

各 位

2025年8月20日
株式会社インプレス

SNS マーケティングで成果を上げるための 84 の手法が図解で分かる！ 『SNS マーケティング図鑑』を 8 月 20 日（水）に発売

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高橋隆志）は、企業のSNS担当者に向けて、InstagramやTikTok、X（旧Twitter）などで成果を上げるための具体的な手法を見てすぐ分かる図鑑形式で解説した書籍『SNSマーケティング図鑑』を2025年8月20日に発売いたします。



■SNSマーケティングの需要が採用やBtoBにも拡大。多様化するニーズに応える1冊

従来のSNSマーケティングは、BtoCメーカーや小売企業、アパレルブランドなどが認知拡大や集客を目的に実施することが主流でした。しかし、近年では人事担当者がTikTokを新卒採用に活用したり、企業向けサービスのコンサルティング担当者がXで人脈を広げたりなど、採用やBtoBの分野でもSNSマーケティングへの取り組みが進んでいます。

本書では、Instagram、TikTok、X、YouTube、LINEで有効なSNSマーケティングの手法を84個解説しています。それぞれに効果的な業種や実践・外注した場合に必要な予算の目安も紹介しているので、自社に合った手法を見つけられます。また、手法はすべてイラストを交えて図解しているため、視覚的に理解しやすくなっています。

著者は3,000社以上のSNS施策・運用支援実績を持つSNSマーケティング企業である株式会社ライスカレープラスの代表取締役・辻 馨（つじ かおる）氏です。紙面には辻氏をはじめ、同社の担当者による手法を成功に導くためのワンポイントアドバイスや、過去に手掛けた事例も紹介しているので、自社で取り入れるためのヒントやアイデアを得られやすい構成となっています。

■SNSマーケティングはアカウント運用だけじゃない。「自社が今、何をすべきか」が分かる

企業のSNS担当者の中には、「結局、自社では何をすべきなの？」という疑問を抱えながら、なんとなく投稿を続けている人も多いのではないのでしょうか。SNSマーケティングは、日々の投稿のようなアカウント運用だけでなく、インフルエンサーPRやクチコミ、SNS広告といった施策も含まれます。

また、ブランドや商品の認知拡大だけでなく、来店・予約の増加、ファンの育成といった目的に応じて多岐にわたる施策が存在するため、それらの優先順位を付けることが重要です。本書では「アカウント運用」「コンテンツの設計」「キャンペーン」「インフルエンサー施策」「クチコミ」「SNS広告」というように、さまざまなSNSマーケティングの手法を紹介することで、SNS担当者が自社にとって最適な方向性を理解し、意味のある施策を実行できるよう強力にサポートします。

さらに、巻末にはSNS担当者が日々直面する12の悩みを回答した「SNSお悩み相談室」も収録。「投稿は毎日しないと意味がない?」「コメントやDMには、すべて返信したほうがいい?」「アカウントの世界観を統一したほうがいい?」など、現場でよく聞かれる疑問をプロの視点から解決します。

■本書に掲載している手法の例

- ・ SNS マーケティング施策は4つに分類できる
- ・ バズとフォロワーの関係は? 投稿はどう拡がるのか?
- ・ Instagram のアルゴリズムを理解しよう
- ・ X 投稿の“型”大全! 日々のネタにもう悩まない
- ・ SNS キャンペーンの基本フロー
- ・ インフルエンサー選定の際に見るべきポイント
- ・ ファンはSNSにクチコミを書く、は嘘
- ・ そもそもなぜ広告をする必要があるのか?

■本書は以下のような方におすすめです

- ・ 企業の SNS 担当者（飲食店、サロン、EC、BtoC メーカー、BtoB メーカー、施設・イベント、観光・地方自治体など）
- ・ SNS マーケティングを勉強している人
- ・ SNS マーケティングに興味がある人

■紙面イメージ

method 10 「結局、何をやるべきなの？」をクリアにする

SNSマーケティングにおいて「結局、何をすべきか」という悩みは多いものです。ここでは、自社商品ジャンルやSNSでの盛り上がりターゲット層を判断基準に、最適な施策の方向性を示します。

Industries 全般

Platforms Instagram TikTok X YouTube LINE

Budget 0 10 25 50 75 100 500 1,000 (万円)

ここまでSNSマーケティングの基本的な考え方や、成果につながる視点を解説してきました。しかし、「結局、何から始めればいいのか分からない」という声は非常に多いものです。SNSマーケティングには多岐にわたる施策が存在するため、優先順位を付けずに手を広げると中途半端になりかねません。

そのような悩みを整理するために、「自社が何をやるべきか」を判断するためのYES/Noチャートを作成しました。左記のチャートに沿って質問に答えていくだけで、自社の状況に応じた施策の方向性が自然と見えてきます。

