

女性SNSユーザーの ハッシュタグ利用実態調査

アライドアーキテクト株式会社

☎ 03-6408-2793

✉ sales-mktg@aainc.co.jp



ハッシュタグは若年層を中心に定着。企業のプロモーション活用では必須の時代に

第二回となる今回の調査では、ハッシュタグの利用率・認識率ともに前回よりも大きく上回る結果となった。20代以下に関しては約90%が使用経験ありと回答しており、情報検索や投稿でハッシュタグが当然のように使われる時代になった。

また、ハッシュタグを利用する目的、利用するSNSも明確になってきており、今回の調査では特に若年層を中心にInstagramにおけるハッシュタグ検索が急増していることが読み取れる。

企業が**若年層を中心にプロモーションを行う際には、ハッシュタグを施策の中心に設計することも重要**といえる。

例) 旅行先の検討

従来の検索スタイル

<p>①</p> <p>旅行に行きたいなあ</p> <p>・プラン ・宿泊施設 ・費用 ...</p>	<p>②</p> <p>ひとまず 検索で下調べ</p> <p>Google YAHOO! JAPAN</p>
<p>③</p> <p>旅行代理店 に行ってきた!</p> <p>TRAVEL TRIP ONSEN</p> <p>伊豆が 良いらしい!</p>	<p>④</p> <p>プランも良いし 今回は伊豆に 決定!</p> <p>プラン: ○○プラン 宿泊施設: 伊豆△△ホテル 費用: ××円 ...</p>

これからの検索スタイル

<p>①</p> <p>旅行に行きたいなあ</p> <p>・風景 ・アクティビティ ・食べ物 ...</p>	<p>②</p> <p>#京都 で検索!</p> <p>#伊豆 で検索!</p>
<p>③</p> <p>伊豆の自然が 意外とスゴそう!</p> <p>Instagram</p> 	<p>④</p> <p>友達もオススメ してるし、今回は 伊豆に決定!</p> <p>伊豆 最高だった よ!</p>

調査名称	SNSユーザーのハッシュタグ利用実態調査
調査主体	アライドアーキテクト株式会社
調査時期	2016年8月26日～9月9日
調査方法	「monipla」上でアンケート調査を実施
有効回答数	2,037名

