

動画制作の相場とは？

動画は今や、企業や行政の PR、採用、ブランディング、SNS 発信に欠かせないツールとなっています。一方で、動画制作の費用は「動画の長さ」だけで決まるものではなく、企画設計、撮影体制、出演者、編集・演出、広告配信や PR 活用の有無によって大きく変動します。

本資料では、公開されている相場情報および映像制作・PR 領域の一般的な市場感をもとに、企業・行政が外部に動画制作を依頼する際の費用感を整理します。

- ・ 種類別の費用相場と解説
- ・ 費用相場の読み方
- ・ 依頼先別の費用相場
- ・ 費用を抑えるコツ・制作依頼の手順とポイント

種類別の費用相場 一覧

下記は、企業・行政案件で外部制作を依頼する場合の目安です。金額は原則として「企画・制作費」の目安であり、広告配信費、テレビ放映費、著名タレントの出演料、交通宿泊費、大規模な美術・スタジオ費、特殊な権利処理費などは別途となる場合があります。

映像の種類	低価格帯	中価格帯	高価格帯
会社・事業紹介動画	30万円-150万円	150万円-500万円	500万円-1,500万円以上
商品・サービス紹介動画	30万円-150万円	150万円-500万円	500万円-1,500万円以上
採用・インタビュー動画	30万円-100万円	100万円-300万円	300万円-800万円以上
セミナー・イベント動画	10万円-30万円	30万円-80万円	80万円-200万円以上
SNS 動画 (TikTok・Instagram 等)	5万円-30万円	30万円-100万円	100万円-300万円以上
Web CM (6-60 秒)	50万円-300万円	300万円-1,000万円	1,000万円以上
ブランディング映像 (1-3 分)	100万円-300万円	300万円-800万円	800万円-3,000万円以上
TV CM (15-30 秒)	100万円-500万円	500万円-1,500万円	1,500万円-5,000万円以上
アニメーション	30万円-100万円	100万円-300万円	300万円-1,000万円以上
ドラマ型・ストーリーCM	300万円-1,000万円	1,000万円-3,000万円	3,000万円-1億円以上
映画 (邦画・長編/参考)	1,000万円-5,000万円	5,000万円-3億円	3億円-10億円以上

費用相場の解説

動画制作の費用は、単に「動画の尺」や「撮影時間」だけで決まるものではありません。実際には、企画設計、撮影体制、出演者の有無、編集・演出の複雑さ、ナレーション・BGM・字幕・CGの有無、さらに広告配信や SNS 運用まで含めるかによって大きく変動します。

低価格帯

既存素材の活用、短時間の撮影、簡易編集、テンプレート的な構成が中心です。費用は抑えやすい一方で、企画設計、ブランド戦略、細かな演出、複数回の修正、撮影場所や出演者の手配などは含まれない、または最小限に限られる場合が多くなります。

中価格帯

企画構成、撮影、編集、テロップ、ナレーション、簡単なアニメーションなどを組み合わせ、企業紹介・商品紹介・採用動画・Web CM などに対応しやすい価格帯です。多くの企業にとって、実用性と品質のバランスが取りやすいのはこの層です。

高価格帯

単なる動画制作ではなく、ブランド戦略、ストーリー設計、複数日の撮影、プロのキャスト・スタッフの起用、スタジオやロケ地の手配、CG・VFX、広告展開、SNS活用、PR設計などが加わります。高価格帯は「高い動画」ではなく、企業や自治体のメッセージを社会にどう届けるかまで設計する総合的なコミュニケーション施策として考える必要があります。

種類別の費用相場 詳細

① 会社・事業紹介動画

- ・ 30万円-150万円：社内素材、短時間撮影、簡易インタビュー、基本編集を中心とした動画。会社概要や採用ページの補助には使いやすいが、印象設計は限定的。
- ・ 150万円-500万円：構成案作成、社員インタビュー、オフィス・現場撮影、ナレーション、テロップ、BGMまで含む標準的な制作。
- ・ 500万円-1,500万円以上：企業理念、歴史、代表メッセージ、顧客・社会への価値まで含めて設計するブランディング寄りの映像。複数拠点撮影や演出、PR活用を含む。

② 商品・サービス紹介動画

- ・ 30万円-150万円：既存写真・画面キャプチャ・簡易撮影を用いた説明動画。機能説明には向くが、認知獲得や購買意欲形成には限界がある。
- ・ 150万円-500万円：商品撮影、利用シーン、ユーザー課題、導入メリットを構成化した動画。BtoBサービス、SaaS、自治体施策にも適用しやすい。
- ・ 500万円-1,500万円以上：演者、ロケ、CG、モーショングラフィックス、広告配信を前提にした設計。サービスの世界観やブランド価値まで伝える。

