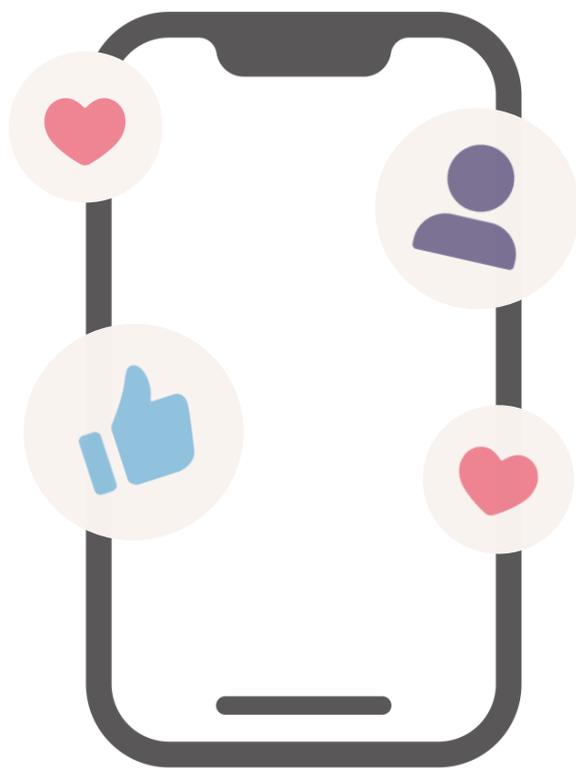


初心者さんでもSNSを上手に活用するための手引き

# SNS活用 ガイドブック

小さなお店でも  
費用をかけず  
スマホがあれば  
始められる！

お店の魅力発信  
で認知度UP！  
専門知識が  
なくても大丈夫！



Instagram



LINE

Googleビジネスプロフィールの  
登録から基本的な活用まで！



発行 東大阪市都市魅力産業スポーツ部商業課 株式会社コネクト (受託事業者)

© 東大阪市主催 令和6年度東大阪市商業振興コーディネート事業

<b>01 SNSの基本知識</b>	-----	<b>P3</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ SNSと消費者行動の関係</li><li>・ SNSの種類と特徴</li><li>・ SNSの利用状況</li><li>・ SNSの基本用語</li></ul>		
<b>02 SNS運用のヒント</b>	-----	<b>P7</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ SNS運用のコツ</li></ul>		
<b>03 Instagramの活用</b>	-----	<b>P9</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ プロアカウントの開設と初期設定</li><li>・ 基本の機能紹介 (フィード投稿、ストーリーズ、リール)</li><li>・ アカウントや投稿の分析 (インサイトの見方)</li></ul>		
<b>04 LINEの活用</b>	-----	<b>P25</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ LINE公式アカウントの特徴</li><li>・ LINE公式アカウントの開設と初期設定</li><li>・ 基本の機能紹介 (友達追加、あいさつメッセージ、 メッセージ配信、チャット送信)</li><li>・ 分析画面</li></ul>		
<b>05 Googleビジネスプロフィールの活用</b>	-----	<b>P34</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ Googleビジネスプロフィールの特徴</li><li>・ Googleビジネスプロフィールの登録</li><li>・ 基本情報の編集</li><li>・ パフォーマンス (分析)</li></ul>		

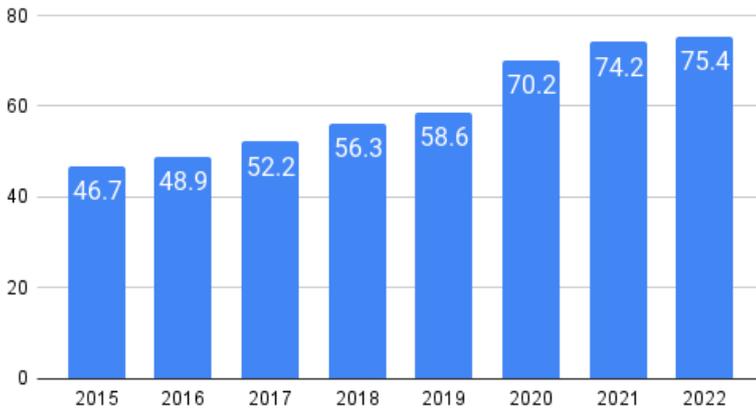
# 01 SNSの基本知識

## SNSと消費者行動の関係

### ● SNSの使用実態

SNSの利用率は若年層を中心に年々増加しており、生活の中でも欠かせないツールとなっています。コロナ禍でSNS利用がさらに拡大し、今やプライベートやコミュニケーションに留まらず、ビジネスの場としても広く活用されています。

個人によるSNSの利用率推移(単位:%)



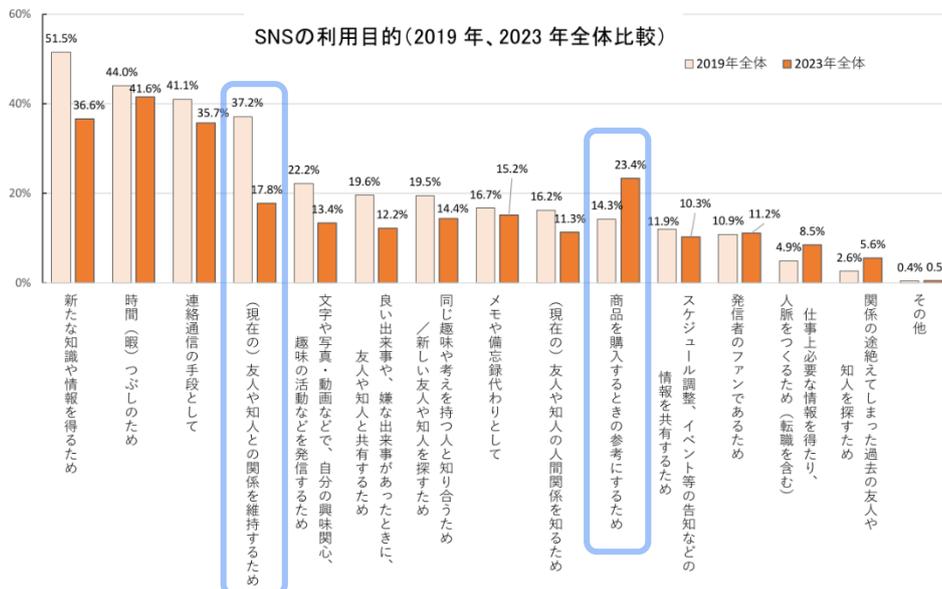
出典:「通信利用動向調査」(総務省)を基に作成

### SNSとは

SNSとは、**ソーシャルネットワークワーキングサービス** (Social Networking Service) 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、不特定多数の人に対して情報発信できます。

### ● SNSの利用目的の変化

SNSの利用目的について2019年と2023年の回答を比較した結果をみると、「友人知人との関係を維持するため」と回答した人が19.4%減少しています。また「商品を購入するときの参考にするため」と回答した人が9.1%増えていることがわかります。数年間で生活者のSNS利用目的が、友人知人等と**情報を共有するツール**から**情報を収集するツール**へと変化したことが見てとれます。



SNSは時代とともに利用目的も変化していきます!



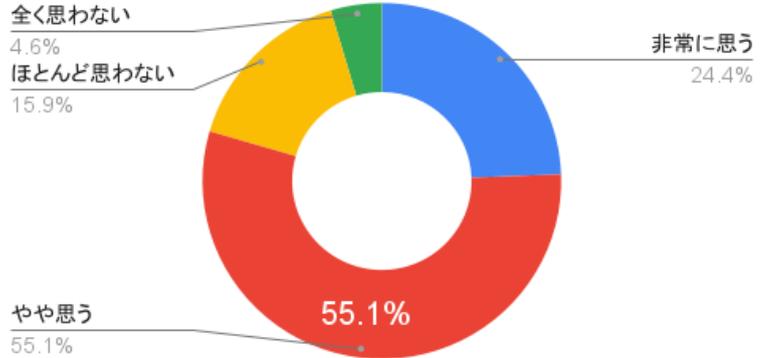
出典:第一生命経済研究所「第10回今後の生活に関するアンケート」「第12回ライフデザインに関する調査」  
調査人数(2019年)10388人、(2023年)6726人

# 01 SNSの基本知識

## ● SNSの購買行動への影響

日常的にSNSを利用する女性の約7割が、SNSで得た情報から購買行動等に影響を受けていることがわかります。このような結果はSNSが単なる情報収集の場を超え、利用者の意思決定に深く関わっていることを示唆しています。そのため、企業や店舗等が商品やサービスの情報を発信する方法としてSNSはとても有効です。

SNSで得た情報が自身のライフスタイルや購買行動に影響を与えていると思うか



出典：株式会社uluコンサルティングのSNSを利用する習慣のある20～40代の女性を対象に行った「SNSがライフスタイルに与える影響」に関する調査結果をもとに作成（n=1,006人）

## ● 消費購買行動理論の理解

インターネットやSNSの影響で、消費者が一つの商品やサービスを知ってから実際の購入に至るまでの、一定の心理状態や行動も少しずつ変化しています。消費者の購買行動を理解するために3つの理論をおさえておきましょう。

アイドマ  
**AIDMA**

アイサス  
**AISAS**

シップス  
**SIPS**

Attention（認知）  
Interest（興味、関心）  
Desire（欲求）  
Memory（記憶）  
Action（行動）※購入

1995年以降 チラシやテレビCMの時代

いかに広告を消費者に印象づけるかが重要です。



チラシやCM

Attention（認知）  
Interest（興味・関心）  
Search（検索）  
Action（行動）※購入  
Share（共有）

2000年 インターネットの普及 WEB時代

消費者自らが情報取得を行うことを基本に考えられています。



検索

Sympathize（共感）  
Identify（確認）  
Participate（参加）  
※購入、又はアクション  
Share & Spread（共有・拡散）

