

手法	ターゲット	メリット	デメリット	コスト感
ウェブサイト・ブログ	ネット利用者、潜在層、ケアマネ	24時間情報提供、信頼性向上、SEO効果	専門知識や更新頻度が必要、即効性はない	中
SNS	高齢者、その家族、若年層（求職者）	コストを抑えやすい、直接交流で親近感醸成	炎上リスク、継続的な運用が必要	低
ポスティング・チラシ	地域住民、近隣の高齢者	確実に情報を届けられる、地域に特化した訴求が可能	人件費がかかる、広範囲への配布は非効率	低～中
イベント・セミナー	潜在利用者、地域住民	直接交流、口コミ効果、信頼関係の構築	準備に手間と費用がかかる	中
ケアマネ営業	居宅介護支援事業所のケアマネージャー	直接的な利用者紹介に繋がりやすい	担当者の個人的な関係に依存しがち	低
Googleマイビジネス（MEO）	特定エリアで検索する利用者・家族	無料で高い集客効果、口コミが信頼性を高める	定期的な情報更新が必要	低