

自治体・地域団体 | 地域の人々が 継続して作れる動画広報の仕組み

— 地域情報を、無理なく正確に届け続けるための役割と手順。

伝える情報と、届けたい相手を決める。

情報の種類

- 住民向けの手続や暮らしの案内
- 催しや参加募集
- 地域の活動や魅力
- 来訪者向けの案内

目的を一本ごとに分け、必要な次の行動が分かる構成にします。

必要な人の次の一歩を、分かりやすく支えましょう。

動画を見られない人にも、情報を残す。

運用の提案

- 必要な情報は公式ページにも掲載
- 音声だけに頼らず字幕を用意
- 画面だけの説明には文章の補足
- 読みやすい文字と十分な表示時間

動画と文章の案内を組み合わせ、届き方の違いに配慮します。

参考：デジタル庁 ウェブアクセシビリティ検証結果(2025年)

<https://www.digital.go.jp/accessibility-statement/test-result-2025>

受け取り方の違いに配慮し、情報を届けましょう。

難しい制度は、一つの疑問から説明する。

台本の型

対象

どんな人への案内か

内容

何を確認できるか

期限

いつまでの情報か

手続

どこで詳細を確認するか

例外や条件を省かず、詳細な正式情報へつなげます。

一つの疑問に答える説明が、**理解の入口**になります。

地域の協力者と、公開責任を分ける。

分担の例

地域の協力者

素材や企画の提案

制作担当

台本・撮影・編集

担当部署

内容と制度の確認

公開責任者

最終承認と掲載管理

協力者へ過度な負担や判断責任が集中しない体制にします。

役割を分けると、地域の協力を続けやすくなります。

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）

ディレクター

目的・ターゲット・
企画の方向性を
決める

構成

台本・構成案を
作成する

撮影

構成に基づき
撮影する

編集

カット・テロップ・
BGMなどを整え
仕上げる

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。

参加しやすい、小さな作業単位を作る。

協力の形

- よくある質問を一つ出す
- 公開可能な写真を提供する
- 短い説明を収録する
- 出来上がった内容を確認する

編集できる人だけに頼らず、それぞれが得意な範囲で参加できるようにします。

小さな参加を重ねて、発信を支える仲間を増やしましょう。

撮影前に、公開範囲と配慮事項を確認する。

確認するもの

- 出演者と撮影場所の許可
- 氏名・顔・声の使用範囲
- 未成年者に必要な手続
- 来場者や通行人の映り込み
- 素材の利用条件

自治体や団体の個人情報・広報のルールに従って進めます。

安心して協力できる、**確認の手順**を整えましょう。

日時・場所・対象を、必ず原情報と照合する。

公開前の確認

- 開催日と受付時間
- 場所・交通・連絡先
- 対象者と申込条件
- 費用や定員
- 中止・変更時の案内先

担当部署が確認した版を公開し、情報の更新日も管理します。

確かな情報をそろえて、参加しやすい案内にしましょう。

字幕は、自動生成のままにしない。

検品する項目

- 地名・人名・団体名
- 日時・金額・電話番号
- 制度の対象と条件
- 意味が変わる誤字や改行

情報が正しく伝わるか、音声と画面の両方で確認します。

丁寧な字幕の確認が、**地域情報**の伝わり方を支えます。

地域の紹介は、選ぶ基準を説明できるように。

運用の提案

- 紹介対象を選ぶ基準を決める
- 協賛や提携の関係を確認する
- 一部の事例を地域全体と誤認させない
- 掲載の相談先を用意する

公平性や利害関係に関する、団体の方針に沿って判断します。

説明できる基準で、地域の魅力を紹介しましょう。

緊急情報は、既存の公式対応を優先する。

広報運用上の考え方

- 確認済みの担当部署の情報を使う
- 発表時点と更新先を明示する
- 動画制作を待たず既定の経路で案内
- 古い動画が誤解を生まないよう見直す

本資料は防災手順を定めるものではありません。自治体の正式な体制に従います。

正式な情報につながる、**分かりやすい案内**を保ちましょう。

参加と、理解の変化を振り返る。

指標候補

- 正式な案内ページへの遷移
- 催しの申込や問い合わせ
- 繰り返し寄せられる質問
- 必要な相手へ届いているか
- 協力者や職員の制作負担

地域や対象者の違いを踏まえ、再生数だけで評価しません。

届いた先の理解を、次の広報へ生かしましょう。

一つの催しの案内から始める。

モデルケース

- 参加者が迷う点を整理
- 担当部署が日時と条件を確認
- 字幕付き動画と文章の案内を用意
- 問い合わせを次回の改善へ反映

導入例であり、参加人数の増加を保証するものではありません。

一つの催しから、無理なく続く作り方を試しましょう。

担当が変わっても、素材と判断を残す。

管理表の項目

- 情報の担当部署
- 確認日と公開期限
- 素材の権利・公開範囲
- 台本・確定版・掲載先
- 更新や削除の相談窓口

個人の端末だけに保存せず、認められた共有先で管理します。

素材と判断の記録が、次の担当者を助けます。

地域^①の情報を、続けて届けられる体制へ。

今日決める5つ

- 最初に届ける情報と対象
- 協力者が担う小さな作業
- 内容と公開の確認者
- 動画と文章の案内先
- 更新と引き継ぎの方法

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