

## 【アンケート結果】成熟期を迎え、なおかつ存在感を発揮するインフルエンサーマーケティングの2020年はどうなる！？『日経クロストrend EXPO 2019』聴講者約200名へアンケートを実施

～2019年のインフルエンサーマーケティングにおける実態にリアルに迫った40分、聴講者の関心は？～

インフルエンサーをはじめとするソーシャルオースリティー マーケティングを展開するLIDDELL株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：福田晃一、以下リデル）では、去る10月11日、日経BP主催『日経クロストrend EXPO 2019』において、トークセッションを開催致しました。司会に日経BP総研の品田 英雄氏、ゲストに三越伊勢丹の松原 徹氏をお迎えし、当社代表の福田 晃一と共に語り下ろした最新のインフルエンサーマーケティングについて、聴講者約200名の方々へアンケートを実施致しました。



### 「認知拡大」「新規顧客の開拓」「ブランディング」を目的に、インフルエンサーマーケティングが実施されている現状が明らかに

2019年10月9日（水）～11日（金）、東京ビッグサイト（東京国際展示場）にて開催された大型イベント『日経クロストrend EXPO 2019』（<https://expo.nikkeibp.co.jp/xte/2019/>）において、当社代表取締役CEOの福田晃一が10月11日（金）に登壇致しました。さまざまな面で、社会に広くSNSの影響が実感されるようになった昨今、こういったマーケットの思惑が働き、かつ小売りの現場で感じられているリアルは何か？といった内容を、品田様のわかりやすく楽しいリードと、三越伊勢丹の松原様による顧客との向き合い方の変容について具体的なケースを引くなど、白熱のトークセッションとなりました。

当日、約200名に及ぶ聴講者の方々へアンケートを行ったところ、41%がインフルエンサーマーケティングを実施したことがあり、49%がまだ実施したことがないという状況で設問が進められました。

また、「実施したことがある」と回答した方の38.1%がその目的を「認知拡大のため」ともっとも多数を占め、次いで「新規顧客の開拓（23.7%）」、「ブランディング（15.5%）」という結果になり、インフルエンサーマーケティ

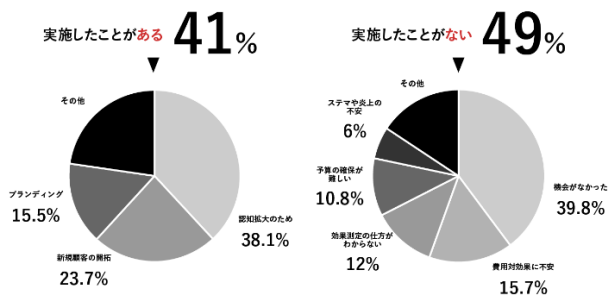
ングが強みとする3つの観点で実行されていることが明確となりました。

## 「インフルエンサーマーケティングの今後」に注目が集まる！成熟しつつある業界機運のなかで次なる潮流へ期待が高まる結果に

一方で、「実施したことがない」と回答した方々でもっとも多かったのは「機会がなかった（39.8%）」となり、以降「費用対効果に不安（15.7%）」、「効果測定の仕方がわからない（12%）」、「予算の確保が難しい（10.8%）」との回答が続きました。これまで懸念で大きく占めていた「ステルスマーケティングや炎上の不安」は6.0%と格段に少数派となっており、マーケティングに関心の高い聴講者においては、適切な理解の促進が進んでいることを裏付ける結果も垣間見ることができました。

今回のトークセッションは、3者それぞれの観点からさまざまな論点もたらされたことで、「何がもっとも参考になったか」の問いには回答がばらつき、「インフルエンサーマーケティングの今後（36.7%）」、「インフルエンサーとの関係構築（25.0%）」、「SNSの市場動向（25.0%）」、「インフルエンサーの選定（12.5%）」という結果になりました。

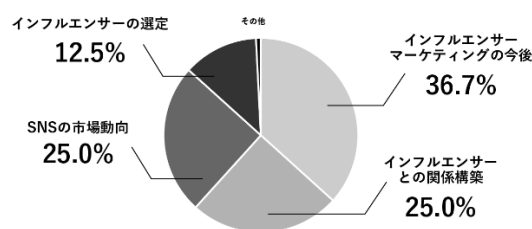
### ✓インフルエンサーマーケティングの活用について



実施したことがない理由の大半は「機会がない」「わからない」「不安」

researched by LIDDELL

### ✓トークセッションで参考になったこと



まずはインフルエンサーマーケティングの市場を理解することが重要

researched by LIDDELL

さまざまな分野に SNS を活用する潮流が加速するなか、私たちはインフルエンサーマーケティング企業としてより研鑽を深め、企業活動の最適なサポートをしてまいります。

[インフルエンサーニュースデリバリー EMERALD POST (エメラルドポスト)]

URL : <https://emerald-post.com/>

[インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT(スピリット)]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[インフルエンサーによるソーシャルメディアクリエイティブサービス PRST(プロスト)]

URL : <https://prst-sns.com/>

[インフルエンサーによる E コマースプラットフォーム FOR SURE(フォーシュア)]

URL : <https://about.forsure.jp/>

[共感型フォトジェニック・アート展「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム)」]

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : [https://www.instagram.com/vinyl\\_museum/](https://www.instagram.com/vinyl_museum/)

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円 + 税

ISBN : 9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。IAJ 2018]

IAJ 2018 特設サイト: <https://www.spirit-japan.com/influencer2018/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田晃一

本社：東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容：(1)インフルエンサーを含むソーシャルオーソリティーマーケティング事業  
(2)パーソナルマーケティングプラットフォームの企画、開発、運営

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【お問合せ】

リデル株式会社 担当：箱石

メール：info@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806