

2024年8月30日

# SNSマーケティング 最前線: AI 時代の最強戦略

フォロワーゼロから始めるSNSマーケティング



ラッキーサイン 著

- SNS時代のマーケティング革命
- AIが切り開くSNSマーケティング
- SNSマーケティングの基本ステップ
- 商品がなくても稼げる！アフィリエイトの活用法
- YouTube vs Instagram—どちらを選ぶべきか？
- フォロワーゼロから100人を目指す方法
- 成功を加速させるためのコツとツール
- SNSマーケティングの未来と今取り組むべき理由

# CONTENT

---

<b>01</b>	はじめに	3
<b>02</b>	序章：SNS時代のマーケティング革命	4
<b>03</b>	第1章：AIが切り開くSNSマーケティング	9
<b>04</b>	第2章：SNSマーケティングの基本ステップ	14
<b>05</b>	第3章：アフィリエイトの活用法	19
<b>06</b>	第4章：YouTube VS Instagram	26
<b>07</b>	第5章：フォロワーゼロからのSNS	30
<b>08</b>	第6章：成功を加速させるためのヒント	36
<b>09</b>	第7章：SNSマーケティングの未来	41

## はじめに

---

みなさん、こんにちは！

ラッキーマインのあべむつきです。

さて、本レポートは、僕が運営しているオンラインサロン「あべラボ」の参加特典として作成させていただきました。今このメッセージを読んでいる人の、ほとんど全員が「パソコンを使ってネットでお金を稼ぐ方法を模索している人」だと思います。本誌のタイトルにもなっているように、現代のネットビジネスはSNSを中心に回っています。

個人で活動するSNSインフルエンサーも今では珍しくない職業になりましたし、僕がビジネス指導するメンバーもSNSを活用して続々と利益を出しています。

SNSを舞台にしてビジネス展開することをSNSをマーケティングと呼んでいますが、SNSマーケティングは、従来のネットマーケティングよりも遥かに攻略が簡単です。現在のSNSでは個人間のつながりを重視する「エンゲージメント」という考えが重視されていて、個人でも攻略がし易いというのも大きなポイントですね。

さらに近年大注目を浴びているAIと組み合わせることで、今までのネットビジネスでは実現出来なかったような革命とも言える稼ぎ方が、毎月のように出現しています。

今後しばらくは、AIとSNSを効率的に扱うことが、ネットビジネス攻略に繋がってくるのは間違いありません。

本レポートがあなたのビジネスの成長に繋がれば幸いです。

また、SNSマーケティングの攻略法は時期によって大きく変化することもあります。本誌の作成日・更新日を表紙や僕の署名欄などに明記しておきます。

2024年8月30日

ラッキーマイン

あべむつき

# 序章 SNS時代のマーケティング革命

## ネットビジネスって本当に稼げるの？

僕がこれまで活動してきた中で、多かった質問の1つに「ネットビジネスって本当に稼げるの？」というものがあります。確かにネット上の記事でも、ネットビジネスは古い、ネットビジネスは稼げないなんていう記事も見かけます。僕の意見としては、これはもう古い考えです。

「逆に今の時代にネット以外でどうやって稼ぐの？」というのが僕の考えです。本章では、SNSがもたらしたネットビジネスにおけるマーケティングの変化について解説します。

### summary

01

#### 従来のネットビジネスの問題点

- 誰も読まないメルマガ
- 高すぎる広告料
- ビジネスで一番大切なのは集客

02

#### 個人プレイヤーが有利になる理由

- 大手が参入できない理由
- SNS上では個人の方が評価されやすい

## 従来のネットビジネスの問題点

僕がこれまで活動してきた中で、多かった質問の1つに「ネットビジネスって本当に稼げるの？」というものがあります。確かにネット上の記事でも、ネットビジネスは古い、ネットビジネスは稼げないなんていう記事も見かけます。僕の意見としては、これはもう古い考えです。

「逆に今の時代にネット以外でどうやって稼ぐの？」というのが僕の考えです。話が少しそれますが、僕はビジネスで最も重要なのは集客だと考えています。どんなに素晴らしい商品やサービスを持っていても、集客ができなければ売上は立ちません。

例えば、高いし、まずいし、サービスも悪いのになぜか繁盛している居酒屋に入った経験ってありませんか？ちなみに僕は数え切れない程あります（笑あれって、実は立地がいいんですよね。駅前でアクセスがよかったり、繁華街の入口近くだったり。あとは広告を上手く活用しているということもあるでしょう。人の目を引き付けるために外観にもこだわったりしているのかもしれない。

逆に、安くて美味しいけどいつもガラガラな店もたくさんあります。味はいいのにかわいそうだと思いますが、集客をおろそかにした結果でしょう。今のご時世、**立地も悪くて広告も不勉強となれば、味だけでは上手くいかない**ということです。



もちろん理想は、安くて美味しくて立地も最高で集客も順調という店が一番いいに決まっていますが、味だけでは失敗している店がたくさんあり、集客に全振りしている店が繁盛しているのが現実です。なので僕は人にビジネスを教えるときは「集客」に重きを置くような指導をしています。

ネットビジネスにおいても一番大切なのは集客です。少し前のネットビジネスでは集客と言うと「メルマガの読者獲得」のことを指していました。

自分のメールマガジンの読者を増やして、読者に対して自社コンテンツの販売やアフィリエイトの宣伝を発信して、そこから売上を獲得するという流れが王道の稼ぎ方だったんですね。

## 誰も読まないメルマガ

正直この時期は個人がネットビジネスに参入するのは、かなりハードルが高かったと思います。**ぶっちゃけメルマガなんて、ほとんどの人が読者登録もしないし、読者登録をした人ですらメールは読まないのが普通**です。

ほとんどの場合、迷惑メールに振り分けられますし、全体の30%程の読者がメルマガを読んでいたら大成功で、現実には10%の人にも読まれていないでしょう。



## 高すぎる広告料

当時、最も効果的だった読者の集め方は、他の人に自分のメルマガを紹介してもらおうというものでした。見ず知らずの他人のメルマガを紹介する慈善事業をやっている人なんて、どこにもいませんからお金がかかります。



当時、最も効果的だった読者の集め方は、他の人に自分のメルマガを紹介してもらおうというものでした。見ず知らずの他人のメルマガを紹介する慈善事業をやっている人なんて、どこにもいませんからお金がかかります。

基本的に「読者登録1人あたりいくら」という広告費という名の紹介料を払って紹介してもらおうことになります。

僕も読者紹介をしてもらったことがありますが、読者登録1人あたり1000~2000円が当時の相場でした。1000人の読者を集めるのに200万円かかるということです。驚きですよ。実際メルマガの広告費が高すぎて潰れたところもいくつも見てきました。

状況を変えたのはスマホとSNSです。

用途が限定されているメルマガと違い、エックス（Twitter）、Instagram、YouTubeなどのSNSは誰もが日常的に利用するメディアとして登場しました。個人が不特定多数の人に簡単に情報を発信できる土台がついに整ったということです。

わざわざ家に帰ってパソコンを開かせる必要もありません。

普段持ち歩いているスマホにLINEメッセージで情報が届きますから、メルマガなんかよりよっぽど効果的に情報を発信できます。

個人に直接届くという意味では、LINEはテレビCMよりも効果的な宣伝手段と言えるでしょう。大企業ですら個人のSNSインフルエンサーに頼っている事実もありますよね。

