

LINE・Instagram・Pinterest

## SNSで広がる 集客とコミュニケーション



XやFacebook、Instagram...そのほか多数のSNSが存在し、今はSNS戦国時代と言われるほどたくさんのSNSが使われています。少し前までは、趣味として使用されていたSNSですが、利用者数の増加や拡散力からビジネスシーンでも使われるようになってきました。「こんな風にリノベーションしたい」とInstagramの写真を商談中にお客様から見せてもらって話を進めたという方もいらっしゃるのではないでしょうか。今回樹徳では、工務店様の集客やお客様とのコミュニケーションに役立つ3つのSNSをご紹介します。詳しくは中面にてご確認ください。

## 樹徳 スタッフ紹介！ Vol.13

樹徳スタッフを毎月1人ずつご紹介！当社は、時代に合った暮らしを、地域企業のみなさまと共に創り出すことを使命と考えております。みなさまと一緒に暮らしを創る一員として、わたしたちのことを少しでも知っていただけたら幸いです。



ライフビルドチーム  
大島 克之

**趣味** 音楽鑑賞（「SKA」というジャンルが特に好きです。）

**好きな食べ物** 焼肉

**好きな言葉** 「苦あれば楽あり」  
小学校の恩師が教えてくれた言葉で、ずっと私の支えになっています。

**樹徳のここが好き！** 社員のみなさんオンとオフのメリハリがあり、仕事も遊びも全力なところ。

**工務店さまへメッセージ** 人見知りではありますが、配送に伺った際にはお気軽にお声がけ下さい。

## 樹徳は創業明治38年、木と共に1世紀

- **ビジョン** 今も未来も笑顔になる暮らしを実現します
- **ミッション** 顔の見えるづくり手と共に時代にあった暮らしを創造します
- **バリュー** 誠実・責任・向上心



■ **会社名の由来**  
創業者初代星野徳次郎が浦和にあった樹屋という材木商で修行した後、大宮で店を出すにあたって、修行した店の屋号と本名の一文字を合わせて「樹徳」としたものです。



株式会社 樹徳

[www.masutoku.jp](http://www.masutoku.jp)



■ **本社**  
〒330-0804 埼玉県さいたま市大宮区堀の内町1-6-97  
TEL:048(658)5600 FAX:048(658)5605  
e-mail:info@masutoku.jp

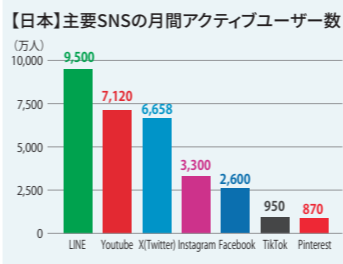
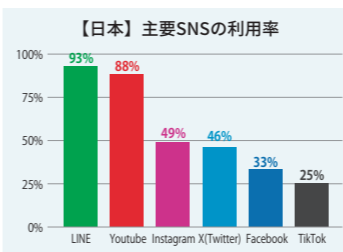
■ **伊奈配送センター**  
〒362-0811 埼玉県北足立郡伊奈町西小針6-127  
TEL:048(729)2000 FAX:048(729)2001

# 特集

# LINE・Instagram・Pinterest 広がるSNS3選

## SNSの国内利用者数と年代別の利用率

「集客にSNSを活用する」。  
最近、話題になる話ですが、SNSマーケティングと呼ばれ、集客や販売促進、採用ツールなどとして、ビジネスの場でもSNSの活用が広がってきています。皆様の中にも、活用を検討されている方もいらっしゃるのではないのでしょうか。  
SNSは数が多く、トレンドも変わりやすいのでどれを使用すればいいか、分かりづらいもの。そこで、SNSを選ぶ指標として、国内のSNS利用者数と年代別利用率をまとめました。



日本のSNS利用者数1位は、LINEで9500万人。LINEは利用率が93%にも上り、メールに代わるインフラの1つといえるほど普及しています。ビジネスでSNSを利用する際は、利用者数・利用率の高いものを確認し、その特徴に合わせて利用することが望ましいです。

