



# KAIKETSU

2023年  
公式アカウント運用メニュー  
媒体資料

## -目次-

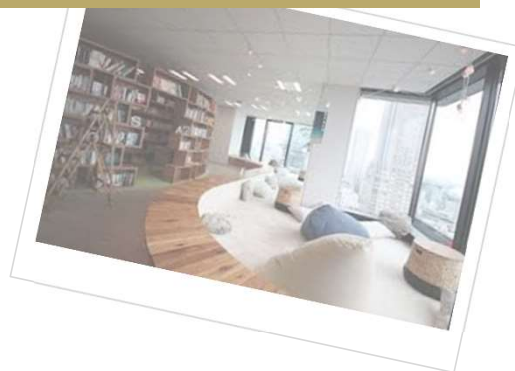
---

KAIKETSU会社概要	.....	P.3
企業がSNSを運用するメリット	.....	P.8
どのSNSが合っているか、各SNSの特徴	.....	P.14
企業がSNS運用をするときの注意点	.....	P.15
KAIKETSUの強み	.....	P.16
アプローチ方法	.....	P.17
アカウント運用	.....	P.31
運用フロー	.....	P.32
料金表プラン	.....	P.33
キャンペーン事務局	.....	P.37
SONAR機能紹介	.....	P.38
KAIKETSU事例のご紹介	.....	P.45
ご与件のご相談・ご不明点の問い合わせ	.....	P.57

# KAIKETSU会社概要



「インフルエンサーマーケティング  
にもPDCAサイクルの考えを」



社名	株式会社KAIKETSU
設立	2009年7月14日
住所	東京都渋谷区道玄坂1-21-1 渋谷ソラスタ15階
役員	代表取締役CTO 蓮見 友信 取締役COO 平賀 大地
事業内容	①SNSを中心としたデジタルマーケティング ②マーケティングコンサル
ホームページ	<a href="https://kk2.co.jp/">https://kk2.co.jp/</a>

電通グループ100%

dentsu  
group

CARTA — KAIKETSU

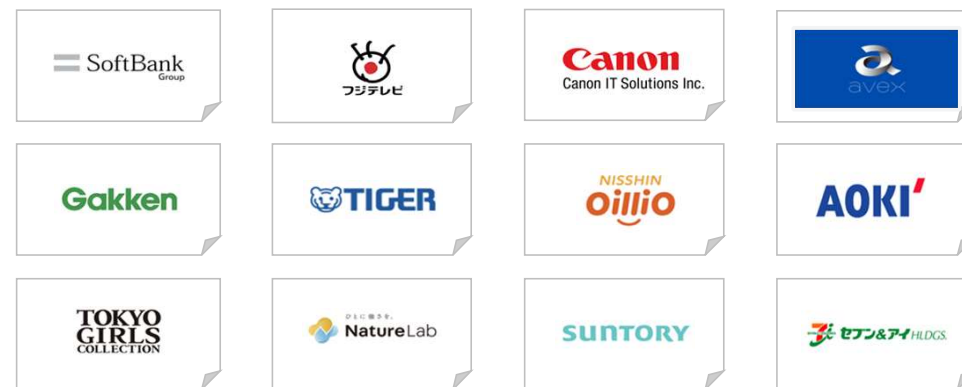
# 取り組み実績

電通グループ内のSNSに関する案件は過去100件以上の取り組みがございます。  
インフルエンサーPRを中心に公式アカウントの運用やキャンペーン事務局など幅広く協業を進めています。

## 電通グループ



## 直接取引



# 企業がSNSの運用をするメリット



# 企業がSNSの運用をするメリット

---



認知最大化



購入CV向上



購入意向を高める



ロイヤリティ維持向上

# 企業がSNSの運用をするメリット



## 認知最大化

購入のきっかけや、情報の  
入手元の大きな比率を  
占めるのがSNSとなっている

## 欲しいものの情報はどこで入手？



男性 304名

TV	48.0%
店舗	29.3%
<b>SNS</b>	<b>37.5%</b>
WEBサイト／ロコミ サイト／ブログ	59.2%
App	22.7%
友人・家族	17.8%
雑誌	10.2%
その他	5.3%

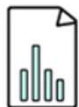


女性 333名

TV	52.3%
店舗	26.1%
<b>SNS</b>	<b>59.5%</b>
WEBサイト／ロコミ サイト／ブログ	57.1%
App	22.8%
友人・家族	24.3%
雑誌	10.8%
その他	2.1%

▼引用-2020年7月調査-  
株式会社テストイー  
(20~30代男女) 約7割がSNS広告きっかけで商品ページ/  
ブランドサイトを見た経験があると回答！ECとSNSに関する調査  
<https://ecnomikata.com/column/26944/>

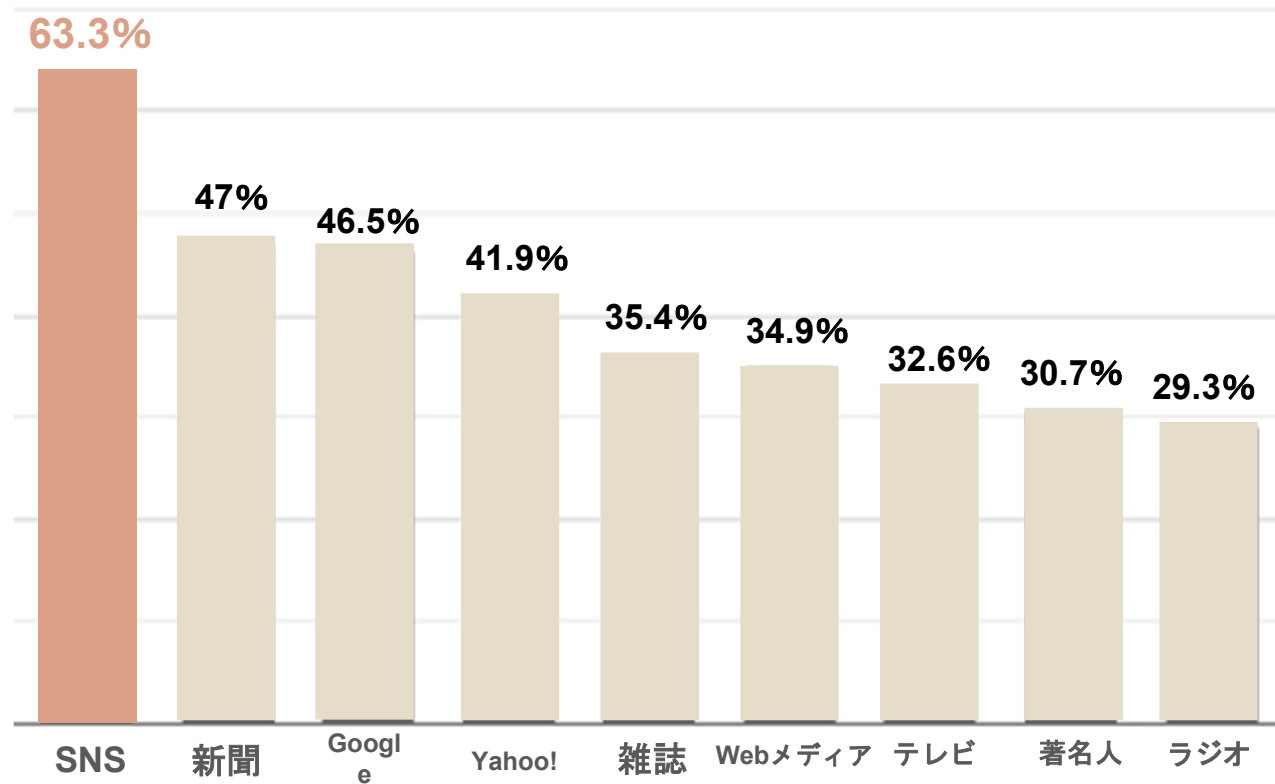
# 企業がSNSの運用をするメリット



購入意欲を高める

ユーザーが主戦場である  
SNS上での情報を  
高い信頼を置いている傾向がある

## もっとも信頼できる情報源は？



▼引用-2019年10月調査-  
株式会社 PR TIMES  
2019年最新！「20～30代男女における情報との関わり方」調査結果を紹介。  
いずれも「もっとも信頼する情報源はSNS」、女性回答では7割の支持を受ける結果に！  
生活者目線での情報を信頼する傾向  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000202.000011944.html>



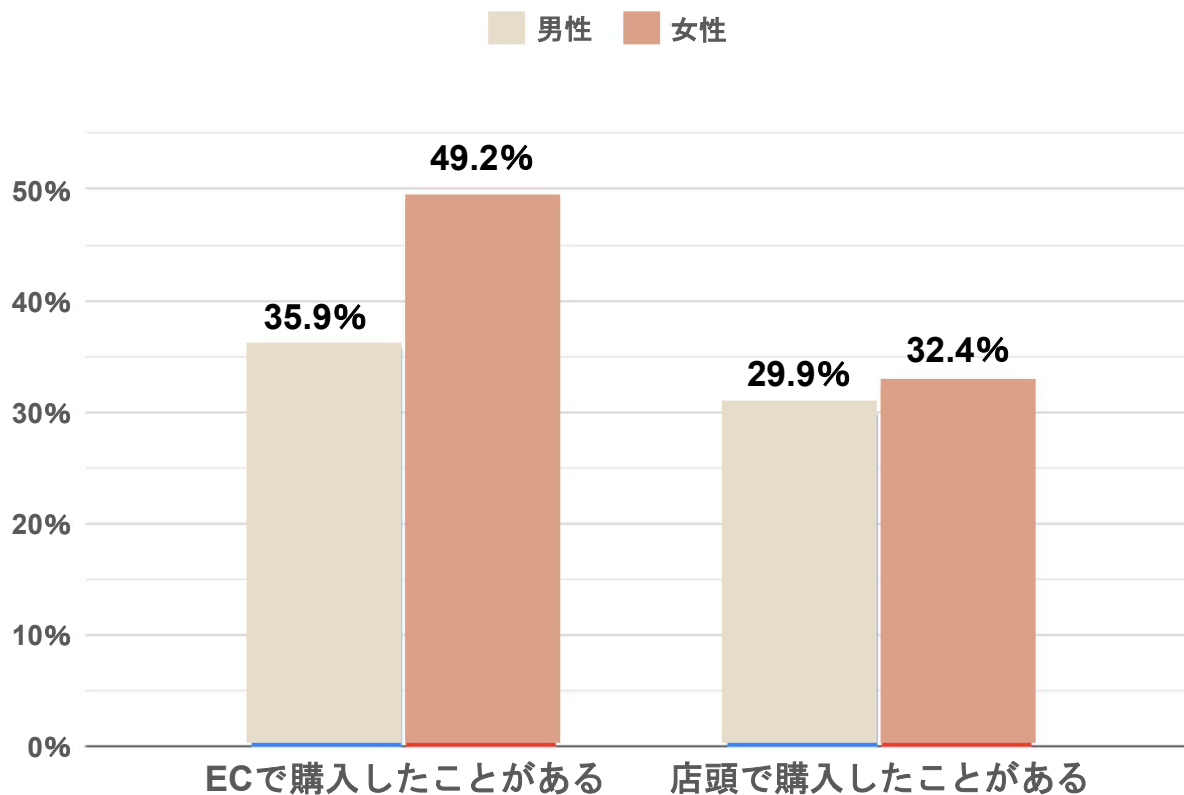
# 企業がSNSの運用をするメリット

## SNSきっかけの商品購入経験は？



### 購入CV向上

SNSでの情報からECでの一連の購入同線が有効且つ、店頭などで悩んだ際にSNSを閲覧する



▼引用-2020年7月調査-  
株式会社テストイー  
〈20~30代男女〉約7割がSNS広告きっかけで商品ページ/  
ブランドサイトを見た経験があると回答！ECとSNSに関する調査  
<https://economikata.com/column/26944/>

