



Social Media for Church

教会のためのソーシャルメディア

Instructor
インストラクター

Patrick Tan パトリック・タン



- Digital Specialist for Asia Pacific Media
- アジア太平洋メディア部門の デジタルスペシャリスト
- Media Pastor at ICS Church in Manila,
 Philippines
- メディア担当牧師として、 フィリピン・マニラの ICS教会で仕えています。
- Married to Nette with baby girl on the way
- 奥様のネットさんは現在 女の子を身篭っています。

Course Overview

コース内容

SESSION 1 セッション 1
Introduction 導入

SESSION 2 セッション2

Audience 視聴者

SESSION 3 セッション 3

Platform プラットフォー

ム

SESSION 4 セッション4

Content コンテンツ

SESSION 5 セッション 5

Outcome 結果



SESSION1 セッション1

Introduction to Social Media Ministry

ソーシャルメディアミニストリー入門

The smartphone is today's Gutenberg Press and social media has

become today's Roman Road.

スマホは今日のグーテンベルグ 活版印刷術であり ソーシャルメディアは 今日のローマへの道である。





The pandemic has forced us to adapt to digital means of staying

connected with each other.

パンデミックの影響から、 私たちは互いにつかる ために、デジタに があた。 なりました。 The landscape may have changed, but our mandate remains the same...

to go and make disciples of all nations.

目の前の景色は変わったかも しれません。しかしる 使命は同じまです。 行って、することです。



ソーシャルメディアミニストリーへのアプロー



Listening 聞く

Using social media to know the latest trends and issues that People care about

最新のトレンドや人々が気にしている問題を知るためにソーシャルメディアを用いる。

SNS

ソーシャルメディアミニストリーへのアプロー

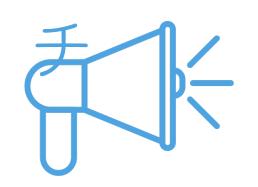


Deepening 深める

Using social media as a means to deepen relationships between individuals.

個々との関係を深めるために、ソーシャルメディアを用いる。

ソーシャルメディアミニストリーへのアプロー



Broadcasting 情報発信

Using social media to broadcast or spread a message.

情報発信やメッセージを広めるために、ソーシャルメディアを用いる。

ソーシャルメディアミニストリーへのアプロー



Leading 導 〈

Using social media to broadcast or spread a message.

設定した目標に人々を導くために、ソーシャルメディアを用いる。

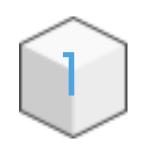
Essential Building Blocks in

Developing a Media Strategy
メディア戦略展開
において、
必須となる構成要素



Essential Building Blocks in Developing a Media Strategy

メディア戦略展開において、必須となる構成要素



Audience 視聴者



Broadcast Platform

配信プラット

フォーム



Content コンテン

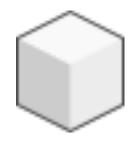
ツ



Desired Outcome

望んでいる結果

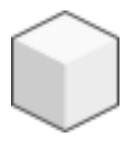




Audience 視聴者

- Who do you want to reach?
- ・ 誰に届けたいか?
- Who is your target audience?
- ターゲットの視聴者は誰か?

