

価値提供の基準 —無料と有料の違い—



今回の話はビジネス——特にコンテンツビジネスやアフィリエイトビジネスをしている人（してないけど興味がある人）に参考にしてほしい内容です。もちろん、ビジネスオーナーでなくても、「価値提供」という言葉を聞いて自分に関係があると思った人全員に参考になる話だとも思います。まあ、要するに、全員読んでくれって事です（笑）。

それで、最近ネットビジネス（コンテンツビジネス・アフィリエイト）を始めた人からよく受ける質問があります。

「AUNさんが情報（コンテンツ）を提供する際、無料版と有料版とではどのような基準で線引きしてるのですか？」

という類のものです。

これについて解説する前に基本的な知識の話ですが、まず、コンテンツビジネスと言うくらいだから「情報提供」をする事が主な活動になるわけです。情報提供手段としては、メルマガやブログ、Facebook や Twitter などのSNSを使ったネット配信が主になります（DMや葉書などのオフラインも手段の一つです）。

そういった個人メディアを通して、価値ある情報を提供し、受信側に喜んでもらうわけですね。もちろん、ビジネスを前提としているわけだから、どこかでキャッシュポイントを作る必要が出てきます。

じゃあ、、、

どこまで無料でやればいいのか、
どこから有料でやればいいのか、

その線引きがわからなくて困っているということなのです。まあ、コンテンツビジネス初心者が最初で躓く事の一つですね。で、こういう質問をし

てくる背景には今言ったような

どこまで無料で提供していいかわからない。

どこから有料にしていいかわからない。

という混乱はもちろん、

- ・無料版で提供する分は有料版よりも価値を低くするべきだろう
- ・「全部知りたければ続きは有料版で」みたいな事をすればいいのか

こういう“誤解”も潜んでいるわけです。こんな誤解をしている以上、成功なんて、まあできないと思った方がいいです。これから、この混乱や誤解を解くための話をしていくので、ぜひ参考に見てみてください。

【目次】

1. 無料のスイッチ
2. 有料のスイッチ
3. オファーありき

1. 無料のスイッチ

先ず、僕がしている情報提供の大半は【無料】です。僕は色々な情報を無料

で提供しています。このレポートもそうですし、ブログやメルマガなどでもかなり価値の高い情報を無料で発信しています。一部だけが有料です。

無料で提供するのはとてもいいことです。何がいいって、お互いにストレスがないのがいい。まず受信側としては、お金を払う事に伴うストレスが一切ありません。

発信側としては、、、

① 無料だから気軽に多くの人に見てもらえる。

(どんなに届けたい情報でも有料だと見てもらえる人は少なくなる)

② 「無料」のスイッチで書けるから楽。

(後で言いますが別に手抜きということではありません)

③ 無料なので何を書こうか文句を言われる筋合いがない。

(もちろん誰かを誹謗中傷するような内容はダメですが)

・・・こんな感じです。

無料で価値を提供できるという事は、お互いにとって素晴らしいのです。ただ、無料に「終始」しているのには問題があります。無料で終わるのはイイ事ではないのです。何がよくないって、単純にビジネスとして成立しませんよね。

ぜに
銭が儲からない

ってことですね、平たく言うと。

そして、ビジネスとして成立していなければ、新しい価値提供のための投資をすることができません。要は、いいサービスを企画することも提供することもできないってことです。それはつまり、受信側の成長や進化に大きく影響してくると言う事です。

たとえば、近いうちに対話型のコンサルティングサービスをやろうと思っているのですが、そういう構想ができるのも、有料サービスで得た資金を投資できるからです。

あとは、無料のものに対しては、

どうしても価値を最大化できない

という問題があります。

発信側としては有料級の情報を提供しているつもりなのに、受信側に無料のスイッチが入っていて、結果的に発信側が想定している価値を100%受け取ってもらえない。当たり前の話です。無料で得たものよりも、お金を払って得たもののほうがより真剣になれるはず。全部、無料。これはよくないです。絶対によくない。

それと、さっき「無料」のスイッチで書けるから楽」と言いましたが、何度も言うように、手を抜くとかそういう次元の話ではありません。「どこまで無料で出しているのかわからないんですが？」とか色々聞かれるのですが、

