

コストをかけずに**新規集客**を**倍増**させる！

中小企業経営者のための

X

活

用

ガ

イ

ド



はじめに | なぜ経営者がXをやるべきなのか

Xはあなたが思っているより巨大な市場

「SNSってどんなこと発信すればいいの？」

「Xをやった方がいいと言われていたけどできてない…」

という経営者の方は、今からXを始めることで集客や売上アップに繋がるかもしれません。なぜかという、Xは思っている以上にずっと巨大な市場だからです。

Xの日本の現状（2025年8月現在）

- ・月間アクティブユーザー：6,650万人（世界第2位）
- ・1日の平均利用時間：42.3分
- ・リアルタイムの情報収集に最適なプラットフォームがX

つまり、あなたの見込み顧客は今この瞬間もXで情報を探しているということです！



なぜ、今「X」なのか

経営者が今SNS「X」を始めるべき理由は、以下の3つです。

- ① AI活用で参入障壁が劇的に低下
- ② 競合がまだ本格参入していない
- ③ 初期投資0円で始められる

従来1日に数時間必要だったXの運用は、ChatGPTなどのAI活用により1日15分で運用可能になりました。初期投資も0円でスタートできるため、デメリットはほぼありません。



市場が成熟しつつ、競合が本格的に参入していない今が最適なタイミングです

機会損失をしないためにも、集客や売上アップに繋がるX活用法をこの資料でお伝えしていきます。

経営者がXで失敗する5つの理由

なぜ多くの経営者がXで挫折するのか？

集客や売上アップに繋げよう！と思いXを始めたものの、多くの経営者が挫折してしまいます。なぜかと言うと、**X運用の効果を****感じられず、また成果に繋がる施策が分からないためです。**

Xを始めても効果がなかった…
と感じて撤退する人がほとんどです。



Xには効果がない…と挫折して、Xの運用に失敗してしまう主な理由は以下の5つです。

- ① 売り込みばかりする
- ② 継続できない（ネタ切れ）
- ③ 一方通行の発信
- ④ 個人の顔が見えない
- ⑤ 効果測定していない

このポイントと反対の**行動**を取れば、運用の失敗は防ぐことが可能です！

失敗しないための「5つの新常識」

運用に失敗しないためのXの新常識は、以下の5つです。

価値提供8割 売り込み2割	まず価値を提供し、信頼を得てから商品を紹介する流れを作ります
コンテンツの再利用とAI活用	1つのネタから多角的に投稿を作成生成AIで効率的に実施します
エンゲージメントこそ最重要	返信1件は新規投稿3件分の価値コミュニケーションを重視
経営者の顔出して信頼度3倍	顔が見える安心感が問い合わせに直結します
見るべき指標は3つだけ	いいね数で一喜一憂せず最重要指標に集中しましょう

次ページから具体的な実践方法を解説します。

Xで投稿を始める前のチェックポイント

5分で完了！投稿する前の必須準備

1. アイコンが経営者の顔写真になっているか

プロフィールのアイコンは、第一印象を決める最重要要素。**顔写真ありのアカウントはザイアンスの法則（単純接触効果）で親近感を築きやすくなります。**顔出しNGの場合は、似顔絵などで代替しましょう。

2. どんな人が一目で分かる名前になっているか

たとえば「田中一郎@ITコンサル | DX支援500社」のように、**名前+専門性+実績を25文字以内で表現する**ようにしましょう。一番伝えたいことを厳選することが大切です。この一行でフォローするかどうかが決まります。

3. プロフィールを書いているか

①誰向けに、何をしている人か、②どんな実績があるか、③どんな価値を提供できるか、④どんな理念を持っているか、などの項目は最低限含めましょう。

4. 固定ポストは設定したか

プロフィールを開いて最初に目に入る「一等地」が固定ポストです。あなたの実績や提供できる価値、理念など、最も伝えたいことを固定ポストに設定しておきましょう。

5. リンクは設定したか

プロフィールには1つだけリンクが設定可能です。メルマガ登録ページや無料相談予約ページなど、具体的な行動に繋がるページを設定しましょう。

投稿から売上に繋げるロードマップ

投稿を売上に繋げる5ステップ

Xの投稿は、以下の5ステップを意識して進めていきます。

STEP 1	認知	<ul style="list-style-type: none">あなたの存在を知ってもらう段階月10万インプレッションが目標
STEP 2	興味関心	<ul style="list-style-type: none">あなたに興味を持ってもらう段階専門知識や事例で関心を獲得
STEP 3	接点作り	<ul style="list-style-type: none">1対1の対話ができるようになる段階見込み顧客との関係がスタート
STEP 4	関係性構築	<ul style="list-style-type: none">信頼を獲得する段階100人のファンがあなたの味方に
STEP 5	行動	<ul style="list-style-type: none">お問合せや申込みが獲得できる成約から売上UPを実現

