



# Instagramキャンペーン スタートガイド

- Instagramキャンペーンが重要な理由が分かる！
- Instagramキャンペーンの制作物・注意事項を知ろう
- Instagramキャンペーンで成果を出すためには？

# Instagramキャンペーンが重要な理由と 一般的な流れ・形式

# 前提となる InstagramアカウントのKPI

## ブランドのKPI

主要KPIは、アカウントの規模を示すフォロワー数と、フォロワーとのインタラクション規模を示すエンゲージメントの2軸で計測されます。

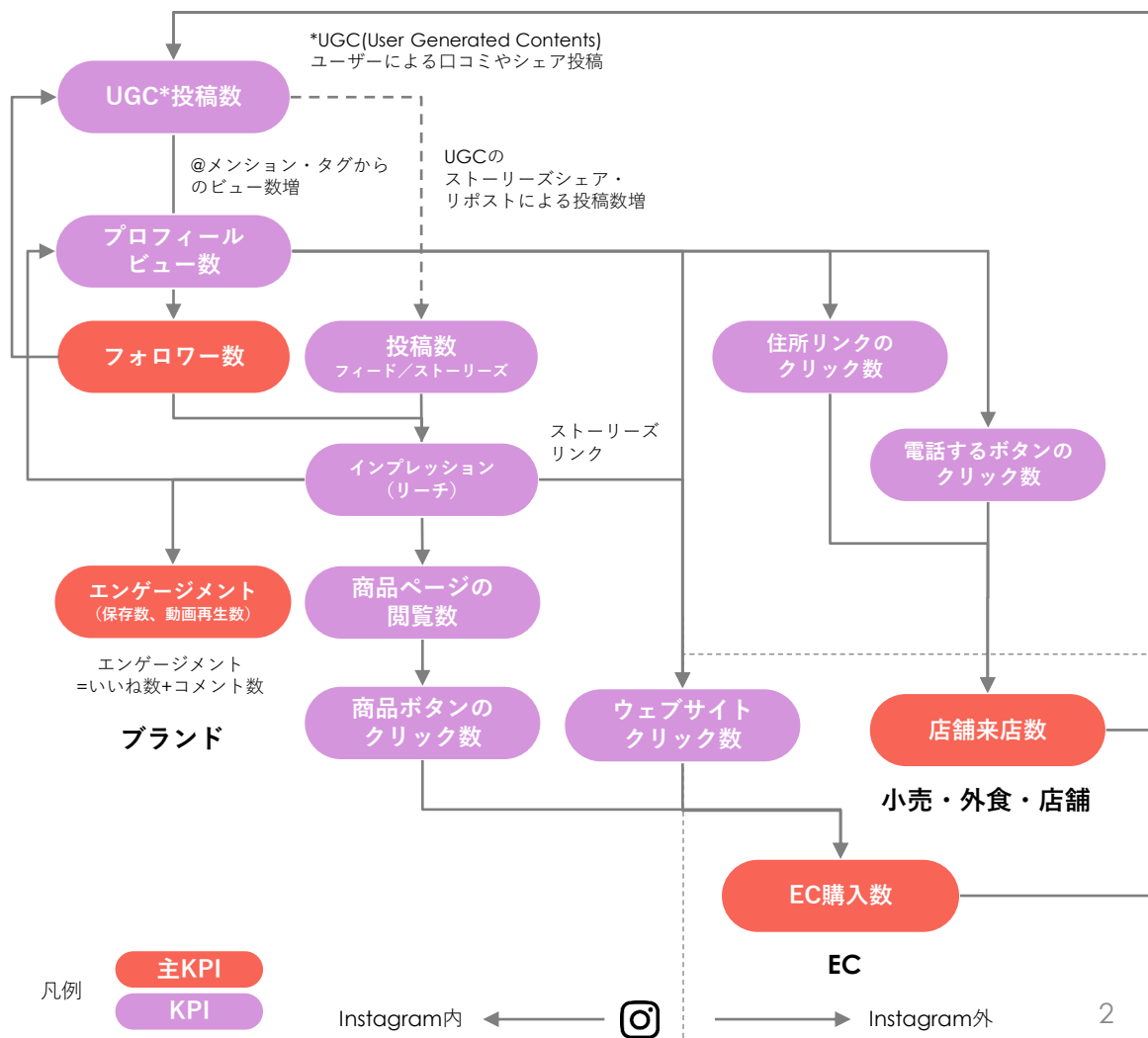
## ECのKPI

主要KPIは、Instagramを経由したEC購入数になります。ショッピング機能による商品ページからのクリックと、プロフィールおよびストーリーズリンク（※要1万フォロワー）からのクリックがECサイトアクセスの流入元になります。

