

Twitter アルゴリズム

から見る

キャンペーンの 最適解





01. Twitterアルゴリズムとは？

01. Twitterアルゴリズムとは？

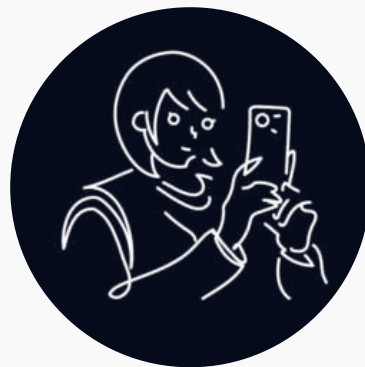
Twitterアルゴリズムとは、「ユーザーごとにツイートを表示する順序を決定する仕組み、手法」になります。ユーザーが興味関心がありそうなツイート、好きそうなツイート、関係性が深そうなツイートをすることでユーザーに価値のある体験の提供できます。



ユーザーが興味関心がありそうなツイート



ユーザーが好きそうなツイート



ユーザーが関係性が深そうなツイート

Twitterを利用する時間を増加＋ユーザーに対して便利な体験を提供

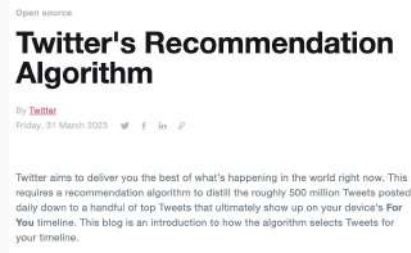


02. アルゴリズムの仕組み

02-1「おすすめ」タイムライン表示に関するアルゴリズムの仕組み

01. ユーザーの過去のツイートデータを収集
02. 収集されたデータをもとにユーザーが興味のあるようなツイートをランキング化
03. 様々なフィルタリングの実行
例) ユーザーの好みに合わせたフィルタリングや
マイナスな評価を受けたツイートのスコアを下げる
04. 上記3つのステップを通過したツイートを
広告ツイートと共に表示

Twitterアルゴリズムについてはこちら！



これらのステップをクリアできる効果的かつ魅力的なツイートを生み出し、
多くのユーザーに興味を引く内容を提供することが重要です。

02-2「おすすめ」タイムライン表示に関するアルゴリズムの仕組み

Twitter社は、「ヘビーランカー」という指標を公表し、この指標をおすすめタイムラインで使用しています。**ユーザーアクションには重要度を示す「Weighting」が設定されており、ツイートに対するさまざまなアクションが重視**されています。

ユーザーアクション	Weighting
ツイートに「いいね!」	0.5
ツイートをリツイート	1
ツイートをクリックして返信／ツイートにいいね!	11
ツイートをクリックして2分以上そこに留まる	10
プロフィールを確認してツイートにいいね!／「返信」する	12
ツイートに「返信」する	13.5
ツイートへの「返信」にエンゲージ(返信、いいね!リツイート)する	75
ネガティブフィードバック(表示回数を減らす／ミュートする／ブロックする)	-74
ツイートを「報告」する	-369

もっと詳しく知りたい方は
こちら!



02-3「おすすめ」タイムライン表示に関するアルゴリズムの仕組み

前ページで紹介したリストの中で **特に下記3つのスコアが重要視**されています。

プロフィールを確認してツイートにいいね!／「返信」する	12
ツイートに「返信」する	13.5
ツイートへの「返信」にエンゲージ(返信、いいね!リツイート)する	75

これらのユーザーアクションを促す仕組みを Twitterで構築するためには

- ①ユーザーが対話や反応を起こしやすいコンテンツや興味を引くトピックを提供
- ②おすすめタイムラインの上位にツイートを表示される
- ③ツイートにアクションが増える

ことが必要になり、**そのためにはTwitterキャンペーンを活用することが効果的**です。



03. 他社事例



ハッシュタグ投稿&リプライ活用！

おさるのジョージハッピークイズ

● キャンペーン詳細

マクドナルド公式 Twitterアカウントをフォローし、同アカウントから投稿された「**#おさるのジョージハッピークイズ**」のハッシュタグが付いた投稿に「**#おさるのジョージハッピークイズ**」のハッシュタグをつけて、クイズの解答をリプライすると、抽選で36名様にマックカード1,000円分が当たる。

● ポイント

このキャンペーンでは、Twitterのアルゴリズムが重要視する「**ツイートに「返信」する**」のアクションを活用。ユーザーとの対話を促進することで、**キャンペーンの投稿がおすすめタイムラインの上位に表示**される可能性を高められています。さらに、おさるのジョージを使ったクイズ要素を組み込むことで、ユーザーは楽しみながら参加することができます。

キャンペーンフロー



01.

