

岸和田商工会議所様 主催

J A I R O

デジタルを活用した販路開拓法 Instagram徹底！ やり直しセミナー

ジャイロ総合コンサルティング株式会社 講師 雲丹亀みほ



ジャイロ総合コンサルティング株式会社

自己紹介：雲丹亀(うにがめ) みほ です。



- ・神奈川県横浜市在住 11歳・5歳兄弟の母
- ・2007年 慶應義塾大学法学部政治学科 卒業
- ・2007年 NHK（報道・映像制作）に入局
- ・2011年 公務員試験を受け、横浜市役所入庁
- ・2016年 ライター業で開業（office K&M）
- ・2018年 コンサルティング業へ転換



なぜInstagram？アクティブ率に注目しよう！

項目	Instagram(モノ)	X(Twitter)(事象)	Facebook(ヒト)
主なユーザー層	ビジュアルに敏感な層	速報性や時事に関心ある層	地域・家族・仕事仲間とのつながり
投稿形式	写真・動画(リール) ストーリーズ、ライブ配信 ショッピング機能	テキスト中心 画像・動画添付可 音声配信	テキスト・写真・動画 イベント・グループ ライブ配信
強み	・ビジュアル訴求が得意 ・購買につながりやすい ・信頼性高く炎上ににくい ・検索サーチ機能(Googleに近い)	- リアルタイム性が高い - 拡散力(リポスト) - 時事性・トレンドに強い	- 実名制で信頼性 - コミュニティ形成(グループ) - イベント告知や長文投稿に適する
弱み	・アルゴリズム変動が多い ・コンテンツを整えないと伸びにくい	・炎上リスク高め ・短文なので深い説明は不向き	・若年層の利用が減少傾向 ・拡散力は弱め
ビジネス利用	・ショッピング機能でECと直結 ・ブランド認知→購買まで直線的	・話題化、情報拡散向き ・顧客の声やトレンドの調査的	・コミュニティマーケティングに強い ・イベント集客やBtoB発信
広告効果	画像・動画広告が強力 ターゲティング精度が高い	速報広告やキャンペーンと相性良し	年齢・地域・属性ターゲティングが強い 比較的安価に配信可能

ちなみに...アクティブ率

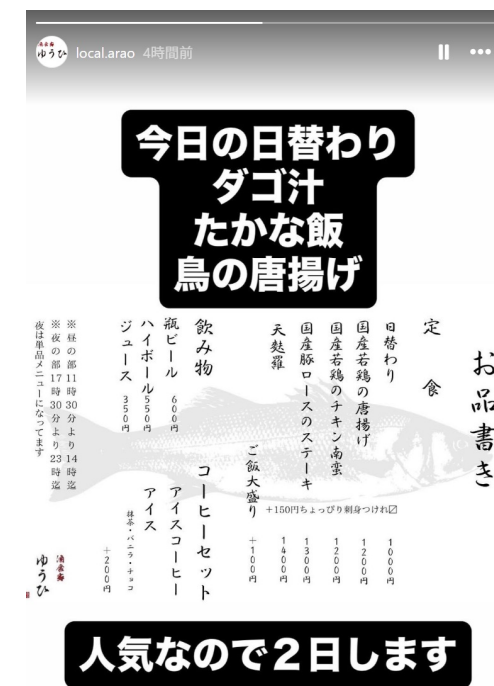
65~70%

45%

32.6%

2026年、SNSの最新動向

- ・ フォロワー数の多さ？
- ・ エンタメ性やキャラクター性から「持続可能性」へ
- ・ もう一度立ち戻る
＝ 人に広げたくなる話題を
どう作るか？



HPとSNSの客層は違う

パン工房 ブロート

群馬 玉村町で食パン、菓子パン、みそパンが人気のパン屋です。

☎ 0270-65-2768



[ホーム](#)

[パンのご紹介](#)

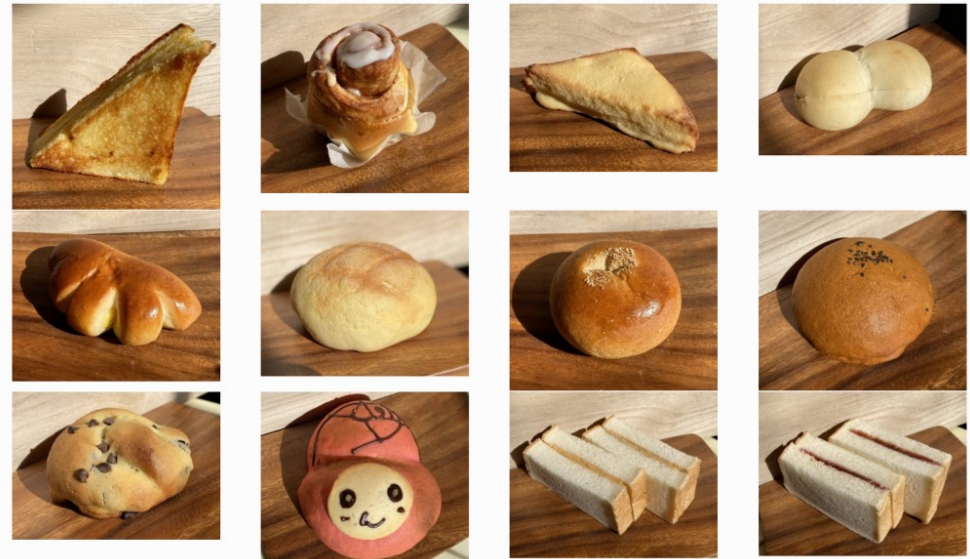
[こだわり](#)

