

20歳～69歳の男女1000人に聞いた
「メディアとSNS、生活者起点の情報拡散に関する調査」
メディアから情報を得て商品・サービスを購入する方は半数以上！
SNSで参考にするのは企業の公式アカウントや親族・親しい友人！

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年2月10日（水）～2021年2月12日（金）の3日間、20歳～69歳の男女1000人を対象に「メディアとSNSの情報拡散」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

企業にとって、自社の情報を発信し、ターゲットに認知してもらうPR施策は非常に重要です。昨今は多くの生活者が、SNSで情報を主体的に収集しています。また情報を収集だけでなく、自身も情報を拡散する、いわゆるUGCといわれる生活者起点のコンテンツ発信も、さらなる情報拡散、推奨の輪を広げると注目を集めています。一方で、メディアによる情報拡散力は依然として大きいことも事実であり、メディアへの情報発信も引き続き重要だと言えます。そこで今回は、生活者のメディアとSNSによる情報収集や情報への行動実態を明らかにしたうえで、企業がメディアとSNSでの情報発信を行う際に参考となるデータを得るためのアンケート調査を実施しました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

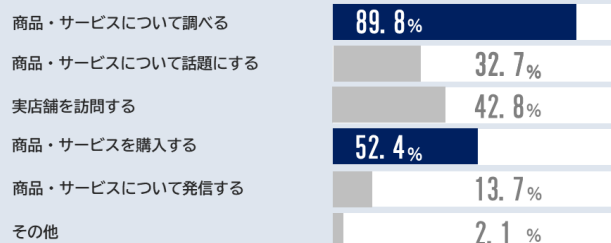
1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、20歳～69歳の男女でメディアとSNSで情報収集する方を対象に実施
3. 有効回答数：1000名
4. 調査実施日：2021年2月10日（水）～2021年2月12日（金）

◆「メディアとSNS、生活者起点の情報拡散に関する調査」主な質問と回答

◆**メディアから情報を得た後の行動は？：「商品・サービスを購入する」と回答した方が半数以上！**

メディアから情報を得た後の行動を聞いたところ、「商品・サービスを購入する」と回答した方が52.4%だった。メディアで得た情報が有益であれば、商品・サービスの購入に直接結びつく可能性が高いと考えられる。

