

■各種SNSの特徴について

※出典：NTTドコモ モバイル社会研究所
「データで読み解くモバイル利用トレンド2020-2021：モバイル社会白書」
<https://www.moba-ken.jp/whitepaper/wp20/pdf/wp20-21.pdf>

| | Facebook | Instagram | Twitter | LINE |
|------------|---|--|--|--|
| サービス名 |  |  |  |  |
| ユーザー数 | 2,600 万人 | 3,300 万人 | 4,500 万人 | 8,600 万人 |
| 主なユーザー層 | 30~40代男女 10代が極端に少なく、 やや男性が多め | 10~30代女性 若年層が多い | 10~30代男女 | 10~50代男女 |
| 投稿形式 | テキスト(リンク) テキスト+画像 テキスト+動画 | 写真・動画 テキストは1~3行 | テキスト(リンク) テキスト+画像 テキスト+動画 ※最大140文字 | メッセージ タイムライン |
| 特徴 | <ul style="list-style-type: none"> ・実名登録を原則としているため信頼関係を感じるビジネス向けに最適 ・ユーザーは知人の状況を知るのに活用することが多い | <ul style="list-style-type: none"> ・トレンドに敏感な層へのアプローチとブランディングの浸透に最適 ・流行に敏感な女性ターゲットに最適 | <ul style="list-style-type: none"> ・情報検索を目的とした利用者が多く、拡散しやすい特徴(二次拡散が期待できる)がある ・世の中の話題やニュース探し・暇つぶし時間などで利用されるケースが多い | <ul style="list-style-type: none"> ・メルマガのような手段で活用できる。友達追加が必要で不特定多数へのリーチはできない ・コミュニケーションツールとして利用される |
| こんな場合にオススメ | ビジネス向けの投稿にオススメ | 写真や動画などの視覚的に魅力的なコンテンツを発信できる場合にオススメ | 頻度高く投稿できる場合にオススメ | すでにファンや会員などがいる場合にオススメ |

■自社SNS運用について(メモ欄)

| | |
|----------|--|
| ターゲット層 | |
| 投稿頻度 | |
| 想定する投稿内容 | |
| その他 | |