

情報メディア型Instagram アカウントについての実態調査

OTONARI .inc

本レポートの概要

■ 調査背景

昨今のInstagramには、LIVE配信機能・IGTV（長尺動画）・REELS（短尺動画）・商品タグ（EC連携）・地図検索（リアル店舗連動）をはじめとした多様な機能が追加されています。

そして、Instagramは従来の「写真SNS」から「総合SNSプラットフォーム」へと変貌を遂げつつあります。

それに伴い、Instagramには従来の「インスタ映え」以外の多様なコンテンツがあふれるようになっており、中でも注目を集めているのがInstagramの画像でお役立ち情報を発信する「情報メディア型Instagramアカウント」です。

そこで、株式会社OTONARIでは「情報メディア型Instagramアカウント」が一般ユーザーの購買行動へ与える影響を調査いたしました。

【調査概要】

調査名：情報メディア型Instagramアカウントについての実態調査

調査対象：10~40代の男女230人

調査期間：2021年6月度

調査方法：WEBアンケート

調査サマリー

48%

情報メディア型Instagramアカウントをフォローしているユーザー

62%

モデルや芸能人による商品と比較して、情報メディア型Instagramアカウントの商品紹介の方が信頼できると答えたユーザー

フォローしている人のうち

69%

情報メディア型Instagramアカウントで見た商品を購入したいと思ったことがあるユーザー

フォローしている人のうち

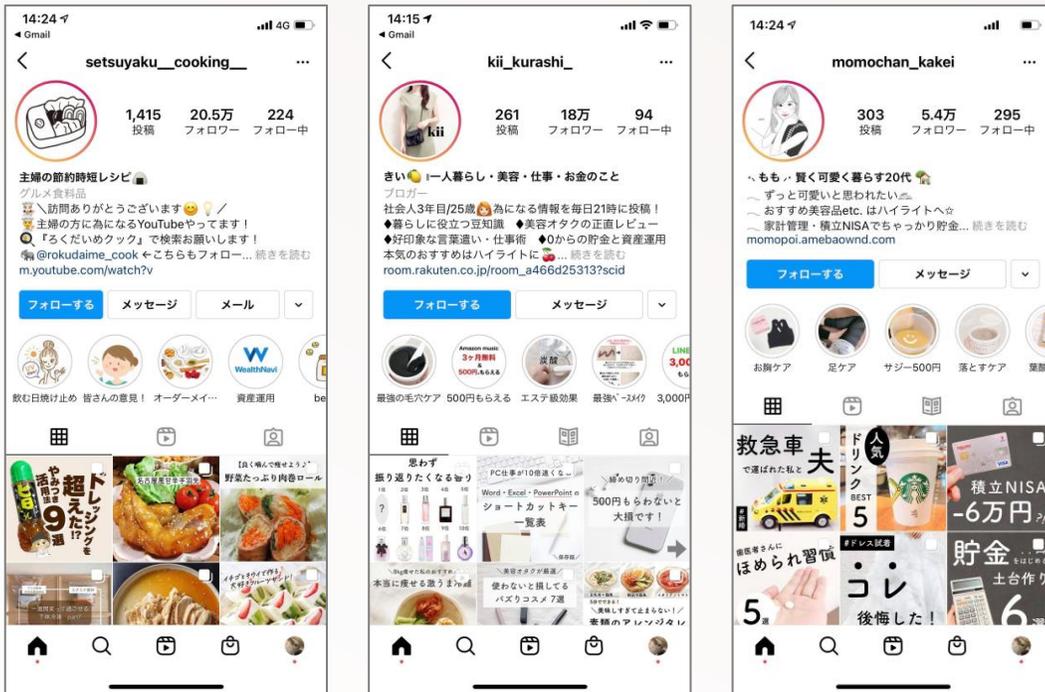
40%

情報メディア型Instagramアカウントで見た商品を実際に購入したことがあるユーザー

情報メディア型インスタグラムアカウントとは？

映え写真 + 文字入れのコンテンツを投稿。
人への憧れではなく、情報への信頼で支持されているインスタグラマーです

▼インスタグラマーの例



▼投稿の例

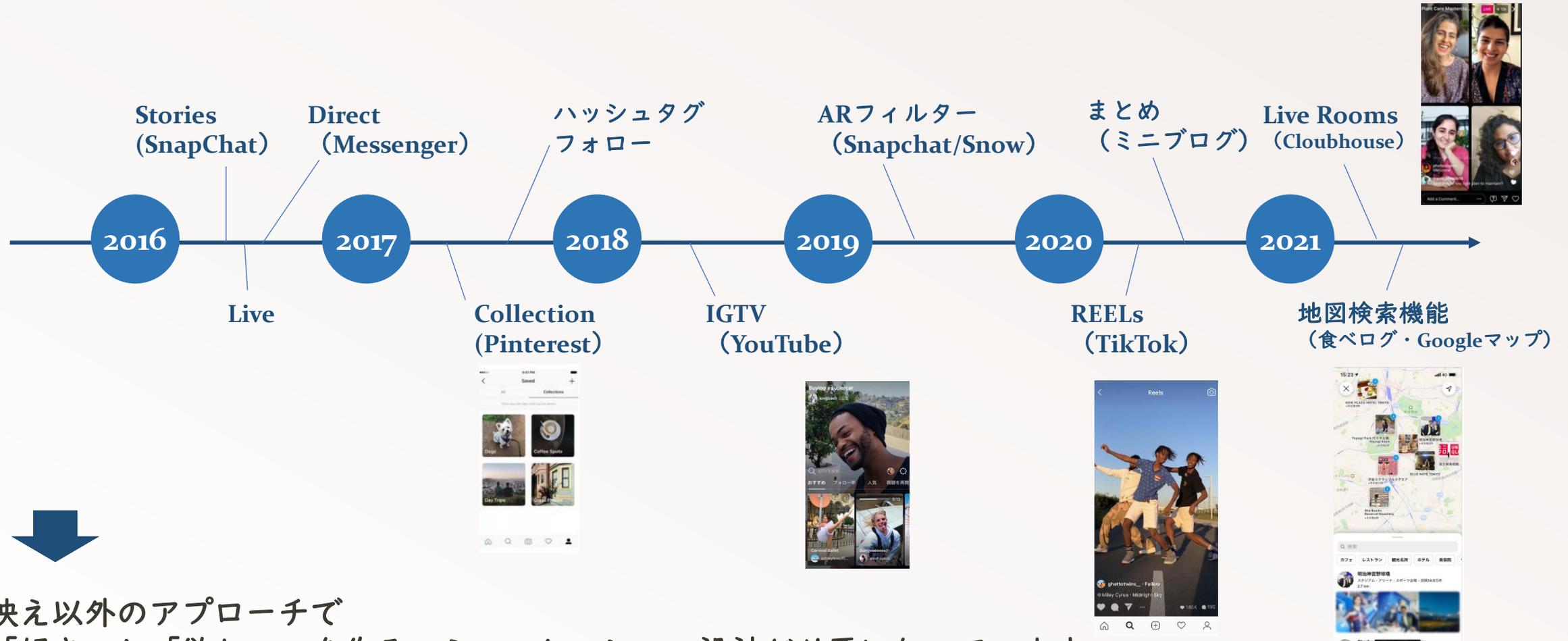


▼テーマの例

- ・ シンプルライフ
 - ・ お得/節約テクニック
 - ・ 自分らしい自由な生活
 - ・ ちょっとしたアイディアで毎日を楽しく
- 一人一人がテーマを持っており、フォロワーから支持されている

