

販路拡大に向けたSNSの効果的な活用について

入門編

令和7年3月11日

dentsu promotion plus

菅原 裕亮（電通プロモーションプラス） **WEB・SNS運用におけるセミナー実績多数**



企業のWEB・SNS運用及びコンサルティングを得意領域としており、商業施設や納骨堂、不動産会社のWEB・SNSコンサルティング実績を有する。第51回フジサンケイグループ広告大賞ではデジタルメディア「BOSS×ザ・ドリフターズ」にてメディアミックス部門グランプリを受賞。

<類似事業実績>

【日本政策金融公庫】「高校生ビジネスプラン・グランプリ」公式SNS運用

【内閣官房】新型コロナウイルス感染症 モニタリング検査デジタル制作領域

【大阪万博2025】全SNS運用 戦略/分析統括(推進中・2025年10月終了予定)

<著書> 偶発購買デザイン SNSで衝動買いは設計できる(2025年12月13日出版・共著)



山口 拓海（電通プロモーションプラス） **PR・SNSのスペシャリスト**



- 総合PR会社、SNSマーケティング会社を経て現職。SNSアカウントの方針策定、コンサルティング、運用、キャンペーンなどソーシャルメディア領域全般の業務に従事。主に食品メーカーや日用品、IT業界、保険など幅広いクライアントを担当。
- <類似事業実績>
- 【新潟県広報広聴課】広報・PR業務のコンサルティング支援
- 【大阪万博2025】全SNS運用 プランニング担当(推進中・2025年10月終了予定)



- 1.SNSプラットフォームについて
- 2.Instagramのアルゴリズム
- 3.投稿をする上で気を付けておきたいポイントの紹介
- 4.各社から出た共通の質問事項
- 5.各社の投稿/改善ポイントのご紹介



それぞれのプラットフォーム毎に、利用者属性・機能に特性があります。

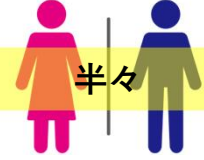
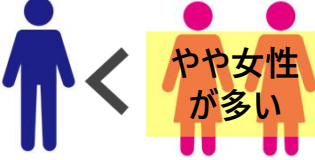
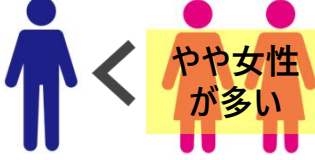




それぞれのプラットフォーム毎に、利用者属性・機能に特性があります。



今回は観光や旅行と相性が最も良いInstagramの解説を行っていきます

媒体	 YouTube					
キーワード	動き	拡散	映え	オフィシャル	エンタメ性	キーワード 1to1
国内 ユーザー数 (月間アクティブ ユーザー)	7,000万人	4,500万人	3,300万人	2,600万人	1,700万人	9,500万人
利用率が 高い年齢 層 ※かっこ内はユー ザー登録数の多い 年齢層	10-50代 (40-50代)	10-20代 (20-40代)	10-20代 (20-40代)	20-50以降 (30代以降)	10-20代 (平均年齢：34歳)	10-50代 (30-50代)
男女比	 半々	 半々	 女性が多い	 半々	 やや女性が多い	 やや女性が多い
特徴	●世代を問わず利用率90%越。 ●スマホだけでなく、TVやPCでも閲覧可能。	●リポスト機能による拡散性が高い。 ●匿名利用率が高い。	●視覚的に訴求できる素材と相性が良い。 ●新しい検索場所に。 ●ブランディングに向いている。 ●拡散性は低い。	●実名制が高く、ビジネスシーンでの活用がしやすい。 ●若年層へのアプローチには不向き。	●動画メインのコミュニケーション ●動画編集機能が豊富。	●1to1でのコミュニケーション ●店舗ビジネスではクーポンの発行等活用がしやすい。 ●インフラ化したメッセージツール
好まれる投稿	面白い情報 (役に立つTips)	面白い情報 (ニュース・エンタメ系)	ビジュアル性の高いもの	現実に即した有益な情報	面白い情報、 (役に立つTips) 続きが気になる内容	連絡やニュース

まずはじめに...

Instagramには投稿やタブごとにアルゴリズムという
投稿の表示順を決めるレコメンドのための仕組みがあります

Instagramの投稿表示は利用者ごとにパーソナライズされており、
そのアルゴリズムを理解することで、ユーザーに情報を届けやすくなります

Instagramアプリの各パートには
独自のアルゴリズムが使われています。

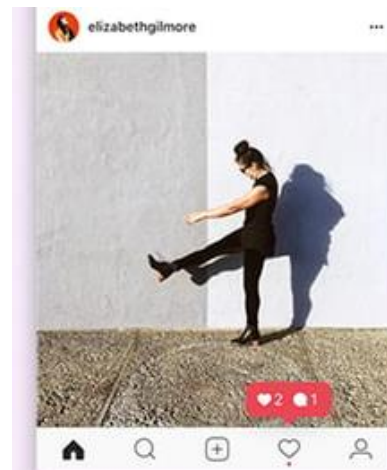


フィードとは

フィードは、Instagramのホーム画面とも呼べる基本の場所です。投稿フォーマットは、静止画、動画、カルーセル(複数枚)となっており、フォローしているアカウントのコンテンツのほかに、**利用者が興味を持ちそうなアカウントのおすすめ**コンテンツや広告も表示されます。