無料か有料かの判断を、単純な情報の価値や質で決めるのは

明らかに間違い

だと思います。

僕は、無料だろうが有料だろうが、提供する情報に対して意図的に優劣をつけるような事はしません。僕が無料提供用のコンテンツを生み出している時の態度を喩えるなら、

友達に何かを教えてあげているときの態度

みたいな感じでしょうか。

友達だからいちいちお金を取ったりはしないわけです。だからと言って、変に勿体ぶったりもしないし、隠し事をしたりもしない。ただ、求められているのなら、「ちゃんと価値ある情報を与えよう」という気持ちで教えたいわけですよ。純粹な気持ちとしてね。

でも、お金をもらって教える“それ”とは明らかに、感覚的に違うわけじゃないですか。別に気合を入れて教えてあげるわけでもないし、ただ聞かれたことを、知っている事を思うままにシェアするだけです。責任があるわけでもないしね。

責任がないって言い方は語弊があるかもしれないけど、少なくとも、「あのときお前が言った事をやったら失敗したよ！」なんて言われる筋合いはないわけです。いや、そこは俺に聞いたお前の責任だろう、と。俺は、お前に対してできる精一杯をやったつもりだよ、と。申し訳ない事をしたなどは思うかもしれないけど、一方的に責められるのはおかしいとも思うわけで。

と言っても、

「お前の知っているノウハウを体系化して、マニュアル化して、それをステップバイステップで俺に一からマンツーマンで教えてくれ。気合を入れて、責任をもって教えてくれ。もちろん無償で。」

なんて言われると、「それは違うだろ」と。

『友達に何かを教えてあげているときの態度』というのは、教える態度としては極めてラフです。「不真面目」なのではなく、「ラフ」なんです。僕が無料で価値を提供するスタンスというのはこの友達に教えてあげるくらいの「ラフさ」に近いところがあると思っています。

喜んでもらえるような価値はもちろん提供する。でも、あくまで「ラフ」。

“無料＝ラフ”

と思ってもらっても構いません。

2. 有料のスイッチ

一方で、対価をもらって提供するもの（有料）には最低限、以下のような価値を付随することが僕の中では大前提になります。

- ・ 気合を入れる
- ・ 責任を持つ
- ・ 約束は守る（守れないときは連絡する）
- ・ 体系化されていて且つ解り易い最高の知識を提供する
- ・ 価値を最大限に伝えて提供する

・・・まあこんなところですが、こういう事を前提にして生み出されるコンテンツのクオリティは必然的に高くなります。コンテンツが全体的に洗練されるのです。「無料コンテンツは友達に教えてあげる態度で」・・・これは

あくまでマインドセットの話です。

僕自身、あくまで

“ビジネスとしてやっている”

という前提があります。

これが実際の友達と接する感覚とは違う部分ですね。何が違うかというと、

『自分が知っているノウハウを体系化して、マニュアル化して、それをステップバイステップでちゃんと教えてあげたい。時に教材として、時にコンサルティングサービスとして。とにかくお互いにきちんとした態度をもって伝えたい』

実際の友達に対してこんな風に思ったことはありませんが、ビジネスという前提を通して関わった人、入ってきてくれた人には、そう思える事が多々あるわけです。そして、そう思うたびに、有料の商品やサービスが生まれるということです。

簡単にまとめると、

『ラフに発信したい情報は無料で提供するし、目的があって
しっかり伝えたい情報は有料で。』

こういう感覚ですね。

極端な話をすると、「友達に教えてあげる態度で」作った無料のノウハウと、「お金をもらう前提で」作った有料のノウハウが内容的に同じでもまったく問題ないわけです。

内容的に同じ事を言っていたとしても、

- ・ 気合を入れる
- ・ 責任を持つ
- ・ 約束は守る（守れないときは連絡する）
- ・ 体系化されていて且つ解り易い最高の知識を提供する
- ・ 価値を最大限に伝えて提供する

こういう「友達に教えてあげる態度」にはない姿勢で生み出されたものであれば、堂々と対価をもらってもいいということです。

3. オファーありき

ビジネスも恋愛も、“オファーありき”だと思います。ここまでは、コンテンツビジネスにおける【価値提供基準】の話をしたのですが、その「続き」となる内容をお届けします。

と言っても、ここまでの話に比べると、「恋愛」という誰もが経験する事例を話しているなので、応用範囲が広い内容だと言えます。とりあえず、ここまでの話を踏まえた上で読んでみてください。より理解が深まると思います。

