

Full Speed



月刊SNSレポート 2021年08月号

Monthly **SNS** Report Vol.025



トピック

03 Facebook

04 Twitter

05 Instagram

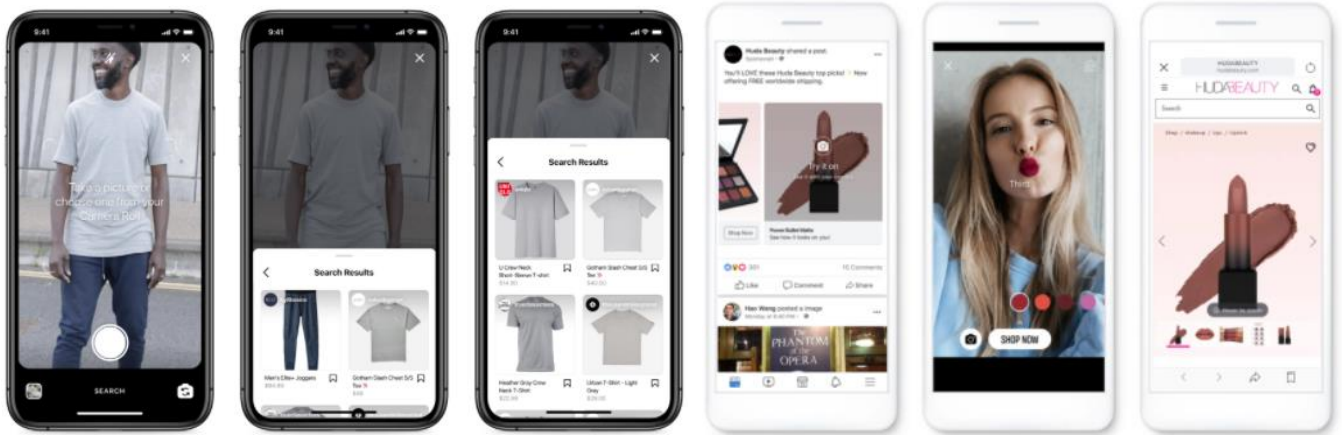
06 LINE

07 Release

トピックス

Facebook社は、アメリカ時間6月22日(火)、コマース領域におけるさらなる取り組みとして、ショップ機能や広告ソリューションの拡充、より充実したショッピング体験を将来的に実現するためのテクノロジーへの投資について発表しました。この数10年で大きく変化しつつあるユーザーのショッピング体験は、今後どのように変わっていくのでしょうか？

仲間と音声だけで会話する新サービス「Live Audio Room」



出典：https://about.fb.com/ja/news/2021/06/future_of_commerce/

現在、ショップ機能の導入から1年強が経ち、月間アクティブショップ数は120万、毎月ショップを訪れるユーザー数は3億を超えている状況です。そんな中Facebook社は、ショッピング広告のパーソナライズ化や未来のショッピング体験を実現するテクノロジーへの投資について発表しました。

▶ 広告によるショッピング体験のパーソナライズ化

ビジネスでは顧客に対してシームレスで関連性の高いショッピング体験を提供したいという背景から、ユーザーのショッピングの好みに応じてパーソナライズされたショップ広告を導入予定とのこと。

▶ 未来のショッピング体験を実現する新たなテクノロジー

① AIを活用した新たなビジュアル検索機能のテストをアメリカで開始予定

⇒将来的には、ユーザーがカメラで撮影した画像からも検索できるようにする予定。

② ARを活用した試着体験をショップ機能内で実装

⇒顧客が商品を購入する前に使用感を試すことができるよう、ARを活用した試着体験が可能に。

③ Facebook上でAR対応のダイナミック広告を試験的に導入

⇒広告主がAR商品カタログをアップロードすると、利用者の興味関心に関連する商品が自動的に表示され、広告を通じてARを活用したバーチャルな試着体験の訴求が可能となる予定。