## 小売・外食・店舗サービスのKPI

主要KPIは店舗来店数ですが、Instagramで取得できる数値はプロフィールに記載した住所リンクのクリック数、「電話する」ボタンのクリック数に留まるため、来店計測には消込クーポンやオンライン予約などの外部サービスが必要になります。

また業種に関わらず、フォロワー数とアカウントの投稿数+UGC投稿数はその後のKPIに大きく影響するため、Instagramアカウント運用においてまず最初に重要になると言えます。



## Instagramのアルゴリズムって？



### ストーリーズ

エンゲージメントが高いほど、**左側**に表示

### フィード

エンゲージメントが高いほど**上部**に表示

## アルゴリズムに使われてるシグナル



INTEREST

そのコンテンツへの  
関心度の高さ



RELATIONSHIP

そのアカウントとの  
繋がり度の高さ

出典：INSTAGRAM DAY TOKYO 2019 <https://business.instagram.com/a/instagram-day-tokyo-2019>

## Instagramのアルゴリズムと アカウント運用の課題

### エンゲージメントが重要

Instagramでは、エンゲージメントが高いアカウントのコンテンツが、フィードでもストーリーズでも優先表示されるアルゴリズムが採用されています。そのため、より多くのフォロワーに投稿を届けるには、フォロワーとエンゲージする必要があります。

### アカウントとの繋がり度を高める

つまり、フォロワーの関心度が高いコンテンツを投稿することに加えて、対話や交流といったアカウントとの繋がりを増やし、いいねやコメント、投稿の保存やストーリーズシェアといったアクションを増やすことが、アカウントのKPI向上において重要になります。

### 企業の課題

一方で、フォロワーに対して対話や交流を行うことは運用の負荷が非常に高く、また運用担当の個人的な活動になるため、継続性が保てないといった課題があると言えます。

# UGCの有用性と有効な施策

## InstagramにおけるUGCの有用性

UGCは、「生活者の63%は購入の前にUGCをSNS上で探している\*」とされるなど、購買に大きくポジティブな影響を与えます。

\* Olapic 「Facebook & Instagram Advertising with UGC: A Practitioner's Guide」

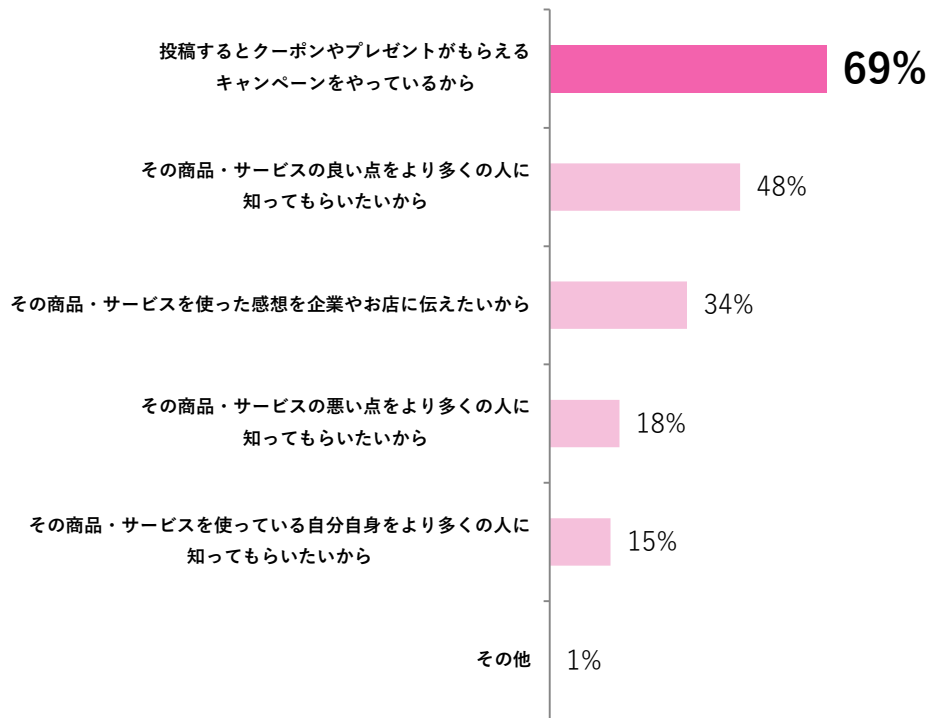
Instagramでは、この好影響に加えて、UGCに付けられた「@メンション」や「タグ」から自社アカウントへの流入を促すことができます。また、UGCを自社の投稿に活用したり、ストーリーシェアすることによって、撮影コストをかけずに投稿数を増やしたり、投稿者とのエンゲージメントを伸ばせることも大きなメリットです。

