

【追加レポート】

YouTuberヒカルから学ぶ、
コンサルの価値が下がる理由と
今後求められる役割

(約6,000字)

フリスクです。

『鬼滅の刃「猗窩座」から読み解く、
刺す文章と価値観の変容-無限共産主義編-』

こちらのレポートの続きを書いていきます。

バックエンド商品の形態も変わっていく

これからWeb業界のお金の払い方は
変わっていくと予想しています。

例えばその一つとして、

ただ単に売上を伸ばすとかマーケティングを
教えるっていうコンサルタントや
コーチの価値は下がると思います。

50万、100万でも普通に成約して
いたけど、

これからは30万円でギリギリ払って
もらえるみたいなニュアンスです。

これも順に説明していきます。

法人や企業コンサルなら話は別ですが、

個人コンサルとか個別にコーチングするって
なったときに、

より確実にスキルや技術を身に付けたり

遠回りせずになるべく最短で
結果が出せるように

力添え、支援、サポートを依頼する
っていう理由が大きいです。

ですがそれだけでなく、
感情的な部分、

「憧れのあの先生に教えてもらえる」
「メンターに直接指導してもらえる」

っていう“関係構築代”も金額に
含まれている側面があると思います。

人脈を手に入れる、繋がられるから
ある程度高額でもコンサルやサポートを
お願いするっていう人は多い。

これはなんとなく分かるかと思います。

でも少しずつ、
本当に少しずつですが、

凄い人と関係性を持つことに
お金を払うっていう動きをする
人は減るだろうなと。

時代の流れを見てそう感じます。

ただこれは、

権威ある人と繋がったり
交流したり接点をもつことに
対して価値を感じる人が減る
っていうわけではないですが。

昔は、特に昭和世代は
TVで見る芸能人とか凄い
経営者にも中々会えなかったです。

憧れのアイドルや歌手、芸能人とかに
直接会って一人一人話せるなんて
夢のまた夢でした。



でもAKB48が「会いに行けるアイドル」
っていうコンセプトを打ち出して
握手会をやって

ファンが前田敦子とか大島優子とかと
面と向かって会話ができるようになったり、

アメブロ(Amebaブログ)で
しょこたんとか辻希美とかが
日常生活の発信をして、

それに対してファンが記事に
コメントしたり、

昭和時代のジャニーズは
TVでしかイメージを
判断できなかったけど、

SMAPがバラエティ番組に出て
歌だけじゃなくて体を張った
コントもやるようになって

素の姿が垣間見れたり、

そういう手が届かない存在の
アーティスト、芸能人、アイドルの
日常が垣間見れて親近感が湧くように
なったわけです。

つまり時代が変わるにつれて
ファンとの心理的距離も少しずつ
縮まって、

芸能人とかアイドルとか
**希少価値が高い人を
より身近に感じるようになった。**

その流れが加速して、令和では
オンラインサロン入ったりオフ会に
参加すれば、

キングコングの西野さんとか
ホリエモンとかオリラジの藤森さんに
会えるわけです。



会って直接話せるだけじゃなくて、一緒にBBQしたり仲間を集めて事業をやったり、一緒に何か企画したりもできます。

Xやってるお笑い芸人にリップを飛ばせば返事してくれるかもしれないし、

顔馴染のファンだったらDMでやり取りでもできる。

何百億とか資産を持った

経営者でもセミナーに
参加すれば質問して会話もできる。

仲良くなったり顔を覚えてもらう
チャンスはいくらでもあります。

昔に比べてTVとかブログとかの
情報空間上での距離が短くなった
だけではなく、

物理空間(現実世界)でも
短くなってます。

ネットが普及して
誰でも気軽に会える、
誰でも接点を持つことができる。

そんな時代になってますよね。

なんなら、ごく普通の一般人が
有名になったり成り上がれたりもします。

何の変哲もない平凡な人が、
チャンネル登録者が何万人という

人気YouTuberになったり、

SNSをきっかけにインフルエンサーになって
発言力を得て令和の虎とかメディア出演
するようになったりとか。

あとはYouTuberのヒカルと
芸人のカジサックがコラボして
旅行企画やったり、

東海オンエアのてつやが元AKBの
峯岸みなみと結婚もしたり、
(てつやが大ファンだったそうです)

