

コメント・保存・DMを次の企画へ戻す、 週次30分の改善会議

— 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。

会議のゴールは、次に試す一本を決めること。

材料

数字と視聴者の言葉

整理

分かったこととまだ不明なこと

判断

次に確かめる問いを一つ

約束

担当、期限、振り返り方

小さな判断を毎週残すと、**制作の学び**がつながります。

反応の意味を、決めつけずに読み取る。

コメント

質問や誤解の具体的な手がかり

保存

後で見返したい可能性の手がかり

DM

個別の事情や相談の手がかり

次の確認

どんな情報が足りなかったか

保存やDMの件数だけで、購入意向や動画の効果は断定しません。

数字の背景にある問いを、**丁寧に集めましょう。**

会議前に、比較できる材料をそろえる。

- 対象の動画と公開日
- 確認時点と公開後の経過日数
- 取得できる反応の件数と定義
- 質問の要約と気になった箇所
- 制作時間と確認の負荷

伸びた一本だけでなく、反応が少なかった動画も同じ範囲で確認します。

材料を先にそろえると、話し合いを判断に使えます。

30分は、話す順番を決めるための目安。

最初の5分

前回の変更と結果を確認

次の10分

数字と質問の背景を整理

次の10分

次の仮説と一本を決定

最後の5分

担当と期限を記録

進行例です。緊急対応や難しい審査を、この時間内に無理に収めません。

短くても、**決めたことが残る**会議を目指しましょう。

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）

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。

コメントは、答えるべき疑問に言い換える。

質問

何を詳しく知りたいのか

誤解

どの言葉が伝わりにくかったか

体験談

どんな条件で違いが出たか

対象外

誰には別の説明が必要か

声の大きさだけで優先せず、目的と対象に合う疑問を選びます。

一つの反応を、多くの人に**役立つ問い**へ育てましょう。

保存が多い理由は、内容と合わせて仮説にする。

候補

手順や確認項目を見返したい

候補

比較するときの参考にしたい

不明

実際に何へ使ったかは分からない

次の企画

使い方や条件を補う説明

上記は読み取りの例です。保存数から視聴者の意図を直接知ることはできません。

分かることと推測を分けると、**改善の精度**が上がります。

DMは、相談対応と企画づくりを分けて扱う。

相談対応

必要な返信や担当への引き継ぎ

企画材料

個人を特定しない一般的な疑問

確認

事実、公開範囲、引用の可否

保存

閲覧できる担当と保管先を限定

氏名や連絡先、相談文の画面を、そのまま会議資料や動画へ転用しません。

安心して相談できる関係を守りながら、**説明を改善**しましょう。

似た声を束ね、答える順番を決める。

関連性

狙う相手の判断に役立つか

繰り返し

複数の場面で同じ疑問があるか

重要性

誤解や迷いを減らせるか

実行性

正確に説明できる材料があるか

件数が少なくても重要な質問はあります。頻度だけで優先順位を決めません。

多い声と大切な声を、**両方見ながら**企画を選びましょう。

次の一本は、**仮説と確認方法**をセットにする。

観察

準備の質問が繰り返し来た

仮説

始める前の条件が伝わっていない

企画

最初に確認する3点を説明

確認

質問内容の変化と導線を振り返る

架空の整理例です。質問が減っても、説明の効果だけが原因とは限りません。

何を確かめる一本かが分かると、**次の判断へ**戻せます。

会議記録は、次回に使う項目へ絞る。

- 対象の動画と確認日
- 事実として観察した反応
- 仮説と次に変える箇所
- 担当、期限、公開前の確認者
- 次回に見る項目と未解決事項

決まらなかったことも残し、確認が必要な人と期限を決めます。

短い記録でも、**判断の理由が残れば**引き継げます。

改善会議で、結論を急がないものも決める。

- 少数の反応だけで成果を断定しない
- 公開からの日数が違う動画を単純比較しない
- 担当者の責任追及にしない
- 一度に多くの要素を変えすぎない

不足する材料は次に集める情報として残し、無理に勝敗をつけません。

安心して事実を見られる場が、**続く改善**を支えます。

急ぐ対応は、週次会議を待たない。

事実の誤り

確認者へすぐ連絡

個人情報

公開範囲を確認して対処

苦情や危険

社内の担当へ引き継ぎ

通常の質問

返信方針と期限を決める

削除や公開停止などの判断権限は、あらかじめ社内で定めます。

日々の対応と週次の学びを、**つながる役割**に分けましょう。

最初の会議は、少数の動画で一巡させる。

モデルケース

- 対象の数本と確認日を決める
- 反応を匿名の要約にする
- 次に試す一本と担当を決める
- 次週、変更と反応を振り返る

進め方の例です。必要な本数や期間、得られる成果は会社によって異なります。

小さく一巡すると、**自社に合う会議の型**が見えてきます。

視聴者の声を、次の役立つ一本へ。

今日決める5つ

- 振り返る動画と確認期間
- 反応を集める担当と保存先
- 次の会議の進行と参加者
- 決めたことを残す書式
- 次回の日時と確認項目

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