

 **Instagram**

3大重要指標を攻略!

最新アルゴリズムとAPI仕様の全貌

〰 nonameproduce

2026年版

担当者様
必見!





01. はじめに: アルゴリズムと API の構造転換

はじめに: アルゴリズムと API の構造転換

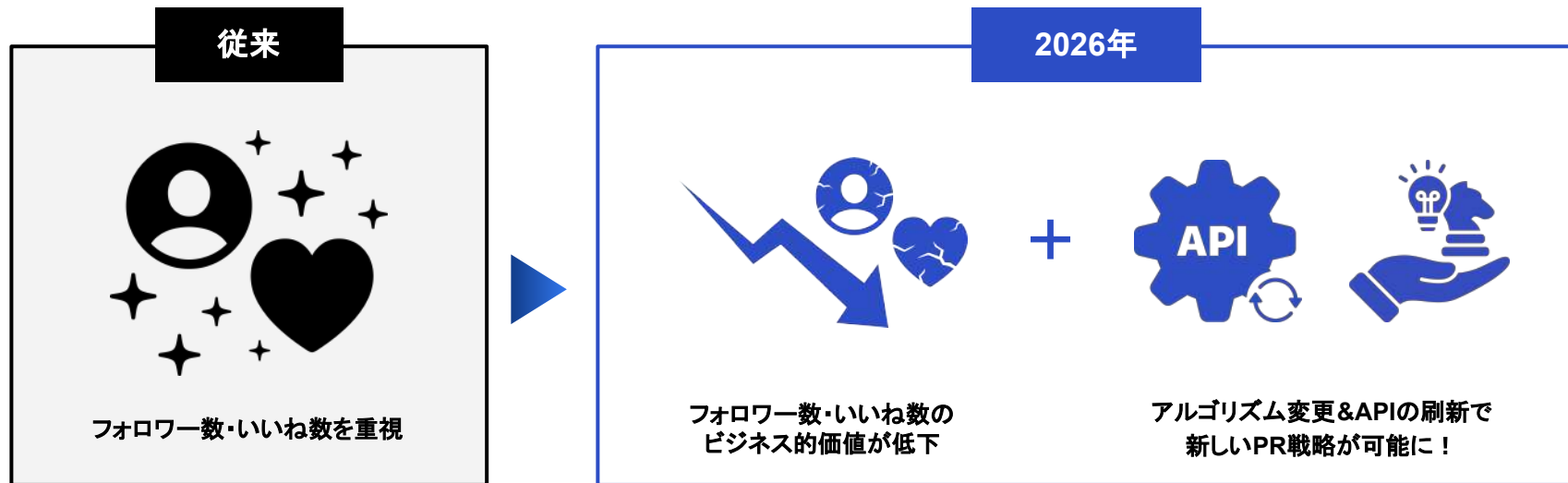
2024年から2025年にかけてMeta社は
Instagram Graph API の大規模なアップデート を実施



2026年、Instagramマーケティングは大きな構造転換期へ！

はじめに: アルゴリズムと APIの構造転換

今回のアルゴリズム改修により、従来認知拡大の指標だった「フォロワー数」や「いいね数」のビジネス的価値は大きく低下しました。一方、API仕様の刷新によって、これまでできなかった新しいアプローチでプロモーション戦略を組み立てることが可能になりました。





02. 最新アルゴリズム

2026年の3大重要指標

アルゴリズムの改修に伴い、2026年にインプレッションを最大化するために
特に重要となる指標が次の **3** つです。



① 送信 | 評価される理由

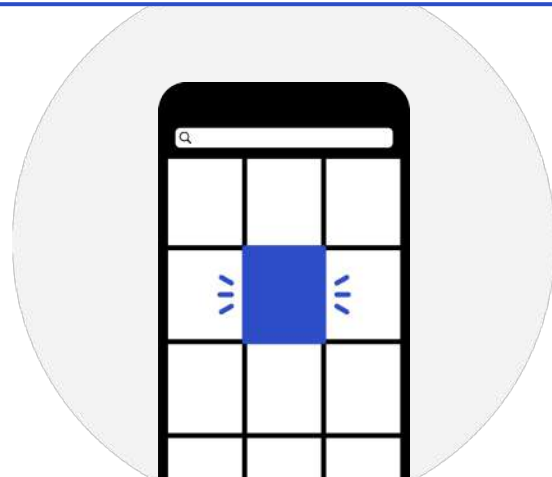
Instagramは現在、プラットフォームの定義を「コンテンツ消費の場」から「コンテンツを介して友人と会話する場」へとシフトさせています。

