

# 1投稿で保存数「約10,000件」を叩き出す コンテンツの生み出し方を大公開

LIXIL住宅研究所 アイフルホーム × エンファム

## はじめに

- ・録音録画はご遠慮ください
- ・みなさんの画面は一切表示されないので気兼ねなく御覧ください
- ・セミナー後半にQ&Aタイムがあります。随時質問はお寄せください
- ・セミナー終了後アンケートのご協力をぜひお願いします

## アジェンダ

- 1) スピーカー紹介
- 2) LIXIL住宅研究所 アイフルホーム様について
- 3) アイフルホーム様のInstagram戦略
- 4) アイフルホーム公式のコンテンツが伸びる理由
- 5) アイフルホーム公式の軌跡
- 6) アイフルホーム様に質問
- 7) Q&A



LIXIL住宅研究所 アイフルホーム  
マーケティング部 大倉氏



株式会社エンファム.  
取締役CMO 鄭泰玉

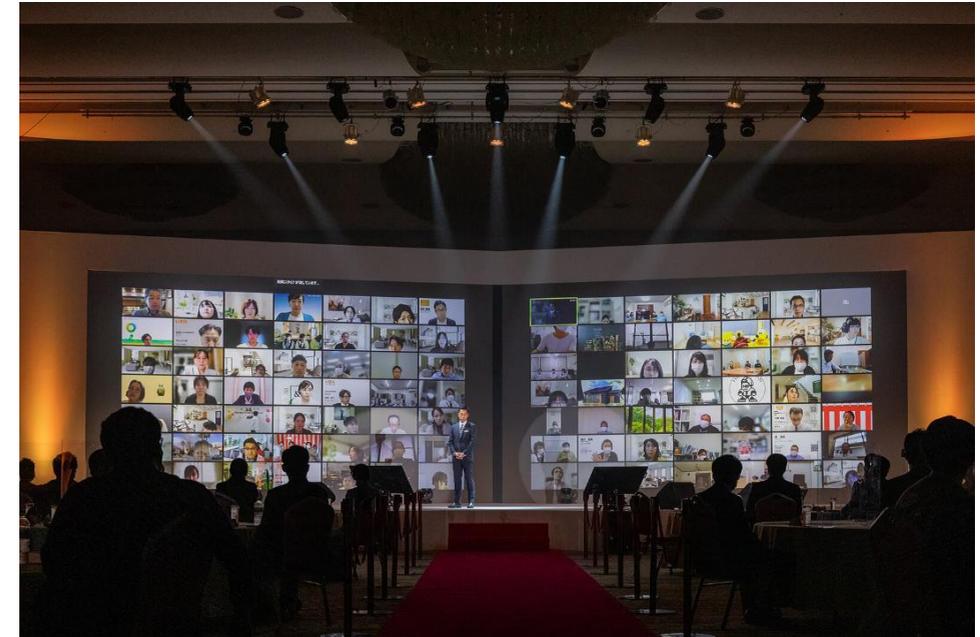
# LIXIL住宅研究所 アイフルホーム様について

---

# LIXIL住宅研究所について

新築事業を起点に「住宅」そのものを領域とする、  
LIXILにおける中核事業を展開する

- **本最** □ **規模の住宅フランチャイズ企業**です。
- 全国の加盟店がお客様に選ばれる家づくり・店舗づくりができるよう、
- **厚く、そして細かいサポート**に取り組み、  
お客様、地域、社会への貢献に努めています。



# アイフルホーム

## より良い家を、より多くの人に、より合理的に

お客様にとって、理想のマイホームを実現するため、アイフルホームでは1984年に業界初となるFC(フランチャイズ)システムを導入しました。優れた商品力・開発力を持つハウスメーカー、きめ細やかな対応力が魅力の工務店、両方のメリットを活かすことで、よい住まいを最適な価格で提供することが可能です。

アイフルホームは、「キッズデザイン」の考え方をベースに、時代の流れやライフスタイルの変化を踏まえ、お客様にとって「より良い家」を追求する、それがアイフルホームの考える家づくりです。



