

利用者募集・求人につながる？

福祉事業所のInstagram導線 セルフチェックガイド



はじめに

Instagram、とりあえず投稿していませんか？

「Instagramを始めた方がいいと言われたから」「他の事業所もやっているから」

そんな理由でアカウントを作り、日々の活動やイベント、スタッフの様子、空き状況、求人情報などを投稿している。

でも、ちょっと考えてみてください。

**その投稿、
誰に見てほしいですか？**

**見た人に、そのあと
どうしてほしいですか？**

すぐに答えられなかったら、一度Instagramの「導線」をチェックしてみるのがおすすめです。

この資料では、利用者募集・求人につなげるために確認しておきたい**5つのポイント**を一緒にチェックしていきます。

まず知っておきたいこと

Instagramだけで集客しようとしなくていい

Instagramを始めたら、「フォロワーを増やさなければ」「毎日投稿しなければ」と考えてしまいがちです。
でも、Instagramではそれよりも大事なことがあります。
例えば、見学や問い合わせが目的の場合、



このように、Instagramを**事業所を知ってもらう「入口」**として考えることができます。

大切なのはフォロワーを増やすことだけではなく、

「知ってもらった後、どこへつなげるのか？」まで考えておくことです。

では、**あなたのInstagramは「知ってもらった後」の流れまでできているでしょうか？**

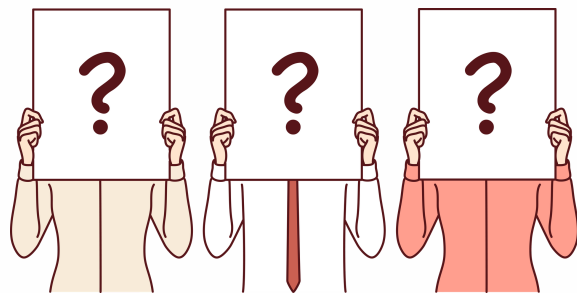
次のページから確認していきましょう。

Instagramを始める前の5CHECK

投稿を考える前にまず、この5つを整理しよう

CHECK 1

誰に届ける？



CHECK 2

何を伝える？



CHECK 3

プロフィール
に何を書く？



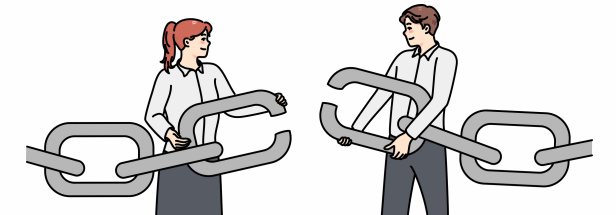
CHECK 4

どこへ
誘導する？



CHECK 5

募集・求人に
つなげる



読みながら、今のあなたの事業所のInstagramに当てはめて考えてみてください。

CHECK 01 誰に届ける？

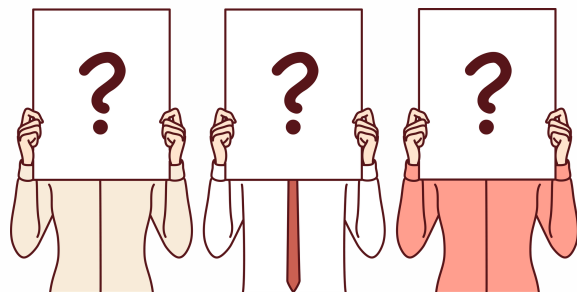
「みんなに見てほしい」では、伝わりにくい

まず考えたいのが、「このInstagramを誰に見てほしいのか？」ということです。

たとえば同じ福祉事業所でも、

CHECK 1

誰に届ける？



利用者募集が目的なら

地域で放課後等デイサービスを
探している保護者

求人が目的なら

福祉の仕事に興味があり、
地域で働ける職場を探している人

では、知りたいことがまったく違います。

たくさんの人に届けようとするほど、伝える内容は曖昧になりがちです。

まずは、

「この人に見てもらいたい」

と思える人を一人、具体的にイメージしてみましょう。

あなたのInstagramは「誰に見てほしいか」が決まっていますか？

☐ YES

☐ なんとなく

☐ 決まっていない



CHECK 02 何を伝える？

「私たちが伝えたいこと」だけになっていませんか？

誰に届けるかが決まったら、その人は何を知りたいのか？を考えてみます。
たとえば

CHECK 2

何を伝える？



利用を検討している保護者

「どんな支援をしている？」

「どんな雰囲気？」

「どんなスタッフがいる？」

「うちの子にも合いそう？」

「見学はできる？」

福祉施設で働きたい人

「どんな仕事をする？」

「どんな人が働いている？」

「未経験でも大丈夫？」

「どんな働き方ができる？」

「職場の雰囲気は？」

発信のヒントは「**届けたい相手が知りたいこと**」の中にあります。

「今日は〇〇をしました」という活動報告だけではなく、
相手の疑問や不安から発信内容を考えることが大切です。

届けたい相手が「知りたいこと」から投稿内容を考えていますか？

☐ YES

☐ なんとなく

☐ 考えてない

CHECK 03 プロフィールに何を書く？

初めて見た人にも「何の事業所か」伝わっていますか？

投稿を見て興味を持った人が、次に見る場所のひとつがプロフィールです。

ところが、事業所名だけでは、**初めて見る人には何をしている場所なのか**分からないこともあります。

プロフィールを見たときに、

何の事業所？

何を発信
してる？

どこに
ある？

どんな実績？
(いつから？)

