



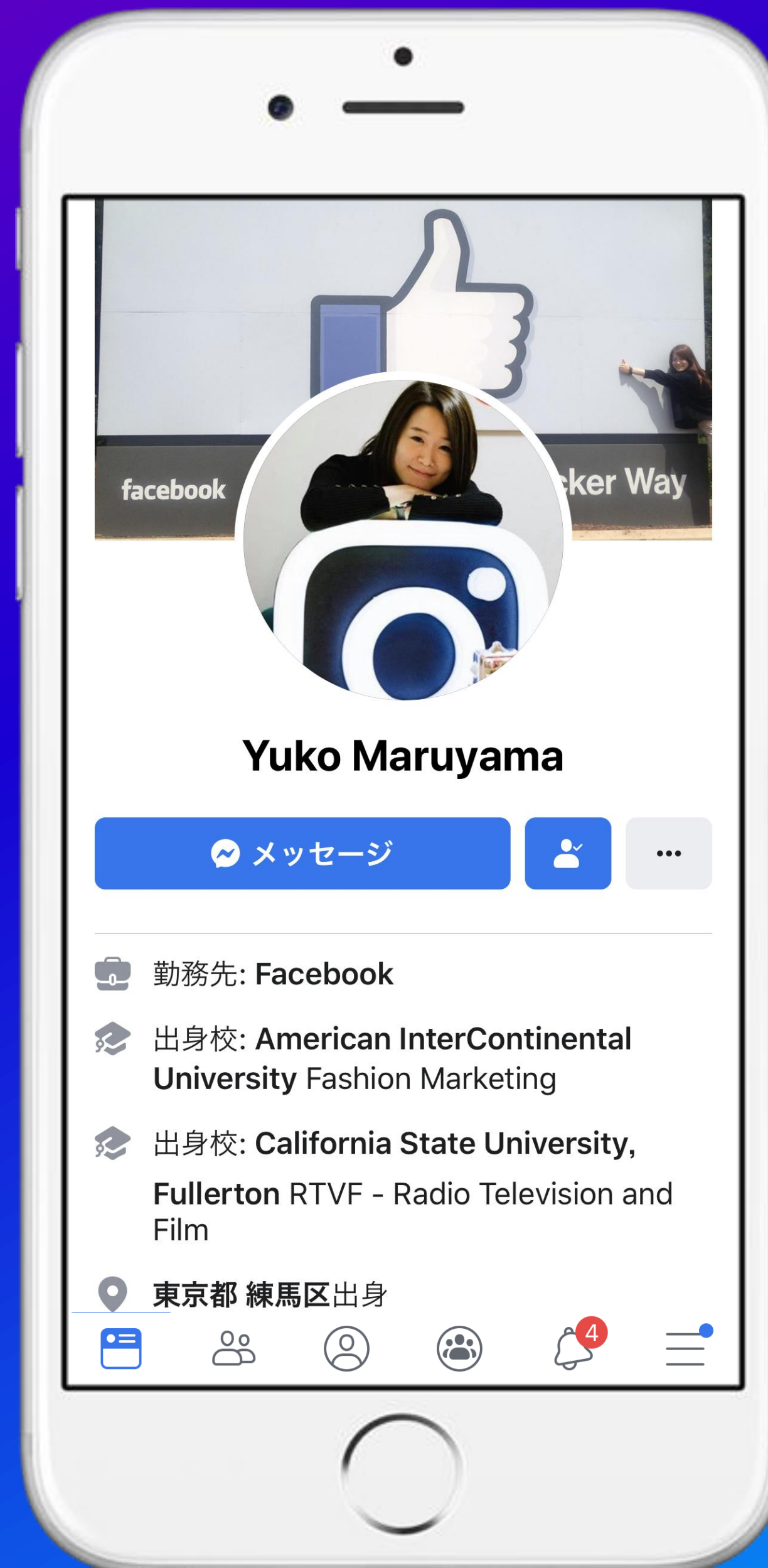
最新事例に学ぶInstagramのショッピング & マーケティング活用法

丸山 祐子

フェイスブック ジャパン

Client Solutions Manager, Lead

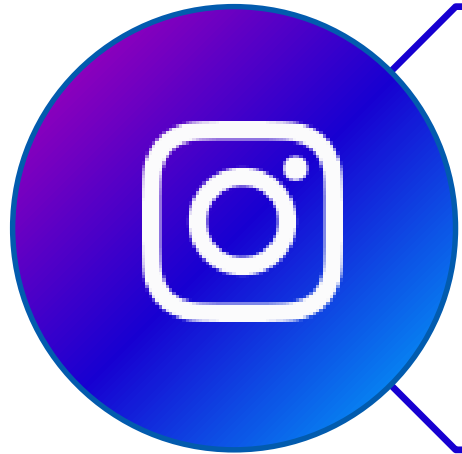
 | @yuko_maru



本日のアジェンダ



コマースにおける消費者トレンドと
Instagramの現在



日本の利用者に関するインサイト



Instagram ショッピング機能 活用のヒント



Instagramにおけるオーガニックと広告の考え方

コマースにおける消費者トレンドと Instagramの現在



スマホ起点の物販がEC市場の成長をけん引

39%

国内EC市場の物販分野における
スマートフォン比率

+50%

物販分野のうち
衣類・服飾雑貨のスマートフォン比率

Instagramでは
購入までのあらゆる段階で
利用者とつながることが可能

83%

新しい商品や
サービスを
発見する

81%

商品や
サービスを
検索する

80%

商品やサービスを
購入するか決
める

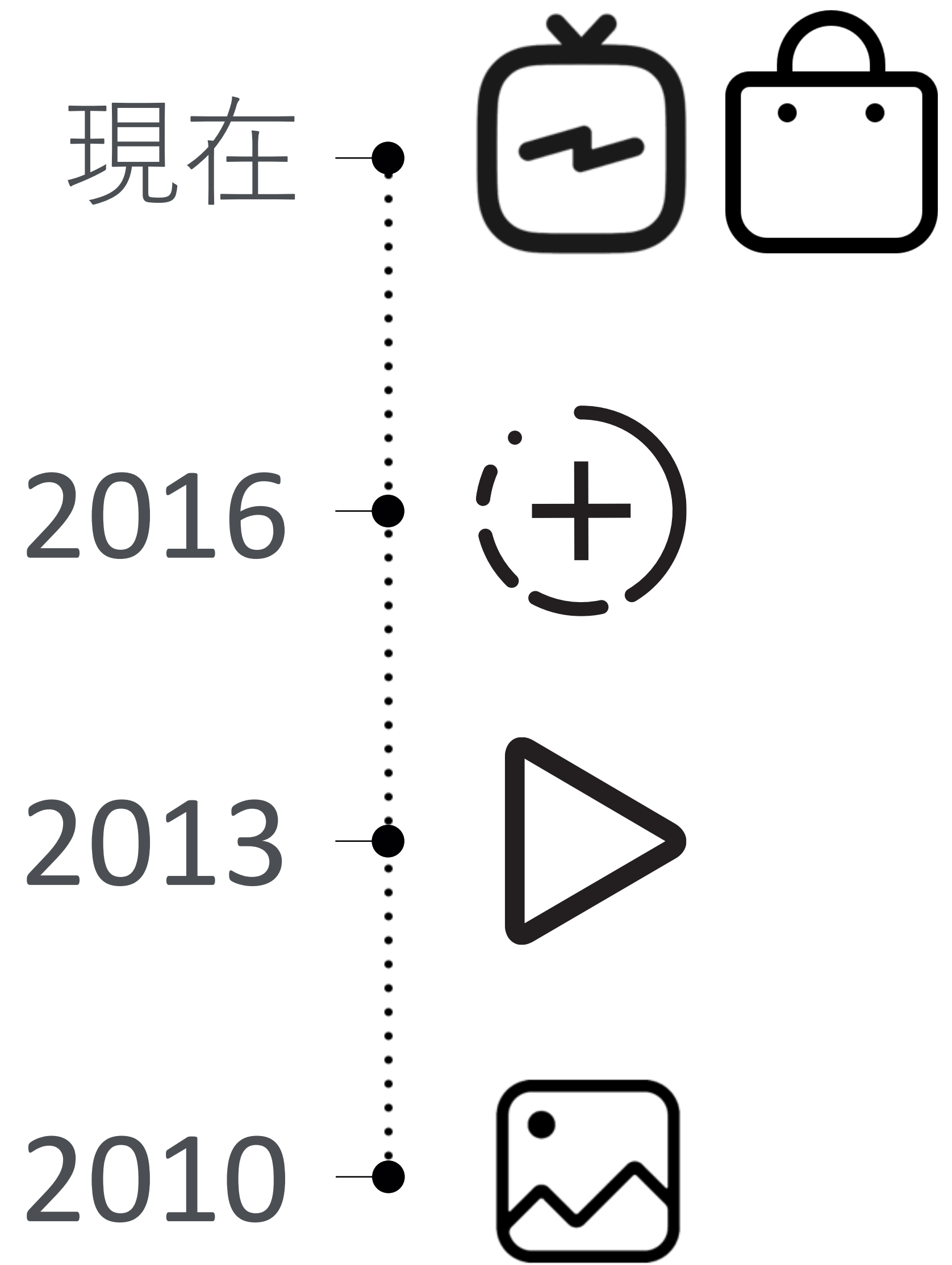
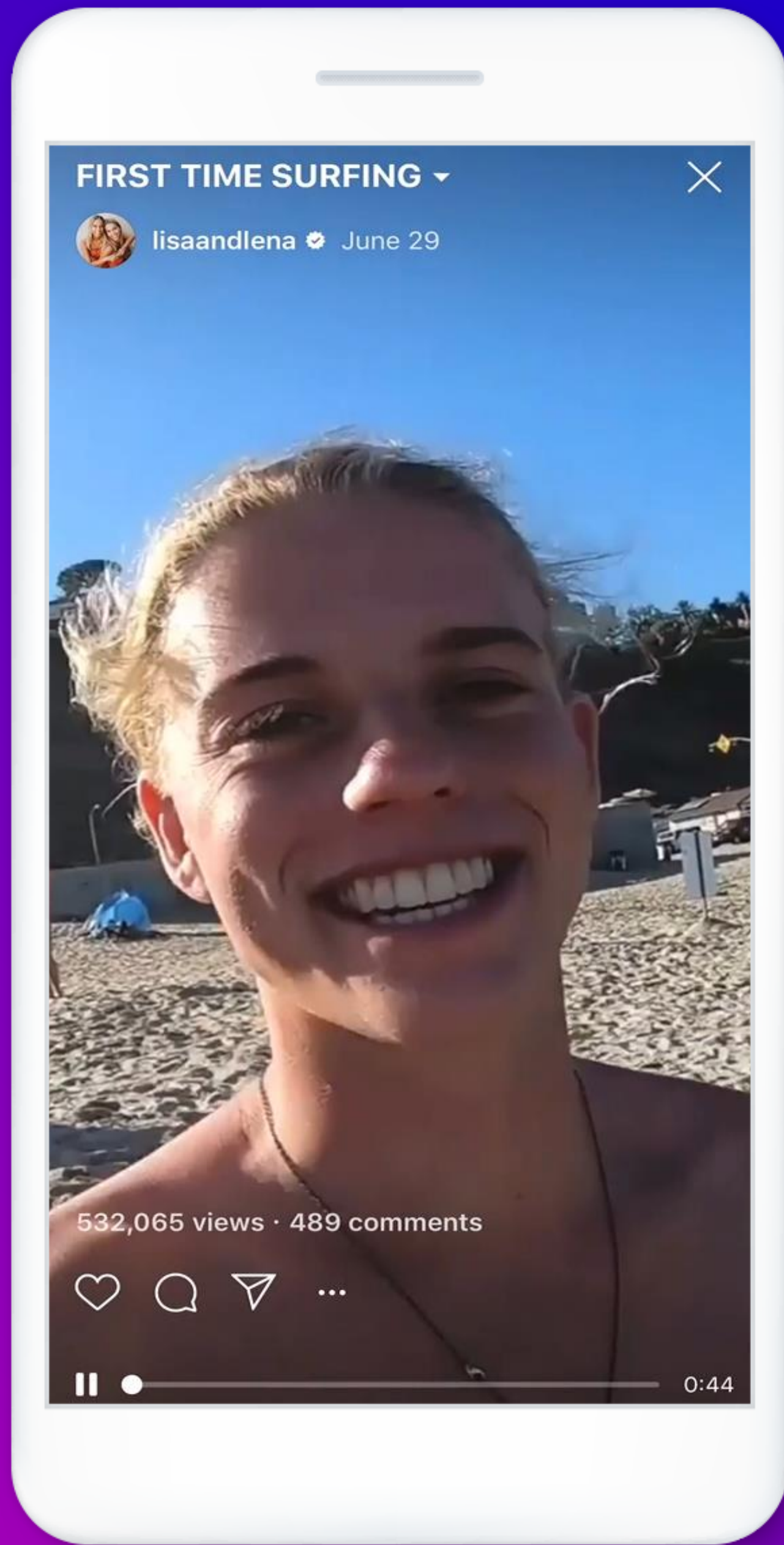
出典:「Project Instagram」イプソス株式会社(アルゼンチン、オーストラリア、ブラジル、カナダ、ドイツ、フランス、インド、イタリア、日本、韓国、トルコ、英国、米国在住の13歳~64歳および日本在住の18歳~64歳の2万1,000人を対象としたFacebook委託調査)、2018年11月実施。すべての調査対象者は少なくとも1週間に一度Instagramを使用。調査の回答形式は文化の違いにより国ごとに異なるが、評価指標はそれぞれの国において一定。



