



特典 PDF

これから始める人が  
あきらめずに続ける  
ためのマニュアル

S U C C E S S

Udemy講師として成功するための

# 7ステップ

G U I D E

著・カトーヒサヨシ

こんにちは、カトーヒサヨシです。

特別ウェビナーにお申し込みありがとうございました！

この特典PDFでは、「Udemy講師として成功するための7ステップ」として、必要なノウハウをすべて公開しています。

Udemyとは、世界最大のオンライン学習プラットフォーム。さまざまな分野のオンラインコースが受講できると同時に、講師としてコンテンツを販売できるプラットフォームでもあります。

2024年の現在、Udemyは世界中でおよそ6,000万人が学習する巨大なプラットフォームに成長しました。日本ではベネッセと提携し、2015年にサービスがスタートしています。

最近では、Udemy Businessという企業向けのサブスクリプションサービスが始まり、三菱商事、パナソニックなど国内の大手企業でも導入されるサービスに成長しました。この点からも、社会的な信頼性と注目度が高いサービスと断言していいでしょう。

しかし、Udemyはライバルたちが大勢いる群雄割拠のプラットフォームでもあります。そんな中で私たちのような後発組はどうやって成功の階段を上っていけばいいのでしょうか。

Udemy講師に興味があるけれど、どうすればいいかわからない。そんな人はぜひこの記事を読んでチャレンジしてください。

では、どうぞ！

## ■Udemyにおける成功の定義

Udemyにおける成功の定義ですが、この記事ではひとまず「累計収益1000ドル、受講生1000人を達成した状態」とします。

上を見ればキリがありませんが、何も知らない人が見ても「すごい人かも」と思ってもらえるのが、だいたいこのあたりから。

「1000ドル、1000人」を達成できる力があれば、数字は今後も伸びる見込みがありますので、将来性を含めても成功のスタートラインには立てたことになるでしょう。

だいたい1年で達成する目標として、「累計収益1000ドル、受講生1000人」を目指してもらえれば、いいかと思います。本記事もここを達成できるように解説していきます。

## ■成功の7ステップ

まだUdemy講師になっていない人を想定すると、成功の7ステップは以下のとおりです。

1. 講師登録をする
2. コース制作に使う機材を揃える

3. コースジャンルを決める
4. コースのアウトラインを作る
5. 動画コンテンツを撮影・編集する
6. 3~5を繰り返してコースを量産する
7. 受講生との関係構築をする

1~5までが最初の1本を出す工程。6と7は2本目以降のステップとなります。

なお、Udemyで成功する上で、コースの量産は必須です。もともとフォロワーがいたり、特定の分野で高い知名度を持っている人は、1コースでも「1000ドル・1000人」を達成してしまうかもしれませんがレアケースです。

どちらも持たない私たちは、地道に信頼を積み上げ、ポイントを押さえつつコースを量産するしかありません。

ではステップごとに、やるべきことを見ていきましょう。

## Step1. 講師登録をする

講師登録は2段階あります。

1. 講師アカウントを作る
2. プレミアム講師の申請をする

まずは講師アカウントを作ること。詳しくはUdemy公式の[講師アカウントとプロフィールを設定する](#)をご覧ください。ここにあるとおりやればアカウントは簡単にできます。

プロフィール写真は本人の写真でなく、アイコンやイラストでも大丈夫です。講師として認識してもらうには、無機質なロゴよりキャラのアイコンの方がいいでしょう。

会社ロゴを使っているアカウントもあるので絶対ダメではありませんが、受講生に覚えてもらいやすいのは「写真」>「アイコン」>「ロゴ」の順です。

### 人気の講師

 <p>かめれおん Deep Learning, Python 4.8 ★ 講師評価 受講生の数: 13,716人 コースの数: 10</p>	 <p>しま (大嶋勇樹) Artificial Intelligence, ChatGPT 4.4 ★ 講師評価 受講生の数: 16,523人 コースの数: 14</p>	 <p>吉崎 亮介 Artificial Intelligence, Machine Learning 4.3 ★ 講師評価 受講生の数: 64,371人 コースの数: 3</p>	 <p>ウマたん (上野佑馬) Data Science, Python 4.2 ★ 講師評価 受講生の数: 28,367人 コースの数: 10</p>
--	---	---	---

### データサイエンスのすべてのコース

コースはすべて30日間返金保証付き。だから安心です。

絞り込む 並び替え 一番人気

3,462件の結果

講師アカウントができたなら、プレミアム講師の申請を行います。プレミアム講師になると、有料コースが出せるようになります。詳しくはUdemy公式の[プレミアム講師になる方法](#)をご覧ください。

プレミアム講師の申請には「[Paypal](#)」か「[Payoneer](#)」のアカウントが必要です。支払いを受けたい方でアカウントを作っておきましょう。ぼくはPaypalのアカウントを作りました。日本でも利用者が多いので、個人的にはPaypalをおすすめします。

プレミアム講師の申請ができたなら、講師デビューの準備はOKです。次はコースを作るための準備を進めていきましょう。

## Step2. コース制作に使う機材を揃える

コース制作に使うのは以下の機材です。

1. パソコン
2. 音声収録機材
3. 動画収録・編集ソフト
4. スライド作成ツール

それぞれ詳しく見ていきましょう。

### 1)パソコン

パソコンはWindows、Macどちらでもかまいません。注目すべきはスペックです。スペックが低すぎると収録、編集がスムーズに進みません。

必要最低限のスペックは以下のとおりです。これ以下のスペックでしたら、パソコンの購入をご検討ください。

個人的にはM1以降のMacbookをおすすめします。ぼくはProを使っていますが、Airでも大丈夫です。

#### ★CPU: Intel Core i5以上

CPUの性能がパソコンの処理の速さを決定します。収録、編集、書き出しをスムーズに進めるなら、WindowsもMacもおすすめはCore i5以上のCPUのパソコンです。MacはM1以降なら問題ありません。

i5未満だと動作がかなり遅くなり、まともに作業できないので、ここはしっかり投資しましょう。

#### ★メモリ: 8G以上

メモリもパソコンの動作性や作業効率に直結します。オンラインコースの動画を制作するには、最低8Gは欲しいところです。ただし、資金に余裕があるならベストは16Gです。予算に余裕がある方は16Gも検討して下さい。

ぼくが最初のコースを作ったとき、メモリは8Gでした。パソコン買い替えのタイミングで16Gにしたところ、画像の書き出しスピードが明らかに早くなりました。16Gの方が効率的なのは間違いありません。

### ★ストレージ: 256G以上

データを保存できる容量です。動画はデータ容量が多いので、ストレージは最低256Gにしましょう。余裕があるなら1TBあると安心です。

ちなみにぼくは256Gで始めて、現在は500Gのストレージに1TBの外付けHDDをバックアップとして使っています。コースを作り続けていると500Gでもあつという間になくなるので、コースが溜まってきたら、外付けHDDと併用するのがおすすめです。

iCloudなどのクラウドストレージを利用してもいいですが、あつという間にいっぱいになる上、動画ファイルを編集する際にはいちいちダウンロードしなければなりません。個人的には外付けHDDの方が便利だと思います。

