルベタイン・ラウレス硫酸 Na・デシルグルコシド・グリセリン・ココアンホ酢酸 Na・マコンブエキス・ヒバ油・ジステアリン酸グリコール・ブニコウタニウム-10・ポリソルベート 10・トリ(カプリル酸/カプリン酸)・グリセリル・クエン酸・フェノキシエタノール・メチルパラベン

中でも**マコンブエキス**は、褐藻類の一種であるマコンブから抽出したエキスで、多糖類・

アミノ酸類・ステロール類を含有。

特に天然保湿因子(NMF)であるアルギン酸と多糖類を多く含んでいるため、保湿機能・保水機能に優れている。

またヨウ素や鉄分を含み、代謝促進効果、増血ミネラル作用による育毛効果の働きもあるとされている。

他には天然のヒバの木から抽出されたヒノキチオールは、頭皮の殺菌、保湿効果が高く、フケカユミ、脱毛予防にもお勧めだ。

シャンプー溶剤 280ml

販売価格：2,940 円（税込）

これが売れに売れている。

もちろん理由がある。

まずはお試し1本購入

通常価格	▶	特別価格	2,940円	ご注文はこちら
3,280円			(税込)	
今だけ10%OFF				

さらにお得な2本セット購入

通常価格	▶	特別価格	5,600円	ご注文はこちら
6,560円			(税込)	
今だけ15%OFF				

それはマコンプエキス配合ノシリコンシャンプー

頭皮改善にとことんこだわり、

有効成分だけを、ふんだんに

生かしたシャンプーだから！

女性の髪にとって理想な成分
「マコンプエキス」「ヒバエキス」

◆マコンプエキス
海藻類の一つ、北海道産のマコンプから抽出したエキス。多量のアミノ酸・ステロール類を含有。特に天然保湿因子(NMF)であるアルギン酸と多糖類を多く含んでいるため、保湿機能、保水機能に優れている。

◆ヒバエキス(ヒノキチオール)
たくさんの種類の菌に対する抗菌効果をもつ成分です。ヒノキチオールはヒバ油に豊富に含まれておりその含有量は約2%です。アトピーをはじめとする皮膚病にも効果があり、また、頭皮細菌、フケからゆめ、脱毛予防。

もちろん、その有効性は実証されている。

私の両親、薄毛に悩む社員のH君、友人知人、エンドユーザー様に沢山の喜びの声をいただいている。

値段にも理由がある！

「2800 円か……。高くて売れないんじゃないの？」

ご心配は無用。

他社の商品を見てもわかるように、最も売れ筋の値段が 5000 円前後と言われている。
確かに弊社の商品より安いもの、あるいは 10000 円を超える商品もある。

逆に問いたい。

価格を安くすると効果があるの？

いや、むしろ付加価値が高いので、もっと高い値を付けても売れるのだが、やはりこれが
b e s t の価格設定だという自信の裏付けがある。
これは譲れない！

安いだけで売れる時代は、もう終わった。

もちろん「とにかく安いものを」と追及する人はいるけれど、

とくに若い女性たちは、**真の価値**というものに気づき始めている。

初めは少し高いと思っても、実際に使ってみたら劇的に変わるものは何か？

マイナビニュースが女性会員 370 人を対象に行ったアンケート結果を見ると明らかだ。

Q.ちょっと高いものを買うと劇的に変わるものを教えてください（複数回答）

1 位 シャンプー 36.67%

2 位 パソコン 13.57%

3 位 歯磨き粉 11.43%

4 位 ヘッドホン 9.29%

5 位 ジャケット 9.05%

■「シャンプー」と回答した会員の声

★「2000 円くらいから、それ以上の品を買っています。ノンシリコンで天然成分のみのヘアケア商品だけを使うようになってから、**頭皮に湿疹ができず、かゆみもなくなりました。髪にハリとコシが出て、**しかもサラッとした手触りで、スタイリングが楽になったという実感があります」(30 歳／クリエイティブ職)

★「朝のスタイリングが**手で撫でるだけ**になって、すごくラクになりました！」(24 歳／事務系専門職)

★「正直言って、シャンプーするのって面倒で嫌いだったけど、少しだけ**好きになった**」(32 歳／団体職員)

★「湿気の多い日はすぐボリュームダウンする髪質ですが、**ノンシリコン**のシャンプーに替えたら、**収まりがよくなりました**」(38 歳／アシスタント職)

★「今まで使っていたシャンプーは安いけど髪に合わなくて……。ゴワゴワの髪の毛で、もう諦めてました。キレイじゃなくなるんだったら節約なんかしても意味がないから、シャンプーは**高くても、品質のいいもの**を買うことにしました」(21 歳／飲食店アルバイト)

以上、堂々の 1 位は、女の命といっても過言ではない、髪の毛に深く関わりのあるシャンプーだった。

たしかにシャンプーを替えるだけで髪質がかなり変化してくるようなので、強くこだわりたいところかもしれない。

2 位以下をみると、男性を対象にした調査と大差なく、パソコンやヘッドホンといった電化製品が上位を占めた。

その他の回答としては、化粧水、美容液、日焼け止めなど、美容に関係する商品が列挙されており、やはり**女性と美容は切れない縁がある**ようだ。

ちょっとだけ高いものを買うと、なんだか贅沢をしたような気になって、それを使うときの**ワクワク感**というか**ドキドキ感**がまた楽しみを増幅させるのかもしれない。

