



30分でnote量産
4日で141部販売

7つの流れ



限定
公開



労働フェーズ脱出方法



「今買うべき理由」を作る3つの要素



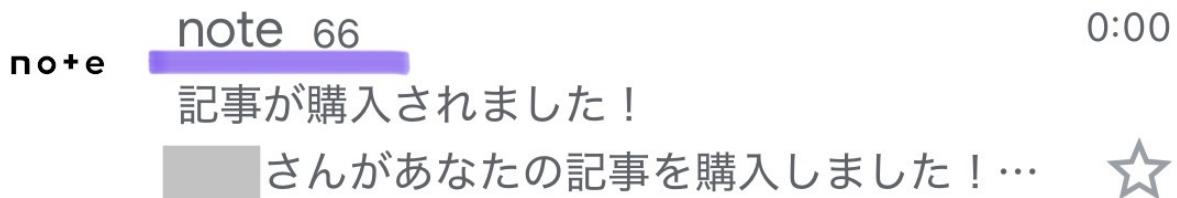
集客と商品作成を同時に進める裏技

総文字数：約9000字

リスクです。

→自己紹介は[こちら](#)

11月にnoteを販売したんですが、
累計で160部ほど売れました。



(いつもありがとうございます！)

【30分でnote作成】

4日間で141部売った裏側と7つの流れ

というテーマで

早速本題に入っていきます。

作業を資産化できているか？

まず前提の部分から。

いきなりですが小難しい
数字の話をします。

ビジネスで1人でギリギリ
ご飯が食べられる状態（月収30万円とか）
を目指すって考えたら

- ・月間30～50リスト
- ・毎月5～10件問い合わせ

を最低でも獲得していきたいわけです。

CV率の目安でいうと、
問い合わせ率は大体10%～20%で、

5万～15万ぐらいのそんなに
高額ではないバックエンド商品だと
成約率は40～50%ぐらいになります。

（しっかりセールスを学べば
成約率は50～70%ぐらい出ます）

<ケース>

月間リスト獲得数：30～50人
バックエンド商品単価：5万～15万
問い合わせ率：10～20%
成約率：40～50%

上記のケースで考えると
売上はこうなります。

<月間リスト獲得数30の場合>

問い合わせ数(通話数)：3～5人
成約数：1～2人
売上の幅：5万～30万
客単価(リスト単価)：1600円～1万円

<月間リスト獲得数50の場合>

問い合わせ数(通話数)：5～10人

成約数：2～5人

売上の幅：10万～75万

客单価(リスト単価)：2000円～1.5万円

もちろん通話時に無理に
セールスする必要はなくて、

ヒアリングしたり純粹に
価値提供のために通話して
教えてあげるっていう目的でも大丈夫です。

もし売上を狙っていくなら
こういう計算になるよねっていう話です。

で、稼ぐ系(ビジネス系)ジャンルに限らず、
恋愛、ダイエット、占い、スピ、語学、受験系
とかジャンルは色々ありますが、

ほぼすべてのジャンルで
上記のような数字となります、目安として。

で、これを安定させていきたいのです。

単発ではなく、きちんと
毎月売上が安定するようにしていきたい。

でも多くの人は積み上がるような
設計になっていないです。

Instagramで投稿するだけ、
Xでポストするだけ、
仲間と交流するだけ。

アウトプットを継続するのは
もちろん大事ですが

**一過性の積み上がっていかない
集客労働になっているのが
多くの人の現状です。**

新田さんと追さんが『シンセカイ』
のBrainを販売したり、

なまいきくんの『The IMPACT』
をアフィリエイトする人がめっちゃいました。

別にアフィリすること自体は全然いいと思うのですが、

- ・その投稿はずっと使える？
- ・3年後、5年後も“ペルソナに”それ求められる？
- ・賞味期限は長いの？資産性って高い？
- ・いずれ仕組み化できる？
- ・ストック収入になり得る？

