

## マーケティングの出番ですか？

第87回 オルタナティブ・ソーシャル  
メディア (SM) の可能性

武道誠芳 (株) テンプロクシー 代表取締役

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

今回は、「ソーシャルメディア (SM) の未来」第二弾として、オルタナティブ (代替、対極) の視点による新しいSMの可能性を考察してみたいと思います。

## ●メジャーSMに相対するオルタナティブSMとは？

フェイスブック、インスタグラム、LINE、ツイッターは、今日、一般の人々だけでなくマスメディアやジャーナリストも広く活用する情報発信、共有、コミュニケーションのメジャーなメディアになっています。このメディアは、情報発信の即時性、容易性、ネットワーク効果による拡散性等の特徴を利して、この10余年で先進諸国のみならずグローバルに普及しました。

もっとも、これらの特徴はメリットばかりでなく諸刃の剣としてフェイクニュース、炎上、情報漏洩、利用の中毒性、マイクロターゲティング等の弊害ももたらしており、そのあり方が再考を必要とする段階にきているのはご存じの通りです。



ここで、メジャーSMに相対するオルタナティブSMの特徴、またSMに期待される共通の要素を定義してみます。

表1 各SMの特徴

項目	メジャーSM	オルタナティブSM
即時性	早い(ファスト)	遅い(スロー)
わかりやすさ	わかりやすい	わかりづらい
内容	広く、浅く、軽い	狭く、深く、濃い
信ぴょう性	不確か	正確
拡散性	加速	じわじわ
利用場面	隙間時間、休息期	充実時間、活動期
利用者	不特定多数、匿名性	限定的、実名性
時制	現在	過去、未来
収益モデル	広告収入	課金制、スポンサー

表2 SMの共通要素

項目	共通要素
通信手段	インターネット
ネットワーク	双方向、エコシステム
コンテンツ形式	テキスト、画像、音声、動画
発信・保存・記録	ライブ、ログ、アーカイブ
情報発信動機	共有、共感、承認欲求

全ての項目は網羅できていませんが、論理的には、表1×表2の組合せだけオルタナティブSMの可能性があります。

## ●「サラリーマン川柳」に見るオルタナティブSM事例



サラリーマン川柳は、1987年に第一生命の社内コンクールとして始まり、2020年の34回大会で累計応募数が130万句を超える国民的川柳コンクールです。昨年の34回は、62,542句

が応募され、サラ川ファン101,149人の投票によってベスト10が決まりました。(画像<https://event.dai-ichi-life.co.jp/company/senryu/> より引用)

サラリーマン川柳をソーシャルメディアと位置付けることには異論もあると思いますが、川柳は、ユーモアと風刺のセンスで意見や気持ちを表現する方法として、日本に古くからある対話手法であり、インターネットで間口が広がったことで新たなファン層を獲得し利用されているSMです。因みに2013年頃よりスマホアプリもリリースされ、過去のベスト10やテーマ別に優秀作品を見ることができます。

サラリーマン川柳のオルタナティブSMとしての特徴は、即時性が問われない事柄をユーモアと風刺のセンスで切り取り、実感・共感できるコンテンツのコミュニティを形成している点で、スポンサーの第一生命は、川柳に映る時代の世相、人間模様のデータ収集、およびブランド力の向上を目的に開催しているものと思われます。

オルタナティブSMは、メジャーSMが諸刃の剣として抱える諸問題を解消する代替案として期待されます。その意味でサラリーマン川柳は、見事にメジャーSMの諸問題をクリアしています。長年培われた表現手法の川柳には、嘘が混じったり、誹謗中傷が渦巻いたり、発言者の個人が貶められたり、そればかりが気になるということを防ぐ知恵があるのかもしれませんが、川柳は、日本独自の文芸として海外でも評価されている様です。

## ●メジャーSMの細分化

メジャーSMと一括りにしていますが、国内外での利用者数、年齢性別は相違しています。

ほぼ同様の機能を持つFacebookとLinkedInですが、以下の年齢別ユーザー数 (国内) の調査結果 (作成元: ガイアックス) に見られる様に利用年代は大きく異なります。プラットフォームと言われるソーシャルメディアですが、利用者層や主な利用用途、機能において細分化しつつあり、この傾向は今後も続くことが予想されます。

Facebookの年齢別ユーザー数 男女別 (国内)



LinkedInの年齢別ユーザー数 男女別 (国内)



