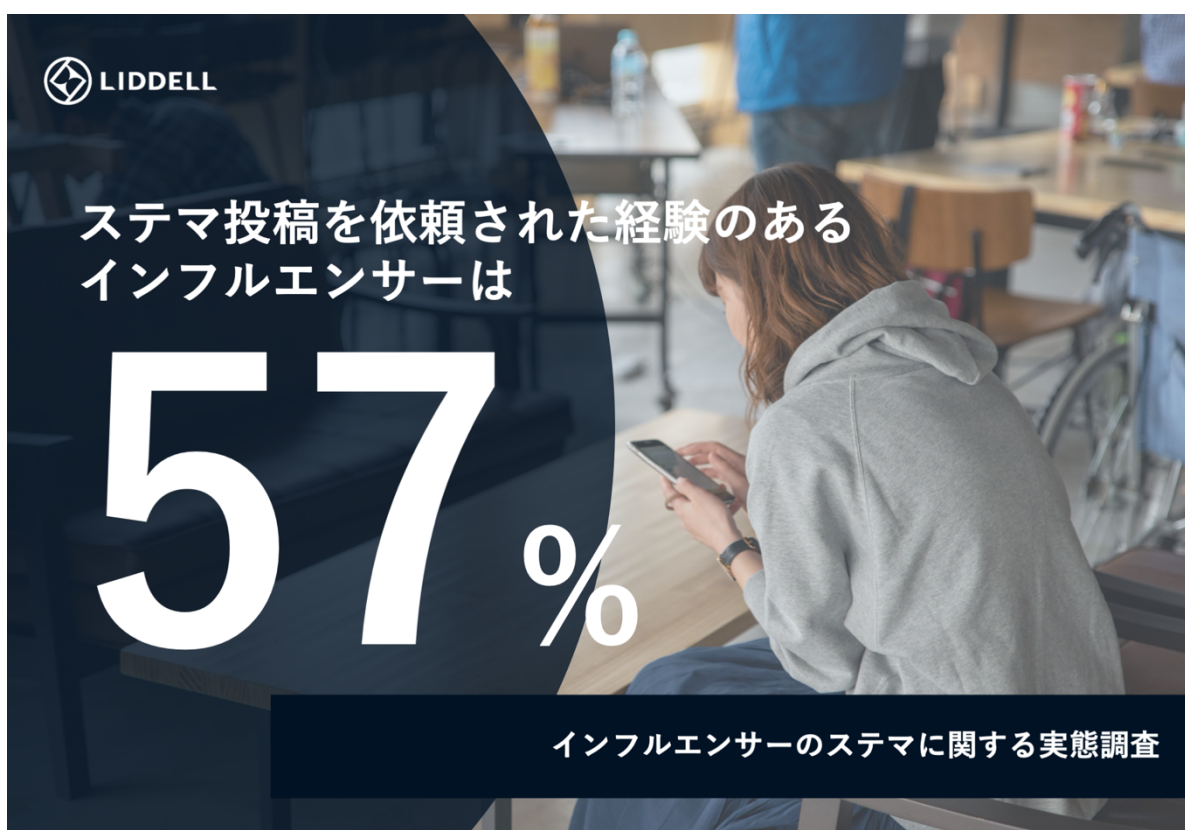


**【ステマ独自調査2】企業からステマ投稿の依頼を受けたインフルエンサーは57%。**  
～企業が適切にステマを理解し PR 投稿を依頼するためのリテラシー向上が必要～

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、運営するマーケティングプラットフォームに登録しているインフルエンサーを対象に、ステルスマーケティング（以下、ステマ）の理解と依頼実態に関するアンケートを実施致しました。その結果、PR 案件の依頼時に『PR 表記はなしで投稿お願いします』などとステマ、もしくはステマの心配があるような要望を受けた事があるインフルエンサーは57%となりました。