送信は「この投稿は友人に教える価値がある＝会話のきっかけになる」という、「いいね」よりも遥かに熱量の高い推奨アクションであるため、アルゴリズム上高く評価されます。

効果

フォロワー以外の発見タブやリール推奨枠へ優先的に配給

⇒ フォロワー数の10倍～100倍規模のリーチが発生し、
爆発的な認知拡大を引き起こす



② 維持率 | 評価される理由

維持率(特に視聴完了率やリプレイ)が高い動画は、ユーザーの時間を奪う力がある**中毒性の高いコンテンツ**である証明となります。

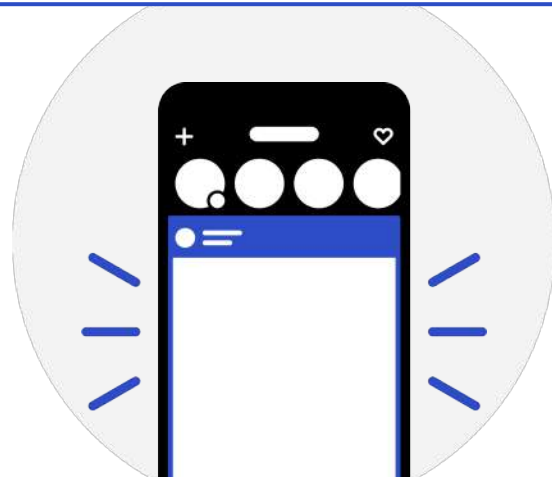
冒頭数秒での離脱が多い動画は**期待外れ**と判定され、品質スコアが下がります。

逆に最後まで見られる動画は**満足度が高い**とみなされ、優遇されます。

効果

アプリ起動時のトップ位置や、リールをスワイプした際の次の動画として優先的に割り当てられえる

➡ **表示回数が強制的に底上げされ、安定したインプレッションを確保できる**



③ 保存 | 評価される理由

保存は「後で見返す」「検討する」という**未来のアクション**を意味します。能動的な利用や購買検討に近い行動であるため、アルゴリズムはこれを「**情報の質と実用性が高い**」と評価します。

ユーザーは保存したコンテンツを「**ウィッシュリスト**」や「**比較検討リスト**」として利用しており、保存数が多い投稿は、それだけ多くのユーザーの**検討フェーズ**に入り込んだことを意味します。

効果

保存数が多い投稿は「発見タブ」に残り続ける

⇒ 数日後でも新しいユーザーを呼び込むロングテール効果を発揮

保存はユーザーとの強い繋がりを意味するため、アルゴリズムが「**親密度が高い**」と判断

⇒ 次回の投稿も相手の画面トップへ優先的に届くようになる



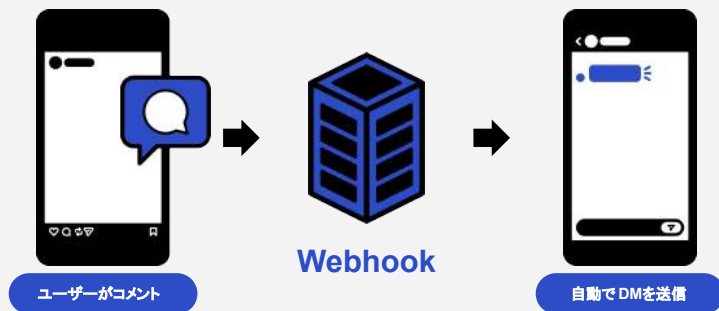
03. APIの仕様変革

APIの仕様変革

2024年から2025年にかけてのアップデートによりMessenger API for Instagramが大幅に機能を拡張。Facebookページとのリンク強制が緩和され、**Instagram単独でのAPI利用が可能になりました。**

特に重要なのが、**Webhook(ウェブフック)機能の強化**です。Webhookとは、Instagram上で特定のイベントが発生した瞬間に、外部のサーバーへ通知を送る仕組みのこと。**ユーザーのアクションに対してタイムラグなく自動応答するシステムを構築できるようになりました。**

