

# 令和5年度 Instagram運用について

広報・宣伝部

# 令和4年 投稿例

校内風景



令和4年度：累計投稿数53

キャリア



発行物紹介



## 令和4年度より

令和4年度は、投稿数が53(4投稿/月)で、学科行事や校内の様子などを主に投稿。学内の行事やイベントの告知ではなく、高校生向けに学内の情報を発信。100以上のいいね！数がつく投稿もあり、現在も多くの方に見られている。

## 令和5年度より

### 【目的】

東京家政大学をはじめ学園全体の情報発信ツールとして、多種多様な情報発信を行い、本学に理解を深めてもらうことを目的とする。

原則、ターゲットは受験生としているが、学園全体の情報を広く社会に発信することで、幅広い魅力を届け、興味・関心の創出、東京家政大学ファンの拡大、PRとブランディングにつなげ合わせて志願者数増を図る。

### 【2023年度の取り組み】（昨年度からの改善点）

今年度は、「大学の“今”を発信する」を目標に掲げ、昨年度以上のPRに注力。また、10月より、投稿やストーリーズにて【1日1投稿】に取り組んだ。結果、投稿数は昨年度53件に対し、今年度122件(※2024,1,30現在)と大幅に増加している。

コスタントに情報を発信し続けたことで、年度初めよりフォロワー数が急激に増加し、多くのフォロワー獲得に成功した。

学校行事



# 令和5年度 新たな掲載内容

「東京家政大学」の知名度を高めることを目的に、学園内の多様な教育活動や学生生活の投稿頻度を高めた。10月より毎日の投稿も開始。



## 各学科の取り組み

【造形表現学科】十条駅前仮囲いアートプロジェクト・  
【服飾美術学科】アップサイクルファッションショー・  
【環境教育学科】ハブラシリサイクルプロジェクト など

HPだけでは情報を得られない学外での活動を中心に広報。学生の地域や企業への貢献を広報。



## 学内の紹介

キッチンカーの紹介・幼稚園運動会・サンタが来る日・避難訓練・消防演習・卒寮を祝う会 など

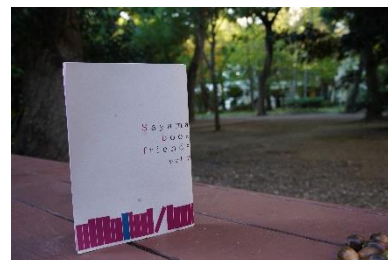
外からは見えない大学の日常風景を載せ、学園内の雰囲気をもっと多くの人に広く感じてもらいながら、受験生には、大学生活をよりリアルに想像してもらう。



## 企業とのコラボ

株式会社ベルクとの共同開発・東洋水産株式会社との共同開発・東武チャレンジザグルメ・株式会社東京フーズとの商品開発・無印良品絵本のポップ作り・痴漢撲滅キャンペーン・など

ヒューマンライフ支援センターや各学科の協力を得て、企業とのコラボ企画を広報。双方でタグ付けをした投稿を発信し、新たな層へのアプローチにつながった。



## 書籍の紹介

Sayama book friends・細田先生出版書籍 など

学生がボランティアとして作成した冊子の紹介、先生方の書籍の紹介。受験生や保護者だけでなく、一般の方に向けての情報として発信。



## イベントの告知

緑苑祭各学科シンポジウム・親子で楽しむ！おもしろ防災デイキャンプ・くるくるパークin Itbashi SDGsマルシェ・博物館シンポジウム など

イベントポスターを使用した告知のみから、参加しやすくするためにQRコードやURLを添付することで、参加まで結びつけることにつながった。



## 活躍する学生

水泳同好会「菅家さん」・国際学会受賞「岩崎さん」など

個人で成果を出している学生をピックアップ。学びの場だけでなく、課外活動等個人としての活躍の場もあることを広報。

## 令和5年度 受験生向け



### オープンキャンパス情報告知

7月・8月・12月の行われたオープンキャンパス情報を告知。「先輩からのメッセージ」として、オープンキャンパスに携わる学生から受験生へのメッセージも掲載。また、学科ごとに撮影した写真も添付することで、大学生活をよりイメージし東京家政大学に興味を持ってもらえるよう工夫。