#### < 調査概要 >

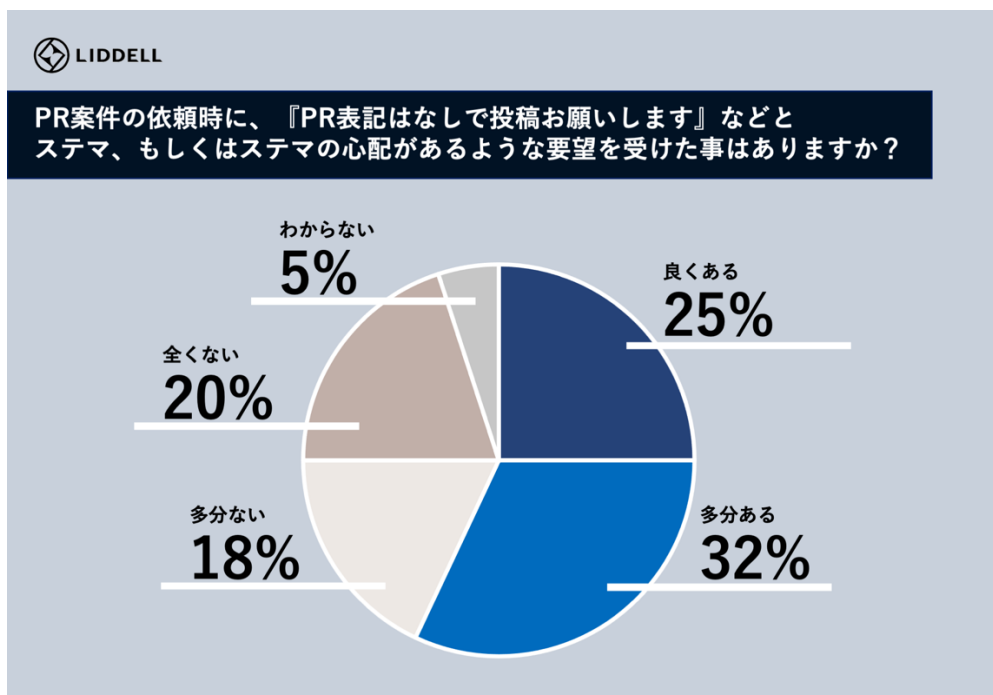
期間：2021年2月17日（水）～2月23日（火）

調査対象：3万人の『SPIRIT（スピリット）』インフルエンサー会員の中からランダムに100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

## < アンケート結果概要 >

PR 案件の依頼時に、『PR 表記はなしで投稿お願いします』などとステマ、もしくはステマの心配があるような要望を受けた事があるインフルエンサーは半数以上。



ブランドや代理店など企業から PR 案件を依頼される際に、ステマ投稿になる指示を受けた経験は 57% と半数を超え、「良くある」との回答は 25%、「多分ある」との回答は 32% という結果となりました。具体的には、「ストーリーズ投稿は#PR なしでお願いします」「PR 表記や、いただいた、プレゼントされたなどの文面は避けて下さい」といった指示や「PR 表記なしでの依頼をお断りすると案件を紹介していただかなくなる代理店もある」といった声も寄せられました。

本調査により、ビジネス経験に乏しいインフルエンサーが、議論に押され言いくるめられるケースがあることがわかりました。しかし企業との取引経験が豊富なインフルエンサーの場合には「しっかり断る」と言う声も多く、フォロワーに誠実であることの重要性を理解し活動していることが判明しました。

**「PR 表記なし」の投稿がステマにつながるという理解度は 70% 以上。ステマに対する危機意識は高いものの、正しい定義の理解度は低い結果に。**

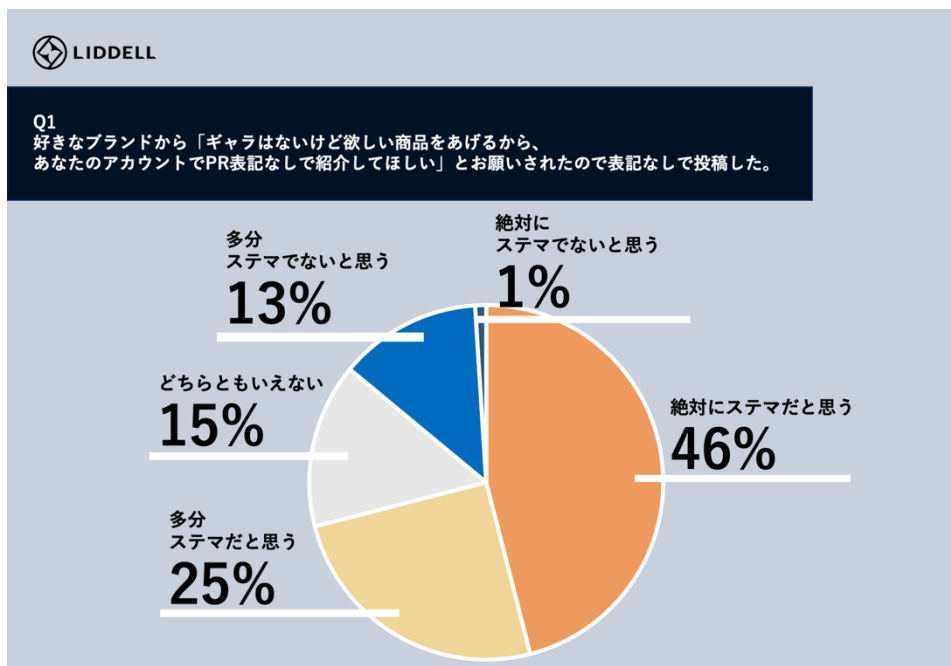
ステマに関する設問を実施、「PR 表記なしで提供された商品の紹介を投稿する」という問題の正解率は 71% に対し、「PR 表記はするものの、本心と反した投稿をする」という問題の正解率は 20% と低い結果となりました。一般的に言われているステマ（ステルスマーケティング）とは『マーケティングの主体が消費者から隠れている（ステルス）マーケティング活動』（引用 2017, WOM マーケティング協議会 WOMJ ガイドライン FAQ）であることの根本的認知が低いことがわかりました。

