



エイムアット／狙い撃ち



IT導入補助金2025

サービス等生産性向上IT導入支援事業

支援事業者に認定されました。

“バズりを狙う”のではなく、 “着実に成果につなげるための運用”をご提案！

自走／内製化できるための“卒業プラン”をご提案いたします。

お客様の課題やご予算に応じたベストなプランを複数ご提案いたします。

株式会社original

東京都品川区東五反田1-11-7 ミツ星ビル1号館5F-B





弊社について

株式会社original

2013年に広告代理業として設立。

その後美容業界のリピート向上を目的とした専用アプリを開発し、実店舗向けプロモーションサービスを本格的に開始。

2017年よりGoogleMAP対策サービスやInstagramの運用サポートサービスを開始し、今に至る。

〒141-0022

東京都品川区東五反田1-11-7 三ツ星ビル1号館5F-B

<https://original-inc.com>

代表：03-6455-7955

Contents

各SNSの特徴

サービスの概要

Instagramの市場と使われ方

（内部対策編1）最新アルゴリズムを理解した効果的な運用

（内部対策編2）運用フェーズ毎のコンテンツ配信

アクション代行／アカウント流入強化広告

Kasicas

サポート時に使用するシート（一部）のご紹介

サービス料金

IT導入補助金の対象サービスに認定

サービススタートまでの流れ



各SNSの特徴



各SNSの特徴 1



・フィード投稿

- ① ユーザー側のタイミングで閲覧できる
- ② アルゴリズムを理解した投稿が可能
- ③ 質の高いフォロワーを集めることができる
- ④ 他のSNSに比べてCVにつなげやすい

・リール

- ① 隙間時間で視聴する
- ② 再生回数は狙いやすい
- ③ 面白いコンテンツが好まれる
- ④ フィード投稿があるためCVにつなげやすい



・TikTok

- ① 隙間時間で視聴する
- ② 再生回数は狙いやすい
- ③ 面白いコンテンツが好まれる
- ④ フォロワーは集まりやすいが質が低い
- ⑤ CVにつながりにくい



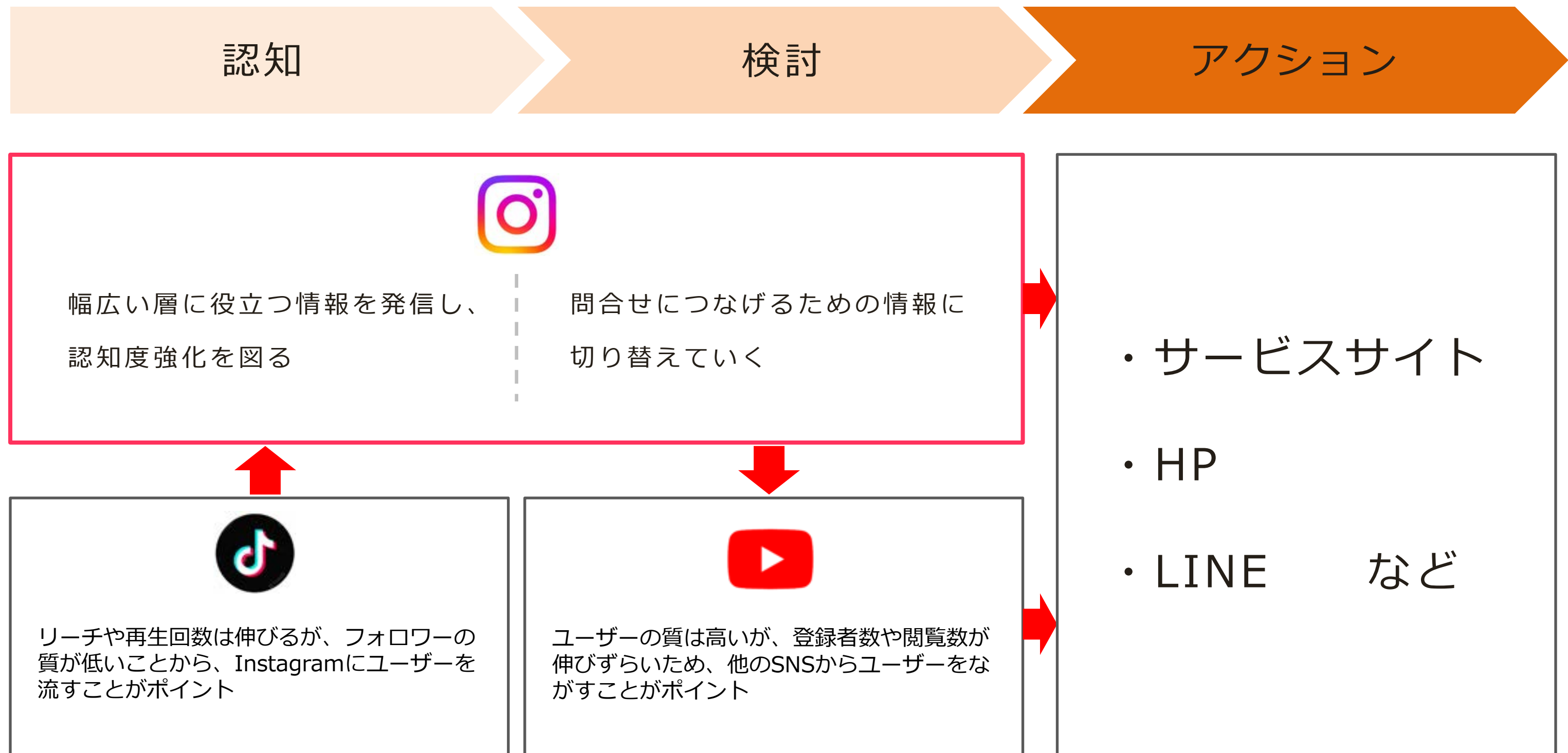
・通常動画（長尺）

- ① ある程度の時間を使って視聴する
- ② 一定の業種（旅行など）では検索エンジンとして活用
- ③ コンテンツの質が求められる（企画内容/編集技術など）
- ④ アルゴリズムが不明確のため、コンテンツ力が重要
- ⑤ コアなファンが多いためCVにつなげやすい

・Youtubeショート

- ① 隙間時間で視聴する
- ② 再生回数は狙いやすい
- ③ 面白いコンテンツが好まれる
- ④ CVにつながりにくい

各SNSの特徴 2



サービスの概要

投稿の制作を代行するだけのサービスではなく、最新のアルゴリズムに応じた運用設計を行い、最短で結果につなげるためのPDCA運用プランをご提案しております。

専用の分析ツールを駆使し、数字と感覚の2つから効率且つ効果的な運用を行います。



当サービスの特徴

当社の考えるInstagram運用は、届けたい情報をしっかりと届けるためのコンテンツを作成し、それをどうやってターゲットに知ってもらおうかという点に焦点を当て、コンテンツ制作からリーチ強化施策を行っていきます。

流行りのコンテンツ（おもしろ系やダンス系など）を取り入れれば、一時的なバズり等でリーチは稼ぐことも可能ですが、有効リーチという観点からは低いと考えます。

よって、最新のアルゴリズムを常に把握し、内部対策と外部対策を同時に行っていくことで、初期段階から着実に認知拡大、CVにつなげるための運用プランをご提案しております。



課題や予算に応じた
最適なプランを複数ご提
案いたします。



徹底したヒアリングから
市場調査からコンセプト
設計を行います。



内部・外部対策による
初期段階から結果につな
げる運用を行います。

+



専用分析ツールによる
IT導入補助金の対象
サービスに認定。



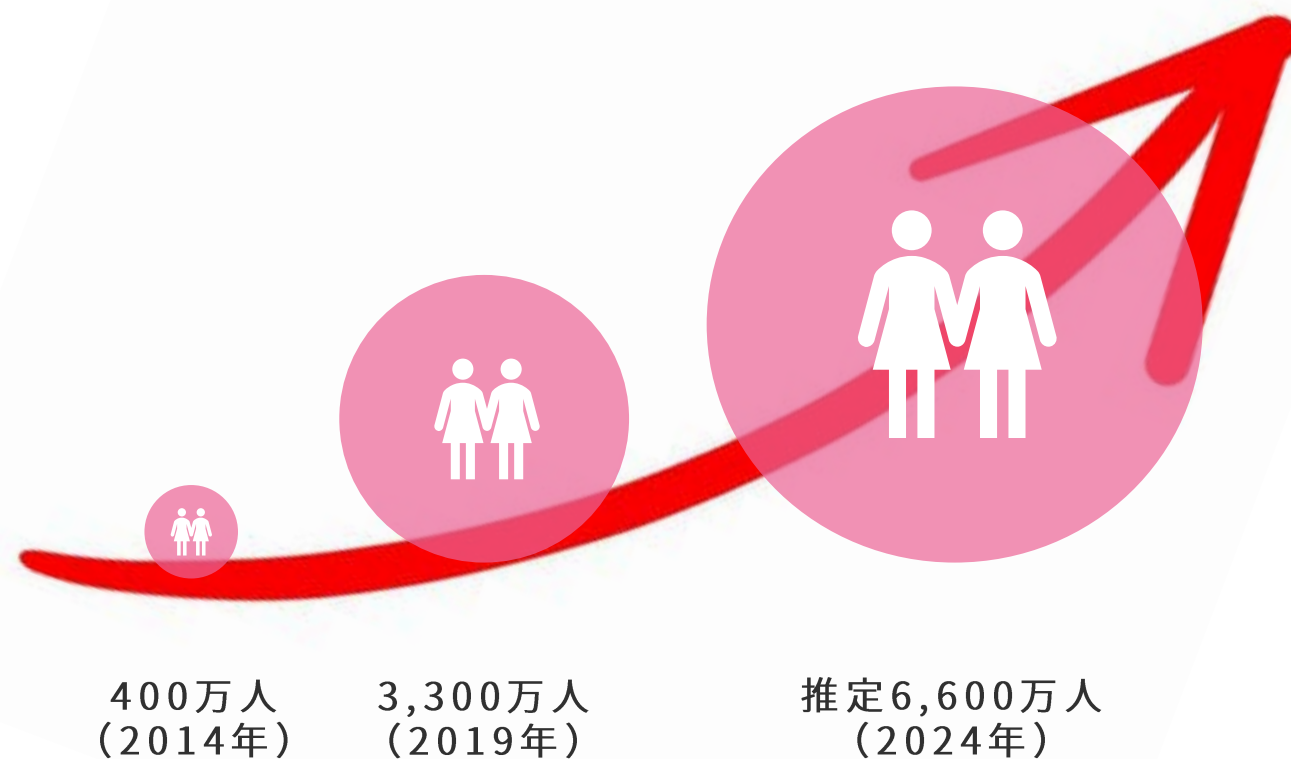
Instagramの市場と使われ方



Instagramの市場と使われ方 → それに伴う当社の考え方 1

市場の規模

＜国内の月間アクティブユーザー数の拡大＞

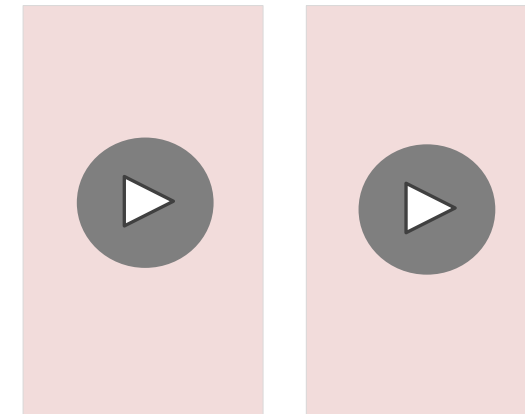


※デメリット※

ただただ投稿だけでも埋もれてしまい、
ずっと伸びないアカウントになってしまう。

その
対策
として

一般的な運用会社の提案



リール動画中心の提案

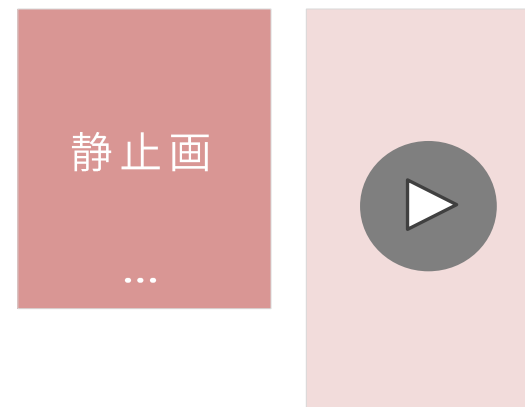
“おふざけ系”

