

【最新調査】ステマ規制から約1年。＜71%＞インフルエンサーが企業からのステマ依頼のリアルを回答

～人気インフルエンサー 250名への最新調査で分かった、ステマ規制から1年の変化をレポート。規制前との比較から見る、ステマ依頼の実情～

人を基軸とした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、当社運営のサービスに登録するインフルエンサー 250名を対象に「ステルスマーケティングに関する調査 2024」を実施致しました。実に71%のインフルエンサーがステマ規制からの1年で「ステマ依頼」が減少したと回答しており、ステマ規制によって現場にも変化があったことが分かりました。



ステルスマーケティング（以下、ステマ）が景品表示法により規制されることが定められた、いわゆる「ステマ規制」から10月で1年となります。今回は、規制後にどのような変化があったかどうか、LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE (LIW) に登録しているインフルエンサー 250名を対象としたアンケート調査を行った結果をレポートしてまいります。

なお比較データは2023年11月の「ステマ規制施行後の『企業からインフルエンサーに対するステマ依頼』に関する実態調査

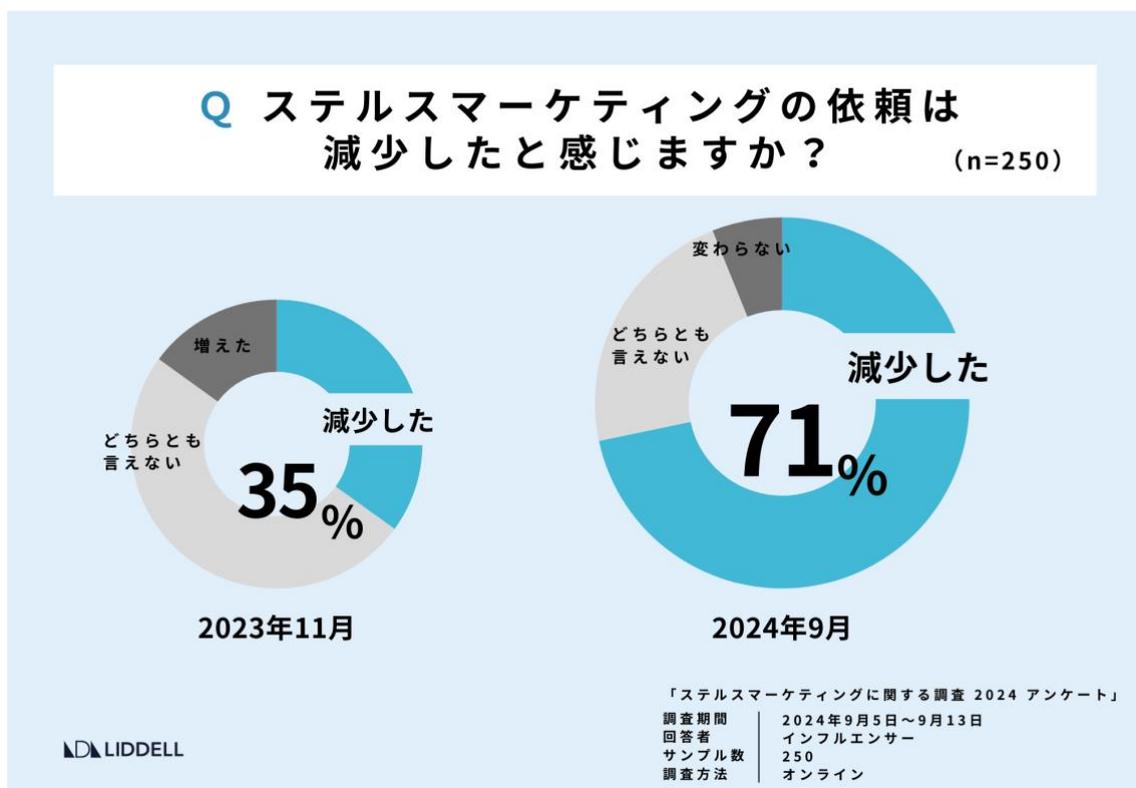
（<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000425.000011944.html>）」ならびに消費者庁表示対策課からリデルが依頼を受け、2022年8月に実施したアンケート調査（<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000364.000011944.html>）

と比較しております。この調査は、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」での参考資料として使用され、ステマ規制に大きく貢献致しました。

サマリー

- ステマ依頼はこの1年で71%が減ったと感じている
- ステマ規制前と後ではステマ依頼が18.6%減少
- 「ステマは悪いことだと思う」と回答したインフルエンサーは前回より5.7%増加し61.7%に

