

Full Speed



月刊SNSレポート 2019年12月号

Monthly **SNS** Report Vol.005



トピック

03 Facebook

04 Twitter

05 Instagram

06 LINE

07 フルスピード事例紹介

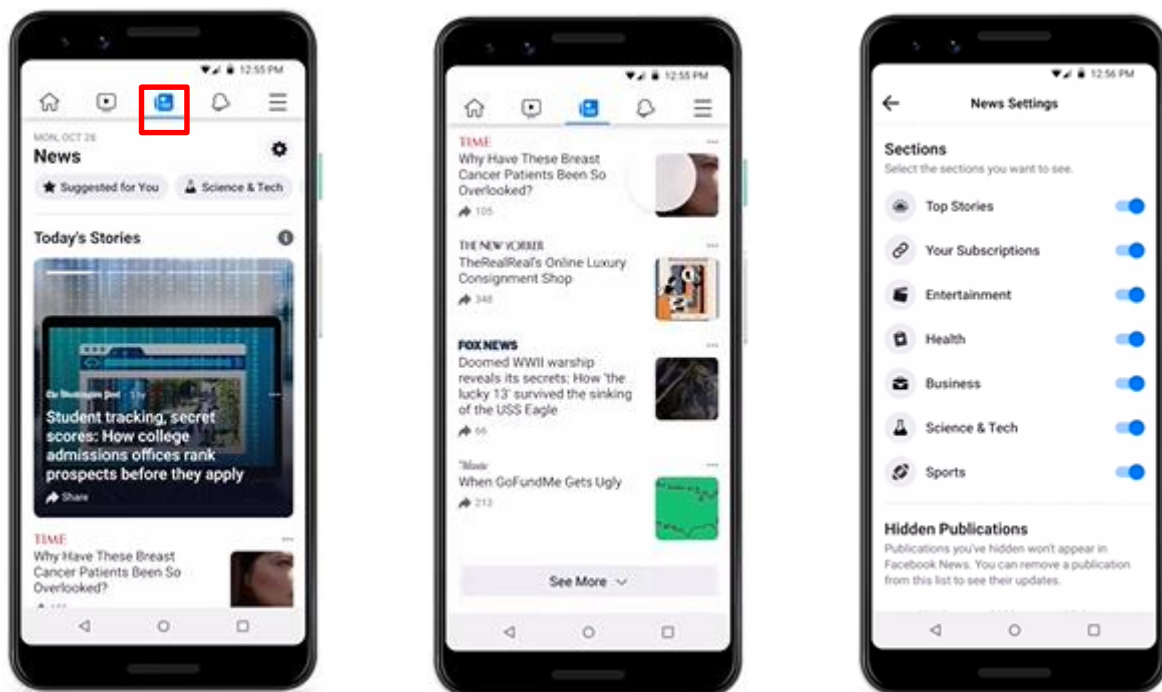
【Facebook】米国にて新サービス“Facebook News”がテスト公開

トピックス

Facebookアプリのニュース記事専用タブが米国限定でテスト実装されました。「信頼性の高いニュースをFacebook内で発見する」ことを目的としたFacebookの新しいサービス。今後どのように発展していくのでしょうか？

※日本での実装については特にアナウンスされておりません

Facebook Newsは今後どのように活用されていくのか



参考:<https://about.fb.com/news/2019/10/introducing-facebook-news/>

米国限定の新機能がテスト実装されたようです。「ビジネス」「エンターテインメント」「健康」といったセクションに分かれていたり、ニュースを共有したりすることができるとのことでした。また、ニュースの非表示設定は記事・トピック・発行元など細かい単位で設定可能です。

Facebook内で信頼性の高いニュースを読むことができ、なおかつ簡単にシェアできるとなると、ユーザーのアクティブ率やアクティブ時間が増加していくのではと推測されます。また、Facebook Newsが広告配信面として利用される可能性も考えると、企業のSNS活用面においても様々な影響が出るかと思われます。

日本で実装されるかどうかは未定ですが、ユーザーの活発化が予想される新機能のため実装されることを願います。

(SNSコンサルタント：佐沼)

【Twitter】新機能「トピック」が導入！

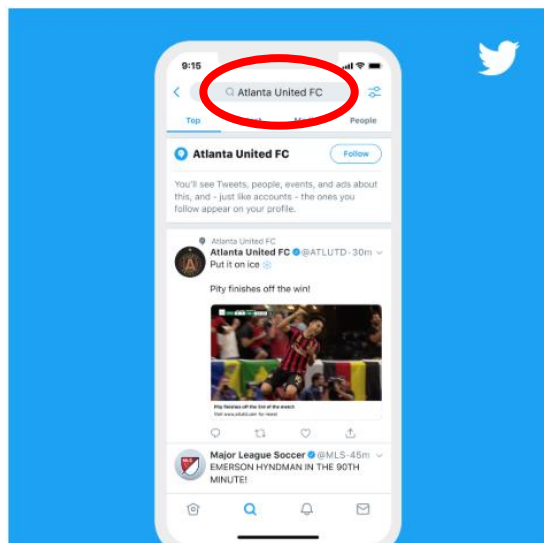
トピックス

11月中旬、Twitterに「トピック」機能が全面実装されました。お気に入りのバンド、スポーツのチーム、有名人など特定のトピックをフォローすれば、フォローしていないアカウントの人気ツイートを閲覧することが可能になります。

