

最新

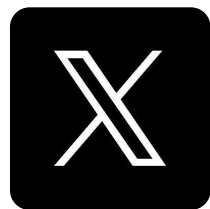
SNS運用担当者必見!

# SNSトレンド情報

2025年1月~4月



本資料では  
X・Instagram・TikTok等SNSに関する  
最新動向やトレンドをお届けします



# SNSについて

# 今知っておくべき4つのSNS

## BeReal.

2020年フランス発の「BeReal(ビーリアル)」。

特徴:「盛れないSNS」や「リアルタイム共有SNS」と言われ、1日1回通知が来たタイミングから2分以内に投稿をしないと、その日の友達の投稿を見ることができないというミッション型。画像の加工が一切できず、写真撮影も前後のカメラが同時に起動し自分自身と自分が見ている視点の両方を投稿。

## Lemon8

2020年ByteDance社発のライフスタイル共有アプリ「Lemon8(レモンエイト)」。

特徴:コスメ・グルメ・ファッションなど、若い女性ユーザー向けの発信内容がメイン。ユーザー数は100万人を突破しており、利用者層は20～30代の女性が中心。



2022年日本発の位置情報共有 SNS「whoop(フー)」。

特徴:3カ月でダウンロード数が1,000万を超える急成長を遂げ、今後もZenlyに代わるアプリとして期待されている。GPS情報を友達や家族と共有することで、友達や家族同士との待ち合わせ時や、現状位置の把握に利用することが可能。その際に、マップ上で気軽にチャットもできる。



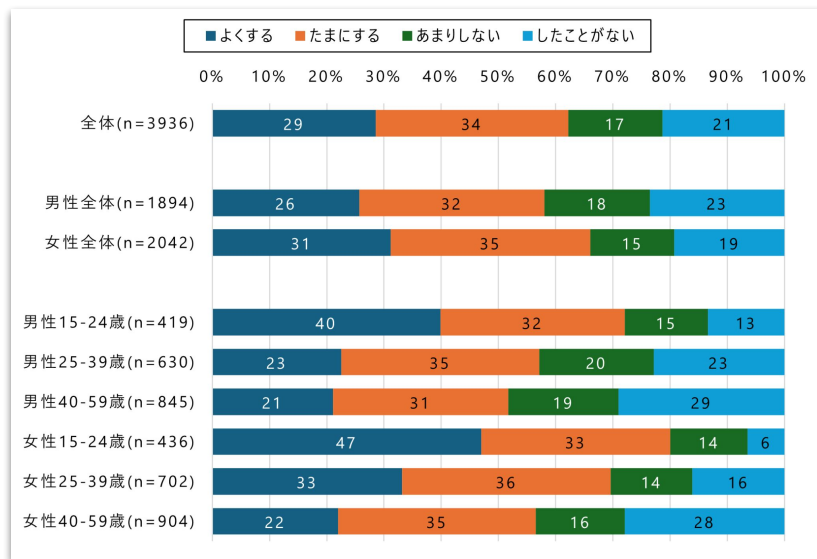
2023年Meta社発のテキストベースの会話アプリ「Treads(スレッズ)」。

特徴:開始からわずか4日で登録者数が1億人を突破。X(Twitter)と似た機能を持つアプリで、テキストやリンク、写真、動画を投稿したり、投稿に返信することが可能。

## 他人の投稿に「いいね」やリアクションをよくする割合が高いのは若年女性が多い

全体の約3割が「いいね」やリアクションをよくすると回答。

若年層のほうがよくする割合が高いほか、各年代で女性のほうが「いいね」やリアクションをする頻度が高く、15-24歳女性の約半数がよくすると回答。

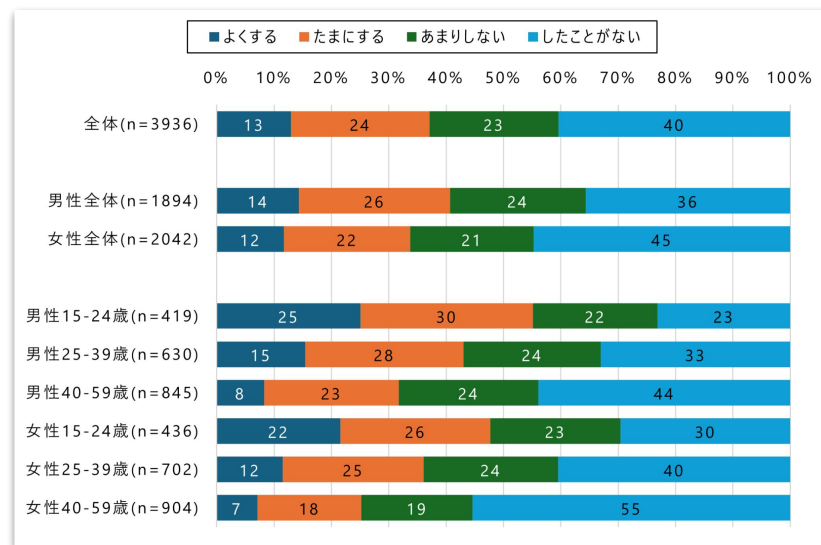


10代～50代のSNS利用者を対象に、他人の投稿に「いいね」やリアクションをどの程度するかを調査

## 他人の投稿のシェアをよくする割合が高いのは若年男性

全体の1割強が他人の投稿のシェアをよくすると回答し、約4割がシェアをしたことがないと回答。

若年層のほうがよくする割合が高かったものの、「いいね」やリアクションの頻度とは異なり各年代で男性のほうが頻度が高い傾向。



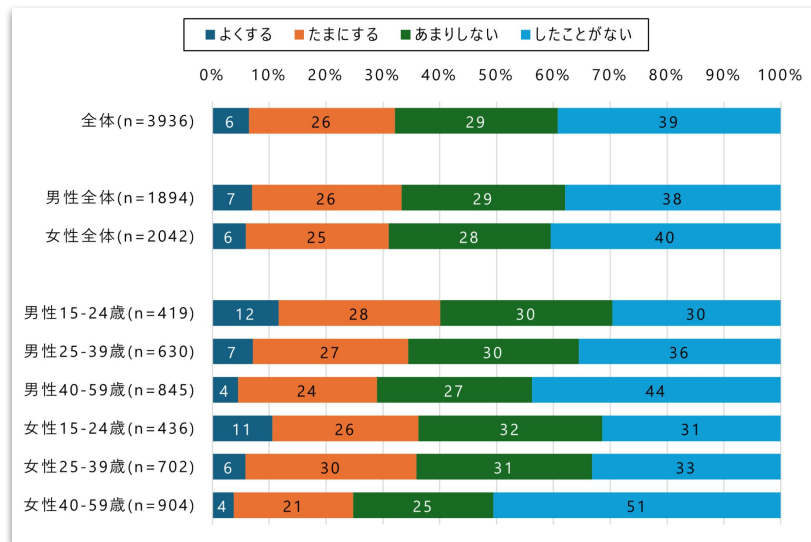
10代～50代のSNS利用者を対象に、他人の投稿をシェアする頻度を調査

## SNS利用者の約4割は他人の発信にコメントをしたことがない

他人の投稿によくコメントすると回答したのは全体の 1割弱であり、約4割はコメントをしたことがないと回答。

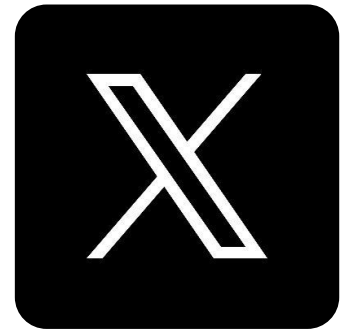
若年層のほうがよくする割合が高く、15-24歳ではコメントをよくする割合が男女ともに 1割超え。

コメントをしたことがない割合が最も高いのは 40-59歳の女性で、半数以上は他人の投稿にコメントをしたことがないと回答しており、シェアをしたことがない割合と同程度。



10代~50代のSNS利用者を対象に、他人の投稿にコメントをする頻度を調査

Xについて



# X アルゴリズム変更について①



## 投稿とユーザー情報の理解力が10倍に (2024/12/19)

### 内容

ユーザーや投稿に関するデータの種類(埋め込みパラメータ)が 10倍に増加し、より詳細に行動や投稿を分析できるようになった

### ポイント

- ・ユーザーや投稿を数値データとして解析する「埋め込みパラメータ」が増加。(ここでいう「パラメータ」はアルゴリズム内のパラメータであることが推察されるため、外からは確認できない)
- ・過去の「いいね」や投稿のテーマ、感情、関係性をより深く理解可能に。
- ・タイムラインの投稿が、より個人の興味や行動にフィットする形で表示される。

### 想定される影響

- ・**ポジティブな変化**  
タイムライン上で自分の関心に合う投稿が増え、「必要な情報が得やすい」と感じる人が増加する可能性。
- ・**懸念点:**  
分析の詳細化により、「行動が監視されすぎている」と感じるユーザーも発生する可能性。



Engineering 🏗️  
@XEng

フォローする

Today we completed roll out of a new home timeline ranking model to make posts you see more relevant.

- 10x user and post embedding parameters
- 5x faster realtime training parameter updates
- 3x training compute

Follow here for updates as we continue to scale core recommendation systems in pursuit of unregretted user seconds.

Googleによる英語からの翻訳

本日、表示される投稿の関連性を高めるための新しいホーム タイムライン ランキング モデルの展開が完了しました。

- ユーザーと投稿の埋め込みパラメータが 10 倍
- リアルタイムトレーニングパラメータの更新が5倍高速化
- トレーニングコンピューティングの3倍

後悔のないユーザー秒数を追求するために、コア推奨システムの拡張を継続していますので、最新情報についてはこちらをご覧ください。

# X アルゴリズム変更について②



## リアルタイムでトレンドに対応(更新速度が5倍向上) (2024/12/19)

### 内容

アルゴリズムの更新スピードが従来の 5倍に向上。  
これにより、ユーザー行動や投稿内容をリアルタイムで反映し、  
タイムラインに最新のトピックを迅速に届けることが可能に。

### ポイント

- ・更新速度向上  
トピックや投稿の人気度を瞬時に判断し、タイムラインへ反映。
- ・即時性の強化  
リアルタイムで話題の投稿が見られる。
- ・個人最適化の継続  
トレンド情報も個々の興味に基づいて表示される仕組み。

### 想定される影響

- ・ポジティブな変化  
話題の投稿を逃さずにチェック可能になりX閲覧時のリアルタイム性が向上。
- ・ユーザー体験の向上  
タイムラインの更新が速くなり、情報の鮮度が上がる。
- ・懸念点  
情報過多による混乱や、興味外の情報が流れるリスクがゼロではない。



Engineering   
@XEng

フォローする

Today we completed roll out of a new home timeline ranking model to make posts you see more relevant.