▼重要なアクション

- ①投稿を数秒見る
- ②コメントする
- ③「いいね！」する
- ④シェアする
- ⑤投稿者のプロフィール写真をタップ



フィード

関心の高い投稿ほど上部に表示される

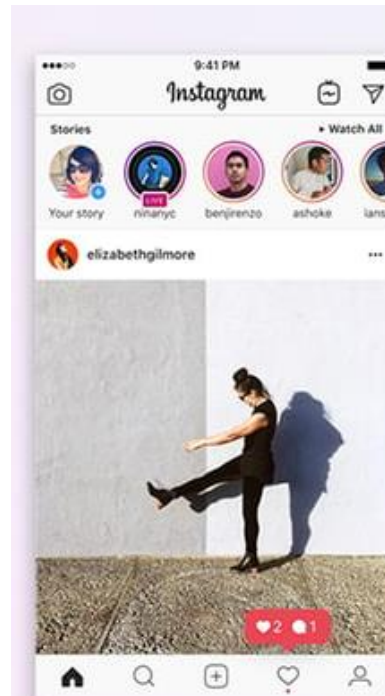
Instagramでは、こうしたアクションを起こす可能性が高いコンテンツがフィード上で上位に表示されるようになっており、シグナルや予測を変更しながら利用者が興味を持つコンテンツをより多く表示できるようにしています。ほかに、同じ人による投稿やおすすめの投稿がいくつも連続して表示されないようになっています。

ストーリーズとは

- ・日常の出来事を縦型画像や動画でシェアできる24時間限定のコンテンツ
- ・表示されるのはフォローしている人のストーリーズと広告

▼重要なアクション

- ・ストーリーズをタップして見る可能性
- ・ストーリーズに返信する可能性
- ・次のストーリーズに進む可能性



ストーリーズ

関心の高い投稿ほど左側に表示される

フィード

関心の高い投稿ほど上部に表示される

リールとは

- ・自分が撮影した動画や写真に音楽、エフェクトなどを付けて投稿できる機能
- ・基本は90秒までの短尺動画
- ・リールのタブで目にする投稿のほとんどはフォローしていないアカウント

→新規フォロワーを獲得するのに効果的

▼重要なアクション

- ・リール動画を再シェアする可能性
- ・最後まで見る可能性
- ・「いいね！」する可能性

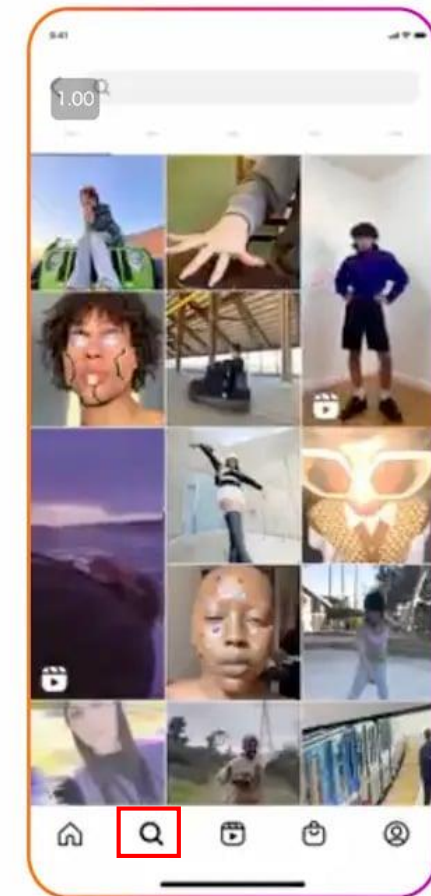


発見タブとは(おすすめ)

発見タブは、新しいことを見つけやすくすることを意図して作られたものです。グリッドには、おすすめのコンテンツ(まだフォローしていないアカウントからシステムが.find.けてきた写真や動画)が並びます。Instagramアカウントを開くと、ホームの右隣にある虫眼鏡マークから表示させることができます。

