

内製化に向く会社・ 向かない会社を見分ける 10の質問

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。

- ☐ 01 | 目的・ゴールは明確ですか？
- ☐ 02 | 経営層のコミットはありますか？
- ☐ 03 | 担当する人材と時間を確保できますか？
- ☐ 04 | 継続的に発信する体制をつくれますか？
- ☐ 05 | 社内に企画のネタはありますか？
- ☐ 06 | 効果を測定し、改善する仕組みはありますか？
- ☐ 07 | 必要なスキルを学ぶ意欲はありますか？
- ☐ 08 | 社内の協力体制は整っていますか？
- ☐ 09 | リスク管理のルールを設けられますか？
- ☐ 10 | 中長期的に取り組む覚悟はありますか？

この10問は、合否を決めるためのものではありません。

○・△・×で答え、いま整っている条件と、これから整えたい条件を見つけます。

見方



すでにできている



一部できている



これから整える

まず現在地を知ることから、一緒に始めていきましょう。

内製化で変えたい経営課題を、 一文で言えますか？

採用、集客、営業、教育。目的が一つに絞れると、制作の判断も揃いやすくなります。



明確



ぼんやり



未整理

最初は仮の一文でも大丈夫。運用しながら磨いていきましょう。

Q2 | 時間

担当者が毎週、 制作と振り返りの時間を確保できますか？

続けるには、制作時間だけでなく、数字を見て次を考える時間も必要です。



確保済み



調整中



未確保



まずは短い定例から。無理なく続くリズムをつくりましょう。

企画・撮影・編集・確認の 責任者が決まっていますか？

一人で全部を抱えず、六つの役割から必要な分担を決めると、
属人化を防げます。



決定済み



一部決定



未決定

兼務でも構いません。まず責任の所在を見える化していきましょう。

Q4 | 判断

誰に何を伝え、 何を見て改善するかを**決められますか？**

対象・メッセージ・成果指標が揃うと、好みではなく目的で判断できます。



合意済み



一部合意



未整理



判断軸を一枚にまとめ、迷いを減らしていきましょう。

Q5 | 社内に残す知識

顧客理解・企画判断・成果学習を、 社内に残したいですか？

すべてを抱える必要はありません。

顧客の声と学びが残れば、次の企画が強くなります。



残したい



検討中



未整理

自社らしさにつながる知識から、少しずつ蓄えていきましょう。

修正理由を、 好みではなくチェック項目で 共有できますか？

企画・撮影・編集の基準をチェックリストにすると、
品質が人に依存しにくくなります。



共有済み



作成中



未作成



最初から完璧でなくて大丈夫。使うたびに更新していきましょう。

繁忙期や担当交代でも 止まらない分担をつくれますか？

作業の流れと代替担当が見えると、忙しい時期にも続けやすくなります。



体制あり



一部あり



未整備



止まりやすい工程から、支え合える形に変えていきましょう。

Q8 | ツールとデータ

素材・最新版・権限・計測データを共有できますか？

高機能さより、担当が変わっても同じ手順で再現できることが大切です。



共有済み



一部共有



未整備



置き場所と命名ルールから、迷わない運用を整えていきましょう。

専門撮影・高難度編集・繁忙対応を、 外部で補えますか？

社内は顧客理解と企画判断を担い、専門工程は外部に任せる選択も有効です。



方針あり



検討中



未整理

—— 全部を内製化せず、**自社に合う組み合わせ**をつくりましょう。 ——



90日後の継続判断日と条件を、先に決められますか？

期間・本数・見る数字を決めておくと、期待と負担を同じ基準で比べられます。



決定済み



調整中



未決定

小さく試し、学びを次の90日に生かしていきましょう。

結果は、準備の**順番**を決めるために使います

○が**7～10**

小さく始める準備が整っています

今あるリソースで、まずは小さく始めてみましょう。

○が**4～6**

範囲を絞り、支援を組み合わせてみましょう

優先する領域を決め、必要に応じて外部の支援も活用しましょう。

○が**0～3**

先に続けられる条件を整えましょう

体制や時間、役割など、継続の土台を整えてから取り組みましょう。



合計点だけでなく、弱い領域を見ることが大切です。

どの結果でも、**次の一歩**はつくれます。

4つの軸で、次に整える場所を見つけます



目的・判断

Q1

Q4

方向性や優先順位を明確にする軸です。



チーム・時間

Q2

Q3

Q7

体制や役割分担、作業時間を整える軸です。



標準化・データ

Q6

Q8

作り方の仕組み化や、データの活用を進める軸です。



外部連携・改善

Q5

Q9

Q10

外部の力を取り入れながら、継続的に改善する軸です。

弱い軸から
一つ選ぶ



全部を一度に変えず、一番効く場所から進めていきましょう。

弱い軸から始める90日プラン

01

0～30日 |

目的・役割・判断軸を決める

- ☐ 目的（何のためにやるか）を言語化する
- ☐ 社内の役割分担を決める
- ☐ 企画・判断の基準をつくる

02

31～60日 |

少量で制作し、数字と負担を振り返る

- ☐ 週1～2本など少量で制作する
- ☐ 再生数・保存数・反応を確認する
- ☐ 制作にかかる時間や負担を振り返る

03

61～90日 |

範囲・外注・本数を更新する

- ☐ 成果と負担をふまえ、継続する範囲を決める
- ☐ 必要に応じて外注の活用を検討する
- ☐ 無理なく続けられる本数に更新する

小さく試す

学ぶ

続け方を決める

できたことを積み重ね、自社らしい運営に育てていきましょう。

次の一步を、5つだけ決めましょう

1 目的



何のために
ショート動画に
取り組むのかを
明確にしましょう。

2 対象



どんなお客様に
届けたいのか、
主な対象を
決めましょう。

3 期間と本数



まずは90日など、
取り組む期間と
目安の本数を
決めましょう。

4 社内で残す判断



どの工程を
社内で行い、
どこまでを残すのか
決めましょう。

5 外部に任せる工程



どの工程を
外部に任せるのか、
最適な分担を
決めましょう。



まず90日。小さく始めて、続けられる形を一緒につくりましょう。

ショート動画屋さんが、設計・制作・育成を伴走します。