

## 第 28 回杉診サロン報告書

杉並診断士会

今回は、中小企業診断士の大森 渚氏から、「コンサルティングの現場ですぐ使える Facebook 活用術」について講演していただきました。女性の感性と豊富な実践事例に基づいて分かりやすく説明され、とても好評でした。講演内容は、以下のとおりです。

### 1. Facebook の現状

2012 年 11 月 12 日における日本の Facebook ユーザー数は、約 1,600 万人(人口の 12.96%)で、利用者は 25-34 歳が一番多く、18-24 歳、35-44 歳が続いています。

(主要ソーシャルメディア比較)

	匿名/実名	開放的/閉鎖的	気軽さ	関係構築性	即時性
Mixi	半々	閉鎖的	△	○	△
Twitter	匿名中心	開放的	◎	△	◎
Facebook	実名中心	やや開放的	○	◎	○
ブログ	実名中心	開放的(閲覧・コメントのみ)	△	○	△

### 2. Facebook のメリット・デメリット

一般的に言われているメリット	一般的に言われているデメリット
①無料でプロモーションができる ②様々な人とのコミュニケーションが簡単 ③リアルタイムで情報を伝えられる ④ホームページへの誘導手段ができる	①運営・管理に手間がかかる ②自分のプライバシーが守れない危険性あり ③個人情報、営業秘密流失の危険性あり ④批判・誹謗中傷を受ける危険性あり

(土業におけるメリットとデメリット)


土業における Facebook 活用のメリットとは？	(デメリット)
<p>自分のプロフィール</p> <p>他者との関係性強化</p> <p>面識なし</p> <p>自分の「専門分野」や「できること」をアピールする</p> <p>客先訪問前に Facebook ページの「いいね！」を押してアピールしておく</p> <p>交流会や研究会で人の顔と名前を覚える、覚えてもらう</p> <p>面識あり</p> <p>あいさつやお礼をスピーチに出す</p> <p>他の土業、お客様の商品・サービスを紹介する</p> <p>イベント等についての会議をする</p>	①投稿内容のリスク (仕事のミス後、能天気な内容を投稿した等) ②「いいね」のリスク (友人の病気等シビアな内容に「いいね！」を押してしまった等) ③チェックインのリスク (訪問先がばれた等) ④タグ付きのリスク (飲み会での写真公開等) ⑤友達申請のリスク (面識ない人に出した等)

### 3. Facebook の特徴・ページ・機能

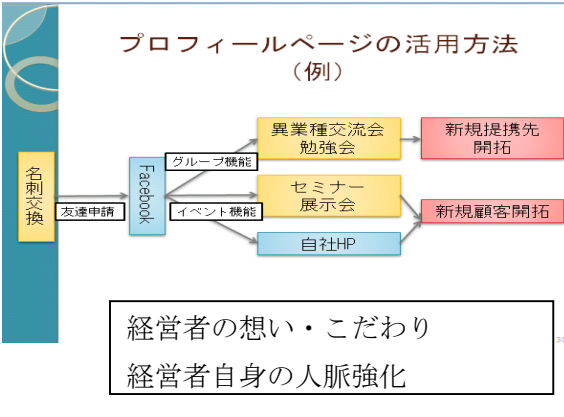
自分の実名・顔写真を公開するのが基本	①各自が情報に責任を持つため、ある程度の信頼性が保たれる ②投稿内容で人間性を判断され、誹謗中傷やトラブルが少ない
人間関係が「見える化」	その人がどのような人とつながりがあるかがすぐ分かる

Facebook の主なページは、①プロフィールページ (個人)、②Facebook ページ (企業・団体ページ)、③グループ (コミュニティ) です。

(1) プロフィールページ（個人ページ）と活用事例




### プロフィールページの活用方法 (例)



経営者の想い・こだわり  
経営者自身の人脈強化


(2) Facebook（企業・団体ページ）とグループ



- ① 企業の強みを写真で伝える  
(技術力の高さ、商品の品質)
- ② 「普段みえない部分」を見せる  
(製造現場や商品開発の様子等)
- ③ タイムリーな情報・細かい情報を掲載する  
(留意点：放置しないよう、更新を続ける)

- ① 「目的」を明確化 (何のために使うか)
- ② 「内容」を明確化 (何を伝えたいのか)
- ③ 「ターゲット」、「集客方法」の明確化
- ④ 「売上へのプロセス」(売上につなげるか)
- ⑤ 「社内の体制」確立 (継続的に運用する)

(3) グループ（コミュニティ）



- ① いわゆるコミュニティです
- ② 「公開」、「非公開」、「秘密」の区分  
(特徴的な機能)

- ① 「いいね!」ボタン (相手への共感を示す)
- ② シェアボタン (コメントを他人に伝達)
- ③ コメント (コメントを残す)

4. コンサルティング現場でのFacebookの活用方法

ビジネス現場でもっと効果的に活用	Facebook活用全体の留意点
<ol style="list-style-type: none"> <li>① 「人」、「写真」を前面に出す</li> <li>② ユーザーが参加できるようにする</li> <li>③ 定期的に均質な情報を流す</li> <li>④ ユーザーにメリットある情報をながす</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 個人：情報公開は自己責任で</li> <li>② 企業：トラブル想定しガイドラインを作成</li> <li>③ ソーシャルメディアは生き物(ハット)と同じ</li> <li>④ 発言時は「1,000人の前で言えるか」基準</li> </ol>

## 5. まとめ

- ① F a c e b o o k活用のメリット／デメリットを把握し、効果的な運用をする
- ② 「いいね!」、「シェア」、「イベント」、「グループ」等F a c e b o o k機能を活用する
- ③ F a c e b o o kを個人として運営する場合、他ユーザーは写真、文章で判断する
- ④ F a c e b o o kを企業として運用する場合、事前準備をしっかりと、方向性を確立する