- 10x user and post embedding parameters
- 5x faster realtime training parameter updates
- 3x training compute

Follow here for updates as we continue to scale core recommendation systems in pursuit of unregretted user seconds.

Googleによる英語からの翻訳

本日、表示される投稿の関連性を高めるための新しいホーム タイムライン ランキング モデルの展開が完了しました。

- ユーザーと投稿の埋め込みパラメータが 10 倍
- リアルタイムトレーニングパラメータの更新が5倍高速化
- トレーニングコンピューティングの3倍

後悔のないユーザー秒数を追求するために、コア推奨システムの拡張を継続していますので、最新情報についてはこちらをご覧ください。

# X アルゴリズム変更について③



## 計算能力3倍増でさらなる精度向上 (2024/12/19)

### 内容

おすすめシステムを動かすための計算能力が 3倍に強化。  
これにより、投稿やユーザー行動をさらに詳細に分析し、  
ユーザーが「本当に興味を持つ投稿」を正確に理解できるようになった。

### ポイント

- ・**計算能力向上**  
より多くのデータを短時間で処理可能。
- ・**精密な分析**  
投稿のテーマやトーン、ユーザーの現在の興味をより正確に把握。
- ・**リアルタイム対応強化**  
最新のトレンドや行動データを即座に反映。

### 想定される影響

- ・**ポジティブな変化**  
興味・関心に合った投稿がタイムラインに現れる頻度が向上。  
似たテーマでも「今の気分」に合った投稿が優先される。
- ・**潜在的な懸念**  
精度が高まる分、ユーザーの興味に偏った情報だけが表示される可能性  
(いわゆる「**フィルターバブル**」の問題)



Engineering 🏠  
@XEng

フォローする

Today we completed roll out of a new home timeline ranking model to make posts you see more relevant.

- 10x user and post embedding parameters
- 5x faster realtime training parameter updates
- **3x training compute**

Follow here for updates as we continue to scale core recommendation systems in pursuit of unregretted user seconds.

Googleによる英語からの翻訳

本日、表示される投稿の関連性を高めるための新しいホーム タイムライン ランキング モデルの展開が完了しました。

- ユーザーと投稿の埋め込みパラメータが 10 倍
- リアルタイムトレーニングパラメータの更新が5倍高速化
- **トレーニングコンピューティングの3倍**

後悔のないユーザー秒数を追求するために、コア推奨システムの拡張を継続していますので、最新情報についてはこちらをご覧ください。



## ユーザーの「後悔しない時間」を追求 (下記内容は推測)

### 内容

ユーザーがタイムラインを見た際に「時間を無駄にした」と感じることがないように設計。興味や満足度に基づいた投稿の表示を目指し、無駄な情報を削減する仕組みを導入。

### ポイント

- ・無駄の排除  
興味のない投稿や価値を感じない情報を減らし、ユーザー体験を向上。
- ・プロモーションの最適化  
広告でさえもユーザーの関心に合致する内容を優先表示。
- ・新指標の導入  
「Unregretted User Seconds (後悔のないユーザー秒数)」という満足度を測る 概念を基に設計 (以前からイーロンマスクが提唱している指標)。

### 想定される影響

- ・ポジティブな変化
  - ↳ タイムラインの質が向上し、閲覧体験が充実。
  - ↳ 広告の受容性が高まり、プロモーションの効果が向上。
  - ↳ 長時間の滞在ではなく、内容の価値に基づくエンゲージメントの強化。

#### 潜在的な課題

- ↳ ユーザー満足度の計測が主観的な要素に依存するため、すべての人に適合するとは限らない。
- ↳ プロモーション投稿が「興味に合う」と判断されても、広告表示自体に不快感を持つユーザーもいる可能性。



Engineering 🏆  
@XEng

フォローする

Today we completed roll out of a new home timeline ranking model to make posts you see more relevant.

- 10x user and post embedding parameters
- 5x faster realtime training parameter updates
- 3x training compute

Follow here for updates as we continue to scale core recommendation systems in pursuit of unregretted user seconds.

Googleによる英語からの翻訳

本日、表示される投稿の関連性を高めるための新しいホーム タイムライン ランキング モデルの展開が完了しました。

- ユーザーと投稿の埋め込みパラメータが 10 倍
- リアルタイムトレーニングパラメータの更新が5倍高速化
- トレーニングコンピューティングの3倍

後悔のないユーザー秒数を追求するために、コア推奨システムの拡張を継続していますので、最新情報についてはこちらをご覧ください。

## 「TikTokもYouTubeも超える」Xの“動画ファースト戦略”

### Xのポイント

- ・動画中心化:「動画プラットフォーム」への移行を計画中。
- ・新動画機能:「YouTubeとTikTokの融合」と表現される革新的な動画機能が近々リリース予定。
- ・長時間動画対応:4時間以上の映画やドキュメンタリーも Xで視聴可能に。
- ・テレビアプリ「XTV」: 家庭でXコンテンツを楽しむためのアプリを導入予定。
- ・Everythingアプリ戦略: ブログやYouTubeリンクではなく、すべてのコンテンツをX内に集約する「すべてを包むアプリ」を目指す。
- ・漫画投稿者への配慮: 動画中心化に伴い、テキストや画像コンテンツの体験改善も進行中。

### ポイント

Xは「Everythingアプリ」への進化を目指し、テキスト、画像、動画を融合した次世代プラットフォームとして成長を遂げている。  
特に動画コンテンツの重要性が増しており、クリエイターにとっては動画の導入が成功の鍵となる可能性。

[https://x.com/sk\\_beastar/status/1869949344792641722](https://x.com/sk_beastar/status/1869949344792641722)





## スレッド(ツリー投稿)の予約が今後可能になる可能性。現状はテスト段階(2024/12/19)

<https://x.com/blankspeaker/status/1869545480025424147>

### 背景

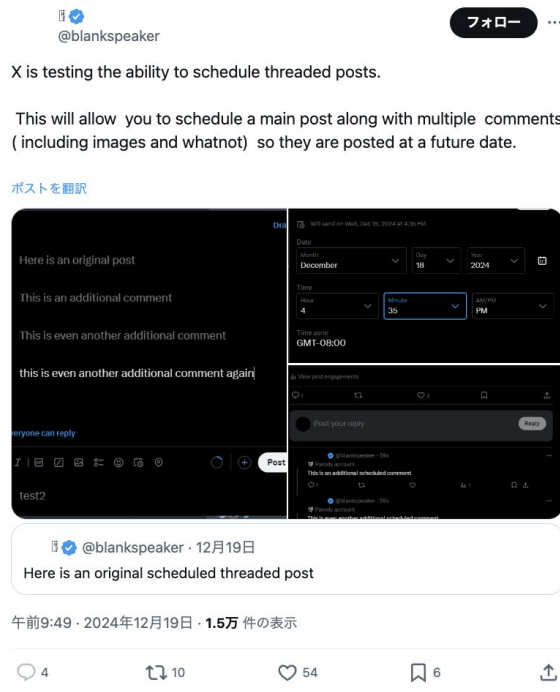
定期的なアルゴリズム変更の一環と推察。(現状はテスト段階)

### ポイント

Xがスレッド投稿をスケジュールする機能をテスト中。  
この機能では、メイン投稿だけでなく、それに続く複数のコメント(画像やその他の要素を含む)も一括で投稿できるようになる。

### 想定される影響

ツリー投稿が漏れてしまうというリスクがなくなる。





## イーロン・マスク氏がハッシュタグ使用をやめるようにと明言(2024/12/18)

<https://x.com/elonmusk/status/1869070358210572306>

### 全文

ハッシュタグの使用はやめてください。  
システムにはもう必要ありませんし、見た目も悪いです。

### ポイント

#### システム的には不要

マスク氏の発言から、Xのアルゴリズムがハッシュタグなしでも関連性やトピックを十分に認識できるよう進化したことが示唆された。  
ハッシュタグを使わずとも、投稿内容から適切なトピックや文脈が自動的に理解され、検索や表示に反映される可能性が高い。

#### 投稿スタイルの変化

ハッシュタグに頼らず、自然な文章やメディアコンテンツを活用した投稿が主流になっていく可能性

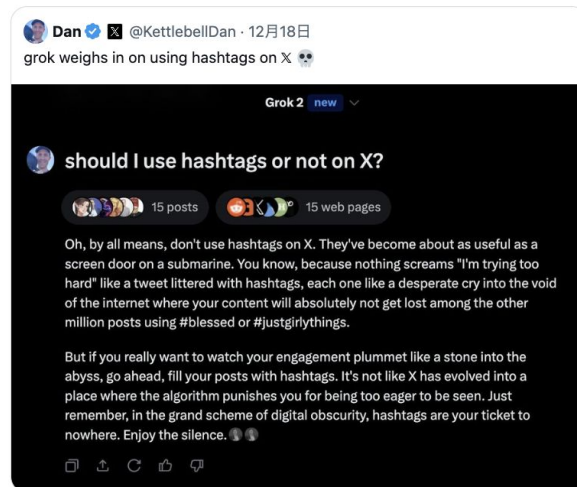
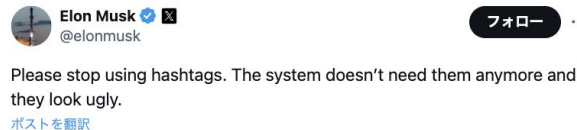
#### 検索・発見機能の進化

ハッシュタグを使わずとも、AIが投稿のテーマや内容を精密に解析してユーザーの興味に合ったものを届ける機能が強化される。

#### トレンド形成が変わる

従来の「ハッシュタグがバズる」という文化が薄れ、アルゴリズム主導でトレンドが生まれる仕組みに移行する可能性がある。

### 想定される影響



午前2:21 · 2024年12月18日 · 5,477.7万 件の表示

2.8万 3.1万 17万 9,025



ブラウザ版Xにて、スレッド投稿の予約が可能に。

## 背景

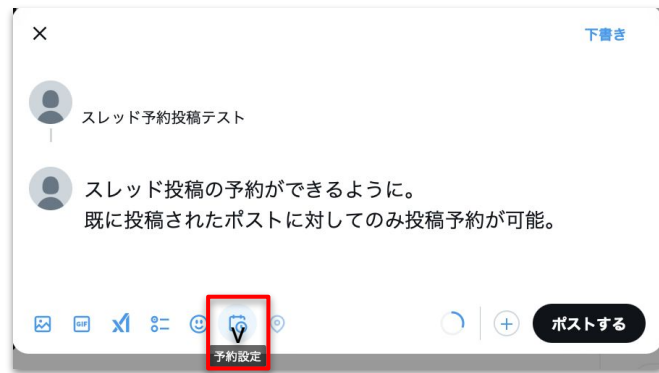
新機能アップデートの一環

## ポイント

従来リアルタイムでのみ投稿が可能だったスレッド投稿が、ブラウザ版Xにて予約可能となった。

## 想定される影響

- ・ポジティブな変化  
スレッド投稿の投稿漏れがなくなる  
X Premiumに加入せずとも擬似長文投稿ができる
- ・注意点  
既にポストされた投稿にのみ、スレッド予約が可能



