

【年商 10 億円講座 レポート 1.】

見込み客の感情的な欲求を究極に高める

感情的な欲の公式

書き手：年間 100 万円を支払い内野が学んだアドバンスコピーライティング講座、上村勇斗氏の講座内容を抜粋※通常は 100 万円の講座に入会した人しか手に入らないものです。

1. この公式を使うメリット

売り上げを上げていく上で非常に重要な要素で、ここがしっかりと相手の現実にかちッとハマれば、高い確率でその商品が売れます。逆にここが相手の現実とマッチしていないと、まず売れなくなってしまうので、セールスにおいてですね、生死、生きるか死ぬかを決めるくらいとても大切な要素なので、しっかりとここも真剣に学んで、使えるようになってください。

2. この公式の目的

まず「感情的な欲の公式」の目的について話していきますが、ここはドーパミンを放出させることが目的なんですね。つまり相手の脳内を興奮状態にさせることが目的で、もう少し分かりやすく言うと、この商品欲しいなっていうその強烈な衝動を喚起することが、この最大の目的です。

正直なことを言ってしまうと、この感情的な欲の部分を徹底的にコピーで強化をして、感情的な欲しいという欲求をガーッと喚起させて、あとは緊急性を出して、「残り何個ですよ」とか「残り2時間ですよ」とか「もうなくなりますよ、締め切りますよ」と緊急性を出して、煽ってしまうと、結構売れてしまうんですね。

そのあとのパートがなくても、結構売れてしまったりするんですけど、そのくらいこのパートは強力であり、重要だということです。この感情的な欲のパートで、商品の説明をしながら、それを相手のあらゆるベネフィットに結び付けて話してあげると、相手はもう、あなたが販売する商品を欲しくて欲しくてたまらなくなってしまうんですよ。

ウズウズしだして、「いくらなんだろう」とか「とにかくほしい」という感情を喚起させることが出来るということです。

3. 感情的な欲の公式

感情的な欲の公式を話していきます。ここはですね、

【感情的な欲の公式=シックスヒューマンニーズ×ポジティブとネガティブ】

です。シックスヒューマンニーズとは

1. 重要感 ※人から大事にされたい
2. 愛、つながり ※誰かとつながっていたい。愛されたい
3. 安定感 ※安心できる生活が欲しい
4. 多様性 ※日常に刺激が欲しい。新しい体験をしたい
5. 成長したい欲 ※自己成長欲
6. 貢献したい欲 ※他人へ貢献したい気持ち

です。こういったシックスヒューマンニーズの欲をポジティブな面、つまり、得たい欲の方から、さらにネガティブな面、つまり避けたい欲の両面から刺激していくということです。シックスヒューマンニーズ×ポジティブ・ネガティブと覚えてください。

4. 感情的な欲を高める具体的な5つの武器

具体的に感情的な欲で使える5つの武器というものがあります。これについて話していきます。まず1つ目はなにかというと、ストーリーです。2つ目はボレットです。3つ目が心理誘導という武器で、4つ目はミッションです。最後5つ目は商品の説明です。それぞれもう少し詳しく話していきます。

まず1つ目のストーリーと2つ目のボレットは、これは過去のコンテンツを参照してください（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）。しっかりと復習をしてほしいんですけど、少しだけ補足としてお話をすると、まずストーリーなんですが、これは自分のストーリーを話すことによって、以前のコンテンツでもお話をしたんですが、尊敬、好意の相手の気持ちをあげながら、そして同時に感情的な欲も刺激することが出来ます。

これは、販売者自身のストーリーだけではなくて、お客様のストーリーを話すことでも同様の効果を期待できます。なのでしっかりストーリーも入れていってほしいです。

次にボレットに関してなんですが、このボレットはですね、とにかく多ければ多いほど良いです。何故かという、ボレットの中でどこかにハマれば相手は欲しくなって買うので、とにかくボレットはたくさん埋め込めば埋め込むほど強力になります。

このボレットは、今まであなたが学んできた2つの欲（得たい欲、避けたい欲）とか3つの脳（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）とかマズロー（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）とかシックスヒューマンニーズ、そしていろんな心理トリガーも学んできたと思うんですが、そういったいろんな観点からあらゆる角度から、全方位で相手の心を揺さぶるような言葉を紡ぎだして、打ち込んでいってほしいですね。

