

バンドマーケティングZ.0

【著作権について】

当電子書籍は著作権法で保護されている著作物です。

使用に関しましては以下の点にご注意ください。

- ・本電子書籍の著作権は作者である雷僧にあります。
著作権者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・本電子書籍の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と作者（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取ることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的 乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項（第三者への公開の禁止） 本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、いかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条 契約の解除 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償 甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、 違約件数と販売価格を乗じた金額を支払うものとします。

バンドマーケティング2.0

第3章

「バンドマーケティング 2.0」

ウェブ上であなたの「分身」を作り出す
具体的な方法

- 1 – [メディア構築編](#)
- 2 – [まず作るべきメディアはブログから](#)
- 3 – [ブログの立ち上げ方法](#)
- 4 – [ブログで情報発信する本当の理由](#)
- 5 – [具体的な記事の書き方](#)
- 6 – [SNS の活用方法](#)
 - 6-1- [Facebook の活用](#)
 - 6-2- [Twitter の効果的な使い方](#)
 - 6-3- [YouTube を使ってあなたを
「画面の向こうの人」と認識させる方法](#)

【メディア構築編】

さて、コンセプトとターゲットが固まったら、
ここからは**実際にバンドがどのように宣伝していくのか？**
という内容をお話しします。

冒頭で話した1～10項目覚えていますか？
あれの4番目、『ネット媒体を構築する』という部分ですね！

次にやることは、
あなた独自のメディア（媒体）を構築していくことです。
ひとことにメディアといっても、すぐには思いつかないかもしれませんが、

- ・ **ブログ**
- ・ **Facebook**
- ・ **Twitter**
- ・ **YouTube**

こういった媒体を構築していくことです。
まずはこの4つから始めてください。
たぶんあなたも、すでに上記のどれかは手をつけているんじゃないでしょうか？

「手をつけてはいるんだけど、なかなかうまくファンが増えないんです。。」

・・・っていう悩みだと思うんですね。

それをこの章でマスターしていきましょう！

【まず作るべきメディアはブログから】

ブログというのはプル型のメディアと言われている、簡単に言うと、

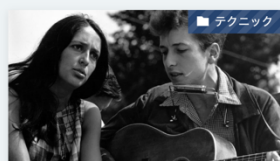
こちら側が「待ち」の姿勢で、見込み客（ターゲット）が訪問するのを待つタイプのメディアになります。



Home About Guitar Lesson Band Marketing2.0 Discography Contact Company Sitemaps

Blog

ギター 音楽活動 ビジネス コラム



これだけ覚えればOK！ギターでアドリブが弾ける3つのコツ

© 2018年8月3日 © 2022年6月23日



【簡単】実戦に必要なエフェクターはこの3つだけ！

© 2020年9月12日 © 2022年6月23日



もう音作りに悩まない！ギターのアンプとエフェクターの設定方法を解説！

© 2017年2月7日 © 2022年6月23日



ギターを弾いている人の特徴3選

© 2021年10月19日 © 2022年6月23日



ギターに性格が影響するヤバイポイント3選

© 2018年1月8日 © 2022年6月23日



ギターで早弾きができない人の4つの特徴

© 2017年6月7日 © 2021年9月7日

人気記事



モッピーで57000ポイントが反映されなかったけど反映された



マジで気をつけて！ライブハウスに出演する正しい方法を教えます



音楽で稼ぐ！スタジオミュージシャンの年収、はじめて方を徹底解説！



【結局どこがいいの？】音楽レッスンの特徴、地域別におすすめを紹介



音楽で稼ぎたいと願う人ほどサラリーマンという挫折へ進む本当のワケ



【例え話でわかりやすい！】NFTとは？これから来る時代を徹底解説

新着記事

この画像は、ぼくのブログのページのキャプチャーです。
あまり深く考えず、このようにブログを作りましょう。
ブログの狙いは、Google から検索してもらって知ってもら
うことを目的としています。

まずブログに訪問していただいて、
ぼくが発信している記事内容を読んでもらって
共感してもらわなければそこでサヨナラですが、
共感してもらえたら、また新たな記事を書いたときに読んで
もらえる可能性が高まりますよね？

それを日々日々繰り返していくうちに、だんだん雷僧という
人間に興味を持ってくれ始めるんですね。
で、雷僧という人間の発信に興味をもってもらうこと。
これが真の目的です。

なので、ブログで大事ななのは、

- ・ 検索されるキーワードを使った記事を書くこと
- ・ 検索した相手が解決できる内容であること
- ・ そのうえであなたのキャラが出ていること

です。

「こうやって書いたらみんな喜んでくれるかな？」
っていう考え方ではなく、
「良い悪いはほっといて、私はこう思うんだ！」
っていう主張の強い発信をしていきましょう。

そういう発信をして初めて、
「このブログの〇〇って人は、なんか面白いこと書いてくれ

るなあ」
って思ってもらえるわけです。
そういう心理から、結果的にあなたという「人間」に興味をもち、
だんだんだんだんあなたのことが好きになっていきます。

そして、結果的には「会ってみたい」という感情が生まれるんです。
そうやって、集客が自然と生まれてくるのです。

ブログこそが、あなたのやりたいことを何でも書ける場所です。
思い切り、思うままに書いていきましょう！

【ブログの立ち上げ方法】

はっきり言ってしまうと、Wordpress というものでブログを作りましょう。

サーバー代、ドメイン代がかかりますが、

サーバー代は月額 1,000 円程度。

ドメイン代は年間 1 円～1,000 円（取得するドメインによって変わります）程度。

この程度は必要経費と割り切ってやった方がいいです。
その方が結果的にスピード感に差が出ます。

具体的なブログの始め方はこちらを参考にしてください。

→ [【簡単】ミュージシャンが仕事を獲得するためのサイトの作り方](#)

（もしリンクが飛べない方はこちらから↓）

<https://raizo-guitar.com/site-tsukurikata/>

上記のページでは、

以前コンサルをした楽器講師たちに向けた講義動画を用いて解説しています。

（当時、サーバーがキャンペーンで安かったのもあり、動画では一部現在と異なる内容がありますがご容赦ください）

●無料ブログがダメな理由

- ・アメブロなどの無料ブログでは広告の表示が多すぎる
- ・運営会社のさじ加減でサービス停止のリスクがある
- ・そもそも SEO に弱い=Google の検索上位に登りにくい

こういった点から、ブログは WordPress をお勧めします。
Google 自体も WordPress を推奨していることから、SEO 対策のうえでは必須です。

Wordpress は完全にあなた独自のウェブサイトです。

なのでアメーバによって消される、
LINE によって消される・・・
こういうリスクが一切ありません。

何 100 記事と書き溜めたブログが、ちょっとした規約違反を知らぬ間に犯してしまったことで、一瞬で無に還る・・・
っていうことも実際にあります。

さらに、仮にバンドがなくなってしまうても、
あなた独自のブログというものはサービスを解約しない限りは生き残り続けます。

つまり、**ブログに有益な情報が乗っかっていれば、
あなたはネット上に資産を残すことにもつながる**んですね。
これはデカイです。

もし、今後ネットでも何かしら収入を得られるようになりたいなと思っているのであれば、今のうちに確実に Wordpress を覚えておくことを強くおすすめします。

●ブログを作る上での考え方

「だれもアクセスしないブログはただのゴミ」

です。笑
残酷ですが、この通りです。

検索されなきゃ全く意味がありません。
読まれない記事を書き続けるのは本当に時間の無駄です。
いかにたくさんのアクセスを呼び込むか？を意識しましょう。

ブログというのは、
お客さんから「検索」されて、お客さんはあなたのブログに
飛んできます。
検索するということは、
＝何か知りたい情報をあなたのブログで提供することなん
ですね。
それこそが、あなたがすべきことの超土台になるんですね。

Wordpress を検討するのであれば、
改めて URL を載せておきますので、しっかり読んでみてく
ださいね。

→ <https://raizo-guitar.com/site-tsukurikata/>

●ブログで書く内容

先ほども軽く書きましたが、

ブログというのは検索して訪問してくれた人の
解決したいことを解決出来るためのものなんですね。

そこで初めて、読者はあなたに対して価値をいただくということになります。

つまり、あなたがブログでやることは、

読者に価値を提供し続けること

これに尽きます。

ブログ自体にもしっかりとコンセプトを決め、
それに一貫性を持った内容を発信していくことが重要です。

例えば、ぼくがギターやバンドの話を普段しているのに、
急にサッカーの話題なんか書き始めたら、なんだか意味不明なブログですよ？w

例えを引っ張りますが、ロック×演歌×書道というコンセプトであれば、
それに関係する記事を書いていくことが重要です。

価値というのは、

「検索した人が検索内容を解決する」記事が、価値ある記事となります。

「良いこと聞いたー！」とか
「よかったー！解決した！」とか、

あなたのブログで何か新しい価値を感じてもらうことを意識
して書いていきましょう！

【ブログで情報発信する本当の理由】

あなたは、芸能人のブログを見たことはありますか？
正直、日記同然のブログがほとんどですよ？
興味ない人からすれば、超つまらないです。
なのに、なぜあんなにもアクセスが集まると思いますか？

それは・・・
「芸能人の名前で検索された」からです。

例えば・・・わかりやすく「キムタク」でいきます。

キムタクがブログを書いていたとして、そこにアクセスが集まる要因は、
読者が「キムタク」というキーワードでググっているからです。

Google は、検索されたキーワードを知りたい内容をしっかり書かれている記事を上位に表示させます。

なので、本人のブログが1位に来るのはごくごく自然のことなのです。

そして、キムタクが日常の日記を書いているとしても、検索した人はキムタクのことが知りたいわけだから、それで十分満足なワケです。

だから、芸能人は日記同然のブログを書いてもアクセスが集まるのです。

じゃあ…これを一般個人がマネしたらどうなるか・・・？

当然、あなたの名前で検索する人なんてほぼいませんよね？

なので、あなたは日記同然のブログを書いてもただイタイだけになってしまうのです・・・（笑）

じゃあどういった記事を書いていけばいいのか？というと、**あなたが得意とする分野の情報を発信する**ということです。ネットのビジネス業界では「情報発信ビジネス」という名前があります。

これは、

- ・ 情報を発信して、
- ・ あなたのファンを作り、
- ・ あなた独自の商品を販売していく、
あるいは商品を紹介して、紹介料をもらう。

こういったビジネスモデルです。
ちょっと考えてみてください。

・・・

これって、芸能活動と似ていませんか？

そうなんです。
要は、**タレント活動と等しい**んですよ。

タレントの情報って、タレントそのものの。

例えばキムタクが情報発信をしているとしたら、前ページの表通りに書くと、こうなります。

- ・ キムタクが本人の情報を発信
- ・ よりファンを集め、人気上がる
- ・ 出演した作品が視聴率を多く獲得する
- ・ 仕事がたくさん増える
(キムタクの娘さんにも派生して人気が高まる)

こうなります。
これが、タレントのビジネスです。

つまり、もはや一般個人が SNS を使ってタレント活動と同じことをして、ビジネスが成立するということです！

だから、バンドマンこそコレをやるべきなんですね！

「自分の得意なことって・・・ないんだけど・・・泣」

こんな風に思うかもしれません。
大丈夫です、必ずあります。

だって、あなたはバンドをやっているんだから、音楽には詳しいはずなんです。
例えば、「ワンオクロックが好きな人」が、ワンオクロックを検索したときに、何が知りたいでしょう？？