っていう観点で考えたときに多くの人が“単発労働”になっている、と言っても言い過ぎではないはず。

ゆくゆくは自動で問い合わせを取ったり、仕組みを作って商品を売れるファネルを構築したり、

安定的にリスト獲得できるようなメディアを作ったりしていきたいじゃないですか、どうせやるには。

トレンドに合わせた動きをすること自体はまったく否定しないし、

むしろ認知を広める起爆剤みたいな役割を果たせたら大きな一手となり得る可能性もあります。

ただ、それだけやってても
『期待値の高いマーケティングファネル』
(縦の仕組み)は完成しないし、

いつまでたっても
“労働のフェーズ”
から抜け出せません。

集客労働ばかりやってても効率が悪いです。

- ・企画を打つ
- ・商品を売る
- ・コンテンツを作る
- ・フロント商品を用意する
- ・プロモーションをする
- ・お客様に直接指導、個別サポートする

こういう作業というか実践をすればするほど、

商品を作つて売れば売るほど労働時間が減ったりリソースが下がったり、

自分が楽になつていかないのであれば
何かがおかしいわけです。

時間の使い方、リソース配分を
疑ったほうがいいです。

例えば、

コンサル生用の講座や会員サイトを
用意していきたい、けど来月の売上を
作るために個別相談も取らないといけないし、

そのための企画を考えたり
プロモーションの内容を決めないといけないし、

無料プレゼントも用意する必要あるし、
低価格のフロント商品を作っていきたい。

夜は生徒やサポート生とZoomしたり
チャットの返信をする予定が入ってる。

LINEとかメルマガで定期的に
役立つ配信をして信頼をして
もらわないといけないし、

新規集客のためにリスト獲得

しないといけないし、SNSも
コツコツ更新しないといけない！

…っていう感じでやるべきタスク、
必ず行っているルーティン業務
みたいなものも含めてたくさんあるはずです。

まだ読者が少ない、
コミュニティメンバーがない、

直接指導しているような
生徒とかもいないっていう場合でも

取り組むべき仕事なんて腐るほどあるわけです。

1日に使えるエネルギー
(時間、労力、意志力など) は限られてるので、

新規集客 (リスト増加や問い合わせの獲得) と

既存顧客(読者、企画参加者、コンサル生など)
への価値提供を

“どうやったら同時にできるか？”

どういう施策をやればレバレッジを
効かせて両方を一気に満たせられるか？

っていうのを徹底して考えるべきです。
死ぬほど考えてください。

ノートとペンを持って頭が
ちぎれるぐらい1日中考えるぐらいが普通です。

**これをやらないと冗談抜きで
生産性が5～10倍落ちます。**

気合いだ！根性だ！大量作業だ！と
“行動することに逃げる”
と効率性っていう観点で考えたら悪手です。

“頭を使うことから目を背ける”と
時間を無駄にします。

- ・1つの意思決定で1しかできない人
- ・1つの意思決定で10ができる人

がいたら、生産性に雲泥の差が
できるのは言わずもがなです。

とにかくレバレッジを効かせる、
『複数の意味を重ねて施策を行う』
っていうのが超重要。

具体的にいうとその施策、その1つの行動で

- ・リストも取れるし、
- ・個別相談も獲得できるし、
- ・有料コンテンツも用意できるし、
- ・読者や購入者のデータも揃うし、
- ・フロントの企画に参加した人への
価値提供もできるし、
- ・既存の生徒さんや購入者の満足度も
上がって商品単価も上げていけるし、
- ・バックエンド用の講座や会員サイト
などの学習用教材も完成される。

