

同じ動画を使い回さない、 媒体ごとの尺・冒頭・CTAの変え方

— 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。

素材を共通にし、見せ方を目的に合わせる。

固定

事実、根拠、中心の答え

調整

冒頭、情報量、字幕、CTA

確認

画面表示、誘導先、利用条件

記録

変更した理由と公開後の反応

作り直す範囲を絞り、**伝わる形**へ整えましょう。

同じ動画が悪いのではなく、 条件の違いを見落とさない。

- 初めて見る人に前提が伝わるか
- 字幕が操作表示と重なっていないか
- 動画の長さに必要な理由があるか
- CTAがその媒体で実行できるか

条件が合えば共通版も候補です。差をつけること自体を目的にしません。

変える理由を言葉にすると、編集の迷いが減ります。

尺は、答えるために必要な情報から決める。

残す

結論、根拠、必要な条件

縮める

重複説明、長い前置き

分ける

別の疑問、詳しい補足

確かめる

読める速さと話のつながり

最適な秒数を一律に決めず、媒体の仕様と視聴反応に合わせて見直します。

短さだけでなく、**分かること**を大切にしましょう。

冒頭の変更は、期待する答えを変えない。

対象から

初めて選ぶ人へ

場面から

選択肢が多くて迷うときに

疑問から

何を比べればよいか

実物から

確認する箇所を先に見せる

同じ答えへつながる範囲で試し、内容で返せない誇張を加えません。

見る理由と、見終えた納得をそろえましょう。

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。

TikTok向けの調整例 問いを先に見せる。

冒頭

選ぶとき、どこを見えていますか

本編

判断ポイントを一つ示す

補足

当てはまる条件を添える

CTA

関連する疑問を案内する

編集上の仮説例です。TikTokに必ず適した型や、成果の保証ではありません。

初見の人にも、**何の話か分かる**入口を試しましょう。

Instagram向けの調整例 見返す情報を整理する。

冒頭

選ぶ前に確認したいこと

本編

判断ポイントを見出して整理

補足

条件を読み取れる配置にする

CTA

必要な人へ次の情報を案内

編集上の仮説例です。保存や共有が必ず増えることを保証しません。

言葉と画をそろえ、あとからも理解しやすい形へ。

YouTube向けの調整例 短い答えを入口にする。

冒頭

よくある一つの質問

本編

結論と理由を短く説明

補足

詳しい解説で扱う範囲を示す

CTA

利用できる導線に関連情報へ

編集上の仮説例です。利用可能な機能と案内先を、実際のアカウントで確認します。

短い答えの先に、**深く理解できる情報**を用意しましょう。

字幕と画角は、実際の表示で確かめる。

- 文字が読み取れる大きさか
- 重要部分が画面端で切れないか
- 操作ボタンや説明表示と重ならないか
- 無音でも中心の話を追えるか

レビューだけで判断せず、公開に使う表示環境でも確認します。

見やすさを整え、**内容に集中できる**動画へ。

CTAを差し替える前に、行き先を確認する。

目的

何を理解・確認してほしいか

場所

どの画面から次へ進めるか

内容

案内先に約束した情報があるか

対応

相談や返信を受け止められるか

「リンクへ」などの案内は、その媒体とアカウントで使える場合だけ採用します。

実行できる一步を、**分かりやすく**伝えましょう。

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。

変更点を分けると、学びを戻しやすい。

モデルケース

- 共通素材と中心の答えをそろえる
- 冒頭だけを変えた版をつくる
- 条件と反応を記録する
- 次に尺やCTAを検討する

異なる媒体間では対象や導線も変わります。単純なABテストと同じ条件だとみなさないようにします。

一度に変えすぎず、理由の分かる改善へ。

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。

最初に変えるのは、一つの見せ方。

今日決める5つ

- 共通に残す答えと根拠
- 媒体ごとの視聴場面
- 変更する冒頭・尺・CTA
- 表示と導線の確認者
- 変更理由と反応を残す場所

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