

少ないフォロワー数で
大きな売り上げを

インスタグラム集客術

2022.3.26 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

「インスタ映え」が流行語になり、
日本のインスタユーザー数は、今も爆発的に伸びています！

<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、インスタ集客をメインとするWEBマーケターとして活動中です。

以前は、大手企業のマーケティング現場にいました。

SNSはゼロから立ち上げ、

- **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」をまとめてみました。

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

数いる発信者の中から、
選んでくださり、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、

- **インスタグラム集客の基本**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5段階行動とは？

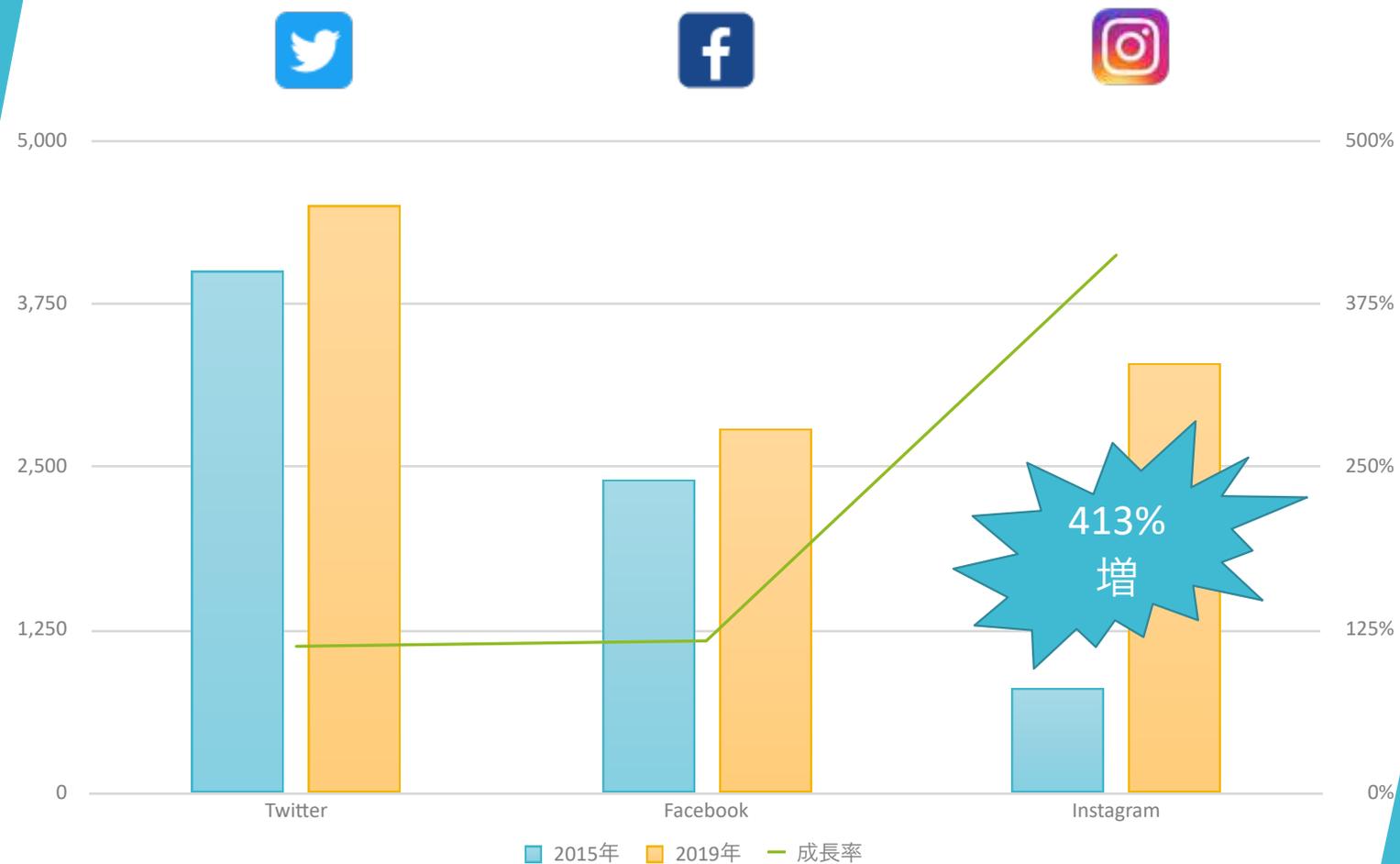


Instagram集客の強み

インスタで 集客を 行うべき 3つの理由

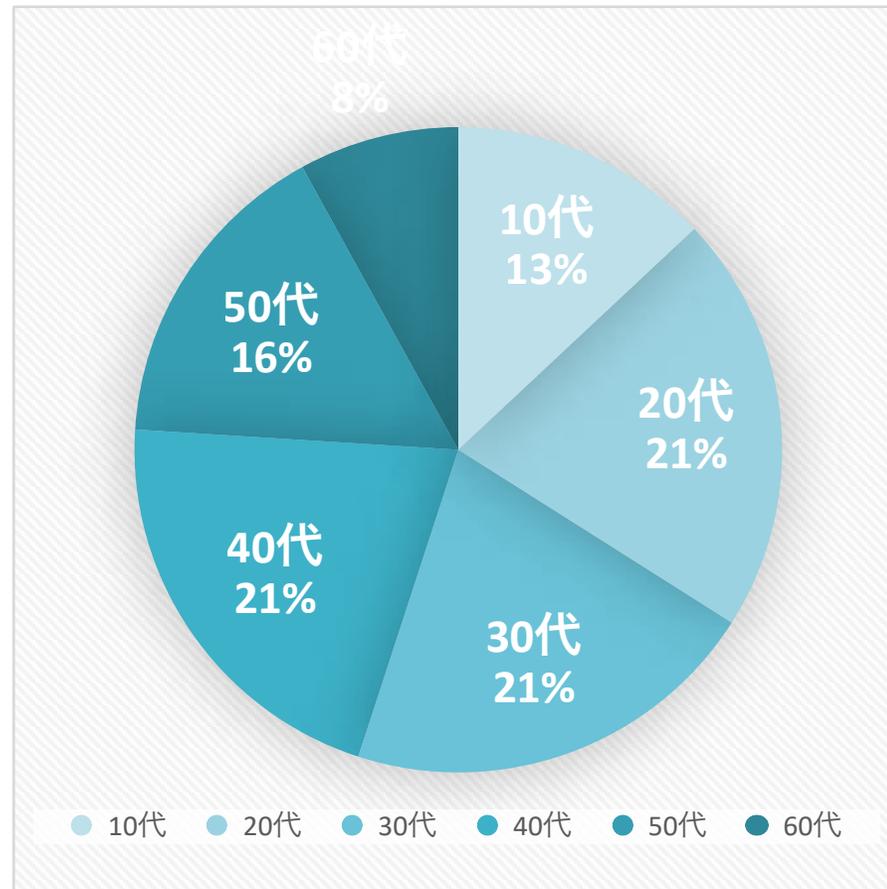
1. インスタグラムユーザー増加：30～50代+男性
2. インスタグラムユーザーの行動が変化している
3. インスタグラムは究極の0円集客だから

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)