…みたいな感じで施策を行う。企画を実施する。
意思決定をしていくってことです。

難しいかもですが、一旦イメージだけ

掴んでもらえればです。

「集客のリソースを減らして
自動で商品を売る仕組みをつくりたい」

「資産性の高い永続的な
ビジネスモデルを構築したい」

「単純作業労働ではなく、
ストック収入の柱を複数欲しい」

のであれば、

Xでポスト作る
ブログ記事書く
メルマガ配信する
YouTube投稿する
無料プレゼント作る

とか、何かしらコンテンツを作るのであればこの意識でやっていくのが必要不可欠なわけで。

資産や仕組みの元となるような
長く使えるコンテンツという意味でいうと、

自分の優位性や特性、強みを活かしたり、
実体験に基づいた自分の成功法則や
経験ベースで語る理論、考え方、マインドセット。

**抽象的な価値観や思考回路を
具体的な方法論やノウハウにまで
落とし込んだ内容です。**

そういった“自分なりの”本質、
原理原則に落とし込むからこそ、

**3年～5年ずっと使える賞味期限の長い
資産となるようなコンテンツになります。**

だから一過性の作業労働にならず、
トレンドやプラットフォームにも左右されず、

時間が経てば経つほど
右肩上がりに積み上がっていく。

リソースを少しずつ減らしながら
売上が安定していくビジネスが構築できる

というわけです。

企画でもそうです。

無料プレゼント配布企画とかは多くの人が

“レバレッジが効いてない” のです。

ただ配るだけ。

ただ単発で終わるだけ。

しかも

「無料プレゼントだから」

「無料で配布するものだから」

という理由で、中身のコンテンツに手を抜く人がめちゃくちゃ多いです。
数で誤魔化しているのかわかりませんが、

適当に寄せ集めたものを

「7大プレゼントです！」

みたいにやってる人がいるけど、

満足してもらわなかったら

次回の企画に参加してみようって

思われないからリピートされないのは当然として、

良い口コミも広がるわけがないです。

じゃあどういうコンテンツが
いいのかっていうと、

僕みたいなテキストコンテンツ
がおすすめです。

僕はフォロワーが200未満と
超弱小アカウントの時から、

1つのレポートで累計新規読者を
1000人以上集めてきました。

別に動画でもいいんですが
時間がかかるし制作コストが高く、
取り組むのにハードルが高いです。

台本書いて撮影して編集して…

と労力を必要とするし、
手直ししたい時も修正しにくい。

でもレポートとか文章コンテンツは
手軽に書けるしレバッジが超効きます。

プレ企画で配れば新規読者は増えるし、

あとからそのコンテンツを
固定ポストに置いておけば
“半自動集客装置” になり得る。

note、Brain、Tipsとかに
置おけば放置でも売れる。

3~5つ完成したら、それを
有料講座として販売もできる。

LINE、メルマガ登録用のプレゼントにできるし
いすれバックエンド購入者用の
学習用サイトに格納できる。

生徒やコンサル生に質問が来たら

「これ参考になるので見ておいて下さいね」

と言えば、

**満足度を担保しながら
サポートへの負担を減らせる。**

お互いの時間と労力を節約できる。

何か企画をやった時に感想を
書いてくれた方への特典としても使える。

1万字のレポートだったら、

それを3分割(3通分)にして
ステップメールを組めば
『簡易的な仕組み』も完成する。

ステップ組まなくとも行動を促す
シナリオを入れれば

**集客→教育→販売が
1枚のレポートで完結させられる。**

という感じで資産になりまくりです。

“コンセプトから降ろした”
エネルギーの高い良質な無料プレ企画は

- ・実力証明にもなり、
- ・認知獲得もできるし、
- ・価値観の共有もできる。

参加人数が増えれば増えるほど
多くの人を巻き込んでファンが増え、

新規の層にもリーチできて
読者も獲得できる。

実力のある強者に認知されたら
「話してみたいです」
と声をかけられたりと人脈も広がる。

媚びなくてもリプ回りしなくとも
自然と横の繋がりもできる。

最強じゃないですか？

やることはただ1つ。
“良質なコンテンツ”を配ること。

そこで自分のDNAをばら撒くこと。

やっている事はただこれだけで非常にシンプル。

だから無料プレ企画は、

質の高いコンテンツ1つあれば
集客力も影響力も加速していくし
ブランドも強固になっていくわけです。

noteを量産する7つの流れ

じゃあ具体的にどうやって
資産となるコンテンツやnoteを作ったり、

どう意味を重ねてレバレッジを
効かせていいのか？

既存の読者、顧客への価値提供と
新規集客をどうやって同時にやればいいのか？

その中でSNSをどう伸ばしたり
どうメディアとして育てていけばいいのか？

その辺りのやり方を
『僕の実例』を中心に書いていきます。

まず全体像、大枠からお伝えします。

- ①既存の生徒さんに向けオフライン勉強会
- ②Zoomセミナー
- ③無料プレゼント企画
- ④有料note出す
- ⑤note販売した数字やデータを長文ポスト投稿
- ⑥LINEとメルマガ配信
- ⑦バックエンド商品の作成

