

令和5年度 観光庁
「事業者間・地域間におけるデータ連携等を通じた観光・地域経済活性化実証事業」
実証事業③ モデルケース造成（データ活用）

UGC活用マニュアル

福井県観光DX推進マーケティングデータコンソーシアム

実施・制作： **basicmath**

1. UGCとは？

UGCは「User Generated Content」の略で、ユーザーが生成したコンテンツを指します。これは、インターネット上でユーザーが自ら作成し、共有したテキスト、画像、ビデオ、レビュー、ブログ、フォーラムの投稿などのデジタルコンテンツのことを指します。

SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の普及と共に、UGCはインターネットのコンテンツの大部分を占めるようになりました。例えば、YouTube上の動画や、Instagram上の写真、TwitterやFacebookの投稿、レビューサイトの評価やコメントなどは、すべてUGCの例です。

UGCの特徴として、プロの制作者や企業によるコンテンツとは異なり、一般のユーザーが独自の視点や経験を基に作成したものであるため、リアルな意見や感想が得られることが挙げられます。しかし、その反面、情報の正確性や品質が不均一であることも考慮する必要があります。

今回のマニュアルでは、UGCの発見から許諾申請、実際の活用方法までをご説明いたします。

2. UGCを活用するメリット

SNSマーケティングにおいて、UGC（User Generated Content）の重要性は以下のような点に表れています：

信頼性の向上:

UGCは実際のユーザーによって作成されるため、その評価やフィードバックは商業的な広告よりも信頼性が高いと感じられます。消費者は、他の消費者の意見や経験を非常に信頼しています。

エンゲージメントの増加:

UGCは他のユーザーとの交流や共感を生むため、SNS上でのエンゲージメントを促進します。写真やビデオなどのUGCは、シェアやコメント、いいね！などの反応を引き出しやすいです。

コンテンツの多様性:

UGCを利用することで、ブランドが自ら作成するコンテンツだけでなく、多様な視点やスタイルのコンテンツをSNS上に展開することができます。

コスト効果:

UGCは基本的には無料で取得できるため、広告やプロモーションコンテンツの制作費用を大きく節約することが可能です。

リアルタイムのフィードバック:

UGCはリアルタイムの顧客の声を反映しているため、商品やサービスに対する直接的なフィードバックとして利用できます。

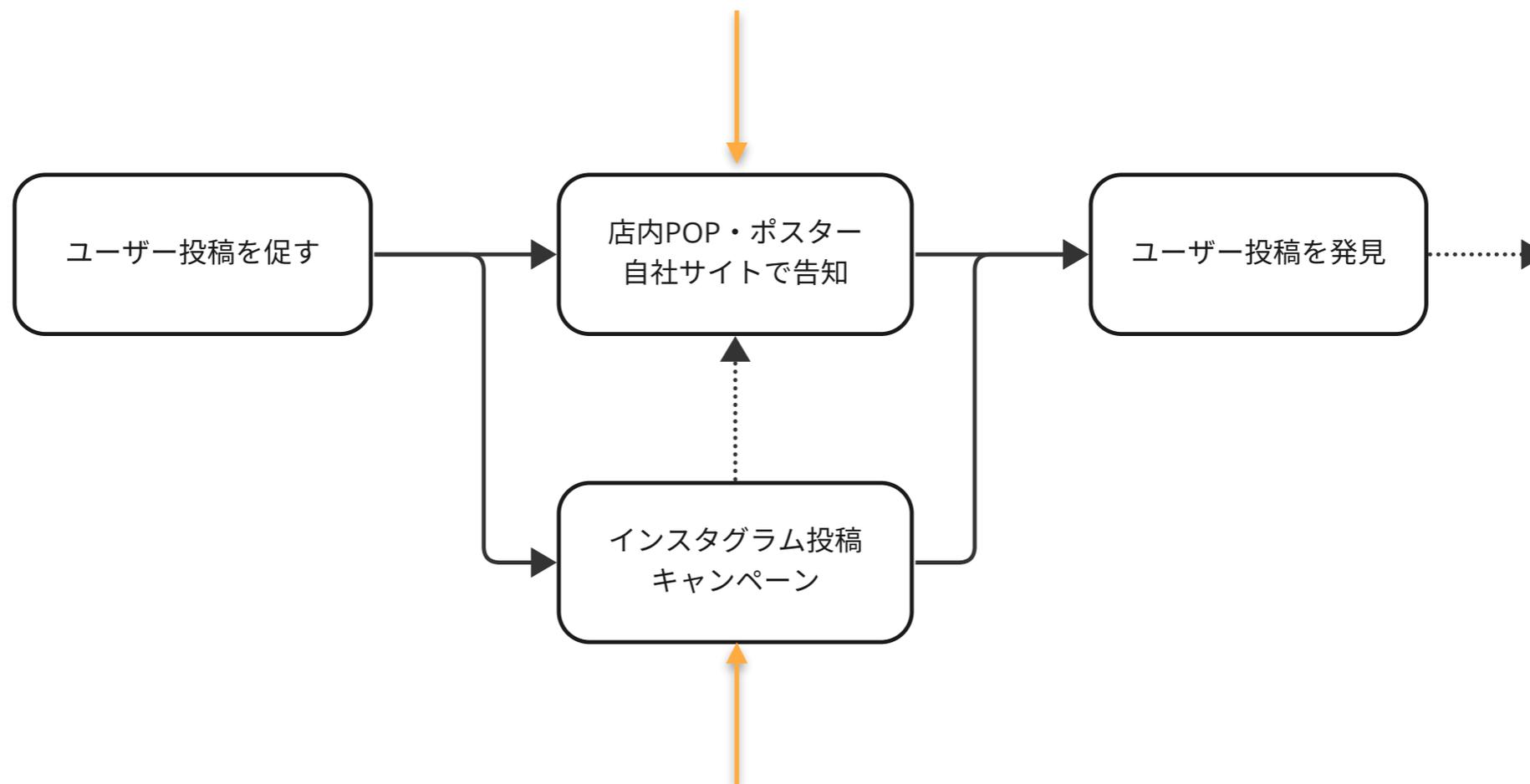
コミュニティの強化:

UGCを取り入れることで、ユーザー同士のコミュニティが形成されやすくなり、ブランドのファンやアンバサダーのような存在を増やすことができます。

SNSマーケティングにおいて、UGCを有効に活用することで、ブランドの信頼性やエンゲージメントを高めることができるとともに、効果的なマーケティング戦略を築く上での重要な要素となっています。

