

1つの商談から10本作る、 ショート動画企画の分解術

— 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。

商談を短く切る前に、問いへ分解する。

拾う

相手が迷った言葉と場面

分ける

一つの疑問を一つの企画へ

確かめる

根拠と公開できる範囲

つなぐ

関連する問いをシリーズへ

一度の対話を、**役立つ答えの入口**にしましょう。

10本は、数を埋めるノルマではない。

- 独立した疑問があるか
- 前の動画を見なくても分かるか
- 答えと根拠を用意できるか
- 同じ話の言い換えだけになっていないか

10本は分解の考え方を示す目安です。材料が少ない場合は、無理に増やしません。

本数より、一本ごとに答える価値を大切にしましょう。

会話を、検討の流れに並べ替える。

課題認識

何に困り、なぜ調べ始めたか

比較検討

何を比べ、どこで迷ったか

導入準備

何が決まり、何が残ったか

利用・継続

始めた後に何を確認するか

実際の発言順ではなく、視聴者が理解しやすい順番で整理します。

相手の判断を助ける順番が、**企画の地図**になります。

公開前に、商談から切り離す情報を確認する。

- 名前や会社を特定できる情報
- 価格・条件など非公開の取引情報
- 顧客の内部事情や秘密情報
- 未確認の数値や第三者への評価

引用や事例利用に許可が必要な場合は、確認が済むまで使用しません。

信頼を守れる範囲で、**知見を一般化**しましょう。

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。

企画例① 検討前の三つの疑問に答える。

01 課題

どんな困りごとが起きているか

02 背景

なぜ今、見直しが必要なのか

03 誤解

最初に勘違いしやすい点は何か

業務ツールの導入相談を想定した企画分解の例です。実際の顧客事例ではありません。

最初の疑問に答え、**理解の入口**を整えましょう。

企画例② 比較するときの三つの迷いを解く。

04 選択肢

どんな方法が候補になるか

05 比較軸

同じ条件で何を比べるか

06 適合性

向いている場合と条件は何か

優劣を断定するより、判断に必要な条件と根拠を示します。

選ぶ人が、**自分の状況に照らせる**情報へ。

企画例③ 導入前の二つの不安を整理する。

07 準備

担当者と必要情報をどうそろえるか

08 進め方

開始までに何を確認するか

商談で使った説明を、そのまま公開せず一般向けの言葉に整えます。

始める前に分かることが、**次の一歩**を支えます。

企画例④ 始めた後の二つの問いを残す。

09 活用

最初にどんな使い方を試すか

10 見直し

何を記録して改善を考えるか

10候補を一度に作る必要はありません。優先度と根拠のあるものから制作します。

導入後の疑問まで、**長く役立つ**答えにつなげましょう。

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。

一件の商談メモから、少数の企画を試す。

モデルケース

- 会話の質問と迷いを抽出する
- 検討段階ごとに10候補へ分ける
- 重複を除き、優先する数本を制作する
- 反応から不足した問いを追加する

進め方の例です。商談一件から必ず10本作れることや、成果を保証するものではありません。

候補を増やし、選んで磨く流れをつくりましょう。

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。

商談の気づきを、次の一本へ。

今日決める5つ

- 使える商談メモと公開範囲
- 視聴者が迷った一つの場面
- 重複しない問いの候補
- 答えの根拠と確認者
- 最初に作る企画と振り返る日

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