

契約前に知っておきたい

フォロワーは増えているのに、 投稿が届く力は落ちていませんか？

SNS運用の外注で最も多い後悔は「会社選びを間違えた」ではなく、「問題が起きていることに、ずっと気づけなかった」です。この資料は、どの会社にも依頼するかにかかわらず使える「選び方と確認の仕方」をまとめたものです。社内での検討にお役立てください。

SNS運用の外注で、よく聞く不満

発注企業へのヒアリングで繰り返し挙がる声です。心当たりがあれば、2ページ目の「7つの質問」をご活用ください。

「報告はフォロワー数といいねだけ。成果につながっているのか分からない」

「今何をやっているのか見えない。連絡しても返信が遅い」

「最初の提案は豪華だったのに、始まったら同じような投稿の繰り返し」

「数字が下がった理由が『アルゴリズムが変わった』で終わり」

「担当者が変わったら品質も雰囲気も変わってしまった」

「内製化したいと伝えたら、あまり良い顔をされなかった」

うまくいかない外注に共通する、3つの構造

会社の良し悪しや担当者の熱意の問題ではなく、体制の「構造」の問題であることがほとんどです。

構造 1

計器の不在

勝ちパターン（型）は消耗品なのに、型ごとの計測がなく「摩耗」に気づけない。フォロワー数は運行指標のため、報告書の上では順調に見え続けます。

構造 2

物量の不足

検証には本数が必要です。月数本の制作では、何が当たりで何が外れかを特定する前に、時間と予算が尽きてしまいます。

構造 3

見えない進行と属人化

何をしているか聞かないと分からず、確認の工数が発注側に乗る。運用が個人の頭の中にあると、担当交代で止まります。

構造1が実際に起きた例（当社が引き継いだアカウントの実測データ）

建材メーカー様 Instagram | 引き継ぎ前 6ヶ月の推移（投稿数は月7〜8本でほぼ一定）

	1月	3月	6月	半年での変化
リーチ中央値（1投稿が届く力）	1,120	687	403	約1/3に減衰
月間保存数	71（最盛期103）	66	21	約1/5に減衰
フォロワー数	468	—	517	増え続けていた

まとめ形式の勝ち型の反復で保存率は1.20%→0.42%に半減し、おすすめ配信が減る下降循環に。フォロワーが増え続けていたため、社内では異変に気づきにくい状態でした。摩耗を検知する計器があれば、下降の初期に手を打てます。

契約前に聞いておきたい 7つの質問

どの会社に依頼する場合でも、この7つを聞けば運用の中身が見えます。印刷して商談にお持ちください。「危ない答え」に近い回答が3つ以上あれば、もう一社比較することをおすすめします。

☐ Q1. 月次報告の主指標は何ですか？

△ **危ない答え**：「フォロワー数の推移と、いいねが多かった投稿をご報告します」（目的を聞く前に指標が決まっている）

◎ **良い答え**：「目的によって設計します。EC誘導ならリンク遷移、認知獲得ならリーチ、ブランディングなら保存率や指名検索——目的に合わせた主指標と、その計測方法までご説明します」

☐ Q2. 勝ちパターンが効かなくなったとき、どうやって気づきますか？

△ **危ない答え**：「その都度、数字の様子を見ながら判断します」（＝検知の計器がない）

◎ **良い答え**：「投稿を型ごとに月次計測していて、反応が落ち始めたら型の入れ替えをご提案します」

☐ Q3. 先月、実際に何本制作しましたか？

△ **危ない答え**：「案件によりさまざまです」（具体的な数字が出てこない）

◎ **良い答え**：「先月は〇社で計〇本です」と即答でき、体制（人数・役割）まで説明できる

☐ Q4. 投稿の型は何種類あり、型ごとに反応を分けて計測していますか？

△ **危ない答え**：「アカウント全体のエンゲージメントを見ています」（平均しか見ていない）

◎ **良い答え**：「〇種類の型をタグで管理し、型別にリーチ・保存を比較しています」

☐ Q5. 数字が下がったとき、「アルゴリズム変更」以外の説明ができますか？

△ **危ない答え**：「アルゴリズムの変動が大きいです、しばらく様子を見ましょう」

◎ **良い答え**：「どの型のどの指標が落ちたかを特定し、原因の仮説と次の打ち手をセットでご説明します」

☐ Q6. 将来の内製化を支援してもらえますか？

△ **危ない答え**：「まずは弊社にお任せいただくのが確実です」（話をはぐらかす）

◎ **良い答え**：「内製化をゴールにした設計も可能です。運用の型と計測の仕組みをレクチャー込みでお渡しします」

☐ Q7. 担当者が変わるとき、何が引き継がれますか？

△ **危ない答え**：「後任にしっかり引き継ぎますのでご安心ください」（中身の説明がない）

◎ **良い答え**：「タグ設計・計測データ・企画の型がドキュメント化されているので、人が変わっても運用は変わりません」

SNS支援会社は、大きく3タイプ

どのタイプが優れているかではなく、貴社の局面との相性で選ぶのが失敗しないコツです。

タイプ	強み	向いている局面	構造的な注意点
量産特化型 テンプレ・ツールで大量制作	制作単価と初速。とにかく本数が並ぶ	立ち上げ初期で、まず投稿量を確保したいとき	型ごとの計測を持たないことが多く、勝ち型が摩耗しても同じ制作が続きやすい
戦略コンサル型 分析・戦略設計が主体	市場分析と戦略資料の厚み	社内に制作チームがあり、頭脳だけ補いたいとき	検証に必要な制作物量が出ず、仮説が仮説のまま終わりやすい
検証運用型 制作力×計測を両輪で持つ	型ごとに計測し、摩耗前に型を入れ替えられる	伸び悩み・下降局面。数字で運用を立て直したいとき	量産特化型より単価は高い（そのぶん摩耗に先回りする）

このシートの使い方

1. 商談で7つの質問をそのまま読み上げて、回答を余白にメモしてください。
2. 「危ない答え」に近い回答が3つ以上あれば、契約前にもう一社比較することをおすすめします。
3. FlickBoxにも、同じ質問をそのままぶつけてください。すべて具体的にお答えします。

「型」に抵抗がある方へ

本ガイドの「型」は、表現を縛るテンプレートのことではなく、**成果を計測・再現するための単位**のことです。型を決めない運用は、伸びた理由も落ちた理由も説明できず、成果が担当者の感性に依存し続けます。感性で作った投稿も、型として記録すれば再現できる資産になります。「うちは型を使いません」という運用会社には、「では、成果が出た理由・出なかった理由をどう説明し、どう再現しますか？」と聞いてみてください。体系的に計測している会社なら、必ず具体的に答えられます。

FlickBoxの答え

作れる：月30～50点（ショート動画・カルーセル等）の制作体制。引き継ぎ翌月にリール月1→4本、ストーリーズ月4→44本へ増やした実績

測れる：投稿を型（タグ）ごとに月次計測し、摩耗のシグナルを数字で検知

見える：自社開発の進行管理システムで、制作の進捗をいつでもご確認いただけます

渡せる：内製化支援まで対応範囲。計測の仕組みごとお渡しします

まずは無料のアカウント診断から

公開データのみで、届く力の推移・型への依存度・伸びしろを1枚のレポートにまとめてお渡しします。診断を受け取るだけでも構いません。

無料

公開データのみ
3営業日でお渡し

株式会社FlickBox（東京都新宿区新宿5-9-6） | Mail: contact_sns@flickbox.jp | Web: <https://flickbox.jp>