



【集客・販促】に 繋がるInstagram活用法とは？

「Instagramを見て購買する」ユーザーの実態調査

～フォロワーを集めたその先に企業が行うべきInstagram施策～



ech@es on Instagram

アライドアーキテクト株式会社

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

「Instagramを見て購買する」ユーザーの実態調査

Instagram利用ユーザー1,104名に、Instagramの利用状況やInstagramをきっかけとした商品購買・サービス申込経験について調査しました。今回は、その中でもInstagramを見て「月1回以上購買している」155名に焦点を当て、企業のInstagramマーケティングに関する示唆をまとめました。

■調査主体：アライドアーキテクト株式会社

■調査期間：2021年12月21日(月)

■調査方法：インターネットリサーチ

■回答人数：Instagram利用ユーザー：1,104名

└ Instagram購買アクティブユーザー：155名

※購買アクティブユーザー・・・

Instagramで知った商品の購買やサービスの申込について
「月1回以上している」と回答したユーザー

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「アライドアーキテクト株式会社調べ」とクレジットを記載してください。

Q. Instagramで知った商品の購買やサービスの申込について	n	%
全体	1,104	100%
月1回以上している	155	14.0%
月1回未満している／現在はしていないがしたことがある	304	27.5%
したことはない・分からない	645	58.4%

調査背景について

- 新型コロナウイルス流行の影響で、働き方や購買活動をはじめとする生活者の行動様式は大きく変化しており、企業のマーケティングにおいては**SNS上での生活者との接点拡大・維持や商品・サービスの情報発信の重要性**が増しています。
- その中でも、**Instagramは新しい商品やサービスを見つけて購入するユーザー比率が高いSNS**とされており、企業のInstagramアカウントやプロモーション活用は増加傾向にあります。
- 一方で、Instagramアカウントを立ち上げたものの規模が拡大できず、**集客・販促へのインパクトが小さい**と課題を感じられている企業も多く、特に、Instagram上でのフォロー&いいねキャンペーン施策等により「**フォロワー1万人**」を達成したものの、**その後の目標や活用法が不透明**で何となく低予算で運用されている企業も多い状況です。
- InstagramのKPIとしてフォロワー数やエンゲージメント率は有効ですが、その数値は決してゴールではありません。より**購買に近いビジネス成果**に繋がられなければInstagram活用の意義は小さく、運用負荷ばかりが高い非効率な施策になりかねません。
- そこで、本調査では、「**Instagramを見て購入する**」ユーザーにフォーカスし、その利用実態を明らかにすることで、より**Instagram上で購買喚起や集客・販促に繋げるためのヒント**をお届けします。

1

Instagram購買アクティブユーザーは、
Instagramを閲覧するだけでなく、様々な機能を使いこなしている

2

Instagram購買アクティブユーザーは、
企業アカウントに対しても非常にアクティブで
頻繁にコミュニケーションをし、
購買行動のきっかけとしている

3

Instagram購買アクティブユーザーは、
企業アカウントのキャンペーンに対しても積極的に参加しており
キャンペーン後の態度変容が大きく、購買行動への影響も高い

調査結果①

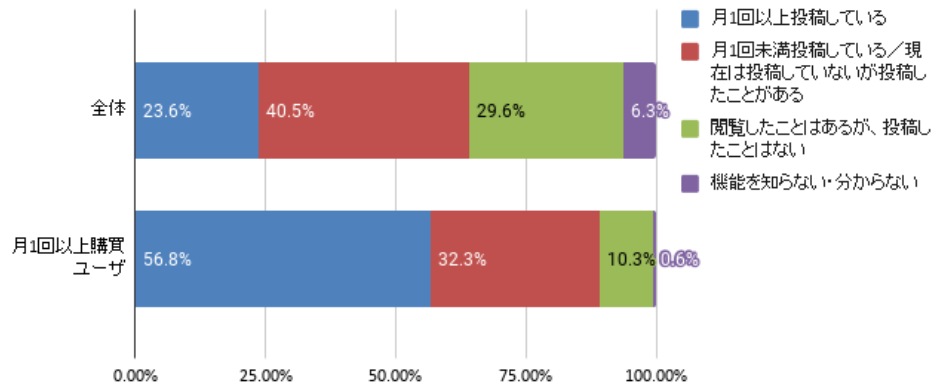
Instagram購買アクティブユーザーは、
Instagramを閲覧するだけでなく
様々な機能を使いこなしている

Q1. Instagramで利用されている機能について (1)

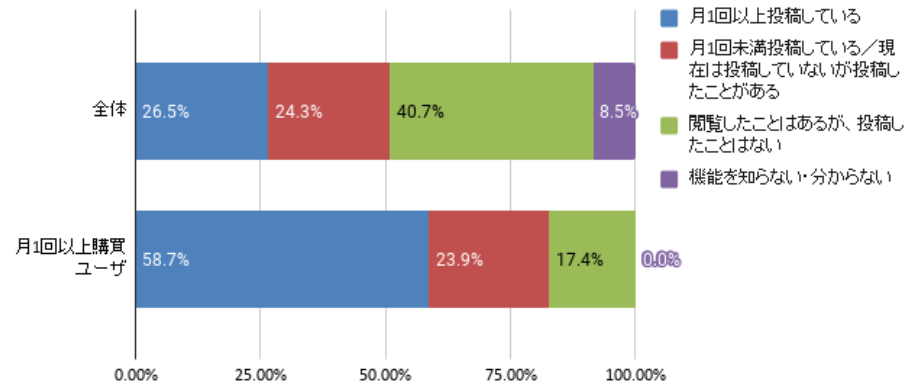
POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、Instagramを閲覧するだけでなく様々な機能を使いこなしています。投稿に関しては、フィード、ストーリーズに留まらず、IGTV動画、リール、まとめ、ライブに関しても投稿経験が多く、高い頻度で投稿されていることが分かりました。