みなさんも少しだけぜいたくをして、リッチな気分を味わってみてはいかがだろうか。

さて、ここで「俺（私）は、シャンプーなんか安いものでいいよ！」と感じた方へ質問。

あなたの趣味とか、あなたにとって欠かせないものは何だろう？

今年の新入社員・浜岡君は、スニーカーのコレクターで 200 足も所有しているらしい。中には一足数十万円もするものもあるという。

靴は履けたらいいと思っている私には、スニーカーに数十万円もかけるなんて、とてもじゃないが考えられない。

つまり何が言いたいのかというと、人の

価値観というのは、それぞれ異

なるものだということ。



価値があると信じれば、それを手に入れるためには**お金を惜しまなくなる**ものだ。
画像出典 <http://www.ashinari.com/>

それでも「大丈夫！ 売れますから！」と言われても、いまひとつピンと来ないかもしれない。

それも無理はない。

未知の世界へ飛び込むのだから、不安がないほうがおかしい。

それは弊社とて同じなわけで、売れるという確信を得るために弊社既存のクライアントにお願いして、試験販売してもらった。

すると驚いたことに、**月に 178 本** 売った人がいた。

売上額は **523320 円！**

178 人全員がリピートしてくれるわけではないだろうから、**半数の 89 人が翌月にリピートしてくれたら、自動的に 261660 円**の売り上げが見込めることになる。

良いものを見つけると、人に喋りたくなる。

それが人情というもので、エンドユーザーが口コミで勝手に宣伝してくれたら、売り上げはさらに伸びる。

これはあくまで試験販売の結果なので、本格的に展開すれば、売上高は 1 ケタも 2 ケタも増やすことができる可能性を秘めている。

その可能性を現実のものにできるのは、**あなたしかいない**のだ。

弊社の希望としては、月平均 200 本は販売していただきたい。

200 本？！

全然ビックリする本数ではない。

見知らぬ他人の家を、1軒1軒訪問して売り歩くわけではないのだから――。

皆さんは、スタートして間もなく、こんなセリフを言うだろう。

「こんな簡単に売れちゃうんだな」

しかも、販売開始早々に某タレントのブログにも商品が紹介されたのだからまさに追い風だ！

試験販売で弊社のシャンプーを買っていただいた人には、売りっぱなしではなく、その使い心地について感想を尋ねた。

実際に販売するときの参考にさせていただきたい。

シャンプー体験談

★ 泡立ちが良くて、普通のシャンプーと変わりなく使用させていただいております。

まだ一週間くらいですが、気のせいかな**髪にツヤがでてきた**ような気がして、なんだか嬉しくなってきました。(中嶋ススム・56歳)

★ **もう何度が再注文**させていただいてます。

センターが薄くなっていたのが気になっていたけど、このシャンプーを使い始めてから

目立たなくなってきました。本当に嬉しいです。(齋藤洋子・39歳)

★ある日、嫁から急に「あれ？ 薄くなってない？」と言われていたので、あわてて購入しました。

少し自分でも気になっていた部分もありましたが、少しは効果があったのか、最近は嫁も「気のせいだったのかなぁ……」なんて言ってます。

嫁に気付かれないように、**これからも継続して**使って行こうと思います。

(宮沢 隆・35歳)

★この年齢になったら仕方ないかとも思っていたましたが、やはり実際に薄毛になると、とても気になっていました。

他の商品も試してみましたが、この商品が香りも良かったし、**実際に薄い部分が**

目立たなくなった気がします。今では、カラーリングも楽しめる様になったので

日々が楽しく感じております。(高田 恵子・51歳)

★この年で若ハゲが目立っていたのでブルーになっていたんですが、

使ってみると**スゲェイイ**感じですよ。

このシャンプーで、とりあえず結婚するまでは頑張ろうと思います。(柏原恵介・24歳)

★頭皮がサッパリして、汚れがなくなっているのが分かります。

ずっと使い続けたい！ (児島かずお・36歳)

★ 詰め替え用があったら嬉しいな！

「人気商品＝詰め替え品」は代名詞みたいに思うのは自分だけかな……？
ずーっと使い続けていきたいです。

思い切って買ってよかった。（リッキーさん・56 歳）

★ **抜け毛が、目に見えて減りました。**（遠藤幸子・33 歳）

これだけ大絶賛されているのを読んだら、なんだか自分が売っているような錯覚に陥った人も多いのではないだろうか。

弊社はこの薬用シャンプーを、税別 1400 円にて卸させていただくことにし、実際の仕入れ数には**ノルマを設けず**、ご自身で無理のないプランで仕入れていただければ結構。

他社ではノルマノルマで追われて、結局は在庫の山と借金ばかり増やして失敗というケースが少なくないようだ。

それでは弊社の「副業で儲けていただく」という目的から離れてしまうので、弊社ではノルマを設けない。

逆に「早く追加の商品を送れ！」「配送が遅いと苦情が来てるぞ」と、弊社のスタッフを追いまくるぐらいになっていただけたら、弊社にとっては無上の喜びである。

販売業にとって**商品知識はたいへん重要**なので、もう少しシャンプーについて説明を続けよう。

シャンプーは、ヘアケアの第一歩

自分に合ったものを、髪の毛だけでなく、地肌と毛穴を清潔に保つことが薄毛対策には重要だ。しかし、シャンプーは星の数ほど出回っていて、どれが自分に合うのか、探し出すのは至難の業だ。

