

Social
Media
Marketing

UGC活用・検索性向上による SNS売上支援サービス

contact@beaus.net

アカウント運用代行

広告配信代行

ギフトイング・PR投稿

#ダブル
#TIKTOK売れ
#ギフトイング #タグル
#ホーム率 #発見タブ



#PR投稿
#エンゲージメント
#UGC #バズル
#フォロワー

\\リーチだけで終わらず、エンゲージメントを獲得!\\
**戦略的SNS
運用代行**



INFLUENCER GIFTING SERVICE

インフルエンサー ギフティングサービス



TikTok AD MARKETING

TikTok動画がきっかけでモノが売れる「TikTok売れ」



芸能人・インフルエンサー キャスティング サービス

国内最大級の登録数



1：ビュースのご紹介

- ✓ 会社紹介
- ✓ 活動範囲
- ✓ 活動実績

3：アカウント運用について

- ✓ アカウント運用のポイント
- ✓ ユーザーコミュニケーションが重要な3つの理由
- ✓ 映えるからコミュニケーションが生まれる投稿に変化
- ✓ Instagram内での露出を高めます
- ✓ コミュニケーションの機会を意図的に作り出す
- ✓ SNS戦略策定・運用委託プラン
- ✓ アカウント運用のフローについて
- ✓ SNS活用の戦略立案
- ✓ クリエイティブ作成と投稿・運用
- ✓ 分析：KPIの設定
- ✓ 目的別のKPI設定の例

2：SNSマーケティングとは？

- ✓ SNS市場は拡大傾向
- ✓ SNS活用がマーケティングの重要な手段
- ✓ SNSの特性を理解し、賢く活用
- ✓ SNSマーケティングの手法
- ✓ 売上げ・集客を伸ばす方法
- ✓ リーチ数を増やす方法
- ✓ フォロワーの増やし方
- ✓ エンゲージメントの高め方

4：UGCについて

- ✓ 質の良いUGCを増やす
- ✓ UGCを増やすキャンペーン実施
- ✓ ギフティングとPR投稿
- ✓ 料金表
- ✓ 活動事例
- ✓ PR投稿 フロー
- ✓ インフルエンサーカテゴリー

