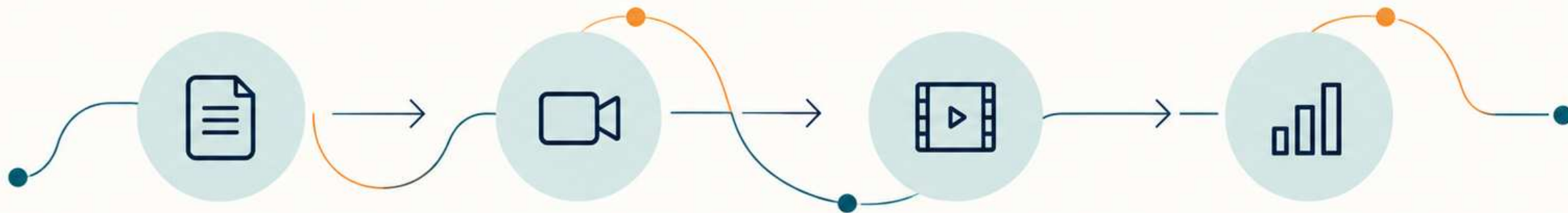


一人に全部やらせない—— 社内動画チームの最小構成

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

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。

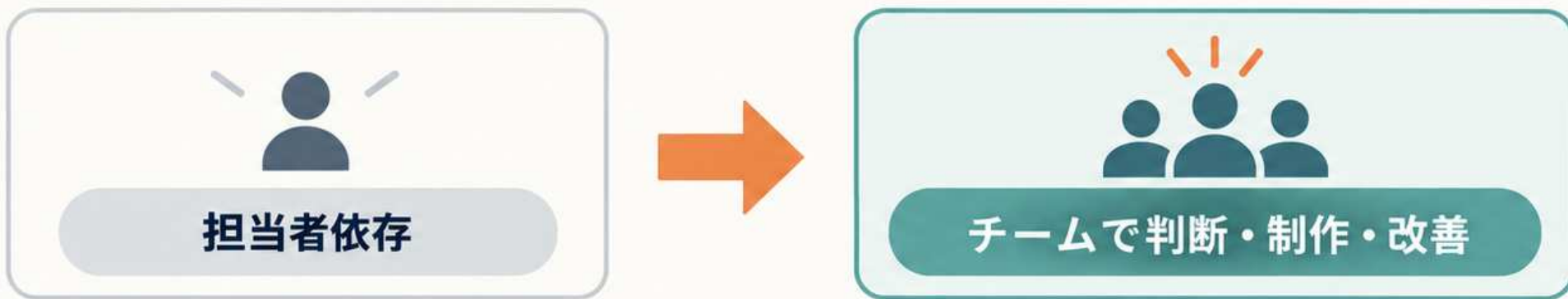
一人に企画・出演・撮影・編集・投稿が集中し、修正理由も曖昧なため疲弊と属人化が進む。



