

【SNS担当者必見！】
SNS運用を開始する前に知っておくべきポイント

株式会社フロンティア
〒467-0066
名古屋市瑞穂区洲山町二丁目14番地水野ビル2F
TEL：052-853-9890 FAX：052-853-9891

カテゴリー 1

対象	SNS初心者
SNS運用状況	アカウントがない企業・SNSを導入したて
主なコンテンツ内容	<ul style="list-style-type: none">■ SNSの重要性■ 各プラットフォームの特徴と傾向■ ユーザー数まとめ■ 運用設計のポイント■ 有効的なコンテンツの作り方
想定WP数	2 - 3 コンテンツ

目次

- 01** SNSの重要性とは 4P
- 02** 各SNSの特徴理解 11P
- 03** 主要SNSの個性を知る 16P
- 04** まとめ 23P

01

SNSの重要性

SNSの重要性

近年情報過多の時代に、いかに企業がユーザーへ効率よく情報を届けるかが、成功を左右するほど重要なキーワードとなっています。その中で戦略として外せないコンテンツが「SNS」です。2003年頃からサービスが利用され、年々その利用率は増加しています。もうHPだけを作っていれば集客できる時代は終わりました。これからは多角的な情報で、的確なユーザーに認知され、興味を持ってもらう活動が必要です。そのためにも自社メディアとなるHPやブログなどと併せて、SNSの配信や広告運用を上手く活用することが成功のカギを握る時代となっています。

SNSを活用してブランディング・集客に繋げる。

■トリプルメディアの活用イメージ

認知 awareness (認知集客)

ペイドメディア

有料広告

TVCM、リスティング広告、動画広告
ターゲティング広告、SNS広告など

理解・好意 preference (ブランディング)

オウンドメディア

自社発信メディア

HP、ECサイト、各種SNS、Note
カタログ、メルマガ、公式LINEなど

トリプル
メディア

共感 sympathize (エンゲージメント)