## 2) 音声収録機材

Udemyは音声がとても重要です。音質が悪いと審査に通らずコースを販売できません。また、受講生にストレスなく受講してもらうためにも、音声をクリアに収録する必要があります。

以下、きれいな音声を録音するために最低限必要な機材です。

- コンデンサーマイク
- ポップガードとショックマウント
- マイクアーム

実際にぼくが使っているおすすめ機材を紹介します。

### コンデンサーマイク

おすすめはBlueの[Snowball](#)です。

◀ 検索結果に戻る



画像にマウスを合わせると拡大されます



### Blue デスクトップUSBマイク Snowball Gloss Black [並行輸入品]

ブランド: Blue Microphones  
4.5 ★★★★★ 2,833個の評価

¥10,258 税込



出品者による発 安心・安全へのお客様情報の保  
送 取り組み 護

Amazon プライムの対象外です。 プライム対象商品も出品されています。 詳しくはこちら

### 購入オプションとあわせ買い

お支払いプラン

¥5,129/月 (2か月) 実質年率 0%から

マイクを選ぶときのポイントは以下の3つ。

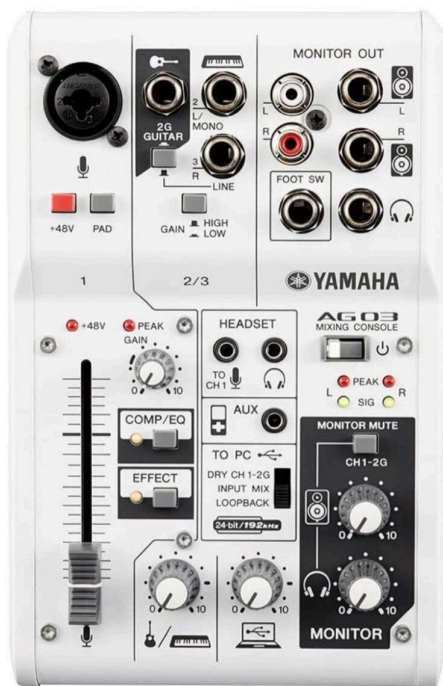
- コンデンサー型であること
- **USB**接続であること
- 単一指向性であること

マイクにはコンデンサー型とダイナミック型があります。比較的静かなところで行われるオンラインコースの収録には、感度の高いコンデンサーマイクが最適です。

接続は「USB」を選びましょう。USB接続なら、パソコンのUSB端子に繋ぐだけですぐに使えます。音にこだわるならキャノン端子(XLR端子)のマイクを選ぶのもアリですが、その場合はオーディオインターフェイスが必要です。

オーディオインターフェイスの定番は[YAMAHAのAG03](#)です。しかし、見ての通りなかなかいいお値段です。ここまでしなくても十分クリアな音は録れるので、個人的にはおすすめしません。なしでOKです。

◀ 検索結果に戻る



画像にマウスを合わせると拡大されます



ヤマハ YAMAHA ウェブキャスティングミキサー オーディオインターフェイス 3チャンネル AG03 インターネット配信に便利な機能付き 音楽制作アプリケーションCubasis LE対応

ヤマハ(YAMAHA)のストアを表示  
4.6 ★★★★★ 4,377個の評価  
| 321が質問に回答済み

ベストセラー1位 - カテゴリ PA & ステージ機器用ミキサー

過去1か月で200点以上購入されました

¥33,500 税込

prime 翌日配送



Amazonによる 安心・安全への取り組み  
発送 お客様情報の保護

他の出品者からより安く購入できる場合があります。ただし、無料のプライム配送が適用されない可能性があります。

また、単一指向性であることも必須です。単一指向性とは、特定の方向からの音だけを捉える性質のことで、オンラインコースの収録にはこれが適しています。

[Snowball](#)は上記のすべての条件を満たしており、しかも音声が非常にきれいです。ぼくは最初だけ[Snowball](#)を使って、後からもっといいマイクを使うつもりでしたがやめました。

わざわざ高いマイクを買う理由がないくらい、[Snowball](#)はいいマイクです。最初のマイクというより、末長く使えるマイクとして自信を持っておすすめします。

## ポップガードとショックマウント

ポップガードはマイクにかかる息の音を消してくれます。ショックマウントは、床からの振動、不意な接触などから、マイクおよび収録した音声への影響を極力低減する道具です。

なくても音声は録れますが、きれいに録るなら絶対必要なので揃えましょう。高価でなくて大丈夫です。それぞれおすすめは以下の2点です。

### >>エレコム HS-PG15BK ポップガード

< 検索結果に戻る



画像にマウスを合わせると拡大されます



#### エレコム HS-PG15BK ポップガード/フレキシブルアーム/クランプ式/ブラック

エレコム(ELECOM)のストアを表示  
3.9 ★★★★★ ☆ ~ 122個の評価  
過去1か月で50点以上購入されました

-36% ¥1,400 税込

参考価格: ¥2,180

prime 翌日配送

ポイント: 14pt (1%) 詳細はこちら

4点買うと5% OFF 買い物をする>

法人価格で最大\$2%割引となります。無料のビジネスアカウントに登録する

Amazon 初売り ポイントアップキャンペーン最大10%還元 (条件あり) 2024年1月3日9時から



Amazonによる 安心・安全へのお客様情報の保護  
発送 取り組み 保護

### >>Auphonix ショックマウント



#### Auphonix ショックマウント Blue Yeti and Snowball マイク用 ブラック Shock Mount black

Auphonixのストアを表示  
4.2 ★★★★★ ☆ ~ 4,979個の評価  
| 4が質問に回答済み  
過去1か月で50点以上購入されました

¥2,780 税込

prime 翌日配送

ポイント: 28pt (1%) 詳細はこちら

2点買うと20% OFF 買い物をする>



Amazonによる 安心・安全へ お客様情報の保護  
発送 の取り組み 保護

他の出品者からより安く購入できる場合があります。ただし、無料のプライム配送が適用されない可能性があります。

プロモーション情報 本出品者から対象商品... 2件 >

色: ブラック

## マイクアーム

最後はマイクアームです。おすすめは、[RODEのPSA1](#)。マイクアームといえばこれ！というくらい鉄板の一品です。

### >>[RODE マイクアーム PSA1](#)



画像にマウスを合わせると拡大されます



#### 【国内正規品】RODE ロード PSA1 スタジオ用マイクブーム PSA1

ブランド: RODE

4.6 ★★★★★ 13,518個の評価

**-22%** ¥12,882 税込

参考価格: ¥16,500

prime

ポイント: 129pt (1%) [詳細はこちら](#)

Amazon 初売り ポイントアップキャンペーン最大10%還元 (条件あり) 2024年1月3日9時から



Amazonによる 安心・安全への取り組み お客様情報の保護

他の出品者からより安く購入できる場合があります。ただし、無料のプライム配送が適用されない可能性があります。

#### 購入オプションとあわせ買い

お支払いプラン

¥6,441/月 (2か月) 実質年率 0%から

いいマイクアームの条件は、好きな位置にマイクをピタッと止めておけること。安いマイクアームはだんだん下がって来たりします。ストレスなく収録したいなら、マイクアームはケチらずにいいものを使うべきです。