当然、ワンオクの内容です。

「ワンオクロック 曲」とかでググった場合、その曲を聴きたくて検索するのが容易に想像つきますよね？

「ワンオクロック 曲 おすすめ」だったら？
ワンオクのおすすめの曲が知りたいワケです。

と、いうように、
3語くらいのキーワードで考えてみると、
もっとわかりやすいです。
逆に、わかりやすい分検索される数は減ります。
(減るといっても相当な数検索されているのは明確です。)

あなたが上記の3語でブログを書くとしたら、
「あなたがワンオクロックのなんの曲がどういう理由でおすすめなのか？」
という**あなた独自の見解**を書いていくのです。
もちろん、記事の中には YouTube かなんかで、曲そのものも貼り付けておきましょう！
そうすることで、検索した人は曲も聴けてハッピー！なワケですから。

曲を聴いて、その曲に関して、あなたという人間がどういう分析をしているのか？どういう意見を持っているのか？
そういうことをガンガン発信していくのです。

よくあるのは、何かのニュースで、それに対してコメントが
ブワァーって付いてるじゃないですか？
あのコメントって、結構気になるし面白くないですか？
(笑)

良い悪い別にしても、他人のコメント気になりますよね？
その心理って、コレなんです。

人は、他人の見解が気になるんですよ。

決してウィキペディアを読みたいのではなく、
何かの題材に対して、他の人の思っていることが書かれて
いる記事が読みたいんです。

だから、あなた独自の見解を書いていくだけで OK っていう
ことです！

あなたの最終目的は、バンドを売れるバンドにする、ライブ
動員をガッツリ増やすこと、ですよ？

なら、ブログに関する記事も音楽じゃなきゃダメなのか？
といったら、必ずしもそういうことでもありません。

例えば犬を飼っていて、犬のことが超好きで、チワワに詳し
かったとします。

そしたら、チワワに纏わるブログでも全然 OK です。

結局、何度も言いますが、見解を述べている「人」に関心が
集まるので、

そんな記事を書いている「あなた」が、実はバンドマンなん
だ！

っていうだけで、十分関心を持たれます。

関心を持たれたら、そこがスタート地点！

そのブログから SNS や YouTube なんかにアクセスし
てもらって、「チワワブロガーのあなた」から、

「バンドマンのあなた」へ、興味を移行させるのです！

では実際に記事の書き方について解説します。

【具体的な記事の書き方】

記事を書く際に必要な項目

①キーワードを考える

②問題提起

キーワード検索した読者が抱えている問題を考える



③その問題の解決方法 or 問題の結果を明示



④結果の根拠

なぜそうなのか？を具体的に根拠を並べつつ書く



⑤読者へ行動を促す

記事を読んだあと、読者になにをしてもらうのか？

読者にしてほしい行動を促す

この流れをまず考えます。

例を出した方が早いので次ページで例を挙げますね。

① キーワードを考える
「ギター 音作り 方法」

② 問題提起

- ・ギターの音作りで悩んでいる
- ・ライブでいい音が出ない
- ・レコーディングでいい音が録れない
- ・アンプ、エフェクターなどの使い方がわからない
- ・ギターの音の作り方を知りたい

↓

③ その問題の解決方法 or 問題の結果を明示

- ・アンプやエフェクターのセッティングを解説
- ・どういう場面でどういう音を使うかを解説
- ・環境によって使う機材を解説
- ・etc…

↓

④ 結果の根拠

③で書いた解決方法、問題の結果が
なぜそう言えるのか？を解説する

- ・アンプで音を作らなきゃいけない理由
- ・エフェクターを正しく使う理由

など、「理由」が正しければそれを「根拠」として用
いる

(実際に YouTube で良い音が鳴っているギターの動画を
埋め込むとベスト)

↓

⑤ 読者へ行動を促す

メルマガでギターのメール講座を実施しています。
無料で受講できますのでぜひ参加してみてください

こういう感じです。

で、最後の⑤でメルマガに誘導していますよね？
ここで、メールマガジンを配信します。
ここが重要です。

メルマガの最後に
実際のギターレッスンのオファーを行い、
売り上げにつなげていく…という流れです。

こういうビジネスモデルを構築していくわけです。
裏方業なら、この例は非常にわかりやすいと思います。

このように記事を書いていき、
アクセスを集めて、メルマガに登録してもらい、メルマガ内
で実際の商品を購入していただく。

勘が鋭い人は気付いたかもしれませんが、

- 1.アクセスが勝手に集まって、
- 2.勝手にメルマガに登録されて
- 3.事前に作ったメルマガが勝手に流れたら
- 4.放ったらかしで自分のレッスンが売れる

ということがわかると思います。
なので、いかにアクセスが集まるブログが重要か？
いかにメルマガの自動配信が重要か？
が、理解いただければ今回のセクションは OK です！

では次は、表方の人がどういうブログを書けばいいのか？
を、次ページで解説します。

表方がブログでファン化を作る概念

- ・ 表方のあなたが得意なこと、好きなことをピックアップ
- ・ 得意、好きなことに関する記事を書く
- ・ アクセスが集まる
- ・ ブログ内に SNS や YouTube を埋め込み、
「得意、好きなこと」から「それを書いている人」
に関心が移る
- ・ メルマガを配信し、あなたのことを書いていく
- ・ 定期的に商品を販売し
「実際に会える」「メルマガ限定の〇〇」などの
付加価値を読者に提供する
- ・ 結果、ライブ動員や CD 売り上げにつながる

こういう仕組みです。

あなたがギタリストだからといって
ギターの発信をしていけばいいか？といったら
むしろ逆です。

あなたのギター以外での趣味や得意なことをブログで書
き、その内容でアクセスを集めるんです。

これはタレントが手料理を作ったり、筋トレをしたり
色々な趣味をインスタやブログにアップしていますよね？
でも、本業はタレント業であって、テレビに出てギャラをもら
うことが目的です。

これと同じと考えてください。

●あなたの得意なこと、好きなことで
ブログを構築する際に気をつけておくべきポイント

得意なこと、好きなことのカテゴリは3つ程度にしぼる

例) 料理、サッカー、釣りだとしたら

この3つのカテゴリをブログで構築して

それぞれのジャンルでブログ記事を書く

それぞれのジャンルでアクセスを集める記事を書く

メルマガ自体は全部同じメルマガに誘導で OK

なんとなく「絵」は見えてきましたか？

これがブログを書く必要がある最大の根拠です。

【SNS の活用方法】

続いては、SNS の活用方法を解説していきます。

SNS のおかげで、過去と今の活動が大きく変わったと言っても過言じゃないです！

今何か活動をしているなら、SNS をやらないのは自滅行為です。

北の核ミサイルに竹やりで挑むのと等しいです。

時には炎上したり、危険な目に遭うイメージが強い SNS ですが、それだけみんなが利用しているということでもあるんですね。

じゃあそんな SNS。とっても簡単にいうと、
あなたの影響力をつけていくための場所です。

芸能人がちょっとしたことをツイートするだけで、ものすごい数の人間がいいねやリツイートしますよね？

あれこそが影響力です。

もっとも勘違いしちゃうダメなのは、SNS は商品を買う場所ではないってことです。

あなたがライブ告知をバンバン投稿していたとします。

それは、周りからすれば「チケット買いませんか！？」って言われてるのと同じと思ってください。

SNS では、あなたが発信したことによって、どれだけたくさんの人が動かされているかが重要です。

わかりやすくいえば、いいねの数や、コメントの数です。

これこそが、**影響力を可視化できるポイント**ですよ！

どれだけすごい発言をしていても、いいねが2とかだったら、「んん〜・・・??」ってなりますよね（笑）

とはいえ、基本的にあなたが発信していくべき場所、内容というのは、

ブログになります。

SNS は、そのブログをたくさんの人に見てもらう、拡散してもらう、そういったことを目的として使います。

考え方としては・・・

ブログというのがあなたのお店です。

例えば自宅兼ショップみたいな感じで営業しているとしましょうか。

当然そこを知っている人なんてほとんどいませんよね。

SNS というのは、みんなが集まるイベント会場みたいな感じですかね。

そこにはたくさんのジャンルのブースがあって、不特定多数の人間がいて、

ワイワイと賑わっているわけですね。

では、

こう考えたときに、具体的にどのように SNS を活用していくのか？

というか、

SNS というイベント会場で、あなたがすることってなんでしょう？

という風に考えてみてください。

結論から先に言ってしまうと・・・

SNS というイベント会場で
あなたのお店があるんだよ！っていうことを
知ってもらう活動です。

また、そのお店を運営しているのは私という人間ですよ！そ
んな私は普段こんな人間ですよ！

という、あなた（人）を知ってもらう活動になります。

では、それぞれの SNS を具体的にどう使っていくか？を解説していきますね。

【各 SNS ごとの客層を考える】

簡単にまとめておきます。

TikTok : 主に女性、若年層

Instagram : 女>男、若年層寄り

Twitter : 男>女、活発度は若年層だが全年齢層

Facebook : 男>女、30 代以上の社会人

YouTube : 男≧女、若年層~40 代あたり

例えば「コムドット」という YouTuber で例えます。
ハヤトさんが以前話していたことを引用しますが、彼が
YouTube で気をつけているポイントが以下のとおりです。

- 自分の動画が視聴者にとってどういう位置付けで見ても
もらえるものなのか？
- 視聴者のライフスタイルを想像する
- 自分の活かし方を理解する
- 誰と絡んでる時に一番自分の味が出せているか？

ここで重要なのは「視聴者のライフスタイル」です。

要するに「ターゲット」です。

コムドットもターゲットのライフスタイルをしっかりと考え、
その人にとって自分たちがどのような役割になるのかを考え
抜いているから、あそこまで売れているということです。

再びコムドットで考えますが、ハヤトさんは SNS を以下のように捉えて使っています。

インスタ：カッコつけた自分

Twitter：嫌われる自分

TikTok：インパクトのある動画（興味付け目的）

それぞれの SNS の特性を理解して使っています。

彼らの流れをバンドマーケティング 2.0 に繋げるなら、以下のとおりです。

1. Tik Tok でインパクトのある興味付けをする
2. YouTube でより詳しく知ってもらう
3. LINE でさらに詳しく関係性を持つ
4. セールス

要するに・・・

1. Tik Tok →認知
2. YouTube →関心
3. LINE →集客、教育
4. セールス →販売

しかし、必ずしもあなたがコムドットを真似すればいいというワケでは決してなくて、あなたのターゲットのライフスタイルのどこのタイミングであなたが入っていくか？を考え抜く必要があります。

次ページで詳しく深掘りしていきます。

【ターゲットのライフスタイルとは？】

- 通勤中
- 仕事の昼休憩
- お風呂に浸かっているとき
- 寝る前

それぞれ見たい SNS って変わってくると思います。
かつ、ターゲットがサラリーマンなのか、女子大生なのかでも全然変わってくるのは理解できると思います。

あなたのコンテンツ＝SNS がターゲットのどこのタイミングで見てもらうのが一番効果的なのか？を考えます。

ここで間違っほしくないのが、あなたの音楽を聴かせるのではなく「あなた自身」をどこのライフスタイルに組み込んでもらうか？です。

わかります？？

大事なのは「ドキュメント、ストーリー」です。
要は、「あなた自身」を発信していくんです。
楽曲が売りたい、世に広めたいとしても楽曲よりも楽曲が生まれるまでの過程や、楽曲を作るまでのストーリーを発信するということです。

