



X(旧 Twitter) アルゴリズムから読み解く！

ファン同士が 会話をするようになる SNSマーケティングとは

Λ/Λ nonameproduce





00. 目次

01.X(旧Twitter)アルゴリズムとは？

02.アルゴリズムの仕組み

03.アルゴリズムを活用した好事例

04.その他のマイレージ式事例

05.Birdcall for entertainmentのご紹介

06.その他のご案内



01. X(旧Twitter)アルゴリズムとは？

01.X(旧Twitter)アルゴリズムとは？

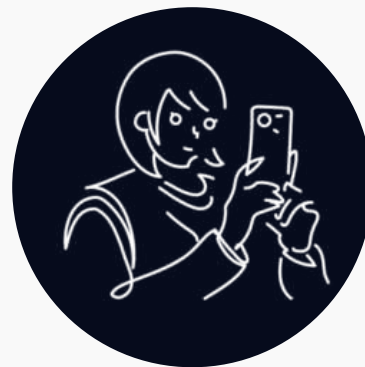
X(旧Twitter)アルゴリズムとは、「ユーザーごとに投稿を表示する順序を決定する仕組み、手法」になります。ユーザーが興味関心がありそうなポスト、好きそうなポスト、関係性が深そうなポストをすることでユーザーに価値のある体験の提供できます。



ユーザーが興味関心がありそうなポスト



ユーザーが好きそうなポスト



ユーザーが関係性が深そうなポスト

X(旧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. ユーザーの過去のポストデータを収集
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ポストをランキング化
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ポストのスコアを下げる
04. 上記3つのステップを通過したポストを
広告ポストと共に表示

これらのステップをクリアできる効果的かつ魅力的なポストを
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。

X(旧Twitter)アルゴリズム
についてはこちら！

Open source

Twitter's Recommendation Algorithm

By Twitter

Friday, 21 March 2023

Twitter aims to deliver you the best of what's happening in the world right now. This requires a recommendation algorithm to distill the roughly 500 million Tweets posted daily down to a handful of top Tweets that ultimately show up on your device's For You timeline. This blog is an introduction to how the algorithm selects Tweets for your timeline.

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

X(旧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、ポス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！



02-2. 単なるフォロー&リポストキャンペーンとの違い

フォロー&リポストの場合



Weightingにのった場合



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 X(旧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ポストを表示される
- ③ツイートにアクションが増える

ことが必要になり、**そのためにはアルゴリズムに適応したX(旧Twitter)キャンペーンを活用することが効果的**です。

02-4. スコアに関する情報は他にも・・・

- **Twitter Blueのユーザーはブーストされる**

Twitter Blueに課金しているユーザーはおすすめされる確率が上昇し、**スコア倍率がフォロワーに対しては4倍に、それ以外のユーザーに対しては2倍になる**とのこと。

- **画像/動画が効果的**

画像や動画が埋め込まれたツイートは **スコアが2倍に**

- **6時間でツイートのスコアは減少する**

ツイートのスコアは **6時間で半分になるペースで減少** していく

参考)<https://gigazine.net/news/20230403-twitter-recommend-algorithm/>



03. アルゴリズムを活用した好事例

03-1. DAN!DAN!貯めようEBiDANマイルキャンペーン

**DAN!DAN!貯めよう
EBiDANマイルキャンペーン**

3月8日(金)まで

1月11日(木) スタート テレ東にて毎週木曜深夜1時放送
TVerにて見逃し配信

テレ東6

X公式アカウント投稿へのリアクションに応じた数のマイルが、
ユーザーのマイページに加算されます。
貯まったマイルを使用して豪華プレゼントへの応募や、限定動画の視聴ができるキャンペーンです。