## UGCを増やす有効な施策

一方でアカウントの投稿運用だけでUGCは多くは増えません。また話題化を図るようなプロモーションは再現性が低く、企画によってはネガティブなクチコミが増えるリスクもあります。

そこで、再現性があり、低リスクで規模拡大できる施策としてお勧めなのが「Instagramキャンペーン」施策です。弊社調査では、Instagramアクティブユーザーが感想を投稿したきっかけとして「投稿するとクーポンやプレゼントがもらえるキャンペーンをやっているから」が回答の約7割を占めています。

Q.購入した商品や利用したお店・EC通販サイトやネットショップについて、SNSに感想を投稿した行動のきっかけとして、当てはまるものを全て選んでください。 ※n=Instagramアクティブユーザー360名



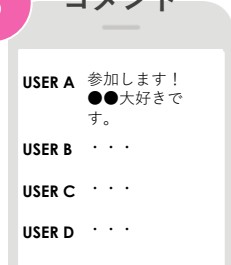
## 1 キャンペーン告知



## 2 フォロー



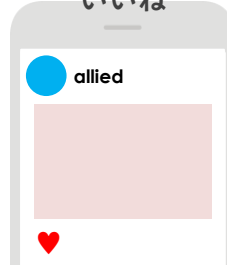
## 3 コメント



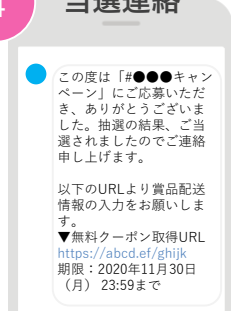
## ハッシュタグ



## いいね



## 4 当選連絡



# Instagramキャンペーンとは

## 基本的な流れ

Instagram上でのキャンペーン開催は、自社アカウントで告知を行い、ユーザーのアクションを元に抽選し、ダイレクトメッセージで当選連絡を行う流れが一般的です。現在では、多くの企業がこの形式でキャンペーンを実施しており、ユーザーにとっても参加しやすい形式と言えます。参加の母数を増やすために、Instagram広告と組み合わせて実施するケースも多くあります。

## 応募条件によってアクションを引き出す

企業は、応募条件を設定することで、ユーザーのアクションを引き出すことができます。フォロー+α（コメント、ハッシュタグ投稿、いいね）を条件とするキャンペーンが多く行われています。

## 実施のメリット

結果として、キャンペーンの実施によりフォロワーの増加やエンゲージメント、ハッシュタグ投稿によるUGCの獲得といった効果が再現性高く見込むことができます。企画や制作コストを大きくかけることなく、規模拡大を図ることができるのが大きなメリットになります。

# Instagramキャンペーンを実施すべき3つの理由まとめ

## フォロワーを増やす

アカウント規模拡大のために  
フォロワー数が重要だが  
通常投稿だけでは大きく増えない

## エンゲージメントを高める

Instagramの表示アルゴリズム上  
エンゲージメントが重要だが  
対話や交流の運用負荷が高い

## UGCを増やす

UGCは流入元やコンテンツとして  
また購買喚起としても有用だが  
話題化させる難度が高い



再現性があり、施策規模を大きく、負荷を少なくする施策が  
Instagramキャンペーン

フォローを条件にしたキャンペーンで  
フォロワー数が拡大する



リーチ母数が増え、  
全てのKPIが良化する

コメントなどを条件にした  
キャンペーンで交流が深まる



シグナルが蓄積し、  
投稿のリーチ率が高まる

投稿を条件にしたキャンペーンで  
UGCが獲得できる



プロフィールビュー数が増え、  
UGCを活用して投稿数も増やせる

# Instagramキャンペーン形式と効果の比較

## いいねキャンペーン

いいねキャンペーンは、最もハードルが低く、規模を拡大することに向いています。一方で、ターゲットではないユーザーも集まってしまい、フォロワー数は増えても後々エンゲージできずにリーチが思ったより伸びないこともあります。