[店舗情報](#)

[ブログ](#)



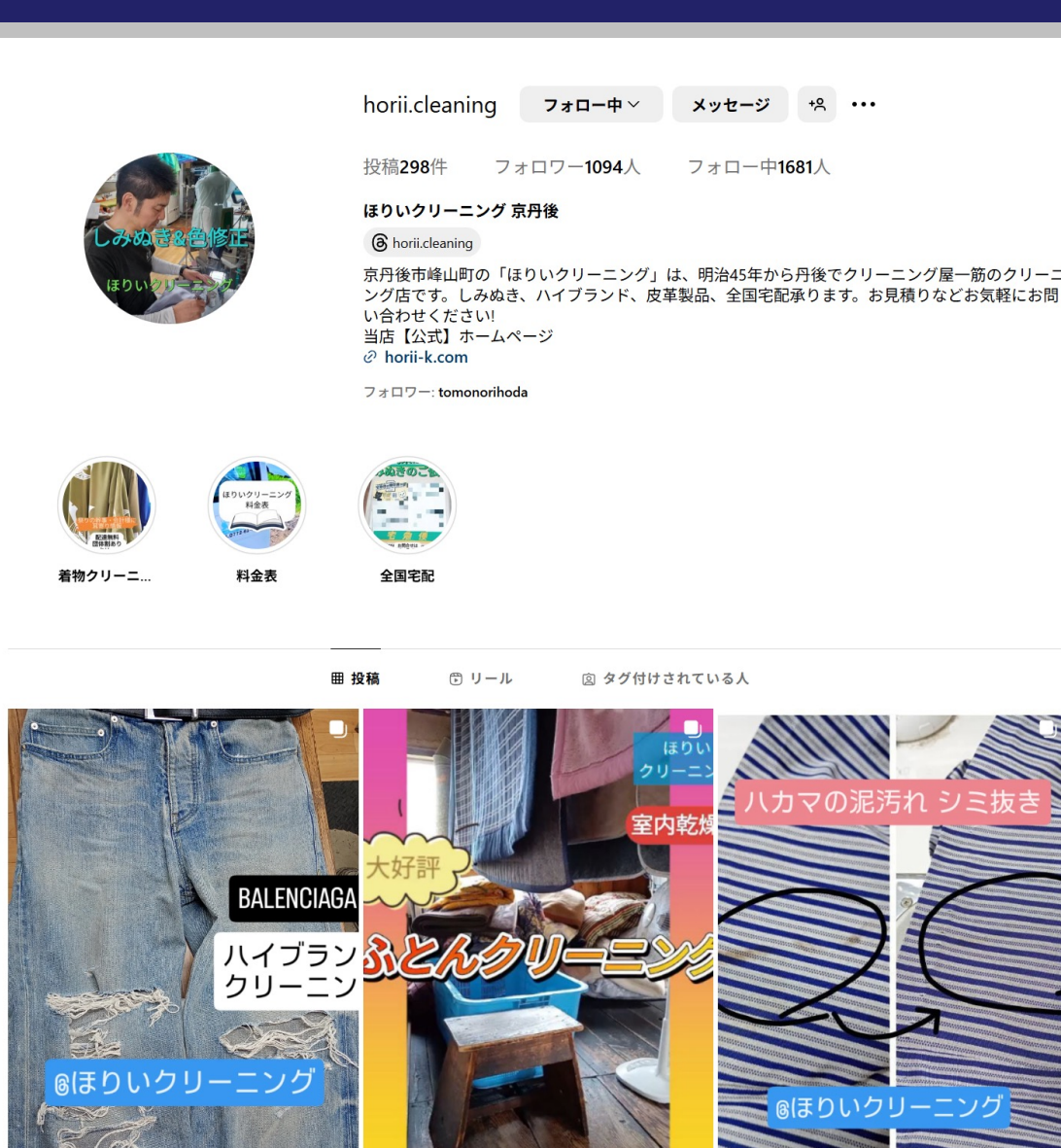
【菓子パン】



デジタル上の「違うムラ（市場）」を狙って売上UP



インスタでサービスをDX化！京丹後市のほりいクリーニング



オープンチャットでアウトプットしましょう！

- ①氏名or会社名orニックネーム
- ②お仕事や活動
- ③インスタ：知りたいことやお困りごとは？



なぜSNS？

(本音：時間も手間もかかるし…)

