

A blurred background image of a business meeting. A person in a light-colored suit is pointing at a document on a table with a black pen. Another person in a dark suit is partially visible on the right. A laptop with a data dashboard is open on the table.

# SNSCHOOL

## 導入事例集

# SNSCHOOL 導入事例10選

## CASE 01

### のんのん株式会社

子供服の衣料品ブランド（BtoC）

## CASE 02

### 中央法規出版株式会社

福祉や介護など専門分野の書籍出版業

## CASE 03

### 株式会社リツビ

サロン専売化粧品・トリートメントの販売

## CASE 04

### 株式会社日本トラスティソリューションズ

金融系を中心としたシステム開発企業

## CASE 05

### 株式会社ボヌールコーポレーション

高級感のあるフレンチレストランの運営

## CASE 06

### karahisa

フットケア専門店の運営・施術提供

## CASE 07

### 株式会社クリエートハウジング

不動産売買やリフォーム等の事業

## CASE 08

### 株式会社不動産企画室土地屋

不動産売買や物件紹介などの事業

## CASE 09

### 須賀川観光タクシー

観光タクシーや一般タクシーの運行

## CASE 10

### ひむか総合商事株式会社

介護福祉用具のレンタルや住宅改修

## SERVICE

### SNSCHOOL サービス紹介

# のんのん株式会社 様

子供服の衣料品ブランド (BtoC)

moo non non

む~のんのん

## Profile

業界 / 商材

アパレル  
BtoC

対象SNS

Instagram

目的

売り上げ向上  
見込み客 (LINE追加数) の向上

支援期間

6ヶ月

## Key Results

SNS経由売上

51倍

平均リーチ

1.5倍

フォロワー数

1800人増

## Key Takeaway

分析とペルソナ起点の設計でSNS  
売上が51倍に

- ✓ 3C分析でブランドコンセプトを確立
- ✓ 投稿分析から動画構成パターンを作成
- ✓ ペルソナに響く発信で  
売上・見込み客増

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 InstagramのSNS経由売り上げが数千円ほどにとどまっていた



リーチ数の向上だけを目指し、ペルソナ（お客様）に響く内容を起点にできていなかったため

### 2 動画が具体的なシーン訴求ができていなかった



他社や自社の投稿分析が不足しており、「どんな構成で」「何を伝えるか」が検証されていなかったため

### 3 投稿の統一感がなく、自社ブランドのコンセプトが不明確



競合分析やSWOT分析を用いた、詳細で戦略的なアカウント方針の目線合わせが行われていなかったため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

**3C分析による自社ブランドのコンセプト確立**  
競合分析とSWOT分析の結果から他社に勝てそうなポイントを洗い出し、事前に設計したペルソナと掛け合わせてアカウント方針を決定しました

### 制作

**他社・自社の投稿分析を活かしたリール動画の構成パターン作成**  
反応のいい構成や訴求内容を検証し、「フック→内容補足（単体）→内容補足（コード）→誘導」という動画の型を作成しました

### 運用

**インフルエンサーのペルソナ設計とリスト作成による質の高い人選**  
「服関係の投稿をメインで行っており良く口コミが入っているアカウント」など、インフルエンサーのペルソナを設計して効率よく選定を行いました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