メディアから情報を得た後の行動

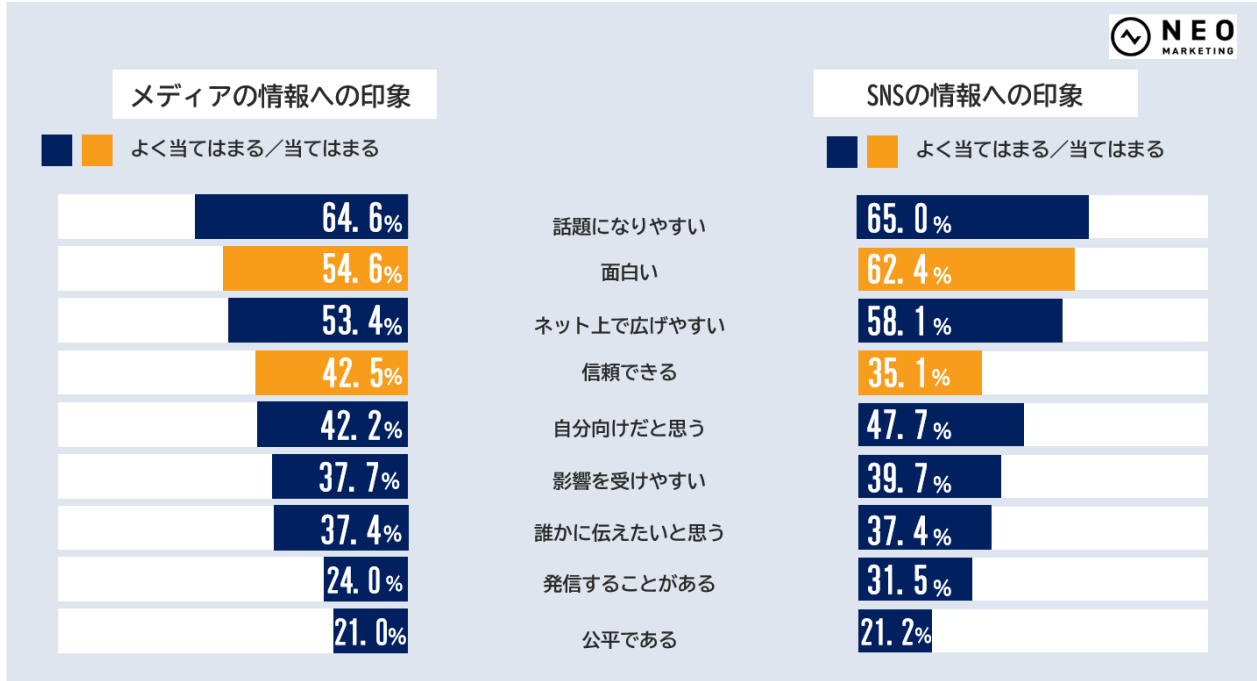


◆**SNSでの発信者別の情報についてどの程度参考にしているか？：**

「企業の公式アカウント」「親族・親しい友人」を参考にしている方が多い！

SNSでの発信者別の情報についてどの程度参考にしているか聞いたところ、とても参考にしている／参考にしていると回答した方は「企業の公式アカウント」が最も多く、次いで「親族・親しい友人」だった。自分にとって信頼性のある発信者の情報を、より参考にする傾向があると考えられる。

