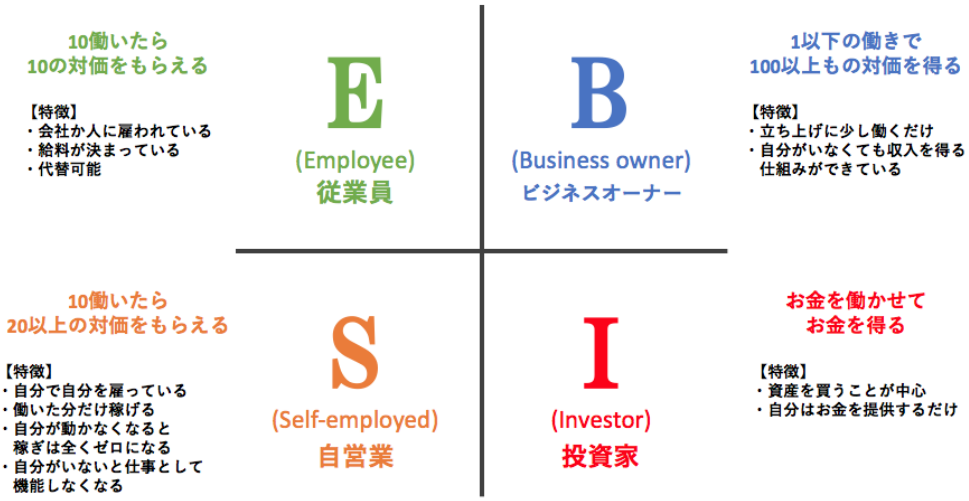
【お金を稼ぐとは】
まずは、お金の稼ぎ方の基本を知る。

ロバートキヨサキさんのクワドラントがとても分かりやすいので、そちらの図で確認します。



このクワドラントは、従業員、自営業、ビジネスオーナー、投資家、この4つの職業の違いを知ることで、お金の稼ぎ方の違いを知ることができます。

従業員は時給制です
自営業者は労働の成果に対して報酬を得ます
ビジネスオーナーは社員の労働の成果で報酬が決まります
投資家はお金がお金を生み出します

この図の重要なポイントは左側と右側で全く次元が違うと言うことです。

簡単に言えば、
左側は労働収入、右側は配当収入になると言うことです。

もちろん現実では従業員であり自営業者である人もいますし、ビジネスオーナーでありながら自らの労働している自営業者である場合もあります。またビジネスオーナーでありながら投資家でもあると言う人もいるでしょう。

例えばソフトバンクグループの孫正義は、投資家でありビジネスオーナーでありかつ本人は今刻のスケジュールで労働していますから自営業者の要素も含んでいます。

左側と右側の違いは、自分が労働して報酬を得るのか、他人が労働した分だけ自分に報酬が入るのか仕組みが大きく異なります。

そしてもう一つ大きな違いがあります。
それは税率が大きく違うと言うことです。

所得税がかかります。住民税と合わせれば実行税率55%と言う非常に高い税率がかかります。

■所得税の速算表

課税される所得金額	税率	控除額
195万円以下	5%	0円
195万円超　330万円以下	10%	9万7,500円
330万円超　695万円以下	20%	42万7,500円
695万円超　900万円以下	23%	63万6,000円
900万円超　1,800万円以下	33%	153万6,000円
1,800万円超　4,000万円以下	40%	279万6,000円
4,000万円超	45%	479万6,000円

参考までに所得税計算の速算表を載せておきます。

日本は累進課税制度ですので、所得が高ければ高いほど所得税も大きくなる仕組みになっています。

クワドラントの左側にいる従業員と事業者は基本的に所得税がかかります。つもりマックス55%と言う高額の税率です。

対して右側の配当所得に関しては、税率が20%位です。いくらお金が口座に入金されようと納税額は20%で済みます。この違いは非常に大きいです。具体的に計算してみましょう。

ケース①役員報酬1億円を10年間だけもらう場合と
ケース②配当所得として3億円を1回だけもらう場合て比較してみます。

この質問すると多くの人がケース①を選択します。

なぜなら10年間で10億円もらえるからです。一度だけ3億円貰うよりもはるかに大きな金額をもらえるので当然と言えば当然ですが。
でも実際どちらの方が良いのか下記を見てください。おそらくほとんどの人がケース②を選ぶはずです

ケース①の場合、
毎年1億円の役員報酬をもらえますが、約5500万円は納税しなければなりません。
口座に残る金額は4500万円となります。

手残り残り4500万円のうち1000万円を毎年貯金したとします。
すると10年で1億円が貯まります。

ケース②の場合、
3億円の配当に対してかかる税金は20%ですから、納税額は約6000万円となります。

口座に2.4億円残ります。

この2.4億円をプライベートバンクで毎年4%で運用した場合、毎年960万円の利子が生まれます。
つまり3億円の配当もらった人は本人は何もしなくても半永久的に毎年約1000万円の貯金ができます。

ケース①とケース②のどちらが良いでしょうか?