Vibrants Rolling Hard
Shell Suitcase...\$199.00

0,000,000,000
月間アクティブアカウント

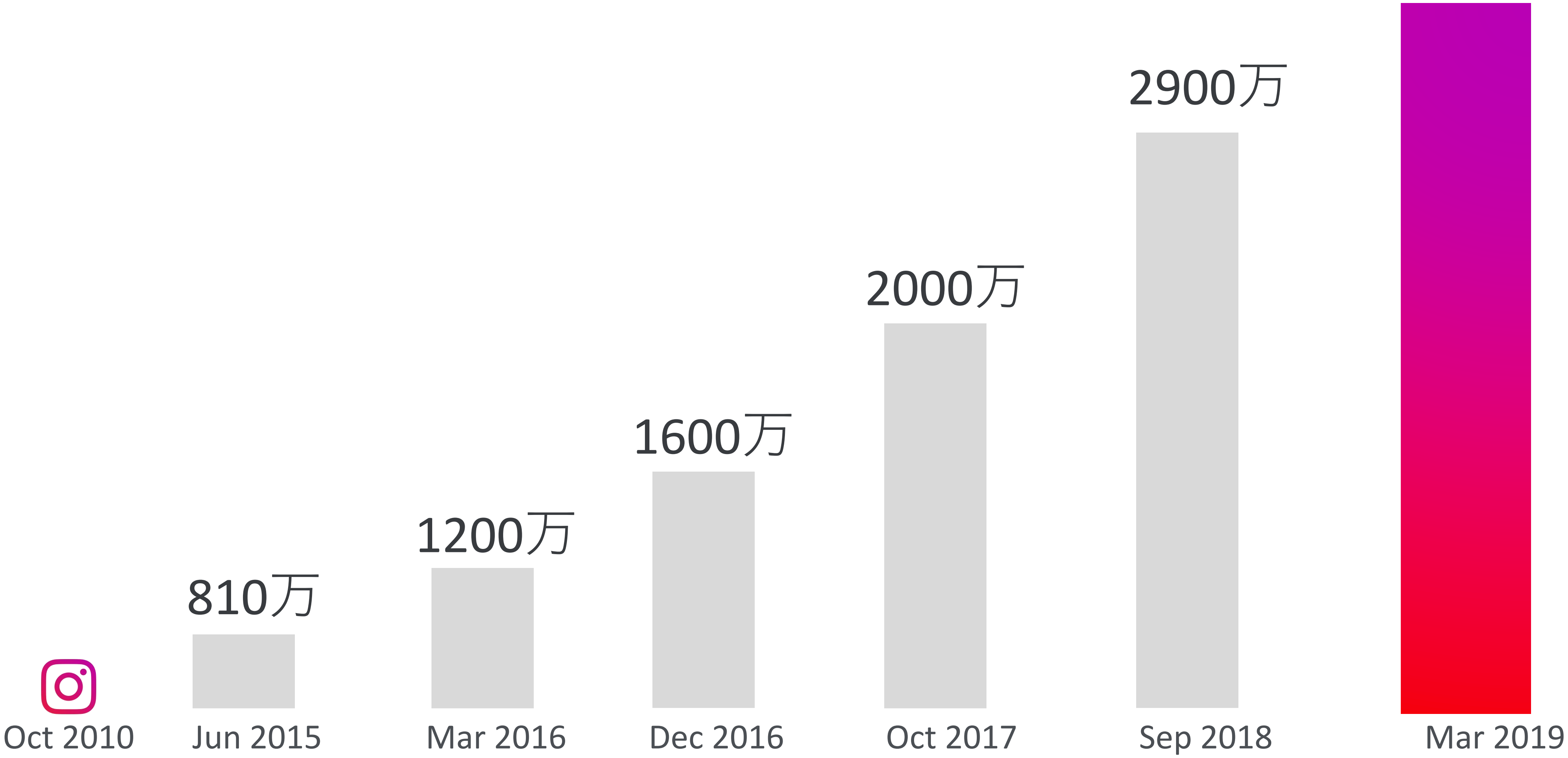




日本の利用者に関するインサイト

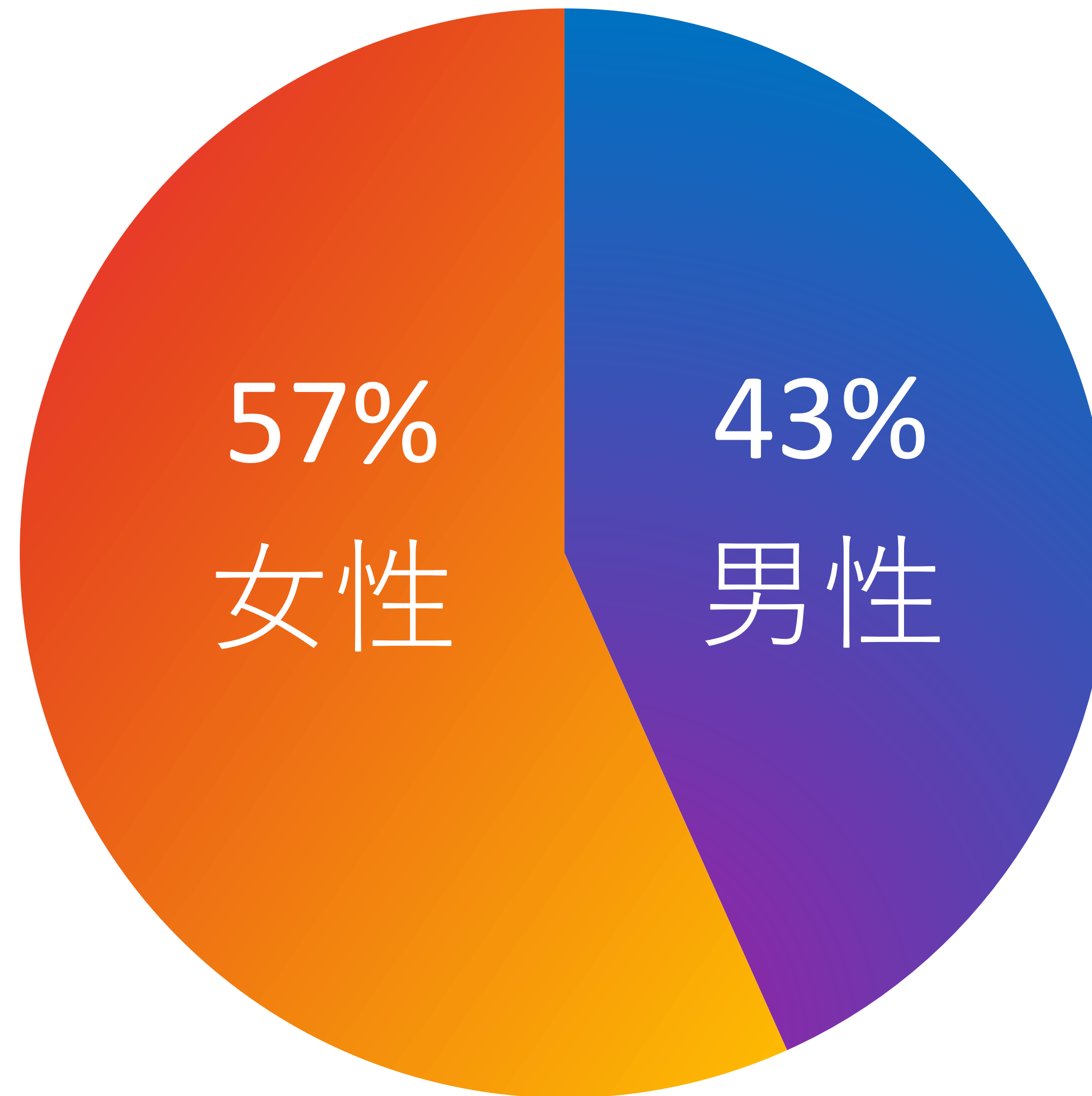
コミュニティは拡大し続けている

3300万



国内月間アクティブアカウント数 弊社公表値 (2018年9月現在)

男女ともに利用



検索はテキストからビジュアルに

日本の利用者にとってInstagramは日常生活の一部



日本のInstagram利用者が
ハッシュタグで検索する回数

グローバル平均と比較し

3倍

日本は世界有数のストーリーズ大国

70%

デイリーアクティブアカウントのうち
ストーリーズの利用率

20倍

2016年と2018年を比較したときの投稿数

Source:: Instagram内部データ (2018年10月)