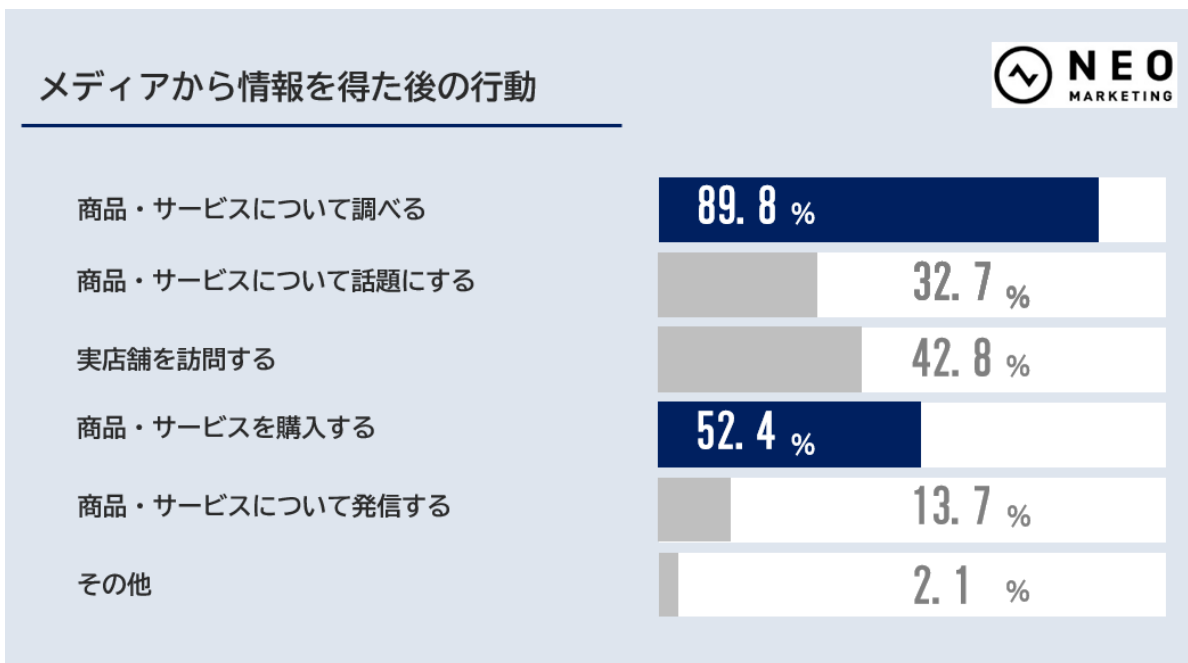
メディア・SNSの情報への印象



まずは、メディア・SNSから得た情報への印象について、当てはまるものをお聞きしました。グラフは「よく当てはまる」「当てはまる」と回答した人の合計の割合を表しています。メディアから得た情報とSNSから得た情報の印象を比較すると、「話題になりやすい」はともに6割を超えています。話題性という点ではあまり差がないことが伺えます。

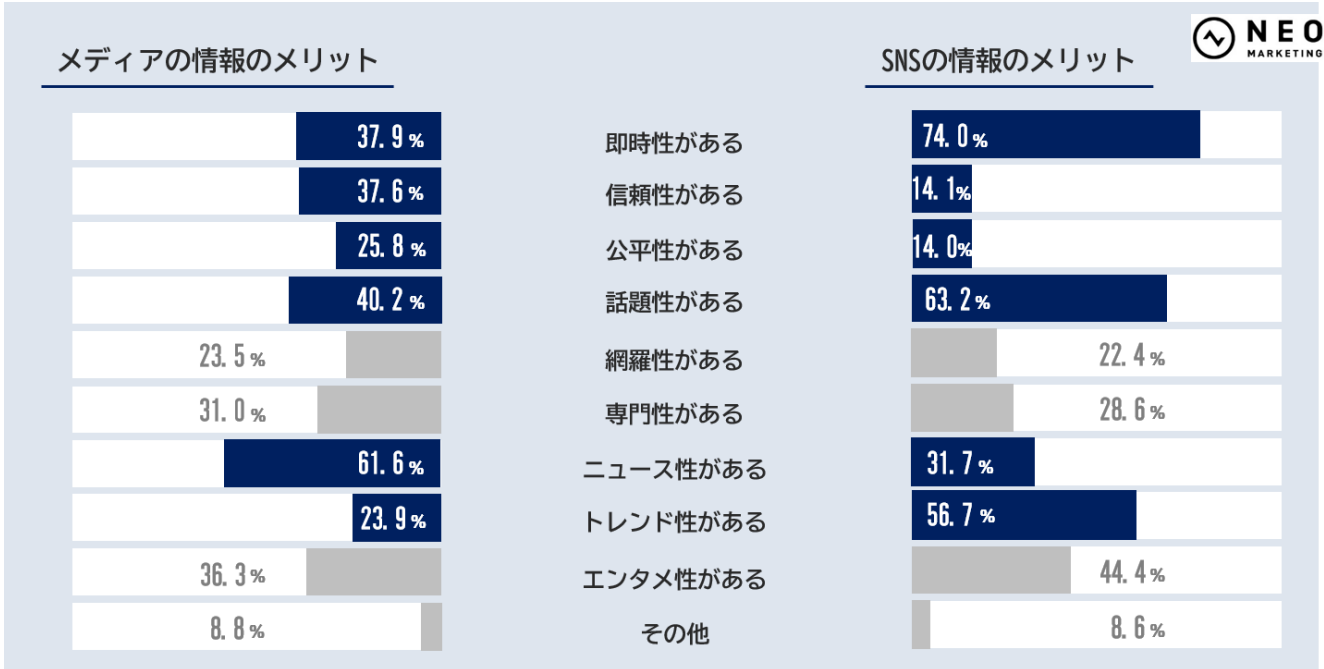
一方で、「面白い」はSNSのほうが7.8ポイント多く、「信頼できる」はメディアのほうが7.4ポイント多い結果となりました。

