



## 「体育の日」を前にどこまで伸びる？じわじわと10代で広まる 「#体育祭メガホン」のポテンシャルに迫る！

～ 青空に映える、おそろいのオリジナルメガホンが象徴するティーン特有の心理と行動とは ～



インフルエンサーをはじめとするソーシャルオーソリティーマーケティングを展開する LIDDELL 株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:福田晃一、以下リデル)では、「インスタグラム上におけるトレンド定点観測」を行っております。インスタグラムは誰かの「体験」がコミュニケーションの原点となって共感が連鎖していきます。その始まりや拡がりの道行きを追うことで、次なるヒットの芽を予測できる可能性に着目し、今回は昨今、SNS 上でも存在感を強める 10 代のユーザーの間で話題のトレンドを紐解いてまいります。

**多感な 10 代にとってインスタグラムは“自己ブランディング”の場へ。「#体育祭メガホン」への感想はダイレクトに“なりたい自分像”を投影！**

9 月を過ぎ一気に季節も秋めいてきたこの頃、インスタグラム上で投稿数が目立ってきた「#体育祭メガホン」。1 年あまりをかけてじわじわと 10 代の間で広まり、現在では 1,800 件ほどの投稿がされており「体育の日」を前にその数は増え続けています。一見、ただの季節性アイテムのヒットと見受けられそうなこの現象ですが、10 代ならではの心理とインスタグラムの使い方に注目すると興味深いことがわかってきます。

これまで体育祭だからといって、必ずしもメガホンは必需品的扱いではありませんでした。

現在、「インスタグラムに投稿したいからつくる」という流れが 10 代の間で起きており、ここには 10



代特有の“自分がどう見られるか”といった、他人の目を強く意識する多感な世代特有のスタンスも影響しています。私たちの調査によると、高校生のエンゲージメント率は平均で14.7%とひととき高く、他の年代と比べて共感や憧れを抱く投稿へのリアクションが積極的であることがわかっています。SNSネイティブの10代にとって、インスタグラムは自己ブランディングを投影する場としても活用されており、「楽しそう!」、「かわいい!」という感想はそのまま“なりたい自分像”につながっているのです。そういう経過を経て「#体育祭メガホン」は自己ブランディング欲を刺激し、加速させるアイテムとなっているのです。

### “オリジナル・プチDIY・ローコスト”が3原則!さらにおそろいでチーム感を演出できるからこそ生まれたブーム

一見たわいのない「#体育祭メガホン」のどこに、10代の自己ブランディングに通じる要素があるのかを見ていきましょう。まず一つ目は、オリジナル性。メガホンが自分の個性を表すキャンバスとなり、簡単なデコレーションを通じて自らを表現できる自由さ、幅の広さが人を選ばず多くの10代が参加することを楽しめる理由となっています。そして二つ目は、写真映え。体育祭という学校生活においてとりわけメモリアルな体験を象徴する「#体育祭メガホン」は、いかにもヘルシーな原色系を基本に、カラフルなので実に写真映えします。また、アイディア次第でどんな方向にも触れる創意工夫のポテンシャルも無限です。本格的DIYのようにお金をかけることなく、100円ショップで材料を集めることもできるので、コストをかけずにオリジナルな一品をつくることができます。つまり、お小遣いの範囲で十分ステキなメガホンをつくることができ、「私にも真似できそう」という共感を呼ぶことにつながりました。また、体育祭といえばチーム戦です。ヘアセットやハチマキなどみんなとおそろいでデコラティブなオリジナルのメガホンを使用することで、連帯感の象徴ともなって10代の切り取られた一瞬を強烈に印象づけています。このことも共感が連鎖し、輪が広がる要因となっています。

これからシーズンを迎えてさらに人気が高まる見込みの「#体育祭メガホン」は、先輩によるリアルな情報＝過去作品が集約されており、10代は共感したものへのアクションが積極的で素早い行動の特性があることから「体育の日」を迎えどこまで投稿数が伸びるのか注目したいところです。

「体育祭」や「メガホン」といった限定的な例に限らず、こうした10代特有の心理や行動に着目することは、今後さまざまなシーンやアイテムの開発にも参考になります。企業がプロモーションやコンテンツを企画する際は、いかに“自己ブランディング”に可能な要素があるかといった点や「おそろいで楽しむ」世代特性を考慮することで、10代の共感を集めやすいと言えるでしょう。

天高く馬肥える秋、青空といかにも相性の良い「#体育祭メガホン」。こういった背景を感じながら投稿を眺め、“失った青春”の日に思いを馳せながら、ティーンだけのトレンドを考察するのも一興です。私たちはこれからも、体験の集積であるインスタグラムからユニークなトレンドを定点観測してマーケティングに有益な情報をお伝えしてまいります。



-----  
[インフルエンサーニュースデリバリー EMERALD POST (エメラルドポスト)]

URL : <https://emerald-post.com/>

[インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT(スピリット)]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[10代インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT TEENS(スピリット  
ティーンズ)]

URL : <https://spirit-teens.com/>

[インフルエンサーによるソーシャルメディアクリエイティブサービス PRST(プロスト)]

URL : <https://prst-sns.com/>

[共感型フォトジェニック・アート展「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム)」]

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : [https://www.instagram.com/vinyl\\_museum/](https://www.instagram.com/vinyl_museum/)

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「買う理由は雰囲気」が9割～最強のインフルエンサーマーケティング～」

著者名：福田 晃一 出版社名：株式会社あさ出版

定価：1,400円+税

ISBN-10: 4866670002 / ISBN-13: 978-4866670003

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4866670002>

[インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。IAJ 2017]

IAJ 2017 特設サイト: <https://www.spirit-japan.com/influencer2017/>

[企業情報]

会社名 : リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者 : 代表取締役 CEO 福田晃一

本社 : 東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容 : (1)インフルエンサーを含むソーシャルオーソリティーマーケティング事業  
(2)パーソナルマーケティングプラットフォームの企画、開発、運営

# PRESS RELEASE



**LIDDELL**

LIDDELL 株式会社

2018年10月5日

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

## 【お問合せ】

リデル株式会社 担当：山本

メール：info@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806