

Presented by GeoDesign



眼科スタッフ向け

Instagram活用講座

初心者ver



本日のゴール

今日1時間で目指すこと

なんとなく”投稿から“目的を持った発信”へ

信頼を損なわない安心な発信方法を知る

テンプレートで投稿案ができるようになる





自己紹介

26歳で起業し、WEBマーケティングコンサルタント歴 20年以上

専門分野

AIマーケティング
Webコンサルティング・Web制作
ビジネスの自動化と効率化

講師歴

セミナー・講演: 60回以上
浜松未来専門学校:
WEBマーケティング講師 (17年間)

成功実績

千葉県千葉市治療院：ひとり治療家の年収が1年で619万円→1,230万円。
静岡県浜松市部品工場：問い合わせ数が1年で40倍にアップ、受注率維持。
宮城県仙台市不動産：1年で建売住宅が安定的に月3件販売達成
→suumoなどの媒体を使わず。同規模県内1位



Instagramってどう使うの？



インスタの活用目的

地域での認知拡大

→ 新規の患者さんに医院の存在を知ってもらうため

医院の雰囲気や安心感の発信

→ 「怖くない」「話しやすそう」「清潔感がある」などの印象形成

信頼の構築（人柄・専門性の見える化）

→ 医師・スタッフの紹介、日常風景、患者対応の様子など

患者の来院促進（導線づくり）

→ プロフィール→LINE予約やWeb予約への誘導



インスタの活用目的

健康意識・予防医療の啓発

→ 正しい医療知識や季節の注意点、セルフケア情報などの発信

患者との継続的なつながり

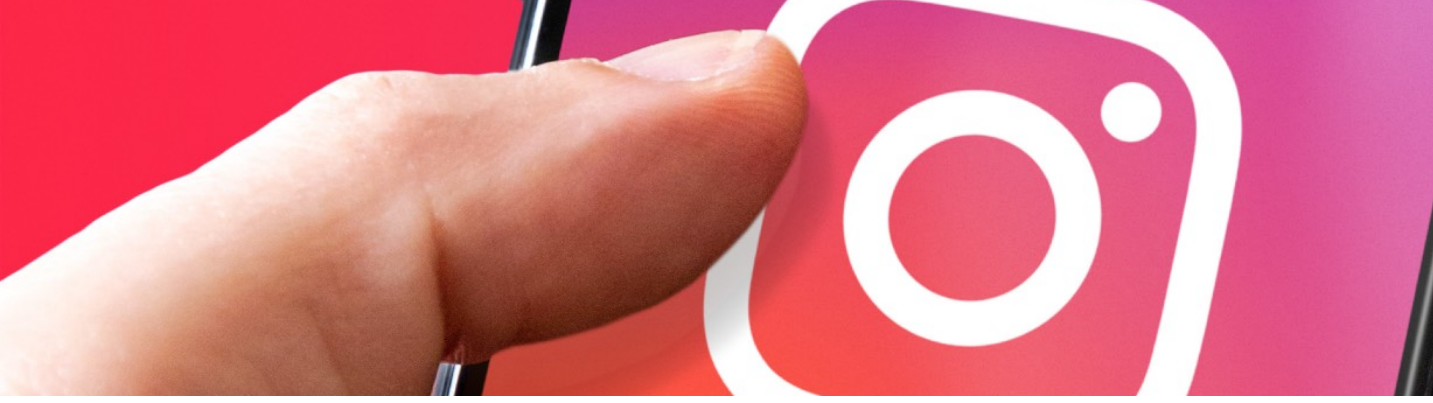
→ 通院後のサポートや再診への安心感、医院への親近感の醸成

採用・求人への活用

→ 院内の雰囲気、スタッフの声、教育体制などを発信して応募を促す

地域コミュニティとの交流・連携

→ 地域イベント参加報告、近隣学校や施設との協力紹介など



インスタの活用目的

なにを感じて

どんなアクションを取ってもらおうか

これが一番大切



インスタが選ばれる理由

65%

20～40代が
「病院選びで
SNSを参考に
したことがある」

75%

「写真の印象」
で医院を判断



予約導線が
つくれる



無料で使える



“雰囲気伝わる”
から採用に使える

参考：MMD研究所 2023

だから今、Instagramが選ばれています！



基本ルール：安全な投稿とは？

大切なのは“患者さんの安心”

