

令和6年度 DX推進によるSNSを活用した販路開拓支援事業

SNSツール開設マニュアル



宮城県商工会連合会

目次

はじめに

当会では、事業者の販路開拓を支援するために、SNSツールを活用した「SNSを活用した販路開拓支援事業」を行っています。

このマニュアルは、代表的なSNSツールである「LINE（ライン）公式アカウント」、および「Instagram（インスタグラム）」の登録方法と、本事業へ参加した事業者の取組事例や感想を紹介しています。

事業者の皆様が販路開拓の手法として参考にできるように、わかりやすく作成しておりますので、SNSツールの導入と経営への一助になれば幸いです。

目次

1.LINE公式アカウントについて	1 ページ
2.Instagramについて	2 ページ
3.事例紹介	3 ページ
4.SNSツール開設手順	14ページ

1.LINE公式アカウントについて

LINE公式アカウントとは

LINE公式アカウントは、個人アカウントとは別に企業や店舗の専用アカウントを開設することができるサービスです。多大なコストや複雑なシステムは不要で、誰でも無料でアカウントを開設することができます。

LINEは日本の人口の約70%以上となる約9,700万人が利用しており、性別や年齢を問わず幅広い層のユーザーを対象に情報発信ができます。

また、LINEの強みである1対1のコミュニケーションを実施することによって、顧客とのやりとりを活性化させ、再利用や再来店を促すことが可能です。



ポイント①

無料で始められる



ポイント②

幅広い世代に情報発信ができる



ポイント③

再利用や再来店を促せる

LINE公式アカウントの主な機能



クーポン

店舗で使用できるクーポンを作成することができます。



ショップカード

LINE上のポイントカードを作成することができます。

以前にもお知らせしておりましたが、明日
2月24日（土）に八手庭古民家
まるしえが開催されます ♪

産直販売やライブ、料理教室や
ヨガ教室、乗馬体験などもでき
ます ✨
キッチンカーも来ます !!

メッセージ配信

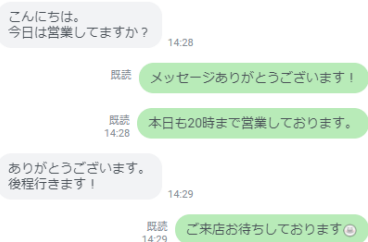
友だち追加したユーザーにメッセージを送ることができます。

最近の投稿



LINE VOOOM投稿

LINE VOOOMに、情報を投稿することができます。



LINEチャット

ユーザーと直接コミュニケーションをとることができます。



リッチメニュー

ホームページやショッピングサイトへ誘導することができます。

2.Instagramについて

Instagramとは

Instagramは、写真や動画を無料で共有できるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）です。企業や店舗がInstagramを活用することで、自社の投稿を見てもらうことができ、認知度を高めることができます。

さらに、コメント欄を通じてユーザーとのコミュニケーションを図ることで、ユーザーとのつながりを深めることができます。また、アカウントを「プロアカウント」に切り替えることで、企業情報をプロフィールに記載することができます。

これにより、ユーザーからの問い合わせや、来店を促すことができます。



ポイント①

無料で始められる



ポイント②

企業・店舗の認知度向上につながる



ポイント③

ユーザーとの接点を獲得できる

Instagramの主な機能



フィード投稿

ユーザーに向けて、写真や動画を投稿することができます。



リール動画

ユーザー向けに、縦型の動画で商材を訴求することができます。



ダイレクトメッセージ

ユーザーとメッセージのやり取りをすることができます。



ハッシュタグ

ユーザーに投稿を見つけてもらいやすくなります。



ストーリーズ

リアルタイムな投稿や、ライブ動画の配信をすることができます。



ビジネスプロフィール

様々なボタンをプロフィールに表示することができます。

3.事例紹介

LINE公式アカウントを活用している事業所

①蔵王町商工会 ヘアーサロン新貝様【理・美容業】	4 ページ
②大河原町商工会 株式会社やえがし工務店様【建設業】	5 ページ
③くろかわ商工会 司法書士行政書士 コンノ事務所様【士業】	6 ページ
④遠田商工会 有限会社桜祭壇様【葬祭業・生花店】	7 ページ
⑤若柳金成商工会 志んこや様【菓子製造小売業】	8 ページ
⑥登米みなみ商工会 株式会社てらさわ小進堂様【菓子製造小売業】	9 ページ