※スレッド予約投稿の詳細手順は次ページ参照



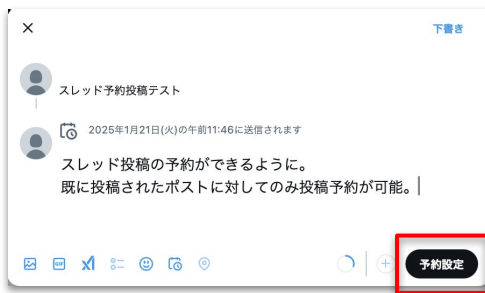
①既にポストされた投稿の返信欄をクリック



②スレッド投稿のキャプションを入力  
→予約設定ボタンをクリック



③予約投稿したい日付を設定  
→確認するをクリック



④予約設定ボタンをクリック



⑤予約した時間にポストされる

注意点

・既にポストされた投稿にのみ、スレッド予約が可能



## アプリ版Xにて、「動画タブ」が実装。

<https://x.com/X/status/1881169030876381414>

### 背景

Xが24年末に掲げた「動画ファースト戦略」の一環 年末にX CEO リンダ・ヤッカリーノ氏が「動画プラットフォーム」への移行を計画中と発表していた。Instagram,YouTube,TikTokに対抗する形と推察される。今後も「Everythingアプリ」を目指し、進化していくと推察される。

### ポイント

Xにおける動画の立ち位置や優先度が大きく向上した。  
・現段階ではショート動画のみならず長尺動画も表示される。  
・縦動画、横動画どちらも対応。

### 想定される影響

- ・**ポジティブな変化**
  - ↳ショート動画形式を活用した広告が主流となる可能性。企業は動画広告を活用する戦略を求められ、より視覚的に訴求力のある広告制作が求められる。
  - ↳インフルエンサー需要の加速
- ・**注意点**
  - ↳動画が優先されるアルゴリズムとなる可能性がある
  - ↳ユーザーや企業が短尺動画を主軸にしたコンテンツ制作へとシフトし、テキストや静止画だけの投稿が相対的に埋もれるリスクが高まるX上で動画需要が増大。
  - ↳動画が優先されることで、動画投稿がより多くのリーチやエンゲージメントを獲得。逆に動画以外の投稿形式(画像・テキスト)のリーチが減少する可能性がある。





## アプリ版Xにて、動画タブが実装。

<https://x.com/X/status/1881169030876381414>

### 背景

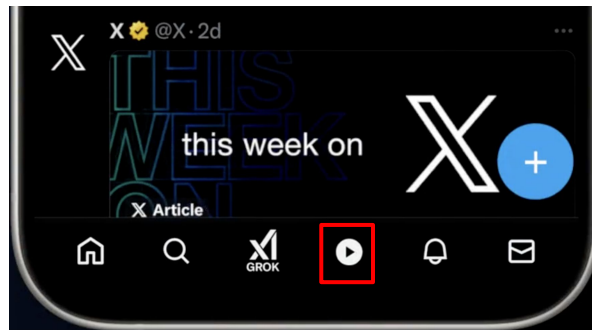
Xが24年末に掲げた「動画ファースト戦略」の一環 年末にX CEO リンダ・ヤッカリーノ氏が「動画プラットフォーム」への移行を計画中と発表していた。Instagram, YouTube, TikTokに対抗する形と推察される。今後も「Everythingアプリ」を目指し、進化していくと推察される。

### ポイント

- Xにおける動画の立ち位置や優先度が大きく向上した。
- ・現段階ではショート動画のみならず長尺動画も表示される。
- ・縦動画、横動画どちらも対応。

### 想定される影響

- ・ポジティブな変化
  - ↳ショート動画形式を活用した広告が主流となる可能性。企業は動画広告を活用する戦略を求められ、より視覚的に訴求力のある広告制作が求められる。
  - ↳インフルエンサー需要の加速
- ・注意点
  - ↳動画が優先されるアルゴリズムとなる可能性がある
  - ↳ユーザーや企業が短尺動画を主軸にしたコンテンツ制作へとシフトし、テキストや静止画だけの投稿が相対的に埋もれるリスクが高まるX上で動画需要が増大。
  - ↳動画が優先されることで、動画投稿がより多くのリーチやエンゲージメントを獲得。逆に動画以外の投稿形式(画像・テキスト)のリーチが減少する可能性がある。





## Grokを搭載した ポスの補助ツールを開発中とのウワサ。

[https://x.com/nima\\_owji/status/1876682234989818274](https://x.com/nima_owji/status/1876682234989818274)

### 背景

#### Grokアップデートの一環

### 現状読み取れる機能

#### Proofread (校正)

投稿内容の文法や言葉遣いを確認・修正する機能。  
現在の文章を自然な形に整える。

#### Fix Facts (事実確認)

投稿内容の正確性をチェックする機能。  
事実誤認や間違った情報を防ぐために役立つ可能性。

#### Shorten (短縮)

投稿を簡潔な形にまとめる機能。  
長い文章を短くし、読みやすくする用途に便利。

#### As Personality (パーソナライズ)

投稿を特定のトーンや性格に合わせてカスタマイズする機能。  
ユーザーのブランドや目的に合ったスタイルでの投稿を作成できる。

### 想定される影響

#### ・ポジティブな変化

文章作成の負担軽減により、より多くのユーザーが積極的に投稿する可能性。  
企業や個人ブランドが投稿内容を最適化しやすくなる。

#### ・注意点

一方で、投稿がAIっぽい均一なトーンにならないよう注意が必要。

← 投稿する

返信



Nima Owji  
@nima\_owji

BREAKING: X IS WORKING ON POST ENHANCER POWERED BY GROK!  
ポストを翻訳

← Enhance your post with Grok

Hey!

Proofread

Fix Facts

Shorten

As Personality

Proofread

± 0%



+ Insert as post

Hey!

午前2:28 · 2025年1月8日 · 2.9万 件の表示

55

28

322

17





## Grok3が正式リリース “地球上で最も賢い AI”

Grok 3は、イーロン・マスク率いるAIが作り上げた最先端のAIで、「地球上で最も賢いAI」と呼ばれるほどの性能を持つ。大量のデータと計算資源を活用し、複雑な質問への回答や推論、さらには情報検索までを高い精度で行えるのが特徴。今回1万台以上のNvidia H100 GPUを使い、約8か月のトレーニングを経て誕生。Chatbot ArenaのAIランキングでは、GPT-4oやDeepSeek R1を超える成績を収め、トップに君臨。

### 背景

#### xAIのミッション:「人間の科学的理解を深める」

イーロン・マスクはAIが人類の進歩を加速させると信じており、特に前モデル(Grok 2)では物足りなかった推論能力や処理速度をより進化させる必要があったため。また今回はAI業界全体が競争を加速させる中OpenAIやGoogleのモデルに対抗するべく、より賢く、実用的なAIを目指した。

### ポイント

#### 高度な推論能力

論理的な思考を可視化する「チェーン・オブ・ソート」を使い、複雑な問題でも回答可能。

#### 処理速度の向上

前モデルの2~3倍の速さで動き、スピード感のある応答が可能。

#### DeepSearchとThinkモード

ウェブやXの情報をリアルタイムで検索し、考え抜いた回答を提供する機能が追加され、より深い洞察が得られるように。

### 過去モデルとの比較

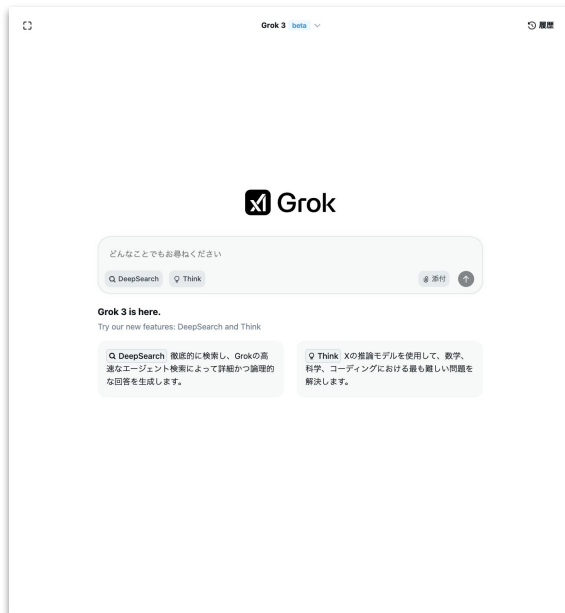
**Grok 1:** 基本的な対話ができしたが、推論能力が弱く、回答も単純。

**Grok 2:** 速度と精度が改善されたが、競合モデルに追いついていなかった。

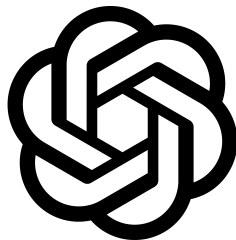
**Grok 3:** 計算能力がGrok 2の10倍以上になり、100万トークン(現在は28kで稼働)のコンテキストを扱えるように。さらに画像やPDFの処理、自己修正機能の追加で、誤りを減らし、より信頼性の高い回答を提供できる。

#### 想定される影響

従来とは次元の違う賢さDeepSearchやThinkモード含む)を持つため、科学、教育、コーディング、日常生活への影響が予想されるが、より一層、AIの回答を盲信せず、人間が最終確認するプロセスが重要になる。



# 参考: ChatGPTとGrokの違い(一部)



## 器用派

深く掘り下げるよりも「今わかってることをまとめる」のが得意

Q.「地球温暖化で2050年に何が起る？」  
A.「温暖化で洪水が増えるよ」  
→簡潔に返すが、細かい計算まではしないこともある。

考  
え  
る  
力



## じっくり派

Thinkモード:データを分析した上で  
ステップを踏んだ深い思考が可能

Q.「地球温暖化で2050年に何が起る？」  
A.「海面がこれくらい上がって、こういう影響があるかも」

## 教科書の知識

基本的に23年4月までのデータがベース。最新情報は若干弱い

Q.「最近の地震について教えて」  
A.「一般的に地震はこうだよ」  
→教科書のような答えになりがち

情  
報  
の  
鮮  
度

## 最新ニュース

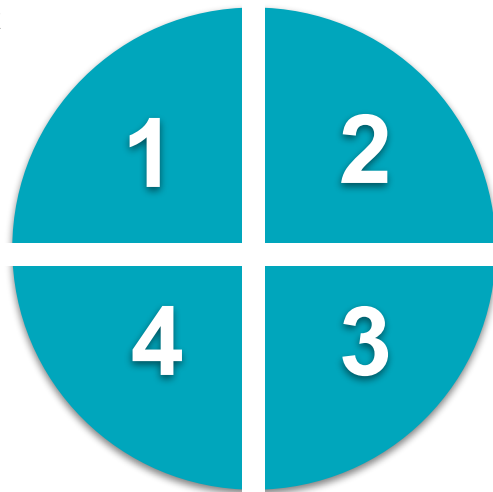
DeepSearch: Xの投稿やWebをリアルタイムでチェック。  
その月のニュースを即時反映。