例)



フィード投稿にユーザーがコメントをした直後、その熱量が冷めない数秒以内にDMを送信し、会話を開始するといった施策



04. 最新仕様に対応したプロモーション戦略

DMチャットボットの導入

以上の最新アルゴリズムとAPI仕様の変更を踏まえ、本資料ではおつの重要指標(送信・維持率・保存)の中でも、特に「**送信**」の指標を最大化するための**プロモーション戦略**に焦点を当てて解説します。ビジネス的な再現性が高く、かつアルゴリズム攻略の起点となるこの「送信」を最大化する手法。それは「**Instagram DM Automation (以降DMチャットボット)**」の導入です。

なぜ「送信」に焦点を当てるのか ...

① 再現性の違い

「維持率」や「保存」を伸ばすには、動画の編集技術や企画力といった「クリエイティブの質」が問われ、改善には多くの変数と時間を要します。一方、「送信」は、APIのシステム的な活用によって、ユーザー行動の動線を設計し、数値を意図的にコントロールすることが可です。

② アルゴリズム上の相乗効果

アルゴリズムは、DMで頻繁にやり取りをするアカウント同士を「親密な関係」とみなします。「送信」をハックし、顧客との対話数を増やすことは、結果としてフィード投稿やリールが優先的に表示される土壌を作ることになり、間接的に「維持率」や「保存」の機会創出にも寄与します。



05. DMチャットボットについて

DMチャットボットのメリット

コンバージョン率と開封率

メールマガジンの平均開封率が2~3%に低迷する中、Instagram DMの開封率は90%近くに達し、返信率も最大60%を記録するケースがある。これは、DMがユーザーにとって最も身近でプライベートな連絡手段として定着していることの証左です。

詳細な顧客データの獲得

チャットボットを通じてユーザーと対話することで、「肌の悩み」や「好みの色」「予算感」といった**詳細な顧客データを、自然な流れでユーザーから取得**できます。これは、推測に基づく顧客データよりも遥かに価値が高いです。

日本市場との親和性

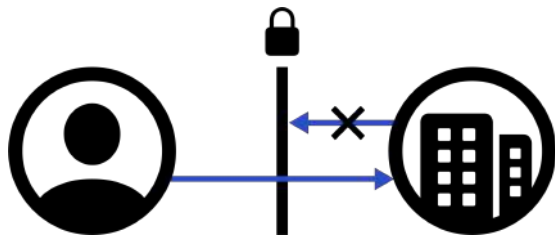
LINE公式アカウントがインフラ化している日本市場において、チャットボットによる商品案内や問い合わせ対応、購入サポートなどに対するユーザーの抵抗感は極めて低いです。Instagram DMはその延長線上にあり、よりビジュアルリッチで直感的な購買体験を提供できる土壌が整っています。

DMチャットボットの利用ルール

ここで注意しておきたい点があります ...

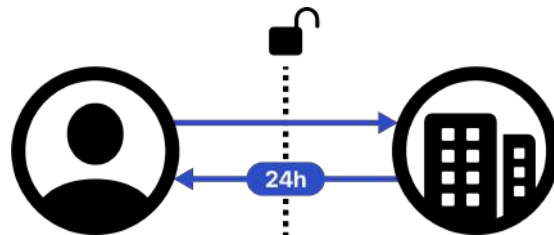
InstagramのMessaging APIには、企業によるスパム行為を防止する目的で非常に厳しい利用ルールが設けられています。