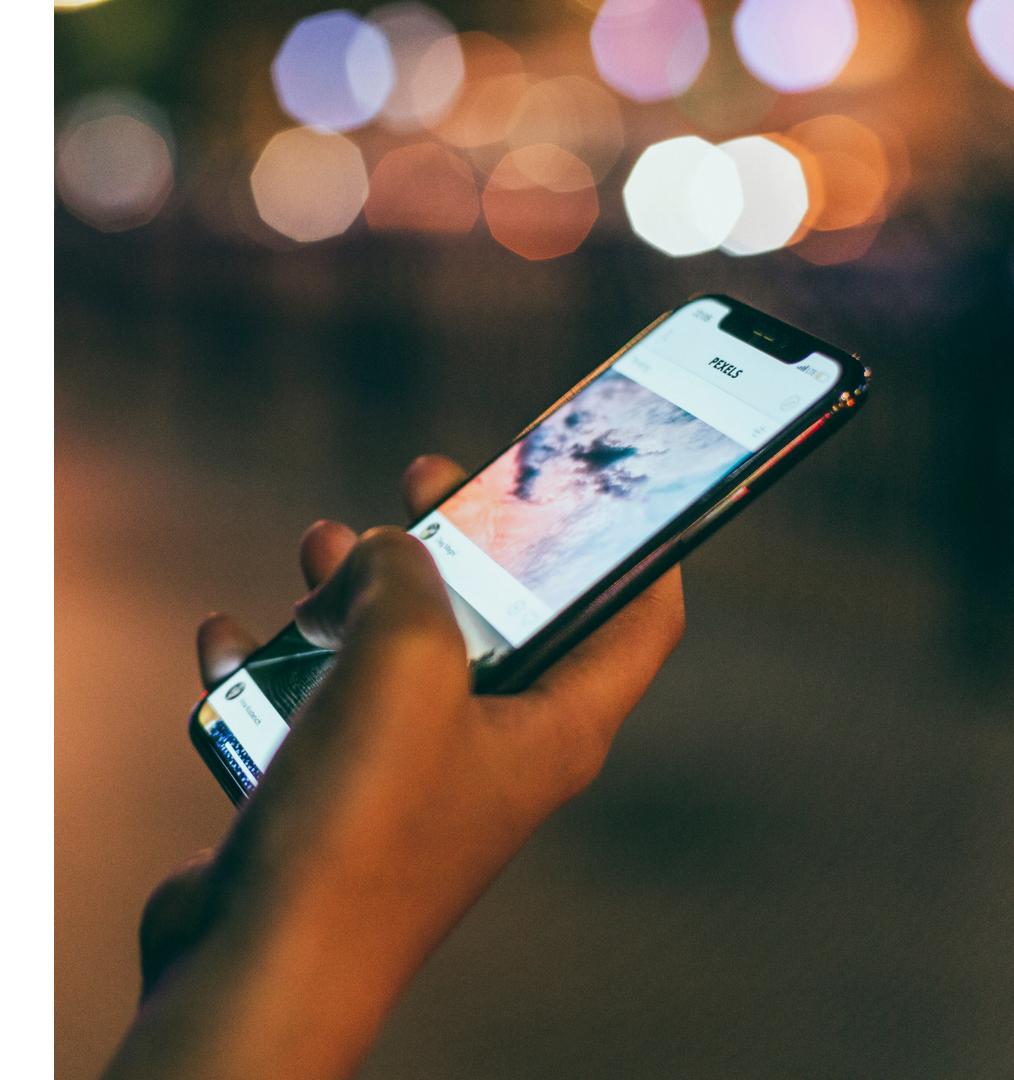


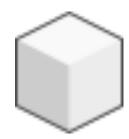


Broadcast Platform

配信プラットフォーム

- Where are you going to meet them?
- どこで視聴者と会うか?
- What platform are you going to use to reach your target audience?
- ターゲットの視聴者に届く ために、どのプラットフォーム を用いるか?

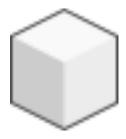




Content コンテンツ(内容)

- What are you going to say?
- 何を伝えたいか?
- How are you going to say it so they will understand?
- どう伝えれば、視聴者は 理解してくれるだろうか?





Desired Outcome

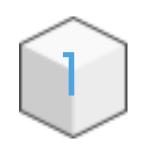
望んでいる結果

- What do you want your audience to do once they "hear"
 what you are saying
- あなたの伝えたことを「聞いた」視聴者に何をして欲しいか?



Essential Building Blocks in Developing a Media Strategy

メディア戦略展開において、必須となる構成要素



Audience 視聴者



Broadcast Platform

配信プラット

フォーム



Content コンテン

ツ



Desired Outcome

望んでいる結果





Defining this key building blocks will provide you a clear direction as you develop your social media strategy and ensure better results.

この重要な構成要素を明確にしていくことで、 ソーシャルメディア戦略を展開し、より良い結果 を確実にする、明確な方向性が得られます。



Question & Answer

質疑応答

Please type in the chat.

