AI NEXUS

制作サンプル（デモ版・抜粋）

SNS投稿文 見本
― 実投稿で作る設計見本

自社アカウントの実投稿を使い、目的の設計・反応の数字・学び・次への反映までを見せる見本

題材	Insider X（訪日客向け英語発信）／YUNAのX・note・Threads（AI初心者向け発信）
納品物の見本	投稿の型（目的別3分類）／実投稿5本の振り返り／テーマを積み上げる並びの設計／1週間分の投稿設計表
作成	AI NEXUS
版	見本 v2.0（実投稿への作り替え版）
数字の時点	各所に明記（主に2026年11月14日時点）

この資料について：本資料は、架空のお店の投稿ではなく、AI NEXUSが実際に運用しているアカウント（訪日客向け英語アカウント Insider X／YUNAのX・note・Threads）の実投稿を題材にした、SNS投稿の設計見本です。自社のアカウントを題材にした見本であり、**お客様からの受注実績ではありません。**反応の数字は、自社の運用記録ファイルで確認できるものだけを、時点を付けて載せています。確認できない数字は書いていません。

1. 投稿の型（目的別3分類と使い分け）

投稿は「今日の気分」で書くと、告知ばかり・日常ばかりに寄ります。自社運用では、先に目的を3つに分け、1本ごとに「この1本は何のためか」を決めてから書きます。

目的	役割	自社での実例の置き場	使い分けの目安
知ってもらう	初めて見る人の画面で止まる。検索やおすすめに載る入口	Insider Xの豆知識（女性専用車両など、1人の困りごとに絞った実用情報）／YUNAのニュース反応投稿	土台の本数。ただし売り込みは入れない
信頼を作る	「この人の言うことは助かる・正直だ」を積む	Insider Xの歴史・作法の豆知識の積み上げ／YUNAの実践の記録（数字と失敗をそのまま書く型）	テーマを数日続ける「並び」の中核（4章）
商品へつなぐ	積み上げたテーマの着地。記事・商品への案内	Insider Xのガイド告知／YUNAのnote連携ポスト（公開の5〜10分後に、媒体ごとの目印つきURLで出す）	比率の目安は価値ポスト8：広告2（Insider Xの運用ルール）。連投しない

共通の決まり（自社運用の実測から）：①読者を1人に絞る（「誰の・どんな場面の・何に困っているか」を1文で言えるまで具体化する）②1文目で止める（挨拶や前置きから始めない）③言葉のない画像だけの投稿は、露出があっても反応が付かないことが繰り返し観察されたため、短い一言を必ず添える ④数字は盛らない。売上金額のような出さないと決めた数字は、型としても出さない。

2. 実投稿の紹介（全文・目的・反応・学び・次への反映）

反応の数字は、自社の運用記録で確認できるものだけを載せています。記録に数字が残っていない投稿は、その旨を明記します（推測で補いません）。

実投稿1：Insider X「女性専用車両」（知ってもらう／信頼）

> Rush hour in Tokyo? Look for the pink sign 🩷
> Many lines run women-only cars on weekday mornings — usually at the end of the train.
> For a solo female traveler, it's a small thing that makes crowded trains feel easy.
> Save this for your first Tokyo morning 🇯🇵

目的	核読者「初めて日本に来る女性一人旅の旅行者」1人に向けた実用豆知識。知ってもらう入口であり、同時に「助かる情報をくれる人」という信頼の1本
反応（確認できる数字）	表示149回・いいね6・リポスト4（2026年11月14日時点、自社ストックファイルの記録）。同日の一般話題ポストは表示20回で、約7倍の差がついた
学び	全員向けの季節・観光話題より、「1人の困り場面」に絞った実用情報のほうが止まる。絞ることは、入口を狭めるのではなく、止まる理由を作ることだった
次への反映	在庫づくりはこの型を厚くする方針に変更。一般話題は控えめにし、対象は女性に限らず「日本へ旅行に来る人全般の助かる情報」へ広げ、たまに歴史ものを入れる配分にした

実投稿2：Insider X「本能寺の変」（信頼／テーマの積み上げ）

> June 1582, before dawn.
>
> Nobunaga, the man about to unify Japan, sleeps in a Kyoto temple with a handful of guards. Outside stand 13,000 soldiers — led by his own general, Akechi Mitsuhide.
>
> By sunrise the temple is ash. Why Mitsuhide did it, nobody knows. Still.