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

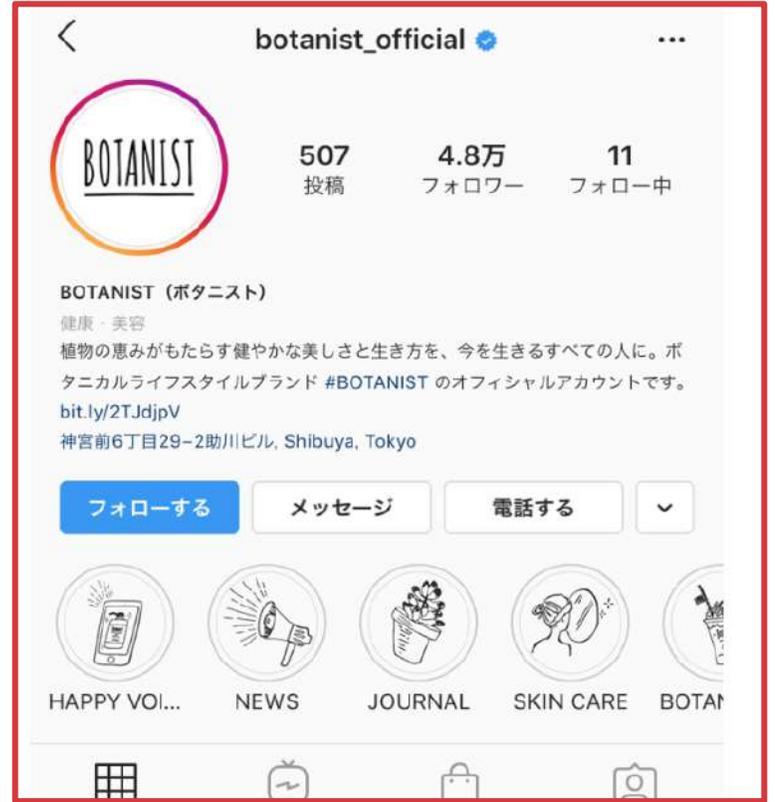
1. プロフィール
2. コンテンツ（画像・動画一覧）

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。

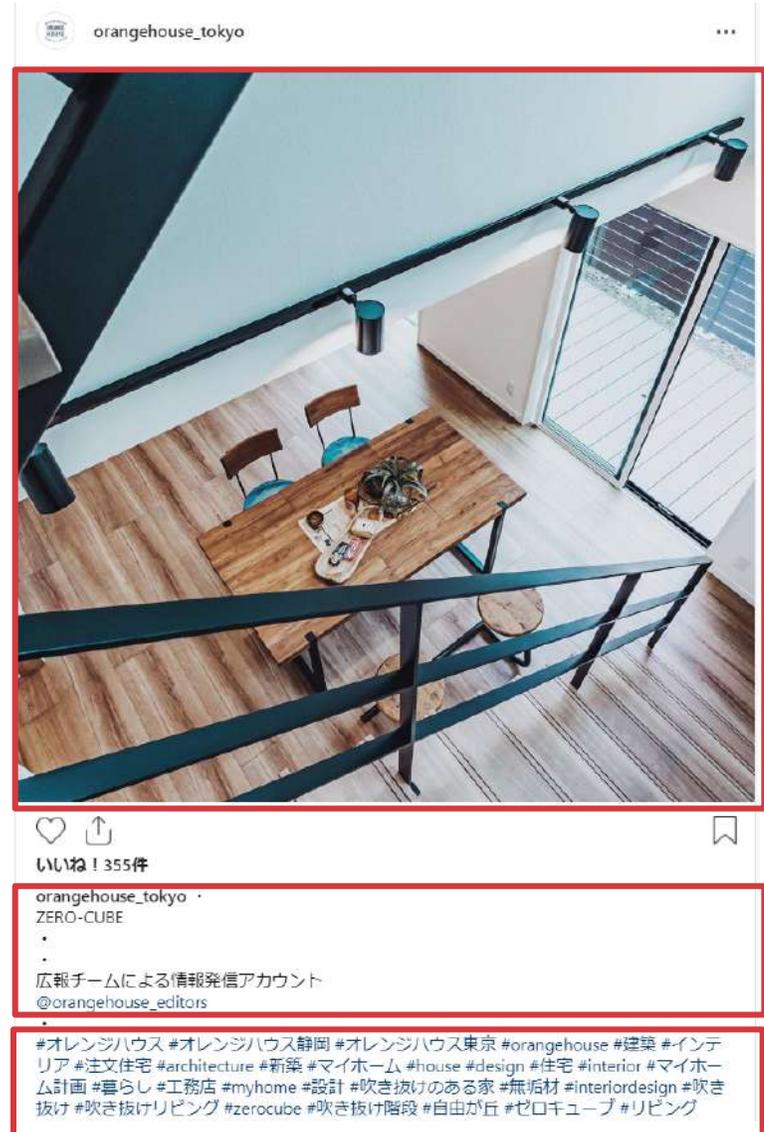


情報量の多さ

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



コミュニティ化

インスタグラムには、