僕ならケース②を選びます。

ケース1の場合、一時的には使えるお金が増えるためぜいたくな生活ができ、10年後には1億円の貯金ができるのでそれなりに安心感はあるでしょう。そして1億の貯金をケース②と同様に4%で運用できたとすれば、毎年400万円の利子所得が生まれますので11年目からはその利子で生活するのもありです。

しかしケース①の場合は、1年目から毎年約1000万円の利子で半永久的に生活することができます。

どちらの方が安心感があるでしょうか。

これが所得と配当の違いです。

皆収入が増えればお金持ちになれると勘違いしています。

収入の大小は本質的には関係ありません。

その分使えばお金はなくなるからです。

それよりも配当を生む資産にコツコツ移していくということがとても大事です。

この4つのクワドラントからは所得と配当の違いを学ぶことができます。

資産形成をするためには配当の領域にコツコツ自分の所得を移していくことが最短のルートです。

【お金が入ってこない人について知る】
思い込みで人生がいかに左右されるかについて1つ例をお伝えします。

▶鎖に繋がれた象の話

ある象が赤ちゃんの頃から鎖に繋がれていました。

赤ちゃんの像がその鎖を切ろうとしても全くきれませんでした。

そのうち逃げることを諦めます。

当然蔵は大人になればどんどん体が大きくなりいつでも鎖を切って逃げることができますがそれをしようとしません。

それどころか鎖の範囲の外に餌をおくとそのまま餓死してしまうほどです。

何故かと言うと小さい頃なんど切ろうとしてもきれなかったと言う記憶があるので自分にはこの鎖は切れないと思い込んでいるからです。

これは思い込みの恐ろしさを表す1つの例ですが、人間にも当てはまります。特に日本人のお金に対する固定観念は「お金を遠ざけてしまう」ものが多いです。

例えば、

大金が汚い
お金の話をするものではない
お金を稼いでる人間は悪い人間だ
相続等で得たお金で贅沢するものでは無い

などお金の量と人格を結びつけて考えるなど本来は全く関係ないにもかかわらず、悪い印象を持つ人が非常に多いです。このような固定観念がなぜ悪いかと言うと、大金が汚いと言う固定観念がある時点で自分に大金は入ってきません。潜在意識の中で大金を否定しているからです。たくさんお金を稼いでる人間が悪い人間だと言うのも同じです。そのような思い込みを持っている限り、悪い人間にならなければお金が入ってこないのですから。

思い込みの怖い点は、自分で自覚できないと言うことです。

これも例を上げると、

お金持ちになりたいと考えれば考えるほど、お金は入ってきません。

「今お金がない」と言う固定観念があるからです。

このような例は日常生活の中で溢れていると思います。

例えば健康になりたいも同じです。

今健康じゃないと言うことが前提となっています。まずはこのような思い込みがあると言うことを自覚することがとても大切です。

脳の仕組み上、自然と思ってしまうことを止めることはできませんが自然と湧き上がってくる感情を変換することができます。

例えばお金持ちになりたいと思ったら、「金銭的には今でも充分恵まれている本当に素晴らしいことだ」と今の自分自身で既に100点満点であるということに気づくことです。

はじめは心から思えないかもしれませんがトレーニングすれば習慣になります。

習慣になれば心からそう思えるようになってきます。

重要なのは今の自分自身が100点満点と言う感情で行動することです。

今の自分が100点と言う感情で取る選択肢が限りなくパフォーマンスが高くなる可能性が高いです。

これはセルフイメージと言われますが、潜在意識活用の中で最も重要なポイントです。

お金に対する固定観念は、歴史を学べば改善することができますがさらにそこからレベルアップしようと思えば自分自身がどういう固定観念に囚われているかを自覚するところからスタートします。これもやはり現状分析の1つです。

トレーニングすることで筋トレと同じでどんどん養われて行きますので日々意識して自分の思い込みを100点満点に変えていく努力をしてく必要があります。

▶成功するための行動原則

成功する人としない人の違いの大きな1つを紹介したいと思います。ファーストリテイリング創業者の柳井社長の書籍に「一勝九敗」と言う本があります。

これはまさに成功への道筋を表す良い言葉だと思います。

ファーストリテイリングはユニクロの会社ですが、ユニクロを作るまでに多くの失敗を重ねてきたということです。日本のトップ経営者でさえ1回で成功することはできません。多くの失敗を重ね、やっと成功するくらいの確率です。

10回チャレンジすれば1回ぐらいは勝てる。そんなイメージです。

僕もまさにそのような人生です。とにかく新しいことにチャレンジしまくります。そして手ごたえを感じたら一気に1点突破していきます。常にそういうやり方でやってきました。

大切なのは致命的なダメージだけはないようにすることです。

例えばフリーランスとして働きながら、売り上げが1曲がらない期間が何ヶ月も続けばおそらくすぐに廃業するでしょう。それにもかかわらずうまくいかないのは「自分の努力が足りないせいだ」と思い込んで、同じことをより上手くやろうとしてしまうなどです。

