

炎上リスクが少ないSNSを企業で運用したい方へ

---

# たった3段階の無理をしない ピンタレストの伸ばし方

コンテンツで、伝える。

**FUNGRY**

Pinterestを始めたい



炎上リスクを避けたい



自分達で運用したい



主に、**Pinterest** を活用した新たな集客チャネルの構築方法を解説しています。  
SNS運用を自社でやりたいけど、そのノウハウが無くてコストをかけて専門家に任せる場合もありますが、Pinterestは**無理をしなくても伸ばすことができ**、新たな集客チャネルとして活用できます。

## 弊社が運用しているピンタレストの2020年9月～2021年4月：アナリティクスデータ

インプレッション数 ▼ +      メトリックを選択 分類なし ▼



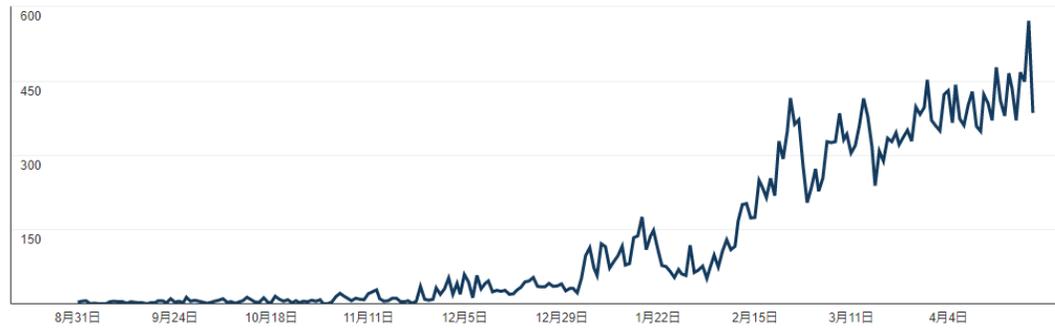
インプレッション数

ピンクリック数 ▼ +      メトリックを選択 分類なし ▼



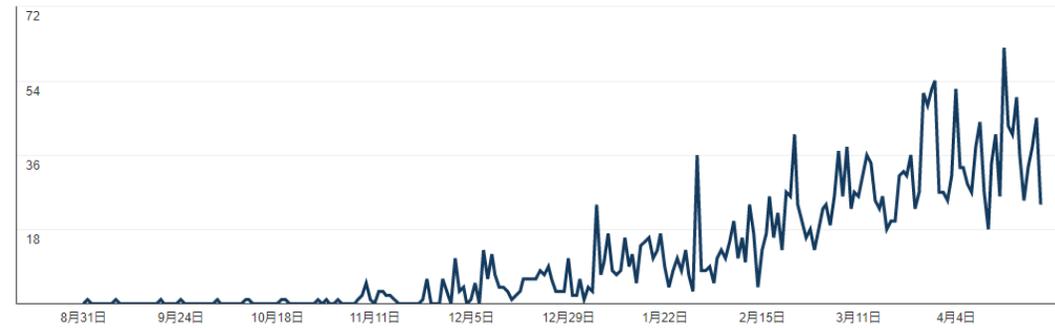
ピンクリック数

エンゲージメント数 ▼ +      メトリックを選択 分類なし ▼



エンゲージメント数

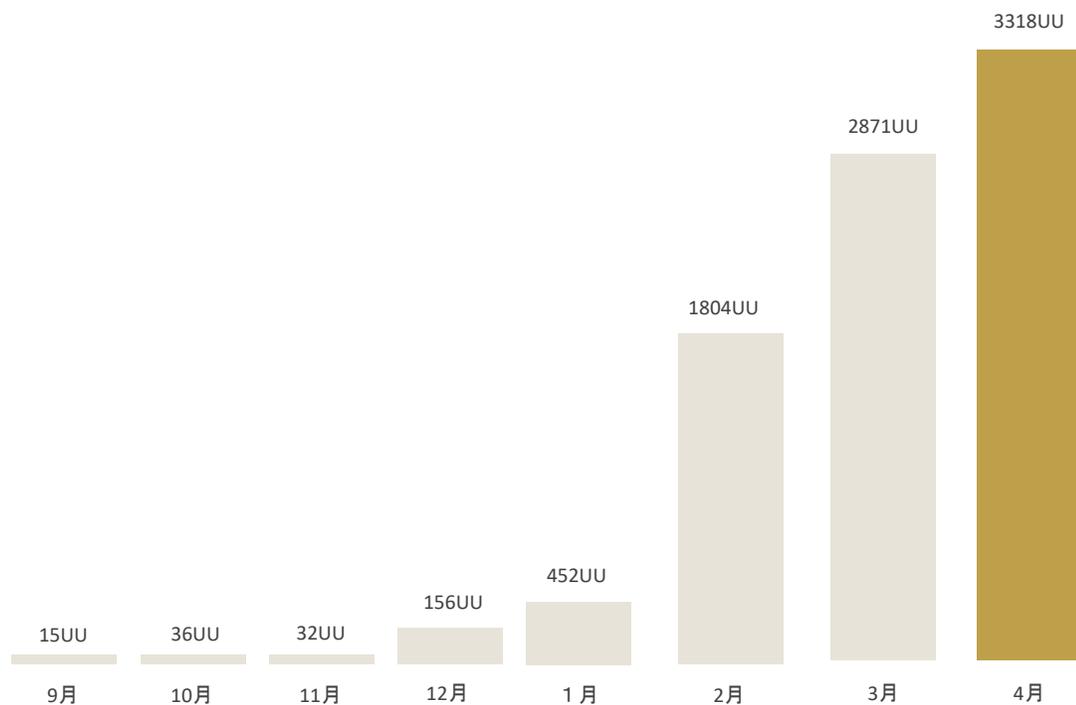
保存数 ▼ +      メトリックを選択 分類なし ▼



保存数

※ ピンタレストのアナリティクス画面のキャプチャ

## Pinterestのみの月間獲得UU（ユニークユーザー）



無理をしない運用でも

# 221倍

UUは2020年9月～2021年4月：Googleアナリティクスから抽出  
9月に運用開始

---

