

毎月1万円の小遣いから月収1,000万円の本気まで

特集

インターネットで 儲かる 1万円のオキテ

p.084-p.089

1 ウェブサイト・ブログオーナーなら アフィリエイトでこんなに儲かる

趣味のサイトで毎月30万円稼ぐ方法 ブログに今オススメの
アドセンス 高収入を目指すコンテンツ編集テクニック アフ
リエイトは仕入れも発送も不要な金の卵
を産む鶏 ASP登録と商品選びから始まる
夢のアフィリエイト生活 Amazonアソ
シエイトでガッポリ儲ける 四角いパナー
は引っぱがす クリック率をアップさせる商
品陳列法と言葉選び.....



p.090-p.099

2 ECなら必勝ネットマーケティング手法 でどんどん儲ける

たった1年で月商30万円から950万円に成長したナンバーワ
ンショップの秘訣 毎月新車を2~3台買えるほど儲けるコ
ン텐츠販売 誰も知らなかったキーワー
ド広告の探し方と活用法 リピート購買
率をガンガン上げる方法 顧客を大量に
動員してくれるアフィリエイト先 SEOの
手法にも通じる懸賞サイトの最適化 5
回の集客チャンスを逃さない方法.....



p.100-p.105

3 打てば響くメルマガジンは 意外に儲かる小さな巨人

毎日発行のメルマガで毎月120万円の収入を得る男 異
なる3種類の内容で読者を掴みビジネスの輪を広げる 早
い段階で集中して読者数を集めることの
重要性とは メルマガに見える発行者の
生の声が媒体力となり稼ぎを生み出す
進化し続けるためのフィードバックル
ープを作る 購読者をスパイラル状に増加
させる発行タイミング最適化.....



p.106-p.109

4 個人もショップも オークションでガバガバ儲かる

店舗+オークションでショップ全体の売り上げを伸ばす画
期的手法 オークションお役立ちツール ショップオーナー
もオークション活用で販路が2倍に拡大
“購入行為”の壁を軽く破る1円オー
クシヨソ企画 他店舗との共同オー
クシヨソ企画で集客数さらにアップ 開封率90
パーセントのメールを有効活用したマー
ケティング.....



p.110-p.111

5 オンライントレードで 一財産作って遊んで暮らそう

ネットで申し込むと20%以上もお得! 固定金額や固定割
合の特典を最大利用する 地道な「お得」でしっかりと着実
に稼ぐ 銘柄選び:企業業績は無視せ
よ! ベーパートレード(模擬トレード)で
ひたすら練習 取引時間は短ければ短
いほどいい 1万円で抜け、損切りは素
早く トレード用専用ソフトでコツを掴め
たんす株の入庫無料サービス.....



p.112-p.115

6 まだまだあるぞ! ネットで儲かる・安くなる

飛行機に乗らなくても毎月400マイル貯まる!? アンケー
トで! ゲームで! 月1,000円のキャッシュバック 「tel」を貯
めてただで電話をかける!? 手間をかけ
ずに手厚いアフターケア オークシヨソ
詐欺の被害を取り戻すワザ オークシヨソ
の安い本当は高い? メリットがあ
るから今どきの銀行を選ぶ 2億円の夢
にみんなで向かう.....



text : 長野弘子(ライター)+いちばゆみ(ライター)+ランドッグ・オーグ平野正喜事務所+編集部 illust. : 田中英樹
取材協力(敬称略、順不同): 玉木剛(コミュニケーションデザイン代表)、神王リョウ(有限会社アイアール代表取締役)、古寺元一、橋本大也(データセクション株式会社
代表取締役CEO)、江藤政頼(有限会社 イーショップアカデミー代表、えとコミ塾代表) 大熊祐三(「007即配コンタクト」店長) 杉田真浩(株式会社エンパワーメント
取締役) 金森重樹(金森合同法律事務所代表) 平野友朗(SCP代表) 岩元貴久(ロックノブール・インクCEO) 水上浩一(おいしい紅茶の店「ティンブラ」店長) 鮎谷
周史(セカンドステージドットジュビー代表) 馬淵一(株式会社デイトレードネット) 長村貴之(株式会社テンベイスジャパン) 滝口一彦、株式会社ウェブクルー



ウェブсайт・ブログ オーナーならアフィリエイトでこんなに儲かる

「缶コーヒー代ぐらい儲かれば」と軽い気持ちで始めたホームページやブログの広告やアフィリエイトの収入でも、うまくやれば月給よりも多くできるかも……。

今すぐ広告の掲載を開始

お申し込みはここをクリック

ヘルプ

- 概要
- 導入例
- プログラムポリシー

1 アドセンスのページ [URL](#) で「お申し込みはここをクリック」をクリックする。

Google を初めてご利用になる方はこちら

AdSense アカウントのログイン情報を作成します。

電子メール:

パスワード:

7個以上の文字や記号が使われています。

パスワードを再確認:

続行 >>

2 「Google を初めてご利用になる方はこちら」にメールアドレスと、管理に使うパスワード（英字と数字を必ず組み合わせて7文字以上）を決めて入力する。

主な連絡先 (お客様へのお支払いの送付先)

お支払い受取人の名前:
小切手の受取人となる個人または企業

会社名:

町村、番地:

ビル、マンション名:

市区郡:

郵便府県:

郵便番号:

国名:

3 アカウント情報を入力する。今はまだ日本語では入力できないので、すべて半角のアルファベットや数字で入力しなければいけない。

4 登録したメールアドレスに Google からメールが届く。メールに書かれている URL をブラウザで開くとアドレスが確認されて、掲載承認の作業が始まる。法律に反しているサイトでなければ数日でメールが届くはずだ。



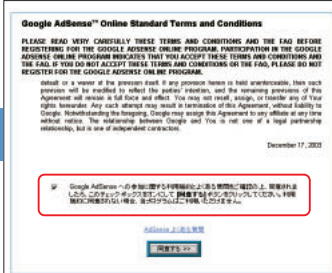
お手軽導入で広告収入バッチリ ブログにオススメのアドセンス

最近ブログなどでよく見る「Ads by Google」と書かれた広告は、Googleの「アドセンス」だ。「コンテンツターゲット広告」とも呼ばれるアドセンスは、Googleのエンジンが配信先ページの内容から判断して、自動的にページに合った広告を表示するものだ。1クリックあたり数円～数百円、場合によってはそれ以上が支払われ、1ヶ月に1万円以上得ている人も多い。登録や掲載に費用はかからないので今すぐに始めてみよう。

Google アドセンス [URL http://www.google.com/adsense?hl=ja](http://www.google.com/adsense?hl=ja)



5 Googleから承認のメールが来たら、登録したメールアドレスとパスワードでアドセンスのページ [URL](#) にログインする。このメールに書かれている内容は重要なのでよく読むこと。



6 アドセンスの利用規約が表示されるので、内容を確認してからページの一番下のチェックボックスをチェックして「同意する」をクリックする。

該当のフォームがわかっている場合は、次のいずれかのフォーム名をクリックしてください:

- IRS Form W-9
- Foreign publisher with no U.S. Activities
- IRS Form W-8 ECI
- IRS Form W-8 BEN
- IRS Form W-8 EXP
- IRS Form W-8 IMY
- IRS Form 5233

7 米国の税務情報を登録する。日本在住で米国での営業活動がなければ、そのことを証明するために左の一覧から「Foreign publisher with no U.S. Activities」をクリックして、表示されるフォームのテキストボックスに自分の氏名をアルファベットで入力する。

Signature of Publisher or a duly authorized representative of Publisher (Typing in your name acts as your signature)

The date and time of submission and your computer's IP address will be recorded when you click **Submit information**.

8 これで登録完了だ。次は広告をサイトに表示しよう。

001 アドセンスに配信される広告は、Googleのキーワード広告「アドワーズ」に出稿されたものだ。これまではGoogleの検索結果ページにだけ表示されていたが、2003年12月末から一般のサイトに表示できるようになったのがアドセンスだ。



アドセンス広告で寝ている間も
クリックされるたびに収入だ!

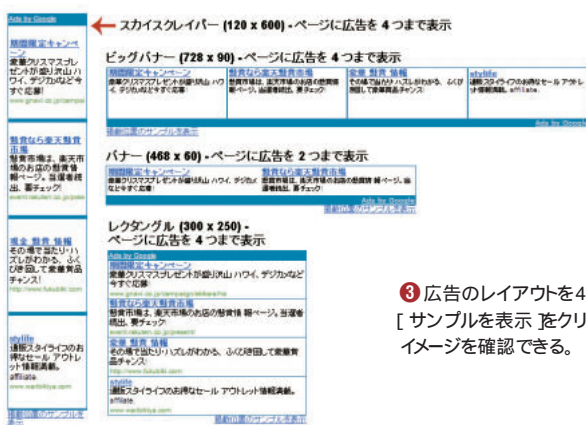


1 アドセンスにログインして、上部の[設定]タブをクリックする。

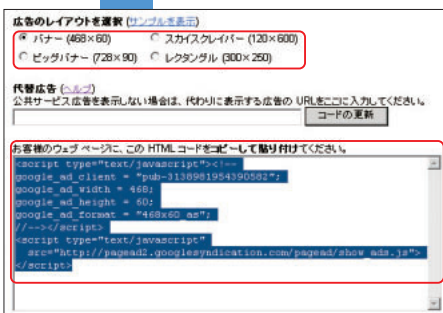
URL <http://www.google.com/adsense?hl=ja>

2 [パレットを選択]から自分のサイトに合った色パレットを選ぶ。新規カラーパレットを作成をクリックすると、さらに細かく色を設定できる。CtrlキーやShiftキーを押しながらクリックすると、アクセスするたびにローテーション式に違う色で表示できる(4パレットまで)。

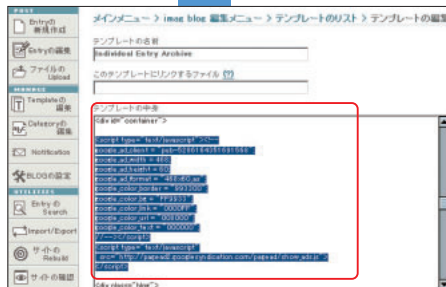
登録が済んだら、サイトに合ったデザインを選んで広告を掲載しよう。一度設定してしまえば、同じコードを貼り付けるだけでOKだ。ブログツールならテンプレートにコードを入れておけば記事を書くだけで広告が表示されるようになる。雑多な記事があるブログでは、記事別ページにアドセンスを表示すると、そのページの内容に沿った広告になるのでグッドだ。



3 広告のレイアウトを4種類から選ぶ。[サンプルを表示]をクリックすると表示イメージを確認できる。



4 テキストボックスの内容を全部選択してコピーし、自分のサイトのページに貼り付ける。Movable Typeの標準テンプレートならば、ページの上部に表示するにはMain Indexでは<div id="content">と<div class="blog">の間に、Individual Entry Archiveでは<div id="container">と<div class="blog">の間に入れて再構築する。



期間: 過去7日分

2004年2月4日(水曜日) - 2004年2月10日(火曜日)

日付	ページの表示回数	クリック数	CTR(クリック率)	お客様の収入
2004年2月4日(水曜日)	5,291	166	3.1%	\$83.07
2004年2月5日(木曜日)	5,085	152	3.0%	\$78.12
2004年2月6日(金曜日)	5,126	171	3.3%	\$86.91
2004年2月7日(土曜日)	4,646	158	3.4%	\$79.74
2004年2月8日(日曜日)	4,397	120	2.7%	\$57.88
2004年2月9日(月曜日)	5,226	162	3.1%	\$87.25
2004年2月10日(火曜日)	3,379	98	2.9%	\$50.61
合計	33,150	1027	3.1%	\$523.58
7日分の平均	4,735.7 / 日	146.7 / 日		\$74.80 / 日

6 広告収入を確認するには、アドセンスにログインして[レポート]を表示する(レポートは米国時間)。クリック単価は広告によって異なるため、同じクリック数でも収入は変わる。100米ドル貯まったら、その月の月末から30日以内にドル小切手で支払われる(日本円で支払いは現在準備中)。



5 ページに広告が表示される。ページの情報がGoogleに登録されるまでは英語の公共広告が表示されることがあるが、公共広告はクリックされても収入にはならない。

004 決して自分で自分のサイトの広告をクリックしてはいけない。クリックしているとスパムと判断されてGoogleから英語で書かれた警告のメールが飛んでくるぞ。スパム認定されて契約が解除されると復帰は不可能なので心しておこう。

1 ウェブサイト&ブログ

2 EC&マーケティング

3 メールマガジン

4 オークション

5 オンライントレード

6 まだまだあるぞ



紹介だけで儲かるアフィリエイトは 仕入れも発送も不要金の卵を産む鶏

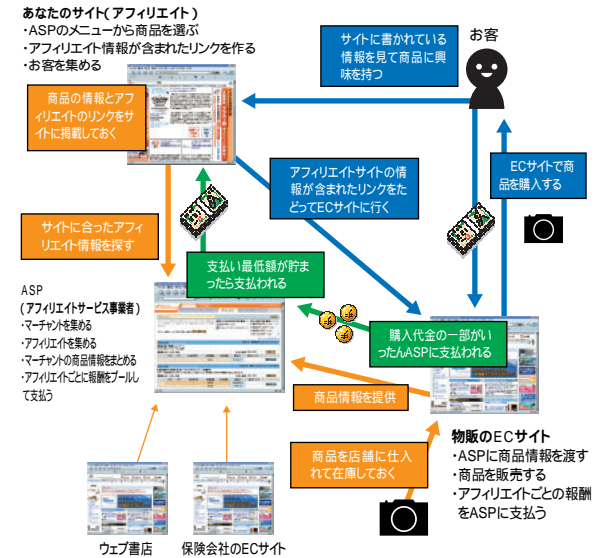
アフィリエイトは「提携」を意味する。たとえば、あなたの写真情報サイト(提携サイト)を訪問したユーザー(お客)が、サイト上のデジカメの広告バナーに興味を持ち、バナーをクリックしてECサイト(マーチャント)に行くと商品を購入すると、ECサイトが売り上げの5パーセントをコミッション(報酬)としてあなたに支払うような仕組みだ。実際にお客が商品を購入するのはECサイトでなので、あなたはリンクなどを通じてお客をECサイトに紹介するだけでいい。仕入れ、在庫、決済などはないため、あなたはリスクなしに稼げるのだ!

アフィリエイトの典型は、デジカメや書籍の購入などの“物販”や保険加入などの“サービス契約”といった売り上げに対する成果報酬だ。“広告”のクリックや、メールマガジン登録などの“リード”に対する報酬もある。報酬は売り上げの3パーセントなどの定率や1件300円などの定額報酬で支払われる。新規の提携パートナーを紹介すると、そこから発生した売り上げの一部を得る多段紹介の仕組みもあり、自分のアフィリエイトネットワークを広げることで収入を増やせる。

現在は、多数のアフィリエイトやマーチャントをまとめて情報やお金のやりとりを仲介する「アフィリエイトサービス事業者(ASP)」

を利用することが多い。アフィリエイトと直接やりとりするマーチャントもあるが、少数派だ。

サイトを経由して発生した売り上げの一部が収入になる



副業

儲かり度指数: 100%
リスクなし、しかも月額10万円、20万円、いやそれ以上の可能性もアリ



サイトに合った商品があるかが ASP 選びのポイントだ!

