

人生リスタートできる!!

弱者の副業

著者 武田 浩平

知識なし
でも

強みなし
でも

資金なし
でも

できる **自分を変える副業術**
成長のステップ

はじめに

受験も就活も失敗して希望の進路に進めなくても。
上司のパワハラに耐えられず心を病んでしまっても。
子どもとの接し方がわからず育児ノイローゼになってしまっても。
こんな心の欠陥を抱えた私が出会った「弱者の副業」のすべてをここに。

知っていますか？

世の中には、たった1人の力で月 500 万円もの大金を安定的に稼いでいる人がいることを。そして、その人の労働時間は1日1時間未満であることを。

知っていますか？

世の中には、仕事も家事も育児もこなして、更に副業で月 100 万円を稼いでいるスーパーワーキングママさんがいることを。

『世の中にはすごい人もいるんだな～』

なんて感想で終わらせるのは勿体ないですよ？なぜなら、彼らも最初はみなさんと同じ「ビジネス初心者」だったから。そして、ご本人達が口を揃えて「私は凡人です」と言っているから。

では、彼らと私たちとの違いは何でしょうか？

それは、彼らは「素直に学び、素直に実践した」ということ。たったそれだけの違いです。

そこに才能や実績や人脈は必要ありません。ただ素直に学び、素直に学んだことを実践した。それだけです。

私はそんな世界に憧れ、ビジネスという未知の扉を開きました。好きなことをして生活したい。上司や仕事に追われて心を壊すことはもうしたくない。子どもと向

き合う時間が欲しい。こんな希望を抱きながら。

それから3カ月。学びと実践を繰り返し、彼らがやっている「**ビジネスの仕組み**」を作り上げました。

そして書籍という形にして、みなさんへ発信することができました。

本書では、

『今を変えたいけど、どうすればいいかわからない…』

と、初めの1歩を踏み出せずにいるビジネス初心者の方へ向けた「ネット上の自動販売機」もとい「**コンテンツビジネス**」について説明します。

本書を読み終わる頃には、コンテンツビジネスの中身やそのやり方、そして、あなたが変わるための道筋が見えるようになります。

…とは言っても、いきなり見ず知らずの私(武田)が語りだしても怪しさ満点ですよ？というわけで、まずは簡単な自己紹介から始めていくので、軽~い気持ちでページを開いてみてくださいね。

目次

はじめに	2
0.弱者でもできる副業術	8
第1章. ビジネスは怖くない	13
● ビジネスとは?	13
● ビジネスをやる目的	15
● ビジネスの手段	18
コラム#1.混ぜるなキケン!目的と手段	21
第2章.コンテンツビジネスの全貌	24
● コンテンツビジネスって何?	24
● やるべきことは3つだけ	25
● 「集客」ってどうやるの	26
● 「信頼構築」ってどうやるの	28
● 「販売」ってどうやるの	30
● 自動化の威力	30
コラム#2.集客≠インフルエンサー	33
第3章. コンテンツビジネスを選ぶ理由	36
● あなたが抱えている2つの障壁	36

● コンテンツビジネスのメリット	38
● コンテンツビジネスのデメリット	41
● あなたの「目的」を思い出して	42
コラム#3.コンテンツビジネスに向かない人 .	46
第4章.コンテンツビジネスの始め方	49
● ①テーマを決める	50
● ②商品を用意する	53
● ③仕組み(自動化)を作る	57
● ④SNS で情報を発信する	59
● ⑤結果をみて改善する	61
おわりに	65

0. 弱者でもできる副業術

初めまして、武田浩平です。妻と娘と暮らすありふれたサラリーマンです。私を一言で表すと「超豆腐メンタルな半端もの」でしょうか。

受験や就活に失敗し、希望とはかけ離れた業界の企業に技術者として就職。全くの畑違いで右も左もわからない状態でしたが、早く戦力になりたいとガムシャラに仕事をしていました。

しかし、上司のパワハラに負けて3ヶ月の休職。復職後は働く意欲もすっかりなくなり、流されるままに仕事をこなす毎日を過ごしていました。

妻子に恵まれたことを機に、もう一度仕事に熱を入れました。「今度こそ」。そんな気持ちで新しい事業アイデアを提案。社内コンペにも応募し、全社で2位の評価をもらってプロジェクト化に成功しました。

プロジェクトリーダーになってわかったこと。それは自分の力の無さと会社という組織のしがらみの多さ。「新しい事業のためにこんなことを

やりたい」と提案すれば、上層部からは「前例がないので許可できない」と一言。その割には「いつできる？いくら売れる？他社との差別化はどうなっている？」と結果ばかりを求めてくる。

それでも自分で立ち上げたプロジェクトだからと、毎日残業して、頭の固い上層部に根拠を示しながら説得して、少しずつ前へ進んでいきました。

ただ、その代償は大きかった。毎日夜遅くに帰るため、子どもと接する時間が圧倒的に少なくなり、我が子は私の顔を見ると泣き出す始末。何とかお風呂の時間までには帰っていましたが、お風呂も寝かしつけも「パパいや！ママがいい！」と言われ続け、どう接すればいいかわからず育児ノイローゼと診断されました。

そんな家庭も自分も犠牲にした1年を送った結果、プロジェクトは会社の予算削減を理由に、予算前年比 1/10 以下、人員半減、実験室取り上げと、実質の打切りを宣告されました。

「何のための1年だったんだ…」

家族に負担をかけて、自分の心を削って頑張ってきた結果がこんな結末を迎えるなんて。自分の不甲斐なさに虚無感を覚え、今後もこんな会社に仕えていくことに絶望している時、冒頭で紹介した「彼ら」に出会いました。

彼らは1日1時間程度の作業で月に100万円以上の収入を安定的に得ているそうです。年収にして1,000万円超え。私がいくら残業をしても届かない額です。

彼らがやっていることは、コンテンツビジネスを素直に学び、素直に実践しているだけ。これだけで毎日をストレスなく生活しているそうです。

彼らは、自分たちの商品が勝手に働いてくれる「仕組み」を既に作っているため、半自動で収入を得ることができます。しかも、この「仕組み」にはマニュアルがある。これって実は凄いことで、マニュアル通りに実践すれば誰でもできるということです。

1日1時間程度でいいなら私にも捻出できる。そして長期的に考えれば、月100万円という給料の倍以上の収入を手に入れる未来がある。そう思ったら、やらない選択肢はありませんでした。

知識も経験もない。何ならストレスに耐えられるような心すら持ち合わせていない私でも、学び始めて3ヶ月でコンテンツビジネスの「仕組み」を作ることができました。

一番大きな変化としては「心の余裕」をもつことができました。もう会社にしがみつかなかなくてもいい。そう思えたことが大きな成果の1つです。

朝は子どもを保育園に送ってからゆっくりと出社してもいい。上司から言われた無茶ぶりもムリに応えようとしなくていい。定時になったら残りの仕事は明日に回して、早く帰ってもいい。

