

明日から使える！ 魅力発信アイデア&事例集

サービス事業者の皆様へ！

自社の“いいところ”、もっとアピールしませんか？



堺市内での実践を踏まえて

「自社の魅力ってなんだろう？」 「SNS、使いたいけど難しそう・・・」
「どういったPRの手段があるんだろう」 「無料で採用活動できるかな・・・」
「Googleにお店情報を無料で掲載したい」 等々

皆様の疑問にお答えします！

目的

堺市は、事業者が提供しているサービスの価値魅力を発掘し、それを効果的に伝えるための支援を行いました。この支援の中で、他の事業者にも参考になるポイントをまとめた情報をご紹介します。読者が参考にしながらアイデアを広げることを目的としています。

使い方

事業の課題や支援内容から興味を持たれた事例をご確認ください。他業種でも参考になるポイントはたくさんありますので、多くのページを開けてみてください。
迷われたら、下に記載した「自社の現状」から事例集をたどってみてください。

目次

自社の現状から読む

- 1 情報発信すべき内容（魅力）は分かるが手段が分からない
- 2 情報発信はしているが、内容（魅力）が分からない
- 3 情報発信すべき内容（魅力）が分からない
- 4 情報発信すべき内容（魅力）を理解し、情報発信中

まずはローカルベンチマークを作成(※)

情報発信手段から読む

Instagram活用

ホームページ活用

Googleビジネスプロフィール活用

ジモティー活用

ITツール活用

SNSの複数活用

情報発信	自社の現状	事業者名	業種	実施したこと	目的
P2	③	株式会社昭和	仏具製造販売	自社の見える化 SNS活用に対する理解促進	販路拡大のための 情報発信強化
Instagram活用	①	有限会社 藤原自動車	中古自動車小売	現状の整理・Instagram設計 継続的な記事の投稿	カンゲー中古車専門店 として知名度拡大
	①	株式会社シフト	化学製品卸売業	見栄えの良い自社商品の紹介動画の投稿	新規顧客の獲得
P3 ホームページ活用	②	三宝プランテック株式会社	特殊産業用機器卸	自社の見える化 閲覧者にも伝わる情報の記載	HPを改善して正社員採用を目指す
P4	①	YOSHINO, ヴィルシーナ株式会社	飲食店	Googleビジネスプロフィールの 内容充実	MEO対策で 情報発信力を高める
Googleビジネスプロフィール活用	①	よしをホルモン	飲食店	初来店に向けた対策 Googleマップに店舗情報を表示	知名度の向上による 来客者増
P5	③	社会福祉法人 どんぐり会	保育所	自社の見える化 反響が入りやすい求人記事を投稿	園長の想いを込めた 求人情報を発信
ジモティー活用	③	株式会社ハイスайд	二輪自動車小売	自社の見える化 閲覧者に伝わる求人記事を投稿	正社員の採用を 強化
P6 ITツール活用	①	株式会社キックス・インターナショナル	老人福祉事業	MicrosoftAccessの操作方法や SNSツールの機能を理解	業務を効率化し 事業展開を加速
P6 SNSの複数活用	①	中央印刷株式会社	印刷業	複数のSNSの特性を活かす SNSとHPを連動させて更新	営業効率の 最適化

※ローカルベンチマークって？

ローカルベンチマークとは、企業の経営状態の把握、いわゆる「企業の健康診断」を行うツールです。

使い方（カスタマイズ）は自由です。財務情報だけでなく、非財務情報（業務フロー、商流、自社の強み・弱み等）について、従業員や支援機関等と対話することで経営状況を把握するだけでなく、自社の新たな魅力も掘り出せます。まずはローカルベンチマークシートをダウンロードし、自社について話しながら作成しましょう！

経済産業省 ローカルベンチマーク (https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben)



Instagram活用 Instagram運用に前向きになり、情報発信の道筋が立てられた

■株式会社昭和（仏具製造販売）

事業内容	アルミニウム製の納骨壇や位牌壇の卸売業を手掛ける
従業員数	6名



課題

業歴が長く、ものづくり力やオーダー対応力があるも、販売力が課題だった。販路拡大はしたいが、競合他社への情報漏洩を懸念し、情報発信が進んでいなかった。

行動

ローカルベンチマークシートを活用し自社の価値魅力を発掘

- シートに沿って、顧客、エンドユーザー、仕入れ先、協力会社など商流の中で関わる先について**選ぶ・選ばれる理由**を考えた。また、自社業務を5つに分解し、各業務におけるこだわりや工夫から他社との差別化ポイントを**経営者と、社員と一緒に**深堀した。
- その結果、製品そのものに加えて、納期管理や見積の早さ、礼儀といった会社の取り組み姿勢に大きな魅力が存在したことが分かった。