## コメントキャンペーン

コメントキャンペーンは、最もバランスが取れた施策です。参加ハードルが高すぎず、獲得できるフォロワーの数はやや減りますが、今後もエンゲージメントできる可能性の高いユーザーと繋がることができます。また、写真投稿のようなコンテンツは集められませんが、コメントから顧客の声を拾うような目的にも活用できます。

## ハッシュタグキャンペーン

ハッシュタグキャンペーンは、写真投稿が必要となることから参加ハードルが高く、応募数は少なくなりますが、既存顧客からUGCを集めるのに向いています。実施に際しては、既存顧客へのCRMや、商品発送時の同梱状などを活用してキャンペーン告知を図ることが重要になります。

キャンペーン手法	いいねキャンペーン	コメントキャンペーン	ハッシュタグキャンペーン
よくある参加方法	フォロー & いいね	フォロー & コメント	フォロー & ハッシュタグ投稿 + @メンション
主なターゲット	新規客	既存/新規客	既存客
参加ハードル	低	中	高
フォロワー獲得	多	中	少
フォロワー質	低	中	高
UGC獲得	×	△	○
運用負荷	中	中	高

# Instagramキャンペーンの制作物・注意事項

# キャンペーンクリエイティブ制作のポイント

- ① まずはシンプルに、賞品が分かりやすく映えるような構成にしましょう。
- ② キャプション（テキスト）で伝えることもできますが、できるだけアルバム形式（複数枚投稿）を使って、画像で情報を多く伝えましょう。
- ③ 応募方法（フォロー&いいね等）も分かりやすく表現。応募方法について記載した画像を追加するのも良い手法です。



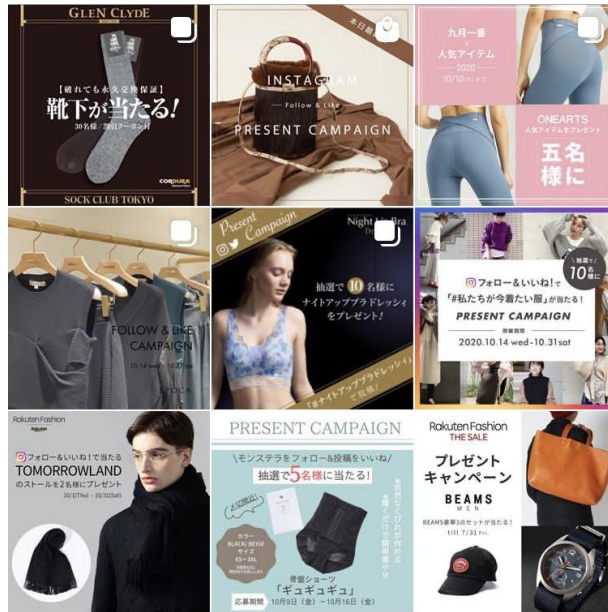
参考: @hinatao\_energy  
[https://www.instagram.com/hinatao\\_energy/](https://www.instagram.com/hinatao_energy/)

# キャンペーンクリエイティブ例 (1)

## 化粧品



## アパレル



## 生活・雑貨





# Instagramキャンペーンで利用可能なインセンティブ

## 利用可能なインセンティブ

Instagramでは、プレゼント、ノベルティ、自社ECクーポン、来店クーポンに関してはキャンペーンインセンティブとして利用できると考えられます。

### プレゼント・ノベルティ



特別なプレゼント・ノベルティでロイヤルティを醸成

### 自社ECクーポン



ECクーポンコードでリピート・クロス購入を促進

### 来店クーポン



消込・計測可能な独自のWebクーポンで店舗来店を促進

### 金券・ギフト券



Instagram上での現金・金券のキャンペーンは禁止

### Instagramプラットフォームポリシー

<https://help.instagram.com/325135857663734>

開発者は、Instagramのプロモーションガイドラインと適用されるすべての法律および規則を遵守することを条件として、Instagramで宣伝を運営できます。利用者にインセンティブを提供できる行動は、アプリへのログインとプロモーションへの参加に限られます。その他のアクションに対してインセンティブを提供してはなりません。

