

【リデル調査】Instagramは『目的強めのセレクトショップ』、TikTokは『目的弱めのバラエティショップ』。SNSは対比ではなく併用による相乗効果が成功の鍵。  
～インフルエンサーの使い分けから見える、SNSマーケティングの最適解～

SNS・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、インフルエンサーを対象に、Instagram（インスタグラム）とTikTok（ティックトック）のPR案件に関するアンケートを実施致しました。

その結果、Instagramはファン化しやすく、自分の好きなものをチェックすることが前提の『目的強めのセレクトショップ』、TikTokは新規流入を狙いやすく、自分の興味がないものも混ざってくるのが前提の『目的弱めのバラエティショップ』のようなSNSであることが明らかになりました。

**SNSは、  
対比ではなく  
併用による相乗効果が成功の鍵。**



目的強めの  
セレクトショップ



目的弱めの  
バラエティショップ

**インフルエンサーの使い分けから見える  
SNSマーケティングの最適解**

INSTAGRAMとTIKTOKのPR案件に関するアンケート

 LIDDELL

#### 調査サマリー

- InstagramとTikTokの特徴を踏まえ、インフルエンサーは明確に使い分けしている。
- Instagramは一般大衆化し、オールジャンル対応。TikTokは独自性があり特徴的、ジャンルに偏りがある。
- Instagramは「ファン化」させるのに適している。TikTokは「新規流入」させるのに適している。

## インフルエンサーは、PR 案件で明確に使い分け、併用することで相乗効果を生んでいる？

Instagram と TikTok の PR 案件に関する使い分けについて聞いたところ、Instagram に関しては「魅せる」「フォトジェニック」などを心がけており、自身の「世界観」と案件の「ブランドイメージ」との＜繋がり＞を大切にしているといった意見が多い傾向がありました。

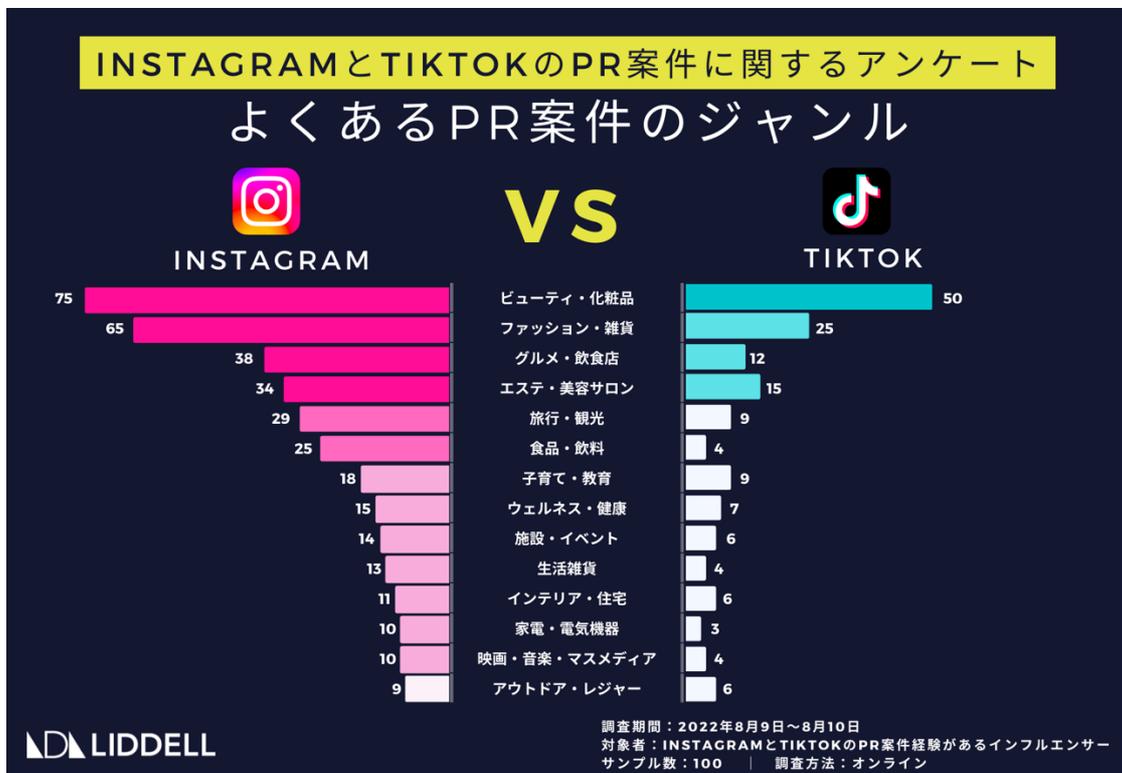
TikTok に関しては「分かりやすさ」「ハウツーやノウハウ」「スピード感」などを意識した動画を制作しており、＜面白さ＞や＜拡がり＞などを意識して案件に対応しているという意見が多い傾向がありました。また、Instagram と TikTok をクロスチャンネルさせて、相互移動させているといった声も散見されました。