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」

インスタグラムは、

あなたと興味関心が近い人と、**コミュニティ**を作れる

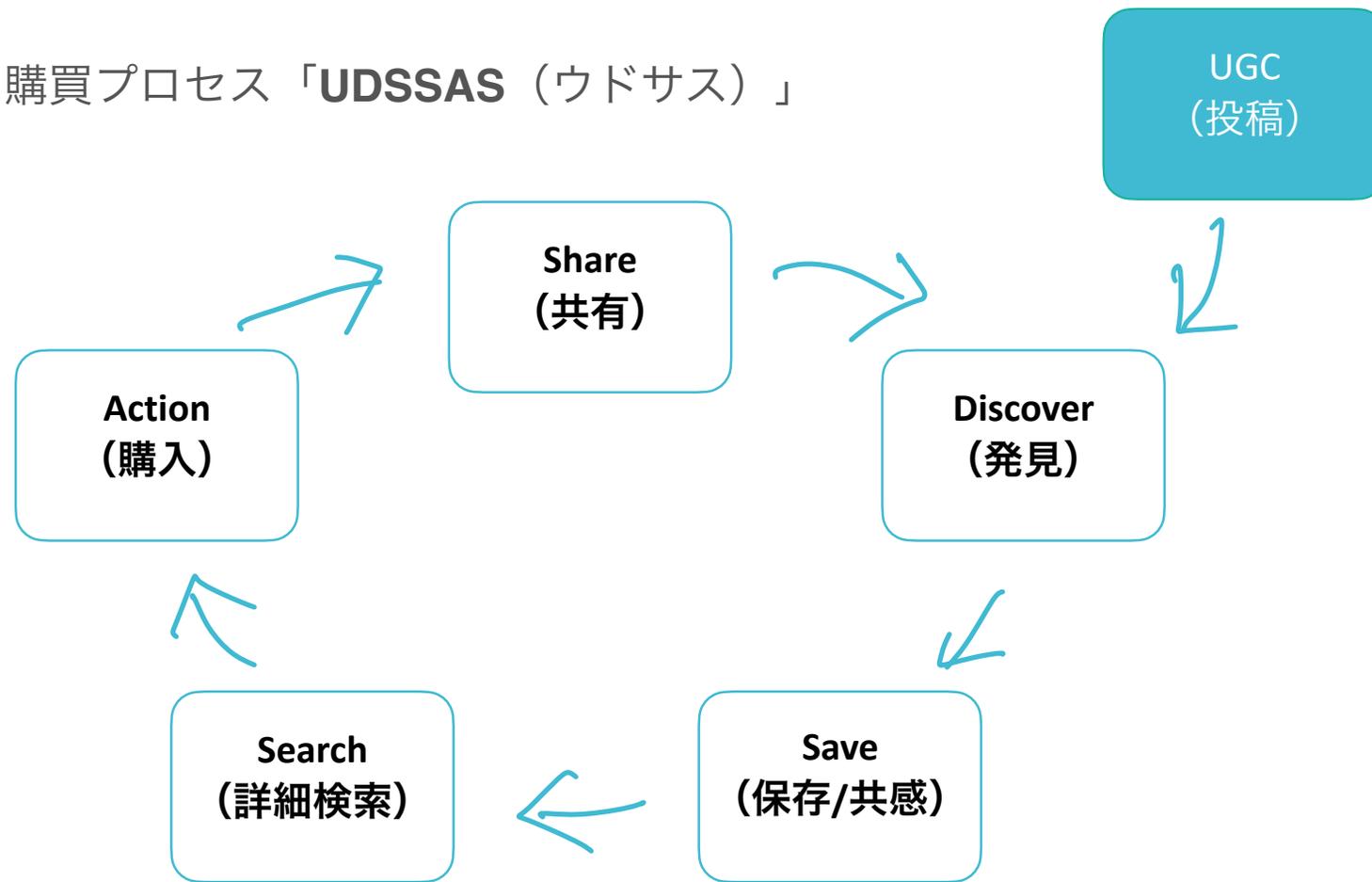
※「古着女子」は成功事例。古着好きが集まるコミュニティ。

※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）」



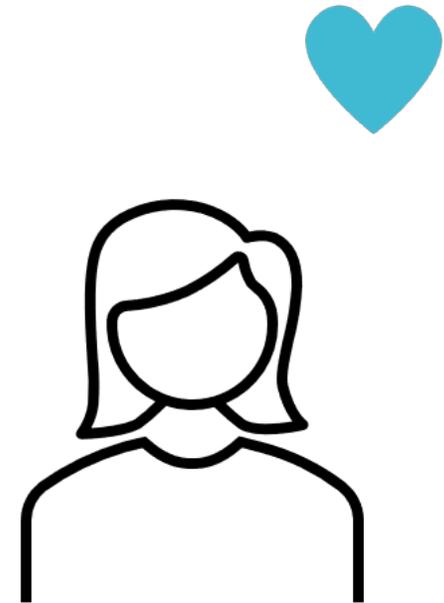
UGC=User Generated Contents
(ユーザーが作った投稿)