03-1. DAN!DAN!貯めようEBiDANマイルキャンペーン

参加フロー



公式アカウントを
フォロー



LPにアクセスし
ログイン認証



公式の投稿に対して
いいね・RPなど
アクション



貯めたマイルで景品に応募 &
ポイントを貯めた全員に特別
動画を配信

03-1. DAN!DAN!貯めようEBiDANマイルキャンペーン

参加アクション



**DAN!DAN!貯めよう
EBiDANマイルキャンペーン**

3月8日(金)まで
1月11日(木) スタート テレビ東にて毎週水曜深夜1時放送
TVerにて見逃し配信



公式Xアカウントの投稿にいいね！



10EBiDANマイル Get！

※1日のマイル獲得上限は300までとなります。

公式Xアカウントの投稿にリポスト！



30EBiDANマイル Get！

※1日のマイル獲得上限は300までとなります。

指定ハッシュタグをつけて投稿！



#ダンエビ と @tx_dan2ebidan
をつけて番組の感想や応援のメッ
セージを投稿でマイルをゲット！
下のボタンからも投稿できます！

50EBiDANマイル Get！

※1日のマイル獲得上限は300までとなります。

公式Xアカウントの投稿にリプライ！



50EBiDANマイル Get！

※1日のマイル獲得上限は300までとなります。

公式Xアカウントの投稿に引用リポスト！



50EBiDANマイル Get！

※1日のマイル獲得上限は300までとなります。

公式アカウントをフォロー、
参加アクション=いいね・リポスト・リプライ・引用リポスト・ハッシュタグ投稿
に応じてマイルが貯まります。

03-2. キャンペーンの特徴①：期間中全ての投稿に対してエンゲージメントが向上

開始前のエンゲージ数

午後6:33 - 2024年1月4日 - 4.7万 件の表示



17



665



2,315



15



開始後のエンゲージ数は5倍以上に！

tv-tokyo-ebidan.birdcall-for-entertainment.jpから



470



3,392



8,048



28万



↑



233



3,250



1万



42万



↑

エンゲージ総数は1日で4万件を突破！

項目	収集内容/ID	参加件数
ハッシュタグ	ダンエビ	1143
リプライ(投稿全て)		1026
引用リポスト(投稿全て)		1977
リポスト(投稿全て)		9187
いいね(投稿全て)		27917

キャンペーン直後から、多数のエンゲージメントや、嬉しいコメントをいただきました。
アクションを起こせば起こすほどポイントが貯まるので、フォロー&リポストなどの単発のキャンペーンと違い、BCFEを入れている期間の全ての投稿を、継続的に活性化することができます。

03-2. キャンペーンの特徴①：エンゲージメント向上の仕組み



通常のフォロー&リポストキャンペーン

1つの投稿に対してエンゲージメントが発生



マイレージ式キャンペーン

複数の投稿に対して様々なエンゲージメントが発生

通常のフォロー&リポストキャンペーンですと、キャンペーンの対象投稿は 1つに限られます。

一方で、Birdcall for Entertainmentを活用したマイレージ式のキャンペーンでは、

期間中のポスト全てが参加対象となるため、全投稿へのエンゲージメントが向上します。

そのため、全ての投稿がおすすめのタイムラインに表示されやすくなります。

03-2. キャンペーンの特徴②：X上でも話題になり、トレンド入り！



トレンド入りに湧くユーザー投稿



キャンペーン参加アクションのひとつである「”#ダンエビ”をつけてツイート」の効果もあり
日本トレンド2位を獲得しております。

03-2. キャンペーンの特徴③：ユーザー同士の盛り上がりが見られる

ハッシュタグ付きUGCコメント



ユーザー同士のコミュニケーションも生まれる



ハッシュタグ付きの投稿
それだけでなく、ユーザー同士でリプライのやりとりが生まれることで、
ファンコミュニティの生成につながります。

03-2. キャンペーンの特徴④：懸賞ユーザーが少ない

ユーザー愛着度



フォロワー分析

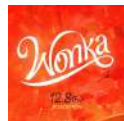


キャンペーン参加者を「ユーザー愛着度」という指標で見ると、キャンペーン開始前に比べて高い水準でキープできていることがわかります(グラフ上ですと、TV放送時に増えてしまうため凸凹に見えます)

また、フォロワー層がよく使うキーワードをワードクラウドで見ても、「推し」「ライブ」や関連するグループ名などが多く、適切なファン層を取り込めていることがわかります。



04. その他のマイレージ式事例



ハッシュタグ投稿&動画活用！

ウォンカのチョコポイント 映画『ウォンカとチョコレート工場のはじまり』

● キャンペーン詳細

X上で「**#ウォンカのチョコポイント**」の記載があるポストをいいね/リポスト、ポストをするとチョコポイントが溜まり、300チョコポイント貯めるとクリア。
チョコレートを集めるごとにオリジナルグッズや壁紙などがもらえる。

● ポイント

このポストでは、Xのアルゴリズムが重要視するいいね、リポストの直接的な拡散と合わせて **ポストに2分以上留まるorポストをクリックしていいね**を活用しています。
更に自身/他のユーザーのポイント数がリプライで返ってくる仕組みになっておりファン間で一体感を出して公開を盛り上げていくストーリーになっています。



キャンペーンフロー



01.

