

intloop ×  **TECH STOCK**

ホテルのSNS活用比較

～Instagram、Facebook、Twitterの事例と改善点～

目次

1. SNSの現状
2. ホテルにおけるSNS活用比較と改善方法
3. SNS改善施策例
4. サマリー

1. SNSの現状

2. ホテルにおけるSNS活用比較と改善方法

3. SNS改善施策例

4. サマリー

SNSの現状～日本における代表的なSNS～

Instagram、Facebook、Twitter、LINEなどのSNSが、幅広い年代に普及しています。

特に、InstagramとLINEはアクティブ率も高く、Instagramにおいては2017年の年間アクティブユーザーの成長率は30%を超えています。

代表的SNS				
月間アクティブユーザー数	2,000万	2,800万	4,500万	7,600万
月間アクティブ率 ¹	84.7%	56.1%	70.2%	85%
ユーザ層	10～30代 女性を中心に	20～50代 男女共に幅広い	10～40代 男女共に幅広い	10～60代 男女共に幅広い

1. 総ユーザー数のうち、一ヶ月の間にSNSを利用しているユーザの割合

※下記のサイトのデータより推算

出典元: Facebook, Inc. Instagramサイト URL) <https://instagram-press.com/our-story/>

出典元: Facebook, Inc. Facebook カンパニーサイト URL) <https://ja.newsroom.fb.com/company-info/>

出典元: Twitter カンパニーサイト <https://about.twitter.com/ja/company.html>

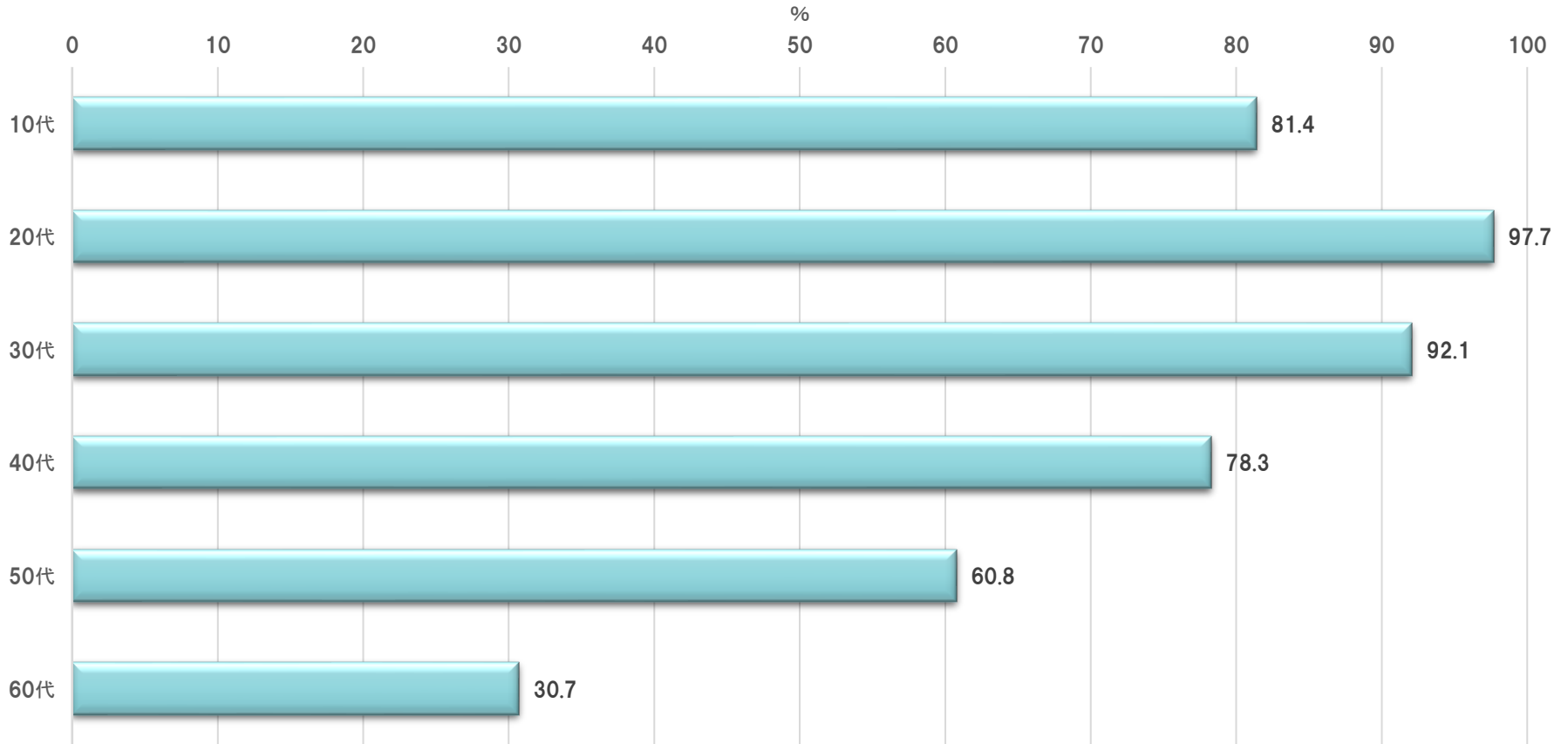
出典元: LINE株式会社 カンパニーサイト URL) <http://ad-center.line.me/mediaguide/>

