

資格とっ太郎の メール講座

Vol. 1~10

こんにちは、資格とっ太郎です。

この度は僕のメルマガにご登録いただきまして、ホントにありがとうございます！

まず、このメルマガに関するお知らせが3つほどありますので、順番にご覧ください。

◆ 1、自己紹介（2014年1月現在） ◆

『資格とっ太郎』という名前からもご想像いただけますように、資格をとることに情熱を燃やす、ちょっとシャイなメガネボーイです（笑）

今までいろんな資格を取ってきて、資格以外にもいろんな勉強をしてきて、「勉強とともに人生を過ごしてきた」と言っても過言ではありません。

今はネットで起業して頑張ってます。

現在、24歳。

僕のサイトやメルマガを見た人からは「おもったより随分若いね」と（不本意ながら）良く言われますが、最近ではポジティブにとらえています。

中には、「50歳くらいの方が書いているのかと思いました。」という、ショッキングな告白もありました（涙）。

（俺の文章ってそんなに歳取ってるのかよ。。。）

と言うわけで、この世で三番目に苦手な自己紹介はこの辺にしておきたいと思います。

（ちなみに二番は英語、一番は不機嫌な時の嫁です・笑）

◆2、メルマガのコンセプトについて◆

このメルマガは、ただ勉強のやり方だけをお伝えするためのものではありません。

もちろん、僕が実際に効果を実感していて、結果が存分に出てる勉強方法もお伝えするのですが、それだけじゃなくて、もっと“その先”を見据えています。

“その先”というのは、資格を取った後、「じゃあどう使うのか？」ということです。

いろいろな使い方は考えられるのですが、とりわけ僕みたいに、「資格を取って独立開業したい」という声にお応えして、僕が今まで学んできたそして、実践してきた独立開業・ネット起業のための“ビジネスの知識”をお伝えします。

そういう意味で、世の中にはいろんな資格取得法や勉強法といった本やサイトが乱立しているのですが、そんなどこにもある“その他大勢”ではなくて、このメルマガは僕にしか書けない、ここでしか読めない僕だけのオリジナルなものになっていると思います。

あなたが独立開業やネット起業といった、ビジネスのことに興味があるかどうかはわかりませんが、一人の資格を取った青年（資格とっ太郎）が、「こんなことやってるんだ〜」と、生暖かく（笑）見守っていただければと思います。

そして、このメルマガはステップメールになっています。

僕がメルマガを書き始めて、現時点でもう半年以上になるのですが、今まで書いてきたメルマガの“総集編”のようなものが、「メール講座」というかたちで、ステップメールとして毎日1通送られてきます。

ですので、「途中からメルマガに登録したので内容についていけない!」という
ことは(多分)ないかと思うのでその点をご安心ください。

もちろん、リアルタイムで書いているメルマガも、あなたの元へ届きますので
「ステップメールを読んでからリアルタイムのものを読む」か、「とりあえずリ
アルタイムのものも一緒に読む」のかは、あなたの自由ですので好きなように
お読みいただければと思います。

◆ 3、ウェルカムレポートのご案内 ◆

あなたが僕のメルマガへお越しただいてくれたお礼に、ウェルカムドリンク
ならぬ、ウェルカムレポートをご用意させていただきました。

レポートの内容は、これからの日本の(労働も含めた)ビジネスが、今後どう
変わっていくのかを僕なりの視点でまとめたレポートです。

このレポートを読むと、僕がなぜ会社で働くことではなく、ネットで起業しよ
うと思ったかが、すぐにわかると思います。

簡潔にまとめるために、多少堅苦しい言い回しを使っていますが、まぎれもな
くこのメルマガを書いている僕が書いたレポートです。

(こんな堅苦しい言い回しをするから 50 歳くらいに見られちゃうのかな。。。)

↓レポートはこちらです (PDF 直リンク)

