

noteの「#買ってよかったもの2022」記事分析レポートを発表！ 外出回帰でファッションや美容、カメラ関連の買い物が増加



note株式会社は、2022年に「#買ってよかったもの」をテーマにnoteに投稿された記事約1.7万件の分析レポートを発表しました。コロナ禍3年目に突入した今年は、人々の外出回帰の様子が大きく浮かび上がっています。また、メタバースやNFTなど新しい買い物の兆しがあったほか、noteを通じたお買い物「note買い」とも言える現象も多く見られました。

noteの公式なお題(投稿企画)として2018年末にはじまり、今では投稿が通年で集まる人気のハッシュタグとなった「#買ってよかったもの」。3年目のレポートとなる今年も、昨年に引き続き買い物に変化の兆しが見えています。

分析サマリー

「#買ってよかったもの」に関連してnoteに投稿された約1.7万件の記事を昨年と比較し分析。昨年は「おうち時間」を豊かにするような買い物が見られましたが、今年は外出の機会が大幅に増えたことがうかがえる傾向となりました。外出の機会が増えたことが要因となり、「ファッション」「美容」について書かれた記事数が増加しています。忙しい日常生活の中で、時間の節約につながる商品を導入するなど、限られた時間をどれだけ有意義に過ごすかといった“タイパ”を意識した買い物の傾向も見られました。新しい兆しとしてメタバースやNFT関連の買い物も見られるようになり、この分野は今後も広がりを見せそうです。

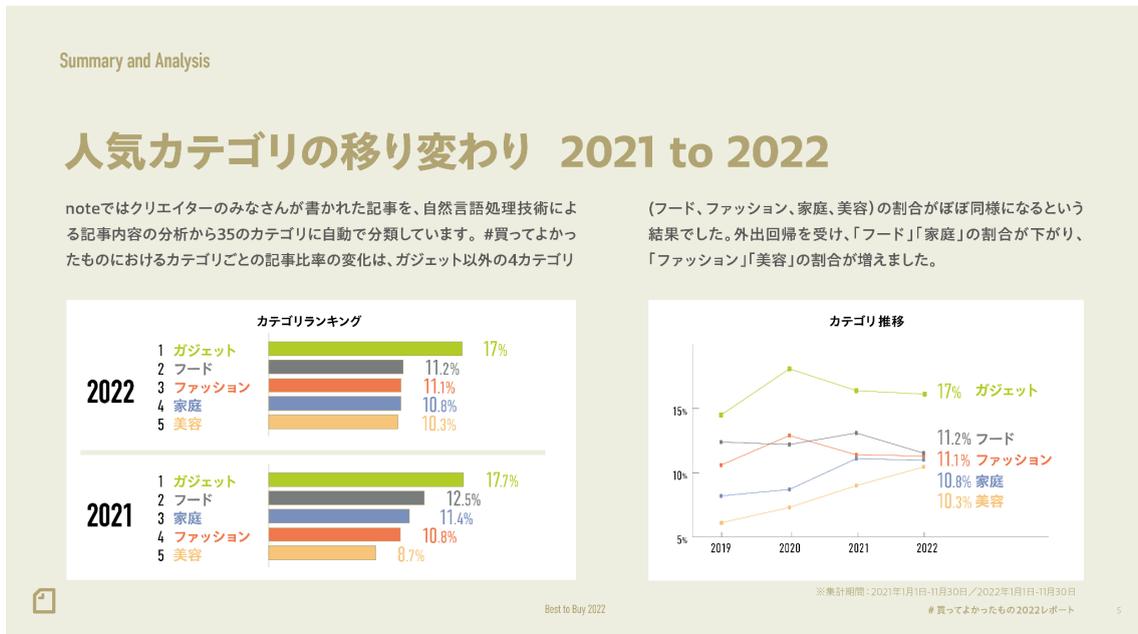
また、今年はnoteの記事をきっかけとした「noteを通じたお買い物」とも言える現象が多く見られました。5人に1人以上がnoteの記事を参考に商品を購入した経験があることがわかり、noteから買い物の輪が広がっています。

