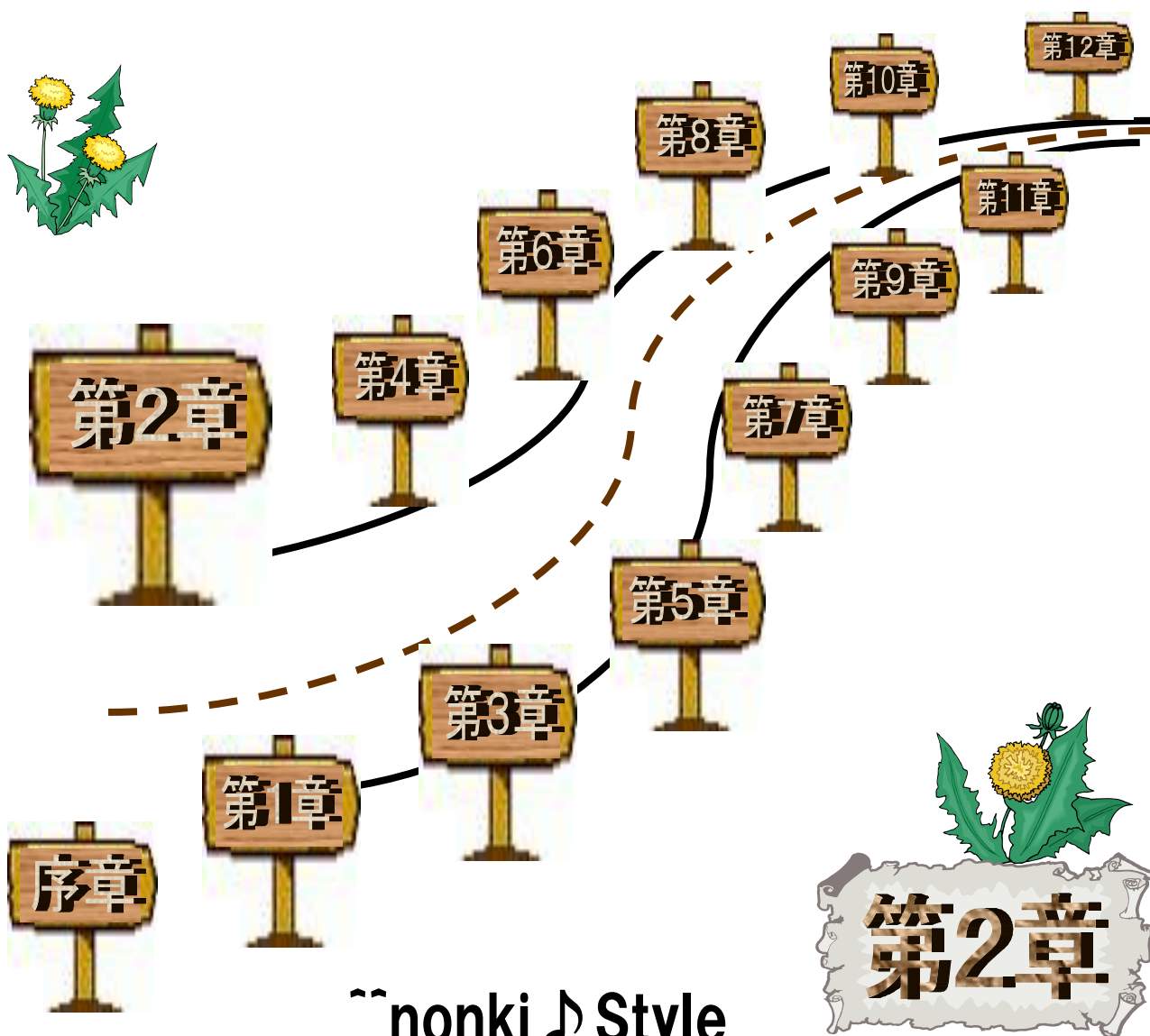


～メルマガアフィリエイト～
みち しるべ
＝ 道 標 ＝
第 2 章
＝なぜメルマガなのか？＝



^^nonki ♪ Style

もくじ

1. メルマガアフィリエイトの役目	3
(1) メルマガの役目の確認	3
(2) メルマガシステムの確認	5
(3) なぜメルマガでなくてはならないのか？	6
(4) メルマガ最大の魅力	8
2. メルマガを書く目的	10
(1) 何のためにあなたはメルマガを書くのか	10
(2) メルマガを書くもうひとつの視点	11
3. 信頼の構築	13
(1) メルマガの読者さんを知る	13
(2) メルマガの読者さんとの信頼関係を築くには	14
(3) あなたらしさを伝える	17
(4) 目指すはブランディング	21
4. プッシュ型の魅力	25
5. お金のかけ方	26
(1) 無料配信スタンドの広告	26
(2) メルマガの到達率	27
(3) メルマガ配信にお金をかけるメリット	28
6. 紙とエンピツ	30
(1) コピーライティング	30
(2) 春の魔法	32
(3) 言葉は魔法	34
7. メルマガですか？それともメールですか？	37
8. ブログへの保存	38
9. トラフィックビジネスとリストビジネス	42
(1) トラフィックビジネス	42
(2) リストビジネス	43
(3) リストとトラフィックは組み合わせること	44
10. 1通を大切に書くだけ	46
◆ 第2章のおわりに ◆	48



1. メルマガアフィリエイトの役目

(1) メルマガの役目の確認

メールというのは、このインターネットが世の中からなくなならない限り、消滅することはないと考えて良いですね。

ということは、メールを使って何かをするということは、あなたが生きている限り続けられるものであり、あなたのアイデア次第ではいろいろなものを生み出せる力のある強力なツールになると考えることができます。

一方で、検索エンジン対策を行いながら作業していく稼ぐ系は、どんどん変化していきます。

ということは、その変化や対応についていけなくなった時ネットでのアフィリエイトでの収入は途絶えてしまうということも言える訳です。

「メルマガとは、文章を書いて情報を提供する作業です。」

そして、文章を書くという作業は、人が生きている限り決してなくなるコミュニケーション手段であり、これをなくして新しいものは何も生まれて来ません。

つまり、このスキルを持ってブランディング出来れば「紙とエンピツ」だけでもビジネスとして活動していくことが出来る訳です。

ですから、私自身が色々試してきた中で経験したこととして、自分をも磨けるこの「メルマガアフィリエイト」を強力にお勧めしたいのです。

当然メルマガだけですべてが完結し、満足するような報酬が得られるかというところ決してそういう訳ではありません。

それを補うためにブログがあったり、ウェブサイトがあったりSNSやフォーラム、twitterなどといった、あらゆる媒体をメルマガを通して繋ぎ合わせていくことでさらにあなたの稼ぎとしての柱を、より強く出来るということはまったく不思議ことはありません。

