

「早く・安く・綺麗」を 社内制作で再現するための設計図

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。



小さな仕組みから、一緒に育てていきましょう。

作り方ではなく、続け方まで決める。

- 1  内製化する目的
- 2  社内に残す判断
- 3  担当者と役割
- 4  最初の検証
- 5  改善を続ける基準



**判断と学習が
社内に残る**



読み終えたら、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。

動画が作れないのではなく、運営が設計されていない。



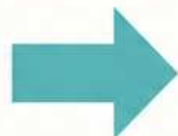
まずは止まりやすい場所を見つけ、仕組みに変えていきましょう。

内製化の目的を一文にする。

制作・育成・運用の知見を、 社員が再現できる運営標準へ。



担当者依存



チームで判断・制作・改善

完成本数だけでなく、次の企画を社内で判断できることをゴールに置きます。

自社らしい一文を、チームで言葉にしていきましょう。

全部を社内で抱えない。

200社・3,000本超の制作経験で磨いた分業、構成、品質確認、改善の型を、小さく実装する。

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



制作



編集



品質確認



改善

顧客理解・企画判断・成果学習が自社へ残るかで判断します。

自社に残す力を決め、無理のない形から始めていきましょう。

制作実務と育成実務を、同じ流れで教えられる。



広告・SNS運用・通販・営業・採用など、目的の異なる動画で培った流れを、
企業の人員・目的・頻度に合わせて移します。

現場で使える型を、自社の運営へ少しずつ定着させていきましょう。

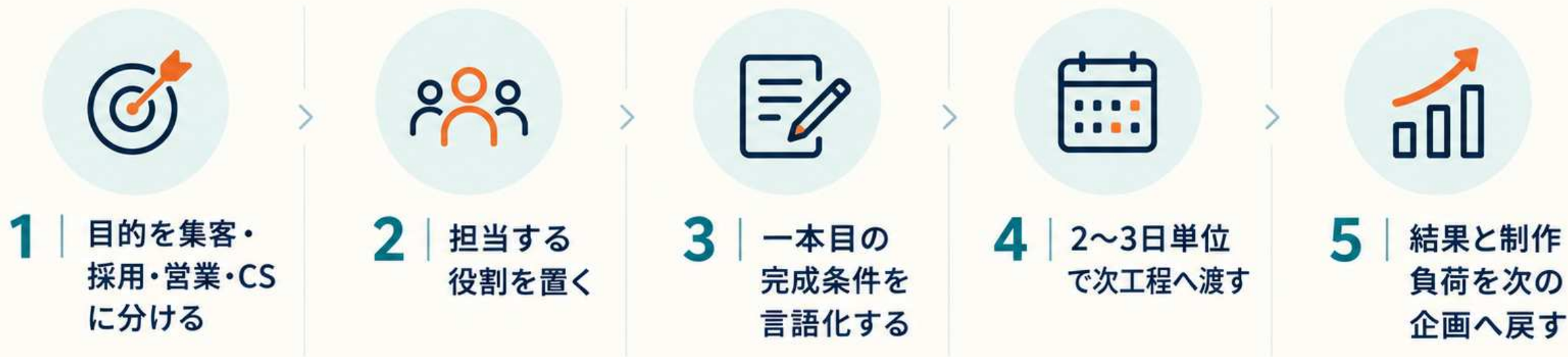
全員を万能にせず、責任の空白をなくす。



兼務可能。ただし責任者名は一人にします。

できる人を増やす前に、任せる役割を明確にしていきましょう。

制作開始前の合意が、修正と停滞を減らす。



企画書に、目的・対象・一番伝えたいこと・期待する行動・確認者・公開日・見る数字を残します。

決める項目を揃え、迷いの少ないスタートを切りましょう。

伝えたいことより、相手の判断を先に置く。



視聴者の場面



疑問・誤解・不安



自社だから示せる答え



見た後の行動

