

SNSプロモーションで、 成果を上げるために必要なこと

～ 成功のカギは“つながり”を生むコミュニケーション～

コロナ禍で 顕在化してきたキーワード

登壇者

クリエイティブディレクター

藤島 淳

2021.06.24

藤島 淳 (フジシマ ジュン)

- 大学卒業後電通入社 コピーライターを経てクリエイティブディレクター。
- 2008年から2013年、上海電通赴任
- 2014年電通を退社し、ブランドア(株)起業
- ブランディングを中心に活動中。
- 2013年から上智大学「広告論」講師
- 大学、企業、地方での講演、講師多々。
- 「臆病者のコミュニケーション」好評発売中。



コロナ禍で顕在化したキーワード

ソーシャルディスタンス、三密……
そんな新しく出来た言葉ではなく、
ずっと知っていた言葉だけれど、
今、とても大事な言葉があるのではないか？

みんなの～～～
みんなで～～～

建築家伊東豊雄氏が提唱し実践してきた「みんなの家」



Itojuku H/P

東日本大震災からの復興、熊本震災からの復興

- 屋根の下に広間が広がり、縁側がある。
- みんなが集える場所が尊い。
- 人は、集いたい。
- 今は、集えないけれど、
みんなで乗り越えていこうという気分を共有できる。