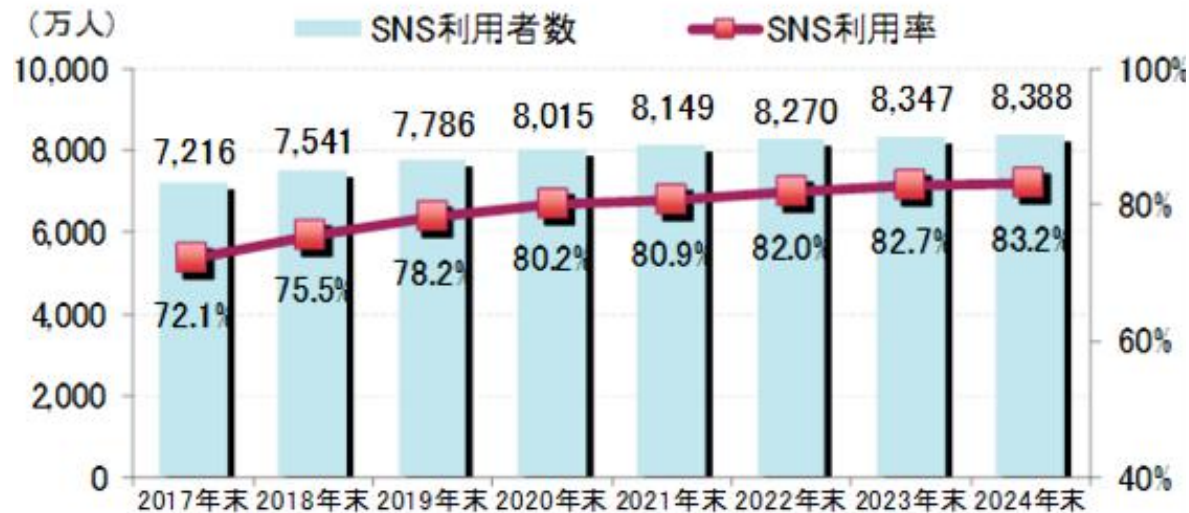
アードメディア

ユーザー発信メディア

各種SNS、投稿サイト、口コミサイト

この三点を充実化させる戦略設計が大切です。

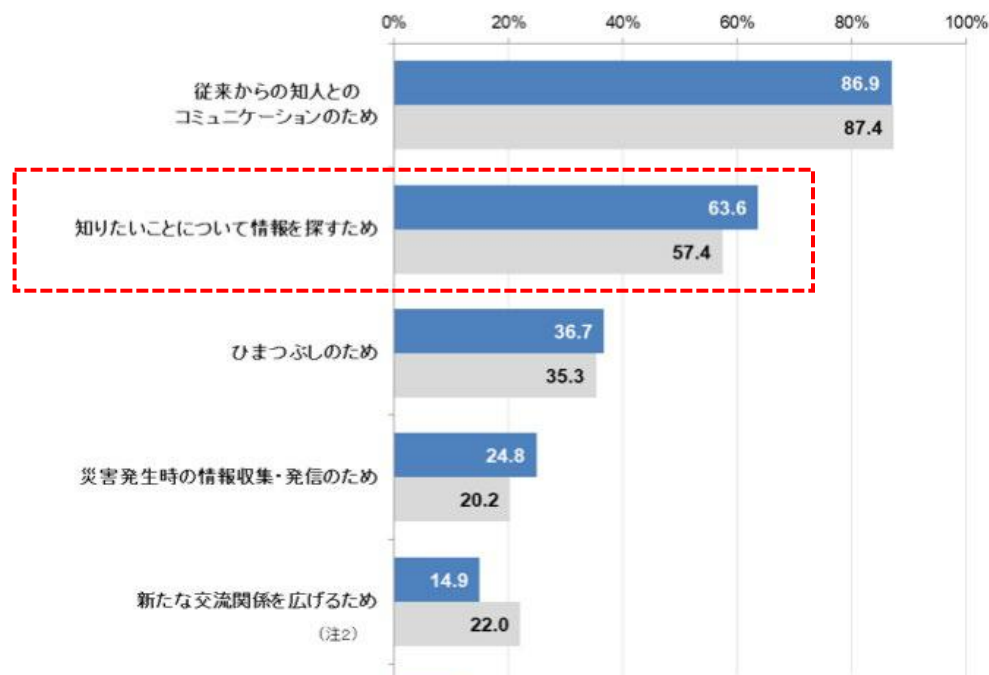
ICT総研が実施した「2022年度SNS利用動向に関する調査」



*SNS利用率はネット利用人口に対するSNS利用者の割合。
(2021年末のネット利用人口は1億78万人と推計)