### Instagramプロモーションガイドライン

[https://help.instagram.com/179379842258600?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/179379842258600?helpref=page_content)

プロモーション(コンテスト、懸賞等)の案内や運営のためにInstagramを利用する場合、ページ作成者は、次の事項を含めて、当該プロモーションを合法的に運営する責任を負います。

### Instagramコミュニティガイドライン

<https://help.instagram.com/477434105621119/?fbclid=IwAR0uV5OCPvv-BQeuGf86VrYOhPU6mQKBS>

「いいね!」やフォロー、コメントを含むやり取りの見返りに、金銭や金券などのプレゼントを申し出たりしないでください。

上記により、Instagram上ではプロモーション(コンテスト、懸賞等)自体は禁止されておらず、プロモーション参加アクションにはインセンティブを提供できると考えられます。

一方で、「金銭や金券などのプレゼント」「アクションを条件に、全員に景品プレゼント」に関してはコミュニティガイドラインに抵触する可能性があります。また国内の法律上、「割引クーポン」の類は「景品」に含まれないとされており、利用可能と解釈しています。

### 消費者庁 景品に関するQ&A

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling/faq/premium/#q1](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/premium/#q1)

正常な商慣習に照らして値引又はアフターサービスと認められる経済上の利益及び正常な商慣習に照らして当該取引に係る商品又は役務に付属すると認められる経済上の利益は含まないこととされています。

# キャンペーン規約・注意事項例

Instagramキャンペーン実施時の応募規約例です。キャンペーン告知投稿のキャプションに明記するなどにより、不要なトラブルを避けることをお勧めします。

## 応募規約について

- \*本規約にご同意いただけない場合には、本キャンペーンへの応募はご遠慮ください。
- \*やむを得ない事情により、本キャンペーンの応募期間・賞品・当選者数は予告なく変更となること、またはキャンペーン中止となることがあります。
- \*本キャンペーンは、Facebook社およびInstagramとは一切関係ありません。

## 応募資格について

- \*本キャンペーンへのご応募には、Instagramへの登録（無料）が必要です。
- \*Instagramではご自身のアカウントを公開状態にしてご投稿ください。
- \*本キャンペーン実施期間中はInstagramのユーザーネームを変更しないようお願いいたします。
- \*複数のInstagramアカウントで応募されたことが判明した場合、当選資格を無効とさせていただきます。
- \*弊社関係者及び当キャンペーン関係者の応募はできません。
- \*ご応募は日本国内にお住まいの方に限らせていただきます。
- \*未成年の方は、親権者の方が応募規約に同意いただいた上でキャンペーンの応募をお願いいたします。

## 当選について

- \*当選発表は、2020年●月●旬頃実施予定です。
- \*当選者のアカウントへダイレクトメッセージをお送りし、当選のご連絡と賞品に関するご案内をさせていただきます。
- \*当選者の方には、当選賞品送付のため、必要な情報をご登録いただけます。
- \*当選の連絡後、必要な情報をご提供いただけない場合、当選を無効とさせていただきますのでご注意ください。
- \*またご提供情報に誤りがあるために賞品を送付できない場合（誤送信された場合を含みます）、当選を無効とさせていただきますのでご注意ください。
- \*弊社で実施中の他のキャンペーンとの重複当選はできない場合があります。
- \*当選が無効となった場合、その後、賞品の送付依頼をいただいたとしても一切受け付けかねます。なお、無効となった当選が発生した場合、当選人数は上記記載の数に達しないことがあります。
- \*キャンペーンの応募状況および抽選基準、結果に関するお問い合わせにはお答えできませんので、予めご了承ください。
- \*当選の権利および賞品受取の権利は当選者ご本人様のものとし、第三者に譲渡、換金することとはできません。