出典元: 日本経済新聞社 電子版記事 URL) <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO21819200T01C17A0000000/>

SNSの普及率

10代～40代では約8割超えであるとともに、50代約6割、60代約3割と高齢層にも普及が進んでいます。

代表的SNSの年代別利用率



出典元：総務省「平成29年度版情報通信白書」 URL) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/index.html>

1. SNSの現状

2. ホテルにおけるSNS活用比較と改善方法

3. SNS改善施策例

4. サマリー

国内ホテルのInstagram活用状況の比較

Instagram上でのエンゲージメント（フォロワー数）は、ホテルのブランド・知名度だけでなく、運用状況によっても大きく異なります。

Instagram運用ベンチマーク

活用水準が高い部分

活用に改善の余地がある部分

	ホテルA	バイシェラトン (横浜)	Sheraton (沖縄)	星野リゾートホテル (北海道)	帝国ホテル (東京)	パークハイアット (東京)
フォロワー数	1,230	1,765	3,795	6,453	1.8万	3.2万
投稿頻度	週1-2回	週2-5回	週2-5回	月3-5回	1日1-2回	不定期
投稿文字数	160-540	40-140	15-280	20-300	40-120	60-120
投稿画像の クオリティー	低い	高い	高い	高い	高い	高い
タグ活用	人気の低い タグ	人気の低い タグ	人気タグを 活用	人気タグを 活用	人気タグを 活用	人気タグを 活用
多言語対応	対応済	未対応	対応済	未対応	対応済	対応済
キャンペーン 施策	未実施	未実施	実施済み	未実施	未実施	未実施

国内ホテルのFacebook活用状況の比較

Facebookでのエンゲージメント（いいね数）は、ホテルのブランド・知名度だけでなく、運用状況によっても大きく異なります。

Facebook運用ベンチマーク

活用水準が高い部分

活用に改善の余地がある部分

	ホテルA	ホテルオークラン (福岡)	マリOTTアソシア (名古屋)	バイシェラトン (横浜)	帝国ホテル (東京)	パークハイアット (東京)
いいね！数	3,379	2,060	6,843	8,758	19万	2.8万
投稿頻度	週4-5回	週1-3回	週1-2回	週2-5回	週2-10回	週2-4回
投稿文字数	180-400	100-400	100-400	0-320	150-300	80-300
投稿画像の クオリティー	高い	高い	高い	高い	高い	高い
タグ活用	未活用	未活用	活用済み	活用済み	活用済み	活用済み
多言語対応	未対応	未対応	対応済	対応済	対応済	対応済
投稿ジャンル	キャンペーン 中心	キャンペーン 中心	幅広い ジャンル	幅広い ジャンル	幅広い ジャンル	幅広い ジャンル

