

口コミサイト・
インフルエンサーマーケティング
に関するアンケート結果

2018年9月19日

調査概要

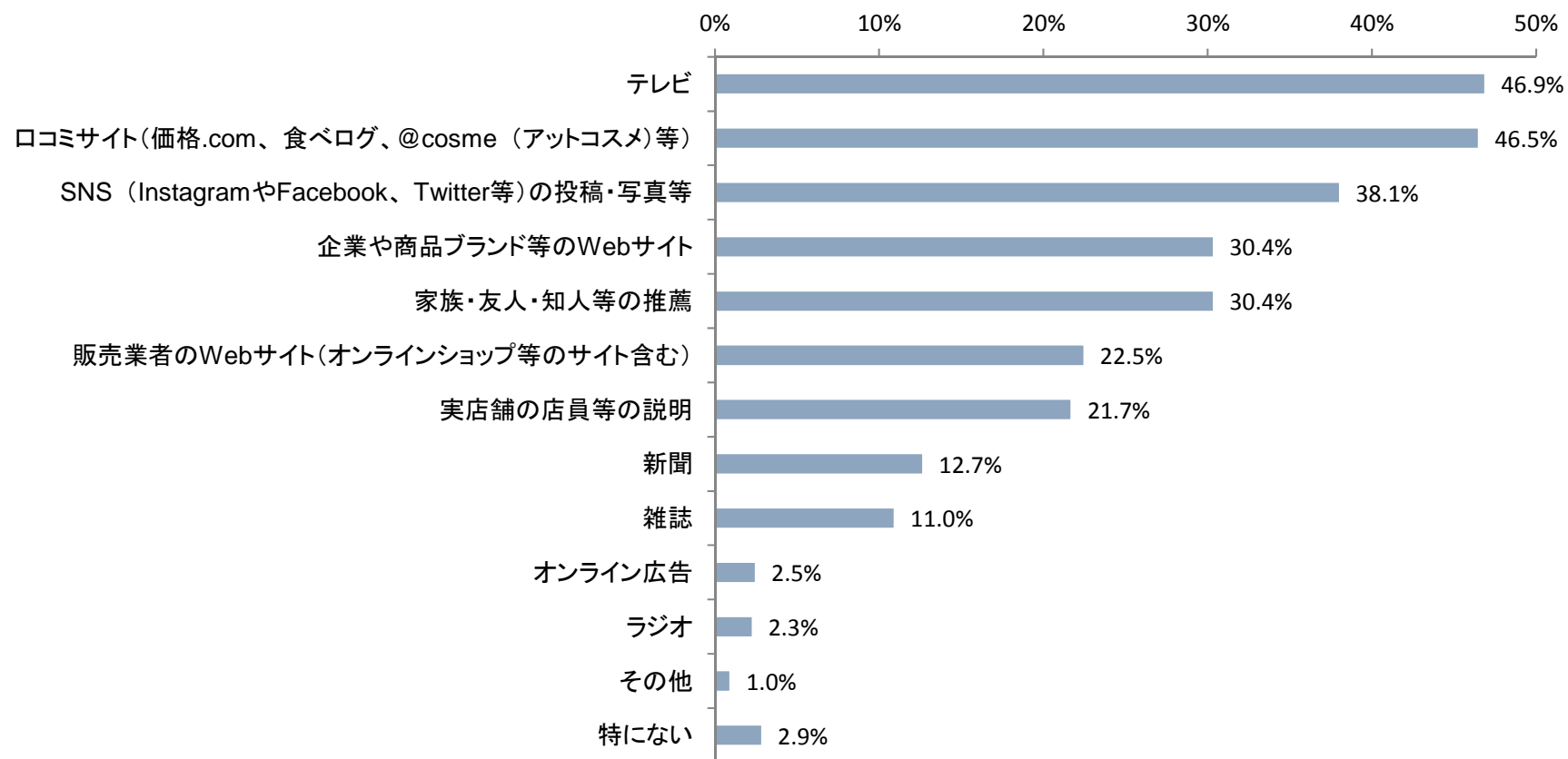
口コミサイト・インフルエンサーマーケティングに関するアンケート調査 調査概要	
調査期間	2018年8月22日(水)～8月23日(木)
調査方法	Webアンケート
調査対象	20歳以上のインターネット利用者 【スクリーニング調査】一般消費者 【本調査】過去1年間にSNS(Facebook、Twitter、LINE、mixi、Instagram等)を閲覧した者
割付条件	性別(男性・女性)×年代(20代・30代に各75名、40代・50代以上に各50名)で割付
有効回答数	【スクリーニング調査】4,800人 【本調査】520人
調査項目	商品・サービス購入時に重視する情報源 口コミの利用状況 <ul style="list-style-type: none">・今までに利用したことがない商品・サービス購入時の口コミ等の確認状況・口コミを確認する商品・サービス、確認している口コミの種類・信頼度・口コミがよくなかった場合、口コミがなかった場合の購入取りやめ状況・口コミ評価と購入した商品・サービスの一致状況・口コミを参考とする度合い、口コミの信ぴょう性・信頼性の判断基準 口コミの投稿状況 インフルエンサーによる投稿の活用状況 <ul style="list-style-type: none">・インフルエンサーによる投稿の閲覧状況、閲覧理由・インフルエンサーの投稿により行動した経験、インフルエンサーの投稿に基づく購入の満足度 ハッシュタグ等による関係性明示についての認識 <ul style="list-style-type: none">・認知度、ハッシュタグ等の確認状況、金銭等の提供を受けた投稿の印象・関係性を明示するハッシュタグ等のついた記事の閲覧状況、閲覧後の購入状況、閲覧後に購入しない理由

1. 商品・サービス購入時に重視する情報源

商品・サービス購入時に重視する情報源

Q1 商品やサービスを購入するときに、あなたが情報源として重視しているのはどのようなものですか。
特に重視しているものを最大3つまでお選びください。

商品・サービス購入時に重視する情報源
(3つまで) (n=520)