## 投稿について

- \*投稿された写真およびキャプション、コメント、投稿者のユーザーネーム、投稿日時は、弊社の各種広告・宣伝物に活用させていただく場合がございます。
- \*ご応募される方は、投稿写真を各種広告・宣伝物に活用することにご同意いただいたものとみなします。
- \*ご一緒に写っている方にも、本注意事項への同意を得てからご応募ください。
- \*ご投稿いただく写真は投稿者本人のオリジナル作品に限定し、未発表のものに限りです。
- \*被写体の人物への肖像権侵害等の責任は負いかねます。万一、第三者と紛争等が生じた場合は、すべて応募者の責任とします。
- \*応募をするにあたり、以下のような投稿を行なわないでください。
  - ・著作権など第三者の権利を侵害するもの、名誉・信用を毀損するもの、迷惑行為となるもの、その他法令違反となるもの、及びそのおそれがあると弊社が判断したもの。
  - ・第三者や他社（その製品を含む）を誹謗中傷する表現、差別的な表現、嫌悪感を抱く可能性のある表現、その他公序良俗に反する表現、及びこれらに該当するおそれがあると弊社が判断したものです。
  - ・住所など個人情報その他個人を特定できる情報が含まれるもの。
  - ・上記の他、本キャンペーンの趣旨にそぐわない等の理由で弊社が掲載に適さないと判断したものです。

## 個人情報について

- \*ご提供いただいたお客様の個人情報は、弊社が委託した●●●株式会社が厳重に管理し、当選の通知、賞品送付および賞品送付に伴う連絡に利用させていただきます。
- \*また、個人を特定しない形でのサービス向上のための統計データとして利用させていただきます。
- \*個人情報をお客様の同意なしに第三者提供することはありません。
- \*ただし、法令に基づいて開示請求された場合はこの限りではありません。
- \*本キャンペーンの事務局運営業務は、弊社が●●●株式会社に一部委託しております。
- \*本キャンペーンに関するお問い合わせ先【●●●キャンペーン事務局】（メールアドレス、問い合わせフォームURL、DM送信先アカウント名などを記載）
- \*ご回答までに日数がかかる場合がございますが、予めご了承ください。
- \*お問い合わせの際はキャンペーン名：●●●キャンペーンとお客様のInstagramユーザー名も併せてご記載ください。

# Instagramキャンペーンで成果を出すために

# Instagramキャンペーンの 課題と対策

## 定期的を実施をする

効果のあるInstagramキャンペーンでも、散発での実施では大きな成果にはなりません。定期的の実施を行い、PDCAサイクルを構築してKPI計測・改善を図り続けることが、成果を上げるためには必須になります。

## 購入・来店やエンゲージメントを図る

実施して終わり、ではせっかく作った繋がりも、その後のアクションに発展しません。キャンペーンに参加してくれたフォロワーに対しクーポンを発行するなどにより、購入・来店といった顧客化・リピーター化まで導くことが重要です。また、参加の御礼として投稿をストーリーズシェアするなど、エンゲージメントを高めることがInstagramアルゴリズム上重要になります。

## ツールを有効活用する

これらの活動を負荷少なく継続するには、ツールの導入が有効です。参加者データの蓄積・可視化や、成果の計測、コミュニケーションのサポート、購入・来店誘導を図れるクーポン機能などのあるツールの導入をお勧めします。

次回の投稿テーマは#商品B!

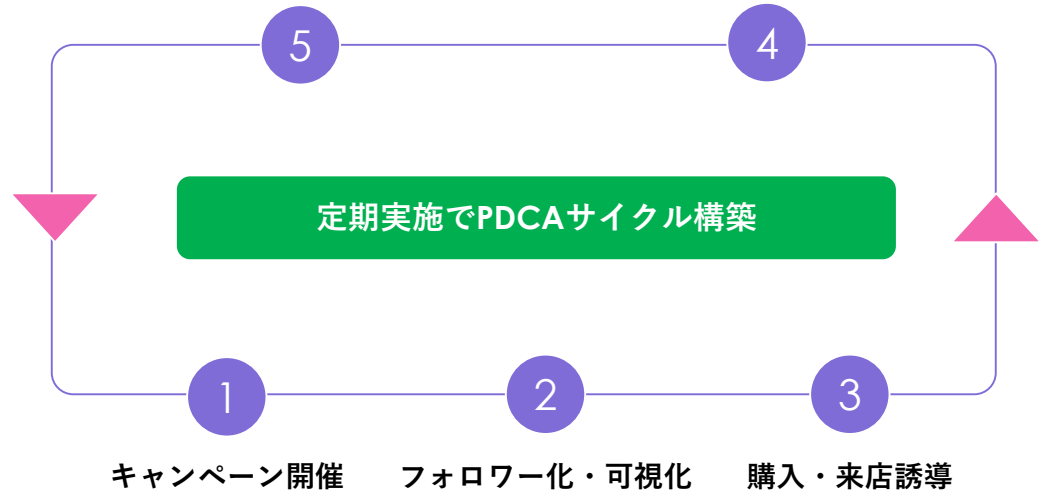


計測・次回のテーマ設計

投稿ありがとうございます!