最初の質問については、P.20を参考に自社商品に関連するジャンルやカテゴリがSNSで盛り上がっているか確認してみてください。盛り上がっていて、自社商品と相性の良いSNS媒体を把握できたら、以降の質問にも答えていきます。やるべき施策とそうでない施策が明確になるはずです。

本章は全体の土台となる非常に重要なパートです。ここで紹介した視点について疎落ちできていないと、以降の章で紹介する実践的なノウハウもうまく機能しません。だからこそ、1つ1つの質問についてしっかり考え、自分なりの答えを出したうえで先に進んでください。今の自社にとって本当に必要な施策から着手することが、SNSマーケティングの成果を最大化する第一歩です。

このチャートや相性チェックの結果をもとに、以降の施策を選定してください。分らなくなったら再度本章を読み込むのがおすすめです！

30

Chapter 1
戦略と施策の基本

31

Yes/Noチャートで自社が実行すべき施策の優先順位を簡単に把握できます。

method 15 飲食店やクリニックは「受け身型」アカウント

飲食店やクリニックは「受け身型」のSNS運用が求められます。第三者の投稿で店舗を知り、公式アカウントを閲覧、予約へ遷移する導線設計が重要です。たどり着いたユーザーを確実に予約へつなげましょう。

Industries 飲食店 施設・イベント その他

Platforms Instagram TikTok X YouTube LINE

Budget 0 10 25 50 75 100 500 1,000 (万円)

飲食店やクリニックなど店舗のアカウントは、常連客でない限りフォローされにくく、基本的に「受け身型」のSNS運用が求められます。ユーザーの行動は、インフルエンサーやメディアなど第三者の投稿をきっかけに店舗を知り、投稿を保存します。その後、実際に行きたくなったタイミングで保存した投稿を見返し、そこからタグ付けされた公式アカウントにアクセス、営業時間や場所などを確認したうえで予約ページに遷移する、という流れが一般的です。

このため、公式アカウントの投稿をバズらせるよりも「たまたまたどり着いたユーザー」を逃さず予約まで導く導線設計が重要になります。重要な指標は「第三者の投稿数」「公式アカウントのプロフィールビュー数」「予約ページへのクリック数」の3つです。また、位置情報やタグ付けが投稿に付くよう、店舗名の位置情報登録や、店頭での案内POPの設置も忘れずに行いましょう。当日の営業状況などは、Xも含めて発信することをおすすめします。

ユーザーがアカウントを見た際に、お店の全体像や基本情報を理解しやすいよう、無駄な投稿は避け、フィード画面は整えましょう！

42

Chapter 2
具体的な施策と「受け身型」設計

43

業種関係なく知っておくべきことに加え、業種別の最適なアカウント構成やクチコミ施策も解説しています。

■本書の構成

- Chapter 1：戦略と設計の基本
- Chapter 2：アカウント運用と「届く」設計
- Chapter 3：コンテンツの設計と拡がる仕組み
- Chapter 4：キャンペーンとSNS内拡散設計
- Chapter 5：インフルエンサー／PRの影響力とリスク
- Chapter 6：UGCと仕掛けるクチコミ戦略
- Chapter 7：SNS広告の活用と設計
- Chapter 8：SNS×SNS外のマーケティング施策集

■書誌情報



書名：SNSマーケティング図鑑

著者：辻 馨

発売日：2025年8月20日（水）

ページ数：208ページ

サイズ：B5変形判

定価：2,200円（本体2,000円＋税10%）

電子版価格：2,200円（本体2,000円＋税10%）※インプレス直販価格

ISBN：978-4-295-02199-5

◇Amazonの書籍情報ページ：

<https://www.amazon.co.jp/dp/4295021997>

◇インプレスの書籍情報ページ：

<https://book.impress.co.jp/books/1124101151>

◇書影（高解像度）ダウンロード：

<https://dekiru.net/press/502199.jpg>

■著者プロフィール

辻馨（つじ かおる）

株式会社ライスカレープラス代表取締役

株式会社MUSCAT GROUP 執行役員

2017年、株式会社ライスカレー上級執行役員に就任。2025年7月、同社が株式会社MUSCAT GROUPへと社名変更したことに伴い、MUSCAT GROUP執行役員を兼任。さらに同月、旧ライスカレーのSNSマーケティング事業およびSaaS事業を継承する形で設立された株式会社ライスカレープラスの代表取締役に就任。

Instagram／X／TikTokなど、SNSを活用した企業コミュニティマーケティングの企画・形成・運営を主軸に、これまで3,000社以上のSNS設計に携わる。ファン／コミュニティを起点としたマーケティング戦略を得意とし、企業とユーザーの関係性を深める施策立案に強みを持つ。

学生時代にはフィギュアスケート全日本選手権に出場。前職はプロスケーターとして、カリブ海を巡る大型豪華客船のアイスショーに出演していたという経験も持つ。

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 8,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向け IT 関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア＆サービ

ス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：塚本由紀）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。