という流れで7つの事を実施しました。

全部“1つのコンテンツ”から派生したものです。

順に説明していきます。

<STEP 1>

まず僕の既存の生徒さんに向け
都内で勉強会をやりました。

僕が全体に向けて喋るセミナーですね。
2~3時間喋るように構成とか台本を考えました。



コンテンツとしてストック
できるように収録をします。

で、これは考え方として
『クローズドコミュニティ』
と考えればいいです。

バックエンド購入者とか
コミュニティメンバーとか
“一番距離が近い人たち”に向けて

勉強会をやる、セミナーを行う、
コンテンツを提供する。

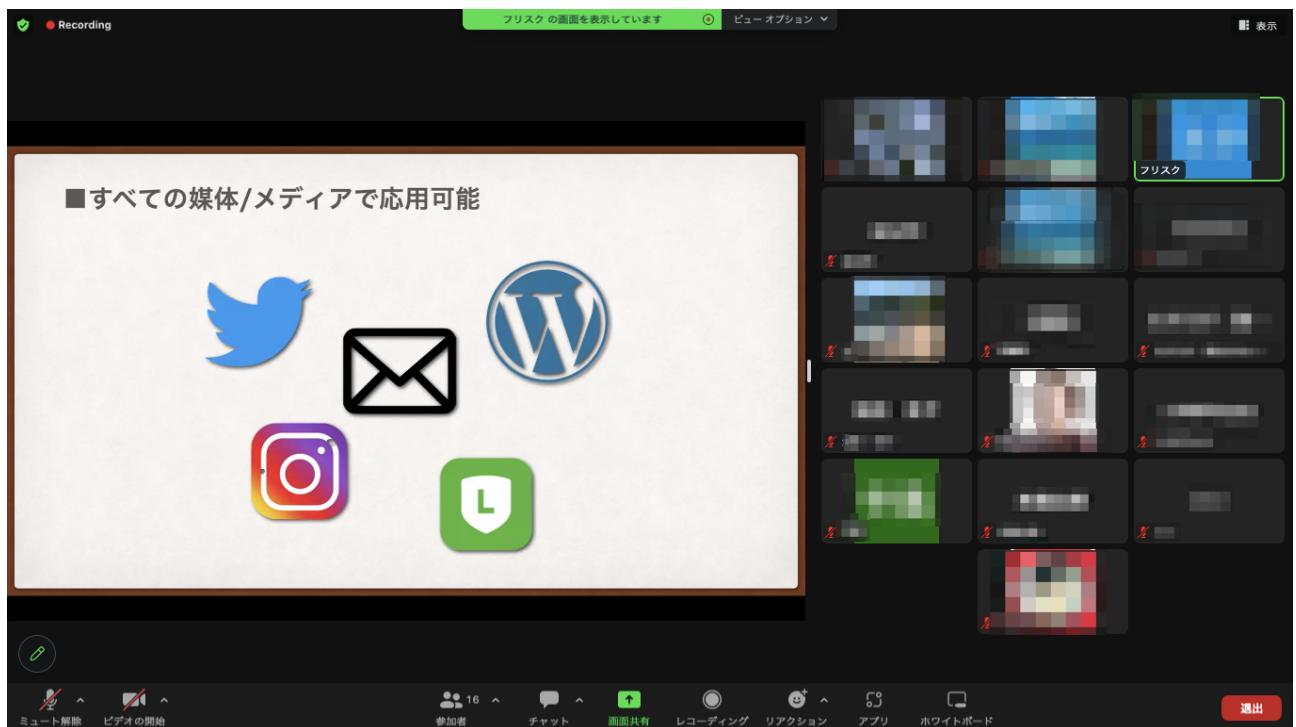
購入者とか生徒がいない場合は、
その時点ではLINEとかメルマガ読者を

クローズドコミュニティと
見立てれば大丈夫です。

<STEP 2>

次はZoomセミナーを実施しました。

僕のLINE、メルマガ読者さんに向けてです。



中身の台本はステップ1の
セミナーの段階で完成しているので
やることはスライドを作るだけです。

もちろんZoomセミナーも
収録してアーカイブとして保存。

Zoomセミナー終了後、
感想を書いてくれた方に
アーカイブ動画を渡しました。

<STEP 3>

次はステップ2のZoomセミナーの
内容を軽く修正して、コンテンツを作成。

そのコンテンツを
無料レポート配布企画
として使用しました。

台本を見ながら書くだけなので速攻で完成。
文字起こしみたいなノリです。

<STEP 4>

配布企画を実施したあとは
少し期間を置いて有料noteで販売しました。

note出すことも踏まえて
ステップ3で配布したときに
感想を貰ってます。

感想のスクショ画像を冒頭に置いて
「これだけ反応があった内容です」
みたいな感じで期待感も高められるからです。

で、noteのレター(無料部分)
の執筆もすぐ完了しました。

ステップ3の無料配布で
告知したときの文章をのせて
ほぼレターは完成。

※後ほど詳しく解説します

「無料で出した同じコンテンツを
後で有料で売るのってどうなの？」

って感じる方のために言っておくと
別に全然大丈夫です。

無料で受け取った人は同じものを有料で
リリースされたものは買わないだけです。

(ご厚意で購入して下さる方もいますが)

