

#64 2023.09.14

総フォロワー100万人超のインフルエンサーに聞く！デジタル時代の起業術

担当ディレクター：小幡 美奈子

毎回、さまざまなジャンルで活躍する方々をゲストスピーカーに迎え、彼らの活動事例などから新たなビジネスにつながるアイデアの糸口を探るディレクターズトークセッション。

SNSで写真や動画の撮り方を発信しているインフルエンサーたけちさん。驚くべきことに、彼はたった3年前に写真・映像の世界へ進出したばかりです。今回のモチモチトークでは、たけちさんがこの3年間でどのような思考や行動をし、一体何が起きたのか、その秘密に迫ります。

ゲストスピーカー：竹内 智哉 氏 株式会社TAZUNA 代表取締役

現在は、世界中を飛び回りショート動画を撮影している竹内さん。学生時代には学生を集めてイベント企画をしていたが、新型コロナウイルスの影響でイベントができなくなり、仕事がなくなってしまう。時間だけはたっぷりあったので、海外のショート動画をみながら、1日8時間以上動画の制作に没頭したという。

TikTokに動画をアップし始めて、総フォロワー100万人を達成。ドバイやトルコ、シンガポールなど日本人誘致のための動画を撮るようになった。現在は、企業研修、公演、ショート動画の投稿代行や提案など幅広い業務に携わっている。

ショート動画で人生が変わる

たけちさんはコロナ前、イベント主催をしていたが、開催できなくなってしまい、自分のやっていた仕事もストップしてしまった。そのとき、一番あったのが「時間」だった。そこで海外のクリエイターさんの動画を見て独学で動画を学び、アウトプットするためにSNSでショート動画を投稿していくうちにフォロワーさんやファンになってくれる人が増

えていったという。まさに SNS にショート動画を投稿して人生が変わったといっても過言ではない。

今では、ショート動画の撮影や編集を中心に、企業のアカウント運用や企業向けの研修、集客やマネタイズの相談や、自分の経験を通して学ぶコミュニティを運営している。

SNS におけるショート動画の可能性とは



今では当たり前になったショート動画。スマホ×ショート動画の相性が良く、この先、伸びる分野だと3年前から可能性を感じていたというたけちさん。SNSの中でもInstagramを開き、虫眼鏡マークを出してみるとリールと呼ばれるショート動画がたくさん出てくる仕様になっている。今からでもショート動画を始めたら、1年でインフルエンサーになること可能性がまだまだあるとのこと。やればすぐに結果につながるのがショート動画の魅力なのである。

東京では1万人フォロワーがいるような人が、会社員でもざらにいる。しかし、地方都市はまだまだ1万人フォロワーがいる人が少ないので、まだまだチャンスは転がっている。

ショート動画の位置づけ



SNS でショート動画の再生回数が多いからといって広告収入はあまり見込まれない。コロナ前はフォロワー数が大事と言われていたが、ショート動画は見られている再生数を増やしていき、ひとつのメディアとして確立すれば、その後の動線の持っていく方向によって、EC サイトで商品を売る、料理教室をオンラインで開く、集客で人を集めるということが容易になる。またフォロワー数が多いと、案件の相談は DM でもらいやすいそう。例として、認知を広げる目的で、金沢の県議会議員さんがショート動画を紹介した。フォロワー数が少ないものの、ショート動画をあげることで、月のインプレッションをみると、10 万人に見てもらえたという結果だった。金沢市の人口が約 46 万人であることを考えると、この数字は大きいのではないだろうか。

動画と言えば YouTube が一番有名だ。YouTube の撮影は基本横動画で行い、編集にも時間がかかる。30 分の動画を編集して字幕を入れるなど編集するのに 1 時間以上はかかるだろう。横動画は YouTube しかプラットフォームがないのだ。

逆にショート動画は 1 本とると、さまざまな SNS にそのまま投稿できる。

- ・ TikTok
- ・ Instagram—リール

- ・ Facebook
- ・ Lemon8
- ・ LINE—VOOM
- ・ YouTube—YouTube ショート

現在では6つのSNSにショート動画の投稿が可能だ。

また、ショート動画はスマートフォンを縦にして動画を撮り、編集も「CapCut」という無料のスマホアプリで編集する。長い動画を作るよりも手軽なのだ。

ショート動画の発信するときのポイントと分析



ショート動画は3つの軸を中心に分けて発信・投稿するといいい。

- ① マインド系
- ② 業界人向け同じジャンルの人向け
- ③ お客さんになってもらう人

どんな内容を発信するかも、自分の中で落とし込んでいくことが大切だ。では、どんな内容のショート動画を作るか。やみくもに作る前に、まずはSNSのアカウントの分析をすることが必要だ。SNSではショート動画の再生数を確認することができる。

たけちさんおすすめの Instagram のアカウントを参考に動画の再生数を確認した。

- ・りみぽさん（北陸情報）
- ・ひろこばんさん（料理）
- ・kawaminami emi さん（個人事業主専門の税理士）
- ・不破 大仁（県議会議員）
- ・ボルカノ スパゲッチ【公式】（パスタ専門店）
- ・issy【金沢カフェ／石川カフェ】（石川カフェ）
- ・りんご 1 分で決まる金沢発デートプラン（金沢デート）

伸びている動画は視聴者が見たいと見ているので再生回数が増える。それぞれの動画がどういう内容なのか、どんな撮り方をしているのかを一つひとつ分析していく。

また、最後まで見られるコンテンツであるということは、動画を最後まで飽きさせないで見てもらえるように工夫してあるとも言える。最後まで見てもらえる動画がいい理由は、各 SNS のプラットフォームを運営する会社は、自分の SNS をたくさんの人に利用してもらえることで、広告を利用してくれる企業が増えるためである。

動画を作るときのポイント

- ① 色は 3 色以内（人が認識できる最大限）
- ② 同じ人をずっと同じ角度で見続けるのは飽きる。0.5 秒に 1 回は変化を入れた画像を挿入する
- ③ 人を撮るときは、正面と横から撮って動きを出して視聴者を飽きさせない

分析の際に、ショート動画はただ見ているだけではいけない。どれだけ分析できているかで成長度合いが変わってくる。短い動画の中でも飽きさせないアイデアや撮影ポイントが随所に散りばめられている。よく、「どうやったら動画は上手く撮ることができますか」という質問を聞かれるが、ピンボケやブレたまま撮っている人が多い。動画はプラスしていくよりマイナスの面をなくすところから始まる。大学生でもショート動画を始めて 1 年で人生が変わるくらいの可能性がある。

自分自身でもショート動画を作る一歩を踏み出して欲しい。

ショート動画にぜひ挑戦して欲しい

日本だけでなく世界でも通用するショート動画の技術。分析するポイントから作る時に大切なことまで有料でも聞きたい内容を今回たくさん語ってもらった。たけちさんの公式LINEに登録すると、動画について学べるコンテンツも見られるという。

SNSのショート動画を見ているだけではなく、自分もショート動画を作ってアップしてみようと思うようになる衝動に駆られるトークだった。



話し手

竹内 智哉氏

(株式会社 TAZUNA 代表取締役)

聞き手

小幡 美奈子 IT ビジネスプラザ武蔵交流・創造推進事業運営委員会ディレクター(ウェブ
マルシェ代表)