

# Full Speed

月刊SNSレポート 2020年01月号

---

Monthly **SNS** Report Vol.006



トピック

03          Facebook

04          Twitter

05          Instagram

06          LINE

07          フルスピード事例紹介

## 【Facebook】ニュースフィードの大幅なアルゴリズム変更（2019年5月）

## トピックス

昨年におけるFacebookでの仕様変更において、企業ページ運用に最も大きな影響を与えたのは『ニュースフィードのアルゴリズム変更』でしょう。『より親密な友だちの投稿を優先的に表示する』『ハイクオリティな動画を優先表示する』という2つのアルゴリズム変更がほぼ同時にあったため企業ページ運用はさらに戦略が必要となるようになりました。

## 企業のFacebook運用において大きな影響を与えた2つの仕様変更

May 16, 2019

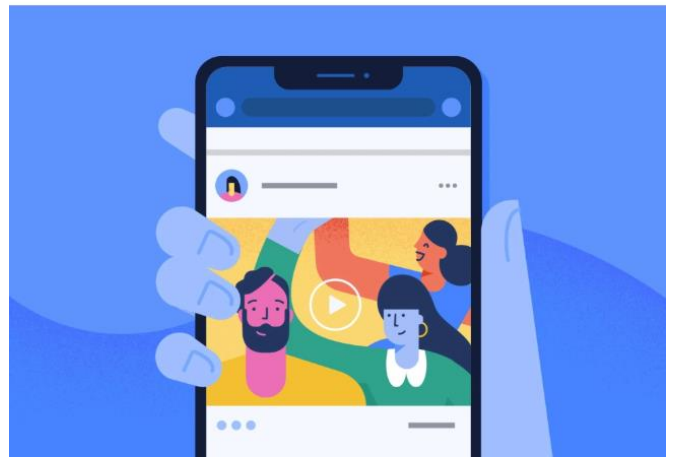
## Using Surveys to Make News Feed More Personal



参考：  
<https://newsroom.fb.com/news/2019/05/more-personalized-experiences/>

May 6, 2019

## Updates to Video Ranking



参考：  
<https://newsroom.fb.com/news/2019/05/updates-to-video-ranking/>

こちらの仕様変更以前では、『スライドショー』や『短尺の動画』のリーチが伸びやすいという傾向のあったFacebookですが、この仕様変更によりそれらを用いた投稿のリーチが大幅に減少しました。

Facebookは『3分以上の動画』を推奨している模様です。

『スライドショー』は画像を1枚1枚分けて複数枚投稿にすることで、『短尺の動画』は動画内のキャプチャなどを使用することで大幅なリーチ減少を避けることができます。また、『スライドショー』や『短尺の動画』を使う必要がある投稿は、『投稿自体を広告出稿』することでリーチを拡大するのが望ましいです。

2020年に予想される大きな仕様変更は『いいね数の非表示』です。こちらは昨年からオーストラリアでテストされています。このテストの範囲が世界的に行われる可能性は十分に高いかと思われます。ただ、Instagramで同様のテストが実装された際には、ユーザーが多少混乱したものの、大きな影響はございませんでした。そのため、Facebookでも大きな影響は出ないということもあり得ます。

(SNSコンサルタント：佐沼)

## 【Twitter】リプライの非表示機能が日米でテスト実装（2019年9月）

## トピックス

Twitterの機能面におけるアップデートで、Twitter運用に最も関連するアップデートは「リプライの非表示」でした。

当初は地域限定のテスト実装でしたが、11月に全世界で公式機能として実装されました。Twitterでは今後も「会話の健全性」に関するアップデートがあると予測されます。

