

6つのステップで完成！ 共感され、クチコミされる ストーリーのつくりかた

2,103人の社長が”バイブル”にするクチコミの新セオリー

社長や起業家が実践した、

再現力の高い数ある事例から置き換えられる！！！！

クチコミされるストーリー構築ノウハウ

クチコミでガンガンシゴトが舞い込む方程式

バイラルメイクセオリー

PLOTフレームワークプロジェクト

バイラルメーカー 小宇佐拓宏

はじめに

このテキストは、
著者が270,000円で提供している、
クチコミでガンガンシゴトが舞い込むフレームワーク学習
バイラルメイクセオリー3ヶ月コンサルティング
で提供している内容の一部を書き下ろしたものです。

著者が関わる方々が実際に活用し、
成果が実証済みで、再現性のある、
クチコミ集客理論を提供しています。

本PDF末には、
読者限定の特典を用意しておりますので、
お見逃さないように、ご活用ください。

さて、消費者は、
「**92%がクチコミや友達や家族からの**
おすすめを信頼する」
という調査データがあります。

2007年には74%だった数値が、
2011年には18%上昇しています。

あなたがクチコミ集客を
好きであろうと、嫌いであろうと、



「クチコミ」

が、あらゆる広告よりも
優先される時代なのです。

では、資本に限りがある個人起業家が、

「クチコミを起こす」

ために、最初に何を
行ったらいいのでしょうか？

それは、あなたの商品・サービスを、

「**クチコミされるもの**」

に、していくことです。

商品・サービスを、

「クチコミされるもの」

に、していくためには、

あなたの商品・サービスの、

「**クチコミされる強力なストーリー**」

を構築することです。

ストーリーには、

語り継がれ、記憶に残るチカラがあります。

桃太郎や、浦島太郎などの昔話は、

ほとんどの日本人の記憶に残っています。



「そうそう、そういえばね・・・」

と、話題にあがるためには、

あなたの商品・サービスが、

人の記憶に強烈に

残っていることが必要なのです。

だから、あなたの商品・サービスの、

「強力なストーリー」

を構築することが、

「クチコミされる」

ことにつながるのです。

しかし、

「クチコミされる強力な

ストーリーの作り方がわからない」

という声が、数多く寄せられます。

「クチコミされる強力なストーリー」

を作るには、

「とにかく数稽古」

書いて、書いて、書きまくる！

これしかありません。

ただし、やみくもに書きまくると、

成果の実証済みのセオリーをもとに、



書きまくるのでは、

スキルアップのスピードが変わってきます。

そこで、

「共感され、クチコミされるストーリー」

の構造を理解し、起業家のあなたが、

「**自分自身でストーリーを構築すること**」

を、目的とした、

本PDFをリリースいたしました。

本PDFで学び、実践し、

起業家のあなたが、

「自分自身でストーリーを構築すること」

の一助になれば幸いです。



理論編

79.9%の起業家がビジネス活用できていないクチコミ戦略	7
もしも「消火器を販売する」ストーリーを構築するなら	7
クチコミされるストーリーの実例	12
なぜクチコミしたくなってしまうのか？	14
“伝わる”には順番がある	14
クチコミされるストーリーの構造セオリー	16
STEP1:why 何を行うのかではなく、なぜ行うのか？を語れ！	17
STEP2:what 得られるお得感をベースにした商品・サービスを語れ！	18
STEP3:why 唯一無二の解決策の提供！なぜこの商品・サービスなのかを語れ！	18
STEP4:why 私がビジネスを行なう志とは？なぜ私なのかを語れ！	19
STEP5:why いつやるの？今でしょ！なぜ今なのかを語れ！	19
STEP6:how 迷わず、悩まずに、考えさせない、シンプルで具体的なアクションを語れ！	20
クチコミされるストーリーの構造分解解説	21

実践編

あなたがクチコミされるストーリーを構築してみよう	23
クチコミされるストーリーの解説	23
あなた自身・商品・サービスの棚卸しをしよう	24
クチコミされるストーリーを作成しよう	27

番外編

あなたのストーリーを作成できる個別コンサルティング	28
先着10名へのスペシャルオファー	28
スペシャルオファーの本当の目的	30
起業家・経営者の1,000の悩みを解決するために	31
この特典は先着10名限定の特典	33
無料コンサルティングを活用いただく条件	34