個人でサイトを運営しているならば、ASP(アフィリエイトサービス事業者)を利用することになるだろう。ほとんどの場合は、アフィリエイトサイトは無料でASPに登録して利用できる。ASPを使えば、マーチャントと個別に直接やりとりしなくても、定期的に新しいマーチャントを開拓したり、アフィリエイト商品をメニューに追加したりしてくれるうえに、複数のマーチャントからの売り上

げをまとめて管理してくれる。マーチャントの参加数が数百社のものからアフィリエイト商品が5つだけというものまで、20社以上のASPがあるが、ASP選びでは自分のサイトの内容に合った商品を提供しているマーチャントと提携できるかどうかが大変だ。コミッションが一定の額になるまで銀行振り込みが保留される“支払い最低額”は、ほとんどのASPでは提携している全マーチャントの売り上げ合計額が対象で5,000円以上になると支払ってくれるが、マーチャントごとに支払い最低額を設定している場合もあるので注意が必要だ。

代表的なアフィリエイトサービス事業者

名称(運用社名)	特徴	最低支払い金額	URL
A8.net(株式会社ファンコミュニケーションズ)	頻繁に新商品が追加される老舗のASP。シンプルな管理画面なので初心者でもわかりやすい。	5,000円	http://www.a8.net/
リンクシェア(LinkShare Corporation / 三井物産株式会社)	ソニーやデルなどの有名メーカーの商品が豊富。売り上げレポート機能も充実していて細かい管理が可能。	マーチャントごと	http://www.linkshare.ne.jp/
バリューコマース(バリューコマース株式会社)	マーチャント数の多さが魅力。「広告スペース」で素材を管理することで、サイトのコードをいちいち変えなくていい仕組みも便利だ。	5,000円	http://www.valuecommerce.ne.jp/
トラフィックゲート(株式会社トラフィックゲート)	1月に管理画面が一新されて使いやすくなった。幅広いマーチャントから商品を選べる。携帯電話用素材も用意されている。	5,000円	http://www.trafficgate.net/
イーメールゼロ(株式会社イー・エム・ジー)	サイトを持っていない人でも無料でアフィリエイトサイトを作れるサービスだが、自分のサイトに広告を掲載してもいい。	5,000円	http://www.emallzero.com/
アクセストレード(株式会社インタースペース)	シンプルな管理画面だが、これでもかと提供される豊富なマーチャント情報が魅力だ。	5,000円	http://www.accesstrade.net/
バリュークリック(バリュークリックジャパン株式会社)	広告配信のアフィリエイトだ。広告のクリック数や表示数に応じて報酬が支払われる。	5,000円	http://www.valueclick.ne.jp/

007 アフィリエイトは「パートナー」、ECサイトは「マーチャント」「広告主」とも呼ばれる。ASPにマーチャントを紹介することでコミッションを得られるぞ。



ASP登録と商品選びから始まる 夢のアフィリエイト生活

自分のウェブサイトやブログをすでに持っているならば、すぐにアフィリエイトを始められる。無料ウェブスペースでも、商用利用が認められていれば大丈夫だ。早速登録してみよう。

ASPのアフィリエイト登録申請のページで、名前や連絡先、自分のサイトの情報、振り込み先などを入力する。

ASPの利用規約は必ず読んで内容を確認しておこう。

登録を申請すると審査があるが、ほとんどの場合は問題ないはずだ。数日するとASPから承認のメールが届くので、メールで指示された方法でASPの管理ページにログインしよう。

まず参加したいアフィリエイトプログラムを選ぶ。ターゲットの客層やプログラムの内容だけでなく、マーチャントや対象となる商品の情報、報酬額などをよく確認しておこう。

参加するプログラムを決めたら、提携を申請する。申請すれば自動的に提携する場合もあるが、ほとんどの場合はマーチャ

ントが申請を承認するまで待たなければいけない。

提携が承認されたら素材選びだ。自分のサイトに載せる画像やテキストなどの素材を選んだら、用意されたリンクのHTMLコードをコピーして、サイトのHTMLに貼り付ける。リンクにはアフィリエイトの情報が埋め込まれているので、用意されたものをそのまま使わなければいけない。

アフィリエイトをしばらくサイトに掲載したら、ASPの管理画面にログインして、どれくらい売れたかを確認しよう。

アフィリエイトの売り上げを伸ばすには、商品選びだけでなく分析も重要だ。クリック率やコンバージョンレート（実際に購入した率）などのレポートをよく調べよう。



副業

儲かり度指数：👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍 100%
どの商品がいつでもどれくらい売れたかを分析して考えるべし



情報を求める人にはもっと情報を Amazonアソシエイトでガッポリ儲ける

ブログで自分の日常のことをエントリーにしているならば、自分が読んだ本のことをどんどん書くべきだ。ブログで本を紹介して、その本をすぐ買える場所へのリンクを付けておけば、興味を持った人が買う可能性が高い。そのリンクをアフィリエイトのリンクにすれば、売り上げの一部を紹介料として受け取れるというわけだ。あなたが自分の言葉で本をうまく推薦すれば、さらにアフィリエイトの売り上げアップは間違いない。書籍アフィリエイトの定番は、Amazon.co.jpが実施する“アソシエイトプログラム”だ。Amazonアソシエイトは、ASPを通さないマーチャント直接のアフィリエイトとしては最大規模

のものだろう。現在は本以外にもAmazonで売られているキッチン用品や家電もアフィリエイトの対象となるが、残念ながら雑誌は扱っていない。

Amazonアソシエイトで本が売れた場合に支払われる紹介料は、リンク方法や料金プランによって異なるが、売り上げの3~5パーセント程度だ（ただし1点あたり最高1,000円）。四半期ごとの支払いで、支払い最低額はAmazonギフト券での支払いなら1,500円、銀行振り込みの場合は1万円になる。早速次のURLからAmazonアソシエイトに登録してみよう。

URL <http://www.amazon.co.jp/exec/obidos/subst/associates/join/associates.html>

ブログに最近読んだ本の感想を書いたら、記事を保存する前にAmazonアソシエイトの管理サイト「アソシエイトセントラル」にログインしてリンク用のHTMLを作ろう。

ページ上部の「リンク作成」をクリックすると、左側にいろいろとリンクの種類が並んでいるので、「個別商品リンク」を選んで「ASIN（Amazon内の商品番号）を入力する。本の場合はISBNコードがASINになる。

後は「リンク作成」ボタンをクリックして表示されるリンクのHTMLをコピーして、書きかけのブログに貼り付ければOKだ。

小遣い

儲かり度指数：👍👍👍👍👍 40%
ブログの読者が興味を持つ本をうまく紹介すればかなりイケるぞ！



1010 TypePadやlivedoor blog PROには、簡単にAmazonアソシエイトのリンクを作る機能がある。Movable TypeならプラグインのMTAmazonを使おう。AWS（Amazonウェブサービス）でプログラミングすれば、本格的で高度なウェブ書店を自分で作れるぞ。

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&マーケティング
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ

【 アフィリエイトの達人に聞く 】



趣味のサイトでも 極めれば毎月30万円稼げる 間違ったやり方で損をしませんか？

「趣味のサイトのアフィリエイトなどで寝てても月30万円の収入が入るようになったので、会社を辞めて独立しました。今は株などの投資による利益とネットビジネスのノウハウを活かした収入とで、月収1,000万円になります」

歯切れのいい大阪弁で語る24歳の神王リョウ氏に、ウェブサイトでの収入アップテクニックを凝縮して神王氏のサイトで販売されている『Web ノウハウ講座』の中から、趣味のウェブサイトでアフィリエイトを使って儲けるコツをピックアップして紹介してもらった。



神王氏が別の仕事をしている間も、このサイトからアフィリエイトによる収入が入り続けていると言う。 URL http://www.21webspider.com/



おもしろくて役に立つサイトに 商品並べて売る気満々は論外

「売るという意識をなくしましょう。人は情報を求めてサイトに来ているんですから、いきなり商品の並ぶ“売らんかな”サイトでは買う気になりません。まず第一歩として、情報や問題解決の方法を提供して、ファンになってもらうんです」

アフィリエイトの収入は“サイトの信頼度×売る仕組み”で決まる。売りたい気持ちがあってもバナーを貼りたくても、まずは自分の好きなテーマの“おもしろくて役に立つ”サイトを作ることを楽しむ。そうすれば、楽しんで作っていることが読者に必ず伝わり、自分の信頼度が上がるのだと言う。

「趣味でやってるサイトなんだから楽しみましょうよ。固くなって“売るぞ”と構えても、読者には見透かされます」



オススメのアフィリエイト事業者は 「all ASP」ココで決まり

楽しんでサイトを作ってファンが付いたとしよう。どのASP(アフィリエイトサービス事業者)を選ぶべきだろうか。

「ASPを選ぶ暇があったら全部契約して、自分のサイトに合ったアフィリエイト商品を選ぶのに時間をかけてください。ASP

に登録するのは無料ですよ。よくこの質問をされるんですが、僕にしてみればどうしてASPを選ぶ必要があるんですか、と聞きたいぐらいです」

言われてみれば当然の話だ。ASPには物販商品が得意なところ、サービス契約商品が得意なところ、ブランド品が得意なところなど、それぞれ特徴がある。管理が多少煩雑になるのは確かだが、アフィリエイト商品の選択の幅が広がることを考えればASPを1つに絞る必然性はない。



コンテンツの一部にするのが大原則 四角いバナーは引っぺがす

では、アフィリエイトの商品選びはどうだろう。やはり報酬率や単価が高いもののがいいのだろうか。サイトの内容に関係なくても、バナーを貼っておけば何人かが興味を持ってクリックしてくれるだろうと思って、ついつい単価の高いものを選んでしまいがちだ。

「アフィリエイト商品は、サイトの内容に関連したものを選んで、サイトのコンテンツの一部として、おすすめを紹介する形で見せるのが基本中の基本です。関係ないものを無理に載せると、傍目にも明らかな商品として見えてしまいます。そうすると稼ぎ心がバレて信頼度に影響が出ます」

大切なのは、金儲けをいったん忘れることだ。アフィリエイトによる収入は、あくまでも“コンテンツを更新したご褒美”と考えるのがいい。

「適当に選んだサイトに関係のないバナーを貼り付けていても、最近のインターネットユーザーは広告に慣れているので、バナーを見たら一目で広告とわかります。読者は情報を求めてサイトに来ているんですから、広告があっても興味をなげれば無視するのも当然ですよ。自分がサイトを訪れる読者になったつもりで考えれば、当たり前の話ですよ。読者の視点に立つて当たり前のことを実行してください」



簡単だからと言って、ページのあちこちにバナーを貼り付けると、ファンだった人も逃げてしまいかねない。バナーを置く前に、自分が読者だったらクリックするか考えてみよう。急がば回れ、手間がかかってもコンテンツの一部としてさりげなくアフィリエイトを入れるべし。

014 アクセスを集める検索エンジン最適化の第一歩として、<meta name="keywords" content="キーワードキーワード">のようにしてカンマで区切ってキーワードを指定した meta タグをHTMLの<head> ~ </head>部分に入れよう。



クリック率アップの秘訣は 商品陳列法と言葉選びにあり

「現実の店舗で陳列のノウハウがあるのと同じで、アフィリエイトでクリック率を上げるにも、サイト上での商品の並べ方が大切です。広告素材として普通は「バナー形式」と「テキスト形式」がありますが、使うのはテキスト形式です。用意されたバナー画像は論外です。まず使いません」

要は広告っぽく見せないということだ。テキスト形式のリンクを埋め込む形で、自分の言葉で商品を説明してコメントを付けるのだ。ただバナーを貼るだけや、商品の名前とリンクを置くだけの場合と比べるとクリック率は大違いだと言う。発売元に連絡してその商品の写真をもらったり、書籍なら表紙の画像を入手したりして、テキストと一緒に使うとさらに効果的だ。

「ただし、文章には気を遣わないと失敗します。あくまでも紹介であって、売り込んじゃダメです。気をつけないとつい宣伝的な文章になってしまうですよ」

心の中にある売りたい気持ちが勝ってしまわないように、文章の書き方には気をつけるということだ。

「サイトに来る人にとっては、読む文章がすべてです。あなたの



神王氏のサイトでは、アフィリエイトサービスを紹介するのに、コメントだけでなく自分が毎月どれくらい収入を得たかの金額まで出している。

笑顔がいくら素敵でも、それは見えないんですから。

おもしろいのは、サイトに自分の顔写真を出すと売り上げがアップするんですよ。信頼感がより真実味を増すんでしょうね。もちろん、どんな写真を出すかにもよるんですが(笑)」

【 インターネット業界人はこう分析する 】



コンテンツの 編集テクニックで 高収入が目指しやすくなる

アフィリエイトでもっとも効率よく稼ぐためには、どんな情報を提供すればいいのだろうか？ インターネットビジネスに詳しいデータセクション代表の橋本大也氏にうかがってみた。



書評やCDレビューは効率が悪い 狙い目は商品の「比較表」にあり

ご自身も自分のサイトでされているのだそうだが、「よくある書評やCDレビューは、紹介ページ数が少ない個人レベルのサイトではもっとも効率が悪い」と橋本氏は語る。

「狙い目は商品やサービスの比較表です。情報を網羅した比較表に注力すればかならず読者が集まり、購入率も高くなります。金融商品のような単価の高い商品は効果的で、クレジットカードなら1契約につき2,000～3,000円は入ります。これで月に数十万円を稼いでいる人も実際にいますよ」

また、SEO対策として、SEOをするのと同様の効果が得られるMovable Typeを使うといいと言う。



ショップのフロントサイトを作る感覚で アフィリエイトを契約する

アフィリエイトのコツをマスターしたら、上級編として、ネットショップのトップページだけを作り、購入から配送までの裏の部分を実際のネットショップに任せるといった契約を結ぶという手もあると橋本氏は言う。

「1日15万PVあるサイトなら、どのショップも喜んで直接契約してくれます。契約は売り上げの10%、また月額料金制にすれば、通常のアフィリエイトの5%より確実に利益が出ます」

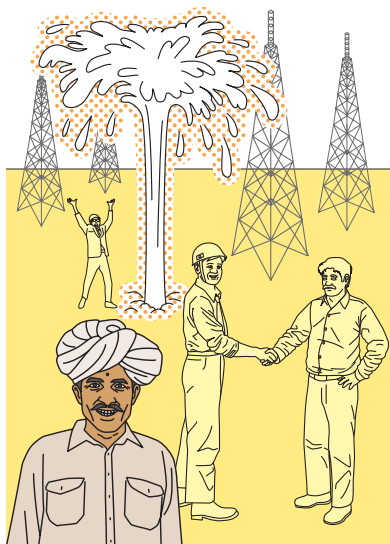
サイトに人を集めると、それだけで十分な対価をもらえるのだ。

ITビジネス全般の技術評価・マーケティング戦略のコンサルタントとして活躍する橋本大也氏。(株)リングラボ取締役も兼ねる。
http://www.ringolab.com/note/daiya/



111 ウェブサイトが軌道に乗ったらメールマガジンを出せば売り上げ2倍だ。メールマガジンとウェブサイトの相乗効果で、サイトに来た人はメールマガジンを購読するし、メールマガジンが届けばウェブサイトのことを思い出してくれる。

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&マーケティング
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ



ECなら必勝ネットマーケティング手法でどんどん儲ける

ネットの儲けでいま盛り上がりを見せているのがECだ。そこには草の根的に成功する新たなネットマーケティング手法が生まれてきている。

ネットショップの運営の考え方

1 人を集める

- 検索エンジン
 - SEO
 - 有料登録
 - キーワード広告
- 会員化
 - メールマガジン
 - プレゼントページ

2 人に買ってもらう

- メールマガジン
- ページの作りこみ
- ウェブサイトナビゲーション
- キャンペーンなどの販促企画

3 もう1回買ってもらう

- 同封ツール(カタログや手紙)
- フォローメール
- 入金・配送完了・サンクスメール
- スピード(早く送る・早く応える)

ネットショップの商売のステップ

- Step 0 商品を決める・コンセプトを決める
- Step 1 ウェブサイトを作る
- Step 2 メールマガジンを作って配信する
- Step 3 注文が入る ▶▶▶ 発注指示書を作る / 送り状を用意(宅配便伝票)
- Step 4 「注文ありがとう」メール
- Step 5 「入金ありがとう」メール ▶▶▶ 商品の梱包・発送
- Step 6 「配送しました」メール ←
- Step 7 「無事届きましたか?」メール
- Step 8 「今回の商品は、いかがでしたか?」メール
- Step 9 「そろそろ新しい商品が必要ではないですか?」メール

【 ECのプロが教える 】



商売の基本を認識するのが「ネットショップ」オーナーの儲け道

「年商1億円レベルの人たちがゴロゴロ出てきています。これがいまのネットショップの現状です」と語るのは、ネットショップオーナー向けマーケティングセミナー「えとコミ塾」を開く江藤政親氏だ。江藤氏はECコンサルタントとして、2002年にすでに、コンサルティングしたECショップの総売り上げが年商17億円に達したというその道のプロだ。その彼が、ECはいまが上り調子だという。それは、なぜか。

「かつてのバブル期の投資を目的としたeビジネスと違って、ネットショップはちゃんと『商売で成り立つ』からです」

さらに、「ネットショップの商売の手法はインターネット業界の中でも3年早い」と言われているのだそう。というのも、どの手法でどれだけ効果があったかを各ショップが日々研究しているからだと言う。だとすると、ネットショップの最新マーケティング手法を活用すれば、どんな業種にも応用できるはずだし、ネットショップを開設するのも、儲け方法を学ぶ近道となる。そこで、江藤氏にネットショップ開設のセオリーを伺った。



人を集める・人に買ってもらう・もう1回買ってもらうが儲けの糸口

「ネットショップで儲けるための考え方は、基本的に3つあります。『人を集める』『人に買ってもらう』『もう1回買ってもらう』です」と江藤氏。あらためて言われるとあたりまえのことのようだが、真実味がある。つまり、大量に集客をして、そこから購買に結びつけ、そのあとリピーターになってもらうというわけだ。特に新規の顧客を獲得するよりも、リピーターを獲得したほうが楽だし、1人あたりにかけるマーケティングコストがぐんと下がるし、安定もしている。

商品と一緒にカタログを同封したり、商品を発送したあとにフォローのメールを出したりすることが、あとあとのセールスにつながる。顧客からの信頼が得られやすくなるからだ。

ネットショップは自動販売機ではない。顧客との信頼関係で成り立っている。あたりまえのマーケティングのセオリーだが、まずはこれを頭に叩き込もう。



迷えるネットショップオーナーにECのいろはを教える「えとコミ塾」を主宰する江藤政親氏。「E・Shopで1億円儲ける!」(出版文化社)の著者でもある。
URL <http://www.etocomi.com/>

o2o ネットショップは少ない予算ですべて自分で始めるられるが時間がかかってしまうので、何百万円かを用意して店舗作りと集客にお金をかけて商売のスピードを上げたほうが予算は達成しやすい。



021 オンリーワンでナンバーワンのショップを目指すのが大事

自分の店がオンリーワンでナンバーワンになるような商材を選ぶのが、ネットショップ成功の近道だ。でもこれがかんがえられない。だが、目線を変えてみればそうでもない。たとえば、あなたが体の大きな人で、洋服を売りたいとしよう。だったら、そういった商品を取り揃えて販売すればいい。つまり、「洋服 + 高級 + 体が大きい + モノトーン……」といったような組み合わせの商品を扱えば、おのずとオンリーワンのショップになるし、ナンバーワンのショップを目指しやすい。そして、そういったネットショップならば顧客に応援してもらいやすい。コンセプト作りがネットショップで一番大事。これができて初めてネットショップをオープンできると言っても過言ではない。

商品.....洋服	参加者.....体が大きい
テーマ.....モノトーン	サービス形態.....高級
発信者.....体が大きい	



洋服 + 体が大きい + 高級 + モノトーン
日本で一番のビッグサイズの高級洋服店を目指すショップ

本業

儲かり度指数：★★★★★★ 70%
組み合わせで商材はいくらでもオンリーワンに



022 メルマガで「会員化」が集客力アップの常套手段

「人を集める」方法には、検索エンジンからの集客とネットショップに来てくれるお客さんの会員化がある。検索エンジン対策も重要だが、会員制度をサイトでしておく必要がある。これは、メールマガジンの配信を前提に、ユーザーにサイト上でその登録をしてもらうというものだ。つまり、メールマガジン読者が会員ということになる。メールマガジンを読んでもらえるようになれば、次にサイトを訪れてもらうように促せるし、訪れた人は当然サイトの商品や内容に興味を持っている見込み客ということになる。購読者を増やすにはメールマガジンの購読を前提に、プレゼント懸賞に応募してもらうのが常套手段だ。