一つの疑問に、一つの答え。

相手の場面から逆算し、届く企画を一緒に組み立てていきましょう。

センスを、再現できるチェック項目へ変える。



必要カットを先に一覧化し、使える素材を残します。

チェック項目を共有し、誰でも品質を揃えられる状態を作りましょう。

高機能より、チームで繰り返せること。

機材



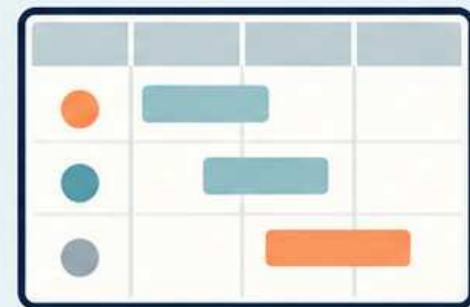
編集



保管



管理



- ✓ 1週間で基本操作
- ✓ テンプレートと権限を共有
- ✓ 素材と最新版が分かる
- ✓ 引き継げる
- ✓ 商用利用・個人情報・生成AIを確認

スマホ＋外付けマイク＋照明、編集ソフト、クラウド素材庫、企画管理表から最小構成を作ります。

使い続けられる道具を選び、運用の習慣を育てていきましょう。

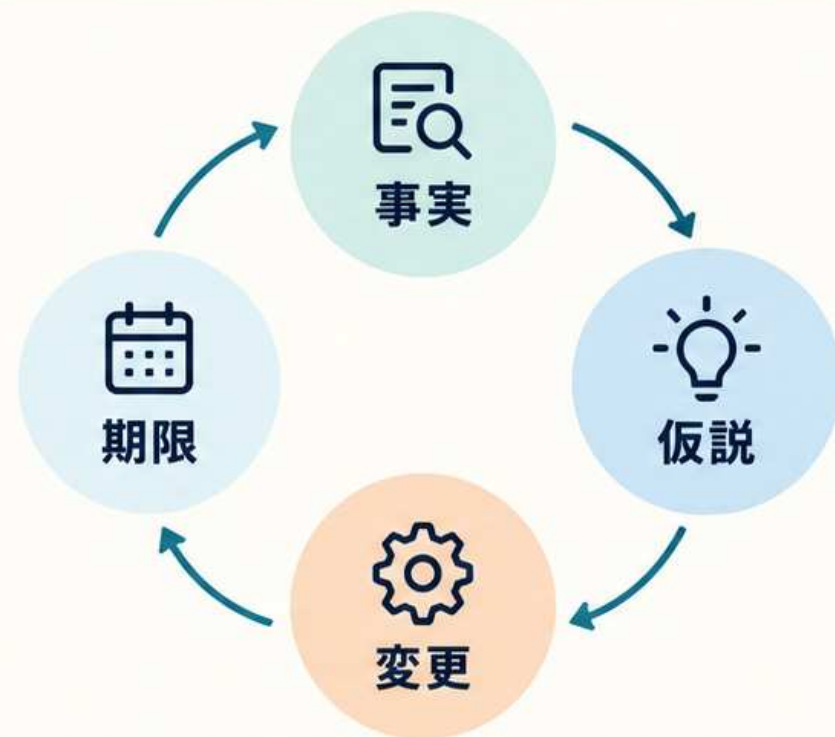
判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



分担は、習熟度・繁忙期・成果・リスクに応じて月次で見直します。

得意を持ち寄り、社内に学びが残る分担を作っていきましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



比較するときは、予算・期間・対象・導線の
違いも記録します。

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。

0～30日

31～60日

61～90日

月4本から開始。企画と撮影は社内、初期の編集テンプレートは外部伴走。
8週間で反応と制作負荷を確認します。



目的行動



続けられる負荷



修正理由と学び



次に残す型

これは成果保証ではなく、検証の進め方を示すモデルです。

確かめながら、無理なく社内へ移す範囲を広げていきましょう。

最初から完成形を目指さない。



90日を一区切りに、自社に合う運営へ更新していきましょう。

明日から作るのは、動画ではなく運営の土台。



1 | 内製化で変えたい
経営課題



2 | 最初の視聴者と
テーマ



3 | 社内の責任者と
週の確保時間



4 | 外部へ相談する
工程



5 | 最初の4本を
振り返る日

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ます。

自社の内製範囲を相談する >

できるところから、一緒に前へ進めていきましょう。