

**過去最高の売上を更新中！**

**台湾発のマットレスブランド**

**SLEEPY TOFU 様のInstagram施策とは？**

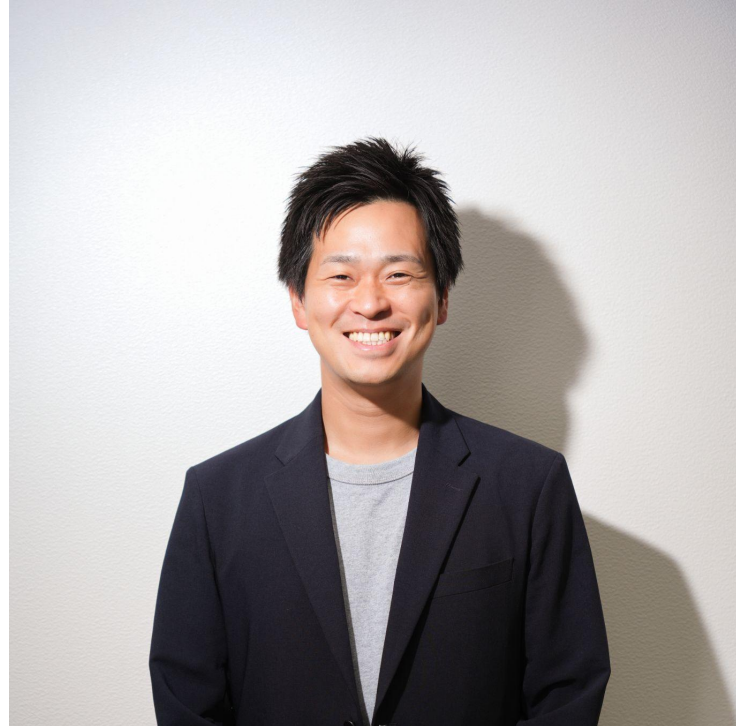
株式会社エンファム.

## はじめに

- ・録音録画はご遠慮ください
- ・みなさんの画面は一切表示されないので気兼ねなく御覧ください
- ・セミナー後半にQ&Aタイムがあります。随時質問はお寄せください
- ・セミナー終了後アンケートのご協力をぜひお願いします  
回答いただければ、本セミナーの資料とリトル・ママ会員のデータをプレゼントいたします！

## アジェンダ

- 1) スピーカー紹介
- 2) なぜ企業がInstagramを運用するのか？
- 3) 台湾発のブランドSLEEPY TOFU について
- 4) SLEEPY TOFU×エンファムで行ったInstagram運用とは
- 5) Q&A



日光信夫



渡辺芽生

株式会社エンファム.

株式会社エンファム.  
セールス部

## 渡辺 芽生

### 2023年新卒入社

スリーピー・とうふさん含め、住宅、食品の  
SNSアカウントを3つ担当しています。

1年間という短い期間で  
フェスタのブース出展のみならず  
撮影会スポンサー企画や情報誌のタイアップ記事など  
幅広く経験しました

大学時代は、福祉と保育を学んでおり、  
保育士資格を持っています 🐣  
音楽が大好きなので、  
お休みの日はライブやフェスによく行きます★

先週、関西に帰ってきました 🏯





株式会社エンファム.  
執行役員COO  
マーケティング部 部長

## 日光 信夫

2017年中途入社 2年目で営業成績No1となり、毎年昇進・昇格  
入社7年目で執行役員に抜擢！  
社内では、2023年マーケティング部を新設

得意分野は、《リアルイベントでのマーケティング戦略、SNSを通じたファン  
マーケティング、若年ファミリー層を1日1万人以上  
集客するオリジナルイベントの企画・運営》と多岐にわたる  
「クライアントにコミット、役に立つことが大好物」です！

プライベートでは、絶賛2歳の男の子と9ヶ月の女の子の子育て中の  
パパ。毎日子どもたちにメロメロです。  
特技は、料理（鶏ムネ肉のネギ塩牛タン風がマイブーム）  
美味しそうにご飯を食べてる顔を見て、キッチンでお酒飲んでます！

# なぜ企業がInstagram運用をすのか？

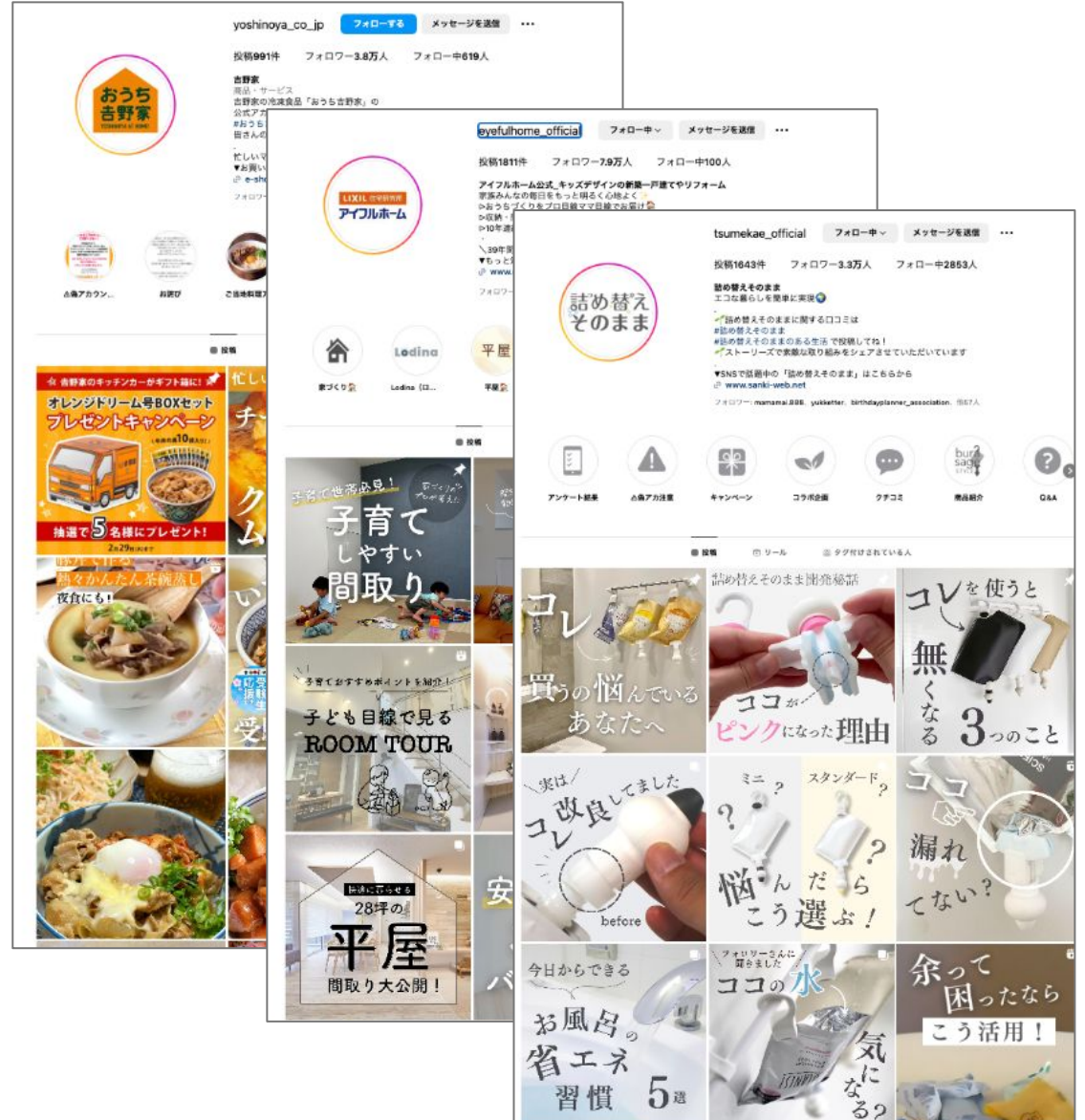
---

# なぜ企業がInstagramを運用するのか？

## Instagramとは

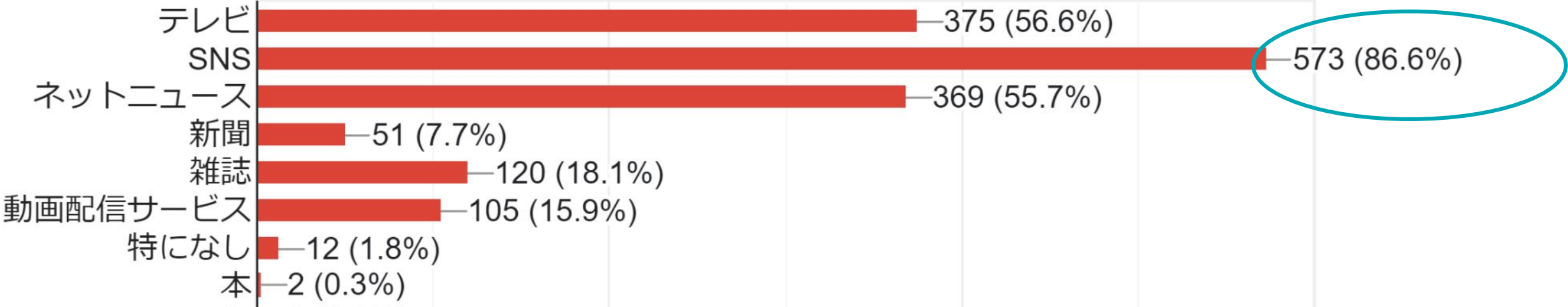
- ・国内のアクティブユーザー数6600万以上
- ・特に20代ー30代の女性が日常的に使っている
- ・気になる商品やサービスと出会う1番のきっかけになっている

消費者との大きな接点となり  
認知から購入、さらにファン化までを行う  
ことができるSNSだから

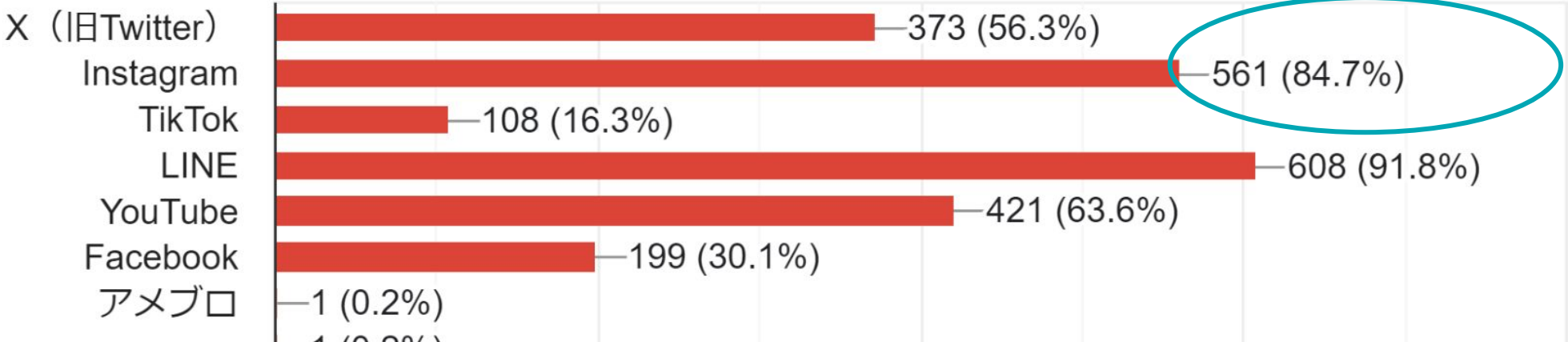




## 普段の情報収集源は何が重要な役割を締めているか教えてください



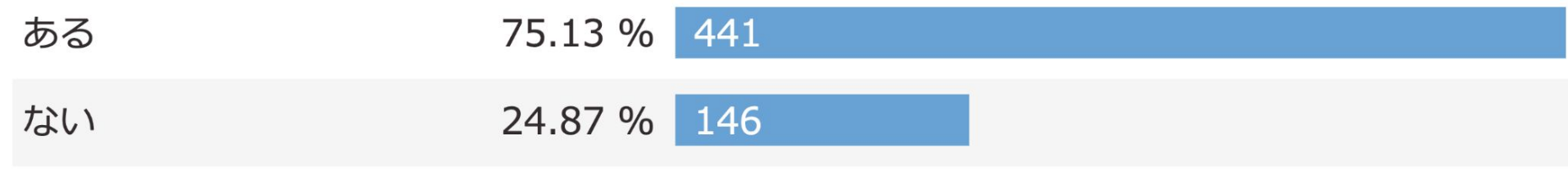
## 普段使用しているSNSがあれば教えてください



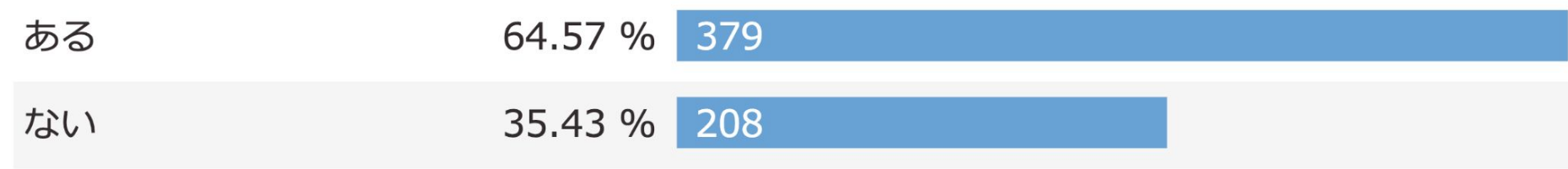
調査機関: 株式会社エンファム.  
調査対象期間: 2023年9月  
調査対象者: リトル・ママ会員663人

# 人々はInstagramの口コミをもとに商品を購入している

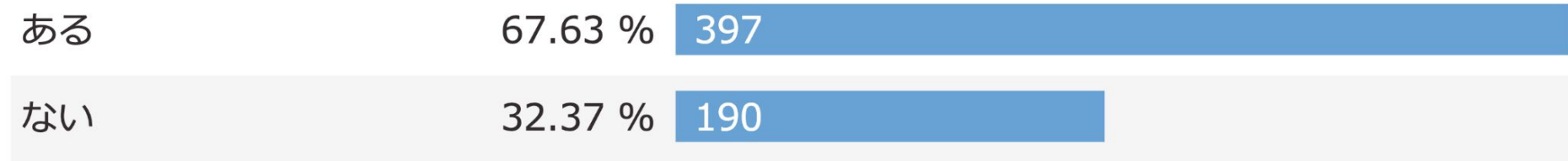
Q. Instagramをみていて、商品がほしくなったり、サービスを契約したくなったことはありますか？



Q. Instagramの情報を参考に、商品を購入したり、契約したことはありますか？



Q. 商品のクチコミをみるために、Instagramで検索したことはありますか？



**Instagramでの  
情報が  
購入や契約の  
動機になっている**

調査機関: 株式会社エンファム.  
調査対象期間: 2021年7月  
調査対象者: リトル・ママ会員585人

**SLEEPY TOFUってどんなブランド？**

---

# Sleepy Tofu Japan 株式会社

---



SLEEPY TOFU

2018年、台湾で販売スタート  
「大きな豆腐の上で眠るような心地よさ」  
を目指し、スプリングとウレタンを組み合わせた  
ハイブリッド構造で作られた  
マットレス

2022年1月～日本でも販売がスタート  
腰痛の多い日本人向けにクッション性を調整  
し、Made in 台湾のブランドとして大きな反響  
を得ている

# こんなマットレスです

---



# SLEEPY TOFU ✖ エンファム. どんなアカウント運用をしてきた？

---

# Instagramの運用について

---

2022年1月～Instagram運用スタート

2023年9月～エンファム.にて運用スタート

⇒エンファム.がお手伝いさせていただいて  
どうなった？

# 運用半年の実績

---

フォロワー

4,025人 → 12,000人

※目標大幅達成

Webタップ数

約3倍

EC月間売上

過去最高を  
更新

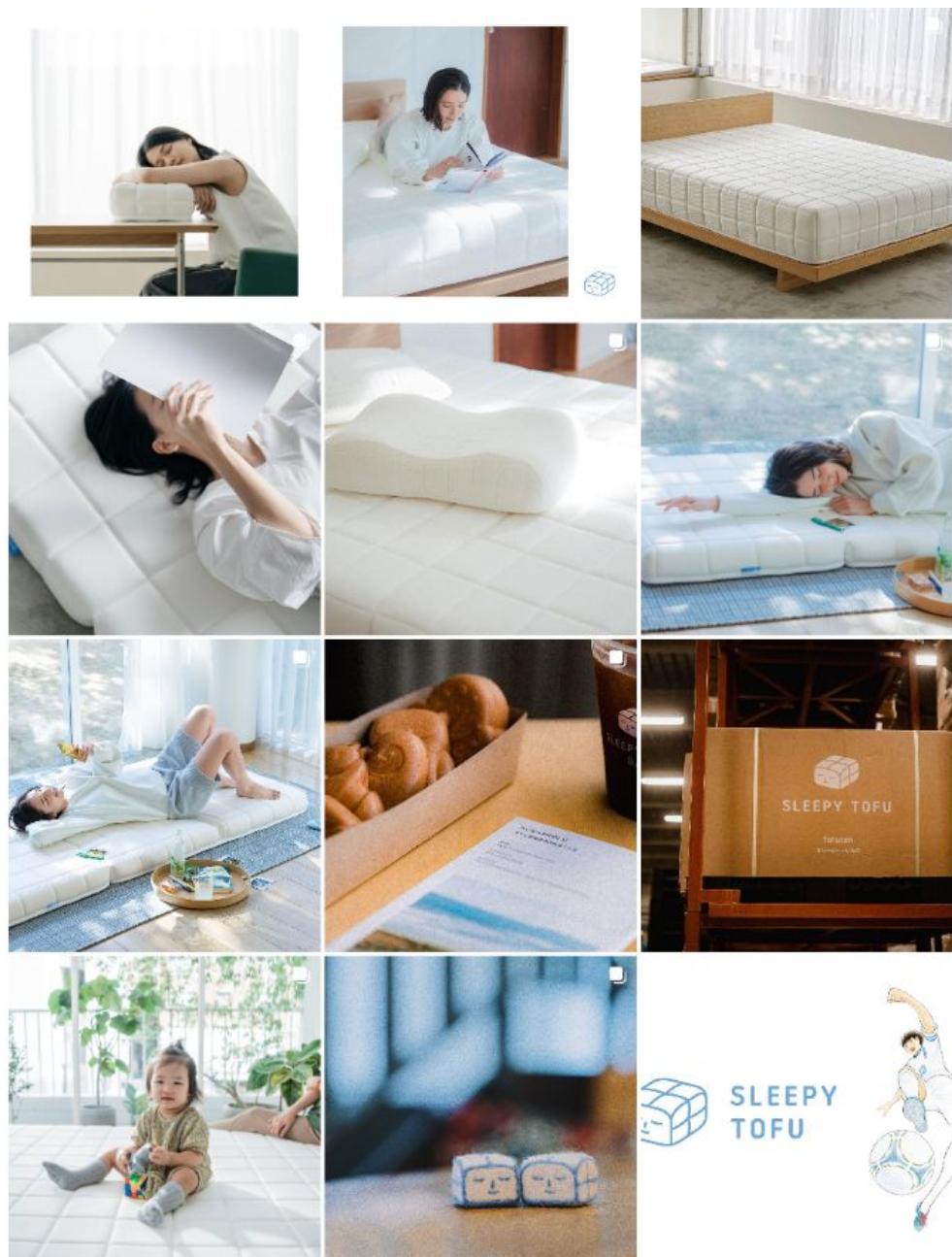
※運用期間は2023/09/01 ~ 2024/02/29時点





# エンファム.運用前の SLEEPY TOFU さんの アカウントの課題は？

# Instagramアカウントの課題



- ・ターゲット層に魅力が届ききれていない
- ・投稿のネタが尽きてきた
- ・担当者1人では手が回らない
- ・商品を身近に感じてもらい、ファンになってもらうことができない
- ・台湾の成功事例が日本では通用しなかった



エンファム.に  
Instagram運用を  
依頼した理由は？

# なぜエンファム.に頼んだのか？

---

- ・**圧倒的な成果実績**
- ・**ママチームによる強力な運営体制＝お客様目線で発信ができる**
- ・**子育てメディア「リトル・ママ」があり、ワンストップで  
オンラインとリアルのプロモーションができる**
- ・**リトル・ママの「集客力」「コンテンツ力」への期待**
- ・**提案段階でのコンセプト設計とコンテンツのアイデア力**



# 具体策

---

どんな運用をしたのか？

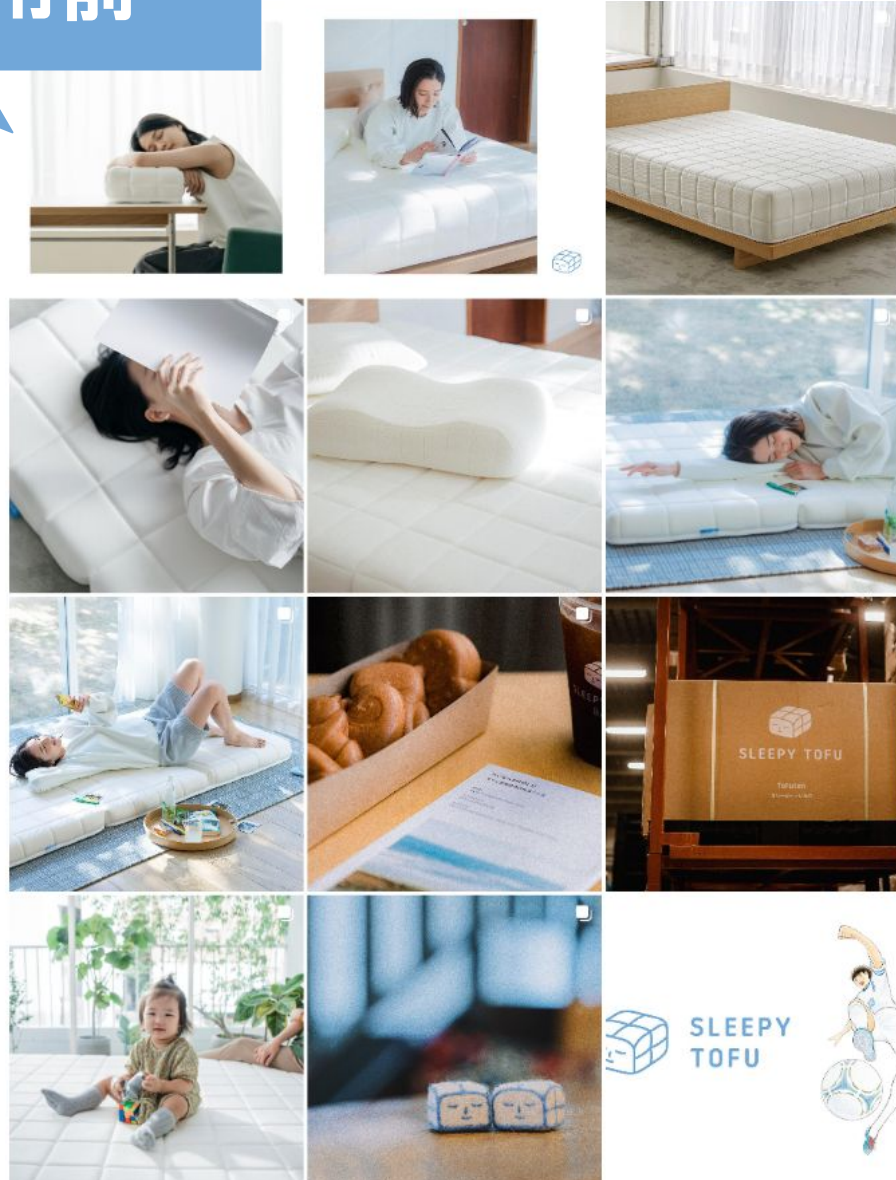
# 実施した4つの施策

---

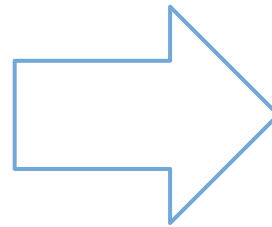
- ①アカウントのコンセプト設計で、**フォロワー増加**
- ②ギフトイング施策で、**良質な口コミの増加**
- ③ファミリーイベント出展で、**リアルな場でのファン作り**
- ④子育て情報誌への掲載で、身近な商品として**認知向上**

# ①コンセプトを刷新して運用

運用前



運用後



# ①コンセプトを刷新して運用

運用前



商品情報の発信がメイン  
(企業側の発信したい  
情報を発信していた)

運用後

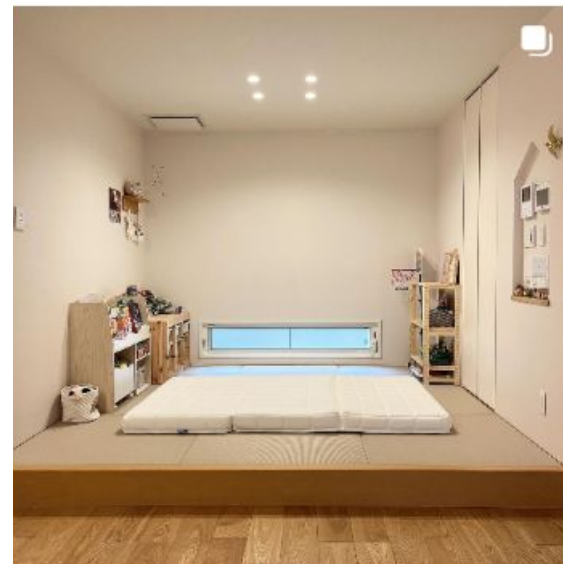
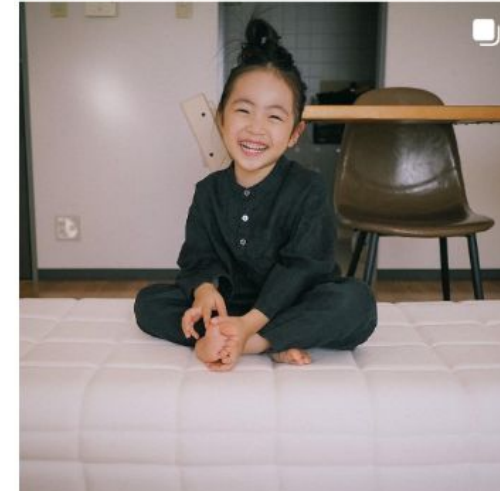


睡眠の悩みに寄り添った発信  
・ターゲット層を明確にし  
・課題解決のための発信  
をすることで、高いエンゲージを獲得、ファンがつくアカウントに成長



## ②ギフティングで良質な口コミの増加

UGC投稿



## ②ギフティングで良質な口コミの増加



件数

月約10件

条件

フォロワー: ~5万人

20代ー40代のファミリー&一人暮らし世帯

GOOD

- ①利用シーンをイメージしやすい、身近な投稿が増えた
- ②自社アカウントのコンテンツとしても活用

# ③リアルイベントへの出展

## リトル・ママフェスタ@池袋



## ③リアルイベントへの出展



### 出展の経緯

日本ではリアル店舗がまだなく、  
使い心地を試してもらおう場が欲しかった。  
集客力のあるリトル・ママフェスタを活用。

GOOD

- ①2日間で1000組以上の人たちとコミュニケーションが取れた
- ②枕が当たる抽選会実施で、大盛り上がり
- ③エンファムの支援体制が手厚く初出展でも安心して臨めた

# ④子育て情報誌への掲載

リトル・ママ  
九州版  
2024年1月号  
タイアップ広告

[九州版] 2023年12月11日号

月刊リトル・ママ[8]

あなたは  
とうふ派? いなり派?

生活スタイルに合わせて選べます。

- ベッドで寝たい。  
• 寝心地を追求。
- 収納したい。  
• 寝心地も重視。

↓

コイルとウレタンの  
良さを合体  
「とうふ」

↓

軽量だから干すのも楽!  
折りたためる  
「いなり」

「とうふ」みたいに  
やわらかいの?

とうふのようなフォームから  
付けられた商品名ですが、  
実はほどよい硬さ。  
だから、赤ちゃんにも  
安心して使えます。

毎月12日(とうふの日)は  
Instagram限定12%OFF  
クーポンプレゼント!

毎月12日に「スリーピー・とうふ」の  
購入に使える12%OFFクーポンの  
プレゼントを実施。Instagram限定  
の特別企画なので、忘れずにフォ  
ローしてね!

Sleepy Tofu Japan株式会社  
問合せ <https://sleepytofu.co.jp> SLEEPY TOFU



もっちりとした高密度の「カステラまくら」も販売



驚くほど軽量だから  
パパと一緒に  
たたむのお手伝い♪



「硬さがちょうどいい」と久慈さん。お昼寝タイムもぐっすりだったそう



「ミニマルな暮らしになじむ  
「とうふ」みたいなのマットレス  
職人が一つひとつ手づくりする台湾生まれの「スリーピー・とうふ」は、まさに  
「とうふ」のような真っ白でコロンとしたフォームが特徴的。今回は折りたたみタイプの  
「スリーピー・いなり」を、2才・4才のカメラマンママに体験&撮影してもらいました。

使ってみました



構成・文/高石彩(本誌) 撮影/久慈鈴奈 デザイン/琴尾かおり

## ④子育て情報誌への掲載



### 掲載の経緯

日本での紙メディア掲載は初。

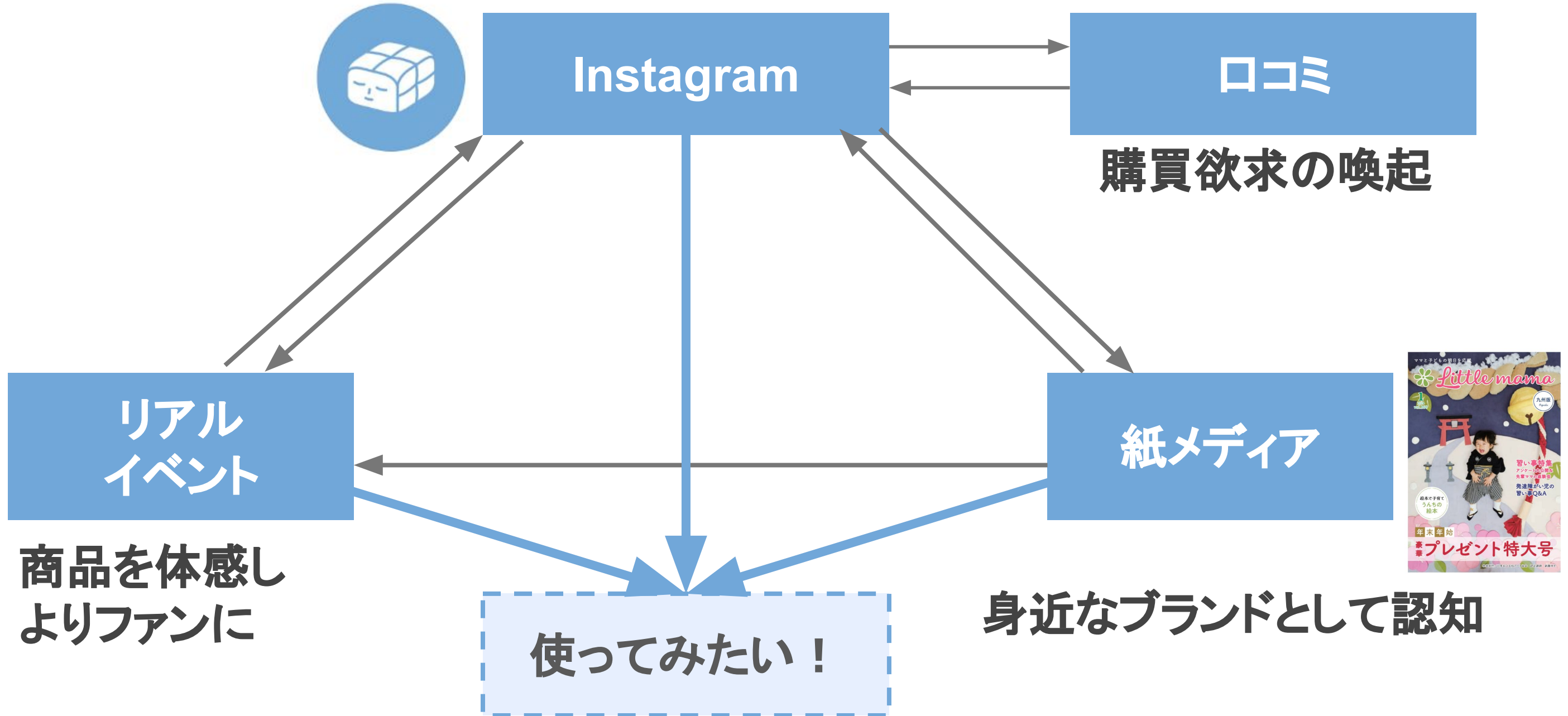
読者と同じ世代のカメラマンさんに自宅で使ってもらい、その様子を撮影⇒子育て層に、より身近に感じてもらえるような形で(記事風の広告として)掲載。

GOOD

- ①リアルなレポートとして読み手に伝わった
- ②二次利用ができる写真素材が大量に調達できた

# まとめ

## お客様層のフォロワーが増加





# Instagram × UGC施策

× リアルイベント

× 子育て情報誌

4つの施策の相乗効果で  
売上UPに繋がった！



# リトル・ママメディアについて

リアルイベントから、雑誌、SNSまでのメディアを兼ね備えたサービスはリトル・ママだけ！



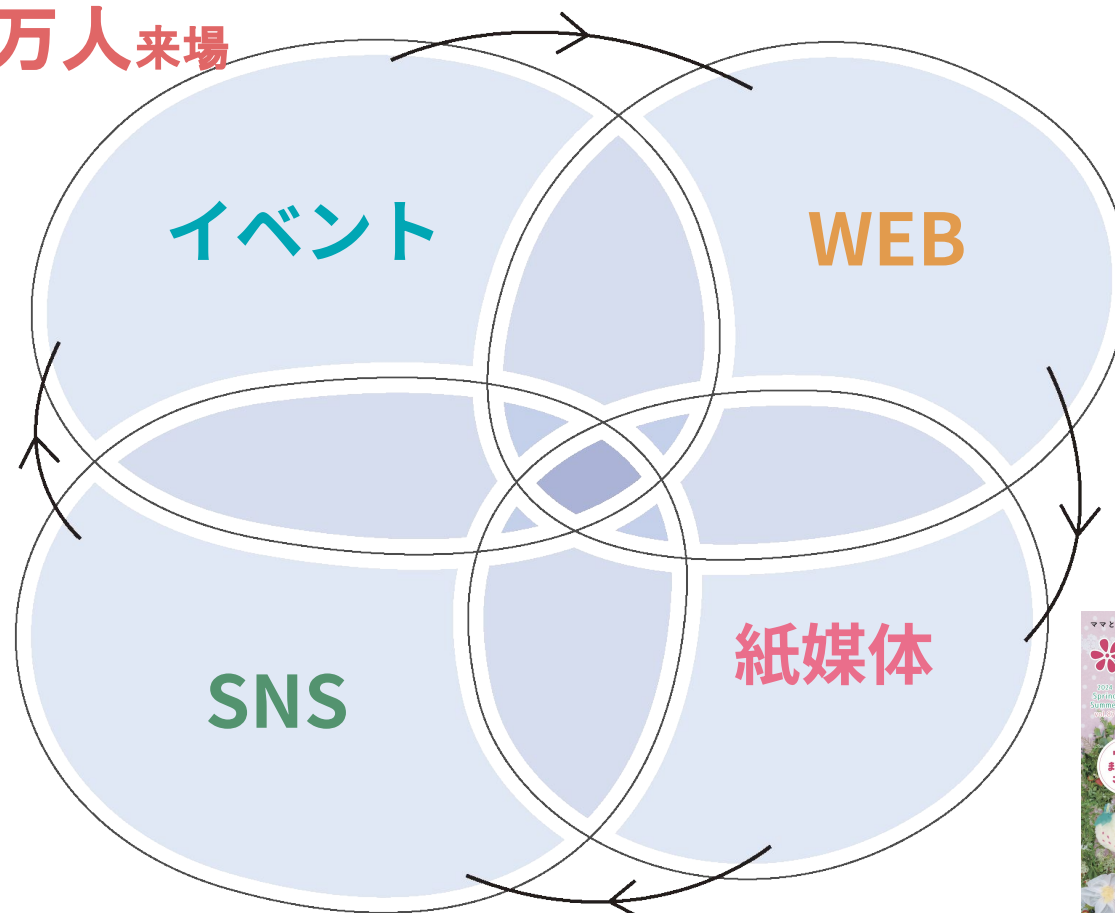
15万人来場

- ・親子フェスタ開催総数日本No.1
- ・出展企業様のリピート率80%以上



約50社運用実績

- ・継続率85%以上
- ・ファンを作るアカウント運用で高い満足度



会員21万人

- ・月間50万PV
- ・会員18万人へメルマガ配信 (平均開封率30%)



全国50万部配布

幼稚園・保育園を通してご家庭に届く育児情報誌

**本日はご参加いただき  
ありがとうございました。**

**セミナー参加特典**

**アカウントの無料診断を行います！**

# Q&A

---