

企画は社内、編集は外注 自社に知見を残す分業モデル

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。

編集を任せても、企画の理由は社内に残す。

この資料で整える5つ

社内が決める企画の前提

編集者へ渡す台本と素材

完成条件と修正の伝え方

納品データと利用条件の確認

公開後の学びを次に戻す方法

一本の制作を、企画から振り返りまで同じ管理番号でつなぎます。

丸投げが起きるのは、判断が伝わらないとき。

起こりやすい問題

目的が曖昧で、編集者が構成を推測する

素材の意味や採用箇所が分からない

好みだけの修正が何度も戻る

完成動画だけ残り、学びが次につながらない

外注する前に、**社内で決めることと相談すること**を分けましょう。

企画書は、一つの疑問と答えから作る。

企画書に残す項目

視聴者が置かれている場面

その人が抱く疑問や不安

自社が示せる具体的な答え

冒頭で伝えることと期待する行動

公開先・公開日・確認者

編集の前に、一番伝えたいメッセージを一文で共有します。

社内と外部の判断範囲を明確にする。

社内で決める

目的、事実、対象者、ブランド、公開可否、結果からの改善

編集者へ相談する

情報の順序、尺、テンポ、素材の見せ方、字幕や音の調整

編集者からの提案も、何を伝えるための変更かを確認して採用します。

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。

台本と素材の対応を、番号で示す。

渡す資料

動画番号と台本の版

せりふ・画面・字幕の意図

カット番号と素材の保存先

採用候補のテイクと注意点

不足している素材と対応予定

素材を大量に送るだけでなく、どこに何を使いたいか分かる形にします。

編集の自由度と、変えられない条件を分ける。

固定する条件

商品名・数値・必要な注記・ブランド指定・公開先の条件

提案してよい範囲

カットの長さ・つながり方・素材の順序・字幕の見せ方

参考動画を渡す場合は、どの要素を参考にしたいかを言葉で添えます。

着手前に、**納品**と**修正**の条件をそろえる。

確認すること

本数・尺・画角・書き出し条件

初稿日・確認日・公開予定日

修正の範囲と追加作業の扱い

完成動画と編集データの納品範囲

素材・音楽・書体の利用条件

認識が違うまま作業を始めず、合意した内容を記録します。

初稿は、構成を先に確認する。

確認の順序

目的とメッセージが合っているか

情報の順番と尺に無理がないか

必要な素材と事実が入っているか

字幕・音声・色などの細部は読めるか

大きな方向性を先にそろえ、細部の修正を何度もやり直さないようにします。

修正は、場所・理由・依頼を一つにまとめる。

コメントの要素

場所

動画の時刻と対象の画面

理由

何が伝わりにくいか

依頼

どんな状態にしてほしいか

優先度

公開前に必須か、改善の相談か

社内の意見を集約して渡し、修正後は対象の版と対応内容を照合します。

完成品だけでなく、再利用の条件も残す。

納品時に確かめるもの

公開確定版と対象の版番号

必要な編集データと素材の場所

再編集に必要な環境と不足ファイル

素材の利用条件と確認記録

次の担当者へ渡す注意点

編集データが納品されても、同じ環境で再編集できるとは限りません。実際に関いて確認します。

編集の評価を、次の企画へ戻す。

振り返る項目

- 社内の準備・確認工数と外注費
- 初稿から公開までの日数
- 修正回数と繰り返した指摘
- 目的行動につながる反応
- 次に残す構成と素材の撮り方

事実・仮説・次の変更・判断日を整理し、編集者とも必要な学びを共有します。

月4本で、企画と編集の受け渡しを試す。

モデルケース

企画と撮影を**社内で準備**

初期テンプレートは**外部伴走で整備**

8週間でテーマの反応と制作負荷を確認

社内に戻す編集と外部へ残す編集を**判断**

成果保証ではなく検証のモデルです。受け渡して迷った点を次の依頼書へ反映します。

90日で、依頼と学習の型を整える。

0～30日

企画書・素材表・納品条件を決める

31～60日

少数の動画で初稿確認と修正を回す

61～90日

工数と反応を振り返り、分担とテンプレートを更新

期間は目安です。公開後の会議までを制作の流れに含めます。

次の依頼書に、企画の理由を一行足す。

今日決める5つ

最初の動画の目的と対象者

社内の企画責任者と窓口

台本と素材を渡す方法

完成条件と確認期限

公開後に振り返る日

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