

ポートフォリオ構築の重要性



目的：案件獲得と単価UP

「何が作れるか」を視覚的に証明し、クライアントからの信頼と報酬を高める



要件：5ジャンル以上の実績提示

対応可能な幅を見せつつ、各動画での役割・貢献領域・KPI（成果）を明記する



場所：Notion または自社サイト

URLひとつで共有でき、スマホからでも閲覧しやすいWeb形式で作成する



更新：月次・案件ごとの追加

ポートフォリオは生き物。常に最新の「最高傑作」が見られる状態を維持する



Vlog / 日常切り抜き系

制作のポイント：日常を「世界観」に昇華



課題の核心

ただの記録動画になってはいけません。視聴者が「こんな生活がしたい」と憧れるような「エモさ」や「おしゃれさ」を演出します。



カラーと自然光

生活感を消すための色味調整（カラーグレーディング）と、自然光の活用が必須です。暗い映像はNG。



音ハメと微ズーム

BGMのビートに合わせてカットし、静止画のようなショットでもゆっくりズームさせることで、動的な飽きさせない映像にします。



余白のあるテロップ

説明しすぎないこと。テロップは最小限に抑え、フォントや配置でデザインの一部として扱います。

構成と要件



カット構成例

導入（キャッチーな1秒）

→ 日常カット（モーニングルーティンや作業風景）

→ 締め（余韻のある終わり方）



提出要件

・動画尺：30～60秒

・テロップ：最小限

・BGM：音ハメを意識した編集（合奏感）



「何気ない日常」がいかに美しく見えるか、クリエイターの感性と演出力が最も試されるジャンルです。



ハウツー / 教育・解説系

制作のポイントと要件



1分設計の黄金比

「結論→手順→注意点→CTA」の順で構成。最初の5秒で「何を得られるか」を明確にし、離脱を防ぎます。



視覚的工夫（図解・強調）

口頭説明だけでなく、図解・箇条書き・強調エフェクトを併用。要点を「カード化」して視覚でも伝えます。



提出要件

音声なしでも伝わる「フルテロップ」と、理解を助ける「図版（画像/イラスト）」を最低1点は使用すること。

テンポ（画面変化）

3秒に1回は画面に変化をつけます。ズーム、テロップの色変え、画像挿入などで飽きさせない工夫を。

わかりやすさの追求



情報の取捨選択

1分間で伝えられる情報は限られます。「あれもこれも」ではなく、最も重要な1点に絞り込みましょう。



初心者視点の徹底

専門用語は避け、小学生でもわかる言葉を選びます。視聴者はその分野の素人である前提で設計します。



ハウツー系は「保存」されやすいジャンルです。後で見返したくなるような、有益で体系的な情報を目指しましょう。



エンタメ / コント・寸劇系

笑いを生み出す4つの要素



キャラ設計・小道具

衣装や特徴的なアイテムで「誰が何をしているか」を一瞬で伝えます。一人二役の場合は見た目の差を明確に。



間とSE・BGM

コミカルなSEでツッコミを入れたり、BGMを急に止めて「間（ま）」を作ったりして、笑いのポイントを強化します。



構成（導入→誤解→オチ）

日常の導入から始まり、勘違いや事件（フリ）が起き、予想外の結末（オチ）で締める基本構成を守りましょう。



安全配慮・権利チェック

危険行為の模倣リスクを排除し、パロディを行う際は元ネタの権利を侵害しないよう細心の注意が必要です。

提出課題の要件



効果音（SE）を5点以上使用

動きや感情に合わせて、適切なタイミングで効果音を入れてください。音で「面白さ」をブーストさせる練習です。



恥ずかしがらずに演じ切る

中途半端な演技が一番スベります。カメラの前では別人格になりきり、オーバーリアクションを心がけてください。



人を傷つける笑いや、過度な下ネタはNGです。誰もが安心して楽しめるクリーンなエンタメを目指しましょう。



ビジネス / インタビュー系

信頼感を高める編集テクニック



ジェットカットで密度UP

「えー」「あの」等のフィラーは完全削除。0.1秒単位で間を詰め、視聴者に考える暇を与えないテンポを作ります。



補足情報の視覚化

話の内容に合わせて図版や画像をインサート。テロップは要約して表示し、耳と目の両方で理解を促します。



深掘りする質問設計

「なぜ？（Why）」「具体的には？（How）」を問いかけ、表面的な話で終わらせず本質を引き出します。



クリアな音声処理

背景ノイズの除去は必須。BGMは話者の声を邪魔しないようダッキング処理を行い、言葉を際立たせます。

課題提出要件



動画の構成と尺

60秒以内。3つの設問（例：動機・苦労・展望）に対する回答でテンポよく構成してください。



編集密度

フルテロップ推奨。話者が切り替わるタイミングや話題転換時のトランジションを意識しましょう。



インサート素材

話している内容に関連する画像や動画（Bロール）を最低3か所挿入してください。



インタビュー動画は「誰が」話すだけでなく、「どう」編集するかで視聴者の信頼度が大きく変わります。



商品紹介 / 物撮り・レビュー系

売れる動画の制作ポイント



フック：変化で見せる

「ビフォー・アフター」や「他社製品との比較」から入り、冒頭2秒で商品の価値を視覚的に証明します。



シズル感と手元動作

湯気、水滴、テクスチャのアップなど「五感」に訴えるカット。使用中の手元動作でサイズ感も伝えます。



光と背景の演出

逆光を避け、半逆光やサイド光で立体感を出す。背景は生活感を消し、商品世界観に合う質感シート等を使用。



CTAと法規遵守

「詳細はプロフへ」等の明確な行動喚起。薬機法・景表法に抵触しないよう、表現には細心の注意を。

課題の提出要件



要点を3つに絞る

あれもこれもと詰め込むと視聴者が混乱します。最も伝えたい魅力を3つ選び、テンポよく紹介してください。



CTAを必ず明記

動画の最後に「保存してね」「リンクからチェック」など、視聴者に期待するアクションを明示してください。



インサートカットの活用

喋りだけでなく、商品の寄り映像（インサート）を必ず入れて、映像的な飽きを防いでください。



題材は身近なコンビニ商品や愛用品で構いません。「自分が欲しくなるか？」を基準に編集しましょう。