



2016年5月11日  
トレンダーズ株式会社

## トレンダーズ、女性の SNS 利用と消費行動に関する調査を実施 「インフルエンサー型」「フォロワー型」で変わる消費行動モデル SNS 時代の新たなキーワードは「妄想消費」

「MarTech Company」としてマーケティング×テクノロジーを軸とした事業展開を進めるトレンダーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)は、10~40代女性 829名を対象に「SNSの利用行動と消費行動」に関する調査を行いました。

### [調査概要]

- ・調査対象:10~40代 女性 829名
- ※ スクリーニング調査で SNS (Twitter/Facebook/Instagram のいずれか) に関して「ほぼ毎日投稿している」もしくは「毎日~週に5・6回投稿している」と回答した女性 426名、「月に2・3回投稿している」もしくは「一度も投稿したことがない」と回答した女性 403名
- ・調査期間:2016年4月18日~4月22日 ・調査方法:インターネット調査 ・調査実施機関:楽天リサーチ株式会社

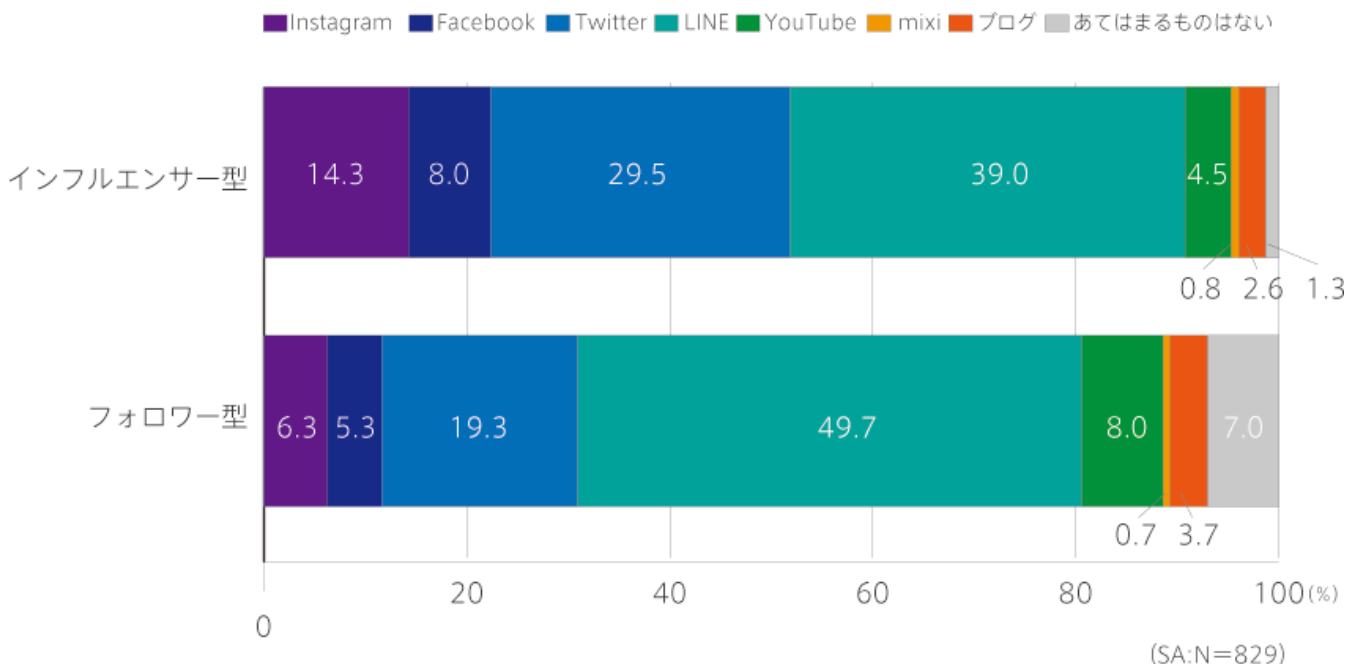
## ◆ 「インフルエンサー型」「フォロワー型」で変わる SNS 利用状況

今回の調査・分析にあたっては、情報拡散型 SNS (Twitter/Facebook/Instagram のいずれか) に関して、「ほぼ毎日投稿している」もしくは「週に何度か投稿している」と回答した女性を「インフルエンサー型」、「月に何度か投稿している」もしくは「一度も投稿したことがない」と回答した女性を「フォロワー型」と分類しました。