情報メディア型インスタグラムアカウントが生まれた背景①

Instagramは「映え」から「総合SNSプラットフォーム」へ



映え以外のアプローチで「好き」と「欲しい」を作るコミュニケーション設計が必要になっています。

情報メディア型インスタグラムアカウントが生まれた背景②

総合SNSプラットフォーム化の過程で、コミュニティの細分化が進む。
専門性のあるインスタグラマーが台頭。

~2016年頃

映えの時代のInstagram

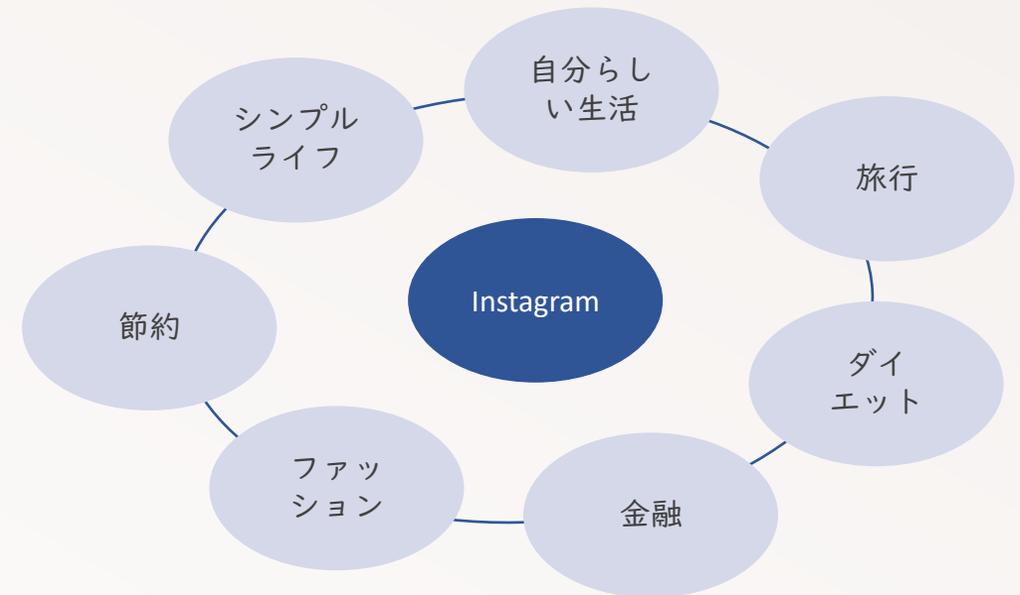
“インスタ映え”という共通の価値観で