Social
Media
Marketing

ビューズのご紹介



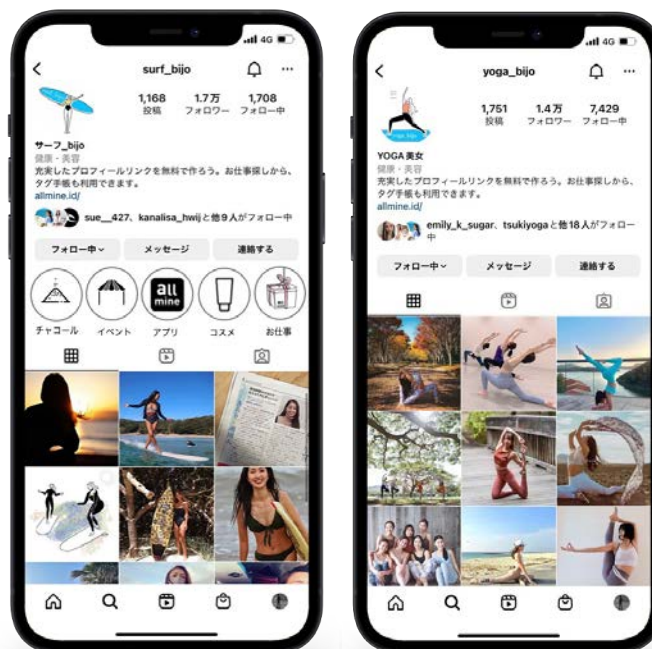
会社紹介

専門家を起用した権威付・PR活動をからSNSメディアとインフルエンサーの起用に広がり
認知獲得、新規顧客の獲得支援に取り組んできました。

2015年～
専門家1,000名キャスティング事業



2019年～
SNSマーケティング事業



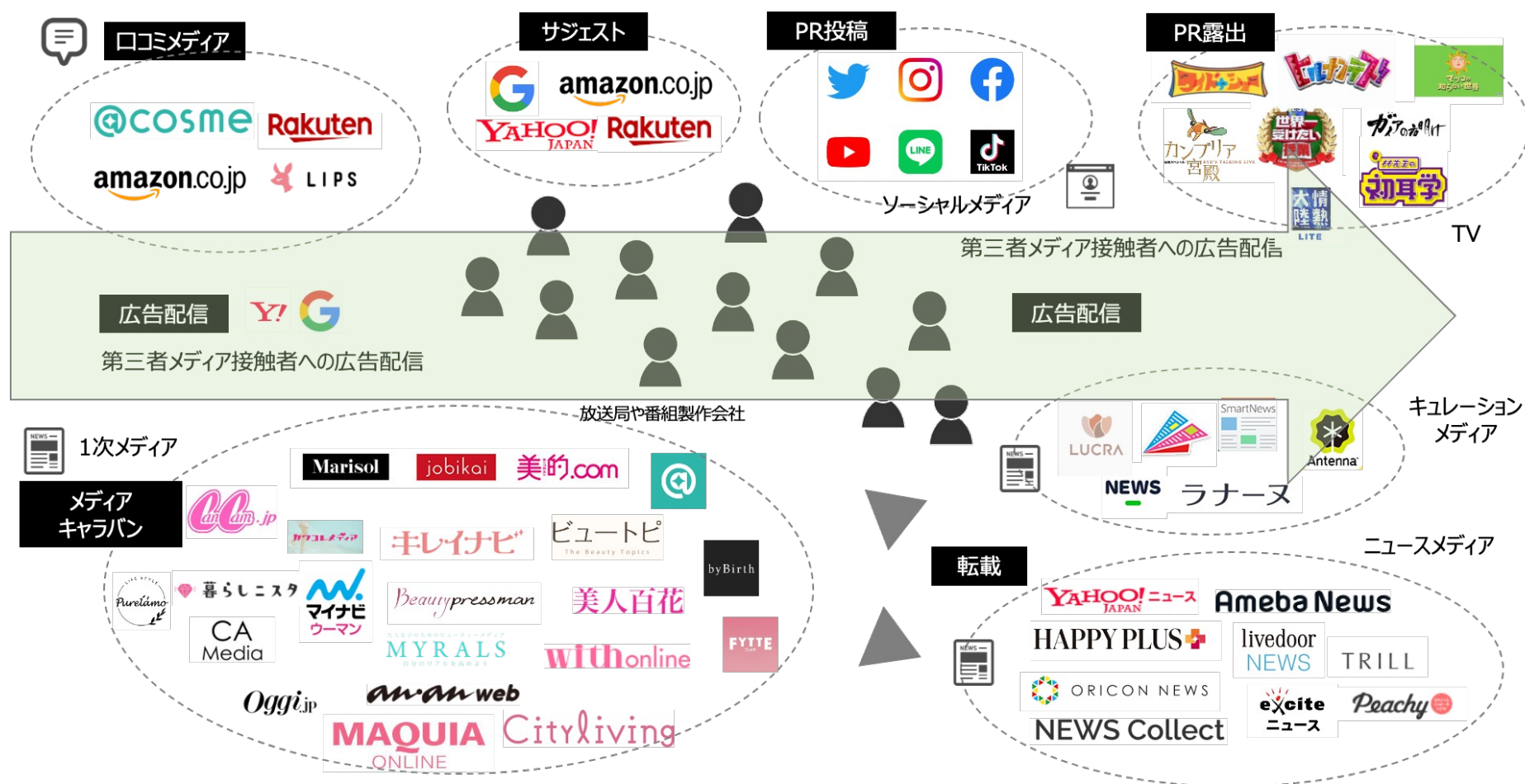
2022年～
ギフトングアプリ運営事業



社名：株式会社ビューズ 設立：2015年5月1日 資本金：2300万円 事業：SNSマーケティング、デジタル広告配信、PR代行

活動範囲

* 別紙にて各種サービス資料がございます。



活動実績



POLA

L'ORÉAL



LaLaport



PARCO



PEACH JOHN

DHC



SHISEIDO



Kanebo



Unilever



Social
Media
Marketing

S N S マーケティングとは？



S N S 市場は拡大傾向

国内ソーシャルメディアマーケティング市場規模推測

(単位：億円)



2025年には2020年比約2倍、1兆1,171億円規模に拡大。

インフルエンサーマーケティング市場規模推測

(単位：億円)



