

動画制作会社を探している企業へ

採用・営業・研修動画の 費用相場と制作会社の選び方

目的・予算・制作工程・見積項目から紐解く

失敗しない動画制作プロジェクトの進め方

動画制作の失敗は、撮影や編集の前に決まる



目的が曖昧



ターゲット
が広い



活用方法が
未定

診断

『いい動画を作る』が目的になっている

動画は完成物ではなく、採用・営業・教育の課題を解決する手段。

最初に決めるのは、映像表現ではない。
誰に、何を伝え、どう動いてほしいか。

PROBLEM

1本の動画で、すべてを解決しようとしていないか



会社紹介



採用



営業



研修



広告

目的が混ざるほど、誰にも刺さらない

何が起きるか

情報を詰め込むほど尺が長くなり、
メッセージと行動導線がぼやける。



なぜ失敗するか

- ・視聴者の関心が分散する
- ・伝えたいことの優先順位が曖昧になる
- ・行動までの動機が生まれない

1動画・1ターゲット・1アクション

動画は、目的によって設計が変わる



採用動画

応募・説明会・内定承諾



営業動画

商談・提案・サービス理解



研修動画

教育時間・理解度・標準化



ブランディング

認知・指名検索・好意度

まず『視聴後にとってほしい行動』を1つ決める。

成果は、再生回数だけでは測れない



採用

視聴完了率・
説明会予約・
応募率



営業

商談化率・
提案時間・
受注率



研修

受講完了率・
理解度・
教育時間



ブランディング

到達・
指名検索・
好意度

 再生回数が多くても、目的の行動が増えなければ成果ではない。

動画のKPIは、事業KPIから逆算する。

PRICE RANGE

予算30万・70万・150万・300万円で、何が変わる？

～30万円

｜ 既存素材編集・短尺・シンプル

30～70万円

｜ 1日撮影・社員インタビュー

70～150万円

｜ 企画・構成・複数シーン・ナレーション

150～300万円以上

｜ 複数ロケ・キャスト・高度な演出

金額を決めるのは、尺より撮影日数・人員・表現方法。

相場は公開情報を基に AKEY が整理した目安。仕様により変動。

見積書は、4つの費用に分解して見る



企画・構成費

15~25%



撮影費

20~40%



編集費

30~50%



諸経費

10~20%



修正回数は何回か



二次利用の
権利は含むか



追加料金の
条件は何か

『制作費一式』ではなく、工程と条件を比較する。

割合は一般的な目安。案件条件により変動。

同じ3分でも、制作費は大きく変わる



撮影日数



撮影場所



出演人数



アニメーション量



修正・二次利用

安くなる条件

1拠点・社員出演・素材支給・短尺

高くなる条件

複数ロケ・キャスト・3D・多言語

費用差は、クオリティではなく**制作工数の差**。

実写・アニメーション・インタビューをどう選ぶ？



実写

現場・人柄・空気感を伝える



インタビュー

信頼・体験・社員の声を伝える



アニメーション

複雑なサービスを整理する



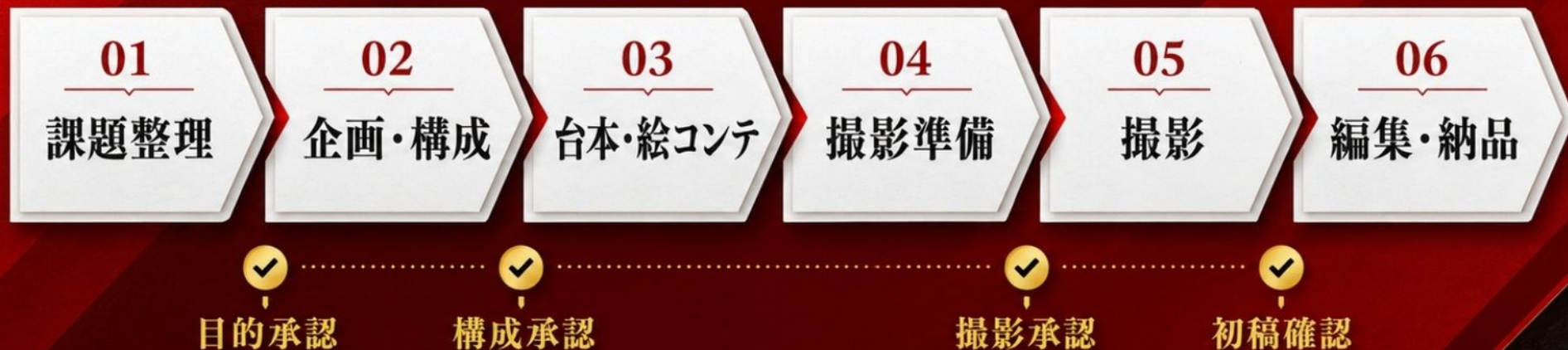
モーショングラフィックス

数字・仕組みを短く見せる

伝えたい情報 × 視聴環境 × 更新頻度で選ぶ

流行ではなく、目的に最も伝わる表現を選ぶ。

動画制作は、撮影より前の設計が長い



❗ 承認者と修正条件を先に決めないと、納期と費用が膨らむ。

企画段階の合意が、撮り直しを防ぐ。

発注前に、7項目だけは決めておく

✓	目的	解決したい課題
✓	ターゲット	誰に見せるか
✓	行動	視聴後に何をしてほしいか
✓	掲載場所	Web・SNS・営業・説明会
✓	予算	制作費と配信費
✓	納期	公開日と確認日
✓	権利	出演・音源・二次利用

要件が具体的なほど、提案と見積もりを比較しやすい。

