

オーガニック運用は、 バズより「誰に何を伝えるか」から始める

— 制作会社のノウハウを、社員が再現できる運営の仕組みへ。

一本の役割を、視聴者の疑問から決める。

誰に

どんな状況の人へ届けるか

何を

どの疑問や不安へ答えるか

なぜ自社か

どんな経験や事実を示せるか

その後

理解や行動にどうつなげるか

小さな問いに丁寧に答え、信頼を積み重ねましょう。

再生数が高くても、学びが残るとは限らない。

振り返る問い

- 届けたい相手に役立つ内容だったか
- 自社の専門性や価値が伝わったか
- 次の企画へ活かせる反応があったか
- 無理なく続けられる作り方だったか

話題性を参考にする場合も、自社の目的とのつながりを確認します。

数字の大小と、**伝えたいことの達成**を一緒に見ましょう。

目的は、相手に起きてほしい変化で書く。

認知

自社や課題の存在を知る

理解

選び方や仕組みが分かる

比較

違いや向いている条件を判断できる

行動

詳しい情報や相談先へ進める

一本で全部を達成しようとせず、主な役割を一つ選びます。

目的が明確になると、**伝える内容を選びやすくなります。**

ターゲットは、属性と場面を組み合わせる。

役割

仕事や生活でどんな立場か

場面

いつ、何を検討しているか

知識

すでに知っていることは何か

不安

判断を妨げていることは何か

社内の思い込みだけで決めず、商談や現場の声と照合します。

具体的な一人を思い浮かべ、言葉を整えましょう。

制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

ショート動画屋さんは、広告、SNS運用、通販、営業、採用など目的の異なる動画を
200社以上・3,000本以上制作してきました。

ディレクター・構成・撮影・編集を分け、複数人で速く品質を揃える制作フローを運用しています。

制作フロー（役割を分けて、速く品質を揃える）



内製化支援での引き継ぎ

実際に制作へ携わる担当者が、
この流れを企業の人員・目的・
頻度に合わせて移します。

実際の流れをそのまま社内で再現し、**制作を続けられる体制**をつくりましょう。

企画の材料は、顧客との接点にある。

- 商談で繰り返される質問
- 接客で説明している選び方
- 導入や利用前に多い不安
- 現場で当たり前になっている工夫
- 公開後のコメントや問い合わせ

個人情報や秘密情報を除き、一般化できる疑問として整理します。

日々の仕事を、**役立つ発信**の出発点にしましょう。

一つの疑問に、一つの答えを返す。

疑問

視聴者が知りたいことを一文に

答え

先に結論や判断の方向を示す

具体例

理由が分かる場面や事実を添える

補足

条件や例外を省きすぎない

別の疑問は次の動画へ分け、一本の情報量を整理します。

伝えることを絞ると、必要な情報が届きやすくなります。

冒頭は、見る理由を具体的に伝える。

対象を示す

初めて導入を検討する方へ

場面を示す

選択肢が多くて迷ったときに

疑問を示す

何を比べればよいか

内容を約束する

確認するポイントを紹介

内容で答えられない誇張や、過度に不安をあおる表現を避けます。

見る前の期待と、見たあとの**納得**をそろえましょう。

テーマを柱にして、続ける順番を決める。

選び方

比較や判断の基準

使い方

利用前後の疑問

現場の工夫

仕事で大切にしていること

よくある誤解

事実と条件の整理

自社の専門性と顧客の疑問が重なるテーマを、少数の柱にまとめます。

柱があると、**次の一本**を考えやすくなります。

CTAは、動画の役割に合わせる。

理解を深める

関連する解説を案内

比較を助ける

資料や条件を案内

相談を助ける

問い合わせ先を案内

応募を助ける

募集情報を案内

プロフィールや誘導先も、動画で伝えた内容と整合させます。

必要な人が、無理なく次の一歩を選べる導線へ。

継続できる本数を、役割と時間から決める。

- 企画を集める担当
- 撮影・編集する担当
- 内容と公開可否を確認する担当
- 反応を記録する担当

兼務と確認時間を見込み、繁忙期の本数調整や外部支援も決めます。

続けられる制作ペースが、**学びを積み上げる**土台です。

役割に合う反応から、次の仮説をつくる。

視聴

冒頭や構成をどう受け取られたか

保存・共有

あとで見返す理由があったか

質問・DM

何が分かり、何が残ったか

遷移・相談

次の行動につながったか

指標は取得可能な範囲で選び、期間・対象・導線の違いも記録します。

事実と仮説を分け、**次に変えることを一つ**選びましょう。

よくある質問を、小さなシリーズにする。

モデルケース

- 商談で多い質問を10個集める
- 週2本を目安に、一問ずつ回答する
- 反応のあるテーマを掘り下げる
- 新しい疑問を翌月の企画へ戻す

進め方を示すモデルケースです。本数や頻度、成果を保証するものではありません。

反応を受け取りながら、**自社らしいシリーズ**へ育てましょう。

90日で、発信の軸と制作の型を育てる。

0～30日

対象・目的・テーマの柱を決める

31～60日

少数の動画を公開し、反応を記録

61～90日

役立ったテーマと制作負荷を見直す

期間は導入の目安です。目的や制作頻度に合わせて調整します。

届いた声を頼りに、**続けられる発信**へ整えましょう。

伝える相手と、一つの問いから始めよう。

今日決める5つ

- 届けたい相手と場面
- 最初に答える疑問
- 示せる経験や事実
- 続けられる担当と本数
- 反応を振り返る日

ショート動画屋さんの内製化支援では、貴社に合う役割・手順・改善方法を一緒に設計します。

自社の内製範囲を相談する