“流行りの曲に合わせたダンス系”

再生回数を一番とした運用

流し読みユーザーが増えてきていることから、リーチ数（再生数）はフィード投稿と比べて増やすことが容易ですが、有効リーチという観点からすると「▲」と考えられます。

当社（株式会社original）



フィードとリールのバランス型

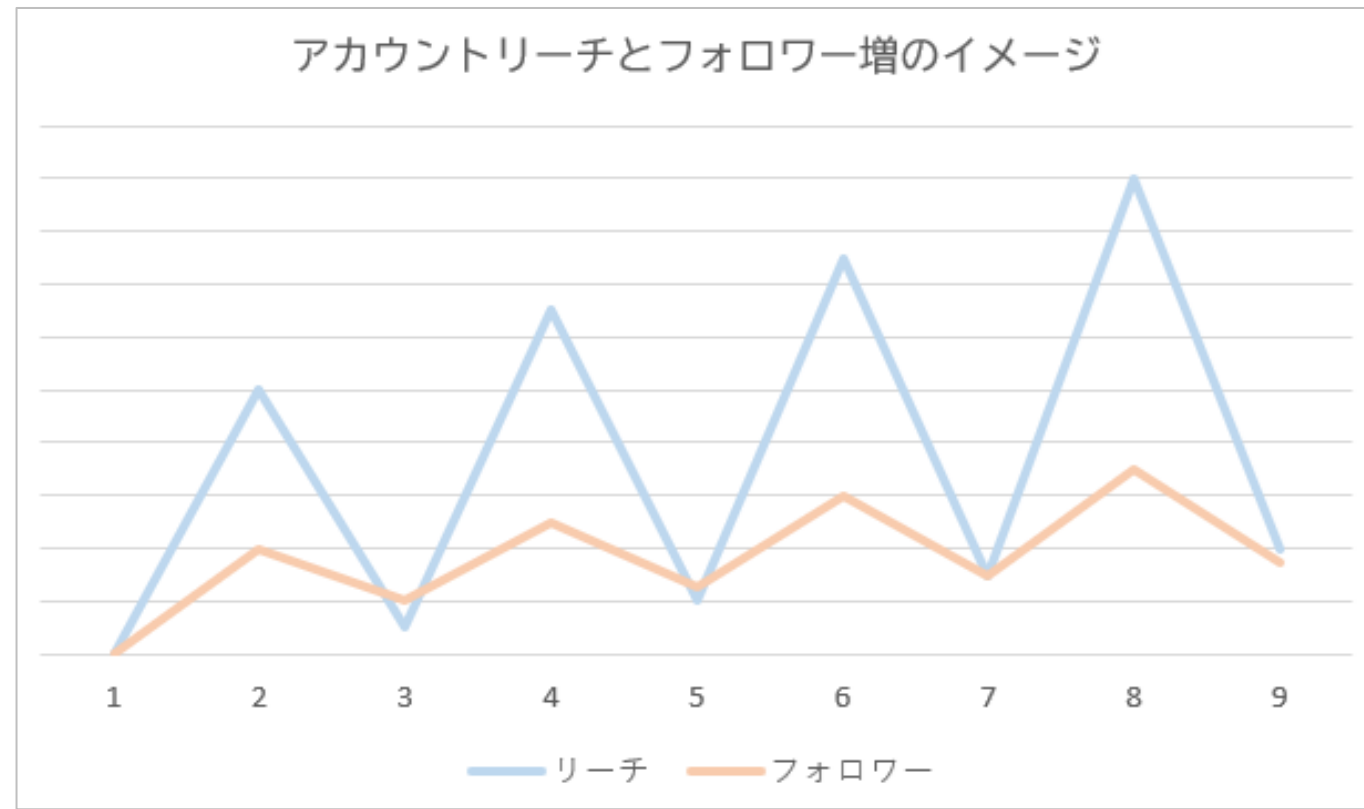
“伝えたい情報のコンテンツを作成”

「広告」を活用し、ターゲットにリーチ

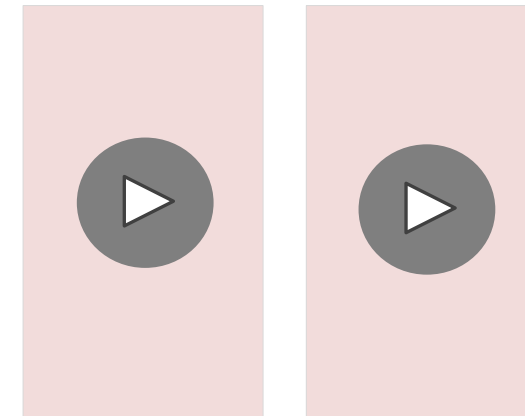
フィード投稿とリール動画、それぞれのプロフィール移行率を比べると、平均して5倍～10倍以上、フィード投稿からが低いことから、ベストな配分で運用を行っていきます。

また見てもらいたいターゲットに絞り込んだ広告運用をすることで、初期段階から有効リーチを狙うことができます。

Instagramの市場と使われ方 → それに伴う当社の考え方 2



一般的な運用会社の提案



リール動画中心の提案

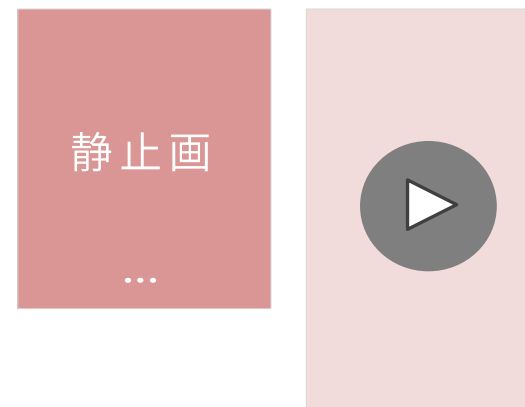
“おふざけ系”

“流行りの曲に合わせたダンス系”

再生回数を一番とした運用

流し読みユーザーが増えてきていることから、リーチ数（再生数）はフィード投稿と比べて増やすことが容易ですが、有効リーチという観点からすると「▲」と考えられます。

当社（株式会社original）



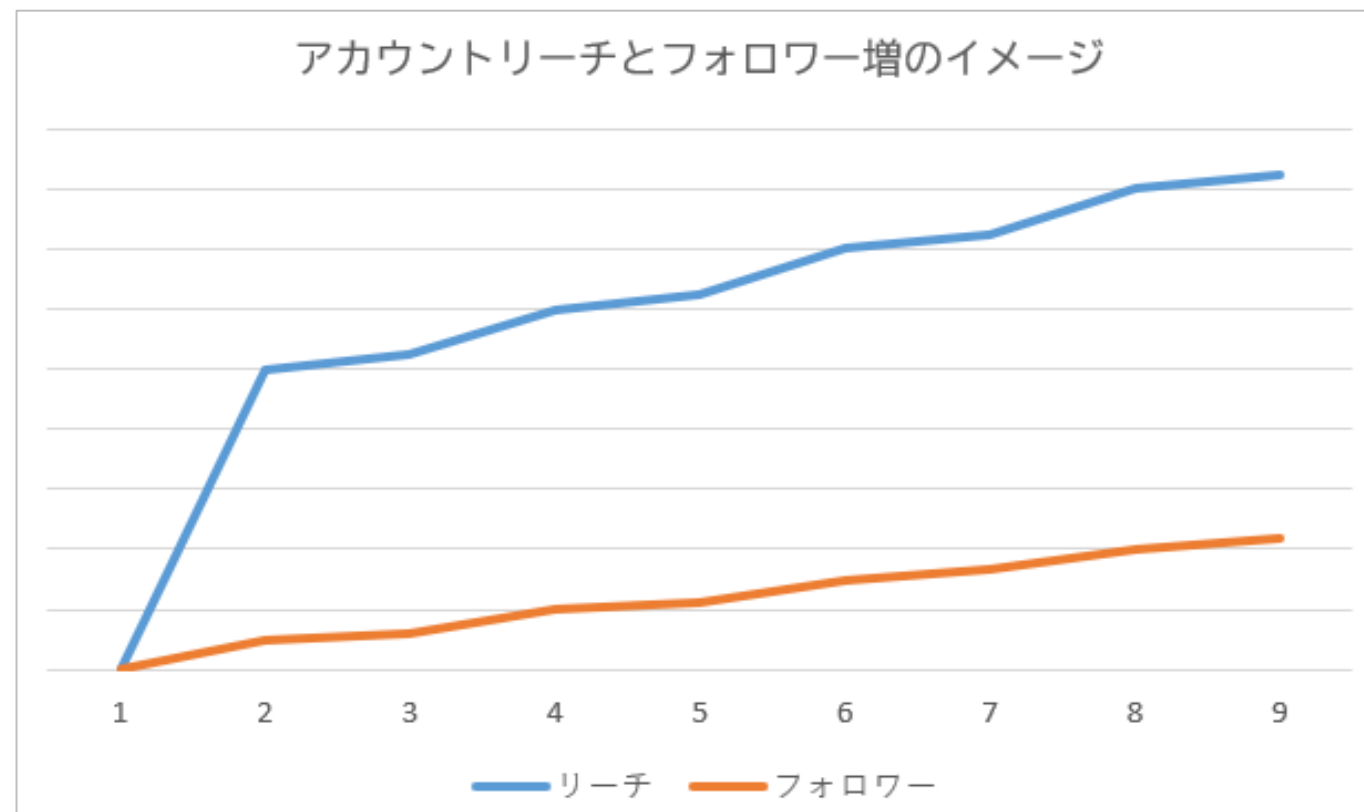
フィードとリールのバランス型

“伝えたい情報のコンテンツを作成”