まずは止まる理由を、チームで言葉にしていきましょう。

内製化の目的を一文にする。

未経験の社員でも、役割とレビュー基準を共有して
チームで制作を継続できる状態をつくる。



完成物の本数だけでなく、次の企画を社内で判断できることをゴールに置きます。

次の判断が社内に残る状態を目指していきましょう。

全部を社内で抱えない。

全員を万能にせず、得意工程を分け、ディレクターが目的・期限・完成条件をつなぐ。



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。

大切な判断を社内に残し、無理のない分担をつくっていきましょう。

制作実務と育成実務を、同じ流れで教えられる。



自社の人員・目的・頻度に合わせて、実務の流れを一緒に移していきます。

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する。

得意を生かしながら、責任の所在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。

-  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



事前の合意チェックリスト

- ☐ 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



最初に合意をそろえ、迷わず進める土台をつくりましょう。

伝えたいことより、相手の判断を先に置く。

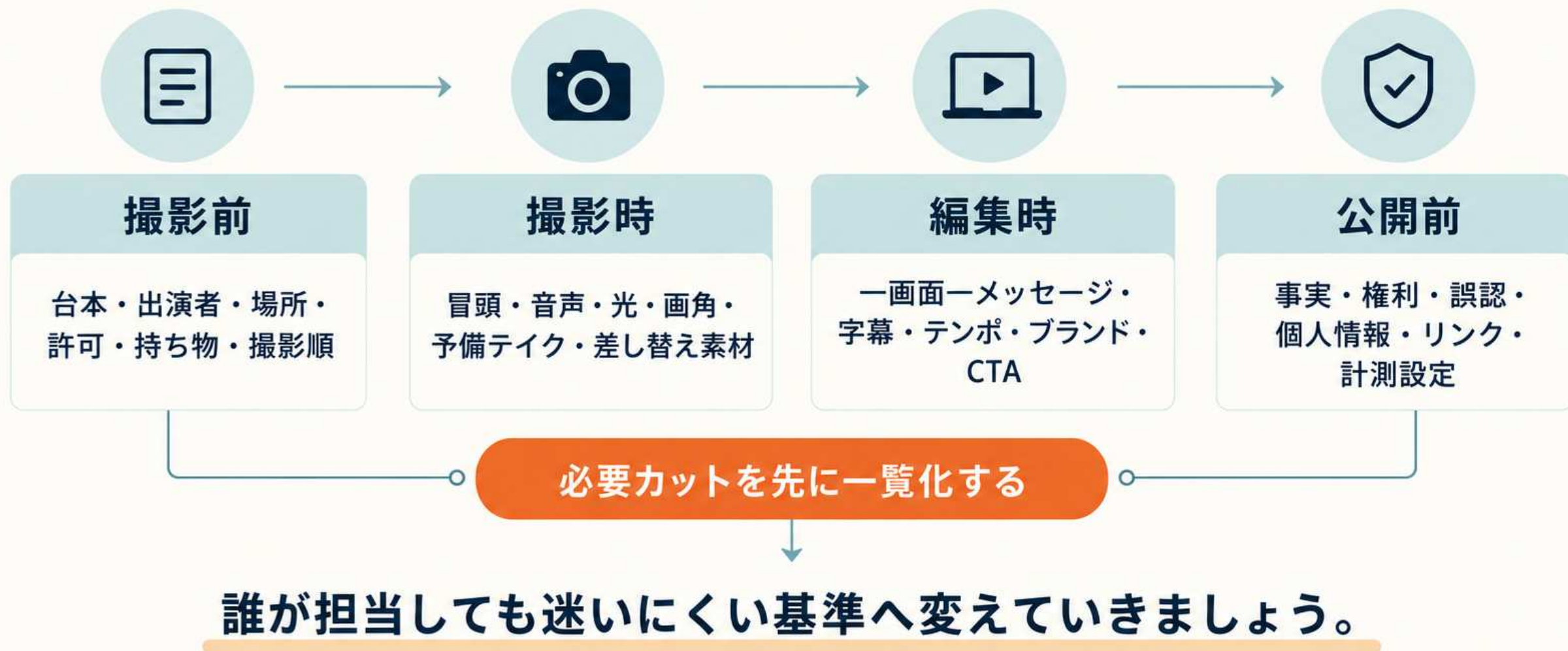


原則

一つの疑問に一つの答え

相手の迷いを一つずつほどこ企画をつくっていきましょう。

センスを、再現できるチェック項目へ変える。



高機能より、チームで繰り返せること。

1



1週間で基本操作を
覚えられる