(使い方もよく分からないし面倒。。。)

HPではだめなの？

ワーク。ターゲットを見極め強みに特化した配信を！

① 誰に？ 皆さんのターゲットはどこにいますか？



② 強みは？ 1人1社に喜ばれるポイントは？

例：出張してくれる、他にない〇〇な商品をしている、塗料の種類が豊富…



Instagramアプリケーションの見方

ストーリーズ



ホーム画面



発見タブ

投稿ボタン

+

ID

unigamemiho



雲丹亀 真穂 元公務員 研修講師/起業コ
ンサルタント

642 1万 4,566
投稿 フォロワー フォロー中

プロフィール

商品・サービス
キャリアに起業という選択肢を持とう。
ゼロから年収650万を狙うメソッド
1985/神奈川県横浜、2016公務員から独立。
資金・人脈・経験ゼロからの起業法で2000人... 続きを読む
🔗 kimitan.organ17.life/even...、他1件

📍 unigamemiho 📍 雲丹亀みほ最新情報

プロフェッショナルダッシュボード
過去30日間に5.2万回閲覧されました。

プロフィールを編集 プロフィールをシ... 連絡先



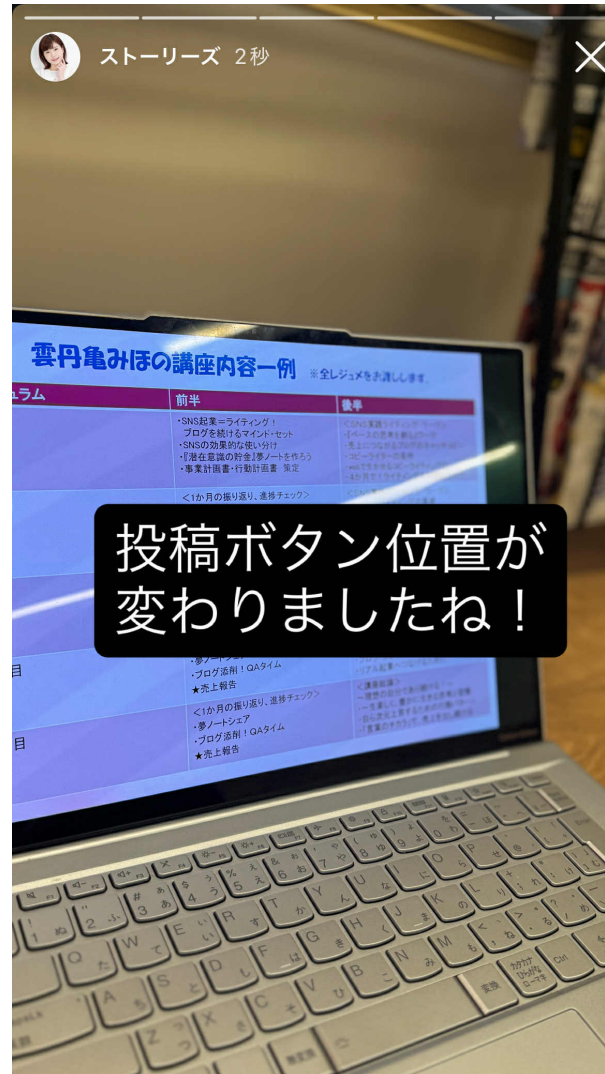
自分の投稿一覧

投稿の種類：「投稿（写真）」「リール（動画）」「ストーリーズ」

投稿（写真）



リール（動画）



ストーリーズ(24H)



Instagramのアルゴリズムを理解しよう！

◆ アルゴリズムとは？

「どの投稿を、どの人に、どんな順番で見せるかを決める仕組み」

Instagramには毎日、何億もの投稿がアップされている。

その中からユーザーごとに「この人はこれが好きそう！」「この投稿は質が高い」と判断されたものを、優先的に表示している。

Instagram の重視している表示シグナル

機能	何を重視して表示しているか
フィード	過去のエンゲージメント (いいね・コメントなど)・関係性
ストーリーズ	親密度 (DMやリアクションのやりとり)
リール	視聴完了率・保存・シェアなど 「反応の深さ」
発見	興味関心・投稿の質・人気度 (全体での反応率)

2026年のトレンドは？

- ①オリジナルコンテンツ（再投稿／転載ではないもの）か？
- ②複数の投稿法（特にリールとストーリーズ）を活用しているか？
- ③SEO的な発想（インスタ内検索、投稿最適化）を取り入れているか？
- ④DM／コメント・返信・タグ付け(メンション)など、双方向コミュニケーションを行っているか？