そんな生活スタイルに変えたら仕事のストレスはもちろん、育児のストレスも軽減しました。早く帰って子どもと遊ぶ時間を増やした結果、パ

パの顔見て泣くことがなくなったからです。

私は心が弱く、仕事も育児も中途半端だった弱者です。でも、弱者でもできる人生を良くするための手段が「コンテンツビジネス」です。

自己紹介にお付き合いくださりありがとうございました。次章からは、仕事や家事や育児で忙しいあなたがどうやって半自動で収入を得ることができるのか。今から具体的に何をしていけばいいのか。詳しくお話していきます。

第1章. ビジネスは怖くない

あなたは「ビジネス」と聞いてどんな印象を持ちますか？「怪しい」、「怖い」。そんな印象を持っていませんか？私は持っていました。なぜならば、**ビジネスについて知らなかったから**。人って知らないことに対しては恐怖や不安を覚えます。いつもは通らない道を夜に歩くような、「真実の口」に手を突っ込むような、そんな感覚です。

だから、本章では「ビジネスって何？」という基本のお話をしていきますね。まずは「ビジネス」というものを知って、漠然とした「怖さ」を払拭させましょう。

●ビジネスとは？

「ビジネス」という言葉を調べてみると、凄く難しいことが書いてあります。でもそれって、「ビジネスの定義」という観点で書かれているからなんです。実際にビジネスの定義について Wikipedia で調べてみると、次のように書かれていました。

『ビジネスとは、営利や非営利を問わず、また組織形態を問わず、その事業目的を実現するための活動の総体をいう。(中略)個人または法人組織などの事業体がそれぞれの事業目的実現のために人・物・金・情報などの諸資源を活用して行う活動全体を意味する。(Wikipedia より抜粋)』

何言ってるか(私には)全くわからないですね…。「定義」って例外が出ないよう抜け漏れなく定めないといけないので、複雑&抽象的になりがちです。

だけど、私たちがこの「定義」を 100%理解する必要はありません。なぜなら、私たちはビジネスについて「語りたい」のではなく「やりたい」だけだから。学者のようにビジネスについて研究したいのなら難解な文章も理解しないとかもですが、私たちのようにビジネスを始めたいだけならば、必要最低限の知識さえもっておけば OK です。

例えば、サッカーをやりたいと思ったときに必要最低限に知っておくべきことは何でしょうか？オフサイドやコーナーキック、ペナルティキック

クといった専門用語を理解しないとできないのでしょうか？そんなことありませんよね。

語弊を恐れずにすっごく簡潔に言ってしまうえば、「ボールを蹴ってゴールに入れる」。これだけ知っていれば、幼稚園 / 保育園の子どもでもサッカーを楽しむことができます。

では、ビジネスも同じように要点だけを絞って簡潔にします。そうすると、ビジネスとは「商品売って、売上上げる」。これだけです。何も怖いことはありません。これだけ知っていれば、十分にビジネスを始めることができます。

●ビジネスをやる目的

次にビジネスをやる「目的」についてお話しますね。正直、ここが一番大切です。この「目的」が定まっていなくて、自分が何のためにビジネスを頑張っているのかがわからなくなってしまう。だから、ここだけは真剣に自分と向き合いながら読んでくださいね。

ビジネスをやる目的について、結論から言ってしまえばこれは人それぞれです。だから、自分で決める必要があります。その人その人によって、ビジネスを始める理由は異なります。

私の場合だと、今の生活から抜け出したいから。もう少し具体的に言うと、「お金の心配をしない生活を送りたい」とか、「自分の好きなことをやって生活していきたい」とか、そんな感じでしょうか。

あなたはどうか？あなたは何のためにビジネスをやりますか？
10秒くらい考えてみてください。

.....

...

いかがでしょうか？頭の中で言語化できましたか？もし言語化できたら、ぜひ忘れないうちにメモしてくださいね。まだだよって人も、ゆっくりでいいので諦めずに考えてみてくださいね。自分で出した答えが一番強力な武器になりますから。

少し抽象的になりますが、私の持論をお話しますね。恐らく回答はみんな違うと思います。でも、共通することが 1 つあるはずです。それは、「自分のために」という願望であること。

辛い仕事を続けたくないだとか、もっと心にゆとりを持ちたいだとか、幸せな人生を送りたいだとか。言葉は違えど、主語は常に「自分」ではないでしょうか？

これって必然だと思います。だってあなたの人生ですもん。あなたの人生は誰のものですか？あなたの人生を作るのは誰ですか？あなたの人生に責任をもつのは誰ですか？全部、あなた自身です。親や兄弟、ましてや友達や会社の上司があなたの人生を作っているわけでも責任をもつわけでもありません。

だから、ビジネスをやる理由だって当然「自分のため」です。あなたは、あなたが幸せになるために頑張るんです。これを絶対に忘れないでください。

●ビジネスの手段

次にビジネスをする「手段」についてお話しますね。先ほどビジネスとは「商品売って、売上上げる」ことだとお話をしました。ではもう少し具体的に、どんな商品売れば売上が上がるのでしょうか？

それは、「お客様のためになる商品」売れば売上は上がります。より本質的には、「お客様の悩みを解消すること」ができれば、商品という形に拘らなくても売上は上がります。「お客様のニーズに応える」とか、「お客様に価値を提供する」なんて言われたりもします。

ちょっと考えてみてください。売上を上げるということは、誰かからお金を払ってもらうということです。では、お金を払ってくれるのは誰でしょうか？お客様ですよ。では、お客様はどのような時にお金を払うのでしょうか？

例えば、あなたはノドが渇いています。コンビニへ行ってジュースを買いました。その時にジュースの代金を支払います。この場合、ジュースはあなたの「ノドが渇いた」という悩みを解消してくれます。別の言い

方をすれば、ジュースはあなたの「飲み物が欲しい」というニーズに応えています。または、ジュースはあなたに「ノドを潤す」という価値を与えています。だから、あなたはジュースにお金を払います。

ビジネスも同じです。あなたが売る商品は、お客様のどんな悩みを解消するか？どんなニーズに応えているか？どんな価値を提供しているか？これらを実現できていれば、お客様はお金を払ってくれる。つまり、売上を上げることができます。

