



Instagram 活用マニュアル

- 初心者必見 -



目次

- [3P](#) ... **Instagramとは？**
- [4P](#) ... **なぜInstagramを活用するといいの？**
- [5P](#) ... **Instagramを活用するコツ**
 - [6P](#) ... ハッシュタグをつける
 - [9P](#) ... プロフィールを充実させる
 - [10P](#)... 魅力的な写真を投稿する
 - [11P](#)... ストーリーズ・ライブ配信を活用する
 - [12P](#)... Instagram動画・リールを活用する
 - [13P](#)... ShopNowの機能を活用する
 - [14P](#)... 定期的に投稿する
 - [15P](#)... 広告を配信する

はじめに

ネットショップをもつ多くの企業が運用している「Instagram」
いろいろな人が使っているけどどうまく使えるかわからない、運用しているけどどうまくいかないと
いう人も多いでしょう。

本資料では、**Instagram運用に必要な要素をわかりやすく説明しています。**
多くの企業が運用しているからこそ、差別化できるよう本資料をもとに自分に必要な要素は
どこかを考えながら読んでみてください。



インスタグラムとは？

日本で圧倒的人気を誇るSNS！

スマホから写真や動画を共有し、他の人とコミュニケーションをとるためのSNSです。写真の投稿だけでなくストーリーズ、ライブ配信、リール、ショッピング機能、IGTVなど、他のSNSにはない様々な機能の追加によって現在成長し続けています。また、インスタグラムの国内の月間アクティブ数は**3,300万人以上**（2019年6月）*おりTwitter、LINEに次いで日本3位のアクティブユーザー数を誇るSNSです。そのため**ネットショップの購買に大きな影響を与えるSNSとして様々な企業が運用しています。**



[Instagramの国内月間アクティブアカウント数が3300万を突破 | Meta社を参照](#)

なぜInstagramを活用するといいの？

ネットショップと相性の良いSNSです。

Instagramは写真中心のSNSになるため

- ・商品の利用シーンを写真で訴求できる
- ・コストをかけずに認知度を拡大できる
- ・スムーズに商品購入につなげることができる

などネットショップの購買につなげるための動きが詰まっています。

Instagramでの投稿がきっかけで商品が売れたり、ヒットすることも多くなっているため、活用していくことをおすすめします！



Instagramを活用するコツ

プロフィールを充実させる

ハッシュタグをつける

魅力的な写真を投稿する

ストーリーズやライブ配信を活用する

Instagram動画・リールを活用する

ShopNowの機能を活用する

定期的に投稿する

広告を配信する

ハッシュタグをつける

ハッシュタグが一番重要です！



例えば#ファッションで調べると様々なユーザーが載せている写真を確認することができます！

「#」をつけることで同じタグがつけられた投稿を閲覧・検索することができます。

また、インスタグラムにはTwitterやFacebookのように拡散機能がないため、ハッシュタグはいろんなユーザーに知ってもらうための重要要素になります。

タグの上限は「**30個**」までなので注意しましょう。

画像：[#ファッション | instagram](#)

ポイント

日本のハッシュタグでの**検索率は他国に比べ5倍**ほどあります*。

色々なアカウントをリサーチし良い組み合わせやハッシュタグを見つけましょう。

*好きと欲しいを作るInstagramを参照

ハッシュタグをつける

ハッシュタグの重要要素をご紹介します！

ビッグキーワード

投稿する内容にあまり左右され
ることなく、使用されることが多
いハッシュタグです。

投稿数かなり多い

例)

#Happy #instagood
などどんな投稿にも使いやすい
ハッシュタグ

ミドルキーワード

ある程度使用が限定化されて
いるハッシュタグです

投稿数はそこそこ

例)

#fasion #cosme
などある特定のサービスや商品
を出すハッシュタグ

スモールキーワード

企業名や商品名、特定のキャン
ペーンなど独自性の強いハッ
シュタグです

投稿数は少なめ

例)

