

外注か内製かで 迷ったときの判断基準

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。

- 判断と学習が社内に残る設計

作り方ではなく、続け方まで決める。

-  **内製化する目的**
なぜ内製化するのか、どんな状態を目指すのか。
事業・組織にとっての目的を明確にします。
-  **社内に残す判断**
どの業務を社内で行い、どこからを外部に任せるか。
社内に残す範囲の判断基準を整理します。
-  **担当者と役割**
誰がどの役割を担うのか。
必要なスキルと体制を決め、無理なく運用できる形をつくります。
-  **最初の検証**
小さく始めて効果を確認する検証方法を決めます。
投稿内容・期間・見る指標を具体化します。
-  **改善を続ける基準**
どの指標を見て、どのタイミングで見直すか。
改善を続けるための基準と仕組みを決めます。



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。

外注費だけを見て決めると、担当者の工数・教育・確認・機材・離職リスクが見えなくなります。

よくある兆候



まずは止まりやすい場所を見つけ、運営から整えていきましょう。

内製化の目的を一文にする。

期待と負担を数字で比べ、自社に合う開始範囲と判断日を決める。

担当者に依存

- ✓ 企画・撮影・編集が特定の担当者に集中
- ✓ 不在時に制作が止まるリスク
- ✓ 改善の判断が個人の経験に偏る



チームで判断・制作・改善

- ✓ 役割を分担し、継続的に制作できる
- ✓ 属人化を防ぎ、安定して運用できる
- ✓ 数字を見て、次の企画を社内で判断できる

完成本数だけでなく、次の企画を社内で判断できる状態と一緒に目指しましょう。

全部を社内で抱えない。

社内に残す
判断



顧客理解



企画判断



成果学習



共通のレビューでつなぐ



外部で補う
専門作業



専門撮影



高難度編集



繁忙対応



本数ではなく、学習が自社に残る価値と、
継続する総コストで判断する。

制作実務と育成実務を、同じ流れで教えられる。



実績

目的の異なる動画を
200社以上・3,000本以上制作



分業

企画・撮影・編集・分析を
役割ごとに整理し、
再現性のある体制をつくる。



標準

実務で使えるテンプレート・
チェックリスト・運用ルールを
整え、誰でも実行できる型に
落とし込む。



社内移管

貴社の人員・目的・頻度に
合わせて、制作・運用を
社内で回せるように育成し、
定着まで伴走する。

実制作の流れを、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、皆さんの会社にあう形へ一緒に整えていきましょう。

全員を万能にせず、責任の空白をなくす。



兼務は可能。責任者名は一人にします。

得意を持ち寄り、助け合って続けられるチームをつくっていきましょう。

制作開始前の合意が、修正と停滞を減らす。

- | | | |
|---|---------------------|-----|
| 1 | 目的と対象を一文で定義する | ✓ |
| 2 | 企画・撮影・編集・確認の責任者を決める | ✓ |
| 3 | 少数の動画で仮説を試す | ✓ |
| 4 | 数値と現場の声を同じ会議で振り返る | ... |
| 5 | 残す工程と外へ任せる工程を更新する | ✓ |

☰ 合意しておきたい基本項目

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



決めきれない項目も見える化し、チームで一つずつ合意していきましょう。

伝えたいことより、相手の判断を先に置く。

01



場面

視聴者が置かれている
状況



02



疑問

誤解・不安・迷い



03

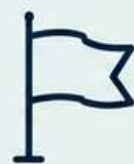


答え

自社だから示せる
具体策



04



行動

見た後にとってほしい
一歩



一つの疑問に、一つの答え。

相手の気持ちから逆算し、伝わる企画を一緒に積み上げていきましょう。

センスを、再現できるチェック項目へ変える。



約10分の撮影でも、必要カットを先に一覧化します。

迷いを減らすチェック項目をつくり、誰でも再現できる流れへ育てていきましょう。

高機能より、チームで繰り返せること。

5つの選定基準

- 01 1週間で基本操作を覚えられる
- 02 テンプレートと権限を共有できる
- 03 素材の場所と最新版が分かる
- 04 他の担当者へ引き継げる
- 05 商用利用・個人情報・生成AIの扱いを確認できる