本業

儲かり度指数：★★★★ 40%
会員化することでまずは見込み顧客を獲得する



023 商品の粗利は最低でも30% 50%あれば商売はラクラク

商品を決めるのに気をつけなければならないのは、その粗利だ。最低30%は欲しいところだが、目指したいのは50%だ。だが、なかなかそういう商品があるわけではない。粗利が比較的高い商品には、衣服や健康食品、高級フードなどがある。また、通常の流通で1次、2次、3次問屋などが存在する業界で、メーカーと直接に取引できるものであれば当然粗利は高くなる。たとえば、化粧品がそうだ。ショップ側で値段を決めている商品やプレミアム商品なども粗利は高い。いずれにせよ、値付けを高くしても、値段の高さに理由があれば問題ない。そのときに、その値段の高さを詳細にかつキャッチーに宣伝文句として並べられれば付加価値になる。

年収 1,000万円(月収およそ80万円)欲しいときの粗利

- ・粗利は30%
- ・経費は売り上げの10%
- ・月商400万円(単価4,000円の商品を月に1000個販売)

粗利額 = 4,000円 × 1000個 × 30% = 120万円
経費額 = 4,000円 × 1000個 × 10% = 40万円
月収額 = 粗利額 - 経費額 = 120万円 - 40万円 = 80万円

となる。
これが、粗利50%となって他の条件が変わらなければ

月収額 = 粗利額 - 経費額 = 200万円 - 40万円 = 160万円

となる。ところで、この場合の販売個数が500個(月商200万円)だったら

粗利額 = 4,000円 × 500個 × 50% = 100万円
経費額 = 4,000円 × 500個 × 10% = 20万円
月収額 = 粗利額 - 経費額 = 100万円 - 20万円 = 80万円

となり、ラクして同じだけ儲けられる。ちなみに、月に1000個以上の販売では1人では商品の梱包・発送が追いつかなくなり、別スタッフが必要となることもある。このときに経費がかかることになる。

本業

儲かり度指数：★★★★★★ 90%
値段を高くしても売れる商品が粗利を得やすい



024 メルマガの内容の基本をマスターして売り上げ向上に結びつける

メールマガジンの内容を書くのは普段文章を書きなれていないと難しい。だが、次の6つの注意点をまずは守っておけばいい。レイアウトはきれいに、共感を持ってもらうように、私とあなた(I & YOU)との関係で、件名は目を引くような「キャッチー」なもので、対話しているように、自分の思いを毎回35個入れるようにする。どうしても書きづらかったら、自分の知っている特定の人にメールを書くようにすればいい。

025 〓 メールマガジンの配信サービスはまくまくやmelma!が有名だが、顧客のメールアドレスを知っていれば、有料のWing Mailer(URL http://www.wingmailer.com/)やCombMail(URL http://www.combmail.jp/)も使える。



026 出店場所は楽天市場と 独自ドメインの組み合わせが吉

ネットショップの基本は自分の店をインターネット上に持つということになるわけだが、出店にもいくつかパターンがある。

まずは、すでに顧客を持つショッピングモールへの出店だ。楽天市場やYahoo!ストア、クラブビiddersがそれにあたり、これらは、通常の販売だけでなく、オークションや共同購入といった販売手法やメールマガジンの発行サービスも組み合わせられるのが特徴だ。出店料は楽天が3万9,800円から他よりも高いが(Yahoo!ストアが2万円~、クラブビiddersが2万5,000円~) 前出の江藤氏曰く「やっぱり楽天は成功事例を数多く持っています。マーケティングのためのツールも揃っているで最初は楽天に出店したほうがいいでしょう」とのこと。楽天市場は、江藤氏の90ページののセオリーを実践できるツールが揃っている。

- ・楽天市場 [URL http://www.rakuten.co.jp/ec/](http://www.rakuten.co.jp/ec/)
- ・Yahoo!ストア [URL http://shopping.yahoo.co.jp/info/howtoshop/store/](http://shopping.yahoo.co.jp/info/howtoshop/store/)
- ・クラブビidders [URL http://www.bidders.co.jp/cb/cb.html](http://www.bidders.co.jp/cb/cb.html)

ただ、最近では楽天市場へ出店しても顧客のメールアドレスが取得できなくなったり、さまざまな場面で課金されてしまったりするので、楽天市場への不満が増えているようだ。このため、オーナー

が独自に運営する(独自ドメイン名を持つ)ネットショップが多くなってきている。

初めて出店する人は、まずは楽天市場でノウハウをつかみながら、独自ショップを併設して運営していく方法がいいだろう。独自ショップを運営するには、オンラインショップ構築ASPやショッピングカートASP、技術に自信があるなら専用のソフトウェアを使うのでもいいだろう。

オンラインショップ構築ASPの例

- ・サイトサーブ(エストア) [URL http://www.siteserve.jp/](http://www.siteserve.jp/)
- ・ワイズカート [URL http://promotion.wisecart.ne.jp/](http://promotion.wisecart.ne.jp/)
ショッピングカートASPの例
- ・GRASP(アウィッシュコンサルタント) [URL http://www.grasp.jp/](http://www.grasp.jp/)
- ・商売自慢(とモクリエーションズ) [URL http://www.tomocre.com/shobai_demo/](http://www.tomocre.com/shobai_demo/)
- ・ショップギア(NTTデータキュービット) [URL http://www.cubit.co.jp/shopgear_system.html](http://www.cubit.co.jp/shopgear_system.html)
- ・ネットリンク(喜信堂) [URL http://www.kishindo.co.jp/netlink/](http://www.kishindo.co.jp/netlink/)
ネットショップ開設ソフトウェア
- ・osCommerce [URL http://www.bitscope.co.jp/tep/](http://www.bitscope.co.jp/tep/)

本業

お買い得度指数: 80%

楽天市場で学習したノウハウが独自サイトに生きる



027 「おてがる出店」で複数店舗に ラクラク出店して商売を加速

出店の方法が決まったら、実際に商品の出品となるわけだが、楽天市場、Yahoo!ストア、クラブビiddersあるいは独自サイトと複数店舗にまたがって出店していると、商品管理が非常に煩雑になる。これを一気に解決するソフトが発売された。それが「おてがる出店」だ。

商品の在庫管理データをデータベースからおてがる出店に取り込んで、そこから同時にデータを複数店舗に登録できる。これで他店舗で売れた商品の情報を別の店舗に反映させるのもラクになる。

- ・おてがる出店 [URL http://www.otegaru-s10.com/](http://www.otegaru-s10.com/)

本業

儲け度指数: 60%

多店舗展開なら役に立つはず



028 専用の受注管理・伝票印刷ソフト を使えば手間が断然省ける

楽天市場やYahoo!ストア、クラブビidders、あるいは独自サイトに出品した場合、顧客からの受注はメールで受け取るか、CSVというファイルをネットショップの管理画面からダウンロードすることになる。これの受注管理から伝票や納品書のため発行を一括で簡単にやってくれるソフトがある。それが、「おてがる通販」や「.com通販 PRO」といったソフトだ。ソフトからメールを受信したりCSVファイルを読み込んだりして、受注管理データベースに取り込んでくれるのだ。どちらも49,800円からだが商売がラクになることは間違いのない。

- ・おてがる通販 [URL http://www.otegaru2han.com/](http://www.otegaru2han.com/)
- ・.com通販PRO [URL http://www.com2han.com/](http://www.com2han.com/)

本業

儲け度指数: 60%

1本そろえるだけで受注管理から帳票まで簡単にできる

029 後払いで商品購入後に代金が支払われない場合もあるが、そういった債権代行回収の業者もある: 日本総合マネジメント [URL http://www.nihon-sogo.co.jp/](http://www.nihon-sogo.co.jp/)



集客のための検索エンジンの登録は金を払ってでもやる

検索エンジンからの集客がネットショップにとって重要になる。メインはYahoo!やMSN、Googleになるが、Yahoo!ディレクトリへは金を払ってでも登録する。Yahoo!はそのための「ビジネスエクスプレス」をサービスしている。サイトを1回登録するのに5万円ほどかかるが（アダルトや健康食品などのサイトは15万円）、このサービスを使わなければ登録されないと考えていたほうがいい。また、エキサイトやBIGLOBE、ODNなどにあるディレクトリ検索はlooksmartというサービスが使われている。したがって、looksmartに登録すればこれらのサイトを使うユーザーに一気にリーチできる。looksmartも有料の「エクスプレス登録」（2万5,000円）があるので使ったほうがいい。あれこれ考えるのが面倒ならば、さぶみっとJAPANのような検索エンジン登録代行業者もいるので使わない手はない。

- Looksmart <http://submitasite.jp.btlooksmart.com/>
- さぶみっとJAPAN <http://www.submit.ne.jp/>



自分が登録したいYahoo!ディレクトリの右上の「サイトの推薦・依頼」からビジネスエクスプレスが使える。

• ビジネスエクスプレス <http://event.yahoo.co.jp/docs/event/bizexp/>

本業

お買い得度指数：👍👍👍👍👍👍 60%

登録が早ければそらだけ儲けも早くなる

【 プロが育てたショップの裏 】



たった1年で月商30万円から950万円に成長したナンバーワンショップの秘訣

使い捨てコンタクトレンズを販売する楽天市場と独自サイトの2店舗を展開する「007速配コンタクト」（2002年12月半ばオープン）。現店長の大熊祐三氏は「出店時は月商30万円ほどだったのですが、2004年1月で月商950万円に成長しました」と息巻く。その急成長には、前出の江藤氏や杉田氏（96ページ）による懸賞マーケティングが貢献したのだと言う。だが、もちろん努力はそれだけではなかったのだ。



店名・社名は数字から始まるものになれば最初からアクセス数が見込める

なぜ、店名が「007速配コンタクト」なのか。非常におもしろい答えが大熊氏から返ってきた。

「Yahoo!ディレクトリは数字・アルファベット順、あるいはお順と並びます。アクセス数が多くなるのは、当然、各カテゴリーページの上にあるものです。だから『007』とつけました」

そして「速配」は商品をすぐに配達できることを意味している。大熊氏はそれを「ユニークセールスポイント」と呼び、単なるコンタクトレンズの販売ショップ以上の意味を持たせるようにしたのだという。実際、サイトのトップページを見るとわかるが、

ショップのコンセプトが一目でわかるようになってい。そもそも、使い捨てコンタクトレンズは、コンタクトレンズを使う人のほぼ1割という市場で、かつ消費材であることが、商材に向いていたとも大熊氏は語ってくれた。



速配コンタクトのオフィスにはコンタクトレンズはない。すべてが問屋で発送されるからだ（写真は大熊氏）



007速配コンタクト
<http://www.007s-contact.com/>

032 📅 クリスマスとか開店記念日とかといったスペシャルな日に販促企画を立てて、おまけをつけたり送料を無料にしたりして顧客の気を引くと売り上げが上がるはず。

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&マーケティング
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ

【コンテンツ販売のエキスパートに聞け】



非常に高い利益率で 毎月新車2~3台分儲かる コンテンツ販売の秘策

インターネットマーケティングの手法を“情報”として販売している岩元貴久氏 URL は、毎月数百万円の利益をそこから得ている。4月には2冊目の著書『朝起きるたびに、どんどんお金持ちになっている情報商人のすゝめ』を総合法令出版から出版予定の岩元氏は、知識や作品などのコンテンツで個人が大きく儲けることを可能にしたのはインターネットだと言う。

URL http://www.rocknoble.com/



市場さえ確認できれば 「情報商材ほどすてきな商売はない」



「だれでも“価値ある情報”を持っています。たとえばカスタマーサポートなら顧客対応の経験やノウハウを、競馬好きなら競馬の情報を持っていますよね。それって、本人にとっては当然の情報なんです。実は、その情報を求めている他の人にとっては、お金を払って

でも欲しい情報だったりするわけです」 インターネットは情報を求めている人たちが集まっている場所なので、有効に使えば、情報を販売する相手(市場)は、比較的簡単に見付けられる。とは言え、自分の知っていることを安易に情報商材として販売してはいけない。その情報商材が売れる市場があるかどうかを必ず調べる必要がある。

「たとえば、Google、アマゾン、まぐまぐを使って、関連する情報について、どれくらい人気があるのか、市場がどれくらいあるのかを確認します。市場があるようなら、同種の情報商材の存在を把握した上で、お客の要望が満たされていないニッチの情報を見つけ出して差別化を図ります。売れる情報を販売しないとビジネスになりません。だから、極端な話、自分が知らない情報でも、友人や同僚が知っているなら、彼らに協力してもらって情報商材にしてもいいんですよ」

よく“自分が熱中できる商品が売ることが大切”と言うが、売れないものを扱っても儲かるはずがないのである。



まぐまぐを活用しつつも 顧客の情報は自分で管理

岩元氏は、まぐまぐの利用も工夫している。読者のメールアドレスを、そのまままぐまぐに登録させていないのだ。「メール商人 URL」というツールを使って、自分のサイトで読者の

名前とメールアドレスを登録してもらって、その後で自動的にまぐまぐにメールアドレスを登録する仕組みにしています。まぐまぐで配信するメルマガでは、情報配信のみにしています。セールスの情報は一切含めません。メルマガの読者は情報を知りたいのであって広告文を読みたいわけではないでしょ」

まぐまぐから直接メールマガジンを購読した人の情報は、バックナンバー閲覧を自サイトの登録者に限定することで入手する。そして、何かを売りたいときや、メールマガジンを送った後に「どうでしたか?」と読者をフォローするときには、自分のデータベースを使って独自にメール配信している。

「まぐまぐだと1つの文面しか送れませんが、独自配信なら顧客の名前をメールに埋め込んで『玉木様へのお知らせです』のようにパーソナライズできるんです。受け取った人が『自分に宛てたメールだ』と認識してもらっています。オンラインで顔が見えないからこそ、人と人との関係であり、『信頼』が大切だということを忘れちゃダメですね。出し惜みせずに行けるだけたくさんの価値ある情報を提供してあげることです。まずこちらから与えることを徹底してやっていると、お客の方から『情報を売ってください』と頼んできますよ(笑)」

URL http://www.mshonin.com/



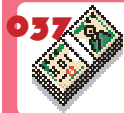
このコンテンツの市場性は? 「まぐまぐに聞け」

情報商材の市場を調べるのに、まぐまぐを変化球的に使う方法がある。特に大きなキャンペーンは行わずに、扱いたいテーマのメルマガをまぐまぐで開始するのだ。すると新着メールマガジンとして紹介されるので、そこからのメールマガジンへの登録数で市場を測る。1週間の新着表示期間中の登録者数が100人に満たなければ、そのテーマはあきらめるのがいい。登録が100人~200人程度なら可能性があり、500人以上なら売れる可能性は高いと考えていいだろう。



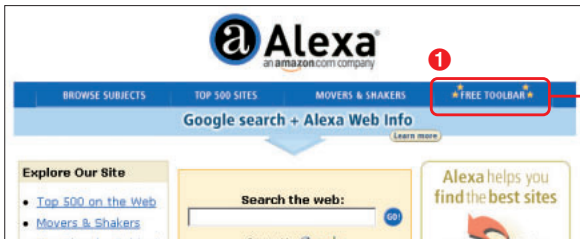
本業 儲け度指数: 100% 無料で、しかも1週間で市場の可能性を調べられる!

036 売る情報商材を考えるときには、自分が「知らない」状態だったときに知ろうとしていた経験を思い出そう。他人はその情報を求めているのだ。

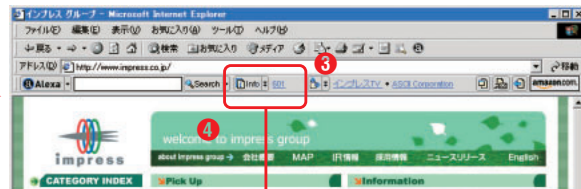


優良アフィリエイト先を発見する 秘密ツールAlexaはこう使う

ネットショップで新規顧客を獲得するにはアフィリエイトが有効だ。自分と同じような顧客層を持つサイトと提携して、その顧客を誘導してもらうのだ。これは情報商材では特に有効だ。自動車を2台も3台も所有する意義は少ないが、目的に合った内容の同じような本を何冊も買った経験があるだろう。しかし、闇



- 1 Alexa [URL](http://www.alexa.com/) のウェブサイトにて FREE TOOLBAR をクリックして、ガイドに従ってAlexaツールバーをIEにインストールする。
[URL](http://www.alexa.com/) <http://www.alexa.com/>
- 2 Google で、扱う商材や関連するテーマをキーワードにして検索し、上位から関連のありそうなサイトを開いてAlexaツールバーを見る。
- 3 ツールバーにそのサイトの訪問者数ランキングが表示される。全世界のAlexaツールバーを使っているユーザーが訪れるすべてのサイトの中での順位だ。この数字を元に人気のありそうなサイトを探す。ただし、Alexaのユーザー層はまだ多少偏っているため、この数字は同じ種類(ショップならショップ)のサイト同士で比べる程度にしておくべきだ。
- 4 ユーザー数が多そうなサイトならばInfoボタンをクリックして、そのサイトのAlexa情報を表示する。
- 5 このサイトを見ているユーザーがほかにもどのようなサイトを見ているかがわかるので、サイトのユーザー層がわかる。
- 6 ここをクリックすると、サイトを訪れる人の数が時系列に表示される。時間にかかわらず訪問数が一定ならばこのサイトにはバナーを申し込むのがいい。普段は少ないが訪問者数が定期的が増える場合は、そのサイトが発行するメールマガジンにアフィリエイトを申し込むのがいいだろう。



本業 儲け度指数: 100%
Alexaのトラフィックデータを活用して優良アフィリエイト先を見つけよう



ネット上の口コミマーケティングを 簡単に実現するアクセルエイト

ショップにファンができれば、その人のサイトでアフィリエイトしてもらって、口コミ効果で顧客獲得に絶大な効果がある。サイトを持っていないファンの人には、「イーメールゼロ」[URL](http://www.emallzero.com/)を使うてもらっていい。イーメールゼロは、登録して簡単な設定をするだけで、誰でも売り上げ管理機能まで付いた見栄えのいいアフィリエイトサイトを持てる無料のサービスだ。最初から「店長のイチオシ商品」などの商品が並べられているので、HTMLなどに詳しくない人でも、簡単にあなたの店の商品を扱うアフィリエイトショップを持ち(図)そこを通じて発生した売り上げに応じて

得られる。
あなたは「アクセルエイト」[URL](http://www.axl8.com/)というサービスに登録して、イーメールゼロのユーザーに商品情報やサポートを提供することになる。



[URL](http://www.emallzero.com/) [URL](http://www.axl8.com/)

本業 儲け度指数: 100%
ファンによるフランチャイズ店を増やせば新規顧客の数だけ儲かるぞ!

