

AOMORI SNS SEMINAR / PART 1

SNS運用と見てもらえる 「ショート動画」の始め方

動画がない=知られていない時代。

事業者が今、動画発信を始めるべき理由

僕、、 **青森**めっちゃくちゃ好きなんです！

LECTURER PROFILE

映像クリエイター

函館市出身

清水 洋二郎

人の魅力を伝える動画が得意です。

実績

動画制作

数千本以上

SNS運用支援

40社以上

主な制作

- 企業PR動画
- 採用動画
- SNSショート動画
- 商品プロモーション

SNS採用・活用実績

地方タクシー会社 採用支援

応募 **43**名 / 採用 **22**名

現在支援している業界

- 飲食店
- 住宅会社
- 製造業
- タクシー会社
- スポーツチーム

このセミナーが終わったとき、あなたは
「早くスマホで現場を撮りたい！」とワクワクしているはずです。

AFTER 01 日常が「最強のコンテンツ」に見える

「うちには映えるネタがない」という思い込みが消え去ります。見慣れたいつもの作業、スタッフの笑顔、仕込みの風景など、現場のありのままの日常すべてが、求職者やお客様の心を動かす「お宝」に見えるようになります。

AFTER 02 動画への苦手意識が消え、即行動したくなる

「動画発信＝めんどくさい、難しそう」の壁が壊れます。綺麗な編集も高価な機材も不要。「スマホ1台、縦向きで30秒撮るだけ」で十分伝わることがわかり、今日帰る前に最初の一步を踏み出したくてたまらない状態になります。

KEY TAKEAWAY

今日お伝えしたいもっとも重要な結論

特別な機材も、完璧な編集も、いりません。
いま、SNSで求められているのは「ありのままのリアル」です。

REALITY 心動かす「働く人と現場のリアル」

求職者やお客様が本当に見たいのは、そこで生き生きと働く「人」の等身大の表情や、汗を流して真剣に取り組む「現場のありのままの姿」です。スマホ1台で切り取られた飾らない日常の風景にこそ、最も深い共感と信頼が寄せられます。

HUMANITY 親近感がわく「人間味と人柄」

笑顔で温かく迎えてくれるスタッフの日常、黙々と細部を仕上げる職人の手元、そして仲間同士の自然な掛け合い。その温度感が伝わる「人柄（キャラクター）」が見えることで、お店や企業の魅力が真っ直ぐに伝わります。

常識のアップデート

「良いものを作っていれば いつか売れる」の終焉。

青森県内には、素晴らしい技術を持つ工芸品店、
絶品の郷土料理を出す飲食店、
こだわりの食品メーカーがたくさんあります。

しかし、どんなに優れた商品でも、現代の消費者に
「知られていなければ、この世に存在しない」
のと同じです。

今の消費の基本

認知の入り口をいかに作るか。
その一番太いパイプが
「SNSのショート動画」です。

情報を探す場所が変わった

消費者の「情報接触ルート」は、ここ10年で劇的に変化しました。

昔（～2015年頃）

ググる時代（能動的検索）

- ・ テレビ、新聞、看板で認知する
- ・ ホームページをGoogleで検索する
- ・ 強い目的意識がある時だけ探す

※ 「待ち」
の姿勢でもホームページがあれば見つけてもらえた時代

今（現在～）

出会う時代（受動的発見）

- ・ Instagram、TikTok、YouTubeを眺める
- ・ AIとアルゴリズムが「関心のある動画」をレコメンド
- ・ 流れてきた動画を見て、直感的に「いいな」と思う

※ 動画を出していない企業は「存在しない」
とみなされる時代

『青森グルメ』はSNSで探す時代

「のっけ丼」

「煮干しラーメン」

「弘前フレンチ」

「八戸せんべい汁」

旅行者も、地元の人も、
店を探す時に検索エンジンを使わなくなっています。

ハッシュタグ **#青森グルメ** **#青森ランチ** で検索し、
出てきた動画の「シズル感」で店を決めています。

SNS検索のリアルな行動フロー

- 1 動画で直感的に発見する**
湯気が立つラーメン、とろける大間のマグロが目飛び込んでくる
- 2 店内の雰囲気・リアルな声を見る**
「店員さんが親切」「並ぶ価値あり」などのリアルな字幕をチェック
- 3 保存して即来店**
「保存」ボタンを押し、Googleマップに連携させてそのまま直行