SNS側も年々機能が追加され、集客が圧倒的に楽になり、初心者でも成功しやすい環境が整っています。これが、SNS時代のマーケティング革命です。

## 従来のネットビジネスの問題点

---

### 誰も読まないメルマガ

メルマガが集客の中心だった時代でも、ほとんどの人がメルマガを読者登録すらしないし、登録後もメールマガジンの開封率は高くても20%。迷惑メールフィルタも厳しくなり、メルマガでのマーケティングは初心者にはハードルが高いものになっていった。

---

### 高すぎる広告料

圧倒的少数派であるメルマガ読者を獲得する最も効率的な方法が、他社のメルマガからの紹介（宣伝）。広告料は年々上昇し、1件の読者登録で数千円の広告料がかかるケースも。

---



**SNSの登場で問題解決**  
**初心者でも参入可能に**

## 個人プレイヤーが有利になる理由

SNSの登場で個人でも集客ができるようになりました。個人が企業と同じ土俵で競えるようになったことです。同じ土俵で個人と企業が戦えば、個人の方が弱く感じるかもしれませんが、そんなことはありません。

例えば100人いる企業がSNSマーケティングをして1億円を売上を上げても売上金は個人ではなく会社に還元されますから、個人それぞれが受け取れる金額は100分の1になりますよね。経費など全部無視して計算しても1人あたりに還元される金額は100万円です。個人でやれば全部丸儲けですから、**100人企業が1億稼ぐのと個人で100万円稼ぐのが同じ価値**ということです。

例えばニッチなジャンルで、市場規模的に毎月100万円程度しか稼げない市場があるとしたら。ネットビジネス系のジャンルは割と近い規模感でしょうね。

**仮にSNSマーケティングをして確実に毎月100万円稼げるとします。おそらくほとんどの人が全力で取り組むでしょう。土日も挽回して朝から晩までSNSに力を入れるという人も大勢いるでしょう。**

ですが、社員が100人いる企業がそれをやるかというのでしょうか？「うちの会社は月に100万円稼ぐために、社員100人全員が全力で取り組む！朝から晩まで、休みも無し！」もしそんなことを言ってる会社があったらすぐに潰れてしまうでしょう。

つまり、企業が参入できる市場はある程度大きな規模の市場だけなんですよね。テレビCMなどをうって、何百万、何千万円も広告費を費やして、1億円稼ぐというのが企業の戦略です。

100万円稼げることがわかっていても企業は参入できません。10万円しか稼げないならなおさらです。会社という組織で動いているので、逆に自由度が失われているわけです。

特に最新のSNSでは、個人間のつながりを重視するエンゲージメントという考えが強く指示されている背景もあり、個人プレイヤーが企業アカウントよりも評価されやすくなっているのも個人プレイヤーには追い風となっていますね。

# 第1章 AIが切り開くSNSマーケティング

## SNSマーケティングの進化

SNSが進化するとともに、多くの現代人がSNSに夢中になるようになりました。今ではSNSが人々の日常生活の一部となっているほどです。社会を構成する要素になったと言っても過言ではないでしょう。

しかし、SNSの歴史を振り返ると、面白いことも見えてきます。

### summary

01

#### 楽から難へ、そして再びチャンスへ

- mixiや Greeなどの国産SNSの問題点
- 海外SNSが大流行した理由

02

#### SNSマーケティングの過熱による逆風

- コンテンツの品質上昇問題
- 個人プレイヤーが再退場

03

#### AIの導入でビジネスがどう変わるのか

- AIで仕事を奪え！
- 組織化する意味がなくなり、個人が活動できる時代

# SNSマーケティングの進化

## 楽から難へ、そして再びチャンスへ

### なぜmixiはユーザーに見放されたのか

20年くらい前、SNSという言葉を生み出したきっかけともなったmixiが大流行しました。利用していた方も大勢いると思いますが、今では見る影もなくなってしまいました。SNSマーケティングを始める前に、なぜ最大手SNSだったmixiがここまで廃れたのか、原因を知っておきましょう。



### 国産SNSの問題点

初期の国産SNS、例えばmixiやgreeは、ビジネス利用されることを嫌っていました。SNS上でビジネス展開できるのは契約した企業のみ。個人がビジネス利用することはNGで、一般の利用者はSNSをあくまで日記や趣味の場として利用することしか出来ませんでした。

どういう目的で、個人のビジネス利用を禁止していたのかは僕にはわかりませんが、「商用利用NG」というのは時代遅れの古い考え方だと思っています。

個人の日記や趣味の投稿に価値がないとは言いませんが、僕は個人的には他人の日記なんて見たいと思いません。本当に仲の良い友人の近況であれば目に留まることもありますが、言ってしまうえばその程度の価値しか感じません。

単純にコンテンツとして面白くないんですね。

「古い日本気質」のスタイルでは、コンテンツの魅力に限界があるんです。

個人が片手間で暇つぶしに投稿した内容より、予算と時間をかけて商業的に作ったコンテンツの方が面白いに決まっています。

実際、国産のSNSは盛り上がりを欠くことになり、次第にユーザーから見放されていきました。

## 猛威を振るう海外SNS

# facebook

逆に勢力を伸ばしてきたのが海外のSNSプラットフォームであるfacebookです。世界的にも評価されていて、多くの有名人も利用しています。ビル・ゲイツも利用しているわけですから凄いですね。ビジネス利用に制限があって扱いづらい国産のSNSよりは、自由に活動できる海外SNSの方が人は集まるに決まっています。

実際にfacebookは世界最大のSNSにまで成長し、国産SNSは見る影もなくなってしまいました。そして、Facebookの登場により、SNSマーケティングの舞台も大きく変わりました。海外のSNSは、良くも悪くもマーケティングの場として積極的に活用され始め、ビジネスの主戦場になったわけですね。



企業や個人がSNSをビジネス目的で運用するようになると、そこには予算が投入され、より魅力的なコンテンツを生み出す可能性が広がります。動画コンテンツの制作にお金をかけたり、大規模なキャンペーンを実施したりと、SNSマーケティングのレベルは急激に上がりました。この流れがSNS全体を活性化し、さらに多くのユーザーを引き寄せる結果となりました。一方で、国産SNSはこの流れに乗ることができず、次々と衰退していきました。現在、SNSの代表格として名前を挙げるとすれば、Instagram、X（旧Twitter）、Facebook、YouTubeなど、すべてが海外発のプラットフォームです。このような歴史を経て、SNSは現在の形に進化してきましたが、古い国産SNSに慣れている人々には、いまだにSNSをビジネス利用する感覚が薄いままの人が多いです。

## SNSに搾取されているは駄目

SNSをただの日記として使うことは、もはや搾取される側の思考です。SNSが提供するコンテンツは基本的にはユーザーの投稿です。SNSに投稿されるユーザーの日々の日記や友達同士の馴れ合いでSNSは稼いでいるわけです。一生ユーザー目線であるよりは、せっかくあるビジネスツールを活用してお金を稼ぐ方法を模索するのが現代人に必要なことだと思います。SNSを使ってお金を稼ぐという目的意識を持つことが、現代のマーケティングにおいては第一歩と言えますね。

## SNSマーケティングの過熱による逆風

海外SNSの台頭で、SNSは立派なビジネスの舞台になりました。それも、かつてのメディアとは比べ物にならないくらい巨額のお金が稼げるようになりました。SNSもどんどん高度になり、様々な機能が追加されて、どんどん魅力のあるコンテンツを提供しやすい環境が整うことになりました。でもこれはいいことばかりではなく、個人プレイヤー達にとっては問題もありました。