まずはじめに「日常的に利用している SNS」について聞いたところ、最も多かった回答はインフルエンサー型・フォロワー型ともに「LINE」となりましたが、インフルエンサー型では「Instagram」「Facebook」「Twitter」という情報拡散型の SNS を「日常的に利用している」と答えた人が合計 51.8%と約半数にのぼったのに対し、フォロワー型では同様の回答は合計 30.9%にとどまりました。ただしフォロワー型も 93.0%の人が「Instagram」「Facebook」「Twitter」「LINE」「YouTube」「mixi」「ブログ」のいずれかの SNS を日常的に利用していると回答しており、SNS の普及を裏付ける結果となりました。[グラフ 1]

[グラフ 1]

日常的に利用している SNS



## ◆ トレンド情報の検索は「Google」から「Twitter」「Instagram」へ

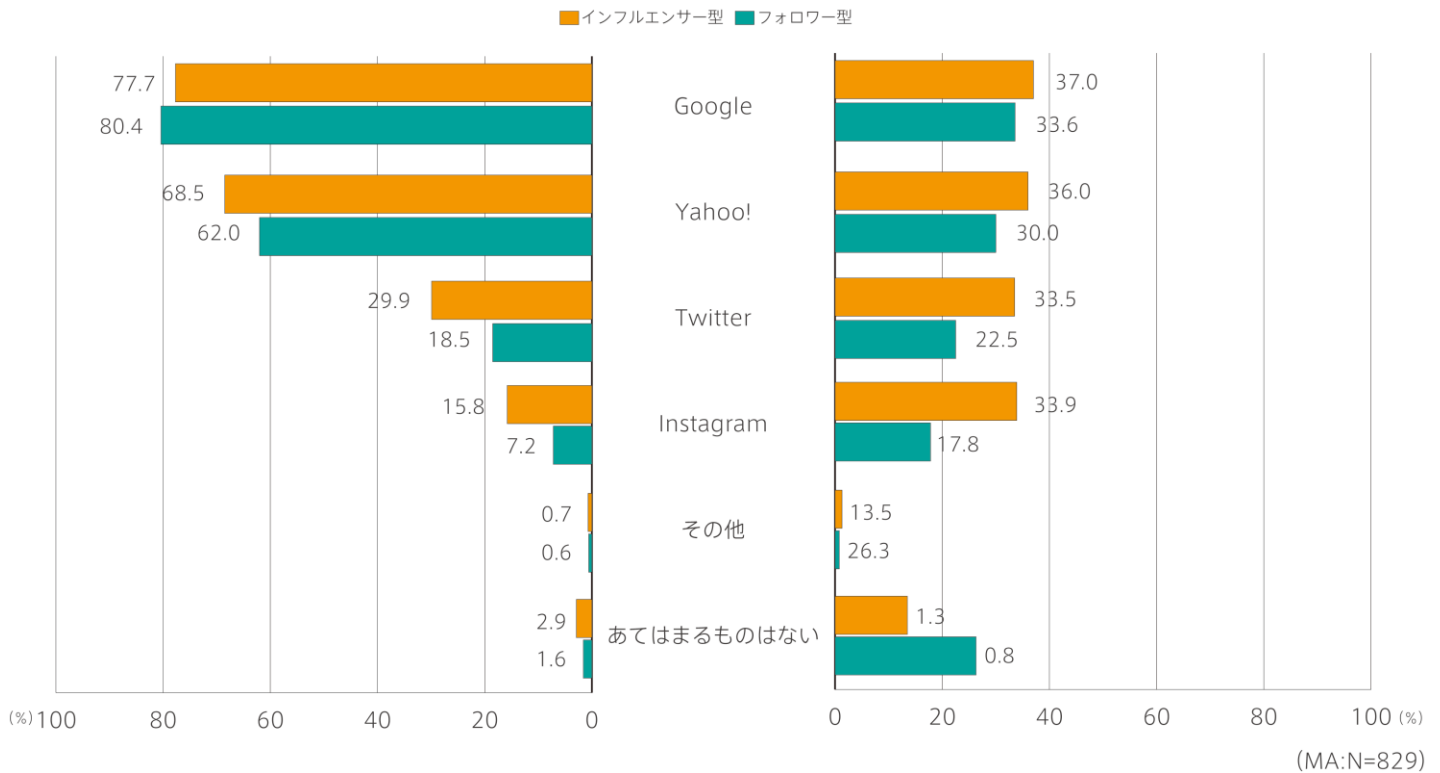
次に、SNSの用途として注目を集めている「検索」について調査を行いました。「知らないことを調べる際、検索に利用しているもの」としては、インフルエンサー型・フォロワー型ともに検索エンジンである「Google」（インフルエンサー型：77.7%／フォロワー型：80.4%）、「Yahoo!」（インフルエンサー型：68.5%／フォロワー型：62.0%）が圧倒的に多いという結果となりましたが、「トレンドを知りたい際、検索に利用しているもの」では、インフルエンサー型・フォロワー型ともに「Google」「Yahoo!」は4割未満にとどまり、一方でインフルエンサー型の33.5%、フォロワー型の22.5%が「Twitter」、インフルエンサー型の33.9%、フォロワー型の17.8%が「Instagram」と答えました。[グラフ2]

