

フォロワー数0→13,000人に増やした
SNSマーケターによる

インスタグラム集客術

2021.9.3 改訂 ナツミ

コンテンツ 目次



はじめに



自己紹介



第1章：Instagram集客の**基本**を知る



第2章：Instagram集客の**準備**をする



第3章：Instagram集客の**実践**を積む



さいごに

はじめに

2019年、日本における広告費は、インターネットがテレビを抜きました。
SNS利用者数は年々増加し、生活インフラの一部になりつつあります。
数あるSNSの中でも、重要なツールの1つが**Instagram**です。

＜インスタグラムユーザー数＞ ※MAU=月に1度はInstagramを開く人

- 世界（MAU）：**10億以上**
- 日本（MAU）：**3,300万人**

＜日本人のインスタ熱＞

- ハッシュタグ検索回数：**世界平均の3倍**
- 月間アクティブ率：**84.7%**（LINEと同等）

Instagramでモノが売れる時代になりました。
この時流に乗らない手はありません！

自己紹介

はじめまして、**ナツミ**と申します。

現在、SNSマーケターとして活動しております。

前職の大手企業マーケティング現場で、SNSをゼロから立ち上げ。

- **Instagram : 0人 → 13,000人**
- **Facebook : 0人 → 14,000人**

上記実績がありますが、試行錯誤した点多々ありました。

そんな自分が経験してきた、**現場での実践的ノウハウ**を元に

「Instagram集客の方法」をまとめました。

私のお伝えする情報が、1人でも多くの方に届き

「Instagramを活用したビジネス」の一助となれば幸いです。

本書を読むと

数あるノウハウの中から、
本書を手にとって頂きありがとうございます。

そして、おめでとうございます！

本書を読んで実行していただくと、

- ・ **Instagram集客の基本**が身につきます
- ・ あなたと相性の良いフォロワーとお近づきになれます
- ・ 相性の良い「お客様」だけが増えます
- ・ 集客ができるようになると、セールスは不要になります