Instagram ショッピング機能 活用のヒント

SHOPPING ON INSTAGRAM

Instagram ショッピング機能



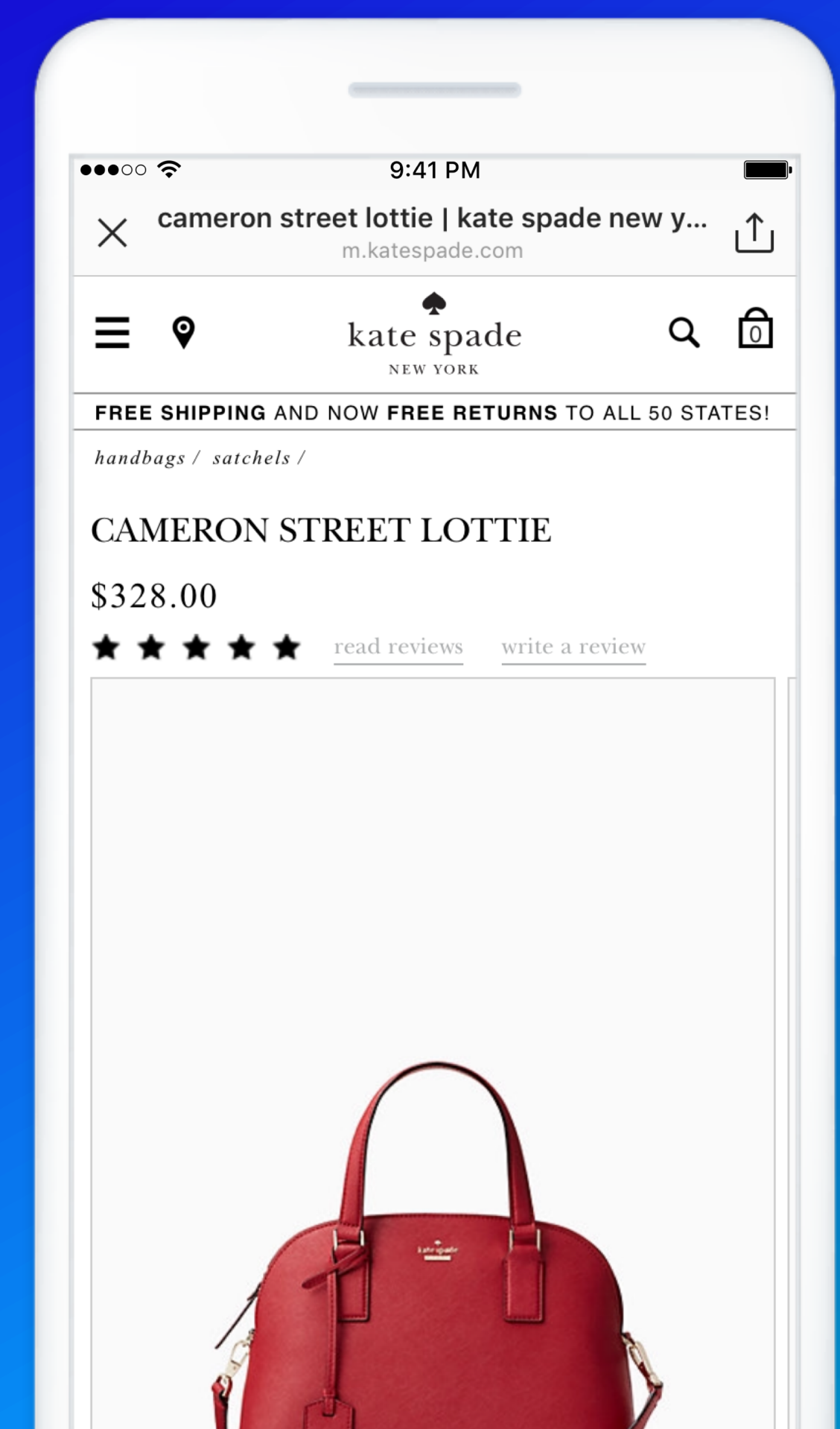
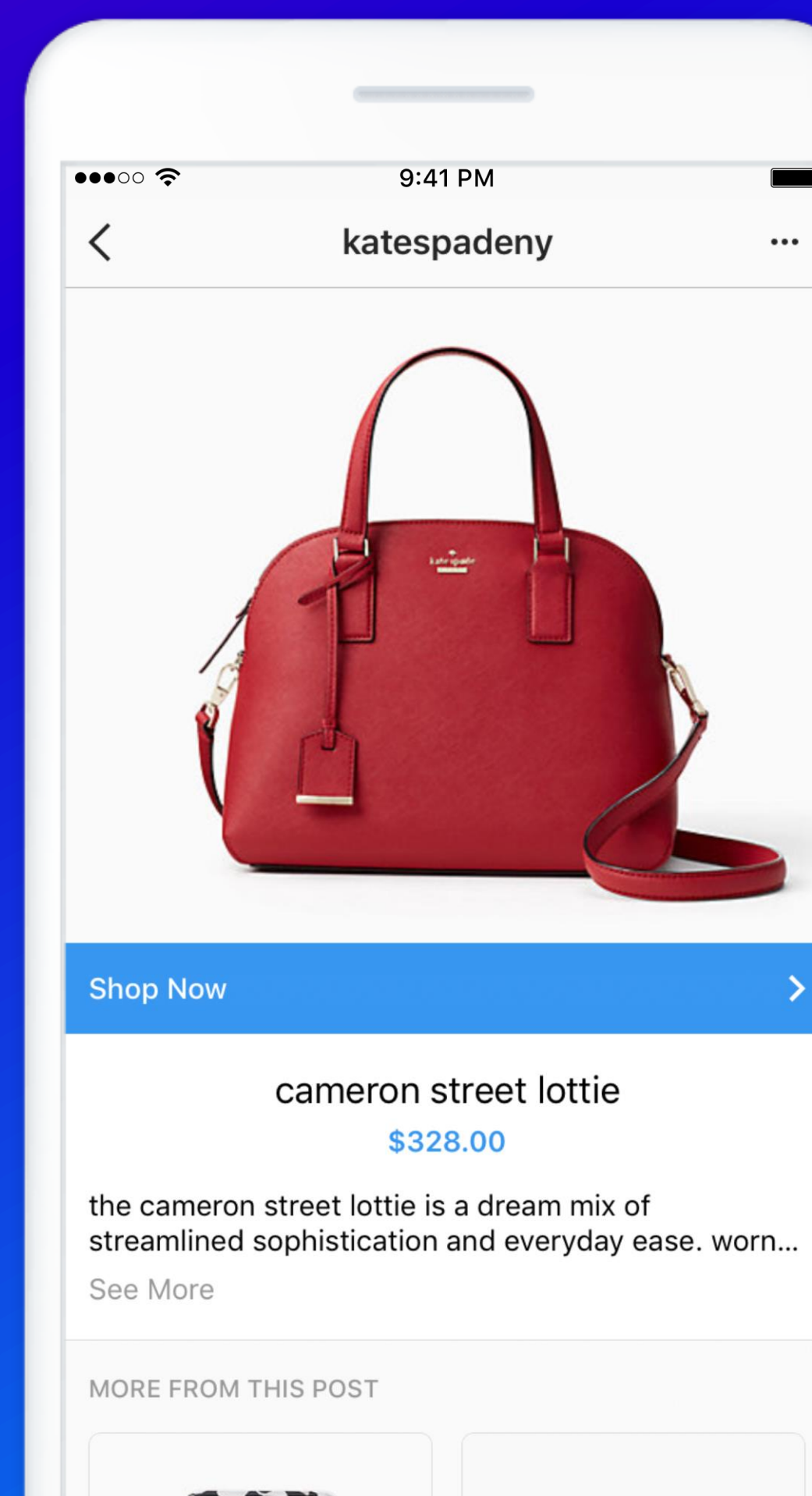
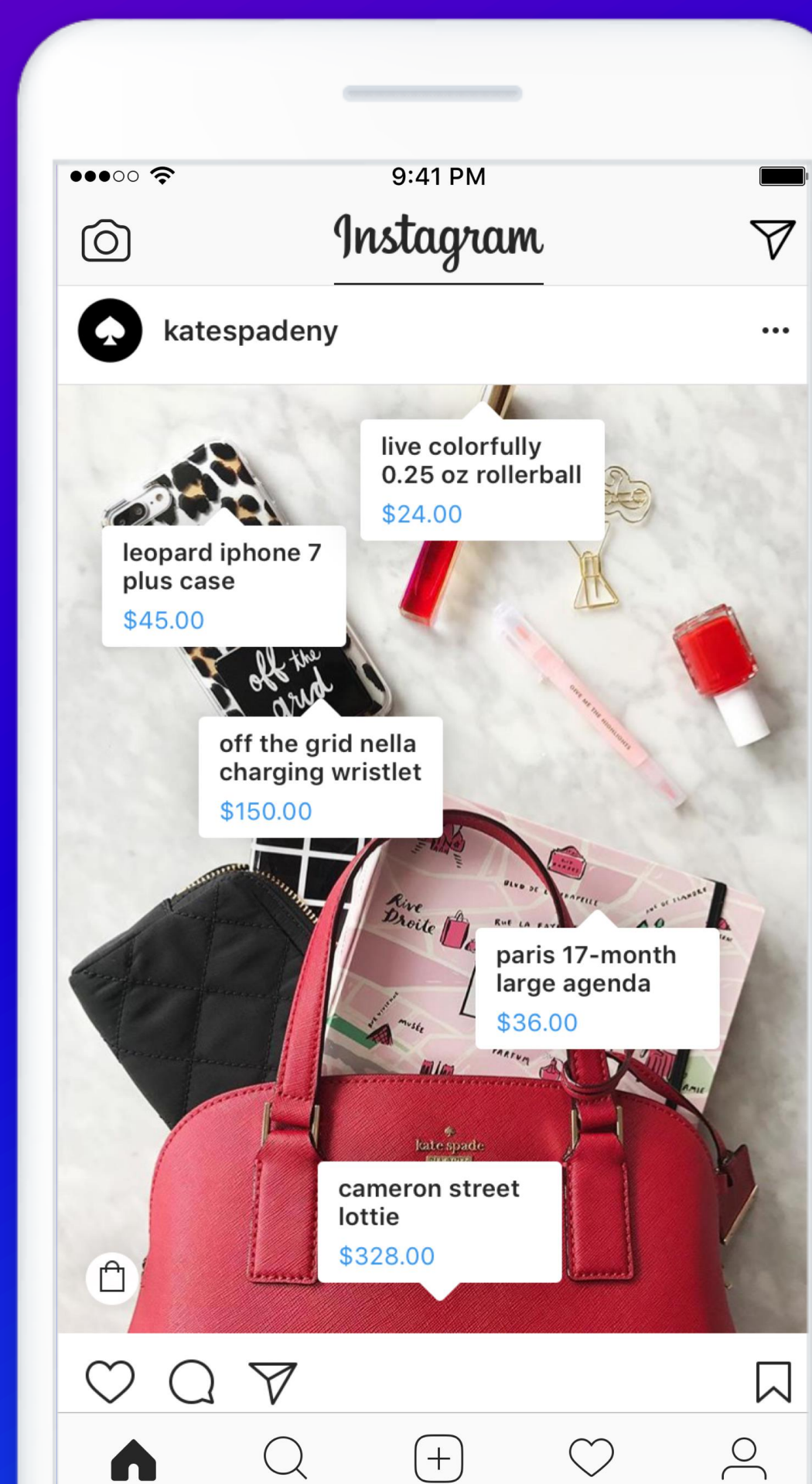
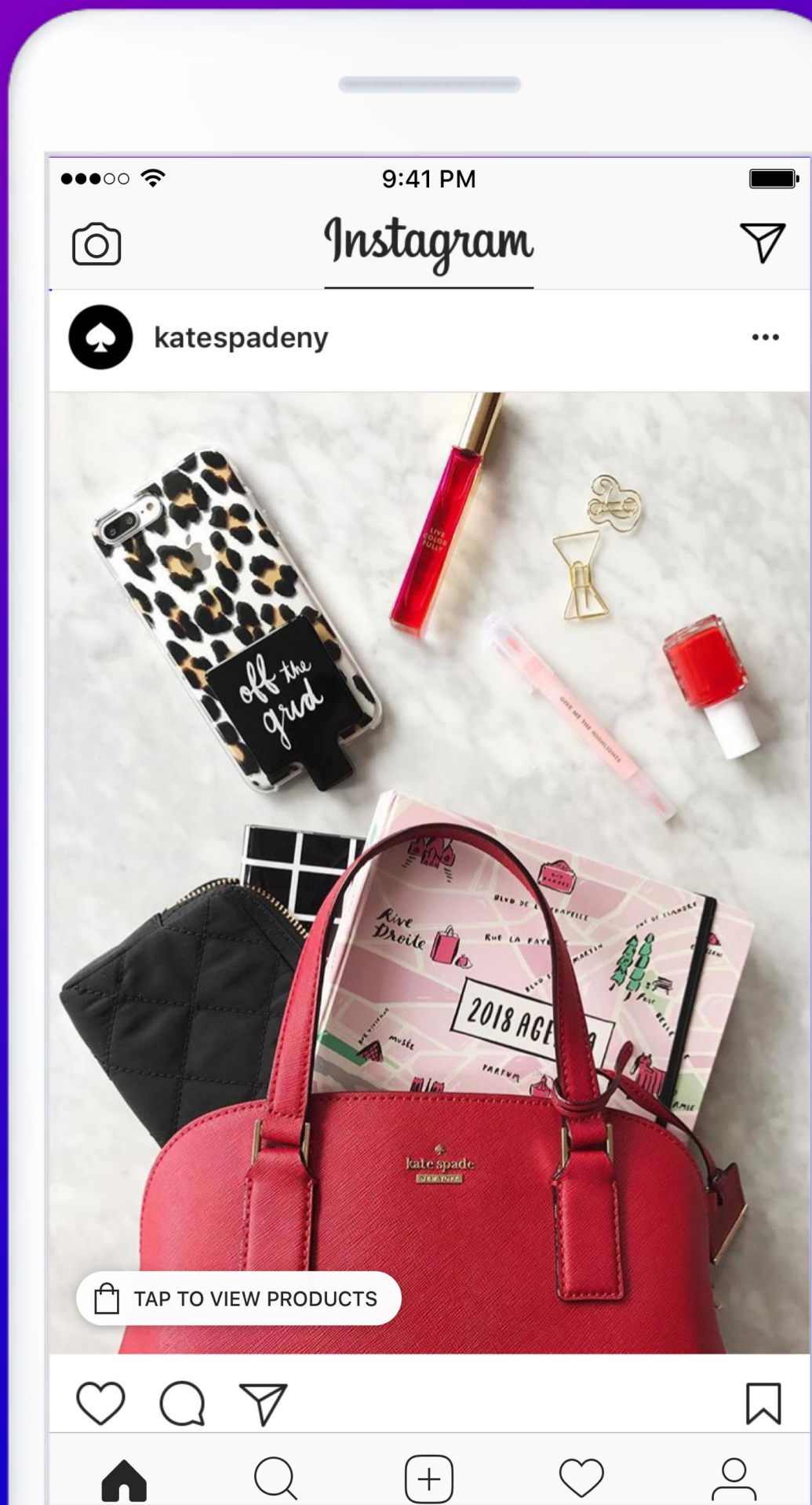
ショッピング機能で検討・購入までをシームレスに