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

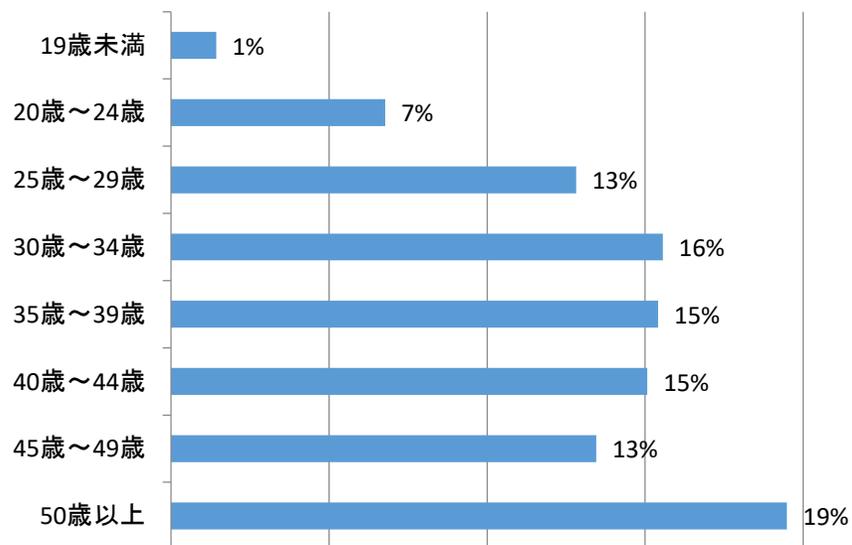
1 回答者デモグラフィック

回答者のデモグラフィック

- 20~40代女性を中心に、広く回答者を集めることができた。
- 職業は会社員、主婦、アルバイト・パートが中心。

Q.年齢を教えてください。

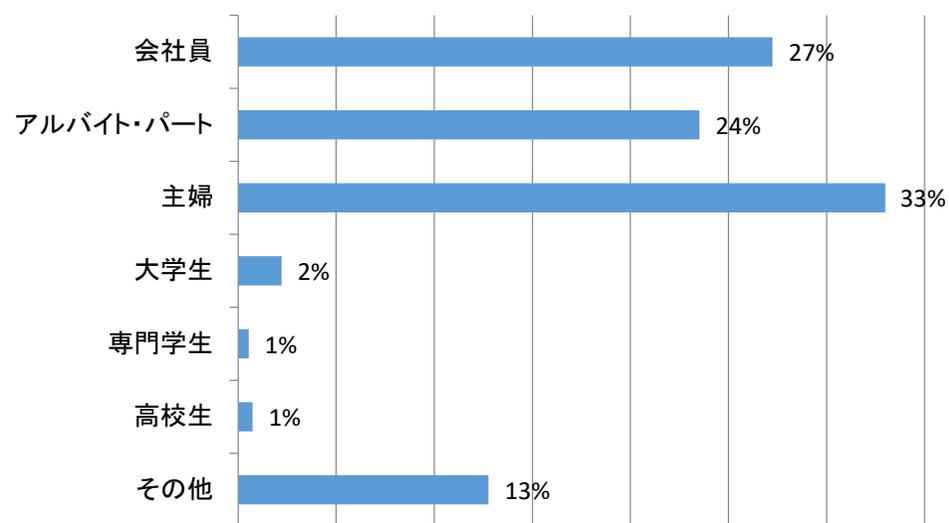
必須 SA



n=2,037

Q.職業を教えてください。

必須 SA



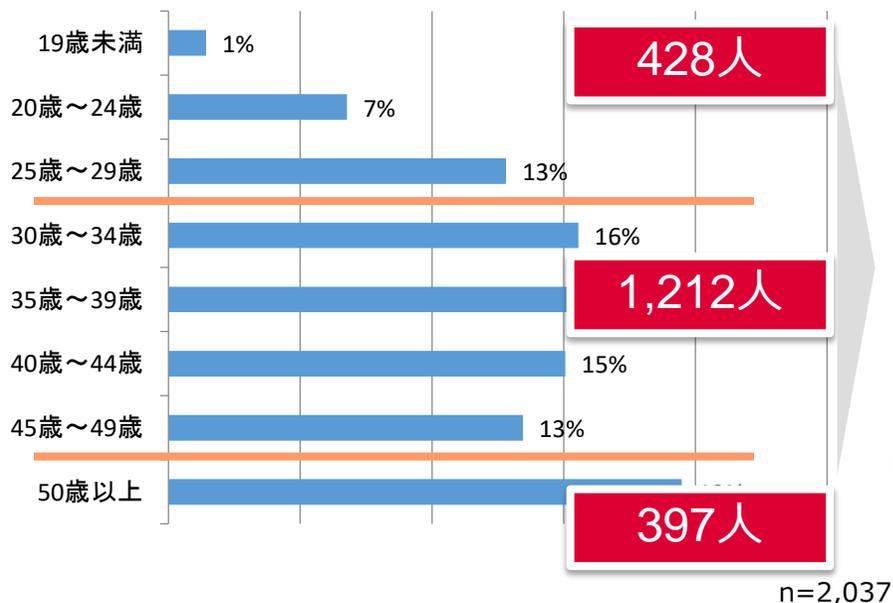
n=2,037

回答者のセグメント分け

- ・ ライフスタイルの異なるセグメントでハッシュタグの利用傾向の違いを把握したいため、年齢層でセグメントを分け、集計し比較対象とする。
- ・ 20代以下、30～40代、50代以上の3つのセグメント分けで以降の項目について検証する。

