

動画解説まとめ 05 / 実践者の事例

AI×クラウドファンディング 商品づくりからSNS集客まで

AIで考えた置物をクラウドファンディングで商品化した実践談。企画画像、製造先への相談、審査対応、4コマ漫画の集客、展示会への展開を順番にまとめました。

この動画の要点

滋賀県で小売事業を営む実践者が、AIと相談してオリジナルの置物を企画し、Makuakeで撮影時点までに約115万円の支援を集めた経緯を語ります。画像生成だけでなく、製造先探し、審査への対応、Instagramの4コマ漫画による集客、活動報告の再利用までAIを使った例です。商工会・製造先・社員の協力もあり、AIだけで自動的に完成した事例ではない点を含めて整理しました。

01 漠然とした商品案をAIとの会話と画像生成で具体化し、製造先へ伝える材料にする。

02 審査担当者からの指摘をAIへ渡し、対応案を考えて実行・報告する。

03 募集ページを公開した後も、SNSから見つけてもらう導線をつくる。

04 AIの4コマ漫画や活動報告を、商品と支援者をつなぐ発信へ使う。

05 支援総額と利益を区別し、製造や納品に必要な現実の作業を考える。

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に相談してゼロから始めた副業の実践談

<https://www.youtube.com/watch?v=078pr4oQRGI>

出発点は、既存の小売事業から自社商品を作りたいという思い

動画の該当箇所 2:13 / タップして開く

登壇者は、招き猫など和のインテリアをメーカーから仕入れて販売していた個人事業者です。自社商品を持ちたいと考え、地元の信楽焼で制作できないかと商工会に相談しました。紹介された組合を通じて複数の製造先を回り、引き受けてくれる先が見つかったところから話が動いています。

動画の「何もないところから」は、新商品の実物や具体的なデザインがなかった段階を指すものとして理解できます。後半では、個人事業を始めて約3年、小売やネット販売に取り組んでいた経緯が語られます。全く事業経験のない人が、AIだけで資金を得たという例には置き換えません。

最初から展示会や大きな取引まで決まっていたわけでもありません。オリジナル商品を作りたいという思いを起点に、製造先への相談、AIによる画像化、資金の募集、販売先の開拓へと段階的に進んだ事例です。

- ・ 既に扱っていた商品：招き猫などの和のインテリア。
- ・ 新しく実現したいこと：地元の焼き物でオリジナル商品を作る。
- ・ 最初の相談先：商工会、紹介された組合、実際に製作する事業者。

商品案をAIで画像にし、作り手と共有する

動画の該当箇所 4:35 / タップして開く

当初は信楽焼で招き猫を作る発想でしたが、AIと話し合う中で、信楽焼で有名なたぬきと招き猫を組み合わせる案へ進みます。最初の生成画像は白い招き猫にたぬきの要素が少し入ったもので、そこから修正を重ねて形を絞り込んだと話しています。

画像づくりではChatGPTとGeminiに同じ質問を投げ、良い部分を比較しています。最終的に募集で使った画像はGemini側で作ったものだと説明。AIのブランドを先に固定するより、実際に出た案を見比べ、目的に合うものを選んだ使い方です。

製造先から翌日に絵を持ってくるよう言われた際は、社員と一緒に案を考え、AIで画像を準備しました。さらに、前・後ろ・横など4方向から見たイメージを用意し、作り手が形を理解しやすい資料にしています。本人は最終的な画像づくりに3〜4時間ほどだったと振り返りますが、これは本人の一例です。

ここでのAI画像は完成品そのものではなく、作りたい形を伝えるための設計イメージです。動画でも元の画像と実物には違いがあると話しています。画像ができた後に、実際の素材や製法でどう作れるかを製造先とすり合わせています。

- ・ 会話しながら、既存商品の要素を組み合わせる。
- ・ 複数の画像案を比較し、修正して意図へ近づける。
- ・ 複数方向の見え方を用意し、製造先への説明に使う。