チャットに質問をどうぞ



SEATWORK 1

Create a social media strategy for a local church (fictitious or real). Use

this worksheet to identify the four building blocks of your strategy.

地域教会(架空でも実在でもok)の ソーシャルメディア戦略を作って みよう。このワークシートを 使って、あなたの戦略の4つの 構成要素を明らかにしよう。





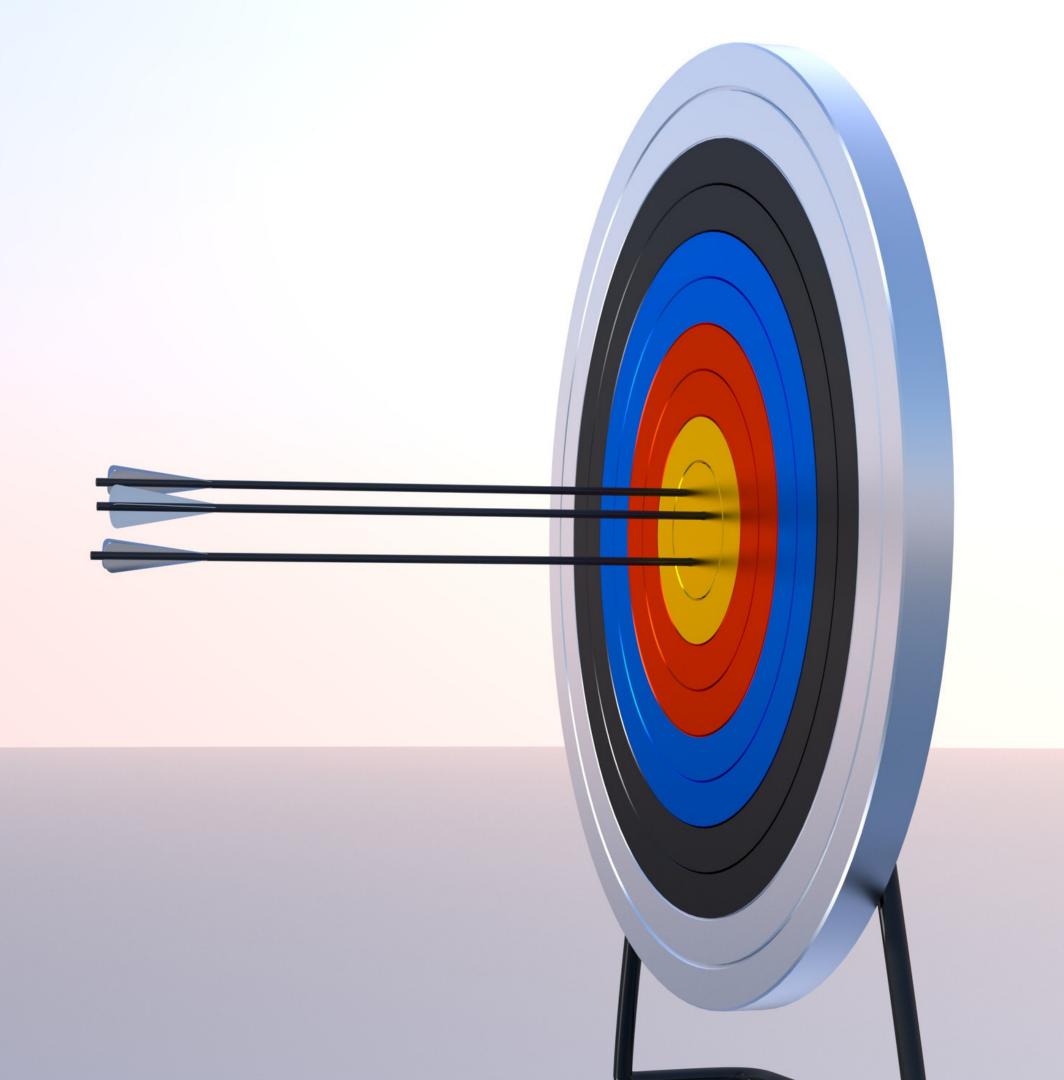
SESSION 2 セッション 2

Audience 視聴者

If you try to reach everyone, you

will hit no one.