なんて**ステキな状態**でしょうか！

第1章 Instagram 集客の**基本** を知る



Instagramで集客を行うべき3つの理由



Instagramを集客に活用できる3つの理由



ユーザーの新しい購買プロセスとは？

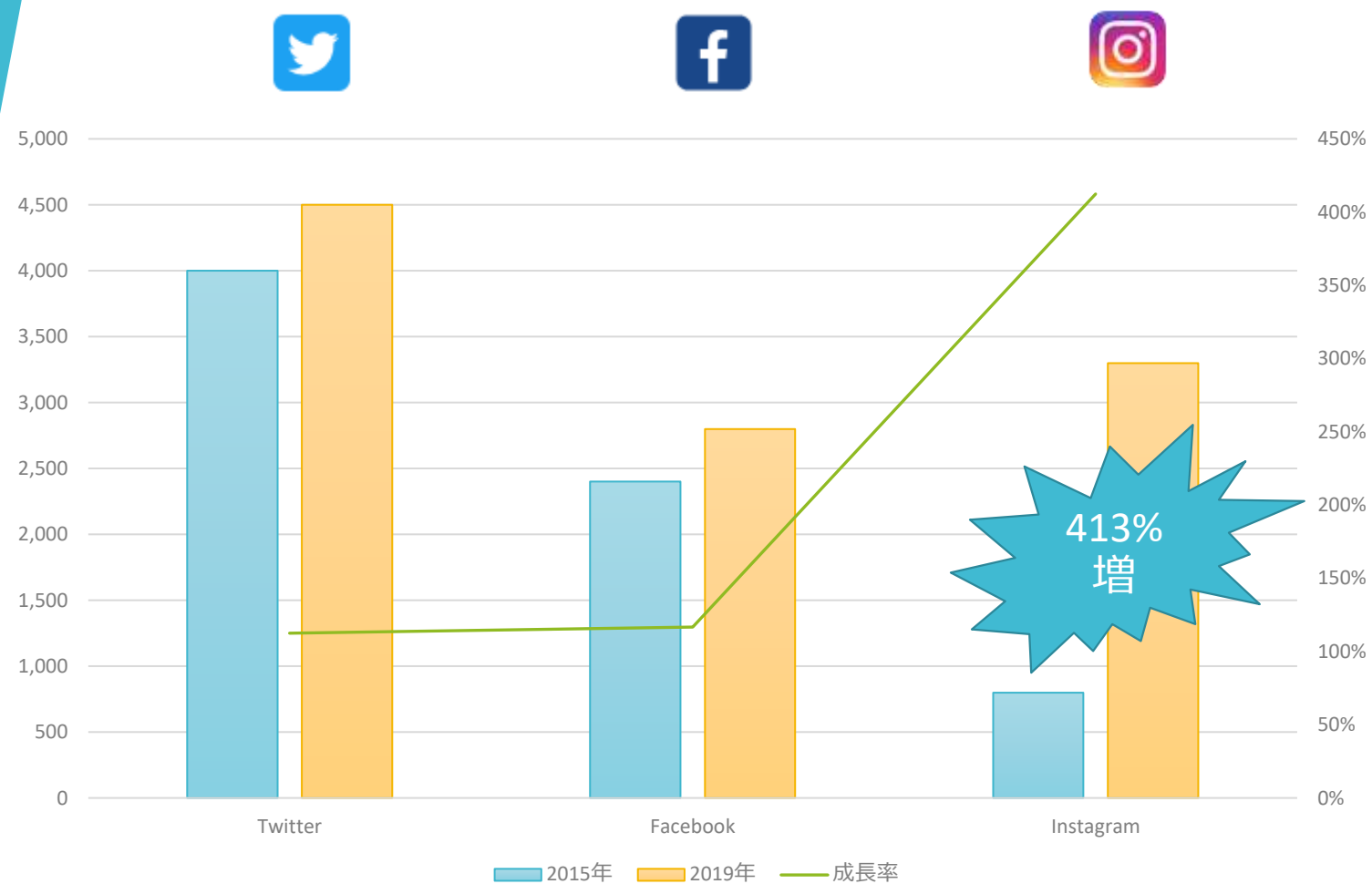


Instagram集客の強み

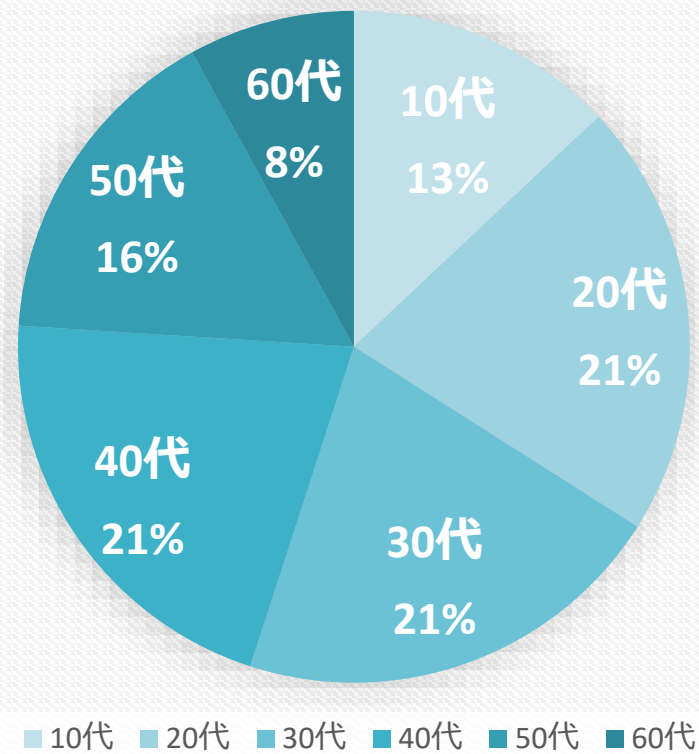
インスタで 集客を 行うべき 3つの理由

1. インスタグラムユーザーが**増加している**
2. インスタグラムユーザーの**行動が変化している**
3. インスタグラムに**集客を後押しする機能**が実装されている

インスタ ユーザーの 激増



インスタ ユーザーの 年齢層に 広がり (2019年)