039 Alexaはスパイウェアだと言われることがあるが、ユーザーが訪問するサイトの情報を調べてサーバーに報告しているからだ。その動作のおかげでトラフィック量を判断できているのだが.....

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&メーカーインサ
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ

【 懸賞集客アドバイザーが手ほどき 】



ネットショップの集客はプレゼント懸賞企画なしでは始まらない

ネットショップの売り上げを伸ばそうとすれば、まず集客力の向上を狙うオーナーは多いだろう。「集客方法は広告やサーチエンジンの最適化 (SEO) などいろいろあるが、なかでもプレゼント懸賞企画を通じて自社のメールマガジン読者を増やしたりウェブサイトへ導いたりする方法が、もっとも費用対効果が高いと考えている」と話すのは、エンパワーメントの取締役である杉田真浩氏だ。

同社は以前、ウェブサイトの運営受託や代行をしてきた。物販なども手がけ、えとコミ塾の江藤氏のアドバイスを受けながらいかに低コストで集客できるかというノウハウを試行錯誤を繰り返して構築していった。そして、同社は2002年10月頃からそのノウハウを活かした「懸賞集客サービス」を事業化した。

基本的に、懸賞は大手企業が普通によく使う手だ。1万名プレゼントやプラズマディスプレイなど、目を引く企画を立てて広告媒体に露出し、応募を集める。この場合のコストは、懸賞の賞品と媒体への広告費で多額を要する。杉田氏は、いわゆる懸賞サイトを媒体として1回あたり5~6万円のコストで、集客効果が出る企画を展開する。懸賞応募者数9000人、そのうちメールマガジン購読者数約3000人(購読率33%)が目標だ。つまり、経験則では1メールアドレスあたりの商品単価を約20円に設定すると、費用対効果がもっとも高いと言う。

049 賞品は「家電」を楽天市場と価格.comの最安値店で購入する

賞品選択は自分のショップの顧客層に合わせないと効果がでないが、ポイントは「人気商品でやや高級感があるもの、もしくは自分ではなかなか買わないが欲しいもの」だ。もっとも反応がいいのが家電で、中でもデジタルカメラは幅広い層にうける。女性向けには食器洗い乾燥機も人気。二番手はブランド、金券、食品などだ。扇風機型のハロゲンヒーターなど季節ものも反応がいい。思ったよりも反応が弱いのが健康食品。また、懸賞を



「すべて経験して学んだ」杉田氏

当てたい人から見るとあまりメーカーや商品の型番、スペックは意識されない。賞品の種類が人気かどうかあくまでも重要だ。ただし、唯一「ソニー」だけはメーカー名で引きが強い。いずれにせよ、雑誌や家電量販店の販売ランキングなどを日頃から確認して、現在の人気商品は何かを把握しておく。そ

して賞品は楽天市場と価格.comから最安値店を見つけて購入する。



URL http://www.kakaku.com/

041 最低でも大手懸賞サイト5つにはかならず登録する

懸賞情報を集めてウェブサイトに掲載したり、メールマガジンを発行したりして広告ビジネスを展開する懸賞サイトは、現在1000サイト以上ある。その中で最低でも会員数が多くページビューも高い大手5サイトには掲載したい。80~90万人の会員を誇り、大手に掲載されないと応募数は10分の1以下にまでなってしまう。

- Chance It! URL http://www.chance.jp/
- MyID URL http://www.myid.ne.jp/
- 懸賞のつぼ URL http://www.tubox.com/
- Yahoo!懸賞 URL http://present.yahoo.co.jp/
- 懸賞BOX URL http://www.kenshobox.com/



042 SEOの手法にも通じる懸賞サイトの最適化を実行

多くの懸賞サイトでは登録受け付けページがあり、入力フォームに必要情報を入力して無料で登録できる。登録後は内容や登録者のウェブサイトなどが審査され、2~3日後には掲載される。審査の結果は通知されないで、掲載されたかどうかは自分で確認しなければならない。登録されると懸賞サイトには「タイトル」と「200文字程度の企画説明文」が掲載される。タイトルには登録者のサイトのURLがリンクされるが、トップページではな

043 懸賞に応募してもらった際にアンケートを実施すると応募者は減るが、どうしても実施したければ「アンケート付き」の懸賞と「なし」の懸賞を交互に行う。

く、登録者の懸賞応募ページへの直リンクがほとんどだ。審査基準はまちまちで詳細が公開されていないケースがほとんど。賞品がよくても見た目があやしいデザインのウェブサイトだったり、「がんに効く〜」などタイトルや説明の表現がげさで過激だったりすると審査で落とされる可能性が高い。シンプルにたとえば「ソニーデジカメCyber-shot、入浴剤」のように、賞品名(ソニーの場合はメーカー名も)と賞品の種類などをタイトル文にするのがいい。そうすると懸賞サイト内での検索にもヒットしやすい。懸賞に応募したい人は何が当たるのか賞品だけが気になるので、ほとんどタイトルしか読まない。そのため、説明文であまり頭を悩ませずに「どんな内容のウェブサイトが、どういう企画で何を誰にプレゼントするか」が書いてあればよい。絶対にやってはいけないのは「メルマガ登録者に限定プレゼント」「〜を買った人」など、会員限定にすること。大手の懸賞サイトでは基本的に応募に条件がつくものは落とされるので、オープン懸賞にする。このほか、タイトル文などに問題がなくても、同じ賞品の懸賞がすでに多数登録されていると落とされる場合もある。いずれにしても原因は推測するしかないで、同カテゴリーの製品のメーカーを替えたり、表現を変えたりして再登録を重ねることで経験を積みしかない。

簡単 7分30秒 ソニー デジカメCyber-shot U40、現金3,000円分、パソコンサナリー 03/07 23:55締切(100名様)
 (例) 途中でCONTACT宅配専門店「007速配CONTACT」では、ソニー デジカメCyber-shot U40、現金3,000円分を各1名様、パソコンサナリーを98名様にプレゼント。その他のプレゼント(抽籤済)も実施中。
<http://www.rakuten.co.jp/007s-contact/549063/550337/> 2004.02.13 新着 1292point



**目玉商品1、2個で
当選者数は100名が必須**

懸賞サイトに登録すると「家電」など賞品の種類別に掲載されるが、当選者数を100名以上にするとページ閲覧率の高い「大量当選」という枠にも掲載されるので露出度が上がる。そのた

め、目玉賞品を1、2個(3~4万円)にして、あとは入浴剤やあぶらとり紙など雑貨にするのが得策だ。また、賞品の発送費用を抑えたいので、郵便や宅配業者のメール便(送料80円)を使いたいが、懸賞賞品の配送途中につぶれることがあるので目玉賞品以外は壊れないものにする。これで目玉賞品に加えて雑貨が約1万円、送料が約1万円で合計5~6万円になる。



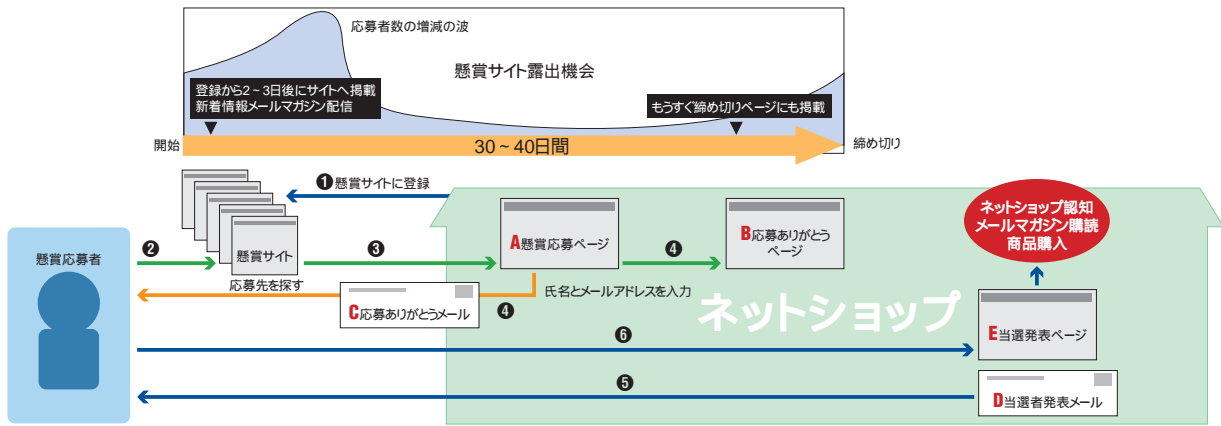
**5回の集客チャンス
逃さない方法**

下図にあるように、懸賞を企画したらA、B、Eのウェブページを用意する。またC、Dのメールも配信する。それぞれに「どんなサイトか」「どんな商品を扱っているのか」「どんなメールマガジンを発行しているか」という内容を盛り込めば、一度の企画で5回ネットショップをアピールすることができる。

たとえば、Aは応募者が全員見る重要なページだ。アピールしたい情報をページの先頭に掲載して、氏名などを入力する「入力フォーム」をページの最下部に配置するのがいいだろう。なお、入力してもらう情報は氏名とメールアドレスだけのほうが応募数は増える。住所や電話番号なども入力してもらうと応募数は3分の1~5分の1に減少するという統計があり、さらに入力項目を減らすと懸賞サイトの人気コーナー「簡単応募」という枠にも掲載されるメリットがあるためだ。また、応募者が応募した後はBのページを表示させると同時にCのメールを自動配信する仕組みを作っておく。

一方、当選発表の告知は「D当選発表メール」で行うが、メールの本文には当選者を書かずに、「E当選発表ページ」のURLを書いて、ウェブページで結果を見ってもらうようにする。そうすることでアピールの機会が増えるわけだ。さらに、Eで「はずれた方には10%引きで当社商品を販売」などとすれば、売り上げにもダイレクトにつながる。

懸賞によってネットショップに集客する流れ



046 1回の懸賞期間は30~40日間が妥当だ。それ以上の期間やっても上図の波のように応募数が沈んでいる期間が長くなるだけで意味はない。



見込み客は検索サイトから ネットショップへ雪崩れ込む

誰もが利用する検索サービスの検索結果に広告を結びつけない手はない。そして生まれたのがキーワード広告で、広告型検索サービスやPPC(Pay Per Click、キーワード連動型クリック課金)とも呼ばれる。

費用対効果の高い集客方法として急速に広がっている。ユーザーが知りたい情報のキーワードを検索サービスで検索すると、その検索結果もしくは検索結果ページに、キーワードに応じた広告が表示される仕組みだ。ユーザーがまさに求めているキーワードに関連しているため、ターゲットを狙い撃ちにした広告商品



と言え、バナー広告よりもクリックされる可能性が高いだろう。広告主はこのキーワードと広告文を作成または依頼して、その広告がクリックされるごとに課金される仕組みだ。

キーワード広告の大手2社はオーバーチュアの「スポンサーサーチ」とグーグルの「アドワーズ広告」(右表参照)。中でも、オーバーチュアは2004年1月26日に、これまで35円だった最低クリック単価を9円と約4分の1に引き下げた。しかし、これを単純に喜んではいけぬ。オーバーチュアはクリック単価の高い順に検索結果の上位広告が表示される入札方式となっている。最低単価を下げたことでいままで出稿をためらっていた人が参加してくる可能性は高い。そして広告出稿者が増えれば上位表

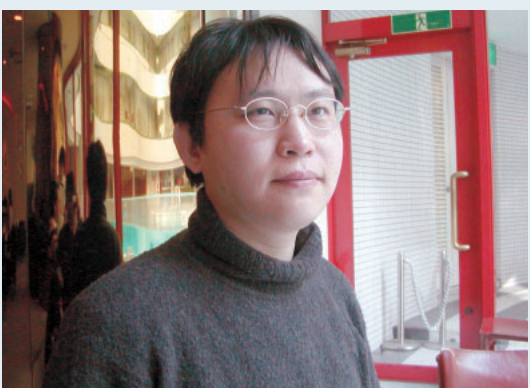


【 マーケティングのプロが教える 】



いままで誰も知らなかった キーワード広告の探し方と活用法

実際の店舗では人のにぎわいが目で見てわかるが、インターネットではそれがつかみづらい。では、ネットショップではどうすればいいか。「人がたくさんいるところで、なおかつ競合する業者が少ない分野を選べばいい。つまり需要と供給を的確につかむ。そのためにキーワード有効指数(KEI)を活用する」と話すのは、金森合同法律事務所の代表である金森重樹氏だ。同氏は「開業しても3年は食べられない」と言われる行政書士の世界で、資金もコネもない中で開業した。しかし、FAXダイレクトメール(DM)などによる集客で初月から月商100万円を稼ぎ「法律家の皮をかぶった商売人」と呼ばれている(著書は本誌P64でプレゼント)。マーケティング部門のメールマガジンの配信数では日本一を誇る。



「キーワード有効指標」で効果的な言葉を見つける

KEIは「需要の2乗÷供給数」で算出する。同氏は「世の中全体の需給を示す指標はいくつもあるが、ネットショップではそれは関係ない。そのため、需要はオーバーチュアの『キーワードアドバイスツール』誰でも使える無料版と広告主版があるを使い、供給はグーグルなどの検

キーワードアドバイスツール

入札を希望するキーワードに関するアドバイスが得られます。お客様のサイトに関連するキーワードを入力してください。候補の候補が表示されます。
● お客様が入力したキーワードを含む関連キーワード
● 月間検索数(予測値)

入札したいキーワードを下に入力してください。(表示に約30秒前後かかる場合があります)
アクセス分析

注: すべてのキーワード候補は、当社の審査プロセスを経て承認されます。

検索数	2004年 1月
312	キーワード
54	アクセス分析
52	無料 アクセス分析
17	アクセス分析 無料
16	ip アドレスアクセス分析
13	アクセス分析 ノート
13	アクセス分析 カウンター
11	アクセス分析 ツール
11	アクセス分析 cgi
11	アクセス分析 忍者

049 2週間先や1か月先のテレビ番組表から流行りそうなことを探して、それに関連したキーワード広告で先手を打つ!

2大サービスの特徴と違い

広告型検索サービス	オーバーチュア スポンサーサーチ	グーグル アドワーズ
広告掲載サイト	@woman、MSN、インフォシーク、goo、日経ネット、フレッシュアイ、ヤフージャパン	AOL、エキサイト、グーグル、BIGLOBE、ニフティ、ヤフージャパン
オンライン初期登録料金	無料(キーワードや広告文のアドバイスが受けられるプレミアム・コースは2,9800円)	500円
広告の最低クリック単価	35円(一部キーワードは9円より)	7円
掲載広告文字数	「見出し」全角15文字(3月1日から) 「説明文」全角33文字(3月1日から)	「見出し」全角12文字 「説明文」全角17文字を2行
広告掲載までの期間	数時間もしくは数日	登録とほぼ同時
広告掲載の審査	掲載前	掲載後
課金のタイミング	前金制(前金を支払い、そこから実際に広告がクリックされた集計額が差し引かれる)	実際に広告がクリックされた集計額を毎月請求
広告掲載とクリック率の関係	特に条件なし	クリック率0.5%以上の維持が条件
広告掲載順位の決定方法	クリック単価の高い順番	クリック単価とクリック率の積
広告文とキーワードの追加や削除	リアルタイムで行えない	いつでも自由に可能
広告掲載の継続	広告費用を投資し続けるかぎり継続	対象とする市場やユーザーによってはクリック率が下がり掲載が継続しない場合がある
URL	http://www.jp.overture.com/	http://www.google.com/intl/ja/ads/

示のための競争が激化し、最終的にそのキーワードの広告実勢単価(落札額)が高くなる可能性もはらんでいるためだ。最低単価だけを見て片方だけに出稿してもだめだ。両方やるのが効果的だ。

本業 儲け度指数: 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌 80%
 パナー広告の比ではない費用対効果を味わえ

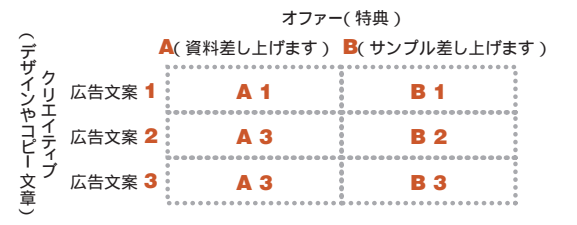
索結果件数を使って広告に有効なキーワードを探し出す」と言う。キーワードツールは、オーバーチュアでの1か月間の特定キーワード検索件数で、日本では唯一需要を示す指標だそう。たとえば「相続」というキーワードをグーグルで検索したら1万件あったとする。これは、「相続」というサービスを提供するウェブサイト群が1万サイト供給されていると考えていい。そして、オーバーチュアのアドバイスツールで検索して500件あったとすると、KEIは「25」(500 ÷ 10000)となる。同様に「遺言」のKEIを算出して「20」だったとすれば、キーワードとしては「相続」の方が需要があり、かつ競合も少ないのでそちらを狙った方がいいわけだ。

036 広告文はダイレクトメールのノウハウを使って考える

キーワードが決まったら、広告代理店などに任せないで自分で広告文を考える。ダイレクトメール業界ではこの広告文を「クリエイティブ(デザインやコピー文章)と言う。また、特典のことを「オファー」と呼び、広告文に絡めることは重要なのだ。そうは言っても、いきなり広告文やオファーを考えるのは難しいかもしれない。これについては、日本郵政公社の郵便事業本部のウェブサイト「DM FACTORY」に非常に詳しく説明されているので参考にすればいい。

ここで大切なのは、どういう広告文が効果があるのか1回キーワード広告をテストして、だめだったらまたもう1回やってみて...、というように何度も繰り返さないことだ。たとえば図のようにA1からB3まで考えて、それを一度にやってみる。その中でB2がもっとも反応がよかったら、ほかは止めてB2の広告文で集中的に広告を展開する。2大キーワード広告はもちろんのこと、B2の広告文で「テキスト系のネット広告」「オプトインメール広告」「パナー広告」といった具合に(矢印が進むに従って媒体の反応は悪くなる)広告を拡大していくと効果的だ。

037 オファーは「ディスカウント」「期間限定」「サンプル無料提供」「保障期間の延長」「無料出張サポート」など、手を替え品を替えて可能なかぎりやってみる。



1 ウェブサイト&ブログ

2 EC&マーケティング

3 メールマガジン

4 オークション

5 オンライントレード

6 まだまだあるぞ



打てば響く メールマガジンは意外に儲かる小さな巨人

いまやメールを使う人の9割が読むというメールマガジンは「知識」を財産に変え、商品の「宣伝チラシ」になる、金のなる木だった!?

