

SNSについての消費行動調査 ～『オンライン確認消費』～ HERSTORY REVIEW 2021年6月号関連調査

SNSで見た動画が商品購入のきっかけになったことはありますか？
本アンケートでは、SNSに投稿された商品紹介動画についてのご意見をお伺いします。

【調査概要】

調査期間：2021年3月31日（水）～4月5日（月）

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国女性（15歳以上）257人

調査会社：株式会社ハー・ストーリィ

<https://herstory.co.jp>

この調査データはHERSTORY REVIEW 6月号

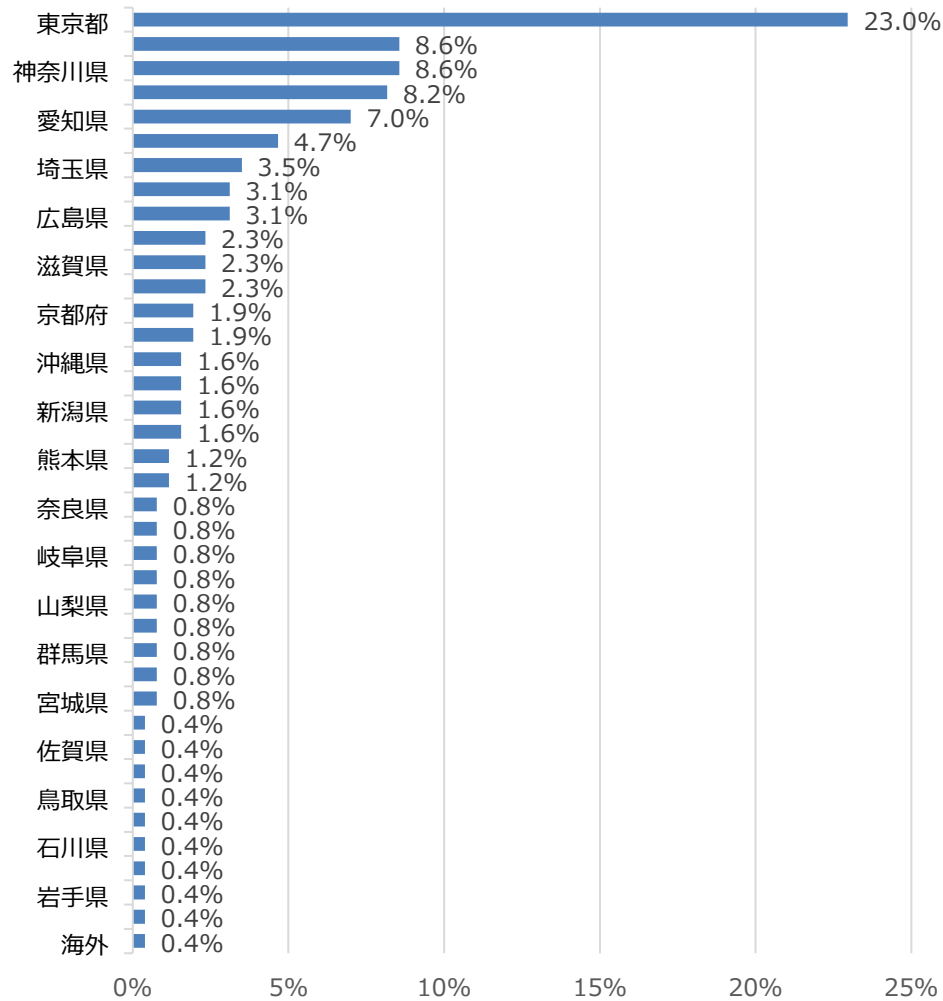
**「決め手はSNS投稿動画 オンライン確認消費」の3点セット(冊子・動画・調査データ)です。
お得な本体とのセットでのお求めは公式サイト[女性トレンド]よりバックナンバーでお求めください。**

<https://herstory.co.jp/review/47-2106>

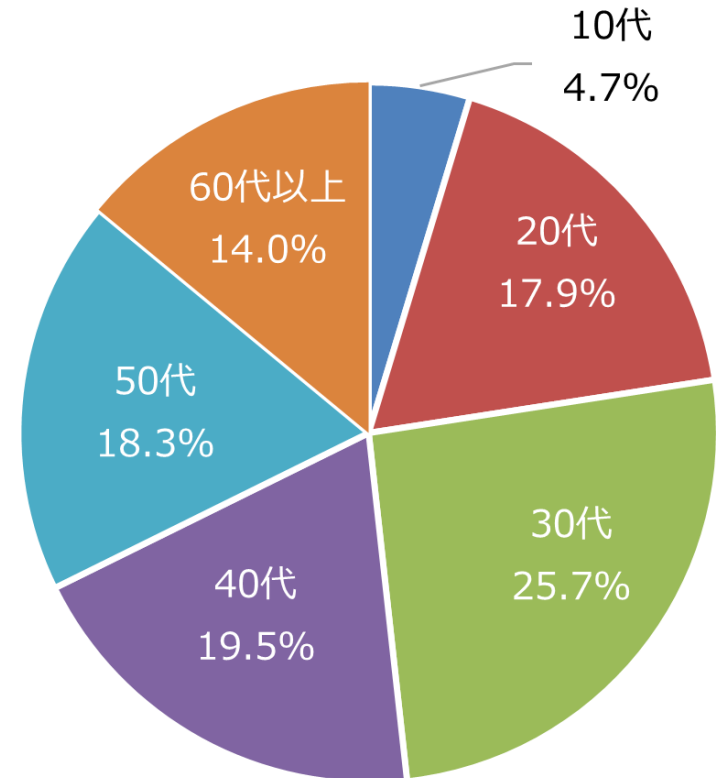
■ 回答者属性

サンプル数：全国女性（15歳以上）257人

■ あなたの居住地をお教えてください。



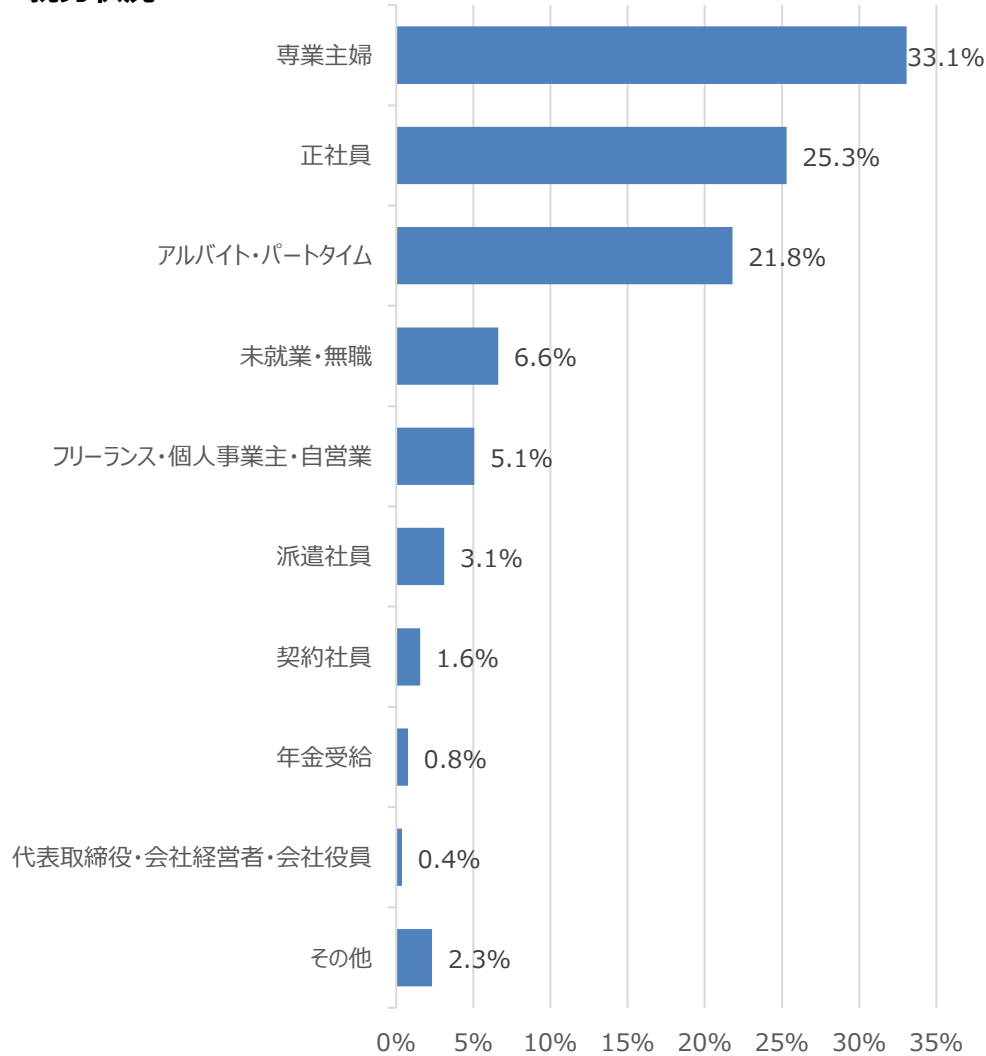
■ 年齢



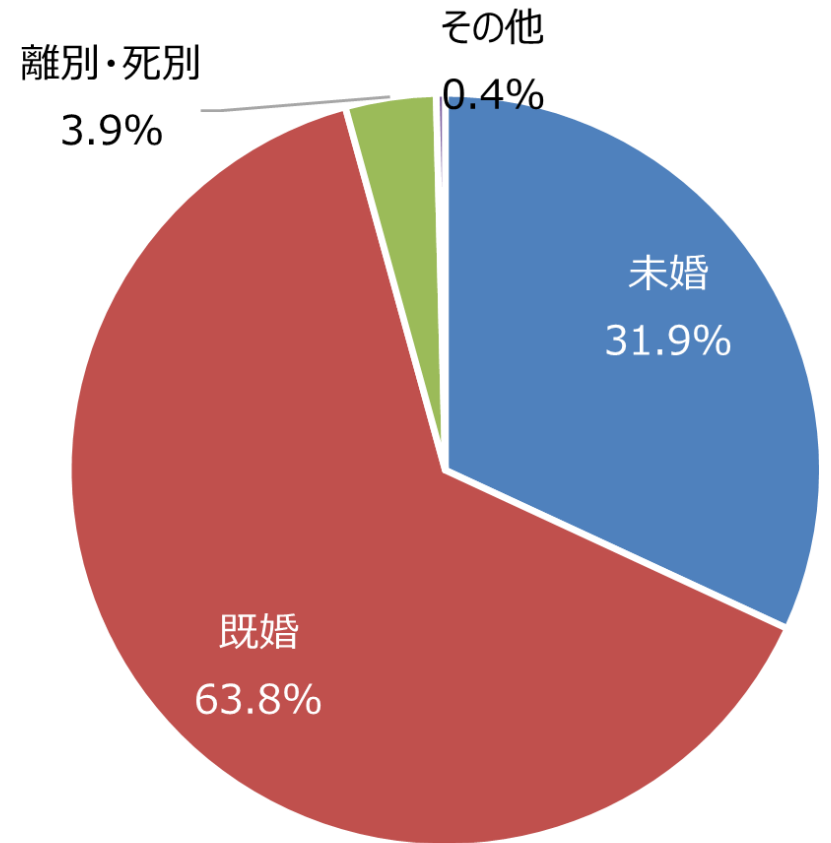
■ 回答者属性

サンプル数：全国女性（15歳以上）257人

■ 就労状況



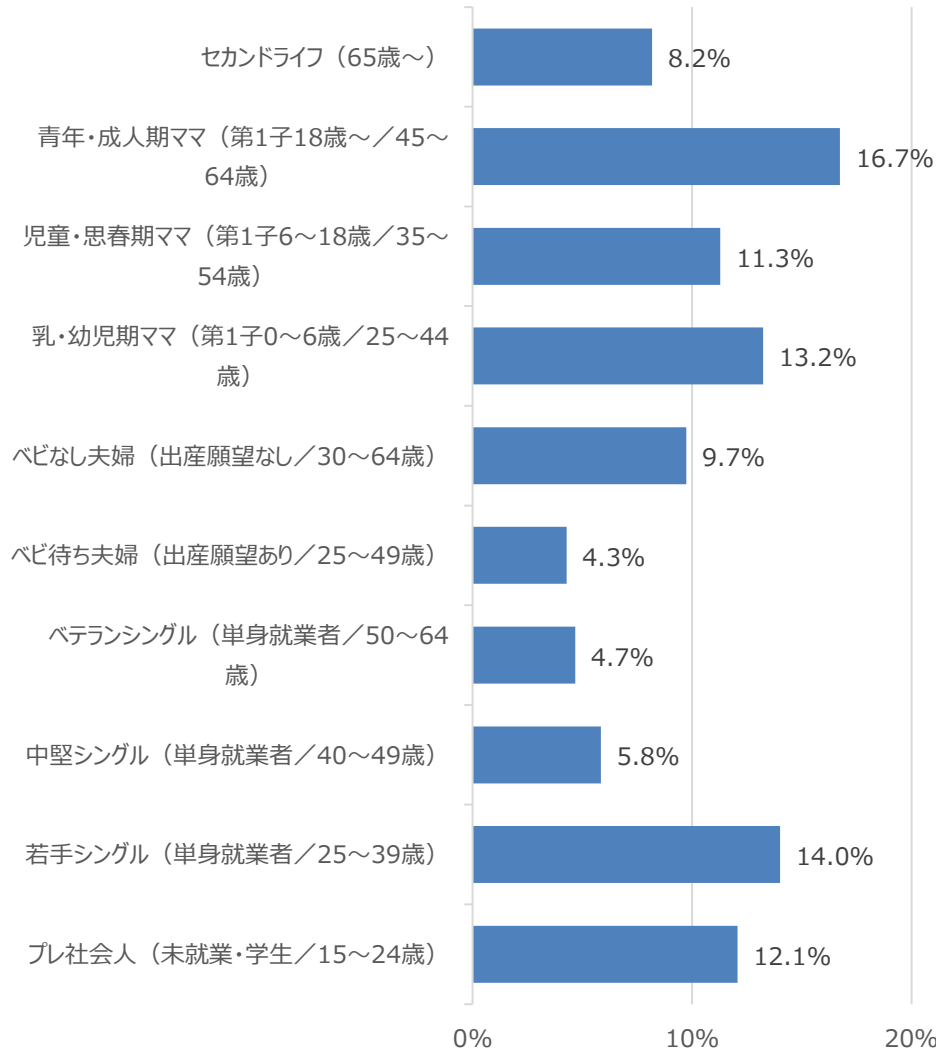
■ 婚姻状況



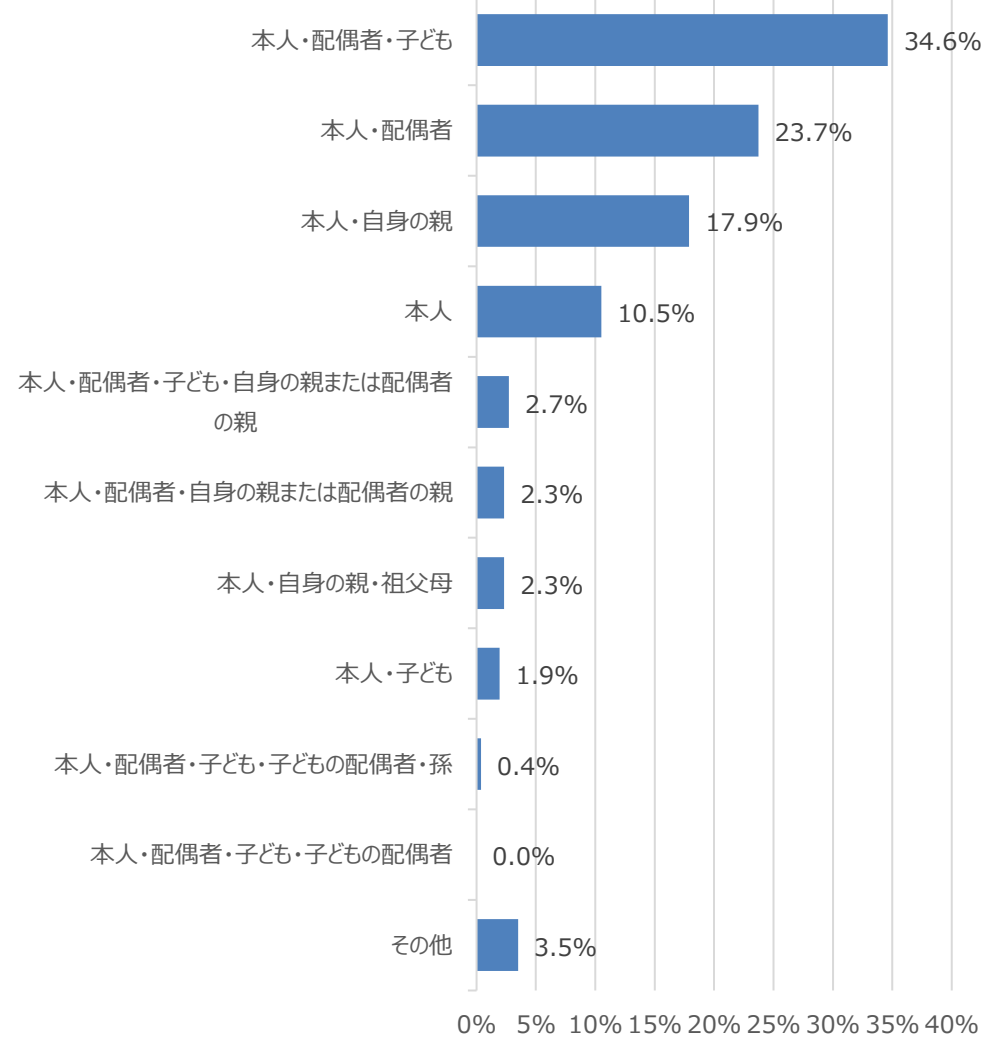
■ 回答者属性

サンプル数：全国女性（15歳以上）257人

■ 属性



■ 家族構成

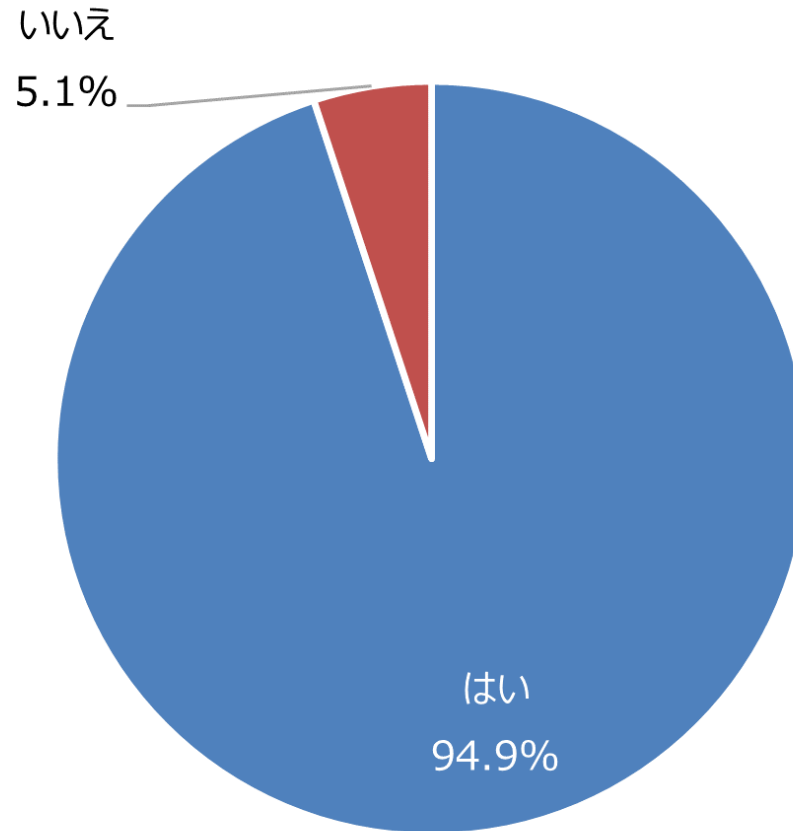


調査詳細

■ SNSについて教えてください

Q. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 全体

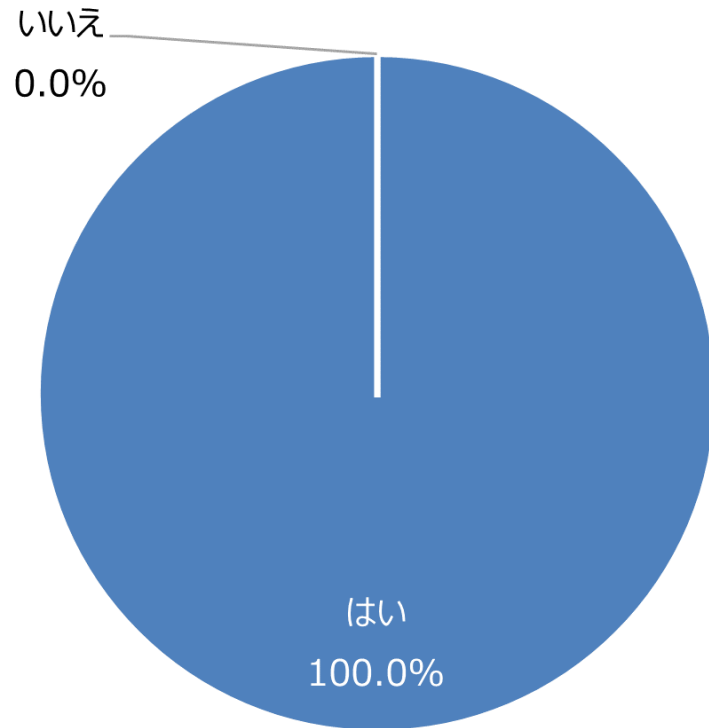


全体で見ると、およそ95%がSNSを使用している。年代別で見ると10代～40代はほぼ100%。50代以上から使用率が下がるが、50代以上にもSNSが広く普及していることがわかる。

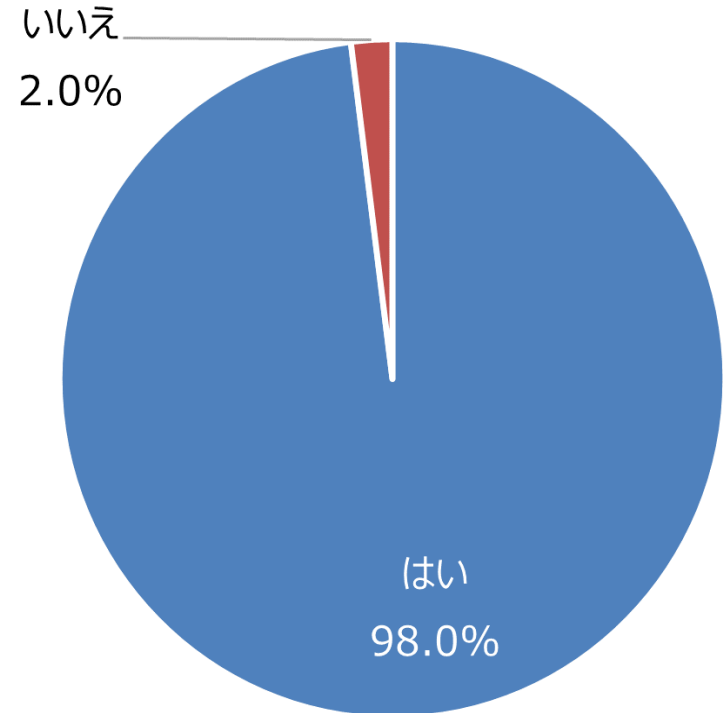
■ SNSについて教えてください

Q. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 10代



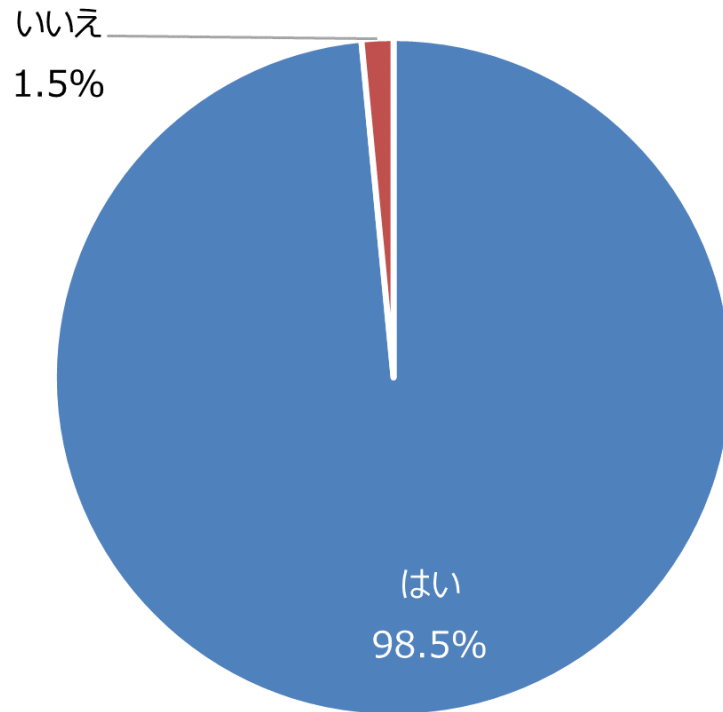
■ 20代



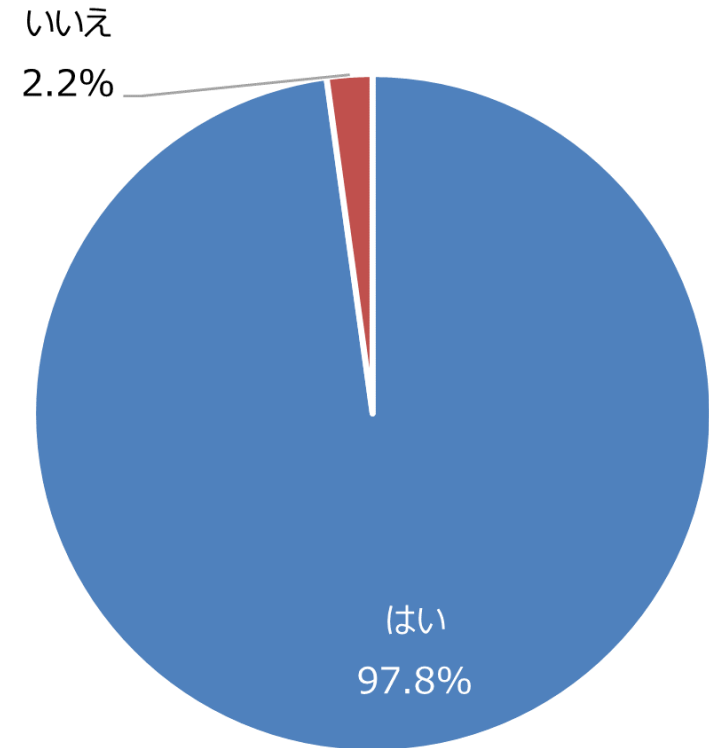
■ SNSについて教えてください

Q. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 30代



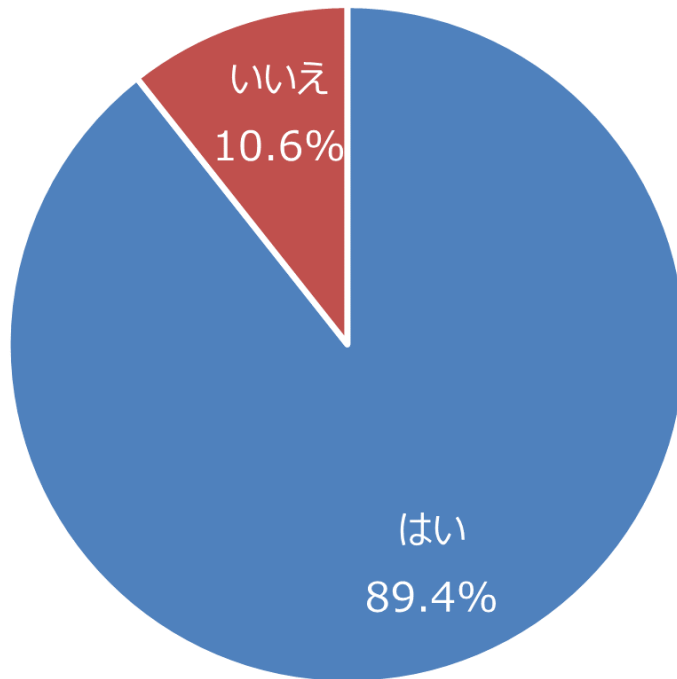
■ 40代



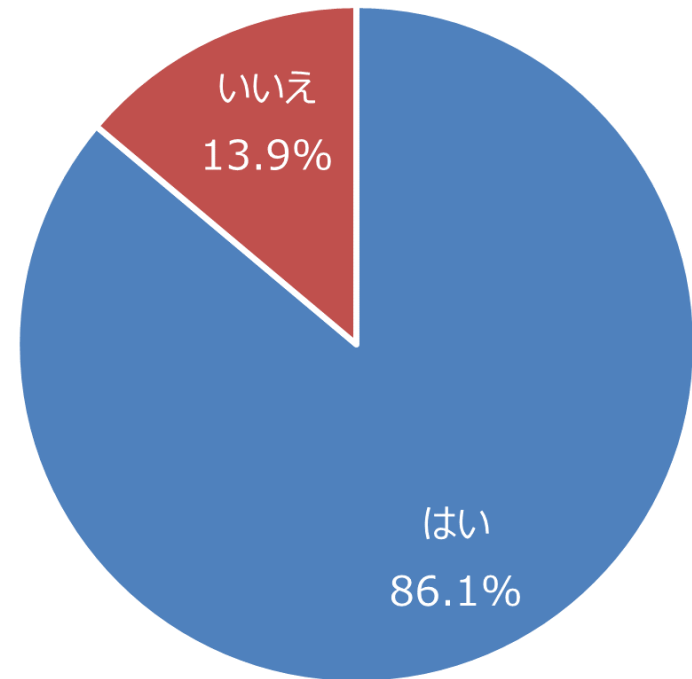
■ SNSについて教えてください

Q. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 50代



■ 60代以上

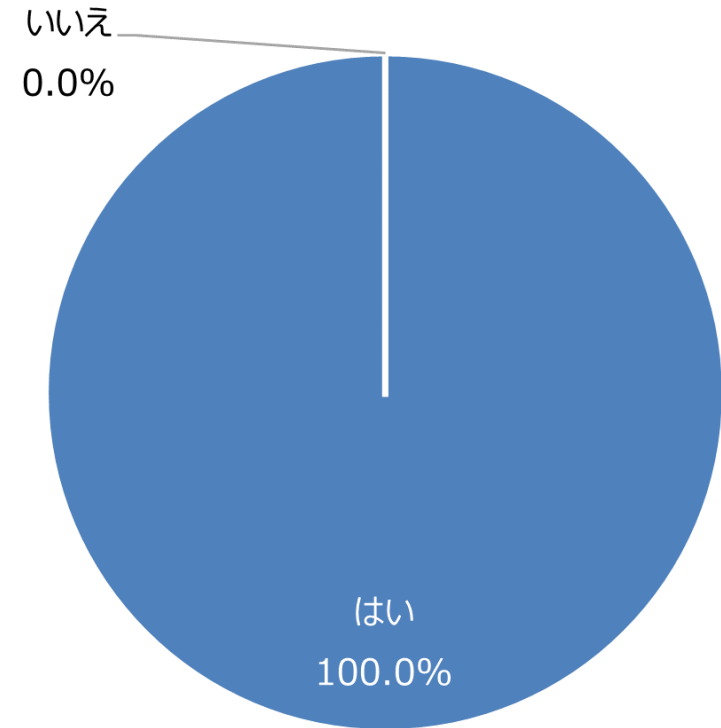
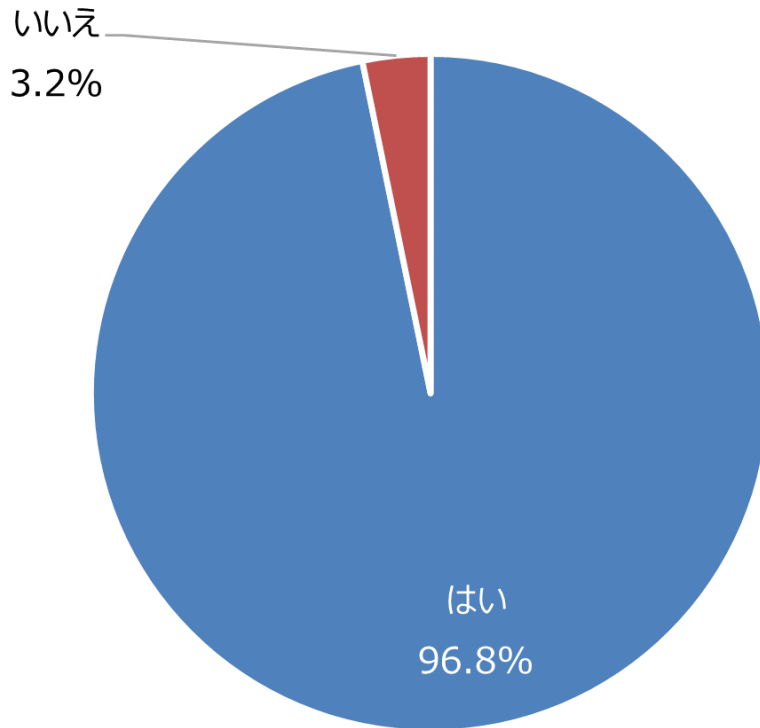


■ SNSについて教えてください

Q7. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）

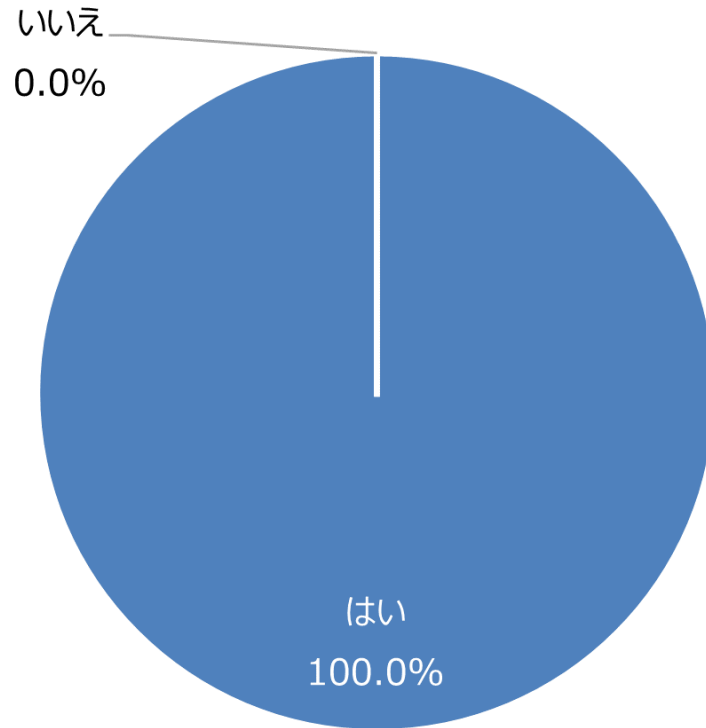
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



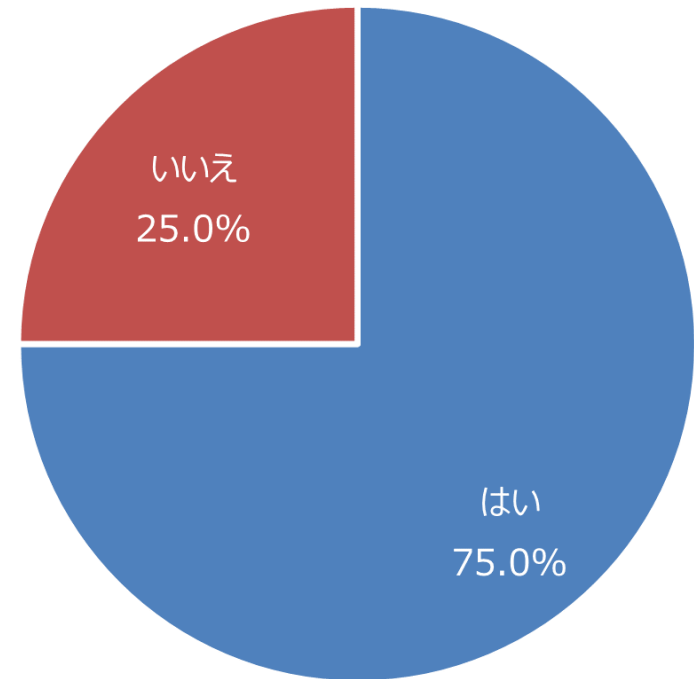
■ SNSについて教えてください

Q7. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



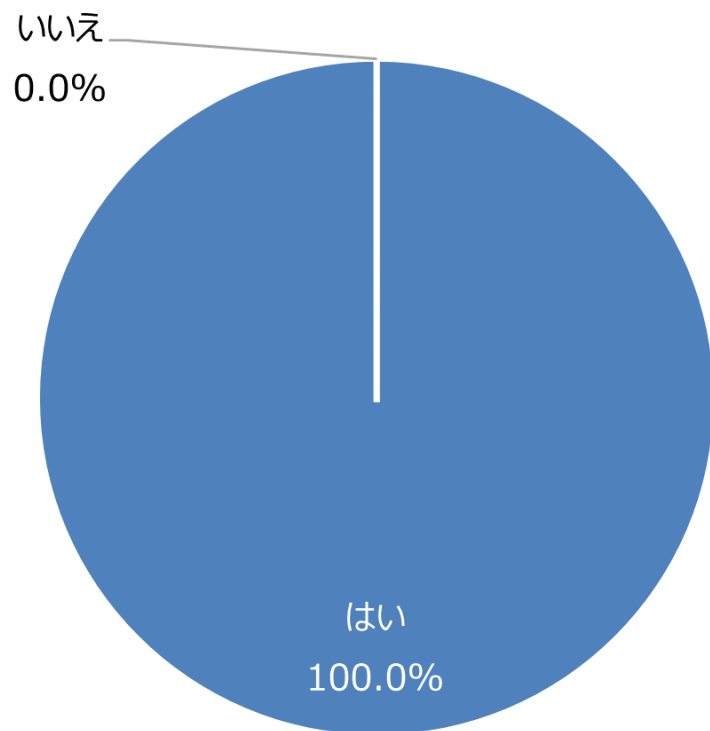
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



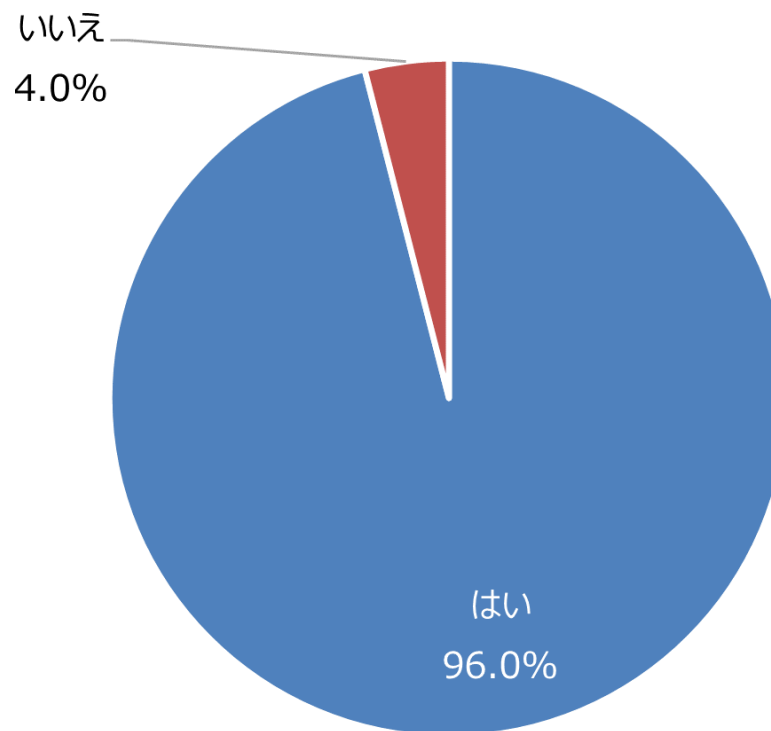
■ SNSについて教えてください

Q7. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



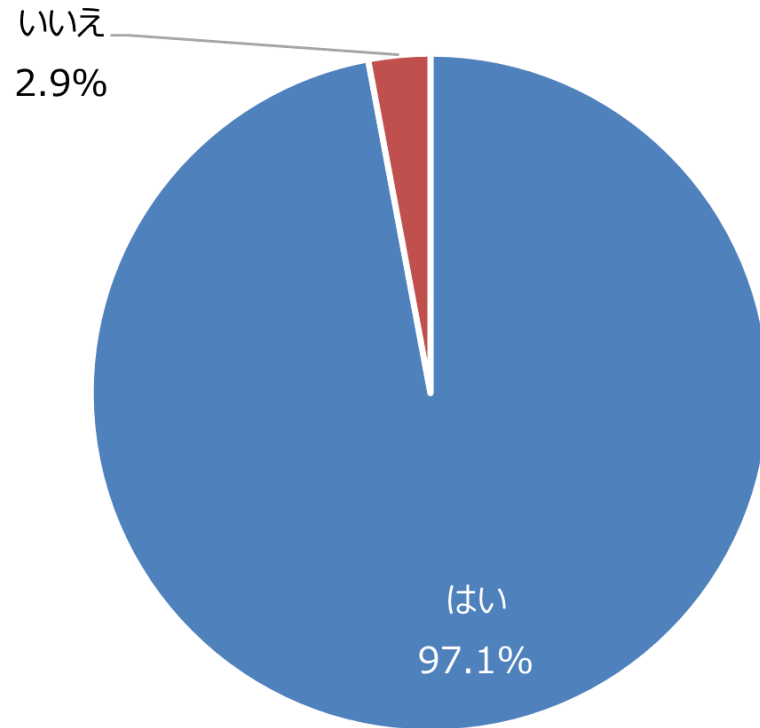
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



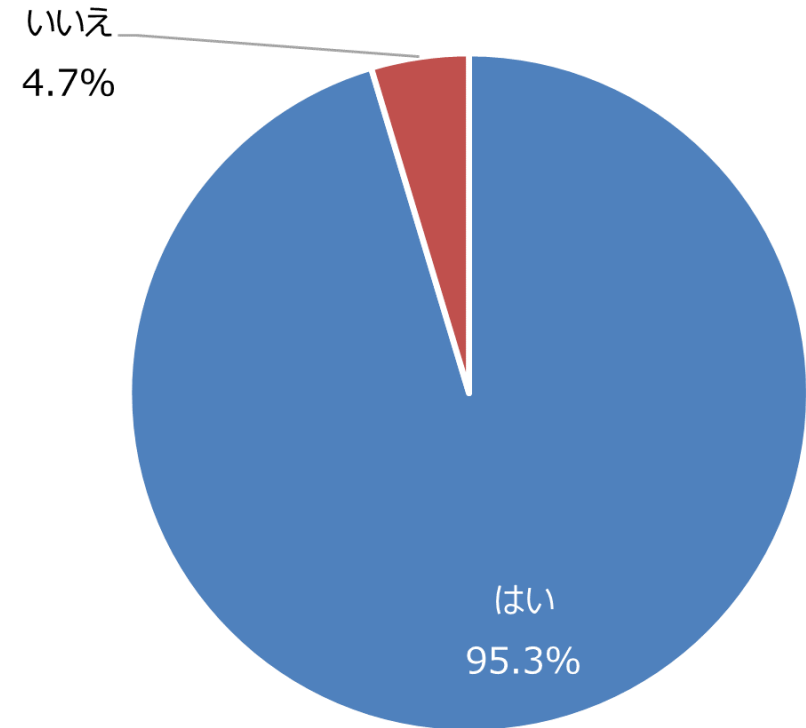
■ SNSについて教えてください

Q7. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



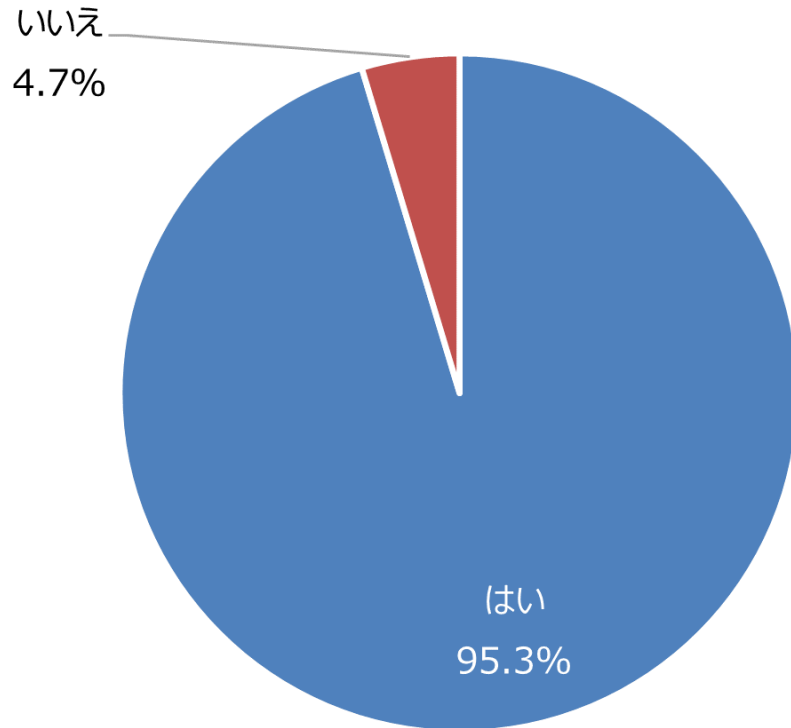
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



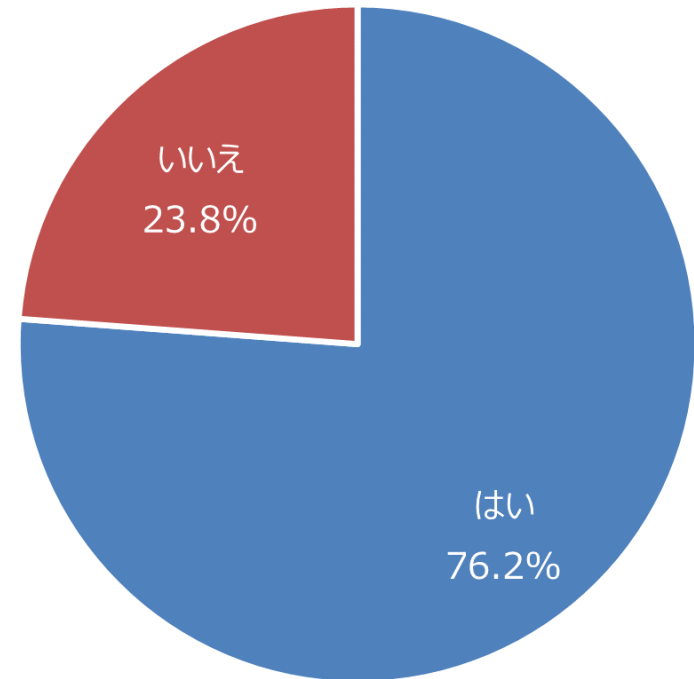
■ SNSについて教えてください

Q7. あなたはSNS（YouTube、Instagram、Facebook、Twitter、LINE、TikTokなど）を利用していますか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

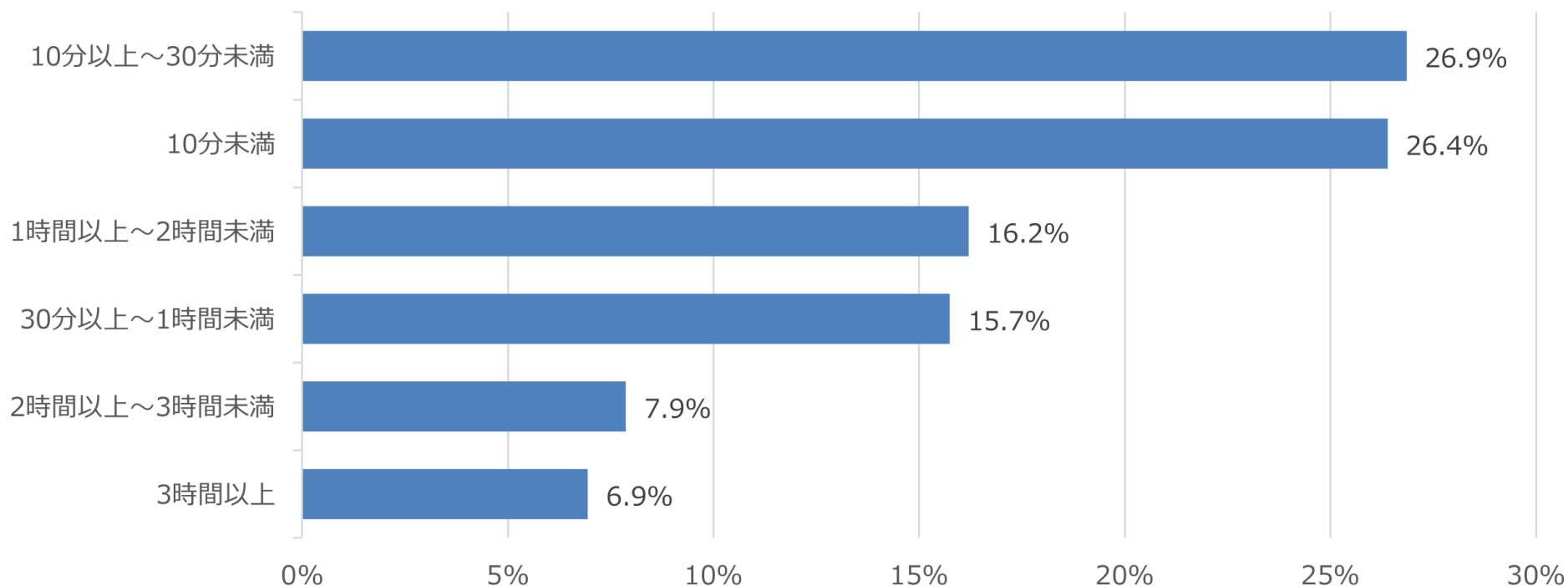


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

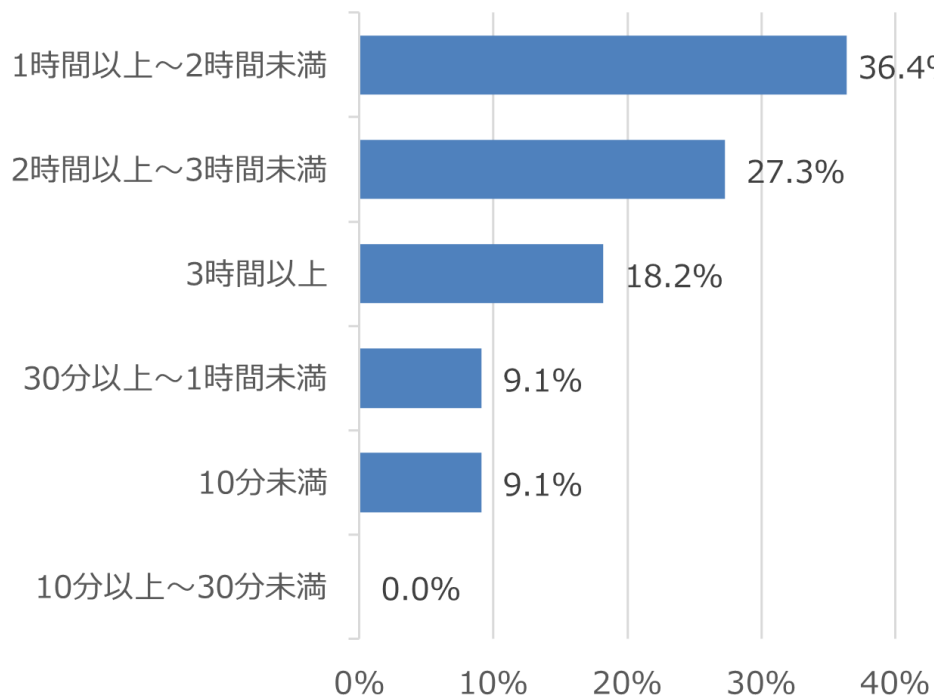


10代の約8割は1日に1時間以上も動画を視聴。20代では約6割、30代では約4割と、年代が上がるにつれて動画を1時間以上見る割合は減っていく。しかし、これほど多くの女性たちが1日のうちに1時間以上動画を視聴していることに驚く。50代以上でも約7割が1日に10分以上は動画を見ているのだから、近年の動画視聴の広まりがわかる。

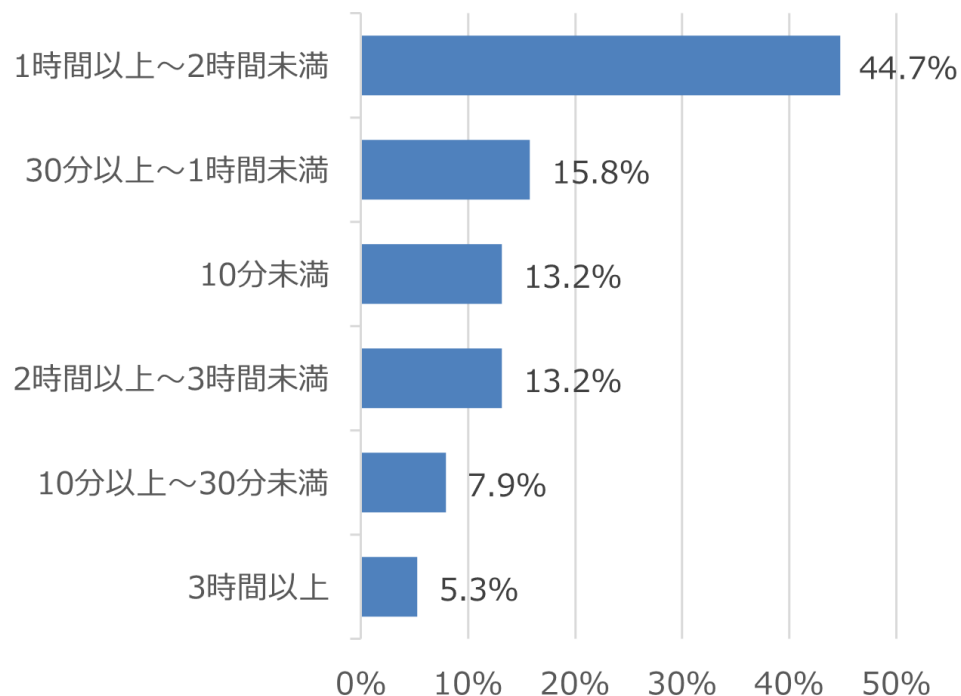
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 10代



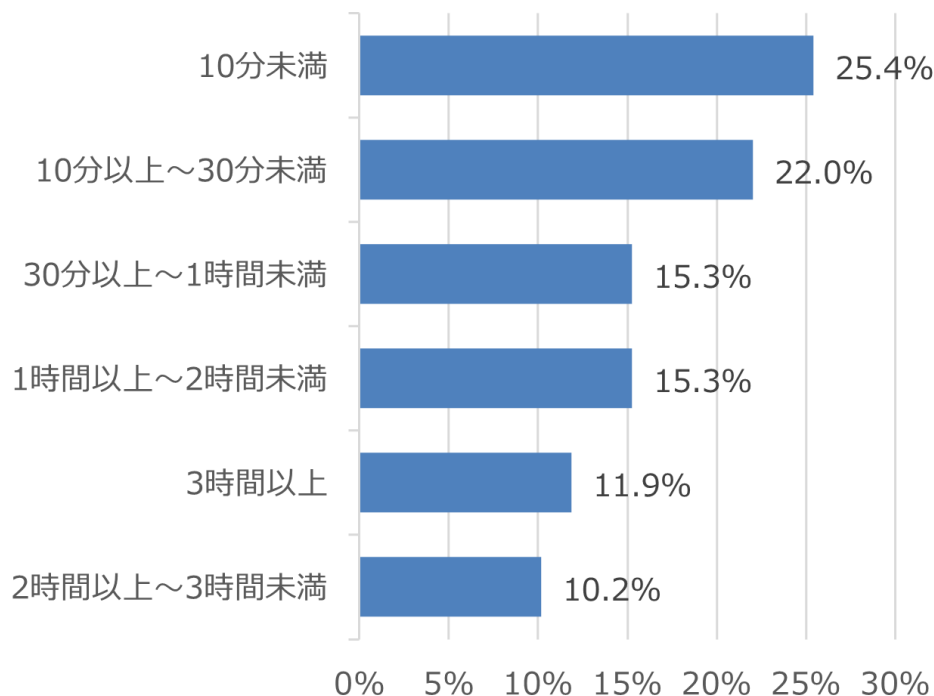
■ 20代



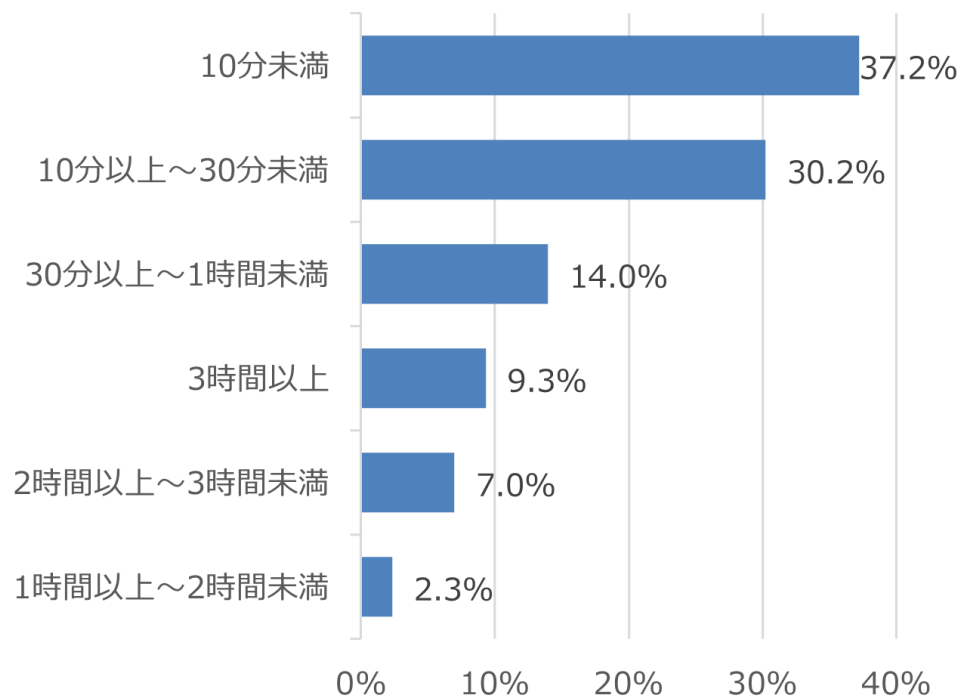
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 30代



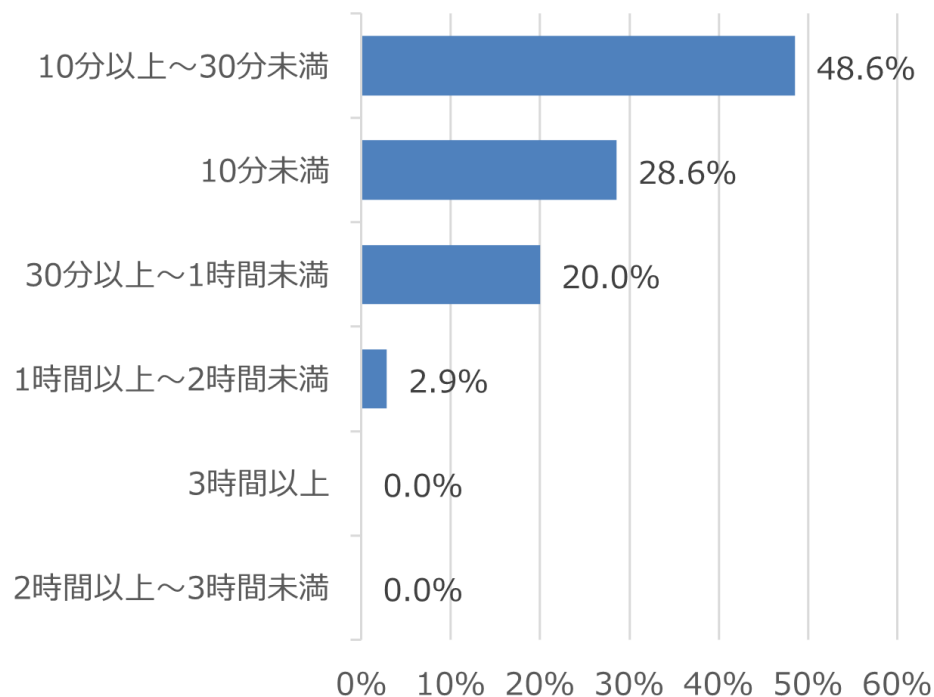
■ 40代



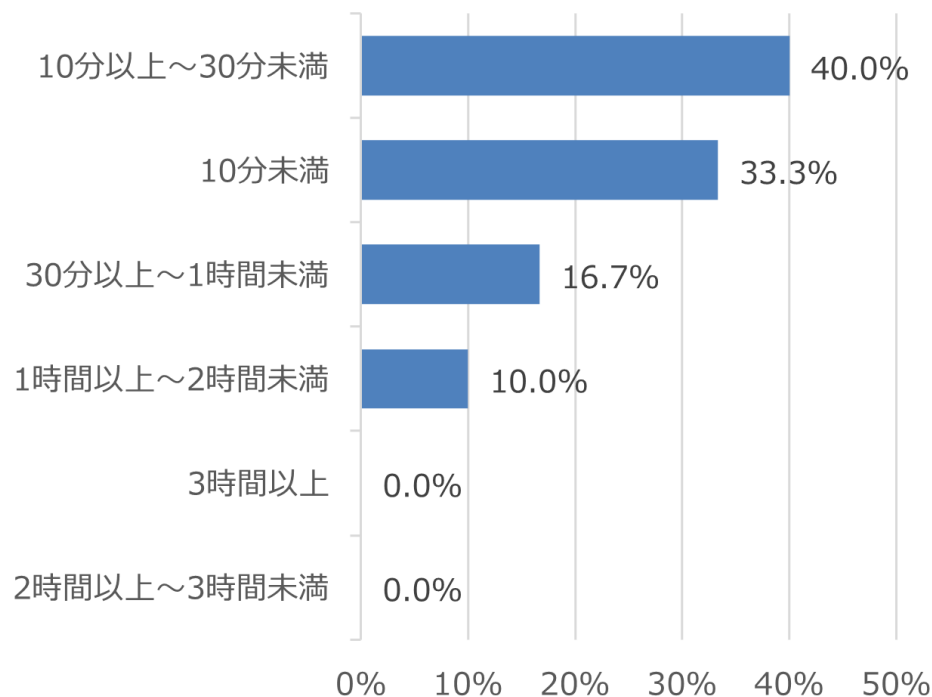
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 50代



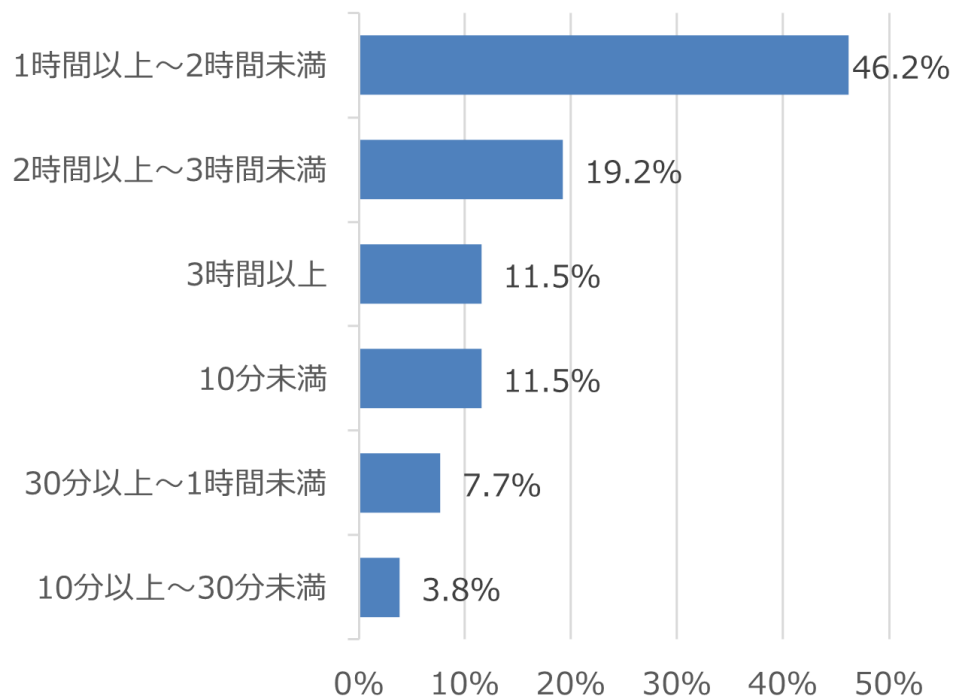
■ 60代以上



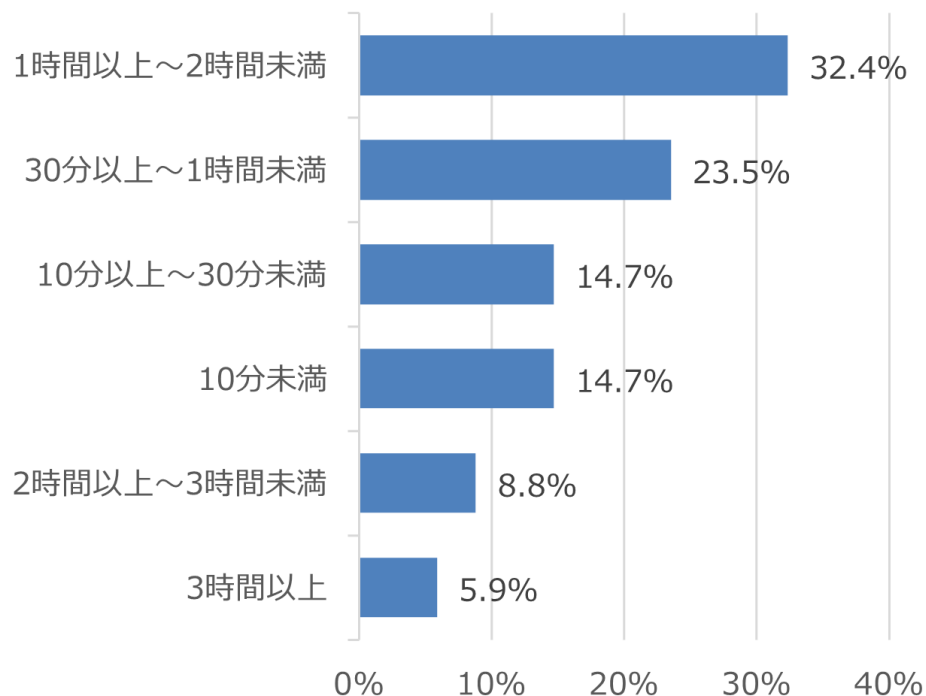
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



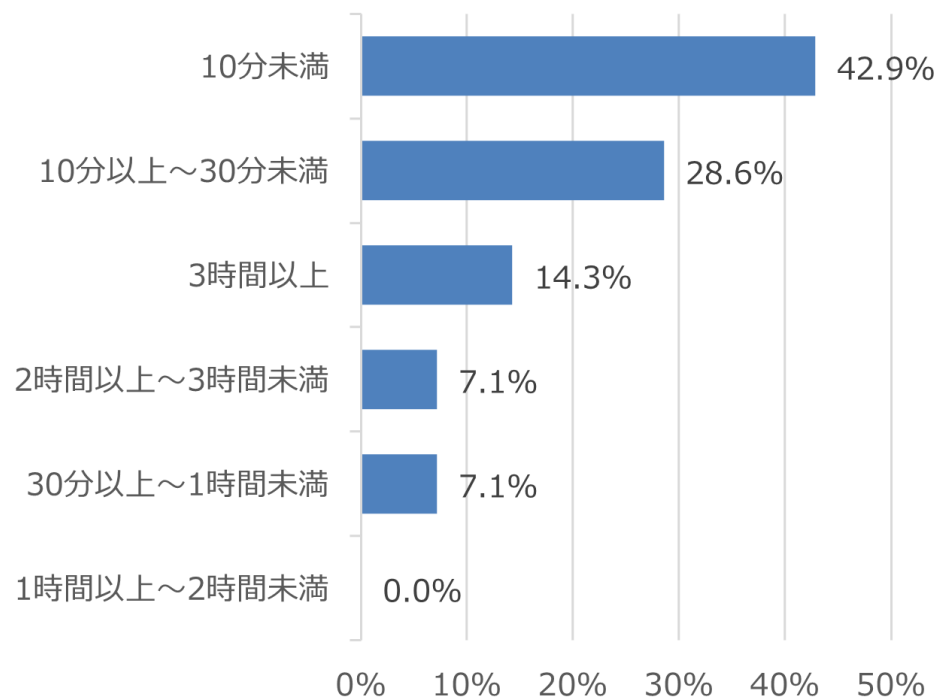
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



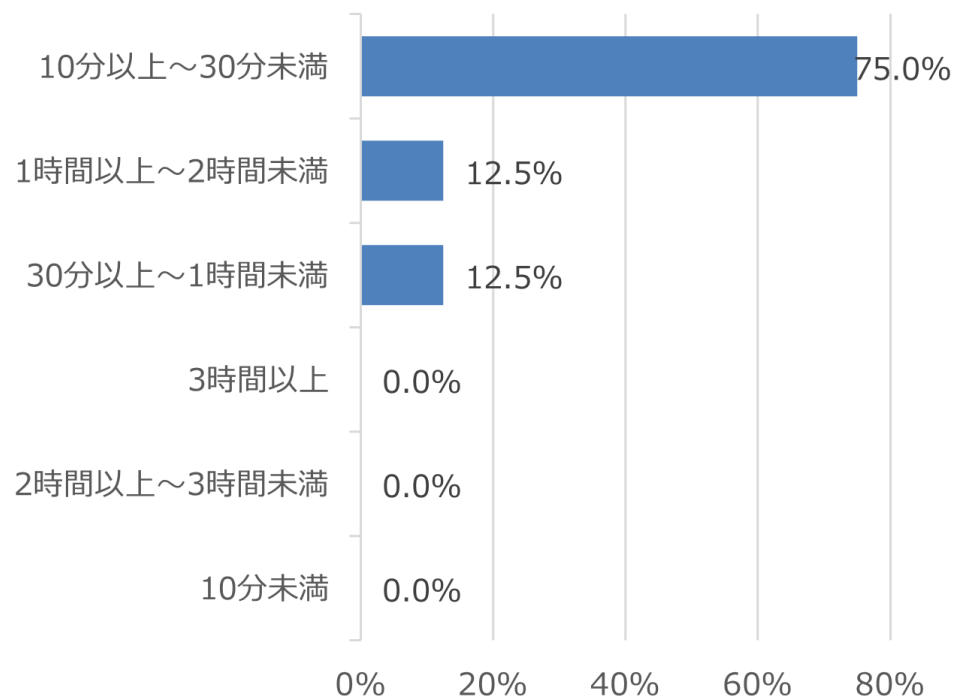
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



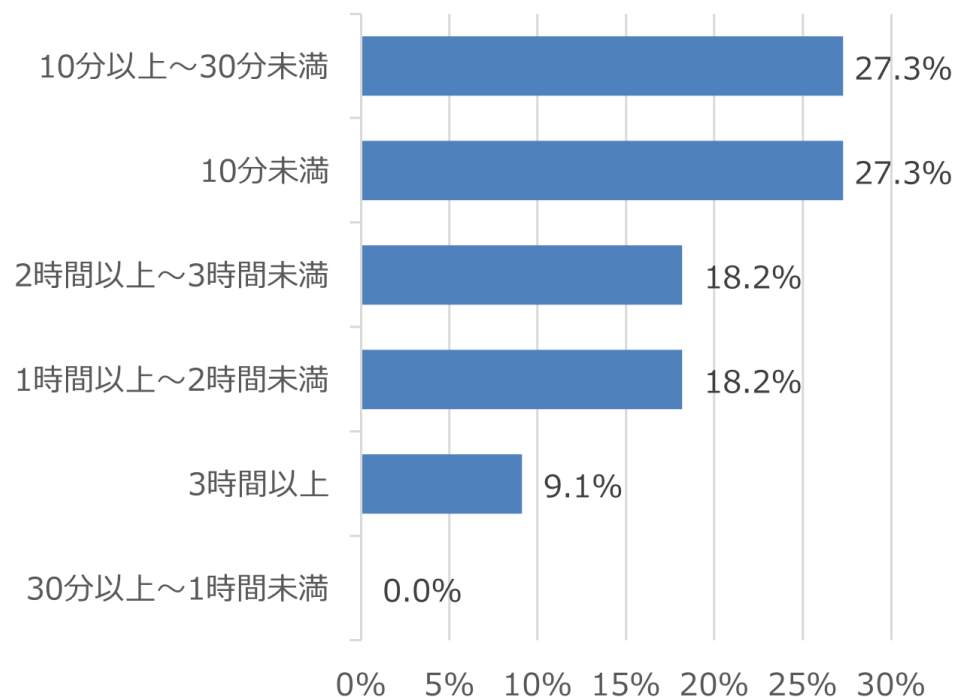
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



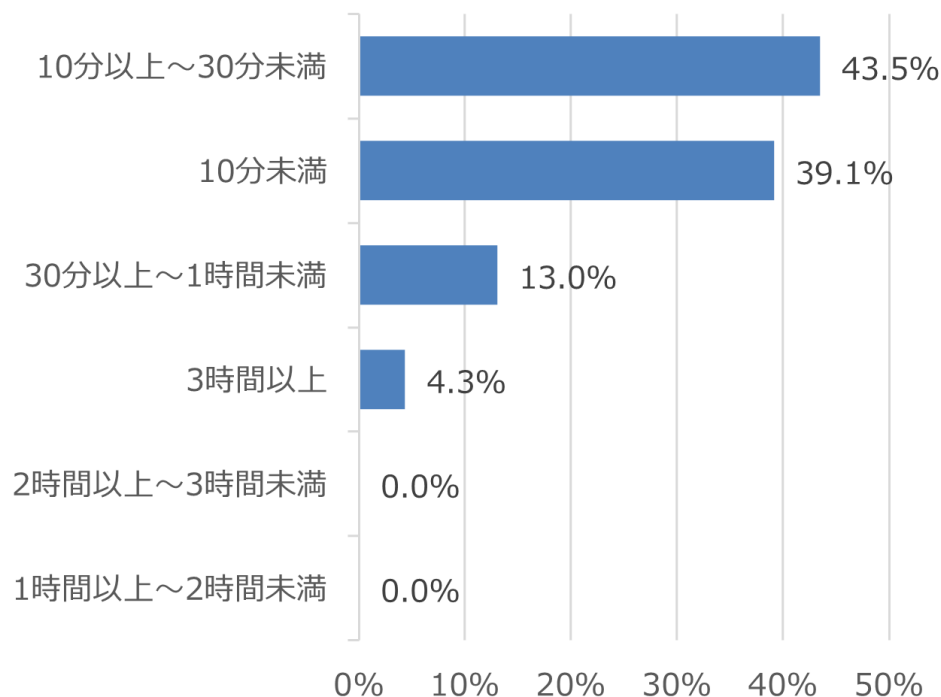
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



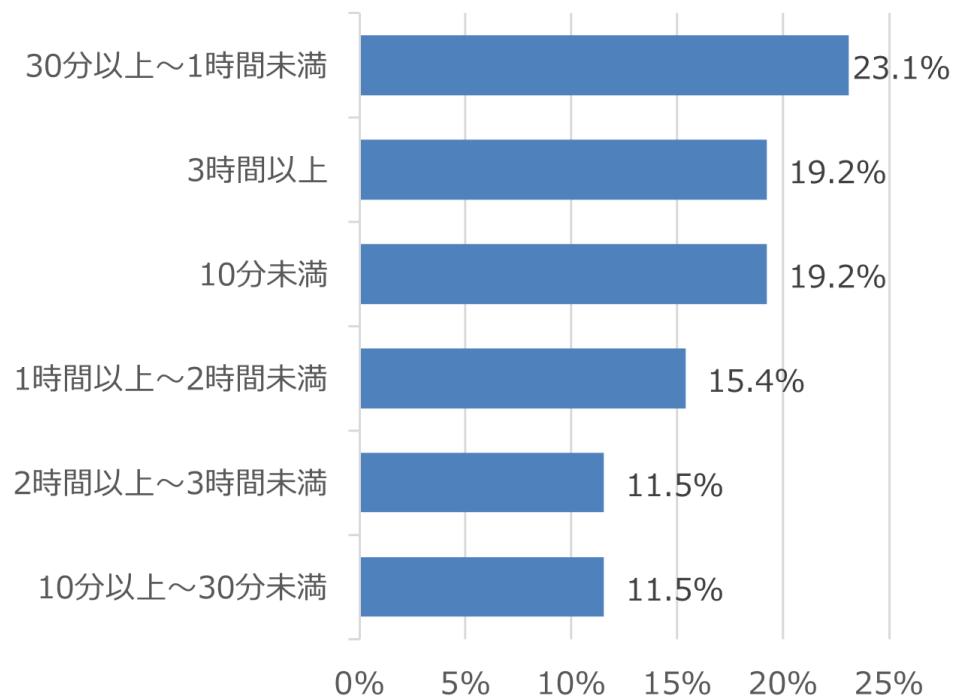
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



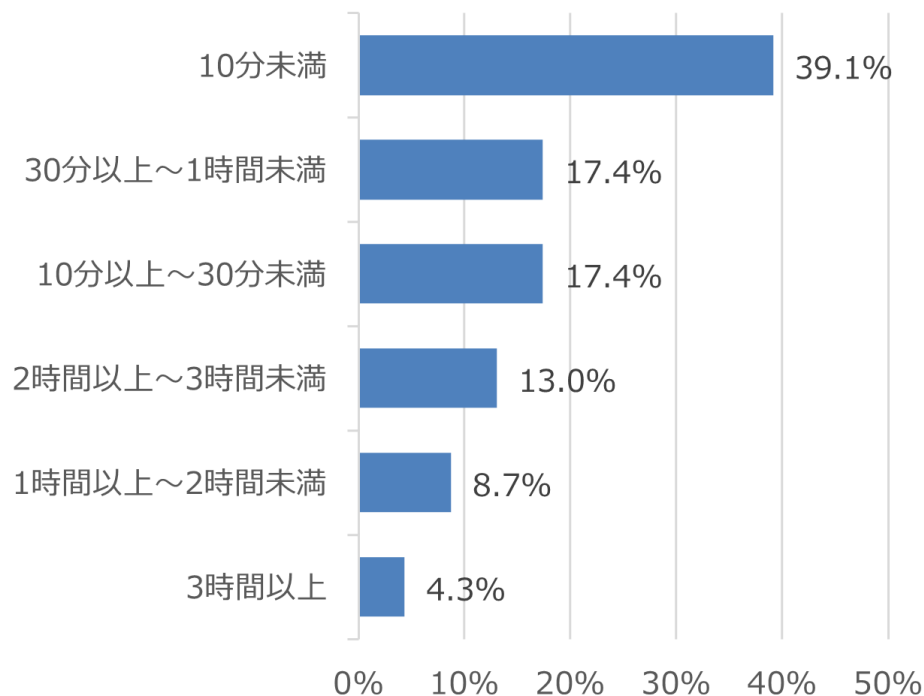
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



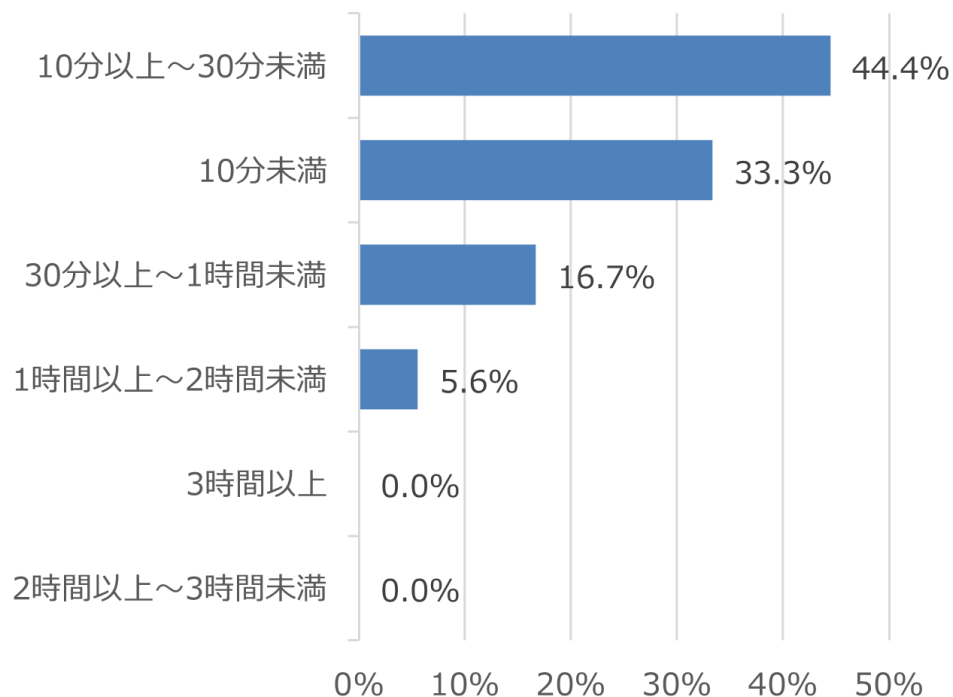
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



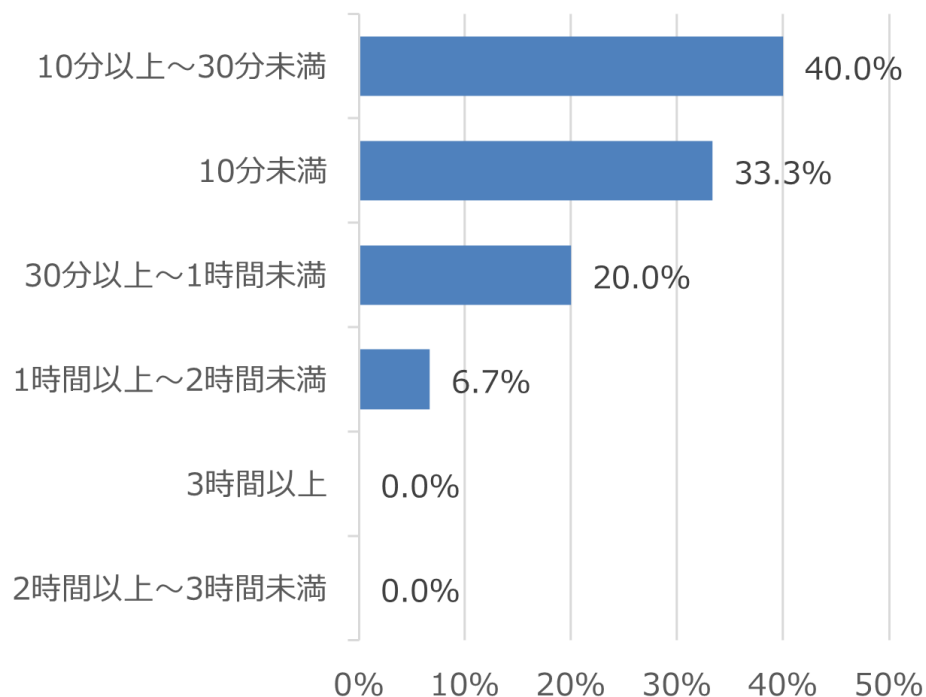
■ SNSについて教えてください

Q.1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？ 1日におけるSNS投稿動画の視聴時間はどのくらいですか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

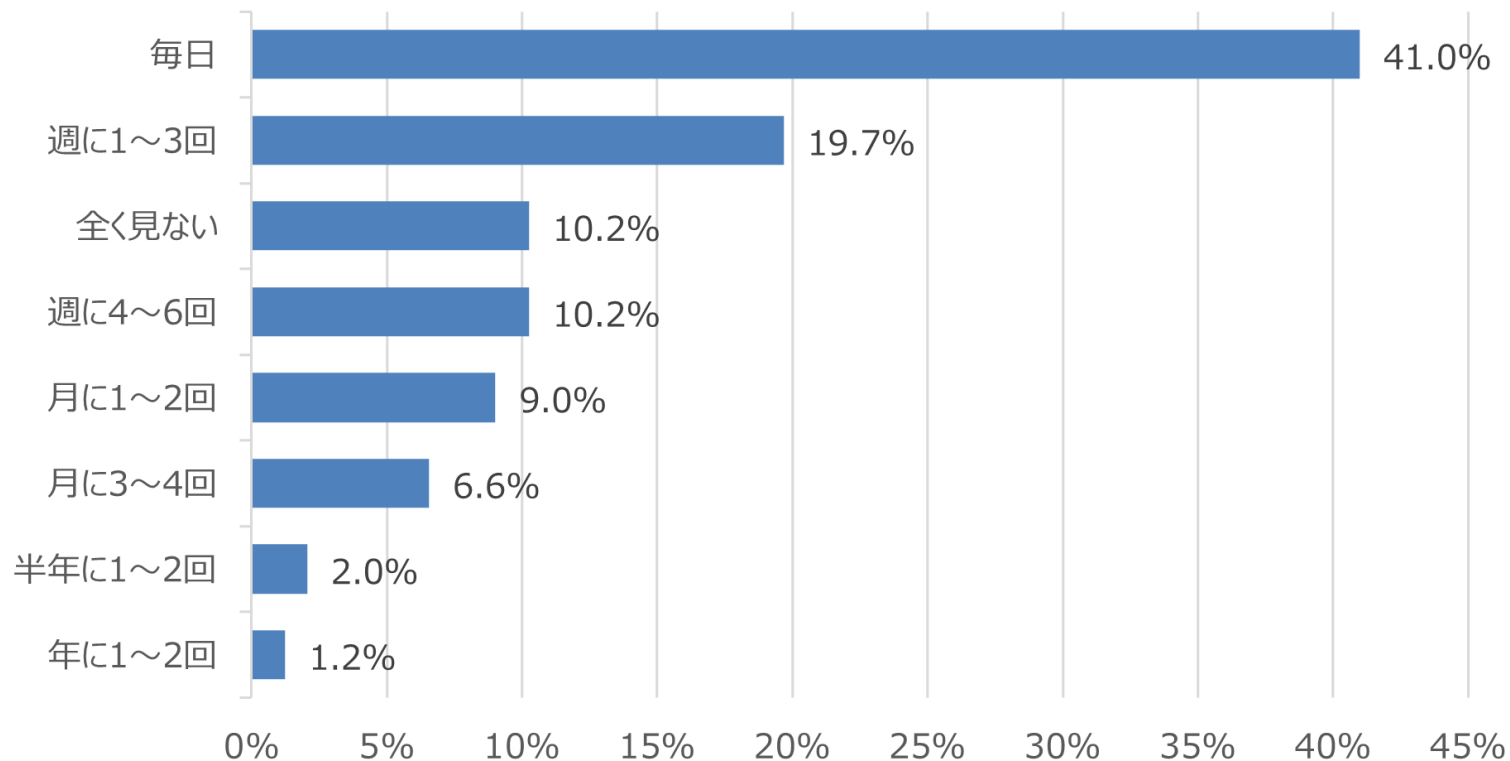


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

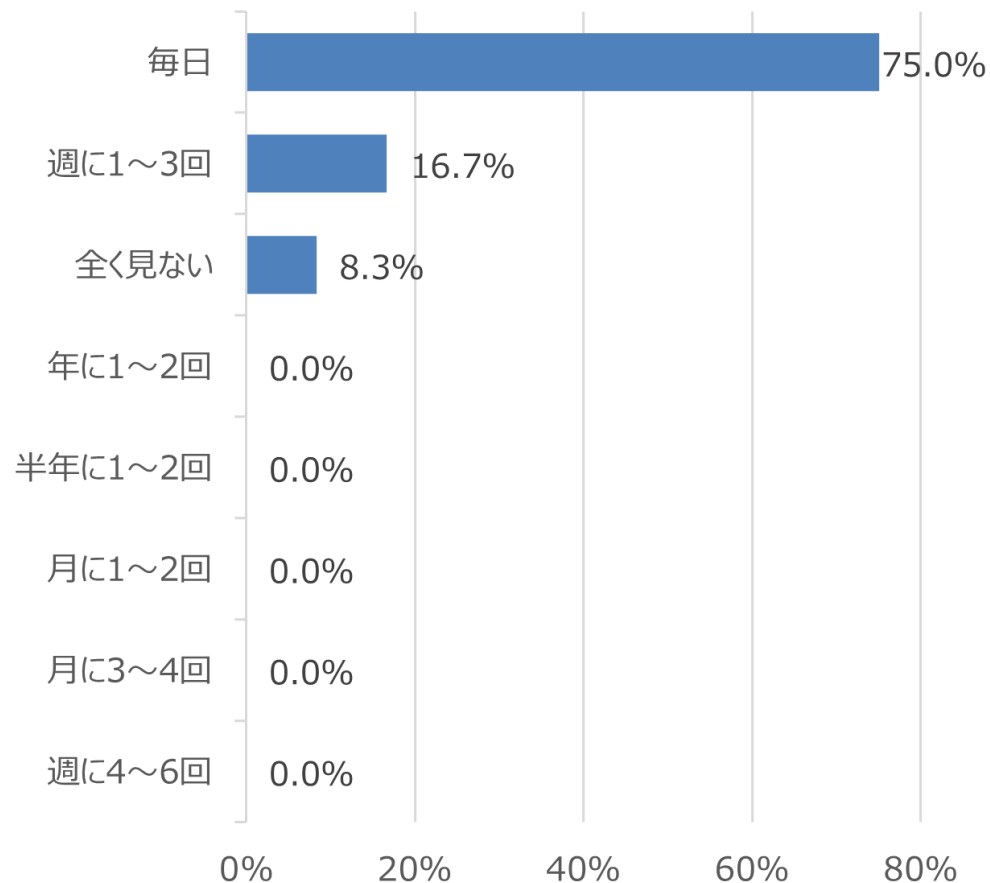


YouTubeやインスタライブをはじめとする動画訴求の必要性が増している。SNSを使用している人のうち41.2%が毎日動画を視聴していると回答。週に1回以上視聴する人は71.3%にのぼり、コロナ禍の巣ごもり生活を通してSNSでの動画視聴が今や当たり前となった。予想通り10~30代の動画視聴は活発だが、60代以上でも45.2%は毎日動画を見ているとの調査結果に。若年層だけでなく幅広い世代に向けた動画での発信が求められている。

