

なぜショート動画屋さんは、 動画の**内製化**まで支援できるのか

制作会社のノウハウを、社員が再現できる運営の仕組みへ。

作り方ではなく、 続け方まで決める。

誰が、何を、いつまでに、
何を見て改善するかを決めていきましょう。

01

内製化する目的



02

社内に残す判断



03

担当者と役割



04

最初の検証



05

改善を続ける基準



判断と学習を、社内に残していく。

動画が作れないのではなく、 運営が設計されていない。



01

担当者だけが
正解を知る



02

修正理由が
「好み」になる



03

次の変更が
決まらない



04

繁忙期に
制作が止まる



役割・期限・確認・改善を決めれば、運営は続けられます。

内製化の目的を一文にする。

BEFORE



担当者に依存する



AFTER



チームで判断・制作・改善する

完成本数だけでなく、次の企画を社内で判断できる状態を目指しましょう。

全部を社内で抱えない。

05/16

200社・3,000本超の制作経験

社内に残す判断



顧客理解



企画判断



成果学習

外部で補う専門作業



専門撮影



高難度編集



繁忙期対応

自社に残したい判断から、小さく実装していきましょう。

制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

200社以上

実績

3,000本以上



実制作の流れを、自社の人員・目的・頻度に合わせて一緒に移していきます。

全員を万能にせず、 責任の空白をなくす。



ディレクター

目的・期限・完成条件



構成

誰に何をどう伝えるか



撮影

音・光・画角



編集

視聴体験



確認者

事実・ブランド・公開可否



分析者

数値と次の仮説

兼務しても、責任者名は一人に決めて進めましょう。

制作開始前の合意が、 修正と停滞を減らす。



01

目的

集客・採用・営業・CS



02

役割

担当と確認者



03

完成条件

一本目の基準



04

引き渡し

2～3日単位



05

振り返り

結果と制作負荷



始める前に、終わり方まで一緒に決めておきましょう。

伝えたいことより、 相手の判断を先に置く。

01 視聴者の場面



どのような立場・状況で、どんな課題に向き合っているのかを具体的に捉えます。

02 疑問・誤解・不安



視聴者が感じる疑問や誤解、不安を一つに絞り、言葉にします。

03 自社だから示せる答え



自社の実績・知見・仕組みをもとに、その疑問に対する明確な答えを示します。

04 冒頭で止まる理由



なぜ最初の数秒で視聴者の手が止まるのかを分析し、冒頭の伝え方に反映します。

05 次の行動



視聴後にどのような行動を取ってほしいかを明確にし、自然に次の一步へつなげます。



一つの疑問に、一つの答えを届けていきましょう。

センスを、 再現できるチェック項目へ変える。



必要なカットを先に決め、使える素材を一緒に残していきましょう。

高機能より、 チームで繰り返せること。



1週間で覚えられる



共有できる



最新版が分かる



引き継げる



利用条件を確認できる



機材



編集



保管



管理

最小構成から始めて、チームに合う道具へ育てていきましょう。

判断は社内、 変動と専門性は外部で補う。

社内

社内に残す



顧客理解



目的設定



企画判断



現場調整



公開後の学習



第三者レビュー

外部

外部へ任せる候補



専門撮影



高難度編集



広告クリエイティブ



繁忙期の量産



習熟度と成果を見ながら、毎月ちょうどよい分担へ整えていきましょう。

再生数ではなく、 目的までの流れを見る。



数字を責める材料ではなく、次を良くする会話に変えていきましょう。

小さく試し、 作る範囲を広げる。



月4本から開始



企画と撮影は社内



初期テンプレートは外部伴走

01



目的行動

02



担当者の負荷

03



学びの共有

04



次に残す型

0～30日

31～60日

61～90日



結果を一緒に振り返り、社内へ移す範囲を決めていきましょう。

成果保証ではなく、検証の進め方を示すモデルです。

最初から完成形を目指さない。

15/16

0～30日



目的・役割・ツール・
承認・4本分の企画

31～60日



撮影・編集・公開・
レビュー基準

61～90日



数値と負荷・内製範囲・
外注範囲・本数

その後に考えられる、5つの判断



続ける



役割を変える



外注を増やす



テーマを変える



一度立ち止まる

90日で、自社に合う運営の型を一緒に見つけていきましょう。

明日から作るのは、 動画ではなく運営の土台。

01

変えたい経営課題



02

最初の視聴者とテーマ



03

責任者と確保時間



04

外部へ相談する工程



05

最初の4本を振り返る日



自社の内製範囲を相談する >

実制作の流れを見ながら、
自社に合う役割・手順・改善方法を一緒に設計していきましょう。