さらに引き金単語（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）も、ふんだんに盛り込んでいって、このボレットを読むだけで、相手を買ってしまうくらいの最強のボレットをですね、ぜひ作ってください。

心理誘導の強力なパワー

次に 3 つ目の武器である心理誘導について話していきます。この心理誘導も非常に強力です、これはどういうものかという、その商品を買った後の見込み客の未来を、ありありと想像させるということなんですが、そのありありと想像させることが出来れば出来るほど、相手を心象な世界に導くことが出来て、トランス状態に持ち込むことが出来るんですよ。感情をある意味こちら側で、強力に操作することが出来てしまうんですね。

人を想像させることが出来るパワーというのは本当に強力です、人はある特定の事柄を想像すると、そっちの方向にですね、動いてしまったりとか行動してしまう、そういう特性があるんですよ。頭の中で想像したものは、どんどん具現化していくという脳の特性があるので、こちら側が意図的にその特定の未来を想像させれば、その商品を買った後の未来を想像させれば、相手の頭の中では商品を買ったことが当たり前、買ったことが前提の未来を頭の中で想像しているので、それで商品を買わないことがおかしくなるんです。

なので、相手の頭の中で買った後の素晴らしい未来を想像させることが出来れば出来るほど、相手の頭の中は買うことが当たり前という状態になるので、そこで最終的にどんどん購入に導いていくコピーを書けば、もう自然と購入に至ってしまうということがあるので、この心理誘導という武器は非常に強力です。

この心理誘導の基本的な方法をお伝えします。それは簡単なんですが、視覚・聴覚・体感覚の順番で刺激するコピーを書くということです。これはよくコーチングでも使われている方法で、これはコピーライティングにも応用できる、非常に強力なものです。

この視覚・聴覚・体感覚の順番で描写してあげるだけでも強力ですが、さらに強化する方法としては、その描写をしながら自分だけではなくて、その見込み客だけではなくて、その他の登場人物も出現させたりとか、あとは見込み客がその商品を買った後に、見込み客自身が自分自身につぶやいている言葉を入れていったりします。

ほかにも、タイムフレームというんですが、その商品を買った後の 1 年後、さらに 5 年後はどうなっているかとか、さらに 10 年後はどんな素晴らしい未来が待っているかという時間軸を伸ばして、さらに想像を拡大させるようなものを使うと、この心理誘導のパワーが強化されます。

例えばこれはどのようにして使うかというと、コピー講座に入会する前の見込み客がい

たとして、その人にどういうコピーを書いたら効果的に働くのかなって考えたときに、例えばですね、

「このコピー講座に入った 1 年後のあなたを想像してください。あなたの目の前には、まるでサファイアのように青く澄み切った青空と海がバーッと広がっています、と。心地よい波の音が聞こえて、あなたの足元の砂はとてもきめ細かくて、そして太陽の光を吸ってとても心地よい暖かさを足元で感じます。

そして横を振り向けば、あなたの愛する大切な人が本当に幸せそうな笑顔をしていて、あなたに向かって心からありがとうと言ってくれて、そして手を繋いできてくれたりもしてくれました。あなたは心の中で、自分自身に対してこう言っていることでしょうか。この 1 年間、コピー講座で努力してきて本当に良かった、と。

1 年前決断した俺（とか私）、本当にありがとう、と。そしてそこからさらに時間が過ぎていき、今から 5 年後のあなたは社会を大きく変えるような、とても意義のある非常に素晴らしい事業をきつと行っているかもしれません。」

とこんな風に表現していくと感情が高まっていくんですね。これはいろんな描写の仕方があると思うんですが、視覚・聴覚・体感覚の順番で、今回はコピー講座を例にしたんですけど、講座に入会したらこんな素晴らしい未来が待っていますよというのを、その見込み客が 1 番響く言葉に変換をして、描写してあげるということですね。

そして、その見込み客だけではなくて、見込み客が大切に思っているような人を登場人物で出したりとか、そして時間軸を伸ばして、さらに想像を拡大させてあげると、相手は非常に気持ちよくなって、その商品がすごく欲しくなってしまうんですよ。