ニトリが新たに提唱するのは「みんなのグリル」



AQUA online webinar

コロナ禍で顕在化してきたキーワード



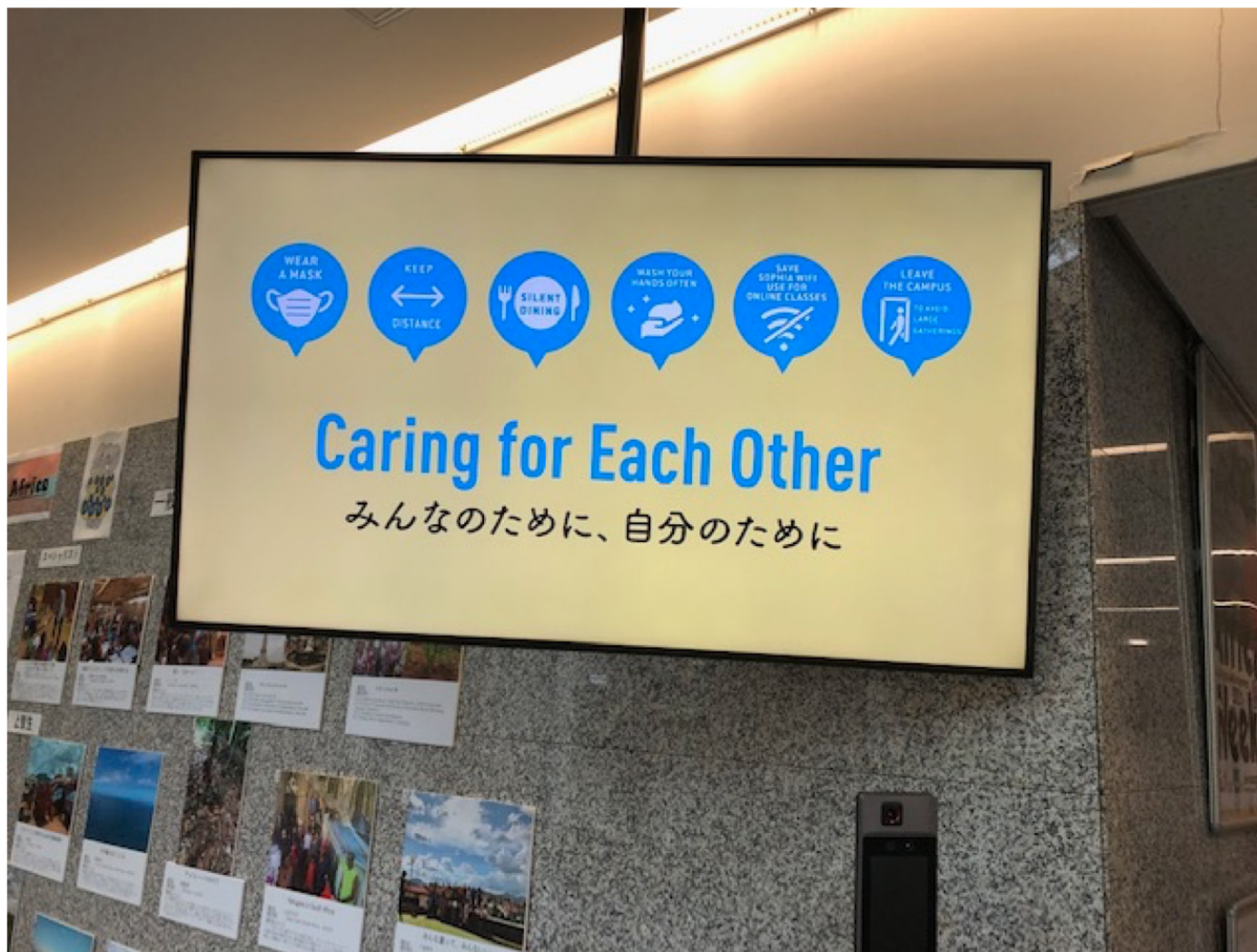
AQUA online webinar

コロナ禍で顕在化してきたキーワード



AQUA online webinar

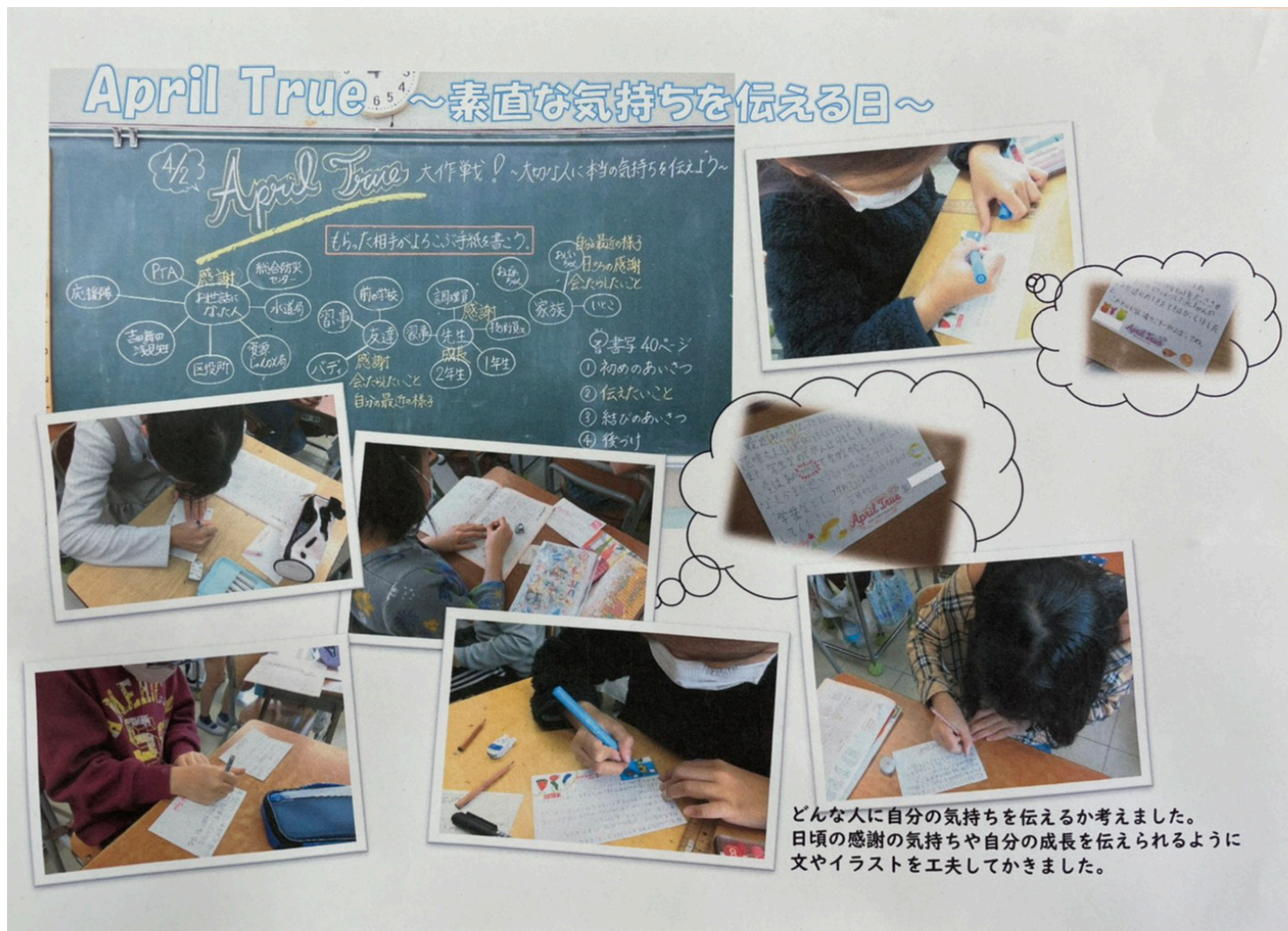
コロナ禍で顕在化してきたキーワード



2020年4月から横浜で始めた新たな活動

April True 

素直な気持ちを伝える日



April True
素直な気持ちを伝える日

4月2日は「エープリルトゥルー」!

ウソをついたエープリルフールの次の日は、素直な気持ちを伝える「エープリルトゥルー」。この新しい習慣をみんなに広げていくために、サンリオピューロランドでイベントを行います!



**HAPPYを
みんなに広げるプロジェクト!**

**4月2日に、
手紙を贈ろう!**

サンリオ
ピューロ
ランドから

ハローキティの
スタンプで
消印がつくよ!*

Step 1

特設ブースで
はがきを
ゲット!

Step 3

ランド内
ポストから
投函!

Step 5

Happyな
気持ちを
SNSでシェア!
#April True

Step 2

心を込めて
手紙を
書こう!

Step 4

大切な人に
手紙と一緒に
Happyが届く!



2021.4.2 fri 特別はがき・無料配布!
サンリオピューロランド内特設ブース

お問合せ先：一般社団法人横浜青年会議所 地域開発室 地域のリーダー育成委員会
