

ech@es UGC Ver1.2

Twitter上のUGC創出に最適な「引用ツイート+ハッシュタグ型」インスタントウィン



Allied Architects

成果・集客効果につながるTwitterプロモーションツール

ech@es on Twitter

成果に繋がる

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



調査方法：インターネット調査
調査期間：2020年12月8日～10日
調査概要：Twitterプロモーションツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査
調査対象：全国、男女、25～69歳、
(1)SNSマーケティング実施企業勤務（30-59歳）／352s、
(2)SNSマーケティング/Twitterマーケティング/Twitterキャンペーン/
Twitterインスタントウィンキャンペーン実施企業勤務（課長クラス以上）／292s
比較対象企業：「Twitterプロモーションツール」Google検索上位10社
（2020年12月2日17時50分時点）

Calbee

Kracie
クラシエフーズ

伊藤ハム

湖
KOIKEYA

mizkan
やがて、いのちが変わるもの。

MARUHA NICHIRO
海といのちの未来をつくる

全農

Befco
たのしい、おいしい、あたらしい

沢の鶴

DOUTOB

Denny's
レストラン

Caféレストラン
ガスト

ココカラファイン
ココロ、カラダ、ガンキ。

PARCO

KOSÉ
PROVISION

BCL
Beauty Creative Lab.

Kanebo
FEEL YOUR BEAUTY

aisei

アース製薬
EARTH Act for Life

マガジン

DeNA

KADOKAWA

テレビ愛知

MIZUNO

nishikawa

BUFFALO

Nitto
Innovation for Customers

松井証券

(順不同)

成果・集客効果につながるInstagramプロモーションツール

ech@es on Instagram

MORINAGA

Tohato

沢の鶴

IN FIORE

nishikawa

ココカラファイン
ココロ、カラダ、ガンキ。

ほっかほっか亭

SAISON
CARD

はちま

(順不同)

Twitterアカウント運用、うまくいってますか？

コンテンツの課題

素材がもうない

投稿ネタがマンネリ

企業目線の投稿

投稿増やすのしんどい

エンゲージの課題

いいねがつかない

Impが減ってきた

フォロワー増えたのに...

CPFが悪化

コミュニケーションの課題

炎上こわい

UGCは放置

トレンドに入れない

ステマ コピーパスタ

**この状態を放置すると、様々なコンテンツが増加し続けるSNS・Twitterにおいて
将来的に自社の情報は届かなくなり、認知・購入意向の低下や
露出の多い競合他社にシェアを奪われるリスク要因になり得る**

Twitter社の提唱する活用のポイント

「いま」起きていること（モーメント）とリアルタイムにつながることで消費者的購入決定に影響



“ Twitterの調査によると、ブランドのカルチャーへの関与は、消費者の購入決定に25%もの影響を与えています。
<https://marketing.twitter.com/ja/collections/connect-on-twitter> ”

多くの企業がモーメントを捉えたハッシュタグを活用し会話（UGC）を促すプロモーションを実施



“ 外出自粛要請を受けてから「#おうち時間」に関する会話も急増。3/16-3/31の4万ツイートに比べ、4/1-4/14では55万4千ツイートと約14倍近く増加しました ”

<https://marketing.twitter.com/ja/insights/connect-with-whats-happening-grow-phase-occasion-trend>