<http://jscatch.com/tottaro/korekara.pdf>

資格を取って、何か新しいことに挑戦しようとしているあなたの努力が無駄に
ならないために、心をこめて書き上げましたのでどうぞご覧ください。

それでは、今日はこの辺で。

また明日お会いしましょう！ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、記念すべき第一弾は、、、

- 1、資格は知識の証明書
- 2、ビジネスの世界へようこそ！

というタイトルでお届けです。

前回のありがとうレポートはもうご覧になりましたか？

ちょっと難しい内容だったかもしれませんが、とても重要なことを書いているのでお気に入りにも入れて、時間のあるときにでも、ちょいちょい読んでみてくださいね！

それでは早速、メール講座第一回目をお送りしたいと思います。
よろしく願いしまーす。

◆ 1、資格は知識の証明書 ◆

まずはじめに、資格習得を考えるにあたり次の事を覚えておいていただきたい
と思います。

それは、

「日本は知識社会である」

“資格を持っている”ということには二つの意味があるということをご存知でしょうか？

一つ目は、資格を持っていることによって、その仕事に従事できること。

例えば、電気工事士の資格であれば、電気工事の仕事に従事できるようになります。

行政書士として仕事をするには、行政書士の資格がなければなりません。

つまり、その資格がなければ、その仕事ができないという、本来の意味での“資格”です。

そして二つ目、実はこれが今の日本で最も重要視されている事なんですが、

“資格は知識を証明するための証明書になる”ということです。

~~~~~  
電気工事士の資格を持っていれば、電気工事の仕事に従事できるのはもちろんですが、ただ単に電気工事をするだけでなく、

「ああ、この人は電気の知識を持っている人なんだな」という客観的な証明になるわけです。

この知識社会の日本の原理では、誰かに知識を認められることは、即、自らの収入へ直結します。

それは実際、資格手当を支給している企業が多いことからわかります。

これは、会社がその人の知識を認めて、それに対してお金を払っていることに他なりません。



逆に、どんなに自分が知識を持っていたとしても、それを誰にも認めてもらえなければ、無いのと同じです。

そういう意味で、資格というのは、知識を得ることができるし、同時にそれを周りに認めさせることができる、一挙両得の手段なのです。

もちろん知識は、資格だけあればそれでいい、という訳でもないのですが、資格ほど簡単に知識を証明できるものもありません。

「私はこの資格を持っている」というだけでいいのですから。

例えば僕は、法律の知識よりビジネスの知識のほうを圧倒的に持っているのですが、実は、法律の知識を認めさせることは簡単で、ビジネスの知識を認めさせるのは難しいのです。

というのも、

「行政書士の資格を持っている」と言えば周りに法律の知識を認めさせることは簡単なのに対し、僕はビジネスの資格を持っていませんから、簡単に伝える方法が無いのです。

仮に僕がビジネスの知識を周りに認めてもらおうとすると、いろいろとビジネスのやり方を伝えたり、それを実践してもらって成果を出してもらったりしなければ、僕のビジネスの知識は周りに認められないのです。

この知識社会では、知識を得ることは非常に重要です。

そしてその知識を“認めさせる方法”も、知識を得るのと同じくらい重要なことであることも、同時に覚えておいてくださいね！

そのために、“資格” というものが必要になってくるのです。

◆2、ビジネスの世界へようこそ！◆

ステップメールでは、一通で勉強系の記事とビジネス系の記事を同時に配信しているのですが、ちょっとボリュームで胃もたれしてしまうかもしれませんが、ちょっとだけ頑張って読んでみてください。

ビジネスを学ぶと、今までの世界観が変わると思いますので。

「ビジネスの世界へようこそ！」というタイトルにもあるように、ビジネスにはビジネスなりの世界観があるので、かつての僕みたいに雇用されて働く事しか経験したことが無かった人にとっては、まさに考え方が 180 度変わると思います。

というのは、文字通り、ビジネスをやるには全く別の世界へ移動しなければならないからです。

ちょっとだけイメージしてみてください。

ビジネスでは儲かる“しくみ”を自分の手で作らなければなりません。

既に来上がっている“しくみ”の中の歯車として雇われるのではなく、“自分の手で”1からつくらなければならないのです。

例えばコンビニには、人目の付くところに店舗があって、その中に商品があって、レジの店員さんがいて、お客さんが買い物をする（お金を払う）空間が、すでに出来上がっています。

この全体が“しくみ”です。

どんなビジネスにも、この“しくみ”がかならず存在します。

そして、店舗とか、商品とか、レジの店員さんとか、そういった部分的なものが“歯車”として、“しくみ”という大きな機械に組み込まれているのです。

(もちろん組み込むのも、しくみを作る側の人ですよ?)

つまり、ビジネスの世界に入り込むということは、部分的な“歯車”という世界から飛び出して、(全体として)しくみを作る側の世界へ入り込むということです。

ビジネスを学ぶ、とは、しくみを作る側の世界の“ロジック”を学ぶことです。

余談ですが、日本にも中小企業診断士と言ったようなビジネス系の資格は多々あるんですが、しくみを作る側の世界観を学べる資格はありません。

僕がビジネス系の資格を持っていないのは、何を隠そうこのためです。

だから僕は、中小企業診断士の勉強は半分くらいでやめて、もっと別のところからビジネスを学ぼうと、ドラッカーをはじめとした様々なジャンルの本を、読み漁ってきたわけですね。

ちょっと話がそれてきたので戻しますが、ビジネスを学ぶというのは、“しくみを作る側の世界観を学ぶ”ことであるということ覚えておいてください。

ビジネスを勉強していくうえで、これに気づいているかいらないかで、理解の度合いが格段に違います。

残念ながら、こんな単純なことに気づくのに僕は1年近くかかったので(マジで)あなたはそんなことがないように、しっかりと覚えておいてくださいね!

それでは、今日はこの辺で。

次回は、だんだん具体的な内容に入って行って、

- 1、テキスト選びでやってはいけないこと
- 2、ビジネスの基本あれこれ

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

1、テキスト選びでやってはいけないこと

2、ビジネスの基本あれこれ

というタイトルでお届けです。

前回のメール講座はもう読まれましたか？

「世界観とか意味わかんねえよ」と、ちょっと難しいと思われた方も何人かいらっしやったかと思いますが、そこまで深く考えずに、頭の片隅にでも留めておいていただければ十分です。

それでは早速、メール講座第二回目をお送りしたいと思います。よろしく願いしまーす。

◆ 1、テキスト選びでやってはいけないこと ◆

突然ですが、人が何かを記憶するためには、ちゃんとした“順番”を踏まなくてはならないことをご存知でしょうか？

とっても単純なことなので、ぜひここで覚えておいてください。

それは、

「理解してから → 記憶する」

という順番です。

とっても簡単ですね？

(手持ちのメモ帳にでもメモってくださいね！)

で、これとテキスト選びがどう関係していくかと言う事を、これからお伝えしていきたいと思います。

よく初心者が陥ってしまいがちな致命的ミスに、「なるべく薄いテキストを買おう」と思ってしまうことがあります。

ですが、これはダメです。典型的な失敗パターンです。

「なるべく薄いテキストを買おう」

そう思ってしまういたくなるのもわかります。

薄いほうが、勉強する内容が少なくて簡単そうだからと、思いたくなっちゃうんですよね。。。

でも残念ながら、そんな薄いテキストに、初心者が理解できるほどの丁寧な説明はまず載っていないので、かならず失敗します。

そのテキスト一冊を、一言一句丸暗記すれば、もしかしたら合格できるかもしれませんが、そんなことはおおよそ不可能（というか、そんなことするくらいなら、分厚いテキスト読み込むほうが遥かに早い）。

いいですか？記憶するにはちゃんと順番を踏まないとダメなんです。

「理解してから → 記憶する」

なので、テキストを選ぶ時は、しっかりと理解できるテキストを買ってください。

そして、理解できるテキストというのは、丁寧に解説されていて、その分情報も増えるので、たいていは分厚いものになります。

たとえば、行政書士の場合だと、全ての科目の内容が1冊にまとめられた、500ページくらいのテキストがあるんですが、それは薄いテキストになります。

科目ごとに300ページのテキストを買って、結果的に1200ページくらいのボリュームになると、初心者でも理解できるちゃんとしたテキストになります。  
(僕自身の経験がそう物語っています。)

500ページを一言一句覚えるのって大変ですよ？  
(そんなこと人間にできるのかな?)

でも、1200ページでちゃんと内容を“理解”できると、「理解してから → 記憶する」という順番になるので、そんなに苦痛なく、覚えられちゃうんですよ。

「なかなか記憶できない」という人の多くは、まずこの「理解してから → 記憶する」という順番ができてません。

記憶するっていうのはまずそこからです。

記憶法とか勉強法とかを見直す前に、まずはそこです。

(それさえしっかりできていれば、ぶっちゃけ記憶法とかどうだっていいんですよ。)

というわけで、テキスト選びで失敗しないようにしっかりと“理解できる”ものを選んでくださいね！

## ◆ 2、ビジネスの基本あれこれ ◆

今回は“ビジネスの世界観”という内容についての記事を配信させていただきました。

「ビジネスを学ぶことは、しくみを作る側の世界観を学ぶ」

ということはまだ覚えていますか？  
(覚えて無かったら復習してくださいね)

そして、今回はビジネスの基本的な要素である「商品」「集客」「販売」についてお伝えします。

「商品」「集客」「販売」

これらはビジネスにおいてもっとも基本的で重要な3つの要素です。

商品をつくり、集客し、そして販売する。

ビジネスでは絶対に外せない基本的なステップです。

前回コンビニに例えましたが、コンビニには店舗があって、商品があって、レジの店員さんがいます。

この例でいくと、店舗というのが「集客」になって、商品はそのまま「商品」



で、レジの店員さんが「販売」という、それぞれの役割を果たしています。

どんなビジネスでもこの3つの歯車を“しくみ”に組み込まなければビジネスは成り立ちません。

