

CredLayer 世界観ブック

— 日常の中に、もう一つの経済圏を —



発行：awabota / 生存設計ラボ
Kazumb Architecture 設計

はじめに

稼ぐ手法は、もはや希少ではない。

もし本当に誰でも稼げる手法があるのなら、
AIが最適化し、
すでに市場は飽和しているはずだ。

だから、手法を追い続ける時代は終わった。

必要なのは、
立ち位置を固定し、
構造を持つこと。

手法ではなく、
積み上げる場所を持つこと。

それが、
これからの個人経済圏（個人収入）のつくり方である。

第1章

前提条件が変わった

AIが出て、誰もが稼げる時代だと言われた。
しかし、実際に稼げている人はほとんど見かけない。

稼いでいるのは、AIを使っている人ではない。
立ち位置を固定し、構造を持っている人と会社だ。

AIがあるという前提条件では、
「ツールを持つこと」自体に価値はない。

価値があるのは、
どこに立ち、どんな構造の中で使うかだ。

AIは差を縮める。
構造だけが差をつくる。

第2章

もう一つ持つ理由

2026年現在。

少子化と高齢化。
年金への不安。
老後資金の問題。
手取りの減少。
介護の現実。

本業だけでは、生涯設計を描きにくい時代になった。

だから人は、
サイドビジネスを探す。
案件を探す。

しかし、それも長くは続かない。

単発は積み上がらない。
案件は終わる。
プラットフォームは握られる。

案件をいくつもリストアップし、
それに頼って生きようとする人もいる。

しかし、立ち位置と構造を持たないまま動けば、
収入よりも支出のほうが増えていくのが現実だ。

時間の支出。
広告費の支出。

精神の消耗。

だから必要なのは、
新しい何かを、もうひとつ持つことだ。

それは、単なる副収入ではない。

第3章

ビジネスの三階層

ビジネスには、大きく三つの階層がある。

プレイヤー。

コンテンツ。

メディア。

プレイヤー

プレイヤーは、動く人だ。

営業する。

提案する。

作業する。

止まれば、収入も止まる。

努力は積み上がりにくい。

コンテンツ

コンテンツは、価値を形にしたものだ。

記事。

動画。

商品。

教材。

積み上がるように見える。

しかし、多くはプラットフォームの中に置かれる。

アルゴリズムが変われば、
露出も変わる。

メディア

メディアは、立ち位置そのものだ。

どのテーマで、
どの視点で、
何を継続して観測するのか。

それを固定することで、
“場所”が生まれる。

メディアは、積み上がる。

メディアは売らなければ、
信用が積み上がる。

信用が積み上がるので、
選ばれる。

具体例

例えば、美容師がいる。

プレイヤーのままなら、
予約が入らなければ収入は止まる。

コンテンツを作れば、
ヘアアレンジ動画や技術解説は増える。

しかし、それが誰のものかは曖昧だ。

だが、メディアを持てば話は変わる。

「大人女性専門の縮毛矯正を観測する美容師」
という立ち位置を固定し、
そのテーマで継続して発信する。

すると、そのテーマに悩む人は、
その人を探すようになる。

売らなくても、選ばれる。

もう一つ。

地方の工務店がいる。

プレイヤーなら、紹介がなければ仕事は止まる。

コンテンツなら、施工事例を並べる。

しかし、価格競争に巻き込まれやすい。

メディアを持てば、

「30代共働き夫婦のための平屋専門」
という立ち位置を固定できる。

すると、価格ではなく思想で選ばれる。

プレイヤーは消耗しやすい。
コンテンツは期間限定が多い。
メディアだけが、時間を味方につける。

だから“もう一つ持つ”とは、
副収入を増やすことではない。

自分のメディアを持つことだ。

第4章

CredLayerとは何か

CredLayerは、
AI時代における設計思想である。

出発点の一つ。
個人が「立ち位置」を持つことだ。

ここでいう立ち位置とは、

- ・ 誰に向けるのか
- ・ どの視点で見るのか
- ・ 何を継続して観測するのか

を固定することを指す。

フォロワー数ではない。
バズでもない。
影響力という曖昧な指標でもない。

位置を固定することで、
発信は点ではなく線になる。

線が重なれば、層になる。

個人がメディアになるとは、
この層を持つことを意味する。

CredLayerは、
その層を経済に接続する構造でもある。

会社に依存しない。
単発案件に依存しない。
一つのプラットフォームに依存しない。

信用を継続的に積み上げ、
その信用によって選ばれる状態をつくる。
(信用は数字によって可視化されている。)

それがCredLayerである。

第5章

経済圏の具体例（モデルケース）

経済圏は、才能から生まれるものではない。

立ち位置を固定し、
観測を続け、
信用が蓄積された結果として生まれる。

仕組みは単純である。

モデルケース① | 相談型

テーマを固定して観測を続ける。

80記事を超えた頃、
「話を聞きたい」という連絡が来る。

60分 10,000円。
月3件で30,000円。

営業はしていない。
記事の蓄積が、相談につながった。

記事を書き続ければ、どうなるか？

検討はつく。

モデルケース② | 紹介型

発信を継続していると、
「私もやってみたい」と外部から参加が起きる。

紹介フィー 10,000円。
信用スコア1,000pt (100,000円換算)

