2025年6月
SNSマーケティング資料

株式会社ガイアックス　ソーシャルメディアマーケティング事業部

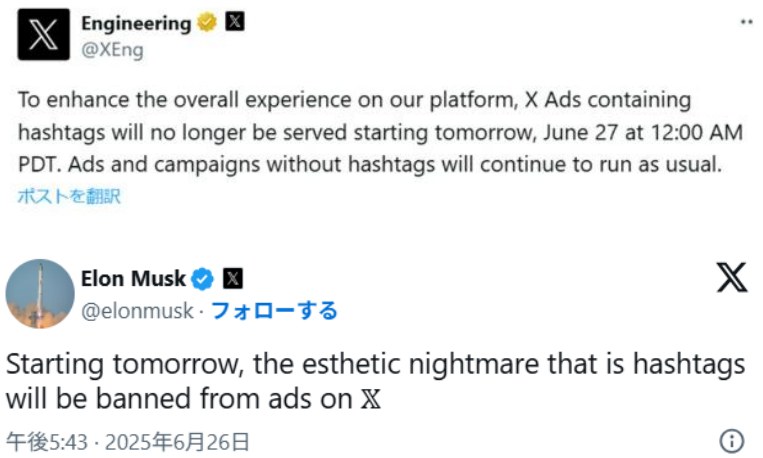
Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

主要SNSの最新情報

仕様変更や最新ニュースなど押さえておきたい情報まとめ

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

X、6月27日から広告のハッシュタグを禁止へ



＜概要＞

- Xは日本時間の2025年6月27日からハッシュタグを含む広告の配信を順次停止すると発表しました。
- ブランド絵文字・ブランドアニメーションやブランドいいねなどのブランド機能についてもプロモーション（広告としての配信）としての使用はできなくなります。
- この禁止は広告にのみ適用され、一般ユーザーによるオーガニック投稿でのハッシュタグ利用は引き続き可能です。

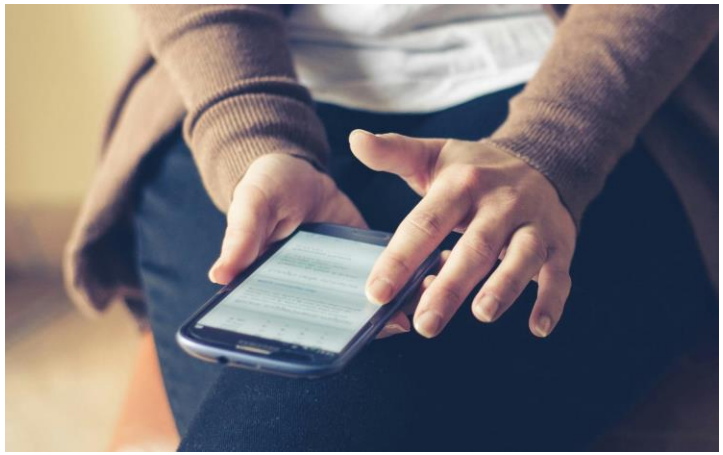
- イーロン・マスク氏が「ハッシュタグという美的悪夢は明日から広告で使えなくなる」と投稿した翌日2025年6月27日より、Xは広告におけるハッシュタグの利用を全面的に禁止にしました。この変更は、同日深夜までに段階的に適用され、ハッシュタグを含む既存の広告は順次停止されていきました。
- Xからは、ユーザーと広告主の両方にとってエクスペリエンスとパフォーマンスを最適化することを目的とし、xAIのサービスを活用した新機能によってXのユーザーレコメンデーションシステムが改善され、ハッシュタグが不要になったと説明されています。

参照元： https://smbiz.asahi.com/article/15869287

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

X

X、スーパーアプリ化を加速―2025年内に投資・送金機能や「X Money」導入へ



＜概要＞

- 2025年6月、Xのリンダ・ヤッカリーノCEOは「まもなく投資や送金が可能になる」と明言し、クレジットカードやデビットカード機能の追加も検討中だと示唆しました。Xは2025年内に株式や暗号資産への投資、個人間送金などの金融機能を実装する計画です。
- Visaと提携した「X Money」を米国で先行導入し、アプリ内で簡単に決済や送金ができるようになります。金融サービス導入には規制などの課題もありますが、Xの新たな事業展開に注目が集まっています。
- 新たなサービス展開に期待が集まる一方、金融サービス導入には米国での規制対応や認可取得などの課題が残っており、セキュリティや競合、規制面への懸念も出ています。