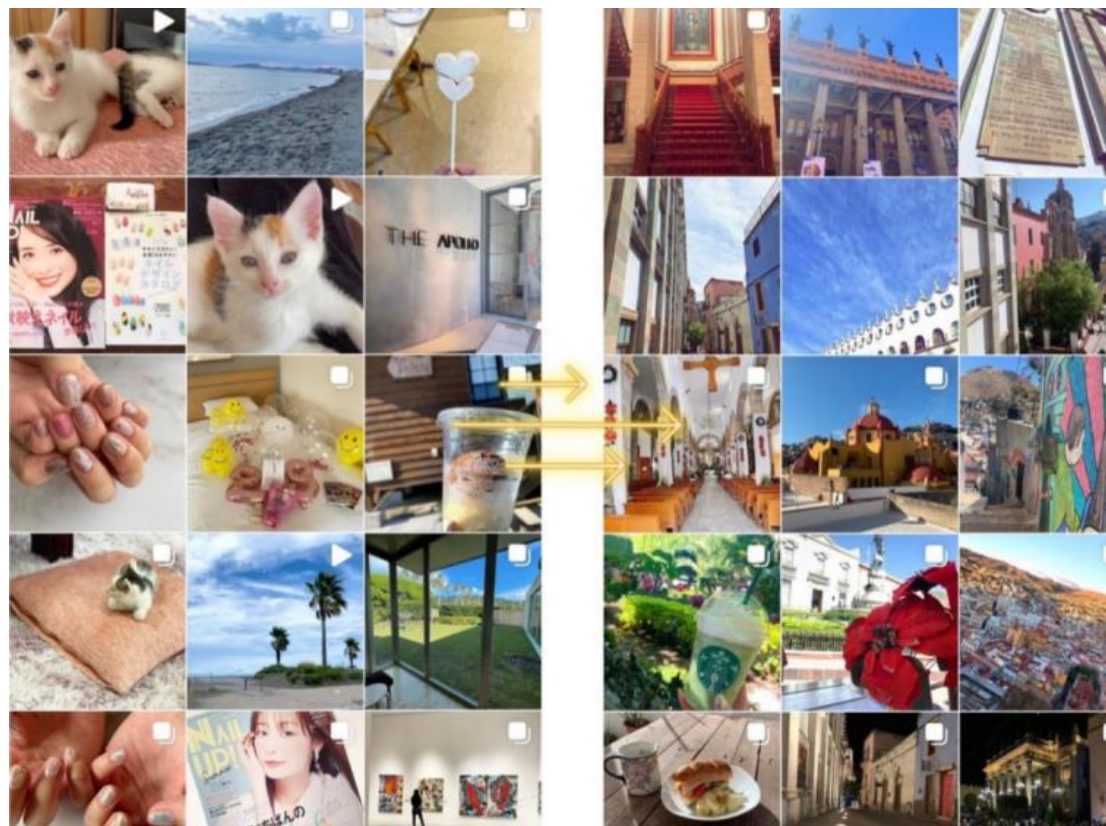
発見タブで重要なアクション

- ・「いいね！」
- ・保存
- ・シェア



①投稿画像について

💡 Instagramではアカウントトップの統一感がとても大事です 💡



投稿画像の1枚目はなるべく似たようなものを設定し、
統一感を作りましょう

※具体的なイメージ

＜例＞風景や景色・人や集合写真など



上記のように投稿する画像に縛りをつけること
簡単に統一感を作ることができます

②投稿テキストについて

各投稿テキストのトーン&マナーも統一することで
ユーザーに良い印象を与えることができます
※また長文すぎるとユーザーが読まなくなってしまうのでなるべく簡潔にする

今日は第一回目のバスツアーでした!
みさきの歴史を学ぶ
ということで

孝子小学校に行き
歴史に触れ
校庭の大きなメタセコイア
学校の椅子に座ったり、廊下を歩いたり
こどもの頃を思い出しました

同窓会でも使われる人気スポットだそうです

寿司よし本店の一寸法師弁当
これがボリューム満点
地魚を使ったどれも凝ったお料理

ガイドさんが紹介してくれる
古墳めぐり
まさか、古墳の上を歩けるなんて 🙋

LINEで謎解きをしながら
皆で楽しく過ごしました 😊😊

最後は大人気の道の駅でお買いもの

今回は道の駅でも使えるクーポン
1000円付き

バスの中でLINEを使って謎解きをします
一人でもみんなで考えても楽しい 🧐

「岬町 バスツアー」
で検索 📍

日程

- 1.みさきの歴史を学ぶ 11/20 (日)
- 2.みさきのアートめぐり 11/3 (木)
- 3.みさきの港めぐり11/27 (日)

集合・解散

- 1.深日港 10:20集合 17:15解散
深日洲本ライナーご利用の場合 洲本港9:15発 → 深日港
10:10着に接続
- 2.みさき公園駅(西出口) 10:40集合 17:00解散

参加費

- 3,000円+クーポン1,000円付(大人)
 - 2,700円+クーポン1,000円付(小学生以下、3歳まで無料)
- ※全国旅行支援割引適用後の値段です
※ワクチン3回以上接種またはPCR検査等で陰性が確認できる