集客を 後押しする 機能

- ✓飲食店へ注文も出来るように！
- ✓現在：飲食店に限られた機能
- ✓今後：更に集客を促す機能が実装される見込み

→今がInstagram集客の始め時！



Instagramを 集客に活用 できる3つの 理由



世界観の表現



情報量の多さ



コミュニティ化

世界観の表現

あなたの「世界観」を表現できる場がInstagram

1. プロフィール
2. コンテンツ（画像・動画一覧）

あなたの「世界観」に価値を感じたユーザーがファンになってくれます

ブランディングに成功すれば、広告宣伝費削減に。

※「BOTANIST」は成功企業。

※ここがスゴイ▶マス広告を使わずにバズを起こした。

1



2



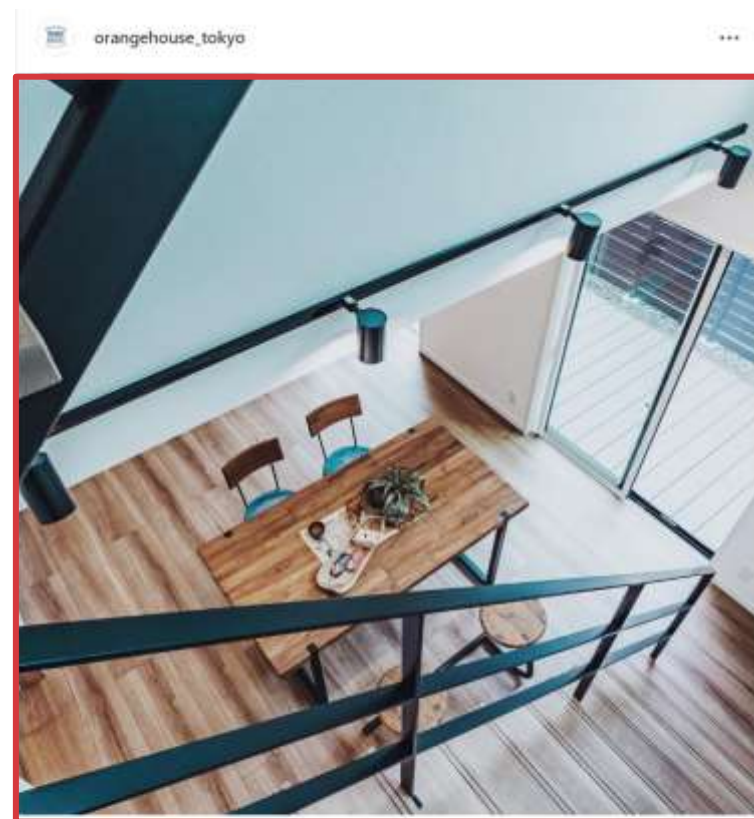
情報量の多さ

1度の投稿で**沢山の情報を伝達**できるインスタグラム

1. 画像 or 動画
2. 文章
3. #ハッシュタグ

ユーザーが求める情報を、
3つの構成で効率的に伝達できる

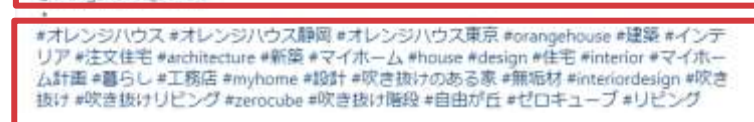
1



2



3



コミュニティ化

Instagramには、
Twitter/Facebookのような「拡散性」はありませんが

興味関心でつながれる「#ハッシュタグ」
お互いにタグを付合う「タグ付け」「@メンション」

Instagramは、
あなたと興味関心が近い人と、**コミュニティ**を作れる

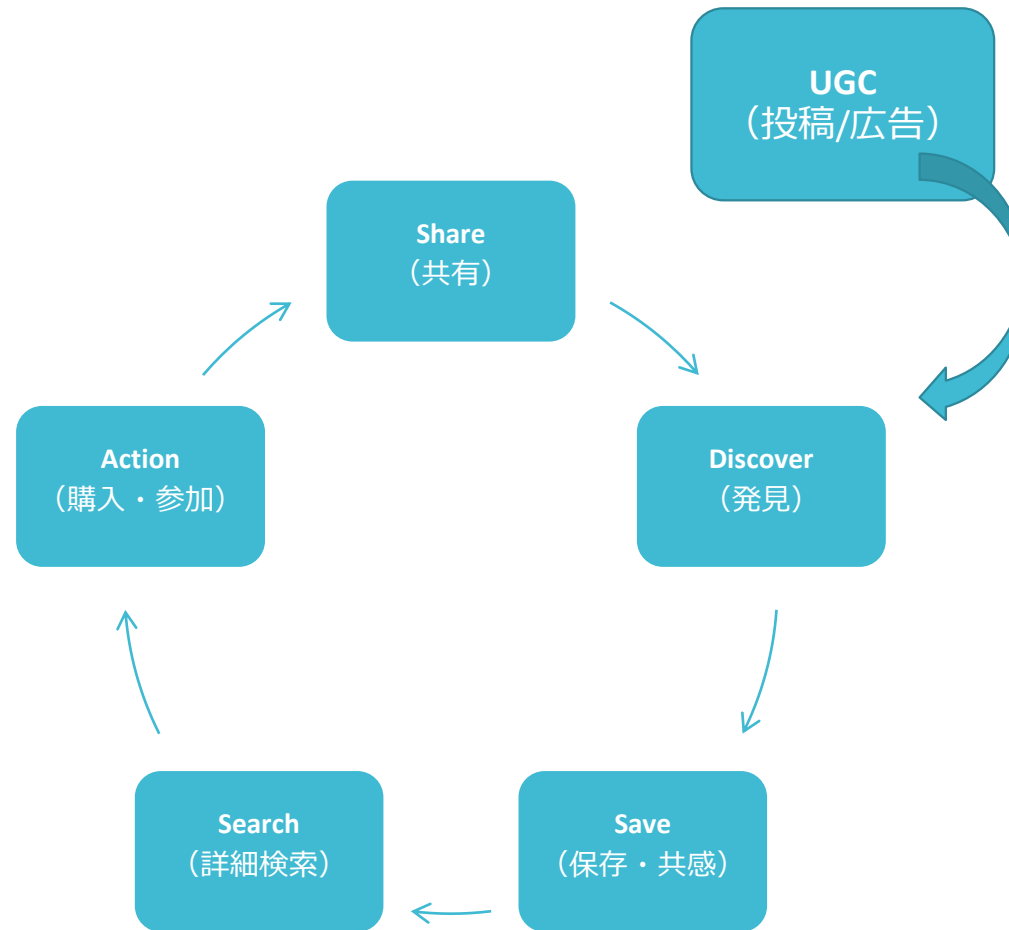
※「古着女子」は成功事例。古着好きが集まるコミュニティ。

※ここがスゴイ▶古着好きユーザー達の投稿をリポストして
アカウントを構築し、メディア化している。



新しい購買 プロセス とは？