- Everythingアプリ構想に基づき、Xで株式への投資や個人間送金が可能になる予定です。将来的にはクレジットカードやデビットカード機能の追加も検討されており、まずは米国にてVisaと提携しデジタルウォレット「X Money」のローンチを年内に計画されています。この動きは、手数料収入を新たなマネタイズの柱とするための転換と見られています。
- 情報共有サービスから、金融への参入の試みは、ユーザーの利便性向上、滞在時間の増加、プラットフォームの収益多角化などを狙っているように伺えます。一方で、金融サービスは極めて高い信頼性とセキュリティが求められる分野のため、規制遵守、プライバシー保護、詐欺対策などへの厳密な対策も求められてくるでしょう。

参照元： https://www.fptrendy.com/2025/06/20/x-kinyu-service-honkakuka/

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

TikTok

TikTok Shop、ついに日本上陸！「発見」を軸にした新しいEC体験で市場に新風

＜概要＞

- TikTokは、2025年6月30日（月）より日本でEC機能「TikTok Shop」の提供を開始しました。
- 2021年から世界16市場でサービスを展開しており、日本では未導入であったが、6月30日より、17番目の市場として提供開始となります。
- TikTok Shopは、ユーザーがTikTok上で自分に合ったコンテンツを通じて商品を発見し、そのままアプリ内で購入できる「ディスカバリーEコマース」という新しい購買体験を提供します。

- ついにTikTokShopが日本にローンチしました。まずは、4つの機能がリリースとなります。
- ショッピングタグ付きショート動画：ショート動画に商品リンクが埋め込まれる。
- ライブ配信：ライブ配信中にユーザーとコミュニケーションを取りながら商品を詳細に紹介。
- ショーケース：プロフィールページに表示されるタブから、商品の一覧ページにアクセス。
- ショップタブ（2025年7月頃ローンチ予定）：ナビゲーションバーにある「Shop」ボタンからTikTok Shopで展開される商品を専用タブで発見できる。

参照元： https://markezine.jp/article/detail/49448

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

TikTok

トランプ大統領、TikTok米国事業の売却期限を90日延長――3回目の延長で9月まで

＜概要＞

- トランプ米大統領は2025年6月17日、中国のバイトダンスが運営するTikTok米国事業の売却期限を3回目となる90日間延長すると発表しました。これにより新たな期限は9月中旬となります。
- 大統領は米国民のデータ安全性を確保しつつ、TikTokのサービス継続を望む姿勢を示していますが、売却には中国政府の承認が必要で交渉は難航しています。
- 民主党の上院議員からは、トランプ大統領に売却期限を延長する法的権限があるのか疑問視する声も上がっており、法的な議論も続いています。

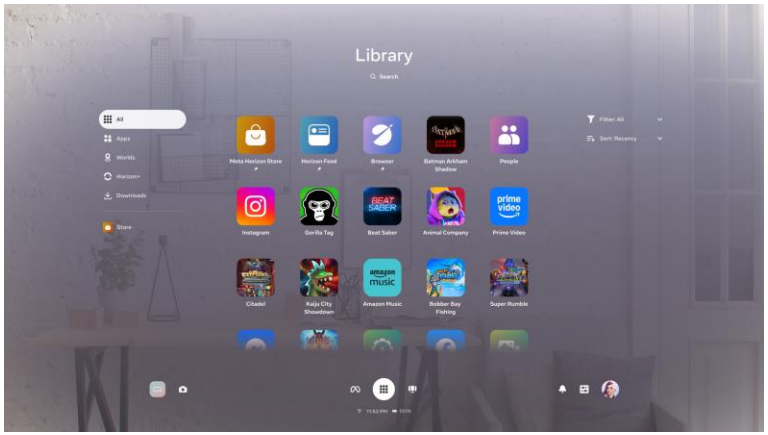
- バイトダンス社がTikTokの米国事業を売却する期限が6月19日でしたが、3回目の期限の延長となりました。新たな期限は９月半ばとなります。
- TikTokを巡り、バイトダンス社が米事業を売却しなければ、米国内でのサービスを禁止する新法が2025年1月に発効したが、大統領に就任したトランプ氏は施行を延期していました。
- 今春には米事業を分離し、米国の投資家が過半数を所有・運営する新会社を設立する方向で協議が進んでいたものの、トランプ氏が中国製品に対する高関税を発表したことを受け、中国政府が承認しない可能性を示唆したことから計画は頓挫したようです。

参照元： https://jp.reuters.com/economy/industry/5BQUE3YNONNKRONQY6Q734YX3I-2025-06-17/