# 企業がSNSの運用をするメリット

どのような目的でブランドアカウントをフォローしていますか？



## ロイヤリティ維持向上

ブランド接点の目的に  
女性が4割以上の方が、  
ブランド世界観から  
フォローしている  
ロイヤリティ維持向上には  
有効な手段である



男性 304名

新商品の情報が いち早く知れるから	61.5%
お得な情報や 割引情報を知れるから	53.1%
そのブランドが 好きだから	28.7%
SNSでキャンペーン をやるから	18.9%
投稿内容が 好きだから	9.1%



女性 333名

新商品の情報が いち早く知れるから	63.5%
お得な情報や 割引情報を知れるから	56.8%
そのブランドが 好きだから	41.7%
SNSでキャンペーン をやるから	16.1%
投稿内容が 好きだから	10.4%

▼引用-2020年7月調査-  
株式会社テストイー  
〈20~30代男女〉約7割がSNS広告きっかけで商品ページ/  
ブランドサイトを見た経験があると回答！ECとSNSに関する調査  
<https://ecnomikata.com/column/26944/>

## どのSNSが合っているか、各SNSの特徴

						
月間アクティブユーザー	6,900万人	3,300万人	4,500万人	950万人	2,600万人	9,000万人
男女比	6 : 4	4 : 6	5 : 5	6 : 4	5 : 5	5 : 5
ユーザーの特徴	10~20代の男女中心	20~30代が半数以上	20代が多い 平均年齢は36歳	10~20代が過半数を占めている	30~40代の男女	全世代が幅広く利用
媒体の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>①ユーザーの増加率が高い</li> <li>②情報量が他SNSより多い</li> <li>③幅広い層にアプローチ可能</li> <li>④ファンとのつながりが深い</li> <li>⑤情報検索にも使われる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①写真、動画訴求メイン</li> <li>②投稿は時間が経っても見られやすいストック型</li> <li>③検索メディア</li> <li>④他SNSに比べて女性ユーザーが多い</li> <li>⑤様々な商材でプロモーション可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①「今を知る」SNS</li> <li>②情報拡散力が高い</li> <li>③短文のテキスト訴求</li> <li>④キャンペーンが打ちやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①認知拡大がしやすい</li> <li>②フォロー外にもリーチ可能</li> <li>③タイアップでも広告感が薄い</li> <li>④他SNSとの親和性が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①ビジネスマンに強い</li> <li>②主にフォーマルなシーンで活躍</li> <li>③コミュニケーションツールとして根強い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①メッセージインフラとして定着</li> <li>②公式LINEでのCRMが得意</li> <li>③アクティブ率が高い</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>①タイアップ費用が比較的高い</li> <li>②You Tuberの母数が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①直接的な購買行動が追えない</li> <li>②マーケティングデータが取得しづらい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①情報拡散が一過性になりやすい</li> <li>②過去の投稿は振り返られない</li> <li>③クリエイターが若い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①クリエイティブ性に大きく依存する</li> <li>②獲得できるインプレッションにバラツキがある</li> <li>③クリエイターが若い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①企業コンテンツが届きにくい</li> <li>②インフルエンサーが少ない</li> <li>③拡散性が低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①拡散性が弱い</li> <li>②インフルエンサータイアップでは活用できない</li> <li>③ブロックされやすい</li> </ul>

## 企業がSNS運用をするときの注意点

---

- ① 企業や組織のブランドイメージを損なう発言をしない。
- ② 第三者にアカウントを乗っ取られないよう、  
アカウント情報(IDやパスワードなど)の適切な管理を行う。
- ③ 利用するサービスの規約を遵守する。
- ④ メンテナンスなどで、サービスが利用できない場合の運用を決めておく。
- ⑤ ツールによってアプローチを変化させる
- ⑥ SNSは炎上という危険性があることを認知する
- ⑦ 継続すること

# KAIKETSUの強み

1

電通グループ企業

**dentsu**  
group

電通グループ企業として各種SNS案件の実績多数

- ・ 電通グループの**SNS**専門マーケティング会社
- ・ 電通グループ案件は過去**80**案件以上実施
- ・ "**Dentsu Engagement 360™**"参画企業
- ・ "**インフルエンサーターミナル**"参画企業

2

ワンストップですべての  
SNSアカウント運用に対応



運用負担軽減\_\_まるっと任せられる  
(立ち上げ/企画/撮影/制作/投稿代行)

フォロワーやエンゲージメント推移、  
日々の投稿数値も一括管理可能

+option

- ・ インフルエンサーPR
- ・ ライブ配信
- ・ SNSキャンペーン事務局
- ・ 広告運用

3

業界トップクラスの  
インフルエンサーデータベース

**SONAR**

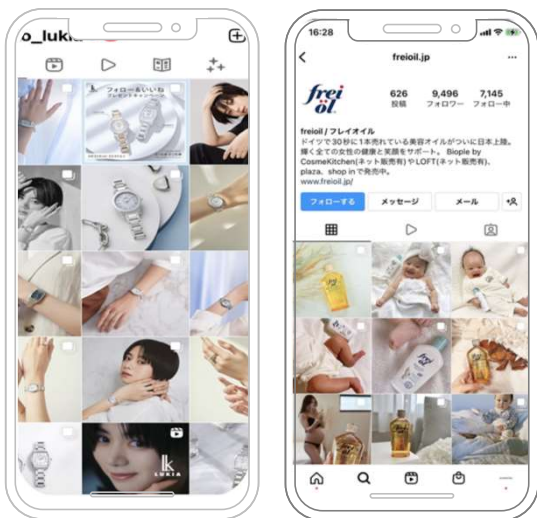
データベース化済みアカウント数

- Instagram **50,000**アカウント  
(国内ビジネスアカウントを網羅)
- YouTube **519**クリエイター  
(15プロダクション)
- TikTok **1,066**クリエイター  
(13プロダクション)

# アカウント運用 目的別アプローチ方法

## 商品紹介

ブランド世界観作りやカタログ化



## 商品紹介+ハウツー

他社との差別化やフォロワー離脱防止



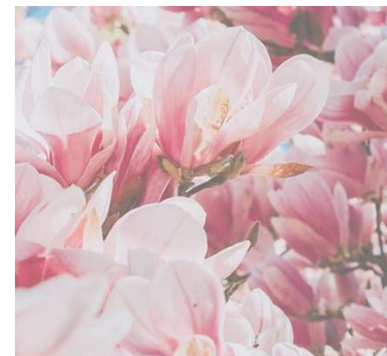
## イラスト・漫画系

圧倒的な商品理解と高エンゲージメント

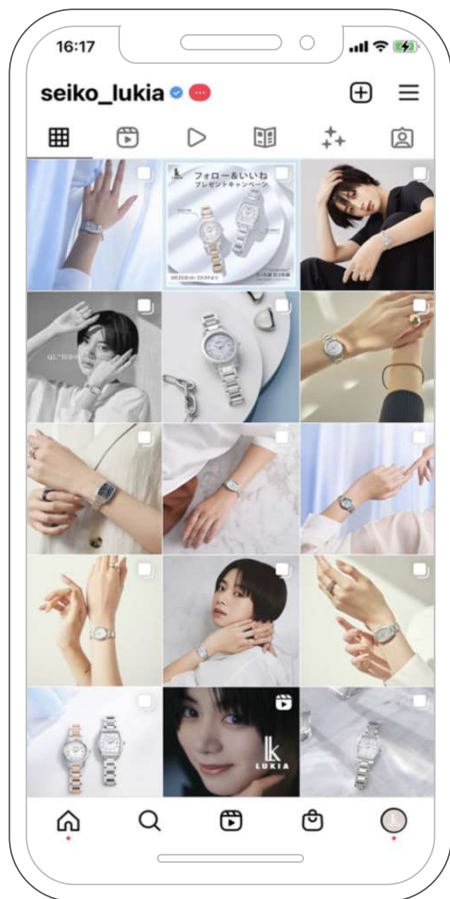


※Instagram以外の他SNS（Twitter/TikTok）でも運用可能

# アプローチ方法



## アプローチ方法



# 01 商品紹介

## 特長

**Instagramでの公式ブランドサイト。**

ブランドの世界観を創るビジュアル制作。

自社での撮影データが少ない場合、商品撮影（カメラマンの手配から撮影データのレタッチ）から投稿代行まで一式可能

## 活用事例

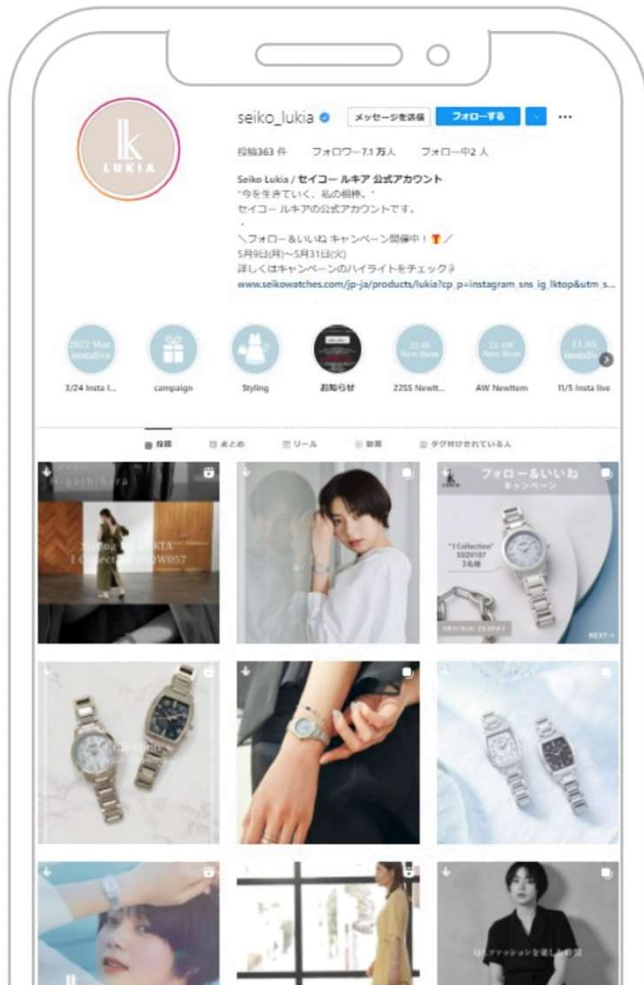
**高単価な装飾品～日用雑貨や美容商材、食品まで  
多種多様なジャンルで活用**