【1】写真・動画のチェック

- カルテや予約表が写っていないか確認
- 患者さんの顔や個人情報が入り込んでいないか

【2】治療内容の表現

- 「必ず治る」「100%効果あり」などの過剰表現に注意
- 事実ベース+やさしい表現で安心感を伝える

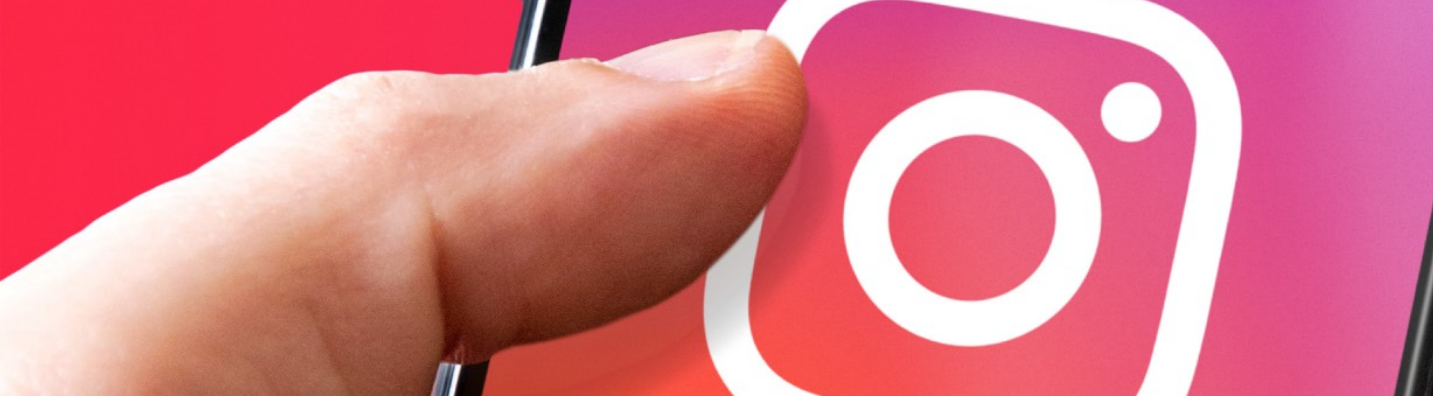
小さな配慮が、大きな安心と信頼につながります。



NG/OK投稿クイズ

この投稿はNG? or OK?