商品をタップ

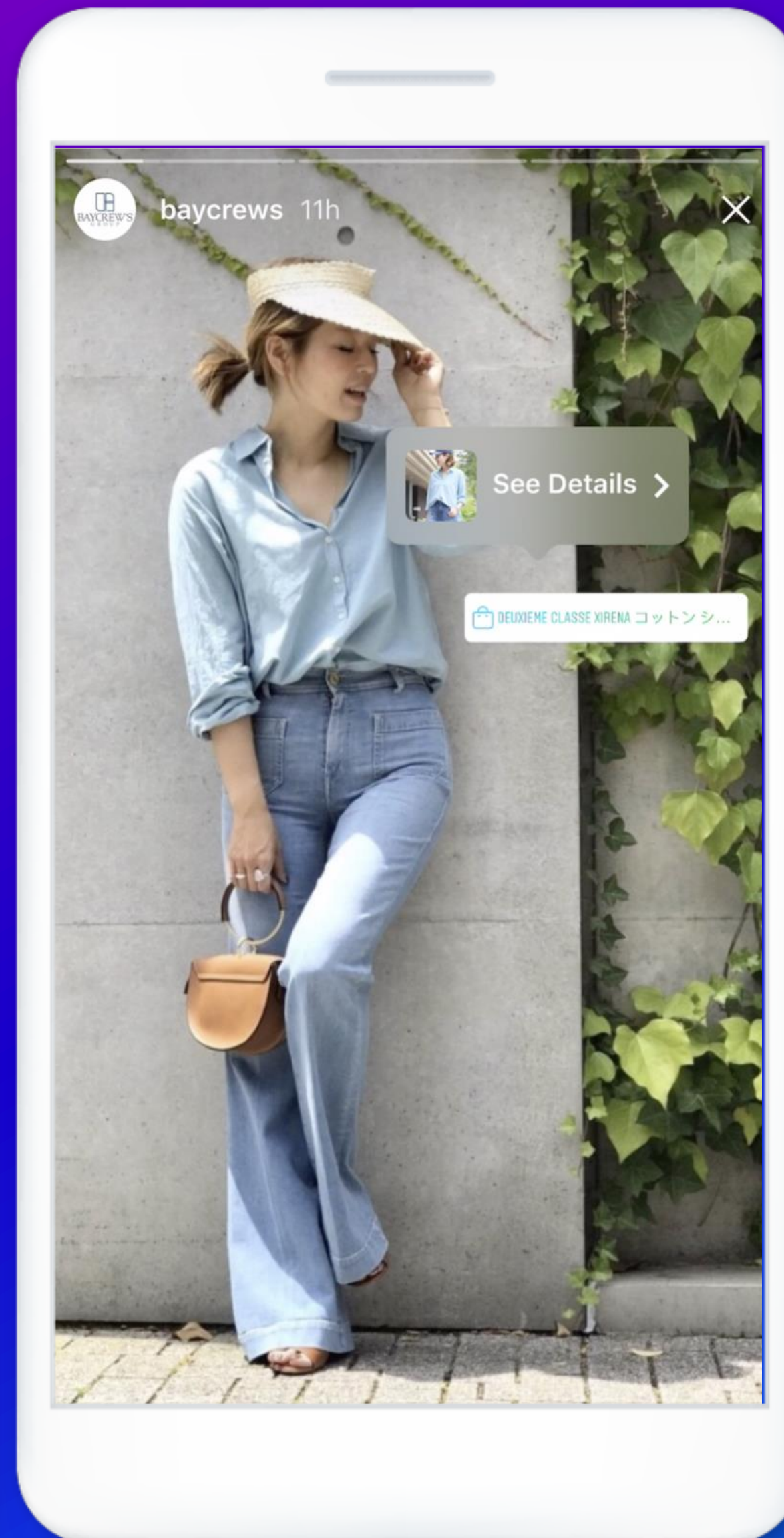
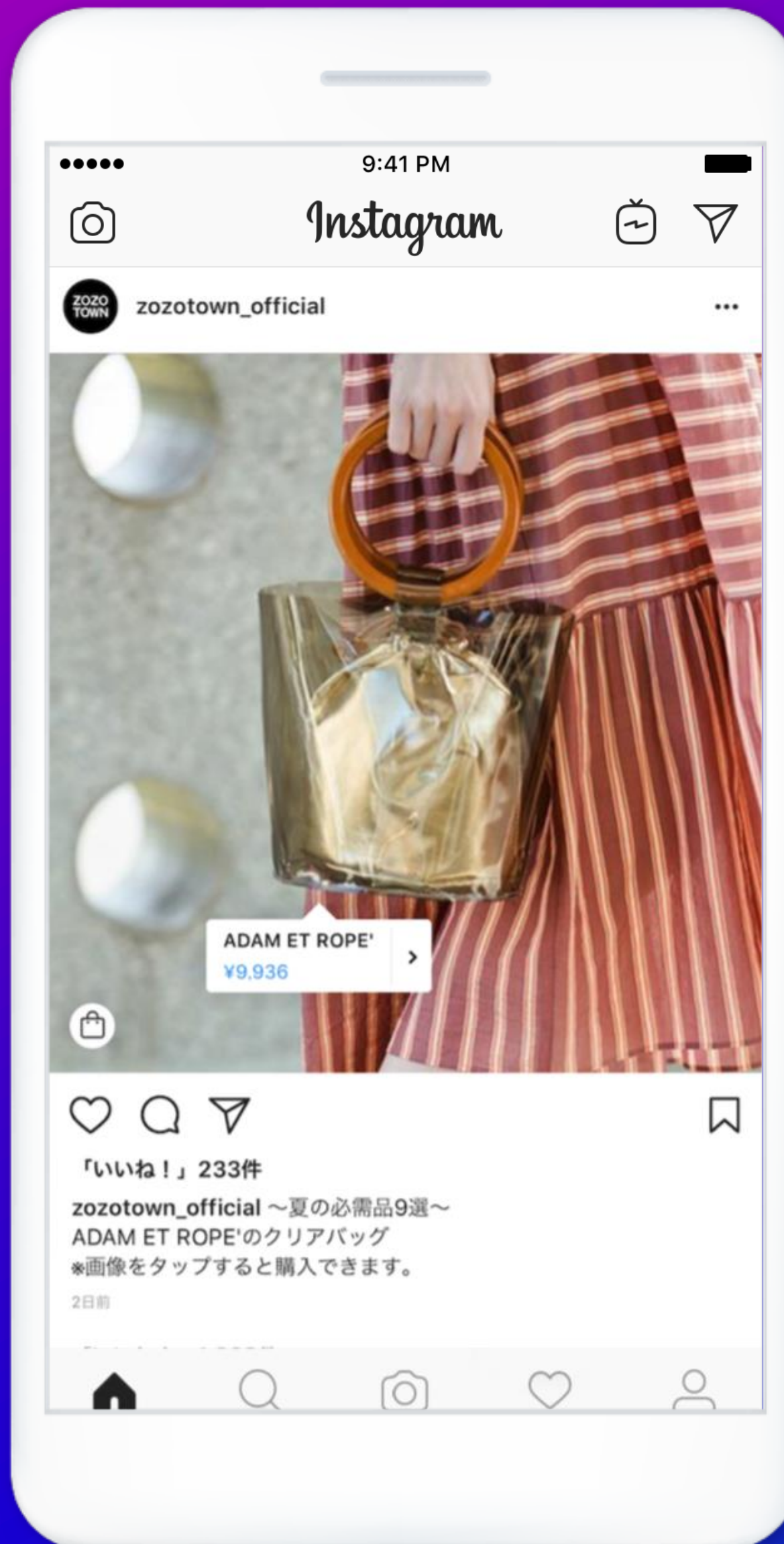
タグを表示

商品詳細をチェック

外部ECサイトで購入



多様なビジネスがショッピング機能を活用中



ショッピング投稿に アクションを起こす利用者

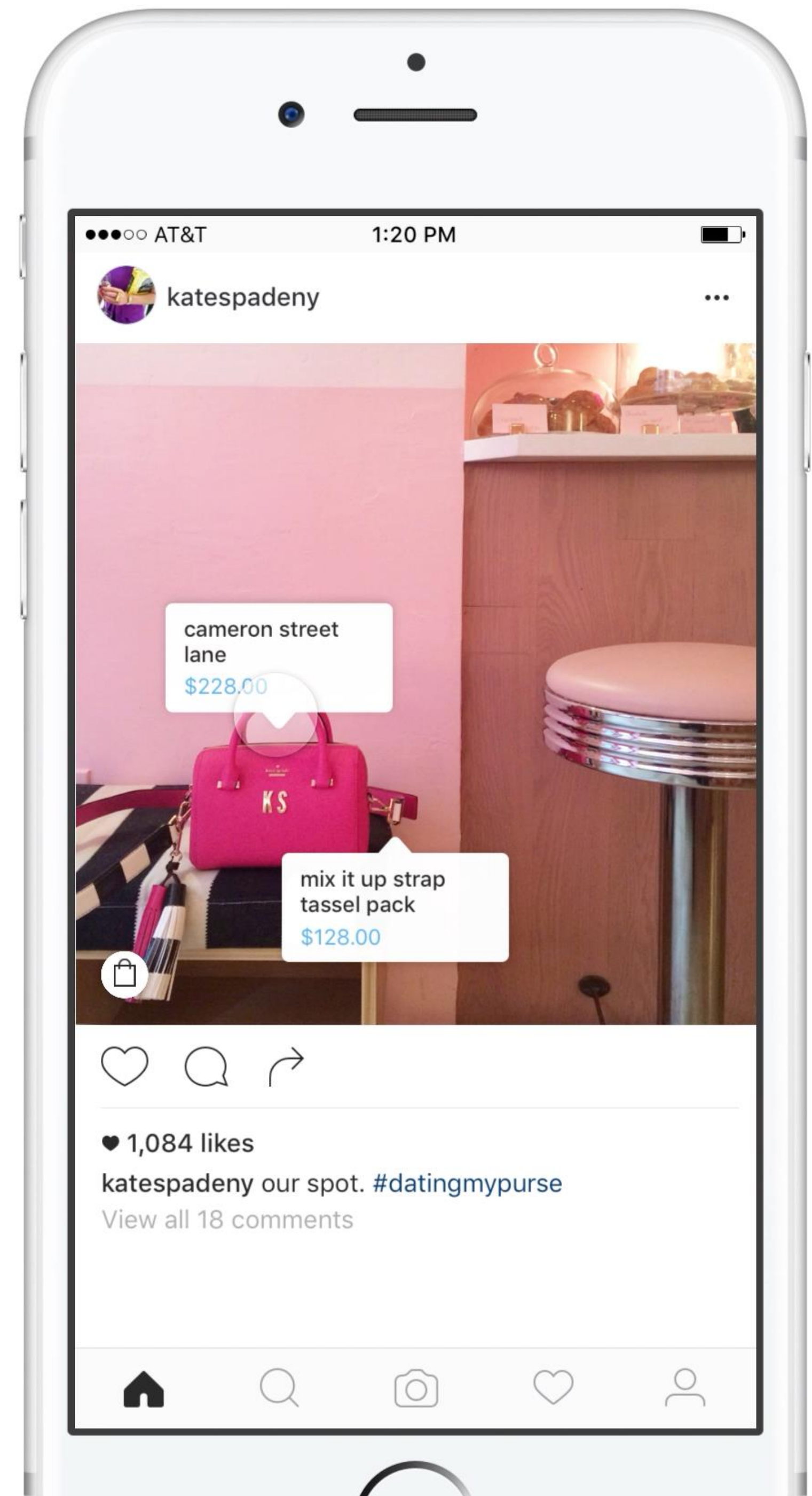
1.3 億

ショッピング投稿をタップして
タグを表示する
月間アカウント数
(グローバル)

日本は ショッピング機能の利用が 最もアクティブな 国のひとつ

*日本の利用者が
ショッピングタグをタップし
商品詳細ページを訪れる回数

Source: Instagram内部データ(2019年6月)

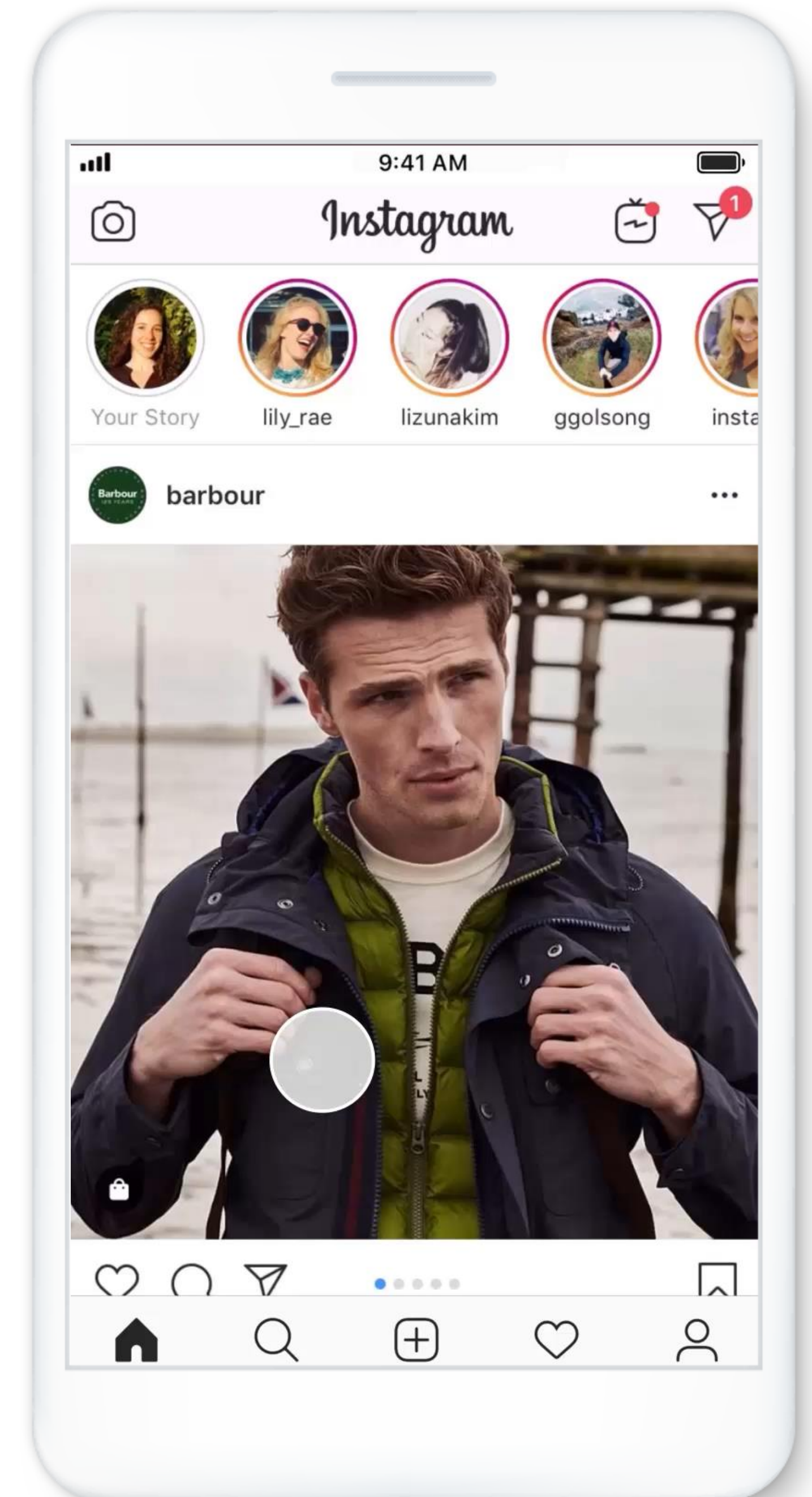


事例：BARBOUR

ショッピング機能を導入して以来、
Instagram経由の売上は42%増となり、
Instagramからウェブサイトへのトラフィックも98%増えました。

Instagramショッピングは商品情報を伝えるのに便利ですし、
それに絡めてブランドの歴史やアイデンティティを
紹介するのも簡単です

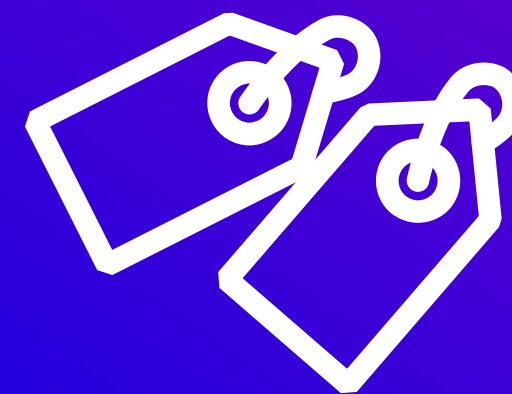
Laura Dover氏
Barbour グローバルデジタルコミュニケーション担当マネージャー