2025年には2020年比約2.3倍、723億円規模に拡大。

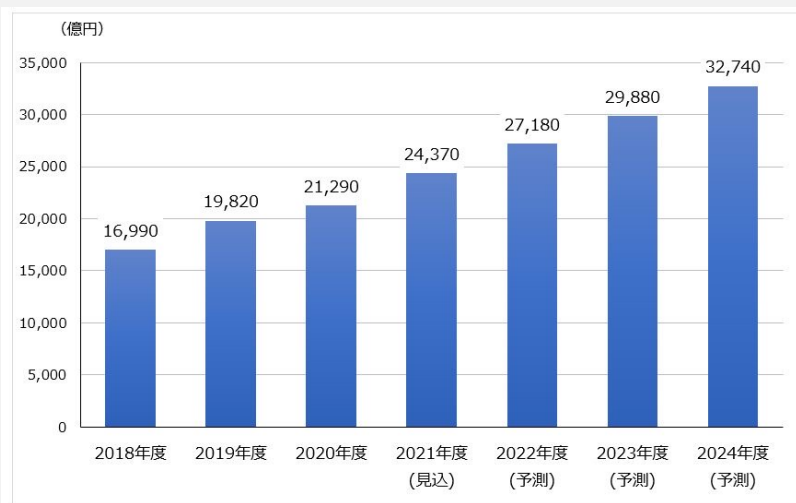
出展：株式会社サイバー・バズ

広告費及びCPAは高騰傾向に、マーケティング手段として不可欠なSNS活用

WEB広告

広告市場は右肩上がりの状況に伴い、競争が増え、獲得効率が悪化。

【インターネット広告費推移】



注1. 広告主によるインターネット広告出稿額ベース
注2. 2021年度は見込値、2022年度以降は予測値

矢野経済研究所調べ

Instagram

2022年の国内ユーザー数は4,160万人（4人に1人が利用）
参入できていない競合も多く、活用次第で様々なマーケティングが可能

【ユーザーがよく見る情報】



(公式発表より引用) 調査対象：日本国内のInstagramユーザー

SNSの特性を理解し、賢く活用



タグるからタブる

ハッシュタグ検索から、
発見タブによる
レコメンド機能の活用
能動的から
受動的に変化



ホームページの代替

□コミサイトと同様に、
UGCやSNSの投稿を
検索して見ることが
消費の意思決定
ポイントになる



顧客接点の重要な ポイントはコンテンツ

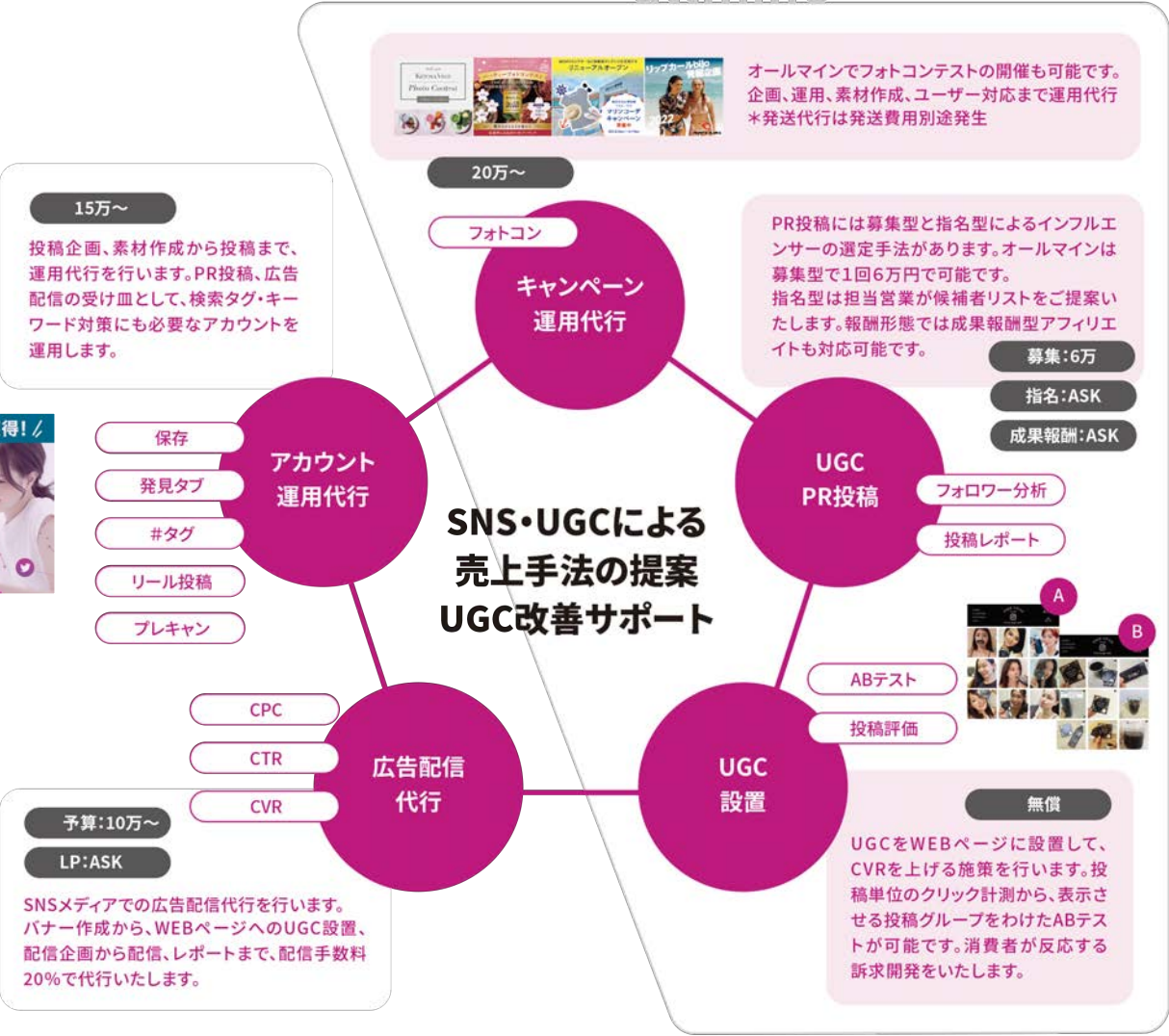
競合が増え供給過多の
市場ではCPAが高騰し
顧客接点が減る一方。
広告によるプッシュか
らコンテンツによる
インバウンドの時代へ

見込顧客との出会い

SNSマーケティングとは？

\\リーチだけで終わらず、エンゲージメントを獲得！\\

戦略的SNS運用代行



TikTok AD MARKETING

TikTok動画がきっかけでモノが売れる「TikTok売れ」



芸能人・インフルエンサーキャスティングサービス

国内最大級の登録数



INFLUENCER GIFTING SERVICE

インフルエンサー ギフティングサービス

all mine

60,000円

UGC設置機無料提供



SNSで売上げ・集客を伸ばす方法

■ ユーザーに有益な情報を発信する (=保存数やエンゲージメント率が上がる)

改めて見返したくなるような、次のページもスワイプしたくなるような投稿・写真・文字入れでエンゲージメントを上げる。過去の投稿で保存数の高いものからその傾向を見極めることからスタート。

■ UGCを活用する

ユーザーの許諾次第で二次利用が可能。LPやECサイトでの口コミや、SNS広告のクリエイティブとしてなど、リアリティのあるコンテンツとして利用する。

■ LP・ECサイトの導線を整える

投稿を見た人がすぐに商品サイトに飛んで購入できるように導線・見せ方を見直す。Instagramの場合は投稿にリンク付けができないため、ショッピング機能を導入するとより効果的。

■ 良質なUGC（User Generated Contents）を増やす

検索をした人や偶発的に情報に出会った人に、口コミ等の質の良い情報を提供することで購入・来店の後押しをする。また、投稿が多いほど発見タブへの露出機会も増え、“売れている雰囲気”も作り出すことができるため量も重要。



プロフィールからの導線
*ショップ機能含む

ハイトライトからの導線

商品の魅力が伝わる
ユーザーにも有益なフィード投稿

フォロワーの増やし方

■ アカウントのデザインコンセプトを整える

投稿からアカウントのトップページに飛んできた時に、ユーザーが共感できるデザイン・世界観に統一し、一目でどんなアカウントなのかを伝えること。

■ プロフィール欄を充実させる

何について発信するアカウントなのかを簡潔に明記すると同時に、フォローするメリットを伝える。商品やECのURL記載も忘れずに。

■ ハイライトを活用する

プロフィール欄に書ききれない情報を整理して見せる。取り扱い商品をジャンルやテーマ毎に見せたり、お得な情報などをまとめて整理するほか、ユーザーボイス（UGC）を置くなどの活用が可能。

■ 定期的にコミュニケーションをとる

一方向の発信だけでなく、コメントや返信やいいね返しなど、ユーザーと交流し信頼を獲得する。特に初期段階はアカウントを見つけてもらえるように積極的にユーザーとの関わりを持つ。