※レポート全編はこちらから：<https://speakerdeck.com/noteinc/best-to-buy-2022>

人気カテゴリTOP5のうち、「ファッション」「美容」の割合が増加

noteではクリエイターのみなさんが書かれた記事を、自然言語処理技術による記事内容の分析から35のカテゴリに分類しています。投稿件数の上位5カテゴリに変化はないものの、レポートの観測史上初めて「ファッション」カテゴリがベスト3に入りました。外出回帰を受け「フード」「家庭」の割合が下がり、「ファッション」「美容」の割合が増加しています。

記事の内容には、カメラの楽しみ方、お出かけして食を楽しむ様子、リアルで買い物をする良さなどが見られ、外出の機会が増えたことがうかがえました。



メタバースやNFTなど新しい買い物の兆し

メタバースやNFTなど、新しい分野のものやサービスを学びながら購入し、体験をつづった記事が多く見られました。

他にも睡眠の効果を最大化するために寝具にこだわる傾向、SDGsへの関心の高まりとともに環境に配慮した商品を積極的に選ぶ傾向もうかがえました。

Trends and Topics

メタバースやNFTへの関心高まる

オンラインでのコミュニケーションが日常化した今年、note上ではメタバースやNFT関連のお買い物が見られました。「よくわからないけれど、おもしろそうだからやってみよう」という文脈で購入した人が多く、勉強しながら試行錯誤して購入するプロセスがnote上で多くつづられています。購入後、理解が深まったり世界が広がったことに感動する声も。今後、どのように広がっていくのでしょうか。



NFTを全く知らなかったいーたけさんが、1から勉強しNFTを購入するプロセスが丁寧に書かれています。



"World of Women"というNFTを購入したsaboさん。購入理由や展望など、熱い想いをつづっています。



Meta Quest2を購入したSatomi Abe あべっちさん。あたらしい世界に触れた感動が伝わってきます。

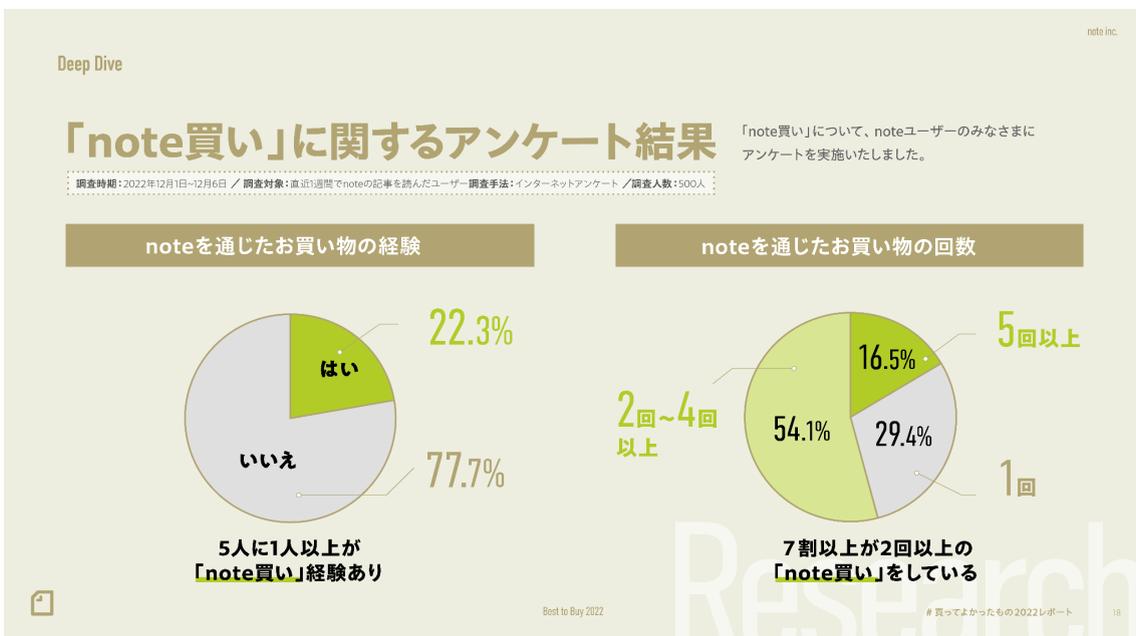
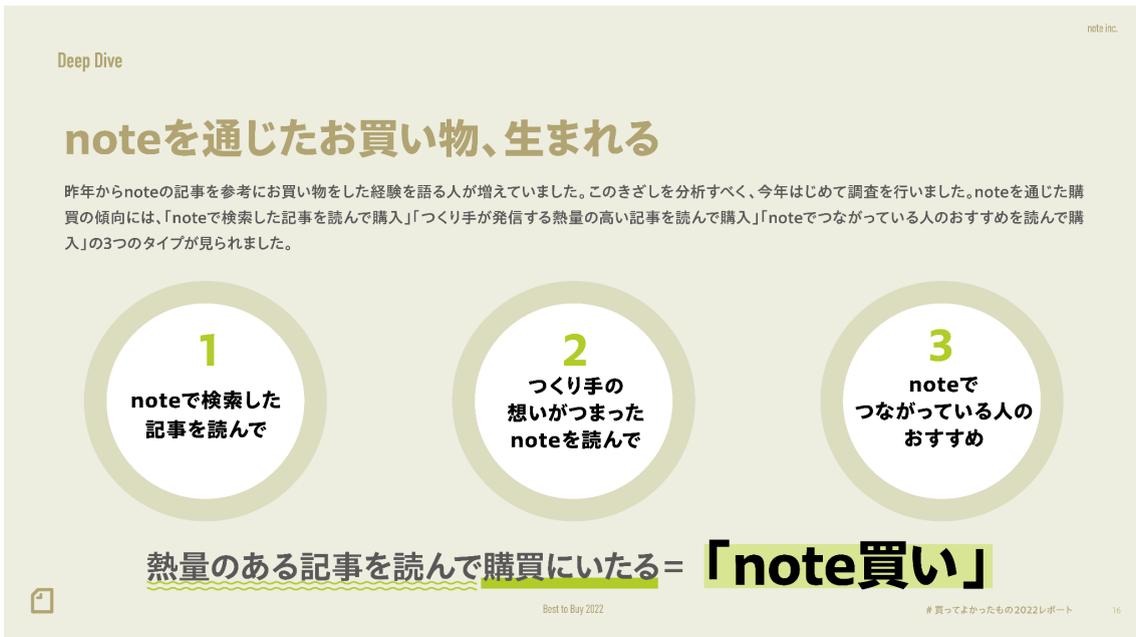