NG/OK投稿クイズ

クイズ①：効果の言い切り表現

この治療をすれば、視力が必ず回復します！

NG/OK投稿クイズ

クイズ①：効果の言い切り表現

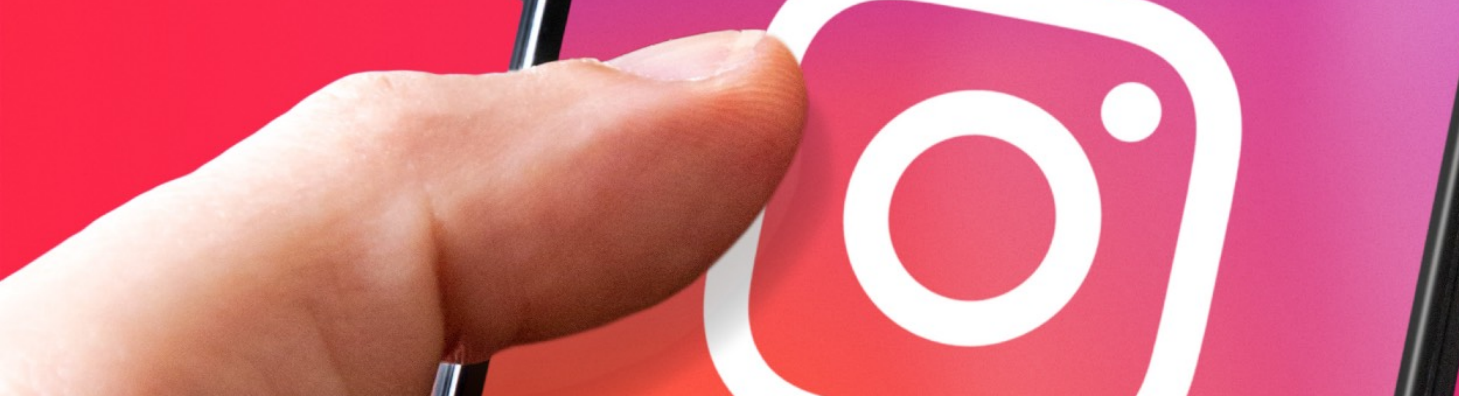
この治療をすれば、視力が必ず回復します！

NG



医療行為の結果には個人差があるため、「必ず」「100%」「治ります」といった断定表現は避ける必要があります。

→ 「多くの方が改善されています」や「症状に応じて対応します」のように柔らかく伝えましょう。



NG/OK投稿クイズ

クイズ②：写真の写り込み

**先生が患者さんと笑顔で話している診察室の写真。
背景にPC画面と予約ボードがしっかり映っている。**

NG/OK投稿クイズ

クイズ②：写真の写り込み



先生が患者さんと笑顔で話している診察室の写真。
背景にPC画面と予約ボードがしっかり映っている。

NG

背景に**個人情報（予約表・PC画面など）**が映っているのはNGです。たとえ患者さんの顔が見えていなくても、**情報漏えいリスクが高いため避けるべきです。**

→ **撮影前後に、必ず背景を確認しましょう。**



NG/OK投稿クイズ

クイズ③：院内の飾りとスタッフ紹介

写真：受付の五月飾りと、笑顔のスタッフ

投稿文：「受付に季節の飾りが登場しました🐟🐠

〇〇さんが飾ってくれました。皆さん、
ぜひ見に来てくださいね！」

NG/OK投稿クイズ

クイズ③：院内の飾りとスタッフ紹介

写真：受付の五月飾りと、笑顔のスタッフ

投稿文：「受付に季節の飾りが登場しました🐟🐠

〇〇さんが飾ってくれました。皆さん、ぜひ見に来てくださいね！」

この投稿は個人情報の写り込みもなく、**スタッフの同意があればOK**です。医院の雰囲気・人柄・季節感が伝わる良い例で、患者さんにも親しみを持ってもらえます。



NG/OK投稿クイズ

クイズ④：患者の手元と診察器具

写真：子どもの手元に器具を当てて視力検査している様子。顔は映っていない。

投稿文：「〇〇くん、今日は上手にできました👏」

NG/OK投稿クイズ

クイズ④：患者の手元と診察器具

写真：子どもの手元に器具を当てて視力検査している様子。顔は映っていない。

投稿文：「〇〇くん、今日は上手にできました👏」
よりのグレー

たとえ顔が映っていなくても、手元や状況から個人が特定できる可能性がある場合は注意が必要です。また「〇〇くん」と名前を出しているのも個人情報扱いとしては避けるべきです。

→ 撮影許可と投稿許可を個別に得ていない場合はNG扱いにするのが安全です。



NG/OK投稿クイズ

クイズ⑤：症例紹介としての投稿

最近はお子さまのスマホ使用による近視のご相談が増えていきます。先日も〇〇市から来院されたお子さんが…（以下、症状や対応経過の記述）



NG/OK投稿クイズ

クイズ⑤：症例紹介としての投稿

最近はお子さまのスマホ使用による近視のご相談が増えていきます。先日も〇〇市から来院されたお子さんが…（以下、**症状や対応経過の記述**）

よりのグレー

「最近増えている」という全体傾向はOKですが、“市区町村”や具体的な来院状況が加わると、特定可能性が高くなるためNGです。



NG/OK投稿クイズ

NGは“**やってはいけないこと**”ですが
何がNGかを知って、しっかり対策できることが大切。
大事ななのは、“**個人が特定されないようにする**”
という意識です。



投稿のコツ：テンプレートと構成



インスタ投稿の型

**Instagram投稿は
型を覚えると楽**



インスタ投稿の型

共感型投稿

→ 読者の“あるある”に共感して心をつかむパターン

ストーリー型投稿

→ ちょっとした日常エピソードを切り取るパターン

「知ってるつもり」への気づき型投稿

→ 多くの人误解していることを逆転で伝えるパターン



インスタ投稿の型

共感型投稿

読者の“あるある”に共感して心をつかむパターン

「スマホばかり見てて、目が悪くならないか心配で...」
お子さんに対して、そんな風に思ったことはありませんか？
近くのものばかり見ていると、確かに目の負担は大きくなります。
当院では、目にやさしい生活習慣のアドバイスもしています👁️✨