④ レビューや口コミ評価の投稿が可能に

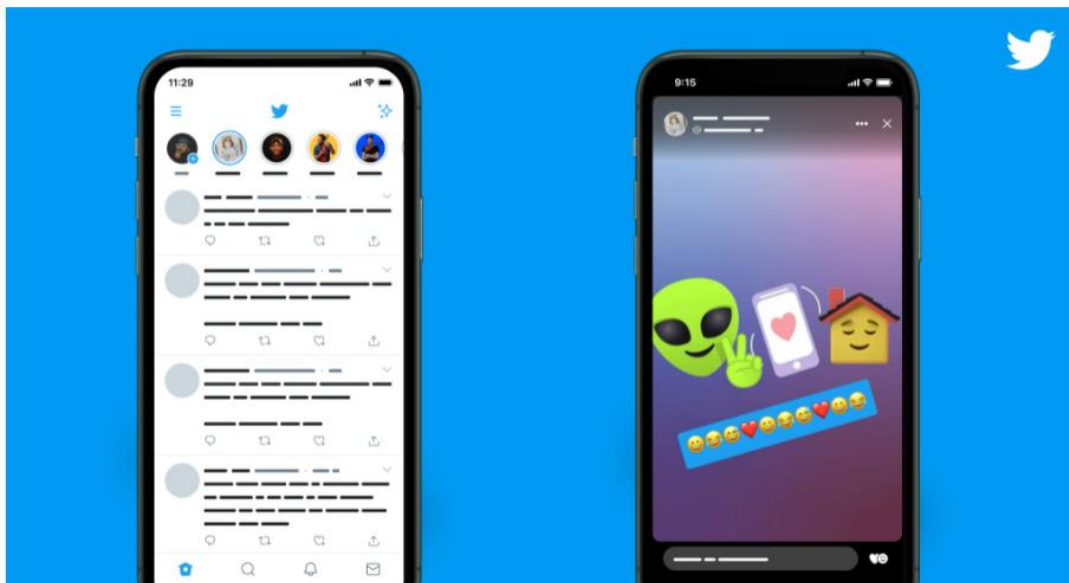
⇒Instagramのチェックアウト機能で商品を購入した顧客がレビューや評価を投稿できるように。

【Twitter】24時間で消える投稿「Fleet（フリート）」機能が終了に

トピックス

Twitter社は、アメリカ時間2021年7月15日(木)、2021年8月3日(火)をもって「フリート」機能を終了すると発表しました。フリートは2020年11月に日本で提供が開始された機能で、当時「24時間で消える投稿」として話題となりInstagramのストーリーズのように多くのユーザーに使用されていましたが、一体なぜ停止となったのでしょうか？

Twitter「Fleet（フリート）」機能を終了



出典：https://blog.twitter.com/ja_jp/topics/product/2021/goodbye-fleets

Twitter社は、元々フリート機能を導入した狙いとして、「Twitter上でより多くの方が気軽に会話をしやすくする」ことだったと説明しています。「リツイート」や「いいね」が出来ず拡散されない仕組みのため、テスト段階ではその時の気持ちから発される意見や感想、感情などタイムラインに残しておきたくない投稿に有効だと好評でした。しかし、機能リリース開始当初は比較的多くのユーザーが利用していたものの、最近では一部のユーザーのみがフリートを投稿しており、全体の利用率が低迷していたことや、自らのツイート拡散を目的に使用されることが多くなり、これまでツイートしていなかったユーザーの参加には繋がらなかつたため、提供停止を決定したということです。

フリート内で好評だった「フルスクリーンカメラ」や「テキスト装飾のオプション」「GIFステッカー」などの機能については、今後のアップデートでツイート作成画面やカメラ機能に組み込む予定としています。また、現在フリートを表示しているタイムライン画面上部の枠部分は、今後も音声会話新機能「Spaces（スペース）」の表示枠として残るとのこと。

Twitter社は、「Twitterでは今後も、会話への新たな参加方法の開発を続け、皆様からのフィードバックに耳を傾けます」とコメントしていますので、ユーザーの意見や動向をもとに、更なる機能がアップデートされることでしょう。

【Instagram】発見タブ上のセンシティブなコンテンツの制限機能を導入

トピックス

Instagramはアメリカ時間7月20日(火)、発見タブに表示されるセンシティブなコンテンツを管理する機能「センシティブコンテンツコントロール」の提供を開始しました。今回のリリースで、Instagram上でユーザーが不快に思う可能性のある「不適切な」写真や動画コンテンツの表示を利用者が自分で制限できるようになりました。

