

Instagramにおける「保存」の価値



アルゴリズム：見返す価値の証明

「保存数」が多い＝有益なコンテンツとAIが判断し、発見タブでの長期露出に直結します



狙い方：ストック型情報の発信

フロー（一過性）ではなく、後で参照したくなる「手順・ノウハウ・まとめ」を中心に構成します



KPI観点：保存率と遷移率を重視

単なる再生数やいいね数よりも、「保存率」と「プロフィールへの遷移率」を指標とします

保存されるコンテンツの特徴

「あとで見返す」を作る4つの型



ノウハウ・手順

「見ながら実践する」ためのガイド。料理、DIY、設定方法など、手順が明確なものは保存必須。



まとめ・比較

「〇〇選」「徹底比較」など、情報を整理して時短価値を提供。3～5個の要点をカード化すると効果的。



チェックリスト

「投稿前チェック」「持ち物リスト」など、行動の直前に確認するためのツールとして機能。



テンプレート配布

そのまま真似して使える「型」や「素材」の提供。スクショして使う前提の画像なども含む。

保存率を高める重要要素



「再現性」を担保する

材料、分量、所要時間、設定数値などを具体的に明記。「適量」「いい感じに」などの曖昧さはNG。



ストック価値（未来の需要）

「今すぐ」ではなく「いつか必要になる」情報（旅行先リスト、トラブル対応法）は保存の動機が強い。



保存＝「見返す価値あり」という最高の評価です。エンタメ（消費）だけでなく、ユーティリティ（実用）を目指しましょう。

プロフィールグリッドの統一感

× NG

雑多で素人感…



色味がバラバラ

視覚的なノイズが多く、世界観が伝わらない



フォントの不統一

投稿ごとに書体が違うと読みづらく、覚えられない



情報量過多なサムネ

文字が多すぎて圧迫感があり、クリックされない

✓ OK

プロ感と信頼感！



トンマナの統一

色・フォント・余白のルールを厳格に決める



カテゴリ分け・表紙

続き物やジャンルごとにデザインを変えて整理



一覧性の向上

過去投稿も見られやすくなり、**フォロー率UP**

POINT

グリッド（投稿一覧）は「お店の陳列棚」。整えるだけで**フォロー率**が劇的に変わります。



カバー画像（表紙）の作成

クリックされる必須4要素

H

タイトル＋ベネフィット

単なる題名ではなく「見るとどうなるか」を含めます。視聴者の利益を一瞬で提示します。



ビジュアルの焦点

メインとなる写真や人物を大きく配置。視線の行き先を一つに絞り、迷わせないようにします。



デザインの引き算

色は3色以内、強調色は1色に限定。十分な余白を確保し、プロっぽさと視認性を両立します。



文字数は12字前後

スマホ画面では小さな文字は読まれません。太めのゴシック体で、短く端的に表現します。

効率的な運用戦略



テンプレを1～2種に固定

毎回ゼロから作らず、文字と写真を入れ替えるだけの「型」を作ります。量産体制を整えましょう。



グリッドの統一感を維持

プロフィール画面で並んだ時の見栄えを意識。トン＆マナーを守ることによってファン化を促進します。



表紙の役割は「中身の説明」ではなく「クリックさせること」です。少しの煽りや意外性も効果的です。