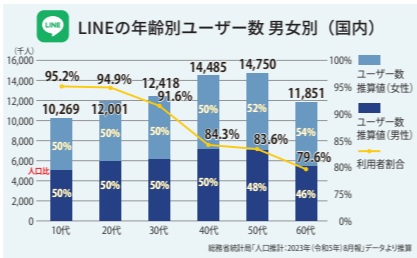
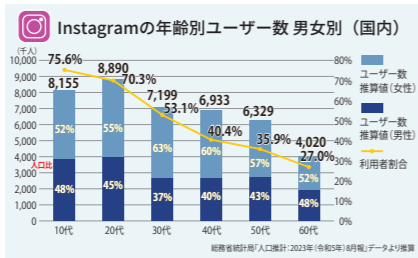
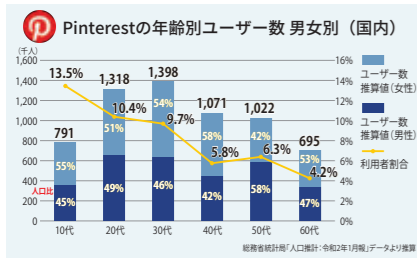
## 樹徳おすすめのSNS3選

様々なSNSのなかから、工務店様からお話をお伺いすることが多く、樹徳もおすすめする3つのSNSをご紹介します。

1つ目はLINE。全ての年代の利用率が高く、20〜60代の利用率平均は86%以上。情報発信をした場合幅広い年齢層に届けられます。

2つ目はInstagram。画像や動画などの共有に特化しており、視覚的に訴える商品と相性がよいSNSです。

3つ目はPinterest。rest. Instagramと同じく、画像や動画に特化したSNSで、より「モノ」に関する投稿が多いのが特徴。インテリアやリフォームなどに関心が高いユーザーが多くいるため、工務店様のターゲット層と親和性が高いです。それぞれの詳細については、中段にてご紹介します。



出典: Gaix HP

## Pinterestでできること

### ●重要度の高い見込み客への営業ツール

- 施工アイデアなどをボードにまとめ、共有することで、リフォームや新築等を考えている潜在顧客にもPR!
- ユーザーの保存(リピン)で拡散。またそのボード名からユーザーニーズを把握することもできます。



なぜなら...

### 【ターゲット層と親和性の高いユーザー】

- 家づくりに関心のあるユーザー層  
ユーザーの60%が女性で、人気カテゴリーにはインテリアも入っています。
- 「関心事」で繋がる  
Pinterest 上位の検索のうち96%がブランドを指定しない非指名検索。社名でなくアイデアや施工事例で繋がります<sup>※1</sup>。
- 購買行動に繋がりがやすい  
日本のユーザー5人のうち3人はショッピング目的でPinterestを利用。購買行動に繋がりがやすい層です<sup>※2</sup>。  
※1・2 Pinterest公式HPより

Pinterest  
住宅に関心の高いユーザー層  
Instagramと同じく画像や動画を共有するSNSですが、画像検索ツールとしての側面が強いです。インテリアやリフォームなどに関心のあるユーザーが多く、工務店様のターゲット層との親和性も高いと言われています。

## Instagramでできること

### ●新たな営業ツールとして利用

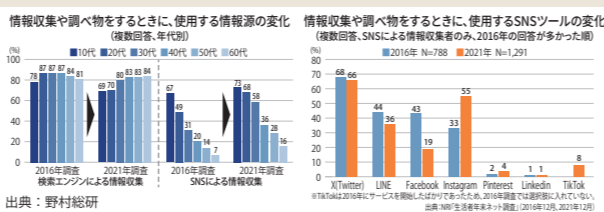
施工写真などを投稿することで、会ったことのない潜在顧客にPR。検索エンジンのみからHP等に誘導していたものを、Instagramからも誘導できます!



なぜなら...

