よあけのパン

YOAKE BAKERY

INSTAGRAM PLAN

Instagram 運用の企画

2026年12月（オープンの月）

朝ヶ丘の小さなパン屋「よあけのパン」が12月12日のオープンに向けて、近所の人に知ってもらい、来てもらい、また来てもらうための1か月の計画。

作例（架空のお店）・制作：こう・2026年11月
数字はすべて架空の目標。写真は生成 AI。

目的と、12月に見る数字

目的

① オープンを町の人に知ってもらう（徒歩・自転車圏の家族と、朝ヶ丘駅を使う人）。
② 「いつ・何が・いくらで」買えるかが毎朝わかる場所にする（売り切れの店ほど、情報の速さが信用になる）。
③ 来た人がまた来る理由（季節のパン・お取り置き・手土産）を、月に数回つくる。

12月の目標（架空）

フォロワー
300
月末時点。チラシと店頭の QR から

保存
400
「また見る」投稿＝営業日・メニュー・食べ方

プロフィールへのアクセス
1,000
地図と営業時間にたどり着く数

「Instagram を見て来た」
50人
レジで聞く。SNS が来店につながった数

見ない数字

「いいね」の数は追わない（通りすがりの反応で、来店と結びつかない）。フォロワーの買い増し・相互フォローはしない。数字より「毎朝きょうのパンが出ている」ことを優先する。

誰に、いつ見てもらうか

近所の家族

徒歩・自転車で来る。土日の朝と、平日の午後に見る。知りたいのは「子どもが食べるパン」「今日は何が残っているか」「手土産にできる箱」。

→ 土日のカンパーニュ、メロンパン・クリームパン、手土産の箱の投稿

通勤前に寄る人

朝ヶ丘駅を7〜8時に通る。見るのは電車の中。知りたいのは「7時に何が焼けているか」「何分で買えるか」。

→ 毎朝7時のストーリーズ「きょうのパン」、クロワッサン・たまごサンド

パン屋をめぐる人

少し遠くから、休日に。写真を見て店を決める。知りたいのは「ここにしかないもの」「定休日と売り切れの時間」。

→ 食パンの工程、カンパーニュ、営業日のカレンダー投稿

見てもらう時間

フィードは **火・金の 17:30**（帰り道に「あすの朝」を決める時間）、週末の分は **土 7:30**。ストーリーズは **毎朝 7:00** 開店と同時。売り切れたらその時点で1本。

話し方（ブランドの決まり）

です・ます。1文は短く、時間と数で語る（「7時に焼き上がり」「14時に売り切れました」）。絶品・至福・こだわり抜いた、は使わない。「！」と絵文字は1投稿に1つまで。

投稿の柱は3つ、型は4つ

お店の朝

窯に火を入れる4時から、棚に並ぶ7時まで。工程を時刻で見せる。店の人の顔は出さず、手と湯気と窓の明るさで。

月4本。保存されやすい。リールにも向く（12/12・12/20）。

きょうのパン

その日・その週のパンを、名前・値段・おすすめの時間と一緒に。写真はパンに寄る。

月5本。いちばん来店に近い。売り切れの時間も正直に書く。

お知らせ

営業日・年末年始・お取り置き・手土産・特典。文字が主役のときは、クリームの面を大きく。

月3本。地図と営業時間はプロフィールにも固定する。

カルーセル

工程・定番の紹介。1枚目で止める一言、中身は同じ型、最後の1枚は保存される案内。

1枚の写真

きょうのパン。名前・値段・時間を写真の下のクリームの面に。

ストーリーズ

毎朝7時の棚。売り切れ・揚げたての時間。24時間で消えるものに、速い情報を。

リール（15〜30秒）

窯から出す瞬間・切る音。月2本。字幕は大きく、音が無くても分かるように。

投稿の見本：この企画書と一緒に9枚（out/post-01〜09.png）。カルーセルの見本は banner/yoake-instagram。

12月のカレンダー（フィード12本・ストーリーズ毎朝・リール2本）

月	火	水	木	金	土	日
	1 オープン告知	2 準備中	3 準備中	4 準備の様子	5 準備中	6 準備中
7 定休日	8 よあけの食パン	9 準備中	10 準備中	11 あすオープン	12 オープン当日（リール）	13
14 定休日	15 定休日	16 クロワッサン	17	18 窯の朝	19	20 カンパーニュ（リール）
21 定休日	22 シュトーレン・手土産	23	24	25 シュトーレン	26	27 年末の仕込み
28 定休日	29	30 年末年始の営業	31			