飲食店選びも動画の時代

静止画から、動画へ。

写真だけでは、もう「味」も「雰囲気」も伝わらない。

① 音（サウンド）

- ・お肉のジュージュー焼ける音
- ・サクサクの衣の音
- ・店内の賑やかな活気

五感を刺激する「聴覚情報」は動画ならではの強みです。

② 動き（モーション）

- ・とろりと流れるソースの質感
- ・豪快なフライパンさばき
- ・湯気が立ち上る瞬間

動きがシズル感を生み、ユーザーの「食べたい」を刺激します。

③ 人（キャラクター）

- ・笑顔で迎えるスタッフ
- ・黙々と仕込む店主の横顔

働く「人」が見えることで、初めて行くお店のハードルが劇的に下がります。

商品選びも変わった

モノそのものではなく、 「ストーリー」を買う時代。

ただ「美味しいリンゴジュースです」と写真を載せても、安くて大量生産された商品に埋もれてしまいます。

**「なぜ、
私たちはこのリンゴジュースをこの搾り方で作るのか」
という動画ストーリーこそが、
他社と絶対に比較されない最大の武器になります。**

動画がもたらす「購買動機」の変化

単なる「スペック」

動画が伝える「ストーリー」

青森県産リンゴ使用
(100%)

「傷モノだけど味は一級品」
を活かしたい農家の想い

無添加・砂糖不使用

子供たちが安心してガブガブ飲めるように、
手作業で皮を剥く風景

1本 500円（価格競争）

「この人たちを応援したいから買う」
ファン化の実現

採用活動も変わった

「求人票を見る前に、まずSNSを見る」のが若者の常識

特にZ世代・新卒や中途の若手層は、企業のリアルな実態をSNS動画で検索しています。

これまでの求人媒体

文字だけの「条件スペック」

- ・給与や休日数などのスペック情報のみ
- ・どこも似たり寄ったりの美辞麗句
- ・資本力のある「大企業」に必ず負ける

これからのSNS採用

動画で伝わる「独自のキャラクター」

- ・一緒に働く仲間の顔、社長の笑顔や人柄
- ・嘘偽りのない、リアルな職場の雰囲気
- ・「条件」ではなく「人柄」で選ばれるブルーオーシャンへ

求職者が本当に見ているもの

「給与や休日」だけで選ぶ人は、
1円でも高い競合へすぐに去って行きます。

CHECK 1

社長の本当の人柄

「この社長は現場を愛しているか？」
「自分たちの声をちゃんと聞いてくれそうか？」
を話し方や表情から感じ取っています。

CHECK 2

会社のリアルなノリ

オフィスの笑い声や、
スタッフ同士の自然な掛け合い。
「この中に入って楽しく働けるか」
という直感を求めています。

CHECK 3

日々の「仕事のリアル」

綺麗な応接室ではなく、
油が跳ねるキッチンや、
汗を流す製造ライン。
「美化されていない現場」
にこそ親近感と安心感を覚えます。

海外のお客様もSNSで探している

「言葉の壁」を一瞬で超えるショート動画

台湾、香港、アメリカ、タイ…。
青森には魅力的な観光資源がたくさんあり、
インバウンド顧客が急増しています。

彼らは日本の文字が読めません。しかし、
「調理のダイナミックな動き」
「伝統工芸品が作られる細やかな指先」
の動画を1秒見るだけで、その素晴らしさを完全に理解します。

