

Instagram 虎の巻

『企業』に特化した

コアファン獲得の

ための運用



ベースのInstagram運用コンセプト

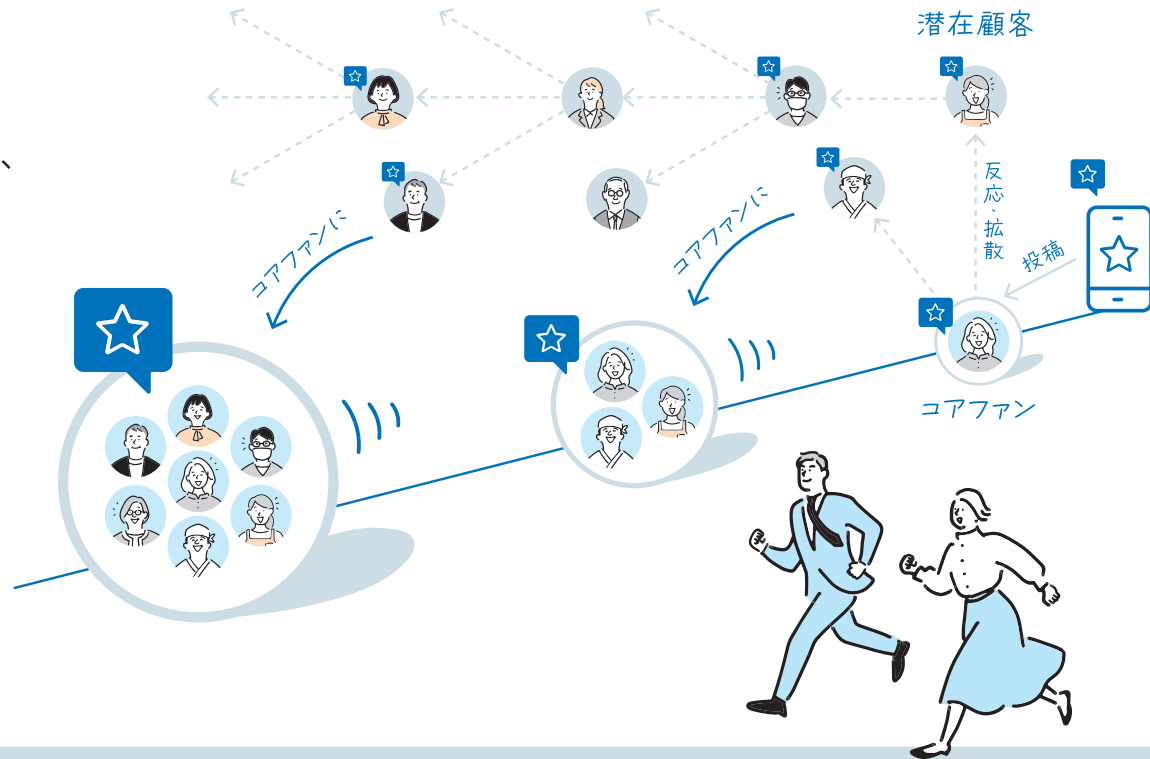
『企業』に特化した コアファン獲得のための運用



企業のInstagram運用とは？

結論！

少フォロワーでも
1人1人の熱量の高いファンを作って、
じわじわコロコロと
認知の輪を広げるように
ブランディングしていくこと



売上に直結する企業のInstagram運用とは？



	売上に直結するInstagram運用	売上に直結しないInstagram運用
フォロワーの質	熱量が高く反応してくれるフォロワー	数だけ集めた反応のないフォロワー
投稿内容	ユーザー視点の情報価値が高い発信	自社の発信したいことを一方的に発信
コンセプト	『誰が』『誰に』『どういう価値で』発信しているのかプロフィールで一目で分かる	八方美人的なプロフィールになっている
目的・KPI	数値目標に対してPDCAを適切に回している	なんとなく運用している
ユーザー・フォロワーとの関係性	積極的にコミュニケーションを取る	常に一方通行

実は『企業』が発信すべき型は2種類しかない

ブランド型発信

- ✓ ブランド力が起点となる発信
- ✓ すでに大衆にブランドが認知されているため、企業が発信したいことや自社商品・サービスの一方通行の情報発信でも問題ない
- ✓ ほぼ指名検索での流入