そこで薄毛に悩む人のために自分に合ったシャンプー、髪に健康に良いシャンプーの選び方を考えてみることにしよう。

シャンプーの基本7要素

髪と頭皮に直接影響するシャンプーに求められる要素を挙げて行ったらキリがなくなるが、基本的にこれだけは押さえておけという7つの基本要素がある。

1. 洗浄力	汚れをどれだけ落とせるか。シャンプーとして、基本中の基本がコレだ。ただし洗浄力が強力すぎると、髪や頭皮を傷める。汚れをしっかりと落とし、油分を除去しすぎないものが理想だ。
2. pH	アルカリ性か酸性かを表す単位で、ペーハーと読む。髪や皮膚と同じpH値5～6の、弱酸性のものが良いだろう。
3. 安全性	あらためて言うまでもなく、無添加に近いほど安全。表示指定成分（※）が少なければ、無添加に近いということ。
4. 泡立ち	泡立ちが良ければ髪を摩擦から守ることができ、健やかな髪のためにはプラスになる。
5. 殺菌力	汚れを落とす成分のほかに、頭皮や髪に付着した雑菌を殺す効果があればベター。
6. 品質持続性	高温多湿から低温乾燥へと、環境の変化が激しい浴室に放置しても、品質の変化や雑菌類が繁殖しにくいなど、品質を長く保持できることが求められる。現代の技術レベルでは使用期間中に雑菌類が繁殖することはまずあり得ないが、どんな状況で長時間放置しても不具合が発生しないことが望まれる。

7. 感覚的な「プラスα」	リラックスできるやさしい香りや色など、使う人がプラスαの何かを感じられるものが理想。
----------------------	--

※：昭和 40 年代に当時の厚生省が、アレルギー等を引き起こす恐れのある成分として指定した成分。それらを配合している製品は容器に表示することが義務づけられている。

容器の成分表示の欄に「プロピレングリコール」「パラベン」「安息香酸」などと表示されているのがそれにあたり、これらが入ってない物を無添加製品と呼ぶ。

以上、メーカーはこれらの要素を踏まえながら様々な商品を開発して、世に送り出しているのだ。

薄毛の人はどんなシャンプーを選んだらよいか？

薄毛の人の頭皮は、外部からの刺激に弱くなっている。だから基本的に刺激の少ないシャンプー選ぶのがベストだ。

【刺激が少ないシャンプー選びのポイント】

1. 表示指定成分が少ないもの
2. 髪や頭皮と同じ pH 値の、すなわち「弱酸性」のもの
3. 洗浄力が強すぎず、マイルドなもの

薄毛の人の頭皮は、脂ぎっていることが多いようだ。

その脂分を適度に落とすことが、健やかな髪の毛を保つためにはプラスとなる。

刺激が少ないシャンプーは洗浄力が低いので、1 度では脂が落ちにくい。だからこまめにシャンプーして、脂分を取り除くこと。

ただし、皮脂を取りすぎてしまうと、生体の抗体作用によって、逆に皮脂の分泌を促してしまうこともある。

超強力なシャンプーでガシガシ洗うと、かえって脂の分泌を促すばかりでなく、髪を傷めてしまうのでくれぐれも注意しよう。

それから、よく「手間が省けて便利」という理由で、でリンスインシャンプーを使う人が多いが、そのような**特殊なシャンプーはなるべく避けたい**。

製品によっては品質の悪さをごまかすためにリンス成分が配合されている場合もある。

同様に、スタイリング系（※１）やリセット系のシャンプー（※２）は、よほどしっかり洗い流さないと、地肌に成分が残留することがある。

※１：髪をストレートにしたり、癖毛が伸びやすくなる成分を含んだシャンプー。髪に吸着・浸透して作用する成分を多く含む。

※２：ヘアワックスなどを洗い流すためのシャンプーで、油性スタイリング剤を使わない場合は洗浄力が強すぎて頭皮に悪影響を与えるといわれる。

薄毛のシャンプー選び 4 力条！

自分にベストマッチしたシャンプーを選ぶためのポイントをご紹介します。

① 頭以外を洗ってみる

肌に合うかどうかを、**事前にチェック**する方法だ。

頭皮に近いところといえば顔。顔を洗ってみて、ベタついたりカサついたり、あるいは刺激や痒みを感じたら、そのシャンプーは肌に合わない。

② 広告に惑わされない

テレビ CM のさわやかな雰囲気は、**全て演出されたもの**である。決して惑わされないこと。特に女性用シャンプーに多い"うるおい重視"の製品は、頭皮に油分を補給するので、余分な脂を除去したい薄毛の男性には不向きなものが少なくない。

③ 「天然」の二文字に惑わされない

自然界にも、**健康を脅かすものはたくさんある**。「天然だから体に良い」という固定観念を捨て、天然素材至上主義はやめよう。

「天然」の二文字だけで、その商品が優れていることにはならない。

④ 高額商品を過信しない

市販品の化粧品（※）は、値段と商品の質は必ずしも比例しない。

原価はどの製品もほぼ同じだ。

「高いものは良い」という考えは、今すぐ捨てよう。

※：市販シャンプーのほとんどをしめる“化粧品”とされるものは、薬事法で「人の身体を清潔にしたり、美化するために用いられるもの」と定義されている。また、専門のサロンなどが扱っている“医薬部外品”シャンプーは「脱毛の防止、育毛などを目的とするもの」と定義されている。

自分に合った商品に巡り会うためには、それなりのトライが必要だが、世に出回っている全てのシャンプーを試すのは無理。

だからといって「何でもイイや！」と考える人はいないと思うが、よりセンシティブにシャンプーと取り組み、床屋さんや美容院、サロンなどとよく相談しながら、自分にベストマッチするシャンプーを見つけていただきたい。

第 8 章

少人数制様限定の理由！

メンバー様同士で協力し合う関係

副業ビジネスの広告でよく目にする言葉がある。

- ・ 10 名様限定
- ・ ●●様だけに
- ・ 当選しました！
- ・ 残り 5 名様

これらの **90%は引っ掛け**、すなわち誘い文句だ。

人はどうも「限定」という言葉に弱い。

例をあげると、

「閉店セール」とか「在庫処分」など。

でも実際に在庫処分して閉店した店なんか聞いたことがないし、見たこともない。

つまり「もう、これで最後のチャンスだよ」と思い込ませて、今買わないと損をすると思

わせる一種の**心理マジック**なのである。

弊社ではこのたび、少人数制限定を謳っている。

つまり今回、販売していただくシャンプーの販売員様を限定しているのだ。

これは本当。

その理由は、

メンバー様同士でひとつの商品、アイテムを一気に戦略を立てて、意図的にブ

ームを起こそうとしているからだ。

ヒットは偶然に発生するものではない。

必然的に、そして絶対に大ヒットを起こす為に人数が必要なのである。

有名携帯メーカー、有名[ロールプレイング](#)ゲームソフト新作発売時には数日前から徹夜で並んでいるが雇われ（サクラ）だって事をご存知だろうか？ 良く考えてみて欲しい