情報発信ツール（Instagram）の活用ポイントを知る

- 情報発信するにあたって、同業社がフォロワーとなり、**当社の戦略が筒抜けとなるマイナス面**を懸念していた。まずはInstagramを知ることから始めた。
 - ①Instagramとは無料で使用できる写真や動画を共有するアプリ
 - ②視覚的なコンテンツが中心。製品を魅力的にアピールする場として使える。
 - ③画像や動画の加工が簡単にできて利用者と CONTACT が取れる。
 - ④広告活動に役立つとともに、企業やサービスのブランディングになる。
- 更にInstagramは、**承認したアカウントのみが自分の投稿を閲覧**できるようになるアカウント設定ができるため、その設定の活用や、商品画像などはあえて投稿せず、**業界のお役立ち情報を投稿する**、などの方法で、不安に感じていたことをクリアしながら発信できることを知った。

結果

- 懸念していた「競合他社に見られることを避けるために商品情報を載せたくない」ということもクリアしながら運用が可能だということに気づき、最終的にアカウントを開設した。

支援

価値魅力分析

業歴が長く、オーダー対応力がある
見えた課題 販売力・未開拓エリアがある

目標設定

日本一の納骨壇メーカーを目指す

ロードマップ

HPリニューアル・SNS（インスタグラム）の情報発信→新機種・特注品・施工等・作業風景の配信（月1回）

情報発信へ

事業者のコメント

ローカルベンチマーク、ロードマップシート作成を通じて、社員と目標やビジョンを共有できました。また、Instagramを開設し、自社の情報発信手段が増え、より多くの方へ届けるための道筋を立てられました。

Instagram活用 フォロワー増加とともに、Instagramを見ての来店、問合せも増加

■有限会社藤原自動車（中古自動車小売）

事業内容	①車両整備・板金塗装事業、②中古車販売事業、③トラック・特装車車両販売事業
従業員数	12名（うちアルバイト・パート2名）



課題

取扱商品ルノー車製“カンゲー”を知らない層に向けての認知度およびカンゲー中古車専門店である事業者の認知度拡大ができていなかった。

行動

しっかりとコンセプトを決めて投稿し、半年で2倍以上のフォロワーを獲得

- 事業の現状について整理する
SNS関連の活動から事業者の体制のこと、取扱商材のこと、今までの成功体験などについて整理し、「何を伝えるか」「いかに広く伝えられるか」を考えた。
- Instagramの設定・設計
【プロアカウントへの移行と設定】プロアカウントに登録することで、プロフィール欄に連絡先情報を表示し、問い合わせ対応ができる。Instagram上で広告を出稿できるようにもなり、ビジネスで役立つ機能を使えるようになる。
【プロフィールの作成】カンゲー写真のアイコンや、ユーザーネームを「カンゲー専門店の藤原自動車」にする等カンゲー（発信したいもの）を前面に出す工夫をし、より多くの人に見てもらえるプロフィールづくりを考える。
【コンセプト設計】ターゲットを具体的に考え、ターゲットに刺さる投稿例を考案する。
実例：「入庫するとすぐに売れてしまう、当店で人気のカラー。カンゲーにしかない綺麗な色です」→「早めの検討の後押し」と「車種限定の特別感」で、見ている人の興味を惹く
- 「保存率」「プロフィールアクセス数」をさらに伸ばす工夫→「発見」欄への掲載率の向上へ
・保存してほしい記事は、画像内で保存アイコンのタップを促す工夫をする。
・投稿からプロフィールへの導線の見直し、投稿記事に自アカウントをタグ付けする等の方法で、プロフィールアクセス率を上げる工夫をする。

結果

- 継続的な投稿と、10月のイベントでの広報など、地道な活動がフォロワー数につながることを実感できた。フォロワー数は半年で当初(230人程度)の2倍以上に増加、リール投稿の再生回数も伸びた。

支援

価値魅力分析

西日本一を誇る品揃え、おしゃれかつ車のプロから見ても壊れにくい良い車が揃う
見えた課題 カンゲーファンを掴む情報発信

目標設定

カンゲー専門店として1番に名前が上がり、お客様に選ばれるお店

ロードマップ

お店の強みを投稿し、他店との差別化。今年中にInstagramフォロワー数...500超！

情報発信へ

事業者のコメント

フォロワー増加とともにInstagramを見ての来店や、Instagramからのお問合せも増えました。Instagramの効果的な使い方に関する様々な意見やアドバイスをたくさん頂けて、今後の参考になりました。

