

動画解説まとめ 29 / SNS・発信

# AI×Instagram 発信設計から投稿・紹介まで

ジャンル選び、プロフィール、リール制作、ストーリーでの交流、アフィリエイトまでを整理。Manusによる動画制作の実演と、自分の経験を生かすコツをまとめました。

## この動画の要点

AIを活用したInstagram運用を、テーマ選びから投稿、交流、商品紹介まで一続きで理解するための資料です。動画では、誰の何を叶えるアカウントかを定め、自分の経験をプロフィールや台本へ入れることを重視しています。Manusで観光地紹介のリールを作る実演、ストーリーの使い分け、ASPから紹介リンクを発行する流れも整理しました。大量生成を目標にせず、投稿の中身と実際の反応を見て改善する方針です。

01 ジャンルは興味・経験・需要・紹介できる商品が重なるところから考える。

02 プロフィールは発信内容、フォローする利点、その先の生活、自分らしさを明確にする。

03 リールは冒頭で関心を引き、動画内で答えを示し、自分の体験を加える。

04 ストーリーは交流用と商品紹介用を組み合わせ、読者との会話につなげる。

05 投稿後はインサイトを見て、内容・形式・時間を改善する。

## 資料の使い方

動画の要点を読み返し、紹介した手順を実践するときにお使いください。本文の時刻を押すと、元動画の該当箇所を開けます。

元動画：【必ず見て】2026年最新無料&スマホだけ1番稼ぎやすいおすすめAI副業AI×Instagramでお金を稼ぐ方法を超初心者向けに徹底解説【インスタ収益化】【アフィリエイト】

[https://www.youtube.com/watch?v=IHhVNbi4K\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=IHhVNbi4K_k)

## 最初に、誰の何を叶える発信かを決める

動画の該当箇所 31:23 / タップして開く

動画では、投稿の作り方より前にジャンルを選ぶことを重視しています。自分が興味を持ち続けられ、読む人の需要があり、商品紹介などへつながるテーマを探します。初めから唯一の正解を当てようとするより、実際に取り組みながら自分に合う範囲を見つける考え方です。

候補として占い、お金・副業、美容・健康、ペット、恋愛・婚活、AI活用術を挙げています。例えばペットは同じ動物を飼う人の共感が生まれやすく、AI活用は仕事・勉強など具体的な目的と組み合わせられます。単に人気ジャンルを選ぶだけでなく、自分の経験や言葉を足せるかを判断軸にします。

料理や筋トレは実際の調理・動作の映像が価値になりやすいため、AIだけで省力化したい人との相性は考える必要があると説明します。本人が日常的に取り組んでいるなら別です。また、幅広い雑学を無作為に量産すると、誰が何のためにフォローするのか、何を紹介できるのかが曖昧になります。

- ・ 何について発信するかに加え、誰に向けた内容かを決める。
- ・ 自分の経験を加えられるテーマか、紹介する商品とつながるかを考える。
- ・ 金融・健康など、誤情報の影響が大きい内容はAIの出力をそのまま掲載しない。

## プロフィールで、フォローする理由を伝える

動画の該当箇所 41:39 / タップして開く

アプリでアカウントを作り、発信内容が伝わるユーザーネーム、認証、写真などを設定します。動画の実演ではプロフィールからプロアカウントへ切り替え、カテゴリーを選択します。既存事業の拡大ならビジネス、発信を始める人ならクリエイターを選ぶと説明されています。目的はインサイトを見て投稿を改善できる状態にすることです。

アイコンは小さく表示されても分かる、シンプルな顔やキャラクターを使います。顔を出さない場合も、ストーリーに同じキャラクターを登場させれば、誰の発信かを覚えてもらいやすくなります。単にきれいな風景を置くより、投稿をまたいで発信者が認識されることを狙っています。

