

売らない動画が信頼を作る—— 認知・理解・比較のテーマ設計

—— 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。

今すぐの購入以外にも、動画の役割がある。

認知

課題や選択肢に気づく

理解

仕組みや使い方を知る

比較

自分に合う条件を判断する

行動

必要な情報や相談先へ進む

相手の検討段階に、必要な答えを届けましょう。

「売らない」は、目的を持たないことではない。

- 誰に役立つ内容か
- 何が分かるようになるか
- 自社の経験や専門性を示せるか
- 詳しく知りたい人が次へ進めるか

すべての動画で購入を求めず、一本ごとの目的を明確にします。

役立つ説明の積み重ねを、**信頼の土台**にしましょう。

認知のテーマは、身近な疑問から。

気づき

よくある困りごとの整理

誤解

思い込みと事実の違い

選択肢

解決の方法には何があるか

入口

初めて知る人が押さえないこと

注目を集めるだけの誇張や、過度に不安をあおる表現を避けます。

初めての人にも、**分かる言葉**で入口をつくりましょう。

理解のテーマは、仕組みと判断の理由へ。

手順

何から始め、何を確認するか

理由

なぜその方法を選ぶのか

使い方

どの場面でどう活用するか

注意点

条件や例外は何か

結論だけでなく、根拠を確認できる説明に整えます。

理由まで分かると、知識を**自分の場面へ**活かせます。

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）

ディレクター

目的・ターゲット・
企画の方向性を
決める

構成

台本・構成案を
作成する

撮影

構成に基づき
撮影する

編集

カット・テロップ・
BGMなどを整え
仕上げる

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。

比較のテーマは、同じ条件で考えられる形に。

対象

何と何を比べるか

条件

用途、範囲、前提をそろえる

違い

根拠のある差を説明する

適合性

どんな場合に向くかを示す

一律の優劣や、確認できない他社批判にしないようにします。

自分に合う選択を助ける、**誠実な比較**へ。

一つの題材を、三つの役割へ分ける。

認知

なぜ情報整理が必要なのか

理解

記録先と担当をどう決めるか

比較

個人管理と共有管理の条件は何か

業務の情報整理を題材にした架空の企画例です。各動画は一つの問いへ答えます。

同じ題材でも、相手の疑問に合わせて切り口を変えましょう。

企画配分は、検討段階の不足から決める。

- 初めて知る人の疑問が残っているか
- 仕組みや使い方の説明が不足しているか
- 比較の基準が分かりにくくなっていないか
- 次の情報へ進む導線があるか

決まった配分比率を当てはめず、現場の質問と公開後の反応で見直します。

足りない答えを見つけ、**次の企画**を選びましょう。

信頼を支えるのは、説明の確かさ。

事実

資料や実物で確認できること

経験

自社が実際に経験した範囲

仮説

まだ検証できていない考え

条件

当てはまる対象と例外

根拠のない数値、事例、効果保証は加えません。

分かることと分からないことを、**丁寧**に伝えましょう。

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。

一つの疑問から、関連する三本を考える。

モデルケース

- よくある疑問を一つ選ぶ
- 認知・理解・比較の問いに分ける
- それぞれの答えと根拠をそろえる
- 公開後に、次へ残った疑問を確認する

進め方を示す例です。反応や問い合わせの増加を保証するものではありません。

答えをつなぎ、**判断を助ける**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。

今、相手が知りたいことから始めよう。

今日決める5つ

- 届けたい相手の検討段階
- 認知・理解・比較の主な役割
- 最初に答える一つの疑問
- 根拠と条件を確認する人
- 次の情報へつなぐ導線

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