Q.「今朝の地震どう？」  
A. Xの反応や最新記事をまとめて答えてくれる



## 動画タブの進化（推察）

2025年1月に追加された「動画タブ」が、Grok 3.0の導入により表示コンテンツが最適化される可能性。DeepSearchにより、X上のトレンドを即時反映される可能性も。  
例：ユーザーの興味（例：サッカー）を分析し、関連する最新試合ハイライトや話題の動画を優先表示



## Xpremiumユーザーの優遇（推察）

有料ユーザーの投稿がアルゴリズムで優先され、一般ユーザーより目立つようなアルゴリズムに変更される可能性。  
例：Premiumユーザーの商品レビュー動画が「価値あるコンテンツ」と評価され、上位表示される

## アルゴリズムの変更（推察）

Xアルゴリズムに関して、「いいね」やリポストに加え、「話題性」や「会話の価値」を評価する要素をGrok 3.0が組み込む可能性がある。これにより、重要と判断されたポストがタイムライン上位に表示されやすくなる。例：地震関連のポストが「緊急性が高い」と分析され拡散

## アルゴリズムの変更（推察）

Grok 3.0がX内でリサーチ & 回答機能も担うため、検索エンジン利用が減り、Xでの情報収集が増加する可能性。例：「今日のニュースは何？」と聞くと、X投稿やウェブ情報を集約して回答。また、会話内での質問に対し、Grokがトレンドに基づく提案を行い、対話を促進。



## xAIが動画生成スタートアップ「Hotshot」を買収(2025/3/18)

<https://x.com/aakashsastry/status/1901668601364689338>

※xAIとは、イーロン・マスク氏が設立した人工知能開発企業

### 背景

イーロン・マスク氏は、「Grok」にビデオ生成機能を追加する計画を示唆しており、今回の買収はその実現に向けたステップと推察

### 想定される影響

#### コンテンツ量の増加と情報の多様化

・AIによる動画生成が容易になることで、X上での動画投稿数が増加し、ユーザーが触れる情報範囲が広がる可能性が考えられる。

#### テキスト投稿の露出機会減少

・動画コンテンツの増加に伴い、アルゴリズムが動画を優先的に表示するように調整する可能性がある。

・その結果、動画以外の投稿形式(画像・テキスト)のリーチが減少する可能性もあると推察。



# Instagramについて





## 新機能トライアルリールを発表 (2024/12/10)

※導入が開始されているもの、まだ全てのアカウントには反映されていない

トライアルリール=フォロワー以外のユーザーにのみリールを共有し、コンテンツの反応を事前に確認する機能

### 背景

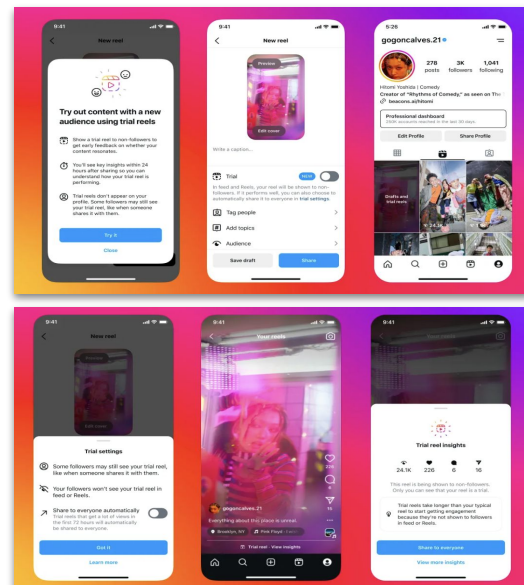
クリエイターがフォロワーの反応を懸念して、新しいコンテンツの投稿をためらう傾向があるため、トライアルリールでこの課題を解決し、クリエイターがより自由にコンテンツ制作に取り組める環境を提供したい。

### ポイント

- ①リール作成時に「トライアル」をオンにすることで、フォロワー以外にのみリールが共有される
- ②フォロワーの反応を気にすることなく、新しいアイデアやジャンルのコンテンツを試すことができる
- ③約24時間後には、視聴数、いいね、コメント、シェアなどのエンゲージメント指標を確認できる
- ④パフォーマンスが良好な場合は、「全員に共有」を選択してフォロワーに公開できる。

### 想定される影響

トライアルリール動画を利用することで、フォロワーの反応に左右されずに新しいコンテンツのアイデアを試すことができるため、より投稿コンテンツの検証がしやすくなる。



[https://creators.instagram.com/blog/instagram-trial-reels?locale=ja\\_JP](https://creators.instagram.com/blog/instagram-trial-reels?locale=ja_JP)



## Instagram CEO Adam Mosseri氏が、 今後導入予定のビデオAI要素の一部を公開(2024/12/19) ※2025年中に導入予定

### 背景

動画生成の新しいAI技術「**Movie Gen (ムービージェン)**」という、文字で指示した内容に合わせた動画や音声が生産できる機能の導入が予定されている。

### ポイント

- ①ユーザーが動画の背景、衣装、表情、さらには自分自身のキャラクター版(マペットバージョン)で編集できる
- ②動画編集の幅が広がり、視覚的なストーリーテリングが強化される
- ③動画は最大16秒間、音声は最大45秒間の内容が生成できる

### 想定される影響

- ①Instagram上に新たな斬新なコンテンツが増える可能性
  - ②ビジュアル表現を大幅に拡張する一方で、ソーシャルメディアの「ソーシャル性」を損なう可能性がある
- AIの力を借りながらも、人々が共感できるリアルで感動的なストーリーを作ること、人と人との「つながり」を意識することが、この機能を成功に導くポイントになると推察



[https://www.instagram.com/reel/DDwzSoyxRSx/?igs\\_h=MWVkemtibTdhbW93aA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DDwzSoyxRSx/?igs_h=MWVkemtibTdhbW93aA%3D%3D)



## サムネイルが縦長仕様に変更 (2025/1/19)

- ※恒久的な仕様変更となるのか、再調整される可能性があるのかは不明
- ※まだアップデートされていないアカウントもある

### 背景

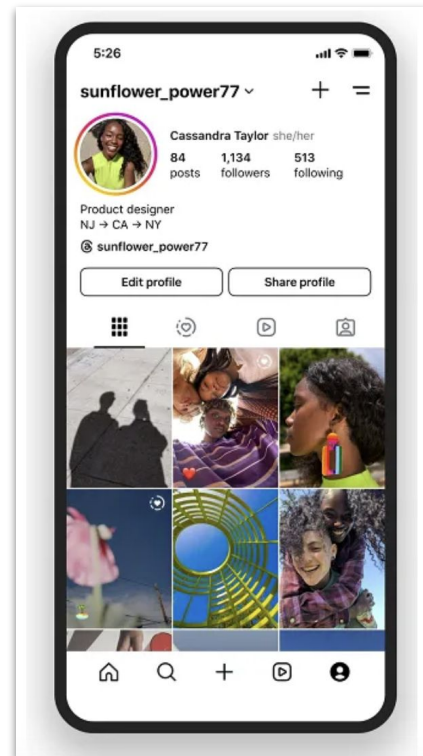
Instagram CEO Adam氏によると、現在 Instagram に投稿される画像の多くは縦長であり、それらを無理に正方形にトリミングすることは、コンテンツを損なう行為となるため、より現代のコンテンツに適した表示方法を模索している。

### ポイント

①縦長の表示は、写真や動画をより大きく見せることができ、視覚的なインパクトを強める利点がある。

### 想定される影響

- ①グリッド表示が崩れてしまう。  
→縦長グリッドに対応するために、投稿のスタイルを大幅に変更する必要性。
- ②現状不満の声も多くあるため、今後ユーザーが自分のプロフィールグリッドを自分の好みに合わせて再フォーマットできるようになる可能性がある。



<https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-rolls-out-vertically-aligned-profile-grid/737777/>



## フィード投稿制作推奨サイズ

### ① 縦長4:5 投稿時

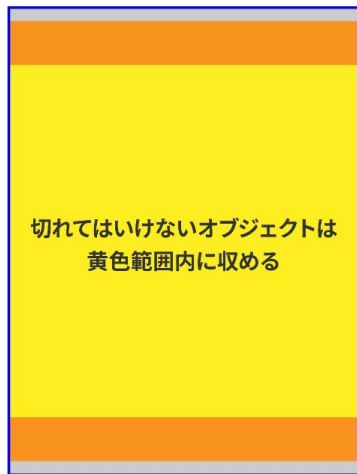
#### 1) プレビューの調整をする場合

■ 制作サイズ 4:5 (1080px×1350px)

□ 縦長ウォール表示比率 3:4

■ Instagram 上で足す部分

■ 発見タブ表示範囲 1:1(1080px×1080px)  
└文字など切れてはいけないオブジェクトはこの範囲内に収める



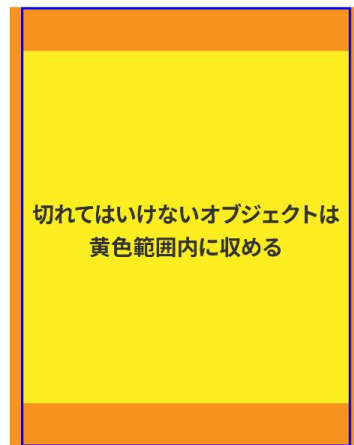
- 投稿時にInstagram上で上下に背景を足して 3:4 に調整することで、ウォール上ではフルで表示される
- 発見タブでは正方形表示のため、文字などは中央の正方形(黄色枠内)に収める

#### 2) プレビューの調整をしない場合

■ 制作サイズ 4:5 (1080px×1350px)

□ 縦長ウォール表示比率 3:4

■ 発見タブ表示範囲かつウォール表示範囲  
(横 1012.5px× 縦 1080px)  
└文字など切れてはいけないオブジェクトはこの範囲内に収める



- ウォール上では横幅が少し (33.75pxずつ) 切られて表示される
- 発見タブでは正方形表示のため、文字などは中央の正方形かつ 3:4 表示範囲内(黄色枠内)に収める



