



2015年9月3日
トレンドーズ株式会社

トレンドーズ、「女性の Instagram 活用」に関する調査を実施 「Instagram 投稿を見て食べ物／飲み物を購入」4 割が経験あり！ 真似したくなる“食”の投稿、ポイントは「写真のきれいさ」と「親近感」

「MarTech Company」としてマーケティング×テクノロジーを軸とした事業展開を進めるトレンドーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)は、このたび、20~40代の女性 Instagram ユーザー500名を対象に、「女性の Instagram 活用」に関する意識・実態調査を実施いたしました。

[調査概要]

- ・調査対象:20~40代 女性 500名
※20~24歳 84名、25~29歳 84名、30~34歳 83名、35~39歳 83名、40~44歳 83名、45~49歳 83名
- ※スクリーニング調査で「Instagram のアカウントを持っている」と回答した方
- ・調査期間:2015年8月20日~8月24日 ・調査方法:インターネット調査 ・調査実施機関:楽天リサーチ株式会社

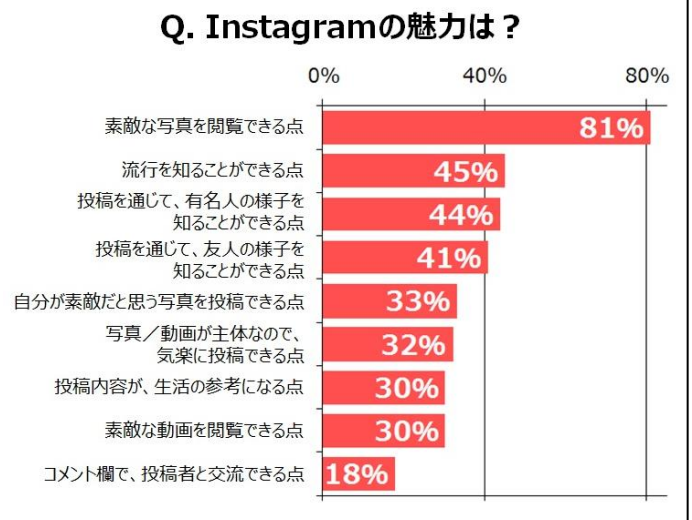
◆ 感情を動かすビジュアルがカギ!? “情報収集”にも活用される Instagram

はじめに、「Instagram の利用頻度(閲覧・投稿どちらも含む)」を調査すると、「ほぼ毎日」と回答した人が **56%**と、**約6割の人がデイリーに利用している**ことが分かりました。

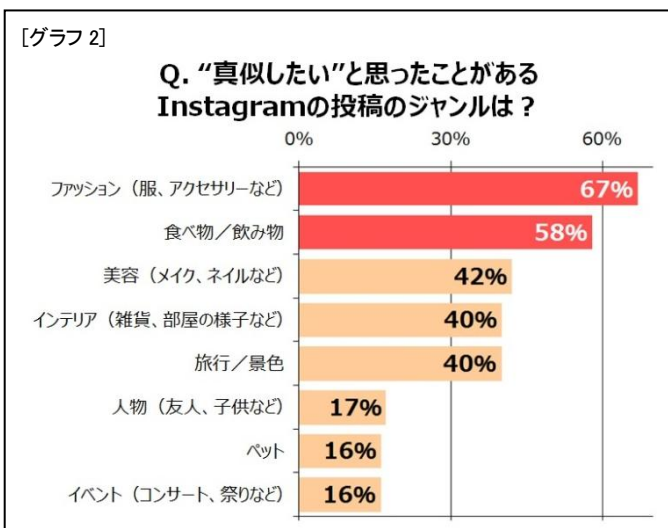
続いて、「Instagram の魅力」を聞いたところ、**81%**と圧倒的に多かったのは「素敵な写真を閲覧できる点」。また、「投稿を通じて、友人の様子を知ることができる点」(41%)、「自分が素敵だと思う写真を投稿できる点」(33%)などの **SNS としての機能**に加えて、「流行を知ることができる点」(45%)、「投稿内容が生活の参考になる点」(30%)といった、**情報収集ツールとしての側面**も挙がりました。[グラフ 1]

「素敵な写真」が集まる Instagram は、視覚に訴えかける力が強いと考えられます。そのため、ひとつひとつの投稿が感情を動かし、「参考にしたい」と思わせ、結果、閲覧するだけでなく情報収集ツールとしても活用されているのかもしれない。

[グラフ 1]



◆ 影響力が強い Instagram の投稿ジャンル、2トップは“衣”・“食”



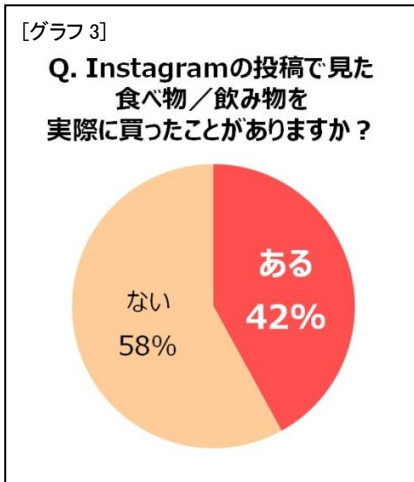
次に、「Instagram に投稿されていた内容を“真似したい”と思ったことがありますか？」と質問すると、73%と7割以上の人が「ある」と回答しました。

「“真似したい”と思ったことがある投稿のジャンル」として特に多かったのは「**ファッション**」(67%)と「**食べ物／飲み物**」(58%)。[グラフ 2] これらに続いて「美容」(42%)や「インテリア」(40%)、「旅行／景色」(40%)などが上位に並びました。

俗に“衣食住”と言いますが、その中でも**“衣”・“食”に関する投稿に影響を受けている人が多い**と言えます。

さらに、「衣」・「食」に関する投稿を見て思ったこと」を調査。その結果、「食」については「その食べ物／飲み物を“食べてみたい”と思った」(79%)、「衣」については「そのファッションアイテムを“欲しい”と思った」(73%)といった回答が多くなりました。若干の差ではあるものの、「食」の方が、投稿を見て実際に何かを試してみたくなる傾向があることがうかがえます。

◆ 4割が購入経験あり！ ユーザーのアクションを促す Instagram の“食”の投稿



ここまでの調査から、特に影響力が強いことが分かった“食”の投稿。この分野について、「Instagram の投稿を見たことがきっかけで、実際にとったアクション」を聞くと、「投稿で見た食べ物／飲み物を、実際に買ったことがある」人は 42%と 4割超でした。

[グラフ 3]

また、「投稿で見た食べ物／飲み物を、店頭で探したことがある」人は 40%、「投稿で見た食べ物／飲み物を、インターネットで検索したことがある」人は 51%と過半数。合計すると、投稿で見た食べ物／飲み物について「買う・探す・検索する」のいずれかのアクションをとった経験がある人は 57%と約 6割にのびりました。

さらに、食器やキッチン用品といった、投稿で見た食べ物／飲み物の関連商品を「実際に買ったことがある」(29%)、「インターネットで検索したことがある」(38%)という人も。Instagram で“食”の投稿を見ることで、その食べ物／飲み物だけでなく関連商品にも興味がわき、リアルでの行動につながっていることが読み取れます。

これらの結果を踏まえ、「“食”に関する投稿を見たことがきっかけで、具体的にどのようなアクションをとりましたか？」と自由回答で聞いたところ、次のような回答が集まりました。魅力的な投稿に影響を受けて話題の料理を実際に作ってみたり、作った料理を自分でも投稿したりしたという声が目立ちました。投稿が次の投稿を生んでいる様子が見え、Instagram の影響の輪が広がっていると考えられます。

「Instagram で見て興味がわき、実際に“沼サン”を作ってみた。また、本も購入した」(38 歳)

「メイソンジャーを買って、投稿で見た“ジャーサラダ”を真似して作り、自分も投稿した」(30 歳)

「インスタグラマーが毎朝素敵なお弁当を作っていたので影響を受け、真似して作ってみた」(49 歳)

「朝食を素敵に撮っていたインスタグラマーの真似をして、朝食に装飾をプラスするようになった。

また、自分でも投稿するようになった」(26 歳)

◆ 真似したくなる“食”の投稿、ポイントは「写真のきれいさ」と「親近感」！ ファン化する人も

それでは、ユーザーが真似したくなる Instagram の“食”の投稿には、どのような特徴があるのでしょうか。

「その食べ物／飲み物を“真似したい”と思う投稿のポイントは何かと思いますか？」と質問すると、特に多かったのは「写真のきれいさ(加工、レイアウトなど)」(85%)。同時に「投稿の内容に親近感を感じること」(67%)、「投稿者に親近感を感じること」(58%)にも回答が集まり、「投稿者のファンであること」(56%)も半数以上になりました。

この結果から、真似したくなる“食”の投稿のポイントは「写真のきれいさ」と、投稿者や内容に対する「親近感」であると考えられます。また、これらのポイントを押さえた魅力的な投稿をすることによって、一般人でもファンができる可能性があることもうかがえます。

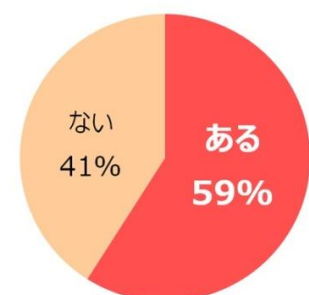
さらに、「“食”に関する情報を得るためにフォローしている Instagram のアカウントがありますか？」と聞いたところ、「ある」という人は 59%と約 6割。

[グラフ 4] 「フォローしているアカウント」としては、「知人ではないが、“食”に関する素敵な投稿をしているアカウント」(51%)が「“食”に関する素敵な投稿をしている、知人のアカウント」(31%)を上回りました。

“食”に関して魅力的な投稿をしているアカウントであれば、知人でなくともフォローし、参考にしていくことが分かりました。Instagram は、“食”に関する情報収集に活用されていると考えられます。

[グラフ 4]

Q. “食”に関する情報を得るためにフォローしている Instagramのアカウントがありますか？



◆ トレンドーズ、“衣”・“食”・“住”に特化した 「ライフ・インスタグラマー・ネットワーク(通称:LIN)」を提供中

トレンドーズでは、Instagram を活用した PR サービスとして、「ライフ・インスタグラマー・ネットワーク(Life-Instagrammer Network、通称:LIN)」を提供しています。

▽「デリストグラマー」「ビュースタグラマー」「リブスタグラマー」のネットワーク化で“衣”・“食”・“住”を網羅

食に特化したインスタグラマー「デリストグラマー」、ファッション・美容に特化した「ビュースタグラマー」、インテリア・住まいに特化した「リブスタグラマー」をネットワーク化。

キャスティング可能なインスタグラマーの総フォロワー数は1,000万人超にのぼります(2015年8月時点)。

“衣”・“食”・“住”の3つの分野を網羅することで、幅広い商材でのInstagramキャンペーン施策をご提供いたします。

▽インスタグラマー×キュレーションサイトのキャンペーンでトレンド創出

「デリストグラマー」はグルメに特化した「macaroni」※1、

「ビュースタグラマー」は美容トレンド情報を発信する「Locari」※2、

「リブスタグラマー」は憧れママがキュレーターを務める「4yuuu!」※3と提携。

各分野について強い影響力を持つ「LIN」のインスタグラマーとキュレーションサイトの提携により、“衣”・“食”・“住”それぞれの分野における効果的なプロモーションをご提供いたします。

※1 macaroni 株式会社トラストリッジが運営する、レシピや動画、今話題のスイーツなど、グルメファンのための有益で鮮度の高い情報を発信しているキュレーションサイト。月間約3,000万PV、月間訪問者約500万人、Facebookの「いいね!」数は約14万。

※2 Locari 株式会社 Wondershake が運営する、ヘアスタイル、ネイル、ファッションなどの美容トレンド情報を発信し、あこがれのライフスタイル提案をするキュレーションサイト。Facebook の「いいね!」数は約16万。

※3 4yuuu! ロケットベンチャー株式会社が運営する、梨花や吉川ひなの、現役読者モデルなどの憧れママがキュレーターとして記事を執筆するオシャレな主婦・ママ向けキュレーションメディア。月間3,000万PV、月間200万UU。

サービスの詳細は以下ページに掲載しております。

<http://www.trenders.co.jp/lin>

Instagram は米国およびその他の国における Instagram, LLC の商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-9-19 ポーラ恵比寿ビル 2F・3F

担当: 秋枝(あきえだ)・豊田(とよだ)・横山(よこやま) / TEL: 03-5774-8876 / FAX: 03-5774-8875

お問い合わせメールアドレス press@trenders.co.jp