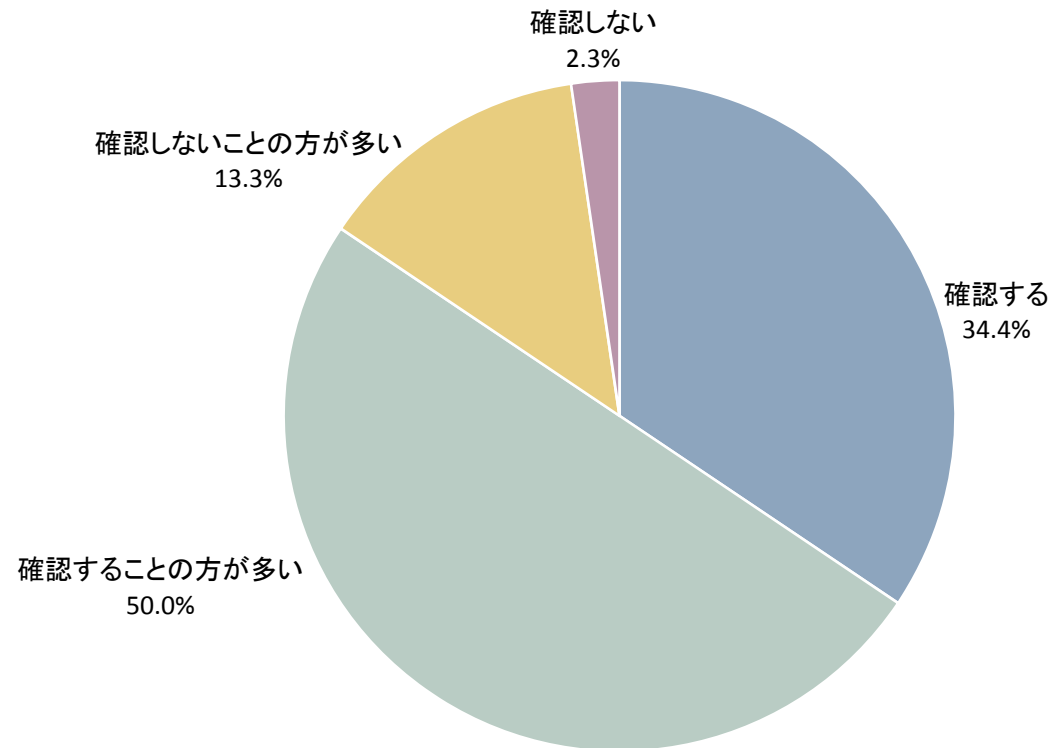


2. 口コミの利用状況

商品・サービス購入時におけるネット口コミ等の確認

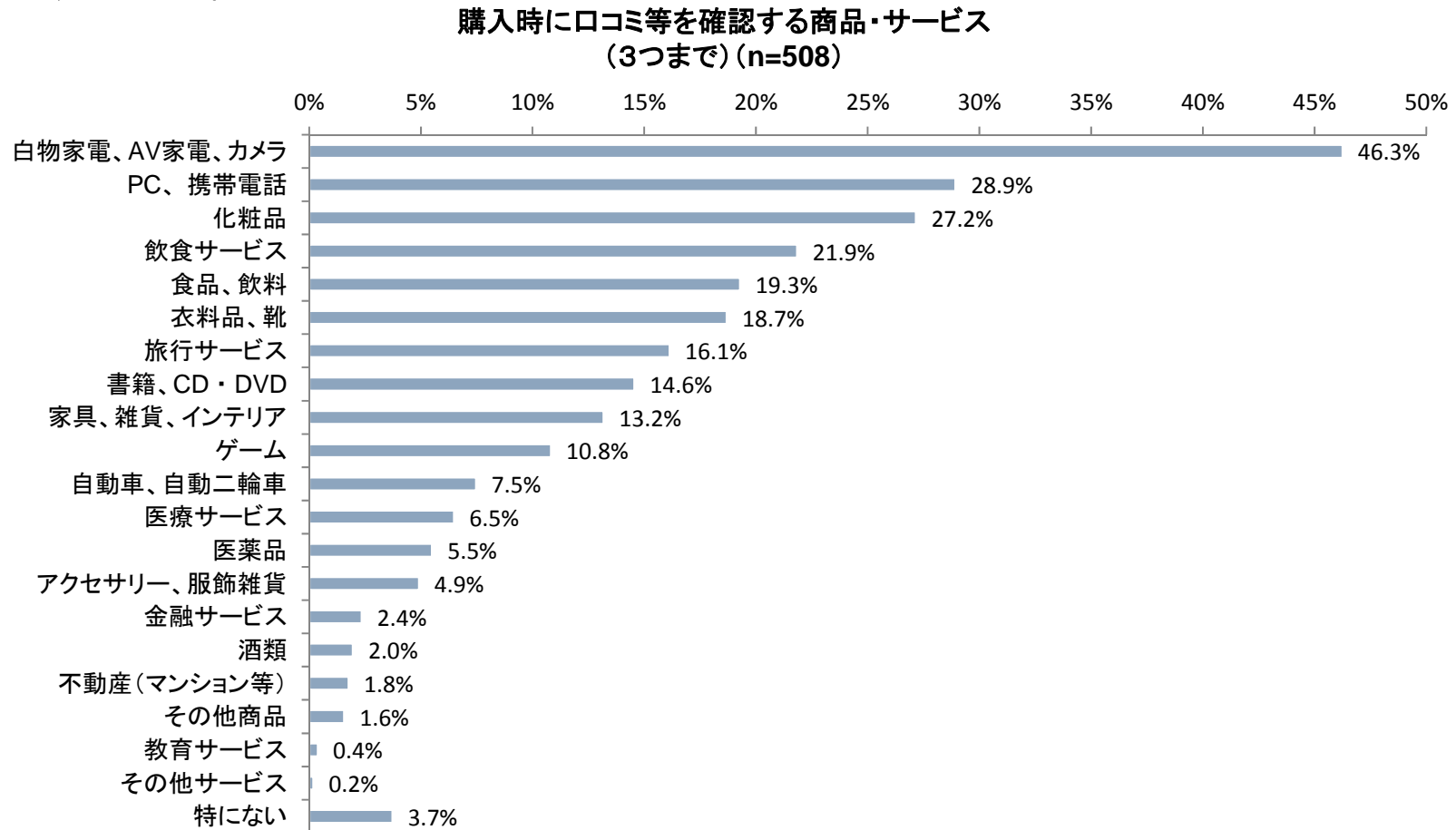
Q2 今までに利用したことがない商品やサービスを購入するときに、インターネット上の口コミやレビューを確認していますか。
あてはまるもの1つをお選びください。

今までに利用したことがない商品・サービス購入時における
ネット口コミの確認有無
(n=520)



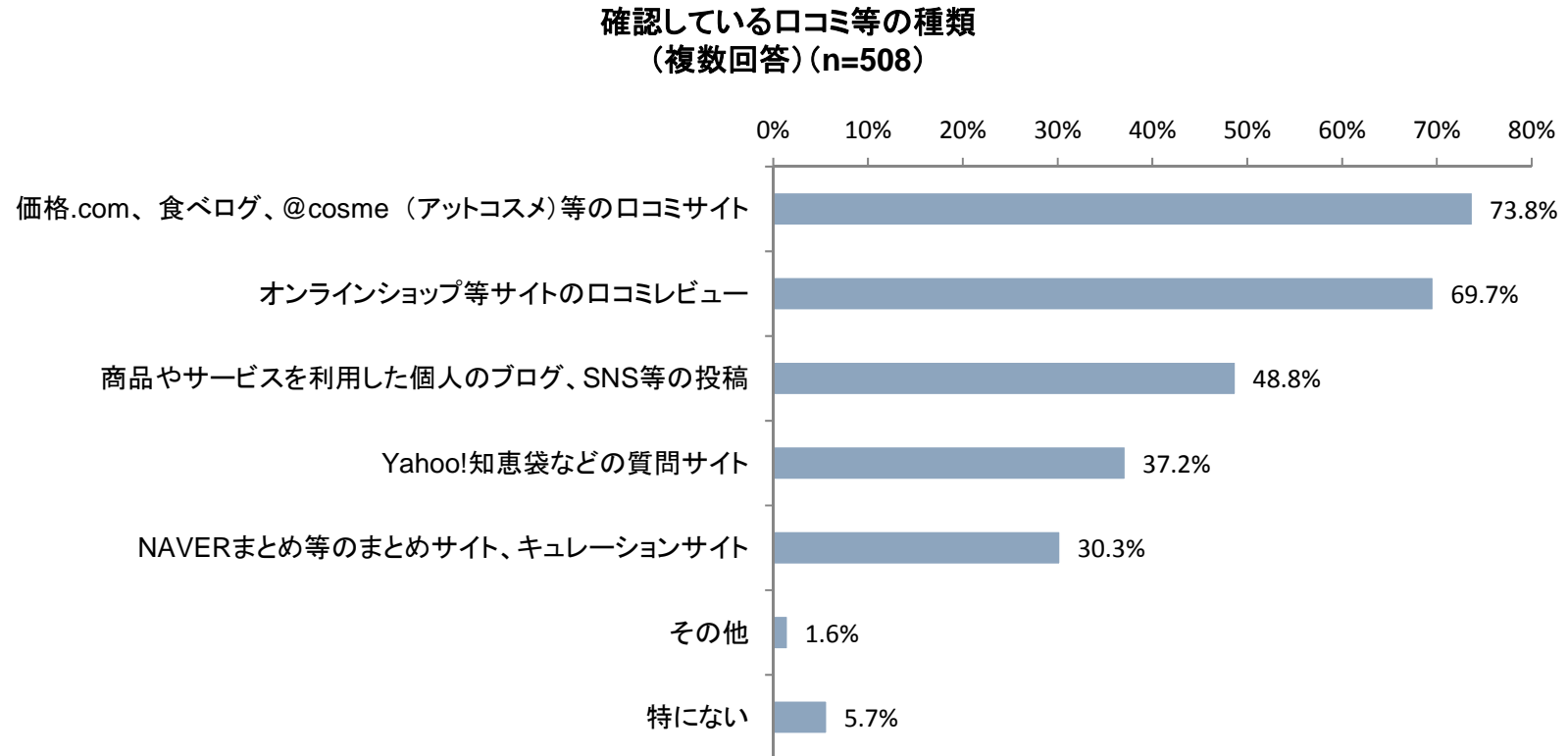
購入時に口コミを確認する商品・サービス

Q3 あなたが口コミやレビューを確認するのは、特にどのような商品やサービスを購入するときですか。特にあてはまるものを3つまでお選びください。



確認している口コミの種類・信頼度(1/2)

