



| | |
|-----|------------|
| CMR | Vol.17-1月号 |
|-----|------------|

Instagramは購買意欲を刺激する！ 投稿きっかけでアクションを起こす人は70%以上？

今月の ピックアップ

マージェリックは、10～30代の女性を対象に、「Instagramの投稿に対する購買意欲」に関するアンケート調査を実施した。同調査は、インフルエンサーマーケティングでInstagramを用いた場合に、消費者の態度変容がどの程度起こり得るかを明らかにすることを目的としている。

参照：<https://webtan.impress.co.jp/n/2018/01/19/28055>

■Instagramと態度変容の関係性

あなたはInstagramを使用されていますか？

2017年には国内利用者が2,000万人を突破し、流行語大賞に「インスタ映え」が選ばれるなど完全に一般化したInstagramですが、実はユーザーアクションを起こさせるSNSであるとマージェリック社は発表しています。

「Instagramの投稿がきっかけとなり、商品を購入したり、検索をしたりなどの行動を起こしたことはありますか」との質問に対して、「商品を購入したことがある」と回答した人は26.4%でした。

「ネットで商品を検索したことがある」30.6%、「店頭で実物を見に行ったことがある」13.4%の数字を加えると、実に70%以上のInstagramユーザーが態度変容（アクションを起こす・起こそうとする）していることが分かります。

■キーワードは「憧れ」と「共感」

なぜInstagramはここまで購買意欲を高められるのでしょうか。その答えは、ユーザーがInstagramを利用して目的とも重なってきます。

Instagramを利用する主要層は10～30代の女性ですが、彼女たちは芸能人や友人をフォローし、かわいいものやおしゃれなものを見るために（あるいは投稿するために）利用しているケースが多いです。そのため、芸能人や友人がオススメしている商品に対して興味を持ちやすい傾向にあり、結果として見たものを買いたい！と思ったり、どんなものだろう？と調べたり、アクションにつながっていきます。

YouTuberを活用した事例もそうですが、インフルエンサーマーケティングにはこの「憧れ」「共感」という言葉が非常に重要です。

今回のCMRでもTVの宣伝効果が高いことはお伝えしていますが、より身近に使用しているInstagramの活用は、若年層の女子向けのマーケティングでもはや外せない選択肢となってきているのです。

その他のトピックス

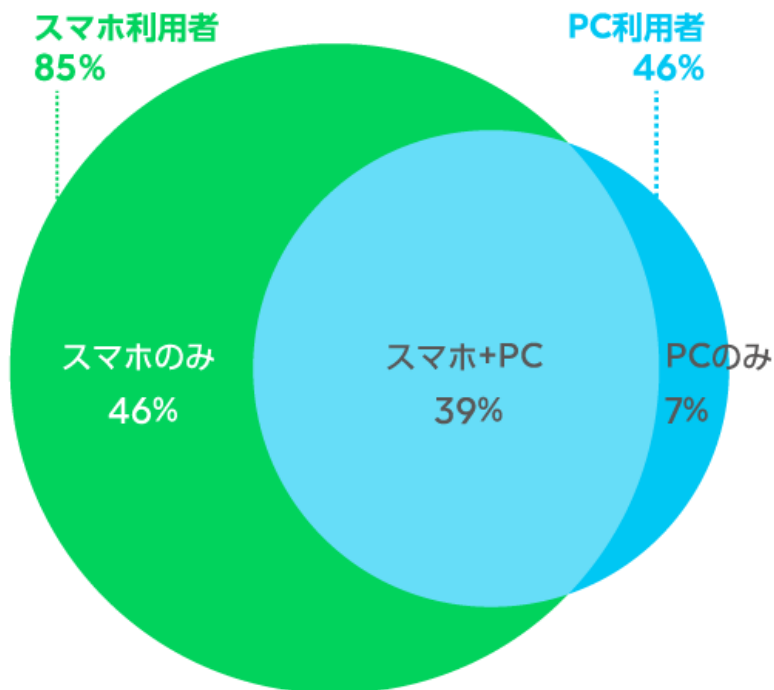
Facebook、ニュースフィードの新たな改訂で信頼できる情報源を優先へ
<http://jp.techcrunch.com/2018/01/22/2018-01-19-facebooks-news-feed-update-trusted-sources/>

資生堂の新ブランド、CMよりもSNSでPR
http://www.huffingtonpost.jp/2018/01/18/shiseidoprik_a_23336546/

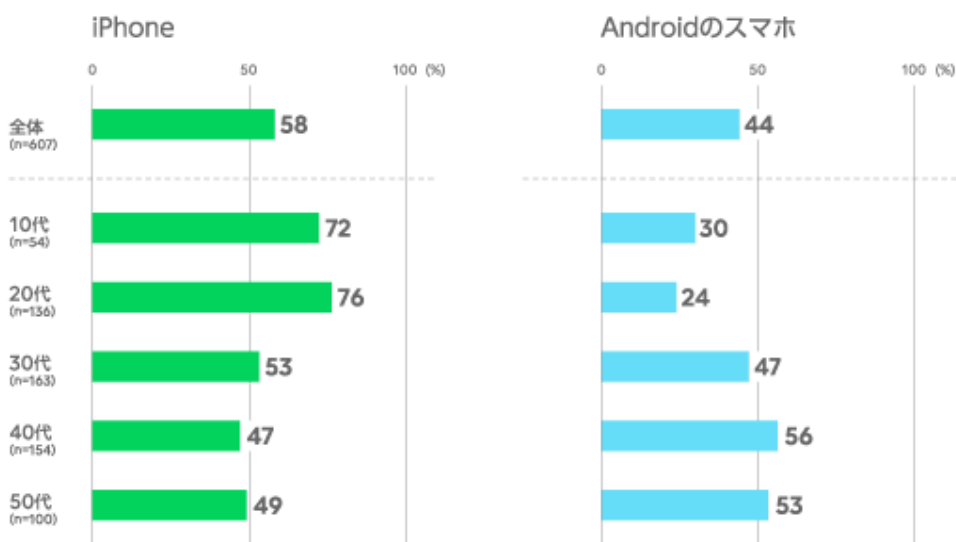
今、「おじさんのいないSNS」はどこにあるのか
<http://gendai.ismedia.jp/articles/-/53976>

インターネットの利用環境 定点調査（2017年下期）

1. アクティブネット利用者の実態
(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、15～59歳)



2. 利用しているスマホの種類
(職場・学校利用を含む週1回以上のインターネット利用者、複数選択)



出典元：LINE株式会社
<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2017/2002>

C.REP

株式会社シー・レップ(C.REP Co.,Ltd.)

〈東京本社〉

〒102-0074 東京都千代田区九段南2丁目3-14 日本生命靖国九段南ビル4F

TEL : 03-6670-2336 FAX : 03-6670-2996

〈大阪本社〉

〒541-0054 大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル5F

TEL : 06-6262-0999 FAX : 06-6262-0998

■ HP

株式会社シー・レップ

<http://www.c-rep.jp/>

マナビプロモーション支援事業部

<http://www.manabi-promotion.com/>

■ お問い合わせ窓口

info@manabi-promotion.com

東京 : 03-6670-2336 大阪 : 06-6262-0999

CMR 2018年1月版

発行 2018年1月22日

発行者 マナビプロモーション支援事業部

1. 当社が独自に調査した結果をまとめた2018年1月22日時点の情報です。
2. 無断複製、無断配布、無断公開を禁止しております。



MANABI PROMOTION

シー・レップ マナビ



www.c-rep.jp