

実績ゼロからの情報発信革命

舞 台

Marketing 裏

舞台裏マーケティング

実績ありきの情報発信の時代はもう終わった。

などと、大それたことを申し上げつもりは毛頭ありません。

昔から、独自コンテンツの販売やビジネスとしての「情報発信」は、その道のプロ、十分な実績を誇る者だけに与えられたチャンスであることと相場が決まっています。

ですが、それでもあえて、『**実績なんてなくても情報発信できるんだよ**』という重要な話をお伝えしないわけにはまいりません。

これもまた事実だからです。

ビジネスとしての情報発信に実績が必要なのも事実だし、実績が不要なのも事実なんであって、両者にまったく矛盾はありません。

ただ単に、ポジションが異なるだけなのです。

まず、私たちがこれまで当たり前だと思ってきた前者、つまり、「実績がなければ情報発信などできない」というスタンスは、本来なら、『その道の先生』になる人だけが追い求めるべき、まことに適用範囲の狭い、融通の利かないポジションなんです。

たとえば、もし、あなたが、「インターネットビジネスを教える先生」にでもなることを夢見ているなら、すでにネットビジネスでの実績十分な大先生の情報になるべくたくさん触れておいたほうが賢明です。

なぜなら、あなたも、大先生になろうとしているからです。

だとしたら、あなたにとって「情報発信に実績が必要だ！」というのは疑いようもなく常識であり、だからこそ、自分自身も早く実績を作らなければと焦るわけです。

ですが、よく考えてください。

本当にあなたは、その道の大先生などになろうとしているのでしょうか？

ただ、何となく漠然と、世間で「実績がなければ情報発信などできない」などと言われている

もんだから、良く考えもせず、そう思い込んでいるだけなんじゃないでしょうか？

紛れもなく、指導者先生になりたいのなら、できるだけその道で実績のある優秀な指導者に教えを乞うべきです。

けれど、ここでよく考えて欲しいのは、世の中はそんな大先生の情報ばかりが価値ある情報として、流通しているわけではないんだよ、という、これまた至極当たり前の事実についてです。

つまり、後者のほう、『**実績なんてなくても情報発信できるんだよ**』というのもまた、ごく常識的な事実なのです。

ところが、ご自身が夢に描く「大先生」の顔ばかりが頭に浮かぶもんだから、たいした実績がないうちは、情報発信などをしちゃいけない、ましてや、自分の商品なんか出しても売れっこない、などと頭ごなしに決めつけいるんです。

悪いけど、そういうの何て言うか知ってます？

思考停止って言うんです。

とりわけ、インターネットビジネス業界とあって、頭の固い人、思考停止状態の人が溢れかえっているもんで、このような市場で、後者のスタンス、つまり、「ボクは実績なんかほとんどゼロだけど、それでも情報発信しちゃうよ、できちゃうよ！」と言った人の放つ情報のほうが、はるかに希少価値があって、面白いわけですよ。

でも、そんな人、「実績に乏しい人」や「ほとんど実績ゼロの状態の人」が、いくら情報発信したとしても、旧式の思考しか持たない人は、「そんなことして大丈夫なのだろうか？」「誰が実績のない奴なんかの情報をまともに受け入れるのだろうか？」って訝しがるんだけど、その情報が面白いからつい読んでしまうそして「あれれ？おかしいぞ」と思う。

思考停止状態に陥っている人に、『**実績なんてなくても情報発信できるんだよ**』という世の中の常識をいくら説こうとしても、容易には受け容れられるものでもないこともまた事実であって、こうして両者の格差はどんどん広がっていきます。

たとえば、「実績のない人は情報発信なんかできない、しても無駄」だと思っている人は、転売とかアフィリエイトとか、まあ何でもいいんですけど、そんなビジネスでしこしこ実績を作ろうと日々頑張っていて、それである程度稼ぐことが出来たら、次はメルマガで情報発信してみよう、で、いつしか自分の商品を販売して大儲けしよう！みたいな感じの夢を見ているんだと思うのですが、それは一面まことに真理です。

だけど、あなたがその一面的な真理のみを信じて、しこしこ転売だアフィリだって作業をしているうちに、あなたよりももっともっと実績の乏しい他の誰かさんが、さっさとメルマガを配信したり、自分の商品を販売したりして、あなたとは比較にならないくらいの大金を一気に掴んでいることもまた、もう一つの真理なのですよ。

なので、今はしこしこ日々の作業を頑張っ、いつかはその道の指導者先生として花開くの待つのも常識的な話として大いに尊重すべきであるし、

一方、そんな面倒臭いことなどやってられっか！そもそも日々のアフィリの作業とかで成功する前にヘタれてしまいそうだ、どうせいつかは情報発信する気持ちだけはあったんだから、アフィリや転売で成功する前に情報発信してしまえ！というのもまた、大いなる常識的な話として、尊重すべきなのです。

要は、あなたは「どっちがいいんですか？」という、それだけの話なんです。

本教材「舞台裏マーケティング」とは、後者のスタンスに寄り添って、実績に乏しい人が、いや、現状で実績ゼロの人ですら、いきなり情報発信者としてデビューしてしまう、そんな方法論を超絶具体的かつ実践的に明かしたものとなります。

しかも、実績のない者が日々放つ言葉、そんなものによったい何の価値があるというのだ？との訝しがる頭の固いその他大勢の人たちが、口をあんぐりとさせて、その価値を素直に認めざるを得ない。

世の中的に見ても、そんな価値ある情報発信を今すぐにでも担える方法論です。

というか、実績がない人が情報発信するからこそ、その価値（威力）が倍増します。

どうしてそんなことになるのか？

そのカラクリを事例ベースで説いたものが、実績ゼロからの情報発信革命【舞台裏マーケティング】なんです。

毎日が新発売本舗 マツイヒロキ

運営情報 <https://dailycontents.shop/tokushoho>

表

と

裏

はじめまして(?) マツイヒロキです。

はじめましての方は、どうもはじめまして。お馴染みだという方は、またどうも。

「舞台裏マーケティング」の作者であり、販売をさせていただいております、マツイヒロキと申します。

2011~2012年あたりまでにインターネットビジネスの世界に入った方は、私のことを知っている人も多いんじゃないでしょうかね？

それ以降に始めたという方は、知らなくて当然です。2013年以降はほとんど表舞台での活動を控えてきましたんで。

教科書的には、ここで詳細なプロフィールとか実績なんかを喋った方がいいのかもしれませんが、それもまた時間の無駄なので先に進めます。

どうしても気になるという方は、数年前に出した「ゲリラPPC」とか、「コンテンツメーカー」とかの販売レターがまだ残っているので、そちらのほうで「マツイヒロキ」って奴が何者なのか見当をつけていただければと思います。