この3つの「商品」「集客」「販売」が全てそろわない事にはビジネスの成功はあり得ないということを覚えておいてください。

当たり前ですよ？

どんなに素晴らしい商品があっても、商品だけがそこにあるだけではどうしようもありません。

「集客」して「販売」しなければ、お金は入ってこないのです。

つまり、商品力・集客力・販売力、この3つが一体となってようやくモノが売れる、ビジネスが成立する条件となります。

ビジネスの成果はこの3つの「商品力」「集客力」「販売力」の掛け算だと考えればわかりやすいかもしれません。

「ビジネスの成果 = 商品力 × 集客力 × 販売力」

つまり3つのうちどれか一つでも欠けていれば答え（ビジネスの成果）は0です。

全体が揃ってようやく爆発的な威力を発揮するという点でまさに掛け算です。

理解できましたか？

「商品力」「集客力」「販売力」をもうちよっとだけわかりやすく言うと、こうなります。

商品力（品質）

→その商品を買った人がどれだけ満足できるか。

集客力（惹きつける力）

→お客さんにどれだけ興味を抱いてもらえるか。

販売力（売る力）

→集めたお客さんにどれだけ買ってもらえるか。

この3つはとっても基本的な概念です。

次回からは“それらをどのように高めていくのか？”ということを考えていきますので、この記事で基本的な「商品力」「集客力」「販売力」というものの概要は覚えておいてくださいね！

ところで、ビジネス系の記事を読むときは、あなた自信に当てはめて、「自分の場合だと商品は何になるのかな〜？」とか「集客はどんな風になるのかな？」とか、なるべく頭の中でイメージして、想像しながら読んでみてください。

まだビジネスを始めてなくても、想像でも妄想でも（笑）いいので、頭の中でイメージすることが大事です。

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

- 1、勉強計画はこう立てる
- 2、新規客と固定客

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

1、勉強計画はこう立てる

2、新規客と固定客

というタイトルでお届けです。

前は、

「テキスト選びでしてはいけないこと」

「ビジネスの基本あれこれ 商品、集客、販売」

と言う内容でした。

しっかりと理解できてますか？

一回で理解する必要は全くないので、そんな時は自分の中で腑に落ちるまで何回も何回も読み返してみてください。

それでは早速、メール講座第三回目をお送りしたいと思います。よろしく願いしまーす。

#### ◆ 1、勉強計画はこう立てる ◆

基本的に自由に立ててもらって構わないのですが、重要なポイントが3つあります。

それは、

- 1、短時間で
- 2、ざっくり立てて
- 3、計画通りいかななくて良い。

ということ。

せっかく計画立てたのに計画通りいかななくて良いとはどういうことじゃい、とつっこみが入りそうなところなのですが、そこはひとまず置いて、1から順番に説明していきます。

まず「1、短時間で」というのは、そのままの意味です。

計画を立てるのに何時間も何日もかけててもしょうがないです。

- ・試験までの期間はどのくらいか？
- ・一日何時間勉強できるか？
- ・一ページ何分くらいで読めるか？

などなど、そこら辺を考慮に入れて短時間で計画を立てましょう！

そして「2、ざっくり立てて」です。

「このテキストのこのページをこの日にやって・・・」みたいに細かく計画を立てる必要はありません。

「何日から何日までにこの科目を終わらせる」くらいのざっくりした感じでいいのです。

というのは、計画通りにいかなかったときにわざわざ細かく見直す必要が出てくるからです。

計画が細くなればなるほど、計画通りにいかない可能性が高くなるだけでなく、計画の修正にも時間がかかってしまうのです。

しかし、ざっくり立てていれば、見直しもざっくりでいいし、計画を立てるのにたいして時間もかかりません。

目的は正確な計画を立てることでは無く、あくまで勉強して合格することです。

そこをはき違えないようにしましょう。

(というか、計画が細かい人ほど途中であきらめやすかったりするものです)

そして最後「3、計画通りいかなくて良い」ということ。

これは、元も子もないように聞こえてしましますが、実は計画通り事が進むことのほうが珍しいというのが世の常です。

計画通りいかなかったからといって、わざわざ神経質になったり落ち込んだりする必要はありません。

むしろそれが当たり前だと思ってください。

僕らは人間なので、気分が良い時もあれば悪い時も当然あります。

気分が乗っている日はどんどん勉強がはかどりますし、逆に悪い日はまったく勉強が進まない事でしょう。

そうなれば、当然計画通りいかない場合も出てくるでしょう。

そんな時に無理に計画に合わせようと勉強をするのは効率が悪いばかりでなく、勉強そのものへのやる気も失いかねません。

そういう気分が乗らない時には、むしろ計画を無視して、気分を戻すことに力をいれましょう。

例えば、睡眠や軽い運動、音楽など人それぞれ気分を乗せる方法はまちまちでしょうが、とにかく気分が乗らない勉強は極めて効率が悪いので避けるべきです。

計画はあくまで目安です。

まったく無い（目安が無い）のは問題ですが、絶対にその通り進めなければならないものでもないです。

むしろ、絶対にその通りに進めなければならないようなガチガチの計画を立てた時点でそれはもう破綻しているのです。

計画は、そのとおりにならない事を前提に、しかし現実離れしすぎない程度に立てるのがベストです。

以上、計画の立て方でした。

- 1、短時間で
- 2、ざっくり立てて
- 3、計画通りいかななくて良い。

というわけで以上の三つのポイントをおさえて“使いやすい計画”を立ててみてくださいね。

## ◆ 2、新規客と固定客 ◆

前回の記事では、「商品・集客・販売」という、ビジネス全体の“しくみ”の部分のお話でした。

そして今回も、引き続きその“しくみ”的な内容です。

細かな詳細知識に入る前に押えておかなければならない大枠になるのでぜひ理解できるまで腑に落ちるまで何回も何回も読んでくださいね。

今回の内容は「新規客と固定客」。

突然ですが、ビジネスで売り上げを増やそうと思ったら、次の二つしか方法はありません。

- 1、新規客を獲得する
- 2、既存客に再購入してもらう

このどちらかしか方法はありません。

そして、僕みたいに個人単位で、小規模なビジネスをやろうとするときには、2のほうを大事にしなければなりません。

なぜなら、1の新規客の獲得には非常にお金がかかるからです。

資金が潤沢で、大規模なビジネスであれば、それはもう目玉が飛び出すくらい  
の大量の広告費を使うことも可能でしょうが、

僕みたいに、ちょっとお高い数万円の教材を買ったくらいで嫁に睨まれるような、フトコロの寒い人（笑）には、大量の広告費を使い続けるなんて無理な話です。

（余談ですが、半年で35マソ円のアフィリエイト塾に入ったのがバレたときにはしばらく口を聞いてもらえませんでした・涙）

というわけで、僕みたいな一般人の、小規模なビジネスでは、多額の広告費を浪費することは得策ではありません。

広告を出す→新規客を獲得する→売る→また広告を出す・・・と繰り返すだけ



では自転車操業になりかねないからです。

もちろん最初のうちは新規客を獲得しなければ、どうしようもないのですが、いつまでもそれに頼るのではなく、どこかで2の既存客への再購入（つまり固定客化）に重点を切り替えなければならないときがやってきます。

ではどのようにお客さんは固定客になっていくのか？

基本的には商品を買った人が、その商品によって満足することができれば、また買う可能性があるので固定客となります。

ですので、まずは商品で満足させることができなければ話にならないということはあるかもしれません。

しかし固定客を考える上でもう一つ重要な考え方があるのですが、それは“固定客を失わない”ことです。

商品を買って満足した人が、いつまでも固定客として止まってくれる訳ではありません。

放置していればそのまま去っていくのみです。

人は放っておかれると気持ちが冷めて自分の元から去ってってしまうのです。

まさに恋愛と一緒にですね。

（中学時代の切ない恋の物語を思い出します。 ←どうでもいい）

だから定期的なコミュニケーションが欠かせないのです。

ひとつ例を挙げてみましょう。

美容室に行ったことがある人は経験あるかと思いますが、

一回美容室に行くと大抵の場合、定期的にハガキが送られてくるようになります。と思います。

「いかがお過ごしでしょうか?」「ハガキ持参で 10%OFF!今すぐご来店を」みたいな内容のものが送られてくるかと思います。

これも、既存客を失わないようにするための手段(=コミュニケーション)のひとつです。

そしてこれも、ただ送ればいいと言う訳ではなく、コミュニケーションが重要ですから「私はあなたの事をいつも想っていますよ」というメッセージを相手に伝えることが大事です。

ただただ、〇〇%OFFなのでお店に来てくださいみたいな無味乾燥なメッセージはコミュニケーションではありません。

あくまで気持ちを込めたメッセージであることが重要です。

そして、十分な人数の人が固定客として、あなたのファンになってくれたらもう頑張ってお金をかけて新規客を集める必要すらなくなります。

広告費をかけなくても良い、けれど商品はしっかり売れる。

広告費という大きな経費をかけなくて済むわけですから、それだけ売ったときの利益率も高くすることができます。

この状況をつくりあげることが、ビジネスにおいて、とくに個人規模でのビジネスでは理想的なカタチになります。

というわけで、今日はビジネスの“しくみ”の中の、「顧客」というものについて見ていきました。

まだビジネスをやっていない段階では、ピンとこないような話かもしれませんが、今はまだ「なんとなく」ざっくりと覚えておいて、実際にビジネスを始めたときに、またこのメルマガを読み返していただければ、効果抜群だと思います。

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

- 1、変態（笑）記憶術
- 2、広告の知識

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

1、変態（笑）記憶術

2、広告の知識

というタイトルでお届けです。

前回は、

「勉強計画はこう立てる」

「新規客と固定客」

と言う内容でした。

とくに、新規客と固定客という考え方と、固定客を育てるということはとっても重要なので頭の片隅に置いて下さいね。