子育て家族の困りごと調査



ママアンバサダーと共同研究

アイフルホームは子育て家族に  
寄り添った家づくりを追求しています





# アイフルホームのインスタグラム戦略

---

# アイフルホーム公式 (@eyefulhome\_official)



**フィード投稿**

**30投稿/月**

**インプレッション**

**10,781,967/月**※1

**エンゲージメント数**

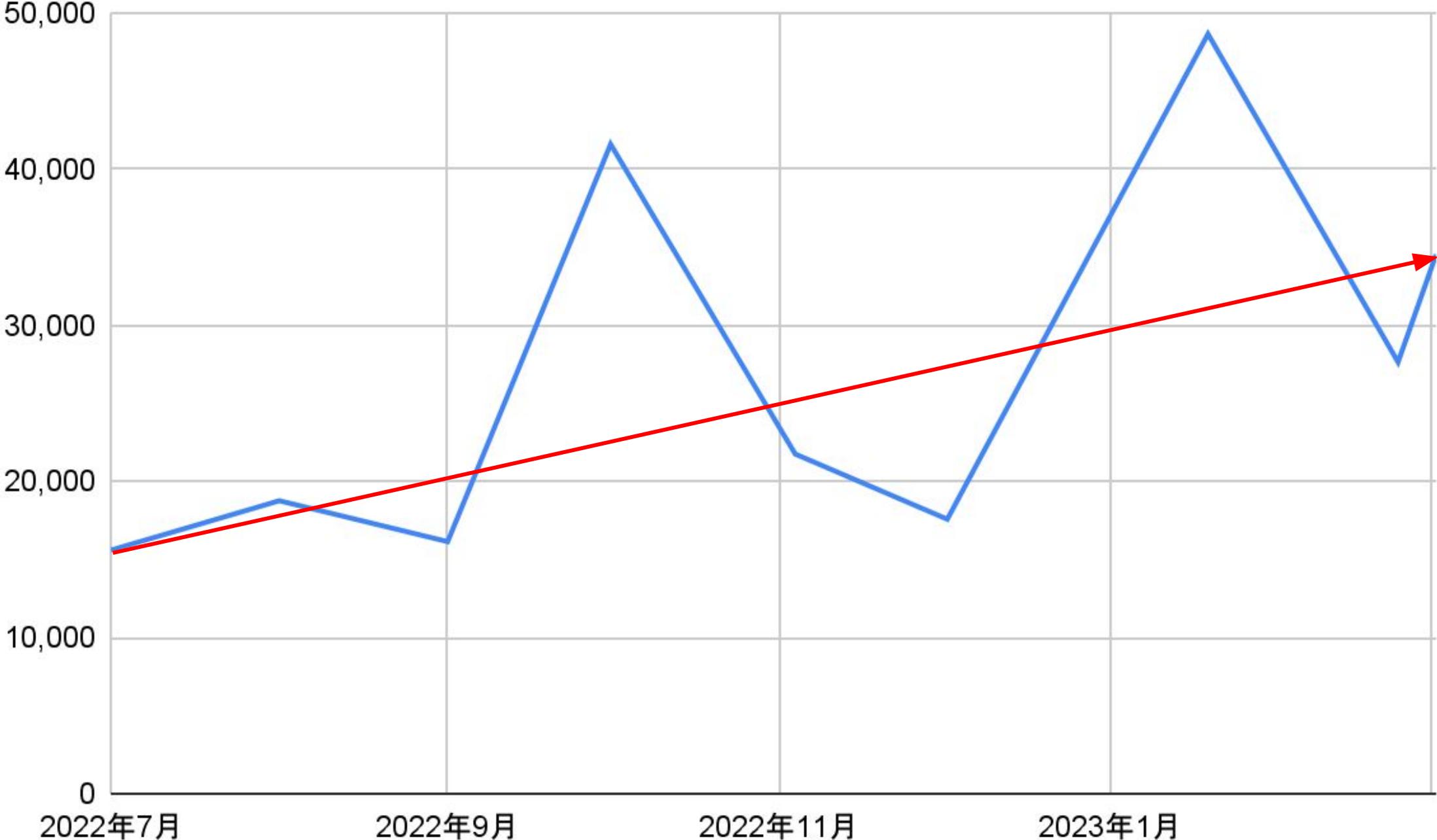
**50,846/月**※1

**フォロワー数**

**6.4万人**※2

※1 2023年2月14日~3月15日時点の数字です  
 ※2 2023年4月時点の数字です

# エンゲージメントが右肩上がりで上がり続けている





12,540



11,923



9,169



9,127

# アイフルホーム公式のコンテンツが伸びる理由

---

# コンテンツをシリーズ化してブラッシュアップ



家づくりお役立ち情報



ママ目線ルームツアー



まとめ特集



子ども目線のルームツアー



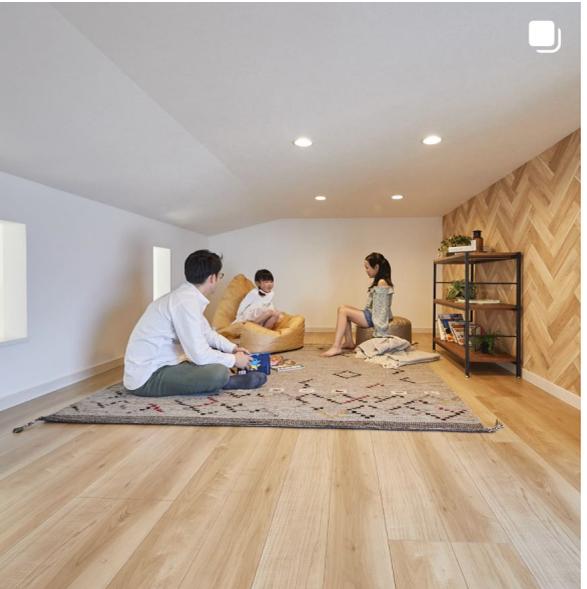
子育て×家づくり



子育て×家事



アイフルホームの家づくり



映像画像

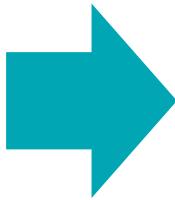
# デザイン&サブコピーのバリエーション



# 人気素材を「表紙」にしたコンテンツ



ENG数 554



ENG数 4,163

# 「人気素材」を様々な切り口で再利用



# 「人気カテゴリ」を多くコンテンツ化



# 改善を繰り返して、数字を伸ばしていく

間取り付



ENG数 1,300

表紙付き&特集



ENG数 1,627



ENG数 11,930

# アイフルホーム公式の軌跡

---

## エンファムが入る前

2年間同じ素材を  
使って運用



## エンファム 1年目

素材をクリエイティブ  
して数字を伸ばす



## エンファム 2年目

商品部と  
共同で素材を生み出す



# エンファムが入る前

## エンファムが入る前

2年間同じ素材を  
使って運用



## エンファム 1年目

素材をクリエイティブ  
して数字を伸ばす