書類の提示が必要です

- ※昼食代含む
- ※深日洲本ライナー乗船料は含まれません

※具体的なイメージ

＼〇〇ツアーを開催しました／

公式アカウントではツアーの様子をご紹介🍀
ご参加いただいた皆さま、ありがとうございました！

当日は～から始まり・・・・・・・・
-----当日のツアーの様子-----

写真でも解説します💡

▼2枚目

～～～

▼3枚目

～～～

次回の開催もお待ちください！

#旅行 #〇〇旅行 #観光 #観光ツアー #グルメ #〇〇グルメ

▼ポイント

- ①タイトル部分は＼ ／などを使って目立たせる
- ②テキストに合う絵文字を活用
- ③必要に応じて適宜写真の解説も行う
- ④「ご存じ」や「下さい」といった固い言葉はなるべく避けよりカジュアル目な言葉で親近感を作る
- ⑤ハッシュタグは横に羅列し整える

③ハッシュタグについて



投稿件数10万以上の**ビッグワード**と
1,000～1万以内の**スモールワード**を併用していきましょう！

併用する理由:「ビッグワード」に関して投稿数が多くその分ライバルとなる投稿が多いため流入があまり期待できない

※具体的なイメージ(宇都宮の場合)

▼旅行系

宇都宮旅行
投稿4,519件

宇都宮観光
投稿2.8万件

宇都宮観光スポット
投稿588件

宇都宮旅
投稿241件

▼食べ物系

宇都宮グルメ
投稿26.4万件

宇都宮ランチ
投稿22.3万件

宇都宮ディナー
投稿4.8万件

宇都宮食べ歩き
投稿2,995件

▼その他

万世大路
投稿1,441件

歴史街道を楽しもう
投稿1,906件

歴史街道巡り
投稿100件未満件

赤がビッグワードで青がスモールワード

・Instagramにおける基本の運用について

もっともハードルの低いフィードから始めていき、慣れてきたらリール・ストーリーズを行う

・投稿頻度について

定期的に投稿を行うとアルゴリズムで優遇されやすくなるため、週〇本、月〇本など方針を決める

・1つの投稿での最適な画像枚数について

公式には発表されていないが、3枚～7枚程度が理想。投稿への滞在率が上がると優位に働くこともある

・投稿する素材について

画像や動画を撮影する機会があればまずはたくさん撮影いただき、その中から投稿映えするものを選択

・会社と個人アカウントの使い分けについて

個人アカウントは知らない人がフォローするには心理的なハードルが上がるため、アカウントごとに目的や投稿内容を決めて分けることを推奨

- ※各数値は3月3日時点のもの

えにしトラベル様

https://www.instagram.com/enishi_travel/

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(1/4)

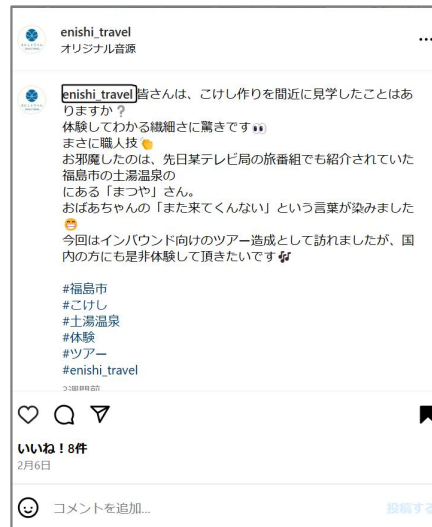
《2月6日Facebookリール投稿》



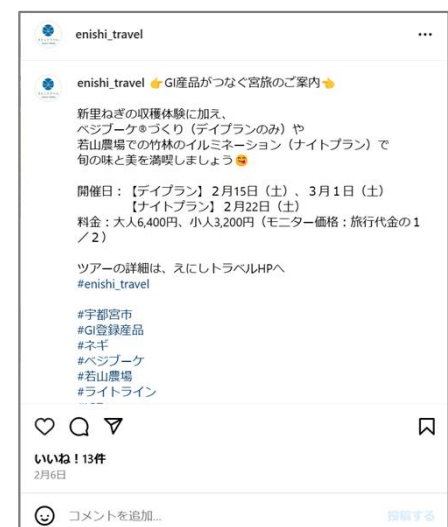
《2月6日Facebookフィード投稿》



《2月6日Instagramリール投稿》



《2月6日Instagramフィード投稿》

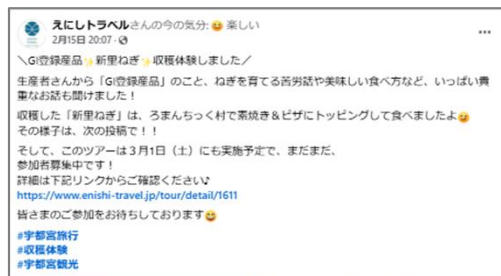


えにしトラベル様

https://www.instagram.com/enishi_travel/

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(2/4)

