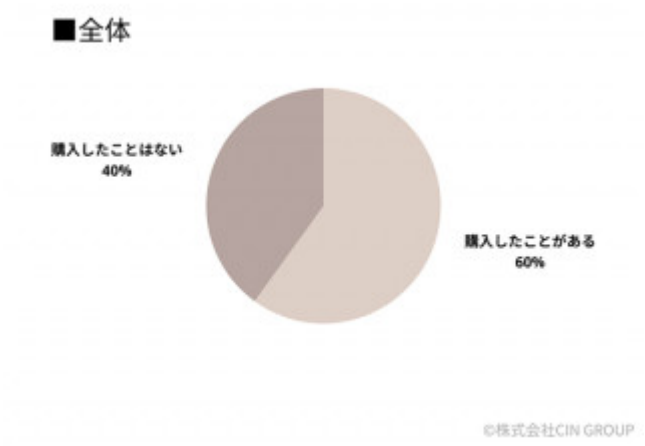
20代ー30代の女性の6割が「Instagramの情報をきっかけに商品を購入したことがある」



Instagram ZERO（株式会社CIN GROUP）では、2022年4月18日 ー2022年4月22日
にかけて、Instagramを日常利用する20代ー30代の女性300人を対象に、Instagramの利用実態に関するアンケート調査を実施しました。本記事において調査の結果をレポートします。

＝＝
アンケート調査概要
調査方法：ウェブアンケート調査
対象：Instagramを1日に1回以上利用している20代ー30代の女性300人（内訳：20代185人、30代115人）
期間：2022年4月18日 ー2022年4月22日
＝＝

■質問１：Instagramの利用目的は何ですか？(複数選択可)
Instagramの利用目的について、以下の選択肢を用意し、回答してもらいました。

・暇をつぶすため
・日常生活に役立つ情報（ハウツーなど）を探すため
・興味がある商品の情報を探すため
・友人や知人の近況を知るため
・好きな著名人（芸能人、スポーツ選手、インフルエンサーなど）の情報を知るため

結果、全体では

・日常生活に役立つ情報（ハウツーなど）を探すため（回答数189）
・暇をつぶすため（回答数178）
・興味がある商品の情報を探すため（回答数155）
・友人や知人の近況を知るため（回答数136）
・好きな著名人（芸能人、スポーツ選手、インフルエンサーなど）の情報を知るため（回答数130）

となり、日常生活に役立つ情報（ハウツーなど）を探すためが最も多い回答となりました。

一方、回答者を30代に絞ると「興味がある商品の情報を探すため」（回答数73）が最多に。20代ー30代の女性は、自身の生活に関する情報や空いた時間を潰せる情報、気になる商品の情報（口コミなど）を収集する目的でInstagramを利用しているようです。

■質問２：Instagramの情報をきっかけに商品を購入したことはありますか？
続いて、Instagramに投稿されている情報をきっかけに商品を購入したことがあるか、という質問に回答してもらいました。その結果、全体で6割の人が「Instagramの情報をきっかけに商品を購入したことがある」と回答しました。年代別で見てみると、20代の女性は6割を下回り、30代の女性は6割を上回る結果となりました。30代の女性はInstagramを利用する際、商品購入のモチベーションが高めであることが伺えます。

■質問３：IInstagramの情報をきっかけに購入したことがある商品は何ですか？(複数選択可)
下記の選択肢を用意し、実際にInstagramの情報をきっかけに購入した商品について回答してもらいました。

・化粧品、美容品
・バッグ・靴などの衣類小物
・アクセサリーなどの装飾品
・飲食店や美容室などの実店舗サービス
・映画やライブのチケット
・サプリメントなどの健康食品、ヘルスケア商品
・玩具
・インテリア用品、家具
・食料品（食品や飲料）
・衣料品
・旅行商品（ホテル予約、航空券など）
・生活用品
・キッチン用品
・菓子類（アイスクリームなど）

結果、全体では

・化粧品、美容品（回答数114）
・食料品（食品や飲料）（回答数65）
・衣料品（回答数62）

が上位３つとなり、年代別で見ても20代の女性は同様の選択数となりました。

ただし30代の女性については

・化粧品、美容品（回答数35）
・生活用品（回答数25）
・食料品（食品や飲料）（回答数24）

と生活用品が入り込む形に。20代ー30代の女性は主に化粧品や美容品、食料品、衣料品（ファッション）をInstagramの情報をきっかけに購入する傾向にあるようです。上記のサービスを展開するブランドは、Instagram運用に注力することを検討してもいいかもしれません。

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com