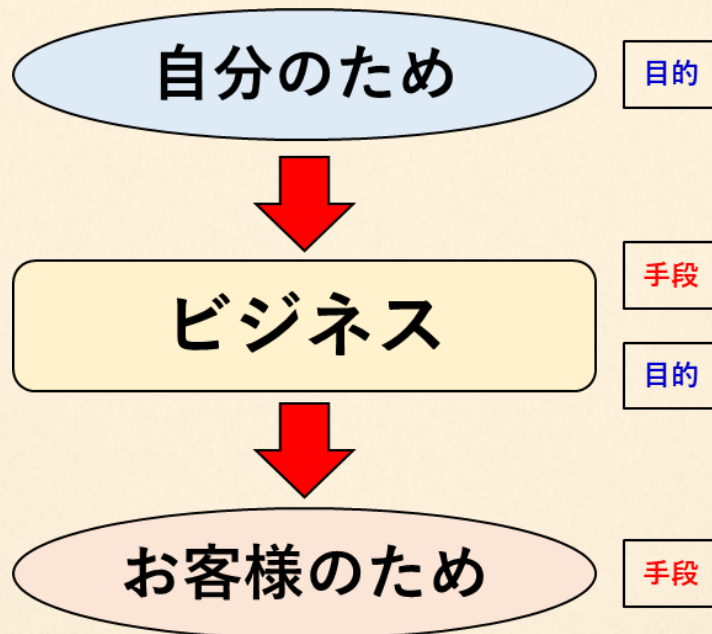
第1章 まとめ

◎ビジネスとは

「商品売って、売上上げる」こと

◎ビジネスの目的は「自分のために」

◎ビジネスの手段は「お客様のために」



コラム#1. 混ぜるなキケン！目的と手段

ビジネスについて、1つ注意して欲しいことがあります。それは、「目的」と「手段」をごちゃ混ぜにしないことです。

まず、ビジネスをやる目的は「自分のため」でした。辛い仕事を続けたくない、もっと心にゆとりを持ちたい、幸せな人生を送りたいなど。あなたの人生をより良くすることを「目的」として、ビジネスという「手段」を選択します。具体的には、「商品売って、売上上げる」。これをやることで、あなたの「目的」を実現させます。

次に、「ビジネス:商品売って、売上上げる」という目的のためにはどうすればいいのか？この手段として、「お客様のためになる商品売る」ことを選択します。

具体的には、お客様の悩みを解消する商品、お客様のニーズに応える商品、お客様に価値を与える商品など。これらの商品売ることによってビジネスの目的を達成します。

ビジネスの目的を達成すると、あなたの目的が実現できますよね。だからあなたは「自分のため」に「お客様のためになること」を全力でやればいいのです。

では、この関係性を把握しないままビジネスを始めるとどうなるでしょうか？よくある例として、「お客様のためになること」が目的になってしまうことがあります。そうするとどんなことになってしまうのか？一番簡単な例は、商品の価格崩壊です。

『お客様の悩みをタダで解決すれば、お客様のためになるはず』

(極端ですが)こんな風に考えたりするのではないのでしょうか。確かに、お客様の悩みを解決してお金もいらなくなれば、これ以上にお客様のためになることはありません。

でも、考えてみてください。あなたは一生懸命にお客様のことを考え、商品を用意し、商品を宣伝し、商品をお客様のもとへ届けます。その過程ではたくさんのお金と時間がかかっています。商品を作るためのお

金や宣伝するお金、商品を発送するお金。そして、それらをやするための時間。用意することは簡単なことではないはずです。それでも『お客様のために』と頑張って商品を届けます。

そうしてお客様のもとに商品が届いたとして、あなたが得られるものは何でしょうか？『ありがとう』。恐らくお客様からの感謝の聲が得られるでしょう。これはこれでとても嬉しいことです。あなたの努力がお客様の役に立つんですから。でも、お客様の『ありがとう』の言葉だけであなたの人生は良くなりますか？

「お客様のためになること」を目的にした場合、『ありがとう』の言葉を貰えれば目的は達成したと言ってもいいと思います。でも、それであなたの人生が良くなるか？というと、そういうわけではありませんよね。

だから、「目的」と「手段」は明確にしておく必要があります。繰り返しになりますが、あなたがビジネスをやる「目的」は、「自分のために」です。そしてその「手段」の1つとして「お客様のために」があります。これを忘れないでくださいね。

第2章. コンテンツビジネスの全貌

本章では、いよいよ「コンテンツビジネス」の中身についてお話していきます。私もいろいろコンテンツビジネスについて学んできましたが、全体像を明確にしている書籍って意外と少ないです。ですので、ここでしっかりと抑えてササッと行動に移しちゃいましょう。スタートダッシュが上手くいくと、その後も楽しく進められますよ。

●コンテンツビジネスって何？

早速ですが、「コンテンツビジネス」とはどういったものでしょうか？これは「コンテンツ」と「ビジネス」という単語を分けて考えるとわかりやすいです。

「コンテンツ」とは文章や動画、音声といった「1度作ったら使い回せるもの」を言います。一方で「ビジネス」とは、第1章でお話したように「商品売って、売上上げる」ことを言います。つまり、**コンテンツビジネスとは「1度作ったら使い回せるもの(コンテンツ)を売って、売上**

を上げる」ということ

です。これをインターネット上に「仕組み」を作って販売することで、半自動的に売上を上げていきます。

●やるべきことは3つだけ

先にも触れましたが、コンテンツビジネスってマニュアルがあるんです。だから、やることも決まっています。これから、そのマニュアルについて包み隠さずお話ししますね。

コンテンツビジネスでやることは、ビジネスの「売上の公式」に沿っています。売上の公式はこちら。↓

$$\text{売上} = \text{客数} \times \text{成約率} \times \text{単価}$$

「客数」とは、その名の通りお客様の数です。次に「成約率」とは、お客様の中で商品を購入してくれる人の割合のことです。最後に「単価」とは、商品の価格です。この3つの数字が大きくなるほど、売上は大きくなります。

この公式に沿って、コンテンツビジネスでは3つのことをやっていきます。それがこちら。↓

$$\text{コンテンツビジネス} = \text{集客} \times \text{信頼構築} \times \text{販売}$$

まず、「客数」の数字を大きくするためにお客様を「集客」します。次に、「成約率」の数字を大きくするためにお客様と「信頼構築」をします。最後に「単価」の数字を大きくするために商品を「販売」します。

やることって、この3つだけです。結構単純ですよ？でも、売上の公式に沿っているので、この3つをしっかりとやれば売上は大きくなります。では、具体的にどうやるのか？それを以降で1つずつ説明しますね。

●「集客」ってどうやるの？

「集客」とは文字通りお客様を集めることです。ここでは、**あなたに興味をもってもらうことを目的とします**。私はこんな人ですよ、こんな情報

を発信してますよ、とお客様にアピールしてあなたのことを知ってもらいます。

手段としては SNS を活用します。X, Instagram, Threads, note, TikTok, YouTube など。どれを使ってもかまいません。複数使っても OK です。私のおススメは note ですね。

●「信頼構築」ってどうやるの？

お客様が興味をもってくれたら、次の「信頼構築」に移ります。3つの要素の中で一番大切な部分です。ここを疎かにすると絶対に商品は買ってもらえません。

「信頼構築」の目的はお客様にあなたのことを信用してもらうことです。この人は大丈夫かな？詐欺じゃないかな？お客様は初めはあなたのことをこんな風に思っています。

勘違いしないでくださいね。あなたが怪しいというわけではありません。第1章でも述べた通り、人ってよく知らないことやよく知らない人に対しては警戒するじゃないですか？

それと一緒に、よく知らない人から商品を買うということもやっぱり警戒してしまいます。だから、私は大丈夫ですよ、お客様の役に立つことを発信しているんですよ、ということをお客様に伝える必要があります。

