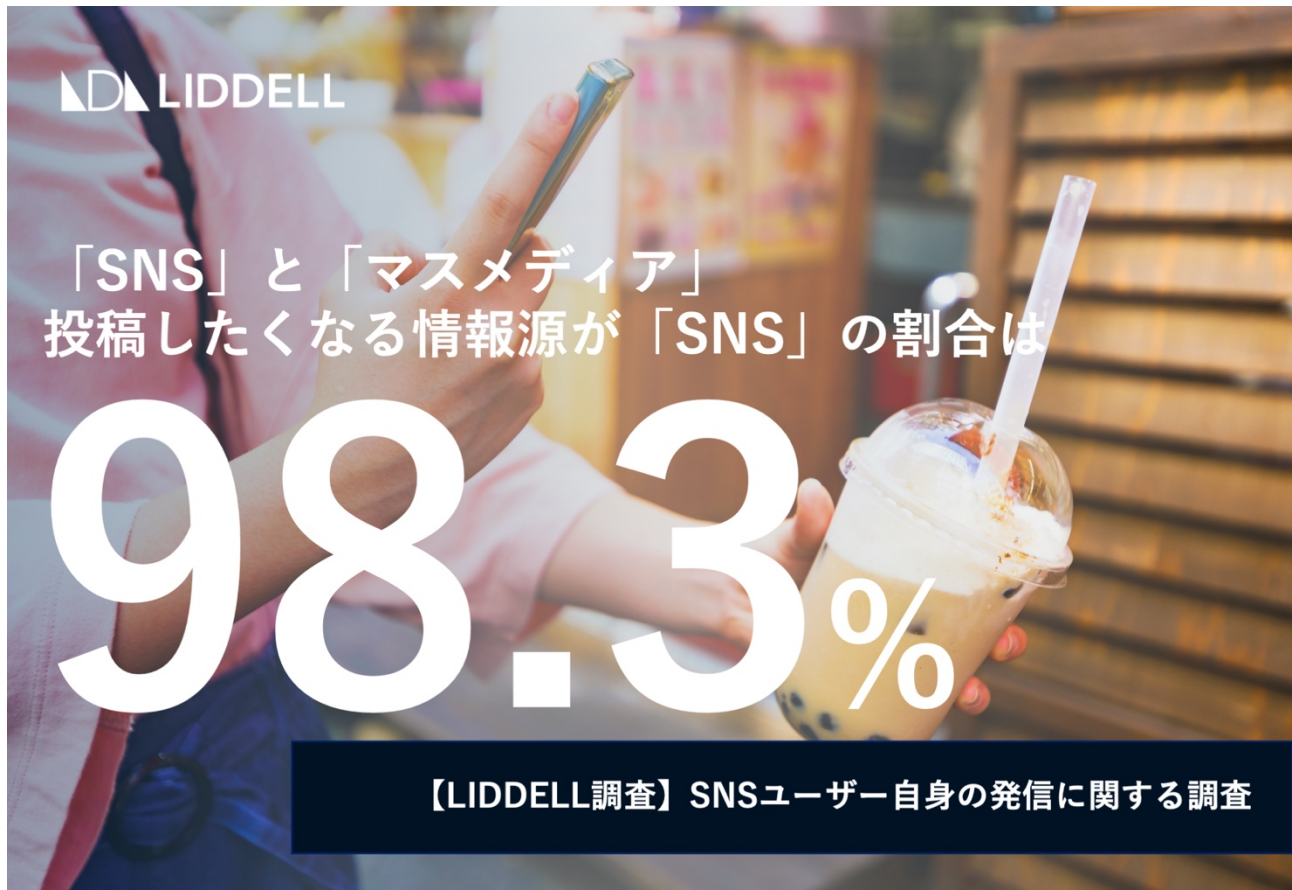


【LIDDELL 調査】圧倒的！9割以上が「SNS に投稿したくなるのは SNS から得た情報」
～購入はゴールではなく、購入後いかに投稿してもらうかが SNS プロモーションの鍵～

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：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、情報入手するメディアによって、SNS ユーザーの情報発信意欲にどのような変化が生じるかを明らかにするために、アンケートを実施致しました。その結果、投稿したくなる情報源は、9割以上が SNS 経由であることが明らかになりました。