Instagramを活用している事業所

⑦利府松島商工会 有限会社桜川様【旅館業】	10 ページ
-----------------------	--------

LINE公式アカウントとInstagramを活用している事業所

⑧亘理山元商工会 K-nail様【ネイルサロン】	11 ページ
⑨多賀城・七ヶ浜商工会 pet care house Latte様【ペットサロン】	12 ページ
⑩遠田商工会 公文式南郷教室様【学習塾】	13 ページ

3.事例紹介①

蔵王町商工会 ヘアーサロン新貝様【理・美容業】

連絡ツールとしてだけでなく、ホームページの代替品として活用

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

当店ではホームページを所有しておらず、それに代わるものとしてSNSを始めました。ホームページは運用に維持費が発生するのがネックとなり、手を付けられずにいました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

お客様との連絡ツールとして活用しており、お店とお客様をつなぐ架け橋になっていると実感しております。LINE公式アカウントを導入したことによるメリットを多大に感じております。

GoogleビジネスプロフィールからLINE公式アカウントのプロフィールへのリンクが設定されています。こういった効果を期待してこの仕組みにしたのかお教えてください。

LINE公式アカウントのプロフィールページをホームページに代わるツールとするために、Google検索との連携が必要であると感じて設定しました。こちらの効果は絶大で、維持費をかけずにホームページの代わりとなるものを高いクオリティで所有できるようになり、素晴らしい機能であると感じています。



Google検索から LINE公式アカウントへ誘導

- ・ LINE公式アカウントの存在を知っていただくことができる
- ・ ホームページの代わりに様々な情報を掲載できるようになる



ヘアーサロン新貝様
LINE公式アカウント

若年層へのアプローチ目的でSNS導入

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

新規顧客へのリーチに苦慮しており、広告メディアの利用も考えていたところで、コスト面の課題にぶつかりました。そこで、商工会からご紹介いただき、LINE公式アカウントを導入することでコストを抑えながら、若年層へのアプローチを狙うことにしました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

問合せを受け付けるツールとしてLINE公式アカウントを導入しております。また、若年層、とりわけファミリー層へのPR手段として非常に有効だと考えています。

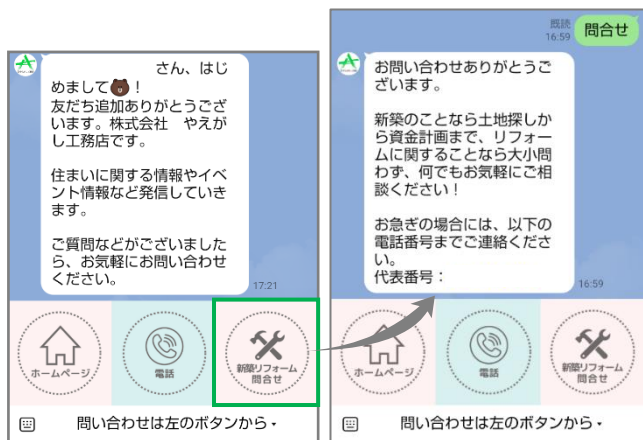
LINE公式アカウントのリッチメニューに設定した「新築リフォーム問合せ」はどのような目的で設定されたかお教えください。また、その機能が活用された事例があればお聞かせください。

お客様からの問合せをきっかけに、新たな仕事へ繋げることを目的として設定しました。実際にお客様から修理依頼のお問合せをいただいた際には、「どこに相談すればよいかかわからず、友だち登録済みだったやえがし工務店へ連絡した」というお声をいただきました。お客様にLINE公式アカウントの友だち登録をしていただくことと、その問合せをしていたきやすい導線を用意することの重要性を実感しました。