手段としてはメールを活用します。具体的には、興味をもってくれたお客様にあなたのメールマガジンに登録してもらいます。そして、登録してくれた人だけにメールを送ってあなたのことを信用してもらうのです。

「メールなんて古臭い…」

そう思うかもしれませんが、でも、これって実は凄く効率が良いんです。なぜならば、メルマガに登録してもらうというステップを踏むことで、興味のない人(もはやお客様ではない)には余計な手間暇をかけなくていいからです。興味をもってメルマガに登録してくれたお客様だけに時間と労力を使う。これってかなり合理的だと思いませんか？

だから、古いからと侮ってはいけません。古くても今でも使われているということは、それなりの長所(魅力)があるんです。

●「販売」ってどうやるの？

お客様に信用してもらえたら、商品を「販売」します。ここでの**目的は商品を購入してもらうこと**です。お客様のためにあなたが一生懸命に作った商品を紹介します。手段としてはメールを活用します。メルマガに商品紹介ページのリンクを送り、商品を購入してもらいます。

●自動化の威力

ここまでコンテンツビジネスでやるべき3つのことについて説明しました。いかがですか？そんなに難しいことはやっていないと思います。

「難しくはないけど、やること多くて継続するのが大変そう…」

そんな感想をもったかもしれません。でも安心してください。実はやるべき3つのことのうち、2つは最初に「仕組み化」してしまえば、後は自動化できるので放置でOKです。それは「信頼構築」と「販売」です。

では、どうやって「仕組み化」するのか？[鍵となるのはメールマガジン](#)です。メルマガには「ステップメール」と呼ばれる機能があり、予めメールを登録しておくことで指定した時間に自動でメールを送ってくれます。これを利用して、信頼構築～販売までを自動化します。

つまり、最初に商品(コンテンツ)と商品を紹介するまでのメールを用意すれば、後はそれらをステップメールに登録して「仕組み化」の完了です。

残るは SNS で発信(集客)するだけ。これなら 1 日 1 時間でも十分にやっていけますよね。

第2章 まとめ

◎コンテンツビジネス：

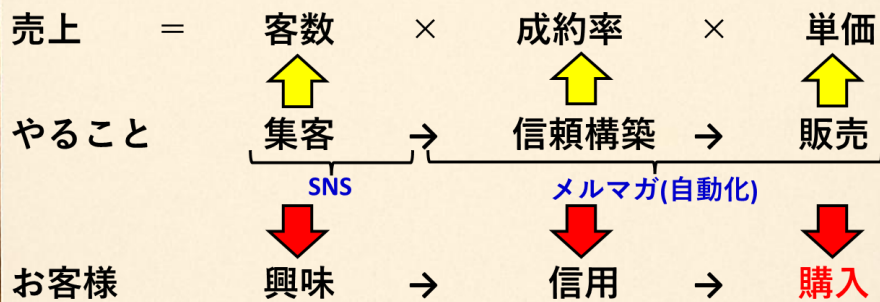
使い回せるコンテンツを売って、
売上を上げる

◎売上の公式：

売上 = 客数 × 成約率 × 単価

◎やること：

集客 → 信頼構築 → 販売



コラム#2. 集客≠インフルエンサー

SNS で集客って聞くと、フォロワーが何千人、何万人もいるインフルエンサーになる必要があるのかな…と思うかもしれません。

先に言っときます。そんな必要はありません。理由は 2 つ。1 つはインフルエンサーの人たちと私たちコンテンツビジネスをやる人たちの「お客様」の対象が違うから。もう 1 つは「売上の公式」からある程度の客数を算出できるからです。なんだか理系っぽいでしょ？一応これでも理系出身なんです(笑)。

まず 1 つ目の理由ですが、インフルエンサーの人たちにとってのお客様はフォロワーさんではありません。彼らは自身の発信で人を集める対価として、SNS の運営会社が得る「広告収益」の一部を受け取っています。つまり、彼らにお金を支払っているのは運営会社なので、彼らのお客様は SNS の運営会社になります。

一方、私たちコンテンツビジネスをやる人たちにとってのお客様はフォロワーさん1人1人です。私たちの発信に興味をもってくれたり、共感してくれたりして商品を購入してもらいます。だからこそ、目の前にいる1人のお客様に信用していただくことが何よりも大切なことです。

これは、どちらがいいか？という話ではありません。ただ、お客様の対象も違うし売上の上げ方も違うのだから、インフルエンサーと同じフォロワー数を目指す必要はないよね？って話です。

2つ目の理由ですが、せっかく売上の公式があるのですから、それを使って客数を見積もってみましょう。売上の公式は、 $\text{売上} = \text{客数} \times \text{成約率} \times \text{単価}$ で求められます。

例えば、10万円の商品売って売上を月収100万円にしたいとします。そして、集まってくれたお客様の半数が商品を買ってくれると仮定した場合、1ヶ月に何人のお客様を集めればいいのでしょうか？

中学の数学に出てきそうですね(笑)。この場合、売上は 100 万円、成約率は半数だから 0.5(50%)、商品単価は 10 万円なので、公式に当てはめると

$$100 \text{ 万円(売上)} = ? (\text{客数}) \times 0.5 (\text{成約率}) \times 10 \text{ 万円(単価)}$$

となり、? $(\text{客数})=20$ と算出されます。つまり、月に 20 人のお客様を集めれば 100 万円という目標は達成できることになります。これを 1 年間続けるとしても $20 \text{ 人} \times 12 \text{ ヶ月} = 240 \text{ 人}$ です。かなり甘い見積もりですが、少なくとも何万人というフォロワー数が必要ないことはわかりますよね。

以上の理由から、**私たちはインフルエンサーを目指さなくていいです。**
大勢の人を集めるよりも、**興味をもってくれた 1 人のお客様と真摯に向き合い、信用していただくことに集中**していきましょう。

第3章. コンテンツビジネスを選ぶ理由

本章では、何でコンテンツビジネスをおススメしているのか？そのメリットとデメリットについてお話していきます。ただその前に、これから副業をしたいと考えているあなたへ、障壁となっている2つの問題点について触れていきます。

●あなたが抱えている2つの障壁

『副業したいけど、どんな副業を選べばいいかわからない…』

これ、コンテンツビジネスに出会う前の私です。副業をしたい。でも、どんな副業が自分にできるのかわからない…。副業について調べれば調べるほど迷走していきました。

いくつか候補は挙がるものの、それを続けている未来がイメージできない。そんなウダウダした日々を1ヶ月ほど過ごしていました。私が副業を選ばなかった理由。それは大きく2つあります。

1つ目が「**お金**」。恥ずかしい話ですが、私には貯金があまりありません。独身時代に心の弱さから現実逃避のためにパチンコの沼にハマり、彼女(今の奥さん)ができるまで貯金はほぼ0でした。