全員に届こうと するなら、誰にも 刺さらない。



AUDIENCE 視聴者

Who do you want to reach?

誰に届けたいか?

A target audience is a specific grouping of people which you or your ministry desires to reach.

ターゲット視聴者とは あなたが届きたいと願って いる特定の層の人々である



AUDIENCE 視聴者

Why is it important to have a target audience?

なぜ特定のターゲット視聴者を持つことが大切なのか?

- To know your audience
- ・自分の視聴者を知るため
- To empathize with your audience
- 自分の視聴者に共感するため
- To love and serve your audience
- 自分の視聴者を愛し、仕えるため

Empathy 共感

We learn as much as we can about our target

audience so we can empathize with them.

私たちができる限り自分の ターゲット視聴者について 学ぶなら、彼らに共感で るようになるでしょう。



1 Corinthians 9:19-23 (ESV) 第 1 コリント 9:19-23

19 私はだれに対しても自由ですが、より多くの人を獲得するために、すべての人の奴隷 になりました。20 ユダヤ人にはユダヤ人のようになりました。ユダヤ人を獲得するため です。律法の下にある人たちには - 私自身は律法の下にはいませんが - 律法の下に ある者のようになりました。律法の下にある人たちを獲得するためです。21 律法を 持たない人たちには 一 私自身は神の律法を持たない者ではなく、キリストの律法を守る 者ですが一律法をもたない者のようになりました。律法をもたない人たちを獲得する ためです。22弱い人たちには、弱い者になりました。弱い人たちを獲得するためです。 すべての人に、すべてのものとなりました。何とかして、何人かでも救うためです。 23 私は福音のためにあらゆることをしています。私も福音の恵みをともに受ける者と なるためです。

Strategies to know your

audience

自分の視聴者を知るための戦略



STRATEGIES TO KNOW YOUR AUDIENCE 自分の視聴者を知るための戦略

Create a Persona ペルソナを作る

A persona is a profile based on data that represents a group of people

that have similar goals, pains, needs, and behaviors.

ペルソナは、似たような目標、痛み、 必要、行動を持つ一定層の人々を表す データに基づいて作り出す、 架空の人物です。



How to Create a Persona ペルソナの作り方

- (1) OBSERVE List down what you know about your target audience such us goals, pains, needs, behaviors.
- (1)観察 自分のターゲット視聴者について知っていることを書き出す。目標、痛み、必要、行動等
 - What do you know about your audience? / What are their common dreams? / What are their fears? / What are their needs?
 - 自分の視聴者について知っていることは何ですか?
 - •彼らの共通の夢は何ですか?
 - •彼らの恐れは何ですか?
 - 彼らの必要はなんですか?

STRATEGIES TO KNOW YOUR AUDIENCE 自分の視聴者を知るための戦略

How to Create a Persona ペルソナの作り方

(2) VERIFY - Validate your information through research. Correct or add new information gathered.

(2) 検証する - 実際に調査し、自分の情報を検証しましょう。 検証し、情報を修正、あるいは得られた新しい 情報を追加します。

How to Create a Persona ペルソナの作り方

- (3) CONSOLIDATE Summarize understanding into a persona that represents your target audience.
- (3) 統合する 理解したことをまとめて、自分のターゲット 視聴者を代表するペルソナを造る。
 - Name / Age / Photo / A quote that they would likely say
 - 名前
 - 年齡
 - 写真
 - ・彼らが言いそうな言葉



James, the quarantined digital nomad

ジェームズ、一人で生きるデジタルノマド (ITを活用し国内外を旅し働く人)

PERSONAL INFORMATION / Age 27, single, previously working on corporate job but now working freelance online.

個人情報

27歳、独身、以前は企業勤めていたが、 今はオンラインフリーランスとして働く

HOBBIES / Learning how to brew your own coffee, binge watching Netflix episodes, secretly listens to KPop while doing his home workout. Tries to stream his games.