ルール①



ユーザーから話しかけてくれない限り
企業から先にメッセージを送ってはいけない

ルール②



ユーザーのアクションから
「24時間以内」しか返信することができない

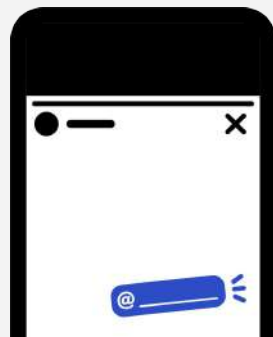
ルール①の対応策

企業側からユーザーへメッセージを送れる状態にするためにはユーザーが以下4つのトリガー」のいずれかを発動する必要があります。



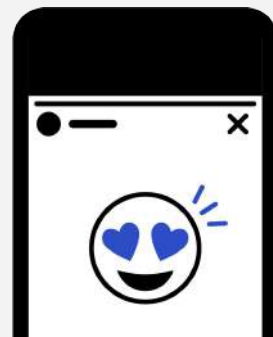
コメント投稿

フィードやリールへのコメント



ストーリーズメンション

@タグ付け投稿



クイックリアクション

ストーリーズへのスタンプ反応



キーワード送信

DMで特定の言葉を送る

次のページでは、ユーザーが「自分から話しかけたいくなる＝トリガーを引きたいくなる」状態をつくるための、具体的な 3つの仕掛け例を紹介します。

【仕掛け1】インスタントウィン

ユーザーに「コメント」してもらうための手法です。

例)企画:その場で当たりがわかる! コメント欄に「参加」と書いてね



ユーザーがコメント

トリガー発動!



DMに結果を通知

ユーザーが「参加」とコメントすることで
トリガーが発動し、即時抽選が開始され
DMに結果が通知される

狙い

ユーザーは「結果が知りたい」という動機でコメントします。これがトリガーとなり、企業はDMを送る権利を手に入れます。後日発表ではなく、「今すぐDMが届く」というスピード感が参加率を劇的に高めます。

参考事例

[【Instagramでインスタントウィン!】スキルのキャンペーンはこんな仕組みで作られている! - スキルリニューアル記念キャンペーン](#)

【仕掛け2】コメント

全員にバラマクのではなく、興味がある人だけを見つける手法です。

例)企画:あなたに合うコスメ診断! DMで「診断」と送ってね



狙い

懸賞目当ての人を避け、本当に悩んでいる人とだけつながることができます。

診断結果に合わせておすすめ商品を提案できるため、売上に直結しやすいのが特徴です。

参考事例

DMにコメント:[【Instagram施策】DMの自動応答を活用! アリナミン×BT21の診断キャンペーン! - BT21 ずっと、元気に! キャンペーン | アリナミン](#)

投稿にコメント:[【キューピー】Instagramで完結! フォロー&コメントで参加できる「あなたにぴったりのサラダ診断」- あなたにぴったりのサラダは? サラダ診断 | キューピー株式会社](#)

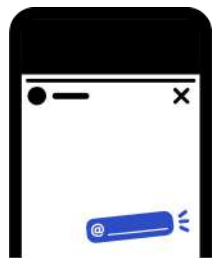
参考記事

[【2023年最新】Instagram「ストーリー」型キャンペーン」事例まとめ](#)

【仕掛け3】ストーリーズ @メンション

フォロワーに「宣伝」してもらう手法です。

例)企画:購入品を@タグ付けで投稿してくれたら、限定動画をプレゼント！



@タグ付けで投稿

トリガー発動！



DMに限定動画を送信

ユーザーが@タグ付けで投稿をする事でトリガーが発動し、DMに限定動画が配布される

狙い

自分の投稿に公式が反応してくれると、ファンは嬉しくてさらに投稿してくれます。この連鎖を作ることで、広告費をかけずに信頼性の高い口コミ(GC)を増やせます。

参考事例

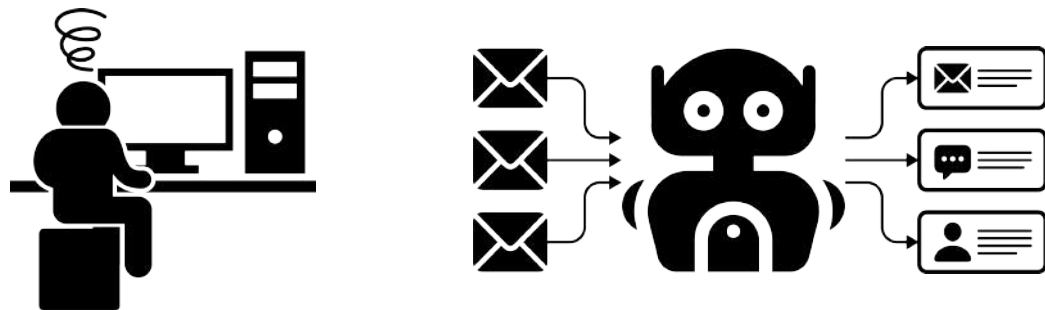
[大阪中之島美術館 開館1周年記念イベント](#)