Before



狙い

不明確（製品紹介がメイン）

構成

写真1枚 + と 商品の特徴訴求

コピー

「新製品のご紹介」

CTA

なし（プロフィール誘導なし）

製品写真+長文のみ



After



狙い

ペルソナ（お客様）に響く内容

構成

フック（タイトル記載）を強化

コピー

具体的にシーンを訴求するタイトルに

CTA

キャンペーンの誘導文言を配置

文字入れ+誘導強化

# 中央法規出版株式会社 様

福祉や介護など専門分野の書籍出版業



## Profile

業界 / 商材

出版業  
BtoC

対象SNS

X

目的

自社書籍の認知と販売促進  
予約受注の獲得とファン化

支援期間

6ヶ月

## Key Results

表示回数

16.8万回

予約受注

20件

フォロワー増

757人

## Key Takeaway

悩み解決と導線設計による  
販売・認知の向上

- ✔ トレンドワード活用で表示回数を拡大
- ✔ 悩み訴求と中身のチラ見せで滞在時間増
- ✔ 予約導線の設置により具体的な実利を獲得

# 課題をどう解決したか

## ! 課題と原因 (Before)

### 1 発信者目線オンリーで素っ気ない投稿だった

🔍 カードや改行、装飾を意識しておらず、ユーザーへの声かけもない一方的な情報発信になっていたため

### 2 表示回数は確保しても実利に繋がらない

🔍 イベント等で一定の表示回数は確保できていたが、購入や予約に繋げる具体的な導線がなかったため

### 3 良い本であっても内容や魅力が伝わりにくい

🔍 表紙の写真のみに目が行きがちで、本がどのような内容なのか具体的な訴求が薄かったため

## 💡 解決策 (Solution)

### 戦略

**トレンドワードと関連キーワードの有効活用**  
社会的に関心のあるニュースワードや複数の関連キーワードを嫌みなく自社商品紹介に盛り込み、インプレッションを向上させた

### 制作

**ユーザーの悩みに寄り添い本の中身を訴求する**  
ファン層の課題解決に繋がるお悩みを投げかけたり、画像内で本の内容や活用方法を具体的に示したりして滞在時間を増やした

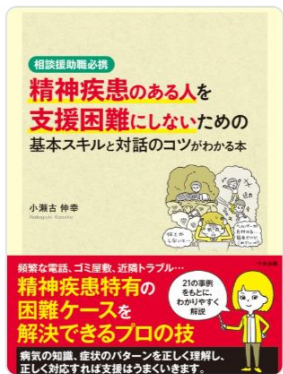
### 運用

**予約導線の設置とUGC向上のための交流強化**  
受験対策商品ラインナップ紹介に繋げて予約へ誘導するとともに、好意的なポストへ自ら御礼を発信し信頼感とファンを醸成した

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

## Before

中央法規【公式】 @chuohoki\_eigyō · 2023年12月21日  
#統合失調症 がトレンド入りしていますが、  
今月の新刊  
『精神疾患のある人を支援困難にしないための基本スキルと対話のコツがわかる本』では、統合失調症の方の特有の症状・困難ケースや、支援にも役立つ基本スキルや対話のコツもわかります。



👁️ 4 📖 21 🗣️ 2,578

いいねが付かない

狙い

自社商品の単なる紹介

構成

文字ベースや と 表紙のみ

コピー

発信者目線のテキスト

CTA

明確な導線が存在せず



## After

中央法規【公式】 @chuohoki\_eigyō  
#精神疾患のある人と向き合うための3冊  
●統合失調症 ●双極性障害 ●うつ病、  
●アルコール依存症 ●発達障害などの  
精神疾患を取り上げています。  
どの書籍も図解・イラストでやさしく解説👉

相談援助職はもちろん、  
当事者の方にも読んでいただきたいです🌱



午後003 · 2025年4月8日 · 16.8万件の表示

👁️ 2 🗣️ 30 📖 146 🗣️ 68

エンゲージ数増加

狙い

課題解決と実利の獲得

構成

中身や活用方法の図解

コピー

お悩みを投げかけ共感を誘う

CTA

予約ページへ直接誘導

# 株式会社リツビ 様

サロン専売化粧品・トリートメントの販売



## RITSUBI

美しくある、美しく生きる、を支える力

### Profile

業界 / 商材

化粧品  
BtoB

対象SNS

Instagram

目的

ブランド世界観の統一  
フォロワーとファン獲得

支援期間

6ヶ月

### Key Results

フォロワー増

1224人

エンゲージ率

6%

月間増加数

200人程度

### Key Takeaway

世界観の統一とライブ配信でファンを獲得

- ✓ 背景に立体感を持たせ高級感を演出
- ✓ 外国人モデルを採用しイメージを統一
- ✓ インスタライブでユーザーと直接交流

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 ブランドイメージとSNS投稿の間にギャップがある

🔍 背景デザインやフォントが単調で、本来の商品の高級感やブランドの世界観が伝わっていなかった

### 2 使用する投稿素材に統一感がなく、視認性が悪い

🔍 スタッフがモデルを担当したことでイメージにブレが生じ、投稿の統一感が損なわれていたため

### 3 フォロワーの離脱が多く、エンゲージメントが低い

🔍 投稿が単調でインパクトに欠け、ユーザーと直接コミュニケーションをとる機会が不足していたため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

ペルソナ変更とブランド世界観の徹底した統一ペルソナを「40代の正社員女性」に変更し、海外の「カッコ良い女性」というブランドが持つ本来の世界観に投稿を寄せる戦略をとりました

### 制作

外国人モデルの起用と高級感のあるデザイン素材に外国人モデルを採用してブレをなくし、背景デザインに立体感を持たせ、フォントも高級感を演出するものへと大幅に改善しました

### 運用

定期的なインスタライブによる直接コミュニケーション  
インスタライブを定期開催してユーザーと直接交流を図り、終了後は投稿欄にハイライトとして動画を残してコンテンツとして活用しました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