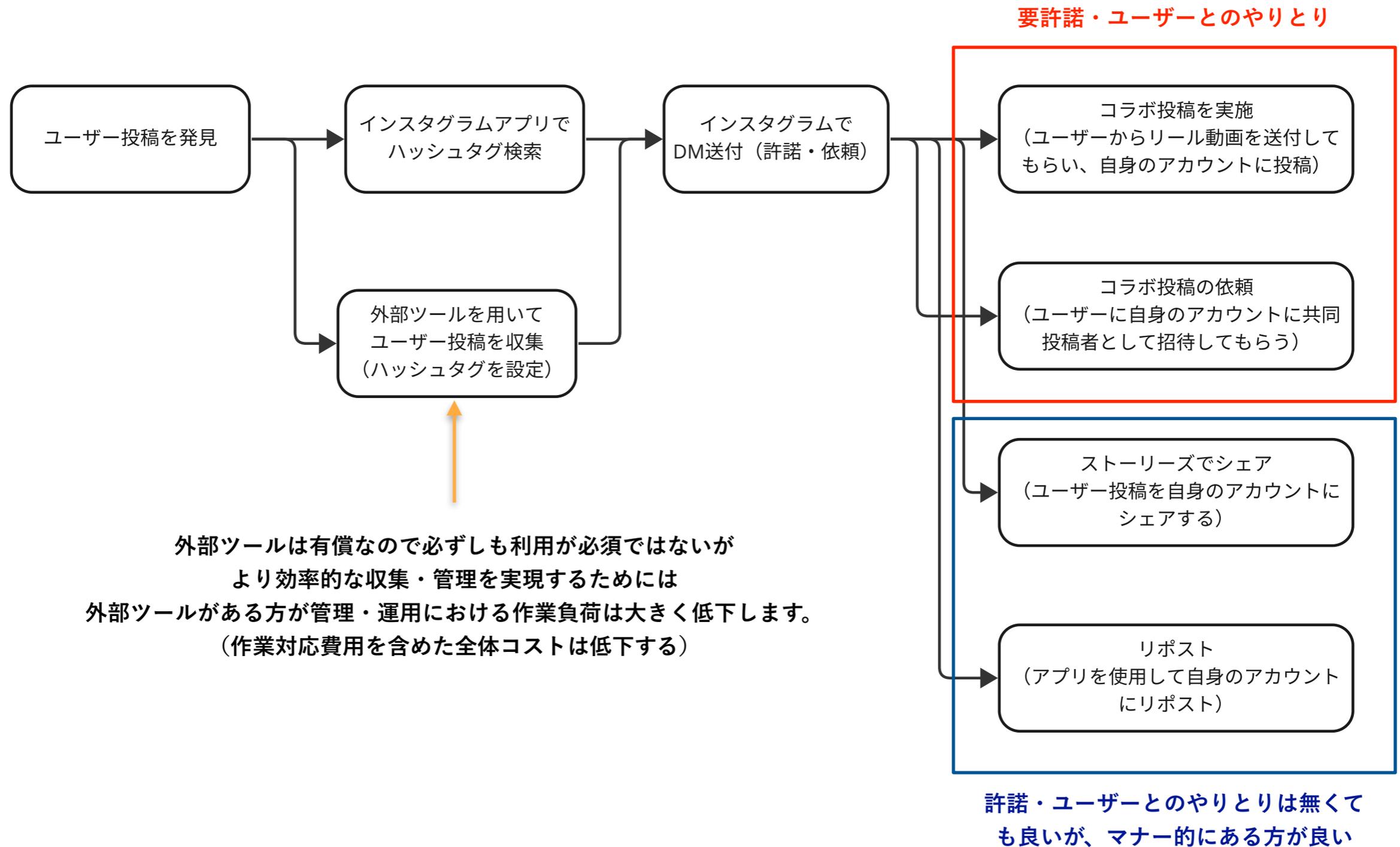
3. UGC活用におけるワークフロー(1)

設定するハッシュタグは、既に広がっているハッシュタグを使用するのではなく
独自のハッシュタグを作りスタート・運用するのが好ましいです。
ハッシュタグは育てていく物で、SNSマーケティングにおける軸の一つとなります。

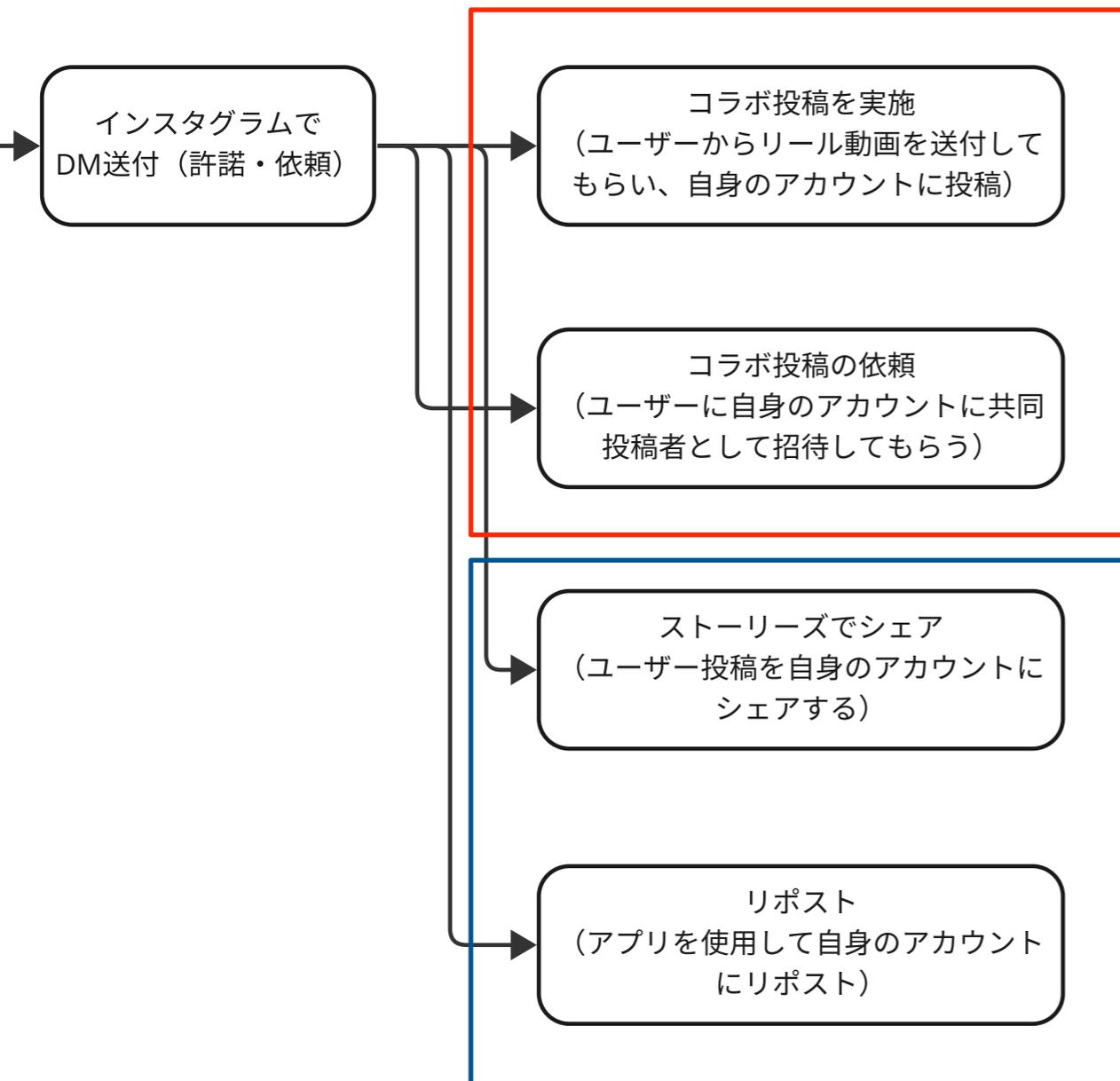


プレゼントや応募特典を用意した一過性のフォロワー数増加を目標にするのではなく
自社が求める顧客層やターゲット・エリア等、目的に沿った企画がより本質的な効果が得られると考えられます。

