

社会人向け

# LinkedInを活用する 社会人のための完全ガイド

LinkedInを最大活用するための9ステップ



LinkedIn

# PURPOSE

## 本資料の目的

LinkedInによる効果的に信頼と影響力を高める秘訣を知る

本資料の内容を3ヶ月間継続できれば、誰でも影響力を獲得できます

# 1 LinkedInブランディングの成功法則

## 効果的に信頼と影響力を高める秘訣

継続的な活動が成功の鍵。下記のプロセスを日常的に繰り返しましょう。特に「いいね」は、あなたの存在を目立たせる最も手軽な方法です。毎朝5分間、つながりの投稿に「いいね」を押し、週回は業界のトピックについて投稿をするなど、習慣化していきましょう。半年に1回しか投稿せず、全く他人の投稿にリアクションしないと、成果はできません。

Step 1: 充実したプロフィールを作る

Step 2: つながり申請を送る

Step 3: 毎日いいね(リアクション)を押し

Step 4: 週1回の投稿をする

Step 5: プラスアルファとしてDMを送る

# 2

## LinkedInブランディングの失敗例

### 効果の出ないアプローチに要注意！

投稿やDMだけに頼るのではなく、バランスの取れた活動が重要です。単方向のアプローチでは相手に響きにくいです。投稿、いいね、コメント、つながり申請、DMのすべてをバランスよく行いましょう。自分の投稿を頻繁にしているが、他者へのリアクションが一切しないのはさけましょう。

**失敗パターン1: 投稿だけする**

**失敗パターン2: DMだけ送る**

# 3

## 成功事例

### 成功事例から学ぶLinkedInの活用法

成功の秘訣は、「CxO」「Co-Founder」「人事部長」など作りたいコミュニティターゲットを絞り込むことです。また、プロフィールの質が承認率に大きく影響します。

LinkedInのインフルエンサーとなったAさんは、毎日新しいターゲットに接触し、DMの内容も一人ひとりに合わせてカスタマイズしています。自動化ツールで無差別にDMを送ったり、つながり申請後すぐに売り込みメッセージを送るは、最もうまくいかない方法です。

#### 【成功しているAさんの現在の状況】

- つながり15,000人
- DM送信で60-70%のアポイント獲得率
- アポイントはホームの雰囲気ですムーズに商談が進む
- つながり申請の8割は自分から積極的に実施

## LinkedIn個人プロフィール強化ステップについて

LinkedInで効果的に自分の影響力を高め、信頼を築くためには、各要素を戦略的に整えることが重要です。このガイドでは、プロフィールを「ランディングページ」として最大限に活用するためのポイントから、投稿やつながり申請、DMを通じたコミュニケーション術まで、具体的なステップをまとめています。それぞれの項目を改善することで、あなたの存在感がより多くの人に届き、ビジネスの可能性が広がります。このステップを順に実践し、LinkedInでの成功をつかみましょう。

### LinkedIn個人プロフィール強化ステップ

プロフィールはランディングページ

ヘッドラインの極意

トップ画像でのブランディング

自己紹介文の重要性

注目コンテンツを有効活用

つながり申請の戦略

「いいね」の力を活かす

投稿のコツ

DMを使った効果的なアプローチ

# Step 1

## プロフィールはランディングページ

竹村 朋晃 (He/Him) ダイレクトソーシング

ダイレクトソーシング社CEO | LinkedIn認定パートナー | 元NRIエンジニア | 企業に依存した個人から、独立した個人として能力を活かせる時代を創る | 趣味はウェイクボード/テニス/NBA/アニメ鑑賞/効率化/娘6歳と息子4歳 | 毎月人事部向けのオフライン交流会を開催します@日比谷WeWork。お気軽にDMください！