○○と言ったら△△と
すぐに連想できる企業様



企業例

- ・真珠と言ったら『MIKIMOTO』様
- ・テーマパークと言ったら『東京ディズニーリゾート』様
- ・プチプラと言ったら『ユニクロ』様など

メディア型発信

- ✓ ユーザー（ターゲット）が起点となる発信
- ✓ 認知の拡大・集客をしていくことが目的であれば一択
- ✓ 自社商品・サービスに結びつくようなユーザー（ターゲット）が抱える不安・不満・悩みなど『不』を解決できる情報価値が高いコンテンツを発信

特定ターゲットの悩みを解決する
コンテンツ展開している企業様



企業例

- ・150cm前後の小柄女性向けブランド『COHINA』様
- ・日本最大級のエシカルメディア『エシカルな暮らし』様
- ・コーデから探すインテリア・家具『make my room』様など

ほとんどの企業はInstagram運用でブランディングできていない？

そもそもブランディングの意味とは？

〇〇と言ったら『企業(貴社名)』といったポジション・価値を顧客に伝えること
実際運用していくと...

「なんとなく」発信したい内容を「なんとなく」投稿しているだけ

ラッキーパンチで増えたフォロワー数で満足



ブランディングの鍵はメディア型運用

指名検索以外のInstagramのユーザー(ターゲット)は
目的なく暇つぶしに見ている潜在顧客

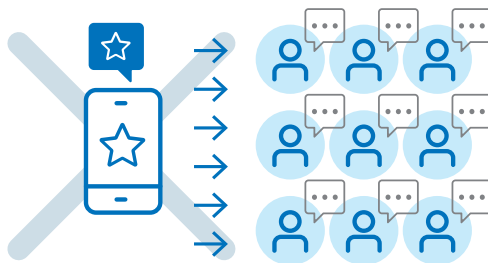
たまたま目についた投稿でアカウントに興味をもってもらうためには...

情報価値が高いコンテンツを

『点』で突き刺さないと

興味すらもってもらえない

広く数多い「面」に向けた投稿



狭く絞った「点」に向けた投稿



『点』とは？

ターゲット・ジャンルの粒度を細分化して競合とは違うコンセプトを持つこと。
針の穴を刺すような『点』で突くことで初めてコアファンに響く投稿ができる！
点は小さく10人にしか届かなかったとしても、
情報価値を感じ《反応してくれる》大切なファン(フォロワー)になる。

そんな潜在顧客を育成しつつ反応率を上げることで、
類似した潜在顧客を連れてきてくれるようになる。

結果

雪だるまを作るがごとくコアファンの輪を
じわじわコロコロと広げることに



ターゲット(点)に合わせた
『不』に対してのコンテンツを作成

たまたま目に入った投稿を
発見し、『自分事』と認識して
興味を持ってもらう

知りたかったことが解決できたことで
貴社のファンとなり、
日々の投稿も見えてくれるように！

コアファンが興味関心層を連れてきてくれるUGC

UGCはUser Generated Content(ユーザー生成コンテンツ)の略

コアファンが貴社の代わりにコンテンツとしてクチコミを投稿してくれれば、
フォロワー数に影響されず、さらなる興味関心層を連れてきてくれる!

商品やサービスの購入の決め手になったのは
第三者のクチコミだったという経験は必ずあるはず。
実は企業側からの発信よりコアファンからの情報の方が
1次情報としての信頼性が高い!



UGCを創出するためには？

コアファンになってくれるようなメディア型運用をすべし！

しっかりと投稿を見てフォロワーになってくれた段階では
まだ濃いファンになっているとは言えません。

さらにストーリーズ投稿を通して
日頃からフォロワーとのコミュニケーションが重要！

クチコミをInstagramの中で投稿してくれるようなファンになってくれれば
フォロワー数がいなくてもUGCにより認知度が上がり、

結果的にGoogleやInstagramでの指名検索が増える！



UGCが出にくい業界業種もある

UGCが生まれにくい業界とは...