## Before

単調で投稿インパクトがなく  
エンゲージメントはつきにくい状況



狙い

商品や効果を単調に紹介

構成

単調な背景と 文字の配置

コピー

水光肌になりたい方必見

CTA

プロフィールへの誘導

イメージにブレがある



## After

エンゲージメントが高い外国人モデルの素材を採用。  
投稿世界観の確立に成功



狙い

高級感と世界観の訴求

構成

外国人モデルと立体背景

コピー

肌を傷めずにキレイを叶える理由

CTA

インスタライブへ誘導

世界観のブレをなくす

# 株式会社日本トラスティソリューションズ 様

金融系を中心としたシステム開発企業



## Profile

業界 / 商材

IT人材  
BtoB

対象SNS

X

目的

エンジニア採用の獲得  
Xアカウントの新規構築

支援期間

6ヶ月間

## Key Results

面談獲得数

9件

DMの返信率

25%

面接移行率

30%

## Key Takeaway

0からのX運用で  
エンジニア採用面談9件獲得

- ✓ ターゲットの希望に触れる個別DM
- ✓ 2,3営業日以内のスピード対応
- ✓ リプライからDMへ繋げる  
導線設計

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 エンジニア採用のための新たなチャンネルがない

Q Xでの採用運用のノウハウがなく、アカウントを0から構築する必要があったため

### 2 ターゲットであるエンジニアへの訴求が難しい

Q エンジニアの転職層は他社からの勧誘が多く、一般的なPR発信では見向きもされないため

### 3 フォロワーを増やすだけでは面談に直結しない

Q 一方的な情報発信だけではターゲットの興味を引き、具体的な行動を促すのが難しいため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

**運用フェーズを分けたアカウント構築と注力**  
最初の2ヶ月は投稿と「いいね」で土台を作り認知度を向上させ、3ヶ月目以降はターゲットとの直接的なコミュニケーションに注力しました

### 制作

**相手の要望に合わせたリプライとDMの作成**  
プロフィールや投稿から要望を判断し、給与や残業などの希望条件に触れる簡潔で分かりやすい文章を作成し、ターゲットに送信しました

### 運用

**リプライからDMへ繋げるスピード感ある対応**  
「DMを送るので確認を」とリプライした上で、フォローされてから2~3営業日以内に迅速にDMを送信し、反応率を大幅に高めました

# 具体的な施策と成果

## 0から構築

### リプライとDM戦略で着実に成果を出す採用SNS運用

リプライ:採用人事 の人として返信

日本トラスティソリューションズ【中途採用担当】 @nts\_jinji  
 会社によって変わりますが、飲み会は多くないですね。  
 副流煙嫌ですよね。分煙が進んでいて、お店や職場で副流煙はないのですが、喫煙所から帰ってきた方から臭いする時があります。  
 とはいえ、リモートが浸透しているのでタバコの煙で悩むことは減るかと思いますよ！

日本トラスティソリューションズ【中途採用担当】 @nts\_jinji  
 突然のリプライ失礼します。  
 弊社でITエンジニアを募集しております、もし転職をご検討されているようでしたら、カジュアルにお話ができれば幸いです！ご希望のJava案件等ご相談させてください。フォローいただけると詳細をDMさせていただきますので、ご検討お願いいたします！

狙い

具体的な面談機会の獲得するために積極的にリプライ

構成

待遇や条件をDMに明確に記載

ファネルをKPI化して計測

【6ヶ月で達成したKPI】

リプライ：700件  
 DM：117件  
 DM返信：30件  
 面談：9名

施策のポイント

- ・文章を簡潔にする
- ・2,3営業日以内のスピード感のある対応
- ・投稿内容に合わせて内容を変え、相手の希望に対して触れる  
 例: 残業の有無、給料面、案件内容
- ・リプライ ⇒ DMの流れ  
 「DMを送るので確認してください」と  
 リプライ ⇒ DM

# 株式会社ボヌールコーポレーション様

高級感のあるフレンチレストランの運営

## Profile

業界 / 商材

飲食  
BtoC

対象SNS

Instagram

目的

ブランド世界観の統一  
インプレッション増加

支援期間

6ヶ月

## Key Results

月間インプレッション

4257件

エンゲージメント率

10.1%

Imp増加率

213%

## Key Takeaway

写真構図の統一で  
インプレッション213%増

- ✓ 料理の配置を  
すべて中央に揃えて撮影
- ✓ お皿全体を写し余白を活かし  
高級感演出
- ✓ 完成形の料理で食べたい  
感情を直接刺激

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 被写体が近すぎて料理の全体感がわからず配置も不統一

被写体が近すぎる写真が多く、タイムラインに並んだ際の構図に一貫性がなかったため

### 1 料理の完成形やブランドの世界観が伝わりづらい

完成された料理だけでなく、素材や調理途中の写真が混在しており雑多な印象を与えたため

### 1 フレンチレストランの高級感が視覚的に伝わらない

視覚的な一貫性が欠け、ブランドコンセプトが直感的に伝わらずスクロール停止率が低下したため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