副委員長 渡邊 大介 MAIL: apriltrueproject0402@gmail.com
TEL: 090-8317-9775

HelloKitty

© 21 SANRIO CO., LTD. APRIL NO. 1617728

*サンリオピューロランド2階レディキティハウスショップ前に設置してあるキティポストに切手を貼ってお手紙を出すと、サンリオ記念スタンプを押して郵送されます。

JCI Junior Chamber International Yokohama
一般社団法人横浜青年会議所

**あなたの大切な人を思う気持ちは、
みんなをHAPPYにする
あなたの気持ちはHAPPYをつくる
みんなで世界をHAPPYにしよう！**

「コミュニティ」という耳障りが良い言葉はしっくりこない。
みんなでチカラを出し合う、みんなで知恵を出し合う、
みんなで役割を分担する……

みんなが、少しずつ幸せでいられる。

みんなの〜〜〜、みんなで〜〜〜には、
人のつながりが持っている「体温」がある。
「April True」の活動は、一人ひとりが直筆で参加。

マーケティングにも、この考えが必要になる。



パンロスを減らす「rebake」



あさひ製菓「アレルギー対応ケーキ」を開発（山口県柳井市）

アレルギーを引き起こす食材＝卵を使わない美味しいケーキを開発。



卵アレルギーの子供たちのために
美味しいケーキをお届けしましょう。
アレルギー対応商品の BtoB 販売を開始します。



SDGsの前文にあるのは 「だれ一人取り残さない」というフレーズ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



