

FUNBOX

FOR INSTAGRAM

活用マニュアル



はじめに

1. 自動アクションについて

- ・ 極力クライアント様自身でのアクションは控えるようお願いいたします。
自動アクションが稼働している際、クライアント様の手動でのアクションを控えることにより、自動アクションでの不具合を減らすことができます。
- ・ 1ヶ月に数日ほど全くアクションをしない日をあえて入れております。
より人間らしい動きをするよう、システムが数日ほど動かない日がございます。
アカウントの凍結を防ぐための処置ですので、ご了承ください。

その他の注意事項

- ・ サービスの特性上、システムの影響を受けるため、1日ごとではなく月単位でアクション履歴の数字を見るようにお願いします。
- ・ ロボットと認識されないように、アクション実行時間はランダム仕様となっております。
そのため、決まった時間にアクションを実行するわけではありません。
- ・ INSTAGRAMでUIや仕様の変更があった場合、弊社でその都度アルゴリズムの改定を行っております。ごく少数ですが、アクション機能が数日作動しない可能性があることをご了承ください。
- ・ アンフォロー操作について、導入前にフォローしていたユーザーアカウントも含めて、アンフォローの対象となります。相互フォローになっていないアカウントについては、アンフォローされてしまうので、事前に相互フォローするなどして対策をお願いいたします。

2.DMを日々ご確認いただき、適切なDMに関しては連絡(返信)する

INSTAGRAMのDMは、採用活動において求職者との重要な連絡手段です。見逃しを防ぐため、日々DMを確認し、適切な内容には迅速に返信を行いましょ。また、返信の遅延は機会損失につながる可能性があるため、できるだけ早めの対応を心がけてください。

3.スパムアカウント(DM)が多い理由

INSTAGRAMは利用者が多く、スパムアカウントによるDMも頻繁に届きます。特に採用目的でアカウントを運用している場合、企業やサービスに興味を持ったと見せかけるDMが増える傾向にあります。これらは不審なリンクや広告を目的としている場合が多いため、対応時には送信元のアカウント情報を必ず確認し、信頼できるアカウント以外はブロックまたは削除するようにしましょう。

4.投稿した方が良い理由

採用活動において投稿は、企業やサービスの魅力を伝える重要なツールです。定期的な投稿により、アカウントの活発さをアピールでき、求職者に信頼感を与えることができます。また、仕事の雰囲気や社風を視覚的に伝えることで、興味を持つユーザーの増加につながります。さらに、INSTAGRAMのアルゴリズムにより、アクティブなアカウントはおすすめ表示されやすくなるため、投稿の頻度と質を維持することが集客力向上につながります。

01. INSTAGRAMの基本情報

- ・ INSTAGRAMとは？（簡単な概要や利用目的）
- ・ 投稿の種類（フィード投稿、ストーリーズ、リール、ライブ配信）

02. フィード投稿の基本操作

- ・ 画像/動画の最適なサイズ（例：1,080×1,080ピクセル）
- ・ 魅力的なビジュアルの作り方

03. リール動画の基本操作

- ・ リールとは？（特徴や活用のメリット）
- ・ リール動画作成のポイント

04. 効果的な投稿のポイント

- ・ ターゲット層に合った内容作り
- ・ 投稿の頻度とタイミング

05. よくある質問

01. INSTAGRAMの基本情報

INSTAGRAMとは

写真や動画を共有することに特化したソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS）です。

2010年にサービスが開始され、現在では世界中で数十億人以上のユーザーが利用しています。

Instagramの特徴は、視覚的なコンテンツを中心にコミュニケーションが行われる点で、個人の日常の記録や友人との交流だけでなく、企業やブランドのプロモーションツールとしても活用されています。