マイクスタンドではダメ?と思うかもしれませんが、スタンドでもダメではありません。しかし取り回しの良さ、振動の伝わりにくさはマイクアームの方が優れています。

実際、マイクスタンドで収録したコースを受講したことがあります。ちょっとした振動が雑音として入っており、気が散りました。雑音が入らないように気をつけながら収録するのは大変ですし、正直言って無理です。マイクスタンドを使ってもいいですが、個人的には断然アームをおすすめします。

以上、きれいな音を録るのに最低限必要な機材でした。

## 3) 動画収録・編集ソフト

動画収録・編集ソフトは動画制作の時間と労力を大幅に削減してくれます。ソフトを買わずにやる方法もありますが、無料ツールで10時間にもおよぶ動画を編集するのはとても大変です。有料でも、使いやすいツールの使用を強くおすすめします。

Windowsの場合、おすすめは[Camtasia](#)です。



Camtasiaは、これ一つで画面録画と高機能な編集が撮影後すぐにできます。ノイズ除去もボタン一つで可能です。ただ、Snowballを使ったらノイズ除去はまず必要ないと思います。

ただ、この記事を書いている現在(2024年5月)は円安が進んでおり、Camtasiaの価格がネックになる人もいるでしょう。そういう人には以下の二つをおすすめします。

- [DemoCreator](#)
- [DaVinci Resolve](#)

どちらもMac、Windowsで使用可能です。

DemoCreatorは有料ソフトで、画面の撮影から編集まで一括で行えます。一方DaVinci Resolveは無料かつ高機能で有名なソフトです。ただし編集専用のソフトなので、撮影はできません。

価格を抑えたい方は、これらを検討するのもいいでしょう。

Macの方には、[Screenflow](#)がおすすめです。ぼくもScreenflowを使っています。

Our solutions are evolving.  
[Expand to learn more](#)

telestream Solutions Products Support Company Blog

Q Login Contact Us


ScreenFlow Overview Resources Tech Specs Upgrade Community Buy Now

**Create like the pros.**

The most powerful video editing & screen recording software for Mac.

Buy starting at \$169 Start your FREE trial

For Apple Silicon & Intel-based Macs running macOS Ventura and macOS Sonoma



FREE WEBINAR — Taking A Look at ScreenFlow 10 Watch Now

Camtasiaと違って、ノイズ除去などの高機能はないですが、必要な機能がコンパクトにまとまっており、とても軽くて使いやすいです。

CamtasiaのMac版もありますが、英語表示だったり、お値段が高かったりするので、MacならScreenflowをおすすめします。CamtasiaもScreenFlowも無料でお試しできますので、まずは使ってみて、気に入った方を利用してください。

#### 4) スライド作成ツール

スライド作成ツールは、使い慣れたものを使ってください。PowerPoint、Keynote、Googleスライドなど、何を使っても作れます。

でも、もしデザインに自信がないなら[Canva](#)が断然おすすめです。



Canvaは、上の3つに比べてきれいなデザインテンプレートが豊富にあり、中身を入れ替えるだけできれいなスライドが簡単に作れます。

有料プランもありますが、無料プランでも十分です。ぼくは無料プランで使い続けています。しばらく使ってみて、有料プランを使いたくなったら切り替えればいいでしょう。

以上、コース作成に必要な機材でした。

### Step3. コースジャンルを決める

Udemyコースが売れるかどうかは、コースジャンル選定で7割くらい決まります。Udemyの売れ筋ジャンルに合わせなければ、どんなにいいコースを作ったとしても売れません。

入り口を間違えたら、あとでがんばってもリカバリーは不可能。だからこそ、しっかりとリサーチした上でコースジャンルを決めなければなりません。

コースジャンル選定では何を考え、どんなやり方でリサーチをすればいいのか？  
詳しく見ていきましょう。

#### 初心者が陥りがちな失敗パターン

初心者の方でコースを作っても売れない人は、必ずと言っていいほど、自分の得意なことでコースを作っています。

「え、得意なことでコースを作っちゃダメなの!？」

いえいえ、得意なことでもコースを作るのは悪いことではありません。多くのコースは講師の専門分野で作られているはずですよ。

ただ初心者の場合、自分が得意なことに執着するあまり、受講生のニーズがあるかどうかを考えていません。その結果、誰にも求められないコースができてしまうのです。

あなたの好きなことや得意なことについて、「私もやってみたい」と思う人がどれくらいいるか。コースジャンル選定は、自分ではなく相手からスタートするのが基本です。

## コースジャンルを選ぶとき意識すべき三者関係

コースジャンルを選ぶ際には、自分、受講生、そして運営元であるUdemyの3者を意識します。売れるコースは、3者にとっていいコースであるからです。

逆にいうと、3者のいずれかにとってよくないコースは売れません。したがって、コースジャンル選定では3者の希望が満たせる場所を選ぶのがポイントとなります。

3者の希望はだいたい以下のとおりです。

1. 自分・・・好き、得意なジャンルでコースを作りたい
2. 受講生・・・今学びたいことが学べるコースが欲しい
3. Udemy・・・人気のコースの販売を伸ばしたい

あとはこれをすべて満たすジャンルを見つければOKです。とはいえ、自分の好きや得意はわかりやすいですが、受講生やUdemyのことは考えてもわかりません。

そこで行うのがリサーチです。おそらくコースが売れていない人は、いきなりコースを作り始めてしまいリサーチをしていません。リサーチをせずに受講生やUdemyのニーズを知ることはできないので、的外れなコースを作ってしまう可能性が高くなります。

