

## トレンダーズ、Instagram のストーリーズ特化型運用プラン 「キョーユー」を提供開始

マーケティング事業を展開するトレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）は、Instagram のストーリーズ特化型アカウント運用プラン「キョーユー」の提供を開始いたします。

### ◆ 高頻度・高クオリティの投稿を実現する、ストーリーズ特化型アカウント運用プラン

トレンダーズはこれまで、インフルエンサーマーケティングやプロモーション企画で培った知見を活かし、Instagram や Twitter のアカウントコンサルティングサービスを提供してまいりました。

この度提供を開始する「キョーユー」は、企業による Instagram のストーリーズ運用に特化したアカウントコンサルティングプラン。24 時間で投稿が消えてしまうというストーリーズ機能の特徴を踏まえ、「“今日”をあなたと共有する」という意味を込めて名付けました。



本プランでは、投稿内容のプランニングからクリエイティブ制作、投稿までをワンストップで提供。トレンダーズがネットワークする約 1 万人のインフルエンサー会員や提携するクリエイターを起用することで、大量の素材確保が可能です。それらをクリエイティブに活用することで、高頻度なストーリーズ投稿と、クリエイティブのクオリティ担保を同時におこなうことができます。

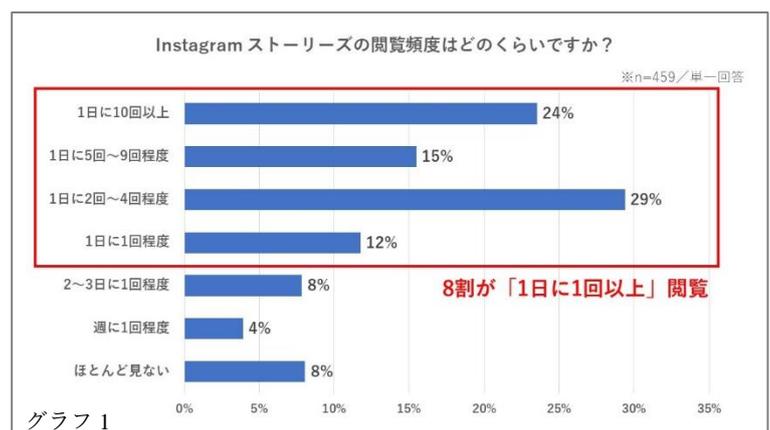
### ◆ ストーリーズの利用実態に関する調査を実施

「キョーユー」のサービス提供開始にあたり、トレンダーズのインフルエンサー会員を対象に「Instagram のストーリーズ利用実態」についての調査をおこないました。

#### ▼ 「1日に1回以上」ストーリーズを閲覧する人は8割

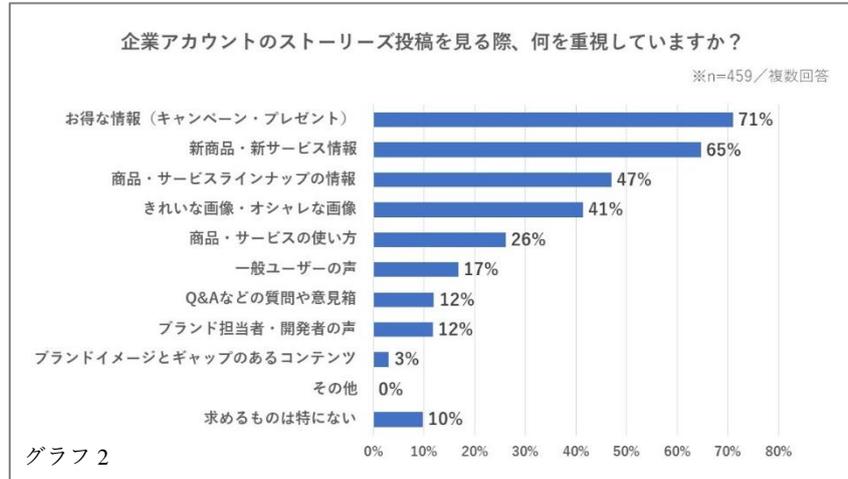
はじめに、ストーリーズの閲覧頻度について聞いたところ、「1日に2回～4回程度」と答えた人が最も多く29%。続いて「1日に10回以上」が24%、「1日に5回～9回程度」が15%、「1日に1回程度」が12%となり、それらを合計すると、8割の人が、「1日に1回以上」ストーリーズを閲覧していることが分かりました。[グラフ1]

企業がおこなうストーリーズ投稿も、投稿頻度を増やすことで、より消費者との接触回数を増加させることが可能だと言えます。



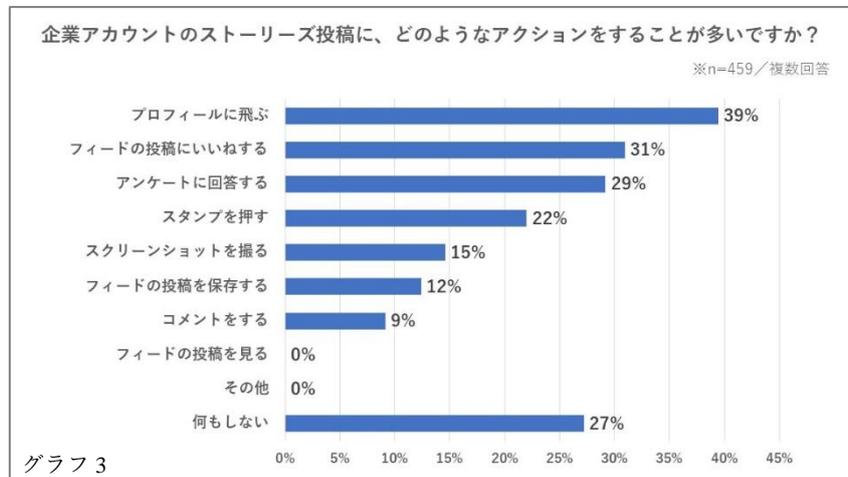
## ▼企業のストーリーズ投稿を見る際、重視するのは「お得な情報」「新商品・新サービス情報」など

次に、企業がおこなうストーリーズ投稿について調査。企業のストーリーズ投稿を見る際に何を重視するか複数回答で聞いたところ、最も多かったのが「お得な情報（キャンペーン・プレゼント）」で71%。2位以降には「新商品・新サービス情報」が65%、「商品・サービスラインナップの情報」が47%と続いており、閲覧者の消費行動において有益である情報が重視されている様子がうかがえます。 [グラフ 2]



## ▼企業のストーリーズ投稿に対して、何かしらのアクションをおこなう人は7割以上

さらに、企業のストーリーズ投稿を見た際にどんなアクションを取るかについて複数回答で聞いたところ、「プロフィールに飛ぶ」(39%)、「フィードの投稿にいいねする」(31%)、「アンケートに回答する」(29%)などが上位に。一方で、「何もしない」と答えた人は27%に留まり、7割以上の人が企業のストーリーズ投稿に対して何かしらのアクションをおこなっていることが分かりました。 [グラフ 3]



### 調査概要

調査対象：トレンドーズのインフルエンサー会員 459 名

調査日：2020年6月22日（月）～23日（火）

調査方法：インターネット調査

・ Instagram の表記・ロゴは、Instagram, Inc. の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F  
担当: 岩田(いわた)/ お問い合わせメールアドレス [press@trenders.co.jp](mailto:press@trenders.co.jp)