SNS を活用したキャンペーンの実施報告

○石川　未奈海
（横浜市立よこはま動物園）

昨今、インターネットの普及に伴い、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）の利用者も増加傾向にある。この背景から、様々な企業や施設では公式 SNS アカウントを開設し運用を行っている。

よこはま動物園でも SNS を運用しており、日々の動物たちの様子やイベント情報などを発信し、8 万人をこえるフォロワーを獲得している。

よこはま動物園の公式 SNS アカウントのフォロワーを対象に、SNS を活用したキャンペーンを 2 つ考案し、実施した結果、多くの参加者がいたキャンペーンとそうでないキャンペーンがあった。

それぞれのキャンペーンを分析した結果、成功したキャンペーンの題材はよこはま動物園のフォロワーの特性とあっており、参加へのハードルが低かったと考察した。

今後、SNS を活用したキャンペーンを行う際には、よこはま動物園の SNS フォロワーの特性などを考慮し行うことで、さらなる発展が見込まれると考えられる。

しかしながら、SNS という匿名性の高い媒体で行うキャンペーンというのは様々な事象を考慮して行う必要があり、成功した場合のメリットと運営上の労力、不測の事態によるデメリットなどすべて鑑みて実施していく必要がある。