

Forever YouTuber

目次

youtubeで稼ぐって？

ステップ1：最速で稼ぐために

ステップ2：永遠に稼ぐために

ステップ3：自動化システム構築

ステップ4：レバレッジをかけて一気に稼ぐ。

顔出しYOUTUBER 7つのデメリット

- ◆ 誹謗中傷などのリスクがある。
- ◆ 私なら子供や親に報告はできない。
- ◆ 綺麗に撮影するには、高価な機材などが必要。
- ◆ 動画編集も間の取り方やテロップなど専門知識が必要。
- ◆ 毎回同じ企画だと飽きるので、常に企画力が必要。。
- ◆ 動画作成時間が長い時だと5～6時間ほどかかる場合も。
- ◆ 年を重ねていくので永久的にyoutubeでは稼げない。

FYTノウハウとは

- ◆ 初心者、PCスキル、知識など関係なくほぼコピー動画で作成できる手法
- ◆ youtube市場がどんなに変更があっても稼ぎ続けられる。

どんな動画、企画力、PCスキル は？

- ◆ 英語などは必要なし。
- ◆ ゲームのレビューなどもしない。
- ◆ 顔出し無し
- ◆ 企画力などは不要。
- ◆ 高価な機材なども不要。

アニサキスメソッド

- ◆ 映画・ドラマに合わせて芸能人をピックアップ
- ◆ 芸能人の色々なネタをチョイス。
- ◆ 映画名orドラマ名＋芸能人名＋ネタでタイトル作成。
- ◆ 動画内容はテキスト＋画像＋音声。
- ◆ サムネイル画像、動画画像は直接的な画像は使わない。

youtubeアドセンスを安定させ

継続的に稼ぐ方法

パワーチャンネルを作り、
長く稼げるチャンネルを。

- ◆ 多くのファンを獲得するチャンネル
- ◆ ファンが増えれば。。。
- ◆ 定期的に見てくれる。
- ◆ 収益が安定してくれる。
- ◆ 新しいチャンネルに勢いがつく

アニサキス手法とは違う
攻め方

チャンネル登録者を増やして、 動画が少なくても稼ぎ続ける 仕組みづくり

- ◆ 毎日トレンドを追い続けるのは辛い。
- ◆ チャンネル登録者(ファン)ができる仕組みづくり。
- ◆ YOUTUBERはファンがいるからこそ成り立つ。
- ◆ ファン化を画像+テキスト+音声動画で行っていく
- ◆ ↓
- ◆ 特化ジャンルを作り、一つのカテゴリで攻めていく。
- ◆ ユーザーがどのような趣味趣向で、何を望んでいるのか。
- ◆ 望む動画を作っていく。

例 サッカーチャンネル

- ◆ 定期的にサッカー関連の動画を更新。
- ◆ 日本のサッカーではなく、世界のサッカー。
- ◆ 世界で活躍する日本選手をピックアップ。

- ◆ サッカーファンや、日本選手のファンなどが集まる。新着情報を常に更新する。
- ◆ 新しい情報が欲しい→このチャンネルを見よう

- ◆ チャンネル登録→ファンになる。
- ◆ 新着動画をファンには、定期的にお知らせ。

リサーチ→モデリング

- ◆ うまくいっているチャンネル・動画を徹底的に調べ上げ、真似をしていく。
- ◆ 自分が好き、面白いは関係なく、売れている動画を隅々まで真似をする。

上手くいくには理由がある。

参入ジャンルリサーチ



- ◆ 1、ライバルチャンネルリサーチ
- ◆ 2、チャンネルコンセプト、切り口決定
- ◆ 3、動画作成《タイトル・タグ・説明欄》
- ◆ 4、サムネイル作成
- ◆ 5、再生リストにも追加

データが溜まってきたら

参入ジャンルリサーチ



- ◆ 1、ライバルチャンネルリサーチ
- ◆ 2、チャンネルコンセプト、切り口決定
- ◆ 3、動画作成《タイトル・タグ・説明欄》
- ◆ 4、サムネイル作成
- ◆ 5、再生リストにも追加
- ◆ 『超重要！！』 《アクセス解析》からの分析