そこから少しずつ貯めてきましたが、恐らく一般社会人の平均貯金に比べたら足元にも及ばないでしょう(自業自得)。

借金をして一時的に資金を増やすという手も考えましたがリスクが大きいと感じてしまい、結果として投資やセドリといった初期投資が大きいものは選択肢から外れました。

2つ目が「**時間**」。私には副業できる時間帯が限られています。簡単に私の1日を書くと、

6:30 起床、子どもの準備を済ませて保育園へ送り届け。

8:30 出社、憂鬱な時間を消化。

19:00 帰宅、子どもとお風呂&遊び相手。

21:00 子どもを寝かしつけ。おしゃぶり卒業して中々寝ない…。

22:30 夕食、そこから翌日の準備や家事手伝い、妻との時間。

24:00 妻が就寝。ここからが私の自由時間。

翌日(既に当日)の 6:30 まで睡眠と副業の時間です。現実的に考えると、副業に充てられる時間は 1~2 時間程度でしょうか。それ以上は歳のせいかムリができなくなってきました。

そのため、アルバイトやパートといった働いた時間に比例してお金を稼ぐ副業は、私の生活には合わないし、継続できないと判断しました。

以上をまとめると、障壁は「お金」と「時間」がないことです。この 2 つの障壁をクリアできるような副業はないかとウダウダと探していました。そして、コンテンツビジネスに出会ったのです。

●コンテンツビジネスのメリット

前置きが長くなりましたが、ここからは「お金」と「時間」という観点から、コンテンツビジネスのメリットについてお話しますね。

まず「お金」についてですが、コンテンツビジネスは始めるためにほとんどお金はかかりません。なぜならば、販売する商品は自作のコンテンツであり、販売する場所はインターネット上だからです。

例えば、少し前(だいぶ前?)に流行ったタピオカジュースを売るとします。そのためにはまず、商品を用意します。他所から買い入れるにしても自分で作るにしてもお金がかかります。

次に販売する場所の用意です。こちら金額はピンキリですが、土地や店を買うにしても借りるにしてもお金がかかります。そうして準備が整い、売ってみるにしても売れるかどうかは未知数です。これって、結構リスク高くないですか？

対して、コンテンツビジネスの商品は自分で作ります。しかも作るための材料はあなたの頭の中にあります。つまり、原価 0 円で作ることができます。

そして、販売する場所はインターネット上です。インターネットに商品を置くことは基本無料でできます(ただし、自動化するためのツール代として月 4000 円くらいの固定費はかかる)。そのため、**コンテンツビジネスは誰にでも挑戦できるくらい金銭的ハードルが低い**のです。

次に「時間」についてですが、こちらは「コンテンツ」と「ネット」の組み合わせが生きてきます。商品である「コンテンツ」は 1 度作ってしまえば使い回しができます。つまり、作るまでは時間がかかるけど**作ってしまえば補充する必要がない**のです。

もちろん、修正などに時間は費やすかもしれませんが、0 から繰り返し作り直すことに比べれば大した労力ではありません。

また、販売場所である「ネット」は 24 時間 365 日営業状態です。しかもコンセプトは「自動化」ですので、**仕組みさえ作ってしまえば後は放置で OK**です。こちらも仕組みのメンテナンスは必要かもしれませんが、基本的に時間がかかるのは始めだけです。

まとめると、コンテンツビジネスのメリットとしては、

- 初期投資及び維持費を小さく始められる

(固定費として月 4000 円程度)

- 最初に時間投資は必要だが、商品と仕組みを作ってしまうと

作業時間を大きく削減できる。

この 2 点が大きなメリットとして挙げられます。

●コンテンツビジネスのデメリット

一方、「お金」と「時間」の観点からコンテンツビジネスのデメリットについてもお話します。良いところだけでなく、悪いところも知らないと上手くいきませんからね。

デメリットは 1 つ。**即金性/即時性がありません。**メリットでも書きましたが、ネット自販機は商品と仕組みを作るまでが一番時間がかかります。

作っている間は商品を買っていないためお金を得ることもできません。ですので、準備に時間がかかり、その間は収入も得られないことが唯一最大の弱点です。

ただし、このデメリットは小さくすることができます。例えば、私の先生はこの商品と仕組みを3日間で作り上げたそうです。そうすると、もはやデメリットはあってないようなものです。つまり、あなたのやる気と頑張り次第でこのデメリットは限りなく小さくできます。

●あなたの「目的」を思い出して

ここまで「お金」と「時間」をキーワードにしてメリット/デメリットについてお話してきました。この2つのキーワードってあなたの「目的」の必須条件だと思いませんか？

第1章のお話を思い出してみてください。あなたがビジネスをやる「目的」は何でしたか？それは「自分のために」でしたね。

もう少し具体化すると、辛い仕事を続けたくないだとか、もっと心にゆとりを持ちたいだとか、幸せな人生を送りたいだとか。これらを実現するためにあなたはビジネスをやります。

しかし、ビジネスをやるにあたって「お金」と「時間」のどちらかのキーワードが抜けていたらどうなるでしょうか？

例えば、1日5分の作業で終わるけど1日1円しか稼げないビジネスでああなたの「目的」は達成できるでしょうか？

例えば、1日20時間の作業が必要だけど1日100万円稼げるビジネスでああなたの「目的」は達成できるでしょうか？

どちらも答えは「No」ですよね。前者はもちろんあり得ないですが、後者に関しても、お金を使う時間さえもなかったら何のために稼いでいるのかわからなくなってしまいます。あなたの「目的」は貯金をすることではなく、**お金と時間を自由に使ってあなたが幸せになること**です。

この観点でみると、コンテンツビジネスってコストパフォーマンスもタイムパフォーマンスも優秀だと思います。だからこそ、私はコンテンツビジネスをやろうと思いましたし、あなたにもおススメしています。

ここまでがコンテンツビジネスについての中身です。いかがでしたか？興味をもっていただけたでしょうか？

少しでも興味が湧いてきたなら、このまま次の章も読んでみてくださいね。次の章では、コンテンツビジネスの具体的な始め方について詳しく書いています。

第3章 まとめ

◎私たちは**お金と時間**に制約がある

◎コンテンツビジネスは

コスパ&タイパ最強!

