

動画解説まとめ 02 / AI活用

AIリサーチ 4つの質問と企画への生かし方

誰が欲しいのか、誰が売っているのか、いくらか、やってよいか。4つの質問とAIの使い分けを、動画内のLINEスタンプ・SNS企画の実演に沿って整理しました。

この動画の要点

何を作るかを決める前に、誰が欲しがり、どんな条件なら買うのかを調べるのがテーマです。リサーチの目的を決め、需要・競合・価格・ルール of 4点をAIで調査する考え方を解説。GrokでXの声を集め、Claudeなどで動画企画へ整理する実演に加え、出典や日付の確認、複数AIでの比較、提案が自分の主張や現実に合うかの見直しまでまとめています。

01 調べる前に、何のためのリサーチかを決めてAIに伝える。

02 需要・競合・価格・ルールの4つを調べ、作る前の判断材料を集める。

03 情報収集と、集めた情報を企画に変える作業を分けて考える。

04 出典と日付を確認し、AIの回答をそのまま根拠にしない。

05 人々が望むことと、実際に提供できることの両方を確認する。

資料の使い方

動画の要点を読み返し、紹介した手順を実践するときにお使いください。本文の時刻を押すと、元動画の該当箇所を開けます。

元動画：AI×リサーチの使い方と稼ぎ方

<https://www.youtube.com/watch?v=zl4KfhW5sjY>

最初に決めるのは、リサーチの目的と相手

動画の該当箇所 7:29 / タップして開く

動画では、LINEスタンプを作るなら何を作るかと聞かれると、猫や犬などの題材が先に浮かびやすいと指摘します。しかし、副業として販売したいなら、先に考えるのは誰が買い、どんな場面で使うかです。自分が作れるものだけから出発せず、相手の需要を確かめて制作につなげます。

AIに流行を尋ねるときも、単に今何が流行っているかでは範囲が広すぎます。AI副業を扱うチャンネルの次の動画を探すなら、その発信テーマと目的を先に伝えます。世間で話題でも、自分の視聴者に関係が薄い話題を選ぶと、調べた結果を使いにくくなります。

後半では、工場勤務の人が挨拶に使うスタンプなど、誰向けかが見える例も紹介されます。同じ動物の絵でも、使う人や用途まで決まっているかで企画の具体性が変わる、という考え方です。

- ・ 目的：投稿の題材探し、商品を作る前の確認、副業の選択など。
- ・ 相手：誰の悩みや用途に応えるのか。
- ・ 条件：対象ジャンル、地域・言語、調べたい期間を必要に応じて伝える。

質問①需要 ②競合 ③価格 ④ルールを調べる

動画の該当箇所 10:26 / タップして開く

動画は副業のリサーチを4つの質問に整理しています。以下は実演された依頼の趣旨を読みやすく要約したもので、長い定型文を暗記するより、自分が何を確かめたいかを理解して使うことが勧められています。

①誰が欲しがっているか。LINEスタンプを例に、現時点で買う人・使う人がいるか、売れているジャンルと飽和しているジャンルを出典付きで調べます。副業自体への需要と、その中で狙うジャンルの需要を分けて考える質問です。

②誰が既に売っているか。実際に取り組んでいる人を探し、ジャンル、価格、売り方、投稿頻度などの共通点を表にします。動画では10人を探す例が示されます。参考にするのは運営の考え方で、他者のデザインをそのままコピーすることではないと説明されています。

③いくらで売られているか。安い・中程度・高い価格帯に分け、それぞれ何を提供しているかを調べます。安価で多数販売する形と、高価格で手厚い内容や支援を提供する形を比較します。値段だけでなく、サービス内容まで対応づけることが重要です。

④やってよいか。販売先の公式ページから、AI生成物の取り扱いや禁止事項を調べます。動画ではLINEスタンプを例に、AIを使ったことの申告などに触れています。規約は変わるため、過去の解説を覚えるだけでなく、取り組む時点の公式情報を調べ直すという趣旨です。

