

Instagramのフォロワーの増やし方とは？

明日から実行できる増やす施策9選



SmartShare **OWNLY**

本資料はスマートシェア株式会社の許可無く複製・配布しないようお願い致します。

お問い合わせ：sales@smartshare.jp

目次

- Instagramでフォロワーを増やす4つのステップ
 1. フォロワーのホーム率を上げる
 2. エンゲージメント率を高める
 3. プロフィールへのアクセスを増やす
 4. フォローしてもらえるアカウント作りをする
- Instagramのフォロワーの増やし方 | 初級編
 - ・プロアカウントへ切り替える
 - ・人気のハッシュタグを避ける
 - ・ジオタグ（位置情報）を活用する
- Instagramのフォロワーの増やし方 | 中級編
 - ・積極的にリールを投稿する
 - ・フォロワーと密なコミュニケーションを取る
 - ・投稿の表紙やデザインにこだわる
- Instagramのフォロワーの増やし方 | 上級編
 - ・キャンペーンを開催する
 - ・インフルエンサーマーケティングを活用する
 - ・分析を行いPDCAを回す

Instagramでフォロワーを増やす4つのステップ

1. フォロワーのホーム率を上げる

ホーム率とは、**フォロワーのうちどれだけのユーザーがフィード（タイムライン）から閲覧されたかを示す割合**のことです。

ホーム率=フィードで閲覧された回数÷フォロワー

ホーム率が高いと、フォロワー外へのレコメンドのきっかけになります。フォロワー外のユーザーに拡散されるのは、フォロワーからのエンゲージメント率が高いときです。

そのため、まずはフォロワーのフィードに自身の投稿が表示され、閲覧してもらうことが重要です。**Instagramは親密度で表示順が決定する**ため、多くのフォロワーとの親密度をアップさせる必要があります。

親密度は、いいねやコメント、投稿のシェアや保存、DM、ストーリーズへのリアクション、ストーリーズや投稿の滞在時間、インスタライブの視聴などによって高まります。

これらのアクションによって、結果的にホーム率の向上につながるのです。

2. エンゲージメント率を高める

ホーム率を高めたら、フォロワーからのエンゲージメントを獲得する必要があります。エンゲージメントは、**いいね・コメント・保存・シェア**といった**アクション**のことです。

中でも重要視されているのは「保存」で、保存率が高いとフォロワー外へのリーチが伸びやすくなっています。

保存率を高めるには、**知識やノウハウ系の情報、体験系の投稿**など、ユーザーが「あとから見返したい」と感じるコンテンツを投稿することが重要です。



▲ 保存率が高い情報系投稿

3. プロフィールへのアクセスを増やす

ホーム率・エンゲージメント率を高めると、ある程度のリーチ数を獲得できるようになります。ここからさらに新規フォロワーを獲得するには、プロフィールへのアクセスを増やすことが重要です。

プロフィールへアクセスしてもらうために効果的な方法は以下の2つです。

- 投稿画像の最後にアカウントを訴求する
- キャプション（文章）でアカウントを訴求する

投稿からプロフィールへの遷移を促すには、**投稿内でアカウント情報を訴求する**のが有効です。ビジュアルとテキストの両方をうまく活用して、プロフィールへのアクセスを促しましょう。



▲ 投稿内でアクションを促す

4. フォローしてもらえるアカウント作りをする

ユーザーは、アカウントの全体像を確認して、フォローするか否かを瞬時に判断します。

- アイコン画像
- プロフィール文
- フィード投稿・リールの内容
- ハイライト
- 世界観
- フォロワー数

上記の情報を総合的に見た上で、気に入ればフォローしてもらえます。そのため、プロフィールを閲覧したユーザーがフォロワーになる割合を重要視しましょう。

フォロワー転換率=フォロワー増加数÷プロフィールアクセス数

頻繁にプロフィール情報を変更して、フォロワー転換率を分析して改善していくことが大切です。

Instagramのフォロワーの増やし方 | 初級編

ここからは、Instagramのフォロワーの増やし方を具体的に紹介します。まずは運用を始めたばかりの方を対象に、初級編を解説します。

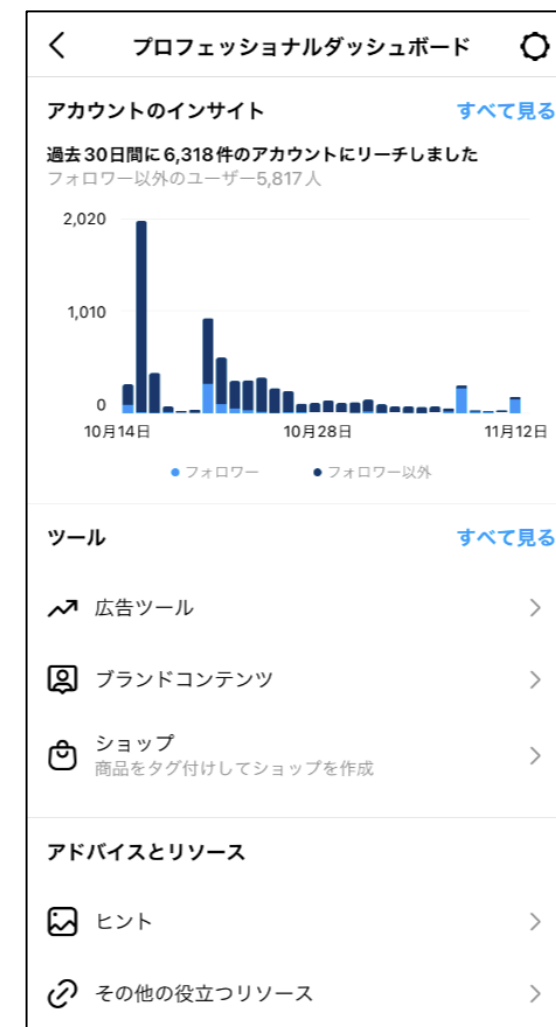
プロアカウントへ切り替える

Instagramを開設したら、まずは「プロアカウント」へ切り替えましょう。

プロアカウントにすることで「インサイト」と呼ばれる、**フォロワー数や投稿のリーチ数などのさまざまな数値を見て、分析することが可能になります。**

フォロワーが一定数いれば、アクセスしたアカウントの年齢層などもわかるようになり、運用やマーケティングに役立てられます。

ビジネス目的でInstagramを運用する場合は必須の機能ですので、プロアカウントへの切り替えは必ず行いましょう。



人気のハッシュタグを避ける

フォロワーを増やす上で、ハッシュタグの選定は非常に重要です。Instagramのハッシュタグ検索で上位表示されると、大きくリーチ数を伸ばすことができます。

しかし、自身が発信するテーマの中でも、**人気すぎるハッシュタグ（ビッグキーワード）は避ける**べきと言えます。

たとえば、「#観光」「#ホテル」といったハッシュタグは、それぞれ300万件、200万件を超えるため、投稿がすぐに埋もれてしまいます。

「〇〇観光」「〇〇ホテル」といった複合キーワードや、投稿数が1万未満のスモールワードと呼ばれるハッシュタグを付けることで、より多くの人に見てもらえるようになるでしょう。