そこを理解した上で、あなたの発信はターゲットのどこのタイミングがベストなのか？
これをまず第一に考え、決定しましょう！

●SNS ごとのブランディング設定

ここまで読めば

「Twitter をやればいい」

「インスタやっとけば OK!」

…というモノではないことがわかったと思います。

例えばあなたのターゲットが 20 代女性なら
その女性がそれぞれの SNS をどのタイミングでどのように
活用しているのか？を考え抜くということです。

インスタはどのタイミングで何を見たいのか？

Twitter はどういう目的で見ているのか？

Facebook は？YouTube は？

…という感じです。

例えばですが、こういう仮説も立てられますよね？

20 代女性の一日の SNS

通勤中：Twitter でニュースや好きな芸能人の情報

昼休み：同僚と話題になった内容の画像をインスタで探す

退勤中：インスタで食事や旅行など欲求に関する情報

寝る前・暇な時間：頭使わないような動画を YouTube で

では、この中のどこにあなたの発信が入り込めるスキがある
か？を狙い定めるということです。

これらは「仮説」でいいんです。
いきなり正解を撃ち抜ける人なんていません。
少しずつ「ターゲットを考え」つつ、仮説を立てて自分の発信を組み立てていくという感じですね！

SNS の特性ごとに自分のターゲットの居場所を考えるということです。

前述したようにコムドットのハヤトさんは
インスタ：カッコつけた自分
Twitter：嫌われる自分
TikTok：インパクトのある動画（興味付け目的）
というように分けています。

あなたが音楽でやるなら・・・

インスタ：アー写や、演奏している動画など、カッコよく見えるものに絞る
Twitter：ブログに関係するジャンルの発信
TikTok：「曲のサビだけ」とか「アカペラで歌う」など、数秒で意味を持ちインパクトがある動画

上記のようにわけて活動していくこともできますよね？

これも自分自身のブランディングによって大きく変わります。例えば「サンボマスター」のように容姿ではない場合はインスタは多分メイン媒体にはなりません。Twitter の方がいいかもしれない。

圧倒的イケメン・美人なら、インスタは絶対必要だとわかります。

まとめると・・・

1. 自分のブランディングを Web 上で作る
2. その上で自分にとって SNS の棲み分けを考える
3. ターゲットのライフスタイルを明確にする
4. その中で自分の入る隙間を見つける

この4つが最低限必須です。

ですので「〇〇日で 10000 フォロワーを増やす方法」みたいなノウハウは実は存在しません。

仮にあったとしても、今まで僕が伝えたような地道で面倒な作業が待っています。

しかし言い方を変えると
コンセプト、ターゲットが盤石なものになっている人は何を始めてもフォロワーはすぐに増えるということです。

まあ、そんな人はなかなかいませんし、ある程度は「作る」ことで解決します。

ということで、次ページからは Facebook を使ってあなたのブランディングの設定方法を解説していきます！

①やはりここでもコンセプト！

すべて Facebook で例えていますが、全 SNS でやることは一緒です。各 SNS に置き換えて読んでいってくださいね！

はい、ここでもやはりコンセプトです。

というか、あなたの Facebook を見た人が、
「ああ、この人〇〇な人なのね！」
っていうふうに、すぐ理解してもらえるような構築をしていきます。



これはぼくの Facebook です。

まずアイコン。



これが非常に重要で、
これがあなたのファーストビジュアルといわれるものになります。

ということかという、

あなたの第一印象になりうるものです。

ここが、解像度の低い写メで撮ったやつでお粗末なものだったり、
あなたと一見無関係な画像だったり、
そういうものは避けましょう。

あなたは SNS を「ビジネス」として使っていくのです。
他の友人はほとんどの人は遊びのひとつ、程度にしか使っていません。

他の人のマネをするのではなく、
あなたはあなたのやり方（このやり方ね）で SNS を運用して
いきましょう！

アイコンを設定する上で必要なことは、

- ・ あなたの顔がはっきりわかる、
あるいは何者かがすぐ特定できる
- ・ その表情が相手からの第一印象を
決めるということを考えて、表情を作る。
- ・ なるべく解像度の高い写真を使う

この3点は最低条件だと思います。
しかしここでちょっとしたコツをお話しします。

相手はあなたのアイコンを見て、勝手に人間像を膨らませます。

- 「実際に会った方がカッコイイですね！美人ですね！」
- 「あれ・・・なんか実際に会ったらメージと違う・・・」

どっちがオフラインで会った時に好印象ですか？

当然前者ですよ？

なので、解説と逆ですが
「あえてちょっと微妙な顔のアイコンにする」のも一つの手です。

これだと実際に会ったとき、印象が一気に好転しますので！

続いて、ヘッダーと呼ばれる大きい画像の部分です。



これも、よく分からないあなたと無関係なものは使わないでください。

あなたもそうだと思いますが、
人っていうのは文字よりも画像に反応します。

ですので、上述した **アイコン画像と、この画像の2点だけで、あなたがどんな活動をしていて、こういう感じの人かなあ？くらいまでイメージできることが重要**です。

例えば、バンドでギターをやっている僕は、
ギタリストであることと、
ライブをやっていること、

この2点を理解してもらいたいんですね。

だから、アイコンはギターを弾いている姿を使っています。
ヘッダーでライブシーンをアップしています。

この2点で、

「あ、雷僧って人はギター弾いている人で、ライブ活動もやっているんだな」

というイメージをつけることができますよね？

こういう具合にあなたというアカウントをまずは作成していきましょう！

あ、補足ですが、「あなたに無関係」と書きましたが、例えばペットの画像とか、旅行に行った時の写真とか、自分が作った渾身の料理とか、そういったものもすべて「無関係」だと思ってください。

あなたは音楽活動の集客を目的で SNS を活用するので、あなたが音楽に関係する人間、ということと無関係なものはすべてダメだということです。

続いては、あなたのウェブ上でのイメージを形成するための方法をお話ししますね！

あなたのウェブ上のイメージというのは、

- ・ あなたというメインビジュアル
- ・ あなたのイメージカラー
- ・ あなたの雰囲気
- ・ あなたというバックグラウンド

これらを先に構築しておく、非常に効果的にネットを活用
できます！

1つ1つ説明していきますね！

メインビジュアル

これはどういうことかという、
あなたの基本となるアイコン画像の事です。



①

↑これは僕のメインビジュアルです。
こういう画像でもいいし、下の画像でもいいです。



②

これ、それぞれ僕ですけど、見比べるだけで
あなたに与える印象が全然違いますよね？

- ① では、**カッコいい**、**クール**、そんな感じを強調してます。
- ② では、**笑顔**、**優しい**、**取っつき易さ**を強調してます。

要は、
僕がカッコイイと思われたければ①を使えばいいし、
取っつきやすい、優しそうなイメージを持たれたいと思えば、
②を使うワケです。

で、重要なのはメインビジュアルは、SNS、YouTube、ブログなど、**ネットにあるすべての媒体において同じ画像を使うこと**です。

あなたは自分自身だから、SNSによって画像を着せ替えたくなりますが、初めて見る人からすれば、あなたのウェブ媒体をウロウロしていた時、毎回違う画像だとあなたへの印象が固まらないんですよ。
あなたの印象がピンボケだと、あなたへの関心も薄いままなんです。

イメージカラー

これは、**あなたを想像した時にパッと浮かぶ色**です。
2色くらいを決めて、それで媒体を色付けていきましょう。
僕は、ブルーとグレーをなるべくイメージしています。



こんな感じ。わかりにくいけどラインが青、背景がグレー。
実は僕もまだまだ完全には決めかねている部分でもあって、
それくらい重要な部分です、色は。視覚効果は絶大です！

あなた＝〇〇な色っていう色を完璧に固定できたら、あなたへの印象は一気に固まりやすくなります。
なので、無理して嫌いな色とかは絶対に使わない！好きな色でいきましょう！

雰囲気

まあ、読んで字のごとくですが、

あなたが周りから思われない雰囲気です。

面白いのか、オシャレなのか、超堅い人なのか、優しい感じなのか、色々ありますよね。

これはどういう部分に発揮されるかというと、

あなたの投稿の文章だったり、シェアやリツイートする記事内容、動画、画像、こういった全てで構成されます。

僕は、わりとカッコつけるわりにドジを踏むような自虐だったり、なるべく笑ってもらえるような文章を意識しています。

「雷僧っておもしろい奴だな w」 って思ってもらいたいんですね。

だから、シェアするものや、投稿画像は、結構笑える画像を使うことが多いです。投稿に統一性を持たせるということです！

バックグラウンド

これは、**あなたという背景にどんなものが見えるのか？**ということです。

例えば僕でいうと・・・

- ・ロックが好き
- ・楽曲提供している
- ・映画、ドラマの OP,ED に曲が使われた
- ・プロデュースしたユニットがある
- ・講師業にも携わっている
- ・動物好き、犬はポメラニアン一択
- ・ゲームはドラクエが好き
- ・ネットマーケティングに関心がある
- ・ブログを書いている
- ・家族大好き

などなど。

自分自身にプラス材料となる内容を書き出してみるといいです！

で、そういったバックグラウンドを設定し、それにまつわるものを小出し小出しで投稿していく感じです。

僕なら、基本はギターやバンドの内容を発信していきます。その上で、上述した内容をちょいちょい織り交ぜる。

これによって、「ギタリスト・雷僧」だけでなく
「この人〇〇のゲームかなりマニアックだね」とか
「ポメラニアン好きなんだねこの人」みたいなイメージを持たせることができますよね！