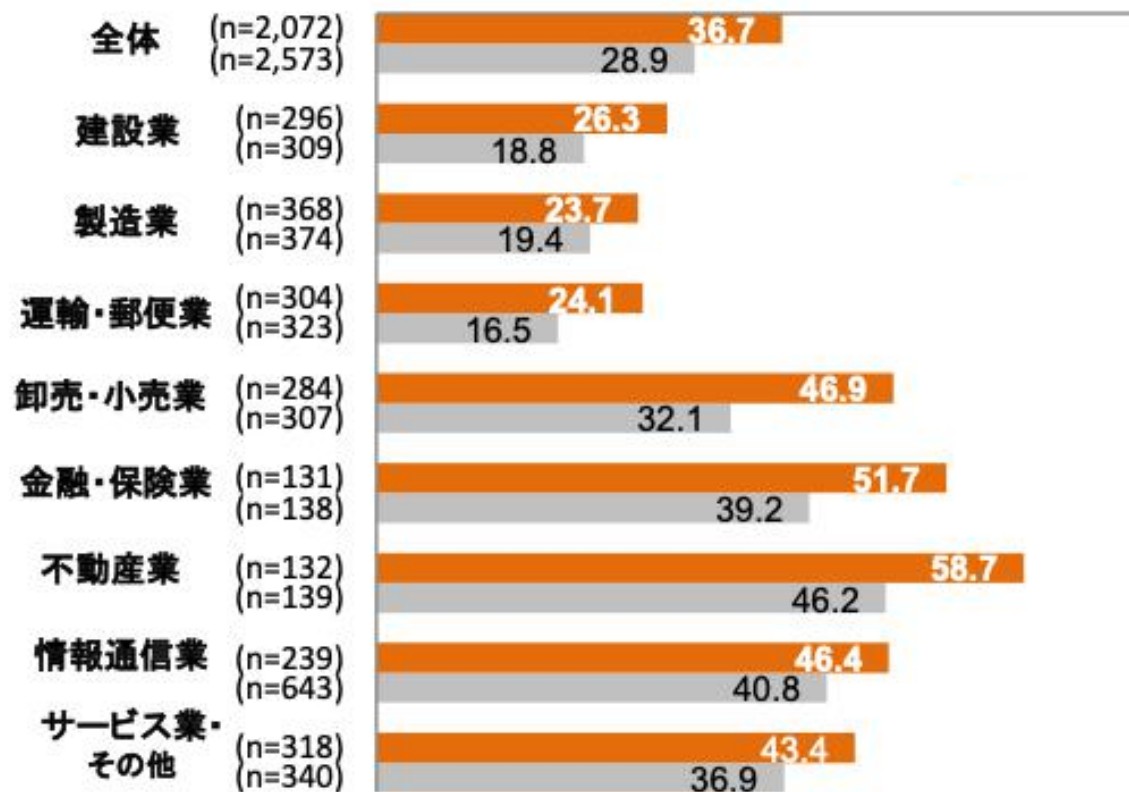
SNS普及率は82%を更新。
日本人の10人に8人が利用している重要コンテンツです。