InstagramとFacebookの運用ベストプラクティス例

フォロワー数、いいね！数の獲得を伸ばしているホテルは、適切な投稿を高い頻度で行い、各投稿の効果測定に基づくPDCAプロセスを実現しています。



Instagram



Facebook

① 投稿頻度	● 1日1回から1週間3～4回程度	
② 投稿文字数	● 簡潔な文章での投稿(125字以内)	● 簡潔な文章での投稿(312字以内)
③ 投稿画像のクオリティー	● ハイクオリティーな写真の活用	
④ タグ活用	● 人気の高いタグを活用するなど適切なタグ運用	
⑤ 多言語対応	● 日本語テキストに加え、英語テキストの投稿	
⑥ 投稿ジャンル	● 幅広い内容を投稿(グループ施設紹介、観光スポット紹介、メンバー紹介等も追加)	
⑦ キャンペーン施策	● ハッシュタグをつけた投稿キャンペーン ● 来店誘導キャンペーン	
⑧ 効果測定	● 月次での効果測定の実施 ● 月次効果測定を踏まえて運用内容の見直し	

1. SNSの現状

2. ホテルにおけるSNS活用比較と改善方法

3. SNS改善施策例

4. サマリー

投稿文字数 ～Instagramの改善イメージ

改善余地があるケース



「いいね！」 97件

トランが5つございます... 続きを読む

投稿文字数が多い

上手に活用しているケース



「いいね！」 1,038件

imperialhotel_jp_official It's time to enjoy our Steak Fair at the Parkside Diner!

#imperialhoteljp #imperialhotel
#imperialhoteltokyo #hibiya #ginza #tokyo

簡潔なフレーズで投稿する

※ユーザーのフィード内では、4行目以降のテキストが表示されないため、テキストは半角125文字以内で作成する

出典元：帝国ホテルInstagram公式アカウント

URL)https://www.instagram.com/imperialhotel_jp_official/?hl=ja 10

投稿文字数 ～Facebookの改善イメージ

改善余地があるケース



ホテルの美味しいを集めた和洋中ファミリーディナービュッフェを、みんなが集まる週末の土・日曜日に開催しています。ホテル特製のローストビーフに加え、シェフがその場で仕上げるヌードルステーション。キッズ向け料理コーナーや点心師の点心に、パティシエによるスイーツも各世代が楽しめるメニューを取り揃えたファミリービュッフェです。

開催日：毎週土曜日・日曜日
時 間：17:30～20:30
料 金：大人1名さま 4,500円... もっと見る



投稿文字数が多い

上手に活用しているケース



Bay Sheraton Hotel & Towers(official) Yokohama

9月19日 18:00

"ハロウィン"がテーマのナイトスイーツbuffetが明日よりスタート！おぼけたたちが祝うバスデーケーキやゴーストパンプキンパイなど、ハロウィンにぴったりな"こわかわいい"スイーツを揃えました。詳しくはこちら> <http://ow.ly/L8oy30ISxUg>



簡潔なフレーズで投稿する

※ユーザーのフィード内では、全角312文字以内であれば

折り返し表示(もっと見る)されない

出典元：横浜ベイシェラトンホテル&タワーズフェイスブック公式アカウント
URL) <https://www.facebook.com/YokohamaBaySheraton>

投稿画像のクオリティー ～Instagramの改善イメージ

改善余地があるケース



「いいね！」 46件

If your stay in Okinawa coincides with a summer festival somewhere in Okinawa, look for a Goldfish Scooping booth!

画質が低い、クオリティーの改善余地がある画像を投稿

上手に活用しているケース



「いいね！」 1,440件

parkhyatttokyo "It's never too early for @ruinart 🍷" - We were delighted to welcome @lexiconofstyle

