

動画解説まとめ 38 / 実践者の事例

AI動画のテーマ選びとチャンネル売却の実例

二つ目のYouTubeチャンネルを立ち上げて売却した対談を整理。参考動画からテーマを絞る方法、台本に具体例を足す工夫、運営を手放した理由と引き継ぎ内容をまとめました。

この動画の要点

既に防災チャンネルの運営経験がある登壇者が、別の名言チャンネルを立ち上げ、収益化後に売却した事例です。需要と自分の制作負担の両方からテーマを選び、ChatGPT・Vrew・Canvaを使って制作した流れが語られています。8月20日の開始から9月22日の広告収益発生、10月21日の売却までを、本人の個別事例として整理しました。売却を選んだ背景や買い手への素材提供・サポートも含め、運営経験を次の仕事につなげる考え方をまとめます。

01 関連動画から候補を探し、伸び方と自分が継続できる制作量の両方を見る。

02 広いジャンルの中で反応がある人物・テーマへ絞る例が紹介されている。

03 参考動画の構成を分析し、具体例や背景の説明を加えて台本を作る。

04 売却は運営を続ける時間と新しい仕事の両立を考えた本人の選択。

05 希望価格・成約価格・広告収入を区別し、個別の条件として読む。

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：【再現性抜群！】普通の専業主婦がAIでYouTubeチャンネル作って、初月から1.4万円収益化→25万円で売却した手順超初心者向け徹底解説！【副業】【M&A】

<https://www.youtube.com/watch?v=X2gMhmXqj1s>

1. 二つ目のチャンネルを作った経験者の事例

動画の該当箇所 2:08 / タップして開く

今回の登壇者は、防災チャンネルを運営し、既に収益化した経験を持つ方です。今回売却したのは、その防災チャンネルではなく、前回のインタビュー後に新しく作った名言チャンネルでした。初めて動画を作る人が、そのまま同じ期間で結果を出した事例として捉えると、前提を取り違えてしまいます。

本人が示した流れは、8月20日に開始、9月22日に広告収益が発生、10月21日に売却というものです。約1か月で収益化し、その約1か月後に売却した経過が語られています。動画制作はVrew、サムネイルはCanvaという、最初のチャンネルと同じ方法を使っています。

同じ道具を使った経験を二つ目へ移したことが、この事例の土台です。新しいツールを一から覚えるのではなく、既にできる制作方法で別のテーマを試しています。売却済みのため、チャンネル名や扱った人物名は対談内で公開されていません。

- ・ 以前の運営経験：防災チャンネルを制作・収益化。
- ・ 今回の対象：一人の人物を軸にした名言チャンネル。
- ・ 使用した制作手段：ChatGPTによる構成分析、Vrewでの動画制作、Canvaでのサムネイル作成。

2. 需要と制作負担が重なるテーマを探す

動画の該当箇所 4:34 / タップして開く

テーマを見つけた入口は、最初のチャンネルを運営しているときに表示された関連動画です。偉人や名言の動画を見て、伸びていると感じ、同じジャンルの別のチャンネルも確認しました。同時に、編集の複雑さを見て、自分が使っている方法でも作れそうかを判断しています。

既に防災チャンネルを運営していたため、二つ目には時間をかけすぎないことも条件でした。人気のある分野だから選んだだけでなく、今ある制作時間と技術の中で継続できるかを見ていた点が重要です。需要があっても、自分には毎回の編集負担が大きすぎる場合は、同じ判断にはなりません。

複数の人物を扱う参考チャンネルの中で、特によく伸びている人物に注目しました。本人自身もその人物の本を読んだことがあり、知識や関心があったため、一人に特化する形を選んでいきます。チャンネル全体の表面をそのまま再現するのではなく、どの題材への反応が強いかを見て範囲を絞った例です。

- ・ 関連動画から、伸びているテーマの候補を見つける。
- ・ 同じジャンルの複数の動画やチャンネルを確認する。
- ・ 自分の編集方法で作れるか、既存の活動と両立できるかを考える。
- ・ その中で反応があり、自分にも関心や知識がある題材へ絞る。