まずはここからスタート



プロフィール画面に
ショッピングタブが表示されるよう
ショッピング機能を使った投稿を
9件以上作成する



フィードやストーリーズの投稿
1件につき、複数の商品にタグ付けして
発見の幅を広げる

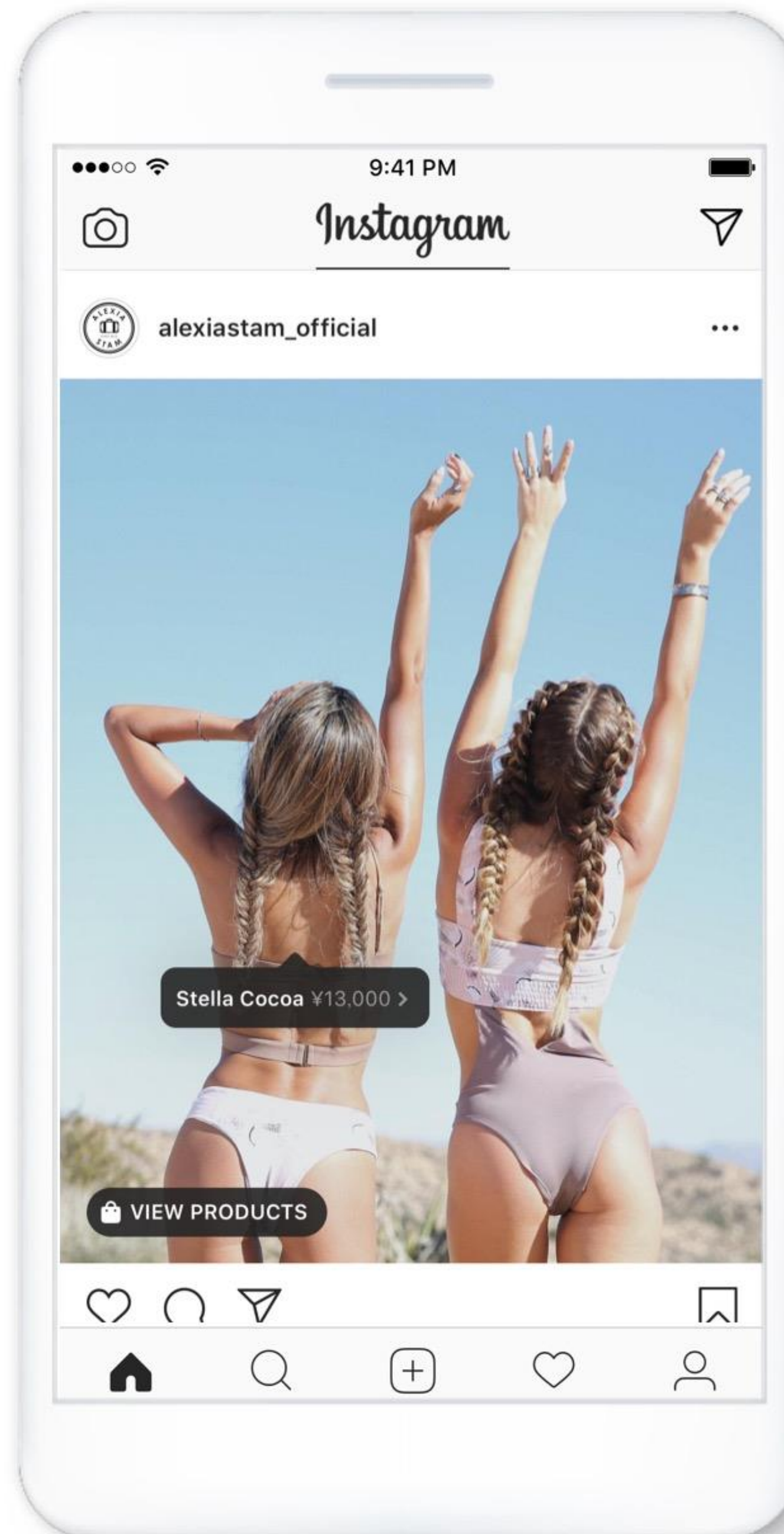


ショッピング投稿だけでなく
ストーリーズ、動画、ライブなど
その他のオーガニック投稿も活用して
ブランドのファンを増やす

ビジュアルで伝える

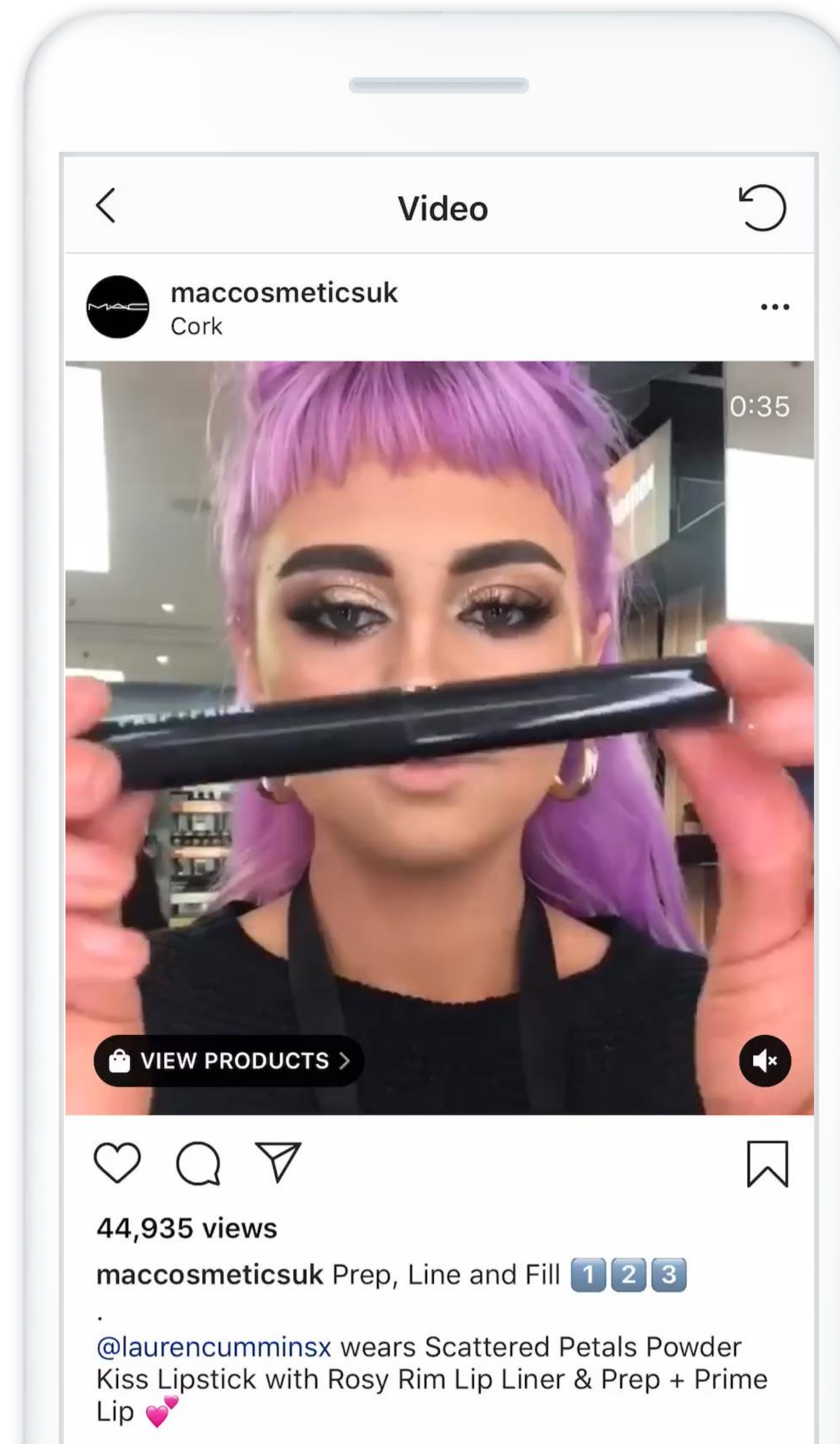
@alexiam_official

@wtwstyle



使い方を見せる

@maccosmeticsuk



ストーリーズで 顧客との距離を 縮める

@cohina.official



COHINA | COHINA

プロフィール



ショッピング



ストーリーズ広告



IGTV



- ホーム
- 商品管理
- 受注管理
- 会員管理
- コンテンツ管理
- 設定
 - 基本情報設定
 - システム情報設定
 - システム情報
 - メンバー管理
 - 権限管理
 - セキュリティ管理
 - EC-CUBE ログ表示
 - マスターデータ管理
- オーナーズストア

システム設定 システム情報

システム情報

EC-CUBE	3.0.14
サーバーOS	Linux localhost.localdomain 2.6.32-573.el6.i686 #1 SMP Thu Jul 23 12:37:35 UTC 2015 i686
DBサーバー	PostgreSQL 8.4.20 on i386-redhat-linux-gnu, compiled by GCC gcc (GCC) 4.4.7 20120313 (Red Hat 4.4.7-17), 32-bit
WEBサーバー	Apache
PHP	5.6.30 (Core, date, ereg, libxml, openssl, pcre, zlib, filter, hash, Reflection, SPL, session, standard, apache2handler, bz2, calendar, ctype, curl, dom, mbstring, fileinfo, ftp, gd, gettext, iconv, exif, mcrypt, mysqlnd, PDO, pgsql, Phar, posix, shmop, SimpleXML, soap, sockets, sqlite3, sysvmsg, sysvsem, sysvshm, tokenizer, xml, xmlwriter, xsl, zip, mysql, mysqli, pdo_mysql, pdo_pgsql, pdo_sqlite, wddx, xmlreader, apcu, json, mhash, apc, Zend OPcache, xdebug)
HTTPユーザーエージェント	Mozilla/5.0 (Macintosh; Intel Mac OS X 10_12_4) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/58.0.3029.110 Safari/537.36

PHP情報

PHP Version 5.6.30



System

Linux localhost.localdomain 2.6.32-573.el6.i686 #1 SMP Thu Jul 23 12:37:35 UTC 2015 i686

Instagramにおける オーガニックと広告の考え方

オーガニック

- 既存のコミュニティと繋がり
- ブランディング

広告

- 新規ユーザー獲得
- アカウントがなくても出せる
- 目的に合わせて最適化
(購買、インストール等)



ビジネスからの発信に対して高い関心

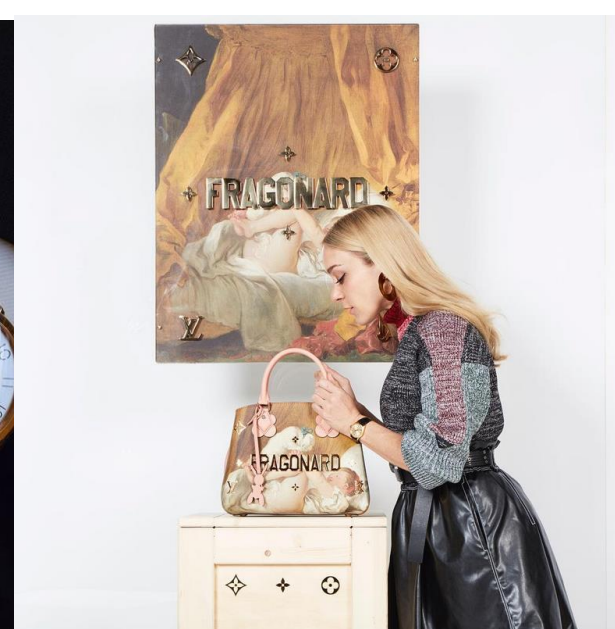
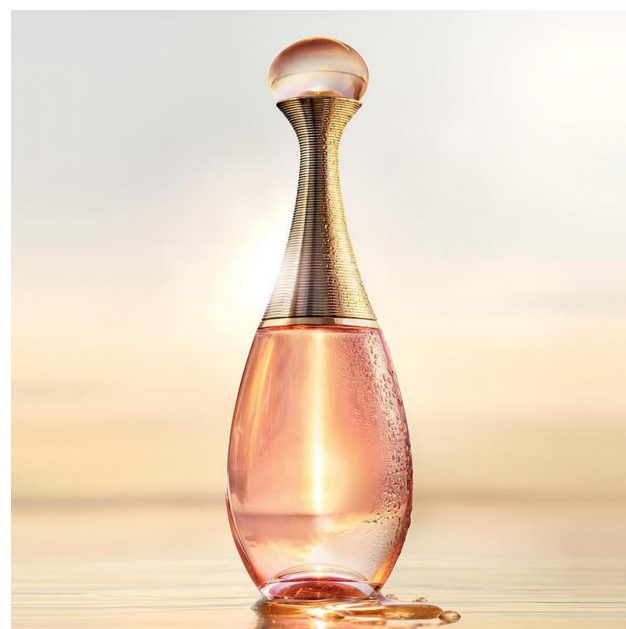
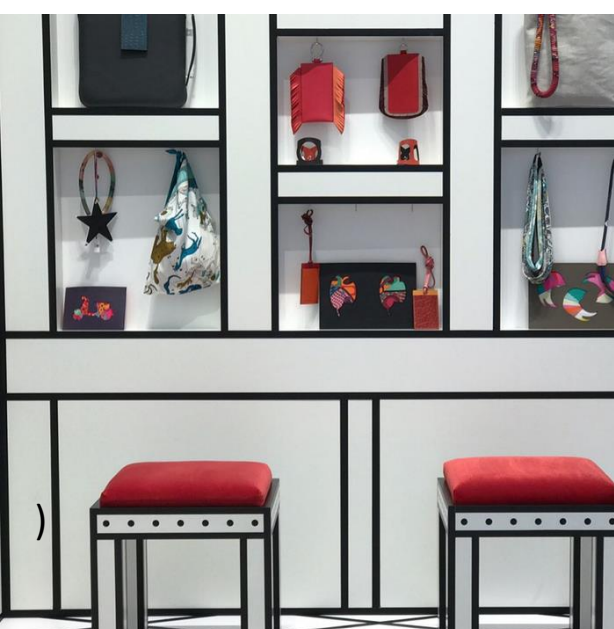