## エンファム 2年目

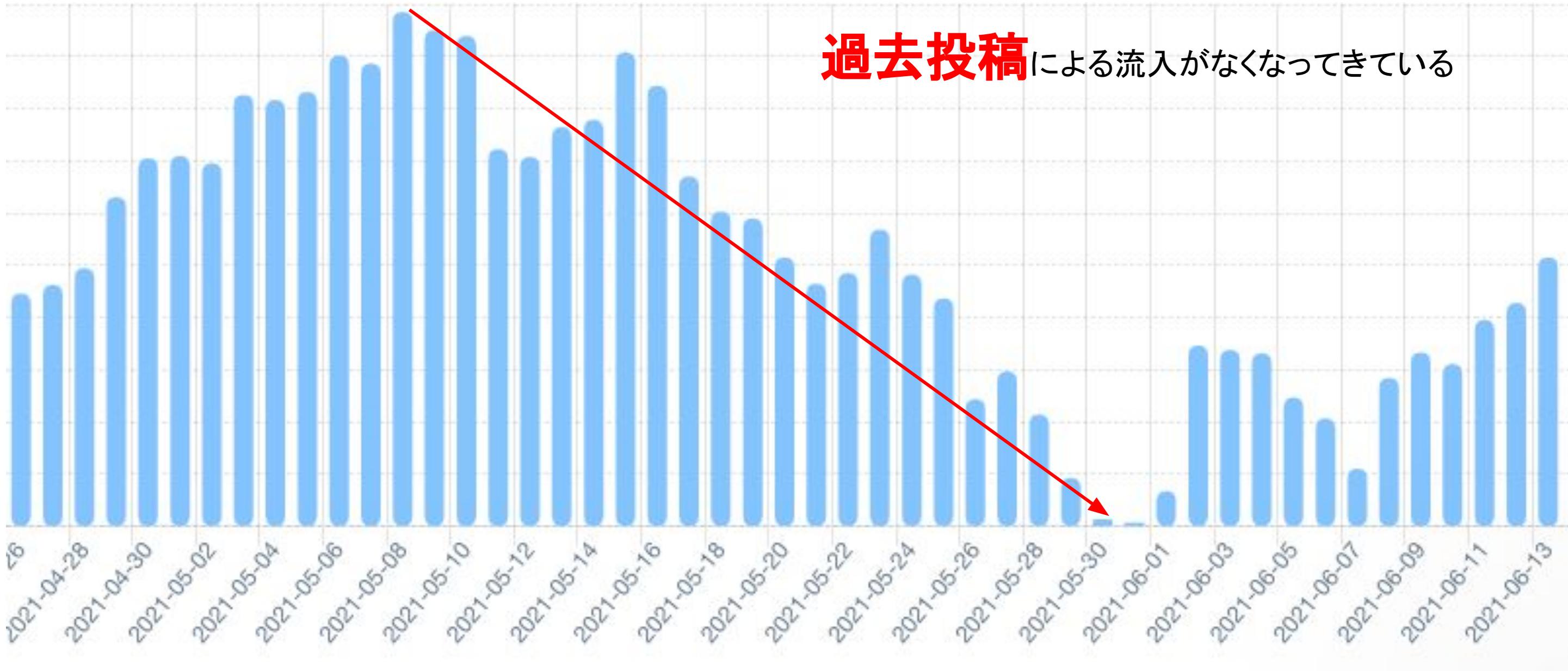
商品部と  
共同で素材を生み出す



# エンファムが入る前のアカウント状況

5/8をピークに**リーチ数**が減少し続けている

**過去投稿**による流入がなくなってきている



2021年5月に  
原因を調査



## 投稿素材の飽き

同じ素材を投稿し続けていた



2019.09 保存数3547  
2019.12 保存数409  
2021.06 保存数186



2019.07 保存数1253  
2019.12 保存数461  
2021.04 保存数185



2019.08 保存数2209  
2019.12 保存数1200  
2021.02 保存数163

## 直近のバズり減少

2年間の保存数ランキング

- 1位 2019年9月2日
- 2位 2019年8月9日
- 3位 2019年9月3日
- 4位 2019年9月13日
- 5位 2019年9月20日
- 6位 2019年9月9日
- 7位 2019年7月2日
- 8位 2019年9月17日
- 9位 2019年7月1日
- 10位 2019年12月9日

## エンファムが入る前

2年間同じ素材を  
使って運用



## エンファム 1年目

素材をクリエイティブ  
して数字を伸ばす



## エンファム 2年目

商品部と  
共同で素材を生み出す



# コンテンツ制作を開始



特集コンテンツ



画像ルームツアー



加盟店リポート

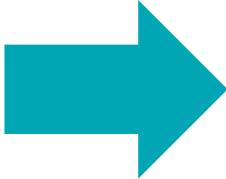


オリジナルリール

「人気がある投稿」は繰り返しても高いニーズを作ることができる



ENG数 5,024  
4位 / 452中  
2021-12-30



ENG数 4,186  
6位 / 452中  
2022-3-16

# 「平屋」が伸びやすい



ENG数 9,122  
1位 / 452中



ENG数 5,024  
4位 / 452中



ENG数 4,054  
7位 / 452中

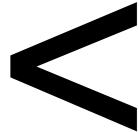


ENG数 3,843  
11位 / 452中

「間取り付」「動画挿入」が伸びやすい

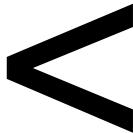