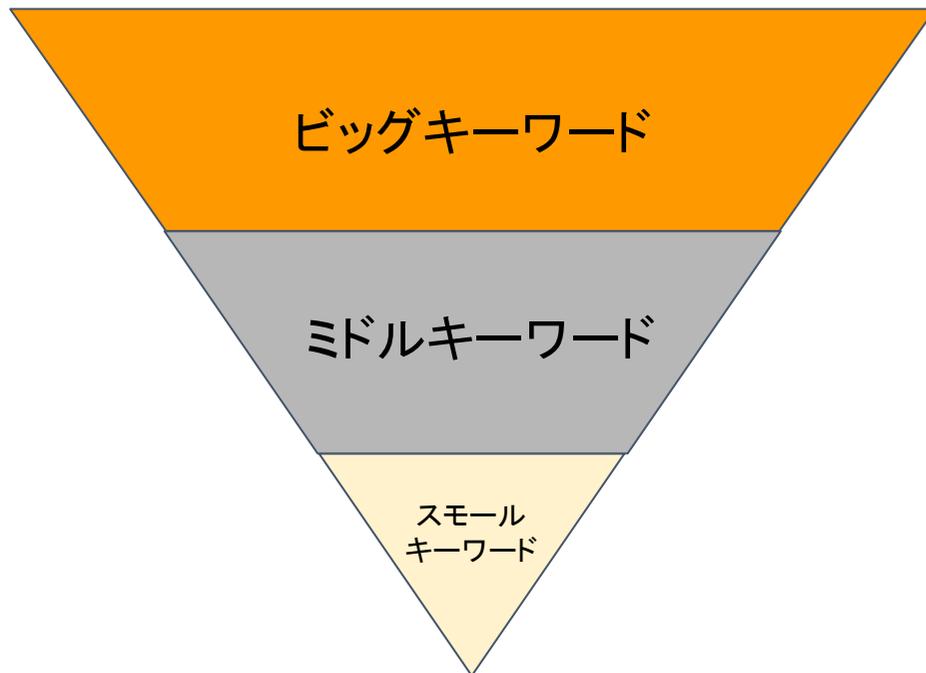
#企業名 #商品名
などあえてハッシュタグ化する
ハッシュタグ

ポイント

基本的な考え方として、投稿内容に関連性のあるハッシュタグの使用することが重要です。
競合企業の使っているタグなどを参考にしましょう。

ハッシュタグをつける

工務店を例に紹介！



ビッグキーワード例

#home #暮らし #住宅 #house

ミドルキーワード例

#注文住宅 #キッチン #ウッドデッキ
#日暮里

スモールキーワード例

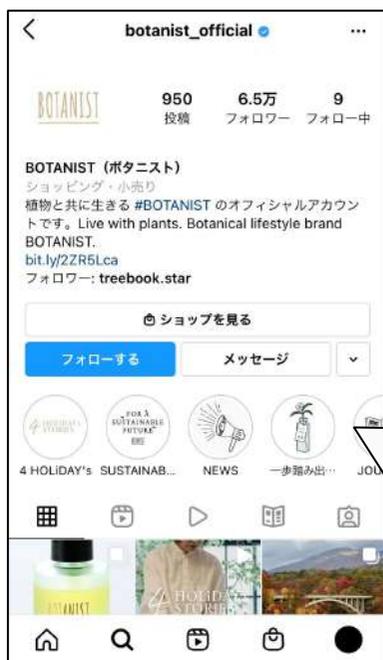
#ナチュラルライフ #キッチン収納
#会社名 #商品名

ポイント

商材やサービスによって、人気のハッシュタグは違います。
自社にあったハッシュタグを分析し、活用しましょう。

プロフィールを充実させる

ユーザーの多くがプロフィールをチェックします。



BOTANISTでは、ショップのコンセプトやネットショップURLを載せています。

顔が見えないからこそ、ユーザーの多くはプロフィールを確認して**安全なアカウントかを判断**します。

「ショップのロゴ」「肩書きや実績」「実店舗の住所」など記入するといいでしょ。

プロフィールを充実させたら、**ネットショップURL**も貼り忘れないように注意しましょう！

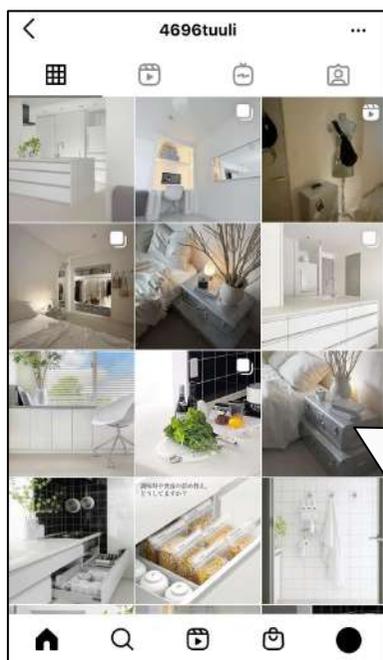
画像：[botanist_official | instagram](https://www.instagram.com/botanist_official)

ポイント

なにを載せるか迷ったら、「**信頼性や権威性につながるか**」「**ブランドコンセプトに合っているか**」「**親しみやすさがあるか**」などを意識しましょう。

魅力的な写真を投稿する

色味がそろった写真を意識しましょう。



家具を中心に白をベースとした写真が投稿されています。

色見をそろえることでブランドイメージやアカウントに統一感が生まれユーザーが引き込まれやすくなります。
ハッシュタグと合わせて、ブランドやショップのイメージをアピールできるよう意識しましょう。

画像: [4696tuuli | Instagram](#)

ポイント

最近ではスマホでも簡単に写真の加工をすることができます。
自分のブランドにあった色味に合わせて調節してみましょう。

ストーリーズ・ライブ配信を活用する

インスタグラム特有の機能をうまく活用しましょう。



完売商品のリストックをストーリーズに載せることで、お客様の購買意欲を増加させています。

画像: [warp03 | instagram](#)

ストーリーズやライブ配信は基本的に24時間で自動的に見れなくなってしまいます。その機能をうまく使うことで「ストーリーズ限定のクーポン」などの**期間限定のキャンペーン**を開催することができます。限られた時間での訴求は購買欲を高めることができるため1度試してみましょう！

ポイント

日本では毎日のアクティブユーザーの**70%以上**がストーリーズを利用している*ためブランドにあった活用を意識しましょう！

*Instagramの国内月間アクティブアカウント数が300万を突破 | Meta社を参照

Instagram動画・リールを利用する

ストーリーズとは違った活用ができます！

Instagram動画

動画の長さ: **最長60分**

表示場所: プロフィールのGTVタブ
発見タブ

リール

動画の長さ: **最長60秒**

表示場所: プロフィールのリールタブ
発見タブ、フィード

ストーリーズは24時間で消えてしまいますが、**Instagram動画・リールは表示され続けます。**

おすすめ商品、ブランドの説明の際にうまく活用することができます。

ポイント

スマホでの使用に特化しているため、**縦長の動画を投稿することができます**
自分なりの活用方法を見つけてみましょう！

ShopNowの機能を活用する

画像から購入ページにとぶことができます！



画像: [jieda | instagram](#)

商品ページにとぶことで
詳しい情報を知ることが
できるため、ノンストレスで
買い物することができます。

Instagramが力を入れている機能の一つです。
実際にInstagram内で表示された画像
がShopNowと連携されていればすぐに商品
を買うことができるため、**ユーザーの購買率
が高くなります。**

ポイント

*Instagram経由でネットショップでの買い物をしたことがある人は**60.7%**とSNSの中で一番であり、ShopNowとの相性もとてもいいです！

*[2020年最新版]5大SNSユーザーによる「SNSをきっかけとした購買行動・ロコモ行動調査結果」公開！Twitter、Instagram、Facebook、LINE、YouTube | アーライドアーキテクト株式会社を参照

定期的に投稿する

ユーザーの信頼度が高まります。

ほとんどの人がわかっているかと思いますが、定期的に投稿することがとても重要です。ユーザーはわざわざ過去の投稿を見るよりも、最新の投稿を見ることが多いため定期的に投稿することでユーザーの目にとまりやすくなります。最低でも**2日1回の投稿**を心がけるようにしましょう！

ポイント

最新の写真を投稿する必要はありません。時間があるときに写真を取りだめして置き、コンスタントに投稿できるようにしましょう。

広告を配信する

アプローチできるユーザーが広がります。



Instagramがもつ広告枠に配信できるため認知の拡大やフォロワー獲得も見込めます。

広告として不特定多数の人のタイムライン上に投稿を表示させることができます。

投稿のように毎日文を考えてという必要もありません。

少しでも興味を持った方は小額から始められるため試してみましょう。

注意点

広告配信には費用が掛かります。

また、広告設定にもある程度の**広告知識が必要になるため**導入する際は注意！

おわりに

本資料では、インスタグラムの活用方法について紹介しました。

一つでもできていないものがあればすぐに対応しましょう。

インスタグラムは無料でできるからこそ、多くのユーザーが運用しています。

今回紹介したコツ以外にも自分たちなりの運用方法を見つけて企業との差別化を図りましょう！

また、SNS運用だけではどうしても集客が足りないという方も多いでしょう。

そんな人には、1日500円から運用できる自動広告運用ツール「**AdSIST**」を試してみましよう！

AdSISTとは、一日**500円**から 効果的に広告を運用できる自動集客ツールです。



ネットショップと**自動連携**！
手間なく商品をアピールできる



たった**5分**で集客開始！
面倒な設定も不要



1日500円から使える！
いつでも**低リスク**で集客を！



ネットショップの
プロの頭脳フル活用！

「広告を始めたいけど、
自分でやるのはちょっと...」
と思った方、AdSISTで
配信はじめてみませんか？



[登録はこちらから](#)



会社概要

沿革

- 2012.1 株式会社これから設立
WEB制作事業を開始
- 2012.4 8 大阪支社開設 従業員を15名増員
カラーミーショップ認定代理店
- 2014.4 事業拡大に伴い、東京本社移転
- 2015.1 4 5 EC支援企業ベスト100制作部門2期連続受賞
カラーミーショップ大賞2015制作会社賞を受賞
- 2016.1 7 10 MakeShop特別代理店に認定
株式会社ナインピースをグループ化
- 2017.9 11 事業拡大に伴い、本社を新宿御苑へ移転
Googleパートナーに認定
- 2017.2 3 11 カラーミーショップ公認エキスパート認定
Yahoo!MS正規代理店に認定
- 2018.2 6 7 10 LINE@正規代理店に認定
弊社佐藤がキングオブコントで準優勝
取締役を4名に増員
- 2019.3 6 9 10 Googleプレミアパートナーに認定
福岡支社開設
Yahoo!シルバーパートナーに認定
- 2020.4 10 10 これからKIDS開設
AdSISTをリリース
- 2020.4 10 10 第三者割当増資を実施
事業拡大に伴い、本社を四谷三丁目へ移転
名古屋支社開設

沿革

- 会社名 株式会社これから
- 設立 2012年1月5日
- 資本金 115,000,000円(資本準備金含む)
- 決算月 12月
- 従業員 135名(2021年4月末時点)
- 数 代表取締役 今泉 雄介
- 取締役 取締役 川村 拓也、美甘 典輝、西 正浩
安島 正人、向 徹(2021年5月末時点)
- WEB制作
- 事業内 容 WEB広告運用代行
WEBコンサルティング
ネットショップ運営
AdSISTの開発・運営
これからKIDS

受賞実績



.COREKARA

ネットビジネスを底上げするどへんたい集団