根本的にうまくいかないやり方をやっているにもかかわらず、うまくいかない理由を「努力」のせいにして生産性がないことをやり続けてしまうという例は本当によくあります。

これは致命的なダメージです。うまくいくやり方と言うのは、やった瞬間に手ごたえがあります。目に見える結果が出ていないとしても何か手ごたえを感じるはずです。

手ごたえすら全くない状態で何ヶ月も同じことをやり続けるのは単なる時間の無駄でしかありません。死ぬほど努力して多少うまくできるようになったとしても、大した結果は出ないはずです。

アインシュタインの有名な言葉があります。
「同じことを繰り返して違う結果を望むことを狂気と言う」

まさにこの言葉通りです。
同じ行動を繰り返しているにもかかわらず、努力でなんとかしようとしているのはアインシュタインに言わせれば狂っている人です。結果の出る正しいやり方をした場合、まだまだ未熟だったとしてもはじめの段階で何かしらの手ごたえを感じるはずです。

あるいは将来性を感じるはずです。
自分なりに手ごたえを感じたらそこで一気に突き進めばいいだけです。

日本のトップ経営者でさえ、10回チャレンジして1回当たれば良い方です。それぐらいのつもりでチャレンジの数を確保していくことが成功への近道になります。これは会社員が出世する場合とは

全く正反対の考え方になるので、わかりにくい話かもしれませんが、個人でお金を稼ぐ場合、失敗しなければ絶対にお金を稼ぐことができません。実際僕の周りにも成功者はたくさんいますが、1回も失敗したことないよと言う人は1人もいません。むしろ成功している人ほど多くの失敗エピソードを持っています。

致命的なダメージを負わないように、どんどん新しいことを試してみてください。

今後の日本経済

現時点で会社員の年金受給額はどのくらいか？

「将来年金受給額が減ると聞いているし、どうなるんだろう？」と漠然とした不安を抱えている人はおいと思います。

金融庁が、老後は2000万円資金が不足しますと報告があったり、消費税は増税、あらゆる社会保障が削減されている昨今では不安も当然です。

そこで、今回は**実際に現時点でどのくらいの年金受給額があるのか**を厚生労働省が出しているデータを元にまとめてみました。

会社員の年金受給額はどんどん減少

厚生労働省は、5年にいちど**財政検証という年金財政のチェックレポートを公表しています。**

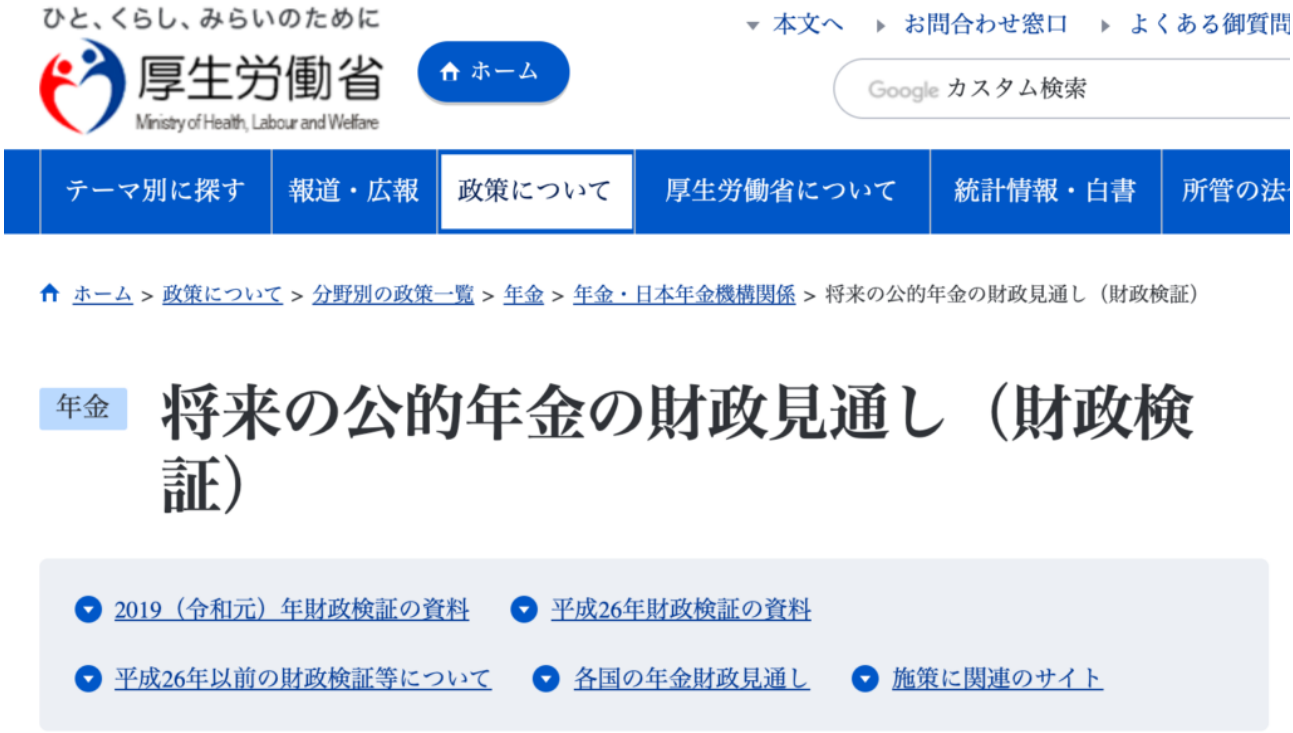
公的年金制度は、短期的なものではなく超長期的に運営されるべきものですから、「5年後までは支払えますが、10年後は財源が枯渇して支払えなくなります」では困ります。