### 高校生向け情報

高校1・2年生対象に行っている活動を紹介。学生ボランティアの活動も紹介。埼玉県立高等学校の学生を対象に、大学の概要説明やキャンパスツアーが実施された。



### 受験生に向けて

共通テスト、一般入試前に、アドミッションセンターが撮影した、受験生への応援メッセージを投稿。また、入学試験前後に受験生へ向けたメッセージなども投稿。

令和6年度から以下の内容を検討中です。ご意見ご要望をお寄せください。

### ○中高生の持つ“勉強垢”にアプローチ

近年、中高生の間では、勉強用SNSアカウントである“勉強垢”を活用し、大学や受験に関する情報収集が行われている。特にInstagramは、7割以上の学生が、勉強垢を持つといった調査結果も出ている。また、高校生・浪人生がSNSで得たい勉強に関する情報では、「大学(進学)情報」が約6割という回答も得ており、SNSでの情報発信の強化が求められる。

### 新企画 (予定)

- ・卒業生インタビュー
- ・在学生の受験ヒストリー
- ・留学記録(グローバル情報)
- ・受験生へ 応援メッセージ
- ・学生広報 企画

### 投稿例

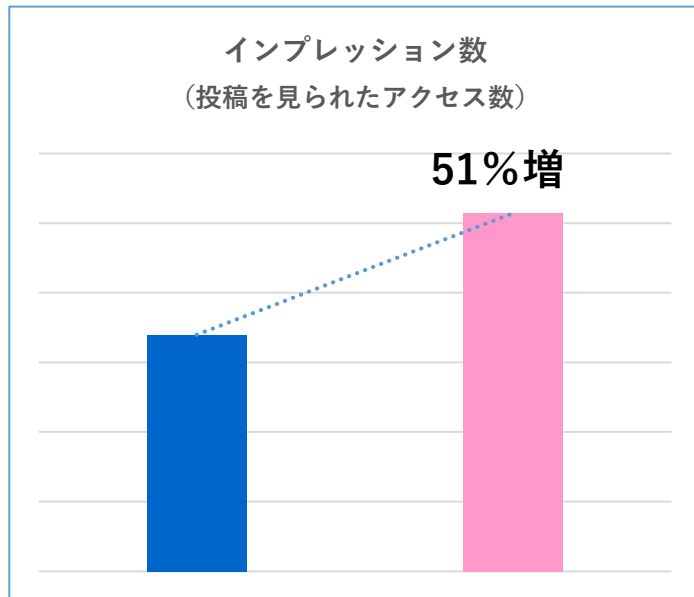
NJ大学	入試準備特集・推しキャンパス・学んだ建築家たち
TJ大学	進学ストーリー・在学生メッセージ・私とオープンキャンパス
AJ大学	学科6秒紹介・ナイト説明会・卒業までにやるべきこと
JJ大学	大学生のテスト勉強・レポートの書き方・入学前にすること
M大学	教授による解説・活躍する卒業生・公式キャラクターによる企画
H大学	社会で輝く卒業生・ResearchHighlight・グルメ、ゼミ紹介
MG大学	「MG大学の理由。」・キャンパス紹介・大学内の〇〇
J大学	入試変更集・教授紹介・Learning at Sophia・課外活動紹介

