



作成日：2026/01/29 分析対象期間：2025/12/24～2026/01/29

公開データをAIが分析し、企業の「投稿の狙い」とフォロワーの「実際の反応」のズレを可視化。現状の課題と隠れた勝ち筋を明らかにし、今後の効果的な運用方針をご提案します。本レポートは、公開されているフィード・リール投稿の直近30件を対象に生成されます。非公開データやストーリーズ等は含まれません。



日々の雑貨と暮らしの店 - kurasumu Life -

投稿数4,501件 フォロワー391,758人

▷心地よい暮らし、つくろう。▷こだわりの生活雑貨や、日々の暮らしを彩るアイテムを毎日更新🌿📖読みものやスタッフの日常もお届けしています。

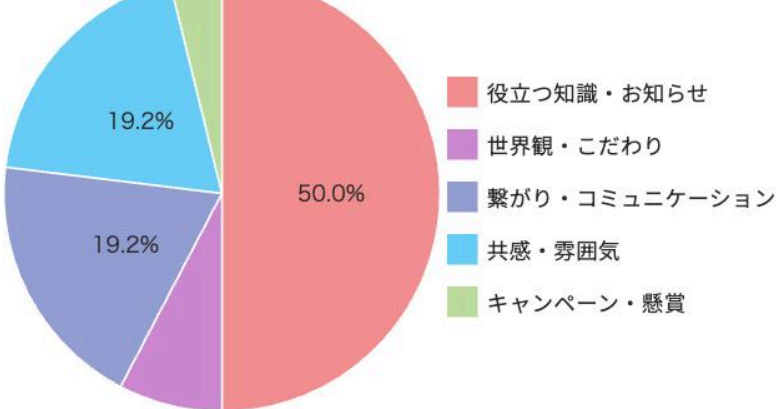
1 フィード投稿：投稿の目的とフォロワーの反応

フィード投稿の投稿カテゴリごとの発信量と、フォロワーからの反応量を比較分析します。

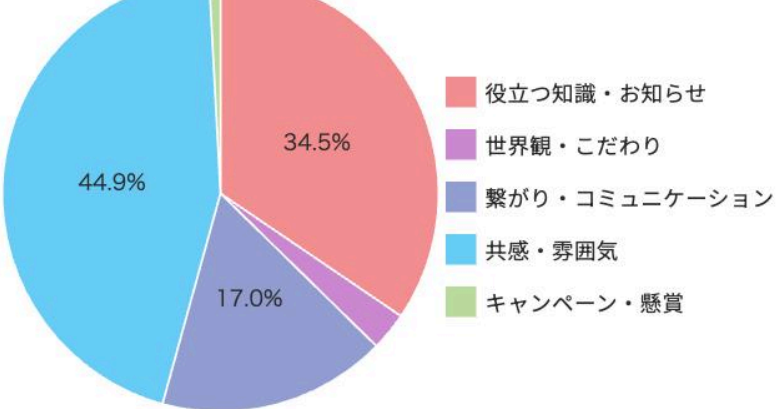
商品紹介より暮らしの物語。共感投稿がエンゲージメントの鍵

フィード投稿では、新商品やレシピなどの「役立つ知識・お知らせ」カテゴリが投稿全体の52%を占めていますが、エンゲージメントのシェアは32%に留まっています。一方で、暮らしの風景やインタビューといった「共感・雰囲気」カテゴリは、投稿数26%に対しエンゲージメントシェア43%と、ユーザーから非常に高い反応を得ています。また、スタッフの方の愛用品を紹介する「繋がりが・コミュニケーション」カテゴリも投稿数22%に対しエンゲージメントシェア24%と安定した人気です。今後は、商品情報を発信する投稿の頻度を少し抑え、ユーザーが自分ごと化しやすい暮らしの物語やスタッフの方の声を届ける投稿を増やすことで、アカウント全体のエンゲージメント向上に繋がるでしょう。

投稿数



エンゲージメント数 (いいね+コメント)



	投稿数	投稿構成比	ENG数	ENG構成比
合計	26件	-	37,833	-
役立つ知識・お知らせ	13件	50.0%	13,049	34.5%
世界観・こだわり	2件	7.7%	1,070	2.8%
繋がりが・コミュニケーション	5件	19.2%	6,418	17.0%
共感・雰囲気	5件	19.2%	16,976	44.9%
エンタメ・話題性	0件	0.0%	0	0.0%
キャンペーン・懸賞	1件	3.8%	320	0.8%

