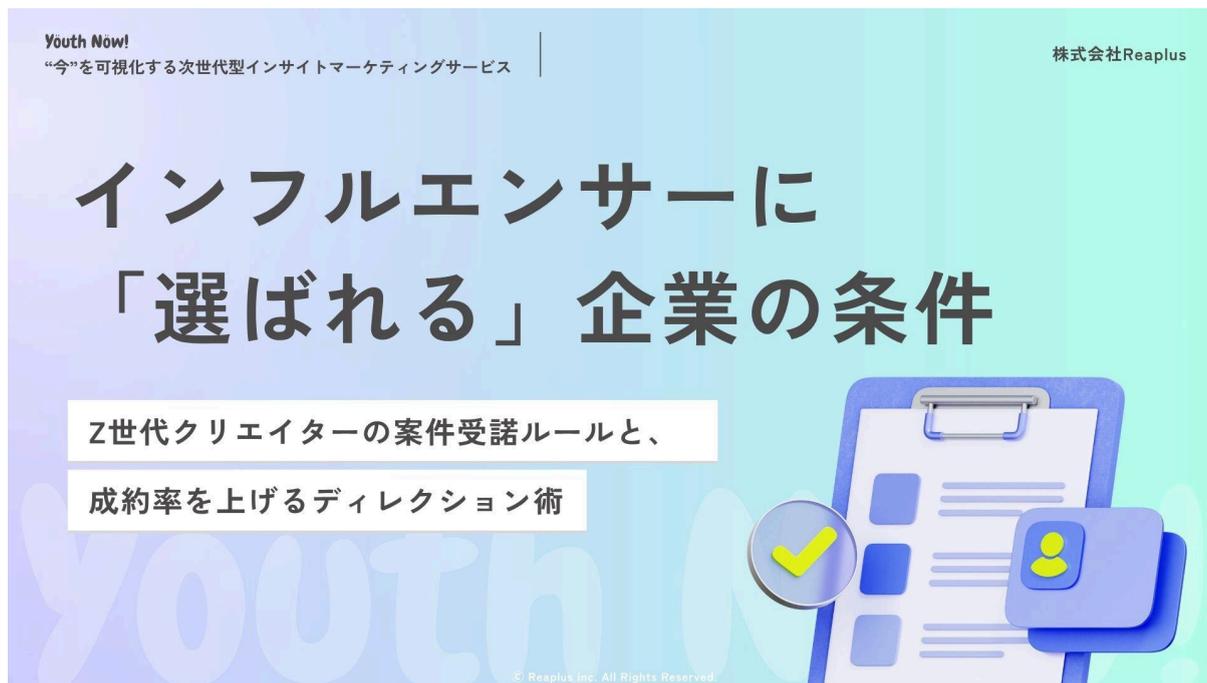


**【Youth Now!若年層トレンド調査】**  
**Z世代インフルエンサーの“8割は案件を断る?”**  
**「選ばれる企業」と「断られる企業」を分ける決定的な違いとは**  
～ 成約率とリピート率を左右する“オファー設計”の新常識 ～



株式会社Reaplus [リアプラス](本社:東京都渋谷区、代表取締役:松元 詞音)は、消費者の“今”を可視化する次世代型インサイトマーケティングサービス「Youth Now!」にて、インフルエンサーを対象に「企業からのPRオファーに関する定性調査」を実施いたしました。

本調査では、SNS上でのPR投稿において、インフルエンサーが“案件を受けるか断るか”を判断する基準と、企業側のコミュニケーションの課題構造を明らかにしています。

■調査概要

調査名 :【Youth Now!トレンド調査】企業とインフルエンサーのPRオファーに関するインサイト調査

実施主体:株式会社Reaplus[リアプラス]

調査手法:個別インタビュー(定性調査)

実施時間:各約45分

参加者 :インフルエンサー(美容・エンタメ領域)