予約や応募は
どこから？

が伝わるか確認してみましょう。

プロフィールは単なる事業所紹介ではなく、「**このアカウントは自分に関係ありそう**」
と思ってもらい、次の行動へつなげる場所でもあります。

初めてプロフィールを見た人に「何の事業所か・どこにあるか・誰向けか」が伝わりますか？

☐ YES

☐ ちょっと不安

☐ 伝わってないかも

CHECK 3

プロフィール
に何を書く？



CHECK 04 どこへ誘導する？

Instagramの「その先」を作ろう

せっかく投稿を見て、「ここ、良さそう」「もう少し詳しく知りたい」と思ってもらえても、次に何をすればいいのかわからなければ、そこで終わってしまいます。

だからこそ、**Instagramを見た後に「どこへ行ってもほしいのか？」**を決めておきます。

例えば

ホームページ



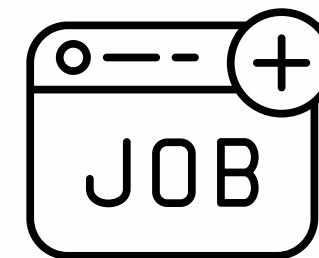
事業所について
詳しく知ってもらう

問い合わせ
フォーム



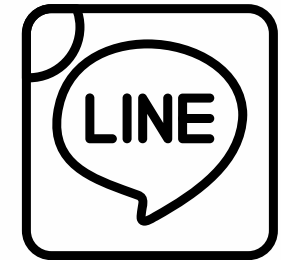
実際の相談に
つなげる

採用ページ



仕事内容や条件を
詳しく伝える

公式LINE



相談や問い合わせに
つなげる

Instagramですべてを説明する必要はありません。

Instagram → 詳しい情報 → 行動 という流れを作っておくことが大切です。

Instagramを見た人が次にどこへ進めばいいかわかりますか？

☐ YES

☐ なんとなく

☐ わからない

CHECK 4

どこへ
誘導する？

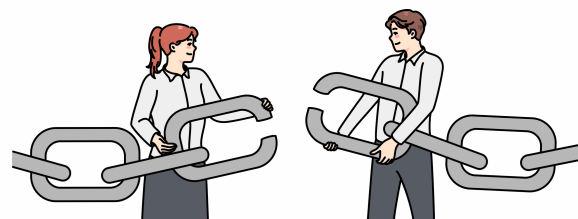


CHECK 05 利用者募集／求人につなげる

ここまで整理したものを、一本につなげてみましょう。

CHECK 5

募集・求人につなげる



利用者募集が目的なら

誰に

地域で事業所を
探している保護者

何を

支援内容・雰囲気・
スタッフなどを発信

プロフ

対象・地域・特徴を
伝える

どこへ

ホームページ・見学案内へ

求人が目的なら

地域で福祉の仕事を
探している人

仕事内容・働く人・
職場の雰囲気などを発信

どんな職場なのか伝える

求人ページ・問い合わせへ