日本 東京都 東京 · 連絡先情報  
2,972人のフォロワー · 500人以上のつながり

興味のある項目 | プロフィールをもっと充実 | カスタムボタンを追加 | その他

### 統計データ

ご本人以外には公開されません

**1,019件のプロフィール閲覧**  
あなたのプロフィールを閲覧したユーザーを確認できます。

**916件の投稿のインプレッション**  
あなたの投稿にエンゲージしたユーザーを確認できます。過去7日間

**306件の検索結果表示**  
検索結果への表示頻度を確認できます。

統計データをすべて表示 →

### リソース

## ✓ 第一印象で信頼を勝ち取るプロフィール作成法

Step 1: プロフィールURLをシンプルにする

Step 2: 顔写真はアップで、5年間使う覚悟で選ぶ

Step 3: SNSごとに統一感のある写真を使用

## TIPS :

TIPS: 笑顔で親しみやすい写真は、信頼感を高めます。  
顔を中心にした写真がベストです。

| 良い例                | 悪い例               |
|--------------------|-------------------|
| 明るい背景でクリアな笑顔のアップ写真 | 暗く、表情が見えない写真      |
| あなたらしさがわかる服装での撮影   | 私的な場での写真や、画質の低い写真 |

## Step 2

## ヘッドラインの極意



### 竹村 朋晃 (He/Him)

ダイレクトソーシング社CEO | LinkedIn認定パートナー | 元NRIエンジニア | 企業に依存した個人から、独立した個人として能力を活かせる時代を創る | 趣味はウエイクボード/テニス/NBA/アニメ鑑賞/効率化/娘6歳と息子4歳 | 毎月人事部向けのオフライン交流会を開催します@日比谷WeWork。お気軽にDMください！

日本 東京都 東京 · 連絡先情報

2,972人のフォロワー · 500人以上のつながり

興味のある項目

プロフィールをもっと充実

カスタムボタンを追加

その他

### 統計データ

ご本人以外には公開されません

👤 1,019件のプロフィール閲覧

あなたのプロフィールを閲覧したユーザーを確認できます。

📊 916件の投稿のインプレッション

あなたの投稿にエンゲージしたユーザーを確認できます。過去7日間

🔍 306件の検索結果表示

検索結果への表示頻度を確認できます。

統計データをすべて表示 →

### リソース

## ✓ 印象に残る書き方

Step 1: 1行目にアピールしたい要素を書く

Step 2: 2行目以降に実績や肩書、格言を追加

Step 3: 最後に趣味や個性を見せる一言を添える

## TIPS :

相手が警戒するワード（「営業」「ヘッドハンター」など）は避けましょう。共感を得られる自己表現を心がけてください。

| 良い例                                  | 悪い例                             |
|--------------------------------------|---------------------------------|
| 「テクノロジーでビジネスを変える、成長志向のソリューションエキスパート」 | 「セールスマネージャーで、リードジェネレーションが得意です。」 |

# Step 3

## トップ画像でのブランディング



竹村 朋晃 (He/Him)

ダイレクトソーシング社CEO | LinkedIn認定パートナー | 元NRIエンジニア | 企業に依存した個人から、独立した個人として能力を活かせる時代を創る | 趣味はウエイクボード/テニス/NBA/アニメ鑑賞/効率化/娘6歳と息子4歳 | 毎月人事部向けのオフライン交流会を開催します@日比谷WeWork。お気軽にDMください！

日本 東京都 東京 · 連絡先情報

2,972人のフォロワー · 500人以上のつながり

興味のある項目

プロフィールをもっと充実

カスタムボタンを追加

その他

### 統計データ

ご本人以外には公開されません

**1,019件のプロフィール閲覧**  
あなたのプロフィールを閲覧したユーザーを確認できます。

**916件の投稿のインプレッション**  
あなたの投稿にエンゲージしたユーザーを確認できます。過去7日間

**306件の検索結果表示**  
検索結果への表示頻度を確認できます。

統計データをすべて表示 →

### リソース

## ✓ 視覚的にアピールするためのコツ

Step 1: 威圧感のないデザインやイラストを使う

Step 2: 格言や実績（著書など）を画像に含める

## TIPS :

トップ画像は、プロフィールを訪問した際に最初に目に入る重要な要素です。ポジティブな印象を与える要素を入れましょう。

| 良い例                           | 悪い例                      |
|-------------------------------|--------------------------|
| 自分のビジネスに関連するテーマや業績を強調するトップ画像。 | 仕事に関係のない風景や個人的な趣味に偏った画像。 |

# Step 4

## 自己紹介文の重要性

### 自己紹介



こんにちは！株式会社ダイレクトソーシングCEOの竹村です。

2015年に創業し、約10年にわたり日本市場に「ダイレクトソーシング」という新しい採用手法を浸透させるために奔走しています。ダイレクトソーシングという言葉が一般的ではなく、LinkedInもまだ広まっていなかった時代から、この業界に挑んできました。

