

言葉・キャスト・構成・テンポを 分けて検証する方法

— 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。

何を変えたかが分かったら、次の制作へ戻せる。

言葉

どう言えば内容が伝わるか

キャスト

誰がどう説明するか

構成

どの順番で情報を示すか

テンポ

どんな速度と間で見せるか

四つを一度に変えると、結果の違いの理由を切り分けにくくなります。

一本ごとの変更を、**小さな問い**に分けましょう。

最初に、どこでつまづいているかを仮説にする。

入口で離れる

冒頭の言葉や映像

途中で伝わらない

説明の順番や具体例

内容を追いにくい

字幕の速度や間

行動へ進まない

条件説明やCTA、導線

反応から原因を断定せず、次に確かめる候補として扱います。

変える前に、**変えたい理由**を言葉にしましょう。

基準版を残し、変更点を一つの範囲に絞る。

基準版

比較の出発点となる完成版

変更版

今回の要素だけ調整した版

固定条件

商品、対象、LP、主要な説明

記録

変更箇所と確認したい反応

実際に固定できない条件も残し、結果の解釈に含めます。

戻れる基準があると、改善の道筋を追えます。

検証の順番は、課題と直しやすさから決める。

優先する

目的への影響が大きい疑問

小さく試す

素材を活かせる変更

準備する

追加撮影や確認が必要な変更

後に回す

前提が決まらない変更

言葉から必ず始めるなどの固定順ではなく、自社の課題に合わせてます。

全部を試すより、判断に必要な違いを選びましょう。

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。

言葉を比べるときは、約束する内容をそろえる。

変える候補

疑問形、結論の提示、場面の説明

固定する

伝える答え、条件、根拠

確認する

対象が伝わるか、誤解がないか

見る反応

冒頭の視聴と次の行動

同じ意味の表現比較か、異なる訴求の比較かを先に分けます。

言葉の強さより、相手が理解できる入口を探しましょう。

キャスト比較は、出演者本人の評価と分ける。

そろえる候補

台本、画角、音、編集

残る差

声、話し方、説明の印象

確認する

自然に説明でき、事実が伝わるか

注意する

結果を個人の能力に直結させない

出演者を変えると複数の要素が変わります。その人の全体的な適性を断定しません。

伝え方と場面の相性を、丁寧に確かめましょう。

構成比較では、残す情報を先に決める。

基準の順番

疑問、答え、理由、案内

変更の候補

答えを先に置く

共通に残す

根拠、対象条件、必要な補足

確認する

順番を変えても話がつながるか

情報の追加や削除も行った場合は、順番だけの効果とは判断しません。

内容を保ちながら、**分かりやすい順番**を試しましょう。

テンポは、速さと理解の両方を確かめる。

変える候補

間、カットの長さ、字幕の切り方

固定する

説明の意味と必要な条件

確認する

読めるか、聞き取れるか

見る反応

離脱箇所と視聴後の行動

尺も変わる場合は記録します。早回しや短縮だけを改善とみなしません。

内容を追えるリズムが、見る人を助けます。

版名と比較表で、変更点を取り違えない。

基準版

企画番号と版番号を付ける

変更版

言葉、人物、構成などを明記

差分

変えた区間と残した条件

記録

配信条件、結果、次の判断

ファイル名だけで判断せず、完成版を基準版と見比べて確認します。

同じ比較表を使うと、**外部の制作担当**にも伝わります。

制作と分析の間に、責任の空白をつくらない。

制作担当

仮説と変更点を残す

運用担当

配信条件と計測状態を確認

LP担当

説明と入力動作を点検

営業・事業担当

相談の質と結果を戻す

兼務しても、確認する人と次の判断をする人は明確にします。

同じ流れを見られるチームが、改善を続けやすくします。

結果の差を、変更の効果と言い切る前に確認する。

- 配信量や対象に偏りがいないか
- 予算、期間、面、導線がそろっているか
- 計測が正しく動き成果が出る時間を見たか
- 差を判断するだけの材料があるか

通常配信の比較と、条件を管理した実験は分けます。判断できなければ追加確認とします。

分かることを正確に残すと、次の検証に進めます。

一つの検証を終えてから、次の要素へ進む。

モデルケース

- 同じ本編で冒頭の言葉を比較
- 反応と条件を確認して基準版を更新
- 次に情報の順番を比較
- 変更履歴と採用理由を残す

進め方の例です。結果を保証せず、目的行動まで確認して判断します。

小さな変更の記録が、**自社で使える知見**になります。

実験機能を使う前に、対応条件を確認する。

Google広告ヘルプ | 動画テストを作成する

support.google.com/google-ads/answer/10436762

TikTok for Business | About Split Testing Variables

ads.tiktok.com/help/article/split-testing-variables

確認日：2026年10月1日。機能の対応範囲は変わります。比べたい要素と利用する広告形式を照合してください。

自社の問いに合う**比べ方**を選びましょう。

一つの変更を、一つの学びへ。

今日決める5つ

- 今回確かめる課題と仮説
- 比較の出発点となる基準版
- 変える要素と固定する条件
- 見る成果と比較の方法
- 記録する担当と判断日

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