

【2024年最新版】Instagramでビジネスを成功させる！戦略的運用と動画活用術

produced by SITE PUBLIS

support by 合同会社YKI

はじめに

Instagramは、今最も注目されているSNSプラットフォームの1つです。写真や動画を用いて視覚的に訴求できるため、商品やサービスの魅力を効果的に伝えられるだけでなく、フォロワーとのコミュニケーションも活発に行えます。本記事では、Instagram運用の基礎から、成果を出すための6つのポイント・今やるべき動画作成のポイントまでを徹底解説します。

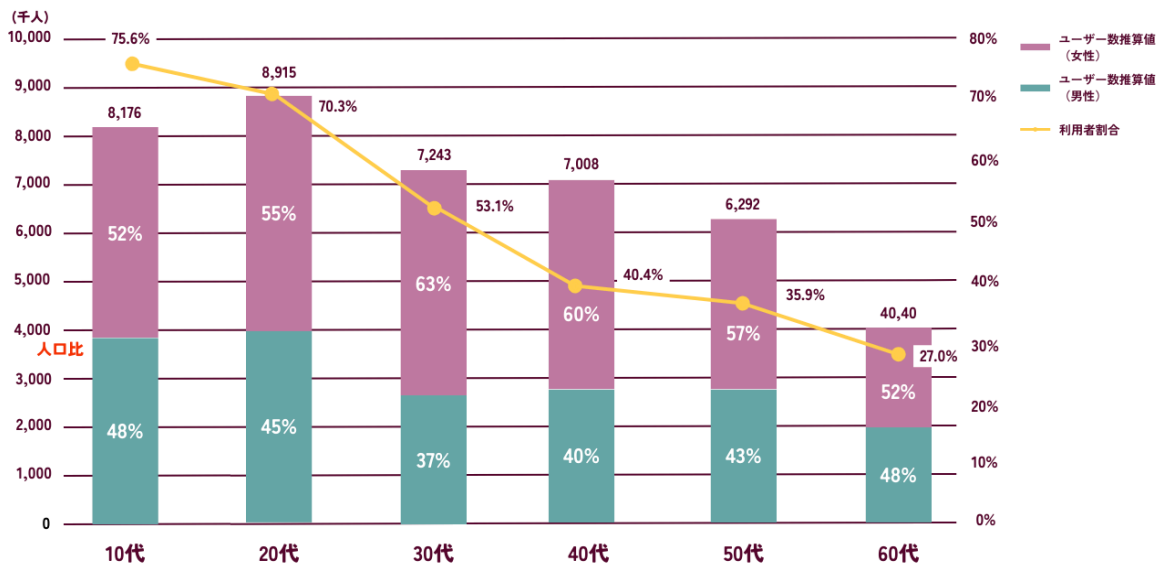
Instagramの基礎知識

Instagram(インスタグラム)は、日本国内だけでなく世界的にも多くのユーザーを抱えるSNS(ソーシャルネットワークサービス)の1つ。ここでは、戦略的運用を行っていくために重要な基礎知識について解説していきます。