ツイート詳細画面の右上▽ボタンからリプライの非表示が選択可能に

※非表示のリプライは他のユーザーでも確認可能



今までは、アカウントについて「無関係なリプライ」や「攻撃的なリプライ」などに対してスルーするしかできない状況でしたが、そうしたリプライを非表示にする機能が昨年実装されました。注意点としては、「他のユーザー（リプライを非表示にされたユーザーも含む）も非表示になったリプライを確認できる」ことです。製品・サービスの品質や問い合わせなどを非表示にすると、かえって炎上の火種になる恐れがあります。どのようなリプライに対して「返信」「いいねのみ」「非表示」などを対応していくかレギュレーションを設定しておくことを推奨します。

リプライに関して、昨年より引き続き2020年でも新たなアップデートが発表された模様です。1月8日に米国CESにて発表された内容によると、「リプライできる相手の制限」といった機能が追加されるとのことでした。

「会話の健全性」を目的としたアップデートは今後どのような機能として実装されていくのか、今後も媒体の動向をチェックしていきましょう！

(SNSコンサルタント：佐沼)

## 【Instagram】投稿のいいね数を非表示にするテストが実施（2019年7月）

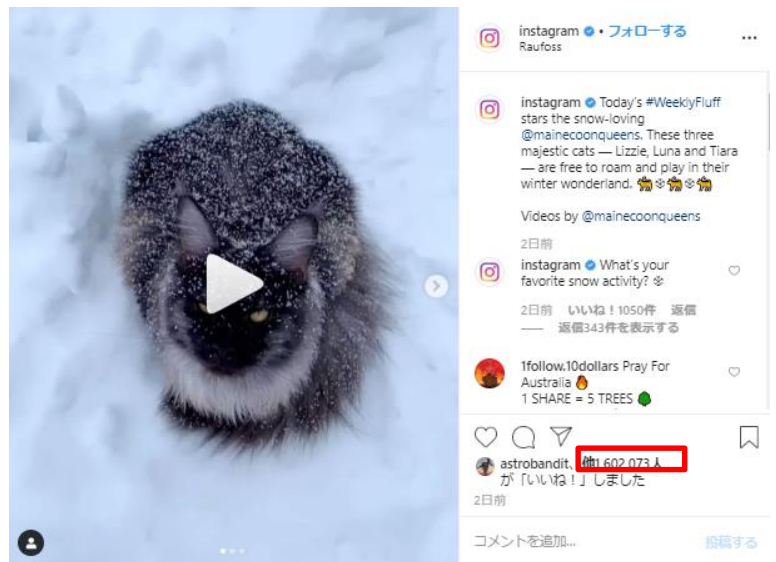
## トピックス

昨年のSNS運用面において最も衝撃的だったアップデートかと思われます。9月にテストの範囲が拡大され、現在ほとんどのアカウントでいいね数を確認することができなくなっていると思われます。ただ、いいね数が非表示になったことで投稿の反応数が大きく下がるといった傾向は特に見られませんでした。

9月のアップデートでほとんどのアカウントが非表示仕様に変更されたと思われる一方、PCブラウザからは引き続きいいね数の確認が可能



スマートフォン表示



PCブラウザ表示

いいね数の非表示は、「いいね数への執着による不安感や孤独感、自分の外見への劣等感など、ユーザーがメンタル的に不健全な状態になることを防ぐこと」が目的でした。企業アカウント向けの仕様変更というより、一般ユーザーのメンタルヘルスや一部スパムアカウント対策といった目的の仕様変更でした。

いいね数の非表示以外では、「インフルエンサー投稿へのショップタグ追加（テスト）」や「ショップタグ投稿の広告出稿」などショッピング機能に関する機能拡張や、「ビジネスプロフィール」が「プロアカウント（ビジネスアカウント・クリエイターアカウント）」に変更される、発見タブの表示項目追加（ストーリーズ・広告など）といったアップデートがありました。他にも、投稿インサイトの「投稿時間」が非表示になるといった変更も。