## ●オルタナティブSMのサービスモデル

最後に、メジャーSMの弊害を防ぎ、川柳の様に洗練され、知恵が盛り込まれた、文化的、文明的コンテンツが行き交うオルタナティブSMを空想してみます。

### 利用層：50~70才（ヤングシニア~シニア世代）

- ・名もなき（ノンエリート）社会人
- ・自身の経験を社会に活かしたい人
- ・人生を振り返り、これからの糧にしたい人
- ・自分を再発見したい人
- ・若者のメンター（師匠）になりたい人
- ・失われた30年を語りつぎたい人

### 価値提案：社会的個人の記録

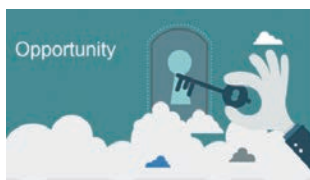
- ・苦歴、苦い教訓
- ・自尊心を高める武勲、自慢話
- ・偶然、幸運／不運のお話
- ・自身の温故知新、レガシー
- ・信頼性の高い情報、知識、知見の発信、共有、蓄積
- ・スローコンテンツ（じっくり発信、味わって消費）

### 運営形式：参加方法、コンテンツの権利

- ・招待制（1人につき2名まで）
- ・招待者による参加者アバターの作成（実名でも匿名でもなく、かつ信用を担保する仕組み）
- ・招待者による参加者コンテンツのレビュー（コンテンツ共同責任制）
- ・著作権の共有

### マネタイズ：スポンサー、コンテンツパイヤー

- ・出版産業、放送産業、大学等教育産業
- ・参加メンバのマッチングサービス
- ・コンテンツ／情報／データの提供
- ・二次的著作物の発行



6人の知り合いを友達の友達として辿ると世界中の人々と間接的に繋がるという「六次の隔たり（Six Degrees of Separation）」概念が、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの発

想の下地の一つになっているとされています。

ソーシャルメディアの拡声効果、影響力は、このメディアの持つ利用者同士の距離感とこのネットワーク理論に負うところが大きいです。

ソーシャルメディアが成熟するまで、それを賢く使いこなすまで、現在は、まだ黎明期、あるいは成長初期の段階なのかもしれません。



武道 誠芳（マネジメントコンサルタント）

所属：(株) テンプロクシーにて、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、ロボットビジネスを展開

生年：1960年生まれ

出身：富山県出身

学歴：横浜市立大学商学部卒業

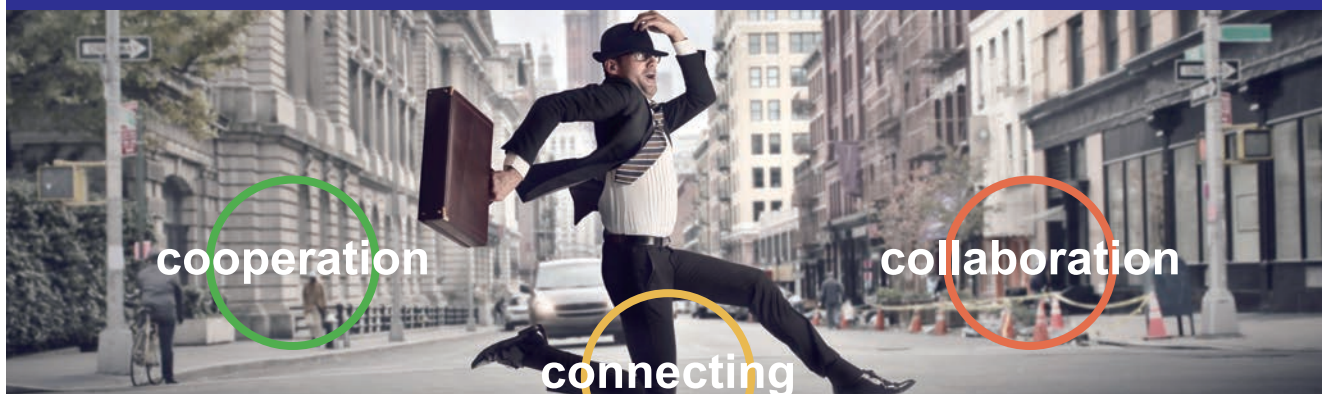
経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイバ

ン航空事業への参画後、1996年起業

問合せ先：s.budo@tenproxy.co.jp

独創的な新製品／サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

# mothership 4 marketers



mothership4marketersは、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ（Connecting）、共同（Cooperation）、協力（Collaboration）することで新製品／サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



mo4ma  
https://www.mo4ma.org/

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ピーク4F号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org  
ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿筆友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12109-03701