売れる確率を高めるためにも、リサーチはきちんと行いましょう。あなたのノウハウをシンプルにコースにするだけではダメです。

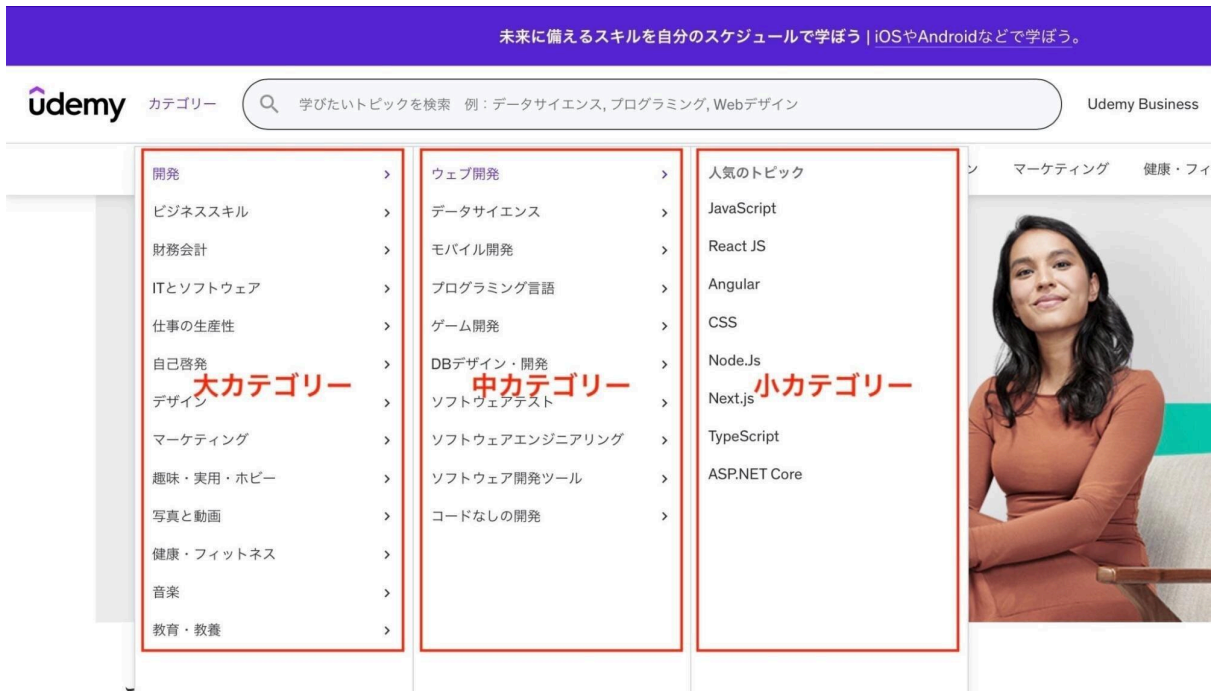
## リサーチの方法 | 競合と市場規模を確認する

リサーチでは、3者を反対から見えていきます。つまり、「3. Udemy」「2. 受講生」「1. 自分」の順番です。

### 1) Udemyが売りたいジャンルを知る方法

まずはUdemyが販売に力を入れたいと思っているジャンルを知りましょう。これはUdemyのカテゴリーを見ればわかります。

トップページのカテゴリーにカーソルを合わせると、大中小のカテゴリーが表示されます。これがUdemyが販売に力を入れたいと思っているジャンルとほぼ重なります。



カテゴリーはユーザーのニーズを反映して決められているようです。

例えば、2024年1月現在、「ビジネススキル」>「Eコマース」の小カテゴリーには「ChatGPT」が入っています。



これは最近追加されたものです。世界的なChatGPTへの関心の高まりに伴ってコースが急増し、受講生が増えたことで新たに追加されました。

このように世間やユーザーの動向を考慮して、希望のコースを探しやすくするためにあるのがカテゴリーです。希望のコースが探しやすければ、買ってもらえる確率が高まります。

ユーザーの動向を踏まえた上で「このジャンルは売れる！」と判断して作られているわけですから、これにしたがってあげれば、ひとまずUdemyが売りたいと思っているジャンルでコースが作れます。

## 2) 受講生のニーズが高いジャンルを知る方法

続いて、受講生のニーズを調べます。調べ方は簡単。そのカテゴリー内にある「コースの数」と「受講生数(学習者数)」をチェックするだけです。

「ChatGPT」のカテゴリーで見てみましょう。コース名の下に学習者数が表示されています。下の画像では、2,413,353人です。



Udemy カテゴリー  Udemy Business 課

### ChatGPTコース

ChatGPTの関連分野 ITとソフトウェア, 開発

2413353人の学習者

#### 手始めとなるコース

一番人気 新規 初心者人気

コース名	講師	評価	価格	特徴
ChatGPT APIとLangChainでChatGPTを最強にするハンズオン	経知 神草	4.4 ★★★★★ (306)	¥13,800	LangChain + AutoGPT, ChatGPT, serpapi
【ChatGPT】使い方入門-生成AIをビジネス活用！初心者向け講座...	Youseful株式会社 (ユースフル)	4.3 ★★★★★ (632)	¥2,400	ベストセラー
【初心者向け】【ビジネスマン向け】ChatGPTを中心に最新AIツ...	わたひき まちこ comachiLABO-経営コンサルタ...	4.3 ★★★★★ (170)	¥3,000	
ChatGPT API入門-PythonによるAPI基本操作から、業務で使える...	にゃんた YouTuber, たまねこ	4.4 ★★★★★ (101)	¥12,800	

ページを下にスクロールすると、「ChatGPT」カテゴリー内にあるコース数もわかります。下の画像では1,306件です。

## ChatGPTのすべてのコース

**i** コースはすべて30日間返金保証付き。だから安心です。

絞り込む 並び替え  
一番人気 1,306件の結果


評価

- ★★★★★ 4.5以上 (489)
- ★★★★☆ 4.0以上 (918)
- ★★★☆☆ 3.5以上 (1,057)
- ★★☆☆☆ 3.0以上 (1,109)


ビデオの時間

- 0~1時間 (239)
- 1~3時間 (646)
- 3~6時間 (262)
- 6~17時間 (139)


もっと見る



**ChatGPTの使い方入門-最新AIビジネス活用プロンプトエンジニアリング**でより良い回答を得よう【2023年最新版】  
OpenAIのチャットGPTでビジネスの未来を先取りしよう！アカウントの作成、基本的な使い方、そして**Prompt Engineering**などの応用まで学ぶ実践的コース。生成AI（ジェネレーティブAI）を使ってビジネスを効率化しよう。  
中村 祐太 Yuta Nakamura, Proglus (プログラマー)  
4.1 ★★★★★ (7,473)  
合計3時間・レクチャーの数:67・初級



**[ChatGPT] 初心者向け講座 ビジネスで活用できる程に返答の精度や品質を上げるコツを徹底解説【非エンジニア向け】**  
ChatGPTの返答の精度・品質を高めることでビジネスに活用し効率的な文書作成・プレスリリース・コンテンツ制作・要約整理などを実現する事ができるようになります。強力な助っ手AIをうまく使いこなして短時間・高品質なビジネス環境を実現しましょう。  
世界のオキ (Akihiro Aoki)  
4.2 ★★★★★ (4,795)  
合計3時間・レクチャーの数:39・初級  
ベストセラー



**60分であなたの英語学習が変わる！ChatGPT活用40の方法・ビジネス英語から試験対策まで【指示文リスト付き！】**  
本日はAI（ChatGPT）を活用して、英語学習の効果を何倍にも上げましょう。英語初心者

ただし、これはすべての言語で作られたコース数です。日本語のコースに限定したらどうでしょうか？

その場合は、左のサイドバーの「言語」でフィルターをかけます。日本語のコース数は89件でした。言語以外にも価格やコース時間など、各種の条件でフィルターがかけられます。

6~17時間 (8)

もっと見る


トピック

サブカテゴリ


レベル

言語


- English (766)
- Português (94)
- 日本語 (89)
- Español (85)
- 中文 (53)
- Deutsch (43)
- Français (41)
- 한국어 (39)
- Türkçe (19)
- हिन्दी (16)
- Polski (15)
- Русский (10)



**60分であなたの英語学習が変わる！ChatGPT活用40の方法・ビジネス英語から試験対策まで【指示文リスト付き！】**  
すごいAIツールChatGPTを活用して、英語学習の効果を何倍にも上げましょう！英語初心者の方も、日本語で指示ができるので、ぜひChatGPTを活用してくださいね。日本語・英語のChatGPTへの指示文リスト付き！  
谷口 恵子 (タニケイ)  
4.1 ★★★★★ (2,269)  
合計1時間・レクチャーの数:56・すべてのレベル  
ベストセラー



各業界のトップ企業がUdemyを続々導入しています  
あなたの会社で、Udemyの8,800以上の人気講座が受け放題！(20名〜) \*多言語パッケージを含めると25,000講座  
Nasdaq, box, NetApp, eventbrite  
Udemy Businessのトライアルを申し込む