一般人と芸能人の境界線みたいなものが
無くなりつつあります。

そして、昭和とかネットが発達してない
ときは今みたいに自分から発信したりコメントを
残すって文化ってなかったですよ。

TV、新聞、ラジオとか媒体は限られていて、
一方通行的な発信でした。

発信する側とそれを受け取る僕ら一般人、

という構図です。

でもいまは違います。

YouTube、インスタ、X、ブログ、Facebook
とかを使って誰でも自分のメディアを持てる時代です。

一般人でも発言権を得た、ということ。

ネット上で自分を表現できるようになった
とも言えます。

これによって昔に比べて情報発信をする人、
表現者、クリエイターが急増しました。

学歴とか能力とか出身とか
関係なくネットを使ってどんな人でも
価値を提供できるようになって、

誰でも脚光を浴びて人気者になったり
有名人になれるようになった。

つまり希少価値が高い人が増えて
ってことです。

厳密にいうと、
憧れの対象になる人が増えて
って感じですが。

凄い人との関係性、
価値のある人との距離感
っていう視点で考えた
時代の流れを整理すると
こんな感じです。

その上でこのWeb業界、
コンテンツビジネスに話に戻すと、

希少価値が高い人が多く
スマホで目に入るようになり、

「すごいな、憧れるな」
っていう人もSNSを開けば
身近にたくさんいる。

っていう事を考えたときに

- ・実績とか経歴が凄いから
- ・事業をいくつも経営してうから
- ・強者との人脈を持っているから

っていう資本主義的な要素が
コンサルを依頼する決定打に
なるかって言われたら
そうでもなくなってきたのです。

だってコンテンツビジネス界隈にいる
自称小金持ちよりも、

YouTubeを見れば

ヒカルが人気セクシー女優と
キャバクラで何百万というお金を
一晩でぽんぽん使ってるし、

「経営者の1日を密着してみた！」

みたいな企画では

インタビュアー：

「社長、このシャツの金額っていくらだったんですか？」

社長：

「これブランド物だから1着20万円ぐらいしたねー」

インタビュアー：

「家賃ってどれぐらいなんですか？」

社長：

「300万ぐらいだねー」

とか、資本主義の圧倒的な差を突きつけられる
んです。

「別にお金持ちとか成金を目指してるわけじゃない」

っていう人でも、

- ・家でゲーム実況してる動画
- ・キャンプでゆっくり過ごしてる動画
- ・友達とお酒飲みながら語ってる動画

こういうの見たら羨ましいって感じると

思うんです。

つまり、YouTubeを覗けば
その辺のネットビジネスマンより
充実した生活している人たちを
見ることになる。

情報空間上で、
自分より凄い人たちとの
距離が近くなったわけです。

一回数千円とか払えば、

実績が凄い強者と言われる人が
主催するセミナーとか勉強会に
参加もできる。

オフ会にも行って横のつながりとか
人脈も作れる。

10～15年前のWebビジネス業界では
いまぐらいSNSが発達していなかったし
発信者がそこまでまだ多くなかったから、

オフ会とか懇親会とか直接会える機会が

少なかったんです。

だからいまの時代と比べたら

『憧れのあの人』と距離を縮めるのは
簡単ではなかった。

直接会ったり交流したり

関係性を築くことの価値が高かった。

明石家さんまには会って喋れないけど、
粗品だったら投げ銭入れてLIVEに行けば
会話できるかもしれない、みたいなの。

松田聖子はTVでしか見れない貴重で
遠い存在だったけど、

AKB大島優子は握手会に行けば
会えるみたいな。

そんなイメージですね。

だから時代は変わりつつある。

権威性のある凄い人、
SNSで有名な著名人、
立派な肩書きがある経営者、

そういう自分とは無縁で遠い存在の
人たちと交流したり仲良くできる
チャンスがある時代です。

人脈を手に入れることの
ハードルが下がったからこそ

『凄い人たちと接点を持つこと』
の価値が下がっている、
とも言えます。

また、本編でも解説してましたが
昔は

- ・物をたくさん持つ
- ・肩書きやステータスを多く揃える
- ・持ち家、家庭、職を安定させる

みたいなのが正義というか勝ち組、
というのが多くの人々の価値観でした。

つまり『所有』することに
価値を感じていた時代です。

でも現代はどちらかというと
所有よりも『共有』に重きを
置いているなど。

「レンタル、シェアした方がいいじゃん」
的な価値観ですね。

例えば車はカーシェアやレンタカーで
必要なときだけ利用できるし、

映画や音楽もNetflixとかアマプラとか
サブスクで楽しめる。

服とかカメラのレンタルもありますよね。

Uber Eatsもスマホ一つで頼めますが
所有しなくても

“必要なときにアクセスできる”