それでは早速、メール講座第四回目をお送りしたいと思います。よろしくお願  
いしまーす。

#### ◆ 1、変態（笑）記憶術 ◆

深夜、午前1時。

真っ暗な部屋の中、机の上の電気スタンドだけがぼんやりと輝いている。

机に向かっている一人の男は、なにやらぶつぶつ独り言を言っている。。

「はい、この式に数字を代入してください・・・ぶつぶつ」

「気体は危険物に含まれると思いますか？・・・ぶつぶつ」

「なにか質問がある人？・・・ぶつぶつ」

言葉の内容からすると、まるで一人で講義でもしているかのようだ。

しかし、部屋には彼ただ一人。他には誰もいない。

そんなことは気にもせず、彼はひたすら講義を続けていた。。

・・・と、これこそが僕（資格とっ太郎）の変態（笑）記憶術の勉強風景です。

「知識は教える事ができて初めて本物になる」という言葉にもあるように教える事は自分のためにもなります。

しかし、問題はそんな都合よく教える相手なんていない、ということです。

教えてほしくもない人に、無理やり自分の知識をひけらかすようなことをしてもただウザがられるだけの、“イタイ人”になってしまいます。

そこで僕は・・・

教える相手がいなければ、勝手に作ってしまえ～、というコペルニクスの転換を果たしたのです（笑）

難関資格であればあるほど、“記憶力”と“理解力”が鍵になってきます。

もしあなたの身の回りに、だれも教えるような相手がいないのであれば、  
仮想の相手を作ってみてください。

そして、家で一人で勉強しているのなら、せっかくなので勉強しながらその人  
に教えてあげてください。

もちろん声に出しても良いですし、ひそひそ声でも大丈夫です。頭の中だけで  
唱えるよりも、少しでも声に出した方が良いです。

脳は重要だと認識したことを記憶する・・・というような詳しい科学的原理は  
また別の機会にまとめてお伝えしようと思いますが、とりあえず、この方法は  
確実に効果があります。

一つだけお願いがあります。

近所迷惑になるような大きな声を出したり、家族に「頭がおかしくなった」と  
思われないように注意してくださいね（笑）

はっきり言って、傍から見ると“頭のおかしい人”と思われてもおかしくない  
ので（笑）

どう考えても普通じゃないですからね（爆）

僕も最初一人でやってるときは、恥ずかしくなって脂汗が噴き出してきたのを  
今でもはっきりと覚えています。

だからこそ、脂汗を流したという思い出とともに、勉強した内容も見事に記憶  
しているのです。

恥ずかしい、ホントに恥ずかしいです。

「自分は何をやっているんだろう」と虚しくなってくるかもしれません。。

しかし、経験上、明らかに理解度が上がって、記憶にも定着したのを実感していたからこそ、この快感はやめられなかったのです。

「部屋で一人」、「快感」、「やめられない」、と卑猥な話に聞こえてしまったら申し訳ない（笑）

というわけで、べらべらと御託を並べるのはこの辺にして、一度試してみて効果を実感してもらうのが一番です。

あなたがこの方法を実践した後、試しに問題集でも解いてみてください。

記憶の定着度合いと理解度合いに、明らかな“違い”が分かるはずですよ。

というわけで、今日のキーワードは「誰かに教えよう！」です。

もちろん「誰か」は、実態のある人間でも良いですし、仮想の人を作りだす、変態（笑）記憶術でも OK です！

## ◆ 2、広告の知識 ◆

前回の記事の「新規客と固定客」のなかで、売り上げを増やすための、二つの方法をお伝えしましたが、覚えていますか？

- 1、新規客の獲得
- 2、既存客からの再購入

この二つです。覚えていましたか？  
(覚えて無かったら、復習！復習！)

そして、僕みたいにフトコロ事情の寒い人には、2が重要です、ということもお伝えしました。(これも覚えて無かったら、復習！復習！)

で、本題に入っていくのですが、いくら僕みたいにフトコロ事情が寒かったとしても、一からビジネスを始めるんだったら、必ず1の新規客の獲得というところからは逃れられません。

ということで、その1の新規客の獲得というのを実現するための、ひとつの手段として、広告があるということを覚えておいてください。

ただそこに商品があるだけではなにも意味がない、というのはビジネスの基本のところでも説明した通りですが、

広告という作業を経て、商品を世の中に知らしめるという、いわゆる集客をしなければビジネスは成立しません。

そして広告と一言でいっても、テレビCMから街角のビラ配りまで多種多様な種類がありますから、その中から自分のビジネスに最適なものを選んでいく必要があります。

最近では、Twitter 集客や Facebook 集客といった、いろんな広告方法があるのでまずはいろいろ試してみましょう！

資金と労力が許す限り、どんな広告媒体を選ぼうが自由なのですが、まずは何はともあれ広告というものを知らなければ、なにが最適なのかもわかりません。

というわけでまずは広告の知識です。



広告には次の二つの分類が重要になってくるということをはじめに頭に入れておいてください。

- 1、イメージ広告
- 2、レスポンス広告

この二つです。

例によって、それぞれについて簡単に説明します、

イメージ広告とは、自分の会社や商品を“認知してもらう”ことを目的とした広告です。

大々的に広告することによって広く世の中に知らしめるのがイメージ広告です。

「繋がりやすさ No.1!」とか言ってる、例のあのケータイ会社がやってるのもこのイメージ広告ですね。

国民の多くがその会社や商品を知っていると言うのは、ブランドになるので、イメージ広告はブランド構築のためでもあります。

つまり、イメージ広告とは大金をこしらえ（億単位以上）、大規模に出すものなので、中途半端ならやらない方がましな諸刃の剣なのです。

とても小規模なビジネスには適しません。

中小企業が大企業のまねごとをして、中途半端なイメージ広告に大金を使って致命的な痛手を負うことも珍しくなかったりもするわけです。

とまあ、普通の人にはおおよそ準備できないようなお金なので、そういう広告もあるんだなあ、と冷ややかな目で見ておきましょう（笑）

そして一方、レスポンス広告というものがあります。

小規模なビジネスではこれがとても重要になります。

レスポンス広告とは、広告を見た人に何らかの行動を促す内容の広告です。

例えば、来店してもらうためだったり、買ってもらうためだったり、会員登録してもらうためだったり、と、どんな行動を促すのかは様々ですが、なんらかの行動を促すところにポイントがあります。

前回の記事（新規客と固定客）で、美容室を例に挙げたのを覚えていますか？

覚えて無かったら、ちょっとだけその記事を見て欲しいのですが、美容室が既存客に出す、例のあのハガキ。

「〇月〇日までにハガキ持参のご来店で10%OFFです！」みたいなやつ。

あれもレスポンス広告の一種です。

「割引するんで来店してや〜」っていう行動を促しているのだから、“来店”という行動を促すレスポンス広告です。

そういった行動を促すのが、レスポンス、文字通り反応を取るための広告です。

広告では、「反応が取れる」「反応が悪い」といったように、反応という単語を用いることが多いので、合わせて覚えておいてください。

「反応が取れる」と言った場合は、思ったようなレスポンス（購買、来店など）があったというような意味で使います。

レスポンス広告は、ビジネスの規模を問わず非常に合理的で費用対効果の測定もしやすいので、とっても便利です。

費用対効果の測定というのは、例えばさっきの美容室の例でいうと、「ハガキ持参で割引」となっているので、広告にレスポンスしたひとは、お店までハガキを持ってきます。

そうすると、ハガキをどれだけだして、どれだけ帰ってきたかを見れば、なんと簡単に広告の効果を測定できてしまうのです。

仮に、100枚出して、20枚帰ってくれば、20人（20%）の反応が取れた事になります。

1枚50円を出したとすると、広告にかけたお金は、 $50 \times 100$ で5,000円。

そのうち20人がお客さんとして来て、1人あたり10,000円のお金を使ったとしたら、お店の売り上げは $10,000 \times 20$ で200,000円、広告によって増えたことになります。

つまり、5000円の広告費で200,000円の売り上げアップという事になります。

簡単な算数ですね。

この、効果測定が簡単にできるというのもレスポンス広告の大きなメリットです。

というわけで今回は、ざっくり広告の知識についてお伝えしました。

ビジネスでは避けては通れないところなので、よく理解しておいてください。

どうでしょうか？

そろそろビジネスについて、かなりの知識が付いたんじゃないでしょうか。いや、きっとついてます！

知識をつけることは、自信をつけることにもつながるので、これからもどんどん勉強していきましょう！

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

- 1、過去問が大事なんだな
- 2、広告活用三原則（その1）

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

1、過去問が大事なんだな

2、広告活用三原則

というタイトルでお届けです。

前は、

「変態（笑）記憶術」

「広告の知識」

と言う内容でした。

変態（笑）記憶術、ちゃんと実践してくれていますか？

実践してくれたあなたは、これで立派な変態の仲間入りです（笑）

それでは早速、メール講座、早くも第五回目をお送りしたいと思います。よろしくお願ひしまーす。

#### ◆ 1、過去問が大事なんだな ◆

これは、あえて僕があらためて言うことでもないのですが、そのまんまの意味で捉えてください。過去問は大事です、ハイ。

ただし！

なんかみなさん、「何回転やりました」とか「解説まで覚えこみました」とか、“どうでもいい”ことに時間使ってます？

ちなみに僕は、何回転とかバカらしいことはせずに、1年分は1回転で終わらせて、次は“新しい問題で”1回転します。

「過去問は最低20回以上回しましょう」とか言ってる自称講師の人たちとか結構いるけど、自分がやるわけじゃないからテキトーな無責任なこと言ってるだけですから、無視しましょう。

おんなじ問題を何回解いたところで、実力なんてつくわけないじゃん、ていうのを、なんでみんな気がつかないのかなあ。。。

あなたは、そんな無駄な時間を過ごさなくてもいいので、次にあげる2つのことをやってください。

=過去問活用その1=  
「解答力を身につける」

ちょっと試してもらえばわかりますが、テキストでどんなに知識をインプットしていても、なかなか問題を解くことができません。