Instagram活用

製品の種類に合わせた方法で魅力を発信できるように

■株式会社シフト（化学製品卸売業）

事業内容	切削油や油圧作動油などを主体に、自動車用ケミカル材、尿素水、化粧品などの卸売事業
従業員数	7名

課題

OEM提供が多く、自社の知名度がやや低い。SNSやホームページを活用し知名度を向上させることで新規取引先を開拓し、自社製品の売上を増加できないか模索している。

行動

静止画と動画の使い分けで、商品紹介の表現力を向上

- 静止画を使って簡単に見栄えの良い投稿を作成
【自社商品「シールはがしスプレー」を題材とし、4コマ漫画の様に商品を紹介する投稿を作成】
 - ・画像に文字や絵文字を簡単に貼り付けられる「Phonto」というアプリを活用。
 - ・「商品の見出し」・「実演説明」・「スプレーを吹き替える」・「徐々に剥がれる」・「まとめ」の内容で5枚の静止画を準備。
 - ・文字の大きさやフォント、色など、テキストレイアウトで魅せることをめざし、投稿を作成した。
- リール投稿のための自社商品「シールはがしスプレー」動画を作成
 - ・動画を撮影し、素材を準備する。
 - ・テンプレートを使わず、1から動画を選択し組み立てるところから始めることで、動画がどのように出来ているか基礎から使い方を学んだ。
 - ・動画の画角や差し込み方、音楽やテキストの差し込み方などの基礎を覚えた。
 - ・テンプレートを使い、尺とテキスト分量のポイントを抑えて見やすいリール動画を作成した。
- もう一段階上の編集を可能にする4つのアプリを覚える
 - ・「capcut」「magisto」は部分的な動画編集、テンプレートで手軽にリール作成が可能。
 - ・「promoe」「canva」は静止画を簡単に加工や切り抜きが可能。

結果

- 「商品紹介の表現力や継続的な発信ができるか」といった不安もあったが、構成や内容が決まって準備が出来た状態から、初めてでも時間をかけずにアップ完了できた。
- 商品の魅力をどのように紹介すれば、見た人が興味を持ってくれ、新しい取引相手になってくれるかといった、新規取引に繋げるための流れを考えながら発信できるようになった。



支援

価値魅力分析

企画・開発力のほか、供給体制が構築されている

見えた課題 知名度がやや低い

目標設定

SNSやホームページをさらに活用し、自社製品の拡販による新規顧客を獲得

ロードマップ

Instagramの習熟に努める
製品の使い方を含めた使用効果を分かりやすくSNS上で発信する

情報発信へ

事業者のコメント

今まで自社製品のPRは製品カタログを持ってお客様へ直接PRしていましたが、今回自社でもSNSを利用して有効に商品紹介ができることを新たに知ることができました。今後はあらゆる情報発信に役立てたいと思います。

ホームページ活用

自社のアピールポイントを理解し、ニッチな業種も強みになると気づく

■三宝プランテック株式会社（特殊産業用機器卸）

事業内容	各種産業用プラント向けに種圧力タンクやパイプ等、特殊溶接鋼管の卸売を手掛けている
従業員数	9名（うちアルバイト・パート2名）

課題

未開拓の業界へ販路拡大に向けて、販売を担う人材の強化が課題だった。
求人かけるも、ミスマッチにより長続きしない、応募者が少ない等人材の確保に苦労している。

行動

ローカルベンチマークシートを活用し、強みを発掘

- 対話によって、社長の「現状維持は衰退。進化してこそ生き残れる」「人が財産」という考えのもと、若手の教育・指導体制を構築しており、顧客ニーズを満たすための納得されるまでの徹底したヒアリングや、厳密な品質チェックができるという強みを掘り起こせた。
- 人材育成と顧客の信頼を得るまでの流れ自体が大きな価値・魅力となっていると分かった。