公式X([@WonkaMovie_jp](https://twitter.com/WonkaMovie_jp))をフォロー

02.

#ウォンカのチョコポイント のハッシュタグが付いたポストにいいね/リポストや、「**#ウォンカのチョコポイント**」と「[@WonkaMovie_jp](https://twitter.com/WonkaMovie_jp)」をテキスト内に含めポスト

03.

300チョコポイントでクリア。
ユーザーで集めたチョコポイント総数に応じて特別なプレゼントも！



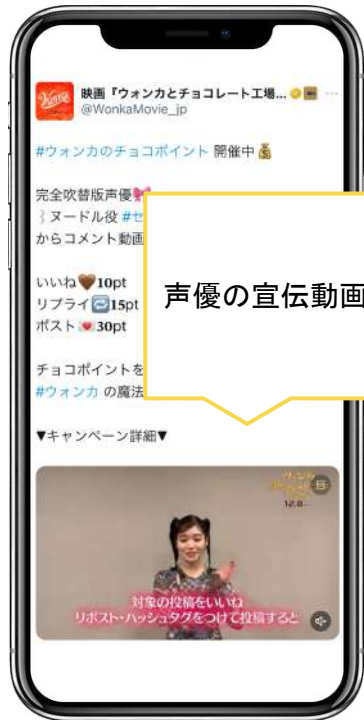
ハッシュタグ投稿 & 動画活用！

ウォンカのチョコポイント

映画『ウォンカとチョコレート工場のはじまり』

公式アカウント

ユーザー



声優の宣伝動画を掲載



公式ファンマーク
「 」でリプ欄に一
体感も！

いいね/リポスト/ポストを促す

チョコポイント獲得のために
アクション・2分以上留まる

獲得スコア：12.5 / 22.5

ポイントのおさらい

声優の宣伝動画を載せることで
ファンが「2分以上留まるorポストを
クリックしていいね」を活用。



公式Xがコミュニティの場を形成！

尿酸値サロンポイントを集めよう！

● キャンペーン詳細

[尿酸値サロンの公式アカウント](#)をフォローしていいねやりポストをするとポイントが溜まりポイントに応じた賞が抽選でもらえる。

さらに#尿酸値サロンとつけたサロンメンバーへのリプライに#尿酸値サロンを付けて投稿しても 10ポイント加算される。

● ポイント

このキャンペーンでは、ポストにいいね /リポスト、ハッシュタグを付けて引用ポスト、ハッシュタグを付けてポスト、と**アクションに併せて加算ポイントを変更**。ポイント数に応じてグレードを変えることで、ユーザーがモチベーション高く持って楽しめる仕組みになっています。



キャンペーンフロー



01.

尿酸値サロンニュース /PA-3([@yoqurt_pa3](#))をフォロー

02.

公式Xをいいねやフォロー、リポスト、ハッシュタグを付けてポストしてサロンポイントを集める。

03.

抽選で明治プロビオヨーグルトギフト券が当たる。



公式Xがコミュニティの場を形成！

尿酸値サロンポイントを集めよう！

公式アカウント



ユーザー



ハッシュタグ投稿を促す

ユーザーがポストに返信！

獲得スコア：15

ポイントのおさらい

いいね・リポストで拡散するだけでなく、スコアの高い「**ポストに返信する**」を活用。



05. Xでのファンコミュニティ形成に最適なツール

BirdCall.