当時、アメリカでは採用経路の約40%がダイレクトソーシング経由であり、8割近い企業がこの手法を活用していた一方で、日本ではその割合は1%以下。多くの企業がLinkedInの利用方法やカジュアル面談の進め方に苦戦していました。こうした状況を打開するため、LinkedInのカスタマーサクセスチームのアドバイスを受けながら、ダイレクトソーシング社を立ち上げました。

私たちの会社は「ソーシングの質」に絶対的な自信を持っています。質の高いソーサーが候補者のスキルや経験を正確にマッチングさせ、その後のカルチャーフィットやビジョンマッチングはリクルーター（顧客）が担うべきだと考えています。これは、ダイレクトソーシング業界が健全に発展するための必須条件です。

また、2017年にはLinkedIn社と日本初のパートナー企業となり、今も強固なパートナーシップを築いています。LinkedInと共に、学生メンバーの増加プロジェクトを推進し、お客様の採用成功を支援しています。このような取り組みを通じて、日本の採用手法を改革し続けています。

私は、技術者としての「エンジニア脳」と営業としての「セールス脳」を融合させたアプローチで、データに基づく戦略的な採用を実現しています。マーケティングや採用において、データドリブンな手法を駆使し、クライアントの成功を最大化することに情熱を注いでいます。

私の使命は、才能を見つけ出し、それを最大限に引き出すこと。そして、採用の未来を形作ることです。もし「日本の採用を革新する」ことに興味がある方は、ぜひ一度お話ししましょう。

趣味はウエイクボードとテニス、住まいはお台場で、家族とともに豊かな時間を過ごしています。



#### トップスキル

プロジェクトマネジメント・ソーシング・カジュアル面談・エンジニアリング・セールス



## ✓ 自己紹介で信頼を築く文章術

Step 1: 自己紹介文は長めに詳細を書く

Step 2: 会社の情報ではなく自分自身の紹介に徹する

Step 3: 信頼獲得を意識して書く

## TIPS :

LinkedInでは、自己紹介文をじっくり読むユーザーが多いです。深い信頼感を与えるために、自分のストーリーや価値観を盛り込みましょう。

| 良い例                                  | 悪い例                            |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| 自分のキャリアとビジョンを具体的に書き、信頼できる人物像を構築する文章。 | 会社や製品の情報を前面に出し、自分自身の価値を伝えない文章。 |