(参照) ゲリラマーケティングPPC

<https://matsuihiroki.xyz/gmppc/index0.html>

(参照) コンテンツメーカー2016

<https://matsuihiroki.xyz/cm/2016/index0.html>

一言だけ申し添えておくとしたら、残念ながら私は「指導者先生」ではないということです。

というか、指導者であることが不向きだと自覚した、それがゆえに「大指導者」になりそうになった2012年頃を境に、あわてて『芸人』という道を歩み始めて今日に至る、単なる情報発信者の一人です。

『芸人』というスタンスは、自分自身を「実験台」にして、さまざまな取り組みを「教える」のではなく、こうなったよ！と「お見せする」スタンスです。

エデュケーションではなくて、エンターテイメントを軸にした情報発信のスタンスです。

とは言え、こうした軸で情報発信する以前は、自らの高額塾も運営しましたし、業界TOPレベルのスター起業家さんらのプロデュースなども手がけてまいりました。

あるいは、個人的にも、業界最大手情報ASPの販売部門で、リリースする商品を軒並みTOPランキングを達成したりもしてまいりました。

その絶頂期が2012年頃だったというわけですが、自分の名前が業界で知れ渡るようになるにつれ、なぜか私は、自分自身に強烈な違和感をもつようになってしまったのです。

それは、「やばっ！このまま行くと、マツイヒロキというのは指導者大先生に祀り上げられてしまうではないか！？」という危機感でもあります。

このことは、私自身の基本スタンスを揺るがしかねないホントに危ない状況だったのです。

どういうことかということ、私自身はサラリーマンの傍ら、副業でネットビジネスを始めたんですけど、実はその最初のささやかな成功体験というのが、何ら実績のない無名の情報発信者でも十分に成果を上げることが出来るという、本教材「舞台裏マーケティング」にも通じる実践アプローチだったんです。

つまり、私自身が「舞台裏」を実践することで、実績ゼロのまま情報発信者としてデビューしてしまったんですね。

ですが、その当時（2008年の頃）は、今とは違って、業界も洗練されておらず、良く言えば方法論が確立されていない分、自由で面白い情報がたくさん流通していたんです。

でもその一方で、いまとは比較にならないくらい、違法性、妥当性の欠如した詐欺まがいの情報であふれていた、そんな混とんとした時代だったんです。

物事には良い面と悪い面があります。

当時の情報業界は、たしかに劣悪な情報もたくさんありましたし、今ならSNSで袋叩きに合っているであろう情報販売者もたくさんいました。

でも、その一方で、間違いなく、それぞれの情報発信者の創意と工夫で、その人にしかない「日常」を見事に切り抜いて、「マジかその話！」「そんな方法聞いたことがないぞ！」というような、希少価値のある情報も少なからず流通していたんです。

私の情報も、そのような希少価値の高い情報であったと自負しています。

ところが、情報業界が少しずつ一般にも認知されてきて、これには大手情報ASPの役割がとても大きかったんだと思いますが、「物販」や「転売」や「アフィリエイト」というビジネスモデルが幅広く知られるようになると、世の常でもありますけど、市場も正統派ストロングスタイルの情報というものを求めだします。

こうして、画一的な手法を教える高額塾や情報商材なるもの、そして、これらをプロデュースする指導者先生が、それ以前にもまして活躍しだすわけです。

塾や商材が肥大化すると、個性的な情報はより画一的なそれに飲み込まれ、情報がお金を生み出し、お金でまた情報を流通させて、さらに大きなお金を生み出すという、無限ループの情報マネタイズ合戦が繰り広げられていったわけです。

そして、いつしか私自身も、予期せずして、このような情報合戦の中心人物の一人となっていたのです。

私が冷静、というか単なる変わり者なのかもしれないですけど、そんな渦中で活動しながらも、儲ければ儲かるほど、「こりゃつまらん、何かが違うぞ」と毎日ため息を漏らしていたことをここで白状せずにはおれません。

そう、つまらないんです。

誰かが正統派を確立したとたんに、それ以外の情報は見向きもされなくなる。

もちろん、それを覆す反主流派が現われ、新たなる正統派を名乗るといったような戦国絵巻みみたいな物語もあったりして、それはそれで面白いのですが、それ以上に、こうした情報戦争の陰で完全に埋没してしまった個人レベルの面白く可笑し気なレアな情報を救い上げることの大切さを感じながらの毎日であったわけです。

で、結論としてどうしたのか？というところ、2013年に入ってから、この情報合戦から脱出することにしました。

これはもう有名な話となってしまったんで、知っている人も多いかと思いますが、当時4万部近くあったメルマガ読者も、どんどん解除してもらい（というか反応の低い人はこちら側で代理解除してしまい）、何度もメルマガの再登録を要求するなどを繰り返し、今や私のコアなメルマガ読者は500部にも満たない状況です（※それだけで、利益は微増しています）。

なぜ、そんなことをしたのかというと、これぞまさしく、私自身が無名の一人の情報発信者として自由に活動してみたくなったからです。

なので、大手ASPでTOPランカーであったマツイヒロキとか、業界のスタープレイヤーたちとつるんでいるマツイヒロキとかだけにしか興味のない読者さんには、大変恐縮ながら、私のメルマガなんかを読み続けていても全く意味のないことを理解していただくこと、故意にふざけた内容のメルマガを何年も配信し続けてきたというわけです。

