

報道関係各位

2017年11月29日
アライドアーキテクト株式会社

「インスタ映え」など、10～50代男女のInstagramに関する意識・実態を調査

- 女性6割、男性3割以上が「インスタ映え」を気にしている？！
- 「インスタ売れ」は、菓子、食料品、コスメが人気だが意外なものも。 -

企業のSNSマーケティングを総合的に支援するアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:中村壮秀、証券コード:6081)は、今年話題になった「インスタ映え」「インスタ売れ」「インスタ消費」などInstagramに関する意識・実態を調査するため、約3,500名を対象にアンケート調査を実施いたしました。

Instagramは今年10月に日本国内のアクティブユーザーが2,000万人を突破したと発表され、日本におけるSNS利用状況を語るうえで欠かせない存在となっています。なかでも、「インスタ映え」という言葉は今年の流行語大賞にもノミネートされ、新聞や雑誌、テレビでもよく使われる時代を表す一語となっています。

当社では、今まで女性若年層の活用が特に注目されていたInstagramについて、性別問わず幅広い世代に活用されはじめている実態を予測し、このたび、Instagramに関する意識・実態を調査いたしました。

※「インスタ映え」とは、……画像・動画共有SNS「Instagram」に投稿した写真や、その被写体などに対して、写真写りが良い、見映えがする、おしゃれに見える、という意味で用いられる表現。「Instagram」と「写真映え」を合わせた造語で、「インスタジェニック」(「Instagram」と「フォトジェニック」を合わせた造語)と同義。

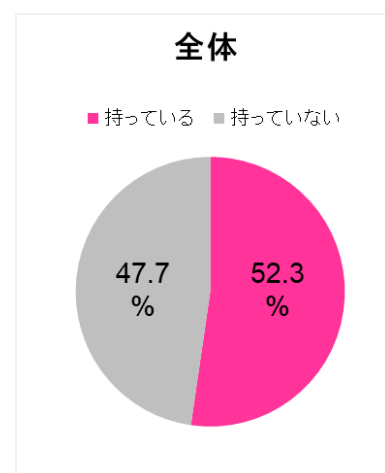
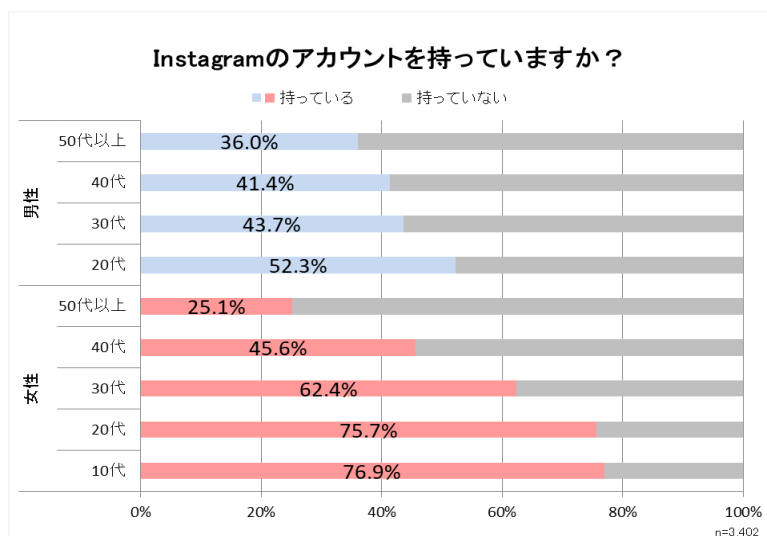
※「インスタ売れ」とは、……Instagramで話題になったことがきっかけで商品が売れること。

