

## 比較対象1: 飲食店を出すという選択

一般的にSNSを使わずに「稼ぎたい」と思ったとき、最初にイメージするのは「店舗を出す」「ビジネスを持つ」などだと思います。

ちなみにこれ2024年の統計がデーターで出てて日本人の71%は1番最初に起業しよう！となった時に

店舗ビジネスを始めるんですよ。

現代でSNS普及しているのに、何も知識がなくて、SNSで稼ぐのは怪しいとか、失敗しそう！とか固定概念にとらわれているんですよ

Aさんは今SNSで稼ごうってなってる時点でビジネスマンとし貴重な30パーセントなんですよ

だって

SNSを知らない人はこの選択肢がないのでいきなりリスクを莫大に抱えるんですよ

じゃあ、これふた開けたらどうなるかを考えると

たとえば、カフェを1店舗出す場合：

- 店舗内装費：300～500万円
- 厨房・設備：100～200万円
- 初期仕入れ：30万円前後
- 人件費：月40万円（バイト2名）
- 家賃：駅前立地で月25万円前後
- 水道光熱・備品・広告：月15万円以上

- 開業前の準備期間: 1〜3ヶ月

最低でも**500〜800万円**の初期費用がかかりますよね。ビジネスの基本、70パーセント以上の人がその後は毎月**100万円**以上の固定費を払い続けるビジネスになります。

しかも、赤字になっても固定費は発生し続ける。  
お客が来なければ、即撤退です。

これは「稼ぐ」どころか、「毎月マイナスをどう耐えるか」という耐久レースなんですよ

これいまからやれって言われたら無理ですよ？w

でも70%の人はこれをやるから失敗するし、日本ではこれが当たり前になっているんですよ

しかもライバルが100万店舗以上あるんですよww

これ超絶レッドオーシャンで自殺行為ですよww

で、副業ってなった時

副業で人気があるのは「物販」「せどり」

よく「10万円仕入れて12万円で売ったら利益2万円」と思われていますが、現実には

- 10万円分の仕入れをした
- 売れたのは7万円分(在庫率30%)
- 利益率は10〜15%(手数料・送料・返品あり)
- 梱包・発送・問い合わせ対応: 毎日2時間
- 利益は月に1〜2万円
- 時給換算: 200円台

仕入れ→撮影→出品→梱包→発送→問い合わせ対応。  
すべて自力。しかも、在庫リスクが常にある。

稼げる構造ではなく、「時給換算すると最低賃金を下回る構造」です。

これうーばーイーツやった方がいいんですよねw

これが稼げると言われている副業でクリーンとか初心者におすすめとか言われている

現状がかなりやばいし、情報の取捨選択できないとこういうのにツッコンじゃうんですよね

---

## 比較対象3: ブログ・アフィリエイトの実態

「紹介だけで報酬が入る」と言われるアフィリエイト。  
確かに夢があります。実際、昔は稼げるモデルでした。

でも、2025年現在のアフィリエイト市場はこうです。

- 1件の報酬: 500円～1,000円(美容・サブリ系)
- ASP登録: 審査あり
- 売るために必要なPV: 最低2万以上
- SEOで上位表示: 3ヶ月～半年かかる
- SNSで流入させる: 構成・共感設計・投稿設計が必須

月10万円稼ごうと思ったら――

500円の商品を200件売る＝2万人に記事を読ませる必要がある。

しかも、1%売れるかどうかの世界。  
ゼロが普通。半年以上無収益も普通。  
途中で辞める人が99%。

## ここで冷静に考えてください

- 飲食店: 初期800万円、毎月固定費100万円。集客なければ即死。
- 物販: 利益率10%、梱包・発送地獄。時給200円レベル。

- アフィリエイト: 1件500円。月10万で200件。SEOかSNS投稿地獄。
- SNSコンテンツ: 発信力・教育力・販売導線。全てのスキルが必要。

つまり、  
「自力で稼ぐ」は幻想です。

## ■ じゃあ、まるお塾の高単価アフィリエイトは何が違うのか？

---

### 1. 売る商品を“自分で作らなくていい”

普通は、商品を作って、信頼を作って、売るスキルを磨いて、  
ようやくスタートラインに立ってます。

でもこのモデルでは、すでに完成した「49.8万円～165万円の高単価商品」をそのまま“代行で販売”  
できます。

商品はすでに売れている。  
販売実績・導線・教育設計も完成済。  
つまり、あなたがやるのは“集客導線に人を入れるだけ”です。

---

### 2. 売る必要がない

Zoomセールスは専門チームが担当します。  
売るのはあなたではありません。

あなたの役割は：

- テンプレに沿った投稿をXで発信
- プレゼント企画でLINE登録者を集める
- あとは担当が個別相談でZoomセールス

1件売れたら報酬: 10万円～60万円。  
通常のアフィリエイトと比べて、単価が**100倍**以上です。

---

### 3. 導線・教育・セールスが“仕組み化”されている

- プレゼント設計 → 完成済
- LINEステップ → 自動配信済
- 動画教育 → 全自動
- セールス対応 → Zoom台本 & セールス部隊
- 成約後の対応 → 専属サポートが実施