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

Instagram

Instagramに「3D写真機能」が登場間近！あなたの投稿が立体的に見える新時代へ



＜概要＞

- Metaは2025年5月、Meta Quest上でInstagramの写真をAIで3D化する機能のテストを一部ユーザーに開始しました。専用カメラがなくても、AIで通常の写真に奥行きが生まれ、没入感のある体験が楽しめます。
- あわせて、アプリや通知などを一括管理できる新しいホーム画面「ナビゲーター」のテストも始まりました。最大10件のアイテムをピン留めでき、ヘッドセット装着中でもスムーズに操作できます。
- どちらも現在はテスト段階ですが、Metaは今後もQuestやHorizon OSの機能拡充に取り組む方針です。

- Meta社はVR/MRヘッドセット「Meta Quest」上で、Instagramのフィードに表示される写真を3Dで体験できる新機能のテストを開始したことを発表しました。
- 特別な3Dカメラで撮影する必要はなく、AIが既存の2D写真をピクセル単位で解析し、奥行きのある立体的な3D写真に自動で変換する点が特徴で、Meta Questを装着しInstagramを閲覧することで、写真が目の前に浮かび上がるような、より没入感の高い体験を得られます。
- 3Dコンテンツ活用については、不動産のバーチャル内覧、アパレルのバーチャル試着、商品の3Dモデルビューなど今後も注目が集まります。

参照元： https://www.meta.com/ja-jp/blog/instagram-3d-photos-spatial-medianavigator-meta-quest-test/

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

Meta、EditsにAI動画編集「Restyle」機能を追加――テキスト指示で多彩なスタイル変換が可能に

＜概要＞

- Metaは2025年6月に、Instagram編集アプリ「Edits」などにAI動画編集の新機能「Restyle」を追加しました。ユーザーは用意されたプロンプトからスタイルを選ぶだけで、動画をアニメ風やコミック風など新しい雰囲気に変換できます。最大10秒の動画に対応し、50種類以上のスタイルが利用できます。
- この「Restyle」は現在、期間限定で無料提供されていますが、Metaは将来的に有料サブスクリプションの一部となる可能性を示唆しています。AI編集にはコストがかかるため、今後は利用料金などに注意が必要です。
- 新機能によって、SNSでの動画表現がさらに多様化し、トレンド化することで新たなエンゲージメントやコミュニケーションが生まれることも期待されています。

- Meta社は、昨年から予告していたAIを活用した動画編集ツールの第一弾として、新機能「Restyle」を発表しました。「Edits」内で利用可能となり、ユーザーが撮影した動画を、まるで別世界のような全く新しいスタイルに一変させることができます。
- あらかじめ用意されたプロンプトの中から好きなスタイルを選ぶだけで、動画をグラフィックノベル風にしたり、ヴィンテージコミック調のイラストレーションにしたりすることができます。
- 現時点では日本での提供は確認できておらず、米国をはじめとする十数カ国で開始され、「期間限定で無料」で利用できるようです。

参照元： https://find-model.jp/insta-lab/meta-edits-ai-video-restyle/

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

企業炎上

AI導入で人員削減を発表したデュオリンゴ、SNSで炎上

＜概要＞

- 米国のDuolingo社は2025年5月、AIを活用した契約社員の段階的削減方針を発表し、SNSでは否定的なコメントが殺到し、同社はTikTokやInstagramの全投稿を非表示にし数日間沈黙する異例の対応を取りました。
- 事態の深刻化を受け、フォン・アーンCEOは5改めて声明を発表し、「AIが従業員の業務を置き換えるとは考えていない。実際、従来と同じペースで採用を続けている」と発言を修正しました。

- コンテンツ制作のAIの活用と契約労働者の削減を示唆した「AIファースト戦略」後、SNS上で大規模な炎上が発生しました。ユーザーは、これまで親しんできた「面白くて人間味あふれる」ブランドイメージと、今回の「冷徹なAI戦略」との間に大きな矛盾を感じ、強く反発。その結果、Duolingoは一時的にSNS投稿を全て非表示とする事態に追い込まれました。
- AIによるコンテンツの大量生産が、言語教育の質を低下させ、文化的なニュアンスや学習者の心理を無視した「人間味のない教育」に繋がることへの不安が、炎上の要因の1つと伺えます。
- ユーザーとの親密な関係性を築いてきた企業ほど、効率化やコスト削減ばかりが主張されるとブランドイメージ毀損のリスクとなるためコミュニケーション方法への配慮が必要でしょう。

参照元： https://innovatopia.jp/ai/ai-news/55588/

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

CREAVE

SNS経由の来店が2.4倍に！

株式会社東武ホテルマネジメント様

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

ご相談内容
Instagram経由でのホテル内の**飲食店への来店を促進したい**

支援内容
アンバサダープランを実施し、6ヶ月間で66投稿・約36万リーチ、下記掲載の6件の投稿では、投稿数1万～7万件超のビッグワードの#銀座ホテル、#銀座レストラン　#ご褒美ランチ　でもTOP入りを達成