053 メールマガジンを有料で発行して知識をお金に変えよう

基本は購読料が無料のメールマガジンだが、まぐまぐやmelma!では購読料が有料のメールマガジンを発行できる。料金の徴収をメルマガスタンド側でやってくれるので、発行者はメールマガジンを出すだけでお金がもらえる。もちろん、読者が登録してくれればの話だが。発行にはメルマガスタンド側に手数料が徴収されるので、実際に得られる収入額は次のようになる。

$$\text{発行者の収入} = \text{購読料} \times \text{購読者数} \times (1 - \text{手数料率})$$

まぐまぐでは手数料率は40%で課金は月額で行われる。したがって、一月に何度発行しても料金は月額で設定されることになる。一方、melma!は月額以外に回数での徴収もできる。発行の登録審査はあるが、専門知識や人をひきつけるネタやアイデアを持っている人は試してみる価値ありだろう。

副業 儲かり度指数: 🍌🍌🍌🍌🍌 50%
「売れる」ネタならメルマガがお金に換えてくれる

052 メールマガスタンドを使ってタダで出せるメルマガは儲けの必須手段

メールマガジン(メルマガ)は、ウェブサイトと並んでインターネットの大きなメディアに成長している。これを儲けの手段として使わない手はない。

メールマガジンの内容はさまざま、自分の好きなことを単に綴っただけのものや、セールスプロモーションのツールとして、実際にネットショップで買い物をしてもらうように潜在顧客をひきつけるためのものなどがある。後者のようなものであれば、最終的にネットショップで儲けるとい目的がはっきりしているが、これ以外にどんな儲け手段があるだろうか。まず、メールマガジンから得られる収入で一般的なものは、メールマガジンに挿入するテキスト広告やアフィリエイト広告だ。単価は小さいが、メールマガジンの発行部数が大きくなれば大金に化ける可能性もある。また、メールマガジンを有料化して読者から料金を徴収する方法もある。

いずれにせよ、メールマガジンを発行しなければ始まらない。そこで「メルマガスタンド」と呼ばれるメールマガジンの配信サービスを使うことになる。メルマガスタンドは、大量のあて先に一度にメールマガジンを配送する仕組みを持っている。また、読者獲得のための集客にも努めている。

おもなメルマガスタンドは下表のもので、いずれも利用するのは無料だ。発表されている読者数はmelma!(左画面)のほうが多いが、アクティブな読者としてはまぐまぐ(右画面)のほうが多いと言われている。ただ、同じ内容のメールマガジンを複数のメルマガスタンドを使って発行してもいいので、この方法を利用するのもいいだろう。



	無料版			有料配信	携帯電話	URL
	メルマガ登録数	読者登録数	HTML			
まぐまぐ	27,773	26,417,750		まぐまぐプレミアム	ミニまぐ	URL http://www.mag2.com/
マッキー!	14,342	4,317,662		x	ぶっちMacky!	URL http://macky.nifty.com/
melma!	75,924	30,718,251		メルマ!デラックス	ボケメル!	URL http://www.melma.com/

054 まぐまぐのメールマガジンに自動で挿入できるまぐクリックのようなクリック保証型の広告はつついクリックさせるように仕向けてしまう、お金になりづらいので、アフィリエイト広告をさりげなく入れたほうが儲かる度合いが高い。

1 ウェブサイト&ブログ

2 EC&マーケティング

3 メールマガジン

4 オークション

5 オンライントレード

6 まだまだあるぞ



メルマガスタンドの広告サービス でお手軽に広告を入れよう!

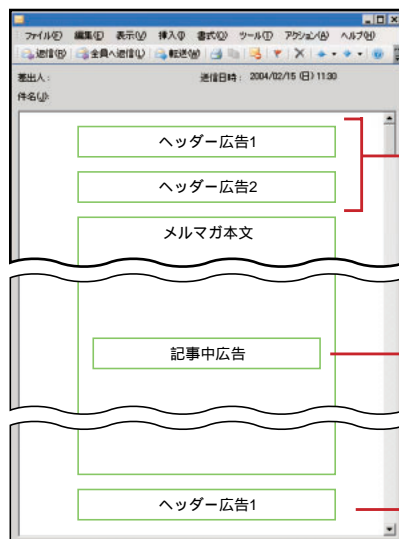
まぐまぐやメルマ!などのメールマガジンスタンドからメールマガジンを出している場合は、スタンドが用意している広告サービスを利用すると、簡単に広告を掲載できる。

通常はメールマガジン発行とは別に広告掲載の登録手続きをする必要がある。登録審査に通れば、あとはメールマガジンの管理画面から広告を掲載する場所(図を参照)を設定するだけで、それ以降に発行するメールマガジンに自動的に広告が挿入される。ただし、サービスに登録されている広告主からの広告の数が、広告掲載を希望するメールマガジンの数に足りない場合は、広告が掲載されないこともある。

・「まぐまぐ」では、広告システムの「まぐクリック」を利用できる。過去に5回以上発行していないと登録できない。

・「melma!」では、広告掲載メールマガジン発行サービスを利用できる。過去に3回以上発行していないと登録できない。

・「マッキー」では、「@niftyアフィリエイト for Macky!」を利用してバリューコマースのアフィリエイトプログラムを利用できる。マッキーの管理画面には組み込まれていない。



メールの先頭に入る広告は「ヘッダー広告」と呼ばれる。一番読者の目に留まりやすく広告効果が期待されるため、複数のヘッダー広告が入る場合がある。

メールの本文の途中に広告を入れることもあり、これは「記事中広告」と呼ばれる。広告を挿入する部分を指定する必要があるため、設定しておけば自動的に入る広告ではない。

メールの最後に入る広告は「フッター広告」と呼ばれる。読者がメールを最後まで読まない目に留まらないため、通常ヘッダー広告よりも広告費は安い。

本業 儲かり度指数: 🍌🍌 20%
自分で広告サービスを選ばなくても設定するだけで儲けられる



読者を惹きつける広告を アフィリエイトサービスで掲示だ!

独自に配信している場合や、掲載する広告を自分で細かく選びたい場合には、86ページで紹介しているアフィリエイトサービス業者と契約して、メールマガジンの内容に合った広告を選ぼう。画像や「テキスト形式」の広告素材ではなく、「メール用のテキスト広告素材」を利用する。ウェブサイト用のHTML素材しか用意していない業者もあるので注意しよう。

メールマガジンに特化した広告代理店サービスもある。アフィリエイトサービス業者と同様に、契約すれば広告を提供してくれる。こちらはメールマガジン用の5行広告などがすぐに使える形で提供されるので便利だ。

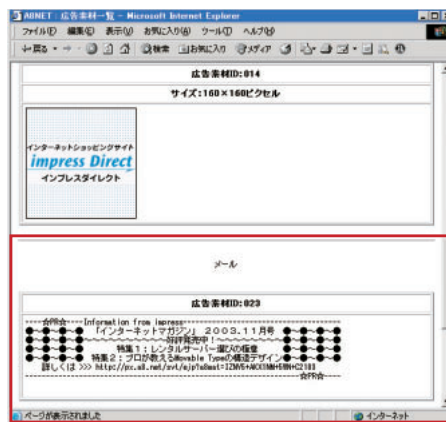
- ・パークフィールド [URL http://www.parkfield.net/](http://www.parkfield.net/)
- ・ピュアクリック [URL http://www.pure-click.com/](http://www.pure-click.com/)
- ・マガジンサーチ [URL http://www.cou-pon.com/](http://www.cou-pon.com/)
- ・アキューズ [URL http://aqz.nu/](http://aqz.nu/)

書評などでAmazonアソシエイトを利用する場合は、「個別商品リンク」で目的の書籍のISBNを入力して「テキストリンク」を作り、HTMLから必要なURLだけ取り出して使うといいだろう。ちょうどメールの1行分に収まる長さになるはずだ。

Amazonリンクの例
(色で示した部分だけをコピーしてメールに貼り付ける)

```
<A HREF="http://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4844318756/internetmag-22">免許皆伝 Google アドワーズ道場</A>
```

書籍のISBN番号 あなたのアソシエイトID



テキストメールにはバナー画像を付たりHTMLを書いたりできないので、メール専用のテキスト素材を選ぶ。

本業 儲かり度指数: 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌 80%
メールマガジンの内容に合った素材を選んでクリック率アップだ!

057 他メールマガジン発行者と直接やりとりして広告をもらったり、パートナー広告(お互いに広告を出し合う)を出したりするのもいい。代理店を通さなければまるまる自分の収入になる。

【メルマガの達人に聞け】



毎日発行のメルマガで毎月120万円の収入 フィードバックループで常に進化

「本職は“ 商売人 ”です。何でもやってるんですよ」 出版社の広告営業と外資系の通信会社という経歴で培った人脈から、ヘッドハンターやコンサルタントをしている鮎谷周史(ふなたにしゅうじ)氏は、仕事柄、ビジネスキャリアやモチベーションアップの相談をよく受ける。メールでそのようなやりとりをするうちに「この内容を1人に伝えるのも1万人に配信するのと同じ」と思い、まぐまぐからメールマガジン「平成・進化論。」を発行するに至ったと言う。

「対象読者は向上心のある20代～40代のビジネスパーソンです。その中でも、向上心のある上位20～30パーセントの層を対象にした内容にしました」

「勝ち組志向のあなただけに」と銘打った鮎谷氏のメールマガジンは日刊である。土曜日も日曜日も毎日配信を続け、購読者数は1万6000人を超えた。

異なる3種類の内容で読者をつかみ、ビジネスの輪を広げる

- 「平成・進化論。」の内容は、大きく3つに分けられる。
 - ・「昨日の活動ダイジェスト」
発行日前日の鮎谷氏の活動報告。どんな人に来てどんな話をしたかなどを簡単にまとめて報告し、コメントを付ける。鮎谷氏の人的なつながりや活動を表に出すことで、それを見た人がコンタクトをとってきてビジネスの輪が広がるのだと言う。読者に親近感を持ってもらう効果もある。
 - ・「今日のピークパフォーマンス方程式」
すぐに役立つビジネスの心得を解説する、キモとも言える部分。その回の内容が線で囲んで10行程度でまとめられているので、どうしても忙しい人は、その部分だけを読めば何が書かれているかを把握できるようになっている。

・「今日のお勧め本コーナー」
毎回1～2冊、鮎谷氏が実際に読んでおすすめする書籍を紹介して、内容を解説している。ここがアフィリエイトになっていて、収入を生み出す1つのポイントになっている。
「書くのに使う時間は毎日1時間半ほどですね。3種類それぞれ違う内容ですから、どれかのコーナーが肌に合わない人でも、ほかのどれかに興味を持ってくれるんですよ。人に会ったり本を読んだりという日々の行動がメルマガのネタ作りになっています。今は、メルマガを介して人がつながり、その人の関係からまた別のビジネスが発生するようになりました」

とにかく早い段階で集中して読者を集めるためのアクションを行う

「こういう内容のメールマガジンを開始します。60日間で1万人の読者を集めようと思っています」
鮎谷氏が“60日間・メルマガ読者数一万人達成プロジェクト”と銘打って、メールマガジンの内容に関連するテーマの日記を楽天広場で書き始めたのは2003年7月1日だった。知名度を上げてコミュニティを作ってからメールマガジンを開始するプランだった。
「結局、思ったほど人数は集まらなかったんですけどね。このプロジェクトは、“時間がたてば読者の信頼度がアップしてビジネスとして成り立っていく”というセオリーに基づいています」
メールマガジンは読者数にかかわらず発行し続ける労力やコストは一定だ。つまり、潜在読者のメールマガジン登録を早めて、できるだけ早く読者数を増やすのが大切なのだと言う。右ページ左上の図を見てほしい。縦軸が読者のメールマガジンへの信頼度、つまりその読者がどれぐらいお金を使う気になるかを示している。読者が定着することを前提として考えると、購読開始が遅れば遅れるほど、本来落としてくれたはずのお金が入らないことがわかるだろう。
一気に読者を増やすには、まぐまぐなどの「部数増加ランキング」を利用する。ランキングに掲載されれば露出効果が上がり、さらに人が増えるからだ。ランキング入りを意図的に狙って、広告やリンク依頼などの読者を増やすアクションを初期に

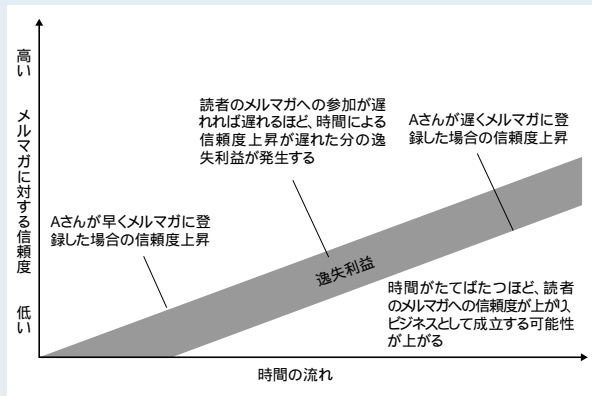


鮎谷氏のウェブサイトには「平成・進化論。」のコンセプトが並んでいる。「日記ばかり書いてこちらはあまり更新していないのにそれでもどどんと人が来ますね」
http://2nd-stage.jp/



定期発行のメールマガジンで書く内容に困ったら、読者からのメールを紹介してコメントを付ける「読者の声」や、バックナンバーの人気のあった記事をまとめるなどのテクニックが有効だ。

集中させると効果的だろう。SEOならぬ「まぐまぐ最適化」だ。読者集めのために広告を出稿するならば、他のメールマガジンに広告を出さず、親和性が高くて効果的だ。



メルマガに見える発行者の生の声が媒体力となり稼ぎを生み出す

「自ら外に向けて情報を発信しなきゃ儲けにはつながりませんよ。メルマガに“ これでもか ”とばかりに情報を出しています。出して出して出して、それで1つ分くらい返ってきてほしいんです。書籍紹介でも、ただ書名を書くだけじゃ読者は買ってくれません。実際に自分が読んだ本について、自分の言葉で表現するから読者が反応してくれるのです」

そう言う鮎谷氏のメールマガジンでは、実際に紹介した書籍がAmazonで売れる数が1日あたり50冊～100冊、月に1500冊になると言う。もちろん、自分で読むために買っている数も尋常ではないはずだ。インターネットで儲けている人たちはだれもが勉強家で、常に何冊も書籍を持ち歩いて暇さえあれば読んでいるのだ。

「広告に関しても、そのまま貼り付けるだけなんてあり得ないです。広告の対象に関するコメントを必ず付けるんです」

ただし、実際に広告の対象を知っているとは限らないので「善し悪し」には基本的に触れず、おもしろおかしいコメントにしているのだと言う。たとえば、広告の文面に「猫砂」の話題があれば「猫の砂がそないに売れるものとはしらなんだ!の世界ですね。8000袋が2週間で、とは驚きです(鮎谷)」のようにコメントする。発行者のコメントあることで、読者の意識が広告に向きやすくなり、クリックされやすくなる。

広告やアフィリエイトの売り上げが毎月120万円にも上るのは「媒体力」によると鮎谷氏は言う。メールマガジンというメディア(媒体)の媒体力は「購読者数×精読率」で導かれる。購読者数だけでなく、いかに読者が内容を読み込むかによっても、広告が効果的になるかどうかが決まるのだ。



進化し続けるためのフィードバックループを作る

「とにかくまずコンテンツありきなんです。自分の好きなもの、得意なものであることはもちろん、読者が求めているものになさなきゃいけません。私は、読者からフィードバックを得る仕組みをいくつも作り、常に内容を進化させています」

鮎谷氏は、「メルマガに楽天広場のリンクを入れてそちらでコメントをもらう」「1か月に1～2回定期的に読者アンケートをする」「セミナーを実施して直接話をする」などの方法で常に読者の声を取り入れていると言う。

「ただし、適切に進化させるためには常に客観的になる必要があります。読者からもらった意見が気に入らないときってありますよね。そういうときに、僕はいったん立ち上がり、何歩か歩いて離れた場所から見てみるんです。物理的な体の位置を変えるだけでも意外と客観的に考えられるものです」

これは心理学のメソッドだということだ。

「もう1つ大切なのは、進化させると言っても揺れない軸は保つということです。一貫性と柔軟性は相反するものに見えますが、そうではありません。自分の譲れない線はしっかり持つておく必要があります。これはメルマガのテーマを最初にどう決めるかにも関係する話ですが」