投稿(フィード)の利用について

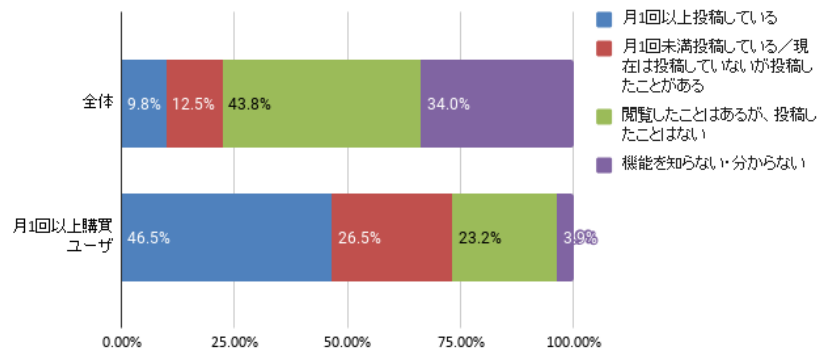


ストーリーズの利用について

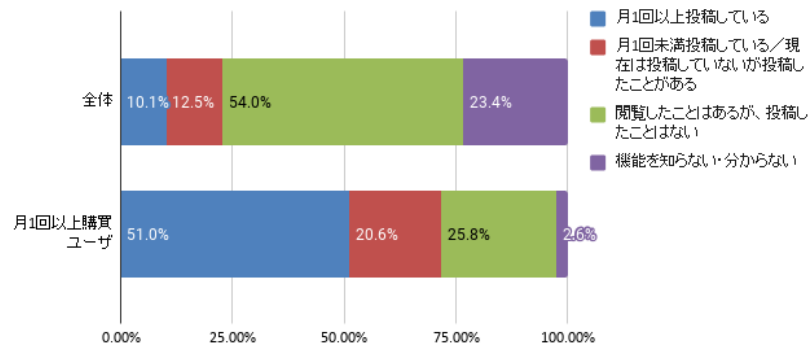


Q1. Instagramで利用されている機能について (2)

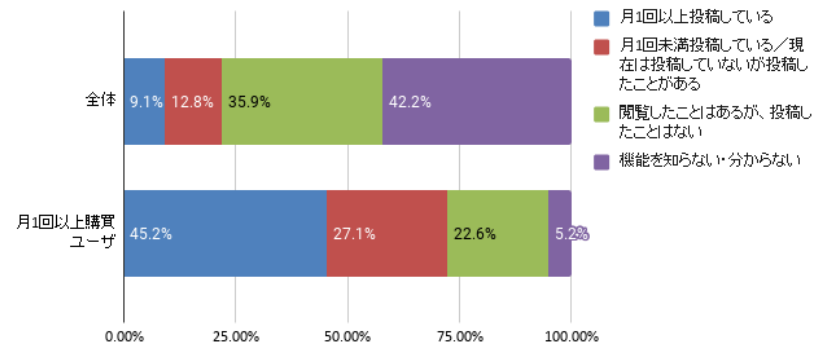
IGTV動画の利用について



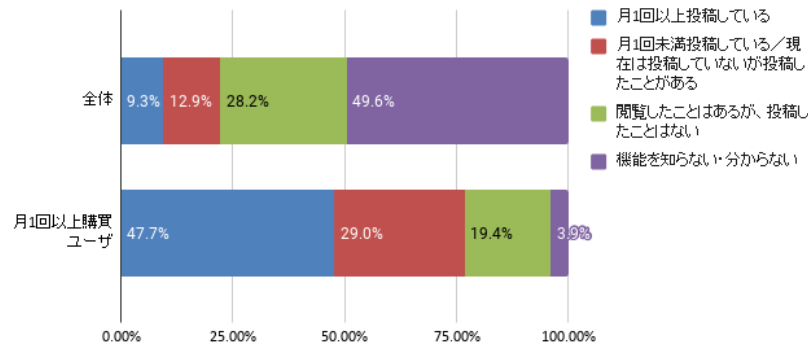
ライブの利用について



リールの利用について



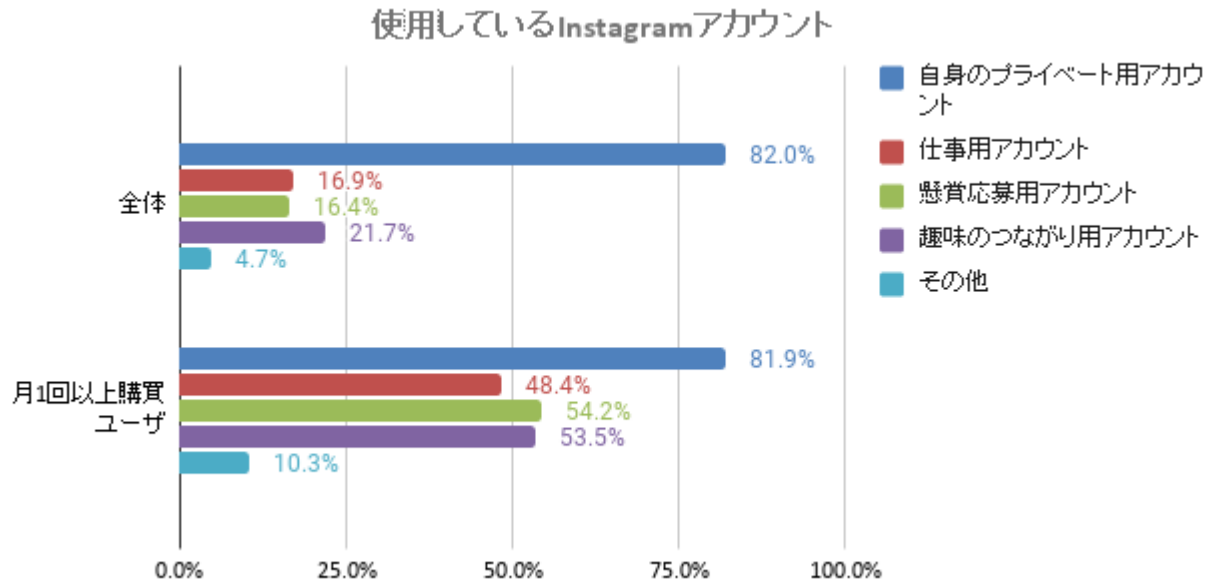
まとめの利用について



Q2. Instagramで利用しているアカウントについて

POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、自身のプライベート用アカウントだけでなく、仕事用、懸賞応募用、趣味のつながり用など複数のアカウントを使い分けている傾向にあることが分かりました。



調査結果②

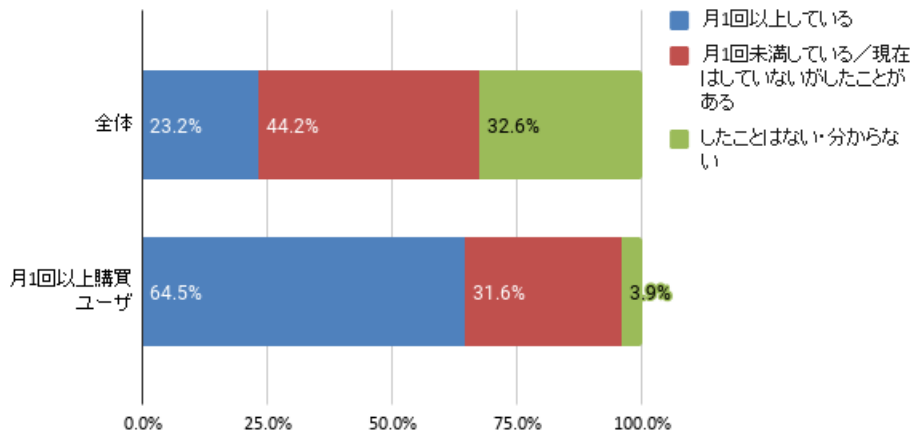
Instagram購買アクティブユーザーは、
企業アカウントに対しても
非常にアクティブで
頻繁にコミュニケーションをし、
購買行動のきっかけとしている

