

企業の  
広告担当者  
必見！

＜ビデオ映像のプロが教える＞

## コストを減らせる 映像作りのコツとツボ

－自分の評価を落とさないための失敗しないPR映像の作り方－

有限会社 アメイジング



わざわざダウンロード頂き、誠にありがとうございます。

PR映像やCMなどの企画制作を20年以上続けております谷とうします。

少しでも私の経験を元に、今後利用が広がる動画映像の制作時やお悩みの時に

みな様のお役に立ち、webアクセスや業績の向上に

なればと記述いたしました。

1ページごとに役に立つよう簡潔に記述しておりますので、

最後までお読みいただければ幸いです。

有限会社アメイジング 谷 一 成

## 限られた予算と時間の中で

各企業や広報担当者様にとって、広告宣伝費を調整し、何が売上げに効率よく貢献できるか、日々頭を悩ませている事と思います。

WEBを始め、最近ではパブリックスペースやショップ等ではデジタルサイネージ(ネットワークリアルタイム映像広告)を広げて行こうとの動きもあり、動画需要は広がり続けています。

今後、増え続けるWEBなどでのPR動画をどう作成するのか？  
広報担当者も映像制作のスキルが必要な時代となりました！

紙面広告とちがい経験値の少なさから  
現在暗中模索という担当者も多く、  
「制作手順の理解」「企画の整理」「内容のコンセンサス」不足から  
コストや時間が掛かるというケースが増えています。

大きく失敗の出来ない経済状況下の現在、  
どのようにして的確に伝えたいことを表現できるのかをご紹介します。

# 1.重要なことを明解にする



広告、PR全般に言えることでもありますが、映像制作をすることになった場合、下記の点を煮詰める事が重要となります。

## (1) 「何のための映像なのか？」

(例えば、イベントでの会社紹介、webでの商品紹介、求人募集用なのか…等)

Intention  
何のため

## (2) 「どのような事を伝えたいのか！」

(商品内容を理解させたい、会員システムの詳しい説明、会社のイメージUPなのか…)

What  
何を

## (3) 「伝える項目種を絞り込む」

(あれもこれもと入れることで散漫になれば逆に伝わりません。一番伝えたいことを全面に押し出す)

Refine  
絞り込む

## (4) 「完成クォリティを決める」

(簡潔なとりまとめ、納期優先、イメージ豊かで高品位な表現、予算重視なのか…)

Quality  
品質は

## ●「最終的な到達点と求める結果は何か？」を当初にぶれないように定めること！

制作目的が違う場合には、訴求する表現や手順が違ってきますから  
初動期に確定しておくことが、時間と作業効率を確実に上げる重要なポイントなのです。

## 2.映像と紙面の違いを理解する



一般的な企業では、紙面広告の担当者に任せられる事が多いと思いますが、映像の表現と文字紙面との認識度が違うと言うこと、即時修正などが出来ないことを十分に把握する必要があります。

### (1) 文字表記の限界

- ・例えば、A4用紙に800文字入ったものがスムーズに読めたとしても、映像はその「5分の1程度」の文字数しか表示・認識できません。説明等文字を多くすることは、完成時間を長くするだけです！



**【文字は大きく、少なくが基本】**

### (2) 映像や音情報がメイン、補足が文字テロップ

- ・映像や音で表現しているので、最低限の解説をテロップ補足すること  
(映像で訴えられる要素が何かを重点に構成を考えることが重要)

### (3) 出来るだけ完成時間数は短くする

- ・語りたいことは増えて来るものですが、使用目的を絞り込むみ、重要な点にフォーカスすることが大切です。  
提示要素が多かったり、内容が散漫だと、見ている側の記憶に残らなくなります！

◎商品PR・業務説明: 10分以内   ◎店頭PR: 3分程度   ◎web-PR: 2分程度



**【10分をめどに  
内容を調整】**

### (4) 紙面との製作期間の違い

- ・紙面と同スケジュールでは、制作不可能か無理のある制作となりクオリティUPや修正が出来ません。  
余裕のあるスケジュールを確保して下さい。(参考スケジュール有り:p15)