「同じ内容を無料で出すんだから
有料で出しても購入されないんじゃないの？」

って思うかもしれません。

でもなぜか、

無料では受け取らないけど
有料では手に入る。

っていう方が一定数いるので
安心してください。

全然大丈夫です。

おそらくですが
「無料だから内容もそれ相応なんだろう」
って考えているのではないかという仮説です。

~~<STEP 4.5>~~

~~サウナに行き、Xランドで浴びた邪気を取り払う~~

<STEP 5>

有料noteを販売したときの数字やデータ、
考察などを書いたものを
長文ポストとしてXに投稿。

こういった

『経験談や得たデータの共有』
はすごく喜ばれますし、

何よりもリテラシーの高い人が
集まりやすいです。

「実際のところどうなの？」

って思っている人は多いので
**やってみた系の体験談コンテンツは
重宝されます。**

これから同じような事を
始める人にとって僕の施策を参考にすれば
遠回りしなかったり失敗確率減らせますし、

時間を無駄にせずに済んだりもします。

Xじゃなくても、インスタや
YouTubeなど他のSNSでも
もちろん可です。

<STEP 6>

その長文ポストの内容を
LINEとメルマガ読者へ配信しました。

Xを開かない人
(見逃している人) もいるので。

リアルタイムで長文ポストの内容を
読者に共有でもいいですし、

先にメルマガで配信して、翌日とかに
同じ内容をXで投稿とかでもいいです。

<STEP 7>

そして最後に、

有料noteで出したコンテンツを
バックエンド用の会員サイトに格納。

noteでいうまとめ版、
コンプリート版、みたいな感じです。

全部これ買えば手に入るよ、みたいな。

こうすれば自然とバックエンド用の
講座とか商品も用意できます。

ここまでまとめると、

1つの講義、セミナー(コンテンツ)から
派生させて以下のような事を同時にやってます。

①既存の生徒さんに向けオフライン勉強会
→CS(顧客満足度)の担保

②LINE、メルマガ読者限定のZoomセミナー
→信頼残高の向上と価値観の共有

③無料プレゼント企画
→新規集客
(リスト増加、認知獲得、問い合わせ獲得など)

④有料note出す
→お金を払わない層のスクリーニング、
有料で買う層のデータ獲得

⑤note販売した数字やデータを長文ポスト投稿
→インプレッション増加

※この時はインパクトはあまり大きくない。
ついでに投稿みたいなノリ。

⑥LINEとメルマガ配信
→既存読者への価値提供

⑦バックエンド商品の作成
→有料教材、ミドルエンド商品の作成

と、こんな感じ。

**上記の7つのことが同時に進みます。
超効率的です。**

0から教材を作る、
0から企画をやるっていうのは
要領が悪いです。

徹底的に1つの施策への意味を重ねましょう。

レバレッジを意識しまくってください。

ただ欠点があります。

1ヶ月分の仕事が1週間とかで
終わるので暇になってしまいます。

永遠に布団の中で(^\omega^)スヤア
が出来てしまい笑

ですがこれでいいんですよ。

趣味の延長線上で情報発信やるとか
お金よりもやりがいへの優先度が高い
っていう人もいますが、少なくとも

**結果を出すこと、
数字を出すこと、
利益を追求することを**

目指して取り組むはずです。

日本人は努力を美德とする風潮がありますが
大量に作業すること、多く働くことを
目的にするのはとんだお門違い。

“頑張ること”を目標にしてはダメです。

予定通りにタスクを終える事ができた、
計画通りにたくさん仕事をすることができた。

そんなことはどうでもいいのです。

“頑張ったかどうか、たくさん作業したかどうか”