調査日 :2026年3月5日・3月10日

調査目的: PR案件の受諾・拒否の判断基準および、成約率・リピート率を高めるオファー設計の抽出

※本調査は統計的な定量データではなく、発信行動・価値基準の構造を明らかにする探索型調査です。

#### ■調査サマリー(一部抜粋)

##### 1. 高単価でも“世界観NG”なら断られる

調査では、

- ・無償でも受ける案件がある一方
- ・高単価でも断る案件がある

という逆転現象が確認されました。

その最大の判断基準は、

- ・世界観との一致
- ・フォロワーとの関係性

つまり、

「報酬」ではなく「信頼を毀損しないか」が最優先判断軸となっています。

##### 2. 「やりっぱなし」が関係を終わらせる

投稿後に、

- ・連絡が途絶える
- ・フィードバックがない

といった企業対応は、

「広告枠として消費された」という感覚を生むことが判明しました。

一方で、

- ・「好評でした」などのフィードバック
- は、長期的な関係(アンバサダー化)につながる重要要素となります。

※本リリースでは一部の結果のみを抜粋しています。

全設問の結果、詳細データなどを含む完全版レポートは、以下からお問い合わせいただくことで資料請求が可能です。Youth Now! では、マーケティング無料相談を実施中ですので、ぜひ併せてお気軽にお問い合わせくださいませ。

資料請求 : <https://www.youthnow.jp/report/mother's-day-2026>

#### ■資料例

【実践篇①】成約率を跳ね上げる「依頼メッセージ」の黄金構成

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

## 【実践篇①】 成約率を跳ね上げる「依頼メッセージ」の黄金構成

インフルエンサーの手間を省き、プロとしての承認欲求を満たすオファー設計。



### 【NGな依頼メッセージ】

- 「弊社の商品をPRしていただけませんか？」という一斉送信のコピペ文面
- 商品のURLだけが貼られており、自分で詳細を調べなければならない。
- 提出物や指定ハッシュタグのリストが最初から大量に記載されている。

### 【OKな依頼メッセージ（黄金構成）】

- 個別化とリスペクト：「最近の〇〇の投稿を拝見し〜」と、日頃の発信を見ていることを明記する。
- 明確な依頼理由：「貴方の〇〇な世界観と、弊社のコンセプトがマッチすると思え〜」と選んだ理由を伝える。
- 手間の排除（情報提供）：ブランドヒストリーや詳細なコンセプト、写真のイメージをメッセージ内に完結させる。
- 自由度の提示：「要点はお伝えしますが、表現方法や構成は全面的にお任せいたします」と添える。

## 価値基準の徹底比較(ディレクション新旧対比表)

### 結論：インフルエンサーを「広告」ではなく「ビジネスパートナー」とする

01

#### 個別のリスペクトを示し、「選ばれるオファー」を作る

- 定型文の排除と理由の明記：影響力のあるインフルエンサーは、一斉送信のコピペ文面を瞬時に見抜きます。日頃の投稿に言及し、「なぜあなたにお願いしたいのか」を個別に伝えることがスタートラインです。
- 「調べる手間」の削減：商品URLだけでなく、ブランドの世界観やコンセプトを依頼文内にまとめ、クリエイターが自ら調べる負担を減らす配慮が成約率を高めます。

02

#### 「事後修正ゼロ」を前提とした進行管理がリピートを生む

- 最大のタブーは「後出しの修正」：事前に合意した構成で撮影した後「やっぱり変えてほしい」と複数回（3〜4回など）要求することは、次回のオファーを断られる最大の要因です。
- 事前フィックスと表現の委任：必要な要素は「撮影前」に完全にすり合わせ、表現方法はインフルエンサーに一任することで、彼らのモチベーションとインプレッションの最大化に繋がります。

03

#### 「人」として向き合う継続的なコミュニケーション

- 「こなされている感」の払拭：投稿完了後に連絡を絶つ「やりっぱなし」の態度は、クリエイターに不信感と寂しさを抱かせます
- 丁寧なフィードバックの価値：投稿後に「好評でした」と具体的な結果を個別に伝えるなど、単発の「業者」ではなく「パートナー」としての対話を欠かさない企業こそが、中長期的な関係（アンバサダー化など）を築くことができます。

## ■企業・ブランドへの示唆例

### ① 依頼文で“8割決まる”

パーソナライズ＋理由明記＋情報完結が必須

### ② 「報酬」ではなく「世界観」で選ばれる

ブランドとクリエイター的一致が最重要

### ③ 事後修正ゼロを前提に設計

撮影前に完全フィックスが必須

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当：松元 EMAIL: info@reaplius.jp TEL: 050-1807-9922