**[60分速習] ChatGPTをフル活用して仕事の生産性10倍アップ！AIを味方につけてできる人材になる！**  
すぐに真似できるChatGPTプロンプト（指示文）リスト付き！アイデア出し、プレスリリース、ライティング、調査、分析、プレゼン作成、転職活動など、あらゆる場面でChatGPTを活用する方法がわかる！  
谷口 恵子 (タニケイ)  
4.2 ★★★★★ (1,838)  
合計1時間・レクチャーの数:58・すべてのレベル

これでコース数と受講生数がわかりました。どちらも基本的に多ければ需要は高いです。数が多いか少ないかは、他のカテゴリーを比較するとよくわかります。

以上のやり方で、受講生のニーズの高さを探ってください。

### 3) 自分が狙うべきジャンルの選び方

以上を踏まえて、最後に自分が狙うジャンルを選びます。

このとき、自分が教えたいことや得意なことはいったん横に置いてください。そして、先ほどのUdemyのカテゴリーから「小カテゴリー」を細かく見ていきます。

気になる小カテゴリーがあったらクリックして、販売中のコースをチェックしてください。Udemyのカテゴリーはものすごくたくさんあるので、全部見れば必ず何か教えられる分野があります。少しでもできそうと思ったらピックアップしましょう。

ジャンルの候補が出揃ったら、「コース数」と「学習者数」の2点を調べて比較します。比較することでユーザーのニーズの高さが相対的に見えてくるでしょう。スプレッドシートに表を作って比べると違いがわかりやすいです。

あとはニーズと自分が作れそうかを秤にかけて、行けそうなジャンルを一つ選んでください。これであなたにとって勝ち目のあるコースジャンルが見つかります。

4)リサーチのまとめ  
重要なのでまとめます。

コースジャンルは、「自分が教えたい」という理由だけで選ばないこと。自分の希望はいったん横に置いて、「3. Udemy」「2. 受講生」「1. 自分」の順番でリサーチします。

Udemyの既存のカテゴリーから教えられそうなものをピックアップし、受講生のニーズをチェック。ニーズが高くて自分でも教えられそうなものが、あなたの狙うべきジャンルです。

## カテゴリーで一番は狙わなくていい

カテゴリー内の競争を調べるとき、勝てるかどうかは考えなくていいです。

普通は「1～3位のコースに勝て！」と言われるところですが、考えてみてください。これから講師デビューするあなたが、百戦錬磨のベテラン講師に勝てるイメージを持ってのわけがありません。そんな視点では、コースを作れるジャンルがなくなってしまうです。

競争を見るときは、勝ち負けより、「どんな切り口にしたら差別化できるか」を考えましょう。これが非常に重要です。

ぼくが最初のコースを作ったときの例をお伝えします。

ぼくは1本目にWordPressでサイト制作するコースを作りました。すでに巨大なライバルがひしめくカテゴリーなので、とくにWordPressに詳しくもないぼくには勝ち目はありません。同じようなコースを作ったら、確実に埋もれます。

しかしライバルたちをよーく観察すると、ブログサイトを作るコースが多いことがわかりました。それならということで作ったのが、「[ノーコードでシンプルな企業サイトを作るWordPress講座](#)」です。「企業サイトを作る」という切り口で、既存のコースから差別化を図りました。

その結果、非常に多くの方に受講いただけて、無料コースながら企業向けのサブスクリプション「Udemy Business」にも選ばれました！

※Udemy Businessに選ばれると、無料コースでも収益が発生します。

カテゴリーで1番になって「ベストセラー」や「最高評価」のタグはぜひとも欲しいところですが、獲れなくてもちゃんと売れます。一番はゆくゆく狙えばいいので、初めは自分なりの切り口を意識してコース内容を考えてみてください。

## インサイト機能は参考程度に

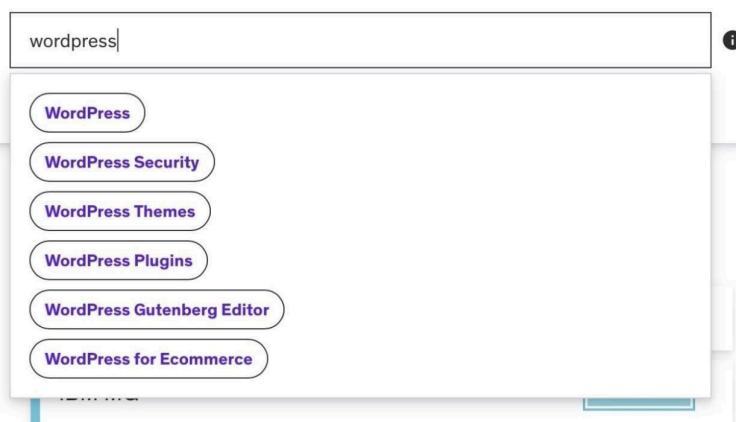
ジャンルの決めの最後に、インサイト機能の使い方を解説します。インサイトとはUdemyユーザーのニーズや売れ行きが見られる機能です。

講師ダッシュボードの「インサイト」>「マーケットプレイスのインサイト」を開きます。



調べたいトピックを英語で入力します。例えば、「WordPress」と入力すると関連のトピックが表示されるので、一番近いものを選んでください。今は「WordPress」を選択します。

## What course topic are you interested in?

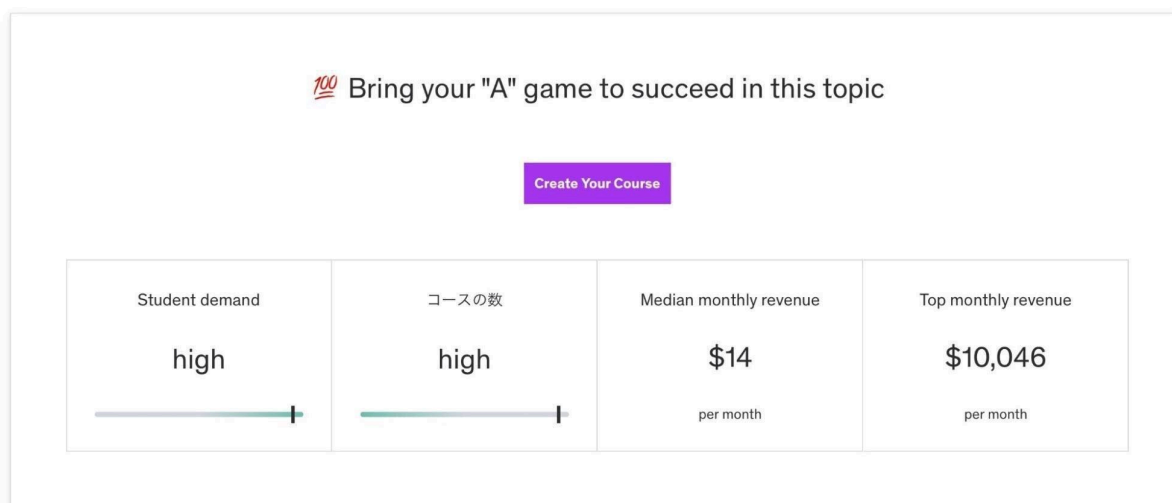


wordpress

- WordPress
- WordPress Security
- WordPress Themes
- WordPress Plugins
- WordPress Gutenberg Editor
- WordPress for Ecommerce