「広告」を活用し、ターゲットにリーチ

フィード投稿とリール動画、それぞれのプロフィール移行率を比べると、平均して5倍～10倍以上、フィード投稿からが低いことから、ベストな配分で運用を行っていきます。

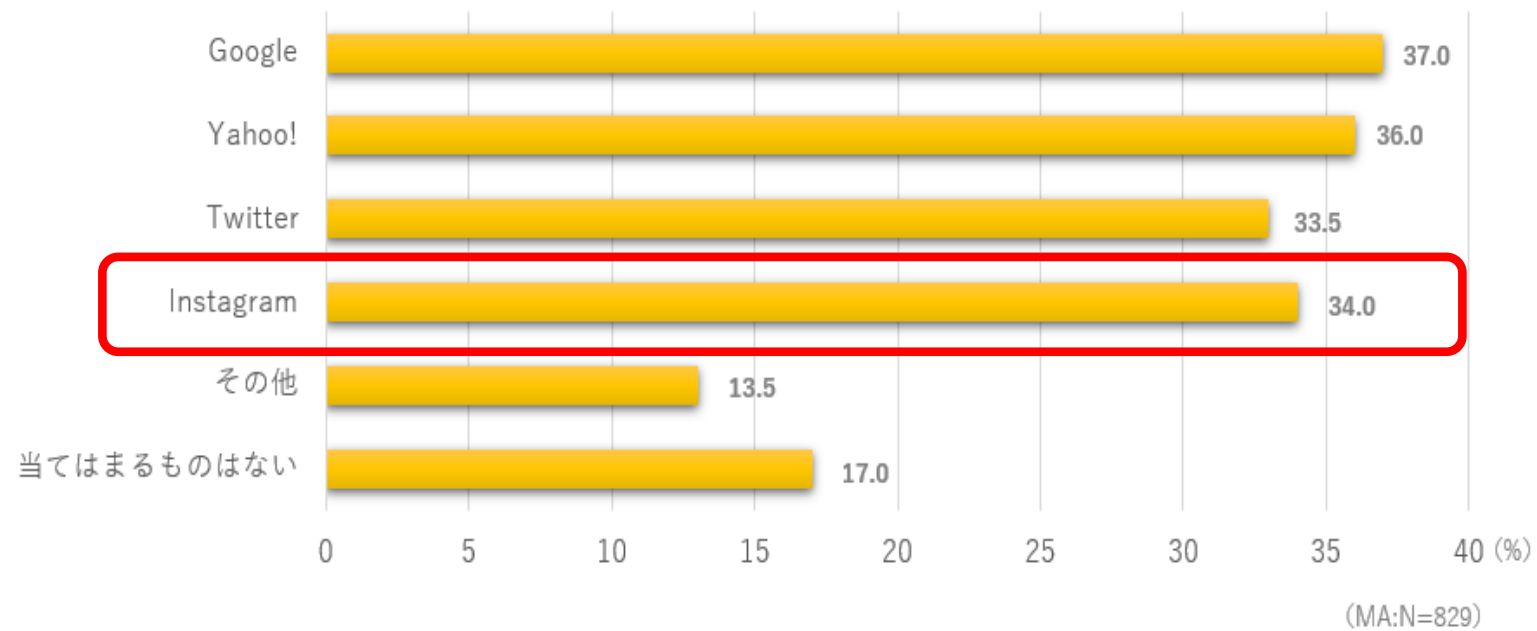
また見てもらいたいターゲットに絞り込んだ広告運用をすることで、初期段階から有効リーチを狙うことができます。



Instagramの市場と使われ方 → それに伴う当社の考え方 3

検索エンジン化

- ・知らないことを調べる際に利用しているもの
- ・トレンドを調べる際に利用しているもの



インスタ映えの投稿を見たいわけではなく
自分にとって有益な情報を探していることから、

“タメになる” “また見返すために保存しておこう”

と思わせる内容を発信していくことが大事な
要素になります。



たくさんの投稿があるなかで、まずは“見てみたい”と思わせるための表紙の
デザインや構成は重要になります。
写真だけでなく、インパクトあるタイトル等も用いて、まずはクリック率を
上げるための施策が重要になります。

Instagramの市場と使われ方 → それに伴う当社の考え方 4

82.4%がSNSをチェック！？



求人サイトを見た方のなんと**82%以上**が該当企業のSNSをチェックするという統計が出ています。

なかでも“その会社の雰囲気をチェックする”が一番多い意見となっております。

“おふざけ系”

“流行りの曲に合わせたダンス系”

再生回数は増やすことはできるが、
→ 実際の雰囲気とのギャップが生じ、
離職率が高くなる傾向にある。



実際に働かれている社員さんのインタビュー記事／動画や一日の作業紹介など、本来の“雰囲気”を発信していくことで、ギャップを少しでも減らし、定着につなげるための情報を発信していきます。

内部対策編 1

最新のアルゴリズムを理解した効果的な運用

アルゴリズムの変化

■2016年頃

インスタ映えの時代



の数

いいねの数が多い投稿が評価が高いアルゴリズムでした。

■2022年頃まで

いいね数や保存数といった“数”



の数

いいねの数や保存数を増やすためにはまずはフォロワーをガンガン増やせば、比例してその数も増えるとして、フォロワーを増やすことが重要視されていました。

■2024年頃まで

いいね率や保存率といった“質”



の率

フォロワーが多くても、いいね率や保存率といったエンゲージメントが低いアカウントは伸びにくくなってきたため、“数”から“質”にシフトしていきます。

■2025年最新

滞在時間とフォロワーのエンゲージメント



の強化

最新のアルゴリズムでは、フィード、リール動画共に、滞在時間が長い投稿が評価が高くなっています。またフォロワーのエンゲージメントも評価につながります。

Instagram側からの評価を高めて自然リーチを伸ばしていく 2

滞在時間の強化

※他社参考投稿を引用

■フィード投稿



↑最新のアルゴリズムでは、「滞在時間」「いいね/シェア/保存」が評価されるため、複数枚のスライドやスライド毎にテキストを交え、見る投稿から読む投稿にしていきます。最大20枚までのスライド投稿が可能です。

■ショート動画（リール）



↑リール動画では「滞在時間」「再生完了率」が評価として重要になるため、最初の2～3秒では、続きを見たいと思わせるための工夫やテクニックを用いて作成します。再生完了率を上げるためには、まずは短尺動画（10秒～20秒）で作成し、コアなファンが増えてきてから長尺の動画（30秒以上60秒以下）を投稿していくといった、アカウントの状況に応じて調整していきます。

Instagram側からの評価を高めて自然リーチを伸ばしていく 3

いいねや保存の強化

※他社参考投稿を引用



同じアカウントのエンゲージメント（いいね数や保存数）が異なるそれぞれのリーチ数の比較です。

保存数が0件と20件の違いでリーチ数が9倍程の差があります。

当アカウントのターゲットユーザーに対して“タメになる”“また見返したい”と思える情報を徹底して発信していきます。

Instagram側からの評価を高めて自然リーチを伸ばしていく 4

フォロワー活性化の強化

※他社参考投稿を引用

■ ストーリーズ



▲ アンケート機能



▲ 質問スタンプ機能



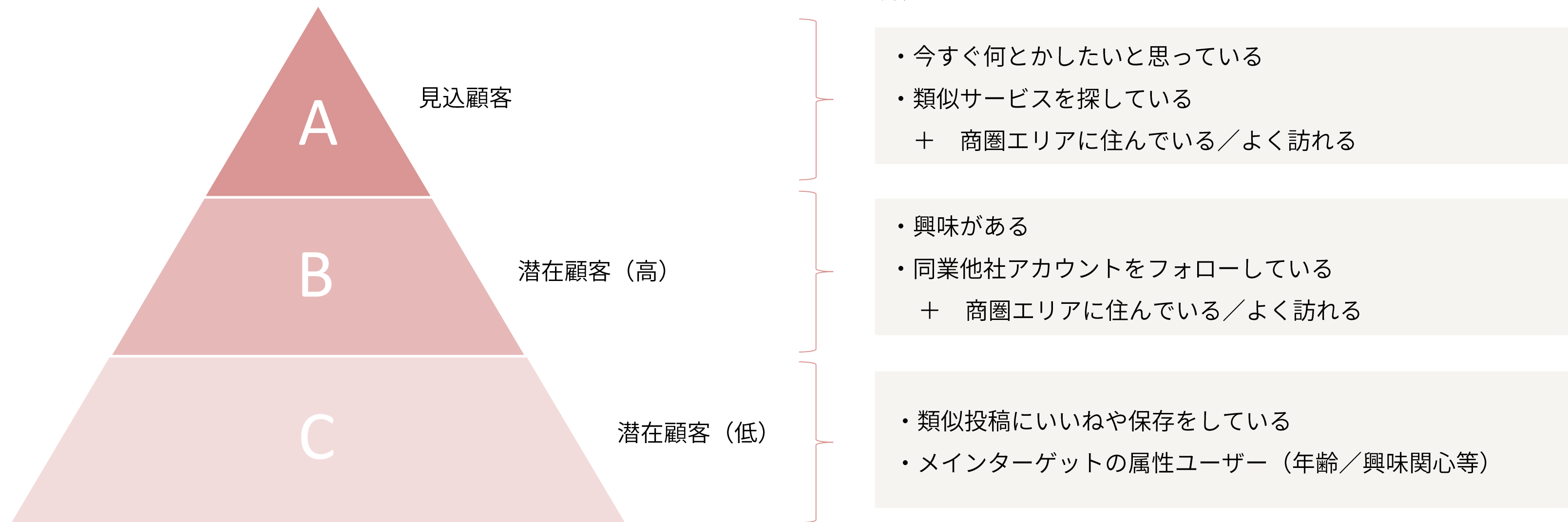
▲ リアクションスタンプ機能

最新のアルゴリズムでは、フォロワーのエンゲージメントが高いアカウントが評価され、自然とリーチが伸びます。
ストーリーズの閲覧は、9割以上がフォロワーになってくるため、閲覧だけでなく、フォロワーが参加できるような機能を活用していきます。
そうすることで問い合わせや来店、購入といったCVにもつながるため、ストーリーズの活用頻度を高めることをお勧めします。