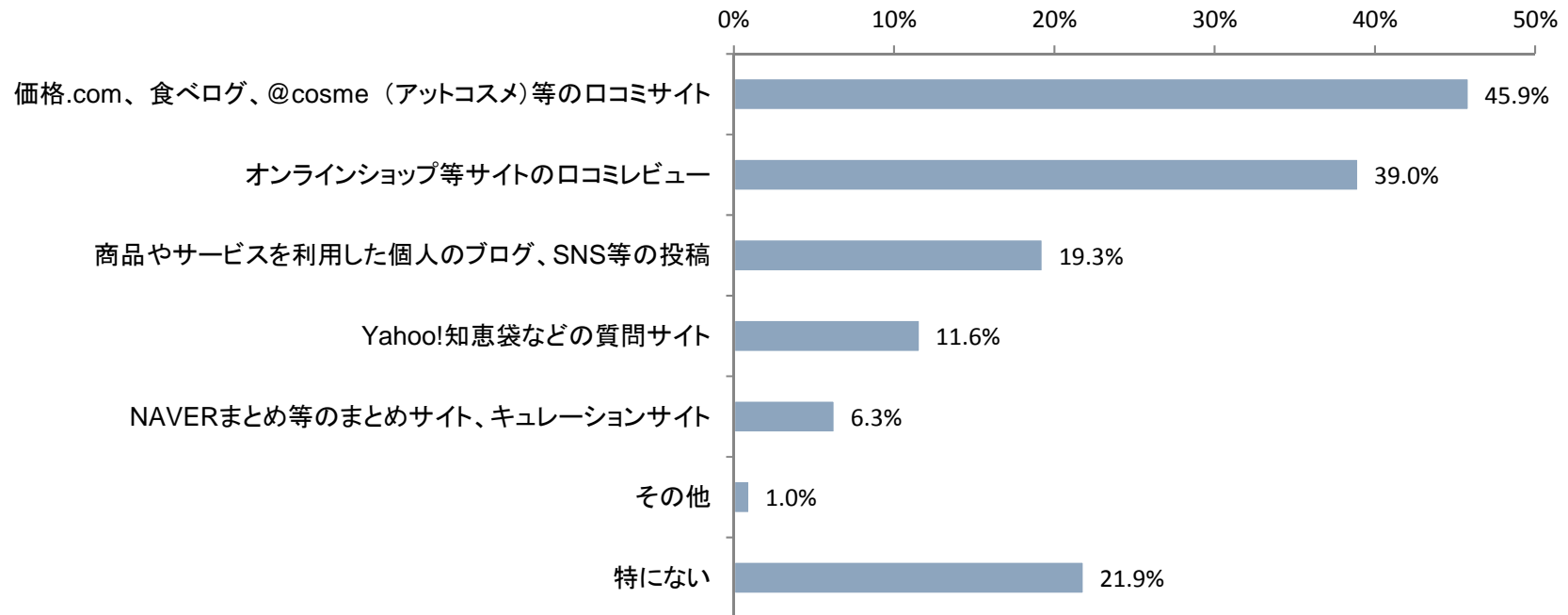
Q4 あなたが購入しようとする商品やサービスについて、どのような口コミやレビューで確認していますか。
あてはまるものすべてをお選びください。



確認している口コミの種類・信頼度(2/2)

Q4 あなたが商品やサービスの購入時に確認する口コミやレビューのうち、信頼度が高いと思うものはどれですか。
あてはまるものすべてをお選びください。

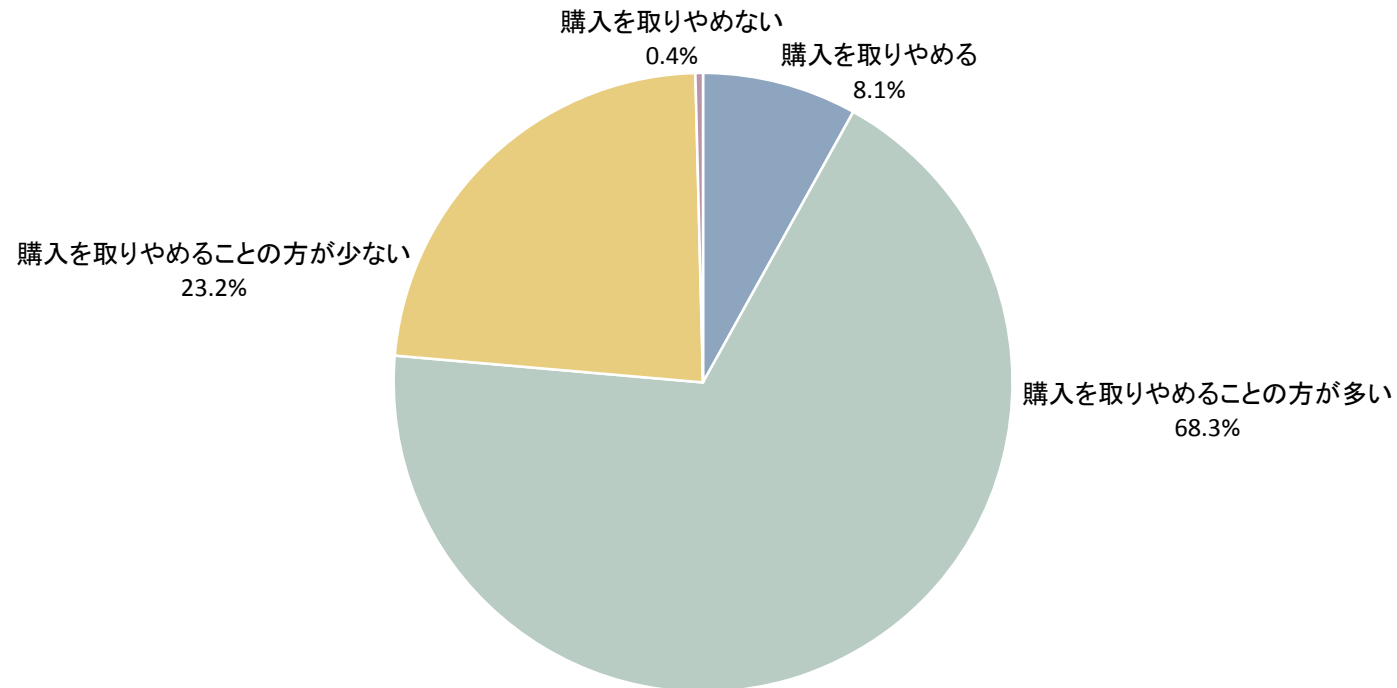
信頼度が高いと思う口コミ等の種類
(複数回答)(n=508)



口コミ等がよくなかった場合の購入取りやめ

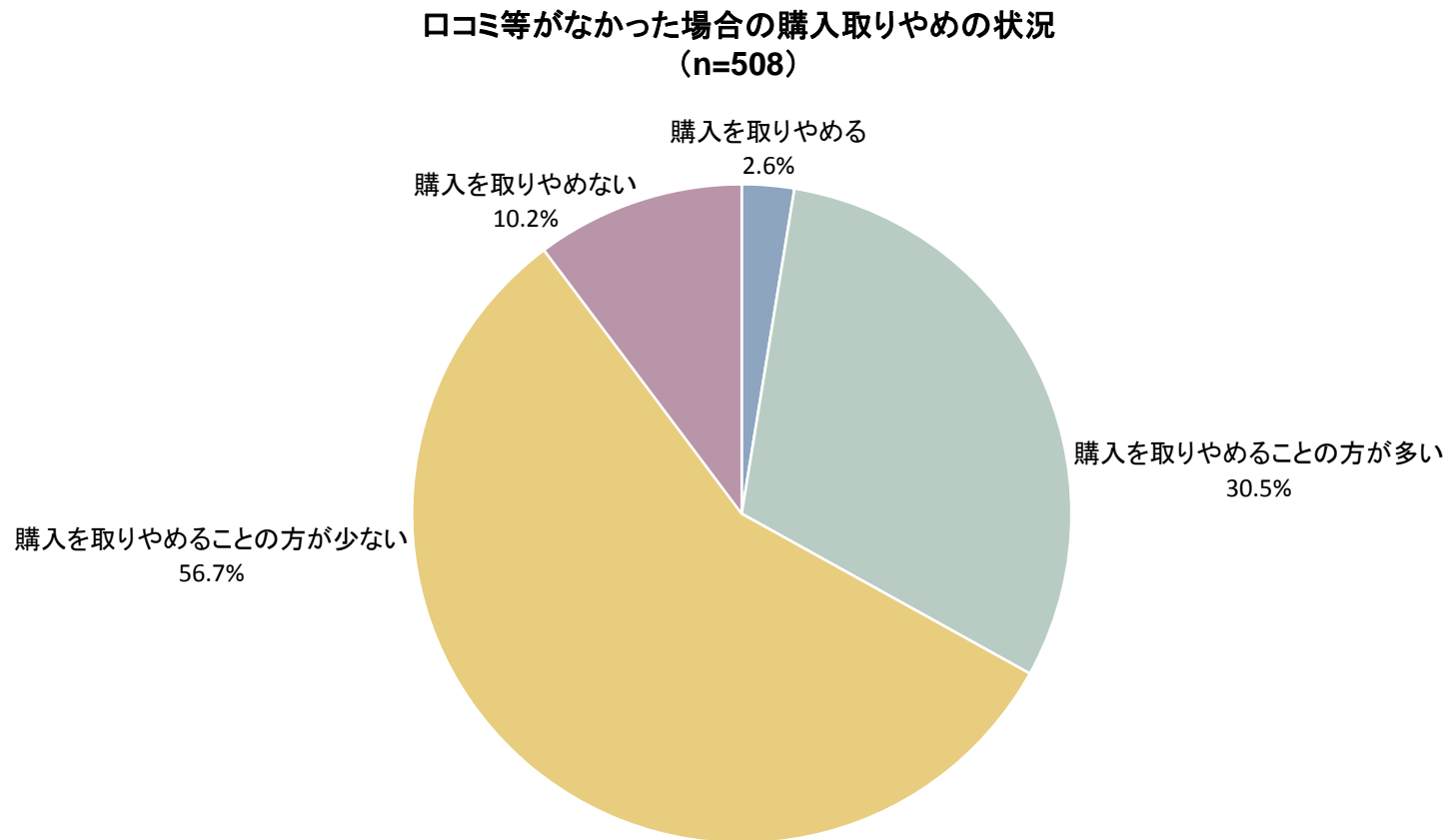
Q5 あなたが購入しようとしていた商品やサービスの口コミやレビューがよくなかった場合には、その商品やサービスの購入を取りやめますか。最も近いものを1つお選びください。