2010年以降 ソーシャルメディアの普及 SNS時代

消費者が自ら情報収集を行うのはもちろん、消費者間での共感や拡散が重要です。



SNSでの共有

現在の消費行動は様々な行動理論が混在していますが、消費者の消費行動を理解したうえで企業や商品に合わせて消費者と向き合い、宣伝や集客活動を行っていくことが必要です！

# 01 SNSの基本知識

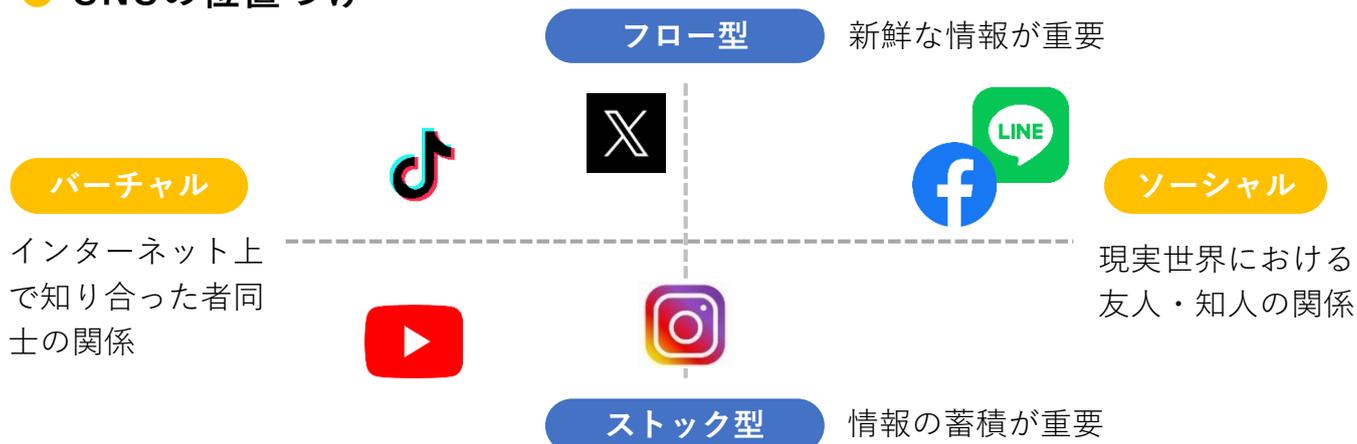
## SNSの種類と特徴

### ● 主なSNS比較表

種類	ユーザー	特徴	拡散力
 Facebook フェイスブック	約2,600万人 30代～50代 男女幅広く	・テーマは『人』 ・実名登録が必須なので炎上リスクが低い ・知り合い中心のコミュニティ ・親密度など独自の基準に基づき、タイムラインに情報が流れる	低い
 X エックス	約6,650万人 10代～40代 男女幅広く	・テーマは『言葉』 ・140文字までの文字数制限のなかで発信する ・思ったことなどを投稿する表現の場となる ・タイムリーな情報収集に活用される ・匿名やサブアカウントも多く、炎上リスクが高い	高い
 Instagram インスタグラム	約6,600万人 10代～30代 女性が中心	・テーマは『画像』 ・写真映えする投稿が人気を集めやすい ・ファッションや美容、グルメ情報が多い ・ストーリーズ（24時間限定）の投稿が可能	低い
 YouTube ユーチューブ	約7,120万人 10代～60代 男女幅広く	・世界一の人気を誇る動画配信サービス ・ジャンルはビジネスからエンタメまで多種多様 ・投稿者はYoutuberと呼ばれ、一定の条件を満たせば広告表示が可能で収益化できる	高い
 LINE ライン	約9,700万人 10代～60代 男女幅広く	・日本でメッセージツールとして、最も利用されている ・クローズ型のSNSなので炎上リスクが低い ・ビジネスにおいては「LINE公式アカウント」を導入している企業やお店が多い ・プッシュ通知で確実に情報を届けやすい	低い
 TikTok ティックトック	約2,700万人 10代の若者が中心	・気軽に見られてテンポ感が重視されるショート動画。 ・ダンスや面白系が人気でエンタメ要素が強い ・アプリ内で簡単にクオリティの高い動画編集が可能	高い

出典：SNS運用のヒントが見つかるメディア We Love Social byコムニコ  
【2024年7月版 人気SNSのユーザー数まとめ】を基に作成 2024年7月時点

### ● SNSの位置づけ



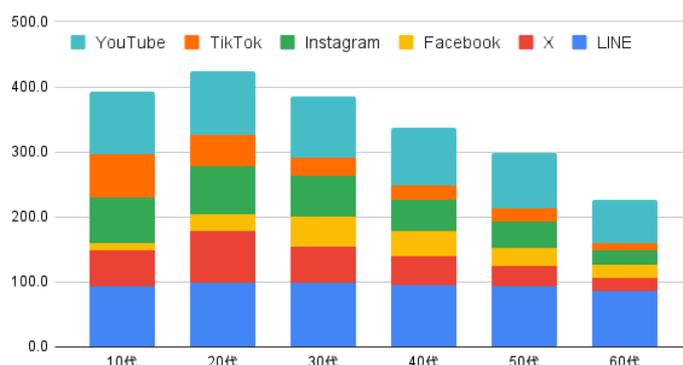
# 01 SNSの基本知識

## SNSの利用状況

### ● 年代別利用率

LINEやYouTubeは年代を問わず広く利用されていることが分かるが、その他のSNSは10代～30代を中心に利用されており、SNS全体としては20代の利用率が高いことが分かります。

年代別SNS利用率

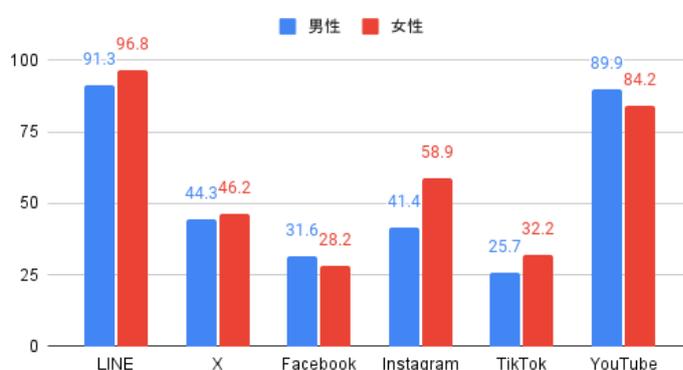


出典：令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書【主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率】を基に作成

### ● 男女別利用率

男女での大きな差は見られないものの、Instagramにおいては他のSNS利用差に比べて、男性よりも女性の利用率が高いことが分かります。

男女別利用率



出典：令和4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【主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率】を基に作成



Instagramは、視覚的情報のプロモーション効果が高いアパレル、コスメ、食品、飲食店の情報が多いため女性に人気です。



## SNSの基本用語

分類	用語	意味
共通	フォロー	他のユーザーを友だち追加する（ファンになる）こと
	フォロワー	ユーザーをフォローした（ファンになった）人のこと
	いいね	投稿内容に対して共感した等の意思表示のための機能
	ハッシュタグ（#）	キーワードやトピックを分類するタグのこと
	バズる	ネット上で拡散されたりして、大きな話題になること
	炎上	批判や誹謗中傷が殺到すること（悪い意味でのバズる）
X	ポスト	投稿のこと（以前はツイートと呼ばれていた）
	リポスト	他のユーザー（または自分）の投稿を再投稿すること
Instagram	フィード投稿	画像を使用した、Instagramの最も基本的な投稿
	リール投稿	短い動画を使用した投稿
	ストーリーズ	ホームフィード上部に表示される24時間限定の投稿
	キャプション	投稿と共に追加できる文章のこと

## SNS運用のコツ

近年、SNSは個人利用に留まらず、企業やお店がビジネスとして利用することが当たり前になってきています。SNSはテレビCMや広告と違い、無料で始められるため資本力がない中小企業や個人でも成功のチャンスがあるのも事実です。ただ、「なんとなくやってみよう」で成果につながるほど簡単でもありません。コツを押さえて戦略を立てながら運用しましょう！

### ● SNS運用の7つのポイント

#### 01

SNS運用の  
目的を決める



「なんとなく効果がありそう」「他もやっているから」など漠然とした理由で運用を開始せず、まずは具体的な目的を整理しましょう。

例) 認知度向上、イメージUP、販売促進、ファン獲得、採用等

#### 02

ペルソナ  
の明確化



ターゲットとなるペルソナを明確にしておくことで、ブレない情報発信ができます。年齢や性別、その人が大事にしている価値観を分析し、情報を届けたいペルソナ像を明確にしましょう。

※ペルソナとは商品やサービスを利用している典型的なユーザー像のこと

#### 03

コンセプト  
の明確化



ペルソナに合わせた情報発信の方向性を決めましょう。このコンセプトが明確であるほど、一貫性のある投稿となり興味を持たれやすくなります。またコンセプトを明確にしたうえで投稿者のキャラクター設定も考えておくのもおすすめです。

#### 04

的確な  
SNSの選定



たくさんの種類のSNSをやればよいというわけではありません。SNSには商品・サービスやターゲットとの相性があります。各SNSの特性を理解した上で必要なSNSを選定しましょう。

#### 05

共感や学びを  
得られる内容



SNSで最も反応を得やすいのが共感を誘う内容です。「あるある！」と共感を誘い効率よく反応と認知を高め、有益な情報を発信してユーザーにメリットを与え、フォロワーになってもらえるようにユーザーを育成しましょう。