[Hulu公式Instagramフォロー&ストーリーズシェア投稿で](#)

[Aladdin X2 Plusが抽選で2名様に当たるプレゼントキャンペーン](#)

ルール②の対応策

企業は、ユーザーのアクションから「**24時間以内**」にしか返信することができません。人力で数千人のユーザーの「コメント」や「メンション」を24時間監視し、即座にDMを返すことは物理的に不可能です。また、**手動での大量送信はスパム判定され、アカウント凍結のリスクがあります**。



「**人力で頑張る**」のではなく、「**ツールに任せてルールを守る**」

これが、DMチャットボットプロモーションを成功させるための必須条件となります。

ルール②の対応策

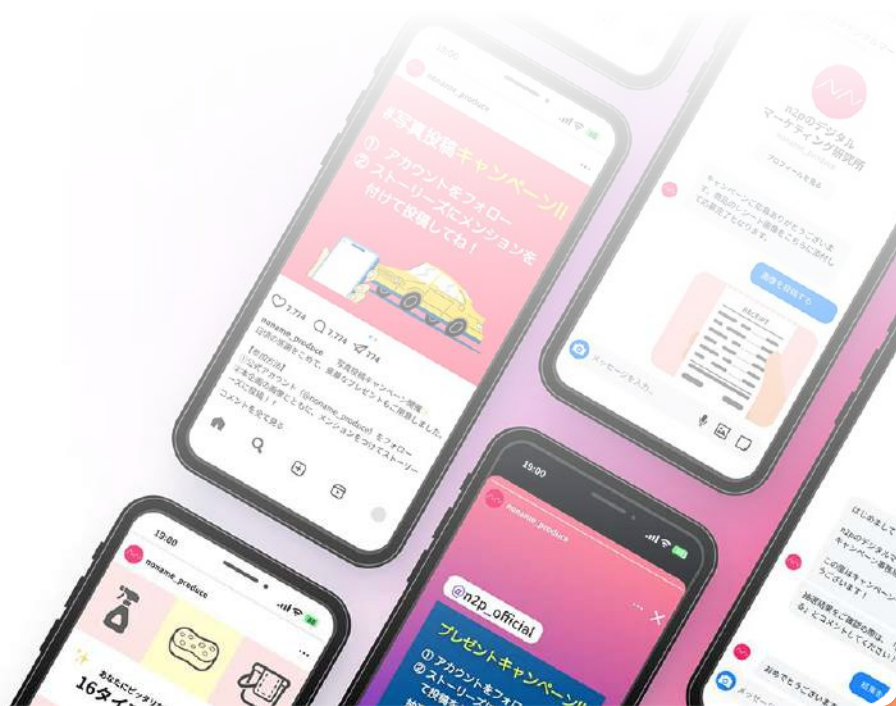
このような物理的な壁を突破するために、多くの企業が導入しているのが『ImStar』のような自動化ツールです。

Instagramキャンペーン支援

ImStar (インスター)

「ImStar」はストーリーズでのインスタントウィンやDMを活用したレシートマストバイキャンペーン、DM Chatbotを活用した診断コンテンツなど、Instagramでのキャンペーンを拡張するツールです。

[ImStarフォロー＆コメントキャンペーンを体験してみる ▶](#)





06. 終わりに: 数から質、そして対話へ

終わりに: 数から質、そして対話へ

昨今のSNSにおいて、似たようなAI投稿やいいね稼ぎのコンテンツが溢れる中で、不可欠なのは**プラットフォームが真に求める価値を再定義すること**です。

Instagramが評価する「良質なアカウント/投稿」の本質とは、ユーザーが誰かに薦めたいと感じるような、**能動的なアクションを促すコンテンツ**です。

単なる表面的な数値の追及ではなく、投稿を起点にいかにユーザーと深く繋がるか。その最適解の一つとなるのが、**DMを通じた1to1のコミュニケーション**です。

これからのInstagramマーケティングは、**一方的な発信の場から対話の場へ**と、確実なシフトが求められています。

アルゴリズム/APIの引用文献

主要な一次情報および信頼できる調査ソースは以下の通りです。

1. 送信 (Sends / Sends per Reach)

