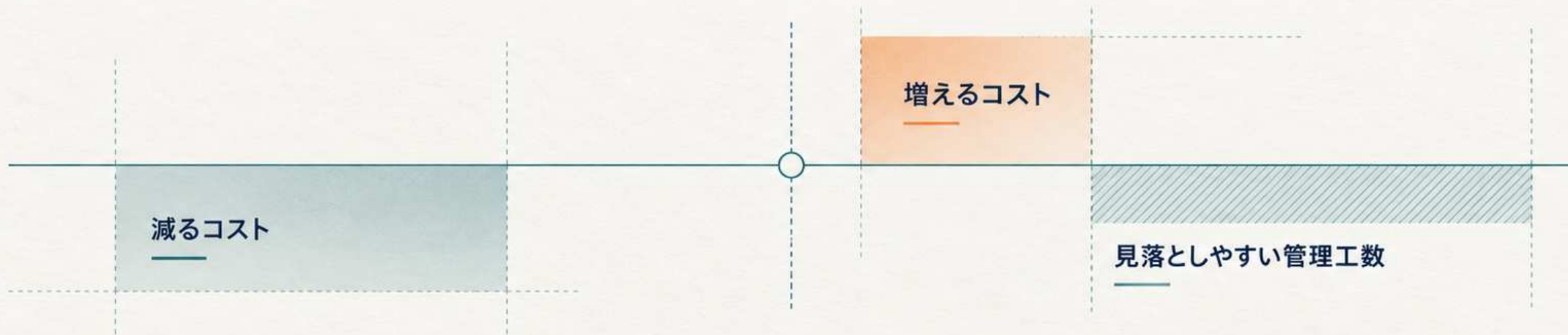


内製化で減るコスト、増えるコスト、 見落としやすい管理工数

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

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運営を、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。



