

全部を内製化しない 成果と負担を両立する ハイブリッド運用

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。

社内に残す判断と、外部に頼む工程を分ける。

この資料で決めること

顧客理解と企画判断を誰が担うか

社内で続けられる制作の量と範囲

外部へ頼む専門作業と繁忙期の対応

受け渡し・確認・改善の進め方

内製の割合を上げることだけを目標にせず、目的に近づきながら続けられる体制をつくります。

全部内製と全部外注の**二択から離れる。**

社内で抱えすぎる兆候

担当者に制作が集中し、繁忙期に止まる

外部に任せすぎる兆候

企画の理由や公開後の学びが社内に残らない

工程を分けて考え、**作業量・専門性・判断の重要度**に合わせて担当を決めましょう。

まず、制作工程と使える時間を並べる。

棚卸しする項目

企画・構成・撮影・編集・確認・分析

各工程の担当者と実際の作業時間

確認待ちや修正にかかった時間

月に確保できる時間と繁忙期

代わりに対応できる人の有無

理想の本数から逆算するだけでなく、現場の余力を見て無理のない範囲を決めます。

顧客理解と改善の判断を、社内に残す。

社内で担う判断

誰のどんな疑問に答えるか

事実として何を伝えられるか

見た後にどんな行動を促すか

自社のブランドと公開条件に合うか

結果から次に何を変えるか

外部から提案を受けても、採用した理由と得られた学びを社内で説明できる状態にします。

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。

外部へ任せる候補を、理由とともに選ぶ。

専門性

専門撮影、高難度編集、表現の専門確認

変動量

繁忙期や一時的に増える制作

初期設計

共通テンプレートと制作手順の整備

第三者視点

企画や完成物へのレビュー

依頼理由を明確にすると、安さや見栄えだけに偏らず、**必要な支援を選べます。**

分業の形を、用途ごとに選ぶ。

企画は**社内**・編集は**外部**

日常的な素材と企画の知見を活かす

撮影は**外部**・編集は**社内**

専門的な撮影が必要な場面を補う

日常発信は**社内**・広告は**外部**

用途によって制作体制を分ける

通常は**社内**・繁忙期は**外部**

変動する制作量に備える

これは分業モデルの例です。自社の人員・頻度・品質条件に合わせて選びます。

依頼書に、判断の前提をそろえる。

依頼前に渡す項目

目的・視聴者・一番伝えたいこと

期待する行動と公開先

台本・素材・ブランドの基準

納品物・期限・修正の進め方

社内窓口と最終確認者

任せる作業と、社内で決める事項を分けて記載し、認識のずれを着手前に確かめます。

受け渡しの境目に、**責任者**を置く。

企画から**制作**へ

台本・素材・完成条件を確認

初稿から**修正**へ

指摘を集約し、優先度を指定

修正から**公開**へ

対象版と承認者を記録

公開から**改善**へ

数値・反応・次の仮説を共有

社内窓口を一本化し、外部との連絡だけでなく社内の意思決定も進める役割にします。

素材と学びを、次の担当者へ渡せる形にする。

社内に残すもの

企画の目的と採用理由

元素材・編集データ・公開確定版の保存先

テンプレートと利用条件の確認記録

修正理由と公開後の振り返り

次回に使う手順と注意点

納品されるデータと再利用できる範囲は、依頼時に確認して記録します。

分担は固定せず、月次で見直す。

見直すきっかけ

担当者の習熟度が変わった

本業が忙しくなった

制作する量や用途が変わった

必要な品質やリスクが変わった

社内へ戻す、外部へ広げる、本数を調整する選択肢を持ち、
引き継ぐ前に必要な手順と確認者を整えます。

費用・品質・負荷・学習を、一緒に振り返る。

確認する指標

- 社内工数と外注費
 - 納期遵守率と確認待ち時間
 - 修正回数と公開前の問題
 - 目的行動につながる反応
 - 社内に蓄積した企画・改善知見
-

本数や再生数だけで判断せず、**予算・期間・対象・導線**の違いも記録します。

月4本のモデルで、**分担の境目**を試す。

検証の進め方の例

企画と撮影は**社内**で行う

初期の編集テンプレートは**外部伴走**で準備

8週間でテーマの反応と制作負荷を確認

社内へ移す工程と、外部へ残す工程を判断

成果保証ではなく、検証手順を示すモデルです。品質と担当者の負荷を確かめながら進めます。

90日で、続けられる分業に調整する。

0～30日

目的・役割・依頼範囲を決め、4本分の企画を準備

31～60日

制作と確認を回し、受け渡しとレビュー基準を調整

61～90日

数値と負荷を振り返り、分担・本数・支援範囲を更新

期間は導入の目安です。継続・役割変更・外注追加・テーマ変更・一時停止も含めて判断します。

自社に残したい判断から、**分担を決める。**

今日決める5つ

動画で変えたい課題と最初のテーマ

社内で担う判断と責任者

確保できる時間と制作量

外部へ相談する工程

最初の4本を振り返る日

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