小宇佐拓宏プロフィール	37
-------------	----

理論編

79.9%の起業家がビジネス活用できていないクチコミ戦略

もしも「消火器を販売する」ストーリーを構築するなら

アメリカの中小企業の経営者への調査では、
以下のようなデータが出ています。

取引の半分以上が紹介である:63.4%

紹介を生み出すシステムがない:79.9%

理由は、

紹介依頼することを考えていなかったから
嫌われてしまうかもしれない恐怖があるから
やり方がわからなかったから
という結果でした。

つまり一般的に起業家は、
クチコミ集客を
意識してシカけていないのです。

必要性を理解されながら、
体系的に着手されていない。

それが、クチコミ集客なのです。

これから、
「クチコミされる強力なストーリー」
を作る、理論と実践をお伝えいたします。

理論を学び、実践することで、あなたは、



「クチコミされる強力なストーリー」
を作ることが、
できるようになるでしょう。

あなたが、
「クチコミされる強力なストーリー」
を、作ることが
できるようになってしまうと、
「**忘れてしまうモノ**」
がひとつあります。

それは、
「**作ることが
できなかった時のあなたの記憶**」
です。

人は、何かを
できるようになってしまうと、
「できなかった時の自分」
を、**忘れてしまう**のです。

ですから、
「**できるようになる前の自分の、
記録を残しておくこと**」
が、非常に重要なのです。

はじめにお伝えしたとおり、
「クチコミされる強力なストーリー」



を作るには、

「とにかく数稽古」

であり、

書いて、書いて、書きまくる・・・。

ことがコツだとお伝えしました。

ですから、**まずは、書いてみましょう。**

今回のお題は、

「ホームページで

消火器を販売している起業家」

という設定です。

ホームページで、消火器を販売するには、

どのような文章で、

「読み手が買いたいキモチ」

を掻き立てますか？

まず、実際に作成してみましょう。

あなたは

「早く答えを知りたい！」

と、感じてらっしゃるかもしれません。

「どうやったら

クチコミされるストーリーを

作成できるのか？」



ということを考え、
ご自身で作成するプロセスを、
ぜひ**楽しんで**ください。

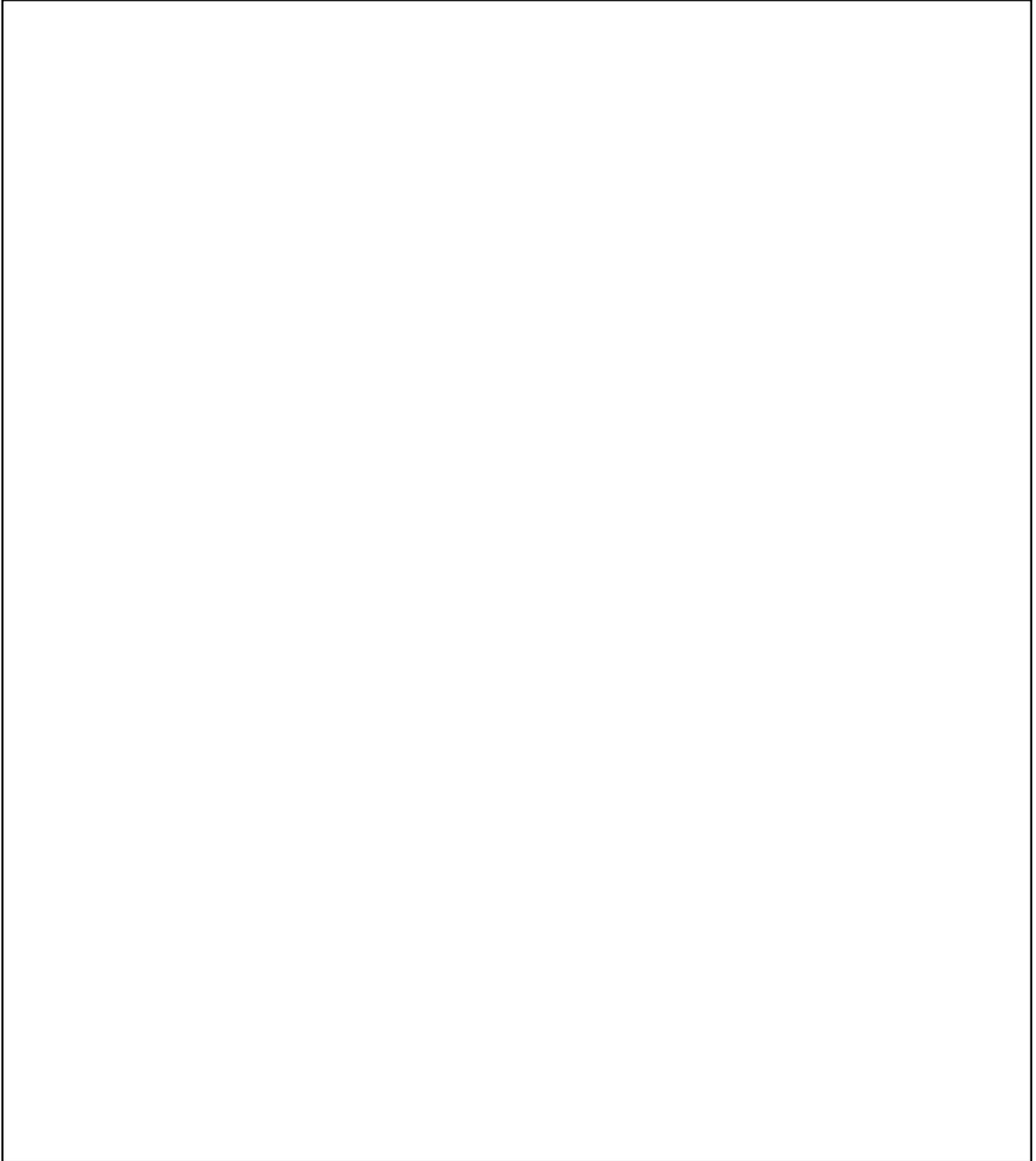
手品もタネを知ってしまえば、
シンプルなものです。

「どうやったら
この手品を
やっているのか？」
というタネを考えるプロセスを、
楽しむのと同じです。

楽しむのと同時に、
「できるようになる前の自分の、
記録を残しておくこと」
が、**非常に重要**です。



「消火器をホームページで販売している起業家」
になりきって、
「読み手が買いたいキモチ」
になるストーリーを、作成してみてください。



完成できたら、次のページに進みましょう！

クチコミされるストーリーの実例