日本マクドナルド公式アカウント([@McDonaldsJapan](https://twitter.com/McDonaldsJapan))をフォロー

02.

#おさるのジョージハッピークイズのハッシュタグが付いた投稿にハッシュタグをつけてクイズの回答をリプライ

03.

抽選で36名様にマックカード1,000円分が当たる。



ハッシュタグ投稿&リプライ活用！

おさるのジョージハッピークイズ

公式アカウント



ユーザー



ハッシュタグ投稿を促す

ユーザーがツイートに返信！

獲得スコア：13.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

ユーザーに「ツイートに返信する」アクションを促すことで **タイムラインの上位に表示**



ハッシュタグ投稿&リプライを活用！

おしりたんていどこにあらわる

● キャンペーン詳細

謎解きの答えをハッシュタグ**#おしりたんていどこにあらわる**をつけてリプライで回答。抽選で46名様にマックカード1,000円分が当たる。

● ポイント

「ツイートに「返信」する」のアクションを活用。謎解き形式にすることで解けた場合はリプライしたくなる。



キャンペーンフロー



01.

日本マクドナルド公式アカウント([@McDonaldsJapan](https://twitter.com/McDonaldsJapan))をフォロー



02.

謎解きをし謎解きの回答をハッシュタグ **#おしりたんていどこにあらわる** をつけてリプライで回答

03.

抽選で46名様にマックカード1,000円分が当たる。



ハッシュタグ投稿&リプライを活用！

おしりたんていどこにあらわる

公式アカウント



ユーザー



謎解きをするため、ツイートをクリックして2分以上留まるユーザーが多数！

問題を出す

2分以上留まる&ツイートに返信

獲得スコア：23.5

スコア表は[こちら](#)

獲得スコア

ユーザーに「ツイートに返信する」アクションを促すことでタイムラインの上位に表示



RT&いいね&リプライを活用！

#大人のご当地てりやき

● キャンペーン詳細

#大人のご当地てりやき の3つの味の中から食べたいものを選ぶ。北海道はリツイート、大阪は いいね、博多はリプライで回答。

● ポイント

いいね、リツイートの直接的な拡散と合わせてリプライも組み込みアルゴリズムを活用した拡散を狙う。



キャンペーンフロー



10:00 AM · Jun 26, 2023 · 3M Views

01.

日本マクドナルド公式アカウント([@McDonaldsJapan](https://twitter.com/McDonaldsJapan))をフォロー

02.

#大人のご当地てりやき の3つの中から食べたいものを選ぶ

03.

北海道→RT
大阪→いいね
博多→リプライ
でアクションをする



RT&いいね&リプライを活用！

#大人のご当地てりやき

公式アカウント



ユーザー



いいね、RT、リプライを促す

拡散+リプライでアルゴリズムを活用

獲得スコア：15

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

いいね・RTで拡散するだけでなく、
スコアの高い「ツイートに返信する」
を活用。



時間を限定 & 「リプライ欄活用！」

タルタルソースに一番合う食べ物

● キャンペーン詳細

投稿のリプライ欄で、テーマ「**#タルタルソースに1番合う食べ物**」について、時間を限定してユーザーと対話する投稿です。

● ポイント

この投稿では、Twitterのアルゴリズムが重要視する「**ツイートに「返信」する**」のアクションを活用しています。また、「ツイートへの「返信」にエンゲージ(返信、いいね！リツイート)する」のアクションも公式アカウントからユーザーに向けて行っております。また、ユーザーにしでかを考えてもらうことで商品への興味関心が増えると同時に、商品への愛着度を深めてもらいます。



キャンペーンフロー



01.

サブウェイ公式アカウント
([@McDonaldsJapan](https://twitter.com/McDonaldsJapan))を見つける



02.

#タルタルソースに1番合う食べ物のハッシュタグをつけて投稿

03.