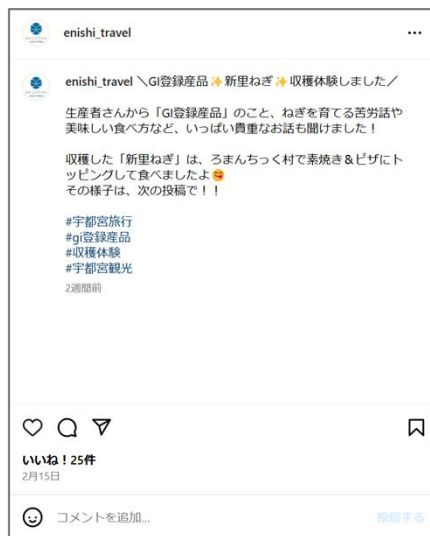
≪2月15日Facebookフィード投稿≫



≪2月16日Facebookリール投稿≫



≪2月15日Instagramフィード投稿≫



≪2月16日Instagramリール投稿≫



えにしトラベル様

https://www.instagram.com/enishi_travel/

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(3/4)

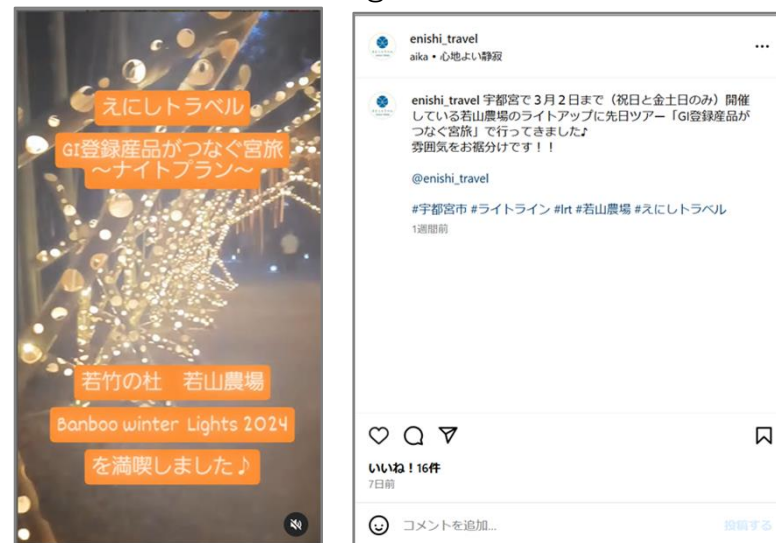
≪2月23日Instagram リール投稿≫



≪2月24日Facebook リール投稿≫



≪2月25日Instagram リール投稿≫



えにしトラベル様

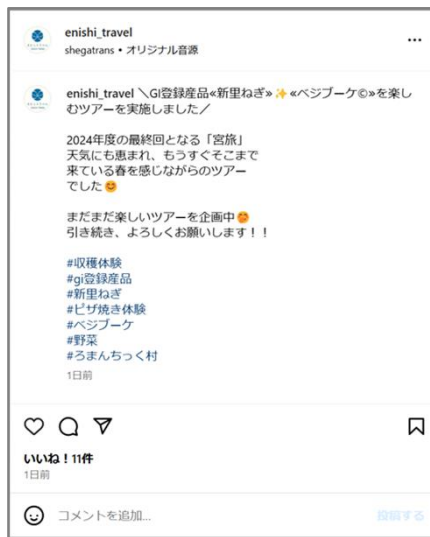
https://www.instagram.com/enishi_travel/

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(4/4)

≪3月2日Facebookリール投稿≫



≪3月3日Instagramリール投稿≫



えにしトラベル様

https://www.instagram.com/enishi_travel/

■ Instagramにおける各機能の活用事例

《ハイライト機能の活用》



《ストーリーズリポスト機能の活用》



《ストーリーズリンク挿入の活用》



各社の投稿/改善ポイントのご紹介

旅のよろこび様

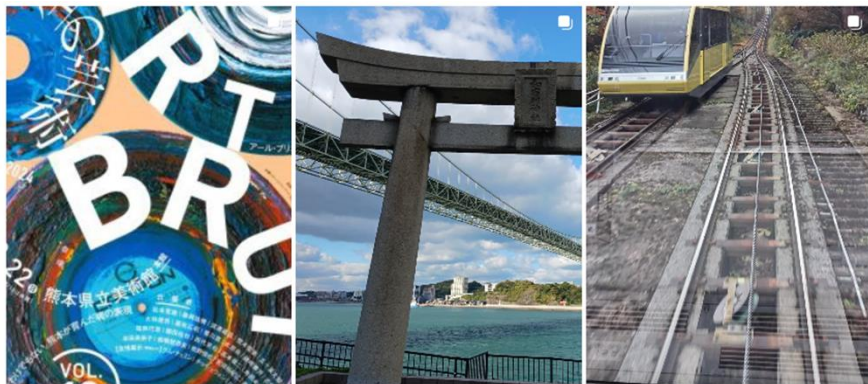
会社用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>
個人用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