同じInstagramでも、目的が変われば「誰に・何を伝え・どこへつなげるか」も変わります。

Instagramから「見学・問い合わせ・応募」までの流れができていますか？

☐ YES

☐ 途中まで

☐ できていない

5つのCHECK

あなたの事業所はいくつ「YES」でしたか？

4～5個

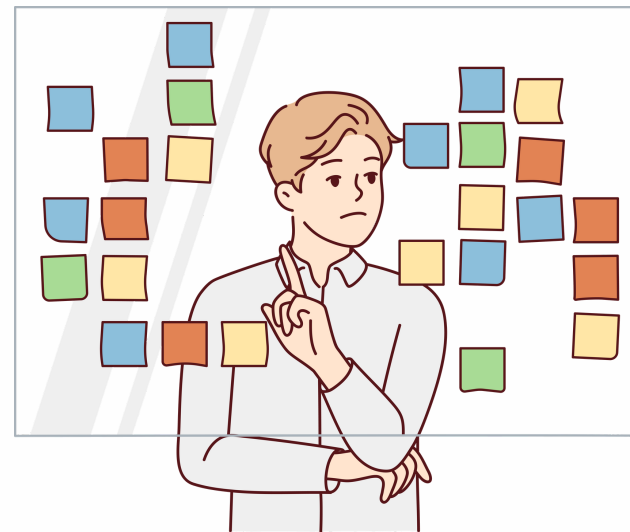
導線はかなり
整理できています◎



あとは実際の投稿内容やプロフィールが、**届けたい相手に伝わっているか確認**しながら運用していきましょう。

2～3個

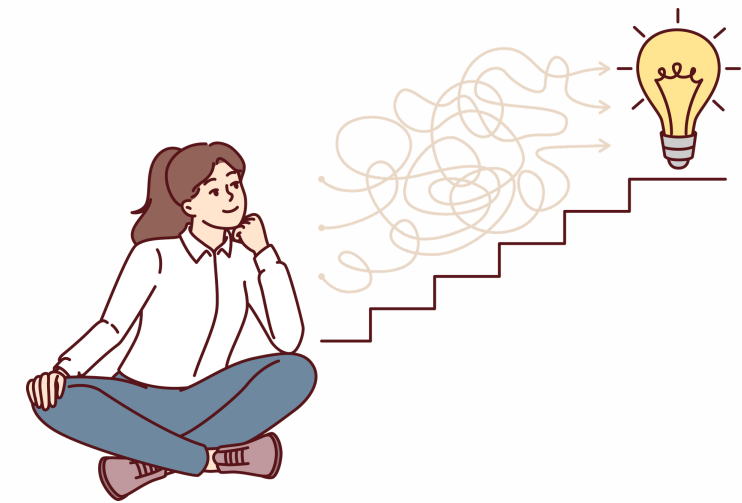
あと少し！



投稿を増やす前に、**迷った項目を一度整理**してみると発信する内容も考えやすくなります。

0～1個

まずは「投稿」より
「導線」から。



何を投稿するかを考える前に、**誰に・何を伝えて・どこへつなげるのかから整理**してみましょう。

まとめ

今回「なんとなく」「ちょっと不安」があったところは、今のInstagramを見直すヒントです。

Instagramというと、「何を投稿しよう?」「どんなデザインにしよう?」「リールもやらなきゃ」と、つい投稿そのものに目が向きます。

でも、その前に、



を整理してみてください。

この軸が決まると、「何を投稿すればいいのか」も少しずつ見えてきます。

最後に

「プロフィール、ちょっと不安…」があった方へ

セルフチェックしてみて、「**自分では判断しにくい**」と感じたところはありませんでしたか？
特にプロフィールは、毎日見ている自分たちでは「**初めて見る人にどう見えるか**」が意外と分かりにくいものです。

そこで現在、

＼Instagramプロフィール **無料診断 実施中**／

「**何の事業所か**」「**誰に向けたアカウントか**」「**次の行動につながるか**」など、
初めて見る人の視点からプロフィールをチェックします。
ご希望の方はLINEで「**診断**」と送ってください。

にゃデザインでは、福祉事業所の「伝える」を一緒に考えています。
Instagramだけでなく、ホームページ・LP・チラシ・パンフレット・名刺など、目的に合わせた広報物の制作も行っています。お気軽にご相談ください。