**【スケジュールに余裕を！】**

### (5) 動きやタイミングの訴求

- ・静止画で伝わらない商品やサービスの動きを見せる事で、魅力や商品価値のアピールとなり、内容把握が瞬時にできます。  
技術教習や社員教育、料理などのタイミングや状況伝達には、最大限の理解や効果を出すことが可能です。



「百聞は一見にしかず」とも言いますが、文字も同じように目で読まなければ理解できません。  
しかし、紙面広告や文献とはどのように違うのか。「映像とは何なのかを！」の基礎を理解する必要が有ります。

#### (6) インタビューの真実

・深夜テレビを見ていて、TVショッピングの大げさなタレントのリアクションに「いい加減な事を言っているな！」と気づくことがありますよね。そのニュアンスを見抜くところが、人間の持つ本来の能力なのです。人の動きや話から真実や能力、人柄などが映像に記録され見る側が判断ができる事で、逆に信頼性の獲得にも役立ちます。

◎会社案内の場合： 社長の声 （企業や店舗の姿勢、会社の資質）  
技術者の声 （開発の苦労や技術への取組姿勢、信頼感の醸成）  
社員の声 （会社や部署の雰囲気 企業の状況 業務内容把握） など



#### (7) 台本を書く伝わらない

・超一流の役者でない限り「こういう事を言って下さい」と指導してもできないのです。なので、TVショッピングのような嘘くさいコメントになり、見ている側に伝わらず、せっかく作成した映像自体のクオリティを下げることになります。

◎自然に見せるためには対話が重要。長くなりますがインタビューする側との話の中から見つけ出すのです。



#### (8) 切り取り方の重要性

・ニュースなどではインタビューの編集で問題になることがあります。都合の良い言葉だけ抜き出すので「そんな事は言っていない！」とのクレーム頻繁に派生します。

◎自社紹介や商品解説では真逆の事は言いませんので、光る言葉を抜き出す事で魅力として伝わります。

#### (9) 音楽・SE(効果音)の力

・BGMの効果はテンポ感が出る事で見てもらえやすくなります。SEは注目をして欲しいときに役立ちます。  
会社の雰囲気を良く見せるときには明るく楽しい音楽を！ ドラマを見ればお判りの通りです。





## 4. どうすればコストが押さえられるのか！（無駄を省く）



### ◎制作会社に全て任せる事も可能ですが、作業量に対する費用が添加されます！

単純に、やらせる事を減らすという事で、金額交渉も可能となります。

映像化する商品や業務内容を一番理解しているのは、社員の方なのであります。

#### (1) 準備は自分たちでやる

- ・訴求ポイントの要約やコメントのラフを各担当者が書く（制作側にニュアンスの伝達や説明をする労力の方が大変です）
- ・表現するための写真やグラフ、資料などの素材は準備する（多くの素材を丸投げされても、制作会社側での確かな判断が付きずやり取りや時間を要するので、絞り込んでおく）



#### (2) 制作進行作業の無駄を少なくする！

- ・うち合わせ等で確定したことは、なるべく変更しないようにする（社内のインタビュー取材などの時間調整を的確にする等）
- ・準備物や映像チェックの意向はなるべく早く制作側に渡す（内容や素材使用がNGの場合、ギリギリだとスケジュールが崩れます）



#### (3) 撮影・編集時は権限者の立ち会いは必須

- ・判断と決定権限のある方が立ち会わなければ、ミスや内容の間違いを、その場で指摘できません！  
（後日試写で露呈した場合、追加撮影や再編集ということになり、コスト削減にはほど遠く、製作期間の延長や編集費等の増大に繋がります）



## 5. どうすればコストが押さえられるのか！（方向転換）



### (4) 進行途中で、方向転換しない

- ・撮影時や試写後に、思いつきの指示を出すと大きなトラブルになります。  
(確定事項を変更しない事が「時間とコスト」低減の重要なポイントです)



