

01 ネット時代の
成功例に学べ!

現実かAI生成画像か
話題を呼んだインスタ投稿

▶ フライドチキンチェーンA社がイギリスでピクルスを使った特別メニューの提供を始めた。チキンのフィレとピクルスなどを挟んだバーガーや、味付けしたピクルスのスライス揚げたフリックルズの他に、ピクルス風味のコーラという驚きのドリンクも登場した。

PRもピクルス推しを徹底。InstagramのA社のアカウントでは、ピクルスが入ったダウンジャケットを来た人物の画像が投稿された。外側が透明で中にスライスされたピクルスと汁が詰まっている。胸元にはチューブが通っていて、ピクルスの漬け汁を直接吸い上げられる。これでいつでもどこでもピクルスを味わえる。奇抜なジャケットはAIの生成画像ではないかと話題になった。このジャケットはAIの生成画像をヒントにしたが、実際につくられたものの。抽選で1名にプレゼントされた。

02 繁栄企業の
成功要因を探る

デジタル音楽配信が主流の今
レコードに沼るカフェ

▶ 音楽をデジタル配信で聴くことが主流になり、スマホでいつでもどこでも手軽に聴ける今、若い世代を中心にアナログのレコードで音楽を聞くことが新鮮な経験として受け入れられている。

東京の渋谷と下北沢ではレコードカフェが人気だ。各テーブルにレコードプレーヤーが設置され、来店客は店内にあるレコードを選び、針を置いてヘッドホンで聴く。レコードは洋楽・邦楽・K-POPの新作から名盤まで約300枚が揃っている。レコードに初めて触れる人でも簡単なレクチャーがあるから安心だ。90分の時間制でテーブルチャージと1ドリンク以上の注文で利用できる。チャージ料は平日1,200円、土日祝1,500円(税抜)で、LINE登録すると200円引きになる。休日には満席になるほどの盛況だ。



Check! 要チェック! 進化するプロモーション手法に
必要な基礎知識

▶ XとInstagramだけではない
Z世代を中心に人気のSNS《前編》

日常的に利用されているSNS。X(旧Twitter)やInstagramの他に、新しいSNSが登場してZ世代を中心に人気で、プロモーションにも活用されている。そのSNSの機能と特徴、マーケティングでの活用方法を考える。

Threads【スレッズ】

Instagramを運営するMeta社によるテキスト中心のSNS。最大500文字の投稿と画像・動画の添付が可能で、返信やリポスト機能により会話が広がりやすい。アルゴリズムによるおすすめ表示も強く、フォロー外の投稿にも触れる機会が多い。Instagramのアカウントをベースに構築され、実名の利用者が多く、比較的穏やかなコミュニティが形成されやすいとされている。

BeReal【ビーリアル】

“映え”のないありのままの日常を画像で共有するSNS。1日1回ランダムなタイミングで通知が届き、2分以内にスマホの外カメラと内カメラで同時に撮影して投稿する。投稿しないと友人の投稿が見られない。フィルターや編集機能がほとんどなく、自分の姿とその場の風景の無加工画像を共有することで自然体の交流を促している。

Snapchat【スナップチャット】

画像・動画共有型SNSで、送信した写真や動画が閲覧後に自動で消える機能が特徴的。記録が残らないため、ユーザーはプライベートでカジュアルなコミュニケーションができる。また、ARフィルターやレンズ機能が充実していて、加工した写真や動画を特定の友人に送ることができる。ストーリー機能で24時間限定の投稿も可能だ。

Whoo【フー】

友人同士でリアルタイムの位置情報を地図上で共有するSNS。友人の現在地、滞在時間、バッテリー残量などを地図上で確認できる。待ち合わせや、近くにいる友人を見つけて合流する際に活用されている。コメント機能や簡単なリアクションもできて、位置情報をきっかけとしたコミュニケーションが生まれやすい。

それぞれのSNSは、発信、リアルな記録、気軽な交流、位置共有といった異なる目的に特化し、ユーザーは利用スタイルやニーズに応じて使い分けている。

これらのSNSがプロモーションにも使われ始めている。

次号へ続く

(各SNSの特徴と機能は2026年4月現在のもの)