

## INDEX

### vol. 2 ネットビジネスの市場分析

みなさん、こんにちは。  
キーワードマーケティング研究所 滝井です。

無料レポート vol. 1 では、  
「インターネットで売れる商材とはなにか」というお話をしました。

「人に会いたくない恥ずかしいもの」  
「買にくいもの」  
「情報」  
「高額商品」

スモールビジネスの場合、こういったもの以外は、インターネットでは売れない  
んです。

需要のないものは、どうやっても売れません。  
こりゃ、あたり前ですよ。

では、「インターネットで売れる商材」を選びさえすれば、ネットビジネスは成  
功するのでしょうか？

実は、これだけではぜんぜんだめです。  
起業家としては、まったく甘い。

商材のつぎは、ズバリ、

「どれくらい競合がいるか」

が鍵をにぎります。

たとえどれだけインターネットに需要があっても、「競合」がものすごく強いと、それだけで収益を上げることがめっちゃ難しくなるんです。

例えば、「ガンが治る健康食品」なんてのは、絶対インターネットで売れる商材です。

「アガリクス」

「タヒボ」

「メシマコブ」

なんてのが有力どころ。

絶対、近くのローソンじゃ売ってません。

イトーヨーカドーにもありません。

もちろんタウンページにも載っていません。

インターネットぐらいしか探すところはないんですよ。

そして、値段が高い。

たった200粒の瓶一個で4万円近くする。

利益率もいい。

たぶん原価は数千円だ。

さらに、がんなんてそう簡単に治らないから、リピート期間が何年にもおよぶ。

ひとりお客をつかまえば、年間何十万円と粗利がとれる。

千人お客をつかまえるだけで、簡単に億単位の粗利益となるわけだ。

まあ、おいしいビジネスなんだけど、当然、めちゃくちゃ競争が激しいんだ。

「アガリクス」とヤフーで検索すると、キーワード広告（スポンサーサイト）がずらっと出ているが、なんとワンクリック500円くらいする競争市場なんですよ。

これくらい競争市場になると、絶対に初回のお客の売上では広告費がペイしない。

後々、リピートでの売上で赤字分を補填していくしかないから、新規参入なんかしたって、黒字化するのは1年ではまず無理なんだ。

だから、「いかに競合が弱い市場に参入するか」が死ぬほど大事なわけ。

例えば、私が参入した「ホームページ作成教材」市場。

まともに広告を出している企業は、2社くらいしかなかった。

しかも、商品はへばいし、ホームページのマーケティングも超へたくそ。

もちろん広告単価も高騰していない。

さらに、「商用サイトを自分でつくる」なんてコンセプトでやっているところは

ひとつもなかった。

こんな市場に参入したら、まあ負けるわけがないわけよ。

要するに、「入札単価が高騰していないけど、儲かる市場」というものが存在する、ということなんです！

それが、まさに私が2年で2回起業に成功し、1年目から年収1千万円を達成した秘密といえます。

もしも、

「確実にインターネットに需要があり」

しかも、

「競争が激しくない市場」

というものが存在したなら。

まず、インターネット起業で失敗はないですよ。

反対に、インターネット起業に失敗する人というのは、このような市場の分析をまったくせずに、暗闇の中をやみくもに出発してしまうのです。

あなたは、絶対にこのような愚かなマネはしないでください。

「滝井秀典公式サイト 無料レポート」

発行元 キーワードマーケティング研究所

発行者 滝井 秀典 info@niche-marketing.jp

本レポートに掲載された記事・情報を許可なく転載することを禁じます。

Copyright(C) 2004 niche-marketing.jp, All Rights Reserved.