

新刊書籍のご案内 ※10 月 30 日(ハロウィン前日)発売

インスタ映え、ハロウィン、パンケーキ…それらの流行の背景とは！？

『シェアしたがる心理～SNS の情報環境を読み解く 7 つの視点～』

株式会社宣伝会議(本社:東京都港区 代表取締役社長:東彦弥)は、新刊書籍『シェアしたがる心理～SNS の情報環境を読み解く 7 つの視点～』を 2017 年 10 月 30 日より、全国書店、ネット書店にて順次発売いたします。すべての人が、何かをシェアし、誰かのシェアに触れている——そんなシェアがトレンドを生み出す SNS 時代のいまとこれからを気鋭の若手メディアリサーチャーが徹底解説。注目の高まるインスタグラムやスナップチャット、スノーといった若年層が使いこなすアプリやそこでのビジュアルコミュニケーションの分析、規模が拡大するハロウィンをはじめとした SNS 映え(インスタ映え)のマーケットについて、詳細データとともに解説しています。ぜひ貴メディアにてご紹介いただけますと幸いです。



◆本書の構成・目次

はじめに 本書の構成、そして「7 つの視点」について

第 1 章 スマホの普及とビジュアルコミュニケーション時代の到来

第 2 章 ビジュアルコミュニケーションを牽引する代表的なスマホアプリ

第 3 章 新しいトレンドとしての「消える」「盛る」「ライブ」

第 4 章 情報との出会いは「ググる」から「タグる」へ

第 5 章 シェアしたがる心理と情報拡散の構造

第 6 章 SNS を活用したケーススタディ(キャンペーン事例の分析)

第 7 章 結論に代えて: SNS のこれまでとこれから

あとがき

◆登場する「7つの視点」(注目キーワード)

視点1 SNS のビジュアルコミュニケーションシフト

視点2 体験のシェアと SNS 映えの重視

視点3 なぜいま「消える」動画が求められるのか?

視点4 動画フィルターに至るまでの日本の「盛り」文化をひもとく

視点5 ライブ動画の SNS シフトに注目

視点6 「ググる」から「タグる」へと拡張する情報行動

視点7 シェアしたがる心理とそれが生み出す「シミュラクル」

◆献本希望、著者への取材、講演依頼、書籍のプレゼントキャンペーンなどのご相談も承っております。

天野 彬[著]

2017 年 10 月 30 日より順次発売 定価: 本体 1,800 円(+税)

四六判/384 ページ/ISBN 978-488335-411-5

著者プロフィール:

天野 彬 あまの・あきら 株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ 副主任研究員

1986 年生まれ。東京都出身。一橋大学社会学部卒業、東京大学大学院学際情報学府修士課程修了。2012 年電通入社後、マーケティング部門、新規事業開発部門を経て、2014 年より現職。スマートフォンユーザーリサーチを中心に現在のメディア環境やオーディエンスインサイトを分析している。

共著に『二十年先の未来はいま作られている』(2012 年、日本経済新聞出版社)。

『情報メディア白書 2016/2017』(2016/2017 年、ダイヤモンド社)。

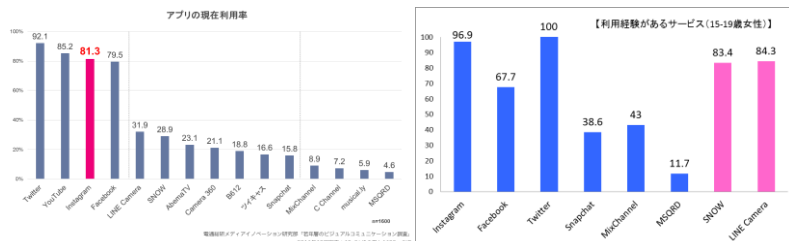
宣伝会議、日本マーケティング協会、全日本広告連盟主催のセミナーなど講演経験も多数。



本書籍では豊富なデータと深い考察で、 ハロウィンを代表とした SNS 周り・若者のトレンドを徹底分析!

① 「SNS 映え」関連アプリの利用率はインスタグラムが急成長。10 代女子にはスノーも大人気!

アプリ利用率は、急成長のインスタグラムがついにフェイスブックを抜く形に。また「動画フィルター」「マスク」機能を持ち「盛る」文化を主導する加工アプリのスノー・ラインカメラは 10 代女子の間では全体平均の 2 倍以上で上回る利用率を誇った。



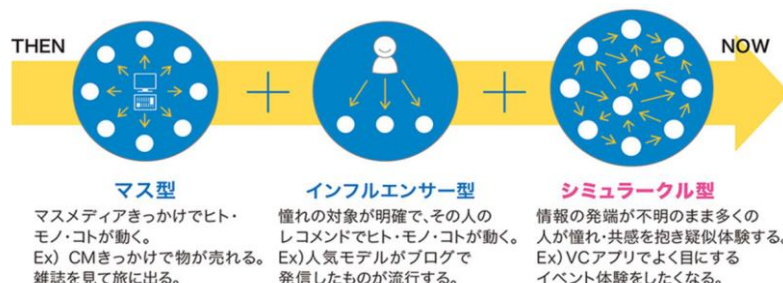
② 10 代女子内での、「盛る」文化の定着! なんと加工アプリを 10 個以上持つユーザーも!

画像加工がうまいことは若年層において誇るべきステータスになっているという指摘もあるほど、ビジュアルコミュニケーションは、「撮影」「シェア」「保存」に加えて実は「加工」自体の比重がとて大きいことを裏付けるデータとなっている。



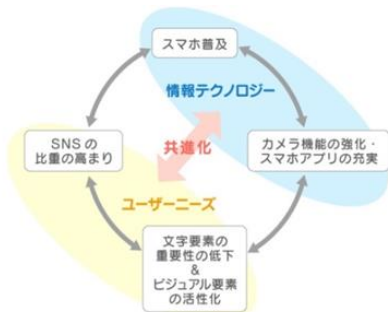
③ SNS 映え重視の現代に登場した、新しい情報の伝わり方「シミュラークル型」とは!?

現代のビジュアルコミュニケーション環境下では情報の伝わり方には3種類あり、新たに生まれたシミュラークル型は、SNS 上でよく見られる「オリジナルのないあるある」に基づいた情報のシェアや購買行動を示している。SNS 映えを重視した行動もこういった情報の伝わり方から生まれている。



④ ハロウィンの流行は若者の「盛り(=ビジュアル)文化」と「祭り(=ソーシャル)文化」が要因!?

ハロウィンの真髄とは、変身願望という「盛り」=ビジュアルの部分と、みんなで楽しみたいという「祭り」=ソーシャルの部分—その二つのニーズが一番良い具合にミックスされたことにある。いわば、情報テクノロジーとユーザーニーズとの共進化がもたらした、きわめて現代らしいイベントなのだ。



1-1
ハロウィンはなぜ流行したのか?
——スマホの普及が変えた文化のかたち

「若者・SNS」関連のナレッジを豊富に蓄積しております。 献本希望、著者への取材のご相談はこちら▼

担当者連絡先

株式会社宣伝会議 担当：松本 TEL：03-3475-3010

〒107-8550 東京都港区南青山 3-11-13 <http://www.sendenkaigi.com>