「読み手が見たいキモチ」

になるストーリーは、作成できましたか？

以下に、小宇佐が作成した、
サンプルを記載します。

まずはご覧ください。

唯一無二の思い出の品を失い、
悲しむ人を“根絶”したい。

万が一、家事になったら、
できるだけ家の中のものを、
燃やさないのが一番です。

だから知ってほしい。
一家に一台で家族の思い出を守る
小宇佐式消火器。

この消火器は、
小さな火をすばやく消せます。

通常の消火器の3倍の勢いがあり、
軽量だから、
女性でも持ち運びやすいのです。

実は私は、3年前に暖房器具の不始末で、
火事を起こしてしまいました。
出火に気づきましたが、
火を消す手段がなく、



自宅は全焼してしまいました。

家は再築できましたが、
思い出の品は戻ることはありません。

火事で思い出の品を失い、
悲しむ人を減らしたい。

だから、この消火器を広めたい！

このような使命で、
この消火器を世に広める
ビジネスをしています。

経験者の私があなたに伝えたいのは、
火事はいつ起こるか
わからないということ。

そして、火事が起こってから
備えることはできないということです。

冬の時期というのは、乾燥します。

湿度30%の乾燥状態では、
湿度60%と比較すると、
火の回りが約3倍速いのです。

もしあなたが火事に対する
準備ができていなかったら、
気づいた時に準備するしかないのです。

申し込みは、
以下のフォームより
お手続きください。



なぜクチコミしたくなってしまうのか？

“伝わる”には順番がある

消火器の、ストーリー。

「今すぐ消火器を買わなければ！」

と、感じられたのではないのでしょうか？

なぜ、

「今すぐ消火器を買わなければ！」

と感じたかという、

「共感され、クチコミされるストーリー構造」

で、ストーリーを構築し、

お伝えしたからです。

“伝わる”ストーリーは、

“順番”があるのです。

アップルコンピュータ革新的な商品を、
提供し続けてきた、スティーブ・ジョブズも、
この“伝わる順番”にそって
プレゼンをし続けてきました。

私も人に提案する際に、
この“伝わる順番”にそって伝え始めた結果、
クチコミが起こりはじめ、
年間398件の相談依頼を受けるようになりました。



商品・サービスを提供する起業家であれば、
日々、“伝える”ということを行
っていることでしょう。

“伝える”のではなく”伝わる”構造を、
学び、身に付けることが、
起業家にとって、
最優先で改善すべきポイントです。

この、
“伝える”ではなく”伝わる”、

「共感され、クチコミされるストーリー構造」

を理解し、活用できるようになれば、

あなたも自分で、

「共感され、クチコミされるストーリー」

を構築できるようになります。

次から、具体的なセオリーを
解説して参ります。



クチコミされるストーリーの構造セオリー

共感され、クチコミされるストーリー構造は、

以下6つのステップで構成されています。

