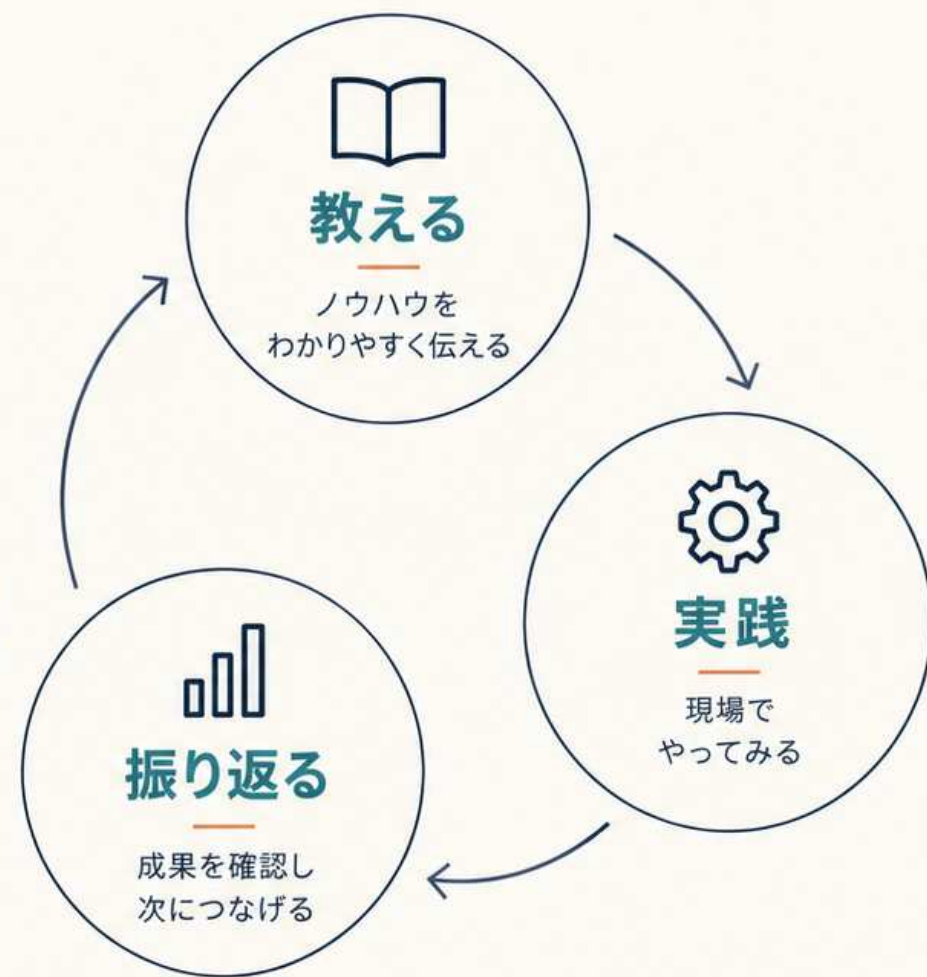


FCの育成力と 制作事業の現場力を、 社員教育へ転用する方法

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。

1 | 内製化する目的



- なぜ内製化するのか
- どんな成果を目指すのか
- 事業のどこに効かせるのかを明確にします。

2 | 社内に残す判断



- どこまでを社内で行い
- どこからを外部に任せるか
- 判断の基準を決めて社内に残します。

3 | 担当者と役割



- 誰が担当するのか
- どの役割を持つのか
- 関係者との連携方法まで具体的に決めます。

4 | 最初の検証



- 小さく始めて検証する
- 見るべき指標を決める
- 次につなげるための学びを整理します。

5 | 改善を続ける基準



- どの指標を見て判断するか
- どのタイミングで見直すか
- 改善を続けるためのルールを決めます。

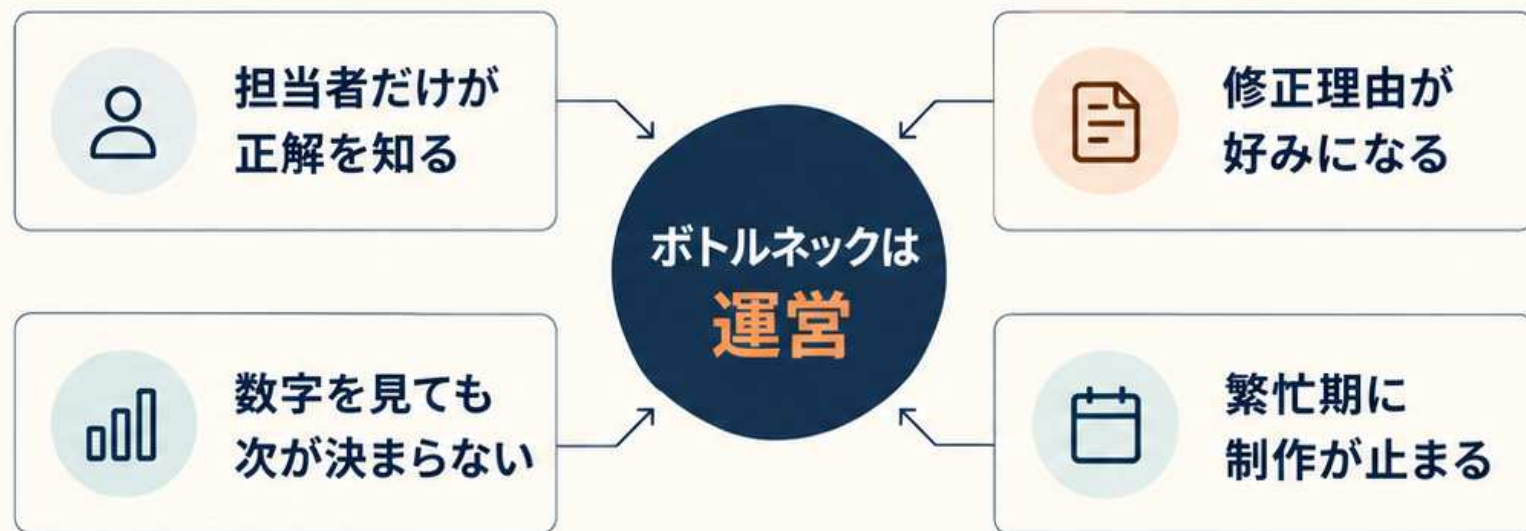


読み終えたら、**誰が・何を・いつまでに・何を見て改善するか**を
自社の言葉で決めます。

—— 判断と学習が社内に残る形を、一緒につくっていきましょう。 ——

動画が作れないのではなく、 運営が設計されていない。

ノウハウを聞いても、
役割分担・納期・確認・改善へ
落としきれなければ、研修後に
元のやり方へ戻ります。



仕組みから整えれば、無理なく前へ進めます。

社員教育の目的を一文にする。

制作・育成・運用の知見を、
自社の社員が再現できる**運営標準**へ変える。

Before

担当者依存



After

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。

まずは、**自社らしい一文**から始めましょう。

全部を社内で抱えない。

分業・教育・品質確認・改善の型を、会社ごとの人員と目的に合わせて小さく実装する。

社内に残す力



顧客理解



企画判断



成果学習



適材適所で
組み合わせる

外部で補う専門性



専門撮影



高難度編集



繁忙期の量産



成否は、制作工程の所有率ではなく、
判断と学習が自社へ残るかで決まります。

自社に残したい力から、無理のない形を選びましょう。

FCの育成力と、制作現場の型をつなぐ。



FCの育成力

分業・進捗管理・ロープレ・OJT



制作事業の現場力