③ 採用・インタビュー動画

- ・ 30万円-100万円：1日以内の撮影、社員インタビュー、簡易編集。採用サイトや説明会での補助資料向け。
- ・ 100万円-300万円：職種別インタビュー、職場風景、代表・人事メッセージなどを組み合わせた採用広報向け。
- ・ 300万円-800万円以上：採用ブランディング、複数職種・複数拠点、SNS短尺展開まで含む。企業文化を伝える設計が中心。

④ セミナー・イベント動画

- ・ 10万円-30万円：1-2カメラでの記録撮影と簡易編集。アーカイブ用途が中心。
- ・ 30万円-80万円：複数カメラ、スライド挿入、テロップ、音声調整を含む。社内外への共有に耐える品質。
- ・ 80万円-200万円以上：ダイジェスト、登壇者インタビュー、SNS用切り出し、広報素材化まで含む。イベントのPR活用を前提にする。

⑤ SNS動画 (TikTok・Instagram等)

- ・ 5万円-30万円：短尺1-数本、スマホ撮影または既存素材編集。運用設計や分析は基本的に含まれない。
- ・ 30万円-100万円：縦型動画の企画、撮影、編集を複数本制作。媒体特性に合わせたフックやテンポ設計を含む。
- ・ 100万円-300万円以上：SNSキャンペーン、広告配信、投稿設計、分析改善まで含む。単発動画ではなく運用施策として設計する。

⑥ Web CM (6-60秒)

- ・ 50万円-300万円：シンプルな構成、少人数撮影、ナレーション・テロップ中心。広告配信費は別途。
- ・ 300万円-1,000万円：演者、ロケ、美術、複数パターン編集、SNS・YouTube広告展開を想定した制作。
- ・ 1,000万円以上：著名キャスト、大規模ロケ、CG/VFX、ブランドキャンペーン、PR展開を含む。制作費と広告費を分けて管理する必要がある。

⑦ ブランディング映像 (1-3分)

- ・ 100万円-300万円：ブランドストーリーを簡潔にまとめる映像。インタビューと現場映像を中心に構成。
- ・ 300万円-800万円：コンセプト開発、コピー、演出、複数日撮影、音楽・ナレーション設計を含む。

- ・ 800 万円-3,000 万円以上：企業・自治体の理念や社会的意義を、映画的な構成やキャンペーン設計と接続して表現する。

⑧ TV CM (15-30 秒)

- ・ 100 万円-500 万円：ローカル放送や小規模制作向け。制作費のみの目安であり、放映費は別途。
- ・ 500 万円-1,500 万円：企画、撮影、編集、MA、ナレーション、キャスト起用を含む標準的な CM 制作。
- ・ 1,500 万円-5,000 万円以上：著名タレント、大規模撮影、CG/VFX、広告代理店・PR 会社を含む体制。タレント契約や放映量により総額は大きく変動する。

⑨ アニメーション

- ・ 30 万円-100 万円：図解、アイコン、簡易モーショングラフィックス。説明動画やサービス紹介に向く。
- ・ 100 万円-300 万円：キャラクター、複雑な図解、短尺 3D、ナレーションを含む本格的な構成。
- ・ 300 万円-1,000 万円以上：フルアニメーション、3DCG、広告品質の演出。作画量・尺・修正範囲により大きく変動する。

⑩ ドラマ型・ストーリーCM

- ・ 300 万円-1,000 万円：短尺のドラマ仕立て、少人数キャスト、限られたロケ地での制作。
- ・ 1,000 万円-3,000 万円：脚本、演出、プロキャスト、複数ロケ、広告展開を想定した制作。
- ・ 3,000 万円-1 億円以上：シリーズ化、大規模セット、著名キャスト、映画的演出を含む。TNC の強みを出しやすいが、見積もりは個別設計が必要。

⑪ 映画 (邦画・長編/参考)

- ・ 1,000 万円-5,000 万円：低予算映画、限定上映、インディペンデント映画。
- ・ 5,000 万円-3 億円：一般的な商業映画、全国上映や配信展開を想定。
- ・ 3 億円-10 億円以上：大規模映画、著名キャスト・スタッフ、宣伝展開を含む。企業向け動画制作とは性質が異なるため参考値とする。

依頼先別の費用相場

映像制作の費用は、依頼先によって大きく変わります。単純に「安い・高い」で選ぶのではなく、どの工程まで任せたいのか、企画や PR 設計まで必要なのかを基準に判断することが重要です。

依頼先	費用相場	向いている依頼	注意点
個人・フリーランス	5 万円-50 万円	撮影のみ、編集のみ、SNS 短尺、簡易記録	企画、進行管理、権利処理、複数スタッフ手配は発注者側の負担になりやすい。
小規模制作チーム	30 万円-150 万円	会社紹介、採用動画、簡易 Web CM	品質は実績と担当者に左右される。修正範囲と納品形式の確認が必要。
映像制作会社	100 万円-800 万円	企画から撮影・編集・納品まで一括依頼	目的整理、構成案、撮影体制まで任せやすい。得意領域の確認が重要。
広告・映像プロダクション	500 万円-3,000 万円以上	Web CM、TV CM、ブランド映像、ドラマ型 CM	演出・制作体制は強いが、広告運用や PR 設計は別会社と組む場合もある。
広告代理店・PR 会社	300 万円-数億円	メディア出稿、キャンペーン、PR、SNS 運用込み	動画制作自体は外部委託が多い。代理店手数料、媒体費、PR 費を分けて把握する必要がある。

