

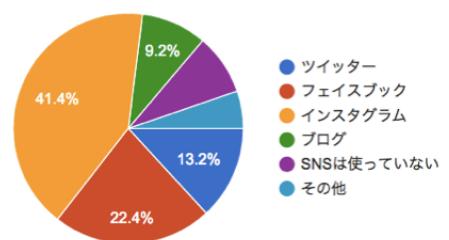
ネットショップ告知で一番効果的なSNSは“インスタグラム”が4割 ～国内最大級のネットショップ開設サービス STORES.jp 調査～

最短2分で自分のネットショップを開設できる、国内最大級のネットショップ開設サービス「STORES.jp」を運営している株式会社ブラケット（本社：東京都渋谷区、代表取締役兼CEO：塙原文奈）は、ショップ開設をされている方に「ショップの運営・告知」に関するアンケート調査を行いましたので、その結果及び人気ネットショップのインスタグラム活用法をご紹介します。

■ネットショップ告知で一番効果的なSNSは”インスタグラム”

「ストアの宣伝・集客に使っていて、一番効果的なSNSを教えてください」という質問に対しては、一番多かった回答が「インスタグラム」（41.4%）となり、多くのネットショップ運営者の方がSNSの中でもインスタグラムを効果的に使われていることが分かりました。

ネットショップ告知に使っていて、一番効果的だと感じるSNSを教えてください。



■「幼稚園バスの待ち時間にアップ」人気ネットショップのインスタグラム活用例

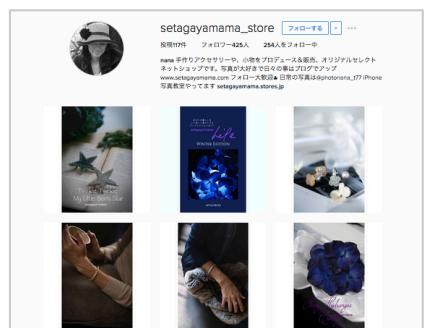
- 男の子子供服を販売する「beaucoup.」
(<http://beaucoup-tokyo.com/>) 山本麻美さん

「インスタグラムは感度が高い人、ファッショング好きな人が集まる上、お客様との距離が近くコミュニケーションが取りやすいです。現在の売上はSTORES.jpのメルマガか、インスタグラムの告知がほとんど。ハッシュタグを活用したり、ネットショップへの導線をしっかり作ったりすることを意識しています。子供の幼稚園のバス待ち時間など、ちょっと空いた時間ではぱぱっとアップしています。」



- ファッショングループセレクトストア「setagaya*mama」
(<https://setagayamama.stores.jp/>) 田村ナナ子さん

「ファン層を広げるツールとして使っています。運営は1人でやっているので、時間的に余裕がなく、毎日のアップが厳しいです。そのため、納得いかないものをアップするより、一つひとつ写真にとてもこだわっています。世界観イコールブランドイメージなのでそこは外しません。」



■インスタグラム活用の秘訣

人気のネットショップのインスタグラムは、アイテムをそのままストレート掲載するのではなく、使用シーンをふんだんに取り入れ、そのショップならではの「世界観」を表現しているアカウントが多い傾向にありました。また #アクセサリーなどのハッシュタグをうまく使用しているショップも目立ちます。さらに「フォロワー数の多さ=販売に繋がる」と一概にも言えなく、フォロワー数よりも「いいね数」を重視しているショップも見られました。