で・・・これらって、実はオフラインでは全て備わっている
ワケですよ。

こういうことです。

普段の服装で色がなんとなく印象づけられる



あなたのメインビジュアル

しゃべり方や態度



あなたのウェブ上の雰囲気

趣味や出掛ける場所



あなたのバックグラウンド

こういうことです。

オンライン上で、いかに日常のあなたを正確に伝えられる
か？というのが超重要ってことです！

要するに、

**ウェブ上にあなたの分身を構築していくというのは、
まさにこのことです。**

まずは、これらを完璧に構築していくことをオススメしま
す！

これが構築されたら、

それを基に SNS で投稿をしていきましょう。

続いて自己紹介

ここは、「ギタリストです」みたいな一文はダメです。

**あなたのプロフィールを読んで、
具体的にどういう人なのかを理解してもらえるプロフィール
にしましょう。**

そして「この人と繋がってたらなんかイイことありそう！」
って、ついつい思ってしまうような文言を書いておきましょう。

人間はあくまで「自分の損得」で物事を考えますから。

ただのアーティストだけでは弱いです。

何か有益なものを得られるかも？？という期待感をもたせましょう。

バンドのコンセプトで決めた内容に関係することで、あなたが得意な情報を

発信する方がいいので、例えばコンセプトに「花」があったとしたら、

「花に関する有益な情報を発信しています」の一言があるだけで全然違ってきますから。深く考えず、単純にこういう部分です。

なので、バンドのコンセプトがバッチリ決まっているのであれば、

そのバンドのコンセプトを書いてみるのもいいですね。

SNS＝「Webのあなたの分身」なので、

あなたがどういう人で、どんな活動をしているのか？というものをしっかり書いていきましょう。

これ、ぼくの自己紹介ですがこのくらいの文字数でいいと思います。（若干少なめですが・・・）



自己紹介

雷僧（らいぞう）
ギタリスト。音を使って独立起業したい人の助っ人。

入力できる文字数の中でうまく自分のアピールポイントを書いていきましょう！

とにかく重要なのは、相手の立場になって考えて作成するということです。

あなたが誰かを友達申請をしたとします。しかも見知らぬ人に。

そのときその相手は、誰だか知らない人からの友達リクエストがあれば、

必ずどんな人なのか確認しにあなたのプロフィールに来ます。

そこで、興味を持たれたり、アブナイ奴じゃなさそうだ、とかw

相手の中での許容範囲に入っていれば友達承認してくれるわけですね。

これは、あなたもそうだと思います。思い返してみてください。

きっと、相手の情報を確認してから友達承認しているはずですよ！

もちろんぼくもそうしていますし。

どんな人とどうやってつながっていくべきなのか？

さて、ここまできたら、
アイコン画像、ヘッダー画像、自己紹介まで作れると思います。

ビジネスはスピード命です！
「お！これは参考になった！やってみよう」
って思ったら、その瞬間から始めてくださいね！

とりあえず、上記3点は早めに設定してしまいましょう！

これで、あなたの SNS のアカウントは見た目的にはどんな人間なのかはある程度見えてきましたね。

続いては、どんな人とつながっていったらいいのか？
また、その具体的な方法を解説していきますね。

■それ以前にまずはタイムラインをある程度充実させましょう

まず土台作りとして、タイムラインにもある程度投稿していきましょう。

ちょっと想像してみてください。

友達申請やフォローが来て、その人のタイムラインに何も書かれていなかったら、怪しいですよね？

スパムかも？と思って承認したくなくないですか？

だから、そういう人と勘違いされないためにも、タイムラインにはしっかりとした発信を残しておきましょう！

※すでに SNS をやっていて、ある程度は何かしら投稿していると思いますが、ブランディングと異なる内容であった場合は、改めて投稿をしばらく続けてからにしましょう。

投稿内容は前述した通り、あなたの発信で誰かに価値を感じてもらうことを目的として情報を発信していきましょう。

もちろん、あなたが構築したウェブ上のイメージから外れないような発信をしていきましょう！

■あなたの発信と属性の合う友達がいるコミュニティを見つける

あなたの発信を気に入ってくれる人、興味を持ってくれる人、喜んでくれる人、

そういった人が「属性の合う友達」になります。

そういう人たちがいそうなコミュニティを探していきます。

例えばあなたがワンオクみたいなバンドをやっていて、
そういうバンドが好きな人をファンにしたいのであれば、

- ・「音楽が好き！」という大きなくりのコミュニティ
 - ・「バンド大好き」みたいなバンドに特化したコミュニティ
 - ・「ギター好き！」みたいな楽器特化型のコミュニティ
 - ・「フェス大好き！」みたいなイベント特化のコミュニティ
- まあ色々ありますね。

それぞれに参加させてもらい、リサーチします。

どんな人がどんな投稿をして、それに対してどんな反応があるのか？

どんな投稿が「いいね！」が多いのか？逆にどんな投稿は少ないか？

面倒かもしれませんが、ある程度コミュニティを絞って、その中から自分のバンドに興味を持ちそうな人を探す。

すなわち、

コンセプトメイキング編でお伝えした「**ペルソナ**」に近い人を探していくのです。

そしたら今度は・・・

■友達申請をして、丁寧に心を込めてメッセージを送る。

まあ、当たり前のことですけどね（笑）
当たり前のことなんだけど、できない人が多いです。
多いっていうことは、これをやるだけで相手はあなたへの好感度は一歩上がるわけです。絶対にやっておきましょう。

最初に相手のタイムラインを拝見し、どんな発信しているのか、どんな自己紹介なのか、ちゃんと理解して、その上でメッセージを添える。そのあとに友達申請します。向こうの投稿内容を絡めたメッセージなんか送ってあげたら、喜ばれますよね。

で、承認してくれたら、再度お礼のメッセージ。
これだけで、当然ですが無言申請の人とは大きく印象が変わります。

■あなたの発信を始める。

ここでようやくあなたは Facebook で情報発信をしていきます。

「発信」って書くと、なんだか難しそうに感じてしまうかもしれませんが、
あなたの本音をそのまま投稿していけばいいんです。
言葉づかいも、あなたの普段使ってるまんまでいい。
主語を「私」なのか「ぼく」なのか「おれ」なのか、それも同じ。

発信する内容は、**あなたが相手にどんな人と思われたいのか？**を考えます。

学校の授業で例えると

鈴木先生は「英語」の先生
英語のコンテンツ（授業）を発信します。

山田先生は「数学」の先生
数学のコンテンツ（授業）を発信します。

田中先生は「現代文」の先生
現代文のコンテンツ（授業）を発信します。

これら先生は、英語の人、数学の人、現代文の人、っていう
ことになり、
その人の発信から期待される内容はそれぞれ英語、数学、現
代文ってこと。

つまり、あなたも 「〇〇の人」 になっていくことが必要なの
です。

結構重要なのでちゃんと解説します。

あなたが普段、ギターを弾いていて、バンドを組んでいて、仕事は居酒屋をやっていて、ゲームもやっていて、、、

などなど、

あなたがどの内容も全部発信してしまうと、正直何者なのかよくわからないのです。

一般的な友達のタイムラインを見ていただければわかると思いますが、

普段の生活で何かあったら投稿してると思うんですよ。

「このレストランでこの料理食べました！」

「今日はUSJに行ってきました！」

「この記事面白いからシェア！」

こんな具合だと、よくわからないですよ？

あなたがどういう人に見られたいのか、つまりあなたという人間をブランディングしていくことが重要なんです。

これによって、あなたに**権威性が生まれます**。

権威性ってどういうことかというと、

例えば、道路が事故か何かで交通整理をしなきゃならなくなっていたとします。

そのとき、交通整理のときに使う誘導する棒あるじゃないですか？

あれを持って交通整理をしている人がいたら、自然と従いますよね？

逆に、何も持たないごく普通の人がよくわからず交通整理をしていたら、
「は？なんであの人が交通整理してるんだ??」っていう疑問が湧くと思うんです。

もう1つ例えると、
コンビニでレジを待つお客さんがたくさんいます。
しかし、並び方がしっちゃかめっちゃかで、誰が何番目かわからない状態。
店員さんからすれば次どのお客さんに対応したらいいか困ります。
このとき、一般客がいきなり同じ一般客を整列させようとしても、
「は？なんであんたに誘導されなきゃならないんだよ！」
ってなります。
でも、コンビニの制服を着た人が同じことをすれば、
お客さんはその人の誘導に従いますよね？
この、制服を着た人が仮に店員じゃなくても、です。
これが、権威性です。

つまり、ギターを弾いたこともない、ライブも別によく行くわけでもない。
そんな人が音楽のことをベラベラ語り出すのと、
あなたがバンドをしっかりとっていて、楽器もやっていて、
そんなあなたが音楽に関わる情報を発信したら、説得力がありますよね！

なんとなく、権威性というものがわかっていただけたと思います。

今や情報が無数に存在している中で、一般的なごく普通の人の発信なんてものには、興味は持たれないということですね。
あなたという人間を誰かが一言で表すときに、
「ああ、〇〇の人だよね」っていう感じで表現してもらうことがポイントです！
そのための具体的な投稿の仕方を解説します！

●“投稿数”のバランスを考えて発信することが大事！

「ん？どういうこと??」

って思いましたよね？
解説していきます。

あなたはギタリストで、〇〇というバンドのメンバーです。
Facebook では普段ギターに関する自身の見解を投稿、バンドをやっていく上での活動なんかを投稿。スタジオの風景や、レコーディング、自分の家での作業などなど。そういう記事をつらつらと、じゃあ20記事くらい投稿していったとします。

そしてある時、バイト先の会社の飲み会に参加します。
そこでの友人との写真や、料理の写真、そういった画像を添えて、

「今日は会社の飲み会です！！やっぱ仲間って素敵ですね！！」

なーんて投稿したとします。

すると、どういうことが起きるかということ・・・

確実にこの飲み会の投稿が最も多く反応されます。
いいね！もコメントも一番多いです。

やっぱり基本的には普段から難しいことや関心がそれほど強くない記事には、それ相応の反応なんですね。

しかし、ごく稀にこういう普段っぽい発信をすると、

「普段はギタリストでバンドを頑張ってるけど、私と近い部分もちゃんと持っている人なんだな」

という具合に、愛着心が湧くのです。

なので、逆を言えば普段からいいね！やコメントが少なかったとしても、
見てる人はきっちり見てます。
いざという時の「みんなに受けそうな投稿」は忘れずに書いてみてください！

（当然、逆のバランスだったら何者なのかさっぱりわかりません。
それはただの一般人になってしまうので、避けましょう。）

■友達とコミュニケーションをとって信頼関係を築いていく

前述したように、友達になるべき人というのは、あなたが作り出したペルソナに近い存在なわけです。あなたの発信にも興味がある、喜んでもらえる、そういう人が友達に多くいる、ということ为前提として、友達とコミュニケーションをとっていきます。

これは別になんてこともなく、友達の投稿に「いいね！」したりコメントしてあげたり、ということです。

Facebook の機能で、普段から関わりの深い人の投稿が自分のタイムラインに表示されるようになっていきます。逆を言えば、友達とはいっても全く関わりがないような人の投稿ってのは、タイムラインには表示されないのです。ですから、マメにコミュニケーションをとることが重要です。

■発信→コミュニケーションを繰り返し、影響力を強める

地味な作業かもしれませんが、これが最速で影響力をつける唯一無二の方法です！

友達＝ペルソナである、
あなたというブランディングが構築されている、
そんな「〇〇の人のあなた」が〇〇について発信していく、
友達ともマメにコミュニケーションを取っていく、

このスパイラルをどんどん回していくと、自然と影響力が強くなっていくのは、想像しやすいんじゃないでしょうか？

一つポイントを挙げると、
ある程度友達とのコミュニケーションが取れてきてあなたの立ち位置みたいなものがだんだん見えてくると思います。
そうしたら、Facebook 上のキャラ設定も作ってみるといいです。

「いいね！」は絶対押さずにコメントする、とか、
コメントは最初の1回限り、とか。
コミュニケーションの中でのあなたの特徴ってことですね。

Facebook のちょっとしたポイント

Facebook は友達数が5000人が上限です。

Twitter のように上限がないわけではありません。

そして、あなたが投稿した記事が5000人全員のタイムラインに表示されるかというと、表示されないんです。

エッジランクというランク付けがあなたのアカウント、ページには実は存在していて、まめにコンタクトを取っている人には優先的に表示され、ほとんど交流がない友達には表示されないのです。