最低限そろえたいツール構成



機材

撮影に必要なカメラ・マイク・照明などをそろえる。



編集

カット・テロップ・書き出しなどを行う編集ツールを用意する。



保管

素材や完成データを整理し、最新版を管理できる環境をつくる。



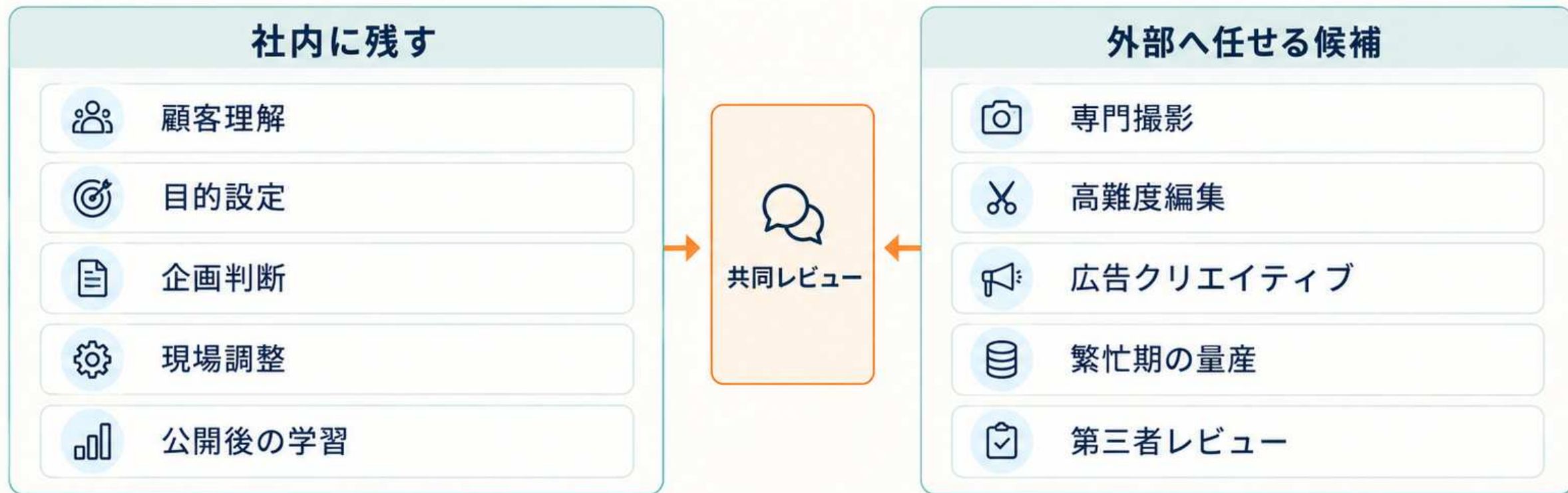
企画管理

企画・台本・進行・公開スケジュールなどを管理するツールを使う。



まずは最小構成で始め、チームに合う道具へ少しずつ整えていきましょう。

判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



習熟度・繁忙期・成果・リスクに応じて、月次で見直します。

分担を固定せず、今のチームに合う最善の形を選び続けましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



改善サイクル

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



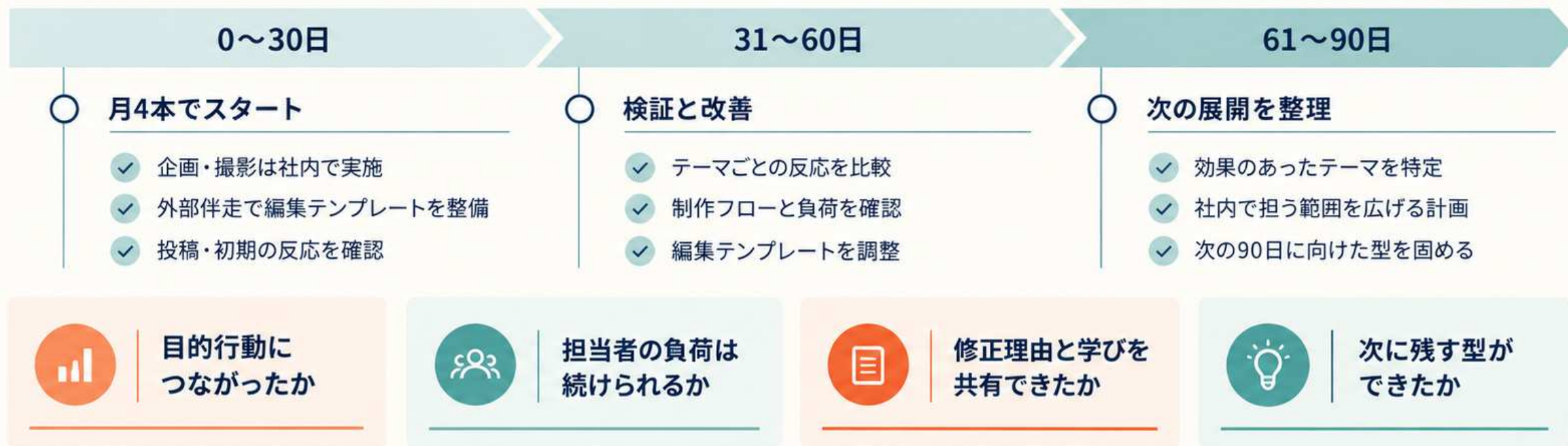
期限 | いつ判断するか



数字と現場の声を並べ、次の一手を一つずつ決めていきましょう。

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、初期の編集テンプレートは外部伴走。8週間でテーマと制作負荷を確認します。



i 成果保証ではなく、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ながら、自社で担う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日後の判断



明日から作るのは、動画ではなく運営の土台。

今日決めること

- 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



できるところから始めて、続けられる仕組みを一緒につくっていきましょう。