

動画の基本は「5W1H」から

株式会社LOCUS 事業推進グループチーフ 渡邊友浩

今月号から「動画」についての連載をさせていただき、株式会社LOCUS（ローカス）の渡邊友浩と申します。初回なので簡単に自社紹介をさせていただきますと、当社は「動画がビジネスを動かす」というビジョンを掲げ、今まで累計1700社以上・1万5000人以上の動画制作や、動画活用コンサルティングをしている会社です。

私自身は入社後、営業担当として幅広い領域で企業様の動画活用のご支援をさせていただきました。現在は企業様やクリエイター向けの講義・セミナーや、動画コンテンツを通じて動画マーケティングの情報発信を行っております。本連載では、動画をビジネスに活用していきたいという方のために、少しでもヒントとなるような情報をお伝えできればと思っております。

「制作したい！」
「他社がこのような動画を作っているから、自社でも作ったほうが良いのではないかな？」

動画制作の前に必要な5W1Hの情報整理

初回は、動画を作る前に整理すべき「5W1H」というテーマを解説します。ビジネスで動画を活用する際には、いきなり動画を作り始めるのではなく、まずは動画を作る前の情報を整理することが非常に重要です。そこで使用するのが、「5W1H」です。

- これをより具体的に動画制作の場面に置き換えると、こうなります。
- When…いつ動画を放映するのか（納期はいつなのか）
- Where…動画をどの媒体に放映するのか？
- Who…動画の視聴ターゲットは誰なのか？

- What…動画内で訴求する内容は何か？
- Why…動画を活用する目的は何か？
- How…どのような動画にするのか？（企画）

次に重要なポイントは、この6項目を決めるにも正しい順序があるということです。さて、この「5W1H」の6つの項目の中で、最初に決めるべきものはどの項目でしょうか。正解は「Why」動画を活用する目的は何なのか？です。自社はなぜ動画を作るのか。この「そもそも」に当たる部分について、意思統一しておくことが非常に重要です。

目的が決まったあとは、「Who」視聴ターゲットを決めるのが良いでしょう。目的を決めた段階でターゲット

「芸能人を起用した感動的でドラマチックなブランディング動画を作りたい！」
このように具体的な撮影手法や編集方法から言い出してしまうと、本来の施策意図からかけ離れてしまう可能性があります。なぜなら「私はこちらのほうがイケてると思う」と、主観的な好みの議論になるからです。

言い方は非常に悪いのですが、こうしたアプローチではビジネスの成果に寄与しない、自己満足の動画になります。過去にはこんな最悪のケースがありました。提供された参考動画をもとに撮影まで進めた案件ですが、目的が不明確だったために編集段階であらゆる部署から有象無象の意見が噴出。結局まとまらずにプロジェクトが頓挫しました。

クリエイティブな内容の話に進みたい気持ちには分かりますが、まずは何より目的から。そこを意識していただければと思います。

そしてもう一つ大切なポイントとしては、目的を1点に絞ることです。例えば「自社のサービスを広く認知してほしい」「サービスの理解を促進したい」など複数の目的があると、動画の内容がブレてしまいます。

動画を1本作ると、いろいろな場面で使いたくなる気持ちはよく分かるの

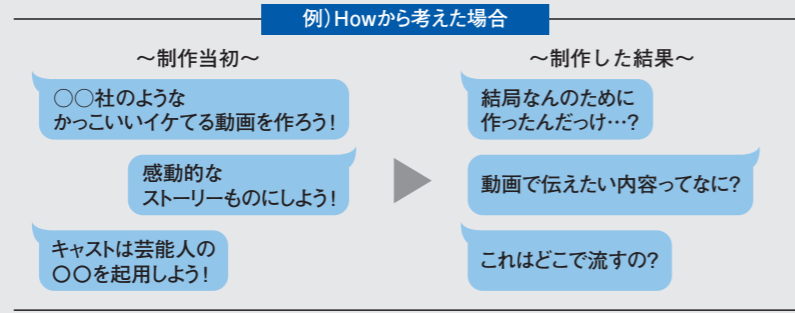
動画制作するにあたって考えるべき順序

動画制作をする際、「5W1H」を意識することで、より効果的な動画にすることができます。その中でも一番最初に定めるべき項目は「Why(目的)」です。

動画制作における「5W1H」	動画制作において推奨する設定順序
When: いつ放映するのか(納期)	Why: なぜ動画を使うのか(目的)
Where: どの媒体で放映するのか	Who: 誰に向けて(ターゲット)
Who: 視聴ターゲットは誰か	Where: どこで(活用場所)
What: 動画内の訴求内容は何か	When: いつ(活用タイミング)
Why: 動画の活用目的は何か	What: 何を(訴求内容)
How: どんな内容・企画にするか	How: どうやって(表現方法)

目的から考えたほうがよい理由

目的以外の項目から考えてしまうと、「何のために制作をするのか」という本来の施策意図とかけ離れてしまう可能性が高く、課題の解決に至らなくなってしまうケースになりがちです。また、動画の良し悪しの判断も好みで決めざるを得なくなってしまいます。



やってはいけないこと

5W1Hを決める際に、最もやってはいけないことは「How」から決めてしまうことです。

「いまテレビでやってる○○社のCMみたいな、カッコいいクリエイティブが

ですが、目的はなるべく絞る、もしくは優先順位をつけることを心掛けましょう。理想としては、目的別に複数本の動画を作成することです。

今回の「5W1H」の内容は、当社が新入社員に向けて行う研修や、企業向けセミナーなどで最初にレクチャーする基本的な内容です。ぜひ動画を活用する際には、意識してみてください。



わたなべともひろ
京都大学総合人間学部卒業後、動画マーケティングのLOCUSに入社。営業として80社以上の動画活用を支援する。現在は自社のマーケティング業務を行いながら、セミナー講師や動画コンテンツなどを通じて、動画マーケティングの情報発信に取り組んでいる。