目的	戦国テーマを数日積み上げる「江戸の日」の1本目。商品ポストの前に、物語への興味を作る
反応（確認できる数字）	この投稿単体の反応数字は、自社記録に残っていません。そのため数字は書きません（並び全体の設計例として4章で扱います）
学び	歴史ものは「知識の紹介」で終わらせず、最後に「今も分からない」という開いた問いで閉じると、物語として読まれる。翌日の投稿へ興味を持ち越す形にした
次への反映	2本目に同じ舞台の人物（弥助）の投稿を置き、3本目で戦国ガイドの告知に着地させる並びを確定（4章）。途中に別テーマ（電車など）を挟まないことをルール化した

実投稿3：Insider X「Sengoku Stories 告知」（商品へつなぐ）

> Why did his general burn Japan's strongest man in a Kyoto temple — and why, 440 years later, do we not know?
> Sengoku Stories is live. Nobunaga, Hideyoshi, Ieyasu, Yasuke: true stories, legends labelled as legends, and the ground to stand on. $10.
> 👉https://kensei26.gumroad.com/l/sengoku-stories

目的	積み上げた戦国テーマの着地。1〜2本目で作った「なぜ？」という問いを、そのまま告知の1行目に再利用している
反応（確認できる数字）	告知ポスト単体の反応数字は自社記録に残っていません。商品自体は2026年11月11日に公開・ライブ確認済みであることが記録にあります
学び	告知の1行目を商品説明から作らず、直前の豆知識の問いから作ると、広告ではなく物語の続きとして読まれる。「伝説は伝説と明記する」正直さも、本文の信頼の一部として入れた
次への反映	告知画像は商品サムネイルと一致させる決まりを確定。以後の告知でも「積み上げ→問い→着地」の順を崩さない

実投稿4：YUNA・Threads「有料ノート第2号 前告知」（商品へつなぐ）

> 「寝てる間に働くAI」は日本ではまだ使えない。だから自分で作って1週間回したら、フォロワー400人超と最初の売上が届きました。その実録を書きました。本編は明日公開です💛（＋note記事のURL。Threads用に目印つきのURLを使用）

目的	noteの有料記事（前告知）の連携ポスト。Xで使った文面を土台に、URLだけをThreads用へ差し替えたもの。2026年11月14日 19:18に投稿し、表示と文面の一致を確認済み
反応（確認できる数字）	投稿時点のいいね0・コメント0（2026年11月14日 19:18の自社運用ログ）。同日のThreads全体のインサイトは表示95・いいね6・返信3、フォロワーは3（同ログ、2026年11月14日時点）
学び	開設直後でフォロワーが3の媒体では、告知ポスト単体はほぼ動かない。数字の弱さを隠さず記録し、「告知を出すこと」と「土台（フォロワーと交流）を作ること」は別の仕事だと切り分けた
次への反映	本編の連携ポストは「実録＋数字」の型（実投稿5）で用意し直し、並行して同ジャンルへの返信の回転を仕組みに入れた。反応が薄い場合は本数を増やさず、文面の型を変える方針も開始パックに明記した

実投稿5：YUNA「有料・実録の告知」の型（X／note連携で使用した実物）

> まず初めに、SNSでよく見かけるインプ稼ぎとは全く別物です ✨
> 運用開始1週間。フォロワー0から400人超、最初の売上も発生しました
> 寝ている間に事業が動く仕組みを、どう作ってどう回したか。貴重な情報や全記録をすべてここに詰め込みました 👇

目的	有料記事の告知。冒頭で「ありきたりのものとは違う」と差別化を宣言し、期間と到達した実数だけで中身の重さを伝える
反応（確認できる数字）	この告知単体の反応数字は記録にありません。運用全体では、note「YUNA｜AI NEXUS」が運用開始から約10日でフォロワー473人、記事の表示回数は累計4.8万回になりました（2026年11月14日の集計。自社のSNS投稿作成キットに収録した実測）
学び	盛った言い方ではなく、事実の強さで止める。売上金額の具体的な数字は出さず「最初の売上も発生しました」までに留める線引きが、実録型の信頼を守った
次への反映	この型は自社のSNS投稿作成キットに「有料・実録の告知」の定型として収録し、次の告知（本編連携）でも同じ型を使うことを決めた。連携ポストは記事公開の5〜10分後に出し、媒体ごとにURLの目印を変える実測ルールも併せて定型化した

3. プラスワン：反応の振り返りを、次の投稿に反映する仕組み

投稿は出して終わりにしません。自社運用では、反応を見て「続ける型・直す型」を決め、次の投稿の設計に直接入れます。本見本のプラスワンは、この振り返りまでを見せることです。運用ログに残る振り返りの例を挙げます。