※「インスタ消費」とは、……Instagramに投稿する写真を撮影することを目的として商品を購入したり、話題の飲食店やスポットに出向く消費者行動のこと。

■□■□■□ ■ 「インスタ映え」「インスタ売れ」などInstagram利用に関する調査結果 ■□■□■□■

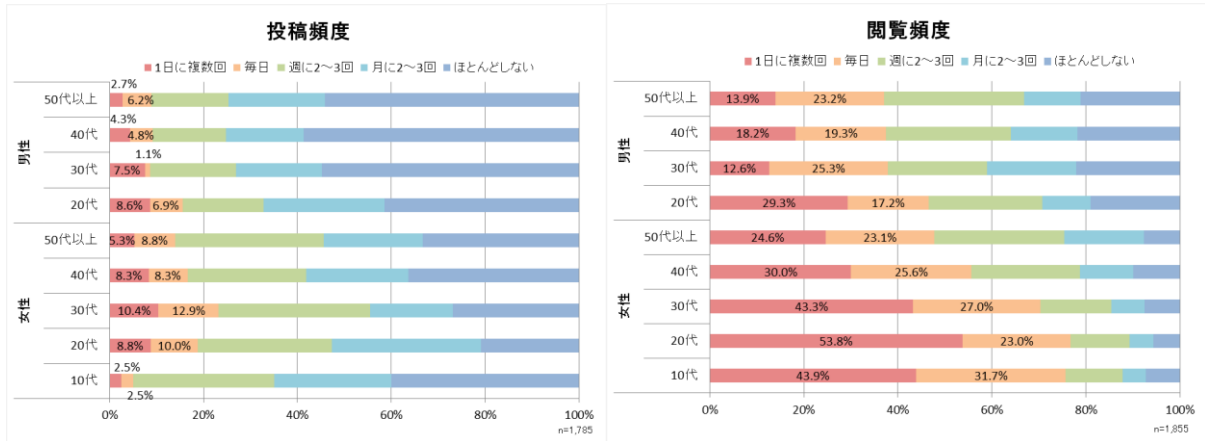
◆10～20代女性は75%以上がInstagramを利用、50代以上は女性より男性の方が利用率が高い。

Instagramのアカウントを持っているか(Instagramを利用しているか)どうかの質問に対し、「持っている」が全体の52.3%、「持っていない」が47.7%と、半数以上の方がInstagramを利用していることが分かりました。年代別に見ると、10～20代女性は約75%以上がInstagramを利用しており、女性若年層からの人気が見えますが、男性のInstagram利用率も高く、男性では20代で半数以上、30～50代以上も40%前後となっており、特に50代以上では女性より男性の方が利用率が高くなっています。Instagramは女性若年層だけでなく、男性や中高年層にも幅広く支持され利用されていることが分かります。



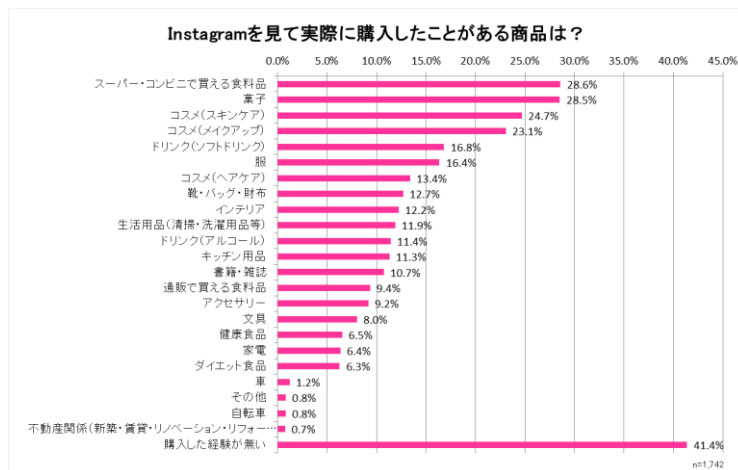
◆**毎日投稿するのは30代女性。閲覧中心の10代女性。若い女性ほど情報収集に活用。**

「投稿は、どのくらいの頻度で行いますか？」という質問では、30代女性の20%以上が「毎日(1日に複数回を含む)」と回答。10代女性は「毎日」と答えた人が5%となっていますが、「閲覧は、どのくらいの頻度で行いますか？」という質問には「毎日」と回答している人が約75%おり、若い世代の女性ほど「情報発信(投稿)」より「情報収集(閲覧)」にInstagramを活用していることが窺えます。また、男性でも投稿を「毎日」する人が10~15%、閲覧を「毎日」する人が40%程度おり、男性にもInstagram活用が広がっていることが分かります。



