

Instagram（インスタグラム）運用ルール

令和6年4月1日

養父市社会福祉協議会 事務局長

養父市社会福祉協議会（以下、本会）では、公式 Instagram（以下、インスタ）を開設しました。インスタは、写真や動画の投稿に特化した SNS です。文章を投稿することも可能ですが、主に写真や動画による情報発信を行うためのツールです。

インスタを通して養父市社協を身近に感じてもらうため、有効に活用していきます。

1 目的

- 若年層（20代～40代）をターゲットに情報を発信する
- 本会の認知度を高める
- 本会への興味、関心層を増やす
- インスタを運営する諸団体・企業等とつながる

2 投稿する内容

- 日々の活動や地域の情報
- 事業、イベント等の舞台裏
- 職員のつぶやき（職員が業務の中で面白いと感じたことやちょっとした出来事など）
- その他、本会が必要と認めるもの

3 投稿について

- 写真が主役のインスタでは、組織の世界観により写真を投稿し続けることが求められる
- 組織としての情報発信となるため、各部署の担当者が原稿を作成し管理職が記事を確認した後、投稿する
- 写真がメインになるため文書は短文で作成する（できれば 100 文字以内）
- 必ず #（ハッシュタグ）をつける

※社会福祉法人養父市社会福祉協議会 SNS 運用方針「3 投稿方法」を参照

4 注意事項

- 写真掲載への了解を得る
- 個人が特定できる情報は投稿しない
- 基本的に柔らかいトーンの短文で投稿する

5 メリット

- 組織のイメージ、ブランディングの向上が期待できる
- 組織が動かなくてもユーザー同士の口コミで広がっていく
- #（ハッシュタグ）経由で数多くの投稿にアクセスが可能であり、ハッシュタグ自体をフォローすることもできる

6 デメリット

- 拡散力が低い
 - └Facebook にはシェアの共有機能があるが、インスタにはそのような機能はない
- 写真や動画を悪用される危険性がある
 - └インスタのアプリには画像や動画を保存できる機能は搭載されていないが外部ツールから写真や動画を保存する方法があるため、写真を悪用されてしまう危険性がある
- シニア層への PR 効果があまり見込めない
 - └インスタのユーザーが 10～30 代の若年層が中心である
 - └Facebook やブログをあわせて活用する

7 投稿形式の基礎

1 フィード（通常投稿）

- └画像・短い動画を投稿する際の最もスタンダードな投稿
- └「ハッシュタグ」検索をした際に投稿が表示される

2 ストーリーズ

- └24 時間で投稿が自動的に消えることが特徴の投稿形式
- └期間限定の情報発信に適している

3 リール

- └動画を使用して、15 秒～最大 90 秒の短尺動画を作成・投稿できる機能
- └掲載時間が無期限で、フィード投稿にも反映される

以上