

自社の魅力を発信したい事業者様必見！

SNS活用発信事例集



目次

はじめに.....	P2
01 Instagramを新規開設し、施設の取組情報を発信！	P3,4
02 Instagramの運用基盤を構築し、企業全体での情報発信を強化.....	P5,6
03 動画制作ツール導入による情報発信コストの削減を実現！	P7,8
04 トレンドの媒体で情報発信を実現！	P9,10
05 LINEでのショップカード導入で再来店を促進！	P11,12
06 Instagramをユーザーとのコミュニケーションの場に.....	P13,14
07 プレゼントキャンペーンで新規フォロワーを獲得！	P15,16
08 LINEのメッセージ機能を活用して既存顧客へ情報発信！	P17,18
09 既存のコンテンツ活用と新規媒体で情報発信力の拡大！	P19,20
10 SNSの投稿内容を数値分析し、実態を把握.....	P21,22
堺市における取組紹介.....	P23,24

はじめに

目的

堺市では事業者が自社の強みや魅力を深く理解し、それを市場に向けて効果的に伝える能力を身につけることや、事業者が新たな事業機会を見出し、生産性の向上や付加価値の高いサービス提供が可能になることを後押ししています。

令和6年度は、事業者の現状と課題を正確に把握し、それらに対する具体的な改善策を共に考え、実行に移すプロセスを伴走することで情報発信にかかる新たな取組や、取組の拡充を実践していただきました。

本事例集は、異なる業種の事業者がそれぞれ抱える課題に対して実際に取り組んだ改善事例を紹介することで、SNSの活用にお悩みの方の参考となるようにまとめています。是非、自社の魅力をより一層発信するためにお役立てください。

各事業者の取組一覧

業種	事業者名	課題	実施策	対象SNS	ページ
その他の障害者福祉事業	社会福祉法人 なごみ福祉会	SNSの活用方法がわからない	Instagram新規開設と週1回を目標とした投稿	Instagram	P3~4
家具小売業	株式会社 湯川家具	店舗によってSNSの運用にばらつきが発生している	統一的な運用に向けた体制構築	Instagram	P5~6
中古自動車小売業	株式会社 神成	ブランド力を高めるため投稿の閲覧者数を増やしたい	画像・動画ツールの習得による情報発信効率化	Instagram	P7~8
無店舗小売業	株式会社 T 2 企画	ショート動画を強化したい	釣り好きに向けたショート動画の投稿	YouTube	P9~10
生鮮魚介卸売業	株式会社 陸水	リピーターを増やしたい	LINE内でのショップカード導入	LINE	P11~12
紙・文房具小売業	株式会社 magnet	フォロワー数目標を達成したInstagramの活用方法	アンケート機能を使ったユーザーとの交流	Instagram	P13~14
自動車（新車）小売業	株式会社 ユーアイ	SNSごとの特性に合った有効な施策を知りたい	プレゼントキャンペーンの実施と新媒體の運用	Instagram	P15~16
かばん・袋物小売業	株式会社 リリコ	既存顧客へ主力商品以外の商品を広めたい	LINEのメッセージ機能の活用	LINE	P17~18
茶類卸売業	三喜屋珈琲 株式会社	自社の人気コンテンツの認知度を高めたい	既存コンテンツを活用した情報発信力の拡大	Instagram	P19~20
無店舗小売業	株式会社 ジャパンエレグロス	既存投稿の効果を測定したい	数値分析方法の習得	Instagram	P21~22

01 Instagramを新規開設し、 施設の取組情報を発信！

事業者情報

事業者名：なごみ福祉会

事業内容：就労継続支援B型事業、相談支援事業、ボランティア活動、地域活動など
「心の病」や地域福祉向上に向けて様々な事業を展開。

従業員数：13名

所在地：大阪府堺市堺区大町東1-1-8 岸谷ビル

なごみ福祉会の魅力

障害者支援福祉施設を運営し、業歴も長く、20年以上通所している利用者や、一度退所した利用者が数年後にまた通所することも多い点が特長です。当法人の運営理念である「メンバーの自主性」を尊重し、社会の一員として自立できることを目標として、「ほっとする場所」「居心地の良い居場所」とはどのような事業所であるのかをメンバー・職員とともに考え、事業所運営を地道に行っています。