サブウェイから返答が来る！

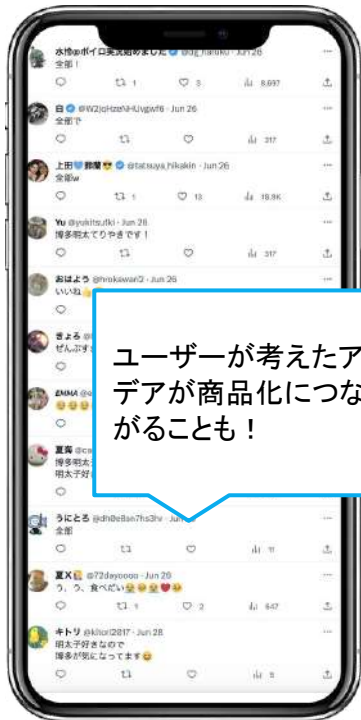
時間を限定 & 「リプライ欄活用！」

SUBWAY

タルタルソースに一番合う食べ物

公式アカウント

ユーザー



ユーザーが考えたアイデアが商品化につながることも！

ユーザーとリプライで会話

エンゲージ(返信・いいね・RT)を行う



獲得スコア：88.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

ユーザーのリプライに対し **エンゲージ**「返信、いいね、RT」を行うことで高ポイント獲得！



アンケート機能を活用！

サブウェイ#運動会

● キャンペーン詳細

チリチキンを赤組、ツナを白組としてトッピングに合うサンドがどちらかを投票で決める。**Twitterのアンケート機能**を使い、リプ欄にぶら下がっているツイートから投票できる。

● ポイント

赤組対白組という構図でわかりやすく投票をさせる。**リプ欄のアンケートへの回答も「ツイートへの「返信」にエンゲージ」**に含まれるなら効果ありそう。



キャンペーンフロー



01.

サブウェイジャパン公式アカウント([@subwayjp](https://twitter.com/subwayjp))をフォロー



02.

該当ツイートを確認

03.

Twitterのアンケート機能を使い、リプ欄にぶら下がっているツイートから投票



アンケート機能を活用！

サブウェイ#運動会

公式アカウント



ユーザー



アンケートに答えるよう促す

クリック→いいね・RT&エンゲージ

獲得スコア : 87

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

いいね・RTで拡散するだけでなく、スコアの高い「ツイートに返信する」を活用。



リプライ&絵文字活用！

#サブウェイのえびアボたべたい

● キャンペーン詳細

ツイートから4時間以内に**#サブウェイのえびアボたべたい**をつけて該当ツイートにリプライした人の中から 30名がえびアボカドを無料で食べられる。また、**エビとアボカドの絵文字**をつけてツイートすると当選確率アップ。

● ポイント

時間制限がつくことで、ツイートが流れてきたタイミングでリプライしないとという気持ちにもなる。**絵文字をつけさせることでリプライのオリジナリティ**を出させたり、ハッシュタグのみの無機質じゃない雰囲気を出そうとしている？



キャンペーンフロー



01.

サブウェイジャパン公式アカウント([@subwayjp](https://twitter.com/subwayjp))をフォロー

02.

#サブウェイのえびアボたべたいをつけて該当リツイートにリプライ

03.

えびとアボカドの絵文字をつけてツイートすると当選確率アップ！



リプライ&絵文字活用！

#サブウェイのえびアボたべたい

公式アカウント



ユーザー



同じ絵文字を使用することで一体感が生まれる

リプライを促進

+αで絵文字をつけると当選確率UP

獲得スコア：15

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

リプライに指定の絵文字をつけてもらうことで**通常のハッシュタグ投稿よりオリジナリティ**が出せる！



ハッシュタグツイート&絵文字を活用！

#サブウェイと鬼ごっこ

● キャンペーン詳細

Twitterの鬼ごっこキャンペーン。**#サブウェイと鬼ごっこ**をつけたツイートをし、リプライが届かなければ逃げ切り成功。キャンペーンと連動してミッションが発動。該当ツイートのリプ欄に指定された絵文字のリプライが 710件来たらエゴサ鬼増員を阻止できる。

● ポイント

人力で鬼ごっこしているわけではないと思うので実際にミッション達成と捕まりにくさが連動しているのかは分からないが、ミッションとして煽ることでリプライは集まりやすくなる。



キャンペーンフロー



01.

サブウェイジャパン公式アカウント([@subwayjp](https://twitter.com/subwayjp))をフォロー

02.

#サブウェイと鬼ごっこをつけたツイートをし、リプライが届かなければ逃げ切り成功

03.

