

# 企業向けYouTube運用 スタート研修



自社でYouTube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YouTube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YouTube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



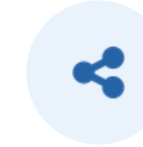
### WEB制作

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



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YouTube活用の必要性

企業発信の選択肢としてYouTube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YouTube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YouTubeを活用できる状態をつくる

## ✓ YouTube活用の理解

YouTube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



### 初回動画

企画・制作を  
実行



### チャンネル開設

公開準備を  
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YouTube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



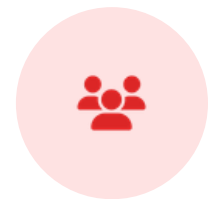
# YouTube運用で起きやすい失敗

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



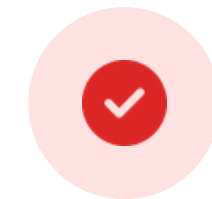
## ターゲット 不明確

全員向けの発信になり  
誰にも刺さらない



## 参考チャンネル 未確認

参考チャンネルを見ずに  
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  
公開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



# 研修後に、社内で動き出せる状態をつくる

知識習得だけでなく、実行準備まで行う

## × 研修前の状態

- ? YouTube活用の意味が不明確
- ? 発信する目的と対象者が整理できていない
- ? チャンネルの方向性が言語化できていない
- ? 発信テーマや初回動画の企画が曖昧
- ? 初回投稿までの流れと役割分担が不明確

## ✓ 研修後の状態

- ✓ YouTube活用の意味を理解できる
- ✓ 自社で発信する目的と対象者を整理できる
- ✓ チャンネルの方向性を言語化できる
- ✓ 発信テーマや初回動画の企画を考えられる
- ✓ 初回投稿までの流れと役割分担を明確にできる

研修前



研修後



# 企業におけるYouTube活用例

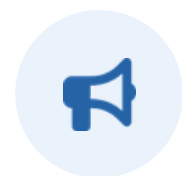
目的によって活用の方向性は変わる



## 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。

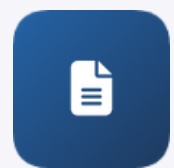
集客・販促



## 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YouTube 活用方針シート

自社のYouTube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



## 初回動画 企画シート

初回動画の企画案を作成し、具体的な  
制作準備を進めるためのシート

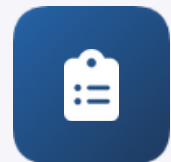
- ✓ 企画案の作成
- ✓ 制作準備の整理
- ✓ スケジュールの設定



## 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YouTube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**

✓ 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**

失敗なく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	YouTube活用の全体像	30分	本研修で何をを目指すのかを共有し、YouTubeが企業発信に向いている理由や、他SNSとの違いを簡単に理解する。
2		目的設定と失敗パターン	30分	企業がYouTubeを使う主な目的を整理し、間違っても止まってしまう企業の共通点や、失敗しないために最初に決めるべきことを学ぶ。
3		YouTube導入の必要性	30分	なぜ自社がYouTube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、社内で説明しやすい目的の伝え方を学ぶ。
4		ターゲットの明確化	30分	「全員向け」の罠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、どの相手に見てほしいのかを具体化する。
5		自社の強みと価値提供	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どうつなげるか動画に向いている情報は何かを整理する。
6		業種・目的別の成功パターン	30分	採用向け、企業向け、営業支援向け、店舗集客向けなど、目的別の活用事例を確認し、自社に近い使い方のイメージを持てるようにする。
7		競合リサーチ、ベンチマーク設定と分析	30分	参考にするチャンネルをどのように探し、何を見ればいいのかを学ぶ。チャンネル名、登録者数、再生方、投稿頻度などの四つのポイントを整理する。
8		コンセプト設計	30分	誰に、何を、どのような雰囲気届けるかを考え、自社チャンネルの方向性を整理し、方向性が曖昧なまま運用すると何が起きるのかも理解する。
9		コンテンツ設計	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、会社として発信しやすいテーマを整理する。
10		発信内容のブラッシュアップ	30分	発信テーマの中から、まず出しやすいもの、視聴者に役立つもの、社内で話しやすいものを整理し、優先順位をつける。
11		継続的なネタ出し手法	30分	お客様からの質問、営業現場での会話、社内ノウハウなどを活かしながら、動画ネタの考え方を学ぶ。

No	開催日時	項目	時間	内容
12		企画の拡張、シリーズ化とネタの深掘り	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、継続しやすい企画の広げ方を整理する。
13		初回企画	30分	最初の1本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の条件を学ぶ。
14		視聴維持率を高める基本構成	30分	冒頭、本編、締めの流れを整理し、初心者でも作りやすい基本構成を学ぶ。
15		検索と興味を引くライティング	30分	タイトルの役割を理解し、分かりやすく伝えるためのコツや、企業発信で避けたい表現を学ぶ。
16		サムネイル、クリックを誘発する視覚設計	30分	サムネイルの役割や、何をさせるべきか、企業チャンネルらしい見せ方の基本を理解する。
17		著作権と素材活用の基礎知識	30分	画像、動画、音楽の扱いや、無断使用のリスク、社内写真や顧客情報の注意点など、企業発信で最低限押さえるべきポイントを学ぶ。
18		危機管理と公開前承認ルール	30分	企業発信では避けやすいトラブルや、誤解を生まない表現、投稿前にどのような社内確認が必要かを整理する。
19		持続可能な管理・権限設定	30分	個人依存を防ぐ考え方や、複数人で運用する際の役割分担、異動や退職があっても困らない管理方法を学ぶ。
20		セットアップ、開始前の基本設計	30分	Googleアカウントとブランドアカウントの違い、誰のメールアドレスで管理するか、チャンネル名、概要欄、アイコン、バナーなど、開始前に決めておくべき内容を整理する。
21		チャンネル開設とトラブル解決	30分	チャンネル開設の流れ、ブランドアカウント作成時の注意点、権限追加の基本、よくある詰まりどう別送を学ぶ。
22		実行計画、初投稿までのフローと分担	30分	初回投稿までに必要な流れを整理し、誰が企画し、誰が撮影し、誰が公開するのか、最初の1か月でどのように進めるのかを明確にする。



## 【特記事項】

- 当研修は記載の22項目すべてを受講いただく内容となっています。



# サービス費用

企業向けYouTube運用スタート研修



## 研修概要

研修名

企業向けYouTube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YouTube活用の方向性

初回動画企画シート

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