STEP1:why

何を行うのかではなく、なぜ行うのか？を語れ！

STEP2:what

得られるお得感をベースにした商品・サービスを語れ！

STEP3:why

唯一無二の解決策の提供！なぜこの商品・サービスなのかを語れ！

STEP4:why

私がビジネスを行なう志とは？なぜ私なのかを語れ！

STEP5:why

いつやるの？今でしょ！なぜ今なのかを語れ！

STEP6:how

迷わず、悩まずに、考えさせない、シンプルで具体的なアクションを語れ！

以下、解説をいたします。

STEP1:why

何を行うのかではなく、なぜ行うのか？を語れ！

まず伝えるべきことは、
商品・サービスの説明ではないのです。

人は、“何を”ではなく、
“なぜ”に動かされます。

だからこそ、あなたが提供する
商品・サービスが普及することで、
「実現する世界」
を語るのです。

ここで語ることがらは、
あなたがビジネスを行なう
「強い理由」であり、
あなたがビジネスを行っている
「志命」でもあります。

何を行うのかではなく、なぜ行うのか？
を語るのです。



STEP2:what

得られるお得感をベースにした商品・サービスを語れ！

提供する商品・サービスを

記載します。

ポイントは、

“売りたいモノ”を語るのではなく、
“受け取ることで得られるお得感”をベースに、
提供する商品・サービスを語ることです。

商品・サービスタイトルでもある、

このWHATでは、

まずは以下の公式に当てはめ、

あなたのビジネスに

置き換えてみると

創造しやすいでしょう。

その公式とは・・・。

「〇〇が□□になる☆☆」

「〇〇」「□□」「☆☆」を、
穴埋めしてみることです。

STEP3:why

唯一無二の解決策の提供！なぜこの商品・サービスなの
かを語れ！

なぜこの商品・サービスなのか？

という理由を記載します。

なぜこの商品・サービスが

お客さんにお得なのか？

お客さんの「欲を満たす」

お客さんの「問題を解決する」

根拠を記載しましょう。



STEP4:why

私がビジネスを行なう志とは？なぜ私なのかを語れ！

なぜ私なのか？

という理由を記載します。

なぜお客さんは、私を選ぶのか？

自分が「専門家」である根拠
自分がビジネスを行っている「志」
を、記載しましょう。

STEP5:why

いつやるの？今でしょ！なぜ今なのかを語れ！

なぜ今なのか？

という理由を記載します。

人は忘れてしまう生き物です。
人はめんどくさがりな生き物です。
人は変化を恐れる生き物です。

今でなければならぬ理由
を、記載しましょう。

*なぜの内容に関しては
商品・サービスにより異なります。

3つのWHYには、
実は単純な心理的ではなく
生物的理由があるのです。



STEP6:how

迷わず、悩まずに、考えさせない、シンプルで具体的なアクションを語れ！

お客さんに行って欲しい

具体的なアクションを記載します。