- ❑ **コンプレックス商材**

例) カツラ

- ❑ **コモディティ商材(消費者の思考が購買に関与しない商材)**

例) ゴミ袋・乾電池

- ❑ **高単価かつ販売数が少ない商材**

例) 注文住宅・新車販売

- ❑ **BtoB商材(消費者が直接関与しない商材)**



個別具体の事例



クライアント例：『老舗旅館』

OTA(じゃらん・楽天トラベル)の手数料問題に悩む...

「WEB経由で自社サイトの予約数を伸ばしたい」

「認知を広めて指名検索数を伸ばしたい」

サポート導入後...



プロフィールへのアクセス数

300%増!



WEBサイト遷移数

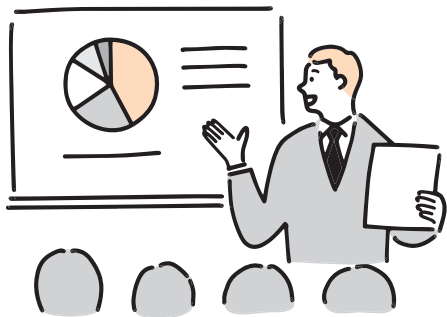
350%増!



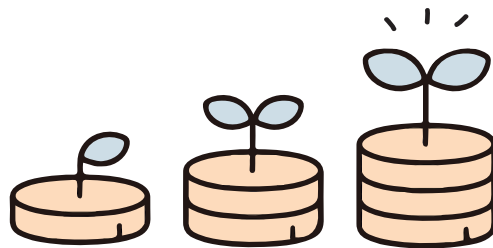
具体的に行った施策

① 現状把握

インサイト(数値)の確認

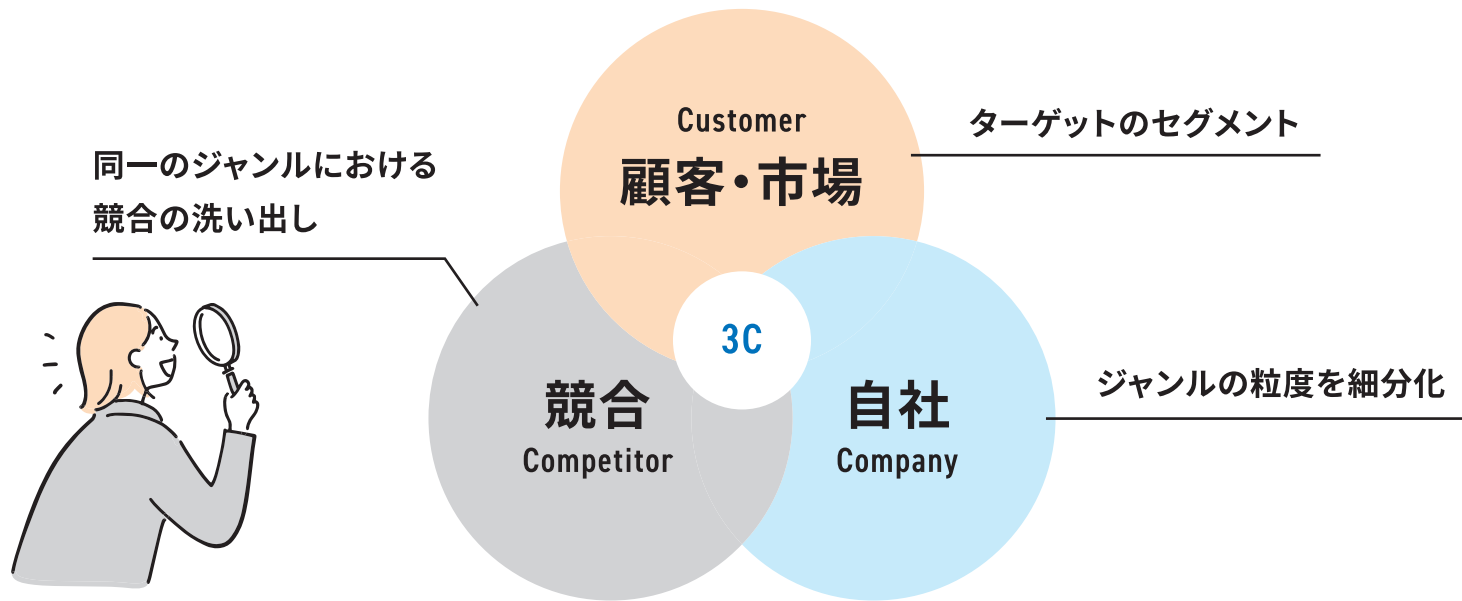


どう数値を改善していくか計画



具体的に行った施策

②ブランディングのための幹となるコンセプトを設定



具体的に行った施策

②ブランディングのための幹となるコンセプトを設定

競合にはないUSP(強み)の発見

⇒ロープウェイまで徒歩1分

アクティブに過ごせる立地条件を武器に

『ゆっくり過ごさない温泉旅館』

という唯一無二なポジションを創出



具体的に行った施策

②ブランディングのための幹となるコンセプトを設定

- 誰が(ポジション)
- 誰に(ターゲット)
- どういう価値で(コンテンツ)
- 理想の未来を描いてくれるのか(ベネフィット)

をプロフィールで展開



hotel_yunomoto_yunoy
ama

フォローする

メッセージを送信

🗨

⋮

投稿482件

フォロワー1599人