成果
SNS経由の来店が2.4倍に増加！

#銀座ホテル〈1.1万件〉

#銀座レストラン〈2.2万件〉

#ご褒美ランチ〈7.7万件〉

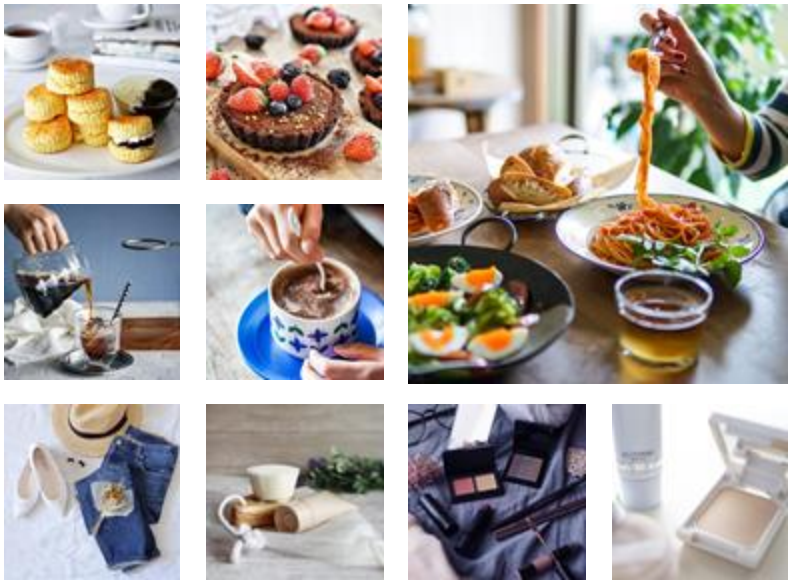
Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

そもそもアンバサダープランとは？

1 企業が募集をかけた商品のSNSにマッチした写真・動画を撮影、納品

SNSを熟知したクリエイターが、商品のコンセプトなども考慮した質の高い写真・動画を撮影します。集まった素材は全て納品*。無期限で二次利用も可能なので、SNS投稿用素材として使える写真・動画が一度で多数集まります。*納品目安枚数250枚~（写真の場合）



2 クリエイター自身のSNSアカウントでも投稿

InstagramやTwitterで、商品の特徴や実際に利用した感想を発信します。目を引く写真・動画と丁寧なキャプションがついた魅力的な投稿は、認知拡大だけではなく、UGCに繋がる口コミの蓄積や自社キャンペーン前のお手本投稿作りにも最適です。

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

アンバサダープランを実施するメリット

1 アンバサダーの投稿によってSNS上でのファン作りをサポート

30〜100名のアンバサダーによる一斉の発信で、SNS上での話題化や一般ユーザーのUGC増加を促し、SNS上でのファン作りを加速させます。

2 ユーザーの共感を呼ぶ口コミの作成が可能

生活者のリアルな視点での熱量の高い投稿で、閲覧ユーザーの心を動かす口コミを作成することが出来ます。

3 認知の先のエンゲージメントを効果的に獲得可能

認知の先の購入や比較検討に繋がる施策として効果的です。インフルエンサー施策と比較して2倍以上の成果を記録した事例もあります。※

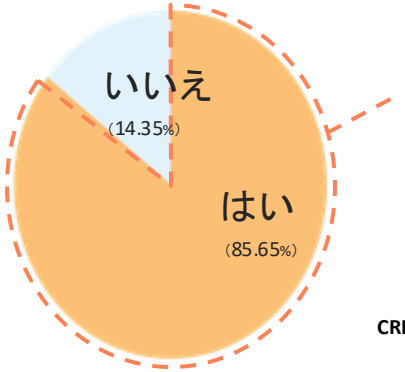
※同じコストでインフルエンサー施策とアンバサダー施策を実施した際の比較、2023年弊社調べ