ポイント

- 1文目で“保護者あるある”を提示し共感を誘う
- その後に軽く医療情報を入れて、「行ってみようかな」を促す構成



インスタ投稿の型

ストーリー型投稿

ちょっとした日常エピソードを切り取るパターン

ある日、受付で「お姉ちゃん、またここ来たね」って、5歳くらいの女の子が言ってくれました😊

小さなお子さんでも、安心して通える場所になれているのかなと私たちも嬉しくなった瞬間でした。

そんな小さな“ほっこり”が、今日も院内で起きています🌿

ポイント

- エピソードで“人柄”や“空気感”が伝わる
- 商品や治療の宣伝がなくても、医院の信頼・安心感が自然に伝わる



インスタ投稿の型

「知ってるつもり」への気づき型投稿

多くの人が誤解していることを逆転で伝えるパターン

【ブルーライト＝目に悪い、と思っていませんか？】

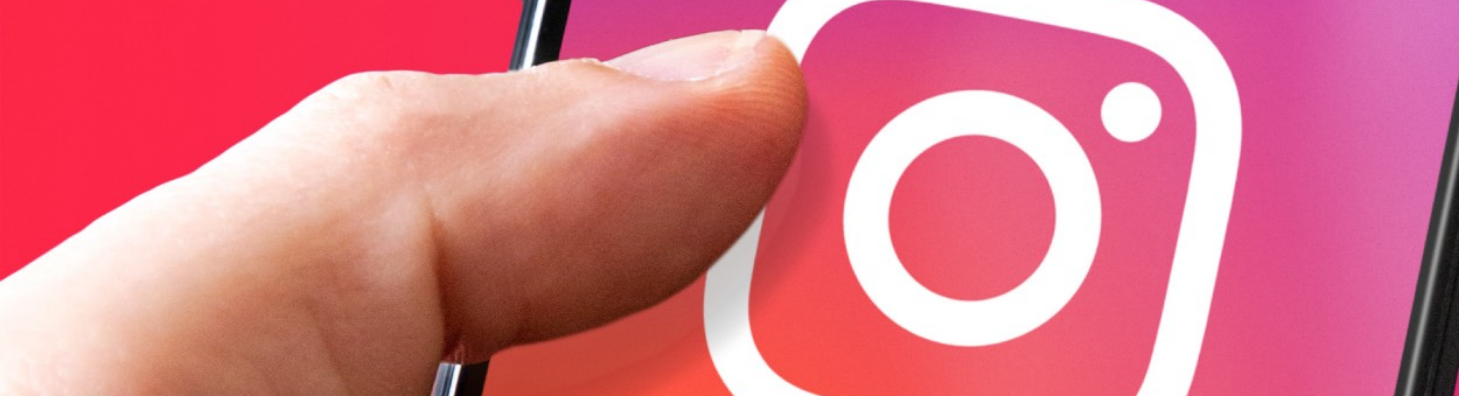
実は、科学的には“ブルーライトが目を直接傷つける”という明確な証拠はまだありません。本当に気をつけたいのは、“寝る前のスマホ習慣”。

睡眠の質が下がり、それが目の不調につながることも...！

ちょっと意外な真実、知っておきたいですよね🕶️

ポイント

- 「え、そうなの？」という意外性が読み手の興味をひきつける
- 正しい知識への誘導と、医院の信頼感アップを両立できる



写真の選び方

写真は**第一印象を決める**大事な要素



写真の選び方

NG要素に注意する

→ 安心感＋信頼感を得るための最重要項目です。

自然光を使う

→ 窓際などの自然光が、肌や表情を明るく・清潔に見せてくれる

笑顔・やさしい表情

→ 医師やスタッフの人柄を伝える最強のツール。

無理のない笑顔を大切に



写真の選び方

清潔感がある構図

→ 白を基調にした背景、整った机まわりなど。衛生感が伝わる

伝えたいことを“1つ”に絞る

→ 画角に余計な情報を入れず、「伝えたい主役」を明確に

“人”と“空間”のバランス

→ 人だけでなく、受付や季節の装飾、待合室も好印象の素材に

文章は“お知らせ型”よりも“会話型”