なぜ、この運営方法が
良いのか？

- ◆ チャンネルが育てば育つほど、運営が楽に。
- ◆ YOUTUBE上で上手く運営している人たちの真似をするのでハズレが少ない。
- ◆ 資産《お金》もたまるし、データも資産。
- ◆ 一チャンネル月に1～3万円稼ぐチャンネルを量産することも可能。
- ◆ →伸びがいいものをパワーチャンネルに育てる
- ◆ →伸びが悪いものは放っておいても、ジャンル選定がしっかりしていれば、データも溜まる。

成長は2次曲線

- ◆ ※セミナーのスライド図参照
- ◆ 再生回数
- ◆ チャンネル登録者数
- ◆ チャンネル登録者が増えることでどんどん再生回数が回ってくる。。

ジャンル選定

- ◆ 最初は、画像＋テキスト＋音声で構成されているもの。
- ◆ 次に画像＋テキスト＋音声で構成できるもの。
- ◆ 政治系・軍事系・ニュース系・恐怖系・感動系・芸能系・大喜利系・おもしろ系・決定的瞬間系・・・
- ◆ 喜怒哀楽などの感情が動くネタがあるもの。

リサーチ

- ◆ うまく運営しているチャンネルをモデリング
- ◆ 複数行うことで、比較ができ、各々の違いがわかる。
- ◆ テキスト化、デジタル化されているものは全て見る
- ◆ ジャンルの中でタイトルなど需要が多いキーワードを探す。
- ◆ キーワードの展開が難しいものは、ヒット動画を出すのが難しい。《企画力、ネタ次第》

企画力の例

- ◆ 海外の犬が巨大グモの縫いぐるみを着てドッキリを仕掛ける動画
- ◆ ※セミナー映像参照

リサーチポイント

- ◆ チャンネル名・URL
- ◆ チャンネル登録日(チャンネル作成日)
- ◆ 総再生回数
- ◆ チャンネル登録者数
- ◆ 累計動画本数
- ◆ チャンネルアート・背景画像

リサーチポイント

- ◆ TOPページの作り込み
- ◆ 再生リストのタイトル
- ◆ 各動画の再生回数
- ◆ 再生回数が多いTOP10の共通点
- ◆ TOP10のタイトル・タグ
- ◆ 動画説明欄の使い方

リサーチポイント

- ◆ サムネイルと特徴
- ◆ 再生数、評価とコメントバランス
- ◆ チャンネル全体を見ての雑感

コンサル生には、、、

3ジャンル、各10チャンネルずつ。

計30チャンネルリサーチ。

3 ジャンル

10 チャンネルの理由

- ◆ ジャンルごとに特性がある。
- ◆ 各特性を知ること、比較対象ができる。
- ◆ 見る側から、作る側の視点へ。
- ◆ 上手くいっているチャンネル、共通点がある
- ◆ そこを探し出してチャンネル、動画作成する。
- ◆ 細かい違いが、チャンネルが上手くいく違いになる
- ◆ TOPチャンネルの動向、癖を見ていくようにしていく。
- ◆ →結果が出るまでは、
- ◆ 自分のオリジナリティなどは一切入れない

チャンネルの判断基準

判断材料としては以下の3つで見る

- ◆ 累計動画数
- ◆ 総再生回数
- ◆ チャンネル登録者数

チャンネルの判断基準

- ◆ チャンネルA
- ◆ チャンネルB
- ◆ 動画本数 30本
- ◆ 動画本数 30本
- ◆ チャンネル登録者 100人 ◆ チャンネル登録者 100人
- ◆ 総再生数 10000回 ◆ 総再生数 5000回

どちらが将来的に伸びる可能性があるのでしょうか??