国は100年安心と掲げていますが、実際には年金だけで生活するのは困難な時代になるでしょう。

一億総活躍、副業解禁、働き方改革などはまさにその布石です。

1億総活躍においては、日本の全人口に近い数ですから、年齢関係なく全員は働く世の中を作ろうとしているということです。

財政検証レポートでも、老齢年金の受給額は今後数十年間にわたり減少する確率が高いと公表



所得代替率と言いますが、現役世代の給料の何割くらいを年金支給できるかというレートがあります。

例えば、現役世代の平均給与が30万円だとすれば、15万円の老齢年金支給があれば所得代替率50%ということになります。

国は、所得代替率50%を維持することを目標にしています。

つまり、**最低でも現役世代の所得の50%以上あれば生活はできるだろうという話です。**

そもそも年金支給の金額だけでは、物価上昇などの影響で実際の生活水準は図れませんので、所得代替率という指標が用いられています。

年金受給額の指標である、「所得代替率」は今後数十年間にわたり下がり続ける可能性が高い

財政検証は、5年に一度行われます。最新の財政検証は令和1年に行われました。

レポートによると、**これから日本経済が大きく成長しない限り、所得代替率が今後数十年間に渡り低下し続けるという結果でした。**

現在の日本経済は低迷しています。バブル崩壊以降失われた20年とよく言われますが、現在進行形で低迷中です。

世界の先進国と比較しても、日本のGDP成長率は最下位付近をずっと推移しています

【会社員の年金受給額減少】根本的な原因は少子高齢化による生産年齢人口の減少

日本経済低迷の要因はいろいろありますが、最も影響が大きいのは少子高齢化による生産年齢人口の減少です。

国人口自体が減ることは経済停滞の直接的な原因ではありません。

問題は人口構造にあります。

簡単に言えば、働く人数割合がどんどん減っているということです。

労働人口と言いますが、労働人口が減れば減るほど、税収は減ります。

一方で、高齢者の割合が増加し、医療、介護、年金などの給付の負担は増加します。

国からすれば、収入が減り、支出が増えるという二重のダメージがありますから当然財政状況は苦しくなります。

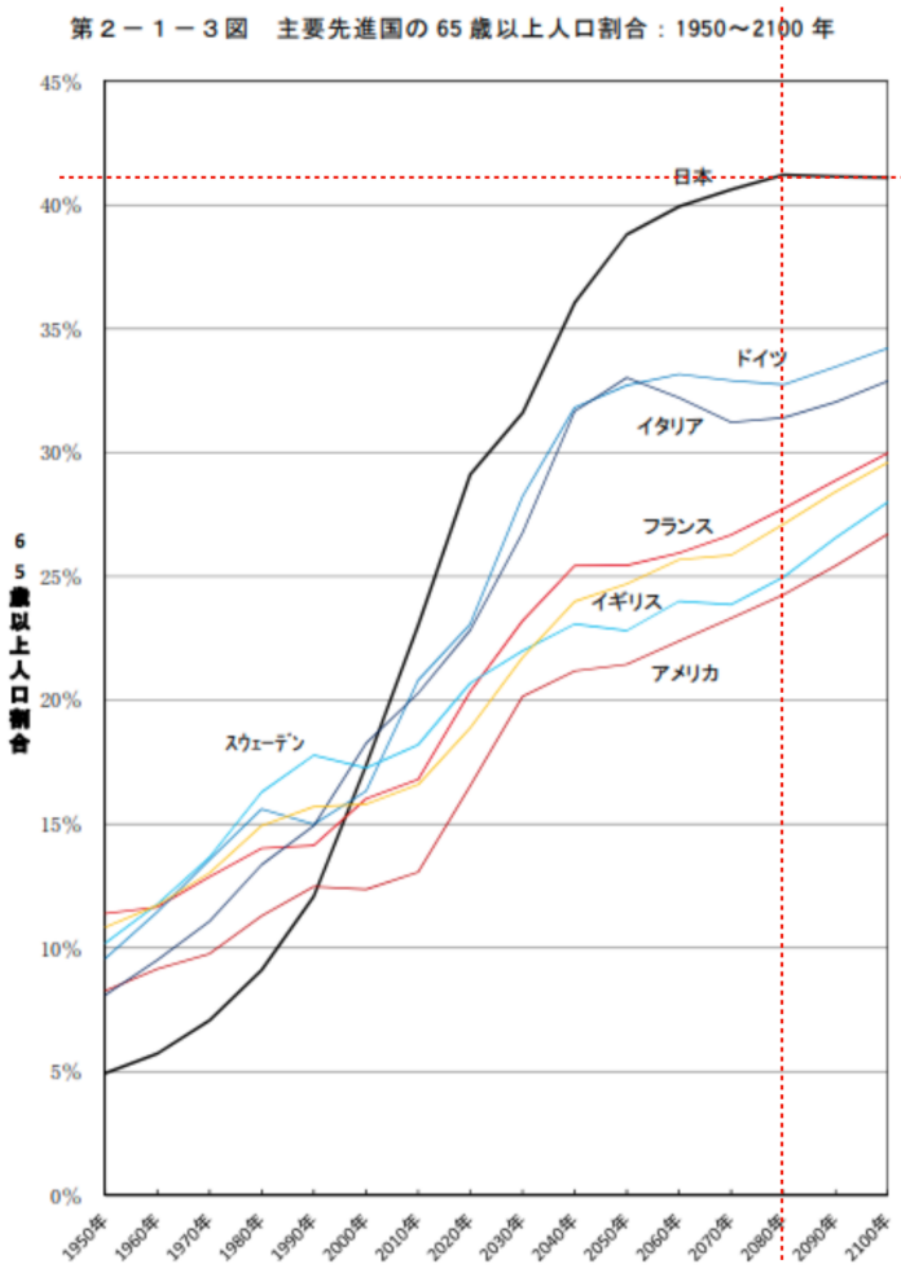
実際、国が1年間に使う金額100兆円（一般会計）のうち、税収でまかなえているのは50兆円しかありません。