だからやみくもに5000人友達を増やして5000人に見てもらう・・・

っていう安直な戦略は成り立たないんですね。
エッジランクを上げるための方法をお話しします。

動画＞複数画像＞単体画像＞テキストのみ

この順番でエッジランクが上がります。

これは「あなた」というアカウント自身のランクと思ってもらってOKです。なので、なるべく画像を複数、あれば動画を添えて記事を投稿する。

これを忘れないでください。

かといって、毎回毎回動画ばかり、意味不明な画像ばかり・・・

っていうのも、見てる側はちょっとウザいです。

なので、適度にテキストだけを投稿したりすることも重要です。

何事もバランスですよ！ギターソロが上手くても、ずーっと早弾きし続けてたら、そんなギタリストは嫌われますから（笑）

●あなたの投稿を上位に表示させる方法

結構実は単純で・・・

あなたが投稿をします。

誰かが「いいね！」を押したら、その投稿は上位に表示されるんですが、

毎回いいね！を押してもらうワケにはいきませんよね？

その場合、「自分でいいねを押す」だけです（笑）

じゃあどういうタイミングで押すか？というと・・・

あなたのターゲットがFacebook を見ているであろう時間帯を見計らって、

いいね！を押すワケです。

社会人がターゲット、なら夜18～20時は電車で帰っている時間帯が多い。ならその時間帯に押すのが望ましい、ってことです。

●まとめ

Facebook で例えましたが、SNS の基本的な活用は以上になります。

見てる人は見てます。
思っている以上に他人の目に入っています。

しかし反応はされません。日本人はそういう人種です。

ここまで解説したことを、基本的には毎日実践することが重要です。

たぶん、思っていたより単純だと思ったんじゃないでしょうか？笑
そして、思っていたより面倒くさい作業だなあ、とも思ったんじゃないですか？

正直、かなり面倒くさいですよ（笑）

面倒くさいからこそ、他の人はなかなか続かないし、そもそもやらない人も多い。

だからこそ、これが続けられればライバルをどんどん置いていくことができるんです。

面倒くさいところに、チャンスは潜んでいるというのはこういうことですね！

SNS のブランディングと活用方法

1. プロフィールを完璧に充実させる
2. 自分の発信と属性の合う友達のいるコミュニティを見つける
3. 自分の発信で楽しませられそうな人を選出する
4. 友達申請をして、丁寧に心を込めてメッセージを送る
5. 権威性をもって発信を始める
6. 友達とコミュニケーションを通じて信頼関係を築く
7. 5～6を繰り返しながら影響力を強める。



●Twitter の効果的な使い方

Twitter も少し解説しておきます。

Twitter の最大の魅力はなんといっても拡散力です。

あなたの何気ないツイートが知らぬ間に大拡散して大事件に・・・

なんてことも十二分にありえます。

知っている人も多いと思いますが、過去にコンビニの夜勤で起きた事件。

夏場、夜勤の従業員がアイスケースの中に入ったところを写真に撮って、

それを Twitter でアップしてツイート。

それを見た人たちが「ありえない!」「このコンビニ行くのやめよう」

と一斉にリツイートされて、悪評が瞬く間に広がりました(笑)

そのコンビニオーナーは一発契約解除。事業がオジャンですよ。。

これはほんの一例で、相手の感情を揺さぶったツイートはえてしてこのような事態を招きます。

しかし、必ずしも悪いことばかりが拡散するのではなく、

・ 思わず爆笑してしまうような面白いこと

・ 悲しい、感動ともに、ついつい泣けてしまうようなこと

・ 読んだ瞬間怒りが湧き上がってくるようなこと

・ 「これはすごい!」って、めちゃくちゃタメになるような

内容

こういったものが、拡散しやすいです。

拡散することを「バズる」と言われています。

僕の友人でバズった例があるのでご紹介します。



この人は、舞台役者の人なのですが、たまたま良かれと思ってこういうツイートをしたそうです。
リツイート80000、いいね148562です。
多分まだまだ増えてると思いますが・・・。

これをきっかけに、この人はフォロワーも大きく増えました。
当然リプもよく来るようになったり、その後のツイートにもリアクションが増えたそうです。
また、逆に嫌がらせ的なリプや質問箱が届いたり…っていうこともあったそうですが、それは無視です。

いつこのようにバズるかわかりません。
あなたのツイートが知らぬ間にこうなる日もきっと来ます。
恐るべき拡散力ですよ。。。

このようにバズるツイート。

これらに共通するのは、前述しましたが
相手の感情に直接インパクトを与える内容
ということです。

じゃあ、これらがあなたのバンドにどう関係するのか？
はたまた、どうやって結びつけたらいいのか？
正直なところ、あなたのバンドの内容がバズることはまずないでしょう。
なぜなら、あなたのバンドの内容が感情に突き刺さるような内容ではないからです。
あなたのバンドのライブ動画が感情に刺さるか？
あなたの画像が感情に突き刺さるか？
こう考えたらわかると思いますが、熱狂的なファンしか喜びません。
ライブ告知のツイートなんてもってのほかです。

ですので、必ずしもバズらせる必要はありません。
仮にあなたの何かのツイートがバズっても、肝心のバンドのツイートまで関心が持たれるかといったら、それほどでもありません。

Twitter も基本的には Facebook と同じ考え方で大丈夫です。

Twitter の活用方法

- 1.プロフィールを完璧に充実させる
- 2.自分の発信と属性の合う友達をフォローする
- 3.自分の発信で楽しませられそうな人をフォローする
- 4.フォロー返してくれたら、丁寧に心を込めてお礼を返す
- 5.権威性をもってツイートを始める
- 6.フォロワーとのコミュニケーションを通じて信頼関係を築く
- 7.5～6を繰り返しながら影響力を強める。

ただし、Facebook と違うのは
フォロワー数＝フォロー数にはしない方がいい点です。

これはあなたも感じていると思います。

なんなら、
フォロー数＞フォロワー数
これは最低です。

やたらとフォローしまくってる人って
ちょっとキモがられます。

なぜなら、フォローしまくっているわりに
フォロー返しが全然されていない＝関心を持たれていない
ということが数値化されてしまっているからですね。

なので、上記の1～7の手順でやっていくのももちろん大事
ですが、フォロワーを増やす方法としてはこういう形をお勧め
します。

●Twitter のフォロワー数を伸ばす方法

- ①軸を決める（多くて3つ）
- ②有益な情報の発信
- ③有名人にうまく絡む
- ④ギリギリ140文字まで文章を埋める

一つずつ解説します。

①軸を決める（多くて3つ）

要するにブログと一緒にですね。
あなた＝〇〇な人という位置付けをします。

例) 僕であれば

- ・ギタリスト
- ・ウェブビジネス
- ・ブロガー

の3つです。

であれば、ギター関連のこと、ブログに関連すること、ウェブのビジネスに関連することをツイートするワケですね。

その軸から外れたツイートをしてしまうと、
そもそもギターの情報やブログ、ビジネスの情報を知りたいのに

かわいい動物の画像とか、ニュースに対しての意見とか、
ついついツイートしたくなっても、ツイートしちゃダメです。
なぜなら、フォロワーは上記の3つの情報を知りたくてフォローしているからですね。

②有益な情報の発信

まあ、言葉の通りです。
あなたはブログで「あなたができること」を発信していていますよね？

その「できること」、例えば縄跳びが上手いとします。
そしたら、縄跳びに関する情報でかつ有益な情報を
Twitter で発信する、というイメージです。

●箇条書きツイートがオススメ

以下、例です。

- ✓売れないバンドの特徴

 - ・売ろうと思っていない
 - ・歌詞や曲がよくない
 - ・コンセプトがない
 - ・一貫してライブ（表現）が下手

特に「売ろうとしていない」ことに気づけないことが多い。
どんなバンド？と聞かれて答えられるコンセプトを持ちましょう。

こんな感じです。
これ、「売れるバンドマンになるために売れない特徴を 4 つ覚えておけ。」という記事の超要約した内容です。



<https://raizo-guitar.com/features-of-unsoldbands/>

僕の場合、ウェブビジネス・マーケッター視点でバンドがどうすれば売れるのか、なぜ売れないのか、などをブログで発信しています。
なので、そういう情報を欲してくれる音楽人には有益といえる内容だと思います。

《箇条書きツイートのポイント》

- ・ 箇条書き
- ・ 概要＋過去の自分へのメッセージ

これが刺さりやすいですね。
上述した例で「縄跳び」が得意だとします。
なら、その情報を知りたい人って「縄跳びが上手くない人」や、「縄跳びを上達させたい人」ですよね？

それ、**縄跳びが上手くなる前のあなたでもありますよね？**

なので、過去の自分をアドバイスするイメージで書いていきましょう。

もう一つ、おすすめの「型」を紹介します。

● 「主張」「具体例」「まとめ」の順で文章を構成する

箇条書きツイートの他には
上記のような文章構成でツイートすると反応がいいです。

まあ、単純に文としてわかりやすいです。

これも例を出しておきますね。

バンドマンこそマーケティングを学ぶべき。

↑ 主張

なぜならチケットを売ってライブに来てもらうこと自体が商売だし将来メジャーデビューしたいとか言ってる人って売りたいワケ。売れる＝販売戦略は必須。

↑ 具体例

つまりマーケティング無しにバンドが売れることは極めて厳しいと思う。

↑ まとめ

こういう感じです。

③有名人にうまく絡む

有名人というよりは、フォロワーが圧倒的に多い人ですね。インフルエンサーと呼ばれる人たち。そういう人のツイートに乗っかるイメージです。

※ダメな乗っかり方

- ・ その有名人を批判する内容のリプをする
- ・ 同じく批判的なリツイートをする
- ・ 「このツイートさすが！」みたいな、何も考えてないようなリツイートをする

これ、結局有名人からしたらウザいだけです。笑

※良い乗っかり方

- ・ 有名人が言って欲しいことを代弁してくれるようなリツイート
 - ・ その上で自分をアピールする
- これは次ページで例を出しますね。

有名人のツイートがこうだった場合

「僕がインディーズ時代、バカじゃないかと思うけど本気でやった結果、今では東京ドームでコンサートをやれているある1つのことがあります。
よかったらその内容を教材化しますが興味ありますか？」

これって、

- ・私の情報は有料でも価値がある
- ・実績もちゃんとある

こういうことを言いたいんですが、自分じゃ言いにくいですよ？

そういうことをリツイートで言ってあげるわけです。
つまり・・・

有名人のツイートをこんな感じでリツイート

「この人バンド昔から見てきたけど、他と全然違う。
実際に直接お会いした時にアドバイスをもらったことがあって、その通りに活動したら私のバンドもワンマン満員ばかりのバンドになりました！」

みたいな。

ポイントとしては、

- ・有名人さんの情報は本当に価値がある
- ・その情報の結果、自分もこうなったよ！

という内容が盛り込まれています。

これを有名人さんが見てリツイートしてくれた場合
有名人のフォロワーの何%かは、
このリツイートした人にも興味を持たれますよね？
その結果、フォローしてくれる人が増えるわけです。

④ 140文字ギリギリまで文章を埋める

これは「えとみほさん」という方が note で投稿しているの
を見ました。

↓ぜひ見ておいてください。

<https://note.com/etomiho/n/ne98757873a18>

エンゲージメント率が上がります。

エンゲージメント率＝読者の反応率と思ってもらって OK
です。

実際フォロワーが増えます。マジでした。

Twitter は Facebook 同様に必須ツールです。

しかし、あくまで「ビジネス」として運営していくことを忘
れないでくださいね。

まとめると、

- ・ ツイートするジャンルの軸を決めて、
- ・ 主張・具体例・まとめという起と結がある有益な情報を箇条書きでわかりやすく書き、
- ・ なるべく 140文字ギリギリまで使う。
- ・ 時には有名人のツイートにも乗っかる（軸が同じ有名人）

こんな感じで Twitter を運営してってください。

その中で、
ブログを更新したら定期的に記事をツイートする感じですね。

Twitter のおすすめ設定方法

さて、Twitter ですが、設定する箇所って実はすごく少ないんですよ。

アイコンとヘッダー画像、自己紹介文

この3つだけです。芸能人もあなたも、全員この3つしか違いはないのです。

例えるなら、あなたが人気の芸能人の Twitter アカウトと全く同じアカウントも作ることができちゃうわけですよ。その芸能人のアイコンとヘッダー画像と自己紹介をそのまま使えば、

