

## 風向計

# 24時間限定SNS 「リアルな今」伝える

読者の方々で、友達のなかで1人だけガラケーだったり、LINEなどSNS(交流サイト)を全くやってなかったりする人はどのくらいいらっしゃるだろうか？

SNSインフラがどこまで必要かは、世代や個人の問題で一概には語れない。しかし、SNS格差は確実にコミュニケーションギャップを生む時代になった。「標準的なコミュ力」(この定義も議論を呼ぶところだが)には複数のアプリが欠かせなくなっている。

現実に、SNSの使い方をみると30歳を境に世代間格差を感じる。20代以下で圧倒的な定番は写真

共有アプリの「インスタグラム」。私的な記憶よりも「記録」を重視したアプリで、自分の世界観を表現するだけでなく人に見られ評価される場として広がった。

昨年追加された新機能で日常的に使われているのが「インスタストーリー」だ。投稿・共有したあと「24時間で消える」という、インスタグラム版スナップチャットともいえる機能である。

撮った画像や動画はただ載せるのではなく、1~3秒で「ちょい加工」もする。「渋谷上陸」「With○○」「今日のランチ」……。こんなコメントを入れたり、スタンプを



インスタグラムは20代以下の定番SNS

つけたりして「リアルな今」を伝えようとする。

「記録」と「消える」は相反するようにも映るが、24時間で消えることから「リアル」で日常的な、かざらない自分を配信できることが受けているようだ。

常に新しいツールを使いこなして

きたSNSリテラシーの高いデジタル世代は、旧世代とは比較にならないほど「今とリアル」を重視する。

ツイッターが「今」を投稿する場だとすれば、インスタグラムは「リアル」に重きを置く人たちに受けているようにも見える。

若者をターゲットにした企業であれば、「24時間という限定」という気軽さを訴えかけ、より生活にフィットする形で広告やイベントなどに活用することは効果的だろう。

インスタストーリーからは若い世代の消費行動や情報発信感覚の意外な側面をうかがうことができる。

(ブームプランニング社長)

中村 泰子