インフルエンサーのヒエラルキーが形成



2020年頃~

総合SNSプラットフォーム化したInstagram

小さなコミュニティが多数形成。
映え=憧れではなく、多様なタイプの“有益情報”が求められる

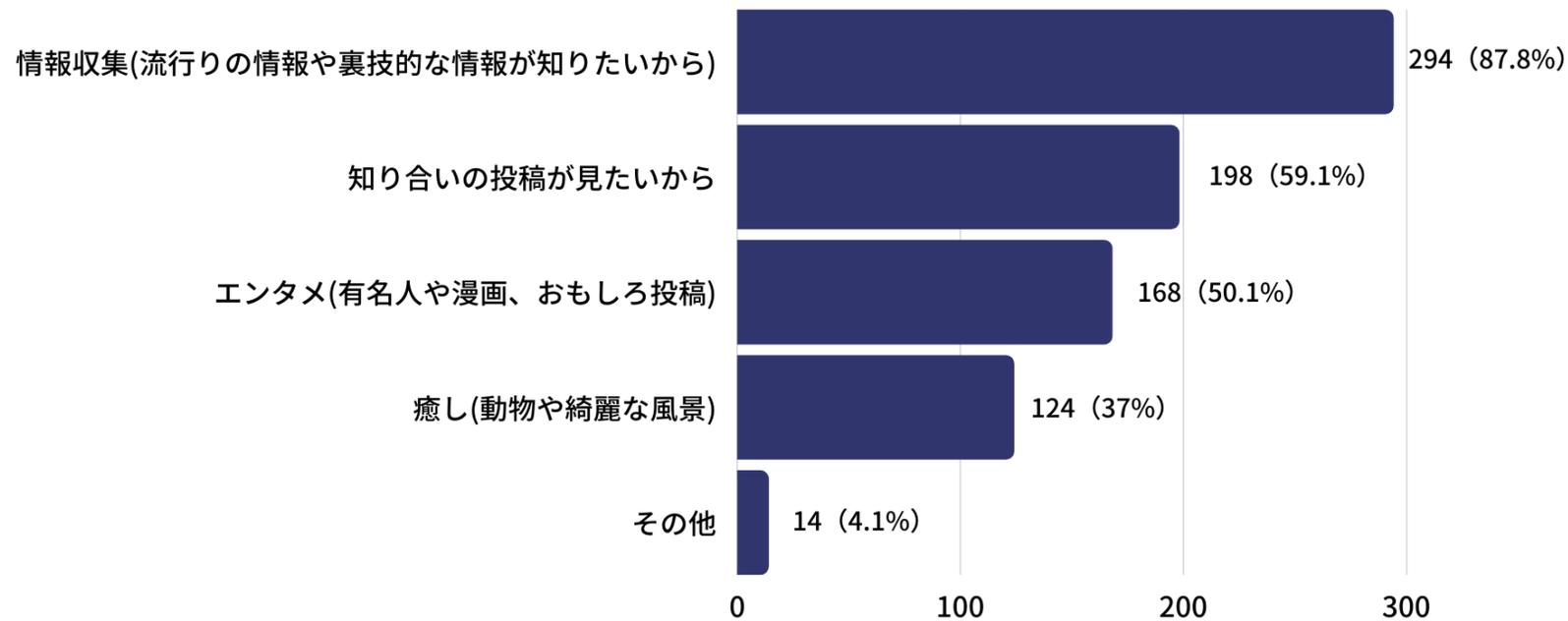


調查結果

Instagramを使う目的

約9割のユーザーが情報収集のためにInstagramを活用しています。

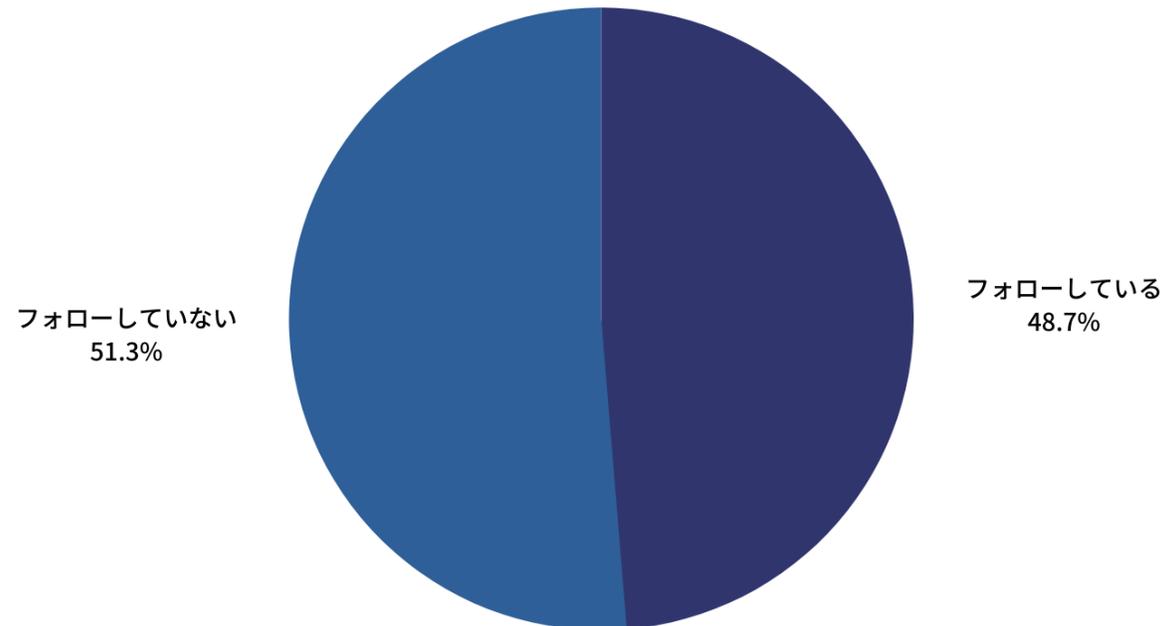
Instagramを使う目的は何ですか？(複数選択可)