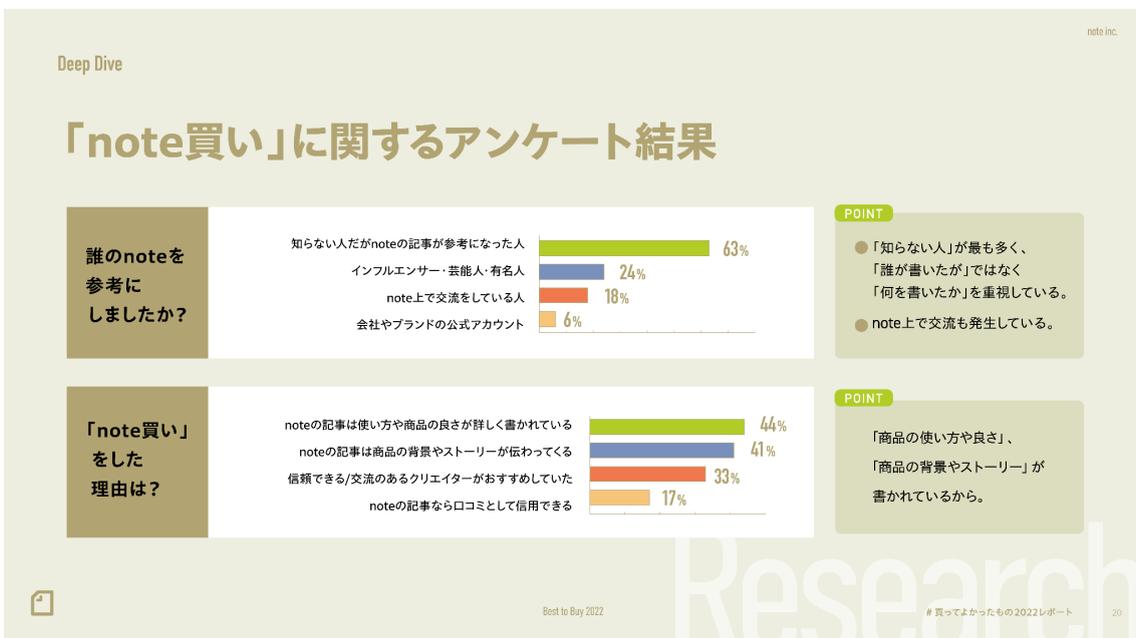
商品のストーリーに共感、noteを通じたお買い物「note買い」が増加

「noteで検索した記事を読んで購入」「作り手が発信する熱量の高い記事を読んで購入」「noteでつながっている人のおすすめを読んで購入」する「note買い」とも言える現象が多く見られました。noteが実施した調査によると、5人に1人以上が「note買い」をしています。

noteでは買い物体験を熱量高く本音で書くクリエイターが多く、読み手が商品の使い方や良いところだけではなく、デメリットなども知ったうえで購入している様子が見えます。

また、「note買い」をした理由には「商品の背景やストーリーが伝わってくること」があげられています。商品のストーリーに共感したうえで購入できることが、納得度の高い買い物経験につながっているようです。





人気ブランドに寄せられる熱量

「#買ってよかったもの」に投稿された記事のテキストから、自然言語処理技術でブランド名や社名などの固有名詞を抽出したブランド(ファミリーマート、東急ハンズ、無印良品、NIKE、DIOR、KATE、Anker、THE NORTH FACE)と、そのブランドがどのような言及をされているかを見てみました。レポートでは、それぞれのブランドに対する素敵な表現を紹介しています。

調査概要

■「#買ってよかったもの2022」レポート

- ・調査時期:2022年1月1日(土)～12月11日(日)
- ・調査対象:期間中に「#買ってよかったもの」のハッシュタグつきでnoteへ投稿された記事16,859件および関連するSNS投稿
- ・分析手法
 1. アクセス解析ツールを用いたnoteの投稿データおよびSNSの定量分析
 2. noteの投稿データを用いた定量・定性分析
 - ・対象カテゴリに関するデータの収集
 - ・自然言語処理技術を用いた、ハッシュタグの抽出/記事のピックアップ
 - ・上記結果の分類および要約整理

■「noteを通じたお買い物」についてのアンケート

- ・調査時期:2022年12月1日(木)～12月6日(火)
- ・調査対象:アンケート開始日から1週間以内にnoteの記事を読んだユーザー
- ・調査手法:インターネットアンケート
- ・調査人数:500人

note

noteはクリエイターが文章や画像、音声、動画を投稿して、ユーザーがそのコンテンツを楽しんで応援できるメディアプラットフォームです。だれもが創作を楽しんで続けられるよう、安心できる雰囲気や、多様性を大切にしています。個人も法人も混ざり合って、好きなものを見つけたり、おもしろい人に出会え

たりするチャンスが広がっています。2014年4月にサービスを開始し、約2,700万件の作品が誕生。会員数は550万人(2022年8月時点)に達しています。

- URL : <https://note.com/>
- iOSアプリ : <https://itunes.apple.com/jp/app/note-noto/id906581110>
- Androidアプリ : <https://play.google.com/store/apps/details?id=mu.note>

note株式会社

わたしたちは「だれもが創作をはじめ、続けられるようにする」をミッションに、表現と創作の仕組みづくりをしています。メディアプラットフォームnoteは、クリエイターのあらゆる創作活動を支援しています。クリエイターが思い思いのコンテンツを発表したり、メンバーシップでファンや仲間からの支援を受けたり、ストアでお店やブランドオーナーが商品を紹介したり、note proを活用して法人や団体が情報発信をしたりしています。

所在地: 〒107-0061 東京都港区北青山3-1-2 青山セント・シオンビル 4階

設立日: 2011年12月8日 代表取締役CEO: 加藤貞顕 コーポレートサイト: <https://note.jp>

【報道関係のお問い合わせ】

note株式会社

広報担当: 竹原 050-1751-7514 pr@note.jp