ってというのが新しい価値に
なっています。

こういう価値観になった背景として、

高度経済成長期みたいに一つの会社に
長く勤めていれば年功序列で給料は
少しずつ上っていく時代ではなく、

消費税や社会保険料の増加とか
物価の向上とか色んな要因が重なって

収入が安定しにくく経済的に
不安定な面があるため、

必要な時に借りたり共有して
もらった方が大きな出費を
避けることができリスクを減らせる。

そういう経済状況的な要因が
大きいのかなと。

フリーランスとかPC1台で仕事が
できる職業の人とかは特に、

ホテル暮らしとか車中泊をしながら
全国を旅するみたいな働き方も

増えてますが、

物も場所も自分のタイミングで
移動したいし使いたい。

みたいな感じで固定化よりも
『可動性』 『流動性』
に価値を置く人が増えてます。

ってなったときに、
人間関係も固定化せずに
“流動的” になる時代に
突入しているなって感じます。

というのも、

例えば恋愛でいうと
昔は結婚して家庭を持つことが
当たり前、それが一人前
みたいな価値観でしたよね。

(田舎ではまだそれが絶対的な正義だと
思っている人も多いですが)

だけどもいまってどちらかというと
昭和や平成とか昔に比べて、

「結婚ってそもそもする必要ある？」
「好きな人を1人に絞らなくてよくない？」
「付き合わなくてもセフレでいいじゃん」

みたいな空気感が漂ってます。

価値観の多様性とか経済的な理由も
あるとは思いますが

離婚率が年々増加しているのも
その象徴かと。

恋愛に限らず仕事やビジネス面
の人間関係でも同じことが言えます。

終身雇用が崩壊になったり
副業をやる人が増えて働き方
の選択肢が増えたり
したことによって

一つの職業を生涯やり続ける、
一つの会社にずっと長く居る、
っていうよりも

数年スパンで転職をしたり
仕事を変えたりしている人も
増えてますよね。

そうなると当然、
関わる取引先やクライアントとか

仕事でやり取りをする
人間関係も変化する。

少しずつ流動的になっていると
言わざるを得ないと思います。

僕らがやってるこの
Webビジネス業界の

コーチ・先生・コンサルタントとの
関係性もどんどん流動的になっていく
ことが予想されますね。

というか既になりつつあります。

「師匠に一生付いていきます！」
と関係性を固定化するっていうよりも

どちらかというとなんな先生に
依頼したり複数の専門家の
人から直接指導してもらいたいな。

教わるのが必要かどうか、良好な関係が
長く続くかどうか分からないのに

何百万円もポンッとお金を払って
コンサルを受けるのはリスクーだ！

と考える人はより増えるんだろうなと。

ってなったときに、
サポート型の商品やサービスを
メインで売っていきたい人はより一層

- ・ 自分である理由
- ・ 自分が選ばれる要因

を解像度高く追求していく必要があるわけでは
ありません。

じゃあ高単価のコンサルとか
サポートとかが売れなくなるのか
っていうとそういうわけではないです。

抽象度を上げた
『エネルギー』の視点でいうと、

例えばコンサルに
100万円分の価値があるとします。

でもお客さんは現金で
70万円分しか払えない。

残り30万円は物理的に支払えない。

ってなったら、残金30万円分の
エネルギー (価値) を相手が不足
してる部分を補ったり苦手な部分を
手伝ったりすればいいです。

例えば

「代わりに集客したり誰か紹介します」

「イベントの手伝いとか雑務やります」

みたいにやるとか。

ホリエモンとか西野さんの
オンラインサロンって低額ですが

安く入会できる代わりに
お客さん (参加者) が
サロンを手伝ったり支えたり
してます。

それと近い感じですね。

だから、
お金を払ってコンサルを受ける
(=長期的な関係性を持つ)
っていうパラダイムではなく、

お金という価値、エネルギー
の代わりに何かしらの

価値を提供するっていう
流れが増えるんだろうなという
見立ててです。

「俺のコンサル生だ！」
「言う事を聞け！」

と、上司と部下みたいな
縦の関係性が従来の形でしたが、

これからは縦ではなく横の繋がり
や関係性に価値を感じる人が
増えていきます。

支配型ではなくコミュニティ型、
一方通行ではなく双方向性的な