for Entertainment

BirdCall for Entertainment

エンターテインメント業界に特化した

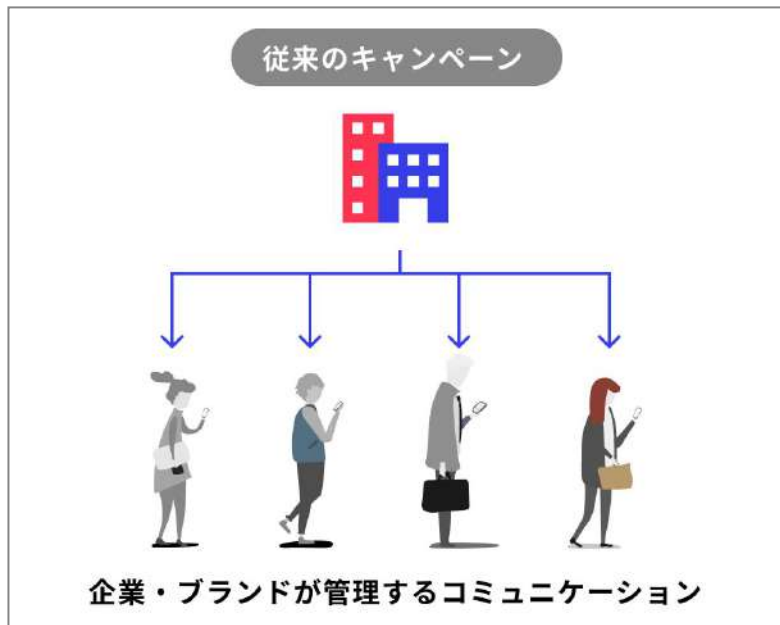
X(旧Twitter)ファンコミュニティ形成ツール。

ファンユーザー同士のコミュニケーションを加速させ、公式アカウントユーザーとの長期的なファンコミュニティを形成できます。

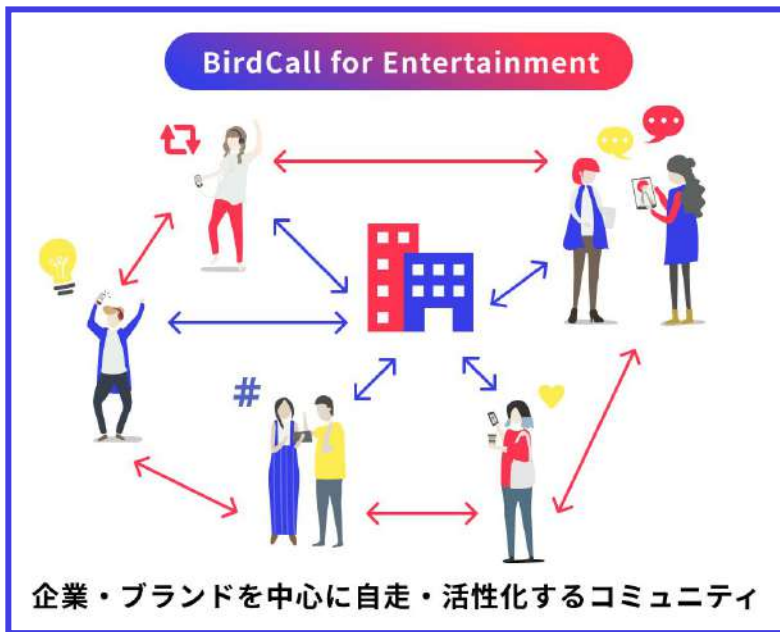
[サービスLPはこちら](#)



従来のキャンペーンとの違い



従来のキャンペーンの場合、公式アカウントが主体となり、それが拡散されていく形が主流でした。



Bird Call for Entertainmentでは、ユーザーたちのやりとりによりファンコミュニティの活性化を行い、**ファン達が盛り上げていく形を形成**できます。

ユーザのポイント取得条件①

公式アカウントへのアクション



公式アカウントへのアクションで ポイント追加!



いいね
1ポイント



RT
2ポイント



引用RT
5ポイント



コメント
10ポイント

※ポイントの設定は自由に設定可能です

公式アカウントが行った投稿に対して **ユーザーがアクションした場合** にポイント付与!
もちろんフォロー & RTキャンペーンなどとの組み合わせも可能!