構成・撮影・編集・品質確認

学ぶだけで終わらず、現場で育つ流れを一緒につくりましょう。

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・素材



編集

構成意図を視聴体験へ



確認者

事実・ブランド・公開可否



分析者

数値と反応から次の仮説

兼務は可能。ただし、各責任者は一人にする。

今いるメンバーで、最小チームから始めましょう。

教える前に、任せる範囲を決める。

1

学ぶ目的を
決める



なぜ学ぶのか、
どの業務に活かすのか
を明確にする。

2

役割と責任者を
置く



担当する役割と
責任者を決め、
進行を支える体制をつくる。

3

一本目の
完成条件を言語化



どの状態になれば
「一本目の完成」かを
具体的に言葉にする。

4

2～3日単位で
次工程へ渡す



2～3日で区切り、
できたものを次の工程へ
渡していく。

5

結果と制作負荷を
次の学びへ戻す



できた成果と制作にかかった
負荷を振り返り、
次の学びに活かす。

教育設計の必須項目：

目的

対象

期待行動

手本

確認者

期限

振り返り

できるところから任せて、学びを実務につなげていきましょう。

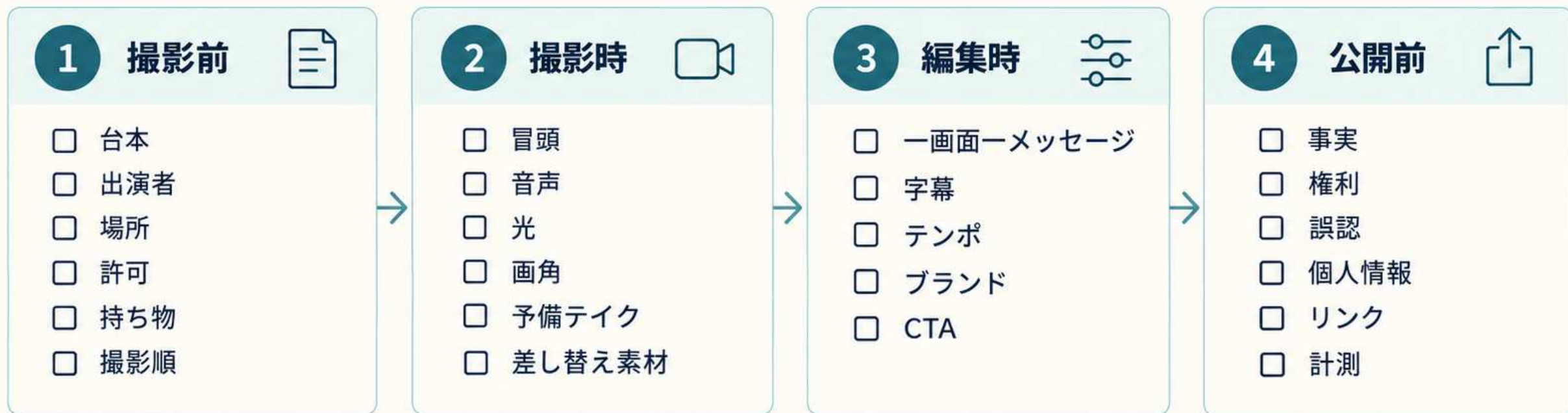
伝えたいことより、 相手の判断を先に置く。



一本に複数の目的を詰め込まず、一つの疑問に一つの答え。

相手の一步を思い浮かべながら、企画を磨いていきましょう。

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すると、短い撮影でも使える素材が残ります。

チェックで迷いを減らし、品質をチームで揃えていきましょう。

研修より、実案件で覚える。

01



手本を見る

完成例と判断基準を知る



02



一部を任せる

担当工程を実務で経験する



03



振り返る

修正理由と言葉を共有する

教える人の役割

01



完成条件を示す

02



途中で確認する

03



答えだけでなく理由を伝える

04



次は自分で判断できる問いを残す

できたことを認めながら、次に任せる範囲を**少しずつ**広げましょう。

判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



社内に残す

- ✓ 顧客理解
- ✓ 目的設定
- ✓ 企画判断
- ✓ 出演者・現場調整