こういうこちら側が意図的にこういう未来が待っていますよっていう描写の仕方もあるんですが、他の方法としては、相手に質問をするような形で、この心理誘導を使うこともできます。

これは完全にコーチングの応用なんですけれども、例えばどういう風にして出来るのかというと、

「あなたがもし今抱えているすべての問題を解決し、すべての望みが叶ったとしたら、1 年後あなたはどこにいますか。今より大きな部屋でゆったりとリラックスしているでしょうか。それとも南の島に旅行に行っているのでしょうか。周りには誰がいますか。

その人たちはどのような笑顔でいますか。あなたにどのようなことを言ってくれていますか。その人たちの言葉を聞いてあなたは一体どのような気持ちになりましたか。

心はあったまりましたか。今まで抱えていた悩みを解決して全ての望みを叶えたあなたに対して、あなたは一体どんな言葉を自分に投げかけてあげていますか。」

という風にして想像させる方向性はこっちで、ある程度ルールをひいてしまうんですけど、相手がいい想像、素晴らしいポジティブな想像ができるような方向性で、質問をしてあげることで、相手に能動的に想像させる方法も非常に強力です。

人間の脳の特性として頭の中で想像したものと現実世界の違いが分からないんですよ。頭の中の想像もリアリティーとして認識してしまうので相手の頭の中に、もうとにかくありありと描写をして、視覚・聴覚・体感覚の順番で、こう刺激をして映像化させればさせるほど、相手の脳内をタブタブにですね、素晴らしい未来で占有してしまえばしまうほど、相手は恍惚な気持ちになって、もう商品を買わざるを得なくなってしまうということになるという面で、この心理誘導は非常に強力な方法であり、ちょっと悪用すると、いろんなことが出来てしまうので、悪い使い方はしないで欲しいんですけど、その商品を購買するのにあたって、この心理誘導を正しい方向で是非使ってみてください。非常に強力です。

ミッションで相手が協力者になる

次に 4 つ目の武器であるミッションについて話していきます。で、このミッションも非常に強力で、これは簡単に言うと、その販売者自身が、その商品を通して、どんな世界を実現したいのかとか、そういう自分自身のなんですかね、使命とか、ビジョンとかそういった志しのようなしっかりと伝えるものがミッションです。

このミッションも非常にパワフルで、以前のコンテンツでお伝えした信頼（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）の部分とか、あとこの次のコンテンツでお伝えする論理的な正当化（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）、安心させるというパートにも関わってくるんですけど、このミッションが見込み客の現実とカチッと合致するだけで、それだけで申し込みをする人もいるぐらい非常にパワフルです。

で、このミッションをより効果的に使うためにはある一つのテクニックがあるんですけど、これはすごく使えます。ただ、コピーの教材とか、そのコピーの先生もまず教えてくれないテクニックです。これなぜかという、これはコピーのテクニックではなくてコーチングの上級テクニックだからなんですけど、それをコピーに適用すると非常にぐっとパワーが強まって、私は内密に、秘密にしながら使ってるんですけど、それを公開しようと思うんですが、

それは何かというと【エスカレーションテクニック】というものがあります。エスカレーションというのは、エスカレーターと同じ言葉で、段階的に上げていくテクニックですよという話なんですけど、これは具体的にどういうものかという自分の欲、つまり見込み客自身の欲、から更に見込み客の周りの人の欲に拡大していったって更にそこから周りの人からもっと広げていったって、その周りの社会とか更に自分が亡くなった後の次の世代にまで視野を、範囲を広げて、抽象度と適用範囲を広げてあげていく描写をしてあげるんです。

自分と関連づけながら、より大きなことが社会がよくなるんだなということを想像させる方法なんですけど、例えばですね、ちょっと一例としてあげると、自分自身の欲というもので、例えばアフィリエイトで 100 万円稼ぎたいという欲を持ってる人があなたの目の前にいるとして、そのあなたの目の前の人が、

「アフィリエイトで 100 万円稼ぎたいんですよね」

と発言したら別に共感できないというか

「ああ、そうなんだ、がんばってください」

ってただけだと思うんですよ。

でもまあそこから、その人がアフィリエイトで 100 万円稼ぎたいんですところから、ちょっと視野を拡大して、周りの人の欲について話していったらだんだん感覚が変わってくると思うんです。

