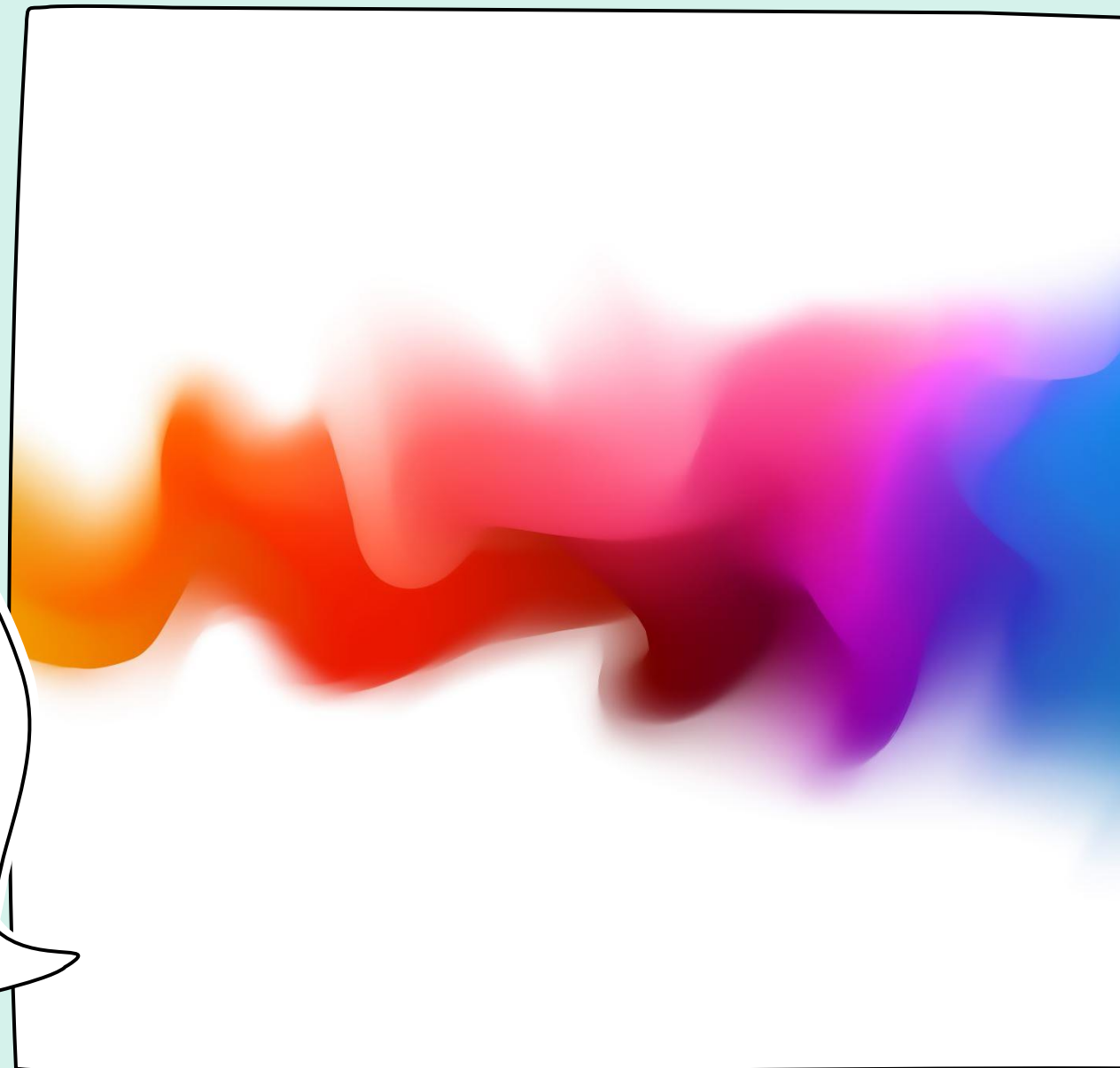


# SNSを活用する メリット

- ▶ 集客力UP
- ▶ ソーシャルリクルーティング
- ▶ バズるコツ



## 目次

1. SNSとは
2. SNSの活用方法
3. 介護事業者向けSNS紹介
4. バズるコツ (Instagram編)

## ●SNSとは、、

SNSとは、ソーシャルネットワーキングサービスの略で、  
インターネット上のコミュニティサイトのことです。

ユーザーが情報発信できて、ユーザー同士でつながりを持つこともできます。

プロフィールや写真の公開、メッセージの送受信、  
友達検索などの機能があり、個人だけではなく、  
企業も販売促進やマーケティングの手法として活用しています。

# ●SNSの特徴

## 1. プロフィールの作成

・・・ユーザーは自己紹介や興味・趣味、職業など、自身についての情報をプロフィールに記載します。

## 2. ネットワーキング

・・・ユーザーは、他のユーザーと「友達になる」または「フォローする」ことで、ネットワークを構築します。

## 3. コミュニケーション

・・・ユーザーは、ステータスの投稿や写真・動画の共有、メッセージの送受信などを通じてコミュニケーションをとります。

## 4. 情報共有

・・・ユーザーは、自分自身の体験や意見、知識などを投稿し、他のユーザーと情報を共有します。

## ●SNS活用のメリット

- (1) 採用力が上がる
- (2) 集客に効果を得られる
- (3) 介護業界の印象が上がる
- (4) 顧客・従業員の定着率が高い

SNSの活用により、施設内の様子を画像や動画で情報発信できるため、リアルな雰囲気伝えやすくなります。  
採用、集客どちらにおいても、事前に施設内の様子を閲覧いただけるのは、好印象を与えるきっかけになります。