プロのカメラマンによるハイクオリティー画像を投稿

出典元：パークハイアット東京Instagram公式アカウント
URL) <https://www.instagram.com/hyatt/>

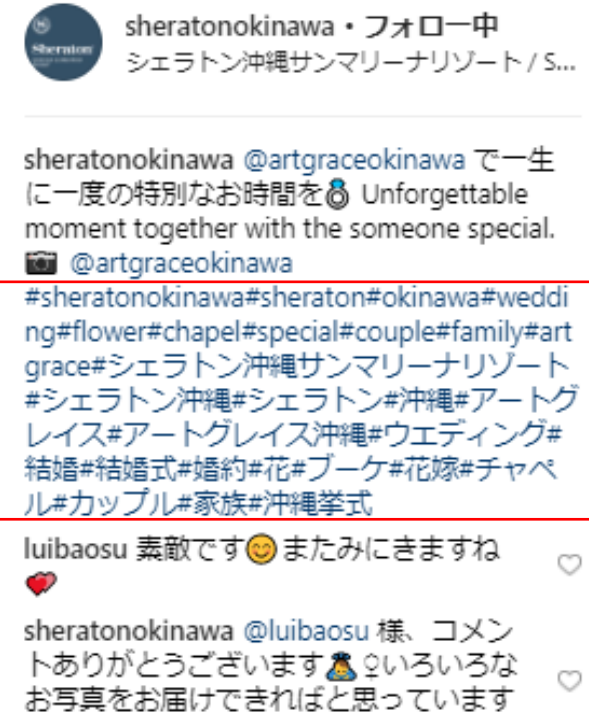
タグ活用 ～Instagramの改善イメージ

改善余地があるケース



人気の低いタグを活用かつオリジナルタグをメインで活用

上手に活用しているケース



人気タグを活用し、検索結果の表示確率を向上
(Instagramではタグ検索が主流)

出典元：シェラトン沖縄サンマリーナリゾートInstagram公式アカウント
URL) <https://www.instagram.com/sheratonokinawa/>

タグ活用 ～Facebookの改善イメージ

改善余地があるケース



「フルーツ王国うきは」からの太陽の恵たちを、スペシャルにお届けします!!
シャインマスカットを食べました!皮ごとパクンって口に入れるとパチンと弾ける音とともに、甘い香りと果汁がいっぱい広がって幸せいっぱいになりました。
この時季、太陽の光をいっぱい受けたフルーツが豊富に揃います。果物の美味しさをそのままに。素材を知り尽くしたパティシエがお届けする「プレミアムナイトデザートビュッフェ〜フルーツ王国うきは〜」を2日間限定で開催します。
開催日: 8月23日(木) 24日(金)
時 間: 19:00~20:30
料 金: ¥4,200 (税・サービス料込)



タグ未活用

上手に活用しているケース



Imperial Hotel / 帝国ホテル (Tokyo・Osaka・Kamikochi)

20時間前

◇帝国ホテル×とらや コラボレーション企画◇
5世紀にわたる「とらや」の伝統の技術によって作り上げられた特製の「餡」が帝国ホテルのパン職人が培った「パン生地」と出会いました。こし餡、つぶ餡、白餡にそれぞれに合うパン生地を選び抜いたこだわりの逸品です。11月30日(金)まで、帝国ホテル東京 ホテルショップ「ガルガンチュフ」にてお問い合わせいただけます。