まずは止まりやすい場所を、チームで**見える化**していきましょう。

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。

担当者依存

- 特定の担当者に業務が集中する
- 判断が属人的になり、継続が難しい
- 企画の改善が進みにくい



チームで判断・制作・改善

- 役割を分担し、継続できる体制になる
- データで判断し、施策を磨き続けられる
- 企画の選択肢が増え、成果につながる

本数だけでなく、次の企画を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。

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

学習が残る価値 × 続けられる総コスト

判断は社内に、専門性は必要なときに借りていきましょう。

制作実務と育成実務を、同じ流れで教えられる。

01 | 実績

多くの案件で得た
知見を土台に、
成果につながる型を整理。



02 | 分業

企画・撮影・編集・運用を
役割ごとに分け、
無理なく回せる体制を設計。



03 | 標準

成果が出る手順・
チェック基準・フォーマットを
標準化し、誰でも再現できる
仕組みに。



04 | 社内移管

標準に沿って実務を一緒に
進めながら、社内メンバーへ
移行。自走できる状態まで
伴走します。

これまでの実績

支援社数

200社以上

制作本数

3,000本以上

対応領域

広告・SNS・通販・営業・採用

実務で磨いた流れを、自社に合う形へ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。

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・再現性

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

兼務しても、役割ごとの責任者は一人に決めましょう。

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

2



企画・撮影・編集・確認の責任者

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



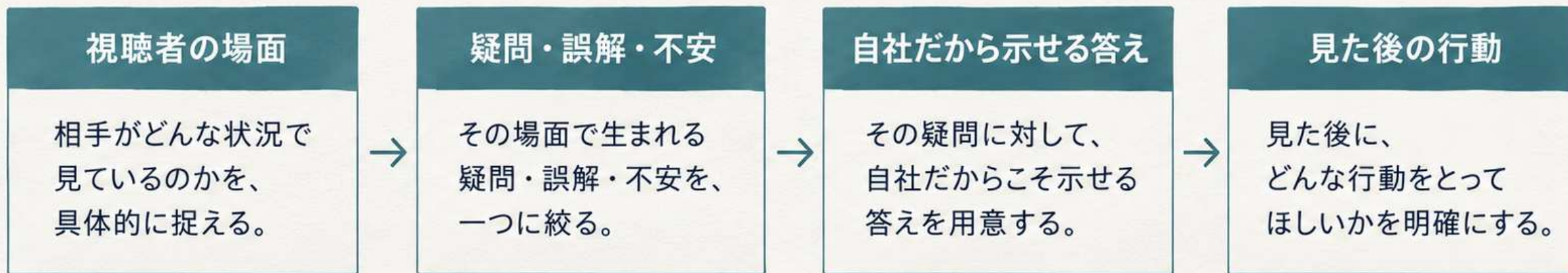
内製と外注の範囲を更新



目的・対象・伝えたいこと・期待行動・確認者・公開日・見る数字を残す

決められる項目から、一つずつ揃えていきましょう。

伝えたいことより、相手の判断を先に置く。



一つの疑問に、一つの答え。

相手の目線から、一本ずつ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。

01

撮影前 | 台本・場所・許可

- ☐ 台本を準備する
- ☐ 撮影場所を決める
- ☐ 必要な許可を確認する

02

撮影時 | 冒頭・音声・光

- ☐ 冒頭で関心を引く
- ☐ 音声を明瞭にする
- ☐ 光を整える

03

編集時 | 一画面一メッセージ・
字幕・テンポ

- ☐ 一画面一メッセージにする
- ☐ 字幕を入れる
- ☐ テンポよく編集する

04

公開前 | 事実・権利・リンク

- ☐ 事実を確認する
- ☐ 権利を確認する
- ☐ リンクを設定する



必要カットは、撮影前に一覧化する。

迷いをチェック項目に変えて、**再現性を高めていきましょう。**

高機能より、チームで繰り返せること。

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

撮影

編集

保管

管理

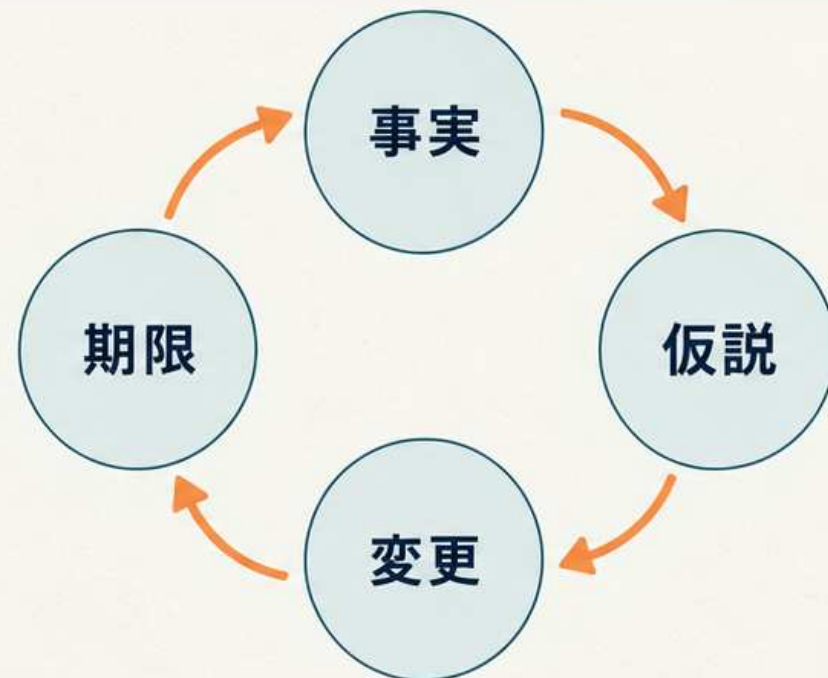
最小構成から始めて、必要に応じて足していきましょう。

判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



分担は固定せず、毎月見直していきましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



比べるときは、予算・期間・対象・導線の違いも記録する。

数字と現場の声を、次の一手につなげていきましょう。

小さく試し、作る範囲を広げる。

開始のモデル

月4本から開始

役割分担

企画・撮影

社内

初期の編集テンプレート

外部伴走

効果確認のタイミング

8週間で確認

評価のチェック項目



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



次に残す型ができたか

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、次の範囲拡大につなげましょう。

最初から完成形を目指さない。

01

0～30日

目的・役割・ツール・
承認・4本分の企画



02

31～60日

撮影・編集・公開・
レビュー基準



03

61～90日

数値と負荷を振り返り、
範囲と本数を更新

最終的な判断の選択肢

01

続ける

02

役割を変える

03

外注を増やす

04

テーマを変える

05

一度止める

90日で答えを出すのではなく、次の判断を明確にしましょう。

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

自社の内製範囲を相談する >

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。