#### 06

アクションまで  
の動線整備



「見てもらえた！」というだけで終わってしまっただけでは意味がありません。広く認知を得たりすることは重要ですが、目的に合わせてユーザーがアクションを起こしやすいよう、HPページへ誘導する等の工夫が必要です。

#### 07

定期的な  
分析と改善



各SNSには無料でアクセス数を閲覧できる等の機能が備わっています。投稿するだけで満足せずに数値で結果を確認し、より効果的な情報発信の方向性を構築していきましょう。

# 02 SNS運用のヒント

## ● SNS運用の注意点

### 01

**継続的に取り組む必要がある** 

SNS運用を始めても、最初はフォロワーも少なく徐々に認知度を高めていく必要があるため、すぐに成果が出るとは限りません。中長期目線で運用することが重要です。地道な投稿と改善を繰り返しながら、より集客に繋がるアカウントへと成長させるために、諦めてしまわずに根気強く運用を続けてみましょう。

#### 運用を続けていくために

- ✓ 目標を高く設定しすぎない（「有益な投稿をしよう」「バズらせよう」と思いすぎない）
- ✓ 質の低下や投稿を怠ってしまうのを防ぐため投稿頻度やスケジュールを計画しておく
- ✓ 運用担当者を複数人決めて役割分担しておく

### 02

**炎上リスクに備える必要がある** 

SNSアカウントを運用する以上、発信した情報で意図せず炎上してしまう恐れがあります。炎上してしまうとなかった事にはできず、自店舗のイメージが大きくダウンしてしまうため、炎上リスクには必ず備えておきましょう。

#### 決めておくべきこと

- ✓ SNSアカウントの運用ルールを決めておく
- ✓ 事前に複数人で内容を確認できるチェック体制を整えておく
- ✓ 炎上してしまった際の対応方法を決めておく

チェック者がいない場合は、時間をおいてから改めて自分で確認する等を行ったうえで投稿するのがおすすめです。

#### 炎上を防ぐために気を付けること

- ✓ モラルに反していたり人を傷つける不適切な発言等になっていないか
- ✓ 差別的な内容になっていないか
- ✓ 虚偽の情報・根拠のない情報ではないか
- ✓ 世間の常識とあまりにも乖離した内容になっていないか 等

#### 炎上してしまったら

- 1) 事実関係を迅速に把握して状況を整理する
- 2) 落ち度がある場合は、誠実に説明・謝罪を行う
- 3) 原因分析と再発防止策を実施

落ち度がない場合でも、無視せずに慎重に取り扱しましょう。

## プロアカウントの開設と初期設定

### ● プロアカウントとは

Instagramは使い方によってアカウントの種類を選ぶことができます。個人で使用する場合は「**個人アカウント**」、企業や団体が広告目的で使用する場合には「**プロアカウント**」で運用するのがおすすめです。プロアカウントでは投稿に対するいいね数やコメント数、投稿を見た人数などが確認でき、各投稿の分析ができます。ユーザーの反応が数値でわかるため、問題箇所が分かり改善案が出しやすくなります。

### プロアカウントでできること

- ・ **お問合せ先、カテゴリラベル**（何のお店（サービス）かを表すカテゴリ）の表示
- ・ **インサイト**（アクセス解析や効果測定をするために必要なデータが見られる分析ツール）へのアクセス
- ・ **Instagram広告の出稿** 等

### ● アカウントの登録の準備

アカウントの作成には下記の情報が必要となります。今後も必要な情報なので次ページ以降の登録する内容をメモしましょう！



#### ① 携帯電話番号／メールアドレス

店舗のメールアドレスまたは運営代表者の電話番号・メールアドレスを活用しましょう。

#### ② 名前 ※64文字まで可能

Instagram上の表示ネーム。検索対象となる箇所なのでヒットしやすいように工夫しましょう。

#### ③ パスワード ※6文字以上の英数字 アカウントの鍵となるものです。慎重に管理しましょう。

#### ④ ユーザーネーム ※英数字、アンダースコア( ), ピリオド(.)

@から始まるアカウントの住所となるものです。全員に公開されアカウント検索等で使用されます。誰とも被らないよう、記号を入れるなどで工夫しましょう。

# 03 Instagramの活用

## ● 新規アカウントの作成

①Instagramのアプリをインストールします。QRコードを読み取って**インストール**を選択。

↓ Androidの方   ↓ iPhone/iPadの方



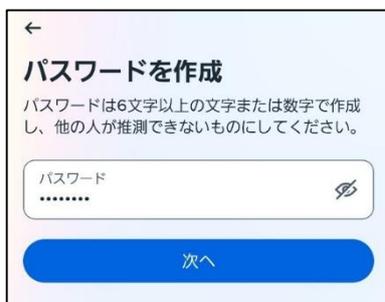
②インストール後、アプリを起動したら「**新しいアカウントを作成**」を選択。



③Instagramに表示する名前を入力して「次へ」



④パスワードを入力して「次へ」



⑤「保存」を選択



⑥ご自身（代表者）の生年月日を入力して「次へ」



⑦ユーザーネームを入力して「次へ」



⑧電話番号かメールを選択して情報をを入力して「次へ」

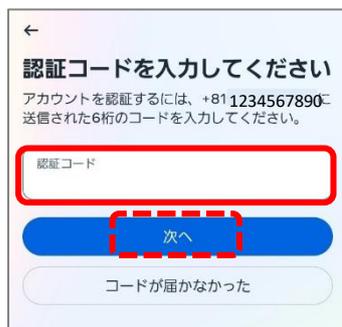


# 03 Instagramの活用

⑦SMS(電話番号宛て)又はメールアドレス宛に認証コードが届きます。  
※機種によってアプリが異なります



⑧届いた認証コードを入力し「次へ」を選択。



⑨アカウントのアイコンとなる写真を選択。スキップして後からでも選択可能です！



アカウント作成完了！

## ● プロアカウントの切り替え

①右下マイページから、「プロフィールを編集」を選択。



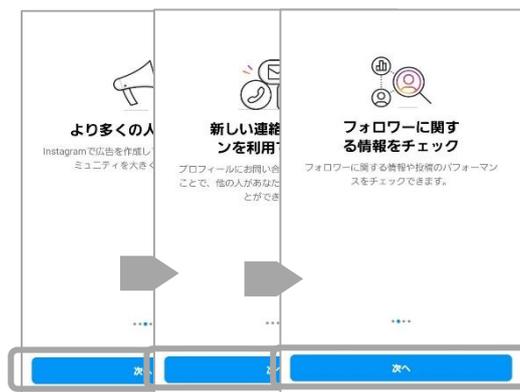
②「プロアカウントに切り替える」を選択。



③「次へ」を選択。



④プロアカウントの特徴やメリットの紹介画面は「次へ」を選択。

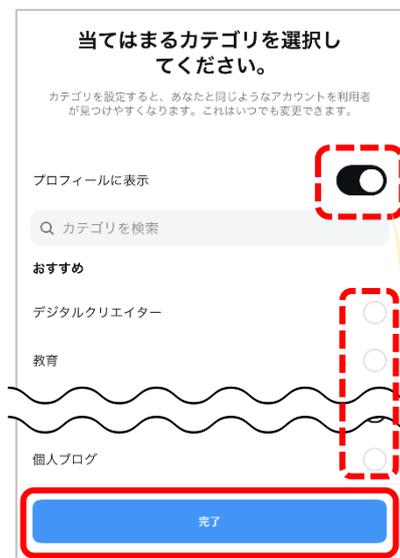


プロアカウントの利用(切り替え)は**無料!**  
だから費用をかけずに始められて安心!

# 03 Instagramの活用

## ● プロアカウントの設定

①当てはまるカテゴリを選んで「完了」を選択。プロフィールに表示はオンがおすすめ！



プロフィール表示はオンがおすすめ

②種類を選んで「次へ」を選択。企業や店舗として運営する場合は「ビジネス」がおすすめ！



企業やお店として利用する場合は「ビジネス」を選択

③公開情報を入力。問合せ先等の表示に関係するので、登録がおすすめ！（後からも変更可能）



④Facebookとの連携をする場合は、「Facebookにログイン」を選択して設定を行う。



Facebookを利用していない場合等は「スキップ」を選択

⑤詳細の情報を設定しましょう！（あとからでも変更可能）



情報の入力をあとで行う場合は「X」で一旦登録終了



プロフィール情報の入力是最初に設定しておきましょう

ビジネスアカウントの登録完了！

# 03 Instagramの活用

## ● プロフィール情報の登録



プロフィール情報はアカウントの概要を示すため非常に重要です。わずか数行の小さなスペースだからとなんとなくで作成せず、読んだ人に分かりやすく情報を伝えられるように、工夫して作成しましょう！

### 1) プロフィール写真

写真又は画像の登録が可能。ユーザーの目を引き興味をもってもらえるものにしましょう！企業やお店を視覚的に表現できる場所なので、お店のロゴやメイン商材等に設定するのがおすすめ。またプロフィール写真を頻繁に変えるとユーザーが認識できなくなってしまう可能性があるため、最初にしっかり計画して設定しましょう。



### プロフィール写真のチェックポイント

- 対象物が枠に収まっている
- お店と関係のない画像になっていない
- わかりやすく、シンプルである
- 画質や色味が綺麗
- 著作権に違反した画像ではない

良い例



悪い例



### 2) 名前 (64文字まで可能)

プロフィール写真のすぐ下に表示される項目。Instagramの名前は、単なる名前ではなく「アピールポイント」。誰に何の情報を届けたいのか、どのような価値をユーザーに届けられるのかを整理し検索対策として戦略を立てる必要があります。