あなたが考えることはありません。  
やることは“テンプレを真似して投稿するだけ”。

---

### 4. GPTで“完全自動化された集客システム”

- 投稿テンプレ: GPTSで自動生成
- プレゼント: GPTで作成済
- リサーチ: 競合分析GPTあり
- LINEステップ: 自動生成

つまり、“構造全体”がAIで再現性を担保しています。  
「誰がやっても、同じ流れで成約まで運べる」仕組みになっている。

---

### 5. 再現性の異常な高さ

この仕組みで成約しているのは、  
SNS初心者・フォロワー0・顔出しナシの人たちです。

なぜ売れているのか？

- 拡散部屋でバズ支援 → 拡散力を借りられる

- 教育コンテンツ → 成約までの説得導線が自動で進む
- セールス → プロが担当
- LINE誘導 → テンプレに従って動線設計

つまり、「売るための条件をすべて他人とツールに外注している」状態。

---

## ■ 決定的な違い: 作業量と報酬の“倍率”

モデル	月10万稼ぐために必要な作業
物販	毎月100件の販売、梱包・発送地獄
アフィ	月200件の成約、SEO or SNS構築
SNS発信	投稿、教育、LP作成、セールスまで全部
高単価アフィ(まるお塾)	投稿テンプレを使って人を集めるだけ。1~2件の成約で終了

---

## ■ 最後に: 高単価アフィリエイトというビジネスモデルの本質

このモデルは、

- 自分で商品を持つ必要がない
- 自分で売る必要もない
- セールスも教育も自動化

- AIと拡散部屋が代わりに働く
- 成果が出た瞬間から“報酬が桁違い”

「努力しなくても稼げる」という意味ではありません。  
でも、「自分だけでやる必要がない」  
つまり、「稼げる構造を“借りる”だけ」で成果が出せる。

## ■ 前提: そもそも“売れる商品売る”のと、“自分で売る”のは別次元

副業初心者にありがちな勘違い:

- 「商品を作れば売れる」
- 「フォロワーがいれば売れる」
- 「価値があれば買ってもらえる」

これは全て幻想です。  
ビジネスの本質は、“売れる仕組み”と“売る技術”です。

どんなに良い商品でも、売れなければゼロ。  
どんなにフォロワーがいても、セールス力がなければゼロ。  
価格が高ければなおさら、“売る人間の構造”が問われます。

---

## ■ 比較①: コンテンツ販売者の実態

巷にあふれる「SNS×コンテンツ販売」ですが、実際の構造はこうです。

- 商品設計: 誰に何をいくらで売るかを自分で考える
- 発信: 毎日投稿し、教育と興味付けを兼ねる
- LINE誘導: ステップ配信設計を自力で構築
- LP作成: セールスページを自分で設計

- セールス: Zoom・LINEで成約を取りに行く
- 決済導線: Stripe／MOSHなどの整備
- アフターケア: 入金管理／案内／グループ運営

一言で言えば「1人で会社経営してる状態」。  
しかも、報酬は安定せず、ノウハウがなければ即死。

---

## ■ 比較②: 教育もセールスも“分断されている”スクール型講座

一部の講座は、「教材だけ渡して売らせる」スタイルです。

- 教材: 見るだけ
- 売り方: 不明
- 営業ノウハウ: 提供なし
- 成約テンプレ: なし
- サポート: 最低限
- クロージング: 各自の自己流

つまり、「商品だけ渡されて、勝手に売ってこい」という構造です。

このパターンでは、たとえ商品が良くても売れません。  
なぜなら、教育とセールスの連携が構造化されていないからです。

---

## ■ では、まるお塾の【高単価商品を売る構造】が何を変えたか

---

### 1. 教育→セールスまで一気通貫で“テンプレ化”

- ツイート: ターゲット別に構造テンプレあり(プレゼント型／比較型／洗脳型)