フォローの有無

約半数のユーザーが、情報メディア型Instagramアカウントフォローしていると答えました。

情報メディア型Instagramアカウントをフォローしていますか？



335件の回答
株式会社OTONARI調べ

フォローしている理由

情報メディア型Instagramアカウントをフォローしている方にお聞きします。
フォローしている理由を教えてください。（15文字以上）

自分が普段生活していて自分では得られない情報を見ることができるから

パーソナルカラーに合った化粧品がわかったり、
インスタを開くだけで情報収集ができるから。

最新の流行がわかりますし、
いいものを自分で探す手間がなくなるからです。

話題になっている商品や人気な商品の情報や
口コミが早く見つけれられるからです。

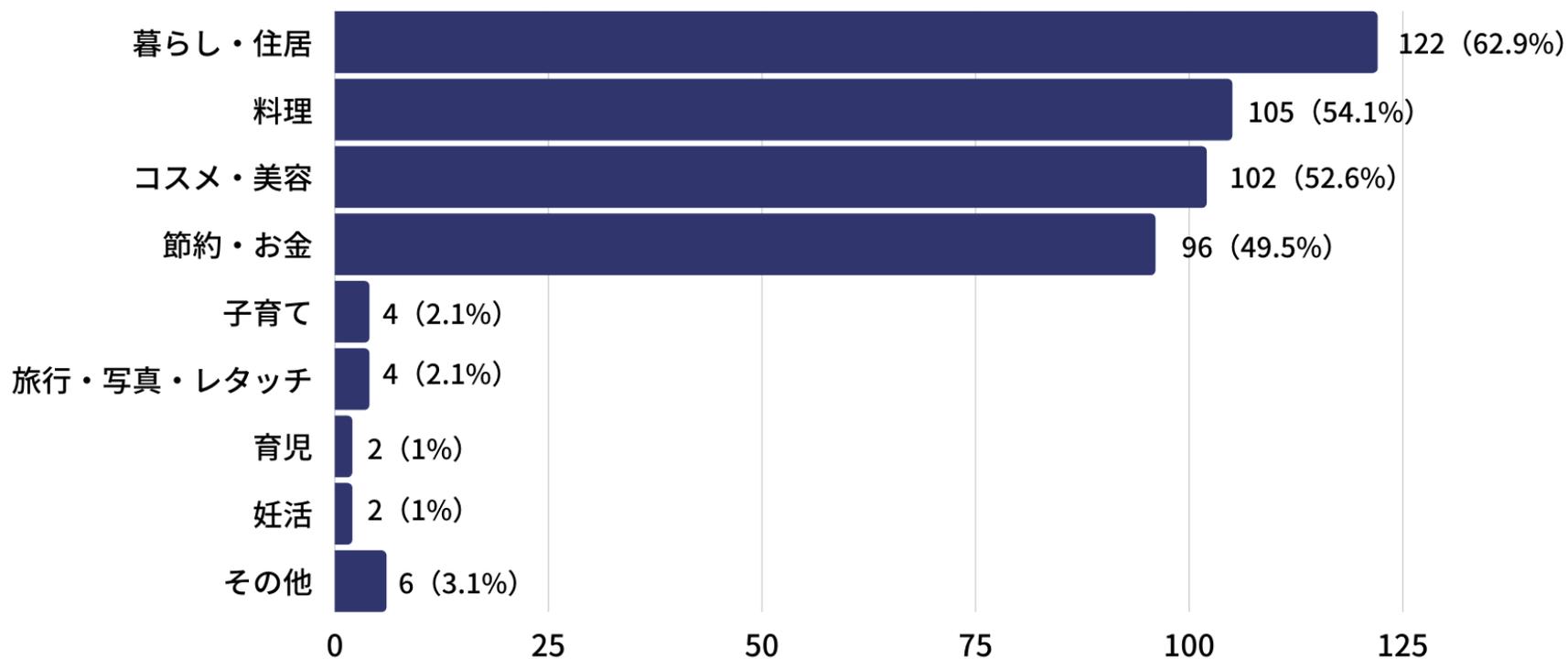
得たい情報を簡単かつ手軽に得る事ができるから。

興味のある分野で、
より理解を深めたい情報が流れてくることが多いからです。

子供の離乳食の作り方や掃除の知恵など
役立つ情報がすぐに見れるから

フォローしているジャンル

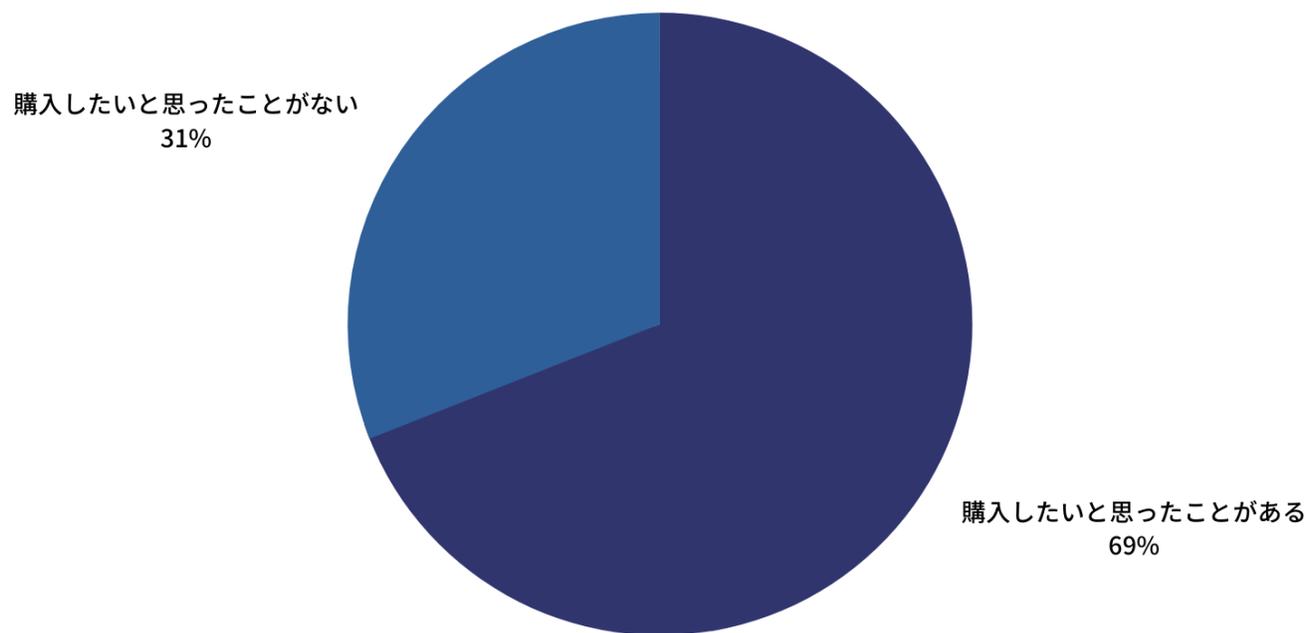
あなたがフォローしている
情報メディア型Instagramアカウントのジャンルは何ですか？（複数選択可）