悪い例

お知らせ型・一方通行

最近、子どもの近視が増えています。
当院では視力検査を行っています。
お気軽にお問い合わせください。

問題点

- ・ 事実だけを伝えていて、読み手との“つながり”がない
- ・ 感情や会話の流れがなく、“広告感”が強くなってしまいう

良い例

共感・会話型

「最近、子どもがテレビに近づいて見てる気がする...」
なんて感じたことありませんか？
実はそれ、視力のサインかもしれません👁️👁️
当院では、お子さんにもやさしい視力チェックを行っています♪

ポイント

- 「あるある」の状況から入り、共感を呼び起こしている
- 質問形式で読み手の心に“引っかかり”をつくっている
- 文末でサービス紹介に自然につながっている



ハッシュタグの基本

タグは“**見つけてもらうため**”
の道しるべ



ハッシュタグの基本

**ハッシュタグは 1投稿につき10~15個が目安
(最大30個までOK)**

投稿文の最後にまとめて書く / コメント欄に入れるのも可

**英語・カタカナ・漢字・ひらがなはすべて別タグとして認識される
(例：#眼科 と #がんか は別)**



ハッシュタグの基本

地域タグ：#浜松市眼科 #静岡の病院 など

→ 近隣住民の検索に対応。最も来院につながりやすいタグ

診療科目タグ：#眼科 #視力検査 #コンタクト処方

→ 興味関心のある人にリーチ。認知拡大の基礎

悩み・症状系タグ：#子どもの目が悪い #ドライアイ対策 #花粉症と目

→ 共感・検索されやすい「あるある系」の入り口に

共感・親しみ系タグ：#やさしい先生がいる眼科 #今日のひとコマ

→ 人柄や雰囲気伝える“ファンづくり”に有効

シーズン系タグ：#春の花粉症 #夏の紫外線対策 #年末年始の診療

→ 時期に合わせて更新しやすく、トレンド感も出せる

投稿前に

“誰に何を伝えたいのか”

