

# Full Speed

月刊SNSレポート 2020年11月号

---

Monthly **SNS** Report Vol.016



トピック

03          Facebook

04          Twitter

05          Instagram

08          LINE

## 【Facebook】Facebookストーリーズ、活用していますか？

## トピックス

Facebook運用担当者のみなさん、Facebookストーリーズを活用したことはございますか？Facebookには表示のアルゴリズムがあり、投稿間隔や投稿時間を入念に設計する必要があります。どうしても発信すべき情報が多く、しかし投稿間隔を保ちたい。そうした際に活用できるのがFacebookストーリーズです。

## Facebookストーリーズはページトップ・クリエイタースタジオで作成可能

## ▼ページトップ



## ▼クリエイタースタジオ



Facebookストーリーズは、PC上では「ページトップ」と「クリエイタースタジオ」から作成することが可能ですが、個人的にはクリエイタースタジオでの作成を推奨します。

ページトップから作成する場合、現段階において新デザインのFacebookではストーリーズを作成できず、クラシックモードに戻す必要があります。また、ページトップから作成した場合、ストーリーズにURLを添付することができません。

一方でクリエイタースタジオであれば、Facebookの仕様をクラシックモードに戻す必要がなく、またURLの添付も可能となっております。

ページトップで作成する場合は、アイコン右下の「+マーク」からストーリーズを作成することができます。クリエイタースタジオでは、通常の投稿と同様に「投稿を作成」から「ストーリーを追加」を選択することでストーリーズが作成できます。

Facebook運用の幅を広げるストーリーズ、運用担当者の方はぜひ使ってみてください！

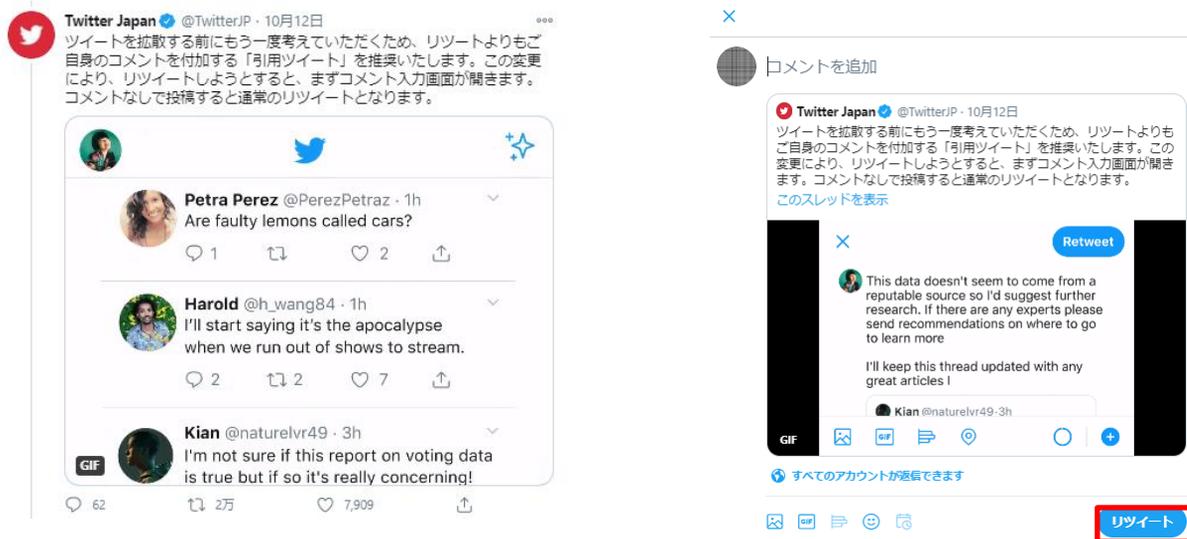
(SNSコンサルタント：佐沼)

