

売上アップを実現する SNSの上手な活用術

SNSをビジネスに 活用しよう！

SNSを上手に利用すれば、たとえフォロワー数が少なくとも、コストをかけずに新規顧客を獲得し、売上アップにつなげることができます。その活用術を紹介します。

株式会社SYK

掲載(予定)テーマ

執筆 喜多野 修次
監修 山崎 弘章



vol.1 SNSをビジネスに活用しよう！

vol.2 SNSの特徴とターゲット①

vol.3 SNSの特徴とターゲット②

vol.4 マーケティングにおけるSNSの役割と目的

vol.5 SNSマーケティング導入の準備

vol.6 どんな人を担当者にすべきか

vol.

01

いますぐSNSマーケティングを
始めなければならない

「SNSマーケティング」とい
う言葉を、一度は聞いたことがあ
るのではないのでしょうか。

「SNS」とは、Instagram、
Facebook、Twitter、YouTube
などのソーシャルネットワーキン
グサービスの総称です。これをマ
ーケティングに活用することで、

急速な売上アップにつなげている
企業はたくさんあります。

ネット通販（アパレル、コス
メ、日用品等）、コンサルティン
グやコーチングなどの対人支援型
ビジネス、スクール事業、店舗事
業（美容室、エステ、整体、治療
等）など多岐にわたる業種で、顧
客の獲得・管理、販売促進にSN
Sが大いに役立っています。
時代の変遷に伴い、ユーザーの

コミュニケーションのあり方も大
きく変わってきています。変化の
激しい時代において「会社が生き
残る」ために一番大切なことを忘
れていないでしょうか。それは何
かという「顧客視点」です。

インターネットの普及や、SN
Sの登場により、テレビ視聴率は
低下し、国民の可処分時間はSN
Sに割かれる比率が高まっていま
す（表1・2）。

顧客視点をもとに考えるのであ
れば、ユーザーがSNSを使ってい
るのであれば発信者もSNSの
メディアで勝負をしなければなら
ないことになります。

これが、いますぐにSNSマー
ケティングを始めなければならない
1つめの理由です。

そして、2つめの理由は、従来
のネット広告や、メールマガジ
ン、ホームページを通じた集客や
SEO対策だけでは、限界がきて
いることです。

その理由としては、新規の見込
み客リストを獲得するためのネッ
ト広告費用（CPA）は10年前と
比べ7〜10倍近く高騰して利益率
が低下している問題や、LINEで
のコミュニケーションが当たり前
になっているがゆえにメールが読

まらない点（メルマガの開封率の
低下問題…開封率は平均5〜
10%）、そしてGoogleの仕様変更
などによるSEO対策の難化を挙
げることができます。

だからこそ、時代に取り残され
ず、競合他社と差をつけるため
にも、企業はいますぐSNSを導入
するべきなのです。

SNSに苦手意識のある中小企
業であっても、これから紹介する
手法を試してみることで、しっか
りと売上アップを図ることがで
きます。

集客の基盤をつくる トリプルメディア戦略

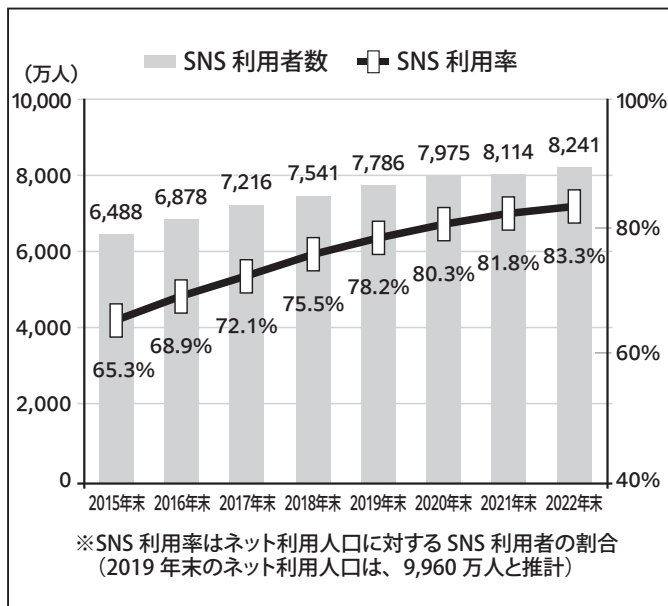
東京商工リサーチの調査データ
によると、中小企業の倒産・廃業
の原因のほとんどは「販売不振」
であるとされていますが、そもそ
も販売不振になる原因は、「新規
顧客の獲得ができない」集客がで
きないからとも言えます。