こうして、大手情報ASPも、どこぞのスター起業家さんらも、私の陰から完全に消えてもらったという経緯があります。

そのぶん身軽になった私は、ここから数え切れるほどの実証実験をすることになっていくのですが、それはもちろん、無名の情報配信者としての実験です。

たとえば、その実験で良く使った手法にはどんなものがあるかということ、私が良く使う言い回しなんですけれど、「時ずらし」という技法があります。

それは何かということ、私自身が10年前にやっていたことを、時をずらして「今」再現してみたらどういうことが起こるのか？という実証実験です。

今から11年前、私がまだ無名のまま業界デビューした頃に専らやっていたのは、『実況中継』という手法でした。

どういう手法なのかということ、基本スタンスとしては、自分自身がまだ何者にもなっていない、「ド素人」であることを正々堂々と宣言することからすべてが始まります。

ただし、「こんなド素人であるけれど、一年後にはこうなっていますよ！」と、これまた堂々と一年後の目標を掲げてしまうんです。

あとは、その経過報告をブログで日々更新していくだけ。基本的な枠組としてはたったこれだけです。

ところが、本当に一年後に、その目標を達成してしまったらどうなるでしょう？

ド素人の主人公が、紆余曲折を経て、ついには目標を完成してしまった。

その内容が、ブログに全部書いてある。

これほど価値の高い情報は他にあるでしょうか？

けれど、ブログに日々投稿してきた記事は、その時々感情に支配されていることが多く、やや近視眼的な記述も多いはずだし、重要な論点を漏らしいることもあるでしょう。

そんなことは、目標を達成した後に振り返って自分のブログを通読してみて気づくことです。

そして、考えます。

このブログ自体は確かに貴重な情報だけど、今だからこそ分かるエッセンスをこのブログの記述に加筆修正していけば、どんなものになるのかな？と。

それは、その人にしかない日常から生まれた、その人だけが表現しえる立派な情報コンテンツに化けうるのだ、ということです。

つまり、そのコンテンツは売れてしまうのです。

私が11年前にやっていたことというのは、まさにこういうことであり、そして、2013年以降に繰り返し手掛けてきた実験もこういうことなのです。

もちろん、そこでは、「マツイ」などと名乗らず、一人の「ド素人」として、いろんなジャンルで、いろんな名義を使って、いろんなブログを運営してきたという次第です。

これはいったい何をやっているのか？わかりますよね？

無名でも、情報発信はできるということです。

というよりも、無名の人、実績に乏しい人にしか表現できない価値があるということに、そろそろ気づくべきでしょう。

実際、商品によっては、私のコアなメルマガの売上よりも、まったく無名の私の別名義のメルマガのほうが遙かに売れてしまう、といったことも普通に起こります。

なぜなら、紹介する情報によっては、私の本来のコアなメルマガ読者よりも、私が実験のために仕込んだ無名の別名義のメルマガ読者の方が発行人を信頼してくれているからです（※だから、大部数のメルマガを保有していた時より儲かってしまったりするんです）。

こういうことが当たり前のように起こることが、実はもう既に十分にわかっています。

『実績なんてなくても情報発信できるんだよ』と言いたい理由、

わかっていただけますか？

稼いでいるフリをしている愚か者たち

私が実験でブログを運営していると、いろんなブロガーと出会います。

そこで気づくのは、未だに大して稼いでもいないのに、稼いでいるフリをしている痛いブロガーがまだまだ存在するということです。

これ、情報に携わる者としては、最もやってはいけないことなんですよね。

なぜかという、ブログのコアな読者はしだいに違和感（この人ホントは稼いでいないんじゃないか？）って気づきますし、たまにそこそこ稼いでいる人がそのブログに立ち寄ろうもんなら、「あ、こいつ痛い奴だ」って、すぐに気づくわけです。

どんなに繕おうが、絶対に気付かれます。

だとしたら、なんと無駄なことをやってるんですか？って話です。

まあ確かに、私自身も実験では「まったく稼いでいないフリ」をしているわけで、偉そうなことを言えた立場ではありませんが、こういう痛い人にこそ、正直であってほしい。

やめときゃいいのに、「お互い頑張りましょう」的なコメントを残して帰ったりするもんだから、あとからそのブロガーから「ボクのコンサルを受けたら、あなたもすぐに稼げるようになりますよ」的なメッセージが返ってくるというありさまです。

ホント痛いよな、どっちも（笑）ということで、そろそろ私は私自身の「稼いでいないフリ」したブロガーがみるみる稼げるようになって、メルマガとかも扱う情報発信者として稼いでいくという、似非物語に幕を閉じることにしたというわけです。

そこで、この私がやってきた実験を、私以外の誰か、できれば実績がまったくない方が乏しい方、過去にはそれなりに実績があった時期もあるけれど、今はパツとしていない方、そしてもちろん、情報発信などマトモにやった経験のない方……。

こうした人たちに、私の実証実験を引き継いでもらえたら、私が言いたいことも、もっと世の中の的にうまく伝えることができるんじゃないか？

そんなわけで、一昨年あたりから徐々に、モニターさん集めをすることになったんです。

結果として、総勢60名くらいの方にお集まりいただきました。

まあ、ちゃんとモニターとしての実験をやってくれた人は、その3分の1くらいなんですが、そこでけっこう面白い結果がどんどん出たんですね。

ただ、どんなふうの実験をやったらいいのか最初はわからないということで、それまでに私の方で別キャラ作って仕込んでおいた二人の発信者のやっている実験をそのままお見せしながら、「こいつらと同じような感じで、ブログやツイッターをやってみてください」とお願いしたわけですよ。

そしたら、軒並みプチ有名人になっちゃうんです。

いや、有名人などというと大げさかもしれないですけど、ある特定の人からは「この著者はすごい人だ！」と勘違いされる程度にはなっちゃうんです。

そうすると、そのあとはメルマガで何かをオファーしようが、自分の商品売ろうが、本当にやりやすくなって、まさに「実績ゼロ」「実績に乏しい」状態から、**ほんの数か月でこのレベルになってしまえる、ということだけは事実としてわかりました。**

このカラクリ、知りたいですか？

そう、まさにそれこそが、今回ここにご提示する、「舞台裏マーケティング」なるものの正体なのです。

どんなジャンルでもいけます。

あ、そうそう。忘れないうちにこれだけは言っておきますが、「**舞台裏マーケティング**」は**取り組むべきジャンルを一切問いません**。

これまでの説明上、インターネットビジネスとか稼ぐ系をイメージされた方も多いと思うのですが、舞台裏のモニターさんの中には、健康問題系（あがり症）や、スポーツ系（ゴルフ上達）、スピリチュアル系（占い）などに取り組んでおられる方もいます。