AIの性質を知る！

Instagramが好むのは「真面目系」アカウント



- ・統一された内容を
 - ・同じくらいの時間に
 - ・同じアングルから配信し
- その内容が…
フォロワーに喜ばれているか

ネットショップの売上アップ&購買層の変化！

• AIさんを捉えた事例



伸びるアカウントの特徴

① 明確な専門性・テーマがある

「このアカウントは〇〇について発信している」と一目でわかる。
投稿内容が一貫しており、フォロワーが“何を求めているか？”を理解している。
例) 発酵・麹、ワーママのセルフケア、地方企業の魅力発信

② 複数フォーマットを使いこなしている

リール（動画）、フィード（画像）、ストーリーズをバランスよく活用。
リール：拡散力重視／フィード：教育・販売力／ストーリーズ：関係性維持

③ フォロワーとの関係性を育てている

コメント・DM・リアクションなどを丁寧に返して“会話”が生まれている。
ストーリーズの「質問」「投票」「スタンプ」で双方向の交流を作る。

④ 投稿の質とオリジナリティが高い

画質・構成・デザインが見やすく、世界観が統一されている。
自分の体験・考え・視点が盛り込まれていて“他にない価値”がある。
キャプション（文章）は「共感＋気づき＋行動を促す」構成が◎。

⑤ 投稿頻度・継続性が安定している

無理なく続けられるペースで、定期的に発信している。
例：週2回＋ストーリーズは毎日1～3本。
投稿間隔が空きすぎると、アルゴリズムに“休眠アカウント”と判断されやすい。