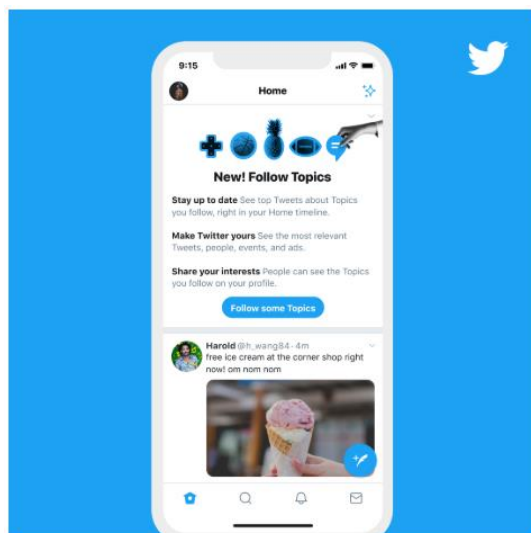
Twitterは今後、ユーザーがフォローしているトピックにもとづいた広告のカスタマイズも実施するだろうと、同機能に詳しい関係者のリークも。

フォローした「トピック」はタイムライン上に表示

▼気になる「トピック」を検索してフォロー



▼タイムライン上で1タップで発見可能に！



参考:https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/product/2019/introducing-topics-ja.html

ユーザーが何に関心をもっているかを判断するTwitterの基準は大雑把で、まだ不可解な部分も見られます。

実際に筆者のアカウントの「Twitterから取得した興味関心」には「アクセサリー」「BtoB」「天気」といったものから、アニメ「ルパン三世」までありました！

※自分のアカウントでトピックに何が選択されているかは以下のURLから確認可能です。

(https://twitter.com/settings/your_twitter_data/twitter_interests)

Twitterは、新規ユーザーがプラットフォームに慣れる段階において、トピックが役立つと期待しているそう。

多数のアカウントをフォローしたり、他のユーザーとやりとりしていなくても、トピックがあれば滞在時間が長くなるはず。ユーザーの滞在時間が長くなれば、当然ながら広告表示のチャンスも増えていくのではないのでしょうか。

今後、この新機能がTwitterの関心ベースの広告ターゲティング能力を強化することに期待大です！

(SNSコンサルタント：宮上)

【Instagram】#Instagram Day Tokyo2019 に行ってきました！

トピックス

東京・渋谷にてFacebook社主催のイベント「Instagram Day Tokyo2019」が開催されました。

これからのInstagramのビジネス活用に向けて最新のトレンドや活用方法の紹介や、Instagramの世界観を体験できる企画が盛りだくさんなこのイベント。筆者が実際に参加した様子をお届けいたします！

現在Instagramでテストしている機能とは…？

▼新しいショッピング機能のローンチ ▼ARを活用した試着機能も開発中



▼発見タブへの広告表示



【Instagram × adidasによる新機能のテスト】

80%のユーザーは何かを買いたいと思う時にInstagramを開くそうです。

そこで「買い物がInstagram上ですべて完結できるなら？」と考えたInstagram社はadidasの新商品のローンチをInstagram上で実施しました。

このテストで『①発売日をストーリーズ上でローンチ』『②そのストーリーズにリマインダー設定ができるステッカーを貼る』『③発売時刻の5分前にユーザーに通知がいき、発売開始からわずか3分で完売』と大成功を収めました。

他にもARを活用したコスメやアパレルの試着がInstagram上でできる機能を開発中とのこと。

【発見タブへの広告表示】

この機能のポイントは『ユーザーの関心に合わせてパーソナライズ』『ひとつとして世界に同じ発見タブはない』『発見タブ広告で潜在的なユーザーにリーチ』という点。

ホームタブと違って発見タブは、自分がフォローしているアカウントのコンテンツではなく「何かないかな？」と発見するために使われているということです。

若年層が情報収集する方法が“ググる”から“タグる”へ変化している背景も要因のひとつと考えられますね。

これからのInstagramがどう進化していくのか、ますます楽しみになるイベントでした！

(SNSコンサルタント：宮上)

【LINE】公式アカウントフィードの終了

トピックス

LINEアプリ内のタイムラインのタブ「公式アカウントフィード」が11月14日のアップデートにより終了しました。

今回は、公式アカウントフィードの終了に伴う企業アカウントへのメリット・デメリットを簡単にご紹介します！

公式LINEのタイムライン投稿がみられやすくなりました！

▼マイ公式アカウントの中にまとめられてしまう



BEFORE

▼発見タブへの広告表示



AFTER

LINE公式アカウントのタイムライン投稿は、今まで「公式アカウントフィード」のみで表示されていたため、企業アカウントの投稿は一般アカウントと比べやや発見されにくい状況でした。今回のアップデートによって一般アカウントと同じフィードに企業アカウントの投稿が表示されるようになったため、今まで以上に投稿を見てもらえるようになったと考えられます！