3. UGC活用におけるワークフロー(2)



3. UGC活用におけるワークフロー(3)



許諾・ユーザーとのやりとりは無くても良いが、マナー的にある方が良い

自身のフォロワーだけではなく、ユーザーのフォロワーにも投稿が表示されるため露出・認知拡大効果は大きい。

どちらか一方の施策だけではなく、特性を活かした施策を定期的・継続的に実施することが効果的

自身のアカウントにしか表示されないため、露出効果は限定的。但し、ユーザーとの接点構築やユーザー投稿の積極的な活用は新たなUGC創出につながるメリットが考えられる。
(結果的に露出・認知拡大効果が生まれる)

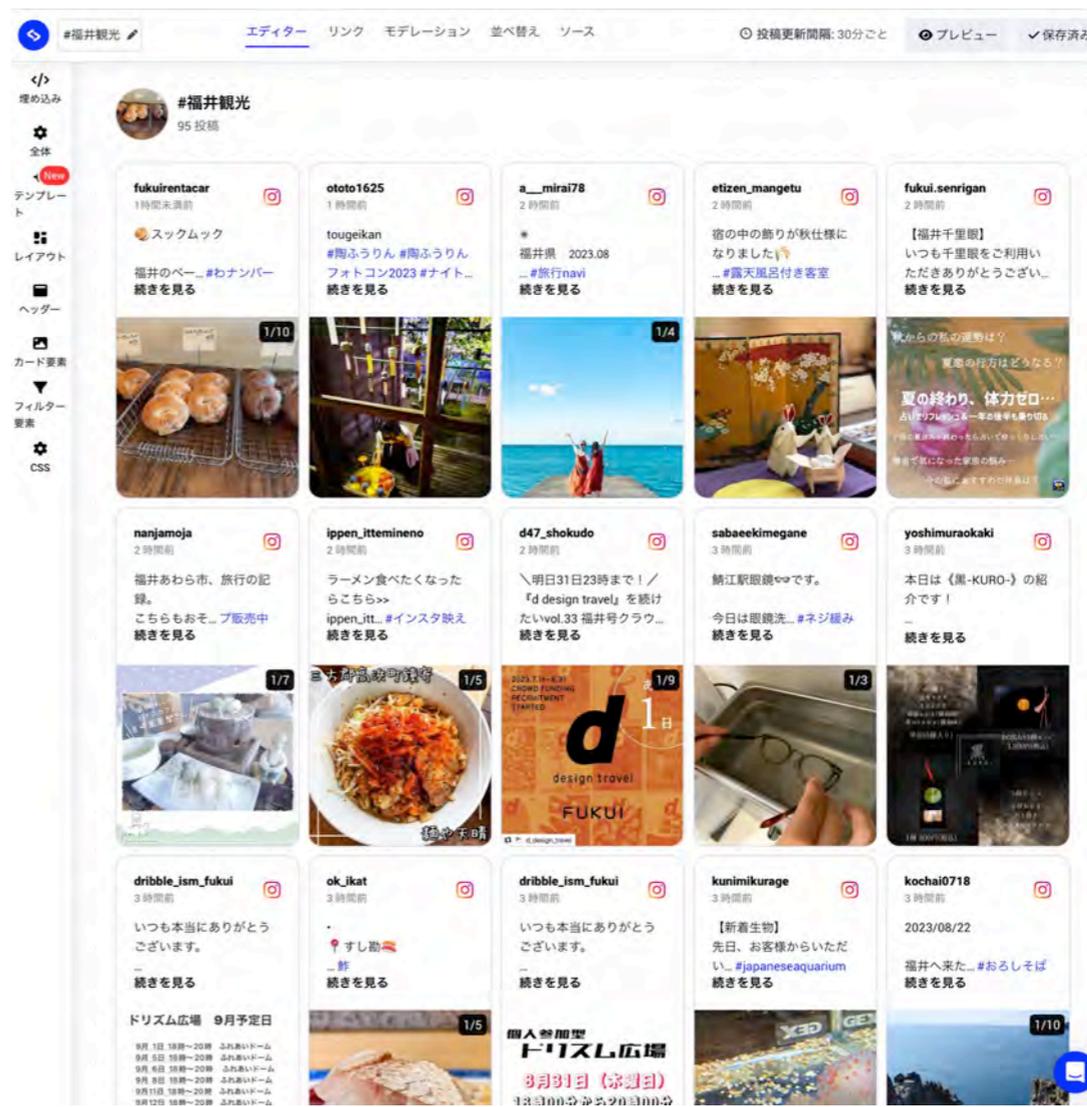
4. ユーザー投稿を発見（収集）

ユーザー投稿を発見するには、現在2通りの方法が考えられます。

Instagramアプリで該当ハッシュタグを入力し、フォローすることで自身のタイムラインにハッシュタグが付随した投稿が表示されます。



外部ツールを使用すると下記のイメージを参考に指定の投稿をタグ付け（後からわかりやすく検索可能）したり、許諾申請の送付等、より効率的・便利にユーザー投稿を発見が可能です。