ビジネスも恋愛もオファーありき

という話をします。

ここまでの話を思い出してください。無料提供の段階ではお互いにストレスや摩擦が少ないので、気持ち的にはとても楽。コンフォートゾーンと言ってもいいですね。でも、ビジネスという前提がある以上、ずっと無料のままだとお互いにとって非常によくはない、と。こんな話でした。

ビジネス前提でのコンテンツの無料提供。これは恋愛で喩えると、相手の女性に自分を認識してもらったり、好感を抱かせたり、気にさせたり、ドキドキさせたり、ソワソワさせたり・・・つまり、相手に好意を持たせているプロセスのようなものです。惚れさせていると言い換えてもいいかもしれません。

「いいな」と思った女性に少しでも興味を持ってもらう。

(⇒メルマガなりブログなりの読者になってもらう)

相手が段々と自分の事を気に入ります。

(⇒メルマガやブログの内容が気に入りだす)

お互い、段々と好きになってくる。

(⇒相互のコミュニケーションがしっかり取れている状態)

でもまだ付き合っていない、正式な恋人同士ではない状態。

(⇒まだ有料のオファーを出していない状態)

・・・無料提供が続いている状態。この状態って、前回の記事でも言ったとおり、結構気持ちがいいわけです。付き合っていないわけだから相手を縛ることはできませんが、自分も相手から縛られる事ありません。

(⇒お金をもらっていないわけだから、ラフな情報提供をしていればいい)

言い換えると自由な状態ですね。

しかし、お互いに好きになればなるほど、相手を求めるようになります。SEX したいと強く思うようになるし、相手を自分だけのものにしたいと思うようになる。相手に対して支配欲が湧いてくるわけですね。

相手の心理：

「ちゃんと告白してくれないかな。私は早く恋人同士になりたいのに」
(⇒商品があるなら早く販売してくれないかな。ガッツリ学びたいのに・・・)

自分の心理：

「告白でもして万が一振られたら恥ずかしいな」
(⇒これまで無料であげてるのに、有料商品売ったら嫌われないかな・・・)

・・・これは、ビジネスを始めたばかりの人に立ちほだかるブロックです。

ただ、そんなこんなでモジモジしてる間にも、状況は刻一刻と変わっていきます。たとえば、女性の方がしびれを切らしてストレートに言ってくるかもしれない。

「あたしのこと好きならちゃんと付き合ってよ！」

(⇒商品があるなら早く売ってくれませんか?)

ここまではまだいいのですが、最悪なのは、他の男にアプローチされてそっちと付き合ってしまうという事態です。これがビジネスなら、他の人の商品を買ってしまうという事になります。

彼女にアプローチしているのはあなただけではありません。

(⇒見込み客にアプローチしているビジネスマンは自分だけではない)

彼女がしびれを切らして付き合ってしまった男が、あなたよりもいい男な

ら彼女にとってはそれが幸せかもしれませんが、そんなこと認めるわけにはいかないでしょう。「あんなやつと付き合うよりは、俺と付き合ったほうが、彼女は幸せな気持ちになれると思う」・・・そう思うのなら、あなたは然るべきタイミングで、彼女にアプローチしなければいけないということです。

・・・ビジネスと絡めて解説していますが、

ビジネスも恋愛も原理は同じ

です。

昔、僕がこのような情報提供ビジネスを始めた時、なかなか有料商品をオファーする事ができませんでした。単純に、怖かったんですね。

「裏切られたなんて思われなだらうか・・・」

「誰も買ってくれなかったらどうしよう・・・」

「愛想を尽かして去って行かないだらうか・・・」

・・・少し話は逸れますが、僕は、実は女性に告白したことが一度もありません。勇気を出して「好きだ」と言ったことも、「付き合ってくれないか」と告白したこともありません。自慢ではありません。「俺は自分から告白しなくても女性に苦労はしないんだぜ～」という話ではないのです。

「振られるのが怖かった」というヘタレ話なのです。1%でも振られる可能性がある限り、自分から勇気を出して告白するなんてとてもできませんでした。彼女は、とっくの昔に僕と付き合う準備ができています。たとえそれが分かっているとしても、1%の振られる確率にイモを引いていました。

でも、僕の場合はたまたまそれでうまくいった。

僕なりの、恋愛成功法則を発見したのです（成功法則とすら言えないものだと思うので、参考にはしない方がいいかもしれません 苦笑）。

先ず、相手に惚れてもらえるような働きかけをするだけします。「ああ、この子はもう俺の事が好きなんだな」と思っても、自分からオファー（告白）はしません。惚れさせるだけ惚れさせるのです。相手を極限まで沸騰させるのです。じらすだけじらすのです。

