



Quiet Home Lights様 Instagram改善レポート

1ヶ月アクションプラン

2025年7月

ヒアリング回答

👤 アカウント基本情報

アカウント @quiet_home_lights

フォロワー／フォロー 3,200人／1,100人

📈 運用状況

目的 EC売上UP／ブランド世界観の構築

投稿頻度 週4投稿＋リール／ストーリーズ毎日

投稿内容 商品写真／制作風景／お客様の声

⚠️ 課題と効果

課題 保存率が低い／商品説明が伝わりにくい

リソース 1人運営（週5～6時間）

効果投稿 「おやすみ前の灯り」リールで反応大

🎯 目標とターゲット

目標 5,000フォロワー／月30万円売上

ペルソナ 25～40代女性、感性重視・癒し志向

💡 分析ポイント

「おやすみ前の灯り」リールの反応が良かった点から、時間軸と情緒を組み合わせた投稿が効果的。25～40代女性の「癒し志向」に対し、「静けさと灯り」を軸にした世界観構築が重要です。

目標と現状整理

指標	現状	目標（1ヶ月）	改善方針
 フォロワー数	3,200人	月+400人 (目標5,000に向けて)	リール・世界観投稿の拡充
 月売上	※確認必要	月30万円に到達へ	保存導線→プロフィール→CV導線 整備
 保存率	全体的に低い	投稿平均10%以上	商品説明+活用シーン+ デザイン構成の工夫
 投稿の伝わりやすさ	写真は良いが説明弱め	ストーリー・CTA・投稿文改善で補強	文でなく"情景"で伝える工夫を

💡 重点ポイント

Instagram運用では「情緒的な世界観」を優先しつつ、明確な購入導線を設計。
キャンドルの「物理的な明かり」ではなく「心の明かり」を伝える投稿に転換します。

「保存される投稿」の型をつくる

商品の美しさ+使う時間の情緒を組み合わせた投稿が保存率を高めます。
情報より共感・感情ベースの投稿が記憶に残りやすくなります。

テーマ	投稿文の切り口例	ハッシュタグ／誘導ワード例
夜のひとり時間を灯すキャンドル	「今日もおつかれさま。5分だけ、灯りを見つめる時間を。」	#おやすみキャンドル #1日1灯
雨の日の読書とキャンドルの関係	「雨音と火の揺らぎだけの時間。何も考えず、ただページをめくる。」	#雨の日の過ごし方 #キャンドル時間
週末のリセットルーティン	「週1回だけ、自分を整えるための灯り。」	#週末ルーティン #自分を整える灯り

💡 投稿のポイント

情報より「情景」を描くことで共感を生みます。季節や天候、時間帯など具体的な状況と感情を結びつけましょう。

🎯 CTA（行動喚起）

最後に「保存して、灯りの使い方の参考にどうぞ」と締めるのが効果的です。明確な保存理由を提示しましょう。

「売れるリール」は"ストーリー形式"でつくる

商品説明ではなく、"ある1日の中のワンシーン"としてリール化。
使っている人の気持ちを五感で描くと保存されやすくなります。

30秒以内のシーン展開例



タイトル例	シーン構成 (1~3秒ごと)	CTA
「おやすみ前の、静かな習慣」	部屋→灯す→読書→寝る前→火を消す→エンドカード「灯りと眠る夜」	プロフィールリンクで購入へ誘導
「雨の日、気持ちが沈んだときに」	外の雨→紅茶→ソファ→キャンドル→深呼吸→少し笑顔→エンドカード	「同じような日がある方、保存を」
「週末の朝、灯りとパンの香り」	朝日→キッチン→食パン→灯す→香り→小さな幸せ→エンドカード「心整う朝」	#静かな暮らし #朝のルーティン保存用