### コンテンツの高品質化による弊害

SNSの進化のせいで、これまで以上に魅力的なコンテンツを提供しないと、ユーザーに見向きもされないようになってしまいました。今まではテキスト投稿だけでもよかったものが、画像や動画などをつけないと物足りないようになってしまったんですね。人よりどうやって目立つか、魅力あるコンテンツを作るにはどうするればいいかという、ユーザー間での戦争が過熱します。



ユーザー目線で見れば、コンテンツの質が向上するのはいいことですが、SNSをビジネス利用している目線だといいいことばかりではないんですね。個人よりは企業のほうが人材にも予算にも余裕がありますから、より魅力的なコンテンツを作ることができますよね。YouTubeで言えば、テレビ局が作った動画と一般人が作った動画では企画内容も構成も編集も全てレベルが違います。人材や予算に余裕のある企業や組織じゃないと参加しづらい状況になってしまいます。結局SNSの舞台も資本主義の原理で、お金があって力が強いところが勝つという、個人プレイヤーにとっては、つまらない展開を迎えることになってしまいました。

## AIが変えるSNSマーケティングの風景

コンテンツの品質競争で個人プレイヤーが追い出される形になったSNS。ところが、ここで救世主のように登場したのがAIです。AIは、これまで複数人で行っていた高度なコンテンツ制作を、一人でも簡単に行えるようにしました。個人プレイヤーがSNSを舞台にして稼ぐ武器をひとつ手に入れたということです。



AIは、トレンドに基づいた投稿内容の提案、最適な投稿時間の計算、文章はもちろん、画像や動画の生成までを自動で行います。個人でも出来ないことはないですが膨大な知識と時間を費やすことになります。

特に生成系AIが作り出す映画顔負けのCGムービーや、プロと遜色ないコピーライティングなどはレベルが高く、これまでコンテンツ制作を主戦場にしてきた企業・組織が驚異を感じるほど高いレベルのものを生成してくれます。

AIの出現で、個人でも高品質なコンテンツを短時間で作成し、SNSマーケティングを効果的に展開することができるようになったのです。

特に動画コンテンツの制作において、AIの進化は劇的です。日に日に新しい高度なAIが誕生し、以前は高度な技術と高価な機材が必要だった動画制作が、AIの登場によって誰でも手軽にプロフェッショナルな品質の動画を作成できるようになりました。

AIが映像編集やエフェクトを自動で行い、短時間で魅力的な動画コンテンツを生み出すことが可能になったのです。

これにより、動画が中心となるプラットフォームでも、個人や小規模ビジネスが再びチャンスをつかめる時代が到来しました。

## 第2章 SNSマーケティングの基本ステップ

### SNSマーケティングの成功にむけて

SNSマーケティングの成功の形はひとつではありません。知名度アップが目的であれば、利益よりもフォロワー数を獲得することを優先するケースもあるでしょう。今回は、お客様であるフォロワーに商品を販売することを成功とします。より手間暇をかけずに、少ないフォロワーからでも売上が発生するような成功モデルを前提に、具体的なステップをまとめてみました。本章で、SNSマーケティングの基本的な流れをおさえておきましょう。

#### summary

01

フォロワー獲得からLINE誘導、  
そして商品販売までの流れ

02

何を販売するか？誰に売るか？  
(ペルソナ設定)

03

効果的な投稿と  
コンテンツ作りのポイント

# フォロワー獲得からLINE誘導、 そして商品販売までの流れ

SNSマーケティングの流れは、大きく分けて4ステップです。まずは、SNS上でフォロワーを獲得して、次にプレゼント企画などでLINEの友だち登録に誘導します。その後、LINEメッセージで情報発信をしてユーザーを教育します。最後に商品販売してお客さんが商品を買ってくれたら成功という流れです。



変な言い方になりますが、多分あなたもあべラボに参加しているのであれば、このステップを経由しているということだと思います。そういう意味では本レポートがある程度根拠のあるレポートだのご評価いただければ幸いです。

## 重要度★★★★★

# 何を販売するか？誰に売るか？（ペルソナ設定）

効果的なSNSマーケティングのためには、「何を販売するか」も大事ですがそれと同じくらい「誰に売るか」を明確にすることが重要です。

例えば健康食品であれば、若い世代よりは高齢者層、収入にも余裕があり、健康に気を使う層に販売する方がいいですね？

商品に最もマッチする属性（ペルソナ）をあらかじめ想定し、その属性の人たちが集まるようなSNS運用が必要です。

ペルソナ設定では、年齢、性別、職業、価値観など、ターゲットとなる人物像をできるだけ詳細に描くことがポイントです。

### ペルソナの例

#### 世代別の特徴と価値観

- Z世代（1997年～2012年生まれ）：デジタルネイティブで、ソーシャルメディアの影響を強く受ける。環境問題や社会的正義に敏感。
- ミレニアル世代（1981年～1996年生まれ）：テクノロジーに精通し、体験価値を重視する。レビューや口コミを重要視。
- X世代（1965年～1980年生まれ）：独立志向が強く、ブランドの信頼性や実績を重視する。
- ベビーブーマー世代（1946年～1964年生まれ）：安定志向が強く、伝統的な価値観に重きを置く。

#### 性別によるニーズと価値観

- 男性: 機能性や効率を重視する傾向がある。データや具体的な事実を重視することが多い。
- 女性: 感情や共感に基づく購買行動を取ることが多く、ブランドのストーリーや信頼感を重視。

#### ライフステージ（職業）

- 学生: 将来に対する不安や期待が大きく、教育やキャリアに関心が集中。
- 独身社会人: 自分のキャリアや趣味に時間とお金を投資する傾向がある。
- 経営者: 新しいビジネスを模索している。
- 子育て世代: 家族のニーズが最優先で、時間や経済の効率を求める。
- 退職世代: 健康や趣味、安定した生活が主な関心事。

## ペルソナの一例（かなちゃんの場合）



あべラボで実験的に取り組んでいる企画で、たった1投稿で7800円売上を出した面白い事例があるのですが、そこではペルソナとして**30~40代の男性、平均的な収入でスキマ時間でできる副業を探している人**をペルソナとしています。ペルソナにマッチしない層は全部無視です。

## なぜペルソナを区切るのか

ペルソナを明確にすればするほど、対象となる顧客の絶対数は減ります。例えばペルソナを男性のみとすれば、全人口の半分を占める女性のを全て無視することになります。

結果として、集まるフォロワーの最大数が少なくなってしまうリスクはあるのですが、それ以上にメリットがあるのでペルソナは具体的なほどいいでしょう。

例えば、ペルソナを男性に限定することで女性に配慮した発言をする必要がないので、発言の自由度が上がりますし、情報の発信がしやすくなるメリットがあります。

今回のかなちゃんのケースでは、どうせビジネスを教わるなら若い女性から教えてもらいたいという男性ユーザーは多いだろうという想定で、ペルソナを設定しました。

次のページで、ペルソナを明確にするメリットを具体的に挙げて説明していますので参考にしてください。

# ペルソナを明確にするメリット

## ターゲットマーケティングの精度向上

ペルソナを明確にすることで、ターゲットとする顧客層のニーズや関心を深く理解できます。その結果、マーケティングメッセージや広告キャンペーンをより効果的に設計でき、無駄なコストを削減することができます。

## 商品やサービスの開発に役立つ

ペルソナのニーズや問題点を理解することで、それに合った製品やサービスを開発しやすくなります。これにより、顧客満足度が高まり、リピーターやファンを獲得しやすくなります。

## コミュニケーションの一貫性

ペルソナを明確にすることで、すべてのコミュニケーション（広告、ブログ、SNSなど）で一貫したメッセージを伝えることができます。一貫性のあるメッセージはブランドの信頼性を高め、顧客との関係を強固にします。