リプライが710件来たらエゴサ鬼増員を阻止できる



ハッシュタグツイート&絵文字を活用！ #サブウェイと鬼ごっこ

公式アカウント



ユーザー



捕まえた人にはお得な
情報をリプライで告
知！



ハッシュタグ投稿を促す

リプライにエンゲージを行う



獲得スコア：88.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

ハッシュタグ投稿をしてくれた方に
「タッチ」の意味でリプライをして鬼
ごっこを成立させている



Twitterのステッカーを活用！

『味わいカルピス』マスカット

● キャンペーン詳細

9/11 新発売の『『味わいカルピス』マスカット』を飲みたい瞬間をリプライで送る。ツイート上の画像を保存してTwitterのステッカーで画像を加工し、飲みたい瞬間を表現してリプライ。

● ポイント

ただのリプライではなく、**ユーザーに画像を作成してもらい、コミュニケーションを取る。**Twitterのスタンプ機能を活用している珍しい例。



キャンペーンフロー



01.

カルピス水玉通信
([@calpis_mizutama](https://twitter.com/calpis_mizutama))をフォロー

02.

該当ツイートに添付されている画像を保存してリプライ画面を開く

03.

画像を選択 → ステッカーを貼ってリプライが完了



Twitterのステッカーを活用！

『味わいカルピス』マスカット

公式アカウント



ユーザー



オリジナリティのある
画像が作成できる！

画像作成&リプライ

画像作成でコミュニケーションを図る

獲得スコア：23.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

普通のリプライだけでなく**Twitterの
スタンプ機能を利用した**新しいコ
ミュニケーションの取り方



いいねを活用！

#パルムのついたツイートにいいね！

● キャンペーン詳細

最近多く見る「ブランドいいね」のキャンペーン。カタカナで **#パルム** がついたツイートへのいいねのアニメーションが一日限定で変わる。

● ポイント

指定のハッシュタグが含まれる通常のツイートかプロモツイートに対しユーザーが「いいね」をタップすると、「**ブランドいいね**」のアニメーションが現れる、ブランドいいねを起用。

ユーザーはいいねを押さないと見られないアニメーションに興味を抱くのでいいね数がかかなり伸びる。ハッシュタグツイート数も増えるので宣伝効果はかなりありそう。リプライでユーザーから寄せられた意見に、公式が返信もエンゲージ数を高めます。

[ブランドいいねについて詳しく知る>](#)



キャンペーンフロー



01.

日本マクドナルド公式アカウント([@parm_icecream](#))をフォロー



02.

#パルム がついたツイートへいいねをすると何かが起きる

03.

さらにハッシュタグ **#パルム** をつけてツイートするといいねがあれに変わる!?



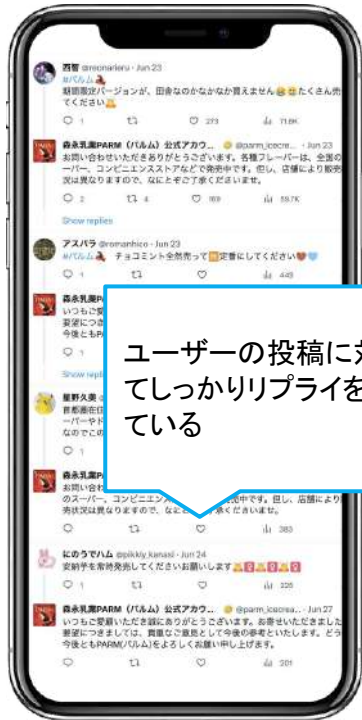
いいねを活用！

#パルムのついたツイートにいいね！

公式アカウント



ユーザー



いいね、リプライを促す

ブランドいいね！+エンゲージ

獲得スコア：89

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

ブランドいいねを使用したキャンペーンでユーザーに特別感を与える！



引用RTとハッシュタグを活用！

#ぷっちょ君間違い探し

● キャンペーン詳細

間違い探しをして引用リツイートでハッシュタグと間違い 5 個を投稿。正解者の中から 3 名様に UHA 味覚糖お菓子詰め合わせ 2000 円相当をプレゼント。

● ポイント

応募のためには引用リツイートが必要なので自然と引用 RT 数は増える。間違い探しや謎解き系は時間がかかるので自然と 2 分以上ユーザーが留まりそう。



キャンペーンフロー



01.

UHA 味覚糖公式アカウント (@UMikakuto) をフォロー



02.

間違いを探した後 **#ぷっちょ君間違い探し** をつけて回答を投稿

03.