# ★数字で見るInstagramの効果

4月よりInstagramの活用を強化し数字が伸びてきた「9月」と更に、毎日活発に投稿を始めた今日までの数値の変化。

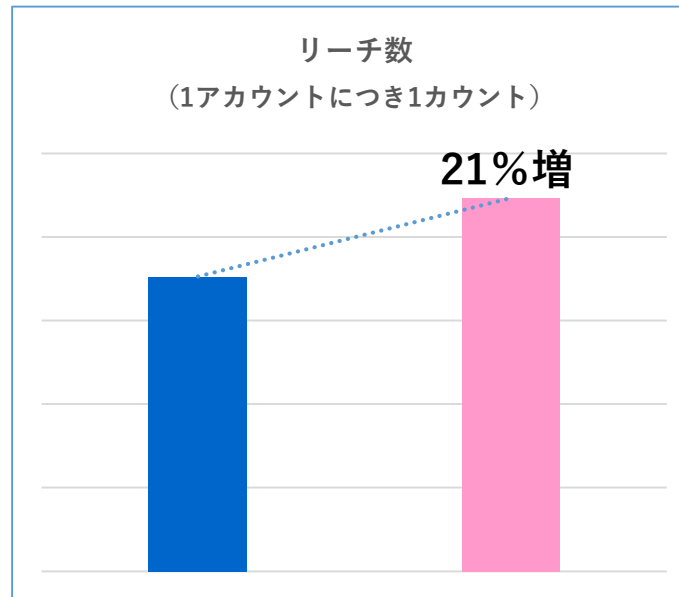
## ○インプレッション数

ユーザーの画面に東京家政大学の投稿が表示された回数のこと。同じユーザーの画面に2回表示された場合、インプレッション数は“2”になる。



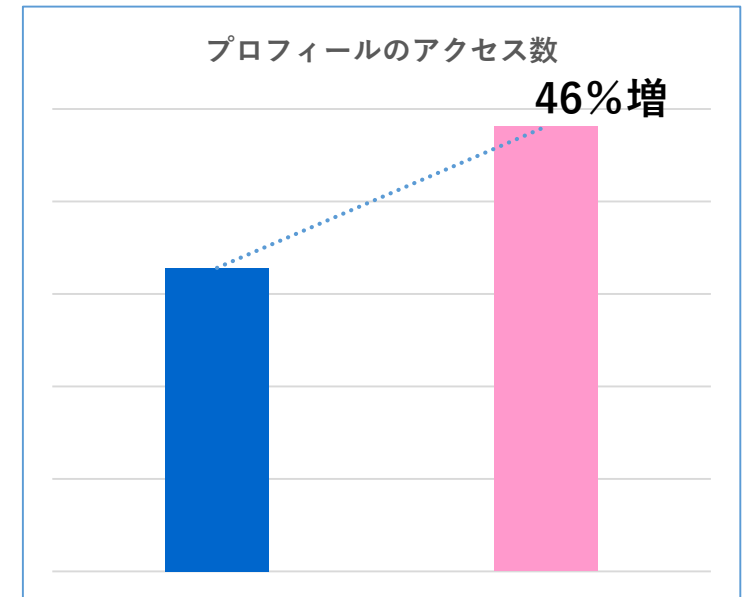
## ○リーチ数

投稿を見た人の数のこと。同じユーザーが2・3回と投稿を見ていたとしても、リーチ数は“1”となる。リーチ数が多くなるほど、いいね！やフォロワー獲得につながる



## ○プロフィールへのアクセス数

投稿を見た人のうち何人がプロフィールにアクセスしたかを示す数。フォローをするには、プロフィール画面を開く必要があるため、アクセス数が多くなるほど、フォロワー獲得につながりやすい。



## Instagramから、大学HPへの流入

【GoogleAnalytics 4 より】  
他大学に比べ、InstagramからHPへ流入する数が約2倍多い。また、1度流入すると、複数ページ見てもらえていることも分かる。  
(2022年11月～2023年10月まで)