総務省「SNS通信動向調査結果」



SNSの利用はコミュニケーションの場としては勿論のこと、近年では「興味のある分野をビジュアルで探す場」として、検索の場としても利用されています。

総務省「産業別SNS活用率調査」

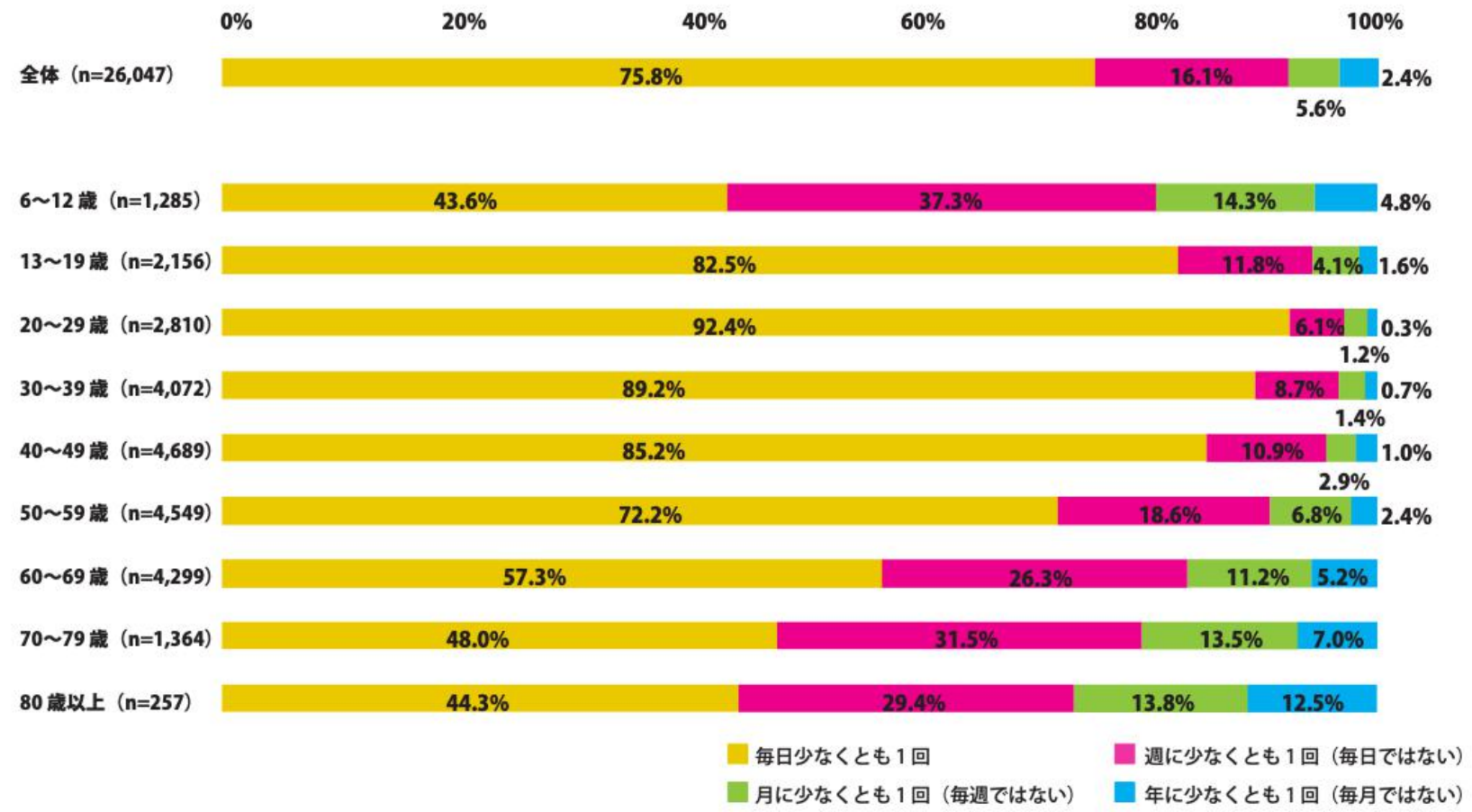


しかし産業別の利用率の調査では、多くの業界でSNSの活用率が50%を下回っており、企業アカウントの活用で他社と差別化を図れる可能性はまだまだ充分秘めています。

総務省 SNSの利用頻度に関するアンケート調査

SNSを毎日利用するユーザーが全体の7割以上

13～49歳の各年齢層で、「毎日少なくとも1回」の割合が8割以上となっている。



