

企業動画、PR動画を成功させるために必要な5項目

① 重要なのは“コンテンツ力”

どんな動画でも、ターゲット層に届けるためには“面白さ”が重要。それは「ワハハ！」と笑うような面白さではなく、“興味深く見てもらえること”と言い換えてもいい。

学びを得られるアカデミック系、目頭が熱くなる感動系、うっとり見入ってしまうアート系…もちろん、ゲラゲラ笑えるお笑い系も効果的だ。とにかく見る者の興味を引き、何かしらの印象を残せることが大事なのだ。

「そんなことは百も承知」と言う方もいるはずだが、大企業がたっぶりお金をかけて作る動画でも、意外とこれできていないことがある。

② 有名人の起用にはデメリットも！

コンテンツ力を上げるには、有名人を起用することも一つの方法だ。有名人はその人物自体が何かしらの魅力を発しているのだから、見る者を惹きつける力がある。だが、大きなデメリットもある。人気者であればあるほど高額となる出演料ももちろんだが、ムビコレが一番重要だと考えているのが“契約期間”の問題だ。

有名人をイメージモデルに起用する場合にはたいていの場合、契約期間がある。有名人はその人自身が商品なので、「一度イメージモデルになったら、いつまでもその動画を使い続けて良いですよ」などという商売をするわけにはいかない。また、有名人のライフステージの変化によってイメージ戦略を変えていく必要がある。例えば人気ママタレにとって、独身時代に出た未婚層ターゲットのCMイメージがいつまでも出回り続けることは得策ではない。故に有名人の戦略としては、ふさわしいイメージの動画に一定の期間だけ出ることが重要となる。

余談だが、そういったイメージ戦略の変化によって、その俳優さんのフィルモグラフィーから過去の出演作が削除されてしまうことは、実は多い。

話を元に戻すと、とにかく有名人を動画に起用すると、一定期間しかその動画を掲載（利用）することができないのだ。

一方、YouTube動画はコツコツと工夫を積み重ねていると、半年、1年、中には1年以上経ってから急に注目され始めることがある。そんな時に問題となるのが契約期間なのだ。

1年を経てバズり始めた矢先に、その動画を削除しなければならない時の無念さといったら……。バズらないでくれたほうが、どれだけ気軽に削除できたかと思うと、泣けてくるはずだ。

③ アピール欲求をいかに抑えるかが重要

例外はもちろん色々あるけれど、PR 動画を作る上で肝に銘じておきたいのは、**自社や商品をアピールしたいという欲求を、できる限り抑えることだ。**

もし、あなたの前に現れた営業マンが、挨拶もそこそこに、自社がいかに素晴らしいか、扱っている商品がいかに優れているかをとうとうとまくし立てたら、あなたはその人物、商品に好印象をいだくだろうか？ 動画だって同じ。自らをアピールするだけの動画は、うっとうしいと思われてしまうはずだ。

1 流の営業マンは自社、あるいは商品のことなどほとんど語らずに相手の心を掴み、売上を上げるというが、優れた PR 動画というのもそれと同じだ。

④ 人気動画を真似る

「真似は上手の始まり」というが、絵でも音楽でもビジネスでも、上達する秘訣は“模倣”から始まる。動画も同じだ。参考にしたいような動画がありそれが人気を博しているのなら、真似るのは人気動画への第一歩。

だが気をつけなければいけないのは「真似る」は「同じものを作る」とはイコールでないことだ。まったく同じように真似たら、著作権盗用で訴えられる可能性さえ出てしまう。**真似ていいのは、構成とテンポ、スキルだ。**

⑤ BAN を警戒すべし！

BAN とは英語で「禁止、禁止令」の意。YouTube においては利用停止、アカウント削除されてしまうことを指す。皆さんも、人気 YouTuber のニュースなどで耳にしたことがあるはずだ。

YouTuber にとっては何よりも怖ろしい BAN だが、「ガーシーじゃないから大丈夫！」とのんきに構えていると大変な目に合うかもしれないので注意したい。

どんなチャンネルにも BAN の可能性はある。人気チャンネルだって、自由に動画をアップしているように見えて、実は最新の注意を払いドキドキしながら運営しているはずだ。BAN ほどではないが、「警告」にも注意が必要だ。サッカーのイエローカードと同じで、3 つたまればアウトだから。

怖ろしいことに、BAN や警告は、**思いもかけないことで発動されてしまう。**

例えば、「虐待は良くない」という発言の「虐待」が引っかけたりすることもある。以前は「ナチス」「ヒトラー」というキーワードが問題視されていたことも。社会情勢が変わったことで、去年までは OK だった表現が NG になってしまうこともある。

チェックするのが人間なら、全体の文脈や状況を読み取って「無害判定」してくれるだろうが、巡回するのは AI なので容赦ない。

YouTube はガイドラインを示しているが、全ての事例を示せるはずもないので、公共性や人権への配慮を念頭に気をつけていくしかないのだ。

なお、ムビコレでは、許可を取って撮影した動画なのに、**その人の気が変わったからと意義申し立てをされ大変な目に合ったことも。地雷は全方位に埋め込まれているのだ。**

ご連絡先

有限会社 Kitsch-キツチュ-

東京都港区赤坂 2-21-21-004

担当：橋爪（はしづめ）

メールアドレス：moviecollection_marketing@kitsch.jp

「何を相談すればいいかすら分からない」「相談するほどではないけれど、ちょっと話を聞きたい」などでも構いません。お気軽にお問い合わせください。