### (5) 内部、上層部との共通認識を確保する ※制作費や製作期間の増大をさせない！

- ・初動期に「目的や成果」をきっちと【制作内容シート】(p13)を用い文書化し、映像チェックをする責任者に報告する。  
映像は撮影や編集が終わらなければ、状況などが判りにくいものです。  
各責任者や上層部の方には「こういう意図と経緯と手順でビデオ製作しています！」と先行報告しておくことが重要です。  
上層部担当者の試写や撮影立ち会い(途中参加)で、内部コンセンサスが取れていない場合、担当者も「おどろくような！」  
趣旨の違う意見や制作の方向転換、修正指示などが出て、思わぬ事態となり、部下は逆らえずに修正を余儀なくさせられること  
の方が、私たちの経験として、もっとも多いと言うことです。(上司からの予定外の意見は、担当者の段取りや進行を打ち消し、良い形にもなりません)



### (6) 変更や軌道修正が出た時 ※早期連絡が重要！

- ・早期の連絡とどのような軌道修正でコストUPを少なくできるか、時間を無駄にしないのかを制作会社と充分摺り合わせる。
- ・事前に軌道修正などの可能性が有る場合、想定した作業進行をすることで、スケジュールのズレを少なくできます。

撮影や編集前後での軌道修正や企画変更が判った場合、最悪やり直しになることをでコストは倍増します。

(大手代理店でも、当初の訴求点の確認やコンセンサスの曖昧さから、作業の増加等で多額の制作料金を、  
請求する事態が派生することもまあり、クライアント側の利益、時間を奪うことになります)





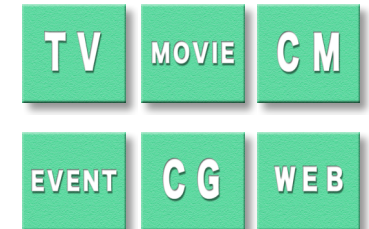


### 1) どの制作会社でも良いのか？

- ・どこの制作会社に問い合わせしても「うちで出来ますよ！」と答えます。  
理由としては、専門外のことをやる時には、得意な演出などを外部から招くからです。  
しかし、制作ノウハウやツボを心得ていない会社では、経験値の少なさから、スムーズに行かずクオリティも下がります。

### 2) 映像会社にも専門分野がある！

- ・大小さまざまに制作会社は存在しますが、大別すると得意分野はあります。  
「CM」「商品PR」、「テレビ番組」、「イベント、婚礼」、「グラフィックアニメーション」などを見極めます。



