

企業向けInstagram運用 スタート研修



自社でInstagramを始めるための基礎理解と実践準備

法人向け研修

自社でInstagram運用を始めるための**実践準備**を行います。
認知拡大、信頼構築、営業支援に役立つ発信基盤を整えます。

対象者

法人の一般社員、広報担当者、現場担当者
今後Instagram運用に関わる可能性のある社員

30分×22項目

合計11時間

初月運用体制



会社紹介

株式会社Ankuについて



基本情報

会社名 株式会社Anku

所在地 京都府福知山市大江町夏間227-19

代表者 兼本博行



沿革

創業 1998年6月

設立 2004年4月

事業形態 デザインプロダクション



事業領域



グラフィック
デザイン



WEB制作



動画・
YouTube



SNS・
プロモーション



事業概要

企業の魅力を「伝わる形」に整えるプロモーション支援



グラフィック デザイン

会社案内・チラシ
ロゴ・パッケージ
ブランディング
印刷物デザイン



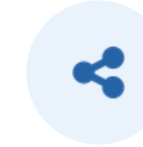
WEB制作

企業サイト制作
LP・ECサイト
UI/UX設計
レスポンス対応



動画・ YouTube

企業紹介動画
商品紹介動画
ブランド動画
YouTube運用



SNS・ プロモーション

SNS運用支援
情報発信設計
コンテンツ制作
プロモーション

デザイン・WEB・動画・SNSを横断して支援



デザイン

WEB

動画

SNS



株式会社Anku

デザインプロダクション

企業Instagram活用の必要性

企業発信の選択肢としてInstagramを活用し
認知拡大や信頼構築につながる発信基盤を整える

認知拡大

企業発信の選択肢としてInstagramを
活用し、認知拡大や信頼構築に
つながる発信基盤を整える

信頼構築

企業の魅力を「伝わる形」に整え
採用活動や営業支援に役立つ
発信基盤を構築する

設計の重要性

始める前の設計が運用継続を
左右するため
目的、相手、内容、進め方を最初に
明確にする



ゴール

企業が自社でInstagramを活用できる状態をつくる

- ✓ **Instagram活用の理解**
Instagramは企業の発信基盤として活用できる
- ✓ **認知拡大・信頼構築**
認知拡大、採用活動、信頼構築、営業支援に役立つ
- ✓ **発信対象の整理**
何を誰に発信するかを整理する必要がある
- ✓ **段階的整理**
目的設計から初月運用体制まで段階的に整理する
- ✓ **失敗を防ぐ準備**
始めるための準備を研修で行う



目的設計

目標・対象者を明確に定義



発信テーマ

コンテンツ方向性を決定



初回投稿

企画・制作を実行



アカウント開設

投稿準備を整える



初月運用

運用体制を確立

30分×22項目

合計11時間

初月運用体制

詳細は次ページから



企業のInstagram運用は、始める前の設計で成果が変わる

運用前に明確にすべきこと



設計不足の状態

- ❗ とりあえず始めると投稿内容が曖昧になる
- ❗ 誰に向けた動画なのかが不明確になりやすい
- ❗ 投稿テーマが続かず、数本で止まりやすい
- ❗ 担当者個人に依存すると社内運用として定着しにくい



設計済みの状態

- ✓ 目的を明確に定義し、目標を設定する
- ✓ 相手（ターゲット）を明確に特定する
- ✓ 内容を企画し、投稿テーマを決定する
- ✓ 進め方を設計し、運用体制を整える