そして、問題を解く力（解答力）を身につけるには、問題を解く以外に方法はありません。

しかも“新しい問題”です（←はいここ重要！）

おんなじ問題を何回転しても、意味無いのでマジでやめてください。

そんなに何回転もしたいのなら、

「もう過去問・問題集・予想模試、この世の全部をやりつくして、どうしても新しい問題が無いぜ！助けてくれ！」

というときだけ、“仕方ないので” やってください。それくらい、「何回転もする」というのは優先度低い（どうでもいい）ことです。

過去問の解き方はこうです。

「一通り問題を解く」 → 「採点する」 → 「間違った問題をピックアップ」 → 「解説は読まない」(ここ重要！) → 「なぜ間違ったのかをテキストで調べる」

解説は読まない、としているのには理由があります。

間違っただけからと言って、真っ先に解説を読んで「あ～なるほどね」で終わっては、なんにも記憶に残らないからです。

すぐに答えにたどり着くのではなく、答えを探すために“ちょっと苦労する”というのがポイントです。

実は苦労したことって記憶に残りやすいんです。

それこそ最初のうちは、解ける問題のほうが少ないと思うので、間違っただけをテキストでさがすのに、めっちゃ苦労します。

でも、その苦労があるからこそ“記憶に残る”という事を忘れないでください。

「過去問10回転やりました～！あと10回頑張ります！テヘツ☆」とかいって、バカみたいに回すよりも、1回を“じっくりと”“丁寧に”取り組んでください。

そうすると、5年分くらい過去問を解いたときに、驚くべき実力がついていることにビックリすると思います。

=過去問活用その2=  
「本番試験を想定したリハーサル」

これは意外と大事ですよ。

どのくらいのペースで問題を解いていけばいいのかは、このリハーサルで身につけてください。

実際所、本番でペース配分がわからなくて、結局時間が足りなかった・・・  
というのは、よくある話です。

ホントによくある話です。

最低でも2回以上は（もちろん新しい問題で）、本番試験を想定して、時間制限をつけて問題に取り組んでみましょう。

どれだけ本番を想定して問題に取り組んできたか？というのは、合格まであと一歩というところで力を発揮します。

というわけで、今日は“過去問”についてでした。

次回は、“テキストの読み方”について触れていこうかと思います。

ホントは、テキスト読んでから過去問に取り組むはずなのに、なぜか過去問の活用方法を先に配信してしまいました（汗）

まあ、あまり気にせず次回も是非読んでくださいね！

## ◆2、広告活用三原則◆

前回の記事では広告の重要性についてお伝えして、その中でも“レスポンス広



告” という考え方がとても重要であるということを伝えました。

覚えていますか？

「覚えて無かったら復習ですよ！」というのもそろそろ言い飽きてきたので、これからはこのフレーズを見たら、そういうことだとお察してくださいね。。

そして今回は、その広告の活用原則について書いていくわけですが、特に明言しない場合、広告とは上記のレスポンス広告の事です。

つまり広告を出すことによって何らかの反応（行動）を得ることを目的とした広告の事です。

それでは早速、実際に広告の活用三原則を見ていきたいと思います。

広告を効率よく活用するために必要な大原則が3つほどあるのですが、今回はまず、その中の1つを紹介します。

（2つ目、3つ目は、次回以降をお楽しみに～。）

まず1つ目に重要な原則は「効果を測定する」ということです。

「レスポンス広告は効果を測定しやすい」というのを前回の記事で説明しましたけど、もちろん覚えてますよね？

（例の美容室のハガキのやつですよ！）

つまり、いくらお金をかけて、どのくらいのリターンが得られたか、というのがレスポンス広告では簡単にわかります。

で、ですよ。

「簡単にわかるんですね、そうですか。」で終わるんじゃなくて、簡単にできるんだから、ちゃんとやってくださいね。ということです。

効果がわかるっていうのは、レスポンス広告の最大のメリットといっても過言ではないので、これをやらないのはもったいない、というか絶望的です。

僕がやってるネットビジネスの場合だと、ネット上のサイトとか検索エンジンに広告を出稿することになるんですが、もちろんネットでも効果を分析できません。

例えば僕が、自分のサイトを広告で宣伝したいとします。

そしてそのサイトで「資格とっ太郎の筋トレマニュアル」みたいなものを販売していたとしましょう。

(もちろん仮にですよ、そんな商品は存在してないです・笑)

そしていろんなところ(検索エンジンとか他の人のサイトとか)に広告を出稿します。

「1カ月でマッチョになりたいならここへ来い!」みたいな画像リンクを貼ったりして。。

で、実際に興味がある人はクリックして僕のサイトへやってきます。

で、やってきた人の中の一部が商品(筋トレマニュアル)を買ったとします。

この場合だと、

- ・僕のサイトへのアクセスがいくつあって、(←アクセス解析でわかります)
- ・何本商品が売れたか。

というのを、調べれば広告の効果が計測できます。

仮に、1000 アクセスあって 20 本売れたとしたら、成約率は 2%です。

つまり 100 アクセス当たり 2 本 (2%) 売れた事になりますが、この成約率という言葉も、ビジネスの世界ではよく出てくる言葉なので、覚えておいてくださいね！

というわけで、一通り効果測定について説明してきたのですが、「お前の筋トレマニュアルなんて誰が買うんだよ」というツッコミは、今のところ受け付けておりませんのでご了承ください。

僕がホントにそれを販売した時のために取っておくことをオススメします (笑)

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

- 1、テキストの読み方
- 2、広告活用三原則 (その 2)

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

- 1、テキストの読み方
- 2、広告活用三原則（その2）

というタイトルでお届けです。

前は、

- 「過去問が大事なんだな」
- 「広告活用三原則（その1）」

と言う内容でした。

なかでも過去問の活用方法は、とくに重要なところですよ。過去問への取り組み方が、合否を分けると言っても言い過ぎじゃあないので、取り組み方を間違えないようにしましょうね！

それでは早速、メール講座、第六回目をお送りしたいと思います。よろしくお願ひしまーす。

#### ◆ 1、テキストの読み方 ◆

メール講座六回目にして、やっとテキストの読み方です。

二回目の「テキスト選び」から随分日数が空いてしまいましたが、

「もう読み始めた」と言う方も「まだ読み始めてない」というかたも、

いったんテキストは脇に置いて、まずは“読み方”を学んでください。

で、そのテキストの読み方なのですが、絶対に守ってほしいポイントが2つあります。

1、最初から赤線を引かない

2、テキストは必ず2回以上熟読する

例によって一つずつ説明していきます。まずは「赤線を引かない」ことについて。

普通なら、後で復習しやすいように、大事なところを赤線なんかでチェックを入れておいたりすると思います。

でも、、大事なところってどこかわかります？

資格スクールとかだったら、講師の人とかが大事なところ教えてくれるかもしれませんが。

だけど、僕のメール講座は、あくまで独学で合格を目指しています。

最初から大事なところなんてわかるわけないですよ？

だってまだ何にもわかんないんだもん。。。。

最初から大事なところなんてわからない。じゃあいつわかるのか？？

それは、最後の最後です。

何回もテキストを読んで、何年分もの過去問に取り組んで、そうしていく中で、やっと「大事なところ」っていうのがわかってくるんです。

なので、赤線を引くのは、大事なところがどこなのかが、わかるようになってから引いてください。

過去問の活用方法の記事で、間違っただ問題は解説を読まずにテキストで探す、ということの説明しました。

覚えていますか？

「あ～この問題間違っちゃたな～。なんでだろ？。テキストで探すか。」

ハイっ！今！

赤線を引くのはこのタイミングです。

過去問に実際に出てるんだったら大事なところですよ？しかも間違えたんだから、要チェックポイントですよ？

そんな感じで、赤線を引くのは大事なところがわかってから引きましょう。

次に、2の「テキストは2回以上読む」というところについてですが、これはまあそのまんまです。

じっくり、きっちり、2回以上読んでください。

繰り返すことによって、より脳は情報を記憶しやすくなります。

テキストは、1回よりも2回、2回よりも3回、3回よりも4回、  
というのが理想ですが、まずは2回きっちり読んでください。

それから過去問に取り組み始めて、間違ったところを見直すと思うので（もちろん覚えてますよね？）、結果的に全部で4回～5回は繰り返すことになると思います。

ここまでやればもうばっちりです！

さて、では今回はこの辺にして、次回はちょっとだけ科学的な話しをしようか  
と思います。

今までお伝えしてきた勉強法が「なぜ効果的なのか？」という根拠でもあるので、「科学とかめんどくさいぜ」という方は、ぜんぜん読み飛ばしても OK です  
（笑）

でも読んだら良い事あるかもよ？（と、言ってみる・笑）

## ◆ 2、広告活用三原則（その2） ◆

前回の原則その1は「効果測定」でした。

あまり難しいことではないので、ちゃんと覚えておいてくださいね。

で、今回は広告活用原則のその2です。

その2は「少額でテストする」ということです。

これもそのままの意味で捉えてもらって結構です。

「よしっ！広告の原稿ができた！いっけえ～～！ポチっとな」

と、やってもらってもいいのですが、ほとんどの場合思ったような結果はでないで（←断言）、事前にしっかりテストしたほうが身のためです。

広告を出す時はまず予算を決めます。

例えば予算が20万円だったとしますね。

で、いきなり20万つっこんで、1万しかリターンがなかった、とかいったらもう取り返し付きませんよね？

だから、まずは少額でテストをするんです。

例えば、20万円の内、まずは1万円をテストに使ったとしましょう。

「う～ん、思ったような反応が出ないな。。。」

修正、修正。

また1万円でテスト。

「う～ん、ちょっとマシになったけど、まだまだかな。。。」

修正、修正。



また1万円でテスト。

「よしっ！これなら満足だ！」

「いっけ〜！残りの17万！ポチっとな」

といった感じの流れが、広告を出すうえでは肝心です。

最初からどんな広告が反応とれるかなんて、ほとんどわからないんです。