ニッチな業種が他企業には無い強みとなり、選んでもらう理由にも

- 採用に関しての考えと、応募者とのミスマッチを整理した。面接も当日キャンセルになる点や採用しても長く続かないケースがあった。「今の伝え方で足りているか？」を考え、閲覧者にも情報を伝えるように具体的に記載することがミスマッチを防ぐポイントだと知る。
例えば、給与面や待遇面のほか、勤務地など情報を充実させる工夫をする。
また、「人が財産」という考えのもと、人材育成が充実していることもPRになる。
- ニッチな業種だからこそ「知ってもらう」「選んでもらう」対策が必要だと知る。
業種的に「どんなことをしている企業か」の説明が難しく、かみ砕いて説明することに困っていた。
WEBサイト上では、ニッチな他企業の採用サイトがどんな構成になっているかすぐに検索でき、実際のWEBサイトを見ながら、自社では何を取り入れられるか参考にできる。自社では当たり前のこと、他企業には無いケース等は、強みとなり「選んでもらう理由」にもなる。

結果

- 自社の家族的なところが弱みだと感じていた。しかし、ロードマップ作成を通じて、社長の考えが継承されていること、相互扶助の社風であることは、採用活動においても弱みではなくアピールポイントだと気づけた。
- 他企業を参考にしたり、社員同士や周囲と一緒に考えることが改善の手助けとなった。



支援

価値魅力分析

完全受注生産体制により製造から販売までグループ全体で一気通貫で提供可能

見えた課題 販路拡大に伴う人材不足

目標設定

未開拓の業界へ販路拡大、若い世代がモノづくりに魅力を感じる会社にする

ロードマップ

会社の魅力を知ってもらう機会を増やす。
プロモーション動画などを作成して入りやすい入口を作り、新しい人材確保につなげる

情報発信へ

事業者のコメント

弊社の仕事内容はわかりにくいですが、ローカルベンチマーク作成のワークを通じて、文章にすることで具体的にわかるようになりました。今後は教えていただいたことを求人やPRに活かしていきたいと思っています。

■YOSHINO, ヴィルシーナ株式会社 (飲食店)

事業内容	日本料理「よしの」を運営。懐石をはじめ、御膳、寿司、鍋物、弁当を提供
従業員数	18名 (うちアルバイト・パート 10名)

課題

敷居がやや高くなっているため、もう少し若い方にも気軽に利用してもらい、顧客の世代交代が持続的に進むようにしたい。MEO対策がなされておらず、情報発信力が低かった。

MEO対策：Googleマップなどのインターネットの地図上で、上位表示させ、行きたい人に注目してもらうこと

行動

MEO対策の向上に向けた取組を実践

- Googleビジネスプロフィールの内容を充実させる
 - ・運用開始にはGoogleアカウントとの紐づけが必須になるため、Googleアカウントを準備。
 - ・Googleビジネスプロフィールの基本情報を登録する。
 - ・店舗の情報を充実させることで上位表示される可能性が高くなるため、内容の拡充とキャッチフレーズを作成する。
- 投稿の種類を知り、使い分ける
 - ・投稿には以下3種類あるため、発信したい内容によって使い分けることでより効果的に。
 - ①投稿→お知らせしたいこと、メニューの投稿、営業時間の変更など
 - ②イベント→掲載期間を指定できる投稿
 - ③クーポン→クーポンが付けられる投稿
- 口コミへの返信方法を工夫
 - ・後ろ向きな口コミにも「真摯に対応」といった返信を心がけるようにした。
 - ・誠意のある態度が伝わるほか、目を通したユーザーにも良い印象が与えられる可能性がある。

結果

- 自発的に店舗詳細の更新と、利用者からの口コミに対する返信ができるようになったことでMEO対策が進んだ。
- スマートフォン等を活用してお店選びをする若い客層の目にも止まりやすくし、更に、営業時間や正月料金の案内の記事を投稿したことで、新規の客にも伝わるように改善できた。



支援

価値魅力分析

おもてなしの心でお客さまを迎えており、落ち着いた食事ができる

見えた課題 敷居がやや高くなっている

目標設定

これからもハレの日に利用してもらう地域一番店になりたい

ロードマップ

ホームページの写真の入れ替えなどグレードアップ。Googleビジネスプロフィールへの対応を強化し、良い口コミを増やす

情報発信へ

事業者のコメント

HPよりも難易度が低く、効果が見込めるGoogleビジネスプロフィールの強化に取り組みました。Googleビジネスプロフィールにおける発信を充実させる方法を学べたので、今後の反響に期待しています。

■よしをホルモン (飲食店)