選択すると、トピックのデータが表示されます。受講生の需要の高さやコースの多さがわかりますが、これは参考程度に見ておけばいいです。

Opportunity overview for 英語 courses on **WordPress**



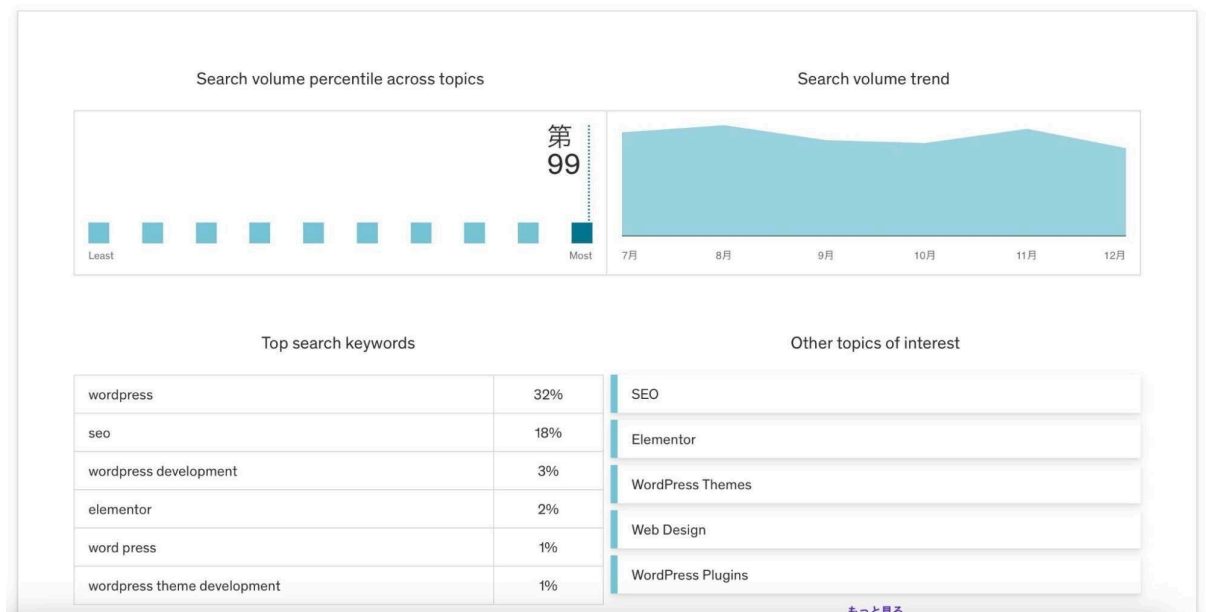
WordPressの場合、月間収益の平均が14ドルとなっています。これを見ると「あまり売れなさそうだ。。。｣と思いませんか？

でも実際にやってみると、これよりはぜんぜん売れています。経験上、平均はあまりあてになりません。平均よりもトップの方を見て市場規模を感じてください。

上の画像では、WordPressは最高1万ドル(140万円ほど)です。日本の市場規模は英語の10分の1ほどと言われているので、ざっくり日本のトップは月間14万円くらいの収益があるかもという見方をします。

さらに見ていくと、ユーザーが検索で使うキーワードや関心のあるトピックなどがわかります。新しいコースを作るときの参考にしてください。

Student demand for 英語 courses on **WordPress**



一つだけ注意ですが、このデータは英語コースを対象に取られたものです。日本語コースのデータではありませんので、参考データとして考えるようにしましょう。

## Step4. アウトラインを作る

作るコースのジャンルが決まったら、コースのアウトラインを作ります。

コースの紹介ページにあるこれ↓ですね。何をどんな順番で伝えていくかを決めます。

## コースの内容

セクションの数: 8 • レクチャーの数: 93 • 総時間: 6時間23分

[すべてのセクションを表示](#)

^ この講座について【受講前の視聴を推奨】	6個のレクチャー • 11分
<a href="#">講座の概要</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 04:20
<a href="#">講座の対象者</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 00:57
<a href="#">講座に含まれない内容</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 01:27
<a href="#">講座の目次</a>	<a href="#">プレビュー</a> 01:49
<a href="#">受講のススメ</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 01:23
<a href="#">講師の紹介</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 01:23
▽ <b>Udemyでスムーズに受講するために【機能解説】</b>	6個のレクチャー • 6分
^ <b>第1章 WordPressとは</b>	11個のレクチャー • 32分
<a href="#">WordPressとは何か (テキストダウンロード)</a> ▾	01:37
<a href="#">WordPressのシェア率</a> ▾	<a href="#">プレビュー</a> 01:06
<a href="#">WordPressを使って、どんなWebサイトが作れるの?</a> ▾	03:20

じつは、コースの売れ行きや受講の進み具合は、伝える順番がかなり重要です。

だからと言って難しく考える必要はありません。アウトラインには基本の型がありますので、これを押さえつつ、考え方を学んでいきましょう。

### アウトラインの基本型

基本的なコースのアウトラインは以下の3つから構成されます。

1. 「何」と「なぜ」と「ゴール」
2. コースの概要
3. 各ステップ

それぞれ見ていきましょう。

#### 1. 「何」と「なぜ」と「ゴール」

Udemyのほとんどのコースには「はじめに」のセクションがあります。受講生の方に、なぜこのコースが必要なのか、受講することで目的は達成されるのかを伝えるためです。

ぼくの場合、「はじめに」のセクションで伝えるのが、「何」と「なぜ」と「ゴール」です。WordPressで企業サイトを作るコースなら、例えば以下ようになります。

1. 何:このコースで学べるのは、WordPressで企業サイトを作る方法です。
2. なぜ:Udemyには多くのWordPressコースがあります。しかし多くはブログサイトを作るコースです。あなたが企業サイトを作りたいなら、このコースを受講してください。
3. ゴール:こんな企業サイトが作れます(モデルのサイトを見せる)

「何」と「なぜ」を伝えることで、コースを最後まで受講すべき理由が明確になります。さらに「ゴール」を見せることで、最後まで受講した後の未来を具体的にイメージさせることができるのです。未来を疑似体験することで、受講する動機はさらに高まるでしょう。

Udemyコースは、求めている受講生に届いてこそ価値があります。最後まで受講して行動できるようになってもらうためにも、受講生の希望にマッチしたコースを届けるのが重要です。

最初のセクションで、「何」と「なぜ」と「ゴール」をしっかりと伝えることで、受講生の動機を高め、自身に適切なコースを選んでもらえるようになります。とても重要なセクションなので、意識して作りましょう。

自己紹介はなくてもいい

多くの方が講師の自己紹介を「はじめに」に持ってきますが、これは間違いです。

受講生はあなたに興味はありません。興味があるのは自分のこと。このコースが自分にとってどんなメリットがあるか？なのです。

だから最初に伝えるべきは、「何」「なぜ」「ゴール」の3つです。自己紹介をするならその後に行きましょう。実績と合わせて伝えれば、権威性が向上するかもしれません。

ちなみにぼくは、基本的に自己紹介をしません。今まで作った中では1コースだけ入れましたが、それ以外は自己紹介なしです。

なぜ入れないのか？ それは、コース自体がぼくの自己紹介になっているからです。コースの構成や内容、話し方から、受講生はぼくがどんな人かを感じ取ってくれるでしょう。自分から「こんなことができます」と言うよりよほど有弁です。

