

【独自調査】直近3ヶ月、78.1%がClubhouseを全く利用していない。一方、InstagramとYouTubeは利用率が伸長。

～インフルエンサーのSNS利用状況を調査～

インフルエンサーマーケティング事業を展開する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）は、インフルエンサーマーケティングの戦略を深めるため、インフルエンサーに対し、直近3か月のSNS利用状況の変化を独自調査致しました。その結果、Instagram（以下、インスタグラム）とYouTube（以下、ユーチューブ）が伸長し、Clubhouse（以下、クラブハウス）が減少していることが明らかになりました。

LIDDELL

Clubhouseを
全く利用していない
インフルエンサーは、
78.1%
インフルエンサーのSNS「直近3ヶ月」利用状況を調査

■調査概要

期間：2021年7月16日（金）～7月19日（月）

調査対象：30,000人のインフルエンサー会員の中からランダムに128名選定

（5,000人以上のフォロワーを擁する方が対象、10～50代、性別不問）

調査方法：オンラインアンケート

■マーケティング・コミュニケーション戦略を深めるためのSNSの利用状況の把握

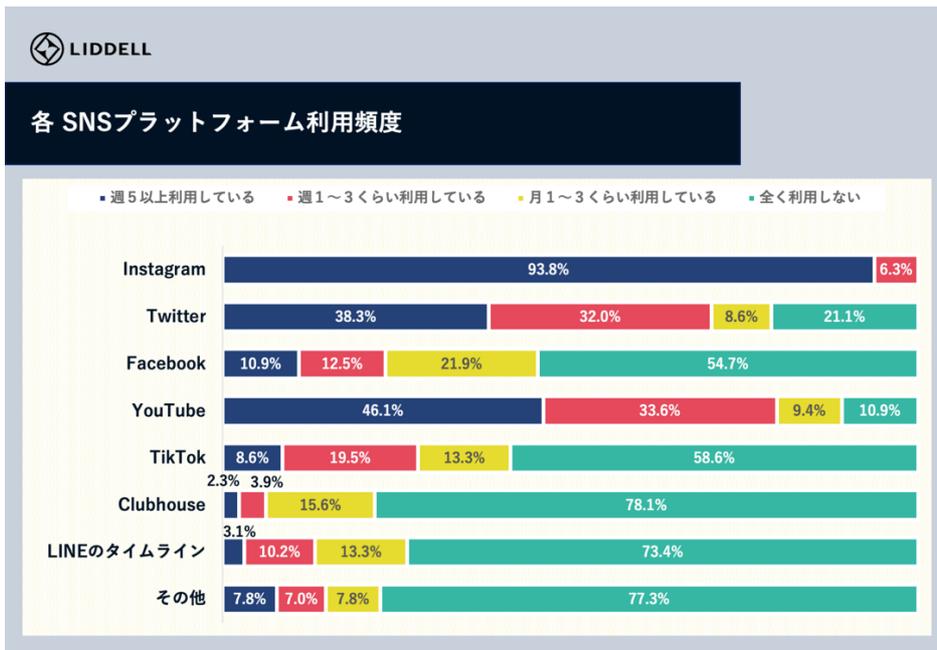
SNSは若年層のコミュニケーションツールとしてだけでなく、ショッピングやライブなどの様々な機能が拡充し、普及率は80%（※1）と、まさにインフラとなっています。リデルはマーケティング・コミュニケーション戦略の最適解を提供するために、トレンドセッターであるインフルエンサーのSNSの利用状況を独自に調査致しました。

