

生 衛 業 向 け

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル(基礎編)



生産性 & 効率アップ必勝マニュアル



ICT を活用して集客力を高めよう

② SNS の特性を集客に活かそう (収益向上)

- step 1 従来の集客ツールとの違いを知ろう
- step 2 SNS の特性を理解して使ってみよう
- step 3 従来の集客ツールと SNS を効果的に使おう
- step 4 顧客とのコミュニケーションに ICT を使おう

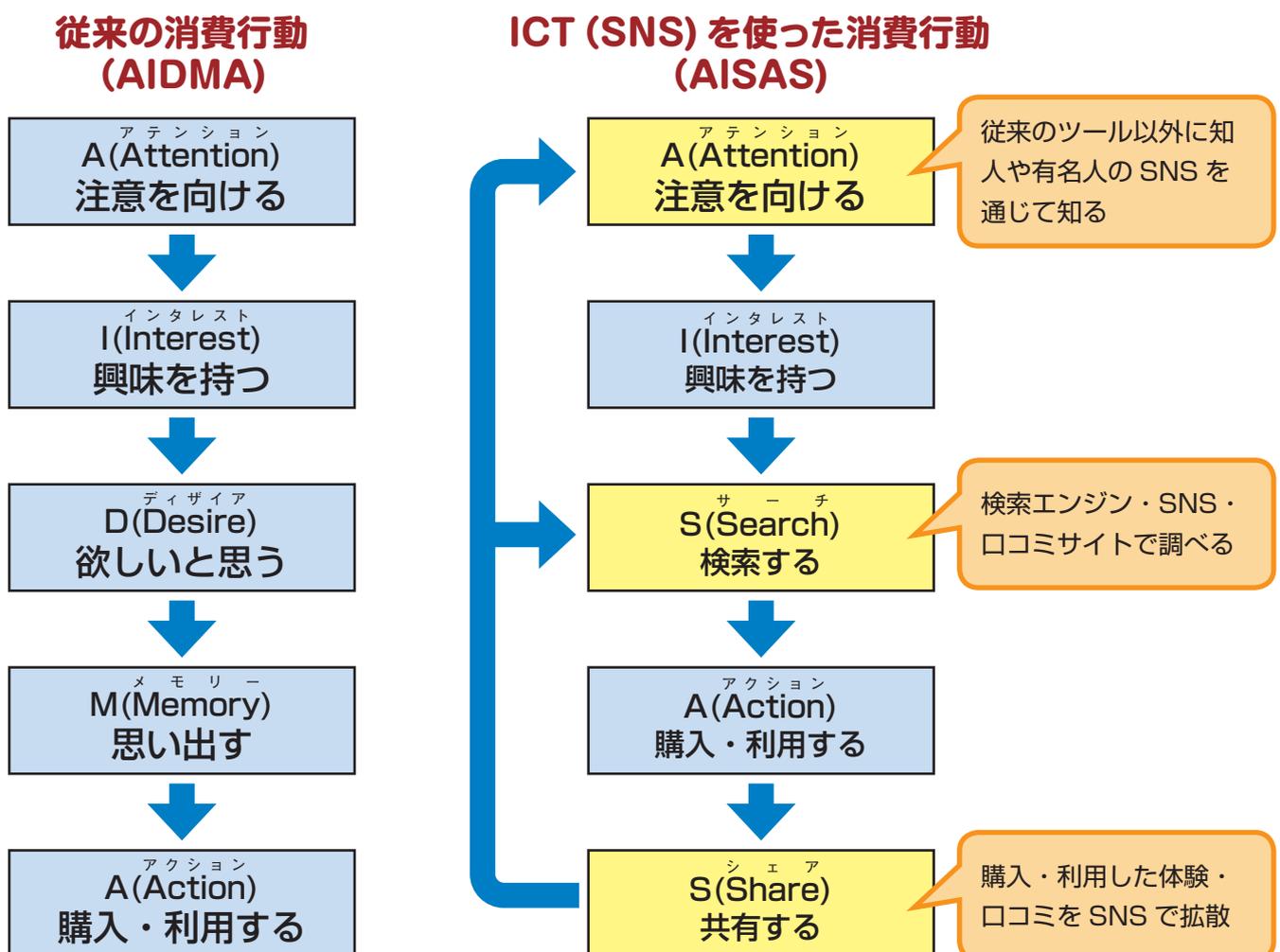
既存の集客メディアと SNS を組み合わせて さまざまな SNS の特性を理解し、それを活かすことが