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

なぜ成果が出たのか？

1 消費者のほとんどがホテルのレストランを探す際SNSで情報収集する

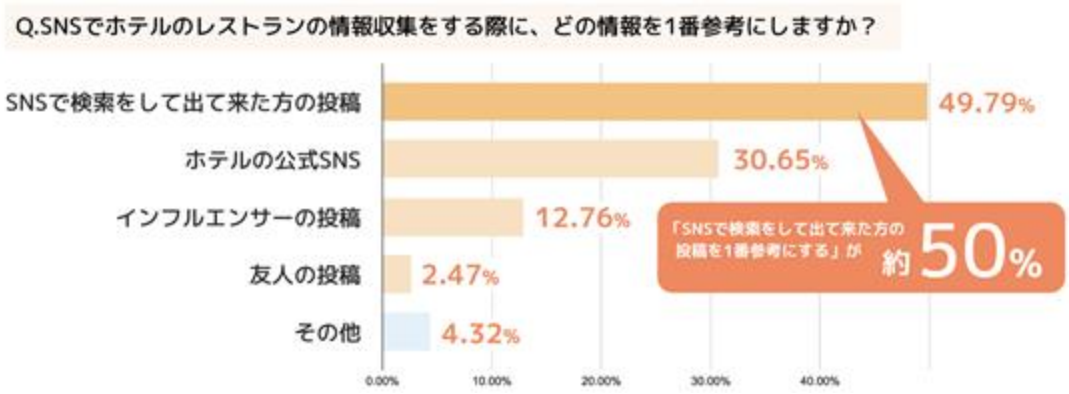


ホテルのレストランを予約する際に
「**SNSで情報収集する**」と

約86%が回答！

CREAVEが実施した「ホテルおよびホテルのレストラン・BarのSNSに関するアンケート調査レポート」より

2 情報収集において、検索でヒットした投稿が最も参考にされる！



Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスグループ事例

なぜ成果が出たのか？

3 クリエイター投稿が検索欄に蓄積！消費者による検索の受け皿を確保

ホテル名やレストラン名のハッシュタグにおいて、多数の投稿がTOP投稿入りを果たしたことで、消費者が検索したことに

#銀座ホテル〈1.1万件〉

#銀座レストラン〈2.2万件〉

#ご褒美ランチ〈7.7万件〉

Point! **検索の受け皿になる投稿が多数できた**ことで、銀座周辺でホテル・レストランを探していた人の**認知獲得・比較検討の促進が実現できた**

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

七夕に学ぶ！SNS企業投稿の最新トレンド事例――ユーザー共創型＆投稿の出し分けがポイント

＜概要＞

- Instagramでは「願いごとをコメントしてね」と呼びかけ、ユーザーの参加を促進する投稿を実施。3,600件以上の「いいね」と140件を超えるコメントが集まりました。コメント欄では復活してほしい商品や思い入れのあるエピソードが語られ、ブランドへの共感と親近感を醸成しています。
- 一方、Xでは画像にはあえて空白の短冊を用い、投稿本文に「自由に願いごとを記載してね」と促す構成を採用。ユーザーが自由に言葉を綴れる余白を残すことで、70件以上のリプライが集まりました。プラットフォームごとの特性に合わせた投稿設計により、自然なユーザー参加を生み出した好例です。

- ユーザー参加型の工夫
  「短冊に願いごとを書いてね」という七夕企画で、ユーザーのコメント参加を促した投稿です。Instagramでは3,600件以上の「いいね」と140件超のコメントが集まり、商品や思い出に関する声が多く寄せられました。
- 媒体別の発信戦略
  Instagramは画像中心でコメントを誘導し、Xでは空白の短冊画像と投稿文でリプライを促すなど、媒体ごとの特性に応じて工夫されています。Xでは70件以上のリプライが集まりました。
- 季節イベントによる話題づくり
  七夕という季節行事をテーマにすることで、共感や拡散が生まれやすくなり、ブランドの自然な認知拡大にもつながっています。

参照元：
https://www.instagram.com/p/C9Gi1-DPHhL/?hl=ja
https://x.com/misterdonut_jp/status/1809791965044830374

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

空白短冊で自由な参加を促す、サーティワンの巧みなユーザー巻き込み術

＜概要＞

- 七夕に合わせて投稿されたこの企画では、空白の短冊画像を用い、ユーザーにリプライで願いごとを投稿してもらう設計がされています。シンプルなビジュアルと自由度の高い呼びかけにより、気軽に参加しやすい雰囲気を生み出しています。
- 投稿には商品への要望だけでなく、出演タレントへの応援や個人的な願いなど多様なリプライが寄せられました。ユーザーの関心に寄り添う構成が、共感と創造性の広がりにつながっています。
- また、あえて情報を詰め込まない画像は、加工や二次利用もしやすく、SNSでの拡散性にも優れています。2,800件超の「いいね」と250件以上のリプライが集まり、多くのユーザーとの接点づくりに成功した事例です。

- ユーザー参加型の工夫
  空白の短冊画像を使い、リプライで願いごとを投稿してもらう企画です。商品への期待だけでなく、CM出演者やタレントに関する内容も多く、ファン心理と自然にリンクした点が特徴的です。
- 媒体別の表現工夫
  画像には商品を載せず、空白短冊だけをあしらったデザインで投稿。Xの自由度を活かしてリプライを促す構成とし、250件以上の反応を集めました。
- 拡散しやすい素材設計
  シンプルな画像構成が二次創作やアレンジを促し、SNSでの拡散や親しみやすさにつながっています。他ブランドでも応用しやすい形式といえます。