発信状況

運用媒体

ホームページ／Instagram

発信内容

- 施設の案内
- 事業計画や報告書
- 農園での取組や活動の様子
※施設の協力者が運営するアカウントから発信

ホームページ



Instagram



抱えていた課題

新規の施設利用者との関係構築をするための情報発信の場が減っており、自社でSNSアカウントを開設して運用したいと考えているが、アカウント開設、発信内容の作成、投稿方法などがわからない。

提案内容：Instagramで活動の様子を発信

これまでホームページだけで情報発信を行なっていたが、今後、情報発信をする上でどの媒体が良いかを検討し、各SNS媒体の性質を踏まえてInstagramでイベントや施設での活動の様子を新規施設利用者に向けて発信することを選択。

Instagram

■ アカウント開設/プロフィール設定

アカウント開設のための初期設定から実施。新規利用者や施設職員希望者がスムーズに問い合わせできるように、公式ホームページのリンクと電話番号をプロフィール内に掲載。

■ フィード投稿

直売会イベントの出店の様子や年間行事の写真を、職員の労務状況と活動内容を踏まえ週1回を目標に投稿。画像とテキストに音源をつけ加えてより質の高い内容を作成。

※フィードとは…ホーム画面で投稿が表示される場所

■ アカウント拡散

フォロワー数を伸ばすため、直売会イベントの場でQRコードを掲示して参加者にフォローを直接呼びかけアカウントの拡散を促進。

新規アカウント



POINT!

問い合わせにつながるよう、HPリンクと電話番号を記載

実際の投稿事例



POINT!

複数枚の写真と文章でイベントの内容や雰囲気を伝える

結果

Instagramにて新規のアカウントを開設。イベント活動の様子を週1回以上発信することを実現。コンスタントな投稿でアカウントの信頼性向上につなげることができた。さらに、アカウントのQRコードの発行などフォロワー増に向けての施策を打つことができた。

事業者の声

これまではSNSを使った情報発信は難しいと思い込み、何を、どの様に、いつ発信すれば良いのか具体的なイメージが掴めなかったため取り組めていませんでした。実際に情報発信を経験したことでハードルがぐっと下がり、日常活動の発信が容易になったように感じます。

02

Instagramの運用基盤を構築し、企業全体での情報発信を強化！

事業者情報

事業者名：株式会社湯川家具

事業内容：家具・インテリア雑貨の小売店を運営

従業員数：44名

所在地：大阪府堺市堺区向陵中町 2 - 2 - 1 4

湯川家具の魅力

お得な家具を数多く取り揃えていることが売り。更に、家具配送料無料、組立設置料無料、配達商品の最大6ヶ月まで取り置きを可能としている点が強みです。



発信状況

運用媒体

ホームページ / Instagram

発信内容

- ・ 動画や画像で家具を紹介
- ・ 店舗情報

ホームページ



Instagram



抱えていた課題

Instagramを店舗ごとに運用しているが、それぞれの投稿内容にばらつきがあるため、全体として統一できていない状況。

提案内容：アカウントの運用基盤構築

店舗ごとのアカウント運営にばらつきがあり、運用を活発に行えていない状況であったため、1つのアカウントにまとめる方針を検討。
社内体制の整備とともに、プロフィール内容の改善や画像制作ツール「Canva」の導入も実施。

Instagram

■ アカウントの統合に向けて情報を整理

店舗ごとのアカウントを1つのアカウントに注力する方向性でプロフィール欄を整理。
企業のアピールポイントを3~4行までを目安に明記することでわかりやすく、さらにハイライトで情報を分別するなど、ユーザーの興味を惹く内容に変更。

■ 画像・動画制作ツール「Canva」を使った効率化と投稿強化

簡単に操作でき、かつチームにて連携できる画像・動画制作ツール「Canva」を導入。ツールにあるフォーマットを利用することで作業を効率化し、リール動画の投稿頻度を強化。さらに社員内で共通で使えるようオリジナルの画像フォーマットも作成。

※Canvaとは…オンライン上で画像や動画を作成・編集できるグラフィックデザインツール

プロフィール画面



POINT!
紹介文冒頭に
企業の強みを明記！

POINT!
ハイライトを使って
情報を整理！

実際の投稿事例



POINT!
制作ツールによって、
リール投稿の頻度も上昇！！

結果

Instagramのプロフィールで湯川家具の強みや特徴をわかりやすく伝え、さらに投稿効率及び投稿頻度を上げて情報発信を強化したこともあり、3ヶ月程度で約500人のフォロワー増を達成。