◇詳しくはこちらをご覧ください。

https://www.imperialhotel.co.jp/_/_/toraya_anpan_autumn.html

#帝国ホテル東京 #帝国ホテル #とらや #ガルガンチュフ #ホテルショップ #スイーツ #日比谷

#imperialhotel #imperialhoteltokyo #sweets #hibiya #ginza #tokyo

#japan #travellermade #souvenir #gargantua



タグ活用し、投稿閲覧数を増加

出典元: 帝国ホテルフェイスブック公式アカウント

URL) <https://www.facebook.com/imperialhoteljapan>

多言語対応 ～Facebookの改善イメージ

改善余地があるケース



日本語テキストのみの投稿

上手に活用しているケース



日本語テキストのみの投稿

出典元：パークハイアット東京フェイスブック公式アカウント
URL) <https://www.facebook.com/ParkHyattTokyo>

多言語対応 ～Facebookの改善イメージ

改善余地があるケース



キャンペーン中心の投稿内容

上手に活用しているケース



スタッフ紹介、CSR情報、観光情報の投稿も実施し、 企業イメージ向上やファン増加を狙う

出典元：ヒルトン福岡シーホークフェイスブック公式アカウント
URL) <https://www.facebook.com/hiltonfukuoka>

キャンペーン施策 ～シェラトン沖縄のInstagramキャンペーン例

@Sheratonokinawa Instagram キャンペーン

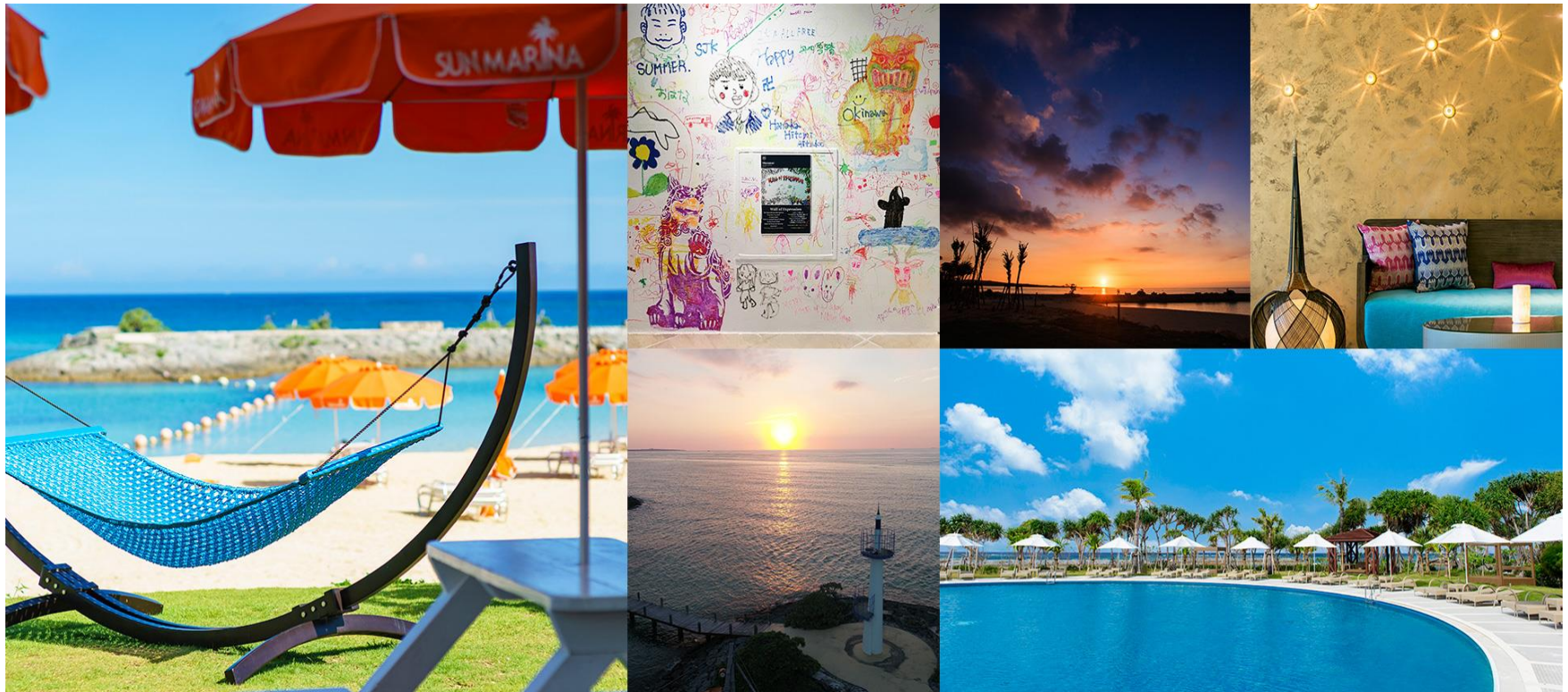
写真を投稿した人から抽選で、毎月 1 組にホテルペア宿泊券をプレゼント

参加方法

Step1 : 公式インスタグラムアカウントをフォロー

Step2 : シェラトン沖縄サンマリーナリゾートで写真撮影

Step3 : 撮影した写真に#sheratonokinawa #sheratonokitabi のハッシュタグをつけて投稿



出典元：シェラトン沖縄公式Instagramアカウント

URL) <https://www.instagram.com/sheratonokinawa/?hl=ja>

キャンペーン施策 ～福岡ANAクラウンプラザホテルのFacebookキャンペーン例

@福岡ANAクラウンプラザホテル Facebook キャンペーン

クラウンカフェのかき氷に投票し、投票した人から抽選で「クラウンカフェペアランチ券」をプレゼント

参加方法

Step1 : ANAクラウンプラザホテル福岡公式Facebookページを「いいね！」