02


各SNSの特徴

SNSを始める前のポイント

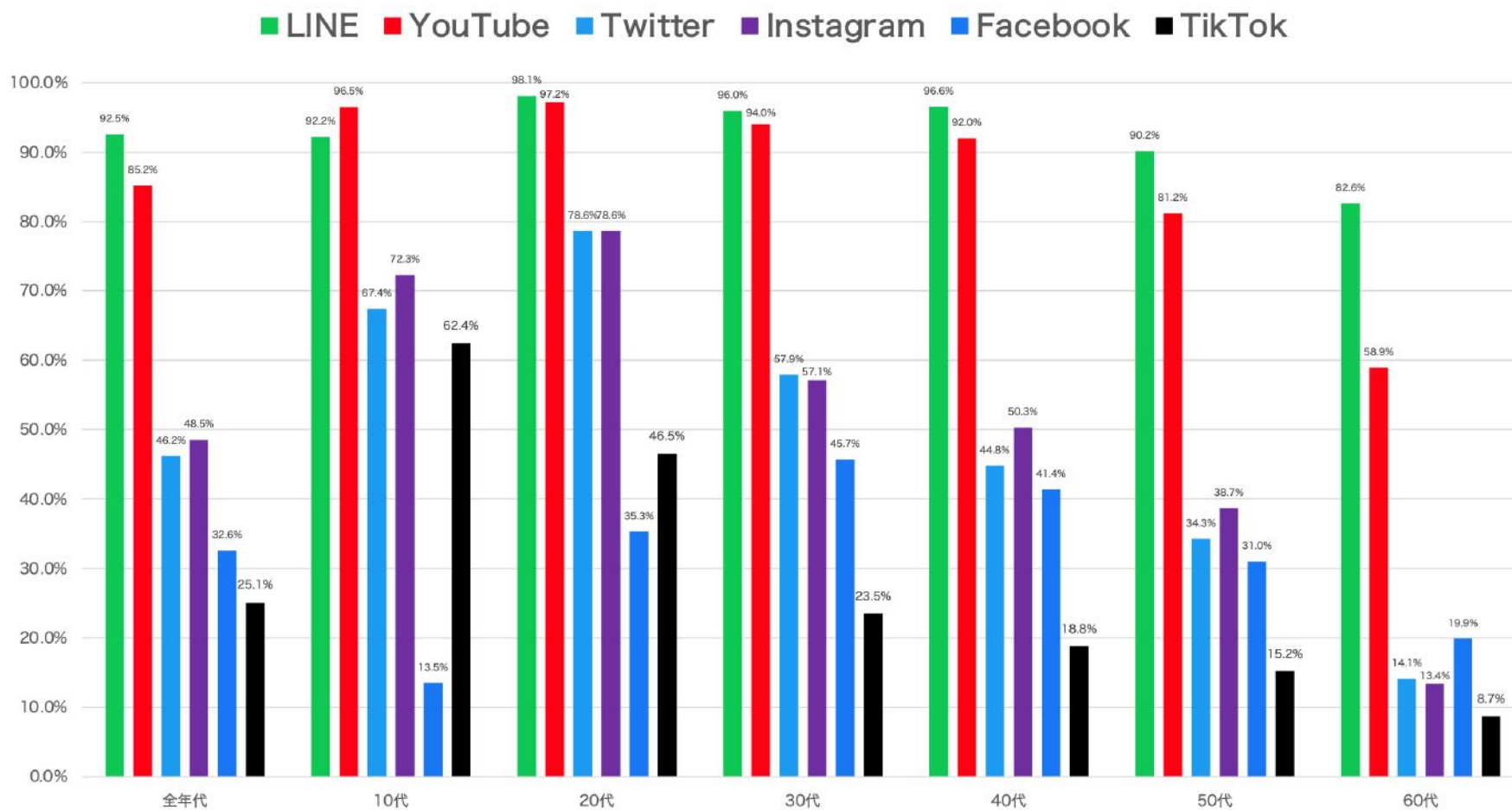
近年、主要とされるSNSのプラットフォーム数は24種類存在します。SNSの先駆けとされるmixiの誕生から10年弱で様々な特徴を持つSNSが利用されています。ここで重要になってくるのが、自社のターゲット層や発信したい内容が果たしてそのコンテンツの特徴とマッチしているかどうか大切です。いくらいい情報を配信したとしても、そのコンテンツとの相性がマッチしていなければ望むような効果はできません。各プラットフォームの特徴をとらえて、効率のいい情報を配信していくことが大切です。