**視覚的な一貫性による  
ブランドコンセプトの体現**  
「フレンチの美味しさを全国へ届ける」というコンセプトを、直感的に伝わる写真構図の統一によって表現する戦略を立てました

### 制作

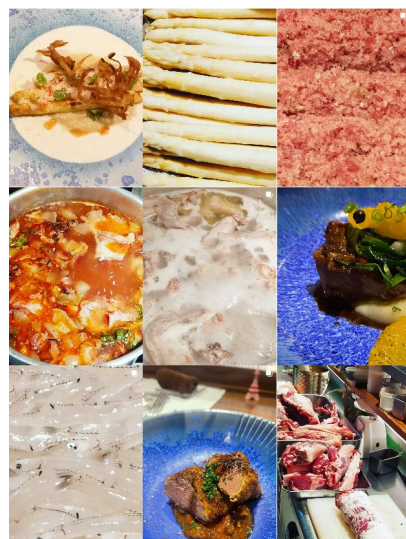
**お皿全体と余白を活かした  
高級感のある構図の徹底**  
料理の配置をすべて中央に揃え、お皿全体が映るように撮影して余白を活かすことで、フレンチらしい高級感を演出しました

### 運用

**ユーザーの「食べたい」感情を  
刺激する完成形の発信**  
素材や調理途中ではなく、色彩や盛り付けが美しい完成された料理をメインに発信し、スクロール停止率とインプレッションを高めました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

## Before



狙い

調理の臨場感を伝える

構成

被写体が近すぎる

コピー

全体感が伝わりづらい

CTA

店舗詳細・予約はこちら

構図・配置が不統一



## After



狙い

高級感と世界観の演出

構成

余白を活かした全体写真

コピー

美しい完成形で食欲を刺激する

CTA

店舗詳細・予約はこちら

配置を中央に揃える

# karahisa 様

フットケア専門店の運営・施術提供

フットケア専門店

# karahisa

いつでも素足、どこまでも歩ける

## Profile

業界 / 商材

美容・ケア  
BtoC

対象SNS

Instagram

目的

Instagram経由の新規予約  
フォロワー数の大幅増加

支援期間

4ヶ月間

## Key Results

新規予約数

16名

フォロワー

230→1891人

広告費用

5000円

## Key Takeaway

数値分析といいね周りで新規予約  
16名獲得

- ✓ 反応の良い要素を言語化し投稿を型化
- ✓ 競合のフォロワーへ毎日いいね周り
- ✓ 低コストで再現性のある集客モデル構築

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 投稿のテイストや訴求軸が統一されていない



思いつきベースの投稿が中心となっており、明確な投稿の軸が存在しなかったため

### 1 SNS運用が感覚的で、成果の再現性が低い



数値データの分析を行っておらず、なぜ反応が良いのかを言語化できていなかったため

### 1 新規フォロワーや予約がなかなか増えない



ターゲット層への積極的なアプローチが不足しており、接点創出ができていなかったため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

#### 数値分析を起点とした改善型運用への移行

これまでの感覚的なSNS運用から脱却し、数値データに基づいた分析を起点に改善を繰り返す運用スタイルへと転換しました

### 制作

#### 反応の良い要素の言語化と投稿の「型化」

数値分析から反応の良い投稿要素を言語化・型化することで、投稿の軸を明確にし、属人性を排除した統一感のある発信を実現しました

### 運用

#### 競合フォロワーへの継続的な「いいね周り」

競合アカウントをフォローしている潜在層を抽出し、毎日30分間継続的にいいね周りを実施することで、効率よく新規接点を創出しました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

Before



- 狙い  
実際の足のトラブルを紹介
- 構成  
様々な足の写真を と 羅列
- コピー  
(テキスト配置なし)
- CTA  
プロフィールへの誘導

思いつきベースの運用



After



- 狙い  
ターゲットの悩み解決
- 構成  
統一された文字入り画像
- コピー  
巻き爪が痛いお客様へ訴求
- CTA  
新規予約ページへの誘導

投稿の型化で統一

# 株式会社クリエートハウジング様

不動産売買やリフォーム等の事業

## Profile

業界 / 商材

不動産売買  
BtoC

対象SNS

Facebook

目的

自社アカウントの信頼獲得  
高単価な案件の受注獲得

支援期間

—

## Key Results

案件受注額

200万円

いいね数

88件

コメント

5件

## Key Takeaway

Facebookでの地道な発信で  
200万円案件受注

- ✓ 社長が得意な文章を活かせるSNSを選択
- ✓ 会社理念や有益な情報を発信し信頼を獲得
- ✓ いいねした全員へ愚直なコミュニケーション

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

- 1 高単価商材のためSNS経由での受注ハードルが高い  
Q 不動産という商材の性質上、単なる物件紹介だけでは顧客からの信頼を得て購買に繋がりにくいため
- 1 どのSNSを選び、どう発信すれば継続できるか不明確  
Q 社長の得意分野である文章作成を活かせる、最適なSNS媒体の選定ができていなかったため
- 1 ユーザーとの関係値を深める具体的な手法がわからない  
Q 一方的な情報発信に留まり、ユーザーとの個別コミュニケーションが不足していたため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