## フィード投稿制作推奨サイズ

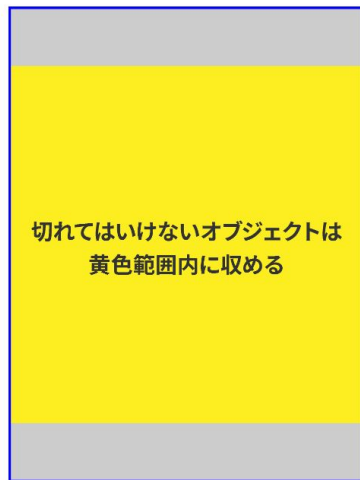
### ②正方形 1:1 投稿時

#### 1) プレビューの調整をする場合

□ 縦長ウォール表示比率 3:4

■ Instagram 上で不足部分

■ 発見タブ表示範囲 1:1(1080px×1080px)  
└文字など切れてはいけないオブジェクトは  
この範囲内に収める



・投稿時にInstagram上で上下に背景を足して 3:4 に調整することで、ウォール上ではフルで表示される

#### 2) プレビューの調整をしない場合

■ 制作サイズ 1:1(1080px×1080px)

□ 縦長ウォール表示比率 3:4

■ 発見タブ表示範囲かつウォール表示範囲  
(横 810px× 縦 1080px)  
└文字など切れてはいけないオブジェクトは  
この範囲内に収める



・ウォール上では横幅が (135px ずつ) 切られて表示される  
・発見タブでは正方形表示のため、文字などは中央の正方形かつ 3:4 表示範囲内 (黄色枠内) に収める



## ストーリーハイライトが グリッド内にタブとして統合される計画を発表 (2025/1/20)

### 背景

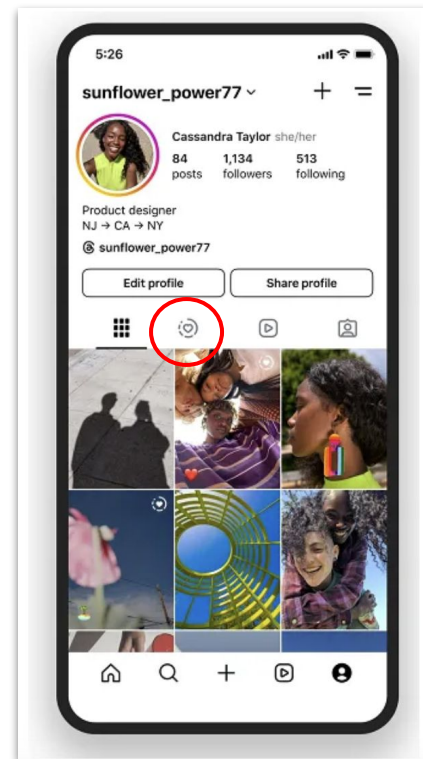
シンプルで洗練されたデザインと、クリエイターの自由度を高めるためのカスタマイズ機能として実装予定。

### ポイント

- ①ハイライトをグリッド内にタブとして統合し、視覚的な整理を図る
- ②グリッド全体を自由に並べ替えられるツールを提供
- ③フィードをスキップして直接グリッドに投稿できる機能
- ④サムネイルのカスタマイズ機能も検討中

### 想定される影響

- ・ストーリーハイライトがウォール面に表示されることにより、これまでよりもストーリーが重要視される可能性がある。
- ・グリッドの並べ替えやサムネイルのカスタム機能により、各アカウントが個性的になっていく可能性がある



[https://www.instagram.com/p/DFBmKBBy24A/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DFBmKBBy24A/?img_index=1)



## Instagram CEO Adam Mosseri氏が ランキングの仕組みを改めて説明 (2025/1/21)

＜ランキングで特に重要な3つの指標＞

- ①視聴時間(Watch Time)
- ②いいね(Likes)
- ③シェア(Sends)

ポイント

→インサイトを確認するときは以下のポイントに注目

- ①平均視聴時間(Average Watch Time)
- ②リーチあたりのいいね数(Likes per Reach)
- ③リーチあたりのシェア数(Sends per Reach)

「いいね」はフォロワーに届くコンテンツ(Connected Reach)においてやや重要度が高く、「シェア」はフォロワー以外に届くコンテンツ(Unconnected Reach)においてやや重要度が高い傾向。



<https://www.instagram.com/p/DFEYRp-pINJ/>



## リール:「冒頭3秒以上の再生率」がインサイト画面に表示(2025/1/24)

※まだアップデートされていないアカウントもある

### ポイント

冒頭の3秒以上の再生率について、下記 3項目における割合の閲覧が可能になる。

(右画像参照)

- ①すべて
- ②フォロワー
- ③フォロワー以外

### 想定される影響

- ・冒頭の3秒以上の再生率が可視化されるようになった  
＝冒頭の維持率が全体の再生数により影響する可能性が考えられる。
- ・フォロワー・フォロワー外の数値が確認できるため、分析の幅が広がり、新規フォロワー獲得のためのコンテンツ作りに役立つ。

### 【実際のインサイト画面】



フォロワー内外で割合を確認することが可能



## コメントに対して低評価ボタンの導入を検討中(2025/2/15発表)

※本格的に導入されるか否かは現状不明

### 背景

有害な発言に対処することが目的。  
アプリ内で「より友好的な」環境を作り出すのに役立つ可能性がある。

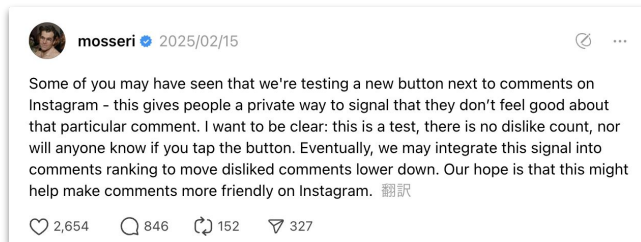
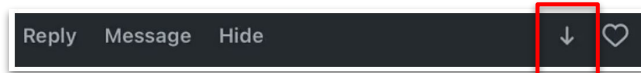
### ポイント

- ①コメントの横に「いいね」だけでなく、「低評価」ボタン導入の検討
- ②低評価ボタンは**非公開**で報告ができる
- ③低評価のコメントをコメント欄の下位に移動させられる可能性

### 想定される影響

この機能が導入されると、自分の考えや理想に反対する意見を「低評価」できる仕組みができる。＝自分に都合の悪い意見を意図的に抑え込もうとする人が出る可能性。

→そのため、Meta社はテスト対象者を慎重に選定しており、大規模な導入に至らない可能性が高いと予想。



<https://www.threads.net/@mosseri/post/DGD12N7Pjwb?xmt=AQGzXt3a3df2yWLkwr5g24cUQ0eME0bh5gYT0lf4x0VglQ>

<https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-tests-comment-downvotes/740165/>



## DMに予約設定や翻訳機能など新機能を展開中 (2025/2/19発表)

### 背景

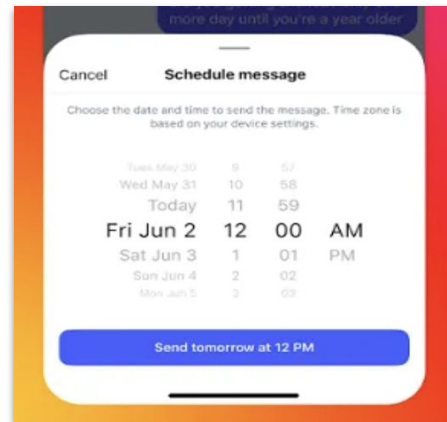
ユーザーが繋がる主な手段となっているメッセージングエンゲージメントを強化するため。

### ポイント

- ①メッセージ送付予約機能
  - ・29日先まで予約可能
- ②翻訳機能
  - ・99の異なる言語に翻訳される
- ②メッセージのピン留め機能
  - ・DM内の上部に最大3つピン留め可能
- ③音楽共有ステッカー機能
  - ・DM内で音楽を共有することが可能
- ④QRコードを介してグループチャットにユーザーを招待する機能
  - ・各グループチャットにカスタムQRコードが追加され、簡単にリンク可能

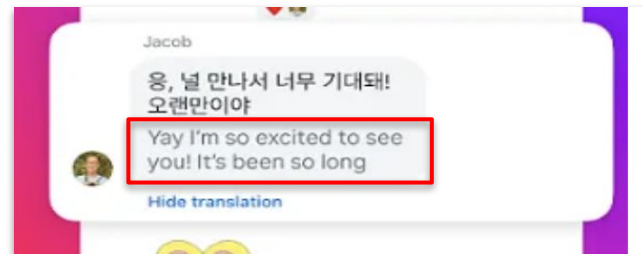
### 想定される影響

- ・メッセージ送付予約機能: プレゼントキャンペーン等で、同時刻にユーザーにDM送付が可能になる。(※一斉予約機能は現状なし)
- ・アルゴリズム的に、よりDMの活用が重要視される可能性。



①予約機能

②翻訳機能

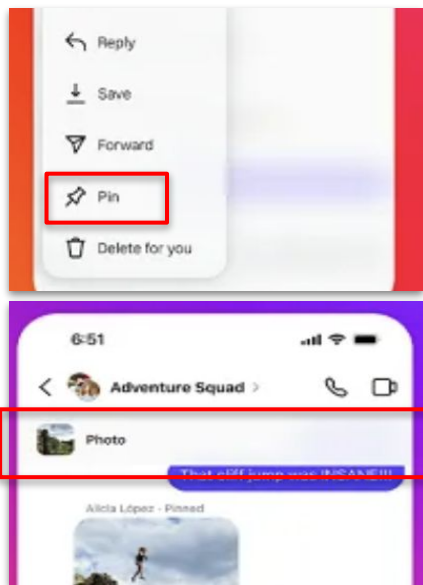


<https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-dm-updates-scheduled-messages-translations/740301/>

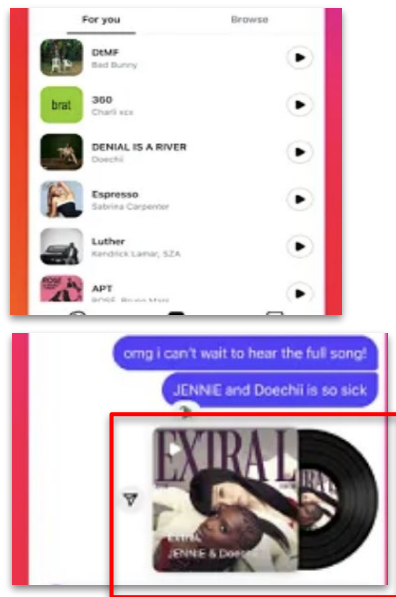


## DMに予約設定や翻訳機能など新機能を展開中 (2025/2/19発表)

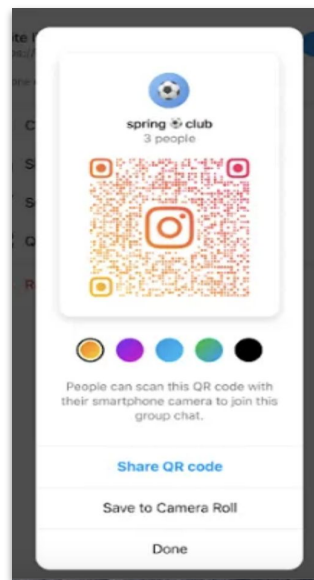
### ▼③ピン留め機能



### ▼④音楽共有ステッカー機能



### ▼⑤グループチャット QRコード招待機能





## AI搭載の動画編集アプリ「Edits」をリリース予定(2025/2発表)

※具体的なリリース時期は未定(初期バージョンが8月頃一部地域でリリースされる可能性)