ニュアンスです。

- ・ 師匠と弟子
- ・ 先生と生徒
- ・ 教える側と教わる側

っていう構図だと本音や本心が
言いづらかったりします。

会社の同僚とか友達には気軽に
相談したり声をかけやすいけど、

上司とか先輩には気を遣って
本心とか話しづらいみたいな。

「ゴリゴリ結果出しましょう」

的な売上至上主義の男性性が強い
タイプのコンサルタントとか
だと余計にそうなりがちです。

本編レポートとかで説明した
文脈でいうと、

そういう縦社会のような関係よりも
どちらかというと、

仲の良い兄弟とか
部活の気さくな1個上の先輩と後輩

みたいなのがこれからの時代は
求められるようになります。

これから会社とか組織に属せずに
働く個人やフリーランスが増えていく
ってなったときに、

これは職場がなくなるっていう
言い方もできると思います。

言い換えると
『居場所がなくなる』
ってことです。

で、実際にこの手の相談とか
悩みを受けることも多いんですが

会社だったら休憩時間とか何気ない
雑談をする人が近くにいたので
寂しさを感じる機会は少ないですが、

組織を離れて独立した途端に
『孤独』であることに
耐えきれない人も多いです。

立派な実績を持ってても
実は寂しくてたまらなくて悩んで、

それがビジネスが捗らない
根本原因だったりします。

勉強したいから、学びになるから
ってというのは“建前”で

本当は寂しさを少しでも
紛らわしたいから、

- ・ 行く必要のないセミナーに参加したり
- ・ 付き合いでシーシャに行ったり
- ・ オフ会に顔を出す

って言う人は今後より
増えるんだろうなと。

特に

「この人と繋がっておけばメリットがある」

「仲良くなっておけば得をするかもしれない」

と損得勘定とかで人付き合いをするような
コンクリート砂漠、東京では余計に。

で、これからはそういう

“利害関係”がない関わり方をする

人たちが価値を持つようになります。

簡単にいうと、

仕事以外の人間関係ですね。

友達がいっぱいいるとか。

YouTuberのヒカルもそれを

理解して遊び企画やってるなって

思うんですけど、



超人気AV女優5人と有名社長5人が1日デートしたら恋は芽生えるのか？

[動画を再生 >](#)

例えば

「AV女優5人とデートしたら恋は芽生えるのか？」

って企画は、経営者とか知名度とか
そういう肩書きを抜きにして

純粹に男女として関わって遊んで
最終的に誰と付き合いたいかを選ぶ、
みたいな企画で、

ステータスとか社会的地位とか抜きにして
フラットに、1人の人間としてデートしたり
遊んだりしてて、



あとは

「カジサックと野郎だけで温泉旅行！」

みたいな企画では芸人とかごく普通の
YouTuber含めて10人以上で

ただ美味しい物を食べたり
夜はお酒を飲んでずっと喋るみたいな。

本当に普通に飲んで騒いで楽しむっていう。

僕の憶測でしかないですが、

ビジネスライクな人間関係しかなかったり
友達が少なくて気軽にご飯とかすらも
行けないような孤独な人達や
居場所がない人がYouTubeを見て

「羨ましいな」

「自分もその輪に入りたい」

って感じるようにああいう企画を
やっているんだと思います。

そうすればついつい見入ってしまいますからね。

とにかく時代の流れ的に、

「友達とかいないわけじゃないけど
なんか孤独を感じる」

っていう人も含めて、
自分の居場所がない人や

孤独を感じる人は増えるはずでは

って事を考えたときに
僕らのWebビジネスのフィールドでいうと、

ただ単にAIみたいに機械的に
添削をしたりマーケティングの
アドバイスしたりするとか、

そういう法人会社のコンサルタント
みたいな機能的な面を重視した

価値提供、接し方を
サポートや直接指導の形は
求められなくなります。

『人と人との温かさ』
『縦ではなく横の繋がり』

みたいな“女性性”っぽい関係性
のニーズが増えると予想してます。

その辺りを踏まえて、

ライティングでの訴求を考えたり

提供する商品やサービスのコンセプトを
見つめ直す必要が出てきた。

そんな時期に突入しているのを
肌で感じます。

というわけで今回は以上となります。

最後までご覧いただき
ありがとうございました！