### 3) 得意な映像種の見極め方！

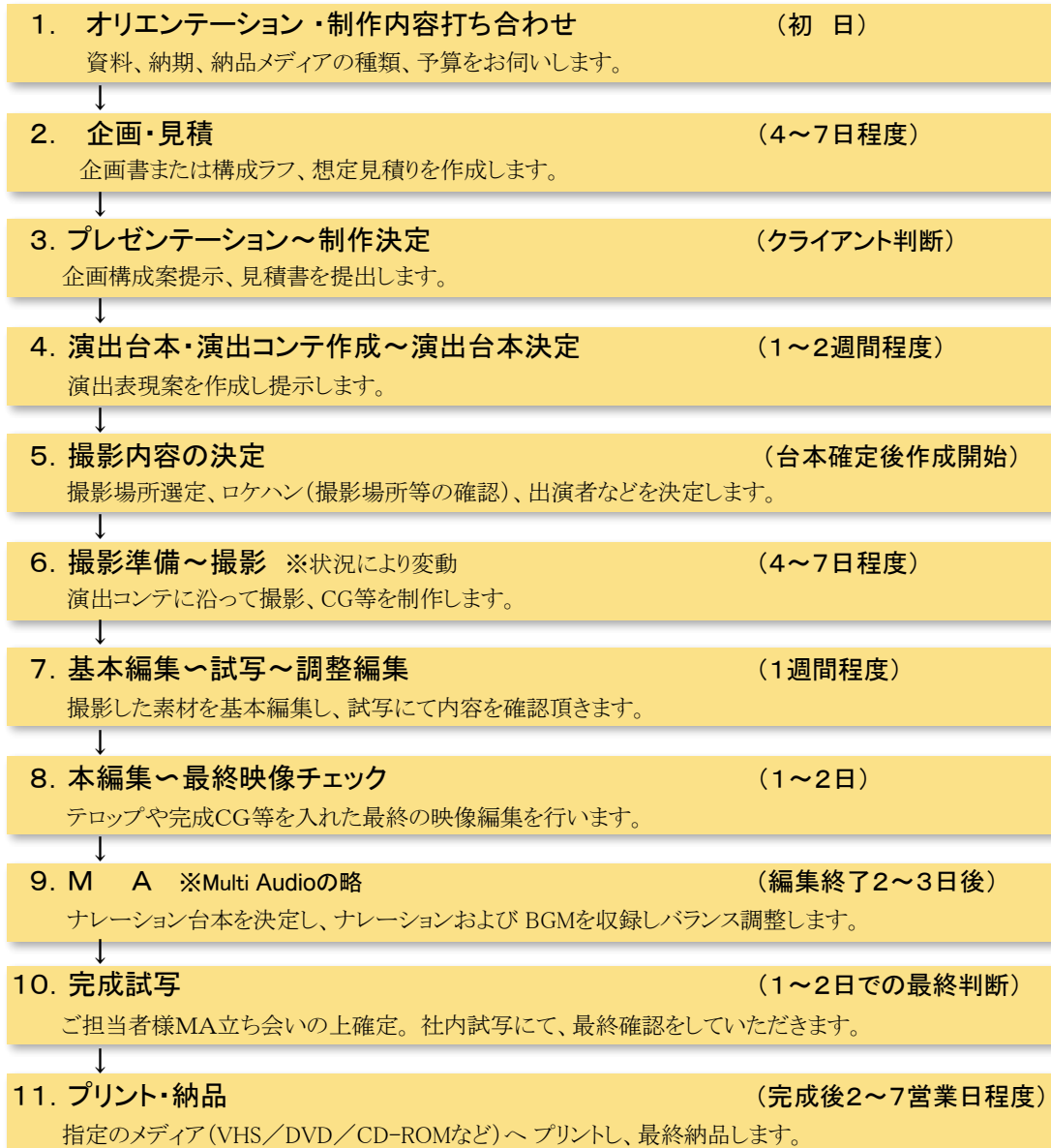
- ・WEBで会社の規模を確認する → (認知された制作会社は、抱えるものも大きくコスト高になりがち)
- ・制作実績内容、取引先企業名を確認する → (商品PRの発注であれば広告関連が多いこと。取引先の同業種数を確認)
- ・幅広い業種と大手企業実績があるか！ → (幅広さは「対応力」、有名企業は「クオリティ」を重視しているので、合見積で同一金額であれば質は高い。大企業要望に対応し、作業進行もシャープ)

映像製作は、一般的には判りづらく、大きな金額を支払うものなので、担当者にとって、失敗と予算オーバーの出来ない昨今、完成責任も大きいと考えます。

上記の事項を基準に、求める内容や質、映像制作会社の得意分野で判断すること。また、複数業者からの電話やメール対応の良さなどを含め判断することが大切かと感じます。

直接話をすることがあれば、提案力が有るかなどを確認の上、「信頼の於ける会社」だと感じた制作会社を選ぶことが大切だと思います。

## 7.映像製作の手順と必要な期間



### ・手順を間違えると作業とコストが増える！

業界の基本的な順序が左記となります。  
セオリー通りの進行を守ることで、問題は少なくなります。

製作する要件により応用が必要となりますが、それは経験  
値の高いプロが判断しなければ、トラブルを拡大します。

### ◎製作期間基準：約1ヶ月～1.5ヶ月

(撮影1～2日、10分以内で内容修正やプリント期間は含まない場合)

