

ネタ切れしない、 顧客の質問・商談・現場から 企画を作る方法

— 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。

企画をひねり出す前に、疑問が集まる場所をつくる。

集める

質問や迷いを短く記録

整理する

同じ疑問をまとめる

選ぶ

目的と答えられる範囲で優先づけ

作る

一問一答へ落とし込む

戻す

公開後の反応から次の疑問を拾う

日々の接点を、継続して企画が生まれる流れへ。

情報源ごとに、拾う問いを決める。

商談

比較で迷ったこと、決め手になったこと

接客

繰り返し説明していること

問い合わせ

申込前の不安、利用中のつまずき

現場

当たり前に行っている工夫

公開後

コメントやDMで残った疑問

担当者だけで抱えず、**現場の声**を持ち寄りましょう。

質問を、視聴者の言葉に整える。

元の記録

説明が長く、社内用語が多い

整理すること

誰が、どの場面で、何に困ったか

企画の問い

視聴者が知りたい一文へ言い換える

言い換えても、質問の意図や条件を変えないようにします。

相手の状況が伝わる問いを、**一つずつ**残しましょう。

優先順位は、頻度と役立ち方で決める。

- 繰り返し出る疑問か
- 重要な判断を助けるか
- 自社が確かな根拠で答えられるか
- 今、届ける理由があるか
- 無理なく制作できるか

頻度が低くても、重大な誤解を防ぐテーマは候補に残します。

本数を埋めるより、**答える価値のある問い**を選びましょう。

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。

一つの質問を、**答えやすい大きさ**に分ける。

大きな質問

導入前に何を準備すればよいか

分けた問い

社内で誰に相談するか

分けた問い

必要な情報は何か

分けた問い

開始までの流れはどうなるか

具体例です。重複を避け、各動画が一つの疑問へ答える形にします。

問いを小さくすると、見た人が**使える答え**になります。

顧客との会話は、そのまま公開しない。

除く

名前、連絡先、取引情報、秘密情報

確かめる

引用や事例として使える範囲

一般化する

個別事情を特定できない問いへ

確認する

事実と公開条件を責任者が確認

本人や顧客の許可が必要な内容は、確認が済むまで使いません。

信頼を守りながら、**役立つ知見**を分かち合いましょう。

商談の反論は、判断を助けるテーマに変える。

不安

自社で運用できるか

問い

導入前に確認したい担当と作業

迷い

他の方法とどう違うか

問い

比較するときにそろえたい条件

相手を言い負かす構成にせず、選ぶための情報を整理します。

迷いを理解することから、**誠実な答え**が始まります。

企画メモには、出典と次の作業を残す。

記録する6点

- 質問と発生した場面
- 届けたい相手
- 一番伝えたい答え
- 根拠資料と確認者
- 制作担当と公開予定
- 公開後の反応と次の疑問

記録を一か所にそろえ、次の担当へつなげましょう。

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。

質問の集まり方まで、小さく試して改善する。

モデルケース

- 商談や現場から質問を10個集める
- 似た質問をまとめ、優先順位を決める
- 少数を動画化し、新しい疑問を記録する
- 翌月の企画会議で、情報源と集め方も見直す

実績や効果保証ではなく、運用の整理例です。

答えたことと、残った問いの両方を次へ活かしましょう。

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。

次の一本は、身近な質問から。

今日決める5つ

- 質問を集める接点と担当
- 記録する場所と書式
- 優先順位を決める基準
- 最初に答える一つの問い
- 公開後の反応を戻す日

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