

# ソーシャルメディアの活用方法

インターネットが普及し企業がホームページだけではなく、ソーシャルメディアを活用しネット戦略をしています。最近ですと、TwitterやFacebookを企業でも活用されているところが増えてきています。

## ソーシャルメディアとは？

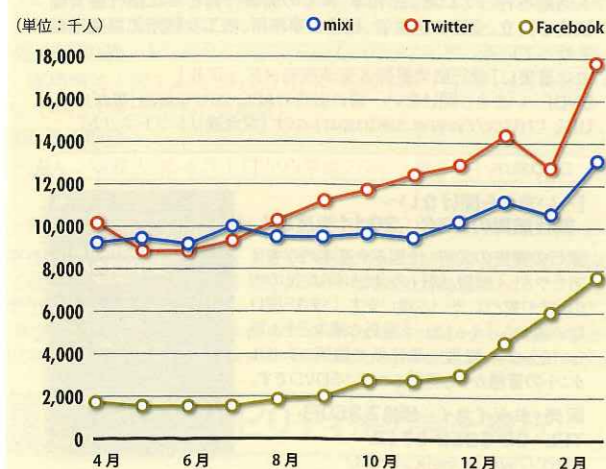
ソーシャルメディアとは、インターネットを用いて、情報発信・情報交換できるサービスです。発信した情報が不特定多数のユーザーに対して露出され、閲覧したユーザーはレスポンスを返すことができます。ユーザー同士のつながりを促進する仕掛けが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できるのが特徴です。

ソーシャルメディアは、ブログやYouTubeなど閲覧者を制限しないオープンなサービスとFacebookやmixiなど会員制・招待制のソーシャル・ネットワーク・サービスに分けられます。

## 3大ソーシャルメディアの利用者推移表

ソーシャルメディアの利用者は日々増えてきています。最近の増えた要因としては、災害時の連絡ツールとして利用する方が増えたようです。複数への情報発信を一瞬でおこなえるのがソーシャルメディアの利点です。

■mixi、Twitter、Facebook PC訪問者数推移



(単位: 千人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
mixi	9,344	9,559	9,242	9,930	9,632	9,557	9,744	9,608	10,214	11,228	10,659	13,211
Twitter	9,882	9,157	9,100	9,496	10,069	11,129	11,778	12,444	12,901	14,211	12,824	17,571
Facebook	1,873	1,653	1,596	1,719	1,928	2,080	2,819	2,934	3,077	4,598	6,030	7,659

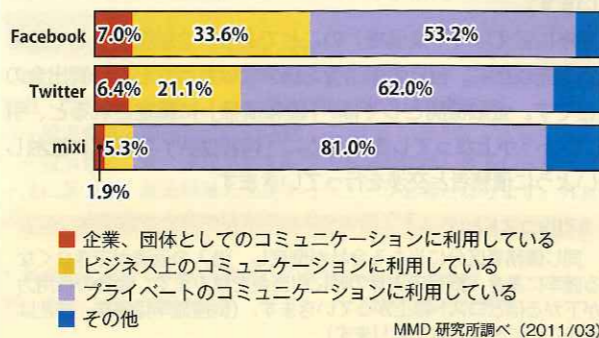
mixiの会員数データは決算資料より2011年1月末時点  
Facebookの会員数データはSocialbakersより2011年4月18日時点  
by Neilsen Netview

## 3大ソーシャルメディアの利用目的

下記の図をみてお分かりのとおり、ビジネスとして利用されているのは、Facebookが40.6%、Twitterが27.5%、mixiは7.2%となっています。

本調査によると、顧客とのつながりを強化するためにFacebookを利用する企業が急激に増えていること、また、現状では、大手企業の活用が目立ちますが、今後、中小企業への利用拡大が予想されるといった分析結果が出ています。

■3大ソーシャルメディア (mixi、Twitter、Facebook) の用途 (利用目的)



## ソーシャルメディアで共感される会社になるためにすること

(1) 自社の価値を見直すこと  
新しい時代にあわせて自社ブランドやビジョンを見直す。また、それらをオープンにして、自社ブランドを明確にすることが、共感される企業となるための重要なステップになります。

す。企業に取り入れやすいのは顧客や社会との関係性を見直し、ソーシャルメディアでアピールすることです。

### (2) 社会に対する貢献姿勢を明確にすること

ソーシャルメディアで世界の人々をつながり、コミュニティとしての連帯意識が芽生えようとしています。また、金融危機や震災を経験し、多くの人々が「お金より大切な何か」に気付き始め、環境危機や貧困問題など、世界が直面している課題に貢献する姿勢は、かつてないほど企業イメージに影響を与えるようになりました。同様に、日本を良くする、地域を活性化するなど、規模を問わずコミュニティへの貢献姿勢を明確にすることが共感を生み出す大きな要因となっています。