お店の朝　きょうのパン　お知らせ

フィードは火・金・（日）の週2〜3本＝12本。ストーリーズは営業日の朝7時に「きょうのパン」（約22本）。リールは 12/12 と 12/20 の2本。

作り方の決まり

写真

- 朝の窓の光で、クリームの壁・ナラの木・生成りの布。強い色はテラコッタの布とエプロンだけ。
- パンに寄る。手は写してよいが顔は写さない。
- 文字・他社のロゴが写り込んだら、切るか撮り直す。
- 撮るのは開店前の 6:40〜7:00。1日 3カット（棚・寄り・手元）。

文

- 1行目に、時間か数（「7時、よあけの食パンが並びます。」）。
- 本文は 3〜5行。最後に営業時間か、次の予定を1行。
- ハッシュタグは固定3つ＋投稿ごとに3〜5：#よあけのパン #朝ヶ丘 #朝ヶ丘パン屋 ＋ #食パン #朝ごはん #焼きたてパン …

型（テンプレート）

写真の下にクリームの面（上の縁はロゴと同じ二つの山）。見出しは Zen Maru Gothic、本文は Zen Kaku Gothic New 36px 以上、値段と時刻は Fraunces の大きな数字。

文言・写真・値段を差し替えるだけで同じ見た目になるので、毎週の制作は1本10分。



載せないもの

- お客さまの顔・名前・車のナンバー。
- うその数字（「毎日完売」など、その日に本当でないこと）。
- 他店の名前・比較。
- 効果をうたう言い方（健康になる・痩せる）。

1週間の流れと、返信の決まり

月（定休日）

先週の数字を見る（保存・プロフィールアクセス・売り切れ時間）。今週の投稿3本の題と写真を決める。

火・金

6:40 撮影 → 7:00 ストーリーズ → 17:30 フィードを投稿（前日に作って承認済み）。

毎日

7:00 きょうのパン。売り切れたらその場で1本。18:00 にコメントと DM をまとめて返す。

日

土日の売れ行きと「見て来た」の数をメモ。来週の仕込みの量に反映。

コメント・DM の返し方

- 24時間以内に、短く、です・ます。お礼は「ありがとうございます」で足りる。
- お取り置きの DM は電話に案内する（数と時間の行き違いを防ぐ）。
- 苦情は公開の場で言い争わない。「店でお話を伺います」と DM に移す。
- テンプレート返信は作らない。相手の言葉を1つ拾って返す。

承認の流れ（店の人の手間は週15分）

こちらが毎週月曜に3本の下書き（画像と文）をまとめて送る → 店の人は火曜までに OK か直しを一言 → 予約投稿。急ぎの告知（臨時休業・売り切れ）は店の人がストーリーズで直接。

この企画で受け持つ範囲と、毎月の報告

範囲（月）

何	数	だれが
フィードの投稿（写真の選定・文・画像）	12本	こちら
ストーリーズの型と、朝の投稿	型3種・毎朝	型はこちら／朝は店の人
リール（15〜30秒・字幕つき）	2本	こちら（素材は店で撮影）
コメント・DM の返信案	毎日18時	こちらが案、店の人が送信
月の報告書	1通	こちら

毎月の報告書で見るもの

- フォロワーの推移と、増えた日に何があったか
- 柱ごとの平均の保存数・リーチ（どの話が効いたか）
- 投稿ごとのリーチと保存の上位5本
- プロフィールへのアクセスと、レジで聞いた「見て来た」の数
- できたこと／次の月にやること（3つまで）

ひな形：out/report_template_2026-12.pdf（数字は架空）。

よあけのパン
YOAKE BAKERY