

【リデル最新調査】41%のインフルエンサーは企業からステマを依頼されたことがある
消費者庁表示対策課より依頼を受けて、現役インフルエンサー300名に調査。ステマの依頼実態と、インフルエンサーの意識が明らかに。

SNS・インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、消費者庁表示対策課より依頼を受けて、LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE（LIW）に登録しているインフルエンサー300名を対象に、「ステルスマーケティングに関するアンケート」を実施し、2022年9月16日「第1回 ステルスマーケティングに関する検討会」の参考資料『現役のインフルエンサーに対するアンケート結果』として公表されました。

(https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/assets/representation_cms216_220915_07.pdf)

LIDDELL

企業からステマを
依頼されたことがある
インフルエンサーは

41%



ステマの依頼実態と
インフルエンサーの意識が
明らかに

消費者庁表示対策課より依頼を受けて
現役インフルエンサー300名に調査

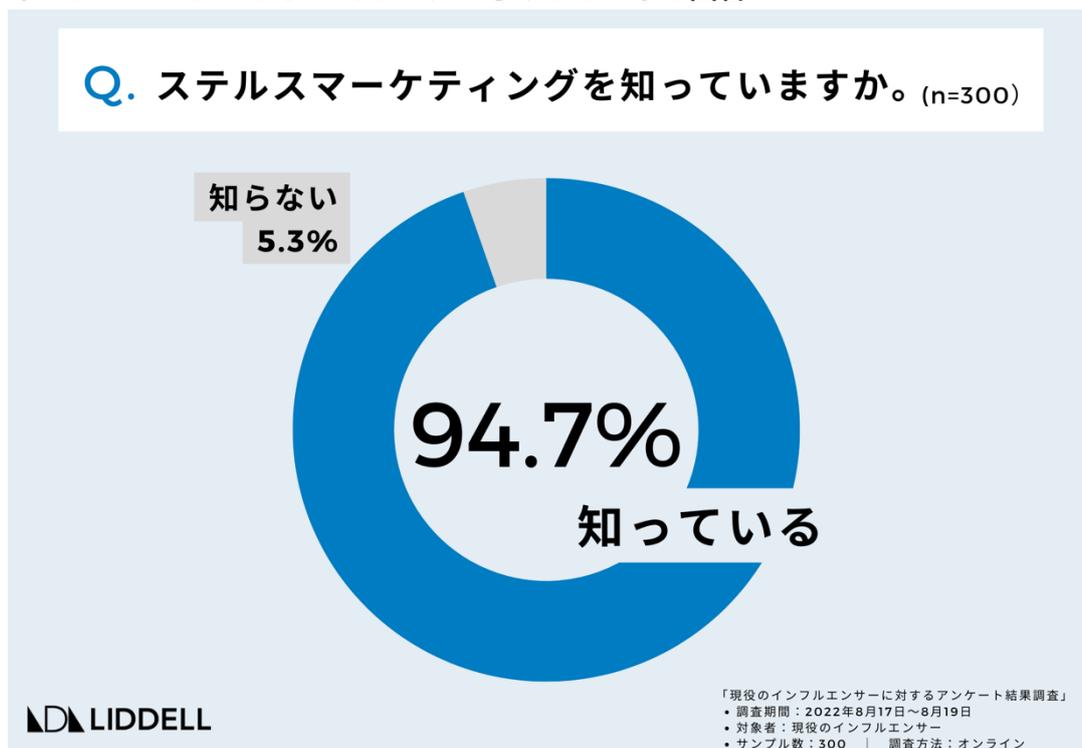
ステルスマーケティング（以下、ステマ）を広告主から依頼された経験があると回答した率は41%でした。うち、その依頼を「全て受けた」のは2.4%、「一部、受けたことがある」のは42.3%。受けた理由として最も高かったのは「ステルスマーケティングに対する理解が低かった」で63.6%でした。