メディアから情報を得た後の行動



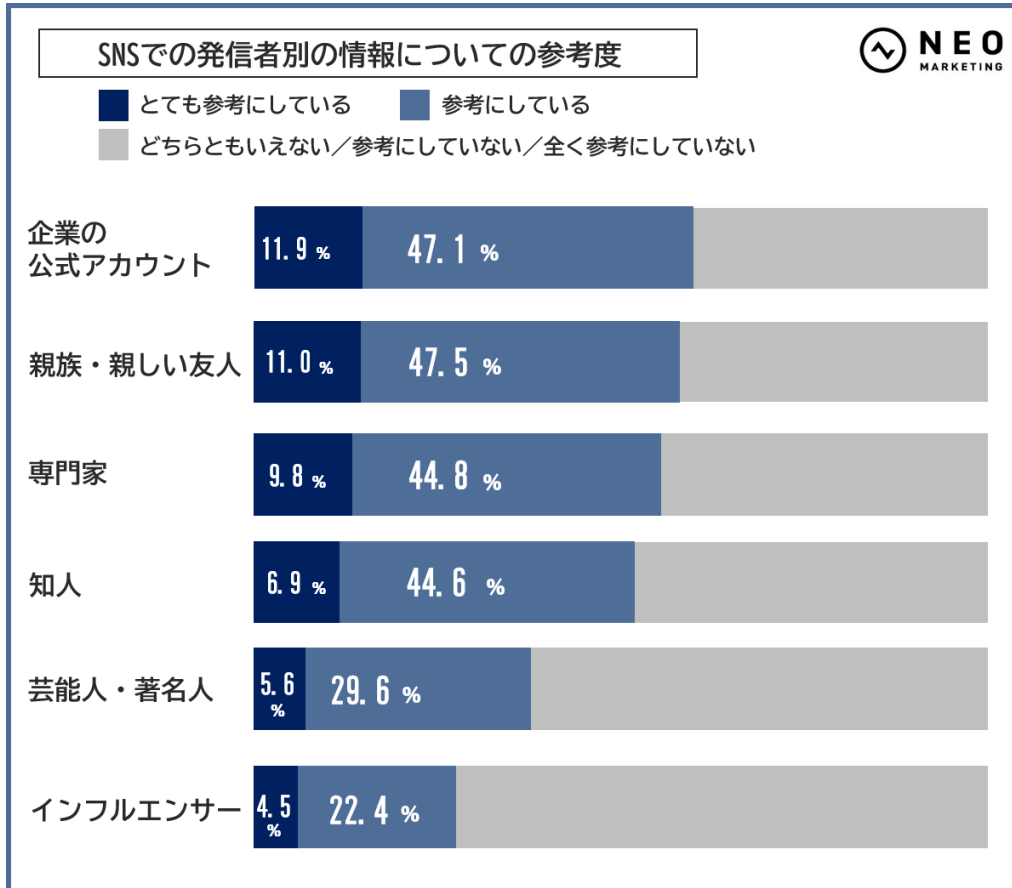
続いて、メディアから情報を得た後にする行動について、お聞きしました。「商品・サービスについて調べる」と回答した方は9割近くにのぼり、「商品・サービスを購入する」と回答した方は5割以上という結果となりました。メディアで得た情報から、直接商品・サービスの購入につながる可能性は比較的高いと考えられるのではないのでしょうか。各商品・サービスのターゲットとなる生活者に魅力的な情報をいかに伝えられるかが鍵となるでしょう。

メディア・SNS の情報、それぞれのメリット



メディアと SNS で得られる情報について、それぞれどのようなメリットを感じているかお聞きしました。SNS で得られる情報は、即時性、話題性、トレンド性という点で評価されています。一方、メディアで得られる情報は、信頼性、公平性、ニュース性で評価されていることがわかりました。