内部対策編 2

運用フェーズ毎のコンテンツ配信

それぞれの属性に対してのペルソナ設定



貴社のターゲットをA、B、C層に分類し、それぞれのユーザーがどういった内容（投稿）に興味を示すのかを分析します。

アカウント状況に応じた投稿内容の割合（ターゲット編）

「CV強化の前に認知度強化（母数の多いBC層のフォロワーを集める）を図るべき」・・・フェーズ1

「一定数のフォロワーはいるため、A層のフォロワー増やフォロワーの活性化を図りたい」・・・フェーズ2～フェーズ3

フェーズ1

A層向け	BC層向け	

フェーズ2

BC層向け	A層向け	

フェーズ3



ストーリーズの強化



アカウント流入広告



インフルエンサー

貴社のアカウントが今どの
フェーズなのかを分析し、
最適な運用設計を組みます。

運用フェーズに沿った運用 3

アカウント状況に応じた投稿内容の割合（フィードとリール）

「CV強化の前に認知度強化（リーチ数の強化）を図りたい」・・・**リール動画**を多く取り入れる

「問い合わせ数や来店数といったCV強化を図りたい」・・・**フィード投稿**を多く取り入れる

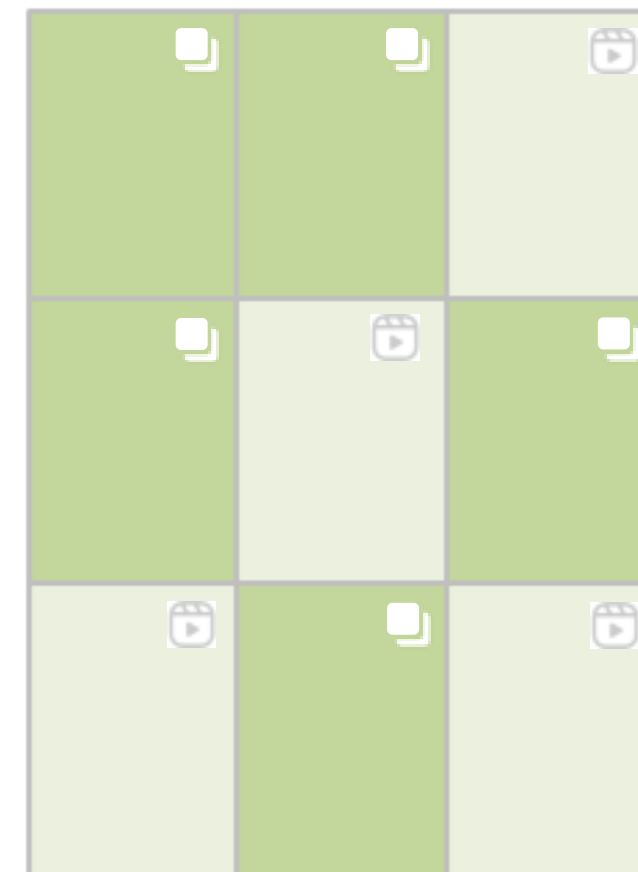


プロフィールへの
移行率

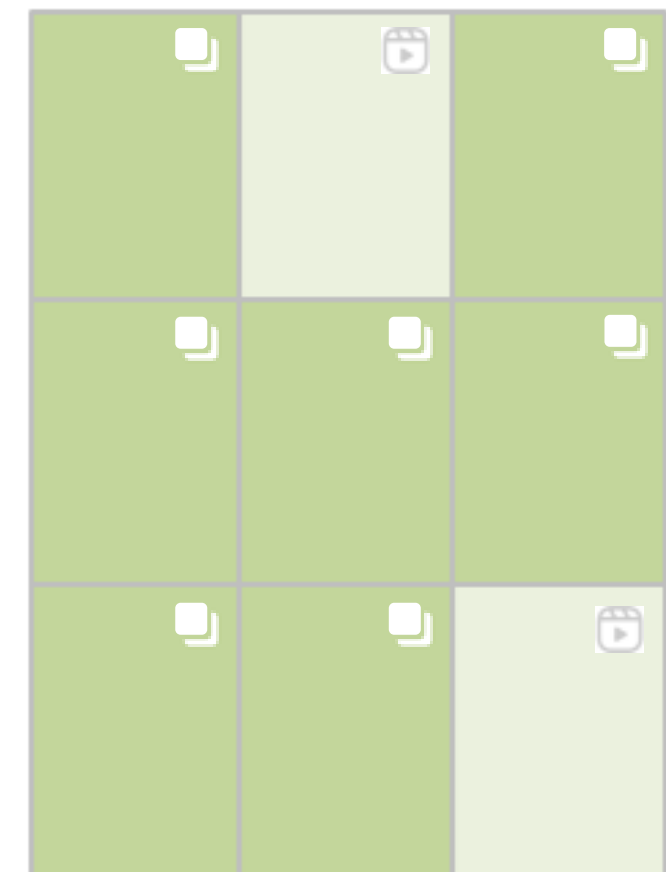
平均して5倍～10倍以上の開きがあります



認知度強化時期



CV強化時期



A層向け参考投稿（フィード投稿の例）

例）京都スイーツ店の事例

※他社参考投稿を引用



スイーツのメニュー紹介や空間の紹介、他のスイーツ店との違いや自社のこだわり、店員の雰囲気などを投稿していき、京都に訪れている方、又は訪れる予定の方の来店強化を図る投稿を多数行っていきます。

BC層向け参考投稿（フィード投稿の例）

例）京都スイーツ店の事例

※他社参考投稿を引用



母数の多いB層またはC層に対しては、京都全体の情報を発信していくことで、より多くの方へのリーチ強化を図ります。

ここでは“お役立ち情報”や“豆知識”といった情報を発信していくことで、多方面からのファンを集めることが狙いです。

統一感

統一感を図り、ブランディング強化

※他社参考投稿を引用



色やフォントなどがバラバラなアカウントはユーザーにとって見にくく、定着につながらにくいアカウントになってしまいます。

左記のように統一感を出すことで、ブランディング強化を図っていきます。

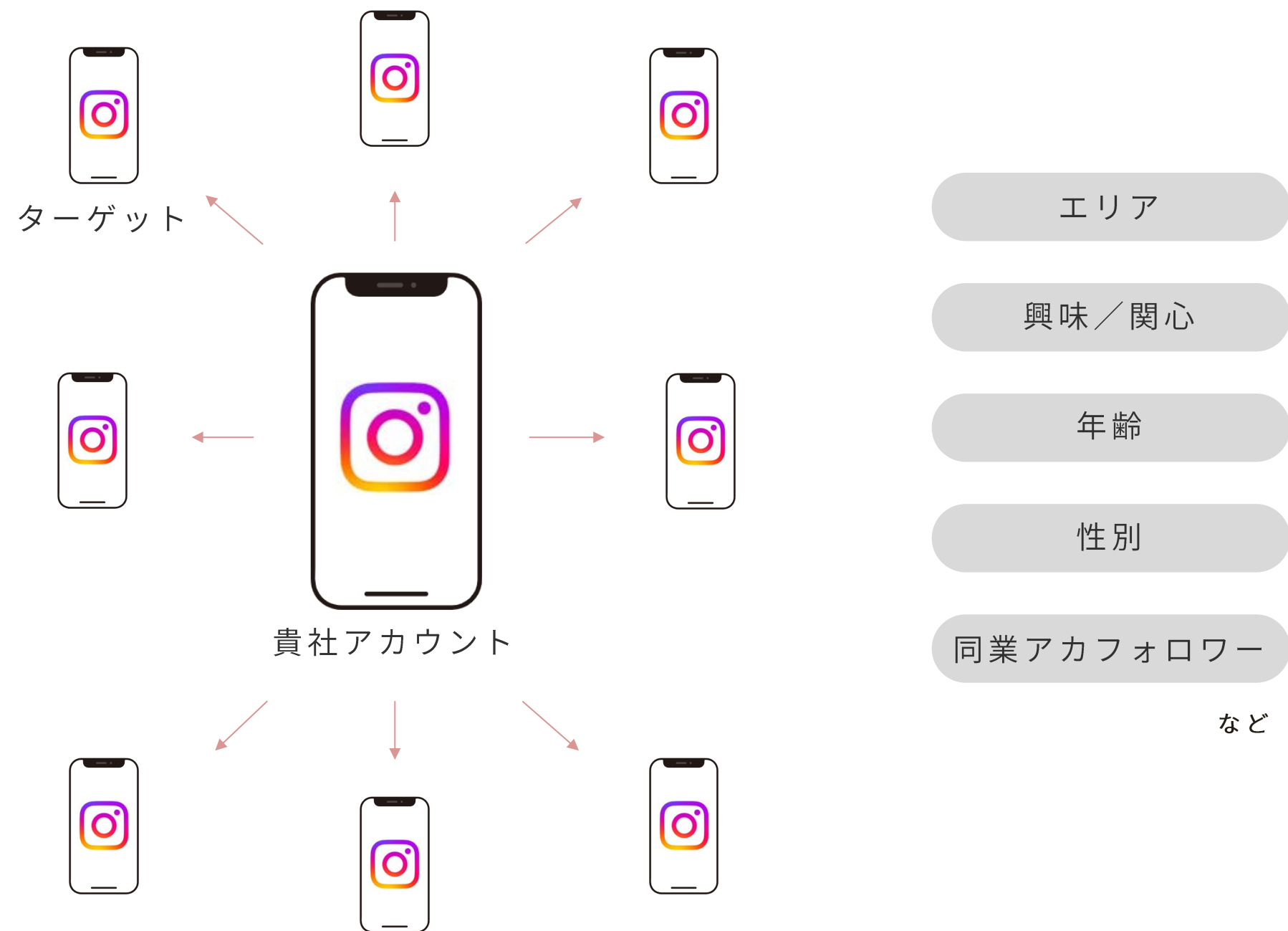
※テンプレ化しやすいため、内製化も図りやすくなります。

外部対策編

アクション代行／アカウント流入強化広告

アクション代行

ターゲットに絞ったアクション代行



いいね や フォロー アクションを行っていくことで“気づき”を与え、貴社アカウントの認知度強化を図ることができます。

月間数千回のアクションを行います。

※ 注意 ※

むやみに行うことで、ペナルティーが発生する場合があります。
アクション代行については状況に応じてご提案しております。

過去の投稿を引用しアカウント流入強化のための広告出稿



特に立ち上げたばかりのアカウントでは、投稿を強化してもなかなかリーチされないのが現状です。

そこでアカウント流入を目的とした広告出稿を行うことで、効率的に認知度強化を図ることができます。

例えば過去の投稿で反響が高かった投稿を引用し、ターゲットに絞り込んで広告出稿することで、初期段階からフォロワーやC Vにつながるユーザーへの認知度強化を図ることが容易にできます。

Webサイトへ流す広告と違って、**デイリー1,000円といった少額予算でも一気に露出を強化**することができるため、おススメの施策の1つとなります。

キャンペーン投稿と広告を組み合わせで一気にフォロワー増！

※他社参考投稿を引用

PRESENT

期間：7月21日(金) - 8月6日(日)

BBQにも◎人気No.1スパイス ポテトディライトと
スモークソルトの香りが食欲をそそる ケイジャンスパイスを

50名様にプレゼント！



フォロー
いいね
コメント
で応募完了！

応募方法の詳細は
キャプションをCheck！

<プレゼント商品>
📺 総額6,000円以上のスパイス2点セット

＼ BBQにもぴったり！人気No.1スパイス🌿 /
①ハーバリア ポテトディライト 110g缶
＋
＼ スモークソルトの香りが食欲をそそる🍖 /
アウトドアにも大活躍！
②ケイジャンスパイス ミルタイプ

<応募方法>
①Herbaria Japan 公式アカウント
@herbaria_japan をフォロー

②このキャンペーン投稿にいいね&コメント
✓ストーリーでこちらの投稿をシェアいただくと当選率up！

<応募期間>
■2023年7月21日(金)-2023年8月6日(日)

<当選発表>
当選された方には【8月20日(日)】までに
Instagramのダイレクトメッセージにてご連絡をさせていただきます📩

これからのアウトドアシーズンに向けて...
皆様のご応募をお待ちしております！

左記のように、フォロワー獲得キャンペーンを取り入れた施策のご提案も随時行っています。

「抽選で●●名様に●●をプレゼント」

といったキャンペーンを行うことで、一気にフォロワー獲得を狙うことができます。

左記のキャンペーンでは、デイリー1,000円の広告費を2週間（合計14,000円程の広告費）の期間で行ったところ、**約600名のフォロワー増**となっております。

IT導入補助金の対象ツールに認定



Instagram／TikTok専用分析ツール

Kasicas機能紹介 1

複数の機能を備えた専用分析ツール「Kasicas／カシカス」



アカウント分析



投稿毎分析



競合アカウント分析



ハッシュタグ検索／分析



レポート生成



予約投稿



GBP自動投稿



チャットボット
キャンペーン管理
(オプション機能)