どんなジャンルであろうが、基本的な取り組み方はまったく一緒で、まず、

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">(1) 目標を決める(2) その目標を堂々と宣言する(3) 目標を達成したら、その旨告知して次のアクションに展開する |
|--|

たったこれだけなんです。

たとえば、ゴルフで140も叩いている人が、半年後までに「100切」を実現する、とブログで宣言したら、それでもう、その人は情報発信者の仲間入りなんです。

で、半年は無理であっても、たとえば10ヶ月目で実際に100切が実現したとしたら、その旨アナウンスします。

重要なのは、「100切」が確定し、その旨ブログでアナウンスしたその瞬間に、そのブロガーの情報発信者としての価値が何倍にも膨れ上がるということです。

だから、「次のアクション」を抜き取りなくやることで、どんどん情報発信者としての具体的な果実をもぎ取ることに成功します。

では、どんな「果実」をもぎ取ったらいいのか？

そこでいきなり有料商品を販売しても良いし、何かを売るのではなく、「その秘密をメルマガのほうで」といった感じでメールマガジンの登録を促し、そこで関連のオファーをじっくりやっても良いし、基本的にやりたいことをやれば良いのです。

ただ、そうは言っても、最初の一歩くらいは何か決めてくれよ！と言われそうなので、「舞台裏マーケティング」では、次なるアクションとしての【必須科目】を設けることにしました。

それが、電子書籍出版デビューです。

Amazon Kindleの上位ランカーにすらなれてしまいます。

具体的には、Amazon Kindle本で、いきなり上位ランカーになってしまおうよ！というのを必須科目としたのです。

そんなことが出来るのか？

はい、問題なく出来ます。

参加してくれたモニターさんの中で、私が知る限り、Kindle本の作成までこぎ付けた人で、狙ったカテゴリーで上位ランカーになれなかった人は一人もいません。

「舞台裏マーケティング」をキチンと実践すれば、なぜ無名の自分がいきなり上位ランカーになれてしまうのか？疑問が氷解するはずです。

裏技なんか一切ありません（※ただし、独自の編集方法があります）。

ど直球な方法で、キチンと取り組んでくれさえすれば、誰しものがAmazon Kindleのカテゴリーで上位ランカーになること、それはまったく難しいことではありません。

実際、舞台裏の教材コンテンツには、「ビジネス・経済」といったようなAmazonの中でも最も競合ひしめく主要カテゴリーですら、ランキング1位、2位、3位を連発している事例を報告させていただいております。

また、健康カテゴリーというのもKindleの中では大きな市場になりますが、ここでも第1位を獲得したモニターさんもいます。

このような主要カテゴリーで上位になりますと、競合状況にもよりますが、Amazon総合ランキングでもTOP10にランクインすることが普通なので、まずはこのあたりを目指してもらいたいもんだ、と思います。

それくらい、出版デビューなんていうのは朝飯前で、いかに大きなカテゴリーで上位を占めるか、というのが、一つの目安なんです。

これはハッキリ申し上げても良いかと思いますが・・・

舞台裏モニター軍団（←そんな名称はないけれど）は、電子書籍出版界広しといえども、その中でもメチャクチャ成果を上げている、極めてレベルの高い集団だという点です。

「舞台裏マーケティング」に参加されると、即座にあなたもその集団の一員に加わっていただくということをも意味しています。

つまり、別に電子出版デビューすることや、Amazonの上位ランカーになることが目的ではないんだけど、「舞台裏」を実践することで、必然的に、副産物として、こうしたスキルや成果が付いてきてしまうのだ、とご理解ください。

重要なことは、こうしたある種の「実績」を武器に、どんどん情報発信者としての成果を上げていって欲しいということに尽きます。

そうはいっても、目標を達成しなければ・・・

舞台裏マーケティングでは、まず、ブログなどで達成すべき目標を堂々と掲げることが必要なんですが、たぶん、ここで腰が引けてしまう人もいるかと思うんですね。

「もし、目標を達成しなかったら、Kindle出版などその後の展開も破綻するんじゃないか？」

「そうなったら、情報発信者として上手くやっていけないんじゃないか？」

まあ、その通りだと思います。

でも、考えてみてください。それはすべて、あなたがどんな目標を設定するかにかかっているんじゃないですか？

今までインターネットビジネスで月1万円すら稼いだ経験のない人が、いきなり「半年後に月30万円を目指します!」とか、一年後に「月100万円を達成します!」といった無理な目標を掲げたところで、日々の活動が追い付かず、目標云々以前に物事が破綻していることでしょう。

これは、「舞台裏マーケティング」の本編でも詳しくお話ししていますが、目標設定は、今の素のままのあなたがリアルにイメージできる線で十分なんです。

今のあなた自身の実力、ほんの少しだけ負荷をかけたなら、現実的にどの程度の目標を突破できそうか?という観点で目標を定めれば良いだけの話です。

たとえば、現時点の実績が副業月収1万円なら、「半年後に5万円を達成します!」といった程度の目標設定でも十分に価値のある舞台裏マーケティングを展開することが可能です。

大切なことは、その目標の高さにあるのではなく、今の素の自分が紆余曲折を経て、数か月後、あるいは一年後に何とか一つの具体的な壁(目標)を突破していくという姿を観客(読者)にご披露するという、エンターテインメント性あふれる精神なんです。

そこには物語が宿ります。

だから、観客(読者)は、あなたの情報発信にはまっています。

これが、「舞台裏」のカラクリです。

なお、「目標」については、以下の囲みの文章も参考にしてください。

これは、舞台裏マーケティングの本編第1章から一部抜粋したものです。

※物語を売れ! (本編第1章より抜粋)

物語とは変化です。

変化のない物語は存在しません。

たとえば、起・承・転・結という超シンプルな構成でも、第3フェーズの「転」があることで物語になります。

「転」というのは紛れもなく、変化の場面です。

その変化（転）に対して、どんなオチ（結）がつくのか？ここが物語の醍醐味です。

なので、変化をうまく演出することができたら、物語だって作れます。

もちろん、小説家や脚本家になれるということではなく、情報発信に物語性を加えることが出来るようになるということです。

『舞台裏マーケティング』では、必然的に『変化』を演出することが可能となります。

その根拠は、あらかじめ「目標」を宣言してしまう点にあります。

「宣言」というのは、たとえば、「サイトアフィリエイトで月収10万円を目指します！」といった具体的な目標を開始時点でブログの目立つところに掲げてしまうということです。

