

## SNS รูปแบบใหม่ของญี่ปุ่น ไม่แข่งขันกันในแง่ "ผู้ติดตาม" เจาะกลุ่ม Gen Z เน้นที่ความชอบ และ "การผลักดัน และให้การสนับสนุน"

บริษัท TieUps, Inc. บริษัทญี่ปุ่นที่ให้บริการ SNS รูปแบบใหม่ที่สร้าง "Community" แทนที่จะติดตามตัวบุคคล แต่เน้นติดตามจากความสนใจ เช่น งานอดิเรก ทั้งนี้หากพูดถึง SNS (Social Network System) ฟังก์ชันหลักที่มีปกติก็คือการเชื่อมโยงกันระหว่างบุคคล แต่บริการ SNS ใหม่ไม่มีฟังก์ชันการกดติดตามระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเอง ถือเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากบริการต่างๆ ที่มีในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งตอบสนองกับความต้องการของวัยรุ่นหนุ่มสาวญี่ปุ่นที่ชอบแสดงออก หรือพูดคุยถึงสิ่งที่ตนเองชอบ



บริการ SNS รูปแบบใหม่ ที่ผู้ใช้สามารถติดตามกลุ่ม "Community" ที่สนใจได้ แทนการกดติดตามบัญชีผู้ใช้



Community มีหลากหลายตั้งแต่ งานอดิเรก จนถึง เทคนิค วิธีการต่างๆ

SNS ที่เปิดให้บริการตั้งแต่เดือนตุลาคมที่ผ่านมานี้มีชื่อว่า "WeClip (วี-คลิป)" ผู้ใช้สามารถสร้างบัญชีผู้ใช้ขึ้นมาผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนแล้วก็จะสามารถติดตาม "Community" ที่สนใจขึ้นชอบได้ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว ปลายทาง อาหารหมักต่างๆ ตลอดจนของที่ตนเองชื่นชอบอื่นๆ หรือของที่สนใจหา เช่น แชมพูที่เหมาะสมกับตนเอง หรือจะการวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคการทำให้ถูกพูดถึงในวง

กว้าง (Viral marketing) ก็มีเช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่ให้ผู้คนสามารถมาสร้างเรื่องที่สนใจขึ้น แล้วแลกเปลี่ยนข้อมูล แชรข้อมูลกัน ตอนนี้มี "Community" ประมาณ 200 หัวข้อแล้ว

ทั้งนี้ ด้วยจุดเด่นที่ไม่มีฟังก์ชันให้ผู้ใช้ติดตามผู้ใช้ด้วยกันเอง ทำให้แนวคิดดั้งเดิมที่เป็นบรรทัดฐานกันว่า บัญชีผู้ใช้ใดที่มีจำนวนผู้ติดตามมาก จะเป็นบัญชีที่อยู่ในระดับสูง หรือ เป็นกระบอกเสียงได้ดีนั้นไม่เกิดขึ้นใน SNS ใหม่นี้ โดยเนื่องจากผู้ใช้จะติดตามหัวข้อกลุ่ม "Community" แทน เลยทำให้ไม่เกิดระดับความแตกต่างของระดับผู้ใช้เหมือนบริการอื่นๆ ทำให้แต่ละผู้ใช้สามารถแสดงออกได้ง่ายขึ้น โดย SNS นี้จะมีการกำหนดระดับขั้นของผู้ติดตามในแต่ละ Community ออกเป็น 3 ระดับ คือ

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่น ๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ  
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี  
11000

Office of Commercial Affairs,  
Royal Thai Embassy, Tokyo JAPAN  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ  
ณ กรุงโตเกียว

TEL : +81-3-3221-9482  
FAX : +81-3-3221-9484  
E-Mail : thaitctokyo@thaitrade.jp  
Website : www.thaitrade.jp

"Moderator" หรือ กลุ่มสมาชิกผู้ตั้ง Community ในตอนแรก / "Speaker" หรือ ผู้ใช้ในกลุ่มที่มีการแสดงความเห็นในกลุ่มอยู่ถึงระดับที่กำหนดไว้ / และ "Other followers" หรือ กลุ่มผู้ติดตามคนอื่นๆ นั้นเอง ยกตัวอย่างเช่น กรู๊ป Community ที่คนชอบ "การท่องเที่ยว" มารวมตัวกัน มี Moderator 3 คน มี Speaker 9 คน และผู้ติดตามอื่นๆ อีกกว่า 900 คน เป็นต้น การโพสต์ของ Moderator และ Speaker จะถูกแสดงในพื้นที่ที่มองเห็นได้ง่าย ทั้งนี้ Moderator ก็สามารถยกระดับของผู้ใช้ทั่วไปให้กลายเป็น Speaker ได้ และมีสิทธิ์ที่จะลบผู้ติดตามออกจากกลุ่มได้เช่นกัน เนื่องจาก ถ้าผู้ติดตามมีการแสดงความเห็น หรือ โพสต์อะไรที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มมากๆ ก็สมควรที่จะได้รับการเลื่อนระดับเป็น Speaker แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ติดตามที่แสดงความเห็นอย่างไม่เหมาะสมบ่อยครั้ง Moderator ก็สามารถเชิญให้ออกจากกลุ่มได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมีฟังก์ชันที่สามารถกำหนดประเภทของโพสต์ได้ เรียกว่า "Clip (คลิป)" อาทิเช่น กลุ่ม Community ที่ชอบ "การท่องเที่ยว" ก็มีคลิปเป็น "โรงแรมหรู" "อาหารตะวันตก" เป็นต้นได้ เพื่อให้ง่ายในการใช้งานของตน กรณีต้องการย้อนกลับไปดูโพสต์ที่ผ่านมาตามวัตถุประสงค์นั้นๆ