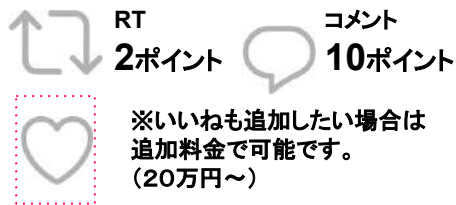
さらにBirdcall for Entertainmentでは新機能！

ユーザーのハッシュタグ投稿へのアクション



指定ハッシュタグ+メンションを
付けて投稿でファンポイントGET！

ユーザーの投稿(指定ハッシュタグがついたもの)にRTま
たはコメントでポイントGET！



さらに！
コメントまたはRTされた側にも
ファンポイント付与！

ユーザーが指定ハッシュタグを付けて投稿 でポイント付与！
さらにその投稿にコメントまたはRTで双方にポイントを付与 することも可能です。

よりコミュニケーションを加速させ、
アルゴリズムにも良い変化が期待できます！

BirdCall for Entertainmentの効果：参考事例

従来のキャンペーン



BirdCall for Entertainmentの場合



BirdCall for Entertainmentなら！

ユーザーの投稿にRTやいいねをすることでポイントが貯まることから、一般ユーザーの投稿が注目され、結果的にRT数やいいね数が伸びます。

従来のハッシュタグ投稿ではRT数が0などがほとんどでしたが、BirdCall for Entertainmentを使用することで、100や1000以上のRTやいいねが見込めます！