けっこうプレッシャーがかかりますよね？でも、心配ありません。

もともと、「サイトアフィリエイト」という分野で、「月収10万円稼ぐ」というのは、情報発信をやろうがやるまいが、心の中に秘めてきた目標のはずです。

その心の中の目標をブログを使ってオープンにするだけ、つまり、「舞台裏」を見せるだけのことなんです。

その程度のことですぐに取り下げなければならぬ目標なら、到底何をやっても到達不可能な目標であるはず。

仮に宣言どおりに目標を達成できそうになくとも、誰からも非難されるいわれはありません。

「頑張ったけど、月収10万円というのはまだ無理なようです」

「そこで、まずは月収5万円以上は確実に稼げるように頑張ります」

・・・といった具合に、途中で下方修正したって問題ありません。リアリティがあります。

あるいは、

『サイトアフィリエイトだけで月収10万円は難しそうです・・・』

『そこで、サイトアフィリエイトだけでなく、PPCアフィリエイトにも挑戦して、合わせて月収10万円を目指します！』

といった具合に、途中で行動すべき範囲を少し広げてしまっても問題ありません。

リアリティがあります。

それでもなお、具体的な数値目標（月収〇〇万円）を掲げることに過度にプレッシャーを感じるようなら、躊躇している時間がもったいありません。

その場合には、収入目標ではなく、「100日挑戦記」とか「90日間実践録」といったような具体的な実践期間を目標に掲げてみるのも良いでしょう。

いずれにせよ、このような「目標」を具体的に掲げた瞬間に、そのブログの当面の着地点（＝ゴール）が鮮明になります。

もし、そのゴールに向かって一直線に行動しあっという間に目標を完遂してしまったら・・・

たとえば、「月収10万円を目指します！」と宣言して始めたにもかかわらず、成功に次ぐ成功の連続で、ほとんど何ら苦勞することなく、瞬く間に月収20万円に到達してしまっ
ら・・・

そこには大した「変化」はありません。

たしかに、目標をらくらく突破してしまったのはスゴイことですが、一本調子の成功談にはまったく「変化」の要素がないわけで、『物語』としては駄作に終わります。

そこで、重要となるのが、「どの程度の目標を設定すべきなのか？」という視点です。

結論としては、今の自分がほんの少し努力すれば何とか達成できる可能性のある目標が望ましいでしょう。

少しは気が楽になったんじゃないでしょうか？

それとともに、本教材の名称が、なぜ「舞台裏」というのか、ご理解いただけたかと思います。

舞台裏マーケティングとは何か？

「実績ゼロからの情報発信革命 舞台裏マーケティング」は、従来にはない発想で、情報発信の新たな可能性を提案する教材です。

「従来にない発想」というのは、（１）情報発信ビジネスに関心があろうがなかろうが、等しく取り入れていただくことが可能であり、（２）「実績ゼロ」ですら、瞬く間に情報発信者としてビジネスを展開できてしまう、この２点に集約されます。

そして、そのための方法論を明らかにした点で、画期的な情報発信マニュアルになっています。

具体的には、本編に譲るとして、ここでは『舞台裏マーケティング』を生み出すきっかけとなった、超重要な二つのキーワードについてお話します。

まず一つ目は、「日常のコンテンツ化」です。

二つ目は、『元ネタ一つで全方位へ』です。

「日常をコンテンツ化」すると、そのネタが元となって、全方位へ、どこまでも展開することが可能となります。

つまり、「日常のコンテンツ化」というのは、元ネタをどう仕込むのか？という論点であり、プロセスでもあります。

そして、ひとたび「元ネタ」を仕込むと、それがどんどんあらゆる方向へ展開していきます。

私が提唱する「情報発信」では、過去の実績ではなく、『未来に向けての意志と行動』を軸にした情報配信を推奨しています。

『未来に向けた意志と行動』のプロセスを《日常レベルの等身大の自分で語っていく》、というところに鍵が隠されています。

つまり、「俺はこんなにすごいんだぜ！」という格好悪いマウンティングを一切排除することです。

その代わりに、「今のボクはこんな感じだけど、〇ヶ月後には□□を達成したいと思います！」「そのプロセスをこれから毎日包み隠さず公開します！」といった感じの、**ひたすら未来志向の情報発信につとめるということ**です。

だから、実績があろうがなかろうが、誰でも同じような情報発信が可能となるわけです。

過去のことはどうでもいいんです。

もちろん、その発信者の過去の実績や経歴は、読者にとっては情報を取捨選択する上での一つの判断材料になることは間違いありません。

けれど、そこだけが判断材料の全てではないという事実がそろそろ気づくべきでしょう。

経歴や実績以上に、読者が情報発信者にハマる要因があります。

それは、情報発信者が成長していく姿をリアルタイムに目撃することです。

たとえが適切が否かわかりませんが、私はエレファントカシマシ（エレカシ）というバンドの数十年来の熱狂的なファンです。

なぜ、「熱狂的」といえるほどに彼らにハマってしまったのか？

理由は、デビュー前の彼らをリアルに目撃しているからです。

当時の彼らは今では想像もつかないほどのコワモテで、LIVEなどではたびたび観客とケンカ（口論）していました。

演奏前には決まって観客からヤジが飛び、対してボーカルの宮本さんが「テメエら、嫌なら帰れ」とかなり立てます。

それでいて、いざ演奏が始まるとすばらしい。

つい先ほどまでの罵声が歓声に変わるのです。

そのころの私は、ほとんど彼らの追っかけでありまして、エレカシのLIVEがあると聞きつけては学校の授業そっちのけ、東へ西へ馳せ参じておりました。

また、彼らがデビューして数年たち、まったく売れずに一度廃業に追い込まれたときなども、

最後の最後の瞬間まで彼らの行動をウォッチしていました。

その後再びメジャーレーベルに復活し、以降「悲しみの果てに」「今宵の月のように」などのヒット曲を生み出し、ついにはも彼らにとって、もっとも似つかわしくないと思われていた紅白歌合戦にまで出場してしまうのですが、

