

Bエステサロン様 チャンネル診断

SAMPLE

CONCLUSION

いちばんの資産は「オーナーの言葉と手技」。

それが冒頭2秒で伝わっていないことが、最優先の課題です。

拝見した範囲では、投稿の量と質は十分に土台があります。伸びている投稿と伸びていない投稿を比べると、差がイチバンはつきり出ていたのは「最初の2秒で、誰向けの何の話かが伝わるか」でした。まずここから検証する価値があります。

残すべき強み

オーナー自身が語り、手技を見せる解説リール

優先課題（1つに絞りました）

冒頭2秒が施術映像＋BGMで始まり、質問が立っていない

EVIDENCE

1 オーナー出演リールに高再生の傾向（平均で非出演回の約3倍）

直近30投稿の公開再生数比較。広告配信の有無など外部要因までは公開情報では確認できないため、断定ではなく「まず冒頭の伝え方から検証する」優先順位としています。

2 再生上位5本は冒頭2秒に「自分の話だ」と思わせる一言があり、下位の回は施術映像＋BGMで始まる

冒頭の作りと再生数の関係が、テーマの違いよりはっきり出ています。

3 プロフィールから予約・相談への道が1タップで見つからない

動画で興味を持った人の受け皿が弱く、再生が来店につながりにくい状態です。

※本見本のため、数値・観察結果はすべて架空の設定です。実際のレポートでは取得日時つきの実データを記載します。

このレポートの読み方：2ページ目に、この診断をもとにした御社向けのショート動画企画1本と絵コンテを用意しました。3ページ目が実行手順、4ページ目がこの企画を具体化する無料相談（30分）のご案内です。

確認した観点（参考）

冒頭のつかみ	改善候補	視聴者が続きを見たくなる構成	改善候補
編集の品質（テンポ・字幕）	強み	専門家としての一貫性	強み
投稿の継続性	強み	当たり企画の再現	未確認
プロフィール～相談への導線	改善候補		

御社向けの企画 1本

診断結果から設計した
「最初に試す一本」です

PLAN

「ここ、押して痛くないですか？」（30秒・オーナー出演）

誰に

顔のむくみ・フェイスラインが気になり始めた30～50代の方

何を伝えるか

頬のセルフチェック1つと、むくみを溜めない習慣

この企画を勧める理由：診断1（オーナー出演回に高再生の傾向）の強みをそのまま使い、診断3（予約への導線）は動画のCTAとプロフィール側の案内整備をセットで改善します。視聴者に自分の頬を押させて「自分の話だ」と思わせ、答えと施術の様子をオーナーが見せる、参加型の一本です。

180

万再生
同ジャンル小規模アカウント
の実例

実際に伸びた実例を参考にしています。同じ美容ジャンルで、フォロワー約4,300の小規模アカウントの1本が180万再生に達した例があります。参考にしたのは「冒頭で自分ごと化→理由の説明→普段見られない様子」という説明の順序で、セリフや映像表現は御社のメニューに合わせて新規に設計しています。参考動画の実物は、相談の際にお見せできます。

現在の冒頭（2秒）

施術機器の映像+BGM

誰向けの何の動画かが、まだ伝わらない



提案する冒頭（2秒）

オーナーが頬を押しながら

「ここ、押して痛くないですか？」

STORYBOARD — 4コマ（完成イメージ）



① 0-2秒

オーナーが自分の頬（鼻の横）を押しながら問いかけ。BGMより先に声。



② 2-8秒

お客様の頬で押す場所をアップで見せる。視聴者も同じ場所を押したくなる仕掛け。



③ 8-22秒

実際の施術の様子を見せながら、溜めない習慣をひとつ（セリフは効果保証にならない範囲で確定）。



④ 22-30秒

「気になる方は、プロフィールからご相談いただけます」。誘導先は投稿前に整備。

絵コンテは撮影構成のイメージです（実在の人物・店内ではありません）。効果保証と受け取られる表現は公開前に確認します。

実行と検証

この一本を、最初の30日で
どう試すか

PREPARATION

必要なもの

- オーナーの出演時間：約10分（台本確定後の拘束時間の目安。撮影全体は準備込み30分想定）
- 施術シーンの映像：10秒ほど（スタッフの方にお客様役をお願いする形でOK）
- 場所：診察室または受付前（普段の場所でOK）
- スマホ縦撮り＋三脚があれば十分です

先に確認が必要なこと（未確認事項）

- 予約・相談の受付方法（LINE・電話・Web）と、プロフィールの案内文・リンク先の整備
- 効果表現のチェック体制（効果保証・ビフォーアフターの見せ方は公開前に確認）
- 撮影と投稿の担当者はどなたか

SCHEDULE

WEEK 1

企画を具体化して撮影

台本を通し読みして尺を確定し、撮影で素材を揃えます。投稿前にプロフィールの案内文・リンク先も整えます。

WEEK 2

投稿して反応を確認

いつもの時間帯に投稿。冒頭を変えた効果は最初の3秒の視聴維持に表れます。

WEEK 3-4

結果を見て次の一本を決める

反応が良ければ同じ型で質問を変えて2本目へ。弱ければ冒頭のセリフだけ差し替えて再検証します。

WHAT TO WATCH

見る数字	何がわかるか
冒頭3秒の視聴維持	新しい冒頭が「続きを見たい」に変わったか
プロフィール訪問数	動画から相談入口まで人が動いたか
リンクのタップ数・相談数	再生が実際の相談につながったか

※プロフィール訪問などの数値は管理画面でのみ確認できるため、診断時点では拝見できていません。相談の際に、取得できる指標と比較対象と一緒に決めます。比較は投稿7日後を主とし、1本の結果だけで良し悪しを断定しません。

この企画を具体化する30分相談（無料）

オンライン・準備不要

この一本を、御社で撮れる形にしませんか？

30分のオンライン相談で、2ページ目の企画を御社のメニュー・出演者・撮影環境に合わせて調整します。終了時には、実施案と残っている確認事項が整理された状態になります。特別な準備は不要です（可能であれば動画ご担当者も一緒に。管理画面の数値があれば、その場で決められることが増えます）。

01

絵コンテの調整

セリフ・見せ方・出演者を、サロンの方針に合わせて確定します。

02

実施条件の整理

誰が・いつ・どこで撮るか。必要素材と担当を決めます。

03

進め方の選択

自社で内製するか、制作を任せるか。次の一歩を決めます。

30分の進め方

0-5 min	目的の確認（集客・採用など、動画で増やしたいもの）
5-15 min	絵コンテを画面共有しながら一緒に調整
15-23 min	出演者・素材・時期など実施条件の確認
23-30 min	内製か支援か、次に何をするかを決定

30分相談の日程を調整する（無料）

フォームが使いづらい場合は、このレポートをお送りしたメールに候補日時を2つご返信ください（pdytokyo.com からご連絡いただけます）。

制作支援をご希望の場合は、相談の最後に実施方法と費用もご案内します（ご希望がなければ営業のご連絡はいたしません）。