

## 情報通信部会長報告

第5回情報通信部会は、2月1日にイヤタカにおいて会員等75名が出席し、オープン部会として開催いたしました。

今回は、SNSアプリ「Instagram(Instagram)」を活用しビジネスチャンスにつなげてもらうことを目的に、イーンスパイア(株)(新潟県)の横田秀珠(しゅうりん)代表取締役を講師にお招きし、「Instagram活用セミナー」と題し、その基本やビジネスでの活用方法などについて、ご講話いただきました。主な内容は以下のとおりです。

- Instagramのユーザ数は、日本で約2,000万。企業アカウントは1万を突破するなど増加し続けている。他SNSと比較して近年の伸び率が高い。
- フォロワーを増やすことや、「いいね!」やコメントで交流することを考える必要はない。それらは他のSNS、TwitterやFacebookでもできる。
- 若い世代はInstagramをSNSとしてではなく、画像の「検索エンジン」として使い始めている。画像を通して情報を知りたい場合に使われることが多くなってきたため、お店のファンが載せたいような商品の提供が重要となる。
- スマートフォンの登場により、19世紀100年分の写真の量を1分で撮る時代。  
「写真がすぐ撮れる」「すぐアップできる」「すぐ検索できる」ことなどが主な特徴である。
- 誰でも発信できるようになったからこそ、見てもらうためには「インスタ映え」が重要。
- Instagramで見る画像の商品には「品番」がない(わからない)ため、お店に直接行かなければ手に入れることができない。
- お店のInstagramページのファンを作る必要はなく、お店に来てもらうことが大事。  
お店に来てもらうことで、商品をInstagramで発信してもらえらる可能性がある。お客様に自社商品をどれだけ発信してもらえらるかが重要となる。
- まだ上手に活用できている事業者が少なく、工夫次第で検索上位にすることも可能であるため、是非取り組んでほしい。

また、スマートフォンでの画面を実際に操作し、お店を見つけてもらうプロフィール作りや、写真を検索でヒットさせるための掲載方法など、集客へとつながる使い方について説明があった。セミナー終了後、7社が個別相談を行った。

以上が情報通信部会からの報告です。



セミナーの様子



Instagram画面例。左は企業アカウント(材木店)で右は「新潟ラーメン」での検索画面。検索画面で上位に表示されることで集客につながる可能性が高くなる。