- ・もともとは個人用アカウントのみで、主にツアーのチラシを使い投稿を実施
- ・投稿する写真を風景や集合写真などの人物に統一したことでいいね数が増加
- ・2月からは会社用のアカウントも開設し、リール投稿にも挑戦中
- ・3/16に投稿したリール動画は3,600回を超える ※3/18時点 再生数を記録。
フォロワー数が800弱であることから発見タブに掲載された可能性が高いことと効果的なハッシュタグをつけたことで再生数が伸長した
- ・個人用ではあるが、レクチャー後に投稿数が大幅に増加した

<以前までの投稿>



<レクチャー後の投稿>



旅のよろこび様

会社用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>

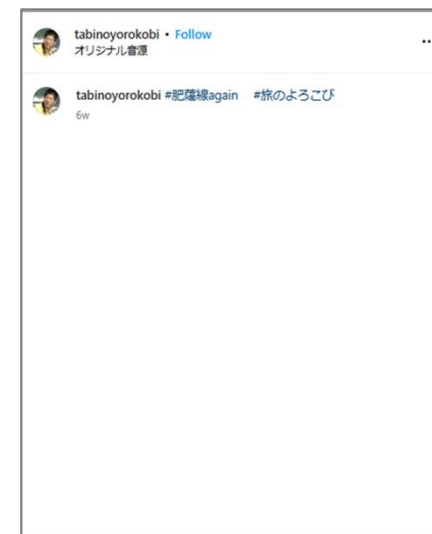
個人用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(1/5)

《1月18日Facebookフィード投稿》



《1月19日Instagramフィード投稿》



《1月18日Instagramフィード投稿》



旅のよろこび様

会社用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>
個人用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(2/5)

≪1月21日Facebookフィード投稿≫



旅のよろこび株式会社
1月21日 投稿

【申し込み始めました】
【初心者向け介助講座】

車いすを使用している人や、
白杖を持った人、
知的・発達障害がある人、
聴覚障害がある人が、
困っている場面に遭遇した事はありませんか。

その時、どう声をかけたらよいのか、
どうお手伝いをしたらよいかわからない事はありませんか。

障害がある方の
スポーツ大会や音楽祭に
ボランティアとして参加したいと思っているが、
対応方法が不安という方も少なくないと思います。

そのような方のための介助講座を開催します。

受講していただき、
お手伝いや、ボランティアへの一歩に繋がっていただければ幸いです。

【内容】
車いすを使用している人、
視覚障害、
知的・発達障害、
聴覚障害がある人への、
対応の心構え。
車いすの扱い方、押し方。

【日時】
① 2025年2月8日（土曜日）
10時～12時
② 2025年2月22日（土曜日）10時～12時
①②は同じ内容です。どちらかご都合のよい日をお選びください。

【場所】
熊本市北部まちづくりセンター・北部公民館 2階 中会議室

【定員】
①②共に30名ずつ。

【参加費無料】

【申込先】
熊本市北部公民館をお願いします。
（旅のよろこび社ではありません）
先着順
満席になり次第締め切ります。

熊本市北部公民館の窓口か、
電話 096-245-0046
午前9時～午後5時 月曜日除く

★この講座は、
熊本市北部まちづくりセンター・北部公民館
との共催事業です。

#高齢者旅行 #障がい者旅行 #障害者旅行 #グループホーム旅行 #福祉施設旅行
#視覚障がい #身体障がい #発達障がい #高齢者 #旅のよろこび

≪1月21日Instagramフィード投稿≫



tabinoyorokobi • Follow

お手伝いや、ボランティアへの一歩に繋がっていただければ幸いです。

【内容】
車いすを使用している人、
視覚障害、
知的・発達障害、
聴覚障害がある人への、
対応の心構え。
車いすの扱い方、押し方。

【日時】
① 2025年2月8日（土曜日）
10時～12時
② 2025年2月22日（土曜日）10時～12時
①②は同じ内容です。どちらかご都合のよい日をお選びください。

【場所】
熊本市北部まちづくりセンター・北部公民館 2階 中会議室

【定員】
①②共に30名ずつ。

【参加費無料】

【申込先】
熊本市北部公民館をお願いします。
（旅のよろこび社ではありません）
先着順
満席になり次第締め切ります。

熊本市北部公民館の窓口か、
電話 096-245-0046
午前9時～午後5時 月曜日除く

★この講座は、
熊本市北部まちづくりセンター・北部公民館
との共催事業です。

#高齢者旅行 #障がい者旅行 #障害者旅行 #グループホーム旅行 #福祉施設旅行 #視覚障がい #身体障がい #発達障がい #高齢者 #旅のよろこび

会社用 : <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>
個人用 : <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(3/5)

《1月25日Facebookフィードリポスト投稿》

《1月25日Instagramフィード投稿》

[illegible][illegible]

 **tabinoyorokobi** • [Follow](#)

...