# Step 5 注目コンテンツを有効活用



## ✓ プロフィールを強化する注目コンテンツの作り方

Step 1: 視覚的に魅力的なコンテンツを3つ設定する

Step 2: 自分の実績や外国人にも通じる要素を取り入れる

## TIPS :

注目コンテンツはあなたのストーリーを示す重要なポイント。オリジナリティのある内容で注目を集めましょう。

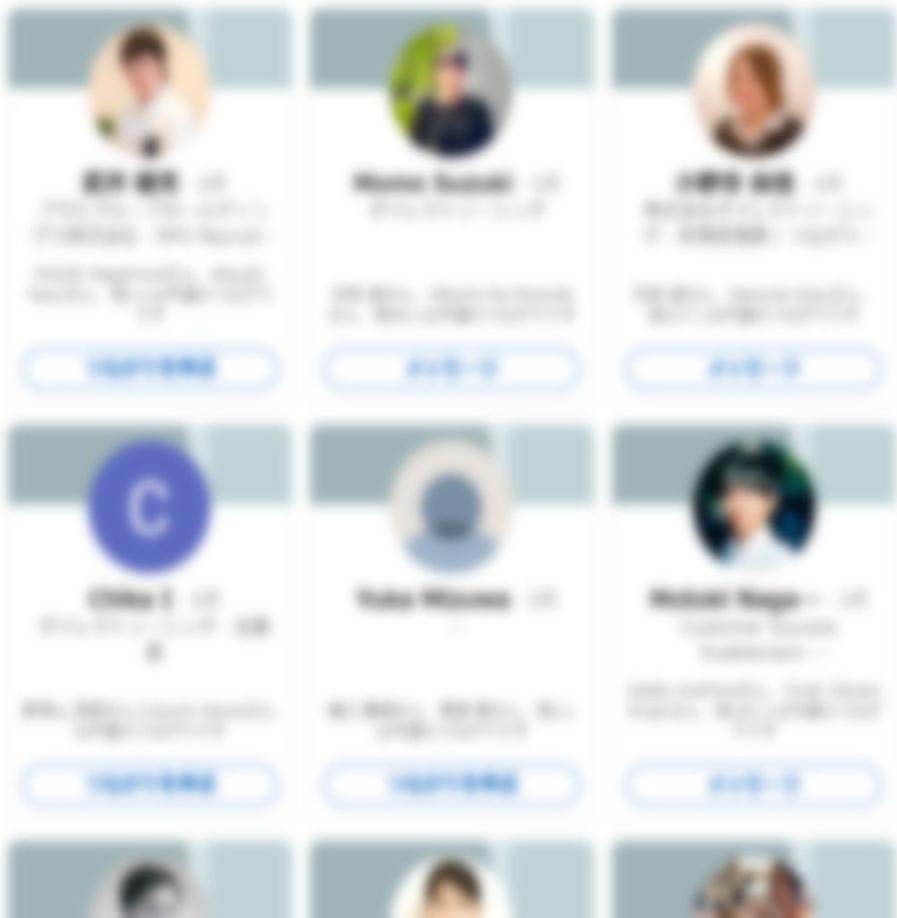
| 良い例                                | 悪い例                                     |
|------------------------------------|---|
| 成果を具体的に示すポートフォリオや業績紹介、成功事例のリンクを配置。 | ただのブログ記事や古い資料をアップしているだけで、最新の成果が反映されていない |



## Step 6

## つながり申請の戦略

### つながりの提案



### ✓ 効率よくネットワークを拡大する方法

Step 1: 週に150人程度つながり申請を行う

Step 2: ペルソナに合った相手をターゲットに選ぶ

Step 3: プロフィール閲覧者に即つながり申請を送る

### TIPS :

定期的に申請を行うことで、ネットワークを広げていくことが重要です。

| 良い例                             | 悪い例                 |
|---------------------------------|---------------------|
| 明確なターゲット層に絞り、定期的に積極的なつながり申請を行う。 | 誰彼かまわず無差別につながり申請を送る |

# Step 7

## 「いいね」の力を活かす



竹村 朋晃 (He/Him) • あなた  
ダイレクトソーシング社CEO | LinkedIn認定パートナー | 元...  
2日前 • 🌐

🌟 最近LinkedInで学生の投稿が増えたと感じませんか？ 🌟  
実は、これはLinkedIn Student Club (L.S.C.) の活動によるもので  
す！L.S.C.は、学生がLinkedInで...さらに表示



👥 あなたと他158人

5件のコメント・1件の再投稿



👍 いいね!

💬 コメント

➡ シェア

🔖 保存

📊 インプレッション数: 5,698件

[統計データを表示](#)

### ✓ アクティブなネットワークを築くための秘訣

Step 1: 毎日時間が空いたときに「いいね」を押す

Step 2: つながり申請した相手の投稿にも積極的に「いいね」を押す

### TIPS :

「いいね」はあなたの存在感を増幅させる効果的な手段。続けることで、効果が最大化します。

| 良い例                                 | 悪い例                                |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 毎日少しでも時間があれば積極的に「いいね」押し、相手との関係性を築く。 | 一度も「いいね」を押さず、ただつながりを増やすことだけを目的にする。 |

**竹村 朋晃** (He/Him) • あなた  
ダイレクトソーシング社CEO | LinkedIn認定パートナー | 元…  
4ヶ月前 • 🌐

「LinkedInの投稿が、スツと楽になった話」

私は、昔からSNSへの投稿が非常に苦手な部類の人間でした。

Facebookにせよ、X (旧Twitter) にせよ、どこか「自分をアピールする場」「自分を見てもらう場」というイメージが強かったからです。

自分自身のプライベートをアップして「イイネ」をもらうのも恥ずかしいですし、どう思われるかが気になって、投稿できないタイプの人間でした。

そんな私が「LinkedInの投稿は他SNSとは全く違うもの」ということに気付いたのです。

一言でいうなら、それぞれSNS投稿の価値の違いは、

- Facebook、X (Twitter) の投稿は“貰う”もの
- LinkedInの投稿は“与える”ものであるということです。

**松本 淳**さんは、LinkedInの投稿で重要なポイントは「有益で刺さるツイート」とおっしゃっています。

具体的には「有益性が強く、具体的な話」が重要と教えてくれています。

その観点で、つながりある方々の投稿を見ると、役立っ情報ばかり。さらに役立つ投稿には多くの方から、素敵なコメントで溢れます。こんなにもFor you (フォー・ユー) の精神があふれているメディアは他にはないと思います。

