



流行りとメディア

班員 兒玉結衣 桧垣穂華 稲田優心 高橋昊汰 高橋優太
指導者 圖師崇人先生 九鬼勉様

研究の動機と目的

- 1.人はどういうものに惹かれるのか気になったから。
- 2.今の時代メディアがどれくらい力を持っているのか気になったから。

先行研究

流行りを知る場所

- 1位 SNS
- 2位 テレビ
- 3位 動画配信サイト



→現在ではマスメディアよりもSNSによって流行を知る人が多い。
また、SNSの普及によって流行が移り変わる速度が速くなった。

定義

有無、無形を問わず日常生活における行動様式等に大きな影響を与えるもの。

流行は

- 1 潜在期 2 初発期 3 急騰期
 - 4 停滞期 5 衰退期
- の5つに分けられる

研究方法

- 1.各メディアの特徴をChatGPTを使い調べる。
- 2.調べた特徴からどうしたら人の目を惹きつけられるか具体案を考える。

仮説

メディアを活用して流行りを生み出すには若者の目に多く留まるようにするのが大事だと考える。

・X(旧Twitter)

👉 10代20代の利用者が多いことから学生が帰ってくる時間帯に投稿する。

・Instagram

👉 ストーリー等のアンケート機能を使用
ショッピング機能でPCサイトへ誘導

・TikTok

👉 トレンドの音源を使用
フォロワーとコミュニケーションをとる

結果

・X(旧Twitter)

👉 **インフルエンサーコラボ**(有力なインフルエンサーと連携)
コミュニティ構築(共感するコミュニティを形成)

・Instagram

👉 **ハッシュタグ活用**(コンテンツをより多くのユーザーにアクセス可能にする)
ターゲット層を考慮(ターゲット層の特性に合わせたコンテンツを提供して、効果的なリーチを図る)

・TikTok

👉 **challengeやトレンドに参加**(トレンドに積極的に参加することで、注目を集める)
デュエット機能の活用(他のクリエイターの動画に回答することで、相互作用が生まれ、注目を集めやすくなる)

まとめ

それぞれの媒体がそれぞれの強みを利用しており、SNSに関しては似たような特徴が多かった。また、雑誌やフリーペーパーなどもオンラインクーポンや電子ブックなどの形をとるなど SNSやネットを活用している。それだけ SNS、ネットが力を持っているのだと考えた。

今後の展望

今回の研究ではSNSをメインに調べたので、今後雑誌やテレビ・CMなどのメディアのことももっと詳しく調べていきたい。

謝辞

担当の圖師崇人先生、アドバイザーの九鬼勉様、水永正憲様、株式会社エンの皆様、ご指導して下さった先生方へ深く感謝を申し上げます。

参考文献

鯉川莉帆『SNSと流行の関係について』
<https://open.shonan.bunkyo.ac.jp/hiyoshi/class/survey3/2019/3.pdf>