「メルマガで文章を書く。」というとても単純なスキルを磨きながら、そういった不足を補うための作業を平行していけば、1年も経つ頃にはあなたの稼ぎ方も相当魅力あるものになっていることだと思います。

これが、メルマガを書いていく役目だと言えるです。

（２）メルマガシステムの確認

メールマガジンとは、発行者が何人もの読者さんに対して、一斉にメールで情報を届けるシステムのことです。

通常の電子メールですと１対１で情報を送ります。

それが情報を送りたい読者さんが何千件とか何万件にもなると、通常の電子メールで送ることは不可能です。

そこで登場するのが「メールマガジン」、通称「メルマガ」と呼ばれている機能です。

このメルマガの機能を使うと、同じ内容のメールを一度に何千件も何万件ものメールアドレスに対して送信することが可能になります。

通常の電子メールだと、何千回も送信ボタンを押さなければいけないのですが、メルマガの機能を使えば、送信ボタンを１回押すだけで、同じ内容のメールを同時に送信する大変便利な機能です。

しかもメルマガを「１通書く」という作業は何も変わりません。

このシステムは、まぐまぐなどの無料配信スタンドやアスメルなどのASP型配信スタンド、またネット商人Proのような独自で配信システムをサーバに構築するなど、あなたの希望によりいくつかの選択肢があります。

この配信スタンドの選び方については「第１１章 独自配信」で説明します。

【参考URL】

- [まぐまぐ](#)（メルマガ発行について）
- [アスメル](#)
- [ネット商人Pro](#)

（3）なぜメルマガでなくてはならないのか？

ある調査では、「 メールは1日に1回（24時間に1回）は見る。 」と答えている人が実に「 97%以上いる 」というデータがあります。

例えば朝8時に送ったメルマガは、翌日の朝8時までに見る人が実に97%もいるということです。

当然メルマガですから、ビジネスメールとは性格が違いますので、基本的には優先度は下がりますが、それでも「 件名 」を見て興味があれば優先順位を上げて開封して貰うことは出来るとも言える訳です。

つまり、メルマガを発行する側の立場で言えば

1. 自分が好きな時に送ることが出来る。
2. 24時間以内に開封して読んで貰うことが期待出来る。

この2つが最大の魅力となるのです。

逆に、ブログやSNSでは相手が見ようとししない限り、こちらで伝えたい情報を書いても伝えることが出来ません。

いわゆる「 プル型 」と呼ばれているものですので、検索エンジンやブログランキングなどからアクセスを引っ張って来なければならないことが、ブログやSNSのデメリットになります。

ただ、濃い読者さんを作り出すには、このプル型の方もメリットがあります。逆の意味で、相手がアクセスして来てくれるということは、それだけあなたの情報に興味があるということですから。

その点でメルマガは「 プッシュ型 」と呼ばれ、強制的にメルマガを相手のメールボックスに届けることが出来る訳です。

相手にとって、メルマガの情報が常に有益と判断すればメルマガが届くことを待っていますし、不要なメルマガであれば解除しますので、お互いに利用価値の高い媒体であると云えます。

この「 プッシュ型 」と「 プル型 」ですが、可能であれば両方使いこなしたいところです。

最新の情報発信はメルマガで積極的に行い、そうやって発信した情報の倉庫がブログの方に準備されていることを読者さんに知っておいて貰えば、あなたのブログに行けば「 メルマガのバックナンバーが残っている。 」という安心感も得られるからです。

このように、メルマガによる情報発信が有効であることが理解出来ると、このメリットを活用するためにはやはり「 メルマガが良い 」と私が言っている理由が分かって貰えるのではないのでしょうか。

（４）メルマガ最大の魅力

メルマガ最大の魅力は

「 登録している相手に対して、
こちらが考える好きなタイミングで
即座にまたは、計画的に情報を送ることが出来る 」

という点です。

他のブログやウェブサイト、SNSなどでも情報を伝えることは出来ますし、これらの媒体でも読者さんと繋がることも出来ます。

また、後でまとめて読むことも出来ますが、あくまでも空いた時間にしか読むことが期待できない面もあり、やはり忙しいときには後回しにされるというマイナスポイントがあります。

メルマガの最大魅力

「 こちらが考える好きなタイミングで届けることが出来る。 」

メルマガならば、今伝えたいことがあったら、今すぐアクションを起こせて、しかも相手にそれを伝えることが出来るという、シンプルでありながら最大の魅力があるということです。

そして一日何回でも良いのです。

やりすぎるとスパムになりますのでマナーをきちんと守っての配信は心がける必要がありますが、このような魅力をもったメルマガは、きっとあなたのネットビジネスを成功に導いていくはずです。



2. メルマガを書く目的

メルマガを書く目的を忘れてしまわないようにしないといけません。

（１）何のためにあなたはメルマガを書くのか

あなたは、

- 何のためにあなたはメルマガを書くのでしょうか？
- メルマガを書くことであなたはどうしたいのでしょうか？

この教材の目的は、「メルマガアフィリエイトで稼ぐためには何が必要か？」を知ることにあります。

ですから「目的は稼ぐこと」。

これは忘れないようにしましょう。

そうすると、メルマガもただ出せば良いというものではなく、ある程度戦略的な配信手段・配信方法・配信スケジュール等を考えておく必要がある訳です。

詳しくは「第9章 売る商品の選び方・メルマガでの売り方」のところで説明しますが、あなたが紹介したい商材や商品を見つけたらそれをどうやって「欲しい」と思って貰えるような記事に仕上げていくのかを、常に考えておく必要があります。