情報検索には引き続き「Google」「Yahoo!」が多く使われていますが、トレンド情報の検索には「Twitter」「Instagram」といったSNSが、インフルエンサー型のみならずフォロワー型でも活用されている様子が伺える調査結果となりました。

[グラフ2]

知らないことを調べる際、検索に利用しているもの

トレンドを知りたい際、検索に利用しているもの



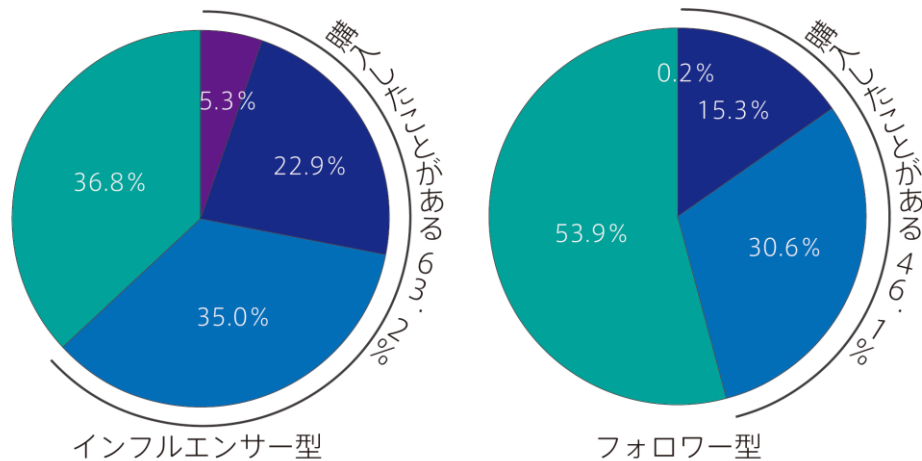
## ◆ 約半数が「SNS から商品購入の経験あり」、決め手は「共感」と「画像」

続いて SNS 利用と購買行動の関連性を探るために、「SNS の投稿を見て、インターネットで商品を購入したことはありますか？」という質問をしたところ、インフルエンサー型では 63.2%、フォロワー型では 46.1%が「購入したことがある」と答えました。特にインフルエンサー型では28.2%と約3割もの人が「日常的に購入している」もしくは「時々購入している」と答え、SNS 利用と購買行動がより密接な関係にあることが分かりました。[グラフ 3]