Kasica機能紹介 2



アカウント分析

フォロワーの属性やリーチ、フォロワーの推移などを確認できます。

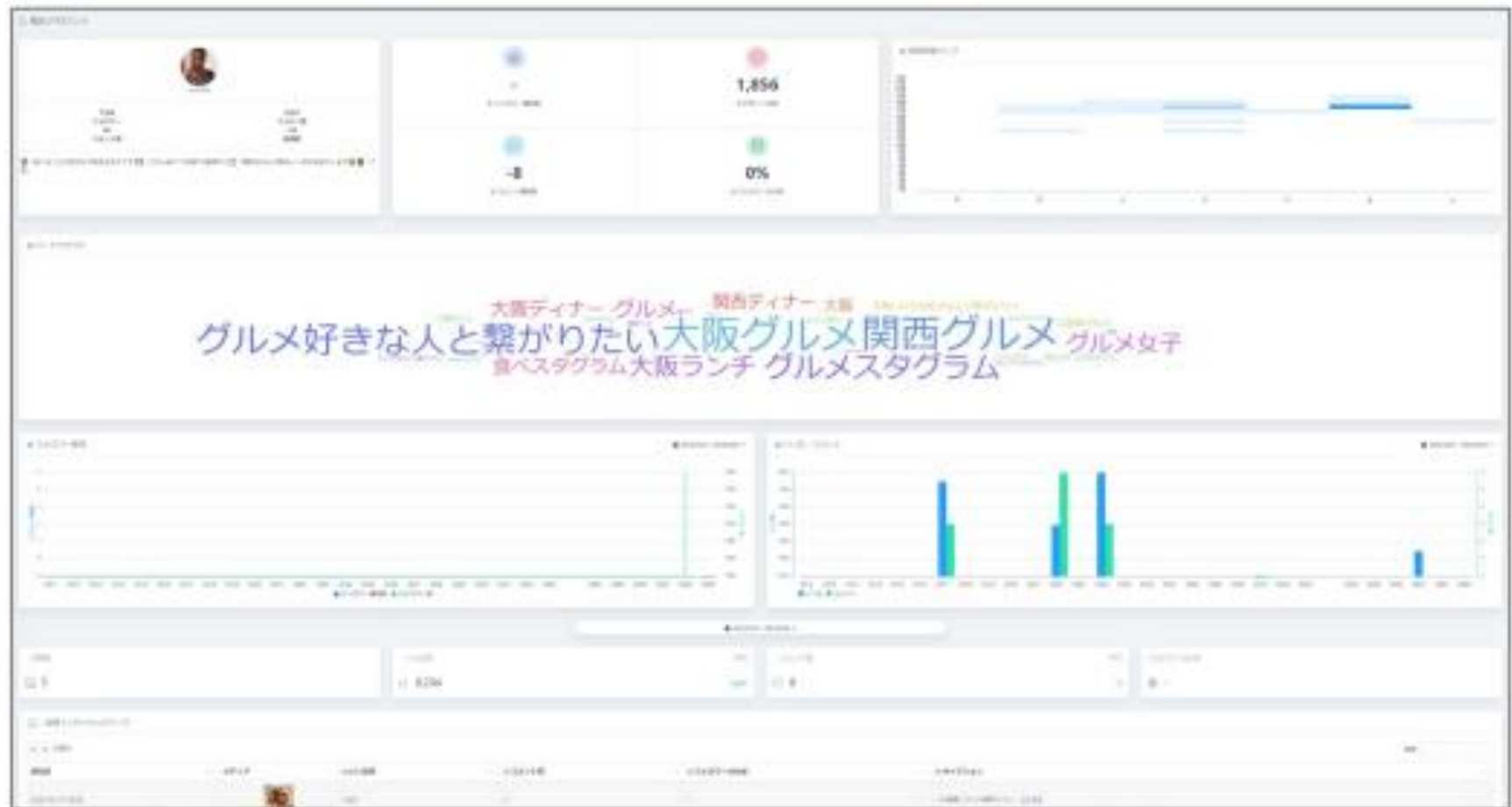


投稿毎分析

フィード投稿/リール投稿/ストーリーズごとにそれぞれの成果を確認できます。



競合他社の投稿している時間帯やエンゲージメントの高い投稿等の分析ができます。



Kasica機能紹介 3



レポート生成

PPT・Excel・CSV それぞれの形式でレポート生成ができます。

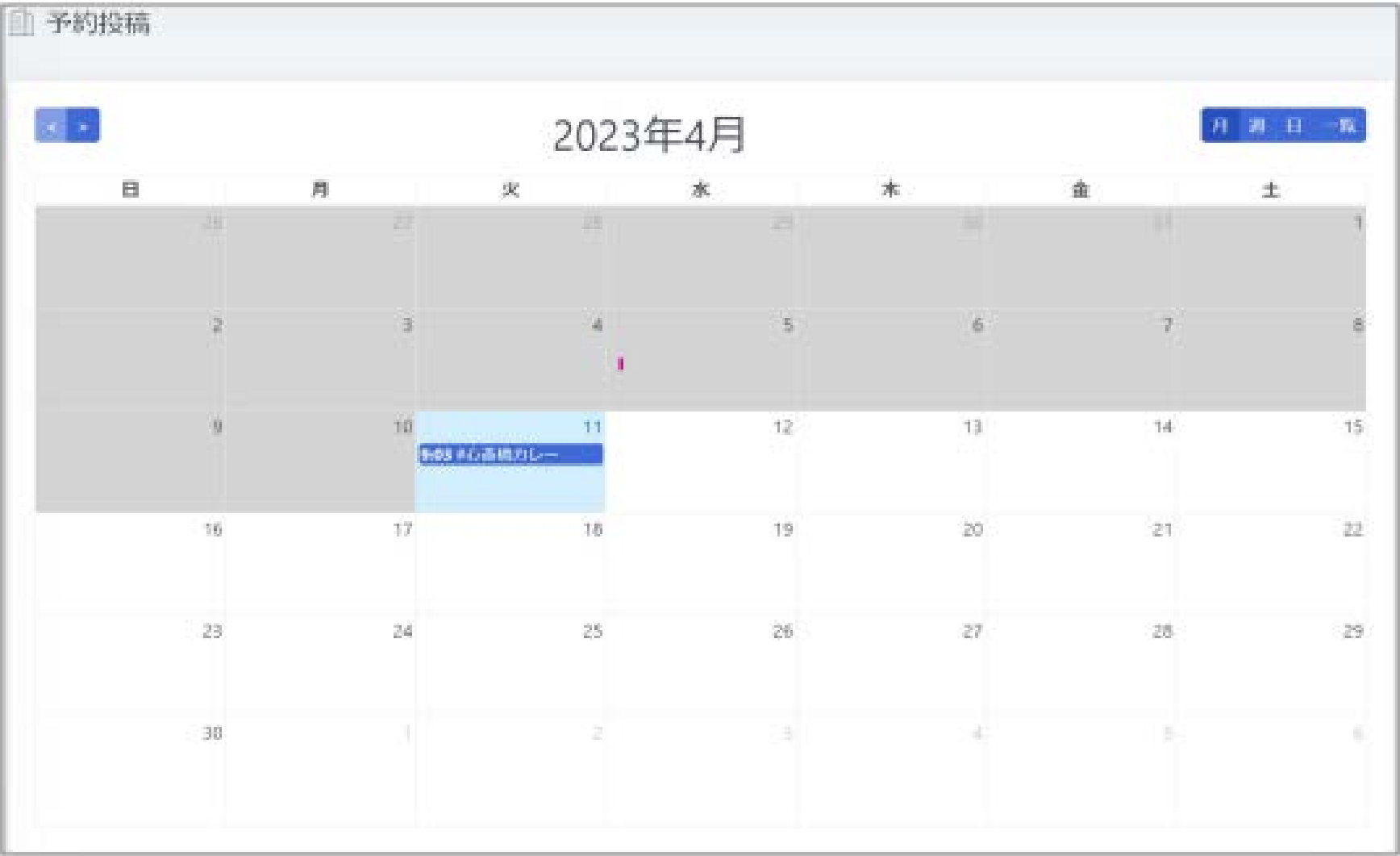


4月 集客レポート (期間: 2023/04/01 ~ 2023/04/19, 比較期間: 2023/03/01 ~ 2023/03/31)									
1. 毎月合計、前月比較									
	件数	いいね数	コメント数	シェア数	保存数	リール数	リールエンゲージメント率	リールエンゲージメント数	リールエンゲージメント率
4月	206	3,662	12,399	3,740	11,544	45	32.00%	1,445	32.00%
3月	206	3,662	12,399	3,740	11,544	45	32.00%	1,445	32.00%
増減	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. 投稿詳細									
メディア	いいね数	コメント数	エンゲージメント数	シェア数	保存数	リール数	リールエンゲージメント率	リールエンゲージメント数	リールエンゲージメント率
メディア	1,754	6,439	1,801	6,059	45	2	30.00%	1,445	32.00%
リール	1,908	5,960	1,919	5,485	10	3	35.00%	1,445	32.00%