⑥ 探索・拡散を意識した工夫がある

キャプション・プロフィール・ハッシュタグに検索されやすいキーワードを入れている。

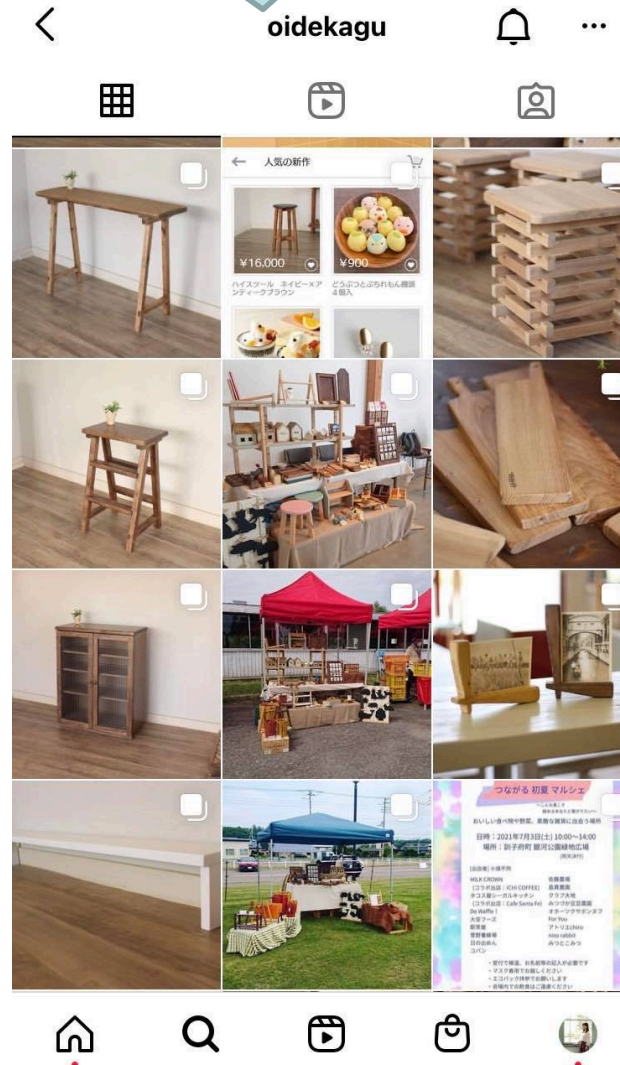
① 皆さんの投稿テーマは？

② ユーザーが知りたいことや求めていることは？

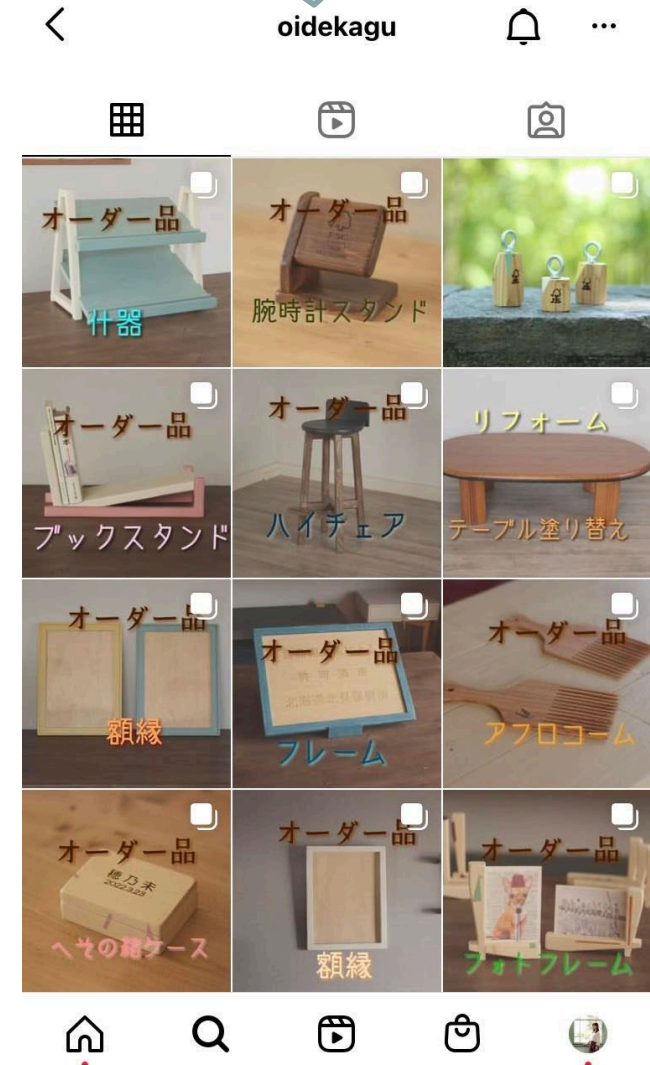
「おいで家具」 SNS×ネットショップ



before

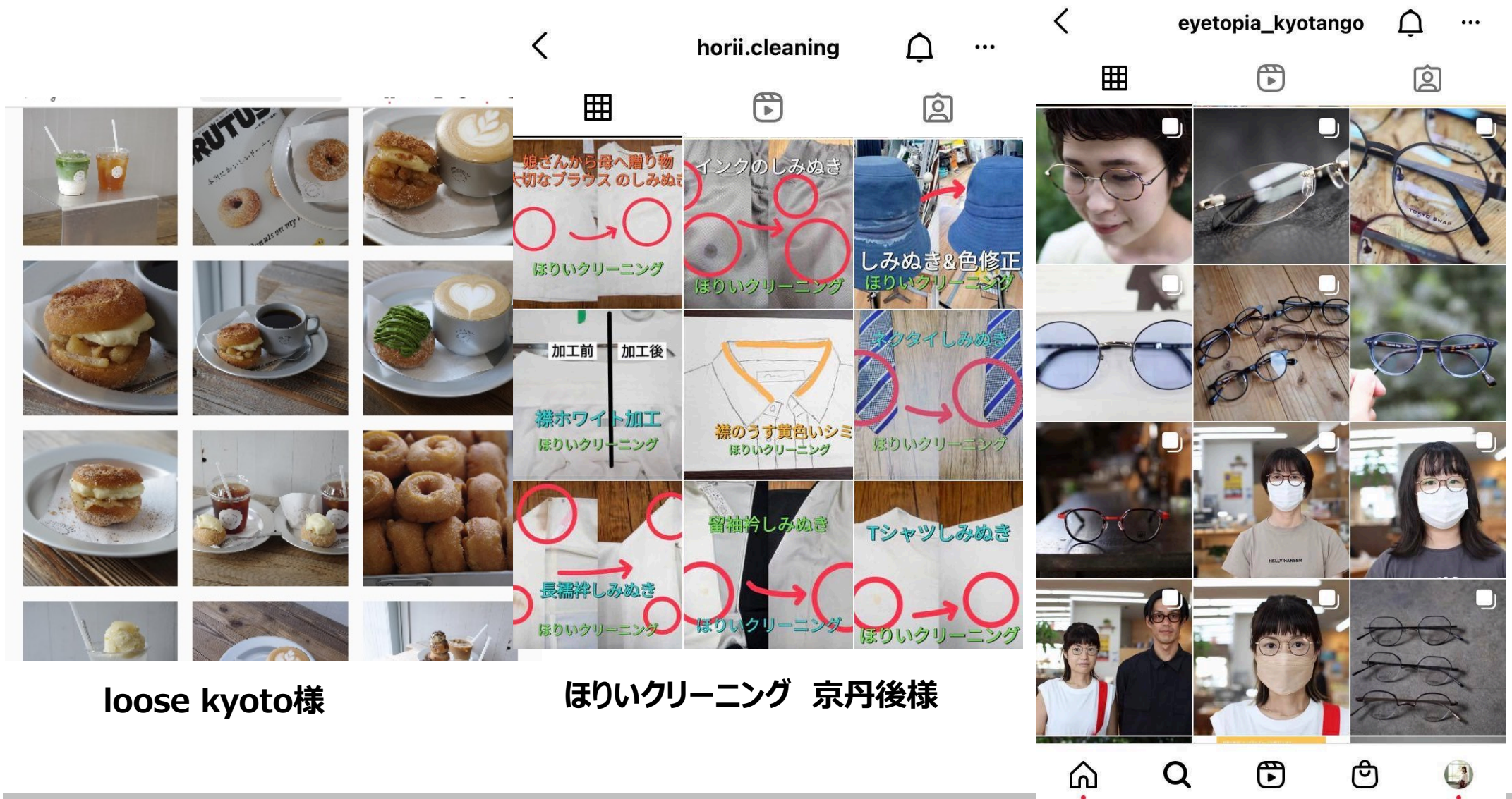


after

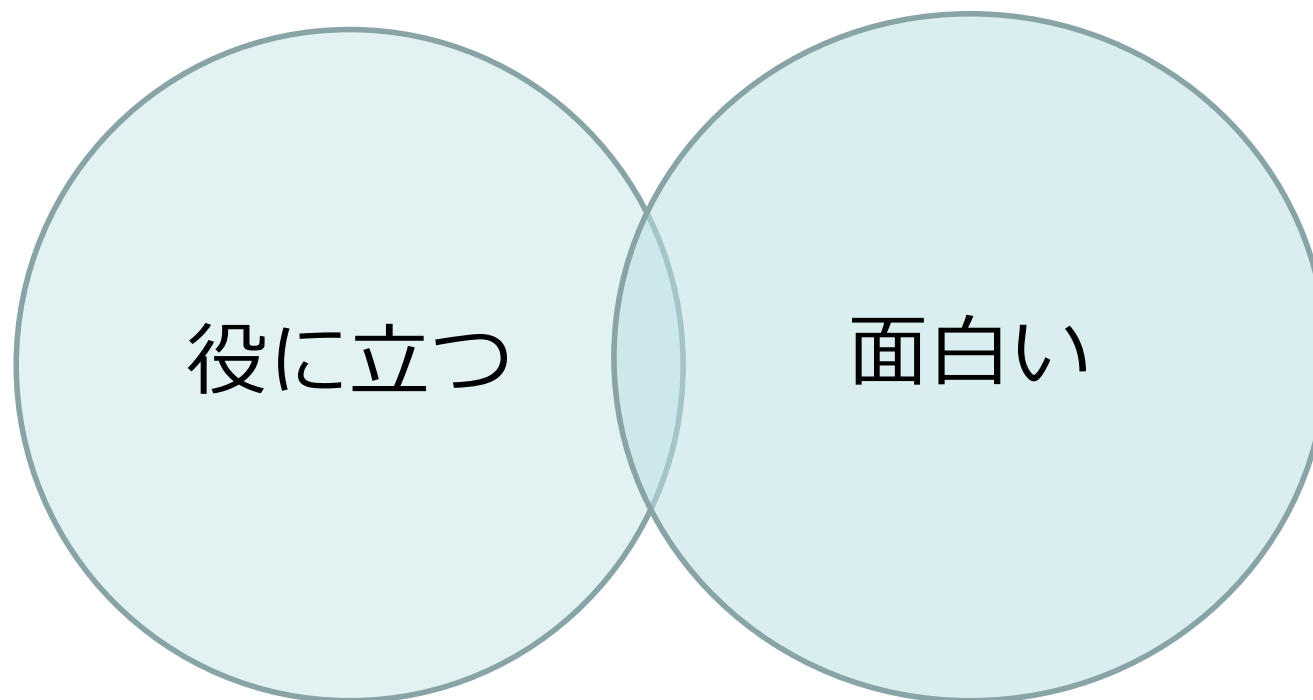


お店のPRポイント、どこを見せしていく？

強調したい部分で、見せ方が変わる



チャンスはどこにある？



- よなよなエール おいしいビール×おもしろいパッケージとブランド
- うんこドリル 勉強になる×楽しい
- ポケモンGO ウォーキング×自宅周辺がポケモンワールドに
- 眼鏡店 行く前の「呼び水」情報

ワーク：自社の役に立つ！面白い！情報は？

①役に立つ（なるほど・へえ～！）



②面白い（こんな仕掛けが・こんな店員さんが！）



企業Instagram、やりがちな5つの行動

- ◆とりあえず・なんとなく更新… → **コンセプト**を決めよう
- ◆アカウント運用の経験がない → まず触る！
- ◆自社の「宣伝」ばかり… → **ユーザーが見たいもの！**
- ◆週に1回、写真投稿をすればOK！ → 写真だけは▲
- ◆ハッシュタグをたくさんつけければいい → 分析をしよう！