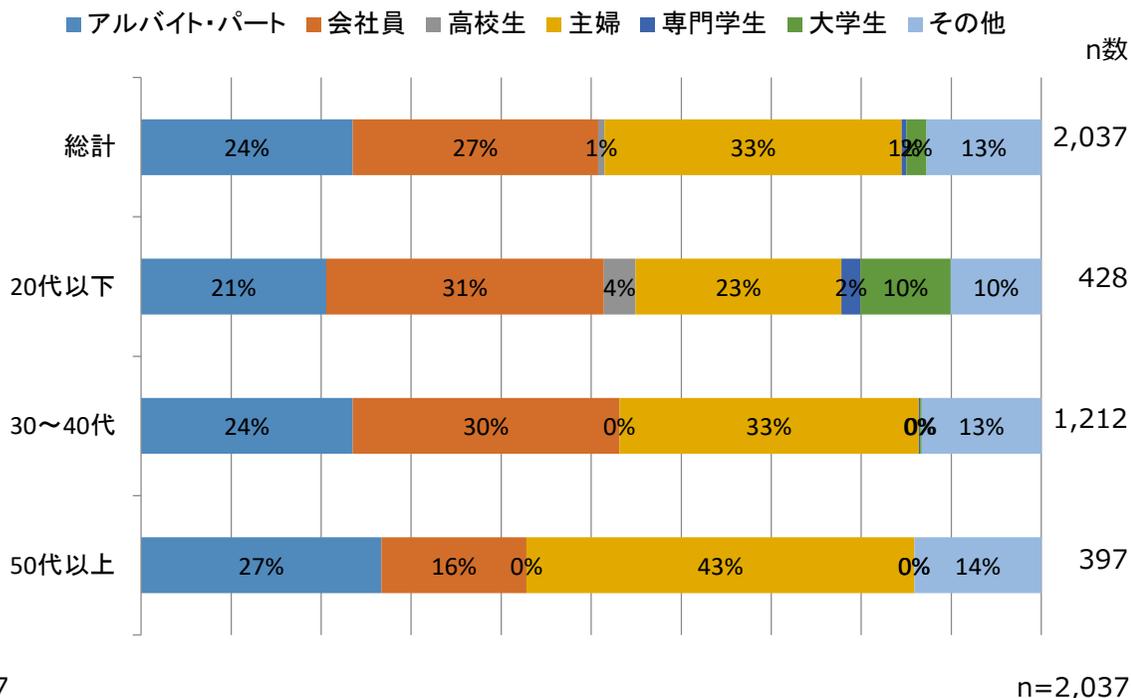
Q.年齢を教えてください。

必須 SA



Q.職業を教えてください。

必須 SA



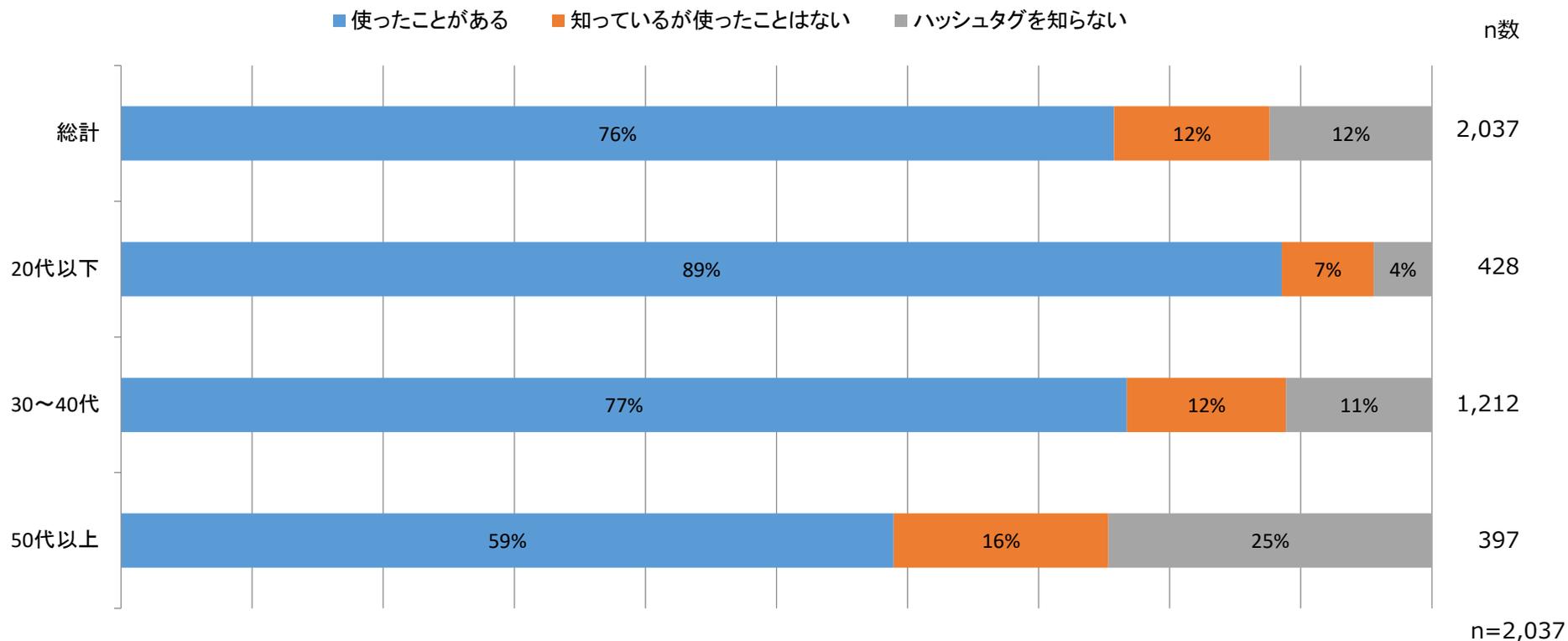
2 アンケート回答結果

ハッシュタグの利用経験・年齢層別

- 全体で約80%のユーザーが利用経験ありと回答、また認知率も含めると約90%。
- 年代別に見ると、特に若年層ほど使用率、認知率が高い。
- 20代以下はほぼ全員が認知しており、約90%が利用経験があると回答。