## < 設問 >

下記の案件依頼の状況について、ステマかどうかお答えください。

Q1

好きなブランドから「ギャラはないけど欲しい商品をあげるから、あなたのアカウントでPR表記なしで紹介してほしい」とお願いされたので表記なしで投稿した。



正解は、ステマです。

企業から商品提供された（利益を得た）上での投稿なので、PR表記が必要になります。

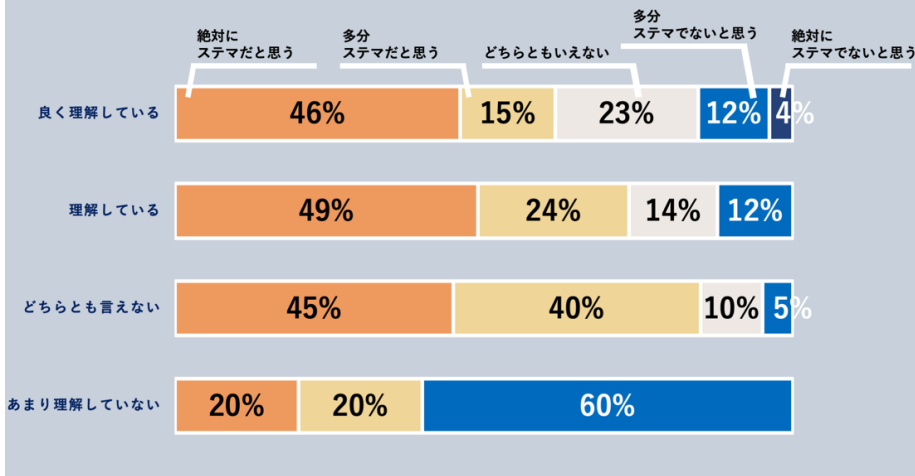
インフルエンサーの解答は、「絶対にステマだと思う」が46%、「多分ステマだと思う」が25%と正解率は71%となりました。

ステマに関して「良く理解している」と答えたインフルエンサーの正解率は61%。「どちらとも言えない」の正解率は85%と自信がなくても高い正解率に。

※【ステマ独自調査1についてはこちら】 URL:

<https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000286.000011944.html>

Q1  
正解率と理解率の相関性

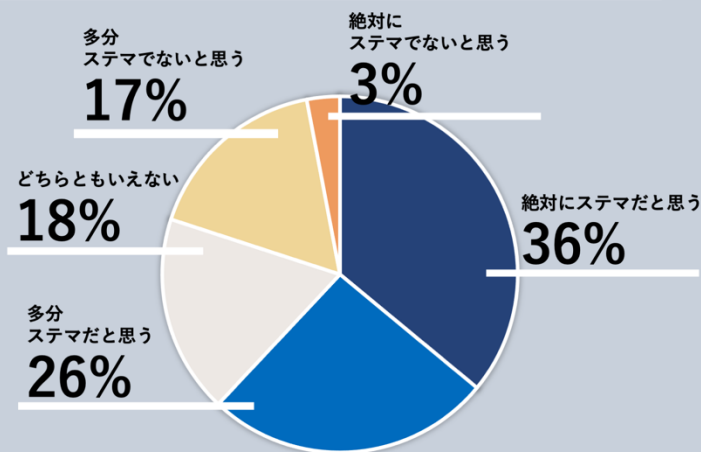


インフルエンサー自身のステマに関する認識、理解別の正解率は、「よく理解している」と自負しているインフルエンサーの正解率が61%、「理解している」が73%、「どちらとも言えない」が85%と、高い正解率となりました。