（２）メルマガを書くもうひとつの視点

「書く」という目的をもうひとつの視点として別の角度から見ると
「メルマガを書くスキル」という切り口があります。

メルマガを書くスキルはコピーライティングのスキルを身に付けていくことと同じことなんです。

コピーライターといいますと、ひょっとしたらあなたが想像するのは、

- 文章を書く天才
- 何でもコピーを作り出せる
- クリエイティブな方
- 普通の感覚では出来ないスキル

こんなイメージではないでしょうか。

確かにオールマイティの方も存在していると思いますが、実は広告・POP・ポスターなど多少ジャンルに特化して力を発揮している方がほとんどなんです。

これからでも分かることは、今回メルマガを書くことでスキルが身に付けば、あなたもメルマガに特化したコピーライターになることも当然出来る訳です。

せっかく、メルマガアフィリエイトとして活動するのであれば、コピーライターを目指していくと、とてもやり甲斐のあるビジネスになるのではないのでしょうか。



3. 信頼の構築

(1) メルマガの読者さんを知る

メルマガ読者さんに限らないのですが一般には、

- お客様は100% 読まない
- お客様は100% 信じない
- お客様は100% 行動しない

とされています。

そしてさらにもうひとつ付け加えることができます。

- お客様は100% 覚えていない

メルマガを発行してアフィリエイトで報酬を得たい場合、この「**4つのない**」
(**4ない＝しない と読んでいます。**)を克服し、読者さんとどういった信頼関係を築けるかによってメルマガアフィリエイトの成功の鍵を握っていると言っても過言ではありません。

そして、信頼関係が出来てしまえば、メルマガであなたが「この商材良いですよ」「絶対手にしておくべきですよ」と伝えるだけで成約率は格段に高くなるはずで

す。一方、信頼関係が築けていない段階で「この商材良いですよ」「絶対手にしておくべきですよ」とどんなに云っても購入には繋がることはほとんどありません。もし売れたとしても、あなたのメルマガが魅力的だった・説明が分かりやすかったというよりは、その商材自身の魅力で購入されたと思ったほうが良いですね。

ですから、読者数を集めることはばかりに終始して、この大事なことを忘れてしまうと読者数は増えているのに、いつまでたっても成果が上がらないという状況に陥ってしまいかねません。

（２）メルマガの読者さんとの信頼関係を築くには

まず「 信頼関係 」とはいったい何でしょうか？

普通に「 あいつは信頼出来るやつだ 」とか「 あのアフィリエイトは信頼出来る 」とか言いますよね。

人を相手にするどんな商売でも、お客様との信頼関係が一番大切です。
でも一口に信頼といっても、人によって受け取り方は様々です。

では、どのようにしたら良いのでしょうか？

仮にあなたがお客だとして、どのような場合に相手を信頼するでしょうか？
少し頭をやわらかくして考えてみましょう。
そこに、ひとつのヒントが隠されていると思います。

そして、自分が良いと思っても相手に伝わらなければ、それは自己満足でしかありません。

客観的な目線で、たくさんのメルマガやブログ、ウェブサイトを分析してみると、
この人の書き方は「 信頼出来そうだな 」とか「 経験豊富で信用出来そうだな 」
とか「 丁寧なのにユニークな書き方をしているな 」とかの感想が出て来ませんか？

一方、逆の感想として

「 どっかで見たことのあるコピペ記事だ 」 「 販売者から提供されている文面そのものだ 」 「 アフィリエイトリンクしかない 」 「 コンテンツが一個もないや 」
といった感想が出てくるメルマガなど見かけませんか？

あなたが読者の立場でしたら、どちらの方が信頼出来ると思いますか？

分かりやすいように、一般のリアルビジネスでの信頼関係とアフィリエイトとしての信頼関係を比べてみます。

① 第一印象

第一印象が良いということは「商品が売れる」ということに繋げやすい。
これは営業の世界ではある意味常識です。

汚い格好をした営業マンよりも清潔感のある営業マンの方が、お客様に与える印象が良いのは間違いないですね。

メルマガにしろ、ブログを含むウェブサイトにも、ぱっと見が冴えないと読者さんや訪問者さんは感情的に引いてしまいます。

② 身だしなみ

営業に限らずお勤めをしているのでしたら、だらしない格好をしているよりきちんと整った身だしなみをしている方が好感を得やすいですね。

例えば、メルマガやブログ・ウェブサイト、無料レポートなどにおいても、いい加減な印象を受ける雑な内容よりも、きれいに整っている方が読者さんや訪問者さんには良い印象を持って貰えます。

③ レスポンス

リアルでは苦情や問合せなど、特に最初の動き方が、良くて悪くても後々大きな影響を与えることが少なくありません。どちらにしてもレスポンス(対応)が遅ければ、お客様に不安と不信感を与えてしまうことには違いありません。

ネットの世界ではメールや問合せフォームからの連絡しか最初は手立てがありませんので、特にメールでの苦情・相談・問合せや、特典請求など迅速に対応する必要があります。

④ 発行者情報

リアルビジネスでは、直接顔を合わせて名刺交換を行ったり、電話で声を聞いて相手とコミュニケーションを取ることが出来ます。一方、ネットビジネスでのファーストコンタクトは、ブログやウェブサイトにあるあなたのプロフィールが名刺代わりになります。

ですので、顔を合わせたり、直接声が聞けない分、顔写真を載せたり、音声を載せたりしておくことは、あなたを知って貰う上でも相手に安心感を与えますので、可能であればそこまでしておく信頼関係が築きやすくなるのではないのでしょうか。

写真もなし、プロフィールもなしでは、信頼する以前に判断することすら出来ません。

⑤ マナー

リアルビジネスだと、会話の中の声であなたの誠実さを伝えることが出来るのですが、メルマガやブログ・ウェブサイトでは文字でしか伝えられないので、感情に訴えることはかなり難しいのです。その為、文章を読んで貰うだけでは読者さんの受け取り方次第では誤解される可能性も高くなります。

相手の感情が不安定であれば、こちらが意図していなくとも冷たく感じられたり、怒っているように感じ取られることもあったりします。

特にメルマガで大切なことは、メールは相手のメールボックスというプライベートな空間に飛び込んで行きます。

ですから、敬語でガチガチの文章にまでする必要はありませんが、やはり挨拶から始まって、最後には読んで貰った感謝の気持ちが伝わるような文章になることを、リアルビジネス以上に気を使う必要があることを、マナーとして心がけてください。