予約投稿

複数の予約投稿を行うことができます。（フィード投稿／リール動画）

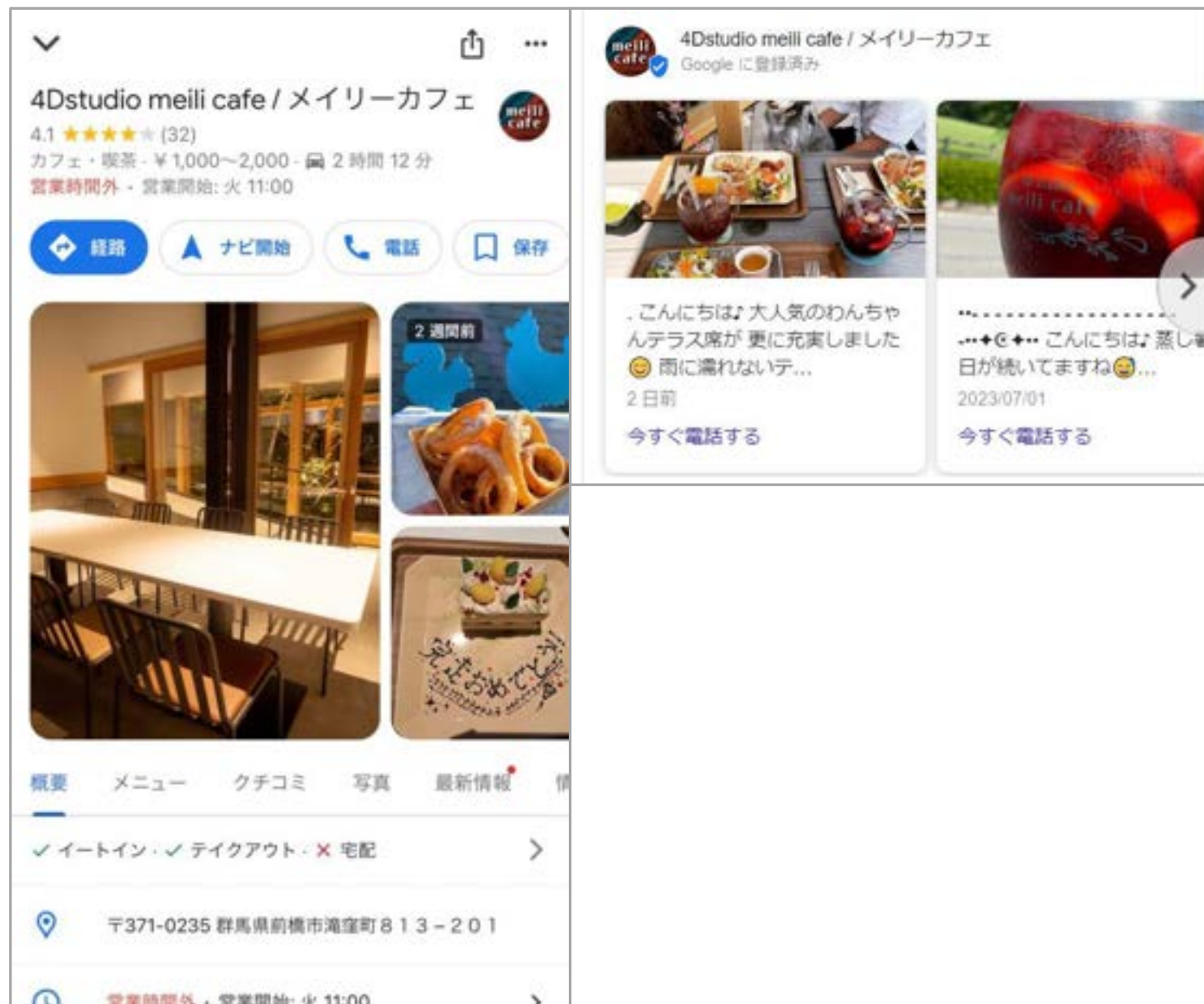


Kasica機能紹介 4



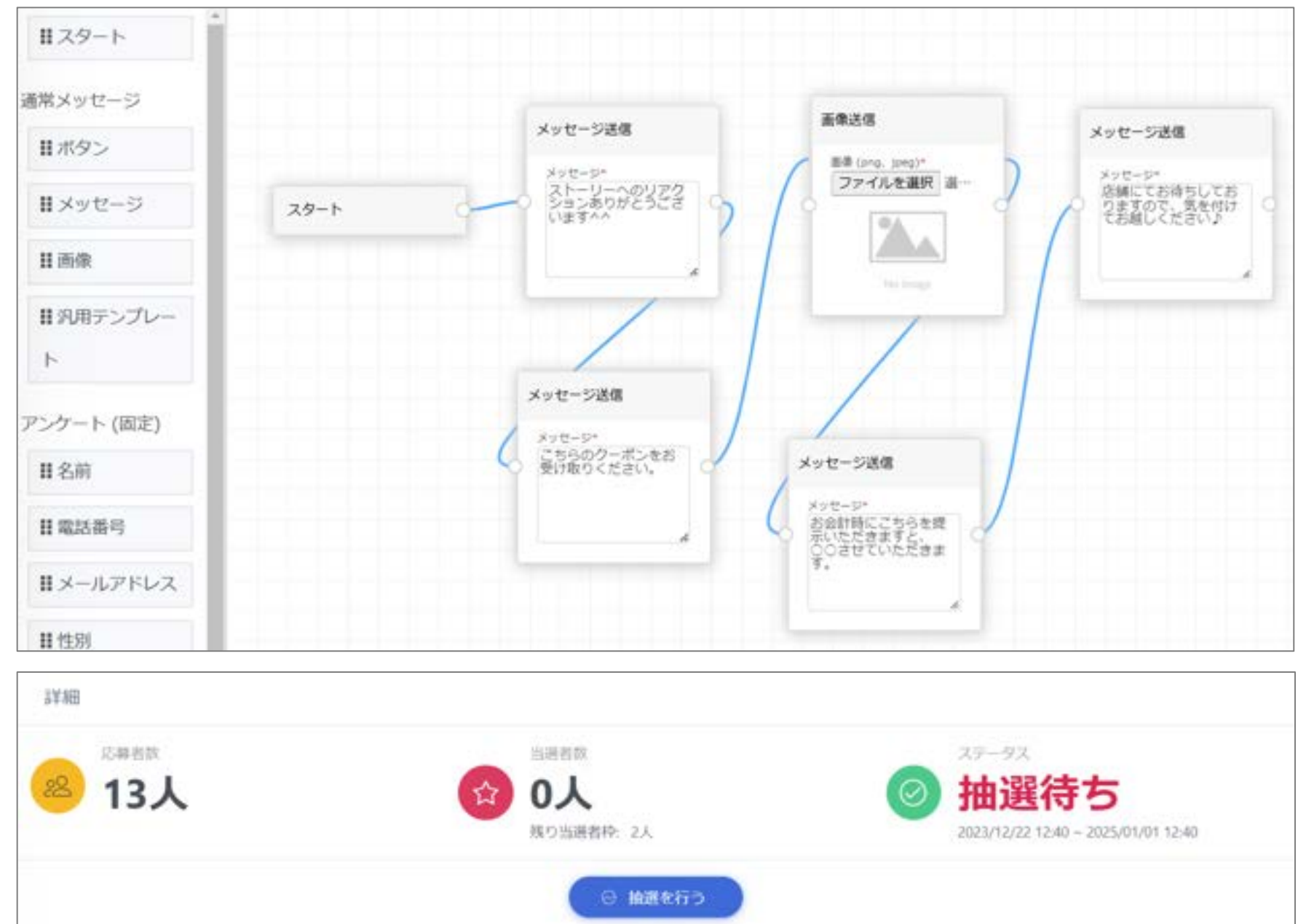
Googleビジネスプロフィールへ自動投稿

PPT・Excel・CSV それぞれの形式でレポート生成ができます。



チャットボット／キャンペーン設定・管理

コメント・DMを自動化することができます。 / キャンペーンの設定・管理ができます。





機能の詳細はこちらからご確認いただけます。

<https://instagram.sns-pro.info/kasicas/Kasicas.pdf>





投稿代行プランで使用する共有シート（一部）のご紹介



投稿代行用 草案シート

▼6月投稿スケジュール

月	火	水	木	金	土	日
			1日	2日	3日	4日
				投稿日		
5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日
投稿日				投稿日		
12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日
投稿日				投稿日		
19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日
投稿日				投稿日		
26日	27日	28日	29日	30日		
投稿日				投稿日		

投稿	ジャンル	共有スライド
1投稿目		投稿情報スライドURL
2投稿目		投稿情報スライドURL
3投稿目		投稿情報スライドURL
4投稿目		投稿情報スライドURL
5投稿目		投稿情報スライドURL
6投稿目		投稿情報スライドURL
7投稿目		投稿情報スライドURL
8投稿目		投稿情報スライドURL
9投稿目		投稿情報スライドURL

No,	日付 (曜日)	投稿時間	ジャンル	タイトル	コンテンツ内容
1	6月2日	18:00	商品情報	洗剤は何種類用意すればいいの？ 知っていると得する洗剤の選び方！	汚れの種類に応じて使うべき洗剤を紹介 一つ一つオススメ活用法を簡潔に解説していく
2	6月6日	18:00	豆知識	実は万能だった！？ アルミホイルの以外な活用術3選	アルミホイルを使った掃除方法やアイロンがけのでの有効活用 方法などを紹介
3	6月9日	18:00	豆知識	使い方は大丈夫？ 万能な重曹を使うときの注意点	重曹を使う際の注意点、使用する場所の注意点などをいくつか紹介
4	6月12日	18:00	商品情報	洗剤は何種類用意すればいいの？ 知っていると得する洗剤の選び方！	汚れの種類に応じて使うべき洗剤を紹介 一つ一つオススメ活用法を簡潔に解説していく
5	6月16日	18:00	豆知識	実は万能だった！？ アルミホイルの以外な活用術3選	アルミホイルを使った掃除方法やアイロンがけのでの有効活用 方法などを紹介
6	6月19日	18:00	豆知識	使い方は大丈夫？ 万能な重曹を使うときの注意点	重曹を使う際の注意点、使用する場所の注意点などをいくつか紹介
7	6月23日	18:00	商品情報	洗剤は何種類用意すればいいの？ 知っていると得する洗剤の選び方！	汚れの種類に応じて使うべき洗剤を紹介 一つ一つオススメ活用法を簡潔に解説していく
8	6月26日	18:00	豆知識	実は万能だった！？ アルミホイルの以外な活用術3選	アルミホイルを使った掃除方法やアイロンがけのでの有効活用 方法などを紹介
9	6月30日	18:00	豆知識	使い方は大丈夫？ 万能な重曹を使うときの注意点	重曹を使う際の注意点、使用する場所の注意点などをいくつか紹介

投稿代行用 ディレクションシート

備考	1枚目(表紙)	2枚目	3枚目	4枚目	5枚目
▼参考サイト https://www.suntory.co.jp/eco/teigen/jiten/science/0 https://www.otsuka.co.jp/nutraceutical/about/rehyd https://www.os-1.jp/dehydration_healsstroke/dehyd	水が無ければ生きられない 脱水症状の危険性	《人間にとっての水の重要性》 仮に食べ物や全く無い状態で過ごしても、水と睡眠をとってれば2-3週間は生きることが出来ます。 しかし、水が無ければ4-5日程度で死んでしまうとされています。 【脱水症状の危険性】 脱水症状を起こすと、汗やおしっこが出なくなることで体内に老廃物が溜まり、血液の流れも悪くなり全身の機能が障害を起こして死に至ります。 今回は、脱水症状に注目して詳しく解説していきます！	《水の役割》 【人間の体のほとんどは水でできている】 人間の体の50-75%は水によってできています。成長するにつれ必要な脂肪が付き、水分の割合は減っていきます。 【体を占める水の割合】 ・胎児の約90% ・新生児の約75% ・子供の約70% ・成人の約60-65% ・老人の50-55% 歳を重ねても半分以上の割合を占める水は生活の中でも必要不可欠な存在です！	《細胞と水の深い関係性》 人間の体は100兆個を超える細胞から成り立っています！ 【体重の約65%を占める水分に対する細胞の関係性】 ✓水分の約3分の2はこの細胞内に存在します。 ✓残り3分の1は細胞と細胞の間に存在する細胞間液と血液にあり、それぞれ生命を維持するために働いています。 【水を失うことによって発生する症状】 ・2%失うと口やのどの渇き・運動能力の低下 ・3% ↳強い口の渇き・食欲不振 ・4-5% ↳体温上昇・疲労感・頭痛・情緒不安定 ・10% ↳筋肉の痙攣・鎮静不全・腎不全 ※10%以上失うと死に至ります。	《災害時に要注意》 断水の影響でトイレなどが使えなくなると我慢するために水分摂取を控えようと思いますが、それが逆効果となり脱水症状を引き起こしやすくなります。 【脱水症状のチェック方法】 ✓皮膚をつまんで離す ↳皮膚がつままれた形から3秒以上戻らなかったら疑いあり。 ✓親指の爪の先を押して離す ↳赤みが戻るのが遅ければ疑いあり。 ✓鼻手をしてみる ↳脱水症の際には血液は重要な臓器に集まり、手足等には血液がいかず、冷たくなります。 これからの夏の時期は脱水症状に要注意です！水分補給を欠かさず行うようにしましょう！
▼参考サイト https://www.yokohamashimin-kyosai.or.jp/useful/20	危険を回避！ 地震発生時のNG行動6選	《はじめに》 地震発生時はいくら備えをしても少し混乱して冷静に判断が出来ないこともあるかもしれません。 今回は、突然地震が発生した際に、とってはいけないNG行動について解説していきます！ 【防災知識は周りの人とシェア】 一人でも多くの人が正しい防災知識を知っておくことで助かる確率を高めます。常に防災情報を身近な人にもシェアしておきましょう！	《地震発生時のNG行動》 ①火をつける ガス漏れが起こっている可能性があるため、新たに火を使うことは一旦避けるようにしましょう。 ※停電時に使うロウソクの火が漏れていたガスに引火して火災になるケースがとて多くなっています。 ②部屋の中を裸足で歩く 地震発生直後は、割れたガラスなどが散乱している可能性があり、裸足で部屋の中を移動するのは大変危険です。 ※履物などにスリッパや靴などを準備しておく。 【ココにも注目】 身近なところに緊急用のスリッパを置いておくだけでなく、日頃からスリッパをはく習慣もつけておくと、災害時に足を守ることに繋がっていきます！	《地震発生時のNG行動》 ③帰宅後すぐに電気をつける 地震発生後のガス漏れの危険性は、火だけではなく電気をつけた瞬間にも火災や爆発が起きる恐れがあります。 ※対策としては必ず窓を開けて換気をしておくこと。 ④ブレーカーを上げたままにしておく 地震で停電が発生してしまった際に、ブレーカーを上げたままにしておくと、通電火災が起こる可能性があります。 ※避難の有無に関わらず、ブレーカーは落としておきましょう！ 【ココにも注目】 ブレーカーを下げておくだけではなく、停電中は電化製品のスイッチは切って、プラグを抜いておくように意識しましょう！	《地震発生時のNG行動》 ⑤エレベーターを使う 電気系統のトラブルによりエレベーターに閉じ込められてしまうことも考えられます。 ※地震に限らず緊急時の避難には階段を利用しましょう！ ⑥車で避難する 車での避難は渋滞を招いてしまい、緊急車両の通行の妨げになります。自宅や職場から徒歩で行ける避難所を事前に必ず確認しておきましょう！ 【ココにも注目】 ハザードマップには必ず目を通し、地震以外の災害でもどこにどのルートで避難するのが一緒に住む人とも共有しておくようにしておきましょう。
▼参考サイト https://www.town.fujikawaguchiko.lg.jp/ka/info.php https://mashima-stock.jp/article/entry/2022/11/post	災害時は凍りつき症候群に注意！ 人との助け合いの重要性	《はじめに》 日本各地で発生する災害に対して自分で出来る備えをしっかりとすることはとても大切なことですが、周りの人との助け合いも非常に大切なこととなります。 【被害を最小限にとどめるには】 災害時には「自助」「共助」「公助」の組み合わせが重要だとされています。全ての人が自助の体制を整えておくことは現実的に難しいため、近隣の人々などとの助け合いが効果を発揮します。 ※可能であれば複数人のイラストが画像をお願いします。	《被害を減らすための意識》 【押さえておきたいポイント】 ①自分で出来ること ②家族で出来ること ③身近にいる人と力を合わせて出来ること 【具体的な対策】 ✓自分で出来ること ・季節毎に防災グッズの準備 ・地震に耐えるように家具類の固定 ✓家族で出来ること ・災害時の連絡方法の確認 ・災害時の役割や行動の仕方、避難ルートの確認 ✓身近にいる人と力を合わせて出来ること ・参加型の防災訓練に参加する ・災害対策マニュアルの作成 ・取り乱れてしまっている人に声を掛ける など	《災害時に人を護る症状》 【凍りつき症候群】 「凍りつき症候群」という言葉がありますが、これは突然の出来事に遭遇すると、ほとんどの人が凍りついたようにその場でただ立ちつくしてしまうことを指します。 【災害時の凍りつき症候群】 ・地震が起きた途端、その場でただじっとしてしまふ ・揺れている中、テレビなどをつけて情報を得ようとする ・危険を知らせたくても声が出なくなる ・津波を前に立ち尽くしてしまう など イギリスの心理学者ジョン・リーチ博士の研究では、70-75%の人が凍りつき症候群に陥るとされています！	《凍りつき症候群について》 【具体的な解決方法】 凍りつき症候群は外部が刺激を与えてあげることで行動が出来るようになります。 例えば避難しなければいけない場面では、「津波が来てる。高台まで走れ」などと意識を避難に向けさせることがとても大切になります。 ※名前が分かる際には名前を呼び、それでも駄目な場合は身体を揺するなどの刺激も与えましょう。 【助け合いの重要性】 一人では対処が難しいからこそ、多くの人との「共助」が凍りつき症候群を含め様々な事態への対処に大きく繋がっていくことを忘れずに行動していくように意識していきましょう！
▼参考サイト https://www.yokohamashimin-kyosai.or.jp/useful/20	危険を回避！ 地震発生時のNG行動6選	《はじめに》 地震発生時はいくら備えをしても少し混乱して冷静に判断が出来ないこともあるかもしれません。 今回は、突然地震が発生した際に、とってはいけないNG行動について解説していきます！ 【防災知識は周りの人とシェア】 一人でも多くの人が正しい防災知識を知っておくことで助かる確率を高めます。常に防災情報を身近な人にもシェアしておきましょう！	《地震発生時のNG行動》 ①火をつける ガス漏れが起こっている可能性があるため、新たに火を使うことは一旦避けるようにしましょう。 ※停電時に使うロウソクの火が漏れていたガスに引火して火災になるケースがとて多くなっています。 ②部屋の中を裸足で歩く 地震発生直後は、割れたガラスなどが散乱している可能性があり、裸足で部屋の中を移動するのは大変危険です。 ※履物などにスリッパや靴などを準備しておく。 【ココにも注目】 身近なところに緊急用のスリッパを置いておくだけでなく、日頃からスリッパをはく習慣もつけておくと、災害時に足を守ることに繋がっていきます！	《地震発生時のNG行動》 ③帰宅後すぐに電気をつける 地震発生後のガス漏れの危険性は、火だけではなく電気をつけた瞬間にも火災や爆発が起きる恐れがあります。 ※対策としては必ず窓を開けて換気をしておくこと。 ④ブレーカーを上げたままにしておく 地震で停電が発生してしまった際に、ブレーカーを上げたままにしておくと、通電火災が起こる可能性があります。 ※避難の有無に関わらず、ブレーカーは落としておきましょう！ 【ココにも注目】 ブレーカーを下げておくだけではなく、停電中は電化製品のスイッチは切って、プラグを抜いておくように意識しましょう！	《地震発生時のNG行動》 ⑤エレベーターを使う 電気系統のトラブルによりエレベーターに閉じ込められてしまうことも考えられます。 ※地震に限らず緊急時の避難には階段を利用しましょう！ ⑥車で避難する 車での避難は渋滞を招いてしまい、緊急車両の通行の妨げになります。自宅や職場から徒歩で行ける避難所を事前に必ず確認しておきましょう！ 【ココにも注目】 ハザードマップには必ず目を通し、地震以外の災害でもどこにどのルートで避難するのが一緒に住む人とも共有しておくようにしておきましょう。

投稿代行用 投稿スケジュール表

色分け⇒

弊社（株式会社original）
お客様

▼5月スケジュール

		日	月	火	水	木	金	土
			1日	2日	3日	4日	5日	6日
弊社	前半分							
	後半分							
お客様	前半分							
	後半分							
		7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日
弊社	前半分		アカウント設計 開始	→	→	前半4投稿 設計	→	
	後半分							
お客様	前半分		素材提供(投稿毎に随時相談)	→	→	→		
	後半分							
		14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
弊社	前半分		前半4投稿草案 提出		前半4投稿制作 開始	→	→	
	後半分			後半5投稿 設計	→	→	後半5投稿コンテンツ 提出	
お客様	前半分		前半4投稿草案のご確認	→	ご回答			
	後半分							
		21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日
弊社	前半分		前半4投稿初稿 提出	前半分 修正	前半4投稿修正提出(最終修正)			
	後半分			後半5投稿制作 開始	→	→	後半5投稿初稿 提出	
お客様	前半分		前半4投稿初稿 ご確認	前半4投稿修正点・戻し	前半4投稿再確認			
	後半分		後半5投稿草案のご確認	ご回答			後半5投稿初稿 ご確認	
		28日	29日	30日	31日			
弊社	前半分							
	後半分			後半5投稿修正提出(最終修正)				
お客様	前半分							
	後半分		→	前半4投稿修正点・戻し				

コンサルサポートプラン用 コンセプトシート

アカウント運用の目的				メインターゲット				アカウントがユーザーに提供する価値								ペルソナ						
▼最終目的 コンバージョン数アップ				ファッション・美容が好きで、自分磨きに興味のある女性				洋服選びに迷った際の傘決めの補助ができること ↳ 好き・好きで選択する状態ではなく、気持ちよく・納得感をもって洋服(自社/他社商品等)にを導くことができる								・年齢：27歳 ・性別：女性 ・居住地(都市or田舎)：都市 ・職業：広告代理店勤務 ・婚姻or未婚：未婚 ・家族構成：父・母・姉 ・世帯年収：300〜400万 ・平日のスケジュール：仕事に行き帰る/週2で仕事終わりにヨガに通う ・休日のスケジュール：雑居とテートに行くか、お友達とカフェ巡り ・情報収集の方法：インスタ、TikTok、ファッション雑誌、美容雑誌 ・インスタ利用タブ：女性インフルエンサー、決えスポ、カフェ、美容、コスメ ・その他：						
▼中長期的目的 SEO対策/サイトへの訪問数アップ								ユーザーがアカウントをフォローする理由/競合との差別化														
▼具体的な価値 女性が自信を持って日々を過ごすためのちょっとしたお手伝い				結婚式のお呼ばれやデート、女子会等に着ていく服がなく困っている女性				①各服のコーディネートでも参考になる情報が詳細に載っている →服タイプ別(イエバノブルバ)、資格別(ストレート/ウェーブ/ナチュラル)、コンプレックス別、等の洋服の選び方														
▼具体的な価値 デイリーから特別な日まで一着あれば安心な商品の詳細紹介 ※価値コンテンツでのタメになる情報提供								②ファッションだけでなく、それに合わせた髪型・メイク・アクセサリー等 →シーン別ワンピースに合うヘアメイク/シーン別マナー講座 等々														
カスタマージャーニーマップ																						
ユーザー行動	Instagramを利用	コンテンツと検索結果 (発見タブ・検索・アカウント)	コンテンツを閲覧 (検索→中身→検索結果)	コンテンツを保存	プロフィールへ遷移	アカウントを閲覧	アカウントをフォロー	コンテンツとの継続検索	CV検索と検索 (ハイト・新着順)	CV検索を閲覧	ECサイトへの遷移											
ユーザーフェーズ	未検索	コンテンツへの興味関心	さらなる興味関心の促進	ニーズにマッチ	アカウントへの興味関心	さらなる興味関心の促進	ニーズにマッチ	関係性向上	CVへの興味関心	さらなる興味関心の促進	ニーズにマッチ											
ユーザー感情	暇だからインスタ(発見タブ)見よう	あ、こここのアカウントの洋服、可愛いのがいっぱいあるな〜	ただ商品紹介するだけじゃなくて特徴に合わせた洋服選びのポイントまで紹介してる、！！	私の体型に合うワンピースの選び方が載ってる！！保存して参考にしよう	デートのヘアメイクや結婚式のマナーまで紹介してるんだ！参考にできるな	このヘアメイク今度やってみよう コーディネートも参考にしようかな？ タメになる情報ばかりだな〜	このアカウントは商品も魅力的だし、タメになる情報も豊富だから、これからは見たい！	新作いろいろ入荷したんだ！自分の体型に合うか気になるから特集検索してもらえないかDMでリクエストしてみよう！	週末のデートで着ていく服、何がいいのかわからない！このリクエストした特集で自分にぴったりの商品を紹介してる！	手持ちアイテムとのコーディネートポイントまで記事されてる！いろんなシーンで活用しよう！もっと詳しく知りたい！	-											
WHAT	-	検索の手引きが参考で目に留まる	検索に訴求力の高い文章入れ、商品紹介+αの情報記事、商品の詳細なデータ記事	送られてこない情報量	プロフィールへの訴求 →タグや検索結果作成	・プロフィール文章でコンテンツの訴求 ・アカウント全体での統一感 ・オムニチャネルの活用 運用戦略	・保存のしやすさの改善 ・フィード検索シェアボタン ・定期的に商品BOXを掲載	・ストーリーで定期的に商品の訴求	・商品の訴求ハイト記事													
目標	カスタマージャーニーマップの作成 コンセプト/コンテンツ内容/運用準備			フィードバックが返ってくる毎週の定期的な報告(アクション/インフルエンサー/マーケティング/キャンペーン)								WHATを元にした運用目的達成の施策 (ハイト/検索結果/インスタライブ/DM施策等)										
	プロフ作成	固定キャプション作成	ハッシュタグ選定	コンテンツ決定	キャンペーンでの募集数	フォロー周りの募集数	ハッシュタグからの流入増加	保存率1%	発見タブへの掲載	保存率1.5%	プロフ掲載率2%	フォロー転換率2%	自然流入でのフォロー増加	CV率取り戻し率	ハイト掲載回数	検索結果作成	ストーリー掲載率15%	ストーリー掲載率15%	インスタライブ	インスタライブ掲載回数10%	DM施策	
	✓	✓	✓	✓	□	✓	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	
運用期間(目安)	0ヶ月			1ヶ月		2ヶ月		3ヶ月			4ヶ月			5ヶ月			6ヶ月					
施策	・プロジェクトシートを用いた運用スケジュールの考案 ・プロフィール/固定キャプション/ハッシュタグの見直し ・潜在顧客向け検索コンテンツ考案 ・アクション方法+アクション先の選定			・いいねアクションによるエンゲージメント向上 ・リーチ/フォロワーの獲得 ・週3投稿以上(18時〜21時帯) ・リーチや検索のエンゲージメントが高い時間帯を分析する ・アカウント全体の統一感を高める ・ハイトコンテンツ通知 ・人気商品/OSA ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・検索結果の作成		・いいねアクションによるエンゲージメント向上 ・リーチ/フォロワーの獲得 ・週20投稿以上(18時〜21時帯) ・リーチや検索のエンゲージメントが高い時間帯を分析する ・各月ごとの検索に合わせた掲載検索 ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り/DM施策 ・インスタライブ ・CV誘導用の施策 ↳イベント等		・いいねアクションによるエンゲージメント向上 ・リーチ/フォロワーの獲得 ・週20投稿以上(18時〜21時帯) ・各月ごとの検索に合わせた掲載検索 ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り/DM施策 ・インスタライブ ・購入ユーザーと協力したアカウント作り ↳検索条件の提供やタグ付検索等 ・CV誘導用の施策 ↳イベント等			・いいねアクションによるリーチ/フォロワー獲得 ・週20投稿以上(18時〜21時帯) ・各月ごとの検索に合わせた掲載検索 ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り/DM施策 ・購入ユーザーと協力したアカウント作り ↳検索条件の提供やタグ付検索等 ・フォトコンテストの開催 ↳タグ付検索を導くための施策			・いいねアクションによるエンゲージメント向上 ・リーチ/フォロワーの獲得 ・週20投稿以上(18時〜21時帯) ・各月ごとの検索に合わせた掲載検索 ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り/DM施策 ・インスタライブ ・購入ユーザーと協力したアカウント作り ↳検索条件の提供やタグ付検索等 ・CV誘導用の施策 ↳イベント等			・いいねアクションによるエンゲージメント向上 ・リーチ/フォロワーの獲得 ・週20投稿以上(18時〜21時帯) ・各月ごとの検索に合わせた掲載検索 ・潜在顧客向け検索の作成 ↳DM施策 ・ユーザーとのコミュニケーション通知 ↳ストーリー施策/コメント周り/DM施策 ・購入ユーザーと協力したアカウント作り ↳検索条件の提供やタグ付検索等 ・フォトコンテストの開催 ↳タグ付検索を導くための施策					