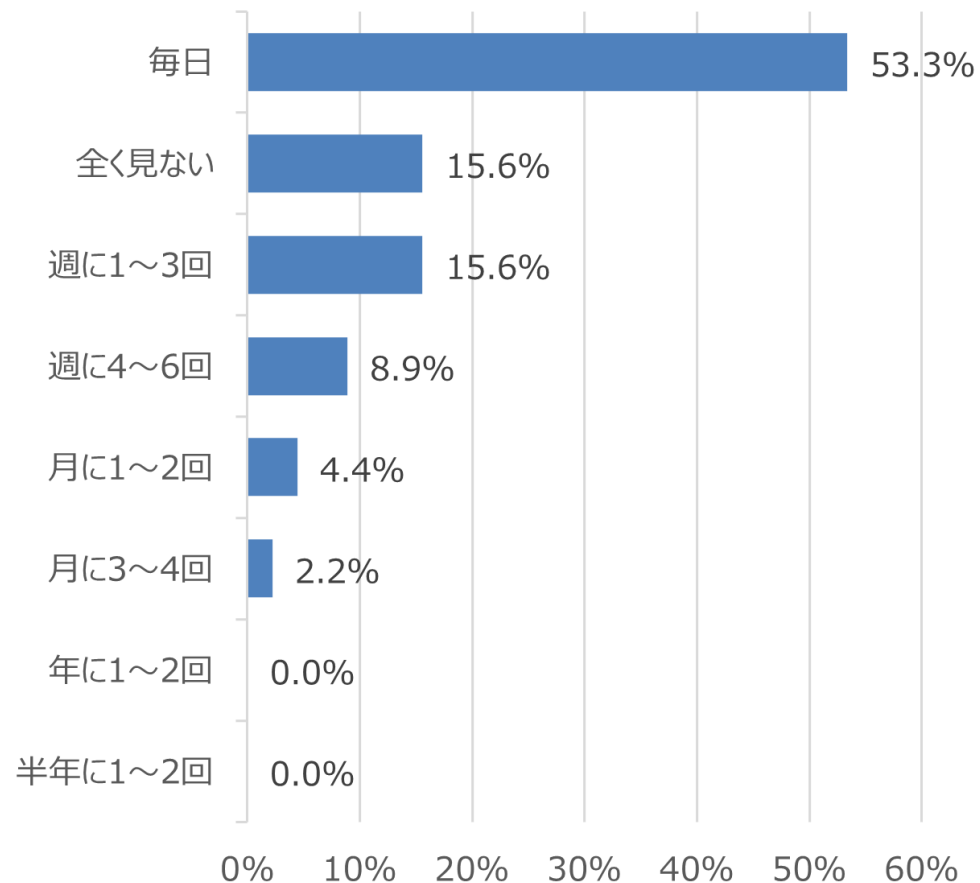
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 10代



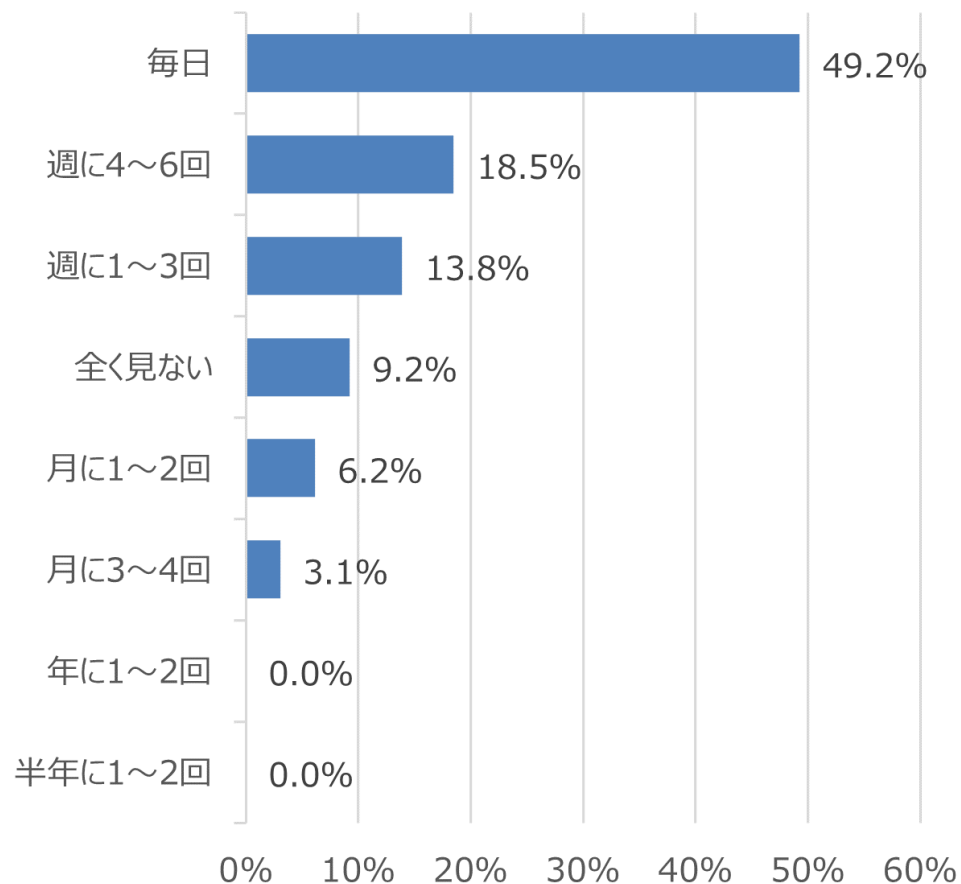
■ 20代



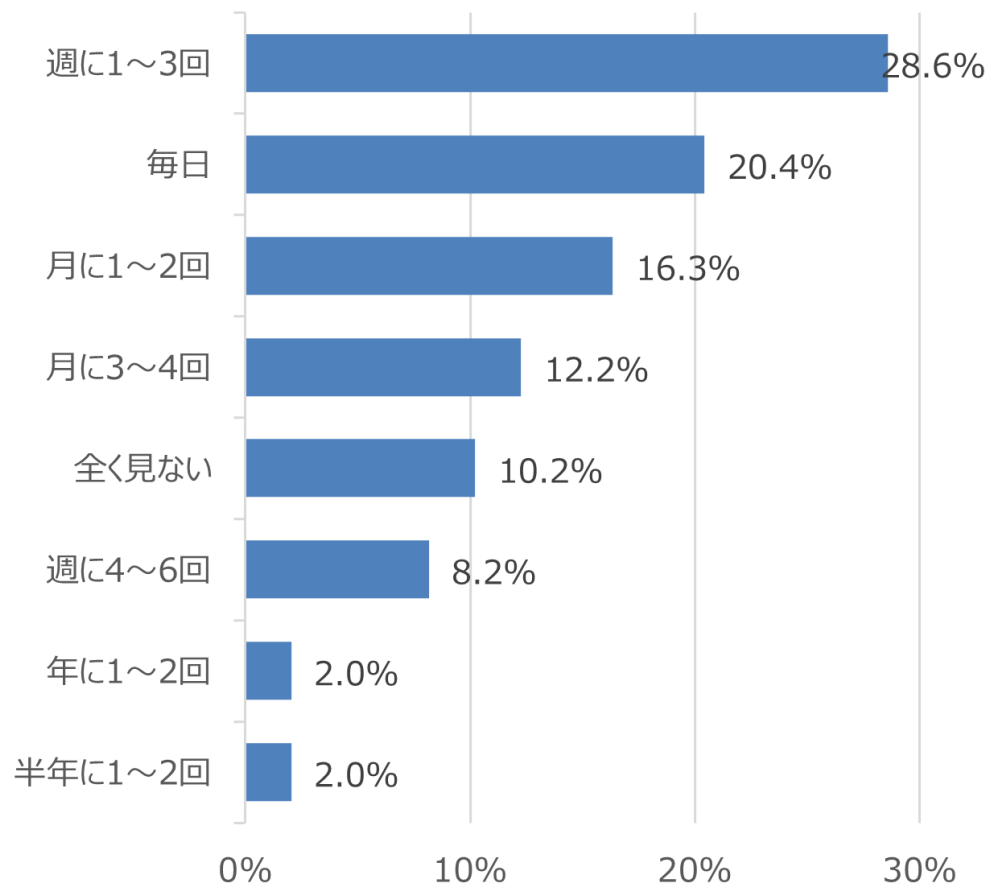
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 30代



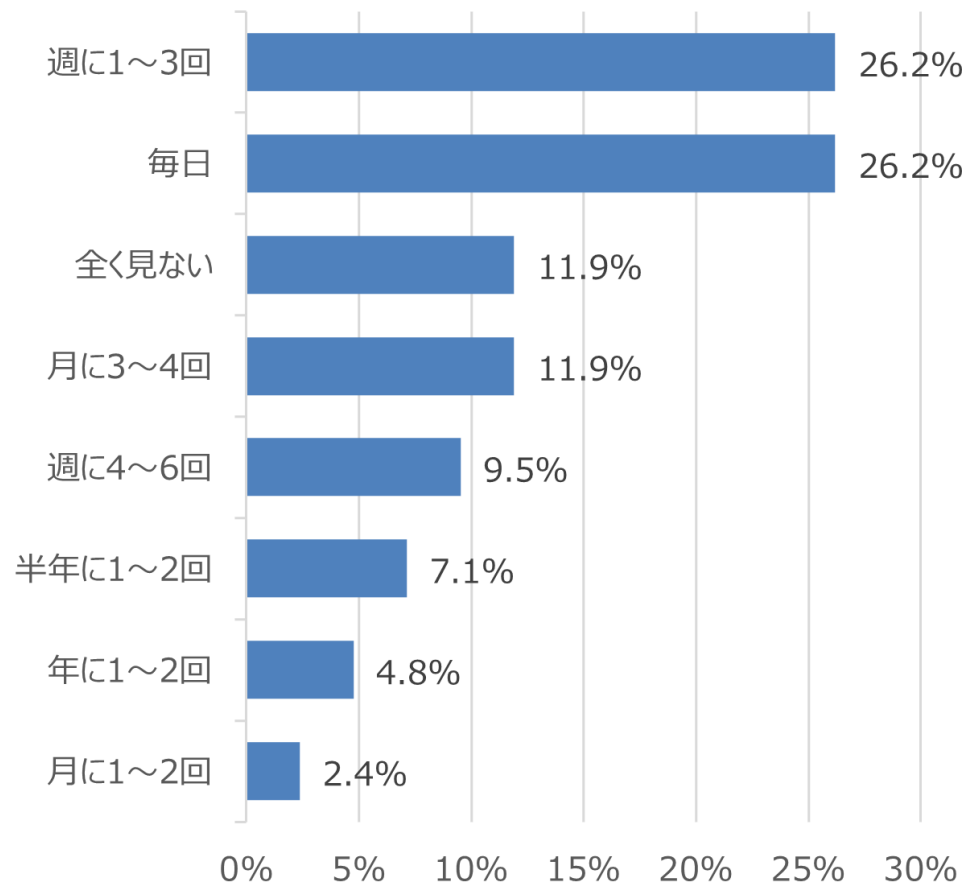
■ 40代



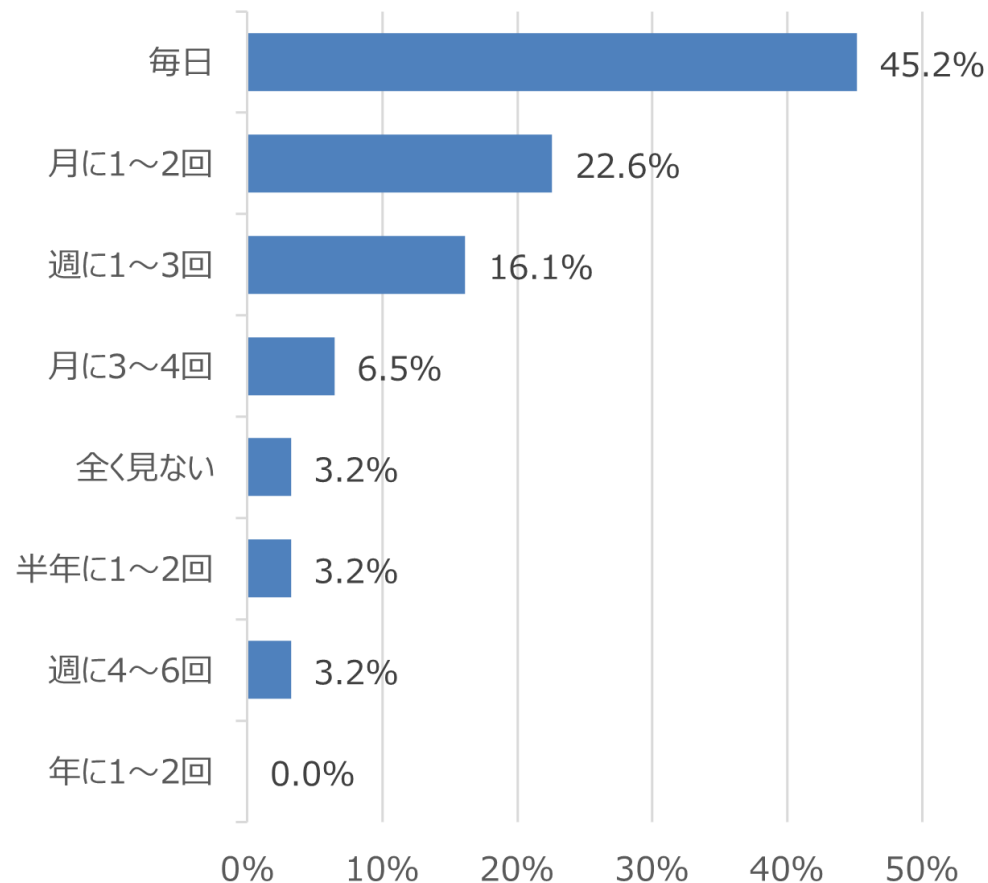
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 50代



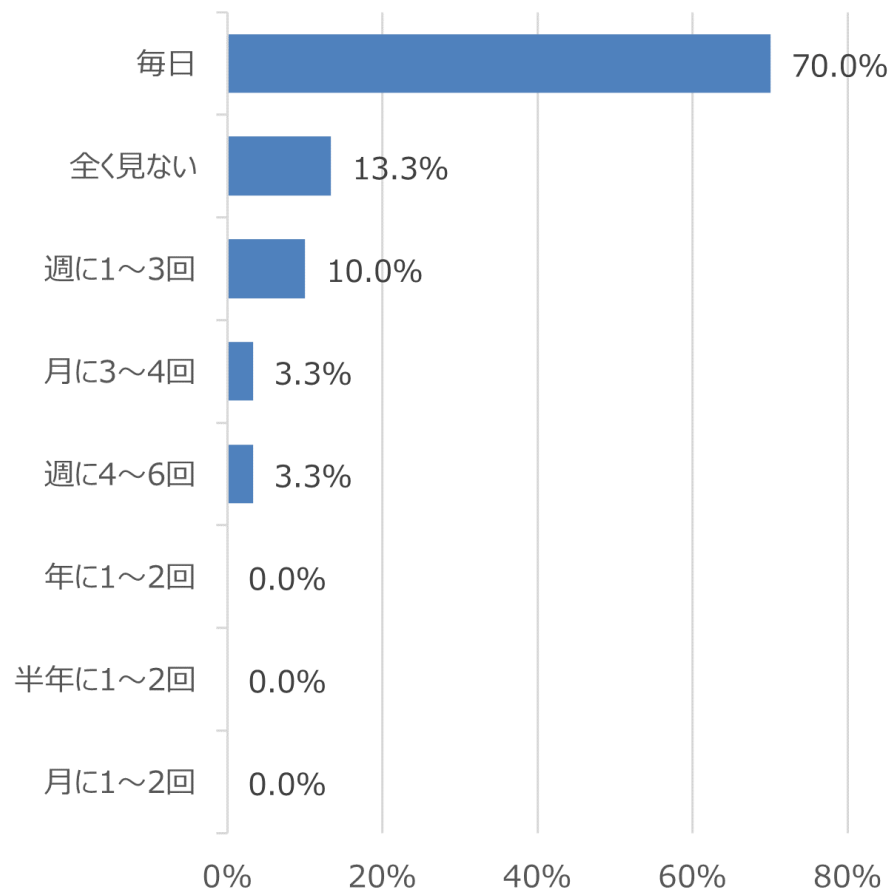
■ 60代以上



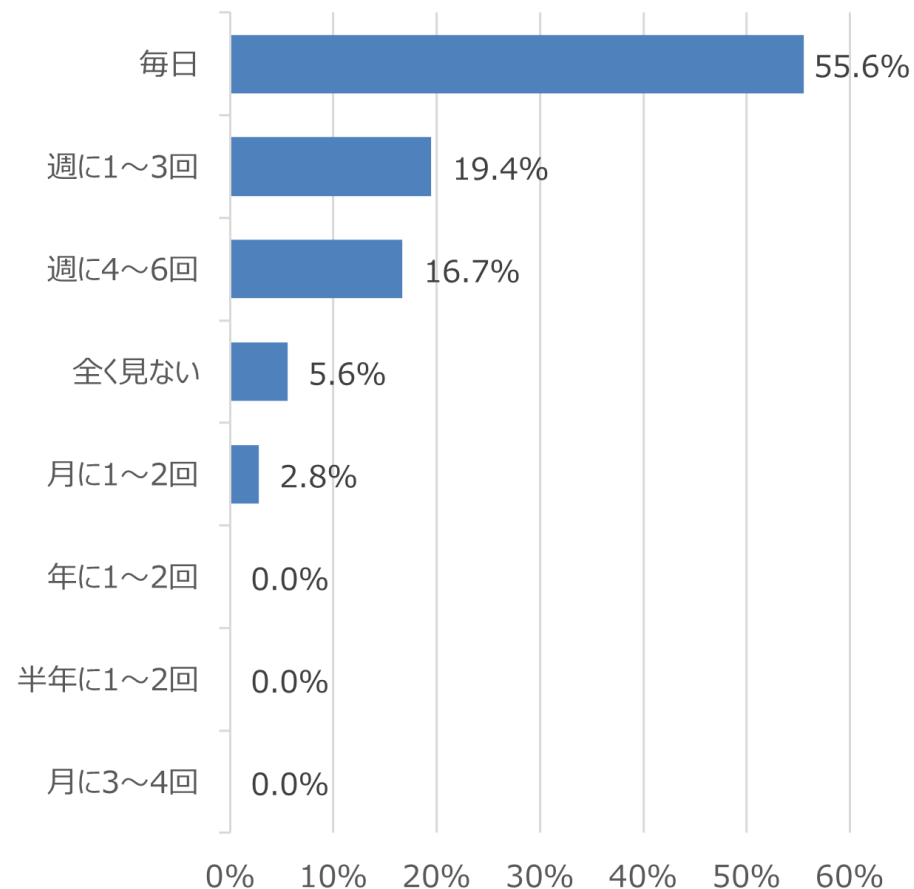
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



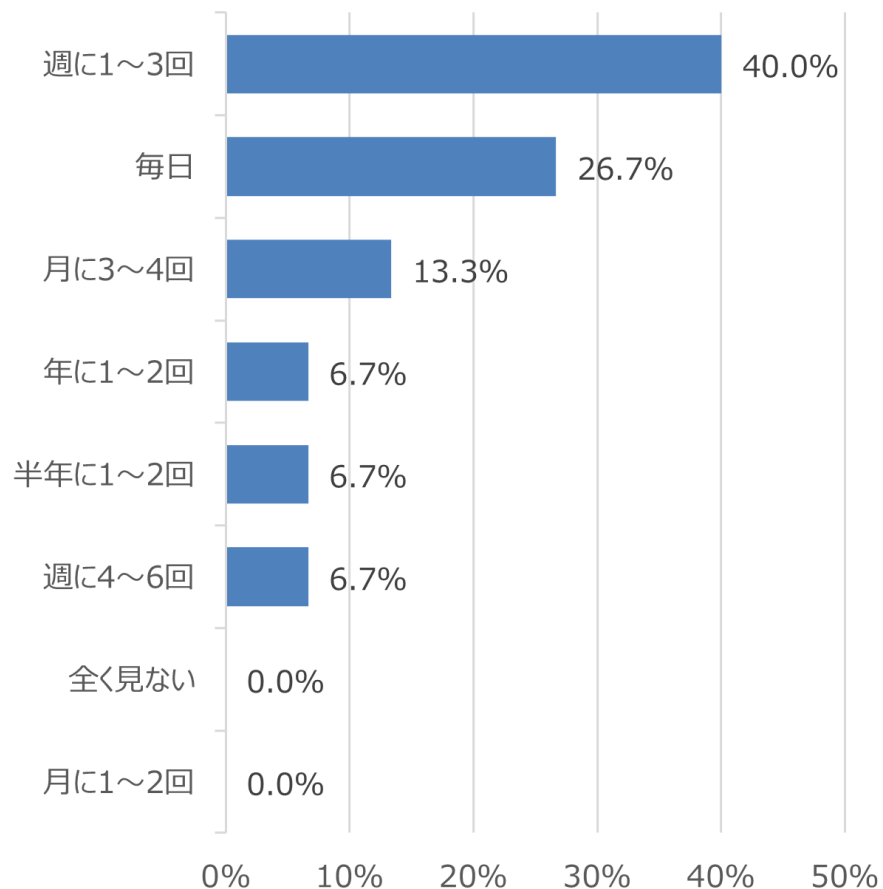
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



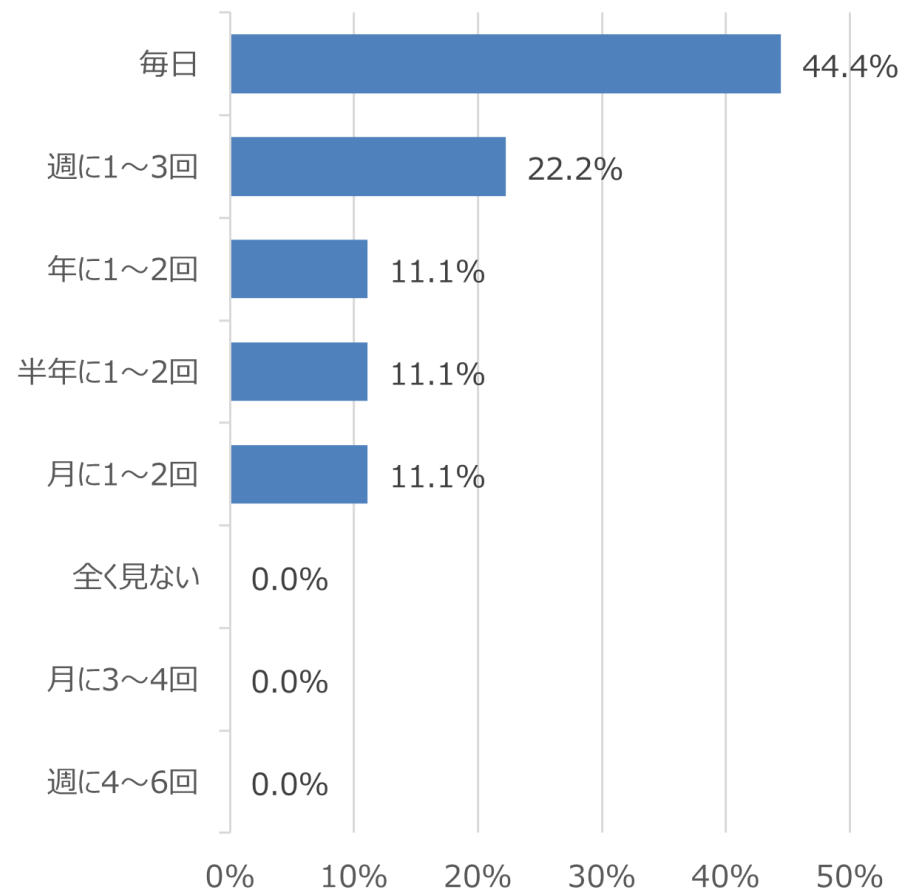
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



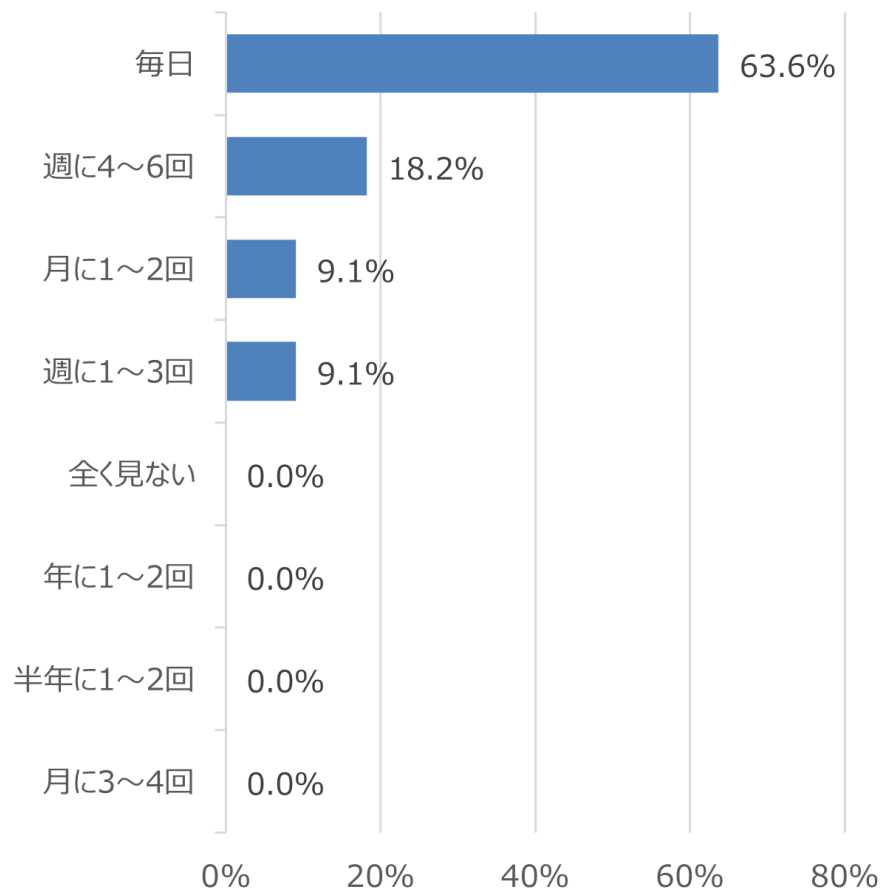
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



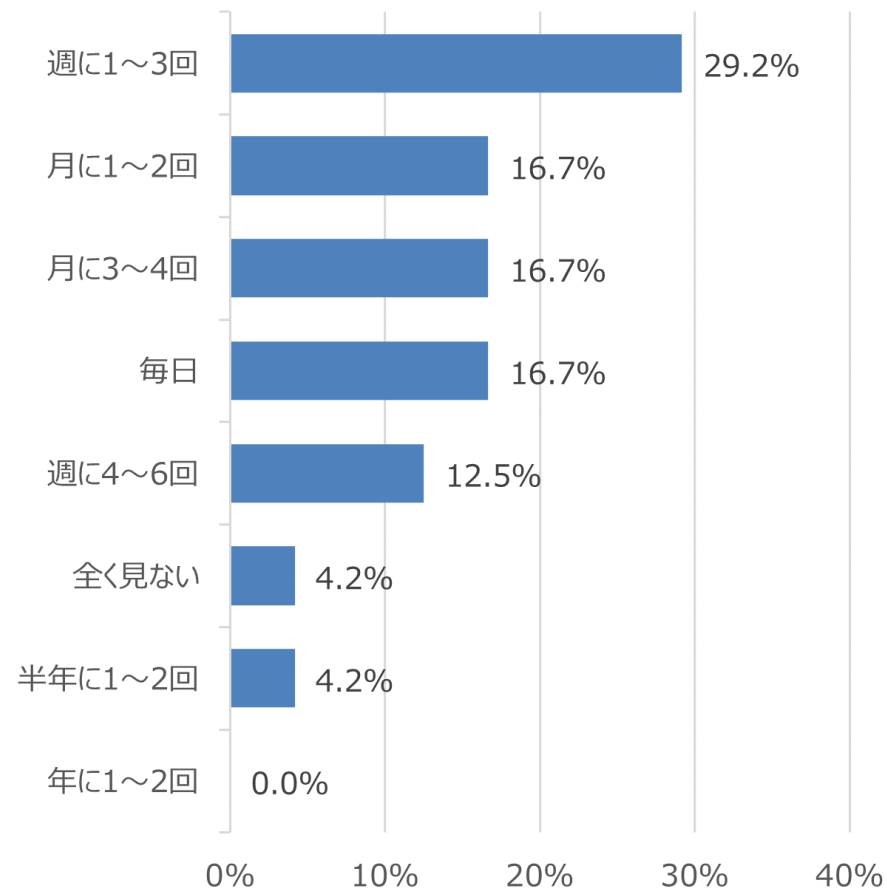
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



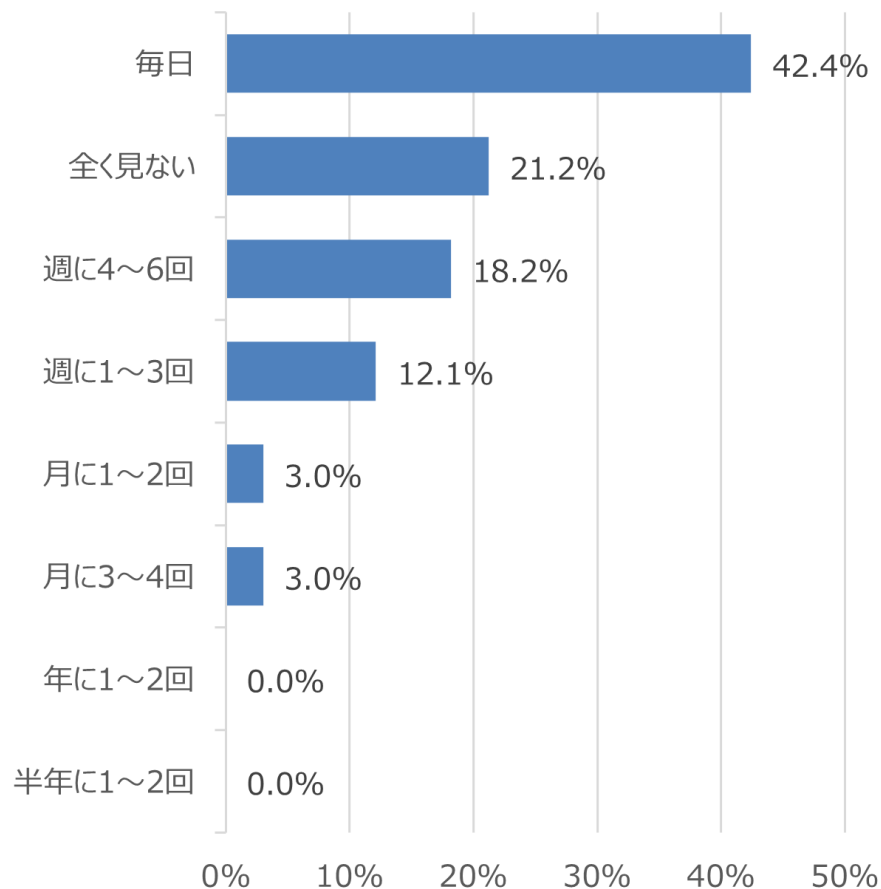
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



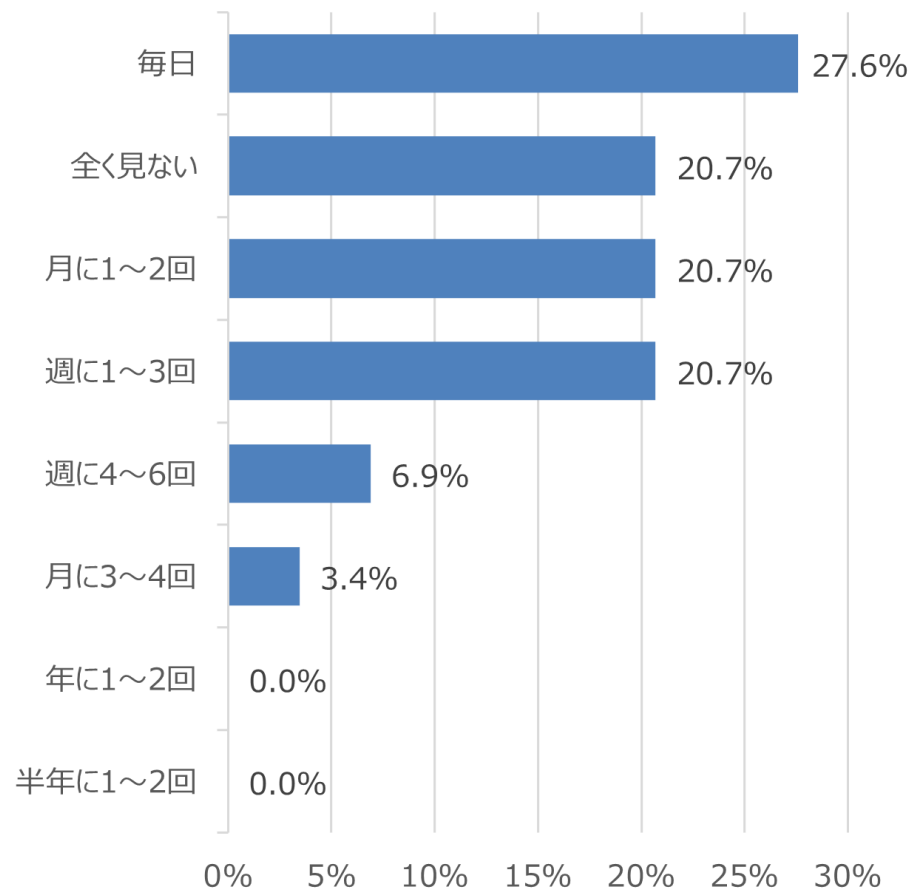
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



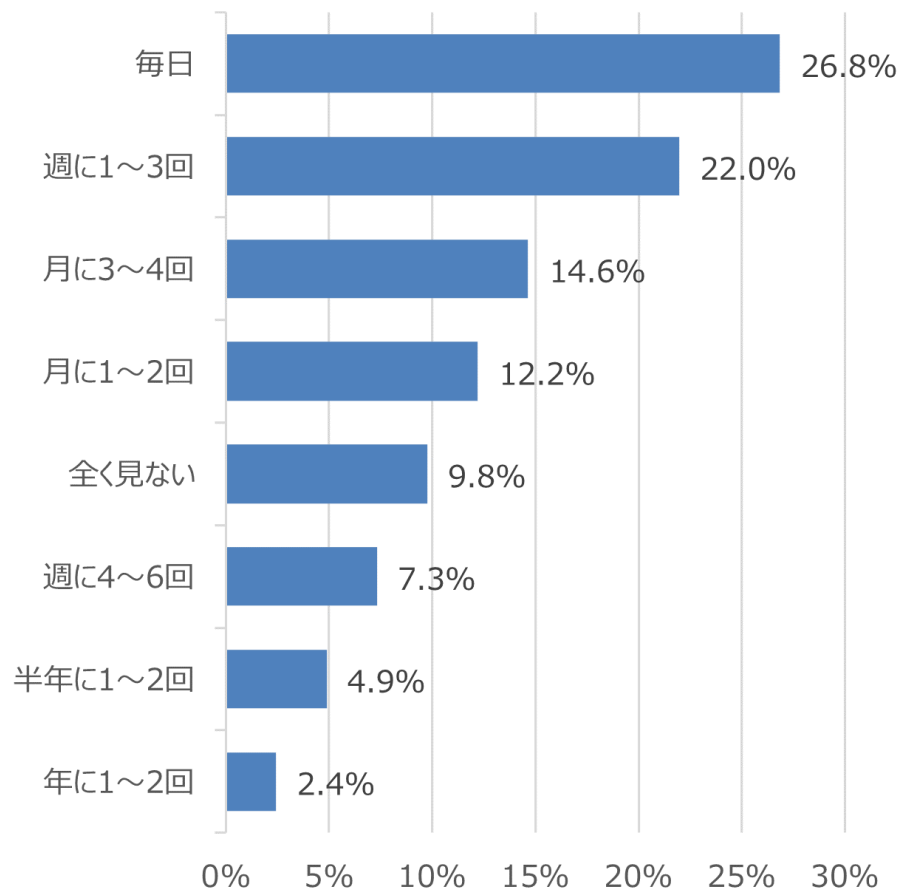
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



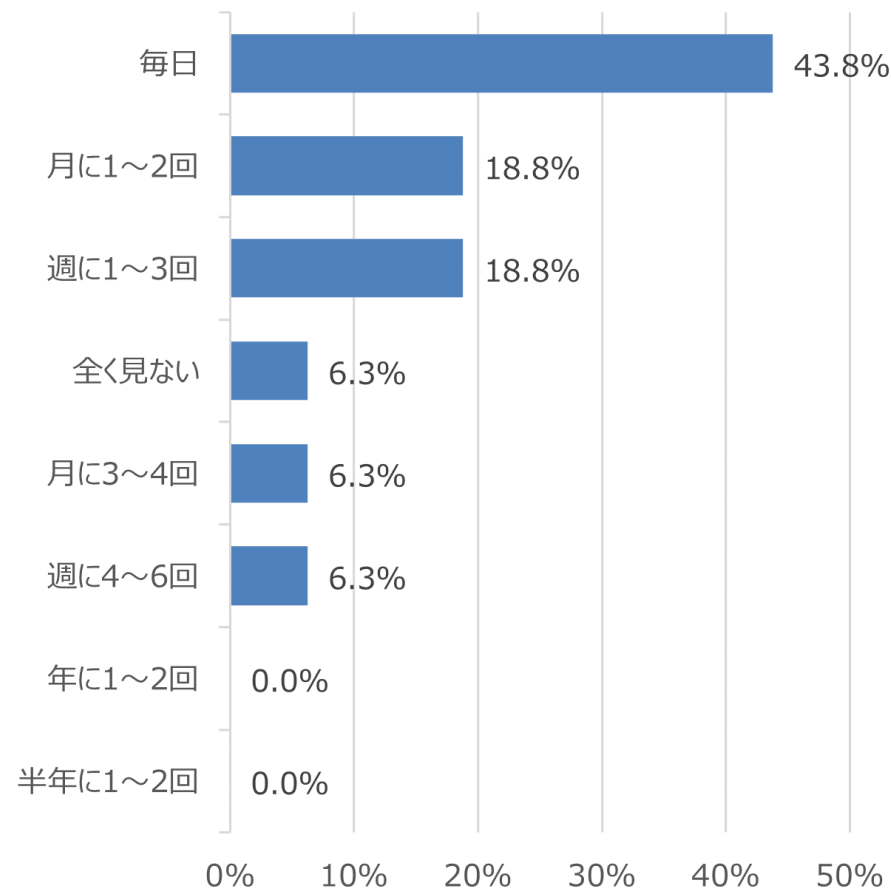
■ SNSについて教えてください

Q.SNS投稿動画やライブ配信をどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

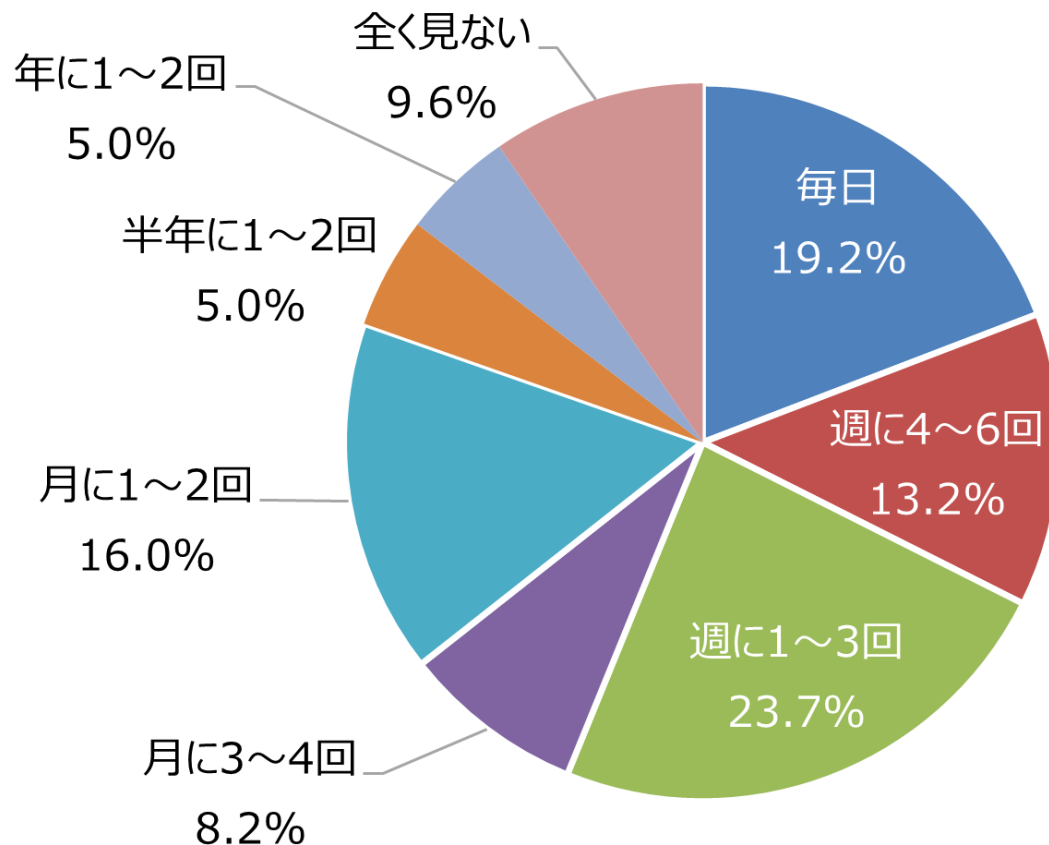


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

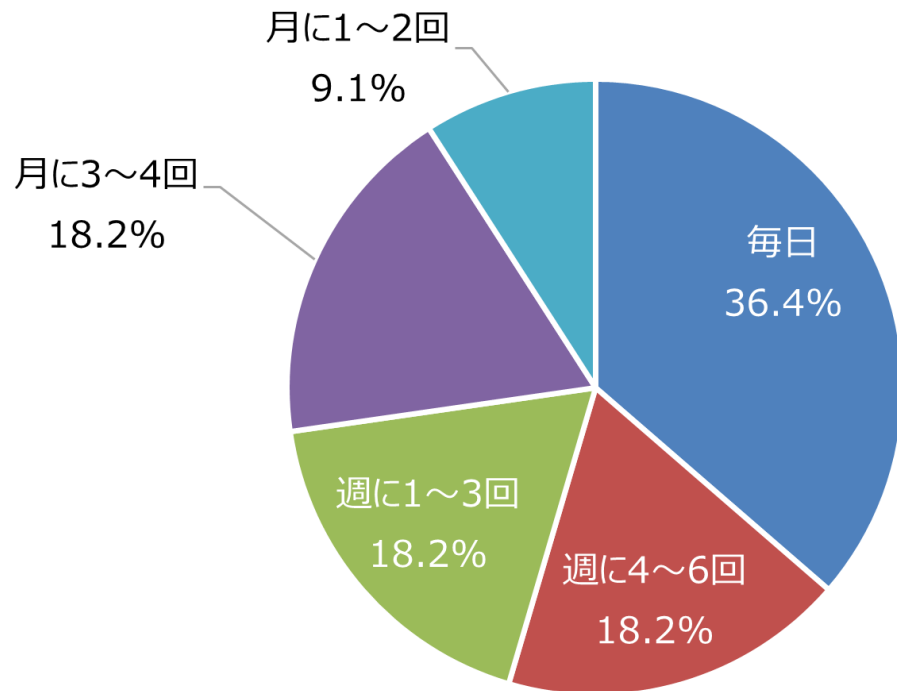


女性消費者は企業やブランドでの動画発信に注目している。56.1%が週に1回以上、企業やブランドのSNS公式アカウントの動画を視聴していることがわかった。しかし年代別に見ると、10~30代では約7割が週に1回以上企業やブランドアカウントの動画を見ていることに対して、40代以上は約4割にとどまり大きな差がでている。企業やブランドからの商品やサービスの訴求は特に若年層に対して効果的と推測される。

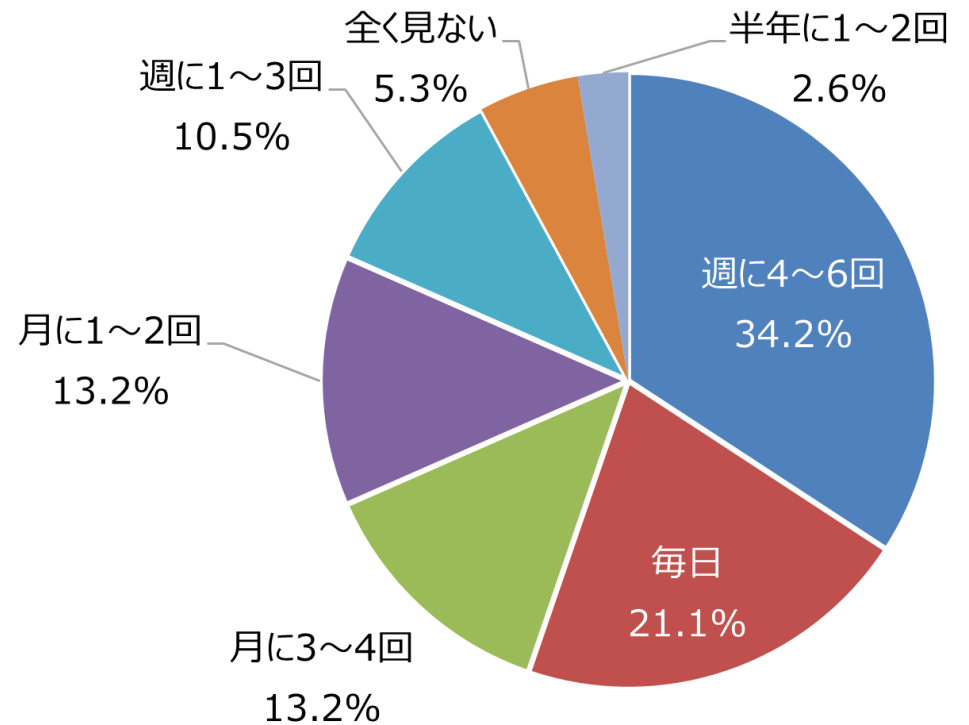
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 10代



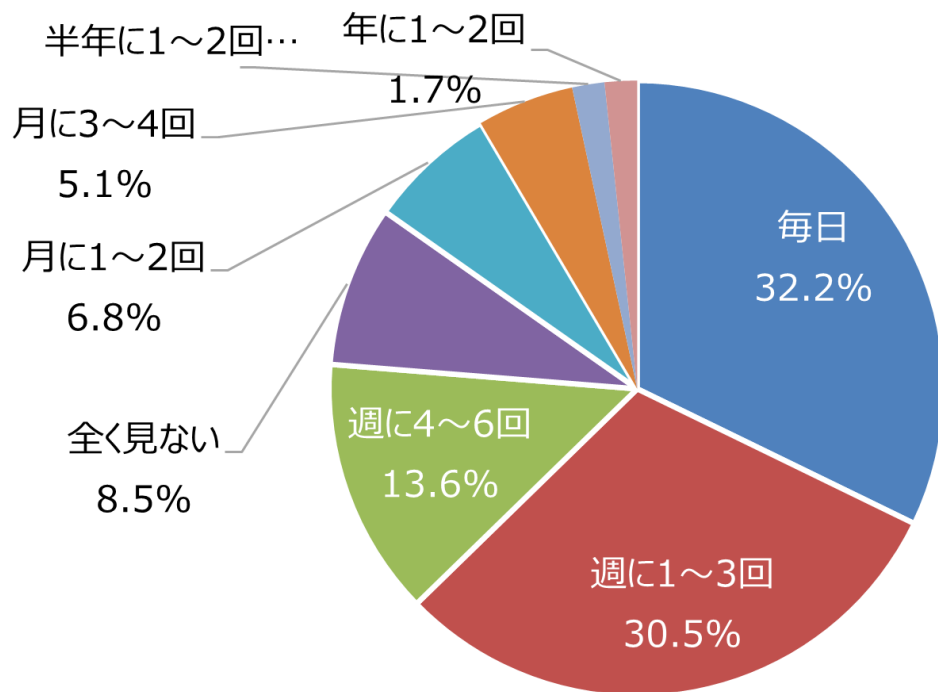
■ 20代



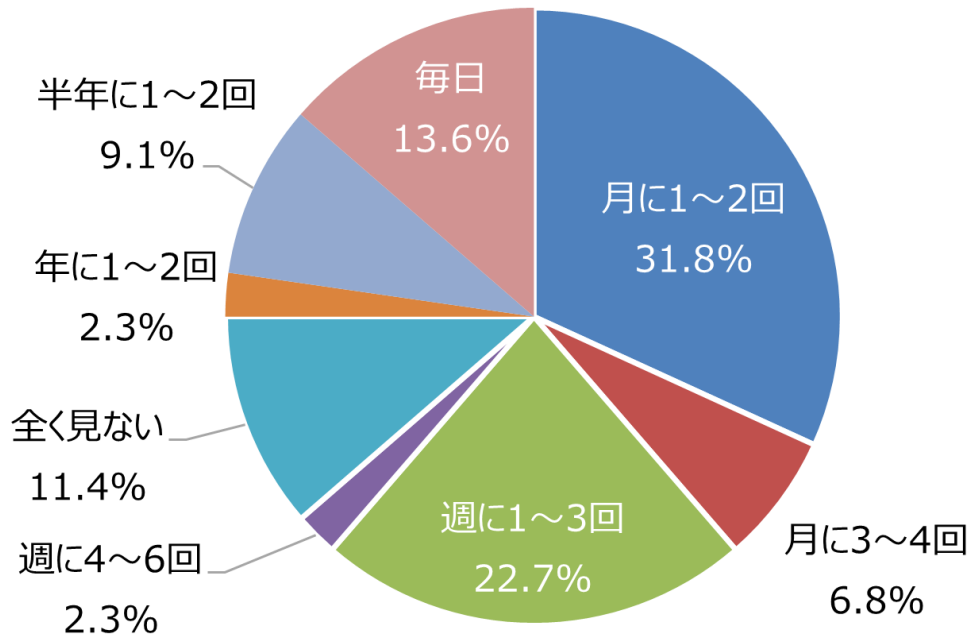
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 30代



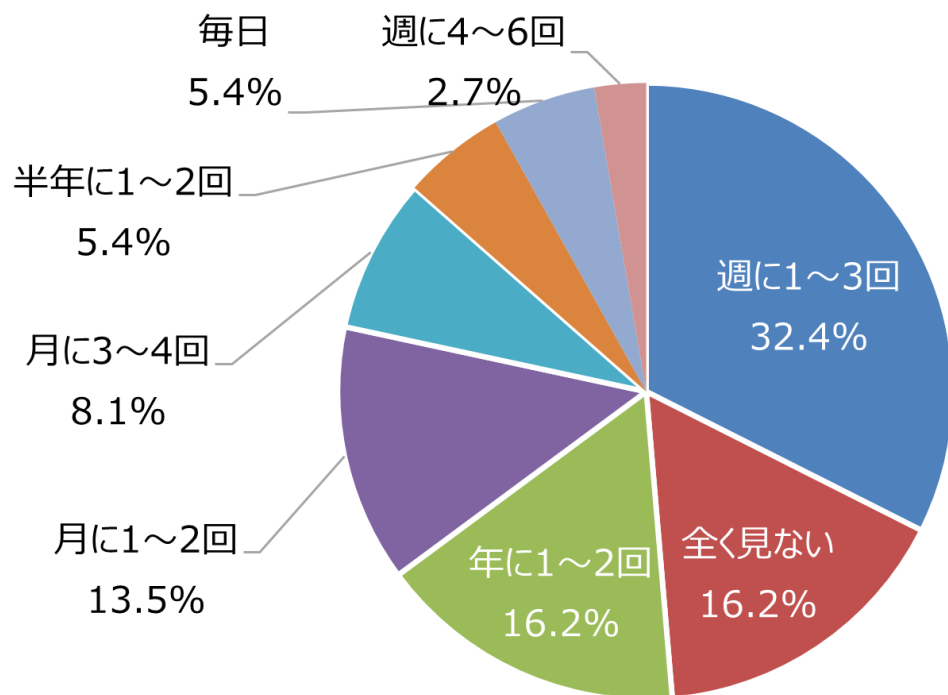
■ 40代



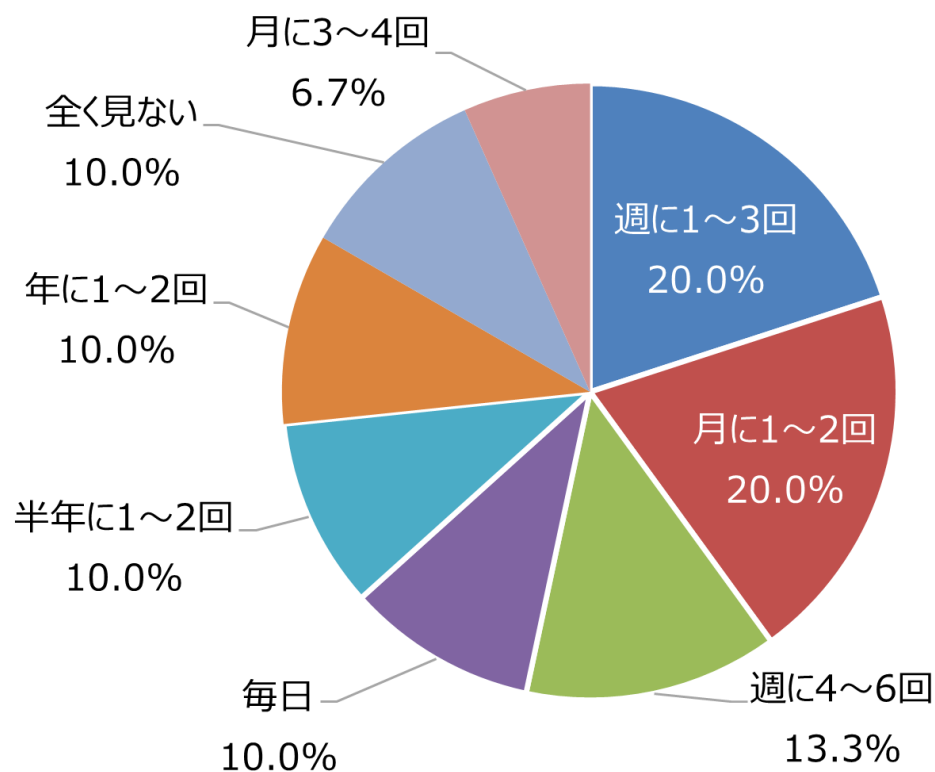
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 50代



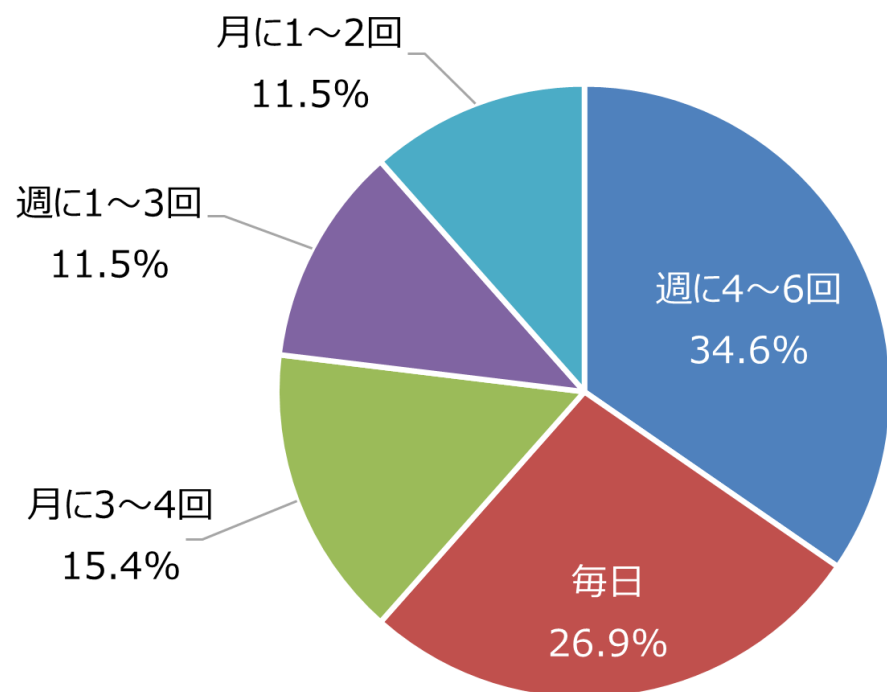
■ 60代以上



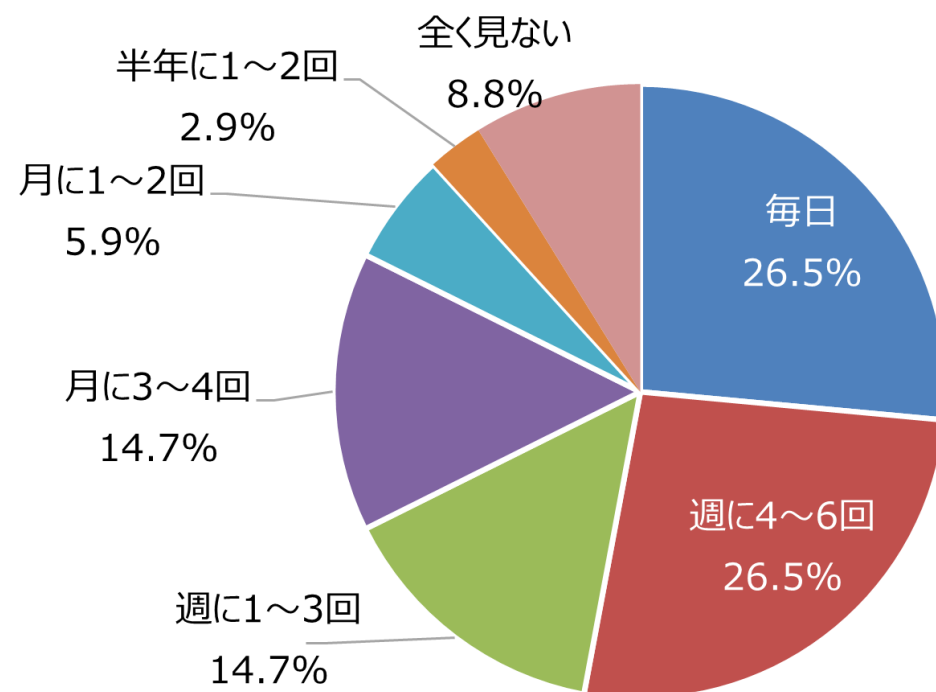
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



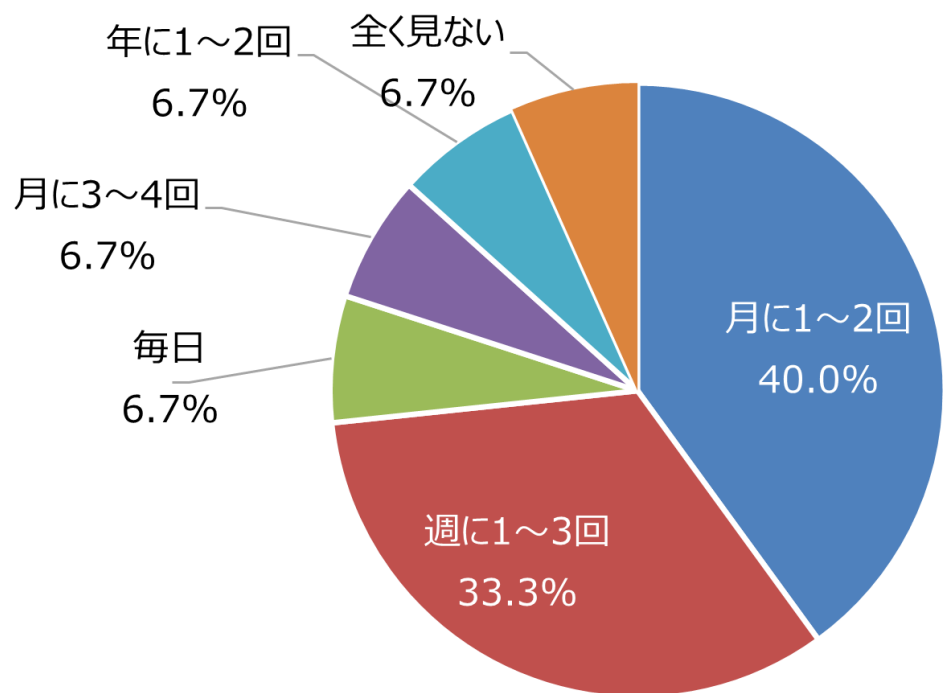
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



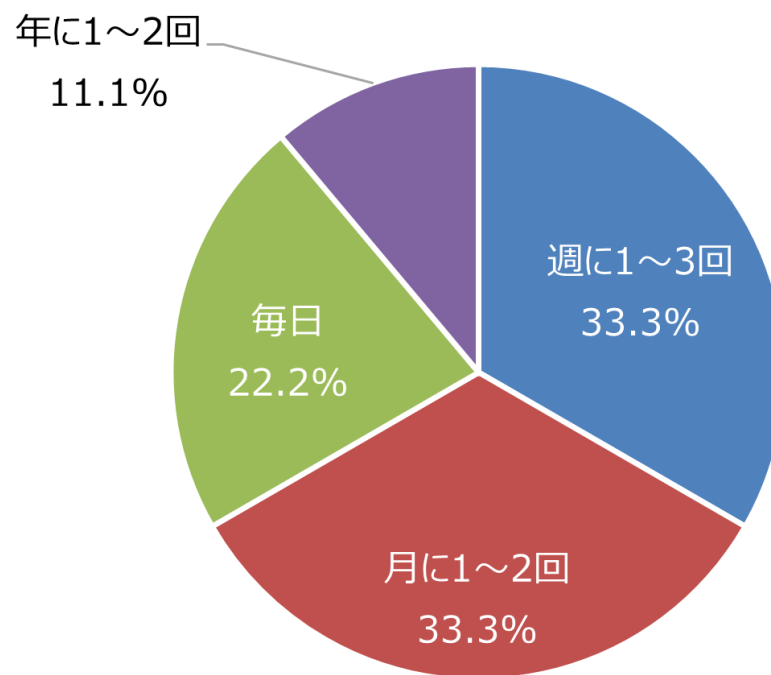
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



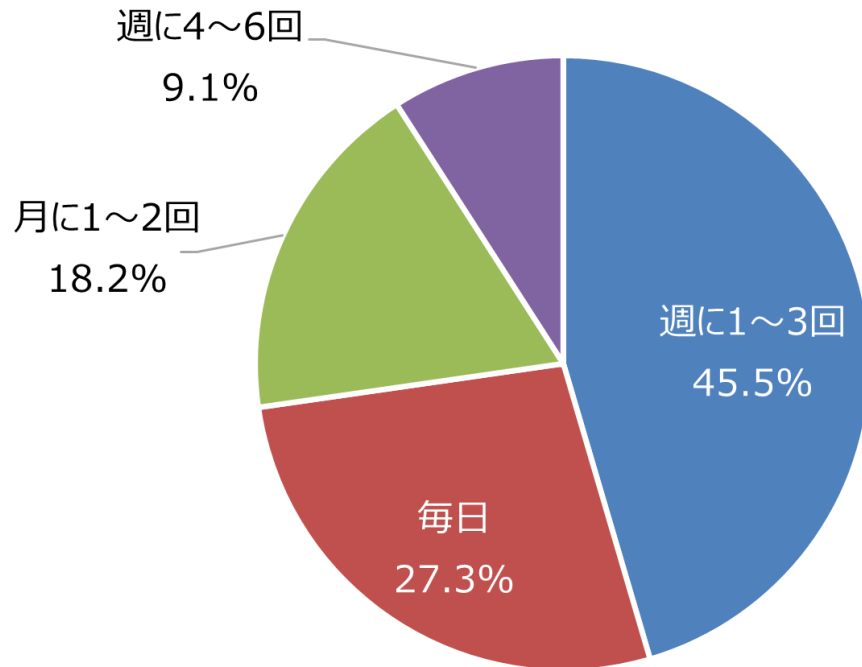
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



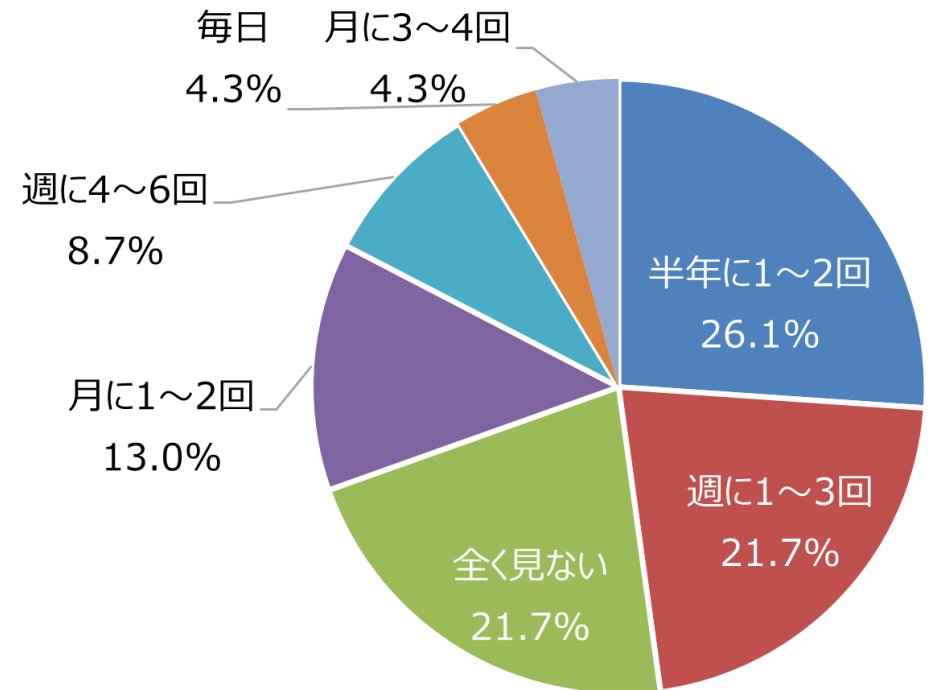
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



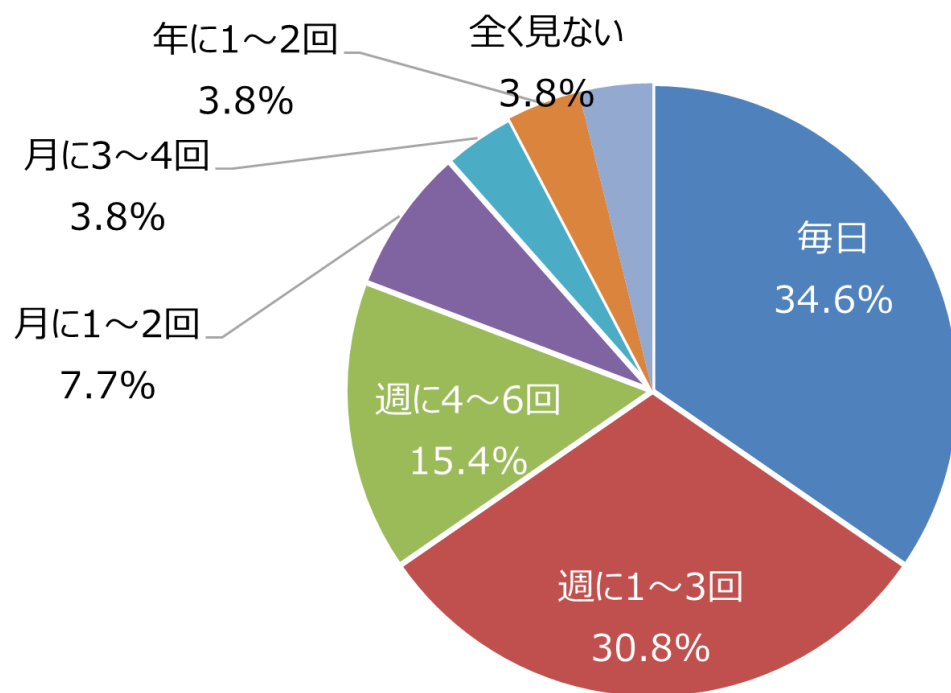
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



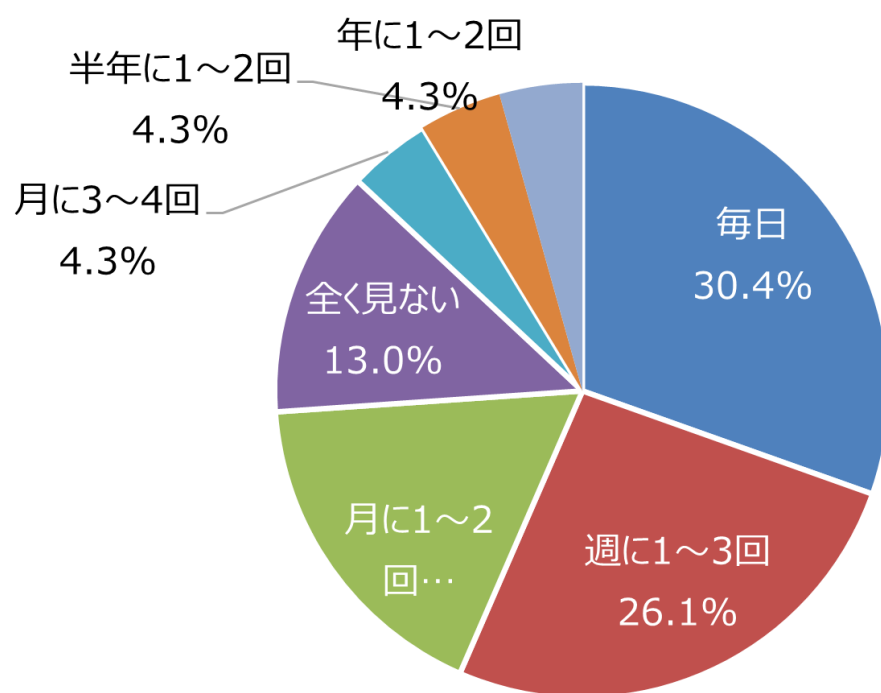
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



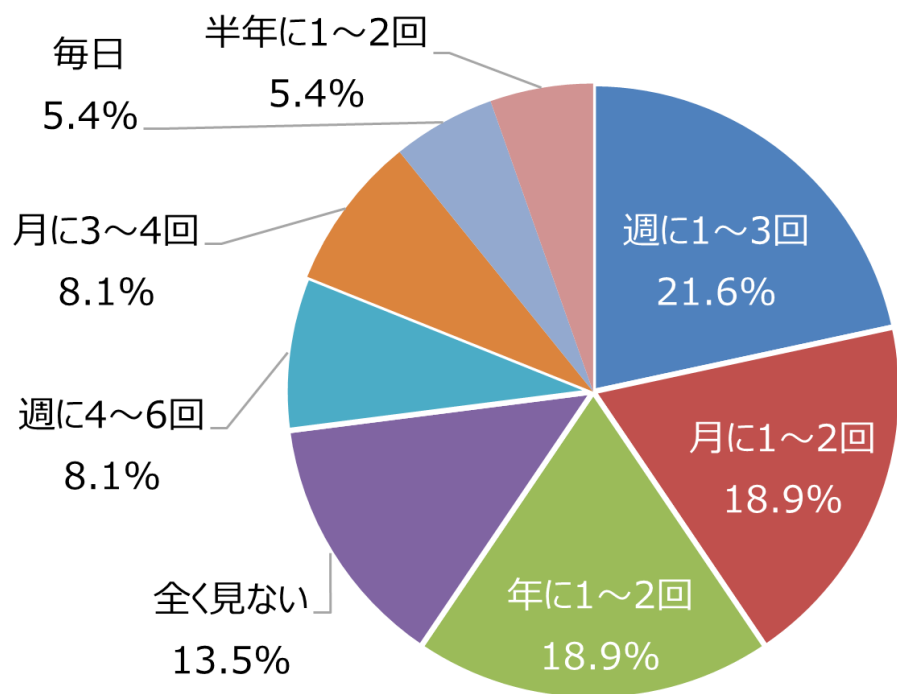
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



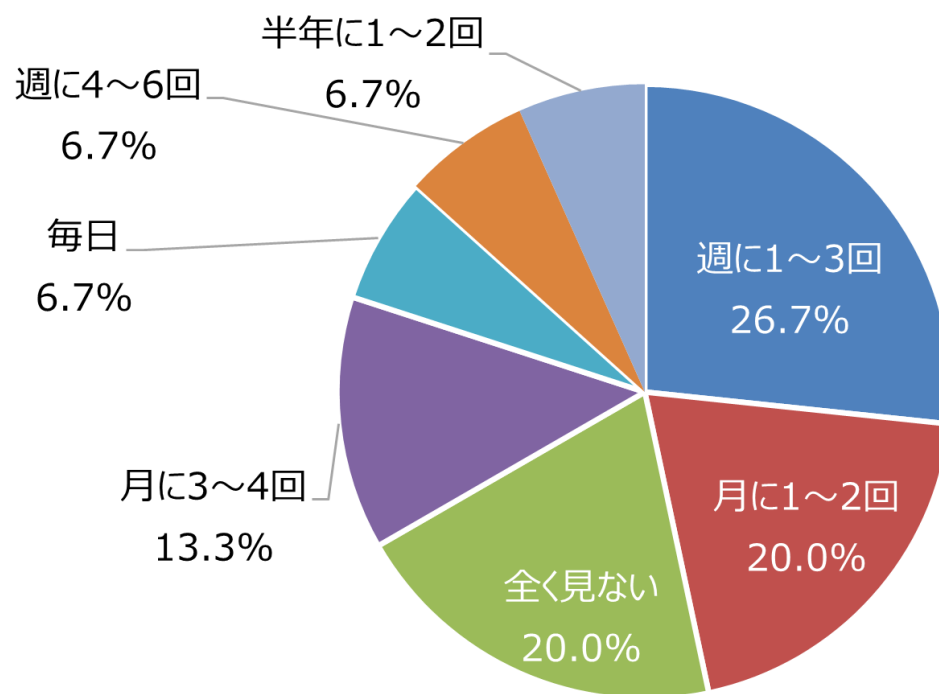
■ SNSについて教えてください

Q. 企業やブランドなどの公式からのSNS動画を視聴しますか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

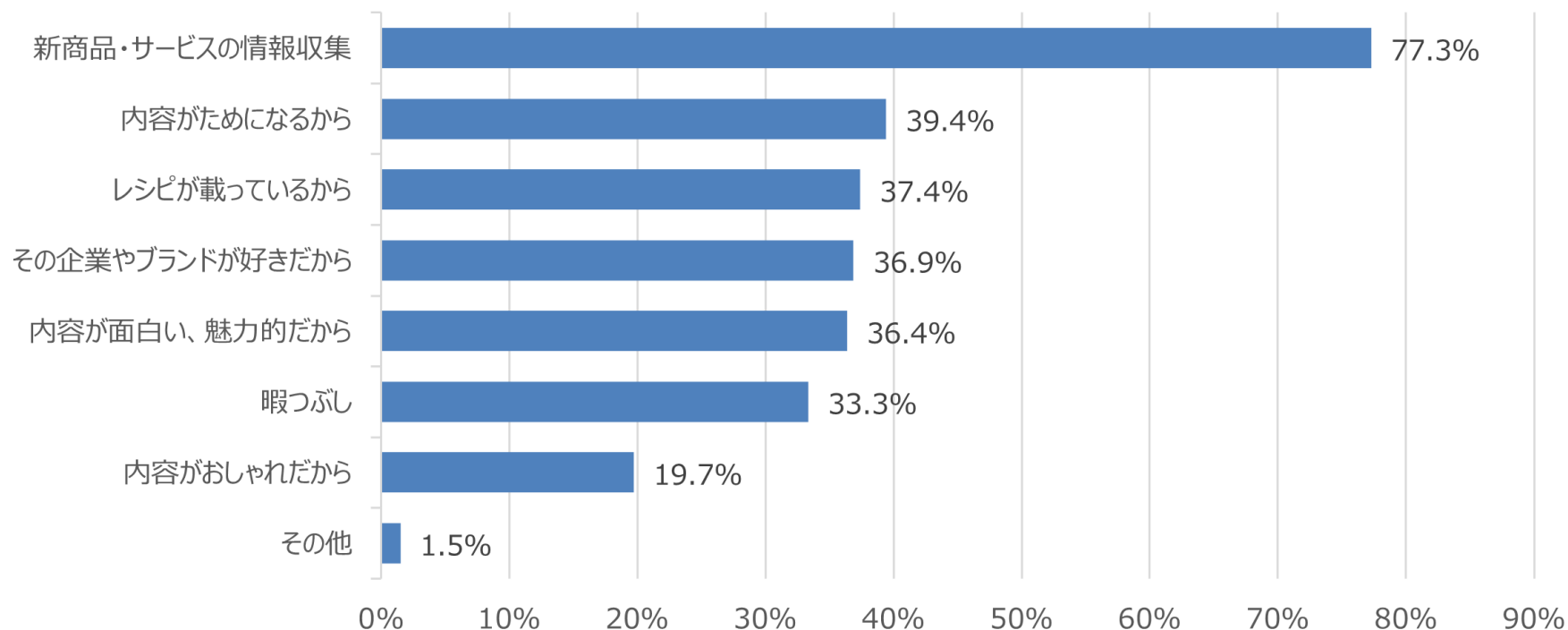


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

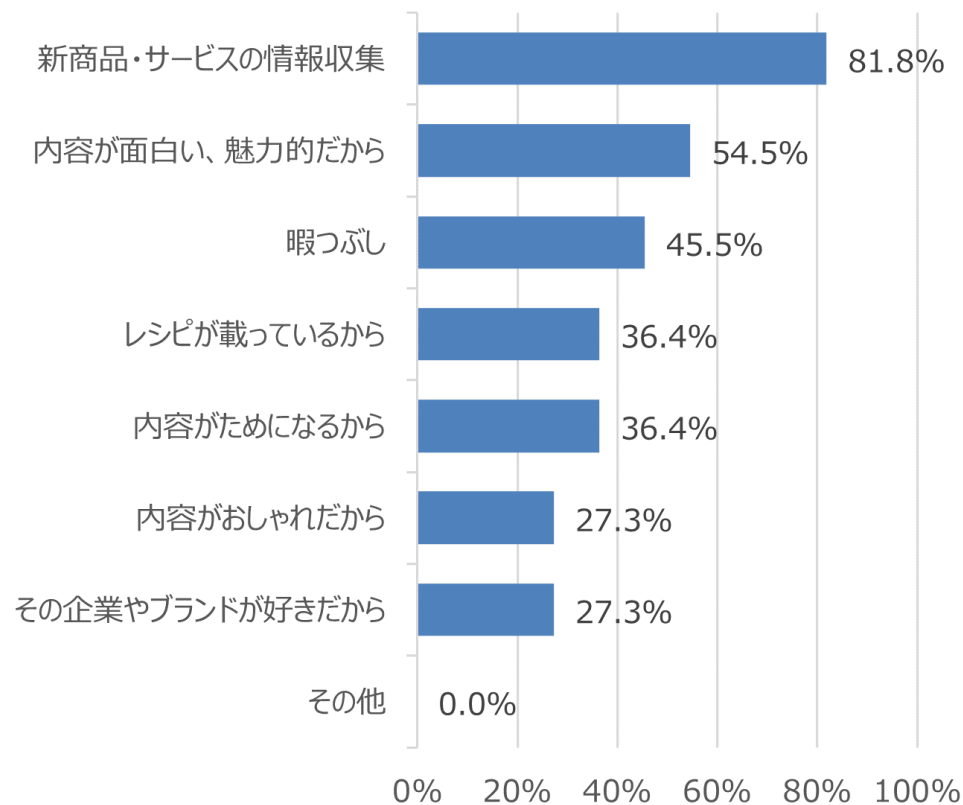


企業やブランドのSNS公式アカウントからの発信として求められるのは、新商品・サービスの情報だ。これは、「新商品・サービスの情報収集」を目的として動画を視聴しているとの回答が77.2%であることからわかる。年代別に見た場合もすべての年代で「新商品・サービスの情報収集」が1位となっている。予想外の結果であったのは、「内容がおしゃれだから」という回答をあげる人が少なかったことだ。女性たちには、おしゃれさよりも新しさが響いている。

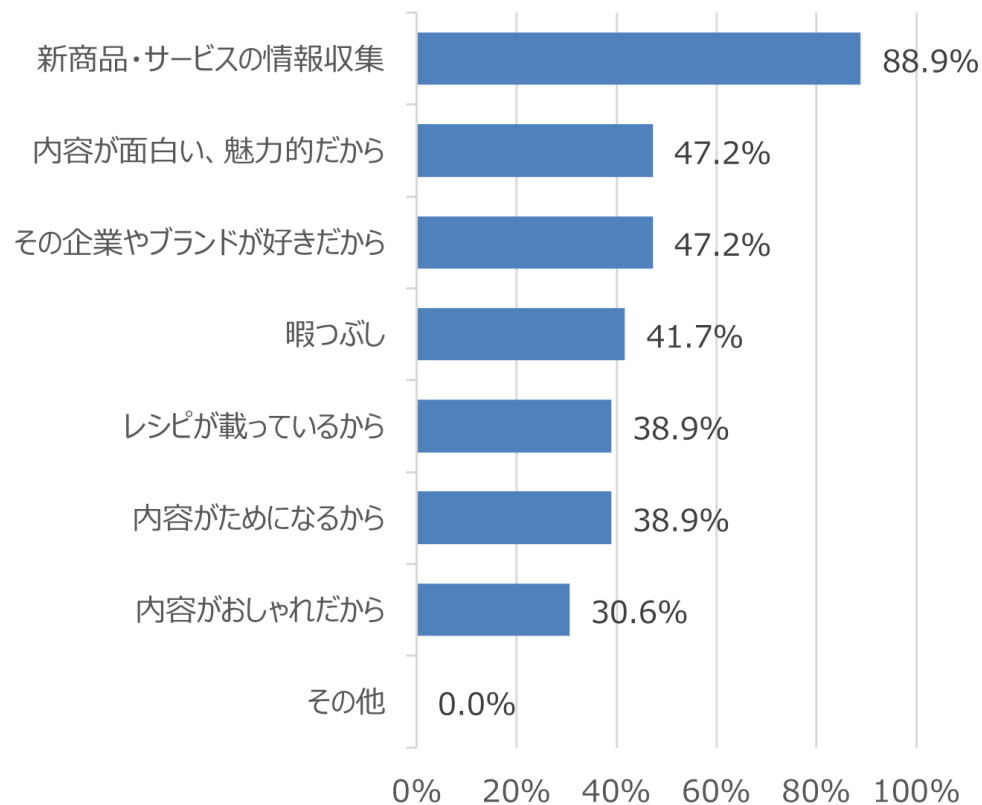
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 10代