### <主な使い分けに関するコメント抜粋>

Instagram	TikTok
魅せることをメインとしながらも、悩みやコンプレックスなど弱みも見せることでフォロワー様との距離を近く保てるようにしています。	見やすさ、分かりやすさ、速さを意識して作成しています。最初の1秒に90%時間をかけています。
おしゃれさ重視。ビジュアルだけで伝えられるようにしています。	バズりやすさ重視、おしゃれさはあまり気にしない、真似して欲しいと思っています。
世界観は崩さず、自分のフォロワーに喜んでもらう投稿にするようにしています。	大人でも若者でも、誰でも分かりやすい投稿にしています。

## PR 案件で多いジャンルは？

Instagram は対応幅が広く、一般化している。TikTok は対応幅が狭く、限定的。



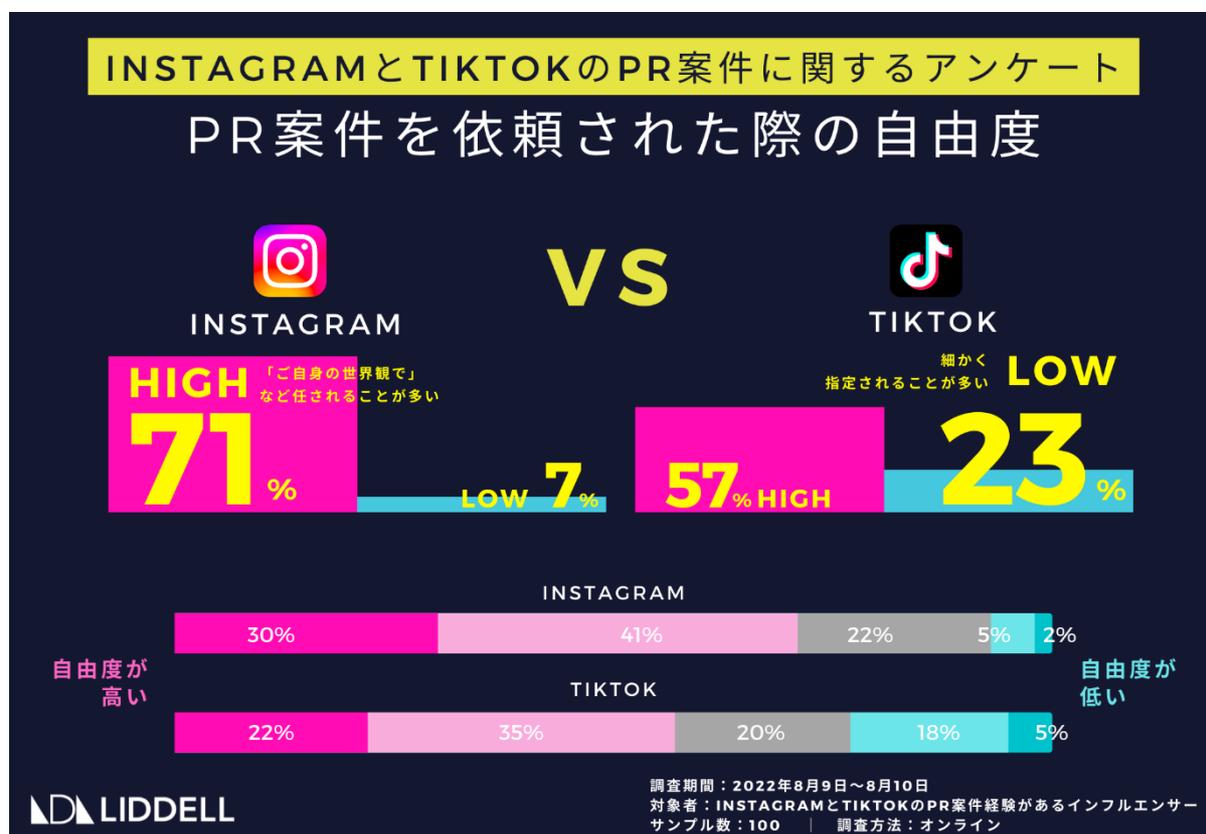
## <その他>

	Instagram	TikTok
・ペット	7	3
・スポーツ	6	4
・漫画・アニメ	3	2
・自動車・バイク	2	0
・金融・ビジネス	1	1
・ゲーム・アプリ	0	4