事業者の声

SNS運用について何をすべきか不明瞭でしたが、ご支援により方向性と具体的な情報を得られました。実践を重ね反応が増え成果が可視化されつつあります。今後も継続的に改善に努めてまいります。

03

動画制作ツール導入による 情報発信コストの削減を実現！

事業者情報

事業者名：株式会社神成

事業内容：新車・中古車販売、新車・中古車リース契約、車検、修理、各アフターパーツ販売、
保険対応等で積極的に顧客を開拓。

従業員数：7名

所在地：大阪府堺市東区八下町2-94-1

神成の魅力

新車・中古車の販売・リースから修理などのアフターフォローまで、幅の広い対応を行っています。他社ではあまり取扱いのないスーパーカーなども販売しています。



発信状況

運用媒体

ホームページ

Instagram

発信内容

- ・ 査定や販売車両のご案内
- ・ 施工状況

ホームページ



Instagram



抱えていた課題

ブランド力を高めて地域にこだわらず全国に向けて情報発信をしていきたい。

提案内容：動画制作ツールの導入

これまでではサービスの内容や販売車両の情報やサービスの内容を画像とテキストで発信していたが、画像・動画制作ツール「Canva」を導入することで、情報発信のクオリティと頻度を高め、新規顧客となり得る潜在層へのブランド力の拡散をめざす。

Instagram

■ 動画制作ツールのレクチャーと社内への共有

簡単に操作でき、かつチームにて連携できる画像・動画制作ツールの使い方のレクチャーを実施。ツールに用意されているフォーマットと写真を使って実際に操作してみることで、画像の挿入方法からテキストの書き換え方法、動画の作成から投稿まで全ての流れを体験。

※Canvaとは…オンライン上で画像や動画を作成・編集できるグラフィックデザインツール

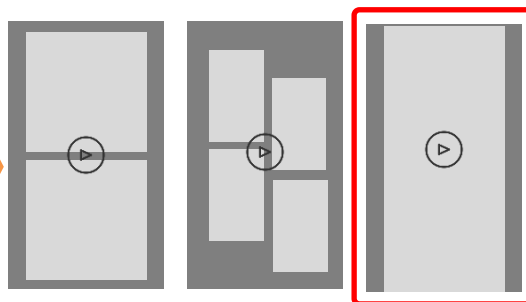
動画編集イメージ

①撮影した動画や写真を用意



※動画を構成するための素材は写真だけでもOK

②デザインフォーマットを選択



※ツールの中に用意されている豊富なデザインフォーマットを自由に選択することが可能

③編集



※フォーマットの画像や文字を自由に差し替えたりレイアウトでき、20分程度の編集時間で動画が完成！

POINT!

動画制作にかかる十分な時間がない方や、編集の知識や作業をしたことがない方でも、ツールを活用することによって、手軽に動画が編集でき、SNSの投稿にかかる時間を大幅に短縮することが見込めます！

結果

実際に代表ご自身でツールの操作をすることにより編集方法を習得できた。
また、社員にもツールの活用を促し実践することができた。

事業者の声

動画制作のツールがあることを知らなかったが、簡単な操作で手軽に動画を作ることができるので大変便利です。社内での利用を広めて活用していきます。

04 トrendの媒体で情報発信を実現！

事業者情報

事業者名：株式会社T2企画

事業内容：釣具の製造、販売を主業とし、「あおりねっと」、「鯛らばねっと」の名称でネットショップを開設。その他、アウトドア用品、防災用品の製造・販売も併営。

従業員数：6名

所在地：大阪府堺市中区田園 4 4 2 - 1

T2企画の魅力

2000年に開設したアオリイカ釣り情報&コミュニティサイトを前身として2007年に始まった釣具のオンラインショップ「あおりねっと」は、アオリイカ釣りファンの間で長年の信頼を得ています。釣りから派生し、アウトドア用品や防災用品も取り扱うなど、ニーズに対応した商品展開を行っています。