+キャンペーン・インフルエンサープランの併用も可能

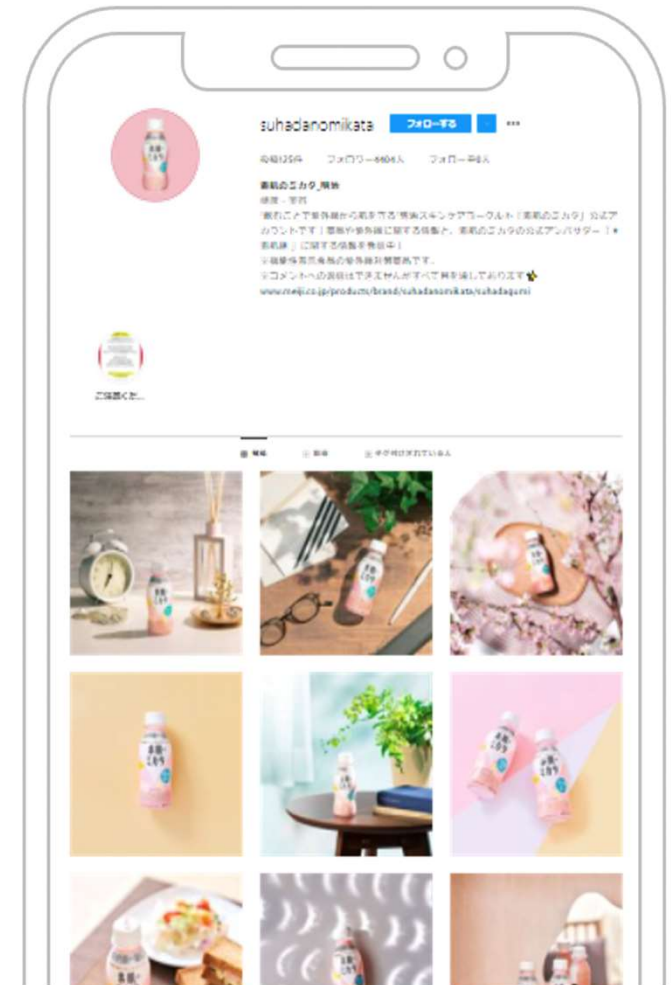


# アプローチ方法例 01商品紹介 Instagram

[https://www.instagram.com/seiko\\_lukia/](https://www.instagram.com/seiko_lukia/)



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



## アカウントの特長

商品にフォーカスしている。  
モデルを起用し、カタログのような投稿が中心。  
企業のInstagram上での  
ブランドサイトとしての役割を  
持つアカウントを運用している。  
既存ユーザーとの  
コミュニケーションツール  
としても活用している。

# アプローチ方法例 01商品紹介 Twitter

[https://twitter.com/fujiko\\_brand](https://twitter.com/fujiko_brand)



[https://twitter.com/JINS\\_PR](https://twitter.com/JINS_PR)



## アカウントの特長

商品紹介もしつつ、  
定期的なキャンペーン訴求が多い。  
また、タレントなどを起用し、  
動画にて新商品をアピール。  
他の公式アカウントやユーザー  
からのリツイートも多い。



# アプローチ方法例 01商品紹介 TikTok

[https://www.tiktok.com/@fifth\\_store](https://www.tiktok.com/@fifth_store)



## アカウントの特長

商品紹介もしつつ、  
スタッフによるコーデ紹介が多い。  
着用アイテムの着こなし方や、  
身長に合わせたコーデを紹介。  
スタッフの紹介なども多く、  
親近感ある投稿が多いのが特徴。

[https://www.tiktok.com/@wego\\_official](https://www.tiktok.com/@wego_official)



# アプローチ方法



## 02 商品紹介＋ハウツー軸

### 特長

他社との差別化やフォロワー離脱を防ぎ、ターゲットに魅力を伝える商品紹介＋ハウツーコンテンツ軸

「商品の魅力は？」「使い方は？」「この情報知りたかった」等ユーザーの課題認知から購買検討までフォローできる。

### 活用事例

写真のみだと伝えにくいサービスや商品、他社との差別化を図りたい場合に使用

＋キャンペーン・インフルエンサープランの併用も可能

# アプローチ方法例 02商品紹介+ハウツー軸 Instagram

[https://www.instagram.com/aoki\\_official2016/](https://www.instagram.com/aoki_official2016/)



[https://www.instagram.com/cainz\\_official/](https://www.instagram.com/cainz_official/)



## アカウントの特長

商品紹介もしつつ  
アイテムについての詳細が多い。  
ストーリーにてモデルや雑誌の紹介、  
画像に文字入れするなど、  
写真から説明が分かりやすい  
投稿が多いのが特徴。

# アプローチ方法例 02商品紹介+ハウツー軸 Twitter

<https://twitter.com/kingjim>



## アカウントの特長

商品紹介の投稿とユーザーからのリツイートにて使い方などの詳細を説明している。飲料に関しては、商品を使ったレシピを紹介する投稿が多い。



[https://twitter.com/nikka\\_jp](https://twitter.com/nikka_jp)



# アプローチ方法例 02商品紹介+ハウツー軸 TikTok

<https://www.tiktok.com/@subwayjapan>



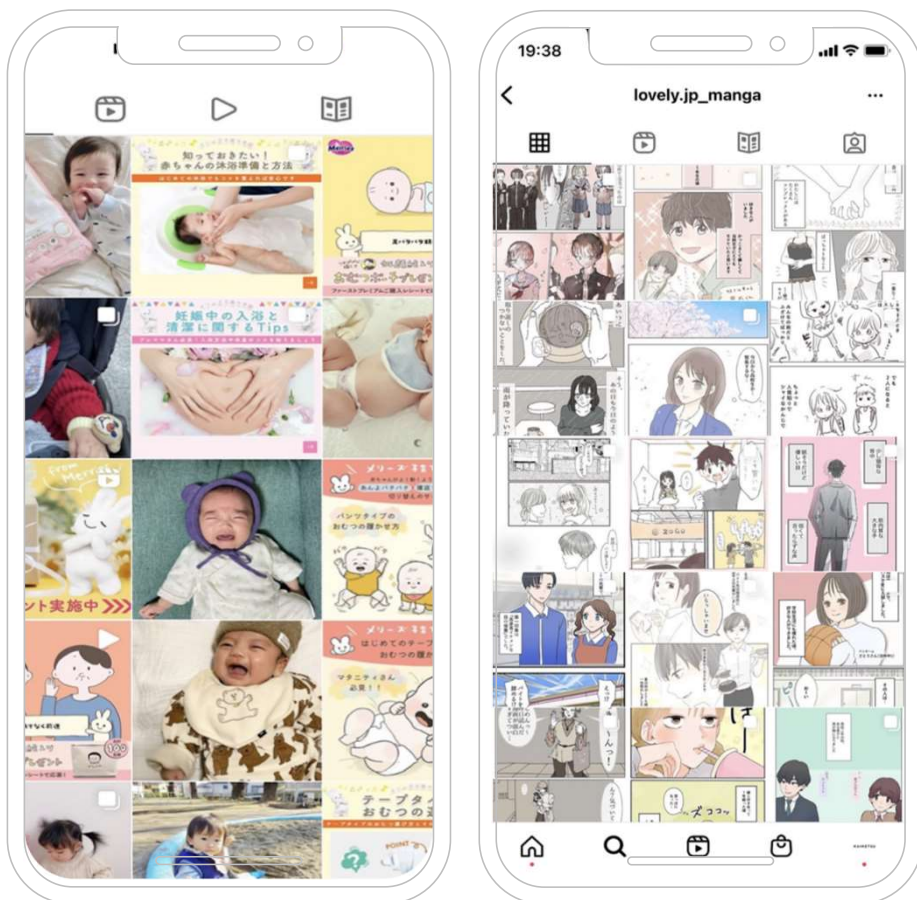
## アカウントの特長

商品を使ったレビューや解説の投稿が多い。  
 社員を登場させ、商品の使い方や  
 食べ方などを紹介。  
 ユーザーからのコメントや質問に  
 答えるかたちでの投稿制作なども  
 行っている。

<https://www.tiktok.com/@shiseido.beauty.journey>



## アプローチ方法



# 03 イラスト・漫画軸

## 特長

エンゲージメントの高い漫画をつかった訴求  
内容理解やアカウントのファン作り、  
**説明の難しい無固形商材の訴求等にも**  
※イラストタッチは、商材にトンマナを合わせることも可能

## 活用事例

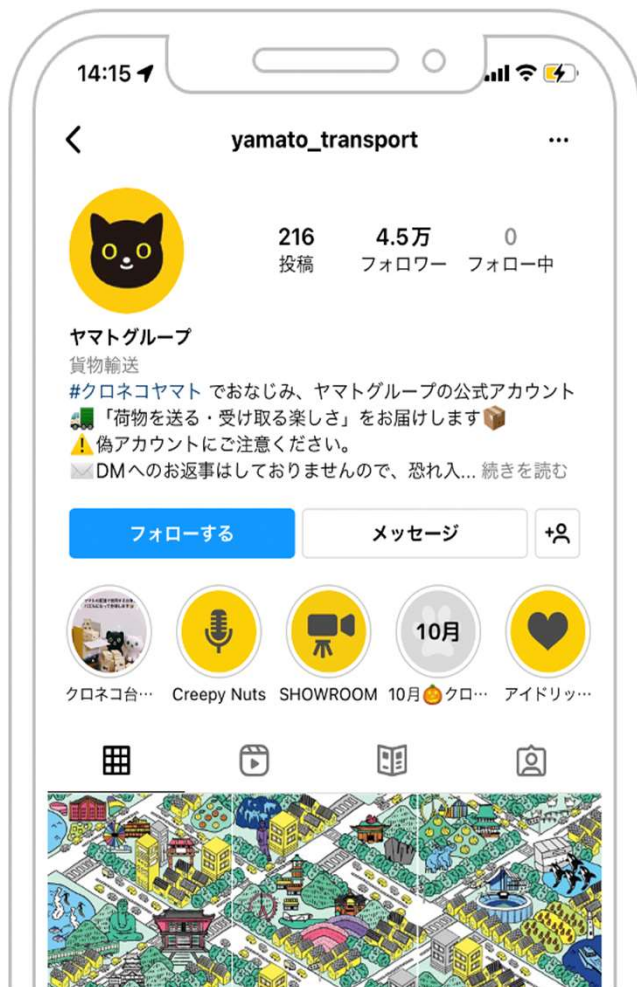
保険等の無固形商材や訴求ポイントの多い商材、その他  
子供向けや女性向け商材などイラスト相性が良い商材に  
使用する場合が多い