！フォロワーが増えない
大きな原因…

一方通行な商品情報の発信

有名ブランドなどの大手はフォロワーが勝手に集まるが、
その他の企業が真似するのはNG。



コンテンツの発信



投稿内容についても、ユーザーに有益な情報を読み物として発信することで、確実にフォロワーを獲得していく。

エンゲージメントの高め方

① ストーリーズを活用しホーム率を上げる

ユーザーに有益な情報を発信しても、フォロワーのホーム画面に表示されなければ意味がない。

ストーリーズの滞在時間はホーム率（アプリ起動時のホーム画面に投稿が表示される割合）にも起因しており、ストーリーズが見られることで、投稿が見られるようになる。

エンゲージメントを獲得するためにはストーリーズの活用も不可欠。

② コミュニケーションが発生する投稿を行う

ストーリーズやインスタライブを活用することで、コミュニケーションが生まれる環境を作り出す。

また、フィード投稿の際にもコメントを促す内容を加えるなど工夫することで、双方向のコミュニケーションを実現していく。

③ キャンペーンの実施

ユーザーの注目を集めるため、「いいね」「フォロー」で応募できる簡単な参加型のプレゼントキャンペーンを行う。



④ インフルエンサーの活用

商品との親和性の高いインフルエンサーを活用することで、フォロワーに対して興味づけする。

また、検索時に人気投稿としても表示されやすくなるので、フォロワーを超えた露出を見込める。



SNSでリーチ数を増やす方法

フォロワー以外のユーザーへの露出を高める

フォロワーだけに届く投稿ではリーチ数は伸びない。

そのために以下の方法でフォロワー外への露出を高めリーチ数をあげていくことが重要

①「いいね」数よりも「保存」数があがる投稿を意識する

保存数があがると、発見タブへの露出機会が増え、発見タブ経由でフォロワー外にリーチしやすくなる

いいね：
投稿に対するユーザーの愛着度



- ・応援
- ・かわいい
- ・おしゃれ

保存：
投稿がどれだけユーザーの情報収集に役立ったか



- ・ためになる
- ・改めて見返して参考にしたい
- ・やってみたい（行きたい）

知識ノウハウ系

情報系

疑似体験系

②効果的なハッシュタグを選定する 検索をかけたフォロワー外のユーザーに対してリーチ数を増やす

より商品に関心を持つ人にリーチできるように投稿数の多い「ビッグワード」ではなく「ミドルワード」「スモールワード」から選定。併せてコミュニティに人気の高いタグを使用する。

（例）~~#コスメ~~ ~~#化粧品~~ #リップ #プチプラリップ #ドラッグストアコスメ #春リップ

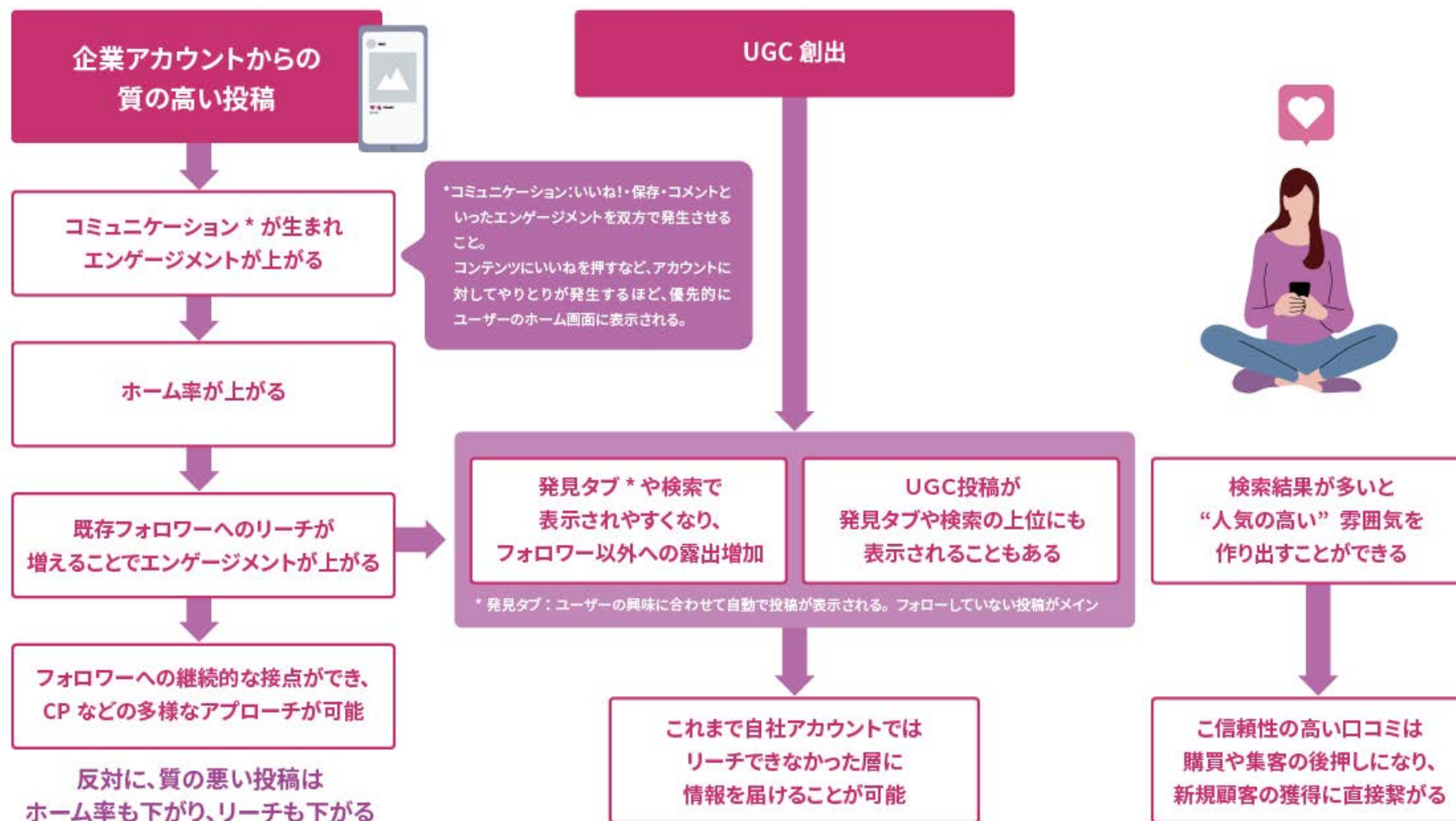
↑人気タグは投稿数が多すぎて、自社の投稿が流れてしまう

Social
Media
Marketing

アカウント運用について



アカウント運用のポイント



ユーザーコミュニケーションが重要な3つの理由

フォロワーへの接点

01

エンゲージメントを高め、 ホーム率が上がる

フォロワーとの接触が少なくなるほど、ホーム率は下がり、投稿しても表示されずにリーチ数も落ちます。フィード投稿に加え、ストーリーズやリール、LIVE を組み合わせながら、検索での上位表示や発見タブ・リールタブなど、フォロワー以外への露出に繋がります。

