

外注先へ丸投げしない、 企画意図・ターゲット・CTAの伝え方

— 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。

外注先へ渡すのは、**判断**できる情報。

企画意図

この動画で解決したい課題

ターゲット

どんな状況の誰に届けるか

主張と根拠

何を、どの事実で伝えるか

CTA

見たあとに進んでほしい行動

目的を共有して、制作の工夫を**一緒に育**てましょう。

曖昧な依頼を、**答えられる問い**に変える。

『いい感じに』	→	視聴者にどんな印象を残したいか
『若い人向け』	→	どの悩みや場面に応えるか
『売れる動画』	→	どの行動につなげたいか
『前回と同じ』	→	残す要素と変える要素は何か

言葉を具体化すると、**提案を受け取る準備**が整います。

企画意図は、課題と変化を一文で。

記入例

初めてサービスを検討する担当者が、導入後の運用を想像できるようにする。

確認する3点

今、何が判断を妨げているか

視聴後、何を理解してほしいか

その変化を何で確かめるか

目的が一つになると、必要な内容を選びやすくなります。

社内に残す判断と、 外部へ任せる工夫を分ける。

社内で決める

目的、顧客理解、事実、公開可否

外部に提案を求める

構成、見せ方、撮影、編集

一緒に決める

優先順位、制作範囲、期限、検証方法

表現方法まで固定しすぎず、守る条件と提案できる範囲を明示します。

任せる範囲が明確になると、**専門性を活かします。**

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。

ターゲットは、属性より**検討場面**まで。

誰か	役割や利用経験
いつか	検討前、比較中、利用直前
困りごと	解消したい不安や手間
知っていること	説明を省ける前提
知らないこと	今回補う情報

一人の具体的な場面を描き、**伝える順番**をそろえましょう。

伝えることと、その根拠を セットにする。

主張

一番伝えたい内容は
一つに絞る

根拠

社内資料、仕様、
確認済みの事実を
添える

表現条件

使える言葉と
避けたい言い方を
示す

確認者

専門情報や数字を
確認する人を決める

未確認の成果や顧客名を、制作側の推測で補わせないようにします。

確かな情報が、安心して表現を工夫できる土台になります。

CTAは、一つの次の行動に絞る。

理解を深める

詳しい解説ページを見る

比較を助ける

資料を確認する

相談につなぐ

問い合わせ先を確認する

応募につなぐ

募集要項を確認する

誘導先の内容・公開状態・スマホでの使いやすさも、制作前に確認します。

視聴後の一步を、**迷わず選べる形**にしましょう。

一枚の依頼書に、 判断の前提をそろえる。

依頼書の8項目

目的と今回の課題

ターゲットと検討場面

一番伝えたいこと

根拠資料と表現条件

CTAと誘導先

制作範囲と納品形式

確認者と確認期限

公開日と振り返る指標

情報の置き場を一つにして、**認識の違いを減ら**しましょう。

参考動画には、 真似したい理由を添える。

冒頭

どの入り方が合うか

構成

どの順番が分かりやすいか

テンポ

どの場面で緩急をつけるか

字幕

どんな情報量が読みやすいか

そのまま複製せず、自社の目的や素材に合わせて提案を求めます。

参考の意図を伝えると、**自社らしい表現**へつなげられます。

初回提案は、見た目より**目的から**確認する。

- 1** | 誰に向けた企画かを確認する
- 2** | 伝えたいことと根拠を確認する
- 3** | CTAまでの流れを確認する
- 4** | 制作条件と確認期限をそろえる
- 5** | 合意した内容を記録する

台本の段階でそろえるほど、**後の修正を整理**しやすくなります。

修正依頼は、箇所・理由・優先度を伝える。

箇所

動画の時刻や台本の行を特定

理由

目的、事実、ブランド基準と結びつける

優先度

必須修正と改善提案を分ける

確認方法

誰がいつ再確認するかを決める

好みの違いと、公開前に直すべき問題を混ぜないことが大切です。

直す理由を共有し、次の提案に学びを残しましょう。

依頼の変化で、 提案の**焦点**をそろえる。

モデルケース

変更前

サービス紹介を、短く分かりやすく

変更後

導入検討中の担当者へ、運用開始までの
流れを伝える。詳しい手順ページへ案内する。

実績や効果保証ではなく、依頼文の整理例です。制作側から不明点と代案を受け取り、合意を残します。

同じゴールを見ながら、**よりよい伝え方**を一緒に探せます。

公開後の学びを、 次の依頼書へ戻す。

記録すること

視聴と目的行動で
分かった事実

現場や顧客から
寄せられた声

想定と違った点と、
その仮説

次回も残す要素と
変える要素

結果だけを外注先へ求めず、誘導先や営業対応の状況も共有します。

制作を重ねるたびに、自社の判断材料を増やしましょう。

目的を共有し、**任せる力**を育てる。

今日決める5つ

今回の課題
と企画意図

届ける相手
と検討場面

伝えたいこと
と根拠

CTAと
誘導先

確認者・期限・
振り返る指標

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