① 認知（存在を知ってもらう）

最初の段階は、あなたという存在を認知してもらうことに集中しましょう。以下のような内容を中心に投稿していきます。

トレンド 乗っかり型	今話題のニュースや出来事に、あなたの専門的視点を加えて発信します。 ■ 例：インボイス制度について中小企業が今すぐやるべき3つの対策を解説します
データ共有型	驚きの数字やデータを視覚的に提示し、思わずリポストしたくなる内容で発信します。 ■ 例：【衝撃】中小企業の78%がマーケティングで同じ失敗をしている理由とは……
あるある 共感型	経営者なら誰もが経験する「あるある」で強い共感の獲得を目指していきます。 ■ 例：会議で『やります！』と決まったことが1週間後誰もやってない…ウチだけ？

投稿から売上に繋げるロードマップ

② 興味・関心（価値を感じてもらおう）

この段階の目的は「この人の話をもっと聞きたい!」と思ってもらうことです。以下の型を参考に投稿していきましょう。

ビフォーアフター型	具体的な変化を数字で見せることで、興味関心を引く発信にしていきます。 ■ 例：3ヶ月前→月商100万 現在→月商380万 何をしたか？スレッドで解説
逆張り意見型	共通認識や、業界の常識に反したことを発信し興味・関心を引いていきます。 ■ 例：『SNSは毎日投稿すべき』は嘘！週3回の方が効果的な理由
専門知識公開型	あなたの専門性を活かし、普通なら有料級の情報を惜しみなく発信するのも効果的です。 ■ 例：【保存版】銀行融資を確実に通す7つのポイントを徹底解説 など

③ 接点作り（対話を始める）

興味・関心を持ってもらえたら、接点作りとして1対1の対話を始めましょう。ここから見込み顧客との関係が始まります。

質問投稿型	オープン・クエスチョンの質問を投げかけてフォロワーとの接点を作ります。 ■ 例：フォロワーに向けて「今一番の経営課題は何ですか？」などの質問を投げかける
アンケート型	アンケートを実施するときは、2択の選択肢にして気軽に参加してもらいましょう。 ■ 例：①売上2倍、労働時間も2倍 ②売上維持、労働時間半分 どちらを選びますか？
意見募集型	定期的に雑談を受け付ける時間を設定するのも接点づくりに効果的です。 ■ 例：#金曜夜は相談タイム 22時まで経営の悩み相談受付中！匿名での参加もOK

投稿から売上に繋げるロードマップ

④ 関係性構築（信頼を深める）

接点ができて、信頼がなければ購買には至りません。あなたの実績・価値観・人柄を総合的に伝えて関係を構築していきます。

クライアント 成功事例型	第三者の声ほど説得力のあるものではありません。積極的に成功事例を共有しましょう。 ■ 例：嬉しい報告をいただきました『3年間の赤字続きから過去最高益達成しました！』
価値観 理念共有型	なぜこの仕事をしているのか？などの原点やあなたの価値観などを伝えていきます。 ■ 例：20年前父の会社が倒産『良い商品なのになぜ売れない』その悔しさが私の原点です
専門性 証明型	客観的な評価はあなたの専門性を裏付けるのにとっても効果的。有効活用しましょう。 ■ 例：『月刊経営』に私の記事が掲載されました！テーマは中小企業のDX推進です。

⑤ 行動（売上に繋げる）

ここまでの4ステップで信頼を蓄積した後、売上に繋げるための投稿を行います。タイミングと伝え方に注意しましょう。

限定 オファー型	希少性をアピールして、フォロワーに今すぐの行動を促しましょう。 ■ 例：【3社限定】 無料経営相談を受付！12月限定の特別企画です！
締め切り 訴求型	行動を促すには期限を明確にすることが大切です。締め切りをはっきりと提示します。 ■ 例：明日23:59締め切！ 売上改善セミナーの残席2名 詳細はプロフィールリンクから
緊急性 訴求型	今すぐ対応が必要な理由を明確にすることで行動を促すことが可能です。 ■ 例：補助金の申請期限まであと1週間！今からでも間に合います。サポートはDMまで

もっと影響力を出す！X活用テクニック

①自己リプライ

Xのアルゴリズムは「会話が続けている投稿」を優遇します。通常、投稿の寿命は数時間ですが、自己リプライを使えば24～48時間まで延長可能です。

つまり、1つの投稿で約3倍の効果を得ることが可能になります！



自己リプライのやり方

- ・ プロフィールクリック率2%以上の投稿を探す
- ・ 投稿から24時間後に1回目のリプライを実施
- ・ 投稿から48時間後に2回目のリプライを実施

反応が良かった投稿に情報を追加するイメージで自己リプライを実施します。「ぜひ見てください」などのリポストはNGです。

②スレッド投稿

Xでは「投稿の滞在時間」も重視されるため、スレッド投稿によってユーザーの投稿時間を飛躍的に伸ばすことが可能です。適当な長さは5～10投稿と言われます。

スレッド投稿の構成例

1/7 問題提起（フック）	5/7 正しい方法
2/7 なぜ重要なのか	6/7 実践のコツ
3/7 具体例やデータ	7/7 まとめ+CTA
4/7 よくある間違い	