### 背景

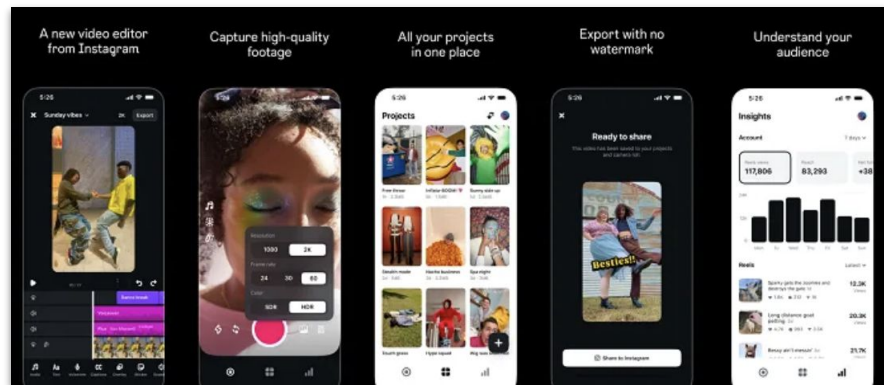
TikTokの親会社であるByteDanceが提供する動画編集アプリ「CapCut」に対抗するアプリとして発表。

### ポイント

- ①最長10分の動画を撮影し下書きに保存可能
- ②タイムラインベース編集※1による詳細な調整が可能
- ③トレンドのオーディオ分析や人気コンテンツのリアルタイム表示など、動画制作のヒントを得られる機能
- ④動画のパフォーマンス分析機能
- ⑤クリエイターのコラボレーション機能  
→制作中のコンテンツに他のユーザーを招待し共同で作業が可能
- ⑥AIを使った編集機能  
→AIを使って静止画像をアニメーション化する機能など

※上記機能は無料で提供される予定

※1 動画編集において、映像や音声などの素材を時間軸に沿って配置し、編集していく方法



<https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-previews-ai-features-coming-edits-app/738981/>



## DM内で使えるパーソナライズされたリール機能「Blend」のテスト開始(2025/3/9発表)

※本格的に導入されるかは現状不明

### 背景

DMを通じたコミュニケーションの急増やリール動画の増加により、さらにユーザー同士の交流をより活発にし、個人に最適化されたコンテンツ体験を強化するという狙い。

### ポイント

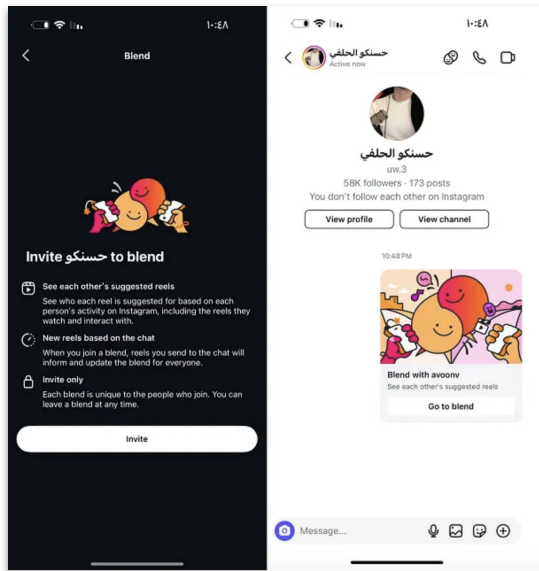
- ・Blendを利用すると、互いに共有した動画に限らず、自分と友達の「いいね！」や視聴履歴をもとに、共通の好みに合ったリールが自動で選ばれ、DM内でシェアされる
- ・友達と1対1のBlendを作成することも、複数人のグループで共有することも可能
- ・Blendはいつでも抜けることが可能

### 使用方法

- ①DMを開く
- ②「Blend」ボタンをタップし相手を招待 ※正式リリース時に仕様が異なる可能性あり
- ③リールの自動生成&視聴
- ④新しいリールの発見&シェア

### 想定される影響

- ①お互いの好みを反映したリールが自動的に共有されるため、より共通の話題が生まれる。
- ②フィードや「発見」タブでは見つけにくいリールも、パーソナライズされた形で提案される。
- ③リールを検索してシェアする手間が省け、気軽に楽しめる。



<https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-tests-ai-generated-comments-posts/742633/>



## コミュニティノートのテストを米国にて開始(2025/3/14発表)

※本格的に導入されるかは現状不明

### 背景

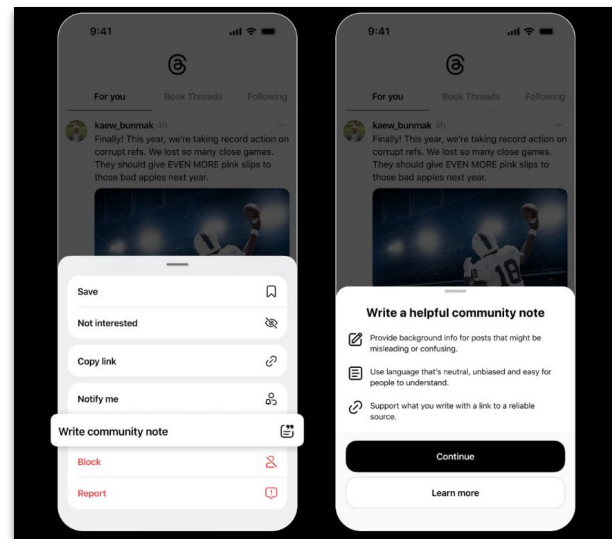
この機能は、X(旧Twitter)で導入されている「コミュニティノート」のオープンソースフレームワークを基盤としており、ユーザーが投稿に対して背景情報や注意点を追記できる仕組み。

### ポイント

- ・承認されたコントリビューター(貢献者)が投稿に対してノート<sup>提出</sup>提出されたノートは、他のコントリビューターによって評価され、さまざまな視点を持つ投稿者が同意した場合にのみ公開される。また、表示されるノートに筆者名は表示されない。
- ・文字数は500文字までの制限あり。
- ・指摘を裏付けるリンクの追加を義務付ける。

### 想定される影響

・Xのコミュニティノートは、組織的なグループによる不正な投票操作が行われていることも報告されており、Meta社の新機能も同様の問題に直面する可能性が考えられる。





## フィード投稿・リール投稿からメモ機能を削除(2025/3/26)

### 背景

特に若いユーザーの間でダイレクトメッセージ( DM)のメモ機能が好評だったことを受けて、昨年7月にフィード投稿とリールへのメモ機能を拡張。

### ポイント

・拡張したものの、これらはあまり普及しなかったため、アプリ内の混乱を抑えるために、フィード投稿やリールへのテキストメモの追加オプション機能を完全に削除。

・DM内のメモ機能は引き続き継続。  
(最大60文字をDM画面の丈夫にて共有できる機能)

### 想定される影響

- ・ちょっとしたお知らせや、イベントの告知などを気軽に発信できたメモ機能がなくなることで、情報発信の手段が減る可能性。
- ・ただ使用頻度がそもそも高くなかったため、ユーザーの ENGなどに大きな影響はないと推察。



<https://www.instagram.com/p/DHqWmG4SDqr/>



## Instagramでよく耳にする情報のウソ・ホント

### ☆他のアプリで編集したコンテンツはランキングが下がらない

- ① →Instagram以外のアプリを使って編集したコンテンツを投稿すると、アルゴリズムでランキングが下がってしまい、投稿のリーチに影響するという噂があるが、これは事実ではない。投稿を作るために必要なツールとして他のアプリを利用することに対してペナルティを掛けるようなことはない。ただし、他アプリのロゴなどウォーターマークが入っていると、アルゴリズムに影響するので注意。

### ☆下書きに保存したリール動画はリーチが下がらない

- ② →動画を作成するとき、すぐに公開しても、下書きとして保存して後から編集・投稿してもリーチに影響はない。

### ☆リールの尺が長くてもアルゴリズムで不利にはならない

- ③ →尺が長いリールの場合、短いものに比べて最後まで試聴する人が少ないため、試聴時間の割合を重視するアルゴリズム的に不利では？という噂があるが、事実ではない。試聴時間の割合だけでなく、リールが試聴された時間(秒数)も大切な指標としてコンテンツのランキングを決定しているため。

ex.)全体の尺が60秒の動画と10秒の動画があるとして、フォロワーがどちらも10秒ずつ試聴したとする。割合だけ見ると最後まで試聴した後者のリールが有利に思えるが、試聴時間は同じ10秒。60秒のリールがアルゴリズムで不利になるというわけではない。



## リール動画の重要性と伸ばすポイント(2025/2/26)

### <拡散の仕組み>

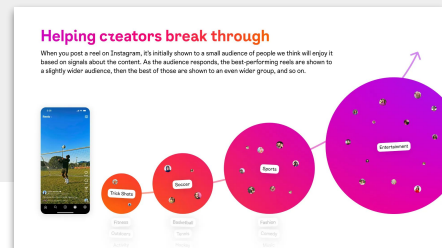
フォロワー以外に対してはまず、動画を気に入られるごく少数の人におすすめとしてリール動画が表示される。この最初のオーディエンスがリール動画に反応すると、特にパフォーマンスの高いリール動画がもう少し広いオーディエンスに表示され、その後も特にパフォーマンスの高いリール動画がさらに広いオーディエンスに表示されていく。クリエイターのフォロワー数だけでなくエンゲージメントにも基づいてコンテンツを配信。

### <エンゲージメント行動の変化>

- ・リール動画とおすすめが増加  
→2024年第4四半期には、Instagramにおけるグローバルでの動画視聴時間が前年比で2桁パーセント増。  
→InstagramとFacebookでは、リール動画が1日に45億回以上も再シェアされている。
- ・クリエイターの成長を加速  
→魅力的なリール動画をコンスタントに公開し、おすすめに関するガイドラインを守ること、成長の可能性が高まる。  
→リール動画が大きな反響を獲得しながらオーディエンスを拡大していき、バイラル化する可能性が高くなっている。

### <ポイント>

- ・コンスタントな投稿
- ・フォロワー外がみても理解できるよう完結型の動画にする(冒頭秒が重要)
- ・音声を加える(写真やカラーセル使用時も含む)



<https://creators.instagram.com/blog/helping-creators-of-all-sizes-break-through>