参照元： https://x.com/BR31_Icecream/status/1809807374330523828

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

企業連携で広がる共感の輪、パナソニックの「たなばたリレー」

＜概要＞

- この投稿では、パナソニックグループ各社が順に短冊を投稿する「#たなばたリレー」を実施し、9社が連携することで投稿の広がりと継続性を生み出しています。
- 短冊が1枚ずつ増えていくビジュアルは、連続性とストーリー性があり、企業の思いや社会的メッセージを自然に伝える構成になっています。
- グループ内の連携にとどまらず、今後はユーザーも巻き込める仕組みに広げることで、さらに参加型の企画として発展させられる可能性を感じさせる事例です。

- 企業間コラボによる一体感の演出
  パナソニックグループ各社が順番に短冊を投稿する「#たなばたリレー」を実施し、9社が連携して一体感のある発信を行っています。グループ全体のつながりを強調する構成が特徴です。
- 連続性のあるビジュアル設計
  投稿を重ねるごとに短冊が増えていく構図で、視覚的なストーリー性を持たせています。見るたびに変化があるため、ユーザーの関心を引きやすい仕掛けになっています。
- メッセージ発信の場として機能
  各社が短冊に想いや社会的テーマを込めることで、企業として伝えたいことを自然に届けています。今後はユーザー参加型に広げることで、さらに共感が生まれる可能性もあります。

参照元： https://x.com/PanasonicBrand/status/1809014565633704345

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

宇宙に流れるバーガーで笑いと共感を生むユニーク投稿

＜概要＞

- 天の川にハンバーガーを並べ、「空を見上げてみると…」とつぶやく演出で、3,600件以上の「いいね」を集めた投稿です。ユーモラスな表現がユーザーの関心を引き、コメント欄には投稿を楽しむ声が多数寄せられていました。
- 商品の魅力を前面に出しすぎず、親しみやすいユーモアを添えることで、ブランドに対する好感や共感が生まれやすくなっています。ユーザーとの距離を自然に縮める演出として効果的です。
- 完全な模倣ではなくても、流れ星や星座の演出に商品を重ねるなど、少しのアレンジで真似しやすい点もポイントです。気軽に楽しめる投稿が、自然なエンゲージメントの促進につながっています。

- 世界観のアレンジが印象的
  この投稿では、ハンバーガーを夜空に浮かべ「天の川」に見立てる大胆なビジュアルを展開しています。完成度の高い画像が目を引き、投稿全体のインパクトを高めています。
- ストーリー性で共感を誘導
  「空を見上げてみると…」という語り出しが、投稿にちょっとした物語性を加えています。見る人の想像をかき立て、コメントしやすい雰囲気を作り出しています。
- 自由な発想で親しみやすさを演出
  商品の見せ方に縛られず、ユーモアを交えた表現がブランドの柔らかい印象づけに寄与しています。気軽に楽しめる内容が、自然なエンゲージメントにつながっています。

参照元： https://www.instagram.com/p/C9G18g4SxBF/?hl=ja

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

「いいね」で物語が進む！明治のユーザー共創型七夕投稿

＜概要＞

- この投稿では、ユーザーの「いいね」によって天の川に橋がかかるというストーリー展開を用いて、エンゲージメントを誘発する仕掛けがされています。1,100件を超える「いいね」と3万件以上の表示数を記録し、多くの共感を集めました。
- 投稿の内容がユーザーの行動によって変化するため、見るだけでなく「参加したくなる」心理を自然に引き出しています。ゲーム感覚で関われる点が、エンタメ性と巻き込み力の両立につながっています。
- 企業からの一方通行ではなく、ユーザーと一緒に物語を進めるような投稿設計が、共創的な体験を生み出しており、今後のSNS活用のヒントとしても非常に参考になる事例です。

- ユーザーのアクションが投稿に意味を与える
  この投稿では、「いいね」が増えるたびに天の川に橋がかかるという設定が用いられています。ユーザーのアクションが演出に直結することで、投稿に参加する楽しさが生まれており、自発的な反応を促す工夫がされています。
- ビジュアルと仕組みの融合による没入感
  キャラクターや星空のイラストに加え、星型の「いいねメーター」を組み合わせることで、視覚的にも達成感が感じられる構成になっています。数値的なゴールが提示されていることで、参加へのモチベーションも高まっています。
- “応援したくなる”気持ちに寄り添う設計
  「ふたりを会わせてあげよう」という呼びかけが、ストーリー性と感情に訴える要素を加えています。企業メッセージを押し出すのではなく、応援する気持ちを自然に誘導している点が魅力です。