+キャンペーン・インフルエンサープランの併用も可能



# アプローチ方法例 03イラスト・漫画軸 Instagram

[https://www.instagram.com/yamato\\_transport/](https://www.instagram.com/yamato_transport/)



## アカウントの特長

ポップなイラストを通し、  
ユーザーが楽しめるコンテンツ  
として投稿している。  
可愛らしさを強調することで、  
購買欲に特化せず、  
日常をほっこりさせてくれる  
投稿が多いのが特徴。

[https://www.instagram.com/merries\\_official\\_jp/](https://www.instagram.com/merries_official_jp/)



# アプローチ方法例 03イラスト・漫画軸 Twitter

<https://twitter.com/ajinomoto>



## アカウントの特長

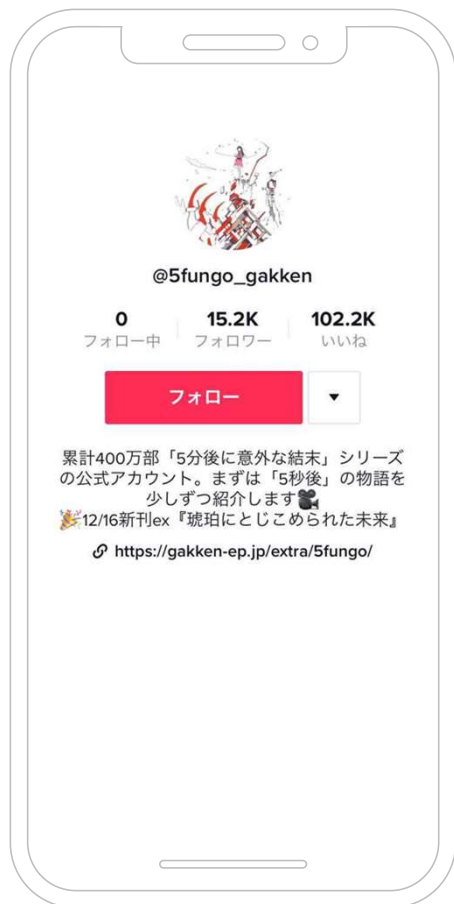
ユーザーからのリポストや商品についての紹介、季節の話題にも触れて投稿。商品をネタに漫画形式で時々投稿しているのが特徴。

[https://twitter.com/asahibeer\\_jp](https://twitter.com/asahibeer_jp)



# アプローチ方法例 03イラスト・漫画軸 TikTok

[https://www.tiktok.com/@5fungo\\_gakken](https://www.tiktok.com/@5fungo_gakken)



## アカウントの特長

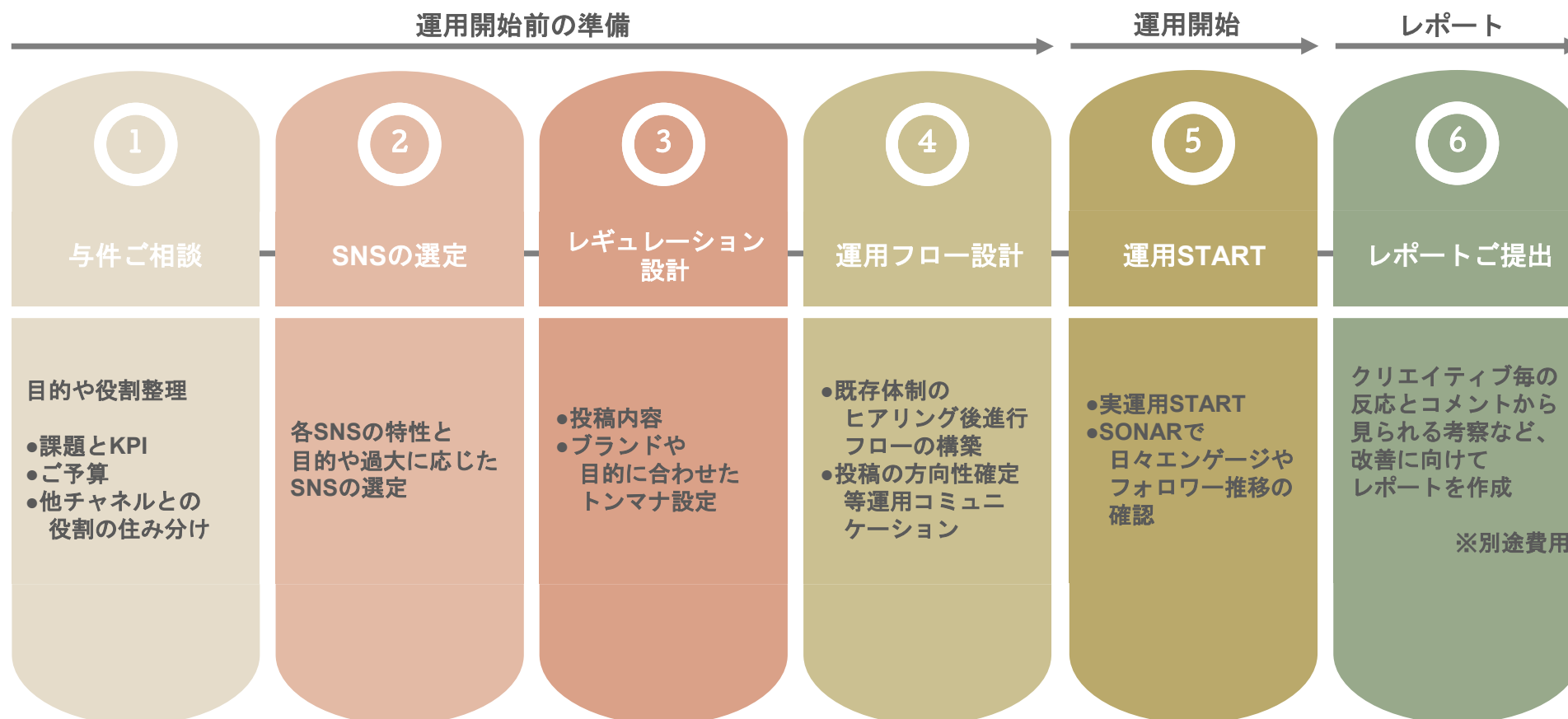
漫画系の書籍では  
本の内容を一部TikTokに公開して  
興味を持ってもらう  
きっかけにしている。  
静止画での構成のため  
制作工数は低減しながらも  
高い再生数を獲得している。



# アカウント運用



# 運用フロー



# アカウント運用 Instagram



投稿制作・代行のみの実施など、実施範囲によって項目の組み合わせが可能です。

## 運用開始前の準備

15営業日

- ・ 投稿内容
- ・ ブランドや目的に合わせたトンマナ設定
- ・ 既存体制のヒアリング後、進行フローの構築
- ・ 投稿の方向性確定等運用コミュニケーション
- ・ アカウント構築、プロフィール整備

## 運用開始

20営業日

- ・ 投稿の企画／制作／投稿代行
- ・ SONARで日々エンゲージやフォロワー推移の確認

## 月次レポート ※別途費用

7営業日

キャンペーン効果分析  
エンゲージメント/フォロワー増加数

金額 (ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 初期設定費用 60万円 (アカウント運用方針策定、レギュレーション策定、アカウント設定)</li> <li>・ 投稿制作・投稿代行 50万円～ (税抜) [静止画月8本 週2投稿程度]</li> <li>・ DM対応 (チェック、返信、エスカレーション) 10万円</li> <li>・ レポーティング 20万円～</li> </ul> <p>※KAIKETSUネット金額</p>
実施内容	<p>左図参照</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 運用開始前の準備</li> <li>・ 投稿制作</li> <li>・ 投稿代行</li> <li>・ DM代行</li> <li>・ レポーティング</li> </ul>
レポート項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 投稿まとめ (いいね数、いいね率、コメント数、UU数)</li> <li>・ フォロワー増加関連</li> </ul> <p>※その他の分析可能な項目もございますのでご相談ください</p>
ご発注期限	運用開始の15営業日前
備考	<p>※画像制作は初めにABCのパターンからトンマナをお選びいただき以降それに沿って運用いたします。</p> <p>※画像制作の修正は1投稿2回までとさせていただきます。</p> <p>※実施内容から大幅に異なる内容がある場合は追加費用が発生いたします。</p>
OPTION	<p>プレゼントキャンペーン実施 動画 (リール等) 制作 インスタライブ配信 商品撮影対応 インフルエンサーキャスティング Instagram広告</p>

# アカウント運用 Twitter



投稿制作・代行のみの実施など、実施範囲によって項目の組み合わせが可能です。

## 運用開始前の準備

15営業日

- ・ 投稿内容
- ・ ブランドや 目的に合わせたトンマナ設定
- ・ 既存体制のヒアリング後、進行フローの構築
- ・ 投稿の方向性確定等運用コミュニケーション
- ・ アカウント構築、プロフィール整備

## 運用開始

20営業日

- ・ 投稿の企画／制作／投稿代行
- ・ SONARで日々エンゲージやフォロワー推移の確認

## 月次レポート ※別途費用

7営業日

キャンペーン効果分析  
エンゲージメント/フォロワー増加数

金額 (ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 初期設定費用 40万円 (アカウント運用方針策定、レギュレーション策定)</li> <li>・ 投稿制作・投稿代行 50万円～(税抜)[月8投稿 週2投稿程度]</li> <li>・ DM対応(チェック、返信、エスカレーション) いいね・リプライ対応 10万円</li> <li>・ レポーティング 20万円～</li> </ul> <p>※KAIKETSUネット金額</p>
実施内容	<p>左図参照</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 運用開始前の準備</li> <li>・ 投稿制作</li> <li>・ 投稿代行</li> <li>・ DM対応</li> <li>・ いいね・リプライ対応</li> <li>・ レポーティング</li> </ul>
レポート項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 投稿まとめ(いいね数、いいね率、コメント数、UU数)</li> <li>・ フォロワー増加相関</li> </ul> <p>※その他の分析可能な項目もございますのでご相談ください</p>
ご発注期限	運用開始の15営業日前
備考	<p>※画像制作は初めにABCのパターンからトンマナをお選びいただき以降、テンプレートに沿って運用いたします。</p> <p>※画像制作の修正は1投稿2回までとさせていただきます。</p> <p>※実施内容から大幅に異なる内容がある場合は追加費用が発生いたします。</p>
OPTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレゼントキャンペーン実施</li> <li>・ 動画素材制作</li> <li>・ Twitterライブ配信</li> <li>・ 商品撮影対応</li> <li>・ インフルエンサーキャスティング</li> <li>・ Twitter広告配信</li> </ul>