## コンテンツ戦略の最適化

ペルソナに基づいてコンテンツを作成することで、ターゲット層にとって価値のある情報を提供できます。これにより、エンゲージメントが高まり、ブランド認知やコンバージョン率が向上します。

## 顧客体験の向上

ペルソナが明確であれば、顧客の期待や望みをよりの確に把握できるため、顧客体験を向上させるための施策を打ちやすくなります。これにより、顧客の満足度が高まり、口コミやリピート購入に繋がります。

# 第3章 あなたの商品がなくても稼げる！アフィリエイトの活用法

## アフィリエイトで稼ぐための基礎知識

SNSマーケティングで稼ぐ事を考えた時、一番売上を上げやすいのは自社コンテンツです。自身のコンサルサービスやオリジナルの商品ですね。ですが、ほとんどの個人が自社コンテンツなんて持っていませんよね。その場合におすすめなのがアフィリエイトです。

他人の商品を宣伝して、売上の一部を還元してもらう仕組みになっていて、独自の商品を持たない初心者の方でも現実的に売上を上げることができる唯一の仕組みです。

### summary

01

#### 初心者おすすめのジャンル

- 稼ぐ系
- 健康、美容系
- スピリチュアル系

02

#### 稼ぐ系のテーマの選び方と成功のコツ

03

#### 実際の成功例 かなちゃんの事例

# アフィリエイト基礎知識

## 初心者におすすめのASP

アフィリエイトは他社の商品やサービスを紹介し、成果に応じて報酬を得る仕組みです。在庫リスクがなく、自身の商品を持たなくても売上を上げることができるので、初心者が稼ぐには最もおすすめの稼ぎ方でしょう。国内のアフィリエイトASPでおすすめの2つのASPを紹介します。



### 業界最大手A8net



<https://www.a8.net/>

A8.netは日本国内で最も知名度が高く、数多くの広告主と提携しているアフィリエイトASP。幅広いユーザーに支持され、国内最大の豊富な案件数とサポートが特徴。初心者向けのサポートも充実しています。

### 稼ぐ系最強ASP「インフォトップ」



<https://www.infotop.jp>

アフィリエイトで情報商材に特化した案件を探すならば、「インフォトップ」がおすすめ。高単価案件が豊富で即時報酬支払いがあり、専門的な商材も多数揃っている。情報商材やデジタルコンテンツを紹介して収益を上げたい人に適しているASPです。



## 初心者におすすめの アフィリエイトジャンル3選

### 01

#### 稼ぐ系（ビジネスノウハウ・投資）

【主なASP】インフォトップ、インフォカート

【良い点】購買意欲の高い層を獲得しやすいため、素早く収益を上げることが可能。高単価の案件も多いので、大きく稼ぎたいならコレ

【悪い点】アンチも多い業界のため、攻撃的な批判コメントが来ます。批判を受け流せるような、強いメンタルをが必要です。

### 02

#### 健康・美容系

【主なASP】A8net

【良い点】消耗品が多いので継続的な売上が見込める。定期購入してくれるお客さんが複数人獲得できれば長期的な不労所得の柱となる。経済的に余裕のある人が多いので商品が売れやすい。

【悪い点】1つ1つの単価は低いので、大量のフォロワーを獲得する必要がある。

### 03

#### スピリチュアル系（占い、金運など）

【主なASP】A8netなど

【良い点】すぐに話を信じる人が多い上に、高額な商品も多数あるので、少ないフォロワーでも大きな売上を見込める。自身のコンテンツにも発展させやすい。

【悪い点】スピリチュアル系に精通している必要がある。（筆者は苦手）

## 稼ぐ系のテーマの選び方と成功のコツ

何度か述べていると思いますが、初心者がアフィリエイトで稼ぐなら、稼ぐ系、美容・健康系、スピリチュアル系の3択だと思っています。もちろん、細かく分ければ稼ぐ系の中では投資やアフィリエイトなどのジャンルに区別されます。ダイエット系は美容に含まれますし、占いなどがスピリチュアル系に分類されます。なので3択とは言いましたが結構幅は広いんですよ。逆にNGジャンルとしての例を具体的に上げると、キャンプ用品や料理グッズなどの様な趣味ジャンルは稼ぎづらいジャンルだと思います。

### 悩みがお金に変わる

実は、稼ぎやすいテーマに共通していることが1だけあるんです。それは、「悩みを解決している」ということなんですね。稼ぐ系ならお金に困っている悩みを解決、美容系なら美容に悩んでいる。スピリチュアル系は、見えない何かに悩みを解決してもらっているものだと考えています。テーマの性質上、お客さんは全員最初から悩みを抱えている状態ですから、フォロワーも獲得しやすいし、その後のマネタイズもスムーズです。付け入る隙と言ったら聞こえは悪いですが、相手が興味を持ちそうなジャンルがもうわかっているのだから、お客さんに納得してもらえるコンテンツも提供しやすいですよ。趣味ジャンルの場合、そもそもフォロワーを獲得するのも一苦労ですし、商品販売までの道筋も細いし少ないです。趣味はあくまで趣味として、稼ぐのを優先するのなら何か相手の問題を解決できるようなテーマを選ぶ方が早いのは間違いありません。

### ソーシャルメディア最適化（SMO）を意識する

少し前のネットビジネスではSEOが売上に大きな影響を与えていました。Googleの検索順位が売上に直結していたんですね。今でもSEOが重要なのは間違いありませんが、今SEO以上に重要なのがSMO（ソーシャルメディア最適化）です。SNSでより多くの人に見られるように最適化することが最も重要視される時代になりました。また、SEOよりも攻略が楽です。SEOでは、「〇〇をしたら必ず表示順位が1つ上がる」というような確定的な攻略方法はほとんどないんですよ。でもSMOはいくつもあります。業者に頼まないと出来ないような大げさな作業も必要ありません。個人が通常のSNSの利用の範囲で、十分に攻略できてしまうのがSMOです。



## ソーシャルメディア最適化 (SMO)

SNSにおけるSEO対策のバージョンに相当するものを「ソーシャルメディア最適化 (SMO)」と言います。SMOを効果的に活用するためのポイントを3つ挙げます。

### 1. コンテンツの一貫性と価値

SNSで発信するコンテンツは、ブランドやテーマに一貫性を持たせることが重要です。また、フォロワーにとって価値のある情報を提供することで、シェアやエンゲージメントが増え、より多くの人にリーチできます。

ラッキーメインの場合はお金稼ぎという大きなテーマの中で、話題のAIを使った稼ぎ方や人気のメルカリ転売の方法などを紹介していますね。

### 2. ハッシュタグとキーワードの最適化

投稿に関連する人気のハッシュタグやキーワードを適切に使用することで、より多くのユーザーにコンテンツを発見してもらえます。トレンドに合わせたハッシュタグを活用することも効果的です。エックスのトレンドなどを追って、話題のタグを付けるのも効果的です。



### 3. フォロワーとの積極的なエンゲージメント

コメントに返信したり、フォロワーの投稿をリシェアするなど、積極的にフォロワーとコミュニケーションを取ることで、アルゴリズムにより優先的に表示されるようになります。エンゲージメント率が高いアカウントは、SNSプラットフォーム内でのおすすめコンテンツとして取り上げられやすくなります。