上記日数を判断基準として考え、時間数や内容確定の判断  
チェック停滞、修正回数などが多くなることで、製作期間は  
余分に必要となります。

展示会や新製品PR用ビデオ等の日程が確定している  
ものに関して、十分な調整期間を取ることが必要です。

### ・発注時ではなくとも相談をする

はやり、製作タイミングは少し先だとしても、制作会社と  
早めに「どういふものを作りたい！」との相談をしておくことで  
事前に企画検討をしてもらえたり、スケジュール的な調整が  
出来るので、双方の準備もスムーズに整います。

突然の呼出しで短期の製作期間では、双方がたいへんな  
思いをするだけなので、良好な関係や作業が出来なくなると  
心得て下さい。



最後までお読み頂き、ありがとうございます。

経験を元に記載し、正直まだまだ書き足りない事が多いのですが  
複雑になりすぎるよりも、基本をしっかり理解いただく事に注力しました。

動画映像の制作時に、みな様のお役に立ち  
製作コストの無駄を削減でき、よりよい映像を作ることで  
御社の業績の向上になれば何よりだと考えています。

最後に、レポートが何かひとつでも参考になるようでしたら  
他の部署やお知り合いの方にも、ご一読をお勧めいただければと存じます。

2009.04.01 アメイジング 谷 一 成

業務詳細のご案内は下記からダウンロード下さい。

**<http://amazing-inc.co.jp>**

東京都渋谷区南平台町2-6 南平台ヒルス2F

有限会社アメイジング 担当：谷

TEL : 03-5728-3134 FAX : 03-5728-3139

Mail : [info@amazing-inc.co.jp](mailto:info@amazing-inc.co.jp)

より詳しいご相談がありましたら、左記の弊社までお気軽にご相談下さい。

無料にて内容ヒヤリングと、案件の映像製作へのアドバイスをさせていただきます。また、弊社サイトもご参考にして頂けると幸いです。

※ この内容は著作権により保護されていますが、あなたやお知り合いのビジネスのお役に立てるのであれば、商用の場合を除き、ご自由に転送、配布していただいて構いません。



# 付 録

- ・ 映像製作内容確認シート
- ・ 同記入例
- ・ スケジュール例

※担当者様にとって、製作内容をしっかりと確認できるように、チェックシートやスケジュールのサンプルを添付致しました。



本チェックシートは、映像製作内容の把握や方向性のブレを無くしスムーズに進行するために作成しています。

確定事項を記載し、内部社員やスタッフとのコンセンサス、上層部や責任者への試写確認の手前で、進行状況を事前に理解を頂くための、コンセンサスシートとなります。「コスト削減」のためにも、当シート内容を事前に充分把握頂きますようお願いいたします。

◆ 制作タイトル名称	:	「		」	(サブタイトル・注釈:		)									
◆ 統括部署・担当者	:															
◆ 制作期間・最終納期	:	年	月	日	～	年	月	日	◎最終納期:	年	月	日	※使用開始:	年	月	日から
◆ 訴求商品・サービス	:															
◆ 使用目的	:	(					)									
		<input type="checkbox"/> 社内利用	<input type="checkbox"/> 社員研修	<input type="checkbox"/> 業務ラーニング	<input type="checkbox"/> 顧客営業用	<input type="checkbox"/> 会社案内	<input type="checkbox"/> その他(	)								
◆ 構成展開項目	:	(		→		→		→		→		→		)		
◆ 紹介項目・主な内容	:	(					)									
		(					)									
◆ パッケージ種	:	<input type="checkbox"/> DVD	<input type="checkbox"/> PC用動画データ	<input type="checkbox"/> WEB使用	<input type="checkbox"/> その他(		)									
◆ 発注会社・担当者	:				・担当者名:											
◆ 内容変更経緯	:	(					)									
		(					)									
◆ 担当者意向・補足	:															
◆ 備考・通信欄	:															