# SNS活用方法

- ・集客力UP
- ・人材採用



## ●集客力UPについて

### ①自社ブランドの魅力を具体的に伝達

SNSの特性を生かし、写真や動画、文章を使用して、利用者様や職員の日常の様子をリアルタイムで発信。これにより、見ている人に自社の雰囲気やサービス内容を直感的に理解してもらえる。

### ②介護業界のイメージ向上に貢献

職員の人柄や施設内の風景、特色ある取り組みなどの具体的なコンテンツを通じて、一般の人々が抱く介護に対する不安や先入観を緩和。

SNS上でシェアされる機能訓練や外出活動の動画などは、特に注目され、介護業界のポジティブな一面を伝えるのに効果的。

これらのメリットを通じて、SNSを活用することで、介護事業者は自社の魅力を効果的に伝えるだけでなく、業界全体のイメージアップにも貢献できます。

## ●人材採用（ソーシャルリクルーティング）について

### 【活用メリット】

#### ①広範なターゲット層への到達

- ・SNSの利用者は多岐にわたる年代を含んでおり、その拡散力を活用することで様々な層に訴求することが可能。
- ・2021年度の総務省の情報通信白書によれば、SNS利用率は年々増加傾向にあり、2020年度で73.8%に達している。

#### ②コスト効率の良さ

- ・多くのSNSは無料で利用が可能。このため、高いコストをかけずにPRや採用活動を展開できる。
- ・さらに、有料の広告オプションを活用しても、従来の広告手法に比べて費用対効果が高い場合が多い。

#### ③企業文化や雰囲気の伝達

- ・SNSは写真や動画、ストーリー機能などを通じて、企業の現場の様子や職員の人柄を直接伝えることが可能。
- ・これにより、企業の実態やカルチャーをリアルに伝えることで、信頼性や魅力を高めることができる。



●Instagram（インスタグラム）

●X（エックス）旧ツイッター

●Facebook（フェイスブック）

## 介護事業者向け SNS紹介



# Facebook（フェイスブック）

---

●30代から50代のユーザーが多数！

**特に50代男性の48%はFacebookを利用！**

Facebookは実名制で、**利用者は顔写真、年齢、職業、学歴などを登録**しています。そのため、企業側にとっては求職者の詳細なプロフィールを把握したうえでアプローチできるのがメリットです。広告を出す際にも年齢、地域、性別、学歴、職業など詳細に設定したうえで、**届けたい層に向けて出稿（広告を出すこと）することができます。**

採用したい人の属性を絞って活動したい**企業に最適なSNS**だといえるでしょう。また、利用者は30代以上が多いので、キャリアのある人へアプローチしたい企業にも向いています。

## × (エックス) 旧ツイッター

---

### ● リアルタイム性と拡散力が魅力！

「今、起きていること」をすぐにキャッチして活用できる、  
リアルタイム性が特徴。

拡散性を活かした、フォロー&リツイートキャンペーンを多くの企業を取り入れています。

- ◎ 「ホームページとは違う親しみやすい投稿でまずは自社の認知度を上げたい」
  - ◎ 「新卒や第二新卒などの若年層にアプローチしたい」
- という企業に適したツールです。

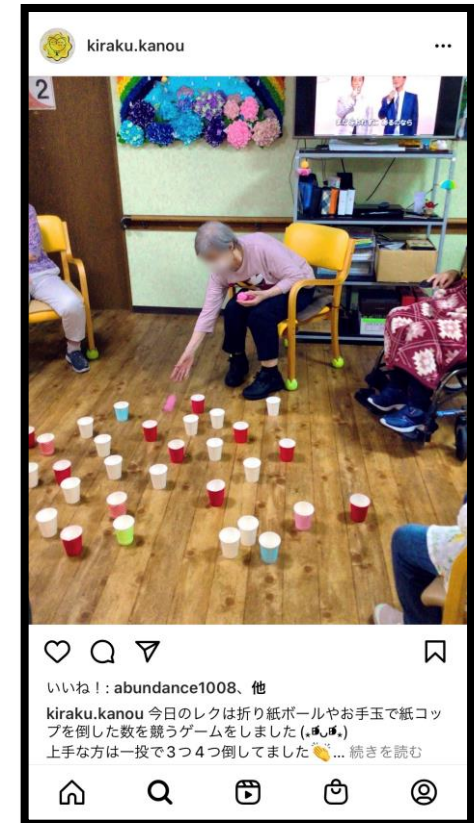
# Instagram（インスタグラム）

樹楽加納の  
アカウント

- **若者へのアプローチに強い！**  
**集客だけでなく採用にも効果的！**

Instagramは、画像を投稿する  
SNSとして若者を中心に利用者が多い。  
最近では、GoogleやYahoo!の検索エンジンの利用が減少し、  
**Instagram内のハッシュタグ「#」で情報収集する人が増加**