※1：出典 ICT 総研（ <https://ictr.co.jp/report/20200729.html/> ）

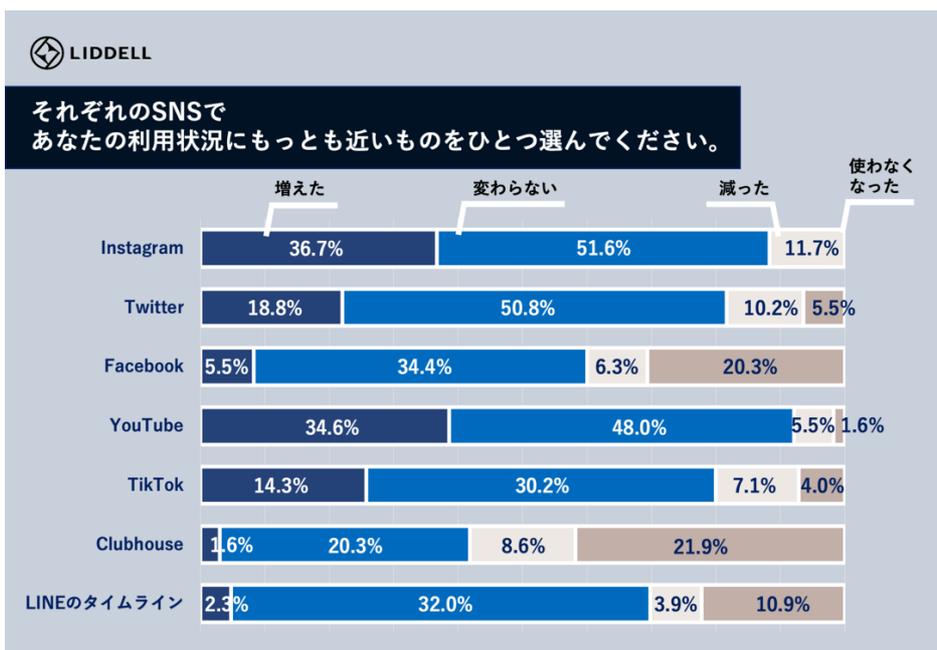
■利用する SNS は数ヶ月で変化

リデルが同様の調査を行った2月の結果（※2）と比較すると、「週5以上利用している」という回答で、インスタグラムが3.8%、ユーチューブは4.1%上昇した一方、クラブハウスは10%以上減少し、5か月間というわずかな期間でも大きく変動する結果となりました。

※2：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000281.000011944.html>



■インスタグラムとユーチューブが伸長



利用が増えた SNS の中ではインスタグラムが 36.7%と最も伸長、次いでユーチューブが 34.6%でした。

インスタグラムの利用が増えた理由として、「コロナ禍でリアルショッピングが減った中、商品情報が豊富なインスタグラムが情報収集に有効だから」「インスタグラム経由でショッピングをすることが増えたから」など、ショップ機能が拡充したことが理由として挙げられました。

また、「商品情報を紹介するために利用頻度が上昇した」など、企業からのモニター・PR 投稿の依頼が増えているという回答も得られ、インフルエンサーの購買行動の変容がユーザーの消費シーンに影響し、インスタグラムは、商品との出会いから、購買、情報発信まで一気通貫させるツールとして成長していることが分かりました。

また、ユーチューブについては「情報収集のツールとしてユーチューブも見るが増えたため」「テレビの代わりに見るが増えたから」「より詳しい情報収集のために動画を見るが増えたから」といった、情報収集ツールとして利用されている傾向が見られました。

■クラブハウスは減少、音声 SNS の今後

一方、クラブハウスは、「周囲が利用しなくなったから」「興味が湧かない」「面白さが分からず、時間を消費する」などの理由から最も利用が減少した結果になりました。「クラブハウスは音声が必要なので開かなくなった」「在宅の時間が増えた」など、コロナ禍による移動時間の減少で「ながら聴き」の機会が減少していることも一因として挙げられました。同様に、音声サービスの Twitter (以下、ツイッター) のスペースも、「即時性の高い情報収集が特徴のツイッターでは有効でないのでは」というインフルエンサーの声もありました。

音声 SNS は、専門家のディスカッションの場としての活用が散見されるため、今後は専門性の高い特定ジャンルのコミュニティで活用や深度が増すのかもしれませんが。

リデルでは、今後もインフルエンサーの動向把握と意見の傾聴に努め、常にマーケティング・コミュニケーション戦略の最適解を提供してまいります。

【お問い合わせ】

リデル株式会社

担当： 貫（ぬき）

メール： info@liddell.tokyo

[EMERALD POST (エメラルドポスト) : SNS に向けた C to C “お知らせ” サービス]

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

[SPIRIT(スピリット) : アサインメントプラットフォーム]

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

[PRST(プロスト) : SNS クリエイターによる制作・運用・分析管理サービス]

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

[FOR SURE(フォーシュア) : ソーシャルコマース支援サービス]

URL : <https://about.forsure.jp/>

[JANE JOHN (ジェーンジョン) : インタビュー“インスタグラム”メディア]

Instagram : https://www.instagram.com/janejohn_jp/

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

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

Instagram : https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名 : 福田 晃一 発行 : 日経 BP 社/発売 : 日経 BP マーケティング

定価 : 本体 1,500 円 + 税

ISBN : 9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン : 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。]

第 5 回 IAJ 特設サイト : <https://www.spirit-japan.com/influencer2020/>

[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) インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営

(2) SNS・インフルエンサーマーケティング支援

(3) 各種マーケティングツールの提供

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

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

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当 : 貫 (ぬき)

メール : info@liddell.tokyo

電話 : 03-6432-9806