3. 構成を分析し、具体例や背景を加える

動画の該当箇所 8:13 / タップして開く

ネタ探しでも、同じジャンルで伸びている動画を参考にしています。対談では、その台本をChatGPTへ渡し構成を分析し、アレンジを加える方法が語られました。AIの出力をそのまま使った例もあるものの、本人は一手間かけた動画について具体的な工夫を説明しています。

工夫の一つは、名言を紹介するだけでなく、その意味が分かる具体例を増やすことです。別の名言を追加するほか、人物の昔のエピソードや、その言葉に至った背景を加える例が挙げられています。視聴者が言葉を自分の生活に結び付けたり、人物の考え方を理解したりできる説明を増やす方向です。

もう一つは、構成を参考にしながら扱う題材や切り口を変えることです。同じ人物だけを扱うとネタが限られるため、別の人物を扱った人気動画から発想を得たという話もあります。ただし、対談には『この人物ならどう話すか』という創作を含む発想も出てきます。創作した文を本人が実際に発した名言として扱うこととは区別が必要です。

本資料の編集上の補足として、参考にする対象は構成や説明の工夫とし、他者の文章をそのまま転載する方法としては扱いません。実際の名言や歴史上の出来事を伝える場合も、AIの出力だけでは発言の根拠が確認されたことにはなりません。対談で語られた発想の方法と、事実として紹介する内容の確認を分けて考えます。

- ・ 構成を見る：導入から説明へどう進むかを分析する。
- ・ 深める：具体例、背景、関連するエピソードを加える。
- ・ 切り口を変える：同じ構成を別の題材に応用する。
- ・ 区別する：実際の発言・確認できた事実と、想像や創作を混ぜない。

4. 広告収入と売却額は、それぞれの数字として読む

動画の該当箇所 11:47 / タップして開く

本人は、広告収益が出始めた9月の約10日間で、約14,000円の広告収入があったと話しています。チャンネル登録者は約2,600人という説明です。約10日間の実績を、最初から一か月を通じた収入や、今後ずっと続く収入として扱うことはできません。

翌月の収入も同程度だったと語られていますが、この対談では、長期間の収益推移やすべての制作費・運営費は示されていません。広告収入は、本人の作業時間やツール代などを差し引いた利益とは区別します。

売却の成約額は250,000円でした。あべさんは、収益化からの期間が短い中では高めの成約だったという感想を述べています。動画内で売却額の倍率にも言及しますが、それは対談時点の本人の経験に基づく見方です。現在の相場や、別のチャンネルに適用できる査定式としては扱いません。

- ・ 広告収入：約10日間で約14,000円という本人の実績。
- ・ 希望価格：550,000円で出品。
- ・ 成約価格：買い手の提案を受け、250,000円で合意。
- ・ 費用を差し引いた最終的な利益は、対談内では示されていない。

5. 売却を考えた理由は、次の仕事へ時間を使うため

動画の該当箇所 13:08 / タップして開く

登壇者は、最初から売却だけを目的にチャンネルを作ったわけではありません。自分で運営するつもりでしたが、育児や既存の活動と並行し、もっと大きなジャンルにも関わりたいと考える中で、YouTubeディレクターの募集に応募しました。その仕事に採用されたことが、運営の配分を見直すきっかけです。

実際にディレクター業務を始めると、相応の時間が必要になり、二つの自分のチャンネルをそのまま続けるのは難しいと感じたと話しています。そこで売却を検討しました。チャンネルの数字だけでなく、限られた時間をどの活動に使いたいたかが判断に関わっています。

あべさんは、運営経験や収益化の経験があることを、ディレクターの仕事を依頼する側から見た強みとして評価しています。自分で作ったチャンネルが広告収入を生むだけでなく、仕事の経験を示す実例にもなったという流れです。ただし、同じ実績があれば採用されるという保証ではありません。

- ・ 続ける活動が増えたときは、自分の作業時間を見直す。
- ・ 自分のチャンネルを育てる道と、他のチャンネルの運営に関わる道を比較する。
- ・ 売却は、本人が次の活動へ時間を移すために選んだ方法の一つ。