着々とユーザー数が増加するInstagram、2020年にはどのような仕様変更があるのか引き続きチェックしていきましょう！

（SNSコンサルタント：佐沼）

## 【LINE】LINE公式アカウントとLINE@がサービス統合！

## トピックス

昨年4月から「LINE公式アカウント」と「LINE@」のサービスが統合し「新LINE公式アカウント」が誕生しました。また、料金体系は基本料金+配信数に応じた従量課金制へと変更となりました。

旧LINE公式アカウント・LINE@のサービス切り替え期限は今年の2月。まだ乗り換えていないアカウントはお早めに準備をしておきましょう。

料金体系はシンプルな3通りのプランに！



	プラン	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
	月額利用料	0円	5,000円	15,000円
	メッセージ配信数(無料分)	1,000通	15,000通	45,000通
	追加メッセージ料金	追加購入不可	5円/1通	~3円/1通
	タイムライン投稿	すべてのプランで無制限		
新プラン (概要)	友だち属性表示 / ターゲティングメッセージ	すべてのプランで 使用可能		
	リッチメッセージ			
	リッチメニュー			
	リッチビデオメッセージ			
	動画メッセージ			
	音声メッセージ			
	クーポン機能			
	1:1トーク			
アカウントページ				
LINE ショップカード				
オプション	プレミアムID	1,200円/年		

※税別価格

参考：<http://blog-at.line.me/archives/52626249.html>

サービス統合により、今までLINE@になかった機能（リッチコンテンツ・セグメント配信）などが利用可能となったため、中小規模のアカウントではLINE@と比較してかなりメリットがあるかと思われます。一方で、料金体系が変わったためプランの選択や配信数の調整などがやや複雑になってくるかもしれません。友だち数が大幅に増加した際には、一時的に追加メッセージを利用した方がいいのか、プランをアップグレードした方がいいのかしっかりと見極めていきましょう。

また、LINE公式アカウントは昨年より多くの新機能を公開しました（LINEチラシ、公式アカウントフィードの追加・撤廃、カードタイプメッセージなど）。

ビジネス利用の最大化に向けて様々なアップデートが行われているLINE公式アカウント、今後もますます新たな機能が追加されていくと思われます。今後の媒体としての発展・拡張を引き続きチェックしていきましょう！

(SNSコンサルタント：佐沼)



【Facebook】 過去投稿のリライトでリーチ数UP！…某自動車系メーカー

トピックス

フォロワーが増えたので、過去に反応の良かった投稿をリライト！  
⇒リーチ数が**約2.1倍**・エンゲージメント数が**約1.8倍**に！

	過去投稿		リライト投稿
リーチ数	8,473	⇒	<b>17,889</b>
エンゲージメント数	1,936	⇒	<b>3,492</b>

アカウントのフォロワー増加に合わせたリライト投稿で効果改善！

Before

【車の中でキンコンキンコン...と鳴り響く音って憶えていますか？】  
実はこれ、1980年代まではすべての国産車に取り付けられていた「速度警告音」の音。普通乗用車では時速100キロ、軽自動車では時速80キロを超えたときに警告音が鳴り響くようになっています。

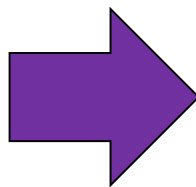
警告音はチャイム式とブザー式があり、チャイム式は鉄琴と同じ構造でできていたため、これがキンコンキンコンという音が鳴っていたのです！

しかし、時代とともに機械制御が発達し、この装置もいつのまにか姿を消していきました。今では聞いたことない人がほとんどです。皆さんは、「キンコン」という音覚えていらっしゃいますか？



8,473 リーチした人数  
1,936 エンゲージメント数

投稿を宣伝



After

【昭和のクルマにあった速度超過警告音】  
時速105kmを超えると「キンコン」と鳴る音。昭和時代に車に乗っていた方には、懐かしく感じるかもしれません。

日本生産かつ国内使用のクルマには、1974年(昭和49年)から速度超過警告ブザーが装着されていました。普通乗用車では車速が約105km/h、軽自動車では約85km/hを超えた際に音が鳴り、ドライバーに警告するというものです。