この気づきは私にとって、心がスツと晴れる発見でした。「見てもらうためではなく、与えるために投稿する」この精神で、今後、投稿をしていきたいと思っています。

ちなみに、写真は投稿内容とは全く関係ありませんが、先日 (6月26日) に開催された「LinkedInマーケティング最前線」で取った写真です。LinkedInの有名人**Machi Wada**さんと、やっとなえたVollectの社長**中島 大志**さんのお写真です。



## ✓ 効果的にエンゲージメントを高める投稿術

Step 1: 週1回の投稿をミニマムに保つ

Step 2: 1つの投稿が完結するまで次の投稿をしない

Step 3: 最低500文字以上の投稿を心がける

## TIPS :

長文の投稿はLinkedInで好まれます。1つの投稿にしつかりと時間をかけましょう。

| 良い例                                 | 悪い例                               |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 週に1回、詳細な内容をしっかり考えて投稿し、エンゲージメントを高める。 | 毎日短い投稿を繰り返す。X(旧Twitter)との違いを理解する。 |

## Step 9

## DMを使った効果的なアプローチ



### ✓ アポイントメントにつなげるDMのタイミング

Step 1: つながり申請後1ヶ月間はDMを送らない

Step 2: DMの内容はシンプルにし相手の興味を引く

### TIPS :

つながり承諾直後にDMを送ると失敗します。投稿を継続し、つながり承認者に存在を認知された後に、DMを送りましょう。

| 良い例                            | 悪い例                            |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 丁寧な挨拶と共感を持たせた内容で、価値を提供するDMを送る。 | つながり申請後すぐに営業メッセージを送り、相手を警戒させる。 |

## LinkedInプロフィール強化チェックリストについて

LinkedInで信頼と影響力を高めるには、継続的な活動と戦略的なプロフィール設計が不可欠です。このチェックリストは、初心者から上級者まで、個人のブランディングを効果的に強化するための具体的なアクションをステップごとに整理しています。各項目では「良い例」「悪い例」を示し、実践的な視点で改善方法を提案しています。また、プロフィールの見直しや投稿頻度、つながり申請のコツ、DMの適切なタイミングなど、多方面から成功につながるノウハウを網羅。日常的に取り組むことで、ネットワークの拡大だけでなく、信頼関係の構築やエンゲージメント向上を実現することができます。このチェックリストを活用して、LinkedInを最大限に活用しましょう。