日刊ゆえにクイックに得られるフィードバックを元に、鮎谷氏は「平成・進化論。」を日々進化させている。

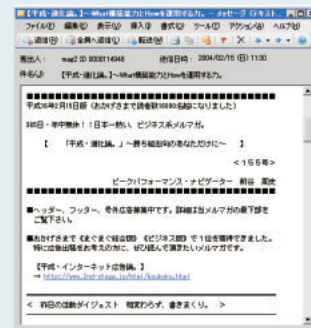
「漫画『こち亀』のコミックス第1号と今のものを見るように、微妙に変化し続けてきて、気が付いたらまったく別のメルマガになっているのを感じます」

鮎谷氏のウェブサイト「2nd-stage.jp」

URL <http://2nd-stage.jp/>

「一人達成プロジェクト」の舞台となった日記サイト

URL <http://plaza.rakuten.co.jp/pp2727>



2003年8月の創刊から6か月弱ですでに155号を発行している「平成・進化論。」は、週刊のメールマガジンで言えば3年分以上の分量を発行したことになる。

063 ブログの記事をメールマガジンとして配信できるサービスがある。無料ブログサービスのシーサーブログ [URL http://blog.seesaa.jp/](http://blog.seesaa.jp/) メールマガジンの内容をRSS/XML形式の要約情報フォーマットに変換して配信してくれる無料サービスもある(英語) [URL](#)

1 ウェブサイト&ブログ

2 EC&マーケティング

3 メールマガジン

4 オークション

5 オンライントレード

6 まだまだあるぞ

【 メールマガの達人に聞く 】



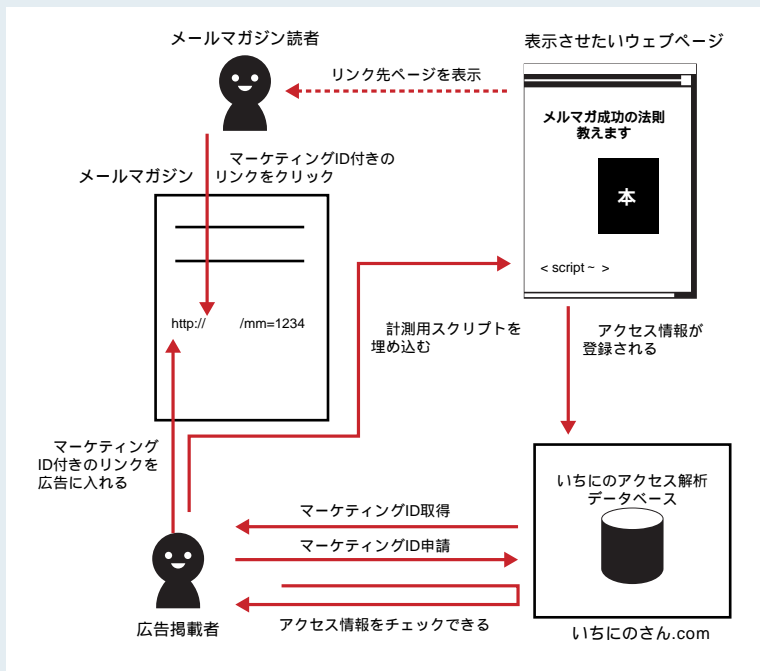
メールマガジンの 配信システムを理解すれば 購読者数アップで高収益

メールマガジンのコンサルタントとして活躍するSCP代表の平野友朗氏は、自ら発行するメールマガジンの成功をもとに、コンサルタントとしての活動を開始した。昨年の4月から事業をスタートさせたそうだが、メールマガジンからの広告収入やメールマガジンの成功方法をレクチャーするビデオの販売、コンサルタント料などで現在までに1,700万円も稼いだそうだ。その氏が開口一番、「メールマガジンで儲けるためには発行部数の絶対数が必要なので、そのためにはメールの読者を増やし、そしてメールを何度も出すことで接触頻度を高めて、読者を啓蒙してくというのが柱になっていきます。メールマガジンの読者を自分のファンにしていくのが絶対条件ですね」と解説してくれた。では、彼の持つメールマガジンの成功テクニックとはどのようなものか。

魅力的なメールマガジンだったら
広告の依頼が読者からやってくる

平野氏の収益の多くはビデオの販売から得られる。したがって、商材を持つことが、メールマガジンで高収益を上げるための近道だと言う。ただ、広告収益でも副業程度あるいは小遣

いちにのアクセス解析の仕組み



い程度の稼ぎにはなる。「メルマガヘッダーの広告の単価の相場は1通あたり0.5円～1円、多くても1通あたり1円程度だと思います。だから、5万部のメールマガジンを発行して欲しい1回5万円ぐらいの広告収入があります。それを週1回発行して、月だいたい20万円ぐらいの稼ぎが個人でできる限界だと思います」と平野氏。広告は読者から依頼されるケースが多いのだそう。また、アフィリエイトなどの広告を本文の間に入れる場合は、もともとのキャッチコピーがいまひとつなことが多いので、発行者自身で書き換えたほうがいい。「売り上げはアップする」と念を押す。

メルマガ広告のクリックから
アクセス解析をして媒体力を測る

どれだけメールマガジンの広告の効果があったのか。自分のメールマガジンの媒体力や他の発行者のメールマガジンに掲載した広告を計測する方法もあると平野氏は言う。それがイーナチュラルの運営するいちにのさん.comの「いちにのアクセス解析」だ。

下図を見てほしい。いちにのアクセス解析では、広告掲載者は、マーケティングIDを発行してもらい、このマーケティングIDをメールマガジンに掲載する広告内のリンクの後ろに付ける。また、広告のリンク先のウェブサイトに計測用のスクリプトを埋め込んでおく。これで、メールマガジンを見た読者がマーケティングIDが付いたリンクをクリックすると、自動的にいちにのさん.comのデータベースにアクセスデータが送られるようになる。あとは、広告掲載者がいちにのさん.comのデータベースにアクセスして、マーケティングIDを元にアクセス数を解析すればいい。いちにのアクセス解析は月額1万円で利用できる。

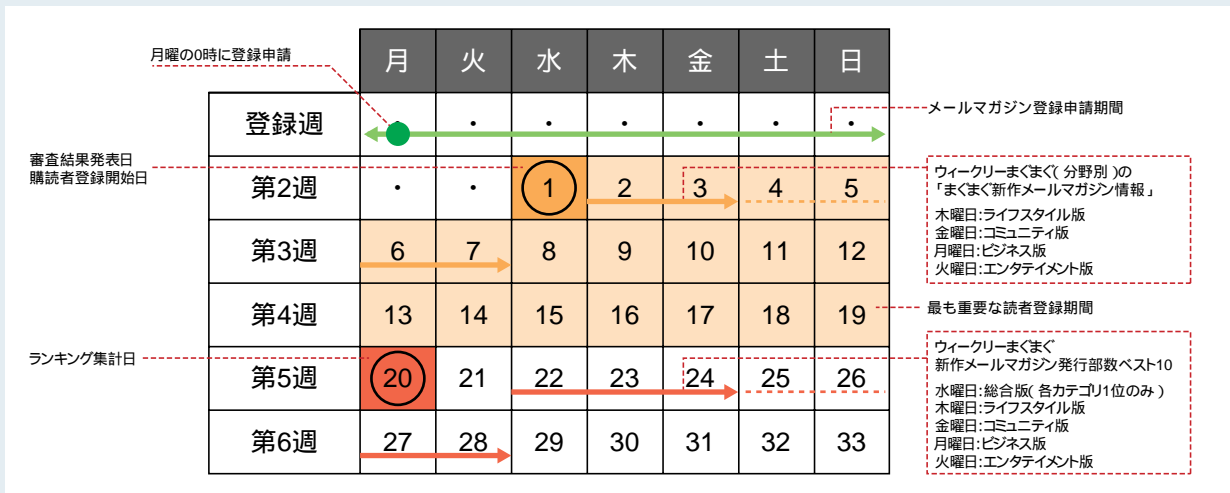
・いちにのさん.com
URL <http://www.12no3.com/>



以前は広告代理店に勤めていたという平野友朗氏。「メルマガ起業1年目の成功術」(KKベストブックス)発売中。
URL <http://www.sc-p.jp/>

メルマガジンに入れるヘッダー広告の数はせいぜい2本ぐらい。それ以上があると広告だけで読みづらくなり、媒体の価値が下がるので注意。

発行部数が増えるまぐまぐでのメールマガジン登録申請のサイクル



まぐまぐのバックナンバーは検索エンジンで探せないのだからmelma!も併用する

「メールマガジンを発行するのは、まずは『まぐまぐ』です」と言う平野氏。なぜなら、まぐまぐには読者を増やすしかけがたくさんあるからだそう。たとえば、ウィークリーまぐまぐという週刊のメールマガジンに新着のメールマガジンやランキング情報などが載っており、まぐまぐの読者が新しいメールマガジンに気がついてくれる可能性が高まるのだと言う。実際、平野氏の発行するメールマガジンは、まぐまぐでおよそ1万6000人の読者に対してmelma!ではたったの200人ぐらいだと言う。ただ、melma!にも「バックナンバーが検索エンジンで引かれる」というメリットがあるので、今後はまぐまぐとmelma!の併用が望ましいと言う。

発行タイミングを最適化してまぐまぐの購読者数をスパイラル形式で向上

平野氏は、まぐまぐで発行するメールマガジンの購読者を増やす程度のコセオリーがあるという。まず、上の図を見てほしい。新規のメールマガジンの登録申請は月曜日から日曜日を1つのサイクルとしている。登録が行われた翌週の水曜日に、前週申請されたメールマガジンのうち審査をパスしたメールマガジンが発表され、同時に購読者の受け付けが始まる。ここからが読者獲得の勝負だ。図では審査結果の発表があった第2週の水曜日を起点として、日数を振っている。まず、2日目から7日目までまぐまぐから発行される分野別の「ウィークリーまぐまぐ(たとえば、木曜日には「ウィークリーまぐまぐライフスタイル版」)に、「まぐまぐ新作メールマガジン情報」として1日目にパスした新着のメールマガジンが紹介される。このとき、掲載が上であれば上にあるほど登

録されやすい。掲載順位は申請順なので、月曜日の0時に登録を申請したメールマガジンが最も上位にくるわけだ。したがって、登録申請はその時間に行うのが購読者を集める近道だ。そして、第5週の月曜日、すなわち20日目に、1日目に審査をパスしたメールマガジンのうち各分野で購読者を集めたランキングが集計される。そのランキング結果は23日目を降に発行される分野別のウィークリーまぐまぐに、10位までが掲載される。また、各分野の1位のメールマガジンは22日目に発行されるウィークリーまぐまぐ[総合版]にも掲載される。特に総合版は400万人以上に送られるマンモス誌で、注目度も高い。すなわちランキングが1位であればさらに自動的に購読者が増えるスパイラル構造になっているのだ。だから、1日目から20日目までの読者登録期間は非常に重要になってくる。平野氏はこう語る。「登録を申請した週に、ほかに人気のメールマガジン作者がいないかどうかをチェックします。もしいたら、その週は登録申請を取りやめます。でないと、絶対に1位になれませんから」そう、メールマガジンの購読者を増やすには発行する前から計画を練ることが大事なのだ。

まぐまぐのサイトでランク入りすれば読者も増えるハズ

ただ、登録時以外にもまぐまぐを知り尽くせば、購読者を増やす方法はあると言う。要はウェブサイトで表示されるランキング情報の上位に来るようにするか、ウィークリーまぐまぐで紹介されるようにするかだ。他のメールマガジンに広告を掲載することで読者を増やしたり、懸賞を使って部数を増やしたりすることもできる。比較的、「部数増加ランキング(前回発行時比較)」のランク入りは狙いやすいのではないだろうか。また、内容がよければ、ウィークリーまぐまぐの編集者によって紹介される可能性もある。

070 人気メールマガジンの発行者になれば出版社の目に留まって本の出版のチャンスもある。実際、平野氏のように出版にこぎつけた人は多い。



個人もショップも オークションで ガバガバ儲かる

オークションが細々とした「蚤の市」的な場所だったのは昔の話。数百万人が参加するオークションは今や儲けのチャンスが転がる一大舞台だ。



「ゆうパック」で発送すればこんなに安く送れる！

落札された商品の発送でおすすめるのは郵便局の「ゆうパック」だ。1つ送るごとにくれるシールを10枚集めると1つ無料で送れるので、何度も使えば実質1割引きだ。また、同時に10個以上送る場合や、1か月間に100個以上送る場合には、料金が最大53.5%割引になるため、使えば使うほど得になる。音楽CDなどの小さなものは、定形外郵便を使えば全国一律200円で送れることも覚えておこう。

URL http://www.post.yusei.go.jp/service/parcel/you_pack/

さらに、「Yahoo!ゆうパック」を使うと、料金が1割引になるうえに、近くに郵便局がなくてもファミリーマートに持ち込める。サイト上で近くにあるファミリーマートを探すこともできる。Yahoo!オークションのユーザーはこれで決まりだ！

URL <https://takuhai.yahoo.co.jp/ypack/>

お得 儲かり度指数：👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍 100%
送料を300円安くできれば入札者にとっては300円引きだ！



ヤフオク・楽天フリマ・ビidders
では買いたい人たちが待っている

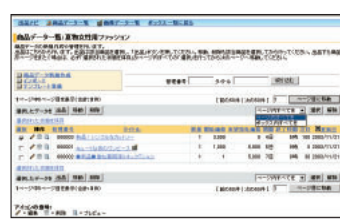
オークションは、売る側が商品に最低落札価格と出品数を指定して出品し、買う側が払ってもいい価格で入札して「競り」をする仕組みだ。出品者は一番高い値段で入札した人(落札者)と直接やりとりして商品とお金を取引する。入札者の「欲しい気持ち」によって落札価格はどんどん上がる傾向にあるので、単なる安売りにならない場合もある。家にある使わなくなった家電などは廃棄すればお金がかかるため、オークションで売るメリットは大きい。

だれでも参加できるネットオークションサイトの中でも、一番人気は1999年9月開始の「Yahoo!オークション」だ。出品するには1個10円かかり、落札時に出品者がYahoo!オークションに支払う手数料は



落札価格の3パーセントだ。オークションの一覧でタイトルを太字にしたり背景色を付けたりするにも10円～50円程度の費用がかかる。さらに出品者も入札者もYahoo!プレミアムへの登録が必要のため毎月280円かかるが、とにかく参加者が多いため、売るにも買うにもYahoo!オークションは大人気だ。個人が出品するならば今はYahoo!オークション以外考えられないと言ってもいいだろう。

URL <http://auctions.yahoo.co.jp/>



「楽天フリマ」は、入札者・出品者ともに参加料や出品料は不要だが、落札手数料は落札価格の5～10パーセントと少し高い。自分専用の出品・販売管理やメール配信のページでカンマ区切り(CSV)ファイルを使って一括出品できるなど、豊富な管理機能が魅力だ。

URL <http://furima.rakuten.co.jp/>

ビiddersの「ビiddersオークション」も人気だ。落札手数料が落札価格の2.5パーセントと一番安く、登録したオークション情報がMSN、エキサイト、ビッグロブ、So-netなどのオークションページに表示されるのも魅力だ。

URL <http://www.bidders.co.jp/>

小遣い 儲かり度指数：👍👍👍👍👍👍👍👍👍👍 60%
使わなくなったものでも数千円単位で売れる

073 複数の金融機関の振り込み口座を用意しよう。同じ金融機関の口座ならば振り込み手数料が安くなる。銀行はジャパンネット銀行が一押しだ。24時間365日取引できるように同行間の振り込みなら手数料が52円で済むため、Yahoo!オークション出品者の1/3はここを使っていると言われる。 URL <http://www.japannetbank.co.jp/>



知らない人に差を付ける！
オークションお役立ちツール

オークション統計ページ(仮)

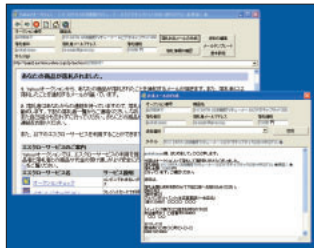
複数のオークションサイトから一括で出品や落札価格を検索できるため、だいたいの相場を調べられる。また、リンク集も充実しているので他のツールもここから探せる。

URL <http://www.aucfan.com/>

Yahooオークション相場ウォッチャー

Yahoo!オークションに出品されている商品を絞り込み検索する支援ソフト。条件指定で検索して、さらに個別の商品の詳細な情報も調べられる。入札者用の1,500円のシェアウェアだ。

URL <http://www.forest.impress.co.jp/library/yahoauctionwatcher.html>



オークション落札メール作成

Yahoo!オークションで終了した出品ページから落札情報を取得して、出品者が落札者に最初に送る落札確認



不動産・ジャンク品でも
売れてしまう不思議な世界

家にある壊れたノートパソコンを捨ててしまうようではまだ甘い。「ジャンク・ノークレーム」のようにして動かないことを明記して出品してみるといい。部品だけが欲しい人は世の中にあるもので、出品がそういう人の目に留まればたいがい売れるものだ。

【ジャンク】PANASONIC NV-FS900 不動産ジャンク	13,000 円
【ジャンク】IBM ThinkPad 600E マザー 不動産	980 円
104キャンパJUC-BOV 不動産	500 円

小遣い 儲かり度指数：☹️☹️☹️ 30%
不動産でも数千円で売れる。新しいものならさらに高く売れることも

メールを作成し、送信できるソフト。伝えなければいけない情報を、確実に、簡単に盛り込める出品者向けのフリーソフトだ。
URL <http://www.forest.impress.co.jp/library/auctionmail.html>

お得 儲かり度指数：☹️☹️☹️☹️☹️ 50%
ブラウザでチマチマやるのに比べてはるかに効率いいぞ！

【オークションの達人に聞け】



アキバで仕入れた品を
ヤフオクで売りさばく
週末メインで年間250万!