※2回目変更後、3回目は14日後に変更可能

### 4) ユーザーネーム (30文字まで可能)

いわゆるIDのような役割でInstagram内に同じユーザーネームの人が存在しない一意のもの。ユーザーネームは、プロフィール画面の一番上や投稿内などに表示されるため、常に最初に目につきやすいので工夫しましょう。

※アルファベットと数字、記号が使用可能

### 3) 自己紹介 (150文字まで可能)

プロフィール画面で名前の下に表示される項目。最も文字を入力できるのでアピールポイントを分かりやすく記載しましょう。

### 効果的な記載内容

- 自分の投稿内容の説明
- お店のアピールポイント、強み
- 企業やお店の概要 (住所、営業時間など)
- ユーザーの行動を促す内容 (HPへ誘導など)

# 03 Instagramの活用

## 基本の機能紹介

### ● フィード投稿（通常投稿）

①プロフィール画面から **+** の新規投稿マークから「投稿」を選択



②投稿したい写真を選択して「次へ」

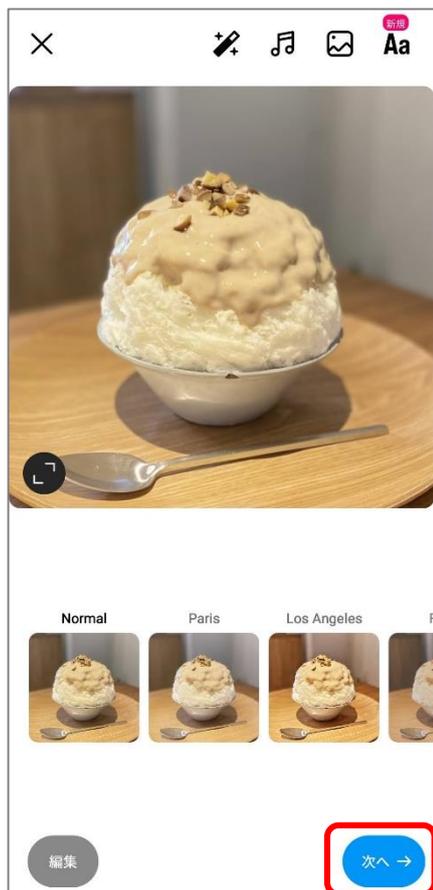


2枚以上選ぶ場合は「複数選択」から10枚以内で写画像を選ぶ

③ 画像の加工や編集を行い「次へ」  
（詳細はP13を参照）

④ 必要情報を入力して「シェア」 →

**フィード投稿完了!**



- 1) **キャプション（文章）を入力**  
投稿の内容やハッシュタグを入力しましょう。改めて店の情報を記載しておくのもGOOD！（詳細はP14を参照）
- 2) **場所の追加**  
投稿に関連する位置情報を付ける事で、ユーザーが易く見つけやすくなったり店舗の場所を確認してもらえます！
- 3) **人物のタグ付け**  
投稿に関連するユーザーを追加することが可能です。
- 4) **音楽の追加**  
投稿に音源を付ける事で表現が広がり、より魅力的な投稿にすることができます！（最大90秒）

# 03 Instagramの活用

## 投稿画像の編集

Instagramは視覚情報がとても重要です！専用アプリ等を利用せずにInstagram内で加工や編集が簡単にできるので、パッと見て魅力や内容が伝わる画像を目指しましょう。

### 明るさ (Lux)

左右に動かすと明るさの調整が可能。✓マークで確定！



### 音楽

音楽から検索される可能性もあるため、「おすすめ」音源からの選択がGOOD！



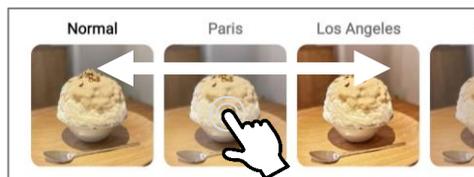
### ギャラリー

画像のうえに画像を載せることが可能。1枚で複数の情報を伝えたい場合におすすめ！



### エフェクト

50種類以上のエフェクト効果で画像の雰囲気を変更することが可能！



### Aa テキスト

文字バランス 文字色



### 加工例 1) Color Leak



温かい  
雰囲気

### 加工例 2) Inkwell



おしゃれ  
でクール  
な雰囲気



文字色も自由に変更

# 03 Instagramの活用

## #ハッシュタグの活用

### ● ハッシュタグとは？

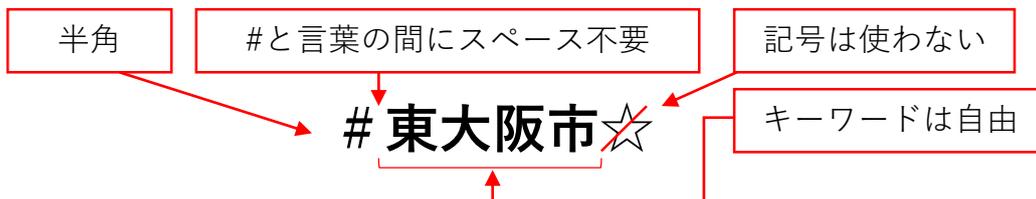
キーワードの前に#（ハッシュタグ）をつけるラベルの事。ユーザーが写真や動画に対してハッシュタグを付けることで、そのコンテンツが特定のテーマやトピックに関連するものであることを示すことができるので、ハッシュタグは重要な検索ワードとなります。これにより、他のユーザーは関心を持つテーマやトピックを検索し、関連するコンテンツを見つけやすくなります。



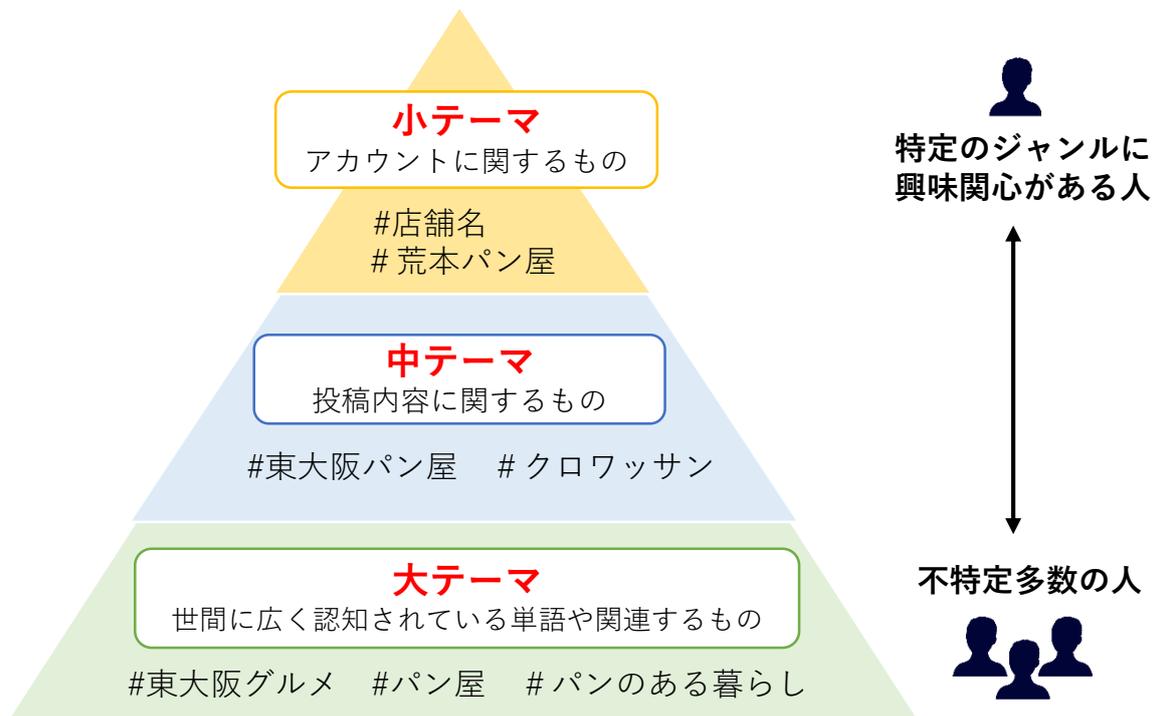
「いいね」45件

#inception#inceptionosaka#インセプション#インセプション大阪#梅田#梅田カフェ#大阪カフェ#梅田映えスポット#大阪映えスポット#映えカフェ#映えスポット#関西カフェ#おしゃれカフェ#お洒落カフェ#ティータム#osakacafe#osakatrip#osakafood#マイナスイオン#インスタ映え#夜カフェ#女子会#誕生日祝い#ソファ一席#桃のかき氷#氷コーヒー#氷アイスコーヒー#かき氷#かき氷部#kakigori

### ● ハッシュタグのルール



### ● ハッシュタグの分類



# 03 Instagramの活用

## #ハッシュタグの活用

### ● ハッシュタグの選定



最初にどんなハッシュタグをつけるべきか投稿数(=人気)を調査してみましょう。投稿数が多いということは、多くの人に求められている/見られている情報ということです。

- ① 🔍 検索画面を選択
- ② 検索バーにキーワードを入力
- ③ 「タグ」を選択

キーワードを含むハッシュタグが人気順で表示され、各タグがつけられた投稿が何件あるか表示されます！

投稿数が多い人気のハッシュタグは、多くのユーザーの目に触れるチャンスがある一方で、大量の投稿に埋もれてしまい目に留まりにくくもなります。大・中・小テーマバランスよく活用しましょう！