ENG数 4,054  
7位 / 452中  
2021-11-29



ENG数 9,122  
1位 / 452中  
2022-02-25

# 生活者の様子が見える素材は数字が伸びる



ENG数 4,842  
5位 / 452中  
2021-10-09

ENG数 5,774  
2位 / 452中  
2022-02-14

綺麗に整理されすぎたクリエイティブは伸びにくい



ENG数 225  
435位 / 452中



ENG数 232  
434位 / 452中



ENG数 292  
421位 / 452中

# 「ヒットシリーズ」や「嬉しい発見」が生まれる



いいね **1,876**  
保存 **1730**  
コメント **18**



いいね **1,012**  
保存 **1,949**



保存 **386**  
コメント **11**

## エンファムが入る前

2年間同じ素材を  
使って運用



## エンファム 1年目

素材をクリエイティブ  
して数字を伸ばす



## エンファム 2年目

商品部と  
共同で素材を生み出す



## 2年目に意識していきたかったこと

---

もっとアイフルホームの  
魅力を伝えていこう

子育て世帯への  
ブランディングを  
強めていこう

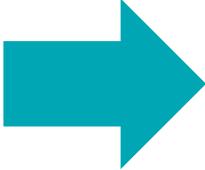
新しい素材を  
生み出していこう

# アイフルホームの紹介コンテンツを積極的に発信





# 子育て中の家族に向けたブランディングの強化



今まで培った「知見」と新しい「目的」を合わせたコンテンツ



ENG数 4,531

「間取り付」「動画挿入」「平屋」

×

子育てブランディング

×

新素材

×

アイフルホームの紹介

1年目の知見をもとにして、2年目でも順調に数字を伸ばす

---

1年目 TOP5合計ENG数

ENG数 30,213

2年目 TOP5合計ENG数

ENG数 47,712

# アイフルホーム様に質問

---

**Instagramの目的は？**

**現在の社内体制は？**

**エンファムチームとの  
役割分担は？**

**商品部が加わって  
変わったことは？**

**これまでの施策で一番  
嬉しかったことは？**

**今後に向けた課題は？**

# Q&A

---