**社長自身の得意を活かせるFacebookの選択**  
写真よりも長文を書くことが得意という角田社長の特性に合わせ、自身の想いを伝えやすいFacebookをメイン媒体に選定しました

### 制作

**会社理念や他社の有益な情報のシェアによる発信**  
会社の実績だけでなく、社長の熱い想いや他社が発信する不動産の分かりやすい情報をシェアし、アカウントの有益性と信頼性を高めました

### 運用

**反応してくれた全員への地道なコミュニケーション**  
「いいね」してくれたユーザー全員のアカウントを確認し、いいね返しやコメント、DMなどの愚直な対応で関係構築を行いました

# 具体的な施策と成果

## 投稿内容

### ご契約いただいたお客様事例を紹介

**角田 勇樹**  
4月23日 18:14

今日一日(夕)夕(夕)でしたが、今日土地のご契約頂いたお客様...  
お父様が20年前頃に弊社から土地を購入頂き、その後ご夫妻が昨年秋から土地購入頂き、その弊社の今日土地のご契約でした...  
感謝状、思いますが、このご家族全員が弊社から土地購入して頂き感謝とともに、ふと私も創業して24年の重みを感じます...  
日々分別で仕事をしていますが、私はいちも思う事があり、「人のために長くしたい人生を送りたい」と感じています。  
また私の半分の半分はお客様に譲りたいと思っております。  
後継者に譲る方もいるかと思いますが、本来で自分の人生をお客様に譲りてほしいと切に思っております。

今の日本は変化が叫び、誰か必死に生きています。  
人の人生なんて正直ちっぽけな人生だと私は思っていますので、だからこれ別に己の夢を譲りたいとは全く思いません。ただただ人の為に生きていきたいと思う今日この頃です。  
さて写真は今年仕入れた物件です。  
一人でも「クリエート」のショップから購入し、角田さんから買って良かった」と思ってもらえるように大切に扱います...  
多くの方々に感謝の日々、そして多くの方々に益がされていると感謝致します！  
※この地割道で4区画の分譲と、異業連携、テナント建築もご用意します



#### 狙い

この人から家を買いたいと思われる

#### 構成

事例と会社理念を発信

#### 成果

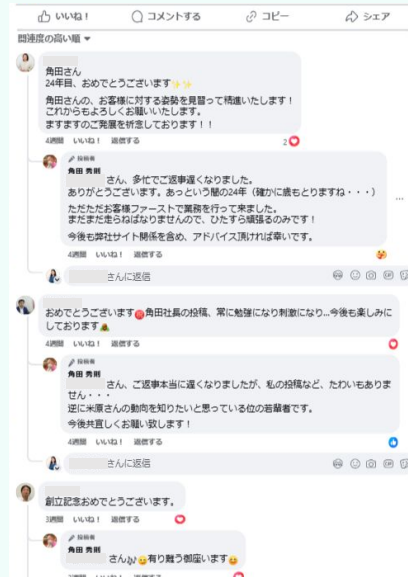
コメント5件 いいね88件

#### CTA

取り扱い商材を紹介し導線整備



## 信頼獲得



投稿のエンゲージメントを活用

いいねしてくれた人いいね返し、コメント、フォロー、DM送信

愚直なコミュニケーションで契約へ

仕事にもつながり大きな成果に！

# 株式会社不動産企画室土地屋 様

不動産売買や物件紹介などの事業



## Profile

業界 / 商材

不動産  
BtoC

対象SNS

Instagram

目的

新規ユーザーへの露出拡大  
フォロワー外リーチの獲得

支援期間

1年1ヶ月

## Key Results

インプレッション数

162 → **4167**件

フォロワー外リーチ

9 → **2349**件

リーチ増加

**261**倍

## Key Takeaway

“  
”  
ペルソナ・デザイン改善で  
リーチ261倍

- ✓ 育休中のママなど  
詳細なペルソナを設定
- ✓ 暮らしが想像できる  
明るい写真と大文字
- ✓ ペルソナの悩みに合わせた  
ハッシュタグ

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 若い女性からの親近感や共感が得られにくい



投稿が事務的なビジュアルや内容で、実際のライフスタイルが想起されないトーンだったため

### 2 投稿画像の視覚的な魅力が不足し目に留まらない



メインとなる建物の画像が全体的にぼやけており、タイムライン上で目を惹きつける工夫がなかったため

### 3 ペルソナやトレンドに合わせた投稿ができていない



汎用的なハッシュタグばかりを使用しており、本来届けたいターゲット層への確に情報が届いていなかったため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

