

YouTube配信チャレンジ日記

2025年7月～毎週一回YouTube配信をしております。

もともと、会社のYouTubeチャンネルはあり、広報部の社員が工夫しながら配信していました。最初は動画編集に時間がかかりすぎ、これでは無理だ！となって、近所の就労支援事業所さんをお願いして編集してもらいました。

しかし、今度はネタに困り、たこ焼きを焼く動画を配信したり、ダンス動画を配信したり、真面目に年末調整・融資の話など方向性が定まらない配信を続けた結果、**全員が力尽きてやめてしまいました。**

これからはSNSに力を入れなくては！と世間に影響されて、見切り発車で「**できなかったという事実**」を作ってしまった。



原因は、①安易にとりかかった ②自力でやろうとした ③明確なビジョン、目的がなかった ④推し進めるリーダーもいなかった。

本業ではないYouTubeですが、事業も全く同じですね。**明確な目的・ビジョンがない事業はうまくいかないですね。**

これはどの会社にも起こり得る現象ではないかと思いました。

一つのプロジェクトを発進させ、達成することは、事業の発展に通じるが、たった一つのプロジェクトさえ達成までもっていくのは難しい。粘り強い、しつこさがいります。

紙でのニュースレター配信、これだけは創業期から続けており、継続できていました。お客様の中には楽しみにしていただき、記事をスクラップしたり、壁に貼ってくださる方もいらっしゃり、**頑張る理由**になっていました。これも自社で内製しておりました。理由は、外注すると（記事を買うこともできるんです）本当のメッセージができなくて、価値が下がるから、そこにはこだわりたいたと、自社で当番制でニュースレターを制作していたんです。記事の制作、チェック、やり直し、完了したら印刷して封入して郵便局へ持ち込む。何百通も。。。



そして、ついにあるお客様から言われてしまいました。「紙で送られてきても読まないですよ。もうやめたらどうですか？YouTubeのほうがいいのではないですか？」

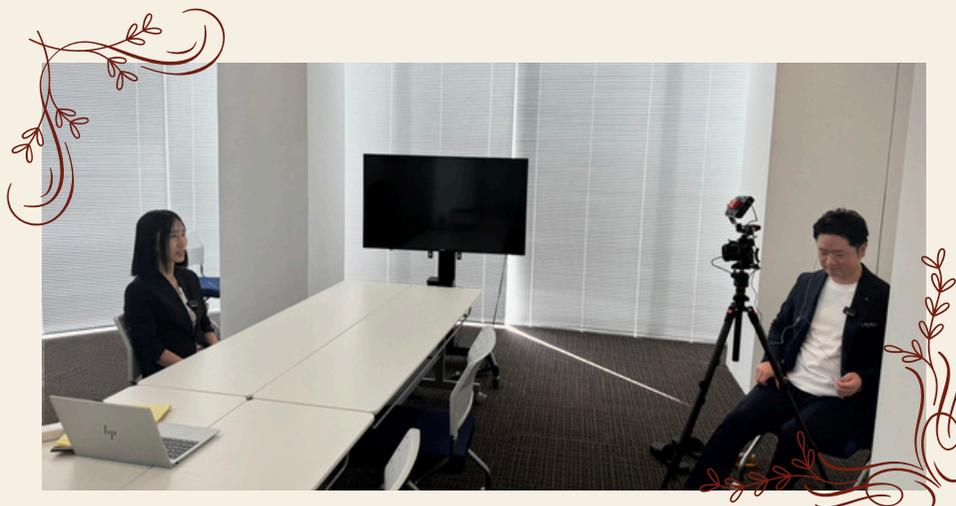
YouTubeは一回力尽きていた私たちにとっては非常に高いハードルでした。しかしお客様でもあるYouTube制作会社さんに何度もやったほうが良いとアドバイスいただき、2025年になって、やっと決断しました。

DX化を進めている我が社が紙を配ってはいけな、進化しようということで、チャレンジすることになりました。週に1回配信はハードル高すぎてムリだと思いましたが、まずは一回撮影してから決めようと思いました。



当初は、社員が交代で出演したら良いと考えてましたが、①コンセプトを決める ②出演は代表がやるべき ③チャンネルの軸をブレさせないため、同じ人が続けるべき というプロのアドバイスをいただき、自分がやることになりました。

撮影初日、自信のない私を励ましていただき、何度も最初の入りを練習して、なんとか3本撮影しました。想像していたより楽でした。撮影会社さんが合いの手を入れてくださる（インタビュー：ハヤカワくん）ので、アドリブでも話せることがわかりました。一本の撮影の目標時間は30分です。毎月2時間確保すればできる。撮影風景です↓



ポイントは、**目的・目標をもつ。年間スケジュールを組む。人の手を借りる。**です。

最初にスケジュールブロックして決めてしまえばやるしかありません。一人ではさぼりますが、相手がいるのでさぼれません。編集も人の手を借ります。何よりも、メディア戦略が大きく変わっていく世界の中で、お客様にお届けできる手段を持ち発信する姿勢を失わないという目標、そんな色々な要素を集結すると絶対無理だと思ったこともできるのだと確信しました。

たかがYouTubeですが、制作会社さんいわく、全体の会社の中で**継続配信をしているところはまだ数%**とのこと。今後10月～採用系のYouTubeを撮る予定です。こちらは皆様の会社の採用活動にも参考になるかと思しますので、また共有と情報提供をさせていただきます！！

チャンネル登録とイイネ よろしくお願いたします（笑）

チャンネル登録はコチラ →