という事とビジネスで結果を出す事
は何の関係もないです、残念ながら。

「100本YouTube投稿します！」
「noteを毎日投稿がんばります！」

そうやってアウトプットの速度を
上げたり、量をこなすこと自体は
めちゃめちゃいいことです。

コンテンツを作る基準値も
底上げされると思います。

が、

自分を追いこむことを目標にしていないか？
手を動かすことに悦を感じていないか？
努力することが目的になっていないか？

というのを“一生”気にしてください。

僕らの役割はがんばることでも
大量作業することでもなく、

価値を提供することじゃないんですかと。
売上として数字を出すことじゃないんですかと。

30分で有料noteを作成した方法

僕が実際にどのように1つのコンテンツ
から派生させてレバレッジを
効かせて横展開をしていくのか、

全体像を上記で説明しました。

そこからどういう考え方で
noteを4日で140部ほど販売したのか
を解説していきます。

ちなみに、100円～500円など
死ぬほど超低単価で売るときは

noteの無料部分に力を込め過ぎて
書かない方がいいです。

これはコンテンツに手を抜いた方が
いいという意味ではなくて。

というのも、
“マイナスブランディング”
になる可能性があるからです。

真面目な人ほど、

一般的に言われている教科書通りの
正しいセールスライティングを
型に当てはめて書こうとしますが、

逆にそれがブランディング的に
NGになる恐れがあるということです。

これはどういう事か？

3万とか5万～20万とかいくらでも
いいんですが、

長い縦長の文章で
数万円～数十万の商品を売ってる
セールスレターとかってありますよね。

高単価だからこそ霸氣や熱量が
感じられる側面あると思います。

この空気感、勢いを「100円～300円」
の超低単価noteで書くとどうなるか？

「え、この人100円でも
真剣に売ろうとしてるじゃん」

「100円なのにPASONAの法則通りに
しっかり書いてるけどなんか
書き慣れていない感じがする」

「ってことは普段あまり売れてないの？」

と“勘違いされてしまう”
可能性があるわけです。

なんか必死感が出る感じ。

もし、本当は安定して毎月売り上がって
いたとしたらこういう勘違いって
されたくないじゃないですか。

経験も実力もあるのにこれで
マイナス評価されている人は結構多いです。

勿体ない。

数百円のnoteとか出すときに
力を入れすぎない方がいい
っていうのはそういう意味です。

すごい抽象的で伝えるのが難しいんですが、

真剣に売り込もうとせずに
でも雑に書くわけでもなく、

「こんな良いものをこんな安く売りますよ、
まあ買わない人は買わなくてもいいですけどね、
でも内容はめっちゃいいですよ」

…みたいな空気感で書くといいです。

逆にいようと、力を入れすぎに
ささっと書くことで

「この人雑に書いてるけど
なんか売ることに慣れてるな」

「経験長い人かな？過去にたくさん
商品売ってきたんだろうな」

みたいに
“都合のいい勘違い”
を引き出せたりします。

こなれ感というか熟練感
のようなものを演出できます。

本当は実績なんてまったくないのに
**まるで毎月安定して収益を上げている
アカウント**かのように魅せることも
可能になります。

本当は1円も稼いでいないのに
あえてパパッと雑に書くことで
上級者感を出せたりもできます。

「まだ慣れてないし難しいよ！」

っていう人は、いまの話は
スルーしてもらえればです笑

noteで書くべき3つの要素

若干話それましたが
数百円のnoteの無料部分で
書いた方がいい要素としては、

ざっくり以下の3つを
意識するといいです。

①限定性

例：10部限定、3日間限定

②人気感、盛り上がり感

例：こんな感想もらいました。

○名/○PV読まれました。

③内容、ベネフィット(変化)