ทั้งนี้ ผู้ใช้เกินครึ่งในปัจจุบันเป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. ประมาณ 2538 - 2543 ซึ่งเป็นกลุ่ม "Gen Z" มีความเห็นจากผู้ใช้ผู้หญิงอายุ 23 ปีคนหนึ่งว่า ถ้าเป็น SNS ทั่วไปที่ติดตามตัวบุคคล ตัวบุคคลนั้นๆ หากมีการโพสต์อะไรที่นอกเหนือจากความชอบของผู้ติดตาม หรือ นอกเหนือจากแนวทางเดิมๆ ที่คนผู้นั้นโพสต์เป็นประจำ ผู้ติดตามบางส่วนก็อาจจะเลิกติดตามได้ ทำให้การแสดงความเห็นอะไรบางอย่างทำได้ยากในบางโอกาส

ในกลุ่มวัยรุ่น Gen Z นั้น มีกิจกรรมหนึ่งที่เป็นที่นิยมกันมาก คือ "การปลั๊กดัน และให้การสนับสนุน" กลุ่มไอดอล คนดัง คาแรคเตอร์ หรือ ของที่ชอบ เป็นต้น ในปัจจุบันเอง SNS ที่เน้นกิจกรรมเฉพาะกลุ่มเช่นนี้ก็มียากขึ้น จึงเป็นตัวบ่งชี้หนึ่งถึงทิศทางของรูปแบบ SNS ในอนาคตเช่นกัน นั่นคือ การมีพื้นที่ที่สามารถแสดงออกถึงสิ่งที่ชอบได้โดยไม่ต้องลี้ภัยในกลุ่มนั้นๆ



SNS "lit.link" ที่บริษัท TieUps, Inc. เปิดให้บริการในช่วงที่ผ่านมา

บริษัท TieUps, Inc. ก่อตั้งขึ้นในเดือนเมษายน 2563 มีการเปิดให้บริการ "lit.link" เป็นบริการการโพสต์โปรไฟล์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นบริการที่สร้างหน้าเพจรวม แสดงลิงก์ต่างๆ ของ SNS ต่างๆ ในหน้าเดียว ผู้ใช้สามารถเลือกเหมเพลตจากแบบที่มี ก็จะสามารถสร้างหน้าส่วนตัวของตัวเองได้อย่างง่ายดาย กรณีที่บุคคลหนึ่งมี SNS หลายบัญชี หลายบริการ ก็สามารถสร้างหน้ารวมขึ้นใช้แทน "นามบัตร" ของตนได้ ซึ่งเป็นที่นิยมมากในหมู่ผู้ใช้บริการวัยรุ่นกลุ่ม Gen Z ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการถึง 350,000 คน

### บทวิเคราะห์ (ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย)

SNS หรือ Social Network System เป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากในผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และวัยกลางคนที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันจำนวนมาก ในญี่ปุ่นเองก็เช่นกัน แพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง เช่น facebook, Instagram, twitter, Tiktok ต่างก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยมา จึงมีการนำมาเป็นเครื่องมือในการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ทั้งในรูปแบบของคอนเทนต์ หรือผ่าน Influencer ซึ่งก็วัดได้จากจำนวนผู้ติดตาม อย่างไรก็ตาม SNS ในปัจจุบันนั้นก็ทำให้การแสดงออกของกลุ่มคนที่มีผู้ติดตามน้อย อาจจะไม่สามารถเทียบเท่าคนที่มีผู้ติดตามมากได้ บริษัท TieUps, Inc. ซึ่งนำเสนอรูปแบบ SNS ที่ให้ติดตามสิ่งที่สนใจในรูปแบบ Community แทนการติดตามที่ตัวบุคคล ก็เป็นอีกความเคลื่อนไหวใหม่ใน SNS ของประเทศญี่ปุ่น ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมากเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อายุไม่เกิน 30 ปี และกล้าแสดงออก กล้าแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งที่ชอบ จึงมีแนวโน้มที่ SNS WeClip นี้จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น และเป็นอีกหนึ่งช่องทางการตลาดที่สำคัญในอนาคต รูปแบบสินค้าและบริการต่างๆ ก็มีโอกาสจะต้องนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากในปัจจุบัน หรือ สามารถหาทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดอีกช่องทางหนึ่งได้ ซึ่งหากบริการนี้ขยายไปในไทย ก็ถือเป็นอีกหนึ่งความเคลื่อนไหวที่ควรจับตามอง

---

อ้างอิง

สำนักข่าว Nikkei MJ ฉบับลงวันที่ 1 ธันวาคม 2564

ที่มาของรูปประกอบบทวิเคราะห์

สำนักข่าว Nikkei MJ ฉบับลงวันที่ 1 ธันวาคม 2564