プロフィール文は、発信内容、フォローするメリット、その先に得られる変化、自分ならではの背景という4点で考えます。AIへ経歴、趣味、出身地、実際の経験などを伝えと、一般的な紹介文から自分の言葉へ近づけやすくなります。実績がまだなければ作り足す必要はなく、読者が自分との共通点を見つけられる情報を使います。

- ・ 投稿を見た人がプロフィールへ来たとき、何のアカウントが一目で分かるようにする。
- ・ 自分の文章や経験をまとめておき、台本づくりの前提にも使う。
- ・ 設定画面の細かな位置は、利用時のアプリで確認する。

## リールは関心を引き、最後までに答えを渡す

動画の該当箇所 48:24 / タップして開く

リールは次々に流れてくるため、動画では冒頭3秒を特に重視しています。視聴者が自分に関係すると感じる疑問や変化を提示し、映像も含めて指を止めてもらうことを考えます。ただし、冒頭だけ強くして中身が伴わなければ、継続して見られるアカウントにはなりません。

例として「おすすめのAIはChatGPTではない」という疑問を出したら、動画内で具体的な答えを示す構成が説明されます。毎回最後まで答えを言わず別の行動だけを求めると、見る価値がないと感じられてしまいます。答えを渡し、さらに詳しい使い方を知りたい人へ次の資料や会話を案内する順番です。

AIの台本には自分の言葉や実体験を加えます。本人の写真、実際の使用感、体験談が入ると、誰に聞いても同じ説明から離れます。動画では、友人へ教えたいくなる具体的な情報や、後で見返したい手順も意識するよう勧めています。再生数だけでなく、共有や保存をしたくなる理由が中身にあるかを見ます。

- ・ 冒頭の疑問と、最後に渡す答えを一組で用意する。
- ・ 台本に自分のエピソードを少なくとも一つ入れられるか考える。
- ・ コメントへの返答も、相手の内容に沿った会話にする。

## Manusでリールの下書きを作り、確認して投稿する

動画の該当箇所 59:10 / タップして開く

実演ではスマホからManusへ、プーケットのおすすめ観光地3選、約30秒、最初の3秒で関心を引き構成、ハッシュタグと投稿文も作る、という内容を依頼します。台本ができたら、その台本でリール動画を作るよう続けて指示しました。素材の生成から組み合わせまで処理される様子を見せています。

完成までには実演上約25分かかり、生成された動画にはパトンビーチ、ビッグブッダ、プロンテープ岬が登場しました。あべさんは現地に住んだ経験から内容を確認しています。出来が良く見えても、このままでは自分らしさが足りないため、実際の写真や体験談を追加し、字幕も調整する余地があると話しています。

改善案は、制作前にAIからインタビューしてもらうことです。自分が住んでいた経験を入れたいと伝え、質問へ回答してから台本を作ります。完成後は内容と冒頭を自分で確認し、Instagramへ投稿するよう依頼します。実演ではキャプションなどを確認する画面で承認した後、投稿が実行されました。連携の詳しい初期設定は別動画も案内されています。

- ・ 材料：テーマ、想定する長さ、届けたい相手、自分の体験や写真。
- ・ 操作：台本と投稿文を作る→動画化する→内容と冒頭を確認・修正する。
- ・ 完成物：確認後に投稿できるリール。実演テーマは操作説明用です。

## ストーリーで人柄を伝え、必要な情報へ案内する

動画の該当箇所 69:52 / タップして開く

動画は、初期段階ではまずリールを作り、フォロワーが増え余裕ができたならストーリーを組み合わせる方針です。100人という数字はあべさんが示した取り組みの目安で、機能利用の必須条件という意味ではありません。ストーリーは交流を深める内容と、商品を紹介する内容に分けて考えます。

交流用には、実際の写真とそのときの感想、日常の出来事、答えやすい質問などを使います。本人は大きな実績の報告だけでなく、休みの連絡やスノーボード、食事の投稿へ反応があった例を挙げています。見ている人が発信者を身近な人として知り、会話を始められることに意味があります。