# アカウント運用 TikTok



投稿制作・代行のみの実施など、実施範囲によって項目の組み合わせが可能です。

## 運用開始前の準備

20営業日

- ・ 投稿内容
- ・ ブランドや目的に合わせたトンマナ設定
- ・ 既存体制のヒアリング後、進行フローの構築
- ・ 投稿の方向性確定等運用コミュニケーション
- ・ アカウント構築、プロフィール整備

## 運用開始

20営業日

- ・ 投稿の企画／投稿内容制作／投稿代行
- ・ 動画制作
- ・ デイリーでエンゲージやフォロワー推移の確認

## 月次レポート ※別途費用

7営業日

キャンペーン効果分析  
エンゲージメント/フォロワー増加数

金額 (ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 初期設定費用 60万円 (アカウント運用方針策定、レギュレーション策定)</li> <li>・ 投稿制作・投稿代行 200万円～(税抜) <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 月4本投稿</li> <li>↳ コメント・DM対応 (チェック、返信、エスカレーション)</li> <li>↳ レポーターティング 込み</li> </ul> </li> </ul> <p>※KAIKETSUネット金額</p>
実施内容	<p>左図参照</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アカウント運用方針策定</li> <li>・ レギュレーション策定</li> <li>・ 投稿制作</li> <li>・ 投稿代行</li> <li>・ コメント・DMチェック</li> <li>・ レポーターティング</li> </ul>
レポート項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 投稿まとめ (いいね数、いいね率、コメント数、UU数)</li> <li>・ フォロワー増加相関</li> </ul> <p>※その他の分析可能な項目もございますのでご相談ください</p>
ご発注期限	運用開始の20営業日前
備考	<p>※動画制作は初回時のトンマナ設定で方向性を決め、ある程度テンプレートに沿って運用いたします。</p> <p>※動画修正は1投稿2回まで(微調整)とさせていただきます。</p> <p>※実施内容から大幅に異なる内容がある場合は追加費用が発生いたします。</p>
OPTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレゼントキャンペーン実施</li> <li>・ TikTokライブ配信</li> <li>・ 商品撮影対応</li> <li>・ クリエイターキャスティング</li> <li>・ TikTok広告配信</li> </ul>



# OPTION キャンペーン事務局



投稿制作・代行のみの実施など、実施範囲によって項目の組み合わせが可能です。

## キャンペーン企画 5営業日

- ・ キャンペーン内容/運用スケジュール作成
- ・ 告知、露出方法
- ・ 賞品手配

## 事務局準備 5営業日

- ・ 当選通知文章やフォーム作成、規約設定
- ・ 抽選、報告内容確認

## キャンペーン事務局運営 10~30営業日

- ・ 応募状況データ取得
- ・ 抽選、当選者確定
- ・ 当選DM送信
- ・ 個人情報取得
- ・ 賞品梱包、発送
- ・ 問合せ対応
- ・ 報告作業

発送数量で異なる為都度お見積りをさせていただきます。  
※目安発送費2,000円/カ所  
※梱包資材

## レポート ※別途費用 7営業日

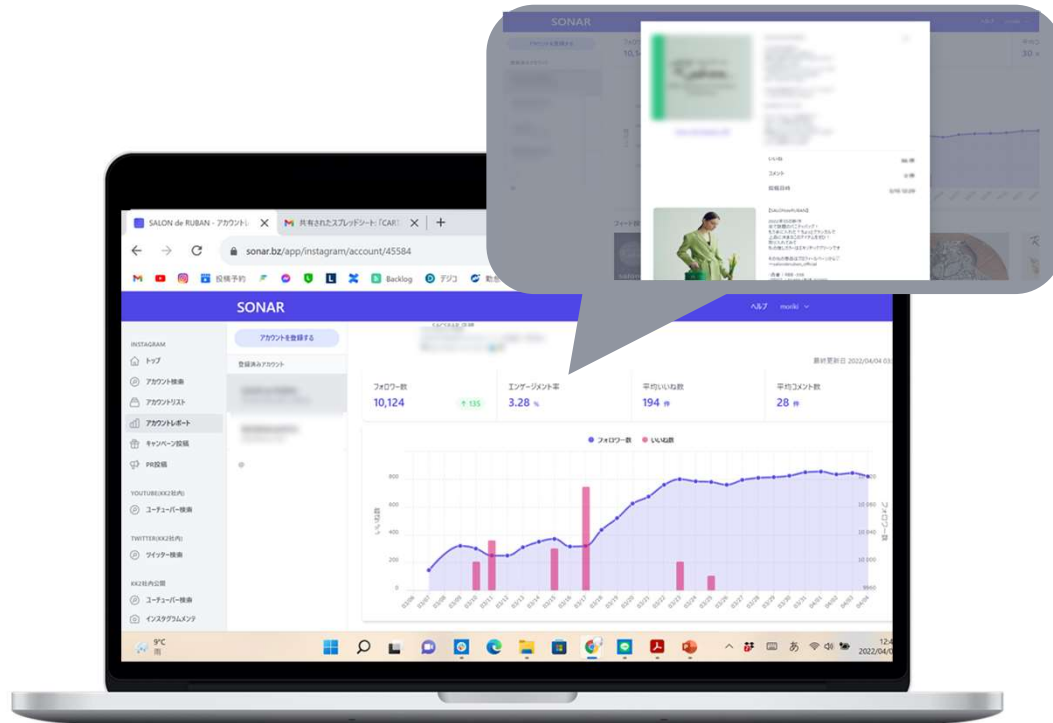
キャンペーン効果分析  
エンゲージメント/フォロワー増加数

金額 (ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ キャンペーン企画 30万円</li> <li>・ 事務局準備 10万円</li> <li>・ キャンペーン事務局運営 60万円</li> <li>・ レポート 20万円</li> </ul> <p>※KAIKETSUネット金額</p>
実施内容	<p>左図参照</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ キャンペーン企画</li> <li>・ 事務局対応</li> <li>・ レポート ※別途費用</li> </ul>
商品の送り先	<p>KAIKETSUオフィス（渋谷ソラスタ）</p> <p>※商品の数が多い場合はお送り先が異なる場合がございます。</p>
レポート項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 投稿まとめ（いいね数、いいね率、コメント数、UU数）</li> <li>・ フォロワー増加相関</li> </ul> <p>※その他の分析可能な項目もございますのでご相談くださいませ</p>
ご発注期限	<p>キャンペーン開始の20営業日前</p>
備考	<p>※大量のDM送信について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* DM送信には送信規制がかかります。</li> <li>従って1日のDM送信数は一日当たり150件前後を基準にスケジュールリングします。</li> <li>・ 弊社への商品発送費はクライアント（代理店）負担となります。</li> </ul>

# SONAR機能紹介

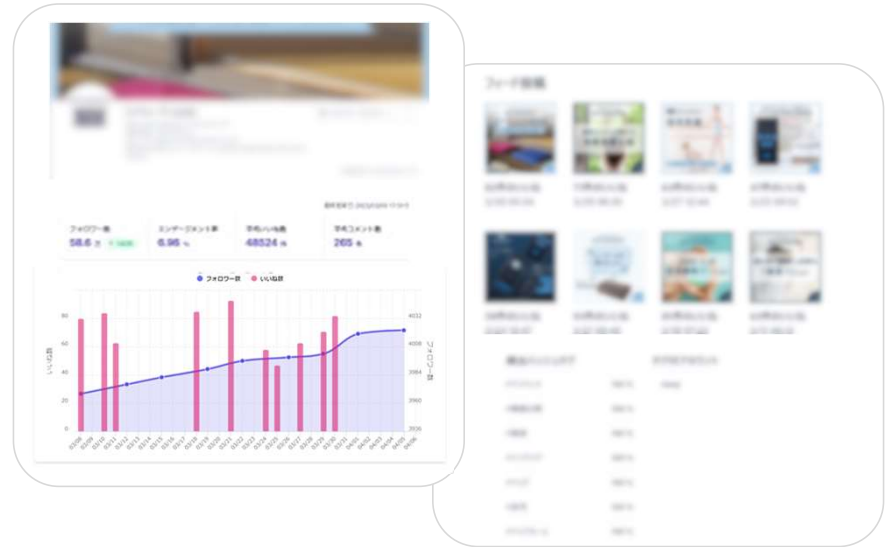


# SONAR機能紹介 公式アカウントレポート (IG)



## 閲覧可能なデータ

- ・ フォロワー数
- ・ 平均エンゲージメント率
- ・ 平均いいね数
- ・ 平均コメント数
- ・ フォロワー推移
- ・ 直近フィード投稿
- ・ 頻出ハッシュタグ
- ・ タグ付けアカウント

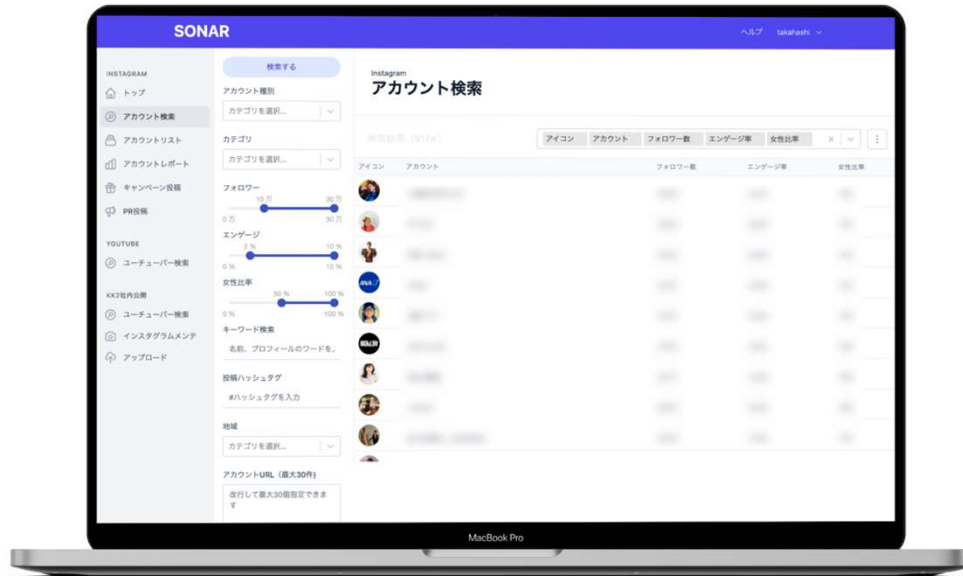


アカウントレポートでは、登録した Instagram アカウントのデータを確認することができます。

- ・ フォロワーやエンゲージメントが急激に伸びている前の投稿詳細を見ることで、簡単に日々の投稿を確認、分析することができます。
- ・ 競合なども登録しておくことでフォロワーの伸び率やエンゲージメント、同シーズンにどんな投稿が出ているかの分析や比較も簡単に行うことが可能です。