フォロー中137人

ゆっくりしない温泉旅館 | ホテル湯の本

＼のんびり温泉に飽き飽きしたあなたに／
湯の山温泉を観光地で片づけたい
史上最高に楽しむ“アクティブ”な過ごし方をご提案
これぞ！体に染み渡る質切温泉宿を実現る

▼リピーター続出のクセになる日帰り登山プランはこちら▼

📍 www.yunomoto.jp/climbers



具体的に行った施策

③発信すべき投稿を作るためにターゲットの不満・不安・悩みなどの洗い出し

アクティブに過ごしたい人に向けての情報価値をコンテンツ化



三重県・岐阜県穴場の避暑地！
マイナスイオン豊富な癒しスポット
HEALING SPOTS IN MIE & Gifu

実は大人気！
アワビ料理が堪能できる
湯の山温泉のホテル・旅館2選+α
RYOKAN WHERE YOU CAN ENJOY
ABALONE CUISINE

三重県
ガイド



大パノラマ絶景が最高！
竜ヶ岳登山の魅力
MT. RYUGATAKE

初心者も上級者も楽しめる！
鎌ヶ岳おすすめ登山ルート
MT. KAMAGATAKE

登山
ガイド



ドライブデートで訪れたい！
心に残る三重県絶景スポット
RECOMMENDED DATING SPOTS BY CAR

山の景色を楽しむ
三重県おすすめの紅葉
ドライブスポット3選！
SCENIC FALL DRIVES IN MIE

絶景
スポット

具体的に行った施策

④ 枝葉となるフィード投稿、リール動画、ストーリーズ投稿の正しいやり方で情報を実際に発信

● フィード投稿

1投稿10ページの構成

フォロワー外リーチ数を伸ばすための数値改善策

● リール動画

視聴維持させるための構成

フォロワー外リーチ数を伸ばすための数値改善策

● ストーリーズ投稿

各投稿面の数値改善のためにやるべき投稿施策

双方向コミュニケーションをするための投稿施策 etc...