発信状況

運用媒体

ホームページ／YouTube
Instagram／Facebook

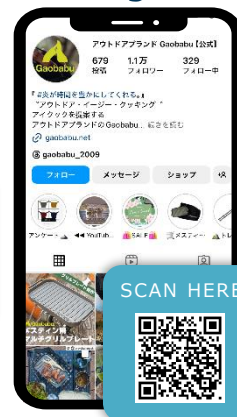
発信内容

- ・ユーザー投稿のリポスト
- ・商品紹介

ホームページ



Instagram



YouTube



抱えていた課題

あおりねっとのYouTubeアカウントでショート動画に力を入れていきたい。

提案内容：釣り好きに向けたショート動画

Instagramを中心に商品の情報発信が充実している状態から、さらなる新規顧客へのアプローチを増やすために発信媒体を広げることを検討。動画編集のノウハウを十分に持ち合わせていたことから、YouTubeショートでの発信を選択。

YouTube

■ 他アカウント事例を参考にしたショート動画の導入

ユーザに疑似体験させる／新しい知識を得ることができる内容を提案。

釣り関連の他アカウントを調査し、リアクションの良い動画を分析。実際の釣りをする様子を見せながら商品を紹介することで使用イメージが沸きやすくなるような内容や、社員の方自らが商品を説明することで説得力を持たせ、知識を共有できるような内容の事例を参考に動画を作成。

実際の投稿事例

POINT!

スタッフが商品を解説することで、商品の魅力をアピール！



POINT!

実際の釣りをしながら商品を紹介！釣れた瞬間もしっかり撮影！



結果

YouTubeにおいて長尺動画だけでなく、トレンドになっているショート動画のコンテンツを発信することで新たな商品紹介の手法・機会を創出。

事業者の声

通常のYouTube動画では口ケから編集までの労力が多くかかるので、なかなか手が付けられていませんでした。他の事例を調査・分析することでイメージが湧き、かつショート動画なら撮影も編集も簡単なので、その方法のアドバイスもあり負担が少なく実行できました。

05

LINEでのショッピングカード導入で 再来店を促進！

事業者情報

事業者名：株式会社陸水

事業内容：トラフグ、トラウトサーモン、ヒラメ、クエの陸上養殖事業を行っている。

更に2023年11月大阪難波で生産者直営海鮮居酒屋「Rikusui」をオープン。

従業員数：12名

所在地：大阪府堺市堺区新町1-25

陸水の魅力

大阪府堺町でトラフグ、トラウトサーモン、ヒラメ、クエの陸上養殖事業を行っており、消費地生産の考えのもと、消費地にできるだけ近い場所で養殖することにより、輸送費を削減し、鮮度の高い魚をリーズナブルな価格で提供できるという点が強みです。また堺加工センターを稼働したことにより、魚の養殖から加工、流通までトータルで展開している部分は他社にない強みです。



発信状況

運用媒体

ホームページ／Instagram ホームページ
LINE

発信内容

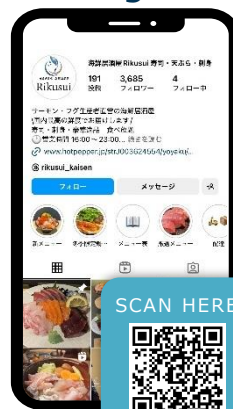
- ・店舗情報
- ・料理 / コース情報
- ・クーポンの発行



SCAN HERE



Instagram



LINE



抱えていた課題

居酒屋「Rikusui」のリピーター増やランチの集客につながるような施策を検討したい。

提案内容：ショッピングカード&Threadsの導入

TikTok、Instagram、LINE、Xとすでに複数の媒体で情報発信を行い、新規顧客を獲得できていることから、リピーターを増加させるために、LINEのショッピングカードを利用した既存顧客へのアプローチを選択。さらに、Threadsのアカウント開設により顧客接点の拡大を狙う。

LINE

■ ショッピングカードの導入

公式アカウントの「ショッピングカード」は、来店や商品購入に応じてポイントを付与し、割引やプレゼントなどの特典の管理を、公式アカウント内で発行・管理できる機能。
この機能を導入することにより、特典獲得をモチベーションに再来店の促進を図る。