コロナ禍で顕在化したキーワード

みんなの～～～
みんなで～～～

当たり前の日常

シェア

ソーシャル、SDGs、
エシカル……

SNSを活用すれば発信できる。拡散もする。けれど・・・

発信の中身が問われている。

SNSは線路、道路。

コンテンツ(アイデア)である電車やクルマが乗りたいものか？



SNSを活用すれば発信できる。拡散もする。けれど・・・

発信の中身が問われている。

企業も商品も、「一人勝ち」を望んではない。
もっと、「みんなで～～」という世の中に応えたいのではないか？

業界を超えた連携で新ビジネスが始まっている。
新たなコミュニケーションが始まっている。

「みんなで～～」という意識で作成するコミュニケーションと事業。
コロナの終息が見えても、この流れは止まらない。

SNSプロモーションで、 成果を上げるために必要なこと

～ 成功のカギは“つながり”を生むコミュニケーション～

登壇者

企画営業部 プロデューサー

小西 可南子

企画営業部 プロデューサー

賀持 舞

2021.06.24



企画営業部 プロデューサー

小西 可南子

2017年にアクア入社後、企画営業部にて通信キャリアや金融、インフラ系等多岐にわたるクライアントを担当。

デザインや、WEB、SNS等を中心とした複合的なプロモーションを日々提案し、様々なクライアントの課題を解決することに従事している。



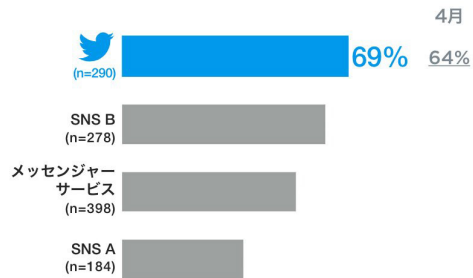
企画営業部 プロデューサー

賀持 舞

2017年にアクア入社後、企画営業部にて広告代理店や広告制作会社をメインにグラフィック制作窓口や企画提案を担当。

クリエイティブを活用したプロモーションやWEBコンテンツ等幅広い案件に対応、SNSインフルエンサー事業にも携わっている。

新型コロナの影響で利用頻度が増えたサービス



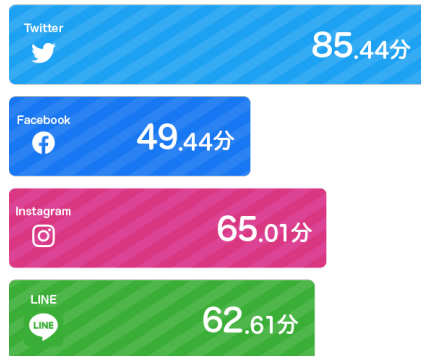
新型コロナ禍の影響で最も利用頻度が増えたSNSはTwitter

Source | Macromill 2020年5月(伊中事務所経営戦略) スマートフォン利用者対象 18歳~59歳 高層階エリア 東京都
 Q. 新型コロナの影響で、以下の商品・サービスに関して利用頻度に変化はありましたか。 ※別設問でSNSの利用頻度が増加したと回答した人のうち、各SNS5月に1回以上利用している人を集計対象としている。

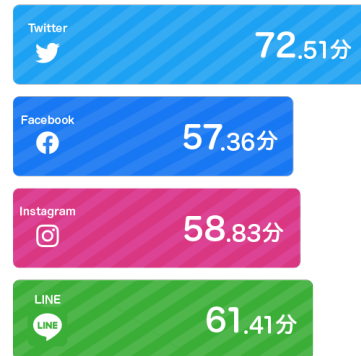
参照元: Twitter Japan「連載:「スピード・質・量」の三拍子がそろったTwitterで、利用者へのリーチを最大化しよう - 第2回」

1日あたりのSNS利用時間

10代



20代



参照元: 株式会社ジャストシステム「モバイル&ソーシャルメディア月次定点調査(2018年1月度)」データよりアライドアーキテックス作成

「新しい生活様式」下では、どのような目的でSNSを利用することが増えましたか？(複数回答)