「センシティブコンテンツコントロール」で発見タブ上のコンテンツが制限可能に



出典：<https://about.fb.com/ja/news/2021/07/sensitive-content-controls-launch/>

Instagramはユーザー一人一人の好みに合った情報を提供すべきであると考えており、今までコメントを非表示にする機能や、望まないやりとりからユーザーを保護するため制限機能を導入しています。今回リリースされた「不適切なコンテンツ」のコントロール制限は以下3段階で設定可能です。

- ①許可：不快かもしれないコンテンツの表示が増える可能性あり
- ②制限：不快かもしれないコンテンツの一部が表示される可能性あり ※デフォルト設定
- ③さらに制限：不快かもしれないコンテンツの表示を減らせる

また、ガイドラインでは「不適切なコンテンツ」を以下と定めています。

医療または金融に関する不適切なコンテンツまたは質の低いコンテンツ：

1. 美容整形を奨励または描写するコンテンツ
2. 「魔法のように治る」など、健康についての誇張された主張を含むコンテンツ
3. 痩身効果を謳うサプリを宣伝するなど、健康関連の主張に基づいて商品やサービスを販売しようとしているコンテンツ
4. ペイデイローンや「無リスク」の投資など、誤解を招く可能性や虚偽のあるビジネスモデルを宣伝しているコンテンツ

※出典：<https://www.facebook.com/help/instagram/313829416281232>

ユーザー1人1人がさらに自分ゴト化できるコンテンツ発信が重要になってくることが予測されます。ちなみに選択した内容はいつでも変更可能で、18歳未満のユーザーには「許可」の選択肢はなし。InstagramだけでなくFacebookでも、今後数ヶ月以内に同様の設定を公表する予定とのこと。

【LINE】LINE公式アカウントフィード画面のUIが変更

トピックス

LINE株式会社は、LINE公式アカウントにおいて、LINE App 11.9.0～のバージョンから、フィード画面上部のカバー写真の枠が無くなり、UIを変更することを発表しました。

「LINE公式アカウント」上のUI変更

AS IS (LINE App 11.9.0前)

✓ フィード画面上部にカバー写真を設定できる



TO BE (LINE App 11.9.0以降)

- ✓ カバー写真の枠が無くなり、アイコンのみとなります
- ✓ 当該OAの投稿が1stViewとして目に入りやすくなり、より「投稿者の表現が閲覧者に届きやすいUI」となります
- ✓ カバー写真の枠は無くなりますが、当面の間、OACMS上での設定項目は維持されます

アカウント設定

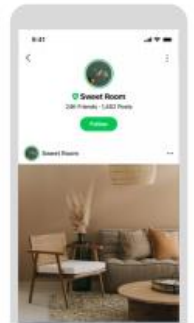
基本設定

アカウント名 Brown Cafe

ユーザー名メッセージ

プロフィール画像 編集

有無関係 編集



出典：LINESharing MTGより

LINE株式会社は、LINE公式アカウントにおいて、フィード画面上部のカバー写真の枠が無くなったことを発表しました。（LINE App 11.9.0～）以下変更点となります。

=====

- ①カバー写真の枠が無くなり、アイコンのみとなる
- ②当該OAの投稿が1stViewとして目に入りやすくなり、より「投稿者の表現が閲覧者に届きやすいUI」となる
- ③カバー写真の枠は無くなるが、当面の間OACMS上での設定項目は維持される

=====

こちらの変更の背景としては、閲覧者が当該OAの投稿を優先してみる事ができ、より投稿者の表現が閲覧者に届きやすいUIとするためだと公表されています。

今回の変更をふまえ、今後フィード画面への導線は、以下が挙げられます。

- ①プロフィール閲覧→「投稿」→フィード画面
- ②タイムラインでアイコン画面をタップ→フィード画面

以前までカバー画像でタイムラインが閲覧されにくい状況でしたが、こちらの変更で、今後さらにタイムラインの活用が重要視されることが推測されます。

月刊SNSレポート 2021年08月号
Monthly SNS Report Vol.025

ご不明点などございましたら…

**ソーシャルマーケティング事業部まで！
※2021年6月より事業部化いたしました。**

【Mail】 s-consul@fullspeed.co.jp



Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

Full Speed

“ココロ ∞ テクノロジー”