また、「ステルスマーケティングは悪いことだと思う」と回答した率は56%と約半数で「分からない」が29%でした。悪いことだと思う理由として「（消費者）フォロワーに広告であることを伝えられないから」「（消費者）フォロワーの信頼を損なう行為であるから」が70.8%と高く、多くのインフルエンサーはフォロワーとの信頼関係が大切と考えていることが明らかになりました。

調査サマリー

- ステマを依頼されたことがある現役インフルエンサーは 41%。
- ステマを依頼されたことがある 123 名のうち、49.6%が「全て受けなかった」と回答。
- 「ステルスマーケティングを行うと、フォロワーの信頼を失うから」と 77%が回答し、「全て受けなかった」理由として最も高いものとなった。

インフルエンサーの 94.7%がステマを知っていると回答



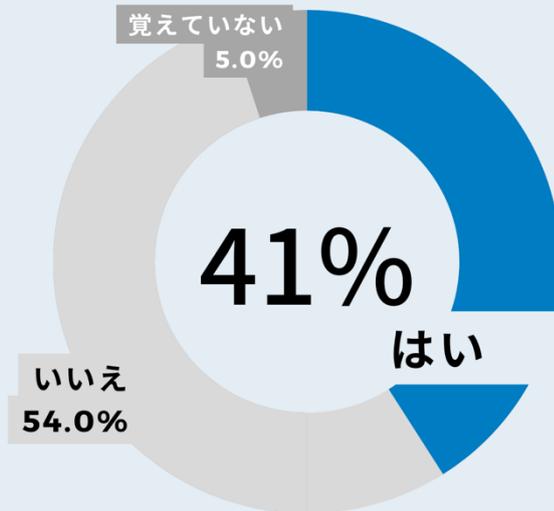
現役インフルエンサーのステマに対する認知率は 94.7%と高く、2021 年 11 月にリデルが実施した SNS ユーザーに対する調査 (<https://service.liddell.tokyo/notice/225/>) と比較すると、2.7pt 高い結果となりました。

ステマを依頼されたことがある現役インフルエンサーは 41%
うち、49.6%が「全て受けなかった」と回答



これまでに、あなたはステルスマーケティングを広告主から依頼された経験がありますか。

(n=300)



LIDDELL

「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
• 調査期間：2022年8月17日～8月19日
• 対象者：現役のインフルエンサー
• サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

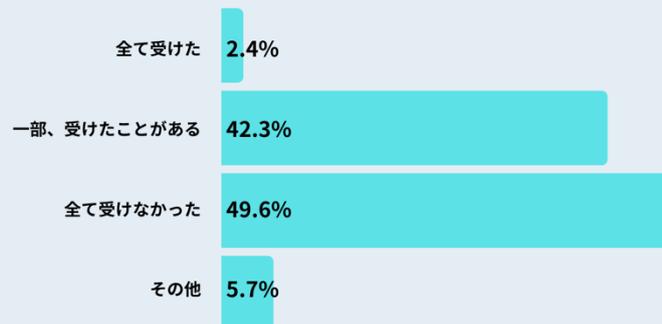


前問でステルスマーケティングの依頼をされた経験がある方に質問します。その依頼をどうしましたか。

(n=123)

ステルスマーケティングの依頼をされた経験が「ある」

41%



LIDDELL

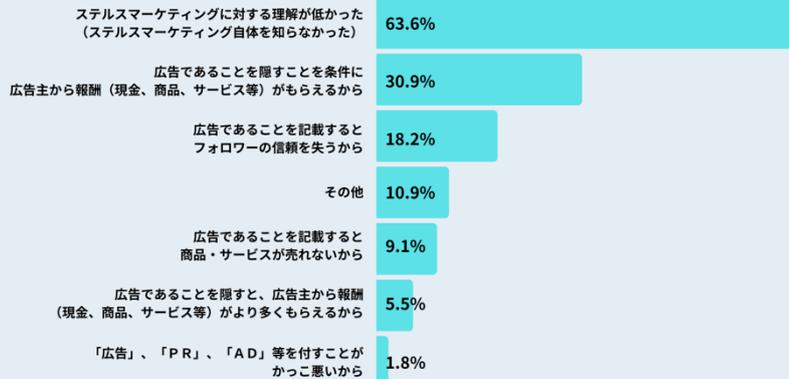
「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
• 調査期間：2022年8月17日～8月19日
• 対象者：現役のインフルエンサー
• サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