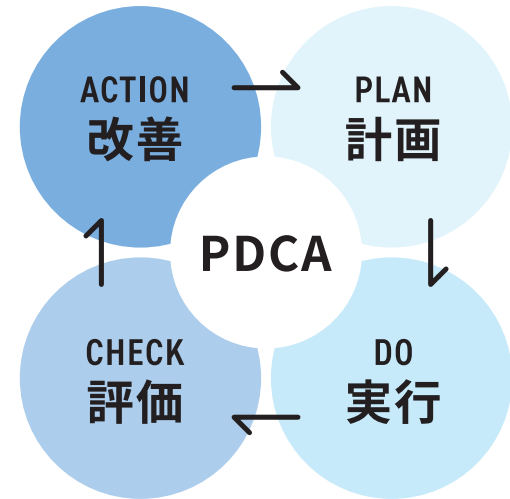
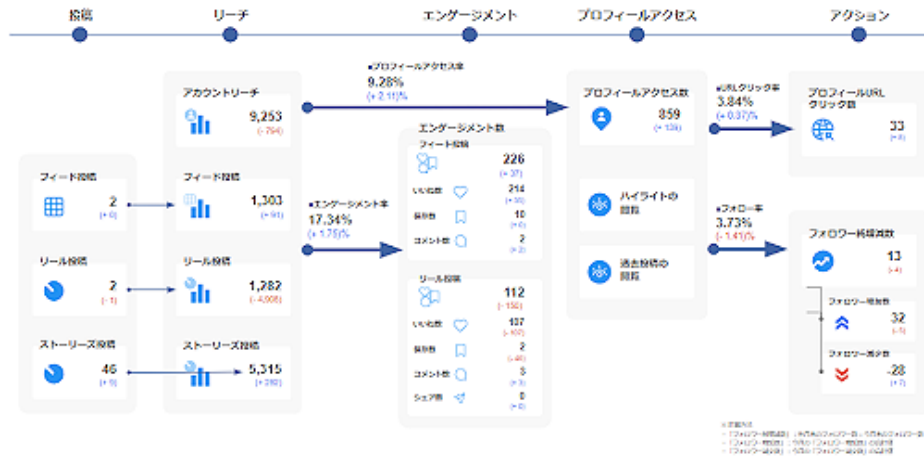
フィード投稿



リール動画、ストーリーズ

具体的に行った施策

⑤ インサイト(数値)を確認しながら PDCAのサイクルを回すためのコンサルティング

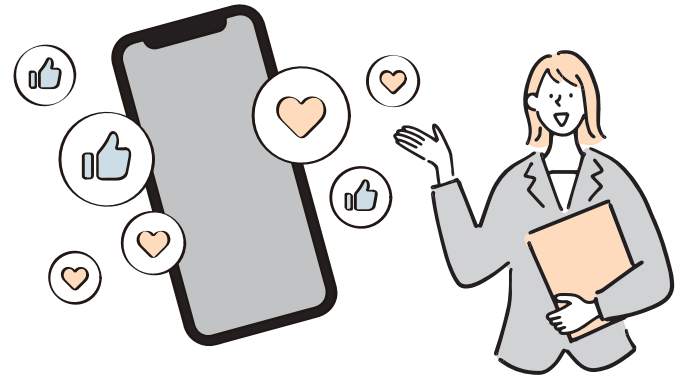


結果、コアファンがコンテンツを作ってくれることに(UGC)

ユーザーコンテンツがバズを創出!

全国放送のニュース番組に取り上げられるほどに!

コアファンがさらにコアファンを呼び込むという認知の輪で
ブランディング強化することに成功。



運用負担はほぼ0で目的達成

アカウント設計、コンセプト設定、投稿企画、デザイン編集などほぼ丸投げで運用

※スタンダードプラン・おまかせプラン

にも関わらずWEBサイトへの遷移数は**350%増!**

本来の目的であった自社WEBサイトの予約数に大きく貢献。

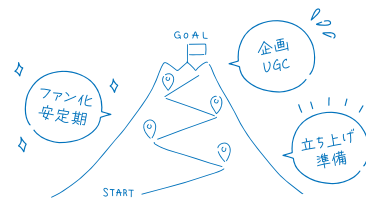
住み分けする**2つ**の集客導線も完成

- OTA(じゃらん・楽天トラベル)では『観光』『場所』が目的の比較検討ユーザーの予約
- Instagramでは『独自のコンセプト』の発信に魅力を感じた自社WEBサイトからの予約

結果的に住み分けする2つの集客導線が出来上がり、
予約数の倍増に繋げることができた



ロードマップ



	1ヶ月～	3ヶ月～	6ヶ月～	随時計画
フェーズ	立ち上げ・準備	ファン化・安定期	企画・UGC	
Todo	競合分析 アカウント設定 ペルソナ設定 ポジション決め コンセプト決め アイコン作成 アカウント名 プロフィール文 トナリ決定 運用戦略の確認	ポジション・コンセプトの見直し (インサイトを見ながら) ▼ 随時フィード投稿 随時リール投稿 (リーチを増やすための強化) 随時ストーリー投稿 (特にストーリーに力をいれる) インサイト分析 投稿改善	▼ 随時フィード投稿 随時リール投稿 (リーチを増やすための強化) 随時ストーリー投稿 (特にストーリーに力をいれる) インサイト分析 投稿改善	フォロワーが喜ぶ企画を考える UGC創出のための企画を考える ハッシュタグキャンペーン ▼ 随時フィード投稿 随時リール投稿 (リーチを増やすための強化) 随時ストーリー投稿 (特にストーリーに力をいれる) インサイト分析 投稿改善