■調査概要

期 間：2021年11月1日（月）～11月10日（水）

対 象：Instagram（以下、インスタグラム）ユーザー

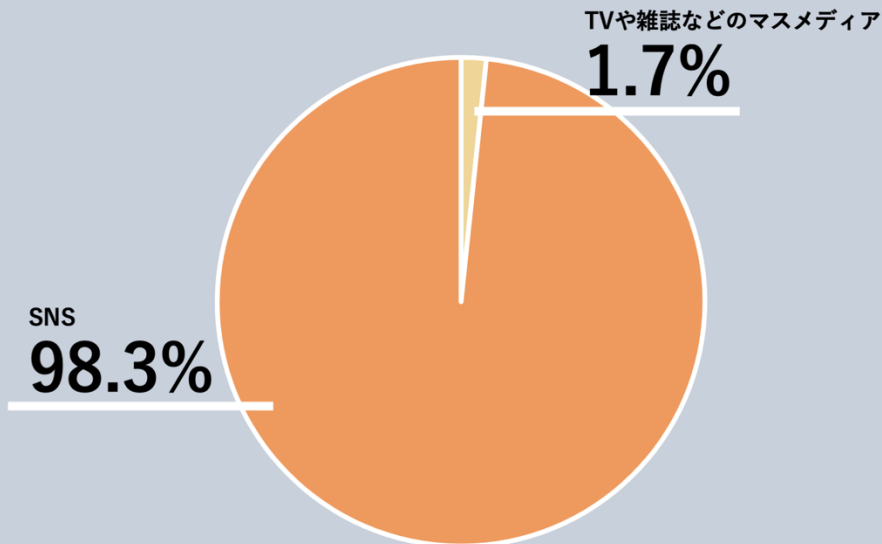
調査方法：インスタグラムのストーリーズアンケート機能を用いて聴取

回 答 数：3,115

■ <投稿で知ると、投稿で終わる>という SNS マーケティングの重要なポイント

LIDDELL

「SNS」と「マスメディア」
どちらで商品を知った場合にSNSに投稿することが多いですか？



情報を認知するメディアによって、SNS ユーザーの情報発信意欲にどのような変化が生じているか、実態を明らかにするためのアンケートを実施したところ、TV や雑誌などのマスメディアが 1.7%だったのに対し、SNS は 98%を超える大差がつかしました。

SNS では誰かの投稿に憧れたり、同調したりと感情が感化される特徴があり、SNS の投稿を模倣するミーム的な行動がよく起こります。

今回のアンケート結果でも、SNS で情報を得た場合に自分自身も SNS 投稿するという声が圧倒的でした。

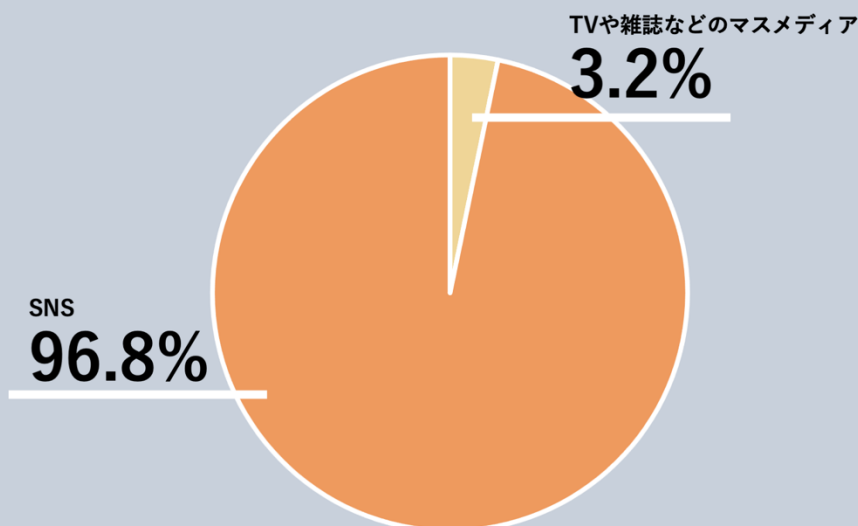
商品が欲しいという目的以外に「自分も同じように投稿したい」という目的が生まれるため、購入して終わりではなく投稿することで満足すると思われれます。

リデルではこの行動プロセスを踏まえ、従来の広告施策に SNS プロモーション（インフルエンサーの真似をしたくなる投稿など）を戦略的に取り入れることで、商品購入後の投稿率向上によるバイラル効果が拡大し、新たな消費と発信が生まれていくと考えています。

■特に顕著な「最新スポット・流行アイテムなどの情報収集源」に対する SNS の強さ

LIDDELL

「SNS」と「マスメディア」
どちらが「最新スポット・流行アイテムなどの情報収集源」となっていますか？



さらに「最新スポットや流行アイテムなどの情報源」について聞いたところ、TV や雑誌などのマスメディアと回答したのは3.2%に留まったのに対し、SNS と回答したのは96%以上と、トレンドはSNS から入手し、それを自身のSNS でも積極的に投稿、拡散する連鎖が生まれていることが明らかになりました。

■コンシューマーがプロモーターになる時代、インフルエンサーマーケティングの重要性

SNS というパーソナルメディアを誰もが保有する時代に、消費者は今までのように購入するだけの存在ではなく、自ら情報発信を行い拡散の連鎖を生み、トレンドを作れるようになりました。純粋な消費者はもう少なく、宣伝者にもなり得る生活者たちを企業はどうパートナーにするかが重要なポイントになるだろうと考えています。

リデルは、今後も SNS におけるプロモーションの特異性を明らかにすることで、企業が抱えるマーケティング課題に対する最適解を探究しつつ、多くの企業活動をサポートしてまいります。

【お問い合わせ】

リデル株式会社

担当： 貫（ぬき）

メール： pr@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 6 回 IAJ 特設サイト : <https://lp.spirit-japan.com/iaj/2021/>

[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 : 東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

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 : pr@liddell.tokyo

電話 : 03-6432-9806