クラウドファンディングの準備を、AIとの相談で進める

動画の該当箇所 5:28 / タップして開く

商品を製造する型には20万〜30万円ほどかかると聞き、その費用の足しにできればという考えでクラウドファンディングを始めています。動画では、実現したい企画に支援を募り、完成品などのリターンを届ける仕組みとして説明されます。

本人はクラウドファンディングに詳しくはなかったわけではなく、進め方やサービスの選択もAIに相談しています。Makuakeを選んだこと、掲載用の文章や戦略を考えたこと、審査担当者から届いた指摘への返答を考えたことなど、画像以外の場面にも利用しています。

特に実物のサンプルがまだない状況では、実現可能性を示すための審査があり、型の制作が進んでいることなどを説明する必要があったと語ります。AIの回答だけで審査が完結したのではなく、担当者からの案内を受け、必要な準備や資料を作り、提出する作業を本人が行っています。

進め方は、AIに質問し、提案されたことを実行し、その結果や新しい指摘を再びAIへ報告するという往復です。細かな入力文そのものは公開されていないため、この資料では逐語的な審査用プロンプトを作ったことにはしていません。審査条件も当時の本人の経験として扱います。

- ・ 費用の理由を整理する：何を作るために、どの工程で費用が必要か。
- ・ 掲載の準備を進める：企画の説明、画像、実現可能性を示す材料。
- ・ 指摘に対応する：担当者の案内をAIへ渡して整理し、実行後に報告する。

支援が伸び悩んだ後、AIの4コマ漫画で集客する

動画の該当箇所 9:15 / タップして開く

募集開始時はサイト内の新着表示などから見つけてもらえ、本人によると開始15分で目標の10万円、2日目で約45万円に到達しました。その後は露出が減り、支援の伸びが止まったため、自分から宣伝する必要があると考えたと話しています。

参考にしたのは、あべさんのチャンネルで紹介されたAIの4コマ漫画です。その方法をそのまま別事業にするのではなく、自分の商品をキャラクターにした漫画をInstagramへ投稿し、Makuakeの募集ページへ案内するために使いました。学んだ制作手段を、自分の既存事業の集客へ組み込んだ例です。

Instagram以外にX、YouTubeのショート動画、noteも利用しています。Makuakeの活動報告として書いた文章は、AIで変化を付けてnoteにも使ったと説明。一度書いた進捗を、そのまま放置せず、別の場所でも伝える発信へ展開しています。

本人はInstagramが最も良かったと語り、Makuake側の流入データでInstagram経由が全体の約20%になったと報告しています。撮影時点の支援総額は約115万円。ただし、増加した約70万円がすべてInstagramだけによるものと切り分けて検証されたわけではないため、複数の発信を行った後の本人の経過報告として読みます。

- ・ 4コマ漫画：商品キャラクターを知ってもらい、募集ページへ案内する。
- ・ 活動報告：制作の進捗を支援者へ伝え、noteなどの発信にも生かす。

- ・ 流入の確認：どのSNSから人が来ているかを管理画面で見る。

集めた金額と、商品化にかかるお金を分ける

動画の該当箇所 16:20 / タップして開く

AIの利用については、画像生成を主に無料枠で進め、一部の文章・戦略づくりに使うツールには課金したと話しています。無料枠の上限に達したら翌日を待つこともあったとのこと。課金先のプラン名などは字幕が不鮮明なため、ここでは特定の料金やプランを断定しません。

一方で、AIが無料で使えることと、商品を作る費用がかからないことは別です。この事例には型代や実物の製造があり、支援者へ商品を届ける工程があります。約115万円は募集で集まった額で、そのまま個人に残る利益ではありません。

対談中は利益についても話題になりますが、字幕では型代への言及を含めた細かな内訳が確認できません。そのため、正確な利益率は本資料では算出しません。また、動画で出品の費用がかからないと話している部分を、製造や各種手数料も含めて完全無料と読み替えないことが必要です。