# Pinterestとは？

Pinterest



Pinterest（Pinterest）とは、日々の発見やアイデアを集められる画像検索ツールです。無料で利用ができ、2020年7月31日時点で4億人以上の利用ユーザーがいます。

# 一番の違いは「ミッション」

	Twitter	Facebook	Instagram	Tik Tok	Pinterest
ミッション(簡略版)	共有	つながる	近づける	創造性	発見
アカウント名	匿名可	実名	匿名可	匿名可	匿名可
メイン投稿	テキスト	テキスト・画像	画像	動画	画像
いいね機能	あり	あり	あり	あり	△
広告機能	あり	あり	あり	あり	あり

## ピンタレストの独自用語

ピン : 投稿した内容

リピン : 他人のピンを引用投稿すること

## ✓ 運用に時間がかからず気軽に行える

自ら投稿しなくても、他人が投稿した「ピン」を引用する形の「リピン」として投稿できるため、手軽に運用が行えます。

## ✓ 炎上のリスクが低い

他SNSのような文字ではなく画像主体の共有ツールであり、使われ方としても新たな発見を促すために活用されるため炎上するような機会は少ない。

## ✓ 資産になりやすい

一度投稿した「ピン」が継続的に表示されやすく、他ユーザーさんに「保存」されたピンがあれば、さらに表示される機会が増えてバイラル的に増えていく。その他にも被リンク効果や検索にも表示がされるため資産として貯めていける。

---

# 無理をしないピンタレストとは？

Pinterest

SNSを始めると、誰かにネガティブな発言を浴びせられたり、  
間違った解釈でどんどん広まってしまう場合もあり、  
炎上リスクを考えて慎重な運用になる場合が多いですね。