「買ってもらう」「利用してもらう」の『次』を考えよう

地域に根差して営業を行っている生衛業は、地域の方にお店や商品・サービスを知ってもらい、興味を持ってもらうことが必要です。タウン誌などのローカルメディアで広報・広告展開を行うことも有効ですが、広報・広告を行う際には、一度購入・利用いただいて終わりという一過性の関係にしないことが重要です。

ここでは、お金をかけずにお客さまとの関係を深めることができる SNS の活用をご紹介します。SNS を活用する際は、継続して商品・サービスを購入・利用していただくための対策を予め考えておくことが必要となります。

そのためには、お客様がリピーターになったり、ファンになるための以下のプロセスをイメージしましょう。



さまざまな種類の SNS の特性を理解し、こまめな情報発信やコミュニケーションでお客さまとの関係を深めましょう

効果的な集客を目指しましょう

重要になります

取組手順

step

1

従来の集客ツールとの違いを知ろう

従来の集客ツールと SNS それぞれの特長・違いを理解しましょう



step

2

SNS の特性を理解して使ってみよう

1. Twitter の特性と使い方
2. Facebook の特性と使い方
3. その他の SNS の特性



step

3

従来の集客ツールと SNS を効果的に使おう

従来の集客ツールと SNS を組み合わせて効果的に使いましょう



step

4

顧客とのコミュニケーションに ICT を使おう

利用前の質問や予約、利用後の感想やクレーム対応など ICT をコミュニケーションに役立てましょう



目標を設定して計画的に取組みましょう

目標設定と計画策定については「付録」を参照してください

従来の集客ツールとの違いを知ろう

まず、SNS が従来の集客ツールとどんなところが違うのかを比較してみましょう。



	従来の集客ツール	SNS・ICT を集客ツールにすると・・・
情報発信費用	有料（印刷代・掲載費）	無料（一部有料もしくは広告費用がかかる）
発信する場所	設置・配布場所が限定される	スマートフォンでいつでもどこでもみられる
情報の新しさ	作成した時点の情報（古い情報・間違った情報が残る可能性）	更新することで最新の情報に更新可能・今日限定のキャンペーン告知なども行える
情報の量	紙面の広さなどに収まる範囲内	制限が少ない 動画など種類が豊富
情報の流れ	一方通行（情報を一方的に発信するだけ）	双方向（お客さまからとやりとりが可能）
情報の作成	業者に加工を依頼する必要がある	自分で作って自分で発信できる