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



何かいい情報ないかなー



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**偶然に発見**する

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

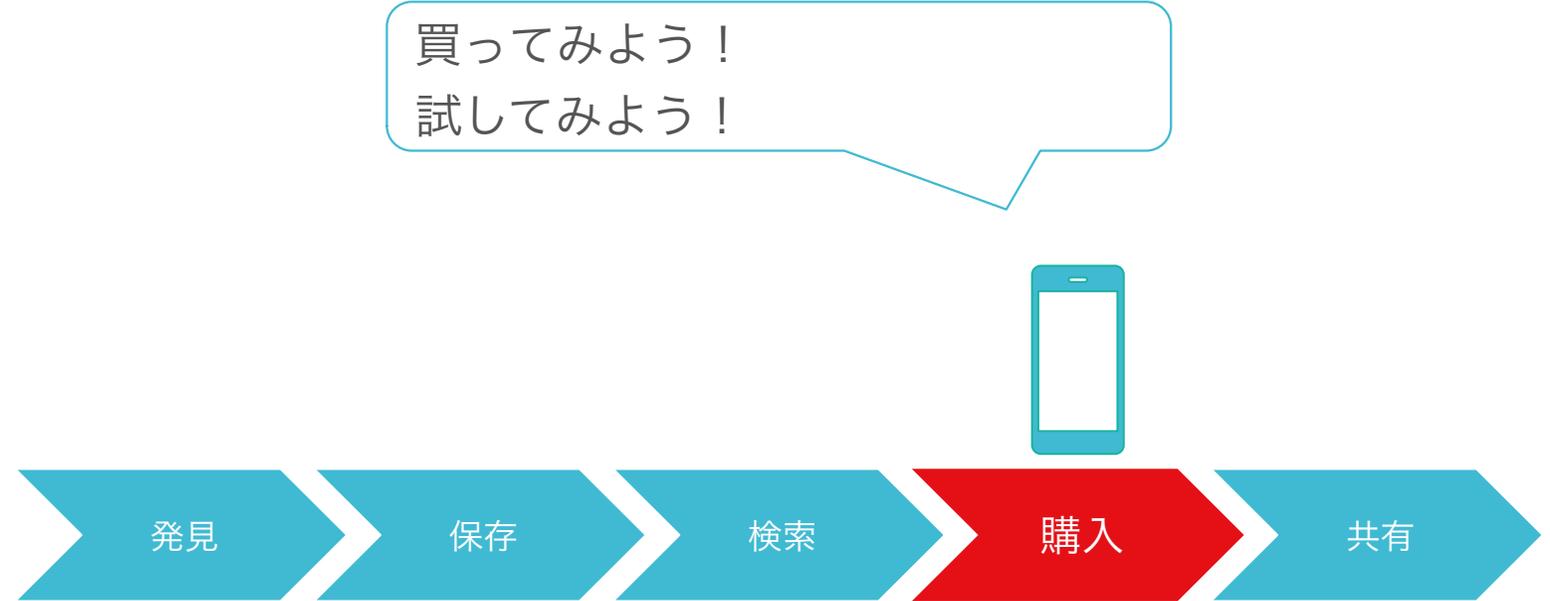
検索

実際の金額は？
口コミも気になる



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



検索した情報を参考に
購入や実店舗へ行くなどのアクション

共有

思った以上に良かった！
備忘録としてシェアしとこ！



自分が得た「体験」を「共有」

購入しなくとも
情報を共有することも

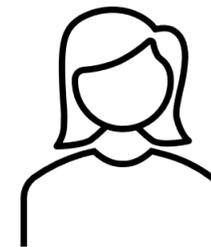
共有



発見



UGC



幸せで
大満足なA子



わたしの「体験・共有」が
だれかの「発見」につながる

※興味を絞られた情報が広がる！

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。

インスタグラム集客の強み

- インスタグラム集客

特定のターゲット（興味関心のある潜在顧客）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



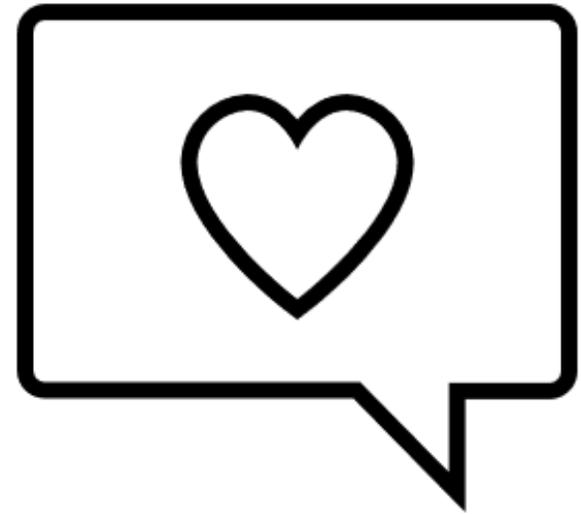
ビジネスアカウントへの変更はマスト！

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

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？ 特定の人にだけ刺さる コンセプト

「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を持っていても
たどり着いてもらえません！



コンセプトが9割

大前提：世の中の「情報」は、既に飽和状態

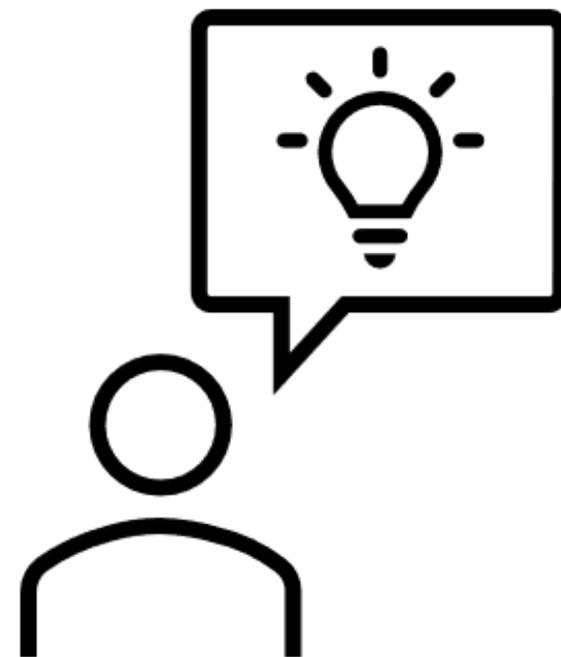
同じようなコンテンツが溢れる中、
ユーザーが「なんか好き、私のためにある情報だ」と
感じられないとフォローはしません。