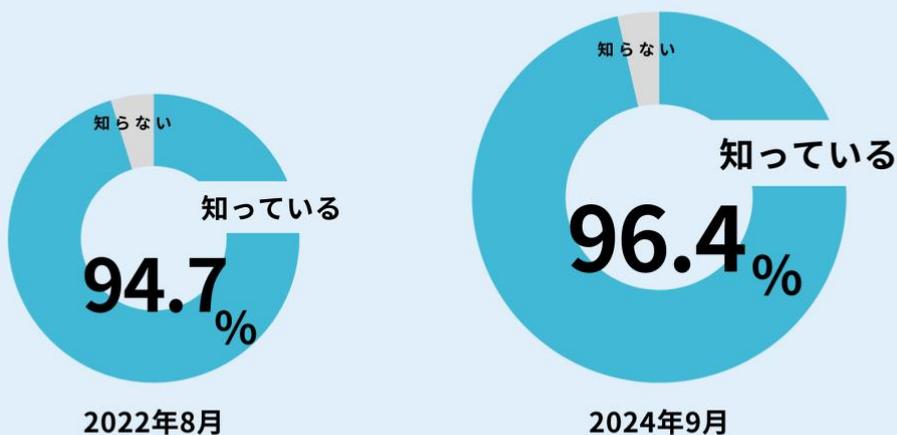
この1年でステマ依頼が減少したと感じるインフルエンサーが71%



2023年11月の「規制後1ヶ月」での調査ではステマ依頼が減少したと感じるインフルエンサーは35%でした。規制後1年となる今回の調査では71%がステマ依頼の減少を感じており、規制による抑止力が数字となって現れました。

インフルエンサーの96.4%がステマを知っていると回答（1.7%増加）

Q ステルスマーケティングを知っていますか？ (n=250)



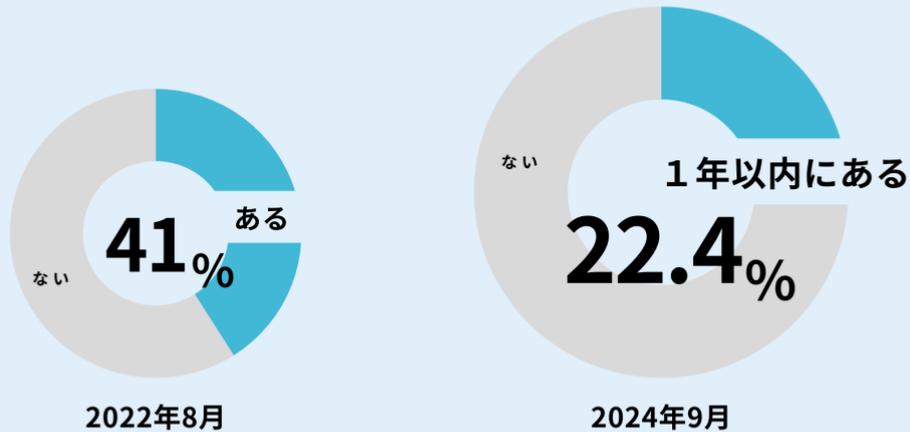
LIDDELL

「ステルスマーケティングに関する調査 2024 アンケート」
調査期間 | 2024年9月5日～9月13日
回答者 | インフルエンサー
サンプル数 | 250
調査方法 | オンライン

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/>) では 92%、2022年8月の調査では 94.7% がステマを知っていると回答し、ステマへの認知が年々増加していることが分かります。また今回「知らない」と回答した方の中には規制後にステマを知ったという回答があり、インフルエンサー内でも「ステマ」という言葉について耳にする機会が特に多くなった1年だったと推測されます。

ステマ規制からの1年で実際に「ステマを依頼された」インフルエンサーは 22.4%

Q ステルスマーケティングを広告主から
依頼されたことがありますか？ (n=250)



LIDDELL

「ステルスマーケティングに関する調査 2024 アンケート」

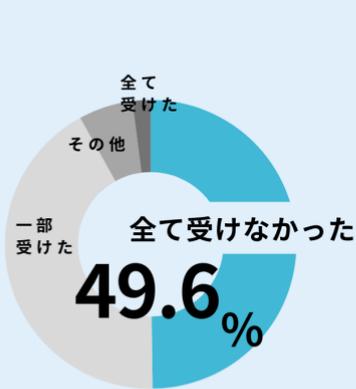
調査期間	2024年9月5日～9月13日
回答者	インフルエンサー
サンプル数	250
調査方法	オンライン

22年8月時点では「ステマを広告主から依頼された経験がある」と回答したインフルエンサーが41%だったのに対し「この1年でステマを広告主から依頼された」と回答したインフルエンサーは22.4%でした。規制前後で代理店や広告主からのステマ依頼が18.6%減少した結果となります。しかし、いまだにステマ依頼がゼロではないことにも留意が必要です。