Threads

■ 新規アカウント作成

国内ユーザーが10代を中心に増加している、Instagramと連携ができるテキストベースのSNS。ユーザーとのコミュニケーションが図りやすくリンク遷移もできる側面がありながら、画像や動画も豊富に投稿ができる強みを活かし、新たな情報発信の場としての活用を提案。

LINE「ショッピングカード」画面



Threads



結果

LINE「ショッピングカード」機能を導入することにより、LINE登録者数を100人程度増加させることを達成。また、Threadsを新規に開設し運用することで、Instagramとは異なるユーザーとのコミュニケーションの増加につながり新たな情報発信の場を獲得。

事業者の声

社内だけでは出ない意見や情報を得たことにより、新たな取り組みを実行することができました。ショッピングカードは一度作成するだけで良いため、手間があまりかからず直ぐに取り組み、効果を実感しやすいです。

06

Instagramをユーザーとのコミュニケーションの場に！

事業者情報

事業者名：株式会社magnet

事業内容：生活雑貨の商品企画開発・輸入販売

従業員数：20名

所在地：大阪府堺市堺区神南辺町3-107-11

magnetの魅力

実用性、デザイン、適正価格の3原則に外れることなく、他にはないオリジナル商品の開発を行っており、常に同業他社との差別化を図っています。直営店舗ではオリジナル商品以外にも、来店者に向けて魅力的な新たな商品を多数紹介し、購入意欲を高める商品を取り揃えています。



発信状況

運用媒体

ホームページ

Instagram / TikTok

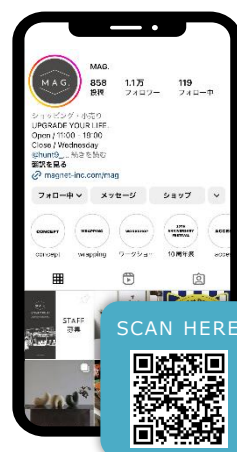
発信内容

- 商品紹介
- 会社や近隣の様子

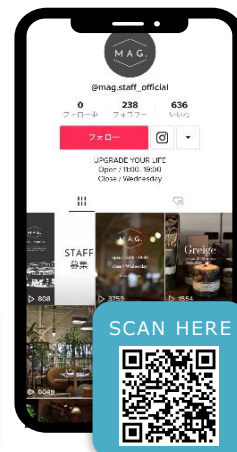
ホームページ



Instagram



TikTok



抱えていた課題

Instagramのフォロワー数1万人の目標を達成したため、魅力の発信に関して、この先の新たな方針や目標を決めていきたい。

提案内容：Instagramのアンケート機能の活用

Instagramで目標のフォロワー数を達成、既に多くのファンを抱えられている状態のため、ファンとのコミュニケーション機会を創出することによって、ニーズの把握、さらにはコアファン化（より来店頻度が高く他者へ紹介してくれる顧客になること）をめざす。

Instagram

■ ユーザーとのコミュニケーションの活発化

ストーリーズでのアンケート機能を活用したユーザーとのコミュニケーションを提案。ユーザーからの回答を得ることでニーズを把握でき、SNSの投稿内容やサービスの改善を図ることにつながる。

■ 広告の設定状況の確認

過去に実施した広告の数値が正しく取得できているか、設定画面を見ながらチェック。実際の購入と管理画面の数値にズレが生じていた部分に関しては、Meta社にもヒアリングして考えられる要因を共有。

実際のユーザーとのコミュニケーション例



結果

ユーザーとのコミュニケーションにアンケート機能を活用することで、既存のユーザーとの接点を増やすという新たな方針を立てることができ、Instagramのコンテンツを拡充することができた。

事業者の声

SNSの改善、疑問に答えて頂き方向性に自信が持てました。インターネットやgoogle検索の部分でもちょっとした疑問にもアドバイスや参考資料など頂き解決できました。

07

プレゼントキャンペーンで 新規フォロワーを獲得！

事業者情報

事業者名：株式会社ユーアイ

事業内容：快適に車中泊できるパッケージや収納スペースを拡大させるパッケージの提供、
キャンピングカーの製作など、自動車を活用できるオリジナルパーツの企画開発を手掛ける。

従業員数：28名

所在地：大阪府堺市美原区大饗 1 5 8 - 1

ユーアイの魅力

「ユーアイビークル (UI-Vehicle)」を自社ブランドとして展開を進めています。トヨタ系ディーラーと強固な関係を築き、北海道から沖縄まで全国に取引先があります。ディーラーオプションや営業マン経由の注文、車両購入者からの指名注文をいただけるほどの認知度を誇っています。