→副業におススメ

	メリット	デメリット
お金	初期投資&維持費が小さい	即金性&
時間	商品と仕組みを作れば自動化可能	即時性なし

コラム#3. コンテンツビジネスに向かない人

本文では『誰でもできる』と書きましたが、実は唯一の例外があります。それは、**何の努力もせずラクして稼ごうと思ってる人**。残念ながら、この人だけはコンテンツビジネスに向いていません。

理由はコンテンツビジネスのデメリットにあります。デメリットは即金性/即時性がないこと。商品と仕組みを用意するまで稼ぐことができないのです。

つまり、**商品と仕組みを用意する努力が必要である**ということ。これをやらない限り、コンテンツビジネスで稼ぐことはできません。

でも、こんなコラムまで読んでくれる真面目なあなたなら大丈夫です。大抵、本文だけ斜め読みしてなんとなくわかった気になって開かなくなる人が大半ですので(笑)。

そんなあなたに、ココだけの話をします。コンテンツビジネスでは商品と仕組みを用意する必要がありますが、商品については裏技があります。

それは、「アフィリエイト」と呼ばれる方法です。簡単に言うと、他の人が作った商品を買って、売上の一部をいただく方法です。これならば、商品を作るための時間と努力をカットできて、仕組み作りに集中すればOKです。

ただし注意点は、収入は「売上の一部」であること。この「一部」の部分は商品を作った人が決めることができます。売上の50%なのか10%なのか、それは作った人次第ですのでよく確認してくださいね。

ちなみに、アフィリエイトを募集しているサイトもあります。ネットで「Brain」と打って検索してみてください。いろいろなコンテンツのアフィリエイトがありますよ。

理想としては、自分で商品を作って販売することが理想です。そうすれば売上の100%が自分の手元に入りますから。ただ、商品を作る自信がないとか、商品を作る時間がないという人はアフィリエイトから入ってみるのもいかがでしょうか？

話が脱線しましたが、何が言いたいかというと、努力せずにラクして稼ぐことはできません。

ただ、時間は有限です。今のあなたの状況に合わせて、効率良くできるところは効率を重視してもいいのではないのでしょうか？

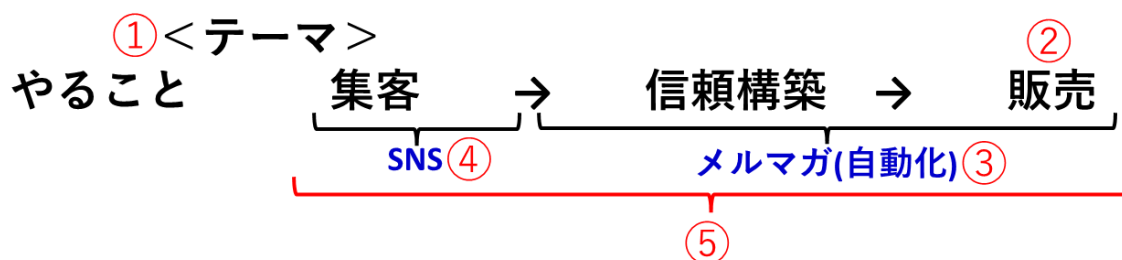
よかったら、頭の片隅に残しておいてくださいね。

第4章. コンテンツビジネスの始め方

本章では、コンテンツビジネスをゼロから始める具体的方法についてお話していきます。この章を読み終われば、いよいよあなたも副業のスタートラインを切ることができます。もう少しなので頑張ってくださいね。

第2章でお話した通り、コンテンツビジネスでやることは集客→信頼構築→販売でした。この一連の流れを作るためにやることは、以下の5つです。

- ① テーマを決める
- ② 商品を用意する
- ③ 仕組み(自動化)を作る
- ④ SNSで情報を発信する
- ⑤ 結果をみて改善する



●①テーマを決める

まずは発信する「テーマ」を決めましょう。言い換えると、あなたが商品や情報発信を通じてお客様のどんな悩み事を解消するか？を決めていきます。

コンテンツビジネスってテーマの縛りがありません。なぜならば、テーマについてコンテンツ(文章、音声、動画など)と仕組みを作って発信するだけだから。

世の中はコンテンツで溢れています。有名な例を挙げると、ベネッセの「進研ゼミ」。私も小学生の頃に「チャレンジ〇年生」をやっていました。毎月、学習本を送ってくれて勉強のサポートをしてくれます。こちらは文章コンテンツとして昔からあるビジネススタイルです。

もう1つは「いつやるの？今でしょ！」で有名な「東進衛星予備校」。こちらは授業を録画して、生徒に合わせた学習ができるというスタイルを確立させました。これも動画コンテンツを利用したコンテンツビジネスです。

例に挙げたのは学習系の2つですが、調べてみると様々なテーマがあります。私が軽くネットで調べただけでも、

- ・ダイエット
- ・筋トレ
- ・美容
- ・恋愛
- ・ナンパ
- ・料理
- ・絵画
- ・ペン字
- ・占い
- ・ヨガ
- ・心理学
- ・転職
- ・キャリアアップ
- ・語学
- ・職場関係
- ・婚活
- ・夫婦関係
- ・勉強
- ・投資
- ・資産運用
- ・副業
- ・起業
- etc…

こんだけありました。もちろん探せばもっと色々なテーマのコンテンツがあると思います。だから、どんなテーマでもコンテンツビジネスはできます。

どれを選んでもいいと言われると、逆に迷ってしまうかもしれません。

そこで、テーマ選びのポイントを2つお伝えしますね。

1つ目は、**あなたが興味のあること**。これからそのテーマについて発信していくのに、興味がないことを発信し続けるのって凄く辛いです。辛

い思いをしながらお金を稼ぐのは今の仕事と変わりありません。せっ
かくなら、あなたが好きなこと、得意なことでビジネスを始めた方が楽
しいし、長続きします。

2つ目は、他の人がやっていること。これはちょっと意外に思ったかも
しれません。でも、ちゃんと理由があります。他の人がやっているとい
うことは、そのテーマについて悩んでいるお客様がいるということ
です。

これって大事なことで、せっかく興味のあるテーマを選んでもそれで悩
んでるお客様がいなかったらビジネスにならないですよ？

例えば、「カサブタが作られるための主成分タンパク質の機能解明」と
いうテーマにしたとします。…これ、私の大学時代の研究テーマだった
のですが、恐らくこのテーマなら誰もコンテンツビジネスとしてやって
ないだろうし、私は大抵の人よりも詳しく説明できる自信があります。

でも、カサブタに悩んでいるお客様っていると思いますか？しかもその主成分タンパク質って、細か過ぎて何のことやらサッパリですよ？いくらあなたの興味があることでも、それをお客様が望んでいなければビジネスは成り立ちません。

だから、興味があるテーマを思いついたら1度ネットで他の人がやっているかを調べることをおすすめします。3人以上やっている人がいれば、そのテーマは需要があると判断して大丈夫です。