現在、日本の財政状況はよくないといえるでしょう。

年金受給額に影響する少子高齢化の予測推移

下記データは、厚生労働省が発表している先進国の人口に占める65歳以上の割合の推移予測に関するデータです。

1950年～2100年までの推測値を出しています。



厚生労働省：財政検証レポートより抜粋

上記のデータを見ると、日本はダントツで高齢化が進むことが予測されています。
二位のドイツよりも遥かに65歳以上の割合が多いです。
高齢化は、2080年頃まで進みそのころの65歳以上の割合は40%を超えています。
もはや二人に一人は65歳以上という世界です。

日本政府が「一億総活躍」という理由は、65歳で定年できる財政状態ではないから

上で示した人口構造の変化を見れば、日本政府が「一億総活躍」という理由がわかります。

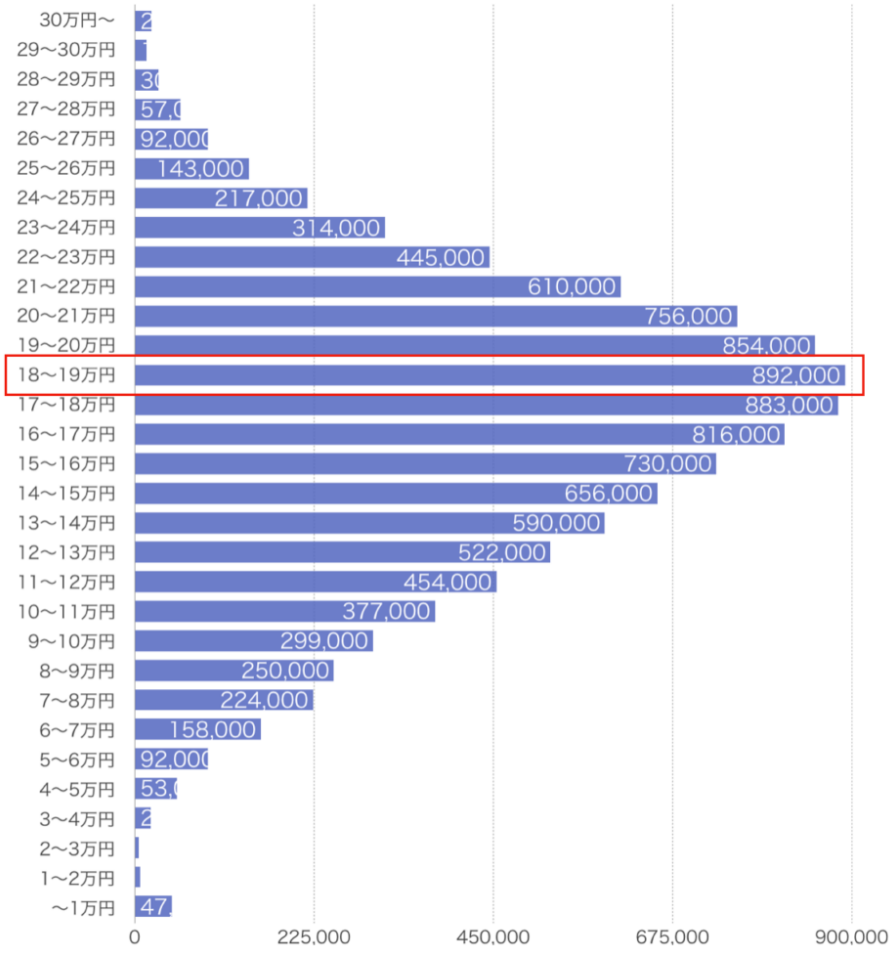
仮に、65歳以上が定年して働かず消費だけの年金生活に入れば日本人の半分に近い人数が働かない状態になります。