交流・エンゲージメント



投稿テーマは#商品A!



キャンペーン開催



フォロワー化・可視化



購入・来店誘導



●●参加者限定の  
クーポン! 利用は●月まで

# ech@es on Instagram

成果を可視化し持続・発展的に拡大できるInstagramプロモーションを実現

## Instant-win

Instagramでインスタントウィンを実現

## Follow/Engage/UGC

InstagramフォロワーとUGC資産を蓄積

## Sales Promotion

クーポンと時限セールでEC・店舗送客



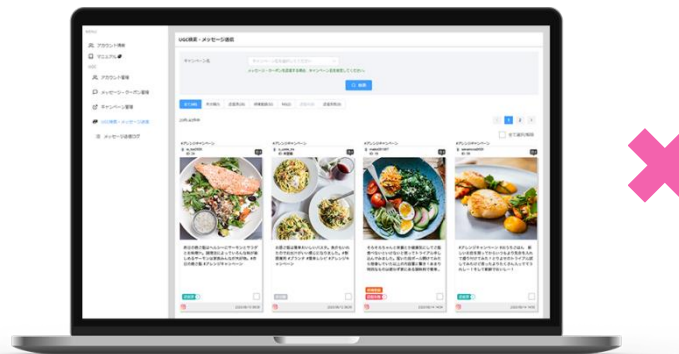
アライドアーキテツ株式会社

東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル 4階

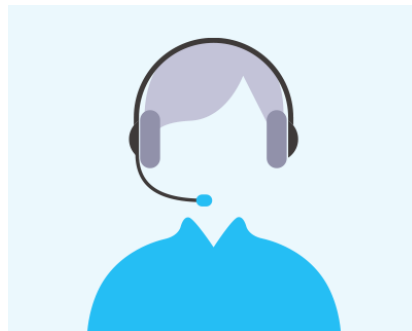
Phone: 03-6408-2791 / Fax: 03-6408-2799

成果を最大化するInstagramプロモーションを  
最も低負荷で高頻度を実施できるプロダクト & サービスです。

ech@es on Instagram



専任カスタマーサクセス担当



負荷低く成果の最大化へ

インスタント ウィン	投稿収集 検索	当選者認証	コメント 機能
来店消込 クーポン	EC クーポン	インサイト ダウンロード	集客支援

運用代行 事務局代行	ツール利用 サポート
プロモーション サポート・改善	クリエイティブ サポート・改善

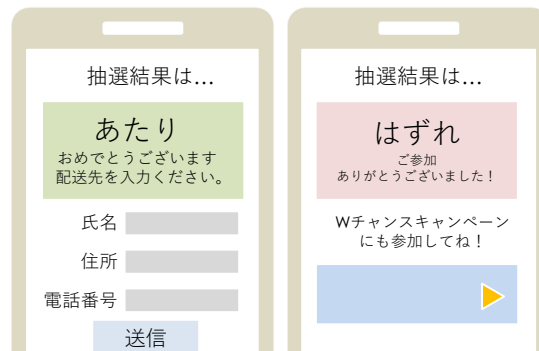
# インスタントウィン機能を提供

「その場で当たる」形式のインスタントウィンが実施可能。  
抽選・当選DMの手間を省き、大量当選キャンペーンが実施可能に。

大量当選キャンペーンが実施可能に



その場で当落を表示するので高参加率  
抽選作業も当選DM送信も不要



# 大量サンプリング + UGC生成パッケージプラン

## インスタントウィンによる「大量当選」サンプリング企画 ハッシュタグ投稿キャンペーンとのセットでUGCを大規模に生成

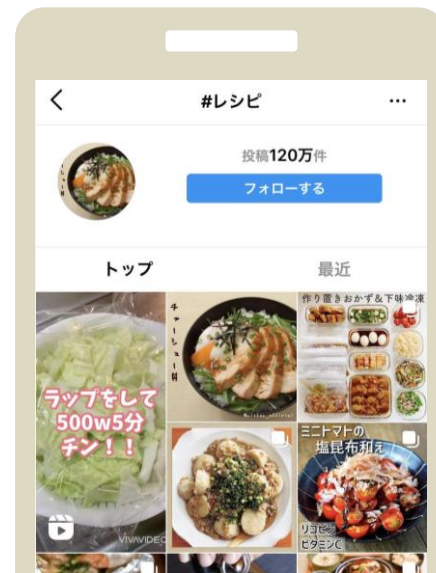
サンプリングキャンペーン



ハッシュタグ投稿キャンペーン



