世界観構築ブートキャンプ DAY3
「AI時代のマネタイズ解体新書」

AI時代のマネタイズ問題

- そもそも何が問題なの？
- 別に今までと同じじゃないの？
- 思い出してほしい
  - AI＝競争を淘汰する装置
  - つまり
    - サービス競争
    - 価格競争
    - ニッチ戦略
    - などが通用しなくなっていく
  - 極論
    - ほとんどのサービスや商品はAIにやらせた方がいい
    - 今まで競争力だったものが競争力にならなくなっていく
- マネタイズとは
  - 期待値を生み、対価を貰い、期待値と同等、もしくはそれ以上を提供すること
  - 期待値が高ければ人はモノを買う
  - が、その期待値の作り方が変わった
- 今までは
  - 他と同等で、他より安い＝価格競争
  - 他よりも優れていて、他と同等の価格＝サービス競争
  - 他とは全く違う、比較できない価値＝ブランド競争
  - 基本的にはこれらの方法で期待値を作ってきた
  - 価格競争・サービス競争はAIのものになる
  - 残るのはブランド価値だけ
  - ↑この発想でマネタイズに取り組む必要がある
  - ブランド価値＝世界観
- つまり
  - 問題となるのは、「AIがあなたの競合になり得るのか？」ということ
  - もし、YESならもうヤバい
  - 冷静に自分のビジネスを考え直す必要がある

AI時代のマネタイズ戦略

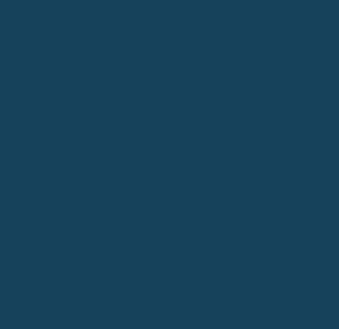
- シンプルに「如何にしてAIと競合・競争しないか？」
- 具体的には
  - ①世界観（物語）を売る
  - ②体験を売る
  - ③コミュニティを売る
  - ④お守りを売る
  - などが考えられる
- 例えば
  - 飲食店で考える
    - 最近面白いレストランに行ってきた
    - 京都の福知山にある「Nomiレストラン」
    - このレストランのコンセプトは「KIREAJI」
    - KIREAJIとは
      - 読んで字のごとく「切れ味」のこと
      - 包丁を極めた三兄弟がやっている
      - 切れ味で料理が変わる
      - KIREAJIを世界共通語にしたい
    - 彼らの物語は
      - 3歳、4歳から刃物を研ぐことに夢中になった三兄弟
      - 小学生になると五寸釘を熱して、叩いて、研いで、小さな刀にして遊んでいた
      - やがて料理にも目覚め、「命をいただくことの意味」を突き詰め始めた
      - 地産地消、ジビエ、自分たちで育てた食材を究極の切れ味で調理した、自分たちにしか作れない料理の体現をしている
      - まだ長男は24歳、三男は19歳ぐらい
    - 実際に行ってみて感じたのは
      - ①彼らの物語・世界観の面白さ
      - ②KIREAJIの体験としての面白さ
      - ③ちゃんと和食のコースとして成立させていることの凄さ＝言語化レベルの高さ
      - ④ネットワーク（コミュニティ）の強さ
      - 絶対にAIには生み出せない価値がある
      - 他のどのレストランとも競合していない
        -
          左が次男、右が長男
        -
          最初に出される鰹節
        -
          髪の毛の10分の1以下の薄さ
        -
          左がKIREAJI最強、右が刃に傷をつけている
        -
          究極のKIREAJI
        -
          切られたことに気づいていないきゅうり
        -
          KIREAJIを捨てたカツ
  - 物販で考える
    - 安く仕入れて売る＝NGになっていく
    - これからロボット産業革命が起こる
      - ＝何でも安く作れる
      - 安い＝競争力の時代が終わる
    - だから