Twitter社が主催する#クリスマスボックスは総参加数4700万超、会話量4200万超



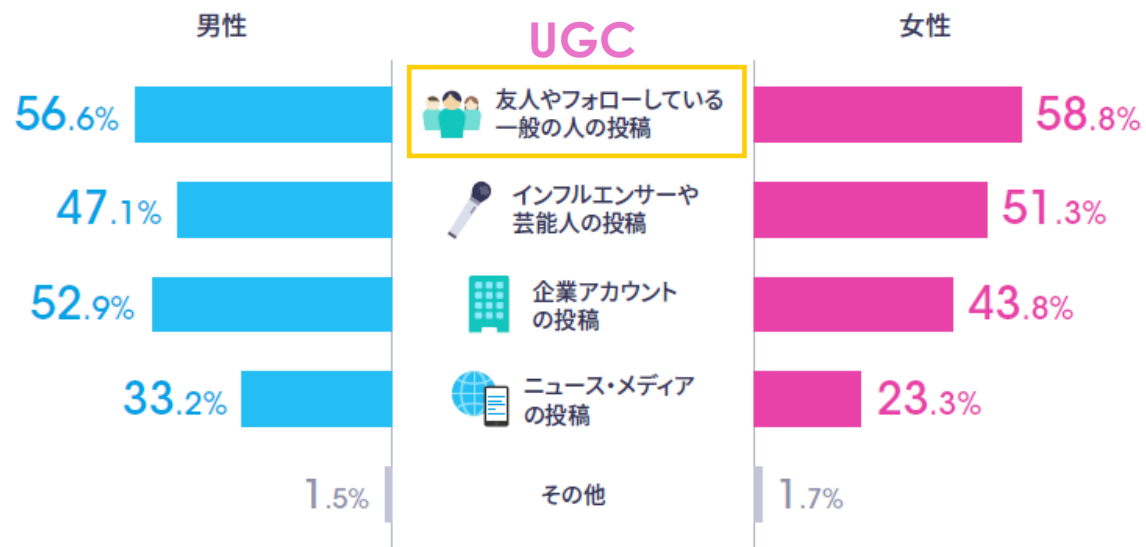
<https://marketing.twitter.com/ja/insights/connect-with-whats-happening-xmasbox-campaign>