### ● ハッシュタグ活用のポイント

#### 1) できる限り多くのハッシュタグをつける

ハッシュタグは1投稿につき**最大30個**まで可能！ハッシュタグは投稿を見つけてもらうための入口となるため、たくさん利用しましょう。

#### 2) 大・中・小テーマに沿ってバランスよく

どのハッシュタグをつけるかで、対象のユーザーに見つけてもらえるかが変わってきます。**各テーマの分類に整理**し、バランスよくハッシュタグをつけましょう。

#### 3) 毎回利用するハッシュタグはテンプレート化がおすすめ

「毎回30個のハッシュタグを考えるのは面倒で大変」という時は、よく利用するハッシュタグを洗い出し、**メモアプリ等を活用して必要な時にコピーして利用**できるようにテンプレート化しておくとう便利！

#### 4) 類似アカウントが利用しているハッシュタグを調査

何をつけていいかわからない時は、**類似アカウントが利用しているアカウントの投稿をチェック**！マネできそうな単語や属性あれば参考にしましょう。

# 03 Instagramの活用

## URLの貼り方

Instagramでは、ほかのSNSと違い通常投稿のキャプションへURLを記載してもリンク先へ飛ぶことはできません！すなわち投稿文から直接、HP等の他サイトへ誘導することができないのです。その代わりにInstagramにはWebサイトのURLリンクを貼る専用の場所が用意されているので便利！

【URLが貼れる場所】 ①プロフィール欄 ②ストーリーズ

### ● プロフィール欄への掲載方法

① 「プロフィールを編集」を選択



② 「リンク」を選択



③ 「外部リンクを追加」を選択しURLを入力して「完了」！



### ● HP等の他サイトへ誘導するその他の工夫

1) プロフィール欄やストーリーズにURLを記載しタップするように促す

2) 「○○で検索！」など検索を促す

3) Instagram広告を出稿する

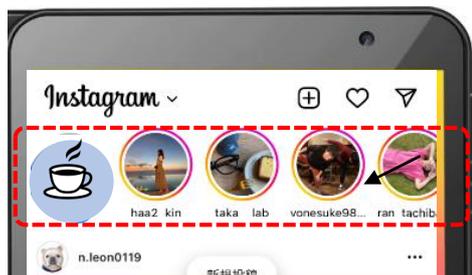
※広告の場合は、サイトへの誘導ボタンの設置が可能！

キャプションではURLリンクが正しく機能しないため、URLリンクに誘導する際はキャプションにユーザー名を記載してプロフィール画面に誘導する工夫をしましょう！



# 03 Instagramの活用

## ● ストーリーズの活用



24時間限定という特徴を活かして、「本日の空き状況」や「本日のおすすめメニュー」等の**タイムリーな情報**を発信するのが便利で効果的！

## ストーリーズとは

通常投稿とは別に、より日常的な写真や動画の投稿ができる機能です。ストーリーズは画面上部の別枠から確認することができます。

## ストーリーズの特徴

- 1) **24時間限定**の投稿
- 2) スマホに**フルスクリーン（全画面）**で表示できる
- 3) 複数の写真や動画を**スライドショー形式**で表示できる
- 4) 写真や動画に簡単にスタンプや文字入れなどの**編集**ができる
- 5) **アンケート**や**質問箱**などユーザーとコミュニケーションが取れる機能がある
- 6) 親しい友達リストで**限定公開**できる
- 7) プロフィールに常時表示できる**ハイライト機能**がある

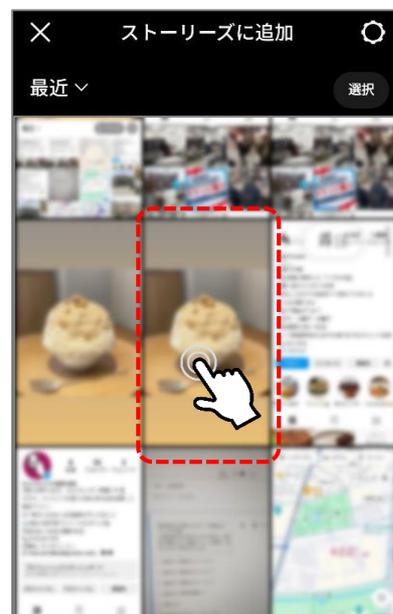
## ● ストーリーズ投稿

ストーリーズの投稿方法はいくつかありますが、ここでは事前に撮影した写真や動画を投稿する方法をご紹介します！

①プロフィール画面の **+** 新規投稿マークから「ストーリーズ」を選択



②ストーリーズに投稿したい写真・動画を選択  
**※動画は最大60秒**



# 03 Instagramの活用

## ● ストーリーズの編集・加工

### 📐 サイズ変更

もとの画像サイズかフルスクリーン調整可能！

### Aa テキスト

文字バランス 文字背景色 動き



## 🗨️ ストーリーズ機能

質問箱やアンケートなど気軽にユーザーとのコミュニケーションが図れる機能がおすすめ！



## 🎵 音楽

投稿内容に応じて音源をつけて、より魅力的な表現にしましょう！

## ⋮ メニュー

落書き、保存などが可能

## 👉 ハイライトの活用

**ハイライトとは** ストーリーズ投稿を24時間という制限なく、プロフィール上に表示させ続けることができる機能です。

- ✓ ハイライトはプロフィール画面下に常に表示されるので、アカウントの紹介になる
- ✓ ストーリーを見逃した人にも情報を届けられる
- ✓ ストーリーをカテゴリー別にまとめられる

## ● ハイライトの作成方法

① ストーリーズ投稿の右下「その他」選択



② 「ハイライト」を選択



③ ハイライトのタイトルを入力して「追加」



# 03 Instagramの活用

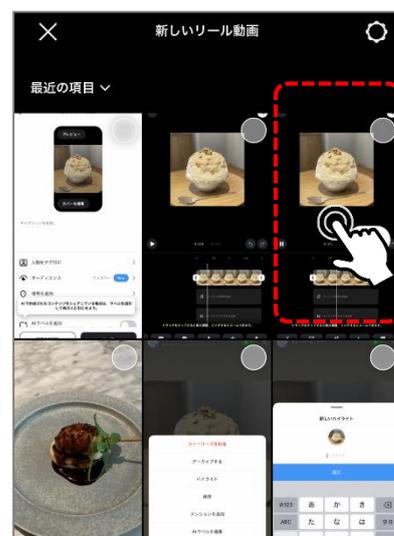
## ● リールの投稿

リールとは、最大90秒までのショート動画を投稿する機能で、スマホ画面のフルスクリーンで表示されます。リールには動画編集機能が用意されており、動画を簡単に作れるのが魅力です！投稿方法はいくつかありますが、ここでは事前に撮影した写真や動画を投稿する方法をご紹介します。

①プロフィール画面の **+** 新規投稿マークから「リール」を選択



②リールに投稿したい写真・動画を選択  
**※動画は15秒～90秒**



③動画を編集します



- 編集** 動画の長さの調節、動画の分割、逆再生などが可能
- クリップを追加** さらに追加したいコンテンツの選択・新規撮影が可能
- 音源を追加** 動画のBGMとして音楽を選択可能
- Aa テキスト** ストーリーズと同じくテキストを追加可能で、動画内で表示させるタイミングや長さの調整が可能
- GIF クリップハブ** 追加のコンテンツとしてGIFを選択して追加可能
- スタンプ** テキストと同じく、スタンプの追加と動画内での表示タイミングの調節が可能
- ボイスオーバー** 編集時のリアルタイムの音声を録音・動画と一緒に流れる音として追加可能
- 音量** 動画がもともと持っている音の音量調整
- フィルター** 画像や動画の彩度や色味を変更可能

# 03 Instagramの活用

④キャプションを入力して「シェア」を選択



リール投稿完成！



## リール作成のポイント

- 1) コメント欄へ誘導して滞在時間を伸ばす
- 2) 動画を1.5倍速にして何度も見返す投稿にする
- 3) 開始1秒で惹きつける
- 4) 音声字幕を挿入してミュート状態でも閲覧させる
- 5) 投稿後はストーリーズで告知

## リール作成で避ける要素

- 1) 解像度が低い、映像がぼやけている
- 2) 他SNSなどのロゴが入っている
- 3) 周囲に枠線がついている
- 4) 大部分がテキストになっている

投稿後は、キャプション以外の編集ができないので慎重にシェアしましょう！

(※フィード投稿やストーリーズも同様！)

## ● Instagram投稿のネタを考えるコツ

「バズる」を狙いすぎず、無理なくコツコツ発信していくことが大事！

### 1) 記念日や季節のイベントをテーマにする

オリジナル性がなくても、記念日や季節に関連した商材を発信することで注目度も高くなり、無理なく投稿ネタを考えられます。



### 2) ユーザーのストレスや悩みを考慮する

ターゲットユーザーに寄り添い、そのユーザーが日頃抱えているストレスや悩みに焦点を当てれば、「どのような内容を投稿すればよいのか」が見えてきます。「自分が発信したい事」ではなく「ユーザーの知りたい事」を中心に発信してみましょう！

### 3) 日常の出来事や裏側をあえて発信

インスタ運用担当者の日常の出来事や従業員の様子、メニューの調理工程等を投稿ネタにするのもおすすめです。普段は見る事のできない日常や裏側はユーザーの興味も引きやすいでしょう！