      - 高くても売れるモノを売らないといけない
      - 例えば
        - ファングッズなどは高い
        - ブランド品は高い
        - 一点物やオーダーメイドも高い
      - つまり
        - 「如何に安く作って、市場価格よりも安く売るか」ではなく
        - 「如何に欲しいと思ってもらって、高くても喜んで買ってもらえるようにするか」を考えないといけない
        - そのためには付加価値が必要不可欠
      - 面白いのが
        - 今、インスタなどでプライベートブランドが意外と売れていたりする
        - デザイナーが自分で作って、自分で着て、インスタで見てもらって、自分で売る
        - 学生とかでも月100万円以上売れてたりする
        - 世界観→物販という流れ
      - 僕が思うに
        - 今後は「実店舗」の価値が高くなる
        - 世界観はオンラインで広め、実店舗で「体験」を売る
        - 店舗に行く人は、ウィンドウショッピングではなく、体験を求めに行っている
      - 例えば
        - 原宿で人気の「しなこ」というインフルエンサー
        - 彼女は原宿のタピオカ屋さんで働いている
        - つまり、店舗に行けば会えるし写真も撮れる
        - 「世界観」「体験」「コミュニティ」が付加価値となっていて、ドリンクが売れたり、グッズが売れていく
        - 「行く価値がある場所」を作ることが重要
  - コンテンツビジネスで考える
    - これまでは
      - お悩み解決がメインだった
      - 今でも
        - AIにコンテンツを作らせて、Noteで売るのが流行っているらしい
        - ファンを生まないコンテンツビジネスは、昔からあっという間に消えている
    - これからは
      - ①何かで興味を持ってもらい
      - ②世界観に沼ってもらい
      - ③体験を積み重ねてもらい
      - ④仲間になってもらう
      - ④まで考えないとコスパが悪い
      - 「楽して金を稼ぐ方法」ではなくなった
    - 僕の場合は
      - ①広告で興味を持ってもらい
      - ②コンテンツを通して沼ってもらい
        - 最初は低単価商品を買ってもらう
        - YouTubeを勝手に巡回してもらう
      - ③個別コンサルなどの体験を経て
      - ④オフ会などで集まれば絆が深まっていく
      - ↑ここまでがマネタイズの価値として設計されている
    - そして最終的には
      - 僕は「お守り」になると思っている
      - 極論、年に1回、挨拶にしか来なくても100万円払ってくれる
      - 勝手に付加価値を感じ、勝手に刺激を受け、勝手に成長してくれる
      - これが僕が最終的に目指す「人間パワースポット」の境地
      - AIと競合するわけがない
    - もっと言えば
      - 僕は他のビジネス系の発信者と競争している意識が1ミリもない
      - そもそもほとんど知らないし、興味もない
      - 最初はリサーチが必要だけど、世界観が確立されてくると比較対象にならない
      - 他に行きたければ行けばいいし、どうせいつかまた戻ってくると思っている
      - 戻ってこなければそれは縁がなかったというだけ
      - 僕は同業者に惑わされず、自分の付加価値を極めていけばいいだけ
- こうやって
  - ①世界観（物語）を売る
  - ②体験を売る
  - ③コミュニティを売る
  - ④お守りを売る
  - で、付加価値を生み出していくことで、AIやライバルとも競争しない、独占市場が生まれる
  - 「競争するな、独占しろ」とは、具体化するとこーゆーことになる