この事例から整理できるのは、何に費用を使うのかを具体化し、集まる金額と製造・提供に使う金額を分けて見るという点です。利用するサービスの現在の手数料や条件は、この対談だけでは分かりません。

- ・ 支援総額：撮影時点までに集まった金額。
- ・ 支出：型づくり、製造など、実物を用意するための費用。
- ・ 未確定の情報：費用の全内訳、最終利益、撮影後の最終結果。

展示会や取引先への展開は、人との協力で進んだ

動画の該当箇所 17:35 / タップして開く

取材の場所は東京ビッグサイトの展示会です。出展は商工会からの紹介がきっかけで、小さい事業者を支える機会として案内され、支援も受けたと話しています。会場では卸売などの取引につながりそうな連絡を得ており、今後の商品展開を考えている段階でした。連絡先の交換や商談の見込みと、確定した売上は区別します。

商品キャラクターを使ったTシャツも用意し、自分たちで着用しながら販売しています。本人によると、Instagramの4コマ漫画を見た人が会場を訪れ、Makuakeでの購入やTシャツの購入につながった例もありました。オンラインの発信と、会場で商品に触れる機会が繋がった事例です。

後半の振り返りでは、商工会、組合、製造先、社員など周囲の協力が繰り返し語られます。社員も最初は出品作業やSNSに不慣れでしたが、教わりながら実践し、作業が身に付くにつれて楽しくなったと話しています。AIへの相談を、人へ相談することや現場の作業と組み合わせていた点を残しておきます。

あべさんは、最初から展示会や大きな規模を目指すことだけを考えると難しく感じるため、まず作りたいものをAIへ伝えて画像にするなど、見える範囲から進める考え方を示しています。本資料の実践順は、対談の経緯を整理したもので、同じ支援額を再現する保証ではありません。

- ・ AIへの相談と、現場を担う人への相談を組み合わせる。

- ・ 最初の実物化で得た経験を、次の商品や販路の検討へ生かす。
- ・ 目標として語られた将来の売上と、撮影時点の結果を分ける。

実践の進め方

01 作りたいものをAIに話す

動画の話を実践順に整理。自分が扱っている商品や地域の素材などを伝え、形にしたい案を会話しながら具体化します。

動画 4:35

02 画像にして作り手へ相談する

候補の画像を比較・修正し、必要に応じて前後左右の見え方も準備します。動画では商工会や組合を通じて製造先に相談しました。

動画 17:00

03 必要な準備を実行して報告する

掲載先や製造先から求められたことをAIと整理し、対応してから結果をAIに伝えます。審査側の指摘も相談の材料にします。

動画 7:20

04 募集と発信をつなぐ

商品を題材にした4コマ漫画や活動報告を発信し、募集ページへ案内します。流入データで反応を確認します。

動画 10:06

05 結果と次の機会を整理する

支援額と費用を区別し、実物化で得た経験や取引先との接点を次の商品・販路の検討へつなげます。

動画 19:46

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、私が作ってみたい商品の構想を整理してください。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。まず、既に扱っている商品や経験、作りたいもの、相談できる製造先、用意できる時間と資金を聞いてください。その後、企画を画像で伝えること、製造先への相談、募集の準備、SNSでの発信を分けて、次に確認することを提案してください。支援総額と利益を混同せず、動画の成功例を私の見込み売上として扱わないでください。現在の手数料や審査条件が必要な場合は、公式情報の確認事項として分けてください。

資料について

- ・YouTubeの日本語自動字幕をもとにした対談要約です。発言が不明瞭な人名・屋号・課金プランの表記は断定していません。
- ・115万円などの数字は撮影時点の本人の報告です。現在の最終額や、すべての費用を差し引いた利益を示しません。
- ・AIの無料枠、サービスの審査や手数料は当時の経験です。現在の利用条件は別途確認が必要です。
- ・支援額と利益の区別、SNSごとの寄与や未成約の商談を断定しない点は、誤読を防ぐための編集上の補足です。