利用頻度が高いSNS別の傾向

	Twitter	Instagram	LINE	Facebook
趣味・好きなことに関する情報収集	28% ^{1位}	29% ^{1位}	18%	24%
世の中のニュースチェック	28% ^{1位}	19%	22%	20%
友人との会話	10%	14%	25% ^{1位}	25% ^{1位}
外出時間短縮のための事前のサービス内容・クチコミチェック	12%	14%	12%	10%
通販・デリバリーのサービス内容・クチコミチェック	11%	13%	11%	9%
オンラインイベントのサービス内容・クチコミチェック	8%	7%	4%	4%
仕事のためのコミュニケーション	3%	3%	7%	7%
その他	0.4%	0.5%	1%	1%

Q1でSNSの利用時間が「すごく増えた」「増えた」と回答した人のみ対象 [n=1,291]
 当てはまるもの全てにチェックする形式で回答
 アライドアーキテックス調べ

今日お話すること

ユーザーとのエンゲージメントを高めるコミュニケーション



コストをかけて獲得したフォロワー。しかしキャンペーンが終わると離脱する。
そこから継続的なコミュニケーションができずコンバージョンへつながらない。
そんなお悩みを解決するエンゲージメント向上の手法を1つをご紹介します。

なにが必要か？

ユーザーの共感を誘う“あたたかい”コミュニケーション

頑張ろう！

面白い！

日常シーンあるある！

ハートウォーミングプロジェクト

Heartwarming Project

あたたかい！

応援したくなる！

その手があったか！

ケース1：大塚製薬

キャラクターとコラボレーションしたコミュニケーション



ケース2：ウエディングパーク

知らない。知りたいシーンを理想表現したコミュニケーション

Twitterキャンペーン
イラスト、漫画、ストーリーをかいてギフト券をもらおう！
#結婚前夜ってきつところ
応募期間
2018.5.22
~6.17
有名漫画家・イラストレーターが描いた作品を限定公開！