Q.ハッシュタグを使ったことがありますか？

必須 SA

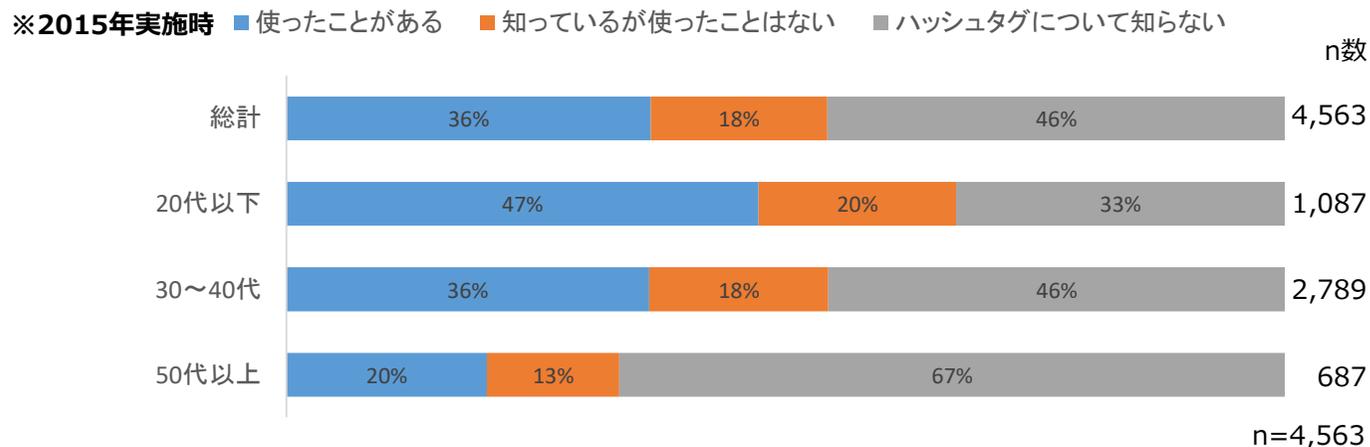
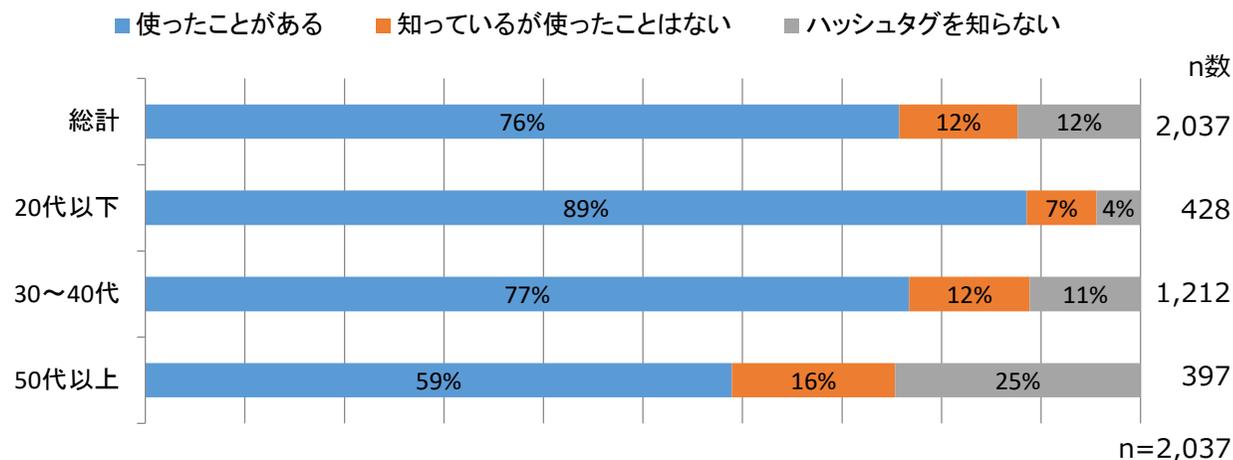