一般ユーザーのアカウントが注目アカウントに！

BirdCall for Entertainmentの強み

現状の悩み

 キャンペーンには参加してくれるけど
盛り上がりを感じない、、、

 同じようなキャンペーンばかりで
ユーザーが飽きてしまっている、、、

 キャンペーンが終わるとユーザーが
離れてしまう、、、

 キャンペーン結果の分析ができず
結果が把握できない、、、

BirdCall for Entertainmentなら！

 ユーザー同士のコミュニケーション が生
まれるので、UGCが増え盛り上がる！

 多数のキャンペーンが可能 なので
ユーザーに楽しんで参加してもらえる！

 キャンペーンを通して アカウントに注 目
が集まる&ファンポイントをゲットで きる ので
離脱を防げる！

 キャンペーン結果分析を行うので
キャンペーンの結果がわかる！

業界別活用イメージ : アニメ

アカウント名 @example

🎂 本日00/00は〇〇の誕生日！
#〇〇生誕祭キャンペーン を開催 🎁

#キャンペーン に参加した人の中から抽選
で#〇〇を10名様にプレゼント！ 🎁
〇〇の誕生日を一緒にお祝いしよう 🍷

▼応募方法

- ①公式アカウントをフォロー
 - ②この投稿をRT
- #〇〇生誕祭をつけてコメントをすると
当選確率2倍に！

#〇〇生誕キャンペーン



キャンペーン締め切り：2023/00/00

#放送開始前キャンペーン

アニメ放送開始まで期待の気持ちを投稿
して盛り上げよう！

#アニメ放送決定
@〇〇
原作からずっとアニメ化
期待してました！

#考察キャンペーン

第一話放送をみたみんな、あの時主人公
は何故あんな行動を！？
考察を書いて投稿しよう！

#考察キャンペーン
@〇〇
あのシーンでは、実は
相手の行動を知ってい
たんじゃ？

#推しキャラ投票キャンペーン

自分の好きなキャラクターを選んで投稿
または指定のツイートをRTで参加が可能
です。

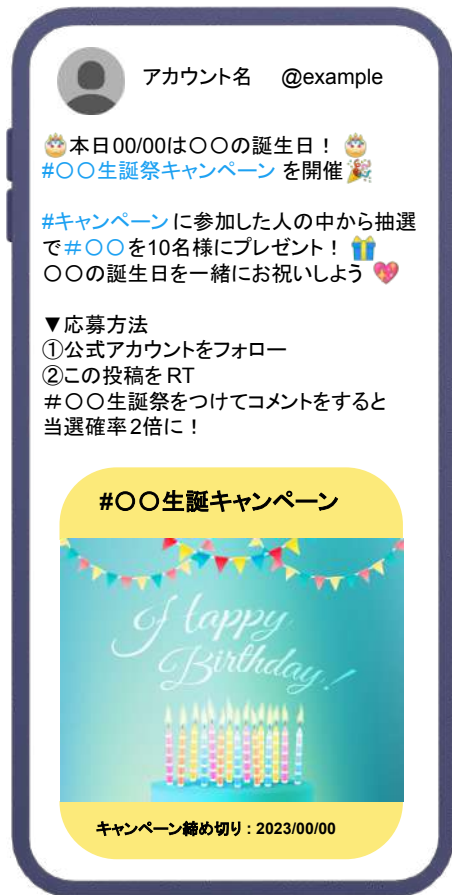
#推しキャラキャンペー
ン
〇〇ちゃんしか勝た
ん！

#好きなシーンキャンペーン

最終話で一番感動したシーンを投稿して
ね！

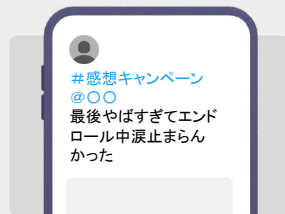
#好きなシーンキャンペー
ン@〇〇
最終話やばかった！特
にラスト！

業界別活用イメージ : 映画



#感想キャンペーン

映画の感想を投稿して、みんなと感動を共有しよう！



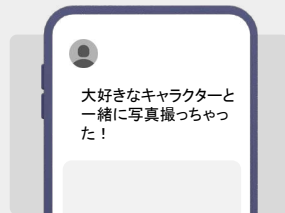
#映画の半券キャンペーン

映画館でもらった半券をDMで送って応募完了！



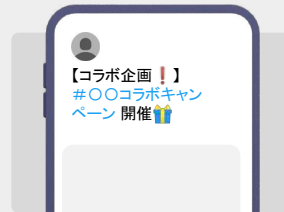
#ARキャンペーン

ARフィルターを使って映画のキャラと記念撮影をしよう！



#コラボ記念キャンペーン

コラボ商品が発売された際などにコラボ記念を称してキャンペーン開催が可能です。



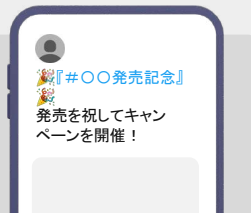
業界別活用イメージ：ゲーム

RT、いいね、ハッシュタグ投稿で参加！



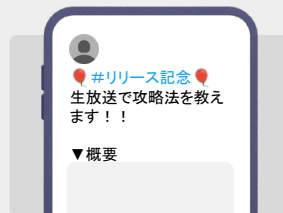
#発売記念キャンペーン

フォロー & RTやプレゼントキャンペーン、実際にゲームを体験したユーザーの感想投稿キャンペーンなどを実施できます！



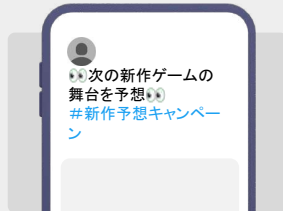
#生放送記念キャンペーン

発売を祝してゲーム実況、攻略法紹介などを行う際に同時にキャンペーンを開催することが可能です。



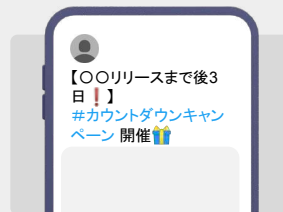
#新作予想キャンペーン

次の新作の舞台予想や新キャラ予想などユーザーに予想してもらうキャンペーンの実施が可能です。



#カウントダウンキャンペーン

リリース日までカウントダウン形式でキャンペーンを開催できます。



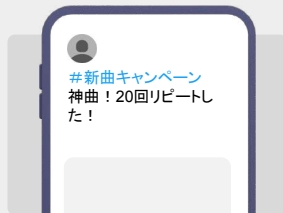
業界別活用イメージ：アーティスト/アイドル

RT、いいね、ハッシュタグ投稿で参加！



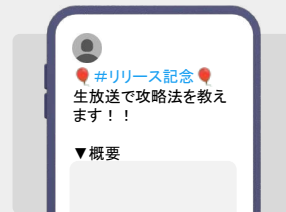
#新曲発売キャンペーン

曲を聞いた感想を投稿して、みんなで盛り上がりよう！



#生放送キャンペーン

生放送中にキーワードを発表！
キーワードを入れてポイントをもらおう！



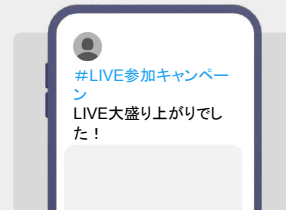
#推し応援キャンペーン

推しを応援してどんどんポイントを貯めよう！



#LIVE参加キャンペーン

ライブに参加して、写真を撮って投稿しよう！

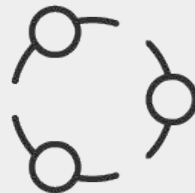