# 個人プロフィール強化チェックリスト

| No | 項目名                  | ステップ・ポイント                         | 良い例                    | 悪い例                 | TIPS                       |
|----|----------------------|-----------------------------------|------------------------|---------------------|----------------------------|
| 1  | LinkedInブランディングの成功法則 | - 充実したプロフィール<br>- 毎日いいね<br>- 週1投稿 | 毎朝5分でいいね、週1回投稿         | 半年に1回しか投稿しない        | 継続が鍵。まずは習慣化を目指す            |
| 2  | LinkedInブランディングの失敗例  | - 投稿やDMに偏りすぎないこと                  | 投稿・いいね・コメントDMをバランスよく実行 | 投稿のみ、またはDMのみ        | 単方向ではなく、多方向からの接触が効果的       |
| 3  | 松本さんの成功事例            | - ターゲット設定<br>- DMのカスタマイズ          | 1人ひとりに合わせたDMを送信        | 無差別なDMや売り込み         | ターゲットを「CxO」などに絞ると成功率が向上    |
| 4  | プロフィールはランディングページ     | - URL簡潔化<br>- 統一感のある写真            | 明るい顔写真で信頼感をJP          | 暗い場所の写真や風景画像        | 第一印象を左右する写真に投資する           |
| 5  | ヘッドラインの極意            | - 25文字以内で要約<br>- 実績や個性を含む         | 成長志向で専門分野を明確にする表現      | セールス系のワードを多用        | 警戒される表現は避け、共感を得られる内容を      |
| 6  | トップ画像でのブランディング       | - 威圧感のないデザイン<br>- 成果や格言を含める       | ビジネスに関連する内容の画像         | 趣味や関係のない画像          | 訪問者が第一印象で好印象を抱く画像を選ぶ       |
| 7  | 自己紹介文の重要性            | - キャリアや価値観を詳述<br>- 信頼を意識          | 自分の物語やビジョンを盛り込む文章      | 製品や会社情報に偏る          | 自己紹介はあなた自身を伝える最重要部分        |
| 8  | 注目コンテンツの活用           | - 実績を示す内容<br>- 最新情報を反映            | 業績や成功事例のリンクを配置         | 古い資料や関係の薄い内容        | オリジナリティと最新性を意識したコンテンツを     |
| 9  | つながり申請の戦略            | - 明確なターゲット設定<br>- 週に150人ペースで申請    | ペルソナを絞り、適切な申請を行う       | 無差別申請でネットワークが偏る     | プロフィール閲覧者に素早くアプローチ         |
| 10 | 「いいね」の力を活かす          | - 毎日5分<br>- 新規つながりの投稿にリアクション      | 毎日少しの時間を有効活用して「いいね」    | リアクションを一切しない        | 継続的な「いいね」で存在感を高め、関係構築に寄与   |
| 11 | 投稿のコツ                | - 週1投稿<br>- 500文字以上の詳細投稿          | 週1回、詳細かつ深い内容の投稿        | 短い内容を毎日投稿しスパム扱いされる  | 長文は好まれやすい。焦らず時間をかけて完成度を高める |
| 12 | DMを使った効果的アプローチ       | - つながり後1ヶ月でDM<br>- シンプルで共感を引く内容   | 丁寧な挨拶と価値提供を示すDM        | 承諾直後に営業DMを送信して警戒される | 時間を置いて、売り込みでない印象を与えること     |

## LinkedIn投稿支援プランのご案内

LinkedInは、あなたの専門性やビジネスを効果的に発信し、信頼とつながりを築くための強力なプラットフォームです。しかし、「何を投稿すればよいかわからない」「続けるのが難しい」といった課題を感じている方も多いのではないのでしょうか？

当プランでは、あなたの目標や業界に最適化した投稿内容を提案し、定期的な発信をサポートします。エンゲージメントの高い投稿の作成や、ターゲット層に響くメッセージ設計を通じて、効果的にLinkedInでの影響力を広げるお手伝いをいたします。ビジネス成長につながる投稿戦略を、一緒に作り上げていきましょう！



# LinkedIn投稿支援プランで採用の遅れを解消！

## 「投稿習慣化」と「効率化」で、採用成果を最大化

### 主な課題

- 投稿内容やネタの不足で運用が続かない
- SNS運用への懸念(炎上リスク・工数の負担)
- 部門リーダーの理解不足

### 成果イメージ

- 採用の遅れを解消し、全社的な LinkedIn活用を促進
- 成功事例をもとに他部門への展開を加速

### サービス内容

1. 投稿支援
  - 専属ライターによる月4回投稿
  - ネタ収集のための月1回インタビュー
2. 運用代行
  - 投稿作成・投稿代行で負担軽減
  - コメント対応のサポート
3. 採用進捗の改善
  - 部門の返信率・応募率向上

### 松本淳氏が支援



株式会社アースメディア代表取締役。同志社大学法学部卒業後、インテリジェンス(現パーソルキャリア)に入社し、人材紹介事業の立ち上げに従事。2003年にHRテック企業ジョブダイレクトを創業し、2008年にリクルートへ事業売却。



# 採用成果を劇的に変える第一歩を踏み出しませんか？ 今すぐLinkedIn投稿支援プランを導入！

## 導入メリット

- LinkedIn運用率向上:部門の自走運用を実現
- 採用成果の最大化:候補者の反応率・応募率の改善
- 負担軽減と効率化:運用工数を削減し、投稿を習慣化

## お申し込み方法

まずは無料コンサルティングをお試しください！

-  お問い合わせは以下から

**→まずは45分の気軽な相談会でご相談ください**



Direct Sourcing

→まずは45分の気軽な相談会でご相談ください