## 実際の成功例（かなちゃんの場合）

あべラボの事例で、かなちゃんが開始一週間で7800円稼いだという事例がありますが、これもテーマは稼ぐ系。もっと言えばあべラボのアフィリエイト報酬です。



項目	金額
アフィリエイト報酬	7,800円

初心者がアフィリエイトで稼ぐ場合、おすすめ3選で挙げた**3つのジャンル以外で稼ぐのは不可能**とは言いませんが、かなり厳しいはずです。かなちゃんのインスタではほとんど全ての投稿が「AI使って〇〇稼いだ！」という内容のショート動画です。誰でもできると言ったらかなちゃんには失礼な言い方になりますが、そんなに難しい作業ではないというのは事実です。彼女の場合は最初の動画（40秒）を投稿してたったの1週間で7800円の売上も発生しました。

## 圧倒的高報酬の稼ぐ系

この僕の4千万円以上全アフィリエイト売上の金額の99%が稼ぐ系です。

成果の累計

アフィリエイト		2ティア		合計	
件数	報酬	件数	報酬	件数	報酬
3,144	¥44,198,085	294	¥212,289	3,438	¥44,410,374

アフィリエイト成果詳細検索 ▶ 支払明細 ▶

冷静に考えれば、個人がこんなに稼げるのは異常だと思っています。商品の性質上なのか、アフィリエイトの単価も高くて稼ぎやすいテーマだとは思いますが、高単価が原因というよりは、現代のSNSマーケティングと稼ぐ系の相性がよいのだと思いますね。

# 稼ぐ系のテーマの選び方と成功のコツ

## アフィリエイトで成功するための3つのポイント

### 01

#### テーマ選び

基本は、稼ぐ系、健康・美容系、スピリチュアル系の3択。相手の悩みを解決するテーマだとその後のマネタイズがしやすくなります。

### 02

#### 信頼性のあるコンテンツ作成

実際に商品やサービスを試し、その体験を基にした信頼性の高いコンテンツを作成します。これにより、購買率が向上し、収益が増加します。

あべラボをアフィリエイトするならAIビジネスの体験談などは効果的です。

### 03

#### ソーシャルメディア最適化 (SMO)

一昔前のSEOに比べると遥かに攻略が楽なSMOは必ず意識しましょう。

コメント返信、いいねやリポストなど、目についたものは片っ端からシェアする勢いでSNSを攻略してください。

## 第4章 YouTube vs Instagram どちらを選ぶべきか？

### 稼ぎやすいSNSを考える

本レポートをお読みの方は、もしかしたら普段僕のYouTubeチャンネルを見てくれている人が多いかもしれません。

ラッキーメインのようにYouTubeで活動していくことを視野にれている人もいるでしょう。ですが、“今”ネットで稼ごうと思うならインスタが一番成功しやすいSNSだと考えています。僕の経験や、直近の事例でなぜ今インスタが稼ぎやすいのか説明します。



### summary

01

**YouTubeがレッドオーシャンである理由**

02

**初心者がインスタから始めるべき理由**

03

**インスタグラムの優位性と成功しやすさ**

- 習慣化させる
- コメント返信でエンゲージメントを高める

## YouTubeがレッドオーシャンである理由

YouTubeは、世界最大の動画メディアです。しかし、その大きな人気の反面、YouTubeはすでに「レッドオーシャン」と化しています。

ラッキーメインは奇跡的にAIがめちゃくちゃ流行ったのでおかげさまで好調ですが、この数年で弱体化したチャンネルも多く見てきました。



### プロレベルの編集が当たり前

YouTubeが過熱するにつれて、動画のクオリティもどんどん高くなっています。テレビ局が作るようなプロレベルの編集をする動画もよく見かけますよね。実際にテレビ局が運営しているチャンネルもあります。

ライバルたちがプロ同然なので、立ち向かうにはこちらもプロレベルの編集テクニックが必要になります。

インスタであれば、メッセージ投稿など動画以外で取れるアクションも多いですが、YouTubeでは動画以外のコンテンツはほとんどみられませんから、小細工も聞かないのが辛い所です。

### ユーザーの時間の奪い合い

テレビ局が作る動画は、予算もあり人材も豊富ですから魅力ある動画なのはもちろんそうなのですが、尺もそれなりに長いのが更に厄介です。

面白いし、尺が長いのでユーザーの時間をより多く奪っていきます。時間は有限ですから、全ての動画が見られるわけではなく、当然取捨選択されていきます。

こうなってくると、初心者がこれから始めるのは大変です。

一方、インスタであれば最長でも3分の動画しか投稿できません。なんなら普段見かける動画の大半が数十秒程度だと思えます。

相対的に、**自分のコンテンツが多く取り上げられる可能性が高いのがインスタ**ということになります。

既に時間の奪い合いが始まっているという事実からも、YouTube市場は既にレッドオーシャン化してしまったと言っていいでしょう。

## 初心者がインスタから始めるべき理由

初心者がSNSマーケティングを始める際、インスタグラムを選ぶべき理由は多くあります。まず、インスタグラムは操作が簡単で、投稿までのハードルが低いことが挙げられます。写真や短い動画を手軽にアップロードできるため、複雑な編集スキルや高価な機材がなくても魅力的なコンテンツを作成することができます。



### マーケティングに直結させやすい

次に、インスタグラムはエンゲージメントを重視するため、フォロワーとの関係性を築きやすいという点も重要です。フォロワーへのいいねやリポストはSMO上でも大きく役立つし、自分の投稿にいいねをしてくれた人に対しては信頼度もあがりやすよね。

コメントやメッセージを通じて、ユーザーとの対話が直接的に行えるため、信頼関係を構築しやすく、それが商品の販売やサービスの提供に繋がりがやすくなります。

### フォロワーを増やしやすいプラットフォーム

さらに、インスタグラムは、フォロワーを増やしやすいプラットフォームでもあります。ハッシュタグを効果的に使うことで、ターゲット層にリーチしやすく、特定のテーマに興味があるユーザーを引き寄せることが可能です。これにより、初心者でも比較的短期間でフォロワーを増やし、影響力を持つことができるのです。

### 動画編集のスキルや膨大なリソースが必要ない

インスタグラムは、動画編集のスキルや膨大なリソースがそこまで必要ないため、マーケティングを始めるのに最適なプラットフォームです。YouTubeと比べて、初心者が成功しやすい環境が整っているため、まずはインスタグラムからスタートし、一定のフォロワー基盤ができたなら他のプラットフォームに拡大する戦略が効果的です。

僕はYouTubeで成功してからインスタを始めましたが、時代によって正解がすぐに変わるのも面白いところですね。

## Instagramの優位性と成功しやすさ

個人的には、今からSNSマーケティングを始めるならインスタかYouTubeかの2択だと思います。その上で、その2択ならインスタに軍配が上がるかなという感覚ですね。

僕自身はYouTubeのキャリアが長いのでYouTubeの方が売上は大きいですが、最近始めたインスタアカウントは急激に売上を伸ばしています。かなちゃんの事例など、周りの方の事例でもインスタでの売上報告はよく耳にします。

SNSの性格として、YouTubeは視聴者間のつながりを重視していますが、Instagramは視聴者と配信者のつながりも高く評価するので、個人アカウントの方が評価を受けやすいのも大きな要因です。どうせ大手には組織力では敵わないですから、個人の活動が評価に直結しやすいInstagramから始めるのがおすすめです！

### その後のビジネスに直結しやすい

SMOの項目で、自分の評価を上げるためにエンゲージメントが重要だという話をしました。日々のいいねやリポストがSNSに評価されて、投稿がより多くの人に見られやすくなるということですね。