✖ 人気すぎるハッシュタグ



○ 複合キーワード

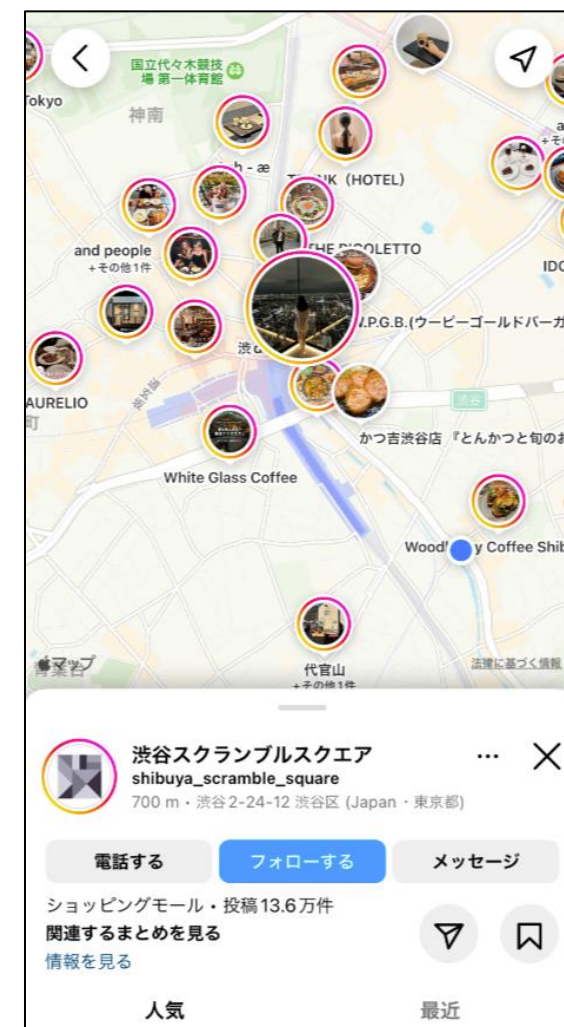


ジオタグ（位置情報）を活用する

Instagramには「地図機能」があり、地図上にある店舗のアイコンをタップすると、店舗が紐づけられた投稿が一覧で表示されます。

実店舗がある場合は、投稿には必ず位置情報をつけましょう。地図検索機能から流入してくれるユーザーのフォロワー転換が期待できます。

また**実店舗の集客や、新規顧客の獲得**にもつながるでしょう。



Instagramのフォロワーの増やし方 | 中級編

ここからは、さらに具体的な部分について触れていきます。すでにアカウントを運用している方も、再確認しながらご覧ください。

積極的にリールを投稿する

リールとは、最大60秒の短い動画を投稿できる機能です。

リール投稿は、**発見タブやリールタブに表示されやすく**、多くのユーザーにリーチできるため、新規フォロワーの獲得が期待できます。

リール投稿は最初の数秒に見せ場を持つことで、視聴秒数を高めることができます。



フォロワーと密なコミュニケーションを取る

フォロワーと積極的にコミュニケーションを取り、エンゲージメントを高めましょう。

コメントへの返信や丁寧なDM対応を行うことで、アカウントへの関心や信頼度が高まります。

エンゲージメントが高いとフォロワーからのアクションが増え、よりフォロワー外にレコメンドされやすくなるでしょう。

ストーリーズの機能にある質問BOXや、アンケート機能などを活用して、フォロワーからのアクションを促すのも効果的な施策のひとつです。

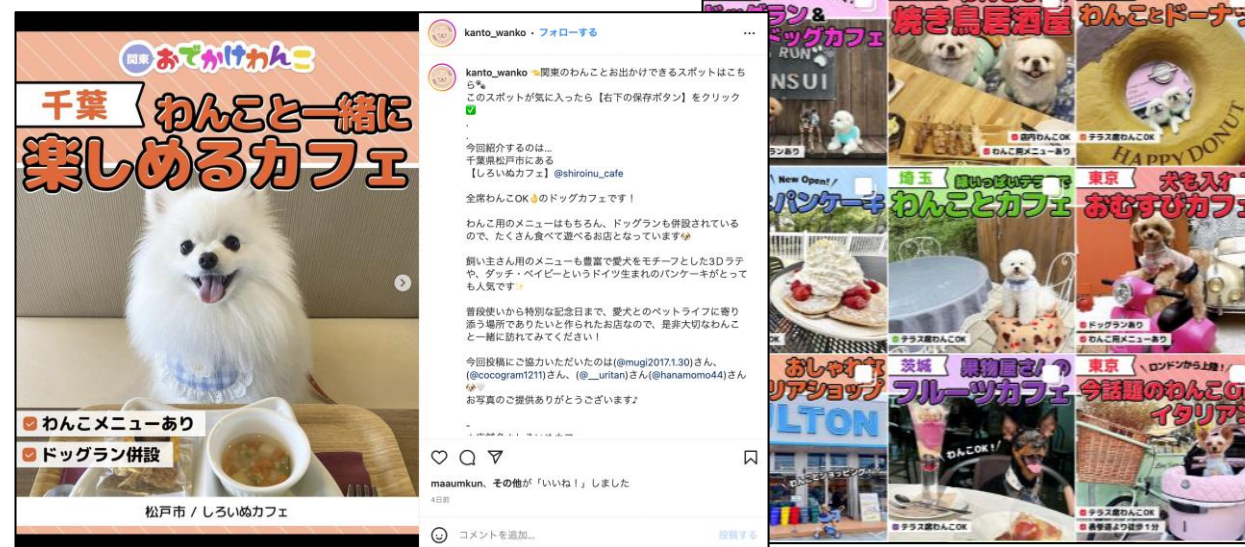
投稿の表紙やデザインにこだわる

Instagramのフィード投稿は、スワイプしないとすべて表示されません。

そのため複数枚の写真を投稿する場合、表紙である1枚目に力を入れて、続きを見たくなるような仕掛けをすることが重要です。

また**ぱっと見て分かりにくいデザインは、ユーザーの離脱につながります。**

内容を充実させるとともに、デザインを工夫して見やすくしましょう。



Instagramのフォロワーの増やし方 | 上級編

上級編では、これまで紹介した施策をさらに高めるものです。競合アカウントとの差別化にもつながるので、ぜひ取り入れてみましょう。

キャンペーンを開催する

プレゼントキャンペーンを実施して、ユーザーの関心を惹きつけ、フォロワー増加を目指すのも効果的です。

これらはInstagramのアルゴリズムを利用しないため、エンゲージメントが伸び悩んでいる場合に有効な方法と言えます。

ただし、Instagramでは、現金・商品券・ギフトカード、金や投資商品といった現金同等物などをプレゼントすることは禁止されています。

割引クーポンは、お金として利用することができないことから、プレゼントとして利用できるとも考えられます。

しかし、景品表示法などの法律もかかわってくるため、自社で関連する法律を確認したうえで、プレゼントを選定しましょう。

インフルエンサーマーケティングを活用する

インフルエンサーが持つ高い影響力を利用して、彼らに商品やサービスを宣伝してもらう手法がインフルエンサーマーケティングです。

インフルエンサーマーケティングを行うには、まずターゲットとなる消費者に影響を与えやすいメディアを選ばなければいけません。たとえば若者に影響を与えたいのであれば、SNSを利用するといった具合です。こうすることでメッセージが効率よく消費者に伝わるようになります。

ちなみに多くの場合、伝えたいメッセージとは商品のイメージや評判を上げるもの、あるいはより多くの商品を購入してくれるよう消費者に勧めるものです。

こうしたメッセージは広告として毎日のようにテレビCMなどで流されています。しかし、企業の一方的な広告はできるだけ避けたいというのが消費者の一般的な意識でしょう。

これに対してインフルエンサーは、立場としては同じ消費者のひとりです。 **自分と同じ立場の人が発信する体験談・評価・口コミは身近で信用できるものに感じられます。**

さらにインフルエンサーはその感性や価値観に共感するファンやフォロワーを持っているので、「この人が言うなら間違いない」「この人と同じものが買いたい」と多くの人々に感じさせることができます。

分析を行いPDCAを回す

PDCAを回すとは、「計画・実行・結果確認・改善」のサイクルを繰り返すということです。Instagramを運用していると、反応のよい投稿とよくない投稿が出てくるでしょう。

どのような投稿や施策がよかったのかを把握し、同じような投稿を続けることで、効率的にフォロワーを増やしていくことができます。分析には「インサイト」機能の活用が欠かせません。

Instagram分析で見るべきインサイト項目

それぞれの数値を把握して自社のInstagram運用には何が足りないのか、どこを改善すべきなのかを理解しておきましょう。

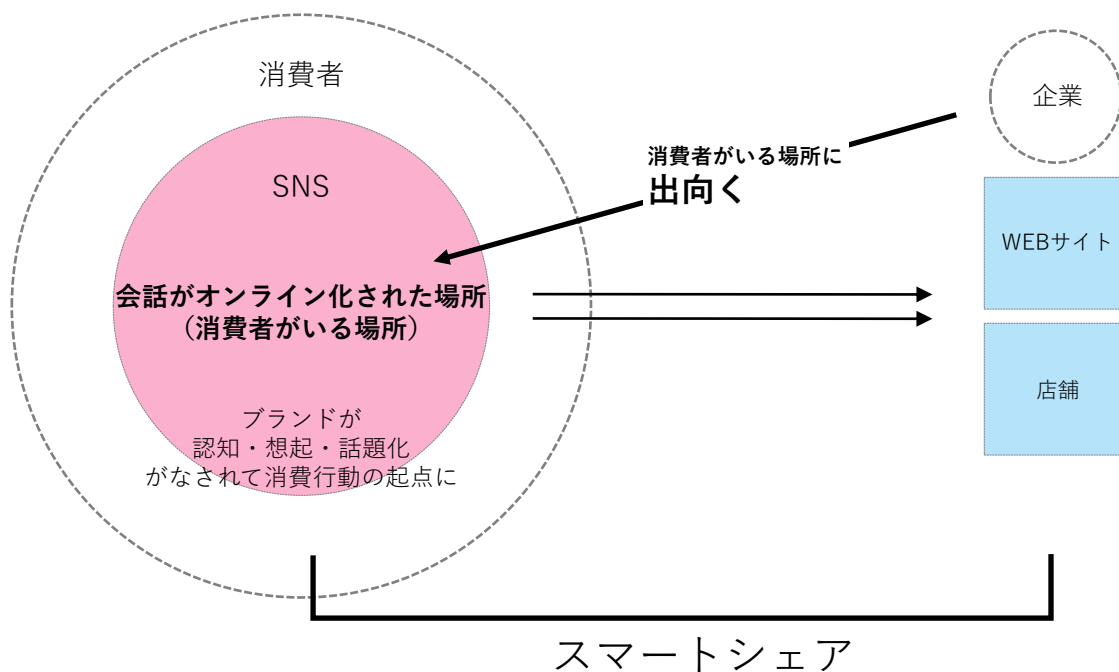
1. リーチ数
2. インプレッション数
3. フォロワー詳細
4. フォロワーアクティビティ
5. エンゲージメント
6. インタラクション

スマートシェア株式会社 事業内容

- スマートシェアは、企業のSNS上のコミュニケーションを豊かにするために、SNSの機能を拡張したサービスとそのデータを活用したマーケティング支援を実現いたします。

スマートシェアのSNSマーケティングDXの概念

会話がオンライン化された場所をSNSと定義し、その会話の中で文脈にあった適切な表現や言動でお客様と一緒にWEBサイトにお越しいただく。そんな本質的なコミュニケーションを実現したい。



スマートシェアの3つの主要軸

我々の考えるSNSマーケティングのDXを実現するために必要な3つの軸を圧倒的な数実施、多くの知見から最適な解をクライアント様にご提供していく。

ユーザー参加型〇〇〇

ユーザーが参加するかしないかでSNSのコミュニケーションの質は異なってくる。ユーザーが参加したくなるキャンペーンやコミュニケーションを構築する。

UGC (口コミ)

自社だけでなく、競合や市場のクチコミを収集し、分析し、活用していく。それがマーケティングの糸口となる。



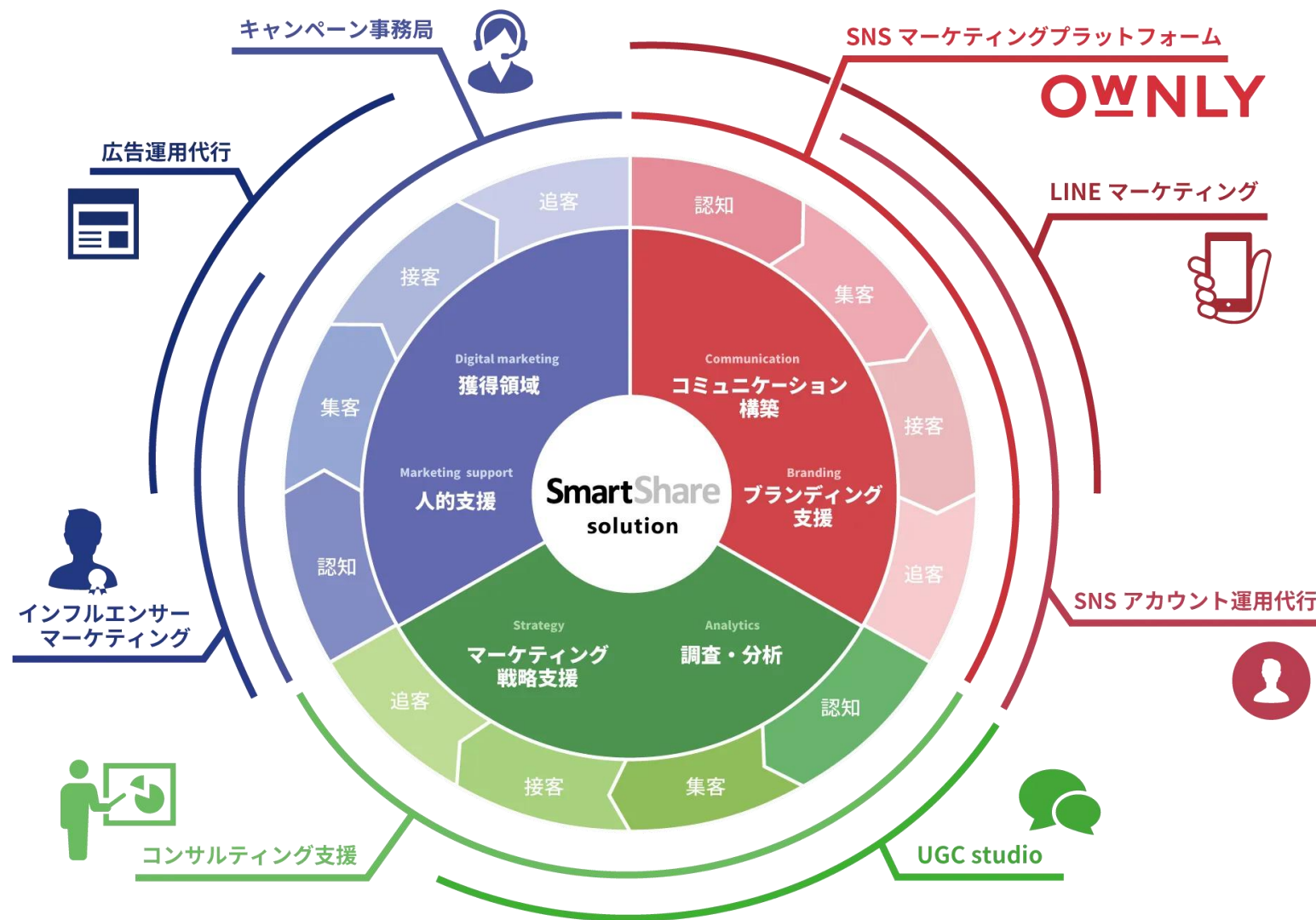
参加型施策のアクションデータやUGCデータなどを統合して次のマーケティングなどに活用する

- 年間5,000件以上のSNSキャンペーンを実施し、総エントリー数は3,000万人を超えてきております。（2021年実績）
- 多くのキャンペーンとUGCの積み重ねによる知見が最大のアセットとなっております。

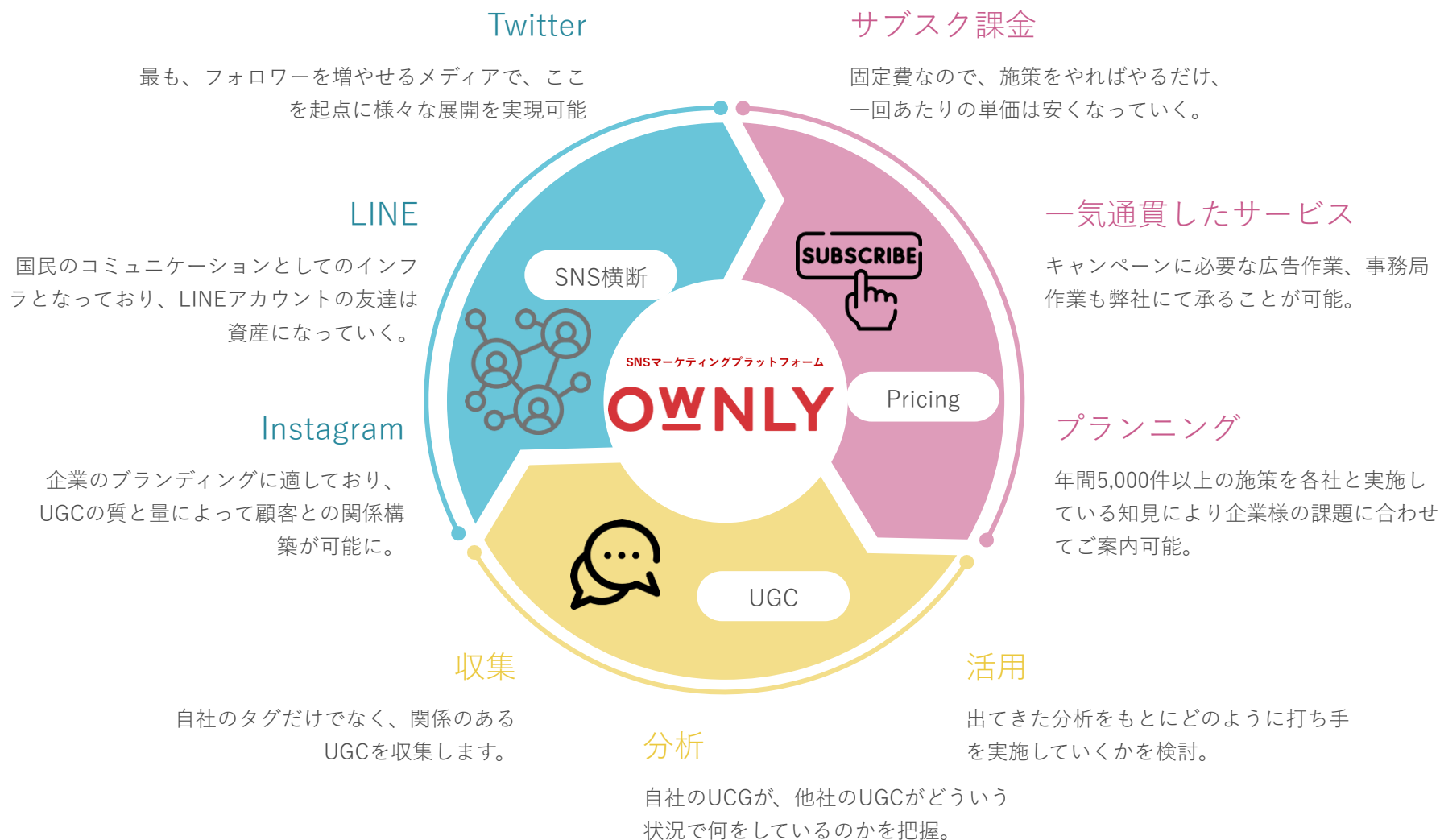


（一部抜粋）

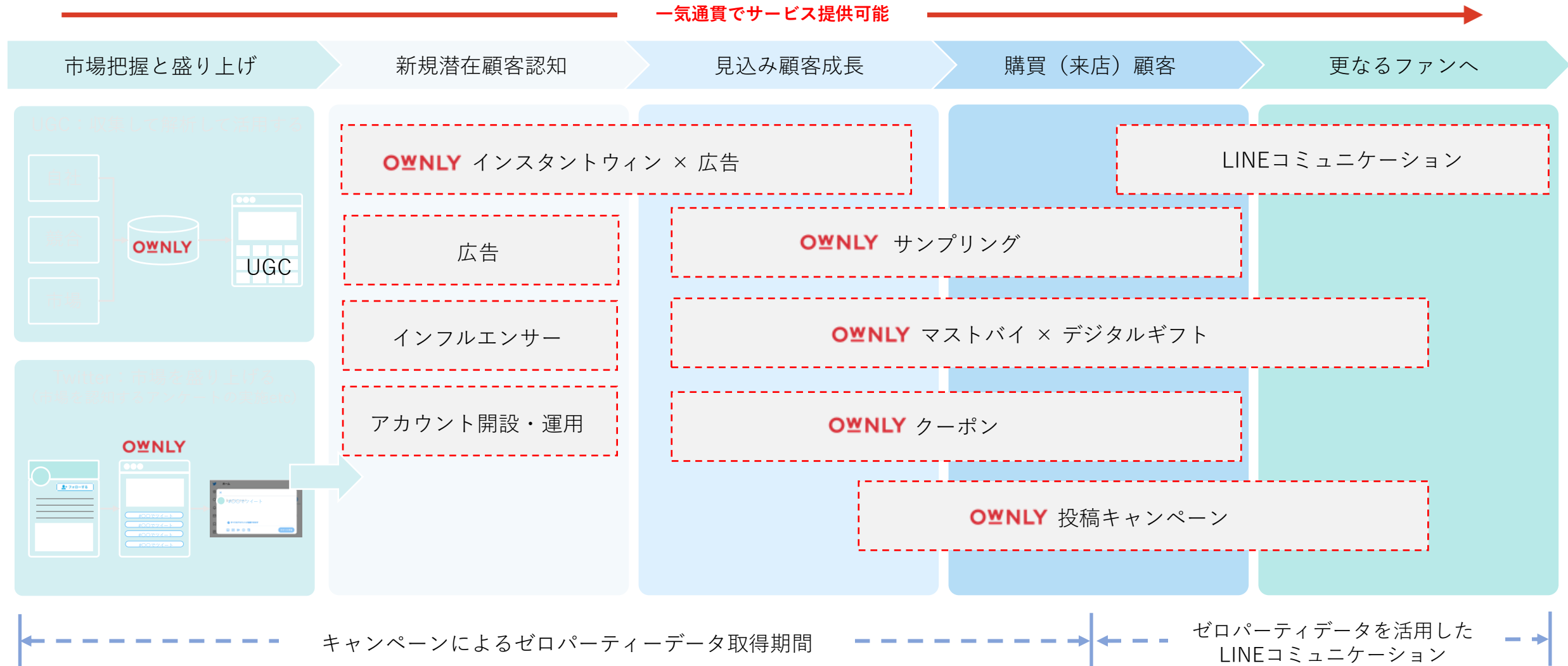
- SNSに関するあらゆる課題払拭のためのサービスを多展開しています。



- 様々なSNS上でキャンペーン施策を実施可能な **SNSマーケティングプラットフォーム「OWNLY」**。
ワンツールで、SNSのプラットフォームを横断したキャンペーン実施から管理までが出来るサブスクリプション型のツール



- UGCの収集により、市場の把握をし、その上で、ターゲットを巻き込んだユーザー参加型の企画を実施していく。
- そのな中で今後のマーケティングの軸となるゼロパーティーデータを収集し活用していく。



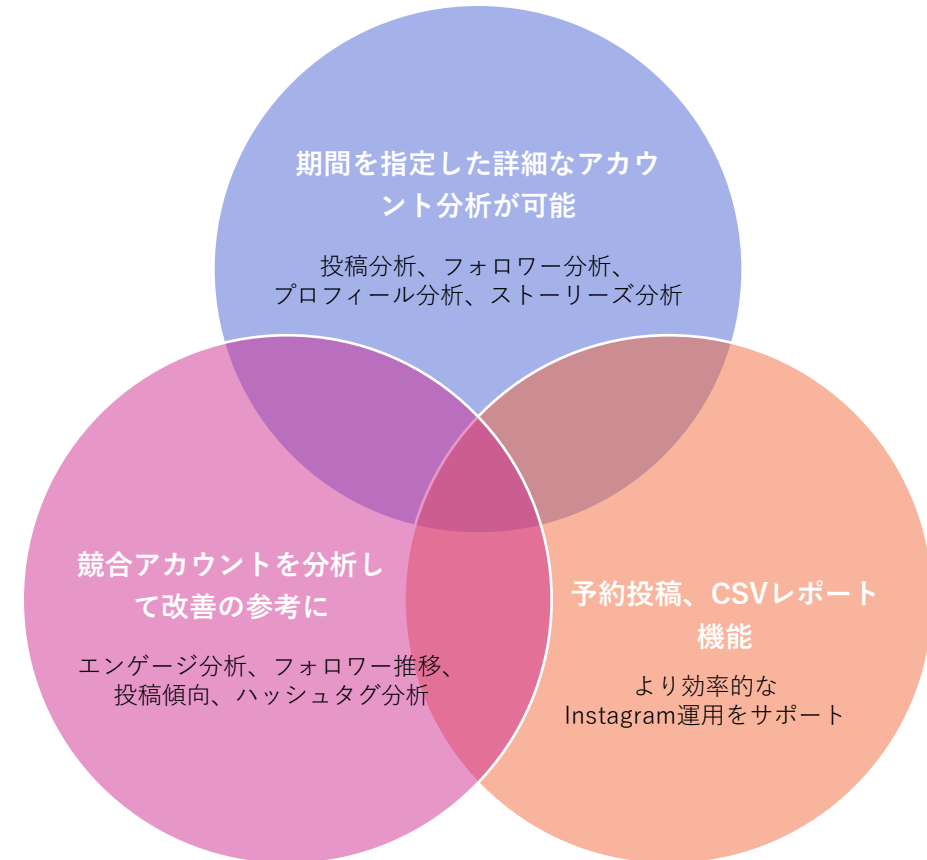
- Instagramに特化したアカウント分析ツール
- サービス提供開始から3年で累計10,000アカウント以上が利用中！

Insight Suiteとは

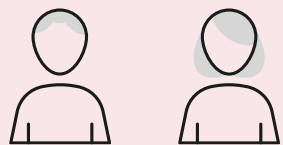


- Instagramに特化した分析ツール
自社アカウント分析は勿論、他アカウントなどの分析も可能

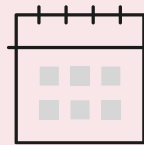
サービス特徴



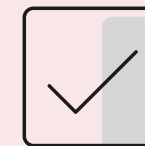
- Instagramのビジネスアカウントに関する膨大なデータの収集/分析実績を持つ



利用アカウント数
10,000以上



累計分析アカウント
20,000以上



累計分析投稿
12,000,000
以上

多くのInstagram企業アカウントの運用をツールでサポート

Instagramアカウント運用代行サービス

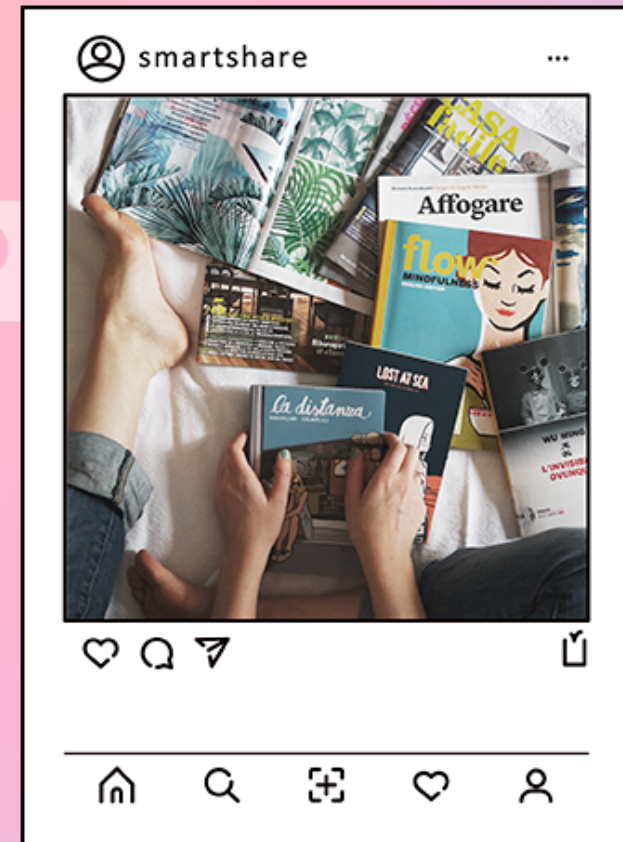
- フォローしたくなる企業アカウントを実現する -

Instagramアカウント運用代行サービス

フォローしたくなる

企業アカウントを実現する

SmartShareは、
Instagramのビジネスアカウントに関する
膨大なデータの収集/分析実績を持ち、
多くの企業アカウントの運用をサポートしています。



✓ 10,000アカウント以上のInstagramビジネスアカウントの運用データを保有

✓ ご提案の段階から市場や競合の分析を行い、投稿デザイン案を作成

✓ 静止画、動画のクリエイティブ作成を柔軟に対応（撮影からの実施も可）

✓ 毎月定例会を実施し、分析レポートによる振り返りで運用改善

01.

ターゲットの選定

年齢、性別の属性ではなく
「**興味関心**」でターゲット
を絞ったアカウント設計

02.

商材の強み&想い

ブランドやサービスの
「**強みや想いを把握し、**
ユーザーに発信

03.

悩みや興味関心

ターゲットユーザーの
「**リアルな悩み= 興味関心**
が何なのかを徹底的に把握

04.

アカウントリサーチ

03.の興味関心を把握した
ら、**そのジャンルで伸びて
いる投稿/アカウント**
をリサーチ

05.

コンセプトを尖らせる

「**3つの掛け合わせコンセプト**
を明確にする
例：
ワイン×おつまみ×グラス

06.

アカウントの擬人化

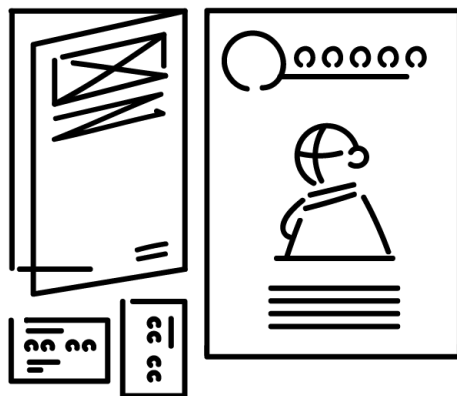
- ・中の人顔出し投稿
- ・スタッフ〇〇が解説
- ・人柄が伝わる口調

「**人をイメージさせる**」

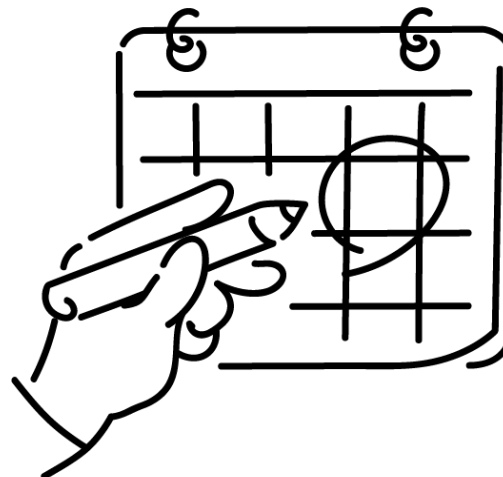
- ご提案の段階からお客様のアカウントを分析し、最適なプランをご提示



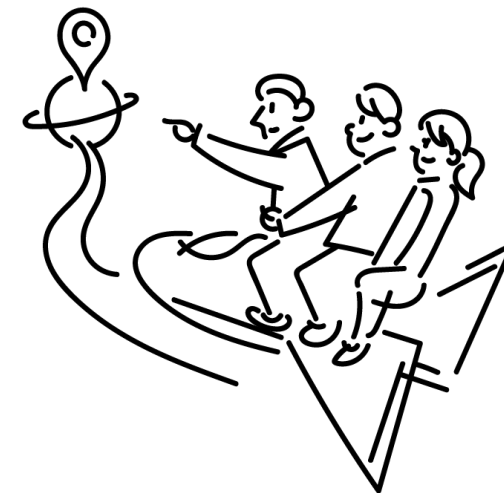
Instagramから
競合アカウントを分析



投稿デザインの
パターンをご提案



プラン毎の投稿
スケジュールを確定



KPI達成に向けて
運用開始

- Instagramや他SNS等で競合の投稿傾向を分析。Insight Suiteで収集可能な競合アカウントのデータも活用。

投稿傾向を分析

2022年5月8 - 14日

今日

<

>

日曜日

2022年5月8日



♡ 321 💬 3

ENG率:0.89%

ENG速度:undefined

月曜日

2022年5月9日



♡ 288 💬 1

ENG率:0.79%

ENG速度:undefined

水曜日

2022年5月11日



♡ 112 💬 0

ENG率:0.31%

	月	火	水	木	金	土	日		月	火	水	木	金	土	日
6時								18時	2	1	3	4	1	3	
7時								19時	2		1	1			
8時								20時							
9時								21時							
10時								22時							
11時						1		23時							
12時								0時							
13時								1時							
14時								2時							
15時			1				1	3時							
16時	1		3		4	1	2	4時							
17時	7	2	3	1	3		1	5時							

#タグの傾向を分析

検索:

ハッシュタグ

投稿数

平均エンゲージ数

平均エンゲージ率

ハッシュタグ	投稿数	平均エンゲージ数	平均エンゲージ率
#赤ちゃんとお出かけ	71	243	0.7%
#子供とお出かけ	58	346	0.9%
#家族でお出かけ	58	279	0.8%
#東京ママ	55	221	0.6%
#関東子連れスポット	52	358	1%
#千葉ママ	39	137	0.4%
#神奈川ママ	38	184	0.5%
#埼玉ママ	37	142	0.4%
#関東ママ	35	114	0.3%
#子どもとお出かけ	31	95	0.3%

390 件中 1 ~ 10 件表示

1 2 3 4 5 ... 39

2022-02-09 15:59 ♡ 674 💬 10	2022-03-18 16:55 ♡ 634 💬 5	2022-01-28 17:05 ♡ 571 💬 3	2022-02-25 17:19 ♡ 541 💬 0	2022-01-22 18:21 ♡ 538 💬 10
2022-01-31 16:08 ♡ 527 💬 2	2022-03-29 17:48 ♡ 511 💬 0	2022-02-28 16:32 ♡ 505 💬 0	2022-03-21 17:41 ♡ 498 💬 0	2022-03-26 16:54 ♡ 450 💬 16
2022-02-20 16:36 ♡ 436	2022-02-20 11:33 ♡ 430	2022-02-14 17:42 ♡ 426	2022-04-03 18:16 ♡ 421	2022-02-07 17:44 ♡ 411

競合アカウントの投稿傾向を
分析し、お客様の投稿プランをご提案

競合アカウントが利用しているハッシュタグを
分析し、最適なタグの選定とコンテンツの方向性をご提案

- 獲得したいターゲットを狙った投稿クリエイティブのデザイン案

デザイン A



背景を鮮やか+暗めに設定
フォントも明朝体に設定し高級感

本文部分は読みやすさ重視で白背景セレクト
要所要所に表紙色を締め色につかうことで
トーンを統一しています



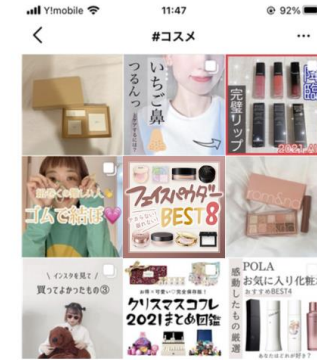
発見イメージ

デザイン B



人気の手書き文字風タイトル
暗め+大人っぽい配色+グラデーションで
差別化

本文は商品詳細と使用感をわけ
読者が読みたい情報を拾える構成



発見イメージ

- 売上や来店増加を実現するためのInstagram運用を実施

投稿にプロフィール遷移の促進要素を追加



カルーセル投稿のラスト1枚の画像にハイライトへの遷移を促したり、キャプションにプロフィールページへの遷移を促す@メンションを追加することで閲覧ユーザーにアクションを促す

Instagramのショッピング機能を活用



フィード投稿時に「商品情報をタグ付け」することで、投稿に表示された商品情報から商品ページへ直接遷移することが可能。Instagramユーザーを、ECサイトへ簡単に誘導。

UGCマーケティング

- ユーザーの口コミをマーケティングに活用する -

SNS上の口コミを放置していませんか!?

口コミ(UGC)の収集から使用許諾、Webサイトでの活用までツール上で一元管理

UGCマーケティングで「UGC収集からWebサイト内表示」をワンストップでご提供



公式APIで自動収集



管理画面で選定



使用許諾の取得



Webサイトへの活用
(SNSや広告へも可能)

- UGCはSNSで消費者が投稿しているサービスや商品に対する”レビュー”です。
これらを網羅的に収集し、管理や分析を行い、許諾から活用までの手間をツール上で一元管理できます。

SNSの投稿=レビュー



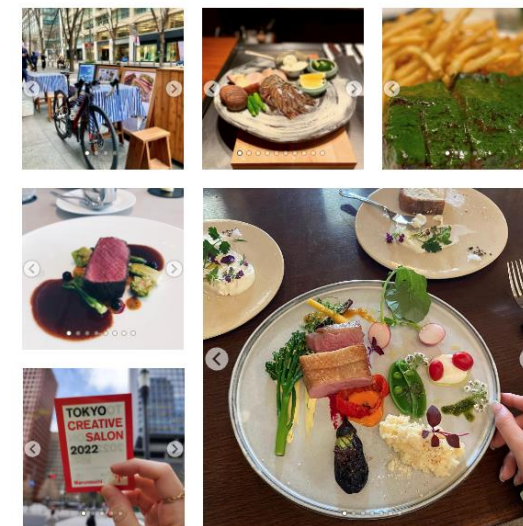
ユーザーがレビュー/クチコミを参考にすることはわかっているのに関わらず、工数が足らずにUGCを活用し切れていない

公式API搭載のOWNLY



弊社が公式APIを搭載したツール「OWNLY」を活用することで、他社が人力で実施するよりも効率的かつ網羅的に収集/分析することが可能

Webサイトでの活用

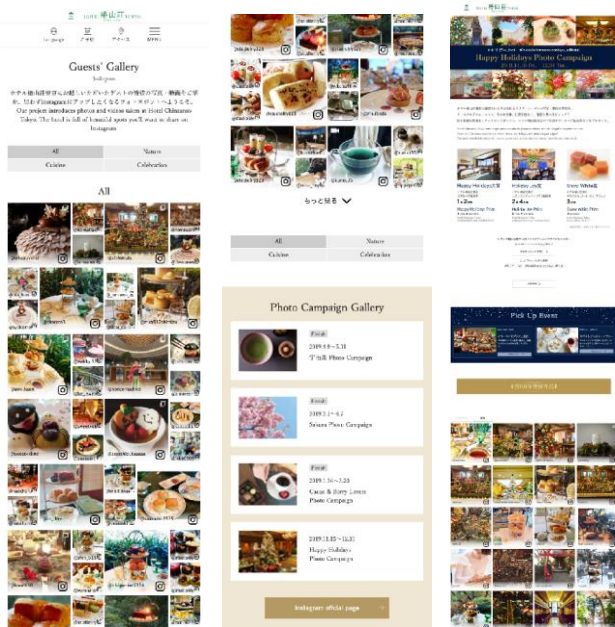


「OWNLY」で収集したUGCをWebサイトで活用することで、ユーザーのリアルな口コミをコンテンツ化することが可能

UGCマーケティング_事例①（業種問わず利用可能）

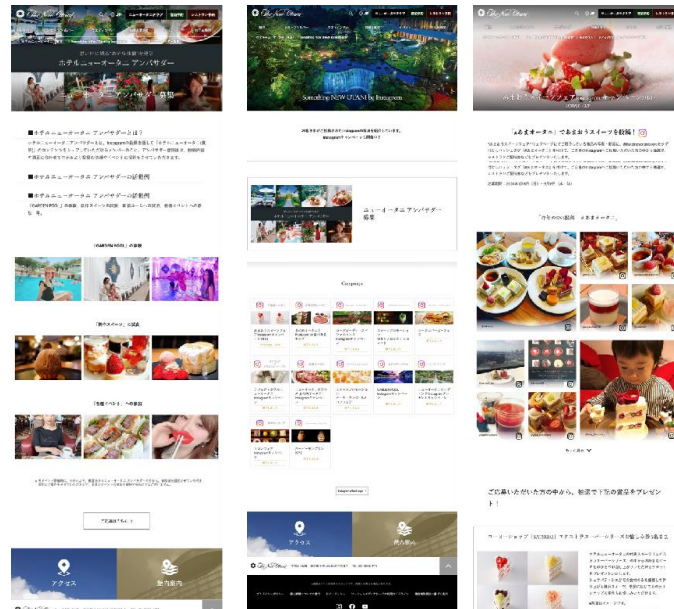
ホテル椿山荘東京 藤田観光様

トップページと専用ページにUGCギャラリーを設置。
庭園やレストラン、挙式などのカテゴリごとにもソートして見ることができる。Instagramでもリポスト。キャンペーンも定期的に開催されています。



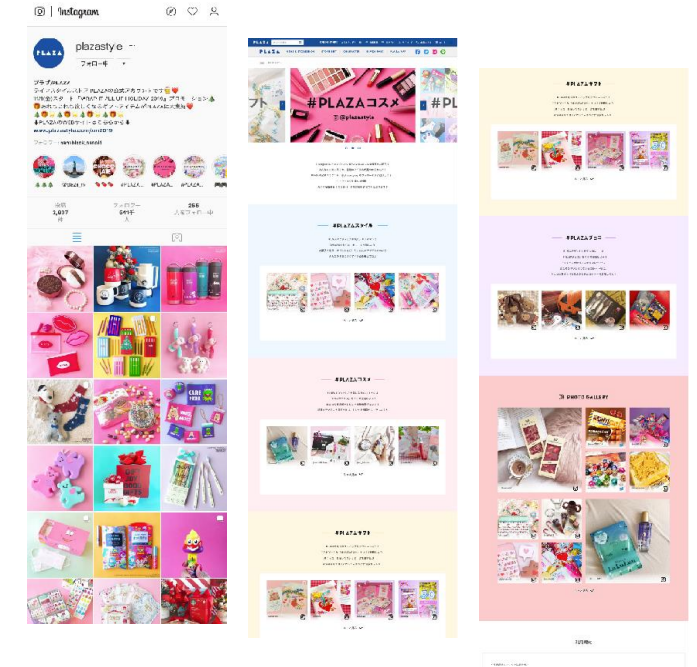
ホテルニューオータニ ニュー・オータニ様

定期的にテーマを入れ替えて投稿キャンペーンを実施しUGCを収集。インフルエンサーをダイレクトに集めた「ホテルニューオータニ・アンバサダー」も実施されました。



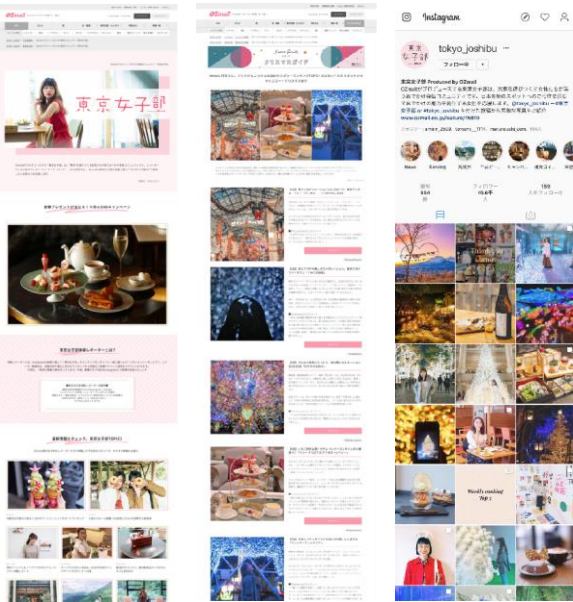
PLAZA スタイリングライフ・ホールディングス プラザスタイルカンパニー様

58万人がフォローする人気のInstagramアカウントを運営するPLAZA。お菓子、雑貨、アパレル、コスメなどのUGCをコンテンツ展開されています。



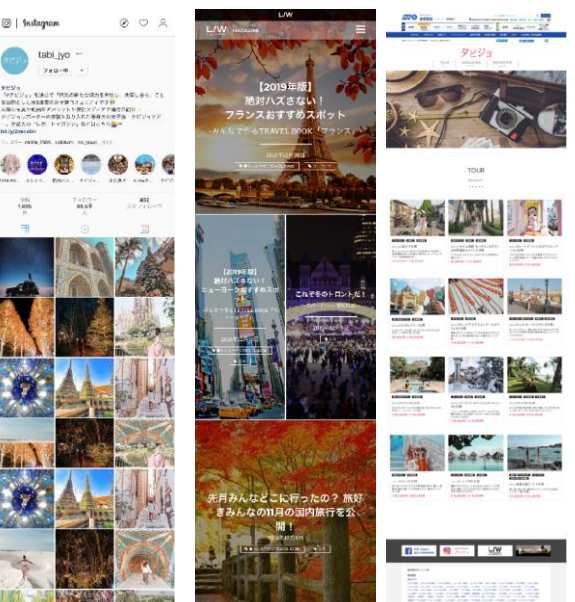
OZmall スターツ出版様

340万人のOZmall会員の中から、お出かけ好きインフルエンサーを選抜して集めたコミュニティ「東京女子部」を発足。東京女子部メンバーやユーザーの口コミによるコンテンツを展開されています。



タビジョ エイチ・アイ・エス様

旅好き女子を集めたコミュニティ。Instagramのハッシュタグ#タビジョ投稿数は180万を超える。タビジョの海外レポート記事などで構成されるオウンドメディアやタビジョツアーの販売が行われています。



大分県 大分県様

「日本一のおせん県おおいた」として、ハッシュタグ「#新しいおおいた」を広め、恒常的にUGCを収集して紹介する特設サイトを開設。グルメや温泉を中心に、すでに数千のUGCが採用されています。



UGC創出から許諾取り、2次活用まで一気通貫で実現が可能

UGC創出のきっかけ作り

新たにUGCが発生

UGCの収集/許諾取り

Webサイトで活用

各チャネルで
キャンペーンの
告知



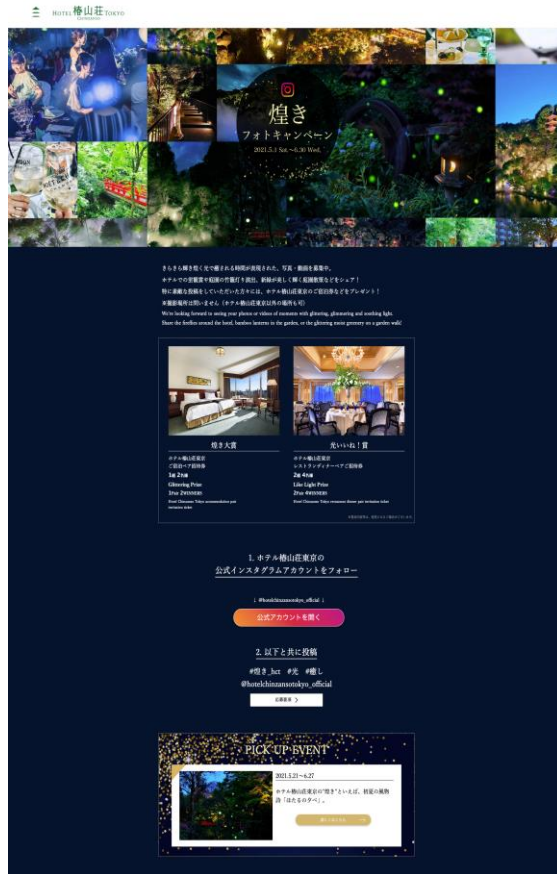
リアル店舗



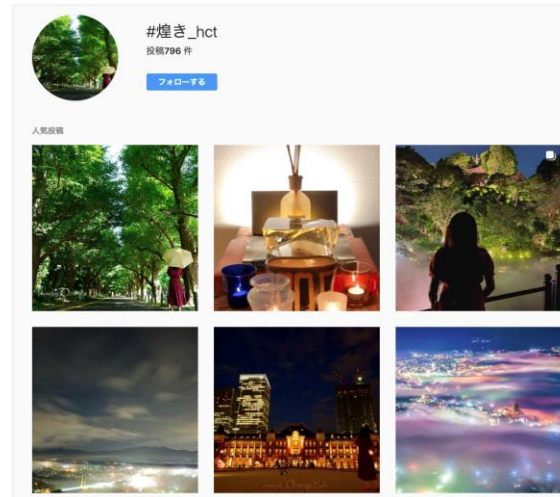
各SNS



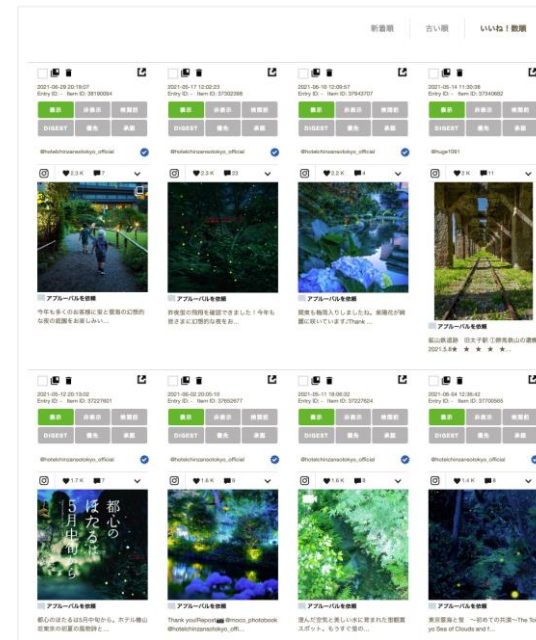
メール



Instagramの投稿キャンペーン
(#タグと@メンションで投稿)



キャンペーンを起点に
リアルなUGCを創出



OWNLYを使いUGCを
収集/許諾取り



OWNLYの埋め込みタグを使い
簡単にWebサイトで活用

Instagramアカウント運用代行実績

- アカウントの成長を実現した実績 -

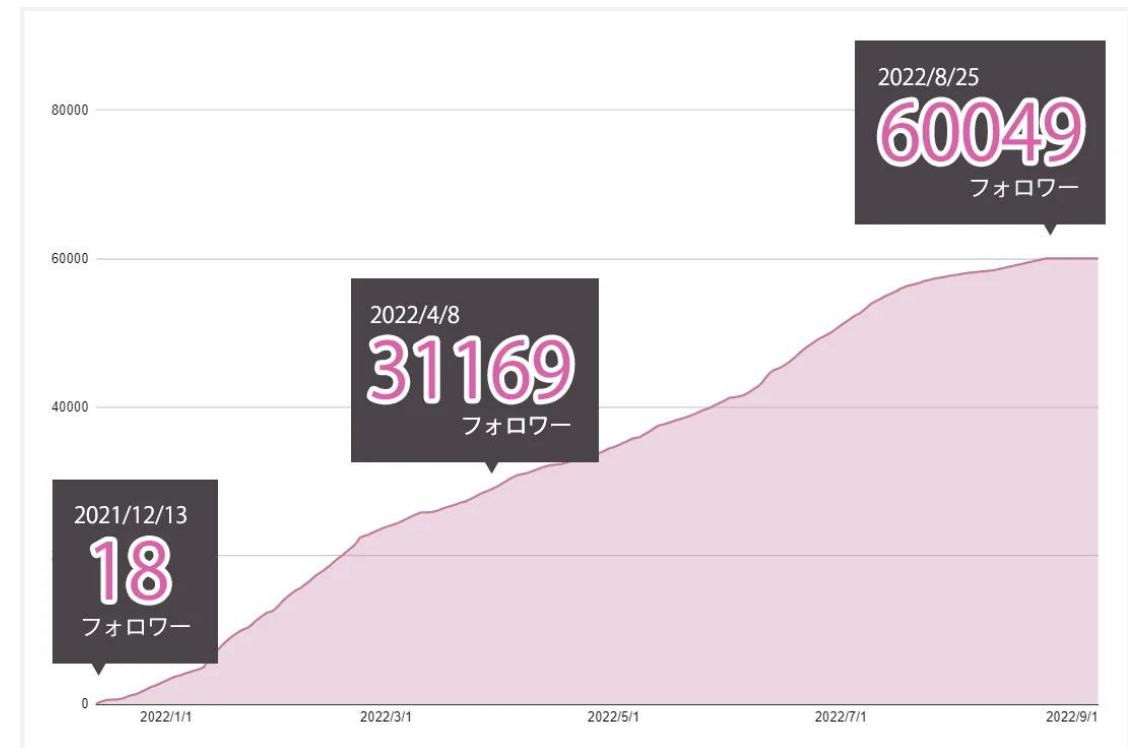


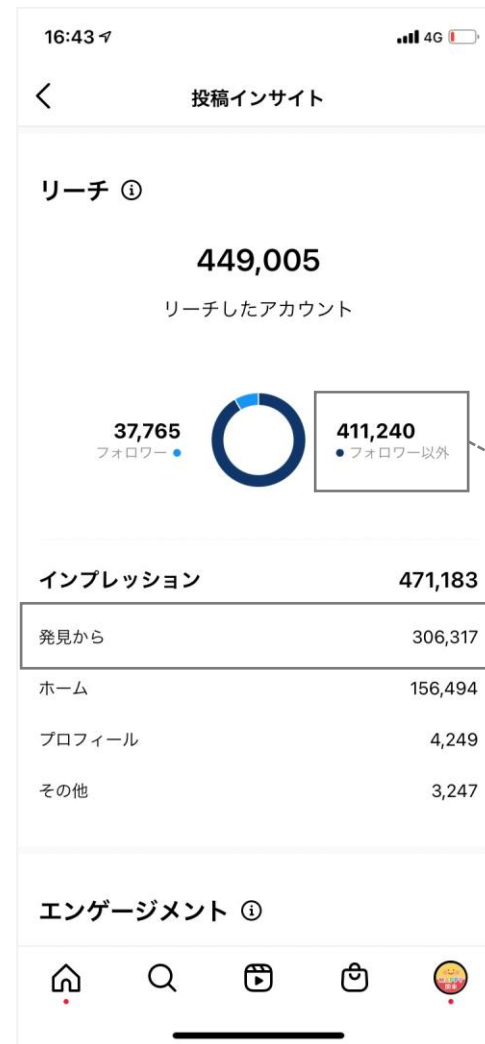
アカウント運用情報

アカウント：MAPPY|関東子連れお出かけガイド

運用開始：2021年12月

実績：4ヶ月で3万フォロワー 8ヶ月で6万フォロワーを達成





インスタユーザーにとって
価値の高い投稿を実施

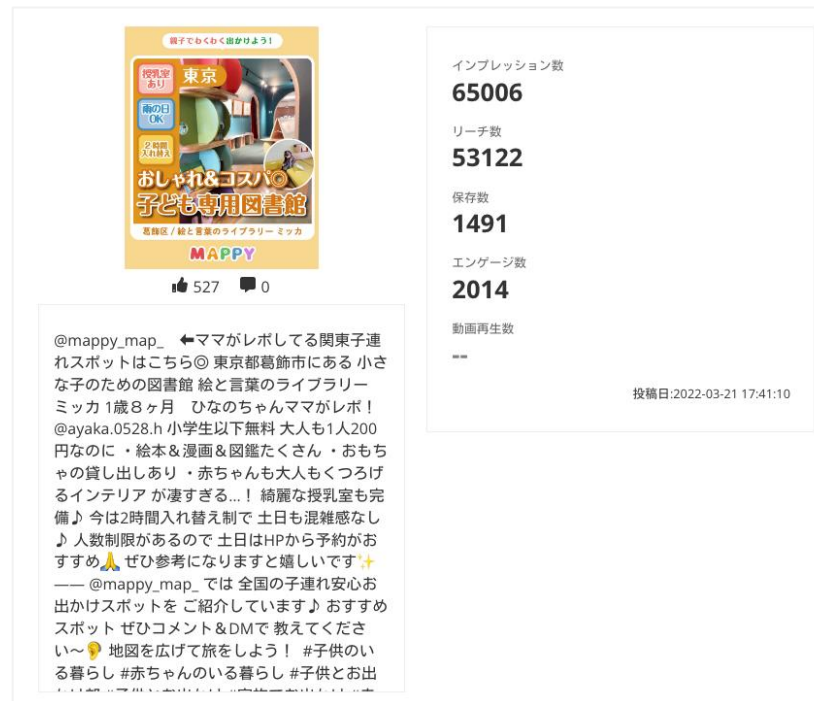
- 保存や滞在時間を伸ばす工夫
- 季節性を考慮したコンテンツ

オーガニック投稿で
リーチ率900%超えを達成！

- フォロワー以外に多くのリーチ
- 発見タブの後押しを受ける

投稿インサイトの実績

Instagramアカウント運用実績 – 1（広告出稿による露出増加の効果）



オーガニック投稿の実績



広告出稿による実績

日予算：5,000円
配信期間：6日間
トータル出稿額：30,000円

リーチ単価：0.28円
広告クリック単価：18.7円
保存獲得数：548件
保存獲得単価：54.7円
フォロワー転換率：35%
フォロワー獲得数：561人
フォロワー獲得単価：53.4円



アカウント運用情報

アカウント：日本財団が実施する公共トイレプロジェクト『THE TOKYO TOILET』

運用開始：2022年2月

実績：他運用代行会社から切り替え後、フォロワー数が2ヶ月で**800→2,500に伸長**



クリエイティブ製作/撮影 実績

- 素材の撮影やクリエイティブの製作までご支援 -



アカウント情報

アカウントID : ervadog

アカウントURL : <https://www.instagram.com/ervadog/>

撮影クリエイティブ画像 :





アカウント情報

アカウントID：cuseberry.official

アカウントURL：<https://www.instagram.com/cuseberry.official/>

製作クリエイティブ画像：



ご提供プラン

- アカウントのフェーズに合わせた3つのプラン -

	ライト ※月6回投稿(フィードのみ)	スタンダード ※月12回投稿(フィード+リール)	プレミアム ※月20回投稿(フィード+リール)
初期費用	200,000円	200,000円	200,000円
月額費用	150,000円	350,000円	600,000円
フィード投稿	6回 / 月	10回 / 月	15回 / 月
ストーリーズ投稿 (Feedシェア)	6回 / 月	10回 / 月	15回 / 月
リール投稿	無し	2回 / 月	5回 / 月
アカウント戦略/ペルソナ設計	○	○	○
プロフィール設定	○	○	○
投稿戦略立案	○	○	○
投稿ライティング	○	○	○
投稿クリエイティブ作成	○	○	○
ハッシュタグ選定	○	○	○
分析レポート	○	○	○
定例会 (月1回)	×	○	○
UGC活用 (10万投稿/6ヶ月まで収集可能)	×	○	○
キャンペーンサポート	無し	オプション	オプション
広告運用	オプション	オプション	オプション
最低契約期間	6ヶ月	6ヶ月	6ヶ月
契約から運用開始までの日数	最短7営業日		
スタートダッシュキャンペーン	×	×	初回投稿から30日間はフィード投稿を毎日行う特典付き！ 初月でプロフィールを一気に充実！

※クリエイティブの素材（写真や動画）はお客様にご用意いただきます。撮影等必要な際は別途費用が発生いたします。 ※2ヶ月目以降フォロワー数を垂直に伸ばしていくための広告出稿のご提案を差し上げます。ぜひご検討ください。

	単価	発生金額
撮影人件費	15,000円/時間～	90,000円/6時間
撮影機材費		50,000円～
スタジオ費	20,000円/時間～	80,000円/4時間
人物モデル キャスティング	50,000円/人～	50,000円～
交通費	大人2名分	大人2名分
宿泊費	大人2名分	大人2名分

備考・補足

- 撮影代行費用について -

▼弊社推奨撮影方法

機材：iPhone13で撮影

作業人：社内orパートナーの人材で対応

理由：一眼レフなどの高品質な写真よりも、スマホで撮影した写真の方がInstagramユーザーに受け入れられやすいため。（インスタ映えはもう古い）

▼上記の場合に発生する費用

- ・ 撮影1日/6時間
 - ↳ 90,000円（進行/ディレクション込）
- ・ 交通費（大人2名分）
- ・ 宿泊費用（大人2名分）※必要な場合のみ
- ・ 一眼レフ/照明/スタジオ/人物モデル等の機材や設備が必要な場合は別途お見積りとなります

	スマートシェア (スタンダードプラン)	A社	B社	C社
初期費用	200,000円	300,000円	50,000円	500,000円
月額費用	300,000円～	200,000円～	100,000円～	700,000円～
アカウント 戦略設計	○	△	×	○
競合分析	○	○	×	○
#タグ選定	○	△	△	○
月間投稿数	12件/月～	9件/月～	4件/月～	15件/月～
クリエイティブ 制作(静止画+動画)	○	×	×	○

キャンペーン実施による フォロワー増加施策

- インセンティブを用いたInstagramキャンペーンの実施 -

2020年の規約変更により、Instagram上でのキャンペーン禁止の風潮が強まったもののガイドラインのマイナーチェンジが繰り返され、現在では現金同等物の配布でなければ問題なしの判断

■ Instagram規約 (キャンペーン領域一部抜粋)

【コミュニティガイドライン】

(<https://help.instagram.com/477434105621119/>)

「いいね！」やフォロー、コメントを含むやり取りの見返りに、金銭や金券などのプレゼントを申し出たりしないでください。

【プロモーションガイドライン】

(<https://help.instagram.com/179379842258600/>)

プロモーション(コンテスト、懸賞等)の案内や運営のためにInstagramを利用する場合、ページ作成者は、次の事項を含めて、当該プロモーションを合法的に運営する責任を負います。

- ・公式ルール
- ・規約と資格要件を設定すること(年齢や居住地の制限等)。
- ・プロモーションおよび提供される賞品や賞金に適用される規則や規制を遵守すること(登録、規制上必要な承認の取得等)。

■ 他社事例



【違反となるキャンペーン形式】

- ① Instagram上でのやり取りの見返りに
- ② 金銭や金券などの現金同等物を景品とすること
ex) ●●した方全員に○○ギフトカードをプレゼント

【明確に禁止をうたっていないキャンペーン形式】

- ① いいねやコメントの見返り(=全員プレゼント)ではなく、あくまでも参加条件として抽選で景品を提供し、
- ② そのインセンティブが現金同等物ではないこと
ex) 抽選で5名様に●●(自社商品)が当たる!
参加方法は、フォロー & コメント!

フォロー&いいね/コメントキャンペーン事例は以下の通り。
フォロワーの量だけでなく質が重要となるため、関係するインセンティブにすることが重要

イメージ



キャンペーン概要

- 実施期間
2022年5月〇日～5月〇日
- 形式
フォロー&いいね
※コメントユーザーにはダブルチャンスなども可能
- 費用
40万円
 - 企画/事務局対応費 : 30万円
 - 広告配信費 : 10万円
 - インセンティブ費除く
- インセンティブ
Dリーグ観戦チケット×〇〇枚

スマートシェア株式会社

〒150-0011
東京都渋谷区東2丁目22-14ロゼ氷川3階
TEL: 03-5962-6401(代表)

設立: 2011年2月

資本金: 92,500,000円

事業内容

- SNSマーケティングプラットフォーム
- SNSマーケティング支援事業

役員

代表取締役	西山 統
取締役	舩村 英一
取締役	金谷 徹
取締役	小野澤 良友
社外取締役	藤原 賢太
監査役	星 義隆

従業員数 30名~(2021年8月時点)

お問い合わせ

<https://www.ownly.jp/contact>

TEL

03-6459-0326

※お急ぎの場合はお電話にてお問い合わせください。

平日 9:30~18:30

OWNLY公式サイト

<https://www.ownly.jp>