AI時代のマネタイズの設計図

- さらにこれを「設計図」にまで落とし込むとどうなるのか？
- 情報発信の設計図
  - ①体系化フェイズ
    - ここでしっかりと体系化しておく
    - 具体的には
      - 最低3×3×3で考える
      - コンセプト・ゴールに対してまず三本柱（〜五本柱）を立てる
      - 次にそれぞれについてまた3〜5の重要トピックを整理する
      - さらにそれぞれについて3〜5の具体的なトピックを整理する
      - こうすると
        - 大トピック3〜5
        - 中トピック3〜5
        - 小トピック3〜5
        - 合計39〜155トピックが作れる
        - これが情報発信の設計図になる
        - この体系の範囲内で情報発信をしていく
  - ②軸コンテンツ作りフェイズ
    - 体系化ができたら次にやるべきなのは、細かいコンテンツを量産することではなく、「大トピック」に関する軸となるコンテンツを作ること
    - よくある勘違いとして
      - 絞り込め、ニッチを狙え、などがあるけど、それは軸がないと失敗する
      - 軸となる体系やコンテンツがあるから、枝葉のニッチをやっていく意味が出る
      - 例えば
        - 理想のパン屋を作りたいなら、まずは理想のパンと理想のパン屋を定義する必要がある
        - その上で、手始めとしてカレーパン屋やメロンパン屋を始めるのは戦略として正しい
        - なぜなら、最初はリソースが少ないから
        - しかし、理想の定義がない状態で、ニッチを作っていくといつの間にかそれしかできなくなっていく
        - また、軸（理想）が共有されないとファンも生まれない
        - 理想のパン屋が共有されるからこそ、横展開した時に、ごっそりお客さんがついてきてくれる
        - だから軸コンテンツを先に作るべき
      - もちろん
        - DAY2でも言った通り、風呂敷を広げすぎると手に余る
        - 自分の今の実力で描ける、一番大きな風呂敷を広げよう
    - 軸コンテンツの用途は
      - ①宣言のため（自分のための言語化でもある）
      - ②沼らせるため（もっと深く知りたい人向け）
      - ③そのままプレゼントコンテンツにしてもいい
  - ③日々の発信・実験フェイズ
    - SNSでの発信やブログを書くこと
    - 体系化したモノをどんどん発信していく（39〜155トピックについて語っていく）
    - 徐々に「人気」にバラツキが出てくる
    - 発信→リアクションの確認（＝コミュニケーション）でキラーコンテンツの種を見つけていく
  - ④キラーコンテンツ作りフェイズ
    - 自分の世界観に沼ってもらうための「入り口」になるもの
    - 条件は
      - ただ人気なだけではダメ
      - 上目線で、前のめりな人が集まるもの
      - どんどん作って実験すればいい
    - これを
      - 広告に出したり
      - プレゼントにしたりする
      - あなたの情報発信と出会った人が、「必ず」通過するコンテンツになる
  - ↑DAY2で話したことを順番に整理するとこうなる
  - ここまでやると
    - 情報発信で迷うことはまずあり得ない（なぜなら体系化された設計図があるから）
    - 出会った人たちがスムーズに沼れる仕組みが作れる
    - コンテンツが増えていけばいくほど、コンテンツの質も上がるし、沼れる環境が整う
- マネタイズの設計図
  - もう十分に世界観が「伝わっている」前提で考えると
  - ①商品作り・サービス作り
    - 軸コンテンツを発展させたもの
    - 軸コンテンツを実現させるサポートやコミュニティ
    - 体験価値のあるイベント
    - ↑もうネタは出揃っているはず
    - 実際に集まった人たちとのコミュニケーションで決めていけばいい
  - ②オファー
    - ＝タイミング作り
    - 「今すぐ」申し込む理由を作る
  - あとはこれだけ
- 僕のビジネスの設計図
  - ①広告→キラーコンテンツ
    - 割り箸ライティング講座
    - AI時代の情報発信講座
    - 売れる商品を無限に作る方法
    - など
  - ②低額＆売りきりコンテンツ商品
    - ブートキャンプシリーズ
      - 29,800円→4,980円
    - リーダーのためのライティング講座
      - 30日間無料お試し
    - しっかりと締め切りがある
    - 買ってくれた人にさらに圧倒的な世界観を提供
  - ③コミュニティ活動
    - TRC（The Reborns Club）
      - 僕が直接サポートするコミュニティ
    - ENERGIZE（人間パワースポット化講座）
      - オンラインサロン的なもの
    - ↑ここの人数が自動的に増えていく仕組み
  - ↑実は死ぬほどシンプルにできている
  - 僕の場合
    - キラーコンテンツがもうばっちりあるから、日々のSNS発信をやらなくてもいい（やったほうがいいけど）
    - キラーコンテンツが広告で永遠に回っている
    - 情報発信の重要なターニングポイントは、キラーコンテンツの発見
    - キラーコンテンツが発見できたら、もう勝ちは確定だと言っても過言ではない

マネタイズにおいて最も重要なこと

- それは設計図ではない
- もっと重要なのは
  - 「ワクワク残高」を増やすこと
  - ワクワク＝期待値×信頼値
  - 人はワクワクするから、沼るし、普段と違う行動をとってくれる
  - ワクワク感があれば
    - もっとコンテンツを見たくなる
    - 実際に体験したくなる
    - 勇気が湧いて、行動したくなる
    - 握りしめるだけで勇気が湧くお守りにだってなる
- だから
  - 僕らは全ての情報発信・コンテンツにおいて「ワクワク残高」を増やすイメージを持つ必要がある
  - ワクワク残高が溜まっている状態なら、あとはきっかけ（オファー）さえ与えればマネタイズは簡単
  - 売れないのはワクワク残高が足りないから
  - ワクワク残高を増やすには
    - 「成長物語を共有する」が最も効果的
    - 成長物語とは
      - 失敗や挫折との振り幅
      - 必ず振り幅を作らないといけない
      - 「成長しっぱなし」はありえないし、胡散臭い
    - 成長物語を魅力的にする方法
      - 「実は…」の要素を入れるだけ
      - 例えば
        - 漫画でも同じ
        - 強キャラを思いっきり派手に登場させる
        - →過去の回想で「弱さ（別の一面）」を見せる
        - →急に沼れる魅力が生まれる
        - 例
          - HUNTER×HUNTERのメルエム
          - こち亀の中川圭一
          - ワンピースのクロコダイル
          - ドラゴンボールのベジータ
      - 上げる→下げる→さらに上げる、イメージ
        -

