

動画担当者を正しく評価する、 制作量・学習・成果の評価指標

— 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。

制作量・学習・成果を、 **同じ場**で振り返る。

3つの評価軸

制作量

合意した本数・期限・品質

学習

試した仮説・振り返り・標準化

成果

目的行動と事業へのつながり

再生数だけで担当者を評価せず、**役割と改善過程**も確認しましょう。

担当者が動かせる範囲を、 先にそろえる。

担当者が調整しやすいこと

- 企画の仮説
- 制作の段取り
- チェック
- 記録
- 改善提案

チームで整えること

- 予算
- 出演協力
- 承認速度
- 商品条件
- 営業対応

数字の上下を一人の能力へ直結させず、**環境と役割**を分けて考えましょう。

目的に合う指標を、 制作前に決める。

認知

対象への到達と
視聴状況

理解

視聴維持、保存、
寄せられる質問

問い合わせ

リンク遷移、相談、
商談

採用

応募、面接、
入社後の認識差

これらは指標候補です。取得できるデータと導線に合わせて選びます。

指標を明確にして、納得のいく制作につなげる。

評価の期間と条件を、 同じ基準にそろえる。

確認する条件

01

集計期間と
公開本数

02

広告費と
配信対象

03

媒体・動画の
目的・尺

04

担当した工程と
確認者

05

商品や募集条件
の変更

条件が違う動画を単純比較せず、**違いを記録して**判断しましょう。

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。

制作量は、 約束した仕事の実行度で見る。

記録するもの

計画本数と公開本数

期限内の公開状況

制作・確認に
かかった時間

手戻りの理由

本数を増やすだけでなく、合意した品質と無理のない負荷を確認します。

学習は、 次の判断に残った変化で見る。

確認するもの

企画ごとの
仮説と検証結果

次回に
変える要素

同じ指摘の
再発状況

更新した
テンプレートや
基準

他の担当者へ
共有できた知見

伸びなかった一本も、判断材料として残せば改善に活かします。

成果は、動画から 目的行動までつなげて見る。

動画視聴



プロフィール
やリンク



サイト・
求人ページ



問い合わせ・
応募



商談・面接

途中の計測がないと、動画だけの影響は判断しにくくなります。
分かる範囲と分からない範囲を分けて記録しましょう。

誰が、何を、いつまでに、**どの指標**で判断するか。

役割ごとに、 期待する仕事を明確にする。

企画担当

対象の理解と仮説の明確さ

撮影担当

必要素材・音・光・画角

編集担当

意図の再現と見やすさ

進行担当

期限・確認・情報共有

分析担当

事実と仮説の切り分け

担当外の工程まで一人に背負わせず、**チーム**で補い合います。

月次の評価表は、 五つの欄から始める。

評価表の項目

01

目的と担当範囲

02

今月の計画と実行

03

得られた結果と条件

04

学びと次の変更

05

必要な支援と
担当者の負荷

点数だけで終わらせず、次に何を支援するかまで決めましょう。

数値と本人の振り返りを、 合わせて確認する。

01

まず本人の工夫と
困りごとを聞く

02

数値と制作記録を
一緒に確認する

03

原因を人と工程に
分けて整理する

04

次の目標と支援を
合意する

05

振り返る日を
決める

評価を、改善に向けた**対話の時間**にしましょう。

負荷と品質の両方を、 継続の判断に入れる。

見るポイント

残業や兼務負担が
増えていないか

確認待ちで制作が
詰まっていないか

品質基準を
無理なく守れるか

休暇や異動時にも
引き継げるか

負荷が高いときは、本数・役割・外注範囲を一緒に見直します。

一本の改善を、 三つの軸で振り返る。

モデルケース

制作量

予定した動画を
期限内に公開

学習

冒頭の伝え方を試し、
次の台本へ反映

成果

相談への導線で
起きた変化を確認

実績値や効果保証ではなく、評価の整理例です。数字が伸びない場合も、条件と学びを確認します。

続けるほど、次の改善が明確になる。

90日で、 自社に合う**評価基準**を育てる。

0~30日

目的・役割・指標候補を
決め、記録を始める

31~60日

数値と負荷を振り返り、
過不足のある項目を調整

61~90日

有効だった基準を共有し、
次の目標と支援を合意

期間は導入の目安です。制作頻度に合わせて無理なく整えましょう。

続けられる形で、**納得感のある**評価基準をつくりましょう。

評価を、 次の挑戦を支える仕組みにする。

今日決める5つ

01

動画の目的

02

担当者の
役割と期待

03

制作量・学習・
成果の確認項目

04

必要な支援と
負荷の上限

05

次に振り返る日

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 >