ステマの依頼を「受けた」理由は「ステルスマーケティングに対する理解が低かった」が最も高く、「受けなかった」理由で最も高いのは「フォロワーの信頼を失うから」

ステマがフォロワーの信頼を失う行為と77%が認識しており、またその行為が自分のインフルエンサーとしてのブランドを傷つけると60.7%が考えている結果から鑑みると、インフルエンサーに対するステマのリスクに関する理解促進と認知拡大は一定の抑止力となっていることが明らかになりました。

Q. 前問でステルスマーケティングの依頼を受けた方に質問します。
なぜステルスマーケティングの依頼を受けましたか。 (n=55)

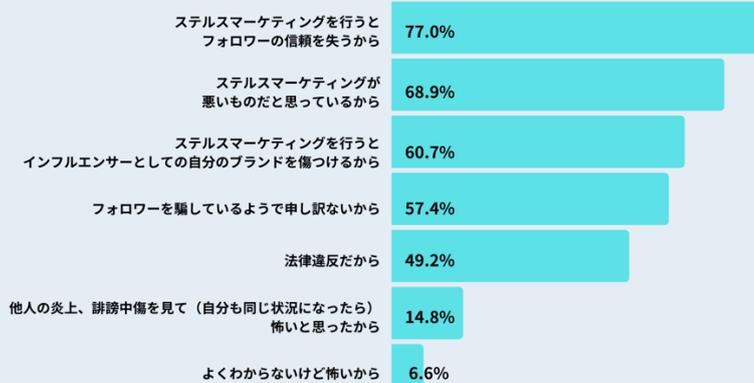
ステルスマーケティングの依頼を「全て受けた」「一部、受けたことがある」 **44.7%**



「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
 ・調査期間：2022年8月17日～8月19日
 ・対象者：現役のインフルエンサー
 ・サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

Q. 前問でステルスマーケティングの依頼を受けなかった方に質問します。
なぜステルスマーケティングの依頼を受けませんでしたか。 (n=61)

ステルスマーケティングの依頼を「全て受けなかった」 **49.6%**

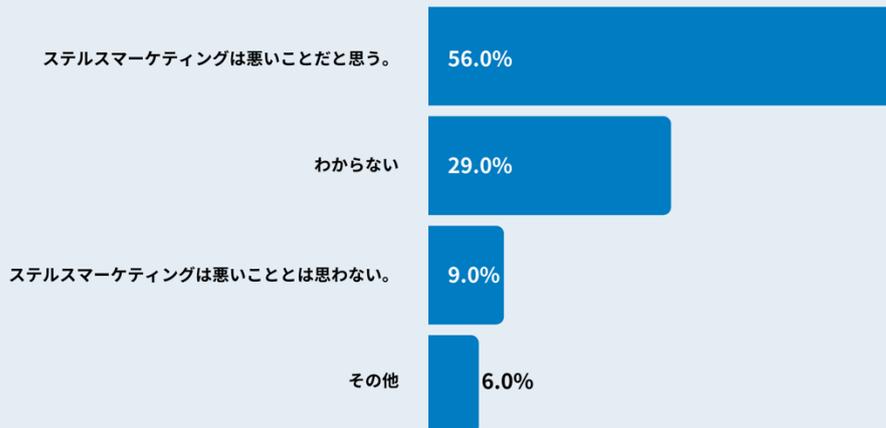


「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
 ・調査期間：2022年8月17日～8月19日
 ・対象者：現役のインフルエンサー
 ・サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