フォロワー以外への接点

02

発見タブに載ることを目指し、 フォロワー以外にアプローチ

発見タブに表示れるためのキーとなる要素は3つ。

保存数

シェア

いいね

ユーザーが後から見返したくなるような、共感を生む投稿でリーチ数を増やす。

03

UGCを生み出し、 UGC経由で発見率を上げる

自社の発信だけでは限界があります。認知拡大のきっかけとなるのが口コミを始めとしたUGC。UGCは投稿者のフォロワーだけでなく発見タブに載るコンテンツにもなり、更なる情報の拡散が期待できます。UGCを作り出すためのコミュニケーション設計や戦略がポイント。



映える投稿からコミュニケーションが生まれる投稿に変化

これまでの SNS

投稿のポイント

クリエイティブ重視（かわいい・映える）

検索は「タグる」

ユーザーは検索目的で Instagram を利用
目を引くクリエイティブが重要

UGC

UGC という意識は少なく、フォロワーの多い
インフルエンサーを使っの PR 投稿に注力

これまで、クリエイティブが良ければ
一方的な情報発信でもユーザーに受け入れられていた

これからの SNS

投稿のポイント

コミュニケーション重視

検索は「タブる」

ユーザーは新たな発見を得るために Instagram を利用
発見タブに載るコンテンツが重要

UGC

質と量を重視した UGC を創り出し、
アカウントの運用に活用する

これからは発見タブ経由で偶発的に発見してもらう仕掛けと、

質のいいUGCを大量に生み出す仕掛けが必要

現在は、本文（キャプション）の情報も検索の対象となり、
以前ほどハッシュタグが重要視されていない傾向にある。



質の高い情報発信で、アカウントへの接触回数と時間を増やし、Instagram内での露出を高める

アカウントへの滞在が長いこと・保存率やエンゲージメント率の高い投稿は、Instagram社側にとってもメリットが高いため、ホーム画面で上位に表示されたり、検索でも上位に表示される他、リールが拡散されたり、発見タブに載ったりするなど、多方面で優遇されやすい。



接点
時間

接点
回数

滞在時間を高める投稿

例 スワイプしたくなるタイトル付け（●●3選、●●vs■■）、読み物系投稿、目をひくクリエイティブ（旅行先）など

保存率が上がる投稿

例 読み返したくなる知識ネタ、季節性の高いもの、真似したくなる（再現したくなる）レシピや美容情報など

視聴完了率 短時間の動画、見て楽しいエンタメ性の高い動画など

例 短時間の動画、見て楽しいエンタメ性の高い動画など

LIVE 配信

保存やコメントを促し、 ユーザーとのコミュニケーションの機会を意図的に作り出す

繰り返しになるが、いいね！や保存、コメントといったエンゲージメントが上がることは、発見タブ・検索結果表示・ホーム率・リール表示といった露出の面で大きなメリットがある。また、コメントを通して新たな気づきや意見を得ることもできるので大いに活用したい。