考えずに、悩まずに、迷わせずに、

「どうしてほしいのか？」

という動線を用意すること。

ダラダラ長く語る・伝えるのではなく、

「今すぐどうすれば良いのか？」

を記載しましょう。

お客さまが教えて欲しいのは、

具体的なアクションの方法だということを

忘れないようにしてください。



クチコミされるストーリーの構造分解解説

上記の構造を、

小宇佐の作成した例文に合わせ、

解説をすると以下の通りです。

唯一無二の思い出の品を失い、
悲しむ人を“根絶”したい。

万が一、家事になったら、
できるだけ家の中のものを、
燃やさないのが一番です。

STEP1:why

何を行うのかではなく、
なぜ行うのか？を語れ！

だから知ってほしい。

一家に一台で家族の思い出を守る
小宇佐式消火器。

STEP2:what

得られるお得感をベースにした
商品・サービスを語れ！

この消火器は、

小さな火をすばやく消せます。
通常の消火器の3倍の勢いがあり、
軽量だから、
女性でも持ち運びやすいのです。

STEP3:why

唯一無二の解決策の提供！
なぜこの商品・サービスなのかを語れ！

実は私は、3年前に暖房器具の不始末で、
火事を起こしてしまいました。

出火に気づきましたが、
火を消す手段がなく、
自宅は全焼してしまいました。

STEP4:why

私がビジネスを行なう志とは？
なぜ私なのかを語れ！

家は再築できましたが、
思い出の品は戻ることはありません。

火事で思い出の品を失い、
悲しむ人を減らしたい。

だから、この消火器を広めたい！

このような使命で、
この消火器を世に広める
ビジネスをしています。

経験者の私があなたに伝えたいのは、
火事はいつ起こるか
わからないということ。

そして、火事が起こってから
備えることはできないということです。

冬の時期というのは、乾燥します。

湿度30%の乾燥状態では、
湿度60%と比較すると、
火の回りが約3倍速いのです。

もしあなたが火事に対する
準備ができていなかったら、
気づいた時に準備するしかないのです。

申し込みは、
以下のフォームより
お手続きください。

STEP5:why

いつやるの？今でしょ！
なぜ今なのかを語れ！

STEP6:how

迷わず、悩まずに、考えさせない、
シンプルで具体的なアクションを語れ！

実践編

あなたがクチコミされるストーリーを構築してみよう

クチコミされるストーリーの解説

複雑で難しく見えるものも、
分解してみれば、

**シンプルで簡単なものが、
組み合わさっているだけ。**

ということが、
おわかりいただけただしょうか。

大切なのは、
「わかるようになること」
ではなく、
「**できるようになること**」
です。

繰り返しお伝えしているとおり、
「クチコミされる強力なストーリー」
を作るには、
「とにかく数稽古」
であり、
書いて、書いて、書きまくる……。

ことがコツです。

次のページから、
ステップにそって、