そんなのは私にとってはオマケみたいなもので、「デビュー前のエレカシ」「クビになった時のエレカシ」をすぐそばでリアルタイムに観察していたからこそ、人一倍彼らへの思い入れが強いのだと思います。

もし私が若いころ、エレカシに出会っていなかったら・・・、ファンにすらなっていなかった可能性すらあります。

これが、私がエレカシという「情報発信者」に極度にハマってしまった経緯です。

このように「リアルタイム性」というのは、熱狂すら生み出してしまう恐ろしい装置なんです。

エレカシの成功と挫折の記録をリアルタイムで追いかけてきたからこそ、私は彼らにはまったのです。

もちろん、商業的に十分に成功してからエレカシの存在を知り、ファンになった人も多いでしょう。

ですが、エレカシがまだ何者にもなっていない頃から、小さな成功、大きな挫折、そして今日の地位を築くまでのプロセスを同時進行で追いかけてきた私のような者からすると、つい最近のファンとは『熱狂』のレベルが全く違う と思います。

多くのファンは、エレカシの「実績」に裏付けられた素晴らしい音楽性に惹かれているとは思いますが、私にとっては、彼らの成長と失敗の過程にこそ意味があり、同時代に、彼らの日常と私自身の日常とをリアルタイムに重ね合わせてきたからこそその『熱狂』なのです。

私は、ここに情報発信の本質があると信じて疑いません。

要は、自分自身の日常をどう見せて共感を生み出すか？というのが情報発信の主要なテーマなのです。

情報発信者の「日常」を通して、読者が勝手に自分自身の『日常』と重ね合わせたり、照らし合わせたりして考察を深めていってくれる・・・。

ここに情報発信の意義があります。

そして、このような日常性溢れる情報発信で濃い読者との共感関係を構築する方法はまったく難しいものではありません。

もっとも大切なのは、自分の「日常」を包み隠さず読者にさらけ出せるかどうか？に尽きません。

指導者先生の情報発信なら、上っ面の良いことだけを言っていれば事は済みますが、実績のない情報発信者にはそれは通用しません。

有名な情報発信者だって、立派な記事を配信しているその裏で、格好悪くもがき苦しんでいたりするものです。

でも、彼らはそんなことをいちいち報告したりしなくても、「表の顔」だけで勝負できます。

一方、実績が乏しい人が、指導者先生の立派な情報発信を真似ても上手くいくはずがありません。

「表の顔」だけではダメで、その【舞台裏】までひっくり返して全部さらけ出さなければ誰も話を聞いてくれません。

さらに、この【舞台裏】をただ野ざらしにするだけでなく、上手に見せることが出来たら・・・、それは、最強の武器になります。

『舞台裏マーケティング』とは、旧来型の情報発信には興味を持てなかった方や、実績の乏しい人でも十分に導入する価値のある、新しい情報発信スタイルを提案するものですが、そのキモは【舞台裏】をどう見せるか？という所にあります。

「舞台裏」というからには、何かに向けて行動する自分がいることが前提です。

つまり、(1) 行動すべきテーマ、(2) 目標 (=ゴール) が必要です。

ある分野における、何らかの目標に向けて、成功も失敗も、良い事も悪いことも、自分自身の「日常」をありのままに伝えていく。これが、『舞台裏マーケティング』の基本的なスタンスです。

たとえば、ブログなどで、自分の「目標」に向けて、

- ・その日実行したこと、
- ・なぜ、それを実行したのか？その狙い、
- ・その結果、上手くいったこと、いかなかったこと、
- ・そこで気づいたこと・・・

こうしたことを毎日粛々と配信できたら、それだけで『舞台裏マーケティング』の基本的な型ができています。簡単ですよ？

今は、「そんなつまらなそうな情報を誰が読んでくれるんだ？」と思うかもしれませんが、**【あなたの日常】を甘く見てもはいけません。**

その人が誰であれ、その人しか経験し得ない日常こそ、固有の価値、本当の価値が眠っているのです。

たとえあなたが「その価値」に気づかなかったとしても、読者のほうが先に気づいてしまいます。

なぜなら、読者があなたの日常（舞台裏）と自分自身の日常を重ね合わせてくれるからです。

すると、あなたの日常を綴ったブログ等は、その読者にとっては最高レベルの価値あるコンテンツとなります。

これを私は、「日常のコンテンツ化」と呼んでいるわけですね。

『舞台裏マーケティング』を実践すると、自ずと日常をコンテンツ化できてしまいます。

すると、そこから先は急ピッチでさまざまな展開に持ち込むことが可能となるのです。

せっかくなので、もう一つの「元ネターつで全方位へ」についてもふれておきます。

「日常のコンテンツ化」を何となく理解できたあなたが、本編の内容に従って、実際に日々ブログ等を更新していくと、あなたの表側の活動だけでなく、その【舞台裏】をも巧みに演出した記事を重ねることができるようになっていきます。

そして、当面の目標、たとえば「〇ヶ月後に□□を達成します！」といった目標を宣言した上での情報発信である限り、その目標に到達した時点で、そのブログ等はとてつもない価値を帯びます。ここは既にお話しした通りです。

こうなると、単なるブログを使った情報発信のレベルを超越してしまうのです。

イメージできるでしょうか？（今はまだイメージできなくても問題ありません。）

本編に基づいて実践していただくと、その意味が良くご理解いただけるはずですよ。

こうして、一つの「コンテンツ」を仕立てたあなたが次にやるべきことは、その元ネタ（＝ブログ等）を使って、最小限度の編集を施し、あらゆる領域に拡散することです。

その「領域」の一つに、Kindle本に代表される『電子書籍』があります。

日常レベルを綴った単なるブログから一気にKindle本を作ってしまう。

しかも、Amazon Kindleランキングの上位ランカーにまでなってしまう。

これは夢物語などではなく、きわめて現実的な話であることもすでに述べましたよね。

実際に、『舞台裏マーケティング』にモニター参加された方は、軒並みKindleランキングのTOPランカーになっていますし、その中には、文字通り、それまでの実績がほとんどゼロ、という方もおられました。

実績ゼロなのに、AmazonのTOPランカーになってしまう・・・どういうことでしょうか？

そのカラクリを『舞台裏マーケティング』では全部明らかにしています。

いずれにしても、実績ゼロの発信者が綴った日常レベルのブログ記事が、その域を超越して電子出版デビューも果たし、ついにはAmazon Kindleの主要カテゴリーで軒並み1位を獲得してしまった・・・