ハッシュタグの利用経験・年齢層別（昨年比）

- 2015年調査と比較すると、全年代で利用経験率が大きく向上している。
- 20代以下も67%から92%へと25%増と大きく伸びている。

Q.ハッシュタグを使ったことがありますか？

必須 SA

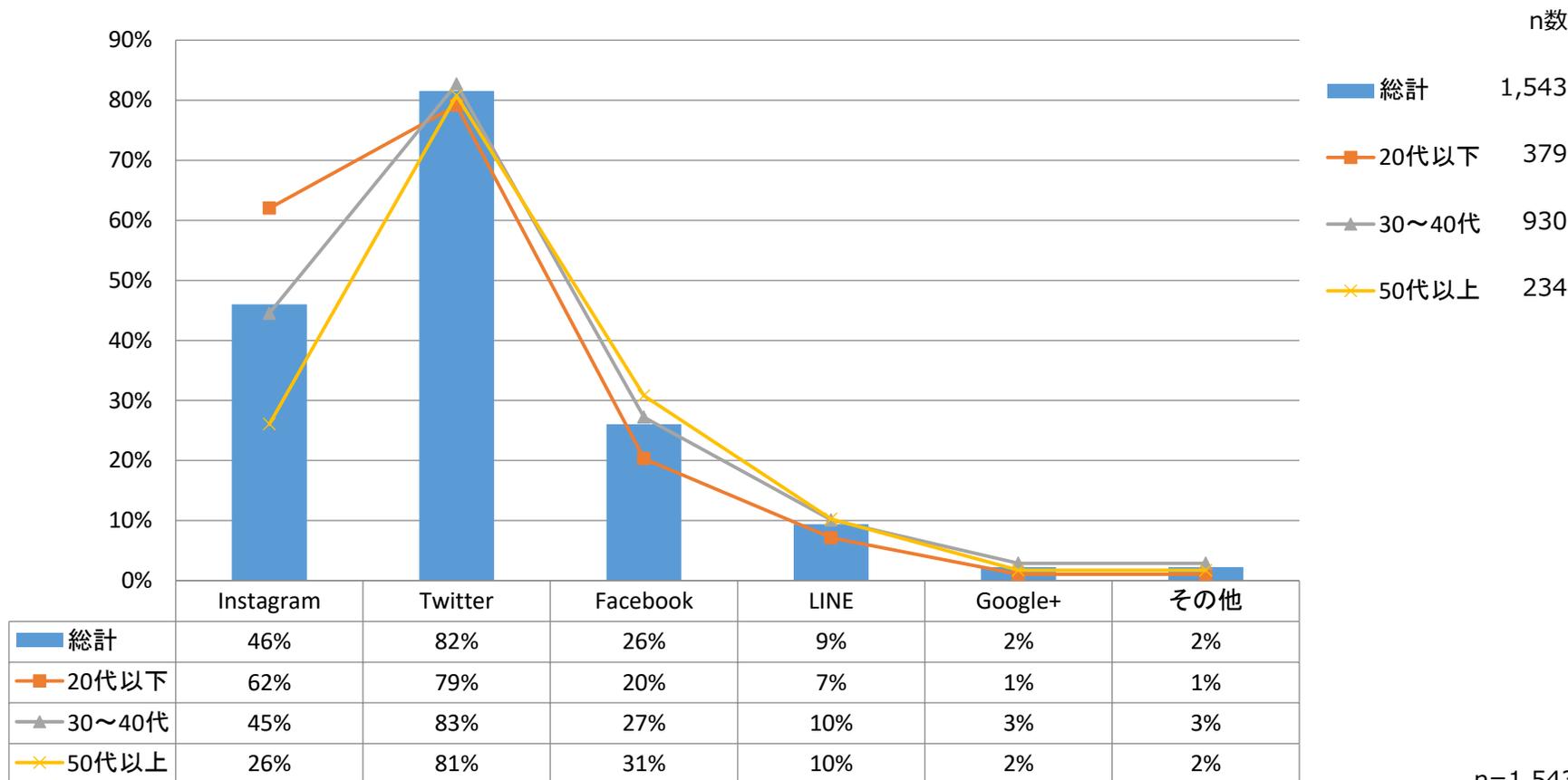


ハッシュタグ利用サービス・年齢層別

- 全体でTwitterでのハッシュタグ利用が多く、次いでInstagram、Facebookの順。
- 年齢が低いほどInstagramでの利用が多く、高いほどFacebookやLINEでの利用が多い。
- 2015年と比較すると、Instagramでの利用が総計で21%から39%に増加しており、2倍近く伸びている。特に20代以下の利用率は60%を超えている。