# TikTokについて





## TikTok、生成AI機能を使ったアップデートを追加。(現状はスマホ一部のアカウント) (2025/01/07)

### 背景

TikTokは、ユーザーの興味関心の変化を素早く捉え、UIの改善を続けており、アプリ内ショッピングの効率化など、あらゆる面でユーザー中心のプラットフォームを構築してきました。今回、TikTokはユーザーのニーズに寄り添った、実用的なAI機能を次々と導入している。

### ポイント

- ・「AI グループショット」  
→ユーザーが自分や友人の画像をテンプレートに追加し、手軽にユニークな画像を作成
- ・「AI Self」  
→個人で撮ったセルフイーをAI生成機能と掛け合わせることで、ユニークな写真を作り出せる
- ・「AI Meme」  
→ユーザーの画像をトレンドのミームに変換

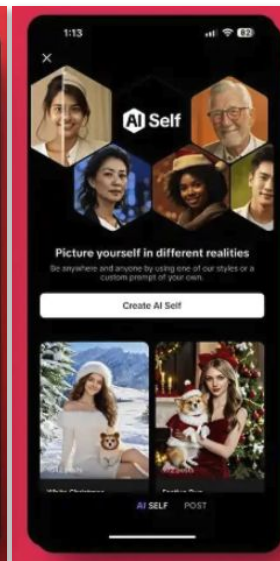
### 想定される影響

現在、動画のキャプションをAIが提案してくれるという、ユーザーのコンテンツ制作を支援するツールも開発中となっており、今後生成AIを活用したツールが増加し、一般ユーザーやがよりクオリティの高い動画を簡単に投稿することができるようになると予想。企業アカウントにおいてもインハウスでの制作コストが減る可能性も。

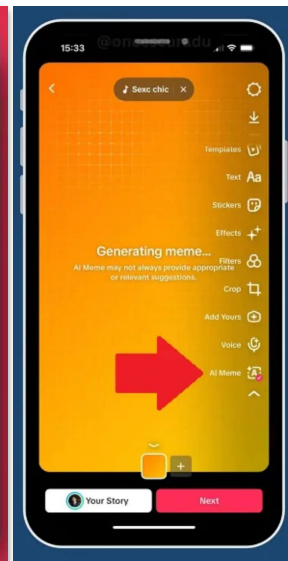
### 「AI グループショット」



### 「AI Self」



### 「AI Meme」



<https://find-model.jp/insta-lab/news-tiktok-new-features-generativeai/>



メディキュットがフルファネル戦略でTikTok売れ。  
指名検索数も50%増加してキャンペーンで成果を上げる。  
(2024/12/23)

## 背景

着圧ソックスのブランド「メディキュット」は認知の質のアップデート「若年層リーチ」「使用シーンの提案」を課題として持っており、TikTokを使ったキャンペーンで大きな成果を上げる。  
結果として、ECサイトでの検索ボリュームが50%アップし、売り上げはオンラインのみならず店頭でもアップ。

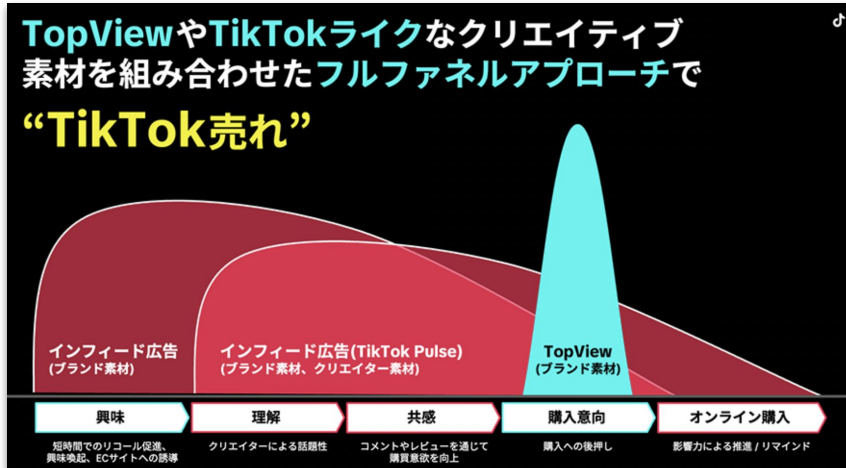
## ポイント

適切なタイミングで複数の広告動画を投下することで、認知獲得と売り上げの両方を追うプラン。下記3つの広告を活用し、適切なタイミングで適切な内容の広告が当たる様に設計。

- ・「TopView」(TikTokを開いた時に最初に表示される広告)  
→セールを訴求する広告
- ・「インフィード広告」(コンテンツの合間に配信される広告)
- ・「TikTok Pulse」(上位4%の人気コンテンツの直後に表示される広告)  
→認知獲得や使用シーンを伝える広告

## 想定される影響

「TikTok Pulse」はまだ新しいプロダクトではあるが、今後広告の表示タイミングをより限定できるようになると考えると、コンテンツ内容をよりターゲットや目的にフォーカスした内容にすることで効果を最大化できる様になると推察する。今後は「TikTok=認知獲得」ではなくフルファネル戦略による認知獲得と売上向上を両立する企業が増加する可能性も。



<https://ads.tiktok.com/business/ja/blog/mediqcto-casestudy-nikkeixtrend>

## プロフィールのアイコンに一言コメントを追加できるようにアップデート (2024年12月ごろ～)

### ポイント

プロフィールのアイコン付近に、吹き出しの形で自由にコメントを記入できるようにアップデート。

### 想定される影響

#### ・ポジティブな影響

→投稿直後の告知「○○の動画見てね！」やおすすめ商品などプロフィールの画面で訴求が可能となる。

#### ・注意点

→最大60文字まで。(トップで見れるのは22文字までとなり、ストーリー画面で全文が見えるようになります。)

→コメント変更時にストーリー投稿をする必要がある。





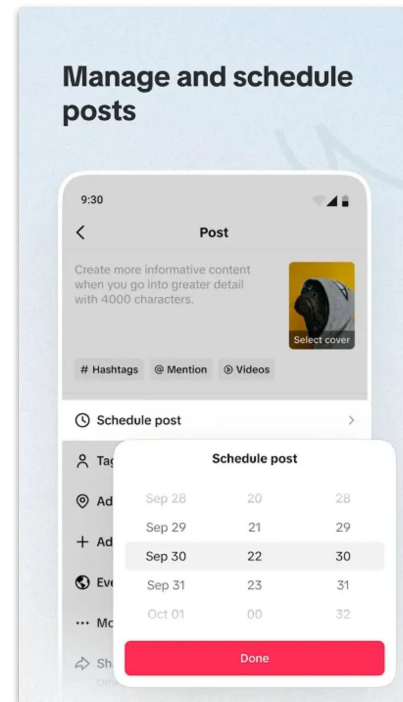
## TikTok Studioアプリに投稿予約機能を追加 (現状海外のみ) (2025/1)

**背景** TikTokが提供している、クリエイター向けコンテンツ管理アプリ「TikTok Studio」に投稿予約機能を追加。

**ポイント** 従来はウェブ版でのみ、予約投稿が可能だったがスマホアプリからの予約投稿が可能になる。

**想定される影響**

- ・**ポジティブな影響**  
→ウェブ版には1アカウントしかログインできず、毎回切り替える必要があったが、複数アカウントにログインできるスマホ版から予約投稿ができるようになる。
- ・**注意点**  
→現時点(1/21)ではまだ新機能を確認できていない。(複数デバイス、アカウントで確認済み) そのため、今後のアップデートで日本版アプリに追加されると予想。



<https://find-model.jp/insta-lab/news-tiktokstudio-post-scheduling-function/>



## “TikTok実質禁止”の措置 75日間猶予を命じる大統領令に署名 (2025/1/28時点の情報)

### 背景

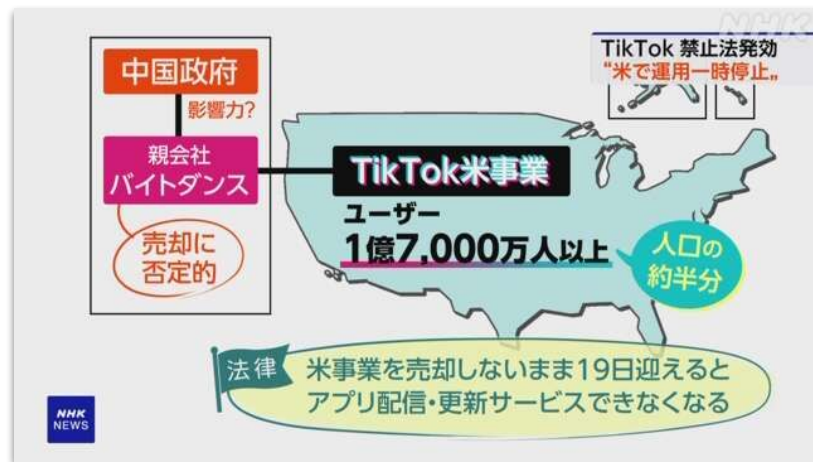
新法(TikTok禁止法)は国家安全保障上の懸念に対処するのが目的で、ティックトックの運営会社・中国バイトダンスが米国事業を売却しない場合、米国内でのアプリ配信や更新を禁じるもの。19日に施行済み。

### ポイント

- ・TikTok禁止法が施行された後、トランプ氏は大統領令を通じ、司法長官(20日から75日間、法律を執行しないよう指示した。
- ・結果、18日午後にはアメリカ国内でTikTok関係のアプリが利用できなくなった。現在(1/21)はTikTok公式アプリのみ復旧している。
- ・TikTokアメリカ事業では1億7000万人以上のユーザーが存在しており、その全員がTikTokが使用不可となる。
- ・25日に、トランプ氏は「30日以内に方針を決定する」とのこと。

### 想定される影響

- ・アメリカ以外の国でもTikTok禁止される可能性がある。
- ・Instagram Reels やYouTube Shortsなど別のプラットフォームにクリエイターが移動し、MAUが変動する可能性がある。
- ・TikTokとは別のショート動画アプリが開発され、浸透する可能性がある。



[https://www3.nhk.or.jp/news/html/20250121/k1001469874\\_1000.html](https://www3.nhk.or.jp/news/html/20250121/k1001469874_1000.html)



## ショートドラマによるブランド認知拡大や売上前年比170%達成など、 ショートドラマによる成功事例が多数公開 (2025/02)

### UQ WIMAX (記事は[こちら](#))

・クリエイタータイアップ型のショートドラマアカウントを開設し20代の名称認知率を3.6%向上させることに成功。ファンがクリエイターを応援するTikTokの文化を生かしつつ、6秒視聴率を高める構成にて認知向上へ。

