

動画解説まとめ 22 / ライティング

AIライターの仕事選び・応募・実績づくりガイド

ブログや動画台本などの仕事の違いから、クラウドワークスでの案件選びと応募までを整理。高橋さんの実演をもとに、ポートフォリオと応募記録を次の仕事に生かす方法をまとめました。

この動画の要点

AIライターの仕事を、ジャンル選び、案件探し、応募、実績の蓄積という順番で解説する動画です。高橋さんの画面実演では、募集内容の見方、指定された質問への回答、仕事に近いポートフォリオの選び方、応募後の記録までを紹介しています。初めは短い台本などで経験を積み、文章の良し悪しを判断できるようになったら、販売ページや画像などへ提供範囲を広げる考え方も整理しました。

- 01 依頼者は文章の生成だけでなく、確認や修正まで任せたい。
- 02 最初の仕事と、経験を積んで挑戦する仕事を分ける。
- 03 応募では募集文の質問に漏れなく答え、近い実績を見せる。
- 04 募集内容、提案文、返信、受注結果を残して改善に使う。
- 05 文章から画像やページへ、提供できる範囲を少しずつ広げる。

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：【超有料級】2026年最新スマホ＆無料でできる!!1番簡単なAI副業ChatGPT×ライティングでお金を稼ぐ方法超初心者向け徹底解説【AIライター】【チャットGPT】【クラウドワークス】

<https://www.youtube.com/watch?v=uEn9zzuEAwE>

AIで文章が書けても、仕事を任せたい理由がある

動画の該当箇所 5:01 / タップして開く

あべさんは依頼する側の立場から、AIへ指示を出し、出力を確認し、修正する時間そのものを任せたいと説明しています。文章を生成する機能があることと、目的に合う完成原稿を受け取れることは別です。忙しい依頼者にとっては、AIを扱う人が最後まで整えて納品することに価値があります。

そのため、AIの文章を一括で採用して送るのではなく、良い文章かどうかを判断し、必要な点を修正する役割が残ります。仕事を重ねると、依頼者からの修正を通じて、どこが目的に合っていなかったかを学べます。文章の知識をすべて覚えてから始めるのではなく、確認と改善を伴う実務で判断力を育てる話です。

動画では初心者向けの企画や高橋さんの収益も紹介されますが、それぞれ個別の条件による実績です。同じ時間だけ働けば同額を得られるという根拠ではありません。本資料では、数字を約束にせず、仕事を探し、選ばれ、納品を重ねる過程を整理します。

- ・ 依頼の目的を読み取る。
- ・ AIの出力を確認して修正する。
- ・ 納品後の反応から、文章の判断基準を学ぶ。

仕事の種類と、挑戦する順番を知る

動画の該当箇所 8:01 / タップして開く

従来からある仕事として、ブログ記事、販売ページの文章、LINEやメールマガジン、動画台本の四つが挙げられています。ブログは調べて内容をまとめる仕事、販売ページは商品やサービスの購入へつなげる仕事など、同じ文章でも目的が違います。AIに任せる場合も、その違いを理解して依頼することが必要です。

あべさんが最初の入口として勧めるのは、短い動画の台本です。文章量が少なく取り組みやすい一方、最初の一言で興味を持ってもらうことや、テンポの良さが重要になります。長い動画の台本では、情報の量と構成を支える仕事へ広がります。

販売ページは報酬の高い例が紹介されますが、初心者がいきなり得意と名乗るのではなく、文章の良し悪しを判断する経験を積んでから挑戦するという順番です。LINEやメールマガジンは継続して配信されるため、同じ依頼者の仕事を続ける形も考えられます。

note記事やSNS投稿も紹介されています。SNSでは投稿を見てもらうだけでなく、その先の商品や案内へどうつながるかを考えると、文章の仕事をさらに広げられると話しています。

- ・ 最初の候補：短い動画台本や、内容を理解して調べられる記事。
- ・ 継続の候補：LINE、メールマガジン、SNS投稿。
- ・ 経験を積んだ後の候補：販売ページ、有料記事、長い動画の構成。

文章に近い制作へ、仕事の範囲を広げる

動画の該当箇所 23:02 / タップして開く

AIの進化によって、ライターが文章に付随する画像やページまで作る例が紹介されます。サムネイルや記事の見出し画像では、どんな言葉を目立たせるかという文章側の判断を、画像生成と組み合わせられます。記事と画像をまとめて頼めると、依頼者のやり取りも減らせます。

販売ページでも、文章だけでなくページの形やデザインを整えて渡す方向があります。あべさんは、自分なら文章の判断を信頼できる人へまとめて任せたいと話しています。これは本人の発注の考え方であり、すべての依頼者が同じ基準で選ぶという意味ではありません。

スライド作成でも、見た目だけでなく内容をうまくまとめることを評価しています。書籍の内容を動画用の資料へ整理する仕事を例に、何を伝えるかを理解する力が土台になると説明しています。文章に隣接する仕事を足すことで、単に作業量を増やす以外の広げ方ができます。

- ・記事と見出し画像を合わせて納品する。
- ・販売ページの文章とページ制作をつなげる。
- ・情報を整理して、スライドへまとめる。
- ・自分が品質を確認できる範囲から広げる。

最初の案件は、内容を理解して取り組めるかで選ぶ

動画の該当箇所 35:01 / タップして開く

実演ではクラウドワークスの仕事を探す画面から、ライティングや記事作成のカテゴリへ進んでいます。高橋さんは、最初から難しい専門分野へ絞るより、調べれば理解できそうな内容を探すと説明しています。法律や医療など、高い専門性が必要な仕事は初心者が安易に受けないという判断です。