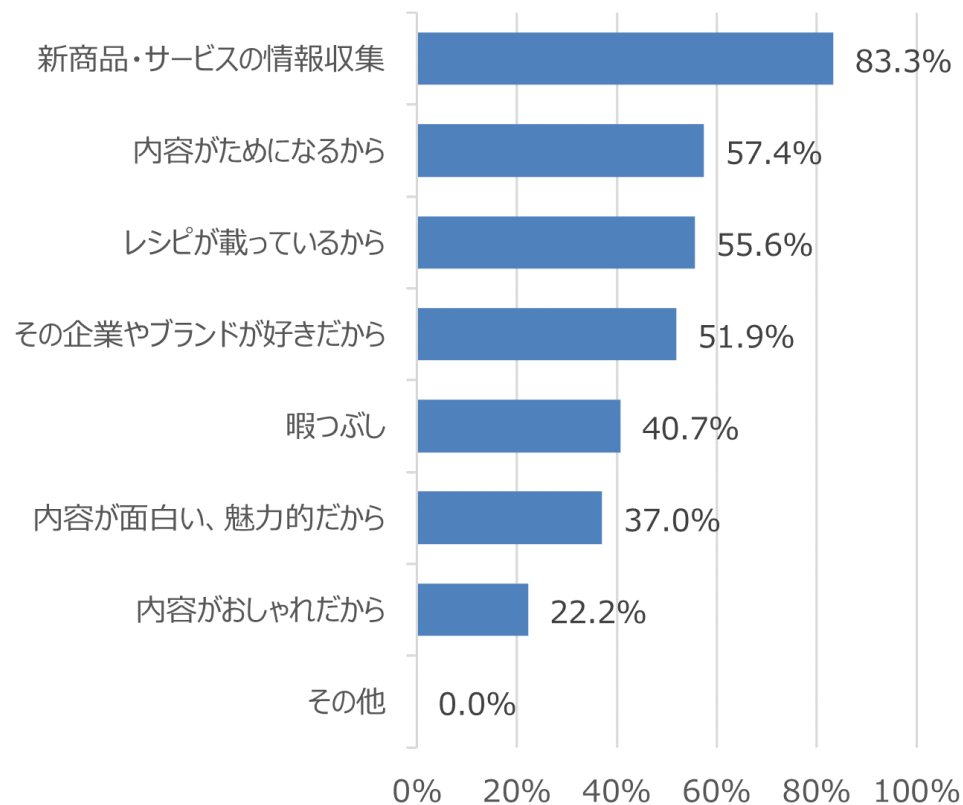
■ 20代



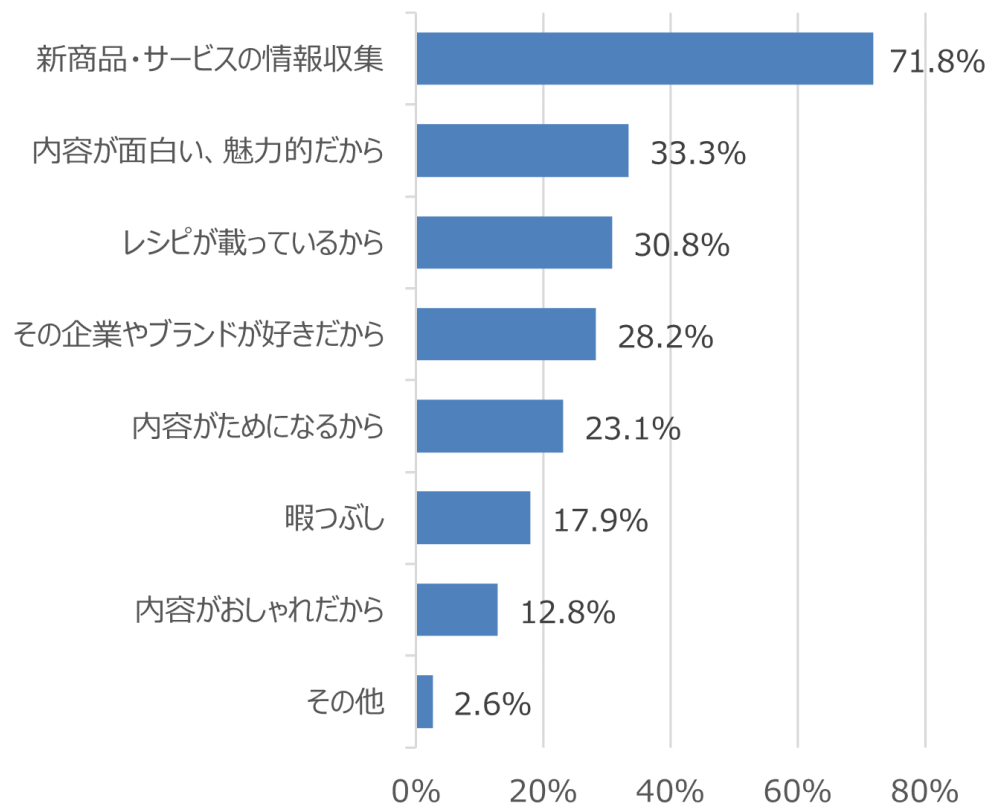
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 30代



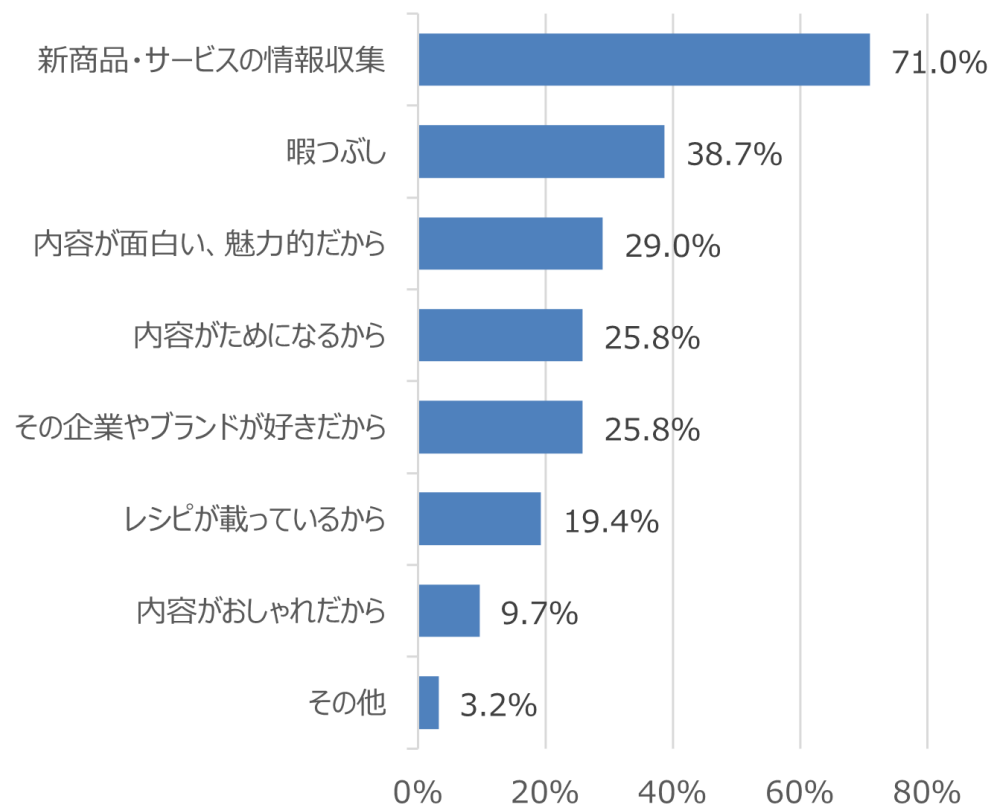
■ 40代



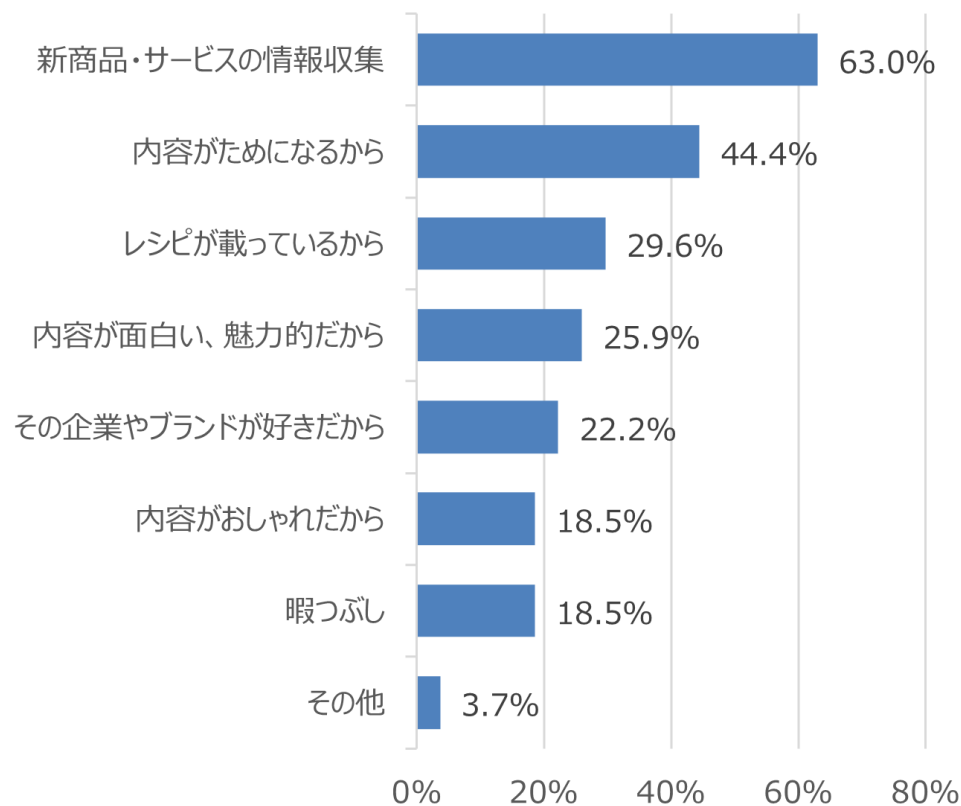
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 50代



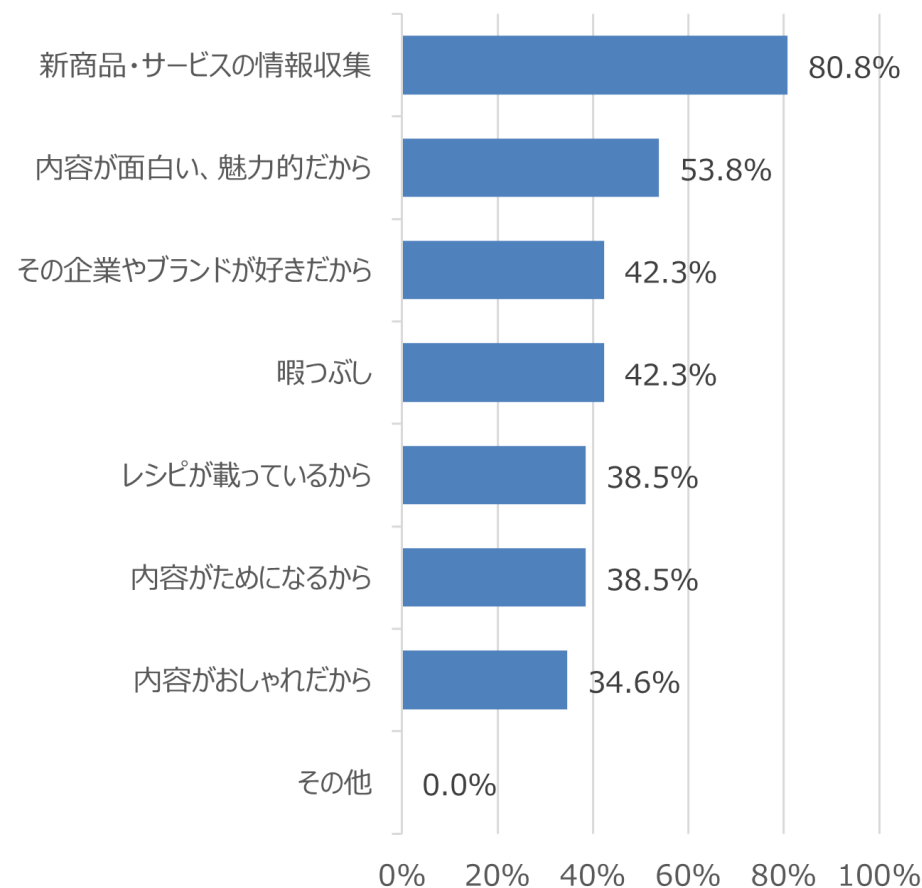
■ 60代以上



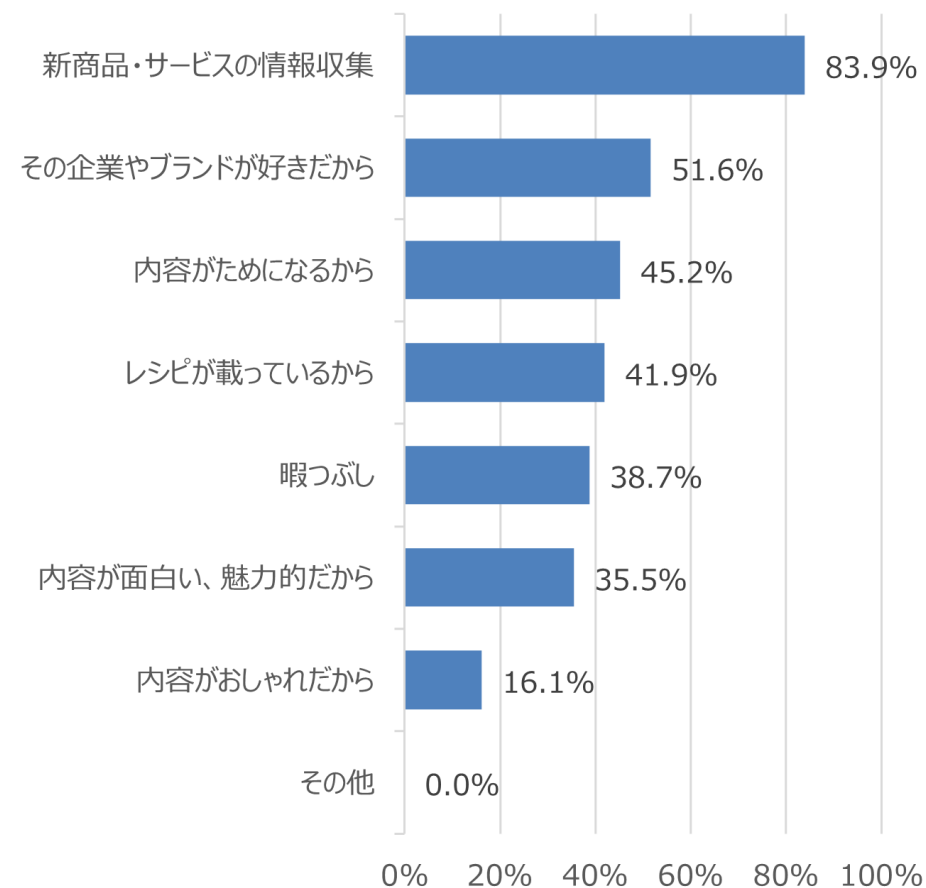
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



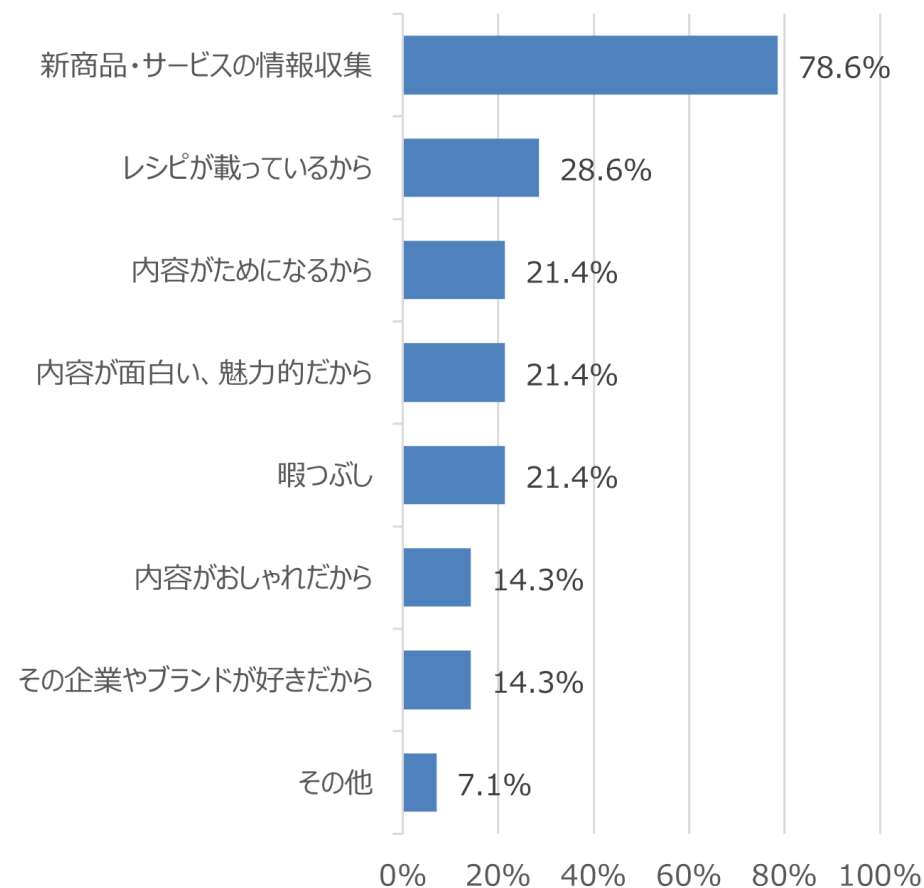
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



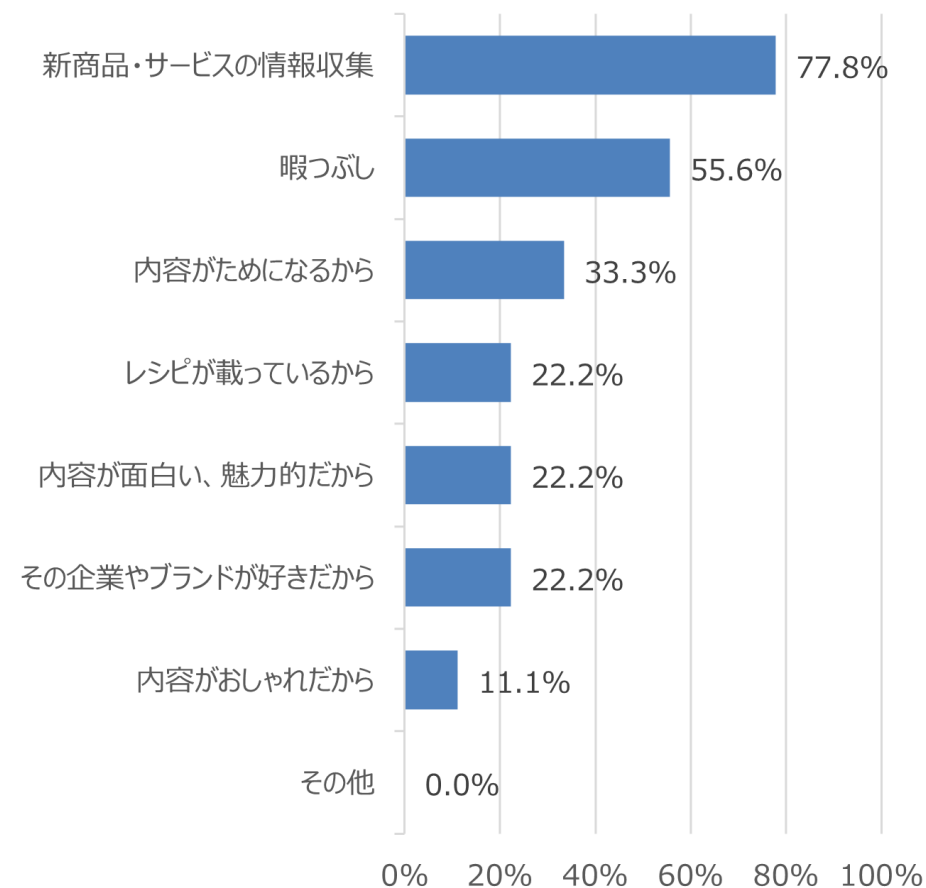
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



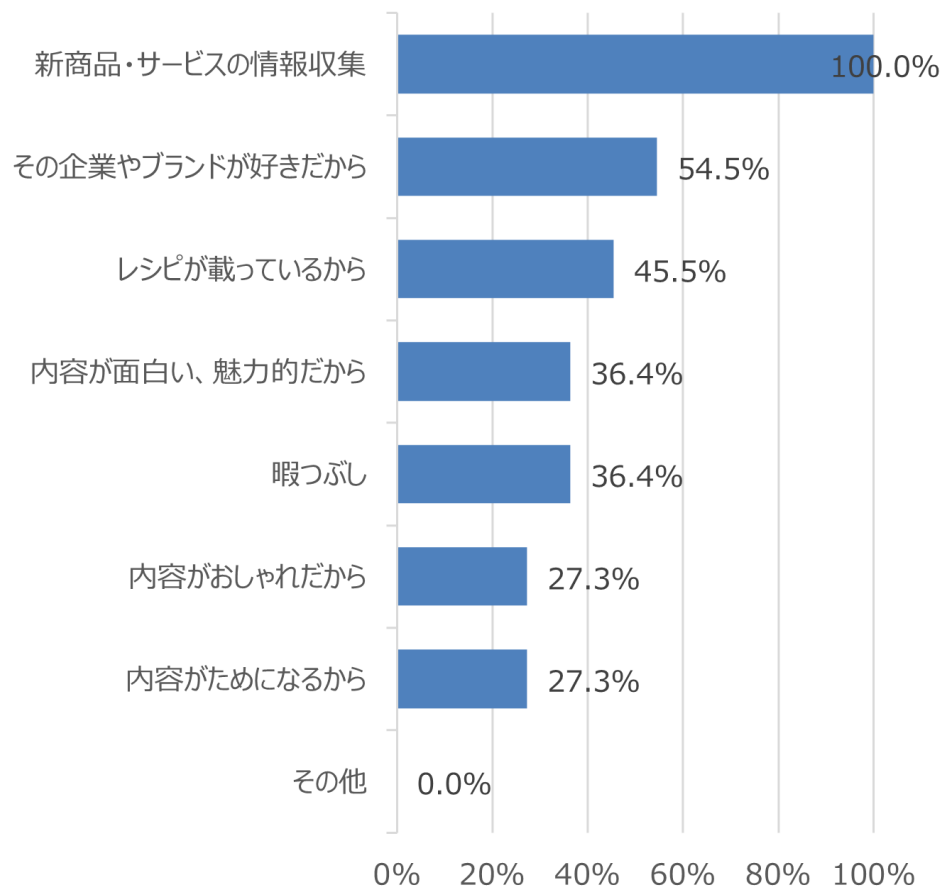
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



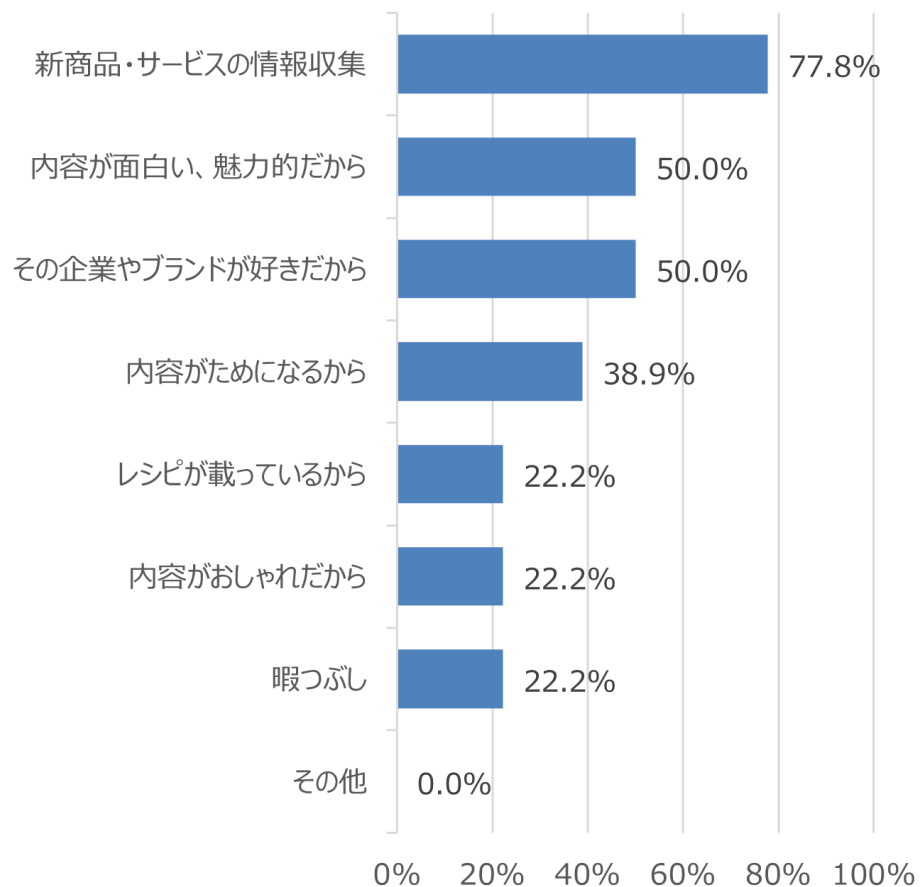
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



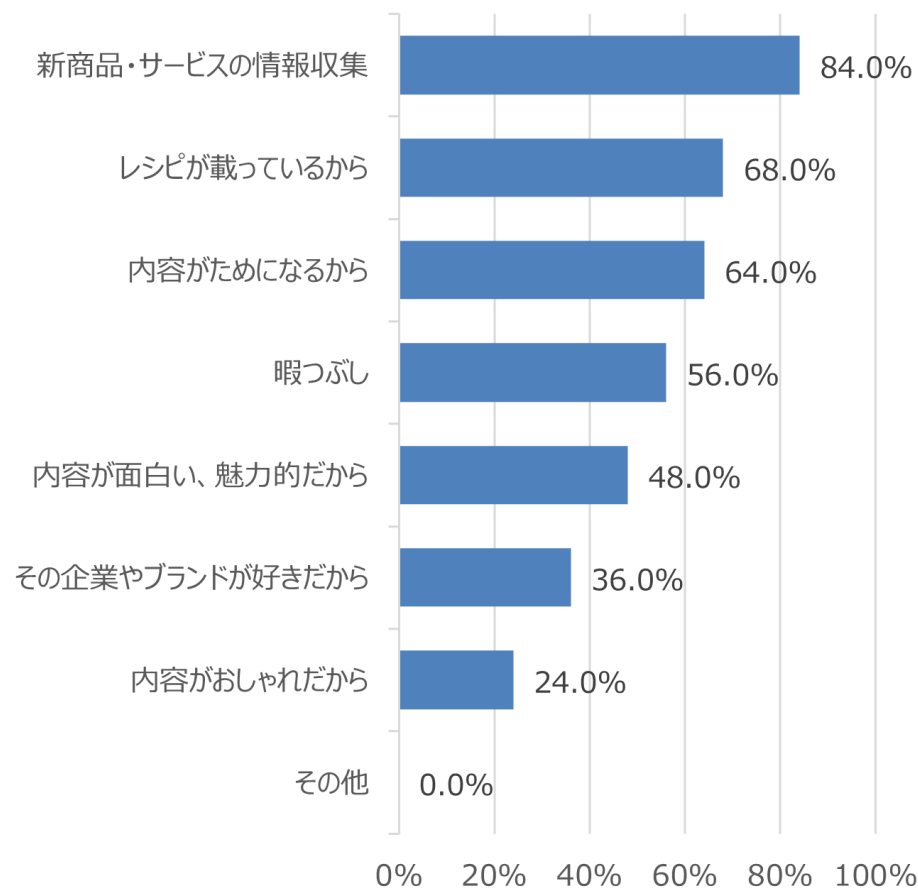
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



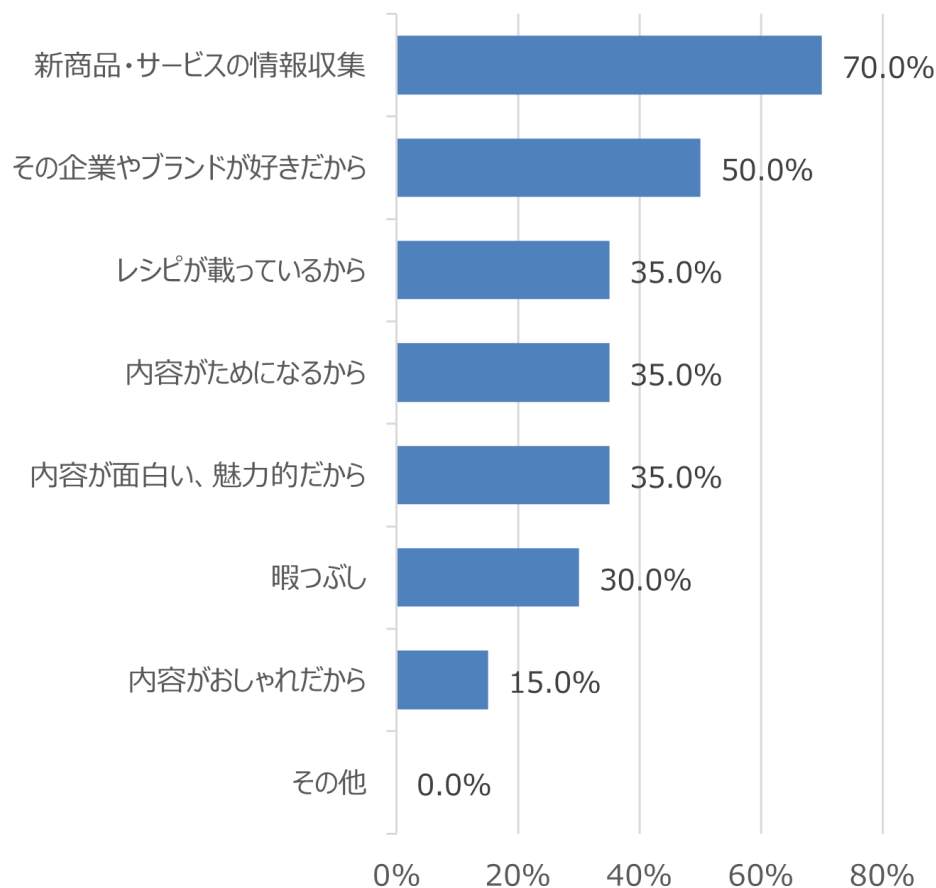
■ SNSについて教えてください

Q11. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



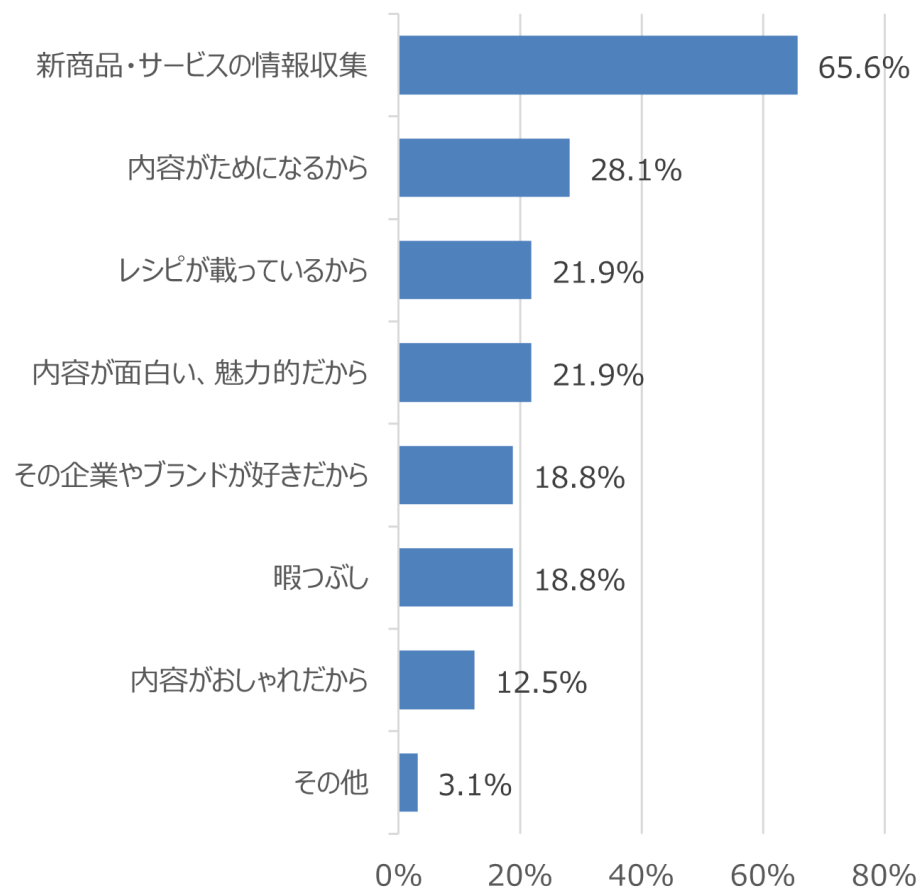
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



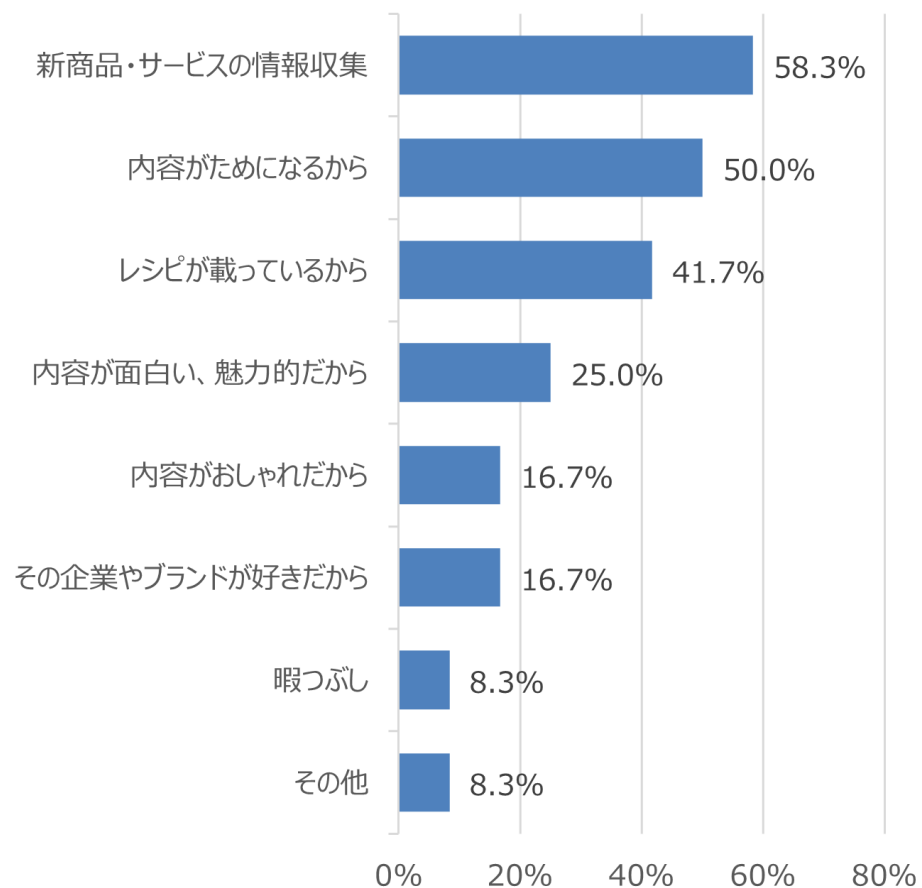
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS動画を見る理由として当てはまるものを全てお選びください。

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

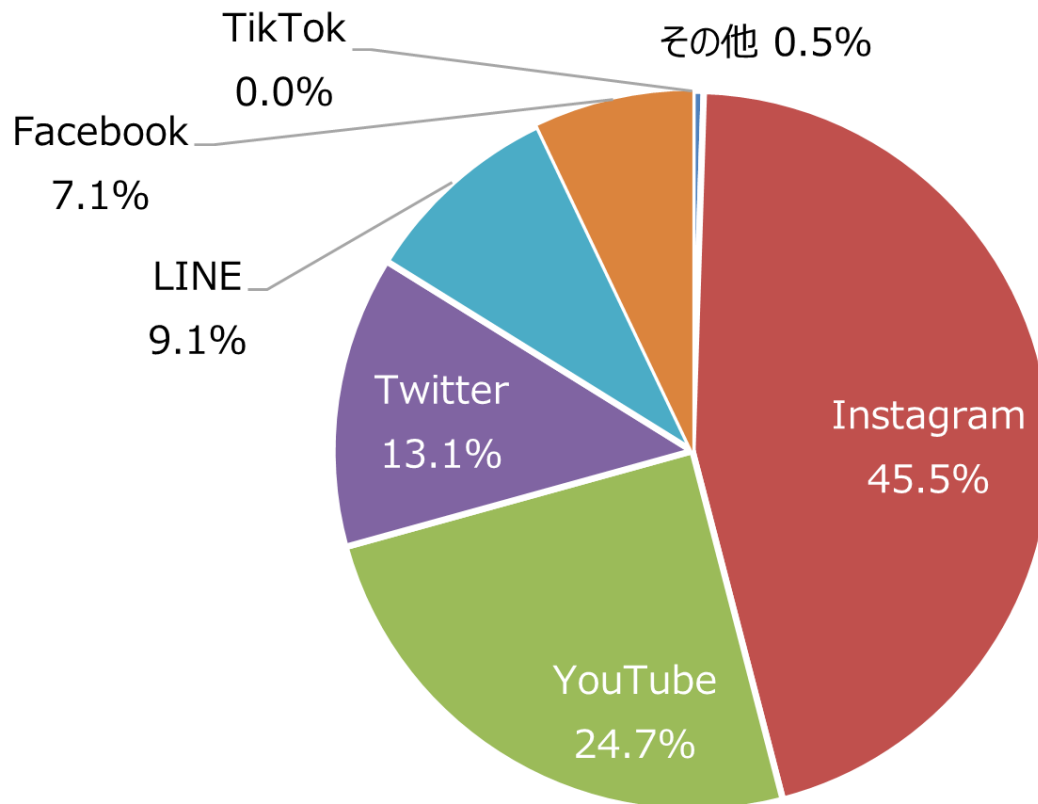


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

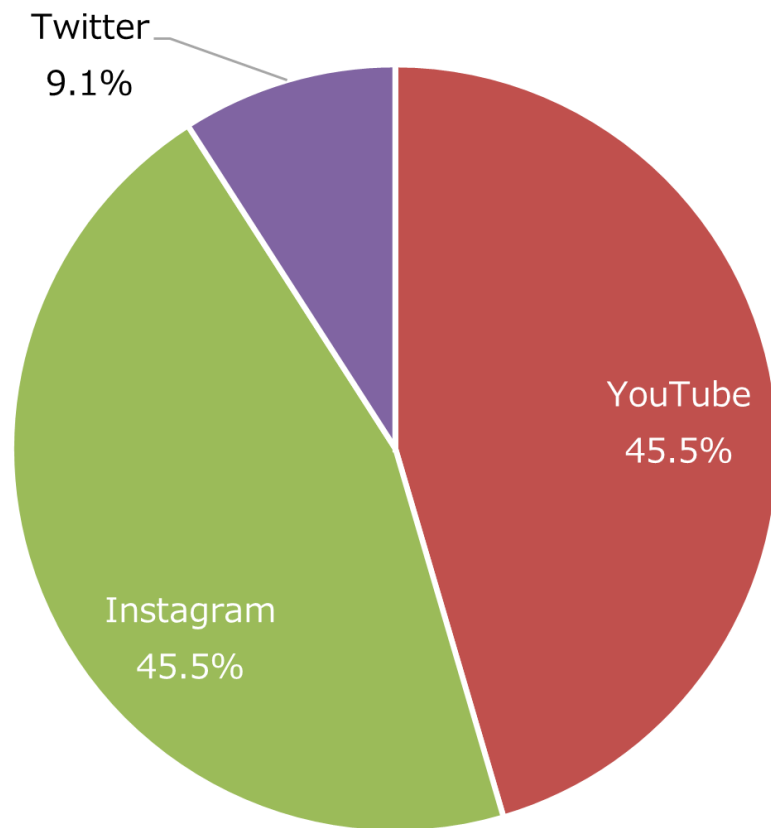


女性への動画訴求はInstagramが効果的だ。45.5%もの女性が企業やブランドのSNS投稿動画をInstagramで視聴すると回答。YouTube24.7%、Twitter13.1%と続く。特に20代、30代はInstagramでの視聴が約7割という結果となった。YouTubeの動画は10代のほか、50代以上にも人気がある。また、50代以上の特徴としてあげられるのは、LINEで動画視聴する層が若年層と比べて多いことだ。普段から使い慣れたツールとして動画視聴にもLINEを利用していると考えられる。

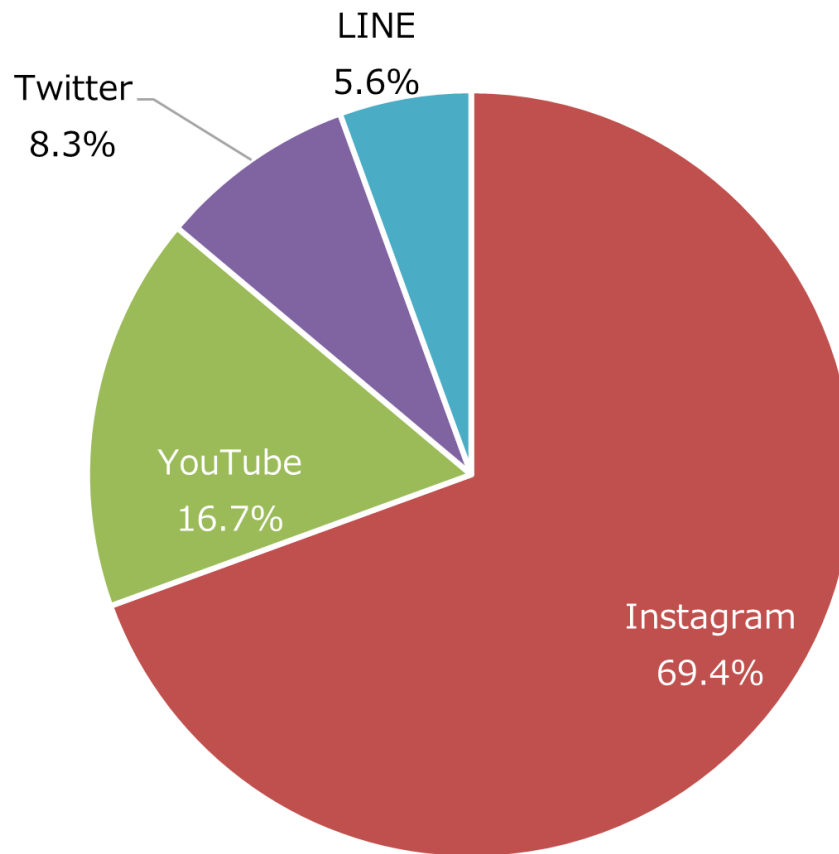
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 10代



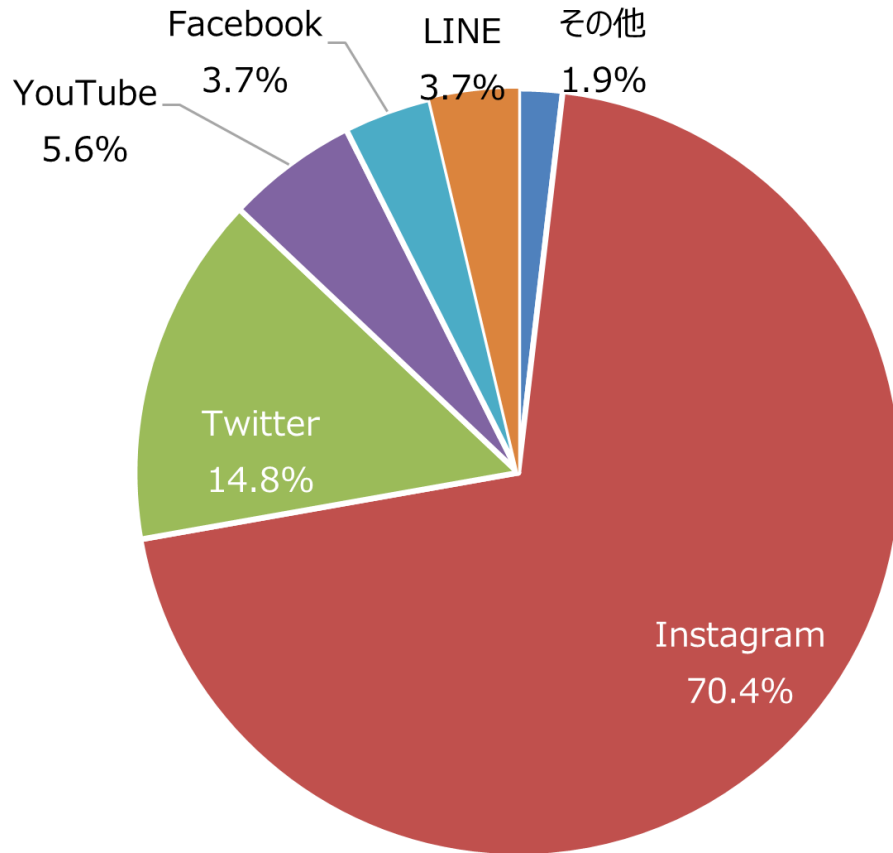
■ 20代



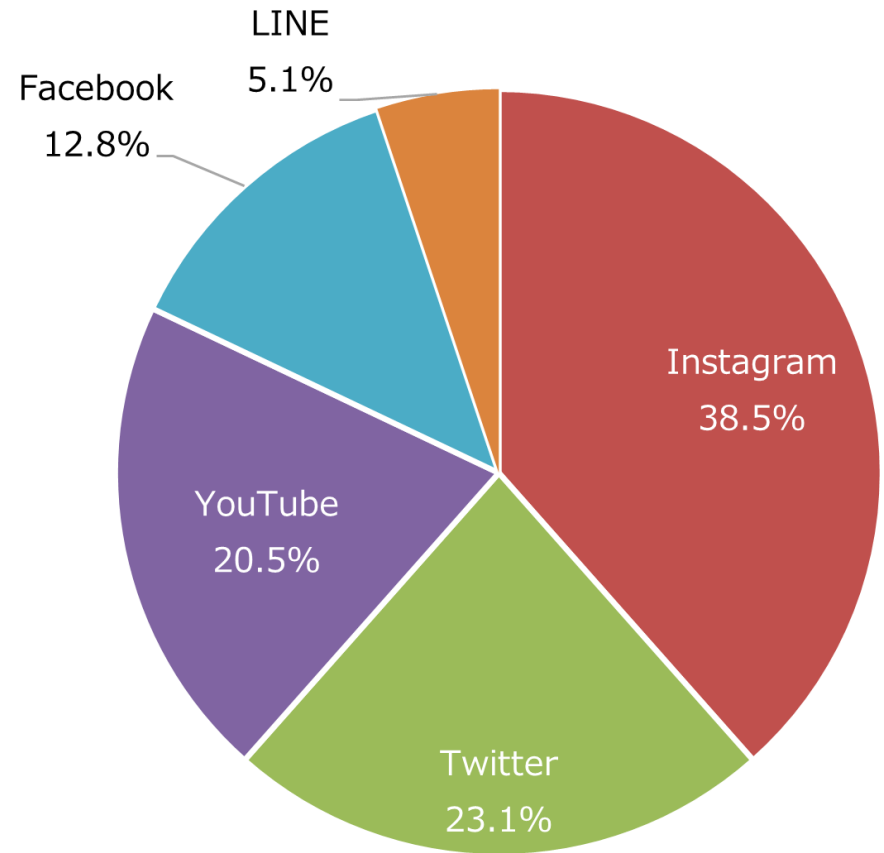
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 30代



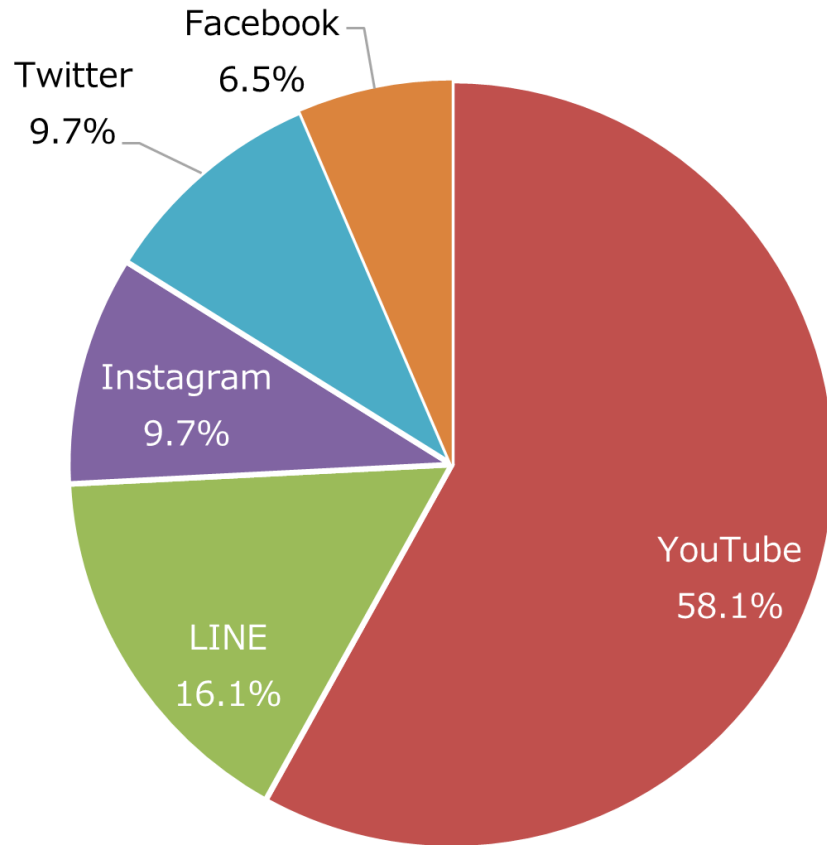
■ 40代



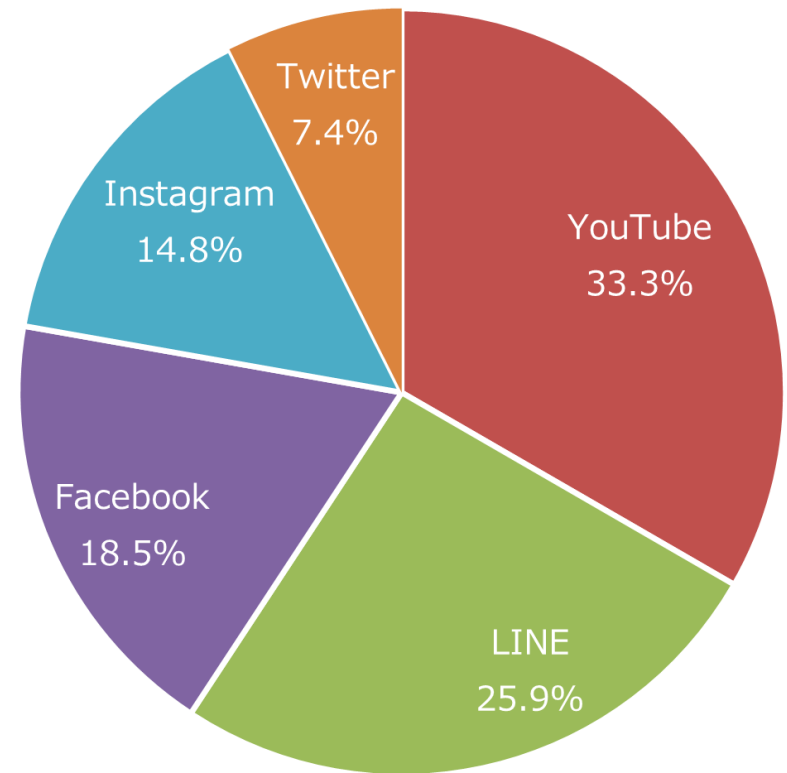
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 50代



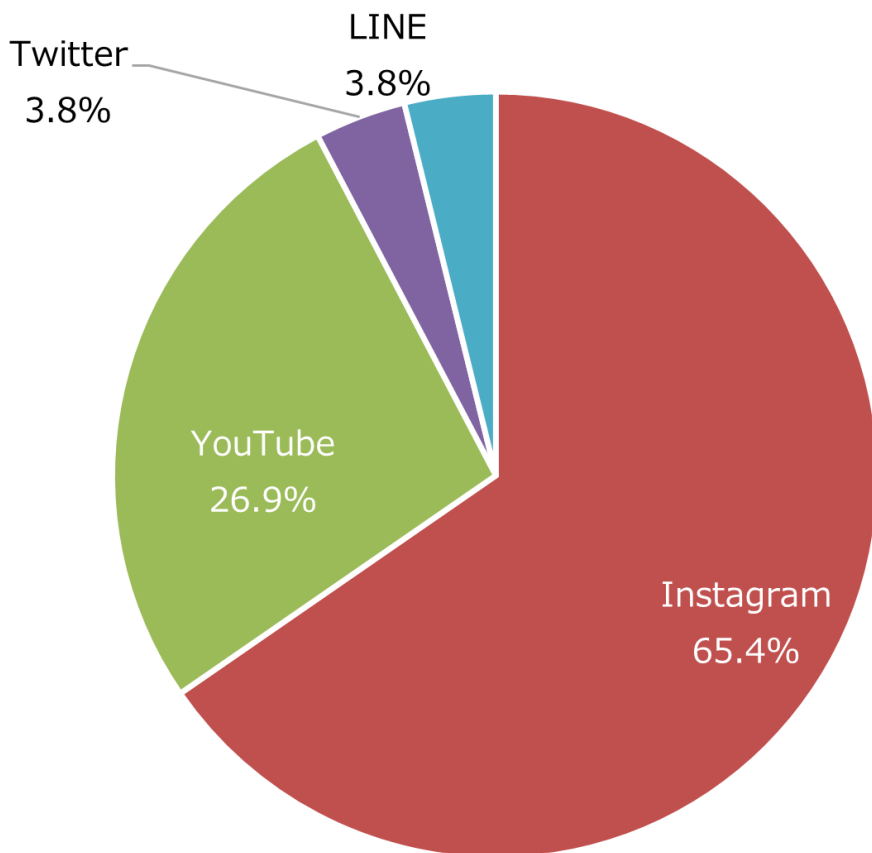
■ 60代以上



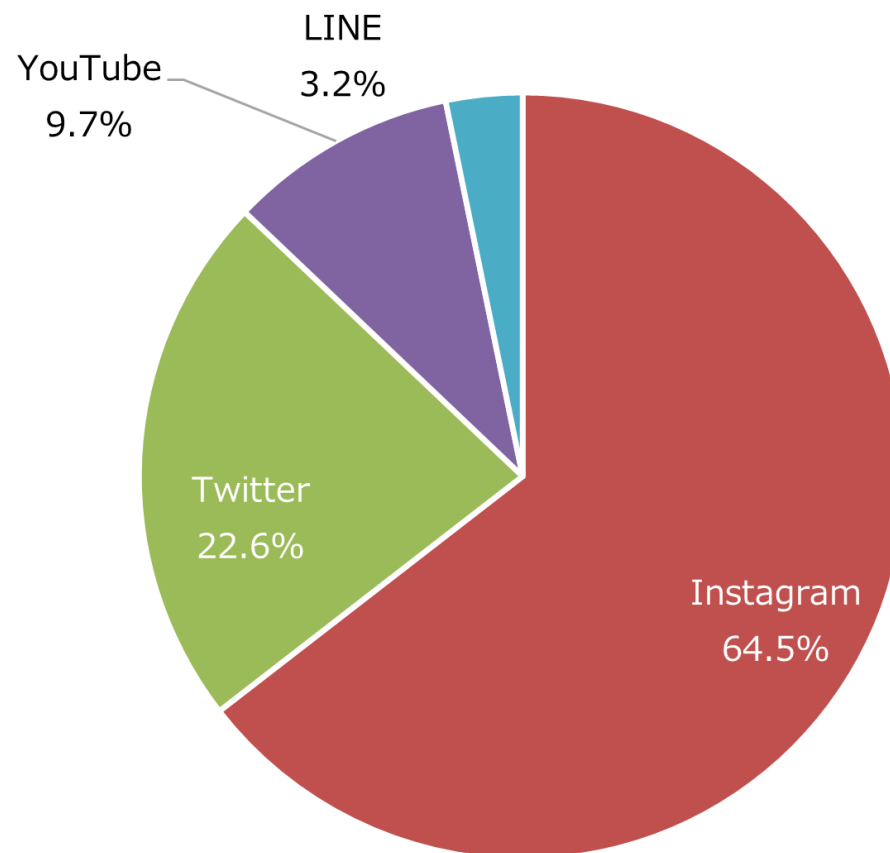
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



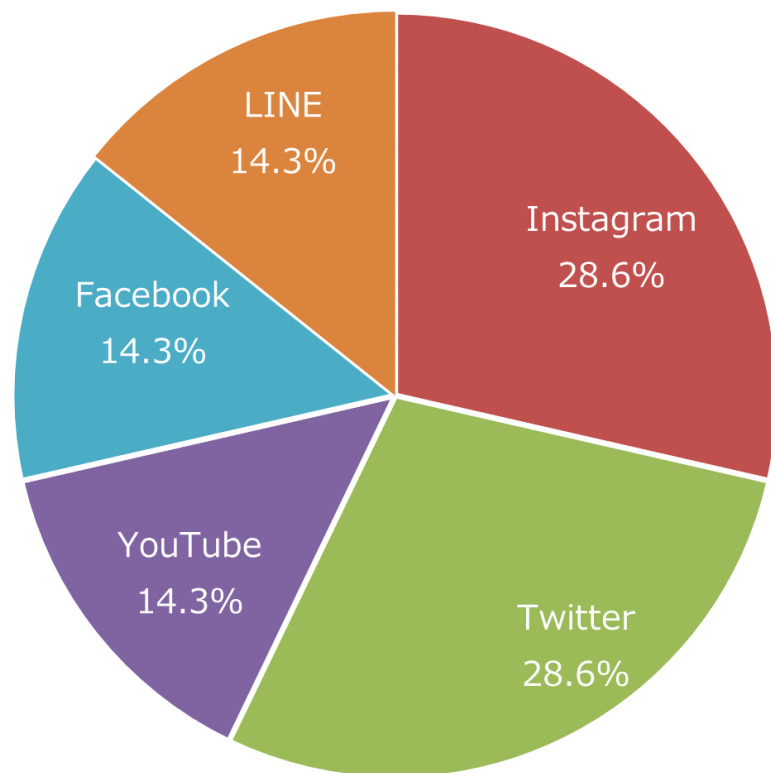
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



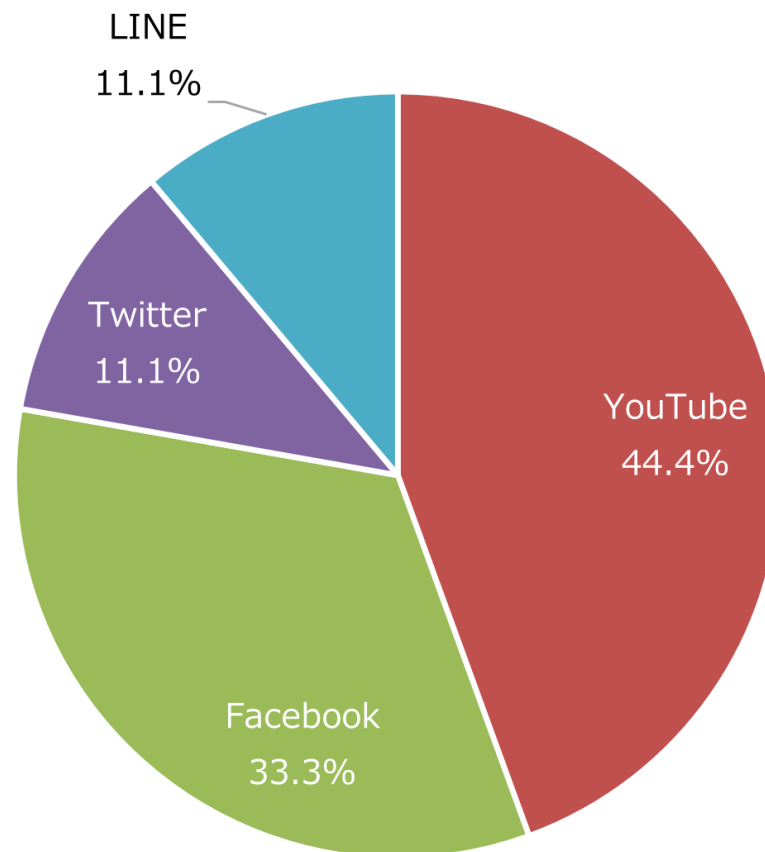
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



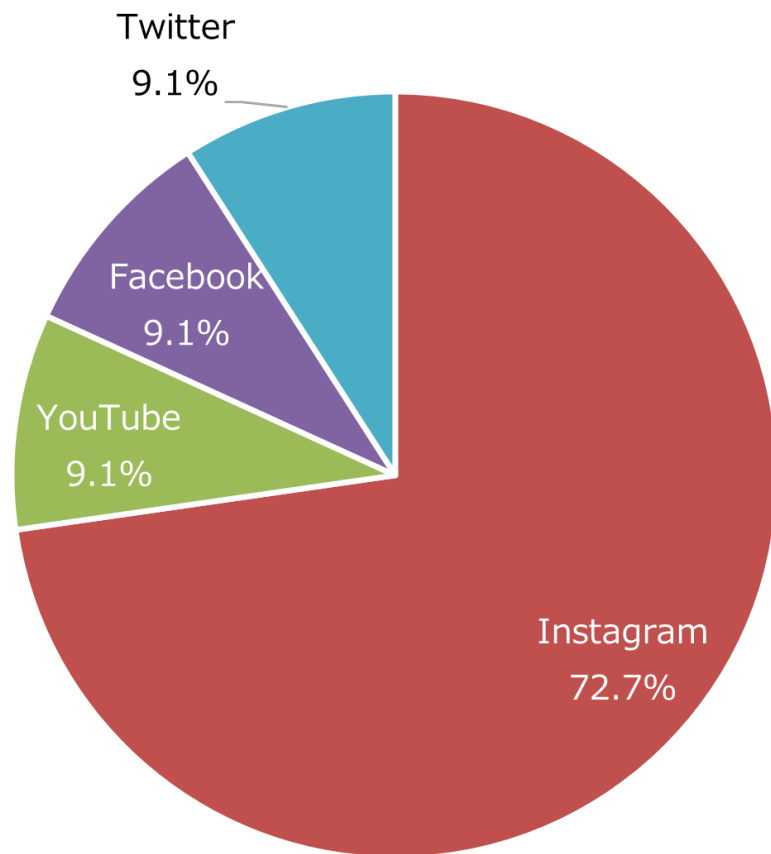
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



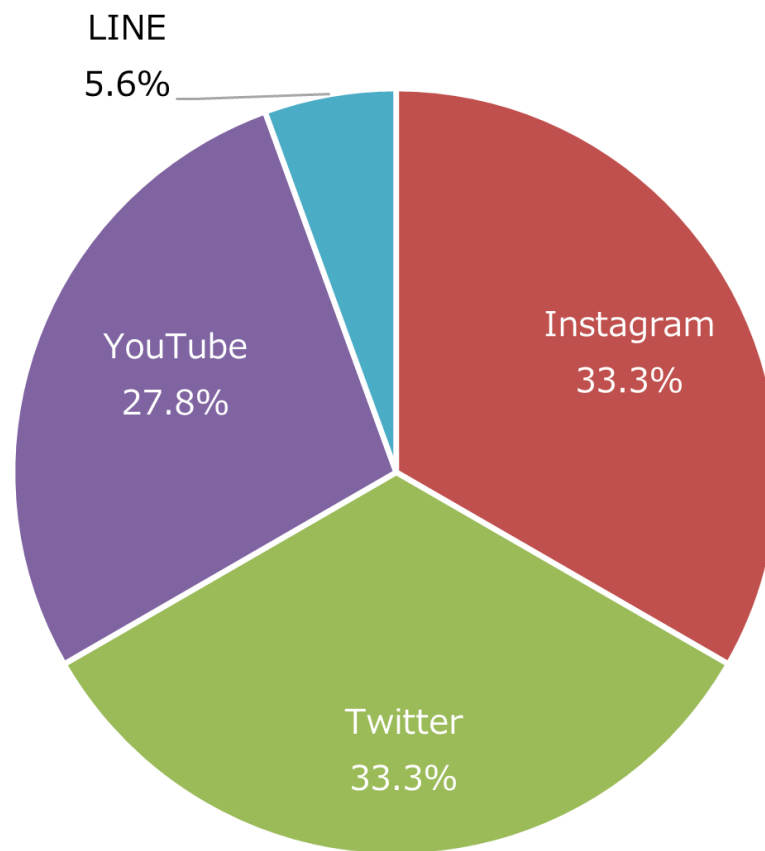
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



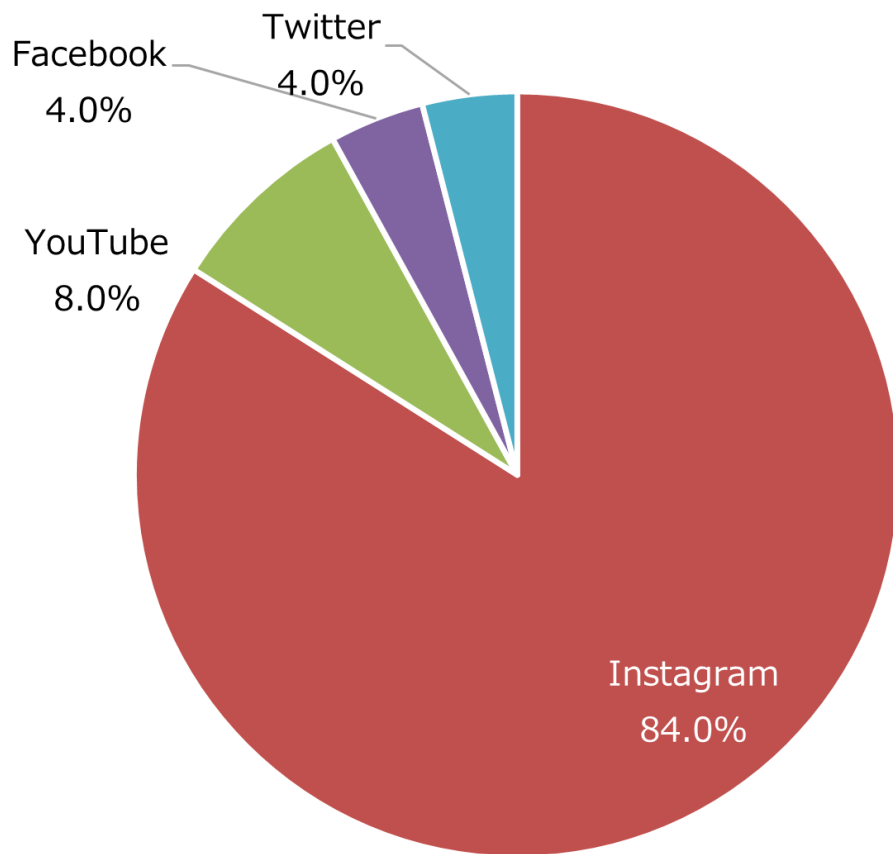
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



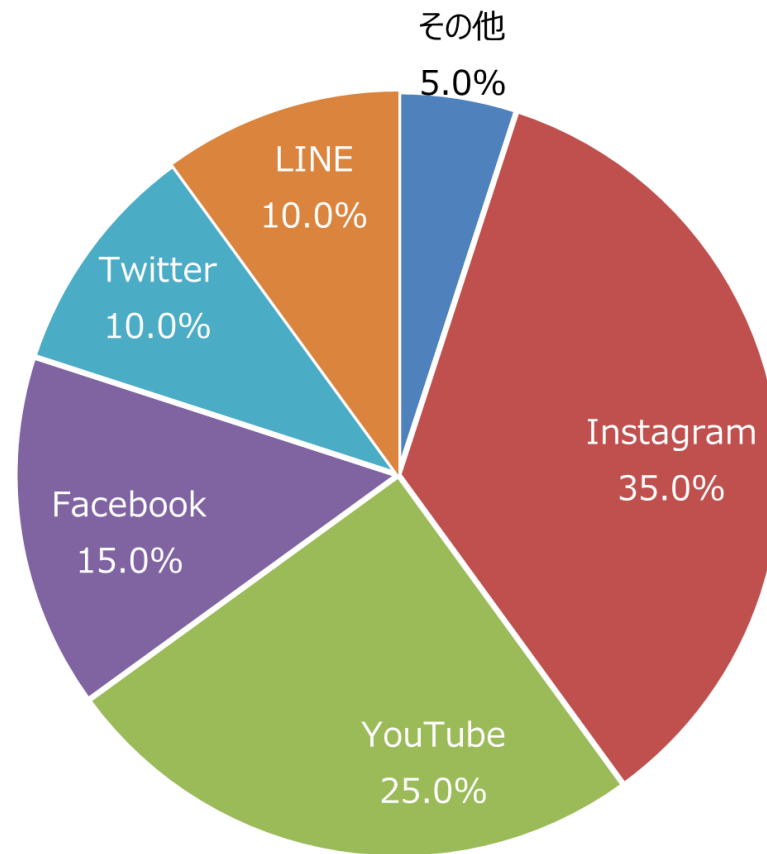
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



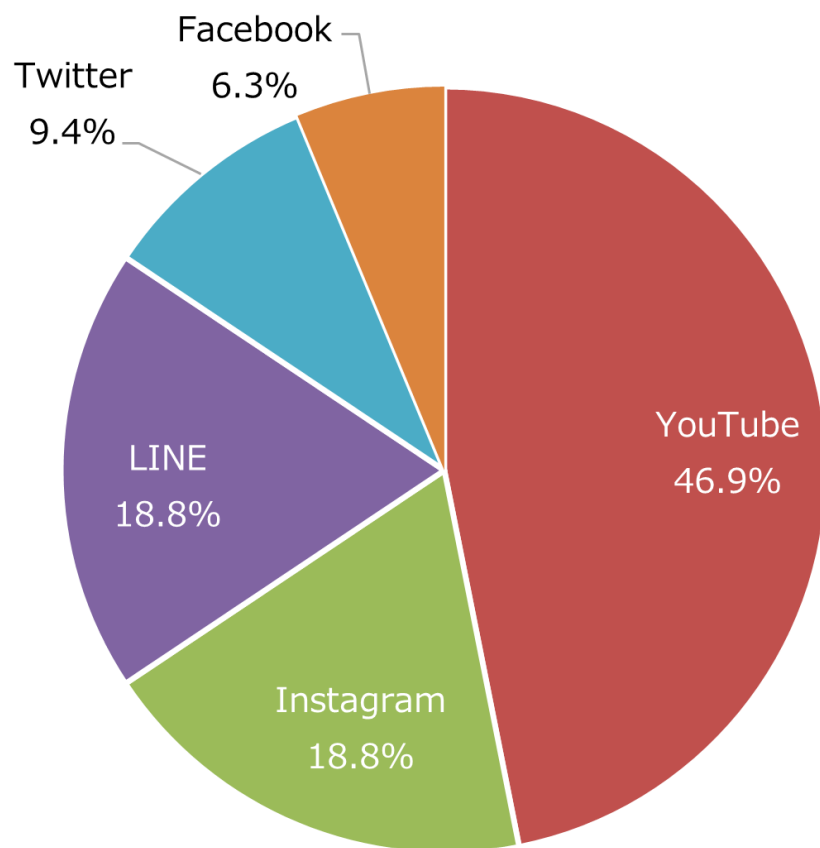
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



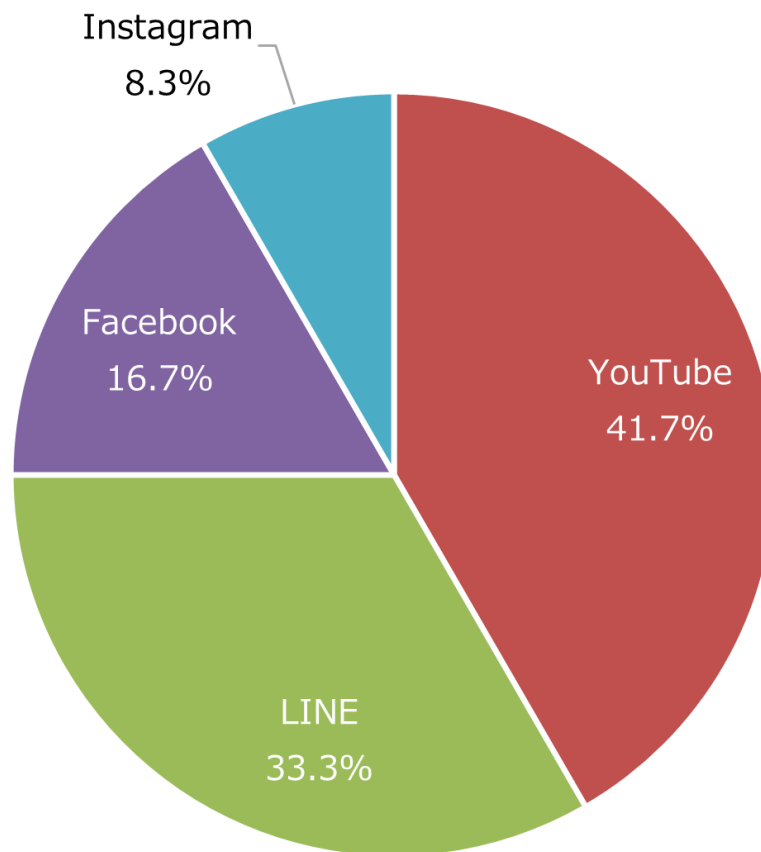
■ SNSについて教えてください

Q. 企業・ブランドなどのSNS動画はどこで視聴しますか？最も当てはまるものを一つだけお選びください。

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）



■ セカンドライフ（65歳～）



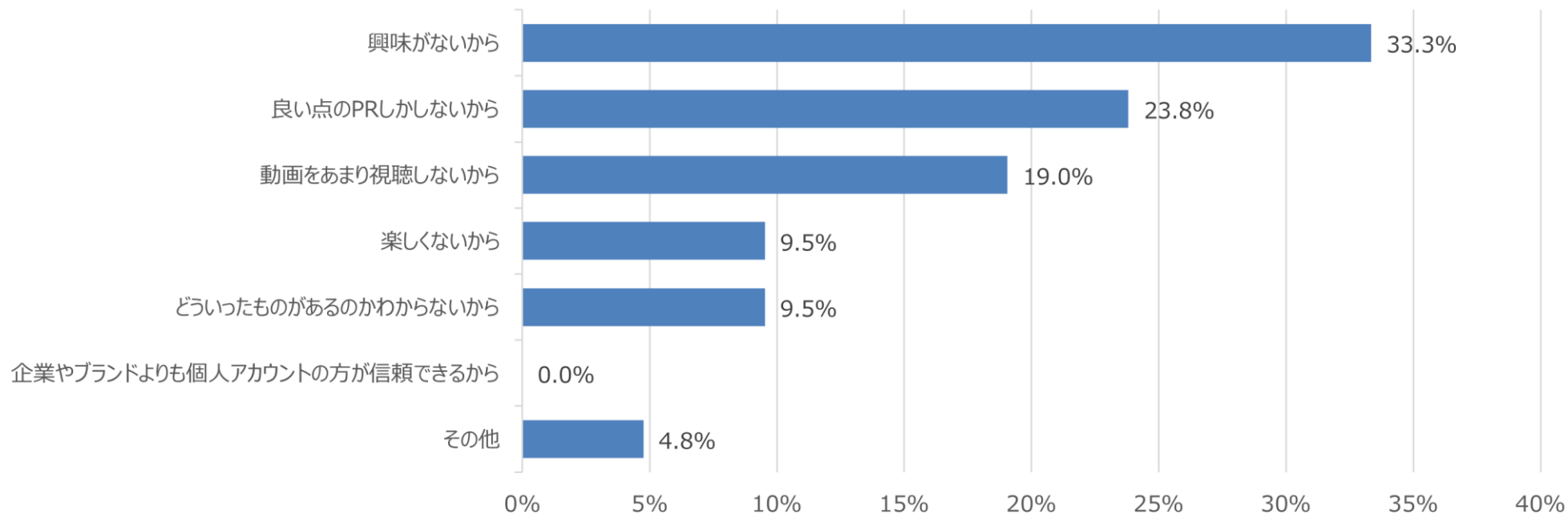
■ SNSについて教えてください

Q. SNS投稿動画をよく見る企業やブランドがあれば具体的に教えて下さい。

居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
東京都	40代	専業主婦	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	プリンスホテル
茨城県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	マウントレーニア
兵庫県	30代	アルバイト・パートタイム	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	サントリー 資生堂 シャネル アサヒビール
東京都	60代以上	フリーランス・個人事業主・自営業	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	キリンビール
東京都	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	CANMAKE
東京都	50代	専業主婦	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	自然食品、オーガニックなどのブランド
東京都	20代	正社員	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	Ethique, Medullaジャンパー
神奈川県	30代	契約社員	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	デリッシュキッチン、pasco、ローソン、ファミマ、アフタヌーンティー、ブルーボトル、キリン、ハンズ、dod、スタバ、ucc
大分県	60代以上	専業主婦	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	外為どっとコム
愛知県	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	ラ・ファーファ
滋賀県	50代	専業主婦	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	キューピーマヨネーズ
鳥取県	30代	フリーランス・個人事業主・自営業	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	LVの広告ページを新作チェックで見ます、あとはその時に欲しいものがよくInstagramにアップされているのでそれをよく見たりします
奈良県	60代以上	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	ネスレ、パナソニック
東京都	50代	正社員	ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）	ZOZO, dhc, etc.
埼玉県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	calbeeは、新商品を動きあるリール動画で見せていてよく目がいく。uccは、いろいろなコーヒーの入れ方をスライド動画で紹介している。スターバックスは、IGTV動画やリール動画が面白い。
東京都	10代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	CANMAKE
新潟県	30代	フリーランス・個人事業主・自営業	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	タイガー
愛知県	60代以上	専業主婦	セカンドライフ（65歳～）	牛乳石鹸
山口県	40代	正社員	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	コカコーラ

■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

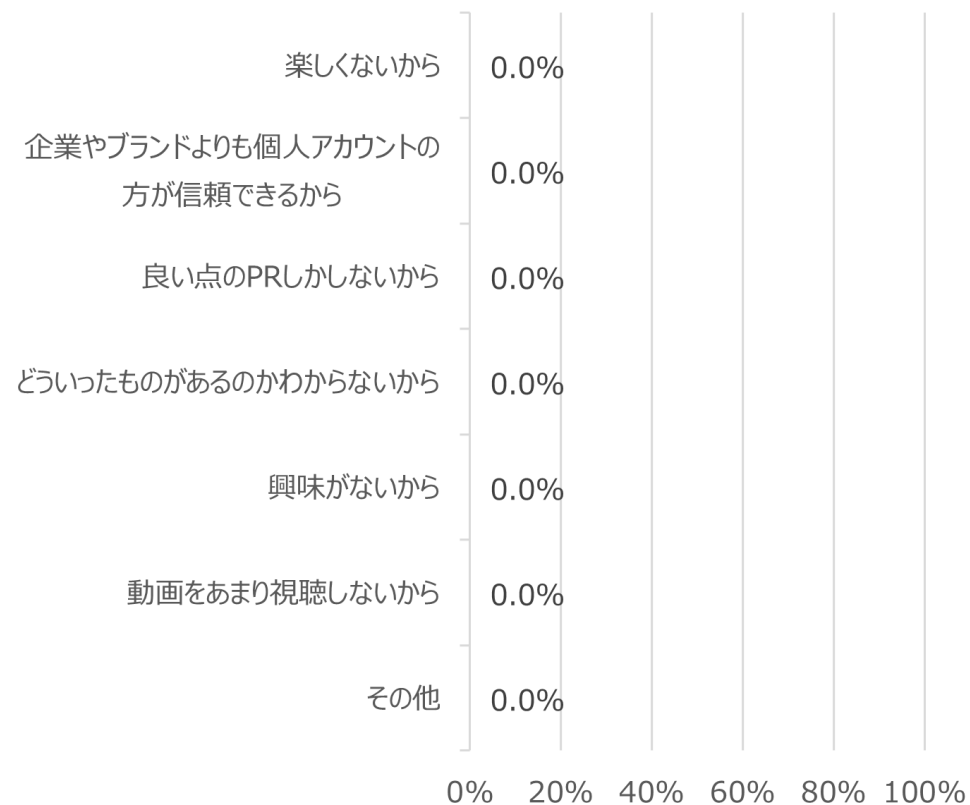


「興味がない」「良い点のPRしかしない」「動画をあまり視聴しない」が視聴しない理由のTOP3となった。一定数は動画を見ない層や、動画に興味を持たない層がいることがわかる。ポイントとなるのは「良い点のPRしかしない」という意見だ。そのために、企業やブランドの公式動画よりも一般ユーザーのレビュー動画が好まれると推測される。インフルエンサー等を活用した一方的な商品PRだけでなく動画作成や、コメントへの返信などを通じた双方向性を工夫していくことが必要だ。

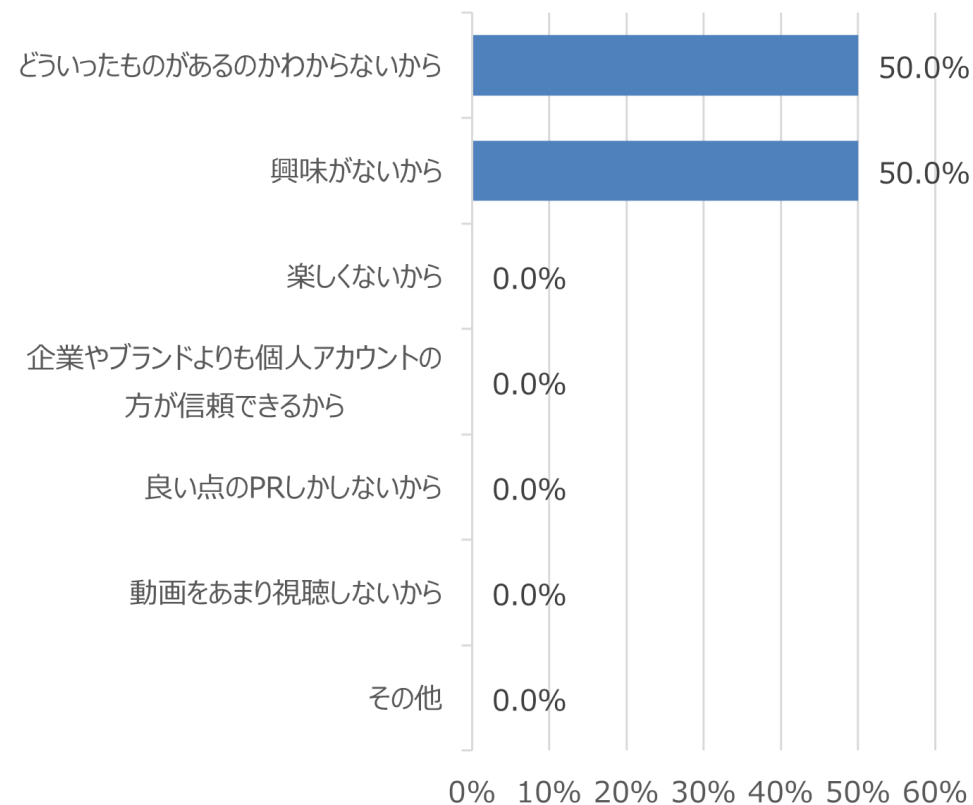
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 10代



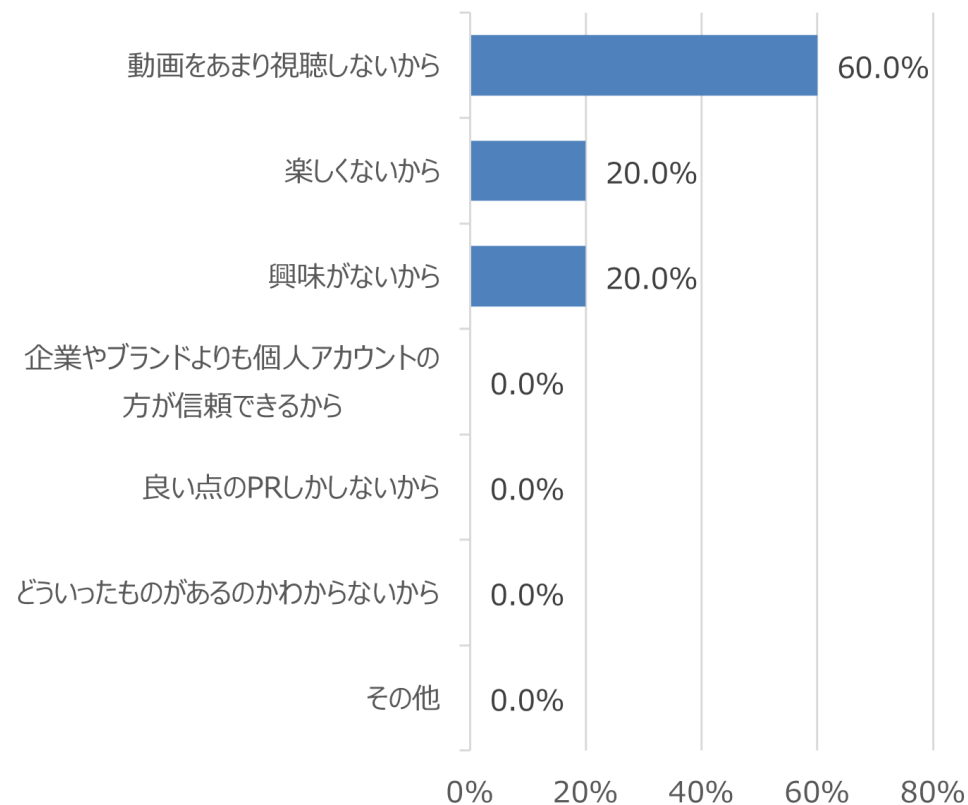
■ 20代



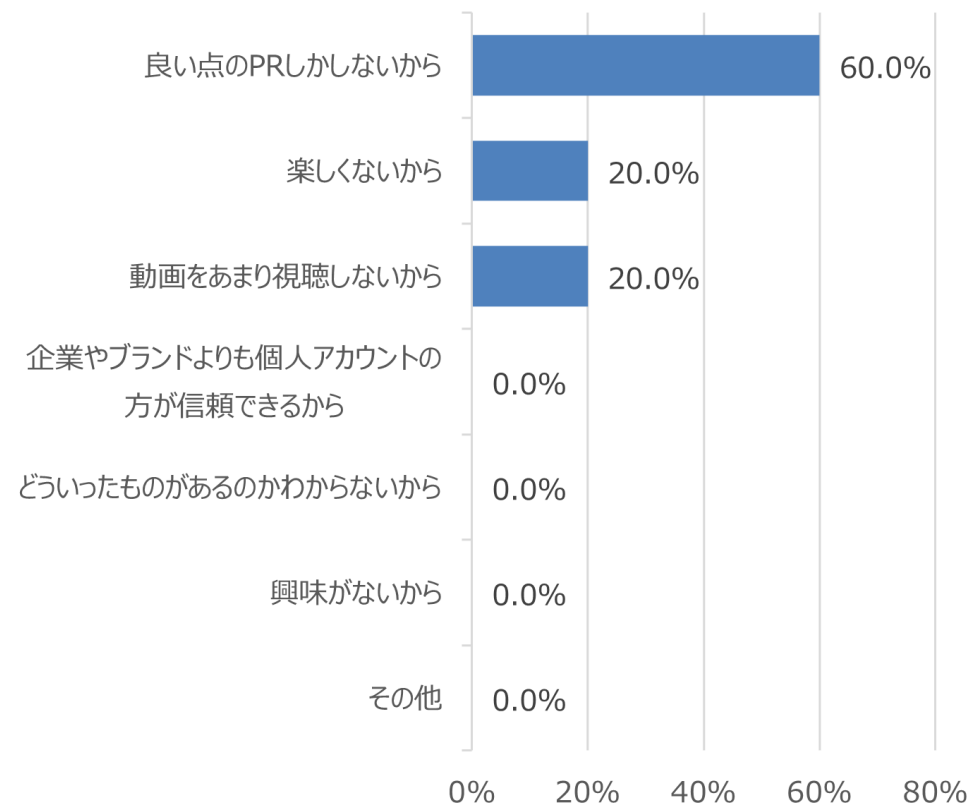
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 30代