相手がどんなにフレンドリーであっても、タメ口なんかは絶対にダメですよ。



（３）あなたらしさを伝える

先ほどは、普段の接し方についてリアルビジネスとネットビジネスではどうあるべきかを比べて説明しました。

その基本が出来ましたら、今度はあなたを売り込んでいくことが必要となってきます。

ここでは、売り込みというより、あなたらしさを伝えるためにはどうしたら良いかを説明します。

① 読むことを習慣づけた媒体（チラシ）

義務のように毎日届く、アフィリエイトばかりのメルマガ。

そんなメルマガのほとんどは読まれないですし、開封もされていないのではないのでしょうか。

それよりも、普段から読むことを習慣付けたメルマガというものは、非常に強力なメディアとなります。

例えば「 毎日１分！英字新聞 」という石田健氏が発行しているメルマガがあるのですが、これは単行本になるくらいの媒体になりました（まぐまぐ発行部数８万部以上）。そして、これがきっかけで、現在は石田塾というネット塾も主宰しています。

これは読者が必要とする有益な情報を発行し、読むことを習慣付けた、まさに良い例ですし、その上でブランディングされた好例です。

実態として読まれているメルマガがどうなっているのか気になりますが、その傾向を分析してみると、ほとんどの場合が、「 個性的な内容 」であって自分自身がブランディング化出来ています。

② 自分という商品価値

新聞がイメージしやすいかも知れません。

あなたは、どんなに忙しくても必ず見る紙面はありませんか？

スポーツ欄や経済欄、もしかしたら、ラテ欄（番組表）かも知れませんね。
これらは、自分の興味あるところだけを読んでいるということです。

他に、社説や連載小説が好きな人もいますか？
これらは、独自の切り口であったり、その人の考え方や書き方が好きなのかも知れません。

では、「メルマガは？」というと、有益な情報を提供することが基本なのですが、実は編集後記のようなコンテンツとは関係のないところが、一番読まれやすいとも言われます。

以前、私の友人と話をしていた時に、気付いたことがありました。

友人は近所のガソリンスタンドのメール会員になっていて、送られてくるメールにはキャンペーンの案内や車検の案内などが載せられています。

それだけだとよくあるメルマガですが、ある日のメールの編集後記に「今日は花粉で大変でした。」「今日は値上げ前でてんてこまいでした。」などといったその店の店長さんの一言があって、その何気ない一言に友人は妙に親近感を覚えたと言っていました。

結局は、そのガソリンスタンドが良かったのではなく、メール会員として登録していたことが良かった訳でもなく、その店長の人柄に好感を覚えてその店を利用しているということだったのです。

このように「あなたという価値」はひょんなところから生み出されることもありますし、あなたがまったく意識していないところからでも勝手にブランディングされていくこともありますので、手の抜きどころはないのではないのでしょうか。

③ 自分を売る

自分を売り出すためには、実績をアピールすることが一番確実です。
ほかに言葉がいりませんから。

でも、それだけでは人間性はまったく出せません。ですから、趣味や日頃の体験などをさりげなく添えて配信することもあなたの人柄を出す上で大切なポイントです。

というのも、読者さんはメルマガの発行者に対して意外とメールを出しにくいものなのですね。なかなか、声をかけるタイミングが見つからないようなものです。

でもそれが、出身地が自分と同じであったり、今住んでいる場所が近くであったり学校が同じであったり、趣味や好物、ペットなどで共通の話題が見つかると思わずメールしたくなることって実際にあるのです。

これは、むしろ「メールを出しやすくしてあげられるんだ！」と思ってください。メルマガアフィリエイトとして一番大切なコミュニケーションが取れるようになりますから。

そうすることで、もっと自分自身の魅力を知って貰えますし、読者さんのことを知る機会にもなります。

④ 友達への手紙

読者数が増えてくると、まるで大勢の観客の目の前で講演でもするかのように、かしこまってメルマガを書いたりする傾向があります。

ですが、メルマガというものはそもそも不特定多数に向かって配信をする為、すべての人に好かれようとする、内容が抽象的になるし中途半端になる恐れがあります。

しかし、読者さんは、あなたの意見やメッセージを受け取りたいから登録しているし、あなたという人柄を知りたいはずなのです。

なので私は、ひとりの友達と話をしている感覚でメルマガを配信するように心がけています。

ひとりの友達へ宛てたメールだから、悩み事や辛いこと、楽しかったこと、笑えることなども普通に書けますし、緊張する必要ありません。

そして、良い情報も悪い情報も出来るだけ早く伝えるようにしています。

⑤ 体験を忠実に再現する

単純に、情報商材の良い点、悪い点をレビューしたところで何の感動もありません。それはセールスレターに書かれていることの、補足や感想でしかないからです。

そんなことよりも、あなたがなぜその商材を選んだのか？ それを、あなたの言葉で伝えることのほうが重要なのです。

「 この商材は、稼ぐまでは少し時間が必要です。私が×ヶ月かけて報酬が上がった方法は××な方法でした。でも一度報酬が上がり始めると後はどんどん報酬も増えてきました。ですからこの商材はじっくりと取り組める方に向いています。 」

このような感じでも、上手く表現出来なくても、上手い文章が書けなくても良いんです。

あなたが一生懸命に読者さんに伝えようとする気持ちと、読者さんがイメージしやすいような分かりやすい言葉で表現することが出来ればそれで十分なんです。

先ほどの商材で報酬の上がった姿を「 実践した方の報酬がどんどん増えていく 」ことを想像させることが出来るようになれば、あなたは立派なメルマガアフィリエイターです。