- ・ 需要：買う人・使う人はいるか。どんな用途や悩みがあるか。
- ・ 競合：既に売っている人は、何をどう売っているか。
- ・ 価格：価格帯と、その価格で受け取れる内容は違うか。
- ・ ルール：公式規約上、何が認められ、何が禁止されているか。

AIを、情報収集と企画づくりで使い分ける

動画の該当箇所 16:23 / タップして開く

動画ではChatGPT、Gemini、Claude、Grokを比較しています。あべさんは撮影時点の自身の評価として、ChatGPTは費用と機能のバランス、GeminiはYouTubeの調査、Claudeは調査後の整理や提案、GrokはX上の人の声の収集に使いやすいと説明しています。これは動画時点の使い分けで、現在の性能順位を断定したものではありません。

大事なのは、1つのAIですべて完結させることにこだわらず、調べる作業と考える作業をつなぐことです。人が何を買ったか、どこで失敗したか、何に困っているかといった投稿を集め、その調査結果を別のAIへ渡して企画や台本に変える流れが実演されます。

課金については、頻繁に調べる場合に無料版の回数制限が作業を止めるという観点で説明されています。すべてのAIへ課金することを勧めているわけではなく、比較や補助には無料プランを使う例も挙げられます。料金や利用回数は変わるため、ここでは固定の費用表として扱いません。

- ・ 収集するAI：対象の情報源から声や事例を集める。
- ・ 整理するAI：対象者・目的に合う案にまとめる。
- ・ 人の役割：提案が自分の発信や提供できる内容に合うか判断する。

実演：Xの声からYouTubeの企画候補をつくる

動画の該当箇所 23:13 / タップして開く

最初はGrokに、AI副業について直近1週間にXで何が話題かを尋ねています。回答には、初心者が最初の収益に届かず悩む声や、取り組みの進捗を発信する話題が出てきました。ただし、広いテーマの一覧だけでは、そのまま撮影する企画としてはまだ曖昧です。

そこで、AI副業を教えるYouTubeを運営していることを伝え、直近7日・日本語の投稿という範囲を指定。実践者が何に組み、何に困っているかと、判断の材料になる投稿内容を集めます。その結果をClaudeへ渡し、視聴者が超初心者であること、次の動画の題材を探していることを追加します。

次の依頼は、視聴者に合う動画ネタを10個、理由と調査結果のどの部分が根拠かを付けて提案することです。調査用の質問自体を、先にClaudeなどに考えてもらう方法も紹介されています。単なるネタ出しではなく、集めた声と企画の対応関係が見える形にしています。

- ・ 調査の範囲を指定して、悩みや行動の声を集める。
- ・ 調査結果を渡し、チャンネルの対象者と企画の目的を追加する。
- ・ 企画ごとに、理由と根拠になった調査内容を出してもらう。

出典・日付・比較で、調査結果を確かめる

動画の該当箇所 29:38 / タップして開く

AIは存在しないサービス名を出したり、古い情報を現在の話のように説明したりすることがあります。動画は対策を3つ挙げています。まず、出典付きで答えるように依頼し、リンク先を自分で確認すること。根拠が提示されていない回答は、そのまま採用しないという考え方です。

次に、2つ以上のAIへ同じ質問をして回答を比較します。違いがあれば確認すべき点を見つけられます。ただし、複数AIの回答が一致しても、元情報が正しいと確定するわけではありません。出典を直接見る作業と組み合わせて使います。最後は現時点という条件、できれば調べる日付を質問に入れることです。

この確認はルールや料金だけでなく、需要や競合の話にも必要です。AIが整った表を返しても、いつの情報か、何を根拠に売れていると判断したのかまで見てから、制作や販売の判断に進みます。