- Adam Mosseri Official Reel (July 2024): <https://www.instagram.com/reel/C86WDnEuBjB/>
- "Instagram Algorithm Shift: Why Sends Matter More Than Ever" (Search Engine Journal): <https://www.searchenginejournal.com/instagram-algorithm-shift-why-sends-matter-more-than-ever/521389/>
- "Instagram Chief: Post Share Rates Key Driver of Reach" (Social Media Today): <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-chief-post-share-rates-key-driver-reach/716540/>

2. 維持率/Views (Retention / Views)

- "Introducing Views to simplify content distribution metrics" (Meta for Creators): 公式発表に関する解説 <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-updates-metrics-to-focus-creators-on-views/723645/>
- "Changes to Instagram metrics (April 17, 2025)" (Hootsuite Help Center): <https://help.hootsuite.com/hc/en-us/articles/27893658620571-Changes-to-Instagram-metrics-April-17-2025>
- "Instagram Algorithm 2025: Complete Guide" (DataSlayer): <https://www.dataslayer.ai/blog/instagram-algorithm-2025-complete-guide-for-marketers>

3. 保存/購買意向 (Saves / Purchase Intent)

- "Instagram growth strategies" (Improvado): DFS Case Studyの分析 <https://improvado.io/blog/instagram-growth-strategies>
- DFS Customer Case Study (Featured Customers PDF): https://cdn.featuredcustomers.com/CustomerCaseStudy.document/dfs_qEKptwN.pdf

4. API・技術仕様 (Technical / API)

- BroadcastChannel Web API Definition: <https://frontendlead.com/system-design/broadcast-channels-in-web>
- Instagram Graph API Documentation Guides: <https://elfsight.com/blog/instagram-graph-api-complete-developer-guide-for-2025/>



その他NONAME Produceのご案内

弊社サービス一覧



連携可能



キャンペーンパッケージ

[レシート](#)

[画像/動画生成](#)

[マストバイ](#)

[投票/コンテスト](#)

[写真投稿](#)

[診断/検定](#)

[AR](#)

[クイズ/謎解き](#)

[店舗誘致](#)

[イベント連携](#)

[Web即時抽選 /くじ](#)

[ゲーム](#)

[UGC](#)

[TikTok
インスタントウィン](#)

[Instagram
レシート](#)

[ChatGPT](#)

[NFTインセンティブ](#)

[顔認証](#)

[友達紹介](#)

[サービス資料はこちら](#)



運用

[分析ツール](#)

[アカウント運用
広告運用代行](#)

キャンペーンパッケージ

[後日抽選系](#)

[インスタントウィン
RTWIN \(URL型\)](#)

[マストバイReceet
レシート/シリアル/マイレージ](#)

[カスタムストーリー](#)

[BirdCall for Fun](#)

[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！

[サービス資料はこちら](#)



その他 Aha! の
ラインナップ
全て対応可能！

[レシート](#)

[シリアルコード](#)

[QRコード
インスタントウィン](#)

[友達登録
インスタントウィン](#)

[アンケート](#)

[友達紹介](#)



[ハッシュタグ収集](#)

[ストーリーズシェア](#)

[インスタントウィン](#)

[チャット bot](#)

[レシート](#)

[運用代行 / 広告](#)

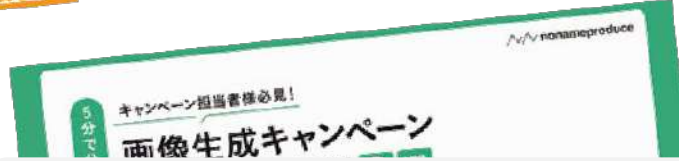
[サービス資料はこちら](#)

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

皆様のご意見を元にお役に立てるコンテンツを制作いたします。

当社では日々キャンペーンに関する研究を行い、企画の提案方法から事例、仕様、運営方法までのコンテンツを制作しています。

皆様のお役に立てるコンテンツを提供するために、下記 QRコードのアンケートをご確認いただき、ご意見や課題感をお聞かせいただけると嬉しいです。

制作したコンテンツは定期的に皆様の元へお届けいたします。



▼ホワイトペーパー



▼ブログ記事



設立20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	〒170-0013 東京都豊島区東池袋 1-18-1 Hareza Tower 20F WeWork 池袋 内
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/

お問い合わせ