

2,436万投稿を 調べたら、 こうなっていた

Metricool の調査を日本語でまとめたもの

スペインの会社 Metricool が Instagram の投稿 2,436万4,803件を集計した調査です。2025年1～2月と2026年1～2月を比べています。数字は1投稿あたりの平均で、p.○ は原典(英語)のページ番号です。

2,436万 調べた投稿数

37万 調べたアカウント数

8.5秒 リール1本の平均視聴時間
1年で2.2倍

hanami.

Hanami JP / Instagram @hanamisocialjp

TikTok @hanamisocialjp



① 保存は、カルーセル(複数枚をスワイプする投稿)が9倍

写真1枚と比べた保存の数

9 倍

原典 p.13 / p.14 (保存 86.07回 対 9.36回)

写真1枚と比べると保存が9倍、リーチ(見た人の数)も2倍以上あります。**いいね・視聴回数・コメント・シェアも、全部カルーセルのほうが上でした(原典 p.14)。**

なのに、出している人が少ない

カルーセルは、写真1枚の投稿より週あたりの投稿数が**37%少ない**(原典 p.14)。やっている人が少ないのに、数字は出ています。

※ 実際の投稿を集計した数字です。「カルーセルの投稿は保存も多かった」までが分かっていることで、「カルーセルにすれば保存が増える」と証明されたわけではありません。

2 呼びかけ方と反応の違い

頼んだ内容ごとの反応

頼む＝動画の最後やキャプションで、見た人をお願いすること

「コメントして」と頼む
コメントが多い **+203%** p.30

「保存して」と頼む
保存が多い **+92%** p.30

「いいねして」と頼む
いいねが少ない **-5%** p.30

質問を入れる
コメントが多い **+37%** p.29

他のアカウントを
@で書く
自分のフォロワーが2,000人未満：リーチが多い **+108%** p.31

※ 上の3つは全投稿の平均との比較、質問と@は入っていない投稿との比較です(原典 p.29～p.31)。

調査では、コメントや保存を呼びかけた投稿は、全投稿の平均より反応が多くなっていました。原因は断定せず、自分の投稿でも呼びかけ方を変えて比較します。

③ 1年で1つ上の規模に上がったのは100人に9人

1年で、次の段階まで フォロワーを増やせた割合

2,000人未満	10%	p.9
2,000～1万人	11%	p.9
1万～10万人	3%	p.9
10万～100万人	1%	p.9

全体では8.93%でした。

段ごとに必要な伸び幅が違うので(2,000→1万は5倍、1万→10万は10倍)、規模どうしの通過率をそのまま比べることはできません(原典 p.38)。

※ この調査の対象は37万5,118アカウントです(原典 p.5)。

1本あたり見られる時間が、約4秒から約8.5秒に伸びました

2026年 対 2025年

総視聴時間	+139%	p.20
シェア	+67%	p.19
エンゲージメント率	+25%	p.19
いいね	+17%	p.19
リーチ	+12%	p.19

視聴回数はほぼ横ばい(+2%)なのに、平均視聴時間は2倍以上になりました(原典 p.18 ~ p.20)。エンゲージメント率が上がったのはリールだけです(原典 p.12)。

視聴回数=再生・表示された回数(同じ人が何度見ても数える)。エンゲージメント率=インタラクション ÷ 視聴回数。

※ 2025年4月に Instagram が「視聴回数」の数え方を変えました。視聴回数と、それを分母にするエンゲージメント率の前年比には、この定義変更が混ざっています(原典 p.8)。

5 公開後3日間の反応を見る

投稿の反応のうち、 最初の3日間に入る割合

※ 投稿後10日間の合計を100%としたときの割合です(原典 p.34)。

リールの視聴回数	65%	p.34
----------	-----	------

リールの インタラクション	61%	p.34
------------------	-----	------

写真とカルーセルの 視聴回数	76%	p.34
-------------------	-----	------

写真とカルーセルの インタラクション	75%	p.34
-----------------------	-----	------

投稿後10日間の反応のうち、多くは最初の3日間に集まっていました。公開直後の反応を確かめ、コメントに返信します。3日目以降の動きも確認しましょう。

インタラクション=いいね・コメント・保存・シェアの合計回数。

⑥ いつ、どれだけ出すか

何回出すかは、フォロワー数で変わる

まずは週2～3回から始めて問題ありません。
1万人未満で週7～14回は1日1～2回に当たります。これは「反応が最大になる回数」で、「最低ライン」ではありません。今の回数を急に増やすより、同じ回数で反応の推移を見るのが先です。

参考: 1投稿あたりの反応がいちばん高かった回数

1万人未満	週7～14回	p.26
-------	---------------	------

1万～10万人	週14～30回	p.26
---------	----------------	------

※ ここでの「投稿」に何が含まれるか(ストーリーズを含むか)は、原典 p.26 に書かれていません。

世界の平均は19時～21時

原典 p.35

曜日を問わずこの時間帯です。世界全体の平均なので、自分のインサイトで確かめてください。

7 ハッシュタグ

調査と公式で、言うことが違う

Metricool の集計では、タグを付けた投稿は視聴回数が32%、インタラクションが34%少なくなっています。ただし分かるのは「タグを付けた投稿は数字が低かった」までで、「タグのせいで下がった」とは言えない、と原典自身が書いています。Metricool の提案は1～2個、Instagram の責任者 Adam Mosseri の推奨は3～5個。**投稿数が少ないうちは、Instagram公式の3個から5個で始めてください。10本出したら、タグが多い投稿と少ない投稿の数字を見比べてください。**

Metricool = 原典 p.28 / 公式推奨 = Adam Mosseri の発信(2021年以降)

タグより、言葉

Instagram はキャプションの言葉で投稿を検索できるようにしていて、2025年7月からは公開投稿が Google と Bing にも出ます。**自然な言葉で、商売に関わるキーワードを本文に入れるほうが効きます。**

原典 p.28

まずこの3つ

1. 投稿の最後に「コメントして」「保存して」と書く

呼びかけのあった投稿は、平均と比べてコメントが約3倍、保存が約2倍でした。

3ページ / 原典 p.30

2. 19～21時は参考に。公開後3日の反応を確認する

投稿後10日間の反応の6～8割は、最初の3日間に集まっていました。

6・7ページ / 原典 p.34 / p.35

3. タグは3～5個。本文に自然な言葉でキーワードを入れる

タグの数は、調査と Instagram 公式で言うことが違います。まずは公式の3～5個から。

8ページ / 原典 p.28

原典

元になった調査(英語)

Metricool「Instagram Study 2026」。スペインの分析会社 Metricool が、37万5,118アカウントの投稿 2,436万4,803件を集計したものです。

<https://metricool.com/instagram-study/>

原典の主な章

成長 p.9 / 画像とカルーセル p.12 / リール p.19 / 投稿頻度 p.26 / ハッシュタグ p.28 / 質問 p.29 / CTA p.30 / メンション p.31 / 投稿の寿命 p.34 / 投稿時間 p.35 / まとめ p.36 / 調査方法 p.38

Hanami JP

Instagram @hanamisocialjp / TikTok @hanamisocialjp

原典の全訳ではありません。数値の詳細は、原典の該当ページで確認できます。