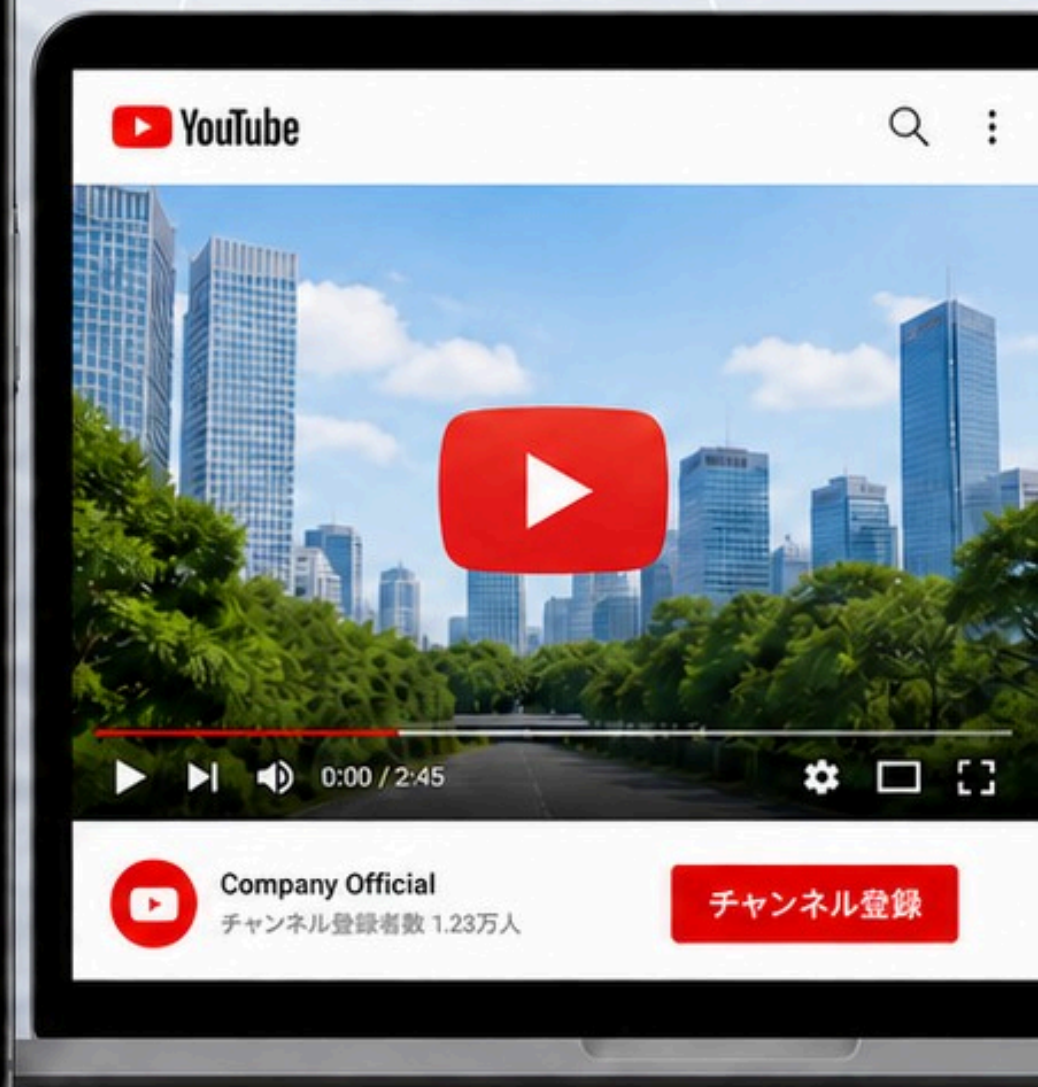


SNS

(YouTube・Instagram)