指定ハッシュタグでUGC生成

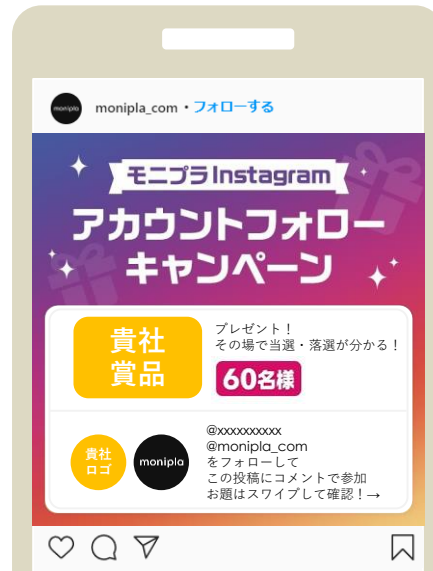


## 弊社メディアアカウントとのタイアップキャンペーンを実施 低リスクな成果報酬型でフォロワー獲得を実現

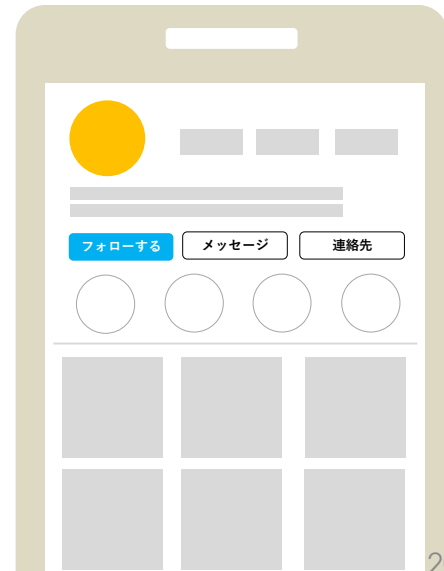
弊社メディア「monipla」より  
Instagramのキャンペーン投稿へ集客



@monipla\_comアカウント上で  
クライアント様商品を賞品として  
「ダブルフォロー&コメント」形式の  
インスタントウィンを実施



ダブルフォロー形式により  
クライアント様の  
アカウントをフォロー





## POINT 01

### 導入しやすいWebクーポン仕様

スマートフォンのブラウザで表示されたクーポンの確認ボタンをスワイプするだけで利用済となるため、店頭オペレーションへの負荷を最大限減らす形で利用可能です。

## POINT 02

### 不正利用ができないクーポンシステム

「クーポン利用ボタン」のスワイプが完了すると、その後URLに遷移してもクーポンは使用済みとなり、使用出来なくなるため、クーポン利用ページの画面キャプチャやURLを第三者に共有・公開されても複数回の利用はできません。

## POINT 03

### クーポン利用者数の収集・管理が可能

実際に何人が店頭でクーポンを利用したのかを日別で収集・管理することができ、キャンペーンを通じた実際の店頭送客への貢献度を可視化することが可能です。

レストランチェーン店 A社

店頭送客 **51%**

配布約20,200に対し約10,400名送客

弁当チェーン店 B社

店頭送客 **43%**

配布1,000に対し約430名送客

カフェチェーン店 C社

店頭送客 **26%**

配布4,900に対し約1,300名送客

ech@es on Instagram

サービスサイト

<https://service.aainc.co.jp/product/echoes-Instagram/>

お問い合わせ

アライドアーキテクツ株式会社 Promotion本部 事業開発部

TEL: 03-6408-2791 Mail: [dev-promotion-sales@aainc.co.jp](mailto:dev-promotion-sales@aainc.co.jp)