また今の仕送り方式の年金制度では、労働者一人が一人の高齢者の生活費を丸々だすくらいの年金保険料を納付しなければなりませんから、それはどう考えても不可能です。

これからは、65歳以上の高齢者でも働かざるを得ないというのが現状なのです。

【会社員の年金受給額データ公開】平成29年公表

では、下記に平成29年の実際の年金受給額について厚生労働省が公表しているデータを紹介します。



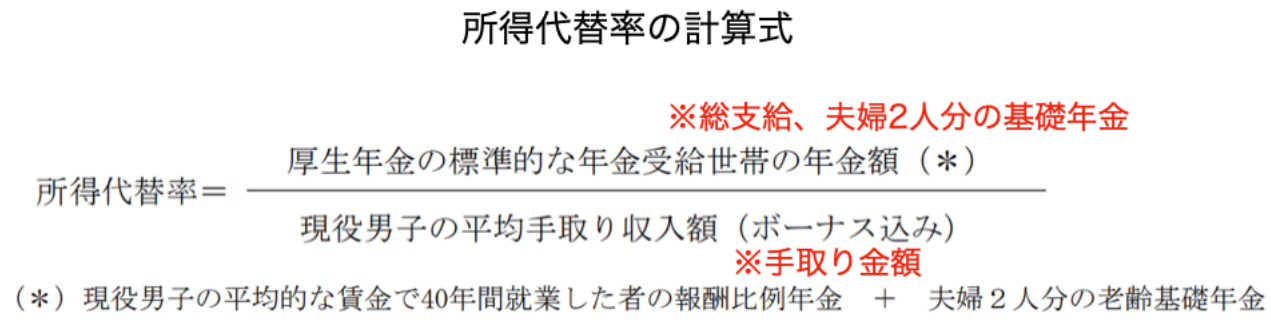
厚生労働省「厚生年金保険・国民年金事業年報」（平成29年）

年金受給権者▶1560万人

年金受給額（男女別平均）
平均月額▶14万4903円
男性▶16万5668円
女性▶10万3026円

全体の平均月額は、14万4903円ですが、最も割合が多いのは、18〜19万円でした。また25万円以下で98%を占める割合でした。
今後、データの頂点にあたる部分が下方に下がり徐々に年金受給額が減少していく流れになるでしょう。

参考資料



財政検証2019年から試算しました

所得代替率の推移

2019年（30歳）→61.7%

2024年（35歳）→60.1%

2040年（51歳）→51.3%

2058年（69歳）→44.5%

✳️財政検証レポートより抜粋

2019年（30歳）→61.7%→19万円/月

2058年（69歳）→44.5%→13.5万/月（▲5.5万/月）

→2019年に30歳の人が将来受け取れる年金月額は、13.5万円（現在19万円受給している層）になる。

▶ビジネスモデルの作り方

ビジネスモデルを構築するときにまず1番初めのスタートは、誰に何をするかを決めることです。今の現時点で自分が強みを生かしたどのようなコンテンツを持っているのかを整理します。

1番簡単なコンテンツ作りは、過去の自分に向けてアドバイスをするとしたらどんなアドバイスをするかということです。

目標立てるときは声を見ますがビジネスでコンテンツを作成する際には下を見ます。自分が誰の役に立てるのかと言う話です。このコンテンツは誰でも作ることができます。例えば5年前のあなたにタイムマシンに乗ってアドバイスをすることができるとしたらあなたは何をアドバイスしに行くでしょうか? 5年間の間にいくつかの壁は乗り越えてきたはずです。その壁を今のあなたはすでに乗り越えているはずですから、5年前の自分自身に最短で壁を乗り越える方法をアドバイスすることができるはずです。それをコンテンツにするだけです。

多くの人が個人でビジネスをするときに、何をやるのか悩む人が多いです。

ビジネスの王道は悩み解決ですから、あなたが今までの人生で解決してきた悩みをコンテンツにすれば1つのビジネスモデルが出来上がります。これが1番簡単な方法です。PDFにまとめてみたり音声コンテンツにしたり今であれば動画コンテンツにしたりして、自分と同じ悩みを持つ人に提供してあげることです。

あなたにとってはそれほど大した価値はないと思うようなコンテンツであっても、日本中に同じ悩みを抱えている人はたくさんいるはずです。その人にとってあなたのコンテンツは非常に価値が高いものになります。

過去を解決してきたあなた自身の悩みをコンテンツにする。これが王道です。

コンテンツが決まればおのずとターゲットは決まります。例えば5年前のあなたの悩みを解決するコンテンツを作成した場合、5年前のあなた自身がターゲットとなります。あなた自身が経験してきたことなのでターゲットのこともある程度理解することができるはずです。これで誰に何を得るかはほぼ決まるでしょう。

▶マーケティングの基礎知識

マーケティングとは集客だと思ってもらえば良いです。個人であろうが中小企業だろうが大企業であろうが、仕事の90%はマーケティングです。

下記にマーケティングの全体像をお示しします。

認知→関心→検討→購入→シェア

これがマーケティングプロセスです。

①認知について
認知とは宣伝活動です。ここが1番重要です。マーケティングの世界で有名な言葉があります。

「ものが売れない1番の理由はあなたの存在が知られていないから」

この言葉はビジネスの本質をついています。

テレビCMがなぜ効果的かと言うと、「コマーシャルを売っている位の企業だから安心感がある」と言う理由よりも、より多くの人に知ってもらうことができるからと言う理由が大きいです。ウェルマスメディアはリーチできる人数が最も多い広告手法です。

