

グローバルSNS支援 SNSコーチのご提案

Instagram活用のメリット

- ✓ 海外での認知獲得・ファン獲得
- ✓ 海外からの注文・受注の動線づくり
- ✓ 海外での販路開拓のきっかけづくり
- ✓ グローバルな顧客開拓
- ✓ 越境ECとの連携
- ✓ ストーリーやブランド理解促進



アカウントが 1万人フォロワーまで成長した場合の数値

プラン	平均値
ストーリー閲覧数 (1投稿)	1,000 - 2,000人
リールリーチ数 (1投稿)	3,000 - 10,000人
フィード投稿リーチ数 (1投稿)	1,000 - 3,000人
プロフィール閲覧数 (月間)	9,000 - 15,000人
プロフィール記載リンククリック数 (月間)	1,500 - 3,000回

※上記の数値はあくまで目安です。実際の数値はアカウントの状況によって変動します。



ストーリー機能の活用

新商品、新情報のお知らせがある場合は
ストーリーを使い、都度告知が可能です。

直接URLリンクを添付可能なので
販売サイトにユーザーを誘導出来ます。

1万人フォロワーの場合は
約1,000 - 2,000人に即座に周知が可能です

グローバルに集客が可能



グローバルSNS

5,251 投稿 42万 フォロワー 1,231 フォロー中

Humans of Wagyu (ヒューマンズ・オブ・和牛)

humansofwagyu

コミュニティ

Wagyu stories from Japan

Gui's Burger Ashiya 11:00-15:00 @meetyourwagyu

Shop our wagyu in the link below

翻訳を見る

linktr.ee/humansofwagyu

t.shouhei、hirata.aclと他7人がフォロー中

フォロー中 ▼ メッセージ メール +

Gui's Burge... Events Q&A Farms Custome

インバウンド

Gui's Burger ギーズバーガー

meetyourwagyu

レ스토랑

Wagyu Burgers by @humansofwagyu

OPEN Thurs-Mon 11am to 3pm

食べログ百名店 2024 Top 100 Burger Restaurants of Japan...

7-4 Omusacho, Ashiya, Hyogo

翻訳を見る

www.guisburger.com. 他1件

hirofumi.oshikawa、alloramarina、humansofwagyuがフォロー中

フォロー メッセージ 連絡先 共有

AL KITAN HI... 近江牛 うずまが牛... GUGA t.woo

アウトバウンド

HUMANS OF WAGYU

Sharing stories of Wagyu straight from Japan! #meetyourwagyu

How Wagyu is Made (Farm to Table) with Nick DiGiovanni

Guga x Humans of Wagyu

Shop Wagyu

Shop Wagyu in the EU

Shop Wagyu in the US

Learn More About Wagyu

Stories by Humans of Wagyu - The Art of Traceability

How is A5 Wagyu Graded? A Guide to the Wagyu Grading System

Watch Our Wagyu Experiences

Learn About Humans of Wagyu

Wholesale Inquiries for EU & US

Interested in Importing Wagyu?

Facebook Instagram YouTube WhatsApp Email

グローバルSNS



Suigenkyo

423 投稿 29.2万 フォロワー 117 フォロー中

suigenkyo.official

商品・サービス

We are film creator introduce the process of making Japanese crafts [YouTube](#)

翻訳を見る

youtube.com/@Craftsmansi...、他1件

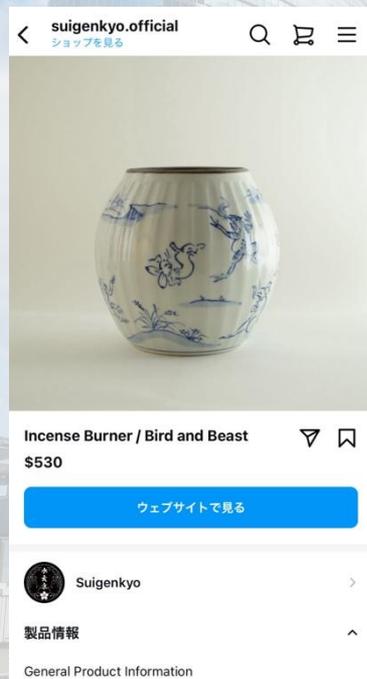
reneredzepinoma、L_am_uuiと他3人がフォロー中

フォロー中 ▼ メッセージ ショップ ▼

Affiliate Accessories Glass / Cup Flower Vase Chopsticks

A grid of 12 small images showing various crafts and people working in a studio.

Instagram ショップ機能



suigenkyo.official

ショップを見る



Incense Burner / Bird and Beast
\$530

ウェブサイトで見える

Suigenkyo

製品情報

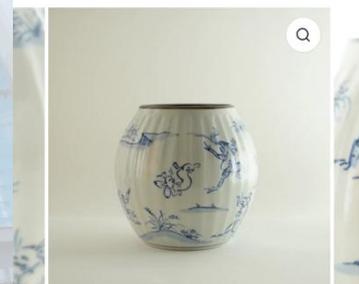
General Product Information

アウトバウンド オンラインサイト



Free shipping on order over \$150 / We accept returns of products up to 8 days

SUIGENKYO



1

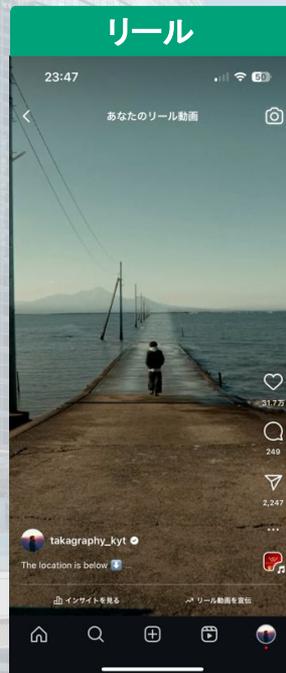
Add to cart

< > 🔍 🔄 ↺

Instagramの特徴

InstagramはSNSにおける
「**総合格闘技**」です。

フィード投稿や、リール、ストーリーズ、ライブ配信など各SNSの特徴を併せ持つバランスの良いSNSになります。



Instagramアルゴリズムについて

Instagramのアルゴリズムは、フィード、発見タブやリールタブにおいて
利用者の関心によって「表示順位」を決める仕組みです。

人それぞれ表示される内容が全く違い、
必ずしも新着順に表示されるわけではありません。
そのためアルゴリズムを理解し運用していくことが
Instagramを攻略していくためには必要となります。

Instagramのミッション

Instagramは
「大好きな人や大好きなことを、あなたに近づける」
というミッションをもとに
「興味関心がある投稿を利用者に届ける」という仕組みになっています。

アルゴリズムは日々変わりますが、このミッションだけは
ブレないので良い投稿はリーチするようになります。

SNSとしての立ち位置

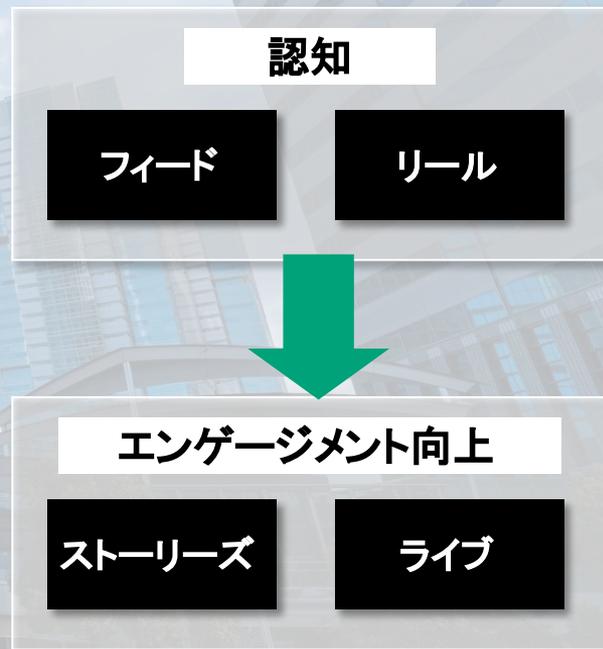
Instagramは、他のSNSよりライトユーザーが多い傾向です。
文字投稿だけでなく、動画投稿もできる媒体となり、
Twitterのように「読む」というよりは、
”ながら”で視聴することが多いSNSです。

Instagramの投稿自体は数秒で「見るか、見ないか」判断されてしまうため
視聴者が見たいと思う投稿をしていく必要があります。

アカウント戦略

ビジネスアカウントとして育てるには
エンゲージメントを最重視し、フィード投稿、リールでリーチを取り、ストーリーズ等で **既存フォロワーとの関係値を高めていくことが大事です。**

いいね・フォロー周りはせずに、ハッシュタグも大小に関わらず「Instagram側にジャンル認定される」ことを基準に選んでいきましょう。



Instagramでの戦い

リーチの広がり = **インプレッション** × エンゲージメント

インプレッションのコントロールは不可

アルゴリズムに大きく影響するので
ここをコントロールするのは難しい

エンゲージメント 向上の施策

投下するコンテンツ次第で
エンゲージメントは変化可能

コンテンツ配信が **失敗**してしまう例

視聴者ファーストかどうか？



- ・リール投稿をしていない
→ 通常のフィード投稿だけでは
フォロワー以外へのリーチが生まれづらいです
- ・手持ちの写真・動画素材だけで出来る発信をしてしまう
→ コンテンツ作りのための「企画・撮影・編集」が非常に重要です
- ・流行りのリール動画のスタイルで投稿されていない
→ 流行りコンテンツの波に乗ることで
アルゴリズムで拡散されやすくなります
- ・リール動画にBGM等を使用されていない
→ 少しでも視聴者を飽きさせない工夫が必要となり
BGMはその要素の一つです
- ・パッと見てこれから何が起こる動画なのかが分からない
→ 視聴者が何を期待して動画を見れば良いのかの
理由作りが出来ていないため、
視聴者数が増えない要因になってしまいます

コンテンツ配信が **失敗** してしまう例

視聴者ファーストかどうか？



改善事項

視聴者目線のコンテンツ作り

- 動画の画質改善
- 視聴者にメリットのある企画
- 視聴者を飽きさせない動画作り
- BGM、撮影カット、編集

グローバル戦略とSNS支援

海外に自社コンテンツを発信させる方法として大事なのが
海外ユーザーが好きなコンテンツ設計が出来ているかどうか重要です。



何が流行っているのかをリサーチして
適したコンテンツの投下が必要となります

日本人の求めるコンテンツ

アニメ

オススメ海外旅行先

日本で流行ってる TV番組



海外の人が求めるコンテンツ

ジブリアニメ

自国の最新トレンド

日本料理

グローバル戦略とSNS支援

海外受けの良いコンテンツ例

発信コンテンツ

海外視点で
〇〇(世界のトレンド)

×

自社コンテンツで

発信出来る制作を行う必要があります



【成功例】

ASMRコンテンツ×日本料理コンテンツ

前提として

「食」「トラベル」「文化」のコンテンツは全世界共通でヒットします。

その食のコンテンツかつ、最近のトレンドでもある「ASMRコンテンツ」、そして年々関心度が高まっている「日本料理コンテンツ」を掛け合わせることによってグローバルにコンテンツ発信がされています。

Instagram運用の全体像

最初は発信がアルゴリズムに載るためにコンセプト設計、発信軸などを決め、ハッシュタグも活用しながら **認知獲得**を目指していきます。

その次に投稿を始め **エンゲージメント率を高めていきながら** 新規リーチを獲得していきます。

※必要に応じて広告運用の手段を使用します。

STEP 1
アカウント設計

STEP 2
エンゲージメントの向上

STEP 3
新規リーチの獲得

STEP 4
PDCAを回す

**Instagramアカウントを1年で0から1万人に成長させるための
ロードマップです。**

**各フェーズで具体的な目標を設定し、適切な施策を実施することで、
着実にフォロワーを増やし、ビジネスの成長に繋げることができます。**

**Phase 1
(最初の3ヶ月)**

**基礎固めと
ターゲット層へのリーチ**

**Phase 2
(4ヶ月目～6ヶ月目)**

**エンゲージメント向上と
コンテンツ戦略の最適化**

**Phase 3
(7ヶ月目～9ヶ月目)**

成長加と認知拡大

**Phase 4
(10ヶ月目～12ヶ月目)**

1万人達成と持続的な成長

Phase 1
(最初の3ヶ月)

Phase 2
(4ヶ月目～6ヶ月目)

Phase 3
(7ヶ月目～9ヶ月目)

Phase 4
(10ヶ月目～12ヶ月目)

フォロワー数
1,000 - 2,000

フォロワー数
3,000 - 5,000

フォロワー数
7,000 - 9,000

10,000+

アカウント最適化
質の高いコンテンツ作成
ターゲット層へ積極的なリーチ

エンゲージメント向上施策
コンテンツ戦略の最適化

成長加速のための施策強化
認知度拡大のための
キャンペーンや PR活動
UGC活用

最終目標達成に向けた施策強化
持続的な成長戦略

※上記の数値はあくまで目安です。
実際の数値はアカウントの状況によって変動します。



1年目

2年目

3年目

3年運用で10万人フォロワー達成を目指します

フォロワー数
10,000+

フォロワー数
30,000+

フォロワー数
100,000+

※上記の数値はあくまで目安です。
実際の数値はアカウントの状況によって変動します。