◆**「インスタ売れ」は「食料品」「菓子」がどの世代からも人気。性別・世代ごとに特徴があり、家電購入者も。**

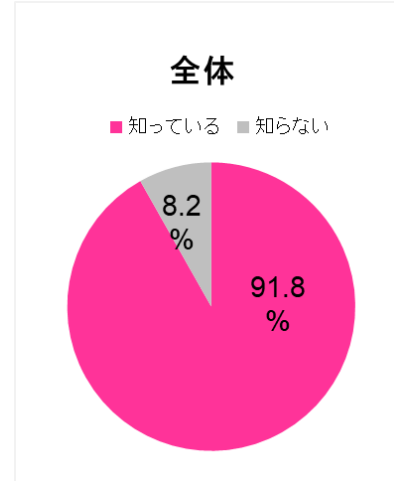
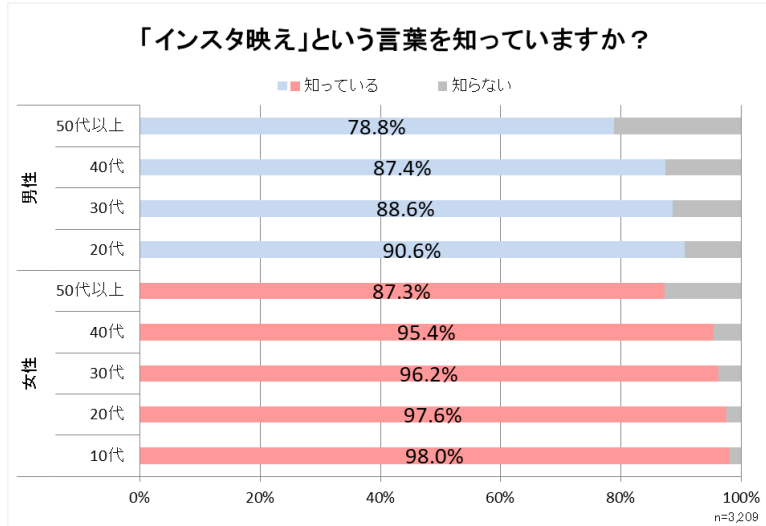
「Instagramを見て、実際に購入したことがある商品を選んでください。(複数選択可)」という質問では、1位が「スーパー・コンビニで買える食料品」で28.6%、「菓子」が28.5%、3位が「コスメ(スキンケア)」で24.7%という結果になりました。また、性別・年代別の上位5項目を見ると、女性は10~20代はコスメやアパレル、30~50代は菓子や食料品が上位を占めています。男性は、どの世代も菓子や食料品が1~2位を占めますが、20代男性はアルコールやインテリア、服、スキンケア用品が上位に入っていることが特徴的です。30代男性では書籍・雑誌、40~50代男性は家電がランクインしており、世代に応じてInstagramから情報収集するもの、影響を受けるもののカテゴリが違ってくるのが分かります。



	1位	2位	3位	4位	5位	
女性	10代	菓子 37.0%	コスメ(メイクアップ)、スーパー・コンビニで買える食料品	28.3%	服 23.9%	文具、靴・バッグ・財布、アクセサリ 17.4%
	20代	コスメ(メイクアップ) 36.9%	コスメ(スキンケア) 35.8%	スーパー・コンビニで買える食料品 32.5%	菓子 29.7%	服 23.9%
	30代	菓子 31.7%	スーパー・コンビニで買える食料品 31.4%	コスメ(スキンケア) 28.4%	コスメ(メイクアップ) 27.9%	ドリンク(ソフトドリンク) 18.9%
	40代	菓子 25.0%	スーパー・コンビニで買える食料品 23.3%	コスメ(スキンケア) 18.2%	コスメ(メイクアップ) 14.5%	ドリンク(ソフトドリンク) 13.9%
	50代	菓子、コスメ(スキンケア) 11.8%		スーパー・コンビニで買える食料品 10.5%	キッチン用品 7.9%	コスメ(ヘアケア)、ドリンク(ソフトドリンク)、生活用品(清掃・洗濯用品等) 6.6%
男性	20代	スーパー・コンビニで買える食料品 29.7%	菓子、ドリンク(アルコール) 14.8%		コスメ(スキンケア)、インテリア、服 13.1%	
	30代	スーパー・コンビニで買える食料品 17.9%	菓子 16.0%	書籍・雑誌 13.2%	通販で買える食料品、ドリンク(アルコール) 11.3%	
	40代	菓子 12.6%	スーパー・コンビニで買える食料品 11.5%	ドリンク(ソフトドリンク) 9.9%	ドリンク(アルコール) 8.4%	家電 7.3%
	50代	菓子 12.6%	スーパー・コンビニで買える食料品、ドリンク(アルコール)、家電 9.6%			通販で買える食料品、書籍・雑誌 5.9%