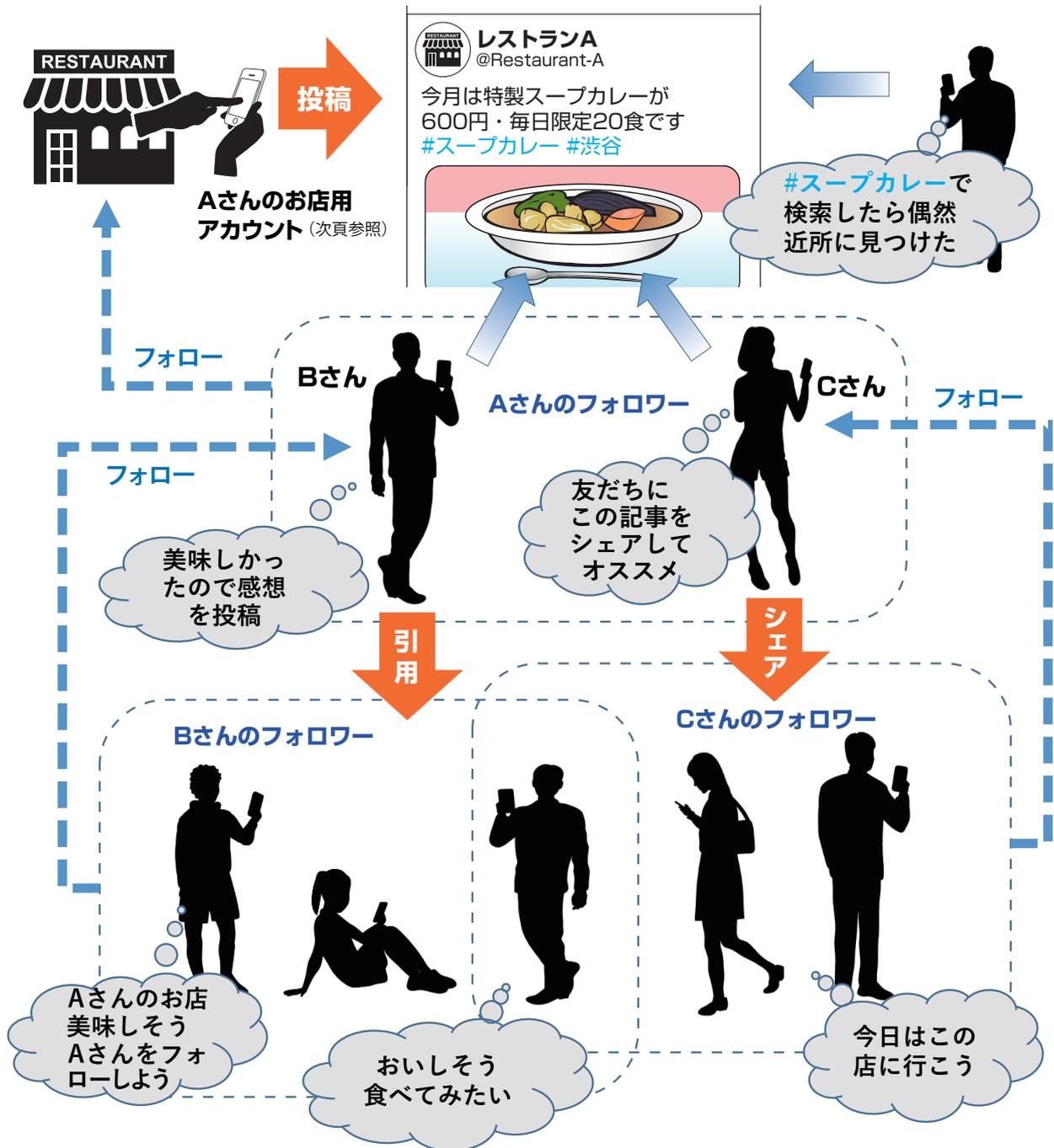
これらの特長を見るといい事ばかりのようですが、従来のツールと同様に注意すべき点もあります。

- ・いくら情報を発信してもお客さまにみてもらえなければ意味が無い（チラシやDMなら配れば目に入るが、SNSではお客さまに探してもらうというアクションが必要）
- ・最初だけで情報を更新しないと古い情報が残り、かえって印象が悪くなる
- ・自分で情報を発信するため、情報の内容や質は自分の責任となる（店の印象を悪くするマイナスの情報も広がる＝炎上する等）



従来の集客ツールがダメなわけでも、SNS が万能なわけでもなく、それぞれの特性を活かすことが集客につながります

SNS の一番の特長であるフォロー（フォロワー・友だち）と口コミのしくみを理解しておきましょう。



SNS では他のユーザとのつながり（フォローや友だちなど）を作ること、気になる情報を自分とつながっているユーザと共有（シェア）しやすいしくみを持っています。この口コミの拡散機能を集客に利用するのです。

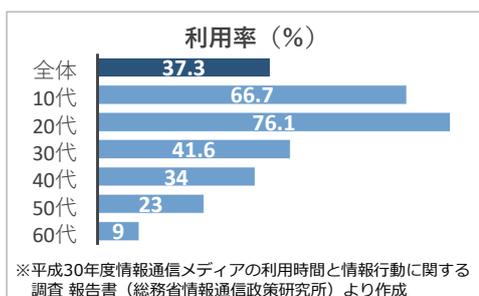
従来の集客ツールと SNS を効果的に使おう

1. Twitter の特性と使い方

Twitter は 140 文字以内のメッセージを世界に向けて投稿するサービスで、写真や動画も投稿できるようになり、「今その瞬間」の情報を発信するのに適したツールです。