**QUICK TIPS**

# SONAR機能紹介 アカウント検索 (IG)



アカウント検索では、InstagramとYouTubeのインフルエンサーを検索し、データを確認することができます。

## 閲覧可能なデータ

- ・ フォロワー数
- ・ 平均エンゲージメント率
- ・ 平均いいね数
- ・ 平均コメント数
- ・ フォロワー推移
- ・ 直近フィード投稿
- ・ 頻出ハッシュタグ
- ・ タグ付けアカウント

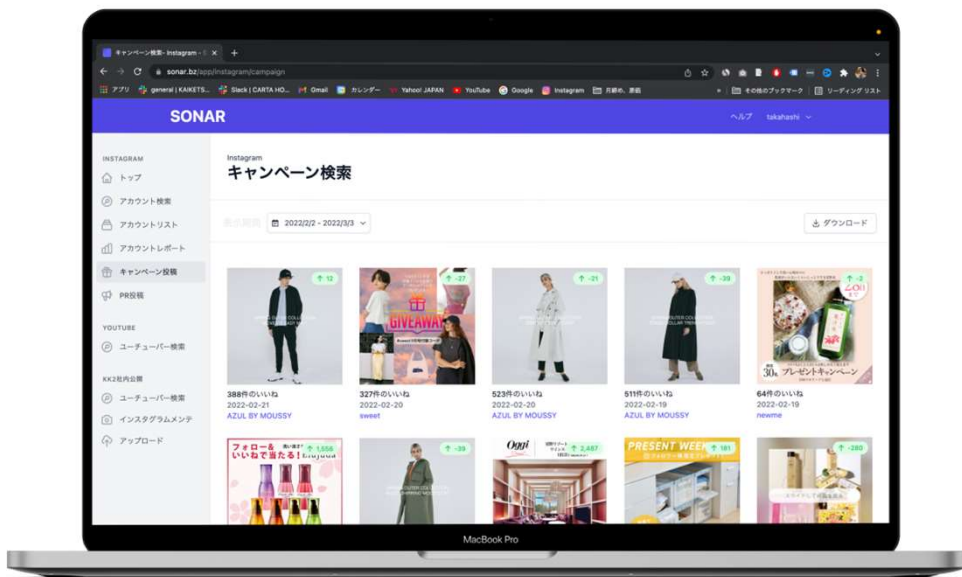


フォロワーが急激に伸びている前の投稿詳細を見ることで、  
何でフォロワーが伸びたかなど簡単に確認することができます。

QUICK TIPS

インフルエンサーの中にはハッシュタグを使わないインフルエンサーも  
います（特にタレント系に多い）。

# SONAR機能紹介 IGキャンペーン検索



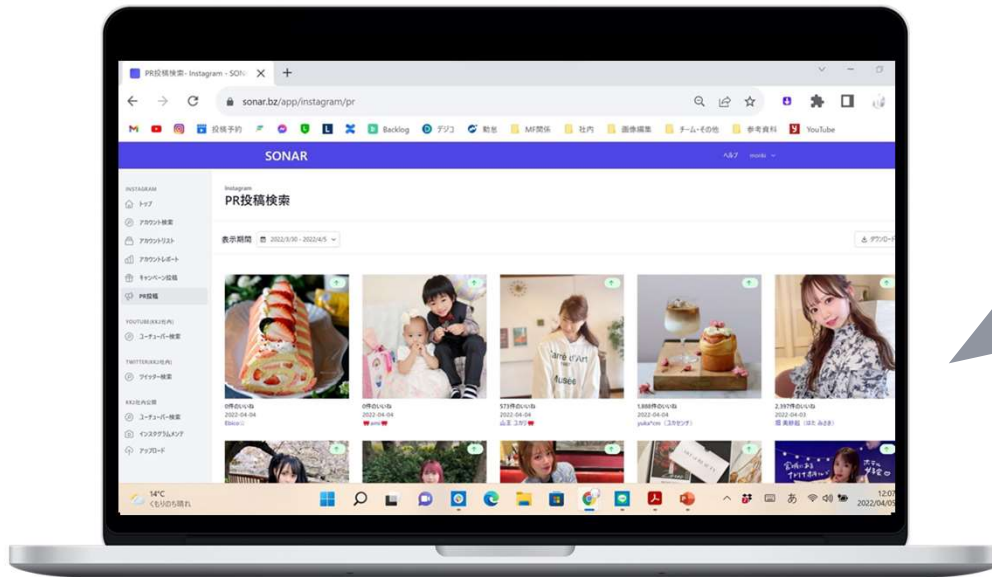
企業のキャンペーン投稿を検索する機能です。  
(一部アカウントのキャンペーン投稿を検索可能)  
他社のキャンペーン状況の把握と分析をすることができます。

## 閲覧可能なデータ

- ・ 期間を指定して検索
- ・ 投稿キャプション表示
- ・ 該当投稿へのリンク取得
- ・ いいね数
- ・ コメント数
- ・ 投稿日時

いいね	2,306 件
コメント	1 件
投稿日時	2022-02-10

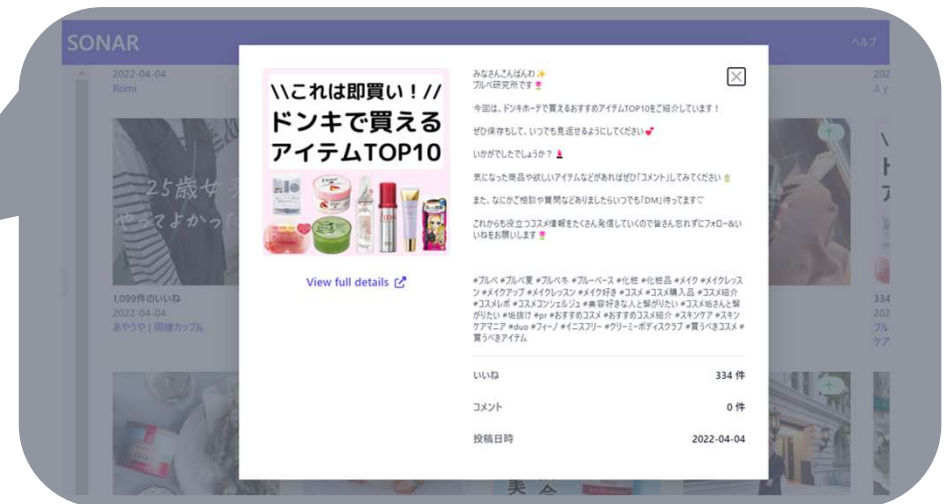
# SONAR機能紹介 PR投稿 (IG)



PR投稿では、指定した期間に #PRがついている投稿を確認することができます。

## 閲覧可能なデータ

- ・ フォロワー数
- ・ フォロワー推移
- ・ 平均エンゲージメント率
- ・ 直近フィード投稿
- ・ 平均いいね数
- ・ 頻出ハッシュタグ
- ・ 平均コメント数
- ・ タグ付けアカウント



指定期間内にどんなPR投稿が多く出ているかやいいね数の高い投稿詳細を簡単に確認でき、実際の投稿へのリンクにも簡単に飛ぶことができます。

PR色強くない投稿やクリエイティブ参考イメージを探すにも便利です。



# 公式アカウント運用 レポートサンプル

## 全体数値まとめ

アカウントサマリー

10月		11月		12月	
フォロワー	: 49,603 (+13,785)	フォロワー	: 50,420 (+455)	フォロワー	: 49,331 (-1,088)
フォロワー増減数 (デフォルト)	: 443	フォロワー増減数 (デフォルト)	: -3	フォロワー増減数 (デフォルト)	: -34
フォロワー増数 (デフォルト)	: 514	フォロワー増数 (デフォルト)	: 75	フォロワー増数 (デフォルト)	: 34
フォロワー減数 (デフォルト)	: 71	フォロワー減数 (デフォルト)	: 78	フォロワー減数 (デフォルト)	: 68
投稿数フィード	: 23投稿	投稿数フィード	: 24投稿	投稿数フィード	: 21投稿
投稿数ストーリー	: 40投稿	投稿数ストーリー	: 49投稿	投稿数ストーリー	: 33投稿
いいね数	: 51,042	いいね数	: 26,320	いいね数	: 15,364
1投稿あたり平均いいね数	: 1,647	1投稿あたり平均いいね数	: 877	1投稿あたり平均いいね数	: 530
コメント数	: 2,230	コメント数	: 79	コメント数	: 10
インプレッション数	: 842,865	インプレッション数	: 735,156	インプレッション数	: 491,827
合計保存数	: 5,030	合計保存数	: 2,203	合計保存数	: 778
平均ENG率	: 4.7%	平均ENG率	: 1.5%	平均ENG率	: 0.9%
アクション率	: 6.91%	アクション率	: 3.89%	アクション率	: 3.28%
商品閲覧数	: 8,114 (12投稿)	商品閲覧数	: 6,479 (17投稿)	商品閲覧数	: 3,773 (13投稿)
商品ボタンクリック数	: 1,676	商品ボタンクリック数	: 5,098	商品ボタンクリック数	: 507
平均CTR	: 12.6%	平均CTR	: 10.6%	平均CTR	: 9.4%

アクション率=(いいね+コメント+保存)/インプレッション\*100  
CTR=商品ボタンクリック/商品閲覧

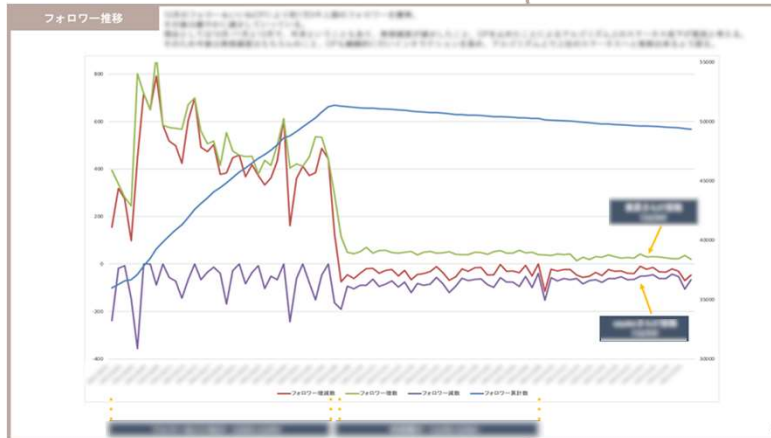
## フィード投稿数値まとめ

人気フィード投稿 TOP 5

インプレッション					保存数				
10/01	10/25	10/29	10/13	11/05	10/01	11/16	10/13	11/05	11/15
113,928	75,597	53,367	47,756	46,835	2,937	483	425	421	341