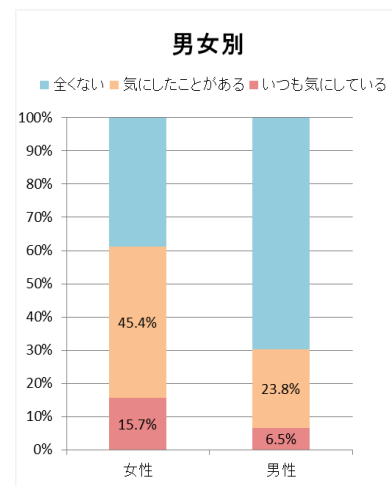
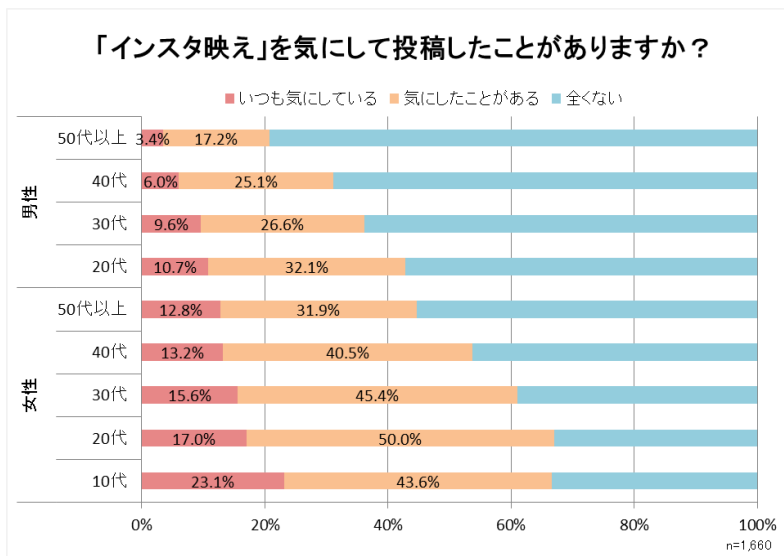
◆「インスタ映え」という言葉を知っている人は、全体の91.8%。10～20代女性では約98%の認知率。

「インスタ映え」という言葉を知っている人は91.8%にもなります。女性はその世代も90%に近い数値となっており、女性の認知率は非常に高いと言えます。男性は50代以上になると80%以下に減ってしまっていますが、40代以下では90%に近い認知率があります。



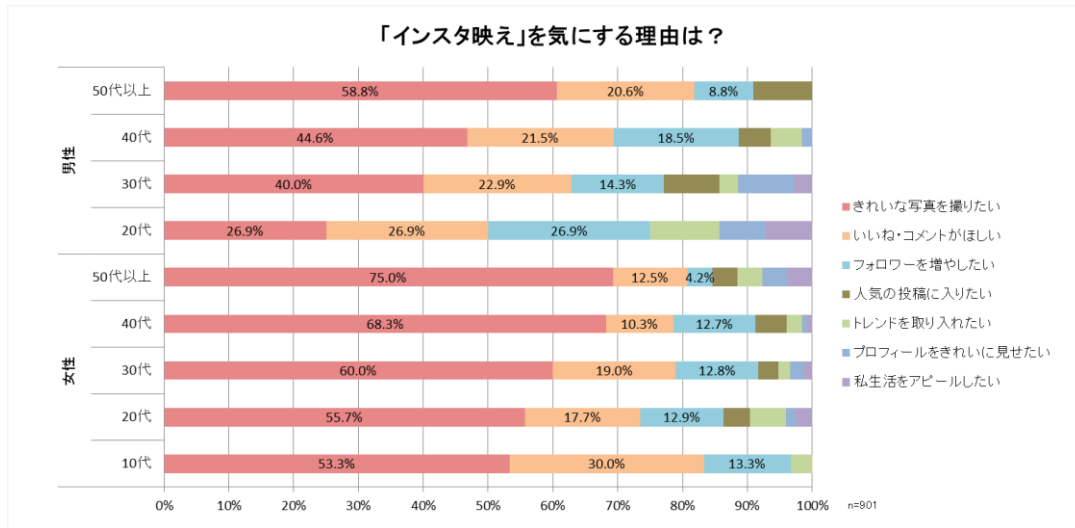
◆「インスタ映え」を気にしたことがある人は、女性の60%以上、男性も30%以上。