Q3. Instagram企業アカウントについて (1)

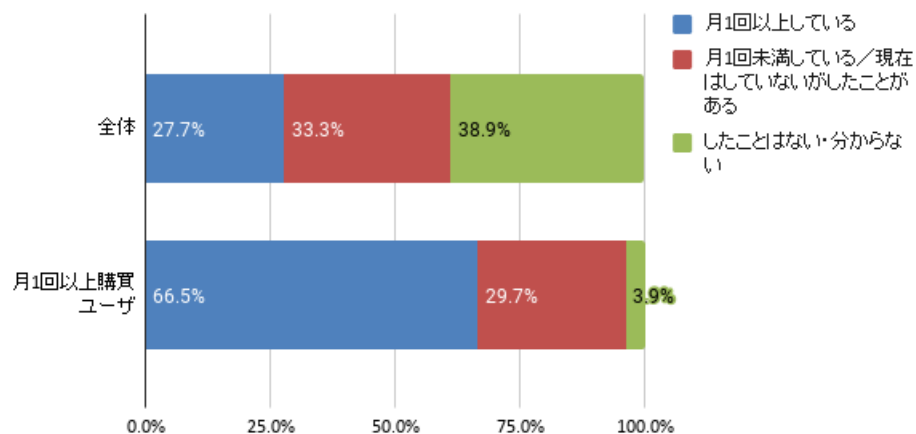
POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、企業アカウントに対しても非常にアクティブです。フォロー、いいねやコメント等のエンゲージメントに留まらず、DMや@メンションでのコミュニケーションや企業・商品ハッシュタグ・タグ付けした投稿についても高い頻度で行っていることが分かりました。

企業アカウントへのフォロー

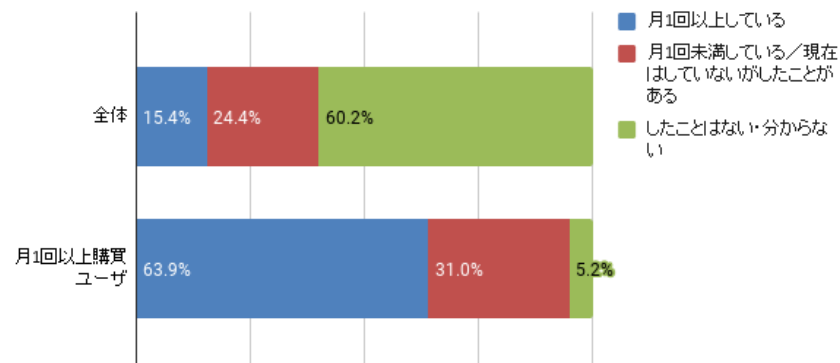


企業アカウントの投稿へのいいね

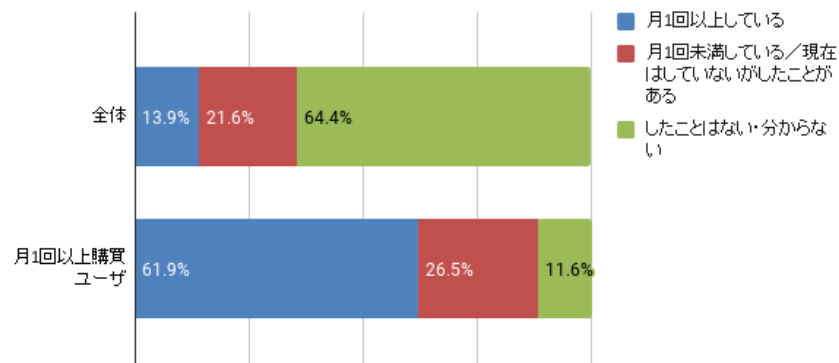


Q3. Instagram企業アカウントについて (2)

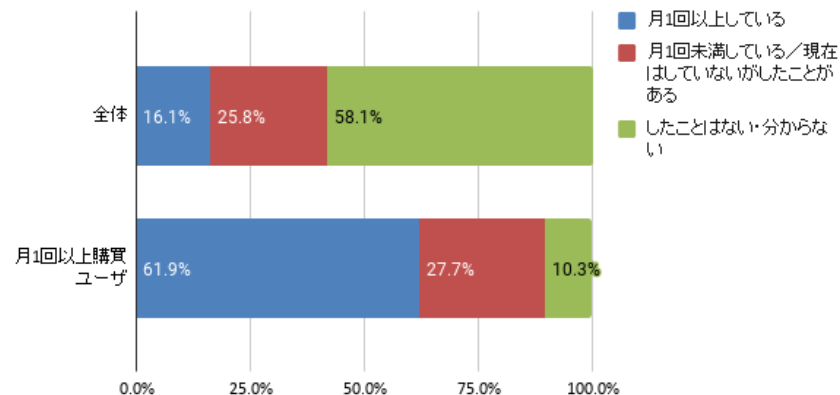
企業アカウントの投稿へのコメント



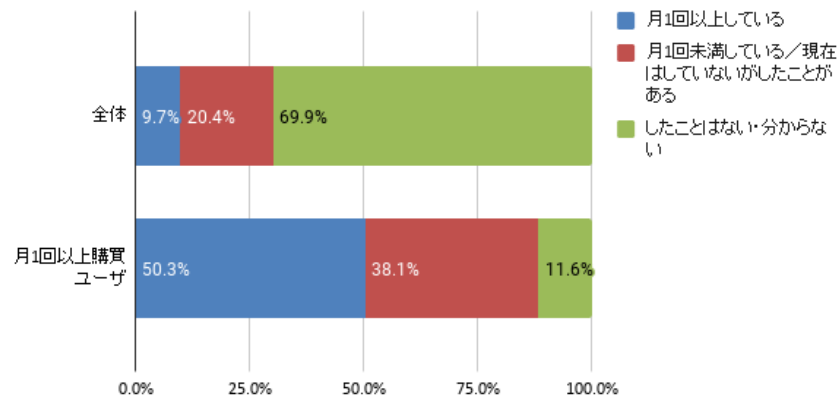
企業アカウントの投稿をストーリーズシェア



企業アカウントの投稿を保存

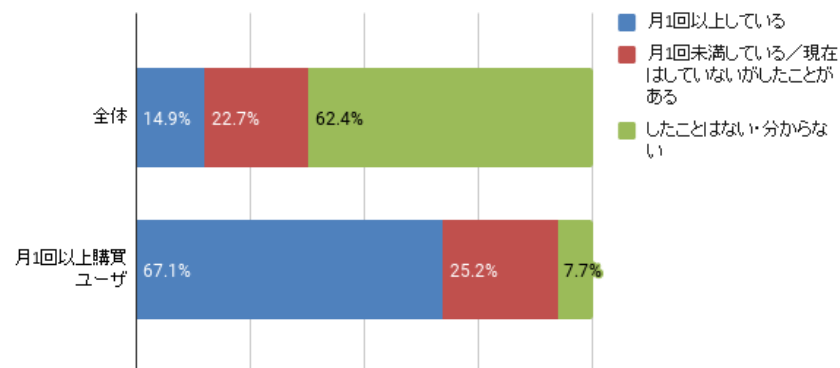


企業アカウントへのDM

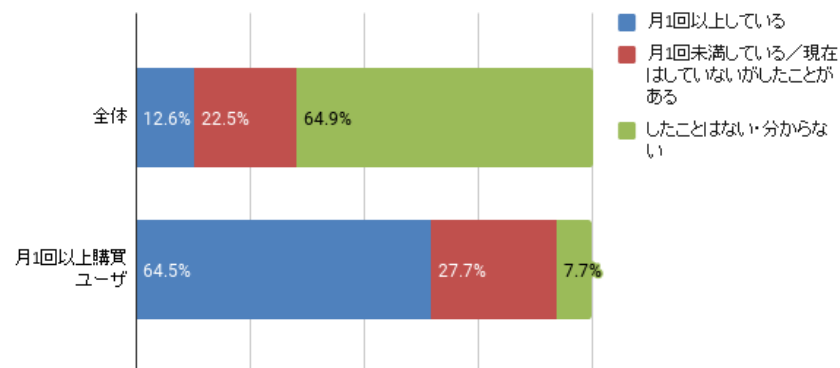


Q3. Instagram企業アカウントについて (3)

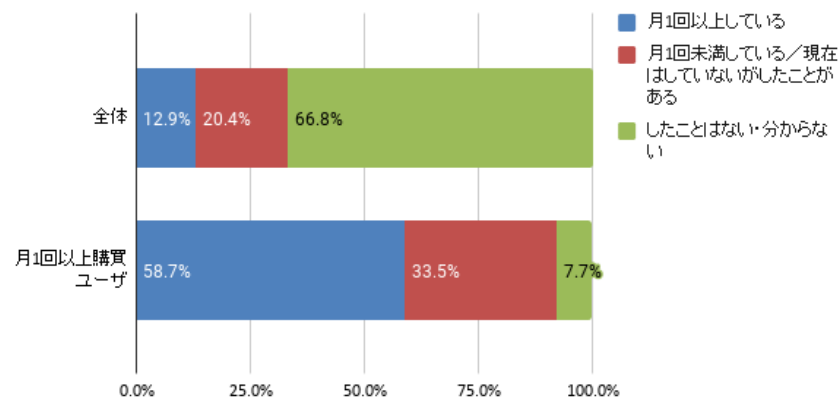
企業や商品のハッシュタグを付けた投稿



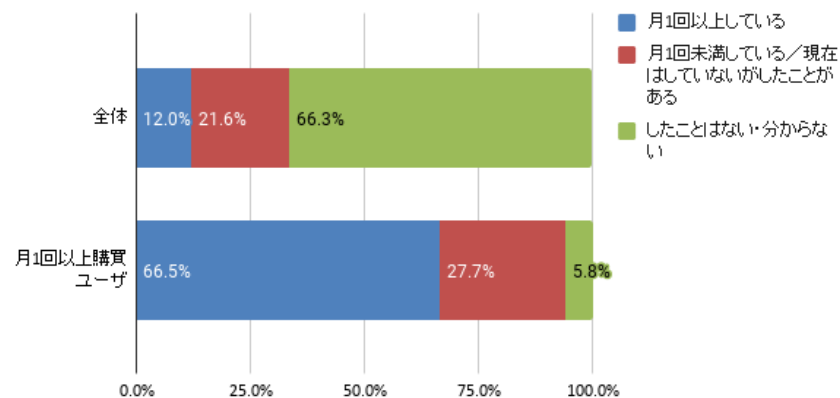
企業アカウントへのタグを付けた投稿



企業アカウントへの@メンションを付けた投稿



企業のショッピング投稿からの購入

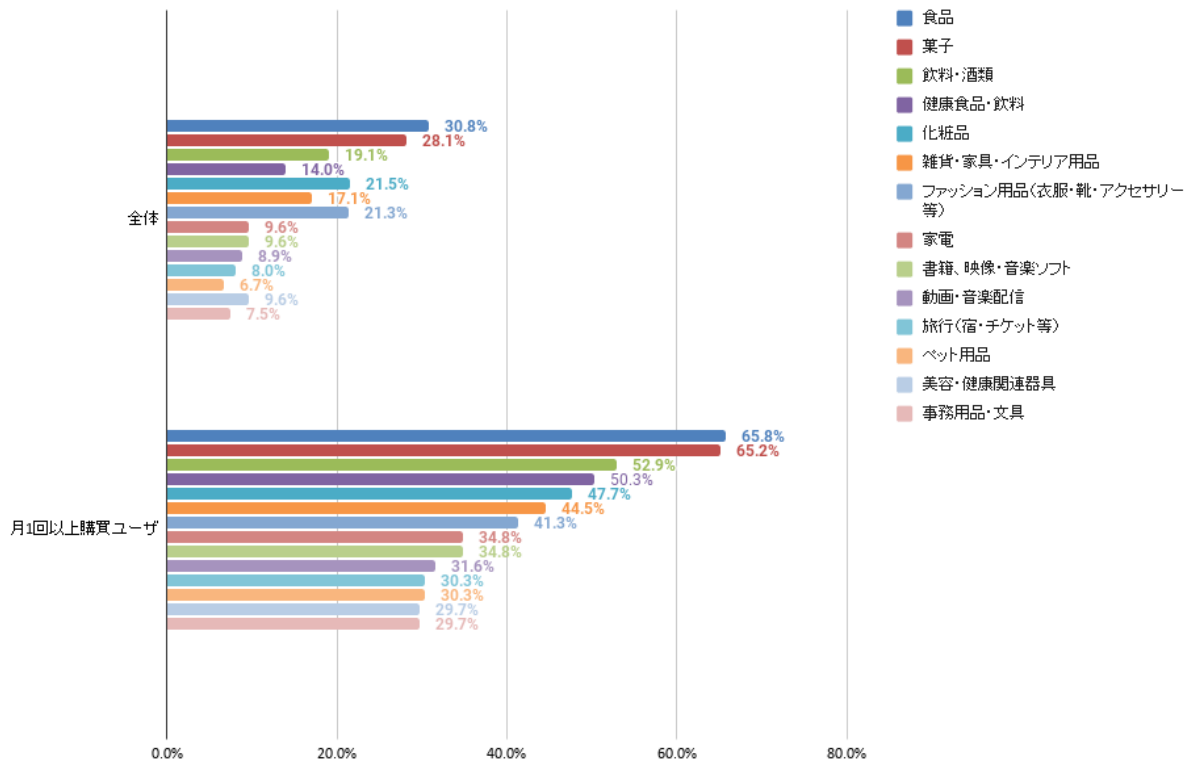


Q4. Instagramをきっかけとした購入・申込について

POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、商材についても非常に幅広くInstagramをきっかけに購入・申込していることが分かります。

Instagram上の企業アカウントや投稿を見たことをきっかけに、購入・申込した商品・サービス

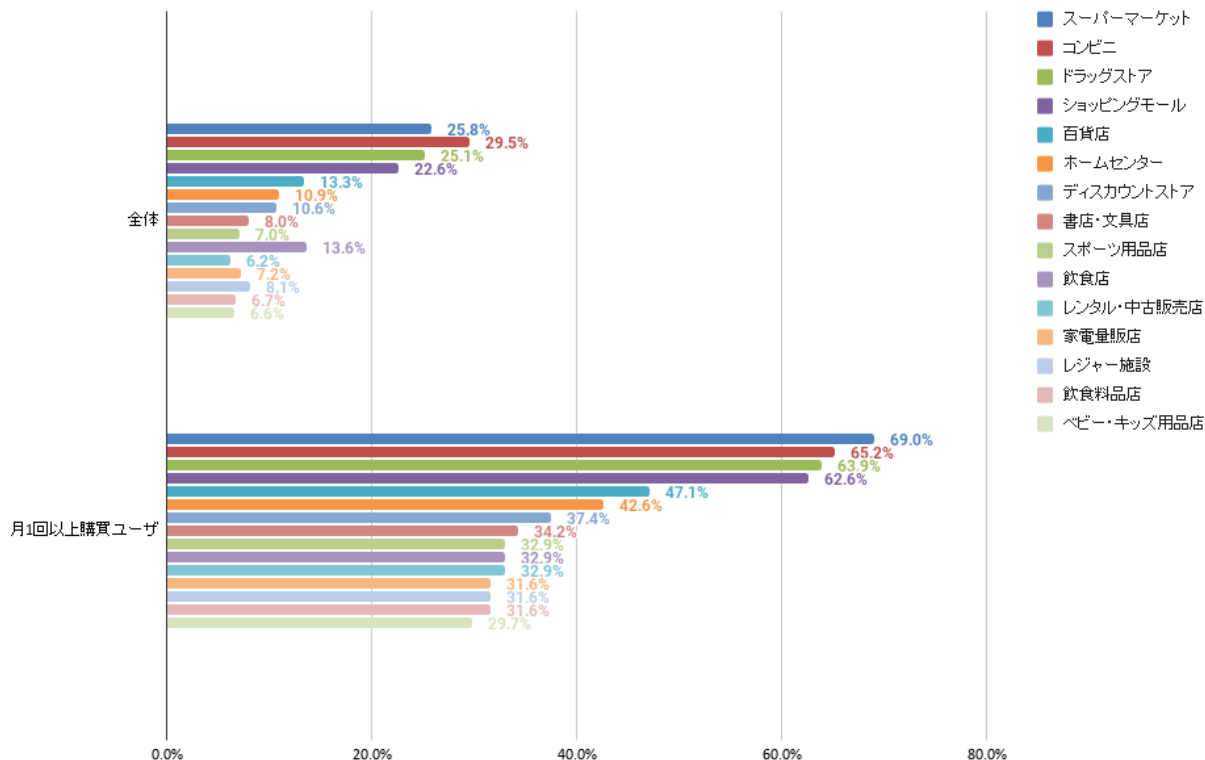


Q5. Instagramをきっかけとした訪問・来店について

POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、店舗や施設への訪問といったオフライン行動においても幅広くInstagramをきっかけにしていることが分かります。

Instagram上の企業アカウントや投稿を見たことをきっかけに訪問した店舗・施設



調査結果③

Instagram購買アクティブユーザーは、
企業アカウントのキャンペーンに対しても
積極的に参加しており、
キャンペーン後の態度変容が大きく
購買行動への影響も高い

※Instagramキャンペーン参加経験有りと回答したユーザへの調査

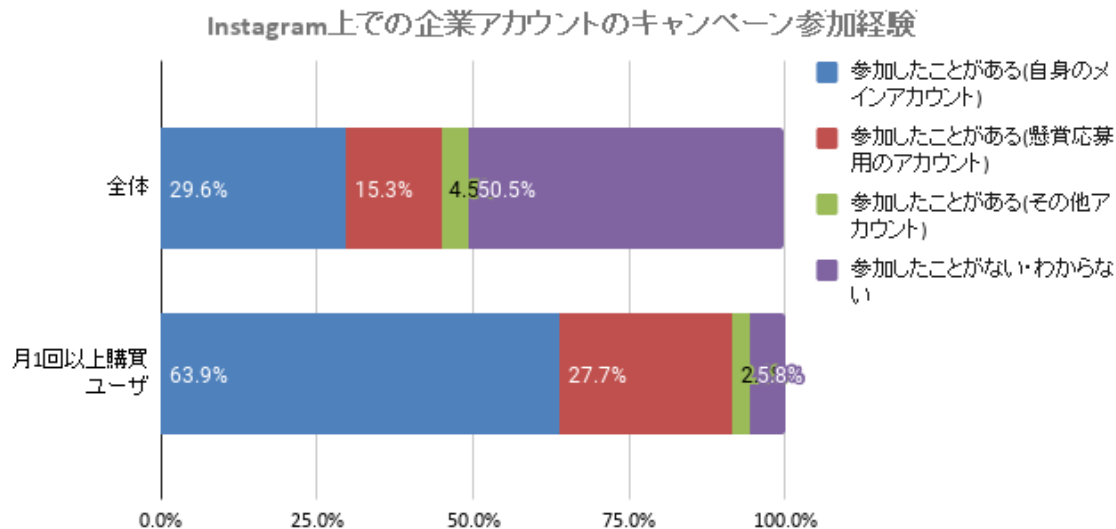
全体：n = 546

月1回以上購買ユーザ：n = 146

Q6. Instagram企業アカウントのキャンペーン参加経験について

POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、企業キャンペーン参加経験が全体と比べて非常に高く、9割以上が参加したことがあると回答しています。

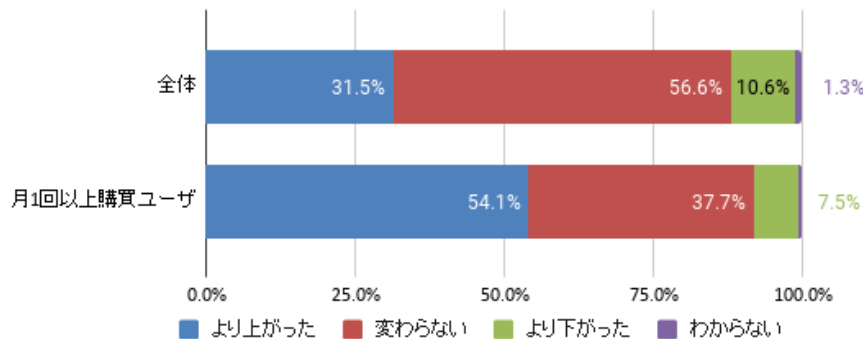


Q7. Instagramキャンペーン参加後の態度変容について

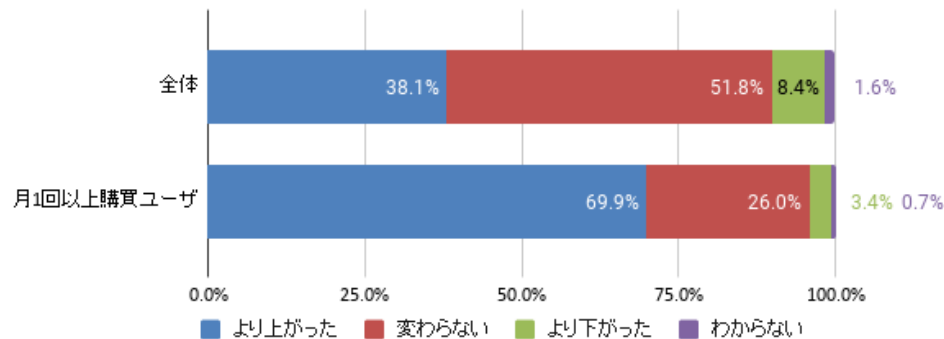
POINT !

Instagram購買アクティブユーザーは、企業キャンペーン参加後の好意度、購入・利用頻度共に「より上がった」と回答するユーザーが多く、より態度変容効果が高いことが分かりました。また、エンゲージメント、UGC投稿、ショッピング投稿購入、実店舗訪問についても同様でした。

企業キャンペーン参加後の好意度

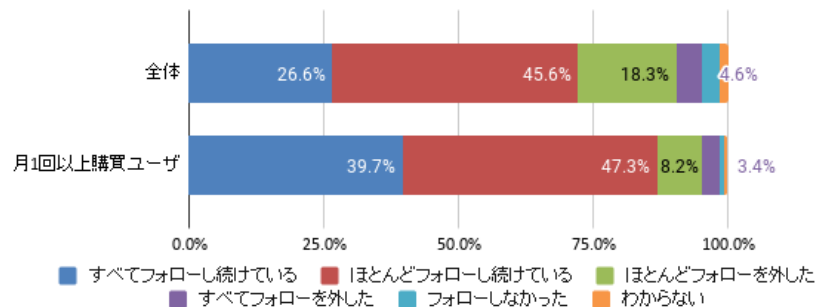


企業キャンペーン参加後の購入・利用頻度

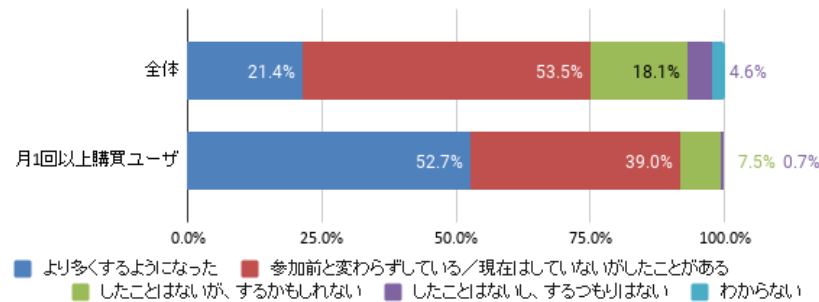


Q8. Instagramキャンペーン参加後のエンゲージメントについて

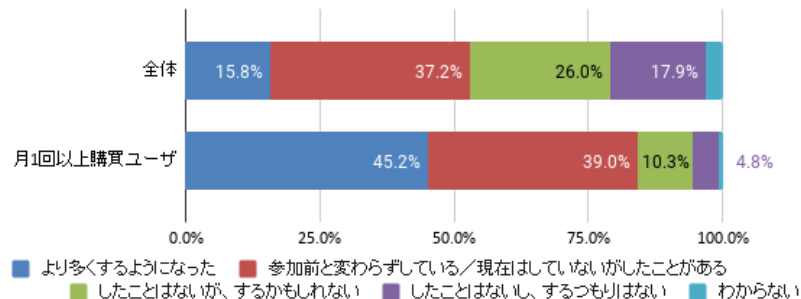
企業キャンペーン参加後のフォロー継続



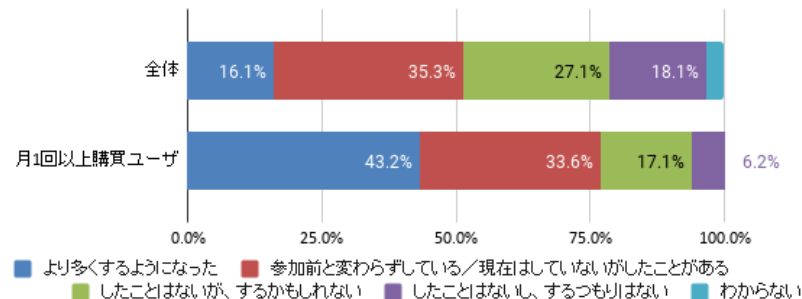
企業キャンペーン参加後の企業アカウント投稿へのいいね



企業キャンペーン参加後の企業アカウント投稿へのコメント

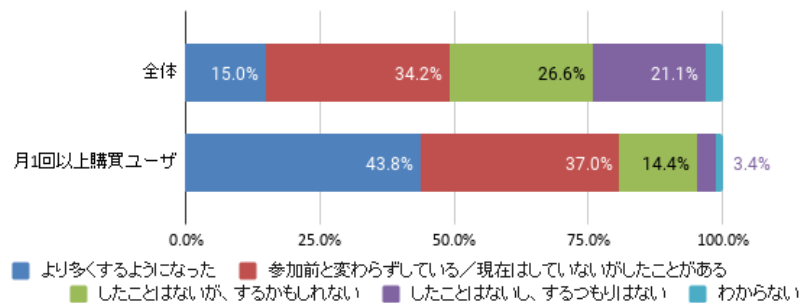


企業キャンペーン参加後の企業アカウント投稿への保存

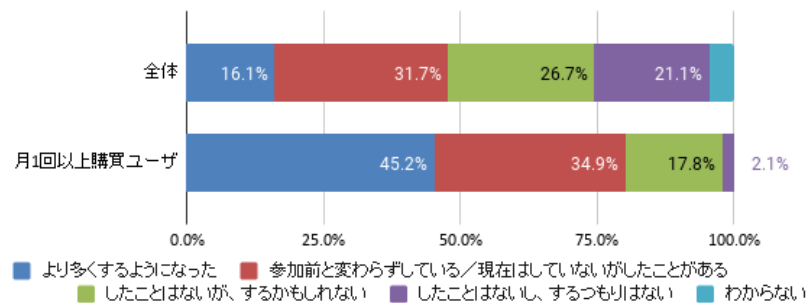


Q9. Instagramキャンペーン参加後のUGC投稿について

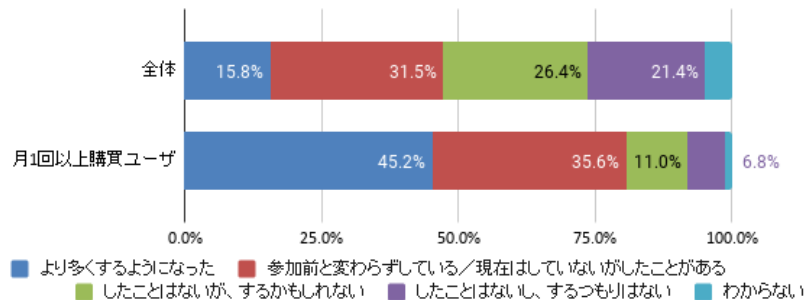
企業キャンペーン参加後の企業アカウントの投稿ストーリーシェア



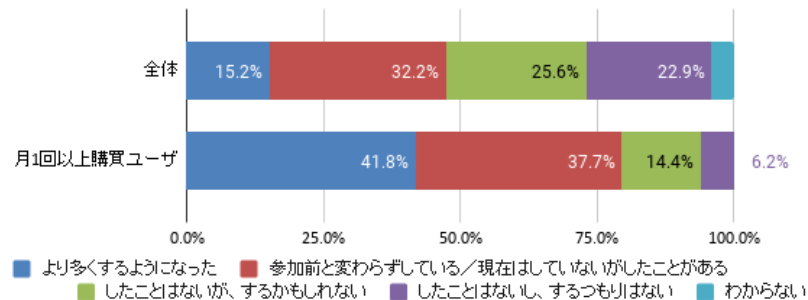
企業キャンペーン参加後の企業@メンションを付けた投稿



企業キャンペーン参加後の企業アカウントへのタグを付けた投稿

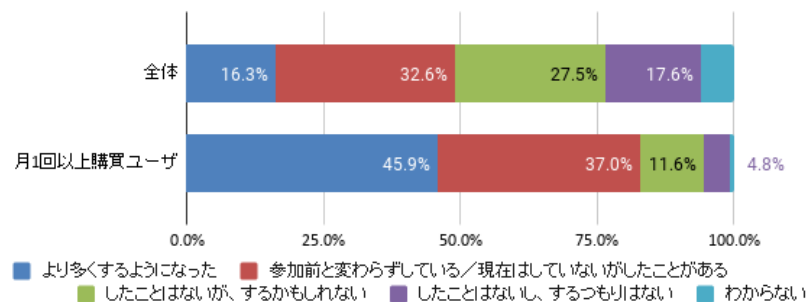


企業キャンペーン参加後の企業・商品ハッシュタグ投稿

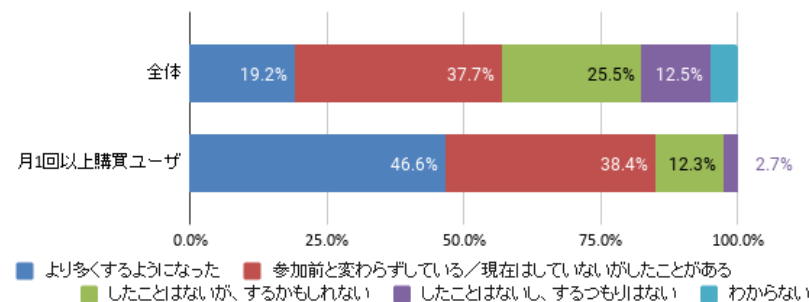


Q10. Instagramキャンペーン参加後のショッピング投稿購入・実店舗訪問について

企業キャンペーン参加後の企業ショッピング投稿からの購入



企業キャンペーン参加後の企業実店舗への訪問



まとめ

調査結果から推察される有効な企業Instagram施策

1

Instagram広告で購買アクティブユーザーを効率的にターゲティングする

2

Instagramキャンペーンで広告接触したユーザーと繋がる（フォローしてもらう）

3

定期的なInstagramキャンペーンで繋がったユーザーの態度変容を促す

- Instagram購買アクティブユーザーは、一般的なユーザーに比べて圧倒的にInstagramの機能を使いこなし、企業アカウントとのコミュニケーションやInstagramきっかけの購買行動についても非常に高頻度・広範囲におこなっています。
- 全体の14%に当たるこの購買アクティブユーザーに効率的にリーチすること、そしてこのユーザーの態度変容を促すことが、Instagramの集客・販促成果・効率を大幅に引き上げるポイントであると言えます。
- 購買アクティブユーザーへの効率的なリーチについては、やはりターゲティング精度の高いInstagram広告を積極活用することが肝要になると言えます。一方で、掛け捨ての広告のみでは成果は一時的なものに留まるため、広告で接触した購買アクティブユーザーとInstagramアカウントで繋がりが続けることが広告効率を高めます。
- Instagramキャンペーンは「広告無しでフォロワーを獲得する手段」と捉えられがちですが、購買アクティブユーザーをフォロワー化するためには、Instagram広告と組み合わせで実施することが重要であり、非購買アクティブユーザーばかりと繋がることはあまり効率的ではありません。またInstagramキャンペーンは、購買アクティブユーザーの態度変容を大きく促すことが分かりました。「1万フォロワー獲得したから止める」のではなく、より「フォロワー化+態度変容」施策として定期的に頻度高く実施していくことが、購買行動の促進へと繋がると言えるでしょう。

Instagramキャンペーンを 【集客・販促】に繋げるサービス

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



Allied
Architects

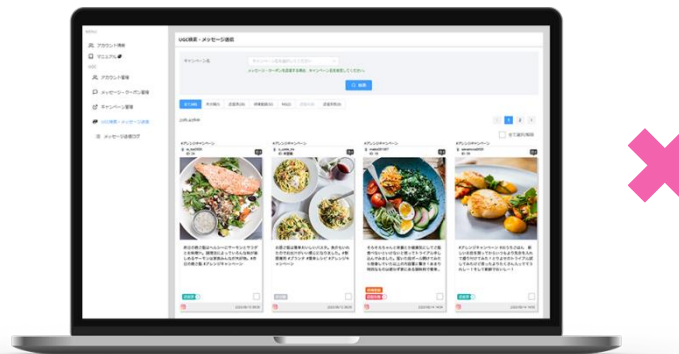
アライドアーキテツ株式会社

東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル 4階

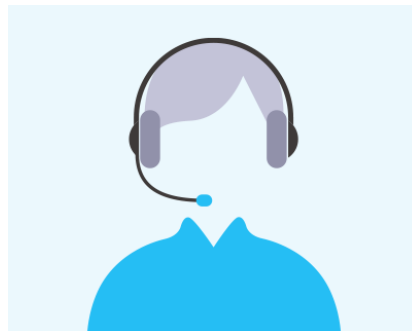
Phone: 03-6408-2791 / Fax: 03-6408-2799

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

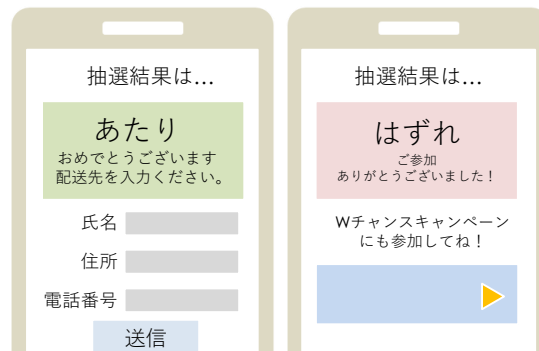
インスタントウィン機能を提供

「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

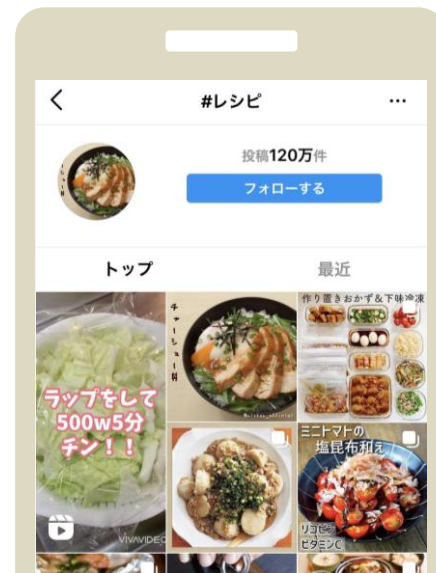
サンプリングキャンペーン



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

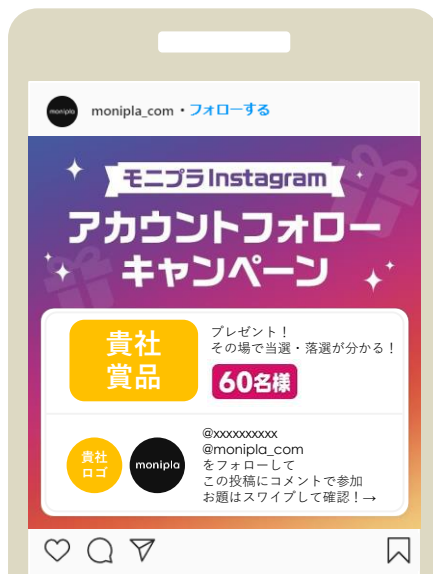


弊社メディアアカウントとのタイアップキャンペーンを実施 低リスクな成果報酬型でフォロワー獲得を実現

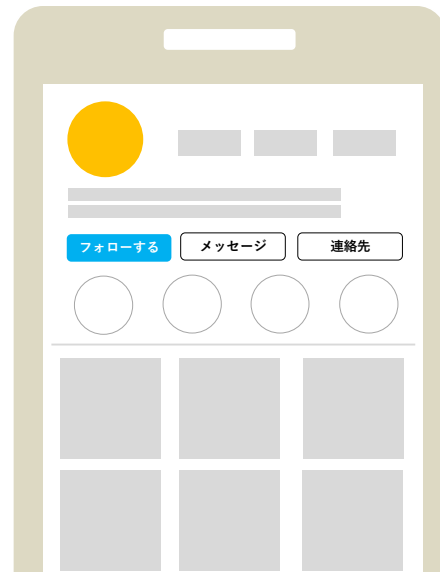
弊社メディア「monipla」より
Instagramのキャンペーン投稿へ集客



@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



Instagramキャンペーンとポリシーについて

利用可能なインセンティブ

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

echoes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

開発者ポリシー

<https://developers.facebook.com/devpolicy>

利用者にインセンティブを提供してよい行動は、アプリへのログイン、アプリのFacebookページまたはInstagramにおけるプロモーションへの参加、スポットへのチェックイン操作、貴社とのコミュニケーションを目的としたMessengerの使用のみです。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。

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

Instagramプロモーションガイドライン

<https://help.instagram.com/179379842258600>

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=IwAR0uV5OCPv-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.cqa.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。

店舗向けechoesクーポン



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

Appendix

回答者属性

SEX 性別

	n	男性	女性
総数	1100	392	708
(%)	100.0%	35.6%	64.4%

GEN 年齢

	n	15歳未満	15歳～19歳	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上
総数	1100	0	161	414	414	111	0	0
(%)	100.0%	0.0%	14.6%	37.6%	37.6%	10.1%	0.0%	0.0%

ARE 地域

	n	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
総数	1100	36	50	440	169	218	65	25	97
(%)	100.0%	3.3%	4.5%	40.0%	15.4%	19.8%	5.9%	2.3%	8.8%

JOB 職業

	n	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	パート・アルバイト	学生	その他
総数	1100	35	10	194	145	135	18	18	114	132	242	57
(%)	100.0%	3.2%	0.9%	17.6%	13.2%	12.3%	1.6%	1.6%	10.4%	12.0%	22.0%	5.2%

MAR 未既婚

	n	未婚	既婚
総数	1100	707	393
(%)	100.0%	64.3%	35.7%

CHI 子供の有無

	n	子供有り	子供無し
総数	1100	298	802
(%)	100.0%	27.1%	72.9%