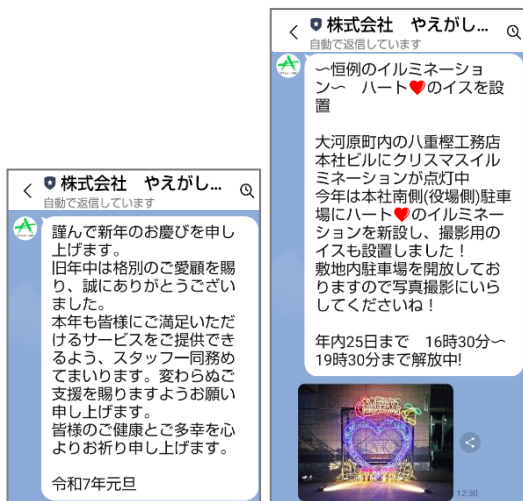
問合せ促進

- ・自動応答メッセージを使用し
問合せの敷居を下げる



企業活動のPR

- ・お客様へ企業活動のPRに活用



株式会社やえがし工務店様
LINE公式アカウント

費用対効果を重視し、効率的な集客方法を模索

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

開業間もないため、どのような集客方法が最も費用対効果が高いかを模索していました。その結果、昨今の情勢を踏まえた上で、SNSを活用することがより効果的ではないかと考え、LINE公式アカウントを導入しました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

まだ活用開始から時間が経過していないため、具体的な効果を数字として示すことは難しい状況です。しかし、依頼者との商談中に「SNSを始めたこと」や「LINE公式アカウントを持っていること」を話題として提供できる場面が増えてきたと実感しています。

LINE公式アカウントのプロフィールを充実化させている理由についてお聞かせください。

第一に、集客において依頼主からの信頼度を高めることを目的としています。また、依頼主の望むことを叶えられることを告知し、知りたい情報を簡単に提示するためでもあります。さらに、同業他社との差別化を図り、付加価値を提供するためにプロフィールの充実化に取り組んでいます。



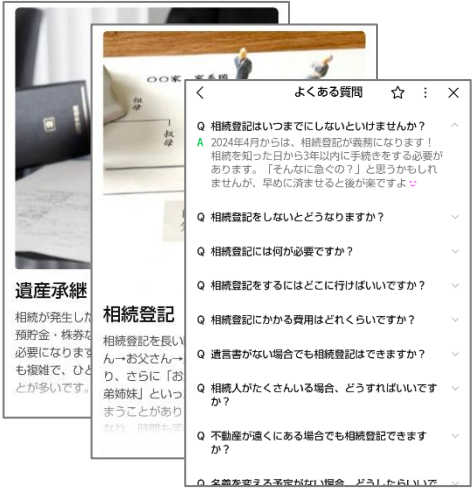
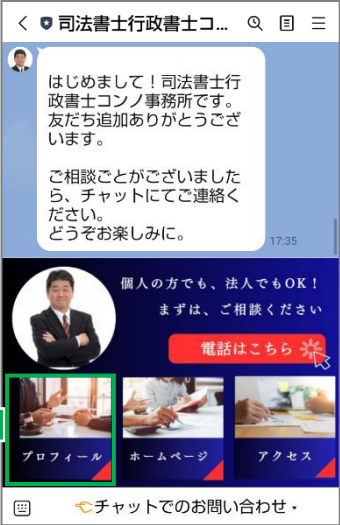
信頼感を得る工夫

- 代表者挨拶や業務内容を詳細に掲載し、信頼感を確保



問合せの創出

- プロフィールでQ&Aや用語解説を掲載し、お客様のニーズを引き出す



司法書士行政書士 コンノ事務所様
LINE公式アカウント

コスト削減と効果的な顧客アプローチを実現し、リピーター獲得

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

当社ではこれまでチラシでしか情報発信を行ったことがないのですが、反応が薄く、さらに経費が高騰している現状では限界を感じていました。一方で、SNSを活用すれば情報発信はリアルタイムで行え、お客様とのコミュニケーションも可能になります。なによりも、経費削減につながる点が大きな魅力に感じ、LINE公式アカウントの運用を始めました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