[グラフ 3]

SNS の投稿を見て、インターネットで商品を購入したことはありますか？

■ 日常的に購入している ■ 時々購入している ■ 購入したことがある ■ 一度も購入したことはない



(SA:N=829)

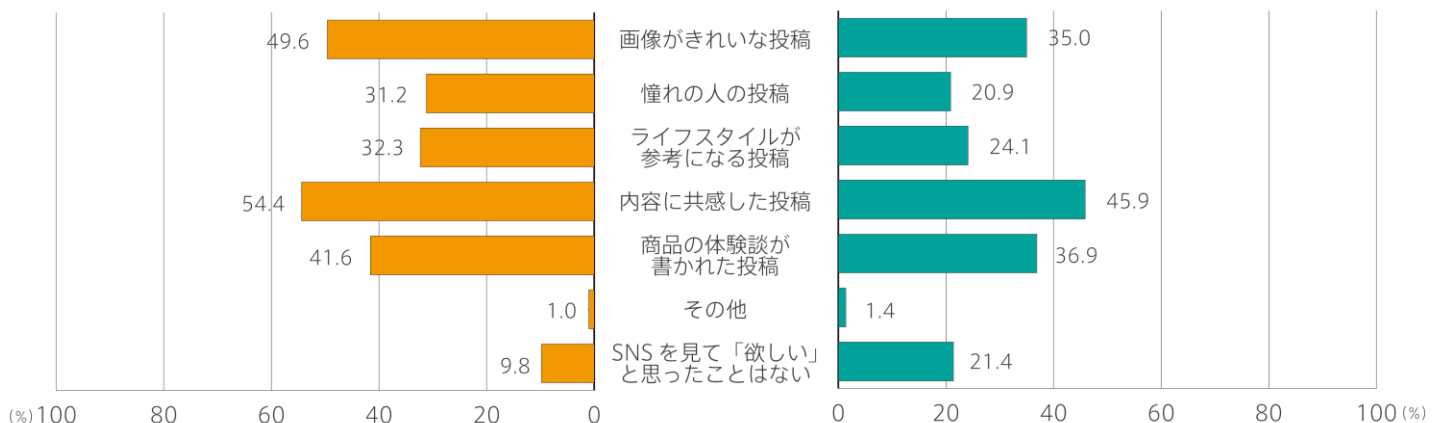
そこで「どのような投稿を見たときに、その商品を『欲しい』と思いますか？」と聞いたところ、最も多かった回答はどちらの型も「内容に共感した投稿」(インフルエンサー型:54.4%/フォロワー型:45.9%)となりました。次いでインフルエンサー型では「画像がきれいな投稿」(49.6%)、フォロワー型では「商品の体験談が書かれた投稿」(36.9%)という結果となりました。[グラフ 4]

フォトジェニックな画像が集まる SNS といえば Instagram が有名ですが、「URL リンクが設定できないため WEB サイト誘導には不向き」と言われてきました。しかし、最近ではタイムラインに表示された目を引く画像で商品に興味を持ち、#タグ検索をしてより多くの商品画像に触れようとするという流れが生まれています。きれいな画像を見ることで妄想が掻き立てられ、その結果、そのままスマホブラウザを立ち上げインターネットショッピングをする女性も増えており、トレンドーズではこの消費傾向を「妄想消費」と名付けています。

[グラフ 4]