Q2

親しい友人から 5,000 円をもらって、本当は美味しくなかったドリンクを「美味しい」とPR表記を付けて投稿した。

Q2  
親しい友人から 5,000 円をもらって、本当は美味しくなかったドリンクを「美味しい」とPR表記を付けて投稿した。

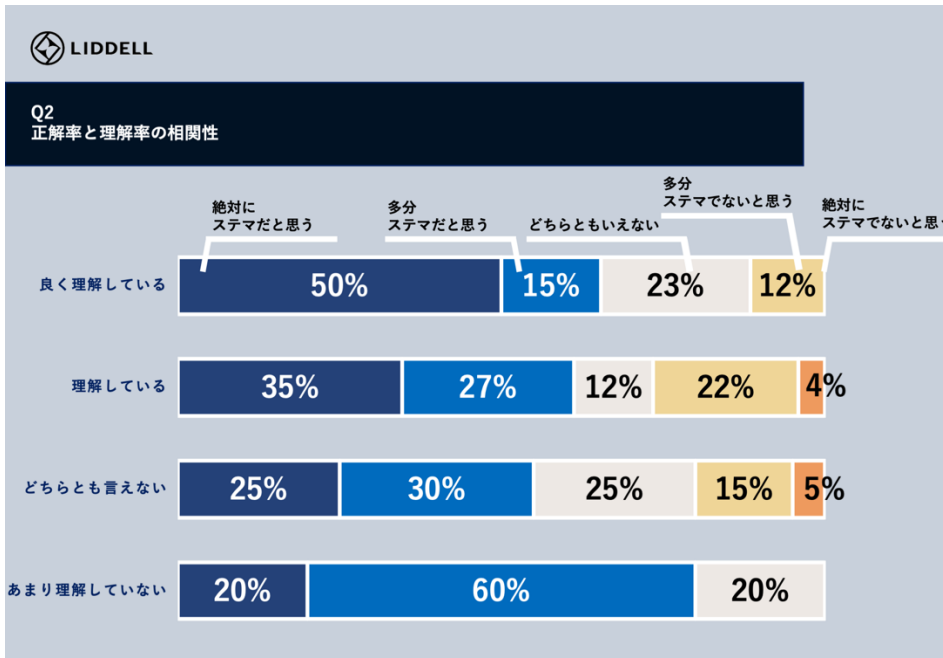


正解は、ステマではありません。

意地が悪いひっかけ問題のようですが、モラル的、感情的な部分は別として広告的にはPR表記をつけて広告として投稿しているため、ステマではありません。

インフルエンサーは、「絶対にステマではないと思う」が3%、「多分ステマではないと思う」が17%と正解率は20%となりました。

ステマに関して「良く理解している」と答えたインフルエンサーの正解率は12%。「理解している」層は26%。ステマの境界線は曖昧で正しい理解は難しい。



インフルエンサー自身のステマに関する認識、理解別の正解率は、「良く理解している」が12%、「理解している」が26%、「どちらとも言えない」が20%と、総じて低い正解率となりました。ステマという言葉の認知は高く「良くないことである」という世論は形成されているものの、ステマの根本的な概念や前提は極めて曖昧で、客観的で明確な指標がない以上はそれを確定することは非常に難しい状況ではあります。

しっかりとPR表記をしている投稿に対して、フォロワーから「ステマじゃないですか？大丈夫ですか？」というコメントを頂いたインフルエンサーもいました。

**ステマ撲滅啓発活動として、『SNSにおけるモラル・リテラシー向上ウェビナー』を定期的に開催。**

SNSは、コロナ禍で対面のコミュニケーションが希薄化する中、誰かと“繋がり交流ができる”ツールとして欠かすことができないほど重要性があります。そんなSNSの健全性を保つためには、企業もインフルエンサーも生活者もステマに対する正しい認識と理解を促進することが大切だと考えております。

ステマ撲滅活動を強化するために、リデルが運営するSNSクリエイターによる制作・運用・分析管理サービス『PRST（プロスト）』 <https://prst-sns.com/> とアサインメントプラットフォーム『SPIRIT（スピリット）』 <https://spirit-japan.com/> では、定期的にWEBセミナーを開催しております。ご要望に合わせて、内容、規模、開催方法などアレンジいたします。詳しくは、下記までお問い合わせください。

## SNS の健全性は、企業、インフルエンサー、生活者、全てのステークホルダーで作るもの。

OMO (Online Merges with Offline) が加速し、一億総クリエイター時代と言われる現代社会では、企業やブランドのみならず、インフルエンサーや生活者が SNS を介して発信する情報の正直さや誠実さが求められています。特に弊社では、個人の影響力を社会のために活用し、それぞれが自律できる状態を目指しており、ステマリスクに対してリテラシーを向上させ SNS における健全なコミュニケーション活動は最重要課題だと考えております。

2017 年よりステマ撲滅啓発活動を実施してまいりましたが、引き続き、運営するマーケティングプラットフォームを通じて、SNS を活用したマーケティング業界の健全な発展に寄与してまいります。

### 【お問合せ】

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 ニュースリリース配信サービス]

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/](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/](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)マーケティング支援

(2)マーケティングツールの提供

(3)マーケティングプラットフォームの運営

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](mailto:info@liddell.tokyo)

電話：03-6432-9806