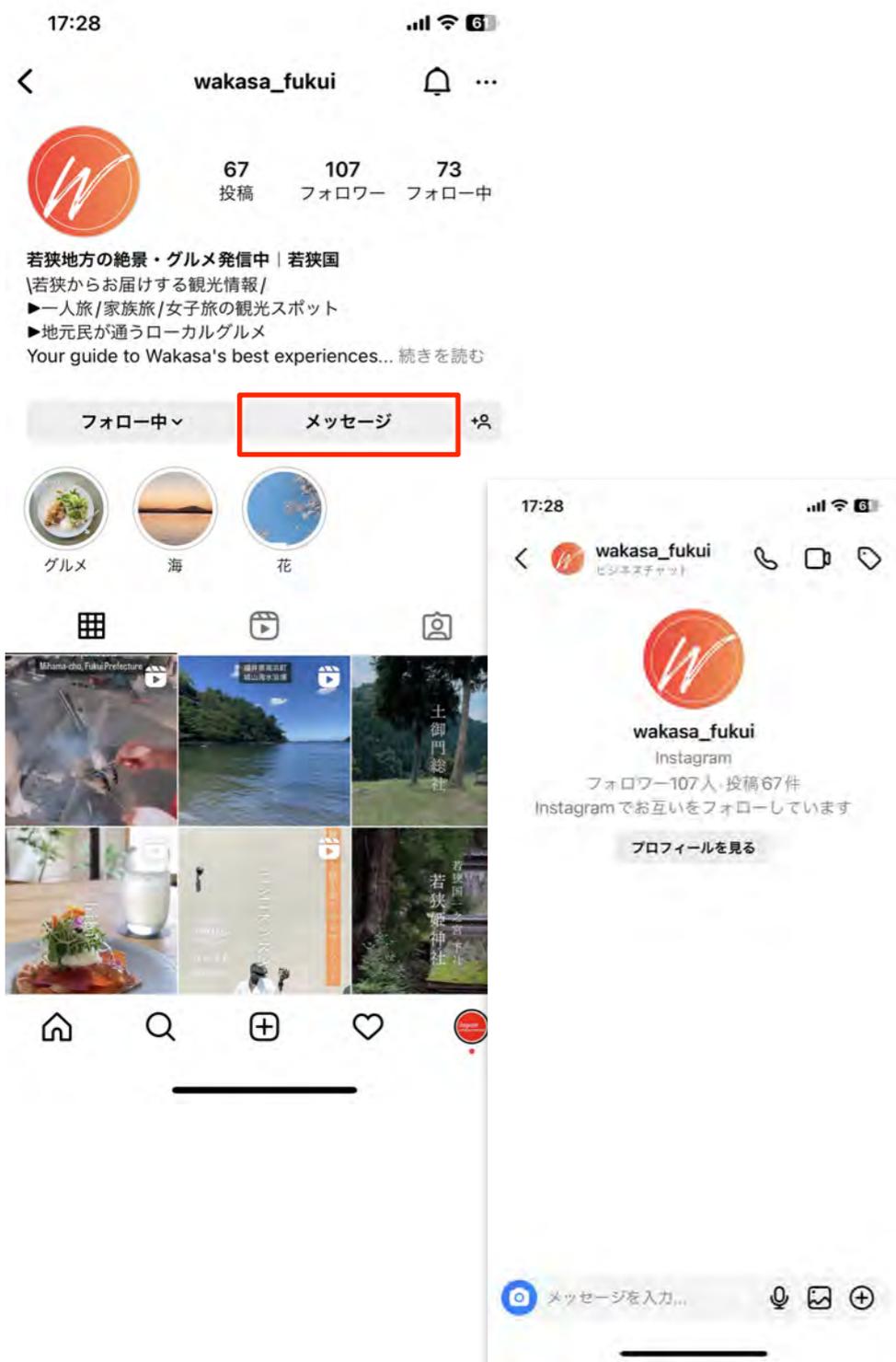
4. ユーザー投稿を発見（収集） - 詳細比較

	インスタグラムアプリを使用	外部ツールを使用 embedsocial.jp
費用	無料	月額 7,150円～
投稿を保存	保存機能で保存・カテゴライズは出来るが検索はできない	投稿毎にタグを付け管理したり 検索も可能
許諾申請機能	DMを使用してメッセージを送付。 申請した投稿などは別途シート等で管理が必要	ツール内から許諾申請を送付した投稿や 申請状況等の表示が可能。 申請はコメント欄に投稿 <small>※月額34,650円のプランが必要</small>
二次活用	無し	自社サイト等にUGCコンテンツの 掲出が可能

許諾を申請するだけであればインスタグラムアプリでも可能ですが、UGCコンテンツの自社サイトへの掲出等の二次活用を検討する場合には、外部ツールにより管理が効果的です。

5. インスタグラムでDM送付（許諾申請）

ユーザーのプロフィールページに行き
メッセージをタップします。



下記はメッセージの参考例です。

自社の事業や内容、文章のトーンや文面は適時調整の上、送付いただきます。

こんにちは！[あなたの名前]です。
当館にお越し頂き誠にありがとうございました。or
私達の地域の情報発信にご協力頂き誠にありがとうございます。

〇〇様が投稿された投稿[投稿のURL]を拝見させていただきました。素晴らしい投稿ありがとうございます！
もしよろしければ、こちらの投稿の動画を送付いただき、コラボ投稿として投稿させていただくことは可能でしょうか？ or
もしよろしければ、こちらの投稿を私達のアカウントへシェアさせていただくことは可能でしょうか？

少しでも多くの方へお客様の生の声をお届けできればと考えております。
何卒ご協力よろしくお願いたします！

失礼いたします。

※リール動画は、ユーザー自身のアカウントからダウンロードが可能です。
もしユーザーがダウンロードの方法がわからない場合などは適時必要に応じて、ダウンロード手順のサポートを実施してください。次ページへ

5. インスタグラムでDM送付（許諾申請） - リール動画のダウンロード方法

自身のプロフィールページに行き
該当投稿をタップします。

・・・をタップします。

ダウンロードをタップ
します。



音源が含まれている場合、下
記の表示が出る場合がありま
すがそのままダウンロードし
ます。



6. コラボレーション投稿時の流れ(1)

1. リール動画追加からユーザーから受け取った動画を選択



動画は編集等は行わず、ユーザーの動画をそのまま使用



2. キャプション（文章）を入力します。文章内には元動画のユーザー名 @〇〇 を含めメンションするのが好ましいです。

3. 人物をタグ付けをクリックし、次の画面へと進みます。

6. コラボレーション投稿時の流れ(2)