事業内容	豚のMIXホルモンをメインに、牛ホルモンなどを提供する居酒屋 (カウンター5席)
従業員数	1名

課題

新規オープンから間もないため、現状では地元ユーザーから選ばれていない状態にある。地域住民を主体とした初来店に向けた取組やリピートに繋がる取組が必要だった。

行動

MEO対策で一度も来店したことがないお客様に情報を届ける

- 自店に合った情報発信手段を知る
 - ・現在はLINE公式アカウントで情報発信をしている。しかし、LINE公式アカウントは、1度来店し、友達登録した顧客にしか情報が届かないため、新規顧客の集客に向かない。
 - ・これまで、WEBへの苦手意識から、インターネット上に一切の店舗情報を掲載していなかった。Googleビジネスプロフィールは店舗情報を登録すると、Googleマップ上に店舗が掲載されるため、来店したことがない顧客にも認知されやすくなることを知る。
- Googleマップに自分の店舗情報を表示して、近隣住民へ認知させる
 - ・Googleビジネスプロフィールへ「よしをホルモン」の住所・営業時間・料理の写真といった店舗情報などを登録した。インターネットで、近隣住民が居酒屋などを検索するとグーグルマップ上に店舗が掲載されて、「近隣店舗」と認知できる状態となった。
- 営業日が不定期の場合の工夫
 - ・Googleビジネスプロフィールでは営業日を固定表記する項目があるが不定期には非対応。
 - ・営業日が不定期の為、営業日を固定してしまうと休みの時にお知らせが難しく、お客様の信頼を失う事になりかねない。あえて営業日の表記はせず、1週間の営業日程を最新情報として投稿することで、更新頻度も上がり、ルーティンとして継続しやすくなった。

結果

- 地域住民に対し、居酒屋などの検索で認知できる状態となった。
- 常連にはLINE公式アカウント、一見の顧客にはGoogleビジネスプロフィールで発信を行い、それぞれの使い方や効果を活かせるようになった。



支援

価値魅力分析

店舗周辺にホルモンを扱う競合店がないことに加え、低価格高品質な料理を提供している

見えた課題 初来店・リピート対策

目標設定

知名度の向上による来客者増で売上増を目指す

ロードマップ

Googleビジネスプロフィールの作成により、近隣住民に対して店舗情報が公開され、初来店に繋げる

情報発信へ

事業者のコメント

Googleマップに自分のお店情報が出て嬉しかったです。この情報を見て実際にテイクアウトのお客様が来てくれたので、成果を感じることが出来ました。情報を定期的に更新して集客につなげたいと思います。

ジモティー活用

園長の想いを込めた求人情報を発信できるように

■社会福祉法人どんぐり会（保育所）

事業内容	堺市内で2ヶ所の幼保連携型認定こども園を運営している
従業員数	100名（うちアルバイト・パート65名）

課題

人材募集は人材派遣会社からの応募だと手数料が高く、積極的に採用ができていない。園長の想いを込めた求人情報を発信するコンテンツを増やしたい。

行動

ローカルベンチマークシートを活用し、園の魅力を確認できた

- シートを活用したワークにおいて、「明日も行きたくなる保育園」という理念のもと、こどもの利益を優先し、規定よりの多くの先生を配置することで、先生方にも余裕が生まれ、**細やかでより良い施設運営や子どもたちへの対応が可能となっていることが価値・魅力**として洗い出された。
- また、そのような価値により、子どもたちが園を一層好きになってくれるという好循環を生み出せていることがわかった。この循環を継続するためにも、継続的な職員の確保が必要。

ジモティーの活用ポイントは、内容の工夫とトライアンドエラーの繰り返し

- ハローワークでは未来の保育士へのアプローチが十分に行えず、人材派遣会社も費用対効果の観点で利用していないことを踏まえて、**無料で誰でも簡単に始められるジモティーを活用**。
- 画像の使用や採用情報の詳細、園長の想いなど**内容を工夫することにより、反響のある記事を作れる**。参考にしたいページを元に、必要十分な情報を精査し、実際に記事を作成。
- まずは10件ほどの記事を投稿してみる。記事を何種類か作成することで、反響のある記事はどのようなものなのか、**特徴をつかみながらトライアンドエラーを繰り返し、レベルアップを図る**必要があることを知った。

結果

- 記事を投稿してから1日の間に閲覧数は21件となっており、効果を実感した。
- ジモティーを通じて情報発信力を高めるとともに、掲載内容を検討する中で、園長の想いを未来の保育士に正しく伝える力を高められ、例年5月に開催される就職フェアに生かせるようになった。



