

台本を編集へ渡す前の 台本・素材確認シート

6つの確認軸と広告動画の記入例

対象は広告代理店のディレクター・制作担当者・確認担当者

01 / 一つの案件を選ぶ

台本と素材を用意し検証したい訴求を一つに絞る

02 / 同じ基準で確認する

伝える内容と映像にできる内容を担当者と揃える

03 / 戻しの理由を残す

今回だけの修正と次にも使うルールを分ける

この資料には、コーヒーの自主制作広告を使った記入例と空欄の確認シートを収録しています。採用前の打ち合わせや編集担当者への引き継ぎにご利用ください。

台本と完成動画を一緒に見る

<https://synclip.co.jp/work/coffee/>

訴求と素材を一緒に確認する

例は甘さの好みが違う二人の会話を扱った動画です。配信成果の採点表ではありません。

01 一つの訴求に絞れているか

甘さの好みが違う二人が一緒に飲み物を作る場面に絞る

確認すること：分量や作る手軽さまで同時に説明しようとしていないか確認する

02 商品情報に根拠があるか

商品名と無糖という条件を台本に対応づける

確認すること：使える表現と確認が必要な表現を分けて担当者が確認する

03 冒頭から商品の出番がつながるか

シロップを入れるかで会話が分かれたあとに商品を紹介する

確認すること：冒頭の興味だけを強くして別の話の商品紹介へ飛ばさない

04 台詞を素材で見せられるか

二つのグラスを用意し片方にだけシロップを足す動作を見せる

確認すること：説明を裏づける素材がなければ撮影・生成・台本変更のどれで補うか決める

05 検証する差分が分かるか

同じ登場人物と声を使い好み・甘さ・分量・作る場面を変える

確認すること：台本も尺も素材も変えた場合は単一要素の効果だと断定しない

06 戻しを次に使えるか

商品名を常設せず台詞で紹介するときに字幕へ表示する

確認すること：今回だけの指示と次の動画にも使う制作ルールを分ける

一つの案件で判断を揃える

案件名 対象の訴求 確認者・日付

01 一つの訴求に絞れているか

この一本で誰のどんな迷いを解くかを一文で言えるか

02 商品情報に根拠があるか

商品について述べる内容と確認元が対応しているか

03 冒頭から商品の出番がつながるか

冒頭の困りごとに対して商品が登場する理由があるか

04 台詞を素材で見せられるか

各場面の台詞に対応する素材や動作があるか

05 検証する差分が分かるか

別案と何を変えたかを記録できるか

06 戻しを次に使えるか

変更箇所と理由と適用範囲が残っているか

残った確認事項と担当者を決めてから編集へ渡してください