AOMORI × WORLD

事業者が一瞬で 「世界」へ発信できる唯一の手段

① こけしや津軽塗職人の驚異的な手仕事

言葉を超えて技術そのものの美しさが視覚的に伝播

② 弘前城の桜やねぶた祭りの熱量

圧倒的な風景をダイナミックな縦動画で体感させる

SNS動画は、
地方の小さな名店を世界的な人気スポットに変える力を持っています。

結論、今やるべきこと

動画がない＝「存在しない」 だから、動画で出会う機会を作る。

1. 認知の最大化

検索をしない若い世代や、言葉の通じないインバウンドにも「ひと目で」お店の魅力が伝わります。

2. 採用の差別化

求人票の文字情報だけでは勝てない大企業に対し、「社長や職場のキャラ・雰囲気」で勝利できます。

3. だから今日始める

難しいことはありません。
スマホで現場のリアルを撮るだけで、それは他社が決してマネできない最大の武器（資産）になります。

PART 2：動画は難しく考えなくていい

「でも、動画発信って
めちゃくちゃ難しそうだし、時間もない…」

そう思うのは当然です。動画制作会社が作ったような「華やかなPR動画」をイメージしていませんか？

よくある「動画発信への高い壁（勘違い）」

高価な機材が必要？

プロ用の一眼レフカメラや照明、
マイクを揃えないといけない？

プロ用ソフトで編集？

何時間もかけてパソコンの前で切り貼りや色調整をしないといけない？

ネタ切れが怖い？

毎日何か「ものすごく面白い企画」
を考え続けられないといけない？

実は、 難しくくない。

SNS動画は、完璧な映像より

「噛む姿」「笑い声」を

求めています。

テレビCMのような洗練された動画は、今のSNSでは

「広告らしさ」が嫌われます。

少しぎこちなくても、

ありのままの表情が見える親しみやすい日常動画が、

最もユーザーに愛されます。

× 綺麗すぎるPR動画

- ・ プロのナレーターが綺麗に喋りすぎる
- ・ モデルを雇ってポーズを取らせる
- ・ 完璧すぎて会社の「裏側」が見えない

→ 「本当の姿」が分からないため信頼に繋がらない

こちらにファンが集まる！

○ 現場の日常 & ハプニング

- ・ 社長が挨拶で噛んで照れ笑いする姿
- ・ 職人が「完璧だ」と誇らしげに語る表情
- ・ スタッフが仕事の失敗談をさらけ出すリアル

→ その人間味ある「隙（愛着）」にファンが強く引き込まれます

SNSは育てるもの

SNSは「チラシ」ではなく、 「農作物」です。

お金を払えばその日だけ配れる広告（狩り）とは違い、SNSは少しずつ信頼の土壌を作り、ファンという種を育て、時間をかけて大きな実りをもたらす「農耕」の仕組みです。

一晩で100万回再生される必要はありません。
じっくりと自社メディアとして資産化させていくことが大切です。

3ステップの農耕型ロードマップ

STEP 1: 認知獲得（土壌作り）

[1ヶ月目]

「まずは知ってもらう」ための定期的なショート動画の投稿開始

STEP 2: ファン化（種まき）

[2～3ヶ月目]

継続投稿による親近感・愛着の醸成。

STEP 3: 応募・採用・購入（収穫）

[4ヶ月目以降]