Q.ハッシュタグを利用したことのあるサービスはなんですか？

必須 MA



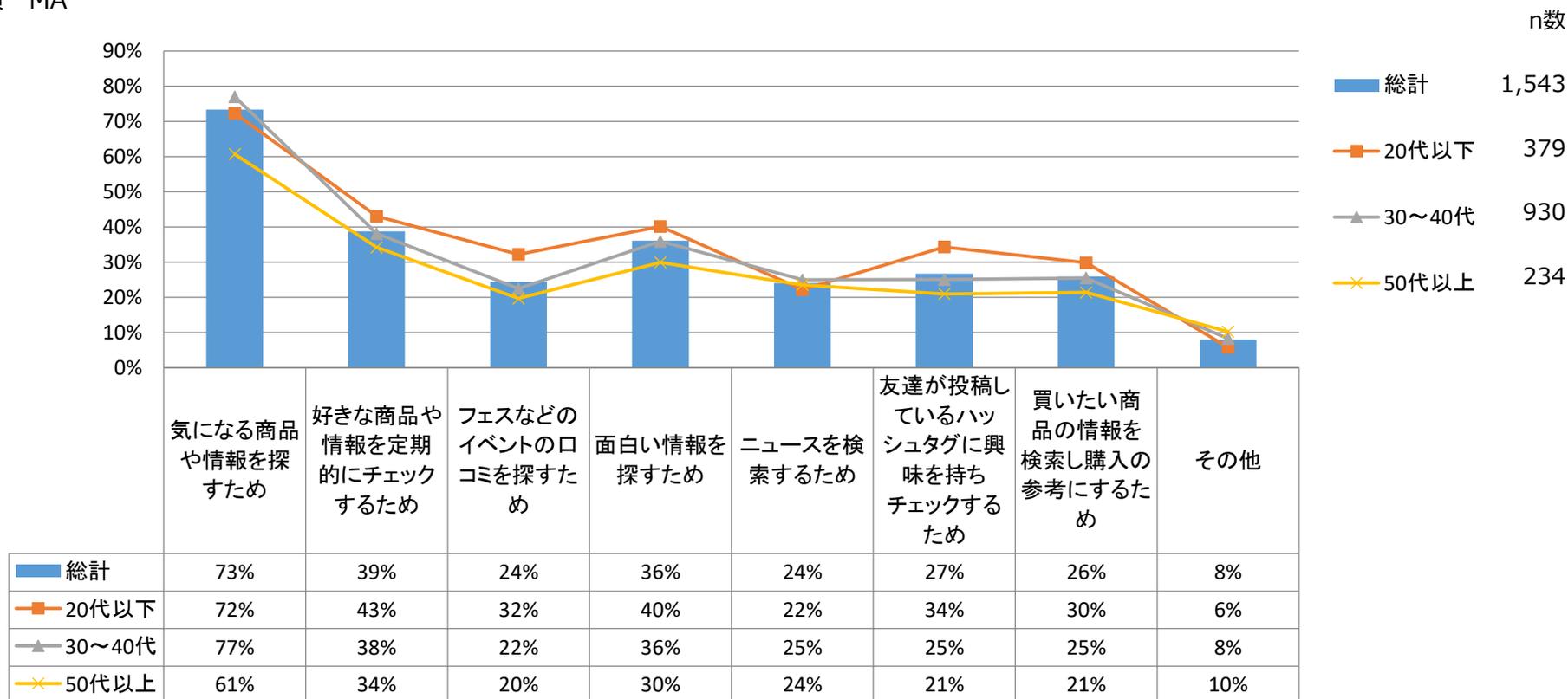
n=1,543
利用したことがない：494

ハッシュタグ利用目的・年齢層別

- 気になる商品や情報の検索のための利用が多く、全体で70%を超えた。
- 年代別で大きな差は無いが、20代以下はイベントの口コミ、50代以上はニュースを検索するために利用する傾向が見られる。

Q.ハッシュタグの利用目的はどれですか？

必須 MA



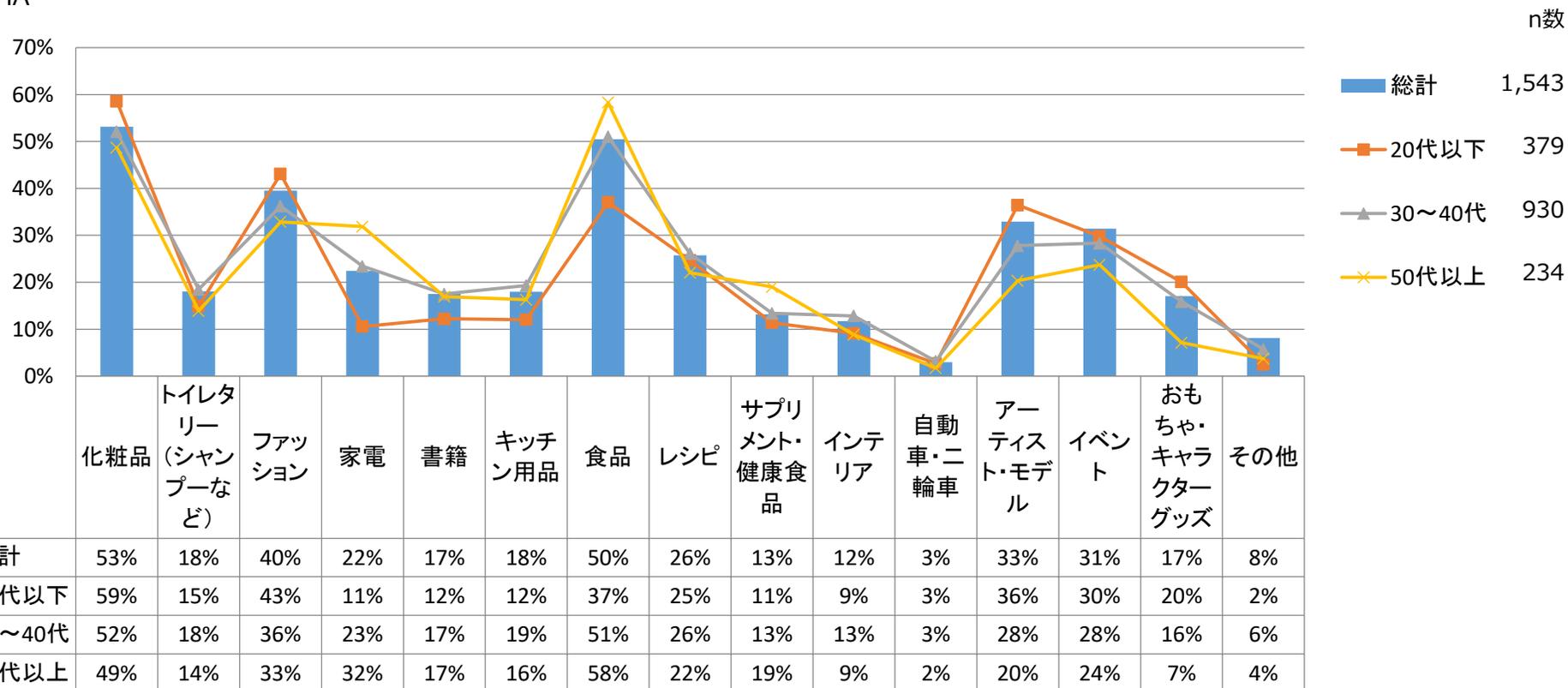
n=1,543
利用したことがない：494

ハッシュタグで検索した経験のある商品カテゴリー・年齢層別

- 全年代で化粧品、ファッション、食品の検索する傾向が高かった。
- 20代以下は化粧品、ファッション、アーティストを検索する傾向が高かった。一方、家電、食品は他の年代と比較して低い結果となった。