導入研修

企業の魅力を伝え、
認知拡大・信頼構築・問い合わせ導線につなげる



法人向け研修

中小企業の社員向けに、YouTube・Instagramの基礎理解から初回投稿・初回動画・初月運用までをわかりやすく学べる実践型研修です。



対象者

一般社員、広報担当、現場担当、採用担当、店舗スタッフ、今後SNS運用に関わる可能性のある社員

🕒 30分×22項目

📊 合計11時間

✅ 実践型カリキュラム



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



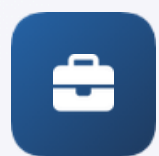
WEB制作



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



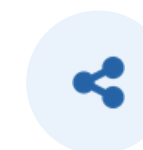
WEB制作

企業サイト制作
LP・ECサイト
UI/UX設計
レスポンシブ対応



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

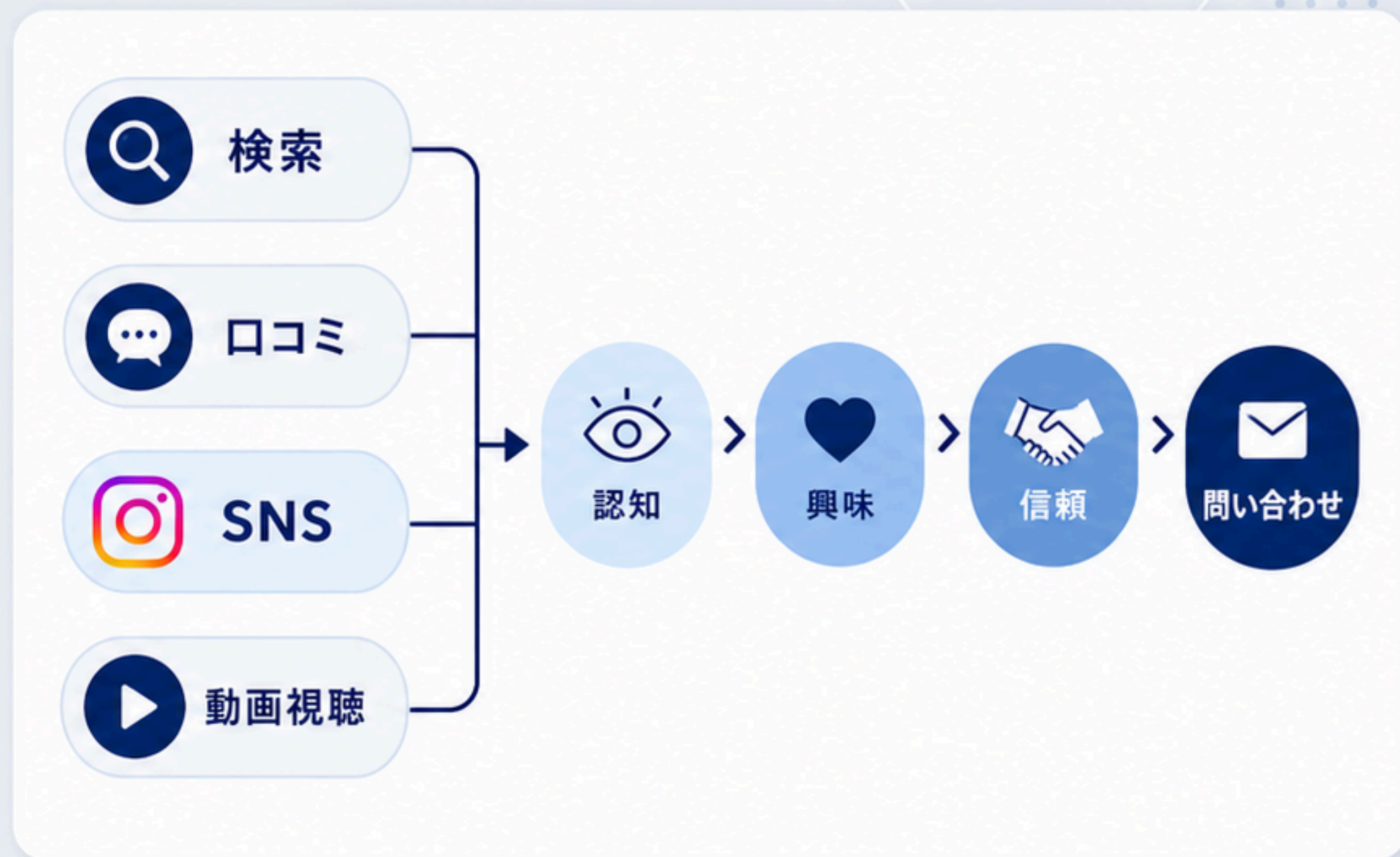
SNS運用支援
情報発信設計
コンテンツ制作
プロモーション

デザイン・WEB・動画・SNSを横断して支援



なぜ今、 企業SNSなのか

- ✓ 商品やサービスを調べる手段が多様化している
- ✓ 企業の雰囲気や人柄も、選ばれる理由になっている
- ✓ SNSは、認知・信頼・問い合わせをつなぐ重要な接点に