ようやくたどりついた、幼馴染ふたりの結婚前夜。

weddingpark.net/pr/weddingeve/
#結婚前夜ってきつところ
#ウエディングパーク
#PR



午後0:00 - 2018年5月22日 - Twitter for iPhone



一生の中でも濃密で繊細な時間を過ごさう「結婚前夜」をテーマに描いてみました。

weddingpark.net/pr/weddingeve/

#結婚前夜ってきつところ #ウエディングパーク #PR

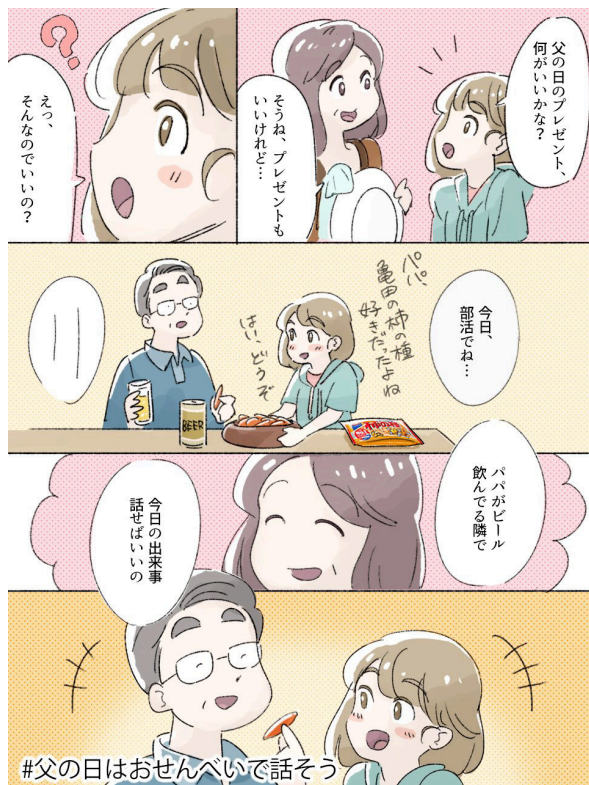


ウエディングパーク

午後0:00 - 2018年5月22日 - Twitter for iPhone

ケース3：亀田製菓

あたたかいシーンを提案するマンガコミュニケーション



ケース3：亀田製菓

商品を通じた温かい。楽しい。コミュニケーションを提案

母の日のコミュニケーション

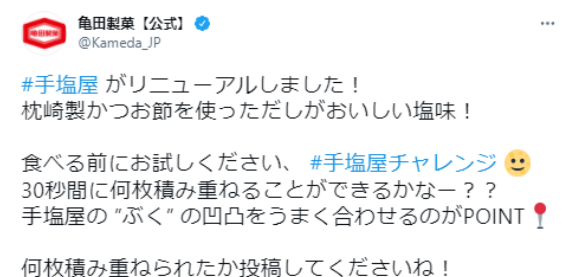


父の日のコミュニケーション



午前10:00 - 2021年6月20日 - Social Insight Post
43件のリツイート 4件の引用ツイート 197件のいいね

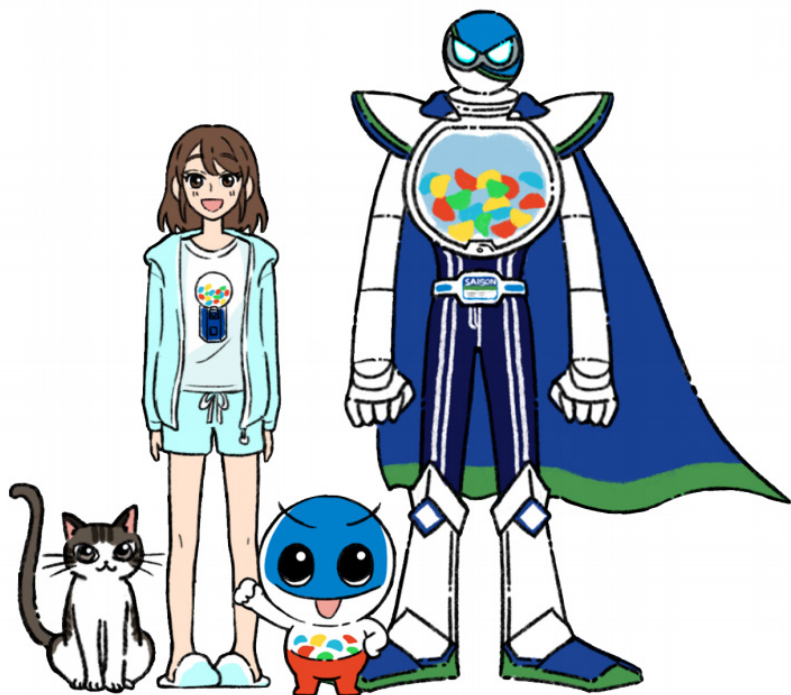
新商品の楽しみ方を提案



午後3:18 - 2021年3月31日 - Social Insight Post
16件のリツイート 120件のいいね

ケース 4: クレディセゾン

キャラクターを活用したユーザーコミュニケーション



クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 1月22日

#セゾンのお月玉 1周年記念キャンペーン
第10弾は5名様に1万円分
Amazonギフト券プレゼント

第9弾までたくさん参加いただき
ありがとうございます
今回も見つけたあなたはラッキー

◆期間
1/22(金)~1/31(日)

◆参加方法
@kaori_saison をフォロー
このツイートをRT



859 2,475 4,398

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_sais... · 2020年12月28日

#セゾンのお月玉 1周年記念キャンペーン
第8弾は10名様に1万円分
Amazonギフト券プレゼント

セゾンカードからお年玉

◆期間
2020/12/28(月)~2021/1/6(水)

◆参加方法
@kaori_saison をフォロー
このツイートをRT

第9弾もお楽しみに



751 2,575 4,186

ケース 4: クレディセゾン

モーメントに合わせた前向きなシーンと応援を提供

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 3月17日
卒業生の皆様、ご卒業おめでとうございます🎉