- プレゼント: 商品に連動する設計済のPDF／動画あり
- LINEステップ: 教育＋興味付けを目的とした配信テンプレをGPTで自動化
- 動画台本: ステップ配信動画もテンプレで用意。話すだけで教育が成立
- セールス: Zoomの台本・ヒアリング構造も全て組まれている
- 成約誘導: 全トリガー別に“反論処理”テンプレ完備

つまり、セールスは“個人の感覚”ではなく、“構造として”管理されている。

---

## 2. Zoomセールスの“勝ちパターン”が完全に言語化されている

普通は、Zoomをやってもこうなる:

- 雑談ばかりで売れない
- 相手の温度感に引っ張られる
- クロージングが弱くて成約しない
- 言い訳(グダ)に対応できず見送りになる

だが、まるお塾のZoomセールス構造は:

- 7割教育: 相手が「知らなかった」と言う情報を一気に叩き込む
- 3割販売: 商品説明ではなく、「入らないと詰む」構造で誘導
- 全グダ対応: 時間がない／お金がない／自力でやれる...など全て潰すトーク設計済
- 構造トーク: 価値ではなく“逃げ場を潰す”設計

営業ではなく、“思考の囲い込み”です。

---

## 3. すべてが「構造」なので、売れた理由を検証→改善できる

- なぜ売れたのか
- なぜ売れなかったのか
- どこで教育が甘かったか
- どこでグダを潰せなかったか

これは属人性が高いビジネスでは絶対に不可能です。  
 “感覚”や“カリスマ性”に依存せず、セールスを再現可能な工学レベルで扱っています。

---

## ■ 比較構造表: 既存モデル vs まるお塾モデル

項目	一般的な講座販売	まるお塾構造
ツイート設計	各自が試行錯誤	ターゲット別テンプレあり
プレゼント設計	自作 or なし	構造と連動済みPDF／動画
LINEステップ	ほぼ未構築	教育→興味付け→誘導まで自動
Zoomセールス	感覚営業	台本・反論処理・構造設計
グダ対応	その場の判断	全パターン反論処理テンプレ
検証・改善	個人依存	録画共有・言語化・構造修正
成果速度	運任せ	再現性あり。最短即日成約

報酬

単価1万～5万

単価50万～165万も可能

---

## ■ 最大の論点:「自力で作れるか？」ではなく、「再現できるか？」

大半の副業者は、自分で

- 商品を作り
- 教育をし
- セールスをし
- クロージングをし
- アフターまで対応

しようとします。

その結果、時間が溶け、売上が立たず、辞めていきます。  
まるお塾の高単価販売モデルは――

- 「構造そのものを提供する」
- 「再現性を担保する」
- 「成果が出た構造を全員で使い回す」

この3点によって、「個人では無理」な販売モデルをテンプレ化／再現化／高速化した構造です。

---

## ■ 最後に: 売る人間が変わっても、売れる仕組みこそ“本物の資産”

一時的に売れるセールスマンを育てても、意味がありません。  
属人性の強い営業は、環境・商品・時代が変われば通用しなくなるからです。

売れる人間を育てるのではなく、  
「売れる構造」を作り、  
「それを複数人が使いまわせる仕組み」にすること。

この視点を持てるかどうか、  
1人の営業パーソンで終わるか、組織を持つ側に回れるかの境目です。

---

## 【中単価商品をLP一本で売るモデル(決済完結型)】

- 対象: 1.5万円～5万円の教育系・コンテンツ系商品
  - 形式: ステップ配信+LP+自動決済 (Zoomなし)
  - 目的: 個別対応不要、仕組み型販売で月30～100万円を自動で狙う
- 

### ■ 本質: 中単価モデルは「セールスの代わりにLPがすべてやる」

高単価モデル (Zoom型) は、1対1でクロージングする設計。

一方で中単価は、“対面で売れない価格帯”であるため、すべてを事前の設計だけで完結させる必要がある。

つまり、以下すべてをLPとステップ配信が代行しなければならない:

- 導入 (共感)
- 課題提起
- 情報提供 (信頼構築)
- 商品提示
- クロージング
- グダ処理
- 決済誘導

この設計精度が“1%ズれる”だけで、成約率はゼロになる。

だからこそ、再現できる「構造」がない限り、個人では絶対に成立しないビジネスモデル。

---

## ■ 比較①: 他の「自動販売系」モデルとの違い

モデル	決済完結型？	ステップ教育あり？	成約までの設計
Kindle販売	○	×	表紙・価格・キーワード依存
note販売	○	△	SNS投稿に依存／教育なし
無料LINE配布型	△	△	教育弱い／成約はDM任せ
中単価LP販売（まるお塾式）	◎	◎	教育～商品提示～購入理由すべて設計済