- ✓ 公開後の学習



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
- ✓ 第三者レビュー



分担は固定せず、習熟度・繁忙期・成果・リスクに応じて月次で見直す。



得意を活かし合いながら、続けやすい分担をつくりましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



改善会議 4ステップ

1 事実 | 何が起きたか



2 仮説 | なぜ起きたか



3 変更 | 次に一つだけ何を変えるか



4 期限 | いつ判断するか



比較時は予算・期間・対象・導線の違いも記録。



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、教えられる人を増やす。

01

0～30日

手本と役割を決め、
月4本を実践する。

02

31～60日

振り返りで判断基準を揃え、
任せる範囲を広げる。

03

61～90日

次の担当者へ教え、
社内に残す型を決める。

評価するもの



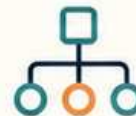
目的行動に
つながったか



担当者の負荷は
続けられるか



修正理由と学びを
共有できたか



次に教えられる
型ができたか

成果保証ではなく、育成と検証の進め方を示すモデルです。

小さな成功と学びを重ねて、次の担い手を育てていきましょう。

最初から完成形を目指さない。

01

0～30日



目的・役割・手本・承認・4本分の企画を決める

02

31～60日



実制作と振り返りを回し、レビュー基準を揃える

03

61～90日



数値と負荷を振り返り、任せる範囲・外注範囲・本数を更新する

その後の判断



続ける



役割を変える



外注を増やす



テーマを変える



一度止める

正解を急がず、**90日**で自社に合う育て方を見つけていきましょう。

明日から作るのは、動画ではなく**育つ仕組み**。

今日決めること

-  社員教育で変えたい経営課題
-  最初に任せる役割
-  教える人と学ぶ人
-  外部へ相談する工程
-  最初の4本を振り返る日

ショート動画屋さんの内製化支援では、
実制作の流れを見ながら、
自社に合う役割・手順・育成方法を
一緒に設計します。

自社の育成と内製範囲を相談する →

まずは話しながら、
社員が育つ一歩を一緒につくっていきましょう。