YouTubeの場合、ユーザーも配信者も取れるアクションが少ないのでやれることがあまりないんですよね。ほとんどいいねと高評価の数で評価されているのが現状です。

逆にInstagramは結構アクションに幅があって、できることが多いですね。

YouTubeと違って、相手も投稿している事が多いですからそこにいいねしたり、DMでやり取りすることも自然に行えます。

SNSマーケティングにおいて、フォロワーとの距離感は近い方が成約率は高まります。見ず知らずの人からものを紹介されるよりは、ネット経由だとしても面識がある人からの紹介の方が安心感があるというのは自然な感情だと思います。

一石二鳥という表現もまた変な感じがしますが、SNSを攻略するために行っていることが、その後のマーケティングの流れに繋がっているのは大きなメリットと断言していいでしょう。

# 第5章 フォロワーゼロから100人を目指す方法

## ゼロから始めるSNS

SNSマーケティングの成功は、まずフォロワーを増やすことから始まります。最初は100人のフォロワー獲得を目指して、SNSを運用することをおすすめします。

100人フォロワーが居れば、コンバージョン1%の商品なら1人が購入しますから、最低限の成約が見込めます。逆に100人の顧客候補に対して1つも商品が売れない場合は商品コンセプトやペルソナの設定にミスがあると考えましょう。

フォロワーゼロの状態から100人を目指すためには、いくつかの具体的な手法を実践することが効果的です。

本章では全くのゼロからペルソナにマッチした100人のフォロワーを獲得するまでの道順を説明していきます。

### summary

01

#### フォロワーを効率的に増やす具体的な手法

- 魅力的なプロフィール作成
- ハッシュタグの活用
- 定期的な投稿とコンテンツの一貫性
- 他のユーザーとのエンゲージメント（いいねとコメント）

02

#### ペルソナにマッチしたフォロワーの重要性

03

#### フォロワーが収益に直結する理由と事例

# フォロワーを効率的に増やす具体的な手法

フォロワーゼロから100人まで

100人のフォロワー獲得はそこまで難しいことではありません。機械的に取り組むことで殆どの場合、そこまで苦労せずに達成できる数字でしょう。

例えば、ここで紹介する手順で一ヶ月で100フォロワーを獲得できなければ、何かミスがあると考えていいと思います。本章ではあべらボ生のかんなちゃんの事例をもとに、具体的にどうやってフォロワーを獲得したか説明していきます。

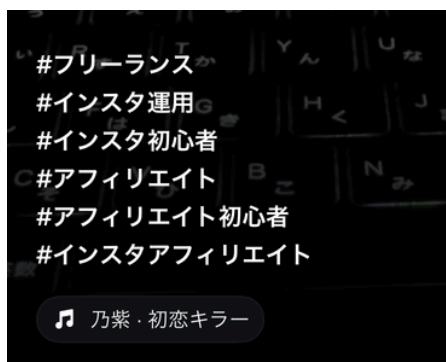
## 01 魅力的なプロフィールの作成



プロフィールを魅力的かつ明確に設定し、提供する価値や専門性をアピールすることが重要。具体的で細かく設定し、フォロワーを惹きつける内容にする。

ここで設定したプロフィールを後でAIに学習させて本人になりきるAIを作成して、コメント返信などを任せる。

## 02 ハッシュタグの活用



投稿時に関連性の高いハッシュタグを使うことで、より多くのユーザーにリーチできます。簡単に言えば同じタグを付けている動画の関連動画に乗りやすくなるという効果があります。

かんなちゃんの場合はインスタとアフィリエイトを複合させたワードを使っています。

# フォロワーを効率的に増やす具体的な手法

フォロワーゼロから100人まで

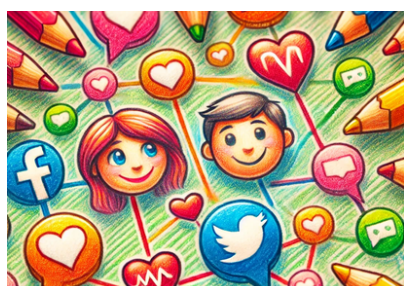
## 03 定期的な投稿とコンテンツの一貫性



一貫したテーマで定期的に投稿することで、フォロワーの興味を引き続けます。投稿が不定期だと、フォロワーの興味を失いやすくなるため、最低でも週に数回の投稿を心がけましょう。

例えばかなんちゃんのインスタでは、AIで稼ぐ“ノウハウ”がメインテーマで、主軸から外れる感想や具体的な結果などはインスタ以外のエックスやLINEでの発信で行っています。

## 04 他のユーザーとのエンゲージメント



フォロワーを増やすためには、他のユーザーとの積極的な交流が不可欠です。他の投稿に「いいね」やコメントをする、フォロー返しを行うなどして、コミュニティの中での存在感を高めていきます。

コメントへの返信やいいねはもちろん、自身の投稿と似たコンテンツへのいいねやフォローも効果的です。



## フォロワー100人チェックシート

現在のSNSはユーザーを評価する指標で、「エンゲージメント」を重視傾向があります。エンゲージメントとは、投稿に対する反応率を表す指標で、具体的にはいいねの数やコメントの数などで評価されます。

現在のSNSマーケティング攻略のポイントはエンゲージメントをどうやって高めるかに集約されます。エンゲージメントの高さに比例してフォロワー数も確実に増えていきます。ラッキーサインでもチェックしている3つのポイントを紹介します。

### 投稿頻度は週3以上になっているか

#### 定期的な投稿は必須

初動の投稿頻度は多ければ多いほど効果的です。できれば毎日、少なくとも週に3回程度は投稿頻度を上げてください。

せっかくフォローしてくれた人を逃さないためにも、定期的に投稿を続けましょう。理想は毎日、少なくとも週に3回は投稿するべきです。

### 他アカウントへのいいねも忘れない

#### 自分と同じ属性の投稿にはいいねを

アカウント運用序盤は、自分のアカウントと近い属性のアカウントや他人の投稿を積極的にいいねしていきましょう。これを行うことで、おすすめ動画に自分のコンテンツが取り上げてもらいやすくなります。

もし貴方がAI副業をテーマにして投稿をしているなら、AI副業をテーマにしている他の人の投稿に“いいね”をしておきましょう。

### コメント・DMへの返信は100%する

#### エンゲージメントを高める最も効果的な方法

投稿についてのコメントへの返信や、DMの返信は最も効率的なエンゲージメントを高める方法です。

大きなチャンネルであればあるほど、個別のコメント返信やDMの返信はしづらくなります。チャンネルが成長途中であるなら、面倒くさがらずに、全てのコメントとDMに返信をしてください。確実に効果がありますよ。

## ペルソナにマッチしたフォロワーの重要性

ただフォロワーを増やすだけでは、ビジネスの成功には繋がりません。重要なのは、自分が設定したペルソナにマッチしたフォロワーを獲得することです。ペルソナとは、自分の商品やサービスを最も必要としているターゲット層の具体的な人物像のことです。年齢、性別、職業、趣味、価値観などを明確に設定し、そのペルソナに合わせたコンテンツを発信することで、質の高いフォロワーを増やすことができます。



ペルソナにマッチしたフォロワーは、単に数を増やすだけのフォロワーとは異なり、エンゲージメント率が高く、あなたが提供する商品やサービスに強い関心を持っています。これにより、フォロワー数が少なくても、売上や収益に直結しやすいフォロワー層を形成することが可能です。

さらに、ペルソナに基づいたマーケティング戦略を展開することで、フォロワーとの信頼関係を築きやすくなります。信頼関係が深まると、フォロワーはブランドのアンバサダーとなり、自発的に口コミやレビューを広めてくれる可能性が高まります。