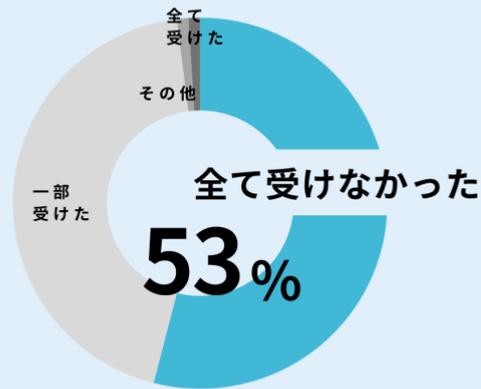
規制後、ステマの依頼を「全て受けなかった」インフルエンサーは53%

Q ステルスマーケティングの 依頼をどうしましたか？

(n=56)



2022年8月



2024年9月

「ステルスマーケティングに関する調査 2024 アンケート」

調査期間 | 2024年9月5日～9月13日
回答者 | インフルエンサー
サンプル数 | 250
調査方法 | オンライン

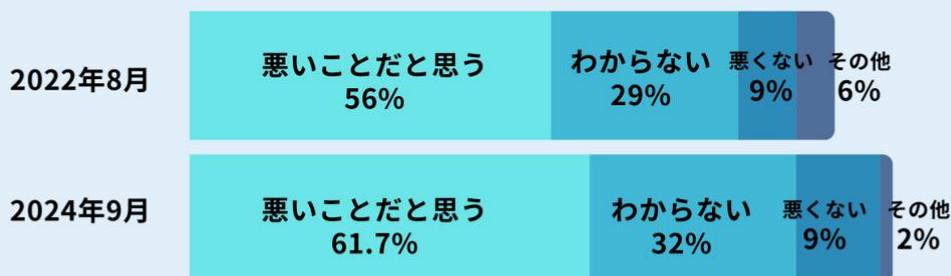
LIDDELL

2022年8月の調査ではステマ依頼に対して49.6%が「全て受けなかった」と回答していましたが、ステマ規制を受け、依頼を「全て受けなかった」インフルエンサーは3.3%増加し53%に。「一部、受けたことがある」「全て受けた」インフルエンサーの中には「理解が足りなかった」等、代理店や広告主から依頼されるままに投稿してしまったケースがあるようです。また「投稿後に広告表記を取るようステマ指示を受けた」など悪質な依頼を示唆する回答も見られました。

ステマを「悪いことだと思う」のは61.7% 「わからない」が32%

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どう思いますか？

(n=250)



「ステルスマーケティングに関する調査 2024 アンケート」

調査期間 | 2024年9月5日～9月13日
回答者 | インフルエンサー
サンプル数 | 250
調査方法 | オンライン

LIDDELL

前回 56%だった「ステマを悪いことだと思う」への回答は 5.7%増加し 61.7%に。悪いことだと思う理由として「フォロワー（消費者）を騙すようなことであるから」「信頼性に欠けるから」「商品やサービスのイメージを長期的に損なう手法だと思う」と回答しており、フォロワー（消費者）との関係性を気にする声や、規制対象である「ステマ」という行為を行うことで広告主が商品やサービスのイメージを損なうという意見も見られました。「わからない」への回答は前回 29%に対して 32%へと増加。「理解が足りず判断しかねる」という意見が目立ちました。

以上がインフルエンサーに対するステマの依頼実態が「ステマ規制」前と後でどう変化したかの調査結果となります。ステマ規制後も代理店や広告主からのステマ依頼は完全に無くなったとはいえ対処に困るインフルエンサーも多く見られました。

今後もリデルは、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。

調査概要

調査期間：2024年9月5日～9月13日

調査対象：LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE (LIW) に登録するインフルエンサー

35,000 人より先着有効回答者 250 名

平均フォロワー：約 3 万

男女比：男性 10% 女性 90% その他・無回答 0%

調査方法：オンライン

【本件に関するお問合せ】

リデルでは本プレスリリースに関する内容のほか、「SNS・インフルエンサー」「ファン・コミュニティ」「コミュニティ AI」関連の市場動向、トレンド、ナレッジ、各種データなどを共有すると共に、取材を積極的に受けております。また弊社役員や専門スタッフ、インフルエンサーに関する取材も承っております。お気軽にお問い合わせください。

リデル株式会社

担当：神尾

メール：pr@liddell.tokyo

[企業情報]

リデル株式会社 / LIDDELL Inc.

コーポレート URL：<https://liddell.tokyo/>

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW]

SNS 施策がオールインワン！運用型の SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォーム

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[KAL / カル]

業務最適化やコミュニティ AI に。社内情報を学習した、自社プライベート生成 AI の提供

URL：<https://liddell-tokyo.studio.site/>

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当：神尾

メール：pr@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806