

主催：東京商工会議所 品川支部

# 知っている経営者は強い！ ビジネスの動画活用術

～前年比5倍の効果を出した動画制作会社のノウハウを公開～

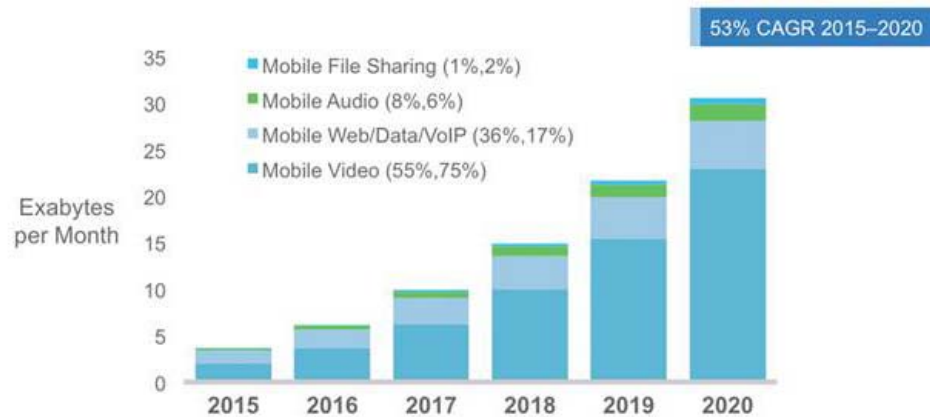
2017年7月19日  
株式会社マックスストーン  
代表取締役 飯岡直樹

E-mail: [iioka.naoki@max-stone.jp](mailto:iioka.naoki@max-stone.jp)  
WEB: <http://www.max-stone.jp/>  
Facebookページ: <https://www.facebook.com/maxstonejp/>  
Facebook個人: <https://www.facebook.com/iioka>

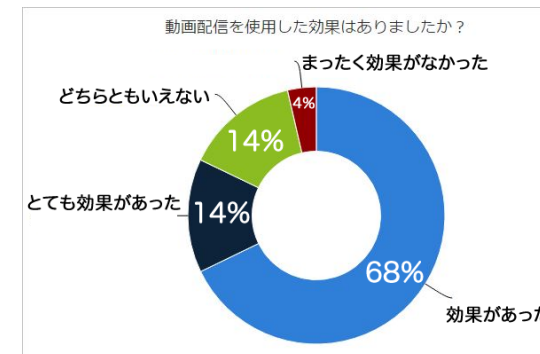
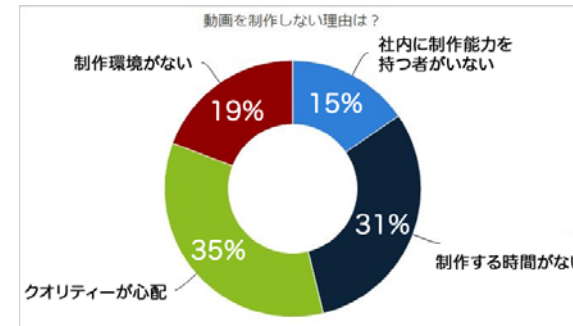
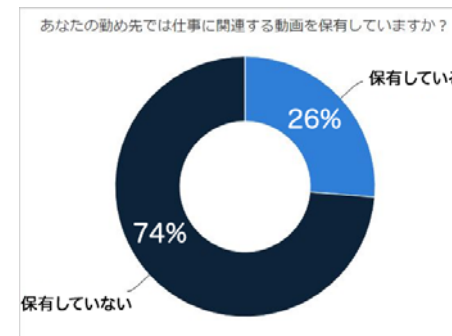
# 何故動画なのか？

## ■ ネットのデータ通信量の変化

2020のオリンピックには、現在の8倍に相当！  
更にその75%が動画閲覧になると予想されています。



## ■ 中小企業の動画に対する現状



# 目次

- 1、動画の効果と、活用すべき4つの理由
- 2、動画の活用方法
- 3、スマホで高画質動画撮影
- 4、各種補助金の活用
- 5、YouTubeとFacebookの動画活用方法
- 6、スマホ対応サイトは必須
- 7、見てもらえる動画の秘訣とは(前編)
- 8、見てもらえる動画の秘訣とは(後編)
- 9、効果的なPR動画
- 10、HERO動画と本日のまとめ