だからこそ高額な予算が必要となります。

個人でビジネスをする際の例を挙げます。

例えばあなたに知り合いが100人いた場合と、10,000人いた場合では売り上げを100倍ちがいます。
宣伝できる相手が100人から10,000人かで売り上げが100倍変わるのは当然の話です。
100人中何人が商品を買ってくれるかと言うのを契約率と言う言葉で表すと、契約率が10%であると100人に宣伝すれば順位が買ってくれます。

10,000人に宣伝すれば1000人が買ってくれます。

契約率を上げると言う作業は必要ですが、最も重要なのは何人にあなたの存在を知らせることができるかということです。ですからマーケティングで1番重要なのは何人にあなたの存在を知らせることができるかということです。

認知の手法は、コマーシャル、電車のつり革広告、ポスティング、DM、ラジオ、飛び込み営業、テレアポ、YouTubeを始めとしたSNS、Google広告、ウェブサイト、看板などがあります。

これらは全て認知活動です。

世の中の企業は認知を広めるために大金をはたいています。

なぜならそれが1番重要だからです。

関心や検討や購入に関しては、セールスの部分になります。

ウェブ上でのセールスは例えば公式LINE、メールマガジンなどが使われます。また説明会なども活用されます。

ここで覚えておくべきなのは、ビジネスにおいては自分の存在をどうやって世の中に認知させるかという点につきます。

▶ポジショニングと言う考え方

ビジネスをする際にとても重要な考え方としてポジショニングと言う考え方があります。

一言で言えば差別化です。日本のに成熟した社会においてビジネスを始めて独占市場と言う事はまずあり得ません。

必ず競合がいます。競合との差別化を考えるのがポジショニングと言う考え方です。

ほとんど同じ商品であっても、キーワード1つ変えるだけで見え方が全く変わります。例えば保険営業等は超レッドオーシャンです。強いライバルだらけです。その中で差別化するためにはポジショニングが必須です。

例えば、よくある例として「ライフプランを作成します」という差別化の仕方があります。単に保険を見せてどれがいいですかと言う話ではなく、オーダーメイドでライフプランを作成してお客さんに合った生命保険を提案すると言う差別化の方法です。

しかしライフプランを作成してる会社は今やどこでもあります。銀行でもライフプランを作成してますから。

そんな中単純に「ライフプランを作成します」とアピールしても反応する顧客は少ないでしょう。

例えば、ライフデザインに言葉を変えます。

そして単純にライフプランを作成するだけでなく、

目標達成の仕方等を同時にアドバイスすると言うサービスを始めたとします。

それは単純なライフプラン作成とは異なるサービスになり、差別化につながるかもしれません。
お客さんからすれば、単に保険のライフプランを作成してくれるだけでなく、自分の人生の目標がより達成しやすくなると言う価値を感じてくれるかもしれません。

これは1つの例ですが、特に難しい事はやっていません。

しかしちょっとコンセプトをずらすだけであなた独自のポジショニングを作ることができます。

絶対にやってはいけないのは、ライバルと競争することです。

競争してしまえば、資本力がある大企業には絶対に勝てません。

あなたは独自の強みを生かし独自の土俵を作り全く違う価値を作り出すことで、差別化する必要があります。これがポジショニングの考え方です。

▶マーケティングの基礎2

マーケティングはよく魚釣りに例えられます。

それは非常にわかりやすいからです。

何の魚をするか決め、魚がどこに集まっているかを調べ、魚の餌を調べ、餌をまいて魚を釣ります。表現は悪いですがこれがビジネスの前プロセスです。

誰に何を売るかを決めたら、ターゲットの調査をします。

ターゲットの悩みをより深掘りしていきます。

そしてターゲットがどこに集まってるのかも調べます。

またどういうキーワードに反応するのかどういうコンテンツを好むのかなども調べます。後は情報発信するだけです。

このプロセスはシンプルですが、ほとんどのビジネスマンが適当にやっていますからうまくいきません。

例えば市場調査は、ブログ、SNS、YouTube、口コミサイト、競合サイト、などを調べるだけでも相当な情報が入ってきます。

そして必ず直接ユーザに聞く。

これも重要です。以上のことをやるだけでも簡単に差別化できるほどの情報量があるはずです。

特にうまくいっているライバル企業の調査は重要です。

うまくいっているからには必ず理由があるからです。

すでにお客さんが集まっている理由を調べれば、自分のビジネスに取り入れることができるかもしれません。時代の流れもわかります。市場調査は必ずやりましょう。

▶YouTubeがマーケティング手法で優れている理由

圧倒的な宣伝力があります。

例えばYouTubeに広告を出すことができますが、1再生あたり20円から300円ほどかかります。例えば1再生100円かかるとします。

10,000再生で100円の広告費がかかる話になります。
一方でYouTubeチャンネルを無料で作成し、チャンネル全体で毎月10万再生されるアカウントができれば、毎月1000万円の広告費をかけているのと同じ効果が得られると言うことです。これがYouTubeの認知の力です。
YouTubeには、ほとんどコストゼロで、大企業並みの宣伝力があるマーケティング手法です。個人でビジネスをする際にYouTubeを使わないではないでしょう。