---

## ■ 中単価を“LP一本”で売ることの難易度は、実は高単価Zoomよりも難しい

理由は明確:

- LPは「喋れない」
- LPは「相手の表情が読めない」
- LPは「反論に対応できない」
- LPは「信頼がゼロの状態から始まる」

つまり、ZoomやDMと違い、リアルタイムで補足もできない。

例えるなら、

Zoomセールス: 面接で直接口説く  
中単価LP販売: 履歴書1枚で内定を勝ち取る

そのレベルで、“設計の精度”が問われる。

---

## ■ まるお塾式【中単価販売モデル】の核心

---

### 1. ステップ配信＝教育動画で“信頼構築と必要性の刷り込み”を完了させる

- ステップ1(共感): 「今のSNS副業では詰む理由」をデータと体験ベースで解説
- ステップ2(教育): 「成功者がやってることの共通点＝構造」の洗脳
- ステップ3(比較): 「他スクールや他副業との決定的違い」
- ステップ4(商品提示): 「あなたにも“できそう”と思わせる再現性訴求」
- ステップ5(決済導線): 「今が最後のタイミング」で背中を押す構造

動画・PDF・テキスト...すべてが設計され、  
どのパートで離脱しても次のステップで再度“戻す仕掛け”がある。

---

### 2. LP＝Zoomの代わりに“すべてを語るセールス資料”

以下の要素を1ページ内で全て完結:

- 【共感導入】: 「これまでの失敗はあなたのせいではない」
- 【教育】: 「なぜ他の副業では稼げないのか」
- 【構造提示】: 「まるお塾では“この順番”で誰でも収益化できる」
- 【実績・再現性】: 「実績ゼロでも成果を出した受講生の声」
- 【よくある質問への反論処理】: 「時間がない」「お金がない」「自力でやりたい」などを論破
- 【申込ボタン】: 「今だけこの価格」または「先着特典」

これは、セールスマンで言えば“台本”ではない。

“話し終わった後に渡す説明資料”ではなく、“このLPだけで契約が成立する”レベルの精度で設計されている。

---

### 3. テスト→改善→再構築を自動化できる設計

- ステップ配信はGPTで自動生成／A→Bパターンの切り替え
- LPもGPTで仮説→修正案→ABテストまで構造化
- 決済完了→即コンテンツ自動配信（PDF／動画配布／講座招待）

これにより、ZoomやLINE対応に比べ、1人あたりの工数がゼロに近い  
→つまり、「集客×販売×決済」までを、完全に“仕組み”として売上化できる

---

## ■ なぜこのモデルが再現性を持って機能しているのか

---

理由1: LP一本で売るための【順番と心理トリガー】が全て設計済

- A→B→Cという情報の流れを「納得」→「安心」→「欲望」の順で組んでいる
  - 初見でも最後まで読みたくなる導線（共感→比較→ベネフィット→CTA）
  - 説明ではなく「言い訳潰し」の設計になっている
  - 最後のCTAは、「買わない理由を言えない状態」に追い込む構造
- 

理由2: 「成約するために必要な前提」がすべて揃っている

- 信頼の担保 → 実績者の声／比較論法／再現性の証明
- 確信の注入 → 自分にもできると思わせる情報設計

- 不安の除去 → よくある質問(グダ)をLPで先に潰している
- 決断のトリガー → 今買う理由(価格／期間／人数)をセット

---

### 理由3:ステップ配信が“買う理由”を意図的に埋めてからLPへ送客

- LP単体では売れない
- ステップ動画で「購入する理由・必要性・緊急性」を事前注入
- LPに辿り着いた時点で“8割が購入予備軍”になっている

---

## ■ 他ビジネスとの比較: 中単価LPモデルがどれだけ合理的か

モデル	販売までの負担	人的コスト	安定性	拡張性
Zoomセールス	高(都度対応)	高(1人対応)	○	△
物販	中(出品・発送)	中(在庫・事務)	×	△
note販売	中(SNS依存)	低	△	△
中単価LP販売	低(導線完結)	0(自動化)	◎	◎

---

## ■ 最後に:このモデルの本質は「構造化された営業組織を、1ページで代替する」こと



営業チームでやっていたことを、

- ・台本で話す
- ・質問に答える
- ・クロージングをかける
- ・顧客心理を読む

そのすべてを、1つのLPと5つの教育ステップ動画で代替できている。

これができるのは、「構造が完成しているから」です。

再現できる商品×導線×心理設計が、すべてロジックで繋がっているからこそ、  
“誰が扱っても売れる”という仕組みが実現できている。