最適な場所で、最高の情報を…

■主要プラットフォームのプロフィール

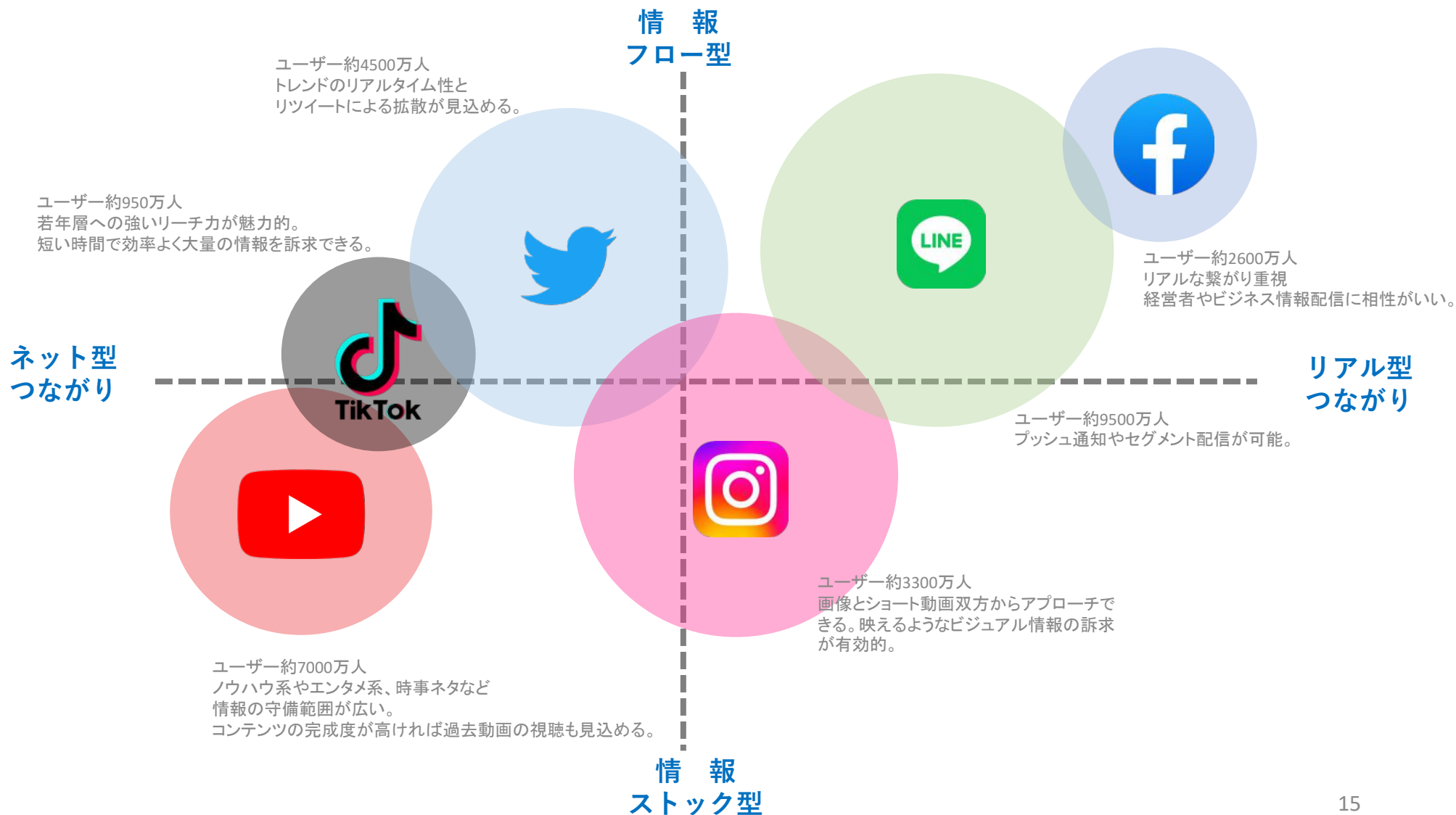
	 LINE	 YouTube	 Twitter	 Instagram	 Facebook	 TikTok
国内ユーザー数	9,500 万人	7,000 万人	4,500 万人	3,300 万人	2,600 万人	950 万人
ユーザー情報	全世代が利用。人口分布と比例して全国を網羅。	10代から50代以上まで年代・性別問わず幅広い世代の人々に利用されている。	20代～30代で過半数を占め、平均年齢は36歳。学生・会社員が全体の6割。	10代～20代が半数以上を占める。女性ユーザーが多いが男性ユーザーも増加傾向。	30代～40代が多い。20代は女性ユーザー、30代以降は男性ユーザーが多い。	10代～20代が半数以上を占める。利用者は男性ユーザーがやや多いが、投稿するのは女性ユーザーが多い。
特徴	インフラ化したメッセージツール。API連携することで1to1のコミュニケーションが可能。	動画コンテンツで情報をわかりやすくリッチに訴求することが可能。	リツイートなどの拡散機能により、新規顧客ターゲットへのリーチが可能。	ビジュアルメインの発信により、ブランディングでの活用が可能。	オフィシャル&ビジネス利用が多い。オーガニックリーチは少ないが広告の精度は高い。	短尺の縦型動画がメイン。豊富なフィルターと編集機能を利用することができ、撮影・編集をアプリ内で完結可能。
コンテンツの種類 (例)	<ul style="list-style-type: none"> ・メッセージ配信 ・LINE VOOM投稿 ・ストーリー ・スタンプ配布 ・クーポン ・ショッピングカード 	<ul style="list-style-type: none"> ・動画 ・YouTubeショート ・ライブ配信 ・インフルエンサー活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト (日本語は140字) ・リンク ・画像/カラーセル ・動画 ・ライブ配信 ・スペース 	<ul style="list-style-type: none"> ・画像/カラーセル ・動画 ・ストーリーズ ・ライブ配信 ・リール ・まとめ機能 ・インフルエンサー活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・テキスト ・リンク ・画像/カラーセル ・動画 ・ストーリーズ ・ライブ配信 ・リール 	<ul style="list-style-type: none"> ・短尺動画 (15秒～10分) ・インフルエンサー活用 ・ライブ配信 (一部ユーザー)
相性の良いテーマ/ジャンル	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗ビジネス/EC ・教育/人材 ・不動産 ・クーポン配布 ・予約受付 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・How-to/ノウハウ ・開発秘話/こだわり ・体験レポート/検証 ・Web CM/セミナー ・歌/ダンス など 	<ul style="list-style-type: none"> ・身近 ・低価格/低関与 ・オタクカルチャー (IT・アニメ・ゲーム・アイドル) ・クーポン/タイムセールなど 	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイセンス ・ファッション ・美容 ・旅行 ・料理 ・イラスト/漫画 ・雑誌/カタログ風 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス ・趣味/ライフスタイル ・高価格/高関与 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・教育 ・飲食 ・スポーツ ・Vlog ・ノウハウ/職人の技 ・ハッシュタグチャレンジ など