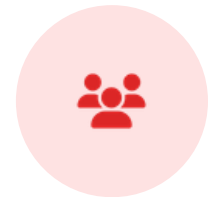
Instagram運用で起きやすい失敗

運用が止まる企業に共通するパターン



目的が曖昧

目的が曖昧なまま
始めてしまう



ターゲット 不明確

全員向けの発信になり
誰にも刺さらない



参考アカウント 未確認

参考アカウントを見ずに
進めてしまう



社内確認 ルールなし

社内確認ルールがなく
投稿前に止まってしまう



初月計画 なし

初月の投稿計画がなく
継続できない



研修構成：30分×22項目、合計11時間

運用を始めるための基礎理解と実践準備

30分

×22項目

11時間

合計

3シート

成果物



企業におけるInstagram活用例

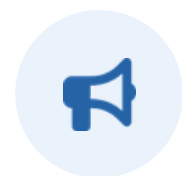
目的によって活用の方向性は変わる



採用向け

社内の雰囲気や仕事内容を発信し、採用活動を支援。
企業文化や働き方を視覚的に伝える。

採用・人材



広報向け

会社の取り組みや想いを発信し、企業イメージを向上。
ブランド価値を構築する。

広報・PR



営業支援向け

FAQや導入事例を動画化し、営業活動を効率化。
説明コストを削減する。

営業支援



店舗集客向け

店舗の雰囲気や商品紹介を発信し、来店を促進。
地域密着型のマーケティング。

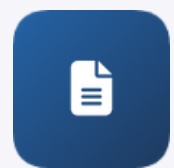
集客・販促



既存顧客向け

使い方や活用ノウハウを発信し、顧客満足度を向上。
リピートを促進する。

顧客維持



研修で作成する3つの成果物

研修後に社内で使えるたたき台を残す



自社Instagram 活用方針シート

自社のInstagram活用目的・対象者
内容方向性を明確に整理するためのシート

- ✓ 目的・目標の明確化
- ✓ ターゲットの特定
- ✓ 内容方向性の決定



初回投稿 企画シート

初回投稿の企画案を作成し、具体的な
制作準備を進めるためのシート

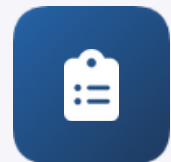
- ✓ 企画案の作成
- ✓ 制作準備の整理
- ✓ スケジュールの設定



初月運用 体制シート

初月の運用体制と役割分担を明確にし
継続的な運用を可能にするシート

- ✓ 役割分担の明確化
- ✓ 運用フローの確立
- ✓ 継続可能な体制構築



研修概要

30分×22項目、合計11時間で構成



30分×22項目

合計11時間の充実した研修内容



研修基本情報

研修名

**企業向けInstagram
運用スタート研修**

対象者

**法人の一般社員、広報担当者、
現場担当者**

研修時間

30分×22項目

合計11時間

研修形式

講義20～25分、ワーク5～10分

✓ 毎回シートに記入し、自社の状況に置き換える

✓ 知識習得だけでなく、実行準備まで行う



研修内容の特徴

✓ **目的設計から初月運用体制まで段階的に整理**

運用を始めるための準備を研修で行う

✓ **社員全体が共通理解を持つための研修**

一般社員にも伝わる内容で共通認識をつくる

✓ **3つの成果物を作成**

活用方針シート、初回動画企画シート、初月運用体制シート

カリキュラム内容 (標準学習時間：11時間) オンライン リモート研修

No	開催日時	項目	時間	内容
1	例) 2026年〇月〇日 〇時～〇時	研修目的・到達目標およびInstagram活用の基礎理解	30分	本研修全体の目的と到達目標を共有し、Instagramが企業発信に適している理由や、他SNSとの違いについて基礎的に理解する
2		法人におけるInstagram活用目的と代表的な失敗事例	30分	認知拡大、採用、信頼構築、来店促進、問い合わせ獲得など、企業がInstagramを活用する主な目的を整理するとともに、運用が止まりやすい企業の共通点や、失敗を防ぐために初期段階で決めておくべきことを学ぶ
3		Instagram主要機能の特徴理解と企業における使い分け	30分	フィード、リール、ストーリーズ、ハイライトの違いを理解し、それぞれをどのような目的で活用するのか、企業としての基本的な使い分けを学ぶ
4		自社におけるInstagram活用目的の明確化	30分	なぜ自社がInstagramを活用するのかを整理し、ホームページや他SNSとの役割の違いも踏まえながら、社内で共有しやすい目的の形にまとめる
5		ターゲットの設定	30分	全員向けの発信が失敗しやすい理由を理解し、お客様、求職者、既存顧客など、どの相手に情報を届けたいのかを具体化する
6		自社の強みと発信価値の整理	30分	自社ならではの強みを洗い出し、お客様が知りたいこととどう結びつけるか、Instagramに適した発信価値は何かを整理する
7		業種別・目的別Instagram活用事例の把握	30分	採用向け、広報向け、来店促進向け、営業支援向けなど、目的別の活用事例を確認し、自社に近い活用イメージを持てるようにする
8		参考アカウントの選定と分析視点の理解	30分	参考にするアカウントをどのように探し、どのような観点で分析すべきかを学び、プロフィール、投稿内容、見せ方、更新頻度、世界観の統一感など確認すべきポイントを整理する
9		自社アカウント方針の設計	30分	誰に、何を、どのような雰囲気で届けるのかを考え、自社アカウントの方向性を整理し、方向性が曖昧なまま運用した場合に起こりやすい問題についても理解する
10		発信テーマの設定	30分	テーマを広げすぎない工夫や、継続しやすいテーマの条件を理解し、企業として発信しやすいテーマを整理する
11		発信テーマの優先順位整理	30分	設定した発信テーマの中から、出しやすさ、見込み顧客への有用性、社内承認のしやすさなどを踏まえて優先順位を整理する