一方で、一般アカウントと企業アカウントすべて同じフィードとなり、さらにタイムラインには広告も表示されます。今まで以上にタイムラインの情報量が多くなるため、ユーザーにしっかりと見てもらえる投稿を作成することが、今後のタイムライン活用の重要なポイントになります。

絵文字やタイトル・コンテンツを工夫して、よりユーザーの関心を得る投稿を心がけましょう♪

(SNSコンサルタント：北吉)

【Twitter】ライティングのトーン&マナー変更で数値UP…某公共団体

トピックス

トーン&マナーを「高校生ターゲット」に寄せていくことで
毎月のインプレッション数・クリック数が右肩上がり！

ライティング修正前 ⇒ 修正後

平均インプレッション数：12,009件 ⇒ **163,816件**

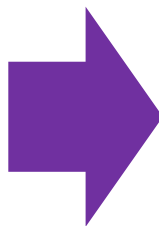
平均クリック数：99.6件 ⇒ **209件**

ひと目でわかる！ライティングの修正

要点は残してTwitterライクのテイストに変更！

BEFORE

AFTER



もともと、公共団体系のアカウントということもあり、民間企業アカウントのように目を惹くフランクなテイストのライティングはしていませんでした。

フルスピードのコンサルティング導入前は、まじめなトーン&マナーで継続的に投稿はしているもののインプレッション数が伸びない状態が続いておりました。

しかし、今回のライティング修正によって、数値が大きく伸びるという結果に！

絵文字・記号の使用や、タイトル表記により「何を誰に伝えたいのか」をはっきりさせた結果、ターゲットとする層に刺さる運用を築くことができました。

フルスピードでは、各業界のアカウントの方向性に合わせたライティング・運用を行っております。

(SNSコンサルタント：北吉)

【Twitter】画像付きアンケート投稿で投票数+反応数UP！…某喫茶事業

トピックス

画像付きアンケート機能を使用した結果、従来のアンケート投稿より投稿のインプレッション・反応数・投票率が向上！

従来のアンケート投稿 ⇒ 画像付きアンケート投稿

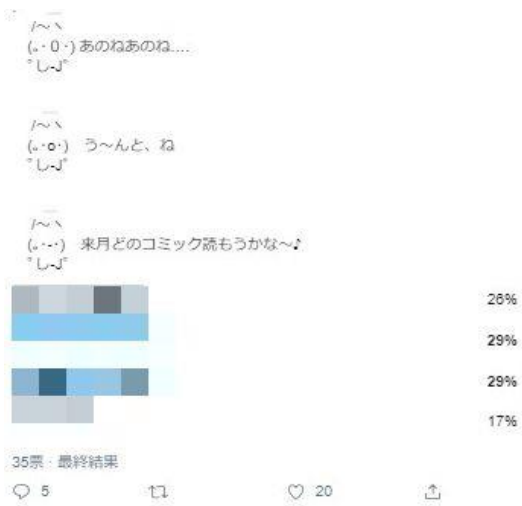
インプレッション数：12,009件 ⇒ **27,405件**

いいね数：20件 ⇒ **68件** 投票数：55件 ⇒ **821件**

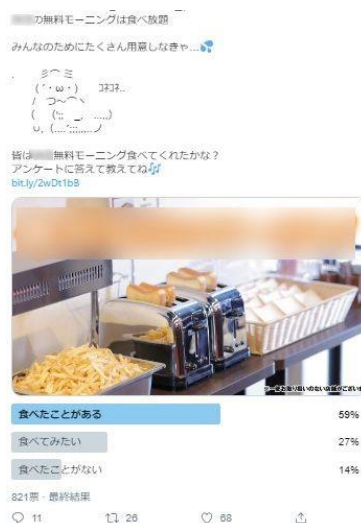
アンケート投稿で視覚的な訴求が可能になりました。

画面占有率も向上し、『目に留まりやすい投稿』に！

BEFORE



AFTER



Twitterの広告マネージャーで作成可能な「画像付きアンケート機能」を活用した事例です。通常のアンケート投稿は画像の添付ができず、文字+選択バーのみというシンプルな構成のためタイムライン上でやや目に留まりにくいというネックがありました。

画像付きアンケートはその難点を解消できる理想的な機能と言えます！

画像によって視覚的な訴求が可能+タイムライン上の画面占有率が高くなるため、目に留まりやすい形式になっています。投票数はもちろん、いいねやリツイートなどの反応も従来のアンケート投稿より多くなるという傾向も見られております！

画像は一般的なツイート同様の比率（16:9）での表示となります。正方形やその他の比率となると一部がサムネイルに表示されない可能性があるためご注意ください。

フルスピードでは、各SNSの機能をフル活用したコンテンツ作成を行っております！

（SNSコンサルタント：佐沼）

月刊SNSレポート 2019年12月号
Monthly SNS Report Vol.005

ご不明点などございましたら

マーケティングコンサルティング事業部

ソーシャルメディアマーケティング部まで！

Mail : s-consul@fullspeed.co.jp



Full Speed

“ココロ ∞ テクノロジー”