

## 観光事業者が Twitter を集客に利用する方法

Twitter は、140 文字以内の文字と画像などを通じて、リアルタイムな出来事や消費者の姿を見ることができる SNS として欠くことのできない情報収集ツールとなっています。

Facebook や Instagram といったその他の SNS との違いやメリット・デメリットを理解しつつ、観光事業者が今日からできる利用方法や参考になる事例を交えて解説します。

### h2 Twitter の特徴は爆発的な「拡散力」

Twitter は、全角 140 文字まで、文字や画像、動画が投稿できる SNS です。日本における月間アクティブユーザー数は 4,500 万人。10 代～50 代の幅広いユーザーへの情報発信に適しています。

Facebook や Instagram などの SNS と比較して、Twitter の最大の特徴がその「拡散力」です。手軽に発信できるので、リアルタイムタイム性が高く、トレンドを生み出しやすいのも特徴です。リツイート機能で、関心の高い投稿は、瞬く間に拡散されます。インターネット上で注目を集めることを「バズる」といいますが、Twitter は最もバズりやすい SNS のひとつといえるでしょう。

### h2 Facebook、Instagram、Twitter との違いは？

「3 大 SNS」と呼ばれる、Facebook、Instagram、Twitter の違いは何でしょうか。それぞれの特長を知り、サービス内容やターゲット層によって使いわけるようにしましょう。

### h3 Facebook

国内ユーザー数は約 2,600 万人。30 代以上のユーザーが多いため、若者層への情報発信には不向きです。しかし、世界のユーザー数はトップレベルのため、国外への発信力が高いといえます。投稿へのコメント、シェア機能はありますが、友達の友達までしか届かないため、拡散力は大きくはありません。

### h3 Instagram

国内ユーザー数は約 3,300 万人。20 代～30 代のユーザーが中心ですが、右肩上がりユーザーが増加しています。写真や動画に特化しており、投稿のハードルは低いとされています。

投稿にハッシュタグ「#」を入れることが多く、ユーザーは、ハッシュタグでコミュニケーションをとります。シェア機能はなく、Twitter と比べ拡散力は低いですが、ショッピング機能やアンケート広告機能など、ビジネスでの活用にも力を入れています。

### h3 Twitter

国内ユーザー数は約 4,500 万人。20 代～30 代のユーザーが中心ですが、幅広い年代層への情報発信に適しています。フォロワー以外の投稿にもコメントやリツイートができるため、「拡散力」が最も高いとされています。リアルタイムニュースの検索、トレンドの情報収集としても利用されています。

### h2 Twitter による集客のメリット

Twitter では、すでに多くの企業が情報発信し、集客に成功しています。Twitter における集客のメリットは次の 3 つです。

#### h3 企業ブランディングがしやすい

今起こっていることを手軽に発信できるため、プレスリリースほど作成の手間がかかりません。

#### h3 多くのユーザーにリーチできる

リツイートにより、フォロワー以外のユーザーに情報がどんどん拡散されます。これにより、企業ブランドが多くのユーザーに認知されます。

#### h3 ユーザーとコミュニケーションが取りやすい

リツイートやコメントで、ユーザーと双方向のやりとりができます。サービス向上のヒントが得られることもあります。ユーザーの写真やコメントをリツイートすることで、口コミ効果も広がります。

### h2 Twitter 運用のポイント

企業アカウントを作成したばかりのときは、フォロワー数も少なく、発信しても多くの人に届きません。そこで、短期間でフォロワーを増やす方法を解説します。

### h3 自社サービスに関心のあるユーザーをフォローする

自社の運営するテーマパークに、Twitter を使って集客したいとします。Twitter で、テーマパーク名、キャラクター名を検索し、「アカウント」から、テーマパークに興味のあるユーザーをフォローしていきます。Twitter にはフォローバックという文化がありますから、こちらがフォローしたユーザーはお礼として、企業アカウントをフォローしてくれます。

### h3 プロフィールを作りこむ

ユーザーは企業アカウントによる発信より、個人によるつぶやきに共感する傾向があります。プロフィールには、住んでいる地域、おおよその年齢、趣味、YouTube や note などのリンクを張ると共感を持ってもらいやすくなります。

### h3 発信は1日3回~5回、セルフリツイートも

企業の認知度を高めるには、1日3回~5回投稿するのがよいとされています。文章だけでも投稿できますが、ツイートに画像や動画を付けるだけでタイムラインで目立ちやすくなります。Twitter のホーム画面には、フォロワーの投稿が、新しい順に並びます。したがって、たまにしか見ないユーザーには、発信した情報が届かない可能性があります。テーマパークを宣伝するのであれば、週末の18時以降、週末に集中的に発信するようにします。また、反響の大きいツイートは曜日と時間を変えて、セルフリツイートするなども有効です。

### h3 いいね、リツイートをする

自社サービスに対するポジティブな口コミは、積極的にいいねとリツイートするようにします。これにより、関心のないユーザーに、興味を持ってもらうきっかけを作ります。

### h2 キャンペーンや検索コマンドを使って集客する

Twitter を使った集客方法として、広告キャンペーンや検索コマンドを使って認知度を高める方法もあります。具体的な方法について、解説していきます。

### h3 フォロー&リツイートキャンペーン

フォロー&リツイートしてくれたユーザーに特典を与えます。たとえば、テーマパークへの集客が目的であれば、「フォロー&リツイートした人限定10名様に、テーマパークの無料

入場チケットをプレゼント」のように設定します。プレゼント内容が魅力的であればあるほど、フォロワーとリツイートが増え、サービスへの認知度が高まります。

### h3 ハッシュタグキャンペーン

ハッシュタグは、投稿に関連したキーワードの前にハッシュタグ「#」をつけて、検索で表示されやすくします。「#テーマパーク」をクリックすると、同じテーマパークの投稿を横断検索できます。ハッシュタグキャンペーンは、特定のハッシュタグをつけて投稿したユーザーに対してプレゼントなどの特典を与えます。テーマパークのハッシュタグがついたツイートが増えれば、テーマパークの情報が Twitter に増え、認知度の拡大が期待できます。

### h3 near within 検索（場所指定検索）で近くにいるユーザーにアプローチ

near within 検索（場所指定検索）は、指定した場所の近くのツイートが表示される機能です。たとえば、「テーマパーク near:船橋市 within:10km」で、検索した場合、テーマパークのキーワードが含まれた、船橋市 10km 近くでのツイートが表示されます。精度はそれほど高くはありませんが、該当ユーザーに「いいね」を送信するなどして、自分のアカウントの存在を PR できるだけでなくフォロワーの獲得が期待できます。地域性のあるビジネスでは有効な施策の一つです。

出典： ソーシャルワイヤー株式会社. “【最新 Excel 配布中】日本・世界の SNS ユーザー数まとめ (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LINE)”. 2021.06.14. <https://find-model.jp/insta-lab/sns-users/>, (参照 2021-10-10)