新しい購買プロセス「UDSSAS（ウドサス）」



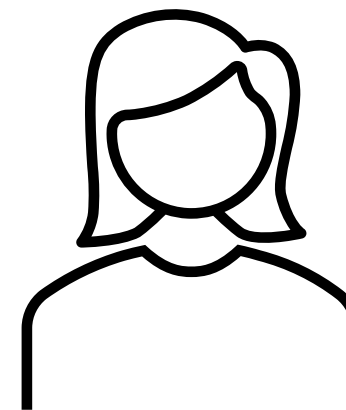
※UGCについては、口頭で解説させていただきますね！

1つの例を挙げてみましょう

<ここに1人の女性がいます>

- ・ 会社員
- ・ 20代後半
- ・ 最近、プロポーズを受けた
- ・ 夏のリゾートで、少人数の挙式を挙げたい

→「**結婚式**」に関する最新情報を集めたい



幸せいっぱい
浮かれたA子

発見



なんかいい情報ないかな～

発見

保存

検索

購入

共有

フォローしている人の投稿や
発見タブから
好みの投稿を“偶然”「発見」

保存



とりあえず**保存**しとこ！



保存やフォローにより
「**リアルな情報**」を得る

検索



店や商品について詳細情報を**リサーチ**
「検索エンジン」も活用！

購入

早速行ってみよ！



発見

保存

検索

購入

共有

「検索」した情報を参考に
「購入」や実店舗へ行く等の**アクション**

共有

思った以上に良かった～
備忘録としてシェアしようかな！



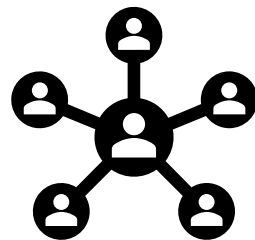
自分が得た「体験」を「共有」

購入しなくとも
有益な情報を「共有」する事も！

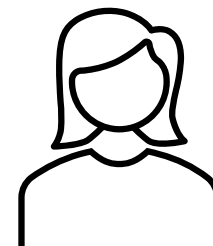
共有



発見



UGC



幸せで
大満足なA子



発見

保存

検索

購入

共有

わたしの「体験・共有」が
だれかの「発見」につながる

※興味が絞られた情報が拡散される！

購買プロセス を把握し 施策を練る

A子のように、ユーザー 1 人 1 人が
あなたのサービスを発信したくなるよう、仕掛けていきましょう！