          多くの人の成長イメージ
        - 

          実際の成長物語
      - 振り幅が大きいほど魅力的に感じる
    - こう考えると
      - 僕らが売っているものの正体が見えてくる
      - ワクワク残高・成長物語を売っている
      - 全てはここに集約される
      - ワクワクが止まらなければ、ポチってしまう手も止められない

3日間のまとめ

- DAY1
  - 「情報発信のこれまでとこれから」
  - ①AI＝競争を淘汰する
  - ②競争しない世界線に行くしかない
  - ③競争しないには世界観が必要不可欠
- DAY2
  - 「最高の出会いを引き寄せ、沼らせるための世界観構築術」
  - ①誰と出会いたいのかを徹底的に明確にする
  - ②世界観を構造化・体系化する
  - ③沼れるコンテンツ群を作っていく
  - ④キラーコンテンツの発見がターニングポイント
- DAY3
  - 「AI時代のマネタイズ解体新書」
  - ①高くても買ってもらえるものを売る
  - ②設計図を描き、実行する
  - ③オファーすれば売れる状態を作る
  - ④そのために最も重要なのは「ワクワク残高」
- 統合すると
  - ①キラーコンテンツで出会い
  - ②世界観に沼り
  - ③ワクワク残高が溜まりまくったら
  - ④あとはそっと背中を押すだけ
  - ここまでをちゃんと設計して実行すること
  - 自分自身がどんどん成長いていくこと
  - ができれば
    - もう循環は止まらない
    - 成長物語は止まらない
    - ワクワク残高がさらに増えていく
    - 失敗する理由はどこにも見当たらない
  - くれぐれも
    - 行き当たりばったり
    - 思いつき
    - 一貫性のない情報発信
    - 再現性のない情報発信
    - には気をつけてください
    - 自分の首を必ず絞めることになるので（苦笑）

最後に

- 僕からの特別オファーがあります
- 「僕と一緒に世界観を構築して、ビジネスを盤石にしませんか？」※10名限定の予定
- 今回のオファーはシンプル
  - 「二人三脚サポート」です
  - つまり
    - 今回のブートキャンプで話した内容
    - さらにそれ以外のあらゆる必要なサポート、コンサルティングを二人三脚で行います
    - 僕が顧問になるイメージです
- 参加費は高額です
  - 1年間の二人三脚サポートで、費用は240万円（税込）です
  - サポートに制限はありません
  - ※物理的に可能な範囲なら
  - 例えば
    - 実際に今サポートをしている人には
    - ①広告用動画の台本添削
    - ②商品設計の提案
    - ③体系化のブラッシュアップ
    - ④プロモーションの監修
    - ⑤広告運用の監修
    - ⑥UTAGEの監修
    - など、想像以上に密にやっています
  - 僕は最終的には
    - 「お守り」になりたいので、依存させるようなやり方はしていません
    - 全部教えるし、成長してもらうことが前提です
    - 僕が一番やりたいことは「ワクワク」を世の中に増やしていくこと
    - ワクワク残高を増やす手伝いがしたい
- 今回は
  - 10名限定で半額の年間120万円で受け付けます
  - キャパ的にもこれが最後の募集かもしれません
  - 1年間で世界観の構築とビジネスの土台づくり、あるいは、売上の倍増を目指しましょう
  - 対象者は
    - ①今回のブートキャンプの内容をこれから実践したい人（ゼロイチでも大丈夫）
    - ②今のビジネスの世界観をさらに強化して、売上を倍増させたい人
    - 「世界観」が次の時代の「鍵」だと思う人
    - やることはシンプル
      - ①体系化
      - ②キラーコンテンツ化
      - ③仕組み化・自動化
      - ④マネタイズ
      - ⑤コミュニティ化
- まずは
  - 僕は「相性」を重視しているので、個別面談からスタートしましょう
  - お互いに希望の未来が見えたら、1年間、一緒にやっていきましょう！
  - ただし
    - 面談自体は無料ですが、ただ相談したい、話がしたいという人はご遠慮ください
    - 「二人三脚サポートを受けたい」という前提での最初の顔合わせとなります
    - お支払い方法は
      - 月々11万円×12回のクレジット分割払い（分割手数料10%上乗せ）
      - 120万円の銀行振込み一括
      - の2種類から選べます
    - 個別面談のお申込みは
      - 期間限定で締め切るのでご注意ください
      - 詳細はこのページの動画の下にあるはずです
      - それでは、直接お話しできることを楽しみにしています