パッと見はわからないわけです。

(やっても何の意味もないのでやらないでくださいね w)

つまり、Twitter で人気の人とあなた。人気が出る、出ないの違いは、

ツイートしている内容だけなんですよね。

ですので、結局のところイカサマして拡散するような裏ワザみたいなものには

頼ってはダメですよってことです。あなたの影響力を高めるような発信をしていきましょう。

アイコンの設定

SNS のアイコンは基本的にすべて同じものを使いましょう。



これは僕のアイコンですが、Facebook と同じです。
Facebook でつながった友達が、たまたま Twitter でもあなたのことを見つけた時に、同一人物と認識してくれやすいですよ？

かつ、あなたのブランディングにも効果があります。
Facebook は自分の顔、Twitter はペットの猫画像、LINE はどこぞの料理の画像、、こんな感じだったら、一般の人と変わらないですよ（笑）

どの SNS を開いても、一貫して同じ画像を使われていたら、「あなた」という人がどんな人かイメージしやすくなります。逆に言うと、その画像が相手が想像するあなたそのものにもなりうるため、表情や服装にも気をつけましょう。どんな風に見られたいか？を意識して、表情や服装を選ぶといいですね。

ヘッダー画像の設定



ヘッダーはあなたが何者かわかる画像＋「あなたといえば〇〇」といえるようなキャッチコピーを入れておきましょう。
あなたの主となる活動が一発でわかるものが望ましいです。
やはり、ライブのときの写真、使っている楽器、それを弾いているあなた、
バンドのイメージ画像なんかがあれば、それでもいいかもしれませんね。

自己紹介文



ここも、Facebook 同様にしっかり書きましょう！
ポイントは、「すごそうな人に見える」ことが大事。
〇〇代表、〇〇（バンド名）のコンポーザー、プロデューサー、講師、などなど。

誰が見ても一見すごい人感が出るような書き方がポイントです。

例えば、
ギター弾いて間もない人でも「ギタリスト」と表記したり、
バンドで作曲したことがあれば、「コンポーザー」という言葉を使ったり、
要は、若干のハッタリはかましましょう！
・・・ということですね（笑）

《あなたのツイートが見られやすくなる小ワザ》

- ・ ツイート時、必ず関連画像をセットにする
- ・ ツイート時、あなたの顔がわかる写真を載せる
- ・ 動画をアップする

特におすすめなのは、**画像と動画**です。

試しにいまスマホで Twitter を起動して操作してみて欲しいんですが、

フィードをスクロールしていて、目に止まるのって、、、
どう考えたって**画像と動画**ですよね??

ぶっちゃけ、文字だけだと、スクロールで飛ばされてしまう
可能性大です。

次ページで僕のツイートをなんとなく羅列しておきます。

サーっとスクロールして流し見してみてください。



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2月11日

Twitterって学びの宝庫やな

最近実力派ブロガーのアカウントをフォローして勉強させていただいてるけど、有料でもいいくらいの内容がバンバンタイムラインに流れてくるね。

言うても、すべての方々に共通してるのが「コツコツ継続」なんだよね。

音楽もそうよね。

2〜3年で挫折してる場合じゃない



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2月6日

そもそも論として、
マスクよりも手洗い・うがいの方が大事だよ。

ちゃんとやってる？

外に一步出た瞬間に感染するワケじゃないんだし、ことあるごとに手洗いとうがいの徹底だよ。

#マスク #騒ぎすぎ gunosy.com/articles/R19qp...



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2月6日

こういうコメントをいただくと素直に嬉しいし間違ってたなかったと実感できる！

Sさんありがとう！

こういう人には無料でいくらかサポートしてあげたくなるけど、それは絶対にWIN-WINにはなり得ないしこの人の時間をムダにさせてしまうからやらない。

継続はマジで結果がついてくる！！！！

取り組んでみます。

重ね重ね感激しております。

最後の件も実は色々考えております。

そういう偽善的でないのにバンドマンに優しい厳しさ？のようなスタンスをお取りになるところも私が雷僧さんに惹かれた理由です。

メッセージを入力してください。(Shift + Enter で





雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 4月6日

志村けんさんの追悼の意を込めまして。
途中、相棒が入ってくるけどすぐ戻ります。

#ギター #ヒゲダンス



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 1月15日

ギターが本気ゆえにギターが嫌いになるタイミングって必ず来る。
自分には向いてないというネガティブが襲ってくる。
でもね、楽器を買うっていう行動は本当にすごいことなんだよ。
何万円もする触ったことのない物体にお金を払ったワケだから。ほとんどの人はその段階で挫折する。
だからもう少し頑張れ



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 1月14日

メジャーを体験するよ。
でもCDが握手券のオマケに化けて売れなくなる時代になるよ。
なんならメジャーに行く必要もなくなるよ。
ただ、自分が本当に信じた仲間と死ぬ気でロックは続けておけ。
#二十歳の自分に言っても信じないこと



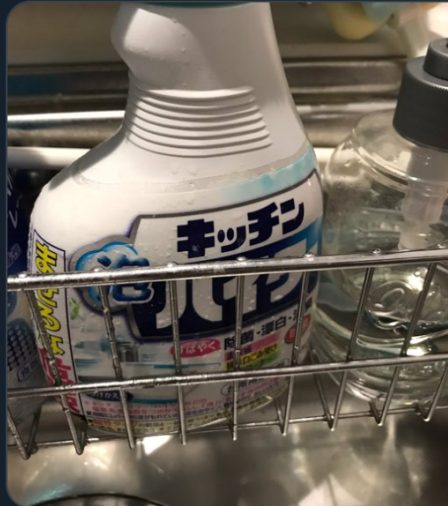
雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 1月14日

ギター講師もそうだけどオンリーワンになる思考がすごい大事。
すなわちコンセプト。
どんなギターを教えるのか？だけでかなりオンリーワンが作れる。
稼げない人はココがスベってるよ！っていう記事。
参考になります(・▽・)
「お金を稼げない人」にある残念な考えの共通点
headlines.yahoo.co.jp/article?a=2020...



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 1月1日

キッチンハイターまみれのドリッパーで煮出されたコーヒーを飲み、新年一発目に深刻な体調不良を自らの手で引き起こすところでした。
ハイター放っとくと泡が消えて付着したかわからなくなるからマジで気を付ける。
今年も良い年になりそうです。



1



1



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2019年12月28日

今年一番のライブだったAYA SEAのメンバーと忘年会@サクセスボイス。
半年ぶりに自分らのライブをオツマミにお酒を楽しみました(・v・)
約一名インフルで欠席でしたが、こうして振り返ると集まるべくして集まれたんだなぁと幸せな気持ちになりました。
バンドはやっぱり「誰がやるか」ですな!!!



2

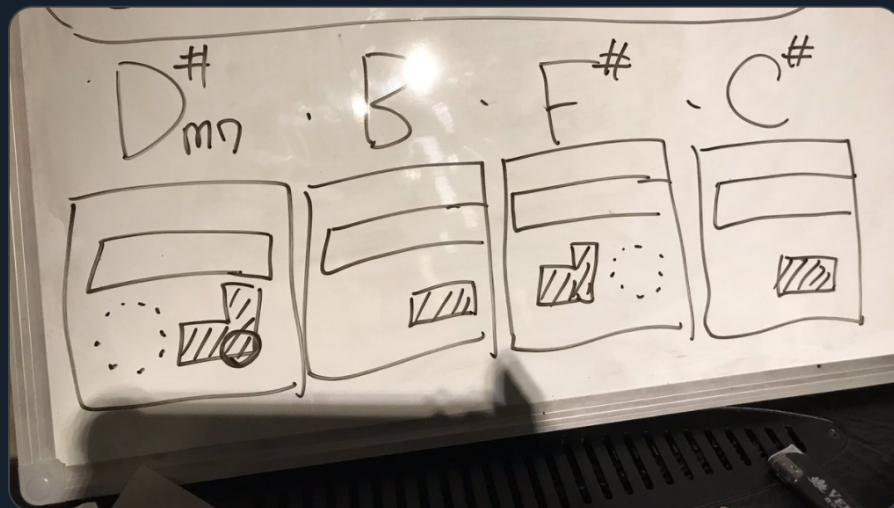




雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2019年12月4日

レッスンでの1枚。

何を言いたいかというと、
バレーコードは
こんな風にテトリスっぽく指の形を覚えると楽に覚えられるよ！ってこと。



1

5



リツイート済み



雷僧@バンドプレス @raizo0107 · 2019年11月23日

リングスというユニットでのドラムレコーディングでした(・∀・)

元々はいつも俺の後ろでドラムを叩いてる大輔氏に叩いてもらう予定だったが、体調の面もあり、当スクールDI MUSIC SCHOOLのドラマー霜山星矢氏に依頼しました。

#ドラム #レコーディング

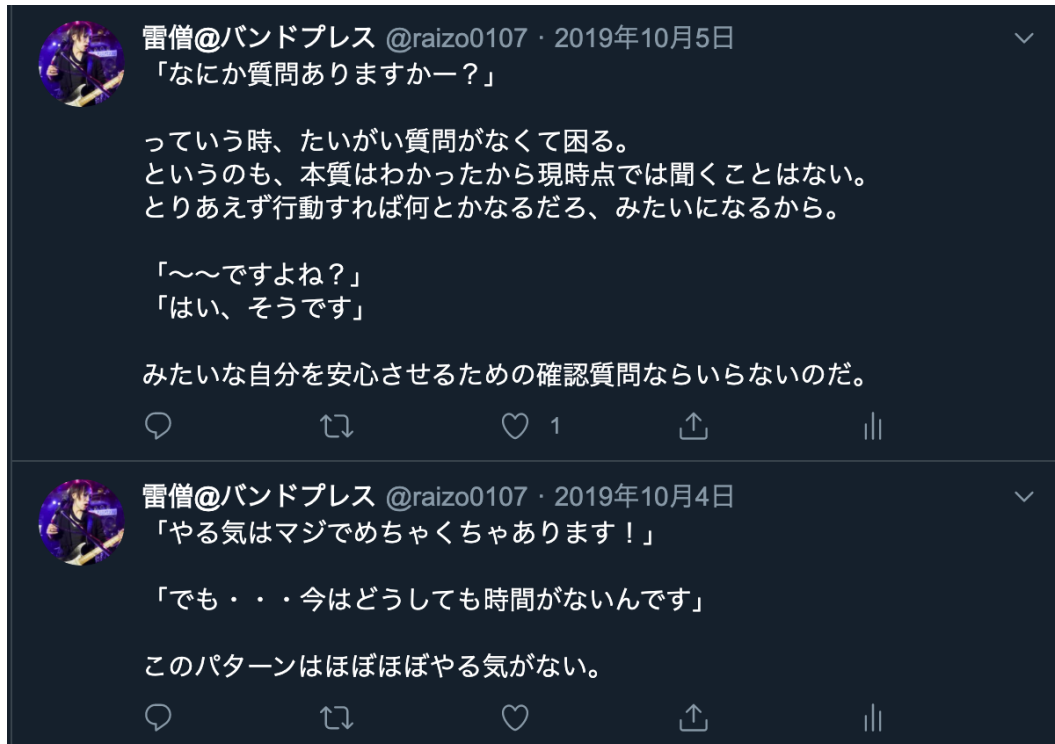


1

3

11





はい。
明らかに画像があるところが目に止まりましたよね？

**あなたがどれだけ良い事をつぶやいても、
目に止まってもらわないと読んでもらえないのです。**

なので、可能な限り画像や動画を一緒にアップして投稿することで相手のタイムラインでも目立ちやすくなります。

■特定のツイートを常にタイムライン上部に表示させる方法

これは、リツイート、いいね、どちらでもいいんですが、
あなたのツイートにアクションした時点で、タイムラインには上部に上がる仕様があります。

自分自身でやるのももちろんいいんですが、詳しく見ると自分で自分をいいね、RT しているため、自作自演感が否めません。

できれば複数アカウントを作っておくといいでしょう。

- ・ 複アカウントで本アカウントにリアクションをする。
- ・ それが例えば 14 時にリアクションしたとしたら、
16 時に Twitter を開いた人には、もはや埋もれてしまって到底見られることはないですよ？
- ・ しかし、16 時に再び「リツイート」を一旦取り消して、再度「リツイート」をすると、
上部に表示されるので、見られやすくなりますよね！

