

補足資料③：ご提案料金の考え方（価格の正当化ロジック）

我々の最大の提供価値は、経営者である斎藤様の「時間」を創出し、事業の根幹をなす業務に再投資していただくことです。

月額費用は「コスト」ではなく、ご自身の時間を最も価値の高い活動に集中させるための「戦略的投資」と捉えていただければ幸いです。

経営者の「時間的投資対効果」

- 前提

- 動画は週4本（月16本）制作する新体制を想定します。
- 経営者の時間価値を、機会費用として「時給10,000円」と仮定します。

- 工数比較シミュレーション（月間）

工程	専門家（我々）なしの場合（試算）	専門家（我々）ありの場合
	斎藤様	斎藤様 我々
戦略・企画	20時間	4時間 20時間
制作準備・台本	32時間	8時間 32時間
撮影・ディレクション	24時間	24時間 24時間
編集管理・分析	24時間	8時間 80時間
合計工数	100時間	44時間 156時間

- 結論：時間的投資対効果（ROI）

- 創出される時間:** 我々の支援により、斎藤様はYouTube関連業務から**月間56時間 (=100h - 44h)** 解放されます。
- 時間の金銭価値:** 創出された56時間に時給10,000円を掛けると、その価値は**月間560,000円**に相当します。
- 総括:** 我々への月額固定費（30万円）は、**創出される時間価値（56万円）の約半額**で専門家チームを雇用するための、極めて合理的な経営判断と言えます。