

インスタタフオロワー4万越え

集客、採用活動に影響

写真のカット、投稿文にもこだわり

インスタグラムを活用し、問合せ数の向上に成功しているのがニューユニークス(東京都渋谷区)だ。2017年にアカウ

ントを開設し、翌年から本格的に運用。当初、問合せのきっかけにインスタグラムを挙げるユーザーは1%にも満たなかったが、2019年には約18%を占める勢いを見せた。一昨年行ったホームペ

ージのリニューアルなどが功を奏し、問合せ数が倍増しているため、Instagram活用の効果はかなり大きいといえる。同社のアカウントの投稿一覧を表示すると、洗練されたデザインの施工

事例がずらりと並ぶ。空間全体のカットを投稿している点が特徴的だ。広報アシスタントディレクターの西出光恵氏は「リノベーションの施工事例というより、おそらく空間を楽しみたいユーザー

がほとんど。そのため改修前後ではなく、パッと見て素敵と思える写真を載せています」と語る。投稿文は、タイトルのような文言と2、3行の文章、タグでまとめている。例えば、マンションリノベーションの事例では「ミッドセンチュリーの気風」、「ミニステリアスなグリーンで壁全体を塗装。クラシカルなパーケット模様の床がヴィンテー

ジインテリアの重厚感を際立てます」と表現。空間の魅力をより伝えるような言葉で表現している。

また、より多くのユーザーに閲覧されるよう工夫しているのが投稿時間だ。夜9〜10時の閲覧が多いことから、ツールを使って毎日夜10時に自動更新するように設定。白田英司社長は「毎日同じ時間に投稿する」といって、ユーザーの習慣になっていくと話す。

1日のフォロワー増加数は約50人

アカウント開設当初は



▲洗練されたデザインの施工事例がずらりと並ぶ

週1、2回の頻度で更新していたが、2018年に当時新入社員の出田氏が担当になってから運用を本格化。1日におけるフォロワーの増加数は、2、3人から約50人へと大幅に伸びた。現在、フォロワー数は約4万5000人。1つの投稿に対し、いいね数は500〜1000、保存数は100〜300。ホームページやInstagramでの取り組みに注力した結果、ユーザーの質が変わったと白田社



ニューユニークス
広報アシスタント
ディレクター
西出光恵氏

長は話す。「クリエイティブな見せ方をしているので、それに共感することだわりの強いお客様が来るようになった」。さらにInstagramの影響は採用活動にも及ぶ。昨年行ったインターシップに参加した学生のひとつが、応募したのほどんどが、応募したきっかけにInstagramを挙げている。今後、採用活動に有効なツールとして注目できそうだ。「自分が暮らしたい空間や、家族と好きな物に囲まれる暮らしを容易に実現できるのがリノベーション。好きな物をストックできるツールのひとつがInstagramだと思います」

【リポート／編集部 本庄】