



ソーシャルメディアの クイックスタートガイド

奉仕の情報を拡散する上
で役立つ簡単なステップ



なぜ？

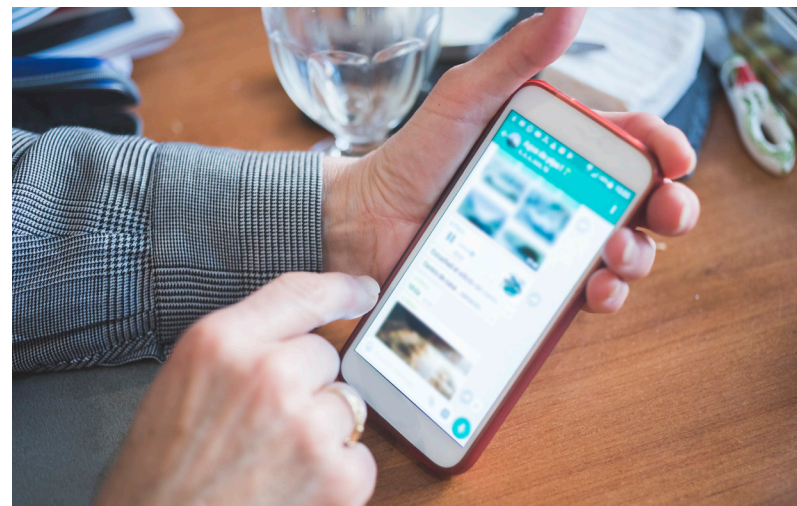


地域でのクラブの知名度を上げるために、ライオンズはソーシャルメディアを活用できます。多くの人々は、ブランドや組織について詳しく知るため、FacebookやInstagramといったチャンネルを頻繁に参照します。クラブのソーシャルチャンネルを作成すれば、数十億の人々が毎日利用するプラットフォームで、クラブの知名度を高めることができます。

何のため？

ソーシャルメディアを使う、クラブの具体的な目的を定めましょう。目的の例としては、以下が挙げられます。

- 幅広い層にアプローチして会員を増強する。
- 既存の会員とつながる、連携する、事業を企画する。
- 奉仕事業やイベントの参加者を増やす。
- パートナー、地元企業、学校、地域社会とつながる。
- 寄付を増やす。



だれが？

ソーシャルメディアアカウントの設定や管理にふさわしい会員は、クラブにたくさんいるかもしれませんが。候補者としては、たとえば以下が挙げられるでしょう。

- マーケティング・コミュニケーション委員長
- PR委員長
- IT委員長
- テクノロジーとソーシャルメディアに精通しているライオンやレオ

チームを築く

ソーシャルメディアチームを作成して、アクセス権や責任を分担しましょう。

- リーダーがログインや投稿をできない場合、あるいはクラブを退会した場合に備えて、複数人にアクセス権を与えましょう。
- ソーシャルメディアの管理には、コンテンツ作成、写真/デザインスキル、サービスプランなど様々な知識が求められます。これは、ボランティアが一人で行うには負担が大きすぎる場合も多いものです。
- 奉仕事業や行事では、写真を撮るよう全会員に呼びかけましょう。



対象者を定める

対象者を見極めて、それに合ったサービスを選び、対象者に関するコンテンツに重点を置きましょう。

- **一般公開用のソーシャルアカウント**は、一般向けに語りかけ、新会員を勧誘する場です。
- FacebookグループやWhatsAppグループなどの**内部向けソーシャルアカウント**は外部非公開のもので、クラブの運営や協力のために適しています。

どこで？



シンプルに

すべてのソーシャルメディアサービスでアカウントを作る必要はありません。ソーシャルメディアチームが少人数の場合、手を広げすぎるとそれぞれが手薄になり、対象者の興味を引けなくなってしまうかもしれません。その場合は、あなたが効果的に管理し、対象者と関わる事ができるようなチャンネル一つか二つに集中しましょう。