正解者の中から 3 名にインセンティブがプレゼント！

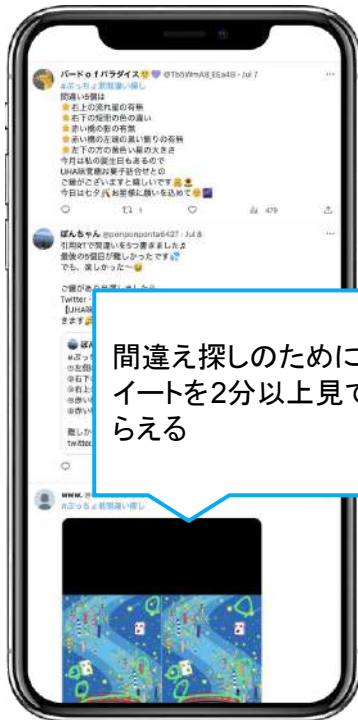


引用RTとハッシュタグを活用！

#ぷっちょ君間違い探し

公式アカウント

ユーザー



間違い探しのためにツイートを2分以上見てもらえる

ユーザーに間違い探しを行ってもらう

ハッシュタグと共に答えを投稿

獲得スコア：14.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

いいね・RTで拡散するだけでなく、スコアの高い「ツイートに返信する」を活用。



引用RTとハッシュタグを活用！

#松屋大喜利

● キャンペーン詳細

松屋公式Twitterアカウント([@matsuya_foods](https://twitter.com/matsuya_foods))の対象ツイートをリツイートし、大喜利をリプライで回答。画像の「1コマ目の空欄」に入る言葉をリプライで回答 & リツイートいただくだけで応募完了。

締切時に最も多く「いいね」を集めたリプライをされた方 1名様に、松屋のお食事券 50枚をプレゼント

● ポイント

UGCを稼げるとともに、ユーザーが他のユーザーの面白い投稿にいいねをするというフロー もできている。



キャンペーンフロー

01.

松屋公式アカウント
([@matsuya_foods](https://twitter.com/matsuya_foods))をフォロー



02.

対象ツイートをリツイートし、大喜利をリプライで回答。



03.

一番いいねを集めたリプライをされた方にインセンティブをプレゼント！





引用RTとハッシュタグを活用！

#松屋大喜利

公式アカウント



ユーザー



他の人の大喜利を見るために2分以上留まる

クイズ(大喜利)を出す

リプライで回答

獲得スコア：23.5

スコア表は[こちら](#)

ポイントのおさらい

ツイートしたユーザーは他のユーザーの回答を見るため「ツイートをクリックして2分以上留まる」のアクションが行われる

アルゴリズムから考える現段階における最適なTwitterキャンペーン戦略は、**リプライ機能を上手く活用すること**です。

アルゴリズムを最大限に活用することで、効果的なキャンペーンを展開し、アクティブ且つ魅力的なTwitterアカウントを構築する事が可能です。

弊社キャンペーンツールBirdCall for Entertainmentでは、ユーザー同士のコミュニケーションを加速させ、公式アカウントとユーザーの長期的ファンコミュニティを形成することができます。

ぜひご相談ください。

ファンコミュニティを活性化できる
新しいコミュニケーションツール！



弊社パッケージサービス一覧



連携可能



キャンペーンパッケージ

Web即時抽選/くじ	画像/動画生成
マストバイ	投票/コンテスト
クイズ/謎解き	ARキャンペーン
ゲーム	診断/検定
写真投稿	UGCキャンペーン

O2O(オンラインtoオフライン)パッケージ

イベント連携デジタル施策
来店促進のデジタル施策



分析・管理

運用とキャンペーンで総合戦略
BirdCall

オーガニック運用・広告運用

Twitter運用戦略	Twitter広告運用
-------------	-------------

キャンペーンパッケージ

インスタントウイン RTWIN	マストバイ Recet レシート/シリアル/マイレージ/
クイズ診断 DMker	画像合成 DMker
アイコンジャック	フォロー& RT/いいね
フォロー&コメント	ハッシュタグ/UGC

and more



Web即時抽選/くじ	友達紹介
マストバイ	診断/検定

他 Aha!のラインナップ全て対応可能



ハッシュタグ収集
フォロー&いいね
運用代行/広告



ハッシュタグ収集
コンテスト

最後までご覧いただきありがとうございます。

NONAME Produceはキャンペーンのサイト制作や、
デジタルプロモーション全般を得意としております。
クリエイティブ・サイト制作・キャンペーン企画等
ご相談いただければ幸いです。

ご質問・ご要望など、お気軽にご連絡くださいませ。

[弊社ポートフォリオはこちら](#)

[お問い合わせはこちら](#)

会社名	株式会社NONAME Produce
創業	2006年8月
代表取締役	村上烈
所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-23-1 新宿マルネビル 10F
事業内容	WEBサイト、モバイルサイト制作、WEBシステム構築、 WEBを活用した広告キャンペーンの企画・製作・運用
企業HP	https://n2p.co.jp/