驚きの事実や、質問をフックにして「これを知らないと損する」感を演出しましょう。スレッド投稿は最初と最後が特に大切です。要点を箇条書きで分かりやすくまとめましょう。

もっと影響力を出す！X活用テクニック

③リンク付き投稿のペナルティの回避法

Xは外部サイトへの流出を嫌うため、リンク付き投稿はリーチ数が50~70%減少します。このペナルティを回避するために、二段階で投稿するのがおすすめです。

ペナルティの回避方法

STEP 1

・リンクなしで投稿

例：売上を3倍にした方法をブログにまとめました！詳細はリプライに↓

STEP 2

・自己リプライでリンクを添付

例：詳細はこちら→ URL

リンクを含んだ投稿を固定ポストにして固定ポストに誘導する方法も効果的です！



④時間差リポスト

あなたの投稿は、実はフォロワーの20~30%にしか届いていません。時間帯・曜日・タイムラインの流れなどで見逃されているため、隅々まで届けるために時間差リポストが効果的です。

時間差リポストのやり方：例

- ・初回投稿：平日朝7時
- ・1回目リポスト：同日夜20時（13時間後）
- ・2回目リポスト：週末土曜10時
- ・3回目リポスト：翌週水曜12時

全ての投稿をリポストするのではなく、エンゲージメント率が高い投稿、保存数が多い投稿などを見定めることが大切です。

リポストしても、全てのフォロワーには届きません。反応がよかったポストは、時間を置いて再利用すると効果的です。

成功している経営者が必ず知っている「〇〇」

継続的に売上をアップさせる方法

今回ご紹介した売れる仕組み作りの手法を使って、あなたの商品を本当に買いたいと思っている人を見つけることができれば、売上は飛躍的にアップします。

しかし、「そんな簡単に見つけれたら苦労しない」と感じる方もいらっしゃるでしょう。

そんな簡単に「ほしい!」と言ってくれる
お客さまは見つからないよ…



実は、マーケティングの「原理原則」を理解することで、誰でも簡単に理想のお客さまを見つけることができます。

短期的な売上アップのテクニックではなく、どんな業界でも使えて、継続的に売上アップできる方法です。

マーケティングの原理原則を手に入れるには…

では、その「原理原則」はどうすれば手に入るのか？

3C分析で大成功したGOSSO株式会社の藤田代表も受講したマーケティングの原理原則を学べる講座があります。

マーケティングの原理原則を学べば
継続的に売上アップが可能です！



5万人以上の経営者が受講し、実際に成果を上げている講座に、特別にあなたをご招待します。

有名経営者たちがこっそり実践している売上アップの秘訣を、こちらで手に入れてください。

有名経営者たちがこっそり実践している
売上アップの秘訣は…



セミナーに参加して集客に成功した経営者の声



高額報酬でも**年間1,000件以上**のお問い合わせに！

YouTube登録者が伸びたきっかけを作ってくれたのは、この絆徳の経営スクールで学んだマーケティングでした。「いい会社を世の中に増やしていきたい！」そんな想いのある方は一緒に学んでいきましょう。

登録者数120万人突破！YouTubeチャンネル『脱・税理士スガワラくん』でおなじみ

SMGグループ CEO 菅原由一さま



コロナ禍でも**3年間で80店舗開店**に成功し、売上も**V字回復**することができました！

GOSSO株式会社 代表取締役
藤田建さま



理論的な話だけでなく**実践的なノウハウ**が多数紹介されている講座。**自社の幹部**に広げたいです。

元LINE株式会社 代表取締役社長
C Channel 代表取締役社長
森川亮さま

新規集客・売上アップ・事業拡大に悩む経営者へ

MBAよりも実践的！すぐ使える！と大好評

今、**売上**を伸ばす**経営者**の秘訣
成果に直結する

「三方よし」 マーケティング 特別セミナー

Click!



オンライン開催

無料で参加する

参加経営者



後発組から
業界最大手に成長！
SBCメディカルグループ
代表 相川 佳之氏



社員3名から
売上250億を突破！
武蔵コーポレーション
代表 大谷 義武氏



コロナ禍でも
80店開店！
GOSSO株式会社
代表 藤田 建氏



YouTube登録者数
120万人越え！
SMGグループ
CEO 菅原 由一氏