参照元： https://x.com/MeijiCoLtd/status/1809015602402766852

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

お茶の魅力と七夕を結びつけた、ルピシアのアレンジレシピ投稿

＜概要＞

- この投稿では、七夕にあわせて「星空ティーソーダ」という見た目も涼しげなドリンクレシピを紹介しています。星形のゼリーやフルーツを使ったアレンジで季節感を演出し、視覚的にも楽しめる内容となっています。
- 単なる商品紹介にとどまらず、誰でも簡単に作れるレシピ形式にすることで、ユーザーが実際に体験しやすい投稿になっています。「作ってみたい」という気持ちを自然に引き出す構成が魅力です。
- また、#アレンジレシピ や #星空ティーソーダ などのハッシュタグを活用することで、投稿の拡散やシリーズ展開のしやすさも意識されています。暮らしに寄り添う提案として、好感度の高い事例です。

- 七夕らしさを感じるビジュアル演出
  色とりどりのフルーツと星形のゼリーが浮かぶ「星空ティーソーダ」は、見た目の華やかさと清涼感があり、七夕の雰囲気を視覚的に楽しめる内容になっています。画像だけで季節感が伝わる工夫がされています。
- 体験につながるレシピ付き投稿
  ドリンクレシピを添えることで、投稿が閲覧に留まらず「自分でも作ってみよう」と思えるアクションにつながっています。簡単に試せる工程が紹介されており、生活に取り入れやすい提案です。
- ハッシュタグを活かした拡散設計
  「#星空ティーソーダ」「#アレンジレシピ」などのタグを活用し、検索性と拡がりを意識した設計がなされています。キャンペーンではなくても自発的に共有したくなる投稿として、自然な拡散が期待できます。

参照元： https://x.com/LUPICIA_jp/status/1544841159595663360

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例｜七夕特集

季節イベントと商品の特性を融合した七夕ネイルアレンジ投稿

＜概要＞

- 季節イベントの七夕に合わせて、限定ネイルカラーを使ったアレンジ例を紹介した投稿です。見る角度で色が変わるプリズムラメの特性を活かし、星空のようなきらめきを表現することで、七夕らしい世界観をうまく演出しています。
- アレンジ方法は「簡単3ステップ」として動画で説明されており、ユーザーが気軽に試せる内容になっています。手順がわかりやすいため、実際の行動につながりやすい構成です。
- また、使用カラーの詳細をスレッドで補足するなど、投稿内の情報設計も丁寧で、見た目・内容・実用性のバランスがとれた好例となっています。

- 視覚的に七夕を感じさせる商品活用
  パラドゥは春夏限定カラーのネイルを活用し、ラメの輝きや色の変化を「星空」や「天の川」に見立てて七夕らしい演出を行っています。テーマ性と商品特性が自然につながっており、季節ならではの使い方提案になっています。
- 手順が明確で試しやすい構成
  「簡単3ステップ」というコピーと動画の組み合わせにより、ネイル初心者でも挑戦しやすい内容に仕上がっています。丁寧な見せ方が、実際の行動を後押しする要素になっています。
- 投稿スレッドで詳細情報を補完
  本投稿からスレッド形式でカラーの紹介に続けており、導線設計にも工夫が見られます。商品への興味を喚起したうえで、自然に購入や詳細閲覧へとつなげている点も参考になります。

参照元： https://x.com/ParaDo_/status/1676398639282003970

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例 |富士通サブチャンネル

社員インタビューで再生数100万回超え！“人”を活かしたSNS運用の成功事例

＜概要＞

- 社員一人ひとりのストーリーや個性に焦点を当てたインタビュー動画が、多くの視聴者の共感を集め、再生数100万回を超える大きな話題となっています。
- “人”を前面に出すことで企業への親しみや信頼感が高まり、ブランドイメージの向上やファン層の拡大につながっています。
- リアルな声や雰囲気を伝えるSNS運用によって、企業とユーザーの距離が近づき、継続的な関心やエンゲージメントも生まれています。

- 企業文化や現場の空気感が伝わる
  単なる広報ではなく、実際に働く社員の日常や個性をインタビュー形式で丁寧に伝えることで、会社の雰囲気やカルチャーをリアルに感じてもらうことに成功しています。
- ストーリー性のあるコンテンツで記憶に残る
  ひとり一人のキャラクターやエピソードに焦点を当てることで、単発では終わらない“続きが見たくなる”シリーズとしてユーザーの関心を引きつけています。
- 新たなブランド接点とコミュニティの創出
  動画をきっかけに視聴者と企業の距離が縮まり、単なる商品・サービスの発信では得られないブランドへの愛着や、コミュニティづくりにもつながっています。