どんどん書き出してみましよう。



あなた自身・商品・サービスの棚卸しをしよう

あなたの商品・サービスが
クチコミされるストーリーを
構築するために。

まずは必要な素材を集めましょう。

必要な素材は、
あなた自身および、
あなたの商品・サービスの魅力を、
棚卸しすることで集まります。

以下の質問に答え、
ワークに記載することで、
必要な素材が集まります。



STEP1:why

何を行うのかではなく、なぜ行うのか？を語れ！

行動する強い理由？人や社会に共感される要素は？

ビジネスを行なう理由を記載してください。

STEP2:what

得られるお得感をベースにした商品・サービスを語れ！

“受け取ることで得られるお得感”をベースに、

「〇〇が□□になる☆☆」を穴埋めし、記載してください。

STEP3:why

唯一無二の解決策の提供！なぜこの商品・サービスなのかを語れ！

なぜこの商品・サービスがお客さんにお得なのか？

「欲を満たす」「問題を解決する」根拠を記載しましょう。

STEP4:why

私がビジネスを行なう志とは？なぜ私なのかを語れ！

なぜお客さんは、私を選ぶのか？

「専門家」である根拠や「志」を、記載しましょう。

STEP5:why

いつやるの？今でしょ！なぜ今なのかを語れ！

人は、忘れる・めんどくさがる・変化を恐れる。

今でなければならぬ理由を、記載しましょう。

STEP6:how

迷わず、悩まずに、考えさせない、シンプルで具体的なアクションを語れ！

考えずに、悩まずに、迷わせない、

「具体的なアクション」を記載しましょう。

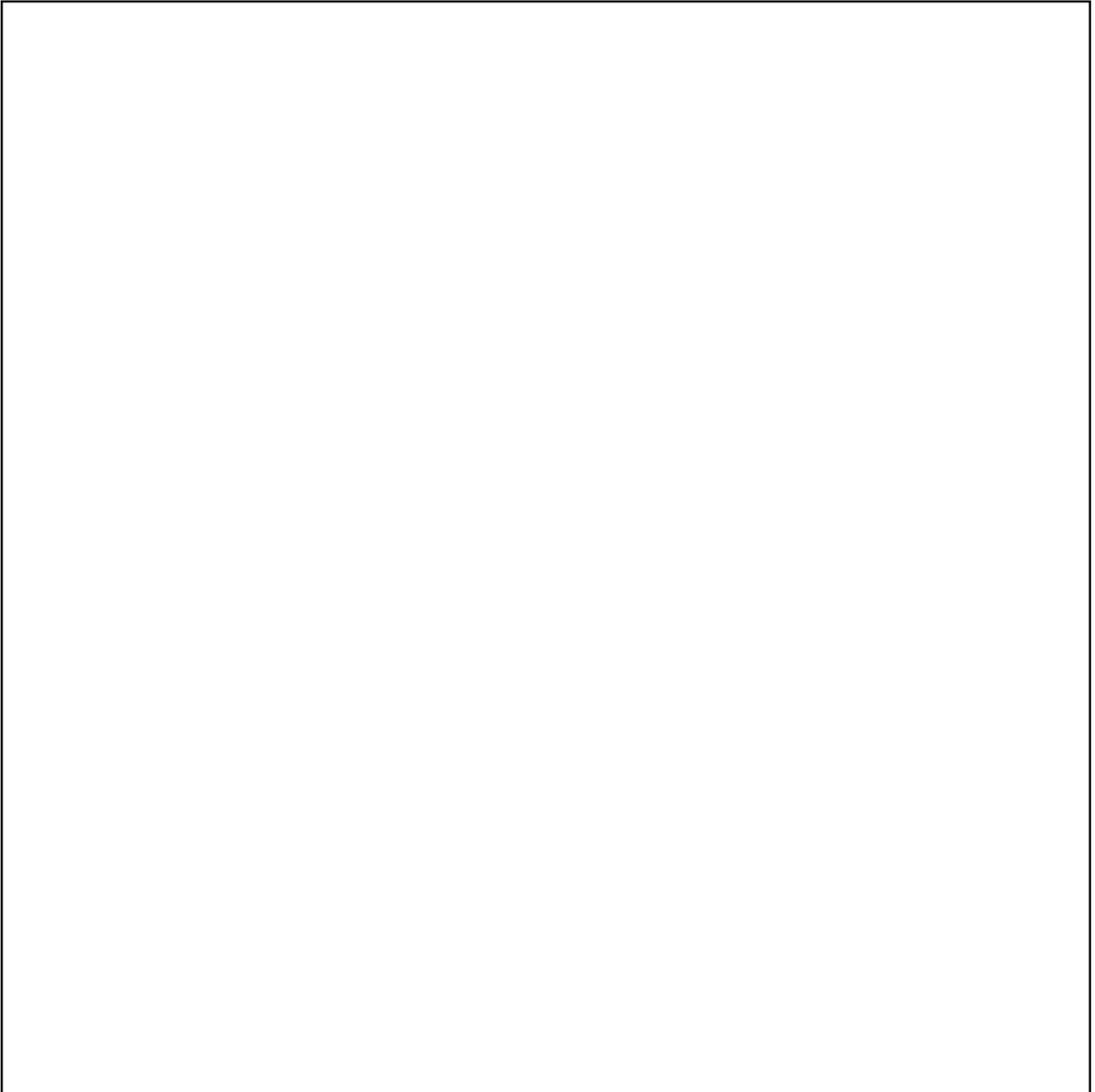
クチコミされるストーリーを作成しよう

棚卸しはできましたか？

棚卸しができたら、あとはつなげるだけです。

素材をつなぎ合わせ、

クチコミされるストーリーを構築してみましょう。



番外編

あなたのストーリーを作成できる個別コンサルティング

先着10名へのスペシャルオファー

ここまで読まれ、ワークを実践したあなたは、
以下のように感じていませんか？

「おもしろかった！」

「印刷し、書き込んでみた！」

「しかし、本当にこのやり方でいいのか・・・？ちょっと迷いがある」

もし、そうであれば、

**ここまでお読みいただいた方限定の、
特別な特典**をご活用ください。

テキスト特別特典！1人1回限定の無料相談！！！！

クチコミされるストーリーを構築できる120分！

小宇佐とのマンツーマンコンサルティング

このテキストを

最後までお読みいただいた方の中で、

- ・ 実際にクチコミされるシカケを構築したい
- ・ 本気でビジネスを成功させたい
- ・ 売り込むのではなくお願いされる起業家になりたい
- ・ ライバルと比較されないようになりたい
- ・ 出会いたいお客さまに出会える仕組みをつくりたい
- ・ 瞬間・突発の売上アップではなく、継続・再現の成果をつくりたい