商品紹介では、リンクステッカーを使って案内し、後から来た人にも見てもらいたいストーリーはハイライトにまとめます。重要な情報の位置や読みやすさにも気を配ります。動画は情報量が多くても読める状態を重視しており、ただ文字を小さくして読みにくくすることを勧めているわけではありません。

- ・ 交流用：日常の写真、感想、質問・アンケート。
- ・ 紹介用：商品の説明とリンク、後から読めるハイライト。
- ・ 初めて見た人にも、誰の何の話かが分かるようにする。

## 商品紹介の仕組みを作り、反応を見て改善する

動画の該当箇所 75:18 / タップして開く

アフィリエイトは、他者の商品やサービスを紹介し、専用リンクを経由して条件を満たす購入や登録があった際に報酬を受け取る仕組みとして説明されています。動画ではASPのafbを例に、登録、自分のジャンルに合う案件探し、提携申請、承認後の紹介リンク発行という流れを示しています。

発行したリンクはストーリーや、詳しく知りたい人とのDMなどへ使います。紹介の中心に置くのは、実際に使ってどう感じたか、どんな点が便利だったかという体験です。誰にでも同じ商品を強く勧めるより、発信テーマと相手の関心に合うものを説明する考え方です。自分の商品を作って販売する方法も、次の選択肢として紹介されています。

投稿後はインサイトで伸びた内容と伸びなかった内容を比べます。一般的な投稿時間を固定で信じるより、自分のフォロワーが活動する時間を見て調整します。リールだけでなく、ノウハウを複数の画像へまとめたカルーセルや漫画も試し、継続してデータを増やす方針です。量は改善材料を集めるために使い、同じ低品質の内容を繰り返す目的にはしません。

- ・ 案件の内容と条件を確認し、提携の承認後に専用リンクを取得する。
- ・ 紹介文は、自分で確かめた使用感や読者との関係に合わせる。
- ・ インサイトを見て、内容・投稿形式・時間を少しずつ改善する。

## 実践の進め方

### 01 発信の対象とテーマを決める

自分の興味や経験、読者の需要、紹介できる商品が重なるジャンルを選び、誰の何を叶える発信かを言葉にします。

動画 31:23

### 02 プロフィールと分析環境を整える

アカウントを作成してプロアカウントへ切り替え、アイコンとプロフィールに発信内容・利点・自分の背景を入れます。

動画 41:39

### 03 体験を含むリールを一本仕上げる

Manusへテーマと尺を伝えて台本を作り、自分の経験を加えて動画化します。内容と最初の数秒を確認してから投稿します。

動画 59:10

### 04 ストーリーと会話を組み合わせる

運用に余裕が出たら日常の写真や質問を投稿し、届いた反応へ答えます。紹介用のストーリーはハイライトに残します。

動画 69:52

### 05 紹介導線を作って投稿を改善する

ASPで案件を探し、承認された紹介リンクを活用します。インサイトで反応と活動時間を確認し、次の投稿へ反映します。

動画 75:18

## AIへの相談例

編集部が作成した活用例です。動画内の発言をそのまま書き起こしたものではありません。

【編集部による活用例・動画の逐語プロンプトではありません】この資料を根拠に、記載外の補足は区別し、私の状況を質問してから進めるようにしてください。私の興味、経験、発信したい相手、使える時間を確認し、ジャンル候補とプロフィールの方向を整理してください。選んだテーマで、自分の実体験を入れ、動画内で答えまで伝えるリール案を一緒に考えてください。

## 資料について

- ・元動画の自動字幕をもとに、発信設計と実演手順を整理した資料です。
- ・Instagramの表示・分析・連携機能やアルゴリズムについての説明は動画時点の話者の見解を含みます。個々の投稿の伸びを保証するものではありません。
- ・動画に登場する収益や閲覧数は本人・登壇者の個別事例です。売上・報酬と手元に残る利益は同じではなく、同じ結果を約束するものではありません。