# 03 Instagramの活用

## アカウントや投稿の分析(インサイトの見方)

インサイトとは、**投稿への反応やリーチ数、フォロワーの属性データなどが確認できる分析ツール**で、プロアカウントのユーザーであれば誰でも無料で使用できます！

### アカウントのインサイト

① 「プロフェッショナルダッシュボード」を選択



② 各項目をチェック ⇒ 次頁を参照



### 投稿のインサイト

① 確認したい自分の投稿を選び、「インサイト」を選択



② 各項目の数値をチェック！



# 03 Instagramの活用

## インサイトの見方



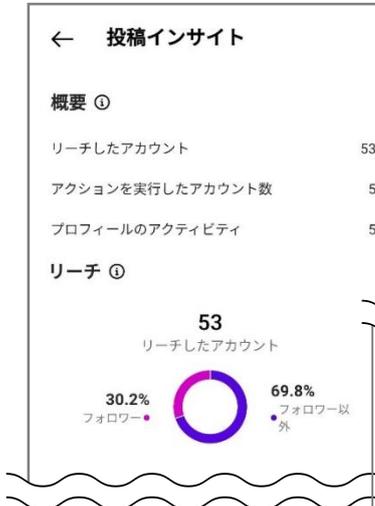
## フォロワー

フォロワーの増減や、フォロワーのエリアや年齢性別、アクティブな時間や曜日が確認可能。



## リーチ

指定期間に自分のフィード投稿やストーリーズ、リールなどを1回以上閲覧したアカウントの合計数。



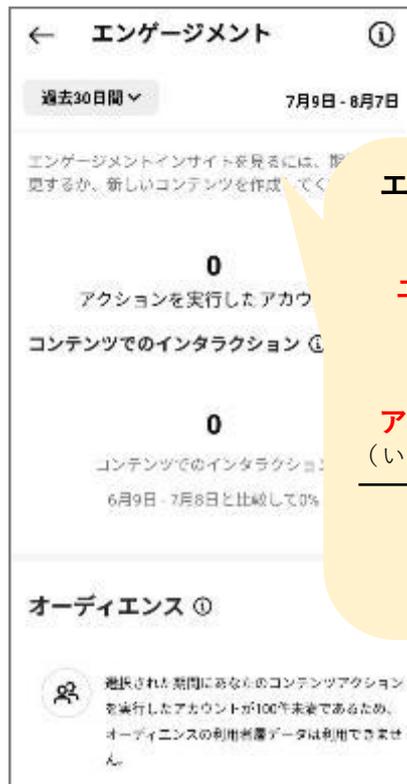
## インプレッション

何回コンテンツを見られたかという数。リーチはアカウント数なので、インプレッション > リーチとなるのが通常。



## エンゲージメント

自分のフィード投稿やストーリーズ、リールに対するいいね！やコメント、シェアなど、アクションしたアカウントの合計。アクションを実行したオーディエンスやコンテンツでのインタラクションを確認できる。



※インタラクションとは、ユーザーが全投稿に対してとった行動に関する数値

エンゲージメント率を算出してみよう！

エンゲージメント率 (%)

||

アクション数 (いいね、保存等)

リーチ数

(投稿を見たユーザー数)

× 100

# 04 LINEの活用

## LINE公式アカウントの特徴

コミュニケーションアプリ「LINE」上に企業や店舗がアカウントを作成し、友だち追加してくれたユーザーに対して情報を発信できます。

01

リピーターが増え、売上に  
つながりやすい

02

無料機能が充実  
操作が簡単

03

目的・用途に  
合わせて  
選べる料金プラン

### ● 充実した便利な機能紹介

メッセージ配信

LINEチャット

ショップカード

クーポン

リッチメニュー

プロフィール

ステップ配信

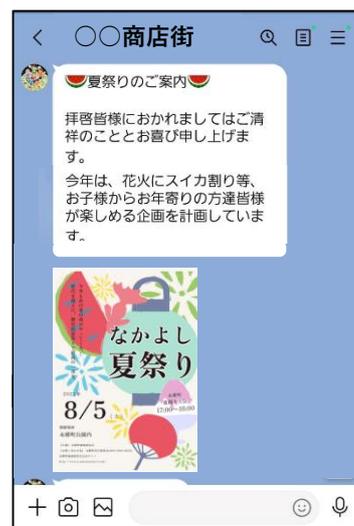
オーディエンス配信

LINEコール

リサーチ

LINE VOOM

メンバーシップ



	LINE公式アカウント	個人LINEアカウント
メッセージ 配信	ターゲットを絞ったメッセージ配信が可能	個人もしくは グループLINEのみ
	画像や動画からWebサイトへ遷移させる等 次のアクションを促す形式に対応	画像や動画データの送受信 が可能
	メッセージ配信の効果がわかる (配信数・開封数・クリック数ほか)	効果測定なし
機能	お店向けの各種販促ツールを使える	なし

### ● シンプルな料金プラン 初期費用は無料！

	コミュニケーション プラン	ライトプラン	スタンダード プラン
月額固定費	¥0 / 月	¥5,000 / 月	¥15,000 / 月
無料メッセージ 通数	200 通 / 月	5,000 通 / 月	30,000 通 / 月
追加メッセージ 料金	不可	不可	~3 円 / 通

# 04 LINEの活用

## LINE公式アカウントの開設と初期設定

### ● LINE公式アカウント開設（スマートフォン）

- ①LINE公式アカウントのアプリをインストールします。QRコードを読み取ってインストールを選択。
- ②LINEアプリかメールアドレスで登録を決めて選択。

↓ Androidの方

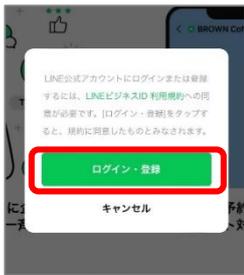


↓ iPhoneの方



### LINEアプリ登録の場合

- ①「ログイン・登録」を選択し次画面で「許可する」を選択。
- ②「確認」から「開く」を選択。
- ③「アカウントを作成」を選択。



### メールアドレス登録の場合

- ①メールアドレスを入力して「登録用のリンクを送信」を選択
- ②入力したアドレスに届いた登録完了メールから「登録画面に進む」
- ③必要情報を入力したら「登録」を選択し情報を確認したうえで再度「登録」を選択



# 04 LINEの活用

## ● 基本情報登録

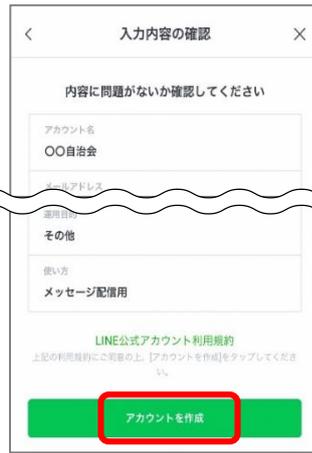
- ①アカウント名（店舗名や会社名等）を入力して「次へ」。
- ②所在地と業種を選択。
- ③運用目的を選択。（複数選択可）



- ④主な使い方を選択して「次へ」（複数選択不可）



- ⑤内容を確認して「アカウントを作成」を選択。



→  
利用規約を確認して「同意」を選択したら



## ● ログイン後の画面構成



- ホーム**  
メッセージ作成や各種設定等基本的な操作画面
- LINE VOOM** ※LINEでショート動画などが楽しめる動画プラットフォーム  
VOOM Studioの画面
- チャット**  
ユーザーとの個別メッセージ確認画面
- 分析**  
各メニューや友だち数の統計情報等の確認画面
- 通知**  
お知らせの確認画面

# 04 LINEの活用

## ● プロフィール写真の設定

①ホーム画面の名前を選択



②カメラマークを選択し「カメラで撮影」又は「写真を選択」



③写真を撮影するかカメラフォルダから写真を選んで位置やサイズを調整したら「画像変更」を選択



プロフィール写真の  
チェックポイントは  
P13を参照！

## ● ステータスメッセージの設定

①ホーム画面の名前を選択



②  マークを選択



③テキストを入力して「保存」



※20文字以内

ステータスメッセージはLINEの  
友だちリスト上で表示される！

# 04 LINEの活用

## ● プロフィール情報の設定

**ホーム**

プロフィール

**色を選択**

背景 フッターボタン

フッターボタンのテキ...

友だち追加

最大3つまで  
選択可能

掲載したいSNS  
の情報入力

★の箇所は  
入力して  
おきましょう!

保存を忘れずに

登録完了!

プロフィール

2,000文字以内で簡単な  
紹介文を入力

基本情報

保存した内容を公開

## 基本の機能紹介

### ● 友達追加してもらう方法

- ① ホーム画面の「友だちを増やす」を選択。
- ② 宣伝方法に応じてQRコードの表示を選択。

### 例1) 案内ポスターを掲示



テンプレートを活用すれば自分で作成する必要なし!