口コミ等がよくなかった場合の購入取りやめの状況
(n=508)



口コミ等がなかった場合の購入取りやめ

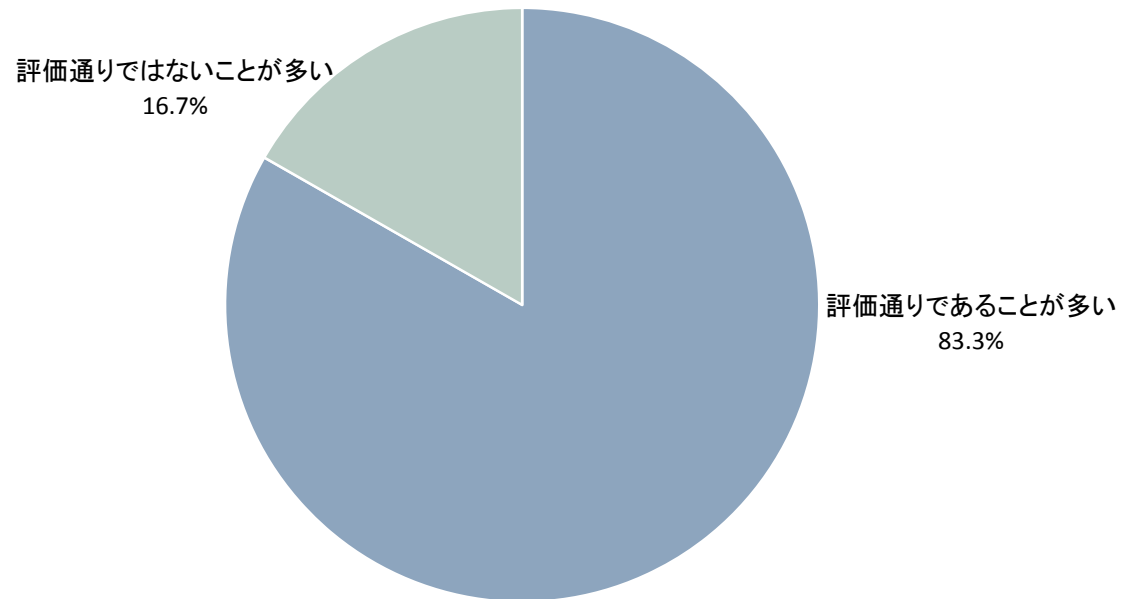
Q6 あなたはインターネット上に口コミやレビューがない場合、その商品やサービスの購入を取りやめますか。最も近いものを1つお選びください。



購入した商品・サービスと口コミの評価との一致状況

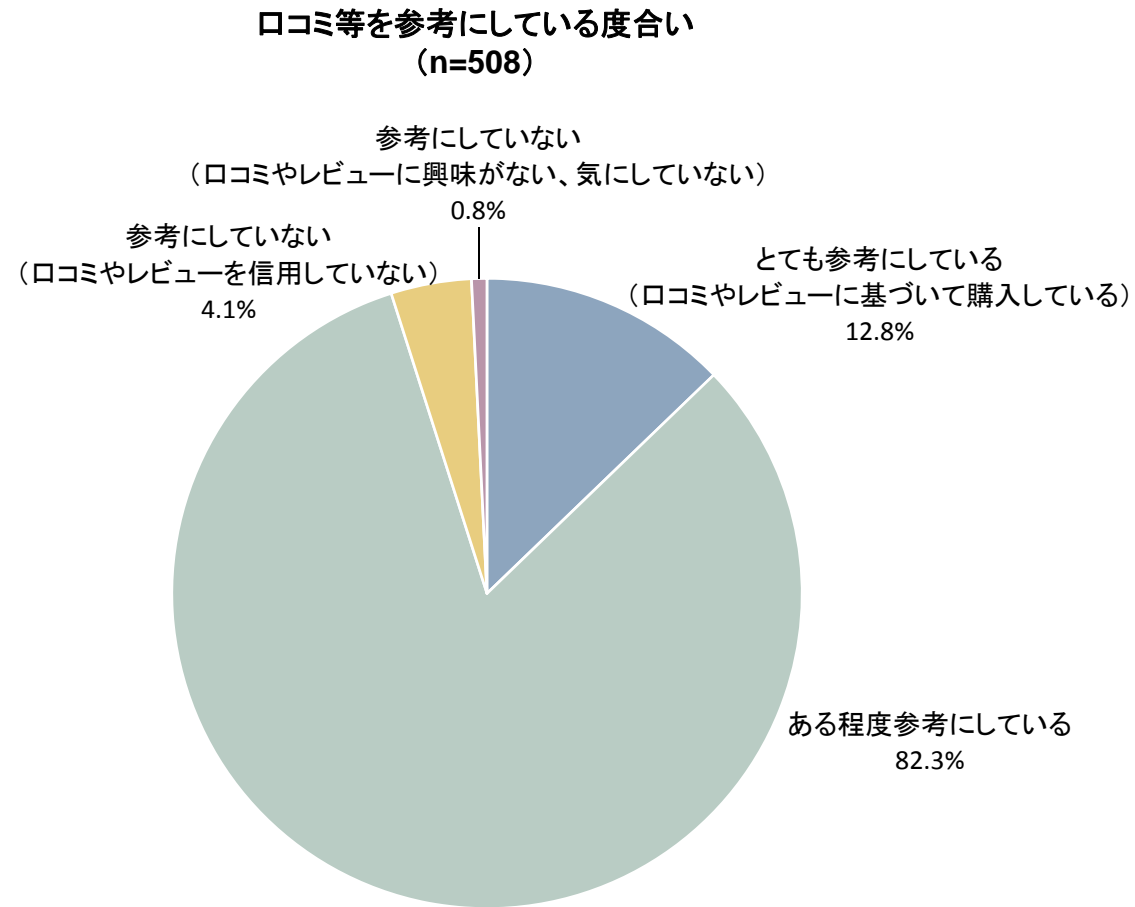
Q7 あなたが購入した商品やサービスは、口コミでの評価通りのものでしたか。

購入した商品・サービスと口コミの評価との一致状況
(n=508)