支援

価値魅力分析

素晴らしい先生が多く在籍している

見えた課題 中長期的な職員の確保

目標設定

明日も行きたくなるこども園を目指す

ロードマップ

5月の就職フェアのブースで、園の魅力をしっかり伝え、未来の保育士へアプローチする

情報発信へ

事業者のコメント

ポイントを理解できれば、すぐに形ができてきました。今後の見通しも立ち、継続して効果的な求人広告を出せそうです。情報発信の大切さを改めて理解したため、自社ホームページのリニューアルにも着手したいと考えています。

ジモティー活用

求人のミスマッチを減らすための効果的な取組を推進

■株式会社ハイサイド（二輪自動車小売）

事業内容	ハーレーダビッドソン社の国内正規販売代理店として、販売や修理、車検を手掛けている
従業員数	14名（うちアルバイト・パート5名）

課題

正社員を積極的に採用したいが、求人の募集をかけるためのコンテンツ選びに悩んでいた。ハローワークを利用しては、仕事内容に魅力を感じてくれる人が見つからずミスマッチも多い。

行動

具体的なエピソードをイメージして自社の価値魅力を深掘り

- ローカルベンチマークシートを活用し、顧客、エンドユーザー、仕入れ先、協力会社などを具体的に洗い出しながら、代表自身の内省や講師との**対話によって自社の分析を進めた**。
- 同業他店と比較して、サービスの質に自信がある。その自信の源泉はどこにあるのか、なぜ自信につながるのか等、**具体的なエピソードをイメージしながら、自社の価値魅力を深掘りした**。

ジモティーの求人募集では、発信したい内容を伝えることが大切

- 求人サイトで積極的に採用を進めたいが、効果的な募集方法が分からなかった。また、主軸の業務が多忙なため、効率の良い情報発信を望んでいた。ジモティーには**同じ記事を再投稿できる機能**があり、その都度内容を入力する必要がないため、**手間がかからない**ことを知った。
 - 求人投稿の閲覧者は、まずは給料で選別するが、条件だけで募集するとミスマッチにつながるため、自分たちが大事にしている仕事の魅力が伝わるように発信したいと考えていた。実践してみた結果、**自分たちが発信したい内容を伝えることの大切さを理解した**。
- 【ポイント活用テクニック】単に再投稿するのではなく、同じキャッチフレーズが3つ並ぶとスルーされる確率が上がるため、キャッチフレーズなどを変更して、複数の記事を上げるのがよい。

結果

- 対話によるローカルベンチマークシートの作成で、成長の余地が十分であると再認識。
- Instagram、Facebookを中心に情報を発信している経験から、初稿でも記事の内容や構成が非常に上手く作れた。
- 求人投稿の閲覧数が1カ月で100件程度あり、お気に入りの追加も確認できた。



支援

価値魅力分析

南大阪唯一のハーレー正規販売店であり確かな整備力で安心・安全を届けている

見えた課題 効果的な情報発信

目標設定

情報発信で顧客層を拡大する
正社員の採用を強化する

ロードマップ

正社員の積極採用にあたり、ミスマッチを減らし、効率のかつ効果的に情報発信をする

情報発信へ

事業者のコメント

新しい媒体を使って掲載を始めたことによって、今まで求人が目に入らなかった人へも届いているように感じます。募集の問い合わせがくるように、引き続き、記事を増やすなどして、継続していきたいと思っています。