を意識する



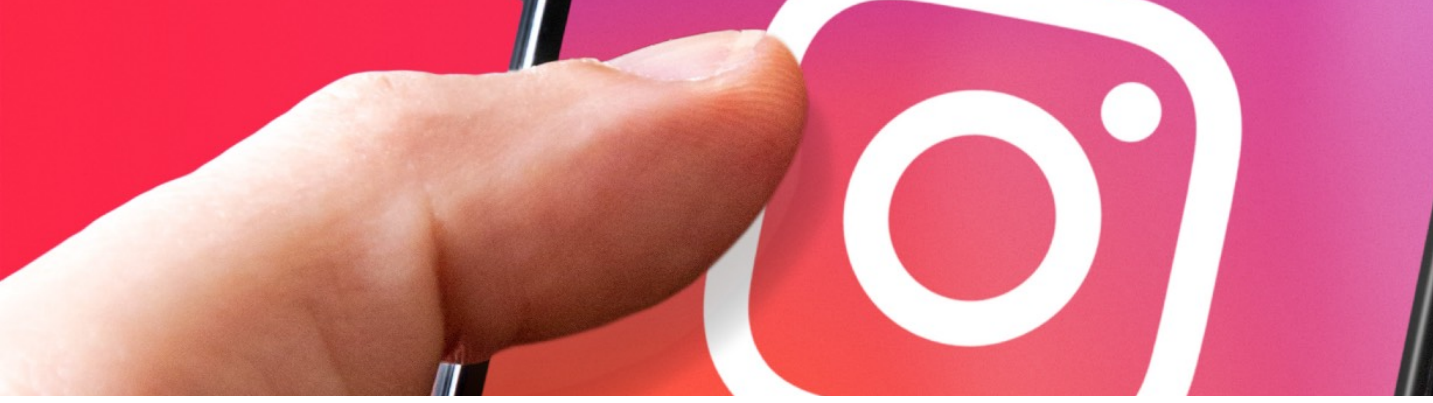


導線と目的：来院につながる流れを知る



最も重要な動線設計

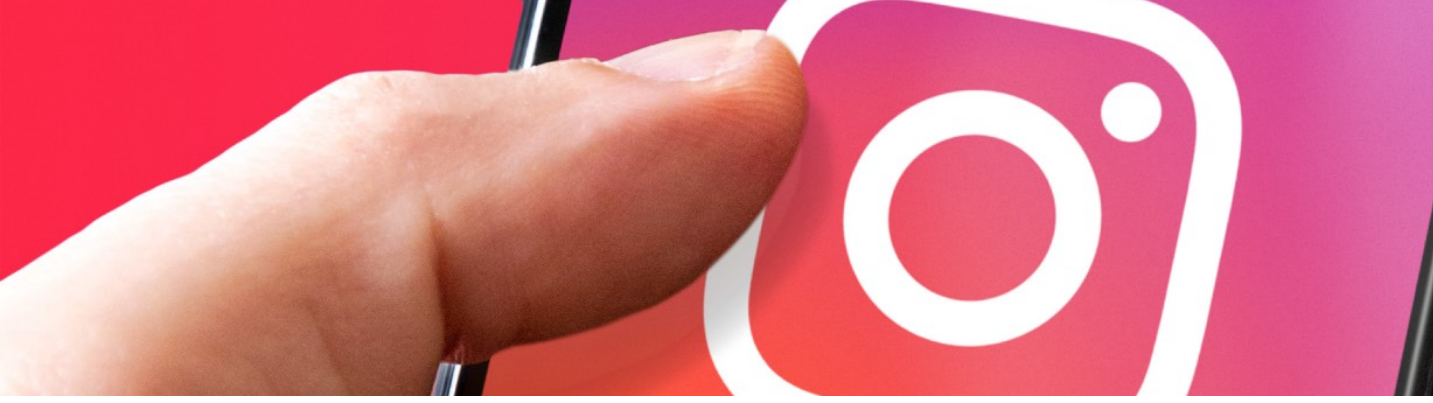
**Instagramは投稿だけして
終わりではない**



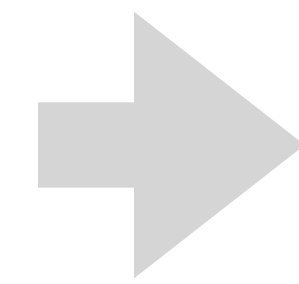
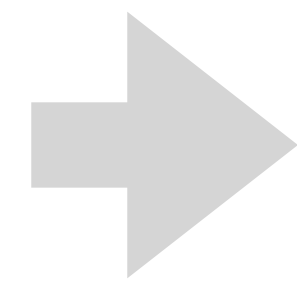
最も重要な動線設計

大切にことは
見ている人に

“アクションしてもらおう”こと



最も重要な動線設計



プロフィールは“医院の名刺”