No	開催日時	項目	時間	内容
12		投稿ネタ抽出の基本	30分	お客様からの質問、現場での会話、社内ノウハウ、商品やサービスの魅力などを活かしながら、投稿ネタの考え方を学ぶ
13		継続運用を見据えたネタ展開の考え方	30分	1つのテーマを分解する方法や、シリーズ化の考え方を学び、継続しやすい発信の広げ方を整理する
14		プロフィール設計の基本	30分	アカウント名、名前欄、プロフィール文、リンク、ハイライトなど、初見の人に伝わりやすいプロフィールの作り方を学ぶ
15		アカウント導線設計の基本	30分	プロフィールから何に誘導するのか、どの投稿からどの行動につなげるのか、問い合わせ、来店、採用応募などへの導線の考え方を整理する
16		投稿デザインと世界観設計の基本	30分	画像や動画の見せ方、トーンの統一、企業アカウントとしての見え方など、発信全体の印象を整える基本を学ぶ
17		初回投稿テーマの選定	30分	最初の投稿として取り組みやすい内容や、避けた方がよいテーマ、社内で合意しやすい企画条件を学ぶ
18		投稿構成・キャプション・CTA設計の基本	30分	1投稿の流れ、カルーセル投稿の組み立て、リールの簡単な流れ、読みやすいキャプション、行動につなげるCTAの考え方を整理する
19		初回投稿企画案の具体化	30分	初回投稿のテーマ、形式、構成、キャプションの方向性、必要な素材などをまとめ、初回投稿企画のたたき台を作成する
20		著作権・肖像権・炎上防止および社内確認フローの理解	30分	画像、動画、音楽の扱い方や無断使用のリスク、顧客情報や社内写真の注意点、誤解を生まない表現、投稿前の社内確認フローについて整理する
21		複数人運用・担当変更対応および継続運用設計	30分	個人依存を防ぐ考え方や、複数人で運用する際の注意点、異動や退職があっても困らない管理方法、素材集めや投稿作成の負荷を下げる工夫について学ぶ
22		アカウント開設、初月運用体制、改善指標の基礎理解	30分	Instagramアカウント開設の流れ、ビジネスアカウント設定、初回投稿までの流れ、最初の1か月での役割分担、運用開始後に確認すべき数値と振り返りの基本を整理する

【特記事項】

- ・全22項目、各30分の研修です。
- ・Instagram初心者でも理解しやすい内容です。
- ・自社アカウントの方針、投稿企画、初月運用体制まで整理します。
- ・著作権、肖像権、炎上防止、社内確認フローも学びます。
- ・受講後、社内でInstagram運用を始めるためのたたき台が残ります。



サービス費用

企業向けInstagram運用スタート研修



研修概要

研修名

企業向けInstagram運用スタート研修

研修時間

30分×22項目

合計11時間

対象者

法人の一般社員、広報担当者、現場担当者

研修形式

講義20～25分、ワーク5～10分



成果物

活用方針シート

自社Instagram活用の方向性

初回投稿企画シート

具体的な企画案

初月運用体制シート

運用体制の確立

料金

400,000円

/1名（税込）

✓ 30分×22項目（合計11時間）

✓ 3つの成果物

✓ 契約期間：3か月