発信状況

運用媒体

ホームページ／YouTube
Instagram／Facebook
X／TikTok

発信内容

- ・ イベントやフェアの紹介
- ・ 店舗情報

ホームページ



Instagram



X



抱えていた課題

運用している各SNSアカウントにおいて、それぞれの特性を活かした有効な施策を用いて
情報発信力を強化していきたい。

提案内容：既存のSNS活用と新規SNSでの情報発信

複数のSNS媒体で活発に発信を行っている状態から、イベントを絡めたキャンペーンを実施することでさらなる新規顧客へのアカウントの認知拡大を狙う。さらに、新たなSNSとして注目されているThreadsを新たに導入することで情報発信の面を拡大する。

Instagram

■ Instagramを活用したプレゼントキャンペーンの実施

Instagramのアカウントフォローを条件にしたプレゼントキャンペーンを実施することで、新規のフォロワー獲得を狙う施策を提案。

さらに、拡散方法の手段として、Instagram上で表示される広告の活用を提案。

Threads

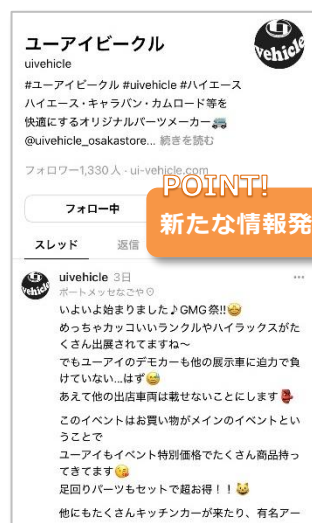
■ 新規アカウント作成

国内ユーザーが10代を中心に増加している、Instagramと連携ができるテキストベースのSNS。新たな情報発信の場としての活用を提案。

Instagramイベントの様子



Threadsでの実際の投稿の様子



結果

イベントと連動したプレゼントキャンペーンを実施することで、Instagramにて2日間で200人程度の新規フォロワーを獲得。

事業者の声

SNS運用にかかる細かなことを解決でき、SNS活用のハードルが下がりました。さらに、他社の実例を見ることが自社のSNS活用の幅が広がり、大変有用な取組でした。

08

LINEのメッセージ機能を活用して 既存顧客へ情報発信！

事業者情報

事業者名：株式会社リリコ

事業内容：1974年創業のランドセルの企画・販売業者。自社ブランド「LIRICO」を展開。
インターネット販売が中心。

従業員数：10名

所在地：大阪府堺市中区深井東町3009-3

リリコの魅力

独自の世界観でブランディングされた「飽き」がくることなく、いつまでも「可愛い」、「カッコいい」と思えるランドセルや子供向け衣服、雑貨類を提供。新入学でランドセルを購入した世帯が、次に雑貨類を購入したくなるようなデザイン性をもつ商品の開発に努めています。



発信状況

運用媒体

ホームページ

Instagram/LINE

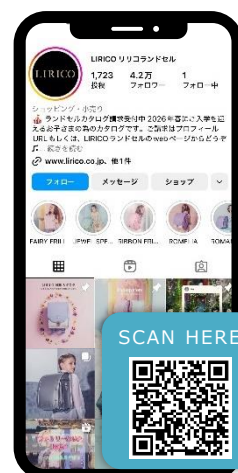
発信内容

- 商品紹介
- ポップアップストアのご案内

ホームページ



Instagram



抱えていた課題

メイン商品であるランドセル購入者に、グッズ・ウェアの魅力もアピールし、ブランド自体のファンをさらに増やしたい。

提案内容：LINEを活用した既存顧客への訴求

ランドセルの購入ですでに接点のある既存顧客へLINEのメッセージで再アプローチすることで、ランドセル以外の商品の購買意欲向上を狙う方針を選択。
さらに、Instagram分析によって既存フォロワーの属性や行動を把握。