あなたにとって私たちは・・・

- どんな医院なのか
- どこに案内したいのか
- リンクは必ず入れる

安心してアクションできるプロフィールを目指す



実践ワーク



投稿案を考えてみる

3つのパターンから考えてみる

- 共感型投稿
- ストーリー型投稿
- 「知ってるつもり」への気づき型投稿

どんな写真・タイトル・本文を書いてみてください。



まとめ



今日のポイント

目的を明確に。

安心・信頼を守る。

無理なく続ける。





明日からできること

プロフィールを見直す。

テンプレを1つ真似して投稿してみる。

投稿しやすい雰囲気をもみんなで作っていきましょう

インスタで実績を出すためには戦略設計が重要

- 全体戦略設計
- 投稿戦略
- 動線設計
- 投稿サポート
- 分析 / 改善レポート


インスタサポート

		フォロワー数	インプレッション	リーチ数			投稿				反響		リール					反響総数	平均反響	
				合計	フォロワー	フォロワー以外	新規リーチ率	投稿数	いいね	コメント	保存	反響総数	平均反響	当个数	いいね	コメント	シェア			保存
2024	1月	661	2,477	950	456	494	52.00%		386	0	3				0	0	0	0		
	2月	669	2,665	893	342	551	61.70%		394	0	5				1	0	0	0		
	3月	672	2,383	893	404	489	54.76%		270	0	2				2	0	0	0		
	4月	678	6,498	1,019	525	494	48.48%		688	11	3				3	0	0	1		
	5月	804					#DIV/0!													
	6月	953	9,090	1,558	667	891	57.19%		1,900	19	8				0	0	0	0		
	7月	1,145	14,965	2,723	765	1,958	71.91%		2,765	84	28				0	0	0	0		
	8月	1,191	10,846	1,964	629	1,335	67.97%		2,119	26	7				0	0	0	0		
	9月	1,274	11,468	1,623	766	857	52.80%		1,996	43	1				172	1	0	0		
	10月	1,294	12,719	3,245	863	2,382	73.41%	12	2,065	15	6	2,086	174	1	163	0	0	0	163	163
	11月	1,324	15,039	2,389	924	1,465	61.32%	11	1,925	27	9	1,961	178	0	119	0	0	1	120	#DIV/0!
	12月	1,355	7,487	1,847	767	1,080	58.47%	3	536	14	2	552	184	3	457	0	0	6	463	154
2025	1月	1,517	346,601	179,792	1,078	178,714	99.40%	4	1,621	5	11	1,637	409	2	432	1	1	3	437	219
	2月	1,562	14,705	4,980	1,026	3,954	79.40%	10	1,556	5	9	1,570	157	3	420	1	1	3	425	142
	3月	1,578	9,237	1,693	1,293	400	23.63%	7				0		0						

GA4	HP移行率	HPでの反	CVR : HP

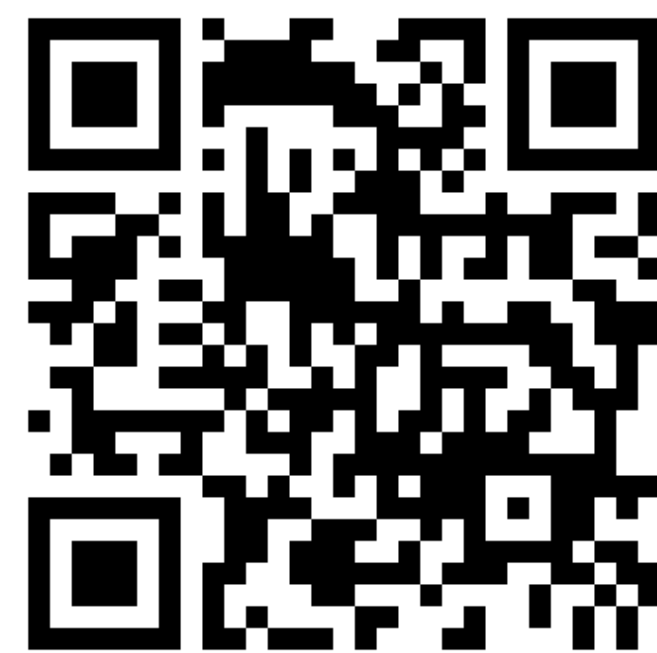
187	19.68%	6	0	0	0	6	3.21%	0	0.00%			
228	25.53%	47	0	0	0	47	20.61%	0	0.00%	リンク先をlit.linkに変更		
145	16.24%	7	0	0	0	7	4.83%	0	0.00%			
540	52.99%	19	0	0	0	19	3.52%	0	0.00%			
	#DIV/0!					0	#DIV/0!	0	#DIV/0!			
672	43.13%	17	0	0	0	17	2.53%	0	0.00%			
704	9.56%	33	0	0	0	33	4.16%	0	0.00%			
1,028	30.81%	20	0	0	0	20	3.30%	0	0.00%	リンク先をECサイトに変更		
563	34.69%	50	0	0	0	50	8.88%	12	24.00%	LINEタップ4 / メルマガ8		
355	10.94%	9	0	0	0	9	2.54%	0	0.00%			
643	26.92%	39	0	0	0	39	6.07%	6.07%	0	0.00%		
553	29.94%	37	0	0	0	37	6.69%	45	8.14%	0	0.00%	makuakeは計測していない
1,587	0.88%	77	0	0	0	77	4.85%	71	4.47%	0	0.00%	
629	12.63%	20	0	0	0	20	3.18%	27	4.29%	6	22.22%	購入 : 1 / LINE : 2 / メルマ
344	20.32%	17	0	0	0	17	4.94%	10	2.91%	0	0.00%	

一目でわかる反響表の作成



インスタサポート

御社とチームをつくり
Aiマーケティングで
インスタ運用する
お手伝いもできます。



↑ ご相談はこちら ↑



質疑応答