チャンネルの概要 // 人気の高いチャンネル



Facebook (フェイスブック)

Facebookは、最低月1回ログインするユーザーが24億5千万人にのぼり、未だに最もよく使われているソーシャルメディアサービスです。

Facebookが急速に広まっている年齢層は65歳以上で、以前と比べて10代の利用者は少なくなっています。

Facebookユーザーの88%は、友人や家族と連絡を取り合うために利用しています。



Instagram (インスタグラム)

Instagramには最低月1回ログインするユーザーが10億人いると報告されており、全世界のユーザー人口のうちの過半数が34歳未満です。

アカウントの90%が、一つ以上の企業アカウントをフォローしています。エンゲージメント率が高いブランドとしては、高等教育、非営利団体、スポーツチームなどが挙げられます。

興味のあるコンテンツを見つけるため、Instagramのユーザーはハッシュタグ検索に頼ることが多いです。少なくとも一つのハッシュタグが付いたInstagramの投稿は、ハッシュタグが付いていないものと比べて平均12.6%多くのエンゲージメントがあります。



Twitter (ツイッター)

Twitterに最低月1回ログインするユーザーは、世界中で約3億3千万で、その71%は最新ニュースや情報を得ることを目的としています。

ライブイベント時には、ユーザーがTwitterに費やす時間が4%増加します。

ハッシュタグが二つ以上付いているツイートに比べて、ハッシュタグが一つのツイートの方が、リツイートされる可能性が69%高くなります。

Twitterは、投稿できる文字数が少ないことで知られています。一つのツイートで投稿できるのは、日本語で約140文字までです。投稿は簡潔にしましょう！

どこで？



チャンネルの概要 // その他人気のチャンネル



動画といえば、まずここです。クラブの宣伝、主な会員、奉仕事業、受益者のストーリーといったビデオを投稿しましょう。ビデオはFacebookページやウェブサイトでもシェアしてください。



職業人、同僚、ビジネスのためのソーシャルネットワークです。**個人のLinkedInプロフィールを使い、ビジネスパーソンとしての成長にクラブがどう影響したかを伝えましょう。**



フィルター、ステッカー、BGMを取り入れた、短いビデオ(15~60秒)に力を入れる動画共有サービスで、主な年齢層は30歳未満です。**自分の個人プロフィールを使い、「#lionsclub」のハッシュタグを付けて、奉仕のビデオを投稿しましょう。**



モバイルメッセージアプリ

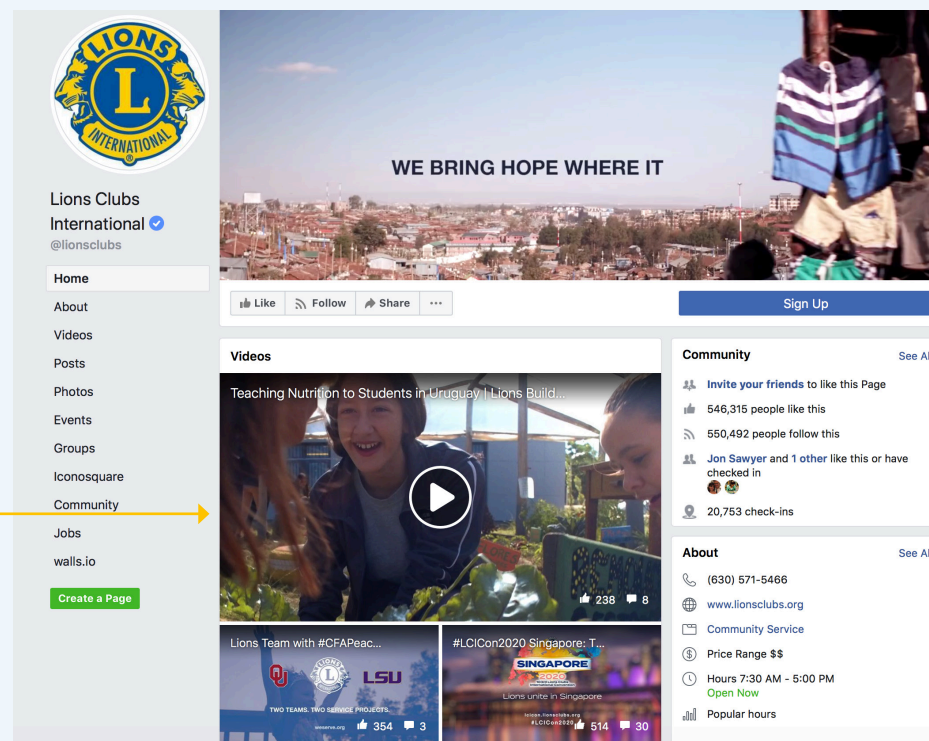
WhatsApp、WeChat (中国)、LINE (日本)、KakaoTalk (東南アジア) は、1対1およびグループチャット機能を提供しています。**クラブ内で会話するためのグループを作るために、モバイルメッセージアプリを利用しましょう。**