2



テンプレートと権限を
共有できる

3



素材の場所と
最新版が分かる

4



他の担当者へ
引き継げる

5



商用利用・個人情報・
生成AIの扱いを確認できる



機材

スマホ+外付けマイク+照明



編集

編集ソフト



保管

クラウド素材庫

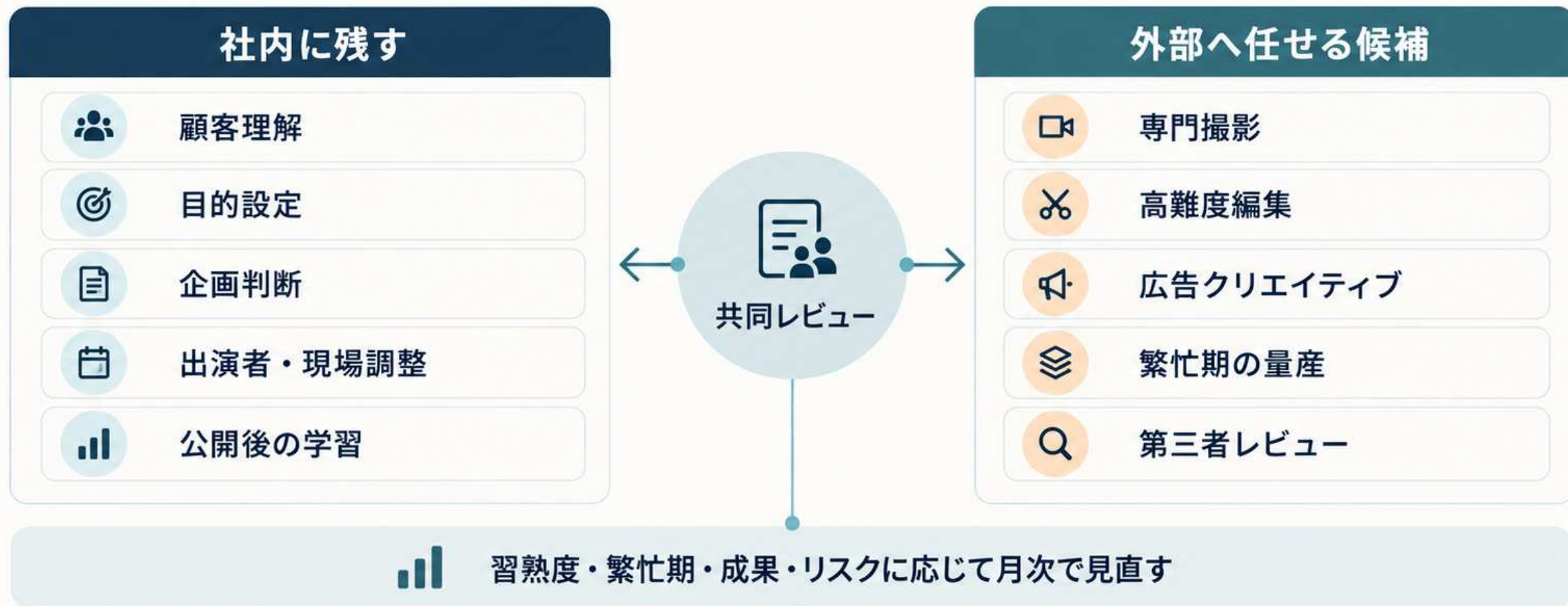


管理

企画管理表

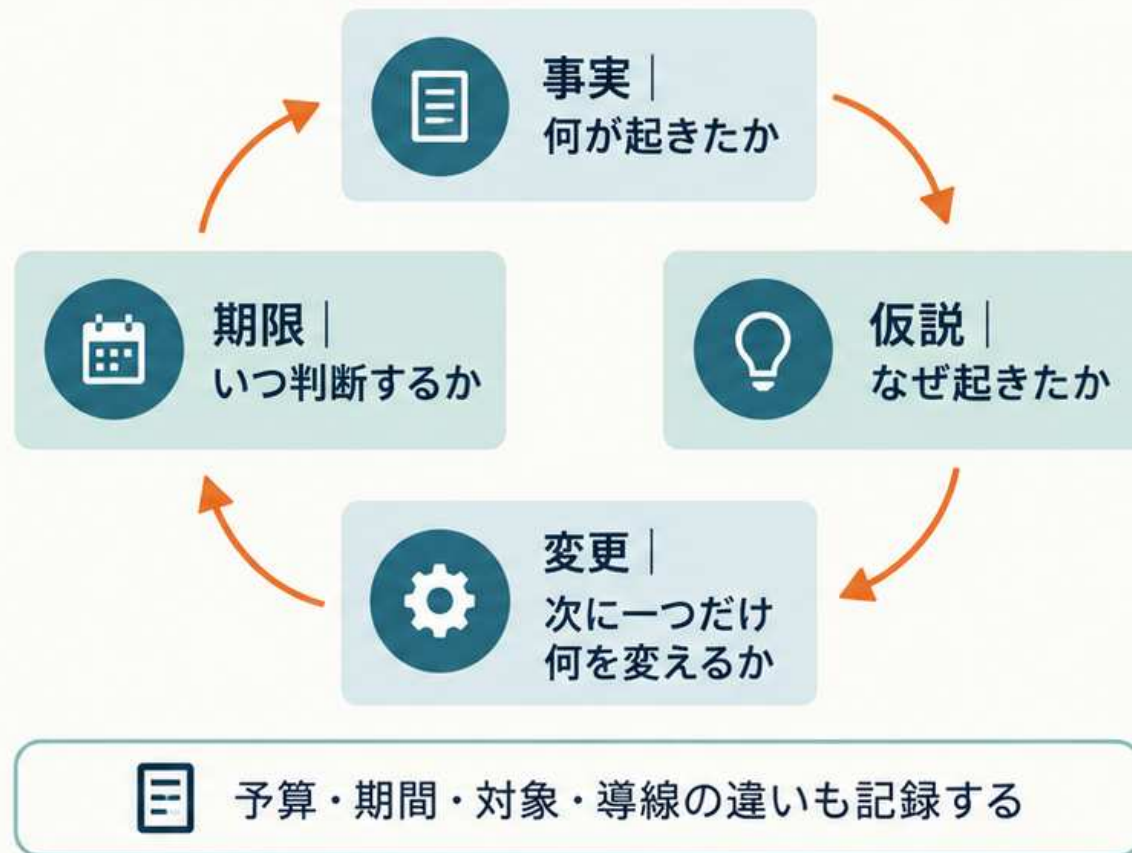
続けられる最小構成から、少しずつ整えていきましょう。

判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



固定せず、今のチームに合う分担を更新していきましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



数字と現場の声を、次の一手へつないでいきましょう。

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作成は外部伴走。
8週間で反応の良いテーマと制作負荷を確認し、社内へ移す範囲を決める。



検証の観点



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



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。



小さく確かめながら、自社に合う形へ育てていきましょう。

最初から完成形を目指さない。



🚩 | 90日で学びを残し、次の判断につなげていきましょう。

明日から作るのは、動画ではなく**運営の土台**。

今日決めること



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。