井上の場合・・・チャンネルB

- ◆ チャンネルAの場合
- ◆ 動画一本あたりの再生数 3 3 3 回
- ◆ 再生回数に応じたチャンネル登録率 3人/3 3 3再生
- ◆ = 1人/1 1 1回再生

- ◆ チャンネルBの場合
- ◆ 動画一本あたりの再生回数 1 6 6 回
- ◆ 再生回数に応じたチャンネル登録率 3人1 6 6回再生
- ◆ = 1人/5 6回再生

チャンネルの判断基準

- ◆ 判断材料としては以下の3つで見る
- ◆ 累計動画数 《50本以上》
- ◆ 総再生回数 《50万回以上》

- ◆ チャンネル登録者数

- ◆ リサーチ対象のボーダーラインを引く

共通点をまとめる

- ◆ 動画の構成・ネタ元
- ◆ サムネイルの画像やテキストの特徴
- ◆ タグ、タイトルでのキーワード
- ◆ 説明欄の使い方
- ◆ チャンネル名。チャンネルアートなど

リサーチまとめ

- ◆ 複数リサーチすることで、共通点や、違いがわかる。
- ◆ テキスト、数字化されている項目は全てチェック
- ◆ 定期的に行うことで相手の共通点などもわかってくる。
- ◆ 共通点をまとめ上げたら、モデリングチャンネルを決めて、今後の関連動画対策も視野に。
- ◆ リサーチが甘いといくら動画を作っても悲惨。
- ◆ 常に「なぜ？」という意識と、仮説を立てていく。

実際に作ってみる

- ◆ 作るソフトは全て無料でOK
- ◆ Winならばムービーメーカー、MACならばimovie。
- ◆ ボイスロイドに関しては無料ツールなど。
- ◆ MACは既存の読み上げソフト。
- ◆ 画像加工もGIMPなどのフリーソフトでOK。

作成での注意点

- ◆ タイトル
- ◆ サムネイル
- ◆ タグ
- ◆ 説明欄
- ◆ チャンネル概要
- ◆ 動画内容

タイトル

- ◆ リサーチから抜き出したキーワードを使う。
- ◆ キーワードでさらに展開して調べる 《サジェスト》
- ◆ 共通点が多いキーワードから動画を作る。
- ◆ 類似キーワードで同様の内容を作る。
- ◆ 全てを語らず、興味をひくタイトル構成
- ◆ 最初は自分で考えず、きっちりリサーチ→モデリング。

サムネイル

- ◆ (画像はセミナー動画参照)
- ◆ 白、赤などは注意を引きやすい。
- ◆ 背景に応じて目立つ色が違う

タグ

- ◆ タグとは、YouTubeのシステムに認識させ、
- ◆ 動画を見つけてもらいやすくするためのキーワード

- ◆ 自分独自のタグを入れる。
- ◆ タイトルにあるキーワードも盛り込む
- ◆ 数を入れ込みすぎるとスパムと見られる
- ◆ モデリング先を同じようなタグも入れる。

説明欄

- ◆ 視聴者やYouTubeの検索システムが内容を把握するために重要な役割
- ◆ 最初に、1～3分程度の簡潔な文章で動画に関する説明
- ◆ 説明に関連性のあるキーワードを含める
- ◆ チャンネル登録、関連動画《自分・モデリング先》、再生リストなど
- ◆ 各動画共通のチャンネル キャッチコピー。

チャンネル概要

- ◆ コンセプト、意味、見て欲しい人へのメッセージ。各種リンクの配置など
- ◆ どのようなチャンネルで、どのような人に見てもらいたいのか。
- ◆ 自分の他のチャンネルリンク
- ◆ キャラクターを決めて、演出していくのも大事。

チャンネル成長を見る

- ◆ まず30動画入れる。
- ◆ 再生リストも30個作成。
- ◆ データを貯めるまで作成。
- ◆ データが貯まらない場合は、100本ほど動画を入れる。

再生リスト

- ◆ 1度にまとめて、順番に再生してほしい一連の動画をグループ化できるアルバム
- ◆ 自分の動画だけの再生リスト
- ◆ 自分の動画、モデリング先の動画のmix
- ◆ 再生リスト内の順番でアクセスを流入。
- ◆ 「人気の動画」や「最新動画」を作成し、視聴者がチャンネル登録する可能性を高める。

ボーダーライン

- ◆ リサーチ結果の上位5位チャンネルの平均値
- ◆ 最初は、平均値の60%でOKとしている。
- ◆ 数をこなせば、平均値に近づいてくる。

データが出るまで動画を作る

- ◆ まずは5本入れてみる。
- ◆ 次に30本動画作成・再生リストも作成。
- ◆ データが貯まらなければ、100本まで作成
- ◆ 必要なデータを集めていくために、リサーチした結果、モデリング先のキーワードなどで動画作成していく。