業種別クライアント実例



その他クライアント実例

住宅メーカー

企業課題：

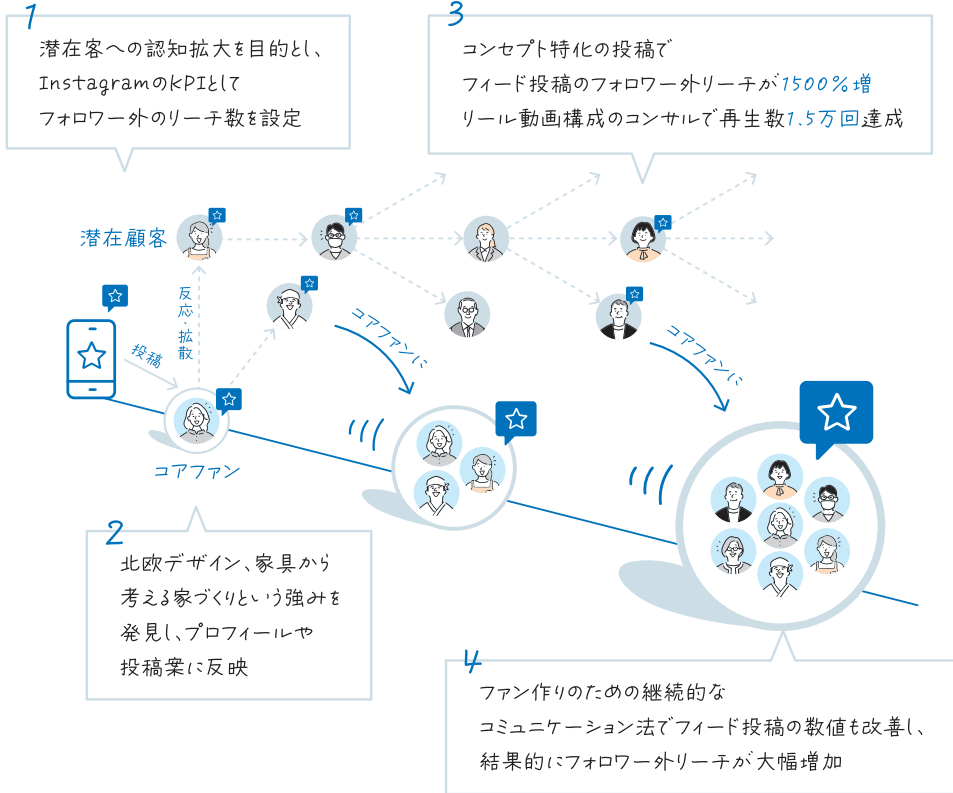
- どのような投稿をすればいいかわからない
- 自社内での運用リソース不足
- 認知を増やして展示会来場へ繋げたい