企業の魅力を伝える手段として、
SNS活用の重要性が高まっています



こんなお悩みはありませんか？



SNSを始めたいが、
何から始めれば
いいかわからない



投稿内容が
思いつかない



動画作成の
ハードルが高い



継続できる
運用体制がない



発信しても
問い合わせに
つながらない



**SNSは、感覚で運用するのではなく、
目的と型を決めることで続けやすくなります**

YouTube・Instagramでできること



商品・サービス紹介



店舗や会社の
雰囲気発信



スタッフ紹介



お客様の不安解消



採用・人材発信



問い合わせ
導線づくり



Instagram

写真・短尺発信が得意



写真



リール



ストーリーズ

日常の魅力や雰囲気を、すばやく・気軽に届ける



YouTube

動画・深い理解が得意



動画



長尺動画



再生リスト

詳しい情報や想いを、しっかり・じっくり伝える



企業の魅力を、写真・動画・文章でわかりやすく伝えられます

SNS活用は、企業に広がっています

SNSやYouTubeは、企業の情報発信・認知拡大・顧客接点づくりに活用されています

企業全体のSNS活用率



企業の40.8%が、社外向けの広報・販促ツールとしてSNSを活用

中小企業のSNS活用率



中小企業でも40.5%がSNSを活用

個人消費関連業種のSNS活用率

74.6%

個人消費関連業種では74.6%まで高まっています



66%

YouTubeチャンネルを持つ中小企業が「収益の拡大に役立った」と回答



74%

YouTubeチャンネルを持つ中小企業が「新しい視聴者へのリーチを通じて、顧客基盤の拡大に役立った」と回答



多くの企業が、SNSやYouTubeを認知拡大・顧客接点づくり・収益拡大に活かしています

研修の目的

「なんとなく投稿する」から

「目的を持って発信できる」状態へ

- ✓ YouTube・Instagramの役割を理解する
- ✓ 自社に合った発信テーマを整理する
- ✓ 初回投稿・初回動画・初月運用まで進められる状態を目指す



SNS運用で
目指す成果



認知

自社やサービスを知ってもらえる



信頼

価値や想いが伝わり信頼につながる



問い合わせ

興味・関心を持った人が問い合わせしてくれる

研修で身につく力



SNSの基本理解

SNSの仕組みや特徴、ユーザー行動を理解できます。



発信テーマ設計

自社の強みや顧客視点をもとに、発信テーマを設計できます。



投稿ネタの作り方

日常業務から発信につながる投稿ネタを見つける方法を学びます。



Instagram投稿作成

フィード・ストーリーズの作成方法や、写真・文章のコツを習得します。



YouTube動画企画

動画の企画・構成の考え方や、視聴される動画のポイントを学びます。



初月運用ルール作成

投稿頻度や担当体制など、初月の運用ルールを作成します。



初心者でも、実際の投稿・動画作成まで進められるように学びます

研修後のゴール







研修を通じて、SNS運用の「最初の一步」から「継続運用」までを実現します

研修前（よくある状態）

- ? 何を発信すればいいかわからない
- ? 初回投稿がなかなか作れない
- ? 動画の企画が思いつかない
- ? 投稿ネタが続かず、止まってしまう
- ? 運用の計画が立てられない
- ? 問い合わせや信頼につながっていない



研修後（目指すゴール）

- ✓ 自社に合ったSNS活用目的を整理できる 
- ✓ Instagramの初回投稿を作成できる 
- ✓ YouTubeの初回動画企画を作成できる 
- ✓ 投稿ネタを継続的に考えられる 
- ✓ 初月の運用スケジュールを立てられる 
- ✓ 問い合わせや信頼構築につながる導線を考えられる 