また、一日何十投稿もしたり、いいねやフォローを付けまわったりと運用も大変で、  
担当者にとっては楽しい反面、ストレスも多いのではないかと思います。

しかし、ピンタレストはそのような煩わしいことがほとんどなく、  
運用担当者が無理をしなくても、ユーザーさんから求められる「ピン」を増やしていけば、  
継続的に効果を発揮してくれるだけでなく会社の資産にもなり、  
**無理をしなくても楽しみながら運用できます。**

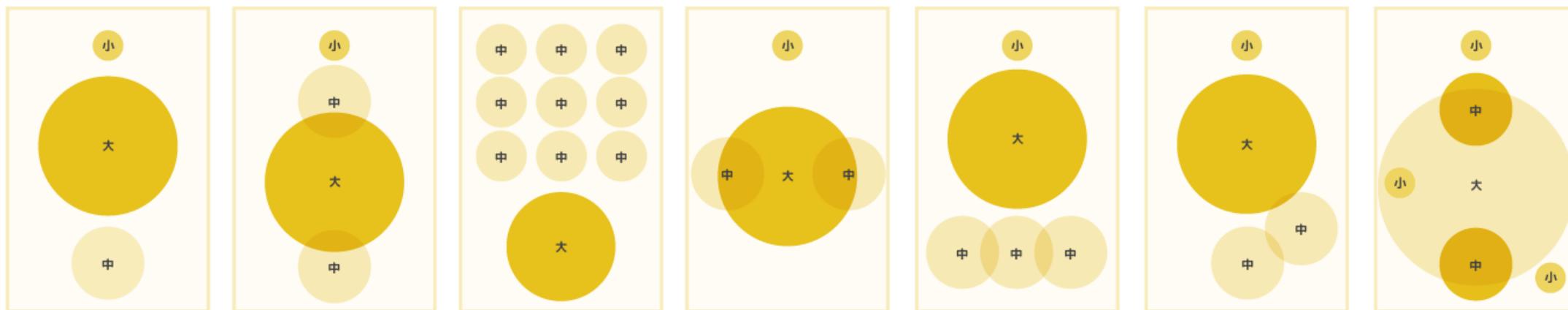
ピンタレストは、企業が待ち望んでいたSNSの形かもしれません。



# フェーズ1：たくさんのピンを試す

一番始めに行うことは、どんなピンが求められるのか、または人気なのか、色々試してもらうことです。

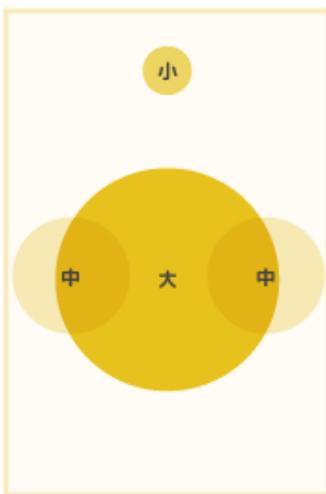
例えば下記のように、ピン内のバランスを変えて試してみる。



テーマ関係なく人気を得られるピンもありますが、ターゲット層やテーマが変われば求められるピンも違うので色々試すことが大事です。

# フェーズ1：①デザインによる集客の違い

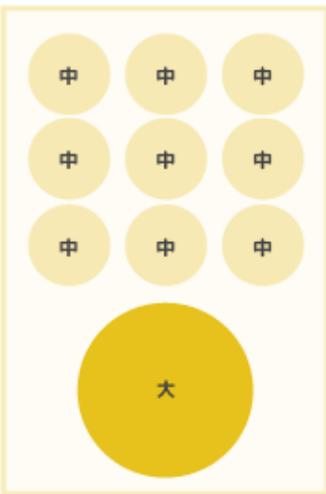
ピンのデザイン・テーマによる成果の違い。



月間インプレッション 76,068

テーマ : ピンタレスト

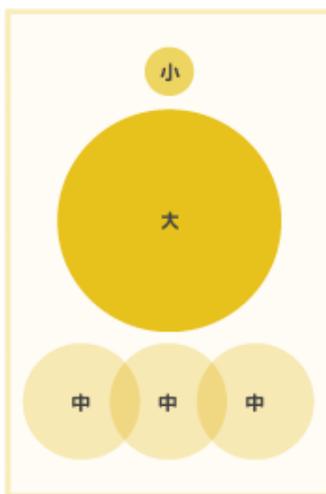
ターゲット : 初心者



月間インプレッション 39,004

テーマ : インスタグラム