並ぶことによってテレビ関係、マスコミが取材に来るわけだから販売元にとっては宣伝が出来ると言う好都合だ。

それに釣られ続々と並ぶ……

他にも言えることだが、雑誌や新聞に取り上げられてるお店や商品はその雑誌社、メディアにお金を払って載せてもらっているのだ

- ★ 読者が選ぶおいしいお店
- ★ 今注目のお店
- ★ 売れ筋商品

そんな広告に釣られ続々と並ぶ……

ヒットは必然的に起こすのである！ 起こせるものである！

しかしそこには需要と供給のバランスを考えた緻密な計算がある。

今回我々は少人数制を謳っているがバランスを見て 100 名前後を考えている。

多すぎず、少なすぎずメンバー様同士がライバル関係にならず、互いに協力し合って相乗効果を期待できる人数を設定。

サポートも疎かにならないためにもだ。

わかりやすくいうと、弊社の商品を取り扱って販売してくださる販売員様とお考えいただきたい。

1 人でやるよりも 2 人で、2 人よりも 3 人……。なぜなら、**そのほうが儲かる**から。

誰が？

あなた——

「後発組は、もう稼げない」とお思いの方。

後発組??

誰のこと？

これは、大型店舗の発想だろうか？

じゃあ、もう牛丼屋さんを出しても儲からない。

そういう発想???

たとえば牛丼屋さん、あるいはカレーショップ、フランチャイズで出店するオーナーをいつも募集している。

あとから店を出したら儲からないというなら、年がら年じゅう募集するわけがない。

あとから店を出しても十分に儲かる公算があるから、年じゅう募集しているのだ。

むしろあとから出した店の方が儲かることも十分にあり得る。

どういふことかというところ、先駆者が失敗を重ねてくれたからこそ、後発組は貴重な教訓を得ることができ、**大きなリスクを負うことなく稼げる**のだ。

いろいろな人が紹介することによって大量に売れる。

1 人の力だけでは大量に売ることができないといったのは、まさにそういう意味なのだ。

たとえば書店を例にとってみよう。

1 軒の書店で捌ける本の数なんて、たかが知れている。

どんなベストセラーだって、1 軒当たりの販売部数は多くはない。

しかし多くの書店がそれぞれに工夫を凝らして、様々な売り込みをすることにより大きく売れる本が出てくる。

それが話題になってテレビで紹介されるとさらに広く知られる。

しかし、テレビという巨大メディアであっても

1 回きりの紹介では宣伝効果が弱い。

何回も何回も繰り返し繰り返し紹介することによって認知度が上がり、

「これ、面白そうだな」

「買ってみよう」

という気持ちを起こさせて、お客様の購買意欲が上がる。

だから後発組でも、
自分と同じ仕事をやっている販売員が他にたくさんいても、
もう売れないということはある得ないのだ。

それでもあなたは「もし失敗したら」と考えているかもしれない。

でも、それは違う。

あなたが本当に考えているのは「不安で仕方ないから、できることならやりたくない」とか「もっとラクな方法はないのか？」といった、「やらないで済む理由」を探しているのだ。

図星でしょう!?

そんなことを考えるくらいなら、

成功することを考える。

ほとんどの人は「失敗したらどうしよう」と考えるが、
なぜか「成功したらどうしよう」とは考えない。

これが不思議でならない。

失敗したらどうしようと考えている人は、もうすでに失敗した時の準備を始めてしまっているのだ。

失敗した自分を想像して、どう後始末をつけるかイメージトレーニングまでやってしまっているのではないか。

実際にはそうなってほしくないのに、そうなってしまった時のことばかり考えて、なかなか1歩を踏み出せない。

はっきり言おう。

失敗した時のことを考える時間がもったいない！

失敗したらどうする？

簡単だ、
やり直せばいい。

失敗した時のことなんかを考えるから失敗するのだ！

そこで考え方を替えてみよう。

成功した自分を想像してみるのだ。

できれば、口に出してみるのがいい。

「このビジネスで儲けて、幸福な人生を手に入れる」

「若い嫁さんをもらう」

「高級外車のコレクターになる」

なんでもいい。



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

日本には昔から**“言霊”(ことだま)**という言葉があるように、言葉には力がある

とされる。

実際に言葉に出すと、物事がその通りに進んで行くという体験を、私自身も数多く目の当たりにしている。

たとえばオリンピック選手——。

試合の前になると、ほとんどの選手は**イメージトレーニング**を大切にする。

実際に自分のイメージを現実化するように、試合のイメージを頭の中でシミュレーションして、試合に勝つまでのイメージをつくるのだ。

自分が勝って、喜びに満ちあふれているところをイメージしているために、それが現実になっていく。

もし負けら…などと弱気になったら、その試合には本当に負けてしまうという。

どうせ心配するなら、その時間を有効に使おう。

失敗するために使うなんてもったいないことをせずに、成功したときのことを考える。

失敗したら、やり直せばいい。

それだけのこと。

成功したときはどうしよう——？

悠々自適の生活を送る自分が想像できるはずだ。

第 9 章

通信販売・アフィリエイト・ドロップ SHIPPING

その違いは？

ドロップ SHIPPINGとは？

簡単にいうと「商品の在庫をもっていなくても、その商品を販売できるシステム」のこと。

まず自分のネットショップを開設する。

今はネットショップを開設できる**ショッピングサイト**作成ソフトが販売されており、開店までのプロセスがキット化されているので、誰でも簡単に開設できる。

商品を提供する業者の「卸値」に、自分が稼ぎたい利益を上乗せして自由に価格を設定し、その商品が売れたら差額がネットショップの利益、すなわち自分の稼ぎになる。

商品の注文情報の処理する、発送作業、代金の受け渡しなどの事務的な作業は、商品を提供するベンダーが代行してくれる。

つまりネットショップの開設者は、商品を実際に見ることもなければ触ることもなく、もちろん在庫を抱えることもなく、販売業務だけを行えるのがドロップ SHIPPINGである。