■ 世代別各SNSの利用率



総務省情報通信政策研究所 | 令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書をもとに作成
https://www.soumu.go.jp/main_content/000831290.pdf

■各SNSプラットフォームのすみわけ



03

主要SNSの個性とは



Facebook

ユーザーと特徴

- 年齢層は高め (40代~)
- 管理職、会社経営者層の割合が他SNSより高い
- IT、ベンチャー、フリーランス層多め
- ビジネスの意識が高く、エンタメ系よりはニュースや新聞など時事的なコンテンツをよく閲覧する
- 世帯年収が高く、外食や国内・海外旅行が支出の多くを占める

ポイント

原則として実名で登録することが推奨されており、そのため他のソーシャルメディアに比べてフォーマルで実社会的な雰囲気が特徴のSNSです。インターネット上で新たな交流関係を結ぶような目的には作られておらず、おもに現実で繋がりのある友人や知人との情報交換、近況報告といった(テキストや画像、動画の投稿による)コミュニケーションが主流となっています。またインドア派の外交的な経営者の交流や情報発信の場としてもいまだ根強いプラットフォームとして利用されています。



Instagram

ユーザーと特徴

- 10代～30代の女性層が多い
- ファッションやコスメ、美容への関心が高い
- 通販で済ませるよりも、実店舗まで足を運ぶアクティブ派
- 若いママ世代も多く、子育てやキッズ用品への関心も高い
- ビジュアルで差別化を図れる商材に効果が出やすい
- またグルメ情報やおでかけスポットなどもコンテンツも人気

ポイント

写真や動画に加え、ストーリーズと呼ばれる24時間で消えるショートムービーやショート動画を配信できるリール動画希望やLIVE配信など続々と機能がリリースされ、その成長はとどまるところを知りません。Instagramの消費に及ぼす影響力は凄まじく、調査によるとInstagramを利用する女性の約7割が、投稿されるコンテンツがきっかけになってなんらかの消費行動を起こしたことがあると答えたそうです。BtoCやCtoCにおいて効果が発揮される。また企業の採用情報を配信する場としても近年活用されている。