	他大学A	東京家政大学
セッション数	389	669
ページビュー数	1.042	1.995

# 令和6年度に向けて

## 学園全体の広報

受験生や高校生といったターゲットを絞らず学園全体の広報を目指し、毎日の情報発信を継続していく。  
掲載内容は、今まで分類していなかった内容をカテゴリー分けし、コラージュ等で編集することでより見やすく分かりやすい情報発信に注力する。また、これまで統一されていなかったカラーについて、Kマークでも使用されている「コバルトブルー」をメインカラーとし、統一感かつ東京家政大学のInstagramをより印象付けられるものとしていく。  
本学の情報をより多く発信することで社会全体の知名度を高め、競合大学のInstagramも参考にしながら、東京家政大学の教育や学生の活動を伝えフォロワー数を増やすことを目的とする。

### 令和5年度の改善点

- 受験生に対しての投稿が少ない。
- 大学の広報がメインになっている。
- ビジュアル面での統一感がない。メインカラーや統一されたコラージュがなく、他大学と並んだ時に埋もれてしまっている。

### 新規企画案

#### ○内容をカテゴリーに分けて投稿。

→毎日投稿する中で、写真だけで内容が伝わるよう、カテゴリー別に分けて投稿。  
数ある投稿の中で埋もれ無いよう工夫していく。コラージュをするものは、東京家政大学の投稿だということが写真で伝わるよう、メインカラーを使用してコラージュをしていく。



コラージュ例(仮)

#### カテゴリー一覧 (★コラージュあり)

1★	入試「受験生向け」
2	学科イベント
3★	学科紹介「研究・カリキュラム」
4★	キャリア・就職
5★	国際交流「グローバル」
6	キャンパス風景
7	生涯学習・地域貢献・産官学連携
8	学生活動
9★	本学関連イベント

#### ○高校生向け企画の充実

→学科紹介や授業紹介を通して、大学内の情報を発信。また、在学生にインタビュー形式で、おすすめの勉強法や受験時の思いなどを取材。学生広報のメンバーとともに、高校生が気になる情報を研究しながら、志願者増を図る。

#### ○附置施設の広報を増やす

→令和5年度は、大学の情報を主に発信していた。令和6年度からは、大学の情報だけでなく、附属中学校・高等学校、幼稚園など学内全体の広報を目指していく。  
また、写真での投稿に比べて映像による投稿のほうが、閲覧数が高い傾向にある。そのため、10~30秒の映像を作成し、映像による投稿頻度を増やしていく。

# 令和6年度に向けてのお願い

令和5年度は、多くの皆様のご協力を得て、フォロワー数が急増しました。アクセス数も大幅に増加し、日々活発に動くアカウントとなりました。令和6年度も、さらなるフォロワーを獲得し、今以上に広報していくために、“発見タブ”により多く表示されるようにしていきたいと考えています。


発見タブに表示されるには、「1日を通してどれだけ活発にそのアカウントが動いていたか？」が基準になります。活発に動いているかの基準は様々ですが、主に以下3つのポイントが基準とされています。

## 発見タブに表示されるポイント

### ①フォロワーがアクセスしてくれたか？

フォロワーが、「投稿・ストーリーにいいね！をする」「プロフィール画面を見ているか」「リール投稿を見る」などといった行動を、どれくらいのフォロワーがしてくれているのが重要になります！

### ②東京家政大学の投稿を保存してくれたか？

フォロワーに関係なく、投稿を保存してくれた人が多くいるかで評価されます。投稿画面の右にある  ボタンを押すと保存され、何度も見返すことができます。

### ③投稿に統一感を出し、ジャンルを認知させる。

Instagramの運用において、ジャンルがバラバラのアカウントよりも統一感のあるアカウントの方が、伸びやすい傾向があります。そのため、Instagram側に、“中高生に対して表示させるべきアカウントだ！”と、認識してもらう必要があります。令和6年度は、前ページにも記載した、メインカラーを用いてコラージュし、ハッシュタグも工夫しながら投稿を行う予定です。

多くの方にフォローしていただき、ストーリーや投稿を毎日見ていただくことで、「東京家政大学」の魅力が、志望校に悩む中高生に届きます！これからも毎日様々な投稿をしていきます。

引き続きフォロー・いいね！よろしくお願いいたします。