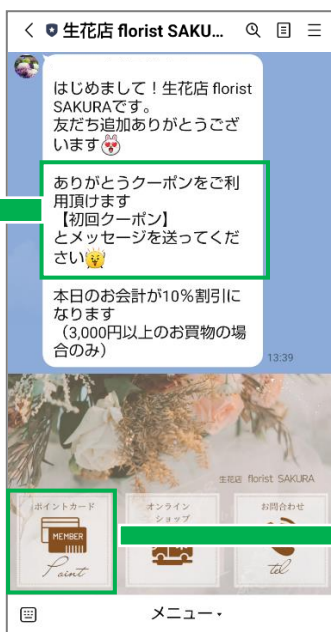
チラシやDMを発行するよりもコストを抑えながら多くのお客様に直接アプローチすることができるようになりました。特に、一度来店されたお客様に再度ご来店いただく、いわゆるリピーターの獲得において効果的でした。

お客様に「【初回クーポン】」と入力させることで、クーポンを配付する仕組みを取り入れています。こういった効果を期待してこの仕組みを設定したのか教えてください。

お客様に「初回クーポン」と入力していただくことで、LINE公式アカウントのトーク一覧画面にお客様の名前が反映されるようになります。お客様の名前情報をもとに、生花店の会員なのか、ご宗家（葬祭業の会員）なのかを判別します。お客様の属性でグループ分けができれば、今後の絞り込み配信に役立つと思い、この仕組みを取り入れました。

報酬で名前情報の取得

- ・自動応答メッセージ機能を利用した報酬の用意



再来店を促す

- ・ショップカードの利用促進でお客様の再来店を促す



有限会社桜祭壇様 | 生花店 florist SAKURA様
LINE公式アカウント



若年層からの注文が増加し、クリスマスシーズンの売上も向上

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

当店では電話対応をせずに予約の注文を受け付けられるツールを探しており、幅広い年齢層が利用しているLINE公式アカウントの導入を決定しました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

これまで電話予約のみを受け付けていましたが、比較的若年層からのLINE公式アカウントでの注文が増えています。やはり、若年層向けのPRにはSNSの活用が効果的だと感じました。

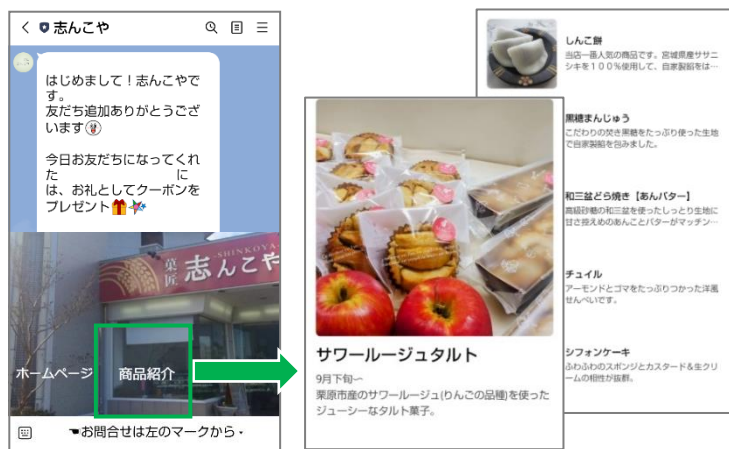
LINEの友だち登録時にケーキの割引クーポンを配付されています。また、ケーキの予約もLINEで受け付ける運用を始められました。これらの運用で得られた反響や成果があれば教えてください。

令和6年のクリスマスシーズンではチラシを配付した効果もあり、例年のおよそ1.6倍のご注文をいただきました。しかしながら、当店のお客様の平均年齢が高めであるということも影響してか、LINE公式アカウントの友だち登録者数が伸び悩んでいます。そこで、今後はどのようにして若年層にアプローチをしていくかと、既存のお客様にどのようにして友だち登録をしていただくかが課題となっています。



