

ブランドを崩さず量産する、 動画デザインガイドの作り方

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。

ガイドは、迷う場面で**判断できる形**にする。

この資料で決める5つ

ブランドとして伝えたい**印象**

固定する要素と**変える**要素

字幕・色・ロゴ・音の**基準**

制作例と確認の**手順**

更新と引き継ぎの**方法**

担当者が替わっても、同じ理由でデザインを選べる状態を目指します。

ばらつきの原因は、判断基準が言葉になっていないこと。

よくある状態

人によって字幕の書体や色が違う

参考動画の雰囲気だけをまねしている

毎回ゼロから見た目を相談している

修正理由が好みの言葉で戻ってくる

既存動画を並べ、そろえる必要のある要素から決めましょう。

ブランドの印象を、制作の選択へ翻訳する。

整理する項目

視聴者	誰に届ける動画か
印象	どう受け取られたいか
表現	その印象に合う言葉と見せ方
避けるもの	誤解や違和感につながる表現

抽象的な言葉だけで終わらず、採用例と避ける例に理由を添えます。

固定するルールと、企画で変える部分を分ける。

固定する候補

ロゴ、基本色、書体、字幕の役割、必要な注記、表記ルール

企画で変える候補

構成、題材、素材、見せる順序、強調する箇所

全てを同じ見た目にせず、伝える内容に必要な変化を残します。

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。

字幕の基準は、役割ごとに決める。

ガイドに書くこと

見出しと本文の書体・太さ

文字サイズと行数の目安

強調に使う色と使いすぎない範囲

背景と文字を見分ける方法

表示位置と改行・表示時間の確認

実際の端末で読み、字幕の役割が一目で分かるかを確認します。

色とロゴは、使用例までセットで残す。

管理する項目

基本色と強調色の指定

背景ごとの文字の組み合わせ

ロゴの原本と使用する版

ロゴの位置と周囲の余白

変形や重ね方など避ける使い方

既存のブランド規定がある場合は、それを出発点に動画用の例を整えます。

画面の配置は、情報の優先順位で決める。

画面の基準

一画面で一番伝えることを決める

被写体と字幕が邪魔し合わない

必要な注記を読める位置に置く

公開先の操作表示との重なりを確認する

表紙と本編の表記をそろえる

公開先や端末による違いは、実際のプレビューで確認します。

動きと音にも、使う理由を持たせる。

決めておくこと

場面を切り替える動きの使い方

強調するときの動きと長さの目安

話し方とナレーションの調子

声と音楽・効果音の関係

使える音源と利用条件の保存先

派手さを増やす前に、意味が伝わるか、読み聞きの妨げにならないかを見ます。

完成例を、編集できるテンプレートへつなぐ。

残すセット

完成例	意図が分かる見本動画
設定	書体・色・字幕・音の指定
素材	使うデータと保存先
操作	差し替える場所と手順
確認	書き出し後に見る項目

見本だけでなく、別の担当者が素材を替えて再現できるかを試します。

例外の相談先を、ガイドの中に書く。

運用で決めること

最新版の**保存先**と**版番号**

更新する**担当**と**承認する人**

例外を**相談する窓口**

変更理由と適用開始日の**記録**

外部へ渡すガイドとデータの**範囲**

初期設計は外部へ相談しても、**ブランド判断と公開権限は社内に残します。**

ガイドの価値を、**迷いと修正の減り方**で見る。

振り返る指標

一本あたりの編集時間

素材や設定を探した時間

デザインに関する修正の往復回数

テンプレートの利用状況

権限や素材に関する事故件数

事実・仮説・次の変更・判断日を整理し、**使われないルール**を見直します。

月4本で、ガイドの使いやすさを試す。

モデルケース

企画と撮影は**社内**で準備

初期テンプレートは**外部**伴走で整備

同じガイドを使って**制作**と確認

8週間で**反応**と**制作負荷**を確認

成果保証ではなく検証のモデルです。判断が分かれた箇所に具体例を足します。

90日で、使い続けられるガイドへ育てる。

0~30日

既存動画を整理し、最小の基準を作る

31~60日

制作とレビューで完成例を増やす

61~90日

工数と修正理由を見て基準を更新する

期間は目安です。規則を増やす前に、担当者が迷う場面を確かめます。

次の一本から、固定する要素をそろえる。

今日決める5つ

最初にそろえる動画の種類

残したいブランドの印象

字幕・色・ロゴの最小ルール

見本とデータの保存先

ガイドを更新する担当者

ショート動画屋さんの内製化支援では、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