### 例2) QRコードをSNSやHPに画像添付



### ● あいさつメッセージの作成

友だち追加時に送られるので読まれる可能性が高く、アカウントの第一印象を決める重要な役割! どのような情報が送られてくるのかを伝えましょう。またメッセージを受け取った後の具体的なアクションを促すことで、ブロック率を低下させることもできます。

- ① ホーム画面の「あいさつメッセージ」を選択。
- ② 文章を入力して「保存」。

最大で5つのふきだし設定可能

### おすすめのメッセージ構成

- 1) アカウントの自己紹介や今後の配信内容を伝える
- 2) 次のアクションを促す
- 3) 初回限定クーポン等、友だち限定にお得な情報を届ける

### 作成のポイント

- 1) 「友だちの表示名」を入れて呼びかける
- 2) 読みやすさを重視して改行・絵文字を使う
- 3) ホームページやSNSなどの店舗情報を紹介



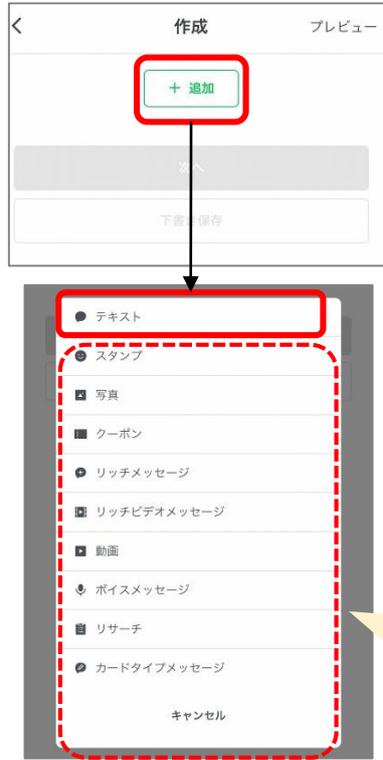
# 04 LINEの活用

## ● メッセージ配信

①ホーム画面の「メッセージを配信する」を選択。



②「追加」から「テキスト」を選択。



③配信したい文章を入力！入力完了後は「次へ」を選択。



テキストだけでなく、スタンプや画像等も添付可能！

④プレビューを確認して問題がなければ、配信設定を選んで「配信」を選択。



「今すぐ配信」か日時指定が可能な「予約配信」かの決定。早朝や深夜など迷惑になりそうな時間帯は避けましょう。

同時にVOOM投稿も可能！

予算などに合わせて、配信メッセージ数を指定。配信先は配信時点の友だちの中からランダムに選択される。

属性で絞り込むには、ターゲットリーチ数が100人以上必要。

テスト配信を行い、事前に複数人でのチェックをおすすめ。

⑤最終確認画面で「配信」を選択



配信完了！

# 04 LINEの活用

## ● チャット送信

友だちになっているユーザー1人ひとりとコミュニケーションが取れる機能で個別のお問合せ等に対応できます！また、LINEチャットは**メッセージ通数に含まれず、無料で使用可能**。ただし、チャットの履歴保存期間は1年です。

### 新規メッセージを送信する場合

①チャット画面から右上の連絡先マークを選択。



②対象のユーザーを選択し「チャットルームに移動」。



③送りたいメッセージを入力し送信マークを選択。



### ユーザーからのメッセージに返信する場合

①チャット画面から対象のユーザーを選択。



未読のチャットは●がつきます！対応を忘れないようにしましょう。

既にチャットのやり取りをしたことがある方が表示されています。

②送りたいメッセージを入力し送信マークを選択。



## 分析画面

### ● メッセージ配信

①画面下部の分析画面を選択。



LINE公式アカウントの日々の友だち追加数やブロック数などの数値を確認することができます。定期的に分析を確認し、効果的なメッセージ配信等を行っていきましょう！

分析したい期間の設定が可能！

詳細の確認はここから！



### 確認できる項目

- 1) 友だちの数と属性
- 2) 友だち追加経路
- 3) メッセージ通数
- 4) メッセージ配信に対するユーザーのアクション
- 5) あいさつメッセージに対するユーザーのアクションなど
- 6) プロフィールが閲覧された数と閲覧したユーザーの数など
- 7) リッチメニューを表示させたユーザーの数とクリックしたユーザーの数など
- 8) VOOMが表示された数とそれに対するユーザーのアクション数
- 9) VOOMのフォローワールの変化
- 10) クーポンの開封や使用ユーザー数
- 11) ショップカードを使用・発行した数など
- 12) チャット数、チャット数の変化や曜日・時間帯の分析
- 13) 自動応答したチャットの数と変化

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## Googleビジネスプロフィールの特徴

Googleビジネスプロフィール（旧Googleマイビジネス）とは、Googleが提供している無料のビジネスリスティングサービスです。Google検索やGoogleマップで検索された時に表示されるビジネス情報をオーナーが自身で管理したり、情報の発信ができるツールです。

01

初期費用等かからず  
無料で利用可能

02

口コミ等顧客の意見  
が聞きやすい

03

営業時間や写真など  
カスタマイズ可能で  
顧客へアピール

### ● Googleビジネスプロフィール活用のメリット

#### 1) 検索結果上で見つけてもらいやすい

スマートフォン・PCともに、Google検索では**Googleビジネスプロフィールによる情報が、他の記事・コンテンツより上位表示**されます。地図情報も合わせて表示されるため、非常に視認性が高く、ユーザーに情報を認知させることが可能です。

#### 2) 利用ユーザーが多く新規ユーザー獲得に繋がりやすい

Googleマップ利用者数は**4,700万人以上**という結果がでており、一般消費者に多く利用されているのが分かります！

#### 3) 公式サイトよりもすばやく情報を閲覧できる

Googleビジネスプロフィール画面では、公式サイトへアクセスしなくても必要な情報が得られるようになっています。これは、近年注目されている「**ゼロクリックサーチ**」（検索結果で表示されるページ内容を見てただけで完結し、個別のWebサイトまでアクセスしないユーザー行動）にもアプローチできるようになっており、「あのお店に行きたい」という突発的なニーズにも対応しやすいのが特徴です。



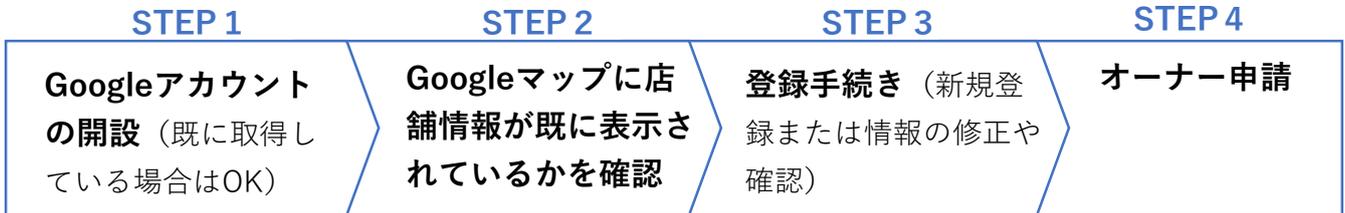
GoogleビジネスプロフィールはGoogleによる店舗情報の自動生成やユーザーの投稿によって作られた可能性もあります。その場合、登録されている店舗情報が誤っていることもありトラブルに繋がる可能性もあるため要注意！必ずオーナー（管理者）申請を行い、正しい情報を設定しましょう！

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## Googleビジネスプロフィールの登録

### ● Googleビジネスプロフィールの登録のながれ

以下のながれに沿ってGoogleビジネスプロフィールの登録していきましょう！

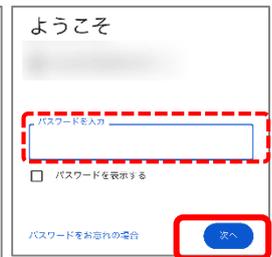


### ● Googleビジネスプロフィールの新規登録

- ①以下の二次元バーコードまたはURLから、登録ページへアクセス
- ②「今すぐ管理」または「管理を開始」を選択
- ③Googleアカウントのメールアドレスとパスワードを入力して「次へ」



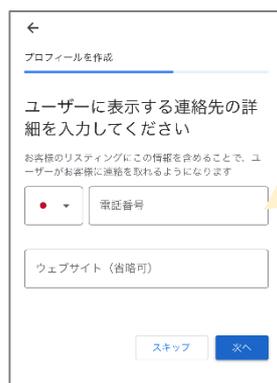
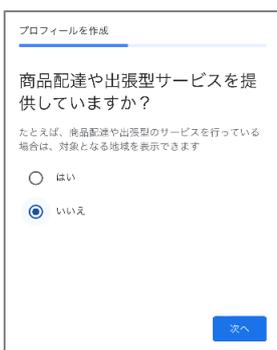
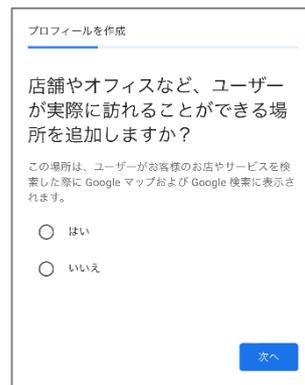
[https://www.google.com/intl/ja\\_jp/business/](https://www.google.com/intl/ja_jp/business/)



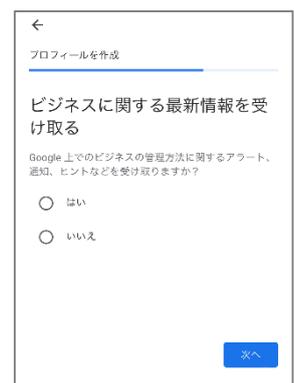
- ④順番に必要な情報を入力します。



ビジネス名には、公式HPや、営業許可証に記載されている正式名を入力。不要なキーワードなどを詰め込む行為はガイドライン違反となります。



ユーザーに表示されるので店舗の代表電話を設定しましょう！（後からの設定も可能）



# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

⑤情報が入力出来たら、オーナー認証を行うための認証方法を選択します。

確認

オーナー認証を行う方法を選択

Googleは、お客様がこのビジネスのオーナーであることを確認する必要があります。  
オーナー確認の詳細

ビジネスの動画

ビジネスの動画を撮影する  
店舗や設備、ビジネス運営を証明するものを撮影します。動画は確認のためにのみ使用され、一般に公開されることはありません

その他のオプション

次へ

申請方法は業種や一般公開されている情報、地域等によって異なりますが、以下のような選択肢があります。

- ★電話
- ・メール
- ・ハガキ
- ・動画
- ・テキストメッセージ

電話を選択出来る場合は、電話を選択しましょう。最もはやく認証ができるためおすすめ！はがき認証の場合は2週間程度の時間を要します。

## 例1) 電話認証の場合

- ⑥「電話でコードを受け取る」を選択
- ⑦「テキストメッセージ」か「通話」か受け取り方法を選択する
- ⑧Googleからのテキストメッセージ、又は電話からの自動音声で確認コードを取得し画面へ入力