ツイッター Twitter → https://twitter.com	
サービス内容	140 字以内のメッセージ(ツイート)を投稿すると世界中に発信されるメッセージサービスです。以前は文字だけでしたが、今は写真や動画、位置情報を投稿できるようになりました。
アカウントについて	アカウントとは会員を識別する会員名・会員 ID のことです。 誰でもメールアドレス 1 つにつき 1 つのアカウントを匿名で取得できますので、仕事用とプライベート用など複数アカウントを使い分ける人もいます。一般に個人用・法人用などの区別はありません。 アカウントについて公開できる情報は簡単なプロフィール欄のみです。ビジネス利用する場合はそこにお店のホームページの URL などを掲載して身元を明らかにし、信頼性を高めたほうがよいでしょう。
利用者層	幅広い年齢層に利用されていますが、特に 10 代から 20 代の若者の利用頻度が高くなっています。 男女別利用率 37.5% : 37.0% 月間利用者数 : 4500 万人 (2017/10/27 公式)
口コミ機能	ツイートは投稿すると同時に全世界に公開されます。常に世界中で大量のツイートが発信されているため、あっという間に埋もれてしまいます。 しかし、お客さまにあなたのアカウントをフォローしてもらおうと、フォローしたお客さま(フォロワー)のタイムライン(フォローしている人たちのツイート一覧)にあなたのツイートが表示されるようになります。 更にあなたのツイートをお客さまが引用・共有(リツイート)することで、その誰かのフォロワーにあなたのツイートが拡散される形で口コミが広がります。 また、過去のツイートも検索できるので、右ページのようにハッシュタグなど検索されやすい工夫をすることで、特定のツイートだけを一覧表示させることが可能です。



Twitterはパソコンのブラウザでもスマートフォンのアプリからでも利用できます。画面は機種やバージョンで異なるので、ここではiPhoneのアプリ画面のイメージを例に主な機能としくみをご紹介します。