企業の「キャラ」が定着し、「この人の店で買いたい」「この社長と働きたい」という熱量の高いアクションを獲得

SNS動画の本当の目的

売る前に、まず「知ってもらおう」

SNSでいきなり商品売り込んだり、求人応募を叫んだりしてはいけません。目的は「親近感の入口をつくること」です。

① まず知る

【認知】

何気なくスマホを見ていた人の画面に、
「楽しそうな動画」や
「面白い商品開発の瞬間」
としてひょっこり現れる。

② 好きになる

【愛着・ファン化】

「この社長、キャラ濃いな」
「裏側を一生懸命見せていて好感が持てる」
という愛着を少しずつ構築。

③ 行動する

【採用・来店・購入】

「今度の休み、この店で食べてみよう」
「ここで求人募集してる、応募してみよう」
という自発的な行動へ繋がる。

ネタは身近にある

あなたにとっての「**当たり前**の日常」は、
外の人にとっては「**ものすごく面白いエンタメ**」です。

自分たちには自慢できる面白いネタなんてない、と思い込んでいませんか？現場のリアルな姿そのものが最強のコンテンツです。

食品製造メーカー

日常の製造風景

- ・ 工場稼働するマシンの動き
- ・ 商品を梱包、ラベルを貼る作業
- ・ 新商品の試作開発会議の裏側

飲食店・レストラン

開店前の舞台裏

- ・ 早朝、市場で食材を仕入れる瞬間
- ・ 開店前の掃除や接客の練習風景
- ・ 仕込み（スープ作り、魚をさばく姿）

工芸品・ものづくり

職人の静かな手仕事

- ・ ろくろや絵付けなどの制作工程
- ・ 何十年も使っている愛用の道具紹介
- ・ 職人が語る「青森の素材へのこだわり」

具体的な投稿例：食品事業者

「ラベルを真っ直ぐ貼るだけの20秒」

青森の特産品を詰め込む様子や、瓶にシールを1枚ずつ手作業で貼る様子をそのまま撮るだけです。

なぜこれがバズるのか？

「丁寧な手作業」が視覚的にわかり、購入者には安心感が、求職者には「自分でもできそう」という安心感が生まれます。

実証動画の具体構成案

30秒「手作りアップルパイ」梱包編

【0～5秒】フック

焼きたてツヤツヤのアップルパイのアップ（おいしそう！）

【5～20秒】作業のリアル

スタッフが手際よく箱詰めし、包装紙を包む手元のASMR（サクサク、カサカサ音）

【20～30秒】キャラクター

「青森からお届けします！」と笑顔でカメラに手を振るベテランのパートさん（親近感！）

具体的な投稿例：飲食店

「ラーメンのスープを仕込むだけの朝5時」

大きなお鍋がグラグラ煮立つ様子、
まだ暗い早朝に黙々と作業を開始する大将の背中をそのまま撮影します。

なぜこれがバズるのか？

「これだけこだわって仕込んでいるんだ」という驚きと尊敬が、
味に対する強い期待感となり、熱烈なリピーターを生みます。

実証動画の具体構成案

30秒「極厚だし巻き玉子」職人技編

【0～5秒】インパクト

黄色い玉子液がジュワッとフライパンに広がる瞬間（音と動き）

【5～20秒】プロのスキル

大将が長い箸でリズムカルに玉子をクルンッと巻き上げる見事な手際
（見入ってしまう！）

【20～30秒】落としどころ

お皿にポンと乗っただし巻き玉子からあふれるお出汁。
大将のニカッと笑う満足げな顔（親しみ！）

具体的な投稿例：工芸品事業者

「木を削ってシュルシュル削り屑が出る15秒」

「こけし」や「津軽塗」の木材を研磨・刃を当てて削り出す瞬間、その綺麗な音が鳴り響くASMR動画です。

なぜこれがバズるのか？

視覚と聴覚の「圧倒的快感」は、アルゴリズムに乗って世界中で拡散されやすく、若者や海外ファンからの大きな注目に直結します。

実証動画の具体構成案

30秒「こけしの絵付け」職人の指先編

【0～5秒】引き込まれるフック

ろくろの上で高速回転する木工品に、絵筆を一瞬当てて綺麗な同心円を描くシーン

【5～20秒】職人の息遣い

極細の筆先でこけしの「愛らしい目元の表情」を息を止めてサッと描く超アップ手元

【20～30秒】伝統の継承

できあがったお人形を並べる瞬間と、優しげに微笑む熟練職人の手。
「青森から伝統を伝えます」というシンプルな字幕

ネタは現場の中にある

面白い企画を無理に考える必要はありません。
人を惹きつける価値は、すべてあなたの仕事や「現場の日常」に眠っています。

01 / RELAX 企画を無理に考えない

バズるためのお芝居やコント、流行りのダンスを無理に踊る必要はありません。不慣れな演出は撮影の負担を増やし、企業の本来の魅力がぼやけてしまう原因になります。

02 / ROUTINE 日常の中に宝がある

毎日繰り返されるお掃除、手際よく梱包するパートさんの手元、オフィスでの自然な挨拶。自分たちにとっては「当たり前」の日常こそが、外のユーザーにとっては最も面白い体験になります。

03 / FOCUS 見られる形に編集・演出する

ただカメラを回すだけでなく、少しアングルを工夫したり、テロップで感情や文脈を添えたり、現場の生音（ASMR）を際立たせる。ほんの少しの編集・演出で、日常は一気に魅力的な動画に生まれ変わります。

SNSは「発明」ではなく「応用」

すでに世の中で「伸びている企画・構図」を参考に、
自社に置き換えるだけ。

斬新でクリエイティブなアイデアを発明する必要はありません。YouTubeやTikTokで「バズっている同業他社の動画」や「他業界の人気企画」を分析し、その構成テンプレートに自社の製品や社員を当てはめるのが最短の成功法則です。