エンゲージメント (いいね+コメント)/デフォルトフォロワー数					コメント				
10/01	10/25	10/05	10/11	10/08	10/01	10/25	11/05	10/08	10/11
39.6%	18.9%	6.82%	6.59%	6.08%	2,937	473	24	22	13

## フォロワー推移



## ストーリーズ数値まとめ

人気ストーリーズ投稿 TOP 5

リーチ					リーチ率 (リーチ数/フォロワー数*100)				
11/20	10/18	10/11	11/05	10/19	10/11	10/18	10/20	10/13	10/19
11,070	11,063	10,667	10,142	10,029	26.06%	24.88%	24.42%	22.60%	22.35%

アクション率 (各クリック合計/リーチ数*100)					アンケート投票数				
11/12	11/12	10/01	11/23	11/16	10/20	10/20	10/19	10/18	10/18
5.84%	5.71%	5.48%	3.68%	3.44%	3,187	2,721	2,321	2,240	1,988

# 公式アカウント運用 レポートサンプル

## 数値サマリー

### 投稿カテゴリ別数値

投稿カテゴリ×書及している内容別 平均ENG率比較 (カテゴリ内で重複あり)

	ブランド					プロダクト					その他				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
投稿数	-	12	5	3	6	5	13	-	-	9	-	-	1	1	3
合計いいね数	-	10,412	6,503	14,770	8,077	8,765	15,292	-	-	8,660	-	-	1,045	1,968	-
合計コメント数	-	41	18	1,052	44	43	42	-	-	22	-	-	5	5	-
合計保存数	-	371	277	2,397	480	573	1,840	-	-	403	-	-	33	35	-
合計いいね率	-	313,347	151,322	171,708	179,487	185,618	416,295	-	-	211,769	-	-	33,448	59,008	-
平均Eng率	-	1.86%	2.81%	14.67%	3.23%	4.07%	2.41%	-	-	2.05%	-	-	2.05%	1.51%	-
平均アクション率	-	3.44%	4.49%	11.3%	4.79%	4.94%	4.12%	-	-	4.29%	-	-	3.23%	3.38%	-

アクション率=(いいね+コメント+保存)/インプレッション\*100  
CTR=商品ボタンクリック/商品閲覧

### 平均Eng率

①	(14.67%)
②	(4.07%)
③	(3.23%)
④	(2.81%)
⑤	(2.41%)

### 平均アクション率

①	(11.3%)
②	(4.94%)
③	(4.79%)
④	(4.49%)
⑤	(4.29%)

カテゴリについて

16

## IG SHOP分析

### IG SHOP分析

#### 閲覧数



#### 商品ボタンクリック数



#### CTR



#### 品番別閲覧数

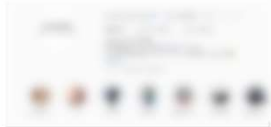
商品番号	: 16,425
商品番号	: 12,425
商品番号	: 10,581
商品番号	: 10,120
商品番号	: 9,332

21

## 競合数値

### 競合アカウント状況

※このレポートは、競合アカウントの公開情報を元に作成されています。最新の情報は、競合アカウントの公開情報をご確認ください。



#### ▼アンバサダー募集投稿 (9/15)



平均いいね数 : 1,742  
平均ENG率 : 2.8%

▼9/15以降全体的に数値が伸びている傾向にある

	LIKE	comment	follower	ENG
競合A	2,258	13	61,478	3.69%
競合B	1,709	15	61,478	2.80%
競合C	2,985	69	61,478	4.97%
競合D	1,947	8	61,478	3.18%
競合E	1,455	7	61,478	2.38%
競合F	1,081	0	61,478	1.76%
競合G	1,918	2	61,478	3.12%
競合H	1,823	5	61,478	2.97%
競合I	1,671	7	61,478	2.73%
競合J	1,270	6	61,478	2.08%
平均	1,812	13.20	61,478	3.07%
合計	4,051	374	61,478	7.19%

26

## 総括・考察

### 総括 / 考察 / 今後に向けて

#### 総括 / 考察

- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。
- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。
- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。
- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。

#### 今後に向けて

- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。
- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。
- ・ 競合アカウントの投稿内容や、投稿頻度、投稿時間などを分析し、競合アカウントの強みや弱みを把握する。

30



# KAIKETSU 事例のご紹介

## Instagram運用事例



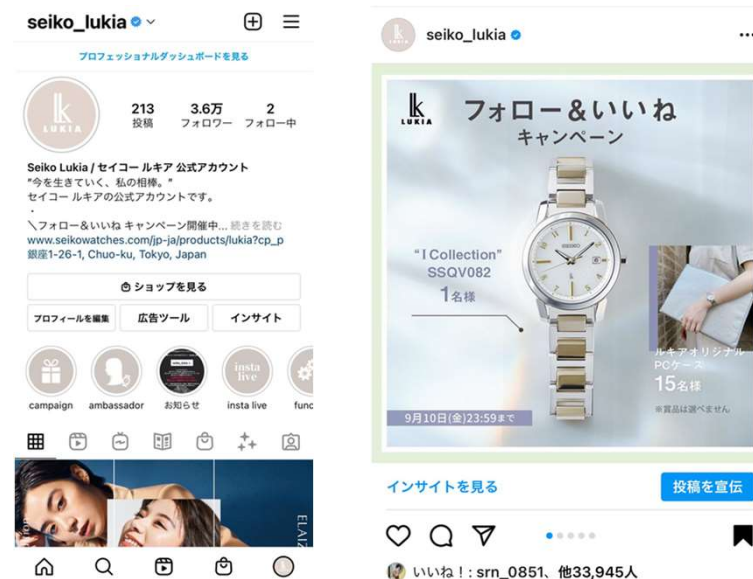
# セイコーウォッチ 様 (セイコールキア)

SEIKO

年間投稿計画とキャンペーンを策定。  
運用代行とレポーティングによるPDCAを実施。  
6ヶ月で**3万フォロワー**を獲得。  
運用基盤の構築が完了。

## 取り組み前の課題や目的

- アカウント立ち上げ時だったため、誰が何をどうやって投稿して、どうなれば良いのか分からない。



## 課題に対する打ち手や成果、実績

- 投稿クリエイティブの考案から投稿計画、投稿カレンダー/運用管理シートの作成、ハッシュタグの設計、運用管理体制の構築 等、ゼロイチの包括的な運用基盤を構築。
- 流入目的のアンバサダー施策やフォロワー獲得目的のキャンペーンを企画から運用まで実施し、認知拡大やフォロワーを大幅に獲得。

# セイコーウオッチ 様 (セイコールケア)

## 各種カレンダー

### ● フィード

投稿日	投稿種別	投稿内容	投稿者	投稿URL
2022/5/27	写真	【お知らせ】セイコーウオッチの最新モデルが到着しました。ぜひご覧ください。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/26	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/25	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/24	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/23	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/22	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/21	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/20	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/19	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/18	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/17	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/16	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/15	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/14	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/

### ● ストーリーズ

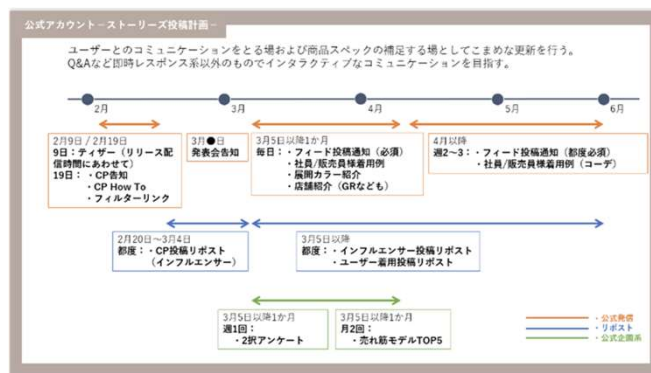
投稿日	投稿種別	投稿内容	投稿者	投稿URL
2022/5/27	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/26	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/25	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/24	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/23	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/22	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/21	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/20	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/19	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/18	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/17	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/16	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/15	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/14	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/

## 投稿計画

### ● フィード

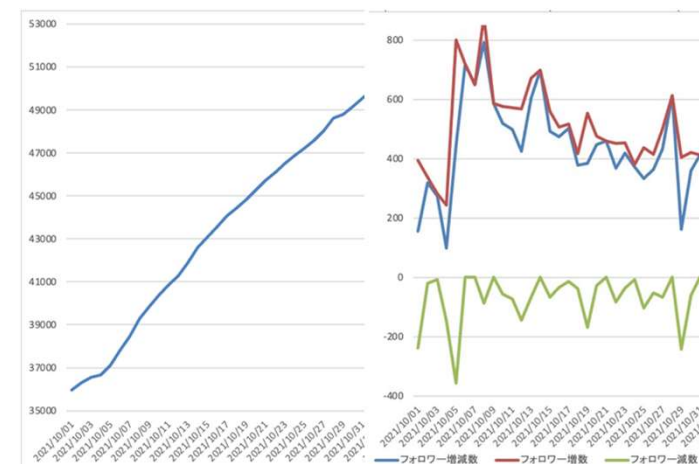
投稿日	投稿種別	投稿内容	投稿者	投稿URL
2022/5/31	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/28	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/26	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/24	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/21	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/19	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/17	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/
2022/5/14	写真	セイコーウオッチの魅力を伝えるための投稿です。	セイコーウオッチ	https://www.seicowatch.com/