これがツイートです
画像やホームページのURLリンクを貼るとこのようにツイート内に表示されます

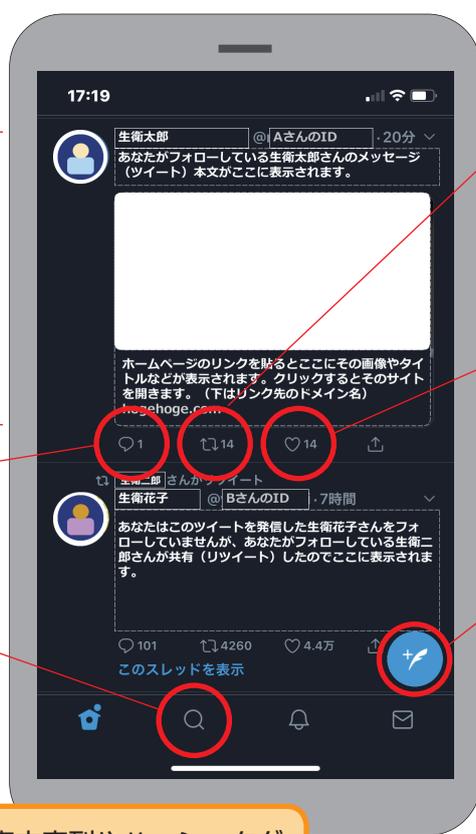
このツイートに対するコメントの数です

検索画面を表示します

このツイートがリツイート(引用・共有)された数です

このツイートにいいね(高評価)された数です

ここをタップすると新しいツイートを作成する画面になります



ここに検索文字列やハッシュタグを入れて検索します
下のタブで最新のツイートや画像付きツイートなどを絞り込めます

ツイートにハッシュタグ(＃を付けたキーワード)を付ければ検索しやすくなります
店の名前や所在地や業種をいれてもよいでしょう



ここに全角140字以内でツイートを記入して右上のツイートするボタンで投稿します

これらのボタンでツイートに写真や動画を付けることができます

2. Facebook の特性と使い方

Facebook は日記のような形で情報や写真などを発信できます。登録は個人で行いますが、お店のページを持つ事ができ、簡易ホームページとしても使えます。



フェイスブック Facebook → https://www.facebook.com/															
サービス内容	<p>日付の入った日記型のメッセージ投稿が可能で、写真や動画、イベントやスケジュールの投稿も可能です。</p> <p>投稿内容は Facebook 内の友だちだけに限定したり一般公開したりと公開範囲を選択できます。</p>														
アカウントについて	<p>アカウントを取得するには本名で登録し、メールや携帯電話番号等で認証が必要となります。個人アカウントのみで法人アカウントはありません。</p> <p>お店のページを作成することができますが、法人アカウントがあるわけではなく、個人のアカウントでお店のページを作成・管理します。</p>														
利用者層	<p>利用できるのは公式に 18 歳以上であり、実名制のため、20 代から 40 代の社会人の利用が多くなっています。</p> <p>男女別利用率 32.8% : 32.8%</p> <p>月間利用者数：4500 万人 (2017/10/27 公式)</p> <div data-bbox="911 1128 1385 1424" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">利用率 (%)</p> <table border="1"> <tr><td>全体</td><td>32.8</td></tr> <tr><td>10代</td><td>17</td></tr> <tr><td>20代</td><td>47.4</td></tr> <tr><td>30代</td><td>49.8</td></tr> <tr><td>40代</td><td>36.7</td></tr> <tr><td>50代</td><td>29.3</td></tr> <tr><td>60代</td><td>14.4</td></tr> </table> <p><small>※平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書（総務省情報通信政策研究所）より作成</small></p> </div>	全体	32.8	10代	17	20代	47.4	30代	49.8	40代	36.7	50代	29.3	60代	14.4
全体	32.8														
10代	17														
20代	47.4														
30代	49.8														
40代	36.7														
50代	29.3														
60代	14.4														
口コミ機能	<p>ユーザ間で友だち申請をして承認をすることで“友だち”となります。“友だち”との間でメールのようにメッセージをやりとりすることができます。</p> <p>メッセージの投稿には日付が付き、公開日記のようなスタイルで公開されます。その点ではブログと変わりませんが、投稿を友だちまでに限定したり、一般公開したり、公開範囲を決める事ができます。</p> <p>また、「シェア」機能があり、他人の投稿やホームページなどをシェア（共有）することで、自分の投稿を友だちの友だちに口コミで広げてもらうことが可能です。</p> <p>お店のページを作成すると、ホームページのようにトップ画像を置いて、お店のプロフィールを掲載できます。</p> <p>また、お店のページでは、個人のメッセージとは別に、お店からのメッセージを発信したり、カレンダーでイベントスケジュールの表示や告知を行ったり、問い合わせや予約ボタンを設置するなど、ビジネスに役立つ便利な機能を利用することができます。</p>														

Facebookはパソコンのブラウザでもスマートフォンのアプリからでも利用できます。画面は機種やバージョンで異なるので、ここではスマホのアプリを例に主な機能としくみをご紹介します。



これがFacebookの投稿です。文字だけでも可能ですが、画像や動画を複数枚貼ったり、他のホームページにリンクすることもできます

この投稿に対して「いいね!」(数種類あり)という評価をつけられます

コメントをつけると下のコメント欄ができ、他のユーザーとやりとりできます



今なにしてる?をタップすると投稿を作成する左のような画面になります。ここでメッセージを入力したり、あらかじめ撮影した写真や動画を付けたり、カメラ機能でその場で撮影してメッセージに添付することができます

