

公社賃貸住宅の知名度や認知度、公社組織のブランド力の向上を図るとともに、新しい情報発信のツールとして、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)を活用している。令和6年8月より、視覚的な訴求効果が高く公社賃貸住宅のメインターゲットである新婚・子育て世帯、中堅層世帯の利用率が高い「Instagram」の運用を開始し、キャンペーンや学生リノベーション住宅の宣伝広告等を行っている。また同時期に、幅広い層に対し動画で豊富な情報量を伝えることができる「YouTube」の運用を開始している。YouTubeにおいてはショート動画機能(最大60秒の短い縦型動画を投稿できる機能)を主に活用している。

YouTube

◆ 動画

①3LDKから2LDKにリノベーション【コーシャハイツ中野】大阪市住まい公社(賃貸)

入居検討者だけでなく民間事業者にも見ていただけるように、工事の様子を詳しく解説。



②入居者インタビュー【コーシャハイツ中野】大阪市住まい公社(賃貸)

コーシャハイツ中野の入居者2名(ご夫婦・子育て世帯)にインタビューを実施した。



◆ ショート動画機能の活用

インスタグラムと同じ住戸紹介動画を順に投稿。

ショート



大阪城公園徒歩10分! 大阪市城東区のマンシ... 256 回視聴

赤いラインが目印の外観! 大阪市港区のマン... 268 回視聴

子育て向けの3LDK。大阪市平野区のマンシヨ... 428 回視聴

マンション内に公園あり! 大阪市港区のマン... 343 回視聴

落ち着く上品なお部屋。Osakaでゆとりとあんなの住まいさ! 大阪市平野区のマン... 555 回視聴

◆ オープンルームや募集開始に伴う宣伝広告等の投稿

学生リノベーション住宅の選考会、学生によるクロス貼り体験の様子。



◆ キャンペーン開催時期に合わせた宣伝投稿

(キャンペーンの終了に伴い、現在は全ての投稿を削除している。)



◆ ストーリー機能(最大60秒の長さで気軽に見れる)を使用

ストーリーは放置しておくくと24時間以内に動画が削除されてしまう為、ホーム画面に固定表示している。



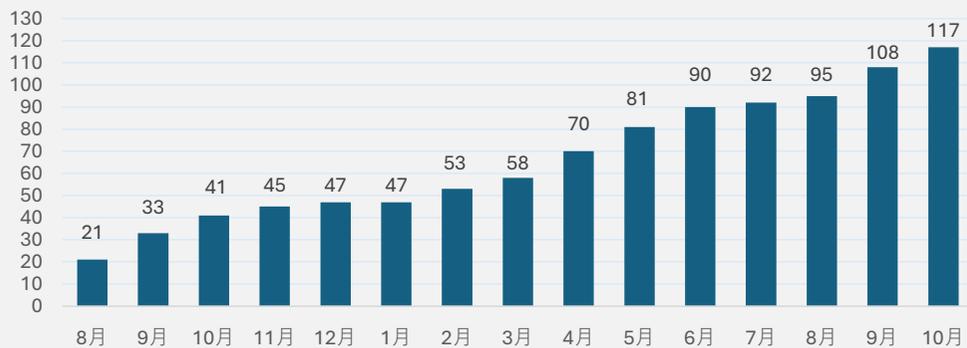
◆ フォロワーの傾向や投稿毎のリアクションの数、総閲覧数等が確認可能

フォロワー100人を突破したことにより、インサイト機能が閲覧可能になる。



YouTubeデータ (令和7年10月末集計)

① フォロワー数の推移



② 投稿数

◆ 3分超過の動画

投稿数：2本

◆ 3分以内のショート動画

投稿数：30本

③ 再生回数の最多と平均

◆ 動画 (3分超過)

平均再生回数：697回

最多再生回数：698回

◆ ショート動画 (3分以内)

平均再生回数：984回

最多再生回数：3,952回

(S_noie、R7年3/19投稿。右の写真)



④ 投稿別再生回数、「いいね」の数

※令和7年10月末時点

◆ 3LDK⇒2LDKリノベーション動画

再生回数：698回

「いいね数」：10個

◆ 入居者インタビュー動画

再生回数：696回

「いいね」数：3個



3LDKから2LDKにリノベーション【コーシャハイツ中野】大阪市住まい公社(賃貸)

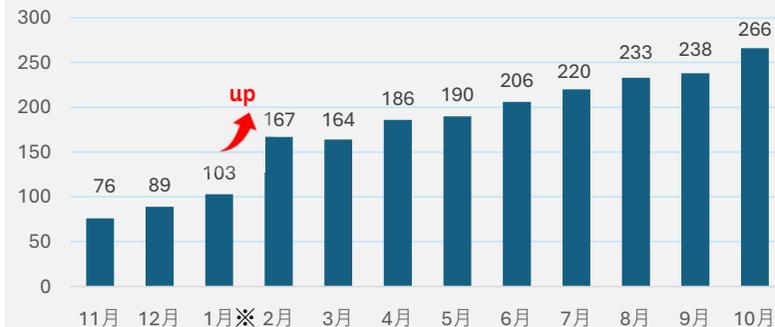


入居者インタビュー【コーシャハイツ中野】大阪市住まい公社(賃貸)

Instagramデータ (令和7年10月末集計)

① フォロワー数の推移

※令和6年11月分より集計



※学生リノベーション 住戸紹介ショート動画の投稿により、1月から2月にかけてフォロワーが1.62倍増えた。

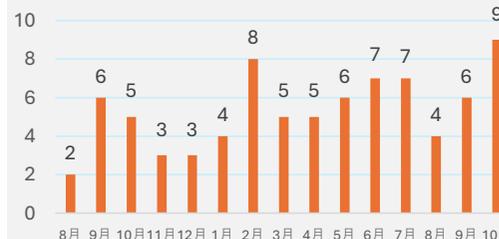
【Instagramフォロワーの分析】

投稿の反応やフォロワーの属性を詳細に分析できるインサイト機能を使用(令和7年10月末時点)

- ・場所(市町村) 大阪市62.4% 堺市2.7% 吹田市1.5% 兵庫県西宮市1.5% 北葛城郡市1.5%
- ・年齢範囲 35-44歳24.6% 45-54歳24.6% 25-34歳21.0% 55-64歳18.8%
- ・性別 女性62.3% 男性37.7%

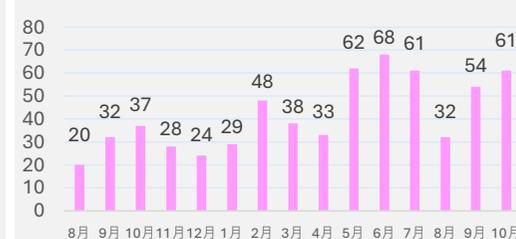
② 月別投稿数

※令和7年10月末時点



③ 月別「いいね」の数

※令和7年10月末時点



④ 総閲覧数・平均閲覧数

(令和7年10月末現在)

総閲覧数：49,648回

平均閲覧数：752回

⑤ 最高閲覧数の投稿

閲覧数 1,553回

(シェアサイクリング導入のお知らせ、R7年8月14日投稿。上の写真)



◆ 今後について

Instagramについては、インサイト機能等を用いてフォロワーの属性等の分析を定期的に行い、ターゲット層へ向けた効果的な入居促進広告について検討し発信していく。YouTubeについては、ショート動画に加え、Instagramの反応をみながら投稿内容を検討し発信していく。