この3つです。

「さっさと早く出したいけど、
何を書けばいいの？」

ってもし聞かれたとしたら、

この3つを抑えておけば
十分売れるし30分ぐらいで書けます。

上記3つをさらに深堀って解説していきます。

ポイント①：今買わないと損をする状態を作る

まずはこれ。

知ってるかとは思いますが
限定性、緊急性、希少性を出すってことです。

とにかく
「今買った方がいい」
と思ってもらう事が重要です。

色々あります。

3日後に値上げでもいいですし、
特典を受け取れるのは5日間だけ
とかでもいいです。

で、値上げするときの注意点なんですが、
金額の差が小さいと効果は薄くなります。

例えば
「明日以降は100円から300円に値上げします」
とかだと弱いのです。

あまり価格の差がないので

「今買った方が得！」
という感情になりにくいです。

だからもし期間を決めて値上げ
をする時とかはその辺りは
気をつけた方がいいですね。

ポイント②：人気感の演出

「このnoteは人気あるんだなー」
「盛り上がってるなー」

っていうのが伝われば
書き方や表現は何でもOKです。

僕だったら、無料配布した時の
レポートの感想を集めておいて
それをnoteの冒頭に貼ってます。

必ず多くの人から感想を
もらわないといけないか？

って言われたそうでもないです。

「〇人が閲覧します」

「過去に一瞬で受け取ってもらった内容です」

「楽しみですという声を多く頂きました」

とか本当に何でもいいです。

とにかく、

- ・注目されている感
- ・盛り上がっている感
- ・人が集まっている感
- ・高評価されている感

を少しでもいいから出す
っていうのが大事です。

ポイント③：活動実績を書く

要は自己紹介ってことです。

初めましての人のために
用意してあげる感じですね。

「あなた誰ですか？」

っていう状態だったら読み進めて
もらえないで。

もし自己紹介とか活動理念が
詳細に書いてあるページが別に
あればそのURLを貼るのもOKです。

ポイント④：安心感を与える

できるだけ相手の不安を払拭
してあげてください。

「結局、このnoteは何が分かるの？」
「どういう内容なの？」

っていうのが不明確だと
購入してもらえません。

なのでnoteの内容や中身などを
無料部分で書いた方がいいです。

noteの機能で目次を設定できるんですが、

それやるとかですね。

有料部分にどういう内容が
書かれているのかがイメージが湧くので。

目次を見せたくないっていう場合は、
内容を箇条書きとかで書くのがいいです。

色々やり方はあるんですが、とにかく

- ・どんな内容が書いてあるか？
- ・何が得られるのか？
- ・どう変化できるのか？

っていうのを“客観的に”見て
理解できるように書いてください。

売れない人ほどここが疎かになってるので。

あと、もし有料部分でPDFなどの
電子ファイルのリンクを貼って
本編を見せる場合は、

有料部分の文字数が極端に
少なくなると思います。

以下のスクショ画像は
僕のnoteですがこんな感じ。

購入後、有料部分にあるPDFレポートからすぐに見れます。
(約13,000字あります)

※48時間限定で特典が3点あります。

(2時間超えのセミナー動画です)

----- ここから先は -----

68字

¥ 2,980

期間限定！PayPayで支払うと抽選でお得 ②

[購入手続きへ](#)

なので、購入後の流れを明確に
書いてあげてください。

僕の例だと
「PDFレポートから見れます」
と無料部分に書いてます。

もしPDF形式で渡すことが
明記されてなかつたら

「え、文字数が68字しかないってどういう事？」
と、一瞬混乱させることになります。

こういう細かい部分も意識して
なるべく安心して購入できるように
配慮した方がいいです。

この辺は気遣いですね。

書く順番や構成について

「どういう順番で書けばいいの？」
って疑問に思う人も多いですが、

構成としてはさっきの
ポイント①→②→③→④の順で大丈夫です。

- 1, まず限定性を伝えて
- 2, 人気感を表現して
- 3, 自己紹介を書いて
- 4, 内容を伝える

っていう流れがいいです。

僕のnoteを見るとイメージ湧くかなと。
→<https://note.com/frisk01/n/n5bc99bb94159>

あと、noteには返金できる機能があるんですが、

「100円でも不安…」

っていう人なら返金できるよう設定してもいいかもしれません。

が、ある程度販売した経験のある人だったら慎重に決めた方がいいかなど。

というのも、

「返金対応してるって事は自信ないの？」

って思う人もいるからです。

他の人が100円とかで返金可能にしてあるのを見たら僕だったらそう感じます。

「あまり満足されないだろうっていう前提で売ってるから返金有りにしてるんだろうな」

って。

だから返金に関しては絶妙ですね。

「noteをお試しで買う人の為に用意したい」

っていう場合だったら良いかもですが。

このnoteを売ったときはテストとして
返金可能にしてました。

→<https://note.com/frisk01/n/ne5af8e8e008c>

(いまは返金不可しています)

ですが返金の申請は1人も来てません。

返金可能にする必要はなかったかも
しぬせんが、またnote売る時に
テストしてみようかなと。

それでは今回は以上となります。
ありがとうございました！