ターゲット「だけ」に響くコンセプトがあれば、成功です

ターゲット「だけ」を反応させるのが、良いコンセプト

✓ 「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 魅力的なコンセプトとは？

- ・どんな人に
- ・どんなテーマで
- ・どんな価値を届けるのか

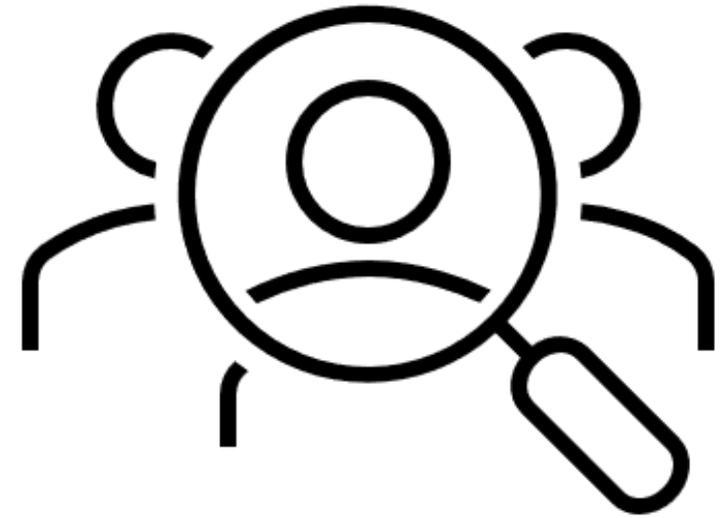
この3点を説明できることが集客できるインスタには必須！

誰にでも当てはまるものは

誰にも刺さらない。

「多くの人に届けよう！」と意気込むアカウントこそ伸びません。

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。

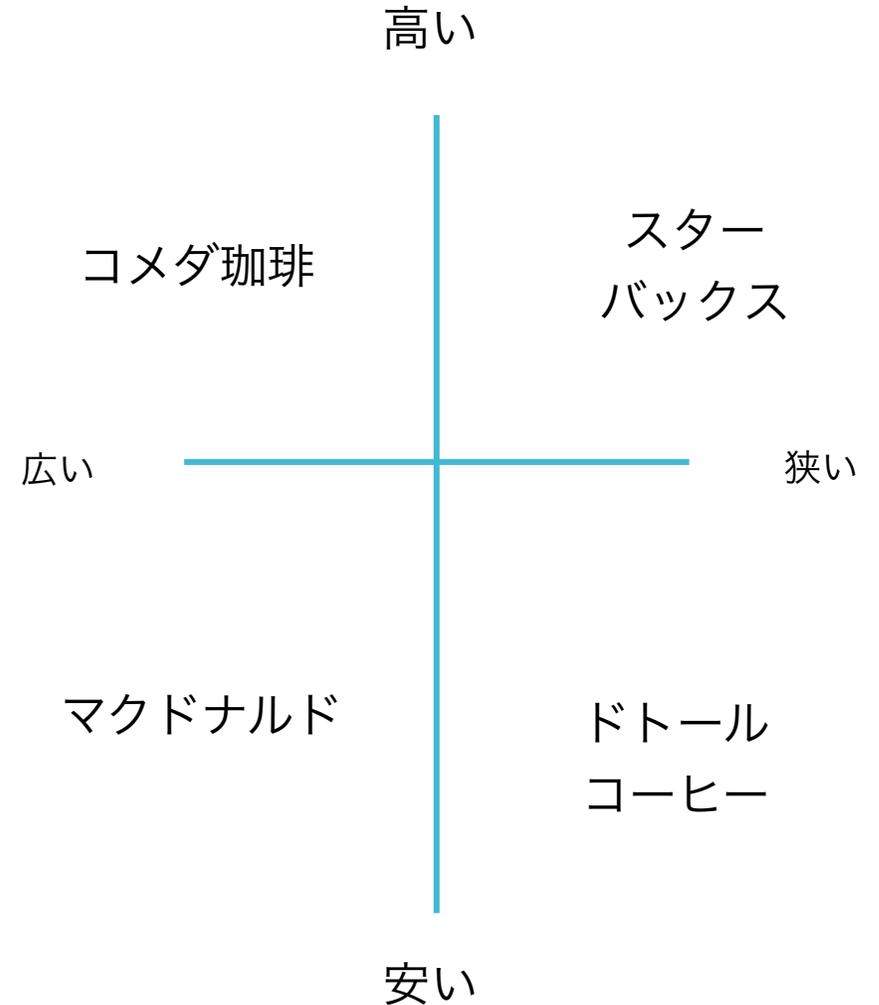
例) コーヒーショップで比較

- 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：手軽にコーヒーを飲んで休憩【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】