LINE

ユーザーと特徴

- 子どものいる中年女性(30・40代)が多い
- 共働きのパート・アルバイトや主婦
- 子育て関連の出費が多い
- インスタと同様にファッションや美容への関心が 高い

ポイント

おもに、メッセージアプリとして無料でチャットや通話ができるLINEですが、それ以外にも多くの機能が搭載されています。InstagramやTwitterなどに比べると、非常に強いクローズド性があることから、ほぼBtoC向けのSNSだといえるでしょう。

ビジネス利用として、LINE公式アカウントが用意されています。公式アカウントを開設することで、登録ユーザーに直接メッセージ配信できる機能をはじめ、チャットでの問い合わせ対応やクーポン・ポイントカードなどの販促機能が利用でき、おもに店舗型ビジネスの集客に絶大な効果を発揮します。BtoCビジネスの加速を狙うのであれば、公式アカウントの開設はぜひ行うべきでしょう。



Twitter

ユーザーと特徴

- 主なユーザーは10代～20代、30代からユーザーが微減
- 平均年齢は36歳
- 学生や会社員が全体の6割を占める
- 「今、起きていること(トレンド)」をリアルタイムでキャッチできる
- 趣味やコミュニティごとに複数アカウントを所持しているユーザー有
- リツイートなどの拡散機能により、新規顧客へのリーチが可能
- フォロー&リツイートキャンペーンを多くの企業が取り入れている

ポイント

投稿できるコンテンツは、140文字以内のテキストのほか、画像、動画などです。フォローした相手の投稿や、いいね、リツイートなどを見ることができ、そのすべてがリアルタイムでカラムに表示されるタイムライン機能があります。

実社会の関係よりも、趣味・趣向の合うユーザー同士で繋がる傾向が強いため、実名以外の匿名性の高いアカウントも多くみられます。そのためユーザーの「生の声や、潜在的かつ本質的なニーズ」である顧客インサイトが表れやすい傾向にあります。

SNSを始める前のロードマップ

ブランディング
目的



強み
魅力の整理
自社情報収集

マーケティング
ターゲティング



ユーザー理解
大学・エリア
趣味嗜好分析
競合調査

SNSの選定



SNS特徴理解
SNS選定
コンテンツ考案
頻度検討

戦術・計画

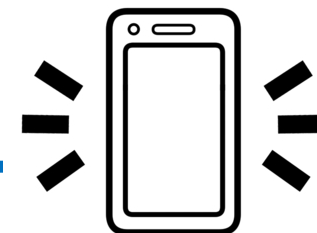


目標設定
アクションプラン
完了確認

SNS企業アカウントで多く見られる課題

近年の
お悩み
課題

- 登録したが、どう運用したらいいか分からない
- 何を投稿していいか、イメージがわからない
- 通常投稿を片手間で投稿しているだけ
- 成果がでなくて、放置してしまっている
- 誰がいつ投稿するかルールが決まっていない
- どう結果を分析していいかイマイチ分からない
- ターゲット設定が曖昧になっている



04

まとめ

フロンティアのSNSサポートサービスの特徴

- アカウムのコンセプト設計からターゲット設定、などSNSの戦略づくりをサポート致します。
- 目標設定やKPI管理などのポイントを共有致します。
- 社内SNSチームのノウハウの蓄積をサポート致します。

＼無料相談受付中／

ウェブサイトの詳細を見る

お電話での相談 : 052-853-9890

会社概要

会社名		株式会社フロンティア
所在地		名古屋市瑞穂区洲山町二丁目14番地水野ビル2F
TEL		052-853-9890
代表者		杉原 範彦
設立		2005年10月
メンバー		17名
URL		https://www.frontier-web.co.jp
事業		WEBプロモーション事業 ■WEBマーケティング LWEBサイト制作・ECサイト制作・WEBコンサルティング SNSコンサルティング EC事業 ■花ざかり L公式サイト : https://www.hanazakari.jp 楽天市場店 : https://www.rakuten.ne.jp/gold/hanazakari/ ヤフーストア : https://store.shopping.yahoo.co.jp/hanazakari/