●②商品を用意する

テーマが決まったら、販売する商品を用意します。文章であれば、Word や Google ドキュメントで書いたものを PDF 化すれば OK です。

動画であれば、パソコンで資料を見せながら喋って画面収録すれば、顔出しせずに動画を撮ることもできます。撮った動画は You Tube

などに限定公開で設定してアップロードすれば、購入してくれたお客様だけにリンクを教えることで共有できます。

今述べた方法は、パソコンさえあれば全て無料でできますので、商品原価は 0 円です。

ただ、この商品作製で立ち止まってしまう人がたくさんいます。

「自分にお金をいただくような商品が作れるわけがない…」

そう思ってしまうからです。

気持ちはよくわかります。人様からお金をいただくって不安ですよ。

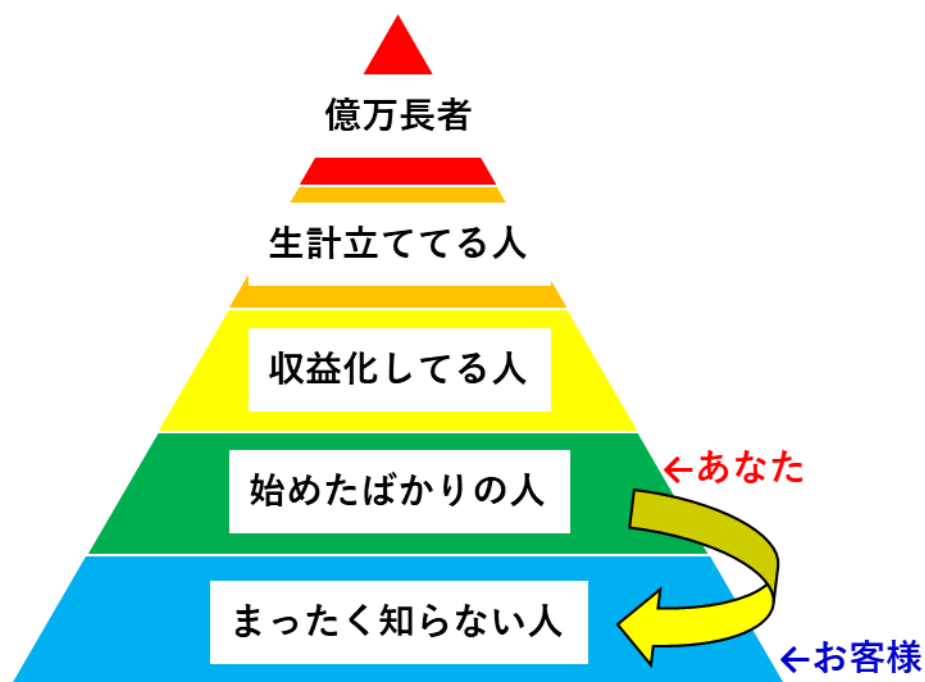
私も凄く不安でした。そんな不安をやわらげてくれたのは、私の先生が

教えてくれた 1 つの事実です。

当たり前ですが、誰でも最初は初心者です。私も私の先生も初めは実

績も何もないただの一般人でした。それでも今はこうしてビジネスを

やっていけている。その理由は下図の関係性があるからです。



これは、コンテンツビジネスにおいての実績と人数をピラミット図で表しています。上にいけばいく程、実績も収益も大きいですが人数は少なくなります。逆に下にいけばいく程、人数は多くなります。

先生が教えてくれたこと。それは、「あなたのお客様は、あなたよりも初心者である人」ということ。

仮にあなたが「コンテンツビジネス」というテーマを選んだ場合、今あなたは本書を読んで「始めたばかりの人」のステージにいます。本書だけでは自信が持てない場合には、他のコンテンツビジネスについて書

かれた本を 2~3 冊読んでみてください。それだけで、確実に「まったく知らない人」とは知識の差が出ています。

そんなあなたがお客様とするのは、コンテンツビジネスの「コ」の字も知らない人たちです。そしてそんな人たちは、あなたが想像している以上にたくさんいます。

試しにあなたの周りの人に「コンテンツビジネスって知ってる？」と聞いてみてください。私は家族や同僚に聞いたところ 10 人中 10 人が「何それ？」って返してきました。

そして、あなたより詳しい人(上の階層の人)は気にしなくていいです。彼らはあなたのライバルにはなりません。なぜならば、彼らには彼らのお客様の層があるからです。

上級者になればなるほど、高度な知識を提供してくれます。しかし、まったくの初心者がそれを理解できるかというと、そうではありません。

失礼な言い方ですが、大学の教授が小学生に自分の研究論文について説明するようなものです。

それよりは、最近小学校を卒業した中学生が、小学生に算数を教えてあげた方がわかりやすいし、小学生の気持ちにも寄り添えます。

だから、あまり深刻に考えずに今ある知識(+ α)程度ですぐに始めてしまいましょう。悩めば悩むほど、重くなった腰が更に重くなってしまいますよ。

●③仕組み(自動化)を作る

商品の次は仕組み制作に取り掛かります。ここでやることはメルマガを作ることです。と言っても、メルマガ自体はツールを使うので(この維持費に月 4,000 円程度かかります)、やることはメール本文の作成です。

お客様は最初から商品を買いたくてメルマガに登録してくれるわけではありません。少し興味をもって、「登録したら何かいいことがあるんだろうな」くらいの気持ちで登録してくれています。

それなのに、いきなり1通目からバンバン商品の宣伝メールを送り続けていたら、それは押し売り以外の何物でもありません。

第2章で書いた通り、メルマガの目的は「信頼構築」であり、お客様にあなたのことを信用してもらうことです。そのため、まずは6~7通くらいお客様の役に立つようなメールを送ってから、商品を案内するようしましょう。

注意点は、送る内容はあなたの発信テーマに沿ったものにすることです。コンテンツビジネスを発信するのに、「ダイエットのコツ」の話を送ってもお客様が混乱してしまいますから。極端に書いていますが、意識しないと知らないうちにやってしまうことが多いので気を付けてくださいね。

●④SNS で情報を発信する

商品と仕組み(自動化)が作れたら、SNS で発信していきます。目的はお客様に興味をもってもらって、メルマガに登録してもらうこと。あなたがどんなことを考えているのか、価値観や想いを伝えていきましょう。

SNS の媒体としておススメするのは note です。SNS 選びのポイントとしては、短文(140 字程度)と長文(140 字以上)の両方が使えること。note は両方できるので、複数の SNS 運用が難しいと思ったら note だけに集中するのもいいと思います。

なぜ短文と長文を使い分けるのか？それはそれぞれの役割が異なっているからです。短文では、とにかくお客様の興味を惹くことが重要になってきます。

現代では、人々はみんな時間を大切にしています。X や TickTok を見ている時でも、少しでも興味ないものは次へ次へと飛ばして見ていきます。

そんな中、自分の興味があるかもわからない状態で 1000 文字以上の長文があったら、その文章を読んでもくれる気になるでしょうか？恐らく、「長っ」の感想だけで次へ飛ばされてしまいますよね。

文章の中身云々より以前の話として、まずは読んでもらわないと何も始まりません。だから、短い文章でお客様の興味を惹く内容が必要です。

詳しい説明などは要りません。あなたの価値観や想いを端的に伝えればそれで充分です。その理由だとか、その価値観に至った背景だとかは長文で思う存分に語ればいいです。

短文の方では、興味をもってくれたお客様がを見つけやすいように文章の最後に長文へのリンクを貼ってあげましょう。そうすることで、お客様はあなたのことをもっとよく知ってくれます。

