

冒頭2秒だけを変える—— 少ない制作本数で学びを増やすABテスト

— 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。

本編を共通にし、入口の違いを確かめる。

基準版A

今の冒頭と共通の本編

変更版B

変更した冒頭と同じ本編

今回の問い

入口の伝わり方が変わるか

見る成果

視聴だけでなく目的の行動

2秒は変更区間を絞る例です。最適な秒数や成果を保証する基準ではありません。

小さな差分なら、学びを次の制作へ戻しやすくなります。

ABテストは、二つの版の差を調べる設計。

仮説

なぜこの変更を試すのか

差分

どこを何へ変えるのか

固定

それ以外に何をそろえるか

比較

どんな条件で成果を見るか

二つを別の時期に投稿するだけでは、同じ条件の実験とはいえません。

まず、結果から何を知りたいかを決めましょう。

変更区間と、変えない部分を明確にする。

0～2秒

今回の変更区間として指定

2秒以降

映像、字幕、音声、順番を共通に

全体

尺、CTA、案内先を共通に

配信

対象、期間など比較条件を確認

境界で音や話のつながりが崩れる場合は、変更範囲を見直して記録します。

編集の差分が分かったと、**検証の意味**を保てます。

一度に変える要素を、冒頭の中でも絞る。

言葉を試す

同じ画に別の言い出し

画を試す

同じ言葉で見せる素材を変更

順番を試す

同じ情報の提示順を変更

複数を変える

冒頭全体の比較として記録

言葉と映像を両方変えた結果を、言葉だけの効果と説明しません。

小さい区間でも、何を変えたかを正確に残しましょう。

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。

二つの冒頭は、同じ本編の答えにつなぐ。

A: 疑問から

準備で何を確認していますか

B: 結論から

準備で確認するのはこの3点

共通本編

同じ3点と必要な条件を説明

共通CTA

詳しい確認項目を案内

架空の台本例です。実際の音声や字幕が指定区間に自然に収まるか確かめます。

入口を変えても、見る人への約束はそろえましょう。

最初の画と字幕は、短くても誤解をつくらない。

対象

誰の何の話かが伝わるか

一致

言葉と映像が同じ内容を示すか

可読性

文字を読み取れるか

誠実さ

本編で返せない期待をつくらないか

刺激の強さだけで視聴を止めず、商品と内容への理解を確かめます。

見続ける理由と、**本編の納得**をつなげましょう。

配信方法を、比較の目的に合わせる。

実験機能

利用できる形式と条件を確認

配分

対象や配信量の分け方を確認

通常配信

偏りを含む観察として読む

記録

実際の対象、期間、費用、配信量

媒体の実験機能を使う場合も、設定だけで必ず明確な差が出るとは限りません。

比べ方の前提が分かると、**結果を正しく扱えます。**

見る指標と、判断の条件を先に決める。

主要指標

今回の目的に合う成果

補助指標

冒頭の視聴やクリックの反応

期間

成果が現れるまでの時間も考慮

停止条件

不具合や誤表示への対応

途中の小さな差だけで、都合のよい時点を選んで勝敗を決めません。

先に決めた基準が、**落ち着いた判断**を助けます。

冒頭が良くても、最後の目的まで確かめる。

視聴

入口から本編へ進んだか

理解

内容と期待がずれていないか

行動

必要な情報へ進めたか

質

問い合わせや購入の条件に合うか

冒頭の指標だけが改善した場合は、その先で何が起きたかを確認します。

止まって見た後にも、**価値のある入口**を選びましょう。

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。

差が小さい、材料が少ないなら保留できる。

十分な材料

目的の差と条件を確認

少数の成果

追加確認として記録

条件のずれ

比較できる範囲を限定

計測不備

修正して検証を見直す

有意差などの結果表示は、利用する実験機能の説明と合わせて読みます。

判断できないことを残すのも、**次へ進むための学び**です。

採用した冒頭と、採用理由をセットで残す。

基準版の更新

確認した条件を添える

差分の保存

変更前後を見比べられる状態

結果の記録

目的行動と不足する材料

次の問い

本編や別の冒頭をどう試すか

今回の結果を、別商材や別対象でも通用する法則に広げすぎません。

使える条件まで残すと、**社内で再現しやすくなります。**

実験機能の条件は、公式情報で確認する。

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。対応する目的・形式・比較方法は変わります。2秒は本資料の編集上の検証例です。

変える区間と比べる方法を、チームでそろえましょう。

冒頭の小さな違いから、次の判断をつくらう。

今日決める5つ

- 今回の仮説と主要指標
- 基準版Aと変更版B
- 変える区間と要素
- そろえる配信条件と計測
- 判断日と結果を残す担当

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