- あなたが今まで「シェアしたい」と感じた情報は？
 - あなたが今まで「保存」した情報は？
- そういうところにヒントがあります。

Instagram集客の強み

- ・ Instagram集客

特定のターゲット（興味関心の強い見込み客）に

特定の価値を提供しやすい

→コミュニケーションを取りやすい！

- ・ マス広告集客（新聞・チラシ・テレビ・電車中吊り広告等）

出稿金額が多いため、「だれも見る」。

→ゆえに「だれにも刺さらない」というケースも多い。



第2章 Instagram 集客の準備 をする



Instagramをビジネスに活用する**目的**は？



フォローしたくなるアカウントの**秘密**とは？



素通りできない魅力的な**世界観**のルール



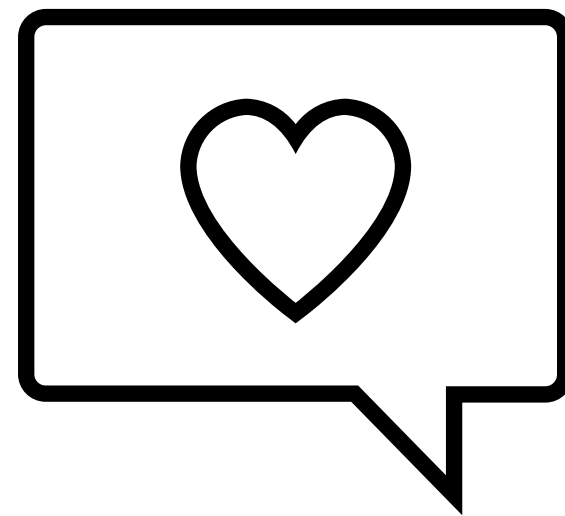
ビジネスアカウントへの変更はマスト！

Instagramを ビジネスに活用する目的は？

あなたの商品やサービスを購入してくれる可能性のある
見込み客を集める = 友だちを集める

これが**大前提**！

- ✓「フォロワー」を増やすことが目的ではない
- ✓「フォロワー」が多ければ良いものでもない



フォローしたくなる
アカウントの**秘密**とは？

一目で刺さる“世界観”

「フォローする価値があるか」
「フォローする価値がないか」
ユーザーは一瞬で判断します。

「価値なし」と思われたら、
どんなに素晴らしい商品があっても
たどり着いてもらえません！



なぜ世界観が重要なのか

大前提：世の中の「情報」は、既に飽和状態

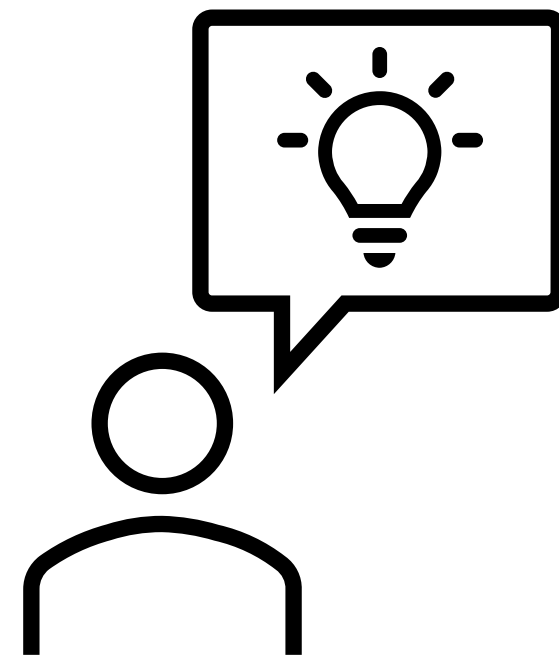
同じようなコンテンツが溢れる中、
ユーザーが「なんか好き、**私のためにある情報だ**」と
共感できないとフォローはしません。