そのような状態にしておいて、後はイイ雰囲気さえ演出してあげれば、別に付き合わなくてもSEXが出来てしまうということがわかりました。付き合うか付き合わないかは、それから決めるのです。「体の相性は大事だから」と自分自身に言い聞かせていました。罪悪感を消すためだったのだと思います。

そうなる前に他の男のところ走到了ら、それはそれで仕方ありません。「仕方ない」と諦めるところまで想定しての行動です。最低だと思います。女性が聞いたら幻滅されてしまうかもしれません。独身時代の、最後の数年間の話なので今こうして赤裸々に語っていますが、本当の事だから仕方ありません。

ともあれ、こういう事ができるようになったからこそ得られたスキルだったり、普通では気付けない大事なことに気付いたり、そういうものも沢山あったわけです。結果論ですが。

話が逸れましたが、

ビジネスでも同じ感覚を持っていた

ということです。

無料で与えて、与えて、与えまくって、でもお金をもらうためのオファーができなかった。さっきの女性と一緒に、見込み客はもうとっくにお金を出す準備ができていて、僕の提供する商品に期待してくれているわけです。でも、そう思ってくれている100%の保証なんてどこにもないわけでした。だからビビって、恋愛と同じ対応をして、一向に商品をリリースしよう

としなかった。

するとどうなったかという、あるときメルマガの読者さんからこんなメールをもらいました。

「他の人の商品を買ったのですが、どうしようもなくくだらないものでした。激しく後悔しています・・・」

これは、

ビジネスでこの感覚を持っていたら絶対にダメだ！

という事に気づくキッカケになったメールでした。

この瞬間、理解しました。

“彼ら（見込み客）はお金を使ってしまおう”

と言う事です。

僕が何かを売らなくても、彼らはどこかでお金を使うんです。なぜなら彼らは、自分に足りないものを補ってくれる商品を、自分を進化させてくれる商品を欲しがっているのだから。

「だったら、俺に投資してくれ。」

という話です。

「俺だったら最高のものを作って、そして満足させてあげる自信がある」
と思えます。「嫌われたら嫌だな」「去ってしまうんじゃないだろうか」・・・

こんな勝手なエゴで、自分の責任を果たそうとしなかった当時の僕は、ビジネスマンとして失格でした。

今ならわかります。男として、持つておかないといけない責任があります。ビジネスマンとして、持つておかないといけない責任があります。それは共通しています。

それは、

相手のリスクは必ず取ってあげる

という事です。

デートへ誘う、キスをする、ホテルに誘う、プロポーズする・・・これらは、言い換えるとリスクです。このリスクを女性に取らせてはいけません。男が取ってあげないとはいけません。なんだかんだ最後には、男がリスクを取らないといけません。

男としての生物的価値はそこで試されているのです。女性の扱いが上手いだけでリスクを取ってあげられない男は、ただのチャラ男です。まったく魅力的ではありません。

そして、

商品をオファーする

自己投資できるように背中を押してあげる

相手を次のステージへ導いてあげる

ビジネスマンはお客さんから、このリスクを率先して取ってあげないとい

けません。

「嫌われたら嫌だな」「去ってしまうんじゃないだろうか」・・・こんなのはビジネスマンではありません。ただの責任を放棄した、自己満足のヘタレヤローです。

自分の辿ってきた人生に、進化に、自信を持っているのなら、過去の自分よりも今の自分の方が進化していると胸を張って言えるのなら、堂々とオファーできるはずです。「堂々と」オファーしないと失礼なのです。それができない人間は、まだビジネスをするステージにはいないということです。ビジネスをしてはいけないと言う事です。

女性もお客さんも、自分でリスクを取ることができません。それを取ってあげる事が、リーダーであるボクらの仕事です。あなたが成功の人生を望むのであれば、リーダーになる覚悟と期待を持ちましょう。

Arigato!★Aun

★このレポートを読まれたあなたにお勧めの製品



Confidence Theory—本物の自信構築理論—

人間ならだれもが欲しがるスキルである「自信」の手に入れ方について、結構本気出して、ガッツリ語りました。

色んな人が語っているテーマであり、僕自身もよく話題にするテーマですが、それらの話も踏まえつつ学んでいただけたら、より理解が深まるのではないかと思います。もちろん、今以上に大きな自信が手に入るでしょう。

▶ [製品の詳細はこちら](#)