3. その他の主要な SNS の特性

Twitter と Facebook 以外にも、さまざまな機能に特化した SNS があります。ここでは LINE とインスタグラムをご紹介します。



Instagram → https://Instagram.com															
サービス内容	写真や動画の共有に特化した SNS です。「インスタ映え」という言葉が流行ったように、美しい料理やカラフルなデザート、オシャレなスポットや珍しい風景などの写真を投稿して、共有してもらったり評価やコメントをもらうサービスです。														
アカウントについて	<p>アカウントは携帯電話番号等で認証が必要となります。</p> <p>instagram の運営は Facebook が行っており、Facebook に登録していればアカウントや投稿写真などを連携させることができます。</p> <p>認証アカウント（無料）を取得すると認証バッジ※を付けられ、なりすまし防止や検索されやすくなるなどのメリットがあります。</p> <p>※アカウント名の隣に表示されるチェックマーク</p>														
利用者層	<p>スマホユーザ利用が中心で特に 10 ～ 20 代の女性が多く利用しています。</p> <p>男女別利用率 28.4% : 42.8%</p> <p>国内月間アクティブユーザー数 3,300 万人 (2019 年 9 月時点)</p> <div data-bbox="1011 1227 1362 1496"> <p>利用率 (%)</p> <table border="1"> <tr><td>全体</td><td>35.5</td></tr> <tr><td>10代</td><td>58.2</td></tr> <tr><td>20代</td><td>63.2</td></tr> <tr><td>30代</td><td>44</td></tr> <tr><td>40代</td><td>35.8</td></tr> <tr><td>50代</td><td>24.4</td></tr> <tr><td>60代</td><td>8</td></tr> </table> </div>	全体	35.5	10代	58.2	20代	63.2	30代	44	40代	35.8	50代	24.4	60代	8
全体	35.5														
10代	58.2														
20代	63.2														
30代	44														
40代	35.8														
50代	24.4														
60代	8														
□ コミ機能	<p>画像共有サービスなのでテキストは写真に対するコメントのみであまり細かい情報などは掲載できません。その為、ハッシュタグを付けて検索しやすいように工夫することが大切です。</p> <p>最近では検索エンジンよりハッシュタグで検索するユーザも多いといわれ、アカウントをフォローするようにハッシュタグ自体をフォローすることもできます。</p> <p>(例えば「#パンケーキ」というハッシュタグをフォローする等)</p> <p>写真がメインなので、実際に商品や場所の魅力が伝わる写真を投稿しましょう。</p> <div data-bbox="1075 1532 1356 2002"> </div>														

ライン
LINE

→ <https://line.me>

サービス内容

個人間やグループ内でメッセージや写真などをやりとりできる国内最大のチャットサービスです。スタンプ販売やゲーム、電子決済など個人向けのアカウント以外に、お店で法人用のアカウントを持ち、新製品の告知やクーポンの配布などを行う公式アカウントのサービスがあります。

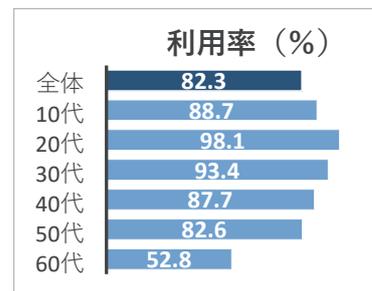
アカウントについて

アカウントは携帯電話番号等で認証が必要となります。
法人用に公式アカウントを作成することができます。(2019年4月よりLINE@から公式アカウントに移行)
公式アカウントは無料で始められますが、配信できるメッセージ数やオプション機能に制限があります。

利用者層

基本的にスマホユーザ向けで、国内最大の利用者数を持つSNSです。
男女問わず学生から社会人まで全世代に幅広く使われています。
男女別利用率 79.0% : 85.7%

**国内月間アクティブユーザー数
8,300万人 (2019年12月時点)**



口コミ機能

通常の知人とのやりとりと同様に、公式アカウントを「友だちに追加」してもらうことで、通常の友だち同様にトーク画面にメッセージを投稿でき、キャンペーンやクーポンなどを配信したり個別にチャットすることができます。

個人のお店であれば、公式アカウントでなく個人アカウントをビジネスに利用することも可能ですが、公式アカウントにすることで、ポイントカード的な機能やクーポン抽選機能など企業向けのサービス機能を利用できます。