そして、長文の方ではあなたの価値観や想いに共感してくれたお客様に向けて、メルマガへ登録するためのリンクを貼っておきます。メルマガへ登録してもらえば、あとは事前に作っておいた仕組みが自動で働いてくれるため、あなたの手を煩わせることはありません。

ですので、あなたは SNS 発信だけに集中すれば OK です。ただし、目的を忘れないでくださいね。目的は「メルマガ登録」です。フォロワー数を増やすことではありません。

このあたりはコラムでもお話しましたが、実際にフォロワーが増えると嬉しくなります。だから、ついついもっとフォロワー数を増やしたいと思ってしまうのですが、その気持ちをグッと抑えてフォロワーになってくれた人のために発信を続けてくださいね。

●⑤結果をみて改善する

①～④ができるようになったら、一連の工程は完成です。では、なぜ⑤の工程が必要なのか？実はこの⑤こそがコンテンツビジネスを失敗させない秘訣であり、大きなメリットでもあるんです。

復習になりますが、コンテンツビジネスってお金がほとんどかかりません。商品は原価 0 円ですし、仕組みは月々のツール代だけ。発信だってもちろん原価 0 円です。

つまり、**作り直そうと思えばいくらでも作り直せる**んです。普通の商品であれば、商品作製に原価がかかり、販売のために宣伝費がかかります。そのため、どうしても商品や販売手法を変えらるとなるとお金がかかってしまう。だから、なるべく変更がないように商品や販売は「完璧」が求められます。

だけど、コンテンツビジネスはその必要がありません。だってお金がかからないから。1 回商品を作って発信してみて、上手くいかなければまたやり直せばいい。そういった**試行錯誤を自由に行える**のです。

ということは、ですよ？コンテンツビジネスって凄く失敗がしにくいんです。なぜなら、**成功するまで改善し続けることができる**から。唯一、失敗するケースは「改善せずに諦める」こと。

実はコンテンツビジネス業界って入れ替わりが激しいと言われて
います。なぜなら、みんなこの⑤をやらずに諦めるから。お金もかから
ない。マニュアルもある。必要なのはやる気と根気だけ。それなのに、1
ヶ月やってみて収益が出ないからと諦める人が後を絶ちません。

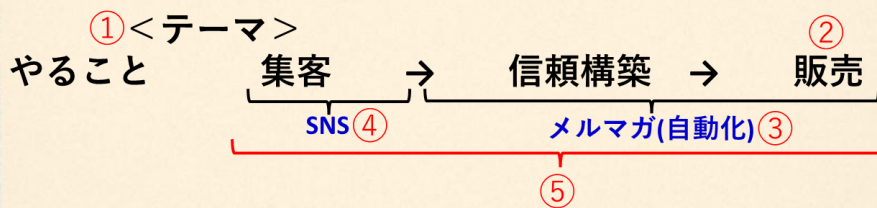
なぜか？多くの方はコンテンツビジネスの全容を知りません。全体像
を知らないまま進むことは、出口のないトンネルを歩くようなもので
す。この道で合っているのか？出口はあるのか？そんな不安を常に抱
えながら進んでいくから、途中で諦めてしまいます。

本書を読んでくれたあなたなら、そんな不安は感じないのではないで
しょうか？コンテンツビジネスで何をやればいいのか、知っています。メ
リットだけでなく、収益まで時間がかかるというデメリットも知ってい
ます。あとは実行あるのみです！頑張ってください！！

第4章 まとめ

◎コンテンツビジネスの始め方

- ① テーマを決める
- ② 商品を用意する
- ③ 仕組み(自動化)を作る
- ④ SNS で情報を発信する
- ⑤ 結果をみて改善する



おわりに

ここまで読んでいただきありがとうございます。長々とお付き合いいただき、本当にお疲れ様でした。

本文ではコンテンツビジネスについて淡々と書かせていただきましたが、最後に私の想いを残して本書を締めたいと思います。

私が浪人生になった春、深夜に父が心筋梗塞で倒れました。私がそれを知ったのは、緊急手術が終わった翌朝のことです。父は、胸の苦しみを抑えながら自分で運転をして救急外来まで行きました。

当時、父以外に免許をもっておらず、救急車を呼ぶのは忍びないという思いから自分で運転していったそうです。

私はというと、朝まで何も知らずグースカ眠っており、起きたタイミングで同居していた祖父から知らせを受けました。病院に駆けつけると、無数のコードに繋がった父の姿がありました。

その姿を見て、私は自分の無力さを痛感しました。「自分は何もできないんだな」と。大学受験も失敗し、有事の際に家族の力にもなれない。そんな自分が情けなくて、大嫌いでした。

この時でしょうか。「誰かの役に立ちたい」と強く思うようになったのは。それから私は貯金を下ろして免許を取得。バイトと勉強の日々を送り、何とか翌年に国立大学に合格しました。

大学でも父が倒れた日のことが忘れられずに生物系の研究室を希望し、製薬業界や健康食品業界への就職を目指して大学院まで進みました。

しかし、就活は全滅。大学の推薦を使用して全く生物とは関係のないメーカーへ技術職として就職しました。

入社した職場は、お客様が見えない職場でした。商品を開発するけど、お客様の反応はおろか、どのくらい商品が売れたかの数さえ共有され

ない。「何のために商品を作っているのだろう」そんな疑問を持ちながら働き続けていました。

「誰かの役に立ちたい」。そんな想いは10年の時と共に風化し、生活のために働くだけの毎日。そんな日々には諦めの気持ちさえありました。

コンテンツビジネスと出会って、最初はお金のためにと始めていましたが、中身を学ぶに連れて私の想いが叶えられるんじゃないかと感じました。

コンテンツビジネスは、言ってしまうと「教育ビジネス」です。知っている人が知らない人へ教えてあげる。要は先生と生徒の関係ですね。

そして、私も先生側に立つことができる。つまり、生徒の役に立つことができるんです。諦めていた私の想いが叶えられるかもしれない。そう思ったら、もう迷うことはなかったです。

これが、私の想いであり、本書を書いた理由です。本書はあなたの役に立ったでしょうか？少しでも役に立って、あなたの未来が明るくなることを願っています。

P.S.

最後まで読んでいただきありがとうございました。

もしよければ、下記リンクより本書を読んだ感想を送ってやってください。わかりやすかった点やわかりにくかった点、もっと詳細な説明が欲しかった点など、なんでもウェルカムです。

私の職場は相手が見えない環境です。だからこそ、このコンテンツビジネスではあなたとの「対話」を何よりも重視したいです。

あなたの「生の声」が私の「学び」になります。そして、学んだことをあなたに還元することで win-win の関係を築けていけたらなと思っています。

[書籍の感想はコチラ](#)

(たくさん書いてくれた方にはいいことあるかも!?)

本書を通じて、あなたのお役に立てたなら幸いです。

あなたの新しい未来を切に願っております。