### 【情報収集ツールとしてのSNS利用拡大】

野村総研が行った消費者ネット調査(下の図)によると、既存の検索エンジンでの情報収集が減少し、代わりにSNSでの検索が増加。また使用するSNSの内訳ではInstagramが伸びていることが分かります。



### 【口コミ力で消費者行動を促す】

(株)ホットリンクによると、InstagramのDMをきっかけに検索・購入・来店という消費者行動を起こしたDM利用ユーザーは約55%。高い促進力があります。

「映え」がトレンドにもなり、若年層の交流のためのSNSという印象が強いですが、情報収集として使用する人が増加。ヤフーなどの検索エンジンの代替として、また高い口コミ力で消費者行動を促す販促ツールとしても注目されています。

## Instagram 情報収集ツールとして利用拡大

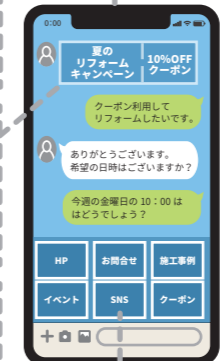
## LINEで変わること

- 電話やメールをしても繋がらない...
- イベントの広告を打ちたいけど費用も時間もかかる...
- キャンペーンやアンケートの案内をしたいけど方法が分からない...

■お客様と繋がりがやすい!  
日本での利用率NO.1であり、そのうち毎日利用する人は80%!  
電話・メールより連絡がスムーズ

■無料&即情報発信が可能  
トーク内でイベントやキャンペーン告知ができるので、発信したいタイミングで無料で告知

■集客機能が豊富  
キャンペーンやクーポン、アンケートなどができる機能が利用可能。集客に役立てられます。



年代が高くなるほど、SNSの利用率は下がる傾向にあります。LINEに代わって50代〜60代でも利用率は70%以上。また毎日利用するアクティブユーザーが80%のため、コンタクトが届きやすいSNSです。

## LINE 国内利用者数1位で円滑な連絡を

### 編集後記

ビジネスの場でも利用されるようになってきたSNS。種類の多さとトレンドの移り変わりの速さ、また年代によっても使い方が変わってくるので、どれが良いのか迷ってしまうことが多いですね。  
まずは興味のあるものから使ってみると使いやすいかも知れません。SNSのはじめ方についても樹徳にお問い合わせください。  
横森 雅子

### RoomClip

もっと違うSNSを見てみたい、住宅のみに特化したSNSが知りたい...という場合は、住生活の領域に特化したRoomClipもおおすすめです。

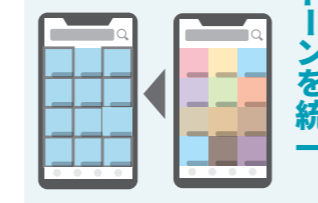
### SNSのはじめ方は樹徳までお気軽にご相談ください。

工務店様におすすめのSNSを3つご紹介しました。SNSは、その特徴やトレンドに合わせて運用することが大切です。SNSを運用しようと思われたら、お気軽に樹徳までお問合せください。



### ③デザインや文章のトーンを統一

同じトーン・スタイルの文章とデザインを使用。フォォーマル、カジュアル、フレンドリーなど、一貫性を維持することで信頼感が生まれます。



### ②テーマの統一

施工事例、デザインアイデア、イベント情報など、SNSで扱うテーマを統一します。これにより、フォローワーに対して明確なブランドメッセージを伝えることができます。



### ①公式HPとの統一

ロゴ、カバー写真、プロフィール画像などに公式HPと同じデザイン要素を使用しましょう。ブランドの一貫性を保つだけでなく、認知度の向上にも繋がります。



### 気をつけたい3つの統一感

いざ、SNSを始めようと、始め方やノウハウを調べるとネット上には様々な情報が溢れて、どれから手を付ければいいのか分からなくなるほどです。全てを実践するのは難しいので、まずは「統一感」をキーワードに運用を始めるのがおすすめです。

## SNS運用で大切なのは統一感



ソリューションチーム  
磯前 浩平  
なんだかどつきにくいSNSですが、元はコミュニケーションツール。楽しむことで使い方が広がっていきます。ぜひ一緒に使ってみませんか? フォロー・お友達追加させてください!