「はいっ、じゃあ反応のとれる広告作ってください。」

って言われても困りますよね？（僕も困ります。）

どんなに勉強しても、こればかりは経験がものをいう世界なのですし、業界によっても、反応の取れる広告っていうのは違います。

ですので、最初のうちほど、このテストが重要です。

というわけで、広告活用三原則その2「少額でテストする」でした。

次回はいよいよ三つめの「コピーライティング」です。

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

1、脳力を開花せよ！

## 2、広告活用三原則（その3）

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

- 1、脳力を開花せよ！
- 2、広告活用三原則（その3）

というタイトルでお届けです。

前は、

「テキストの読み方」

「広告活用三原則（その2） 少額でテストする」

と言う内容でした。

簡単な内容でしたよね？

今回は、もうちょっと難しい内容なので、理解できるまで何度も読み返してくださいね！

それでは早速、メール講座、第七回目をお送りしたいと思います。よろしくお願ひしまーす。

### ◆ 1、脳力を開花せよ！ ◆

資格試験の合否は、記憶力がものをいいます。

そして「理解してから → 記憶する」というのが、記憶においては大原則だと何回か前のメール講座でお伝えしましたが覚えていますか？

でも、理解とかそれ以前に、とにかく覚えなきゃいけないもの、っていうのがありますよね？

電気工事の試験とかだと、「器具の名前」とかまさにそれですね。

理解とかそんなんじゃないくて、これはこうなんだから、もう覚えるしかないってやつ。

どんな試験でも、そういうものが少なからずあると思います。

そういう時にやっと“記憶法”というものが生きてくるんですね。

(なんでもかんでも記憶法を使えばいいわけではないということは、以前にもお伝えしましたよね？)

とうわけなので、まずは脳の記憶のメカニズムについて順を追って説明していきましょう。

脳の記憶メカニズムを知るためには、脳の記憶領域と言う概念を理解しておきましょう！

脳の記憶領域には大きく二種類に分類されます。

これはよくテレビとかでも言われていることなので、聞いたことがあるかもしれませんが、その二種類とは、“一時記憶”と“長期記憶”です。

脳に入ってきた情報は、まずは何はともあれ一時記憶の領域に保存されます。

“一時”なので、お察しの通り時間がたてばどんどん忘れていきます。

全ての情報が一時的しか覚えられないと困るので、重要な情報は“長期記憶”の領域へ移されていきます。

このような過程を経て、ようやく記憶が定着するわけです。

とまあここまでは、世間一般に言われている知識なので、特に真新しい点はありません。

では、一時記憶から長期記憶へ移動させるにはどうすればいいのでしょうか？

全ての記憶が長期記憶へ移動するわけではありません。移動されるのは“重要な”情報だけです。

そしてそれを脳が選別します。

では、脳が重要と判断する情報とはどんな情報なのでしょうか？

それには、いくつか条件があるのですが、今日はその中でもとくに重要な2つの条件について説明します。

その2つとは、“失敗”と“繰り返し”です。

ひとつずつ説明していきましょう。

まず失敗についてです。

ちょっと思い出してもらいたいのですが、あなたには、今までの人生の中で忘れたくても忘れられない、恥ずかしい経験や、悔しい経験はないでしょうか？

ちなみに僕は、もう10年前の事です、当時付き合っていた彼女に、バレンタインのお返しをし忘れて、彼女の機嫌を損ねてしまったのを今でもまだはっきりと覚えています（笑）

そしてその数年後、（もう別れた後ですが）その彼女が働いているケータイショップで彼女に向かって（彼女と気付かず）散々クレームをつけまてしまいました。それが彼女と気付いたのは数日後の事。。。

彼女の事を嫌っていたわけではなくて、むしろまた前みたいに話せるようになりたいと思っていただけに、大失敗です。。。

悪気はなかったとはいえ、まあ傍から見ればサイテーな元彼ですね（汗）。

あなたにもきっと、このような忘れたくても忘れられない、“失敗経験”はあるのではないのでしょうか？

なぜ、忘れてしまいたい記憶ほど、脳ははっきり記憶しているのかと言うと、

ハイっ！ここがポイントです！

“脳は失敗した経験を重要だと認識する”からです。

重大な失敗であればあるほど、脳は二度と同じ過ちを犯さないようにしようとその経験を記憶します。

ちなみに僕は、もうどんなにムカついてもクレームというものは、なるべくつけないようにしました。思わぬところで自分と繋がっているかもしれないですからね。（元カノってというのは近すぎだけどね・笑）

つまり、あなたが何かを覚えたいと思ったなら、一度失敗してみるのが、手っ取り早いのです。

前々回の過去問活用法にもあったように「すぐに解説を読むのではなく、テキストで探す」というのは、解答を間違った（失敗）をより重要なものにするためのテクニックです。

問題を解いて、間違っていれば、それは失敗経験になります。

ただし、間違っただけですぐに解説を読んだら、失敗は失敗でも軽い失敗で終わってしまいます。

しかし、「テキストで探す」というちょっとめんどくさいことをすることで、脳は“重要な失敗”であると認識して、より記憶しやすくなるのです。

「もう間違えないようにしよう。 by 脳」と。

本番で間違わなければ、練習で何度間違えても全然問題ないので、どんどん問題に挑戦してみましよう！

これが、“脳は失敗を記憶する”という原理を応用した勉強法です。

そして、脳が重要だと判断する条件にもう一つ“繰り返し”というのがあります。

これも一般的に良く言われている事なので、あえて深入りはしませんが、一度入ってきた情報よりも二度入ってきた情報。

二度より三度、三度より四度と、繰り返し入ってくる情報については脳はより重要だと判断します。

つまり、テキストは一度だけ熟読するよりは、何度も繰り返し読んだ方が記憶に定着するということです。

だから僕は、最低でも2回以上はテキストを読んでくださいということをすすめているのです。

繰り返しが大事ですから。

それでは、ちょっと長くなってしまいましたけど、ひきつづきビジネス系の内容ですのでどうぞ～。

## ◆ 2、広告活用三原則（その3） ◆

勉強法の記事が思いのほか長くなってしまったので、今回は手短かにいきたいと思えます。

広告活用三原則その3は「コピーライティング」です。

コピーライティングとは広告を作成する際に必要になってくるスキルです。

売れるコピーを文章にして伝える技術ともいえます。

前回までで説明した「効果を測定する」とか「少額でテストする」とかは、いわば広告の出し方のテクニク的な内容でした。

でも、どんなに広告の出し方を工夫したところで、大元の広告自体がしょぼけ



ればどうにもならないですよ？

少額でテストするけど、何回やっても反応がとれない、みたいな。

そんな問題を解決してくれるのが、このコピーライティングという技術です。

ではどうすればそのコピーライティングの技術を極めることができるのでしょうか？

これについては非常に長くなってしまいますので、この記事では概要的な説明だけにとどめて、詳しい内容は僕が以前書いたレポートがあるのでそちらを読んでいただければかなり理解いただけるのではないかと思います。

直接コピーライティングのみを対象としたものではありませんが、もっと広い範囲で“文章を書く”というコピーに限らずあらゆる場面で役に立つものですのでぜひごらんくださいませ。

(特に“NotRead”“NotBelieve”“NotAct”のところは必ず読んでください)

↓レポート(PDF)のダウンロードはこちら

<http://jscratch.com/tottaro/bunsho.pdf>

例によって、簡潔にまとめるために、文章が50代になってます(笑)

まぎれもなく僕(25歳)が書いたので、そのつもりで読んでくださいね！  
(普段はこんな人ですよ～・笑)

いやまてよ、書いた当時は23歳か。(←どうでもいい)

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

- 1、最初は誰もわからない
- 2、文章力がビジネスを支える

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

- 1、最初は誰もわからない
- 2、文章力がビジネスを支える

というタイトルでお届けです。

前は、

「脳力を開花せよ！」

「広告活用三原則（その3） コピーライティング」

と言う内容でした。

ちょっと難しかったですか？

なかでもコピーライティングは、ビジネスでも最重要スキルなので、わからなかったら何回も読んで、しっかり腑に落としてください。

それでは早速、メール講座、第八回目をお送りしたいと思います。よろしくお願ひしまーす。

#### ◆ 1、最初は誰もわからない ◆

今回は勉強法と言うよりも、モチベーションを維持するためのポイント的な内容です。

「もうやる気にあふれてるから！そんなの必要ないぜ！」

と言う方は、この記事は飛ばして、ビジネス系の記事をお読みください。

資格試験を挫折する人のなかでもかなり多いのが、

「難しくて理解できない」「自分では実力不足」といったことを理由にあきらめる人たちです。

昔の僕は「そのくらいであきらめるんじゃないよ」と応援する立場をとっていたのですが、最近では「だったら辞めればいいじゃん」と真逆の考えをするようになりました。

その理由は後ほどお伝えしますが、とにもかくにも難関資格であればあるほど自分のモチベーションの維持することが、結構大変で大事だったりします。

こういった背景から「資格試験はモチベーションとの戦い」というふうに言われることもよくありますよね？

モチベーションとは、いわゆる「やる気」「動機づけ」といった意味ですが、「動機づけ」という言葉が表しているように、その源泉は「動機」にあるわけです。

モチベーションの源泉は「動機」です。

ここら辺の話は僕のブログにまとめていますので、そちらをご覧ください。

・「モチベーション向上の公式」

<http://ameblo.jp/tottaro/entry-11751150503.html>

・「モチベーション向上薬」

<http://ameblo.jp/tottaro/entry-11751845042.html>

さて、冒頭の話題に戻りたいと思います。

「難しく理解できない」「自分では実力不足」といったことを理由にあきらめる人たちに対して、なぜ僕が応援する立場から真逆の立場を取るようになったのか？