ターゲット : 初心者



月間インプレッション 7,455

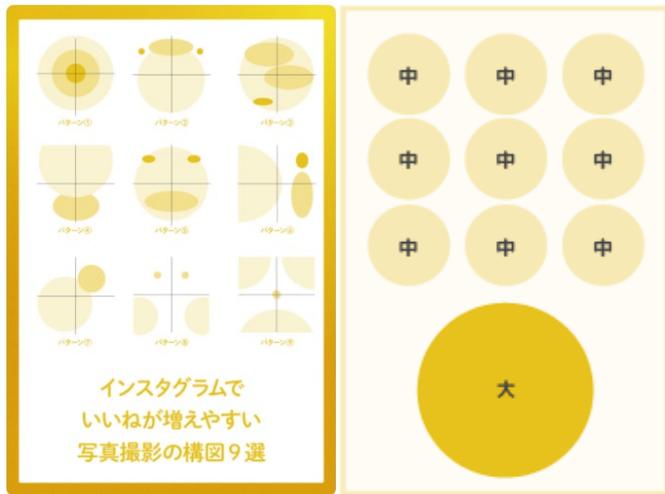
テーマ : 文章

ターゲット : 初心者

※ ピンタレストの月間アナリティクスデータ

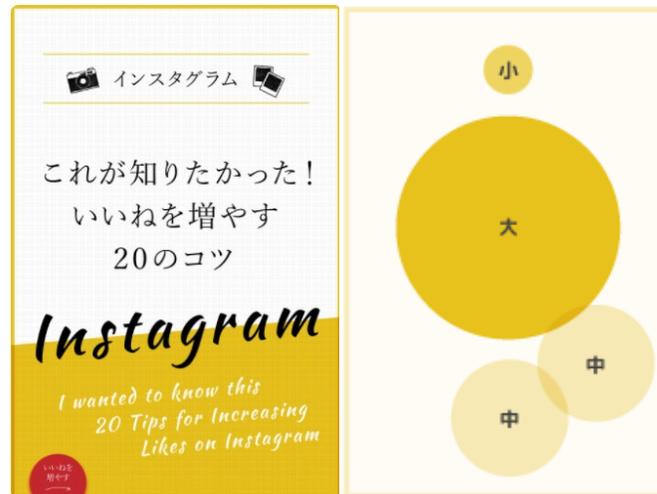
# フェーズ1： ②デザインによる集客の違い

同じ「Instagramのいいね」についてのテーマですが、デザインによって成果が変わってくる。



月間インプレッション

39,004



月間インプレッション

7,869



月間インプレッション

2,128

※ ピンタレストの月間アナリティクスデータ

# フェーズ1：デザインが初めての場合は？

Pinterestに要求されるのは卓越したデザインセンスではなく、  
いかに分かりやすく、求められるピンを作れるか。

無料のデザインソフト（Canvaなど）で十分対応ができ、  
写真があれば写真をピンにするだけでも大丈夫です。

ピン作りに不安があればエンプレスの[Pinterest](#)を参考にして頂くと、  
特別難しいことをしているわけではないことを、知って頂けるはずです。

むしろ無理して運用しないよう、  
簡略化させて毎日1ピンが手軽に作れるようなフォーマットにしているため、  
誰でも作りやすいかと思います。

✓ **テーマが同じでもデザインが変われば成果が変わることを知る**  
要素の配置、言葉の使い方一つでも、結果が変わってくるため、  
テーマが同じだとしても複数のデザインを試みましょう。