ただし、**大きな落とし穴がある。**

卸値に利益を上乗せする際に、あんまり欲張ると販売価格が高くなる。

顧客を獲得するためには、とにかく売らなければならないから、価格が高くなることは避けたい。

ここにジレンマが生じる。

結果――、

他のドロップシッパーとの間で、**苛烈な価格競争**が発生する。

競争が増えると、卸値ギリギリあるいはほとんど利益ゼロで、とにかく「売る」ためだけ

になってしまい、全然儲からないという結果になってしまう。

ドロップ SHIPPING の危険な罠

単刀直入にいうと、**悪質なベンダー**が少なくない。

“初期費用”という名目で、数十万円から数百万円を徴収してネットショップを開設させても、注文が入ったら「在庫がない」と言って商品を発送しない業者もある。

思い通りに儲けることができない、**初期費用を騙し取られた**として国民生活センターへの相談件数が急増している。

一部では集団訴訟に発展する事例もあり、2009 年 3 月にはついに **「詐欺容疑」で初の逮捕者が出ている。**

アフィリエイトとは？

成功報酬型広告ともよばれる。

平たく言えば、自分が開設する WEB サイトやメールマガジンに広告を掲載して、サイトを訪れた人がその広告をクリックすることで広告企業のリンクへ誘導され且つ商品が実際に売れた時に、広告主から報酬が支払われる仕組みである。

だから自身が何かを売るというより、広告収入を得るのである。

どちらかといえば、広告を出す企業側のメリットの方が大きい。

なぜなら、放送媒体や出版媒体へ掲載する広告は、それが見られようが見られまいが、成果とは関係なく「掲載されていること」に対価を支払わねばならない。

しかしアフィリエイトならば、売り上げに応じて支払額が決まるので、費用対効果が高いのである。

もちろん広告を掲載するサイトやメルマガにメリットがないわけではないが、その恩恵にあずかるための**労力がきわめて大きい。**

広告に関心をもってもらうためには、まず何より魅力的な文章を構築できるセンスと文章力が必要だ。

しかも数打ちや当たる式で、多くの広告を掲載する方法もあるが、一個人として果たしてそれだけの広告を集め、しかも自分で広告文を考えて、しかもクリック数を稼ぐことができるかを考えると、**あんまり現実的とは言い難い。**

アフィリエイトの数は、一説によると 100 万人の大台を超えたといわれる。その 100 万人が全員、広告収入で十分に稼げているわけがないことぐらい、社会人経験者なら常識的にわかるはずだ。

100 万人いるアフィリエイトの 9 割すなわち 90 万人が、**月に 1 万円以下**しか稼げていない。

いや、たとえ何千円でも収入になっていればまだマシな方で、ほとんどが**アフィリエイトによる月収はゼロ**というのが実態である。

後発組でも稼げるという理屈は、アフィリエイトの世界では通用しない。なぜなら稼いでいる 1 割のアフィリエイトは、その道（広告）のプロなのだ。何の経験もノウハウもない素人が割り込んで、成功できる世界ではない。

第 10 章

フルサポート

売り方とプロモーション

さあ、話は、いよいよ佳境に入る。

いきなり「育毛シャンプーを売るのだ！」「売れるから心配ない！」と言われたって、何をどうやっていいのか、皆目見当がつかないと思う。

心配ない！

あなたには“師匠”すなわち**プロが集客のお手伝いをする。**

売り方やプロモーションはどうする？

弊社では、有料のSEO対策や、検索エンジン登録は一切やらない。

そんなものは、時間ばかりかかるし、費用対効果を考えたら必ず**マイナス**になるからだ。

弊社は検索されるまでじっと待つことはしない。

待ちの方法でなく攻めの姿勢で、無料SNS、無料メルマガ、コミュニティーなどを有効活用するから、

売れる！

それが最先端の売り方なのだ！

以前にも他社で同じようなビジネスをやって、結局失敗した人もいるはずだ。

その人は**「なぜ失敗したか？」**という自己反省をいただろうか？

あるいは情勢の分析を行っただろうか？

過去に失敗した最大の原因――

それは――、

誰も教えてくれず、パソコンの前で 1 人頭を抱える毎日。

試行錯誤をやっていて、売上げが立つわけがない。

あなたはまだ、右も左も分からない素人だ。

素人にはノウハウを教える師匠（プロ）が必要だ。

分からないことがあったら、遠慮なく弊社に質問してほしい。

午前 9 時～午後 6 時ならいつでもメール・電話 OK !