成果が出る動画は、伝える順番が違う



冒頭5秒で「誰の、どんな課題か」を示す

会社の説明ではなく、視聴者の課題から始める。

SALES VIDEO

営業動画は、説明時間を減らすだけではない



商談前 | 課題を自分ごと化



商談中 | サービス理解を統一



商談後 | 社内共有と稟議を支援



視聴率



商談化率



提案時間



受注率



機能説明だけでは、比較表の1社になる。

顧客課題 → 解決方法 → 根拠 → 次の行動まで設計する。

採用動画は、応募数よりミスマッチを減らす



社員インタビュー



仕事密着



オフィス・現場紹介



経営者メッセージ

認知



理解



応募



内定承諾



きれいな会社紹介だけでは、入社後の現実が伝わらない。

魅力だけでなく、**仕事・人・文化のリアル**を見せる。

研修動画は、教育を『誰でも同じ品質』にする



新人研修

教育時間削減



営業ロープレ

理解度向上



業務マニュアル

更新性



安全・品質教育

標準化



長い講義を録画するだけでは、見られない。



1テーマを短く分け、確認テストと更新責任者を決める。

配信先によって、動画の作り方を変える



検索・蓄積型
長く残る解説動画

価値ある情報を
資産として積み上げる。



認知・共感型
世界観を伝える短尺

ブランドや想いを
短尺で印象づける。



発見・拡散型
冒頭で惹きつける縦型

最初の数秒で興味を掴み、
シェアを生む。



広告・獲得型
対象を絞り行動を促す

ターゲットに最適化し、
成果につなげる。



企画



制作



((●)) 配信



分析



改善



1本作って終わりにしない

媒体ごとに尺・冒頭・CTAを作り分ける。

制作費だけでなく、届ける費用まで設計する

**制作予算**

企画・撮影・編集

**活用予算**

広告・LP・営業展開・分析

**営業**

| 商談前送付・提案資料

**採用**

| 求人媒体・説明会・スカウト

**研修**

| 社内ポータル・理解度確認



完成後の掲載場所と担当者が決まっていない動画は、使われなくなる。



制作と活用を、同じプロジェクトとして予算化する。

PARTNER TYPE

大手・中堅・個人、どこに依頼すべきか

	大手制作会社	中堅制作会社	個人クリエイター
得意	大型案件・高度な演出	企業動画・柔軟な提案	小規模・スピード
費用	高い	中程度	抑えやすい
体制	多人数	専任チーム	少人数

会社規模ではなく、目的に近い実績と担当体制で選ぶ。

動画制作会社を、10項目で比較する

1 ☐ 目的に近い制作実績がある

2 ☐ 同業界の理解がある

3 ☐ 企画・構成から提案できる

4 ☐ 見積の内訳が明確

5 ☐ 制作フローが明確

6 ☐ 修正回数と追加料金が明確

7 ☐ 著作権・二次利用が明確

8 ☐ 納品後の活用を提案できる

9 ☐ 担当者との連絡が速い

10 ☐ 生成AIの利用方針が明確



0-3 | 再検討



4-7 | 条件確認



8-10 | 比較候補

安さではなく、成果まで伴走できる会社を選ぶ。

目的と予算に合う動画制作会社を、 比較できる状態に。

AKEY | 動画制作会社 無料紹介



用途整理

採用・営業・研修・YouTubeなど、
目的に合う制作内容を明確化。



予算・要件整理

ご予算や納期、必要な仕様を
整理し、条件を明確にします。



候補企業選定

条件に合う制作会社を最大3社まで
選定し、ご提案します。

採用・営業・研修・YouTubeなど、
貴社の目的に合う制作会社を最大3社までご案内。
合わない場合は、お断りいただけます。



無料相談はこちら >

主な参照：日本テレビアート、ネオキャリア、Crevoほか各社公開情報
費用相場は仕様により変動します。本資料は公開情報を基にAKEYが独自に整理。