### 株式会社ウテナ マトメージュ 前髪グルー (記事は[こちら](#))

・クリエイターを活用し、ショートドラマにより商品売上が前年比70%達成。「前髪命」なZ世代女性をターゲットとし、若年層に共感を生みやすいTikTok × ショートドラマで成果創出。

### 2024年に比べショートドラマの需要がさらに高まると予想

- ・「2024年TikTokトレンド大賞」でショートドラマが選出
  - ・TikTokの公式ニュースでショートドラマ関連の記事が増加
  - ・アルゴリズムが長尺優遇に
- などの理由から、TikTok自体がショートドラマを推進しようとしていると推察。



UQ WIMAX 公式



マトメージュ 前髪グルー

## TikTok広告マネージャーのコメント管理機能/ コメントブロック機能について (2025/02/25)

ポイント

- ・広告についてのコメントを「肯定的なもの」「否定的なもの」「その他」に分類して一覧化できる
- ・各コメントへの返信数、いいね数を可視化できる
- ・コメントブロック機能により、特定のキーワードを含むコメントを自動的に非表示にすることができる（ネガティブなコメントや時事的に不謹慎なワードなど）

想定される影響

- ・広告についてのコメントを間引くことができ、ネガティブコメントによる悪影響を避けることが可能



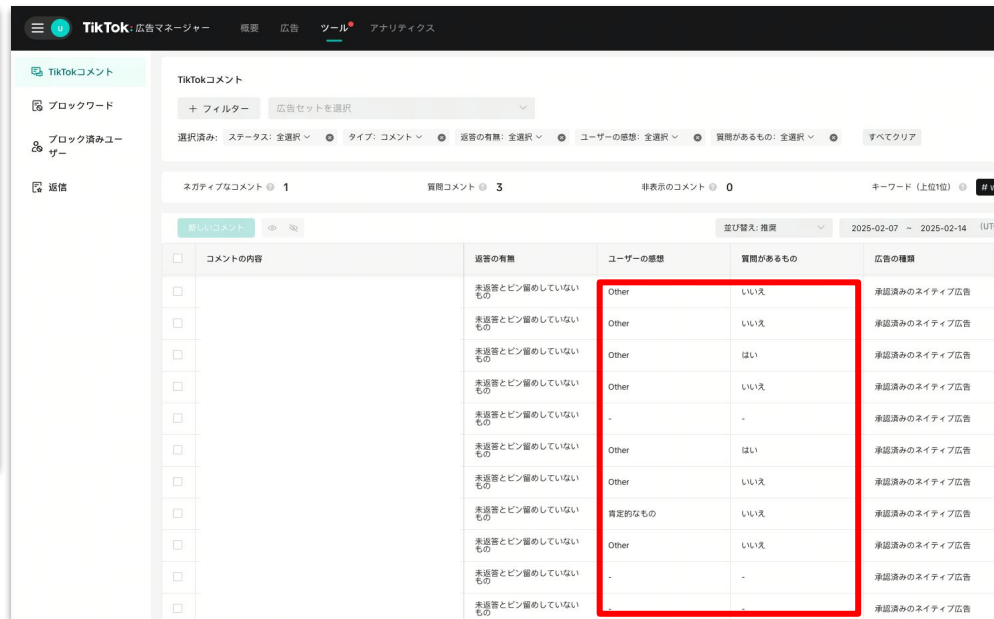


## コメント管理機能 | 確認方法

※セキュリティの都合上、コメント内容を非表示にしております。



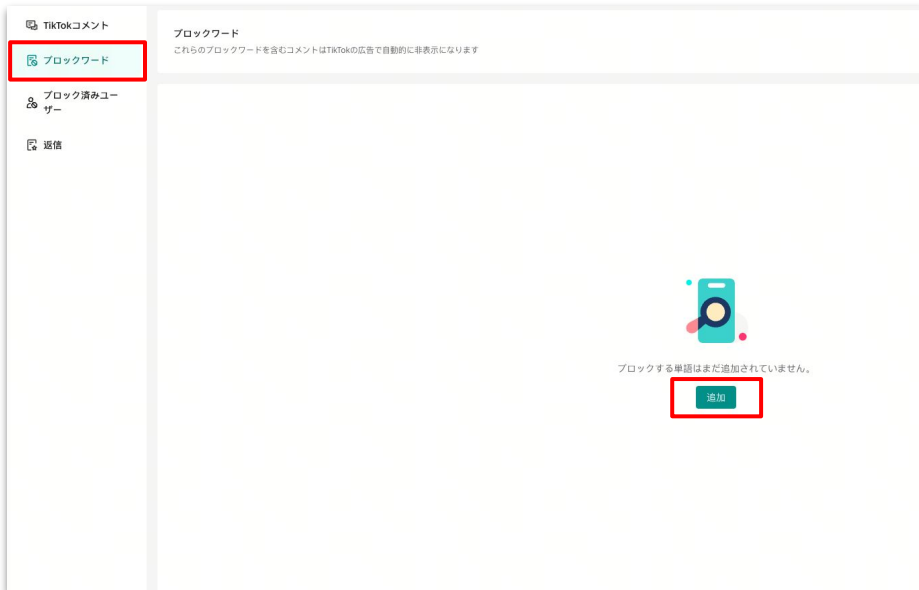
「広告管理画面」>「ツール」>「コメント管理」



コメント管理画面に遷移。

- ・質問の有無やポジネガなどコメントの内容でフィルター
  - ・期間を設定してダウンロード
- など、広告のコメントに関するデータを確認できる。

## コメントブロック機能 | 設定方法



「コメント管理画面」>「ブロックワード」>「追加」



ブロックしたいワードを設定



## TikTok広告マネージャーにて、都道府県だけでなく都市(〇〇市)などのターゲティングが可能に。(2025/3)

### 背景

元々、TikTok広告マネージャーからの広告配信では、ロケーションの設定を都道府県単位でのみ設定可能だったが、**市区町村までの細かいロケーション設定が可能に。**

### ポイント

- ・地元向けのTikTokアカウント(県や都市公式など)や特定のキャンペーンでの広告配信にて、一部の地域に限定してターゲティングを設定することができる。
- ・都市ごとに広告設定を行うことで、都市別で広告配信の数値を所得することができる。

### 想定される影響

- ①**地域密着型のローカルビジネスが強化**  
↳TikTokを活用して、近隣の潜在顧客に直接アプローチが可能に。
- ②**広告の効果向上とコスト効率の最適化**  
↳細かい地域ターゲティングにより、広告が本当に届くべきユーザーに絞ることができるため、ROIの向上が考えられる。

### ▼デモグラフィック

#### ロケーション ?

すべて解除

日本

札幌市, 北海道 × 日立市, 茨城県 × 板橋区, 東京都 ×

白馬村, 長野県 × 栄町, 千葉県 ×

🔍 市 ✕

#### Search results

野々市市, 石川県, 日本	town
関市, 岐阜県, 日本	city
呉市, 広島県, 日本	city
戸田市, 埼玉県, 日本	city
箕面市, 大阪府, 日本	city
下関市, 山口県, 日本	city

▲TikTok広告マネージャー 広告管理画面

## TikTok、10代のデジタル利用健全化へ新対策 保護者向け機能も強化 (2025/3/12)

### 背景

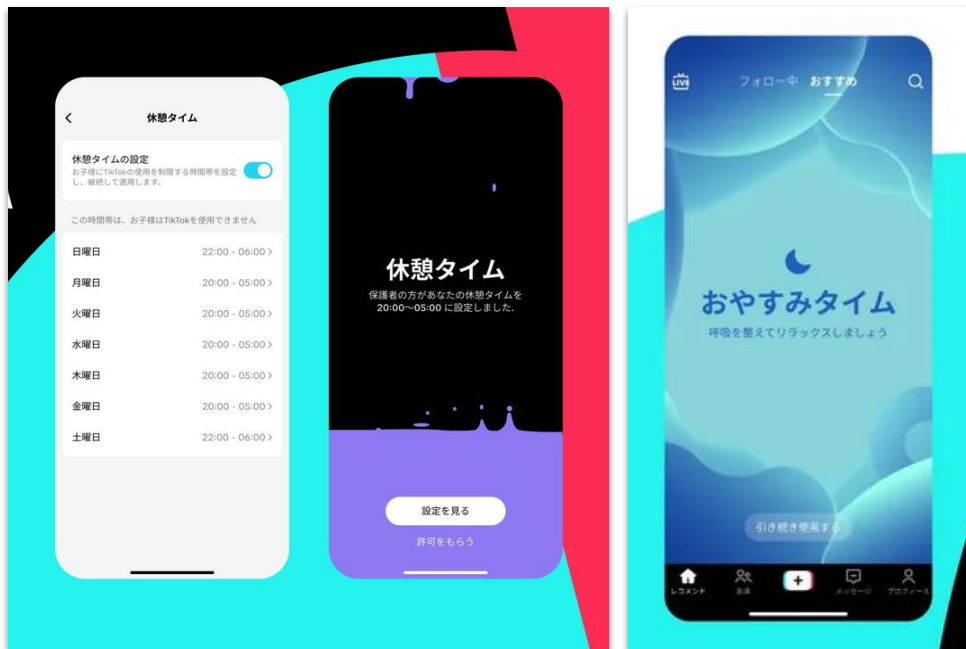
10代ユーザーの健全なデジタル習慣の育成を支援し、保護者によるアカウント管理機能を強化する複数の新機能と取り組みを発表。

### ポイント

- ①休憩タイムの設定 / 利用時間スケジューリング  
↳保護者が指定した時間帯に10代ユーザーの利用制限が可能に。
- ②夜間の利用制限  
↳10代ユーザーが夜間にスクリーンから離れることを促す機能。

### 想定される影響

- ・10代の視聴時間が減る可能性があるため、TikTok利用者の平均年齢が上がる。
- ・10代の深夜視聴時間が減る可能性があるため、10代向けコンテンツでは投稿時間と広告配信時間の調整が必要となる。



<https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-new-family-pairing>



## TikTokの利用者層が全世代に拡大。 若年層だけでなく、4,50代も利用する時代に変化。

### 背景

一般的に「TikTok=若年層向けサービス」というイメージが定着しているが、実際の利用者は20代～50代まで全世代に拡大している。

### ポイント

#### コンテンツの多様化

・コンテンツの多様化によって、全世代に刺さるコンテンツが配信されることで利用者層が拡大している。

#### ▼以下年代別人気ジャンル例

20代:ファッション      30代:便利製品紹介  
40代:レストラン・グルメ紹介      50代:ハウツー系動画

### 想定される影響

#### ①広告コンテンツの多様化

↳若年層へのリーチだけでなく、3,40代に向けた広告コンテンツなど、広告クリエイティブにおいても多様化が進む可能性がある。

#### ②アルゴリズムの変更

↳TikTokのアルゴリズムが世代ごとの嗜好をより細かく反映するように変更される可能性がある。



▲ByteDance社より(TikTok運用会社)