従来の集客ツールと SNS を効果的に使おう

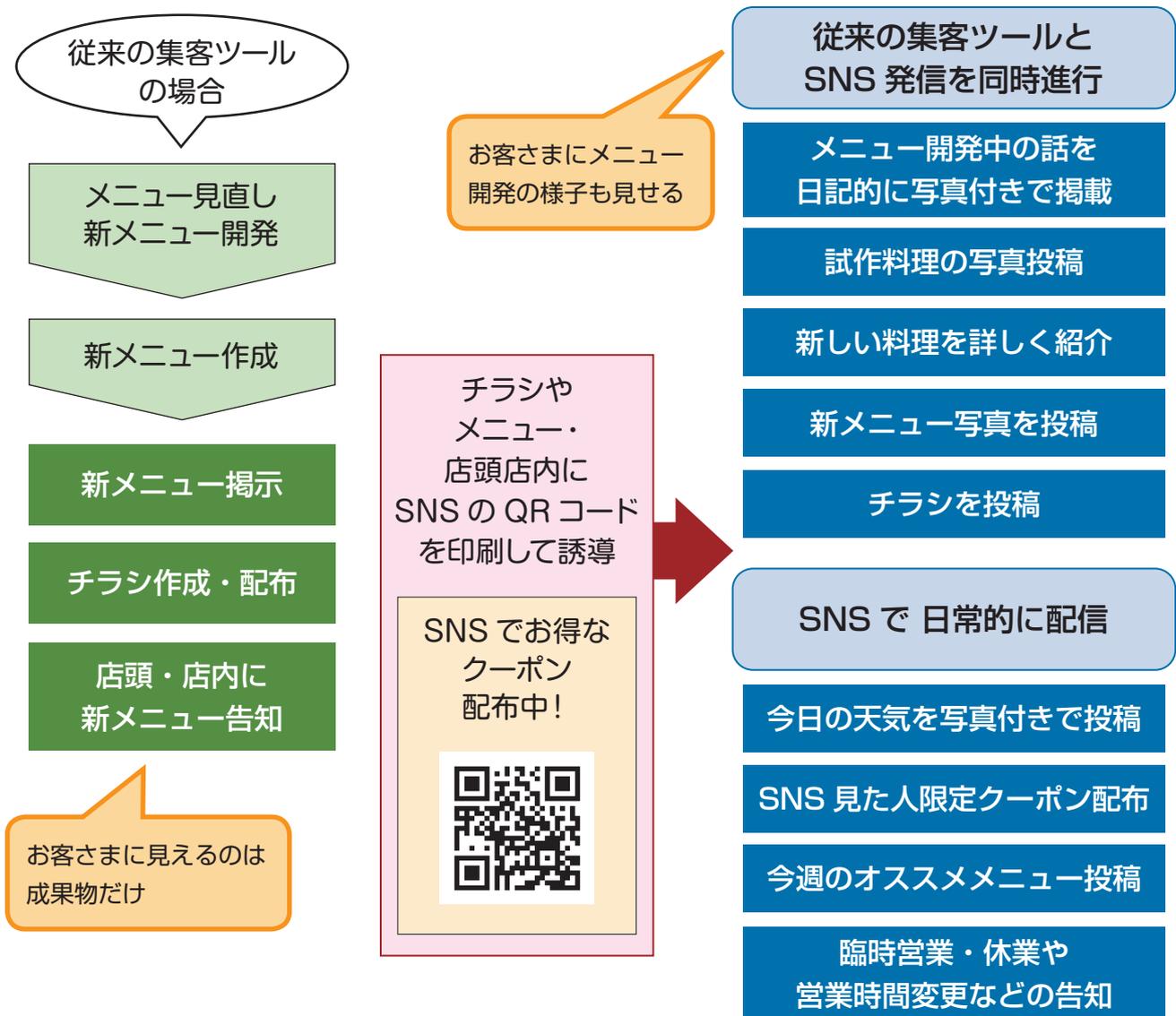
従来の集客ツールと SNS を組み合わせて今まで以上に効果的な集客を行いましょう。