LINE

■ LINEのステップ配信を活用した既存顧客への再アプローチ

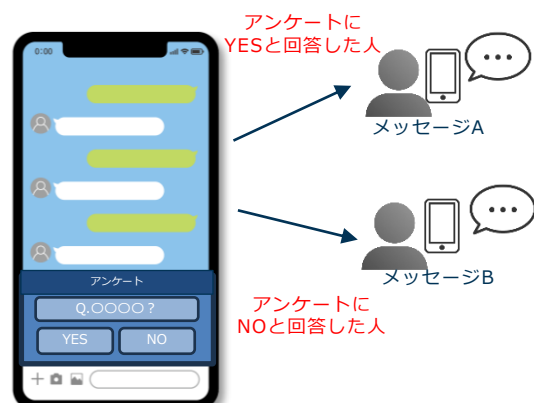
LINEで友だち追加をしているユーザーに対して、属性（追加してからの日数・性別など）で分けてメッセージの配信ができるLINE公式の機能であるステップ配信を提案。
さらに、LINEで実施したアンケート結果をもとに配信を分けることができる有料の外部ツールも複数提案。

Instagram

■ アカウント分析で現在のユーザー層を把握

有料のSNSのアカウント分析ツールを使用して、運用中のInstagramの分析を実施することで、これまで投稿したものの傾向やユーザーの属性（アクティブな時間帯やよく使うハッシュタグなど）を把握。

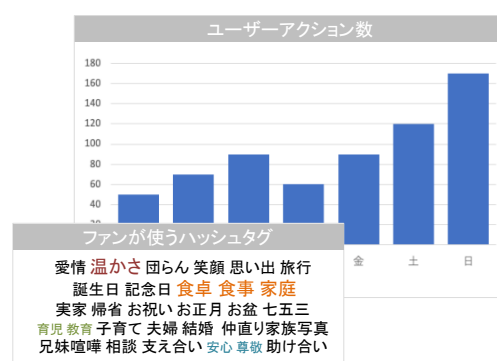
LINEのステップ配信イメージ



POINT!

アンケートで取得した結果やユーザー属性によって異なるメッセージを配信

分析イメージ



POINT!

分析結果を見ることで、普段知ることができないユーザーの傾向を把握！

結果

来期に向けた既存顧客へのアプローチ施策として、LINEツールの導入および試験運用を検討できた。
また、Instagramの閲覧者の傾向をつかむことができたので、今後の投稿等の参考とする。

事業者の声

各ツールの利点を比較することで、得られる情報について検討することができました。実際に導入する前に無料期間での試用も検討しました。

事業者情報

事業者名：三喜屋珈琲株式会社

事業内容：コーヒー、紅茶、輸入食品、輸入菓子等のギフト関連商品、コーヒー関連商品の卸売を主業とし、百貨店各店にてコーヒー豆の売場やイートインコーナー、直営喫茶店を運営。

従業員数：100名

所在地：大阪府堺市北区百舌鳥梅北町2-102-1

三喜屋珈琲の魅力

1947年7月京都市中京区にて開業した自家焙煎のコーヒーショップからスタート。創業以来70年以上の業歴を有し、老舗企業としての豊富な実績とブランドが築かれている部分が強みです。直営店のほかに、百貨店のインショップをメインとした店舗展開を行っており、安心・安全もアピールポイントです。



発信状況

運用媒体

ホームページ

Instagram

YouTube/TikTok

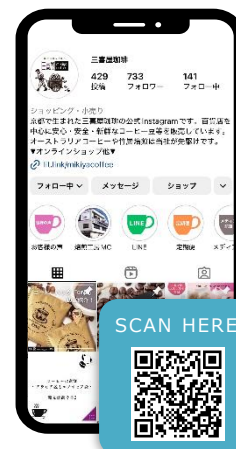
発信内容

- 商品紹介
- 珈琲の豆知識

ホームページ



Instagram



YouTube



抱えていた課題

当社の強みである珈琲教室をより一層多くの人に認知していただき、集客力を高めたい。

提案内容：既存のSNS媒体を活用した露出拡大

珈琲教室において、新規の受講者となり得る潜在層への拡散を図るために、既存のコンテンツを活用してSNS媒体での情報露出を拡大させることと、親和性の高い媒体への掲載の検討を選択。

YouTube

■ 今すでにあるコンテンツの活用

近年YouTubeの中でも需要の高いYouTubeショートでの投稿を提案。
すでにInstagramやTikTokなどで投稿している縦動画をそのまま投稿できるため、そのための制作時間を作る必要がなく、労力をかけずに、且つ、接触機会を増やすことができる。