上記以外の時間帯でも、メールしていただければ、翌日 9 時には担当から返信する。

「結果はいつ頃から出るの？」

「いちばん早くて、いつくらいから収入があるの？」

最大の関心事だと思う。

ショッピングサイトを作っても、それで安心して放置してはいけない。

ショッピングサイトも、対面販売の店舗と同じ。

たくさんのお客さんに来てもらって、見てもらわないと、売り上げは伸び悩んでしまう。

試験販売の結果を見ていると、どの人も**開始した当日から**、それなりに売り上げをあげている。

遅い人でも、3日後ぐらいには売れ始めていた。

弊社では売れた時間や数量まで個人ごとの売り上げデータを管理して、皆さんの売り上げ状況を常に把握している。

何が悪いのか、改選すべき事をタイムリーにわかるのだ。

もし貴方が他の人よりも売り上げが芳しくなかった場合は、**積極的にサポート**する体制ができています。

弊社が考える副業ビジネスは、1人で考え1人で行動するのではない。
師匠という言い方が古ければ「コーチ」と言い換えてもいい。

共に考え、より良い方向性を指示してくれる、

心強い「コーチ」がついている。



photo by kynbit

あなたが商売の素人だということを、弊社は百も承知している。

「では、これを1日30分やって下さい」と課題を与えたところで、まず出来ないこともわかっている。

プロなら30分で済む仕事が、素人なら1時間あるいは2時間、しかも頭を抱えながらやっけては結果も気力も付いてこない。

それに何より、モチベーションが上がらないだろう。

今回のいちばんの特徴は、サポート体制がついていること。

これは**他社にはない、万全の態勢だ。**

平日にどうしても時間が取れない方のためにも定期的に土日祝も臨時で営業もしているところでもわかっていただけるだろう。

商品価値を高める

商品をブランド化するための代表的な手法として**“マス・マーケティング”**がある。

強力なマーケティング力を背景にしたマーケティングで、

大量の広告投資

店頭を席巻する圧倒的な営業力と販売促進力

次々に開発される新商品——などなど。

2000 年代の花形マーケティングではあるけれど、背景に圧倒的な資本力があってこそ可能なマーケティングである。

だから個人ではムリ！

だが決して悲観しなくていい。

弊社が提案するスモールビジネスの世界は、そもそもマス・マーケティングはそぐわない。

日本の総人口が 1 億 3 千万人として、その中のわずか 0.02% = 2500 人ていどを顧客に想定している。

故にマス・マーケティングには適していないというわけ。

ついでに申せば、私自身がマス・マーケティングの効果を、最近は疑問視し始めている。

マス・マーケティングの手法が「万人向け」だとすれば、

逆に「**自分だけのモノ、自分に合うモノが欲しい**」と考え

る消費者の声は敢えて無視されている。

「愛着」という要素で商品に選ぶ消費者は、決して少なくないはずなのだ。

そう考え始めたことがきっかけで、

マス・マーケティングの手法を逆手に取ったマーケティング

を行うことにしたのである。

顧客に対して情緒的価値を訴え、消費者と対話する関係を強化する。

インターネットだからこそ可能な顧客対応を考える。

これが今回のマーケティングテーマなのである。

では、具体的に商品価値を上げる方法とは……

皆さんは、**体験価値**というものをご存知だろうか？

さらに突き詰めて考えるならば、

芸術・自然・学問・人間関係などの分野で素晴らしく感動的な体験をするに等しい価値を、
お客様と共有すること。

要するにお客様が購入するのは、たんなる無機質な“商品”ではなく、ベネフィットでもなく、**感動的な“体験”**だということなのだ。

例えばここに、高級化粧品を買いたい女性がいる。

とある激安ドラッグストアで購入すれば 5000 円くらいの商品が、メーカーの“正規販売店で買う”という体験を加えることで価値化し 1 万円～2 万円の値でも売れる。

安売り店より正規店。お客様の**“ちょっとした自尊心”**をくすぐる。それが“価値”と

なることを、お分かりいただけるだろうか。

よく“付加価値”という言葉を聞くとと思うが、まさにそれなのである。

1 円でも安い商品を求めて誰もが気軽に行く激安ショップではなく、ショップの入り口に制服をビシッときめたガードマンが立っている高級感あふれるお店であれば、簡単に手に入れられないような気になるはず。



photo by d'n'c

そして店内では、激安の法被（はっぴ）ではなくスーツに身を包んだスタッフが対応する。「あなたをいちばん輝かせるために」と、的確アドバイスのひとつもしてくれるサービスがあれば、同じ商品でも新しい魅力を創造することができるだろう。

このような体験で魅せることで、本当はほとんど原価の同じ商品でも、より高い値段で売ることができるのである。

口の悪い人は「口先で客を騙してるんじゃないか」と言うかもしれないが、その見方は間違っている。

お客様は商品と共に**“夢”を買いに来る**のである。

それに何といてもこういった魅力は、ライバル商品も少ない。

激安ショップはどこにでもあるが、正規販売店となれば他にはない。

旅行も「商品」になって久しいが、本来は**体験を価値化**できる対象となったはず。

でも今の旅行会社の店舗を見て、体験をアピールできているだろうか？

どこにでもある普通の商品を普通に売っていては、競合他社と比較されて価格低下競争に巻き込まれる。

その結果どうなるかといえば、利益を抑えて「売る」ためだけの値下げ合戦が泥沼化するだけだ。

どこででも買えるような商品（本来の使用価値）を売るのではなく、

「〇〇さんからしか買えないという体験」を価値化し、それを売るという考え方が大切だ。

**他社との比較が簡単なインターネットの世界では、
この考え方が特に重要である。**

お客様の声

試験販売をやっていただいた方の体験談をご紹介します。

ご契約者様・K様

過去に、アフィリエイトやドロップ SHIPPINGなどをやった経験がありますが、それらの経験は全く無意味でした。

サポート担当の〇〇さん（名前を出していいのか分からない為、伏せておきました）には、始める前からいろいろ教わり、今回の仕事に関してもですが、本業の仕事にも使えるテクニックまで教えて頂いて本当に助かっています。

