

【ドリームムービー通信：第8号】

「会社の動画制作知識④映像の活用事例（ライブ・SNS等）」

[illegible]

今回は、「会社の動画制作知識④」

「◇映像の活用事例（ライブ・SNS等）」について
お話ししたいと思います。

皆さまの会社・組織では、

ソーシャルメディア

×

ウェブ

×

ライブ

といった掛け合わせで

映像・動画を活用されていますか？

映像（動画）は、視覚と聴覚で、
観て聴くという圧倒的な情報量を持っており、

言葉で説明するより簡単に伝わるメリットがあります。

しかし、

映像・動画を作ったからといって、
それだけで、商品・サービスを活用するユーザーが増え、
売上が上がる、人材の採用が進むというものではありませんよね。

制作の目的を明確にしたうえで、

視聴してもらうための導線を敷くことが重要です。

テレビ・新聞・ラジオ等で、
より多くの視聴者に情報を伝える、マスメディアの活用。

これらに加え、
現在は、ソーシャルメディアの活用が大きな鍵を握っています。

ソーシャルメディアは、

インターネットを通して、不特定多数の利用者が
情報をやりとりしたり、アイデアを共有するといった
コミュニケーションを促進する仕組みやサービスの総称。

具体的には、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サイト）と言われる、
Facebook、Instagram、Twitter、Line といったサイトの
掲示板等を活用して、
情報発信、情報交換するものが代表的です。

これらは、パーソナルメディアと言われることもありますが、

ミドルメディアと言われる、
Youtube、検索エンジン等（プラットフォーム提供型）
ブログ、ニュースサイト等（編集型）も含めて、

ソーシャルメディアと考えられます。

活用事例として多いものが、

商品・サービス紹介を目的に制作した動画を、
Youtube にアップし、

ウェブサイト、ブログ、メルマガや、
Facebook 等で告知するという流れを作ること。

Facebook や Instagram 等では、
直接映像をアップして告知することや、
キーワードをタグ付することで、
その内容に興味がある不特定多数の方々に
情報提供することが可能になります。

Youtube に映像をアーカイブ化することで、
自社の映像関連におけるプラットフォームを
設けることも可能です。

視聴者は、いつでも観たいときにこのプラットフォームを
訪れることができ、ファン化を促進することにもつながります。

多品種で大量に存在する、社内マニュアル等も、
限定公開機能を活用して、映像をアーカイブすることができます。

制作した映像・動画を、Youtube にアップし（拡散も可能）、

ウェブサイト、ブログ、メルマガ、
Facebook 等で告知して、拡散させる。

これらを基本にして、
映像・動画を有効活用してみてはいかがでしょうか？

最後に、本シリーズの概要と進捗状況です。

《メニュー概要》

■ビジネスで動画を活用するメリット → 済

■映像・サービス種目 → 済

- 映像の活用事例（ライブ・SNS） → ◇今回のテーマ
- 映像制作の流れ → 次回のテーマ予定
- 企画に必要な要素（5W1H）
- 予算書・スケジュール作成
- 映像の形式と構成・シナリオの重要度

ご質問等があればお気軽にお問合せください。

最後までお読みいただきありがとうございました。