（４）目指すはブランディング

継続したメルマガ発行こそが「 ブランド力 」を作り出していくことが出来るんです！

では、そもそもブランドとはなんでしょう？

① ブランドを構築する

ブランドと聞くと「シャネル」「ルイヴィトン」「ロレックス」などがすぐに思い浮かぶかも知れません。

でも、よくよく考えてみると、身の回りの多くのものはメーカーの名前やブランドでいっぱいだということに気が付くはずです。

あなたは「 ブランド名 」で商品を買ったことがあるのではないのでしょうか。お店も選んだこともあると思います。

たとえば・・・

- パソコンは××しか買わない
- セーターが欲しいから××に行く
- 今日は、和食を食べたいから××のお店に行く
- 飛行機行機に乗るときには××を使う

など。

このような購買心理の傾向ですが、これは「 人 」にも当てはまります。

- HPの制作を依頼したいから、あの人へ連絡を取ろう
- エクセルで分からないことがあるから、あの人に聞こう
- 迷ったことがあるから、コンサルのあの人を頼ろう

などなど。

皆さんの頭の中には、××で困ったら××さんへ連絡をするというようなことがインプットされていませんか？

このときの××さんのところが「 あなた 」になるとブランドになります。

大切なことは相手の頭の中に、「 メルマガ ＝ あなた 」ということインプットさせてそれを維持することなのです。

そのためにもメルマガの配信を続けていくことが大切になってくる訳です。

対象となる相手ですが、

■ メルマガ読者さん全員でなくても良いのです。

× 「 全員は絶対無理です。 」

■ メルマガ読者さんの中にいる数名で良いのです。

○ 「 数名であれば必要としている方が必ずいます。 」

冒頭のブランドの話で考えると「 シャネル・ルイヴィトン・ロレックス 」の3つがあったとして、全員に「 シャネル 」を選んで貰うような活動をするのではなく「 シャネル 」に興味のある人だけに情報がきちんと伝われば十分なのです。

この考え方が分かると、小さな範囲からコツコツとブランドを構築し広げることが精神的に楽になりますし、属性という概念が少しずつ分かってくるのではないのでしょうか。

小さなひとつの点から、その点を増やして面へと展開していくということです。

間違っても初めから、広いシェアを取ろうなどとしてはいけないのです。個人では時間もコストもかけられないからこそその「 1点集中 」なのです。

② ブランディングを構築するために必要な要素

ブランディングを構築するために必要な要素、それは次の4つです。

- 継続性
- 一貫性
- 専門性
- 情報発信力

これを文章にすると「 専門性の高い情報を一貫して発信し続けること 」と言うことが出来ます。

これがブランドを作るメルマガの考え方です。

あなたが読んでいるいくつかのメルマガの中には、そのようなメルマガはありませんか？

長年に渡って専門性の高い情報を一貫して発信し続けている発行者さんに対して、信頼を感じませんか？

その人はその分野でブランディングされていませんか？

仮にあなたには環境の変化などで、その専門性の高いメルマガが必要なくなってもあなたの変わりに、その情報を必要としている人が現れて、その専門性は継続されていくんですね。

それでも、その人に対するあなたの信頼度が揺らぐ訳ではなく、その人が信頼出来るほかの情報を提供してくれたら、きっとあなたはまた付いて行くことだと思います。

それが「 ブランディング 」ということなんですね。

そして、メルマガを発信し続けること。

これこそが「 ブランド力 」のアップに繋がっていくのです。



4. プッシュ型の魅力

「 3. (3) あなたらしさを伝える 」でも説明しましたが、メルマガの魅力はなんと云ってもインターネット上での唯一の「 **プッシュ型の媒体** 」であるということに尽きます。

毎日数百件から数千件ものアクセスがあれば、ブログなどのサイトでもメルマガと同じような効果は得られると思いますが、タイムリーな情報を提供するとなると、やはり「 **プッシュ型** 」でなければ相手に伝わりません。

ブログなどのサイトへの訪問は、どうしても相手に行動して貰う必要がありますし、行動を起こしてブログなどのサイトの方へアクセスしても、あなたが望んでいる情報を見て貰えているかという、それもどうだか分かりません。

ですから、メルマガという「 **プッシュ型** 」の媒体を使って「 **情報を届ける** 」というアクションのほうが圧倒的に優位であることが分かって貰えますね。

また、メルマガだけでは伝えにくく、視覚に訴えたい時には、ブログなどのサイトへのリンクをメルマガの中に置いて、そこから誘導することで関連するほかの記事を紹介することも出来るようになります。

さらにメルマガの魅力は、メルマガの読者数が増えていった副産物として、固定収入として考えられる「 **広告収入** 」という道も確保出来るかもしれません。

1 通のメルマガの数行のスペースに企業の広告を載せる契約をし、その対価をいただくということですね。

5. お金のかけ方

何かする場合にお金がかかるのであれば、効率良く有効に使いたいところです。

(1) 無料配信スタンドの広告

実際のところ、メルマガの発行にお金がかかるかどうかについては、メルマガをどのような形で配信するかによっても変わってきますし、単にメルマガを発行するだけでしたらもちろん無料で出来ます。

ただし無料ということは、あなたのメルマガの中に必ず広告が挿入されるということは忘れないでください。

広告が入る一番大きなデメリットとしては、広告の中には必ずリンクが貼られている訳です。広告主はそのリンクから、自分のところの商品やサービスなどを購入してもらうために広告費を支払っている訳ですね。

無料配信スタンドも、この広告費で運営されている訳ですから当然のことです。

すると、あなたの記事とは関係ないところで、あなたが望まないところで広告をクリックされて、あなたのメルマガが途中で読まれなくなるかもしれません。

しかしこのようなリスクがありながら稼いでいるアフィリエイターさんたちは、まぐまぐやmelmaなどを継続的に利用しています。

継続的に利用している理由としては「 迷惑フォルダに入りにくい 」ということと「 それを含めた到達率が他の有料のメルマガスタンドより良い 」ということが挙げられます。

また、最近のメルマガ配信スタンドのメルマガ記事は、ブログ形式になっているので、バックナンバーを検索エンジンに“index” させる目的で利用しているアフィリエイターさんも少なくないようです。

（２）メルマガの到達率

メルマガの到達率に関しては色々な説があります。

まぐまぐは信頼の置けるドメインからの配信ということでスパム扱いになりにくいというメリットがあります。

ただ、やはり１００％ではなく「ほかよりも到達率が良い」程度に捉えておいたほうが良いと思います。

到達率を高くする一番良い方法は、あなた専用のサーバとドメインを準備して、そこからあなたのメルマガだけを配信するようにすれば相当高い到達率になるはずです。

その理由としては「サーバのＩＰアドレスとあなたのドメインが汚れていない」ということです。つまりスパム認定されていないということで、メールの送受信をしているプロバイダのブラックリストに載らないからです。

しかし、これにはさすがにそれ相応の費用が必要となってきます。

一方、レンタルサーバに独自配信の仕組みを搭載して配信することも可能です。

ただ、あなたが真面目に配信をしても、同じサーバでスパムメールを送っている発行者がいた場合、該当するサーバから配信されるメルマガは、すべてスパムとして判定されてしまう恐れがあります。