過去の
エンゲージメントの高い
投稿の分析

アカウントの
タイプに合わせ、
下記施策を実施

PDCA を回す

コメントや保存を促すフィード投稿

例 「皆さんは●●は好きですか?」「●●な人は👉でコメントしてね!」といった一言をキャプションに記載する、など

ステッカーを使ったストーリーズ投稿

例 投票やクイズを入れた投稿など

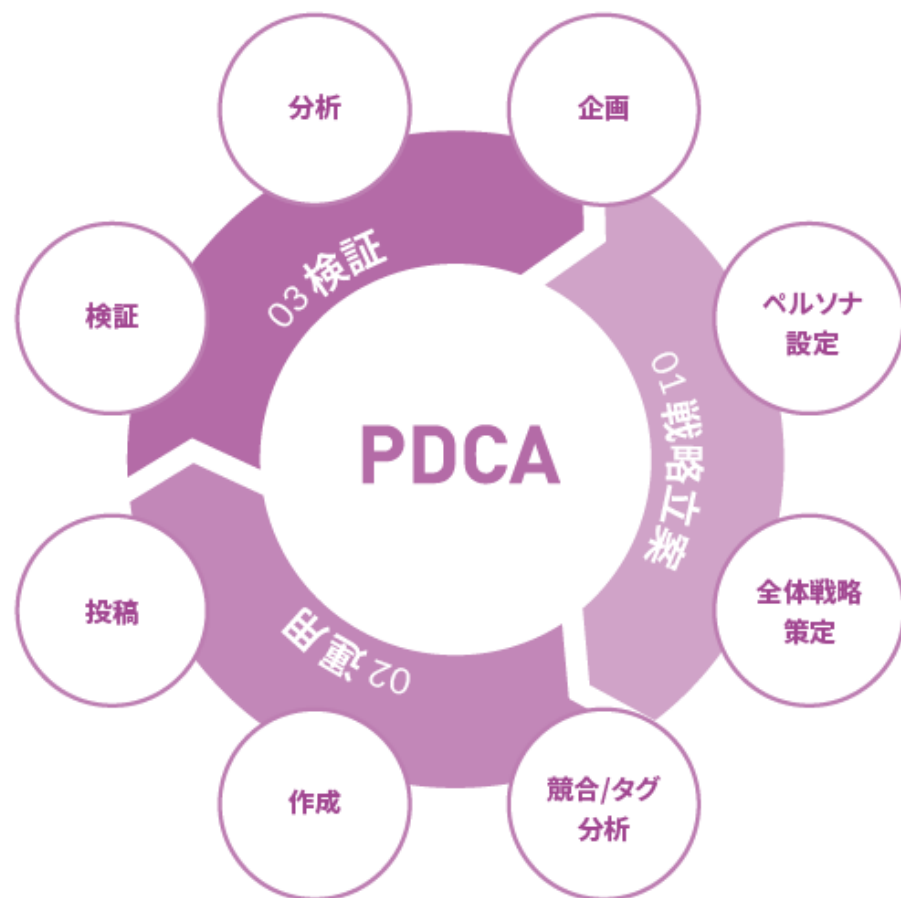
フィードやストーリーズでUGCをリポストして ユーザーとの距離を縮める

好感度を上げるための、UGCやコメントへの丁寧な返信

キャンペーンとの連動

例 応募の際にいいね!やコメントを促す、など

S N S 戦略策定・運用委託プラン



運用代行費用：月額 **200,000 円** から

SNS運用の戦略コンサルティングとアカウントの運用代行。定期的な情報発信で、エンゲージメント向上を全体支援します。

01 SNS活用の戦略立案

02 クリエイティブ作成 毎月:投稿企画案

03 分析・検証 毎月:レポート

- * 月に1度の定例会実施で、投稿企画書と月次レポートを納品。
- * 目標に応じたキャンペーンやプロモーションの企画を実施。
- * アドバイザー業務だけの場合は月額10万円となります。
- * 投稿画像リサイズによる、メディア追加は別途費用発生。

アカウント運用のフロー



S N S 活用の戦略立案

S N S 運用の目標を共有し、その達成に向けて具体的な施策に落とし込みます。

目標	● SNS運用によって、達成したい目標についての認識合わせ（認知向上とブランドイメージ定着など）
調査	● 自社アカウント及び競合アカウントの投稿調査 ● 目標達成のための現状課題の洗い出しと強化ポイントの設定
ペルソナ	● SNSのユーザー層を加味したターゲットの設定・ペルソナ設計・及びSNSへのニーズと仮説の設定
コミュニケーション設計	● ペルソナに合わせた、主要コミュニケーションポイント（コミュニケーションを生む場所）の選定
戦略策定	● アカウント運用の方向性の確認 ● 過去実績からの主要コンテンツの選定と新規（テスト検証用）コンテンツの選定 ● 自社投稿以外の活用案（UGC創出キャンペーン、インフルエンサー活用、広告など） ● KPI の設定

クリエイティブ作成と投稿・運用

実際にコンテンツを企画・作成・投稿し、実際にユーザーコミュニケーションを開始します。

タグ分析	● 競合商品やトレンドを分析し、検索性の高いタグを選定
ビジュアル戦略	● コンテンツ投稿文および写真のトーン&マナーの設定 ● コミュニケーションの基本ルールの作成（コメント返信タイミング、DM には返信するか、など）
投稿作成	● コンテンツ提案 ● 写真撮影 ● 投稿原稿作成
運用	● 投稿代行 ● コメント返信代行 ● 炎上対策のための監視

分析：KPIの設定

無駄な数値観測は止め、目的（KGI）に応じて適切なKPIを設定すること。

“とりあえず全部のインサイト数値をウォッチ”していることに満足している企業も多い。目的を達成させるためにはどの要素が必要なのか絞り、それを上げることに注力することが重要。



Instagram 運用の目的は、企業によって様々だが、どの場合においても投稿を広く見てもらうことが重要。そのためにはコミュニケーションを軸とした KPI を設定することがポイント

- ①保存数：検索結果の上位表示や発見タブなど、フォロワー外への露出が高まる)
- ②エンゲージメント数：フォロワーに対するホーム率の向上、検索結果、発見タブでの露出に影響、高エンゲージメント投稿の特徴分析
- ③UGC数：購買の意志決定に直接関与
- ④リーチ数：フォロー、フォロワー外分けて計測
- ⑤外部リンク（EC や自社 LP など）遷移数推移
- ⑥ハッシュタグ単位の流入数
- ⑦フォロワー増加数

アカウントの KGI に沿って、具体的な KPI を設定し、PDCA を回す。

目的別のKPI設定の例

必要に応じて、キャンペーンや広告を組み合わせ、目標を達成させる

	EC	店舗	ブランディング
KGI の例	EC の年間売上〇〇円 月間購入数〇〇個	来店者〇〇人	認知度向上 好感度獲得
KPI の例 過去の実績を元に 目標値を設定	- 商品ボタンクリック数 - 商品ページ閲覧数 - リーチ数 - 保存数 - エンゲージメント率 - UGC数	- リンク / サイトのクリック数 - プロフィールビュー数 - 保存数 - エンゲージメント率 - UGC数	- フォロワー増加率 - UGC数 - ブランド関連のハッシュタグの投稿数 - エンゲージメント率

SNS運用はすぐに効果が現れるわけではないので、期間を定めてKPIの見直しをすることも重要

Social
Media
Marketing

UGCについて



質の良いUGCを増やす

SNS上に良質な口コミを増やし、潜在・見込み顧客を獲得する

潜在顧客とは、発見タブで情報に出会う人、見込み顧客とはSNSで検索をかけた人のこと。SNSがきっかけでモノを買う今、SNS上の口コミ(=UGC)の質と量を高め、効果的に情報を広げ・見つけてもらうことが大切

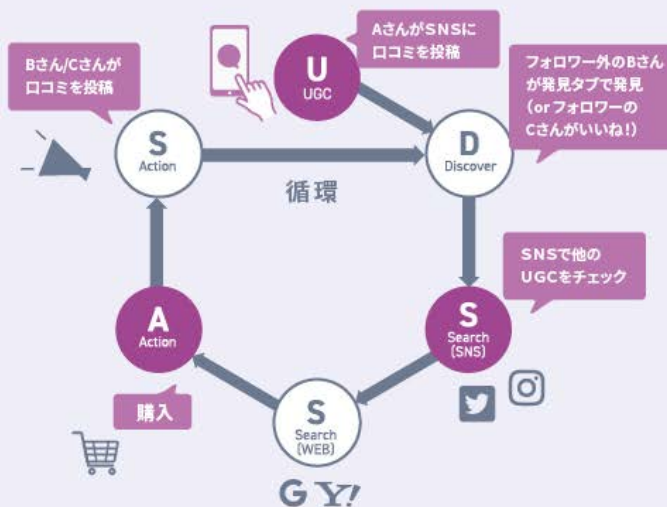
前提条件 UGCと相性のよい商材であること

- 誰かに薦めたいもの／場所
- 自己表現に繋がるもの（コスメや音楽、映画など）
- 承認欲求を満たすもの（高級ホテル、おしゃれカフェなど）

UGCが自然発生するために必要な要素

- UGC発生のきっかけがあること
 - SNSで投稿を促す
 - SNSで様々なUGCを紹介している
- 既に参考になるUGCが発生していること
 - インフルエンサーのおしゃれな投稿、企業アカの投稿など