# 1、動画の効果と、活用すべき4つの理由

## ■ 動画を活用する4つの理由

1、動画があるページは、Googleの検索結果1ページ目になる確率が最大53倍

引用元：<http://www.movie-times.tv/statistics/2565/>

2、動画は1分間でテキスト180万字分の情報を伝達する力がある。

引用元：<http://finance.yahoo.com/news/minute-video-worth-1-8-130000033.html>

3、動画は50%が記憶に残る。文字で読んだ人は22%しか覚えていない

引用元：<http://blog.lionbridge.com/marketing/2013/06/11/has-the-power-of-video-marketing-eclipsed-text-2/>

4、平均滞在時間は文字のみのサイトが42秒、動画があるサイトは5分50秒

引用元：<http://webvideouniversity.com/blog/2008/07/31/text-sites-vs-video-sites-the-straight-stats/>

## ■ 動画配信先SNS

国内登録者数	主な利用年齢層	ユーザー属性	
Facebook	約2,700万人	30代～40代	男女比率のバランスが良い
Instagram	約1,600万人	10代～30代	20代～30代女性
Twitter	約4,000万人	10代～40代	10～20代で5割超え
LINE	約6,600万人	幅広い年齢層	会社員がもっとも多く、次いで主婦や学生が多い

## ■ SNS上で商品の動画を視聴後

商品購買の意思決定に影響 74%

購買行動を起こした人は 46%

購入を検討した人も 32%

# 1、動画の効果と活用する4つの理由

## ■ YouTube動画年代別

約8,500人を対象に実施した本調査

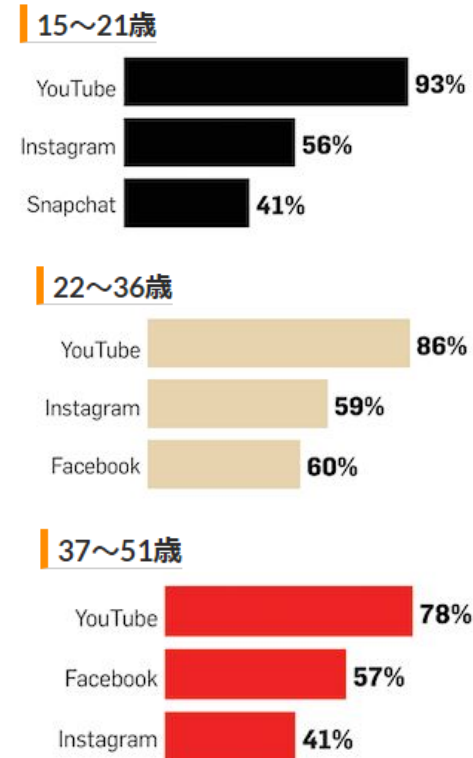
どのような動画を視聴していますか？

	15～21歳	22～36歳	37～51歳
最近のトレンドを象徴する動画	○	×	×
How-to動画	×	○	○
商品レビューやPR動画	○	○	○

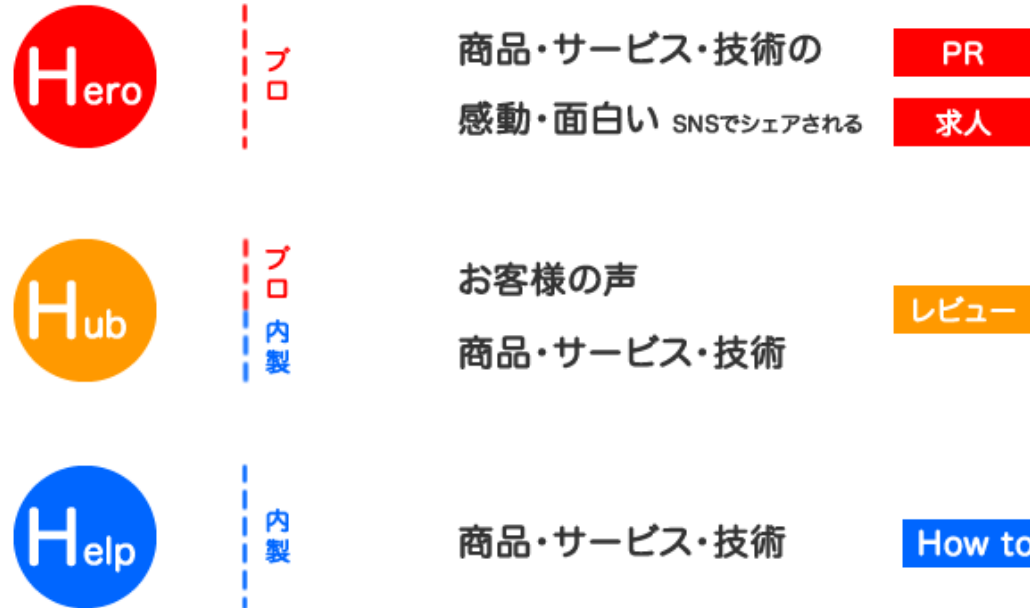
## ■ 55歳以上の世代におけるYouTube滞在時間

2015年から2016年にかけて3倍に増えた

## 視聴メディアは？



## 2、動画の活用方法



## 動画を掲載するネット上の場所は？

- ・自社サイト
- ・自社ブログ
- ・YouTube
- ・Facebook
- ・Instagram(2016/3/29~1分動画対応)
- ・Twitter
- ・Line

## ■ 動画制作時のポイント

### 動画の仕様

- ・尺は3分以内にする
- ・BGMを挿入する
- ・口頭で説明し、ポイントを字幕で

### 動画の内容

How to中心に、ノウハウなどを提供することが大切。  