① 見つける

- ・他県の人気食品メーカー
 - ・若手にウケている町工場の動画
- などをスマホでリサーチ。
構成やカメラの角度、
音楽の使い方をチェックします。

② 置き換える

- ・「金属を磨く動画」を
「津軽塗を研磨する動画」へ。
 - ・「パンづくりの朝」を
「和菓子づくりの朝」へ。
- 構成を自社の日常にスライド。

③ 投稿して微調整

- ・完璧な1本を狙わず投稿
 - ・コメントや再生回数の反応を見る
 - ・
- 次回ちょっとだけカメラワークやセリフを変えてみる。この繰り返しで伸びます。

実際の地方事業者成功事例

事例1：山形の観光バス会社

SNS動画発信で3ヶ月で運転手6名採用！

- ・従来の求人媒体では全く採用できなかった不人気職種
- ・働く「人」や「職場のノリ」に特化した日常動画をSNSで発信
- ・「この人たちと一緒に働きたい」と若手の応募が殺到！

事例2：山形の新設タクシー会社

知名度ゼロから動画経由で31エントリー・9名採用！

- ・知名度皆無の新規立ち上げでも、SNSで若手代表のストーリーを可視化
- ・IndeedやSNS動画の組み合わせでエントリー数を最大化
- ・「楽しそうなタクシー会社」としてブランディング成功！

事例3：マイナー技術の町工場・金属加工会社

弱みを曝け出し「へら絞り」の質問動画だけでコメント300件、コメント・DMから求人問い合わせ60件超！

- ・若手求人媒体に何十万払っても鳴かず飛ばずだった地方の町工場。
- ・自社の技術プロセスを見せる動画の中で「これ、何を作っているのでしょうか？」とユーザーに問いかける仕組みを構築。
- ・「知らなかったけど凄くカッコいい！」「この会社で働きたい」という熱量高い声を多数獲得！