役立つ知識・お知らせ



世界観・こだわり



繋がりが・コミュニケーション



共感・雰囲気



キャンペーン・懸賞



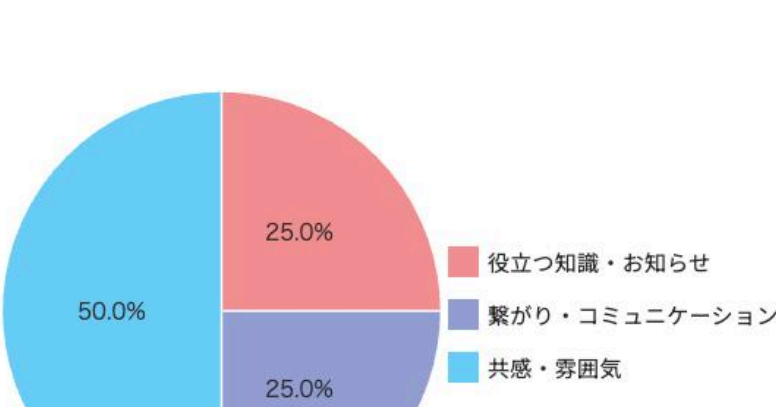
2 リール投稿：投稿の目的とフォロワーの反応

リール投稿の投稿カテゴリごとの発信量と、フォロワーからの反応量を比較分析します。

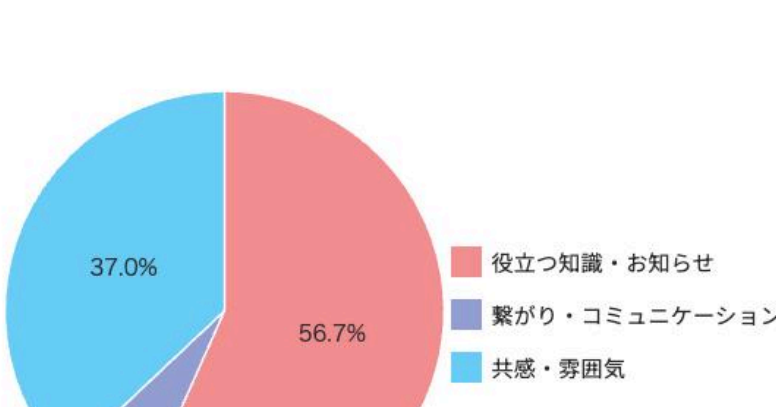
暮らしの知恵と物語。動画ならではの価値提供で反応率アップへ

リール投稿は「役立つ知識・お知らせ」が57%、「共感・雰囲気」が43%とバランスの取れた構成です。エンゲージメントシェアもそれぞれ58%、42%と投稿量に応じた反応が得られています。特筆すべきは、「役立つ知識・お知らせ」カテゴリの中で「せいろごはん」の作り方を紹介したリールが2,652エンゲージメントと突出して高い数値を記録した点です。単なる商品紹介よりも、動画で手順がわかる「暮らしの知恵」の提供が非常に効果的と言えます。一方で、ドキュメンタリー調の「共感・雰囲気」リールも安定して高い反応を得ています。今後は、Q&Aのアーカイブなど情報伝達が主目的のリールは減らし、「作り方がわかる実用的なリール」と「世界観が伝わる物語りリール」の2軸で発信を強化していくと良いでしょう。

投稿数



エンゲージメント数 (いいね+コメント)



	投稿数	投稿構成比	ENG数	ENG構成比
合計	4件	-	5,742	-
役立つ知識・お知らせ	1件	25.0%	3,254	56.7%
世界観・こだわり	0件	0.0%	0	0.0%
繋がりが・コミュニケーション	1件	25.0%	362	6.3%
共感・雰囲気	2件	50.0%	2,126	37.0%
エンタメ・話題性	0件	0.0%	0	0.0%
キャンペーン・懸賞	0件	0.0%	0	0.0%

