

# 特集

# SNSの活用で ビジネスチャンス を拡大

インターネット上のコミュニケーションツールであるSNS。誰でも利用できるサービスとして急成長し、「ビジネスに活用したい」という経営者が増えている。そこで今回は、SNSに取り組み上で押さえておきたいポイントと具体的な活用方法を紹介する。

## 中小企業にとってメリットが多いSNS とにかく始めてみましょう

ソーシャルシフト・コンサルタント

末広栄二

以前は仲間うちのおしゃべりの場ではなかったSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）。しかし、ツイッターやフェイスブックの利用者が爆発的に増え、影響力の大きい双方向メディアに育ったことから、ビジネスツールとしても注目されるようになってきている。特に中小企業にとつて、多くのメリットを生み出した例も少なくないという。活用する上でのポイントや可能性について、中小企業のSNS導入を支援している末広栄二さんに聞いた。

### 誰でも自由に利用できる ツイッターとフェイスブック

山形県のとある酒屋さんの例です。ツイッターとフェイスブックに「店頭で店長の名前を叫んだらハグしてあげます」と書き込んだんです。「なんだ、それ？」って思うような書き込みですが、来店者があふれて大騒ぎになりました。実際は、ほとんどの人は名



末広 栄二 (すえひろ・えいじ)

昭和36年栃木県生まれ。高校卒業後、米国に遊学。帰国後は映像製作会社を起業し、企業CMやビデオパッケージを手掛ける。平成10年から焼肉チェーン・牛角のレイズインターナショナル、お菓子チェーンのシャトレーゼ、冷凍食品の加ト吉（現テールマーク）、讃岐釜揚げうどんの丸亀製麺を展開するトリドールでマーケティングを担当。特に加ト吉以降は、ツイッターやフェイスブックなどを巧みに活用し、「ツイッター部長」として名をはせる。現在フリーのソーシャルシフト・コンサルタントとして主に中小企業のSNS導入・活用を支援している

前を叫ばなかったのですが、「店長はどんな人なんだろう？」と面白がって見に行ったわけです。たったこれだけのことで、お店に人が来れば売り上げにつながり、知名度もアップします。SNSを使うとこんなことができてしまうのです。

日本でSNSといえば、若い人を中心に普及したミクシイが代表格でしたが、親しい仲間のコミュニケーションサイトというイメージが

あり、登録を躊躇する人もいたようです。その点、ツイッターやフェイスブックは、紹介がなくても自由に登録することができるところから、急速に普及しました。興味深い話題が書き込まれると、あつという間に口コミで広がるため、リアルタイムの速報性があるメディアとしても注目されています。

フェイスブックは、ミクシイやツイッターと違って、登録アカウ

ントが実名であることも特徴です。そのため、匿名での書き込みにあるような無責任な発言はほとんどありません。利用者数は世界で10億人を超え、日本だけでも約1500万人といいますが、グローバルなネットワークづくりにも適しています。

### 基本は人と人との交流の場

代表的なSNSの名前を挙げましたが、ひと言で言えば「インターネットを前提としたコミュニケーションの場」。基本にあるのは人と人との付き合い、交流です。電子メールとの違いは、書き込み内容がみんなに公開されること。その内容に共感を持った人同士がインターネット上で親しくなることもありますし、実名が分かるフェイスブックであれば、何年も会っていない人と再会して旧交を温める、ということもできます。

SNSが普及した背景には、社会の変化にともない、仲間同士の

取材・清水 高  
笠井尚紀  
山田清志  
関根利子

写真提供: carlos castilla / Shutterstock.com