趣味

- コーヒーの淹れ方の学び、ネットフリックスの
 - 一気見、KPOPを聴きながら自宅で筋トレする、ゲ
 - ーム実況を始めようとしている。



James, the quarantined digital nomad

ジェームズ、一人で生きるデジタルノマド (ITを活用し国内外を旅し働く人)

GOALS: Financial stability, career growth, wants to be an influencer.

目標

経済的安定、キャリアアップ、インフルエンサーとなりたい。

CHALLENGES: Finding a community where people can understand his struggles and they won't judge; breadwinner of the family. Spirituality is a "good idea". Side-hustling to compensate income during pandemic.

チャレンジ

・自分の葛藤を理解し、裁かないコミュニティを見つける。一家の大黒柱となる。スピリチュアリティに関しては「良いことだ」と思う。パンデミックの間、収入を補うために副業を行なっている。



James, the quarantined digital nomad

ジェームズ、一人で生きるデジタルノマド (ITを活用し国内外を旅し働く人)

TECHNOLOGY: Upwork. Instagram. YouTube. Linkedin. Discord. Zoom.

テクノロジー

Upwork. Instagram. YouTube. Linkedin. Discord.
 Zoom.

NEEDS: A trusted friend. An older mentor in life. Someone who understands the world he lives in and help navigate in life. Online hangout buddy.

必要

信頼できる友人。人生における年上のメンター。 彼の生きる世界を理解し、人生を導いてくれる 存在。オンラインで話せる仲間。

Developing personas is a process ペルソナ作成はプロセスである

- Personas are not a one-time exercise, it's a process understanding your target audience.
- ペルソナは一度作って終わりではない。修正、加筆されるもので、ターゲット視聴者をより理解するための過程である。
- Validate your persona by ministering to them.
- 彼らにミニストリーを行い、ペルソナを検証する。
- Build, Test, Learn
- 作成し、試し、学ぶ。





The gospel message for all people. Knowing your target audience through persona creation will help you develop a social media strategy that will communicate in a way that they understand.

福音のメッセージはすべての人に向けられています。 ペルソナを作り自分のターゲット視聴者を知ることで 、ソーシャルメディア戦略は発展し、相手が理解でき る形で伝えられるでしょう。



Question & Answer

質疑応答

Please type in the chat.

チャットに質問をどうぞ



SEATWORK = 33

Develop the profile of your target audience by creating a persona.

Use this worksheet as a guide.

ワークシートを使って自分の ターゲットのプロフィールを作り 、ペルソナを作ってみましょう。





SESSION 3 セッション3

Platform

プラットフォーム

JAN 2021

SOCIAL MEDIA USE 日本でよく使われているソーシャルメディア

USE OF SOCIAL NETWORKS AND MESSENGER SERVICES, WITH DETAIL FOR MOBILE SOCIAL MEDIA USE

DATA ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS DUE TO CHANGES IN DATA SOURCES. USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS.

TOTAL NUMBER OF **ACTIVE SOCIAL** MEDIA USERS*

SOCIAL MEDIA USERS AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION

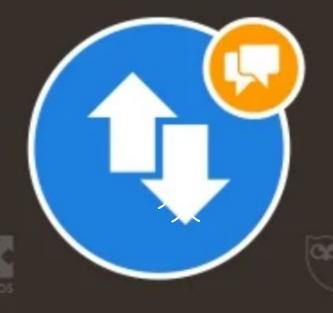
ANNUAL CHANGE IN THE NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE PHONES

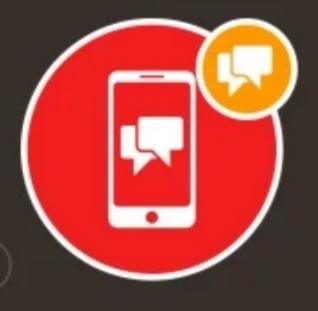
PERCENTAGE OF TOTAL SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE











93.80 MILLION

総人口に対して

74.3%

+4.9%

年間の推移

+440万人

98.0%

MILLION

91.92

スマホからのアクセス者数

総人口に対して

アクティブ・ユーザー数

LATIONS OF DATA FROM: COMPANY EARNINGS ANNOUNCEMENTS AND MEDIA STATEM!