広告に対する反応が他の動画プラットフォームに比べ高いことから、  
**企業のマーケティング活動の場としても注目されています**



『#樹楽加納』で検索✓

## バズるコツ【Instagram編】

---

「インスタが伸びない…」とお悩みの方へ  
**「バズる」とは何か解説記事をご紹介します！**

インスタ運用を始めてみたものの、、

**「毎日投稿しているのになぜか伸びない…」**

**「何をやってもフォロワー数が増えない…」** など

# バズるとは

バズは英語のbuzz（噂話などでガヤガヤ騒ぐ）のことであり、「バズる」というのはインターネット上で情報が爆発的に拡散され、話題になっている状態。

## ●インスタでバズるコツ

それは、**発見タブ（発見欄）**に掲載されることです。



**「発見タブ」とは、..**

アプリの虫眼鏡のマーク「🔍」をタップしたときに表示される画面のこと！

自分の好きな投稿ばかりで、ついつい見てしまう場所です。

# ★発見タブについて

『#機能訓練』で検索



発見タブの投稿は、、、

フォローしている人や「いいね！」  
した情報をAIが解析し、  
「まだフォローしていない」アカウ  
ントがシェアした投稿の中で、興  
味がありそうな投稿が表示されて  
います。



## 発見タブの重要性

---

発見タブの利用割合は約5割！

国内ユーザー数から算出すると、、、

毎日 **1500万人以上** の人が利用している計算になります。

◎発見タブは多くのユーザーが日常的に利用します。

◎大量の投稿が大量のユーザーに閲覧されています。

◎フォロワー外のユーザーからの大量のリーチ数を獲得出来ます。

◎フォローしてもらうきっかけとなります。

◎バズった投稿は発見タブからの流入が9割あります。

**★発見タブに掲載されるという事は、バズるための必要最低条件！！**



## 発見タブに掲載されるにはどうすればよいのか？

- **保存率**と**ホーム率**を上げること！

これらの確認には、**プロアカウント**への切り替えが必要です。

$$\text{保存率} = \text{保存数} \div \text{リーチ数}$$

この保存という行為を多くなされた投稿は、Instagramのアルゴリズムからこの投稿は重要であると判断され、発見タブに掲載されやすくなります。

$$\text{ホーム率} = \text{フォロワー数} \div \text{インプレッション数}$$

Instagramのホーム画面は、時系列で投稿が表示されているわけではなく、アカウント同士の親密度が高い順に表示されるアルゴリズムになっています。  
よくコンテンツにいいねを押したり、DMでやりとりをしたり、アカウント間で頻繁にやりとりが行われているアカウントが優先的に表示される仕組みになっています。

# ●Instagramの発見タブへの掲載を目指すための重要指標

## 1.保存率の向上

・定義:  $\text{保存率} = \text{保存数} \div \text{リーチ数}$

・なぜ重要か:

- 1.投稿が多く保存されると、Instagramのアルゴリズムはその投稿を重要と判断します。
- 2.その結果、発見タブに掲載される可能性が高まります。

## 2.ホーム率の最適化

・定義:  $\text{ホーム率} = \text{フォロワー数} \div \text{インプレッション数}$

・なぜ重要か:

- 1.Instagramのホーム画面は単純な時系列順ではありません。
- 2.アカウント同士の親密度が高いものが優先的に表示されます。
- 3."いいね"の数、DMのやり取り、その他のインタラクションが多いアカウントが上位に表示される傾向にあります。

### ★アクションポイント★

- ・コンテンツのクオリティを向上させ、フォロワーが保存したくなるような投稿を心がける。
- ・フォロワーとの関係を深めるためのDMの返信、コメントへの返答などを活発化させる。

## ●プロアカウントへの切り替え方法

- ①個人アカウントにログインする
- ②プロフィール右上の三本線をタップする
- ③[設定画面]を開く
- ④「アカウント」を開く
- ⑤「プロアカウントに切り替える」を選ぶ
- ⑥該当するカテゴリを選ぶ
- ⑦カテゴリラベル表示にするかを選ぶ
- ⑧任意で連絡先情報の入力
- ⑨任意で「Facebookにログイン」
- ⑩「ビジネス」または「クリエイター」を選ぶ
- ⑪「OK」を押して切り替え完了

プロアカウントではアナリティクスツールを活用し、  
投稿やストーリーのパフォーマンス、フォロワーデータなどの詳細な統計情報を確認できます。  
プロフィールページに「連絡する」や「アクセス」などのボタンを設置も可能！