例えば、そのアフィリエイトで 100 万円を稼ぐことで、妻と娘に自由な暮らしをさせたいし、素晴らしい商品を作る人とその商品を必要としている人を結びつけたいんですよね。という話をしたら、ちょっとこう、最初のアフィリエイトで 100 万円稼ぎたいんですよねという自分自身だけの欲を語っていた時より、ちょっと共感できませんか。

この表現だけでも感情が少し動き始めたと思うんですけど、更にそこから周りの人の欲から視野を拡大して、社会とか次の世代の欲まで話していくと、かなり共感できると思うん

ですよ。

例えば

「アフェリエイトで 100 万円稼ぎたいんです。で、そこからその 100 万円を稼ぐことで妻と娘に、こう自由な暮らしをさせて恩返しをしたいし、素晴らしい商品を作る人と本当に必要としている人を結びつけたくて、そしてそこから、より必要としている人に、必要としている商品が届く社会の一助となることで商品を作る人たちはより素晴らしい商品を作ることに集中できて、必要な人たちはよりよい生活をすることができると思うんです。

で私はこうした生産する人がもっと報われて、なにかを必要としている人達に必要なものが届いて、そして、その人の人生が救われるような社会を実現するお手伝いがしたいんですと。で、また私がお金に不自由がない家庭を築くことによって、私の娘は、よりお金よりも大切なことに目を向けられるように育つと信じています。

で、そして娘がこの先結婚して、で、きっと孫ができると思うんですよね、みたいな。その孫ができて、さらにその孫の子どもというか次の世代、そしてその過程で自分の娘とか孫と関わる全ての人に対しても、もっと今まで以上にいい影響を与えられるようになると考えています。

そうするともっと社会が良くなっていくと思うですよ、もっと素晴らしい日本になっていくと思うんですよね。だから、私はアフェリエイトで 100 万円を稼ぎたいんです。」

みたいなことを目の前の人があなたに対して言っていたとしたら、なんか最初の自分の欲だけ話しているアフィリエイトで 100 万円稼ぎたいんですよねっていつている状態より全然感覚が違うと思うんですよ。まあ、何か心にこうジーンと響くものがあったりとか、なんか俺もとか私もそうお金を稼ぐことで、やっぱりこう家族に恩返ししたかったりとか、それで社会に役立つような、そういう貢献ができたらいいなと思っている人が結構沢山いると思うので共感できると思うんですよ。

まあ、ここでもやっぱり共感って非常に大事なんですけど、そうすると最初の印象と全然変わると思うんですよ。なのでこのエスカレーションテクニックって本当に強力で、セールス、コピーライティングだけではなくて日常生活のコミュニケーションでもすごく使えるんですよ。ビジネスの交渉の場とか説得させる場面でも使えます。

普段の家族とか友人、恋人とのコミュニケーションでも、その変な例ですけど家族に、妻

がとか、旦那がお財布の権限を握っていて、どうしてもこのバッグ欲しいとか、このゴルフのパターが欲しいとか、なんかそういう自分が欲しいけど、ちょっとこれは賛同してくれないとか、特にここに参加している方はですね、なんかコピー講座だったりとか、そういうビジネス系の塾だったりとか、を買いたい、参加したい、この教材ほしい、でもちょっと金額が高いから、これはちょっと妻に言えないとか、旦那に言えないなといって、ちょっと、なかなかパートナーの賛同を得ることが出来なくて、ちょっとフラストレーションを抱えていたりとか、どうしても隠してしまっている人もいるかもしれないんですけど、これもですね、このエスカレーションテクニックを使うと解決できたりするんですよね。

コピー講座に入りたいんだよねとか、この教材欲しいんだよね、こういう 30 万の塾に入りたいんだよね、とだけいうと、「あんたなに考えてんの」みたいに言われちゃうんですけど、でもそこで、これは自分がそれで稼ぐことによって、お前をもっと幸せにしたいとか、その子どもにもっといい教育をさせてあげたいみたいな、そこからどんどん社会も良くなっていったみたいな、エスカレーションテクニックで話していった、で、そういう自分のコミットメント、これでしっかり参加したら必ずそれ以上の金額を稼いで、お前達還元するから。だから信じて欲しいんだよね、みたいな、まあこれはクリティカルな話し方ではないかもしれないんですけど、そういうエスカレーションのテクニックを使って、結構大きな金額の商品とか物であったとしても説得できたりします。