その場合は、残念ながら到達率は下がってしまうと言えるでしょう。

「お金がかかるのか？」という話からすると、かけてもかけなくても上記のようなメリットデメリットがあるということを承知の上で検討すべきですね。

独自配信については「第１１章 独自配信」のところで詳しく説明します。

（３）メルマガ配信にお金をかけるメリット

そこまでを分かった上で、例えば

- 名前の差込機能を使いたい
- 購読ポイントを付けたい
- ステップメールを組みたい
- 顧客リストは自分で管理したい
- バックナンバーも件名をきちんと出したい
- ダブルオプトインで自動的に読者登録して貰いたい

などといったことが、メルマガを長く続けていると必ず出て来ます。
このような機能は残念ながら無料ではありませんので、有料での検討になります。

そのとき同じ有料でも

- 月額いくらで借りる
- ソフトを購入して独自ドメイン+レンタルサーバで運用する

といった方法に分かれていきます。

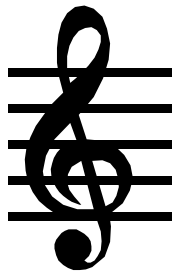
月額の場合は大体5000円位からでしょうか。

年間6万円ほどかかる計算になりますが、基本はあなたは使うだけで管理などのわずらわしさはありません。

もうひとつのソフトを購入・・・のほうは、初期費用としてソフト代が3万円程度～、独自ドメイン+レンタルサーバ代で年間1万円～2万円程度でしょうか。

プログラムの機能追加やアップデートに関しては、あなたの責任で行う必要がありますので、多少のスキルは必要となります。

※ これらの金額はあくまでも参考です。
実際には、あなたの希望する機能をもったサービスで比較してください。



6. 紙とエンピツ

コピーライティングと呼ばれるものの強みを考えてみます。

(1) コピーライティング

皆さんもご存知のホリエモンこと堀江貴文氏ですが、以前ライブドア問題がありました。

その堀江貴文氏はライブドアに対して208億円もの和解金を支払って、すっからかんになったそうです。

それでも六本木ヒルズのような高い家賃のマンションに住めるたのはなぜでしょう？ なぜそんなことが出来るのでしょうか？

その答えはどうやらこれらしいのです。

「紙とエンピツ」

聞くとところによると、堀江貴文氏は生活のための収入としては、「 セミナー 」 「 講演 」 「 執筆 」 「 ブログ 」 「 有料メルマガ 」・・・など。つまり「 何かを書いて収入を得ている。 」ということだったんです。

堀江貴文氏がコピーライティングをどこまで学んでいるかは分かりませんが、いろいろな経験や本を読んだり、いろいろな人と会ったりしたことなどから、その経験を文字にし情報として提供しています。

一方では、ある意味成功者の堀江貴文氏の肉声や考え方、成功するためのマインドなどを必要とする人や興味を持った人が、決して安くはないセミナー費用を出してまで、その堀江氏の情報を得ようとしている訳です。

つまり「 自分自身で得た経験や知識・ノウハウを情報として提供することで対価を得ている 」ということです。

コピーライティングを学ぶには、本来はそれなりの費用をかけて学ぶ道もある訳ですが、今はインターネットの時代です。

時間のある人は、ネットから得られる情報からでも最初は十分かもしれません。コピーライティングを学びつつ、ネット上から集めた情報をじっくりと育てていきながら文字にして提供していけば良いのではないのでしょうか。

ですが、時間の無い人や切羽詰っている人には、あなたが気になっている人のメルマガや書籍や商材で、何かお手本になるようなものがあれば「 ものマネ 」から入って行けばいいんです。

最初は「 ものマネ 」でも、何度でも何度でもやっていけばそれは次第にあなたのオリジナルへと変わっていくものです。

お金がなくなった堀江貴文氏に学ぶべき点は

「 ピンチをチャンスに変える準備を自然としていた。 」

ということにあると思います。

そして、なんのリスクもない自分自身のノウハウを情報として販売していたということが、コピーライティングの強さだと感じる訳です。

まさに何も物がいらぬ「 紙とエンピツ 」の力だと感じます。

（2）春の魔法

コピーライティングの魅力を象徴した詩です。

☆ 春の魔法 ☆

「まもなく春を迎えようとするある晴れた日。
男はニューヨークで浮浪者を見かけました。

その浮浪者は“*I am blind.*（私は盲目です）”と書いたものを
首からぶら下げて物乞いをしていました。

「そうか、彼は目が見えないのか・・・」

しかし通行人は誰一人、盲目の浮浪者に近寄ろうともせず、
お金を恵むことはありません。みんな素通りでした。

かわいそうに思ったその男は浮浪者に近づき、
浮浪者が首からかけていた“*I am blind.*”という文字を書き換え、
そして去っていきました。

それからしばらく過ぎるころ、その浮浪者は異変に気がつきました。

「おかしい・・・」

「おかしい・・・」

それまでは誰一人お金を恵んでくれなかったのに、あの男と出会ってから、
今度はすれ違う人、すれ違う人が恵んでくれるようになったのです。

物乞いのお椀にはコインがあふれ、人々が同情の声までかけてくれるようになりました。

「あの男は魔法使いなのか？」

実は男は“*I am blind.*”という言葉をこう書き換えていたのです。

“ Spring,s coming soon. But I can,t see it ”

(春はもうすぐそこまで来ているのに、私は見ることはできません)

あなたがどのように感じたか。

とても興味がありますが、それは胸のうちにしまっておいてください。

そして「 **言葉とはこうも物事を変える力を持っている** 」ということを、改めて知っていただけたらそれで十分です。

【 春の魔法 を紹介したことについて 】

この「 春の魔法 」は、フランスの詩人、アンドレ・ブルトン（André Breton、1896-1966）の実話であり有名なエピソードです。

一般に言われています「 不適切な表現（差別語、不快用語） 」が含まれておりますが、ここで引用させていただいたのは、あくまでも「 言葉というものは、使い方次第でどのようにでも変わる。 」ということを知って貰いたいために敢えて引用しました。不快に思われる方がおられることも承知しておりますが、何卒この教材の目的のためであることをご了承ください。