権威性のアップも気にしません。「権威がある」と「わかりやすい」のとは別だと考えているからです。受講生にとって一番重要なのは、コースのわかりやすさ。権威ゼロでも勝ち目があるのがUdemyなのです。

## 2. コースの概要

なぜこのコースを受講すべきなのかを伝えた後に、コースの概要を説明します。

概要を押さえた後に細かい話に入っていくのは、わかりやすいコースを作るための基本ルールです。全体を把握していないと、自分がコースのどのあたりを学んでいるのかがわからなくなります。

何のためにこのレクチャーを学んでいるのか。あとどれくらいでコースが終わるのか。見通しがないまま延々と続くレクチャーを受講し続けるのは大変です。

そんな受講生の負担を減らす意味でも、最初に全体を提示してから、細かいレクチャーに進んでもらうようにしましょう。

### 3. 各ステップ

全体を伝えたら、次のセクションからステップごとにノウハウ(How to)を教えます。

WordPressのサイト制作コースなら、サーバーの設定やトップページのカスタム方法など、具体的な手順を順番に解説します。

レクチャー作成のポイントは「時間」です。1つのレクチャーを10分以内、できれば5分程度にまとめること。Udemyでは1レクチャー2~10分で、要点を3つほどに抑えることが推奨されています。

ぼくは5分程度を目安にしており、10分を超えそうなら、レクチャーを二つに分けます。

レクチャーの時間は本当に重要です。1レクチャーが長すぎると心理的な障壁が高くなり、受講しにくくなります。逆に短ければ、「2分ならあと1レクチャーだけがんばってみるか」という気持ちになってもらいやすく、受講生をコースの最後までストレスなく導けます。

また受講生の中には、移動などの隙間時間にスマホで受講される方がいます。数分のレクチャーなら隙間時間で学習がしやすいようで、「短いレクチャーで助かりました！」というコメントを実際にいただいたことがあります。

Udemyは、コースを完走してもらえかが成功の一つのポイントです。気軽に受講できるレクチャー作りに配慮すると、結果はかなり違ってくるでしょう。受講生の満足度の高いコースになるはずです。

以上がアウトラインの基本型でした。

### 他のコースのアウトラインを参考にする

ここまでお伝えしたのは、あくまでアウトラインの基本です。これを元に、コース内容に合わせてカスタマイズします。カスタマイズは自分で考えてもいいですが、おすすめは他のコースのアウトラインを参考にすることです。

すでに売れているコースのアウトラインは、受講生のニーズに合っているはずですが、初心者とはくに積極的に参考にしてみてください。

この時のポイントは2つ。

1. 複数のコースを参考にする
2. 海外のコースも見る

一つのコースだけを参考にとすると真似がすぐバレますし、似たような構成のコースならすでに売れているコースを受ければいいので、あなたのコースを受講する意義がなくなります。

これを防ぐには、複数のコースからいいところを抜き出してきて組み合わせるのが有効です。

海外のコースは参考にする人が少なく、より真似がしやすいです。日本より大きな市場で成功しているコースですから、アウトラインもよく練られたものが多いです。これも積極的に取り込みましょう。

経験がないうちから独自の方法にこだわると、失敗する可能性が高まります。自己流は事故流。最初は成功している人のコースを参考にしてやってみてください。

## Step5. 動画コンテンツを撮影・編集する

アウトラインができれば、レクチャーの内容やスライドなどを決めて収録に入ります。

収録は、[Camtasia](#)や[Screenflow](#)を使ってPCの画面を撮影しながら話すだけです。はじめは慣れないので大変ですが、これは場数を踏むしかありません。繰り返し練習して、経験値を高めてください。

この記事の中でも再三お伝えしていますが、Udemyは音声に厳しいです。パソコンの内臓マイクで収録するのはもってのほか。ご紹介したマイクとその周辺機器は必ず揃えましょう。

その上で、収録時に注意すべき点がありますので解説します。

### 1) 室外の収録環境

収録は自宅でする方がほとんどかと思えます。その際、気をつけたいのは室外の音です。

普段生活をしているとあまり気にしませんが、車の音や救急車の音、立ち話する人の声など、室外からの音は案外多いです。これをマイクが拾ってしまう可能性があります。

対策は2つです。

1. 外の音が少ない時間を選んで収録する
2. 音がしたら一旦収録を止める

[Snowball](#)を使っている限り、外部の音が邪魔になることはあまりありませんが、それでも注意は必要です。ちなみに、ぼくの自宅は1階の道沿いなので、窓を閉めていても車の音と人の話し声、救急車の音はよく聞こえてきます。そんな時は、いったん収録をやめてやり過ごすようにしています。

反対に案外大丈夫だったのが、雨の音です。激しく降っていると雨戸を叩く音がかなりするのですが、収録してみると何の問題もありませんでした。

使うマイクやご自宅の環境によって条件は変わります。怪しいなと思ったら、確かめてみてください。

## 2) 室内の収録環境

室内の音環境はデリケートです。普段は聞こえないけれど、収録するとノイズになる音があります。代表例は、エアコンや冷蔵庫、加湿器の音などです。

音の出る家電は、スイッチを切って収録に臨むのがベストです。うちはエアコンの音が入ってしまうので、夏でもスイッチを切ります。収録が終わったらONにして部屋を冷やし、始める時は再びOFFにします。

冷蔵庫もホワイトノイズという雑音の原因になりますが、コンセントを抜くわけにはいきません。なるべく冷蔵庫から離れた場所、できれば別の部屋で収録するようにしてください。

## 3) 自分から発生する音

個人的に盲点だったのが、自分から発生する音です。とくに目立つのは以下の3つ。

1. リップノイズ
2. 息の音
3. 衣擦れ音

リップノイズとは、口や舌を動かしたときに起きる「ペチャ」や「ピチャ」といった音のことです。室温や湿度により口が渇きやすいときによく起こります。

リップノイズを抑えるには、唾液を出すのが効果的です。唾液はしばらく口を動かしていると出てきます。少ししゃべったり、口の運動をしてから収録に臨むといいでしょう。

息の音は、鼻が詰まっている時などに入ります。これは気をつけて収録するか、調子が戻るまで収録をやめるかしかなかったりありません。どうしても気になる音が入った場合は、可能なら編集でカットします。

そして、意外と邪魔になるのが衣擦れ音です。ウィンドブレーカーやダウンなど、シャリシャリした生地の衣服だと、かなりの衣擦れ音が発生します。

冬は寒いですが、室内の収録環境を整えるためにエアコンは使えません。もう一枚羽織る時は生地の素材に気をつけましょう。

## 動画の質はUdemyでチェックしてもらおう

Udemyには[テストビデオサービス](#)があります。1~3分間の動画を送ると、Udemyが動画の質を無料で判定しアドバイスをくれるサービスです。

初めてコースを作る人は、必ず利用して動画の質を見てもらってください。ここで修正しておかないと、コースを作ってから全体を直さなければいけません。

動画の内容は本当にテキストで大丈夫です。静止画の画面を撮影しながら「これはテスト動画です」と繰り返すだけでも成立します。

ぼくが作ったテスト動画は、音声はよかったものの動画の画面サイズについて指摘を受けました。おかげでコースを作るときには、Udemyに合った画面サイズがわかり、審査も一発で通過しました。以後、審査には落ちていません。