80%

ビジネスアカウントを
フォローしている利用者

2/3

ビジネスプロフィールを訪れる利用者のうち
そのアカウントフォローしていない人



Instagram広告の特徴

利用者の
約4割は男性

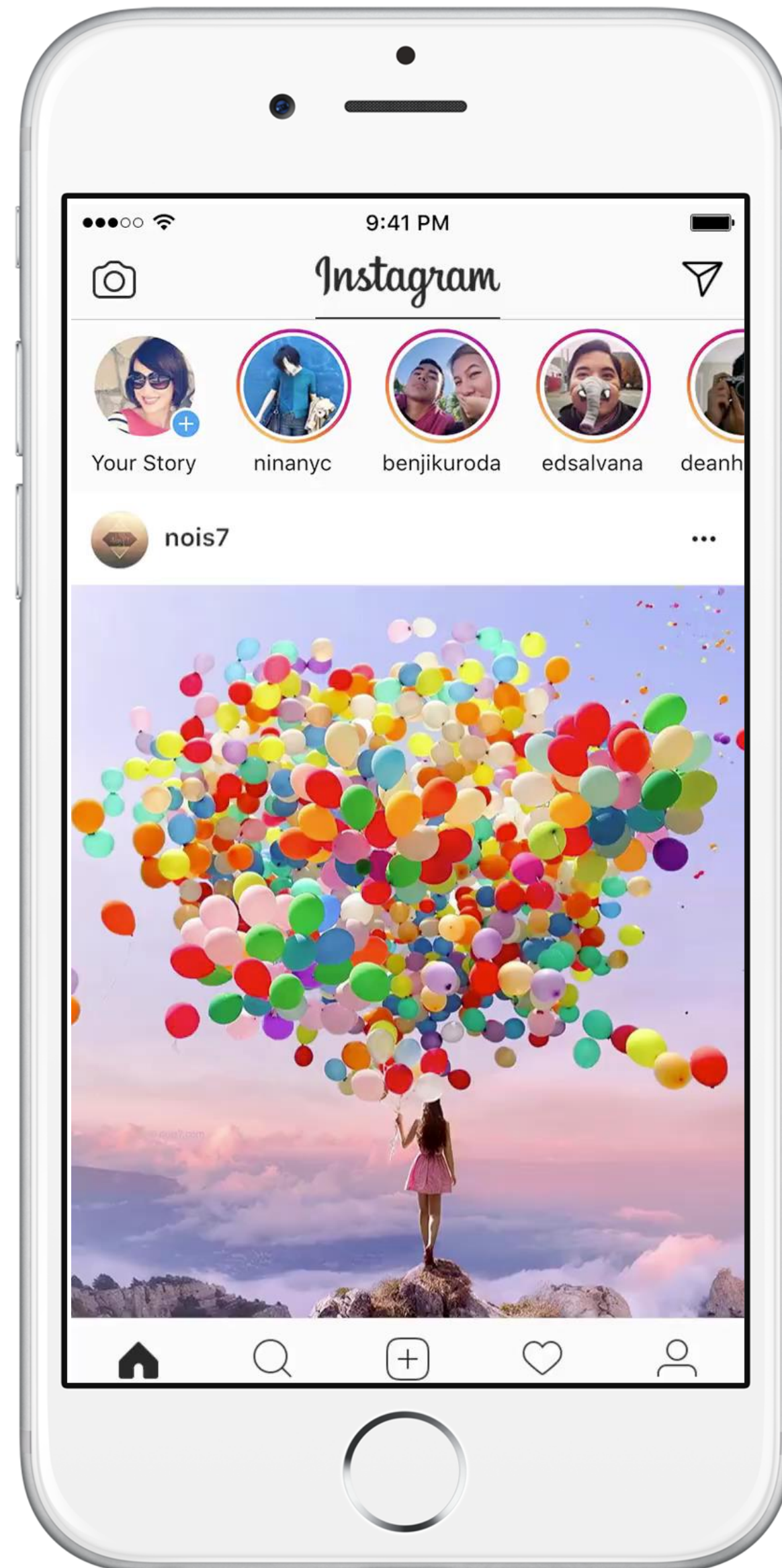
Facebookと
同じ広告配信
システム

出典: Kantar 2017年9月 (フェイスブックの委託による調査): N=2053, Age 18-44, M/F

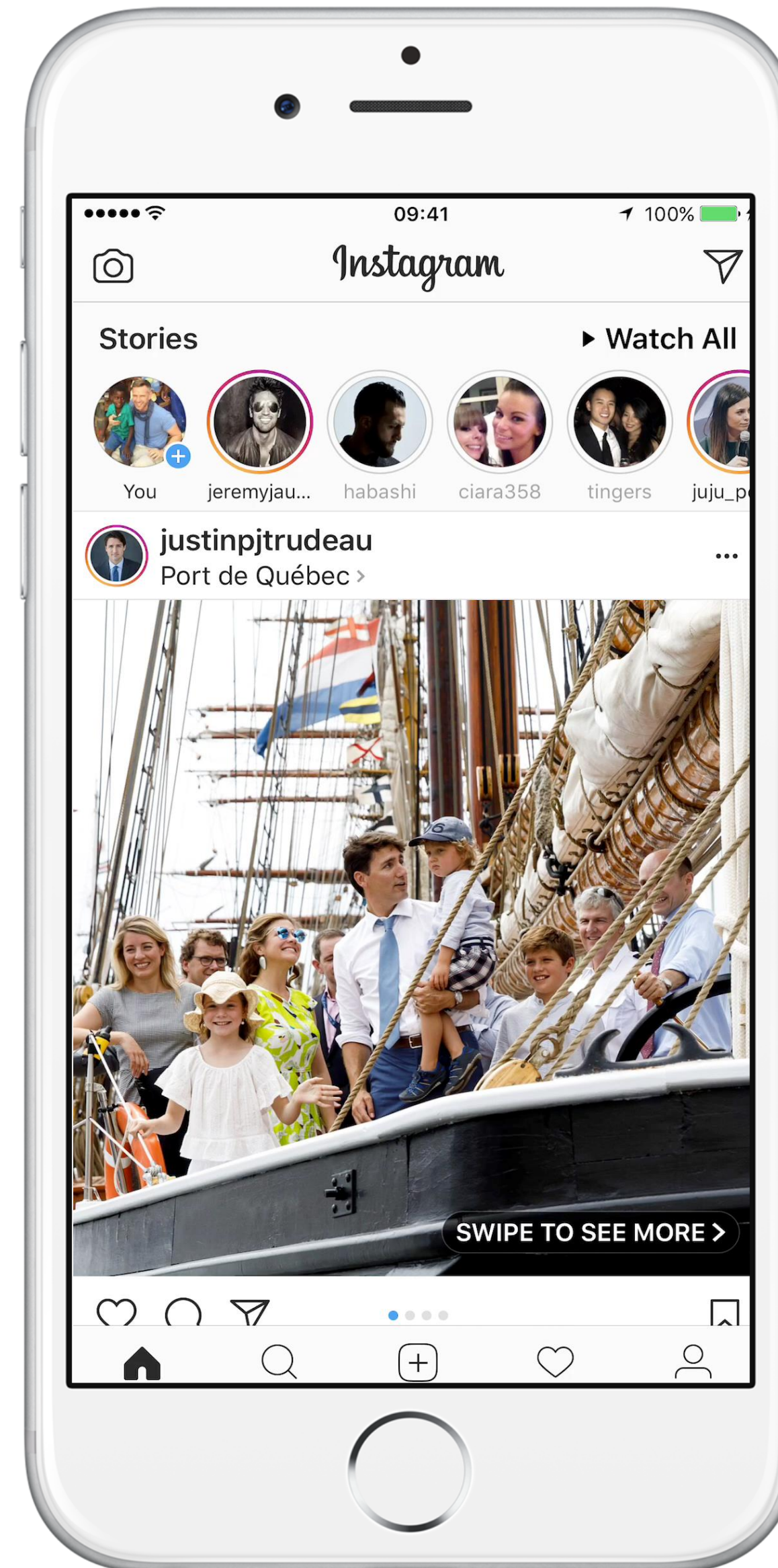


2つの広告配信面

フィード



ストーリーズ



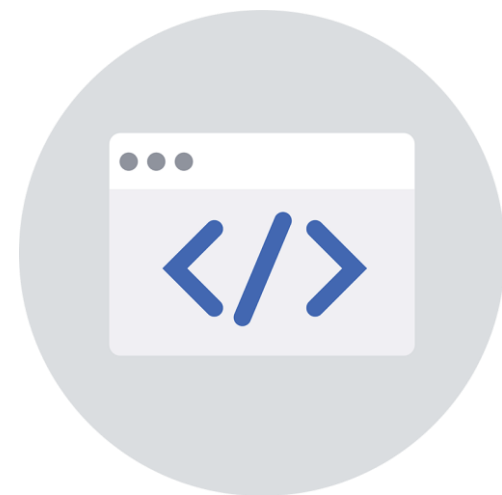
オーガニックの投稿：
フォロワーのみに24時間表示

広告：
ターゲット、期間を
自由設定可能

Pixel, SDKを設定しよう

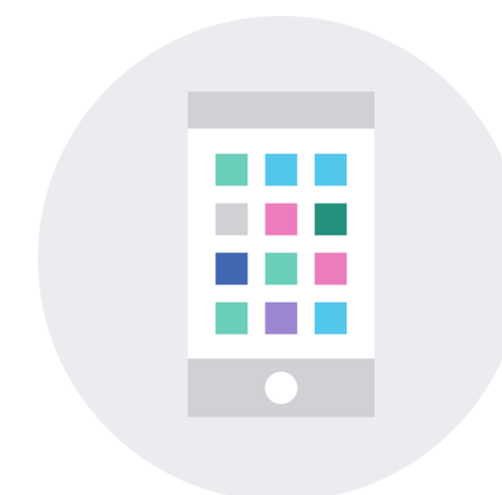
ウェブサイト、アプリ上で実行されたアクションを把握し
広告の効果を測定できるツール