Q.ハッシュタグで検索した経験のある商品カテゴリーはどれですか？

必須 MA



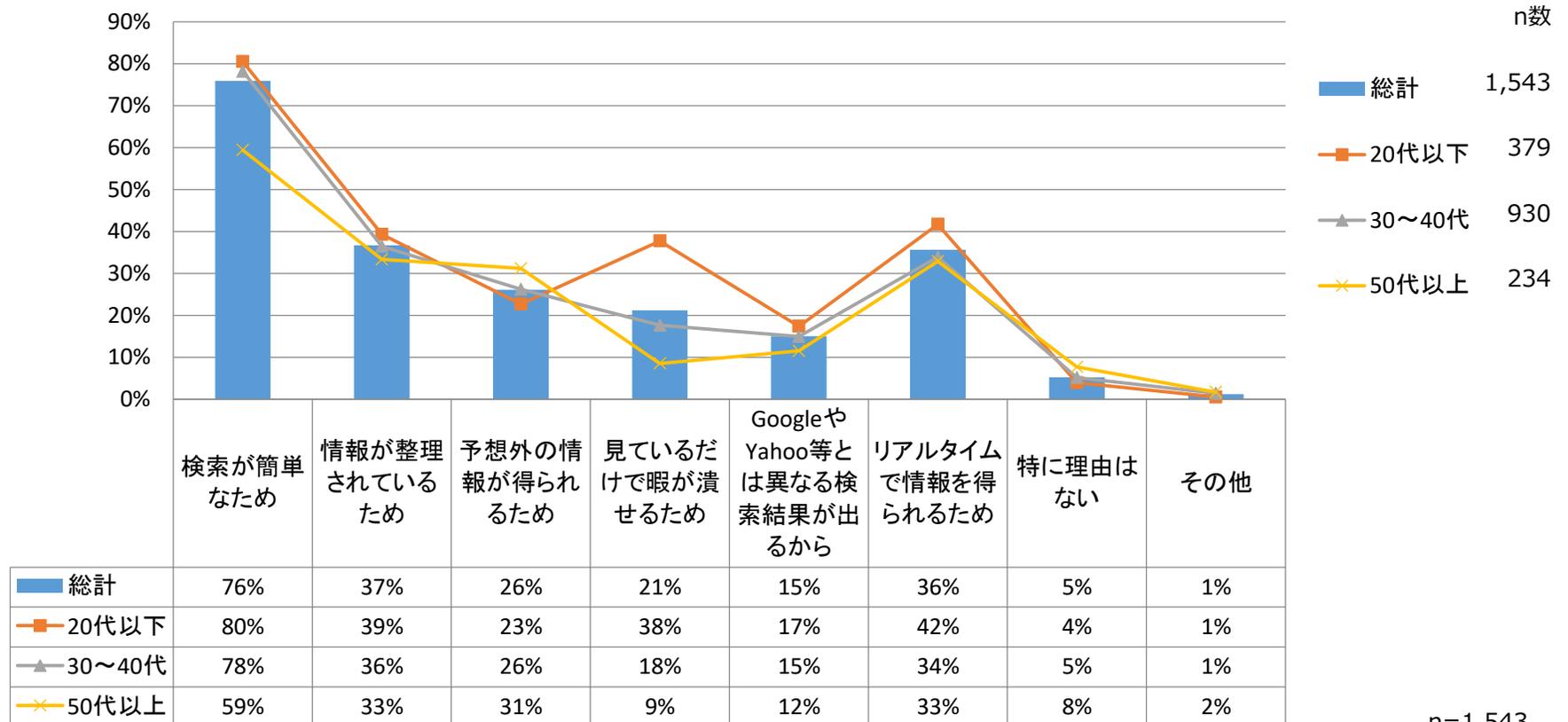
n=1,543
利用したことがない：494

ハッシュタグ検索理由・年齢層別

- 全年代で、検索が簡単のため利用する傾向が高かった。またリアルタイムで情報を得られるために利用する傾向も比較的高いことが読み取れる。
- 20代以下は暇がつぶしのため利用する傾向が高く、他の年代と大きく差がついた。
- 昨年と比較すると理由無く検索する傾向は低下し、検索の用途が浸透してきたことが窺える。