ITツール活用

IT活用診断で、業務効率化や情報発信手法を増やせることが分かった

■株式会社キックス・インターナショナル（老人福祉事業）

事業内容	介護予防型「機能訓練専門」施設でデイサービスFCの3店舗を堺市内で運営
従業員数	37名（うちアルバイト・パート20名）

課題

業務効率化を図り、店舗展開及び新規事業開始するための時間を作る事ができていなかった。利用者（ご家族含む）満足度向上と外部へのPR活動に力を入れたい。

行動

データ加工やSNSツール等、具体的な活用方法をイメージ

- ネットワーク速度遅延があり、作業効率が悪い場合の対処
【悩み】店舗によって異なるがネットワーク速度遅延があり、作業効率が悪かった。
【解決】無料で使えるUSENの速度チェックツールなら速度テストの結果により、社内のネットワーク機器等異常があるかどうか確認することが可能だと知った。
- データの2次加工ならMicrosoftAccessがオススメ
【悩み】介護・福祉向けシステムから利用者情報をリスト化することは出来るためそのデータを2次加工したいが、具体的な方法が分からなかった。
【解決】クラウドツールもあるが、自社に合った形で実現できないことも多い。MicrosoftAccessなら、PCにインストールされているケースもあり、敷居も低い。データ管理方法や集計方法等の操作を確認し、業務効率化に向けた活用方法がイメージできた。
- 利用目的に合ったSNSツールの機能を理解
【悩み】興味はあったもののSNSツールの機能を理解しておらず、情報発信ができなかった。
【解決】利用目的に合わせたSNSツールを知り、情報発信の幅が広がることが分かった。YouTubeの限定公開機能⇒利用者の家族に向けて利用者の様子を配信し、満足度UP InstagramやTikTokの公開機能⇒多くの人の目に留まるため、集客や採用に効果的

結果

- MicrosoftAccessの操作方法を理解し、実践に意欲的になった。本腰を入れて取り組むため、スクールに通う意欲が湧くようになった。
- SNSツールの機能を理解し、自社の魅力を発信に取組みたいと思った。閲覧者のフィードバックを受け、改善を繰り返すことで集客増加や採用増に繋がりたいと思うようになった。



支援

価値魅力分析

楽しくそして効果があるプログラム内容を提供し、価格以上の価値を感じていただいている

見えた課題 人材育成と人材確保

目標設定

社員が楽しく仕事ができ、社員個人の目標と会社の目標を合わせ、顧客満足度を高める事業を継続していく

ロードマップ

新規事業の開始や新店舗の出店といった事業拡大のため、ITを活用した業務の効率を図る

情報発信へ

事業者のコメント

以前からSNSを使った情報発信には興味がありました。今回、SNS運用等を体系的に勉強することができました。もっと情報発信に注力すべきであると気づきました。

SNSの複数活用

SNSからの動線を整備したことで、新規の案件を受注できた

■中央印刷株式会社（印刷業）

事業内容	広告企画制作のほか、各種ブランディング、マーケティングなどを手掛けている
従業員数	2名

課題

デジタル化で印刷需要が減少し、価格のみの競争となり、付加価値の向上が困難に。今後は、デザイン企画会社としてのイメージを浸透させ、動画制作業務などを軌道に乗せたい。

行動

SNSと自社ホームページを連動させることで効果を発揮

- 発信ツールは多く使用しているが、十分に生かし切れていなかった
【悩み】自社ホームページ、Googleビジネスプロフィール、ミツモア、X（旧Twitter）を運用しているものの、更新が滞っている、バラバラに運用しているなど、上手く使えていなかった。
【解決】まずGoogleビジネスプロフィールの投稿機能を活用しHPへリンクさせた。複数のSNSをHPと連動しながら運用すれば、双方のアクセスの伸びにも期待が持てる。
- Googleビジネスプロフィールの充実を実践
【悩み】Googleビジネスプロフィールに投稿する記事の内容が少し薄く、伝えたいポイントを閲覧者へ訴求できていなかった。
【解決】閲覧者に対して伝わるように、フックとなるキーワードの選定、画像の挿入など、記事の構成をイメージしながら実践。実践の中で理解を深め、充実した記事作りを覚えた。
- YouTubeに動画をアップしたら必ずリンクさせる
【悩み】依頼を受けた動画についての制作実績をホームページに掲載したいが、効果的な発信が分からない。
【解決】「Youtubeでの動画投稿」・「ホームページにおける記事投稿」・「Googleビジネスプロフィールの投稿」のすべてをリンクで繋ぎ、動線を作ることで効果の向上を認識した。

結果

- Googleビジネスプロフィールの投稿により、1件の新規案件依頼がホームページからあった。プロバスケットボールチーム「大阪エヴェッサ」のスポンサー企業から動画制作を受注できた。
- 運用方法を理解していくことで、ハードルが下がり、SNSとホームページとの連動で継続的に更新ができた。相乗効果でアクセスの伸びに期待が持てるようになった。



支援

価値魅力分析

業歴48年にわたる実績と信用を基盤とし、高いデザイン力と顧客重視の姿勢

見えた課題 印刷需要が減少

目標設定

10年後（2033年）には本業である印刷業から脱却し、デザイン企画会社にシフト

ロードマップ

新規顧客の比率を高める サービスサイトやSNSでの情報発信を強化し、問い合わせ件数を増加させる

情報発信へ





事業者のコメント

活用しやすい方法であることがわかり、SNS運用のハードルが下がりました。今回実践した内容を継続していきたいと思えます。今回の取組で早速効果が出たので、情報発信を強化していきたいです。