#### 詳細なペルソナ設計と競合分析による方針決定

「育休中で2人目を妊娠中の27歳ママ」など詳細なペルソナを設定し、伸びている競合アカウントを分析して訴求ポイントを整理しました

### 制作

#### 暮らしを想像させる明るい外観写真と大きな文字

「家事室も完備」などペルソナが重視する負担軽減のポイントを大きな文字で視覚的に訴求し、明るい外観写真を使用しました

### 運用

#### ペルソナの悩みや価値観を意識したハッシュタグ

単なる地域名や「マイホーム」などの幅広いタグから、ペルソナの具体的な悩みや検索意図に沿ったハッシュタグへと整理・活用しました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

## Before



狙い

幅広い層への物件紹介

構成

ぼやけた素材画像と地名のみ

コピー

事務的な文字の羅列

CTA

スワイプしてチェック

事務的なビジュアル



## After



狙い

20代ママ層の共感獲得

構成

大きく明るい外観写真

コピー

家事室も完備！リビング広々

CTA

スワイプして続きを見る

暮らしを自分ごと化

# 須賀川観光タクシー 様

観光タクシーや一般タクシーの運行

須賀川観光タクシー

## Profile

業界 / 商材

タクシー  
BtoC

対象SNS

Instagram

目的

インプレッション増加  
リール動画の再生数UP

支援期間

6ヶ月間

## Key Results

インプレ数

974 → **2126**件

エンゲージ

67 → **633**件

平均再生数

**565**回

## Key Takeaway

66  
他社の成功事例と動画デザイン改善でリーチ増

- ✓ 他社で成果が出ているネタや編集を導入
- ✓ テキストの大きさや色を統一し視認性向上
- ✓ 音声とテロップの表示タイミングを合わせる

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

- 1 SNSをあまり活用しておらずめぼしい結果が出ない  
Q 普段からSNSをあまり活用していなかったため、試行錯誤はしているものの具体的な成果に繋がっていなかった
- 1 動画のデザインに統一感がなく文字の視認性が低い  
Q テキストの大きさや色が動画全体で統一されておらず、背景と同化して文字が読みにくい状態だったため
- 1 動画の編集精度が低く視聴者が途中で離脱してしまう  
Q 音声とテロップのタイミングが合っていなかったり、テロップの分量が適切でなく視聴にストレスを与えていたため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

他社の成功事例を取り入れた動画ネタと編集の改善

他社ですでに成果が出ている動画のネタや編集デザイン（見やすさ）を積極的に自社のアカウントにも取り入れました

### 制作

背景の工夫とテキスト統一による視認性の高いデザイン

テキストの大きさや色を統一し、背景に黒下地を使いその上に白や黄色の文字を配置することでコントラストを明確にしました

### 運用

視聴者にストレスを与えない丁寧な動画編集への変更

音声とテロップの表示タイミングをしっかりと合わせ、話している内容に適した過不足のない分量のテロップを配置しました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

## Before



結果に繋がらない

- 狙い  
自社の日常や様子を発信
- 構成  
バラバラな写真や動画
- CTA  
プロフィールへの誘導



## After



視認性と編集精度向上

- 狙い  
ストレスなく最後まで見る
- 構成  
テロップ付きリール動画
- ポイント  
テロップのデザインや画角を統一
- CTA  
プロフィールへの誘導

# ひむか総合商事株式会社 様

介護福祉用具のレンタルや住宅改修



## Profile

業界 / 商材

福祉用具  
BtoB

対象SNS

Instagram

目的

Instagram経由の問い合わせUP  
安定した投稿頻度の維持

支援期間

6ヶ月

## Key Results

月間リーチ

**800**件超

最高再生数

**360**回

初月投稿数

**13**本

## Key Takeaway

“  
未経験の1人運用で  
月間800リーチ超え達成

- ✓ 目的とペルソナを整理しスムーズに開始
- ✓ 編集ツールを学び初月から再生数を獲得
- ✓ ChatGPTを活用し投稿作成のリソース削減

# 課題をどう解決したか

## 課題と原因 (Before)

### 1 SNS運用のノウハウが全くない状態でのスタート

🔍 担当者が60代で、Instagramをプライベートでも使ったことがなかったため

### 1 1名での運用体制によるリソース不足の懸念

🔍 営業職としての他の業務もある中で1人で運用を任されており、投稿に時間を割けないため

### 1 目的やターゲットが不明確で何を発信すべきか不明

🔍 Instagramにおける目的や目標、誰に届けるべきかというペルソナが整理されていなかったため

## 解決策 (Solution)

### 戦略

#### 目的とペルソナの整理による スムーズな運用開始

研修を通じてInstagramの機能だけでなく、目的や目標、ペルソナを事前に整理したことで、初月からスムーズに運用を開始できました

### 制作

#### 動画・画像編集ツールの習得による内製化

動画・画像編集が未経験の状態から、研修でCapCutやCanvaなどの編集ツールと編集のコツを学び、自社でのコンテンツ制作を実現しました

### 運用

#### ChatGPTの活用による 効率化と投稿頻度の維持

企画出しやタイトル作成、構成案をAI (ChatGPT) に任せることでリソースを削減し、Instagram運用で大切な投稿頻度の維持を達成しました

# 投稿の変化と成果 (Before / After)

After

SNS、動画編集未経験の状態⇒リール動画が 360回再生超え！



ポイント

動画編集、画像編集もすべて未経験の状態から研修内でCapcut、Canvaなど編集ツールを学び編集のコツも学んだ結果、投稿開始序盤から再生回数を獲得することができた。