## 例2) ハガキ認証の場合

- ⑥「ハガキ送付」を選択
- ⑦後日、登録した住所へハガキが届く
- ⑧ハガキに記載されている確認コードを取得
- ⑨Googleビジネスプロフィールへログインし、ダッシュボード画面の「今すぐオーナー確認」から取得した確認コードを入力

認証完了！ユーザーへの表示が開始

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## 基本情報の編集

ログイン後は、オーナーとして各情報の編集が可能です！

### ● トップページ画面の構成



### プロフィールを編集

#### 【登録できる情報】

- 1) 概要
- 2) 連絡先
- 3) 所在地
- 4) 営業時間
- 5) その他



ここで登録した情報はナレッジパネルと呼ばれる検索時の上部または右側に表示されるメイン画面に関わってきます。ユーザーの信頼度や認知度UP、アクションに繋がるので重要です！



#### ナレッジパネル

口コミを読む	ユーザーが投稿した口コミの確認や返信
写真	ビジネスプロフィールでユーザーがメッセージを送れるようにする
パフォーマンス	ユーザーの反応やアクションの分析を確認する
広告掲載	Google広告を出稿する
商品を編集	商品の編集・追加（商材が物品等の場合）
サービスの編集	提供しているサービスの編集・追加（商材がサービス等の場合）
予約	オンライン予約サイトへ誘導するためのURL追加
Q&A	ユーザーからの質問への回答
最新情報を追加	最新情報や特権、イベントの追加
レビューを依頼	ユーザーに口コミを投稿してもらうためのリンクを作成して共有

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## ● 写真の追加

店舗の外観や店内の風景、ロゴ、商品等できるだけ多く追加すれば、わかりやすく会社やお店の魅力を伝えることができます！イメージ訴求の充実により、**ユーザーの「信頼」を獲得**することができるだけでなくユーザーの**来店へのモチベーションを高める**働きもあります。以下のガイドラインを参考にしながらたくさん掲載しましょう。

### 写真のガイドライン (Google ビジネスプロフィール ヘルプページ (※) より一部引用)

形式：JPGまたはPNG 推奨解像度：縦 720 pixel、横 720 pixel サイズ：10KB～5MB  
品質：ピントが合っていて十分な明るさのある写真を使用します。大幅な加工や過度のフィルタ使用は避けてください。雰囲気ありのままに伝える画像をお選びください。

- ① トップページから「写真」を選択。 ② 追加したい項目を選択。



### ロゴを追加

オーナー自身が写真を投稿した際にアイコンとして表示されます。

### カバー写真を追加

プロフィールの上部に表示される、**1番重要な写真項目**です。写真内容の制限はなく、お店の料理・内装・外観などから「**この写真こそユーザーに見てほしい1枚**」を選んで登録しましょう！



※写真は複数登録できますが、Google の判断で掲載順位などが変わるため、**必ずしも希望通りの写真がカバー写真に表示されるわけではありません。**

### 写真を追加

ロゴやカバー写真以外の写真を追加します。

#### 1) 店内と外観の写真

店内写真はお店の雰囲気を伝えることができます。外観写真は実際に来店する際にお店を探しやすくなります。それぞれ合計3枚以上の店内写真を追加すると効果的です。

#### 2) 商材やサービスイメージの写真

お店のアピールに繋がるため、人気の料理等、特に見てもらいたい商品の写真を3枚以上掲載するのがおすすめです！

#### 3) メニュー写真

実際にお店で使用しているメニュー表の写真などを添付可能！最新情報になっているか注意が必要です。

#### 4) 動画

動きのある内容を表現できます。

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## ● 投稿機能の活用

店舗に関する最新情報やイベントの告知、クーポンの配布ができる機能です。ナレッジパネルやGoogleビジネスマップに表示された自社のビジネス情報に投稿した文章や画像・クーポンコードが表示されます。ユーザーに向けて来店促進に繋がるタイムリーな情報を提供できるため、来店数や予約数の増加に繋がる可能性が高まります！

## ● 投稿機能の種類

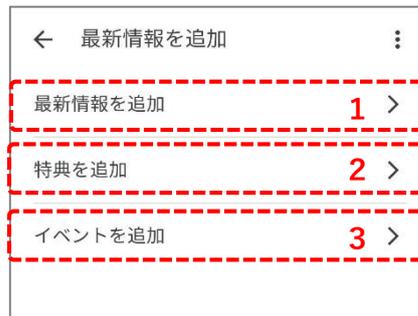
	最新情報	イベント	特典
写真・動画	○	○	○
説明文	○	○	○
投稿タイトル	×	○	○
開始日・終了日	×	○	○

## ● 投稿の方法

①トップページから「最新情報」を選択。



②追加したい項目を選択。



③必要情報を入力して「投稿」を選択。



## 投稿の表示例



# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## ● 口コミの管理

Googleビジネスプロフィールではユーザーが口コミを投稿する機能があります。ユーザーは口コミの内容で「サービス」や「お店」の評判を前もってチェックすることが多いため、集客へ影響しやすいのが事実です。口コミに対しての管理を怠らないように心掛けましょう！

## ● 口コミを確認して返信

- ① トップページから「口コミを読む」を選択。
- ② 口コミ一覧が表示されるので対象の口コミの「返信」を選択。
- ③ 4000文字以内で返信内容を入力し、「送信」を選択。



## ネガティブな口コミに対する対応

### 1) 削除申請

Googleマップに投稿された口コミを自分で削除・非公開にはできませんがGoogleに対して削除申請を行い認められた場合は削除が可能です。**(削除対象例：関連性のない内容、冒涇、嫌がらせ、個人情報など)**

- ① トップページの右上  から「フィードバックを送信」を選択。
- ② 「問題を報告」を選択。
- ③ 報告項目を選び、内容を記載する。
- ④ 必要に応じて写真を添付する。
- ⑤ 最後に「送信」を選択。

### 2) 誠実な返信対応

削除できないからといって、放置すると、店舗のイメージダウンや集客に影響が出る可能性があります。削除できない口コミは適切に対処し、できるだけ誠実に対応しましょう。**謝罪の気持ちや今後の改善策について返信することで、真摯な対応が伝わり、ネガティブな印象を払拭して信頼回復につながる可能性があります。**

# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## パフォーマンス（分析） ※旧インサイト

お店を知ったユーザーがどんな行動を取ったか、コストを掛けずに分析を閲覧できます。閲覧数や電話を掛けた人数などを把握し、分析・改善することで、より効率的な集客に結びつけられるので定期的なチェックを心がけましょう。

### ● パフォーマンスを確認

① トップページから「パフォーマンス」を選択。



② 分析期間と分析項目を選択。



### 分析期間の設定



### 概要

「インタラクション」「閲覧したユーザー数」「表示につながった検索数」

※インタラクションとは、ユーザーがビジネスプロフィールから「電話」「ルート検索」などのアクションを行った場合の数値データ。

### 通話

通話ボタンがクリックされた数

※通話をしていなくてもボタンを押すだけでカウントされます。

### メッセージ

Googleビジネスプロフィールに送信されたメッセージ数

※メッセージ機能を有効にしないと利用できない項目



# 05 Googleビジネスプロフィールの活用

## 予約

Googleビジネスプロフィールにユーザーが予約をした数

※Googleと提携している「サービス提供事業者」予約システムの設定が必須となります。



## ルート

Googleマップからルート検索してきたユーザー数

※複数デバイスの同一アカウントもカウントされる可能性があります。



## ウェブサイトのクリック

Googleビジネスプロフィールに表示された「ウェブサイト」へのクリック数



数値結果は、1ヶ月ごとに記録を残し長期的な分析を行いましょう！ある程度長期データを取得したら、前年比較でデータを確認し、同じ月や季節でどのような変化があるかを見てみることも大切です。

# 目標計画シート

今後のSNS活用に向けて目標を計画してみましょう！

## 【目標設定】

目標			
コンセプト	かわいい・かっこいい・シンプルな・上質な・高級な・親しみやすい やる気がある・優しい・子供向け・大人向け・おもしろい・楽しい ためになる・ユニークな・癒される・その他（ ）		
目標数値 (目標に応じて設定)	項目 (例: フォロワー数)	目標数値 (例: 現在の1.5倍)	
実施目標	投稿	回/1ヶ月	
	ストーリーズ投稿	回/1ヶ月	
	動画投稿	回/1ヶ月	
	いいね押す	いいね/1ヶ月	
	フォローする	人/1ヶ月	
	コメントする	回/1ヶ月	
	キャンペーンの実施	回/1ヶ月	

## 【運用ルール】

投稿担当			
投稿日	週	回	(月・火・水・木・金・土・日)
投稿時間帯	7時~12時	/	13時~18時 / 19時以降
投稿内容			

# オリジナルハッシュタグを 活用してみましよう！

東大阪市商業振興コーディネート事業に参加する店舗同士の繋がりを創出し、東大阪市内の店舗や企業が一体となり地域全体を盛り上げていくため、本事業オリジナルの下記ハッシュタグを積極的に活用してみましよう！

## # SNSでつながる東大阪

ハッシュタグを通じてSNS活用に取り組む仲間が見つけれられるね！

仲間を見つけて「いいね」や「フォロー」をしてみよう！



## SNS活用 ガイドブック

◎ 令和6年度東大阪市商業振興コーディネート事業

※当ガイドブックの記載内容は令和6年8月現在ものです。  
また、無断転載、引用は固くお断りいたします