今後ともご指導お願い致します。

ご契約者様・R N様

パソコンもろくに触ったことがなかった私に、本当に懇切丁寧に分かり易く教えて頂いて、ありがとうございました。

活動方法だけでなく、パソコンの操作方法まで一から教えてくれたおかげで、理解が出来るようになりました。

いつも長電話になってしまうんですが、根気よく対応して下さい本当に感謝しています。

ご契約者様・栗田様

本当にサポートがあって良かったです！

些細なことでも何でも教えてくれるし、無期限での保証ってのもビックリしました！

一生とは言わないけど、ずっと頑張っていくんで、これからもサポートお願いしますね！

なるべく早くサポートが要らなくなるくらい成長しますから、待って下さいね！！

それまでは、何回も教えてください！！（笑）

第 11 章

返金保証

稼げなかったら初期費用を返還

この章はご覧の通り、1 ページにも満たない内容だが、章をひとつ設けるに足る重要な内容であるとともに、他社にはない充実した保証であると自負致している。

60 日間やってみて 60 万円を稼げなかったら、
担当まで実践内容を送ってください！

副業術（¥19,800）を即返金します！



画像出典 <http://www.ashinari.com/>

弊社のサポートを受けながら実践していただき、
売上 60 万円が達成出来なかった場合は、
実践していただいてから 61 日目に返金させていただきます。

これは自信の裏付けがあってこそその保証であることをご理解いただきたい。

ちなみに――

過去の返金実績は、

ゼロ！

お互いの信用問題に関わる事だから出来るだろうではなく
確実に達成できる目標設定をしなければならない。

第 12 章

クライアント成功者の声

この章では、試験販売を体験した方お二人からの成功体験談をご紹介します。

伊達さちこ様（43 歳／主婦）

今回体験談の依頼を受けさせていただきました伊達です。
私のコメントが何かのきっかけになっていただけるのでしたら幸いです。

販売を始めて間もなく 1 カ月ほど経ちますが、**初日から順調に売れ始めて、**
いまでは 1 日平均 3.5 本は売れています。
サポートしていただいています香川さんは丁寧親切で、すごくわかりやすいです。
皆さんも最初は不安でドキドキかもしれませんが、安心して始めてみてください。

野村博文様（55 歳／自営）

こんばんわ。長崎の児島です。

文章が苦手ですが一筆書かせていただきます。
恥ずかしながら私も薄毛で悩んでおり、自分で使ってみて効果を感じましたので、自信をもって販売させていただきます。

最初は「仕入？」とビックリしましたが、今となっては山下さん、香川さんがおっしゃる
ように

在庫切れの方が心配です。

次の売上で、まるまる相殺と考えております。

第 13 章

一緒にビジネスをやるメリット

弊社だから可能なコストダウン

通常、小売店を始めようと思ったら、
店舗費用、商品の仕入れ、在庫確保、従業員（雇う場合）の人件費など初期投資が必要だ。

しかし弊社なら、**初期費用を殆どかけない**でビジネスを開始できる。

実際に始めるまでの準備にかかる時間も、弊社のサポート体制により大幅に短縮できる。

新商品の紹介など長期的に稼げる

弊社が提供する商品は、実際に試験販売を行い、リサーチにリサーチを重ねて自信をもってお勧めできる商品。

マーケティングリサーチ部による市場調査（売れ筋商品の価格帯、新商品）が充実。
日々綿密に行われるマーケティングにより、効果的なビジネスをご提案！

ショッピングサイトの制作（トップページ、購入ページ）はもちろん、サーバー管理、ショッピングサイト管理に便利で分かりやすい管理画面を完備。
管理画面はお客様の売上状況が一目でチェックできる。

その他にも、アクセス、成約率、ストック数もひと目で把握でき、今後の販売戦略を立てる上で傾向と対策の立案に便利。

フルフィルメントサポート

いちばん面倒だけれど、いちばん疎かにしてはいけないところだ。

弊社ではこうした作業を一括で引き受けることで、クライアント様とエンドユーザーの間に信用を築くサポートを行う体制が完備している。

商 品

業界トップクラスの商品リサーチと卸価格には自信あり。

調 査

マーケティングリサーチ部による市場調査（売れ筋商品の価格帯、新商品）が充実。
日々のマーケティングにより、効果的なビジネスをご提案。

在 庫

自宅に在庫をもつ必要がないため、生活スペースを圧迫しない。

運 営

ショップ運営をスムーズにする機能が充実。
顧客作りに関するあらゆるノウハウをご提案。

決 済

クレジットカード決済、代金引換、モバイルサイトにも対応。
ネットショップ決済で必要不可欠なカード決済に加え、便利なコンビニ決済も可能。
また仕入れ代金の支払いは、実績により未締めの相殺も可能。

プロモーションサポート

電話、メール、来社もOK
効果的な運営をご提案。

マニュアルなどの印刷物で対応するのはまず困難だと思われるので、何かお困りの事があれば電話にてサポートを行う。

何らかの事由で電話での連絡が困難、若しくは深夜の時間帯しかパソコンに向かえない場合には、メールでの対応も可。

ネットショップ運営のプロである弊社スタッフが、集客や顧客対応等、全ての不安を払拭するサポート体制を完備。

ビジネス初心者やパソコン経験の浅い方でも、安心して取り組んでいただけるサポート体制が整っている。

第 14 章

Q & A

商品の送料は誰の負担？

エンドユーザー様が負担

商品は家に届くの？

商品は弊社の委託倉庫にて一括管理し、併せて発送業務も行っているため、自宅に商品の在庫を抱える心配がない。

家族に内緒でできるの？

秘密厳守！ あなたが自ら打ち明けない限り、家族に知られることはないため、どうかご安心いただきたい。

海外でもできるの？

可能だが、収益をお支払いする際に、日本国内の銀行口座が必要。
本人名義の口座がない場合は、家族や友人など名義でも、**ご本人様の承諾を得ていれば**、支払先口座に指定できる。