### ● ストーリーズ



## 成果物

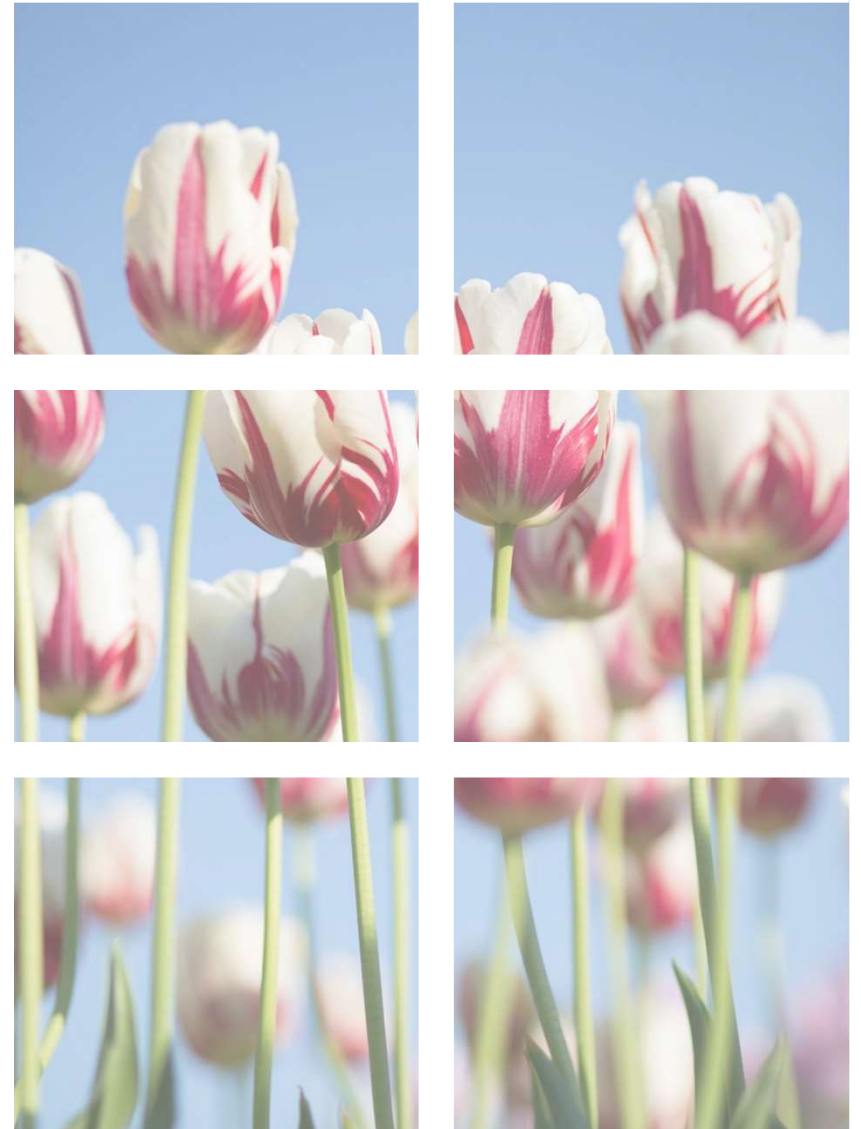
### ● 運用期間中フォロワー5万人を突破



10月~11月にてフォロワー数が増加

# KAIKETSU 事例のご紹介

## TikTok運用事例



# 学研プラス 様（5分後に意外な結末シリーズ公式）

## Gakken

公式TikTokの立ち上げを行い、  
初月で10,000フォロワーを達成。  
また、投稿の平均再生数30万再生、  
最高再生数53万再生達成。



5fungo\_gakken

5分後に意外な結末シリーズ公式 (Gakken)

フォロー

0 フォロー中 13.8K フォロワー 74.2K いいね

累計380万部「5分後に意外な結末」シリーズの公式アカウント。まずは大人気『5秒後』の物語を少しずつ紹介します📖

📅9/16(木)「5分後Q」2刊目発売!

[gakken-ep.jp/extra/5fungo/](https://gakken-ep.jp/extra/5fungo/)

## 取り組み前の課題や目的

- 競合（スターツ出版）がTikTok公式アカウントの動画がバズったことをきっかけに売上増加しており、自社でも公式アカウント運用をしたいと考えていた。
- しかし、何をして良いか全く分からない状態だった。

## 課題に対する打ち手や成果、実績

- 徹底的な市場リサーチによる初投稿からのバズ。
- 初月（4投稿）で1万フォロワーを達成。
- 投稿の平均再生数30万再生、最高再生数53万再生達成。
- 公式サイトへの流入が2倍及びCVの向上。

# 学研プラス 様 (5分後に意外な結末シリーズ公式)

## 発見された珍種

再生回数 : 53.8万  
 いいね : 3.8万  
 コメント : 472



## 衝撃の1枚

再生回数 : 11.5万  
 いいね : 6095  
 コメント : 93



## 思い出の写真

再生回数 : 17.1万  
 いいね : 1.4万  
 コメント : 179



## 何もしない夫

再生回数 : 39.8万  
 いいね : 2.3万  
 コメント : 332



# WEGO 様



## 取り組み前の課題や目的

自社で運用したが、知見が足りないせいかなかかなか成果が出ない。

## 課題に対する打ち手や成果、実績

50万フォロワーを抱えるInstagramと異なり、なかなか成果が出せなかったが、Instagramと差別化した動画制作企画で初月からヒット！海外のファッション系バズ動画の分析など、TikTokのノウハウを詰め込んで初回からヒットを生み出すことができています。

# KIREIMO 様



## 取り組み前の課題や目的

ミレニアル世代へKIREIMOの知名度を広げるため、TikTokを活用したいが自社内での知見がない

## 課題に対する打ち手や成果、実績

- ・ TikTok運用に精通した実際のクリエイター（27万F）が動画制作を行うことで、広告色を抑えたユーザーとのよい距離感が評価されている。
- ・ KIREIMOのアカウント投稿のエンゲージメント、視聴時間、離脱分析から、おすすめ掲載されやすい投稿のPDCAを回し、ヒット量産体制が作れた。



# KAIKETSU 事例のご紹介

## Twitter運用事例



# ダイハツ様

<https://twitter.com/HelloDaihatsu>



## ハロー！ダイハツ【ダイハツ工業公式】

@HelloDaihatsu

ダイハツ工業公式アカウントです。「みんなを元気にしたいねん！」をモットーに、ダイハツのニッチなことから社会課題まで様々な情報をお届けします。皆さんのリプライとっても嬉しいです。全てにご返信できないこともありますがお気軽に話しかけてください！【SNS利用ポリシー】[bit.ly/36M4t2G](https://bit.ly/36M4t2G)

大阪府池田市 [daihatsu.co.jp/faq/index.htm](https://daihatsu.co.jp/faq/index.htm)

2020年9月からTwitterを利用しています

0 フォロー中 2.8万 フォロワー

ダイハツ公式アカウントとして広報部と協同で運用中。  
 KAIKETSUでは、運用の「分析」部分を担当して年間を通じて運用をご支援している。  
 分析結果から投稿コンテンツの方向性や、改善案のご提案などを通じて、投稿制作部分にもご活用いただいている。

## ■オーガニック投稿

Twitter上でも親しみやすく、面白いとおもってもらえるようなコンテンツと、ダイハツ車をうまく組み合わせて投稿を制作しています。



午後6:00 · 2021年3月10日 · Twitter Web App

3,136 件のリツイート 263 件の引用ツイート 7,528 件のいいね

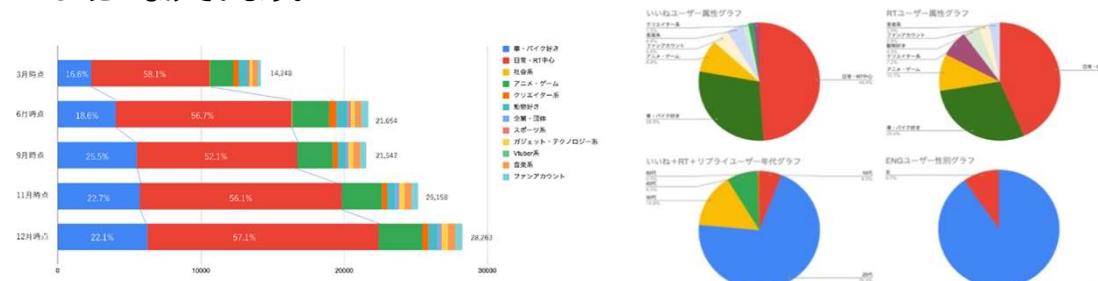


午後0:00 · 2021年4月1日 · Twitter Web App

7.7万 件のリツイート 4,355 件の引用ツイート 17.5万 件のいいね

## ■運用レポート

投稿に対してどんなユーザーが反応したのか、属性、年代、性別の分析や、フォロワーの属性年代性別分析を通じて、アカウントの目的である若年層とつながりたい、ダイハツファクトを伝えたいという部分が達成されているのかを確認して、PDCAにつなげています。



# AOKI様

[https://twitter.com/Aoki\\_sns](https://twitter.com/Aoki_sns)



**【公式】 AOKI**   
@Aoki\_sns

ビジネスウェア専門店AOKI公式アカウントです。  
スーツはもちろん、オススのビジネスウェアについての情報も発信！  
※中の人はスーツオタクです※  
スーツの良さを伝えたい！！

DMでのお問い合わせはご対応できかねます。  
お問い合わせはホームページの専用フォームよりお願い致します。

◎ 神奈川県 横浜市 都筑区 [aoki-style.com](https://aoki-style.com)  
📅 2011年9月からTwitterを利用しています

62 フォロー中 8.4万 フォロワー

スーツのAOKI様SNSアカウント運用を担当。  
Twitter/Instagram運用にて通常投稿の  
企画立案～投稿～レポート提出、改善施策及びキャンペーン提案を展開。

## ■オーガニック投稿



**【公式】 AOKI**  @Aoki\_sns · 7月25日  
サマークリアランスセール！🎉  
この夏人気のトップスがまとめ買いでさらにお得に♪

しかも今ならオンライン限定でさらに10%OFF\*\*  
この限定値下げは明日までです！！  
#めるる #トラちゃん 着用のアイテムもお買い得。  
是非、チェックしてくださいね👉

[aoki-style.com/?index=ladies](https://aoki-style.com/?index=ladies)

CanCamさんと他1人

💬 23 🔄 76 ❤️ 736 📌



# 日清食品様(U.F.O.焼そば)



日清焼そばU.F.O.公式

@nissin\_u\_f\_o

日清焼そばU.F.O.公式アカウントです。濃い濃いソース！ソース食おうぜ！詳しくは [nissin-ufo.jp](http://nissin-ufo.jp)

[nissin-ufo.jp](http://nissin-ufo.jp) 2012年2月からTwitterを利用しています

131 フォロワー中 15.7万 フォロワー

日清食品U.F.O.焼そばTwitter運用コンテンツの制作を実施。ブランドを世の中にどうリーチさせるか、コンテンツとして強いものを企業として提供できるかをメインにコンテンツ制作を実施。

## ■オーガニック投稿



日清焼そばU.F.O.公式 @nissin\_u\_f\_o · 1月7日

温泉でライオンからお湯が出てるとテンション上がるので、U.F.O.にも搭載してみました。

年始の初湯切りにふさわしい、ゴージャスな気分が味わえました。

RTが多ければ商品化!?

#UFOゴージャス湯切り  
#おせちに飽きたらUFO



362 3.5万 5万



日清焼そばU.F.O.公式 @nissin\_u\_f\_o · 2020年12月16日

今日はベートーベンの誕生日、ハピバ！  
ベートーベンは珈琲を飲む際、一杯に使う豆は60粒と決めていたという説があるそうです。  
そういえばU.F.O.食べた後の珈琲は美味しいですね。

#UFOソースand焼そばアート  
#ベートーベン  
#ベートーベン誕生日



22 648 2,794