

経営者・社員の専門性を、 会社の信用資産へ変える発信

— 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。

詳しい人の頭の中を、役立つ答えとして残す。

見つける

現場の経験と顧客の疑問

聞き出す

判断の理由と具体例

整える

初めての人にも分かる説明

残す

根拠と更新先が分かる記録

日々の仕事にある知見を、**伝える形へ**育てましょう。

肩書より、判断の中身が伝わる発信へ。

- どんな場面を経験してきたか
- 何を確認して判断しているか
- なぜその方法を選ぶのか
- どんな条件や例外があるか

経験の範囲を超える断定や、根拠のない実績は加えません。

確かな経験を、相手の**判断を助ける**言葉にしましょう。

専門テーマは、顧客の問いと重なる場所から。

経営者

方針の理由や大切にしている基準

営業・接客

選び方や比較で多い疑問

制作・現場

品質を確かめる工夫

支援担当

利用中のつまずきと確認点

役職で決めつけず、実際の担当範囲と話せる内容を確認します。

身近な問いに答えられる人を、**社内から探しましょう。**

聞き手を置くと、暗黙の判断を取り出しやすい。

場面

最近どんな相談がありましたか

確認

最初に何を確かめますか

理由

なぜそこを重視しますか

例外

別の方法が合うのはどんな場合ですか

具体例を聞く際も、顧客や関係者を特定する情報は収録しないようにします。

「当たり前」を聞き直すことが、**説明の入口**になります。

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）



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。

話した内容を、一問一答の台本へ整える。

疑問

視聴者の言葉で一文にする

結論

まず伝える判断を一つ選ぶ

理由

経験や資料で根拠を示す

補足

条件と例外を残す

話し言葉を編集しても、本人の意図や事実関係を変えません。

知識の深さを、**分かりやすい順番**で届けましょう。

出演の負担と、会社としての確認を分ける。

本人

話す範囲と出演方法を確認

聞き手

問いと時間配分を準備

編集担当

意図を保って短く整理

確認者

事実と公開可否を判断

出演を一人へ固定せず、音声や実物中心など可能な方法を相談します。

無理のない関わり方が、**継続する発信**を支えます。

個人の見解と、会社の方針を混ぜない。

事実

資料や経験で確認できる内容

見解

誰の考えかが分かる説明

方針

会社として承認された内容

未確定

公開前に確認が必要な内容

公開後に訂正が必要な場合の連絡先と対応担当も決めます。

伝える責任をそろえ、**安心して発信できる**体制へ。

動画と一緒に、知見を探せる記録を残す。

- テーマと答えた疑問
- 話者、確認者、公開日
- 根拠資料と適用する条件
- 素材、台本、完成版の保存先
- 見直す日と更新担当

担当変更や情報更新のときに、修正対象を見つけられるようにします。

一本を、会社で受け継げる**知見**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。

専門家一人の話から、小さな連載をつくる。

モデルケース

- 顧客の質問を少数選ぶ
- 担当者へ判断の理由を聞く
- 一問ずつ台本と根拠を確認する
- 反応で増えた疑問を次の収録へ戻す

進め方の例です。信頼や問い合わせの増加を保証するものではありません。

社内の知見を、**役立つ答え**として積み重ねましょう。

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。

最初の問いを、詳しい人へ聞いてみよう。

今日決める5つ

- 答えたい顧客の疑問
- 経験を持つ話者と聞き手
- 根拠と公開条件の確認者
- 無理なく収録できる方法
- 知見の保存先と見直す日

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