ターゲット「だけ」に響く世界観があれば、成功です

ターゲット「だけ」を反応させるのが、良い世界観

✓「見本となるアカウント」を3つ程ピックアップすると良いです

※判断に迷った際の指針にもなる

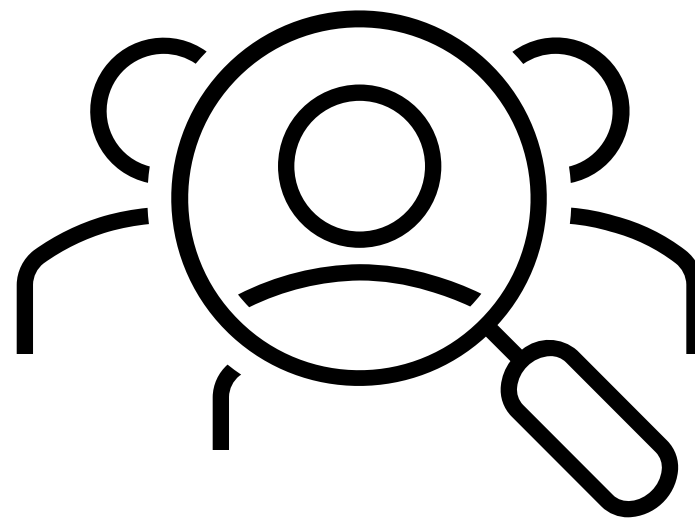


素通りできない 魅力的な世界観のルールとは？

「ターゲットを絞り明確にするコト」
→最も大事なポイントです

「多くの人に届けよう！」と意気込んでも、
曖昧なメッセージになってしまいます。

投稿は、**お客さまと1対1の対話**だと思ってください。



自分のポジショニングを再確認

あなたのビジネスの**ポジショニング**を再確認しておきましょう。

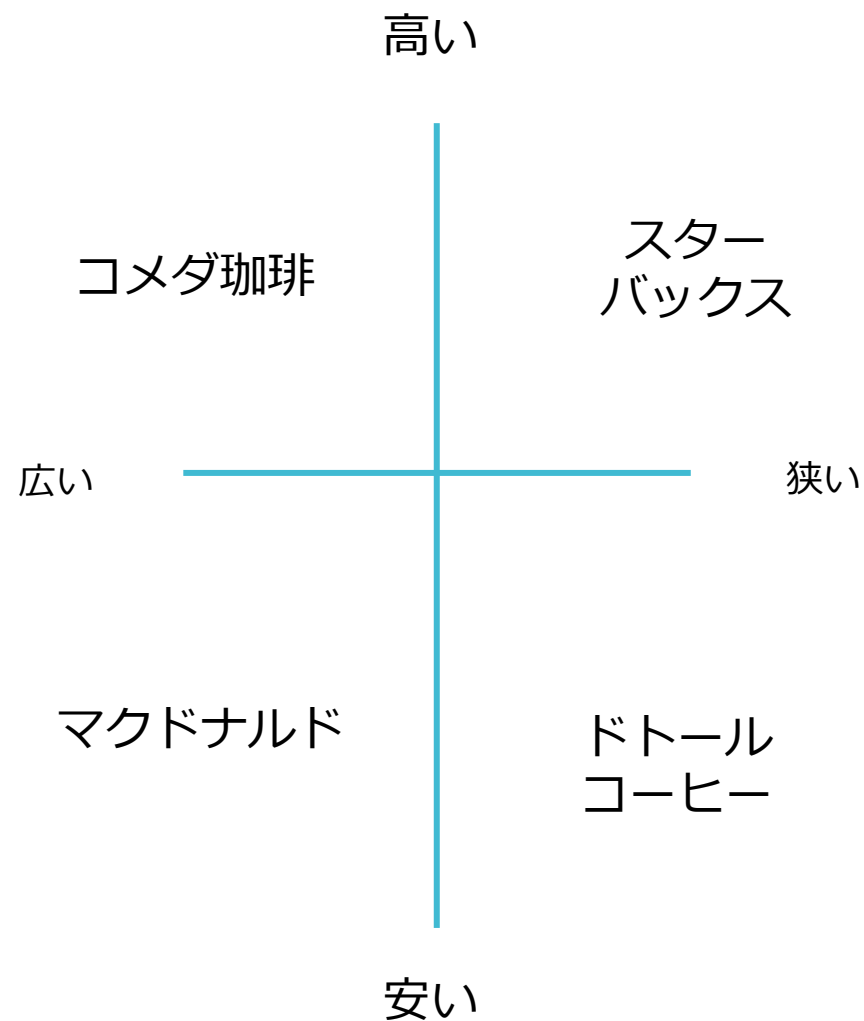
例) コーヒーショップで比較

- ・ コメダ珈琲：落ち着いた時間を過ごしたい【空間】
- ・ スターバックス：ゆっくりオシャレに過ごしたい【空間】
- ・ マクドナルド：子連れでも入れるメニューや席【価格】
- ・ ドトールコーヒー：駅近でさくっと入れる安心感【環境】