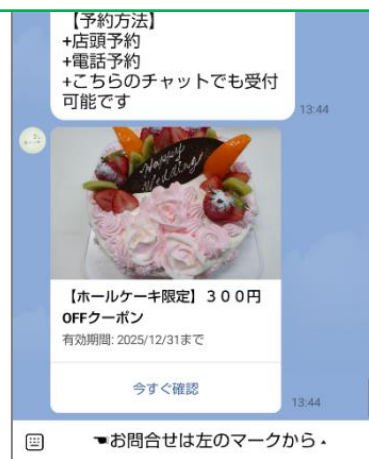
予約への導線

- ・商品情報への導線をメニューに用意することでチャットからの予約を容易にする



チラシとの相乗効果

- ・チラシにLINEの友だち登録でクーポンを入手できる旨を記載し、友だち登録を促す



志んこや様
LINE公式アカウント

販路開拓を図り、分かりやすい情報発信とお客様満足度の向上

～LINE公式アカウントを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

これまではご来店されたお客様からの口コミだけで営業しておりましたが、町内や近隣商圏の人口減少、高齢化問題などと共に少しずつ売上も減少していることが課題となっていました。新店舗の進出やショッピングモールへの消費者の流出は仕方がないものの、この先もずっと常連客の減少が続くことへの不安から、企業体質の改善を図るとともに新たな切り口でのPRによる販路開拓に挑戦したいと思いSNSを始めました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

当店にはホームページがないため、電話での問い合わせに対して商品紹介をすることが難しく、対応する従業員によって伝え方が異なっている部分がありました。LINE公式アカウントを活用して以降は、代表商品をはじめ季節商品の写真掲載による紹介のほか、店舗内の様子や駐車場の紹介など、来店されたことがないお客様や来店頻度が少ないお客様に対しても画像などを見て分かりやすい環境を整えることが出来ました。

LINE公式アカウントの「友だち登録」をどのように促進しているか教えてください。

店頭で友だち登録のQRコード掲載チラシを掲示するほか、常連客などへ積極的に配付するように心掛けております。また、売上減少が見込まれる夏の期間はクーポン券の発行や、友だち登録者に対してお菓子のプレゼントを企画するなどお得感を持たせる取り組みをしています。

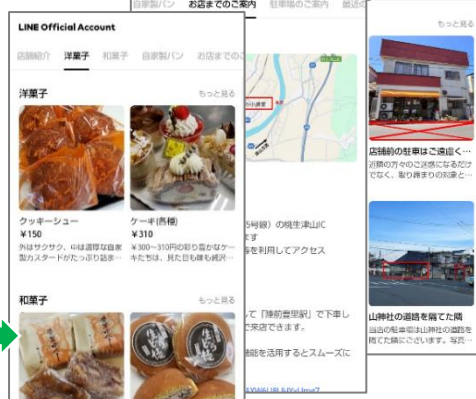
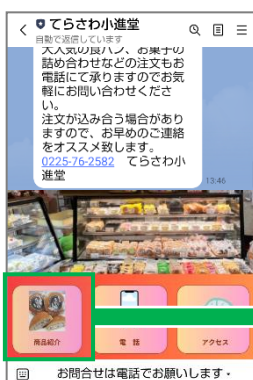
💡 スタッフの業務負担の軽減

- ・運用スタッフの業務負担が増えないよう、商品と交換できるクーポンを導入



💡 ホームページとして活用

- ・プロフィールに商品情報や駐車スペース、アクセス情報を掲載



株式会社てらさわ小進堂様
LINE公式アカウント

SNS活用を通じて認知拡大につなげる

～Instagramを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

SNSを活用するにあたってInstagramなどの使用方法がわからず手を出せずにいました。今回、いい機会でしたので、当館を認知していただくことや強みをアピールする手段として適切かと思い、事業に参加させていただきました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