という方は、

あなたのビジネスにおける具体的なご相談ができる、

通常10,000円で実施している

マンツーマン個別コンサルティングに

無料でご招待いたします。

特典の詳細と予約はコチラ⇒⇒⇒<http://takuhirokosa.com/lp/sessionfree/?pdf1>

スペシャルオファーの本当の目的

今回、無料で相談を受けるには
理由があります。



「バイラルメイクセオリー」として、
2014年から本格始動し、
約1年間、メソッドを提供してきました。

クチコミ戦略に悩む
起業家・経営者は、
まだまだ世の中にいらっしゃいます。

PLOTフレームワークプロジェクトを
スタートさせた時、

**「起業家・経営者の悩みを
1000個解決する！」**
というテーマを定めました。

「人は自分でやったことしか語れない」
だから、私自身が、
「目の前の問題を
解決し続けていこう」
そう決意したのです。

起業家・経営者の1,000の悩みを解決するために

1,000個の問題を解決するためには、
どうしたらいいのでしょうか？

1,000個の問題事例

1,000個の解決策

1,000個の感想

を集めればいい。

だからこそ、

1,000個集めるために、

まずは100個集めることを目標にしています。

まず100個の問題事例・解決策・感想が集まったら、
あるものを製作するつもりです。

あるものとは、

「問題解決ファイル」

です。

どういうことかという、

朝起きて、シゴトを始めて、

行動しはじめることによって、

問題・壁にぶち当たるでしょう。

逆にいうと、動かない人は、

壁にぶち当たらないのです。

壁にぶち当たり、

がんばって乗り越えたとしましょう。

すると、次は何がくるのでしょうか？

そうです。また壁がくるのです。

動き続けることによって、
人は問題にぶつかるのです。

長い人生の中で、
一番私たちが時間を使うのはなんでしょうか？

仕事です。

その仕事の中で、
いくつ問題にぶつかるか。

いくつ問題を解決できるかによって、
あなた自身の人生は変わる
のではないのでしょうか？

いくつもの問題を見つけ出すことができ、
その問題を解決することができる一手。

あなたと同じ問題を持った方が、
どのように解決をしたのかという、
ヒントが集まったファイルがあれば、
どうなるのでしょうか？

このファイルを持ち歩いていれば、
常に前に進み続けることができる
のではないのでしょうか。

私自身がこのファイルを早く欲しいです。

このファイルがあれば、
関わる**多くの方の問題解決が、**
スピーディーになると思うのです。

だからこそ、
最短で100個の問題事例・解決策・感想を集め、
ファイル化したいのです。

この特典は先着10名限定の特典

現在、

90の問題事例・解決策・感想

が集まっています。

だから、あと10名限定です。

10の問題事例・解決策・感想を最短で集めるべく、

今回無料でお受けするという、

今までにない

新たな取り組みをスタートさせるのです。

この取り組みの中で、

テキストによせられた感想は、

私ひとりのチカラではお届けできない方々へ、

「バイラルメイクセオリー」

をお届けできる最良の機会

にもなると考えています。

シンプルなクチコミ集客理論をもって、

ホンモノの商品やサービス、

ホンモノの起業家や経営者に

成果を手にしていただきたい。

本気のみなさまと出会える

素晴らしい機会として、

全力でアドバイスさせていただきます。

無料コンサルティングを活用いただく条件

お互いにとって

面談の価値を最大のものにするために、
コンサルティングをご活用いただくにあたって、
以下の条件を設定しております。

今まで小宇佐のセミナー・コンサルティングに参加したことがないこと

本PDFの感想を提出いただくこと