口コミ等を参考にしている割合

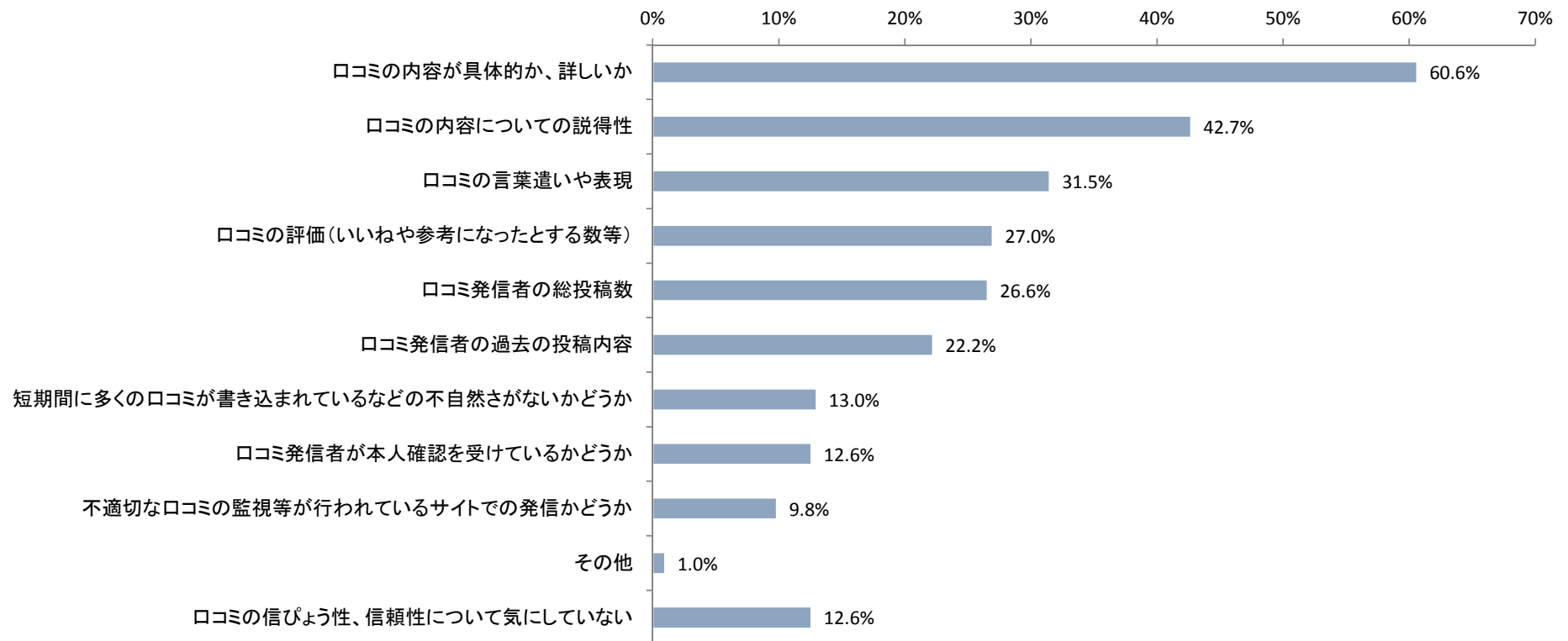
Q8 あなたは商品やサービスを購入する際に、口コミやレビューをどの程度参考としていますか。最も近いもの1つをお選びください。



口コミの信ぴょう性・信頼性の判断基準

Q9 あなたは口コミの信ぴょう性、信頼性を、どのようなことによって判断していますか。あてはまるものすべてをお選びください。

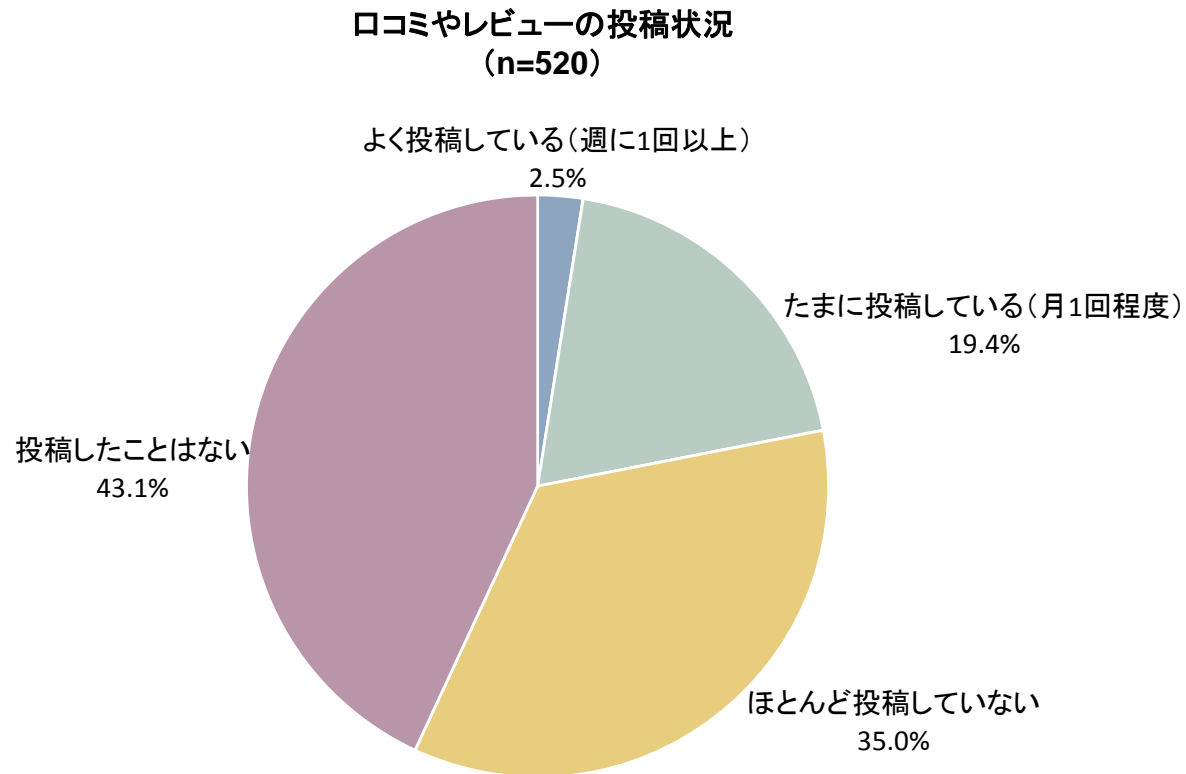
口コミの信ぴょう性・信頼性の判断基準
(複数回答)(n=508)