まずは①～④の最適化で反応率up！

①コンセプト設計

②プロフィール

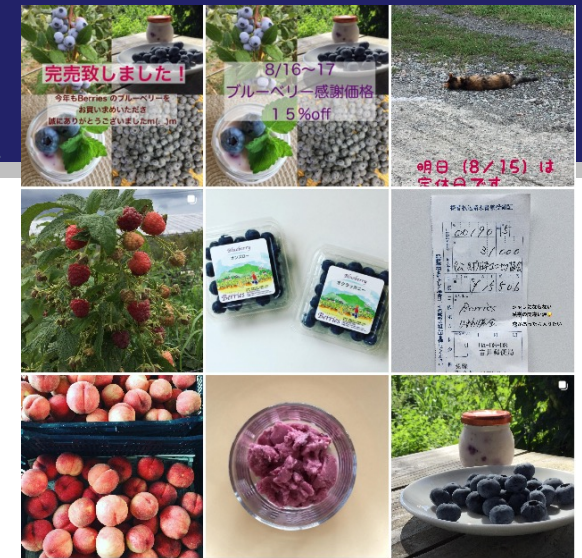
③ストーリーズ

④リール動画



①コンセプトを見直そう！

before



◆ユーザーに「何を伝えたいのか？」決定

◆まず9投稿を設定

after

◆デザインや色彩を決める

佐渡のフルーツジャム屋 ベリーズ
@berries.jamshop



ぜひ教えてください♪

SNSを使って
ユーザーに
一番伝えたいこと
(自社の強み)



