



2022年の活用のヒントに

Instagram

最新版

新機能&アップデートまとめ

Instagramライブ、リール、ストーリーズ、Instagramショップまで、様々な機能を備えているInstagram。常に機能の拡充やアップデートを行なっている同プラットフォームを2022年をどう活用すべきか。

今回はその参考となるべく、2021年のInstagram新機能&アップデートについてまとめました。

## 目次

- |                          |       |       |
|--------------------------|-------|-------|
| 1. Instagramのコンセプトと目指す世界 | ..... | 3ページ  |
| 2. ユーザー向け新機能&アップデート      | ..... | 5ページ  |
| 3. クリエイター向け新機能&アップデート    | ..... | 27ページ |
| 4. ビジネス（企業）向け新機能&アップデート  | ...   | 34ページ |

Appendix : Instagramプロモーションツール「echoes on Instagram」のご紹介

# Instagramのコンセプトと目指す世界

Instagramの今年のアップデート内容の理解を深めるために、改めてInstagramのコンセプトや目指す世界について簡単に説明していきます。

Instagramには「**大切な人や大好きなものとあなたを近づける**」というミッションがあり、ユーザーが**家族や友人、好きなブランドや商品、クリエイターとつながりやすいプラットフォーム**であることが特徴です。

例えば、ユーザーのInstagram上の行動から学習して、そのユーザーにパーソナライズされたおすすめ投稿やより親密度の高いフォロワーの投稿を表示させたり、ユーザーが興味をもちそうな商品・好みのブランドをオススメしたりするなど、**Instagramはプラットフォーム上でユーザーが好きなもの・好きな人を発見できるように機能開発**されています。

特に新型コロナウイルス感染症の拡大以降は、個人、企業問わず、直接対面でのコミュニケーションをとることが難しい局面もあり、生活者の行動様式も変化。**EC利用の急激な加速や、メディア接触時間の増加、働き方の多様化など様々な影響**が出ました。

Instagramではここ数年、こうした社会の変化に対し、**Instagramを利用することでユーザーの生活をより快適なものにし、クリエイター（インフルエンサー）の活躍の場を生み出し、企業が生活者と繋がり関係を深めて行く手助けをすることに注力**してきました。

2021年に行われた新機能の提供やアップデートもその特徴が色濃く出ています。

具体的に2021年にどのようなアップデートや新機能の提供がおこなわれたのか、「（一般）ユーザー」「クリエイター（インフルエンサー）」「ビジネス（企業）」という3つの立場別にポイントを整理しましょう。

# ユーザー向け新機能&アップデート

ユーザーが楽しく安全に人やものと繋がれるプラットフォームにするため、2021年には大きく3つの新機能のアップデートや改善が行われました。

- ① **ストーリーズをより活発なコミュニケーションの場にする**
- ② **ユーザーニーズに対応し、プラットフォームの動画化を推進**
- ③ **安心安全なプラットフォームを目指す**

以下、一つずつ解説していきます。

# ユーザー向け新機能&アップデート①：ストーリーズ関連

まず一つ目は、ストーリーズ関連のアップデートです。Meta社の公式発表では、**日本は世界の中でもInstagramストーリーズの利用率が高く、デイリーアクティブアカウントの実に7割がこの機能を利用している**といます（※1）。

投稿が24時間で消え、スタンプやアンケート、質問、クイズなどカジュアルに双方向的なコミュニケーションが実施できるInstagramストーリーズは、フィード投稿よりも投稿ハードルが低いとされており、今やInstagramの定番機能です。

2021年はそんなストーリーズの利用をさらに活性化させる以下のような新機能、アップデートが行われました。

- ・ **コラボ機能、日本でのテスト開始**
- ・ **お題スタンプの導入。インドネシアと日本でテスト開始。**
- ・ **特定のスポットを訪れると使えるスタンプをローンチ。お気に入りのお店や場所のシェアが手軽に。**
- ・ **ストーリーズ投稿にリンクが追加できるリンクスタンプの導入**

（※1） Instagramの国内月間アクティブアカウント数が3300万を突破 | Meta社 [https://about.fb.com/ja/news/2019/06/japan\\_maaupdate-2/](https://about.fb.com/ja/news/2019/06/japan_maaupdate-2/)

## ①ストーリーズ関連（コラボ機能、日本でのテスト開始）

Instagramは2021年5月17日（日本時間）、ストーリーズの新機能「コラボ」のテストを開始しました。コラボはストーリーズの新しいシェアの仕方で、テーマを設定し、共同投稿者として選んだ他のアカウントと一緒にストーリーズを投稿することができます。また、利用者はアカウントやハッシュタグをフォローするのと同じように、興味があるコラボをフォローすることができます。

今回のテストはすべての国内利用者が対象となり、コラボを作成したり投稿したりすることができますが、海外の利用者は閲覧・フォローのみ可能です。また、テストは期間限定で行われる予定です。



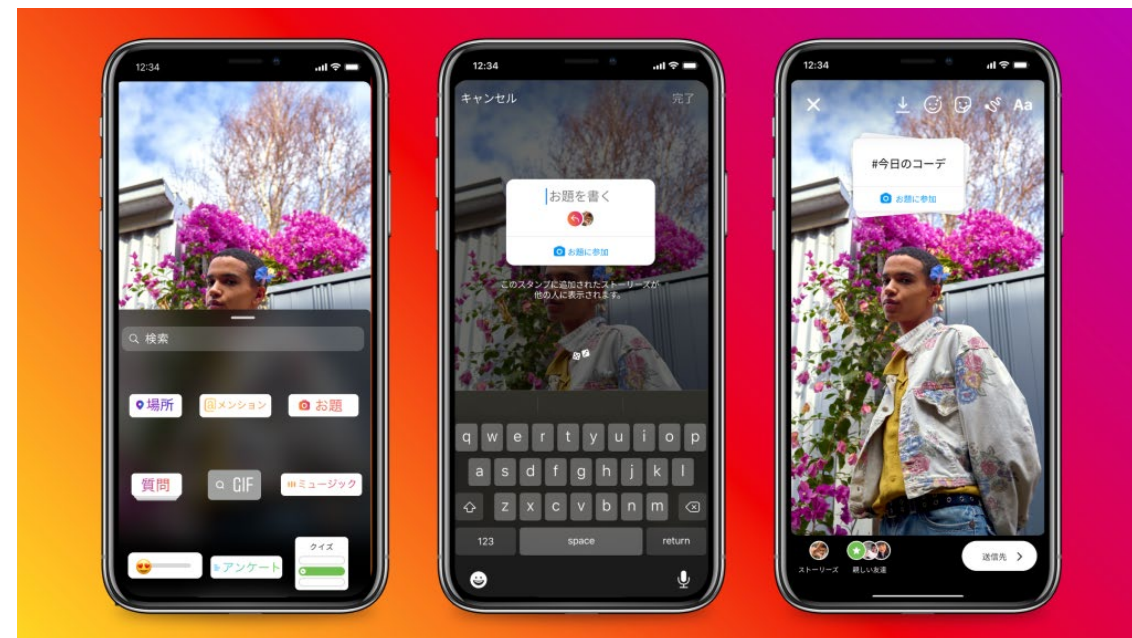
画像引用：ストーリーズ新機能「コラボ」を日本限定でテスト開始、テーマを設定して複数アカウントで共同投稿が可能に | Meta社

<https://about.fb.com/ja/news/2021/05/collabstoriestest/>

# ①ストーリーズ関連（お題スタンプの導入。インドネシアと日本でテスト開始）

Instagramは2021年10月6日（米国時間）、共通のテーマやトピックを“お題”として設定し、写真や動画などを投稿することで誰でも参加できる「お題スタンプ」のテストを、日本とインドネシアで開始することを発表しました。

このスタンプを使うと、今日のコーディネートやペットの様子、最近撮影した写真など、自由にお題を設定し、スタンプ付きの投稿を見た人は誰でも自由に参加することができます。



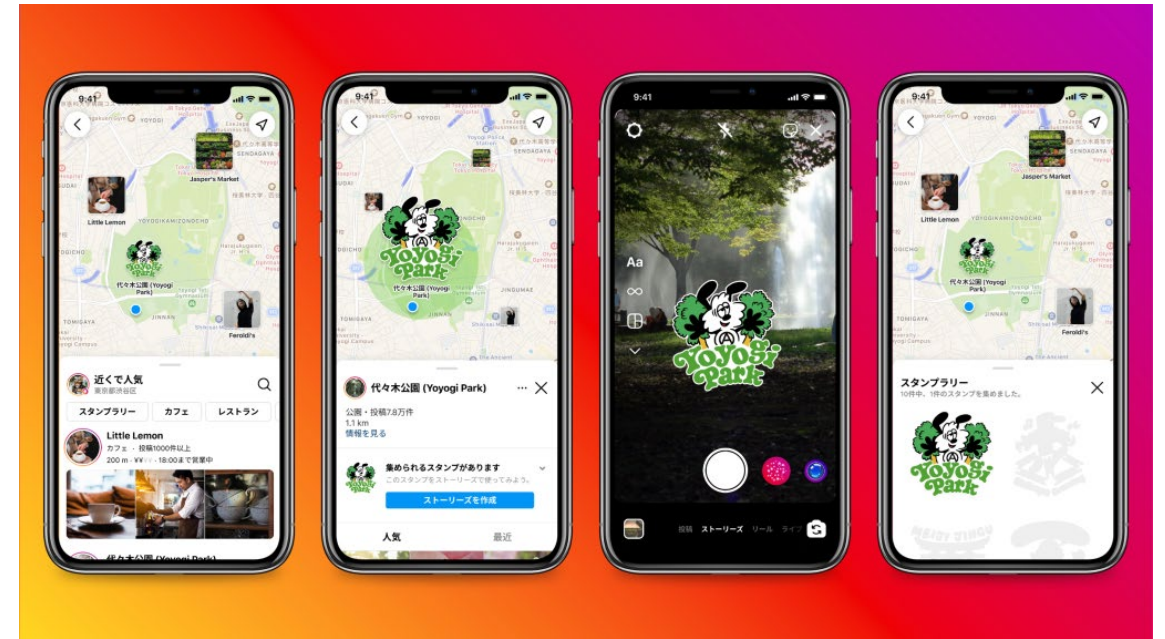
画像引用：Instagram、渋谷スクランブル交差点など特定のスポットを訪れると使えるスタンプをローンチ

<https://about.fb.com/ja/news/2021/10/addyourssticker/>

# ①ストーリーズ関連（特定のスポットを訪れると使えるスタンプをローンチ）

Instagramは2021年10月11日（米国時間）、渋谷スクランブル交差点や東京駅など、都内にある特定のスポットを訪れると使えるようになるスタンプをローンチしました。

スタンプがあるスポット、もしくはその付近でInstagramアプリ内の地図を開くと、飲食店や観光名所などの人気スポットと一緒にスタンプが表示され、ストーリーズの投稿で使えるようになります。



画像引用：Instagram、共通のテーマでストーリーズ投稿をシェアできる「お題スタンプ」を導入 | Meta社

[https://about.fb.com/ja/news/2021/10/stickers\\_on\\_maps\\_launch/](https://about.fb.com/ja/news/2021/10/stickers_on_maps_launch/)

## ①ストーリーズ関連（ストーリーズ投稿にリンクが追加できるリンクスタンプの導入）

Instagramは2021年10月27日（米国時間）、ストーリーズ投稿にリンクを追加できる「リンクスタンプ」を全ての利用者のアカウントで導入することを発表しました。

ストーリーズ投稿にリンクを追加し、画面下からスワイプアップしてリンク先に遷移させる機能は、これまで認証アカウントもしくは一定のフォロワー数を持つアカウントのみが対象でした。今回、リンクを追加するツールとして新たに導入するリンクスタンプは、誰でも利用することができます。



画像引用：ストーリーズ投稿にリンクを追加できる「リンクスタンプ」を全利用者に導入  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/10/linkaccessstickers/>

コラボ機能、お題スタンプはいずれも、ビジネスやクリエイター、一般を問わず、**Instagramを利用するアカウント同士が交流し、よりInstagramストーリーズを利用したコミュニケーションを加速**させるものです。

また利用率が高いストーリーズは、**情報をリーチさせることにも向いています。**

今年追加された特定のスポットを訪れると使えるスタンプや、ストーリーズ投稿にリンクが追加できるリンクスタンプの導入は、いずれもInstagramストーリーズでの情報発信をスムーズにする機能です。

特に、これまでInstagramストーリーズでのリンクシェアは一定のフォロワー数があるアカウントもしくは認証アカウントにのみ利用できた機能であったため、**全てのユーザーがリンクシェアができることによって、よりInstagramストーリーズを利用した情報発信が活発**になると予測されます。

次は、動画関連のアップデートです。

新型コロナウイルス感染症のパンデミック以降、生活者のメディア接触時間は増加し、特に動画の視聴時間が伸びています。

**Instagramでも、2020年3月にはある週のライブ動画視聴時間が、前週と比較して50%増加したというデータ（※2）**があります。

生活の中のありとあらゆる面で動画化が進むなか、Instagramは2021年もその動きに対応した以下のような新機能リリース・アップデートを行いました。

- ・ **好きなリール動画とコラボできる「リミックス」を追加**
- ・ **フィード動画とIGTV動画を「Instagram動画」として統合**
- ・ **リール動画を簡単に作成できるエフェクト「Superbeat」と「DynamicLyrics」「3D Lyrics」を導入**
- ・ **フィードで投稿された15分以下の動画をリール動画でシェアされるテストが日本とインドネシアで開始**

昨今は、動画を見るだけでなく自分で撮影し、SNSに投稿することも広く浸透しています。そのためInstagramでは2021年、**ユーザーの動画撮影のハードルを下げたり、助けたりするような機能のリリースに積極的に取り組みました**。特に短尺動画に特化した「リール」機能にはエフェクトやリミックス機能などがアップデートされ、ユーザーはこれらの機能を利用することでより手軽に動画を作り投稿することができます。

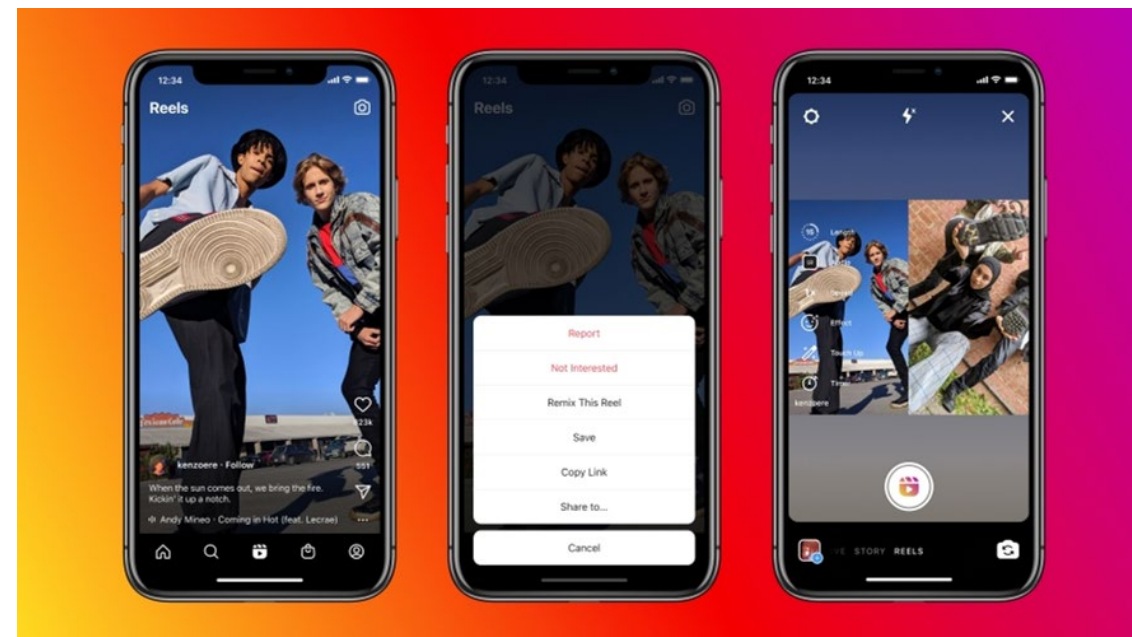
また、動画の視聴においても、フィードに投稿された動画がリール動画でシェアされるテストを開始しています。これによってフィードの動画もリール専用タブに表示されるようになり、「**動画を見たい**」という意欲の高いユーザーはよりたくさんの動画コンテンツに出会う機会が増えるようになります。

（※2） Instagramライブがデスクトップでも視聴可能に <https://about.fb.com/ja/news/2020/04/live-on-desktop/>

## ②動画関連（好きなリール動画とコラボできる「リミックス」を追加）

Instagramは2021年3月31日（米国時間）、既存のリール動画に合わせて動画を撮影することで、好きなリール動画とコラボレーションができる新機能「リミックス」を追加したことを発表しました。

2020年8月に国内でローンチしたリールは、最長60秒の短尺動画を楽しむことができる機能です。音源やARカメラエフェクト、動画編集のためのクリエイティブツールが充実しており、簡単にエンターテインメント性の高い動画を作成することができます。



画像引用：Instagram、好きなリール動画とコラボできる新機能「リミックス」を追加  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/04/remixtool/>

## ②動画関連（フィード動画とIGTV動画を「Instagram動画」として統合）

Instagramは2021年10月5日（米国時間）、フィード動画とIGTV動画を「Instagram動画」として統合し、プロフィール上の動画タブにまとめて表示することを発表しました。ひとつのタブに一覧表示することで、利用者はより簡単に動画コンテンツを発見することができるようになります。

現在、Instagram上では多くの利用者が動画コンテンツを日常的に楽しみ、ビジネスやクリエイターもストーリーを伝えたり、ファンや顧客と繋がったりするために動画を積極的に活用しています。このような背景から、フィード動画とIGTV動画をひとつのフォーマットとして統合し、動画コンテンツを発見する際と投稿する際、どちらにおいてもよりシンプルな仕組みに変更することにしました。



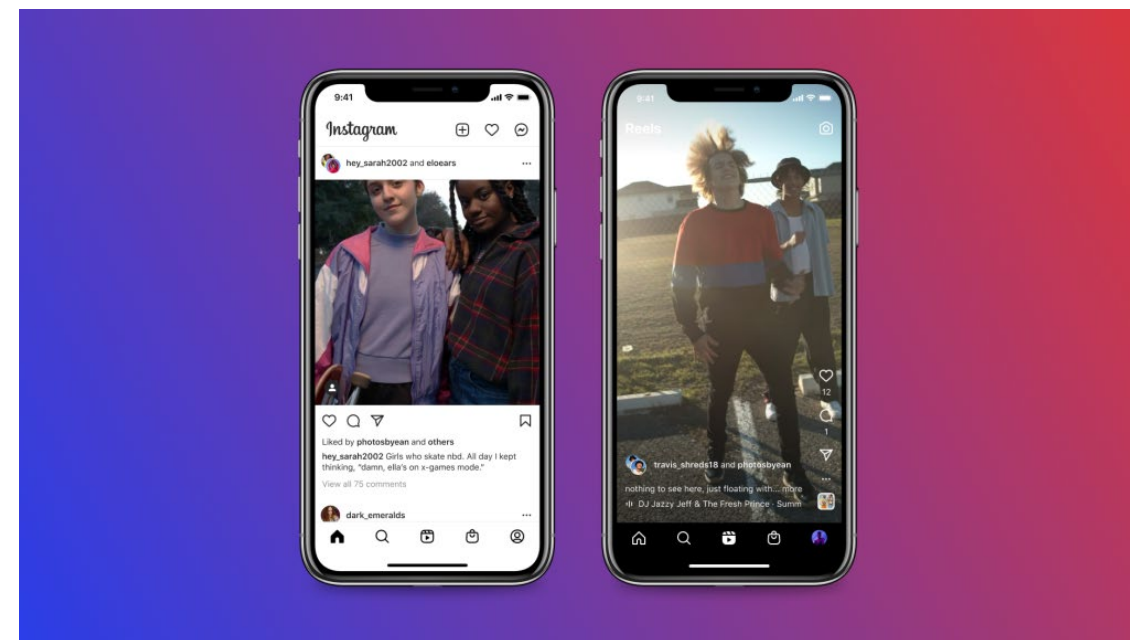
画像引用：Instagram、フィード動画とIGTV動画を「Instagram動画」として統合し、新しいタブで表示

<https://about.fb.com/ja/news/2021/10/instagramvideoconsolidation/>

## ②動画関連（リール動画を簡単に作成できるエフェクトを導入）

Instagramは2021年10月19日（米国時間）、リールやフィード投稿を他の利用者と共同投稿できる新機能「コラボ」を導入することを発表しました。

また、10月21日（米国時間）より、簡単にリールを作成できるエフェクトとして、選択した曲のリズムにあわせて自動で動画を撮影できる「Superbeat」、歌詞がARエフェクトになって表示される「Dynamic Lyrics」と「3D Lyrics」も導入すると発表しました。



画像引用：リールやフィード投稿を他の利用者と共同投稿できる「コラボ」と、曲に合わせて簡単にリールを作成できる新エフェクトを導入

[https://about.fb.com/ja/news/2021/10/collab\\_superbeat\\_3d\\_dynamiclyrics/](https://about.fb.com/ja/news/2021/10/collab_superbeat_3d_dynamiclyrics/)

## ②動画関連（15分以下の動画をリール動画でシェアされるテストを開始）

Instagramは2021年11月17日（米国時間）、フィード投稿として15分以下の動画をシェアすると、リール動画としてシェアされるテストを日本とインドネシアの2ヶ国で始めることを発表しました。

このテストによって、15分以下の動画でもリールの編集ツールを一部使えるようになるほか、リール専用タブに動画が表示され、より多くの利用者に再生される可能性があります。



画像引用：15分以下の動画をリール動画としてシェアするテストを開始  
[https://about.fb.com/ja/news/2021/11/instagram\\_reels\\_merge\\_test/](https://about.fb.com/ja/news/2021/11/instagram_reels_merge_test/)

3つ目は、安全・安心なプラットフォームにするための新機能・サービスアップデートです。SNSの利用が増える一方で、SNSの利用によるユーザー間のトラブルも発生しており、プラットフォーム側もこうしたトラブルを防ぐ対策が求められています。Instagramではユーザーが安心・安全にプラットフォームを利用できるよう、2021年に様々な取り組みを行いました。

具体的には以下の通りです。

- ・ 「いいね！」数の表示を管理する機能を導入
- ・ 発見タブに表示されるセンシティブなコンテンツを管理する「センシティブコンテンツコントロール」の提供を開始
- ・ 望まないコメントやダイレクトメッセージを防ぐための「抑制」機能、誹謗中傷を含むダイレクトメッセージを分類できる
- ・ 「非表示ワード」機能の導入
- ・ 認証バッジの申請プロセスをアップデートし、なりすましアカウントと本人のアカウントの区別を明確に
- ・ Instagramアプリを一定時間利用すると休憩を促す機能のテストを開始。
- ・ 保護者のためのInstagramガイドの一新
- ・ 16歳未満の新規アカウントをデフォルトで非公開に設定

いいね数を知りたいと思う人もいれば、いいね数が表示されることで精神的な負担を覚えてしまう人もいます。Instagramではその両方のニーズに対応して、アカウントごとにいいね数の表示非表示を設定できるようにしました。

また、望まない誹謗中傷などからユーザーを保護する機能や、健全なプラットフォームの利用のために、休憩を促すなど、ユーザー保護の観点からのアップデート・機能提供は今後も増えていくと予測されます。

特に、若年層の利用については様々なトラブルのリスクが含まれており、Instagram側も慎重に対応をしています。Instagramでは**Instagramを利用する若年層の子供をもつ保護者向けにガイドを提供し、2021年にはその内容の大幅リニューアル**を行いました。また、若年層のアカウントが悪意のある大人によって危険にさらされないよう、16歳未満の新規アカウントをデフォルトで非公開設定にしています。

### ③安心・安全なプラットフォーム（いいね！の数を管理する機能を導入）

Meta社（旧Facebook社）は5月26日（米国時間）、InstagramおよびFacebookの投稿の「いいね！」数の表示を管理する機能を全世界で導入することを発表しました。新機能の導入により、InstagramおよびFacebookの利用者は、投稿の「いいね！」数を表示するか非表示にするかを管理できるようになりました。利用者は、自分がシェアした投稿の「いいね！」数を他の利用者が見ることができるかどうかを管理することができます。



画像引用：「いいね！」数の表示を管理する機能をInstagramとFacebookで全世界に導入

<https://about.fb.com/ja/news/2021/05/giving-people-more-control/>

### ③安心・安全なプラットフォーム（「センシティブコンテンツコントロール」の提供を開始）

Instagramは2021年7月20日（米国時間）、発見タブに表示されるセンシティブなコンテンツを管理する機能「センシティブコンテンツコントロール」の提供を開始しました。

発見タブでどのようなコンテンツを見たいかは、利用者によって異なることをInstagramは理解しています。この機能の導入により、利用者の希望によってセンシティブなコンテンツの表示を管理することができるようになります。現在自身に表示されるコンテンツに問題がないと感じている利用者は設定を変更しないことも選択できるため、利用者にはより多くの選択肢が与えられることとなります。



画像引用：Instagram、発見タブ上のセンシティブなコンテンツの表示管理機能を導入  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/07/sensitive-content-controls-launch/>

### ③安心・安全なプラットフォーム（「抑制」・「非表示ワード」機能の導入）

Instagramは2021年8月11日（米国時間）、利用者を誹謗中傷から守る以下の新機能を導入することを発表しました。

- コメントやダイレクトメッセージ（DM）を送れるアカウントを一時的に非表示にすることで、急激に注目を集めた利用者が望まないやり取りを防ぐことができる「抑制」機能
- 誹謗中傷を含むDMを分類できる「非表示ワード」機能を8月末までに全世界で導入



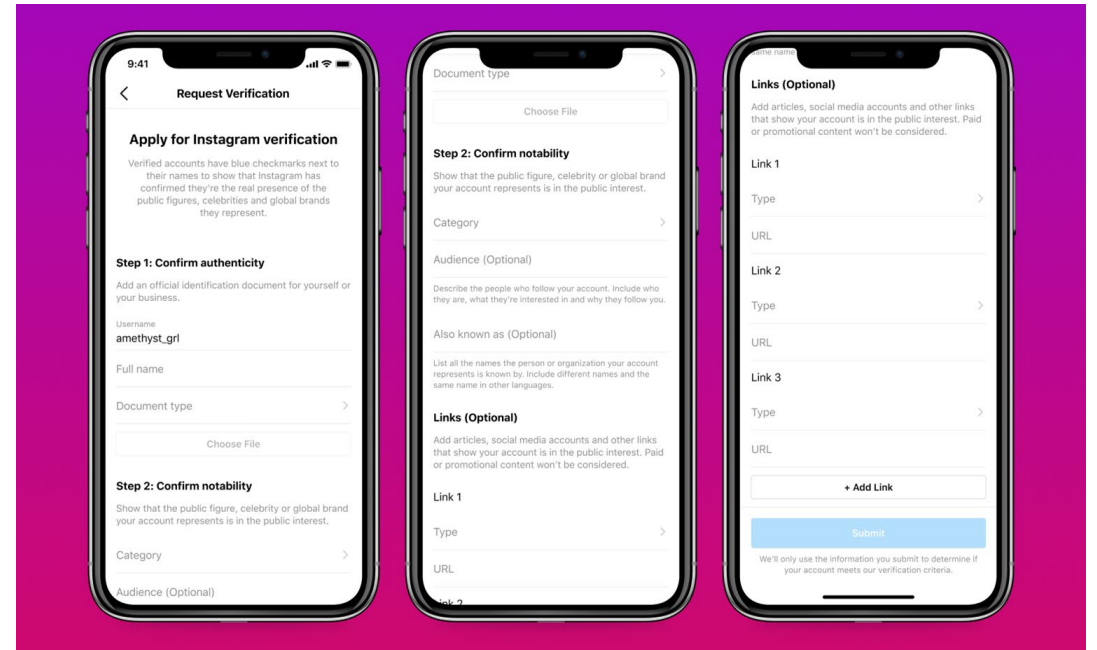
画像引用：Instagram、誹謗中傷が目的のコメントやDMから利用者を守る新機能「抑制」を導入

<https://about.fb.com/ja/news/2021/08/limits/>

### ③安心・安全なプラットフォーム（認証バッジの申請プロセスをアップデート）

Instagramは2021年9月2日（米国時間）、InstagramとFacebookの認証バッジ申請プロセスについて、過去数ヶ月の間に行ってきたアップデートについて発表しました。

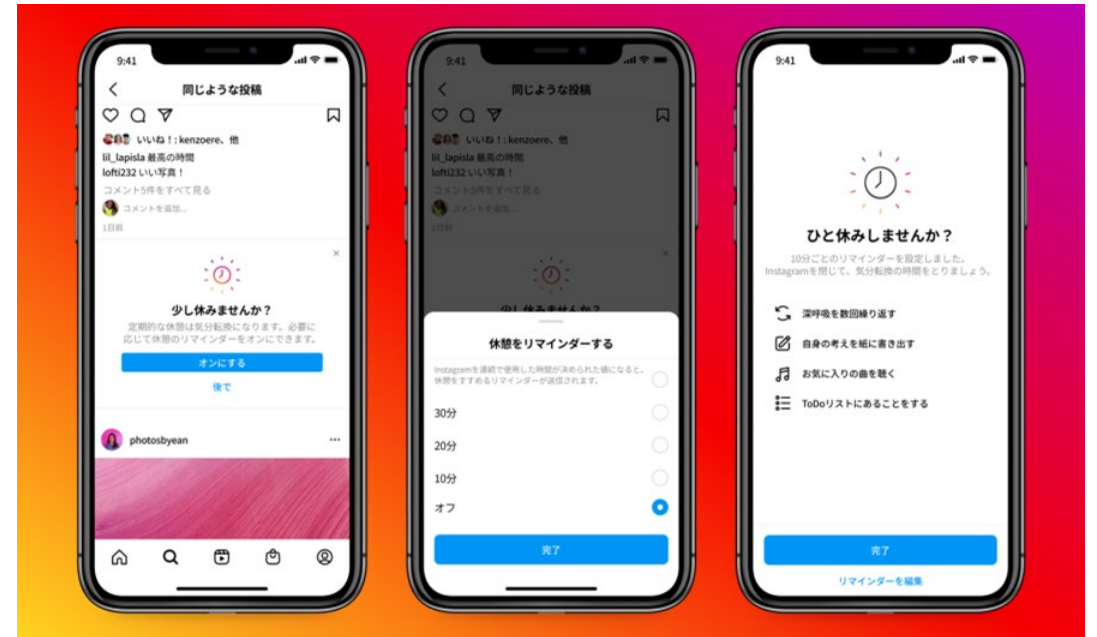
Meta社（旧Facebook社）では過去数ヶ月にわたって、利用者がより簡単に認証バッジを申請できるよう、InstagramとFacebookのアプリ内に表示される申請フォームを更新しました。これらのアップデートは、申請に必要な情報や提出物について理解しやすくすると同時に、認証のための要件に関して透明性を高めることを目的としています。本発表内において、Meta社は改めて認証を得るための条件や認証の意味を説明しました。



画像引用：Instagram、認証バッジの申請プロセスのアップデートを発表  
[https://about.fb.com/ja/news/2021/09/understanding\\_verification\\_on\\_instagram/](https://about.fb.com/ja/news/2021/09/understanding_verification_on_instagram/)

### ③安心・安全なプラットフォーム（休憩を促す機能・若年層の利用者を守る取り組み）

Instagramは2021年12月7日（米国時間）より、利用者がInstagram上での時間の使い方について十分に理解した上で判断できるよう、一定時間以上アプリを利用すると休憩を促す機能を段階的に全世界で提供開始することを発表しました。本機能は米国、英国、カナダ、オーストラリアから提供を開始し、その後2022年初めにはすべての国で正式に導入すると伝えました。



画像引用：Instagram、休憩を促す機能など若年層の利用者を守る取り組みのアップデートを発表

[https://about.fb.com/ja/news/2021/12/take\\_a\\_break/](https://about.fb.com/ja/news/2021/12/take_a_break/)

### ③安心・安全なプラットフォーム（保護者のためのInstagramガイドを一新）

Instagramは2021年3月10日（日本時間）、「保護者のためのInstagramガイド」を一新し第二版を公開したことを発表しました。

本ガイドは、Instagramを現在利用している、あるいは今後利用する可能性がある子どもを持つ保護者向けに、安心・安全にInstagramを利用するために知っておくべき機能を分かりやすく紹介しています。利用者が安心して利用できるプラットフォームを実現するための取り組みの一環として、Instagramは2018年8月に本ガイドの初版をローンチしています。



保護者のための  
Instagramガイド

保護者のためのInstagramガイド

03 / 01

#### アカウントの プライバシー設定

アカウントを非公開にすると、誰かが自分をフォローしようとしたときに、それを許可するかどうかを自分で決められます。後から許可を取り消すこともできます。非公開アカウントからの投稿は、フォローを許可していない人には見られません。また、好ましくない相手をフォローから削除したり、コメントできないようにしたりすることもできます。[アクティビティのステータスを表示]をオフにすると、自分が今オンラインかどうかを友達に知られることもありません。

アカウントを公開にすると、自分がストーリーズ、フィード、ライブに投稿したものは誰でも見ることができ、許可なしで誰でもアカウントをフォローできます。なお、すでにお持ちの公開アカウントは、いつでも非公開に切り替えることができます。



画像引用：「保護者のためのInstagramガイド」を一新 機能のアップデートを反映、セキュリティや他者のサポート情報を新規追加

<https://about.fb.com/ja/news/2021/03/parentguide/>

### ③安心・安全なプラットフォーム（16歳未満の新規アカウントをデフォルトで非公開に設定）

Instagramは2021年7月27日（米国時間）より、Instagram上に作成される16歳未満（一部の国と地域では18歳未満）の全アカウントをデフォルトで非公開に設定しました。



画像引用：Instagram、16歳未満の新規アカウントをデフォルトで非公開に設定  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/07/youth-xfn-moment/>

# クリエイター向け新機能&アップデート

Instagramはこれまでも一貫してクリエイター（インフルエンサー）がInstagram上で活躍できるよう、様々な取り組みを行ってきました。

2021年はさらに、クリエイターがInstagramで収益をあげ、豊かに表現ができるようにするための機能アップデートに注力しています。

- **バッジ機能のアップデート**
- **アメリカではアフィリエイト機能のテスト開始**
- **最大4名でライブ配信ができる「ライブルーム」の導入**
- **ライブ配信のスケジュールを事前設定、告知できる機能の導入**
- **ブランドコンテンツ広告がリールでも配信可能に**

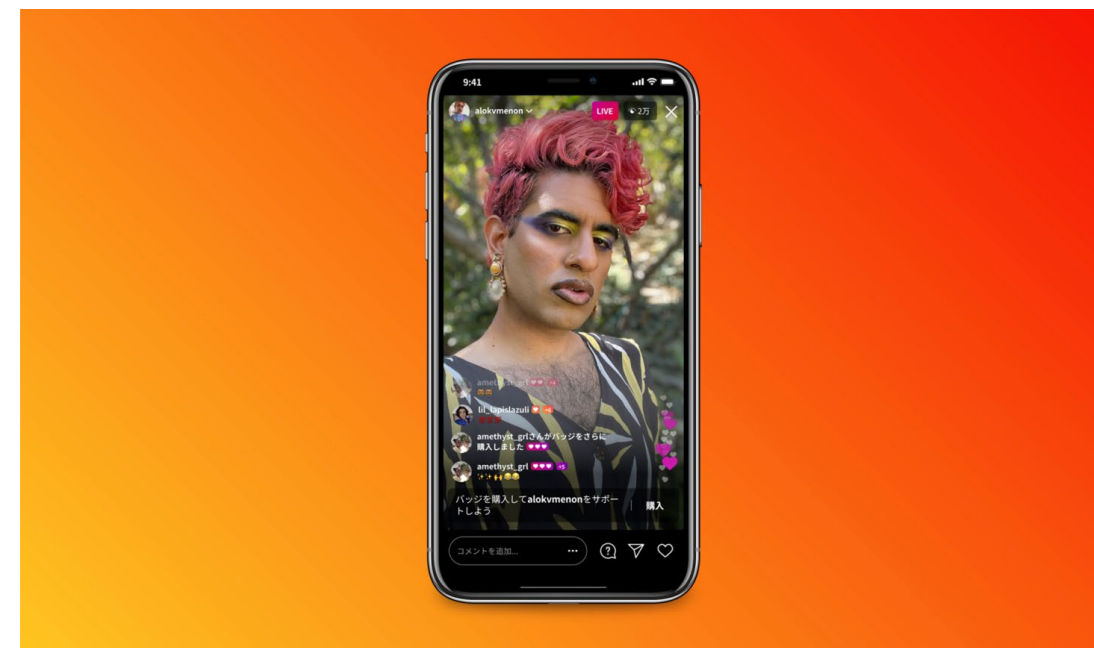
バッジ機能は、ユーザーがInstagramライブを視聴中にバッジを購入し、クリエイターやビジネスを応援できる機能で、2020年秋より日本国内でもテストが開始されています。今回のアップデートでは、1回のライブ配信中に複数のバッジを購入できるようになりました。

Instagramライブは、コロナ禍をへてビジネス、クリエイター共に利用がさらに活発になっているという背景があります。**バッジ機能のアップデートは、ファンと交流を図りたいクリエイターのInstagramライブの活用をさらに促すもの**となりそうです。また、ライブ機能では最大4名でライブ配信ができる「ライブルーム」の導入やライブ配信の告知機能も導入されました。ビジネスや他のクリエイターとのコラボ配信で、**お互いの活躍の場や表現の幅を広げ、こうしたライブ配信を見逃さずに視聴してもらえるための環境が着実に整いつつ**あります。さらに、クリエイターが投稿したコンテンツである「ブランドコンテンツ」を広告に利用する動きも進んでいます。

このアップデートによってクリエイターにとってはビジネス（企業）と円滑に協業を進めることができるようになるほか、クリエイターとのコラボによってプロモーションを成功させたい企業にとっても今後積極的な活用が求められるでしょう。

Instagramは2021年6月8日（米国時間）、2020年10月より国内でテスト中のバッジ機能をアップデートし、クリエイターが収益を上げるための手段を拡充することを発表しました。

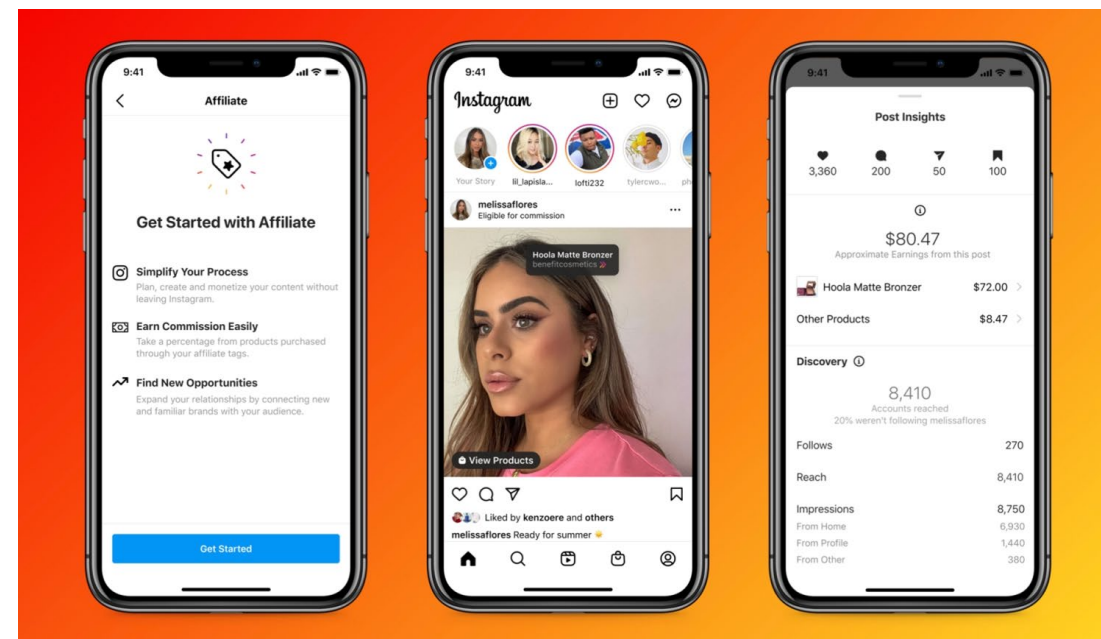
また、クリエイターがショップ機能を通じて自身のブランドをより簡単にInstagram上で訴求し、ECサイトを通じて売上を得ることができるよう、個人アカウントのプロフィール画面にショップのリンクを追加できるようになりました。



画像引用：Instagram、クリエイターの収益化サポートを強化、バッジ機能やショップ機能を拡充

[https://about.fb.com/ja/news/2021/06/creator\\_week\\_product\\_announcement/](https://about.fb.com/ja/news/2021/06/creator_week_product_announcement/)

Instagramは2021年6月8日（米国時間）、クリエイターがチェックアウト機能\*に対応している商品のショッピングタグ（商品名や価格を表示し、商品詳細ページに遷移させることができるタグ）を自身の投稿に追加することができるアフィリエイト機能のテストを開始すると発表しました。投稿を通じてタグ付けした商品の売上があると、クリエイターはコミッションを受け取ることができます。

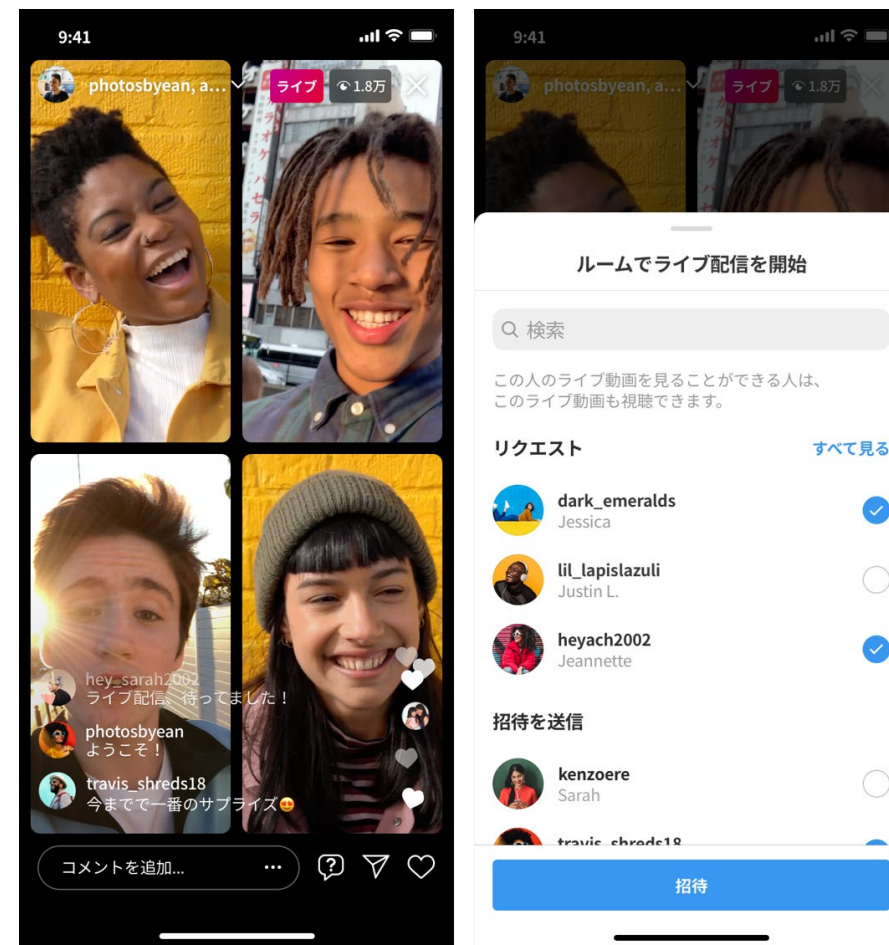


画像引用：Instagram、クリエイターの収益化サポートを強化、バッジ機能やショッピング機能を拡充

[https://about.fb.com/ja/news/2021/06/creator\\_week\\_product\\_announcement/](https://about.fb.com/ja/news/2021/06/creator_week_product_announcement/)

Instagramは2021年3月1日（米国時間）、最大4名でライブ動画を配信できる新機能「ライブルーム」を導入したことを発表しました。これまでは最初に配信を始めた利用者（ホスト）が招待できるのは最大1名でしたが、今後は招待できるゲストの数が最大3名に増えます。

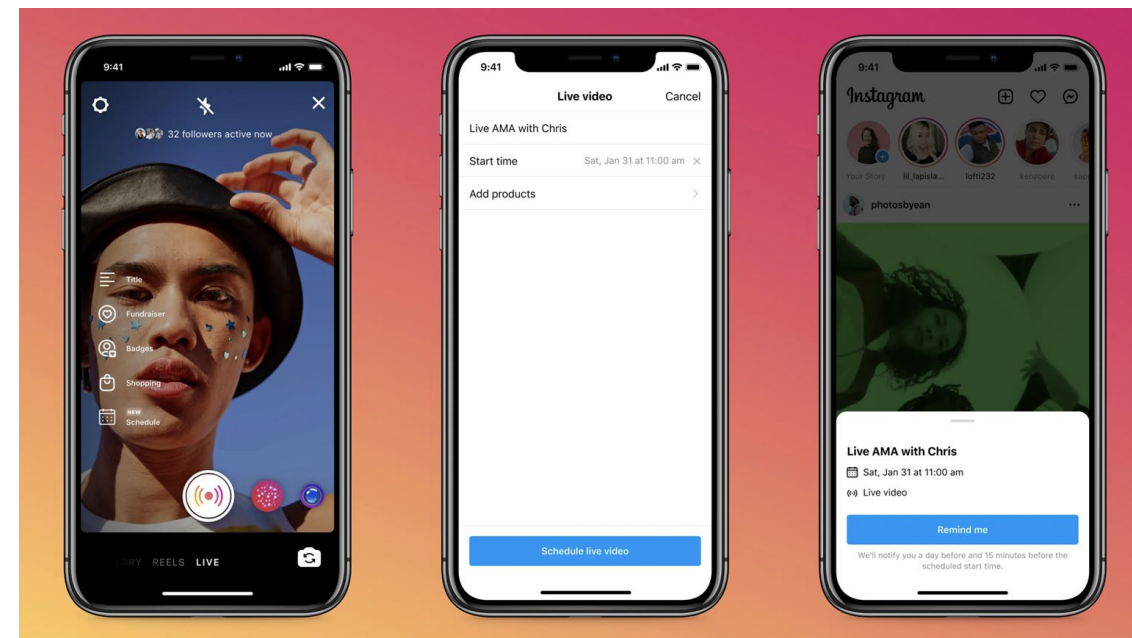
ライブルームを活用して複数のゲストを招待することで、トークショーやポッドキャストをする、他のアーティストやバンドメンバーと音楽セッションを行うなど、これまで以上にクリエイティブな方法でライブ配信をすることができます。招待できるゲストの人数が増えることで、配信に参加するクリエイターは自身のファンに加えて、お互いのフォロワーにリーチすることができるため、新たなファンの獲得にもつながります。



画像引用：Instagram、最大4名でライブ配信できる新機能「ライブルーム」を導入  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/03/liverooms/>

Instagramは2021年10月13日（米国時間）、配信予定のInstagramライブを開始するスケジュールを予め設定し、フィード投稿を通じて告知できる機能を日本を含む全世界で導入することを発表しました。

この機能を使うと、配信者は開催予定のライブ配信の日時を、最大90日前からフィード投稿を通じて利用者に知らせることができるようになります。また、そのフィード投稿を見た利用者は、リマインダーを設定することで、予定日時の24時間前・15分前・開始時間の計3回通知を受け取ることができ、興味を持ったライブ配信を忘れずに視聴すること



画像引用：Instagram、ライブ配信のスケジュールを事前設定・告知できる新機能を導入  
[https://about.fb.com/ja/news/2021/10/instagram\\_live\\_scheduling/](https://about.fb.com/ja/news/2021/10/instagram_live_scheduling/)

Instagramは2021年10月22日（米国時間）、ブランドコンテンツ広告を通じたクリエイターとビジネスの協業を加速させるため、リールでの広告配信を含む様々なアップデートを行うことを発表しました。また、米国ではアフィリエイト機能を利用しているクリエイターがショップを開設できるようになるテストなども開始します。



画像引用：Instagram、ブランドコンテンツ広告をリールに拡大、米国ではアフィリエイト機能を利用中のクリエイターがショップを開設できるテストを開始  
[https://about.fb.com/ja/news/2021/10/creators\\_and\\_businesses\\_bundle/](https://about.fb.com/ja/news/2021/10/creators_and_businesses_bundle/)

# 企業（ビジネス）向け新機能&アップデート

Meta社では、ビジネス（企業）がプラットフォームを利用して事業を成長させていくために様々な取り組みでサポートを行っています。

2021年も、ビジネスの規模を問わず、積極的なInstagram活用を促進する新機能・アップデートがたくさんありました。

## ①広告メニューの拡充

## ②Instagramアカウント運用の機能改善

## ③多様な目的に応じて利用できる機能

以下、一つずつ解説していきます。

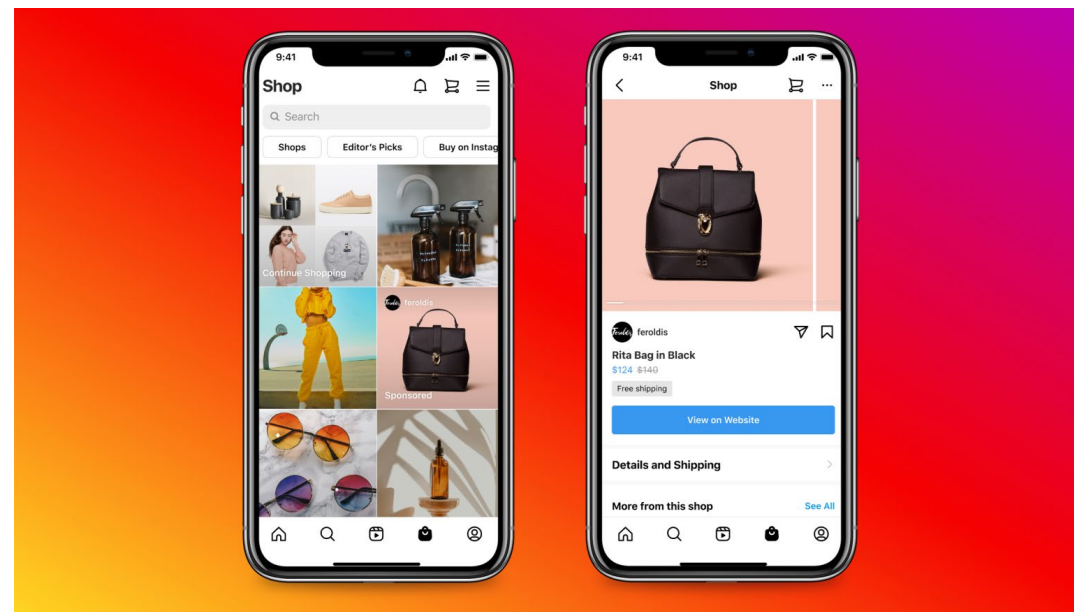
1つ目は、Instagram広告関連です。Instagram広告は、Facebook広告と同様に精度の高いターゲティングとバラエティ豊富な配信面を利用した広告配信ができることが魅力です。2021年には以下の広告メニューの拡充が行われています。

- **Instagramショップのタブ内での広告提供を開始**
- **リール配信面での広告提供を開始**

特に、近年力をいれているInstagramショップではショッピングを楽しみたいという強いモチベーションがあるユーザーにリーチできるため、よりコンバージョンに結びつく広告施策が期待できます。

Instagramは2021年8月24日（米国時間）、「Instagramショッピング」の専用タブ内で広告の提供を開始したことを発表しました。

利用者ごとにパーソナライズされた商品や投稿、ショッピング機能を活用してビジネスが作成したコレクション（複数の商品をテーマごとにまとめて表示する形式）に加えて広告も表示されるようになることで、利用者がさらにブランドに出会いやすく、充実したショッピング体験が生まれます。今回のアップデートは、Instagramショッピングの専用タブが利用可能な全ての国（日本を含む）が対象です。



画像引用：Instagram、Instagramショッピングのタブ内で広告の提供を開始  
[https://about.fb.com/ja/news/2021/08/ads\\_in\\_instagram\\_shop\\_launch/](https://about.fb.com/ja/news/2021/08/ads_in_instagram_shop_launch/)

Instagramは2021年6月17日（米国時間）、60秒以内の短尺動画を楽しむことができる機能（リール）において、広告の提供を開始することを発表しました。リール広告はストーリーズ広告と同様に縦長の全画面で表示され、通常のリール動画の合間に表示されます。リール専用タブだけでなく、発見タブ、ストーリーズやフィードなどに表示されるリール動画をタップし、リールだけが再生される全画面ビューアーに移動すると、次々に再生される動画の合間に広告が表示されます。ビジネスは最大60秒までの動画を広告として出稿することができ、広告もリール動画のように一度再生が終わるとループで再生されます。



画像引用：Instagram、リール広告の提供開始を発表  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/06/reels-ads-launch/>

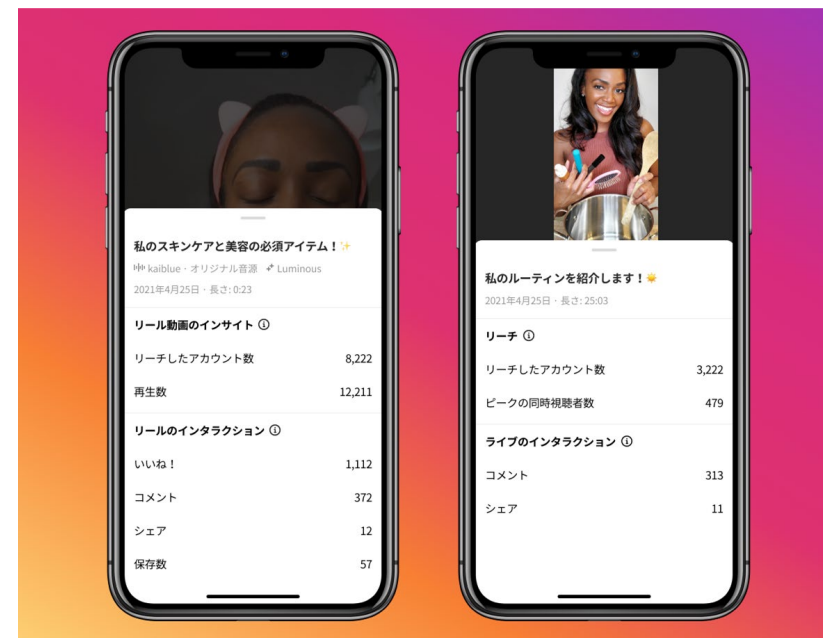
2つ目は、Instagramアカウント運用に関する機能の改善です。今や、業種や企業規模を問わずに、様々なビジネスがInstagramアカウント運用を行っています。こうした状況の中、少しでも快適かつ効率的にInstagram運用を行えるよう、機能改善に取り組んでいます。

- ・ **リールとライブ配信のインサイトがアプリ内で閲覧可能に**
- ・ **Facebook Business Suiteでストーリーズの予約や日時指定投稿が可能に**

ビジネスの間でも活用がすすんできたリール、ライブ配信のインサイトが2021年5月から確認できるようになりました。これによって**多様な機能を活用し、どの投稿や施策がどれくらいの成果をだしているのかの確認が簡単になり、運用の効率化や改善に活かせるよう**になりました。

また、Facebook、Instagram、Messengerを一元管理できるFacebook Business Suiteには、新たにストーリーズの予約や日時投稿が可能となり、**運用スケジュールの管理もよりしやすくなっています**。

Instagramは2021年5月24日（米国時間）、昨年8月に国内でローンチしたリールとライブ配信に関するインサイトをアプリ内で閲覧できるようになったことを発表しました。また、ビジネスやクリエイターがより効果的にアカウントを運用できるよう、どのフォーマットの投稿が自身のアカウントのリーチに貢献しているかの情報もインサイトに表示します。



画像引用：リールとライブ配信のインサイトを追加、ビジネスやクリエイターのアカウント運用をより効果的に

<https://about.fb.com/ja/news/2021/05/reelsandliveinsights/>

2021年6月3日からFacebook Business Suiteで、次のような新機能が利用できるようになったと発表されました。

- カレンダーで投稿とストーリーズを確認: 単一のカレンダーで公開済みコンテンツと未公開コンテンツに簡単かつ効率的にアクセスして
- 計画やレビューを行い、有料とオーガニックのマーケティングアクティビティ全体を確認できる
- アルバムの作成と管理: Business Suiteの[投稿とストーリーズ]タブから、Facebookの写真やアルバムを公開・管理できる
- 投稿を下書きとして保存: 良いアイデアがひらめいたらFacebook投稿やInstagram投稿を作成し、下書きとして保存できる



画像引用：Facebook Business Suiteに、ストーリーズの予約や日時指定投稿の編集機能が新登場

<https://www.facebook.com/business/news/new-facebook-business-suite-features-including-stories>

3つ目は、その他ビジネス向けの機能です。

Instagramは認知からブランディング、コミュニケーション、購入や予約への導線づくりなど、目的に応じて利用できる機能がそろっているのも魅力。2021年も、ビジネスが目的に応じて柔軟にInstagramを活用できるように様々な機能が追加されました。

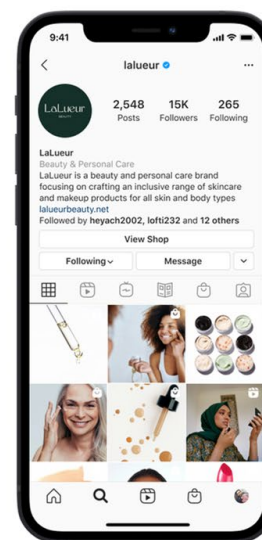
- ・ Instagram用のメッセージAPIの公開
- ・ レストラン予約機能のパートナーを拡充
- ・ アクションボタン「予約する」の利用が美容サロンでも適用されるように
- ・ 地図検索機能の導入

例えば、企業がInstagramを活用してユーザーとより充実したコミュニケーションがとれるように、メッセージAPIが公開されました。これによって企業は**自社のニーズにあったアプリケーションやシステムと統合することができるようになり、有意義なコミュニケーションの実現が可能**となります。

また、レストラン予約機能のパートナーの拡充、これまで飲食店にのみ提供されていたアクションボタン「予約する」の利用が美容サロンでも使えるようになりました。

さらに6月にリリースされた地図検索機能では、ユーザーが人気スポットを検索できるようになっています。実店舗をもつビジネスはこの機能をうまく活用することでユーザーに店舗を見つけてもらうチャンスを拡大させることができます。

Meta社（旧Facebook社）は2021年6月2日（米国時間）、ビジネスがInstagram上でより充実したメッセージング体験を提供できるよう、Instagram用のMessenger APIをすべての開発者に公開しました。



画像引用：Instagram用のMessenger APIをすべての開発者に公開、  
ビジネスがInstagram上でより充実したメッセージング体験を提供できるように  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/06/the-wait-is-over-messenger-api-for-instagram-is-now-available-to-all-developers/>

Facebook Japanは2021年8月26日（日本時間）、飲食店がプロフィールに「席を予約する」ボタンを表示し、利用者に来店予約を促すことができるレストラン予約機能の連携パートナーとして、新たに株式会社TableCheckが提供する飲食店予約システム「TableCheck」と提携したことを発表しました。また、今回の提携にはFacebookも含まれており、国内で初めてFacebook上でもレストラン予約機能を使えるようになりました。

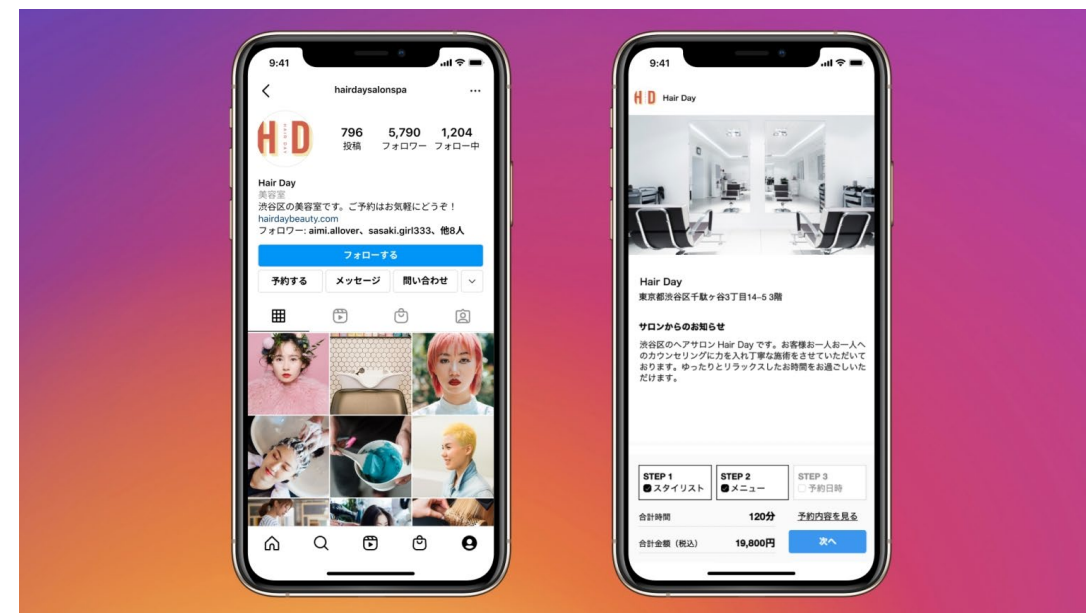


画像引用：Instagram、レストラン予約機能のパートナーを拡充Facebookでも初めて同機能を提供開始

[https://about.fb.com/ja/news/2021/08/restaurant\\_booking\\_facebook\\_and\\_instagram/](https://about.fb.com/ja/news/2021/08/restaurant_booking_facebook_and_instagram/)

## その他機能（「予約する」の利用が美容サロンでも適用されるように）

Instagramは2021年11月10日（日本時間）、ビジネスがより簡単に利用者のアクションを促すことができるツール「アクションボタン」の対象を国内で初めて美容サロン予約に拡大することを発表しました。美容室やネイルサロンなどのビジネスは、Instagramのプロフィールに「予約する」ボタンを表示し、利用者に来店予約を促すことができるようになります。



画像引用：Instagram、アクションボタンを美容サロン予約にも拡大  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/11/action-button-beauty-salon/>

Instagramは6月17日（日本時間）、近隣の人気スポットを検索できる地図検索機能を日本国内でローンチすることを発表しました。発見タブの地図アイコンをタップすると、カフェやレストラン、観光名所などの人気スポットが地図上に表示されます。また、一部のハッシュタグの検索結果ページにも地図が表示され、そのハッシュタグに関連する近隣のスポットを発見することができます。



画像引用：Instagram、近隣の人気スポットを検索できる地図検索機能を導入  
<https://about.fb.com/ja/news/2021/06/mapsinjapan/>

いかがでしたか？

今回は2021年に行われたInstagramの新機能アップデートについて「（一般）ユーザー」「クリエイター（インフルエンサー）」「ビジネス（企業）」の立場から主要なポイントを解説しました。

Instagramの提供する機能や価値は近年ますます多様化し、それにもなってそれぞれInstagramを利用するモチベーションや目的も細分化されています。それぞれの機能や配信面の特徴を把握しながら、認知からコンバージョンまで、幅広い目的に対して活用できる、Instagramはそんなプラットフォームとなっていくでしょう。

2022年のInstagram活用施策のご参考としてぜひ本資料をご活用ください。

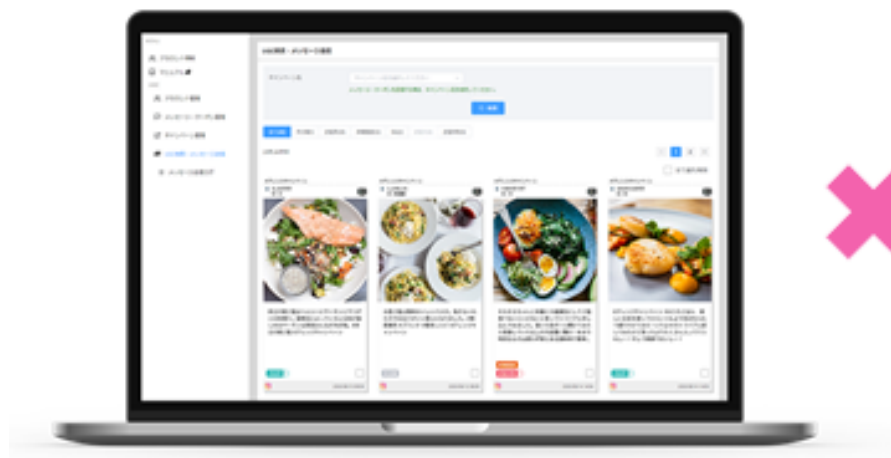
# Appendix : echoes on Instagramのご紹介

# echoes on Instagramとは？

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実施できるプロダクト＆サービスです。

echoes 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

1

## 大量サンプリングキャンペーン

echoes on Instagramが提供しているインスタントウィンのキャンペーン形式を採用することで、Instagramではオペレーションが難しいとされている数千名規模の大量サンプリングキャンペーンを実施できます。

2

## モニターキャンペーン

Instagram上に多くのUGCを発生させるモニターキャンペーンを実施できます。指定ハッシュタグが付いたUGC投稿を促進するハッシュタグキャンペーンや、応募時にアンケートを設定することで自社のターゲットにあったモニターを選定してUGC投稿を促進するモニターキャンペーンの実施が可能です。

3

## フォロワー獲得目的キャンペーン

効率よくフォロワー獲得を行うために、インスタントウィン形式、コメントキャンペーンなどの様々なキャンペーン形式から最適なプランをご提案します。また、当社が保有するキャンペーンメディア（モニプラ）から、集客支援するオプションもご用意しています。

# 利用可能なInstagramプロモーション形式

		参加方法	主なターゲット	参加ハードル	フォロワー獲得	フォロワー質	UGC拡散	大量当選	追加訴求	運用負荷*5
利用可 echoesが 業界初	コメント & インスタントウィンキャンペーン*1	コメント (+フォロー) +ログイン	既存/新規客	中	中	中	△	○ *3	○ *4	低
	インスタントウィンキャンペーン*1	(フォロー+) ログイン		低	少		×			
利用可	コメントキャンペーン	(フォロー+) コメント	既存/新規客	中	中	中	△	×	×	中
利用可	ハッシュタグキャンペーン	(フォロー+) ハッシュタグ投稿 +@メンション	既存客	高	少	高	○	×	×	高
集客支援のみ *2	いいねキャンペーン	フォロー+いいね	新規客	低	多	低	×	×	×	中

\*1 参加したその場で抽選が行われ、当選・落選が確認できるキャンペーン形式です。

\*2 「いいね」したユーザーを収集することはできませんが、弊社キャンペーンメディアからの送客による集客支援が可能です。

\*3 DM送信による当選通知を行わないため、多量クーポン配布等のキャンペーンを実施することが容易になります。

\*4 落選ユーザーに対しても落選画面にて追加の商品訴求やWebサイト誘導、Wチャンスキャンペーンが可能です。

\*5 インスタントウィン形式では、「当選者選定業務」「DM送付業務」が不要になります。

1

## 定期的実施をする

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。定期的に行い、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です。

2

## 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です。

3

## 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。

Instagramを活用したプロモーションのことなら

以下宛先まで、お気軽にお問い合わせください

**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

Email : [echoes-on-instagram@aainc.co.jp](mailto:echoes-on-instagram@aainc.co.jp)

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