3. 口コミの投稿状況

口コミ等の投稿状況

Q10 あなたは、インターネット上に商品やサービスに関する口コミやレビューを投稿していますか(SNS等での投稿を含む)。
あてはまるもの1つをお選びください。



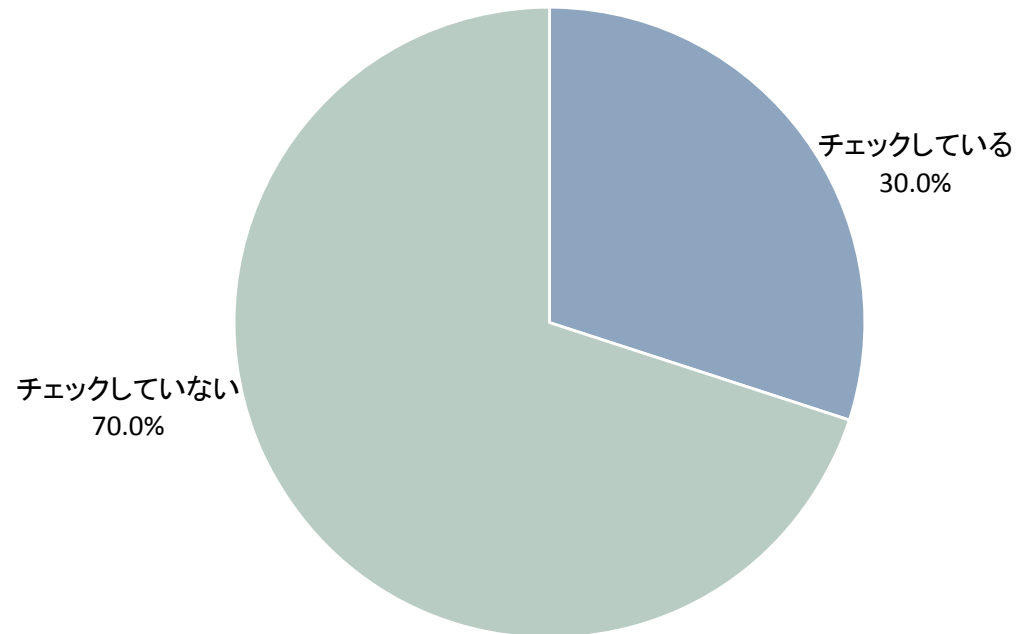
4. インフルエンサーによる投稿の活用状況

インフルエンサーによるSNS投稿の閲覧状況

Q11 あなたはインフルエンサー※によるSNS(InstagramやFacebook、Twitter等)の投稿をチェックしていますか。

※インフルエンサー:有名ブロガー、芸能人等、多くのフォロワーを有し、他の消費者の行動(商品・サービス選択等)等への影響力が大きい投稿者

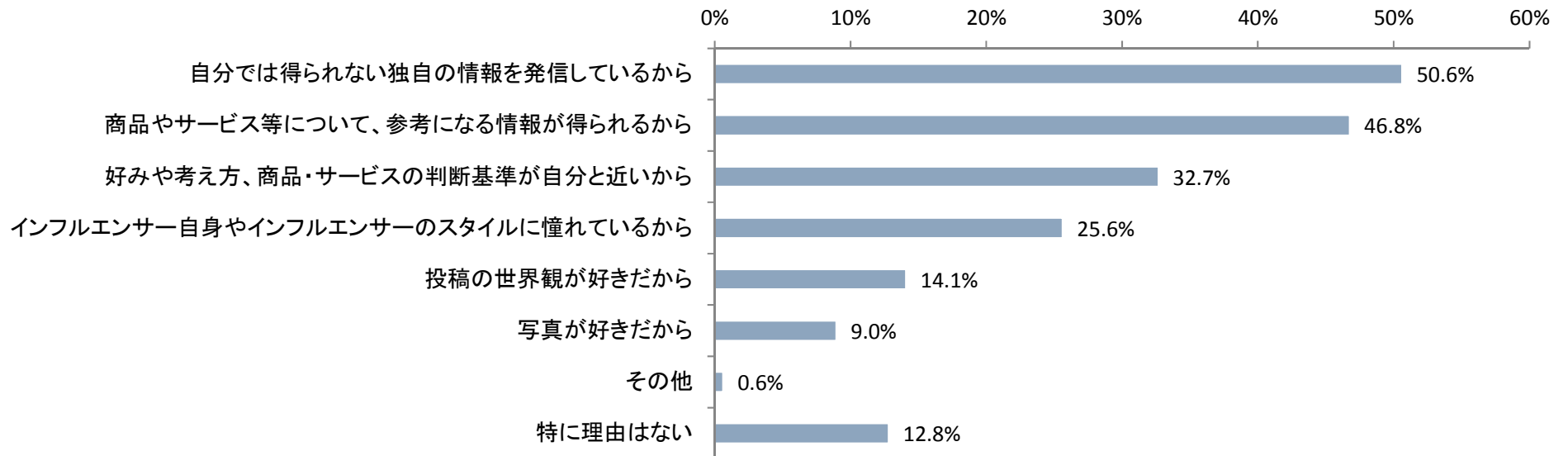
インフルエンサーによるSNS投稿の閲覧状況
(n=520)



インフルエンサーの投稿を閲覧する理由

Q12 あなたがインフルエンサーの投稿をチェックしている理由として、あてはまるものすべてをお選びください。

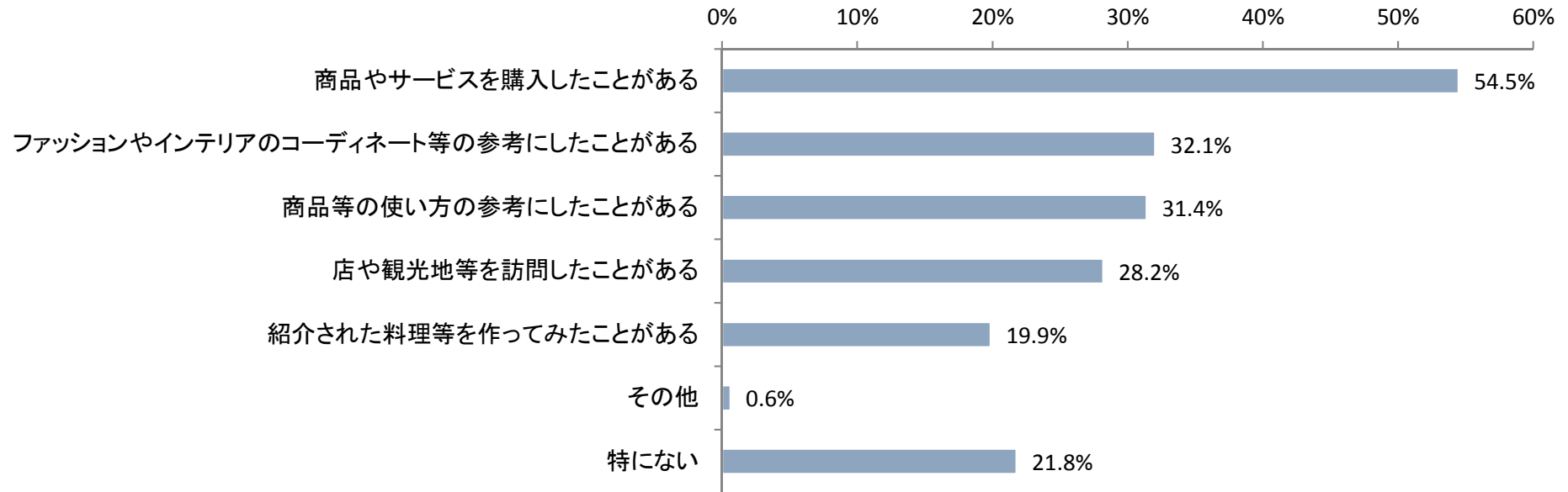
インフルエンサーの投稿をチェックしている理由
(複数回答)(n=156)



インフルエンサーの投稿により行動した経験

Q13 あなたはインフルエンサーの投稿に影響されて、実際に行動した経験がありますか。あてはまるものをすべてお選びください。

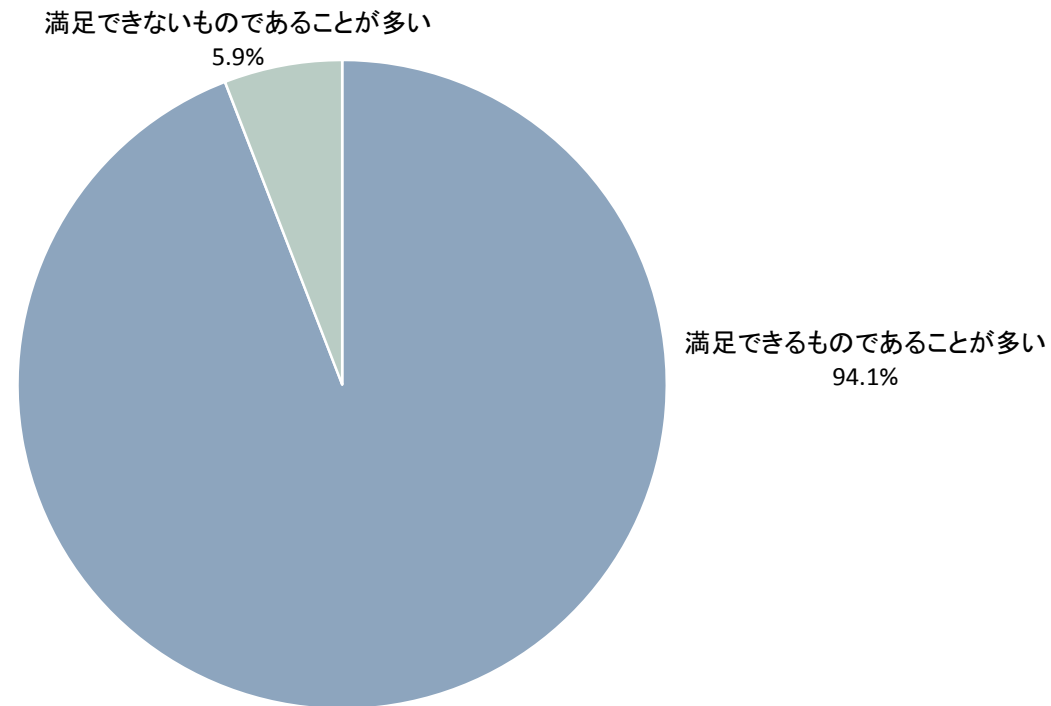
インフルエンサーの影響を受けてとった行動
(複数回答)(n=156)



インフルエンサーの投稿に基づき購入した商品・サービスの満足度

Q14 インフルエンサーの投稿に影響されて、商品やサービスを購入したことがある方に伺います。購入した商品やサービスは満足できるものでしたか。

インフルエンサーの投稿に基づき購入した商品・サービスの満足度
(n=85)