ウェブサイト用



Facebook Pixel

モバイルアプリ用



Mobile SDK

Pixel, SDKを設定しよう

狙いどおりの人にリーチする

- ウェブサイト・アプリで特定のページにアクセスした人や望ましいアクションをとった人にリーチ
- 類似オーディエンスを作成し、優良顧客と似た人にリーチ

最適化を促進する

- 求めているアクション(商品の購入など)を実行する可能性が高い人をターゲット、広告コンバージョンに最適化

広告の効果を測定する

- 広告を直接のきっかけとして生じた成果が何件あるかを知り、効果（コンバージョン、売上など）を数字で見ることができます。

広告キャンペーン作成のステップ

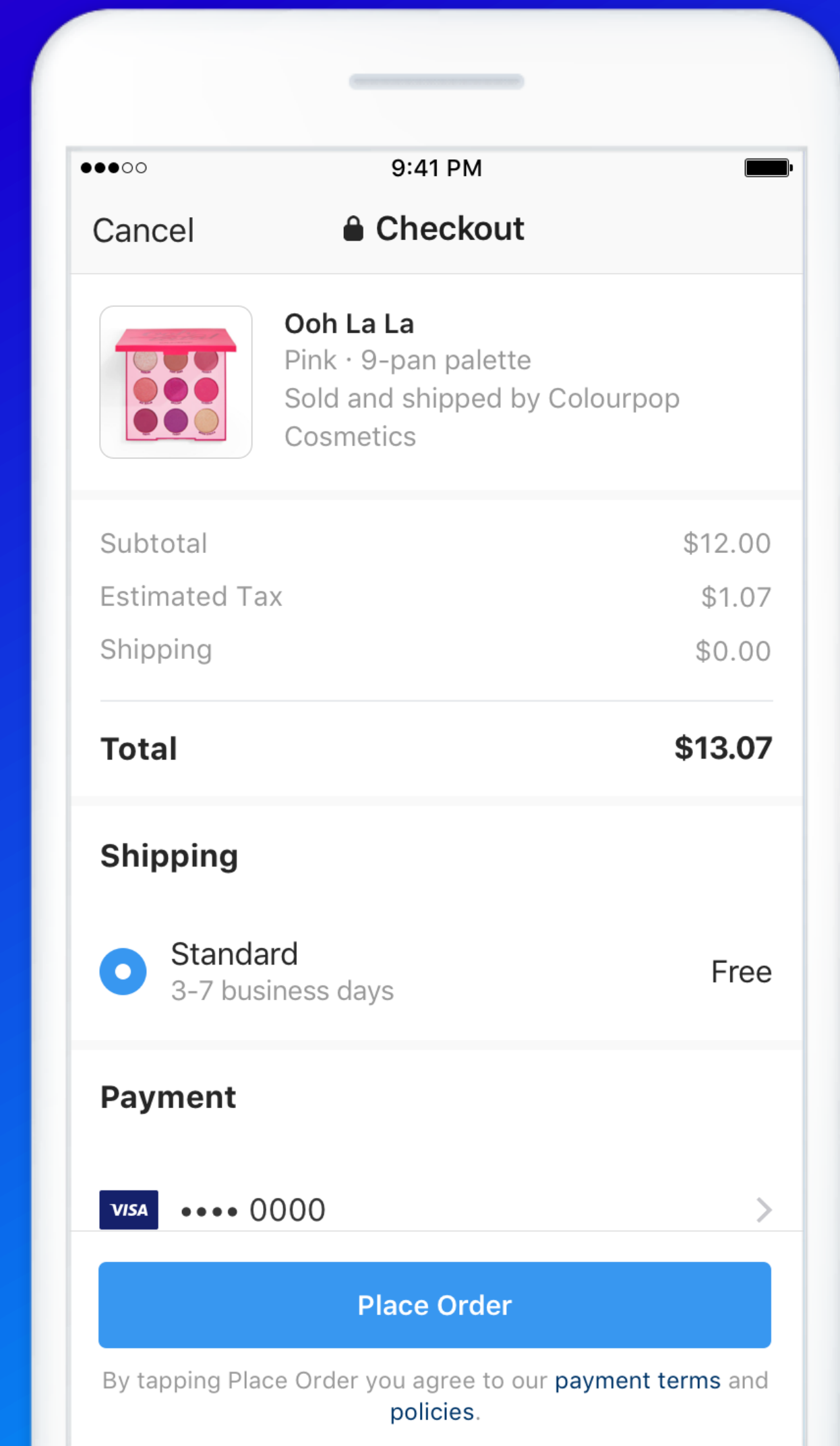
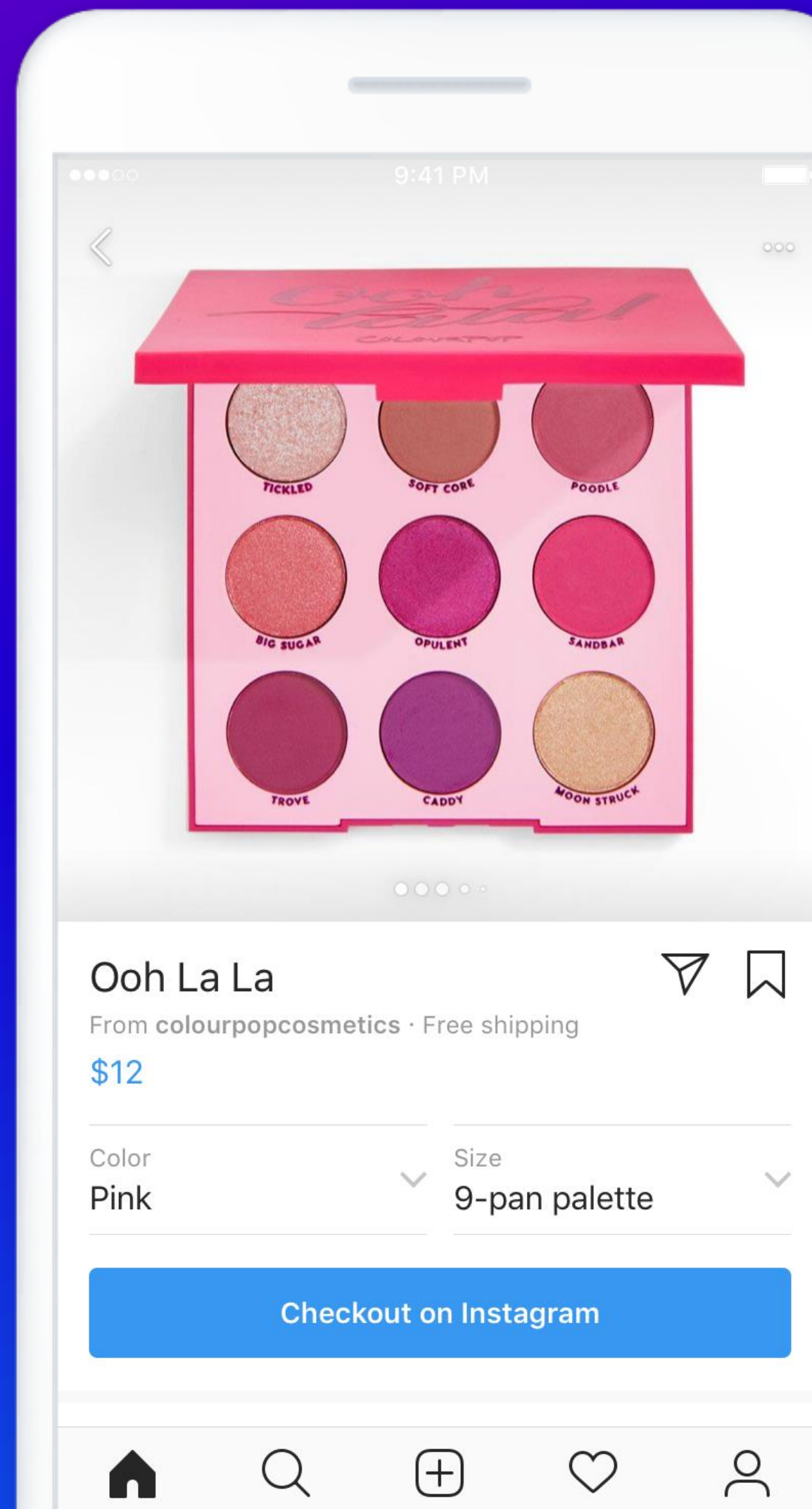
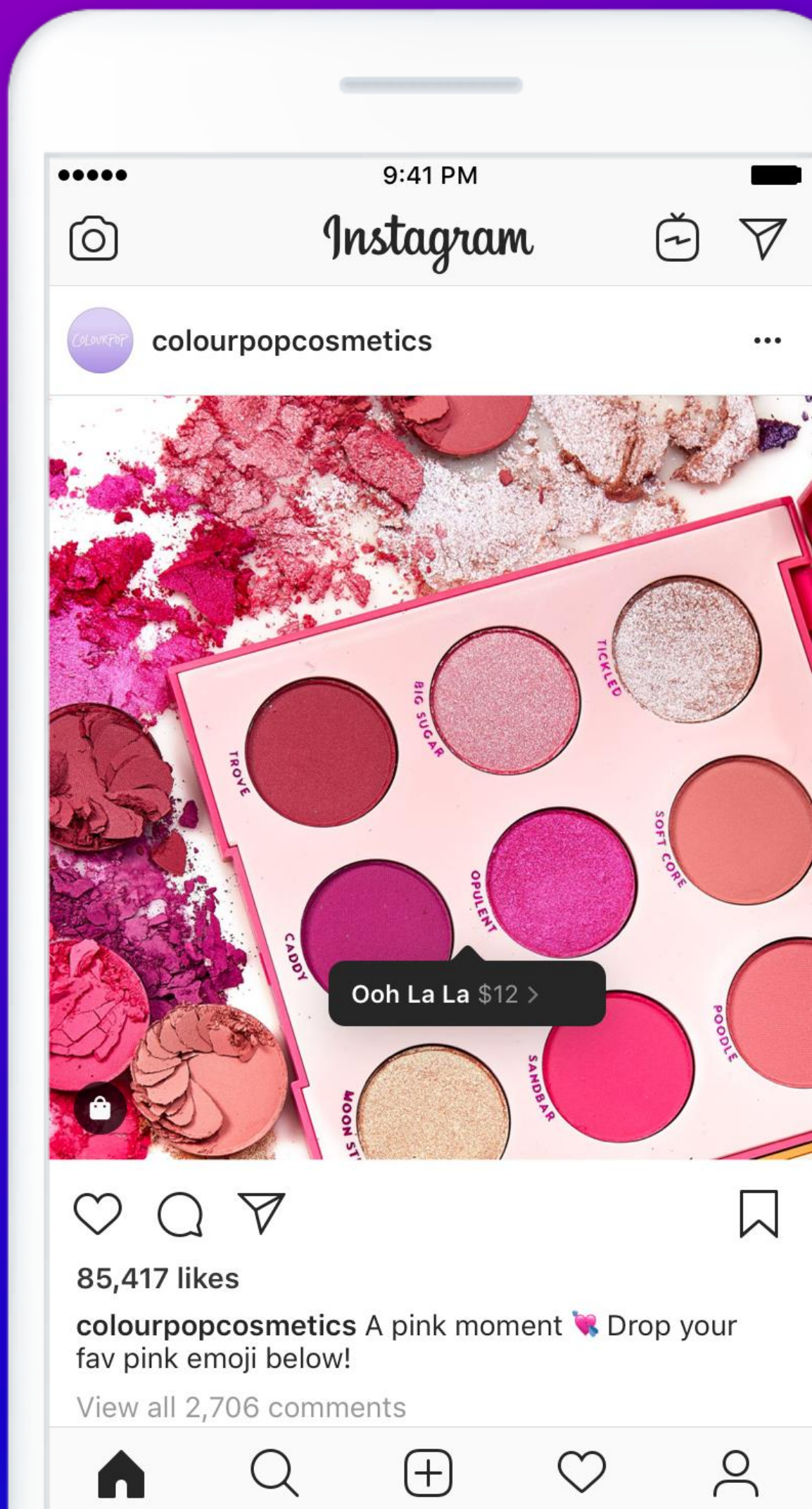
STEP 1	STEP 2	STEP 3
何を達成しますか？ • ブランド認知度向上 • リーチ • トラフィック • アプリインストール • 動画の再生 • リード獲得 • コンバージョン など	• 誰に広告を配信しますか？ • どの面に配信しますか？ • Facebook • Instagram • オーディエンスネットワーク • 入札方法はどうしますか？ • インプレッション課金 • クリック課金 など • 予算と期間はどのようにしますか？	• クリエイティブは？ • 動画 • 画像 • カルーセル • リンク先は？