## 【Twitter】米大統領選に伴いリツイートの仕様が変更

### トピックス

10月中旬ごろから、米大統領選におけるフェイクニュース対策といった目的で、リツイートの仕様が変更されました。以前はリツイートボタンをタップした際に、通常のリツイートと引用リツイートを選ぶことができましたが、今回の仕様変更ではリツイートボタンをタップした際に引用リツイートの画面がデフォルトで表示されるようになっております。

### コメントを入れないことで通常のリツイートも使用可能



出典：<https://twitter.com/TwitterJP/status/1315436489526800384>

元々は米大統領選のための仕様変更でしたが、日本でもこちらの仕様変更についてかなり話題となっております。仕様変更のあった当日は、トレンドに「リツイート」「仕様変更」といった今回の変更に関するワードが複数入っておりました。Twitterユーザーにとってリツイートは日常的に行う機能であったことが考えられますね。

リツイートの仕様変更については、「少なくとも米大統領選の投票が行われる週まで」継続されるとのことで、その後リツイートの仕様が元に戻るかは現状不明です。

また、こちらの仕様変更の影響でリツイート数が低下したといった事象は特に見られておりません。

今回のリツイートの仕様変更のように、大統領選などの政治的に大きな変化があるタイミングでは、TwitterはもちろんFacebookでも、情報の発信・拡散に対してユーザーに慎重さを求める仕様変更が行われることが多いです。今後も新たな仕様変更が取り入れられることも考えられるので、媒体の動向を定期的にチェックしていきましょう。

(SNSコンサルタント：佐沼)

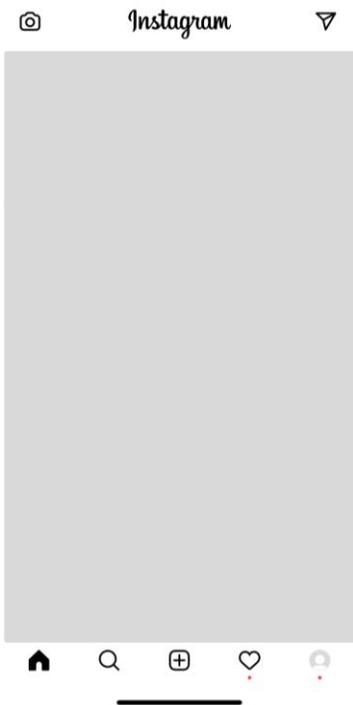
## 【Instagram】スマートフォンアプリのUIが一部アカウントにて変更

## トピックス

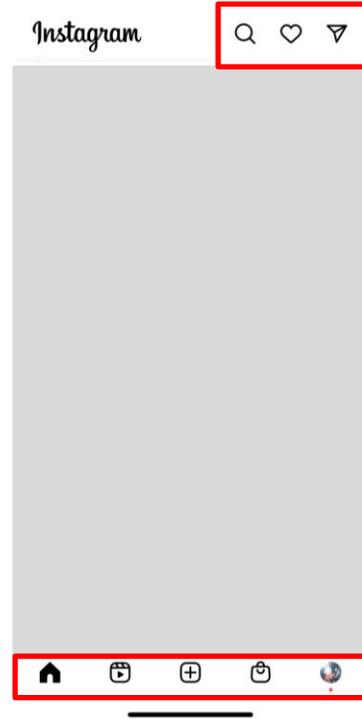
10月22日ごろ、InstagramアプリにてUIの仕様変更が確認されました。現在UIが変更されているアカウントは一部のアカウントのみと思われます。新しいUIでは、下部に配置されていた「検索」「アクティビティ」が画面右上に配置され、代わりに下部には「リール」と「ショップ」のタブが新たに配置されております。

現在（11/9時点）は一部のアカウントにて新UIが適用されております。

## ■旧UI



## ■新UI



新UIでは、直近でInstagramが力を入れている「ショップ」と「リール」へのアクセスが容易になっております。こちらの仕様変更については、「Instagramショップ」のリリース時に発表されていた変更が適用されたものと思われます。