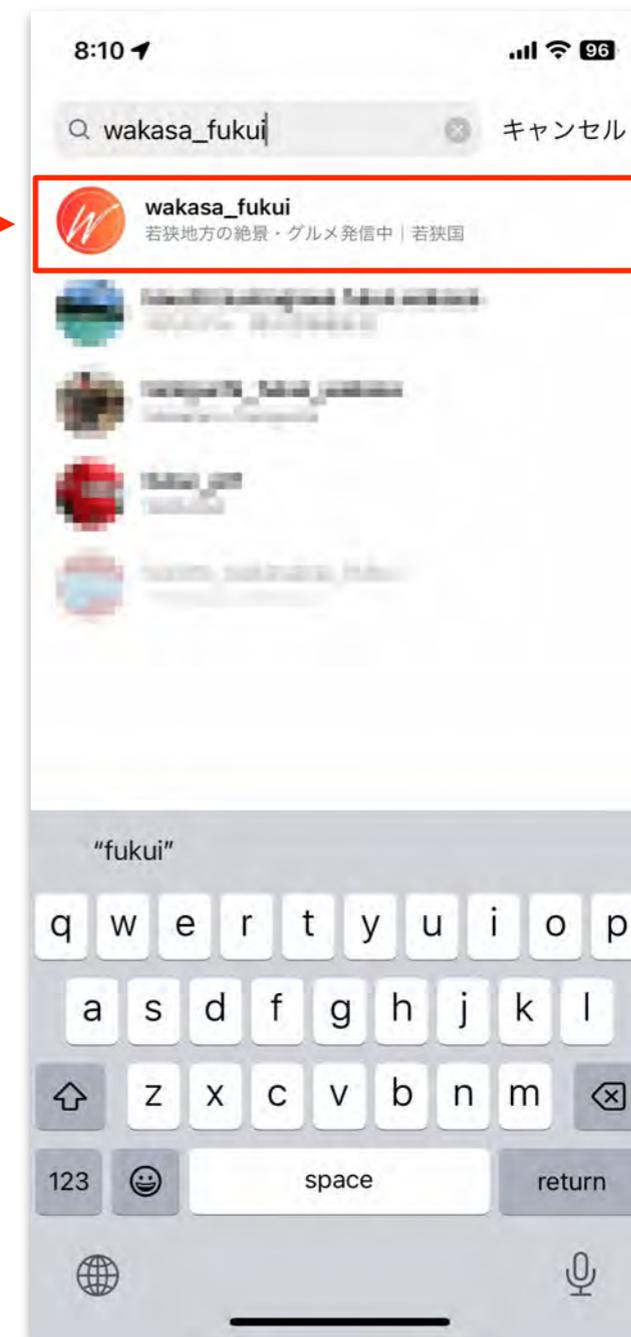


4. 共同投稿者を招待をタップします。

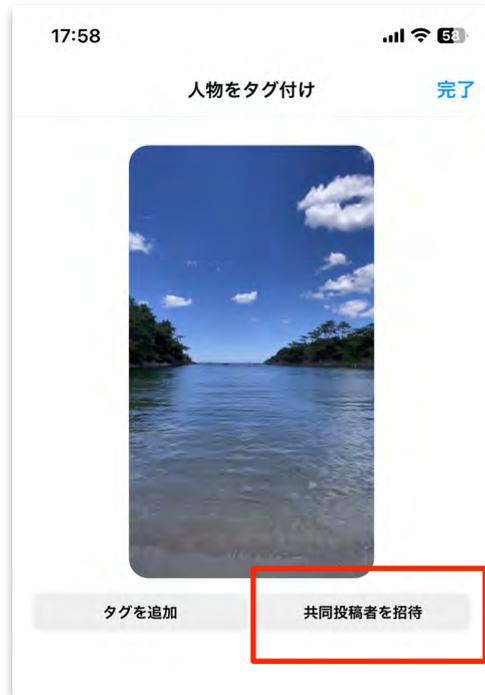
5. 相手方ユーザー名を入力し検索を行います。



6. 表示されたユーザーリストから該当ユーザーを選択します。



6. コラボレーション投稿時の流れ(3)



4. 共同投稿者を招待をタップします。

5. 相手方ユーザー名を入力し検索を行います。



6. 表示されたユーザーリストから該当ユーザーを選択します。



7. 設定が完了すると上記のように表示されます。内容に間違いがない場合には、完了をタップします。

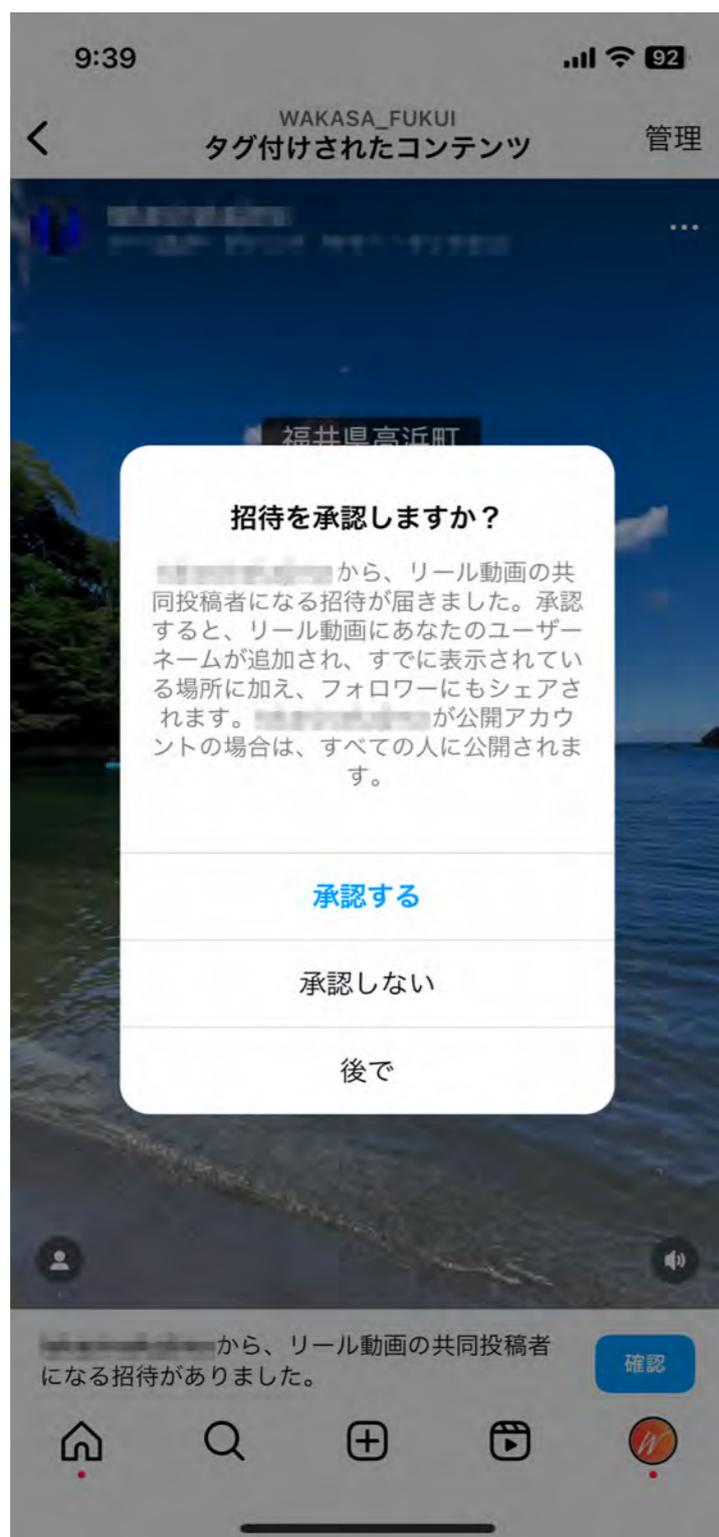
6. コラボレーション投稿時の流れ(4)



7. その他の人物・商品・トピック・場所・音源などの項目を必要に応じてすべて設定を行い。シェアボタンをタップし投稿完了です。※商品・人物は必要に応じて、それ以外のトピック・場所については、設定を行う方がリーチが高まります。

※今回のコラボ投稿を広告として出稿する場合、音源を使用した投稿は著作権の関係上広告出稿ができない場合がありますので、広告出稿を予定している場合には、音源設定を行わない事を推奨させていただきます。

6. コラボレーション投稿時の流れ(5)



こちら側からの招待が実行されると、ユーザー側には左記の表示が表示され。ユーザーが承認することでユーザー側のアカウントにも投稿が表示されます。

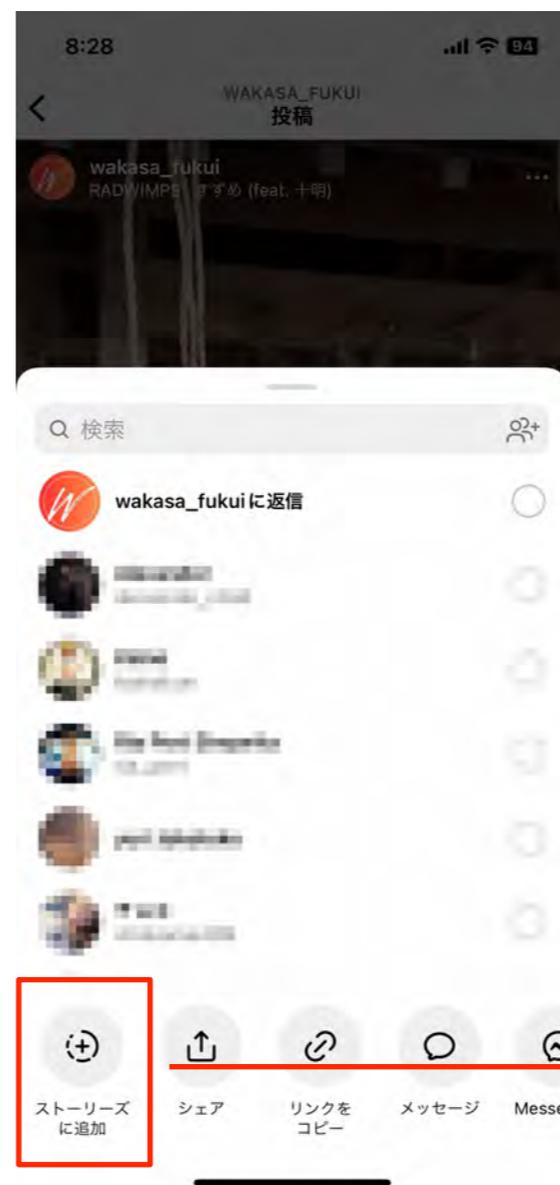
必要に応じて、投稿後はユーザー側に投稿完了の報告と承認の実施依頼のメッセージを送る方がより丁寧です。

7. ストーリーズによるシェアの流れ(5)

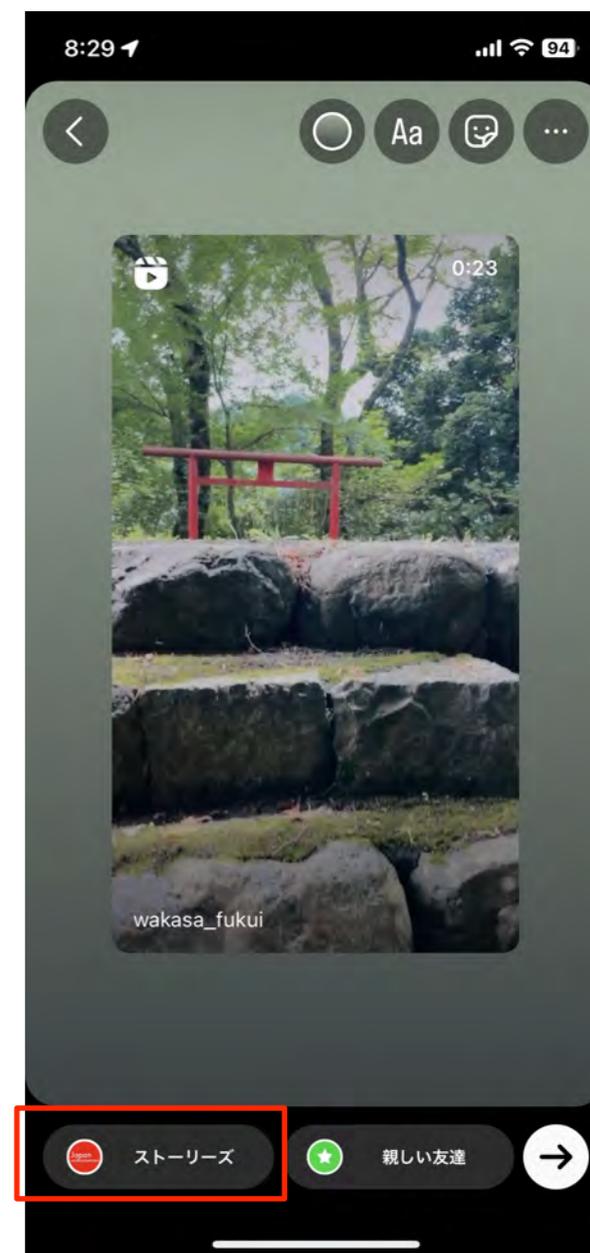
ユーザーの該当投稿右上
・・・をタップします。



リンクのシェアとコピーのオ
プションをタップします。



ストーリーズに追加をタップ
します。



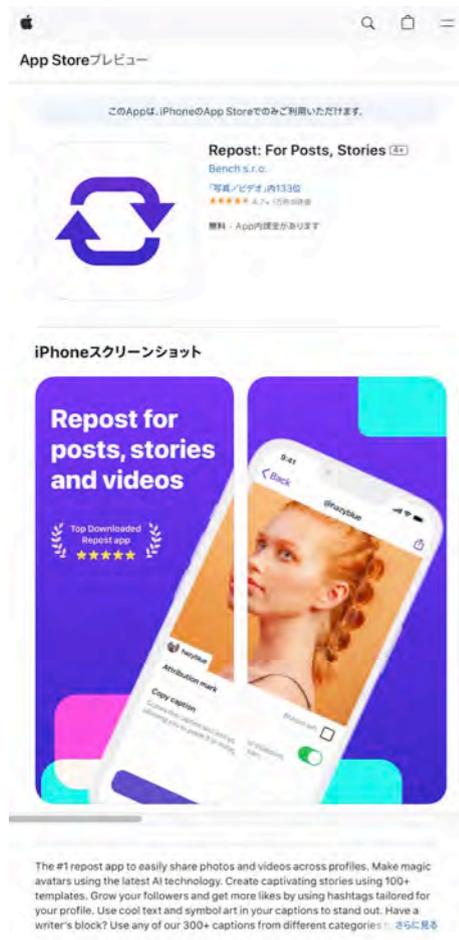
適時加工を行い完了後、
ストーリーズをタップして
完了です。

8. リポストによるシェアの流れ(1)

ユーザーの画像投稿をそのままシェアする機能は現在の所インスタグラムには搭載されていません。

Iphone・Androidアプリを用いて、リポスト投稿を作成し投稿する流れとなります。

リポストアプリに関しては、無料・有料のものがありますので、適時ご判断の上自社に最適なアプリをインストールの上、活用をお願いいたします。



今回のマニュアルでは、左記の
Repost: For Posts, Storiesアプリを使用し
てご説明します。

<https://apps.apple.com/us/app/repost-for-instagram/id1120744554>

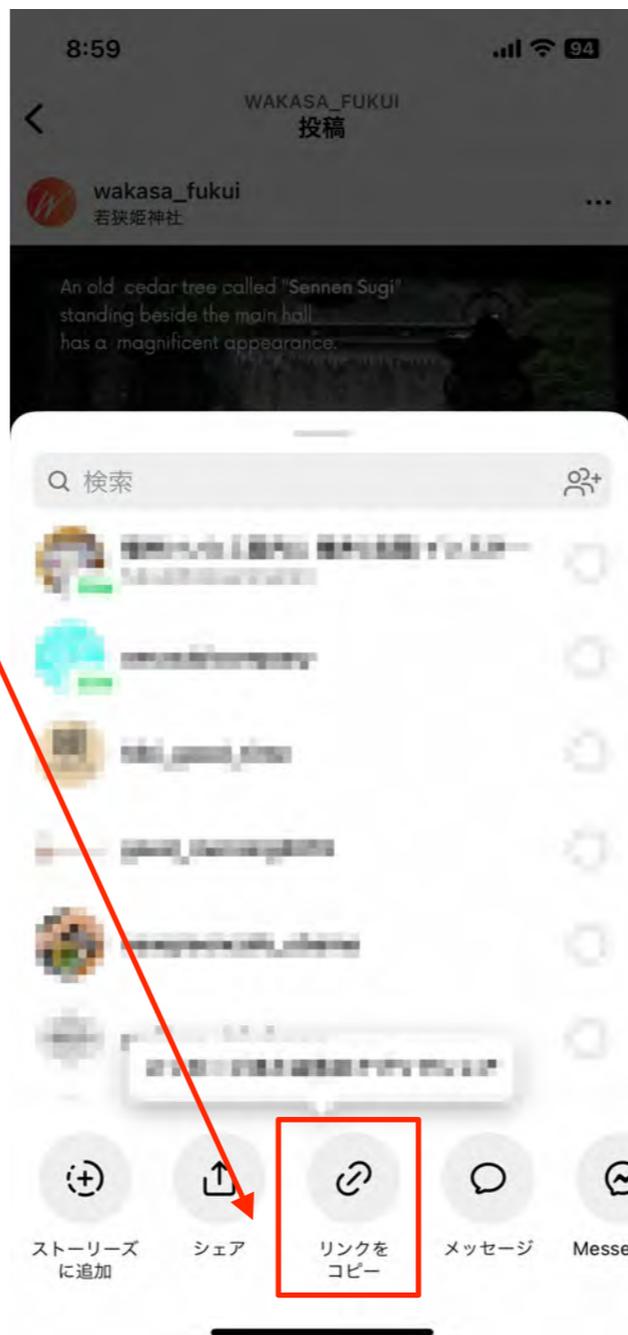
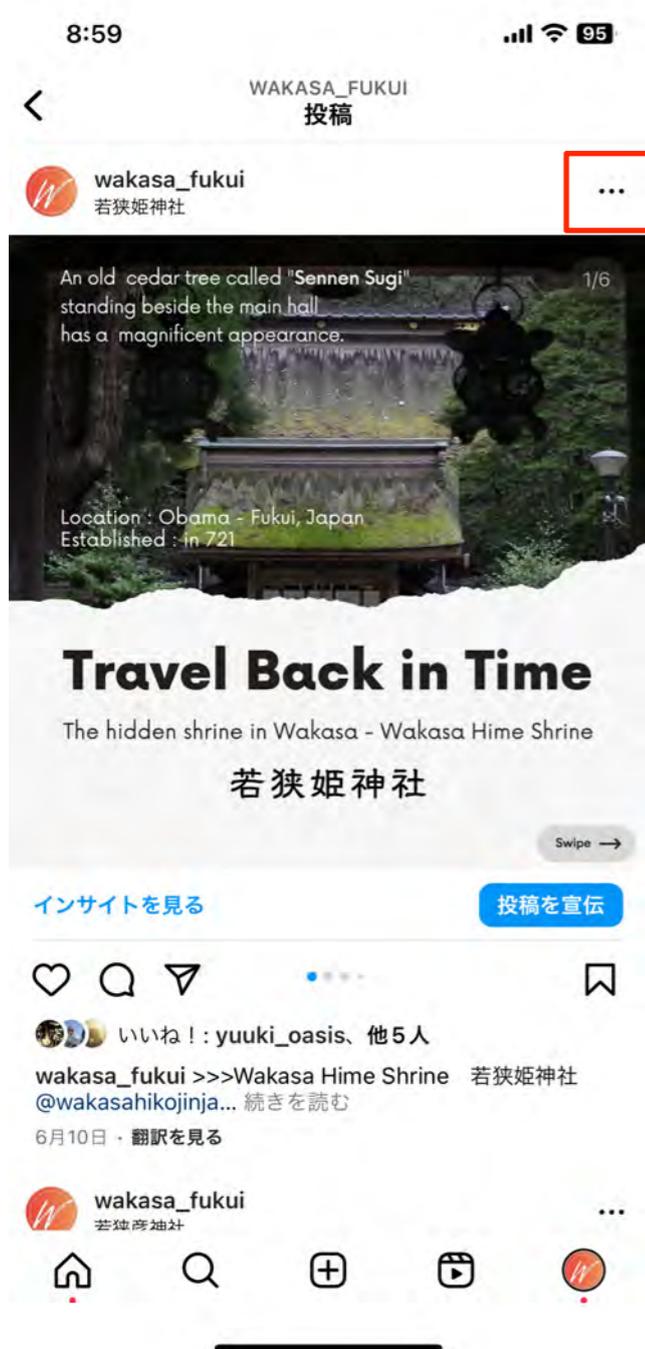
リポスト参考例



リポストは上記のように元投稿のユーザー名を表示させ投稿するのが一般的です。

8. リポストによるシェアの流れ(2)

ユーザーの該当投稿右上
・・・をタップします。



リンクをコピーをタップし、
アプリに戻ります。

8. リポストによるシェアの流れ(3)

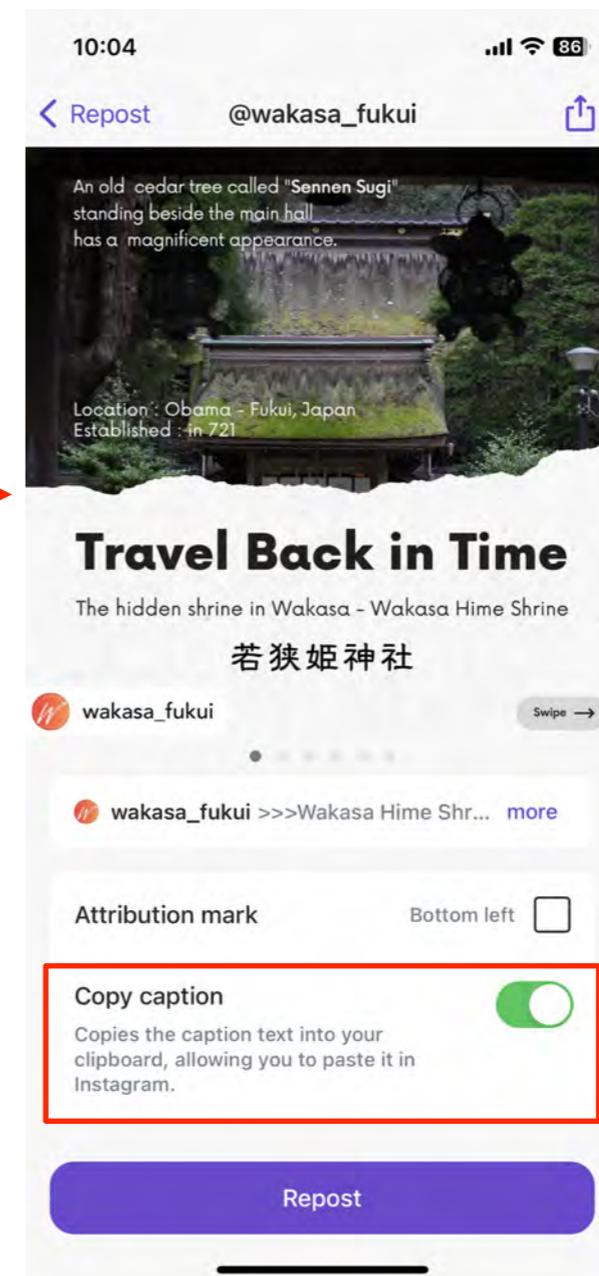
ペーストを許可をタップ



先ほどコピーした投稿が表示されるので、タップします。

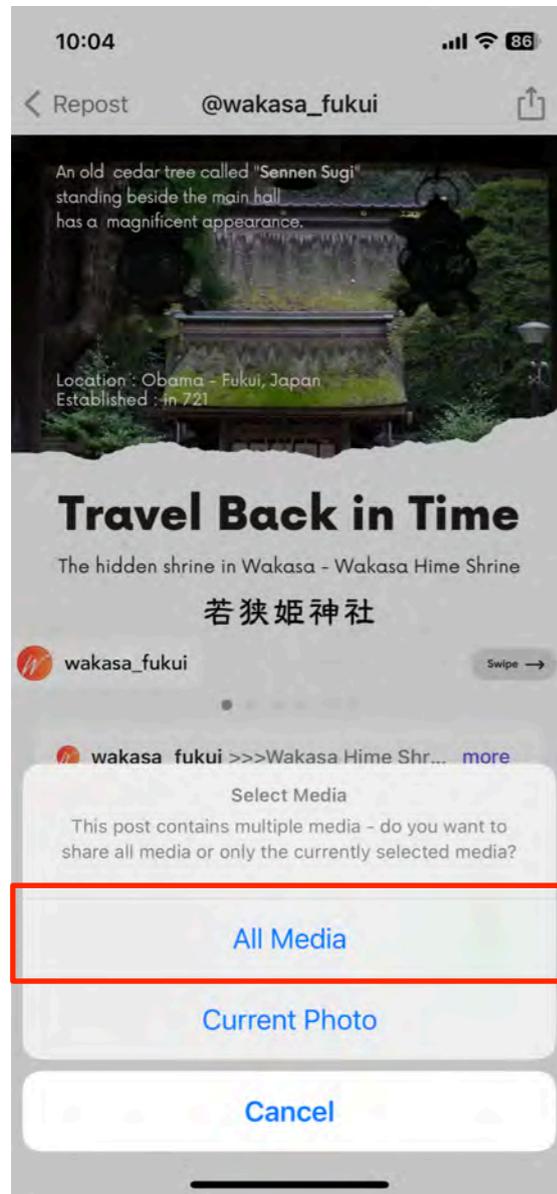


Copy Captionは元投稿の文章をコピーするという意味なのでオンにしてコピーします。

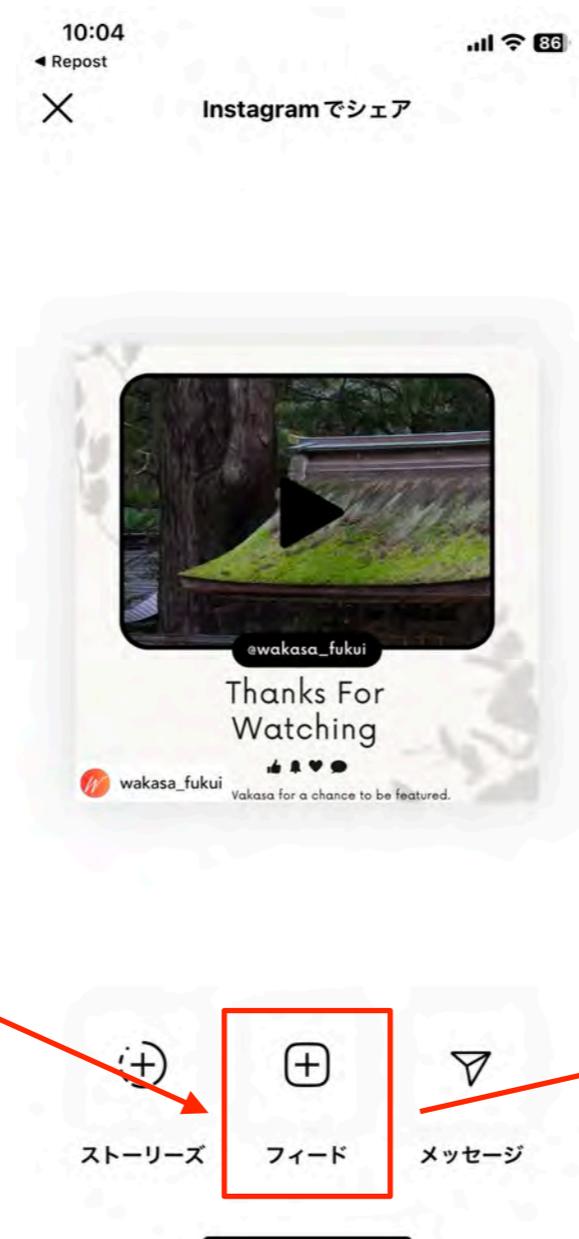


8. リポストによるシェアの流れ(4)

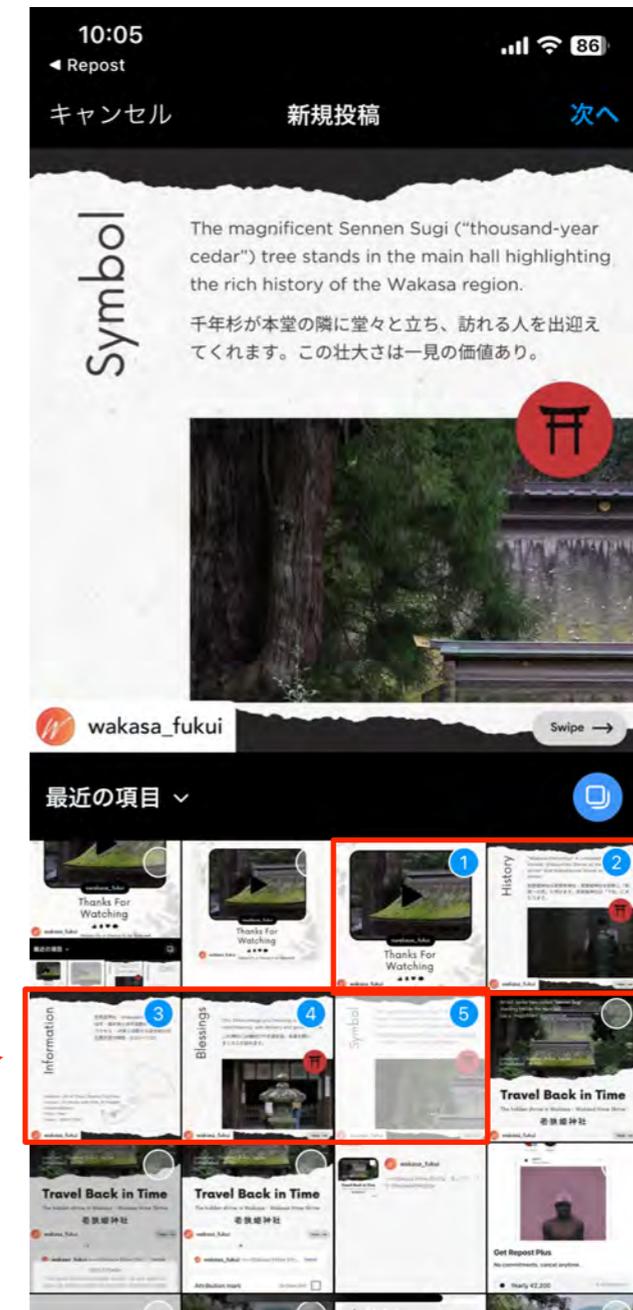
全ての画像をリポストするので
All Mediaを選択します。



フィードにリポストするので
フィードを選択します。



リポストする画像を選択します。



8. リポストによるシェアの流れ(5)

キャプションの箇所をタップして元のテキストをペーストします。



ペーストされたテキストを確認し、追記が必要あれば追記、ハッシュタグ等も調整します。



その他必要な情報を設定してシェアを行い完了です。