▶ブログでマーケティングするとは？

マーケティングとは、企業にとっては集客という言葉が当てはまります。

個人でブログをやる場合、あなたのファンを増やすためのツールだと思ってください。
「ファンを増やす」と聞くと、とてもハードルが高いように思いますがそういうことではありません。

芸能人のような卓越したタレント性や、カリスマ性など全く必要ありません。

例えば、あなたに100万人の知り合いがいたとします。

おそらく100人に1人位はあなたのことをとても気にいる人がいるはずです。

これは単なる統計的な話です。

人生の中でとても気があった人や、あなたのことを慕ってくれた人が1人や2人はいるはずです。
価値観が同じであったり思考が同じであったり、とにかく何か共感しているからこそあなたのことを好きになるはずです。

十人十色と言われるように、世の中には色々な人がいます。

全員に好かれる必要は全くありません。まぁそんな人はいませんが。

重要なのは、あなたと相性がピッタリ合って、ありのままのあなたを好きになってくれる人に見つけてもらうことです。

仮に100人に1人そういう人がいたとして、ブログを通じて100万人にあなたのことを発信できたとしたら、あなたのファンが1万人できるということです。

情報発信のポイントは、有益である、希少価値が高い、ストーリー性がある、人間味がある、など細かいことをあげればたくさんあります。

その中でも「ありのままのあなた自身」をいかに表現するかが本当に重要です。

嘘をついたり、取り繕ったり、よく見せようとしたり(ブランディングを勘違いしている人がやりがち)する事はマイナスでしかありません。

オンラインでもオフラインでも根本的な人間関係は同じですから。

▶ブログのはじめ方

ブログのルーツはWeblog（ウェブログ）から来ています。

初めは単なるウェブ上に発信する日記でしたが、だんだんアクセスが集まるような人気のブロガーが出てきて、そうするとそこに広告を出したい企業が出てきて、徐々に今の形に発展してきました。

【ポイント】
人が集まる＝お金が集まる。

ビジネスの本質は人を集めることです。つまり人気になると言うことです。
必ずしも人気者にならなくてもいいです。人気になるのは、商品でもいいしサービスでもいいですし、あれは文章でもいいし動画でもいいし、型にはまらないことが大事です。

オンラインでもオフラインでも人が集まるところにお金も集まってきます。

ブログはより多くの人を集めれば集めるほど、多くの企業がそこに広告費をかけて宣伝をしたいと考えます。

ですからYouTuberやブロガーは、自分のブログで商品を宣伝してあげるだけで大きなお金を得ることができます。

・ブログが副業で向いている理由

→お金になる

→コストがかからない
普通にビジネスを立ち上げようと思えば、初期投資が必ずかかります。
ランニングコストもかかります。
数百万円というお金がかかるでしょう。

しかしブログに関しては、かかってもサーバー代やドメイン代位です。これらは年間数千円、かかっても23万縁の話ですから非常にローコストで自分のビジネスをスタートすることができます。

→リアルでも仕事につながる
ブログはオンライン上だけの話ではなく、オフラインでのつながりにも有効です。
自分の考え方や、やっている仕事内容など知ってもらう機会が増える上、相手が事前に自分のブログなどを読んでいた人であれば、初めから自分に対して好印象を持ってくれる確率が高いです。

もともとの知り合いであっても、ブログが読まれることで改めて相談されたりなどされることも増えます。

→文章能力が高まる
書くと言う行為はアウトプットの中でも非常に難しいスキルになります。
少なくとも完全に理解していなければかけませんし、頭の中が整理できなければ読みやすい文章も書けません。

読み手のニーズも把握しなければ良い記事が書けません。

文章能力が高まってくれば、論理的思考や、コミニケーション能力なども自然と向上させることができます。

▶検索エンジンの仕組み
・Googleのみ見ておけば良い
YahooはGoogleの検索順位と同じになる

・検索順位が決まる仕組み
①リンク（内部リンク、被リンク）
「クリックされる」リンクにしか意味はない
引用されたり、参考リンクが貼られたりするとSEOが高まる

※SEOとは、Search Engine Optimizationの略です。
「検索エンジン最適化」の略語で、検索エンジンに対してWebページの評価を上げ、上位に表示されるように最適化させることを言います。

②コンテンツの質
クリックされた後すぐに閉じられるような記事はすぐに淘汰されます。ブログは滞在時間等でコンテンツの質を図られています。

▶SEO対策の基礎

①検索されるワードで、適切な情報を発信する
→キーワードありで記事を書いていく【重要】
→キーワードから、検索ユーザーの意図を深掘りする【超重要】

②適切な情報を、適切な構成で執筆する
③次に知りたい情報も、記載する