6. 出品・価格交渉・引き継ぎの具体例

動画の該当箇所 17:24 / タップして開く

売り方が分からなかった登壇者は、あべさんへ相談し、ラッコM&Aを紹介されました。あべさんから受けた助言の一つは、買い手から価格交渉が来ることを想定して出品価格を考えることでした。実際には550,000円で出品し、買い手から250,000円の提案を受けて成約したと話しています。これはこの取引の経過であり、高い価格で出せば同じ結果になるという方法ではありません。

出品から買い手が決まるまでは、本人の説明では1〜2週間以内でした。買い手はYouTube運営をしている会社だったとのことです。成約後は契約を交わし、売却後の一か月は質問を受けられるようにすること、アイコンや動画に使っていた画像・映像などの素材を提供することが条件として挙げられました。

動画で確認できる引き継ぎの内容は、このサポートと素材提供などに限られます。アカウントの移転操作、契約条項、入金処理の全工程を実演した回ではありません。手数料の負担についても動画時点の紹介であり、現在の利用条件や個別契約とは分けて読む必要があります。

- ・ 相談して出品先を決める。
- ・ 希望価格を設定し、買い手の提案を検討して合意する。
- ・ 契約後の質問対応期間と、渡す素材を確認する。
- ・ この事例では売却後一か月のサポートと素材提供を行う条件だった。

7. 小さな運営経験を、次の仕事の材料にする

動画の該当箇所 30:40 / タップして開く

対談の終盤では、YouTube運営、別チャンネルの立ち上げ、noteでの経験発信、ディレクター業務へと活動が広がった流れが整理されています。本人は、撮影後にnoteを書き始めて有料記事も出した一方、仕事が増えた現在は以前ほど書けないとも話しています。すべてを同じ頻度で続けたという話ではありません。

この事例から参考にできるのは、試した活動の結果を見て、次に何の質を上げるかを選んだ点です。動画の数や事業の数を増やし続けることより、自分に合う制作方法を持ち、反応と使える時間を見ながら配分を変える考え方が、チャンネルの売却までつながっています。

実践の進め方

01 関連動画から候補を探す

動画の話を実践順に整理しています。関連動画で見つけたテーマについて、同ジャンルの別チャンネルも見て、伸び方と編集の負担を確認します。

動画 4:34

02 扱う範囲を絞る

広いジャンルの中で反応がある題材を確認し、自分が知っている・関心のある人物やテーマへ絞った事例を参考にします。

動画 5:50

03 構成を分析して説明を加える

参考動画の構成をChatGPTで分析し、具体例や背景の説明を増やすなど、自分の台本へ工夫を入れます。創作を実際の名言として扱わない点は編集上の補足です。

動画 9:25

04 経験のある道具で動画を作る

本人は一つ目のチャンネルと同様に、Vrewで動画、Canvaでサムネイルを作りました。対談では各ツールの全操作は実演していません。

動画 3:19

05 時間の配分と引き継ぎを考える

本人は新しい仕事との両立を考えて売却を選び、価格を合意した後に契約、サポート期間、素材提供を確認しました。自分の状況と同じ前提かを分けて読みます。

動画 19:40

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・動画の逐語プロンプトではありません】この資料を根拠に、記載外の補足は区別し、私の状況を質問してから進めるようにしてください。私の動画制作経験、使える時間、関心があるテーマ、既に参考になっているチャンネルを聞いてください。その回答から、需要の確認と制作負担を比較するための観点を整理してください。収益額や売却価格を予測せず、事実として紹介する情報と創作を区別する確認項目も挙げてください。

資料について

- ・本資料は動画の字幕をもとに、対談を実践順に整理した要約です。登壇者には、今回のチャンネル以前に別のチャンネルを運営・収益化した経験があります。
- ・広告収入、売却額、期間は本人の個別事例です。売上・入金額と費用控除後の利益は異なり、同じ成果を保証しません。
- ・売却サービスの条件や価格に関する見方は動画時点の説明です。本資料は現在の相場や契約・移転の手順を確定するものではありません。
- ・参考動画の分析や創作に関する話は、他者の文章の転載や、創作した発言を実在の名言として紹介することを勧めるものとしては扱っていません。