新UIについては特に媒体側からのリリースがなく、現状、私の所有している5つのアカウントのうち、1つのみが新UIとなっており残り4つは旧UIのままなので、こちらの新UIはテスト実装の可能性も十分に考えられます。みなさんのアカウントのUIもぜひ確認してみてくださいね。

直近ではリールの尺が15秒から30秒に延長されたり、IGTVへのショップタグ設置の実装や、リールへのショップタグ実装の予告など、「ショップ」「リール」ともにInstagramで特に力を入れている領域に関する仕様変更です。今後のInstagram運用において、「ショップ」と「リール」どちらも活用していくことが重要なポイントになります。

(SNSコンサルタント：佐沼)

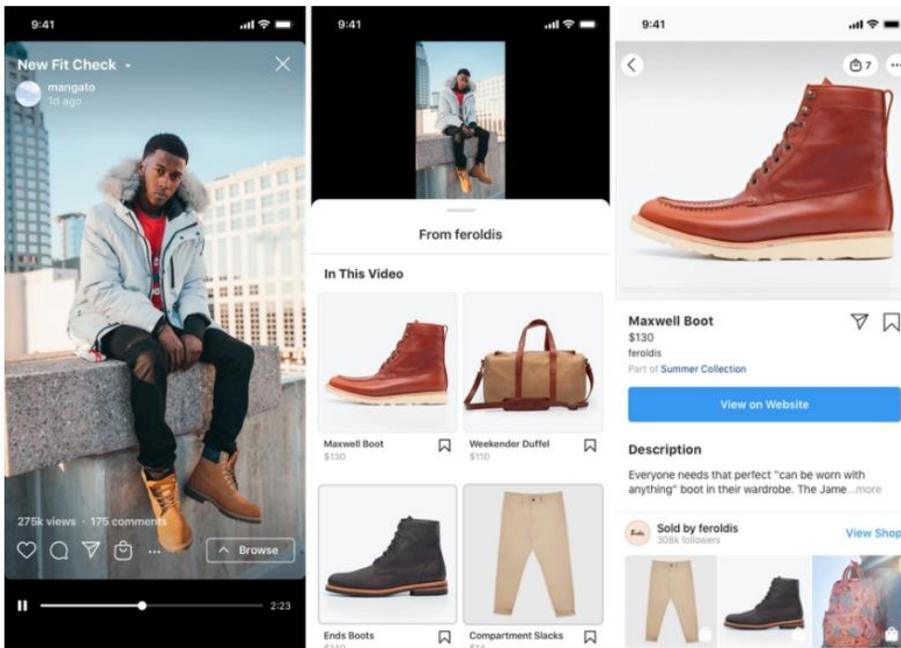
## 【Instagram】IGTVにショッピングタグの設置が可能に！

## トピックス

ショッピングタグの紐づけは今までフィード投稿とストーリーズ投稿に限定されておりましたが、今回のアップデートでIGTVにもショッピングタグの紐づけが可能になりました！

また、Instagramショップ上にショッピングタグ付きのIGTV投稿を今後表示する予定とのことです。

今後はリール投稿へのショッピングタグ紐づけも可能になるとのこと



出典：[https://about.fb.com/ja/news/2020/10/shopping\\_on\\_igtv/](https://about.fb.com/ja/news/2020/10/shopping_on_igtv/)

今年に入ってからますます機能を拡充しているInstagramのショッピング機能。

今までは「IGTVを視聴→ユーザーが自発的にオンラインショップへ移動→商品を探す」といった導線であったのが、「IGTVを視聴→ショッピングタグをタップ」といった形で、Instagram内で完結する形になりますね。

今後はInstagramショップ内で「ショッピングタグの付いたIGTV投稿」が表示されるようになることで、前述のUI変更と相まって露出機会が増加すると思われます。