集客の基盤づくりには、次の3
つのメディアの活用が重要です。

- ① アーンドメディア（SNS）
- ② ペイドメディア（有料広告）
- ③ オウンドメディア（HP、ブ
ログなどの自社メディア）

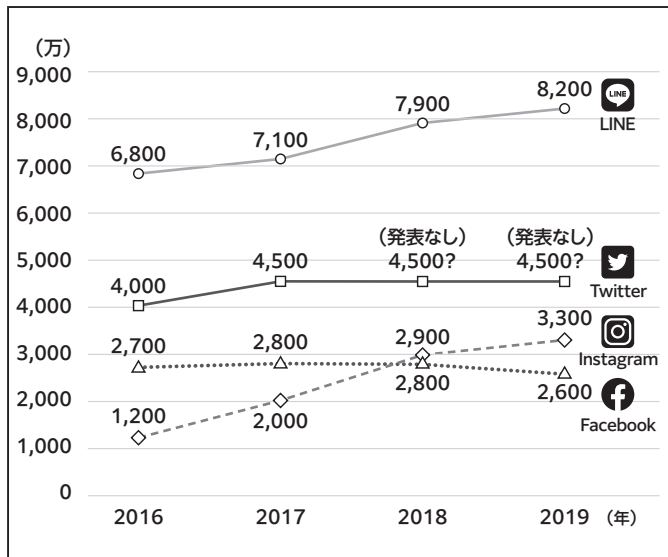
これを当社では、「トリプルメ

表1 日本におけるSNS利用者数



出典: ICT総研「2020年度 SNS利用動向に関する調査」

表2 日本における主要SNS別ユーザー数



出典: 各媒体情報より集計

「ディア戦略」と呼んでいます。

しかしながら、多くの企業は、

②や③から始めてしまったり、②

と③しかやらないのです。

これは非常にもったいないこと

です。もちろんサービスを成長さ

せていくためには、有料広告を打

ったり、HPを整備することも必

要ですが、大事なものは順番です。

有料広告を打って売上をいくら

伸ばしても、広告費が嵩んで赤字

になっては、利益は出ません。

①SNS②有料広告③オウ

ンドメディアの強化、の順で進め

ることで、リスクなく新規事業を

軌道に乗せることができます。

参考までに当社では現在、月間

売上の7割はSNSなどの無料集

客媒体から売上が上がる高利益率

のビジネスモデルを構築できてい

ます。

「いまの事業をさらに伸ばした

い」「これから新規事業を起こ

したい!」……そのような場合、

まずはSNSの運用を始めること

を強くおすすめします。

有料広告やオウンドメディア

は、莫大な費用がかかります。で

すので、まずはできるだけコスト

をかけずにSNSを運用すること

でテストを兼ねてマーケティング

を行ない、利益が出て売れるとわ

かれば、一気に有料広告を打って

いくのです。

そのサイクルが回った後に、オ

ウンドメディアも強化していくと

いう流れを守ること、リスクを

最小化し、高収益な事業モデルを

構築できます。

そうは言っても、「SNSは難

しそう」「SNSをやってはみた

けれど、効果がいまいち感じられ

なかった」「インフルエンサーに

ならないと意味がない」などと思

う人も多いでしょうが、これらは

すべて勘違いです。

・SNSはテンプレートどおりに

実装すれば、しっかり集客媒体

として機能する

・難しいツールやシステムは不要

・映える写真も不要

・少ないフォローでも、受注・

来店につながる

・SNSでの情報発信は無料でで

きるのでコストがかからない

これらがSNSマーケティング

の魅力です。

なかには過去にSNSマーケテ

ィングで挫折した経験がある人も

いるかもしれませんが、正しい運

用法を知らなければ結果は付いて

きません。

コロナ禍において、可処分時間

をオンラインに費やす時間が以前

より増えたことで、ユーザーと企

業がSNSを通じて接点を持ちやす

くなっており、集客から販売促

進、なかにはリクルーティングま

で、SNSは様々な用途でビジネス

利用されています。B to Bであ

ってもB to Cであっても、マーケ

ティングは、SNSをベースに進

めていく時代なのです。

きたの しゅうじ フリーランスを経て、株式会社SYKを設立。100アカウント以上のSNS運用実績をもとに、SNSマーケティングのコンサルティング・運用代行サービスを行なう。著書に『SNSで人を集める!』など。