コンサルティング参加前に事前の課題を提出いただくこと

コンサルティングの感想を提出いただくこと

既にビジネスをスタートされている方（起業準備中の方はご遠慮ください）

ここまでお読みいただけたら、
上記の条件をクリアいただく意味と意図は、
ご理解いただけることと思います。

また、以下注意事項です。

現在、コンサルティングしている案件と類似する相談に関しては、お引き受けできない場合があります

「アイデアの分散」はできませんので、
上記の対応としております。

私が最優先で守るべきは、
今現在、関わっている
既存のクライアントさんの利益です。

同業種、類似分野に関する案件に関しては、
一手やアイデアをお渡しすることができないため、
個別コンサルティング自体を
お引き受けできない場合があります。

連絡のないキャンセル、コンサルティング前日20時以降のキャンセルに関しては、通常の実費（10,000円）を請求いたします

コンサルティングに

ご予約いただくということは、

私の時間を確保するということです。

確保するということは、

当日の時間を確保するだけでなく、

面談までの調査の時間も

確保するということです。

また、他の方が面談する時間を

あなたが確保するということになります。

time is more than money

時間をかければお金は稼げます。

しかし、失った時間は、

取り戻せないのです。

なぜ、このテキストをお読み頂いた方限定で、

1回のみ無料でお受けしているのか。

そして、いかに時間を大切にしているのか。

ご理解いただける方は、

今すぐ以下からお申し込みください。

成果に繋がる大満足の

120分をお約束します。

特典の詳細と予約はコチラ⇒⇒⇒<http://takuhirokosa.com/lp/sessionfree/?pdf2>

「やった人にしか見えない景色がある。

できるからヤルのではなく、やるからデキル！」

本気のあなたからの連絡をお待ちしております。

小宇佐拓宏プロフィール

2001年早稲田大学人間科学部卒業後、
大手マンションデベロッパー、
大手保険会社を経て、
2010年に小宇佐・針田FP事務所を設立し、独立。

住宅購入時の資金計画作成、
「住宅マネープランニング」を専門とした、
FP事務所、小宇佐・針田FP事務所を経営。

2011年は208世帯、
2012年は358世帯の個別相談を受け、
住宅マネープランニングを確立。

ミサワホーム、トヨタホーム
株式会社ライフプラザパートナーズ
株式会社船井総合研究所、楽天マネーセミナー
中日新聞マネーセミナー、NTTイフセミナー他にて
講演実績あり。

毎週水曜日14時ころ～
CBCラジオ「北野誠のスバリ」

「ズバリマネー相談室」
コメンテーターとしてレギュラー出演中

紹介のみでビジネスの案件を
依頼されるメソッドを体系化し、
あらゆる業種で成果をあげている。

名古屋で開催されている、
東京六大学交友会
「六旗会」の事務局もつとめる。



2015年2月1日発行

著者 小宇佐 拓宏

発行所 バイラルメイクセオリー 小宇佐拓宏

名古屋市中区伊勢山1-5-30

virmake@gmail.com

(販売・ライセンスについてのお問合せ)

本教材、および収録されているコンテンツは、著作権、知的財産権によって保護されていることはもちろんですが、購入・ダウンロードされたコンテンツは、あなた自身のビジネスのために役立つ用途に限定して提供しております。教材に含まれているコンテンツを、その一部でも、書面による許可（ライセンス）なく複製、改編するなどして、またあらゆるデータ蓄積手段により複製し、オークションやインターネット上だけでなく、転売、転載、配布等、いかなる手段においても、一般に提供することを禁止します。コンサルタント業の引用、転載、教育を希望する場合には別途ライセンス契約が必要となります。