



CNCTOR

ホテルのための

Instagram

運用チェックリスト



はじめに

ホテルにとってのInstagram運用の必要性・重要性について

近年、SNSは人々の情報収集における重要なツールとなっており、特にInstagramは視覚的な魅力を伝えるのに非常に適しています。特にホテル業界においては、客室の雰囲気、料理の美しさ、周辺の景観など、写真や動画で魅力的に伝えられる要素が多く存在します。ユーザーが投稿した写真や動画（UGC：ユーザー生成コンテンツ）などを活用して、認知拡大や予約獲得に取り組むホテル様も多い今、時代に取り残されないためにも、Instagram運用は現代のホテル経営において不可欠な要素と言えるでしょう。

運用の上で大切なこと・本書について

投稿するだけじゃ成果は出ません。
戦略的に使うのがコツ！

大切なことは数多くありますが、例えば以下のような点が重要です！

① 明確な目的とゴールの設定

② ターゲットの明確化

③ アカウント設計

④ アルゴリズムの理解

⑤ 質の高いコンテンツ制作

⑥ エンゲージメントの促進

⑦ 効果測定と改善（PDCA）

⑧ 他のチャネルとの連携

大切なポイントを4つに分けました。
できることから始めてみてください！

01 まずはここから

- アカウントの基本設定
- コンテンツの基礎
- 連携の第一歩

02 ここまでできたら安心

- 目的意識
- コンテンツの充実
- 効果測定 of 習慣づくり
- 顧客接点の強化

03 基礎はバッチリ

- 明確な戦略
- 多様なコンテンツ活用
- アルゴリズムを意識した運用
- 積極的なコミュニケーション
- 分析と改善

04 一歩進んだ運用へ

- 明確な戦略
- 多様なコンテンツ活用
- アルゴリズムを意識した運用
- 積極的なコミュニケーション
- 分析と改善

1項目1ポイントとして、まずは25ポイントを目指しましょう！

01



まずはここから

Instagram運用の第一歩は、基本の確認から。
土台が整えば、その後の運用もスムーズに！

「まず」整えるべき8つのポイントを
一緒にチェックしましょう！





☒ アカウントの基本設定

☒ 企業アカウントとして登録している

☒ プロフィールが適切に設定され、ホテル名、所在地、紹介文、ウェブサイトへのリンクが記載されている

☒ アイコン画像はホテルを象徴するものが設定されている



☒ コンテンツの基礎

- ☒ 投稿する写真や動画は一定の画質を保っている

- ☒ 週に2回以上はフィード投稿またはストーリーズ投稿を行っている

- ☒ 投稿には関連性の高いハッシュタグを複数つけている

- ☒ 投稿されたコメントには目を通してしている



連携の第一歩

☒ ウェブサイトにInstagramアカウントへのリンクを設置している

02



ここまでできたら安心

基礎が整えば、運用の成果も見えやすく。
まずはここまで押さえましょう。
これができていれば、もう安心です！



 ここまでできたら安心

 Instagram運用の目的が社内で共有されている

 ターゲットとする顧客層を意識してコンテンツを作成している

 アイコン画像はホテルを象徴するものが設定されている



コンテンツの充実

☒ 投稿する写真や動画に簡単な説明文（キャプション）をつけている

☒ ストーリーズ機能を活用し、日常的な情報発信やアンケートなどを実施している

☑ 効果測定の実践づくり

- ☑ 過去の投稿のエンゲージメント（いいね、コメント、保存など）を定期的に確認している
-

☑️ 顧客接点の強化

- ☑️ ホテル内にInstagramアカウントを紹介するツール（QRコードなど）を設置している
-

03 🔍 基礎はバッチリ

ここまでできていれば、効果的な運用が
本格化！
次は“成果を出す工夫”へ。



☑ 明確な戦略

- ☑ Instagram運用における具体的な目標（KPI）を設定し、定期的に数値で効果測定を行っている
- ☑ ターゲット顧客のニーズや興味関心を深く理解し、それに基づいた企画・コンテンツ作成を行っている