SNS でどのような投稿を見たときに、その商品を「欲しい」と思いますか？

■ インフルエンサー型 ■ フォロワー型



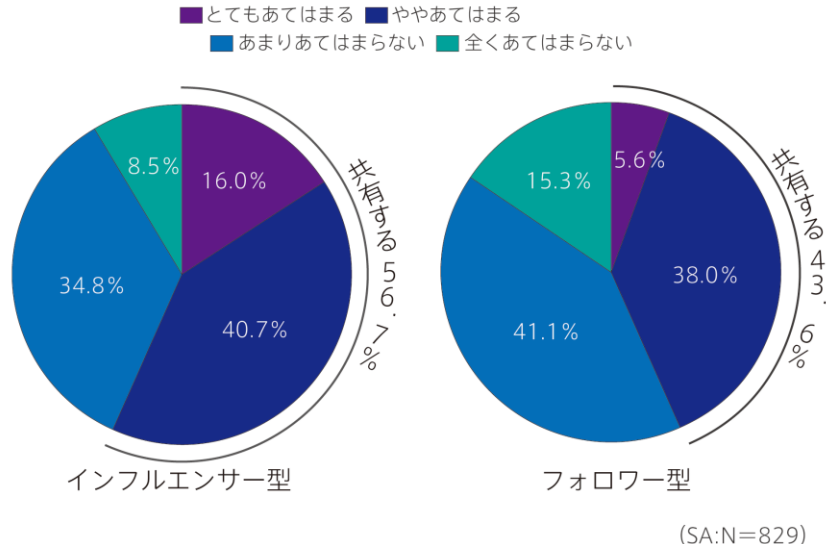
(MA:N=829)

## ◆ インフルエンサー型は「良い情報は積極共有」、日常的に「編集シェア」

最後に、SNS での情報共有と投稿についての調査を行いました。「良い情報を収集したら、積極的に周りに共有しますか？」と聞いたところ、インフルエンサー型では 56.7%、フォロワー型では 43.6%が「あてはまる」と回答しました。特にインフルエンサー型では 16.0%が「とてもあてはまる」と答え、情報共有により積極的であることが分かる結果となりました。[グラフ 5]

[グラフ 5]

良い情報を収集したら、積極的に周りに共有しますか？

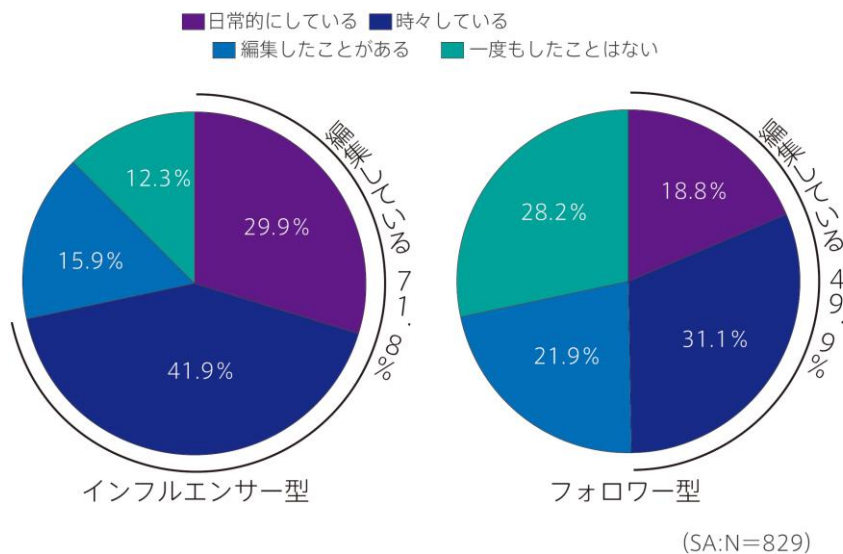


画像の編集機能が充実している Instagram の普及もあり、SNS での投稿の際に画像を編集して投稿する人が増えています。「SNS で画像を投稿する際に、画像を編集して投稿をしたことはありますか？」という質問に対して「している」と答えた人はフォロワー型では 49.9%と半数以下にとどまったものの、インフルエンサー型では 71.8%と7割を超えました。さらにインフルエンサー型の 29.9%は「日常的に画像を編集して投稿している」と答え、インフルエンサー型にとっては「編集シェア」が日常的な行動になりつつあることが伺える結果となりました。[グラフ 6]

[グラフ 6]