参照元： https://note.com/socialmedia_lab/n/nf158e9a0b0ed

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS好事例 |JR東海

123万再生の舞台裏！JR東海Instagramが「日本の技術」を世界に伝える理由

＜概要＞

- 新幹線をはじめとした日本の鉄道技術や現場のこだわりを、臨場感ある写真や動画で紹介しています。普段見ることのできない裏側やエピソードを発信することで、多くのユーザーの関心を集めています。
- プロジェクト発の公式アカウントとして、スタッフの情熱や日々の工夫をストーリー性をもって伝えています。その結果、鉄道ファンだけでなく幅広い層から支持を集めています。
- 123万回再生を記録した動画も登場し、日本の技術力やブランドイメージの向上に大きく貢献しています。SNSを通じた情報発信の好例です。

- 専門性とストーリー性の融合
  日本の鉄道技術や新幹線の裏側を、現場スタッフの声やストーリーとともに紹介しています。専門知識や歴史を交え、フォロワーの「もっと知りたい」を引き出しています。
- ビジュアル重視の魅せ方
  美しい写真や動画を活用し、臨場感や迫力をダイレクトに伝えています。鉄道ファン以外にも広く関心を集める投稿スタイルです。
- プロジェクト参加型のブランドづくり
  現場スタッフの想いを発信し、公式アカウントが“日本の技術を応援する場”として機能しています。フォロワーも一体感を持てるコミュニティづくりに成功しています。

参照元： https://note.com/socialmedia_lab/n/n54a6ff0a7ed4

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

ガイアックスからのご案内

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

SNS勉強会

企業または従業員の皆さまが効率的にソーシャルメディアを運用できるよう、**専門のコンサルタントがお客様のニーズにカスタマイズした勉強会**を実施いたします。

プログラム例

【実務向け】SNSの効果的な活用法 勉強会

内　容	• SNS活用のゴールイメージを提示 • SNSアカウントの現状分析・解説 • 各SNSの最新ニュース解説 • 効果検証の手順・考え方 • 他社事例紹介 • 反応の良い自社の投稿解説 • ユーザーに響くライティングノウハウ (SNS別)

SNSリスク対策 勉強会

内　容	• 昨今のSNS炎上のトレンド • SNS炎上による被害/影響 • SNS炎上リスクを下げるための対策 • 炎上してしまった時に備えて • SNSガイドラインの重要性 • 社内のSNS運用体制/アカウント管理体制 • 具体的なSNS運用ルール

縦型短尺動画活用法 勉強会

内　容	• 縦型短尺動画のトレンド概観 • TikTok・Reels・Shortsの特徴と違い • 縦型短尺動画で見るべき指標 • 効果検証の手順・考え方 • 他社事例紹介 • 縦型短尺動画の作り方 • おすすめの動画制作ツール

ソーシャルリスニング活用法 勉強会

内　容	• ソーシャルリスニングの概観 • ソーシャルリスニングの重要性 • 具体的な分析の手法 • ソーシャルリスニングの活用シーン • 活用事例

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

開催事例

某ホテルグループ様｜SNSの基礎知識&効果的な活用方法

ご相談内容

各ホテルの店舗がそれぞれSNSアカウントを管理・運用しているが基礎的な知識やノウハウがなく**効果的に運用できていない**。SNSの効果的な活用法を知ってもらい、**グループ全体でSNS活用を強化したい**

実施内容

SNSの現状、各媒体の特徴、アルゴリズムなどの基礎的な内容と、**戦略の立て方、投稿の作成方法、写真の撮り方など実践的な内容**の勉強会を実施

結果

「SNSを運用するイメージが湧いた」など**SNS活用意欲が向上したと思われる感想**が多数。「各店舗のSNS運用は店舗スタッフが担うため、**現場のモチベーションを上げてくれて嬉しい**。」と担当者からもご評価いただいた。

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

開催事例

某テレビ局様｜SNS炎上リスク対策勉強会

ご相談内容

従業員アカウントをきっかけに**過去に炎上経験がある。**
今後炎上しないために**従業員に注意喚起を兼ねて炎上リスク対策周りの意識・知識を持たせたい**

実施内容

SNS炎上リスク等の原因・傾向・対策などの基本的な事項と、実際の炎上事例やその影響を紹介。**炎上した企業・個人にどれほど損害が生じるか**を強調した

結果

従業員の危機管理意識が向上したと好評価。
勉強会の実施から現在まで炎上が発生していない

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.