また、リール投稿にもショッピングタグの紐づけを実装するといったリリースも同時に発表されているため、動画を使ったInstagram内におけるEコマース領域の拡大が見込まれます。

今後IGTVやリールを投稿する際には、カタログに登録してある商品を優先的にピックアップするといった形で進めていくことで、投稿内の情報量をより豊かにすることができ、なおかつECへの導線形成を行うことができるようになりますね。

(SNSコンサルタント：佐沼)

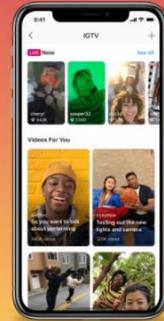
## 【Instagram】Instagramライブが機能拡張！

## トピックス

ライブコマースのプラットフォームとして注目が高まっている Instagramライブ。10/27に、Instagramライブをより活用できる機能拡張が実装されました。

ライブ時間が最長1時間⇒4時間に延長され、さらにライブ動画が自動でアーカイブに保存されるようになります！

## ライブ最長時間の延長と自動アーカイブが実装



出典：[https://about.fb.com/ja/news/2020/10/live\\_creator\\_bundle/](https://about.fb.com/ja/news/2020/10/live_creator_bundle/)

今回のInstagramライブにおける機能拡張の詳細は以下となります。

- ① **ライブの最長配信時間が1時間⇒4時間に延長**
- ② **配信後のライブ動画が自動でアーカイブに**
- ③ **IGTV上で配信中のライブが表示されるスペースを追加**

ライブの最長配信時間につきましては、4時間配信するとなると、出演者と視聴者双方の負担が大きくなるため使い方が問われるかと思いますが、自動アーカイブは非常に便利な機能かと思われます。通信環境やデバイスの不具合でライブが中断され、動画をシェアもしくはダウンロードできなかったというケースが、自動アーカイブによって回避されるようになります。また、以前は放送終了直後に「シェア」「ダウンロード」を選ぶ必要がありましたが、アーカイブされた映像から選択できるようになるため、ライブ動画の活用をより柔軟に行えるようになります。

※**アーカイブは配信後30日で自動削除となるためご注意ください。**

(SNSコンサルタント：佐沼)

## 【LINE】スマートフォンアプリからリッチメニューの作成が可能に！

## トピックス

以前はWeb版の管理画面のみで設定できたリッチメニューが、10月下旬よりスマートフォンアプリからも作成することができるようになりました。テンプレートに任意の画像を入れるだけでなく、LINE側で用意されたデフォルト画像を使ってより手間を抑えながらリッチメニューを作ることできるようになっております。

## スマートフォンアプリでの作成画面



リッチメニューをはじめ、ビジュアルでの訴求ができるリッチコンテンツの活用はLINE運用における最重要ポイントのひとつです。以前はリッチメニューもリッチメッセージもアスペクト比が固定されていたり、旧LINE公式アカウントのみで使用可能であったり、制作・活用のハードルがやや高いものでいたりましたが、新LINE公式アカウントに切り替わってからどんどん扱いやすくなってきております。

今回のアップデートでは、デフォルト画像を使うことで画像素材を揃えることなくリッチメニューを作成できるため、リッチメニュー導入の入り口として活用できるかと思えます。デフォルト画像は、シンプルでわかりやすく、なおかつ多くのアカウントで使われる項目のアイコンが揃っているため、扱いやすいものになっております。

ただ、他のアカウントと同じアイコンになり差別化ができなくなる可能性や、鮮やかな画像を使用した際に比べて視覚的な訴求が弱くなる可能性も考えられます。

フルスピードのLINEコンサルティングでは、リッチメニューの制作や効果検証も行っておりますので、リッチメニューも含めてLINEを最大限活用したい方はお気軽にご相談ください！

(SNSコンサルタント：佐沼)

月刊SNSレポート 2020年11月号  
Monthly SNS Report Vol.016

---

**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”