広告費はかけていない。
信用が循環されて現金になっただけ

モデルケース③ | 広告型

自分のメディアに、
テーマに合う広告を掲載する。

月30,000円 × 3枠 = 90,000円。

大量のPVは必要ない。

集客ではなく、信用密度の高い文脈に掲載したいというニーズによって発生する。

モデルケース④ | 商品接続型

自分の商品やサービスを持つ場合。

売り込まなくても、
「利用したい」と連絡が来る。

単価100,000円。
月1件で100,000円。

値引きはしない。
信用が価格を守る。

これらは特別な仕組みではない。

立ち位置固定

→ 継続

→ 信用蓄積

→ 接続発生

という順番で起きる現象である。

規模は大きくななくていい。

月50,000円でもいい。

月100,000円でもいい。

本業とは別に、横に存在する収入源。

記事をAIを使って投稿する事だけで発生。

それが個人の経済圏である。

また、これを発生する構造を持っていると言う事である。

第6章

参加者は何をすればよいか

必要なのは才能ではない。
必要なのは資金でもない。

必要なのは設計である。

1. 立ち位置を決める

広げない。
流行に合わせて変えない。

- ・ 誰に向けるのか
- ・ どの視点で見るのか
- ・ 何を観測するのか

これを決める。

2. 観測を続ける

毎日でなくていい。
だが、止めない。

短くてもいい。
だが、一貫させる。

20記事。

40記事。

80記事。

100記事。

120記事。

信用は、回数と一貫性で蓄積される。

Google 検索層レイヤー。

3. 無理に売らない

焦らない。

煽らない。

売らない。

信用が一定量を超えたとき、
相談や紹介が自然に発生する。

売りに入ると
メディアからコンテンツに下がる。

4. 見る数字を変える

PVではない。

フォロワー数でもない。

確認するのは、

- ・ 相談が来たか
- ・ 紹介が起きたか
- ・ 価格を下げずに売れたか
- ・ bookのダウンロード

信用が経済に接続しているかを見る。

CredLayerは、速さを競う場所ではない。

積み上げる設計である。

結果は急に現れない。

だが、積み上げは裏切らない。

そして、webは裏切らない。

やるのは記事を書いて投稿するだけ。

これを具現化する構造があるから。

第7章

awabota | 生存設計ラボの存在

CredLayerは思想である。

だが、思想だけでは構造にならない。

awabota | 生存設計ラボは、
その思想を設計として具体化する場である。

生存設計ラボは、

不安を煽る場所ではない。
成功を保証する場所でもない。

前提条件が変化した時代に、
立ち位置をどう設計するかを整理する場である。

CredLayerに立つとは、
テーマを固定し、信用を積み上げること。

しかし、

- ・ 立ち位置の整理
- ・ 構造設計
- ・ 導線設計
- ・ 経済圏への接続設計

これらを一人で客観視するのは難しい。

awabotaは、その設計を支える。

メンバーは営業を前提にしない。

優先するのは、信用の蓄積である。

入口設計と構造設計は、
思想を崩さないために存在する。

生存設計ラボは、
答えを与える場ではない。

問いを整理し、