観察（記録にある事実）	判断	次の投稿への反映
Insider Xで、1人に絞った実用投稿が一般話題の約7倍の表示（149対20、2026年11月14日時点）	「絞る型」を主力にする	在庫の作り方を変更。一般話題を減らし、困り場面の実用情報を優先
Threadsで、言葉のない画像投稿は露出があっても反応が付かないことが繰り返し観察された	画像だけの投稿をやめる	短い一言を必ず添えることを、型の決まりに追加
Threads開設直後は告知の反応が0でも、フォロワー（3人、2026年11月14日時点）と土台作りが先行課題だった	本数ではなく型と土台に投資する	返信の回転を毎時の仕組みに入れ、告知は実録＋数字の型へ作り替えた
noteでは、読者が記事をマガジンに掲載してくれたことが表示回数急伸の主因だった（自社キットの記録）	交流へのお礼を最優先にする	コメントへの返信とお礼を後回しにしない運用を固定

4. テーマを積み上げて着地させる「並び」の設計例

投稿は日替わりでバラバラにしません。売る商品（結論）があるなら、そのテーマに沿った「助かる情報」を数日積み上げてから、商品ポストで着地させ、出たら次のテーマへ移ります。自社で実際に組んだ並びです。

順番	投稿	役割
1本目	本能寺の変（実投稿2）：物語の入口。「なぜ？」を開く	信頼・興味づくり
2本目	弥助：同じ時代・同じ舞台の人物の実話	テーマを深める
3本目	Sengoku Stories 告知（実投稿3）：1本目の問いを1行目に再利用して着地	商品へつなぐ

散らかりの禁止例（自社ルール）：甲冑の投稿の翌日に電車、その翌日にまた甲冑、のような日替わりの行き来はしません。テーマが切り替わるのは、着地が終わってからです。Insider Xの運用ルールは、1日3本まで・投稿間隔は2時間以上・時間帯の目安は8時／17時／22時（日本時間）・価値ポスト8：広告2 です。

5. 1週間分の投稿設計表（サンプル）

下記は、自社の運用リズム（note朝7:30・夜17:30の公開枠、連携ポストは5〜10分後、Insider Xは1日3本まで）を土台にした、設計表のサンプルです。これからの1週間の型であり、実績の記録ではありません。

曜日	YUNA（X／Threads／note）	Insider X	目的の配分
月	朝：note記事＋連携ポスト（知ってもらう）／夜：通常投稿（ニュース反応＋問いかけ）	新テーマの豆知識1本目（困り場面の実用情報）	知ってもらう中心
火	朝：通常投稿（日常・親近感）／夜：note記事＋連携ポスト	同じテーマの豆知識2本目（作法・歴史）	信頼の積み上げ
水	朝：note記事＋連携ポスト／夜：実践の記録（数字と失敗をそのまま）	同じテーマの豆知識3本目（場面を変えて深掘り）	信頼の積み上げ
木	朝：通常投稿／夜：note記事＋連携ポスト	テーマのまとめ投稿（保存したくなる形）	着地の準備
金	朝：有料記事・商品の告知（実録＋数字の型）／夜：通常投稿	商品ポストで着地（積み上げた問いを1行目に）	商品へつなぐ

土	朝：note記事＋連携ポスト／夜：節目の報告や読者へのお礼	次テーマの種まき1本（軽い豆知識）	知ってもらう＋関係づくり
日	週の振り返り投稿（続ける型・直す型を自分で公表）＋翌週分の制作	次テーマの豆知識を積み始め	振り返りと次への反映

6. 納品物の構成と確認事項

納品物（この見本の対応範囲）	投稿文そのものに加え、目的別3分類での設計、各投稿の目的の明示、テーマを積み上げる並びの設計、1週間分の投稿設計表、公開後の振り返り項目（続ける型・直す型の決め方）までを一式でお渡しします
ご依頼の場合の進め方	相手の業種・媒体（X／Threads／Instagram等）・読者1人の像を確認し、自社で使っている同じ設計（目的→並び→振り返り）をお客様のアカウントに合わせて作り替えます。投稿作業そのものを代行するかどうかは、媒体と条件によって別途相談となります
数字の扱い	反応の数字は、実測できるものだけを、時点を付けて使います。盛った数字・確認できない数字は、設計の根拠にも実例にも使いません
この見本の数字の出典	表示149・いいね6・リポスト4と比較対象の表示20：~/workspace/user/inbound-x-posts-stock.md の方針メモ（2026年11月14日時点）。フォロワー473人・表示累計4.8万回：自社「SNS投稿作成キット」（2026年11月14日の集計）。Threadsの表示95・いいね6・返信3とフォロワー3、自投稿のいいね0・コメント0：自社Threads運用ログ（2026年11月14日時点）

納品について：本見本の題材は自社アカウントの実投稿です。実投稿の全文と反応をそのまま載せているのは、自社で毎日回している設計であることを示すためです。お客様の受注実績として表示することはありません。