「モーメントを捉えたハッシュタグでUGC※を創出して消費者とつながること」がポイント

※User Generated Content / 商品・サービスを話題にしたツイートやクチコミのツイート

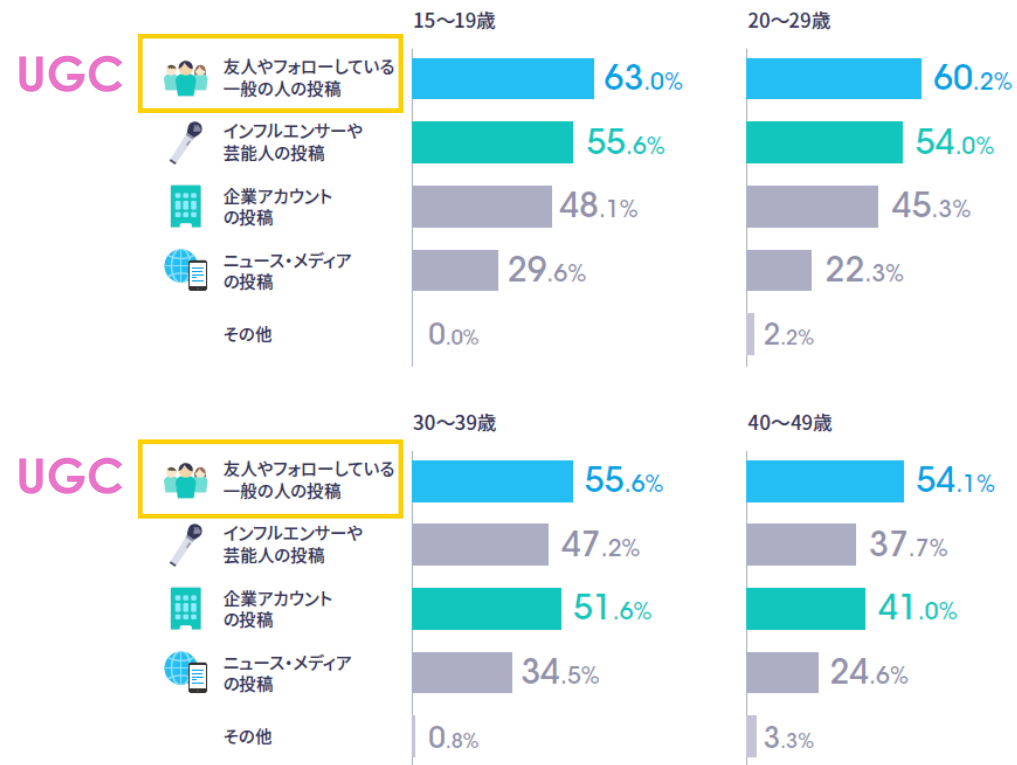
Twitter上のUGCは購買のきっかけになる

Q.Twitter上の情報をきっかけや参考に商品の購入または店舗に来店したことがあると答えた方は、誰による投稿がそのきっかけとなりましたか。



(男性:n=274、女性:n=347) 商品・サービスの購入経験あり、または店舗・施設への来店経験あり。当てはまるもの全てに回答
アライドアーキテクト調べ

Q.Twitter上の情報をきっかけや参考に商品の購入または店舗に来店したことがあると答えた方は、誰による投稿がそのきっかけとなりましたか。



(15～19歳:n=27, 20～29歳:n=274, 30～39歳:n=252, 40～49歳:n=61)
商品・サービスの購入経験あり、または店舗・施設への来店経験あり。当てはまるもの全てに回答
アライドアーキテクト調べ

Twitter上では「友人や一般人のUGC投稿が最も購入・来店のきっかけ」となっている

TwitterでUGCを増やすためには

Q. 購入した商品・利用したお店・EC通販サイトやネットショップについてTwitterに感想を投稿した理由は何ですか。(複数回答)

キャンペーン

1 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 43.0%

2 良い点をより多くの人に知ってもらいたいから 41.1%

トレンド

3 Twitter上でトレンドに掲載された話題だから 35.9%

2次拡散

4 フォローしているユーザーが話題にしているから 30.2%

使った感想をお店や企業に伝えたいから 29.8%

悪い点をより多くの人に知ってもらいたいから 18.0%

使っている自分自身をより多くの人に知ってもらいたいから 15.7%

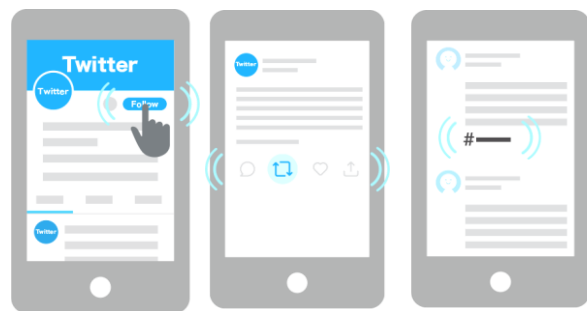
その他 4.1%

(n=440)

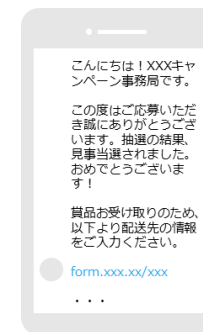
アライドアーキテクト調べ

「キャンペーンで投稿を促し、2次拡散を作り、トレンド化を図る」ことがUGCを最大化

Twitter上の**UGC**創出に最適な**引用ツイート+ハッシュタグ**型キャンペーンを
インスタントウィンにより大規模成果・低負荷で**実施し放題**の新サービスプラン