9192万人





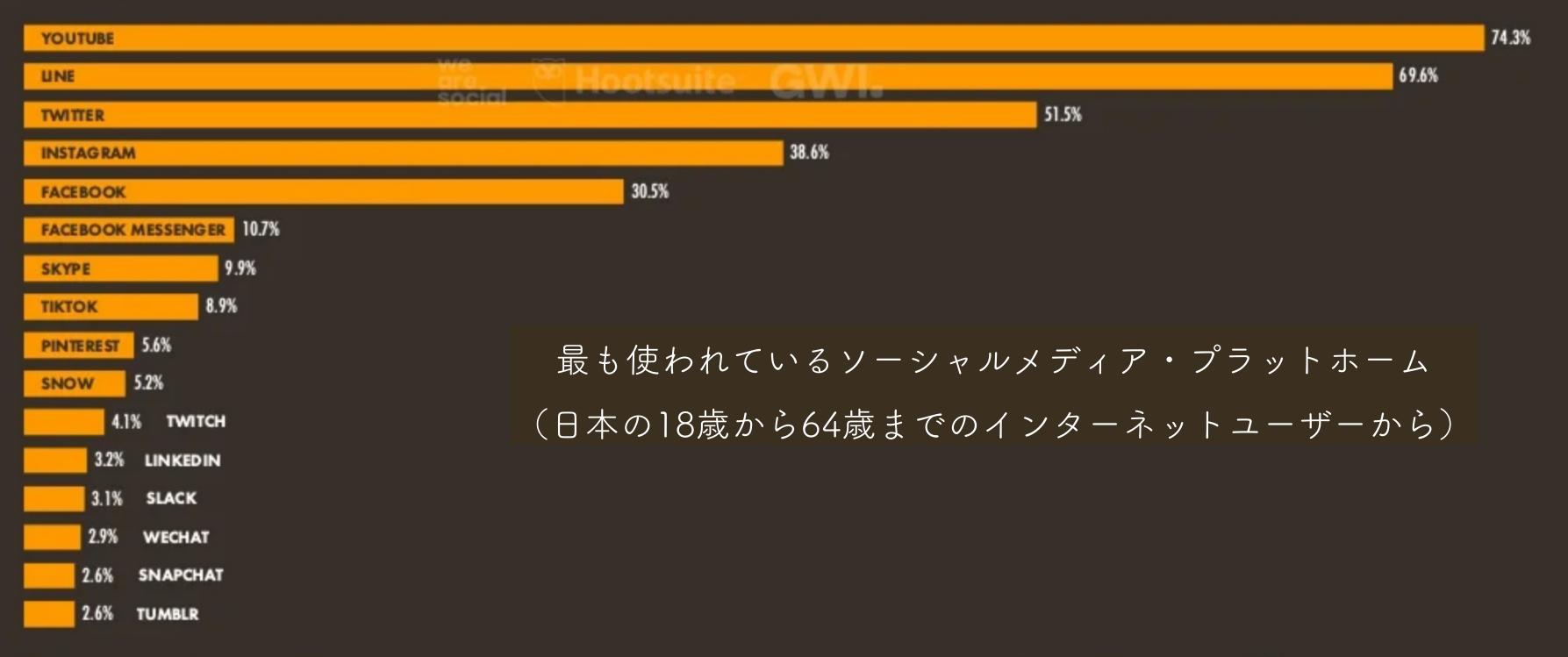
9380万人

*ADVISORY: SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AND MA COMPARABILITY ADVISORY: SO URCE AND BASE CHANGES AND HISTORICAL REVISIONS, DATA MAY NOT CORRELATE WITH FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. JAN 2021

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

JAPAN

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH





SOURCE: GWI (Q3 2020). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GLOBALWEBINDEX.COM FOR MORE DETAILS.