動画の品質基準について詳細は、[Udemyコース品質チェックリスト](#)をご覧ください。

動画が完成したらアップロードして、コースを公開してください。これで最初の1本ができました！

## ■Step6. 3～5を繰り返してコースを量産する

初心者にとって最初の1本はとてつもなく大変です。おそらくこれを超えられない人が9割。

もし、あなたが最初の1本を公開することができたなら、それだけでもかなりすごいことです。自信を持って次のステージに進みましょう。

2本目からは、これまでの手順を繰り返してコースを量産するだけです。しかし、ここにも罠があります。「ネタ切れ」と「意欲切れ」です。

順番に見ていきましょう。

### ネタ切れ

おそらく3本目か4本目あたりで「コースを作るネタがない！」と悩むことになります。そんなに教えられるネタを持っている人はいませんから、それが普通です。

とはいえ、ネタがないのは困りますよね！

結論から言うと、ネタは作るしかありません。学んだことをコースにする、もしくはコースにするために学ぶということです。

いずれにしてもインプットが必要になります。

コースは早く作り始めたいので、インプットには極力時間をかけたくありません。そこでネタは次の視点で探します。

1)知っているけれど、教えられるほどではないもの

元からある知識に補充するだけなので、早くインプットが終わります。

2)すでに出したコースの横展開

既出のコースが売れているならこれがおすすめ。応用編、アドバンスなどでコースが作れないか検討します。

3)相性がいい分野

得意な分野なら全く初めてでもインプットが早くできます。

例えばもともと動画編集をしていた人は、使ったことがない編集ツールでも割と早く使えるようになるはずです。

以上のような視点で、コースのネタを探してみてください。ただし、あくまでユーザーのニーズがあることが前提です。

## 意欲切れ

コースを出しても思ったように売れない、受講生が集まらない。すると怒るのが意欲切れです。

これでやめてしまう人が大勢います。僕も一度経験しました。気持ちはよくわかります。

じつは意欲切れを起こした人は、多くの場合、何かしら結果を得ています。これを見た時にどう感じるかが分かれ道です。

例えばコースを3つ出して受講生50人だったとしましょう。

同じ50人でも「たった50人か。。。｣とってしまう人はやめる可能性が高いです。でも自分の頑張りを見ると、そう思ってしまうですね。

逆に「3コースで50人ということは、30コースで500人だな！｣こう考えられる人は、どんどん伸びます。30コースのはるか手前で500人を達成するでしょう。

1つ大事なことを言います。結果は成果ではありません。小さな結果を大きく育てて、初めて得られるものが成果です。

だから結果が小さいのは当たり前。植物で言えば芽が出たに過ぎません。ここでがっかりして水をやらなかったら、枯れてしまいますよね？

あなたがやるべきは、小さな目のがっかりすることではなく、大きく育つように水をあげることです。水をあげ続けることです。

マインドの話になってしまいましたが、本当に大事な話です。やめなくなった時、思い出してください。

## ■Step7. 受講生との関係構築をする

コースを出していったら、受講生とのやり取りも強化していきます。Udemyでは、一人の受講生さんが複数のコースを買ってくれるケースが多いからです。

これはある意味「ファン」になってくれていると考えられます。

- コースが分かりやすかった
- レベル感がちょうど良かった

気に入ってくれた理由は様々でしょうが、これに加えて「この人は信用できる！」と思ってもらえたら、さらに長くお付き合いいただける可能性が高まります。

## コミュニケーションする方法

Udemyでは、受講生とのコミュニケーション手段が主に3つあります。

- Q & A に答える
- メッセージ
- メール

Q & A とメッセージに答えるのは当然として、問題はメールです。

多くの講師はプロモーションメールだけを使っています。

プロモーションメールとは、自分のコースのクーポンを配ることができるメールです。ひと月に2本まで出せるので、必ず使い切っている人もいます。

これは使いたければ使ってください。

たしかに自分のプロモーションで売れば取り分は大きいですが、毎月プロモーションメールを出せば飽きられます。また営業メールかと。

- 出しすぎない
- 出す理由も一緒に示す

この2点だけ気をつければ、あまり営業職を出さずにプロモーションメールを使うことができるでしょう。

## 指導目的のメールの使い方

これとは別に、是非使うべきなのが指導目的のメールです。

名前の通り、基本は指導を目的に使います。こちらはプロモーションが一切できません。

よく使うのが「レクチャーを追加しました」のような連絡をする場合。でも、連絡することなんてそんなにありませんよね？

そこで、僕はいわゆるメルマガとして使っています。普通に受講生さんの役に立ちそうなトピックで、1000~2000文字くらいの文章を送っています。

そんなことをして何になるんだ！と思うかもしれませんが、これが意外と読まれているようです。

わざわざ感想を送ってくださる方もいるので侮れません。

## 成功するにはファンを作れ

Udemyで成功するにはファンを増やすことが必須です。特に自分のコースを好きになってくれる受講生さんですね。

新規の顧客を獲得するより、既存顧客にもっと買ってもらう方が簡単と、ビジネスの世界ではよく言われます。当たり前のように思えますが、どうしても「新規を獲得しなければ！」と考えがちです。

これはUdemyでも同じ。一度でも買ってくれた人はファンになる可能性が高いです。ちょこちょこでいいので接点を作って、ゆっくりと関係を構築していきましょう。

## ■Udemyは成果が出やすいプラットフォーム

じつをいうと、ぼくは今までインターネットビジネスで失敗ばかりしてきました。アフィリエイト、ブログ、SNSなど、持ち前のチャレンジ精神でやってみるものの、思ったような成果が出ず敗退しています。

そんなぼくでもUdemyでは結果が出ました。Udemyほど簡単に売り上げを作れたビジネスはありません。Udemyはやればやっただけ売り上げに直結します。

もっとも驚いたのは、初月からいきなり売り上げが上がったことです。といっても、ぼくの初月売り上げは11ドル。たった11ドルでしたが、自分の作ったものが売れるなんて思ってなかったのでもうれしかったのを覚えています。このときぼくの中で、「自分の作ったものは売れる」というスイッチがOFFからONに切り替わったのだと思います。

## あの時決断したからこそ今がある

正直、Udemyをやるかどうかは悩みました。オンラインコースを作る自信がまったくなかったからです。始めたはいいものの、もし作れなかったら、マイクやソフトへの初期投資は無駄になります。

迷ったのですが、今やらないことの方が損失で、挑戦しなければ後で必ず後悔すると考えて、やってみることにしました。あの決断があったからこそ、今のぼくがあります。Udemy講師に挑戦して本当によかったです。

ビジネスは、何を選択するかがとても重要です。もしあなたがどんなビジネスで稼ごうか迷っている、あるいは今取り組んでいるビジネスで安定的に成果が出ていないのであれば、迷わずUdemy講師にトライすることをおすすめします。

それでは、最後まで読んでいただきありがとうございました。あなたがUdemyで成功できることを願っています。

カトーヒサヨシ