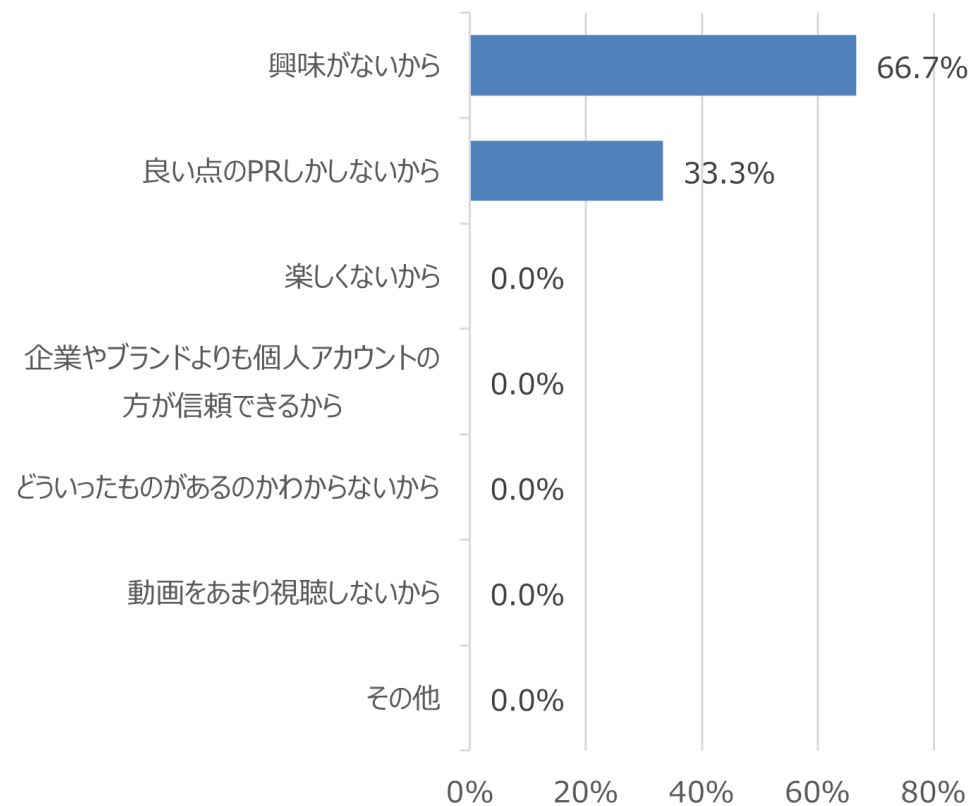
■ 40代



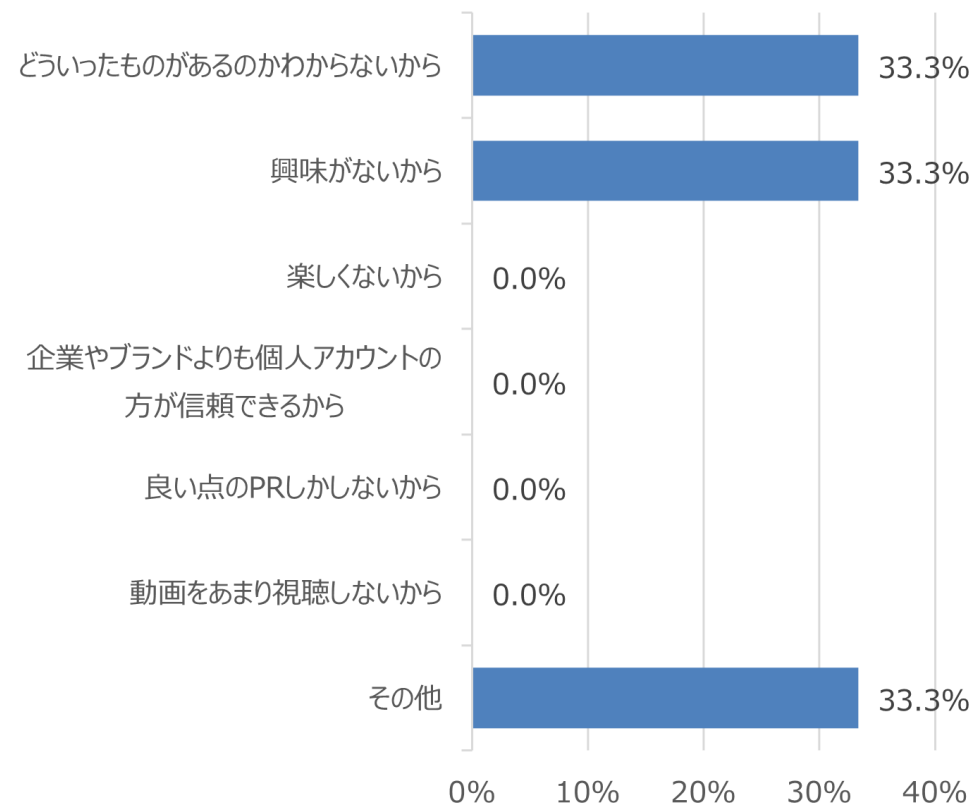
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 50代



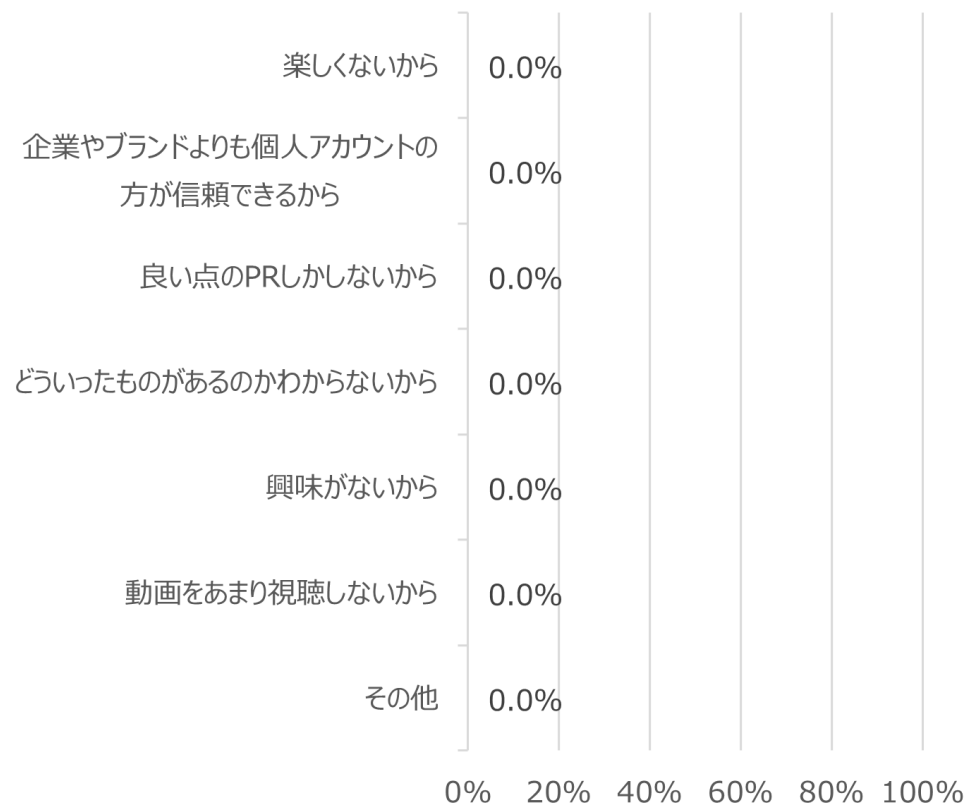
■ 60代以上



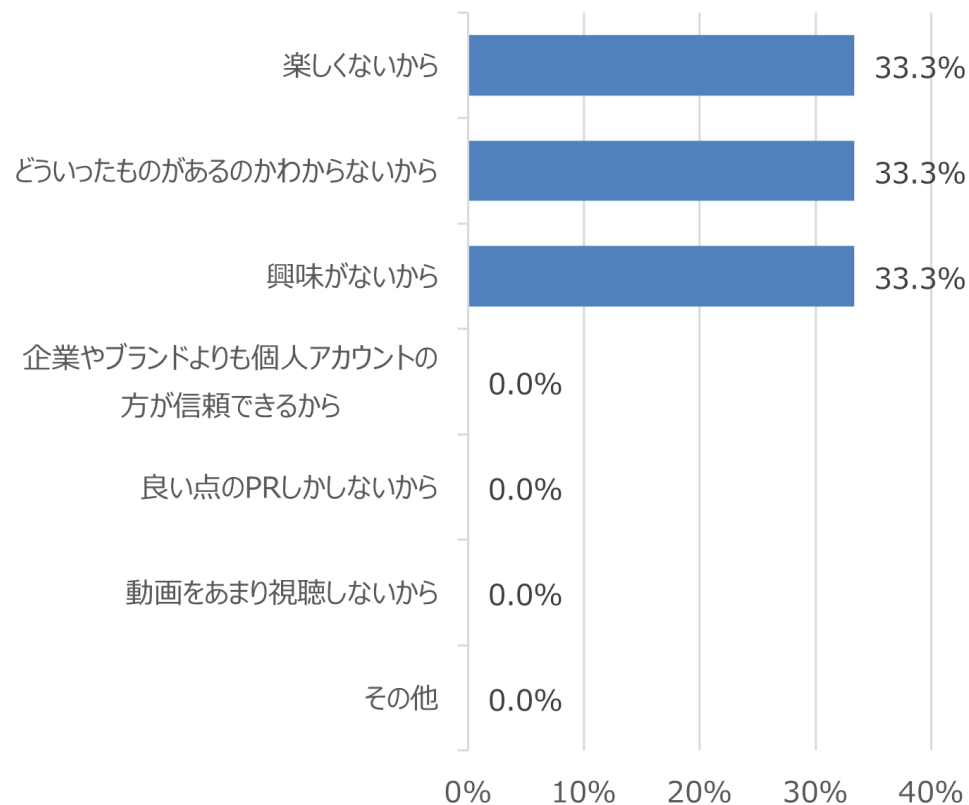
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



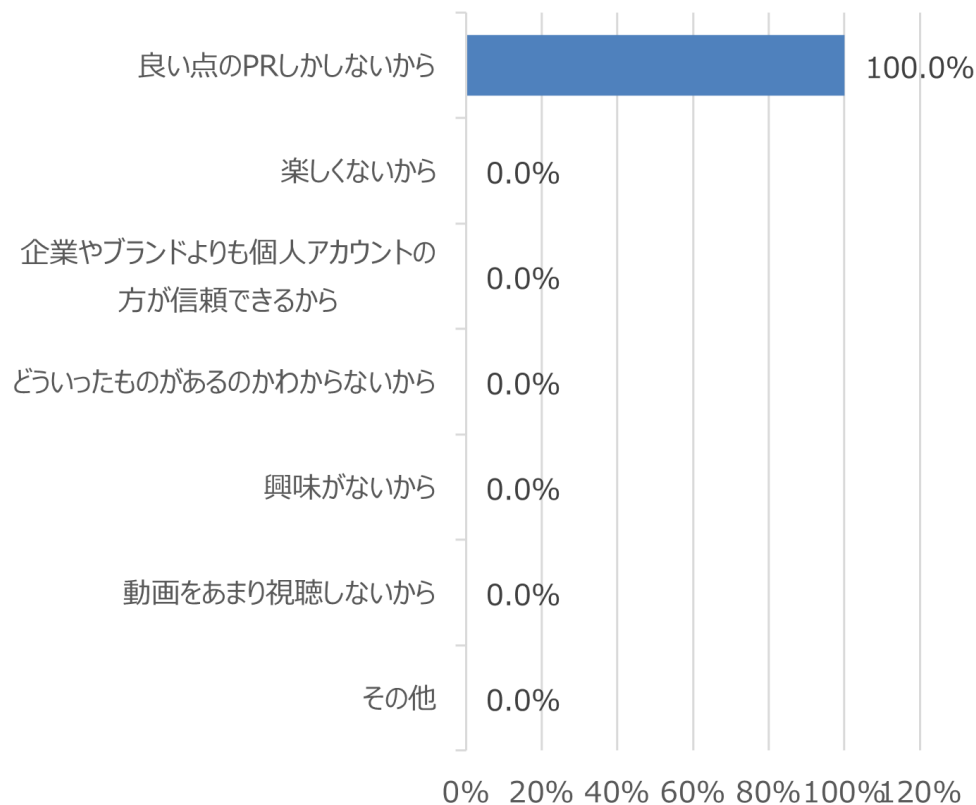
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



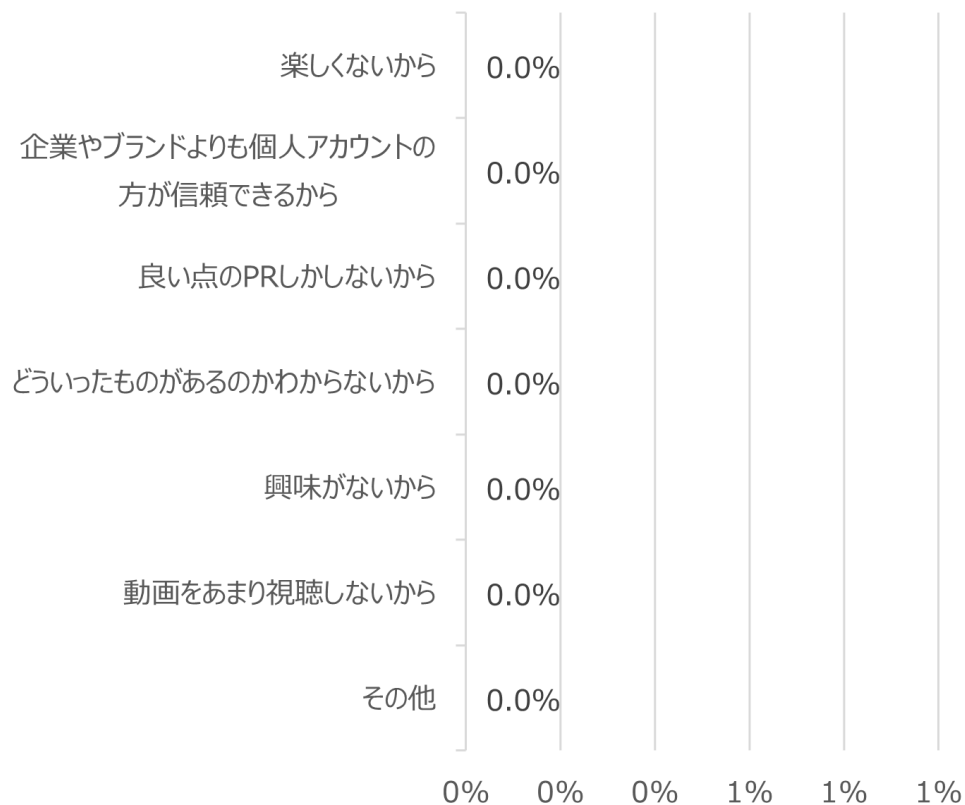
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



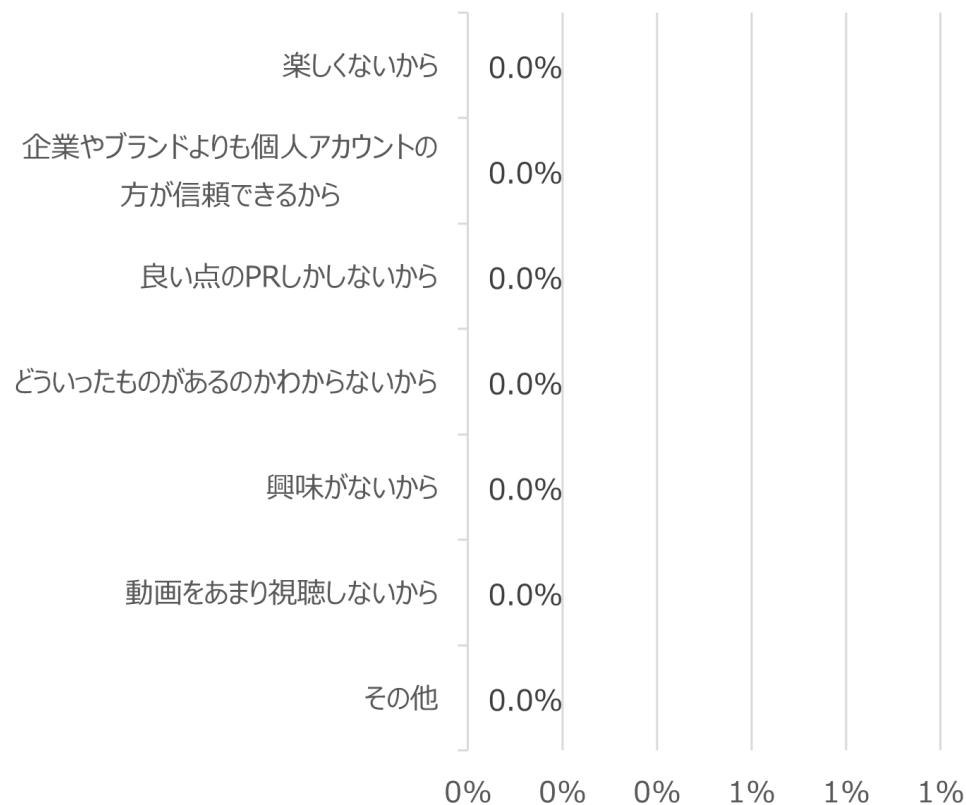
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



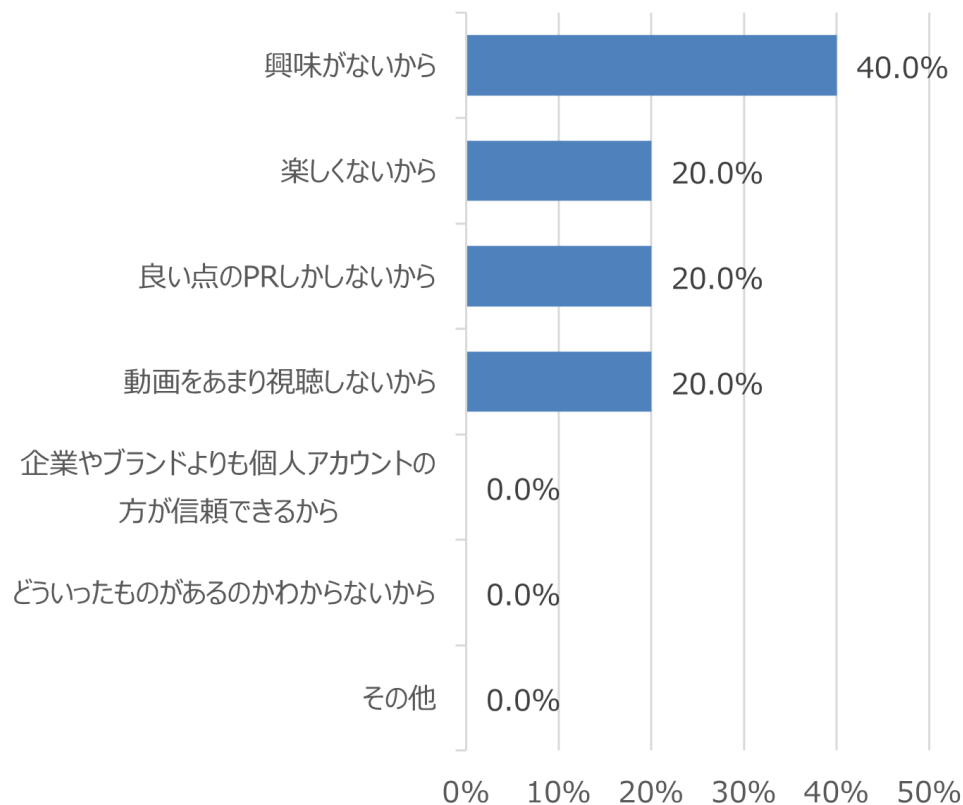
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



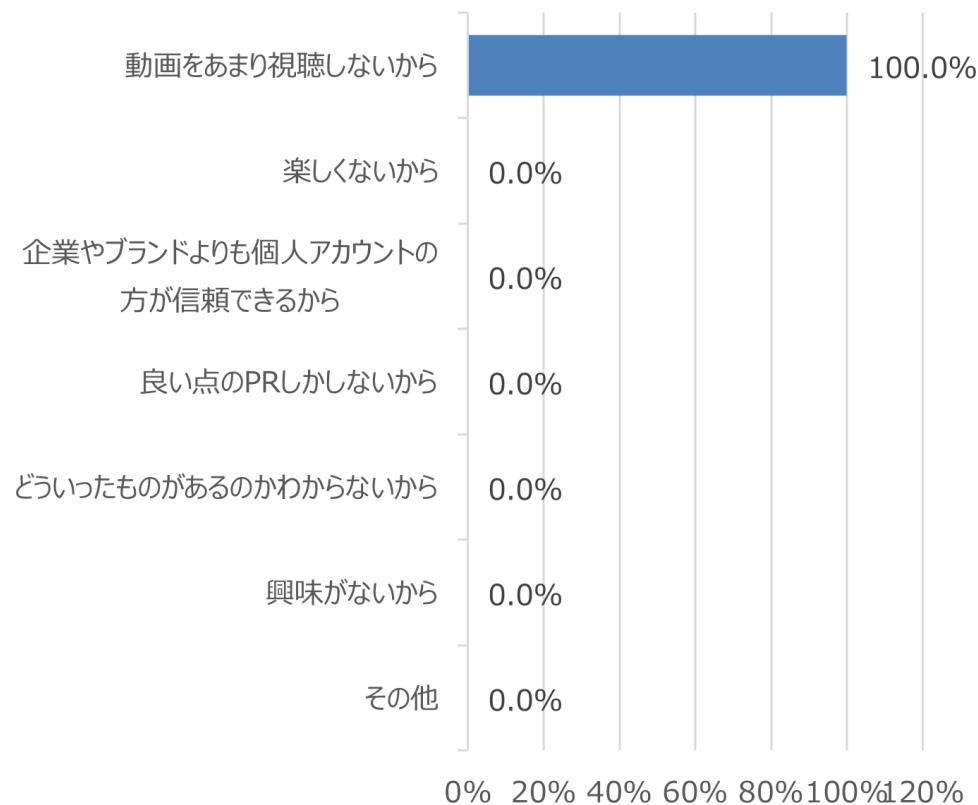
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



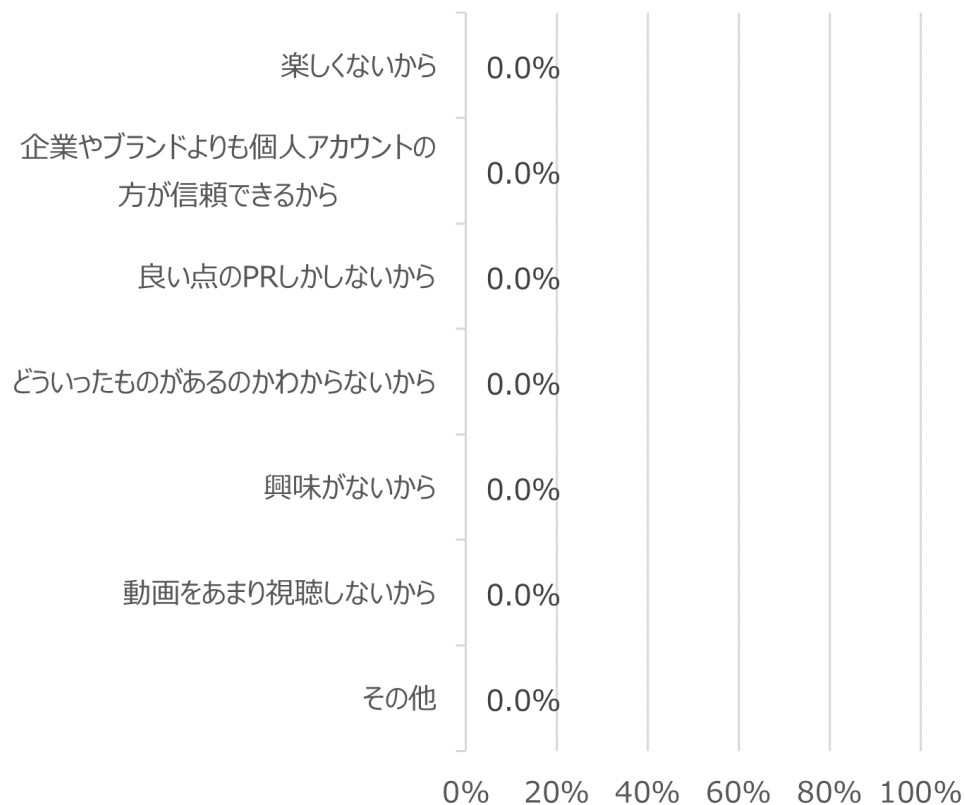
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



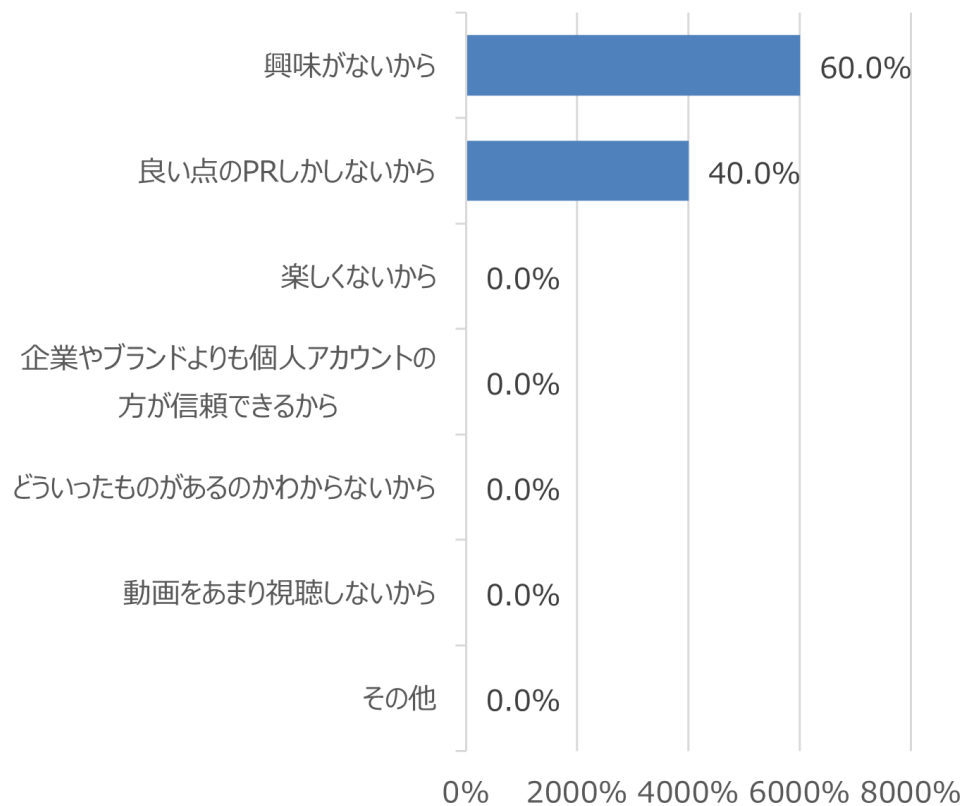
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



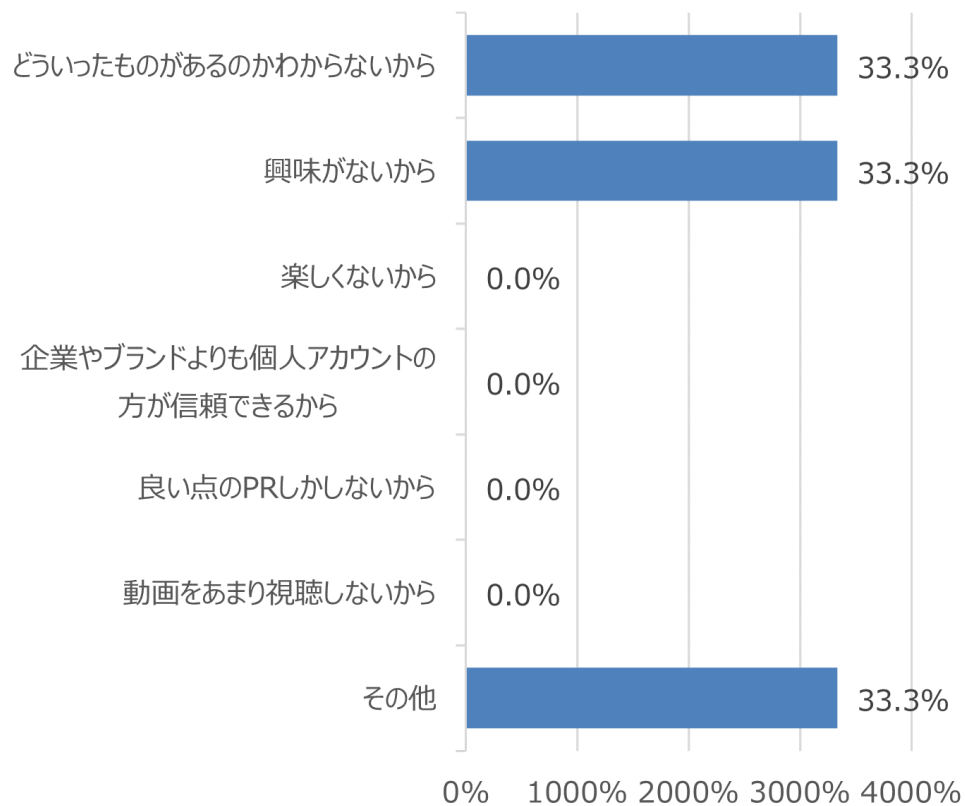
■ SNSについて教えてください

Q. あなたが企業やブランドなどのSNS投稿動画を見ない理由として最も近いものを一つお選びください。

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

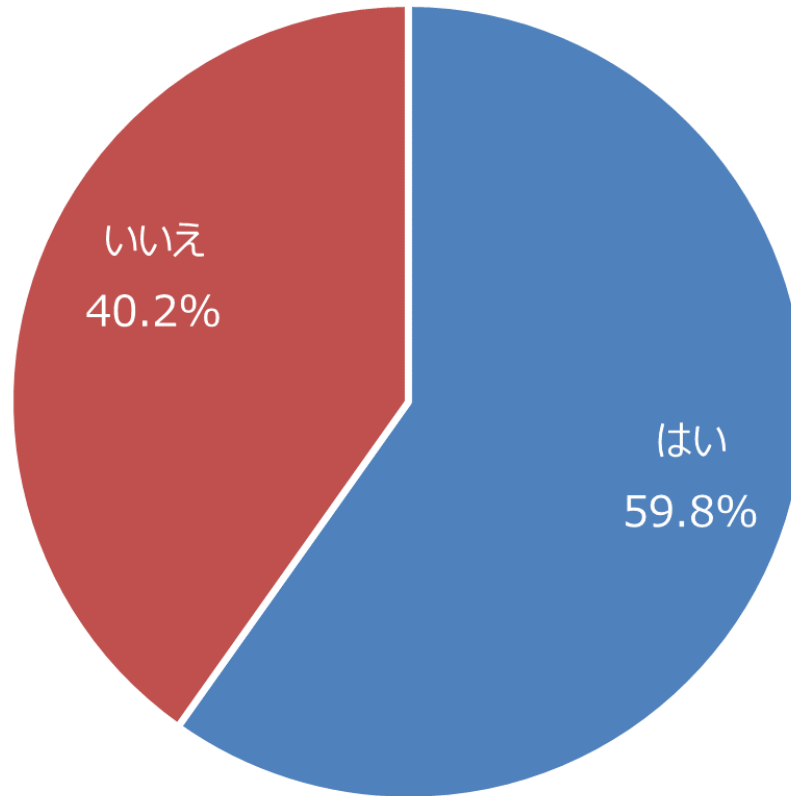


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

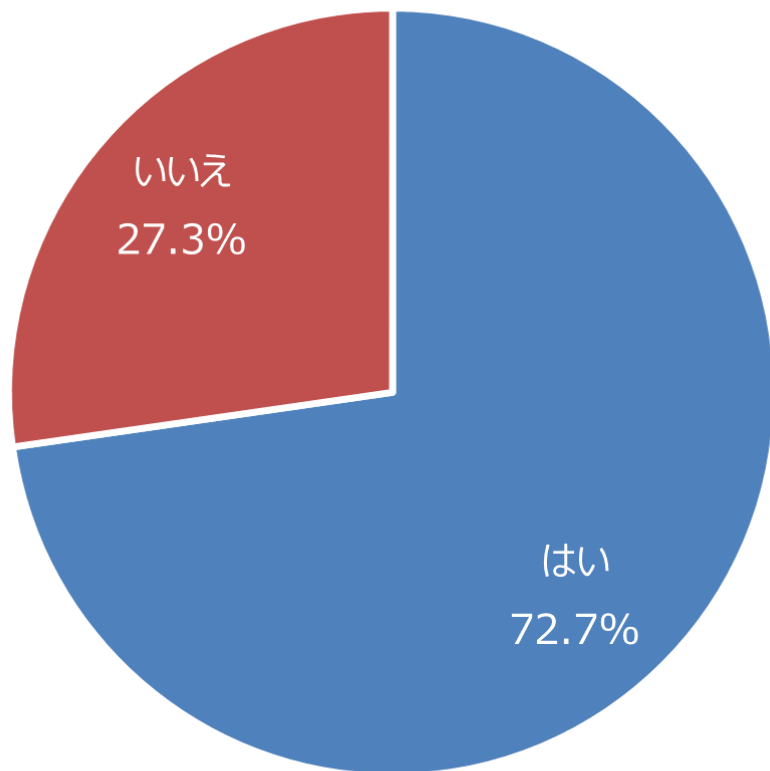


約6割の女性がSNSで見た商品紹介動画が買い物のきっかけになったと回答。10代、30代は7割以上、20代に至っては8割以上の女性が商品紹介動画を買い物の参考に使っている。このことから30代以下の若年層は、動画で商品を確認してから購入するというステップを踏んでいると推測される。今後は、動画での商品紹介が購入につなげるために、より重要となると予想される。

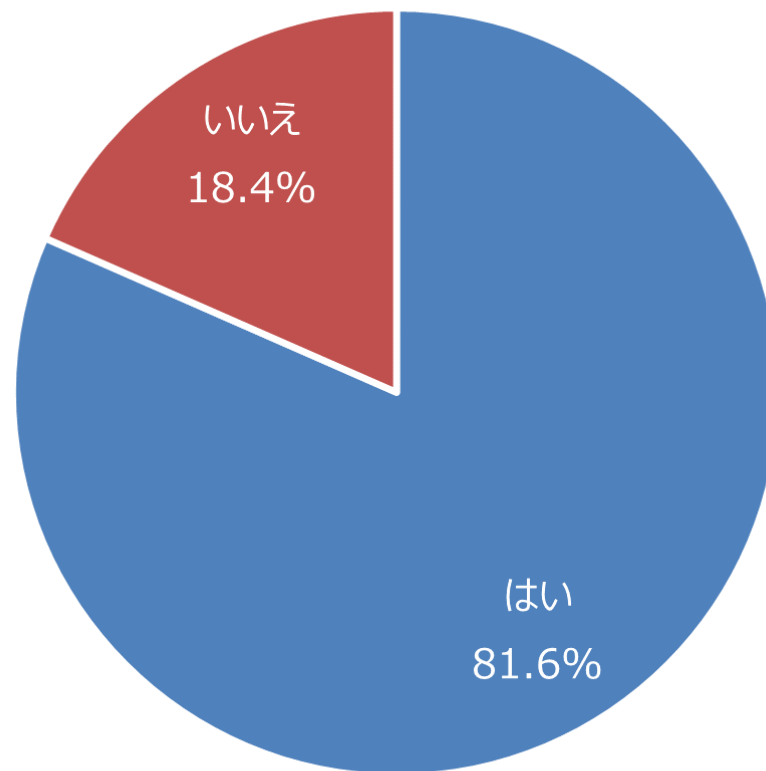
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ 10代



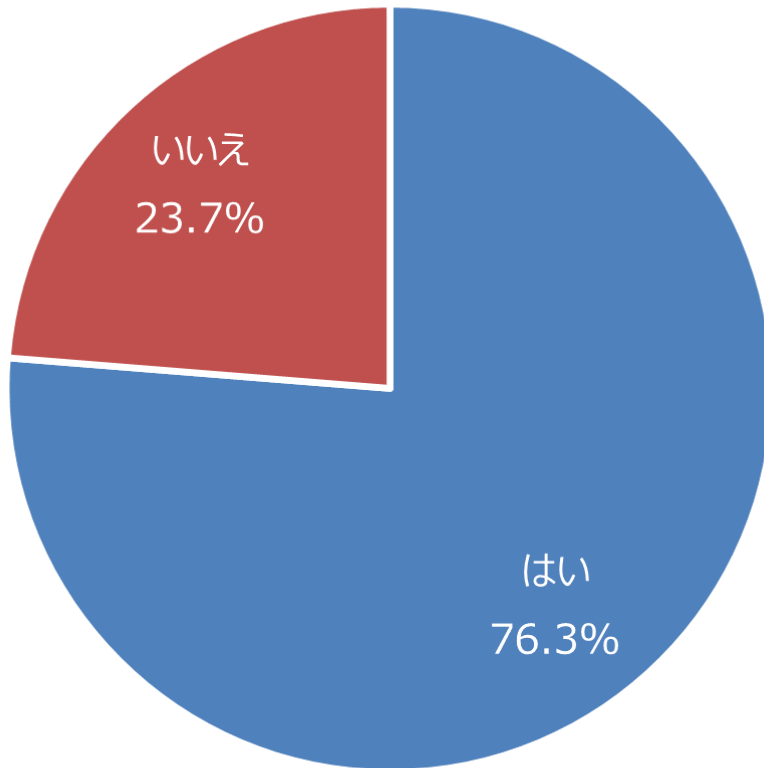
■ 20代



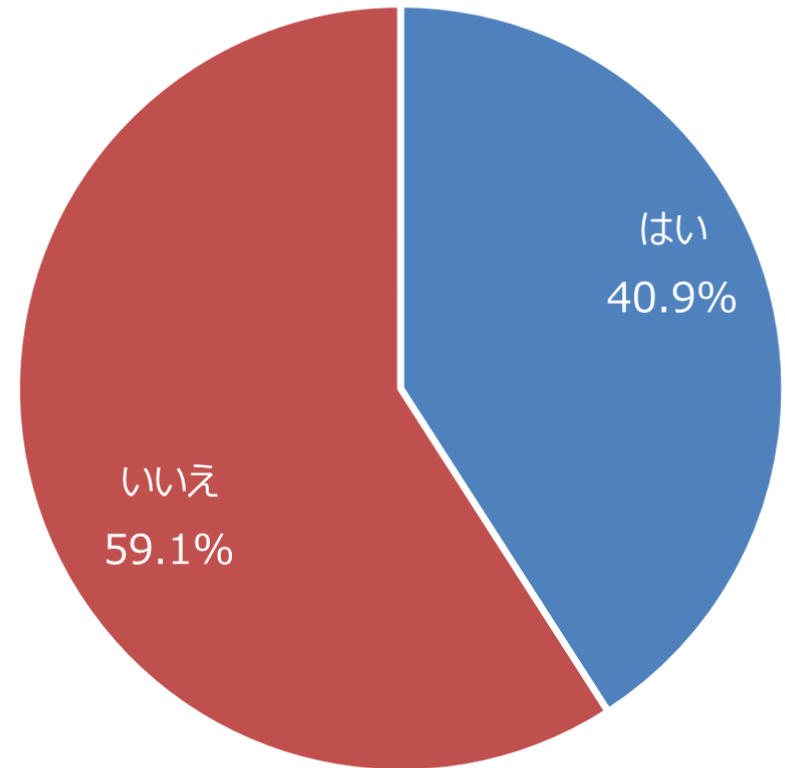
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ 30代



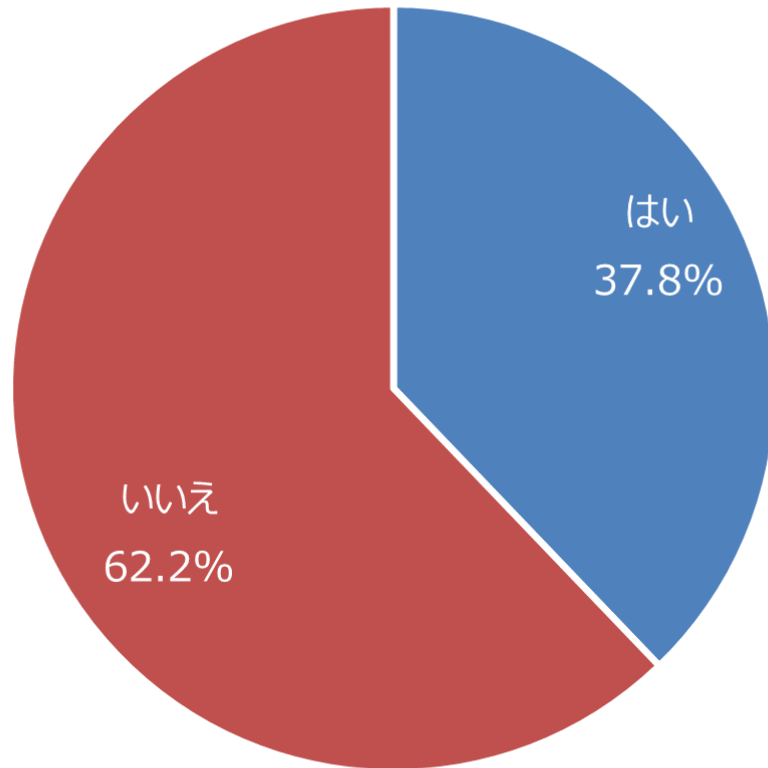
■ 40代



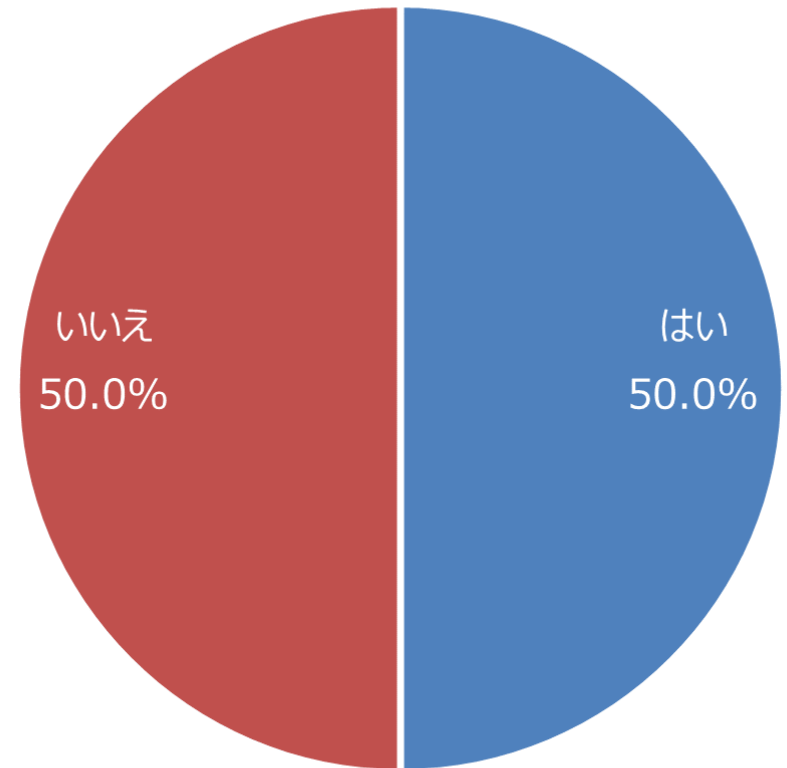
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ 50代



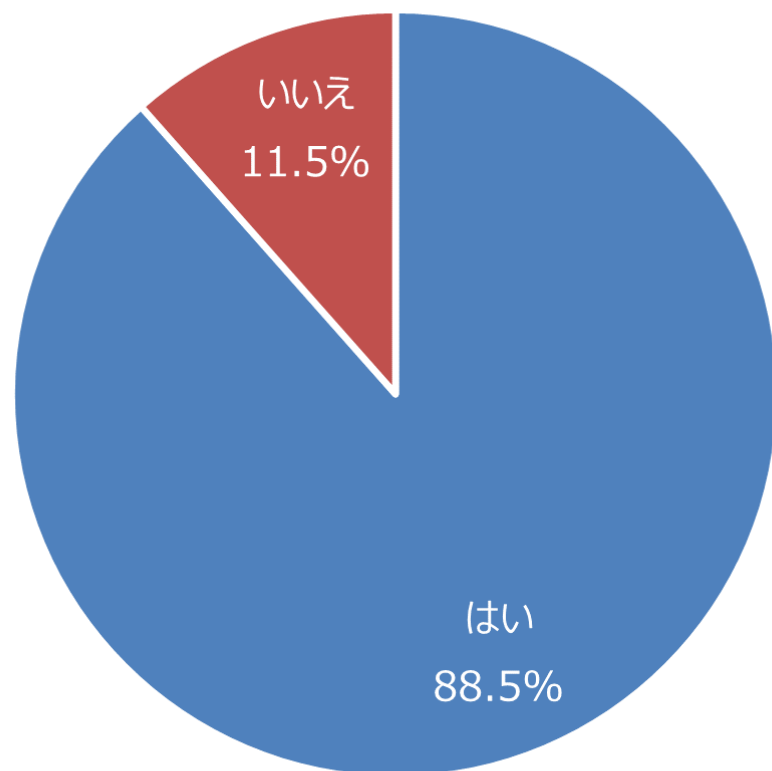
■ 60代以上



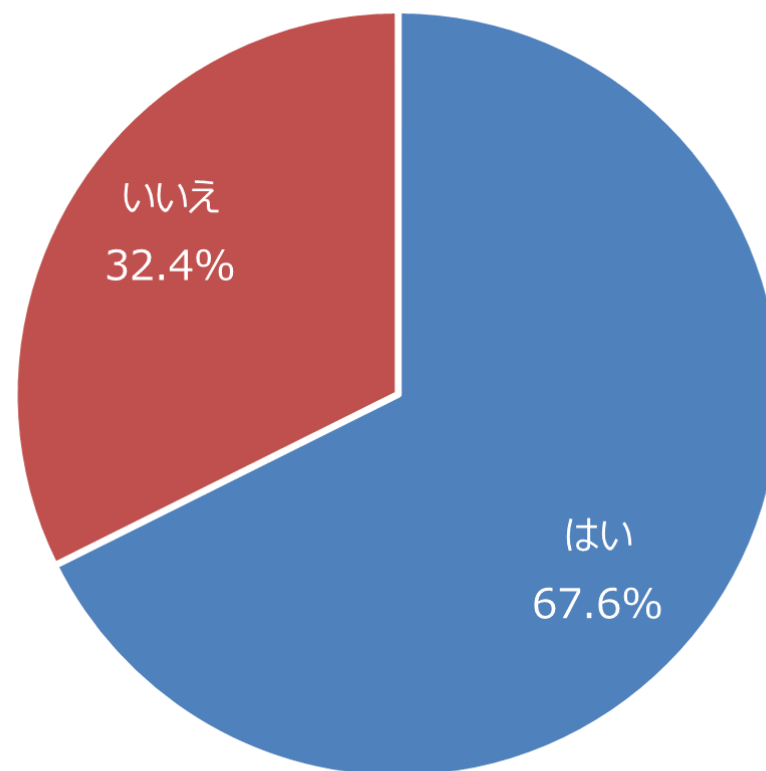
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）

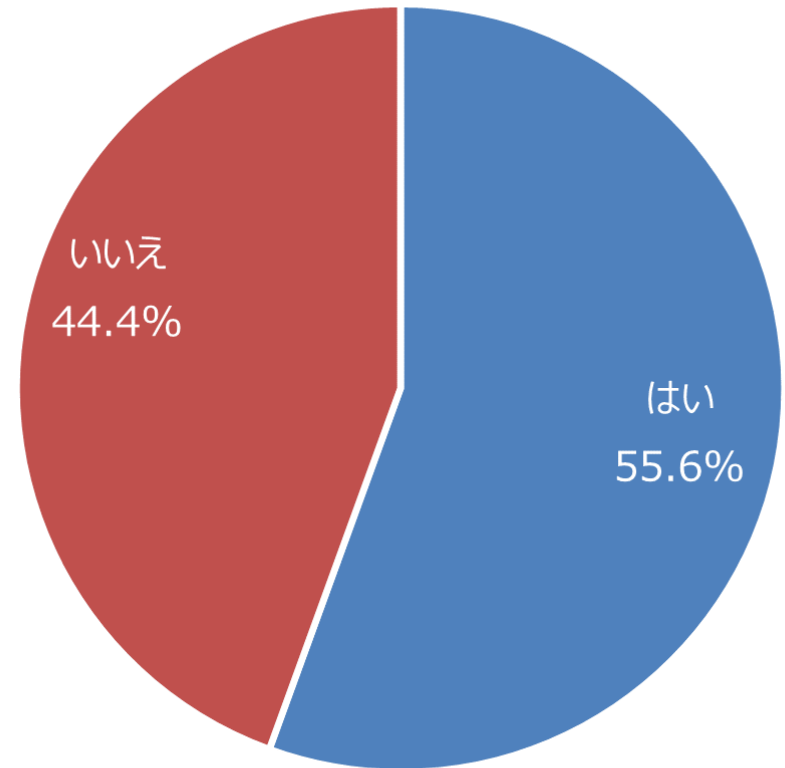
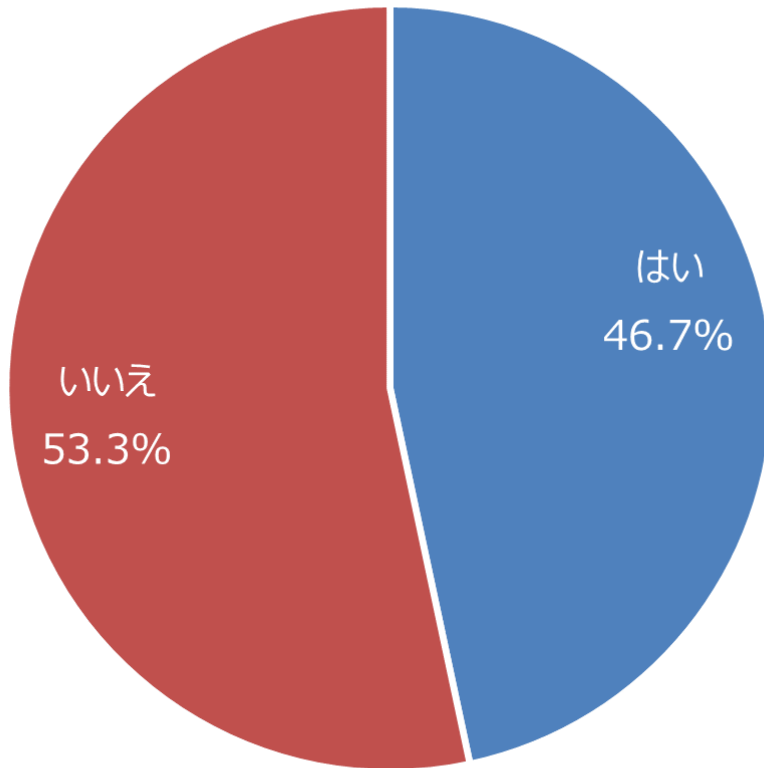


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）

■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

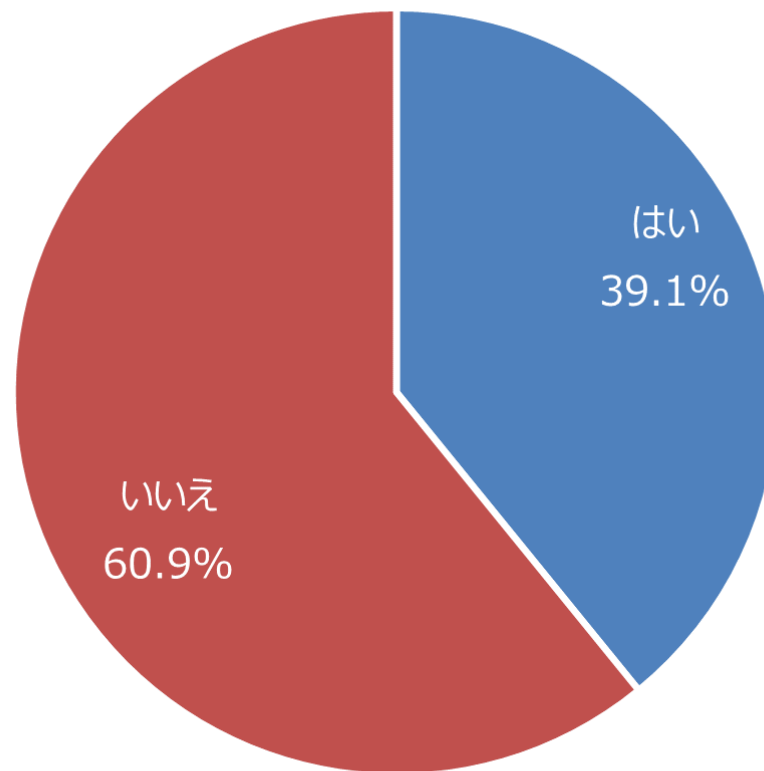
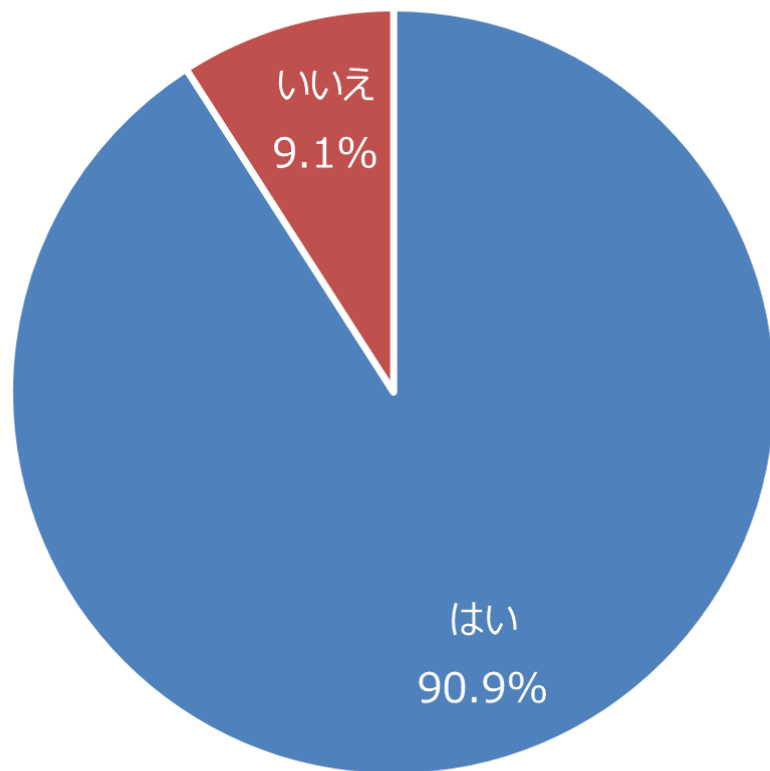


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

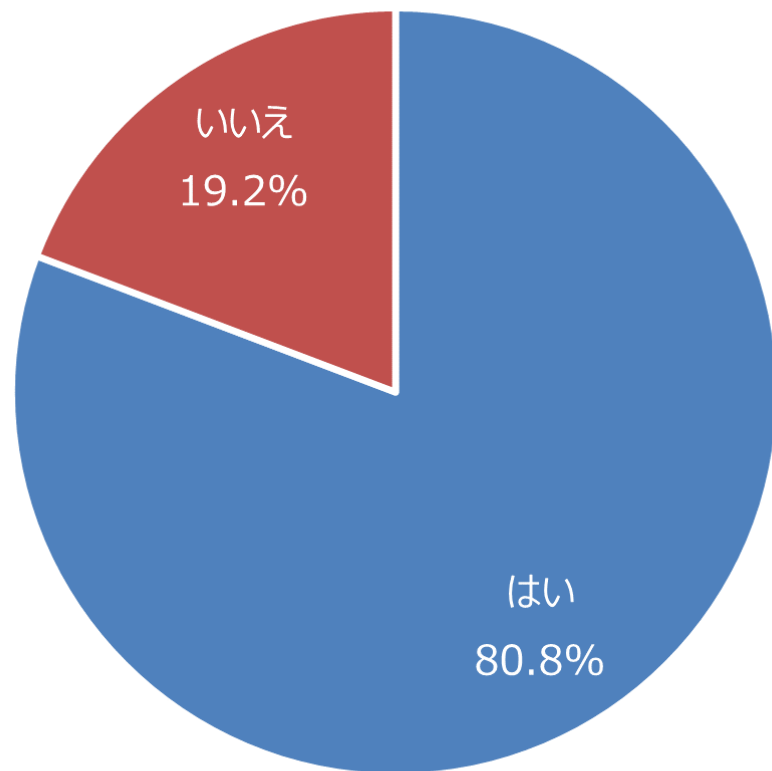
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



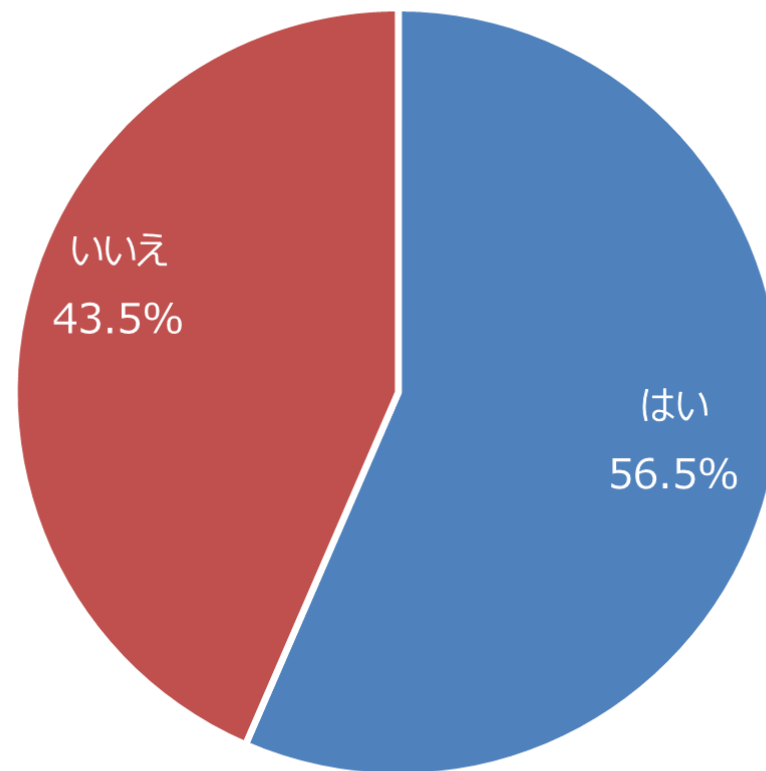
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

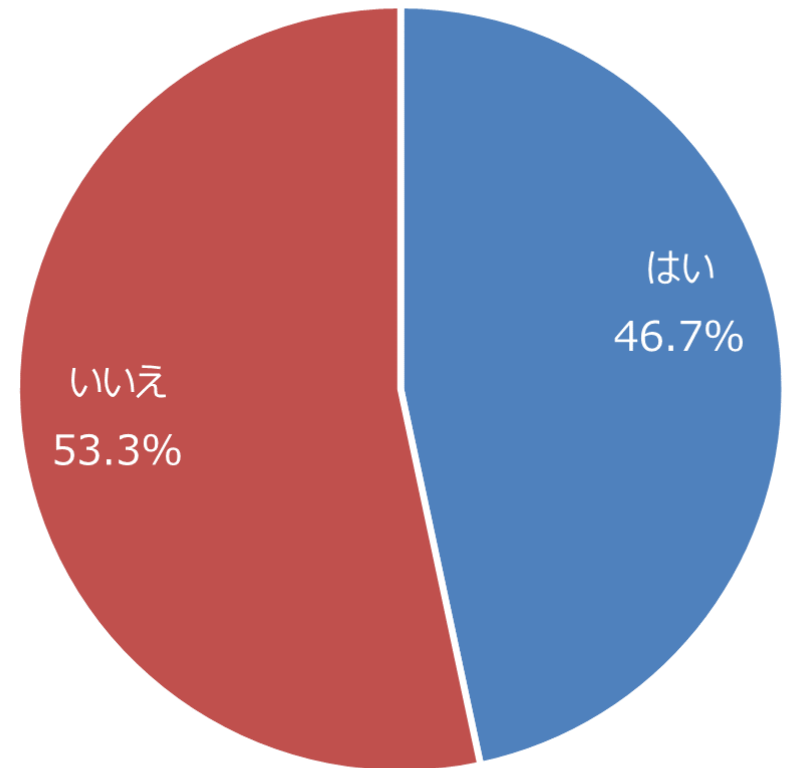
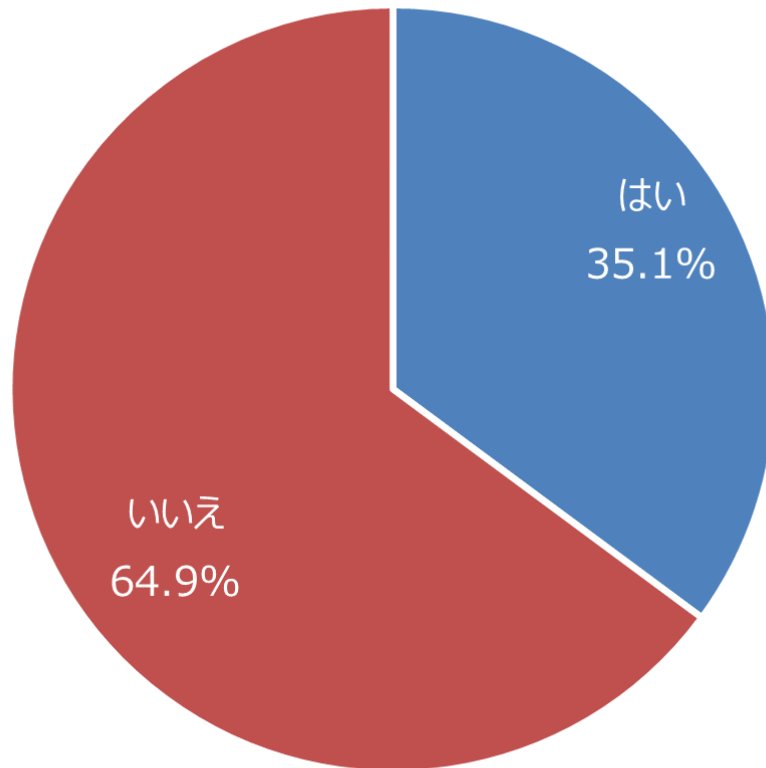


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNSに投稿された商品紹介動画を見たことが買い物のきっかけになったことはありますか？

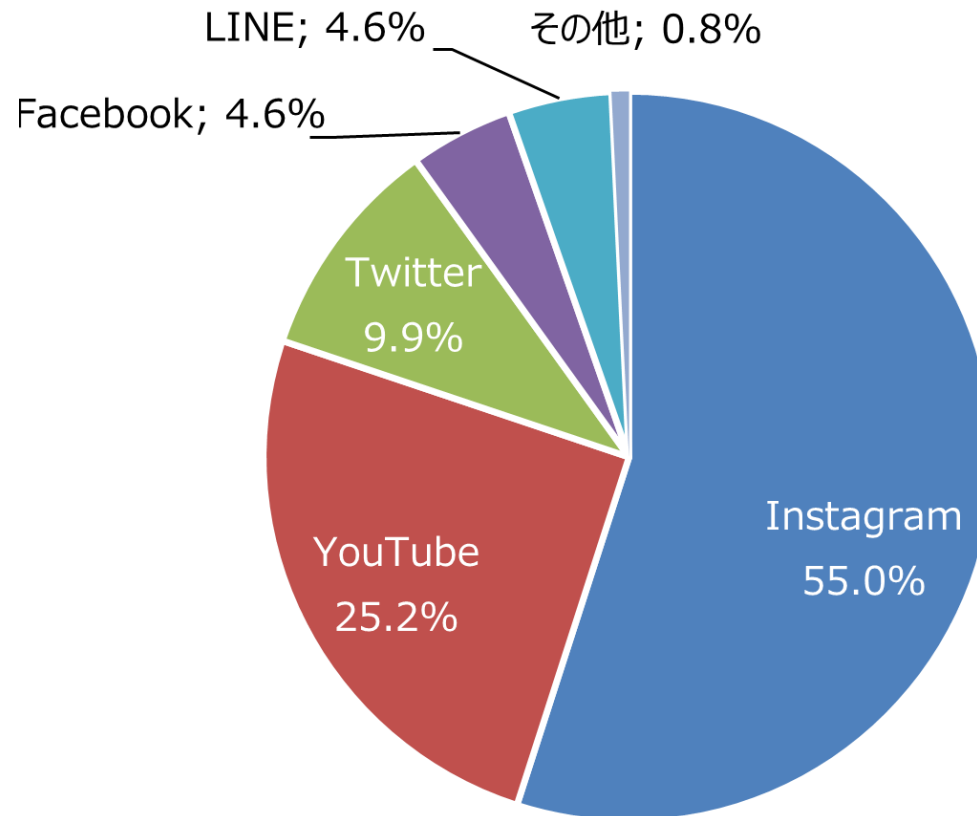
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

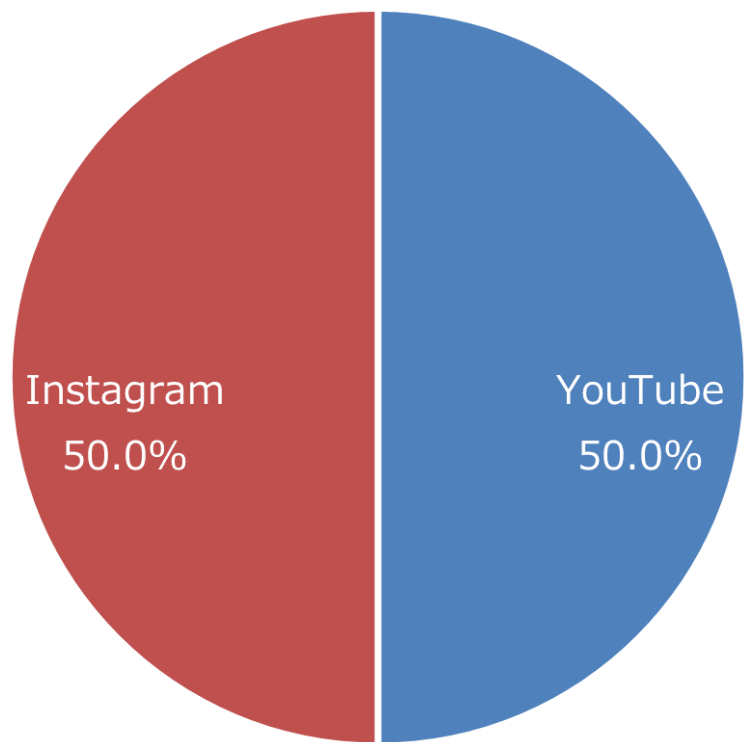


女性消費者は、商品購入のきっかけになる動画をInstagramで視聴する。Instagram55.0%、YouTube25.2%との回答結果からは、意外にもInstagramでの動画視聴から商品購入に至っていることがわかる。Instagramのフィードへの動画投稿や、インスタライブなどを利用することで、リアルに会わなくても商品の良さを伝えて購入へつなげることができるのだ。まだInstagramでの動画配信を行っていない場合は、ぜひチャレンジしてほしい。

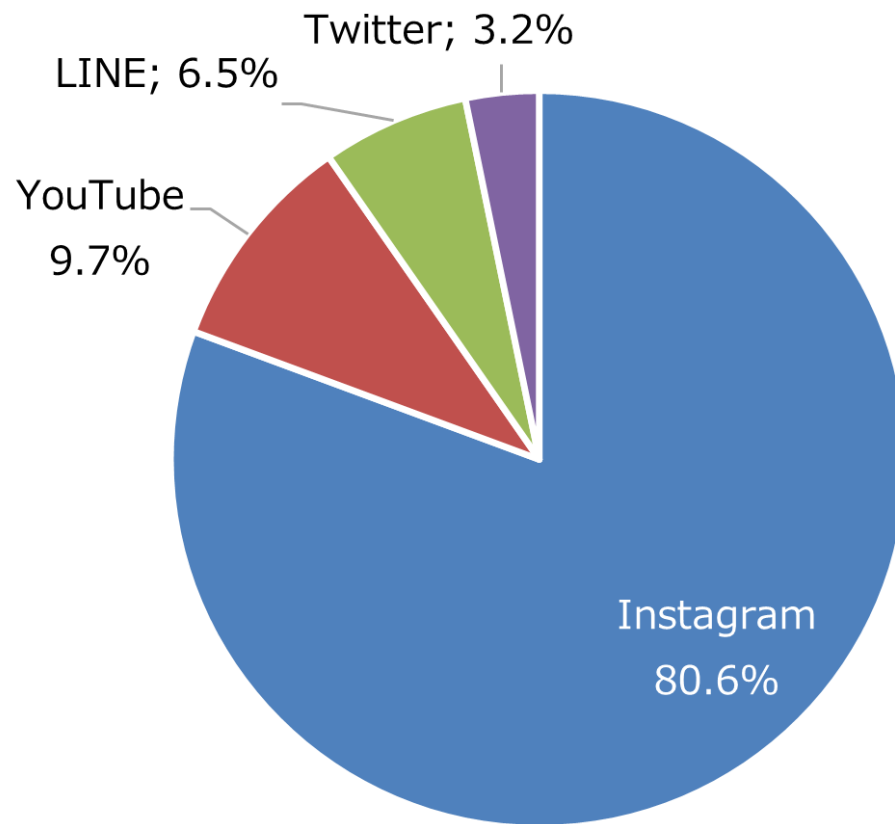
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ 10代



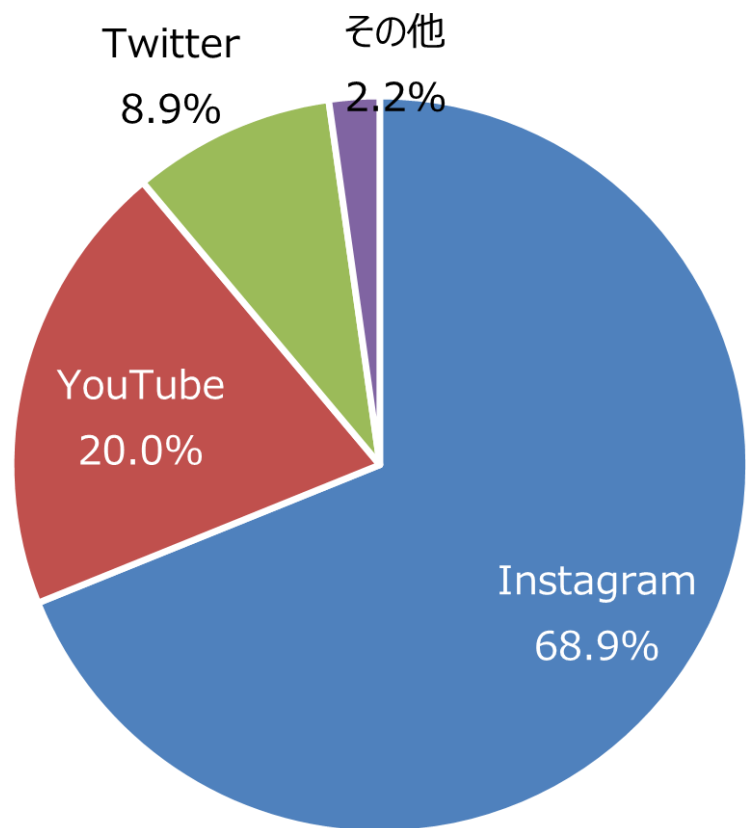
■ 20代



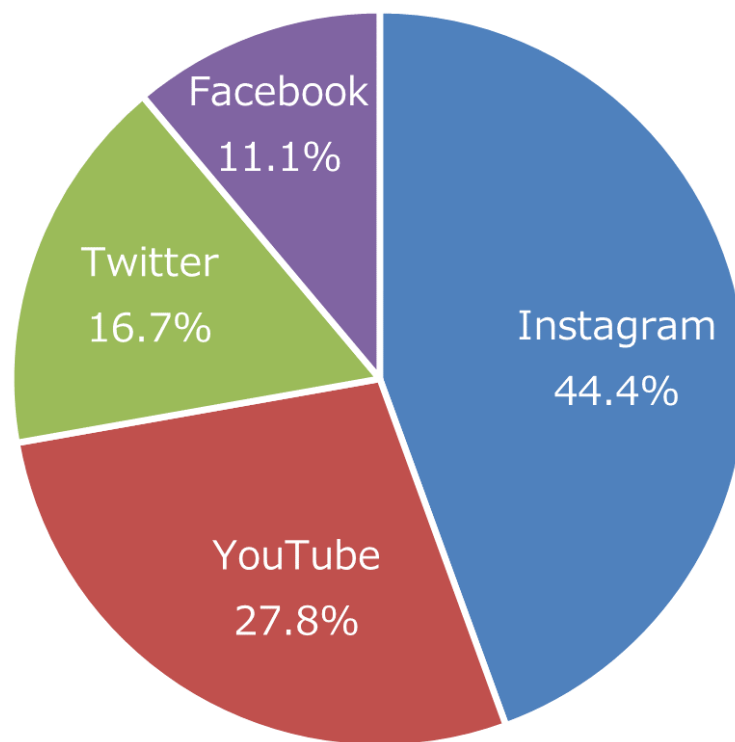
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ 30代



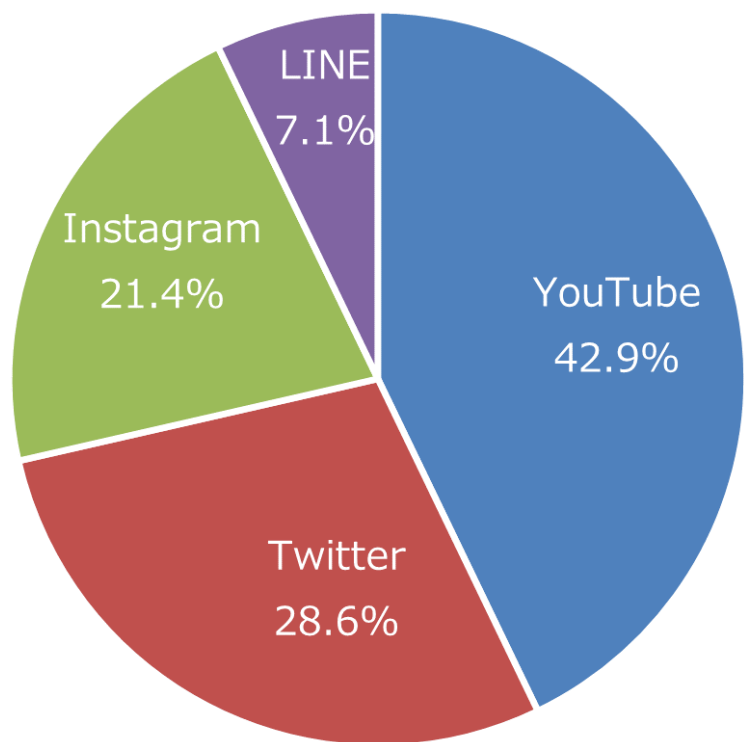
■ 40代



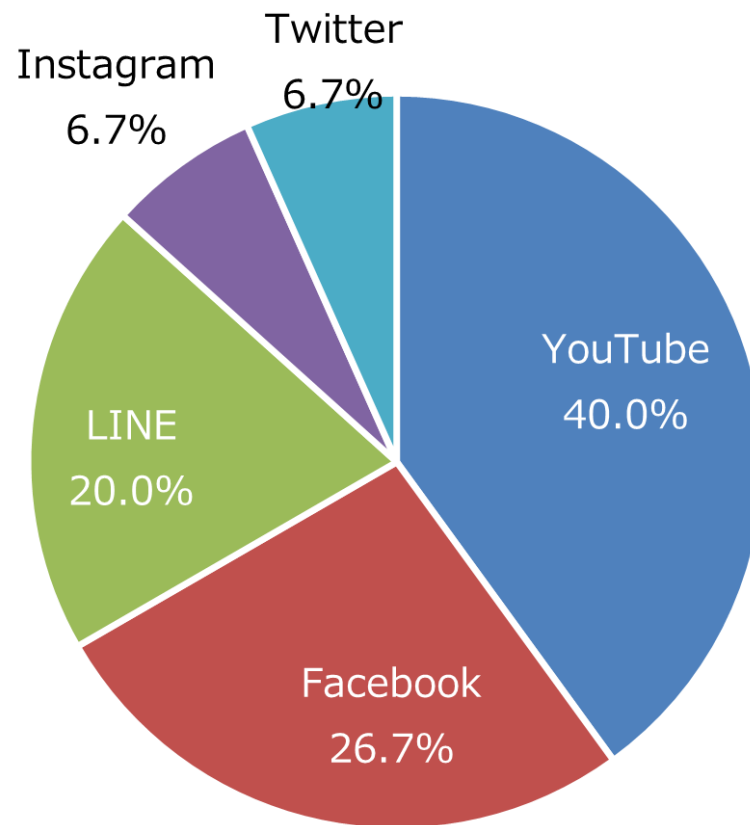
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ 50代



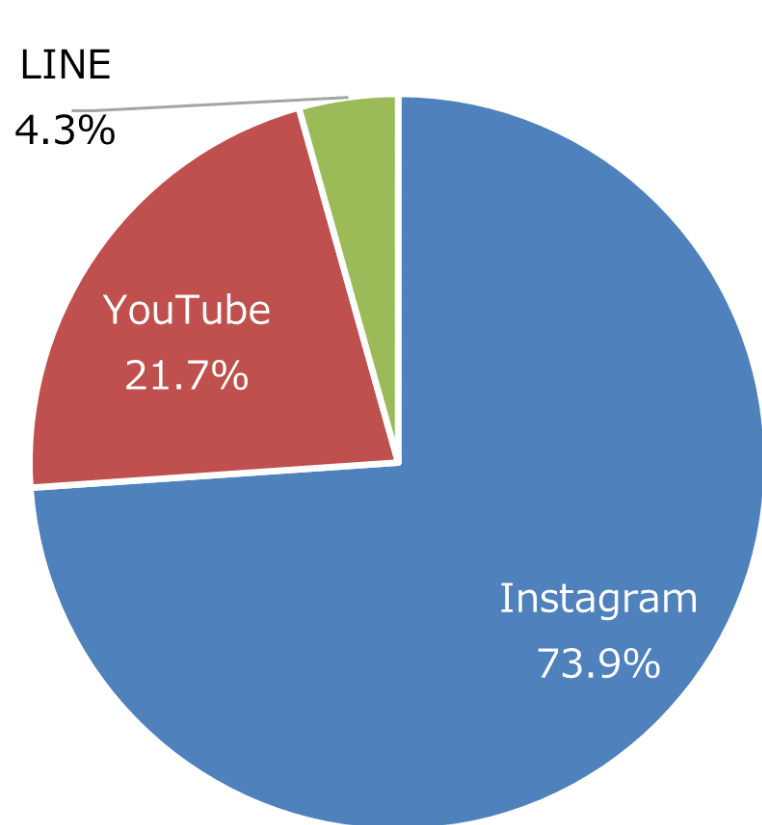
■ 60代以上



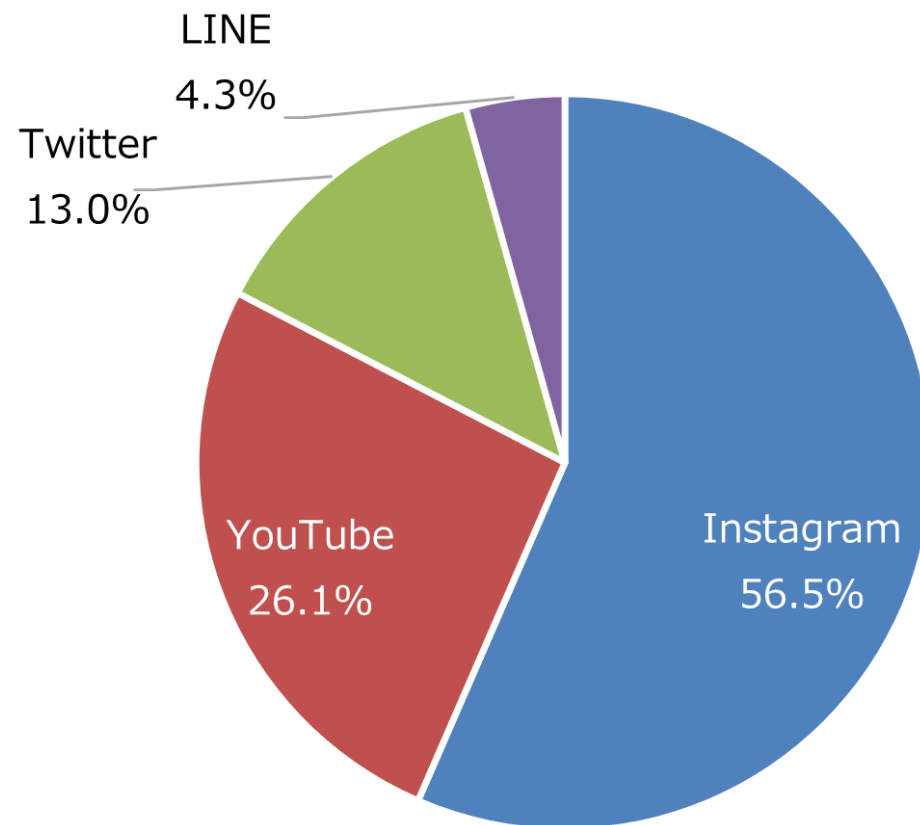
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）

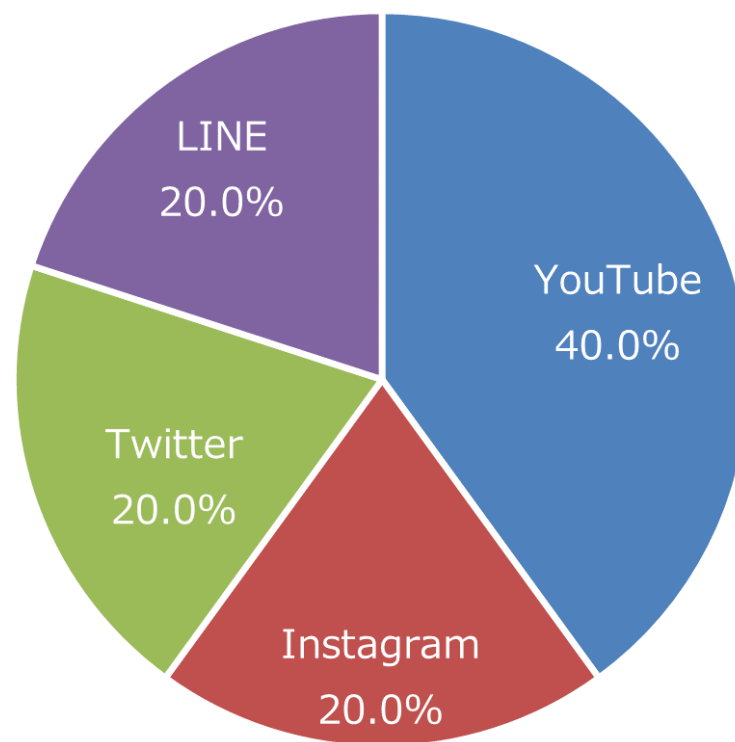
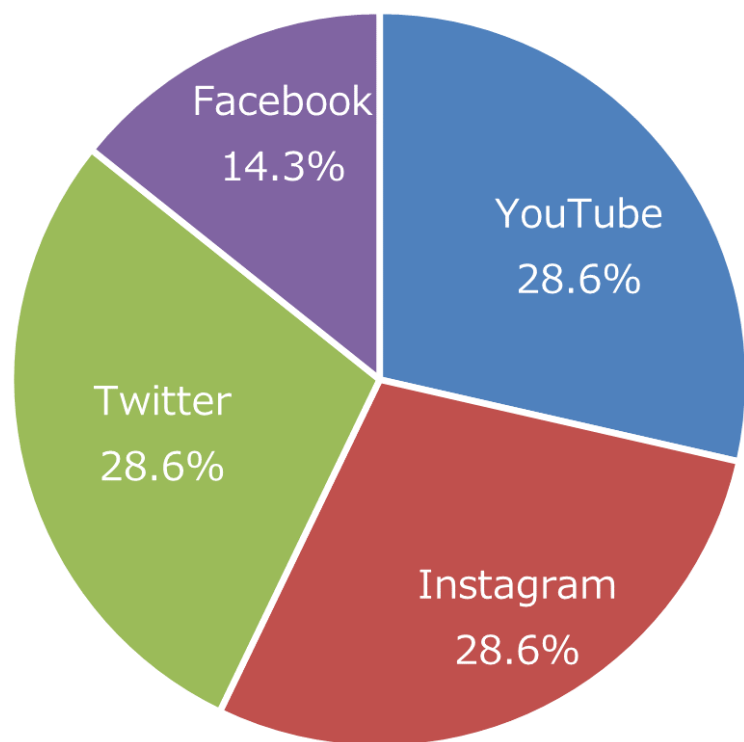


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）

■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

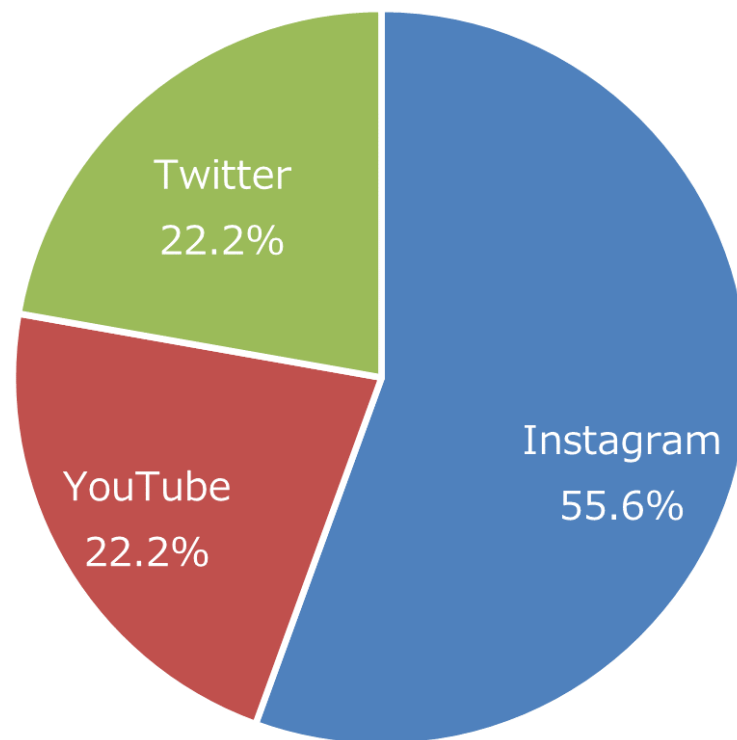
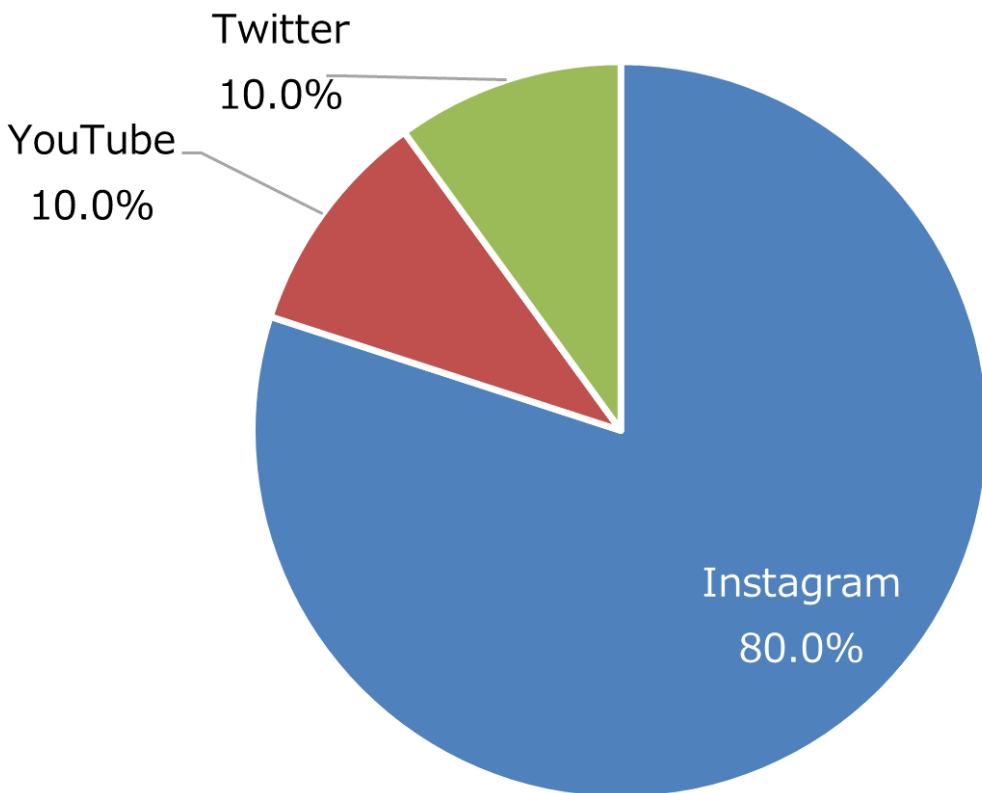