夜中しか時間つくれないけど大丈夫？

大丈夫！
無理のない時間帯、それぞれ空いた時間で仕事をして頂ければ結構。

お金がないんだけど始められる？

初期費用に関しては一定の金額等は設定しておらず、弊社で用意させて頂く場合でも、お客様ご自身で無理のないプランでスタートが可能。

パソコンが苦手だけど大丈夫？

まったく心配なし。

パソコンが苦手でも、専門のスタッフがフルサポートするので、どうかご安心を。

報酬はいつ入金されるの？

毎月末締め、翌月末払い。

日程の調整には、ある程度の相談に応じられるから、特段の自由がある人は遠慮なく相談してみしてほしい。

いつでも辞められるの？

弊社担当にご連絡頂ければ、退会はいつでも可能。

売れなかったらどうするの？

本文にも記載させて頂いているが、弊社のサポートサービスは無期限でのサポートを保証している。

まず売れないことは無いと確信しているが、無期限でのサポートなので、単純に売り切るまでサポート体制は打ち切らない。

商品の安全性は？

日本品質保証機構の下、製造・販売されている製品なので、品質は保証付。

万が一クレームがあった場合でも、弊社スタッフが責任をもって対応。

あなたのところへ直接クレームが行くことはない。

弊社の利益？

弊社の利益は商品代金に含まれているので、あらためてマージンを取る必要がない。
そのためフルフィルメントサービスを含め、サポート体制にかかる諸費用はあらかじめいただいているので、あなたの売上が弊社の利益に反映される。
いわば、あなたと弊社の共存共栄。まさに win-win の理想形だと自負している。

絶対に失敗しないか？

この世に 100% はあり得ず、絶対に失敗しないとは言いきれない。
これは世界中にあるどんなビジネスでも、ノーリスクはあり得ないのと同じ。
むしろノーリスク・ハイリターンのビジネスなんて、始めてみようと思うだろうか。
弊社と共にお仕事をして頂くからには、必ずや満足して頂けるように尽力することはお約束する。

いつから商品を販売しているの？

今回の商品に関しては、試験販売も含め約 2 ヶ月前から販売している。

最終章

決めるのは、あなた！

以上で講義は終わりですから、言葉をもとへ戻します。

最後まで読んでいただきまして、ありがとうございます。

さて、
ここから先はご自身で決めてください。

自分で薄毛商品をご用意して、サイトを作ってガッポリ稼いでもよし、
弊社の代理店になってもよし！

貴方は今、稼げる環境になりました！

稼げる通信販売事業のやり方を知っています。後は行動するだけ——

ここで立ち止まってはいけません。

先が見えない大不況、このまいつ来るか分からないチャンスを待つ

ているだけでは、貴重な時間を浪費して全てを失いますよ……。

また、弊社とのビジネスに興味がありましたら今後の進め方についてお話をしたいと思えますので下記の【副業術@アポイントページ】または直接お電話、メールにてご予約をお取り下さい。相談のみでも構いません。お気軽にご利用くださいませ。

■ 【副業術@アポイントページ】 ※おすすめ

http://www.jp-news.jp/web_appoint/

■ 【副業術@運営事務局】

メールアドレス：member_hu@jp-news.jp

電話番号：03-6427-0417

最後に一言――

“運”とは、 偶然やって来るチャンスではありません。

自分でつくっていくものです。

ほとんどの人が、

“運”というものが、偶然舞い込んでくるものだと思いこんでいます。

偶然こそが運、そして運とは軍前やって来るものと信じ、向こうからやって来るのをひたすら待ち望んでいるのです。

はっきり言います。

その思い込みは間違いです！

もう一度言います

運は自分でつくるものなのです。

運が偶然やって来るものと信じている人にかぎって、何も努力しません。

努力しないから何も起こらない。

考えるまでもなく、当然といえば当然ですよ。

偶然としか考えていないため、偶然の“何か”が起きるまで、何もせずただダラダラすごし

ているだけ。

例えば「お金が手に入れること」を例にとっても、その差は歴然です。

お金は偶然入って来るものですか？

偶然だと信じている人は、お金を手に入れるために何の努力もしません。

親や親戚、あるいは他のどこからか突然舞いこんでくることを願い、夢見ながら、何もしないぐうたらな生活をしています。

まだ努力らしきことをする人は、宝くじを買いに行きます。

宝くじを買うことによって、一攫千金を狙う確率はゼロではなくなります。

実際に、宝くじで1等を当てる人はいるのですから。

でも、そういう人は、統計的に言っても、日ごろから宝くじをよく買っている人だそうです。

なぜなら日頃からたくさん宝くじを買っていることで、当たる確率が必然的に高くなるだけのことです。

ビギナースラックなんて、

そうたびたび起こるものではありません。

本当のお金持ちになれる人は、偶然を信じることもなければ、そもそも宝くじを当てようということすら考えません。

今、**目の前にある仕事を全うすること**に一生懸命になります。

お金を手に入れることを偶然とは考えず、自分でつくっていくものだ的心得、自分で汗水たらしてお金を稼ぐために働くのです。

仕事を一生懸命やれば、当然に仕事の質も良くなりますから、まわりからの評価も高くなります。

そのぶん昇進や昇格も早くなるでしょうし、そうなればより多くのお金を稼ぐことができるようになります。

これらはすべて、**本人が努力したことによる当然の結果**です。

決して偶然などに頼っていないことが、お分かりいただけたと思います。

運を偶然としか考えていない人は、運を自分で作り出す喜びを知りません。

何度でも繰り返しますが、

運は自分で作りだしていくものです！

この書籍を最後まで読み終えたあなたは、

運を自分で作り出せる人です！