

**映画・アニメ等の制作会社「東映」の傘下の「新潟 東映ホテル」が、  
「ある目的」の為に...  
SNSの活動を強化し、始めて3ヶ月で +305%の成果が！**

TikTokは、新しく始めて3ヶ月で総再生回数 約18.7万回に。  
Instagram リニューアル後、リーチしたアカウント数（視聴者数）が305%増加。  
※TikTok、Instagram どちらもアカウントのインサイトデータより抜粋（3月24日時点）

総再生回数は周りからまだまだ評価される程の回数ではないかもしれないが、我々には「ある目的」を達成する為に、3年計画で考えているので、はじめの3ヶ月でこのような数字を出せた事は従業員のモチベーションアップの為に、とても大きい収穫になりました。

SNSの活動を強化するキッカケとなったのは、コロナ禍の厳しい状況によるものでした。

従来の新潟東映ホテルは、ホテル最上階でお客様の目の前で焼き上げる極上のステーキを堪能できる「ステーキハウスあづま」や、遠くに山々が眺められるほど眺望の良い「スカイレストラン レストラン」もあり、お食事のみでのご利用のお客様や、新潟市で最も便利な立地にあり大駐車場も完備の為、ビジネス・観光で多くのお客様で館内は賑わっておりました。

ですが、「新潟初の都市型ホテル」として誕生して62年が経ち、コロナ禍による厳しい状況に陥り、このまま「お客様をお待ちするスタンス」では危ないと支配人の高橋純一が動き出しました。

そこで、まず初めに新潟で映像制作やSNS運用代行・SNSコンサル等を行っている「株式会社エヌエスアイ」に相談をし、SNS強化の3年計画が始まりました。

我々は、表題に記載の「ある目的」があり、  
現時点で既に計画している 目的達成する為の「いくつかの手段」を考え、  
「なぜSNS強化をしなければいけないか」を明確にしております。

[次頁に続く](#)

## ■目的

ステーキハウスあづま及び新潟東映ホテルの増収増益

## ■目的達成に向けての手段

- ① 各 SNS の運用・強化
- ② 各 SNS を自社広告ツールとして育成
- ③ 自社商品のオンラインショップの販売強化
- ④ 料理教室+食事会のイベント開催
- ⑤ Instagram のショップ機能で自社商品販売
- ⑥ レシピ本の発行
- ⑦ 様々な芸能関係の方とのコラボによるシナジー効果

## ■なぜ我々が SNS 強化をしなければいけないか

目的達成に向けての手段の1つにある通り、SNS 強化が様々な事を行うにあたり軸になってくると考えております。

上記のように、様々な手段を実行していくにあたり、1年目・2年目は、まずは SNS 強化を中心に動き、何がバズるか分からない SNS で我々はチャレンジをし続けていかなければならないと考えてます。

また、このようなチャレンジをできる環境は、親会社「東映」からの教えである、「失敗してもチャレンジをする事は大事」といったニュアンスの方針によるものでした。

そんな中で新しく始めて3ヶ月で前述のような小さな成果が出た事は、各従業員のモチベーション維持の為に非常に大きな事でした。

引き続き私達のチャレンジを皆さまに温かく見守っていただけましたら幸いと存じます。

## ■各 SNS アカウント

\* Instagram [https://www.instagram.com/niigata.toei.hotel\\_official/](https://www.instagram.com/niigata.toei.hotel_official/)



\* TikTok <https://www.tiktok.com/@niigatatoeihotel>



← スマホ読み取り用

## ■お問い合わせ先

新潟東映ホテル 支配人 高橋純一

TEL / 025-244-7101 E-mail / jun\_takahashi@toei.co.jp

以上