実現できた要因

人間がすべき業務、AIに任せてもいい業務を把握することで、**人員やリソースが削減できる** ように。  
一般的につまづきやすい企画出しなどをスムーズにおこなうことができ、Instagram運用のうえで大切な **投稿頻度の維持を初月から達成** 。

# SNSCHOOL

SNSで成果を出し、

“自走するSNS運用チーム”をつくる



導入企業

700

社以上

受講者数

11,000

名以上

# こんな課題を抱えていませんか？



## 投稿を続けても売上・採用につながらない

SNSアカウントは運用しているものの、ビジネス成果に結びつかず、効果測定もできていない状態が続いている。



## ネタが出ない、クオリティに不安

日々の投稿ネタに困り、投稿内容のクオリティが安定せず、フォロワーの反応も得られにくい。



## 社内にSNSを理解する人がいない

SNSマーケティングの知見を持つ人材がおらず、戦略的な運用ができていない。



## 外注費が高く、内製化できない

外部に委託すると月額数十万円のコストがかかり、ノウハウも社内に蓄積されない。



## どのSNSを育てればいいのかわからない

Instagram、X、Facebook、TikTokなど、自社に最適なプラットフォームの選定ができていない。

# 導入前と導入後でこんなに変わります

## 導入前



### 属人化

特定の担当者に依存し、その人がいないと投稿が止まる状態。



### ネタ不足

投稿ネタが枯渇し、更新頻度が不安定。



### 伸びない投稿

エンゲージメントが低く、フォロワーも増えない。



### 効果不明

何のためにSNSをやっているのか、成果が見えない。



## 導入後



### 内製化成功

チーム全体でSNS運用を回せる体制が完成。



### 投稿クオリティUP

戦略的で質の高い投稿が安定的に発信できるように。



### 問い合わせ増

SNS経由の問い合わせが1.5~3倍に増加。



### 採用応募増

SNSを見て応募する求職者が大幅に増加。

企業のSNS運用は  
仕組みづくりが大事です



SNSCHOOLは  
自社運用ができる状態になるまで を  
支援します

# SNSCHOOLとは

## SNSを "仕組み化" して 集客の成果をつくる 伴走支援 サービス

### 投稿が続かない

- 社内に詳しい人がいない
- 集客につながらない



6か月の伴走後



### SNS運用が 社内に定着

- 集客につながる投稿が作れる
- "続けられる" 仕組みができる



## 2つのサービス

# SNSCHOOL

### SNS専門家の6ヶ月伴走サービス

#### アカウントづくり

SNS戦略の策定・アカウント開設・整備

#### 投稿添削

SNS投稿添削(15本/月)・企画内容の添削(15本/月)

#### 担当者育成

全10回の実践型オンライン講義(毎週60分)

助成金を活用した場合

**月5万円～**

※ 助成金についてはご相談ください

# SNSCHOOL<sup>+</sup>

### 6か月伴走サービス + 投稿作成代行

#### アカウントづくり

SNS戦略の策定・アカウント開設・整備

#### 運用代行

SNS投稿代行・企画の作成代行

#### 定例MTG

月に2回

**月10万円～**

**+お見積り**

※ 代行費用は投稿量によって変動します

# SNSCHOOLの特徴

## 導入企業700社以上、受講者11,000名以上の実績

幅広い業種・規模の企業で導入され、確かな成果を上げてきた実績があります。

## 業種に合わせたカスタマイズ研修

製造業、小売、サービス業など、業種特性に応じた最適な SNS戦略を設計します。

## 戦略～実践まで 一貫通貫で伴走

戦略設計から日々の投稿改善まで、6ヶ月間しっかりサポートします。

## 投稿添削で "実務で使えるスキル" が身につく

実際の投稿を添削することで、現場で即活用できるスキルを習得できます。

## 売上/採用につながる SNSアカウント構築

ビジネス成果に直結する運用ノウハウを、実践を通じて体得できます。

# 6ヶ月後、こんな成果が得られます

## 習得できる5つのスキル



### コンテンツ制作力

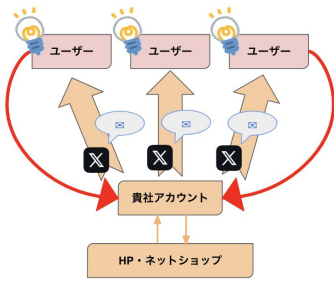
ターゲットに刺さる投稿を  
自社で企画・制作

画像	テーマ	効果	ポイント
	空間	「壁にまっすぐで向かって自分のカメラをチェック」は、カメラの角度などの不調は、こまめに調整して改善しましょう」	YouTube パフォーマンステレニング 編集 アトックス HP・ネットショップ ボディメイク
	オーガニック紙パック	「写真のイメージ、実はたんぱく質が豊富な「プロテインバー」なんです！」	YouTube パフォーマンステレニング 編集 アトックス HP・ネットショップ ボディメイク