役立つ知識・お知らせ



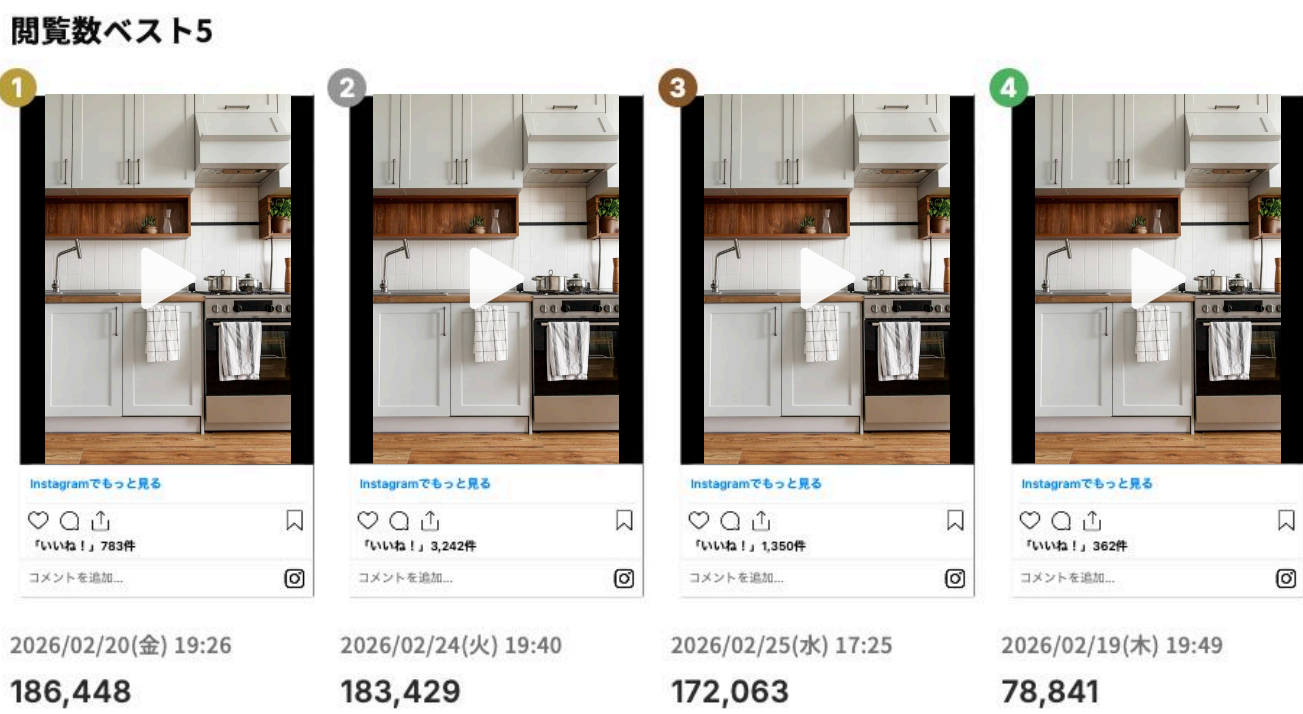
繋がりが・コミュニケーション



共感・雰囲気



閲覧数ベスト5



2026/02/20(金) 19:26

186,448

2026/02/24(火) 19:40

183,429

2026/02/25(水) 17:25

172,063

2026/02/19(木) 19:49

78,841

※表示されている「閲覧数」および「エンゲージメント数」には、Meta広告（プロモーション）経由の数値が含まれる場合があります。

3 運用改善のヒント

フィード投稿の構成・企画のポイント

「あの人の暮らし」特集を定期化し、アカウント全体のファンを育てる

データを見ると、特定の個人のライフスタイルに焦点を当てた「共感・雰囲気」カテゴリの投稿は、商品紹介投稿の2倍以上のエンゲージメントを獲得しています。この強みを活かし、現在は不定期で行われているインタビュー企画を「毎週〇曜日は、あの人の暮らし」のように看板企画として定期化することをご提案します。これにより、ユーザーに「また見に来よう」という期待感が生まれ、アカウント全体のファンを育てることに繋がります。新商品の紹介投稿を月に1〜2本減らし、この看板企画にリソースを集中させると良いでしょう。

投稿タイトル例：「平日の夜、わたしがご機嫌になる時間の使い方 | 料理家・〇〇さんの場合」

スタッフ愛用品紹介を「お悩み解決」の切り口で発信する

スタッフの方の愛用品紹介は、作り手の顔が見える人気の企画です。この企画をさらに伸ばすために、「なぜその商品が好きなのか」という視点から一歩進んで、「どんな悩みがこの商品で解決されたのか」という切り口で発信してみませんか。例えば「この箸のおかげで玄関掃除が億劫じゃなくなった」というストーリーは、多くのユーザーが抱える「掃除は面倒」というお悩みに寄り添うことになり、より深い共感と保存を促すことができます。

キャプション見出し例：「【もう散らからない】収納のプロでもあるスタッフの、玄関すっきり収納術」

リール投稿の構成・企画のポイント

「せいろ」の成功に続く、暮らしの知恵を伝える動画シリーズを作る

「せいろごはん」のリールが2,652エンゲージメントと大ヒットしたことから、ユーザーは商品の使い方や暮らしを豊かにする「知恵」を動画で見たいと考えていることがわかります。この成功を再現するため、「動画でわかる、暮らしの知恵」といったテーマでリールのシリーズ企画を始めることをおすすめします。例えば、商品の使い方だけでなく、季節の手仕事や簡単なレシピ、掃除のコツなど、視覚的に心地よく、真似したいようなテーマが考えられます。Q&Aのアーカイブ動画などの投稿頻度を下げ、こちらの企画に注力してみてもいかがでしょうか。

投稿タイトル例：「休日に作りたい、シナモンロールの簡単レシピ」

"人気のインタビュー記事"を「予告編リール」でさらに盛り上げる"

フィード投稿で最も反応の良いインタビュー記事ですが、リールではまだその強みを活かしていません。そこで、フィードで記事を公開する数日前に、インタビューの様子を撮影した短い動画を「予告編」としてリールで発信することをご提案します。映画の予告編のように、心地よい音楽と共に素敵な暮らしの一部を切り取って見せることで、「この記事を読みたい!」という期待感を高めることができます。これはフィード投稿への誘導にも繋がり、アカウント内での回遊を生み出す効果も期待できます。

キャプション見出し例：「次回の『あの人の暮らし』に登場するのは、鎌倉でパン屋さんを営む〇〇さん。海辺の暮らしを、少しだけお見せします。」