→【●●】が顧客が本当に求めているものだと考えると

自身のビジネスで訴求するポイントが見えてきます。

売りはコーヒーではなく、【●●】が本当の売り。



※縦軸横軸は状況によって、変えてみる

世界観の 構成要素

1. ユーザーネーム

2. アイコン画像

3. 名前

4. プロフィール

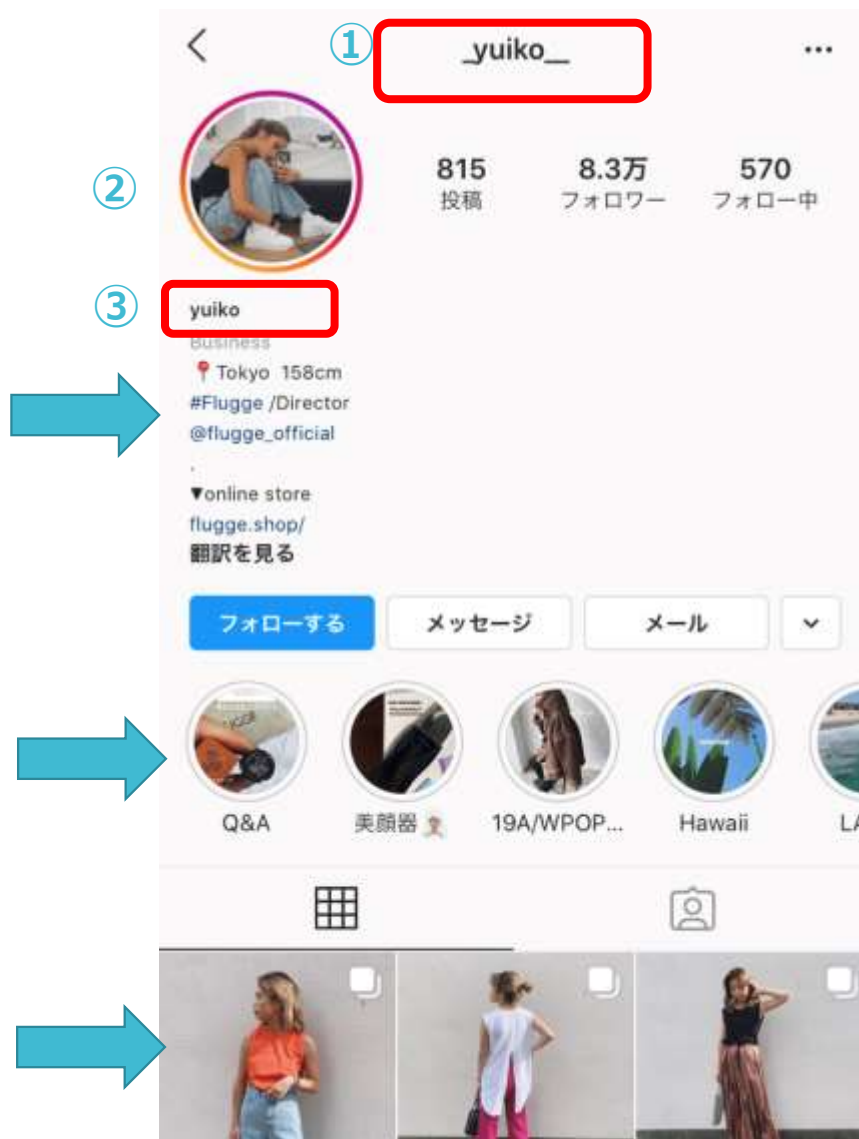
- ・あなたが何をしている人か
- ・どんな情報を提供しているか
- ・5秒で分かる簡潔さが好ましい

5. ストーリーズハイライト

- ・最新情報があるか
- ・興味を引くカテゴリがあるか

6. 投稿画像

- ・9枚目までの投稿画像で勝負が決まる
- ・最新投稿1～2枚だけ良くてNG



1. ユーザーネーム = 超大事！

- ・ 検索したユーザーが最初に目にするのがユーザーネーム
→ **名前よりも大事**と思ってください！
- ・ 誰でも分かる**シンプル**な文字列が望ましい
→ ローマ字のみのため
- ・ 会社名、ブランド名、個人名、サービス内容などを簡潔に表現しましょう！

「名前」は
表示されない



#サーフフィット
で検索



検索結果から
投稿をタップ



最初に
目にする名前は
ユーザーネーム

ユーザーネームが超大事な理由

1. コメント欄でもユーザーネームしか表示されないから
→ユーザー名が分かりづらいと覚えてもらえない
2. 後から変更するとプロフィールURLが変わるから
→アカウントが既に育っていて、外部リンクがある場合
ユーザーネーム変更は控えましょう



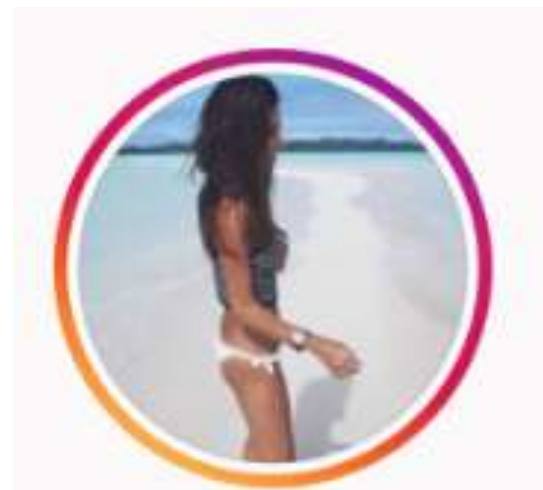
2. 目を引くアイコン画像とは？

分かりやすい・目立つ

アイコン画像は拡大できない為、
瞬時に興味を持ってもらう工夫が必要

画像選定のポイント：

- ・どんな投稿をするアカウントなのか
- ・どんなアカウントと認識されたいか



パット見で
何のかが
分かりやすい



3. 名前

✓自分の名前（本名じゃなくてもOK）

✓発信テーマを名前に含むのも良い

→テーマを入れると検索結果画面に、
反映されるからです

✓オシャレな文字にしたい時は変換サイトを
活用しましょう！



←オシャレ文字に変換できるサイト
「シャポ庫」

<https://www.shapoco.net/plainstyle/>

4. アクションボタン

下記ボタンの設置も可能！

✓メールボタン

✓電話ボタン

連絡の取りやすいボタンを
活用していきましょう！



4. 魅力的なプロフィールの要素は？

1. **どんなジャンルか、どんな人物か**
 - ・ 5秒で分かる位の簡潔さが理想
 - ・ どんなライフスタイルなのか
2. **権威性**
 - ・ 具体的な数字
 - ・ スゴイと思わせるような見せ方
3. **どんな情報が得られるのか**
 - ・ 自分にとって得のある話「だけ」知りたい
 - ・ ハッキリとわかりやすく
4. **WEBサイトURL**
 - ・ 長過ぎるURLは美しくない
 - ・ 長い場合にはbitlyなどを活用する