一番大切なのは継続

SNS動画で唯一絶対に破ってはいけないルールは「やめないこと」。

「何本か投稿したけれど、バズらないからやめた」というのは、土に種を蒔いて、3日で「芽が出ないから」と耕すのをやめるのと同じです。

SNSのアルゴリズムは、「定期的に、誠実に動画を投稿し続けている信頼できるアカウント」を優遇するように設計されています。

農耕型アカウント

最低でも週1~2回の投稿を3ヶ月。焦らず、じっくりと、自社の「ファン」という作物を育てましょう。

アルゴリズムより「継続」

バズ（再生数）を追うな、 「信頼（継続）」を追え。

「バズ（流行りの音楽やダンス）」
に必死に合わせる必要はありません。

アルゴリズムは常に変化しますが、人間の

「継続して信頼できる人を好きになる」感情は不変です。

一過性の100万回再生よりも、
毎週見てくれる青森のコアなファン50人を確実に作る。
その関係性の積み重ねが、
採用やリピート購入を生み出します。

バズ重視 vs 信頼重視（採用逆算型）

× 一般的なバズ（トレンド追従型）

ゴール：とにかく再生回数・フォロワー数

企画：流行りのダンス、ドッキリ、ウケ狙い

結果：一瞬盛り上がるが、採用や購入へのアクションはゼロ

○ 信頼重視（カルチャー共感型）

ゴール：会社のカルチャーに共感するコアファンの獲得

企画：社長の人柄、職人のこだわり、現場の笑い声

結果：適切な来店や、価値観が一致する定着率の高い採用

CONSISTENCY FIRST

一貫性のある発信を続ける

「何で覚えられたいか」のテーマを1つに絞り、
ブレずに発信を続けることが、**ファン作りの最短ルート**です。

食品メーカー

「安心・安全なものづくり」

- クリーンルームの徹底された日常
- 機械の精巧で美しい動き
- 妥協のない真剣な検品風景

インプット：「**信頼できる会社**」

飲食店・レストラン

「温かいチームと美味しい笑顔」

- スタッフたちの美味しいまかない笑顔
- 真剣に仕込みを進める料理長
- 店内の賑やかで温かい活気

インプット：「**親しみやすいお店**」

伝統工芸・ものづくり

「職人の誇りと技術ストーリー」

- 長年受け継がれてきた伝統技術の細部
- 息をのむような職人の美しい手元
- 青森の素材へのこだわり

インプット：「**唯一無二のブランド**」

100点より「継続」

月1本の「100点の動画」 より、 毎週3本の「70点の動画」。

「完璧なクオリティ」を求めすぎると、1本の動画制作に疲れ果て、間違いなく挫折します。SNS動画の性質上、クオリティを高めても必ずバズるわけではありません。

まずは「ちょっと物足りないかな」と思う70点レベルで十分。定期的に出し続け、視聴者のコメントや反応を頼りに「投稿しながら、軌道修正して育てる」感覚を持ちましょう。

どちらが本当に成功するか？

月1本、完璧にこだわった動画（燃え尽き型）

膨大な時間と労力、編集の手間。結果、再生されず「割に合わない」と判断し、1ヶ月でSNS発信そのものを挫折してしまう典型。

週2本、70点でサクッと撮る動画（農耕継続型）

スマホ1台で現場の様子を気楽に投稿。投稿頻度が維持され、SNSアルゴリズムからも高評価。少しずつファンが増え、採用・購入に直結します。

驚くほど低いスタートライン

用意するのは、 今お持ちの「スマホ1台」だけで十分。

「動画を始めるために高価な機材を買う」必要はありません。
現在のスマホは一眼レフに匹敵するほどカメラ性能が向上しています。

むしろ、プロ用の機材で作り込んだ動画はSNSでは「宣伝らしさ」
が際立ち、警戒されがち。身近なスマホで撮られた映像こそが
「ありのままのリアル」として一番受け入れられます。

スマホ撮影のルール

- ・カメラは「縦向き」で構える
- ・撮影時はとにかく「レンズ」の汚れを拭く
- ・余計な設定はいじらず、そのまま撮る
たったこれだけで即SNS対応クオリティに！

今日から、今すぐできること

「まずは現場を30秒だけ撮ってみる」

SNSのアカウント開設や、動画編集ソフトのダウンロードは後回しで構いません。まずは撮ってみる。それがすべての始まりです。

STEP 1

縦向きで30秒撮影

お持ちのスマホを縦にして、自分の現場、スタッフの笑顔、あるいはこだわりの商品作りの手元を30秒、声無しでも良いのでただ回して保存してみましょう。

STEP 2

自分で見直してみる

撮った動画を再生し、「あ、この角度から見る仕込み風景って結構いいかも」「パートさんのこの笑顔、愛着あるな」と、自社の“リアルな魅力”を客観的に再発見します。

STEP 3

とにかく誰かに見せる

家族、同僚、あるいは本セミナーの講師やスタッフに見せてみましょう。「これ、凄く美味しそう！」「これSNSで流れたら絶対手止まる！」と意外な反応があるはずですよ。

PART 1 TO PART 2 BRIDGE

実は「続けること」が一番難しい

始めるのは誰でもできる。

「続ける」仕組みを作れるかが勝負。

「撮影自体はできても、毎日仕事が忙しいのに台本を考えたり、音楽を選んだり、何時間もSNSの作業に時間なんて取れない…」そう痛感する悩みは100%正解です。地方の少人数で忙しく回している事業者だからこそ、SNS業務をいかに「効率化」するかが死活問題になります。

このあと第2部開演！

ご清聴ありがとうございました。

NEXT LEVEL : すべて「AI」が助けてくれる時代へ

1. ネタ出し・構成案に悩まない

AI構成作成

AIに「青森の飲食店でバズりやすいネタ10選」と聞けば、一瞬で具体的な撮影アングルやテロップ、セリフ台本まで自動生成してくれます。

2. 面倒な編集作業を9割削減

自動編集化

自動の文字起こし、テロップ入れ、自動動画カット（無音部分のトリミング）。今や数クリックでAIがすべての下編集を完了してくれます。

3. まず今日の帰り、現場を「30秒だけ」撮る

今すぐスタート

難しいことはすべて最新テクノロジーに任せて大丈夫。今日のセミナーが終わったら、まずはあなたのスマホで、現場を縦向きに30秒だけ撮ってみましょう！