1988年(昭和61年)に装備の義務付けが廃止され、ブザーが鳴るクルマはそれ以上出回らなくなりました。メーター周りを分解できる人は、簡単に警告音を解除することもできたとか。



17,889 リーチした人数  
3,492 エンゲージメント数

投稿を宣伝

フルスピードにて1年以上運用を行っている某メーカーのアカウントでの事例です。  
長期の運用でフォロワーが増加し、アカウントが大きく成長してきたという段階でした。

新規に流入したフォロワーが多い状況を活かすため、過去に反応の良かった投稿をリライト投稿することをご提案しました。その結果、リーチ数・エンゲージメント数ともに伸び、過去の投稿と比較してリーチ数は**約2.1倍**、エンゲージメント数は**約1.8倍**に増加しました。加えて、コンテンツ量の底上げにも繋がりました。

フルスピードでは、各アカウントの運用段階に合わせた施策のご提案も行っております。

(SNSコンサルタント：揚野)

## 【Instagram】コラム投稿でフォロワー大幅増加！ …某寝具メーカー

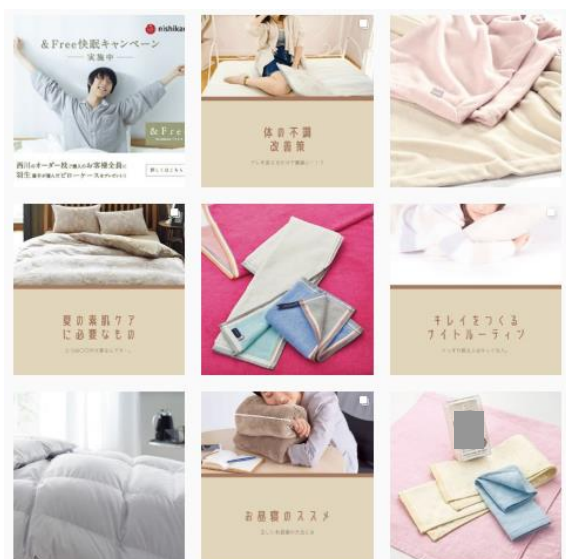
### トピックス

コラム投稿を取り入れたことでフォロワー獲得数が大幅に増加し、さらにInstagram自体を「1つの完結したメディア」にすることに成功しました。「Instagramに載ってる商品が欲しい」との声もいただいたようで、コアなファン音形成にも貢献しているかと思われる面も。

	コラム実施前		コラム実施後
フォロワー増加数	19人（平均）	⇒	<b>119人</b>

独自テンプレートに統一することでアカウントの世界観を崩さずコラムを展開

製品の使い方にとどまらない幅広い情報を発信可能に！



以前のInstagramでは、企業アカウントによって投稿された写真のクオリティが一般ユーザーのものより高かったため、『画像のクオリティで目を惹く』という戦略が主流でした。しかし、現在はスマートフォンの性能向上やカメラブームなどにより一般ユーザーの写真の質が高くなったため、写真の質のみでユーザの関心を獲得するのが難しくなっています。

コラム投稿は、『ユーザーにとって役に立つ情報』を『企業アカウントならではの専門的目線』で発信できるため『タグる（Instagramのハッシュタグ検索で情報収集する）世代』へのアプローチに最適な運用とも言えます。1枚目の画像で『何を伝えたいのか』を明示し、さらに関連性の高いハッシュタグを選定することで最も効果が発揮されるでしょう。

フルスピードのInstagramコンサルティングでは、ハッシュタグ選定から写真撮影のディレクションはもちろん、コラム投稿など幅広いアカウント運用支援を行っております。

(SNSコンサルタント：佐沼)



月刊SNSレポート 2020年1月号  
Monthly SNS Report Vol.006

---

**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](mailto:s-consul@fullspeed.co.jp)**



Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

**Full Speed**

“ココロ ∞ テクノロジー”