BCFEキャンペーンのメリット：ユーザー側



仲間に出会える

RTをすることでファンポイントが貯まるので、いろんなユーザーの投稿を見るようになり、結果として自分と気のあう仲間を見つけやすくなります。



情報共有ができる

イベントごとにキャンペーンを開催することで同じ推しの仲間を見つけたり、感想の共有や意見の情報交換ができます。



アカウントが注目される

指定の投稿することで色々なユーザーが自分の投稿を見に来て反応をするので投稿に注目が集まります。

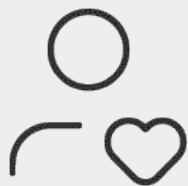


インセンティブがゲットできる

自分の投稿だけでなく、他のユーザーの投稿にRTをすることでファンポイントがゲットできます。ゲットしたポイントはサイトでゲーム内アイテムと交換できます。

ユーザーはSNSを通して新しい仲間や情報を得られるだけでなく、**ファンポイントを貯めてインセンティブを獲得**することができます。

BCFEキャンペーンのメリット：企業側



熱量の強いファンを増やせる

ファンポイントを貯めると様々なインセンティブと交換ができるので、熱量の高いファンが集まるだけでなくキャンペーンを通してファン同士の繋がりを密接にすることができます。



ユーザーによる認知拡大

ファンポイントを貯めたいユーザーが指定の投稿にアクションをすることでツイートが拡散され、結果としてゲームの認知を高めることができます。



ユーザーの生の声が聞ける

UGC投稿が集まることでユーザーの感想や意見などを収集することができます。



多様なキャンペーンが可能！

「キャンペーンの仕組みを熟知したディレクターが仕様を設計」&「内部制作体制でのシステム構築」をすることで、柔軟さ・迅速さ・コスト感を両立したカスタマイズが可能です。

**ユーザーをSNSキャンペーンを通してさらに
コアなファンに成長させることが可能です！**

お問合せ



ご興味をお持ちいただけましたら、
下記よりお気軽にご相談くださいませ。

[資料請求はこちら](#)





06. 其他のご案内

弊社パッケージサービス一覧



Web

Aha!

連携可能
X LINE
Instagram TikTok

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
イベント連携施策	来店促進施策
TikTok即時抽選	InstagramDM活用
chatGPT活用	友達紹介施策

X

BirdCall.

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・広告運用代行

X運用戦略	X広告運用
-------	-------

キャンペーンパッケージ

BirdCall for Entertainment
ファンコミュニティを形成する新しいキャンペーン

BirdCall Pro
複数アカウントでのキャンペーンし放題！

インスタントウイン RTWIN	マストバイ Recet レシート/シリアル/マイルージ/
後日抽選系	クイズ/診断/画像合成

LINE

Aha!
for LINE

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

Instagram

ハッシュタグ収集

フォロー&いいね

運用代行/広告

TikTok

ハッシュタグ収集

コンテスト

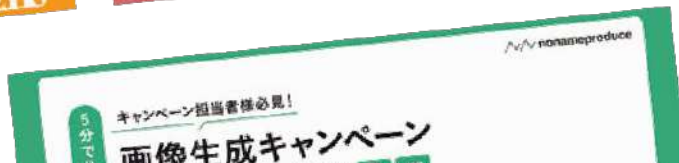
and more

お役立ち資料



キャンペーンお役立ち資料
多数ご用意しております

ダウンロードはこちらから →



事例探しにお困りではありませんか？



<https://n2p.co.jp/blog/campaign/>

あなたの「知りたい」を叶える
n2pのブログが進化しました。
キャンペーン事例を
カテゴリーワンクリックで
検索することができます。
是非お役立てください！



https://www.youtube.com/channel/UCExTxPTU_nefsKC8FztNPg

Youtubeでは毎日キャンペーン
考察動画をあげています！
定期的にチェックいただければ
幸いです

設立17年間のキャンペーンノウハウを無料でご提供いたします。

日々研究を重ねるキャンペーン知識を御社のご提案に活用いただくべく、セミナーを無償にて開催しております。

セミナー内容は、ヒアリング・ご要望に合わせて、弊社側からご提案が可能です。

また、質疑応答の時間もございますので、悩みや疑問にもお答えすることができます。新入社員の研修や、クライアントへの提案力をアップしたいといった課題にお役立てください。

まずはお気軽なご相談をお待ちしております。

※次ページの弊社連絡先までお問い合わせください。



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/