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

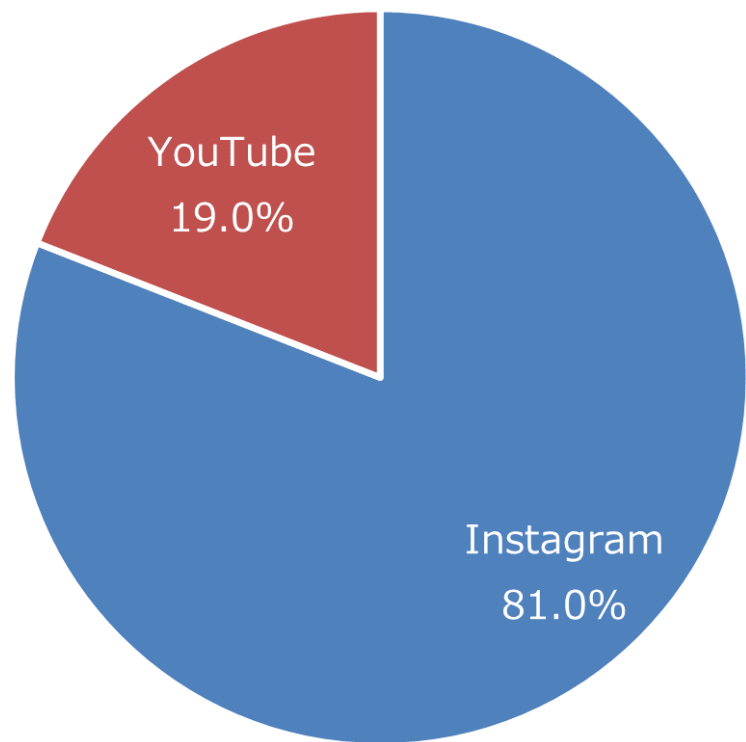
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



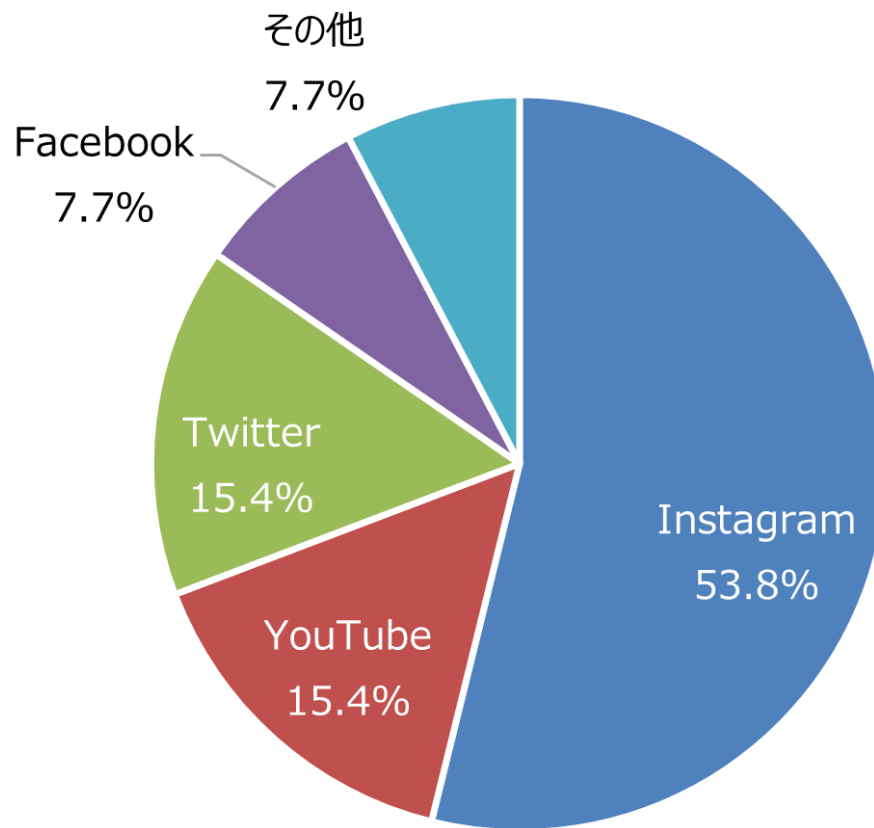
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

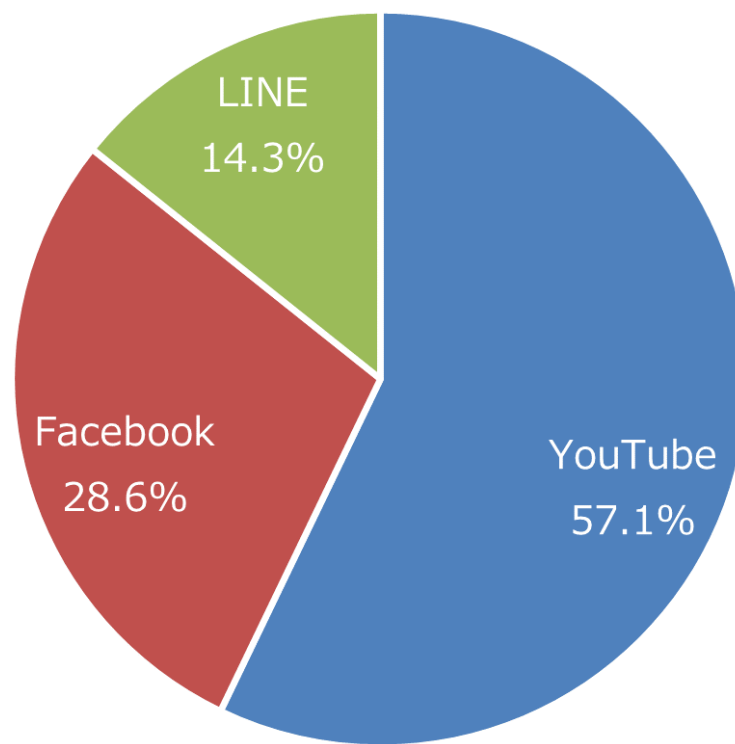
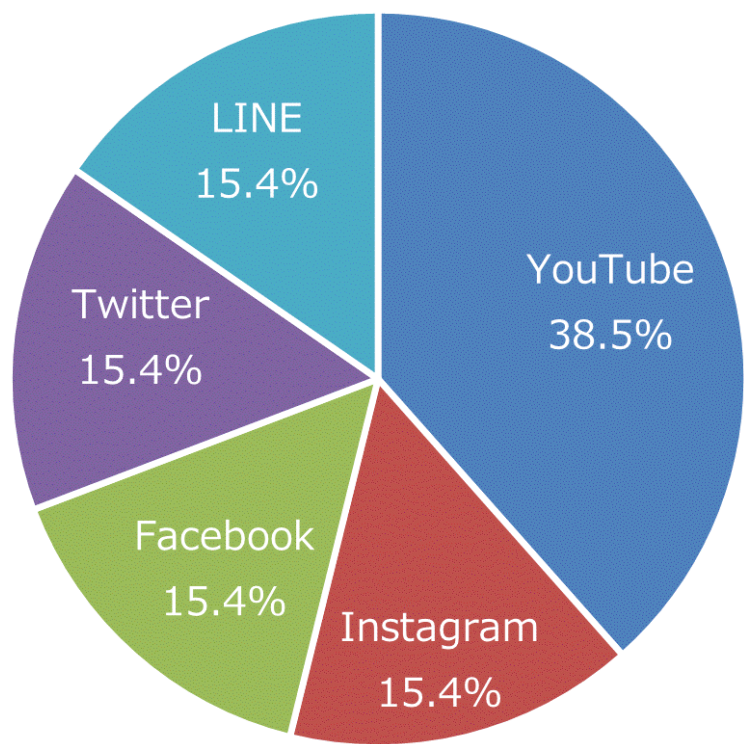


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.過去の商品購入時に最もきっかけになったSNSを教えてください。

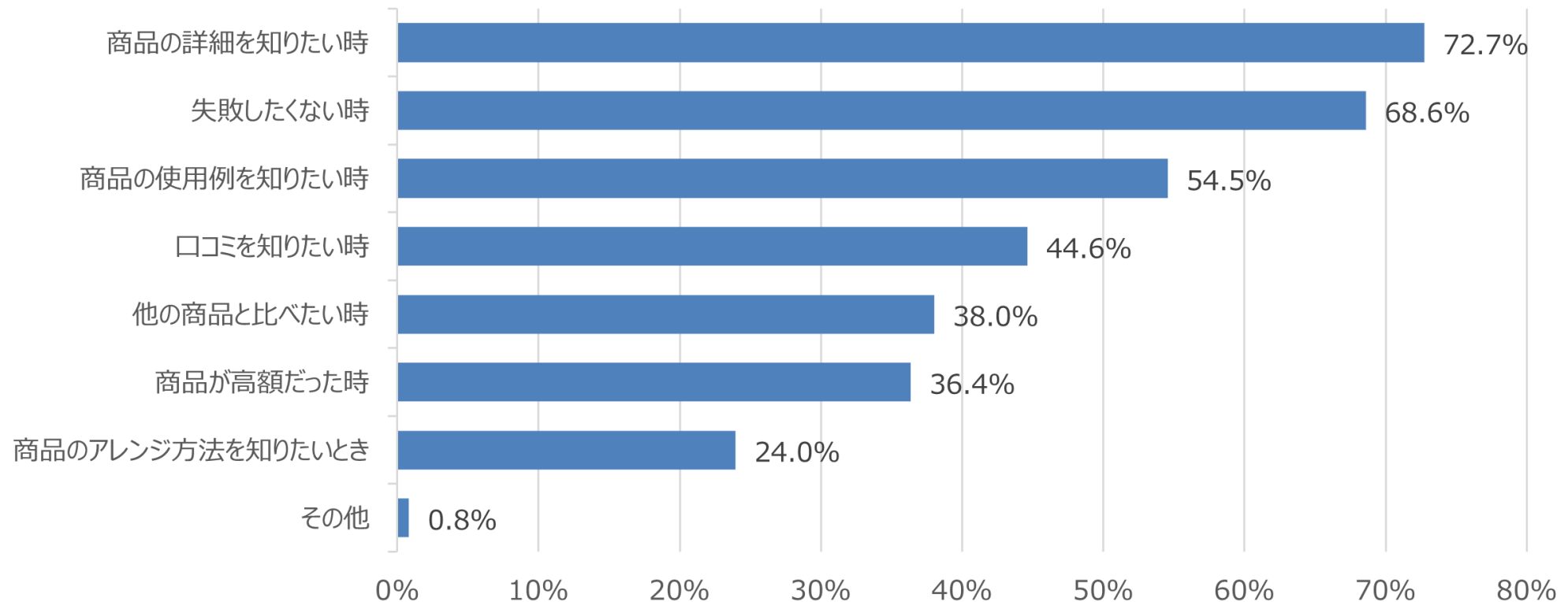
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. いったん、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

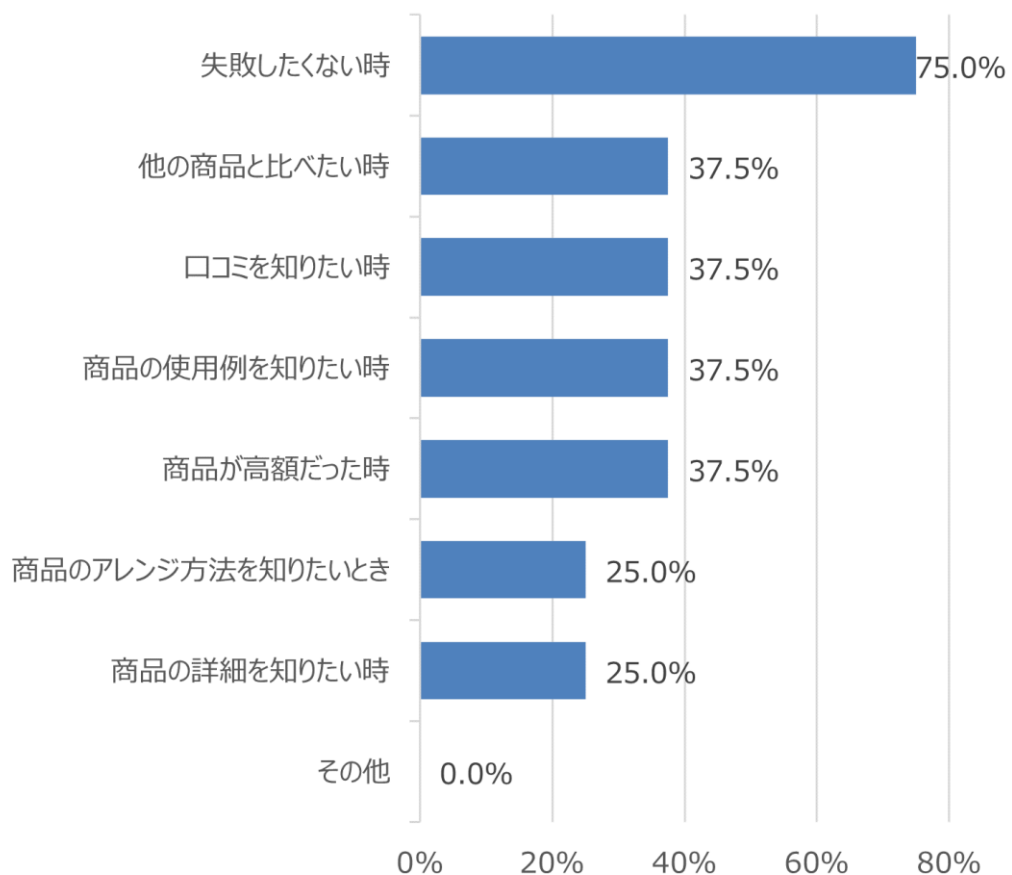


「商品の詳細を知りたい」「失敗したくない」「商品の使用例を知りたい」女性たちが商品購入検討で動画を参考にする裏には、そんな思いが隠れている。このインサイトに応える動画を発信することが動画の評価につながるのではないだろうか。商品紹介のために動画を制作する際や、ライブ配信をする際には心にどどめておきたい。

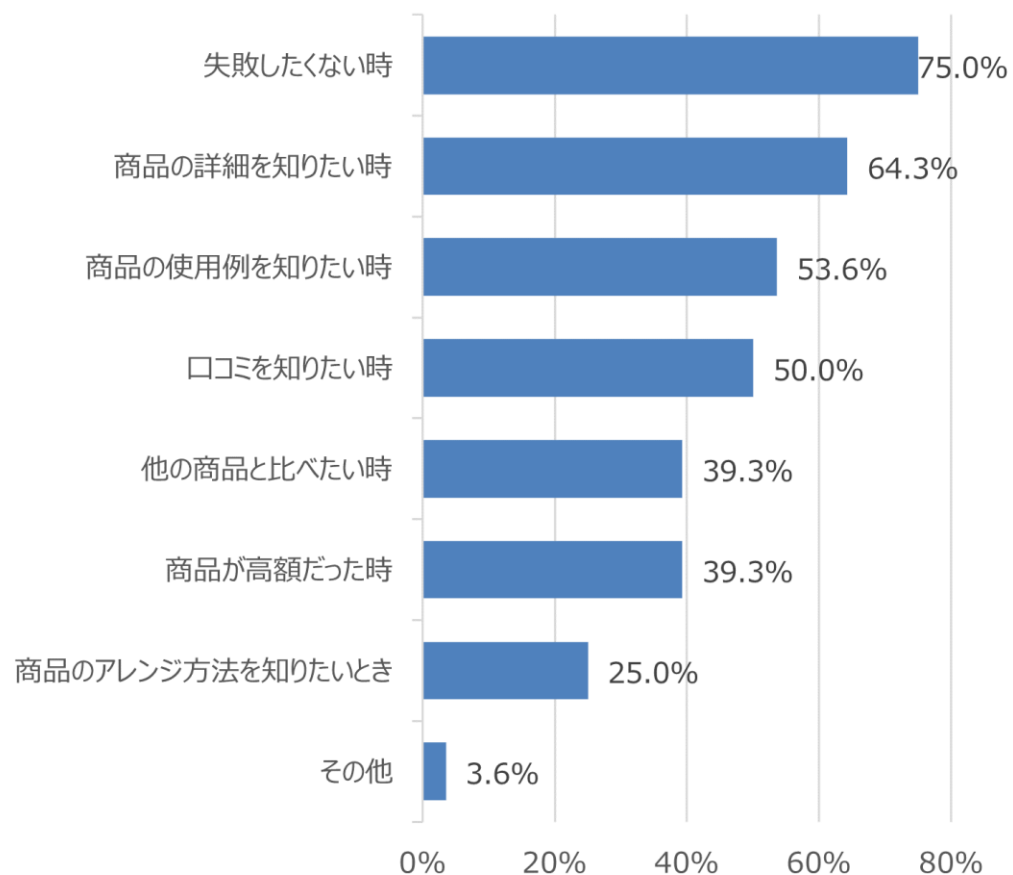
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 10代



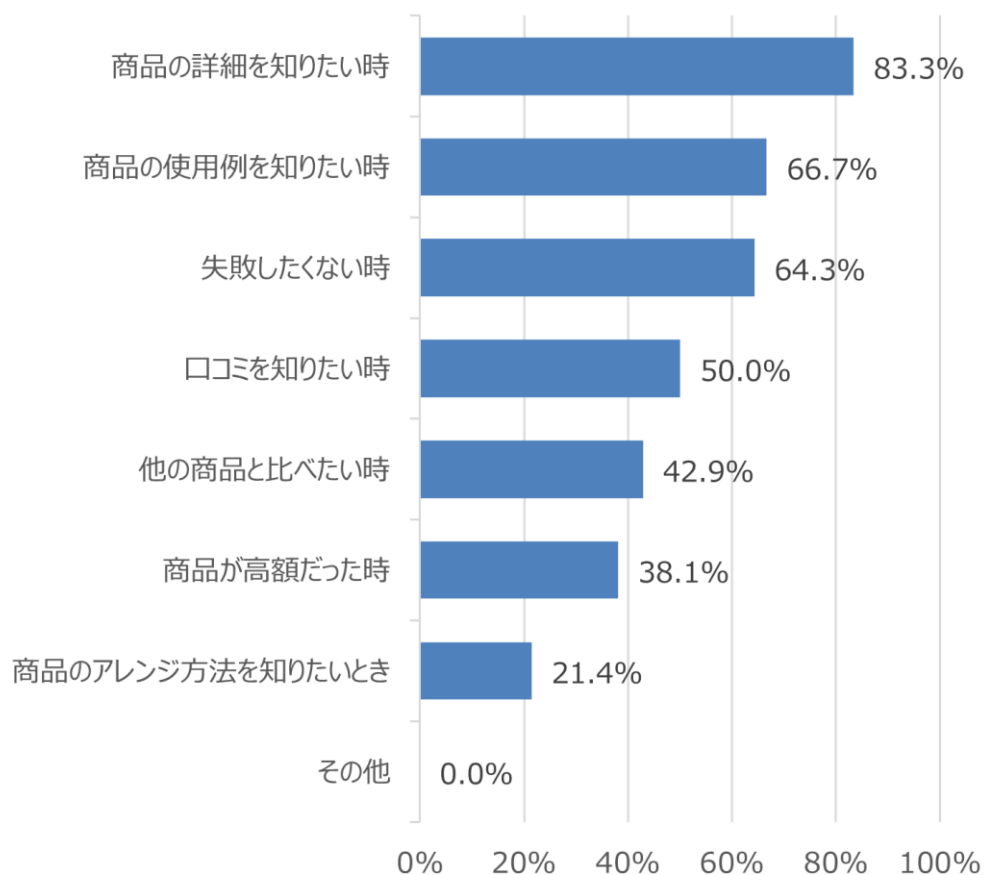
■ 20代



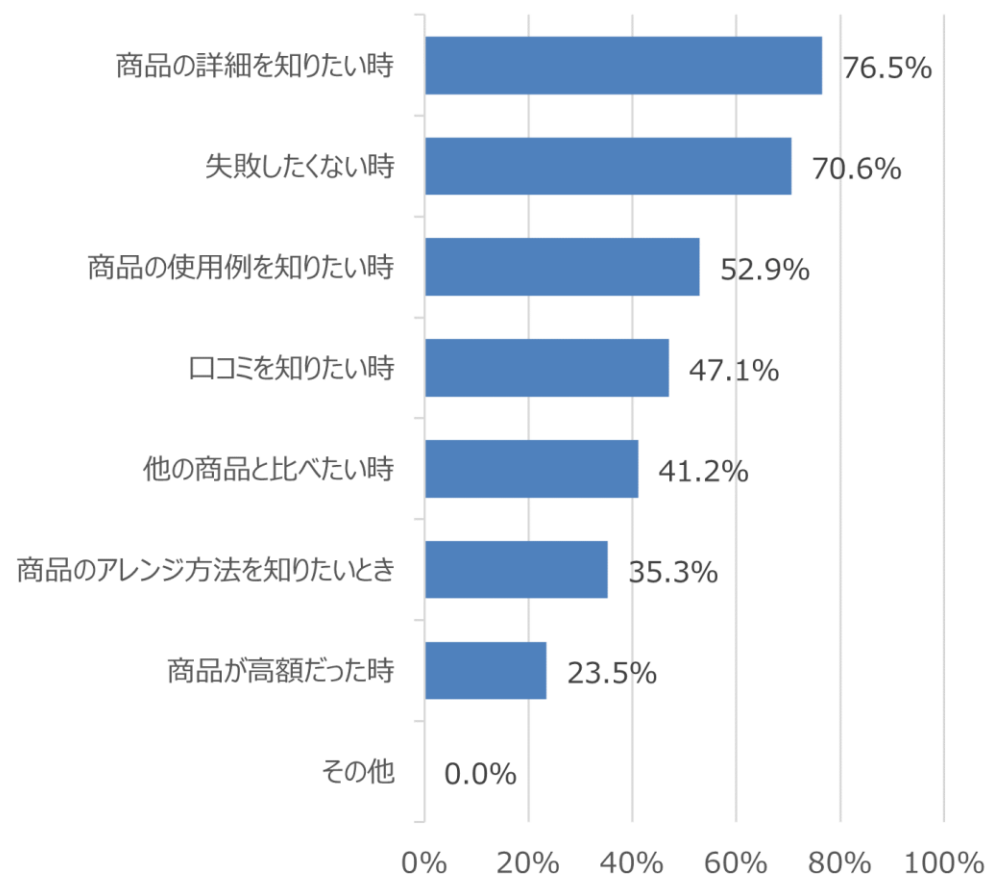
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 30代



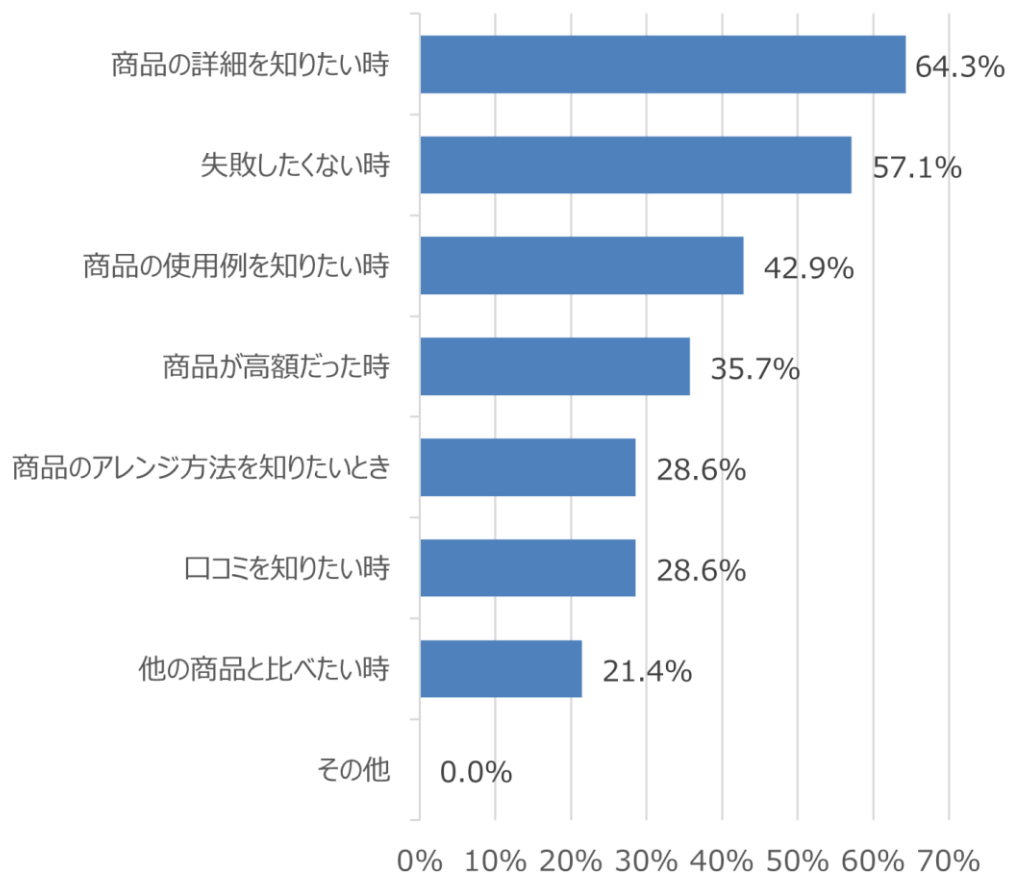
■ 40代



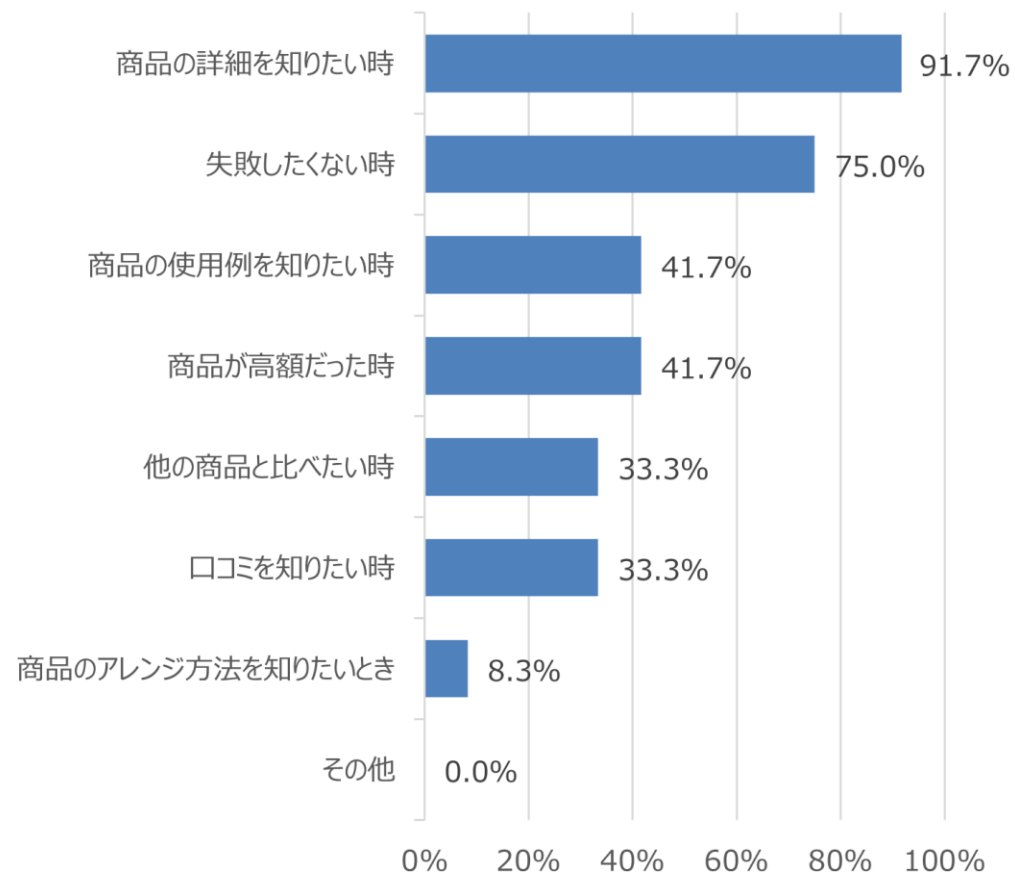
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 50代



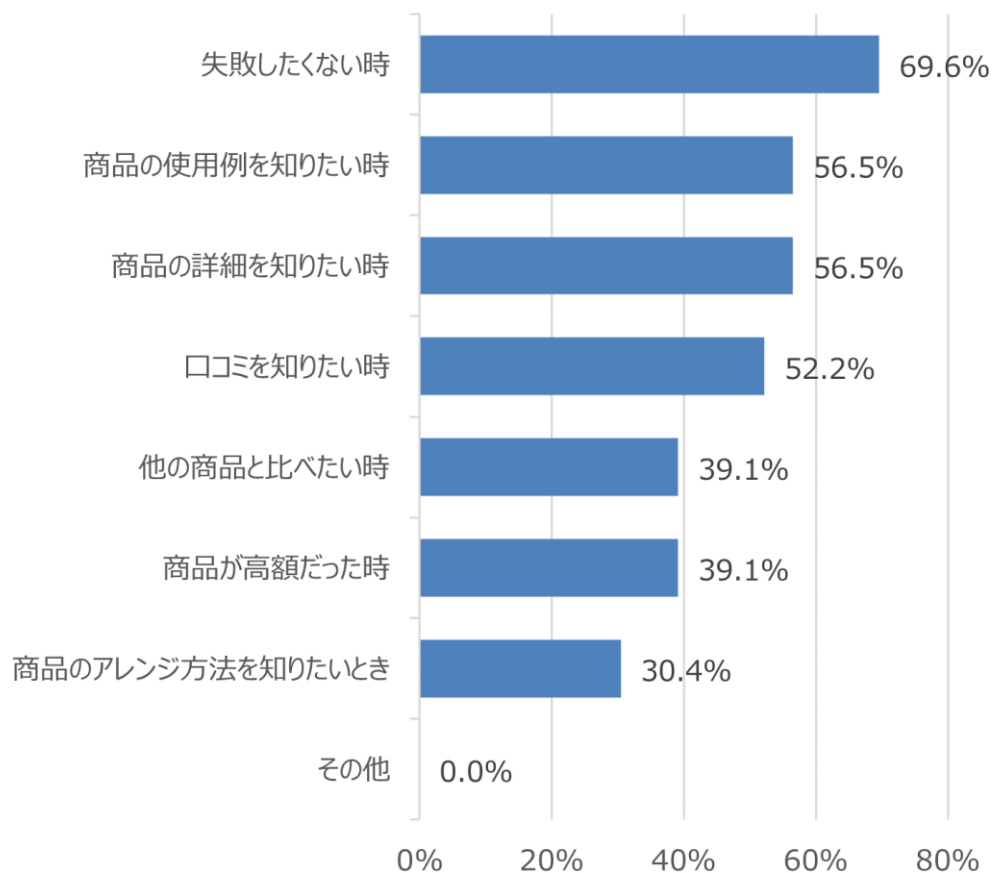
■ 60代以上



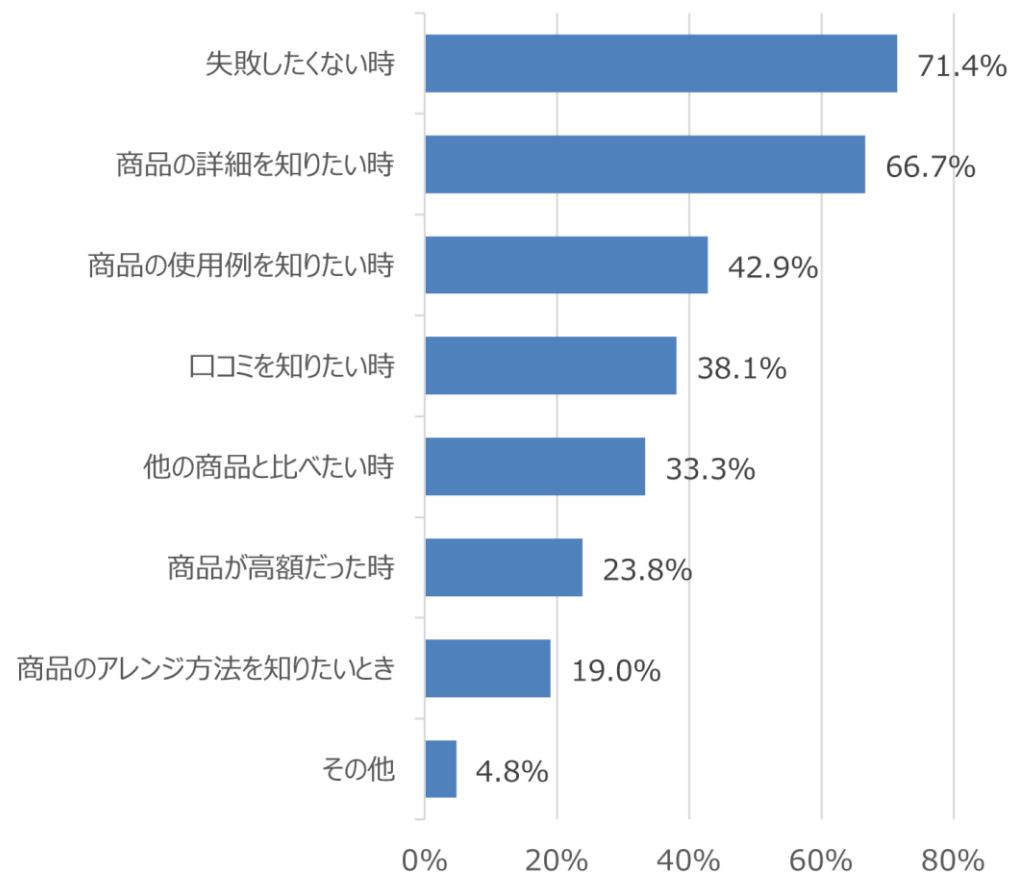
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



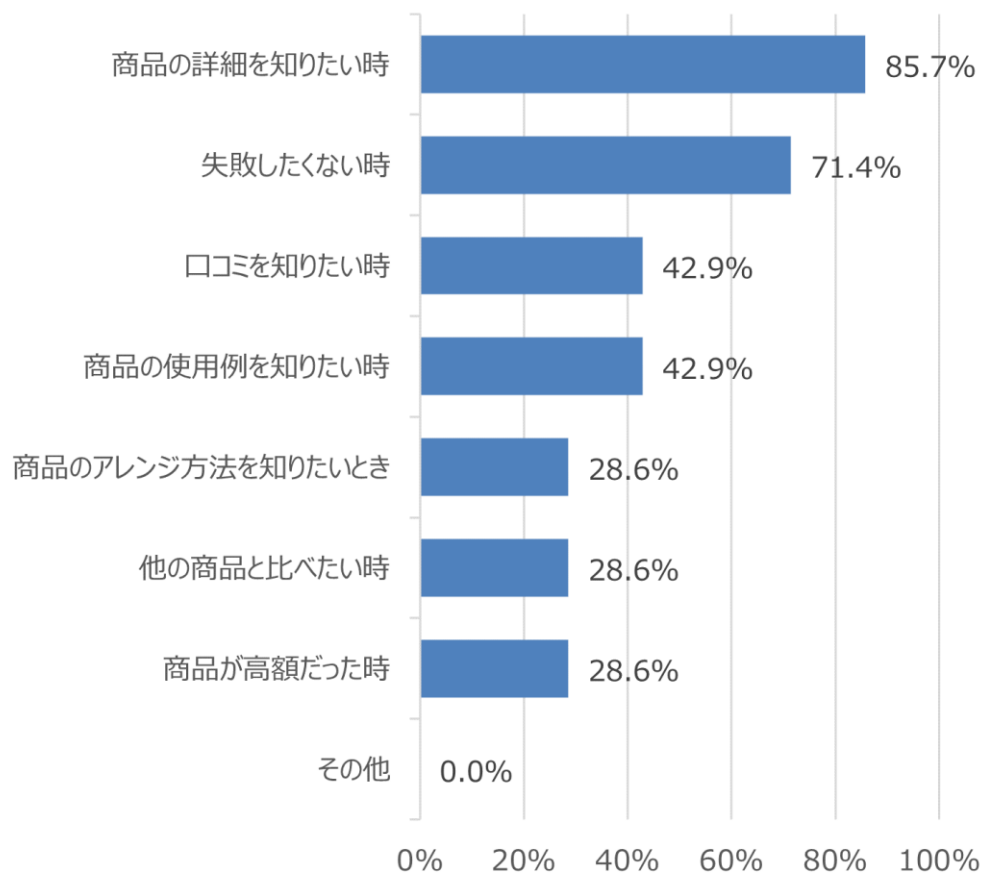
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



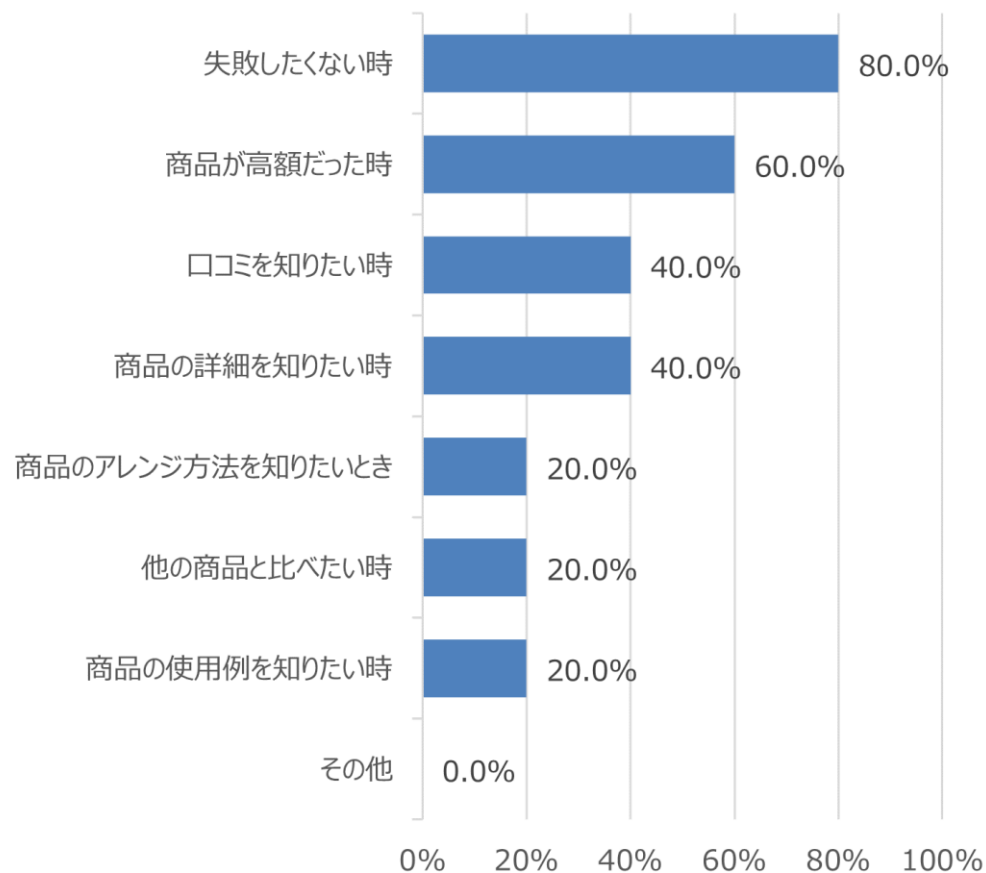
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. こういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



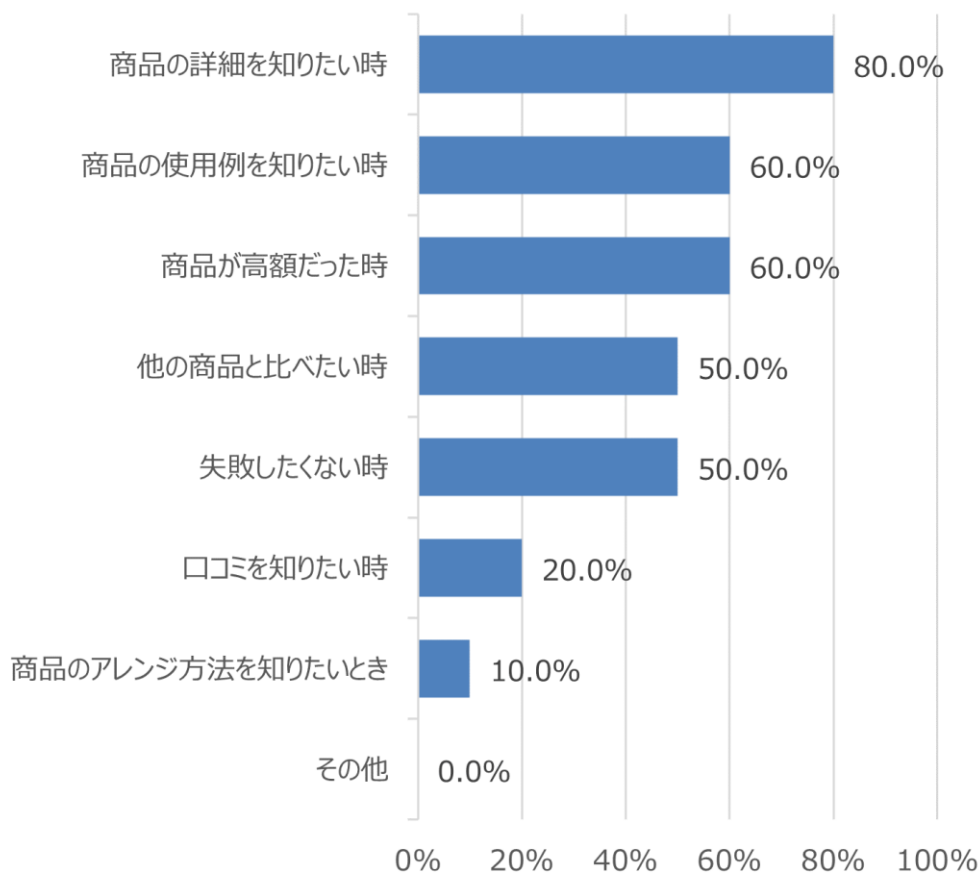
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



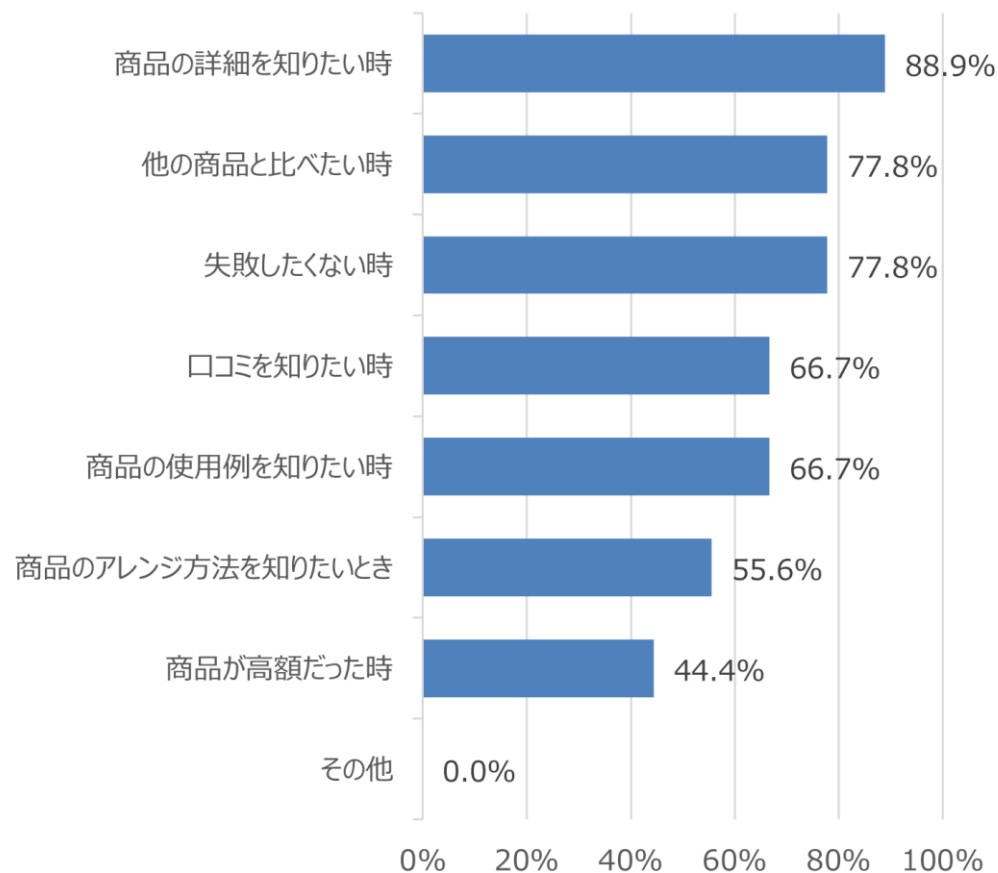
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. こういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



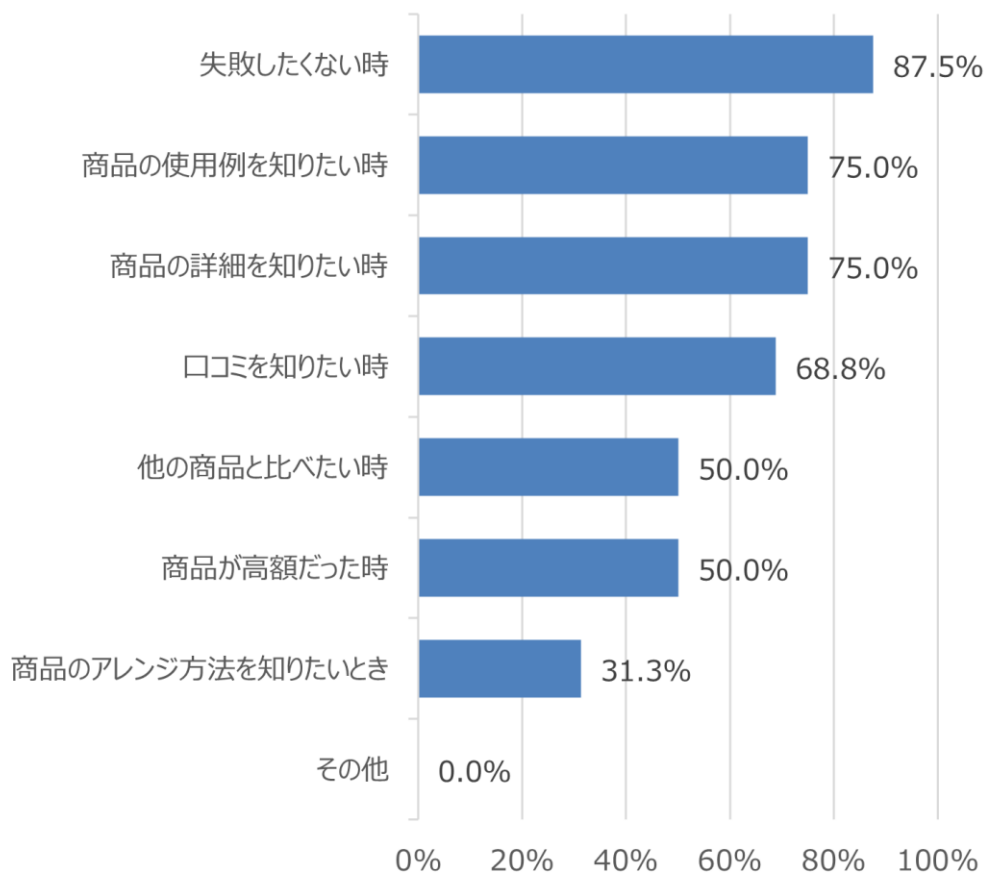
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



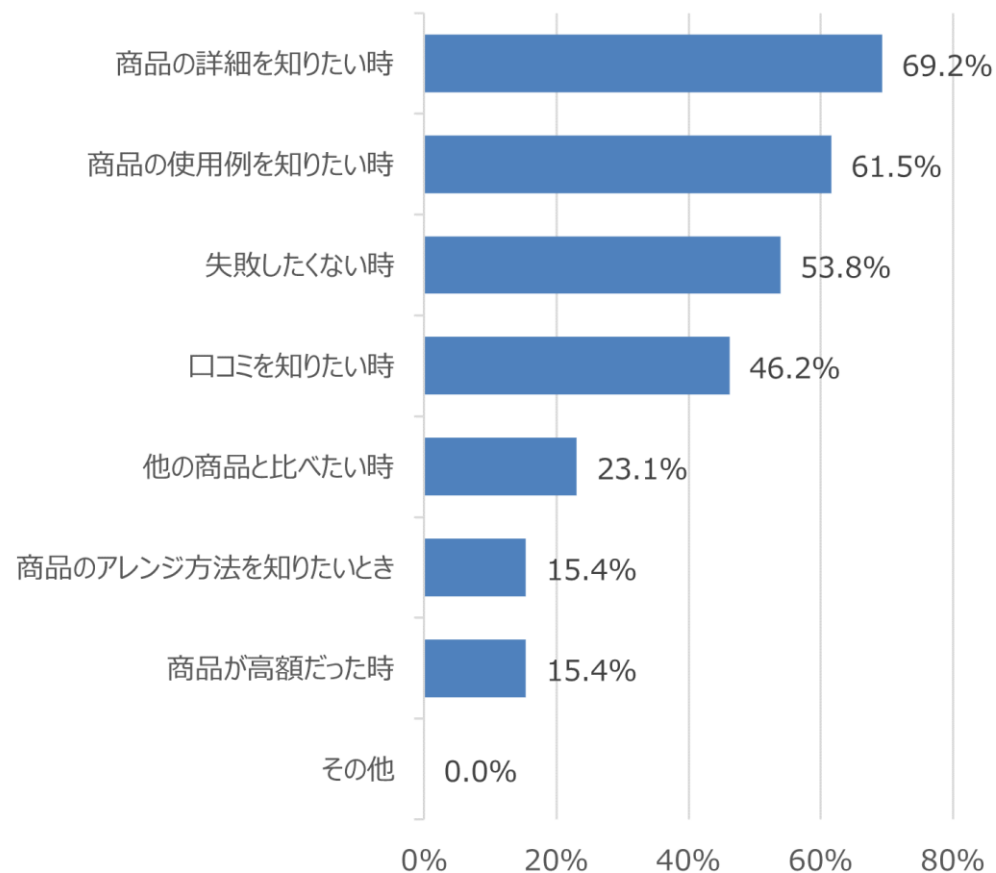
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



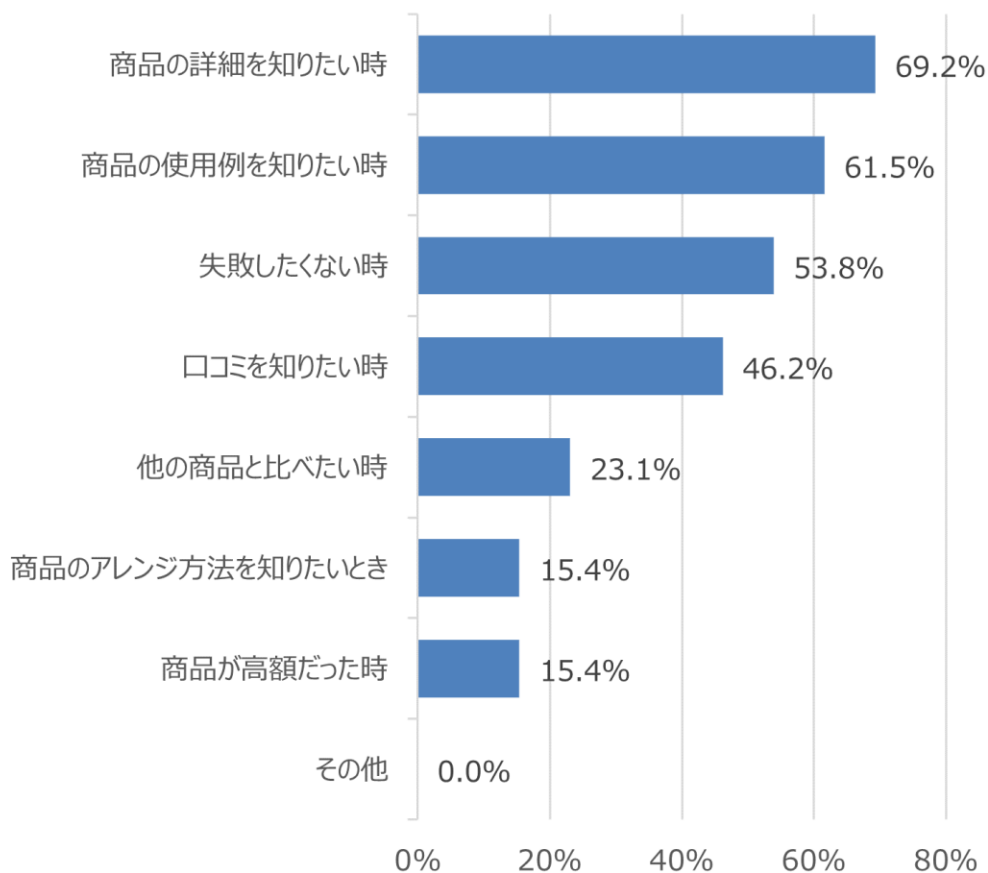
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



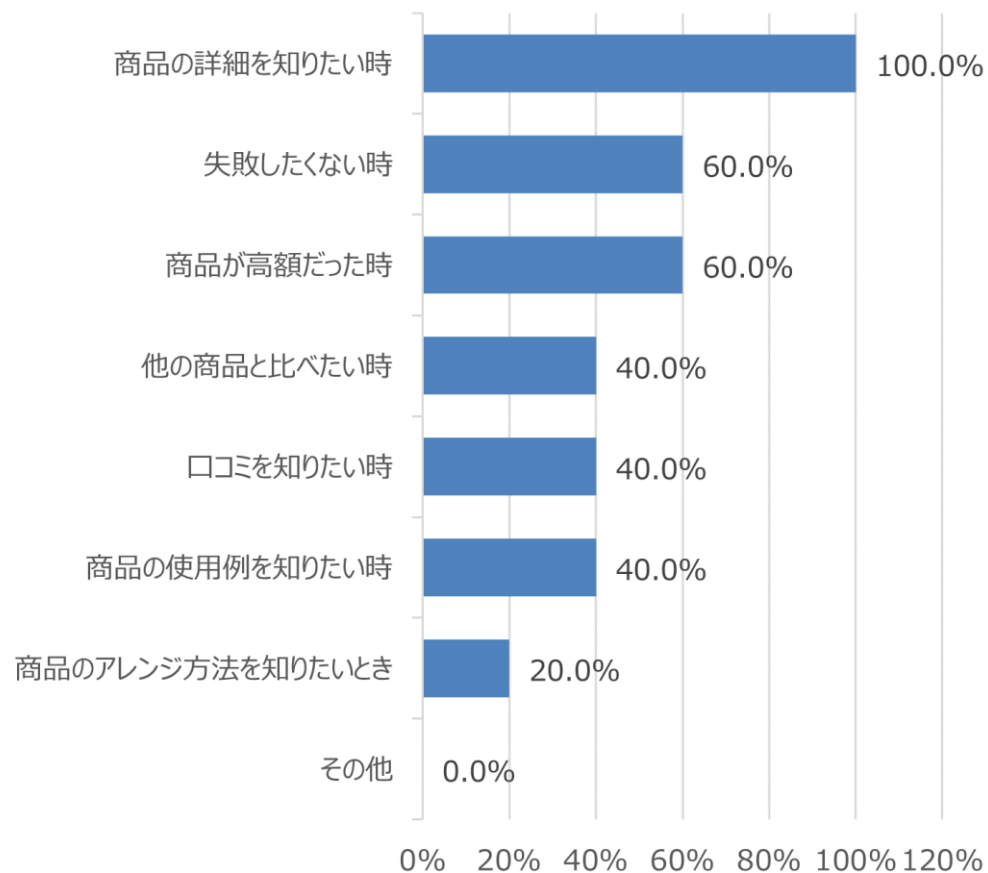
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. こういったとき、商品紹介動画を参考にしようと思いますか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

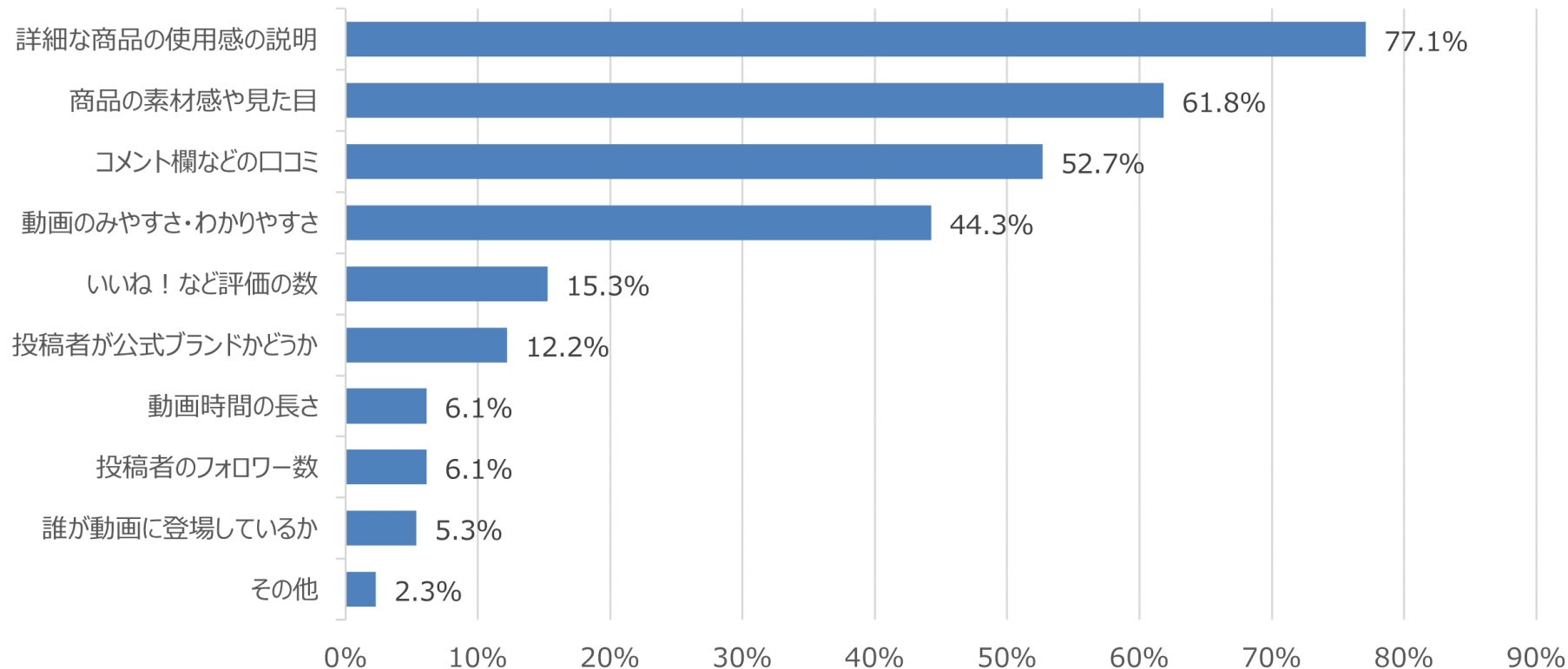


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

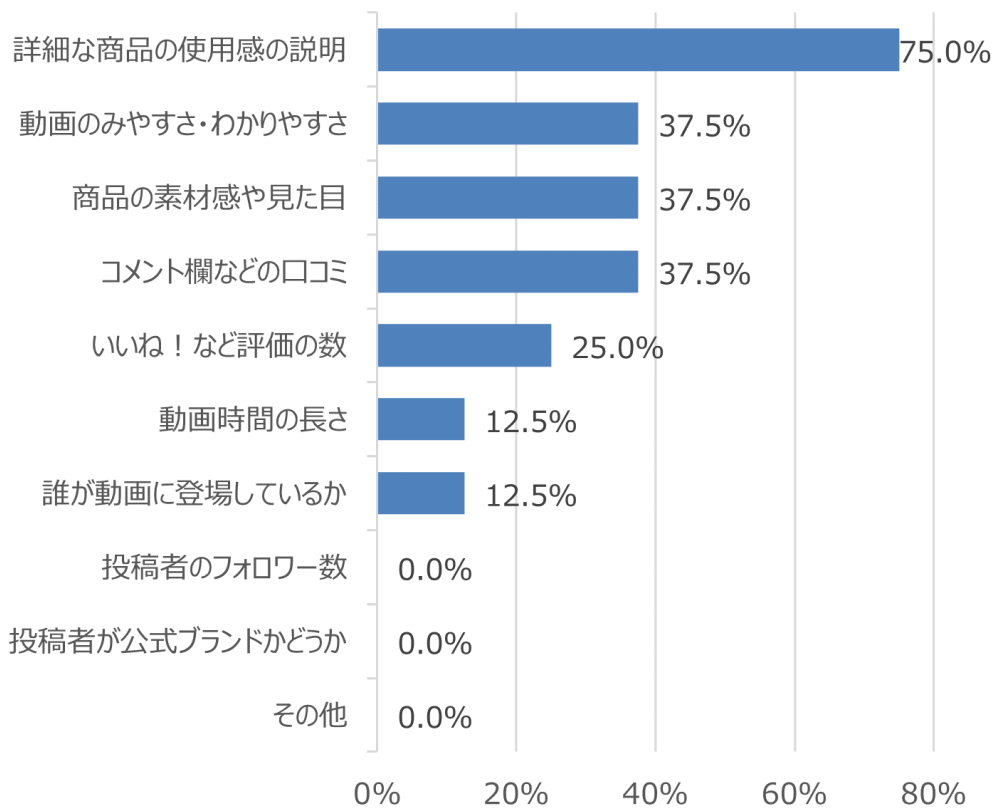


商品紹介動画で消費者が注目するのは「詳細な商品の使用感の説明」と「商品の素材感や見た目」だ。コロナ禍で実店舗へ行って試着したり、コスメのテスターを試すことができなくなったかわりに、動画で商品の使用感や見た目をしっかりと確かめたいという消費者心理があると考えられる。動画内で商品をあらゆる角度から見せて、商品の着用感や使用感、味などを的確に伝えることができれば、女性たちは購入へ至るとのことだ。また、動画の「コメント欄などのクチコミ」も重要視されていることに女性視点が現れている。

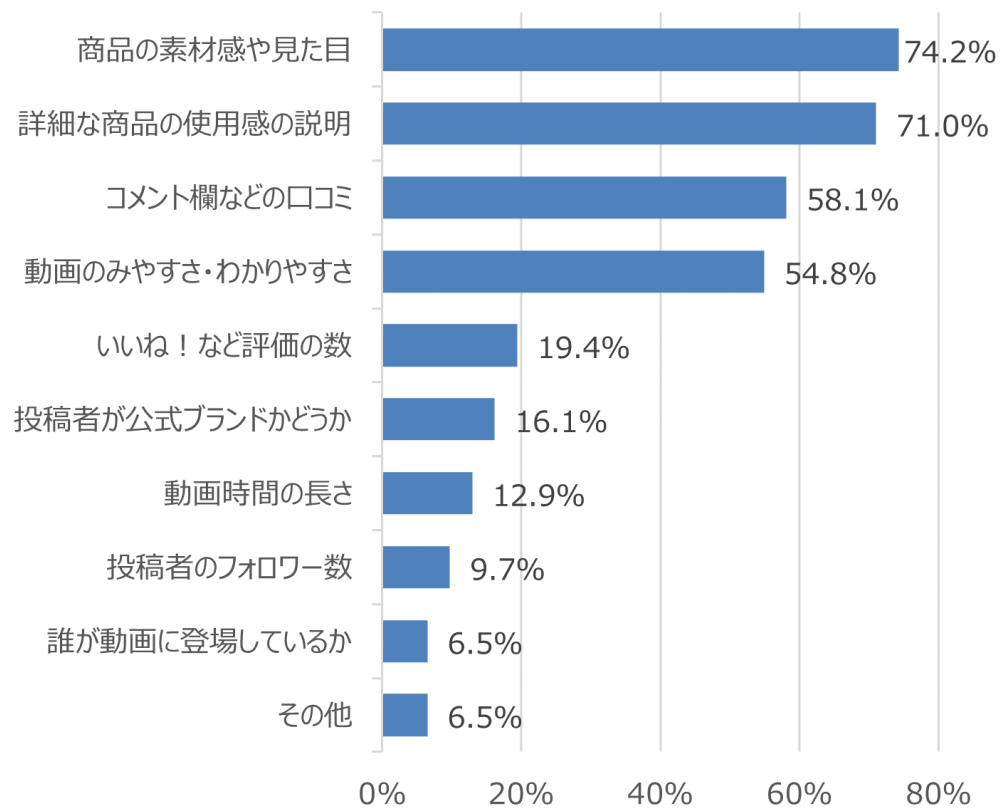
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 10代



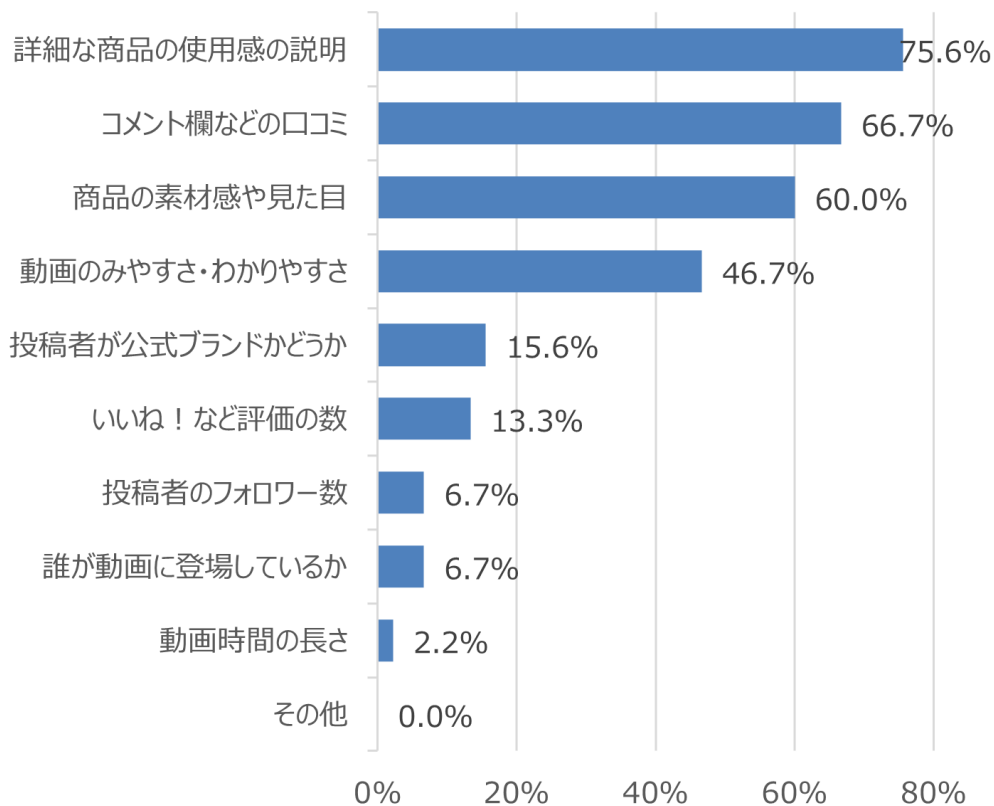
■ 20代



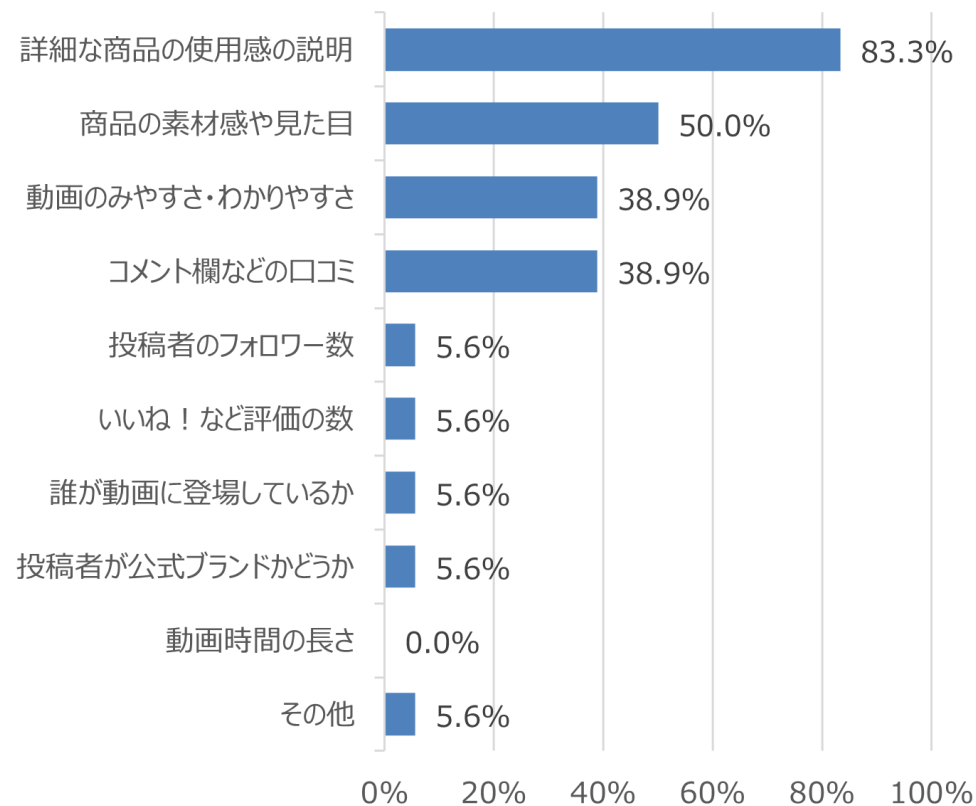
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 30代



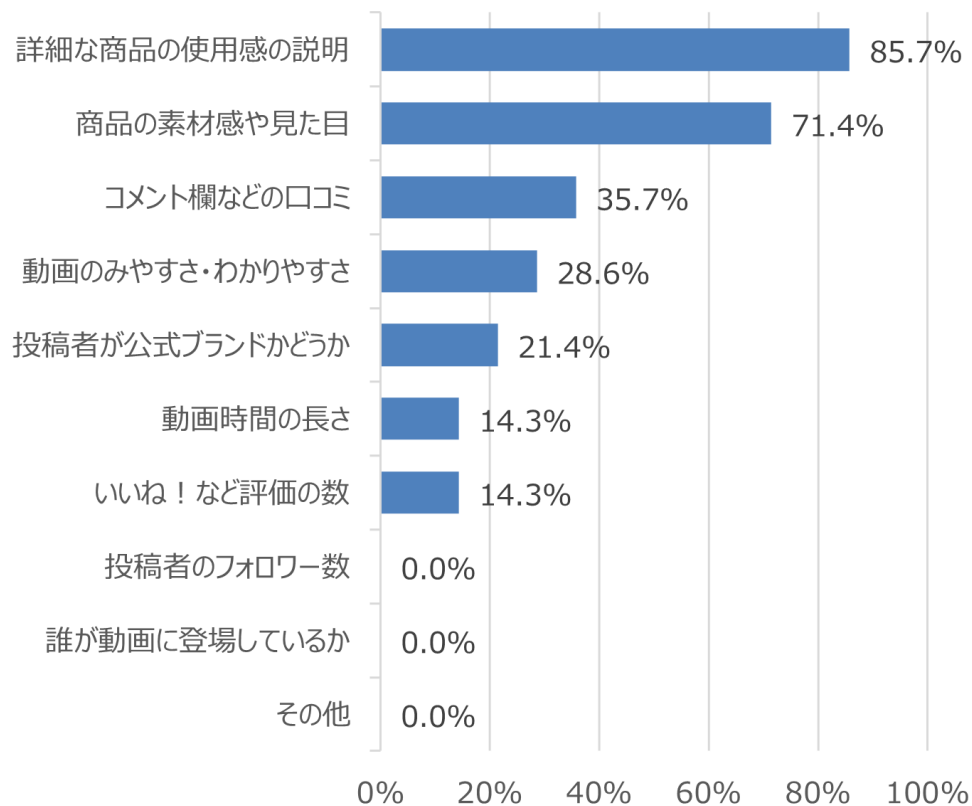
■ 40代



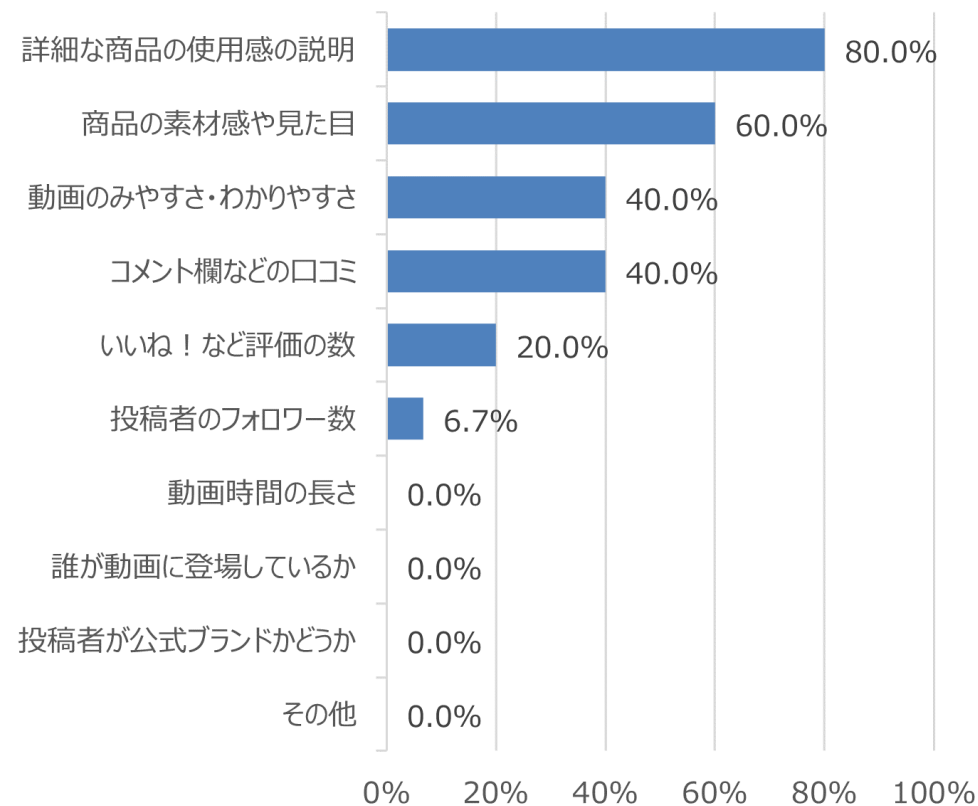
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 50代



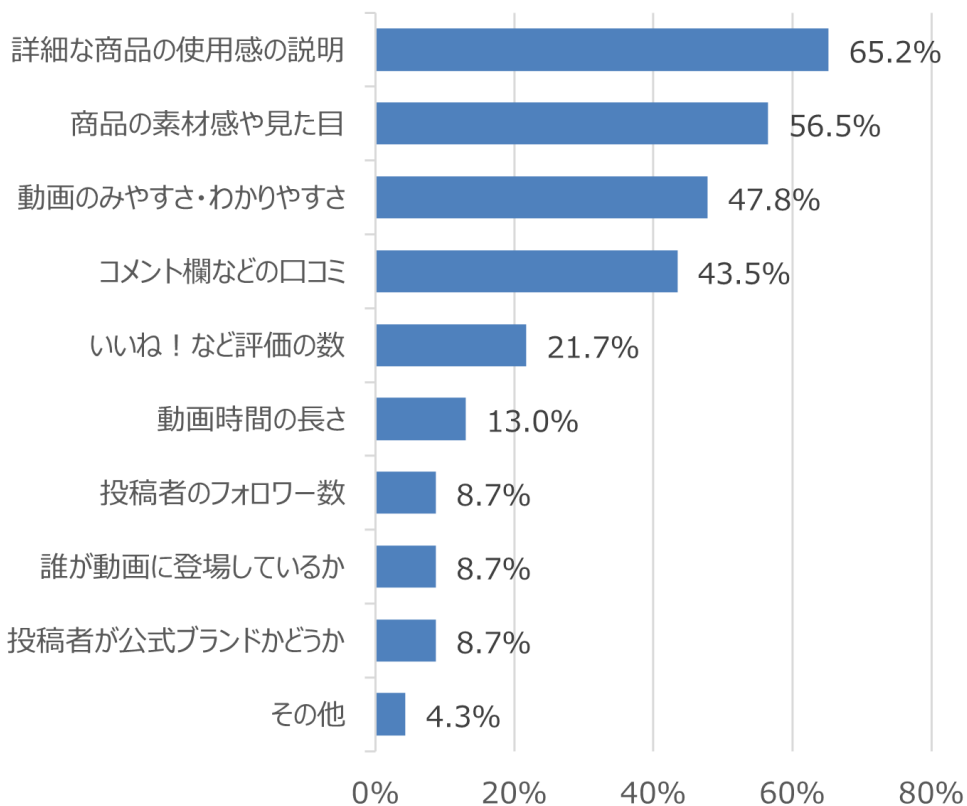
■ 60代以上



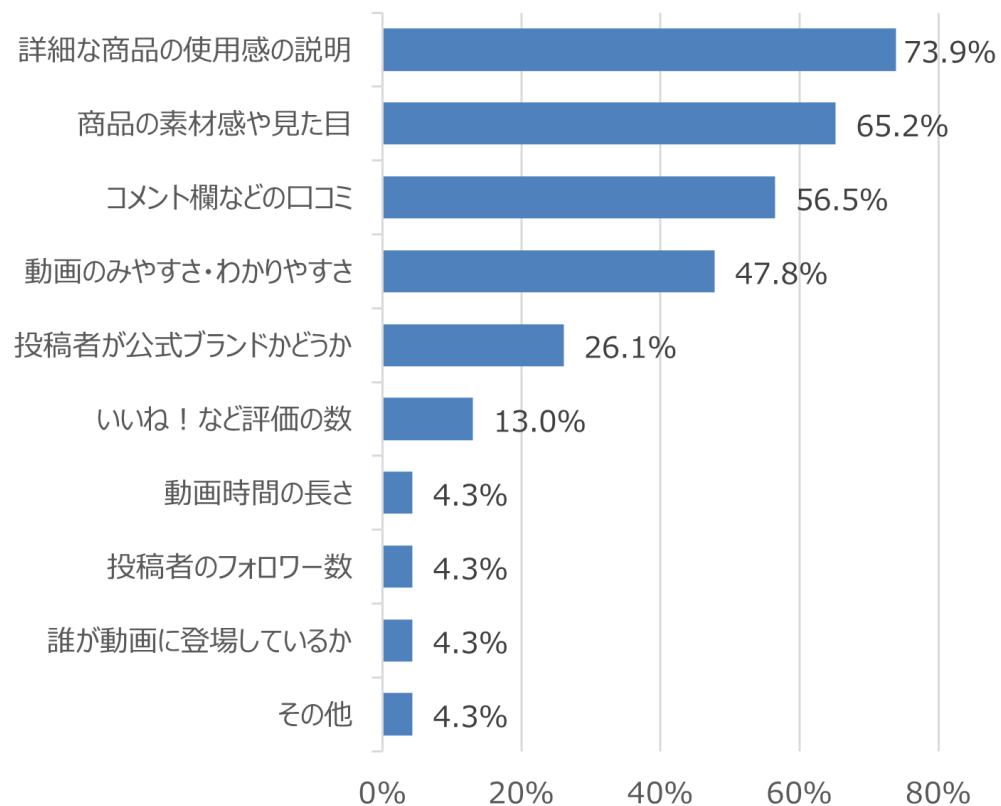
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



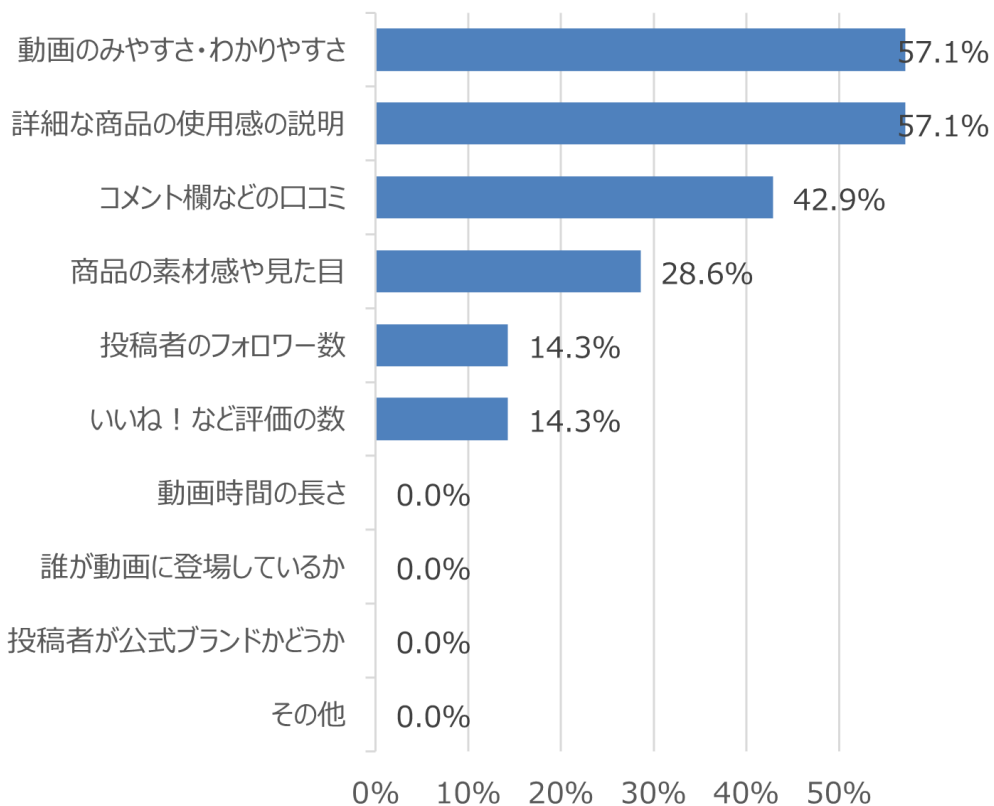
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



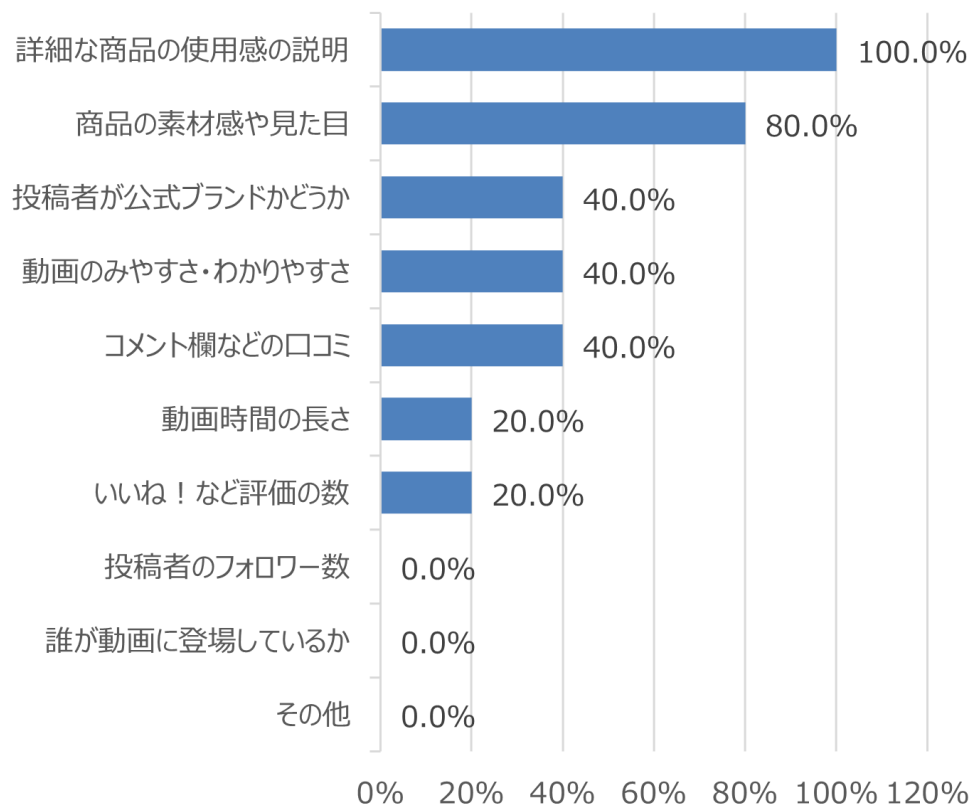
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



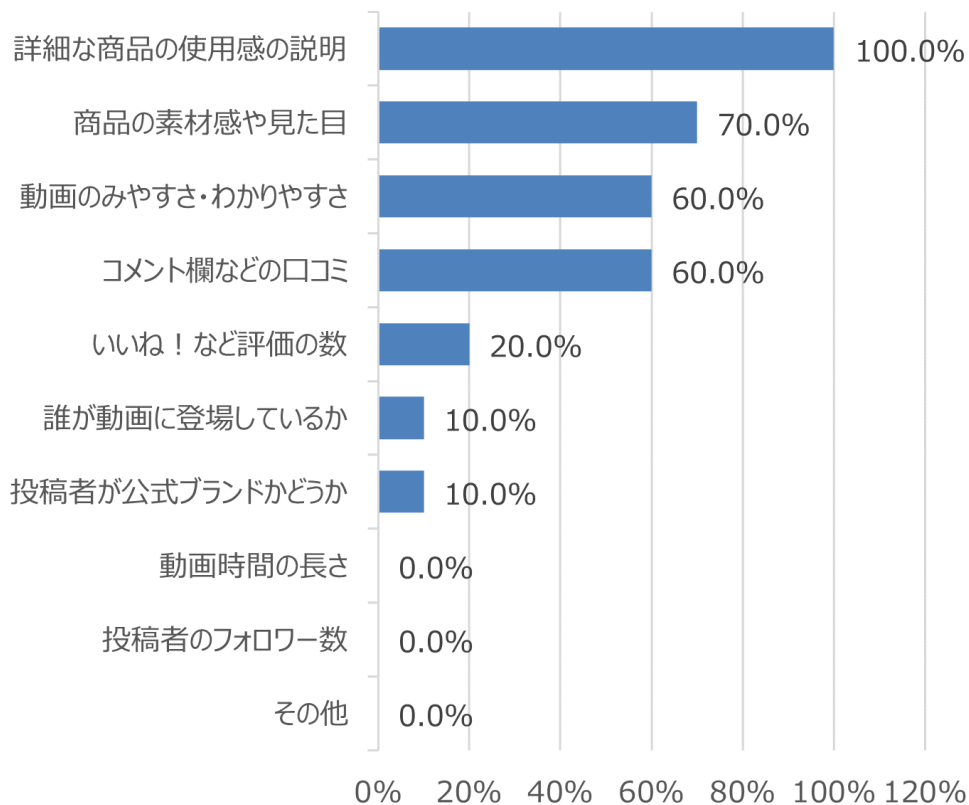
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