「初心者歓迎」と書いてあるだけで良い案件とは判断していません。何のジャンルを書いてほしいかが不明、スキルアップを強調する一方で報酬が低い、金額の割に条件や質問が多いなどを、詳しく確認するポイントとして挙げています。これらだけで不正な案件だと断定するものではなく、本人が経験から見る注意点です。

仕事へ応募したはずが、別のサービスの勧誘になるケースにも触れています。文章の仕事として、何を作り、どんな条件で報酬を受け取るのかが具体的に分かるかを確認します。実演ではnote記事の募集を開き、条件と応募方法を読んでから入力へ進んでいます。

- ・テーマや依頼内容が具体的かを見る。
- ・自分が調査し、内容の正しさを確認できるか考える。
- ・報酬と求められる作業の関係を見る。
- ・初心者歓迎などの一言だけで決めない。

応募文は、指定への回答と近い実績で作る

動画の該当箇所 39:00 / タップして開く

高橋さんが最初に強調するのは、募集文を最後まで読み、書くよう求められた項目へすべて答えることです。応募方法が指定されているのに、その質問へ答えていなければ、文章力を見てもらう前に候補から外れる可能性があります。凝った自己紹介より、依頼者が必要な情報を確認できることが先です。

実演では、名前、自己紹介、経歴や資格、現在の仕事、ポートフォリオなどを固定部分として用意し、案件ごとの回答を加えています。毎回すべてをゼロから書かず、共通部分と変更する部分を分けています。ただし、実績や資格がない場合に、他人のテンプレートの内容を自分の経歴として使う方法ではありません。

変更する重要な点は、その仕事に近い実績です。noteの仕事ならnote、あるジャンルの記事なら近いテーマの記事など、依頼者が完成物を想像しやすいものを選びます。可能であれば、関わった仕事の結果を数値で伝えることも紹介されています。

- ・ 募集文で指定された質問を確認する。
- ・ 共通の自己紹介と経歴を用意する。
- ・ 案件ごとの質問へ漏れなく答える。
- ・ 今回の仕事に近い実績を選んで添える。

ポートフォリオは、作品を探しやすくまとめる

動画の該当箇所 41:01 / タップして開く

高橋さんは、LINEの仕事では画面例、販売ページではURLや原稿、記事では過去に書いたものという形で実績をまとめています。さらにジャンルごとに分けて、相手が必要なものを確認しやすくしています。単に「書けます」と言うより、実際に何を書けるかが見える状態です。

自分で運営していたブログも、参考としてURLを添える話があります。受託の実績がまだ少なくても、自分が作った文章を見せる材料にはなります。ただし、自作の作品と依頼を受けた実績は区別して伝えることになります。

あべさんは、こうした整理が応募時のアピールだけでなく、AIへ自分の経験を伝え、次の仕事を考える材料にもなると話しています。実績をその場限りにせず、後から見返せる形にしておくことが、次の応募や提供範囲の相談につながります。

- ・ 実際の文章やページをまとめる。
- ・ 種類やジャンルで分ける。
- ・ 応募先に近いものを選びやすくする。
- ・ 自作のサンプルと受託実績を区別する。

応募した後も記録し、次の提案へつなげる

動画の該当箇所 44:01 / タップして開く

高橋さんの管理表には、時期、相手、案件のURL、金額、募集文、送った提案文がまとめられています。さらに、返信があったか、面談へ進んだか、受注したかを記録しています。どんな条件に、どの提案を送り、結果がどうなったかがつながって見える形です。

返信がない場合に、一定期間を置いて状況を確認することも紹介されています。実演では1回目と2回目の連絡欄があり、それでも反応がなければ終わるという本人の運用です。見逃されていた連絡が後から読まれる場合もあるという経験に基づいています。無制限に連絡し続ける話ではありません。

記録をまとめれば、うまくいった応募とそうでなかった応募の違いを考える材料になります。AIへ整理を手伝ってもら場合も、募集文と提案文と結果がそろっていることが重要です。応募数だけでなく、何を変えると相手が判断しやすくなるかを見直せます。

- ・ 募集条件と送った文章を残す。
- ・ 返信、面談、受注の結果を記録する。
- ・ 必要な場合は期間を置いて状況を確認する。
- ・ 記録から、次の応募文や実績の見せ方を見直す。

実践の進め方

01 最初に受ける仕事を決める

短い動画台本など、目的と内容を理解して取り組める仕事を選びます。

動画 20:02

02 募集内容と条件を読む

カテゴリから案件を探し、テーマ、作業内容、報酬、応募方法を確認します。

動画 38:02

03 近い実績を添えて応募する

共通の自己紹介に指定質問への回答を加え、今回の仕事に近いポートフォリオを選びます。

動画 42:02

04 応募と結果を記録する

募集文、提案文、返信、面談、受注結果を残し、次の提案に使います。

動画 44:01

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。

【編集部の活用例】この資料を根拠に、私がAIライターとして応募する準備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。書ける分野、経験、作品の有無を確認し、募集文を読む観点と応募文の構成を整理してください。実績や資格を創作せず、相手が指定した質問への回答漏れと、仕事に合う作品を提示できているかを確認してください。

資料について

- ・ 動画の解説と高橋さんの応募実演を整理した資料です。
- ・ 報酬の目安、収益、作業時間は撮影時点の紹介例です。収益額の達成を保証しません。
- ・ 初心者企画の割合は、動画内で説明された参加・連絡状況を前提とする個別の結果です。