視聴者の「なるほど！」を取れたらしめたもの。  
宣伝とわかる動画はNG！

## ■ 都内の比較的安い動画屋で

- ・撮影 10万
- ・編集 20万(カット・BGM・テロップ・ナレーション)

合計 30万

これ以上安い動画屋は、制限が多いことを覚悟

弊社の場合は、

- ・簡易動画 30万(3本セット)
- ・PRO動画 50万(1本)

### 3、スマホで高画質動画撮影

『iPhone用機材』

『スマホ用撮影機材』

などで検索すれば、安価な三脚アダプターやスタ  
ビライザー、マイク  
などが販売されています。





## 4、各種補助金の活用

### ■全国

- ・小規模事業者持続化補助金 50万円
- ・IT導入補助金 100万円 (面倒な申請は、弊社のようなIT支援業者に依頼可)

### ■東京23区

- ・ホームページ作成支援 4～10万  
23区内、14区で実施
- ・展示会支援 10～20万  
23区内、6区で実施
- ・販路開拓支援 15～100万  
23区内、6区で実施

補助金・助成金検索サイト  
J-Net21 資金調達ナビ

補助金の相談は、商工会議所のビジネスサポートデスクまで！

申請書の書き方のサポートも受けられます。

▲東京東(墨田区・江東区・台東区・江戸川区・葛飾区)  
墨田区江東橋3-9-10 すみだ産業会館9階 TEL03-6666-9650

▲東京西(新宿区、世田谷区、渋谷区、中野区、杉並区、練馬区)  
新宿区西新宿6-8-2 BIZ新宿4階 TEL03-6279-0761

▲東京南(千代田区・中央区・港区・品川区・目黒区・大田区)  
港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル5-E TEL03-6721-5491

▲東京北(文京区、北区、荒川区、豊島区、板橋区、足立区)  
北区王子1-11-1 北とびあ12階 TEL03-5933-6910

## 5、YouTubeとFacebookの動画活用方法

関連動画に逃げられないように



自社サイトに誘導する無料の機能

- ・カード機能
- ・終了画面

無料の編集機能

- ・カット編集
- ・倍速低速設定
- ・BGM
- ・字幕

Google

facebook

YouTube

Instagram

## 6、スマホ対応サイトは必須

### ■ スマホ対応サイトは必須

#### Googleからの発表

2014年5月：モバイルデバイスからのGoogle検索が、コンピュータからの検索より多く行われています。

2014年4月21日：Googleがモバイルフレンドリーを宣言。大きい画面のみを対象にデザインされたページは、モバイル版の検索結果で掲載順位が大きく下がる可能性があります。



### ■ レスポンシブウェブデザインで対策



現在の制作会社に相談！  
スマホ対応に15～30万～対応している。

弊社の場合は、  
20万+10万(ユーザー目線調査)