投稿の種類

- ・ フィード投稿
- ・ リール投稿
- ・ ストーリーズ
- ・ ライブ配信



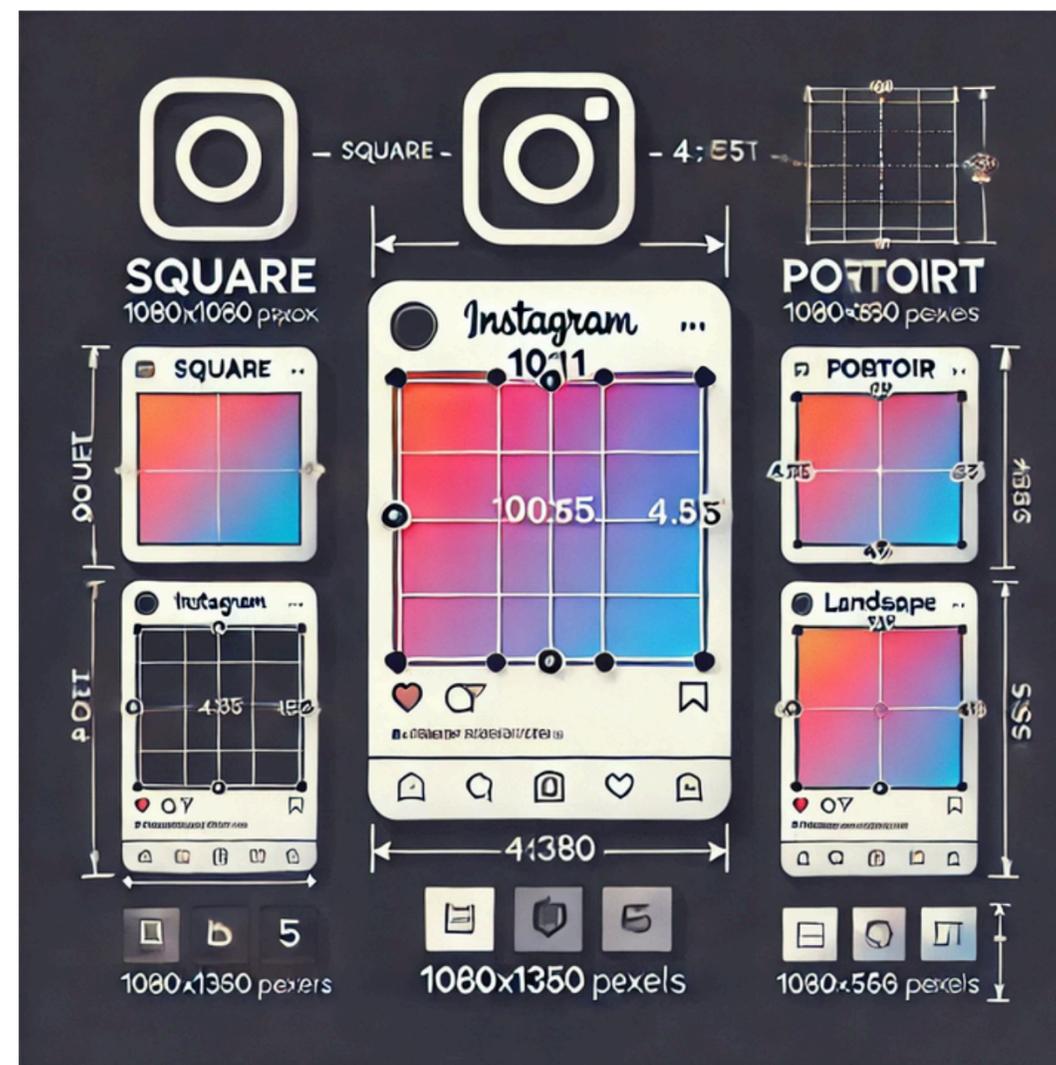
02. フィード投稿の基本操作

最適なサイズ

Instagramのフィード投稿では、以下のサイズが推奨されています

- 正方形 (1:1) : 1080×1080ピクセル
- 縦長 (4:5) : 1080×1350ピクセル
- 横長 (1.91:1) : 1080×566ピクセル

 [投稿方法について](#)



02. フィード投稿の基本操作

魅力的なビジュアルの作り方

- 高品質な画像・動画の使用：鮮明で解像度の高いメディアを使用することで、プロフェッショナルな印象を与えます。
- 自然光の活用：自然光で撮影することで、被写体の色や質感を美しく表現できます。
- シンプルな背景：背景を整理し、被写体を際立たせることで、視覚的なインパクトを強めます。
- 構図の工夫：三分割法や黄金比を意識した構図で、バランスの取れた魅力的な写真を撮影できます。
- 統一感のあるテーマ：フィード全体で色調やフィルターを統一することで、ブランドイメージや個性を強調できます。
- 適切なフォントと色合いの選択：テキストを加える場合、読みやすくデザインに調和したフォントと色を選ぶことが重要です。