Q.ハッシュタグで検索される方はどのような理由で検索を行いますか？

必須 MA



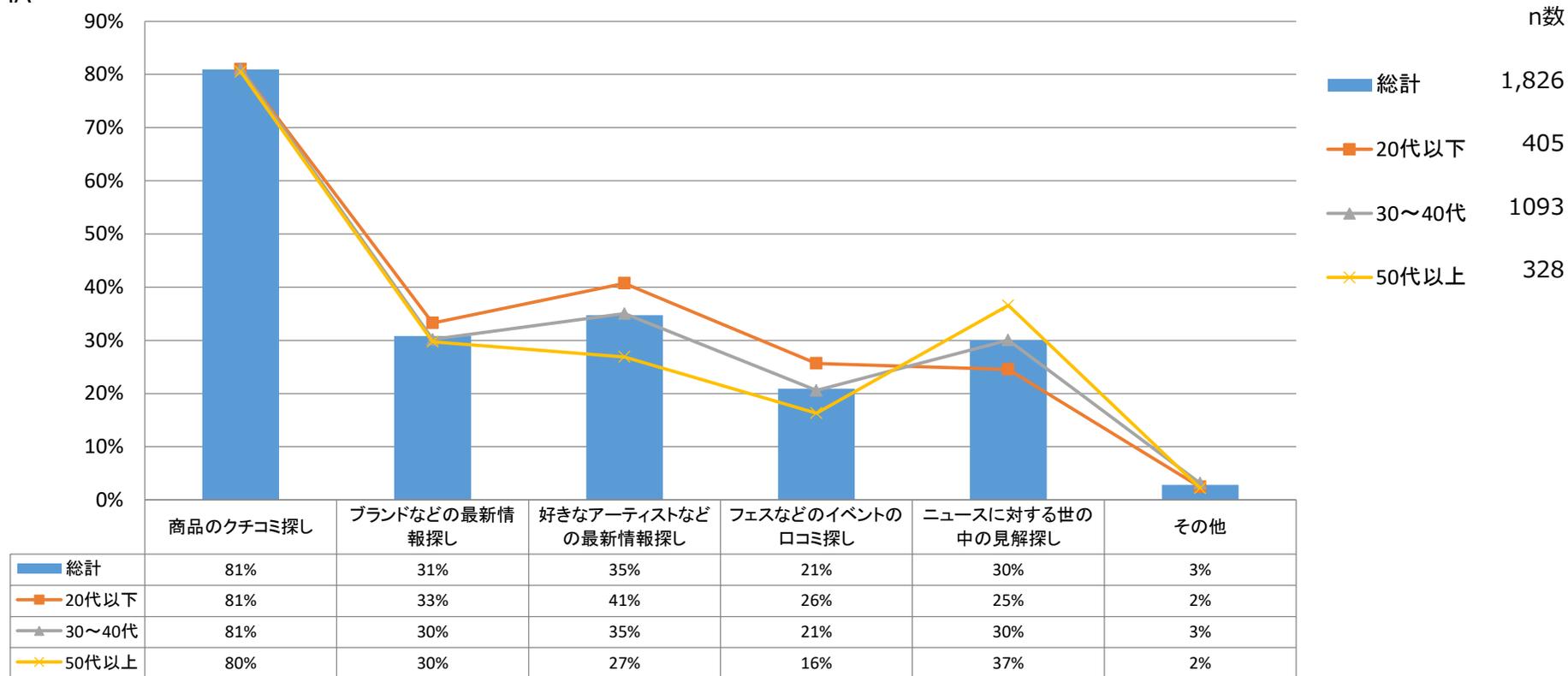
n=1,543
利用したことがない：494

ハッシュタグで検索してみたい情報・年齢層別

- 全年代で商品のクチコミ探しに対する検索意欲が高かった。
- 20代以下は、他の年代と比較すると好きなアーティストの最新情報探しに利用したい傾向が高く、ニュースに対する意欲は低い。

Q.今後ハッシュタグを利用して、検索してみたい情報は何か？

必須 MA



n=1,826
利用予定がない：211

当社は、「ソーシャルテクノロジーで、世界中の人と企業をつなぐ」というミッションのもと、インターネットを利用したウェブサービスの運営等を通じて、顧客企業に対し、ソーシャルメディアマーケティングを支援する事業を展開しております。

企業のソーシャルメディアマーケティングを
総合的に支援する様々なソリューションを、
ワンストップで提供。



各種SNSに対応したマーケティングプラットフォーム「モニブラ」。集客キャンペーンやソーシャルアカウントの運用サポート、リサーチに至るまで包括的な支援を実現します。

国内最大級の支援実績

ソーシャルメディアマーケティング
2,500社以上支援
150万人のソーシャル
メディアユーザー

業界屈指のシステム開発力

社員のほぼ半数が
クリエイターまたは
エンジニア

ソーシャルメディアマーケティング
支援事業としては国内最大規模

豊富なノウハウ SMMLab

マーケティング担当者
60,000人以上が購読する
ソーシャルメディア
マーケティングラボで
最新情報発信



アライドアーキテクツ
株式会社

★ご相談はコチラまで



03-6408-2791

<http://bit.ly/1nNFIE9>



sales-mktg@aainc.co.jp