### ■ ベースはWordPress推奨

WordPressを選ぶことは、非常に良い選択です。なぜなら、WordPressは、SEOに関する多くの問題を自動的に解決してくれて、SEO(サーチエンジン最適化)の手法の80%～90%に対応するように作られているからです。

## 7、見てもらえる動画の秘訣とは(前編)

取り扱う物

何を提供

不動産業

投資物件提供業

印刷業

営業チラシ改善業

デザイン業

企業イメージUP業

イベント企画業

飲食店集客企画業

何を提供してくれる会社なのか？  
ということを動画コンテンツにする

Q1、現在のお客様は同業他社の中で、なぜ当社を選んできたのでしょうか？

例弊社の場合：ターゲット目線を重視している

Q2、自社の商品は、お客様にどのような価値を提供していますか？

例弊社の場合：リアル・ネット双方に利用可能な競合他社との差別化

Q3、他社には無い自社の優れた商品とは？

例弊社の場合：徹底的なターゲット調査による刺さる動画やウェブサイト制作ノウハウ

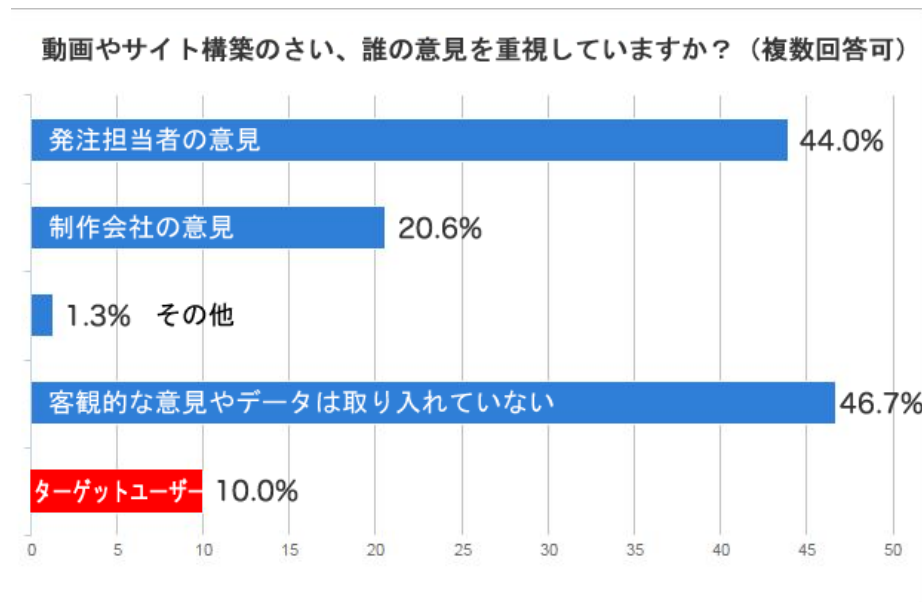
Q4、ターゲットユーザーが、自社の優れた商品を、ネット上で検索しているキーワードや、質問している内容は？

## 8、見てもらえる動画の秘訣とは(後編)

### ■ ユーザー目線とは？ コンテンツマーケティング

コンテンツマーケティングとは、見込み客や顧客にとって価値のあるコンテンツを提供し続けることで、興味・関心を惹き、理解してもらい、結果として売上げにつなげるマーケティング戦略のことです。何度も訪問して購入してくれる優良顧客をはぐくむためには、継続的に訪問したくなるコンテンツ戦略が重要となります。