SNS時代の購買モデル UDSSAS



SNS上の投稿であるUGCを起点に、認知から購入まで循環

UGCを増やすキャンペーン実施

UGCを大量に発生させるためには、様々な仕かけが必要

自然発生的なUGCは投稿数も少ない傾向にあり、UGC活用のポイントである「量」が見込みにくく、盛り上がりもない。そのため、企業側からUGC投稿したくなるきっかけを与えることが重要

キャンペーン実施：UGCが生まれやすいキャンペーンやイベントを企画

コンテストの実施

フォトコンテストやレシピコンテストを実施。専用のハッシュタグ投稿で応募可能。質の高いUGCが集まる。



ハッシュタグ投稿型 キャンペーンの企画

イベント専用のハッシュタグを用意したプレゼント企画。感想とともに投稿してもらう。



オフラインイベントの開催

インフルエンサーや一般ユーザーを対象に商品に触れるリアルイベントを開催。ハッシュタグ投稿を促す。





LIVE：配信



講演



PR投稿



広告出演



商品企画

ギフトイングとPR投稿

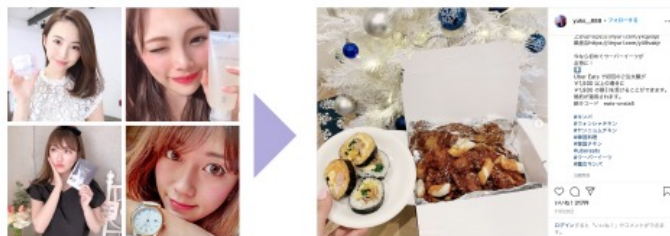
UGCの火種を作るために、インフルエンサーを活用したり、ギフトイングによるPR投稿を行っておくなどの事前準備が必要

PR 投稿：インフルエンサー等を活用し、先例となるUGCの火種（盛り上がり）を用意

指名

インフルエンサーの活用

ターゲットの中でも、「オタク」や「マニア」による紹介が一番効果的。また、有名インフルエンサーによる効果も高い。

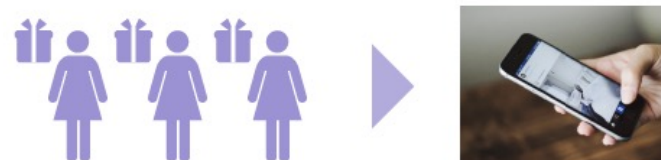


モデル	ファッション系	ライフスタイル系	子育て系
料理系	旅系	美容系	ティーン系

募集

ギフトイング

投稿者を募り、年代・性別・趣味嗜好など、感度が高そうなユーザーを選定し、商品を使用（または来客）してもらう。



INFLUENCER GIFTING SERVICE
インフルエンサー ギフティングサービス

all min 募集 60,000円

体験者を募集する
自社サービスも
ございます。

計画タイプ設置のみで複数設置 / UGC設置無料提供

* ギフティングサービス資料が別紙ご用意ございます。

料金表

指名型		募集型		
 Instagram	ご要望に応じた 候補者リストを 3営業日でご提案 @20,000円~ 	20名投稿プラン	50名投稿プラン	100名投稿プラン
		20万円 @10,000円	40万円 @8,000円	50万円 @5,000円
 Tik Tok		30名投稿プラン	50名投稿プラン	100名投稿プラン
		40万円 @13,333円	60万円 @12,000円	100万円 @10,000円


**資料請求・
リスト作成依頼**

* 1,000から10,000人のマイクロインフルエンサーに対して募集型で募集し、応募がきたインフルエンサーが投稿しますので、インフルエンサーの選択はできません。
 * 商品の送付は企業様に行っていただきます。送付代行の場合は1件900円が発生します。