それはまさに、先程のべた“動機づけ”というところに答えがあります。

つまり「その程度のことであきらめようと思ったのなら、あきらめればいい」ということです。

内容が理解できない程度の事であきらめたくなったのなら、そもそも大したモチベーション（動機）など存在していないのですから。

本当に心の底から湧き出てくる動機（＝内なる動機づけ）が存在しているのなら、理解できない程度のことであきらめたりはしないのです。

だって最初は誰もわからないんだから。

わからなくても、それでも頑張るんです。合格する人は。

それだけの動機付けがその人にはあるのです。

誤解して欲しくないので補足しますが、けっしてあきらめることは悪いことではありません。

正当な動機が存在していないのですから、むしろあきらめるべきといっても言い過ぎではありません。

自分がやるべきでないことに無駄に時間と労力をかけることは決して賢明な選択ではないでしょう。

あきらめたいと思ったならあきらめればいい。

それはあなたが本当にやるべきことではないからです。

本当にやるべき事なら、たとえ一度あきらめたとしてもまた時が来れば再びそれに対するモチベーションは自然と湧いてくるのですから。

で、あきらめた後は、ホントにやりたいことのために時間を使いましょう。

それこそが、あなたのやるべき事なのですから。

努力することだけをやめなければ、いつか必ず良い事が待ってますよ！

と、なんかいい感じに締めくくってみましたが（笑）、ホントにやりたいことのために自分の時間を使うことってやっぱり大事なことです。

ホントはこっちを頑張りたいのに、なぜか斜めの方に向かったり。

斜めだったらまだマシで、横に進んだり、後ろに進んだりする人も多いです。

なので、やる気が出ないときに無理をするのではなく、

「ホントに自分がやりたいことはなんなんだろう？」

と、自分を見つめ直してみることも大事なことです。

◆ 2、文章力がビジネスを支える ◆

前回の「コピーライティング」の部分を勉強してくれたなら、この意味がきっとスグにわかると思います。

“文章” ってそれだけ大事なことです。

中には、文章だけで何千万も何億も稼いでる起業家の人とかいますけど、文章ってそれだけ強力なものなので、大事にしてください。

そして、文章を上達させるには、とにもかくにも「実際に書くこと」でしか上達しません。

たとえ、100 時間勉強しても、1000 時間勉強しても、実際に書かないと 1 ミリも成長しないので、ぜひ今日から毎日すこしずつでいいので、文章を書くという練習をしてみてください。

しっかり勉強したうえで、毎日文章を書き続けていると、3 カ月後には驚くほど成長していると思いますので。

そしてそれは紛れもなく、あなた自信の“宝物”になるので、ぜひやってみてください。

「自分には文章の才能がない。。。」

とか思わなくても大丈夫です。

最初はみんな（僕も）くだらない文章しか書けないんですから。

文章だけで何千万も何億も稼いでる人たちだって、最初はくだらない文章しか

書けなかったんですから。

でも、練習に練習を重ねて、そしてちょっとだけ勉強して、文章が上達していたんです。

ここだけの話し、世の中の“コピーライター”と呼ばれる人達って、めっちゃ稼いでます。(もちろん全ての人と言うわけではないですけど。)

仕事の性質上、表に出てこない人達なので、あまり有名になることはないですけど、“売れる文章を書く”っていう、お金にモロに直結する仕事を提供している人達なので、何億円規模のビジネスのコピーを作るとなると、それはまあ想像を絶する金額になるわけですが、、、

そんなコピーライターの人たちも、やってることは単純です。

ただ単に“売れる文章”を書いているだけ。

とまあこんな感じで、あなたがビジネスをやる時に自分で文章力を持っていると、それはあなた自信の強みになります。

コピーライターへのバカ高い報酬を払わなくても、もう自分で書けるんですから、なんの問題もありません。

そもそも、文章を書けないということは、正しく伝えることができない、ということなので、ビジネスをやるものとしてもふさわしくないでしょう。

ですので、いまのうちに文章の練習をして、いざビジネスを始めたときに、困らないようにしっかり準備しておきましょうね！



それでは、今日はこの辺で。

PS.

「コピーライティングをもっともっと勉強したいです！」

というやる気のある方は、今まで僕が勉強してきたなかで、特にオススメな教材をこちらにまとめています。

<http://jscratch.com/ichiran/>

木坂さん（というネットビジネス界でダントツトップの実力を持つ人）のコピーライティングが学べる、唯一の教材です。（表に顔を出さない人なので、今では一般人が買えるのはこれだけ。。。）

次回の内容は、、、

- 1、独学は難しい。。。
- 2、先行投資の重要性

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

- 1、独学は難しい。。
- 2、先行投資の重要性

というタイトルでお届けです。

前は、

「最初はだれもわからない」  
「文章力がビジネスを支える」

と言う内容でした。

特に文章を書くスキルっていうのは、言いかえるとコミュニケーションのスキルでもあるわけなので、ビジネスでは必須のスキルです。

最初は難しいかもしれないですけど、少しずつ練習して上達して行ってくださいね！

それでは早速、メール講座、第九回目をお送りしたいと思います。よろしくお願ひしまーす。

◆ 1、独学は難しい。。 ◆

僕自身、最近では“独学が難しい”とは思わなくなったのですが、始めて独学に挑戦した時は、血ヘドを吐きそうなほど苦労したのを覚えています。

独学はホントに難しいです。

今でこそ、予備校や通信講座を受けるより、独学のほうが「自由」だし「早い」し、ほとんど僕の中では独学のデメリットが皆無なので、なにか勉強をする時も大抵は独学でしかやりません。

予備校に通うのとかめんどくさいし、通信講座の添削課題もわずらわしいし、そして特にメリットも感じていないので。

でも、独学ってホントに難しいです。

慣れてないと、というかやり方がわからないと、デメリットでしかありません。

確かにお金はかからないかもしれないけど、誰も教えてくれる人はいないし、誰も勉強しろとも言ってくれないし、サボってしまうし、あきらめたくなるるし。。

僕の最初の頃は、まさしくそんな感じでした。

隣にマンガやゲームがあれば、迷わずそっちへ誘惑されていたし、友達から遊びの誘いがあっても同じことです。

勉強する時間すら確保できませんでした。時間はたっぷりあるにも関わらず。

“やり方がわからないと、勉強する時間すら確保できない”

それが独学の最も恐ろしいところかもしれないですね。

でも大丈夫です、安心してください。

このメルマガで独学のやり方っていうのを、あなたはもう学んだわけですから、あとはやるだけです。

実際にやって、感覚を身につけるだけです。

独学は難しい。でもやり方さえわかれば、こんなに自由で経済的で便利な勉強方法は他にありません。

一般的に、予備校のメリットは「わかりやすい」「やる気もでる」ことです。

一方で多額のお金を必要とします。

反対に独学は「理解しづらい」、でもお金は安上がりです。

それぞれにメリット、デメリットがあるとされています。

しかし、独学を極めれば、どちらのメリットも享受できるようになります。

つまり「理解できる」し「安上がり」、さらに「やる気もだせる」。

僕が冒頭で、予備校・通信講座にメリットを感じない、と言ったのにはこういう理由があるからです。

独学を極めてしまえば、予備校・通信講座のメリットが最早メリットではなくなります。

極めるまでは厳しい道のりになるけど、一度極めてしまえばこんなにも素晴らしい勉強方法はないと、そう確信しています。

## ◆ 2、先行投資の重要性 ◆

今回は「先行投資の重要性」です。

ビジネスをやるうえでは、先行投資が重要だということを覚えておいてください。

とりあえず、覚えておいてください。

これを理解できていない初心者が、ネットビジネスの世界ではほとんどです。

でも、言われてみれば当たり前の事ですよ？

商品を作ったり、広告出して集客したり、ビジネスを勉強したり、サーバー借りてサイトアップしたり、いろんなことにお金が必要になります。

で、ビジネスを始めた頃の頃は当然売り上げゼロなわけですから、先行投資（先にお金を使う）必要があるのは当たり前です。

この先行投資なくしてそもそもビジネスはできないはずなのです。

商品を作るとか、広告を出すとか、勉強するための教材を買うとか、とにかく最初のうちはお金のかかることばかり。

金額の大小は事業の規模によっても千差万別でしょうが、それでもお金が必要だということには変わりはないのです。

当たり前すぎて、あたりまえ体操でも踊りたい気分です。

しかし、これがネットの世界になると、、、

「Twitter で毎月 10 万円稼ぐ方法。初期投資はいりません、パソコンとインターネットがあれば誰でも出来ます」

みたいなものがネットで数万円とかでたくさん出回っていて、そしてそれを買ってしまう人が後を絶たないのが、残念ながら現状です。

先行投資にお金を使わずどうでもいいものを買ってしまう。

インターネットの世界というのは、ビジネスにとっては非常に便利な半面、正しい知識を持たない人にとっては危険な場でもあるのです。

まあそれは置いといて、必要なリスクはちゃんととる。

必要な先行投資はちゃんと投資する。

もちろん無駄な投資はできるだけ避けて、賢くお金を使うのは必要ですが、ただどんな形であれ、先行投資は必要です。

お金がかかることはやらないなんて言ってたら、一生ビジネス始まんないですからね。

僕みたいに、店舗や事務所を持たず、インターネットだけでビジネスをはじめ  
るなら、初期投資は限りなく抑えられるのは確かです。

それでも、ドメイン取ったり、サーバー借りたり、メール配信システム買った  
り、HPの制作ソフト買ったりとかで、

もろもろ少なく見積もっても、10万近くはかかると思います。

(頑張れば、無料サービスを使い倒してゼロにすることも可能だけど。)

これに、ビジネスを勉強するための教材なんかを合わせると、僕の場合だと、  
さらにプラス百万超(←これはかけすぎだけど・笑)、少なくとも数万円くらい  
は勉強のために先行投資は必要なわけです。

ネットビジネスだと、店舗や事務所を持つ必要はないので、オフライン型のビ  
ジネスより桁違いに安いのは事実ですが、それでも数十万円の先行投資は必要  
です。

桁違いに安いとはいえ、決してやすやすと失える金額でもない、そんな心の障  