💡 リール制作のポイント

映像美より「感情の流れ」を大切に。字幕は必ず入れ、音声なくても伝わるように。縦型9:16、30秒以内を厳守しましょう。

🎯 効果的なCTA

エンドカードには必ず「プロフィールをチェック」か「保存してね」の言葉を。共感と呼ぶ短いフレーズが最も効果的です。

EC導線の再設計

「買いたい」と思った時に、迷わず動ける導線に整備することが重要です。

要素	改善ポイント例
 プロフィール	<ul style="list-style-type: none">✔ 「静けさと灯りを届けるキャンドル オンラインショップはこちら👇」 *ブランドコンセプトと購入導線を一文で明確に
 リンクURL	<ul style="list-style-type: none">✔ 商品一覧ではなく「おすすめベスト3」「診断付き導線」が理想 *選択肢を絞ることで迷いを減らし、購入率を上げる
 投稿CTA	<ul style="list-style-type: none">✔ 「この灯りに惹かれたら、プロフィールからご覧ください👉」など必ず入れる *感情的な共感と次のアクションを明確に指示する
 ストーリー	<ul style="list-style-type: none">✔ 「〇〇な夜におすすめ」「今週人気No.1」など保存→購入への流れを作る *シチュエーション提案と人気商品訴求で購買意欲を高める

👤 導線構築の基本原則

「保存・共感」→「プロフィール確認」→「商品検討」→「購入」というユーザー行動の流れをスムーズに設計し、各ステップで迷わせない工夫が重要です。

💡 リンクバイオツールの活用も検討すると、より選択肢を増やせます。

世界観強化（ハッシュタグ・ハイライト）

 ブランドの世界観を言語化し、タグとハイライトで蓄積・統一することで、新規顧客の共感と既存顧客の再訪を促進します。

ハッシュタグ設計

ブランドメッセージ

#静けさを灯す

ブランド理念を表現する固有タグ

ライフスタイル

#灯りのある暮らし #静かな夜時間

保存・共感に繋がるタグ

シーン・用途

#おやすみキャンドル

#雨の日の灯り

時間軸と感情で繋がるタグ

 毎回の投稿に上記3種類から1つずつタグを組み合わせることで、世界観に一貫性を持たせつつ多様な検索経路を確保します。

📌 ハイライト運用



人気の灯り

- 保存・反応が多い投稿だけ
- 定期的に更新して鮮度維持
- 人気の理由も簡潔に説明



暮らしの中で

- お客様投稿のリポスト
- 日常使いのシーン集約
- 「#QuietHomeLife」でUGC促進



制作のひとこま

- 製造工程や素材へのこだわり
- 作り手の想いを伝える動画
- ブランド価値を強化

1人運用の時間配分

優先度	施策	所要時間目安	ポイント
↑ 高	 情景リールの撮影+編集	2.0h (週1本)	30秒以内で完結し、毎回似たような構成にすることで効率化
↑ 高	 保存用投稿テンプレ作成	1.5h (週2本)	テンプレを作り、パターン化することで質を保ちながら効率化
➔ 中	 ストーリーズでの導線設計	1.0h (週3~5本)	商品紹介や使用シーンを短く、購入へ繋がる導線を意識
↓ 低	 ハイライト整備+過去投稿リライト	0.5~1.0h	過去の人気投稿を再活用し、新しいフォロワーに見せる工夫
↓ 低	 プロフィール文・リンクの見直し	0.5h (初回1回のみ)	一度整備すれば長く使えるため、最初にしっかり設計

💡 運用のポイント

週5~6時間の範囲内で優先度の高いコンテンツ作成に集中することで、効果的なアカウント成長が見込めます。リールと保存される投稿を重点的に作成し、定期的な配信リズムを作りましょう。

1ヶ月後の成果イメージ

フォロワー数

現在: 3,200人 目標: 3,600人

月+400人ペースで5,000人へ。保存率改善とリール拡散で自然な成長軌道へ。

保存率

現在: 低水準 目標: 10~15%

情景描写型の投稿により「参考にしたい」と思わせる共感性の高いコンテンツへ。

月売上

現在: 確認中 目標: 30万円

EC導線の最適化で保存→購入の流れがスムーズに。リピート購入も増加へ。

期待される変化の根拠

- 保存率の改善により、アルゴリズム評価が向上し露出増加
- 「共感性の高い情景描写」がフォロワーの質を高める
- 明確なEC導線により、「気になる→調べる→購入」のハードルが下がる

ブランドメッセージの再定義

「キャンドルは、照らすものではなく、"気持ちを整える体験"です。」

あなたの投稿が、「こんな時間を過ごしたい」と思う人の心に静かに届くよう、情景と感性のある発信を積み上げていきましょう。忙しい中でも、心地よいペースで売上と共感が育つアカウント設計を一緒に進めてまいります。