「共感」や「有益性」を感じ取ってもらえば
フォローされやすくなる！



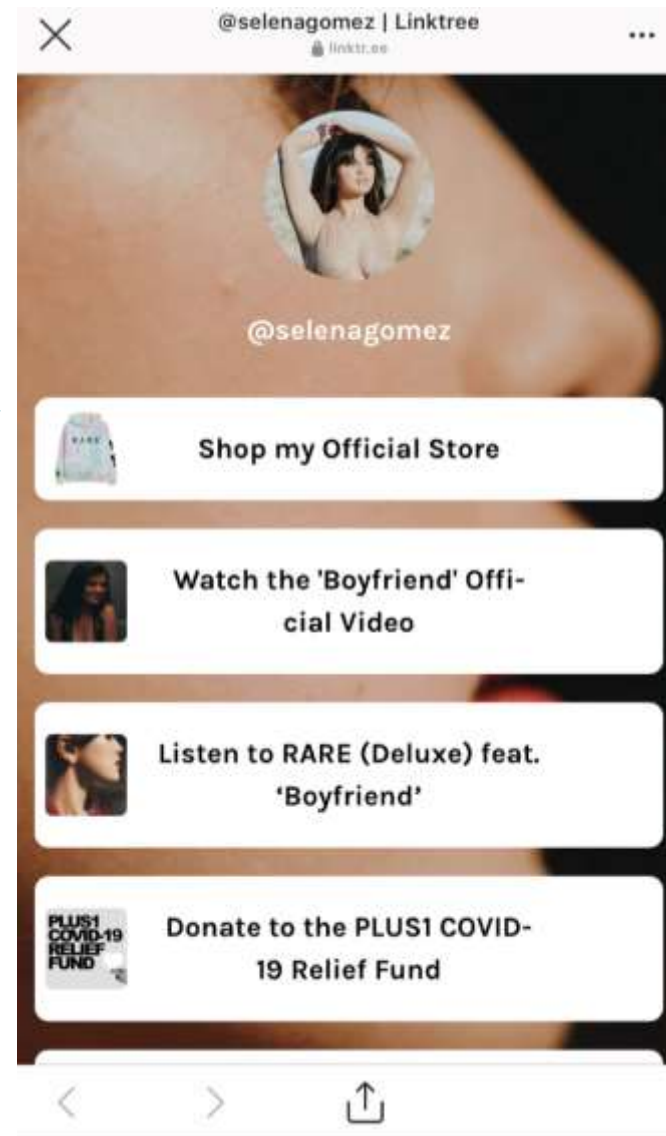
4. 複数のリンクを掲載したいときは

「Link tree」という
サービスを活用するのもOK！

- ・ HP
- ・ You Tube

など飛ばしたい外部サイトが
多い場合には重宝します。

※ただし、リンクの選択肢が多すぎるのも
ユーザーを迷わせる要因になるので、
よくご検討ください！



5. ストリーズ ハイライトとは？

- ・ **ハイライト**：24時間で消える「ストーリーズ」をプロフィールページに常時表示できる機能
- ・ ハイライトをタップすると、過去のストーリーズを見られる
- ・ 自己紹介の一部として、最大限に活用していきましょう！
→色んな切り口で作しましょう！

最新
ストーリーズ

ハイライト



フォローするまでの5段階ステップ



イイ感じ!

他の投稿も
気になる!



①投稿チェック
検索や関連投稿経由で流入

②プロフィールタップ

③過去投稿をパーッと見る

フォローするまでの5段階ステップ



④プロフィールチェック
アカウントの人物像確認



⑤フォローを決断！
やっそこフォローです

1. 個別投稿を見て
2. 投稿一覧を見て
3. プロフィールを見て

ユーザーはこの流れで
フォローするか否かを
瞬時に判断しています！

ビジネスアカウントへの変更はマスト！

元の設定は「個人用アカウント」になっている為、**「プロアカウント」**に切替えましょう！

※設定画面から変更可能です

ビジネスプロフィールに変更する**3つのメリット**

1. 広告を打つことができる
2. インサイト（数値）を見ることができる
3. 電話、メール、道順などのボタン設置ができる

※詳細は第3章でお伝えします