これまでに動画を何回か投稿し、インサイトや「いいね」の数などを分析することで、お客様がどのような動画に興味をもってくださっているのかが徐々に分かってきました。現時点では大きな効果を感じるまでには至っていませんが、引き続き投稿を継続し、当館の魅力を発信していきたいと思っています。

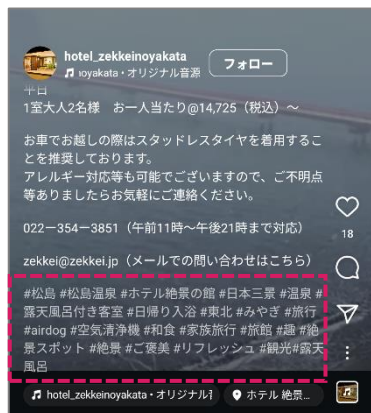
Instagramのリール動画を配信されていますが、Instagramの運用の中で困難だったことや、制作にあたって気を付けていることを教えてください。

一番苦労しているのは動画制作そのものよりも、動画の「ネタ」の不足です。同じような内容では飽きられてしまいますし、全く別のテーマでも限りがあるという状況です。制作にあたっては、動画の長さやスピード、投稿のペースや時間帯を色々試しており、現在も試行錯誤を続けています。



インサイト分析

- ・投稿に対するフォロワーの反応を分析
- ・投稿やハッシュタグの内容を最適化



有限会社桜川様
Instagram



Instagramで集客し、LINE公式アカウントで顧客深耕

～LINE公式アカウントとInstagramを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

これまでは大手広告サイトを活用した集客を行っていましたが、費用対効果に課題があったため新しい集客モデルの構築が急務でした。そのような中、決算を担当した商工会の職員の方から宮城県商工会連合会の「DX推進によるSNSを活用した販路開拓支援事業」をご紹介いただき、参加することになりました。この事業に参加した目的としてはSNSを活用した新規顧客の集客と、既存の予約管理システムとの連携によって売上と利益の拡大を実現したかったためです。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

お客様とLINE公式アカウントを通じての連絡調整など、顧客管理がスムーズに行えるようになりました。

LINE公式アカウントの「友だち登録」をどのように促進していますか？また、お客様はどのようにLINE公式アカウントを利用していますか？

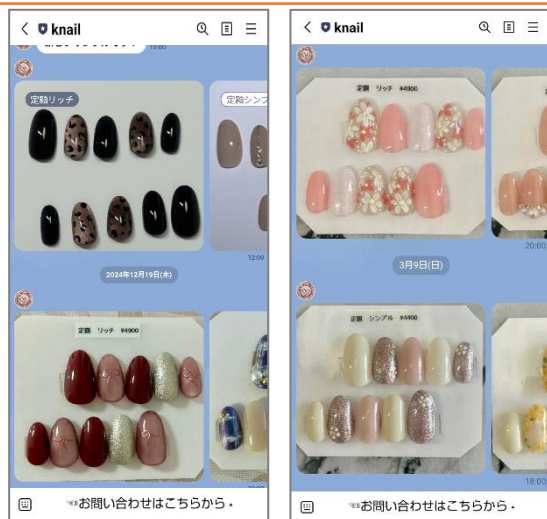
LINE公式アカウントはお客様との予約調整をメインで利用しています。また、Instagramでは生成AIを活用して紹介文やハッシュタグの生成をしながら、様々なカラーのネイルを定期的に発信することで訴求力の強化に繋げることができました。

**効率的な発信**

- ・生成AIで文章を作成し、効率的に発信することで新規顧客を獲得

**配信メッセージで顧客深耕**

- ・既存顧客には新作のネイルデザインを配信し、再来店を促進



K-nail様
LINE公式アカウント | Instagram



SNS活用で顧客満足度向上や業務効率化を実現し、集客を強化

～LINE公式アカウントとInstagramを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

新規でお店をオープンするにあたって、SNSが広告として必須であることは理解していました。しかし、どこから手をつけていいかわからない状態であったため、この事業を通してLINE公式アカウントを導入することにしました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