SNS で画像を投稿する際に、画像を編集して投稿をしたことはありますか？

※アプリの自動編集機能も含まれます。



インフルエンサー型の場合、最近では「キュレーター」としてキュレーションメディアで記事を投稿する女性も出現しており、その情報発信の場は SNS だけにとどまらない傾向にあります。また、インフルエンサー型が SNS で発信した「内容に共感する投稿」「きれいな画像」「商品の体験談」といったコンテンツが、商品に興味を持ったユーザーの購入検討の材料となったり、

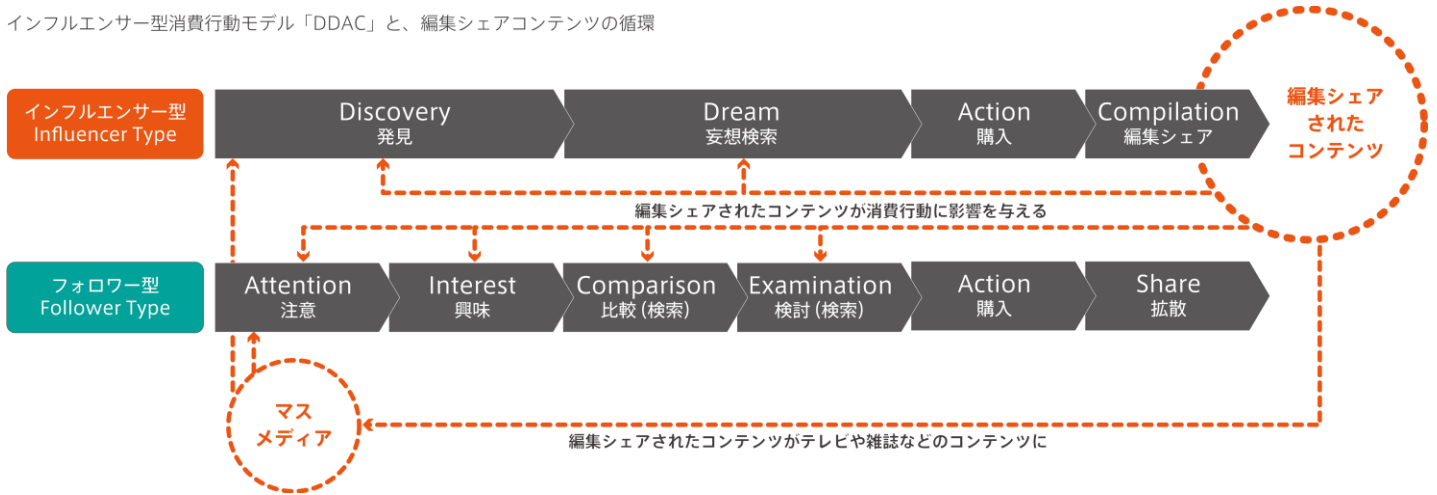
マスメディアのコンテンツとしてテレビ番組や雑誌に取り上げられ、さらに商品認知のきっかけ、消費のきっかけを生む材料となったりという、コンテンツ循環が生まれています。

## ◆ インフルエンサー型の新しい消費行動モデル「DDAC」とは

トレンドーズでは、インフルエンサー型の消費モデルを「DDAC」と名付け、編集シェアコンテンツを流通させて話題を創っていくことの重要性を提唱しています。これからは情報感度によって情報の価値観や接触方法、消費行動が変わる時代です。また、どの SNS をどのように利用しているかによっても、コミュニケーションの価値観が変わります。

SNS の普及がますます加速している“SNS 時代”においては、性別や世代、ライフスタイル等だけではなく、情報感度によってターゲット選定をすること、さらに SNS を通じて世の中に個人発信される「情報」の意味・役割を十分理解してコミュニケーション戦略を描くことが重要です。

インフルエンサー型消費行動モデル「DDAC」と、編集シェアコンテンツの循環



■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■  
 トレンドーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-9-19 ポーラ恵比寿ビル 2F・3F  
 担当: 秋枝(あきえだ)・豊田(とよだ) / TEL: 03-5774-8876 / FAX: 03-5774-8875  
 お問い合わせメールアドレス [press@trenders.co.jp](mailto:press@trenders.co.jp)