アナリティクスデータ活用

どこを見るべきか？

- ◆ ユーザー層
- ◆ トラフィックソース
- ◆ 視聴時間・視聴維持率
- ◆ 端末

ユーザー層

- ◆ チャンネルコンセプト・動画で集まる人が違う。
- ◆ 「人」に応じて、見せ方・内容を変えていく。
- ◆ 動画単位でも見えるので、
- ◆ 年齢層ごとに好きなテイストがわかる。

視聴時間・視聴維持率

- ◆ 視聴時間が長い理由。短い理由を探る。
- ◆ 視聴時間が長いネタ選びをうとさらに良い。
- ◆ 視聴時間・維持率のバランス

トラフィックソース

- ◆ アクセスが多いキーワードで横展開していく
- ◆ 類似キーワードで横展開していく。
- ◆ どの動画からのアクセスが多いのか。

端末

- ◆ スクロールスピード・画像の大きさ・文字色
など

データをフル活用

- ◆ 視聴維持率が高い理由。低い理由。
- ◆ キーワードの動画内容のコメント、評価など
- ◆ トラフィックソースからの横展開。→アクセスが多いキーワードなど。
- ◆ 関連動画先のモデリング。関連度を高める。
- ◆ →タグ、説明欄だけではない。
- ◆ →タイトル、内容、アップロード日など。
- ◆ →モデリング先の新着動画に載せていく。

チャンネル運営ポイント

- ◆ キャラを立てることも重要。
- ◆ 定期的な更新→予約投稿など
- ◆ 再生リストの活用→最新動画、カテゴリー毎のまとめなど。
- ◆ チャンネル登録お願いします動画。
- ◆ アノテーションの活用。
- ◆ google+の活用。
- ◆ コメント欄の活用。→丁寧なお礼など。
- ◆ 動画が面白いのも大事だが、チャンネル主のファンになってもらう。

常にデータをもとに改善していく。

PC奥の「人」が常に何を見ていて、どのような考えで動画にたどり着いたのか。

ここを常に考えていく。

ここを身につければ、永続的に稼ぎ続けることができる。

youtubeだけでなく、

youtubeを見ている「人」を意識できるので、

youtubeというプラットフォームが変わっても、

稼ぎ続けることができる。

独自チャンネル運営まとめ

- ◆ リサーチを隅々まで行いモデリング先を見つける。
- ◆ 最初は上手く運営しているチャンネルを真似る。
- ◆ 最初は一つのチャンネルで月に3万円を目指す。
- ◆ チャンネル登録者が増えるほど、再生回数も伸びるので、視聴者が何を求めているのかを探る。
- ◆ アナリティクスは週に一回しっかりと確認。
- ◆ データのアウトプットは、常に見れるように。

完全自動化マニュアル

仕組みづくり

動画作成～チャンネル運営まですべて。



外注化

外注化は

- ◆ 難しい...？
- ◆ →意外と簡単！

外注化の3ステップ

- ◆ 集める
- ◆ 作らせる
- ◆ 成長させる

集める

- ◆ 外注を募集する
- ◆ @soho
- ◆ クラウドワークス
- ◆ ランサーズ

募集時に伝える事。

- ◆ やって欲しい事。→内容や、本数、期日など。
- ◆ 動画一本あたりの単価。→最初は安く設定
- ◆ 初心者大歓迎。→未経験者の方が単価が安い。

ちよつと裏技

- ◆ youtubeや動画作成で検索すると、
- ◆ 参考募集文面が出てくる。
- ◆ 自分が行いたい内容に書き換える。

作らせる

- ◆ 先にpdf、動画を渡す。《最初は動画作成》
- ◆ →BB FlashBack、カムタジア、Bandicamなど
- ◆ 普段行っていることを説明しながら動画を作る。
- ◆ スカイプで動画共有を行いながら作ってもらい指導。
- ◆ 納品はチャットワークやクラウド型サービス
《dropboxなど》の利用

成長させる

ここで大半が諦める

- ◆ 多くの人が集まるので一人成長させるのに、ストレスを抱えて、やめていく人が多数。
- ◆ ここができないから自分で常に行動し、時間を使い疲弊していく。

どちらがいい??