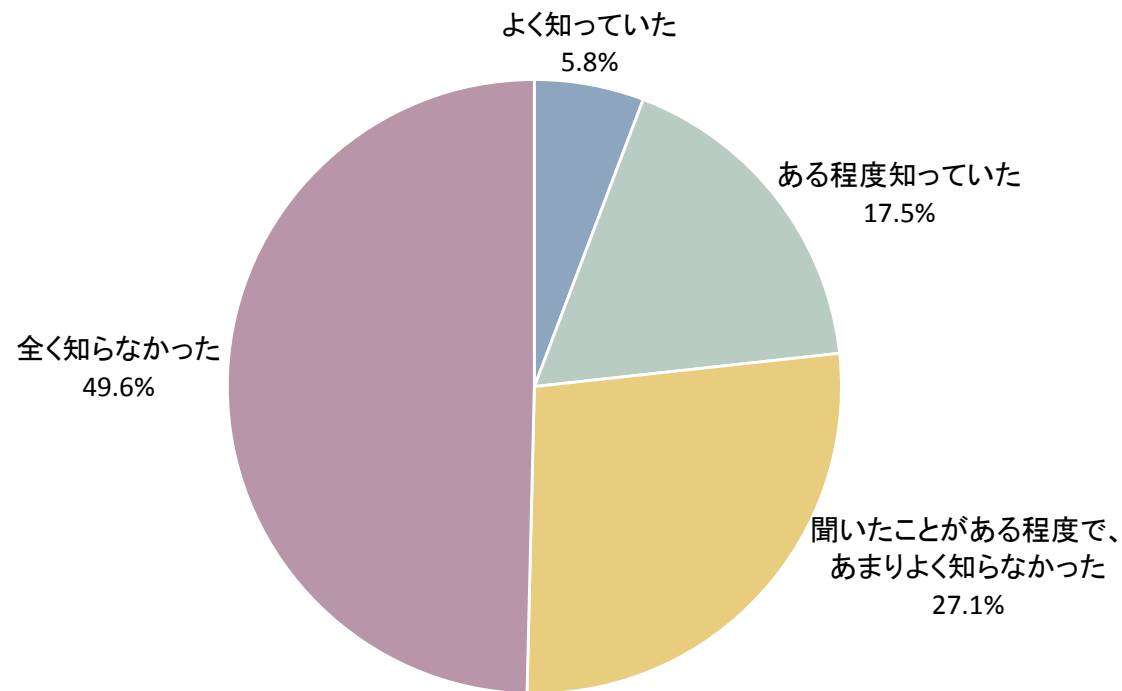


5. ハッシュタグ等による関係性明示についての認識

ハッシュタグ等による関係性明示についての認知度

Q15 金銭や商品、サービス等の提供を受けてSNS等での情報発信をするときには、そのことを示す「プロモーション」「スポンサード」「サポーテッド」「アンバサダー」「協賛」「提供」「タイアップ」「PR」等のハッシュタグやテキストを記載することが推奨されています。あなたは、このルールを知っていましたか。

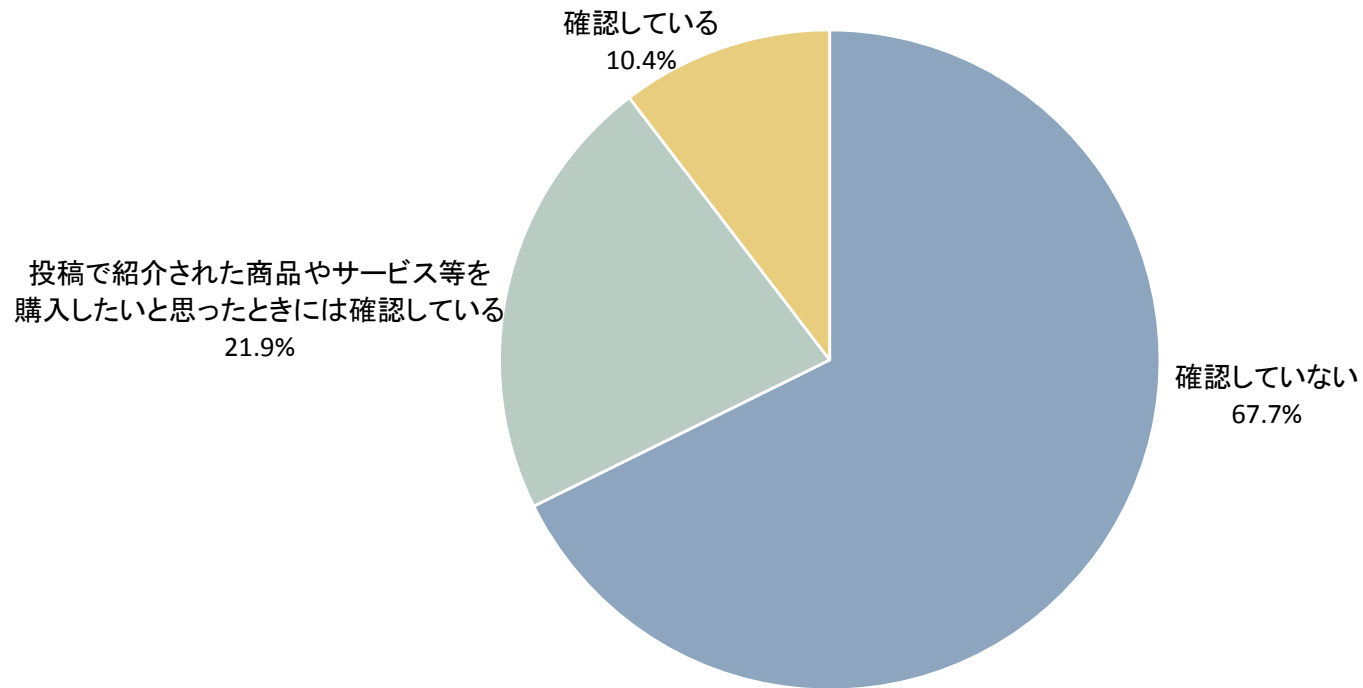
ハッシュタグ等による関係性明示についての認知度
(n=520)



関係性を明示するハッシュタグ等の確認状況

Q16 SNSの投稿を見るときに、情報の発信者に対して金銭や商品、サービス等が提供されていることを示す「プロモーション」「スポンサーード」「サポーテッド」「アンバサダー」「協賛」「提供」「タイアップ」「PR」等のハッシュタグやテキストが含まれているかどうかを確認していますか。最も近いもの1つをお選びください。

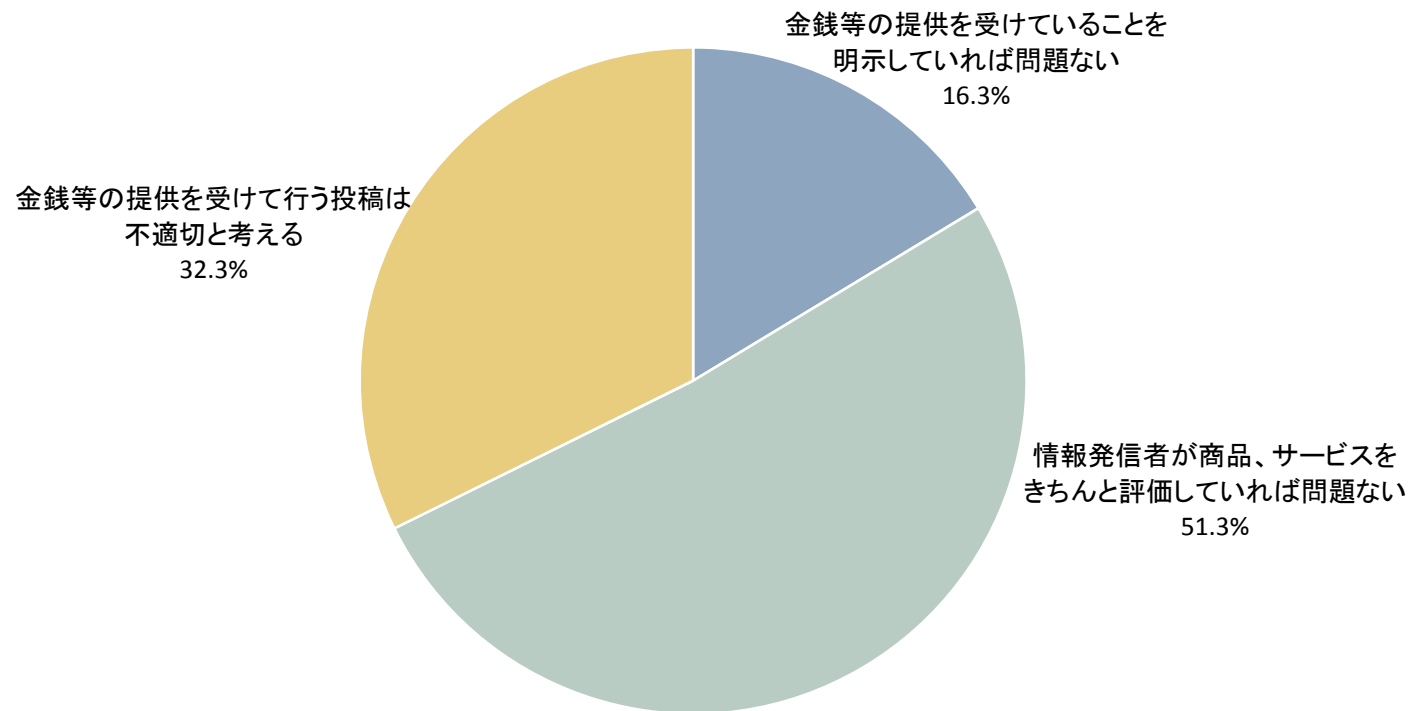
関係性を明示するハッシュタグ等の確認状況
(n=520)