■相手から反応をもらいやすくさせる方法

至って簡単な方法なんですけど、意外とみんなやってないです。
とってもシンプルで・・・

疑問系で終わらせることです。



例えばこの画像に対して・・・

「運動しようしようと思っていても、なかなか行動できないです」

というツイートと、

「運動しようしようと思っていてもなかなか行動できません。あなたはどんな風に普段体を動かしていますか??」

どっちの方が反応したくなりますか?ってことです。

前者だったら、「へえー、雷僧は運動不足なのね」で終わるところを、
後者だったら、「私は〇〇で体動かしてますよ！」みたいな
リプが返ってくる可能性が上がりますよね？

■リツイート回数を上げさせて拡散を狙いやすくする方法

これも簡単なことなんですが、若干手間がかかります。

「リツイートしてくれた方限定で〇〇プレゼント！」
という内容を一緒にツイートすることです。

人ってのは、無料で何かもらえるなら、一気に行動力が上がります w

例えば僕がブログを更新して、それをツイートする。
そのツイートに、「RT してくれたら〇〇情報を無料プレゼント！」

っていう一文を付け足すってことですね！

もちろん、RT してくれた人を片っ端から調べて、その人に
DM を送らないといけないので、若干手間が発生しますが、
これはかなり有効です

●まとめ

いかがだったでしょうか？

Twitter も、基本的には Facebook と使い方は同じです。
価値ある情報を発信し続けること、
相手のことを考えて発信し続けることが重要です。

強いて言えば、
Facebook と Twitter、それぞれ属性が違います。
あなたのターゲット、ペルソナですね。
その人がどっちに多くいるか？を考えて、
無理なく確実に、両方とも活用することをオススメします！

ワーク

「発信、振る舞いが好きな人物10名と、その理由を挙げよ」

これは、僕のビジネスにおける師匠がワークで使う項目です。

※補足

発信：言葉遣いや話す内容、理念、考え方など
振る舞い：しぐさや見た目、ファッションなど

●YouTube を使ってあなたを「画面の向こうの人」と認識させる方法

さて、続いては YouTube です！
YouTube がどれだけ破壊力があるかは、「YouTuber」という存在がもはや職業化しつつあることからわかります。

ネット時代になり、スマホであるゆる情報を手にすることができるよう、

「文章」だけではもはや弱く、

動画＞画像＞文章

この順番で人々の興味を引き付けることができます。

今までは、映像というものが TV 一択だったわけですね。

例えると、このような感じです。

TV → 動画 (YouTube)

雑誌、新聞 → 画像＋文章 (ブログ、SNS)

今の時代ではこういうことになっています。

つまり、あなたの YouTube＝あなたが作り出すテレビ番です。

では、YouTube がどのような効果を与えてくれるのか？

あなたもザイオンス効果というものがあるのはご存知かもしれません。

これは、会う回数が多くなればなるほど相手に好感を抱くというもの。

つまり、頻繁にあなたの動画を見せることで、この効果を得ることができます。

もちろん、あなたという人間を生理的に受け付けない人っているでしょう。

- ・見た目が気に入らない
- ・喋っている声が気に入らない
- ・しぐさが・・・etc

こういう人は、そもそもファンにはなり得ないので気にしなくても大丈夫です。

考え方として、例えば100人の人があなたの動画を見て、そのうちの1人でもあなたに興味を持ってもらえたら大成功！

っていうくらいの感覚でいてください。

次ページから、3つの動画のキャプチャーを紹介します。



これは僕の動画です。プロのベース講師の紗川さんという方と、酒の席で色々語りました。

1時間ちょっとある結構長い動画なんですけど、笑いも取り入れつつも、

それなりにギタープレイヤー、ベースプレイヤーには勉強になる話をしています。かつ、飲みながら話しているので個々の素が見れて面白いです。

【この動画での狙い】

あなたがもし話している内容を気に入ってくれて、この動画を最後まで通して見てくれたら、その間僕と紗川さんの顔を見ることになるわけですね。

そこで、僕と紗川さんに嫌悪感を抱かず好感を持ってもらえる人を1人でも増やすことが目的です。

話す内容はわりとどうでもいいんです。

僕たちの顔や喋り方などを 1 時間近くインプットしてもらうことが重要なんです。



これは今回のキャンペーン時の動画です。
これも“僕を見ながら”マーケティングの重要性を学ぶわけですね。

ここでは、基本的に僕がちゃんと真面目な内容を動画でレクチャーしているわけです。
かつ、僕一人で映っているというところもポイントです。
(当然シラフで)

対談とは、また違った側面で僕を見てもらえることになりますよね。



で、たまにはちゃんとライブの映像も！
これは、僕のブログで「雷僧ってこんな奴だよ～」っていう簡単な紹介をしたくて作った動画です。

ここでは雷僧が本気でステージでギターを弾いているシーンが映っています。
あなたも当然ライブをやっているわけですし、それこそが一番輝いているあなたなわけですから、ライブ動画は絶対必要です。

例として3本の動画を紹介しました。

これらは全部相手に与える印象が違う
というところがポイントです。

こう考えてみてください。
あなたに好きな人がいます。

その相手のこと、色々知りたいですよね？
喜怒哀楽全部知りたいと思うんですよ。

- ・ どんな風に笑うのか、
- ・ どんな話し方をするのか、
- ・ どういうときに怒るのか、
- ・ どういうことに対して悲しいと思うのか、
- ・ 普段と違うギャップがあるならそれは何か？

などなど。

もう、好きな相手だからどんな些細なことでも知りたいわけですよ。
ですよね??

そもそも論として、**「相手のことをたくさん知っている」人と、「学校や職場のシーンの相手しか知らない」人とでは、あなたの感情移入も当然変わってきますよね？**

つまり YouTube は、
相手にあなたのことを好きになってもらうために最も効果的なツールなんです。

(逆に、一部の人には思いっきり嫌われることも覚悟してください。w)

外見、しゃべり方、しぐさなど、ダメな人はダメです。
しかしそれはもうしょうがないので・・・。
第1章でもお話しした通り、全員に好かれる必要なんてない
んです。
あなたのことに関心を持ってくれる人だけでいいんです。

「嫌われたらどうしよう・・・」
このマインドブロックが取っ払えない人がめっちゃくちゃ多い
です。
なので、再度ここで「嫌われてナンボ」くらいのマインドを
持ちましょう！

もう一度言いますが、

動画＞画像＞文章

この順で、相手に印象を深く与えることができるわけです。
しかも、YouTube はほとんどの人が利用している巨大メデ
ィアです。
年齢層によってはもはや TV よりも見る頻度は高いです。

あなたがやることは至ってシンプルで、以下の通りです。

① 定期的に動画を撮る

→僕の例でもわかる通り、これはなにもライブだけじゃない
んです。
普段のあなた～ステージのあなたまで、全部動画にしてい
いんです。

こういうことはありませんか？

あなたの好きなアーティストがいて、YouTube でそのアー
ティストの動画を見るとき、**ライブ映像よりも普段のプライ**

ベート的な部分が映るドキュメントの方が面白かったりしませんか??

これです。人って、人に興味を示すので、興味を持った人がいたら、その人の色々なシーンが見たいもんなんです。

あなたが明らかにマイナスの印象を持たれるようなものじゃ無い限りは、

基本的に動画にしていって思ってもらって OK です。

✓YouTube で撮影する内容

- ・ 誰かとの対談
- ・ リハーサル風景
- ・ メンバーとの食事
- ・ レコーディング
- ・ 何かテーマを決めて、あなた一人で撮影

こんな感じです。

基本なんでも OK なんですが、ある程度はコンセプトを決めましょう。

要は、「相手にどういう人間だと思われたいか」を決めておくわけです。

もちろんあなた本人と大きくかけ離れるような人間を作り出しちゃダメですよ？

実際に会ったときに、「なーんか動画の雰囲気と違うなあ…」って思われてしまったら、一気に離れていってしまいますので。

あなたの動画＝「〇〇な感じ」っていう、あなたらしさを出すということです。

音楽がベースにあって、そこから枝分かれしていく感じです。

好きなアーティストのドキュメントは参考になりますよ！

② 定期的にブログ、SNS で動画をシェアする

動画が出来たら、当然ターゲットに見せてあげなきゃいけないので、
マメに動画を投稿しましょう。

投稿頻度ですが、
やりすぎも少なすぎもダメで、難しいところです。
SNS で毎回動画・・・って、結構うっとおしくないですか？

だから、基本的には文章と画像、文章だけ、みたいな投稿がメインです。
動画は必殺技的な位置付けでいいと思います。
ここぞ！っていうときにあなたの動画を配信してください。

ここぞ！ってどういうとき？？っていう声が聞こえてきそうなので、、
それは、頻度で考えてくれれば OK です。
あるいは、ライブが決まっていたら、逆算して定期的にライブを匂わす動画配信・・・っていうのも戦略としてはアリですよ？

あとは、
毎週○曜日の○時には必ず動画配信！っていう風に決めてもいいですね。

YouTube の目的はこう考えたらわかりやすいです。

- 1.SNS=超大勢のターゲット（ペルソナ）がいる。
- 2.できることならば、
その人達全員と何回も会って話して交流を深めて、
ザイオンス効果で好感度を上げていきたい。
- 3.しかしそれは物理的にムリ。。
丸1日使っても1人～3人が限界。
- 4.じゃあ、本人の代わりに動画を見てもらって、
私を知ってもらおう！

こういう順番で YouTube を使う必要がある…ということです！

みんなと直接交流ができない代わりに、
あなたの分身をウェブ上に作っていくわけです。
これによって、さらにありがたい効果として、
実際に会ったときの「動画の〇〇さんだ！」「ホンモノだ！」
っていう、画面の向こう側の人感を出すことができるわけです。

ドキュメントの具体的な発信方法

さて・・・

ここまで話してきた内容は、0章でお伝えした10項目の中の、4～6番目を、各媒体ごとに説明しました。

次ページで、
もう一度10項目を書いておきますね！

- 1.バンドを結成する
- 2.バンドコンセプトを決める
- 3.ターゲット（客層）を決める
- 4.ネット媒体（SNS、YouTube など）を構築する
- 5.各媒体で情報発信をし、関心を持つターゲットを増やしていく
- 6.そのターゲットにあなたのバンドの情報、ドキュメントを発信する
- 7.あなたのバンドのコミュニティを形成し、信頼関係を構築する
- 8.商品（ライブ、グッズなど）を販売する
- 9.買ってくれた人、買わなかった人へのフォローをする
10. 5～8 を繰り返し実践し、規模を拡大していく