確定事項を記載し、内部社員やスタッフとのコンセンサス、上層部や責任者への試写確認の手前で、進行状況を事前に理解頂くための、コンセンサスシートとなります。「コスト削減」のためにも、当シート内容を事前に充分把握頂きますようお願いいたします。

◆ 制作タイトル名称 : 「○○○○製品紹介ビデオ」(サブタイトル・注釈:機能紹介・他社との優位訴求)

◆ 統括部署・担当者 : 広報部・山田太郎

◆ 制作期間・最終納期 : 〇9年〇5月〇1日 ~ 〇6年〇6月12日 ◎最終納期: 〇9年〇6月15日 ※使用開始: 〇9年〇6月17日から

◆ 訴求商品・技術サービス : ○○○○、新技術の機能向上紹介 他社製品△△との比較

◆ 使用目的 : (営業部の販促利用を主目的に、WEBでの顧客や一般への公開。全社員への製品内容熟知用としてのインナー使用)  
■社内利用 ■社員研修 □業務ラーニング ■顧客営業用 □会社案内 □その他()

◆ 構成展開項目 : (openingタイトル → 概要説明 → 新機能紹介 → △△との機能比較 → 価格の優位性 → まとめ → Endhing〜社名)

◆ 紹介項目・主要内容 : (ooooooooooooooooooooooooooooooooooooooo )  
(ooooooooooooooooooooooooooooooooooooooo )

◆ パッケージ種 : ■DVD ■PC用動画データ ■WEB使用 □その他()

◆ 発注会社・担当者 : (有)アメイジング ・担当者名: プロデューサー:谷 ・ディレクター:松田

◆ 内容変更経緯 : (05/15:機能変更に伴う内容説明の変更、05/25:他社製品比較グラフの差し換え)  
( )

◆ 担当者意向・補足 : oooooooooooooooooooooooooooooooooooooo

◆ 備考・通信欄 : 営業部、技術部、各役員への配布と承認確認

◆ 記載日 : 〇9年〇5月15日 ※製作内容確定日: 〇9年〇5月14日

Copyright (C) 2008 AMAZING, Inc. All Rights Reserved.

タイトル:「〇〇〇〇〇〇〇」映像プロジェクト

### ＜基準スケジュール例＞

5 月			6 月		
1	水	オリエンテーション（企画意向確認打ち合せ）	1	金	
2	木		2	土	
3	金	制作指針確定（撮影要望内容・資料等のご呈示）	3	日	
4	土	企画概要制作・見積開始	4	月	仮編集試写・修正意向確認 ※（ルータ候補ご提示）
5	日		5	火	
6	月		6	水	CG等完成
7	火		7	木	※最終ナレーション原稿提出
8	水	↓	8	金	●本編集（お立会い要）
9	木	基本企画案プレゼン・見積り提出	9	土	
10	金		10	日	
11	土		11	月	↓
12	日		12	火	●ナレーション録り・MA
13	月	↓	13	水	VHSプリント等の発注（大量の場合は工場）
14	火	構成台本 初稿提出・打ち合せ	14	木	
15	水		15	金	◎テープ等でのご納品
16	木	↓	16	土	
17	金	構成台本 第二稿提出・打ち合せ	17	日	
18	土		18	月	
19	日		19	火	
20	月		20	水	
21	火	※ 撮 影	21	木	
22	水	構成台本 完成稿提出・撮影打ち合せ	22	金	
23	木	↓	23	土	
24	金	CG等の発注 （ご要望の内容による日数）	24	日	
25	土		25	月	
26	日		26	火	
27	月	仮編集	27	水	
28	火	↓	28	木	
29	水		29	金	
30	木	↓	30	土	
		仮映像挿入	31	日	

上記スケジュールは、標準的映像制作内容での作成期間の一例です。  
企画内容・企画確定・撮影期間など、様々な状況により変動する場合があります。

Copyright (C) 2008 AMAZING, Inc. All Rights Reserved. 15