 **tabinoyorokobi** 【鉄橋だ鉄橋だ楽しいな】鉄橋を渡る列車の音。こどもの頃を思い出します。鉄橋ファンの方でなくても楽しめるツアーですよ。
#記憶線again#旅のよろこび#鉄道#人吉#SL#鉄橋#くま川鉄橋

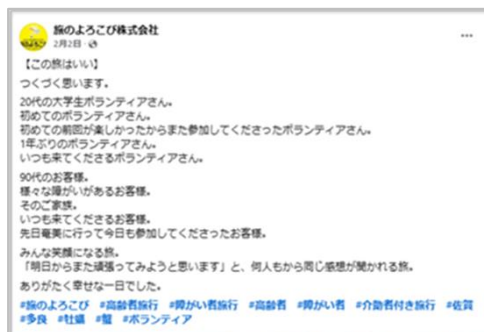
5w

旅のよろこび様

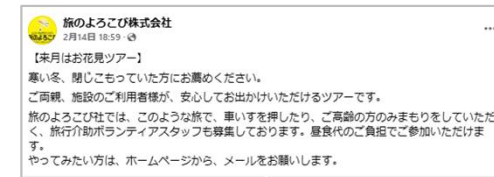
会社用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>
個人用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(4/5)

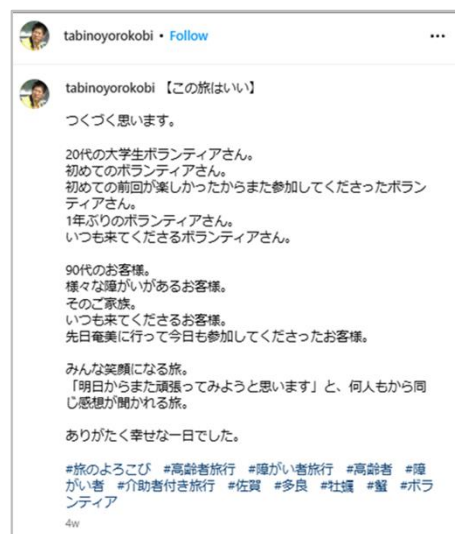
≪2月2日Facebookフィード投稿≫



≪2月14日Facebookフィード投稿≫



≪2月2日Instagramフィード投稿≫



≪2月14日Instagramフィード投稿≫

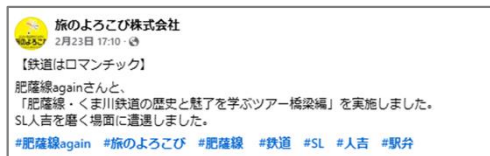


旅のよろこび様

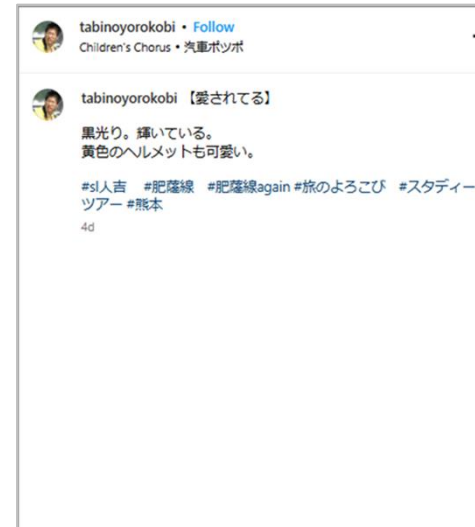
会社用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi.miyagawa/>
 個人用： <https://www.instagram.com/tabinoyorokobi/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(5/5)

≪2月23日Facebookフィード投稿≫



≪3月1日Instagramリール投稿≫



≪2月23日Instagramフィード投稿≫



旭川ふるさと旅行様

<https://www.instagram.com/asahikawatrip/>

- ・もともとはFacebookアカウントのみだったが、新たにInstagramアカウントを開設
- ・2月からリール投稿を実施
- ・投稿テキストやリール内のテロップなどは引き続き改善中

<レクチャー後の投稿>



asahikawatrip 冬の美瑛観光の定番、白髭の滝。
日中も綺麗ですが、夜のライトアップもオススメ。
タクシーツアーあります！
<https://www.asahikawa-travel.com/>

#旭川故里旅行 #白髭の滝 #白須瀑布 #白髭瀑布 #taxi #計程車 #
出租车 #美瑛

5日前



asahikawatrip 美瑛青池のライトアップ。
夜の雪道運転は不安な方。
タクシーツアーあります！
<https://www.asahikawa-travel.com/>

#旭川故里旅行 #青池 #美瑛 #taxi #ライトアップ

1週間前

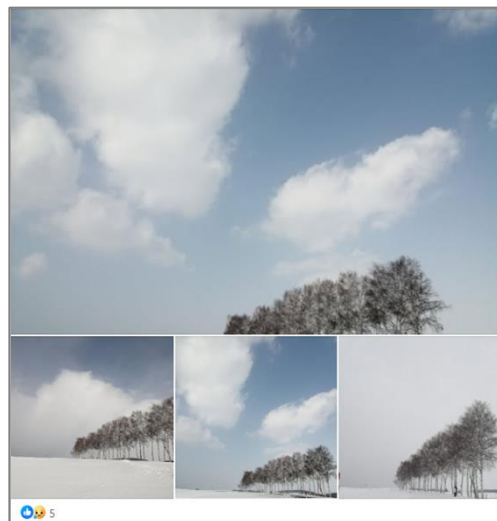


旭川ふるさと旅行様

<https://www.instagram.com/asahikawatrip/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(1/3)

《1月27日Facebook フィード投稿》



旭川ふるさと旅行株式会社さんは美瑛 セブンスターの木にいます。...
1月27日 · 北海道 上川郡 · 📍
旭川方面から行くと、最初に見えてくるパッチワークの丘の景色がここ。パッと広がる景色に毎回感動する風景。この白樺が今月中旬に伐採されました。悲しいけれどしょうがないですね。

《2月5日Facebook リール投稿》



《1月27日Instagram フィード投稿》



asahikawatrip • フォロー
美瑛 セブンスターの木 ...
asahikawatrip 旭川方面から行くと、最初に見えてくるパッチワークの丘の景色がここ。パッと広がる景色に毎回感動する風景。この白樺が今月中旬に伐採されました。悲しいけれどしょうがないですね。
5週間前

《2月5日Instagram リール投稿》



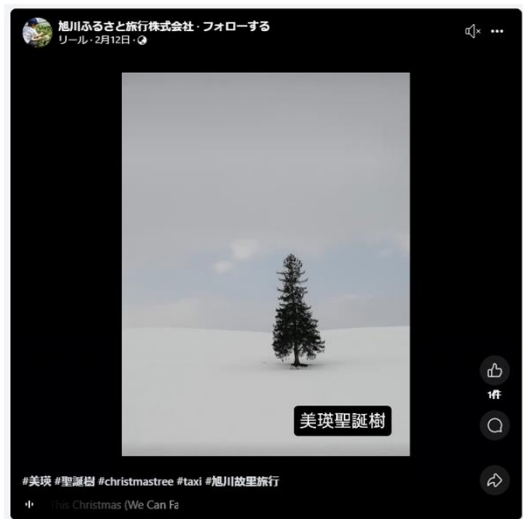
asahikawatrip • フォロー
Global Genius • Fun Factory ...
asahikawatrip #企鵝 #企鵝遊行 #企鵝散步 #旭川故里旅行
4週間前 翻訳を見る
いいね！2件
2月5日
コメントを追加... 投稿する

旭川ふるさと旅行様

<https://www.instagram.com/asahikawatrip/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(2/3)

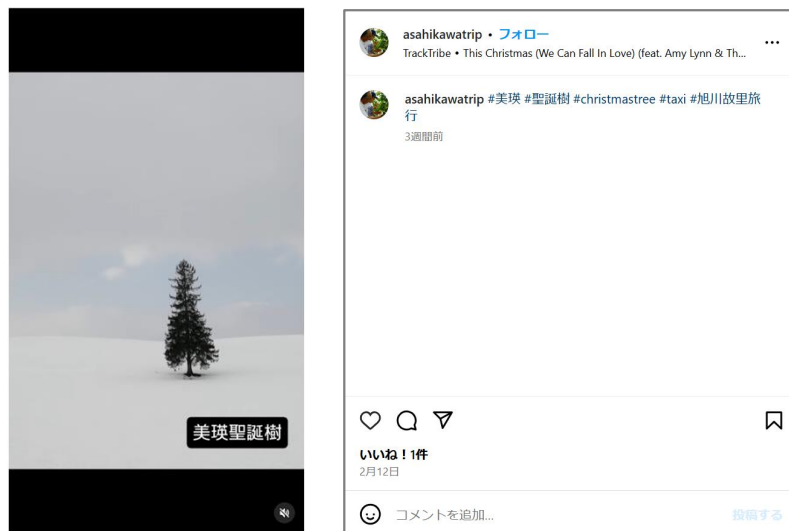
≪2月12日Facebookリール投稿≫



≪2月19日Facebookリール投稿≫



≪2月12日Instagramリール投稿≫



≪2月19日Instagramリール投稿≫



旭川ふるさと旅行様

<https://www.instagram.com/asahikawatrip/>

■ 各SNSにおける投稿の実践事例(3/3)

《2月26日Facebookリール投稿》



《2月26日Instagramリール投稿》