そうしたら、次には「その事実」を別の領域に拡散することも難しいことではないでしょう。

たとえば、Kindle本とほぼ同じ原稿で、他の電子書籍マーケットやメルゾウなどの無料レポートマーケットだけでなく、ありとあらゆるコンテンツマーケットに進出することも可能です。

あるいは、KindleのTOPランカーになるまでの過程をコンテンツ化すれば、まさにそれを求めているあらゆる業種 業態の個人・法人に助言する立場に立つことも可能でしょう。

イメージできますか？

元々は、実績ゼロの発信者による、単なる日常を綴ったにすぎない（かのように見える）、実に頼りなげなブログが「元ネタ」です。

それが、ひとたび「コンテンツ」としての価値を帯びたとたん、その元ネタ一つであらゆる方面にその価値を広めていくことができるのです。

これが、『元ネターつで全方位へ』というフレーズの意味するところなのですが、ここからはもう、実践しながら理解していただくほうが早いでしょう。

まずは、「舞台裏マーケティング」の全体像を眺めていただき、ぜひ本編を頼りに素早く実践モードに突入していただければと思います。

数ヵ月後、独自性溢れる情報発信者としての自分自身に出会うことができるはずです。

舞台裏マーケティングの概要

ここで、「舞台裏マーケティング」の概要についてふれておきます。

大まかな流れとして、以下の6つのステップがあります。

STEP1・・・行動すべきテーマ（取り組む分野）の決定、目標の設定
STEP2・・・舞台裏ブログの構築（タイトル、ディスクリプションの決定、カテゴリーの決定、物語の始動）
STEP3・・・舞台裏ブログの運営（記事執筆、更新、日常のコンテンツ化、物語の進行、物語の終了）
STEP4・・・舞台裏ブログの編集（ブログから電子書籍へ、Kindle本の出版、ランキング攻略）
STEP5・・・ツイッターとの連携による物語の拡散
STEP6・・・舞台裏マーケティングの全方位展開（メルマガ運営、次なるブログの運営、その他の展開）

STEP1～STEP3については、舞台裏マーケティングのキモとなる独特なブログ（＝舞台裏ブログ）の構築方法、運営方法を中心に次章（第2章）にて詳しく解説します。※なお、ブログはWordPressを推奨しています。

STEP4は、「舞台裏ブログ」を当面の目標到達地点でいったん終了することを想定したうえで、そこから一気に電子書籍に仕立てるまでの一切と、その書籍をAmazon Kindle本に出品登録し、主要ランキングを攻略するまでのプロセスです。

舞台裏マーケティングは必ずしも電子出版デビューを目的としたノウハウではありませんが、舞台裏マーケティングの実践力を高める際に、電子出版がきわめて有効な手段であることから、これを必須項目としています。

この方法であれば、ビジネスのジャンルや実績を一切問うことなく、電子出版デビューを果たすことができるだけでなく、AmazonのKindle本ランキングで上位ランカーになることも可能となるでしょう。第3章にて詳しく解説します。

STEP 5は、電子書籍の編集と極めて相性のよいツイッターの使い方を第4章にて詳しく解説します。舞台裏ブログとツイッターを連携させることによる拡散効果について触れると共に、ツイッター単体でも編集可能な電子書生の編集方法についても詳細に説明します。

STEP 6は、STEP 1～STEP 5で解説した全てのプロセスを復習しながら、さらに強力な情報発信を実現するメールマガジンの発行、運営方法について、第5章にて解説します。

加えて、舞台裏マーケティングの要として運営してきた『一つ目のブログ』を継承する新たな舞台裏ブログ(=二つ目のブログ)への展開や、Kindle市場以外のその他のコンテンツマーケットの攻略をも視野に入れた、『舞台裏マーケティングの全方位戦略』について説明します。

その中には、「情報発信」とは最も縁遠い存在と思われてきた、純粋なサイトアフィリエイトやPPCアフィリエイトですら、ご自身のサイトに「舞台裏」のエッセンスを導入することで、報酬アップに繋げる秘訣も公開します。

◆舞台裏マーケティング (教材本編+復習音声)

第0章	舞台裏マーケティングとは何か?	PDF19頁	音声26分33秒
第1章	実績ゼロからの情報発信革命	PDF24頁	音声19分19秒
第2章(上)	舞台裏ブログの構築と運営	PDF45頁	音声36分56秒
第2章(下)	舞台裏ブログの構築と運営-その2	PDF82頁	音声47分43秒
第3章	舞台裏KDPマーケティング	PDF83頁	音声35分40秒
第4章	舞台裏ツイートマーケティング	PDF41頁	音声23分28秒
第5章	舞台裏マーケティング全方位戦略	PDF52頁	音声22分50秒

合計 本編PDF346頁 復習音声3時間32分29秒

2つのコースより選択いただけます。

舞台裏マーケティングでは、二つのコースを用意しています。

一つは、ご自身で独習していただく「ベーシック・コース」（教材本編PDF346頁 復習音声3時間32分29秒 に加え「質問権」付属）です。

もう一つは、基本コースにコミュニティ参加権、質問権、セミナー無料参加権（2回分）、Kindle出版デビュー保証権が付属した「フルパッケージ・コース」です。

すでにビジネスの経験がある程度十分で、「舞台裏マーケティング」を参照しながら、独力で取り組んでみたい方には、「ベーシック・コース」をお勧めします。※質問権のみ付帯。

より完璧に「舞台裏マーケティング」を仕掛けてみたい方には、幅広く、「フルパッケージ」のほうをお勧めします。

（参照 一般販売時価格）

(1) ベーシック・コース	30,000円（税込）	※予定
(2) フルパッケージ・コース	60,000円（税込）	※予定

（参照 フルパッケージ付帯サービスについて）

※フルパッケージ・コースをご選択の方は、3月1日にコミュニティへの案内がございます。その際、質問権、セミナー無料参加権（2回分）、Kindle出版デビュー保証権に関する詳細な説明も行います。