「インスタ映えを気にして投稿したことがありますか？」という質問に対し、10～30代女性の60%以上は「インスタ映え」を気にして投稿した経験があります。「いつも気にしている」が10代女性では23.1%、20～30代女性でも17.0%おり、日常的に「インスタ映え」を意識して投稿していることが窺えます。また、男性も「インスタ映え」を気にして投稿した経験がある方が意外に多く、20～30代男性では40%前後、40代男性では約30%が「インスタ映え」を気にして投稿した経験があります。



◆「インスタ映え」を気にする理由、圧倒的に多かったのは「きれいな写真を撮りたい」。

「インスタ映えを気にした投稿をする理由はなんですか？」という質問に対して、性別・年齢問わず圧倒的に多かった回答は「きれいな写真を撮りたい」という理由でした。意外にも、いいね、コメント、フォロワーなどを増やしたいという理由よりも回答数が多く、投稿に対する他者の反応よりも、投稿そのもののきれいさ・美しさを重視するInstagramユーザーの特徴が窺えます。また、性別によって理由が違うことも特徴的で、理由の第2位は男性はどの世代も「いいね・コメントがほしい」となっていますが、女性では「フォロワーを増やしたい」となっている世代もあります。男性は繋がっている人とコミュニケーションを取りたいという願望、女性はInstagramを通じて多くの人と繋がりたいという願望があることが窺えます。



■調査結果の総括

今回の調査では、若い女性の活用が目立っていたInstagramが、意外にも男性や中高年にも活用されている実態が明らかになりました。ただし、性別・世代によって活用方法や活用目的が違い、特にInstagramから影響を受けて購入している商品のカテゴリの違いや、「インスタ映え」を気にする理由などにその特徴が表れていました。当社では、今回の調査データを顧客企業のInstagramを活用したマーケティング支援等に活用してまいります。

＜Instagramに関する調査・プロモーションのご相談はこちら <https://www.aainc.co.jp/contact/pr/> ＞

■調査概要

調査名称 : Instagram利用に関する意識調査
 調査主体 : アライドアーキテツ株式会社
 調査時期 : 2017年10月17日～10月23日
 調査方法 : SNSマーケティングプラットフォーム「モニプラ」(<https://cp.monipla.com/>) 上でアンケート調査を実施

有効回答数 : 3,569名

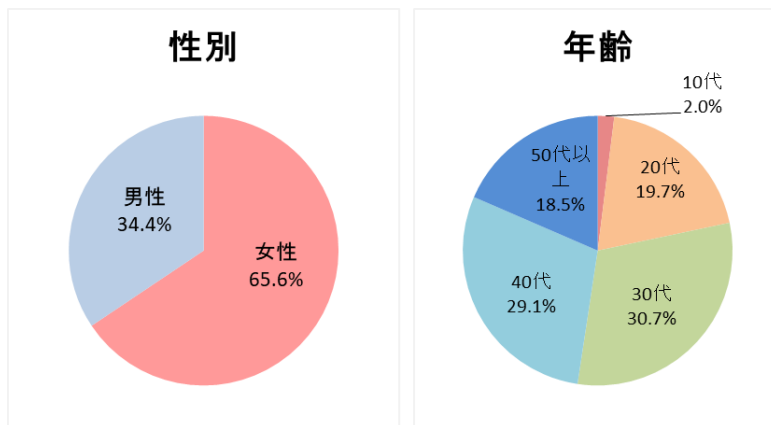
※10代男性は回答数が少なかったためグラフから除外しています。

※設問ごとの有効回答数を「n=」で記載しています。

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「アライドアーキテツ株式会社調べ」とクレジットを記載してください。

★調査結果に関する解説や本リリースに掲載しきれなかった調査結果を、当社の運営する「SMMLab(ソーシャルメディアマーケティングラボ)」(<https://smmlab.jp/?p=43873>)で公開しています。ぜひご覧ください。

■回答者属性



■アライドアーキテツ株式会社 会社概要

- ・代表者 : 代表取締役社長 中村 壮秀
- ・本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp/>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : SNSマーケティング支援事業

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 広報室 担当:板垣
TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp