



食品・飲料メーカーが  
実践する!



# インスタントウイン キャンペーン



## 事例集

掘りだそう、自然の力。

**Calbee**

 沢の鶴



K O I K E Y A



**mizkan**

やがて、いのちに変わるもの。

食品・飲料メーカーの皆さまにおすすめしたい

## Twitterインスタントウィンキャンペーン事例を 目的別に5つご紹介

- 事例 01** 商品の認知を一気に拡大したい  
サッポロポテト公式 / カルビー株式会社
- 事例 02** 商品理解を深め、ユーザーツイートで話題化を図りたい  
沢の鶴【公式】 / 沢の鶴株式会社
- 事例 03** ユーザーの嗜好に応じてコンテンツを出し分け、商品理解を図りたい  
ミツカン【公式】 / 株式会社Mizkan
- 事例 04** ブランドサイトに誘導し、ブランド理解を深めたい  
コイケヤ【公式】 / 株式会社湖池屋
- 事例 05** 普段リーチが難しい新たな層にアプローチしたい  
沢の鶴【公式】 / 沢の鶴株式会社

# 事例①：商品の認知を一気に拡大したい

掘りだそう、自然の力。

# Calbee

## 実施背景

商品認知・コミュニケーションの活性化を目的にTwitterアカウントを運用。新商品の認知拡大と同時に商品体験機会を創出する施策としてTwitterキャンペーンを実施。

## 実施内容

Twitterキャンペーンツール「echoes」を活用し、期間中に毎日参加可能なキャンペーンを実施。フォロー&リツイートをすると、その場で当選者のみにDMを送付する仕組み。当選者10人に新商品のセットをプレゼント。手軽に参加可能なフォロー&リツイートを毎日参加形式にすることで参加者数と拡散を最大化し、商品認知を拡大。



# ■ 事例①：商品の認知を一気に拡大したい

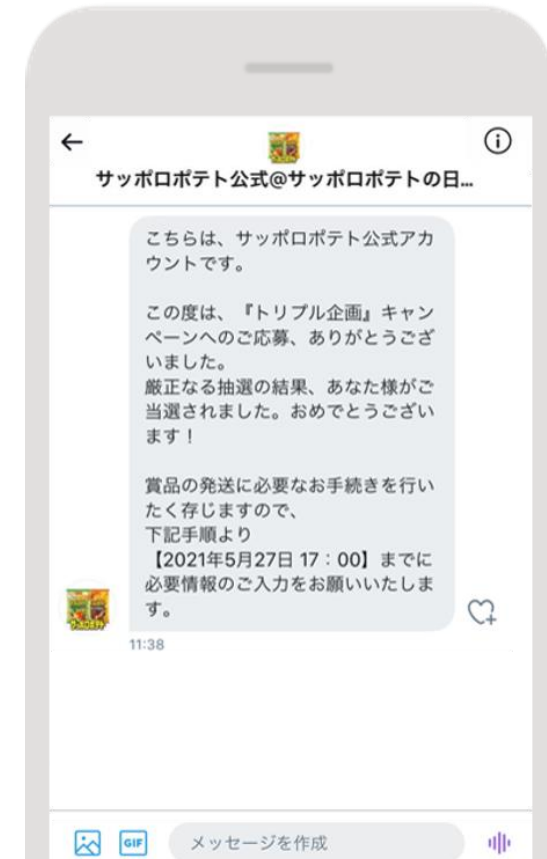
公式アカウントをフォロー



対象ツイートをリツイート



当選者にはDMが届く



# 事例②：商品理解を深め、ユーザーツイートで話題化を図りたい



## 実施背景

自社商品や日本酒に関する情報発信、ファンとのコミュニケーションを目的にTwitterアカウントを運用。新商品の認知拡大と同時に、日本酒の飲用や利用シーンを連想させる施策としてTwitterキャンペーンを実施。

## 実施内容

Twitterキャンペーンツール「echoes」を活用し、期間中に毎日参加可能なキャンペーンを実施。フォロー＆リツイートをすると、その場で当選者のみにDMを送付する仕組み。当選者10人に純米酒セットをプレゼント。さらに指定ハッシュタグをつけてお題についてツイートしたユーザーから、事後抽選形式で10人に純米酒セットをプレゼントするWチャンスキャンペーンを同時に実施。



# 事例②：商品理解を深め、ユーザーツイートで話題化を図りたい

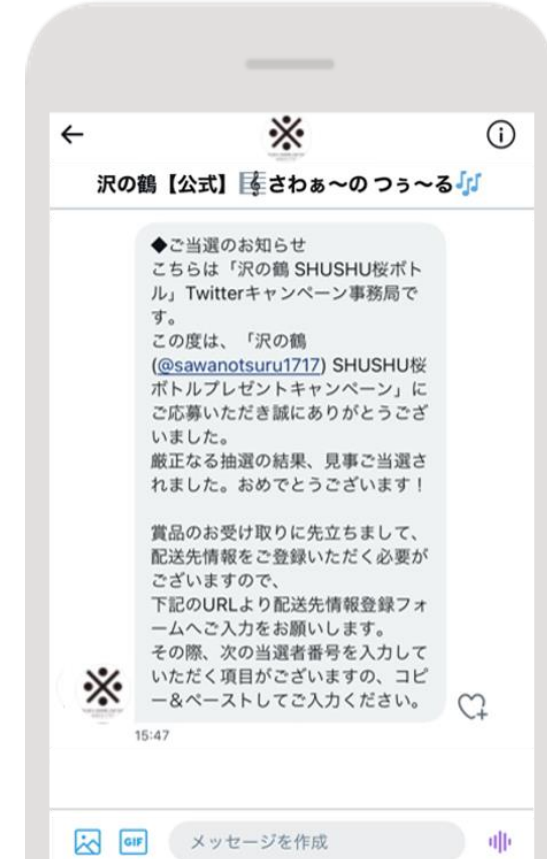
公式アカウントをフォロー



対象ツイートをリツイート  
& ツイートでWチャンス



当選者にはDMが届く



# 事例③：ユーザーの嗜好に応じてコンテンツを出し分け、商品理解を図りたい



## 実施背景

みりんタイプの調味料「煮物カンタン みりんタイプ」のパッケージリニューアルに合わせて、改めて商品認知を拡大させると同時に商品理解にもつなげるためにTwitter上でキャンペーンプロモーションを実施。

## 施策

Twitterキャンペーンツール「echoes」を活用し、期間中に毎日参加可能なフォロー&リツイートキャンペーンで商品認知を拡大。その場で当選・落選を伝えるリプライを送り、Wチャンスとしてハッシュタグ投稿キャンペーンを告知。さらに投稿ハッシュタグに応じたレシピ情報をリプライすることで商品理解を促進。

## 結果

合計でキャンペーン期間中に新規フォロワーが52,000人増加し同商品の認知を拡大。キャンペーンをきっかけに74,000件もの同商品関連ツイート投稿を生み出し話題化させることにも成功。



# 事例③：ユーザーの嗜好に応じてコンテンツを出し分け、商品理解を図りたい

商品名・パッケージの露出を最大化

商品の利用方法を促進

公式アカウントをフォロー  
&対象の投稿をリツイート

当落をリプライ通知すると同時に  
ハッシュタグツイートを促進

ハッシュタグの内容によって  
リプライ内容を変更



#ご飯がすすむ  
大皿料理

#一工夫加えた  
お弁当



#素材を活かした  
秋の味覚

#家族大好き  
定番メニュー

Wチャンスとして  
ハッシュタグ投稿キャンペーンを実施

どんな料理を作りたいか

についてツイートする導線を用意

※Twitter広告の仕様変更により、2022年4月1日以降、ボタン型でツイートを誘導する「カンパセーションナルカード」は利用できません。具体的にご検討いただく際は代替案をご提示いたしますのでご相談ください。



# 事例④：ブランドサイトに誘導し、ブランド理解を深めたい

公式アカウントをフォロー



対象ツイートをリツイート



その場で即座にリプライ



遷移先LPで抽選結果を表示



# 事例⑤：普段リーチが難しい新たな層にアプローチしたい



## 実施背景

純米酒「SHUSHU」のターゲットに商品認知を拡大することと商品理解の促進を目的に、Twitterキャンペーンを企画。自社だけでキャンペーンを実施するよりも、「食事に合うお酒」の訴求をより魅力的に、また日本酒の飲用シーンを想起させるという目的をより具体的にを行うことができ、参加ユーザーにより「自分ごと」として捉えてもらいやすいのではないかと考え「食」をテーマにする他企業Twitterアカウントとのコラボキャンペーンを実施。

## 施策

「echoes Collabo」を利用し、アカウントをダブルでフォロー&RTで参加するコラボ形式、かつインスタントウィンを活用して「沢の鶴×大阪王将公式通販」のTwitterコラボキャンペーンを実施。

## 結果

過去に実施したコラボキャンペーンと比較し、総リツイート数580%、総インプレッション340%に。さらに「大阪王将公式通販」のTwitterフォロワー数も約5,000人増加し、両社にとってメリットのある結果となった。

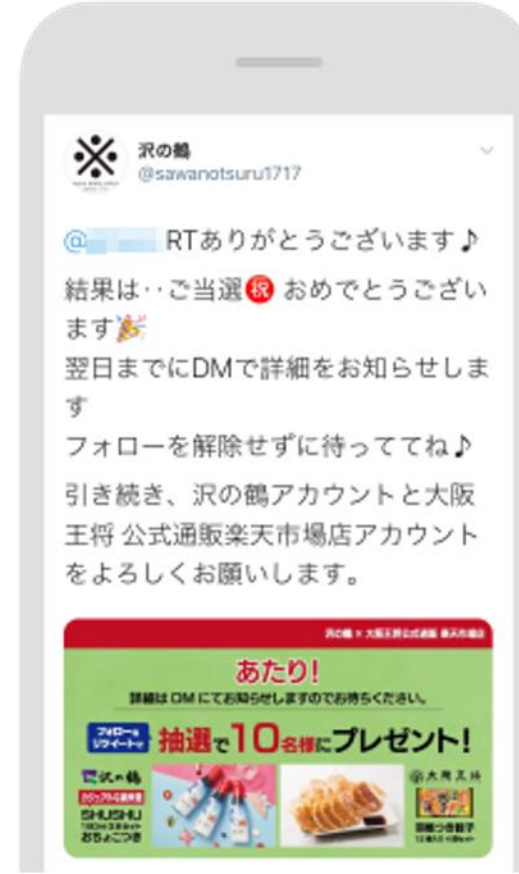


# 事例⑤：普段リーチが難しい新たな層にアプローチしたい

2つの公式アカウントをフォロー

沢の鶴公式アカウントの  
対象の投稿をRT

沢の鶴公式アカウントから  
即時リプライで当落を通知



フォロワー獲得だけじゃない！

販促・売上に繋げる  
Twitterインスタントウィンキャンペーンツール

# echoes



成果につながる  
と思う Twitter  
プロモーションツール



集客効果につながる  
と思う Twitter  
プロモーションツール

サービスサイト

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

お問い合わせ

アライドアーキテクト株式会社echoes事業部

📞 03-6408-2791 ✉️ [promotion-sales@aainc.co.jp](mailto:promotion-sales@aainc.co.jp)

echoes できるインスタントウィンキャンペーン



フォロー&リツイート  
キャンペーン

リツイートでの拡散による認知拡大・  
多数のフォロワー獲得が可能



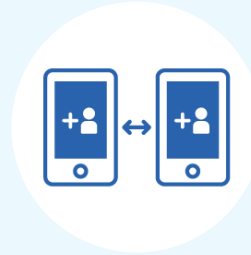
ハッシュタグ投稿  
キャンペーン

ハッシュタグで商品理解促進・  
ブランドイメージ醸成



クーポン配布型  
キャンペーン

拡散と同時に、消込型クーポンで  
実店舗の来店促進と来店計測



コラボリツイート  
キャンペーン

コラボ先のフォロワーにリーチし  
相互送客・話題化



サンプリング  
キャンペーン

ドラッグストア店頭引換で配送コスト  
を抑えて大規模な商品体験機会を創出



自社サイト誘導  
キャンペーン

キャンペーンから自社サイトへの  
誘導を効率的に行い訪問数を拡大

SNSのトレンド情報  
キャンペーン事例・ノウハウ など  
**セミナー開催中!**

施策実行の参考になるセミナーを  
毎月第1週、第3週に開催しています



詳しい日程  
詳細はこちら