週末朝イチの仕入れと
相場勘が稼ぎのモト

秋葉原で安く仕入れてきた中古品、ジャンク品、限定品や、その他中古CD / 本やコミケで仕入れた品をオークションで売ることで年間250万円を売り上げているというT氏(匿名)に話を聞いてみた。

「仕事があるので、仕入れは週末のみです。土曜日の朝から秋葉原に行って仕入れは昼過ぎには終わるので、家に帰って動作チェックしたり出品処理をしたりで夜になります。あとは平日

に発送処理などで1日あたり1時間弱かけるので、オークションに使う時間は平均して週に12時間程度ですね」
T氏は1年に1000点ほどオークションで売りさばく。これまで延べで約3000点をオークションで売ったと言う。
「一番すごかったのは、ジャンク屋で1,000円だったのを何となく高そうだと思って買って来て、調べてみたら300万円はするプロ用のネットワーク機器だったとき。それは15万円で売れましたよ。もちろん数百円のものもあるので、平均の売り値は2,500円程度です。利益率は7割程度で、年間の利益はだいたい175万円ですね」
週に12時間ほどかけているというので、時給に換算すると経験のあるプログラマーや秘書並みの3,000円程度になる。
「秋葉原が好きで通っていたので、相場勘が付いていたのと、やっぱり好きなものを扱っているのが強いんだと思いますよ」

077 コンピュータ類は古くなればなるほど売れにくくなるので注意が必要だ。逆に音楽CDなどは手元で寝かしておけば、廃盤になったときに高く売れるかもしれない。

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&マーケティング
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ



ショップオーナーもオークション活用で販路が2倍に拡大!

一般にオークションと言うと個人が中古品を売る場所と思いがちだが、実店舗やオンラインショップでも、オークションをうまく使うことで店舗と同様に大量の商品を販売して利益を得られる。店舗に加えて新しい販路としてオークションを活用できるのだ。Yahoo!オークションならば「Yahoo!オークションストア」に登録するのもいいだろう。月額18,000円(Yahoo!ショッピングのストアに出店していれば月額9,000円)で、出品料や各種費用が無料、「注目のオークション」の利用料も一定額まで無料になる。

また、「一括出品ツール」を利用できるようになるので、CSV(カンマ区切りテキスト)ファイルを使って数百点の出品を5分で終わらせることもできる。メールマガジンの機能を使ってマーケティングできるのも魅力だ。楽天市場に出店しているならば、「スーパーオークション」を使えば特別な費用なしでオークションに出品できる。これらのシステムを使えば、入札者に出品しているのが店舗であることがわかるので、買う側も安心できるメリットがある。



お買い得度指数: 100%
ショップで待つだけでなく表通りに出て店頭販売すれば売り上げアップ間違いなし

【プロのオークション術】



店舗+オークションでショップ全体の売上げを伸ばす画期的手法!

湘南に店を構える紅茶専門店「ティンブラ」のオンライン店舗を楽天市場で運営する水上浩一氏は、オークションを活用して利益を上げるとともに店舗での売上げも伸ばしている。

「メインは楽天市場のショップですが、オークションでの販売で利益を上げて、さらにショップの売上げを活性化しています。オークションはただ商品を安く売る場所ではないのです」



「通常、お客さんは 広告などで店を知って、プレゼント応募などで興味を持ち、お試し品の購入などの店のイベントに参加して、再訪したりメールマガジンを読んだりして店を覚えて、実際の顧客となって商品を購入する、というプロセスを経ます。でも、まだ進んだ人が進むのが一番ハードルが高いようです。“お金を払う行為”が壁になるのでしょう。普通は“お試しセット”などのお得な商品を用意するんですが、ここにオークションを持ってくるとさまざまなメリットが生まれたのです」

水上氏によると、オークションは大きく集客目的の実施と販売目的の実施があり、その中間の変化球的なものを合わせると3種類になる。最初に行うのは、PRや集客の目的で行う集客オークションだ。しかもオークションならば、集客に加えて「お金を払う行為の壁」を乗り越えてもらえると言う。



“購入行為”の壁を軽く破る 1円オークション企画

店舗のPRや集客にプレゼント企画や広告を使うのは定番だが、後々まで購入を続けてくれるお客さんを集めたければ、最低入札価格を1円に設定した「1円オークション」をおすすめする。オークションに参加した人は、1円でも金を払って商品を購入しようとしたことで、前述の「興味」から「参加」への“お金を払う行為”の壁を越える1ステップを進むことになり、店との距離が少し縮まるからだ。

「店舗で特別企画商品を安く売るよりも、1円オークションを開催するほうが“参加”してくれるお客さんは確実に多いですね。ただ安いものを買うよりも、落札できるか少しドキドキできるゲーム感覚が敷居を低くしてくれるでしょう」



オークションランキングに載ることが絶大なPR力と集客をもたらす

1円から始まるオークションでも、しっかりと集客すれば落札価格はおのずと値上がりするため、損をする価格にはならないことが多い。最近では1円オークションの数が多いため、ただ開催するだけでは人は集まらない。そこで利用するのがオークションのトップページに表示される“オークションランキング”だ。入札者が増えれば人気のオークションとしてランキングに掲載されて多くの人の目に留まるため、さらに人が集まる。オークションランキングに載ることは、非常に有効な広告効果があるのだ。

1円オークションTOP10

1.	今度は10,000個! 1円〜10,000個オークション...	3907 件
2.	【今度は10,000個! 1円〜10,000個オーク...	1075 件
3.	1円で500枚!...甘きお茶の味...	727 件
4.	今度は10,000個! 1円〜10,000個オーク...	566 件
5.	▼デジタルカメラ AXIA everplate R /...	563 件
6.	今度は10,000個! 1円〜10,000個オーク...	555 件
7.	嵐山店長企画 今度は10,000個! 1円〜10,000個オーク...	527 件
8.	▼限定版 クレジットカード 桜花の舞 15枚...	519 件
9.	【限定】1円〜5台目まで 豪華お茶セット...	507 件
10.	▼Hermetik D&Gブルーセー (2/15日) 1円...	477 件

006 原則として1円オークションには店舗のメイン商品を出品してはいけない。その商品を安く買うチャンスがあるならば定価で買ってくれなくなるからだ。1円オークションにはお試しセットやベーシックな商品を出品するべきだと考えてほしい。

1 ウェブサイト&ブログ

2 EC&マーケティング

3 メールマガジン

4 オークション

5 オンライントレード

6 まだまだあるぞ

大切なのは、事前に準備してタイミングよくメールマガジンで告知するなどして、とにかく“早い段階で”参加者を集めて、ランキング入りを狙うことだ。

061 他店舗との共同オークション企画で集客数をさらにアップ

他の店舗と共同でオークション企画を開催するのも効果的だ。たとえば「春のオークションバトル」というタイトルを必ず付ける形で、複数の店舗がそれぞれの商品でオークションを実施するのだ。オークションのページでは共同開催の他のオークションも紹介することで、店舗同士で顧客を誘導し合う形になり、さらに集客数を伸ばせる。うまくオークションランキングの上位を企画のオークションで埋められれば、相乗効果でさらに集客数アップは間違いない。

さらに参加者を増やすには、オークション+プレゼントの同時開催が効果的だ。オークションに出した品と同じものを1つプレゼントすると、落札できなくてもプレゼントが当たるかという期待がふくらむ。プレゼントの当選者発表は必ずページで行い、当選者が確認のメールを送ることで当選が確定するようにすれば、お客さんは何度もページに足を運んでくれるので、前述の「覚える」に効果的だ。

062 1円オークションの告知は必ずセグメント分けすべし

注意しなければいけないのは、すでに通常の店舗で購入してくれている人を1円オークションに誘導すると、全体としての利益が減ってしまうことだ。1円オークションの告知はまだ店舗で購入したことのない人に対してのみ行うべきである。すでに“お金を払う行為の壁”の段階を過ぎているお客さんまで積極的に1円オークションに誘導する必要はない。

063 開封率90パーセントのメールを有効活用したマーケティング

「1円オークションでPRして集客して、入札のハードルを越えてもらうだけでは終わるのは甘いですね。オークションの落札結果発表メールを使ってさらなるマーケティングが可能なんです」



多くのショップでは何度も購入してもらうためにお客さんにメールマガジンを送っているだろうが、水上氏によると届いた

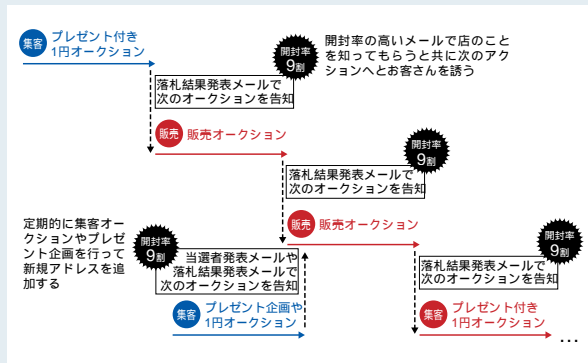
水上浩一氏は、紅茶伝道師としておいしい紅茶の普及に努めている根っからの紅茶好きだ
<http://www.rakuten.co.jp/dimbula/>

メールを実際に読む人は15~20パーセント程度だと言う。水上氏が注目したのは、“自分が入札したオークションの結果発表メールは90パーセント以上の人を読む”という事実だ。さらに、結果発表メールを受け取るのは、商品に興味を持っていて、かつ“お金を払う行為の壁”を越えた人だ。「あと一步でお客さん」の人に対する開封率の高いメールというチャンス逃す手はない。落札結果発表メールはただ結果を発表するだけでなく、そこにメールマガジンの要素を盛り込むべきだ。そうしてお客さんに店を覚えてもらい、さらに次のアクションへと誘うのが非常に有効なのだ。

「さらに落札結果メールを使った“連鎖オークション”が有効です。つまり、1円オークションが終わるちょっと前に、通常の販売オークションを開始しておいて、落札結果発表メールでその販売オークションへ誘導するんです。“1円を払う壁”を越えてもらったので、次は通常の購入の段階に進んでもらうんです」販売目的のオークションとは、最低入札価格で落札されても採算の取れる価格に設定したオークションだ。確実に採算が取れるので、「あと一步でお客さん」の人だけでなく、すでにお客さんになっている人にも参加してもらえらる。販売オークションでは、集客オークションには出さない店舗のメイン商品を出品するが、うまくセット商品を作ることで、値段は安いもののメイン商品の値引き率が明確にならないので通常の販売への影響は少ない。

「同じ値段で売るので、店舗で値引き販売するよりも、販売オークションを実施するほうが確実によく売れますよ」ちゃんと利益を得られてしかも参加率が高い販売オークションを活用しない手はない。さらに、これを発展させて、落札結果発表メールには常に次のオークションのお知らせを入れて、さらに定期的に集客オークションやプレゼント企画を実施することで、集客と収益を兼ね備えた「連鎖オークション」ができるのだ。

連鎖オークションによる効果的なマーケティング



065 海外オークションを活用して儲ける方法は、3月22日にインプレスから発行予定の書籍『土・日・夜で月50万円! 稼げる! 得する! 海外ネットオークション(仮題)』で詳細に解説される予定だ。



オンライントレードで 一財産作って遊んで 暮らそう

時間や場所の制約なく、買い手の自由意思と自己責任のもとに進めるオンライントレード。証券会社に通うか、好きなときに取引するか、あなたはどちらで大きな成功を得る？



ネットで申し込むと20%以上もお得!

オンライントレードは、ネットを使うことで時間や場所の制約がなくなり、証券マンの推奨株に耳を貸すことなく、買い手の自由意思で進めることができる。しかも、売買手数料が実店舗を通じた取引よりも大幅に安くなる。通常の株式投資と、オンライントレードである「野村ホームトレード」の両方をサービスしている野村証券では、その差をウェブ上で公開している。これを見ると、20%以上も手数料が「お得」になっていることがわかる。

株式の売買手数料の例

約定代金	通常手数料()	野村ホームトレード手数料
100万円	11,900円	9,200円(2,700円)
200万円	20,400円	16,000円(4,400円)
500万円	44,900円	35,800円(9,100円)
...
3,000万円	188,900円	150,800円(38,100円)

保護預り口座を開設し、証券総合サービスを契約していない場合

お得

儲かり度指数：👍👍👍👍 30%
浮いたお金をさらにコツコツ貯めよう



固定金額や固定割合の特典を 最大限利用する

DLJ direct SFG証券「DLJポイント」

投資信託購入時の販売手数料の90%をポイントバックするサービス。貯まったポイントは、「JALマイレージバンク」のJMBマイル(35ポイント 10マイル)や楽天スーパーポイントに交換できたり、「景品市場」のパーチャルポイントに変換して景品やギフトカードと交換できる。また、そのまま「スーパーショッパーズ」でのショッピングや、オークションの決済時にも利用できる(1ポイント 1円)。

URL <http://www.dljdirect-sfg.co.jp/>

オリックス証券「ポイント制手数料割引」

取引回数や預り資産評価額に応じて自動的に獲得できるポイントで、取引手数料が安くなる。割引率は最大で35%なので最低手数料900円が株式では585円に、現物取引(株式・ETF・REIT)の成行注文では292円になることも。

URL <http://www.orix-sec.co.jp/>

日興ビーンズ証券「1dayパスポート」

売買成立金額の合計が300万円までなら、1日何回取引しても売買手数料は2,500円。しかも取引のつど、株式売買手数料の5%相当が自動的に貯まる「ビーンズポイント」がある。これを、200ポイントごとに株式売買手数料1,000円に充当したり、ANAマイレージクラブの500マイルと交換できるなどの特典がある。月間利用回数が20回を超えた場合はさらにお得。

URL <http://www.nikkobeans.co.jp/>



お得

儲かり度指数：👍👍👍👍👍 50%
貯まったポイントで手数料を安くできる

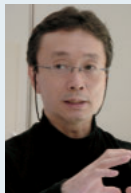
👍👍👍 地道な「お得」でしっかりと着実に稼ぐ マネックス証券「貸株サービス(はたらく株さん)」 URL <http://www.monex.co.jp/>
👍👍👍 チャンスをゲット! 当たればでかい?! E*トレード証券「IPOチャレンジポイント」 URL <http://www.etrade.ne.jp/>

読者プレゼント

馬淵一氏主催「セミナー受講券(3万円相当)をゲットしよう! 合計4名様

4月3日(土曜)、4月4日(日曜) 14:00~17:00 東京・京橋 ビュレックス京橋 両日とも2名ずつ。応募メールあて先 im-info@impress.co.jp(希望日を明記のこと)

【 マスタートレーダーに聞く 】

馬淵一氏が語る
デイトレーディング
必勝法

究極のハイテク投資法、デイトレーディング(DT)の第一人者である馬淵一(まぶち・はじめ、株)デイトレードネット)氏は、数年前に米国シアトルでDT企業を設立して、日本でも150人以上のプロトレーダーを生み出した。主に米国株の売買について、最強のDT術を伝授してもらった。

銘柄選び：
企業業績よりチャートに従え!

DTは短期戦が勝負なので、いわゆる優良株を狙う必要はない。まったく異なるルールがあるのだ。それは、「ティック数(1日の株価の変動数)と1日の値動きの幅」である。米国株の場合、最低でも1日に2000ティックは欲しいところだ。また、1日の値動きの幅は、取引で利益を出すために重要となる。取引で1円か2円しか値幅が取れないのは、この2つの基準を無視している場合が多いのだ。

ペーパートレード(模擬トレード)で
ひたすら練習

次に、株価の流れを知り、売り買いのタイミングをつかむこと。通常の株取引では下げたら買い、上げたら売るが、DTはトレンドを見る。過去最高値を更新すると買いに入る「高値ブレイクアウト」という手法で、そこからさらに上がった差益を狙う。米国株の場合、ピッグチャート [URL01](http://bigcharts.marketwatch.com) やクオート・コム [URL02](http://finance.lycos.com/qc/livecharts/) を使えば、ほぼリアルタイムの株価チャートを見ることができるので、それで練習してみよう。

[URL01](http://bigcharts.marketwatch.com) <http://bigcharts.marketwatch.com>[URL02](http://finance.lycos.com/qc/livecharts/) <http://finance.lycos.com/qc/livecharts/>取引時間は
短ければ短いほどいい

市場はテロのニュースや経済指標の発表などに敏感に反応する。たとえばNY市場の場合、取引開始後の30分はほとんどニュースが出ないので、できるだけその間に売り買いをする。30分後にニュースが出て、動きの方向が決まったらその方向でトレードする。こうやって30分単位で動きを読み、その利幅を狙う。短いトレードは3分から10分ほどで決まる。こうした取引を2回行い、自分の目標とする利益を上げたらすぐに抜けることだ。

1万円で抜け、
損切りは素早く

勝っているときに、実は一番危ない。値上がりしたら売ろうという欲が、株を長く手元に置いておくことになる。だが、その株がいったん下がり出したらもう手遅れ。その瞬間、何も考えずにゲームから手を引こう。取引も確率の問題なので、どんなに成功したトレーダーでも4勝1敗くらいは普通である。負けたときの損をいかに少なくするかがプロトレーダーだ。それでは、いくら利益を出したら成功なのか? 当面の目標としては、1回の取引で1万円の利益を出すこと。1日1時間で2回取引をやって、月40万円を狙おう。

トレード専用ソフトで
コツをつかめ

これだけやっても、どうしてもうまくいかない人は、狙い目の銘柄から売り買いのタイミングまで、すべて教えてくれる専用ソフト『ブレイク・スキャン』の無料試用版 [URL01](http://www.daytradenet.com/Members/trialform.htm) を使おう。ブレイクアウトの瞬間を見極めることができるようになる。それでもトレードを躊躇してしまう人には講座を活用してほしい。 [URL02](http://www.daytradenet.com)

[URL01](http://www.daytradenet.com/Members/trialform.htm) <http://www.daytradenet.com/Members/trialform.htm>[URL02](http://www.daytradenet.com) <http://www.daytradenet.com>

【 トレーダーが語る 1 】

とにかく
ペーパートレードで
練習すべし

もともと祖母が株投資で成功したことから、自分でも株取引をやろうと徹底的に調べたんです。高値ブレイクアウトの手法と損切りを突き詰めていったらDTに到達しました。プロトレーダーになって2年後の現在では、以前より5倍は稼いでいます。アドバイスは、とにかくペーパートレードで練習することです。長村貴之さん(30歳・株)デンベイスジャパン)

【 トレーダーが語る 2 】

自分が実践できる
メソッドで
学べ!