むしろ相手が、ああそれならいいよと賛同してくれたりとか応援してくれたりするようになるので、いろんなところでエスカレーションテクニックは使えますね。

セールス色がなくなって、非常に綺麗に見せながら、高額プログラムも販売することができるといのもので、非常にこのミッションの武器は本当に強力です。

特にこのエスカレーションテクニックっていうのを最大限に使って欲しいということです。これはですね、少しまとめると綺麗に言えば大義とかビジョン、使命とか、そういったものを語るということで、ちょっと悪くいってしまうと綺麗事を語ることなんですけど、このビジョンをしっかりカチッとセールスレターとか動画で入れていくと、見込み客の論理的な買う理由、論理的な正当化もできるんですよ。

購入後の後悔を消す方法

で、その買った後になんでこう買ったのかという人間脳にしっかり記憶させることができ

るんですよね。

専門的な言葉で言うと「バイアーズリモース」というものがあってこのバイアーズリモースってなにかっていうと、買った後の後悔なんですよ。なんで買ってしまったんだろうとか、でもそこでこれこれこういう理由だから買ったんだとか、その人に言えるような理由とか、正当化できる理由をしっかりと相手の脳内に記憶させることができます。

だから買った後に、やっぱり買うんじゃなかったという後悔をして、返金されたりする行為を避けることもできるので、非常に強力です。

ただ、これ覚えていて欲しいのがこのミッションというのは非常に強力ですが嘘を書いてはダメです。これはしっかりとその商品の販売者自身が、本気でそう思っているミッションとか、そういう使命ですよ、本当にこういう世界を実現したいんだとか、その商品を世の中広めていくことで、こういうよりよい世界を実現したいんだということを本気で思っていることを書かないと相手は嘘だと勘づいてしまうので、更に仮に嘘のなんかそういうミッションを語ったとしても、後々その本人が辛いだけだと思うんですよね。

大風呂敷を広げて、なんか本当に世界平和したいんですとか本当は思っていないのにそういうことを書いて、それに賛同してくれた人がたくさんきて、一緒に世界平和を実現しましょう、日本変えましょうみたいなお客さんがたくさん集まってきて、自分はそんなこと思っていないのになったら、すごい罪悪感ですよ。ほんとにその購入者に対しても申し訳ないし、まあ自分自身の精神衛生上も良くないと思うので、自分自身が本当に社会をよくしていきたいとか、そういうビジョンみたいなものがなければ語る必要はないです。

ただ、あなたやコピーをかいてあげるコンテンツメーカーがこういう社会にしていきたい、日本を変えていきたい、貢献していきたいという思いが本当にあるのであれば、それは言語化をして、見込み客に伝えてあげる必要があるということです。それで結果的に、成約率と言いますか、上がって売上にも繋がります。

商品説明を魅力的にする方法

最後5つ目の武器として、商品の説明があります。

商品の説明を見込み客のベネフィットにつなげて話してあげることが重要ですね。改めてしっかり意識してほしいというところで、特に商品、どんな商品かというところを説明するところで、特徴だけを話してしまったりとか、メリット止まりになってしまったりとか、そういう人がやっぱりいます。

私も常々気を付けているんですけど、常に自分の話すことは相手のベネフィットにつなげて話すということです。なので、ベネフィットのコンテンツもしっかり復習してほしいんですけど（こちらを知りたい場合は有料版をご購入いただければと思います）、

例えばエリートコピーライタークラブというようなVIPの、VIPクラスのそういうプログラムを販売すると仮定したときに、第1ヶ月目はマインドセットについて教えていきま

すみたいな、でもこれだけだったら特徴止まりで、なにも響かないですよ。

でもそれをしっかりとベネフィットにつなげてあげるとこうなります。

「このマインドセットを学ぶことでトップ5%のコピーライターの脳が、あなたの中にインストールされます。そして潜在意識レベルで自動的に数千万や億を売り上げるそうした能力が身に付くんです。」