また、ペルソナの理解を深めるためには、定期的なアンケートやフィードバックの収集が有効です。フォロワーの意見を取り入れることで、コンテンツや商品開発の質を向上させることができます。そして、その結果として、より多くのフォロワーの共感を得ることができるでしょう。

最終的には、フォロワーとの長期的な関係を築くことがビジネスの成功に繋がります。短期的な利益を追求するだけでなく、持続可能な成長を目指して、ペルソナに焦点を当てた戦略を継続的に見直し、改善していくことが重要です。このプロセスを大切にすることで、ビジネスは確実に発展し、より多くの人々に価値を提供することができるでしょう。

## フォロワーが収益に直結する理由と事例

フォロワーを増やすことが、直接的に収益に繋がる理由は、SNSマーケティングは前提として「信頼関係の構築」に基づいているからです。

一番最初に味はいいけど売れていない飲食店の例を出しましたが、彼らに足りないのはSNSマーケティングの知識ですね。

今どき安くて美味しいだけで本来は十分な価値があります。味がいいのならお客さんが店を訪れさえすれば、高評価にも繋がります。今すぐSNSアカウントを作ってお店をガンガン宣伝すべきなのに、凄いいらないと思ってしまうですね。

従来のネットビジネスマーケティングだと、信頼関係の構築をメルマガ登録後のステップメールで行っていました。登録してもらっただけでハードルが高いし、その上誰も見ないメルマガで信頼関係を作る必要がありますから初心者にはとても無理です。とにかく従来のネットビジネスは集客が異常に大変でした。

現代社会では挨拶代わりにフォローし合う様な文化もあるくらいにSNSのフォローというのは自然な行為になっています。

そしてSNSの仕組み上、熱心に情報発信をしているアカウントはより多くの投稿が人の目に触れます。SNS上のほとんど投稿がただの日記ですから少し工夫するだけで効果は抜群です。

自分の事例になりますが、ラッキーメインが成立しているのは今回あなたが参加してくれた「あべラボ」のおかげです。僕のチャンネルでAI副業の情報を紹介して、視聴者にAIの魅力を伝えつつ、僕への信頼度も上げてもらえるように努力しています。コレを日々やっているのだから、マーケティングで重要な教育と信頼構築が既に完了しているわけですね。極端な話、後は売るだけということです。

別に守銭奴のように自分の利益だけを求めて動画をアップしているということではなく、正しくSNSを攻略していけばそれがそのままSNSマーケティングに直結しているということです。

SNSに対する正しい知識は現代社会では大きな武器となりますから、日頃から活用しておくことで有利に展開できることも増えるはずですよ。

# 第6章 成功を加速させるためのツールとヒント

## ラッキーマインの裏側

あべラボでは受講者の皆様向けにいくつかビジネスツールを提供しています。もちろん全部使って頂いて構わないのですが、その中から実際にラッキーマインでも活用しているSNSマーケティングに有用なツールを取り上げて紹介します。また、ラッキーマインの裏側で進んでいる企画についてもお話させていただきます。

### summary

01

#### 短期間で成果を出すためのAIツール紹介

- AIあべむつき
- ギフトタイマー

02

#### コピペでOK！？ ラッキーマインの成功事例とその裏側

03

#### ラッキーマインを模倣することで得られる収益モデル



## 便利AI

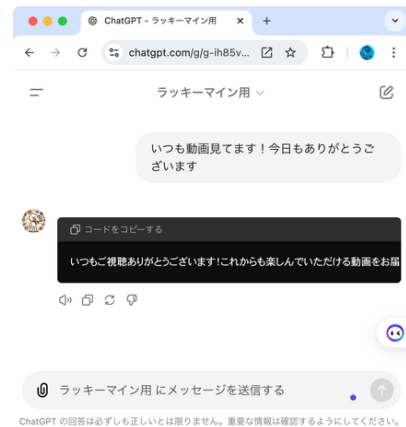
# ChatGPTで作ったあべむつきAI

## 現在のSNS運用には必須のAI

GPTsで作った僕自身のAI。

あべむつきの代わりにコメント返信や顧客サポートを行う優秀なAIです。

もちろん、全てのコメントに適切返信できるわけではありませんが、うまく設定を調整していけば、どんどん成長してより多くのコメントに対応できるようになります。



## AIができる作業はなるべくAIに任せる

コメント返信くらい自分でやるよという人もいるかもしれませんが、自力での返信は一日100件も出来ないと思います。出来たとしても、他のことが出来なくなるでしょう。任せられるものはなるべくAIに任せて、自分は自分じゃなければ出来ないことをやる方が、結果的にユーザーからの信頼度も上がりますよ。

## 作り方

ChatGPTのGPT作成機能で、自分のプロフィールを読み込ませて学習させます。

なので、SNSマーケティングをする際はペルソナ設定と同時にユーザープロフィールも詳細に設計しておくところのAI作成時にも便利です。

完璧なものはなかなか出来ないと思うので、ある程度の制度で妥協して、運用の中で微調整するような使い方が理想的だと思います。



## 便利AI

# ギフトタイマー

## SNSマーケティングに必須の特典配布ツール

SNSフォロワーを自身のLINEに誘導する際に一番効果的なのが特典の配布、プレゼント企画ですね。プレゼントする特典はPDFなどのデジタルコンテンツでも十分効果があります。ただ、そのためだけにサーバーを契約するのも手間ですし、ファイル共有サービスも無料で便利なものはあまりないんですよ。ラッキーメインでは自社開発した特典配布ツール「ギフトタイマー」を活用しています。ダウンロードパスワード設定やカウントダウン機能、ダウンロードログなどもみられるのでSNSマーケティングには必須のツールになっています。



## 使い方

ギフトタイマーは、あべラボの参加特典として皆様にプレゼントしています。詳しくはあべラボのカリキュラムサイトにログインした状態で以下のURLにアクセスしてください。

<https://abe-labo.biz/gift-timer/>

ご不明な点、上記ページが読めない方などはLINEでお問い合わせください。

## コピペでOK! ?

## ラッキーマインの成功事例とその裏側



### インスタ事例

AI副業女子      かなちゃん

ラッキーマインは副業などのお金稼ぎ情報をシェアするというコンセプトで立ち上げたチャンネルです。AIのブームに完全に乗せられて今ではほとんどの動画がAI関連なので、最近ではAIの話をするチャンネルの人と言われることもあります。AIブームのおかげでチャンネル登録も急増して、再生回数もこれまで以上に再生されるようになりました。

副業系のチャンネルの中でも、割と大きなチャンネルになるほど成長できました。

### パクリコンテンツへの対応

上手くチャンネルが成長できたのは嬉しいのですが、一方で僕のチャンネルを真似するチャンネルも結構出てきたんですね。YouTubeなのでパクってパクられて当たり前みたいな風潮もあるので、現状特に申し立てをすることもしていません。ただ、中には丸パクリの動画も合ったりするので悩みのタネでもありました。

でも逆に考えて、パクってチャンネル運営してる人がこんなにいるなら、あべの真似をすれば稼げるってことだと思うんですね。

### ラッキーマインをコピペして稼ごう

これは実験的な企画として取り組んでいるところなのですが、今あべラボのメンバーの一人の「かなちゃん」に、ラッキーマインの台本を全部渡して、僕と全く同じことをやらせてもらっています。