- ・ 出典を求め、リンク先の内容を確認する。
- ・ 複数AIの回答を比較し、食い違う点を調べる。
- ・ 日付・対象期間を指定し、古い情報の混入を確かめる。

提案を採用する前に、自分の主張と実現性を見直す

動画の該当箇所 43:17 / タップして開く

後半の実演では、AIが出した10案をそのまま採用せず、あべさんが1つずつ検討します。副業を選べずにいる人へ順番を示す企画には関心を示し、既存の視聴者が最初の一步を踏み出せる内容へ掘り下げています。

一方で、案件の受託をやめるよう勧める案は、自分の主張と合わないと判断しています。また、1日20分しかない人向けの企画では、時間の短さが魅力でも、実際に20分で何ができるかを確認してから進めると説明。人が望む話題と、実現できる方法は別だと考えています。

具体的には、気になった提案を引用して、どこが良いか、何が疑問か、自分の考えを追加して相談を続けます。使える時間の数字も固定せず、現実に合わせて30分や1時間になる可能性を残しています。AIの提案に自分の経験と判断を加える部分まで含めて、リサーチの実践です。

- ・ 視聴者の需要があるか。
- ・ 自分の発信したい内容や経験と合うか。
- ・ タイトルで約束することを、実際の内容で満たせるか。

自分の段階に合わせてリサーチを使う

動画の該当箇所 31:59 / タップして開く

まだ副業を始めていない人は、得意なこと、使える時間、持っている機器、何をを目指すかを伝え、副業選びから相談します。継続した収入を目指すのか、まず一度販売を経験したいのかによって選択肢が変わるためです。

既に始めている人は、次の商品や投稿を作る前に調査を挟みます。動画では、LINEスタンプを10個出して売れないなら、11個目を同じように作る前に調べる例が紹介されます。また、リサーチ自体の受託案件も選択肢ですが、動画では単価が高いとは限らず、調査や納品の経験として捉える考え方が示されています。

- ・ 未経験：条件と目的を整理して、始めるものを1つ決める。
- ・ 実践中：次の制作前に、需要・競合・価格・ルールを見直す。
- ・ 受託：依頼された条件で調査し、相手が使える情報になっているか確かめる。

実践の進め方

01 調べる目的を1文にする

どの相手に何を届けるための調査かを決め、AIへ最初に伝えます。

動画 7:34

02 4つの質問で材料を集める

需要・競合・価格・ルールを出典付きで調べます。自分の副業に合わせて質問の対象を置き換えます。

動画 10:30

03 根拠と対象期間を確かめる

出典を開き、日付を確認し、必要に応じて別のAIにも同じ質問をして比較します。

動画 30:03

04 調査結果から具体案を作る

対象者と目的を補足して案を出してもらい、各案の理由と調査上の根拠を付けます。

動画 28:40

05 自分の判断を加えて選ぶ

自分の主張に合うか、実際に提供できるかを確認し、疑問や意見をAIに伝えて絞り込みます。

動画 46:37

AIへの相談例

編集部が作成した活用例です。動画内の発言をそのまま書き起こしたものではありません。

【編集部による活用例。動画内の逐語プロンプトではありません】この資料を根拠に、私の副業や発信に必要なリサーチを手伝ってください。記載外の補足は区別し、私の状況を質問してから進めてください。目的、対象者、今取り組んでいること、使える時間を確認し、需要・競合・価格・ルールの4点から必要な調査を決めてください。調べた情報には出典と日付を付け、確認できない売上や需要を推測で断定しないでください。最後に、調査結果を根拠に候補を出し、私の経験や実現可能性を確かめてから次の一步を決めてください。

資料について

- ・ YouTubeの日本語自動字幕をもとにした編集要約です。動画内の調査結果そのものを再検証した報告書ではありません。
- ・ AIの性能比較、料金、販売ルールは撮影時点の説明・登壇者の評価です。現在の仕様を示すものではありません。
- ・ 複数AIの回答一致だけでは正しさは確定しない、という点は資料を使う際の編集上の補足です。
- ・ 収益や継続率など、字幕だけでは調査根拠を確認できない数字は一般的な成功率として掲載していません。