SNSを「とりあえず始める」のではなく、継続して活用できる状態へ

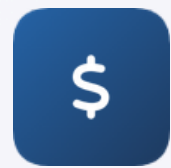
カリキュラム内容（標準学習時間：11時間） オンライン リモート研修

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・到達目標の共有	30分	本研修の目的を共有し、YouTubeとInstagramを活用して自社の情報発信を始めるための全体像を理解する。
2		YouTubeとInstagramの役割の違い	30分	YouTubeは深い理解・検索・資産化に強く、Instagramは認知・接触頻度・世界観づくりに強いことを理解する。
3		法人SNS活用の目的と失敗パターン	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の目的を整理し、運用が止まりやすい企業の共通点を学ぶ。
4		自社のSNS活用目的の明確化	30分	なぜ自社がSNSを活用するのかを整理し、ホームページや他媒体との役割の違いも踏まえて目的を言語化する。
5		ターゲット設定	30分	お客様、求職者、既存顧客、取引先など、誰に届ける発信なのかを明確にする。
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、現場の知見、顧客にとって有益な情報を洗い出し、SNSで発信すべき価値に変換する。
7		参考アカウント・参考チャンネルの分析	30分	参考にする企業アカウントやチャンネルを選び、発信内容、見せ方、更新頻度、導線などの分析視点を学ぶ。
8		発信方針・発信テーマの設計	30分	誰に、何を、どのような雰囲気届けるのかを整理し、継続しやすい発信テーマを設定する。
9		YouTubeチャンネル設計の基本	30分	チャンネル名、概要、アイコン、バナー、チャンネルの見せ方など、開設前に決めるべき基本項目を整理する。
10		YouTube初回動画テーマの選定	30分	最初の1本として取り組みやすいテーマ、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。
11		視聴維持率を意識した動画構成	30分	冒頭、本題、締めの流れを整理し、初心者でも作りやすい動画構成を学ぶ。

No	開催日時	項目	時間	内容
12		タイトル・サムネイル設計	30分	検索されやすく、興味を引きやすいタイトルの考え方と、クリックされやすいサムネイルの基本を学ぶ。
13		Instagram主要機能の役割理解と優先順位整理	30分	フィード、リール、ストーリーズ、ハイライトの役割を理解し、自社が最初に優先すべき機能を整理する。
14		プロフィール・ハイライト設計	30分	アカウント名、名前欄、プロフィール文、リンク、ハイライトを整え、初見の人に伝わりやすいプロフィールを設計する。
15		Instagram初回投稿テーマの選定	30分	最初に取り組みやすい投稿テーマを選び、フィード、リール、ストーリーズなど、目的に合わせた表現を考える。
16		投稿構成・キャプション・CTA設計	30分	カルーセル投稿の流れ、リールの簡単な構成、読みやすいキャプション、行動につなげるCTAの考え方を学ぶ。
17		YouTubeとInstagramの役割分担設計	30分	それぞれの強みを踏まえ、YouTubeとInstagramの役割を分けて運用する方法を学ぶ。
18		媒体特性に合わせたテーマ展開と導線設計	30分	YouTubeでは深く、Instagramでは短く興味を持ってもらうなど、媒体特性に合わせて見せ方を変える考え方を学ぶ。
19		著作権・肖像権・炎上防止の基本	30分	画像、動画、音楽、顧客情報、社内写真の扱い方を学び、企業発信で守るべき注意点を理解する。
20		投稿前確認と社内共有ルール	30分	誰が作るか、誰が確認するか、どこに素材を保存するか、公開前に何を確認するかを整理する。
21		初月運用スケジュールの作成	30分	初回動画・初回投稿までの流れ、投稿頻度、役割分担、確認タイミングを整理し、初月の運用計画を作成する。
22		成果物の確認と次回アクション整理	30分	初回動画案、初回投稿案、初月運用計画の改善点と、研修後に実行する次の行動を整理する。

【研修概要】

- YouTubeとInstagramの役割理解から、自社活用目的、テーマ設計、初回動画・初回投稿企画、初月運用計画までを整理する研修
- 企業SNSをこれから始める初心者向けに、共通戦略・媒体別設計・連携設計・リスク管理を段階的に学べる構成
- 到達目標：自社のSNS活用目的を明確化し、初回動画案・初回投稿案・初月運用スケジュールを作成できるようになる



サービス費用

企業向けSNS (YouTube・Instagram) 運用スタート研修



研修概要

研修名

企業向けSNS (YouTube・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SNS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