フォロワー数

200%増

WEBサイト遷移数

300%増



その他クライアント実例

介護施設

企業課題：

- Instagramの活用方法がわからない
- 自社内での運用リソース不足
- 認知拡大してお問い合わせを増やしたい

フォロワー数

200%増

WEBサイト遷移数

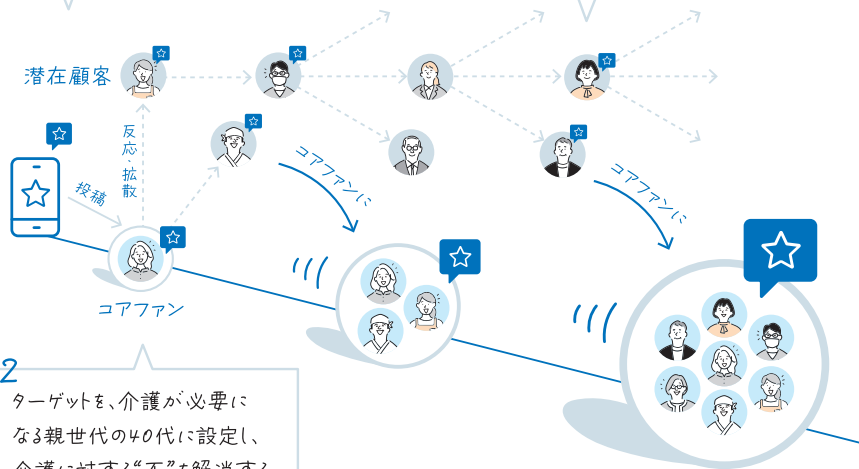
200%増

1

施設入居者の増加を目的としてInstagramのKPIをWEBサイトの遷移数に設定

3

特定のターゲットに刺さる投稿をしたことでフィード投稿のエンゲージメント率は**30%超**。認知拡大を狙ったリール動画で50%以上のフォロワー外リーチを獲得



2

ターゲットを、介護が必要になる親世代の40代に設定し、介護に対する“不安”を解消するコンテンツ計画

4

施設の日常やアットホームな雰囲気を合わせて伝えることでフォロワーが積極的に閲覧し、興味関心の醸成を継続的にできている状況を作れた

その他クライアント事例

ジュエリーメーカー

企業課題：

- 県内の同業種大手ブランドとの差別化
- 興味関心促進
- ECサイトの売上向上

フォロワー数

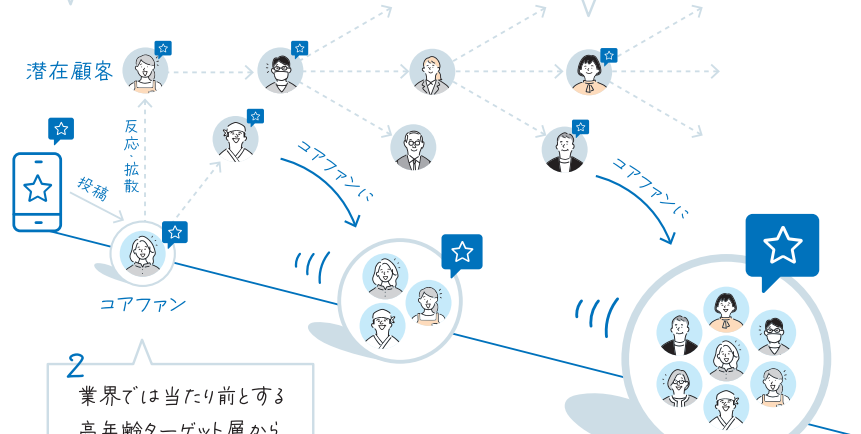
200%増

WEBサイト遷移数

475%増

1 ECサイトの売上増加を目的として InstagramのKPIをECサイトの遷移数に設定

3 当初、ターゲットが抱える”不”の解決策をコンテンツ化 ⇒フォロワーが順調に増加し、遷移数も上がってきたため、Instagramのショップ機能と連携しさらに遷移数を高める施策を導入