同じ台本で撮影した動画をSNSにアップ、LINEに誘導、そこから商品の販売。

まだ自分の商品を持っていないので、アフィリエイトを中心にマーケティングをしていますが、**コレが結構今上手く行っているんですね。**

# ラッキーメインを模倣することで 得られる収益モデル

## 運用開始1週間で売上発生！

僕の動画と同じ台本を使って、役者をかんなちゃんにただけの、ほとんど同じ内容の投稿をインスタのにアップして、たったの1週間で売上が発生しました。



## みんなも僕をパクって稼いでみてください

パクって稼ぐと言うと聞こえが悪いかもしれませんが、僕個人的には、見ず知らずの他人に動画をパクられて稼がれるよりは、あべらボでネットビジネスを僕のもとで学んでいる人に稼いでもらいたいという気持ちがあります。

僕のチャンネルやあべらボで学んだことを、動画や投稿にまとめてぜひ自身のお金稼ぎに役立ててみてください。

## 模倣モデルで成功するコツ

今回かんなちゃんのケースで意識したポイントは、「ペルソナをしっかり設計する」という所です。

正直ラッキーメインは手探りで始めたチャンネルなのでペルソナなんて考えていませんでしたが、かんなちゃんは明確に「**30～40代の男性でネットビジネスに興味がある属性**」をペルソナとして設定しました。

今後かんなちゃんのビジネスコンサルなどを販売していきたいと考えた時に、若い女性からビジネスを学びたい30～40代の男性の割合は多いのではないかと考えました。逆に、僕は今28歳なのですが30～40代の男性に教える時、微妙な年の差を感じてギクシャクすることもあるので、棲み分けもし易いと考えたんですね。

結果的にはコレが英断だったと思っています。

コピーコンテンツを扱う場合は、ペルソナを区切って差別化するというのは今後も使えるテクニックだと思います。

# 第7章 SNSマーケティングの未来と 今取り組むべき理由

## 初心者の僕でも稼げました！

本レポートを執筆している時点で、僕のインスタアカウントはまだ開設から1年も経っていませんが、インスタだけでも月間で何百万円も稼げています。それまでインスタなんて興味もなくて、普段は全く利用していないし今でもビジネス以外の利用はしていません。

僕がSNSマーケティングを激推ししているのは、インスタ初心者だった自分がインスタを攻略して利益を上げることが出来たからです。

SNSマーケティングの魅力は十分お伝え出来たと思いますので、最後に今後のSNSマーケティングの展望と皆様へのメッセージを添えて本レポートを終わりとさせていただきます。

### summary

01

今から取り組むべき理由と  
10年後のビジョン

02

最後に

## SNSマーケティングの未来と今取り組むべき理由

SNSマーケティングはこの数年で急速に注目を浴びるようになりましたが、まだまだ発展途上だと思っています。これだけ稼げるプラットフォームがこの程度で終わると思えません。今後SNSマーケティングがどう変化するか、そしてそれにどうやって備えておくべきなのでしょうか。



### AIとSNSの未来展望

SNSとAIの相性は最高で、今後も共に発展を続けて行くはずです。特に生成系AIの進化は目まぐるしく、プロ顔負けの動画をAIが数分で作成してくれる時代になりました。現在は数秒～数十秒の動画しか作れないですが、これが何分、何十分の動画が作れるようになるというのは時間の問題でしょう。

映画の様な壮大なストーリーを素人がプロ顔負けの編集技術でたった一人で作れるような時代が眼の前に見えているのが今です。

AIという今大注目のツールを活用して、SEOと違って攻略しやすいSNSが舞台です。個人プレイヤーが稼げる要素が満載なので、明るい未来が待っていると思っています。

### 今から取り組むべき理由と10年後のビジョン

今から始めて間に合うのか？という疑問を持っている人もいますが、まだ間に合うタイミングでしょう。

例えば動画AIが進化して、素人が本物と区別がつかないAI動画を自由自在に作れるほどの進化をしたら遅いかもしれません。そこまでいったら流石にほとんどの人がAIを使いこなしているはず。今なら日本のAI利用率はたったの10%です。全人口の上位10%に入っている状態でビジネスをスタートできるならお得だと思いませんか？

ネット業界はしばらくSEOという名のGoogle攻略に影響され続けてきました。個人では評価を受けづらく、個人プレイヤーにとっては悩みのタネでしたが、これからはSNSを中心にネットビジネスが進化して行きそうですから、10年後も多分僕は現役で稼ぎ続けていると思います。

## 最後に

### あべむつきからのメッセージ

本書をここまでお読みいただき、ありがとうございました。  
今回は、今大注目のAIとマーケティング手法として確立されつつあるSNSマーケティングに焦点を当てて、お話をさせていただきました。僕の経験に基づいてお話をさせていただきましたので、他書籍などで紹介されている内容とは異なる内容などもあるかもしれませんが、こういう視点もあるんだなと捉えていただければと思います。

さて最後になぜ僕がこのレポートを作ったのか、そもそもなぜネットビジネスなんてやっているのかについて僕のバックストーリーを交えてお話をさせていただきます。

本レポートで触れているビジネスノウハウとは関係ありませんが、お時間のある時にでもお読みいただければと思います。

さて、先日まで僕はタイのプーケットというリゾート地に、1ヶ月ほど滞在していました。プールも付いている豪邸で、丸々1ヶ月常夏を満喫してきました。ラッキーマインのスタッフも連れて、海も最高にきれいで一生の思い出になる1ヶ月間でした。

実際、多くの人が一生に一度も体験しない出来事だったと思います。決して金持ち自慢をしたいわけではありません。

プール付きの豪邸を貸し切りといえば豪勢に聞こえるかもしれませんが、一軒家を借りているだけです。ホテルよりは安いですし、物価的にも日本と同じくらいしかお金がかかりません。

それでも20~30万円程度はかかるとは思いますが、言ってみればその程度なんですよ。安い金額とは言いませんが、絶対に捻出できないかと言われたら払えなくもない金額でしょう。少し高いパソコン位の金額です。

多くの人にとって、遊びのために一ヶ月仕事を休むということの方が20万円払うよりも難しいんですよ。



---

お金稼ぎの方法はネットビジネス以外にも沢山ありますが、僕がネットビジネスに拘る理由の一つが、時間的な自由も得られるということですね。今どきスマホ1台あれば大抵のことが出来てしまいます。ノートパソコンがあれば出先で出来ないことはほとんどありません。

一ヶ月のタイ旅行も、気軽に、ということはないかもしれませんが、無理なく行けるのがネットビジネスの良さです。別に月に何百万円も稼ぐ必要ありません。30万円も稼いでいたらポケットでは何一つ不自由なく暮らせます。



タイ旅行にはシェアハウスのメンバーも一緒に行きました。普段と変わる事無くノートパソコンで各々のネットビジネスに取り組めていました。ネットビジネスで30万円稼げるというだけでは物足りない数字を感じる人もいるかもしれませんが、ネットビジネスで、自分の力で稼いだ30万円という金額は人生が変わる金額です。

あべラボを通じて、ネットビジネスの本当の魅力を多くの人に伝えられたら幸いと思い、本レポートを作成させていただきました。

今度はあなたも一緒にポケット旅行で楽しく過ごしましょう！  
それではまた

2024年8月30日  
ラッキーサイン  
あべむつき



## 講師紹介



### ラッキーマイン

中の人 あべむつき

1995年長野県生まれ。

高校生の頃からビジネスに興味を持ち、大学1年当時ネットビジネスの売上が30万円を超えたことをきっかけに起業。

自身の経験をもとに、ネットビジネスで生活する若者を指導、応援するビジネスシェアハウスを神奈川県、群馬県で運営。

ラッキーマインチャンネルでは、日々ネットでお金を稼ぐ方法を発信。自身もネットビジネスに取り組みながら、オンラインサロン「あべラボ」でビジネスの結果をシェアするなど、ネットビジネスの指導活動も積極的に行う。