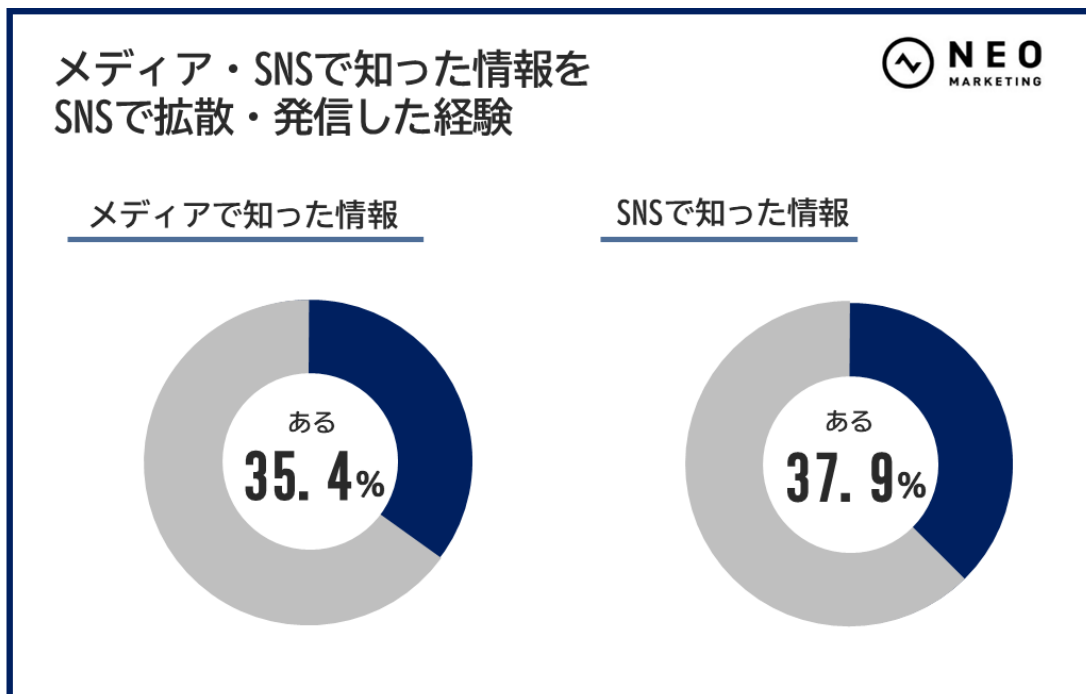
SNSでの発信者別の情報についての参考度



SNSでの発信者別の情報について、どの程度参考にしているかお聞きしました。「企業の公式アカウント」や「専門家」など、より信頼性のあるアカウントの情報を参考にしていることが多いようです。また、「親族・親しい友人」や「知人」などの身近な方が発信している情報も参考にしているようです。

一方で、「芸能人・著名人」と「インフルエンサー」といった自分とは遠い存在の発信している情報は、5割を切り、約2~3割にとどまる結果となりました。

メディア・SNS で知った情報を SNS で拡散・発信した経験



メディア・SNS で知った情報を、自身の SNS で拡散・発信した経験があるかお聞きしました。「ある」と回答した方は、メディア・SNS とともに 3 割以上となりました。メディアと SNS、それぞれで得た情報について、個人がどちらをより SNS で拡散・発信するか、ということは言えないようです。

■この調査のその他の質問

- ・メディアからはどのような情報を得ているか（自由回答）
- ・どのようなメディアを、どのような時に見ているか（自由回答）
- ・メディアからどのような情報を得ているか（複数回答）
- ・どのようなコンテンツであれば、メディアから得た情報を自身の SNS で拡散・発信したいと思うか（自由回答）
- ・普段利用している SNS は何か（複数回答）
- ・SNS からはどのような情報を得ているか（自由回答）
- ・どのような SNS を、どのような時に見ているか（自由回答）
- ・SNS からどのような情報を得ているか（複数回答）

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>