設計を示し、
実装を支える場である。

CredLayerが「立つ思想」なら、
awabotaは「設計を支える基盤」である。

第8章

CredLayer | 確認と接続の構造

— 行動が報われる構造 —

CredLayerは、オンラインだけの場ではない。

立ち位置を固定し、
構造を持つための「確認レイヤー」を持つ。

思想を語るだけで終わらせない。
必ず、確認する。

ファーストレクチャー（新規参加者）

Zoomで個別確認を行う。
※事務所訪問も可。

- ・今の立ち位置
- ・観測テーマ
- ・カテゴリー設計
- ・構造の整理（経済圏・信用接続）

まず固定する。

曖昧なまま進めない。

週1 Zoomセミナー

観測共有。
構造確認。
拡張の抑制。

参加：信用スコア 20pt

行動は履歴になる。

アーカイブあり

事務所解放日（週2日） 任意

9:30～21:00
直接訪問可能。

訪問：信用スコア 20pt

リアル行動は密度が高い。

月1 一泊確認の場 任意

宿泊費+懇親会費 20,000円以下
セミナー代：なし。

重要観測レイヤー度数に応じ
100pt～500pt付与。

深い確認は、
信用の層を一段引き上げる。

行動が報われるとは何か

ここで言う「報われる」とは、
お金ではない。

信用レイヤーに接続されること。

- ・ 記事を書く
- ・ 場に参加する
- ・ 観測を共有する

それらは消えない。

履歴になる。

積み上がる。

信用スコアとして可視化される。

第9章

日常の先にあるもの

経済圏をつくる目的は、
お金そのものではない。

時間を取り戻すこと。
選択肢を増やすこと。
非日常を持つこと。

呼吸が浅くならない生き方を、
設計すること。

急がない。
追われない。
比べない。

積み上げた信用が、
静かに仕事を連れてくる状態。

それが、
日常の先にあるものだ。

世界中、旅して歩いても記事は書ける。

介護中でも書ける。

育児中でも書ける。

外に出なくても書ける。

CredLayerは、
そのための構造である。

最終章

設計者の立ち位置

CredLayerは、

設計者が上に立つ構造ではない。

設計者が一番儲かる構造は、長く続かない。

上に利益が集中すれば、
利用者は消耗する。

だからCredLayerは逆に設計した。

利用者が積んだ分だけ、
接続が起きる構造。

実は、

僕は設計者でありながら、
利用者としてブログを書いている。

同じルールで積んでいる。

同じ土俵に立っている。

設計者だけが得をする構造なら、
私は書かない。

利用者が得をする構造だから、
私は書いて積んでいる。

CredLayerは思想ではない。

実装である。

そして、

未来は簡単ではない。

楽だったら、つまらない。

だから僕は設計する。

詰む前に、立ち位置を移せ。

前提条件は変わった。

AIは制作を速くした。
だが、立ち位置は変えてくれない。

構造を持たない努力は、
静かに削られる。

稼げる案件はない。

だが、
詰みにくい構造はある。

立ち位置で未来は変わる。

CredLayerでの立ち位置は、
構造を持てる側である。

確認したい方はこちらへ。

[CredLayer | 立ち位置の確認](#)

※申込みフォームではありません。