- ◆ A, 1日22時間×4ヶ月で月収100万円
- ◆ B, 1日2時間 売り上げ100万円
- ◆ 外注費20万円 利益80万円

完全手放し、自動化への
外注化戦略

サムネイル、タイトル付け、タグ、説明欄、 動画作成、アップロードはまず自分で

- ◆ 最初から全てできる人はいない。
- ◆ できる人を探すとかなりの時間と費用がかかる
- ◆ 簡単に成長させるためのポイントを押さえないと、人間関係でストレスを抱える。
- ◆ 例「Aさん全然仕事できねえ。。」
- ◆ →シビアな話仕事が出来ない人は切ればいい

成長させるために、、、

褒める、褒める、褒める。

- ◆ 動画作成をさせて、褒める。
- ◆ サムネイルを作らせて、褒める。
- ◆ タイトルを作らせて褒める。

- ◆ そして、たまに、、、
- ◆ クールに物申す。

信頼関係を成り立たせて、
動画をアップロードしてもらおう。

外注化前提の場合は、
新規アカウントを使用。

井上の場合

- ◆ リサーチ、データをもとにチャンネルを作成。
- ◆ 動画を5本ほど作成。→自分or外注さんA
- ◆ 30本動画作成→外注さんB 《外注さんAから指導》
- ◆ 伸びが良ければ作成続行→外注さんC、D、 《外注さんBから指導》

外注化の3ステップ

- ◆ 集める
- ◆ 作らせる
- ◆ 成長させる

月収1088万円を達成した全て。

- ◆ YOUTUBEだけで終わらせるのはもったいない。
- ◆ 実績が出たからこそ、ハイレバレッジが効く。

100%の安全はない。

- ◆ 過去の経験から、、、
- ◆ 規約が変わることも、、、
- ◆ もうあんな思いはしたくない、、、

リスク分散と
レバレッジを生かす。

ハイレバレツジには

- ◆ 情報発信
- ◆ 独自教材販売
- ◆ コンサル

情報発信

- ◆ 日頃の気づき、アウトプットとして。
- ◆ 一回のメールで情報、ノウハウ提供。
- ◆ その日にネタがなければ、過去の経験、ノウハウ集からピックアップ。
- ◆ アフィリエイトの流れステップメール化。

独自教材販売

- ◆ 日頃の気づき、アウトプットとして。
- ◆ アウトプットで音声・動画作成。
- ◆ 過去の悩みを読み返し、自分自身で音声、動画で解答していく。
- ◆ 今までやってきたノウハウの細かい部分

コンサル

- ◆ 全て面談をしていく。
- ◆ 今までの流れをコンサル。
- ◆ 添削を繰り返し、物事の見方、捉え方、進み方を提示。
- ◆ 人生初のコンサル～今のコンサルまでの価格差は14倍。

ステップ3までできていたら、
誰でもできるカリキュラム。

- ◆ ここまでの道のりを最大限に活かす。
- ◆ あとはあなたがするか、しないか。

コンサル生達に伝えている全て。

カリキュラムの中に全て達成できる理由がある。

- ◆ ステップ1～ステップ3までを情報発信、教材化、コンサルできるレベルまでの道のり。

毎日のインプットや、経験、
体験などをアウトプット

- ◆ この積み重ねが全てネタになりコンテンツ。

やっていたこと

- ◆ 毎日の体験や、経験気づきなどをメールで発信。
- ◆ メールで発信したものをブログ、フェイスブックで発信
- ◆ 無料スカイプ相談や、オフ会 《情報収集》
- ◆ 実際にあって、新しいネタ話や、気づきを得る。
- ◆ 稼げていなかった時の悩みを全てコンテンツ化。
→それがコンサル用商品、コンサルカリキュラム。

最後にメッセージ

ここまで変化できた理由

自分にしかできないこと

後悔しない決断

死

覚悟

最悪な未来の予想

家族

自分にしか幸せにできない人