費用を抑えるコツ

費用を抑える際は、単に制作費を削るのではなく、成果に影響しにくい部分を整理することが重要です。過度に安くしようとすると、企画、撮影、編集、権利処理、修正対応のいずれかに無理が出やすくなります。

- ・ 目的を一つに絞る：認知拡大、採用、販促、説明、SNS 運用など、目的が増えるほど構成と制作工数は増えます。
- ・ 撮影日数を短くする：撮影場所や出演者を絞り、1 日で撮り切れる設計にすると費用を抑えやすくなります。
- ・ 自社素材を整理して提供する：写真、ロゴ、既存映像、資料、過去の PR 文などが揃っていると、構成・編集の効率が上がります。
- ・ 出演者を社内で調整する：プロのキャストや著名人を起用しない場合、費用を大きく抑えられます。

- ・納品本数と展開先を事前に決める：YouTube、SNS、展示会、営業資料など、用途ごとに必要な尺や比率を先に決めると無駄な再編集を避けられます。
- ・修正回数を明確にする：無制限修正はコスト増の原因になります。初稿、2稿、最終稿などの確認手順を決めることが重要です。
- ・広告配信費・PR費を制作費と分けて考える：制作費を削りすぎるより、配信・運用とのバランスを取る方が成果につながる場合があります。

制作依頼の手順とポイント

映像制作をスムーズに進めるためには、制作会社に相談する前に、目的、ターゲット、予算、納期、活用先を整理しておくことが大切です。

① 目的とターゲットを明確にする

- ・ブランド認知、販促、採用、教育・研修、自治体PRなど、映像の目的を決めます。
- ・届けたい相手を具体化します。BtoBかBtoCか、既存顧客か新規顧客かによって、映像のトーンや構成は変わります。

② 成果指標と活用先を決める

- ・Webサイト、SNS、広告、営業資料、展示会、テレビCMなど、活用先に応じて尺・画角・表現を決めます。
- ・再生数、問い合わせ数、採用応募数、認知向上、商談化など、成果の見方を事前に整理します。

③ 予算と納期を共有する

- ・上限予算と優先順位を共有すると、現実的な提案を受けやすくなります。
- ・撮影日、初稿提出日、修正期間、公開日を逆算して進行します。

④ 制作会社・依頼先を選定する

- ・作りたい映像に近い実績があるかを確認します。
- ・安さだけでなく、企画力、進行管理、権利処理、PR・SNS展開への理解を確認します。

⑤ 企画・構成を決める

- ・コンセプト、メッセージ、尺、シナリオ、出演者、撮影場所、トーン、納品形式を決定します。
- ・この段階の精度が低いと、撮影後の修正では解決できないズレが生じます。

⑥ 見積もりの内訳を確認する

- ・企画費、撮影費、編集費、MA、ナレーション、BGM、CG、交通費、キャスティング費、修正回数、権利処理を分けて確認します。
- ・広告配信費、テレビ放映費、PR費、SNS運用費が含まれているか、別途かを必ず確認します。

⑦ 納品後の活用・改善まで考える

- ・完成した動画をどこで、誰に、どのタイミングで届けるのかを設計します。
- ・SNS用の短尺版、サムネイル、字幕、縦型・横型の展開まで考えると、一本の動画の価値を高められます。

依頼時の重要ポイントまとめ

- ・価格だけで比較せず、「どの工程まで含まれるか」を確認する。
- ・低価格帯は、目的が限定されることを前提に活用する。
- ・高価格帯は、動画制作費ではなく、ブランド・PR・広告・SNSを含むコミュニケーション施策として考える。
- ・撮影・編集だけでなく、企画・構成・ストーリー設計の品質が成果を左右する。
- ・広告配信費、テレビ放映費、タレント費、権利処理費は制作費と分けて確認する。
- ・複数社から見積もりを取る場合は、同じ条件で比較する。
- ・最終的には、安さではなく「目的に対して必要な制作体制か」で判断する。

Tokyo New Cinema

Tokyo New Cinema は、映画づくりを通じて培った構成力、演出力、感情設計をもとに、企業の価値を発見し、言語化し、社会へ届ける会社です。

映像制作に加え、ナラティブ戦略、AI 活用、PR、SNS 運用を組み合わせ、企業の価値が継続的に伝わる発信設計を支援します。

制作実績はこちら：<https://tokyonecinema.com/>

参考情報

- ・動画制作会社各社が公開している費用相場情報（会社紹介動画、Web CM、採用動画、アニメーション等）。
- ・テレビ CM に関する公開情報（制作費、放映費、出演料、企画・撮影・編集費の内訳等）。