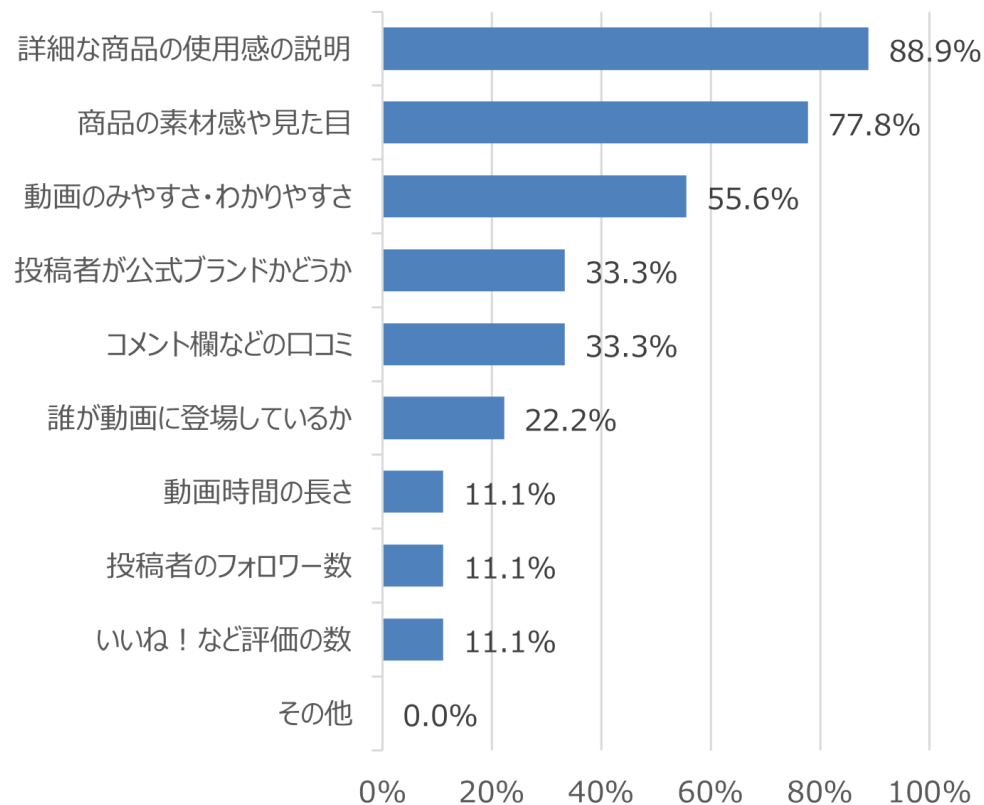
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



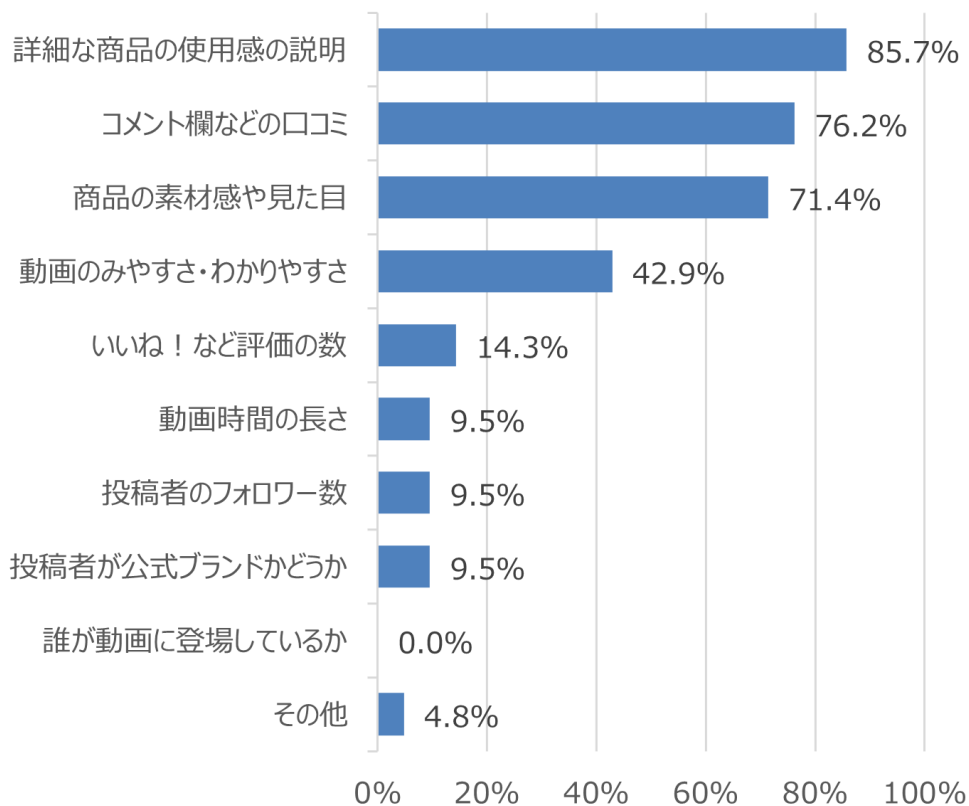
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



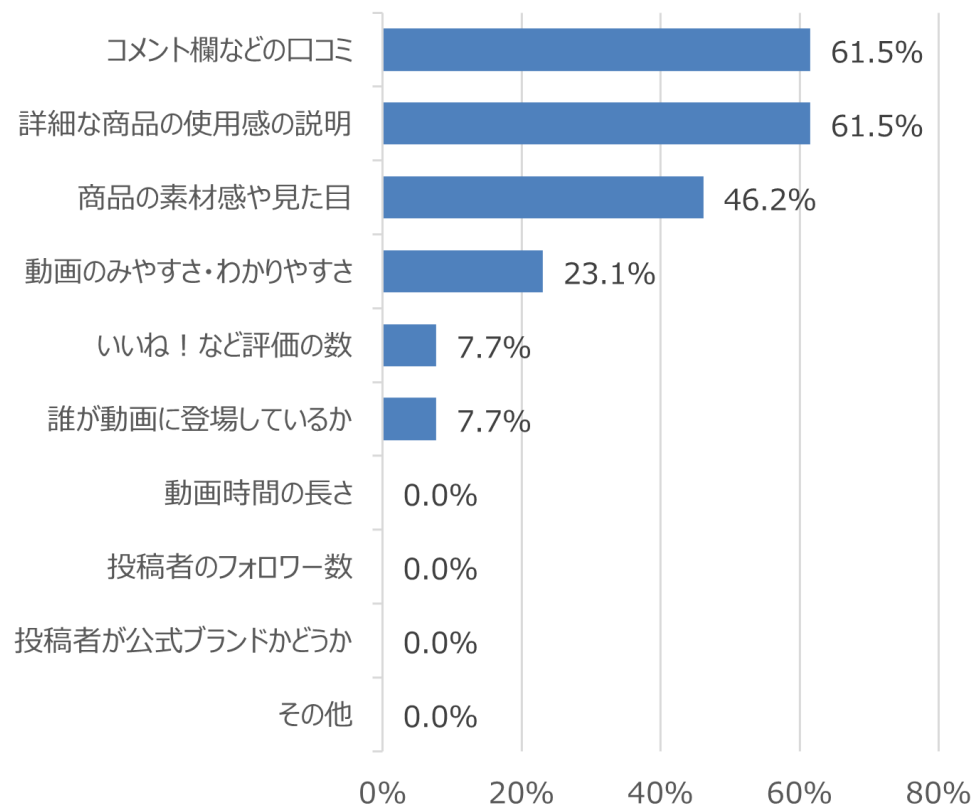
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



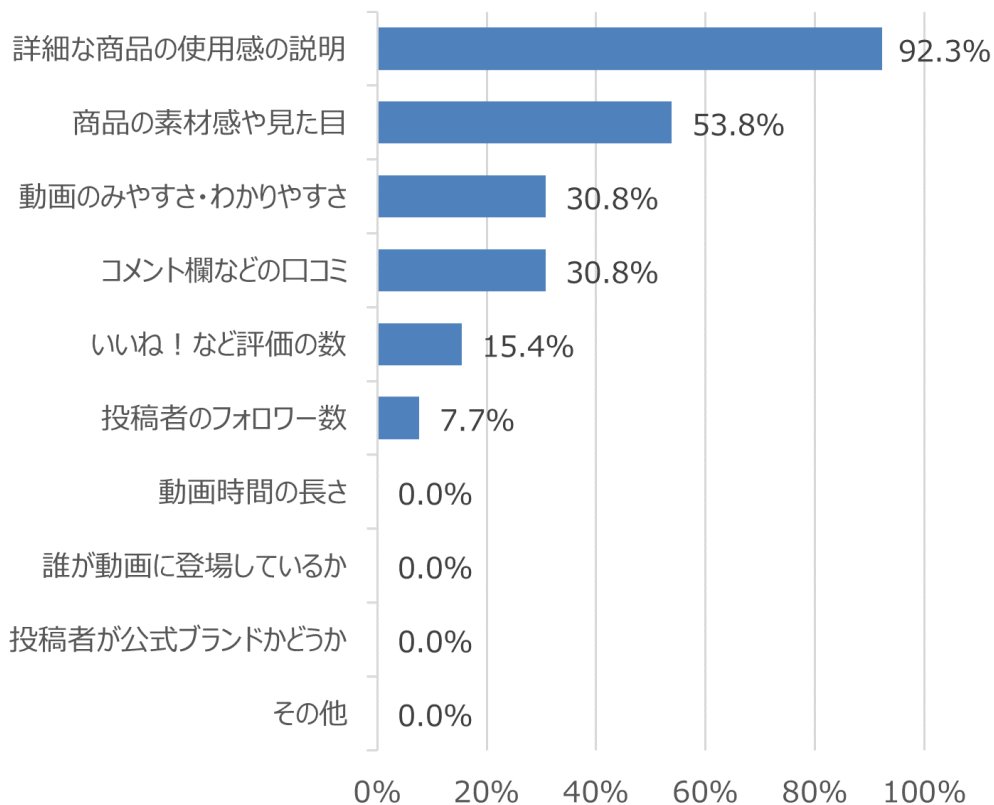
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



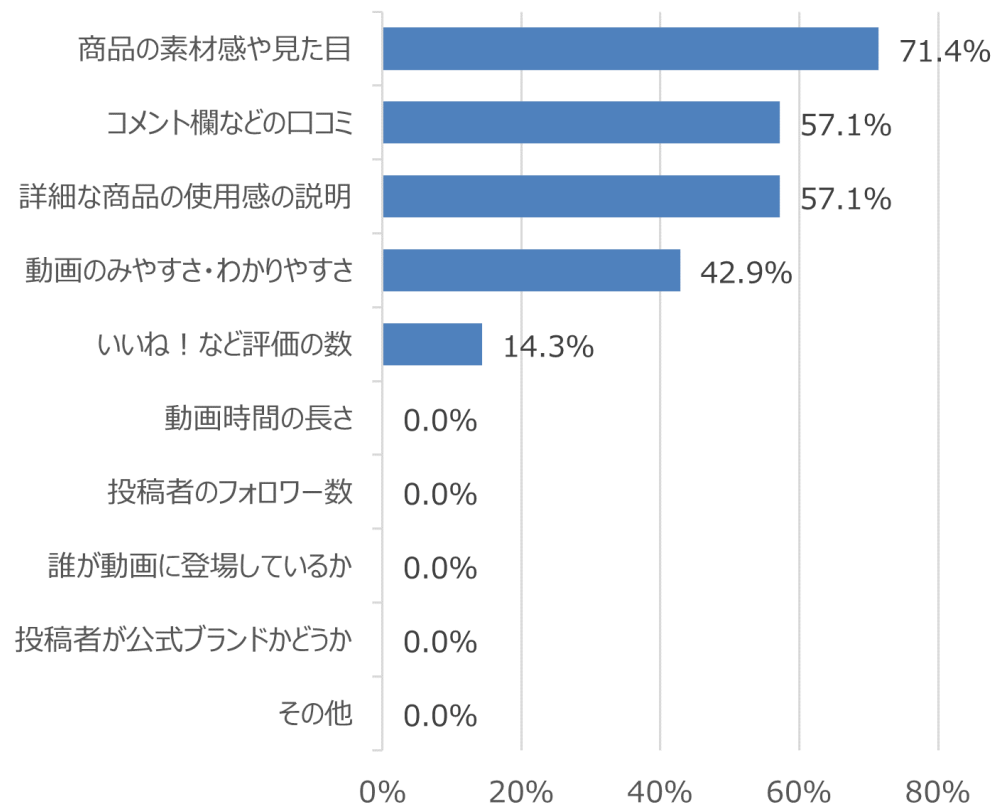
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.商品紹介動画を見て購入の決め手となるものはなんですか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

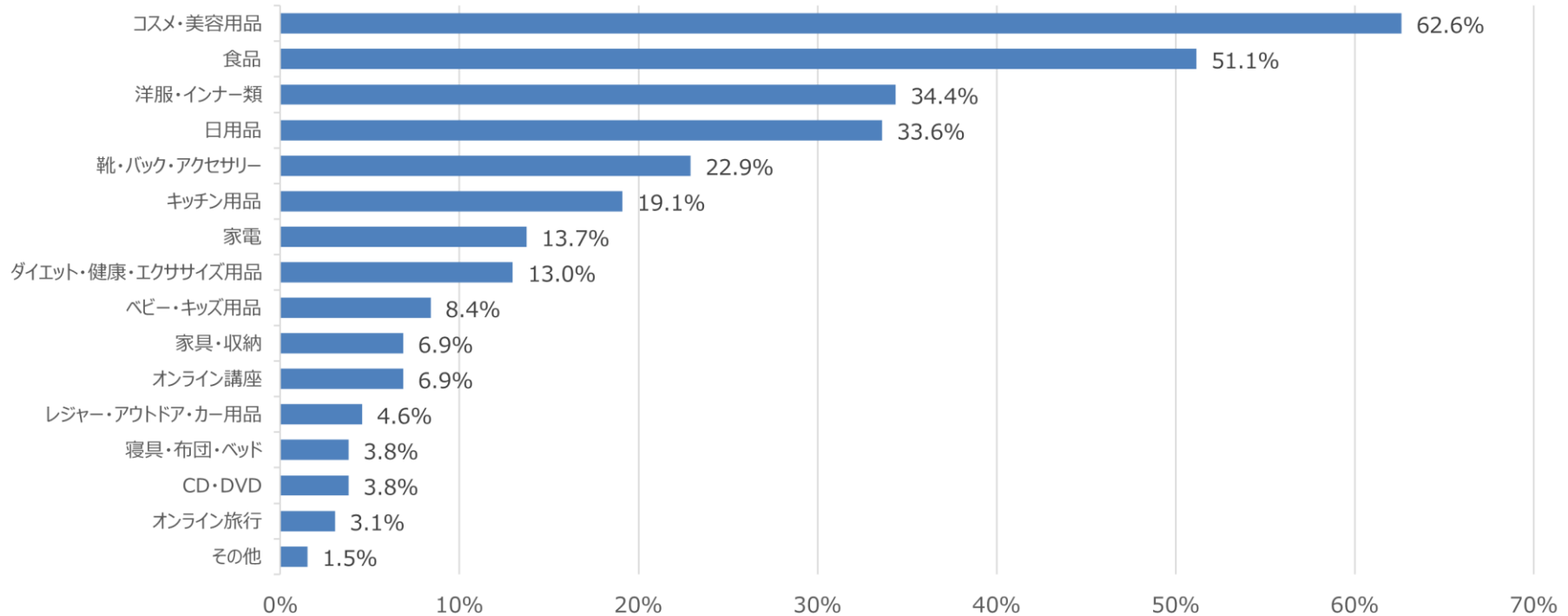


■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものを買いましたか？

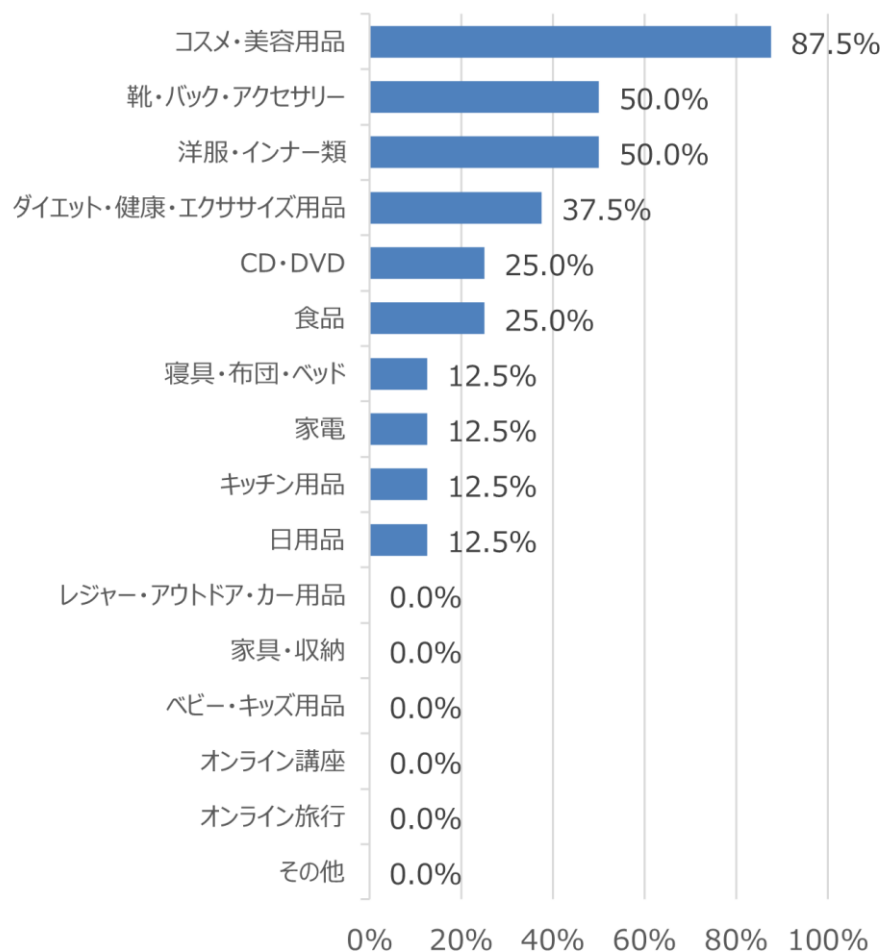


SNSでの動画視聴をきっかけにして購入しているのは「コスメ・美容品」6割、「食品」5割。美容系インフルエンサーやお料理動画の人気の背景にあると考えられる。特にコスメに関しては、動画で肌に乗せたときの色を確認できる点が評価されているようだ。また、「洋服・インナー類」や「日用品」に関しても、着用感や使用感、サイズ感を動画で伝えることができれば購入へつなげると予想される。年代別に見た場合に特徴的だったのは、40代以下が「コスメ・美容品」の購入を1番にあげていることに対して、50代以上は「食品」が1番となっている点だ。年代により興味の対象がことなることが現れている。

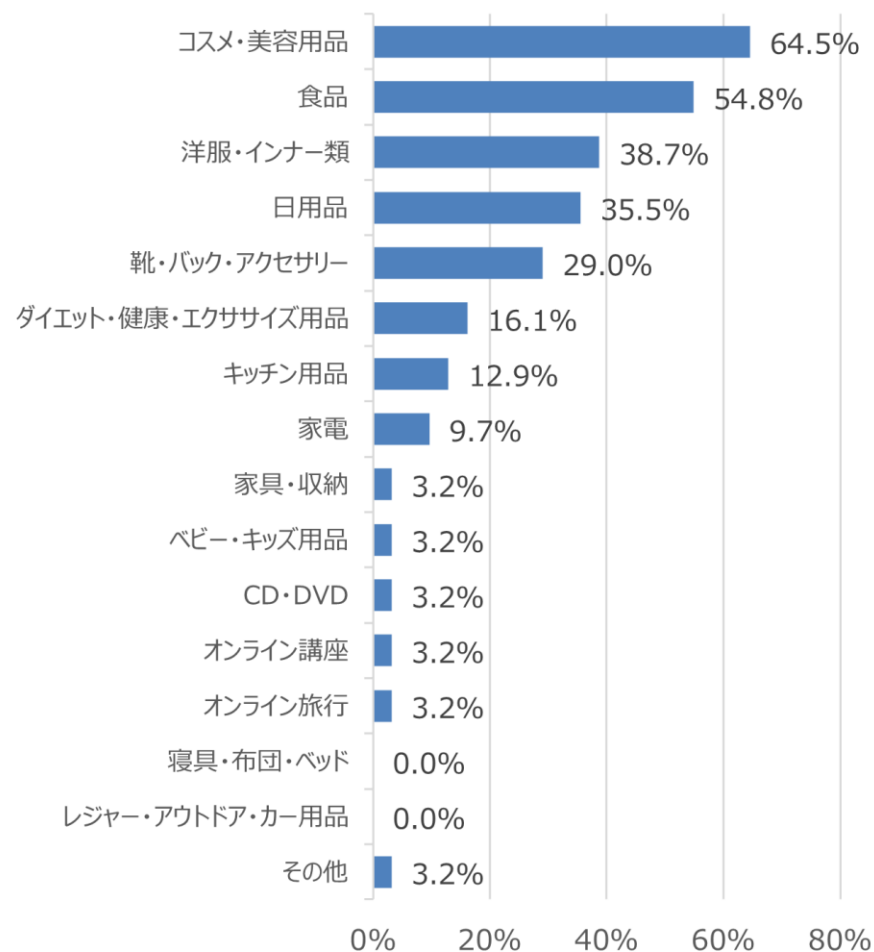
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ 10代



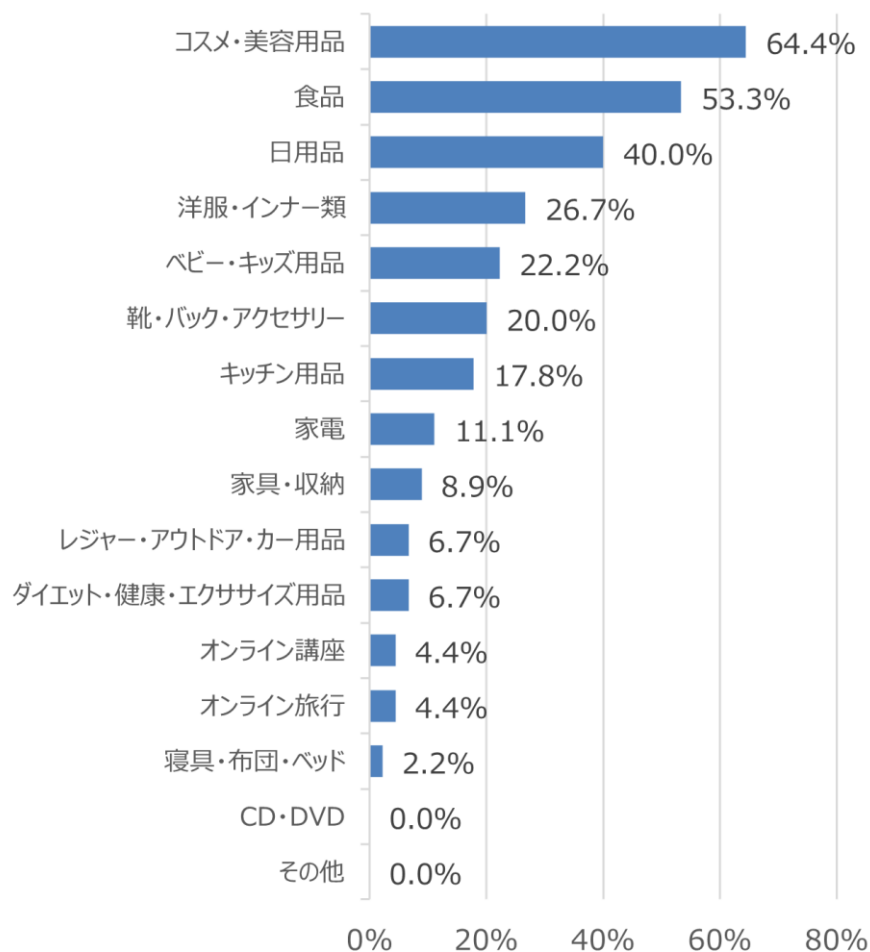
■ 20代



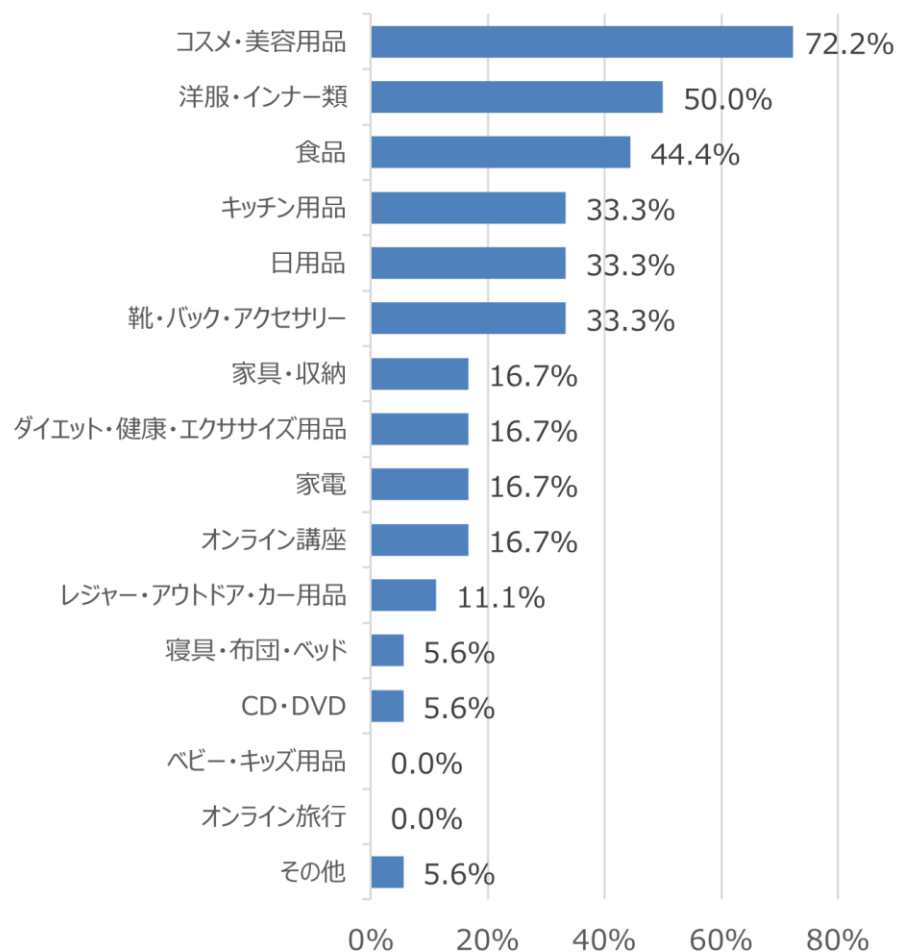
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものを購入しましたか？

■ 30代



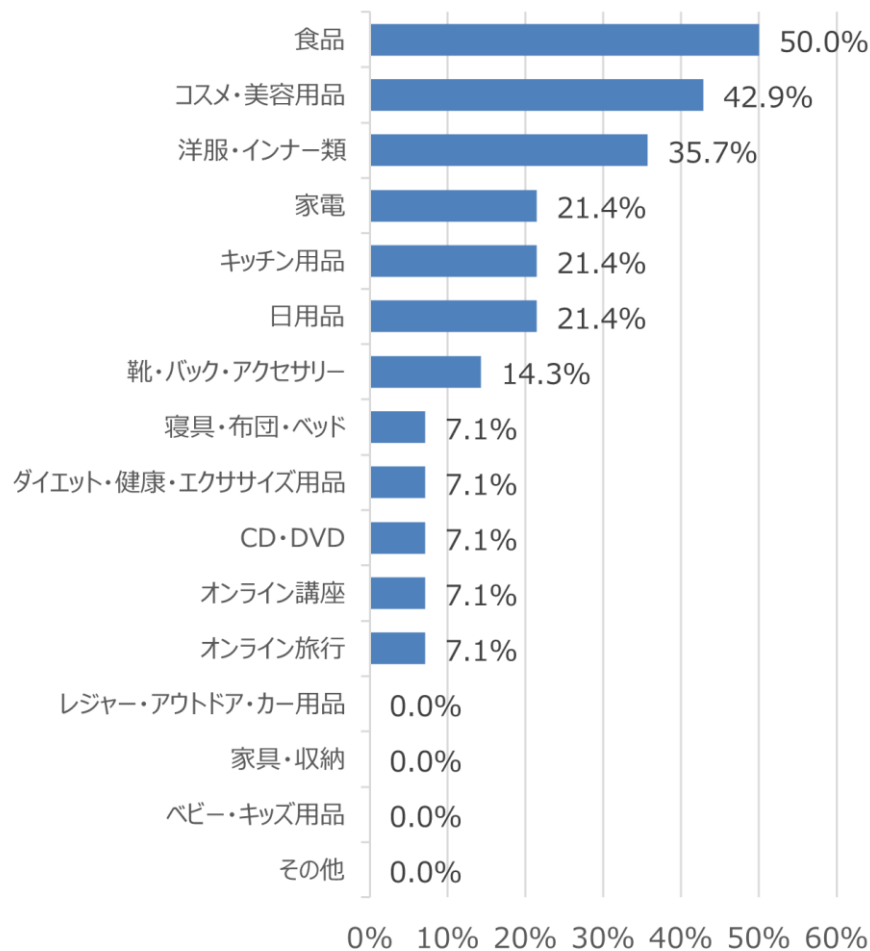
■ 40代



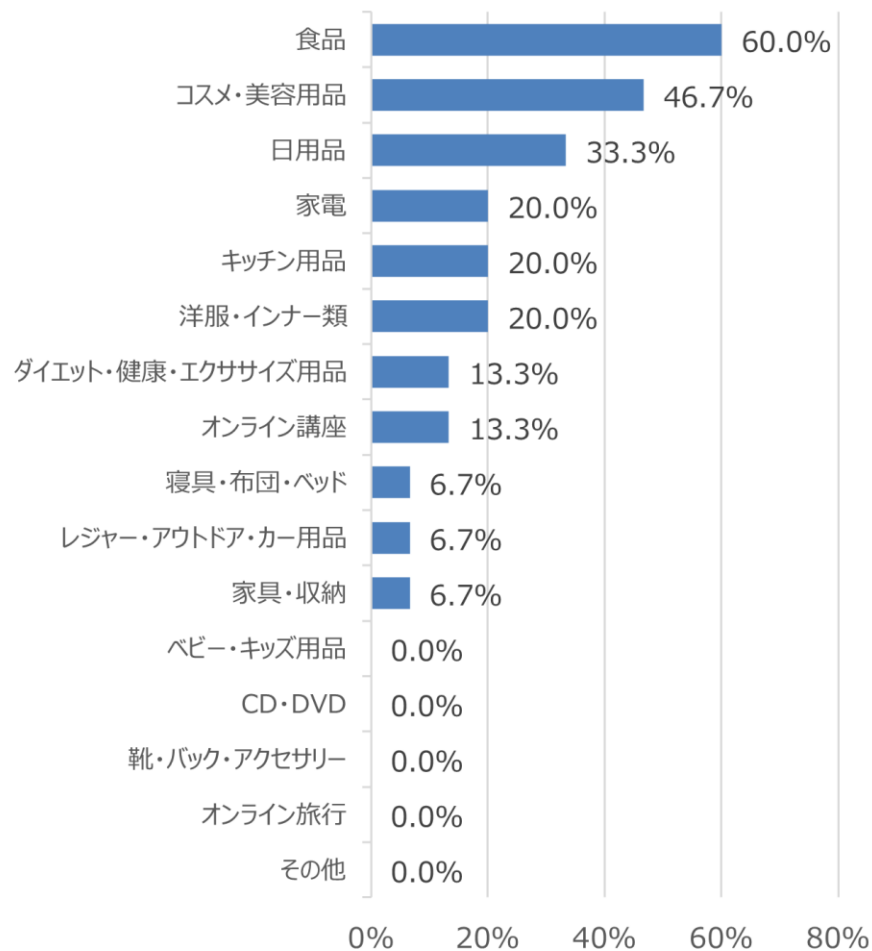
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ 50代



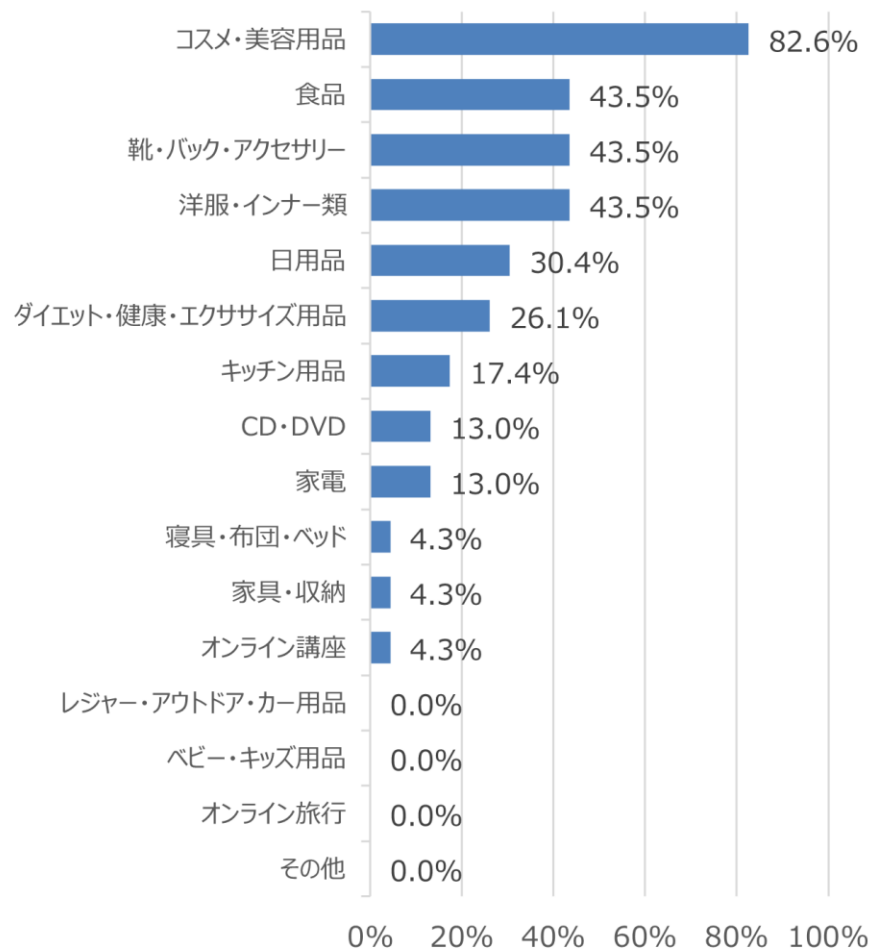
■ 60代以上



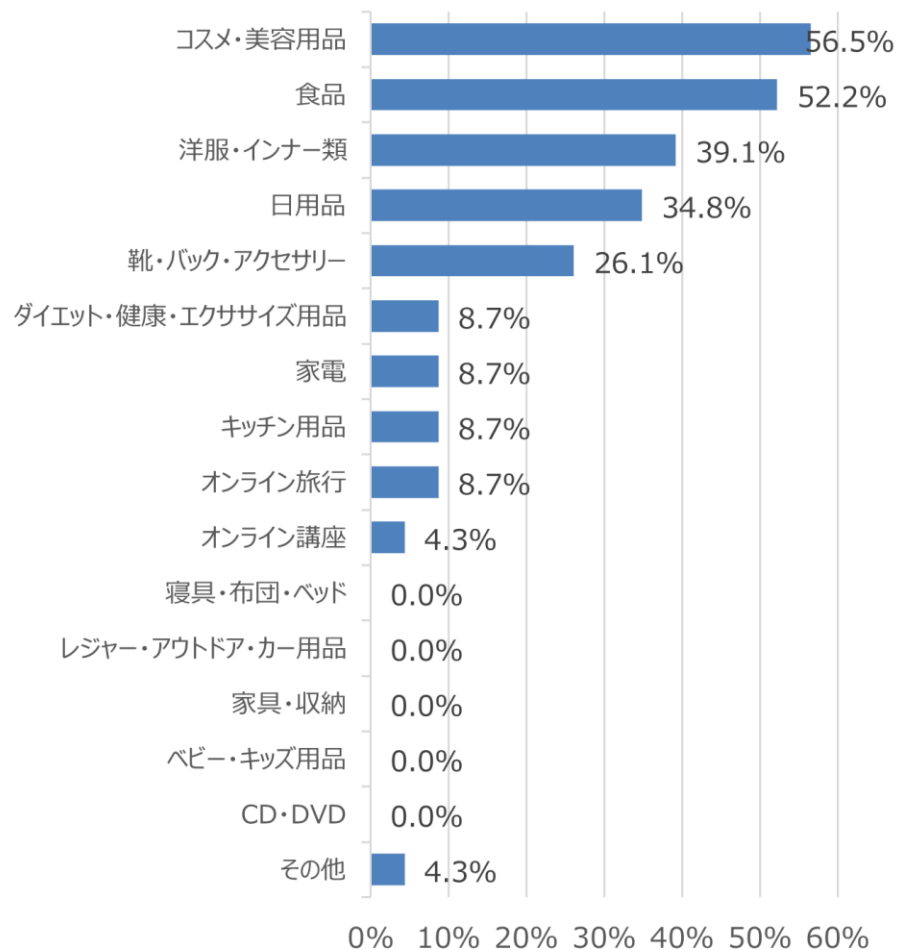
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



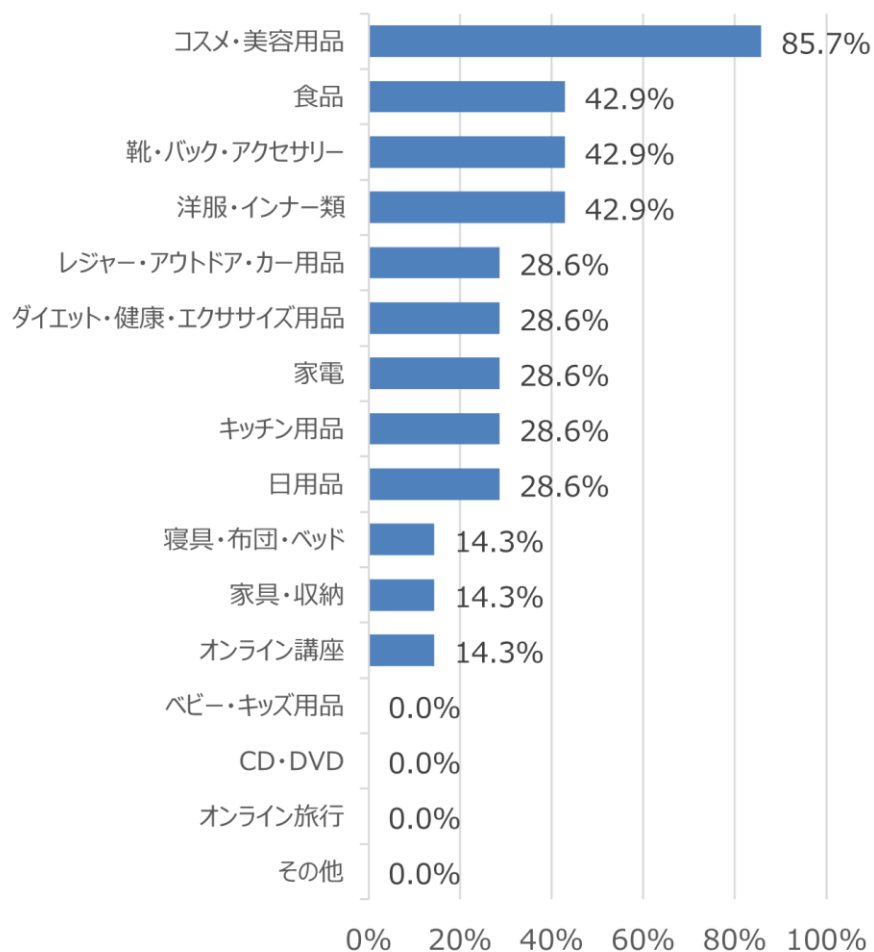
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



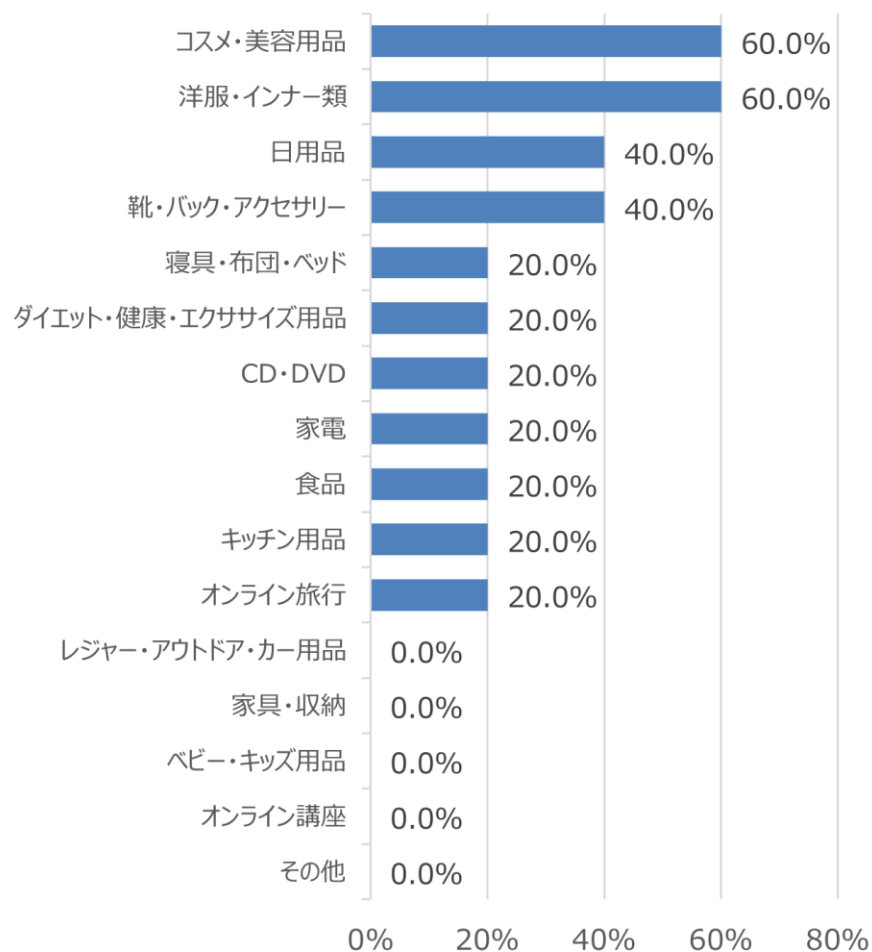
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



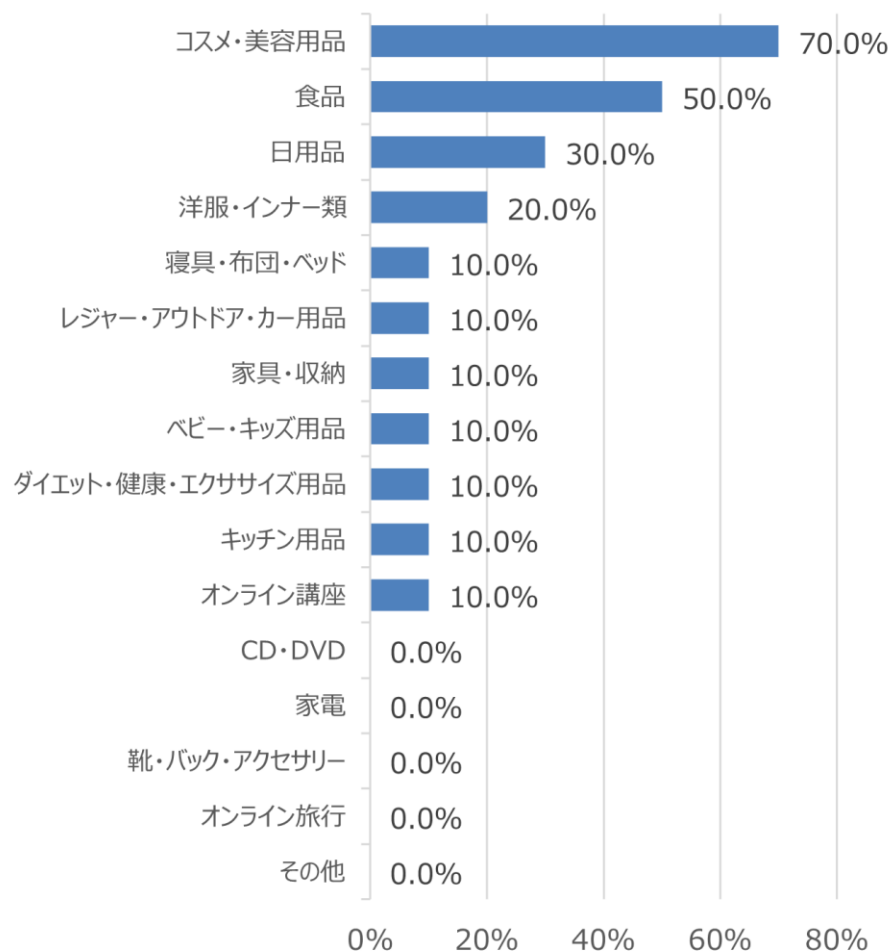
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



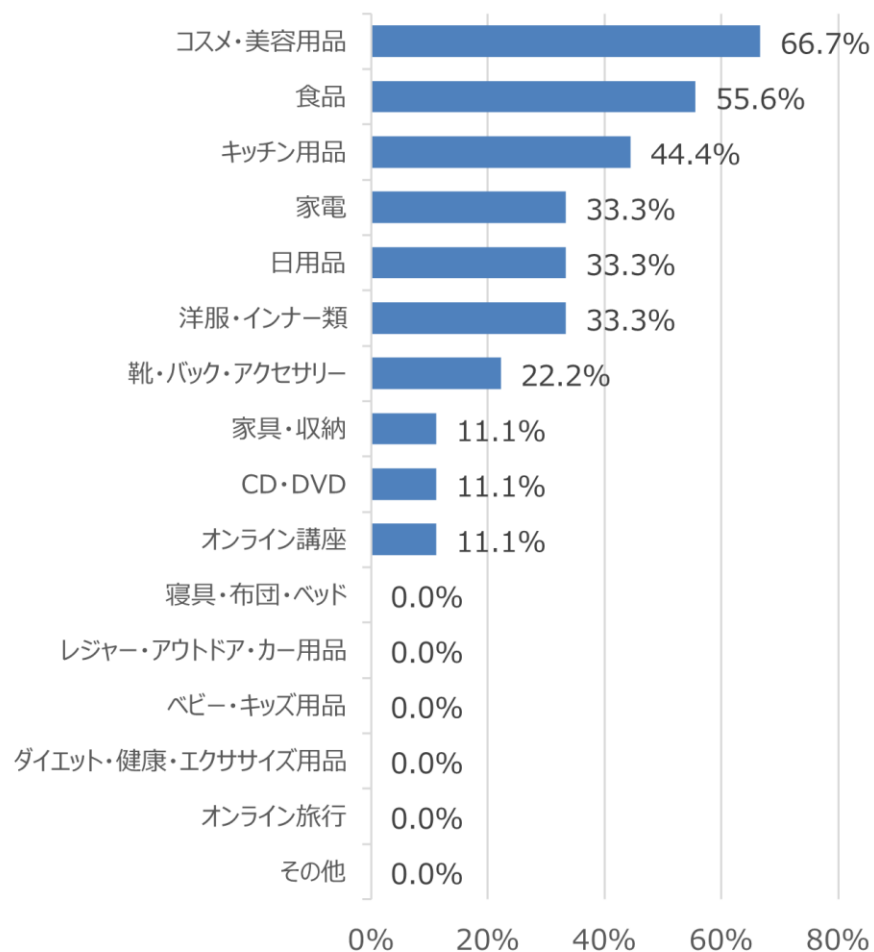
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



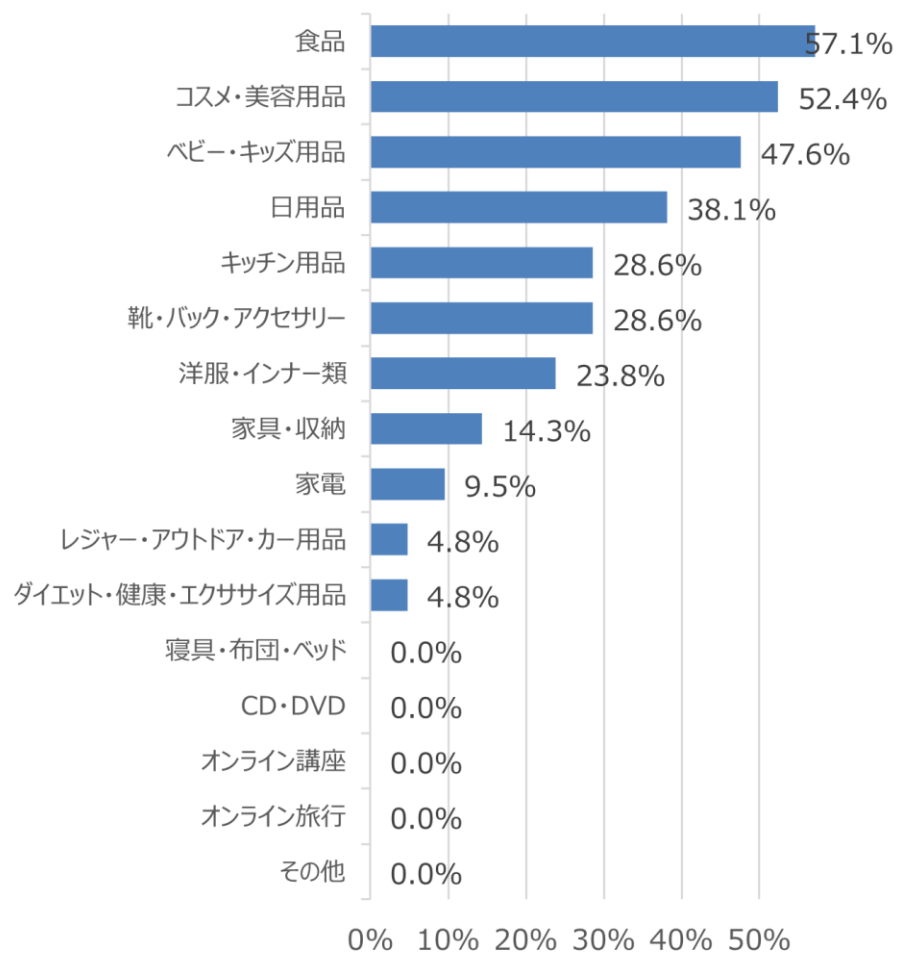
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



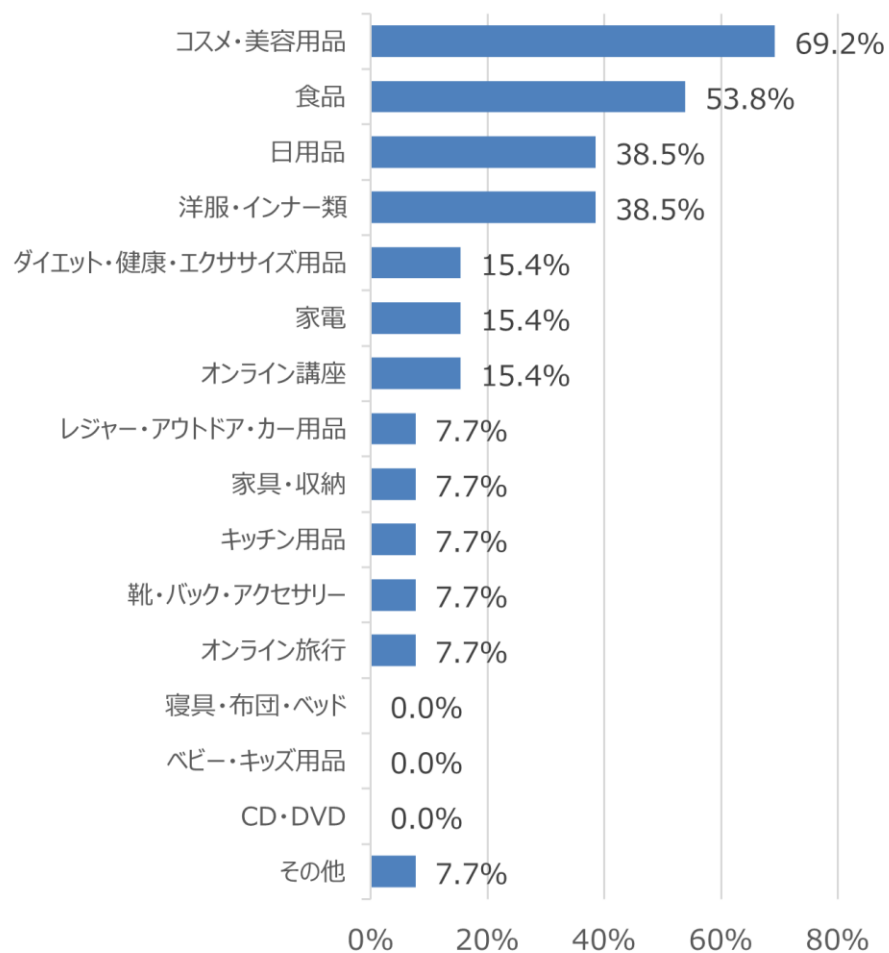
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



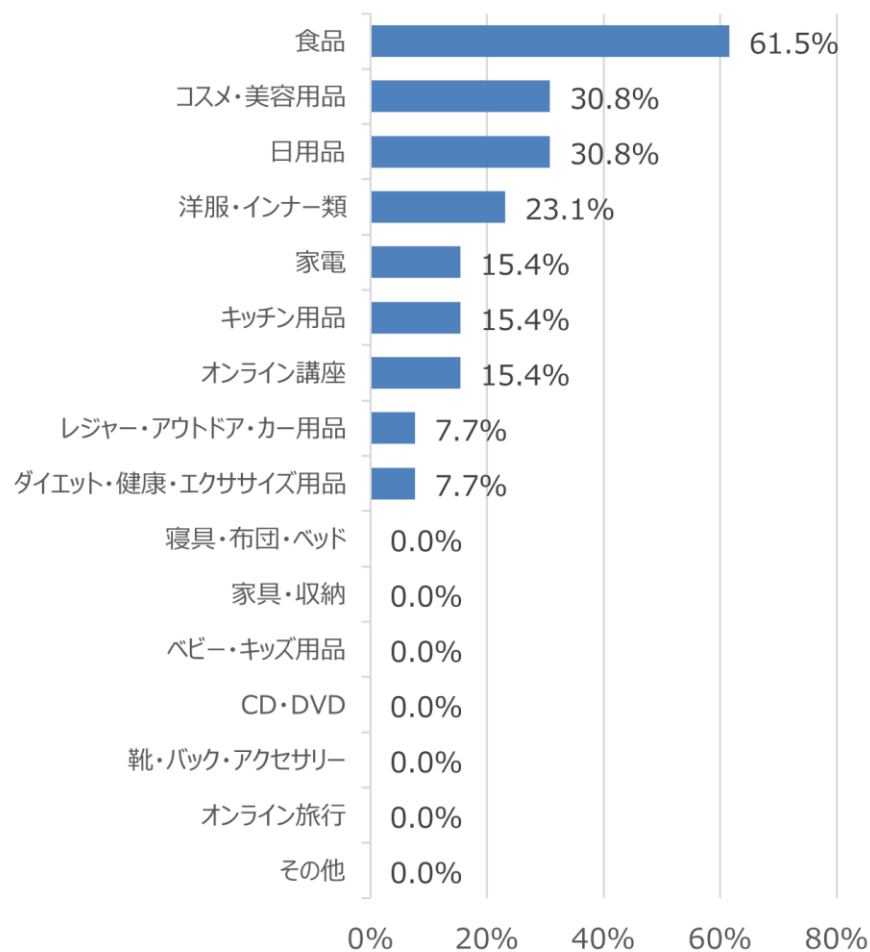
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



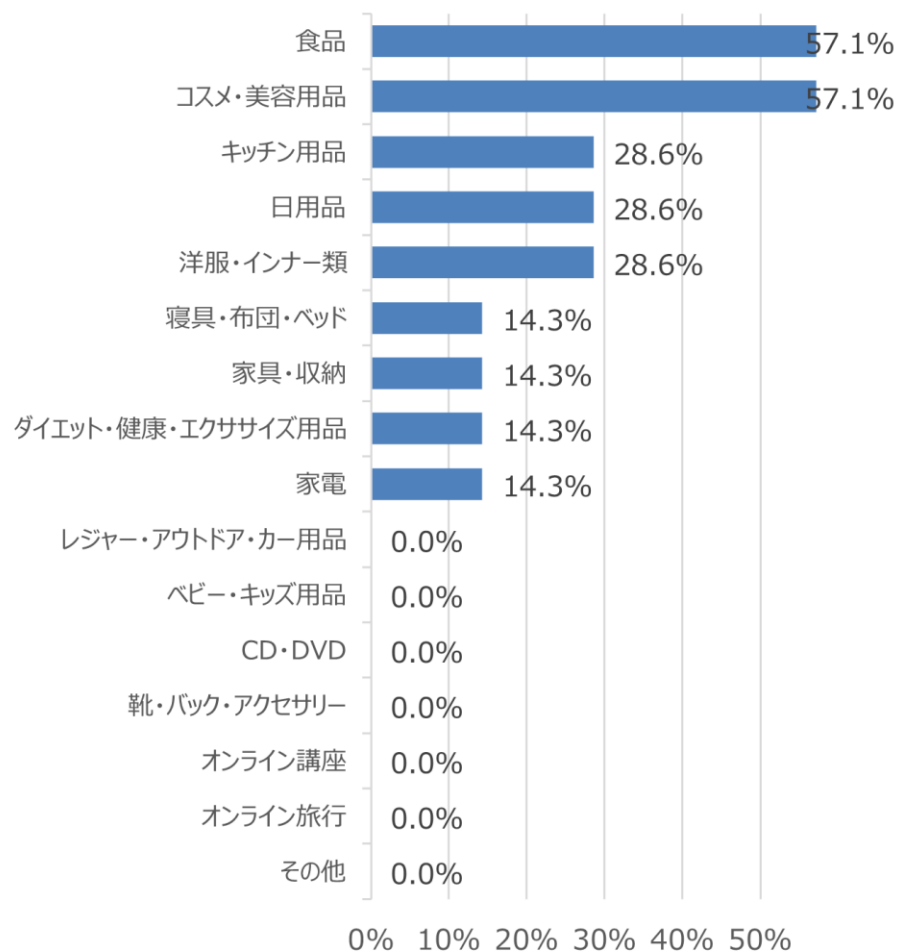
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.SNS投稿動画を視聴してどのようなものをご購入しましたか？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）



■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q21. 購入した商品を具体的に教えてください。

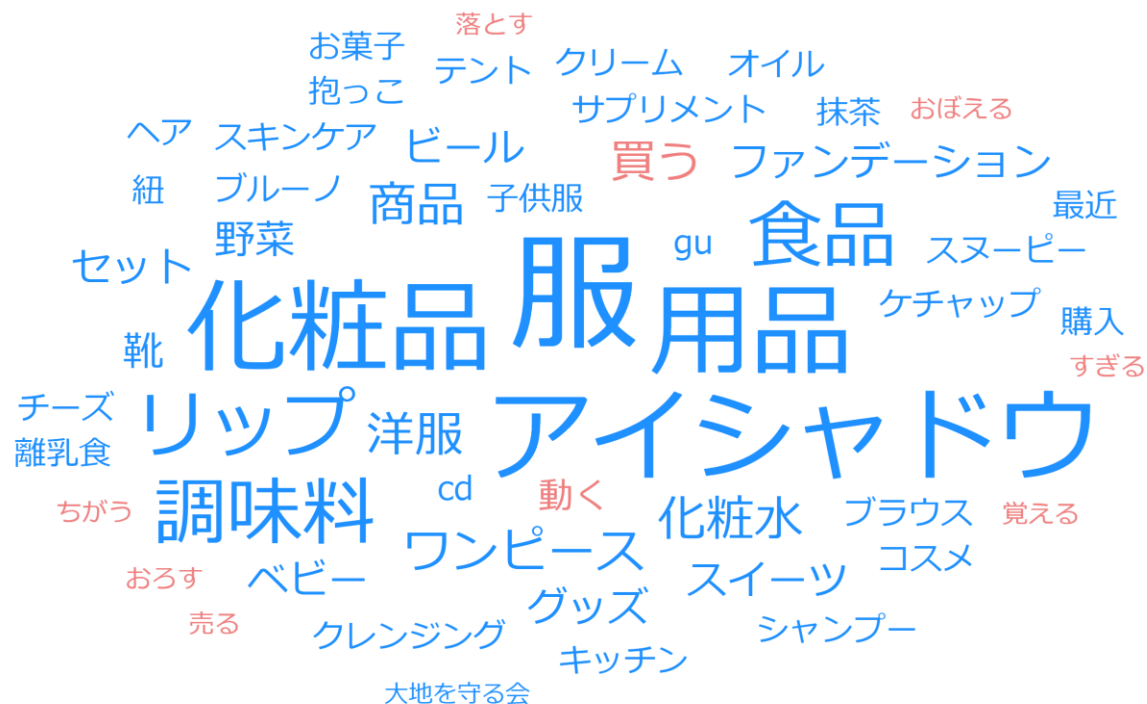
居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
茨城県	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	ヨギボー、野菜宅配サービス（大地を守る会、みためとあじはちがう店）
福岡県	30代	未就業・無職	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	化粧下地とか
群馬県	50代	正社員	ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）	ブラウス ベスト シーツ
愛知県	20代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	子供服、化粧品
奈良県	60代以上	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	オリーブオイル
埼玉県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	トミカおもちゃ、鬼滅の刃グッズ
神奈川県	60代以上	アルバイト・パートタイム	セカンドライフ（65歳～）	毛布、シャツ、化粧品、雑貨
愛知県	40代	アルバイト・パートタイム	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	トレーニングウェア、カインズの収納グッズ、シママラやユニクロなどのプチプラ系、百均の便利グッズ、サプリメント、健康食品、KALDIの食品
宮城県	30代	アルバイト・パートタイム	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	ソープディスペンサー ベビー用品
愛知県	60代以上	専業主婦	セカンドライフ（65歳～）	スポーツブラ、スパッツ、
長野県	30代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	着圧レギンスのグラスマスパッツ、電池、beeの子供服
愛知県	50代	正社員	ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）	マヨネーズ しょうゆ
愛知県	20代	専業主婦	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	資生堂のアイシャドウ
岡山県	30代	専業主婦	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	ヨガマット、ホットサンドメーカー、テント、焚き火セット、
東京都	20代	正社員	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	ナッツ、スキンケア(化粧水、乳液)
東京都	50代	アルバイト・パートタイム	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	花王のキュレルメイク落としジェ パナソニックのジアイーノ ダイソンのドライヤー
静岡県	20代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	ワンピース、イヤリング、ショルダーバッグ、リップ
福岡県	50代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	ハーゲンダッツ カップアイス
東京都	40代	正社員	中堅シングル（単身就業者／40～49歳）	アウトドアのテントセット 電動自転車 4KのTV 高級うどんセット
静岡県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	オムツ、クリーム、チーズ、マザーズバック

■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q21. 購入した商品を具体的に教えてください。

■ユーザーローカル テキストマイニングツール (<https://textmining.userlocal.jp/>) による分析

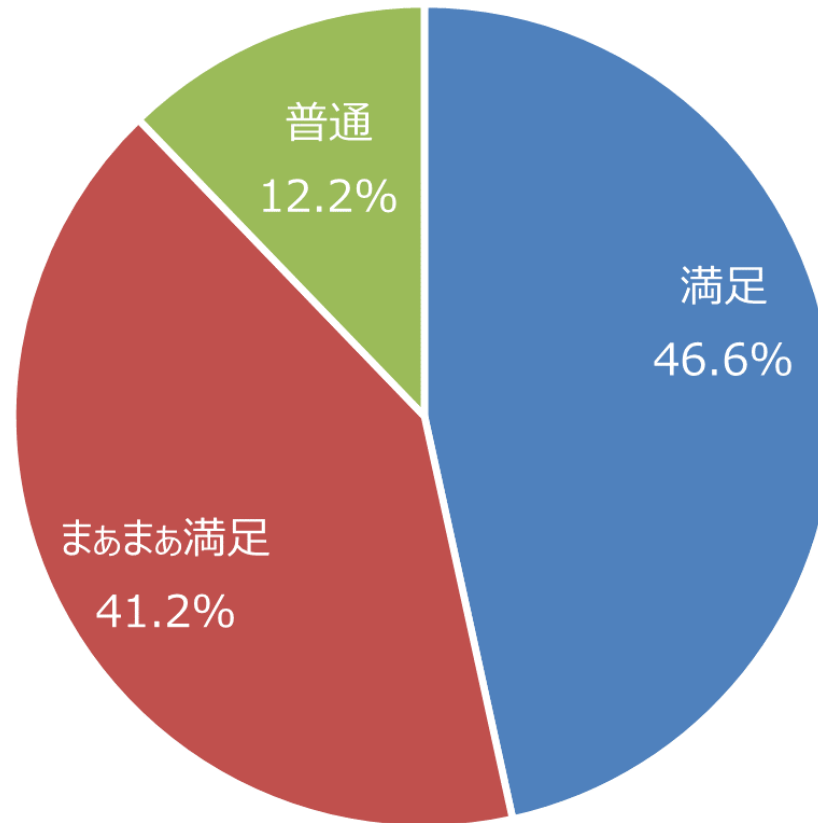
ワードクラウド：スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさで図示しています。単語の色は品詞の種類で異なっており、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。



ファンデーションやアイシャドウといったコスメ関連のものを動画を見て購入したと回答した人が多かった。コロナ禍で実際に店頭で試せる機会が減ったことなどが背景にあると思われる。そのほかにも、丈やサイズ感が重要となるワンピースやジャケットを購入したとの声もあった。こちらはモデルが着用している動画ではなく、自分の身長や体型と近い、一般の人が着用している動画などを参考にし「使用の疑似体験」をし、購入につながっている。

■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

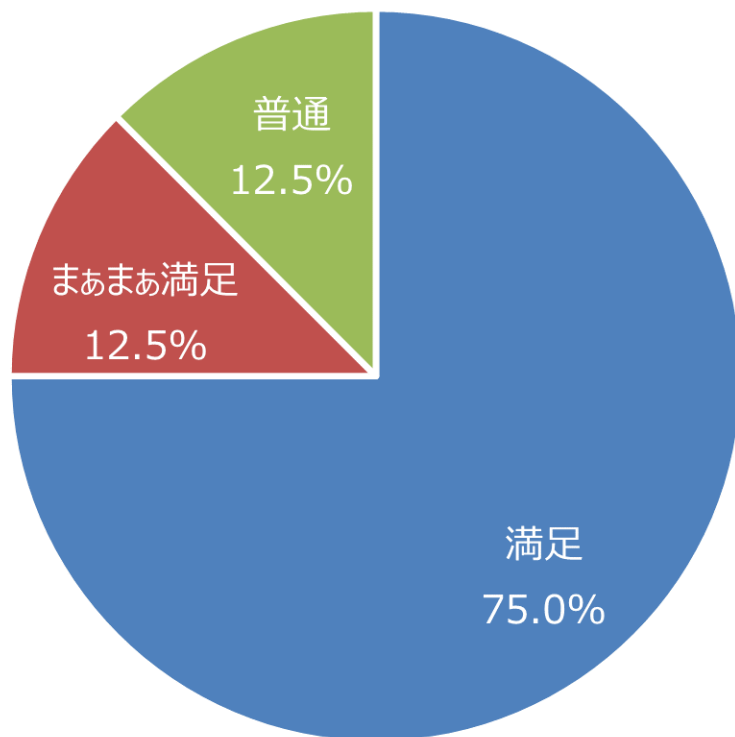


動画を参考にしての商品購入に「満足」46.6%。「まあまあ満足」を合わせると87.8%の女性が満足していることがわかる。また、驚くべきは「不満」「少し不満」という回答が全年代を通して0である点だ。実際に商品を手にとらずに購入した場合でも、動画で商品の詳細や使用感を伝えることができれば、購入後にも満足感を与えられるのだ。実店舗への来店が難しくなっている今、動画を利用した商品紹介や商品販売に、やはり力を入れるべきだろう。

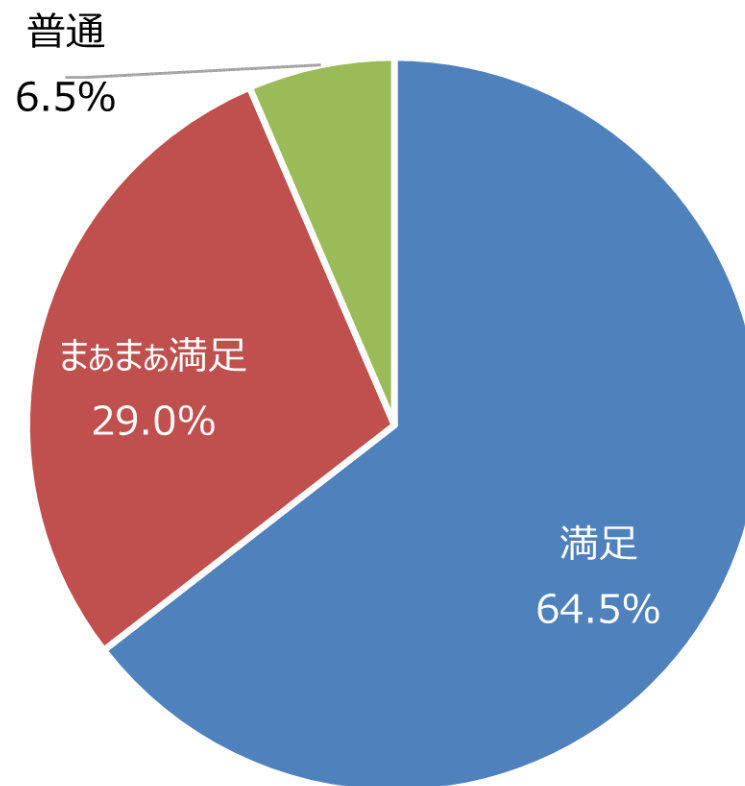
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ 10代



■ 20代



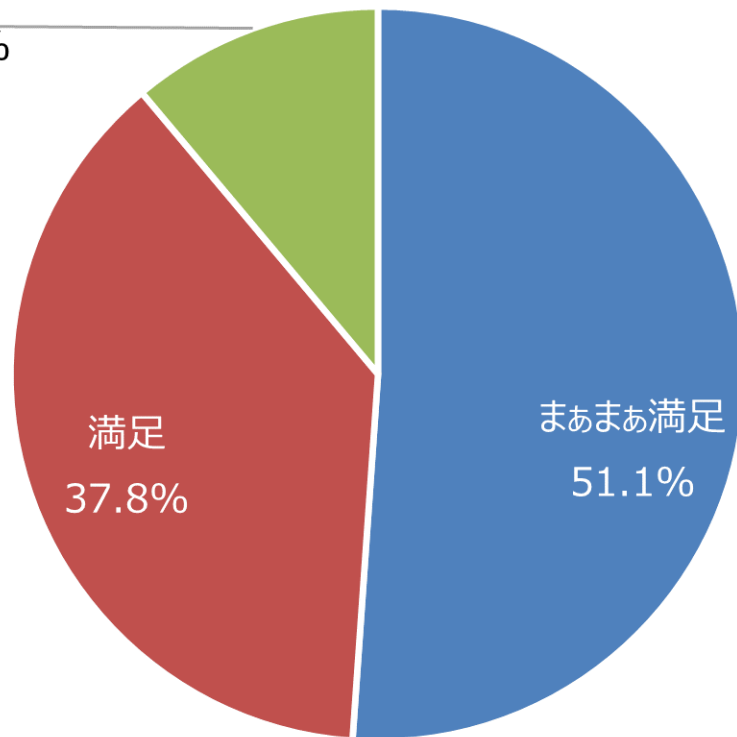
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

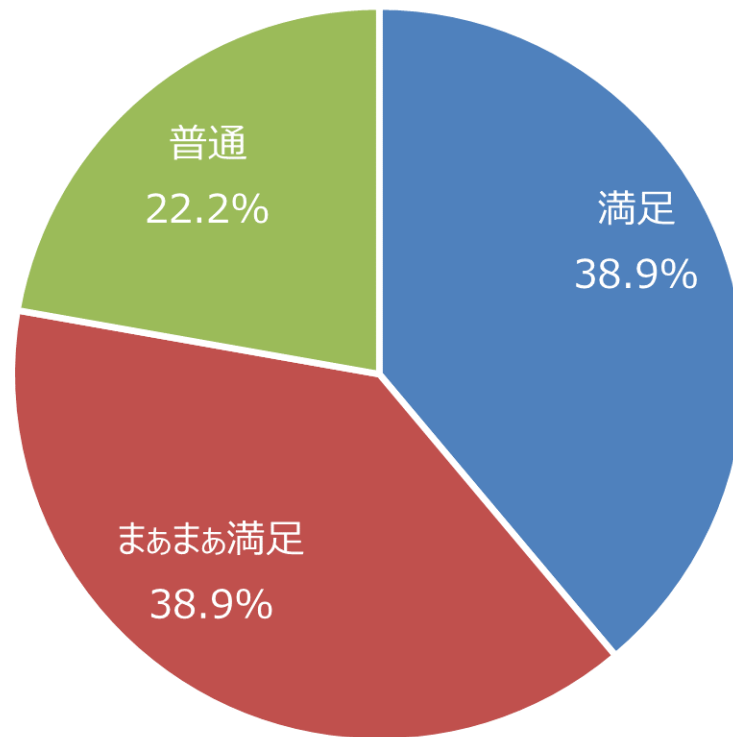
■ 30代

普通

11.1%



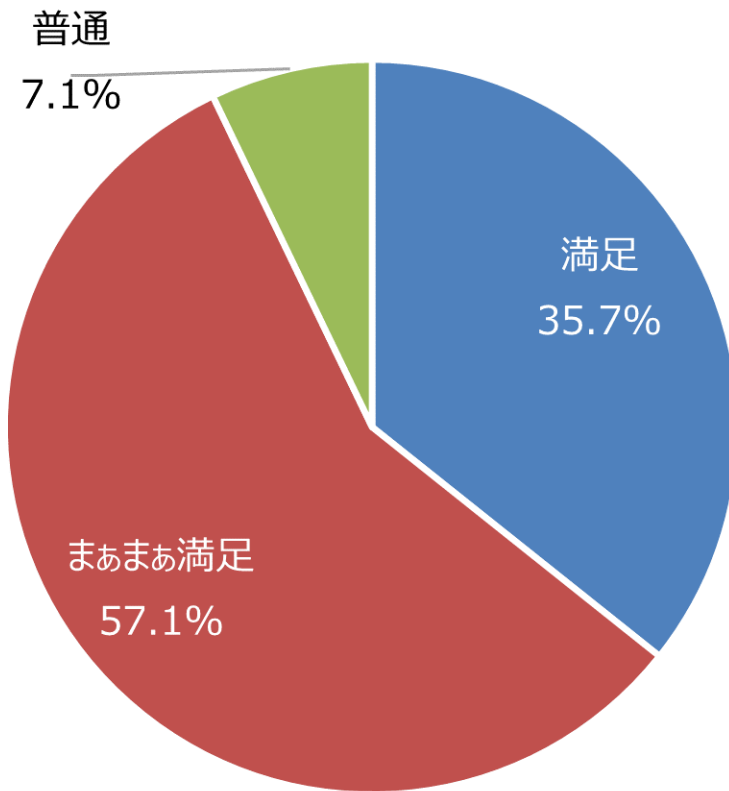
■ 40代



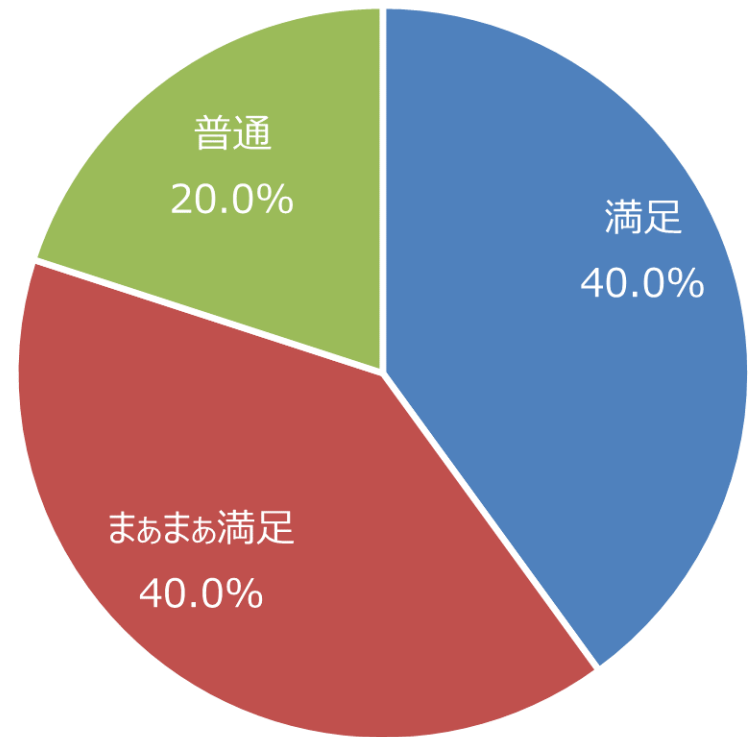
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ 50代



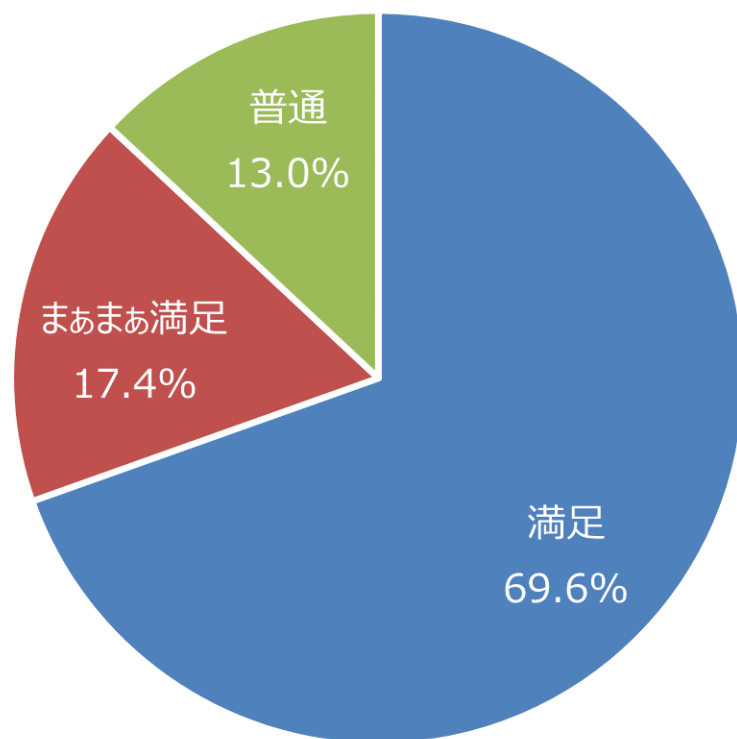
■ 60代以上



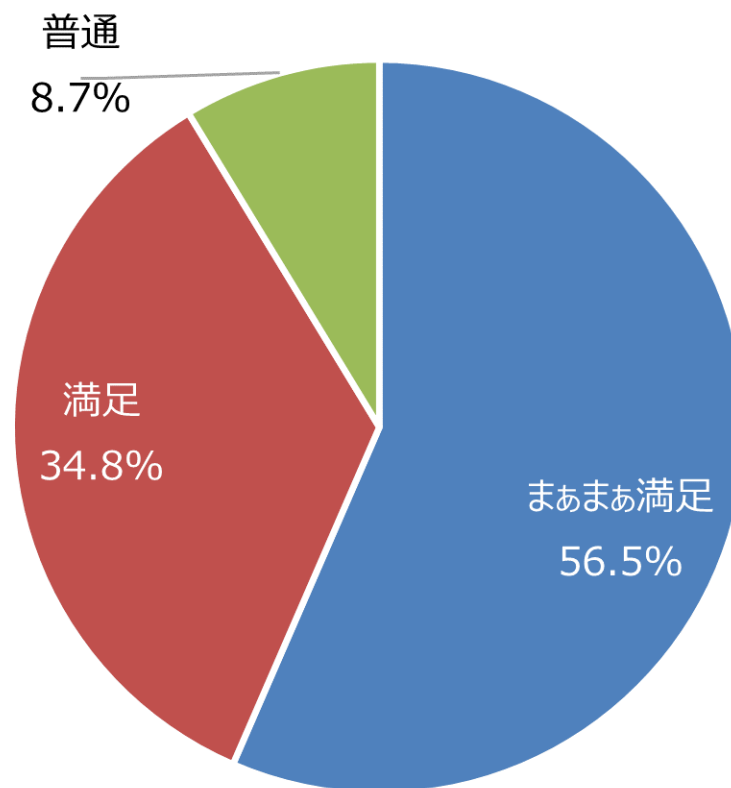
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



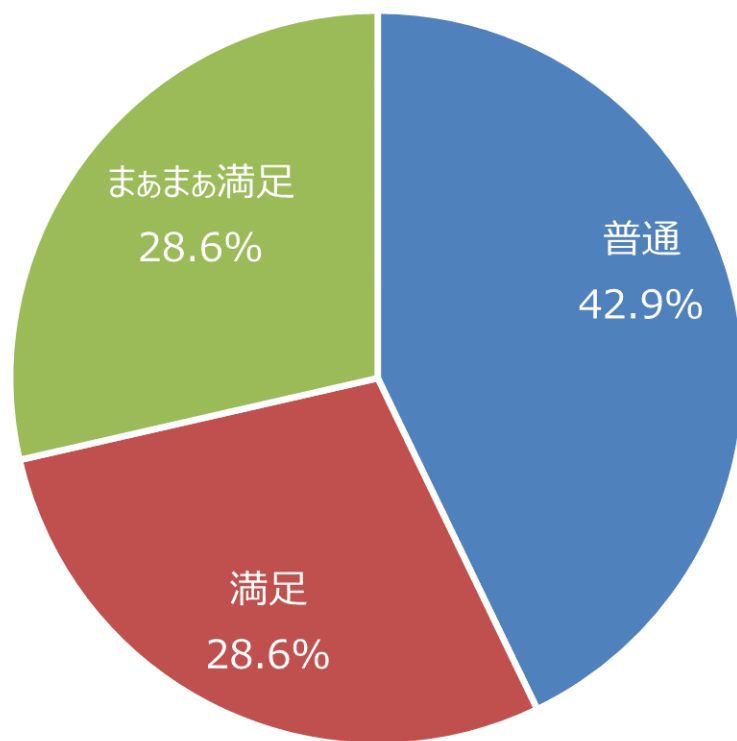
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



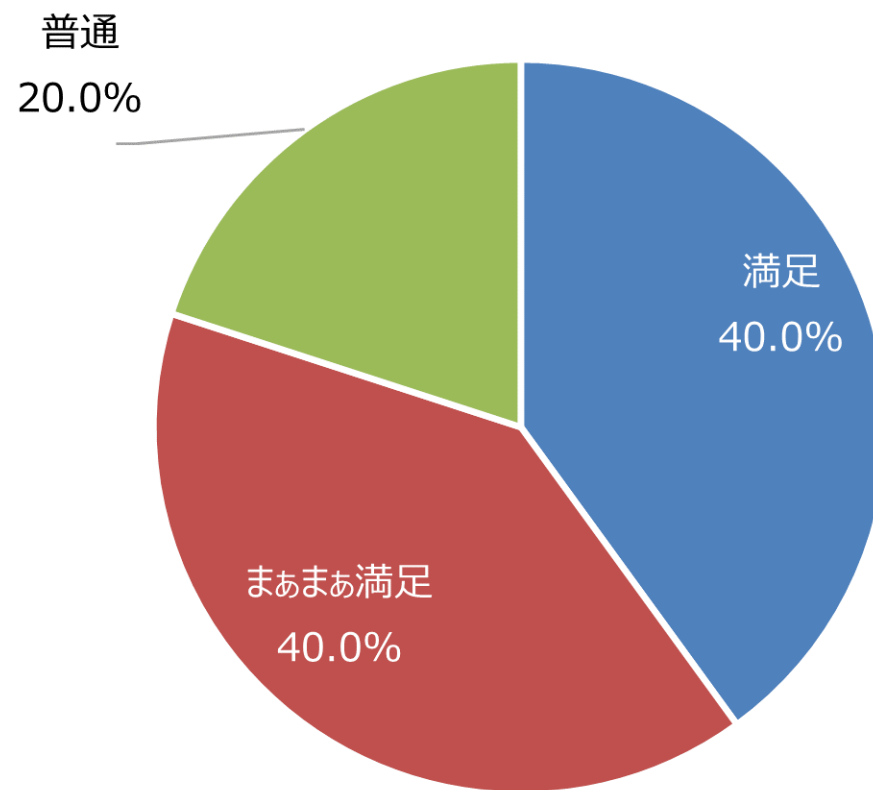
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

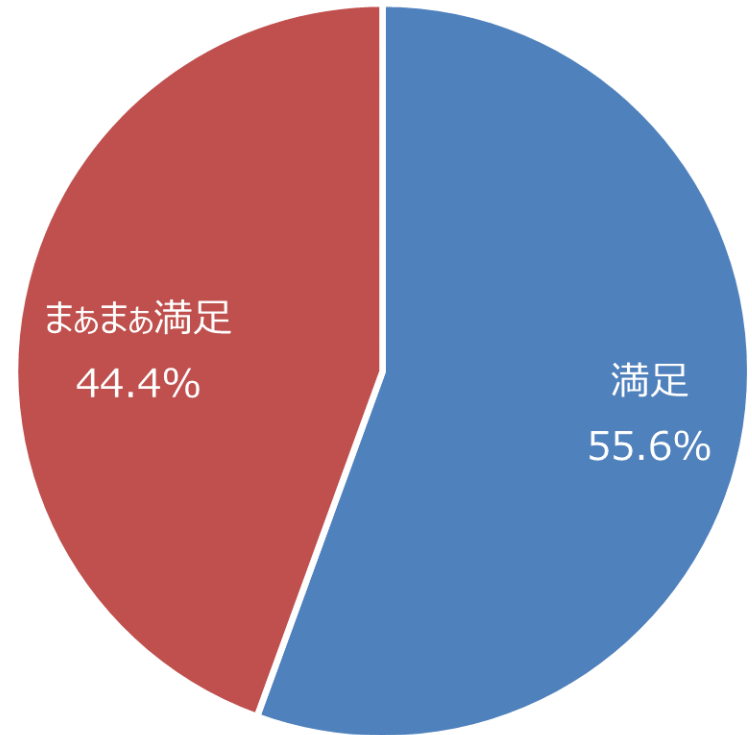
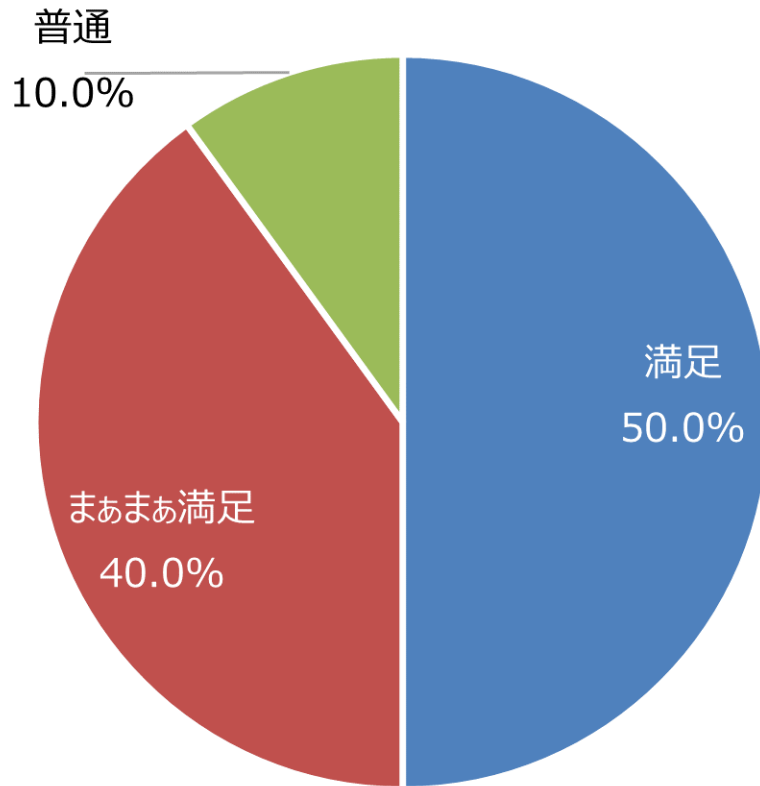