PR 案件で多いジャンルを複数回答でそれぞれ聞いたところ、10 名以上が選択したジャンルは Instagram が 13 種、TikTok が 4 種となり、Instagram の方が明らかに多くなりました。ジャンルごとの特徴は、「ファッション・雑貨」「エステ・美容サロン」「食品・飲料」など「魅せる」ジャンルの差が大きく、一方で「ゲーム・アプリ」に関しては Instagram が 0 名、TikTok が 4 名となり、TikTok で担っているジャンルがあることがわかりました。また、インフルエンサー 1 名あたりが担うジャンル数の平均で比較すると、Instagram は 3.9 種、TikTok は 1.8 種で、最大は Instagram が 14 種、TikTok が 6 種と大きな差がありました。以上において、Instagram は対応幅が広く一般化しており、TikTok は対応幅が狭く、限定的であるといえます。

## PR 案件を依頼された際の自由度は？

比較的 Instagram が高く、TikTok では企業側のリスクヘッジも。



PR 案件を依頼された際の自由度を聞いたところ、「ご自身の世界観で～」など任されることが多いと回答したのが、Instagram では 71%、TikTok では 57%と Instagram が 14p 高い結果となりました。一方、細かく指定されることが多いと回答したのが、Instagram では 7%、TikTok では 23% と TikTok が 16p 高い結果となりました。

コスメ関連の PR 案件を多く請け負うインフルエンサーからは、「TikTok では動画のセリフをテキスト化した字コンテや構成案の事前提出があり、すべてチェックされる」という声も。これは、TikTok の面白くするために誇大に表現してしまう傾向や、薬機法などへの対応を考慮して、依頼する企業がリスクヘッジのために自由度の低い依頼をしているのではないかと予想されます。

**昨今の SNS マーケティングの成功は  
目的に合わせた各種 SNS のクロスオーバーで相乗効果を生み出すこと  
マーケティングファネルにあわせた戦略設計が必要。**



Instagram と TikTok は対比されることが多くなりましたが、今回の調査で、SNS のスペシャリストであるインフルエンサーは Instagram と TikTok をそれぞれの特徴によって使い分け、自身のコミュニティの拡大と企業のマーケティング・コミュニケーション活動に貢献していることがわかりました。

また、Instagram では価値観が合う人をフォローして、自分が好きなモノと出会いたいとセレクトショップのような使い方、TikTok は興味関心のないモノとも出会ってしまうことが前提にあり、その偶然性を楽しむバラエティショップのような使い方をされています。

現在の SNS マーケティングにおいて重要なのは、各 SNS パーパス（何の目的でコミュニティが在るのか）、ユーザー属性やカルチャーなどを理解することです。そして、そのためにも、インフル

エンサーの知見や経験をヒアリングし、自社の活動に活かすこと、パートナー化して協働することの必然性が向上しています。

リデルでは、Instagram や TikTok の他、Twitter、YouTube など多様な SNS で活躍する 3 万人のインフルエンサーの声を収集しつつ、マーケティング戦略の最適解を常にアップデートしております。

これからも、6,000 社の取引と、300 社以上の SNS 運用実績を礎に、多様な SNS を駆使し、あらゆるコミュニケーション手法で企業のマーケティング戦略をサポートしてまいります。現在展開されている各種 SNS の公式アカウントの分析やインフルエンサーによるアドバイス、クリエイターの派遣も実施しておりますので、お気軽にご相談ください。

## 調査概要

- 調査期間：2022 年 8 月 9 日～8 月 10 日
- 対象者：Instagram と TikTok の PR 案件経験があるインフルエンサー100 名
- 調査方法：オンライン

### 【本件に関するお問合せ】

リデル株式会社

担当：貫（ぬき）

メール：[pr@liddell.tokyo](mailto:pr@liddell.tokyo)

-----  
[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW：SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[「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/](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) SNS・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) クリエイターエコノミー 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](mailto:pr@liddell.tokyo)

電話：03-6432-9806