（3）言葉は魔法

「 紙とエンピツ 」さえあれば、人は魔法をかけることができます。

人は、人を幸せにしたり、喜ばせたり、時には落ち込んでいる人を勇気付けたり、そんな気持ちにさせることができます。

人は、そのように自分を幸せな気分させてくれることに対しては、喜んでお金を支払います。

「 人が何かを買うのという心理は、最終的にはモノではないんです。」

人が本当に欲しいのは、物やサービスではなくて「 その物を手にした。そのサービスを受けた。 」そしてその結果、人が感じた「 感情 」なのです。

あなたもそうだと思います。

たとえば、あなたがブランド物のバッグが欲しくて買ったとします。

あなたはブランド物のバッグそのものが欲しかったのでしょうか？

例えばバッグならブランド物じゃなくてもおしゃれなものは他にもたくさんありますよね。

なのにブランド物を手にするということは、そのブランド物を持っている自分に満足するためだからですよね。

そのブランド物を持っている「 自分の満足感が大切 」なんですよ。

車でも、洋服でも、ネックレスでもそうです。

また、そのブランド物を持っていることで人より優越感を味わえることも大切な「 感情 」なんですね。

どちらもあなたの満足を手に入れたという「 感情 」なんですね。

そして、メルマガを書くことで身に付くコピーライティングのスキルは、人の感情にダイレクトに訴えることが出来るスキルなのです。

コピーライティングは、いかに言葉を操り、人が物を買うか買わないかを決めるときに言葉でそれを説明し、最後には行動を決定するために背中を押す言葉を投げかけることが出来るのです。

「 言葉に魔法をかける 」という素敵なことが出来るんですね。

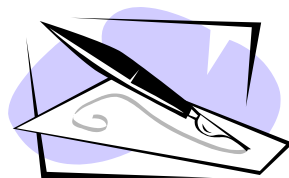
コピーライティングの力「 言葉に魔法をかける力 」こそが、人の心に忍び込み、人の心を豊かにし、希望を生み出し、実際に人を動かすことが出来る、魔法のような力を持っているのです。

このように言葉を伝えられるメルマガは、やっぱり素敵ですよ。

【参考】

コピーライティングに興味があるようでしたらこちらの商材がオススメです。

「 [魔法のコピーライティング術](#) 」



7. メルマガですか？それともメールですか？

メルマガとメールの「出し方と書き方」は少々違いますが、あなたはどちらのつもりで書きますか？

一般的にはメルマガと呼んでいますし、便宜上私もそのような使い方をしています。ですが、発行しているときの気持ちはあくまでも「あなたへ宛てた1通の手紙」として書くようにしています。

読者さんが仮に一人であったとしても、読んで貰っている相手がいるということに感謝しながら大事にメールを書くことで、言霊（ことだま）に乗って相手にもあなたの思いがきっと伝わるようになるはずです。

もちろん1通2通でそうなる訳ではありませんが、何度も何度も文章を書いてメールを出して、ようやく思いが伝わるといったことです。

まるで恋人に、何度も何度もラブレターを書き続けるようなものかもしれませんね。

そうしてあなたを信頼して貰えればあなたのファンになり、あなたから商品を購入しようと思ってくれるようになります。

ですから、単語としては「メルマガ」ですが、大切なことはメルマガを出すあなたの気持ちであるということです。

8. ブログへの保存

「出したメルマガの倉庫を作りましょう」

メルマガの発行に合わせて、とりあえず標準のままでも一向に構いませんのでひとつブログを用意しましょう。

メルマガアフィリエイトの教材なのに、なぜこのようなことをいうのかと言いますとメルマガは1回配信して読まれたら、2回目を読まれることはほとんどないからです。

メルマガスタンドでバックナンバーを読むことは出来ますが、余程のことがない限り読者さんがわざわざあるメルマガのある記事を探したりしません。

特にまぐまぐのバックナンバーは直近で配信したメルマガ以外は、日付しか表示されませんので、その日にどういった記事が書かれていたのかを確認するには、わざわざ1回1回クリックして開かなければいけません。

また、メルマガは日々記事の内容が変わりますので、カテゴリやジャンル別に仕分けすることも出来ません。

その点ブログは、カテゴリ分けをすとかジャンル分けをすとかいった整理をすることが非常に得意な媒体です。

ですので、メルマガを発行したら、始めのうちは同じ内容でも構いませんので、ブログの方へもアップするようにして、カテゴリ分けをしておきましょう。

こうすることで、両方のメリットを生かすことが出来るようになります。

また、ブログの便利な使い方として、伝えたいことがあるんだけど、まだメルマガで配信するまでの情報ではないな、という場合にとりあえずブログに載せて置くという使い方も出来ます。

そうして残しておけば、後からその記事を見直してメルマガで配信することも出来ますし、ブログにそうやって少しずつ溜まっていった記事がメルマガのネタ集になり、さらにブログの記事量を増やすことになりますので、まさに一石二鳥です。

用意するブログは、F C 2やSeesaa、livedoorなどの無料ブログで構いません。

あなたに、知識や経験があれば、サーバを借りてWordPressやMTでブログ構築しても良いでしょう（検索エンジンにインデックスされやすいですよ）。

もし、少し余裕が出来てきて、ブログの見栄えが気になり始めたら、無料ブログに用意されているテンプレートでは、あまりS E O等の対策が取られていないでしょうから、出来れば何かの商材に特典などに付いている対策済みのテンプレートを使うことを検討してみてください。

参考までに比較的によく見かけるテンプレートは、次の商材の特典としてついているテンプレートです。

- [パーフェクトアフィリエイト](#)
- [日給8万円](#)
- 夢リタT A

なお、ここで「 ブログをひとつ作りましょう 」と薦めたのには、もうひとつ理由があります。

詳しくは「 第4章 特定電子メール法 」の中で説明しますが、法律によりメルマガの中には住所表記などをしなければいけません。

ただガイドラインには、住所表記に関し、それが分かる場所を示していれば良いという指針もあり、そのためにもここで作成したブログが役に立つのです。

ここで、メルマガの文章をブログに転記する時に注意しておいたほうが良いことを説明しておきます。

- メルマガをブログに保存する場合、件名はそのままブログに使わないようにします。
- メルマガにはメルマガの件名の付け方が、ブログにはブログのタイトルの付け方があります。
- 挨拶や編集後記などもカットして、本当に必要な情報だけを載せるようにします。
- リライトについては、メルマガの内容が保存型になっていないところだけ修正する必要があります。例えば、期限付きの商材紹介や値上げ告知の様な記事の場合は修正しておきます。

