

# ショート動画屋さんフランチャイズ 成功即戦力ツール(5) 成功インタビュー集

ショート動画屋さんフランチャイズ加盟店オーナー「本音だけ」の記録

## 【はじめに】

本ドキュメントは、ショート動画屋さんフランチャイズに加盟し、現場で奮闘する5名のオーナーへのインタビューを収録したものです。ここには、パンフレットに載るような綺麗な言葉だけでなく、現場の「泥臭い失敗」や「予想外の苦勞」、そしてそれを乗り越えた先にある「リアルな成功体験」が赤裸々に語られています。

これから開業される皆様にとって、これらは単なる読み物ではなく、同じ落とし穴を避けるための「転ばぬ先の杖」であり、迷った時の「道しるべ」となるはずです。

## CASE 01：法人営業未経験からのスタート

氏名 / 拠点 / 稼働期間	田中 健一（34歳） / 東京都多摩地区 / 1年3ヶ月
加盟前の経歴	元飲食店店長。コロナ禍で閉店を経験し、在庫リスクのないビジネスを求めて加盟。 動画編集スキルはYouTubeを少し触った程度。

### ■ 偽らざる成功体験

最初の3ヶ月は売上ゼロでした。しかし、「地域の飲食店応援」という切り口で、元同業者の悩みに寄り添う提案に変えてから潮目が変わりました。今は月商80万円前後で安定しています。

**成功の要因は「動画のクオリティ」ではなく「店長の愚痴を聞くこと」でした。**

ショート動画はあくまで手段。相手が「集客できない不安」を吐き出した後に、「じゃあ、スマホで撮れる範囲でこういう動画どうですか？」と提案すると、驚くほど契約が決まります。

### ■ 痛恨の失敗と教訓

初期の頃、カッコいい動画を作ろうとしすぎて、納期を2週間も遅らせてしまい、クライアントに激怒されました。「ショート動画なのにこんなに時間がかかるなら意味がない」と。

**教訓：80点の動画を即日出す方が、100点の動画を1週間後に出すより10倍価値がある。**

それ以来、撮影したその場で粗編集を見せるくらいのスピード感を重視しています。これが「ショート動画屋さん」の本当の価値だと気づきました。

「編集技術を磨く時間があったら、近所のお店に顔を出して世間話をしたほうが売上になります。」

## CASE 02：副業から本業へシフト

氏名 / 拠点 / 稼働期間	佐藤 美咲（29歳） / 大阪府大阪市 / 9ヶ月
加盟前の経歴	アパレル販売員。土日祝のみの副業としてスタートし、半年後に独立。TikTokは見る専門だった。

### ■ 偽らざる成功体験

アパレル時代の接客スキルが活かしました。女性向けの美容室やネイルサロンに絞って営業し、「私もTikTok見るの好きなんですけど、こういうの流行ってますよね」という雑談から入りました。

**私の強みは「トレンドの完コピ」提案です。**

オリジナリティなんていらななんです。流行っている音源と構成をそのまま提案して、お客様の商品に置き換えるだけ。これで再生数が3万回を超えた時、お客様が泣いて喜んでくれて、そこから紹介だけで仕事が回るようになりました。

### ■ 痛恨の失敗と教訓

安請け合いのしすぎで倒れかけました。「1本5,000円でやります！」と安売りしすぎて、月30本納品しても売上15万円。修正回数の制限も設けていなかったのも、時給換算で300円くらいになっていました。

**教訓：価格表は絶対守る。修正は2回までと契約書に明記する。**

今はパッケージプラン（月4本5万円～）しか受けていません。安売りはお客様の質も下げると痛感しました。

「『安くします』は禁句です。『成果が出るように工夫します』と言い換えましょう。」

## CASE 03：シニア層向け特化での勝利

氏名 / 拠点 / 稼働期間	山本 浩二（52歳） / 埼玉県さいたま市 / 2年1ヶ月
加盟前の経歴	元IT企業のシステムエンジニア。早期退職後に参入。若者の流行には疎いが、真面目さが取り柄。

### ■ 偽らざる成功体験

私はTikTokのダンスなんて踊れませんし、流行りのミームも分かりません。だから、ターゲットを「職人」や「士業」など、硬い業種に絞りました。

**「解説系ショート動画」に特化したのが勝因です。**

テロップを見やすく、話の要点を30秒にまとめる構成力。これはSE時代の資料作成スキルが活かしました。税理士の先生や建設会社の社長から「山本さんの動画はふざけてなくて安心できる」と信頼され、月額顧問契約を複数結んでいます。

### ■ 痛恨の失敗と教訓

若者の真似をして、無理やりテンションの高い動画を撮ろうとして大滑りしました。クライアントの社長に無理やりダンスをさせてしまい、「恥をかかせやがって」と契約解除になったことがあります。

**教訓：自分とクライアントの「キャラ」に合わないことはしない。**

無理な演出は誰も幸せになりません。真面目な人が真面目に語るだけでも、編集のリズムさえ良ければショート動画として成立します。

「流行を追う必要はありません。お客様の『伝えたいこと』を短く整理するだけで価値になります。」

## CASE 04：地域密着型の飛び込み営業

氏名 / 拠点 / 稼働期間	高橋 優子（41歳） / 福岡県福岡市 / 1年6ヶ月
加盟前の経歴	専業主婦（子育て一段落）。社会との繋がりを持ちたくて挑戦。PCスキルはワード・エクセル程度。

### ■ 偽らざる成功体験

私はWeb集客が苦手だったので、自転車で近所の商店街を回りました。「お店の紹介動画をスマホで撮らせてくれませんか？無料でいいので練習させてください」と。

**無料モニターからの成約率が6割を超えました。**

実際に自分の店が動画になると、オーナーさんは感動するんです。その動画をGoogleマップやインスタに載せてあげて、少しでも反応があると「次は有料で頼むよ」と言ってもらえます。ネット営業より、近所の八百屋さんとの立ち話が最強の営業でした。

### ■ 痛恨の失敗と教訓

撮影データのバックアップを取ってなくて、SDカードの故障ですべてデータを失った時です。謝罪に行きましたが、当然怒られました。プロとしての自覚が足りなかった瞬間です。

**教訓：データ管理は命よりも大事。**

それ以来、撮影直後にクラウドとHDDの二重バックアップを徹底しています。技術以前の「信用の問題」でつまずくと、挽回は難しいです。

「近所の商店街は宝の山です。PCの前で悩むより、スマホ片手に外に出ましょう。」

## CASE 05：制作代行会社との提携戦略

氏名 / 拠点 / 稼働期間	中村 達也（27歳） / 愛知県名古屋市 / 1年
加盟前の経歴	Web広告代理店営業。独立志向が強く、既存の販路を活用できると考え加盟。

### ■ 偽らざる成功体験

私は自分で営業するのをやめました。代わりに、地元のホームページ制作会社や広告代理店に「ショート動画の制作部門として使ってください」と持ち込みました。

**下請け戦略で、営業コストゼロで仕事が舞い込み続けています。**

Web制作会社は「動画もやりたいけどリソースがない」と困っています。そこに入り込み、マージンを抜かれても安定した発注数を確保することで、初月から黒字化しました。現在は3社と提携し、手一杯の状態です。

### ■ 痛恨の失敗と教訓

元請けの指示が曖昧なまま制作を進め、最終クライアントから「全然違う」と全リテイクを食らったことがあります。間に人が入る分、伝言ゲームのミスが起きやすいです。

**教訓：ディレクション（構成確認）は必ず自分が直接クライアントと行う。**

今は「制作は下請けですが、ヒアリングだけは同席させてください」と条件をつけています。これを徹底してから手戻りが激減しました。

「直接営業だけが正解ではありません。『動画を売りたいけど作れない会社』を探すのが一番の近道です。」