Instagramとは

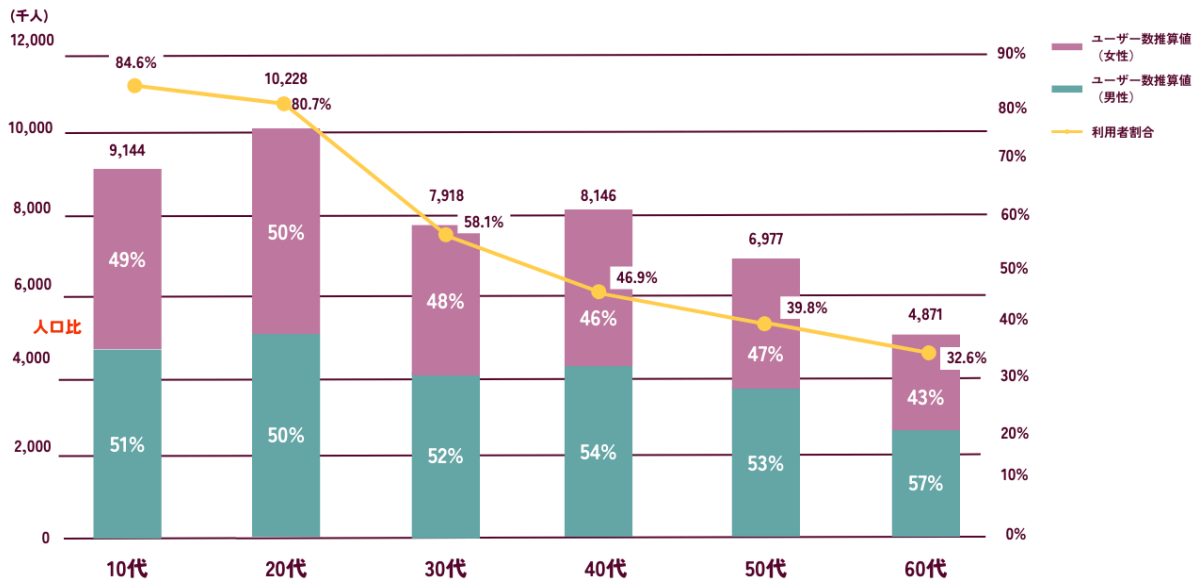


Instagramの年齢別ユーザー数 男女別（国内）





X(旧Twitter)の年齢別ユーザー数 男女別（国内）



SNS名称	日本国内 アクティブユーザー数(MAU)	世界 アクティブユーザー数(MAU)
X(旧Twitter)	4,500万	3億3,300万
Instagram	3,300万	10億

画像引用: Gaiax Social Media Marketing [2024年1月更新！性別・年齢別 SNSユーザー数\(X\(Twitter\)、Instagram、TikTokなど13媒体\)](#)

Instagram(インスタグラム)は、画像や動画の投稿など、ビジュアルによる訴求に特化したSNS(ソーシャルネットサービス)です。そのため、ファッションやフード、化粧品、旅行など『映え』を意識した商品やサービスの訴求との相性が良い傾向にあります。

X(エックス)など他のSNSと比較して、女性の利用率がどの年齢層で比較しても高くなっている点の特徴の1つです。また、世界規模で見る月間アクティブユーザー(MAU)はおよそ10億人、日本国内ではおよそ3,300万人となっており多くのユーザーに活用されていることがわかります。

機能面においても、メインとなる投稿の他、24時間のみ表示されるストーリーズや、短い動画を投稿できるリール、ユーザーとリアルタイムで繋がることができるインスタライブ、気になった商品をInstagram経由でそのまま購入できるショッピング機能がありビジネスで活用できる機能を持ち合わせています。

ビジネスにおいてInstagramが重要視される理由

プライベートで利用されることが多いInstagramですが、企業のブランディングを目的とした活用にも有効です。ユーザーを惹きつける画像や動画を投稿することで、文章だけでなく、視覚的にも訴求することができます。

また、Instagramの傾向としてブランドへ興味関心の強いユーザーが多く、自身のお気に入りのブランドのビジネスアカウントをフォローし、より有益な情報を求めるユーザーが多い点もInstagramの特徴と言えます。これらの特徴を有効活用することで、効果的なブランディングが可能となるのです。

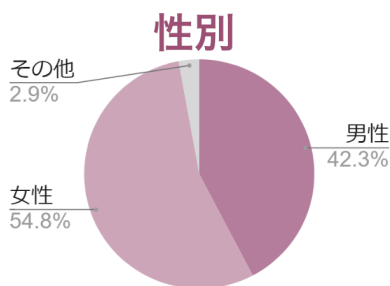
最近では、ストーリーズやインスタライブ機能を活用し、リアルタイムでユーザーとコミュニケーションを取ることができるため、顧客との信頼関係を一層築きやすくなっている点も重要視される理由の1つです。

参照: PR TIMES [10代~20代若者の「Instagram企業アカウントのフォロー状況の調査」を実施。フォローされる企業アカウントの共通点とは。](#)