パンフレットやチラシなど従来の集客ツールを何度も作るのはコストがかかる上に一過性・一時的な情報は載せられません。

SNS の手軽さや即時性を活かし、従来のツールと組み合わせて集客に繋げましょう。

以下は飲食店の新メニュー開発とチラシ作成と同時に SNS を同時に展開した例です。



チラシに URL や QR コードを印刷し、SNS で営業情報やキャンペーン・クーポンなどお得な情報を掲載していることを周知します。SNS に誘導してお客さまへ常に最新の情報を継続的に発信することが可能となります。

顧客とのコミュニケーションに ICT を使おう

ICT や SNS では情報発信だけでなくお客さまとのコミュニケーションツールとして、より緊密なつながりを築くことができます。



お客さまと SNS でつながることで、直接やりとりすることが可能になります。ホームページや口コミサイトが使えなくても、SNS を予約などのやりとりに使うことも可能です。

無断キャンセルが問題となっていますが、ホームページの予約問い合わせフォームや口コミサイトを使わなくても SNS 経由で予約を受けることで、身元確認や予約確認の連絡がしやすくなり、無断キャンセルのトラブル回避にも役立ちます。

SNS はサービスによって、以下のようなコミュニケーション機能を活用できます。

サービス名	利用可能なコミュニケーションツール
Twitter	フォローしてもらったお客さまとは DM (ダイレクトメッセージ) 機能 を使って 一対一の非公開メール機能 を利用できます。
Facebook	Facebook のメッセージ機能を使うほか、 企業用ページに『ボタンを追加』 することができます。「予約」ボタンや「問い合わせ」ボタンを追加することでお客さまからの予約や問い合わせを受け付けることが可能になります。
LINE	公式アカウントでチャット (旧 1:1 トーク) 機能 を使うことでお客さまからの問い合わせや予約などを受け付けることができます。
Instagram	DM (ダイレクトメッセージ) 機能 を使って 一対一の非公開メール機能 を利用できます。
Google フォーム	SNS ではありませんが、 Google ドライブの一機能として、無料の問い合わせフォームを作成 できます。回答されたデータは Google スプレッドシートで確認できます。 (Google ドライブで新規追加→その他→Google フォーム作成)

SNS のコミュニケーション機能を活用することで、お客さまとの距離を深めることができ、予約や問い合わせはもちろん、直前の利用確認や利用後のお礼など、電話などでは難しい対応も手軽に行えるようになります。

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル作成事業
「生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル（基礎編）」

マニュアルの使い方

ガイドラインで課題を見える化し、2つのマニュアルを活用して、生産性の向上に取り組みましょう！

マニュアル（基礎編）



生活衛生関係営業者を支援する指導センターや生産性向上に取り組みたい組合・営業者が活用する生産性向上ツールです。
どの業種にも共通した課題とその取組方法を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

3領域 10テーマ

収益向上	A. 特長ある店舗・施設づくりで業績を改善しよう
	B. 費用を削減して収益性を高めよう
	C. ICTを活用して集客力を高めよう
顧客満足	D. お客様の満足度を高めよう
	E. 優良顧客を増やそう
	F. インバウンドのお客様を増やそう
	G. 従業員のスキルとやる気を高めよう
労働環境改善	H. 作業しやすいお店・職場にしよう
	I. 効率的に作業しよう
	J. 人的ミス（ヒューマンエラー）をなくそう

+

付録 生産性向上を図るための事業計画を作成しよう

ガイドライン



生活衛生関係営業者自身が悩みや問題を整理するためのツール。
ガイドラインを活用することで、自店・自社の課題が見える化でき、生産性向上のために取り組むべき課題がわかります。

マニュアル（業種別編）



生活衛生関係営業者が、生産性向上に取り組むためのヒント集。
業界動向や消費者動向、業界向けに経営改善のヒントや取組事例を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

理容業、美容業、クリーニング店、興行場営業、公衆浴場業、旅館・ホテル業、食肉販売業、食鳥肉、冰雪販売業、すし業、そば・うどん店、中華料理店、飲食業、日本料理店、喫茶店営業、社交業