ステマを「悪いことだと思う」のは56%

ステマを悪いことだと思う理由として「（消費者）フォロワーに広告であることを伝えないから」「（消費者）フォロワーの信頼を損なう行為であるから」と回答した率が70.8%と高く、「法律違反だから」36.3%と誤認している回答と倍近く差がつくものとなりました。

Q. あなた以外のインフルエンサーがステルスマーケティングを行うことについて、あなたはどのように思いますか。 (n=300)

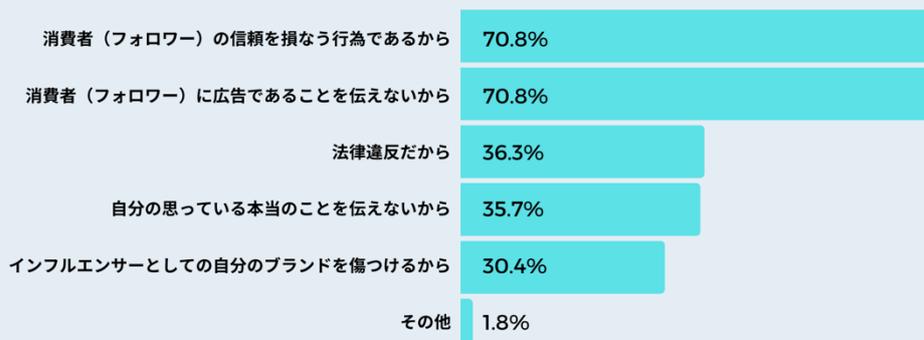


LIDDELL

「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
・ 調査期間：2022年8月17日～8月19日
・ 対象者：現役のインフルエンサー
・ サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

Q. 前問でステルスマーケティングは悪いことだと思うと回答した方に質問します。そのように回答した理由は何ですか。 (n=168)

ステルスマーケティングは悪いことだと思う **56%**



LIDDELL

「現役のインフルエンサーに対するアンケート結果調査」
・ 調査期間：2022年8月17日～8月19日
・ 対象者：現役のインフルエンサー
・ サンプル数：300 | 調査方法：オンライン

以上、今回の調査により、インフルエンサーに対するステマの依頼実態が明らかになるとともに、ステマの依頼に対して、インフルエンサーがどのように対処し、またどのように考えているかを多くの方に知っていただく機会となりました。

リデルは、ステマに関して消費者の購買活動とともに、インフルエンサーのブランディングやレビューテーションに多大なる悪影響を与える行為と捉え、実態調査を積極的に実施するとともに、企業やインフルエンサーに対するステマ防止を啓発するセミナーなど、健全な SNS 社会を守る活動に邁進する所存です。

また、6,000 社の取引と、300 社以上の SNS 運用実績を礎に、登録する 30,000 人のインフルエンサーとともに企業などのマーケティング戦略をサポートしてまいります。
今回は消費者庁からの依頼を受けて 300 名の現役インフルエンサーに対する調査を実施いたしましたが、Instagram や TikTok の他、Twitter、YouTube など多様な SNS で活躍する 30,000 人のインフルエンサーに対し、さまざまなテーマや手法、規模で調査を実施しております。お気軽にご相談ください。

調査概要

- 調査期間：2022 年 8 月 17 日～8 月 19 日
- 回答者：インフルエンサーとして収入を得ている、LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE (LIW) に登録するインフルエンサー30,000 人より先着 300 名
- 調査方法：オンライン

【本件に関するお問合せ】

リデル株式会社

担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW：SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

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

URL：<http://vinyl-museum.com/>

Instagram：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/>

[インフルエンサーアワードジャパン：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。]

第6回IAJ特設サイト：<https://lp.spirit-japan.com/iaj/2021/>

[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：東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容：

- (1) SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営
- (2) クリエイターエコノミー 支援
- (3) 各種マーケティングツールの提供

コーポレート URL：<https://liddell.tokyo/>

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

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806