

# レビューで担当者を潰さない、 直す理由が伝わるフィードバック術

— 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。

# 修正の理由をそろえ、 次の一本に活かす。

この資料で整える5つ

**01**

企画の目的と  
完成条件

**02**

必須修正と  
改善提案の区別

**03**

具体的に伝わる  
コメント

**04**

意見をまとめる  
確認フロー

**05**

次回に残す  
レビュー基準

担当者が「どこを、なぜ、どう直すか」を判断できる状態をつくります。

# 曖昧な修正を、 判断できる言葉へ変える。

## 止まりやすいレビュー

01

「なんとなく違う」  
だけで理由がない

02

複数の確認者から  
別々の指示が届く

03

修正するたびに  
新しい条件が増える

04

好みと事実の誤り  
が混ざる

コメントする前に、**目的・対象者・公開条件**へ立ち返りましょう。

# 制作前に、 レビューの物差しを共有する。

**01**

**目的**

この動画で  
促したい行動

**02**

**対象**

誰のどんな  
疑問に答えるか

**03**

**要点**

一番伝える  
メッセージ

**04**

**条件**

尺・媒体・  
ブランド・権利

**05**

**担当**

意見を集約する人  
と最終確認者

**06**

**期限**

確認日・修正日・  
公開日

企画段階で同じ物差しを持つと、**迷いを減らせます。**

# 必須修正と改善提案を、 分けて伝える。

## 必須修正

公開前に解消するもの

事実の誤り

権利・個人情報

合意した条件の不足

音声や文字が判別できない箇所

## 改善提案

目的に照らして相談するもの

冒頭の言い方

尺やテンポ

素材の選択

見せ方の代案

好みだけの変更は、**理由と効果の仮説**を添えて相談します。

# 制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

ショート動画屋さんは、広告、SNS運用、通販、営業、採用など目的の異なる動画を  
**200社以上・3,000本以上**制作してきました。

ディレクター・構成・撮影・編集を分け、複数人で速く品質を揃える制作フローを運用しています。

## 制作フロー（役割を分けて、速く品質を揃える）



## 内製化支援での引き継ぎ

実際に制作へ携わる担当者が、  
この流れを企業の人員・目的・  
頻度に合わせて移します。

実際の流れをそのまま社内で再現し、**制作を続けられる体制**をつくりましょう。

# 意見をまとめる人と、 決める人を明確にする。

## 制作者

意図と迷っている点  
を共有

## 確認者

自分の確認範囲  
をレビュー

## 集約担当

重複・矛盾・優先度  
を整理

## 最終責任者

公開可否と条件  
を判断

一人が複数の役割を担っても構いません。誰が最終判断するかを企画書に残しましょう。

# 一つのコメントに、 四つの情報をそろえる。

| 場所            | 理由                 | 依頼                | 優先度             |
|---------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| 何秒の、<br>どの画面か | 誰にとって<br>何が伝わりにくいか | どういう状態に<br>してほしいか | 必須修正か、<br>改善提案か |

## 例文

00:08の字幕は背景と同化しています。スマホでも読めるよう、背景帯か文字色の調整をお願いします。公開前の必須修正です。

場所・理由・依頼・優先度をそろえて、次の修正につなげましょう。

# 抽象的な感想を、 具体的な相談へ変える。

|                  |                                                        |
|------------------|--------------------------------------------------------|
| <b><u>感想</u></b> | もっとテンポよく                                               |
| <b><u>相談</u></b> | 00:12～00:18は<br>同じ説明が続くため、<br>要点を一文にまとめる案を<br>検討してください |

|                  |                                                       |
|------------------|-------------------------------------------------------|
| <b><u>感想</u></b> | なんかダサイ                                                |
| <b><u>相談</u></b> | 今回のブランド基準に合わせ、<br>見出しの書体と色数を<br>既存テンプレートへ<br>そろえてください |

例示は目的やブランド基準が合意済みの場合です。  
**制作者の意図**も聞いて判断しましょう。

# 企画・構成・細部を、 順番に確認する。

**01**

**企画**

目的・対象・メッセージ・CTA

**02**

**構成**

情報の順序・尺・素材・流れ

**03**

**細部**

字幕・音声・色・誤字・リンク

**04**

**公開前**

事実・権利・個人情報・最終承認

大きな方向性を先にそろえると、**細部のやり直し**を減らせます。

# 素材とコメントの最新版を、 一か所にそろえる。

**01**

## 管理項目

動画名・版番号・  
確認期限・確認者・  
公開予定日

**02**

## コメント

状態を未対応／  
対応中／再確認／  
完了で管理

**03**

## 修正記録

指摘箇所・判断理由・  
対応内容を残す

修正後は同じリンクだけを使い回さず、**版の区別が分かる運用**にします。  
新旧の取り違えを防ぎましょう。

# 意見が割れたら、 目的と制約へ戻る。

**01**

指摘が事実か  
好みかを整理する

**02**

対象者と促したい  
行動を確認する

**03**

納期・予算・  
ブランド条件を  
照合する

**04**

最終責任者が  
今回の方針を  
決める

**05**

採用しなかった案は  
次回の仮説として  
残す

全員の意見を混ぜるより、**判断理由を共有して**進めましょう。

# 修正の量だけでなく、 学びと負荷を見る。

## 確認する指標

**01**

レビューの  
往復回数

**02**

確認待ち時間と  
期限内公開率

**03**

同じ指摘の  
再発状況

**04**

担当者の  
作業負荷

**05**

基準やテンプレートに  
反映できた改善

人を順位づけるためではなく、**工程の詰まりを見つけるために**使います。

# 一つの動画で、 レビューの型を試す。

## モデルケース

**01**

制作前に目的と  
完成条件を共有

**02**

集約担当が  
コメントを一本化

**03**

必須修正を優先し、  
提案は相談して判断

**04**

公開後に修正理由と  
制作負荷を振り返る

**05**

次の動画へ  
テンプレートを更新

実在の成果事例や効果保証ではなく、**導入手順の例**です。小さく試して自社に合わせましょう。

# 90日で、レビューを チームの共通言語にする。

## 0～30日

目的・役割・コメント  
書式を決め、少数の  
動画で試す

## 31～60日

矛盾する指示や  
繰り返す指摘を整理し、  
確認フローを調整

## 61～90日

基準・テンプレート・  
引き継ぎ資料を更新し、  
担当者の負荷を確認

回数や期間は導入の目安です。自社の制作頻度に合わせて育てましょう。

# 次のレビューから、 理由の伝わる一言を。

## 今日決めること

**01**

今回の動画の  
目的と完成条件

**02**

コメントを集約  
する担当者

**03**

必須修正と  
改善提案の書き分け

**04**

確認期限と  
最終判断者

**05**

振り返りで  
残す学び

ショート動画屋さんの内製化支援では、貴社に合う**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 >