おさらいすると・・・

- ・ **ブログはあなたのメイン媒体**

ブログの書く内容はあなたの得意分野の情報をあなたの言葉で発信。

そして、誰かが「検索」してあなたのブログ記事にたどり着いてもらう。

ブログでのファン化は、記事を通してあなたという「人」に関心を持ってもらうこと。

- ・ **インスタ、Facebook はあなたとの関係性作りの場所**

インスタと Facebook で知り合った人にも最終的にはライブに来てもらうように誘導するワケですが、Facebook では人と人の関係性作りです。ブログと違うのはこちらからターゲットを選んで、その人とコミュニケーションを取る点です。

- ・ **Twitter はあなたを広める場所**

Twitter の章で紹介した友人のバズリですが、いつ何時ああいう事態がおきるかわかりません。Twitter の章でお話ししたように感情に刺さるツイートがバズります。ブログの記事が拡散されることが一番効果的です。

ブログ同様に、ツイートした「人間」に関心を持たせることがポイントです。

- ・ **YouTube であなたの等身大を多方面から見せる**

上記3つを駆使して、あなたの YouTube を小出し小出しで見せていきます。

すると、サイオンス効果であなた自身に興味を持ちはじめます。

さて、ではドキュメントを見せていく具体的な方法です。
このドキュメントが、実は超絶に重要です。これを見せるための布石が今まで書いてきた内容になるのです。

●最強なのは動画

当然ですが、あなたのドキュメントですから、動画が一番印象に残ります。

じゃあ、具体的にどんな動画を撮ってアップすればいいのか？

具体的な方法はどうか？？

これを解説していきますね！

例1) ライブに誘導するならライブまでの一連の風景

どういうことかということ、至って単純です。

- ・ リハでの何気ないシーン
- ・ 自宅でああなたが作曲しているシーン
- ・ メンバーと会話しているシーン
- ・ リハで曲を作りこんでいるシーン

こういったシーンを逐一動画で収めておくということです。

ぶっちゃけ、iPhone の動画で十分です。

iPhone には iMovie というアプリがあるので、それを使って、最低限の編集をして、YouTube にアップするだけです。YouTube にアップしなくても、1～2分程度の動画なら、そのままアップしてもいいですね。

例 2) CD 販売が目的なら CD を作るまでの一連の風景

基本的にはライブと同じです。

- ・ リハでの何気ないシーン
- ・ 自宅であなたが作曲しているシーン
- ・ メンバーと会話しているシーン
- ・ リハで曲を作りこんでいるシーン

「おいおいなんだよ！同じかよ！」
って思ったかもしれませんが、

例えばワンピースを思い出してください。
(読んでない人はわからないかもしれません！汗)

基本的にストーリーとしては、
・ 麦わらの一味が強敵と戦って、倒す
・ それまでのいきさつを描いている
こういうことですよ？

例えばアラバスタで七武海のクロコダイルと戦うワケですが、
そこに行き着いた経緯があるわけです。
そして、ルフィは一回はクロコダイルに負けるワケです。
負けたルフィがどうやって這い上がって、どうやって勝利する
のか？
アラバスタは結果どうなったのか？
ざっくりいうと、これがアラバスタ編のストーリーです。

じゃあ、おなじみエースが死んでしまう頂上戦争ではどう
か？
インペルダウンという牢獄にエースを助け出すためにルフィ
が立ち寄るわけです。そこからストーリーが始まってますよ

ね？

で、いざ決戦場ではエースを亡くし、白ひげも亡くし、ルフィは挫折をするわけです。

ここまでが頂上戦争のストーリー。

まあ、それによってそこから2年間一味は離れて修行して強くなって・・・

っていう、次のストーリーにつながっていくワケです。

こんな感じですよ？

いいですか？

これと同じなんです。

ライブをやることが、アラバスタ編だとしたら、あなたやメンバー、その他関わる人たち、そういったその瞬間のストーリーが必ず存在しています。

あなたにとっては当たり前の日常かもしれないんですが、実はファンはそこが見たいんです。

CD を作って、CD を発売！レコ発ツアーやるぜ！

っていうのが頂上戦争なら、その時のストーリーがあるわけです。

僕で例えれば、ギターソロが何時間弾いても OK テイクが出なかったとか。

レコーディングスタジオに向かうまでのメンバーとの会話とか。

実際のレコーディング現場とか。

カメラで収めておけば、見せられるシーンって死ぬほどあるんです。

それを定期的に各媒体で発信していくことが重要なんです。

なので、あなたがやることはこういうことです。

- ①その都度その都度、
iPhone なりビデオカメラなりで状況を撮影しておく。
- ②その動画を簡易的でいいので編集する
(明らかにいらぬ部分だけカットしたり)
- ③それを適度に各媒体で公開していくだけ

たったこれだけです。

これを基本的にはブログで、「テキスト＋動画」というスタイルであなたの言葉で物語風に書いていく。

メインは動画なので、ブログにおこす文字としては、動画の内容をまとめたものでいいと思います。

動画付き小説っていうイメージで

「次のブログへ続く・・・」みたいに終わらせるといいですね！

気になる人は必ず毎回読みます。

それを Facebook、Twitter、YouTube で同じものでいいので、公開していくだけです。

Facebook は YouTube の公開用 URL を貼って、一言書いて投稿。

Twitter は、ブログの URL を貼ってツイート。

(ブログ内容はテキスト＋動画 (YouTube の埋め込み))

YouTube は、YouTube 自体にあなたのドキュメント動画がアップされるので、タイトルとサムネイルを意識して作成し

ておきます。

参考として有名 YouTuber のヒカキンさんを例に出します。



見ていただけるとわかりますが、サムネイルとタイトルで、動画を見たくさせるような興味付けをしているんですね。

サムネイルにはこのように「文字」を入れておくと、スマホユーザーから見やすいです。

視覚的には、サムネイル→タイトルの順番で視線が移ります。そこで動画に興味を持って初めてクリックされます。

なので、サムネイルで「ん??！」って思わせて、即座にタイトルで「なに?！」って思わせて、動画を視聴させるワケです。

●具体的にどういうタイミングでドキュメントを配信するのか？

ここも結構重要で、
これはあなたのバンドのターゲットが動画を見るであろう時間帯に配信することです。
まあ、夜～深夜が多いんじゃないでしょうか。

昼は仕事の人が多いはずですし、昼に動画に集中できる人ってあまりいません。

で、もう1つ重要なのが、「決まった曜日、時間で配信する」ことです。
要は、あなたのドキュメントは、もはやテレビのドラマと同じなんです。
毎週毎週楽しみにしてもらうことが重要なのです。

そうなってくると・・・

諸々作業なんかも考慮して逆算してみます。
・あなたのバンドが集まる曜日（主にリハ日）から
・編集に要する日、時間を経過したタイミング
が、配信日時になります。

例えを出しておきましょう！

あなたのバンドが毎週木曜 20時からリハの場合

- 1.木曜日のリハ時に動画の素材を集める。
- 2.金曜日と土曜日二日使って編集する
- 3.日曜日か月曜日の22時に配信

↑

余裕を持って考えると、こんな流れですね。

気をつけないければならないのは、
絶対に曜日と時間を守ることです。

毎回時間と曜日が変わるドラマなんて、誰も見なくなりますよね？

いつ配信されるかわかんないものに、時間を費やすほどお客さんはヒマじゃありません。必ずあなたのバンドが守れる日程でやることです。

(だからこそ、自分に無理のないスケジュールが必須です)

そうすると、徐々に徐々に、
その曜日その時間が楽しみになる人が、必ず現れます。
これをルーチンワークとしてやり続けるだけで、一気にファンが増えます。

なぜなら・・・

再びワンピースで例えます。

アラバスタ、空島、魚人島、などなど、
それぞれのストーリーをお客さんが一緒に見ているわけですから、実際のライブやCDの結果が気にならないワケがありません。

●さらにお客さんを引き付けるポイント

そうやって曜日と時間を決めてドキュメントを配信していく中で、**完全不定期で「ライブ配信」をやる**ことです。

これは、撮った動画ではなくリアルタイムです。

お客さんは一番盛り上がります。

YouTube のライブ配信でもいいし、

Facebook ライブ配信でもいいし、

ツイキャスでもいいです。

これは、視聴者のコメントが分散してしまうため、どれか1つに絞ります。

これを不定期でやるだけで、超盛り上がりますよ！！

※実際にサポートしたアーティストからもこのような声をいただいています。↓



お久しぶりです！

あれから生放送を週一でやってます！

必ず見てくれる子ができ、コメントからコミュニケーションを取れています！

狙ったターゲット層にしっかり刺さり始めてすごく嬉しいです！

拡散したくなる仕掛けをうまく作っていいと思います！

そして、ライブ配信などの不定期な情報を優先的に伝えるために使うのが、メルマガ、LINE@というツールです。（これは後述します）

●ライブ配信や動画で 実際にライブに集客させるための小ワザ

これは「特典」を用意することです。
しかも、「お金払ってでも欲しい！」っていう特典です。
それはバンドのコンセプトや動画内容によって様々なので、コレ！といった案はここでは出しませんが、
ライブ行かないと損をする！
っていう気持ちにさせることが重要。

（ちなみに YOSHIKI さんが過去にやった特典は「冷蔵庫」です。。笑）

なので、ぶっちゃけ何でもいいんです。
が・・・あまりバンドコンセプトからかけ離れすぎないものの方がいいですね。

あと重要なのが
人は「取り残され」を嫌います。

例えばライブ配信時に
「ライブ行きます！」
「ライブ絶対行きます！」
「当日楽しみにしてます！」
みたいなコメントがたくさんあったとします。

そうすると、
行くかどうか迷っている人は、釣られて行きたくなります。
なぜかという、その「ライブ配信を見ている集団」から取り残されたくないという心理が働くためです。

これは、コメントが少なかったら成功しませんから、
多少ズルいですが実際の友人なんかに協力してもらえばさほど難しくないと思います。

こうなってくると、
だんだんだんだん動画内で一定のコミュニティも生まれてくる
ことがあります。
どうということかという、
「この動画にはいつも〇〇さんがいる」
みたいに、あなたの動画内で特定のアカウントが毎回目に入る
ようになってきます。

そして視聴者同士で仲良くなったりする事象が起きます。

つまりあなたの動画を通じて、ファン同士が仲良くなるワケです。
そうすると強いです！

あなたがライブ配信した日は優先的にその場所に来るようになります。
なぜならその日に会える友達がいるからですよね？

そうやってライブ配信時に必ずそのコミュニティ化した人たちは、「ライブ行きます！」という回答をしてくれるでしょう。

このようにしてドキュメントを配信していくことで、必ずあなたのバンドのドキュメントは視聴者数が増えていきます。

しかし始めてしばらくは全然視聴者は増えないことは覚悟してください。
別にやり方がダメなのではなく、認知されていないだけです。

気にしないでブレずに継続していけば必ず増えます。

ちなみに、「この動画をシェアしてくれた人は〇〇プレゼント！」
といったように、ここでも「特典」をつけたら、もっと視聴者は増えます！
以上が、各種媒体を使ったドキュメント戦略になります。