写真／動画のビジネス活用 ～売れる写真や動画の撮り方や編集方法・見せ方を考える～

2025.8/26
勉強会@よろず支援拠点
コーディネーター 山崎浩司

撮り方でクオリティー、変わります

答えは大体ネットにあります。Google/Yahooでの検索や、Instagram、YouTube等のサイトやSNSでの検索を使って、「スマホ 撮影 コツ」などで検索してみましょう。

【写真】
- グリッドを表示してバランスを整える
- フラッシュはオフにする
- アングル・構図に気を遣う

【動画】
- 使うSNSによって撮影時に縦・横を変える
- 三脚等固定できる機材を使いブレを軽減
- シナリオに基づく素材を撮影する

撮影・収録なしでも動画はできます

解説動画など、本人が出演することなく、映像素材と音声だけで構成されている動画もだいぶ増えています。出演・撮影による面倒さが無く、作業効率も上がるので大量に動画を作る際に有効です。

PowerPointなどのプレゼンアプリ、動画でのスクリーンショット、また生成された音声もよく使われるようになっています。



画像・動画って、どうやって作るの？ ～（画像・動画編集≒料理）理論で考える～

昨今、さまざまな画像編集・動画編集アプリがありますが、やることは同じ【さまざまな素材を集めて、並べたり加工して、1ファイルにまとめる】です。実は、限りなく料理作りに似ています（なので料理と同様、慣れましょう）。

料理	献立を考える ▶ 素材集め ▶ 調理 ▶ 盛り付け
動画制作	シナリオ作成 ▶ 撮影/素材集め ▶ PC取込み ▶ 編集 ▶ 利活用

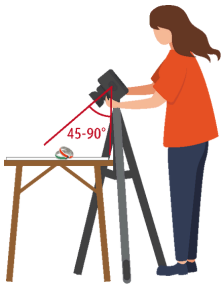
商品写真は、プロダクトカット・イメージカット・モデルカット の3種類に大きく分かれます

プロダクトカット
【用途】ECサムネイル用・画像加工用（背景削除）・説明用など
【特徴】購入につながる詳細な写真。正確な写真が求められる。三脚を使い撮影する。

イメージカット
【用途】EC2枚目以降サムネイル・SNS等Web画像・チラシなど
【特徴】ブランドイメージや世界観を表現する。コンセプトをあらかじめ決めてから撮影する。

モデルカット
【用途】アパレル・アクセサリー・ネイル・美容室（カット事例）・人物・店内写真など
【特徴】着てみたらどのようなサイズ感やイメージになるか？などイメージが湧くような写真。


水平（立体的なもの）



俯瞰（小物・平べったいもの）


SNS投稿用写真（ひつまぶし）


某アパレル店舗SNS用画像

ビジネス動画の使い途（PR・販促以外にもいろいろあります）

ビジネス動画はPRや販促だけにとどまりません。社内向けの教育、採用活動、社員育成、社史の記録や製品説明など、様々な場面で活用できます。視覚的に伝えることで、理解が深まり、効率的に情報を届けられるのが魅力です。

動画ジャンル

- 行き方動画
- 採用
- 育成
- レッスン
- 案内
- 社史記録
- 説明用

動画の媒体

- SNS（横・縦）
- サイネージ
- 社内
- DVD
- ダウンロード

027-265-5016

画像作成・動画編集・情報発信・集客のご相談など、よろずの相談をご活用ください。
ちなみに山崎は、毎週火・水曜に前橋に来ています（月1回SHARED OFFICE 1000に来ています）。