お客様と直接やりとりすることができる機能を活用し、施術後のワンちゃんの写真をお客様に送ることができるようになりました。これにより、顧客満足度の向上につながっています。また、写真のやり取りが簡単にできるようになったことで、カットスタイルのすり合わせがスムーズにでき、トリミングの正確性も向上しました。さらに、ホームページの代わりとしてLINE公式アカウントのプロフィールを活用しています。

LINE公式アカウントの「友だち登録」をどのように促進しているか教えてください。

ご来店されたお客様全員に友だち登録の案内を行い、必ず登録していただいています。また、GoogleビジネスプロフィールやInstagramにもLINE公式アカウントのリンクを掲載し、メニュー表の閲覧や予約がスムーズにできるよう導線を整えています。



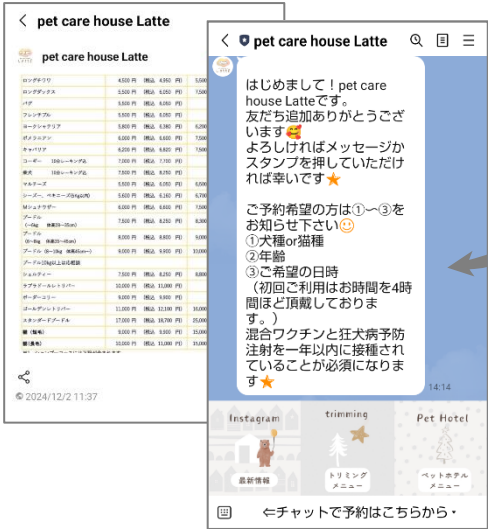
顧客への導線を準備

- ・メニューや予約へ簡単にアクセス



プロフィールには店舗情報を記載

- ・店舗やサービスの安全性を訴求



pet care house Latte様
LINE公式アカウント | Instagram



教室の魅力を発信し、保護者との信頼関係構築や集客効果を向上

～LINE公式アカウントとInstagramを活用している事業所の声～

SNSを活用する以前に抱えていた課題、SNSを始めたきっかけをお聞かせください。

コロナ禍の影響や子どもの減少に伴い、生徒数の減少に悩んでいました。オンライン授業の導入などを検討しましたが、思うような集客につながらず、どのように生徒や保護者にアプローチすればよいか悩んでいました。

SNSを活用して感じた効果をお聞かせください。

以前は指導者のプライベートLINEで繋がっていたので、保護者が気軽に利用できていないと感じていました。今回、LINE公式アカウントを活用することで、教室の魅力や取り組みをしっかりと発信できるようになりました。その結果、保護者の方々とより深く関わることができるようになり、信頼関係の構築にもつながっています。実際に運用を進める中で良い効果を実感しており、さらに活用の幅を広げていきたいと考えています。

LINEではお客様に向けて、メッセージを送る際に工夫している点をお教えてください。

お客様へ発信する際は、「投稿の時間帯」や「文章と写真を見せる順番」、さらには「投稿頻度」にも配慮するよう心がけています。これらの工夫を取り入れることで、より効果的に情報を届けられるようになりました。新規の保護者からも好評をいただいております。引き続き教室のLINE公式アカウントを活用していきたいと思っております。