ノウハウ // Facebook

個人用の**プロフィール**を作成し、ライオンズの活動をつながりのある人々にシェアしましょう。また、クラブ用の**ページ**を作成し、奉仕を地域社会に宣伝します。さらに、クラブ会員用の**グループ**を作成し、内部のコミュニケーションを図ります。

ライブ動画は撮影が簡単で、クラブの活動する姿を見せるためのよい方法です。

Facebookの**イベント機能**を使い、奉仕活動を宣伝して友人を勧誘しましょう。Facebookの検索でイベントが発見できるよう、適切なキーワードを含めてください。



Past Events		
MAR 7	2020 Lions Day with the United Nations in N...	The Westin New York Grand...
	Sat 10:30 AM EST · 655 guests	New York, NY
JUL 9	102nd Lions International Convention - Mila...	Mico Milano Convention Ce...
	Jul 5, 2019 - Jul 9, 2019 · 3,561 guests	
APR 10	Lions Day with the United Nations in Geneva	UN Geneva
	Wed 11 AM UTC+02 · 416 guests	Geneva, Switzerland
MAR -	Lions Day with the United Nations in New Yo...	United Nations

ノウハウ // Instagram

Instagramの投稿には、画像を含める必要があります。**含める写真としては**、奉仕するライオンズの姿や、メンバーと受益者が笑顔で写っている写真などをご検討ください。各投稿には、背景を説明する短い文章も入れるべきです。

ヒント

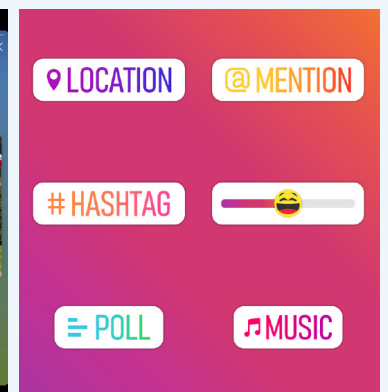
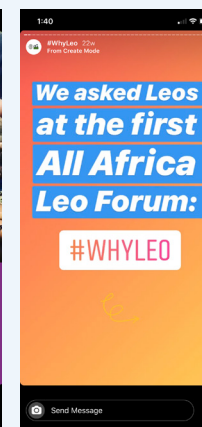
幅広い層にアプローチできるよう、ハッシュタグを入れましょう。

#lionsclubや#weserveなどのライオンズのハッシュタグの他にも、クラブの特別なハッシュタグ(例:#windycitylions)を作り、また地域(#chicago)やグローバル(#communityservice)なハッシュタグを使いましょう。

Instagramストーリーズを使い、奉仕事業の中から楽しく短いビデオやハイライトをシェアしましょう。GIF、ステッカー、「ブーメラン」、フィルターなどの機能を使った遊びも取り入れてみてください。



lionsclubs Happy World Kindness Day! 🌍 🦁 ❤️
#worldkindnessday #weserve #lionsclub #kindnessmatters