その他の事例

事業者名	事業内容	経営課題	取組内容	結果
株式会社アンフィニ	装飾品の卸売	窓口スタッフの育成 少量多品種にスピーディーに対応する生産体制の構築	見える化講座 SNSの複数活用	ECサイトやInstagramにおける写真の見せ方や商品説明の訴求等、スタッフ同士で悩んでいたことが今回の支援で解決できた。
株式会社 大阪化学研究所	金属熱処理用の塩浴剤や黒色化成剤など工業用化学薬品の卸売	現在の業務の半自動化、製品情報の収集、情報発信	見える化講座 ホームページ活用	ECサイトを構築する際の、ユーザーの導線確保に向けた具体的な解決策を知り、イメージが湧いたことでユーザー獲得に向けて意欲が増した。
近畿ヒノデサービス販売株式会社	土木資材の卸売	拡販に向けた要員数の増加、知識・スキルの継承	見える化講座 ホームページ活用	求人募集ページについて、情報量やわかりやすさなど応募者側からの視点での、課題が明確になった。全社で改善に取り組みたい。
株式会社嶋川西店	和彩弥嶋川「ワサイヤマカワ」として創作割烹の日本料理店を経営	SNSなど新たなツールにも挑戦しながら顧客の若返りを徐々に図る	Googleビジネスプロフィール活用	記事を用途別に投稿できること等を知った。以前は動き方が分からなかったが、やりたいことに対して、できることが明確になった。
株式会社シラハラ	文具・教材向けを主体に印刷用紙、包装用紙などの販売	アプリの利用や企画・内容などを精査できず、効果的な情報発信ができていない	Instagram活用	SNS発信のキモである写真の加工や集客の導線などの流れを知った。今後も継続して実績を出す意欲が湧いた。
株式会社ナカジマ	手芸材料や洋裁用具などの卸売および小売	手芸・洋裁人口の減少 一定数の若いユーザーの取り込み	Instagram活用	Instagramで反響を得る記事作りなどを学びマーケティングの流れを理解した。こういった知識が会社経営にも活かせると実感できた。
株式会社 ビスダックジャパン	多機能建築用ボードや建築構造金物など建築資材の販売	販売している製品の認知度の向上	Instagram活用	取扱い商材がバズるものではない中で、投稿活動を続けた結果、緩やかではあるがフォロワー数は着実に伸びた。
株式会社保健薬局	「泉ヶ丘保健薬局」の名称で薬局店を経営	SNSでの情報発信を強化 若年層顧客を獲得	Instagram活用	撮影や言葉の選び方、画面構成や役立つアプリなどSNSへの取組みが分かるようになり、頭打ちだったフォロワー数も少しずつ増えた。
ユニオン株式会社	コーヒー生豆を仕入れ、喫茶店やホテル、飲食店への卸売	既存サービスのレベルアップ・デジタル化・会社の認知度アップの施策強化	見える化講座 Instagram活用	ローカルベンチマークで自社の魅力に気づき「コーヒー文化の発信」という大きな目標を見出した。
株式会社ワイズ・ラブ	IoTシステム開発・販売	既存顧客へのサービス提供範囲を拡大→新規顧客の開拓	見える化講座 ホームページ活用	既存WEBサイトの現状への評価や、今後の方向性等を学べた。再来年の創立30周年を迎えるにあたり、社外PRに活かす。

堺市における取組紹介

タイトル	内容	補助金額等	詳細URL
	行政と民間企業が連携し、市内の全ての企業が、無料かつ簡単に、オンライン上で情報発信したり、行政の支援情報を受け取りやすくする仕組み。自社の情報発信や役立つ情報の収集にご活用ください。	登録：無料	
堺市中小企業デジタル化促進補助金	デジタルツールを活用して、将来にわたり継続的に自社業務の成長・発展を図る事業に対して補助を行っています。	補助率：1/2以内 補助限度額：100万円	
堺DX診断	自社のデジタル化の現状や課題を把握できるオンライン診断ツール。「経営戦略」や「組織体制」など、デジタル化に関する6つのカテゴリ各5問の質問に回答するだけで手軽に診断できます。	利用：無料	

サービス事業者向けデジタルツール導入ガイド

堺市では、令和4年度にサービス業のデジタルツール活用支援モデル実証事業において、生産性向上をめざす市内サービス事業者のデジタルツール導入支援を行いました。種類豊富なデジタルツールの情報を掲載したガイドブックと事例集を展開しておりますので、是非ご活用ください。