UGCについて

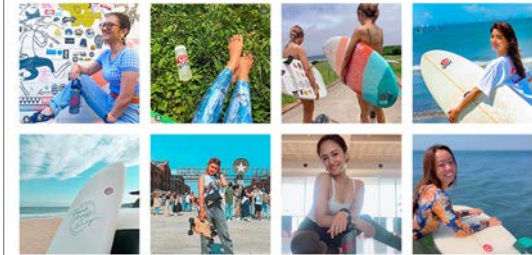
寝具投稿事例



健康食品事例



サーフブランドフォトコンテスト事例



遺伝子検査キット事例



健康食品事例



ボディソープ事例



アイクリームコスメ事例

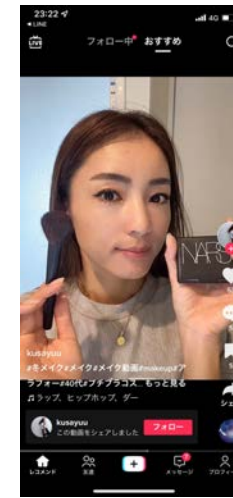


フェイスマスク投稿事例

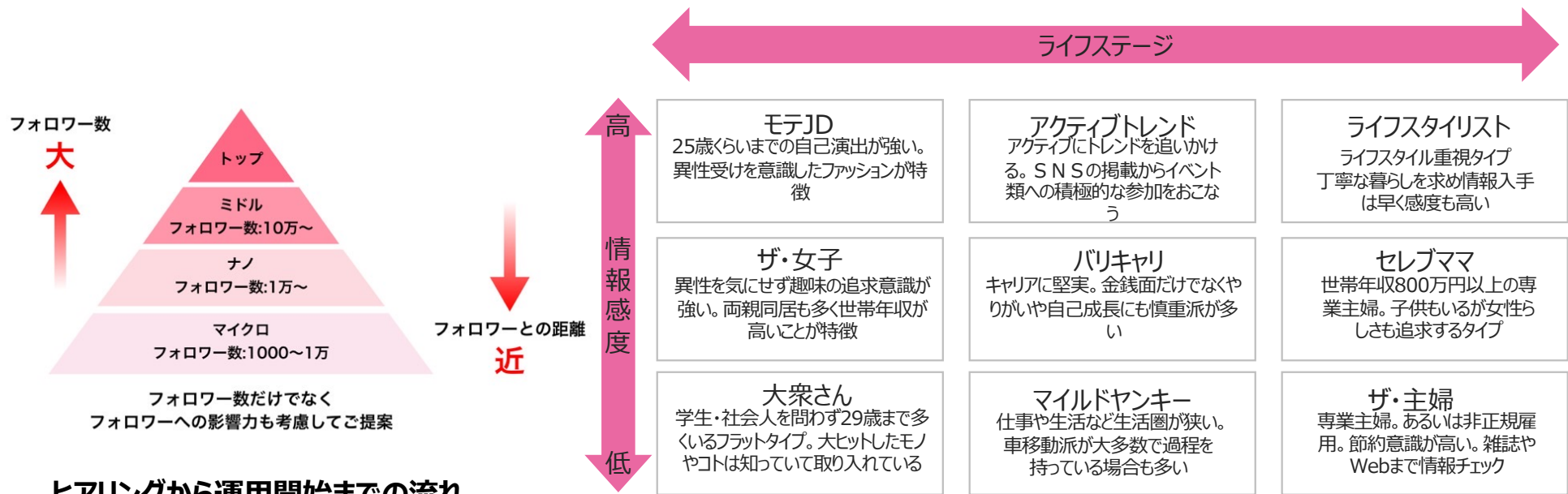


フォトコンテスト投稿事例

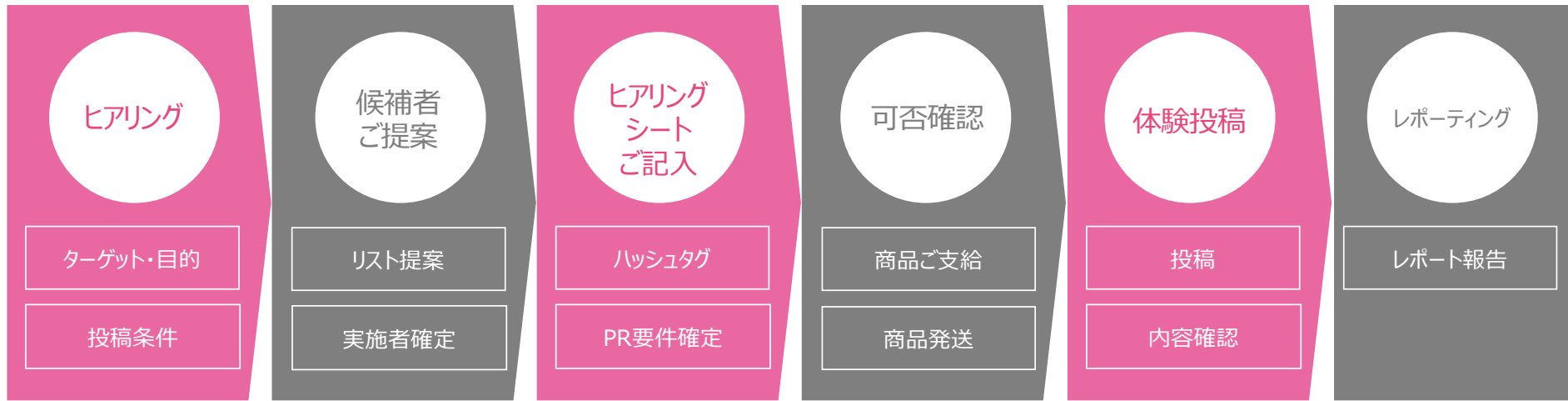




UGCについて



ヒアリングから運用開始までの流れ



UGCについて

美容

フード

サプリメント

ヘアケア

フィットネス

フィットネス

ファッション

ママ

インテリア

美容

旅行

etc.



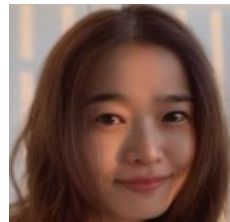
管理栄養士
フォロワー 98,554



美容皮膚科医
フォロワー 3,615



インフルエンサー
フォロワー 34,652



ママインフルエンサー
フォロワー 55,641



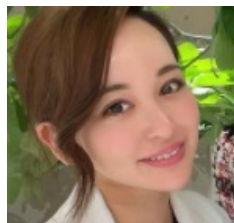
インテリアコーディネーター
フォロワー 7,976



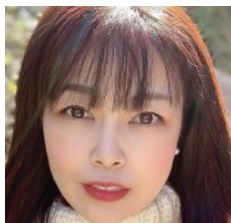
ライフスタイル
フォロワー 107,976



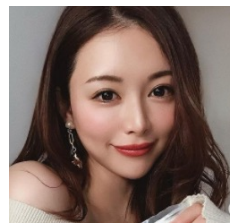
ファッションモデル
フォロワー 295,000



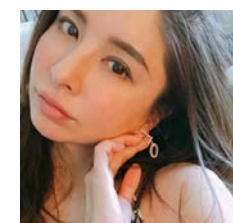
女医/読者モデル
フォロワー 25,732



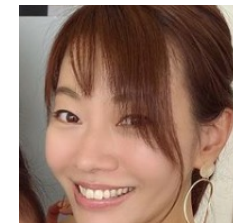
読者モデル
フォロワー 105,772



美容インフルエンサー
フォロワー 45,440



ボディメイクトレーナー
フォロワー 61,521



ヨガインストラクター
フォロワー 3,662