DTは株価チャートというビジュアルに訴える手法でわかりやすい。でも最初の頃は利益が1日1万円以下で終わり、その線を超えられない状態が続きました。あるとき、全体の流れを見ていなかったと気づき、1日1万円の壁を超えられるようになりました。成功のコツは、自分が実践できるメソッドを見つけて学ぶことです。滝口一彦さん(35歳・元コンビニ経営)

005 たんす株の入庫無料サービス 日興ビーンズ証券「株券ゆうパックサービス」 [URL](http://www.nikkobeans.co.jp/AboutUs/00000000/guest/G800/anb/anb03127.htm) <http://www.nikkobeans.co.jp/AboutUs/00000000/guest/G800/anb/anb03127.htm>



まだまだあるぞ！ ネットで儲かる 安くなる

「ポイントプログラム」や「保険」、etc. ...。まだまだネットで儲かることはいっぱいある。微々たるものでもあきらめずにコツコツとトライしよう！

アンケートで！ ゲームで！ 月1,000円のキャッシュバック

iMi ネット
企業からメールで届くアンケートに答えたり、意見を送ったりするたびにポイントがもらえる。貯まったポイントは、300ポイントで図書券やUFJギフトカード3,000円分などに交換できる。また、ジャパンネットバンク経由で3,000円のキャッシュバックが受けられる。

企業からのメールは、入会時に登録した興味のあるジャンルに応じて送られてくるが、たくさん登録すればほぼ毎日何かからのアンケートメールが届き、回答すると規定のポイントがもらえる。内容にもよるが1～15ポイント程度。また無料の資料請求や会員登録などで10～15ポイントもらえることも。1か月で約100ポイント獲得するとして、3か月で3,000円になる。交換できるのは300ポイントからだが、月平均にすると1,000



円になる。
URL <http://www.imi.ne.jp/>

飛行機に乗らなくても月にANAマイルが400マイル貯まる?!

「ネットマイル」は、提携ショッピングサイトで買い物をしたり、保険などの資料請求や企業からのアンケートに答えることでポイントがもらえ、航空会社のマイレージに換えられるポイントプログラム。ネットバンク経由でのキャッシュバックや賞品と交換することも可能。たとえば、ネットマイルのサービス経由でDIONのADSLサービスに加入すると5000マイル、自動車保険の見積もりをすると1000マイルなど。広告サイトのURLをクリックするだけでマイルが貯まるメールマガジンも発行されていて、毎日コツコツ行えば1か月で3000マイルくらい貯めるのも難しくはない。このネットマイルは、最低1400マイルからANAマイレージクラブの200マイル分に交換できる。
URL <http://www.netmile.co.jp/>

小遣い 儲かり度指数：👍👍👍👍👍👍👍 70%
コツコツ貯めてマイルをゲットし、タダで海外旅行！

エムスタ
会員登録無料。掲示板を利用したり、ビンゴなどのゲームを楽しんだりするとポイント(1ポイント / 1円で1,000ポイントよりキャッシュバック可能)が貯まる。ゲームでポイントを増やすこともできる。
URL <http://community.m-sta.com/>

ライフマイル
提携ショッピングサイトでショッピングしたり、資料を請求するとマイルが貯まり、1マイル = 1円で現金と交換できるほか、豪華賞品が当たるキャンペーンに応募できる。
URL <http://www.lifemile.jp/>



小遣い 儲かり度指数：👍👍👍👍👍👍👍 80%
チリも積もればキャッシュバック! コツコツ貯めて大きくもらおう

👍👍👍 買い物額に応じたポイントで次回は値引き! 「セシル」 **URL** <http://www.cecile.co.jp/>



毎月の利用額に応じてどんどん貯まるプロバイダーのポイント!

多くのプロバイダーで、毎月の利用料金に応じてポイントが付く「ポイントサービス」を行っているのをご存じだろうか。改めて申し込みをしなくても、プロバイダー入会時に自動的に加入になっている場合もある。早速、自分が契約しているプロバイダーを調べてみよう。

株式の売買手数料の例

プロバイダー名	サービス名	申し込み	ポイント付与条件	ポイント使用例(ポイント価値)	内容
@nifty	@niftyポイント	不要	1,000円/5ポイント	1円/1ポイントでショッピング・有料コンテンツ購読など	有料コンテンツの購読や、定額制以外の料金プランでの超過料金の支払いなどでポイントが貯まり、加盟店でのショッピングに使えるほか、懸賞に応募したり有料コンテンツ(占いなど)の購読費として使える。
BIGLOBE	BIGLOBEポイントサービス	不要	100円/1ポイント	500ポイント=500円の使用権	毎月の利用料金に応じてポイントが貯まり、500ポイントで500円分の利用権に使える。
NTTコミュニケーションズ(OCN)	コーレージポイントプログラム	必要(無料)	10円/1ポイント	5000ポイント=500円分の図書券・ビール券など	毎月の利用料金に応じてポイントが貯まり、図書券や図書券などのギフト券や家電製品・雑貨などへの交換、JAL・ANAのマイレージや楽天スーパーポイント、ビックカメラのポイントへの移行が可能。
So-net	e-Coupon	不要	200円/1ポイント(ショッピングは2ポイント)	50ポイント=50円分の募金実施 100ポイント=100円の割引利用(So-net Internet Shop等)	毎月の利用料金に応じてポイントが貯まり、プレゼント応募やショッピングサービスでの割引移行、商品やJAL/ANAのマイル交換などに使える。
日本テレコム(ODN)	テレコム倶楽部ポイント	必要(無料)	100円/1ポイント	500ポイント=デパート共通商品券 500円分/テレコム使用権750円分	毎月の利用料金に応じてポイントが貯まり、利用料金支払いに使えるほか、デパート共通商品券やDVDシアターなどの家電製品賞品の応募に使える。JAL・ANAなどのマイレージや提携ポイントプログラムのポイントへの移行が可能。
ぶらら	ぶららプラチナ倶楽部	必要(無料)	200円/1ポイント(継続2年以上で100円/1ポイント)	3300ポイント=VISAギフトカード3,000円分	ぶららカード発行(入会金・年会費無料)により、ポイントが貯まり利用料金支払いに使えるほか、景品と交換、旅行予約サービスやオークションの手数料などに充当できる。

たとえばNTTコミュニケーションズの場合、利用金額10円につき1ポイント。シャベリッチなどの基本料金やOCNのADSLなどの利用料金も含まれる。ポイントは、ギフト券やさまざまな商品、マイレージ、楽天市場やビックカメラのポイントなどに換えられる。

「OCN ADSLセット 26Mサービス」は月額2,880円なので、月288ポイント、1年で3456ポイント貯まる。500円分の図書券やビール券の獲得ポイントは5000ポイントなので約1年半会員でいればもらえる。

小遣い 儲かり度指数: 70%
毎月必ず利用するプロバイダー料金でお得!



「tel」を貯めてタダで電話をかける?!

「ただTEL」は会員登録(無料)後、サイトでバナーをクリックしたり、提携ショッピングサイトで買い物をする「tel」が貯まる。広告メールでもらえるのは1~1000tel程度。貯まったtelは、ゲームや懸賞クイズなどのコンテンツ使用料として使えるほか、自分のパソコンから一般電話や携帯電話への通話が可能なIP電話の通話料(一般電話への国内通話1分間/10tel)としても使える。また、賞品交換などにも使える。

<http://www.tadatel.co.jp>

お得

儲かり度指数: 80%
ただで電話がかけられるのはおいしい特典



楽しみながら手持ちのポイントを増やす!

提携ショッピングサイトで買い物をしたり、資料を請求したりすると貯まるポイントを使って、予想キャンペーンに参加できる「予想ネット」。格闘技の試合の結果や、テレビの視聴率ランキングなどを予想。参加するためには貯まったポイントをコインに換える必要があるが(10ポイント/1コイン)予想が当ればオッズに応じて大量ポイントがゲットできる。ポイントは、キャッシュバックするか、「ガソリンマイル」に変換して使える。

<http://www.yosoo.net/>

お得

儲かり度指数: 60%
楽しみながらポイントが増えるワクワク感あり

102 資料請求、アンケート回答、提携ショッピングサイト利用のポイントでANAのマイレージや商品に交換しよう! 「Gポイント」 <http://www.gpoint.co.jp/>

1 ウェブサイト&ブログ
2 EC&マーケティング
3 メールマガジン
4 オークション
5 オンライントレード
6 まだまだあるぞ



オンライン保険の加入の第一歩はインターネット割引から!

保険会社の人が1軒1軒ユーザーを訪ねて保険の売り込みをするのは一昔前の話。最近、インターネットを利用してオンラインで自分に合った保険商品をユーザー自らが選択する時代になってきた。

まずは「インターネット割引」。インターネットで申し込みをして加入すると保険料が割引される。

従来の訪問形式で必要だった人件費などの削減で、浮いた分のコストがユーザーに還元されるから嬉しい。保険会社によっては保険料の数パーセント割引であったり、数千円の

自動車保険の主なインターネット割引内容

名称	URL	割引内容
あいおい損保(あいおい損害保険株式会社)	http://www.ioi-sonpo.co.jp/	5%割引
アクサダイレクト(アクサ損害保険株式会社)	http://www.axa-direct.co.jp/	2,500円割引
アメリカンホームダイレクト(アメリカンホーム保険会社)	http://www.americanhome.co.jp/	8%割引
ソニー損保(ソニー損害保険株式会社)	http://www.sonysonpo.co.jp/	新規:1,000円~3,000円 / 継続:2,000円
ダイレクトライン(ライフダイレクト損害保険株式会社)	http://www.directline.co.jp/	5%割引
チューリッヒ(チューリッヒ保険会社)	http://www.zurich.co.jp/	2,500円割引
三井ダイレクト(三井ダイレクト損害保険)	http://www.mitsui-direct.co.jp/	3,000円割引

その他保険の割引内容

名称	商品名(種類)	割引内容	内容
アメリカンホームダイレクト (アメリカンホーム保険会社) URL: http://www.americanhome.co.jp/	"新"「海外旅行保険」《海外旅行》	最大約40%割引 (同社商品比)	インターネット契約と「期間リスクの細分化」で実現。保険期間が31日以内の短期旅行は平均約26%保険料の引き下げ、保険期間が31日超の長期旅行は平均約4%保険料が高くなる。
オリックスダイレクト (オリックス生命保険株式会社) URL: http://www.orix.co.jp/ins/direct/	「入院保険fit」 「オリックス終身医療」《生命保険》	3%割引	【30歳男性 60歳払込終了/基本プラン/入院給付金日額5,000円の場合】月額支払いでは通常加入の2,345円がインターネット加入では2,275円に(ひと月あたり70円お得)。払込期間累計では通常時が844,200円に対してインターネットでは819,000円に。25,200円(70×12か月×30年間)のお得。
損保ジャパン (株式会社損保ジャパン) URL: http://www.sompo-japan.co.jp/	「Off!(オフ)」《海外旅行》	最大45%割引 (同社商品比)	インターネット契約と「行き先別リスク区細分型」で、この保険料を実現。たとえばハワイ7日間 7,490円 4,650円(2,840円お得) ヨーロッパ 周遊 9日間 8,380円 5,180円(3,200円お得)

お得

儲かり度指数: 🍀🍀🍀🍀🍀🍀 60%
数パーセントの割引でも数年経てばばかにならない



比較サイトで安い保険料をいち早く探す

値段を比較するのなら、各社が行っている「比較サイト」をまず利用すべきだ。

ウェブサイトの指定フォームに必要な条件を入れると、自分に合

主な保険比較サイト(自動車保険の例)

サイト名(会社名)	URL	一括見積り可能数
イオン保険マーケット(イオンクレジットサービス株式会社)	http://www.hokenmarket.net/	最大18社(無料)
インズウェブ(インズウェブ株式会社)	http://www.insweb.co.jp/	最大10社(無料)
NTTイブ(株式会社エヌ・ティ・ティ・イブ)	http://www.nttif.com/	最大7社(無料)
価格.com(株式会社カカクコム)	http://www.kakaku.com/hoken/	最大10社(無料)
保険市場(株式会社アドバンスクリエイト)	http://hokende.com/	最大7社(無料)
保険スクエアbang!(株式会社ウェブクルー)	http://www.bang.co.jp/	最大15社(無料)

った商品を数社一括して料金を比較してくれる。

たとえば、1998年から比較サイトを立ち上げて運営している「保険スクエアbang!」では最大15社を一括して見積もりを取ること



ができる。しかも、入力して見積もり依頼後、保険料の比較金額の提示がすぐに届くのは嬉しい。

「保険スクエアbang!」

お得

儲かり度指数: 🍀🍀🍀🍀 40%
1社1社資料請求して申し込み手間と時間を考えるとかなりお得

103 提携サイト(ネットマイル)を利用すると加入時にさらにお得! 「アメリカンファミリー保険(契約1年目10%割引、2年目5%割引【12月23日まで】)
URL: http://www.aflac.co.jp

【 編集部が語る 】



デフレも不況もぶっ飛ばせ! 書ききれなかった 儲かる・得するこぼれ話

記事の制作を終えた編集者に、「本文には入らなかった儲けの技」や「儲けにまつわるこぼれ話」を聞いてみた。



手間をかけずに 手厚いアフターケアをする方法

「今回取材した江藤さん(90ページ)と平野さん(104ページ)が異口同音に『いいですよ』と言っていたのが、ネットショップなんかで物を販売したあとに、フォローのメールを自動的に送ってくれるサービス」

「たとえば、使い捨てコンタクトレンズを買ってくれたお客さんのアフターケアとして、商品が届いたときに『商品は無事に届いていますか? 破損はございませんか?』というメールを送りますよね。そのあと3、4日したときに『今回の商品は気に入っていただけましたか?』最後に商品がなくなっただろうところに『ご購入いただいた×××がそろそろなくなると思いますが、ご必要はありませんか?』という風に、手厚くアフターケアしたいけど、大変じゃないですか。設定しておけばそれを全部自動でしてくれるサービスなんですよ」

こまめにフォローのメールが来たら、お客さんは「私のこといろいろと考えてくれてるんだ」と思ってショップに親近感が湧くだろう。確かにいいサービスだ。

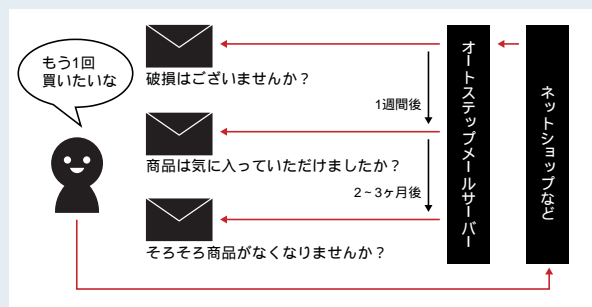
「これを使うと、一度買ってくれたお客さんがまた買うようになるんだって。“AutoBiz”とか“オートステップメール”とか“もうかる@メール”とか、うちでも使ってみようかな」

AutoBiz [URL http://www.autobiz.jp/](http://www.autobiz.jp/)

オートステップメール [URL http://www.autostepmail.com/](http://www.autostepmail.com/)

もうかる@メール [URL http://www.moukarumail.com/](http://www.moukarumail.com/)

購買率を上げるオートステップメール



オークション詐欺の被害を 取り戻すワザ

「オークション詐欺にうっかり引っかかって、お金が戻ってこないって知ってました? 補償制度があって、手続きすれば被害額が戻ってくるんですよ」

Yahoo!オークションで50万円まで、楽天フリマが20万円まで、ビッダーズが10万円まで補償してくれるようだ。

「相手の連絡先を事前にちゃんと聞いてから取引してるかとか条件があって、警察に被害届けを出さなきゃいけないんですが、泣き寝入りするよりはよっぽどいいですよ」



オークションの安いは 本当は高い?

「オークションで英会話のCDが20枚セットで2万円で売ってたら結構欲しくなるでしょ? でも、実は100円ショップで売ってる1枚100円で全20巻のCDだったりするんだって」
2ちゃんねるにはそういう「買っちゃいけないオークション出品」のスレッドがあるので、買うときにはチェックしておくといいたいことだ。逆に言えば、「バレないだろう」と思ってそういう売り方をしても、2ちゃんねるで叩かれてしまうのだと言う。悪いことはできないものだ。



メリットがあるから 今どきの銀行を選ぶ

「ジャパンネット銀行もいいけど、新生銀行もいいよ。24時間365日オンラインで口座が管理できて、口座維持手数料は無料。他行宛でも振り込み手数料がすべて無料っていうのがすごい。コンビニATMでも預け入れ・引き出しができるし、まさにインターネット時代の銀行だね」

ちょっとした手数料だが、オークションでもECでもアフィリエイトでも、この違いが効いてくることもあるだろう。



2億円の夢にみんなで向かう コラボレーションのサービス

「“宝くじ共同購入サービス”がおもしろかった。メンバーがウェブマネーで支払った出資額に応じて宝くじを購入して、当選したら分配してくれるんだ。購入した宝くじの番号はサイト上で確認できるから安心。大当たり……したらすごいよね」

[URL http://takarakuji.webmoney.ne.jp/](http://takarakuji.webmoney.ne.jp/)

111 インターネットマガジンを毎月買えば、役に立つインターネット情報が手に入り、ビジネスを有利に進められる。定期購読をする場合はImpress Direct [URL http://direct.ips.co.jp/book/iHtmI/book_com/mag_default.cfm](http://direct.ips.co.jp/book/iHtmI/book_com/mag_default.cfm) で注文すれば、12か月分の価格で13冊届くので1か月分得をする。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp