

1投稿で2000フォロワー獲得？！  
効果的なInstagram投稿  
コンテンツ制作のテクニック大公開

Enfam\*

株式会社エンファム.

## はじめに

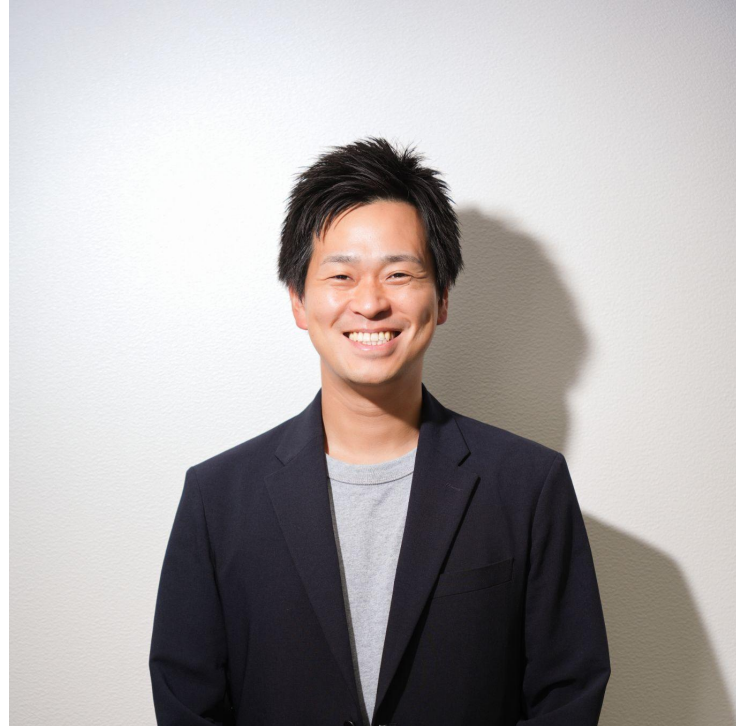
- ・録音録画はご遠慮ください
- ・みなさんの画面は一切表示されないので気兼ねなく御覧ください
- ・セミナー後半にQ&Aタイムがあります。随時質問はお寄せください
- ・セミナー終了後アンケートのご協力をぜひお願いします  
回答いただければ、本セミナーの資料とリトル・ママ会員のデータをプレゼントいたします！

## 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) フォロワーを獲得するコンテンツの作り方
- 4) 実際の成功事例をご紹介
- 5) Q&A

## スピーカー & ファシリテーター

---



日光信夫



伊藤 奈美

株式会社エンファム.

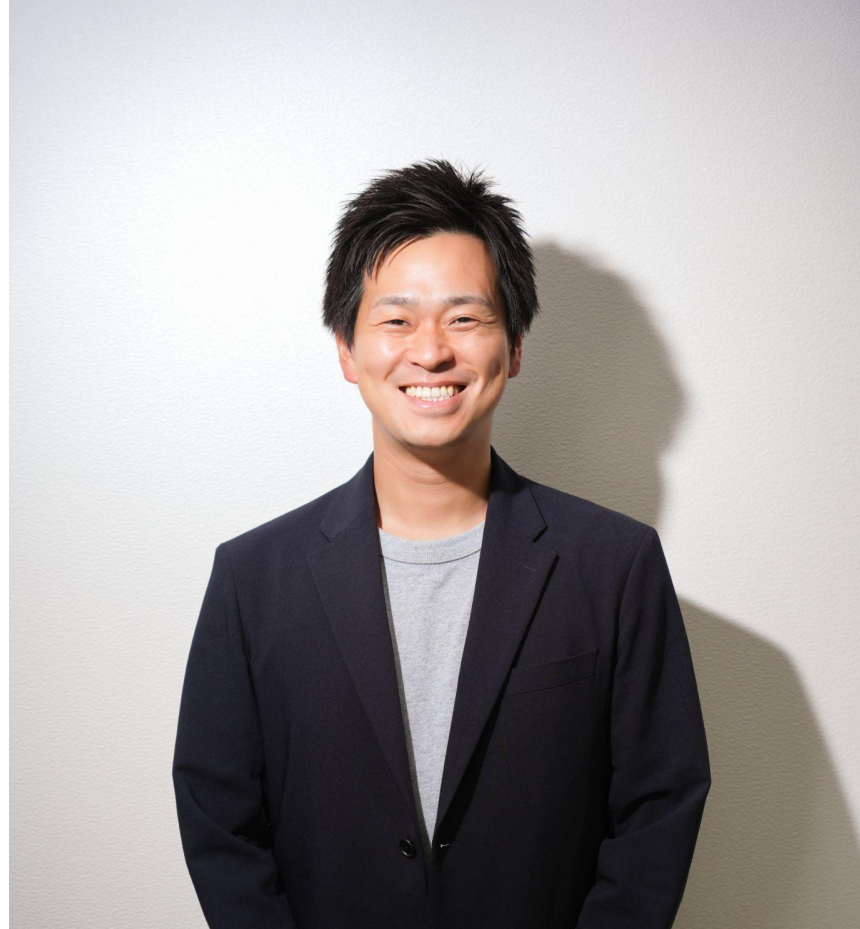
株式会社エンファム.  
株式会社エンファム.  
リトル・ママ キャリア部

## 伊藤 奈美

2021年エンファム入社、  
開発部のデザイナーを経て  
SNS運用のプロデューサーとして企業様の  
Instagram活用支援を行う。  
ユーザー目線での投稿制作とクリエイティブに  
こだわったアカウント運用が得意です。  
リトル・ママビジネススクールの運営を通して  
ママのスキルアップにも注力しています！

週末の予定もいつもインスタで情報収集しています☺





株式会社エンファム.  
執行役員  
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8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運用をするのか？

---

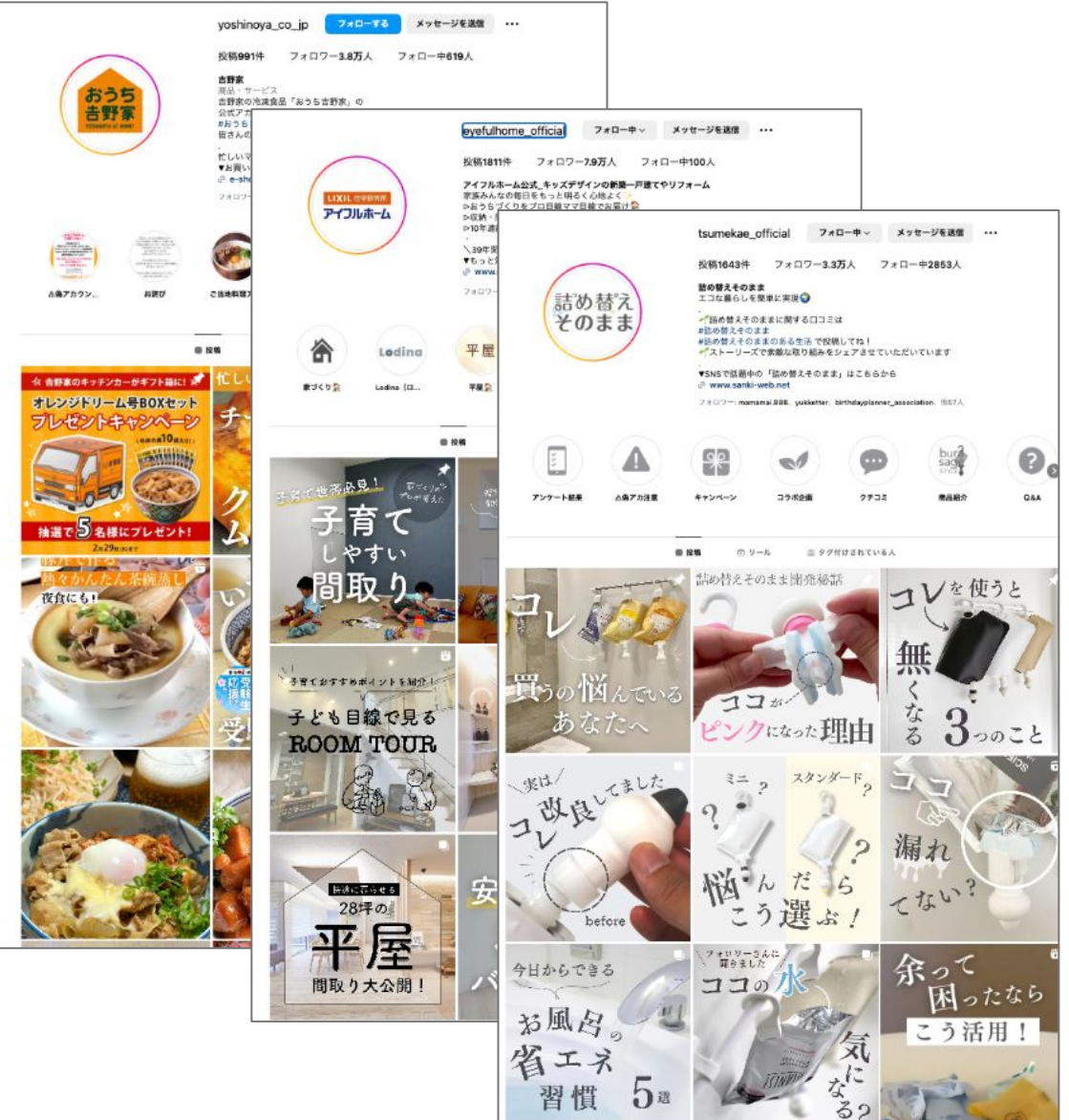


# なぜ企業がInstagramを運用するのか？

## Instagramとは

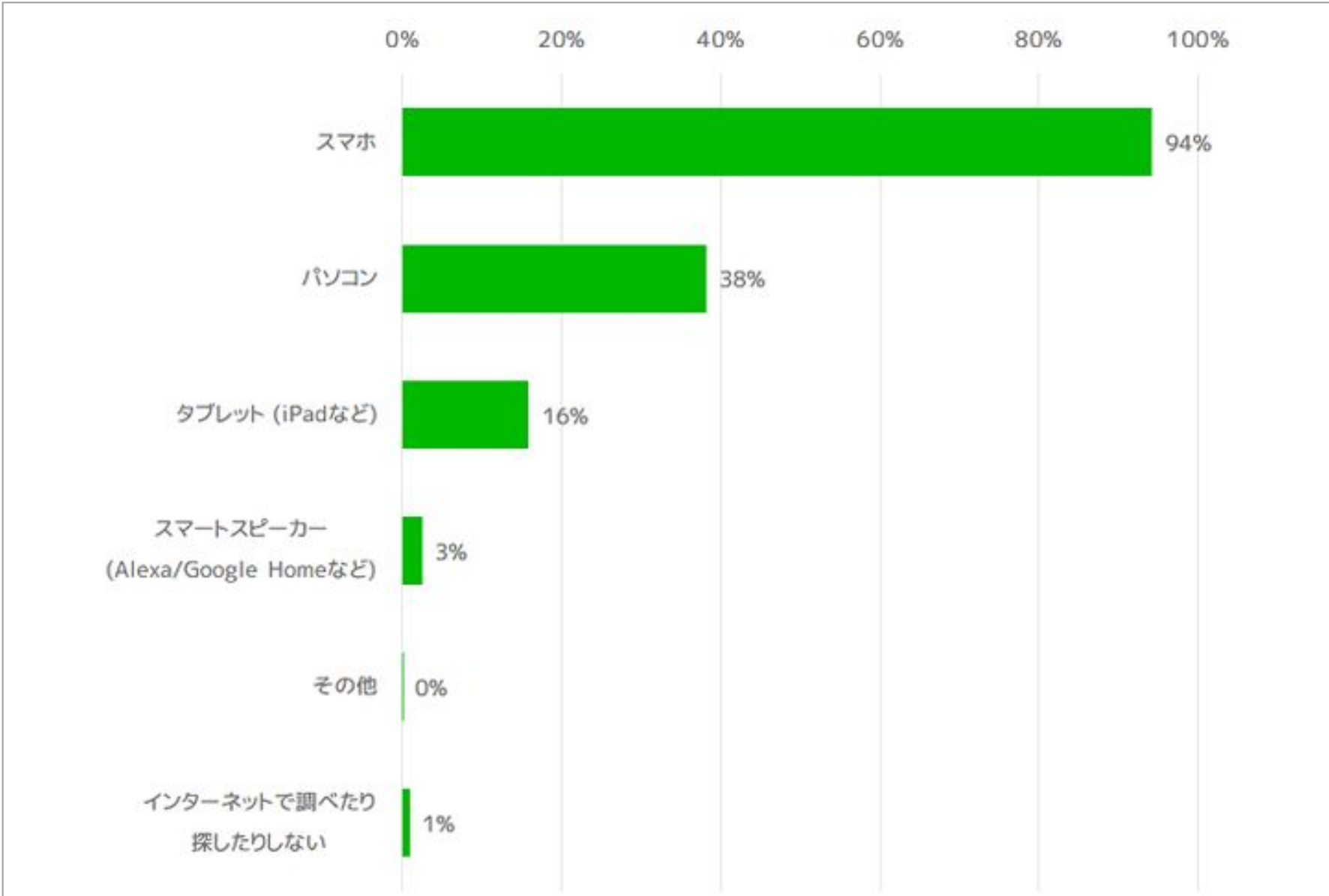
- ・国内のアクティブユーザー数 6600万以上
- ・特に20代ー30代の女性が日常的に使っている
- ・気になる商品やサービスと出会う1番のきっかけになっている

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





# インターネットで何かを調べたり、探したりするときに使うのは？



スマホ  
利用が9割以上

(n=49839)  
LINEリサーチ調べ 2023.09  
複数回答  
※小数第一位を四捨五入して整数表記

# 興味をひかれる商品(モノ)に、どこで出会う？

順位	男性20代	
1	YouTube	44.4%
2	X ※旧Twitter	37.6%
3	Instagram	25.9%
4	家族や友だちの話	22.9%
5	お店の店頭	20.0%

(n=1600)

順位	女性20代	
1	Instagram	63.7%
2	X ※旧Twitter	42.9%
3	YouTube	41.3%
4	家族や友だちの話	33.1%
5	お店の店頭	28.1%

(n=4547)

順位	男性30代	
1	YouTube	41.0%
2	X ※旧Twitter	25.2%
3	ウェブ検索の結果	24.3%
4	テレビ番組	22.0%
5	家族や友だちの話	22.0%

(n=1914)

順位	女性30代	
1	Instagram	55.8%
2	家族や友だちの話	34.8%
3	YouTube	31.8%
4	お店の店頭	30.1%
5	テレビ番組	27.7%

(n=5352)

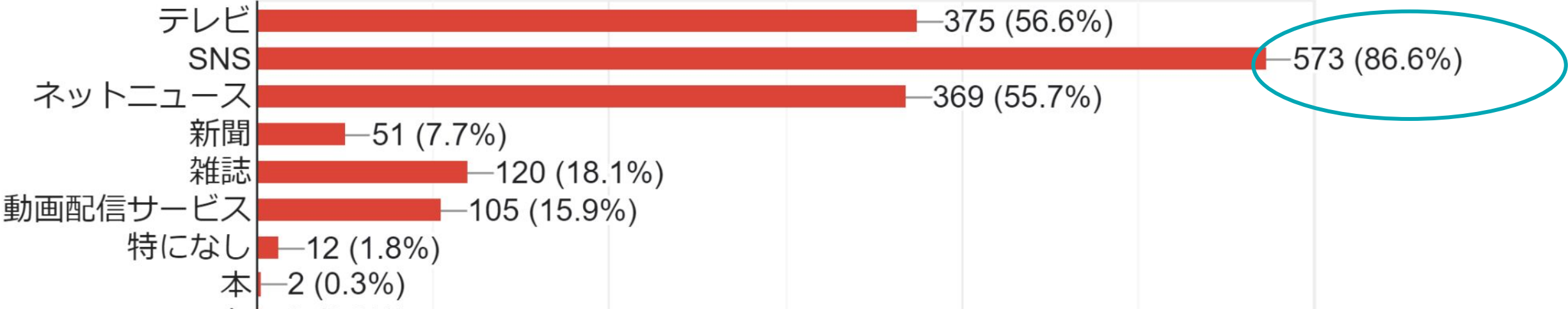
LINEリサーチ調べ 2023.09

複数回答

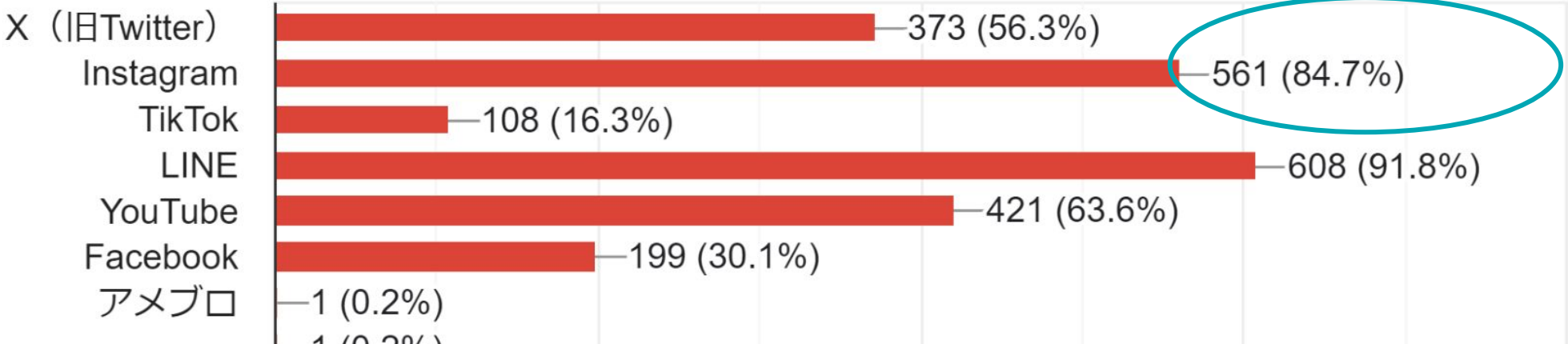
※小数第二位を四捨五入して表記

## Instagramを見るのが習慣化している層がより影響を受けていると推測できる

## 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



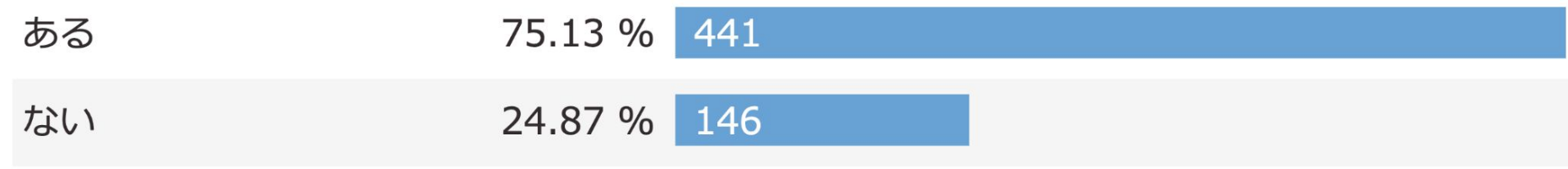
## 普段使用している SNSがあれば教えてください



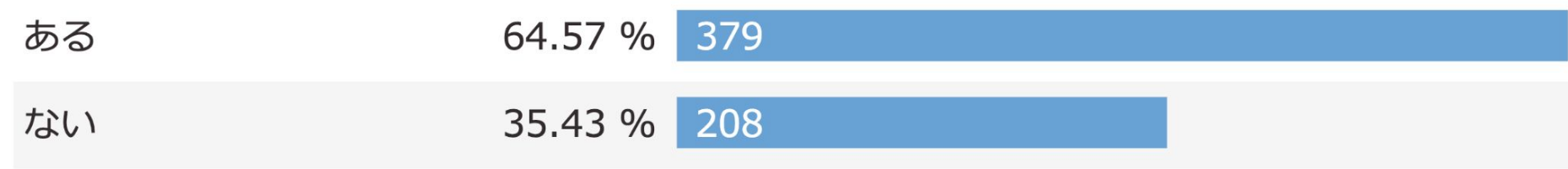
調査機関: 株式会社エンファム.  
調査対象期間: 2023年9月  
調査対象者: リトル・ママ会員663人

# 人々はInstagramの口コミをもとに商品を購入している

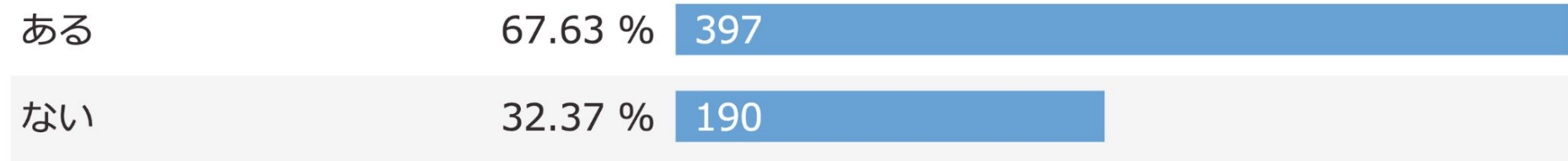
Q. Instagramをみていて、商品がほしくなったり、サービスを契約したくなったことはありますか？



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？

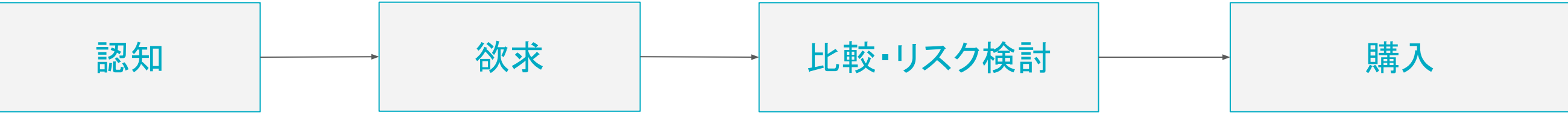


**Instagramでの  
情報が  
購入や契約の  
動機になっている**

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

# Instagramは今までのメディアの概念を変えた

## 通常の消費プロセス



## Instagramの消費プロセス





Instagramは、企業にとって

**ブランディングツール** でもあり

**マーケティングツール** でもあり

**メディア** でもあり

**営業ツール** にもなりうる

# フォロワーを獲得するコンテンツの作り方

---

# コンテンツとは？

## 商品情報



企業側が出したい情報  
売るための情報

## コンテンツ



ユーザーが知りたい情報・役に立つ情報  
⇒画像に文字を入れた形で作成

フォローやエンゲージメント(いいね・保存・コメント＝投稿への反応)  
を獲得するには？

Instagram利用者が求める4要素をおさえる

- ① 日常の課題を解決する
- ② 知らない情報(見ている人にとって新しい情報である)
- ③ 真似したい・すぐに真似できる情報
- ④ 感情が揺さぶられる(見ていて楽しい・気持ちいい)

# 実際の成功事例をご紹介します

---



① 日常の課題を解決できる



結果

フォロー獲得: 185件  
いいね: 156件  
保存: 408件

ポイント

- ・出産祝いで何をリクエストするか悩んでいるユーザーに向けた投稿
- ・出産祝いの購入に悩んでいる人にも刺さる

共感を得られやすく、アカウントのファン獲得に繋がりがやすい

# ① 日常の課題を解決できる



## 結果

フォロー獲得: 82件  
いいね: 237件  
保存: 226件

## ポイント

- ・子どもの誕生や成長により意外と悩む寝具問題を解決する投稿
- ・子どもが写っている表紙で一目で子どもに関する投稿だとわかることなのも重要

**共感を得られやすく、アカウントのファン獲得に繋がりがやすい**

## ②知らない情報(見ている人にとって新しい情報である)



### 結果

フォロー獲得: 816件

いいね: 988件

保存: 2,236件

### ポイント

- ・実はベビー用品には、生まれてみないと必要かどうか分からないものがあるという新たな情報を与えている

**一般の方が知らない情報は反応が取りやすい**



③真似したい・すぐに真似できる情報



結果

フォロー獲得: 70件  
いいね: 238件  
保存: 221件

ポイント

・水と砂糖の代わりに甘酒で美味しいパンが作れるよという投稿＝パン好き、健康志向の人に表紙が刺さった

保存に繋がりがやすい＝真似したい、あとから見返したい

④感情が揺さぶられる(見ていて楽しい・気持ちいい)



結果

フォロー獲得: 2,634件  
いいね: 3311件  
保存: 7,477件

ポイント

- ・シンプルに写真だけをまとめた投稿だが「自慢したくなる」という感情を起こすことができている

憧れやいいなあ、素敵！と思わず反応したくなるようなもの



# 1つの投稿は良いけど、なんか上手くいかない ...

---

- ✓ コンテンツを頑張って作っても全然反応がない
- ✓ 投稿は悪くないけど、フィードの雰囲気がうまくいかない
- ✓ フォロワーが増えない

コンセプトに合った  
投稿が作れていますか？



# コンテンツの制作する上でコンセプト(価値)が大切

---

## 大切なのは

投稿内容とアカウントページが提供する「**価値**」を統一 すること

## なぜなら

フォローするかどうかの決め手になるのは

「**フィードの雰囲気**」が好きかどうか で

フォローした後、いいねや保存などの反応をするのは

**コンテンツが気に入ったかどうか** だから

# フォローされる仕組み



情報を探す or レcommendされる



共感・課題が解決する



期待してプロフィールページを見に行く



可能性が高いとフォロー



将来も同じコンテンツが届く可能性が高いか判断



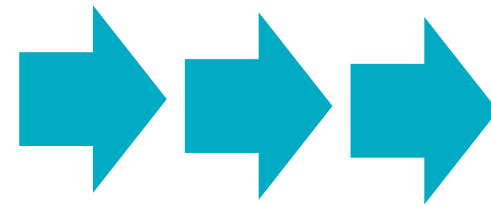
# つまり

出会った1つの投稿と

アカウントが発信している価値観が同じ



情報を探す or レcommendされる



⇒フォローにつながる

⇒いいねや保存などのエンゲージメントに繋がる

# でもこんなことありませんか？

---



投稿とフィードの世界観や価値観を  
揃えているんだけどなあ・・・

もしかしたら、発信の仕方が間違ってるかも？

企業の伝えたい情報 と 消費者が欲しい情報 は

必ずしも同じではありません！



## Instagramで支持されるのは

- ① 日常の課題を解決する
- ② 知らない情報（見ている人にとって新しい情報である）
- ③ 真似したい・すぐに真似できる情報
- ④ 感情が揺さぶられる（見ていて楽しい・気持ちいい）

# 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！



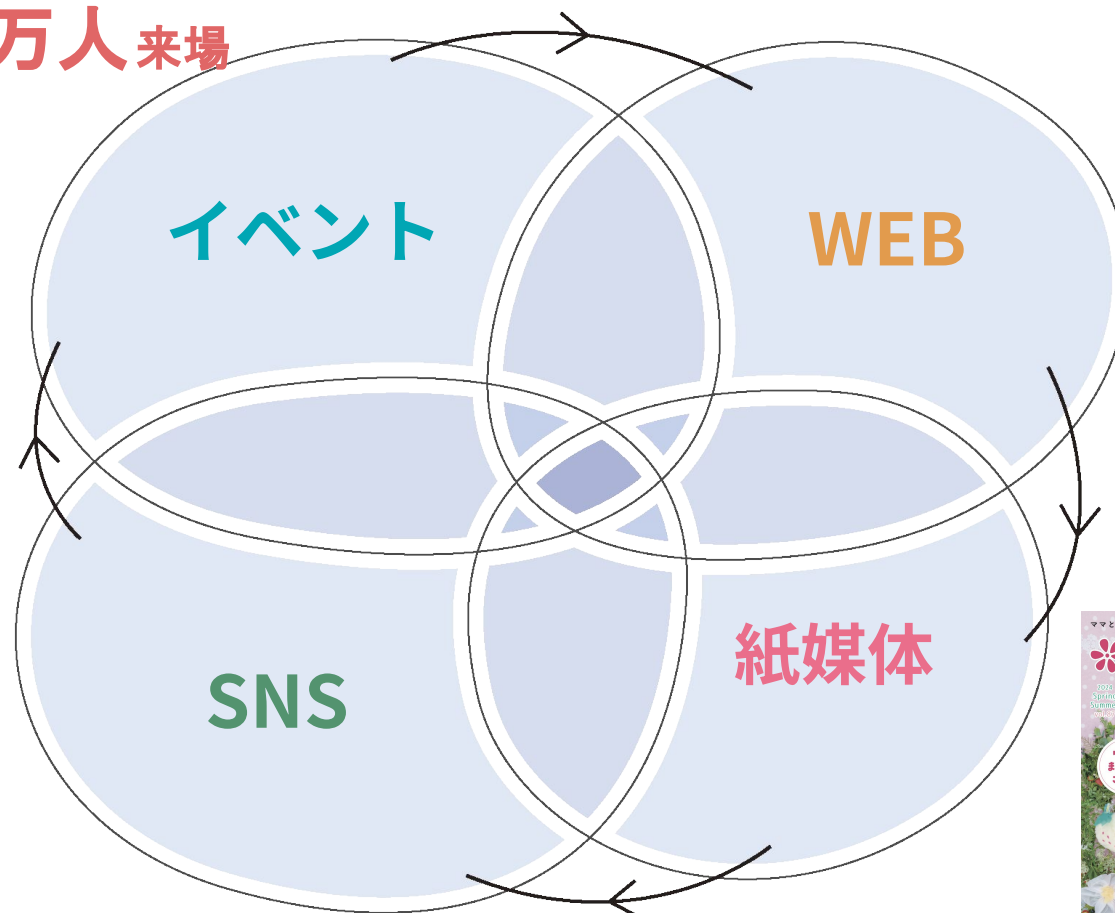
15万人来場

- ・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30万部配布

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

---