売りはコーヒーではなく、【OO】がホントの売り。

→ 【OO】が顧客が本当に求めているものだと考えると

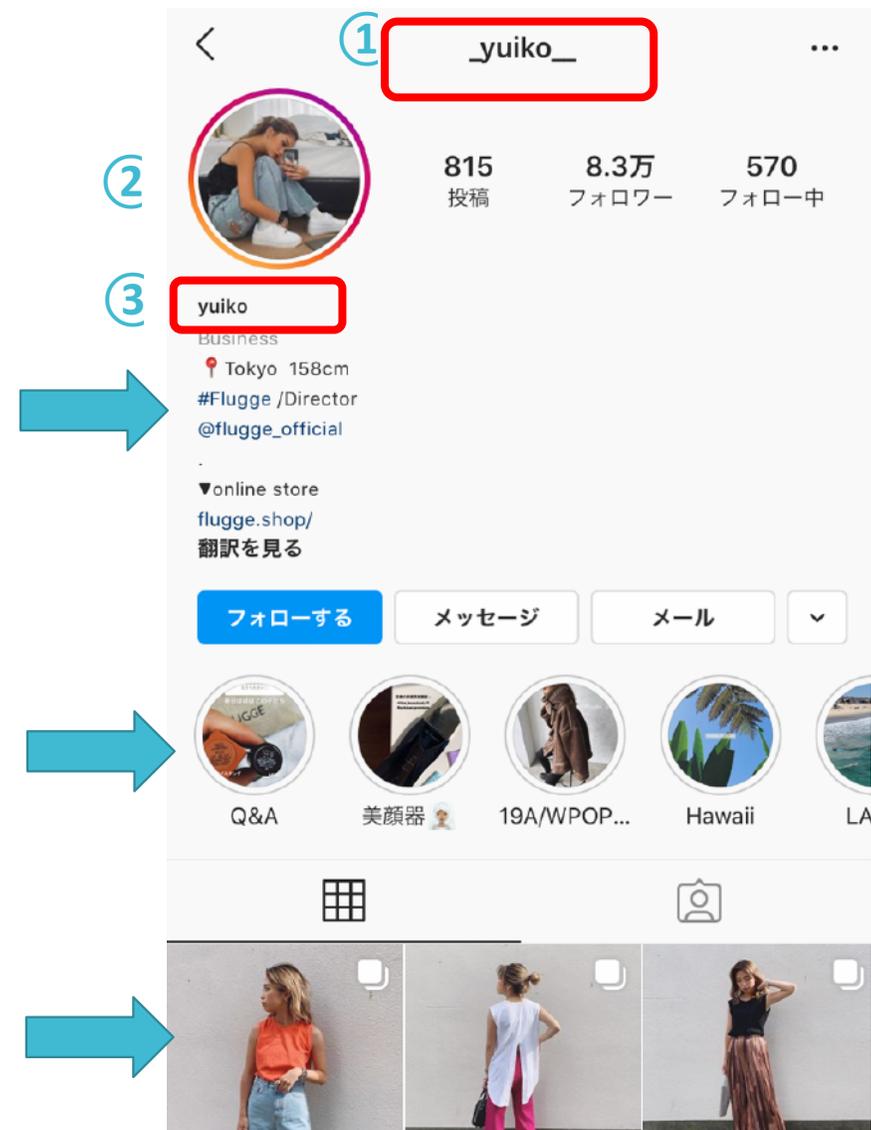
自身のビジネスで訴求するポイントが見えてきます。



※縦軸横軸は状況によって、変えてみる

プロフィール 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
 - どんな人に向けて
 - どんなテーマで発信しているか
 - どんな価値を受け取れるか
 - 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
 - 6枚目位までの投稿で勝負が決まる
 - 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



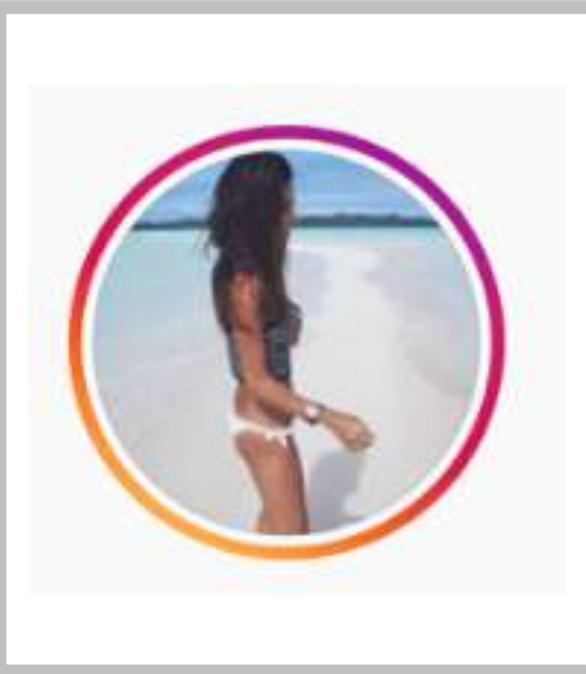
2. 目を引くアイコン画像とは？

分かりやすい・目立つ

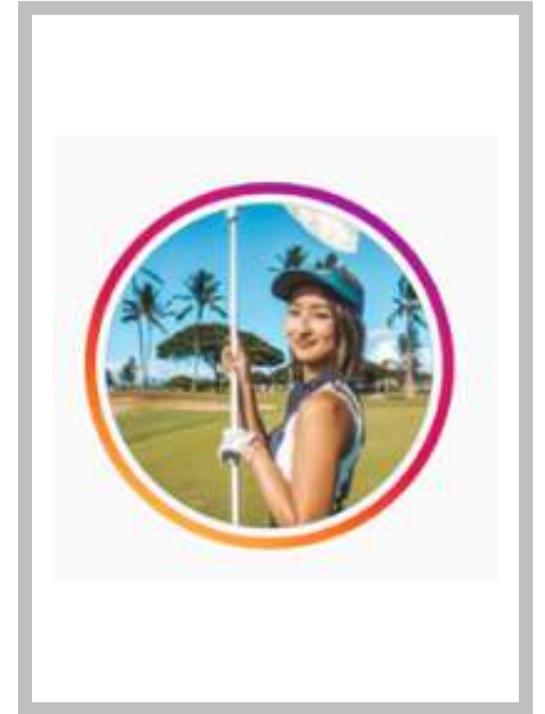
アイコン画像は拡大できない為、
瞬時に興味を持ってもらう工夫が必要

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は美しくないので
 - ・ 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