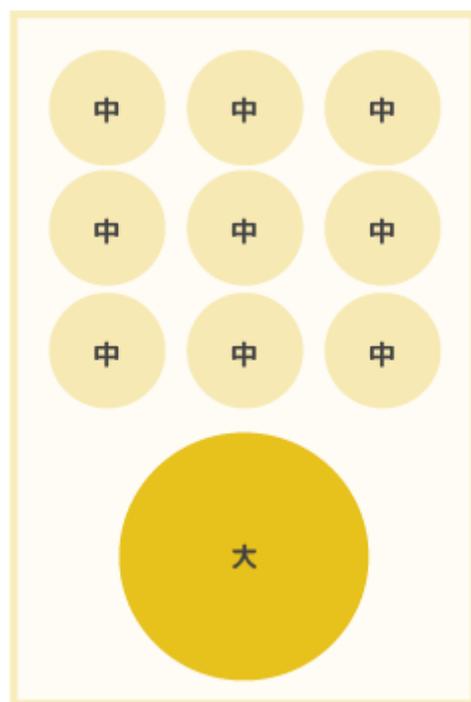
✓ **自由な発想でデザインする**  
他の人が作っているピンを真似してもいいですが、  
状況が違えば結果も変わってくるため、あまり気にせず自由に作っていきましょう。

✓ **フェーズ1では実験期間だと考える**  
とにかく、何が悪くて、何が良いかを知ることが大事なのと、  
倫理観に反する誰かに迷惑をかけるようなデザインでなければ炎上リスクは限りなく低いため、  
どんどん試していきましょう。

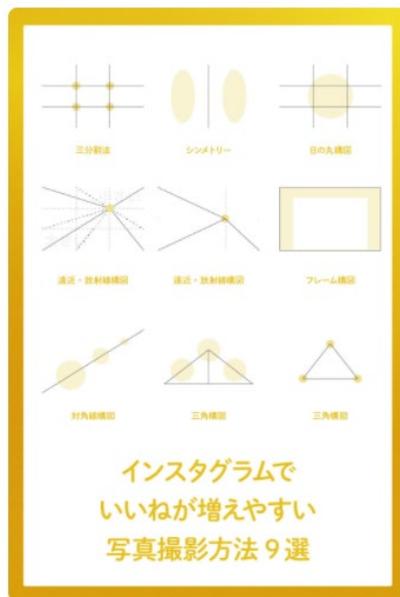
# フェーズ2：成果の高いピンを発見し検証していく

色々試したピンの中で、成果が高いピンがちらほら出てきます。

少し人気が出やすいピンが分かってきたら、その形を増やしてみましょう。



人気が出やすいことを確認



月間インプレッション

17,966



月間インプレッション

36,934



月間インプレッション

21,987

同じように効果の高さを実証できました。

## フェーズ2：成果の高いピンを見極める

成果が出やすいピンを見つけられたら、  
あとはそのピンの特徴を確認していきます。

毎日、何十個も投稿できればいいですが、時間もかかりますし大変。

一つのピンで1万や2万のインプレッションを得ることはできますので、  
ここは無理せず**人気が出やすいピンに絞って一日に1ピン**を投稿する目安で大丈夫。

無理しなくてもピンタレストで集客できる理由としては、  
人気のピンが発見できれば、少ない投稿でも継続的な成果をあげられる部分になります。

そのためフェーズ1の段階で、たくさんのデザインを試してもらう必要があるのです。

## ✓成果が高いピンを発見する

たくさん試した中から人気のピンが出てきますので、  
ピンの「テーマ」に対して、どんなデザインが好評なのかを確認します。

## ✓成果の高いピンを真似てさらに作ってみる

一時的な人気だったのか、またはそのピンのデザインそのものが人気なのか確かめるため、  
成果の高いピンを真似て、さらに色々作って試してみます。

## ✓1ピンが成果を大きく変える

たくさんピンを作ることも大事ですが、  
たった1ピンが数万インプレッションを稼いでくれたり成果に大きく影響するため、  
ピンタレスの運用では人気が出やすいピンを探すことが重要です。