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

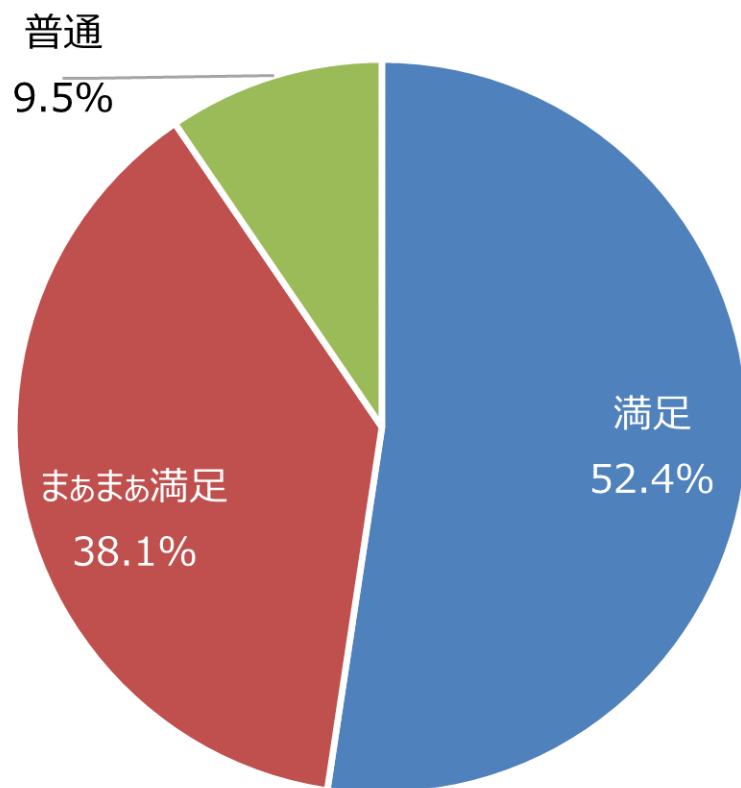
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



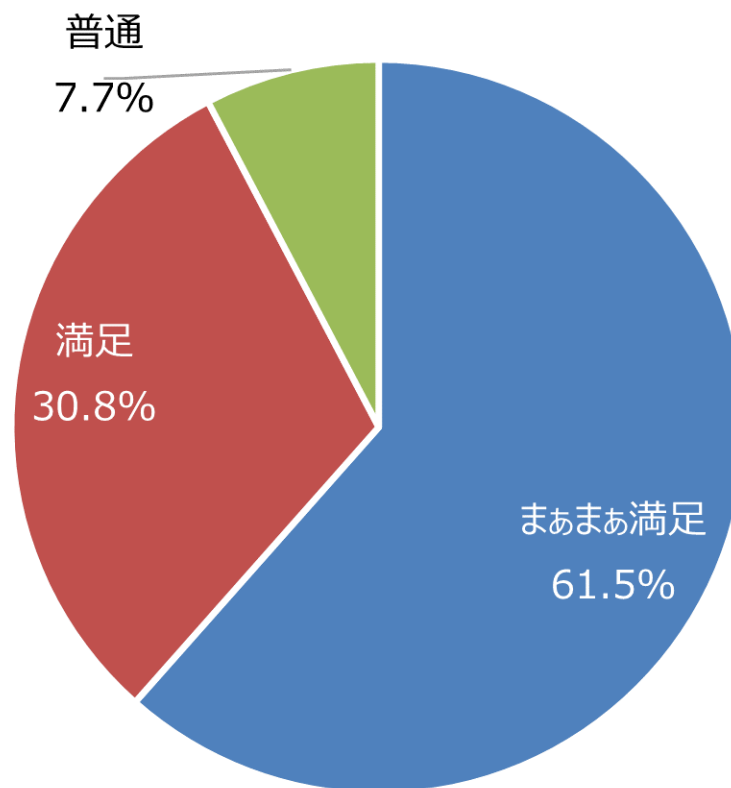
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

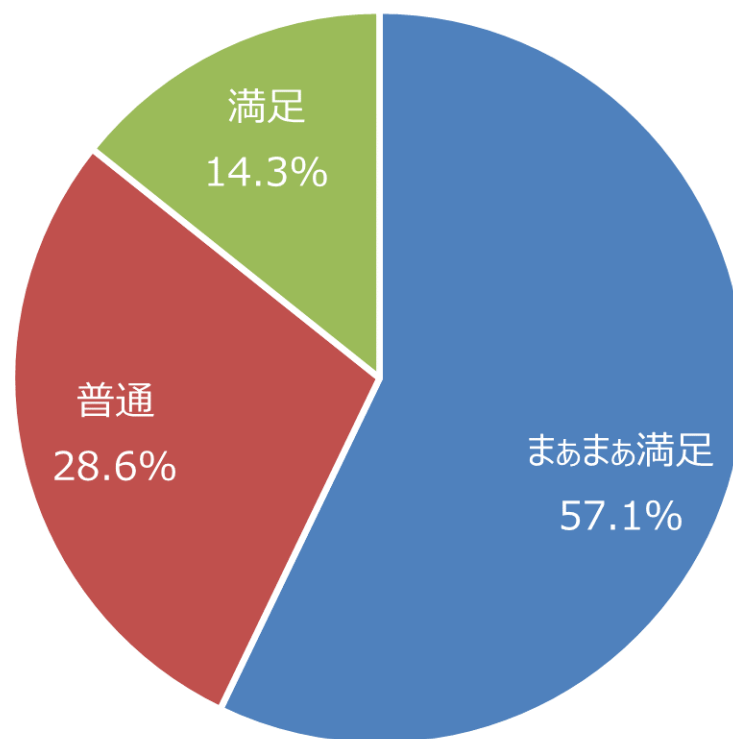
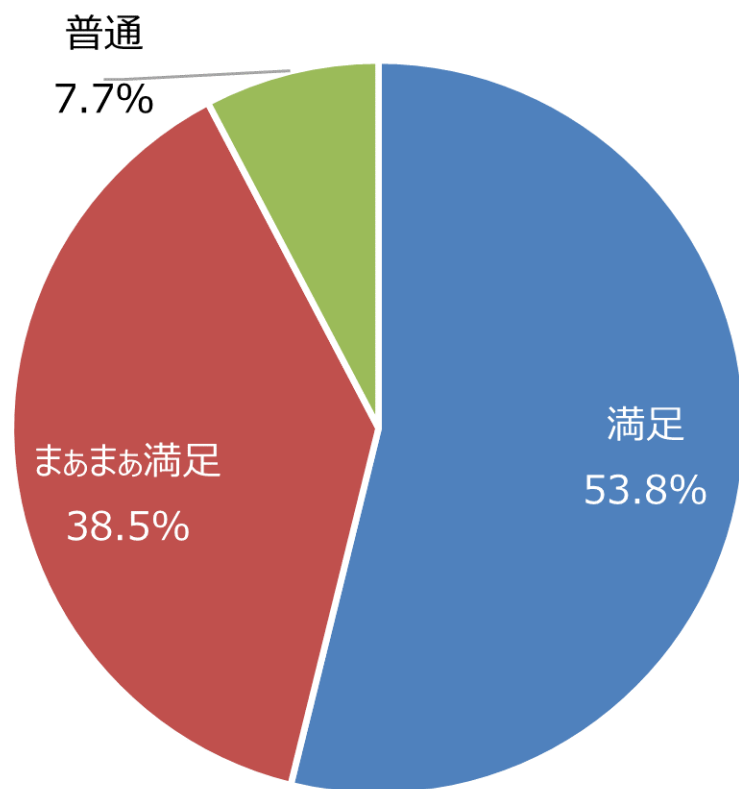


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q.購入検討時にSNS投稿動画を参考にした満足度を教えてください。

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



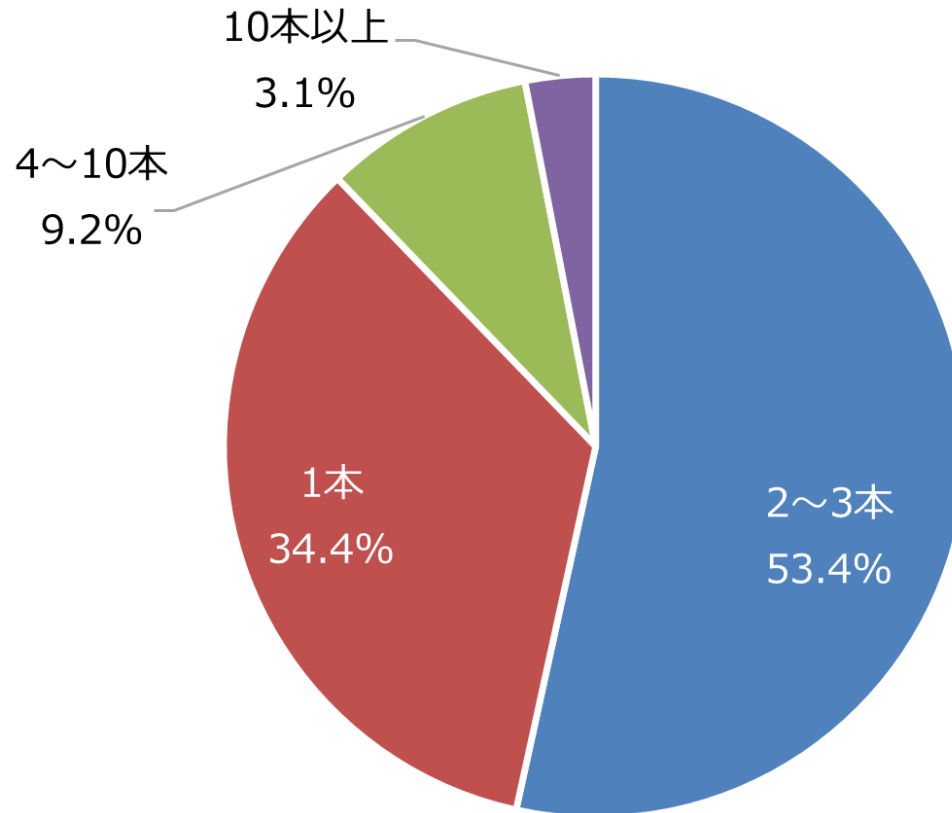
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 購入検討時にSNS投稿動画を利用した感想を教えてください。

居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
東京都	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	動画だと実際に動いているので、商品のイメージがつきやすい。
東京都	50代	専業主婦	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	商品を知るきっかけになった。
鳥取県	30代	フリーランス・個人事業主・自営業	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	やはり実物と思っていたものは違う。特に欲しいものにサイズがあった場合合わないことも半分ぐらいある
埼玉県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	買ったものが子供が夢中になって見ている動画に登場している商品だったので、あの動画で見たやつだ～ともらった時のリアクションが良くとても喜んでくれた。
神奈川県	50代	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	使いやすさや美味しさなど思った通りの商品だったので満足
愛知県	40代	アルバイト・パートタイム	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	使ってる人のリアルな「ココがいい」っていうのを聞くとつい買いたくなる。分かってから買うから満足。
滋賀県	20代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	くまやシミを消したくて探していた時にYouTubeで見た動画内で紹介されていたのを購入し使ってみたらちゃんと消えてくれたので満足しました。
神奈川県	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	コーディネートや使用感がわかりやすく参考になったから
神奈川県	20代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	コーディネートや、商品のおすすめポイントがわかった
東京都	20代	正社員	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	実際見に行かなくても詳細が分かったから
新潟県	10代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	使用してみたら動画の通りで大げさに言ってなかったから
静岡県	20代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	服やバッグなどはサイズ感が参考になった リップは色味がやはり実際とは全く同じではないけど許容範囲ではあったのでよかった
東京都	40代	正社員	中堅シングル（単身就業者／40～49歳）	高級うどんセットを購入時、動画レシピで「うどんのクリーム煮込み博多明太」を見たので実際に作ってみたら絶品で大満足だった。美味しくて友人達にも勧めた。
千葉県	20代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	店舗にも行けず、通販の商品説明では分からない実際の着たイメージが伝わったから
静岡県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	実際の使用感がわかる
東京都	30代	契約社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	説明の通りでお手軽で美味しかったから
東京都	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	化粧品は色合いや使用感が詳しくわかって参考になりました。
熊本県	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	商品の良さが短い動画でもよく分かり、商品の一番目につけたい部分が強調されていて、買いたくなった。不満点はない。

■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

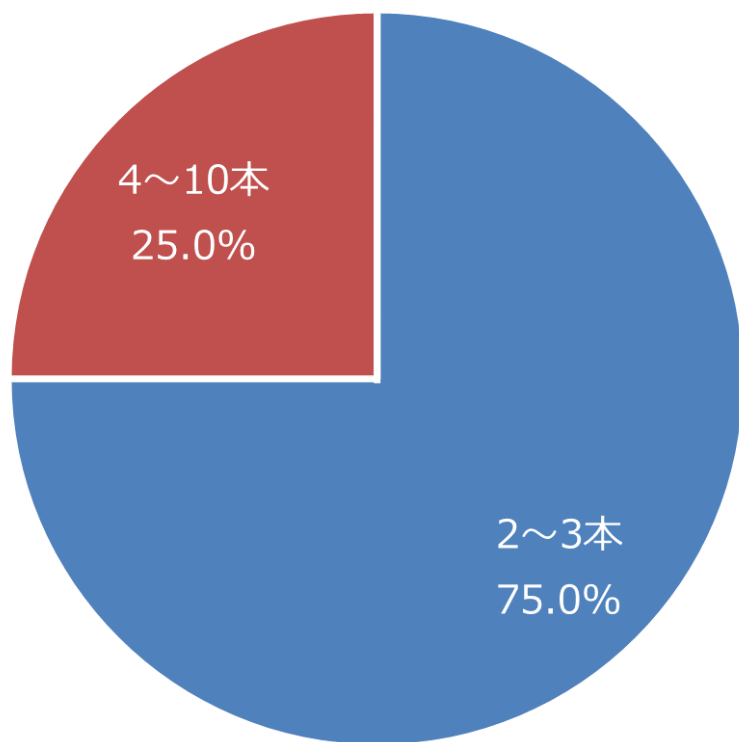


およそ6割以上の方は、商品購入を検討している際には動画を2本以上は見ているということがわかった。店頭へ足を運ぶのが難しくなってきた今、商品の詳細や購入後のイメージをつけるためにも動画視聴は情報収集のため必須のものとなってきている。

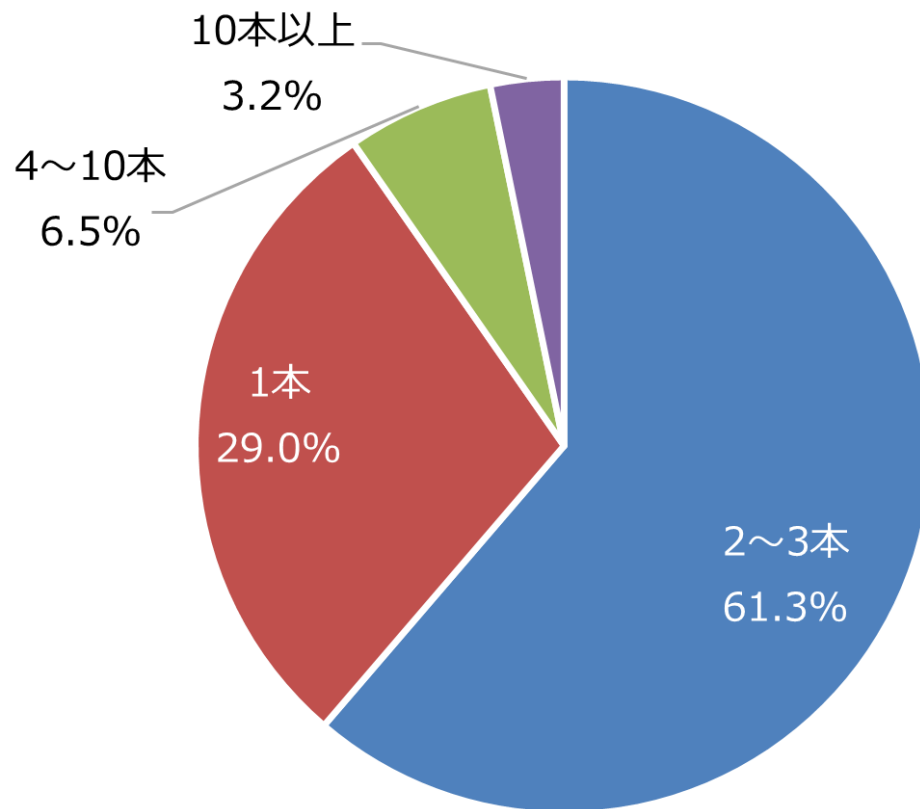
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ 10代



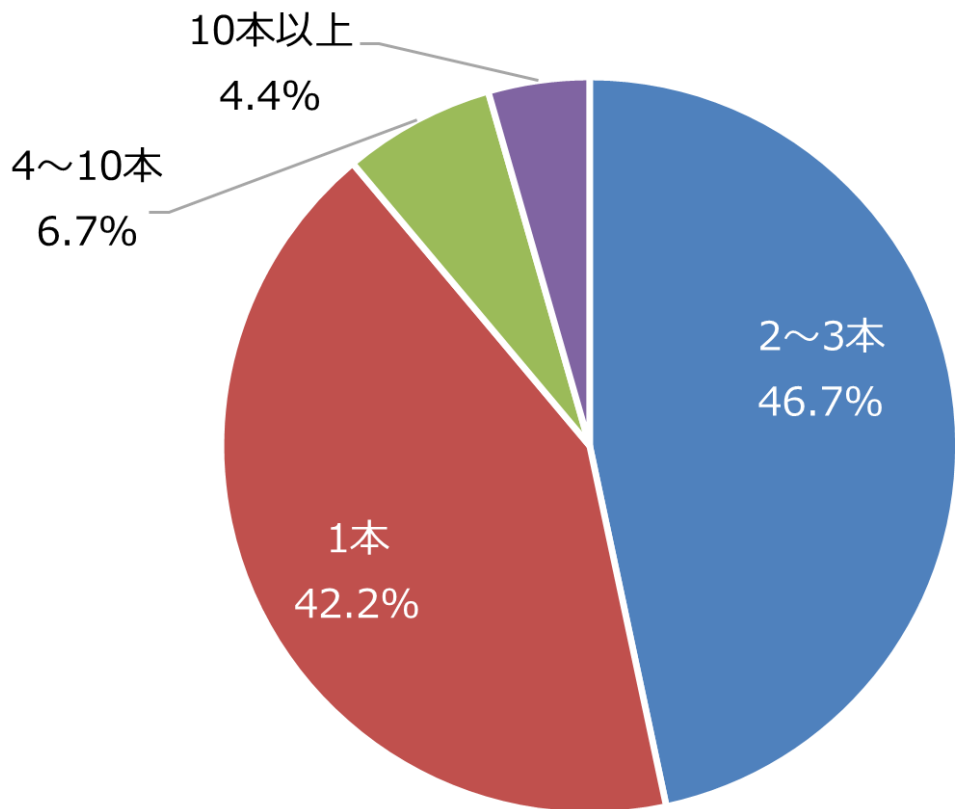
■ 20代



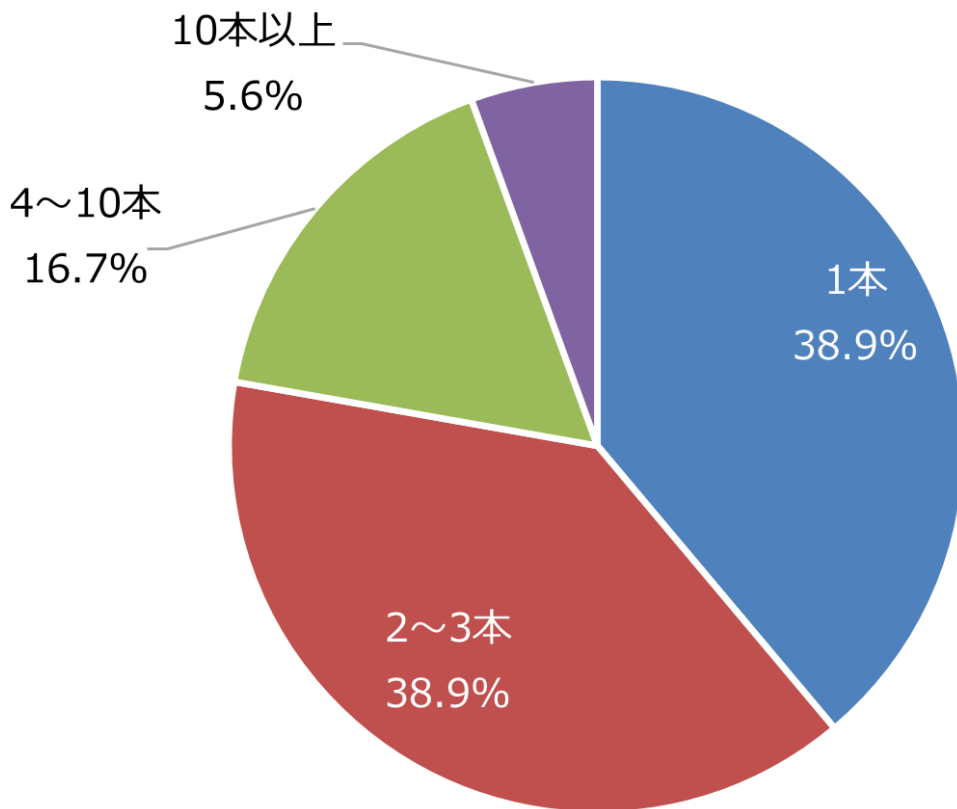
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ 30代



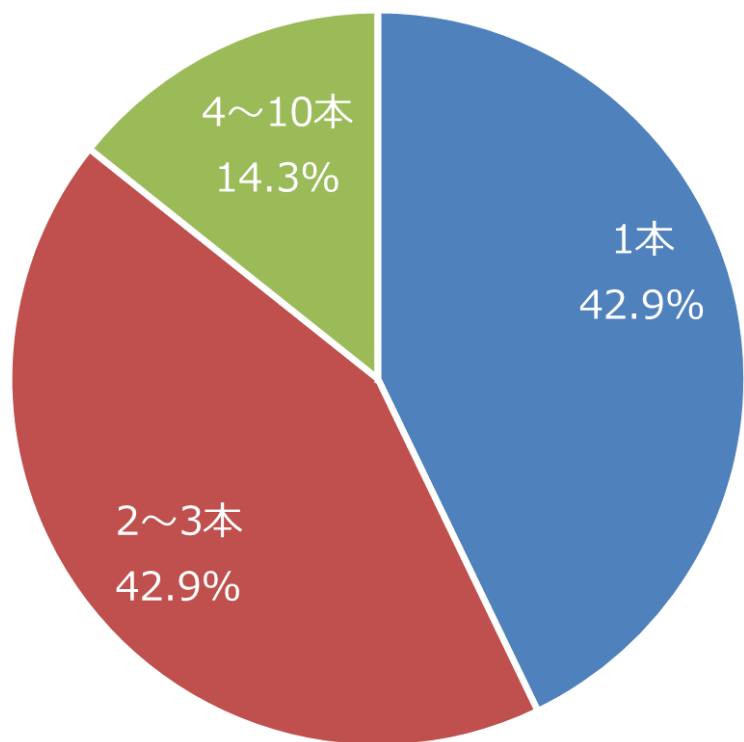
■ 40代



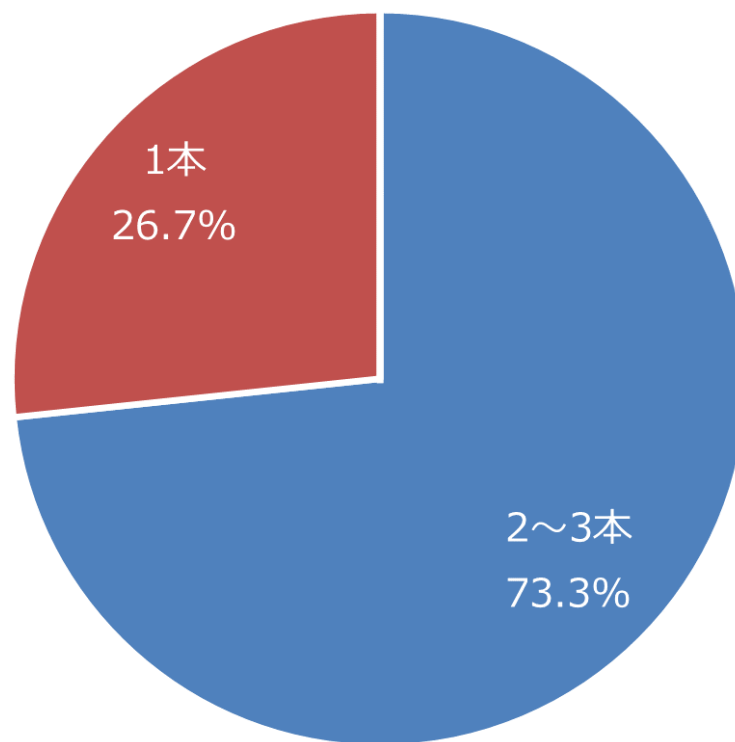
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ 50代



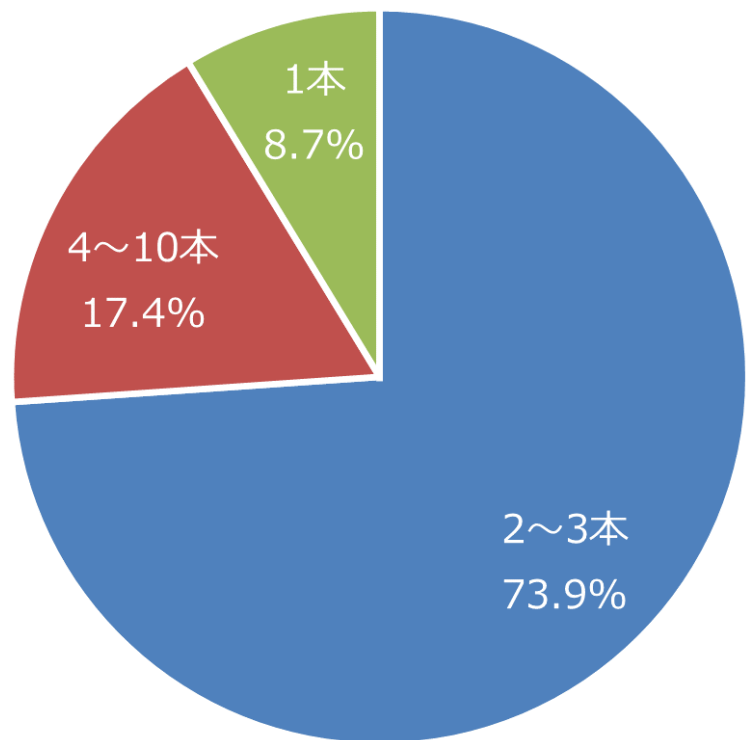
■ 60代以上



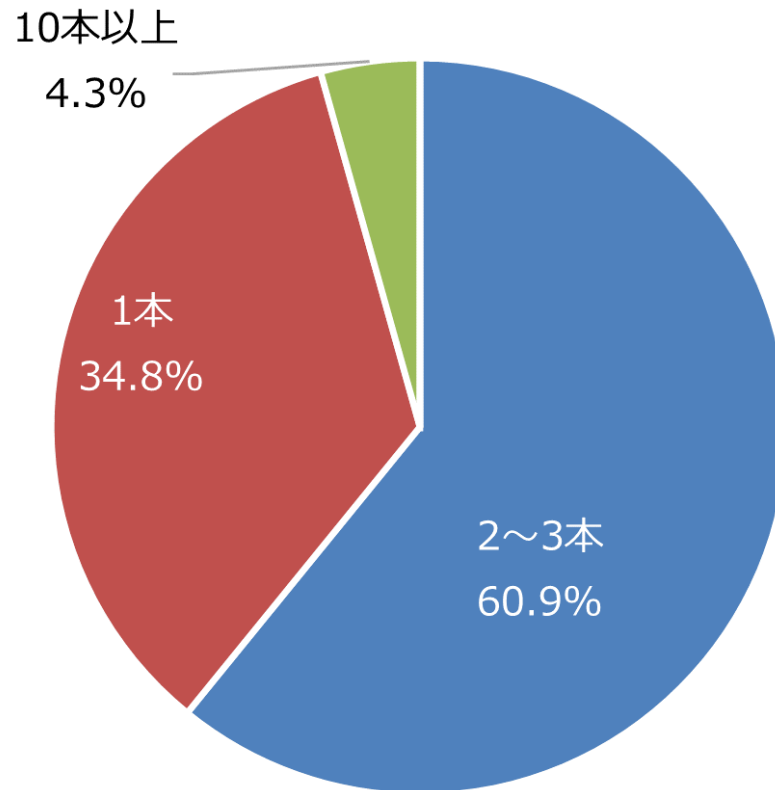
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）

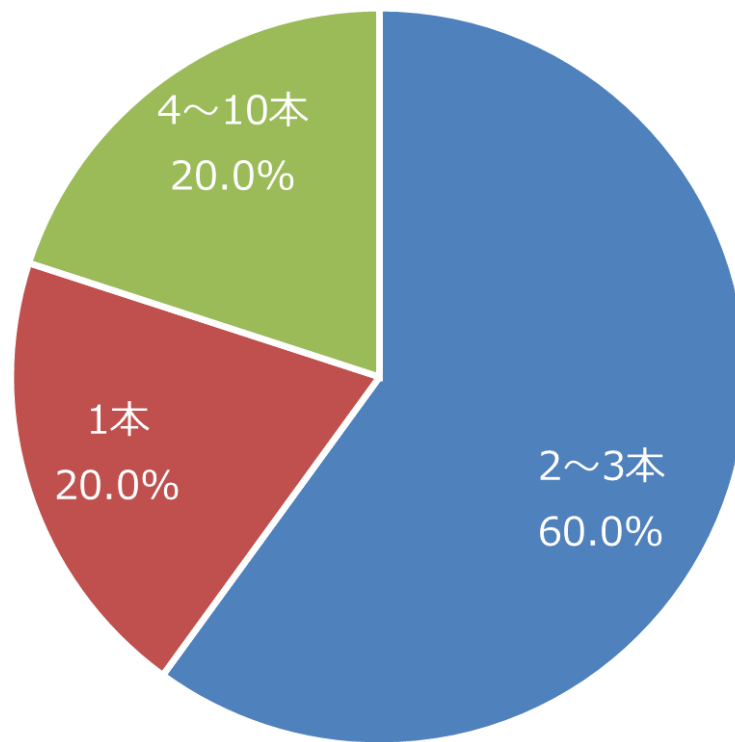
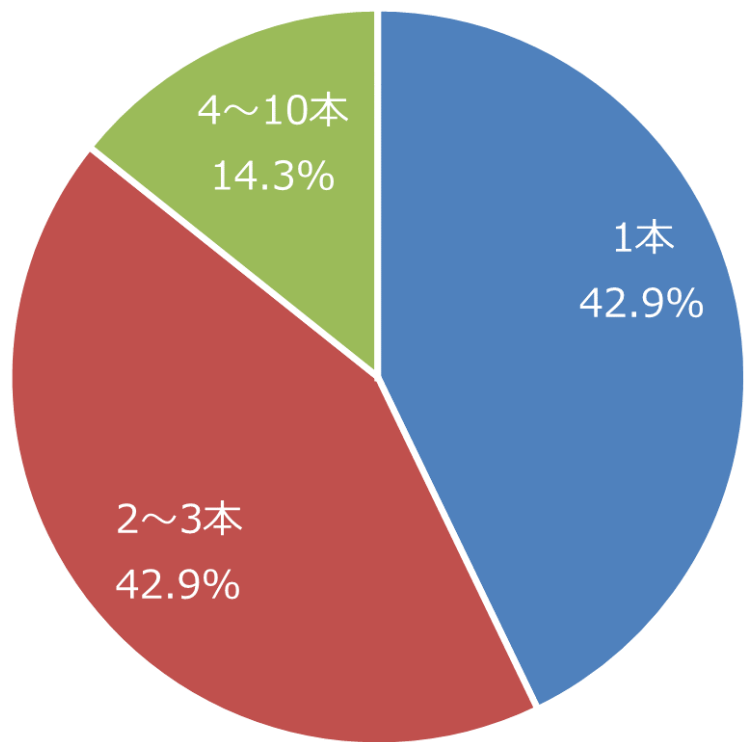


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）

■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

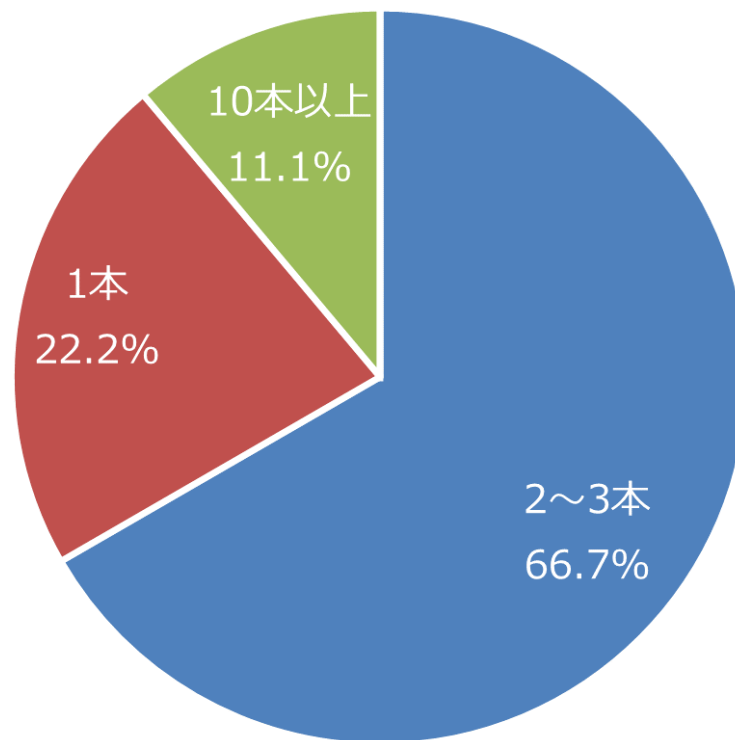
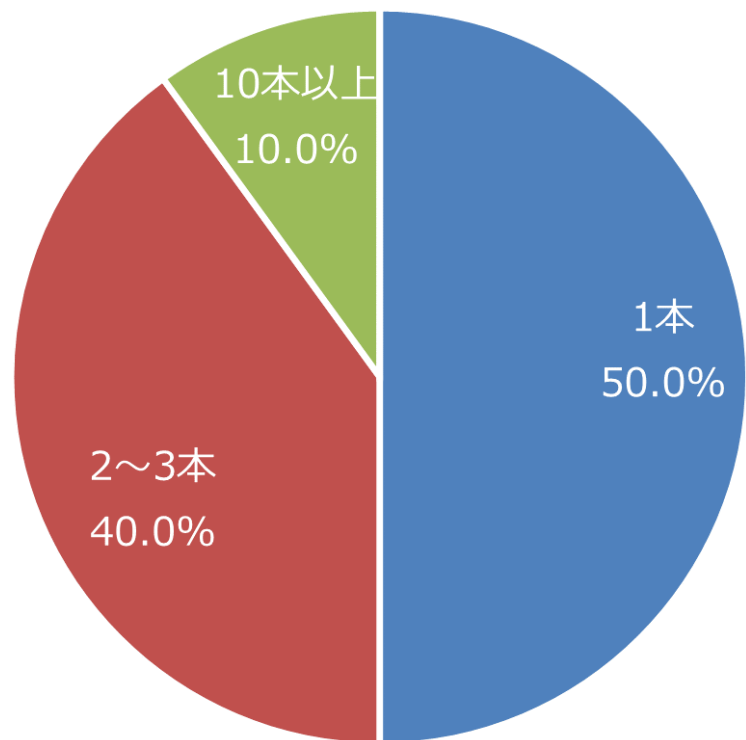


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

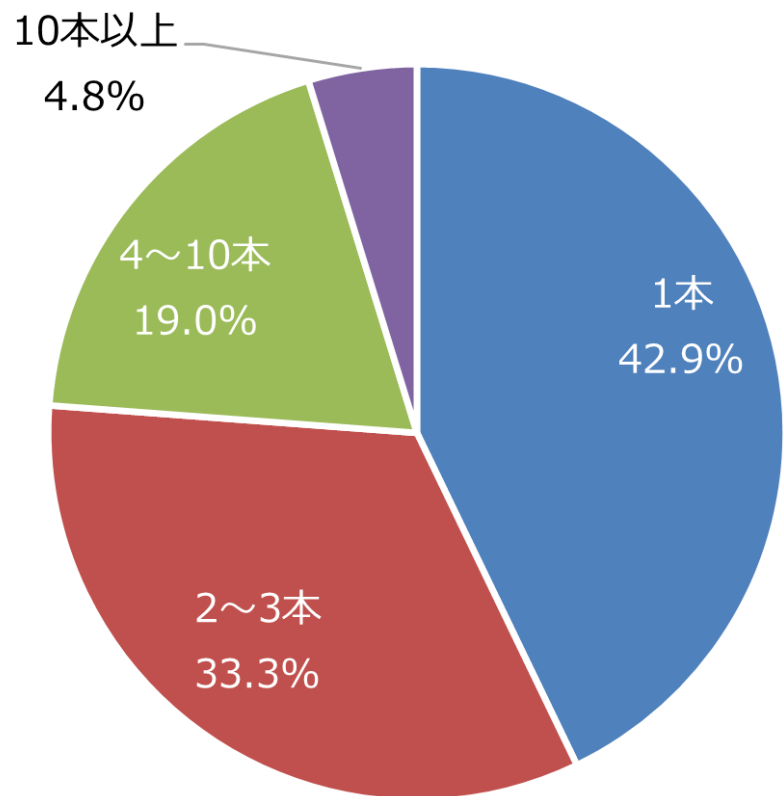
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



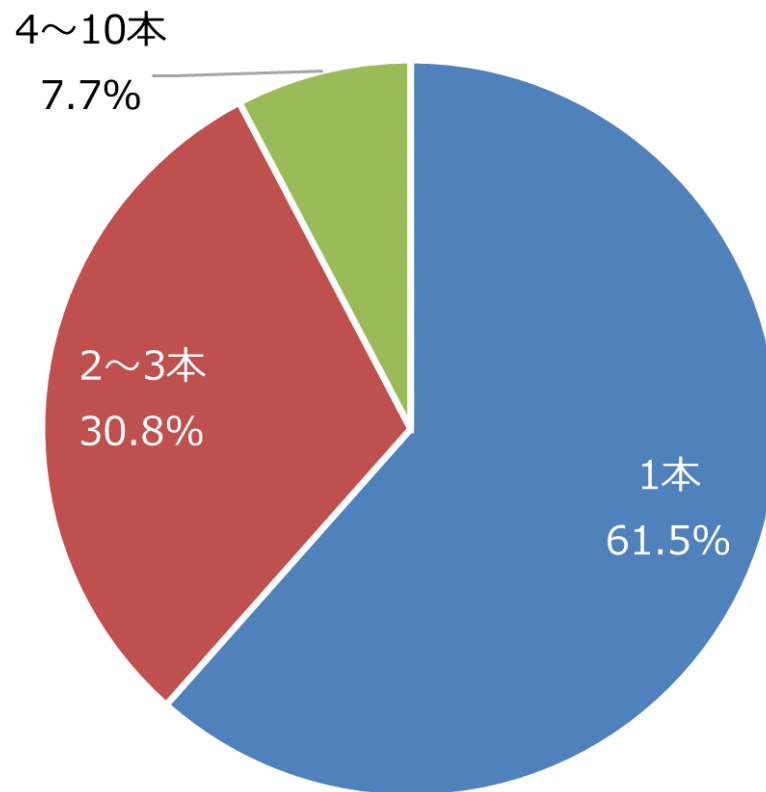
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

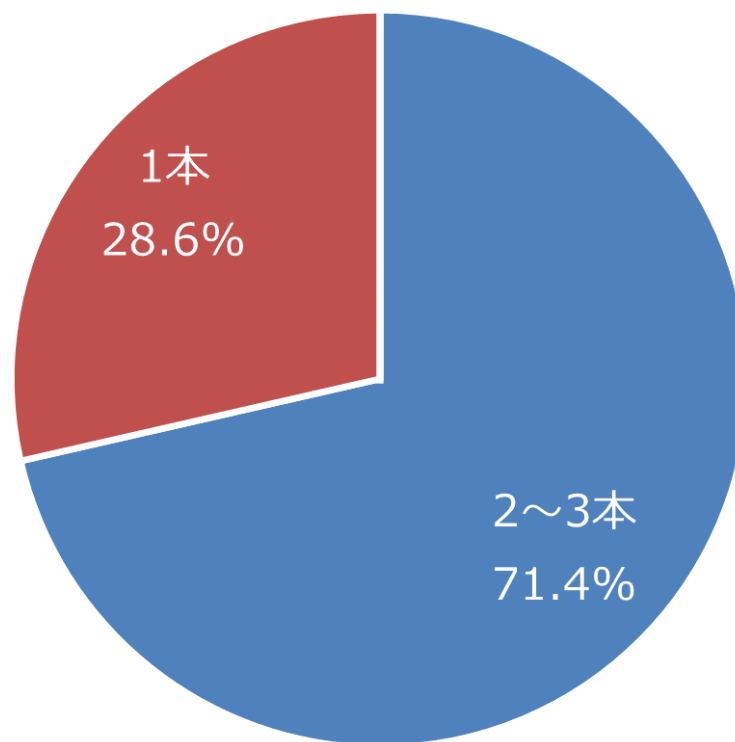
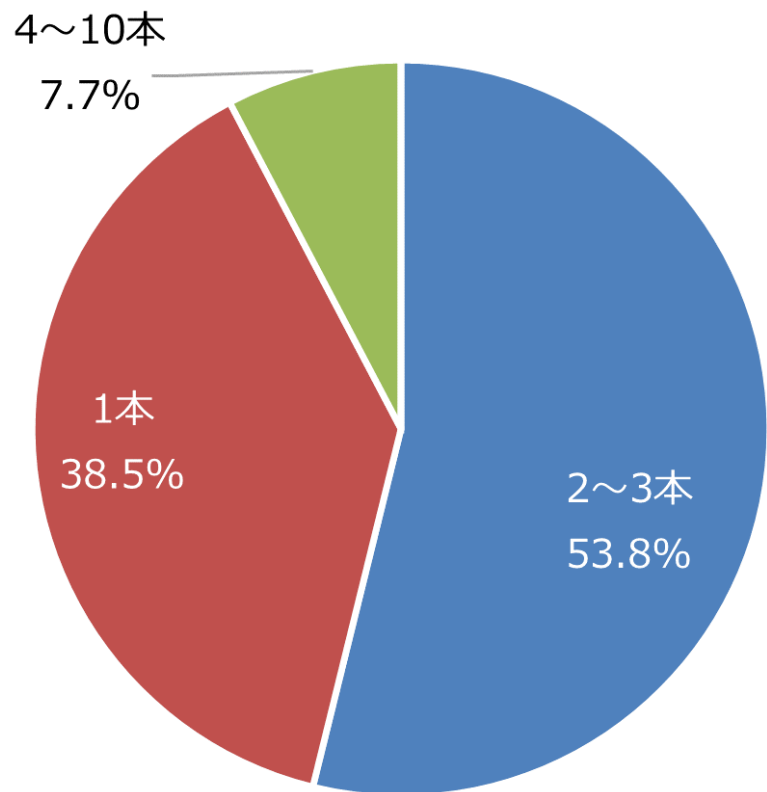


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 商品購入を検討する際、関連する動画を何本ほど見ますか？当てはまるものを一つお選びください。

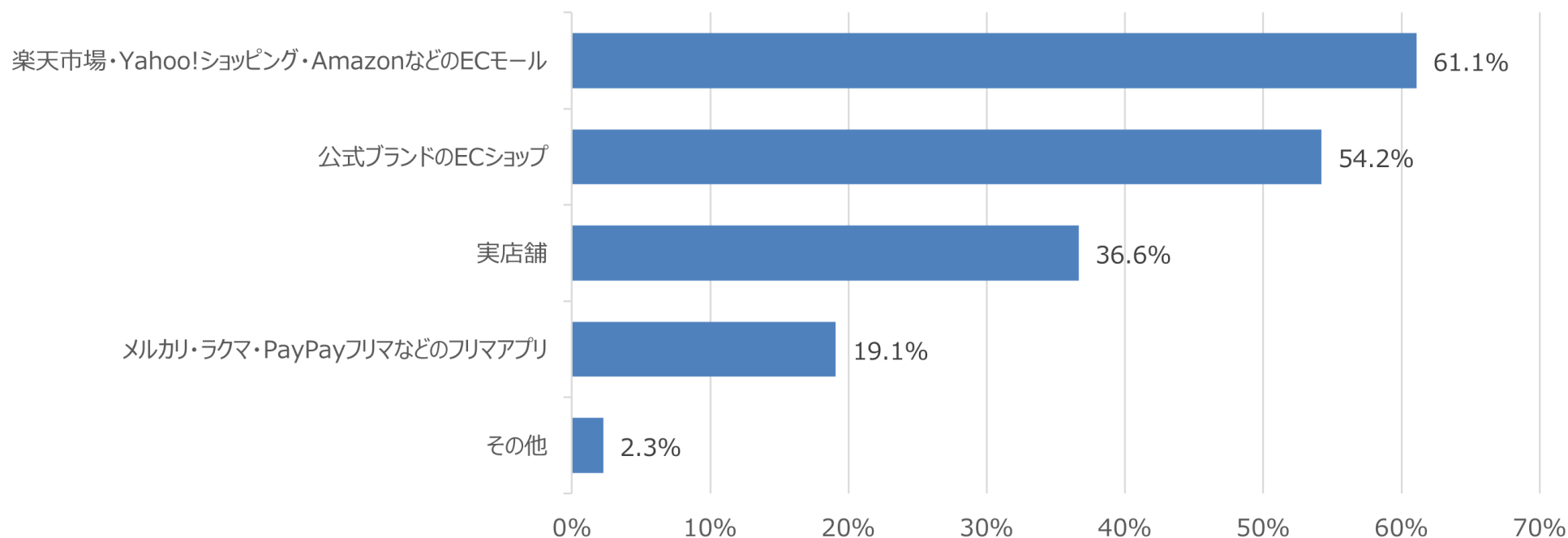
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

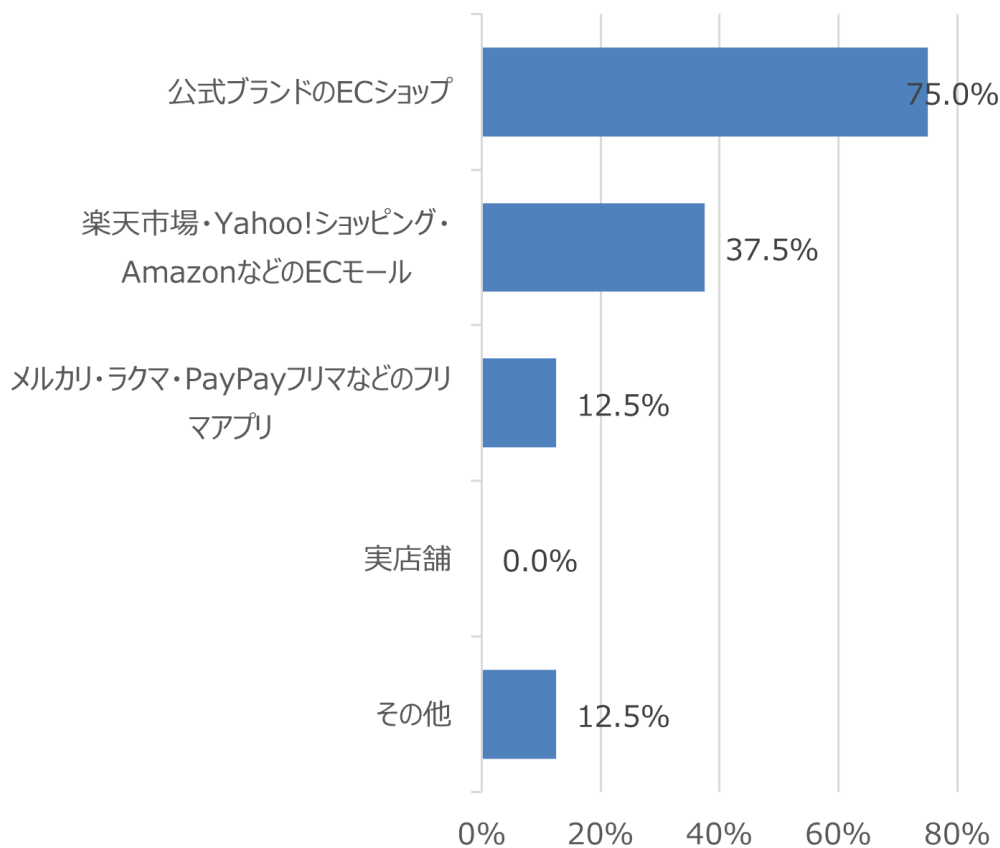


動画を視聴後の購入方法に関しては年代により差がでた。10～30代では基本的にはオンライン上からの購入、40代以上になると実店舗にも足を運ぶという結果となった。

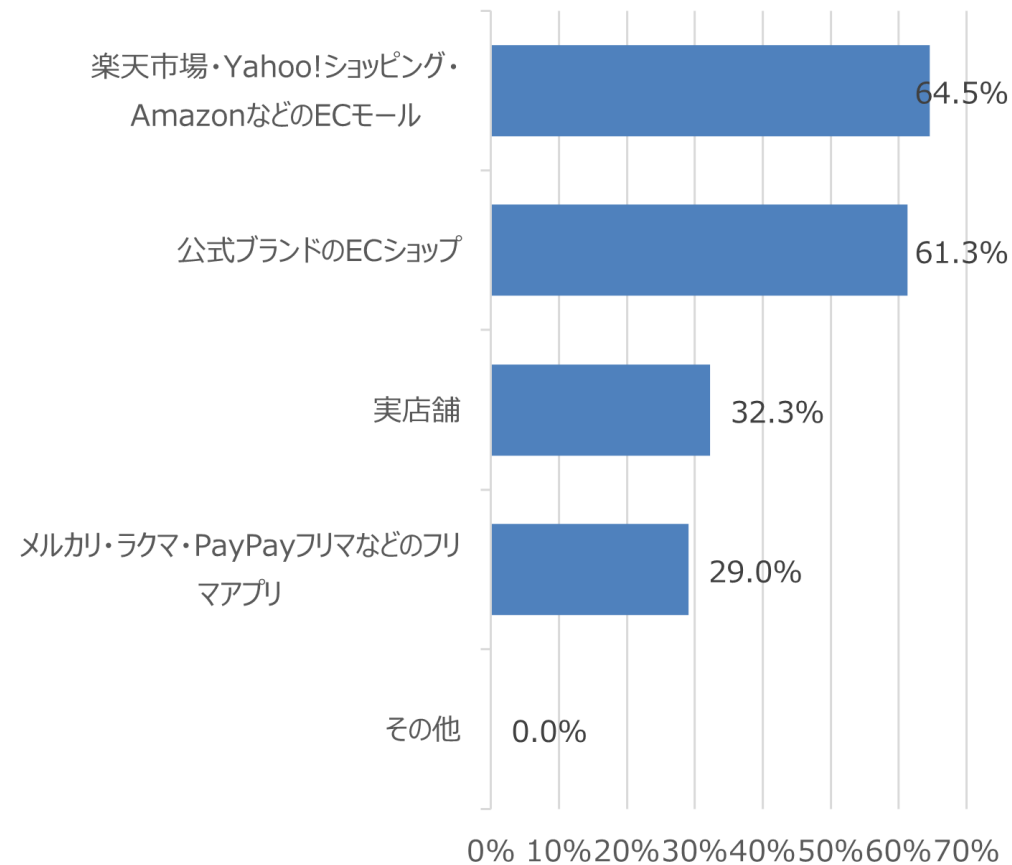
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ 10代



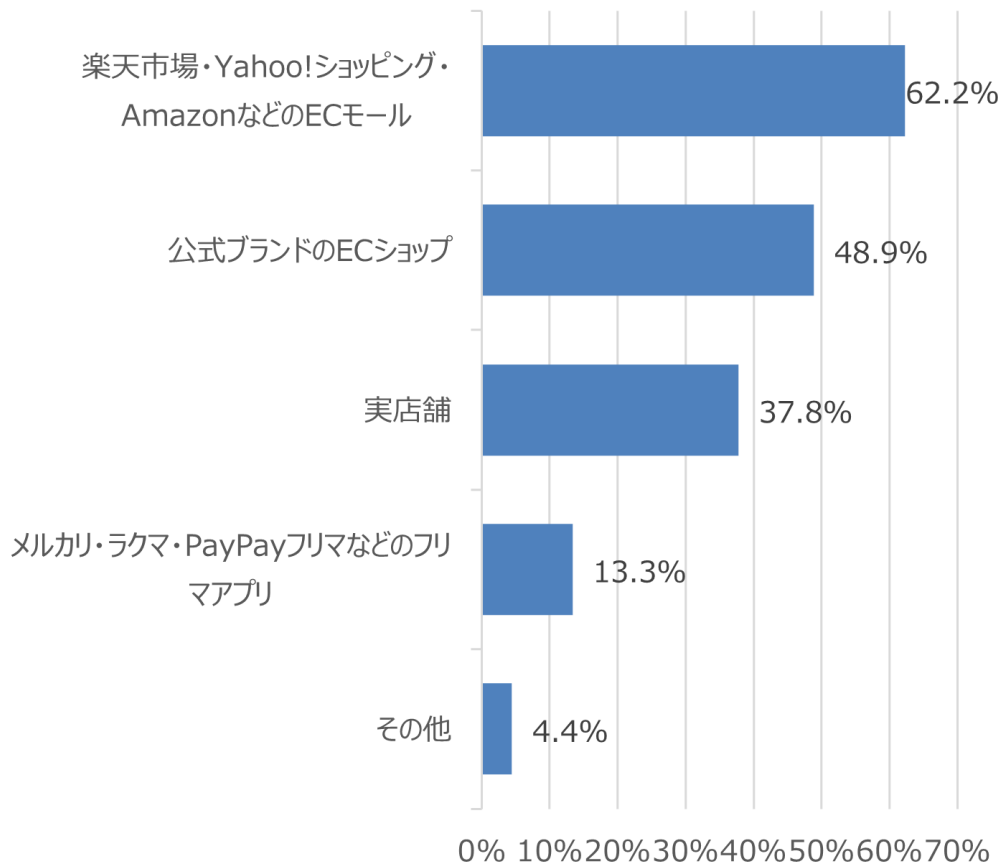
■ 20代



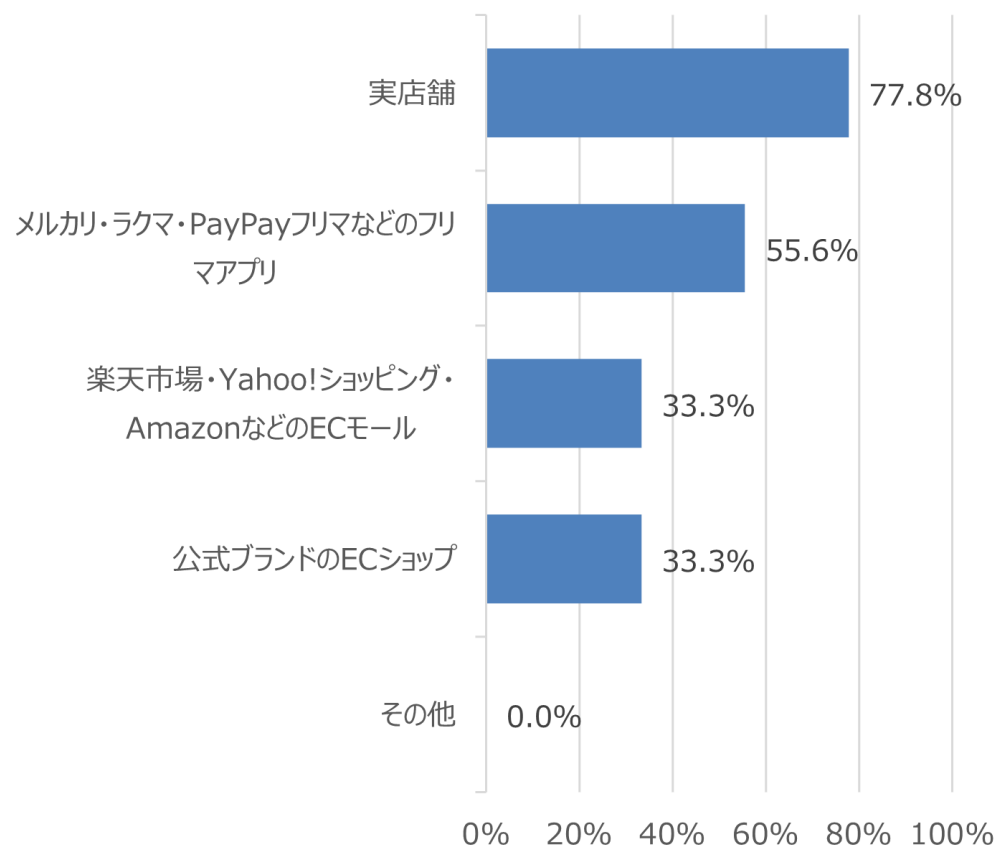
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ 30代



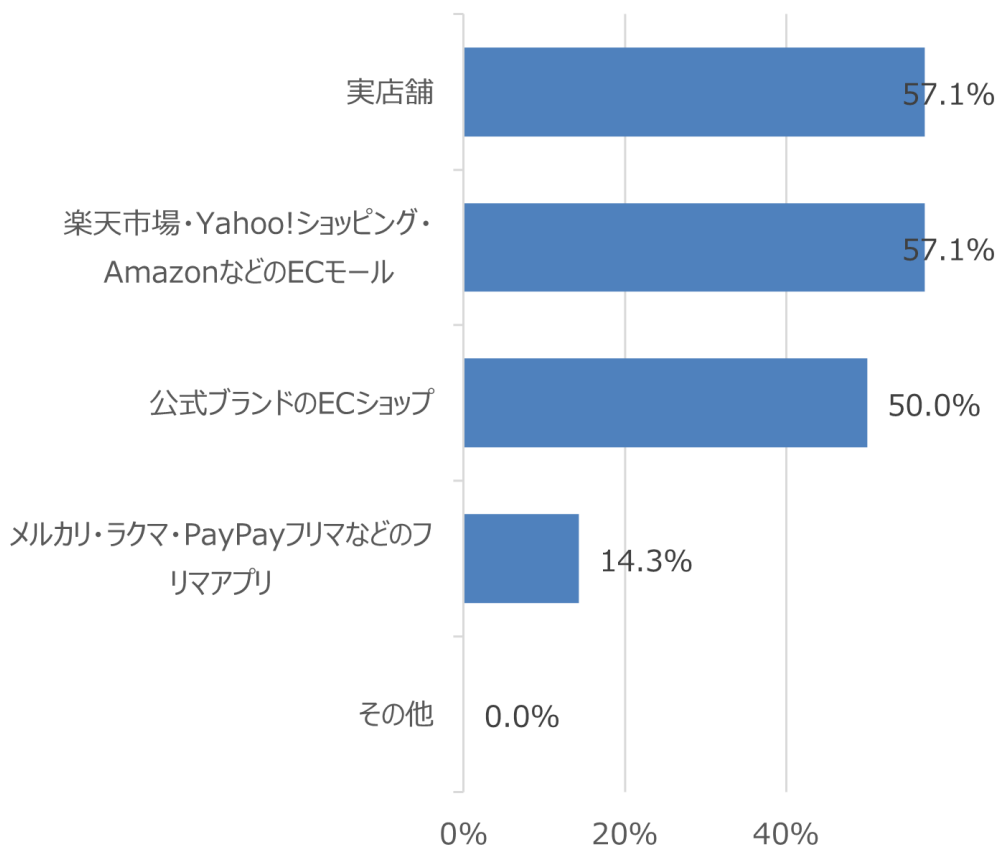
■ 40代



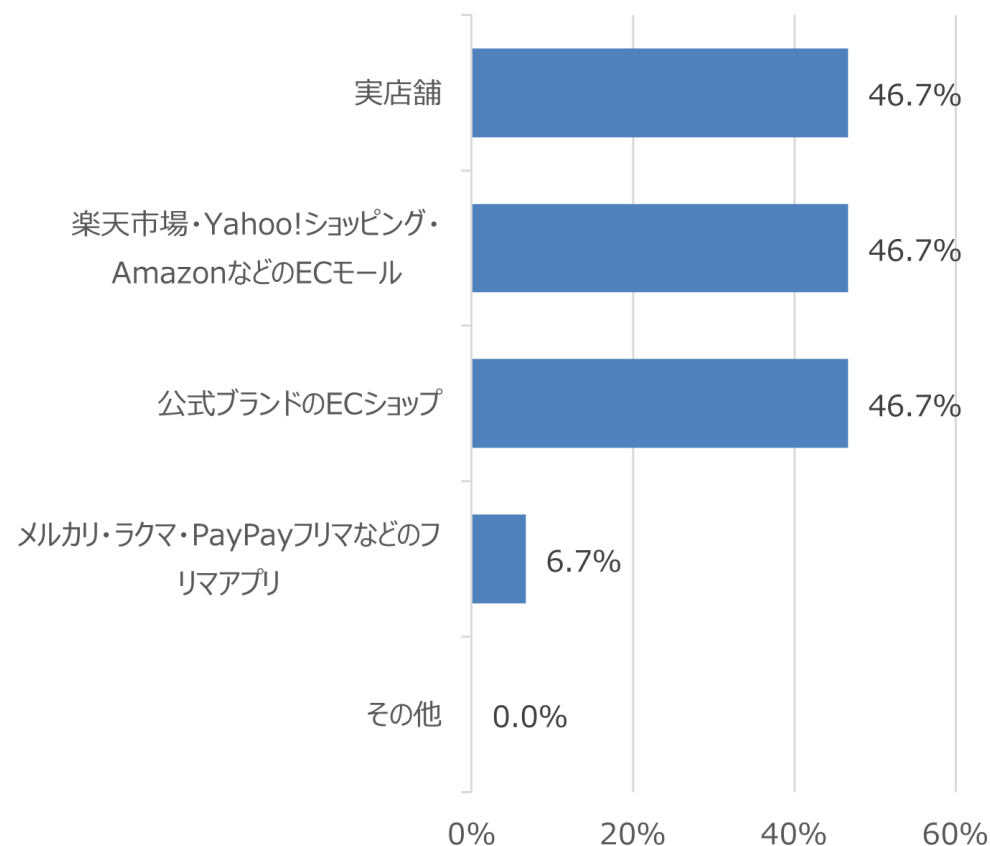
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ 50代



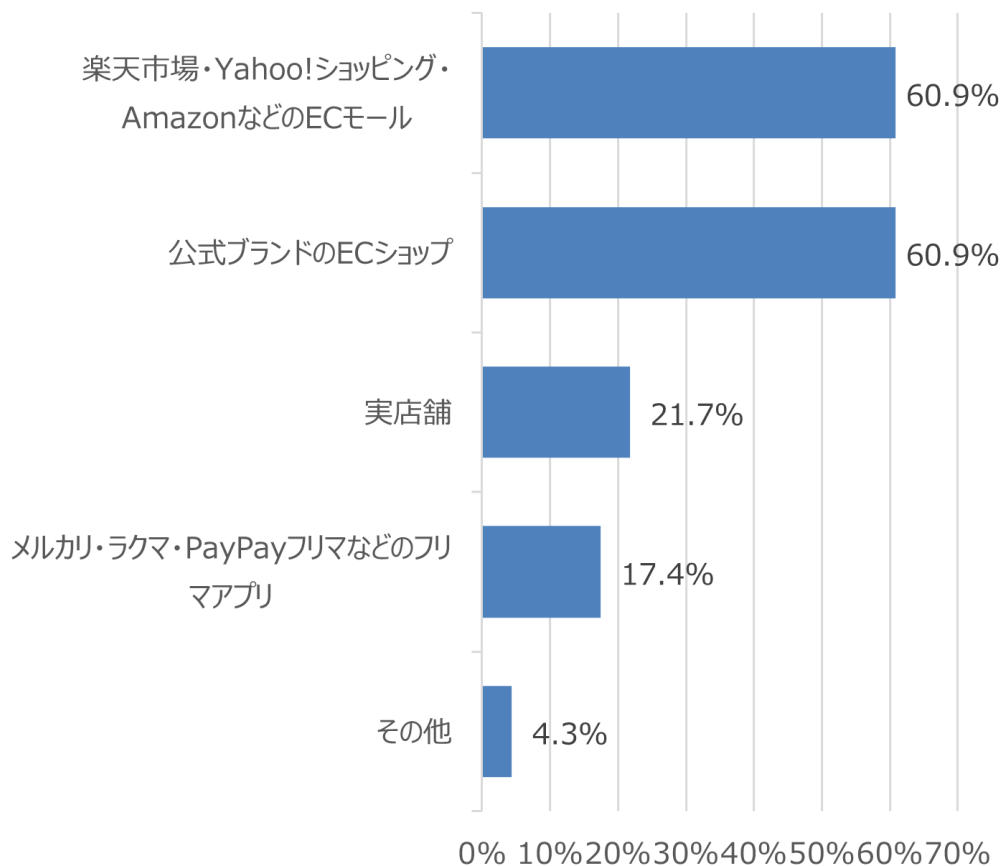
■ 60代以上



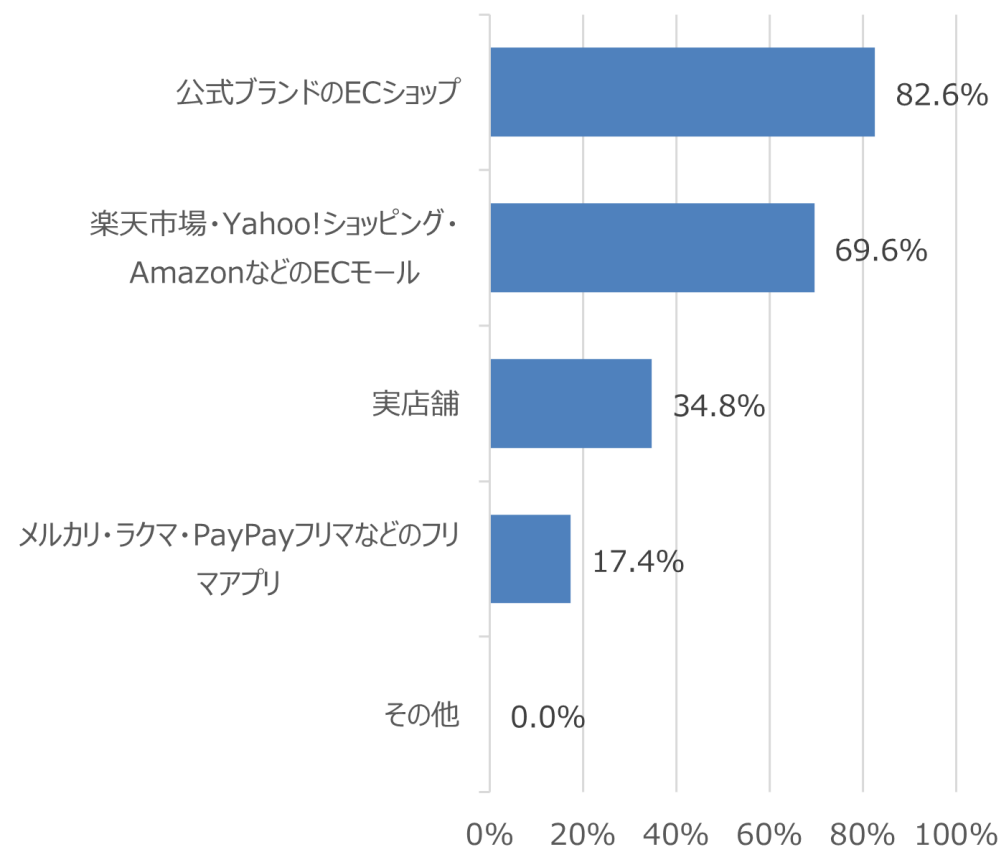
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



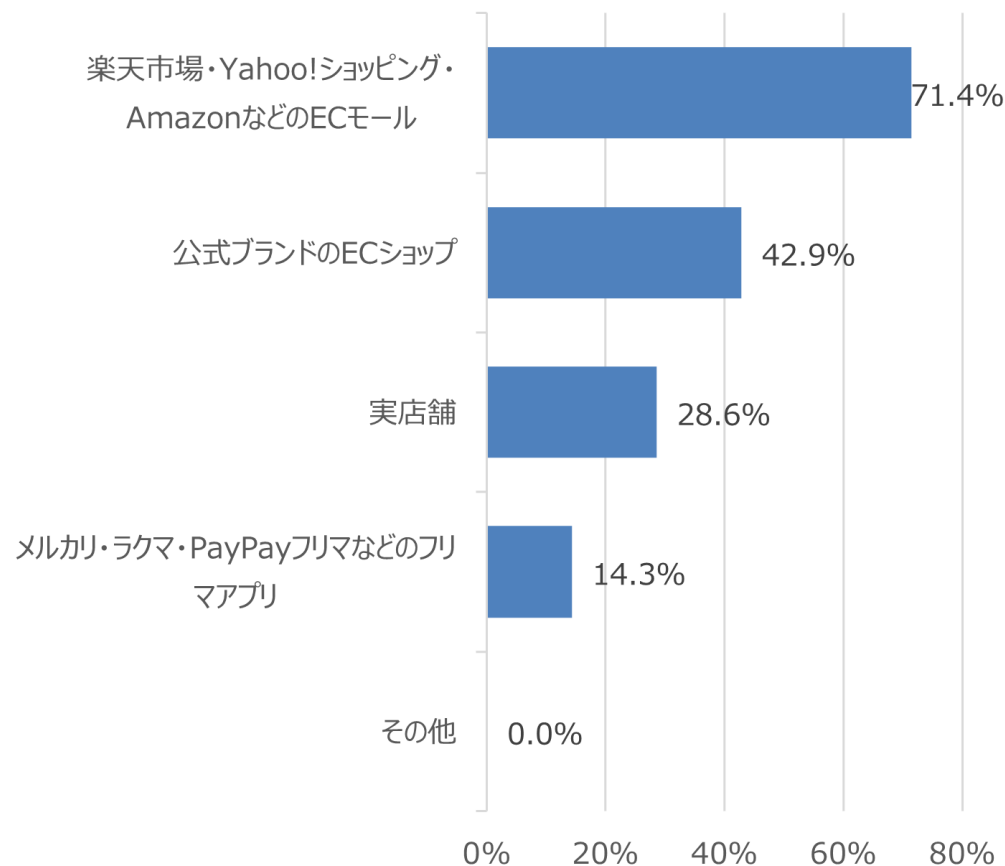
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



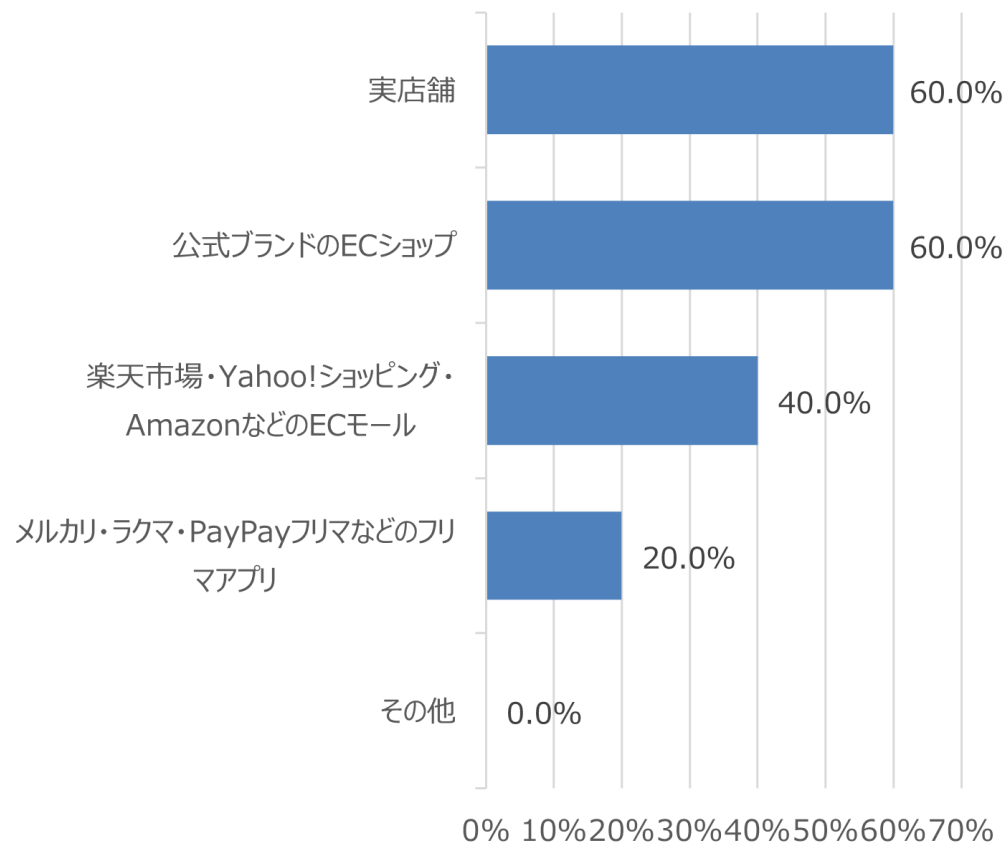
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



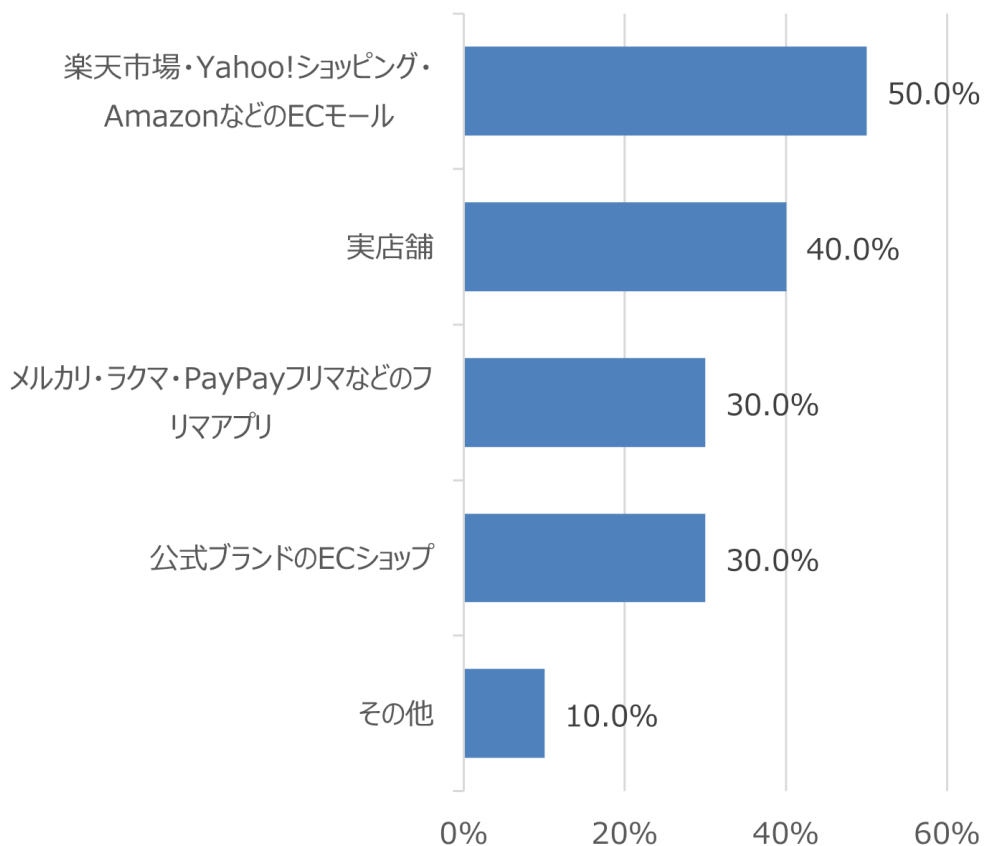
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



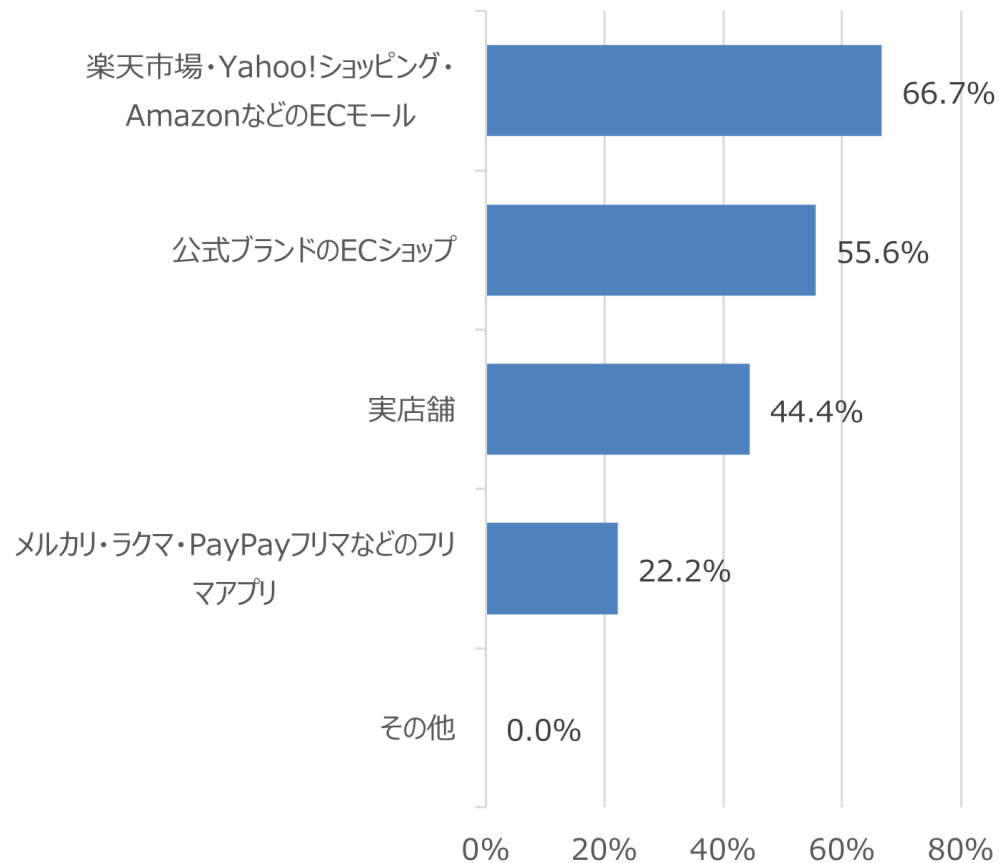
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



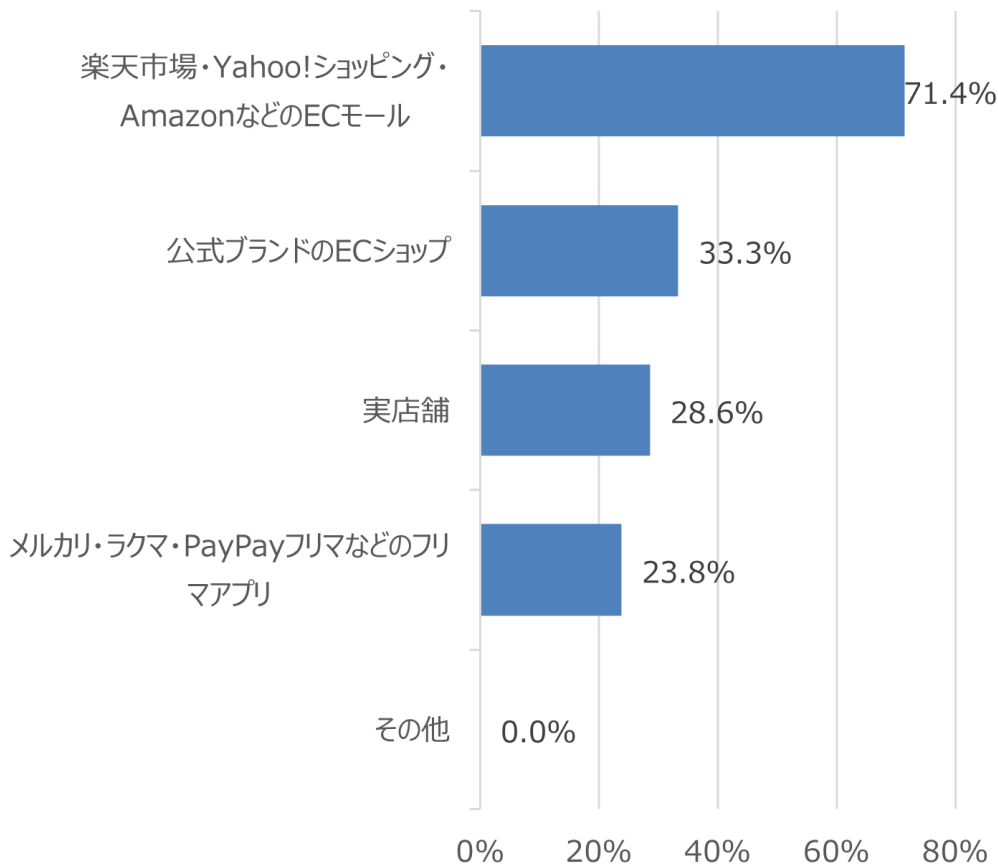
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



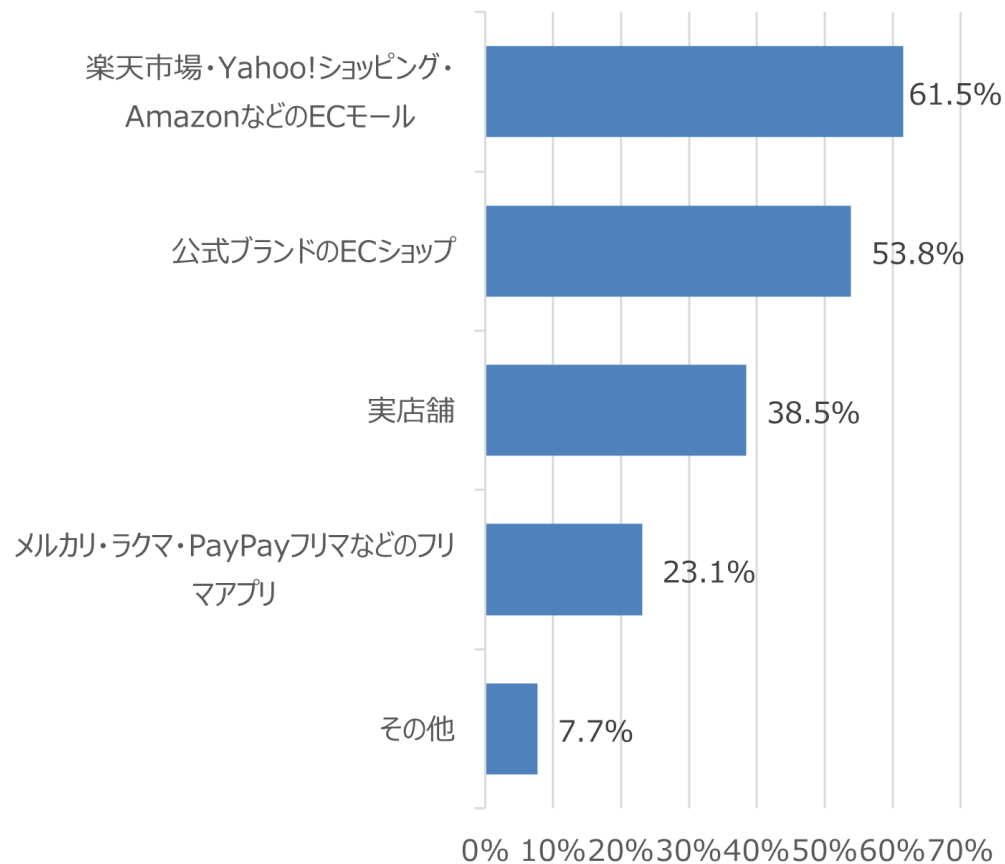
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

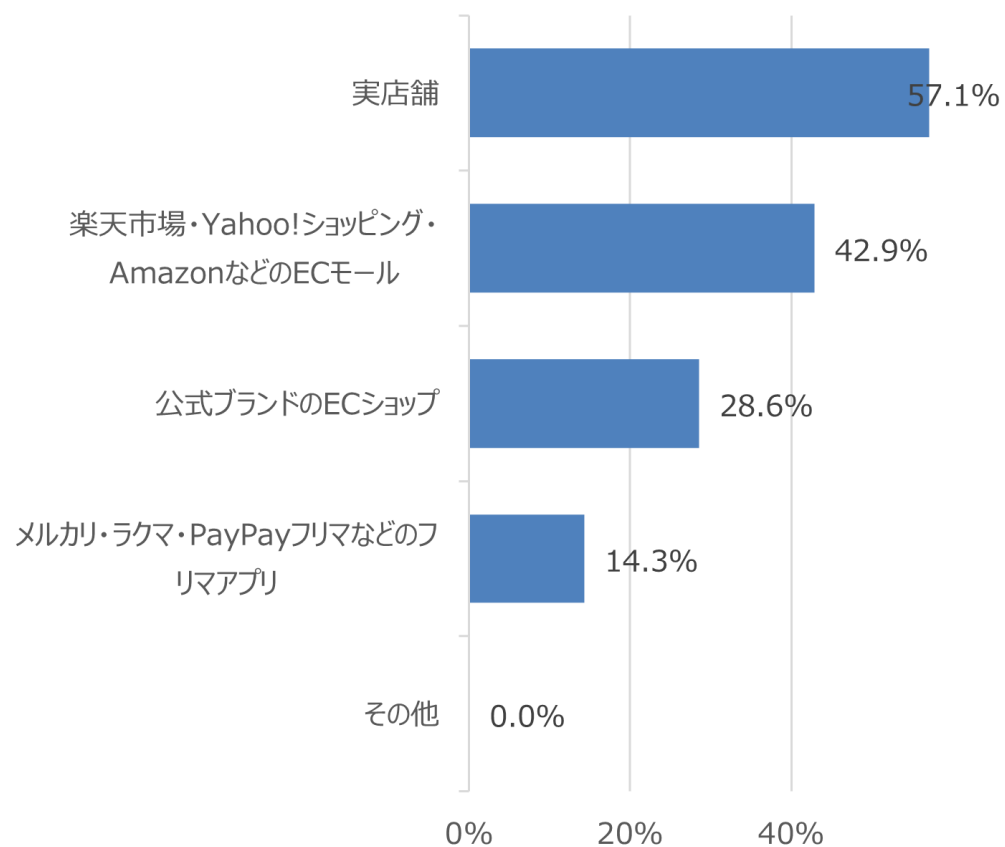
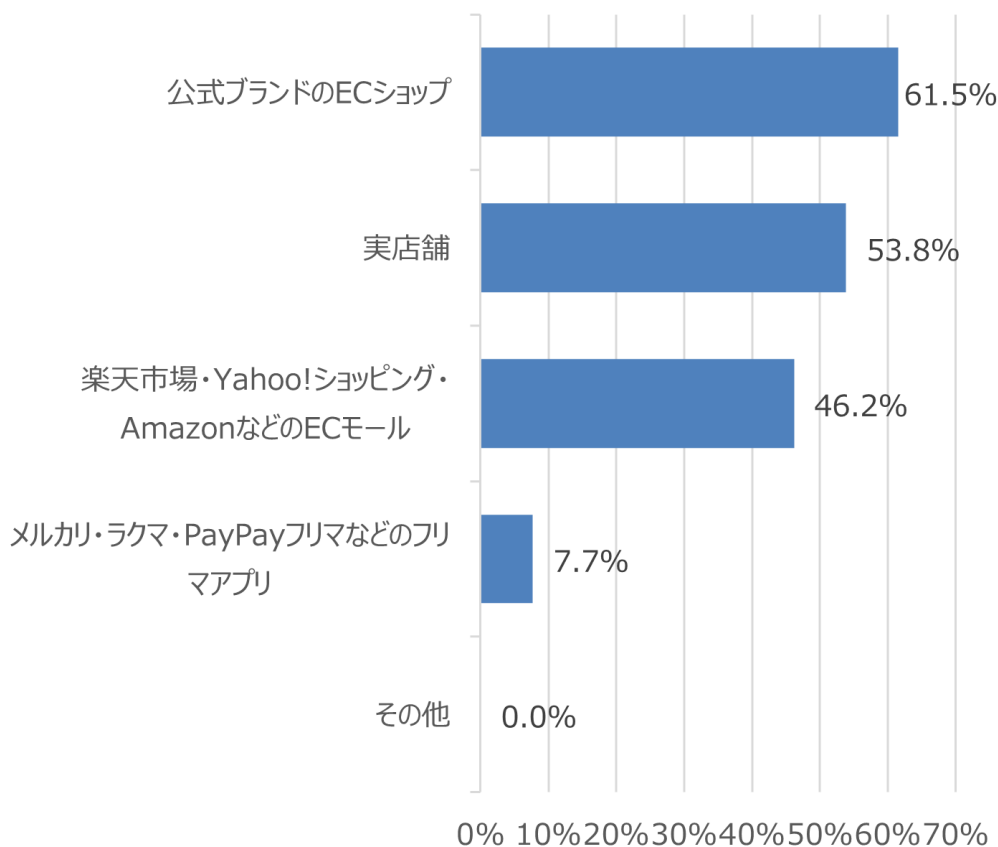