サービス料金



サービスメニュー

<投稿代行>

フィード投稿：Premium／テンプレート
リール動画：30秒以下／30秒以上60秒以下

■ 初期

- ・ヒアリングMTG
- ・市場調査／競合他社分析
- ・コンセプト設計／運用戦略設計
- ・プロフィール設計
- ・ハッシュタグ分析
- ・固定キャプション作成
- ・コンセプト設計／運用プランのご提案
- ・Kasicas連携

■ 毎月のサポート

- ・ディレクション
- ・投稿草案の提出
- ・ディレクションシートの提出
- ・投稿作成
- ・修正
- ・投稿
- ・ストーリーズ／ハイトライトレクチャー
- ・広告運用
- ・分析
- ・レポート作成
- ・定例MTG

<サポートコンサルティング>

■ 初期

- ・ヒアリングMTG
- ・市場調査／競合他社分析
- ・コンセプト設計／運用戦略設計
- ・プロフィール設計
- ・ハッシュタグ分析
- ・固定キャプション作成
- ・コンセプト設計／運用プランのご提案
- ・Kasicas連携

■ 毎月のサポート

- ・ディレクション
- ・投稿草案の提出
- ・投稿内容のチェック
- ・ストーリーズレクチャー
- ・ハイトライトレクチャー
- ・広告出稿レクチャー
- ・分析
- ・レポート作成
- ・定例MTG

※導入されるプランによっては、上記の一部を含まない場合がございます。

フィード投稿 Premium投稿代行とテンプレート投稿代行の違い

■Premium投稿代行



フィード投稿におけるPremium投稿代行は、1つ1つの投稿デザインを自由に作成することができます。

主にillustratorやPhotoshopを使い、よりデザイン性や企画性の高い投稿を作成することができます。

■テンプレート投稿代行

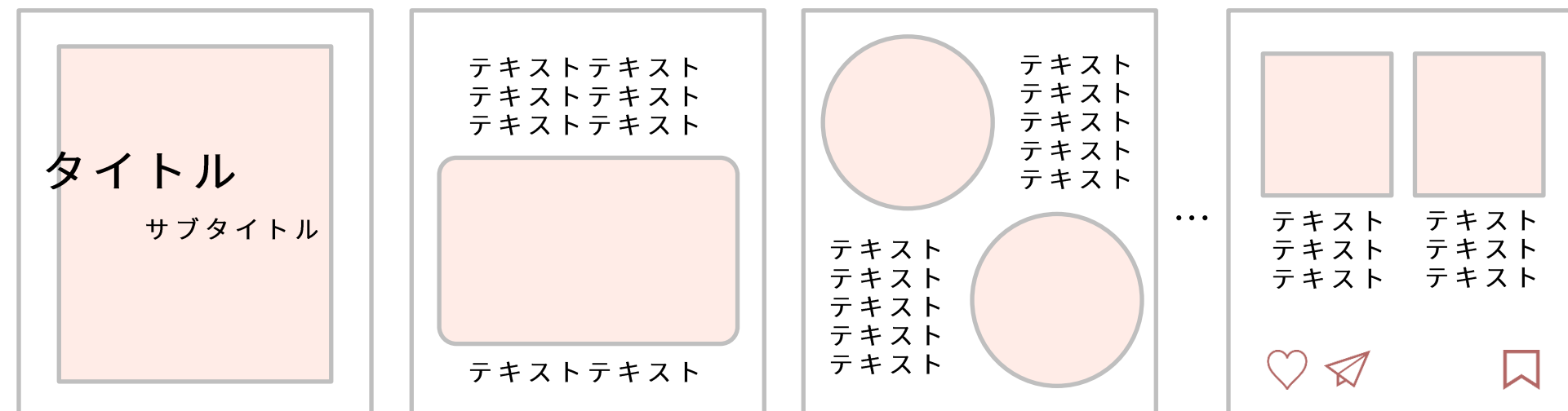


フィード投稿におけるテンプレート投稿代行は、投稿のジャンル毎にテンプレート（ベース）を作成し、そちらを使って今後の投稿を作成していきます。

写真位置や文字の位置などを事前に決めたテンプレートを作成しておくことで、よりスピーディーに投稿の作成が可能です。
また作成したテンプレートは都度共有することも可能のため、お客様側でもあまり工数をかけず、投稿を作成することが可能になります。

主にキャンバを使い、作成していきます。

例)



サービス料金 1

初期費用：5万円（税別）	
詳細	
ヒアリングMTG	ハッシュタグ分析
市場調査／競合他社分析	固定キャプション作成
コンセプト設計／運用戦略設計	コンセプト設計／運用プランのご提案
プロフィール設計	K a s i c a s 連携

月額利用料：5万円（税別）～	
詳細	
ディレクション	投稿作成
投稿草案の提出	ストーリーズ／ハイライトレクチャー
ディレクションシートの提出	広告運用
フィード制作（Premium／テンプレート）	投稿・アカウント分析
リール制作（～30秒／30秒～60秒）	投稿・アカウント分析レクチャー
ストーリーズ制作	レポート作成
修正対応	定例MTG

- フィードテンプレート投稿代行：2万円
- フィードPremium投稿代行：3万円
- リール動画（～30秒）：3万円
- リール動画（30秒～60秒）：4万円
- ストーリーズ：2，000円
- サポートコンサルティング：5万円～

※プランによってサービス内容や月額料金が異なります。
※3か月からのご利用とさせていただきます。

サービス料金 2

K a s i c a sのみ	
初期費用	1万円（税別）
通常機能	月額：1万円（税別）
チャットボット／キャンペーン管理機能	月額：1万円（税別）

アクション代行のみ	
初期費用	1万円（税別）
月額費用	2万円（税別）

撮影	
撮影費用	5万円（税別）～／日
交通費	都度お見積り

※チャットボット／キャンペーンのbot構築については、別途お見積りとなります。

※3か月からのご利用とさせていただきます。

■IT導入補助金の申請サポート費用 サポート企業：株式会社アクセルパートナーズ

- ・ 申請サポート
 - ・ 実績報告
 - ・ 経過報告（年に1度×3回）

15万円（税別）

※採択された場合のみ発生します。

※採択後の本サービス導入のキャンセルの場合は、10万円（税別）となります。



IT導入補助金の対象サービスに認定



IT導入補助金対象サービスに認定

1

Kasicas
価格：3,000,000円 事業者：株式会社original
所在地：東京都品川区
ITツールプロセス
顧客対応・販売支援

**IT導入補助金2025**
サービス等生産性向上IT導入支援事業

株式会社original

株式会社originalは、主にSNSを中心としたサービスを展開しており、実績や情報分析を基に、流行やトレンドを意識したコンテンツ制作や広告、アカウント運用等を行っております。「オリジナル」且つ「効果」を追及したサービスを提供し、お客様のニーズを第一に考え、お客様の満足を目指す企業を目指しています。そのために、変化する時代や流行にアンテナを張り、社員一人ひとりがお客様の視点に立って考え、行動することで、お客様にとって最高の結果を実現しています。何をするかと共に、どのように行うかの行動も大切だと考えており、「信頼」「信用」を築き上げ、お客様に安心してご利用いただけるサービスを提供していきます。数多くのお客様にご利用いただき、その実績には自信を持っております。お気軽にお問い合わせください。

ハードウェア販売予定	なし
営業所	東京都
本店所在地	東京都品川区東五反田1-11-7三ツ星ビル1号館5F-B
お問い合わせ電話番号	0364557955
お問い合わせメールアドレス	moriki.y@original-inc.com
会社URL	https://original-inc.com/

分析ツール「Kasicas」がIT導入補助金の対象サービスとなり、業界初となる、IT導入補助金と合わせた運用サポートが可能となりました。

<申請条件>

- ①決算もしくは確定申告を一回以上実施されている法人または個人事業主
- ②直近1年以内に同じ制度を活用していない方

※風営法の届出が必要な業種を運営している企業様の申請は不可となります。

導入には審査がございますが、採択されるよう交付申請から交付決定後の報告まで専用チームが全てサポート致します。

IT導入補助金 直近の申請スケジュール

<https://it-shien.smrj.go.jp/schedule/>



交付申請期間

募集期間

2025年3月31日（月）受付開始～（予定）

－ 通常枠

－ 1次締切分

締切日

2025年5月12日（月）（予定）

交付決定日

2025年6月18日（水）（予定）

事業実施期間

交付決定～2025年12月26日（金）17:00（予定）

事業実績報告期限

2025年12月26日（金）（予定）



貴社専用プランのご提案

アカウントの目的や運用に関する課題、
ご予算等をヒアリングさせていただき、
貴社専用プランを複数作成いたします。





サービススタートまでの流れ



運用プランのご提案からサービス導入までの流れ（通常）



運用プランのご提案からサービス導入までの流れ（IT導入補助金活用時）



※IT導入補助金の申請から採択後の実績報告、経過報告のサポートは、株式会社アクセルパートナーズ社が行います。

ご覧いただき
ありがとうございました

会社名 ——— 株式会社original

代表 ——— 森木 陽輔

所在地 ——— 東京都品川区東五反田1-11-7 三ツ星ビル1号館5F-B

お問い合わせ先

電話番号 ——— 03-6455-7955（平日10時～18時）

メール ——— support@original-inc.com

サービスサイト ——— <https://instagram.sns-pro.info/>