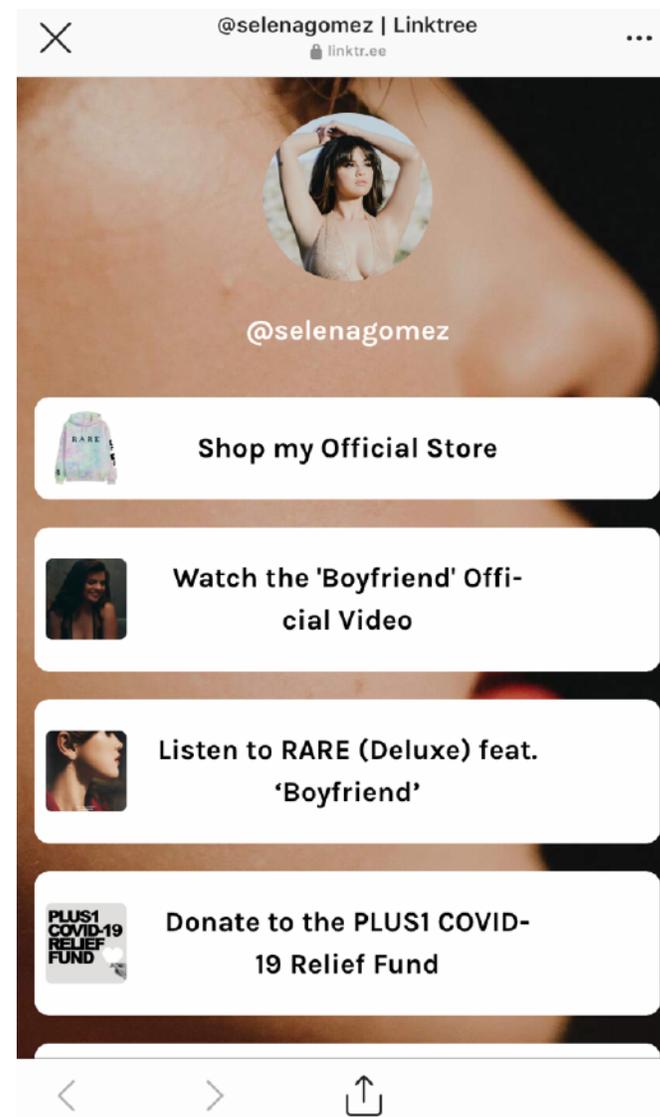
「Link tree」という

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、要検討ください！



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

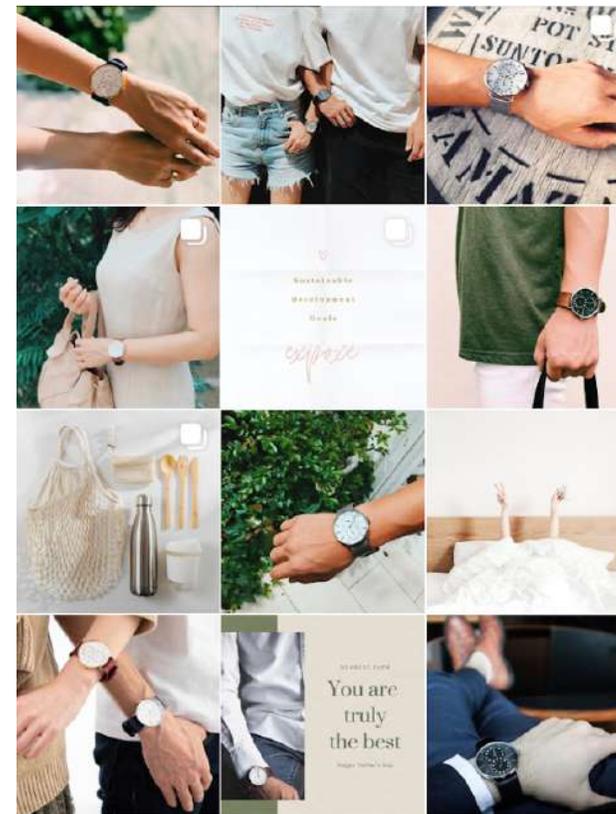


フォローするまでの5ステップ



いい感じ！

他の投稿も
気になる！



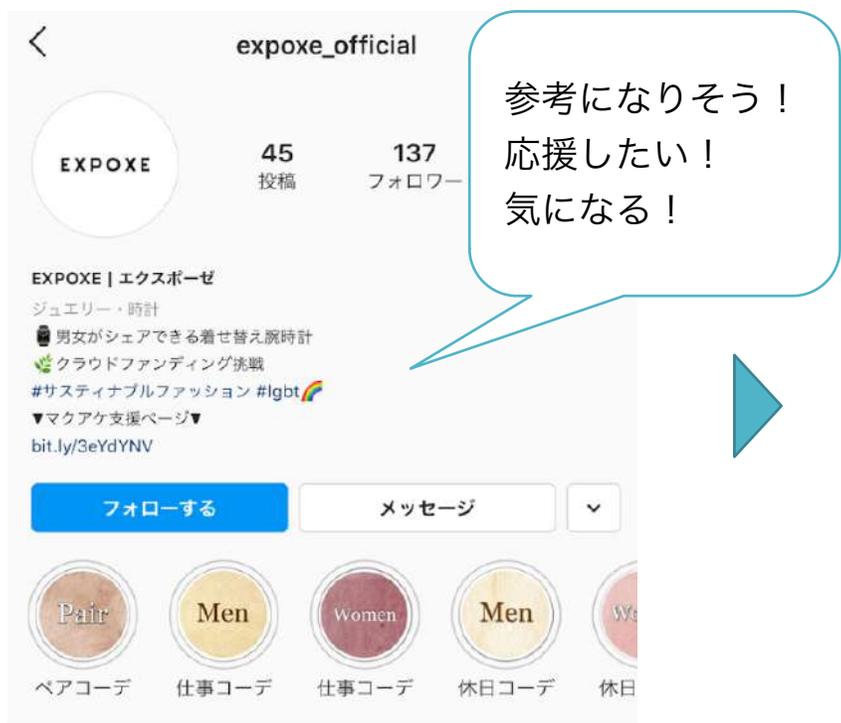
① 発見する

発見欄や#検索で流入

② プロフィールタップ

③ 投稿をパーッと見る

フォローするまでの5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！
やっここフォローです

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、「**ビジネスプロフィール**」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