なお、件名の詳しい付け方については「 第7章 件名の付け方 」で説明します。



9. トラフィックビジネスとリストビジネス

(1) トラフィックビジネス

「 トラフィックビジネス 」とは、とにかく多くのアクセスを集めてアフィリエイトのような報酬（ポイントや現金）が発生するところ（キャッシュポイント）に人を誘導しようというものです。

実店舗でいうところの来店客数がこれにあたりますので、購入者数ではないことに注意しておいてください。

ネットビジネスでは、SEOなどの検索エンジン対策を施したサイトやブログを多く作り、より多くの訪問者を複数のサイトから呼び込んで、トータルでの収益を上げるスタイルもこれにあたります。

最近では、便利なツールやソフトなどが販売されており、ほとんど手間をかけることなく、まさに機械的に多くのサイトやブログを、量産して実行する方法も多くなってきました。

これらの作業の中に人と人とのやり取りは基本的には発生しませんので、ひたすら黙々と作業を繰り返すだけです。

分かりにくければ、人が多く集まる所に自動販売機を設置して、商品が減ってきたら補充したり、入れ替えたりするようなものだと考えてください。

サイトを設置して、誰か欲しい方が買ってくれば報酬が得られるというイメージです。

ですが、キーワードにもよりますが、どこで売れるかははっきり言って分かりません。ですから大量のアクセスを集めたり、サイトを量産したりして、その中に埋め込まれたキャッシュポイントから報酬を上げていく必要がある訳です。

（２）リストビジネス

そんなトラフィックビジネスとは対極的なものが「 リストビジネス 」です。

リストビジネスとはその名のとおり、メルマガなどリストを集めて販売する型がこれにあたります。こちらは人と人とのやりとりが「 命 」です。

実社会で言えば「 顧客リスト 」ということになります。

リストビジネスとは、リストとなる読者さんの名前やメールアドレスなどを収集していき、いろいろと接触する機会を作って、読者さんとの信頼と信用を築いていき、最後にはその読者さんに商材や商品やサービスを買って頂くためにセールスをかけることです。

リストは多いに越したことはありませんが、読者さんがどんなにいても信頼関係がなければ売れません。

リストビジネスは、顧客との信頼関係の上に成り立ちますので、少ない読者数でも信頼関係があれば、高い確率で購入いただける理由がここにあります。

信用を築き上げ信頼を得ることは簡単なことはありませんから、その信頼関係が築けた時によりよく買って頂ける確率が高くなるということです。

きちんとしたブランディングを築き上げて、良い情報を流し続けることで実現出来ます。

(3) リストとトラフィックは組み合わせること

『 道標 』では「メルマガアフィリエイトをやっていく上で、それを補完するためのブログであったり、ウェブサイトであったりSNSやフォーラム、twitterなどのあらゆる媒体をメルマガを通じて繋ぎ合わせていくことで、さらにあなたの稼ぎとしての骨格を強固に固めることができます。」

と説明しています。

それがこのリストビジネスのメルマガであり、トラフィックビジネスのブログです。

弱点があってもそれを補うものがあれば、大変強くなりますね。

- コンテンツをリアルタイムで届けることの出来るメルマガ
- コンテンツを保存するためのブログ

それぞれの強みを上手く連携させることで、継続的な収入の流れを作っていくことが出来ます。

『 道標 』はメルマガアフィリエイトにフォーカスしておりますが、サポートのためのブログ構築については、別商材か本教材と相性の合うブログ構築商材があればご紹介します。



10. 1通を大切に書くだけ

メルマガを1通書くという作業は、読者さんが一人の時でも何万人の時でもメルマガを発行するためにやる作業は何も変わりません。

同じ労力でその効果たるや、数100倍・数1000倍・数万倍の力になっていくのです。

これがメルマガの凄さなんです。

ですから、出来るだけ毎日1通ずつ大事に大切にメルマガを書いて、それこそ魂を込めて書いて、そして平行しながら読者さんを増やしていく。

メルマガを書くという作業は毎日変わりませんが、その届ける相手が日増しに増えていくと、着実に購入してくれる方が増えるということになりますので、とても楽しみではないでしょうか。

濃い読者さんはなかなかすぐには集まりませんが、それでも、メルマガを出し続けることであなたのファンは着実に増えて行きます。

ですから、

「 なかなか反応がないなあ・・・ 」

「 書くモチベーションがあがらないなあ・・・ 」

「 毎日配信し続けるモチベーションが持続出来ないなあ・・・ 」

「 報酬画面が一向に変わらないなあ・・・ 」

例えそのような状況であっても、少し辛抱して続けてください。

ネットビジネスは継続出来るかどうかが鍵になります。

続けられずに止めてしまう人が多いのも事実です。

かと言って、あなたのメルマガの内容が「今日はF×」「明日はダイエット」「明後日はサイトアフィリエイト」となってしまうと、オリジナリティが感じられませんか？で読者さんから見たら行き当たりばったりの印象を持たれてしまいます。

きちんとあなたが「伝えたいもの。紹介したいもの。」を決めておいて、それを繰り返し紹介していくというスタンスを崩さないほうが、読者さんは付いて来ます。

◆ 第2章のおわりに ◆

第2章は、本教材のメインテーマでもある「メルマガを利用したアフィリエイト」について説明してきました。

あなたは、メルマガを発行すること自体さほど難しくないと既に知っていて、どちらかと言うと継続することのほうが最大の壁だと思っていたかもしれませんね。

でも、本章で継続してメルマガを出し続けるためのマインドや、実際にメルマガの発行に行き詰ったときの回避法についても説明をしました。

メルマガを発行していくことは、読者さんとの接点を常に持つということになります。またブログを連携させることで、ブログ側の記事も増えて行きますし、更新頻度が高いブログということで、検索エンジンの評価を得やすくなります。

さらに文章力も付いてきますし、引き続き第3章以降を読んで貰えればメルマガの体裁や注意点なども身に付けられます。

今後はメルマガを書き上げるスピードも速くなって来るはずですので、その分コンテンツたっぷりのメルマガを配信することが出来るようになります。

第3章からは、いよいよ『道標』のメインテーマともいえる「メルマガの書き方・出し方」など、本格的にメルマガを発行していくための説明に入っていきます。

では第2章はここまでです。

おつかれさまでした。