②プロフィールの最適化

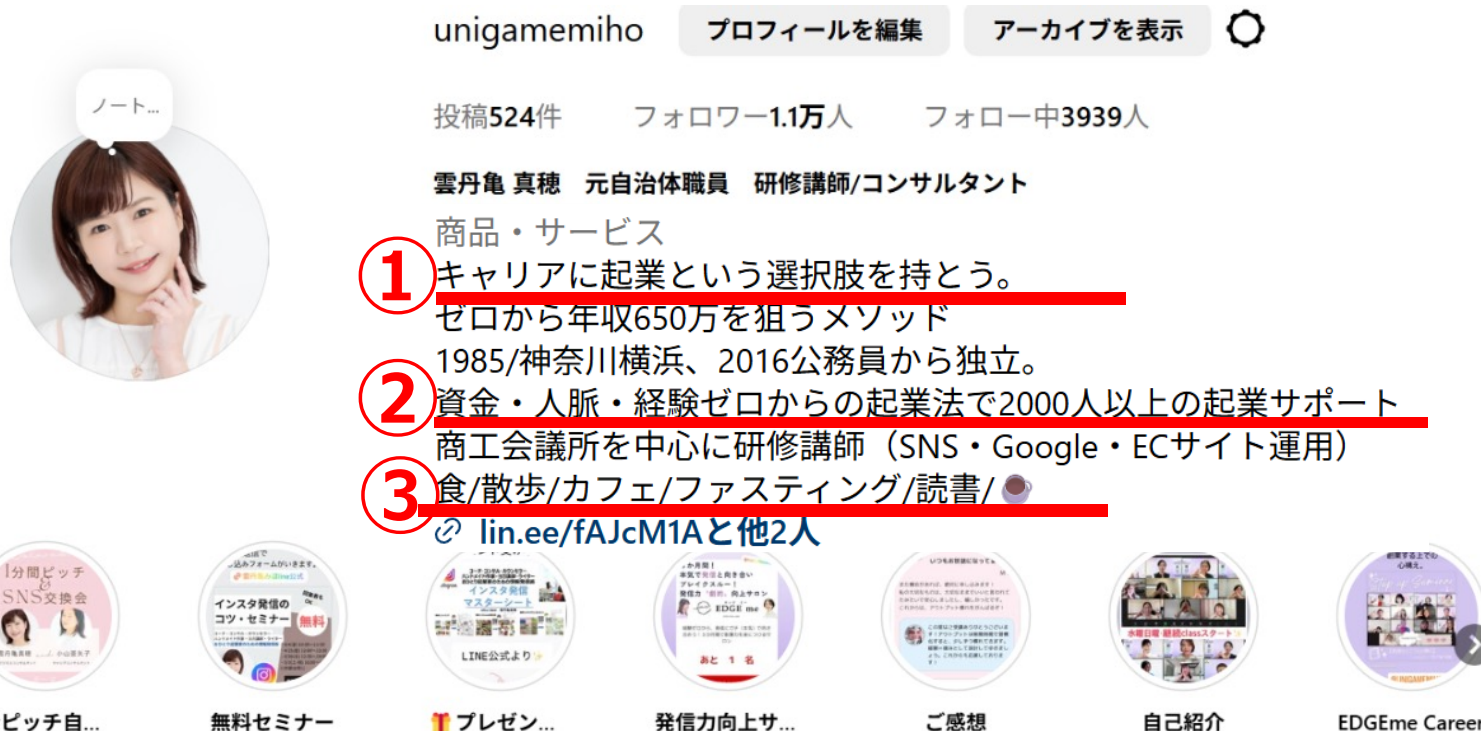
◆0.4秒で離脱

◆コンパクトに説明しよう

①事業キャッチコピー

②サービスの内容・特徴

③共感ポイント



The screenshot shows a LINE profile for 'unigamemiho'. The profile picture is a woman with short brown hair. The bio reads: '雲丹亀 真穂 元自治体職員 研修講師/コンサルタント'. The post count is 524, followers are 1.1 million, and following are 3939. The service category is '商品・サービス'. The profile is optimized with a clear bio, a list of services, and a link to a website.

unigamemiho プロフィールを編集 アーカイブを表示

投稿524件 フォロワー1.1万人 フォロー中3939人

雲丹亀 真穂 元自治体職員 研修講師/コンサルタント

商品・サービス

- 1 キャリアに起業という選択肢を持とう。
ゼロから年収650万を狙うメソッド
- 2 資金・人脈・経験ゼロからの起業法で2000人以上の起業サポート
商工会議所を中心に研修講師（SNS・Google・ECサイト運用）
- 3 食/散歩/カフェ/ファスティング/読書/

lin.ee/fAJcM1Aと他2人

1分ピッチ自... 無料セミナー プレゼン... 発信力向上... ご感想 自己紹介 EDGEme Career

プロフィールを見直そう！

- **事業のキャッチコピー**
- **サービス内容、商品詳細**
- **共感ポイント、緩めコメント**

③ストーリーズ

通常投稿とストーリーズ投稿を見ている！



ストーリーズがなぜ流行っているのか？

食堂カフェ「むむむ」

- ◆ 気軽さ・距離の近さ
- ◆ 限定コンテンツへの希少性
24時間しかキャッチできない
- ◆ 特別性
ナイショ話を聞いている感覚



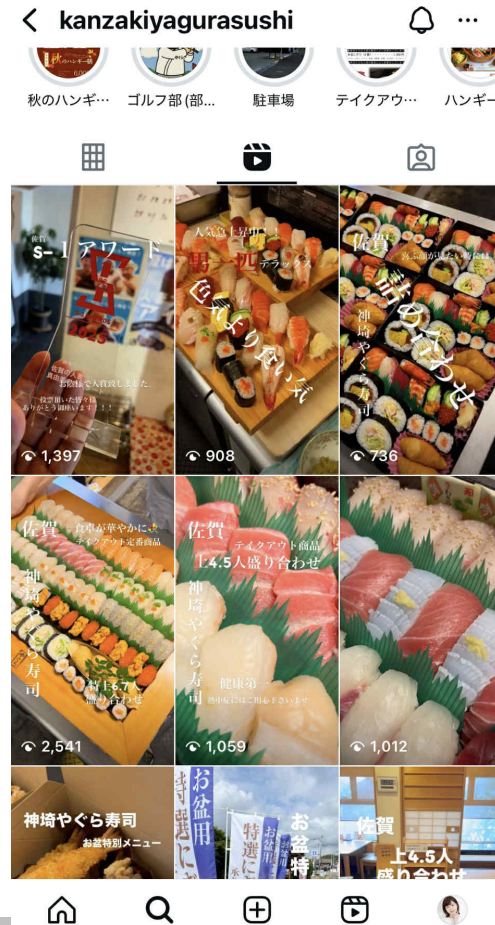
④なぜリール動画か？

- 利用者数の急増 (YouTube / Instagram/ TikTok)
- 拡散力が高い (フォロワー外にも届く！)
- 新規顧客へのリーチが容易
- 「最初の出会」が動画になる時代



例えば？

- 飲食店：調理中の動画→完成✨
- サロン：ビフォーアフター、新商品紹介
- 個人起業家：ノウハウ発信やハウツー



時間の問題は・・・？

- ①目標とゴールにそって、PDCAを決める
- ②店内でPDCAを共有する
- ③まずは1か月ごとに振り返りを行う



■なぜ運用するのか？

目的

■1か月後の数値目標

- ・フォロワー数
- ・更新頻度
- ・問い合わせ数

■振り返り

■次回への施策

現在のアカウントへの感想と今後のアイデア（施策）

・どんな内容を投稿しているか？ 投稿頻度は？

・今日の講座から、
どんな工夫ができそうか？

例：プロセスの表現、コミュニケーション、ハッシュタグ改良



投稿にチャレンジしよう！

#岸和田商工会議所のセミナー

- ・自分の投稿したい写真でも、
テキスト表紙の写真でもOK！



- 疑問・質問などぜひ！