金銭等の提供を受けた投稿に対する印象

Q17 SNSの情報発信者が金銭や商品、サービス等(金銭等)の提供を受けて、投稿を行っていたことがわかったとき、あなたはどのような印象を持ちますか。最も近いもの1つをお選びください。

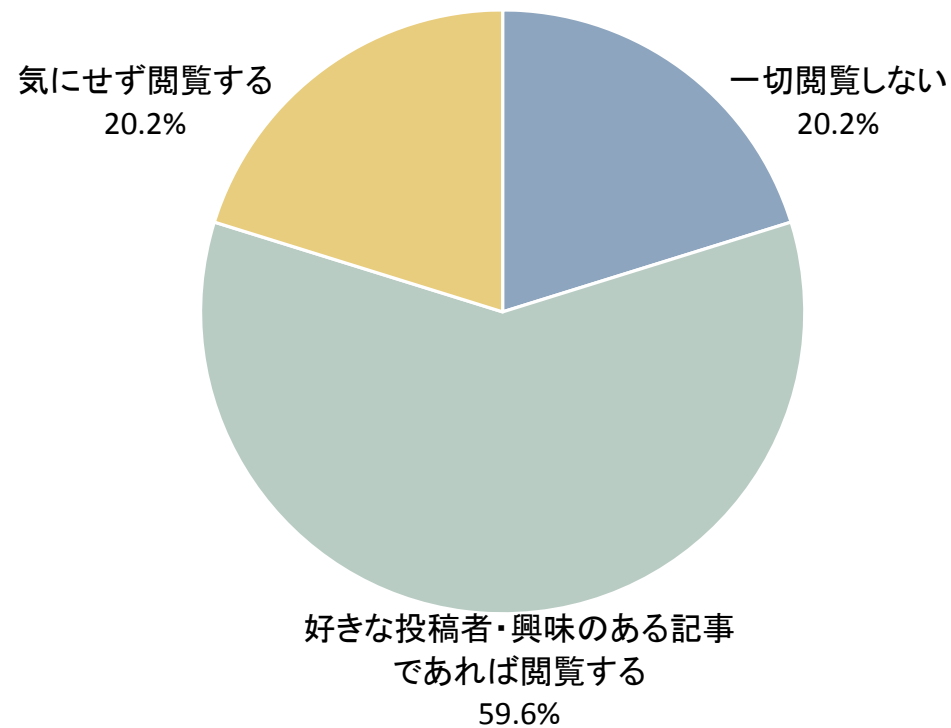
金銭等の提供を受けた投稿に対する印象
(n=520)



関係性を明示するハッシュタグ等のついた投稿・記事の閲覧状況

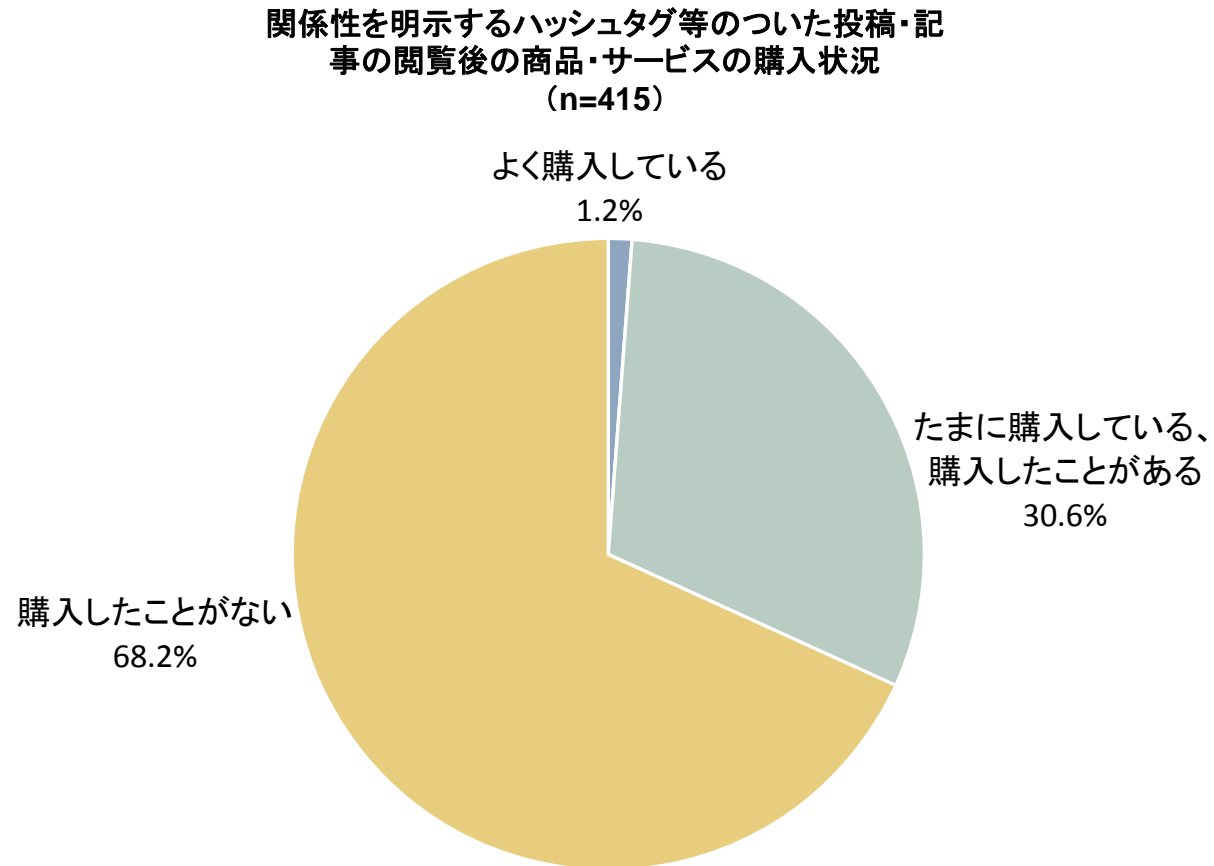
Q18 SNSやWebサイトの投稿・記事を見るときに、情報の発信者に対して金銭や商品、サービス等が提供されていることを示す「プロモーション」「スポンサード」「サポーテッド」「アンバサダー」「協賛」「提供」「タイアップ」「PR」等のハッシュタグやテキストが含まれていた場合、その投稿・記事を閲覧しますか。

関係性を明示するハッシュタグ等のついた投稿・記事の閲覧状況
(n=520)



関係性を明示するハッシュタグ等のついた記事閲覧後の購入状況

Q19 「プロモーション」「スポンサード」「サポーテッド」「アンバサダー」「協賛」「提供」「タイアップ」「PR」等のハッシュタグやテキストが含まれていた投稿・記事を読んだ結果、実際に商品やサービスを購入したことがありますか。



関係性を明示するハッシュタグ等のついた記事閲覧後、購入していない理由

Q20 「プロモーション」「スポンサード」「サポーテッド」「アンバサダー」「協賛」「提供」「タイアップ」「PR」等のハッシュタグやテキストが含まれていた投稿・記事を読んだ結果、実際に商品やサービスを購入したことがない理由は何ですか。

あてはまるものすべてをお選びください。

関係性を明示するハッシュタグ等のついた記事閲覧後に
商品・サービスを購入していない理由
(複数回答) (n=283)