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. SNSで動画を見た後、どこで商品を購入しましたか？当てはまるもの全てお選びください。

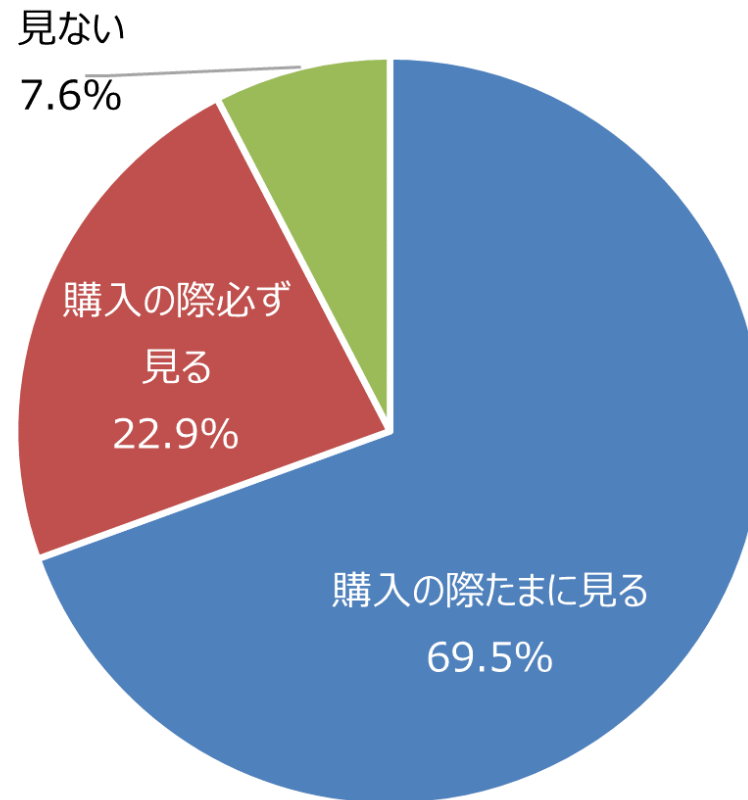
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

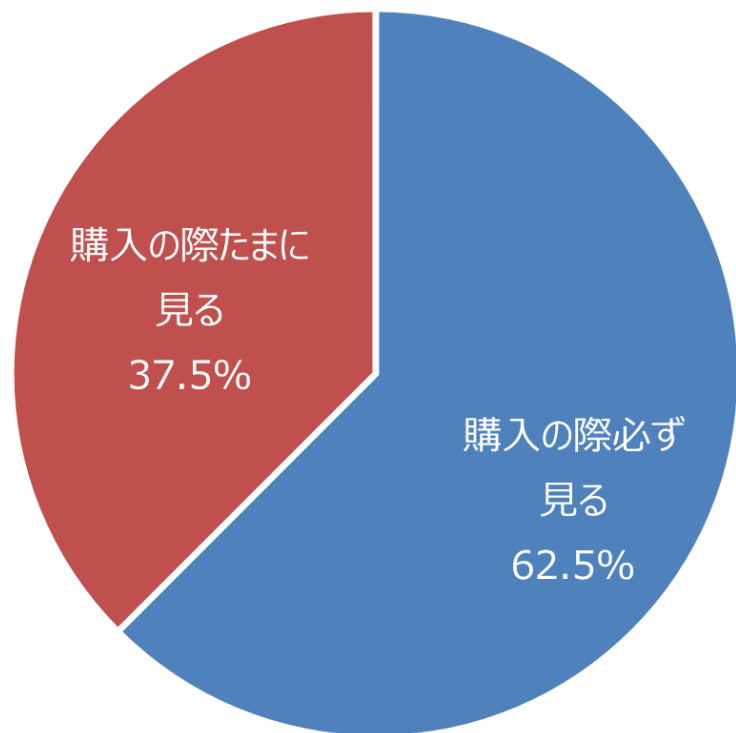


商品購入の際、9割以上の方が商品に関連する動画を視聴するということがわかった。60代以上では2割は「見ない」と回答しているが、反対に8割もの人は関連した動画を視聴している。このことから、動画配信は消費者と接触するためのひとつのツールとしてなくてはならないものになってきている。

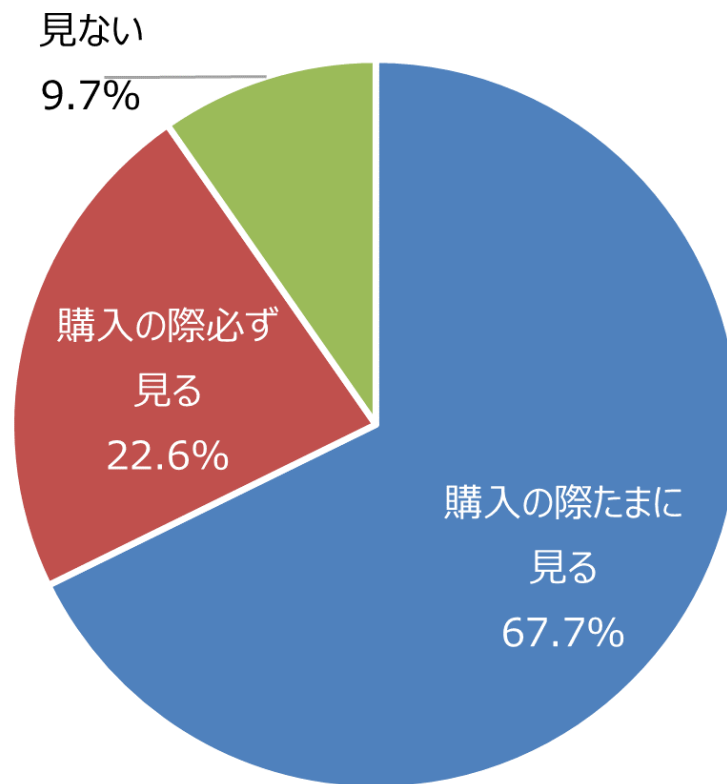
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 10代



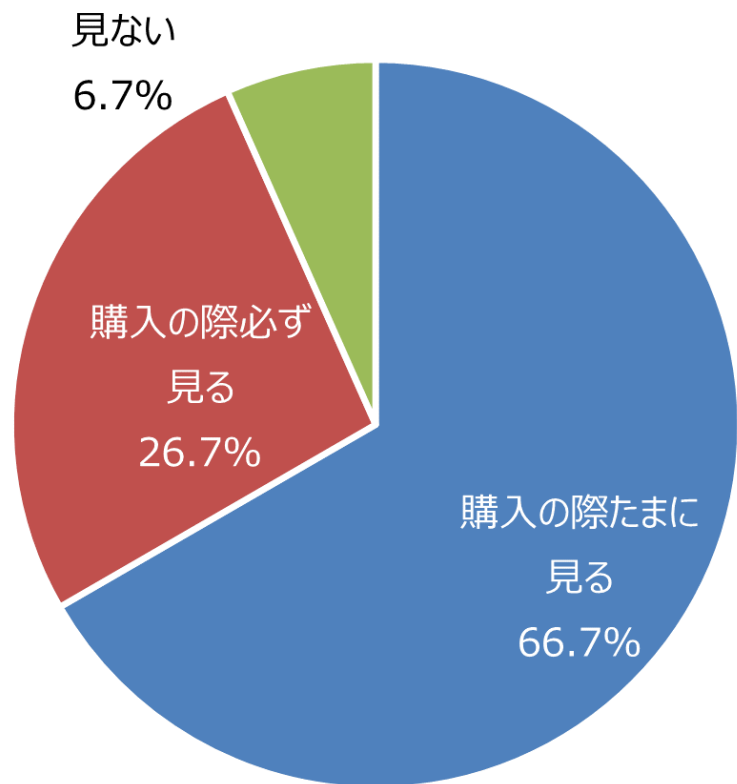
■ 20代



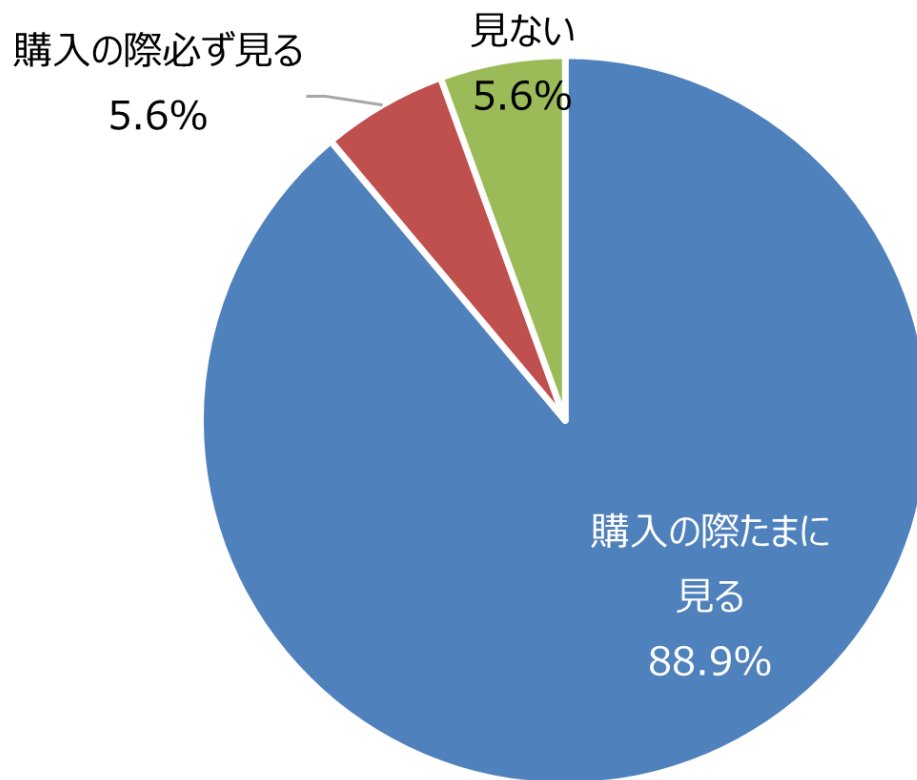
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 30代



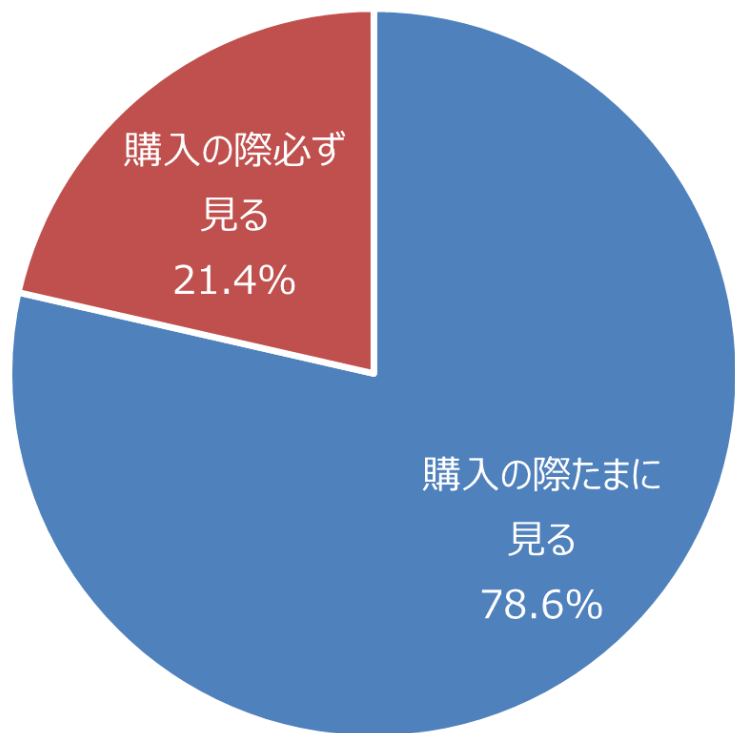
■ 40代



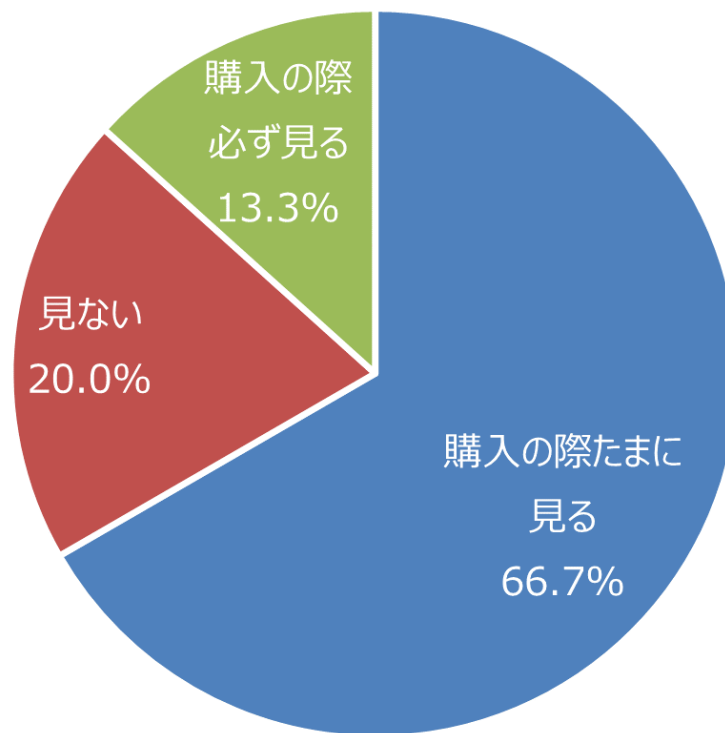
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 50代



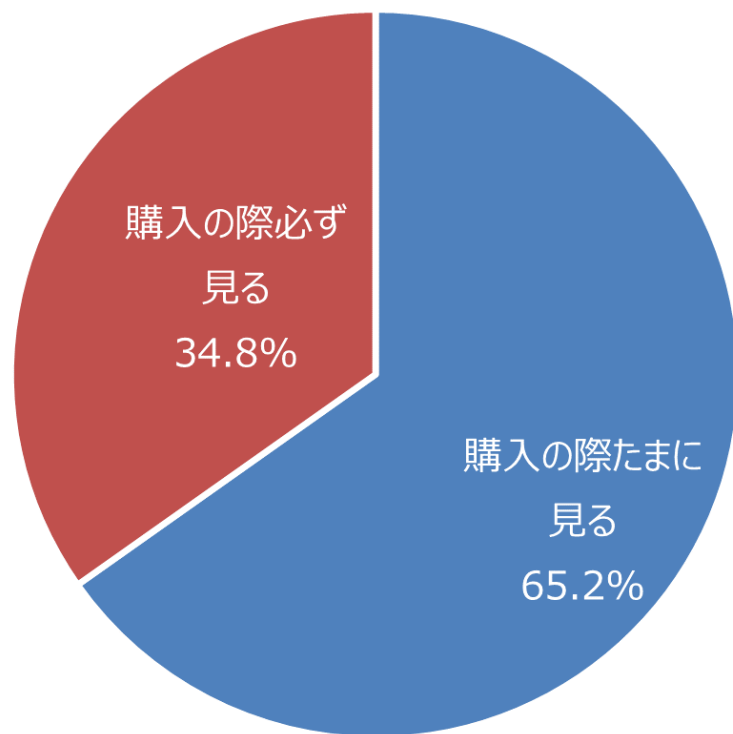
■ 60代以上



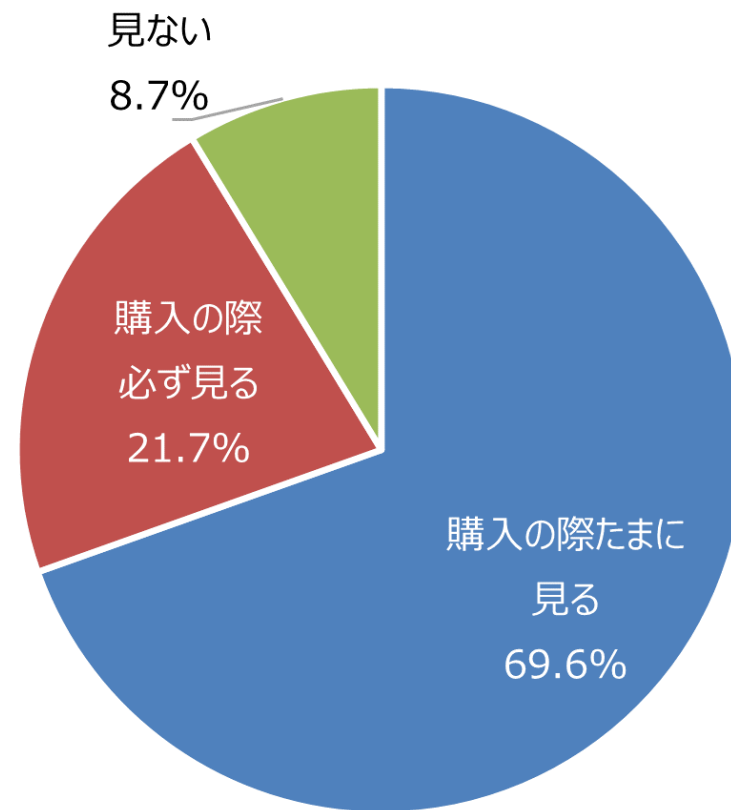
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



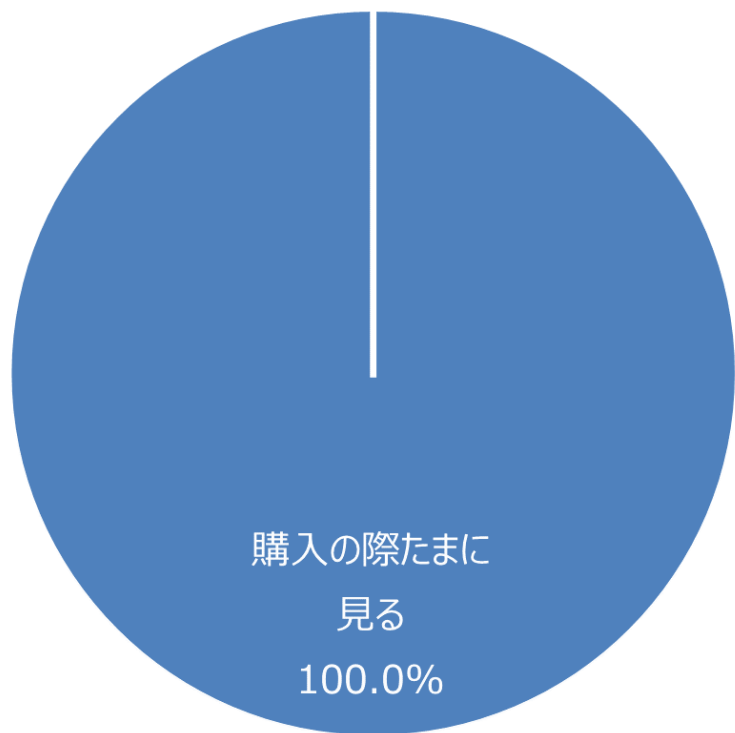
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



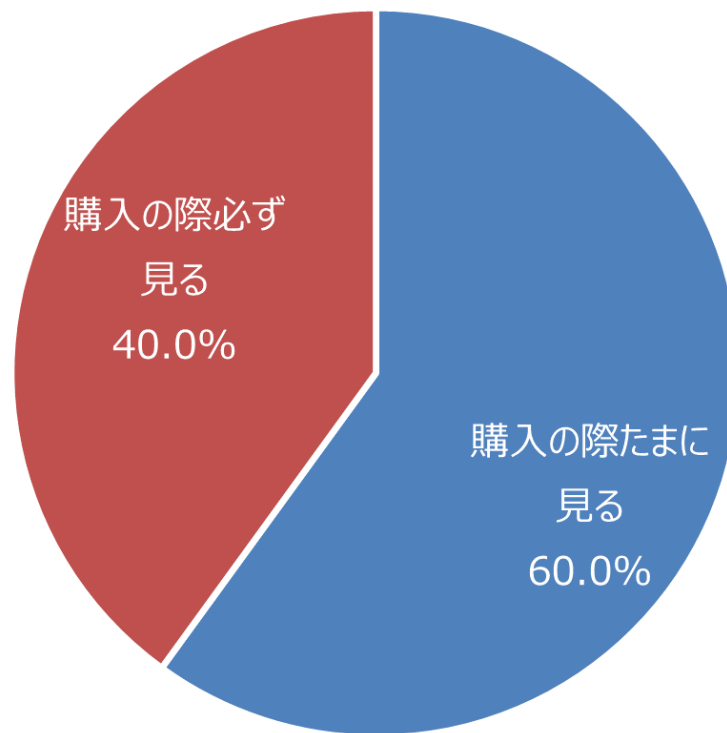
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

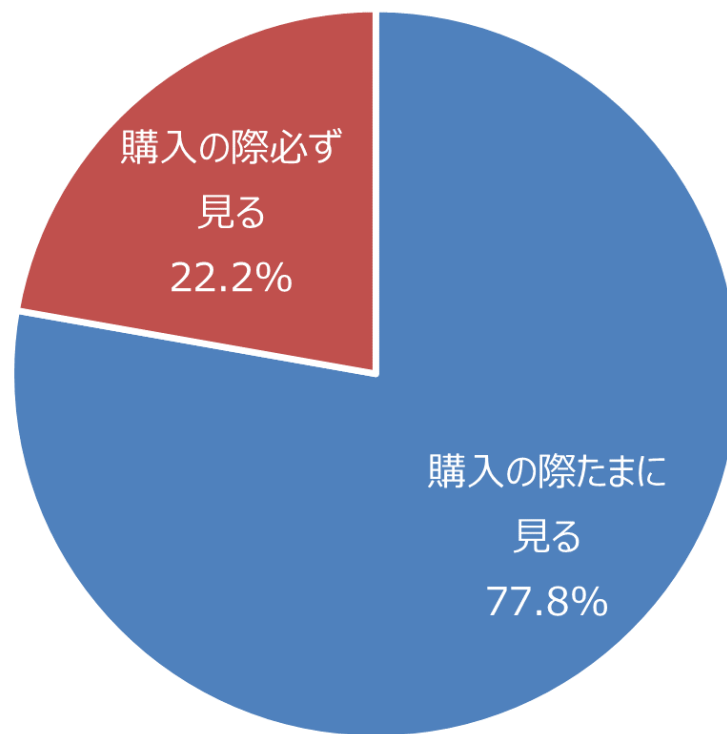
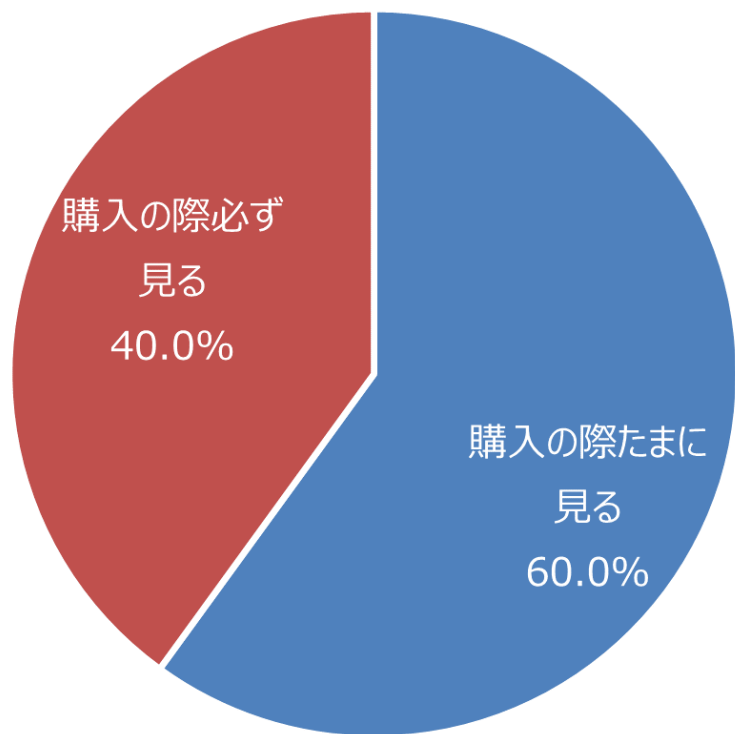


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

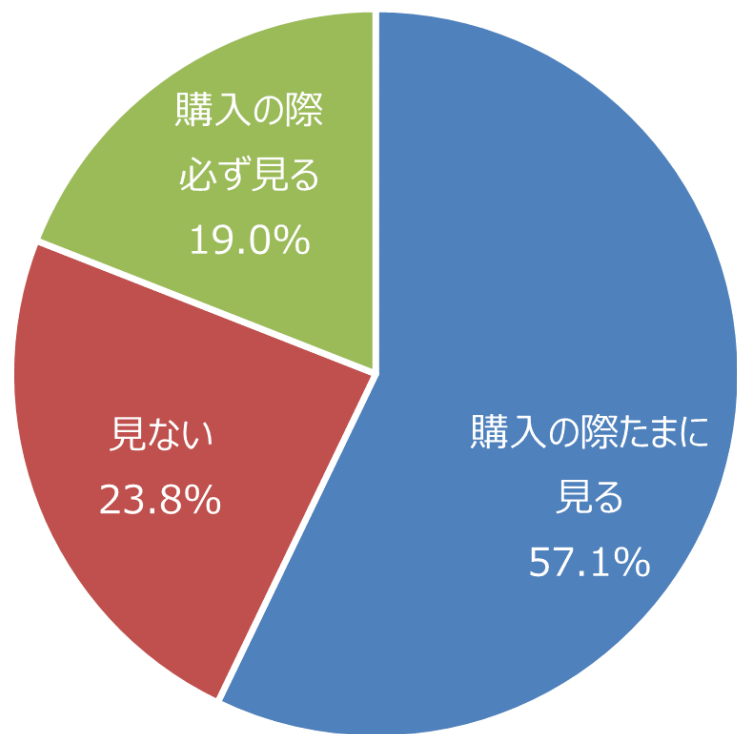
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



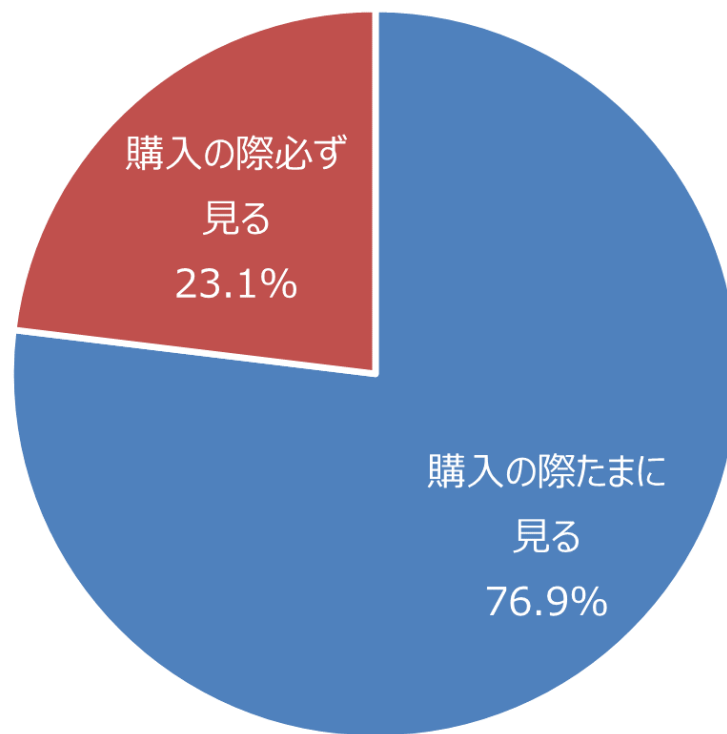
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

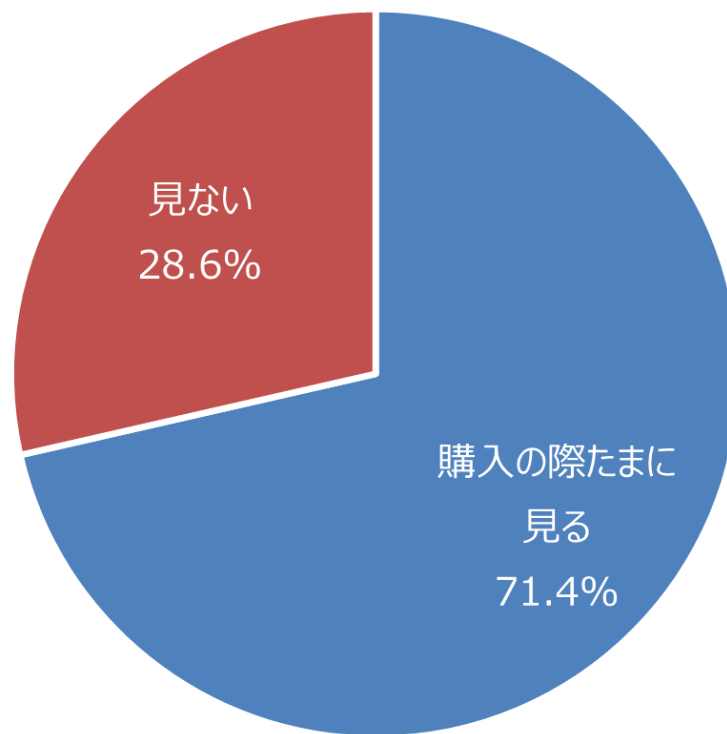
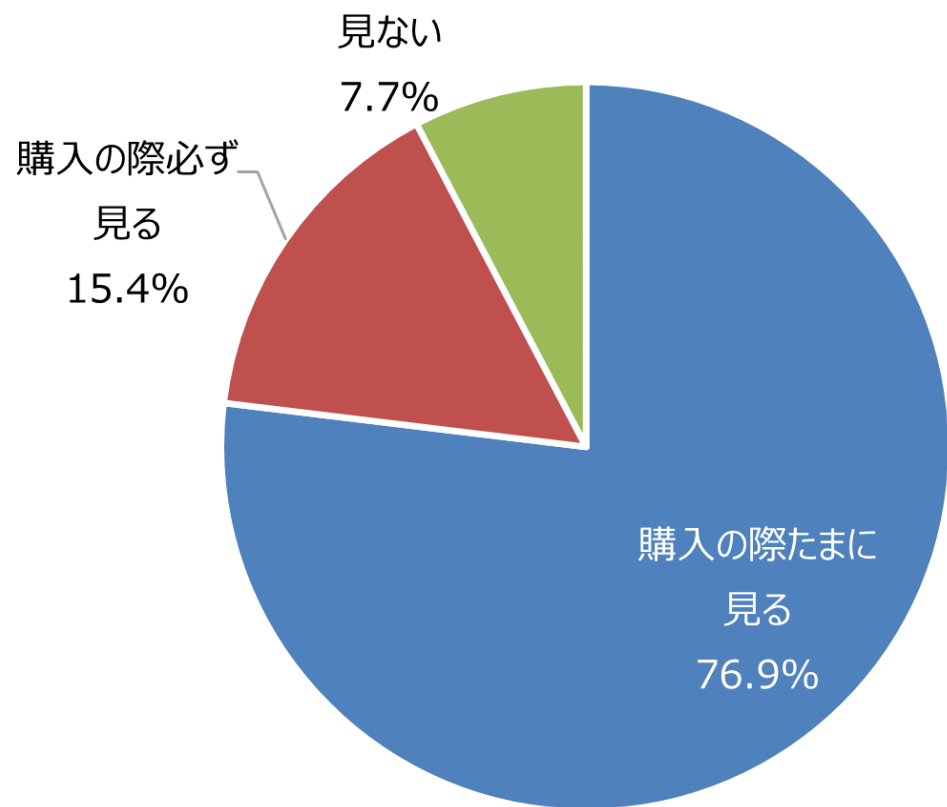


■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 普段の商品購入の際は、関連する動画はどのくらいの頻度で視聴しますか？

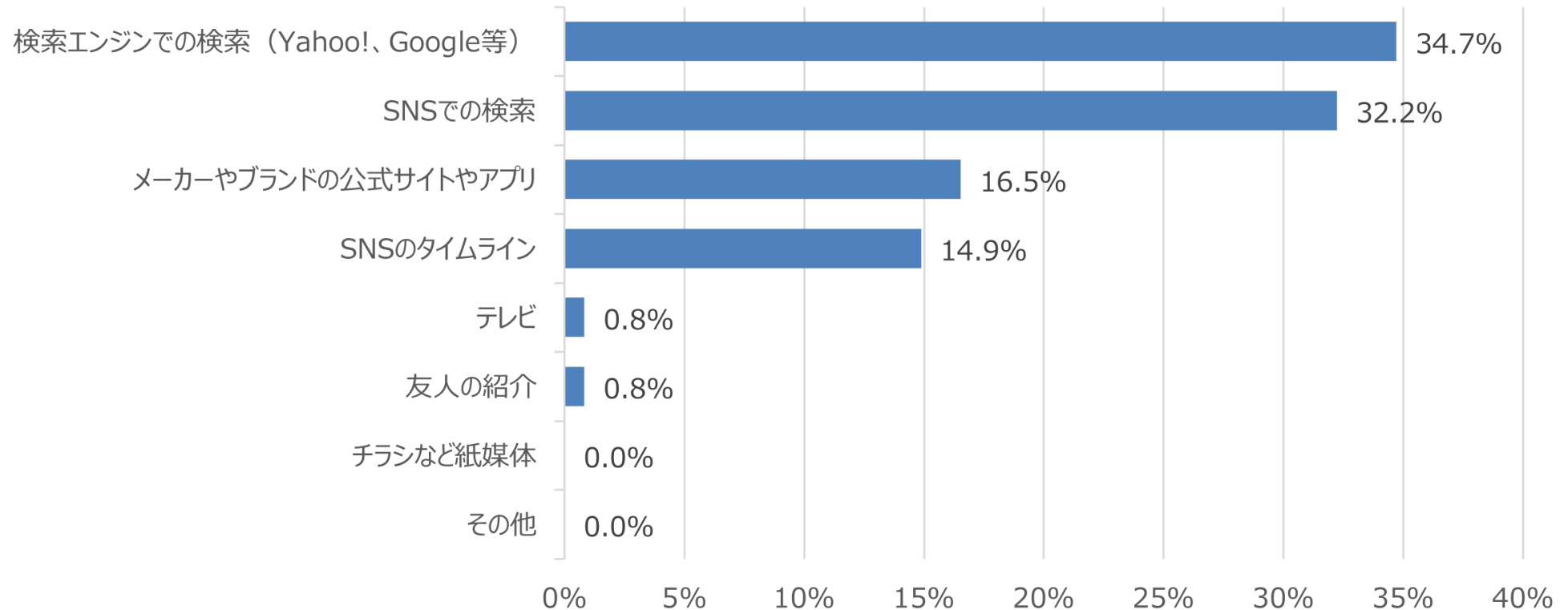
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

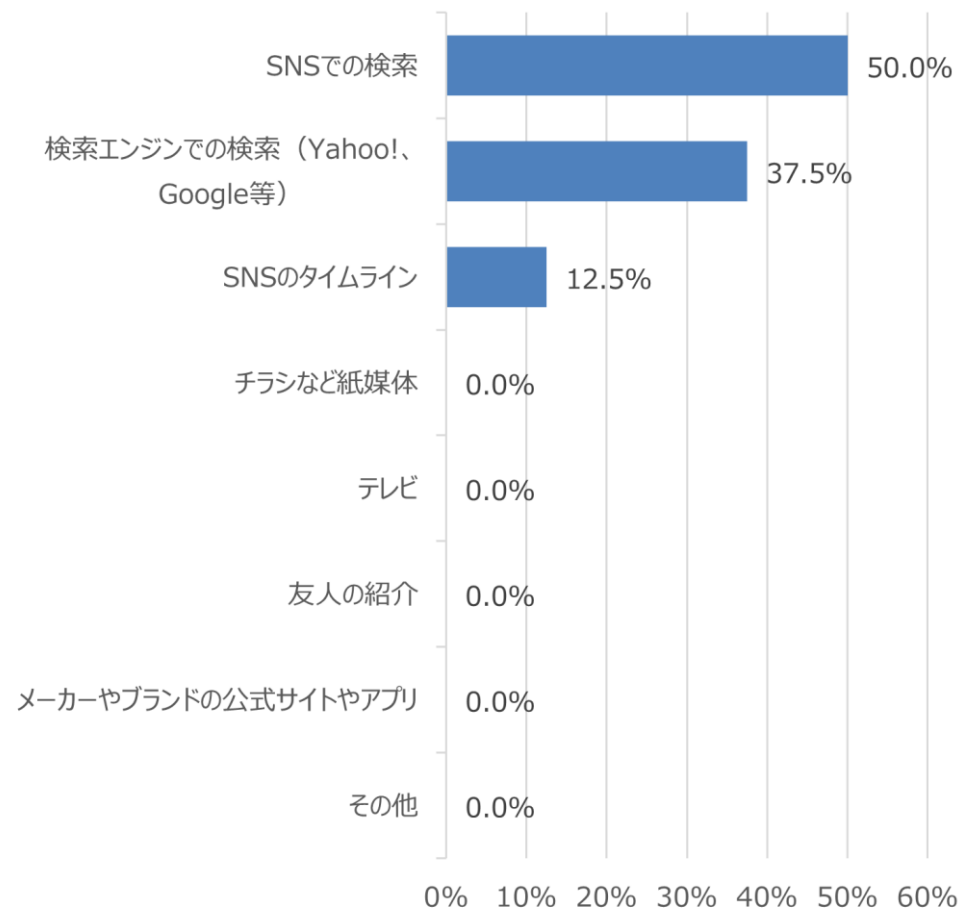


動画を検索する仕方については、10代～20代層とそれ以降の層で違いがあった。10代～20代ではグーグルなどの検索エンジンなどから検索をするのではなく、SNS上での検索からの視聴が多いということが分かった。以前の調査でも、若年層は「どこでランチをしよう？」となったとき、検索エンジンで「ランチ ○○ (場所)」などと検索するのではなく、TwitterやInstagramのハッシュタグ機能などを使用しトレンドのお店や話題になっているお店を検索しているということがわかっている。

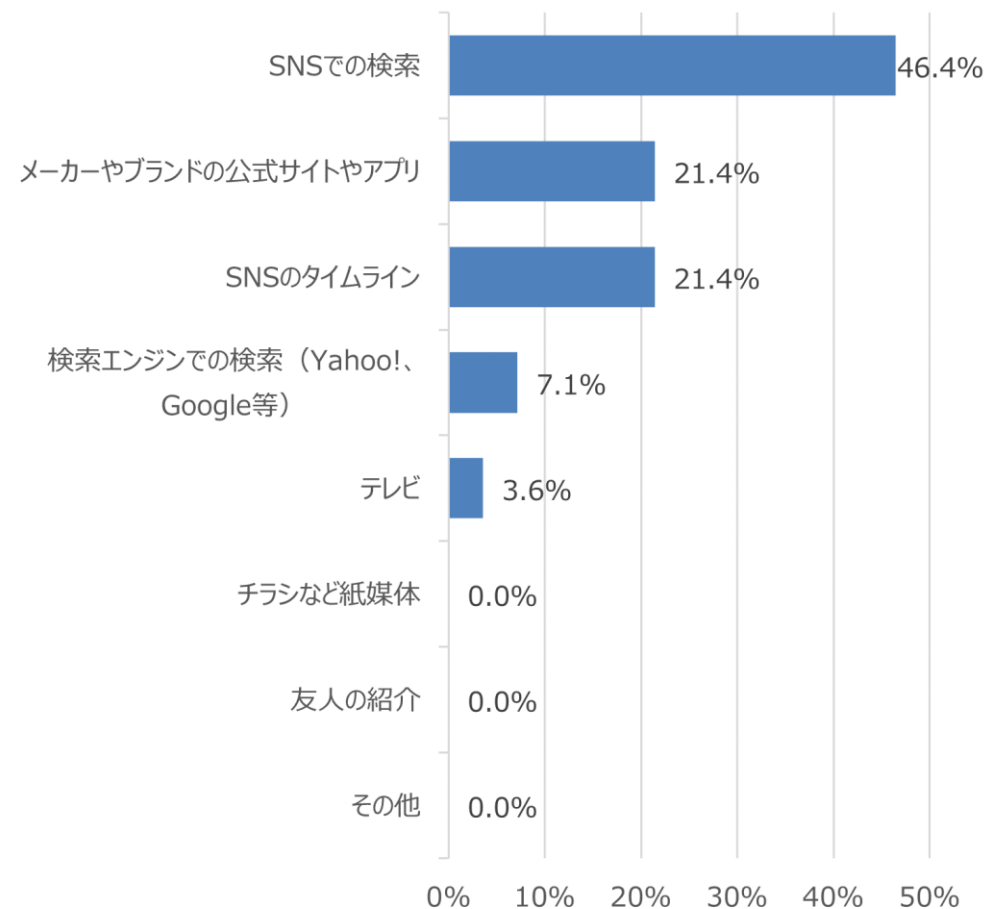
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 10代



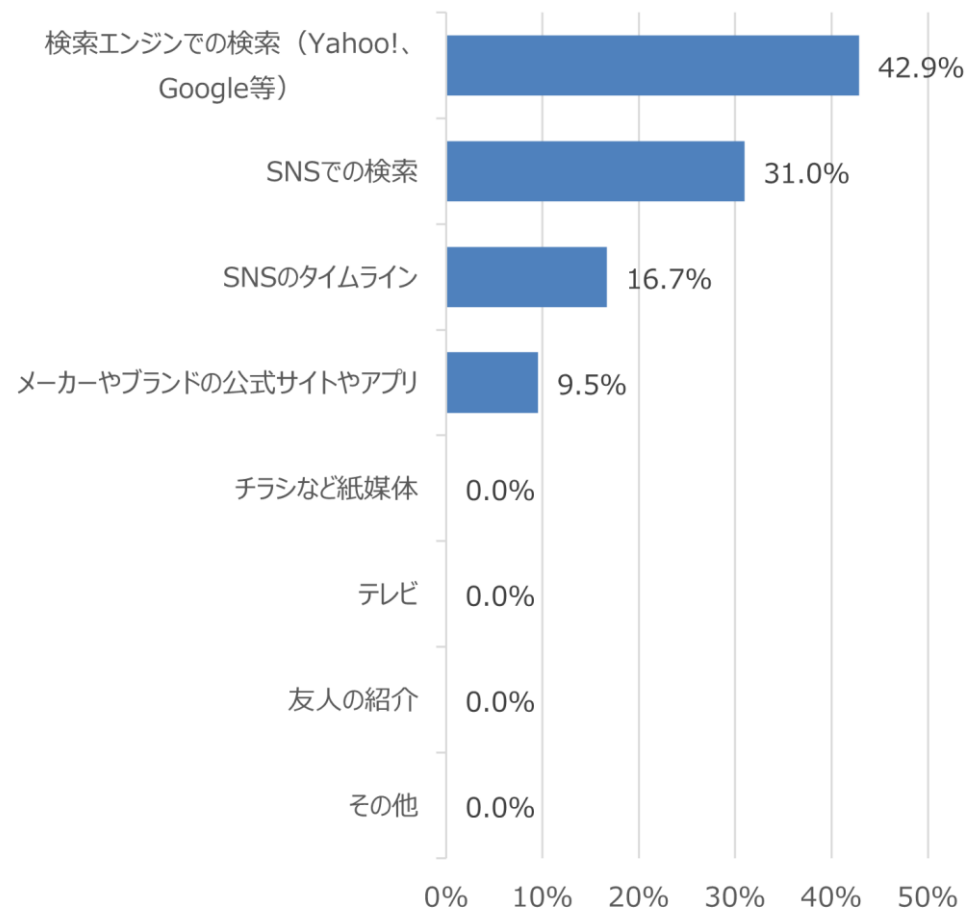
■ 20代



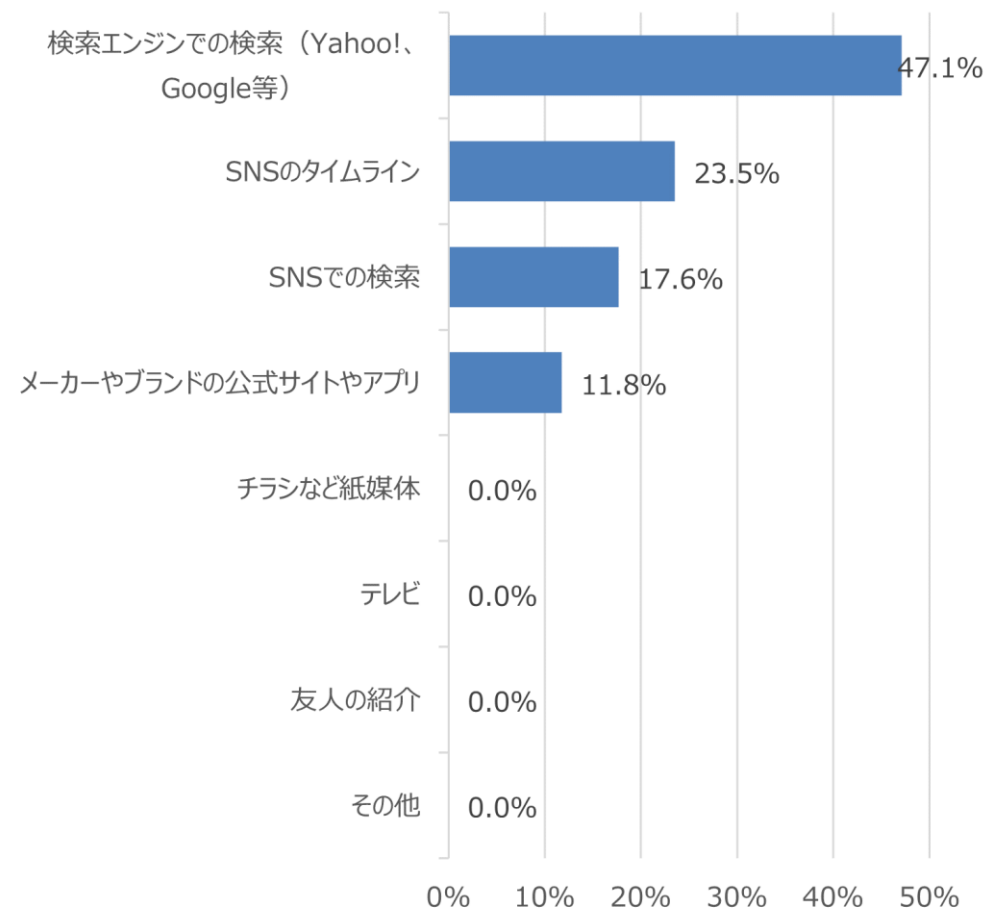
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 30代



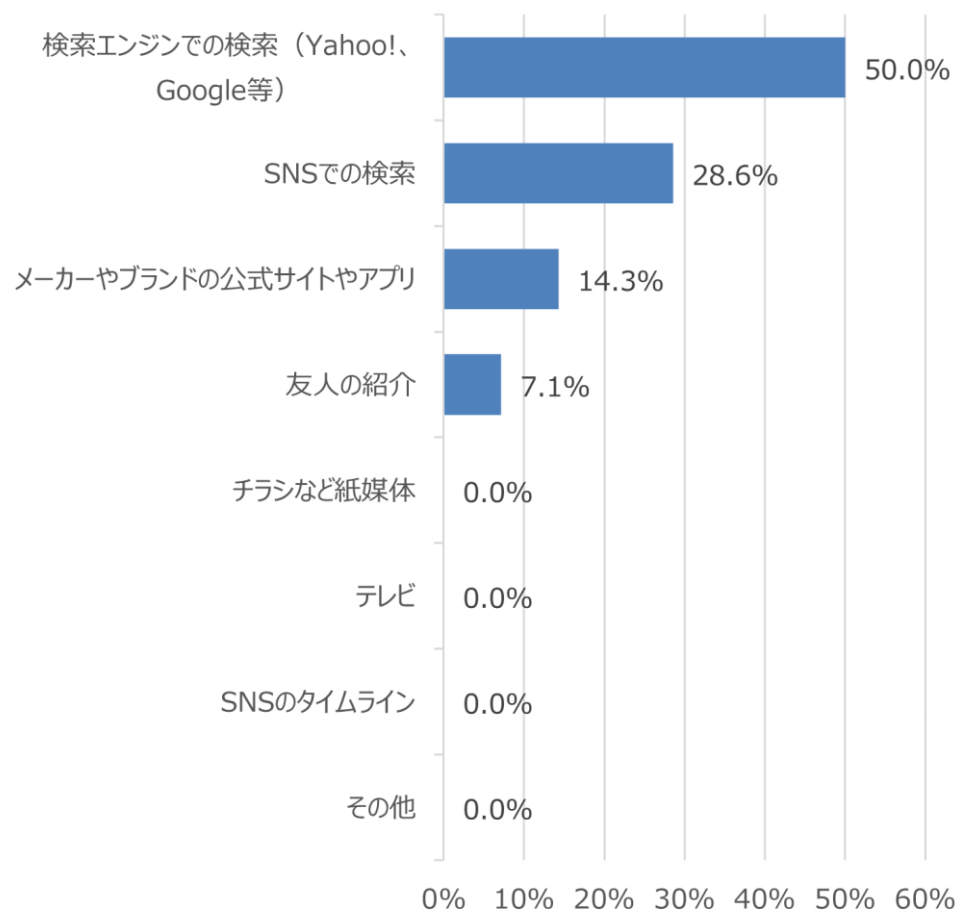
■ 40代



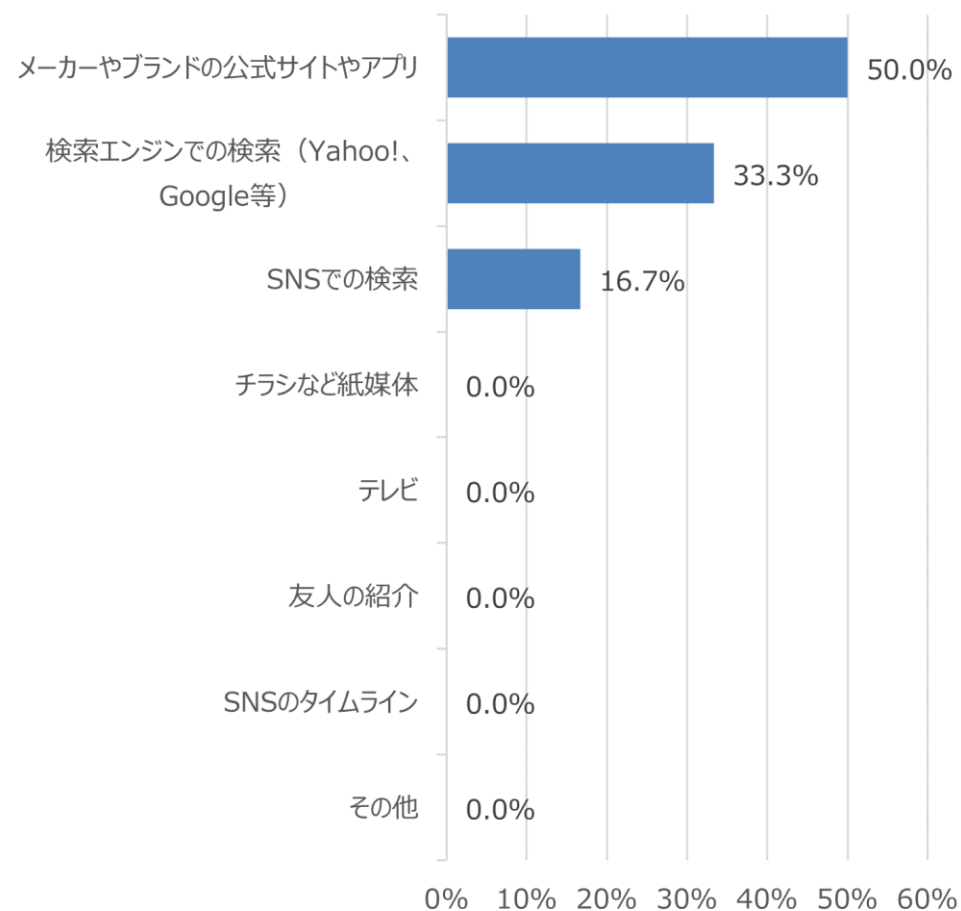
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 50代



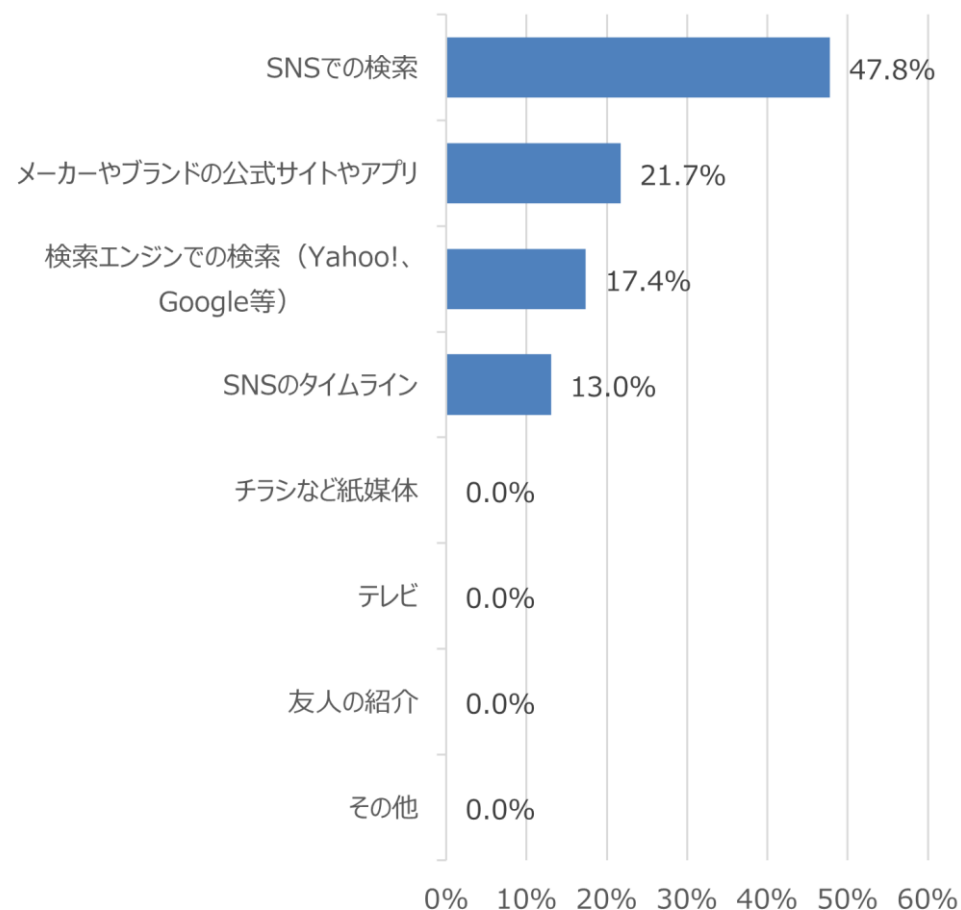
■ 60代以上



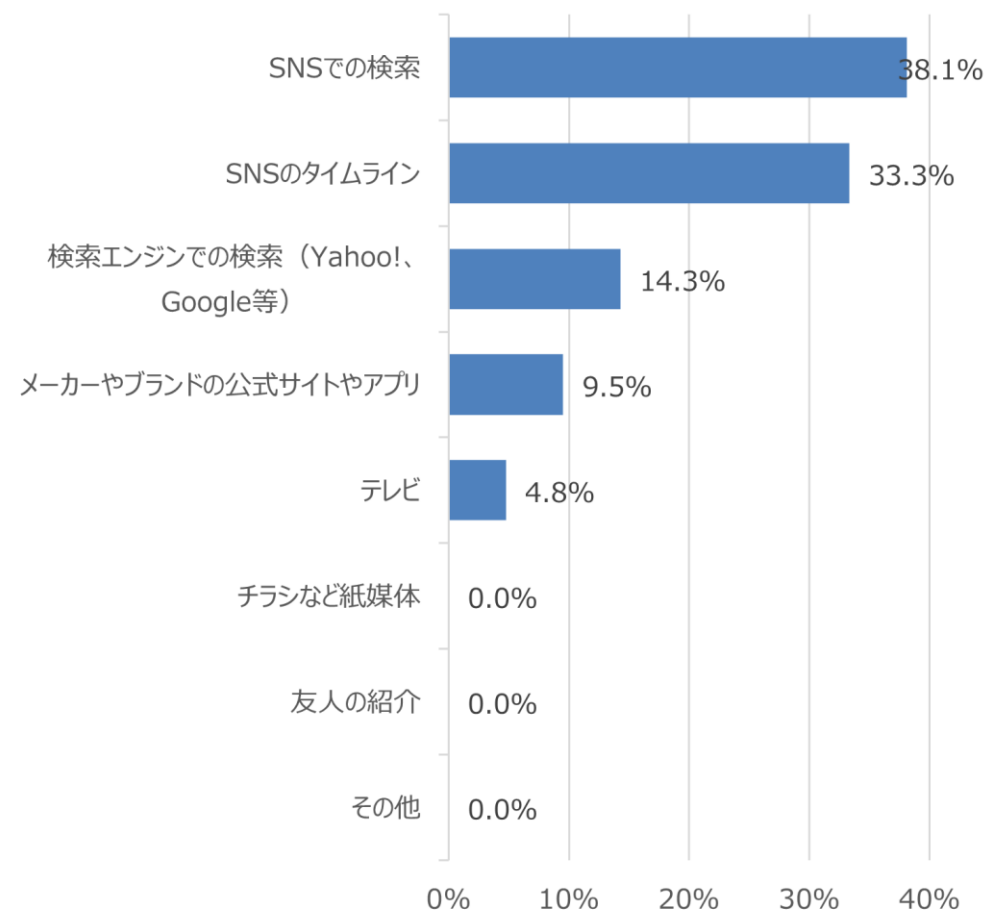
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



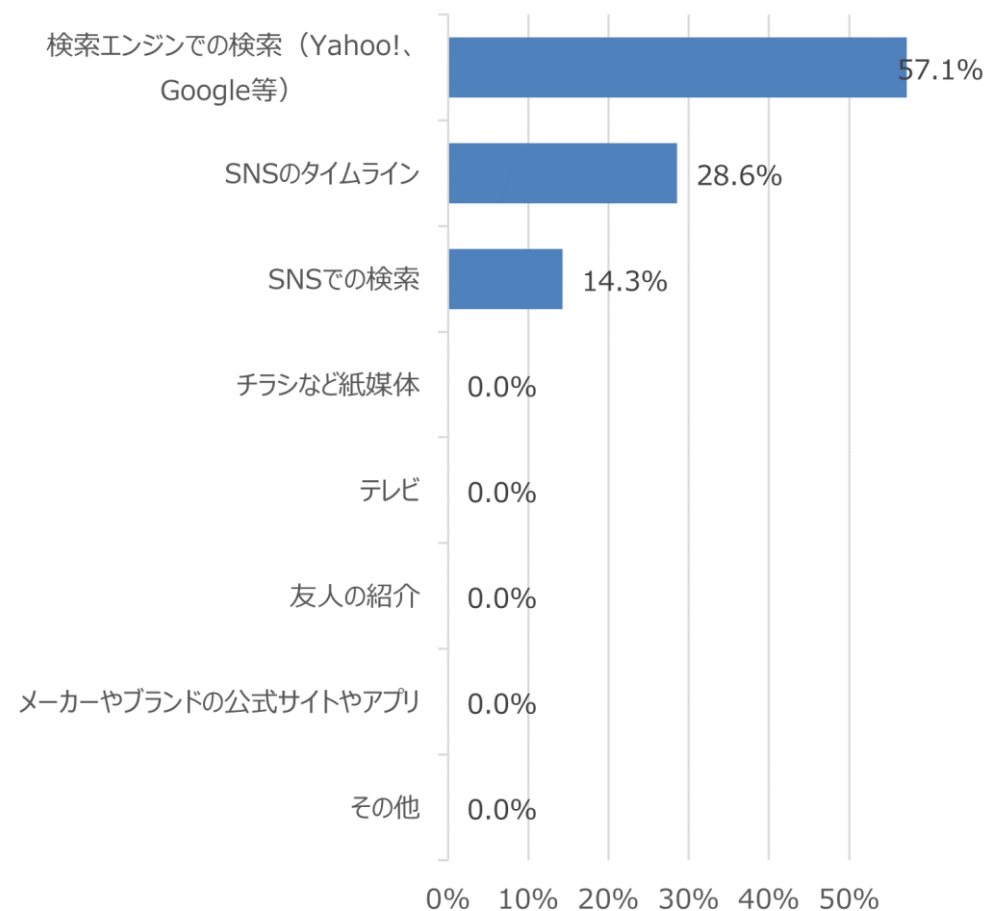
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



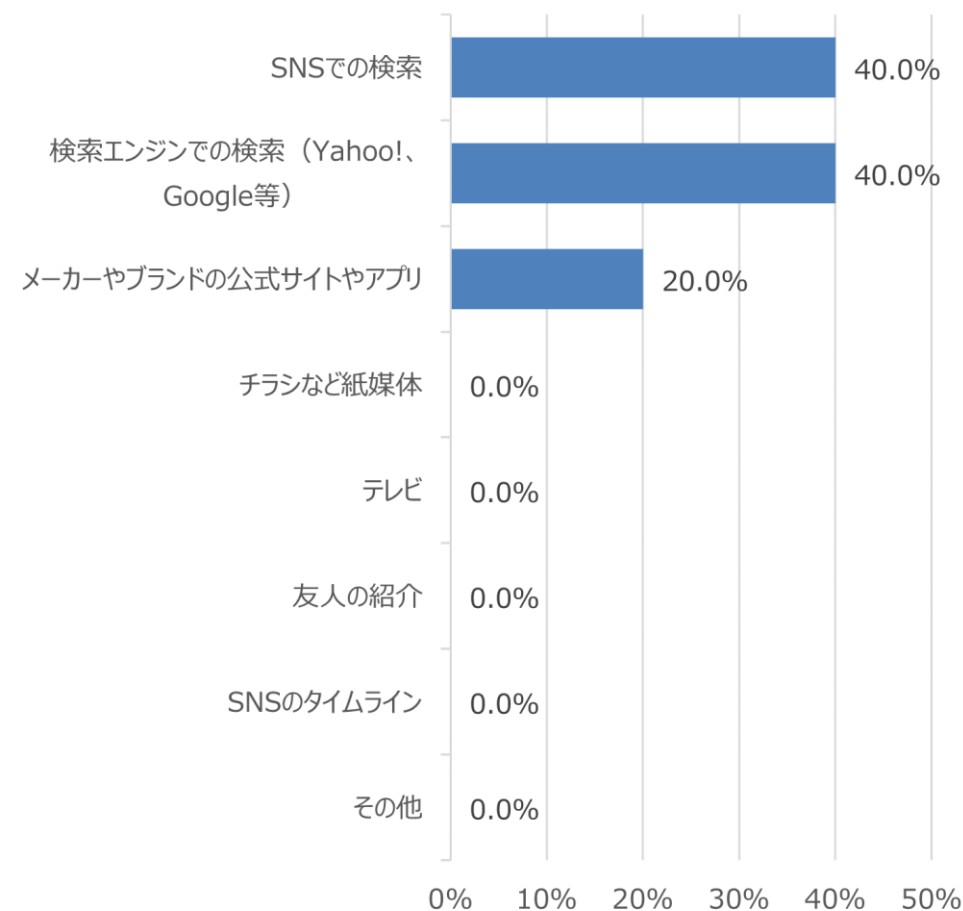
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



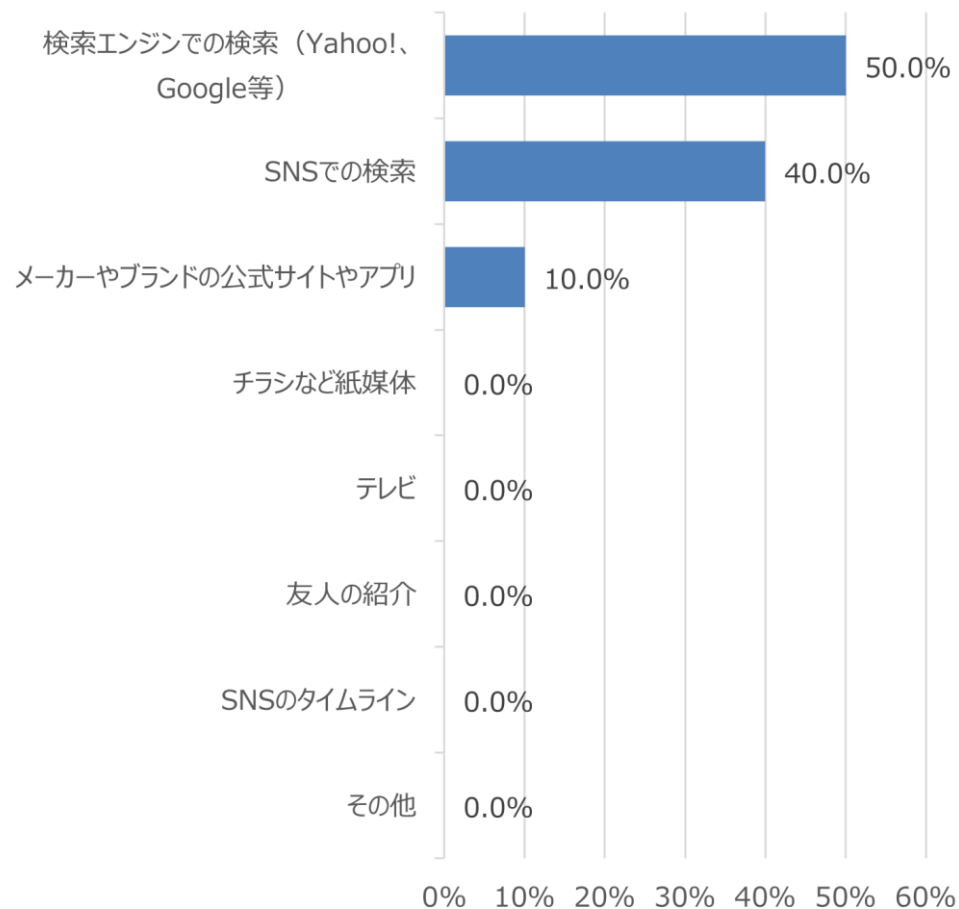
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



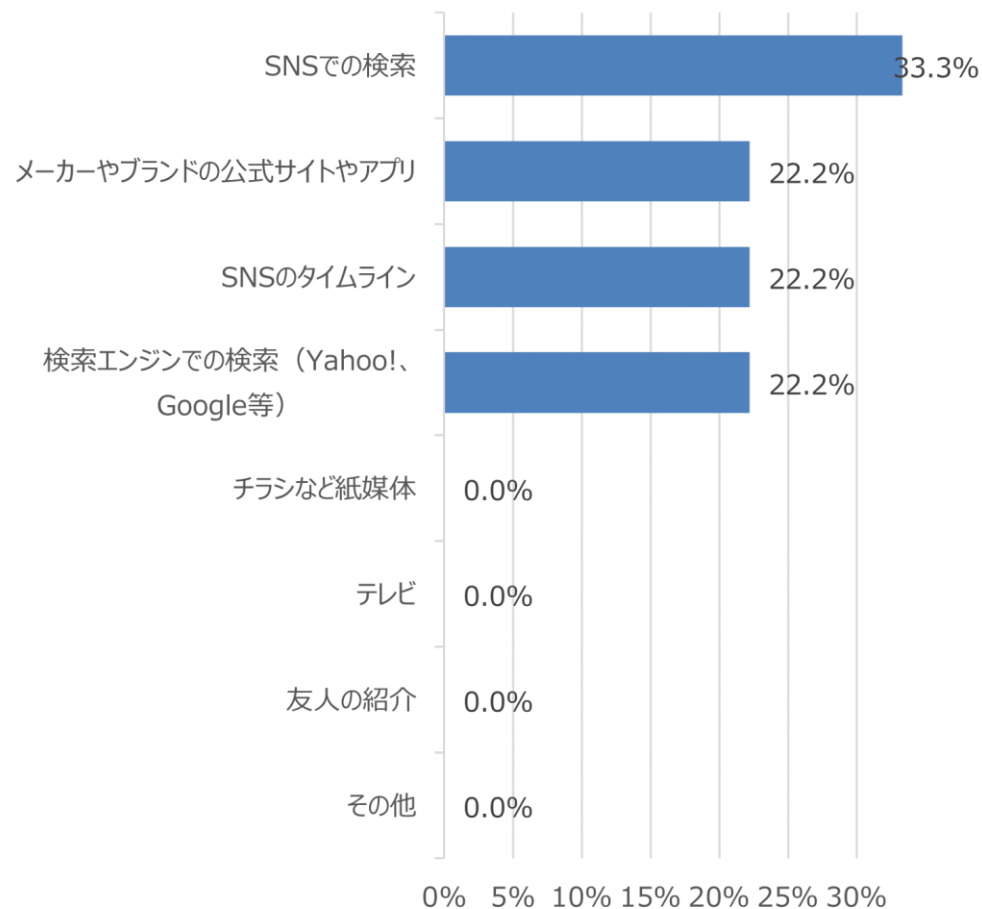
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



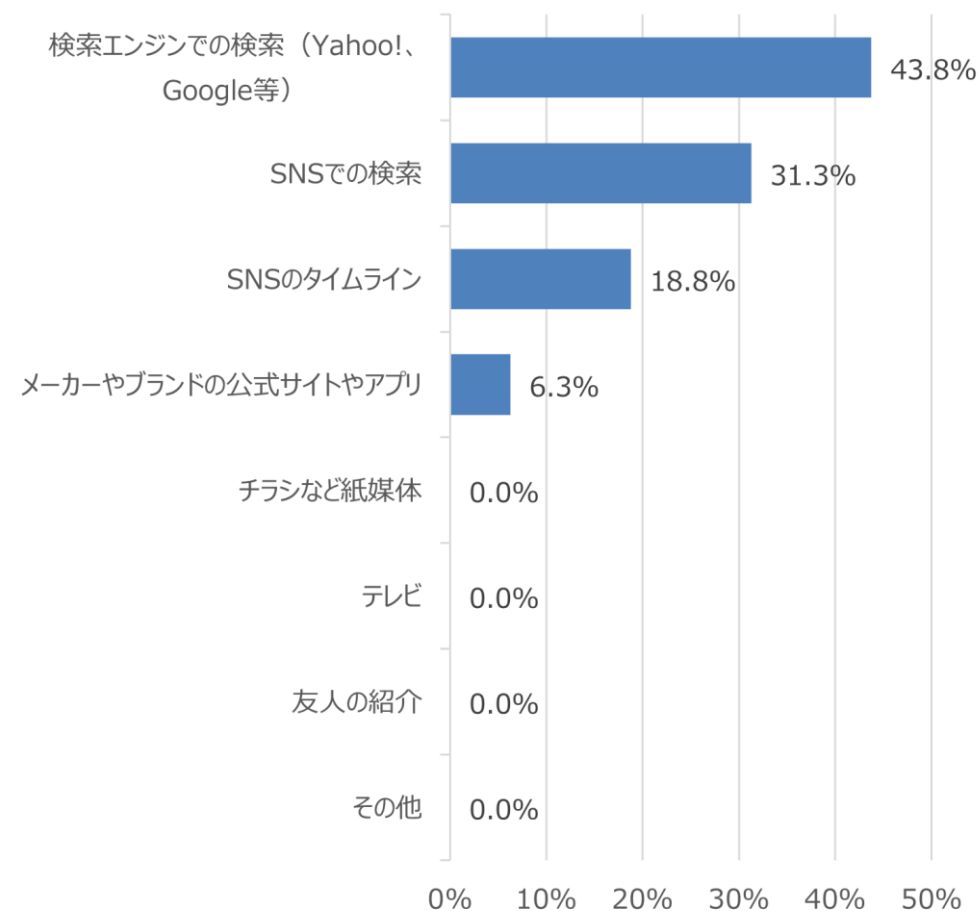
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



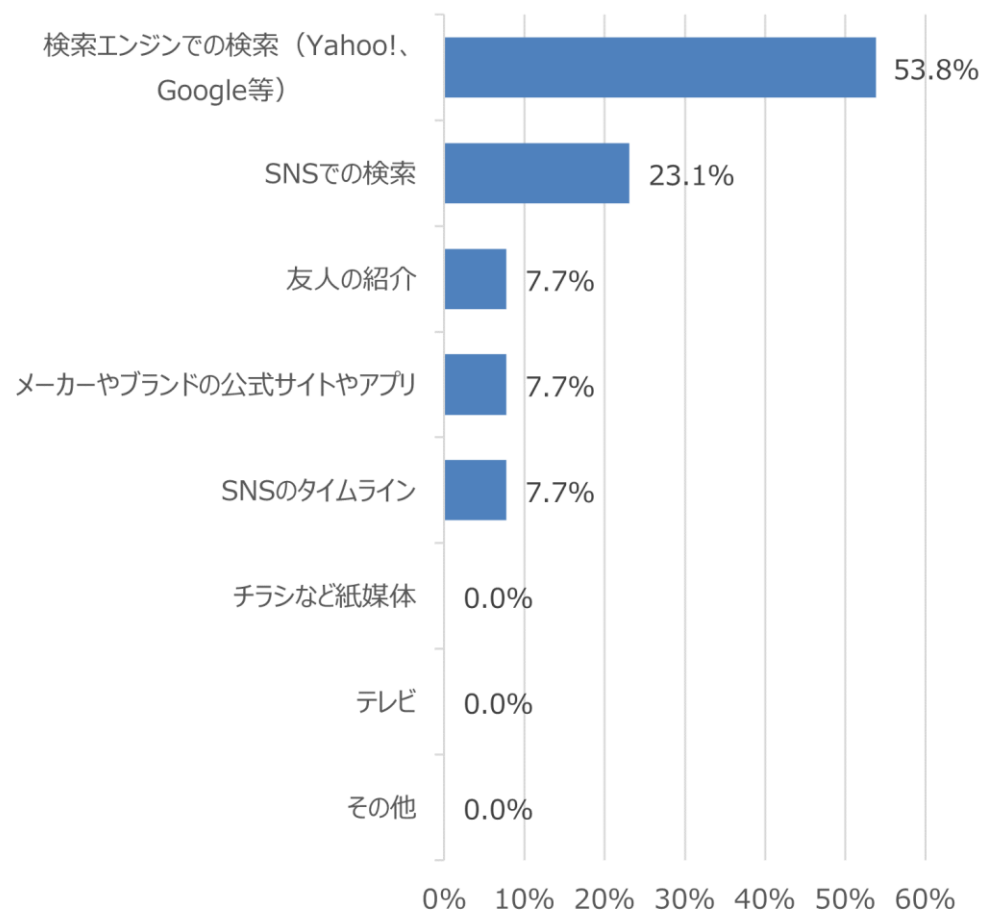
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



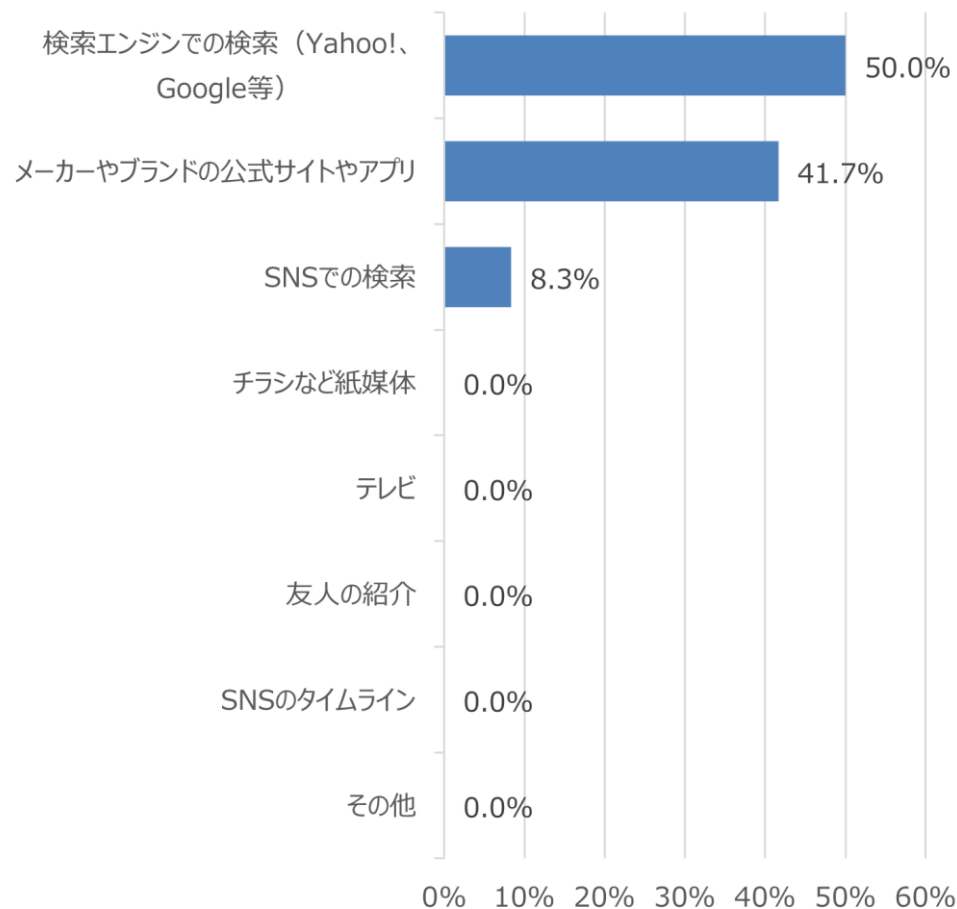
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



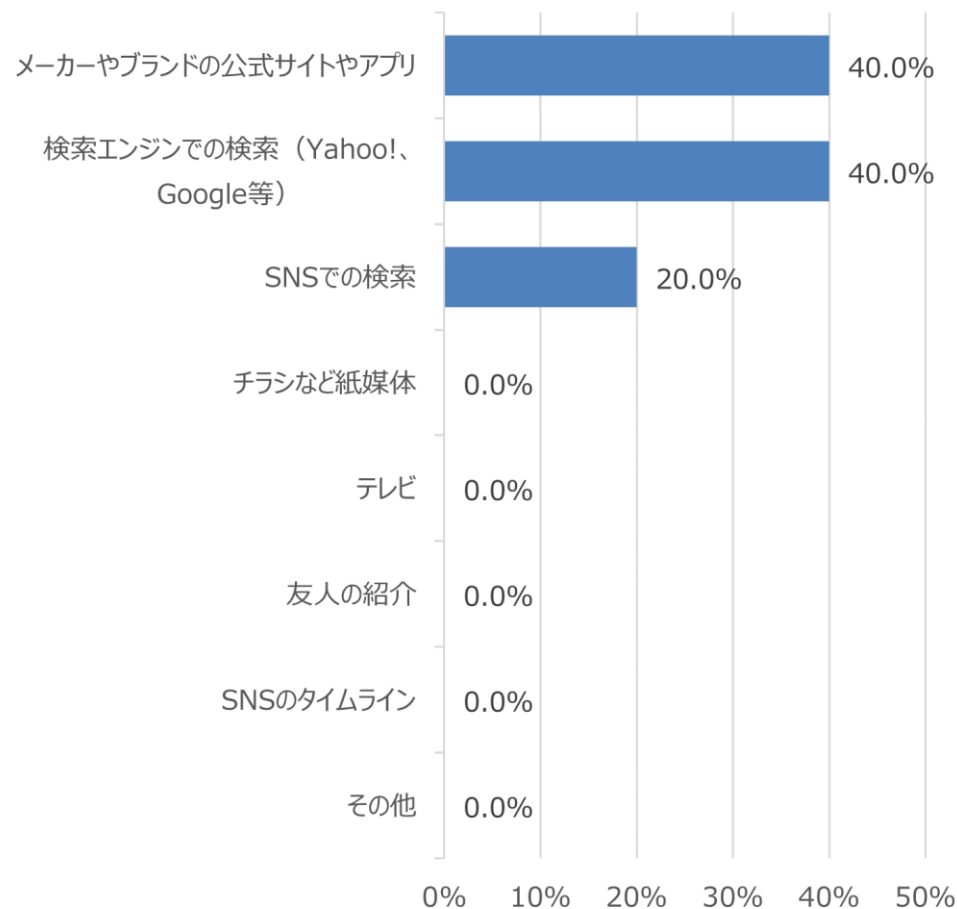
■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. 動画はどのように見つけますか？最も当てはまるものを一つお選びください。

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～/45～64歳）



■ セカンドライフ（65歳～）



■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

**Q. 商品、サービスを購入する際に一番参考になるのはどんなSNS投稿動画ですか？
(企業名やブランド名、投稿者名などをお教えてください。)**

居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
東京都	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	消費者の消費者目線の動画
静岡県	20代	アルバイト・パートタイム	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	各企業さんの、公式アカウント！
広島県	30代	未就業・無職	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	芸能人とかでアンバサダーとかじゃなく、本当に普段使ってる化粧品やメイク品で化粧してる動画 昼休憩の時間帯狙ってお味噌とかの企業さんが、商品使い料理つくる動画もよかった！ケーキとかもつくられてて、普段思いつかないレシピ紹介してくれて、長すぎずよかった
北海道	10代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	SALAさん YouTube
福島県	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	口コミです。
兵庫県	30代	アルバイト・パートタイム	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	悪いところもきちんと伝える！
神奈川県	30代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	実際に使用している動画。
岐阜県	30代	正社員	ベビ待ち夫婦（出産願望あり／25～49歳）	コスメならコスメに特化しているユーザー
千葉県	30代	正社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	ゆうこす
東京都	30代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	各企業さんの実際の商品を使った人のリポストなど
東京都	40代	派遣社員	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	prではない人の感想がわかるもの
山口県	60代以上	専業主婦	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	使用後の口コミ
東京都	30代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	企業の公式のもの
沖縄県	30代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	知人の口コミ
鹿児島県	20代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	Amazon
千葉県	20代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	Instagram 各企業の公式アカウント
東京都	20代	学生	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	Twitterでいいねがたくさんついてるツイートの商品。
東京都	20代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	使用感や着用感が分かる動画
広島県	10代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	YouTuberのnanacoさんです。

■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. その理由をお聞かせください。

居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
広島県	40代	アルバイト・パートタイム	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	使う際の注意点が想像しやすい
東京都	20代	アルバイト・パートタイム	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	様々な商品を比較しつつ、紹介しているから。
兵庫県	30代	アルバイト・パートタイム	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	リアルボイスが1番響く
愛知県	20代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	一般人目線でわかりやすく参考になる
東京都	30代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	生で質問にもたまに答えてもらえる
茨城県	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	自宅で使うときのイメージができるから
兵庫県	20代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	いい事ばかりだと胡散臭く感じるから。
奈良県	60代以上	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	信頼できる
愛知県	40代	アルバイト・パートタイム	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	リアルなおうちで使えそうなアイデアがいっぱい
宮城県	30代	アルバイト・パートタイム	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	インフルエンサーはいいことしか書かない
東京都	50代	派遣社員	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	出かけなくて済むから
東京都	20代	正社員	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	インフルエンサーは広告感があってあまり好きではない。友達や一般人の方が説得力がある。
京都府	40代	正社員	中堅シングル（単身就業者／40～49歳）	使いやすさとかつけ心地を説明してくれてる
東京都	40代	正社員	中堅シングル（単身就業者／40～49歳）	レンジや掃除機など家電の使い方がとても詳細で分かりやすいのでオススメ。分かりやすいと商品に興味を持ちやすく購入したくなる。
埼玉県	20代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	おしゃれだし、どこのなにかの情報がわかりやすいから。
東京都	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	商品の使用感、色味が動画で詳しくわかる。出演しているモデルさんが綺麗だとわかりやすい。買いたくなる。
千葉県	20代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	初回購入の割引や、招待コードでお得になったため
兵庫県	30代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	メリット・デメリットなど良い部分もそうでない部分もわかるので
福岡県	20代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	着てる感じがわかる アレンジの参考
大阪府	30代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	いつも買っていない商品の探索にSNS動画を使うので、わかりやすさは重要です。

■ SNS動画からの商品購入についてお伺いします

Q. どのようなSNS投稿動画であれば商品を購入検討時に見てみようと思いますか？

居住地域	年齢	就労状況	属性	サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。
埼玉県	30代	専業主婦	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	商品の形、大きさ、使い方が具体的にわかる。
福岡県	50代	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	使用前、使用後の様子がわかるものなど
東京都	30代	正社員	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	動画中にクーポンコードが出たりなど、限定のお得感があれば購入する
福島県	30代	アルバイト・パートタイム	乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）	口コミがわかるもの
鹿児島県	20代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	価格や商品の良いところや使う人のタイプなどわかること
愛知県	40代	フリーランス・個人事業主・自営業	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	リアルな意見
東京都	30代	アルバイト・パートタイム	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	商品の良いところ、使用感がわかるといい。
神奈川県	30代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	色や大きさ、素材感が伝わるもの
東京都	40代	アルバイト・パートタイム	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	商品の良さが強く伝わる。
神奈川県	40代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	その商品の使い方が分かる。新商品の紹介で、どんな魅力があるのか、使い心地はどうかなどが具体的に分かる。好きなタレントが出ている。
神奈川県	10代	未就業・無職	プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）	その商品の良い点だけでなく悪い点も伝えていると信憑製が上がり購入を検討するようになる。
大阪府	60代以上	フリーランス・個人事業主・自営業	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	プレゼント企画があったり、料理教室等のイベントがあると購入するかもです。
愛知県	30代	正社員	若手シングル（単身就業者／25～39歳）	使用感、サイズ感がわかるもの、キャンペーンなど
埼玉県	30代	専業主婦	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	ビフォーアフターなど、効果が目に見えて分かるような動画。
東京都	30代	正社員	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	5秒程度の短いもので、インパクトがあるもの
東京都	40代	契約社員	ベビなし夫婦（出産願望なし／30～64歳）	商品の使用感や素材がわかるもの。色合いやサイズなどの情報が豊富なもの。
神奈川県	50代	アルバイト・パートタイム	児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）	食べ物であれば、有害な添加物の有無や外国産か国産かなどわかるとよい
山形県	50代	フリーランス・個人事業主・自営業	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	使ってみて良い点だけでなく、どんなところがマイナスか正しくわかりやすく紹介・説明してある動画。
京都府	40代	アルバイト・パートタイム	青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）	使い方がシンプルでわかりやすく投稿しているかどうか
栃木県	40代	未就業・無職	中堅シングル（単身就業者／40～49歳）	実際の使用感がわかり、大げさな物言いをしていないもの。出てる人の好感度。