03. リール動画の基本操作

リールとは？

リールについて

Instagramのリールは、最大90秒の短尺動画を作成・編集し、フォロワー以外のユーザーにもリーチできる機能です。リールを活用することで、フォロワー増加や商品・サービスの認知拡大が期待できます。

リール動画作成のポイント

- 冒頭1~2秒で興味を引く内容を入れる
ユーザーは動画が流れた瞬間に見るか見ないかを判断します。最初の数秒で視聴者の関心を引くことが重要です。インパクトのある映像や視聴者への質問、興味をそそるシーンを取り入れると効果的です
- テロップや字幕を使う
音声なしでも内容を伝えられるよう、テロップ（字幕）を入れることが重要です。テロップが効果的に使われることで、視聴者の理解が深まり、エンゲージメントも向上します。
- テンポの良い編集
動画のテンポを早くし、無駄のない編集を心掛けることで、視聴者の離脱を防ぐことができます。動画の最初と最後を自然につなげる編集も効果的です。

04.効果的な投稿のポイント

ターゲット層に合った内容作り

投稿のポイント

・ターゲットの明確化

自社の商品やサービスがどのユーザー層に向けられているかを明確にすることが重要です。ターゲットを設定することで、投稿内容に一貫性を持たせ、フォロワーの興味・関心に合わせた情報発信が可能になります。

・ユーザーの興味に合わせたコンテンツ作成

ターゲットユーザーが興味を持ちそうな話題や情報を積極的に発信することで、エンゲージメントを高めることができます。ハッシュタグなどを活用し、ユーザーの関心に合わせた投稿を心掛けましょう。

・統一感のあるデザイン

ターゲット層に合わせたデザインやテーマを設定し、投稿全体に統一感を持たせることで、ブランドイメージを強化できます。一貫したビジュアルスタイルは、ユーザーに安心感を与え、フォローにつながりやすくなります。

04.効果的な投稿のポイント

投稿の頻度とタイミング

・投稿頻度

一般的には、通常のフィード投稿は週に2~3回、ストーリーズやリールは1日1回以上の投稿が推奨されています。ただし、最適な投稿頻度はアカウントの目的やターゲット層によって異なるため、分析を行いながら調整することが重要です。

・投稿タイミング

ユーザーのアクティブな時間帯に投稿することで、エンゲージメントを高めることができます。一般的には、平日の7時~8時、12時、21時~22時がユーザーの活動が活発になる時間帯とされています。ただし、ターゲット層の生活パターンに合わせて最適な時間帯を見つけることが重要です。

・一貫した投稿スケジュール

定期的な投稿は、フォロワーの期待感を高め、エンゲージメントの向上につながります。投稿スケジュールを事前に計画し、継続的にコンテンツを提供することが重要です。

FAQ

1.Instagramのアカウントを作成するにはどうすればいいですか？

Instagramアプリをダウンロードし、メールアドレスまたは電話番号で登録します。その後、プロフィール情報を入力して完了です。

2.ビジネスアカウントと個人アカウントの違いは何ですか？

ビジネスアカウントでは、インサイト機能（分析データ）が利用できるほか、広告配信や連絡ボタンの設定が可能になります。

3.投稿の最適な頻度はどれくらいですか？

業種やターゲット層により異なりますが、一般的にはフィード投稿は週2～3回、ストーリーズやリールは1日1回以上が推奨されています。

4.投稿が伸びない原因は何ですか？

ターゲット層に合わない内容や、投稿のタイミングが適切でない可能性があります。インサイト機能を活用して、投稿内容や時間帯を調整してみましょう。

5.投稿のエンゲージメント率を上げるには？

ユーザーが共感しやすいコンテンツや質問形式のキャプションを使い、コメントや保存を促す工夫をしましょう。また、トレンドに合った投稿やリール動画も効果的です。