NOTE: FIGURES ON THIS CHART REPRESENT INTERNET USERS' SELF-REPORTED SOCIAL MEDIA BEHAVIOURS, AND MAY NOT CORRELATE WITH THE FIGURES CITED ELSEWHERE IN THIS REPORT FOR EACH PLATFORM'S ADVERTISING AUDIENCE REACH, OR THE ACTIVE USER FIGURES PUBLISHED BY INDIVIDUAL SOCIAL MEDIA PLATFORMS.





PLATFORM プラットフォーム

Where are you going to meet them? どこで彼らと出会うのか?

Choosing the right platform is important in reaching your target audience.

ターゲット視聴者に届くため にも、適切なプラットフォー ムを選ぶことは重要です。



Kinds of Social Media Platforms by Function

機能別ソーシャル メディア・ プラットフォーム の種類

A platform can have more than one of these functions.

一つのプラットフォームが複数 の機能を持つこともあります。



Microblog ミニブログ型

- Users/org share updates about themselves. Latest update appears first on their timeline.
- ユーザーや組織が自分自身の近況をシェアできます。 最新の近況がタイムラインの一番上に表示されます。
- User can browse updates from users they follow/friend from their newsfeed.
- ユーザーはニュースフィードからフォローしている人/友 人の最新情報を閲覧できます。
- Examples: Facebook & Twitter
- FacebookやTwitterが代表例です。





Chat チャット型

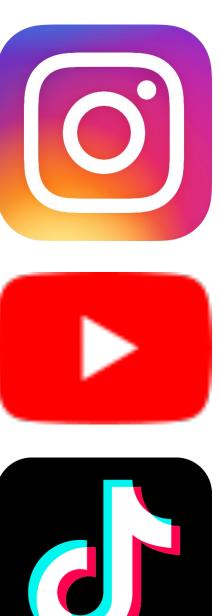
- User communicates with other users in real time, often in a private setting.
- ユーザー同士がリアルタイムで会話できる。多くは非公 開です。
- Examples: Line and Facebook Messenger
- LINEやFacebook Messengerが代表例です。





Media-Based Platform メディア型プラットフォーム

- A platform that curates user's images or videos as it's main content.
- ユーザーの画像や動画をメインコンテンツとして集め、 選別したプラットフォームです。
- Examples: Instagram, YouTube, Tiktok
- YoutubeやTiktok、Instagramが代表例です。





Groups グループ型

- A platform designed to function as a community where members who have common interest can
 interact according to the group's objective.
- 共通の関心を持つメンバー同士がグループの目的に応じて 交流できる、コミュニティとして機能するように 設計されたプラットフォームです。
- Example: Facebook Group and Discord
- Facebook GroupやDiscordが代表例です。





Tips for Creating Your Social Media

Presence in a Platform

プラットフォームで あなたのソーシャル メディアの存在感を 高めるヒント



PLATFORM プラットフォーム

Tips for Creating Your Social Media Presence in a Platform

プラットフォームであなたのソーシャルメディアの存在感を高めるヒント

- Start with one (1) platform and be good at it.
- まずは一つのプラットフォームから始め、それを上手く使いましょう。
- Start in other platforms according to the needs of your target audience.
- あなたのターゲット視聴者必要に応じて、別のプラットフォームも 始めましょう。

プラットフォームであなたのソーシャルメディア の存在感を高めるヒント

Improve searchability by providing useful information

有益な情報を提供することで検索順位を向上させる

- Most social media platforms provide a place for you to tell something about your organization. Make sure to complete it especially on how they can find and contact you.
- ほとんどのソーシャルメディアプラットフォームにはあなたの組織について記入できる場所があります。それらを確実に記入しましょう。特に人々があなたを見つけて連絡できるようにしておきましょう。
- Essential information Logo, cover photo, short description
- 重要な情報 ロゴ、カバー写真、簡単な説明



Question & Answer

質疑応答

Please type in the chat.

チャットに質問をどうぞ



SEATWORK 1

Choose a platform for your social media strategy. Create an account for your group's church. If you are working on an existing church social media account, apply the lessons learned in this session.

あなた自身のソーシャルメディア戦略のためにプラットフォームを選びましょう。あなたの教会のアカウントを作成してください。すでに教会のソーシャルメディア・アカウントを持っている場合は、このセッションで学んだことを適用してください。