# フェーズ3：成果が出せるピンを繰り返し投稿していく

ピンタレストの特徴として、ピンを投稿してすぐに成果が出てくるわけではなく、しばらく経ってから成果が高まるピンが多いです。

フェーズ1で色々試して、フェーズ2で人気のピンを見極めて、フェーズ3で人気のピンのみを増やしていく。

この流れによって右肩上がりでピンタレストを伸ばしていけますが、何か特別なスキルがなければできないことではなく、スキルは無くても色々試す気持ちさえ持てれば、成果が出しやすい。

SNS初心者、または片手間でも運用しやすいのがピンタレストなので、とっても簡単に始められます。

---

最後に。

contents

# ピンタレストは後から成果が増えていく



2020年9月から新たに始めた弊社ピンタレストからのオウンドメディアへの流入  
※2020年9月~2021年4月まで約一人体制での運用

最初はなかなか成果が出ず不安になりやすいですが、ピンタレストは後から成果が右肩で増えていくため、コツコツと運用を継続してもらうのが成功する唯一の方法。成果が出始めると、ピンタレストからオウンドメディアへの流入数が劇的に増えてくるため、集客施策の一つとして成果を出すことができます。

## 会社概要

コンテンツで、伝える。

# FUNGRY

株式会社ファングリー

[www.fungrgy.co.jp](http://www.fungrgy.co.jp)



商号： 株式会社ファングリー（英文：FUNGRY ,inc.）

所在地： 〒150-0036 東京都渋谷区南平台町15-13 帝都渋谷ビル5F

代表者： 代表取締役 松岡 雄司

設立： 2020年10月1日（親会社からクリエイティブ事業をスピノフしました）

事業内容： コンテンツマーケティング事業・ブランドクリエイティブ事業・メディア運営事業

お問い合わせ： TEL：03-5457-3938（代表） FAX：03-6455-3111

資本金： 20,000,000円

従業員数： 29名（2021年3月時点）

認証： ISO/IEC27001 情報セキュリティマネジメントシステム



顧問税理士： 税理士法人 虎ノ門共同会計事務所

主要取引銀行： 三菱UFJ銀行 三井住友銀行

グループ会社： ブランディングテクノロジー株式会社 株式会社アザナ VIETRY CO., LTD.

株式会社ソーシャルスタジオ

 Branding Technology



※ファングリーはブランディングテクノロジーのグループ会社です。

東証マザーズ上場  
証券コード：7067

## 実績紹介

Webサイト構築

12,429

採用サイト制作

59

オウンドメディア運用

44

記事コンテンツ制作

30,755

動画制作

2,128

総合ブランディング支援

19

【施策一覧】

各種調査・インタビュー / 社内研修 / ブランドコピー開発 / ブランドデザイン開発  
 各種コミュニケーション開発 / ブランドレギュレーション策定 / 発表会・浸透施策支援  
 組織調査 / 人事コンセプト策定 / 人材研修 / ブランドブック制作 / 動画制作  
 パンフレット制作 / ブランドページ構築 / 採用ブランディング施策

# オンライン集客 始めてみませんか？

ユーザーさんに求められるコンテンツが増えれば増えるほど、あなたの会社は競争力を身に付け、競合他社にも負けない売上やブランドを作ることができます。一つでもコンテンツ作りに不安を抱えているのであれば、いつでもお気軽に無料相談を活用して頂けると嬉しいです。

コンテンツ作りの**無料相談**をする>

いつでも無料相談お待ちしております。

24時間受付中

無料のご相談希望の場合は  
「コンテンツ制作の相談がしたい」とお書きください。