壁が、普通の人々がビジネスを始められない壁となります。

あっ、ちなみに「普通の人」とは歯車の人たちです。

このメール講座の第一回目でお伝えしましたよね？

「ビジネスの世界は、歯車から飛び出した、お金を生み出す“しくみ”全体を  
作りだす世界ですよ」というやつです。

覚えてなかったら復習してくださいね！

歯車の人たちが「会社でこき使われるのは嫌だ～、ネットで稼げねえかなあ」  
とか言って、歯車の中から必死に逃げようとしているけど、ビジネスの世界の  
ロジックを知らないの、いつまでたっても歯車から抜け出せないんです。

もうここは、ビジネスの世界です。

先行投資をする勇気がなければ、ホントの意味で“ビジネスの世界”へ来たとは言えません。

ビジネス成功への第一歩は先行投資できるようになることです。

いきなり何十万も投資する必要はありませんが、まずは勉強のための数万円とか、サーバー借りるための数千円とか、ドメイン取るための数百円とか、そういったところから少しずつでも大丈夫です。

そのうち、ビジネスの世界のロジックを“本当の意味で”自分の中で理解して、成功への自信がついたときに、もうすこし頑張って投資してみるっていうことができれば、理想的です。(僕もこのパターンです。)

というわけで、今日は先行投資の重要性でした。しっかり押さえておきましょう。

それでは、今日はこの辺で。

次回の内容は、、、

1、合否は勉強を始める前から決まっている



2、インターネットの可能性

という内容でお送りします。

また明日お会いしましょう！  
ありがとうございました！

こんにちは、資格とっ太郎です。

いつもお読みいただきありがとうございます！

資格とっ太郎のメール講座、今回の内容は、、、

1、合否は勉強する前から決まっている

2、インターネットの可能性

というタイトルでお届けです。

早くもこのメール講座は第十回目となりますが、この10日間であなたの中でなんらかの変化があったのではないのでしょうか？

人の成長に変化はつきものです。

その変化は大事に育ててくださいね。

「変化なくして成長なし」ということで、メール講座第十回目、さっそくまいりましょう！

◆ 1、合否は勉強する前から決まっている ◆

僕のブログ記事の、「モチベーションの公式」というところにも、書いているのですが、内から湧き出てくるモチベーションというのは、「現状への不満」と「将来への期待」から生まれてきます。

「覚えてない！」という方は例によって（復習してくだ…ry)

<http://ameblo.jp/tottaro/entry-11751150503.html>

で、このモチベーションというのが、合否を大きく左右します。

ですので、もう勉強を開始する前から、合格できるかどうかはある程度決まっているんですよ。

将来への期待というのは、ざっくり言うと“夢”のことです。

で、ですね、

「今挑戦してる資格を取った“後の事”を“鮮明に”イメージできる？」

と、自分で自分に質問してみてください。

すぐにパッと浮かんだ人は合格です。

なんだかボヤ~っとしてる人は、おそらく、日々モチベーションが上がらないと悩まされているのではないのでしょうか？

もしそうだったら、まずは自分の将来への期待である“夢”を固めることから始めてみてください。

そして、その“夢”を達成するために、今頑張ってる資格が必要なら、ひきつづき頑張って、合格目指して、また一步を歩みだしてください。

でも、もしかしたら、「自分の夢」と「目指してる資格」が繋がらない場合もあるかもしれません。

そういう時は、思い切って切り捨てるという選択も必要です。

なぜなら、それはあなたがやるべきことではないからです。

あなたがやるべきことは、“夢”を叶えるのに必要な事のために、自分の時間と努力を最大限投資することです。

それが、あなたのためでもあり、社会のためでもあるからです。

ちょっとだけ経済学的な言い方をすると、人はそういう生き方をしてこそ、最大の生産性を発揮するのです。( ← つまり社会のためでもあると言う事)

日本は知識社会ですよっていうのは、第一回のメール講座でお伝えしましたよね？

つまり今の社会は、頭の回転が生産性の要なのです。

で、ちょっと考えてみてください。

ツライ事をしているときと、楽しい事をしているときって、どっちのほうが頭の回転が高まるでしょうか？

もちろん楽しい時ですよ？

でも残念ながら、ほとんどの日本人は仕事をツライものだと思いながら、働い

ています。(う～ん、もったいない)

でもあなたが、今からでも“夢”を叶えるために一步を踏み出して、そして結果的に、自分のやりたいような仕事ができ、「仕事が楽しい！」って思えるようになったらどうでしょうか？

あなた自身も楽しいし、さらに生産性もあがって社会にとっても良いことです。

そしてなにより、勉強してる時も「楽しい」と思っている時が、一番効率よく頭に入ってくるし、記憶できるんです。

そこらへんは、「勉強の本質」という僕のレポートにまとめてあるので、ぜひ読んでみてください。

<http://jscratch.com/tottaro/otoshidama.pdf>

(ブログとかサイトにリンク貼ってるので、もう読んだ後かもしれませんが。)

ちなみに、僕は今この仕事(ネットビジネス)をやってる事が、この上なく楽しいと思える事なので、スズメの涙ほどしかない僕の生産性は、MAX状態だと思います(笑)

それでは、ちょっと長くなりましたので次に行きましょう！

## ◆ 2、インターネットの可能性 ◆

いきなりですが、

僕は多分、インターネットというものがなければビジネスを始めてなかったと思います。

個人でビジネスを始めるのって、ホントはとっても難しいんです。

インターネットが無かったら、自分で店舗を借りて、チラシとか配って、それに何百万、何千万というお金がかかって、もちろんそんなお金はないので、銀行にお金を借りたりとかも必要になってきます。

(ホントに、大和田常務とかに土下座する世界ですよ・笑)

それで、もし上手くいかなかったら、破産したりもするわけです。

僕みたいな凡人には、とてもリスクが高すぎて手の出せない世界。それが、かつてのビジネスの世界です。

しかし、インターネットが発達したおかげで、そのリスクが限りなくゼロに近づいてきました。

どういうことか、少しずつ説明していきますね。

ビジネスでは、かならず人との“接点”が必要になります。

そして、その“接点”は多ければ多いほど、ビジネスでは有利になるわけです。

例えば、世の中の人々がダイエットできなくて困っていたとします。

で、ある人が、確実にダイエットできる方法を知っていて、そのマニュアルを売りたいとします。

インターネットが無い世界だと、その人は自分の手で一軒一軒「ダイエットに興味ないですか？」みたいな感じで回ったり、チラシを配ってみたりと、個人

では、自分の手の届く距離でしかビジネスはできなかったわけです。

つまり、自分の身の回りの近い範囲の人たちとしか“接点”を持ってないわけです。

でも、インターネットの発達した世界ではどうでしょうか？

ちょっとだけ考えてみてくださいね？

インターネットでは、文字通り、世界中の人たちと桁違いの数の“接点”がもてます。

そしてその接点ひとつひとつに、「ダイエットマニュアル」が売れる可能性があるわけですね。

だから、個人でもビジネスを成功させる可能性が存分にあるわけです。

（もちろん、ただ「ダイエットマニュアル」を販売しても、世界中の人も同じようなことをやって競争になるので、こんな単純では成功しません）

かつてのビジネスでは、大きな組織が圧倒的に有利でした。

組織が多い分、人との接点も多くなるからです。

しかし今では、インターネットが発達したので、個人でもインターネットにつながりだけで、世界中の人との接点をもつことができます。

これが、インターネットの可能性です。

個人でも、インターネットを介して、世界中の人と接点を持つことができる。

その接点の一つ一つにビジネスの可能性があるわけです。

僕がこうやってメルマガを出しているのも、僕とあなたの“接点”です。

僕がネット上にサイトをアップして、そこに訪れた人も、そこに僕との間の接点が出来ているわけです。

だからこそ、現代においては、インターネットを使わない理由っていうのはもうないに等しいわけですね。

ネットビジネスだろうが、オフライン型（店舗型）のビジネスだろうが。

行政書士や弁護士だって、かつては事務所をもって、看板とかチラシとかを出しとけば、そこそこ顧客も獲得できた時代がありましたが、今から新しく始めようとしている人が、同じようにやろうとしても、数カ月後に廃業しておしまいです。

それだけインターネットによって、時代は変わってきています。

現代とは、誰もがインターネットの可能性を活用すべき時代です。

でも安心してください。そんなに難しい事じゃないですから。

あれこれ偉そうに言ってる僕も、実はインターネットを使い始めて実はまだ3年くらいしか経ってません（笑）

今なお記憶に新しい、あの“東日本大震災（3.11）”のときにも、僕のパソコンはオフライン状態だったのです。

今はまだ、「ネットマーケティングとかよくわからない」と感じてるかもしれま



せんが、すぐに理解できるようになるので、とにかく勉強することはやめないでください。

そのうち、「あなたのビジネス」と「インターネット」という歯車ががっちりかみ合ったら、想像もできないような結果が待っていると思います。

それまで、コツコツと歩みを進めていってくださいね！

それでは、今日はこの辺で。  
ありがとうございました！

PS.

この前のメール講座で、ネット上のいかがわしい商材には気を付けてくださいね、ということをお伝えしたのですが、もっと具体的な法則を見つけてしまいました。

どうやらネット起業家の間では、「腕を組んで、ナナメ 45 度」というのが流行ってるみたいです（笑）

僕が「こいつ怪しいな～」と距離を置いてるネット起業家が、軒並み「腕を組んで、ナナメ 45 度」の写真をセールページにアップしてたりするので、新法則第発見！と、一人寂しい部屋の中でニヤニヤしてしまいました。

あなたが、ビジネス教材を買う時の指標にしてみてくださいね（笑）

ちなみに、僕が信頼してるビジネスの先生達は、

そんな「どうだオレ、カッコイイダロ」みたいなサムイ写真載せたりしてないです。

「写真を載せて親近感アップ」みたいな小賢しいテクニックなんか使わなくても、文章から信頼感（と実力）は、にじみ出てくるものなのです。

少なくとも、このメルマガをここまで読んでくれているあなたは、それを見極める力は身につけていると思いますので、しっかりその目で判断してくださいね！