

# 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。