卒業前に言い残したことはありませんか？
フォロー&ツイートしてくれた方の中から
セゾンからの卒業お祝い金として
抽選で50名様にAmazonギフト券1,000円分をプレゼント🎁
期間:3/28(日)まで

伝えなかった想いを
ぜひツイートしてください👉
#卒業式

0:03

Tweet #ありがとう

Tweet #ごめんなさい

Tweet #バカヤロー

Tweet #好きでした

49 720 590

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_sais... · 2020年12月24日
🎄 Merry Christmas 🎄
ステキなクリスマスをお過ごしください🎅

2 49 232

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_sais... · 2020年11月29日
今日は11/29 #いい肉の日🍖
みなさんのお肉エピソード(食べ方、焼き方のこだわり、好きなお肉の種類・部位など...)知りたいです👉

11 48 111

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 1月1日
🎆 あけましておめでとうございます🎆
2021年もセゾンカード・UCカードは
皆様とともに👉
本年もどうぞよろしくお願いいたします🙏

12 150 420

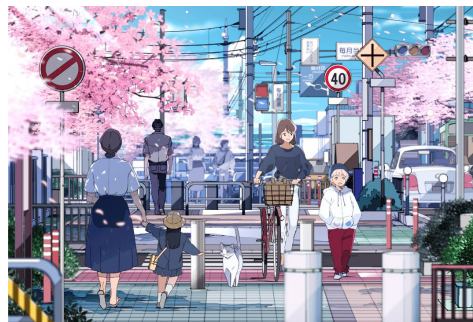
クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2020年8月1日
🎆 今日 #花火の日🎆
ハルちゃんとおツキダマンも
花火🎆で少し早い、夏を感じています🍉

#オツキダマン
#セゾンのお月玉

3 51 107

ケース 4: クレディセゾン

SNSで人気のクリエイターとのコラボレーションで新規獲得



ケース 4: クレディセゾン

キャラクターを活用した参加型のイベントを提供

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2020年8月14日

#オツキダマンのネコの名前
考えてTwitterで投稿すると
現金1万円プレゼント👏

【期間】8月31日(月)まで
@kaori_saison をフォロー

#オツキダマンのネコの名前 と #セゾンのお月玉 をタグ付けて投稿👏

🐱名付け親の方と抽選で10名様に
現金1万円お届け👏

ネコの名前お待ちしてます🐾



Twitterキャンペーン
#オツキダマンのネコの名前
大募集!!

カワイイ名前を
より多く
お願いします!

ネコの名前を
募集します!

オツキダマン ハルオキ

👏名付け親の方と抽選で10名様に現金1万円をお届け👏

👏11名様に現金1万円をプレゼント!

1,821 3,181 1,194

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2020年9月4日

#オツキダマンのネコの名前 にご応募ありがとうございます🐾

ご応募いただいたコメントは、ハルちゃんとおツキダマンがしっかり選考中です🐾
当選発表はもう少しお待ちください!!

応募総数**2,221**コメント!
ネコの名前に、たくさんのご応募ありがとうございます!



ネコの名前を募集します!

オツキダマン ハルオキ

11 90 180

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2020年12月4日

#オツキダマンのネコの名前
たくさん応募いただいた中から
🐱ネコの名前が決定しました👏
名前...「ツキマル🐾」

これからオツキダマンのイラスト投稿を速く見守っていただけだと
思います🐾



ネコの名前決定しました!
ご応募いただきありがとうございます!

オツキダマン ハルオキ

5 45 148

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2月2日

みなさんからの「いいね👍」の数だけ
#ネコが日本を旅します🐾👏

1日の「いいね👍」数で目的地が決まる📍
※1いいね👍=1km移動
到着した場所をツキマルがご紹介👏

2/22の #ネコの日 🐾まで実施👏
みなさんの「いいね👍」で日本各地を周ろう🚗

ネコの旅企画の総「いいね👍」数を対象とします🐾



いいね👍の数だけ
ネコが日本を旅します!
※1いいねにつき1km移動できる!!

いいね👍
待ってるニャー!