その他

■ 親和性の高い媒体への掲載

セミナー販売のプラットフォームや、コーヒーに特化したメディアサイトへ掲載を検討。SNSで広く訴求して得られる効果とは異なり、珈琲教室に参加する意欲やコーヒー自体への関心が高いユーザーへの認知拡大を見込むことができる。

コンテンツ活用イメージ



親和性の高い媒体への掲載イメージ



結果

すでに発信したことのあるコンテンツをYouTubeショートにも投稿し、情報露出の場を広げることで接触機会の増加を検討できた。また、SNS以外の親和性の高い媒体の情報を取得できた。

事業者の声

これまでInstagramに掲載していた動画をYouTubeのショート動画としても掲載するという発想はなく、手軽にできるので便利だと感じました。また、「Canva」の導入で多くのスタッフが動画編集できるようになり効率性が高まりました。

10

SNSの投稿内容を数値分析し、 実態を把握

事業者情報

事業者名：株式会社ジャパンエレクトロス

事業内容：電線や配線器具の加工・詰め合わせセットの販売を行っており、主力商品は電気工事士技能試験の試験対策の練習に必要な電線・配線器具のセット（モズシリーズ）の製造・販売。

従業員数：8名

所在地：大阪府堺市北区東上野芝町二丁222番地

ジャパンエレクトロスの魅力

実際の試験で使用されるメーカー製の資材を採用し、顧客ニーズに応じた豊富な商品ラインナップを展開しています。購買対象の職業訓練校や企業からの急な購入依頼や大量発注にも対応できる十分な在庫を確保し、欠品がでないように注意しています。



発信状況

運用媒体

ホームページ/ Instagram
YouTube / TikTok
X / Facebook

発信内容

- 商品紹介
- 会社や近隣の様子

ホームページ



Instagram



X



抱えていた課題

各SNSで主に販促のための投稿を行っているが、これまでの投稿内容の効果測定をしたい。

提案内容：Instagramにおける数値分析

定期的に投稿を行っているInstagramにおいて、これまでの投稿内容の振り返りや、今後の投稿内容の改善に繋げるため、投稿の数値の見方を習得することを選択。

Instagram

■ 数値分析によるこれまでの投稿内容の精査

今後の投稿の方針を検討するために、Instagramの数値の見方や、保存数・ホーム数・プロフィールへのアクセスなど、特に確認すると良い項目をレクチャー。

これまでの投稿を数値で振り返ることで、今後の投稿内容の参考指標となり得る。

■ リールおよびショート動画導入の提案

近年特に需要の高まっているInstagramのリール動画およびYouTubeのショート動画の導入を提案。既存の画像や動画も活用し、簡単に作成できる動画ツールも導入することで、なるべく1本の動画に要する時間を抑えての制作が見込める。

数値分析イメージ



結果

実際の数値を辿ることで、これまでの投稿の中でのユーザーのリアクションの傾向を知ることができた。

事業者の声

普段からSNSの投稿はしていましたが、数値分析などはしておらず、今回を機に投稿でどのくらい反響があるのか確認できました。また、今回学んだ動画の簡単な投稿方法も今後に活かしたいと思います。

堺市における取組紹介

01 市内企業オープンデータポータルサイト「さかしる」

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、国・大阪府・堺市が発信するお役立ち情報を受け取りやすくする仕組み。自社の情報発信や役に立つ情報の収集にご活用ください！



問合せ：(公財)堺市産業振興センター
(TEL：072-255-6700)



詳しくはコチラ

02 デジタル経営診断ツール「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問の設問に回答することで、手軽に自社のデジタル化の現状を診断できます。自社のデジタル化の第一歩として、ぜひご活用ください。



問合せ：(公財)堺市産業振興センター
(TEL：072-255-6700)



詳しくはコチラ

03 産業DX支援センター

デジタル技術や自動化技術を活用し、既存事業の新たな価値創造や新規ビジネスの立ち上げ、経営にかかる各業務の効率性を考えている堺市内中小企業等向けに個別相談や、現地・オンラインコンサルティング支援を行い、必要に応じて導入までサポートします。



問合せ：(公財)堺市産業振興センター(TEL：072-255-6700)



詳しくはコチラ