#### ④ KPIをアップデートする いいねではなく「保存・インプレッション」

##### ■代表取締役 コメント



今回の調査で明らかになったのは、インフルエンサーが企業を“選ぶ側”に完全にシフトしているという事実です。

従来のように“お金を払えばやってもらえる”という構造はすでに崩れており、“誰と組むか”が重視されています。

企業がやるべきことは、コントロールすることではなく、選ばれる設計をすることです。

今後のインフルエンサーマーケティングは、“発注”ではなく“共創”が前提になると考えています。

##### <プロフィール>

株式会社Reapplus 代表取締役  
松元 詞音(まつもとしおん)

1999年生まれ。

広告代理事業、インフルエンサー事業、D2C、調査事業など複数事業を展開し、Z世代・α世代の意思決定を「行動経済学」「SNSデータ」「実務現場」の3軸から分析している。

SNS時代において「バズっても売れない」「若者に届かない」といったマーケティング課題に対し、誰の言葉として、どの文脈で届いているかという視点から構造的な整理と実務への落とし込みを行うことを得意とする。

複数事業を経営する中で得たリアルな経営視点と、若年層理解を感覚論にせず言語化できる点を強みとしている。

##### ■Reapplus(リアプラス)による若年層に特化した課題解決サポート

# Youth Now!

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reapplus.jp TEL: 050-1807-9922

Z世代の行動や価値観は、単にトレンドとして観測するだけでなく、“なぜそれが生まれ、どう広がるのか”を構造的に捉えることが重要です。Reaplus(リアプラス)では、YouthNow!を活用した若年層に特化した独自のリサーチと、SNS・コンテンツを起点としたマーケティング設計の両面から、企業の課題に合わせたソリューションを提供しています。

## ■提供サービス(SERVICES)



### ① アンケート調査

#### 【数で見抜く、購買行動のリアル】

商品の利用シーンや購買行動を数値化し、若年層の意思決定パターンを可視化。ターゲット設計や販促戦略の"根拠データ"を提供します。

### ② インフルエンサーインタビュー

#### 【発信者視点から、トレンドの芽を探る】

フォロワー数万~数十万規模のインフルエンサーにヒアリング。流行の「作り手」から、共感を生む要因を分析します。

### ③ グループインタビュー

#### 【共感の瞬間を、言葉で捉える】

若年層4~8名による座談会形式で、定量調査では見えない感情のトーンを可視化。会話の中から"本音"や"無意識のニーズ"を抽出します。

### ④ ギフティング調査

#### 【体験が購買意欲にどう影響するかを測る】

商品やサービスを若年層に提供し、SNS発信と同時に購買意向の変化を可視化。使用前とは異なる、手に届いた後のリアルな声を発見できます。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

## ⑤ ワンストップ施策提案

【データを施策に変えるまで、ワンチームで】

調査結果を分析し、マーケティングや広告施策へ落とし込み。  
インサイトを軸に、実行可能なプランを設計します。

## ⑥ トレンド調査資料

【若年層の“今”を定点観測】

業種横断で若年層のトレンドをまとめたレポートを定期配信。  
社内資料や次期企画立案のインプットとして活用できます。

### ■想定活用シーン

- 若年層向け新商品の開発・リブランディング支援
- SNS・インフルエンサー施策の方向性検証
- 若者市場向けキャンペーン設計・効果分析
- 若年層トレンドレポート／カスタム調査 etc.

「若年層・Z世代の獲得に課題を感じており、ターゲットに有効にアプローチしたい」

「Z世代ユーザーにも“共感されるブランド体験”をつくりたい」

「今回のような調査を自社の商品開発やマーケティングに生かしたい」

上記課題を抱える企業・ブランド様は、マーケティング無料相談実施中ですので、ぜひお気軽にご相談ください！

▶お問い合わせ先はこちら

<https://youthnow.jp>

### ■会社概要



社名 : 株式会社Reaplus(リアプラス)

所在地 : 東京都渋谷区猿楽町9-8 アーバンパーク代官山 0208

代表者 : 代表取締役 松元 詞音

設立年月 : 2023年7月20日

事業内容 : コミュニケーションプロデュース事業 / インサイト事業 /

タレント支援事業 / キャスティング事業 / 補助金支援事業 / D2C事業

HP : <https://reaplus.jp/>

note : <https://note.com/reaplus>

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

【本件に関する報道関係者のご連絡先】  
担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922