ノウハウ // Twitter



ヒント

聴衆とのつながりを深めるため、少なくとも1日に一回はツイートしましょう。

パートナー、団体、企業、および地域のリーダーが奉仕に加わった時には、**メンション**(@ユーザー名)しましょう。

ハッシュタグを使い、会話に参加することで地域や世界規模のイベントを活用してください(例: 年次ライオンズクラブ国際大会の期間中に「#LCIcon」を使って、あなたが参加することを閲覧者に伝え、体験についての写真を投稿する)。



何を？

ソーシャルメディアは、家族、友人、そしてブランドとつながるために用いられます。コンテンツでは、聴衆にとって意義深いストーリーを語るべきです。



写真: もっとも反応が得られる写真は、自然なスナップ、行動するライオンズの姿、インパクト、笑顔といった、ストーリーを伝えるものです。

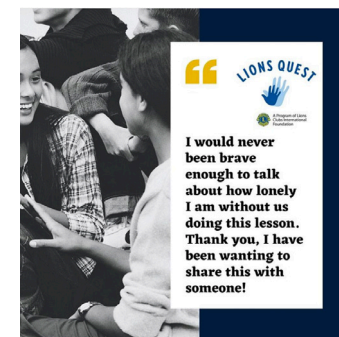


イラスト: Canvaなどのツールを使ってイラストを作成し、イベントを宣伝します。ユーザーの注意を引くため、文章と写真を組み合わせてください。



ビデオ: イベントや奉仕事業ではビデオを撮り、聴衆に話しかけ、受益者や会員にインタビューを行いましょう。



文章: 聴衆とつながるために、質問を投稿します。



ストーリー: 聴衆は、自分たちとどのように関わりがあるかを知ったとき、みなさんの運動につながります。受益者や会員の特徴を取り上げることは、地域社会においてクラブが個人や家族にどう影響を与えてきたかを物語ります。

何を？

関わりを持つ

コンテンツの投稿に加え、聴衆と関わりを持つためソーシャルメディアを活用しましょう。

- **コメントや直接メッセージに返信します。**これは、質問に答え、フォロワーをライオンズのプログラムやページに誘導し、友達をつくり、新会員を勧誘する機会となります。
- **コンテンツに「いいね」を付けたり、シェアしたりします。**地域の団体、パートナー、企業、仲間のライオンズといった他のアカウントから、コンテンツをチャンネル上にシェアしましょう。



いつ？

1日に1回の投稿が理想的ですが、この頻度ではリソースやコンテンツが薄くなってしまう場合は、とにかく定期的に投稿してください。関わりを持つことがカギです。ソーシャルメディアとは、つながるためのツールなのです。コメント、返信、検索、発見し、連絡をとりましょう。

投稿する最善のタイミング

プラットフォームのデータ分析ツールを使い、聴衆がもっとも反応する時間を特定しましょう。一般的には、以下の時間をおすすめします。



どうやって？

使い始めるには

- ▶ [Facebookの利用方法](#)
- ▶ [Instagramの利用方法](#)
- ▶ [Twitterの利用方法](#)

ツールと支援

企画とスケジュール

- ▶ [Hootsuite](#)
- ▶ [Buffer](#)
- ▶ [Later](#)

デザイン

- ▶ [Canva](#)
- ▶ [Venngage](#)



どうやって？



SMiLEコミュニティに参加しましょう！

SMiLE (Social Media including Lions Everywhere) は、オンライン資料と対面型研修を通じて、会員、クラブ、地区、および複合地区のソーシャルメディア活用を支援することをもっぱら目的とする、ライオンズの国際的なコミュニティです。

- ▶ lionsclubs.org上のSMiLE
- ▶ [SMiLEのFacebookグループ](#)



Lions Clubs International

戦略的コミュニケーション課

電話：(630) 468-6817

FAX：(630) 571-1685

Eメール：pr@lionsclubs.org