

SNSはSocial Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の略称で「社会的つながりを提供するサービス」という意味になります。スマートフォンやパソコンでインターネットを使用して、人間同士が交流を深めることができるウェブサービスの総称です。

日本でも「LINE」「Twitter」「Facebook」「Instagram」などが広く使用されており、日常生活に欠かせないものになりつつあるとともに、企業の広報ツールとしても活用されるようになってきています。

誌上相談室 Q&A

【テーマ】

SNSを活用した広報と注意点 ～効果的な発信方法と 企業のリスク管理について～



1. SNSを広報に活用

Q1 SNSを広報として効果的に使うには？

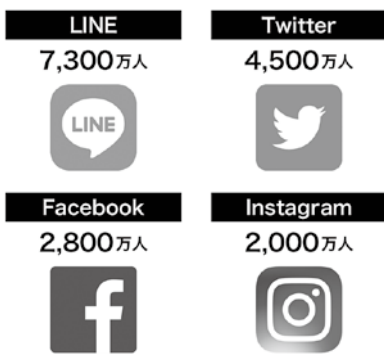
A 広報としてSNSを利用するにはまずメルリットとデメリットを知りましょう。

SNSのメリットは、発信した情報が自動的にユーザーの元に届き閲覧されることであり、共有してもらえやすいことです。デメリットは、発信した情報は一過性だということです。次から次へと新しい情報発信が行われるSNSの中では、興味を持たれるのはその一瞬がほとんどであり、情報はユーザーの手元からすぐに流れてしまいます。また、SNSによって投稿できる文字数の制限が異なるなど、発信できる情報にも限りがあります。利用するSNSの特性を理解し、画像でPRしたいのか、文字で発信したいのかなど、自社の情報発信のスタイルに合わせたSNSを利用する必要もあります。

さまざまな業種の中でも、飲食店は、特にSNSを広報に活用することに向いています。情報周知の速さに優れているので、居酒屋などであれば「本日のキャ

2017年 国内の利用者数推定

複数のメディア参照



ンペーン」などを発信して、ユーザーの興味を引き、お店に足を運んでもらうことに一役買うでしょう。

また、例えば、企業として「求人情報」を広報したいとします。効果的なのは、ホームページで求人情報を掲載して、そのことをSNSで周知するという手法です。これにより、SNSで広く周知した上で、詳細な情報のありかへユーザーを誘導することができます。

このように、SNSを効果的に使用するには、発信する情報を「いつ届きたい」「どう読みたい」のかを意識することが大切なポイントです。

Q2 いったい情報を発信すればいいの？

A SNSで情報発信する際は、その情報を届けたい人が「いつSNSを使うのか」を意識するとよいでしょう。前述の通り、SNSの情報はユーザーの手元からすぐに流れていきますので、情報発信するタイミングも重要です。

都会の中心部に努める会社員がターゲットであれば、スマートフォンを利用する時間に多いであろう、通勤時間帯での発信や、じっくりと検討してほしい情報であれば、帰宅時間や晩酌の時間に発信するなど、ターゲットの生活リズムを考えると、SNSに触れる時間が多いときを見計らって、情報発信すると効果的です。

2. 企業としてのリスク管理を忘れずに

Q3 SNSを広報として使うときに気をつけることは？

A 簡単な操作で利用できるSNSは、

その手軽さから軽い気持ちで情報発信をしてしまいがちです。また、匿名性の高さ故に気持ちが大きくなって、誹謗中傷や機密情報を漏らしてしまうという危険性もあります。

広報としてSNSを使用する場合は、「私的すぎないか」、「機密情報ではないか」、「誰かを傷つける内容ではないか」といったことを情報発信する前に確認することが重要です。

モラルを欠いた情報発信で、大幅なイメージダウンや閉店に追い込まれた企業なども存在します。SNSを企業の広報として使用する場合は、「ソーシャルメディアポリシー」と呼ばれる、企業がSNSを使用するにあたり取り決めた利用に対するガイドラインを作成することをおすすめします。

スマートフォンなどの携帯端末の普及によって、インターネットは「いつでもどこでも」利用されるようになり、SNSの利用者も増え続け、SNSで情報収集する機会も多くなりました。

SNSは現実世界の延長線だということをお忘れずに、発信者としての高い意識と責任感を持ち情報発信を行っていきましょう。

【回答】

当所エキスパート・バンク登録専門家
(株)マジカルリミックス(仙台市青葉区)



代表取締役CEO
赤間 公太郎氏