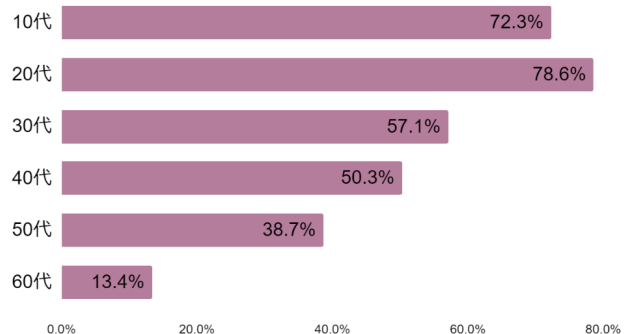
Instagramの特徴

国内ユーザー数 3,300万人以上

※2019年3月時点



年齢別



参照: Meta [Instagramの国内月間アクティブアカウント数が3300万を突破](#)
総務省 [令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書](#)

【特徴】

- ・画像や動画をメインとしたビジュアルが重要
- ・流入経路は「発見タブ」「リール」「検索」が中心となっている
- ・10代~20代の70%以上が利用。さらに他年代の利用者も伸び続けている
- ・興味から購入に至るまで一貫した多様な機能がある

【強み】

Instagramの強みは世界観の表現しやすさ。画像や動画を活用して視覚的に訴求することが可能です。Instagramでは通常の投稿以外にも、ライブ配信やリール、ショッピングなどの機能もあるため興味関心から購入まで繋げることができます。

【ユーザー心理】

「好きと欲しい」を生み出し、「購入」へと促す。リール動画などのコンテンツからより視覚的に印象的な情報が求められる。

Instagram運用開始前に押さえておくべき3つのポイント

Instagramをビジネスにおいて有効的に活用・運用するためには以下3つのポイントを押さえておくことが良いでしょう。

①ジャンル選定

Instagramを効果的に活用するためには、ジャンル選定が重要です。アカウントのジャンルを定めずに運用すると、何を誰に発信したいのか、また、そもそもどのようなアカウントなのかがユーザーに伝わりにくくなるため、フォロワーの伸びが悪くなる傾向があります。

最近の傾向として、以下のようなジャンルが人気です。

- ・グルメ
- ・美容
- ・旅行
- ・ショッピング
- ・ペット
- ・DIY
- ・ファッション
- ・フィットネス
- ・インテリア
- ・ダイエット
- ・節約/子育て
- ・アート/美術

人気ジャンルを意識することも重要ですが、競合の少ないジャンルを選択したり、投稿を長く継続させるために、投稿ネタに困らないジャンルを選ぶことも大切なポイントです。

②確認すべき指標と計算方法

Instagramを無闇に運用しても、効果を得ることはできません。そこで重要な点は指標を把握しておくことです。Instagram運用において、フォロワー数の増減は重要な指標。フォロワー数を伸ばすために意識すべき4つの指標があります。それぞれの計算方法を参照して数値を確認してみましょう。

①ホーム率(リーチ数の内、ホームから見られた割合)

計算方法:リーチしたアカウントのフォロワー数÷フォロワー数

②エンゲージメント率

計算方法:エンゲージメント数÷インプレッション数

③プロフィールクリック率

計算方法:プロフィールのアクティビティ数÷リーチ数

④フォロー率

計算方法:フォロー数÷プロフィールのアクティビティ

さらに、投稿をフォロワー外に広く拡散するためには、ユーザーからの反応速度が重要です。フォロワーに有益な情報を迅速に届け、いいね・保存など多くのアクションを獲得できるようにしていきましょう。

③プロアカウントへの切り替えを検討

Instagramは、個人用アカウントであってもビジネス運用を行うことができます。しかし、分析や商品の購入といったビジネス活用する上で重要な機能は、プロアカウントに切り替えなくては利用することができません。プロアカウントで追加される機能は以下の5つです。

1. インサイト機能(分析)
2. ショッピング機能
3. お問い合わせ機能
4. 有料広告の出稿
5. カテゴリラベルの表示

これらの機能を活用することで、運用の幅が広がり、さらに、ビジネスアカウントとしての信頼度も増すことが期待できます。

Instagram運用の6つのポイント

Instagramを効果的に運用するためには、押さえておくべき6つのポイントがあります。運用の準備が整ったタイミングで、実際の運用や投稿に必要な情報をしっかり把握しておきましょう。

①フォロワーが増える仕組みを理解

Instagram運用を効果的に行うためには、フォロワーをいかに増やすのかを考える必要があります。そのため、フォロワーが増える仕組みを理解することが重要となります。フォロワーが増えていく流れは以下のようになっています。

- ①既存フォロワーから多くのアクションを迅速に獲得
↓
- ②投稿が発見タブに掲載されフォロワー外に拡散
↓
- ③投稿に興味を持ったフォロワー外のユーザーがプロフィールに遷移
↓
- ④フォローされる

フォロワー外のユーザーに自身(自社)のアカウントを見てもらうためには、ハッシュタグももちろん大切ですが、発見タブへの掲載が極めて重要です。発見タブに掲載されるためには、既存のフォロワーからのアクション取得(いいね・保存など)を獲得する必要があります。そのために、どのような内容であれば、既存ユーザーがアクションを起こしてくれるのかをしっかりと検討するようにしましょう。

②アルゴリズムに基づいた運用

Instagramだけでなく、多くのSNS(ソーシャルネットワークサービス)を有効的に活用するためには、アルゴリズムへの理解・知見は欠かせません。Instagramにおけるアルゴリズムとは「ユーザーの興味・関心・行動履歴をもとに、表示される投稿をランク付けする仕組み」を指します。

投稿や、ストーリーズ・発見タブへの表示順位は、アルゴリズムによって定められていることです。詳細なアルゴリズムの定義は公開されていませんが、投稿やストーリーズの順位を上げるために重要な点は、直近数週間でのフォロワーとのやり取りと、投稿へのユーザーの反応です。

また、発見タブをの表示順位を上げるために重要な点は、投稿に対するいいね・コメント・保存数が増えたか、増えたスピードはどの程度であったかが重要となります。

最近の傾向として、新規のフォロワーを獲得するためには発見タブへの掲載が成功への大きなカギとなると言われています。投稿へのユーザーからのアクションをいかに早く獲得するか、特に『保存数』への反応と速度が重要となるため意識するように心がけましょう。

参照: Instagram [Instagramのランキングを解説](#)

③リール動画・ストーリーズ・インスタライブを有効活用

Instagramを運用する上で、投稿が多く活用される傾向にあります。しかし、昨今の傾向で考えると、リール動画やストーリーズ、インスタライブなどフォロワーとのコミュニケーションが測れる機能を合わせて活用していくことで、リーチ数の増加やフォロワーとのコミュニケーションが期待できます。

リール動画は、15秒から90秒ほどのショートムービーですが、フォロワー外にも広く拡散されるためリーチ数が伸びやすい傾向にあります。

ストーリーズは、24時間で消えてしましますが、質問機能やアンケート機能、クイズ機能などフォロワーとのコミュニケーションが取りやすい=アクションを獲得しやすい機能です。

インスタライブは、リアルタイムでユーザーと繋がることのできるため多くのアクションが期待できるだけでなくユーザー(顧客)との関係構築も期待できるといえます。

フォロワーとのコミュニケーションが増え、親密度が高まることで、通常の投稿が表示されやすくなり、さらに投稿への反応率も上がるため発見タブに掲載されやすくなります。また、フォロワーからの質問・回答などをストーリーズで行う場合には、通常24時間で消えてしまうため、プロフィール下に表示されるハイライトに追加し、いつでもフォロワーが閲覧できるようにすると良いでしょう。そうすることで、有益な情報を蓄積することもできるのです。

④適切なハッシュタグの選定・活用

【①フォロワーが増える仕組みを理解】でも解説したように、フォロワーを増やすためには発見タブへの掲載が重要です。さらにハッシュタグを合わせて活用することで、フォロワー外へのアプローチの幅を広げることができます。

また、運用の開始直後はフォロワー外からの閲覧を獲得することも重要になるため、適切なハッシュタグの選定と活用が重要な役割を果たします。ハッシュタグ選定で重要な点は、投稿に関連する人気キーワードを選ぶことです。

効果的なInstagramのハッシュタグを付けるために意識すべきポイントは4つです。

①ビッグキーワード・ミドルキーワード・スモールキーワードを意識する

拡散力を高めるため、投稿数の多いビッグワードやミドル・スモールワードをバランスよく活用するようにしましょう。検索数の多いビッグワードだけにしてしまうと、他の投稿に埋もれやすくなってしまいう可能性もあるのでミドル・スモールワードをバランスよく入れることが重要です。

②投稿に関連するハッシュタグを加える

Instagramが上位表示させる投稿は、ユーザーのニーズに合う投稿かどうかを基準にしている可能性があるため、投稿内容と関連性が薄いハッシュタグが多く付けられていると投稿の評価が落ち、上位表示されなくなる場合があります。数よりも関連性の高さを意識してハッシュタグを選定しましょう。

③競合アカウントで数値の良い投稿のハッシュタグを分析

競合アカウントを参考にする際は、フォロワー数の規模が同程度のアカウトを選定しましょう。また、同じジャンルの投稿に付けられているハッシュタグを参考にするのもおすすめです。

④トレンドのハッシュタグを活用する

トレンドを意識することで、多くのユーザーから認知されるきっかけを得られる可能性があります。多くのトレンドは、世間の最新ニュースを起因としているものが多い傾向があります。自社のジャンルにこだわらず、常に世間の最新ニュースやトレンドをキャッチできるよう意識しておきましょう。

⑤フォロワーとのコミュニケーションを積極的に

Instagram運用における重要な指標として【ホーム率】があります。ホーム率とは、自身(自社)の投稿がどれだけフォロワーのホーム画面で閲覧されたかを示す割合です。フォロワーとのコミュニケーション(いいねやコメント)がこの数値の変動に大きく影響します。質問やアンケートなどフォロワーがアクションを起こしやすい投稿を発信し、さらにいいねやコメントのやり取りなど積極的に行うことで、自身の投稿が表示されやすくなり、ホームからの閲覧数の増加を狙うことができ、フォロワー数の向上が期待できるでしょう。

参照: Instagram [Instagramのアルゴリズムのしくみと、ランキングに与える影響について](#)

⑥ユーザーの滞在時間を伸ばす運用

⑤で解説したように、Instagram運用で意識すべき指標である【ホーム率】を増加させる方法として、ユーザーの滞在時間を伸ばす投稿を意識することも重要です。

- プロフィールの下にストーリーズをまとめ、ハイライトで閲覧できるようにする
- 自身(自社)の投稿内で関連投稿を紹介しアカウント内で回遊させる

というように、自身のアカウント内でコンテンツを長く閲覧し滞在時間を伸ばせるようにするとよいでしょう。手軽にできる施策として、投稿する際の画像数を増やすことも1つの方法です。

Instagram運用、今やるべきは動画投稿！

Instagramは主に写真(静止画)を活用したSNSとして多くのユーザーから人気を得ていました。しかし、近年は動画を活用した投稿も多く、リール投稿など動画に関する機能が日々進化しています。それに伴い、ユーザーの動画への関心が高まり、動画を利用した広告も増えています。

動画を活用する5つのメリット

動画をInstagram運用に活用することで得られるメリットは5つあります。

①多くの情報が短時間で視覚的に伝わる(訴求力の強さ)

動画には、文章では理解できなかったりイメージしにくい内容であっても伝わりやすい、というメリットがあります。同じ情報を文章で説明するより、視覚的に解説できたほうが相手に伝わりやすいからです。さらに、InstagramなどのSNSにおいて、文章で解説していたとしてもユーザーに読んでもらうまでのハードルが高い傾向にあります。そのため、動画による訴求力の強さは企業にとっても大きなメリットと言えるのです。

②抽象的なイメージが明確になる

イメージや雰囲気など抽象的なものを、文章で相手に的確に伝えるためには高い技術が必要です。「ふわふわ」や「あつあつ」などの表現をする場合は、読んだ人によってそれぞれがイメージする情景は異なるため、特に難易度が上がります。このように、受け手によって変わらうる情報は映像で伝えられる動画がおすすめです。また、動画は視覚に訴えることができるため、抽象的なものでも直感的に理解しやすいという特徴があります。文章での表現より、受け手の与える印象をコントロールできるので、ブランディングの観点においても有効な手段と言えます。

③拡散によって得られる宣伝効果

SNSは自分の気に入ったコンテンツを拡散できるという特徴があります。Instagramにおいても、近年リポスト機能が追加され、さらに多くのユーザーに投稿をシェアできるようになりました。シェアによって情報が拡散されることで、予想以上の広告効果を生み出す可能性があります。特に動画による訴求は、ユーザーからの興味を得やすいため、拡散されやすい(バズりやすい)コンテンツと言えるでしょう。

④滞在時間を伸ばせる

動画を閲覧するためには、一定の視聴時間が必要です。そのため、画像だけの投稿よりも長い滞在時間が見込めます。また、動画には文章以上に記憶に残りやすいという特徴もあるため、動画投稿を閲覧してもらうことで、ユーザーがブランドや商品について認知する可能性が高まるのです。

⑤投稿した動画を広告にできる

Instagramは、過去の投稿の中から広告を出すことが可能です。広告用に投稿を作成することもできますが、反応が良かった投稿を広告に設定するなど、より手軽で効率的な運用も可能です。動画広告は、画像以上に訴求力が強いので効果(反応)が期待できるでしょう。

参照: Instagram [Instagram広告 | Instagram for Business](#)

効果的な動画を作るポイント

効果的な動画をつくるためには、4つのポイントを意識するようにしましょう。

①スマホでの閲覧を意識する

ほとんどのユーザーは、スマホでInstagramを利用しています。スマホは画面が小さく縦長なため、あまりに細かい文字の使用は避けるようにしましょう。特に、パソコンで動画編集を行う場合は注意が必要です。動画作成時は、パソコンの大きな画面を見ているため、投稿した時の見え方と異なります。スマホの画面サイズで分かりやすい表現を心がけましょう。また、外出先で見られることを想定して、無音でも楽しめる短めの動画もおすすめです。内容を簡潔にまとめ、字幕を入れるなど音声がなくても楽しめる工夫をしてみましょう。

②勝負は冒頭の5秒間

動画投稿は最初の5秒間が勝負です。いかにしてユーザーの興味を魅き、最後まで動画を視聴してもらうか。ユーザーは興味のない投稿の場合は、すぐにスクロールして流すことができます。そのため、冒頭でいかに興味を持ってもらうかが肝心です。冒頭でキャッチーなタイトルを出したり、「続きが気になる！」と思う表現を心がけましょう。

③企業感・セールス感は控えめに

Instagramはビジネス感の強いコンテンツより、UGCが好まれる傾向にあります。宣伝したい商品やサービス、企業情報を明確に伝えながら「ユーザーが本当に見たい・知りたいと思う内容なのか」を追求すると良いでしょう。

④季節や流行に合った内容を意識する

バレンタインやクリスマス、ハロウィンなど世間が賑わう季節ネタやテーマ、話題になっているもの(バズっているもの)を有効活用してユーザーの関心を魅くコンテンツを作成するようにしましょう。

外注すべき？

Instagram運用に限らず、SNSを使用したマーケティング施策では多くのタスクが発生します。そのため、すべてを自社で行うのは知識やリソースの観点からも難しいと思われた方もいらっしゃるのではないのでしょうか。ここでは、SNS運用を外注した際に何を得られるのか、どこまでを外注すると良いのかについて見ていきましょう。

外注して得られること



公式アカウント運用



上記画像が、弊社(合同会社YKI)が提供している業務内容です。

投稿作成などの運用だけでなく、設計・分析まで基本的にすべての業務をサポートしています。これらの業務を全て自社で行う場合、専門的な知識や経験はもちろん、多くのリソースが必要となります。また、運用をしていくためには、継続したリソースの確保が必要です。これらの時間を外注することで、自社でのリソースを他の重要業務に充てられるなどメリットがあります。

戦略・企画運用・分析で外注をうまく活用

ユーザーに伝えたい自社商品の魅力や商品への想いは、自社担当者がもっとも深く理解しているでしょう。それらをInstagramなどのSNSを活用し、広く訴求・認知拡大させる方法を熟知しているのは、SNSマーケティングのプロです。

ユーザーとのコミュニケーション方法から分析・調査など幅広く依頼するだけでなく、分析だけ、設計だけなど、部分的に依頼することも可能です。コストとリソースのバランスを見ながら外注をうまく活用することをおすすめします。

おわりに

Instagramは、写真や動画を通して、多くのユーザーと繋がることのできる、ビジネスに有効的なSNSです。戦略を立て、魅力的なコンテンツを発信することで、フォロワーを増やし、売上向上に繋げることができます。

今回学んだことを生かし、Instagramを活用してビジネスを成功させましょう！