2 業界では当たり前とする高年齢ターゲット層から普段使いを目的とした30代に設定

4 投稿から商品タグを経由し、直接ECサイトへの遷移が大幅に増加。プロフィールからECサイトへの遷移も合わせて、サポート前から比べ大きな上昇となった。

その他クライアント実例

外構・エクステリア業

企業課題：

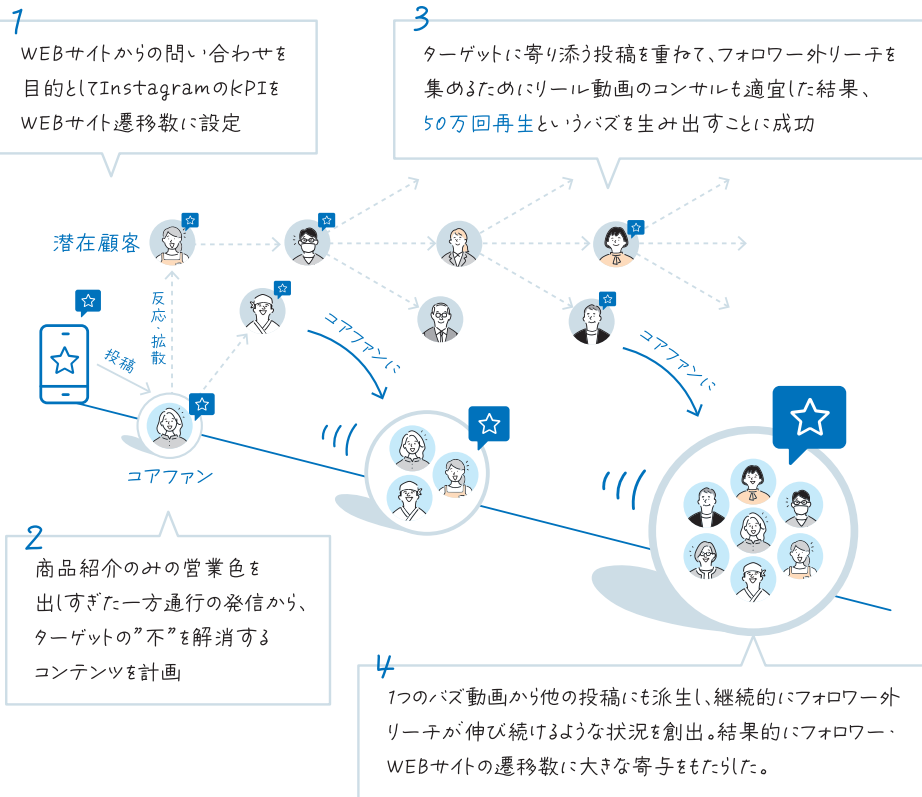
- 流行だからとInstagramを始めてみたが運用方法が分からない
- 問い合わせを増やしたい
- 認知を広めたい

フォロワー数

450%増

WEBサイト遷移数

940%増



ベースのInstagram運用の考え方

リーチ数・インプレッション数はもちろん大事な指標ですが、
私たちがやりたいのは

インフルエンサーを使い万人受けする投稿で薄っぺらい顧客
を集めることではありません。

本来の『企業』としてのあるべき運用

＝コアファンを作りLTV(顧客生涯価値)

を高めるためにブランディングしていくための運用です。



ベースのInstagram運用の考え方

マーケティングサポート実績約300社

多種多様な地方『企業』の実績を元に培った生涯顧客となっただくべく、
コアファン創出のお手伝いをさせていただきます。

逆に関心の薄いフォロワーを集めて大量のフォロワー数で権威性を
打ち出したいという企業様にはそぐわない内容になっておりますので
サポートの購入はお控えいただければと存じます。

ではサポートの前に...



サポート内容

	セルフプラン	スタンダードプラン	おまかせプラン
価格(月額)	月額 5 万円 (税込55,000円)	月額 15 万円 (税込165,000円)	月額 25 万円 (税込275,000円)
目的	内製化を目指した自走型	作業負担軽減+プロとの伴走型	プロの運用丸投げ型
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 数値の可視化 ● 業務フローの確立 	<ul style="list-style-type: none"> ● 月4回の投稿代行 ● プロのノウハウの蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> ● プロのノウハウで完全運用
導入目的/KGI/KPI/設計	○	○	○
ターゲット設定	○	○	○
コンセプト設計	○	○	○
配信企画	×	○	○
月次定例会	○	○	○
投稿クオリティチェック	○	○	○
Instagram分析ツールの利用	×	○	◎ (UGC収集・初速分析などフル機能)
アクセス解析レポート	×	○	○
所感改善シート	○	○	○
制作代行(フィード投稿orリール動画)	×	月4投稿分	月10投稿分
投稿代行(フィード投稿orリール動画)	×	月4投稿分	月10投稿分
ストーリーズ制作+投稿代行	×	×	月30投稿分

本資料を最後まで読んでいただいた方限定で

初期解析 **無料** でやります!

【初期解析内容】

- ① インサイトで各数値の現状を可視化(既存投稿の分析)
- ② 最優先で解決すべき運用上の課題をご提示
- ③ 所感と改善策のご提案

※Instagramビジネスアカウントでのご利用時のみ対応可能

本資料で、やる気がみなぎった方は、ぜひご連絡ください!

InstagramのログインID・パスワードをいただき次第、初期解析いたします。





BASE