インスタントウィン



フォロー&引用ツイート+ハッシュタグで参加

フォローして指定投稿を引用ツイート（引用RT）
引用ツイート内に指定ハッシュタグを含める



UGCを大規模創出

オートDMで当選発表

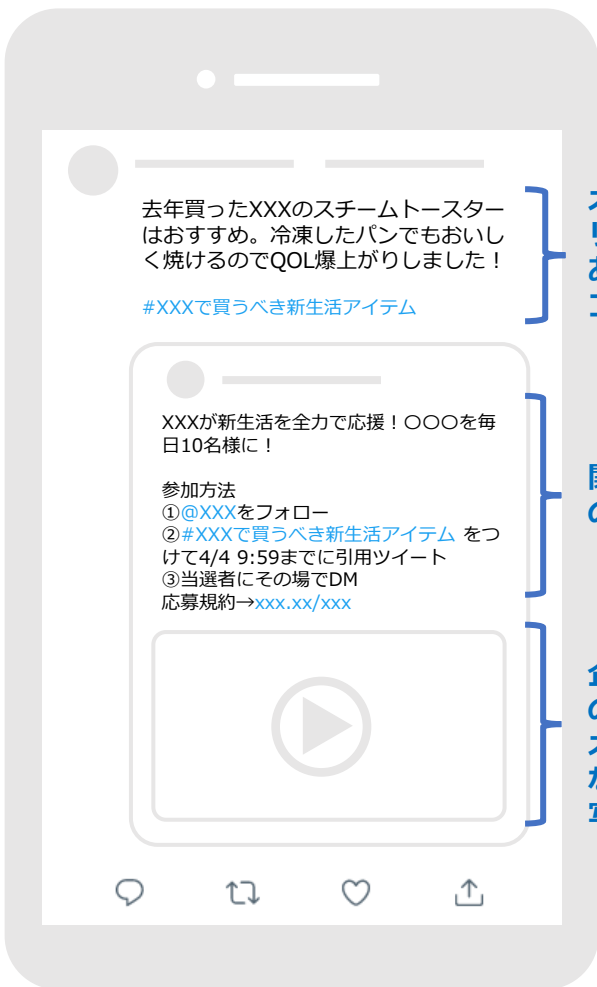
その場で自動で抽選が行われ
当選者にのみ自動ダイレクトメッセージが届く



低負荷なため**高頻度**で実施可能

実施し放題のサービスプラン

引用ツイート+ハッシュタグがなぜUGC創出に最適か



オリジナリティのあるクチコミ

関係性の明示

企業制作のプロクオリティな動画・写真

UGCの投稿	引用ツイート+ハッシュタグ	リツイート (RT)	ハッシュタグ+カンバセーションボタン	コメント (リプライ)+ハッシュタグ	ハッシュタグのみ (写真投稿)
ツイートの表示	企業投稿の引用ツイート表示	企業ツイートがそのまま表示	企業投稿とボタンが表示	企業投稿のコメントスレッドに表示	通常ツイート
投稿の質	◎ クチコミ+プロの動画・写真で訴求力が高い	×	△	○	○
投稿の数	○ ハードルはやや高い※1	◎ 手軽に参加できる	○ ボタンがあるため投稿しやすい	△ 拡散しないので増えない	×
投稿の閲覧数	◎ タイムライン表示が多く目にも止まりやすい※2 検索にも掛かる	(○) RT数が多いため企業投稿の閲覧は多い 検索には掛からない	△ テンプレートなためスルーされやすい	×	○
投稿者の質	◎ アクティブなアカウントが多い※3	×	×	○	○
関係性の明示	◎ 関係性が明示され信用されやすい	○ キャンペーン応募は明確	○ キャンペーン応募は明確	○ キャンペーン応募は明確	×

引用ツイート+ハッシュタグの表示例

引用元の画像・動画はそのまま表示されます。
(ウェブサイトカード型の場合は省略)
追加で画像・動画を投稿してもらうことも可能です。
(その場合、引用部分は短縮されて表示)

弊社支援実績での参考数値

※1 RTキャンペーンのRT数と比較して、引用ツイートは15-50%

※2 引用ツイート元の企業投稿インプレッションはRTキャンペーン時の95%-105% (投稿数が少なくても表示は多いため)

※3 投稿者のフォロワー数はRT時の約2倍

インスタントウィンのメリット

毎日応募形式のインスタントウィンでユーザー投稿を最大化

実績例

7日間実施

30日間実施

総RT数 **7倍** **37倍**

フォロワー
増加数 **6倍** **34倍**

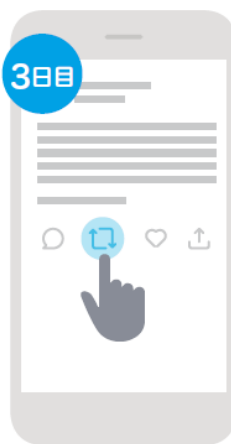
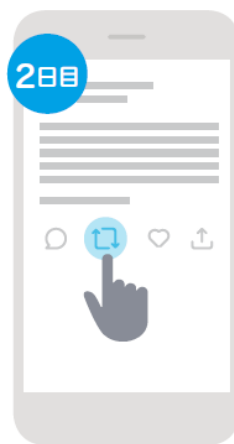
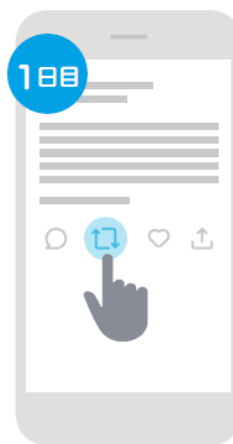
※同一アカウントで2021年8月～10月に実施した通常型キャンペーンと毎日応募型インスタントウィン2キャンペーンでの比較

毎日応募形式の仕組み

公式アカウントを
フォロー

対象の投稿をリツイート
(期間中はいつでも翌日に別投稿で参加可能)

投稿が拡散されユーザーへの
アテンションが最大化



インスタントウィン機能によりユーザーのキャンペーン参加率を最大化

拡散の最大化によりTwitterユーザーを公式アカウントに大量に送客

ブランド・商品訴求の課題

ブランド・商品訴求力のある
ツイートが投稿されない



クチコミ+画像・動画で
訴求力の高いUGCを創出

規模の課題

成果の規模が小さく
実施・制作の負荷に見合わない



インスタントウィンで
規模拡大

実施リソースの課題

施策を運用できる人材や
十分なリソースがない



自動化されたシステム
管理画面でかんたん運用

 ech@es UGCで解決！





メーカー
企業A社

13日間実施
1日平均：4,000ツイート
累計：52,000ツイート
ユニーク参加：16,000
オーガニックimp：300万



小売
企業B社

7日間実施
1日平均：2,000ツイート
累計：14,000ツイート
ユニーク参加：6,500
オーガニックimp：90万



金融
企業C社

15日間実施
1日平均：6,800ツイート
累計：102,000ツイート
ユニーク参加：23,000
オーガニックimp：330万

※詳細はお問合せください。

UGCの運用（生成・管理・活用）に効果的・効率的な機能を開発予定

リリース予定月	機能	概要
7月	ハッシュタグ選択式引用ツイートキャンペーン	引用ツイート+（ハッシュタグA or B）で応募できるインスタントウィン
8月	UGC統合管理画面	引用ツイート+ハッシュタグ、ハッシュタグのみ、キーワード、@メンション（+ハッシュタグ）といった全てのUGC収集形式を統合した管理画面
9月	UGC外部サイト出力API機能	収集したUGCを外部サイトに出力しON/OFF管理
9月	態度変容調査アンケートフォーム	UGCやキャンペーン接触による態度変容を調査するためのフォーム機能
10月	ツイート配信機能	UGCを引用したりスレッド投稿したり広告配信するための配信機能
11月	UGCメディアDL機能	UGCに添付された画像・動画を一括ダウンロード
11月	UGCアラート機能	パフォーマンスの高いUGCをリアルタイムに検知しお知らせする機能
12月	UGC薬事チェック機能	UGCに含まれるキーワードを薬事チェックツールに掛ける機能
12月	管理画面ダッシュボード	UGCおよびアカウントのパフォーマンスをダッシュボード表示

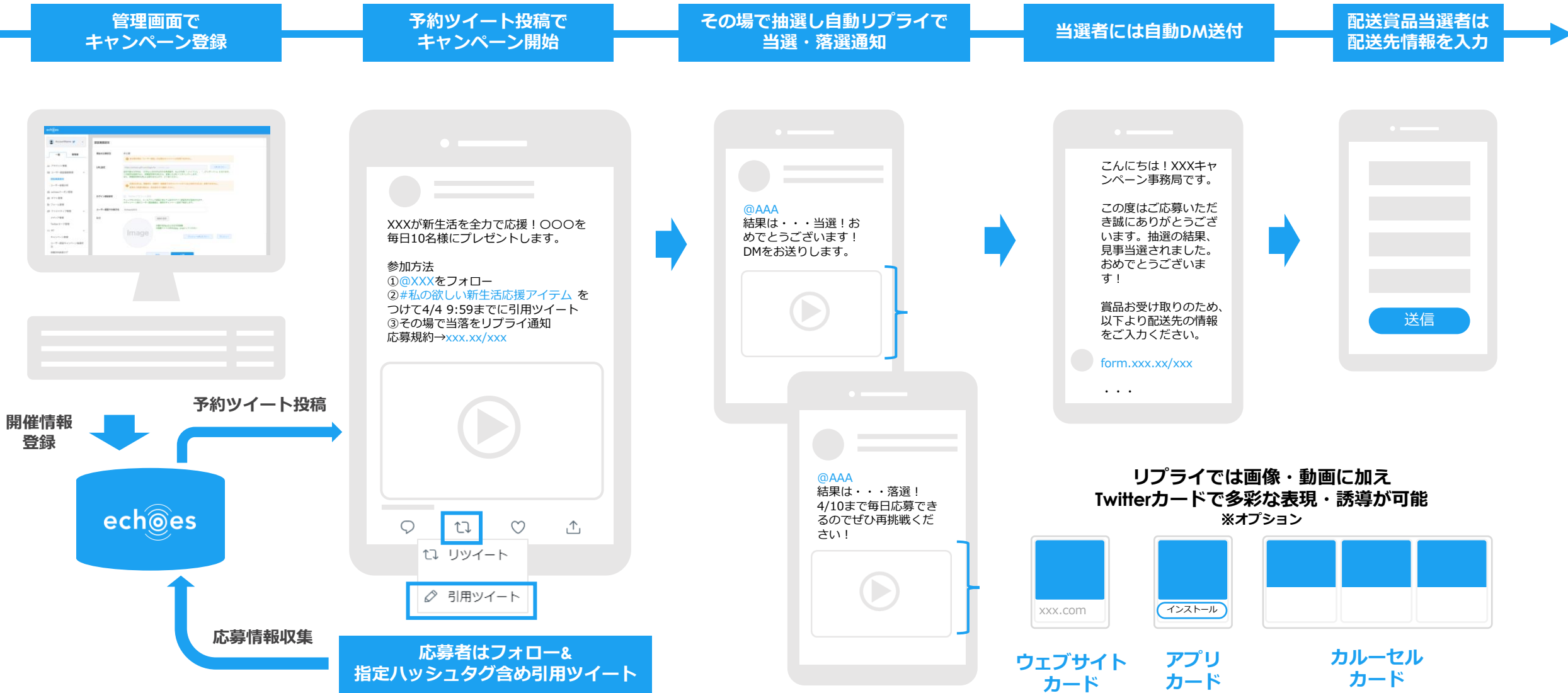
※開発状況に応じてリリース予定月および内容は変更の可能性があります。

プラン		月額固定UGCプラン	月額固定ベーシックプラン
おすすめの企業様		UGCを大規模に増やしたい	フォロワーとUGCを大規模に増やしたい
契約形態	最低契約期間	6ヶ月～ ※月額の一括前払いは可	
	キャンペーン開催費/課金形式	月額固定費でキャンペーン実施し放題	
	運用方法	管理画面を用いてセルフ運用 (SaaS)	
	サポート体制	カスタマーサポートデスクが運用をサポート	専任カスタマーサクセス担当が運用をサポート
可能なインスタントウィンキャンペーン形式	フォロー&引用ツイート+ハッシュタグ ×オートDM	○	○
	フォロー&RT ×オートDM	× アップグレードまたは追加費用	○ 3回以上実施でアップグレードがお得
付帯機能	当選者フィルタリング機能	○	○
	ブラックリスト機能	○	○
	ハッシュタグツイート収集機能	○ 条件あり	
	DM一括送信機能	○ 条件あり	○ 条件あり

金額はお問い合わせください

アライドアーキテツ株式会社 echoes事業部

☎ 03-6408-2791 ✉ promotion-sales@aainc.co.jp



管理画面で
キャンペーン登録

予約ツイート投稿で
キャンペーン開始

Twitterアプリ上で
指定サイトを開いてユーザー認証

その場で抽選し
当選・落選画面表示

配送賞品当選者は
配送先情報を入力



パターン②認証ユーザーのハッシュタグツイート

- すべて選択
- TwitterユーザーID ユーザースクリーンネーム ユーザー名 ユーザーフォロワー数 クライアントユーザーID
- クライアントスクリーンネーム クライアントユーザー名 ハッシュタグ名 ツイートID ツイート日時
- ツイート文 リプライ先ユーザーID リツイート数 引用リツイート数 いいね数
- ユーザープロフィールのクリック数 URLクリック数 インプレッション数 エンゲージメント数 エンゲージメント率
- メディアの再生数 動画の0%が再生された回数 動画の25%が再生された回数 動画の50%が再生された回数
- 動画の75%が再生された回数 動画の100%が再生された回数

非認証含むユーザーのハッシュタグツイート

※オプション

- 全て選択
- twitter_id
- ツイート日時
- 収集ハッシュタグ
- スクリーンネーム
- プロファイル情報
- フォロー数
- フォロワーフラグ
- リプライフラグ
- 画像添付有無
- user_name
- 検索ハッシュタグ
- 本文
- プロフィールURL
- フォロワー数
- ツイート数
- RTフラグ
- ツイートURL

- データの収集は1日1回AM2時以降に実行されますが、収集完了の時間は保証いたしません。
- 収集されるデータの内容と条件は以下となります。
 1. キャンペーン期間内に投稿された、認証ユーザーの指定ハッシュタグを含むツイートとアナリティクスデータ
 - Twitter APIの仕様上、リンククリック数はテキスト型のみの計測となり、カード型のリンククリック数はカウントされません。動画再生数もカード型ではカウントされません。
 - 数値はキャンペーン終了後48時間まで更新されます。
 2. 指定期間内に投稿された、指定ハッシュタグを含むツイートデータ（オプション）
 - 非認証ユーザー含む、取得可能な全ての指定ハッシュタグ付きツイートデータになります。
 - 数値は取得時のものとなり、更新はされません。
- 本データ収集・ダウンロード機能はβ版でのご提供になります。
 - 上記収集データおよび収集条件は、当社の判断により予告無く変更となる場合がございます。
 - 当社の判断により予告無く機能提供を終了する場合がございます。
 - 正式版リリースまで費用は無償となります。
 - 正式版リリースに際し、利用条件や価格が変更となる場合がございます。
 - 正式版リリースに際し、当社の指定する期間内に正式版メニューのご契約または機能利用終了が必要となります。
 - β版のため、ツイートアナリティクスデータ収集・出力の欠落、遅延、数値誤差の発生等に掛かる一切の損害は免責とさせていただきます。



Allied Architects

世界中の人と企業の創造がめぐる社会へ。

アライドアーキテクト株式会社

Allied Architects, Inc.

代表者 : 代表取締役CEO 中村壮秀

事業内容 : マーケティングDX支援事業

所在地 : 東京都渋谷区恵比寿1-19-15

設立 : 2005年8月30日

証券コード : 6081 (東証マザーズ)

社員数 : 連結191名



SaaS
ビジネス

国内SaaS事業

マーケティングDXを加速する
自社開発のSaaSツールを提供

レトロ
Letro

レトロスタジオ
LetroStudio

エコーズ
echoes

モニブラ
monipla
ファンブログ

海外SaaS事業

グローバルなクリエイターネットワークにより
高品質な3Dの広告クリエイティブを提供

クレジット
Credits

(シンガポール拠点の連結子会社)

デジタル人材
ビジネス

ソリューション事業

「SNS」や「ファン」をキーワードに
マーケティングDX戦略を包括的に支援

Allied Architects

NBC
NEXT BATTERY CIRCLE
(連結子会社)

fanbase
company
(持分法適用関連会社)

中国進出支援事業

独自のインフルエンサーネットワークを
活用した中国向け越境プロモーション支援

ボージャパン
Bo Japan

ウェイキュー
WEIQ

OTHELL
● オセロ ●
(連結子会社)



「ISO27001 (ISMS)」を取得
個人情報管理や障害対応も安心

SNS媒体の障害に対しても発生を
リアルタイムに検知し対応



マーケター向け自社メディア
「SMMLab」を運営

話題のトピックから企業イン
タビュー、事例、実践ノウハ
ウまで、ヒントとなる情報を
発信



SNSやデジタルマーケティ
ングに関するセミナーを
常時多数開催

カスタマーサクセスチームが長期に渡り持続的な成果向上をご支援

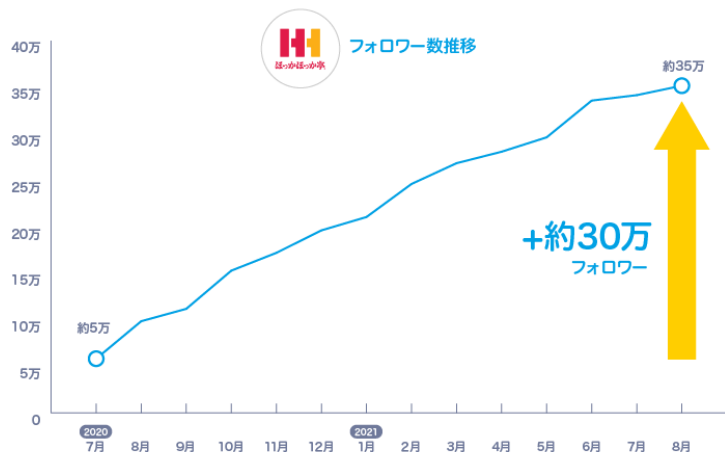


株式会社ほっかほっか亭総本部様

キャンペーン企画、クリエイティブ改善、インセンティブ改善などキャンペーンごとに過去の他キャンペーンの実績も踏まえながらご提案いただき大変心強く感じています。ツールとしての機能もそうですが、そういった+αのご支援が結果的に今のアカウント規模など定量的な成果にもつながっていると感じております。

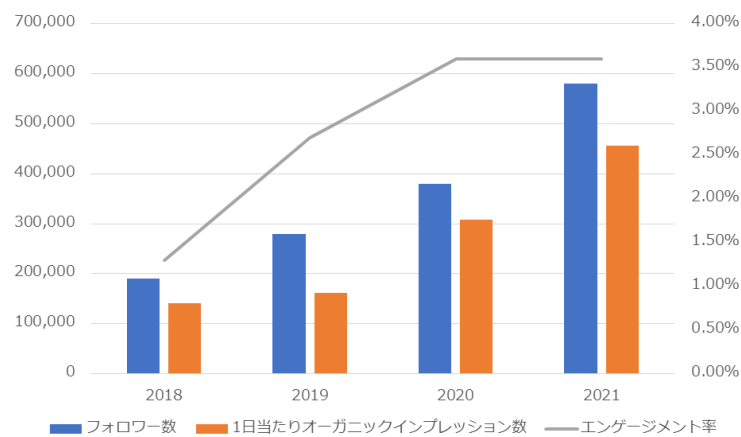
フォロワー数の最大化

(参考：ほっかほっか亭総本部様)



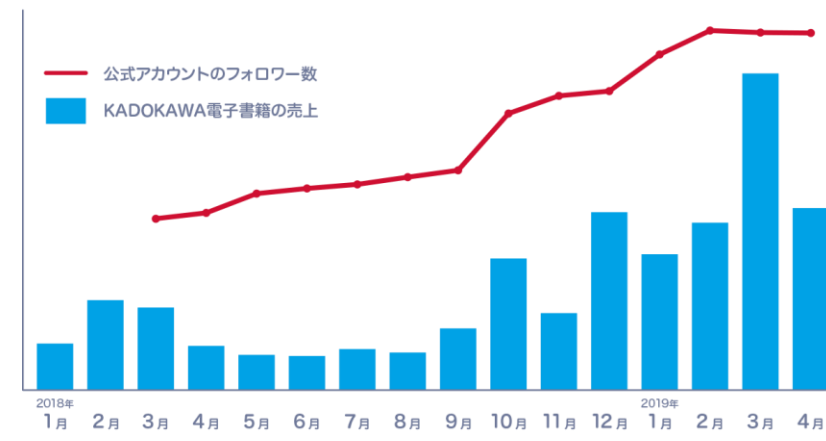
インプレッション・エンゲージメントの最大化

(参考：食品系企業様)



売上貢献の最大化

(参考：KADOKAWA様)





サービスサイト

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

お問い合わせ先

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