### (3) 信頼される企業になること

信頼される企業になるには、自社ブランドを明確にし、徹底した言行一致を実現する必要があります。口先だけの顧客第一主義や中途半端な商売気は逆効果になることに気をつけましょう。人間関係と同様に、信頼は一朝一夕にはいかないものです。

### (4) 顧客と対話・交流すること

ソーシャルメディアを通じて、顧客と直接対話すること。顧客の声を恐れて、閉じこもってはいけません。匿名性の薄いソーシャルメディアでは、多くの顧客が善意で企業と接し、その声と向き合い、傾聴し、誠実でオープンな姿勢で対話することが大切です。人は交流を重ねることで愛着がわき、好きになっていく特性を持っていますが、それは対人でも対企業でも同じことです。

今までの「口コミ」マーケティングでは、良い商品やサービスがあっても、一般人ではせいぜい1日に2、3人にしか伝えられなかったのが、ソーシャルメディア利用者であれば1,000人、1万人に共感を伝えることができます。顧客に共感される企業は、ソーシャルメディアを有効に活用でき、結果としてソーシャルメディアにおける伝播効率が格段に高まります。

## ソーシャルメディアのビジネス活用方法

ソーシャルメディアのビジネス活用方法としては、顧客とのつながりが大事になってきます。ソーシャルメディアを活用して商品サービスの生産活動プロセスをオープンにすることで、顧客との交流を生み、顧客の支援を受けることができます。次に工程ごとの活用方法を記載します。

<b>企画</b>	①顧客のニーズを発掘する。 ②トレンドや購入理由等を分析する。 ③商品やサービスの企画をする。
<b>開発</b>	①商品やサービスの開発過程をソーシャルメディアで公開する。 ②商品やサービスの意見を収集する。 ③試作品のお試し会等で顧客と体験を共有する。 ④体験を共有することによりファン作りができる。
<b>販売</b>	①顧客に交流の場を提供する。 ②商品へ気づきを提供する。 ③購買意欲を高める。
<b>顧客サポート</b>	①購入者と企業で交流をする場を作る。 ②不明点や不満等を改善につなげる。 ③不明点等をまとめ投票してもらい改善の優先度をつける。 ④優先度をつけ改善をし、公開する。

## ソーシャルメディアの活用参考例

活用としては、「企業全体のブランディング」と「広報活動」を目的とした活用がもっとも多く見受けられます。

- |                  |             |
|------------------|-------------|
| ①企業のブランディング      | ⑥広報活動       |
| ②商品やサービスのブランディング | ⑦商品やサービスの改善 |
| ③キャンペーン利用        | ⑧採用活動       |
| ④顧客サポート          |             |

漠然とソーシャルメディアを活用したいと思っている方も多いと思いますが、目的を決める事は非常に重要ですので、ゴールを決めてから始めましょう。

### 執筆者紹介



藤間公認会計士税理士事務所  
株式会社日本財務コンサルタンツ  
ITコンサル課  
**新保 正文**  
トウマグループは、企業を「明るく、元気、前向き」にする専門家集団として、経営全般・税務会計・IT化支援・人事労務・事業承継・相続・病院医院経営・資産活用等、様々なご相談にワンストップでお応

えできる体制を整えております。  
ITコンサル課では、ソフトウェアの導入支援をはじめ、ITを活用した業務効率化や売上向上のための改善指導を実施しております。随時無料相談会開催。お気軽にお問い合わせください。  
お役立ち情報満載 ホームページ <http://www.toma.co.jp>

### NEWS

トウマグループのIT経営コンサルティングの詳細は下記ホームページに掲載しております。

◆「IT活用・改善に関する相談」藤間公認会計士税理士事務所 ホームページ Yahooのホームページから「藤間事務所 IT活用」で検索して下さい。  
URL: [http://www.toma.co.jp/software\\_it/index.html](http://www.toma.co.jp/software_it/index.html)

◆藤間公認会計士税理士事務所 ホームページ Yahooのホームページから「藤間事務所」で検索して下さい。  
URL: <http://www.toma.co.jp>

ITに関するご相談は、お電話でもお気軽にお問い合わせ下さい。  
TEL: 03-5201-6565