### コミュニケーション力

フォロワーとの対話で  
ファンを育てる



### 継続力

ネタ切れせず  
質の高い投稿を続ける

投稿日(予定)	曜日	作成時刻	時間	配信	画像
2019年3月					
1	3/13	水	18:00	配信済み	
1	3/19	火	12:00	配信済	



### 分析力

データを読み解き  
PDCAを回す

	A	B	C	D
定量的に見ていくこと	内容	2/28-3/6	3/6-3/12	
投稿数	これまでの投稿の合計数	149	150	
期間内投稿数	期間内の通常投稿の合計数	0	1	
期間内ストーリー投稿数	期間内のストーリー投稿の合計数	0	0	
フォロー	これまでのフォローの合計数	292	302 (+10)	
フォロー	これまでのフォローの合計数	67	67	
プロフィールへのアクセス	プロフィールの閲覧数(ビュー)	94 (-16)	110 (+16)	
ウェブサイトクリック	プロフィールのウェブサイトのタップ数	3 (-2)	3	
リーチ	投稿を見たユニークアカウント数	77 (-265)	202 (+125)	



### SNS運用の内製化

外部依存から脱却し自  
走できる

## 導入企業の実績データ

2ヶ月で**6000万売上!**  
SNS経由の売上増加

1ヶ月で**16件増加!**  
SNS経由の問い合わせ数増加

6回の研修で**採用20名!**  
SNS経由の採用応募数増加

# 充実のサポート体制で確実に成果へ導きます

## 1 戦略設計

SNS運用の目的・KPI・ターゲットを明確に設定し、成果につながる戦略を策定します。

## 2 投稿添削

実際の投稿案を専門家が添削。改善ポイントを具体的にフィードバックします。

## 3 制作アドバイス

投稿の構成、キャプション、ビジュアルについて、実践的なアドバイスを提供します。

## 4 内製化サポート

運用フロー、役割分担、チェック体制など、自走できる仕組みづくりを支援します。

# カリキュラム概要

## カリキュラム例

### 1ヶ月目

#### 戦略策定

SNS運用の目的・ターゲット・KPIを設定し、全体戦略を固めます。

### 2ヶ月目

#### ペルソナ/競合分析

詳細なペルソナ設計と競合アカウント分析を通じて、差別化ポイントを明確にします。

### 3ヶ月目

#### コンテンツ設計

投稿テーマ、コンテンツカレンダー、クリエイティブの方向性を設計します。

### 4ヶ月目

#### 分析改善/PDCA

データ分析の手法を学び、PDCAサイクルを回して継続的に改善します。

### 5ヶ月目

#### 内製化

運用体制・フロー・チェック機能を整備し、内製化の準備を完了します。

### 6ヶ月目

#### 総まとめ・自走支援

これまでの学びを総括し、研修終了後も自走できる状態に仕上げます。

## 対応媒体(6種類)

目的・業種に合わせて最適な媒体を選定し、カリキュラムに組み込みます。



## よくあるご質問

**Q SNS未経験でも大丈夫ですか？**

**A** はい、問題ありません。基礎から丁寧に指導しますので、SNS未経験の方でも安心してご受講いただけます。

**Q どのSNSが向いているかわからない場合は？**

**A** 初回のヒアリングで、御社の業種・目的・ターゲットを分析し、最適なSNSプラットフォームをご提案します。

**Q どれくらいで成果が出ますか？**

**A** 早い企業では2～3ヶ月目から成果に繋がっています。  
6ヶ月後には明確なビジネス成果を実感いただけます。

**Q 受講者は何名でも良いですか？**

**A** はい。1～2名の担当者から、複数部署での参加まで柔軟に対応できます。

**Q 研修と運用代行を同時に依頼できますか？**

**A** 可能です。研修（内製化）＋代行（実務サポート）の併用企業が増えています。

「SNSで成果を出し」、「SNSで自走する」。  
まずはお気軽にご相談ください。



Email

[info@besw-japan.jp](mailto:info@besw-japan.jp)



Tel

**03 - 5829 - 3510**

9:00～18:00 / 土日・祝休業

## 運営会社

会社名	株式会社BESW
代表取締役	田中 千晶
設立日	2016年7月7日
住所	〒111-0053 東京都台東区浅草橋5-23-6 KAMAYAビル
事業内容	講演・研修での人材育成支援