### ■ 動画やウェブ制作の現状

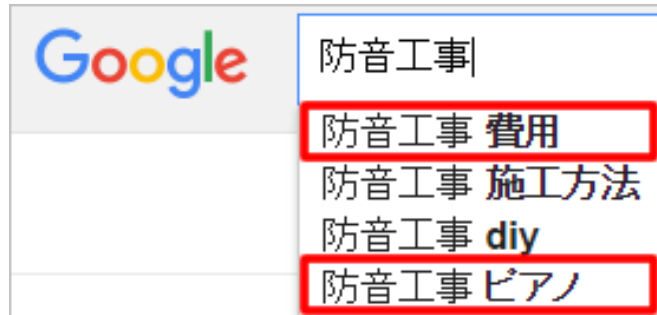


運営者目線 90%  
ユーザー目線 10%

90%がターゲットユーザーの意見を取り入れずに、動画やウェブサイト・ブログを制作している。

## ■ ユーザー目線にする方法とは？

### 1、よく検索しているキーワードを調べる



赤枠で囲ったキーワードのタイトルのウェブページは、

**ターゲットユーザーが見たい情報ページとなる**

そのページが集まったウェブサイトは、

**Googleに最適化したサイトとなり検索結果に強くなる。**


ページ内に動画を埋め込むことで、


**更にGoogle検索結果に強くなる**

## ■ ユーザー目線にする方法とは？

### 2、よく質問している内容を調べる

ベストアンサーに選ばれた回答

 kamapan\_2006さん 2015/12/19 08:42:02

 カテゴリーマスター

①いくら「高断熱の家」であっても、ピアノの様な低音から高音までの音域がある様な、楽器の音を完全に塞ぐ事は不可能です。あくまでも「今までの家」に比べれば「マシな程度」だと考えてください。

②住宅密集地でピアノの音漏れを完全に防ぐのであれば、専用の工事をしない限り不可能ですし、これに掛かる金額も大きいので、計画の初期の段階から考慮しておいてください。

<http://pianobouon.com/>

マーケティング界で世界的に有名な「コラー」氏は

商品売るな、価値を売れ！  
考えるべきことは

どんな商品・サービス・技術を売なのか？  
ではなく

顧客のどんな不便や悩み、要求を解消して行く  
ことが重要と言っています。

GoogleがFacebookと争っている

両社のそれぞれ喜ぶことをする。

Google検索の機能が上がった。

Googleが公開している情報を活用する(サジェスト機能)

スマホが普及した

誰でも困っていることなどを投稿するようになったので活用する

業界大手は様々なユーザーの要望に対応する必要がある

公開している情報を利用する

業界大手の競争が激化した

激化すればするほど、本来の目的「ユーザー目線」から遠ざかる

## ■ ここまでのまとめ

### 見てもらえる動画やサイトにするには

- 1、スマホ対応サイトにする
- 2、何を提供してくれる会社なのか？
- 2、ターゲットが検索キーワードを調べる
- 3、ターゲットがよく質問している内容を調べる

調べた結果を、自社サイト・ブログ・YouTube、その他SNSのタイトルや見出しに掲載し、フックをかける。

### 調べた結果を、タイトルに反映する

ターゲットユーザーがよく検索しているキーワードを  
自社サイト・ブログ・YouTube動画のタイトルに反映する

文字数は？

タイトルに組み込む（全角約28文字以内）  
説明文に組み込む（全角約124文字以内）

### 長く見てもらおう動画にするには

動画のオープニング15~30秒以内に、どんな情報が見れるかを伝える。

ナレーションを挿入し、TV番組感をかもし出し、更に再生時間を稼ぐ

効果的なPR動画のサンプルは

動画制作 マックスストーン

検索



## 10、HERO動画と本日のまとめ

### ■ 予算0円の場合

全て自社で内製化する

- 1、作れそうな動画の内容を考える
- 2、コンテンツマーケティング調査を行う
- 3、実際にスマホで撮影してみる
- 4、YouTubeにアップ
- 5、YouTubeで編集
- 6、自社サイトや自社ブログに埋め込む
- 7、YouTube・自社サイト・自社ブログのタイトルと説明文を修正する

### ■ 予算 25万+税の場合

撮影だけ自社で行い、編集だけプロに依頼する。

- 1、作れそうな動画の内容を考える
- 2、コンテンツマーケティング調査を行う
- 3、実際にスマホで撮影してみる
- 4、
- 5、
- 6、自社サイトや自社ブログに埋め込む
- 7、YouTube・自社サイト・自社ブログのタイトルと説明文を修正する
- 8、助成金の申請をする

### ■ 予算 50万+税~の場合

最初の1本は、撮影も編集も全てプロに任せ、完成した動画を参考に、次の動画を内製化する。

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、
- 5、
- 6、自社サイトや自社ブログに埋め込む
- 7、調査してもらったコンテンツマーケティング結果を、YouTube・自社サイト・自社ブログのタイトルと説明文に適用する。
- 8、助成金の申請をする