日本各地をまわって
ツキマル(ネコ)が
その土地を紹介!

5 79 675

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 2月22日

ご当地グルメ👏
フォロー&リツイート👏
博多名物明太子を5名様にプレゼント👏

みなさんからの「いいね👍」の数だけ
#ネコが日本を旅します 企画で
立ち寄った福岡の名物👏
博多明太子をプレゼント👏🐾

🕒3/8(月)23:59まで
"リツイート"待ってるニャ〜👏

#猫の日

🐾ご当地グルメプレゼントキャンペーン👏



日本を巡るニャー!

フォロー&リツイートで
抽選で5名様に
博多名物
"ネコちゃんたい"
プレゼント!

466 9,491 2,911

ケース 4: クレディセゾン

ユーザーの「欲しい」や「楽しみ」を提供する

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_saison · 1月29日

SNSのアイコンに使える♥
アイコン用イラストデータプレゼント📄

家族やペットの写真をイラストに🎨
\抽選で10名様にプレゼント📄/
イラストは#オツキダマンの👤
イラストレーターさんが作成👏

🔍キャンペーン詳細🔍
👤@kaori_saison フォロー
🔄このツイートをRT

《期間》～2月19日(金)まで🕒

SNSのアイコンに使える!
アイコン用イラストデータプレゼント!

セゾンのお月玉で毎月1万人に現金1万円が当たる!

🗨 37 🔄 1,812 ❤️ 446 📤

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_sais... · 2020年12月11日

オツキダマンぬり絵チャレンジ🎨

おうちで過ごす時間に🏠
#オツキダマンのイラストに色をつけて
楽しんでみてください🎨

色をつけたら #オツキダマンのぬり絵で
投稿してね♥

セゾンのお月玉で毎月1万人に現金1万円が当たる!

🗨 1 🔄 22 ❤️ 98 📤

クレディセゾン(CREDIT SAISON) @kaori_sais... · 2020年12月11日

ぬり絵イメージ🎨

セゾンのお月玉で毎月1万人に現金1万円が当たる!

🗨 10 🔄 10 ❤️ 59 📤

ケース 5 : NTT ドコモ

サービスを利用すると訪れるシーンメリットを訴求する



ユーザーの興味を惹く発信とは？

実利性と共感性の2つを満たし掛け合わせることが重要です

実利性

ユーザーの欲しい情報が
常に提供される

ユーザーの利益となる
キャンペーンがある

分かりやすく届けばよい

×

共感性

ユーザーが発信内容に
自分と照らし合わせ共感する

ユーザーの気持ちが
満たされる

ユーザーの心に響くことが必要

アカウントとプロモーションを連動させる

実利性と情報価値に共感性を加えることで エンゲージメントを高める

- Account -

エンゲージメントの高さを出すには？

情報価値の構築

ユーザーがそのアカウントを見続ける理由をつくるため
ターゲットの欲しい情報を提供する必要がある。
このアカウントがなんの情報を提供するかの定義が必要

共感性の構築

キャラクターが存在するため飽きさせないための
コンテンツの設計が必要である
カジュアルに参加し楽しめる仕掛けを構築することが必要

更新性の構築

ユーザーが継続的に忘れずアカウントの情報を取得する
ためには情報更新性の高さが重要である
そのスキームを構築することが必要

連動性



- Promotion -

プロモーション効果を最大化するには？

情報価値の訴求

まだこのアカウントを知らない人に対してフォローする
価値を訴求するためには、ターゲットにとって有益な
情報を提供してくれるということを認知させることが必要

共感性の訴求

このアカウントが提供している情報に対して
自分ごと化させる必要があります。まさに自分に必要であると
共感できるように認知させることが必要

インセンティブの訴求

このアカウントをフォローしたり。拡散したりすると
一旦になが自分にとって利益になるか？それは
情報価値を後押しするインセンティブが促進させる

SNSでのコミュニケーションでお悩みの方

無料カウンセリングを実施中！



ハート
ウォーミング
プロジェクト

Heartwarming Project