配信内容の工夫

- ・保護者目線で興味を惹く
配信を行い顧客深耕



メニューに導線を用意

- ・メニューにホームページなど
詳細な情報への導線を確認



公文式南郷教室様
LINE公式アカウント | Instagram



4.SNSツール開設手順

4-1.LINE公式アカウント開設手順

① LINE公式アカウントの開設ページにアクセス

LINE公式アカウント開設ページ：<https://www.linebiz.com/jp/entry/>

② サイト内の「LINE公式アカウントをはじめる」をクリック

LINE公式アカウントをはじめる

③ 「LINEアカウントで登録」、または「メールアドレス」で登録を選択

LINE Business ID

LINEアカウントで登録

または どちらかを選択

メールアドレスで登録

「LINEアカウントで登録」は、個人のLINEアカウントとLINE公式アカウントを紐づけて開設を行います。

「メールアドレスで登録」は、メールアドレスと必要情報を入力することで開設ができます。

どちらを選んでも問題ありません。

④ 「アカウント名」を入力し、「業種」を選択

アカウント名 ⓘ	アカウント名を入力	
業種 ⓘ	大業種 業種を選択	小業種 ▼

アカウント名は、LINEの友だちリストやトーク画面に表示される名称です。アカウントの内容を正確に表す名称（企業名や店舗名など）を入力してください。

⑤ 「運用目的」「主な使い方」を入力し、確認ボタンをクリック

⑥ 入力内容を確認し、「完了ボタン」をクリック

アカウント開設完了

LINE公式アカウントの管理画面にログインし、基本情報の設定を行ってください。
詳しくは「LINE公式アカウントマニュアル」をご確認ください。

【LINE公式アカウントマニュアル】

<https://www.linebiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/>



4-2.Instagramアカウント開設手順

① Instagramアプリをダウンロード

iOS 端末をお使いの場合は AppStore、Android 端末をお使いの場合は Playストア で「Instagram」と検索してアプリをダウンロードをしてください。

② Instagram起動し、「新しいアカウントを作成」を押す



③ 「携帯電話番号」または「メールアドレス」を入力



既にアカウントをお持ちの場合

→ 次のページの「4-3.ビジネスアカウントへの切り替え手順」をご覧ください。

④ 登録した電話番号、アドレスに送信された「認証コード」を入力

⑤ 「パスワード」を設定

⑥ 「誕生日」を設定

⑦ 開設する「アカウント名」を入力

アカウントの内容を正確に表す名称（企業名や店舗名など）を入力してください。

⑧ 「ユーザーネーム」を設定

企業名や店舗がわかるようなユーザーネームに変更してください。

⑨ プロフィール写真を設定

企業や店舗がわかるような特徴的な写真にしましょう。※スキップして後で設定ができます

アカウント開設完了

4-3.ビジネスアカウントへの切り替え手順

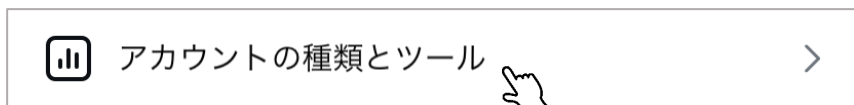
⑩ 右下のアイコンを押し、プロフィールページを表示



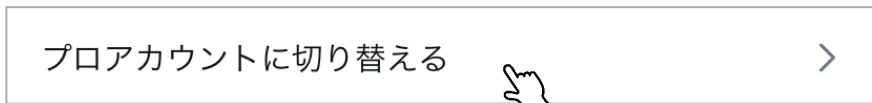
⑪ プロフィールページ右上の  ボタンを押す



⑫ 「アカウントの種類とツール」を押す



⑬ 「プロアカウントに切り替える」を押す



⑭ 「次へ」を押す

⑮ 「カテゴリ」を選択

当てはまるカテゴリを選択し
てください。

カテゴリを設定すると、あなたと同じようなアカウントを
利用者が見つけやすくなります。これはいつでも変更でき
ます。

業種に当てはまるカテゴリをお選びください。

⑯ 「完了」ボタンを押す

ビジネスアカウントへの切り替え完了

プロフィールページより、基本情報の設定を行ってください。
また、以下のページからInstagramのビジネスアカウントでできることが
確認できます。

Instagram for Businessページ : https://business.instagram.com/getting-started?locale=ja_JP



第四版 発行元

宮城県商工会連合会

広域支援部 地域振興課

〒980-0011

宮城県仙台市青葉区上杉1-14-2（商工振興センター2F）

TEL 022-225-8751

<https://www.miyagi-fsci.or.jp/>

無断転載を禁ずる