広告キャンペーン作成のステップ



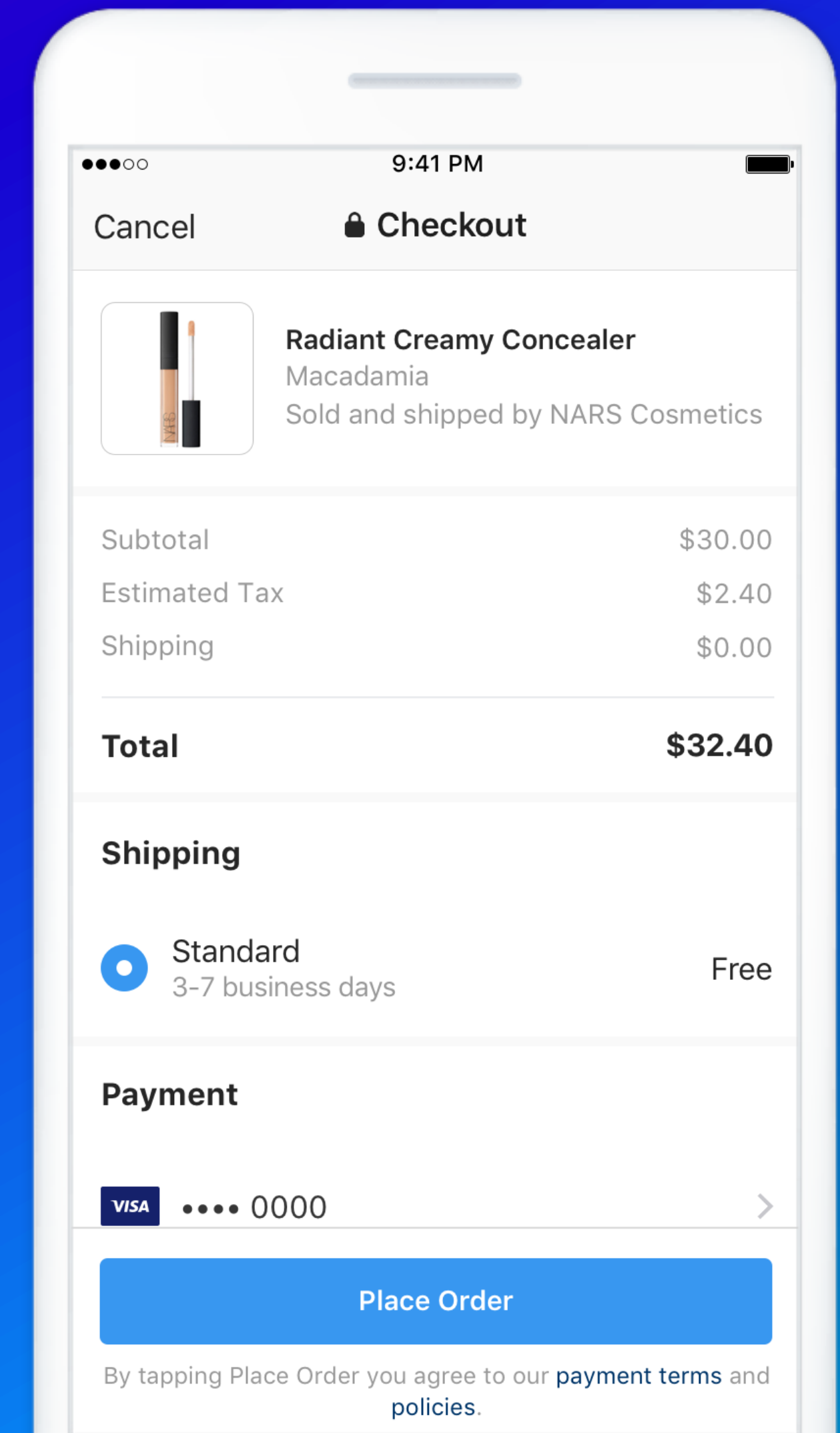
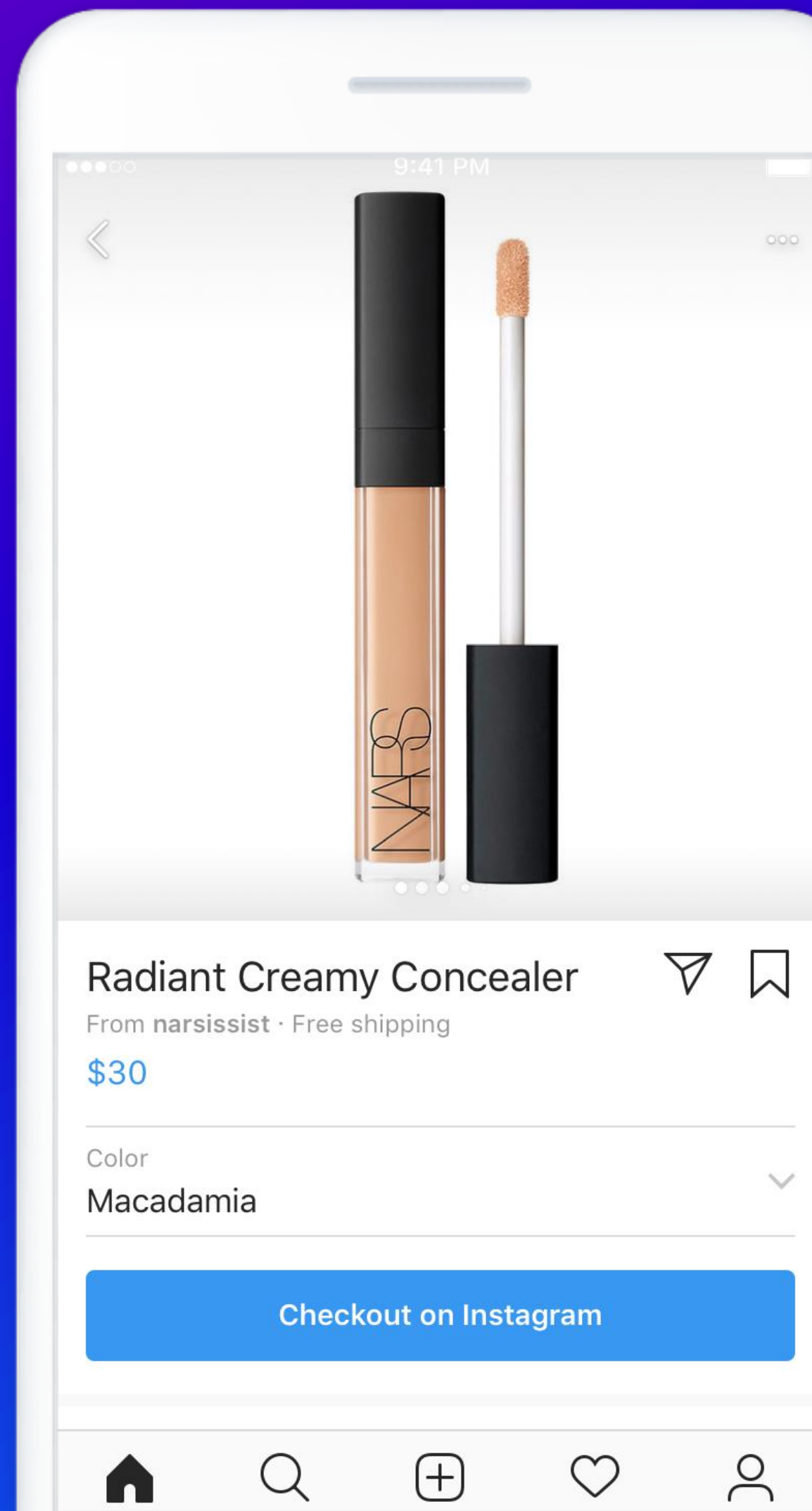
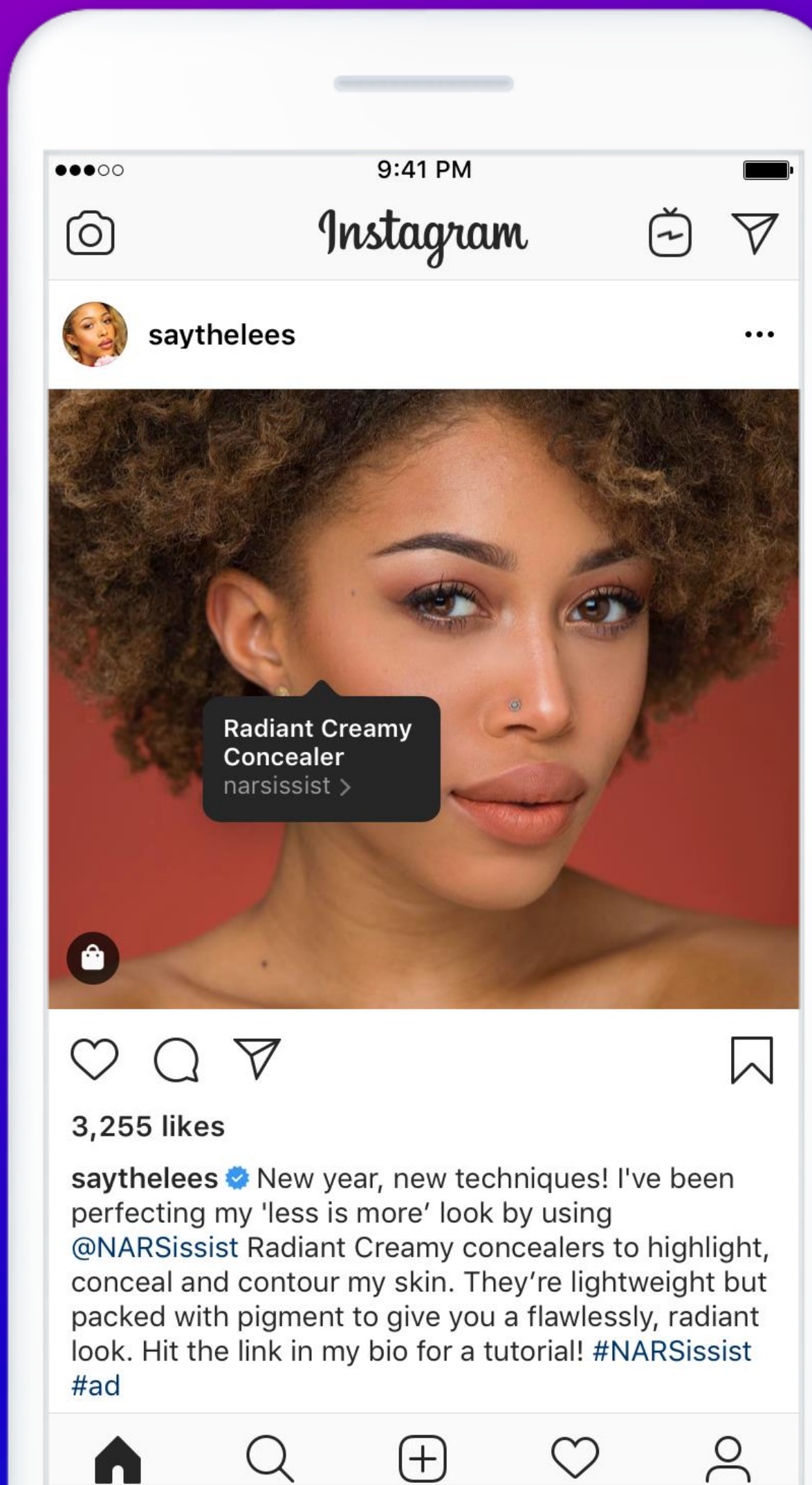
ショッピング機能：チェックアウト機能でアプリ内決済が可能に

*アメリカ国内の利用者のみ対象、一部ブランドが対応

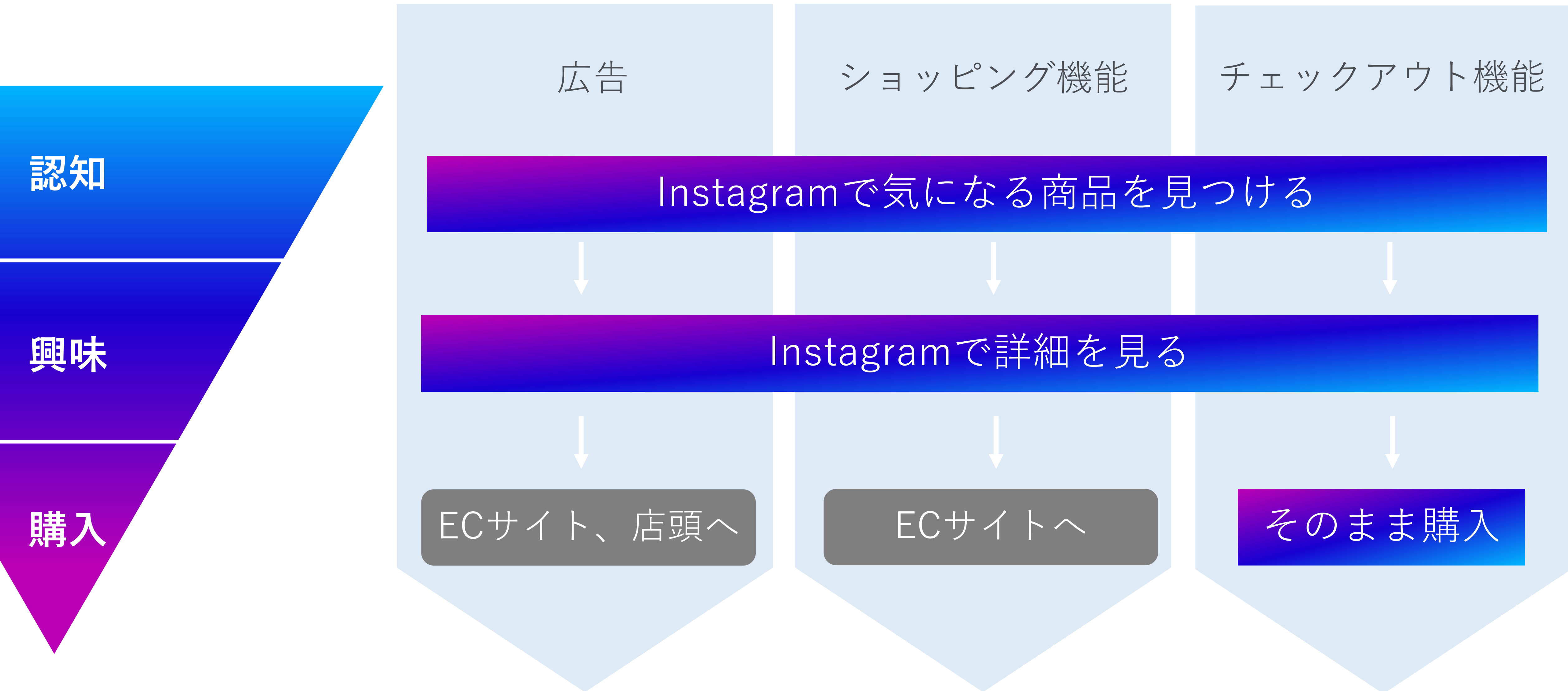


ショッピング機能：クリエイターもショッピングタグを利用可能に

*一部クリエイターが試験運用に参加中



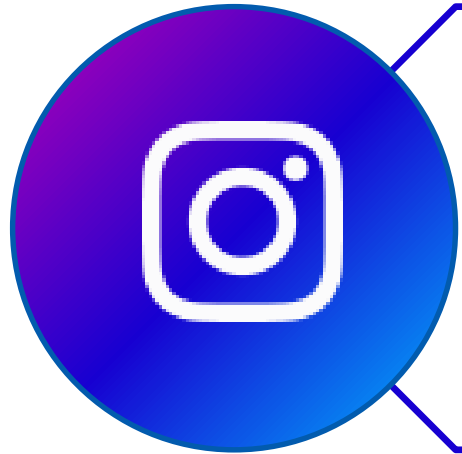
Instagramの進化で変わるコマースビジネス



本日のまとめ



スマートフォン、ビジュアルが成功の鍵
Instagramは発見から検索、比較検討まで利用



日本のInstagram利用者は3300万
男性も広く利用、アクティブなコミュニティ



ショッピング機能で購入までのシームレスな導線
商品理解、ファン作りによるブランディング



広告でオーガニックで出来ない利用者へのリーチ、
目的に合わせた広告利用、Pixel, SDKで環境整備



Instagramのミッション

大切な人や大好きなことと、あなたを近づける