☑️ 多様なコンテンツ活用

- ☑️ フィード投稿だけでなく、ストーリーズ、Reels、ライブ配信など、多様な機能を効果的に活用している
- ☑️ 投稿するコンテンツの雰囲気（トンマナ）を統一し、ブランドイメージを明確にしている

☑️ アルゴリズムを意識した運用

- ☑️ 保存率やホーム率といったInstagramのアルゴリズムが重視する指標を意識した投稿作りを心がけている
- ☑️ プロフィールアクセス率やフォロワー転換率を定期的に確認し、改善を図っている

☑ 積極的なコミュニケーション

- ☑ ユーザーからのコメントやDMには積極的に返信し、双方向のコミュニケーションを図っている
- ☑ UGC（ユーザー生成コンテンツ）を積極的に活用する施策（投稿のシェア、キャンペーンなど）を実施している

☑ 分析と改善

☑ 競合ホテルのアカウントを分析し、自社アカウントの改善に役立てている

☑ Instagramの分析ツールを活用し、投稿ごとの効果を分析し、改善に繋げている

04



一歩進んだ運用へ

データと戦略を活かして、Instagramを
“成果を生むツール”に。





☒ 高度なターゲティングと戦略

- ☒ 詳細なペルソナ設定を行い、より具体的な顧客像を意識した情報発信を行っている
- ☒ カスタマージャーニーマップを作成し、顧客の行動を深く理解した上でのコンテンツ戦略を立てている
- ☒ Instagram広告の活用を検討し、より効率的なリーチ拡大を図っている
- ☒ インフルエンサーマーケティングを活用し、認知度向上や新規顧客獲得を目指している



☑ データに基づいた最適化

- ☑ Instagramの分析ツールを深く活用し、エンゲージメントの高いコンテンツの共通点などを分析している
- ☑ Instagram経由の予約数をトラッキングし、費用対効果を測定している
- ☑ ウェブサイト分析ツール（GA4など）と連携させ、Instagramからの流入後のユーザー行動を分析し、予約率向上に繋げている
- ☑ A/Bテストなどを実施し、効果的な投稿内容やクリエイティブを検証している



☒ ファン育成とブランドロイヤルティ向上

☒ Instagramで得た顧客の声（コメント、DMなど）をサービス改善に活かしている

☒ 濃いファンコミュニティの形成を目指した企画を実施している



☒ グローバル展開



多言語での情報発信を行い、インバウンド需要の
取り込みを図っている

ホテルのInstagram運用の課題

ホテルがInstagram運用を行う上で、
以下のような課題に直面することがあります。

情報不足

Instagram運用の最新トレンドや成功事例に関する情報が不足しており、どのように運用を改善していけば良いか迷ってしまう。

人手不足

魅力的なコンテンツの継続的な作成、ユーザーとのコミュニケーション、効果測定などに十分な時間を割けない。

ノウハウ不足

どのようなコンテンツが効果的なのか、最新のアルゴリズムに合わせた運用方法、具体的なKPI設定の基準などが分からない。

これらの課題を解決するためには、社内での知識習得や、外部の専門家や支援サービスの活用を検討することが有効です。

LevGoのサービス紹介

お客様の目標や課題に合わせて、
幅広いサポートを提供しております。



LevGoは、ホテル・旅館の集客に特化したSNS運用代行サービスを提供しています。

海外マーケターのみで構成されており、特に中華圏を中心とした

インバウンド市場でのSNS戦略に強みがあります。

多言語対応のコンテンツ制作や、ターゲット市場に合わせた

プロモーション支援も行っています。

LevGoのサービス紹介

お客様の目標や課題に合わせて、
幅広いサポートを提供しております。

① 投稿コンテンツの企画・作成

② 最適なハッシュタグ選定

③ ユーザーからのコメントやDM対応

④ UGC（ユーザー生成コンテンツ）の活用支援

⑤ 魅力的な写真・動画の撮影

⑥ エンゲージメントの促進

お問い合わせはこちら