※質問権について（※こちらはベーシック・コースにも付属）・・・本教材に関するコンテンツの内容について、不明な点や確認したい点がございましたら専用フォームよりご投稿ください。個別サポートには対応していませんが、後日回答を音声にまとめ、購入者メルマガや購入者コミュニティにてシェアできるようにいたします。回答音声の配布は、ご質問受付日よりおおむね一週間前後で対応しています。メンバー全員で音声をシェアしますが、ご要望の方はご本人のお名前など個人情報を明かすことは一切ありません。回答音声はご質問内容と併せて、コミュニティ内よりダウンロードしてお聴きいただけます。ご自分では思いつかなかった疑問点等を他のメンバーが指摘してくれたことで、新たな発見や知恵がつかます。使い方によっては、個別サポート以上の効果があるはずですよ。

※セミナー参加権利について・・・既に先行モニターさま参加のもと1回目のセミナーを開催済みです。その際の動画コンテンツを配布します。2回目のセミナーは「より発展的な舞台裏マーケティングの運営」をテーマに4月末～5月上旬に開催予定です。

※Kindle出版デビュー保証権について・・・電子書籍の原稿を作成したメンバーさまを対象に、Kindleの審査、ランキング対策に必要な助言をスカイプ（またはZOOM）で2回行います（1回60分間、計120分間）。ぜひ、電子出版デビューを確実なものとしてください。なお、この2回の権利を行使したにもかかわらず、Kindle出版を実現できなかった場合には、フルパッケージ購入価格を全額返金します。※出版完全保証。

※3月15日（金）までは以下の価格を適用します。

【3／15まで先行割引価格】お申込み方法

(1) ベーシック・コース 教材のみのコース 34,000円のところ、

30,600円 (税込)

お申し込みはこちら→

<https://dailycontents.shop/items/5c69713bc2fc2848606489f9>

(2) フルパッケージ・コース 68,000円のところ、

61,200円 (税込)

お申し込みはこちら→

<https://dailycontents.shop/items/5c6971e7687024487c2fd9ee>

※フルパッケージ・コースをご選択の方は、3月1日にコミュニティへの案内がございます。その際、質問権、セミナー無料参加権（2回分）、Kindle出版デビュー保証権に関する詳細な説明も行います。

※質問権について（※こちらはベーシック・コースにも付属）・・・本教材に関するコンテンツの内容について、不明な点や確認したい点がございましたら専用フォームよりご投稿ください。個別サポートには対応しておりませんが、後日回答を音声にまとめ、購入者メルマガや購入者コミュニティにてシェアできるようにいたします。回答音声の配布は、ご質問受付日よりおおむね一週間前後で対応しています。メンバー全員で音声をシェアしますが、ご要望の方はご本人のお名前など個人情報を明かすことは一切ありません。回答音声はご質問内容と併せて、コミュニティ内よりダウンロードしてお聴きいただけます。ご自分では思いつかなかった疑問点等を他のメンバーが指摘してくれたことで、新たな発見や知恵がつかます。使い方によっては、個別サポート以上の効果があるはずです。

※セミナー参加権利について・・・既に先行モニターさま参加のもと1回目のセミナーを開催済みです。その際の動画コンテンツを配布します。2回目のセミナーは「より発展的な舞台裏マーケティングの運営」をテーマに4月末～5月上旬に開催予定です。

※Kindle出版デビュー保証権について・・・電子書籍の原稿を作成したメンバーさまを対象に、Kindleの審査、ランキング対策に必要な助言をスカイプ（またはZOOM）で2回行います（1回60分間、計120分間）。ぜひ、電子出版デビューを確実なものとしてください。なお、この2回の権利を行使したにもかかわらず、Kindle出版を実現できなかった場合には、フルパッケージ購入価格を全額返金します。※出版完全保証。

追伸

さて、ここまで一気に概要をご覧いただいたことで、「舞台裏マーケティング」の奥行きの高さを感じていた だけたのではないのでしょうか？

また、単にブログを運営するにとどまらず、電子出版デビューを果たしたり、ツイッターやメルマガ等と連携したり、さまざまなコンテンツマーケットに参入したり、といった全方位展開を想定していることから、「自分に出来るのだろうか？」「少し難しいのではないかな？」と不安に感じてしまうかもしれませんね。

心配無用です。

一番最初に要のブログさえキチンと構築し、ご自身の日常レベルの取り組み、つまりは「舞台裏」をしっかりブログ に反映させながら更新していけば（＝日常のコンテンツ化）、しかるべき段階で「電子出版」はじめその他一切のこ とが、本当に簡単に攻略できてしまいます。

つまり、舞台裏マーケティングで運営するブログがある限り、それをほんの少しアレンジするだけで、いろんな方面で活用できてしまうのです（＝元ネターつで全方位へ）。

もちろん、これまで繰り返し述べてきたとおり、仮にあなたが実績ゼロの状態であったとしても、まったく問題なく「舞台裏マーケティング」を手がけることが可能です。

そればかりでなく、「舞台裏マーケティング」は取り組むべきジャンルすら一切問いません。

本教材では、アフィリエイト等のネットビジネス属性の情報発信を事例として取り上げる機会が多くを占めておりますが、ご自身が表現したい「舞台裏」については、ネットビジネスであろうがなかろうが何でもOKです。

たとえば、私の提唱する「舞台裏マーケティング」に興味を示し、今まさに実践しようとしてされている方の中には、英会話の講師もいれば、美容師、ギタリスト、飲食店経営者もいます。

ネットビジネスだけに関心のある方にとっては不思議に思うかもしれませんが、こうした現象は至極当然のことです。

なぜなら、行動すべきテーマ、取り組む分野が何であれ、お客様にお見せる表側の活動の裏には必ず『舞台裏』が存在するからです。

その『舞台裏』にフォーカスし、そこを新たな売りにしていこう！というのが、舞台裏マーケティングの本質なので、これにあたはまらない商売など一切ないのです。

つまり、今後あなたがどんなビジネスに取り組もうが、その時々例外なく取り入れていただける普遍性のある方法論、末永くご利用いただけるノウハウが、本教材346頁&音声3時間32分29秒の中に全て詰め込まれています。

ぜひ、あなたも舞台裏の実践者として動き出してみてください。

間違いなく・・・、ご自身の可能性に驚かれることと確信します。

毎日が新発売本舗 マツイヒロキ

運営情報 <https://dailycontents.shop/tokushoho>