Step2 : Facebook上で、3種類のかき氷の中から、一番好きなかき氷に投票

Step3 : ANAクラウンプラザホテル福岡公式Facebookページへ「応募しました」とメッセージを送信

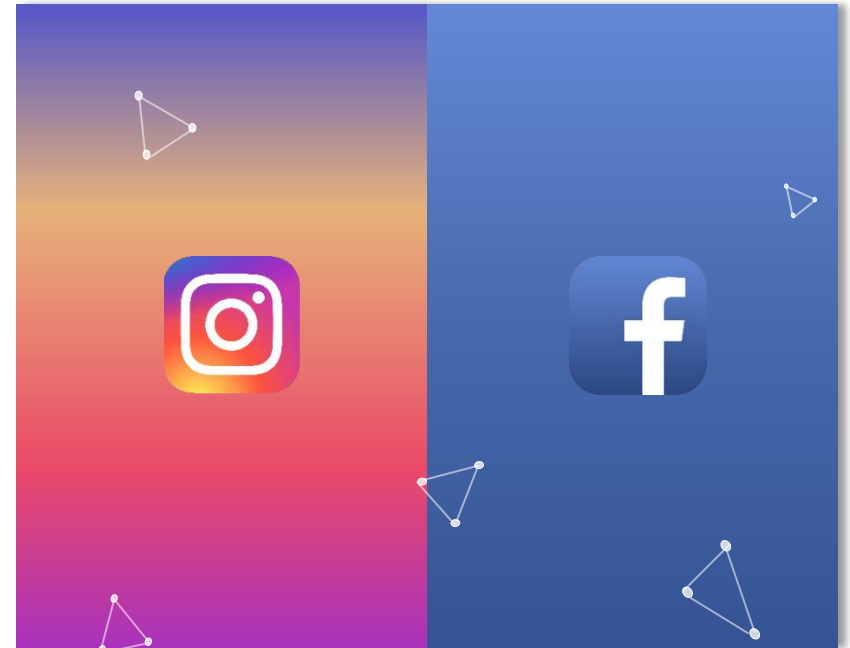


出典元：福岡ANAクラウンプラザホテルフェイスブック公式アカウント
URL) <https://www.facebook.com/ANACPFUKUOKA>

-
1. SNSの現状
 2. ホテルにおけるSNS活用比較と改善方法
 3. SNS改善施策例
 - 4. サマリー**

最後に、、、

- SNSは、10代～40代は勿論のこと、50代、60代にも普及が進んでおり、ホテルの顧客へのアプローチにSNSの活用は必須といえます
- SNS上でのエンゲージメント（フォロワー数、いいね！数）を伸ばすには、ホテルのブランド・認知のみではなく、SNSの適切な運用が大きく影響します
- SNSの運用においては、投稿内容の充実化、適切なタグ活用、適切な文字数、キャンペーンの告知はもちろん、アイキャッチとして時節のネタを合わせて、ホテル室内の様子、イベント時の様子、美味しそうな料理、美しい景色を紹介するなど、消費者に飽きられない柔軟な運用調整を継続することが重要です



INTLOOPについて

さまざまな経営課題の解決を支援するコンサルティング事業を主軸に、テクノロジーを駆使しビジネスモデルの変革を目指すデジタルトランスフォーメーション事業、システムの開発・導入を支援するテクノロジーソリューション事業、専門性の高い人材をご紹介する人材ソリューション事業の4事業を柱に事業を展開。

常にお客様の視点に立つことを第一義に考え、お客様の課題に対して最適なソリューションを提供し続けています。

お問合せ

下記フォームよりお問合せください。

<https://www.intloop.com/contact/general/>

記載の企業ロゴデザインについて

記載している企業のロゴ、商標は企業が提示しているガイドラインを確認したうえで記載しています。
デザイン、商標についての著作権は、それぞれの企業に帰属しています。

免責事項

この文書に記載されている情報は一般的なものであり、特定の個人や組織に対するアドバイスを提供するものではありません。掲載情報の正確さについてできる限りの努力をしていますが、その正確性や適切性を保証するものではありません。
何らかの行動をとられる場合は、本資料の情報のみを根拠とせず、専門家による適切な分析・アドバイスをもとにご判断ください。当資料を用いて行う一切の行為、被った損害・損失に対しては当社は一切の責任を負いかねます。予めご了承ください。
当資料の著作権は当社にあります。当資料の転載、流用、転売など、ダウンロードされたご本人様以外のご利用は固くお断りさせていただきます。