このように、しっかりとベネフィットにつなげてあげることで、このマインドセットを学びたいという衝動が起きます。

2ヶ月目ではコミュニケーション術を教えるんですが、これもベネフィットへつなげた話し方をすると、

「このコミュニケーション術をしっかりと身に付けることで、あなたの元にクライアントが殺到するようになります。業界の重鎮とのコネクションも出来て、上流の情報ネットワークを持つこともできます」

みたいな。その商品の説明をただするだけではなくて、必ず相手のベネフィットにつなげて説明してあげることが大事です。

これは商品の中身だけではなくて商品の提供形式についても同じことで、例えば、「このプログラムはオンラインプログラムです。」

と言うだけだと、ちょっと味気がないんですよ。オンラインプログラムであれば、このオンラインプログラムのベネフィットをしっかり表現してあげる必要があります。

例えば、

「このオンラインプログラムによってあなたは自宅でいつでも好きな時間で学べます。忙しいサラリーマンの方や、お子様がいる主婦の方でも、いつでも好きな時間で学ぶことが出来ます。またこのプログラムのコンテンツは音声です。通勤中や移動中ならどこでも聞き流しながら学ぶことが出来ます。忙しい人でもしっかりと着実に学ぶことが出来ます。」

といえば伝わり方は変わりますよね。

他には、このプログラムはセミナー形式ですということをベネフィットにつなげるなら、「オンラインのプログラムよりもっと深く学習を深めることが出来るだけでなく、その講師とか、参加者ともっと仲良くなることが出来ます。なのでセミナー形式を導入しています。」

みたいなことを話すと、セミナーの価値があるとか、音声の価値があるとか、オンラインプログラムっていいなという風に、相手のベネフィットにつながっているので、より商品価値が上がるんですね。

欠点でさえ、言い方で利点に変えることが出来るので、本当にコピーというのはいろんな使い方が出来るんですけど、その商品の欠点、ライバルと比べたときに弱いなというところがあったとしても、これをどうにかして別の角度から見たときに、見込み客にとっての利点に変えることが出来ないかなという視点で商品を説明していくことも可能です。

まとめ

今回話をまとめます。感情的な欲で使える 5 つの武器としては、

1 つ目はストーリー。

2 つ目はボレット。

3 つ目は心理誘導。視覚・聴覚・体感覚の順番で描写をしてあげるとのことですね。相手を、気持ちよくさせて、想像させてあげるとのことです。そうすると行動喚起しやすくなり

ます。

4 つ目の武器はミッションです。これも本当にパワフルで、その商品をただ販売するだけではなくて、その商品を買って、その自分自身の欲からさらに周りの人の欲、そして社会とか次の世代の欲に拡大をして、相手の視野を広げて、もっと大きなものを共に成し遂げましょうよとか、もっと大きなビジョンを達成しましょうよ、その仲間を今募集してるんですというような、綺麗に見せていくようなものがミッションなんですけど、これが非常に強力に働くということです。販売者が、本当に心から思っている大義と言いますか志・使命というものを言語化してあげるということです。

5 つ目は商品の説明です。

これは簡単で、商品の内容とか形式を説明するときも、特徴とかメリット止まりにさせるのではなくて、しっかりと相手のベネフィットにつなげて話してあげて、さらに感情的な欲を刺激してあげるということです。これをしっかり覚えて、そして使えるようになってください。



内野 久（うちの ひさし）

求人広告の営業を3年行い、「リクルート式のセールス」の王道を学び、年間MVPを獲得。

前職はジェイックに15年在籍。営業組織の生産性アップや、自身でも新事業の立ち上げ、事業責任者を経験。営業経験者の転職支援を1800名、営業→営業MGR→事業部長、新事業責任者などを経て31歳で執行役員を拝命。40歳を機に起業し、イノセル株式会社で営業特化型人材紹介をスタートし、2期連続増収増益を果たす



コピーライター 上村 勇斗（かみむら いさと）

LEVERAGE EDUCATION 代表取締役。コピーライターとして累計約 20 億円の売上に貢献。またそのビジネスノウハウを 6000 名以上に指導し起業支援。港区赤坂在住。早稲田商学部中退。コンテンツビジネスプロデューサー/実業家/神道家

追伸：もしもより深くこの内容を知りたい！！ということでしたら、uchino@inosell.co.jp にお問い合わせください。また、このメルマガをお読みいただければこの本講座のご案内はどこかのタイミングでさせていただきます。