購入意向

約7割のユーザーが、情報メディア型Instagramアカウントで見た商品を購入したいと答えました。

情報メディア型Instagramアカウントで見た商品を
購入したいと思ったことはありますか？

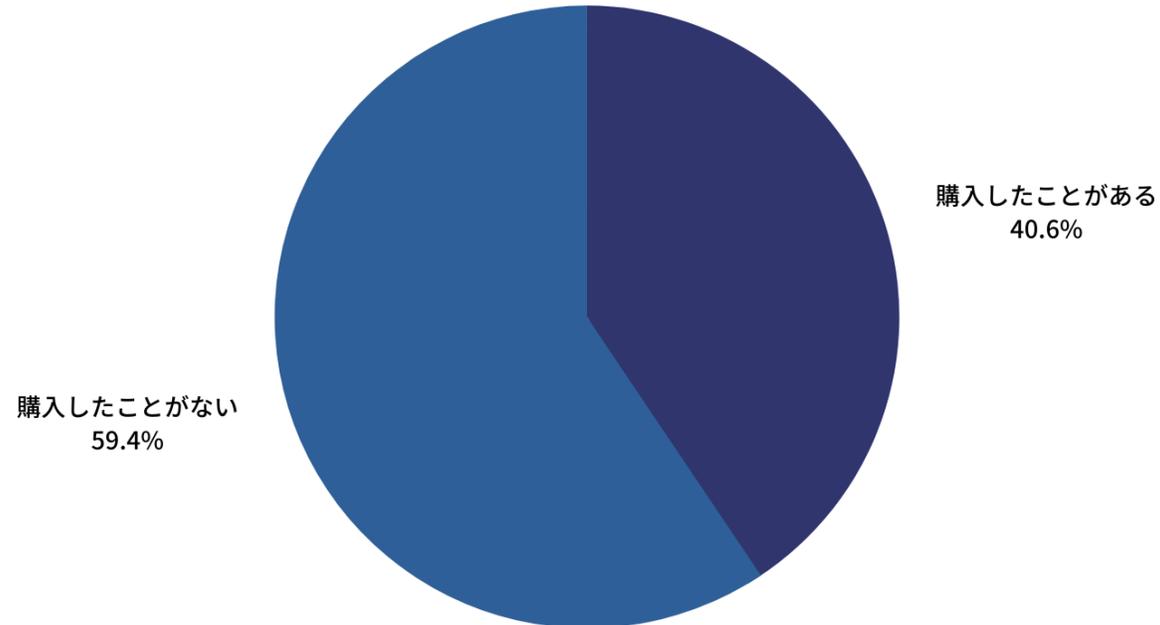


335件の回答
株式会社OTONARI調べ

購入経験

約4割のユーザーが、
情報メディア型Instagramアカウントで見た商品を購入したことがあると答えました。

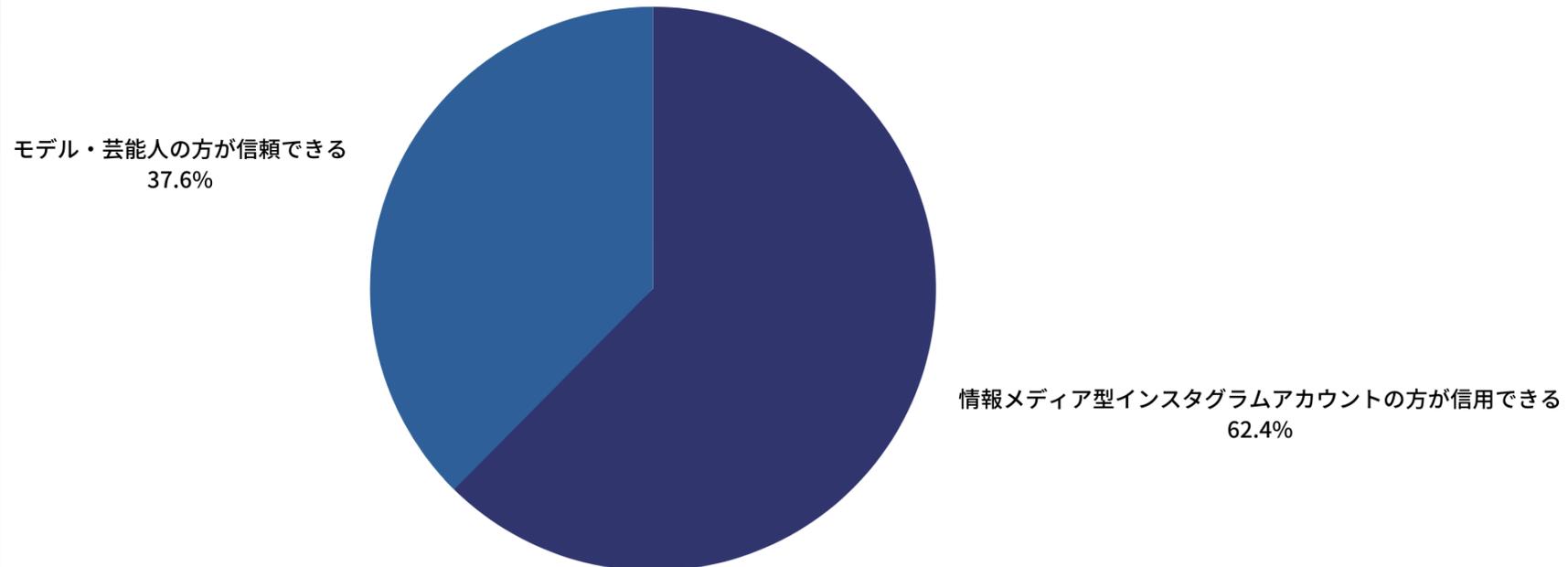
情報メディア型のInstagramアカウントで見た商品を実際に購入したことはありますか？



信頼性

6割以上のユーザーが、モデルや芸能人によるInstagram商品紹介よりも、メディア型Instagramアカウントの商品紹介の方が信頼できると答えました。

モデルや芸能人の方によるInstagram商品紹介と、
情報メディア型Instagramアカウントによる商品紹介では、どちらが信頼できますか？



信頼できる理由

情報メディア型Instagramアカウントの方が信頼できると答えた方にお聞きします。
信頼できる理由を教えてください。（15文字以上）

非ステマ

専門性

情報メディア型の方が具体性が高い専門的な情報が得られそうだから。

有名人だと案件かなと思ってしまい、情報メディア型ならそのジャンルのプロというイメージがあるから信頼度が高い。

芸能人はみんな良いことしか書いていないのであまり信用できない。

実際に現場での使用感を発信してくれている印象で、ただの宣伝ではなさそうだから

本当に使いやすいもの、便利なものを、事実として伝えてくれてることが多いから。

個人の主観でなく今流行っている情報が手に入る。

宣伝目的ではなく、実際に使用してみたらこんな感じという現実味があるから

親近感

芸能人よりも生活感が近い人の情報が欲しいから

芸能人より感覚が一般人と近いと思ったので

情報メディア型Instagramアカウントを活用した プロモーションメニュー

OTONARIのメディア型インスタグラマーネットワーク

OTONARIは、メディア型インスタグラマーのキャスティングが強みのインフルエンサーマーケティング会社です。

インフルエンサー数 (専属・直接提携)

+ 600

プラットフォーム



You Tube

特徴

① 特定の領域に特化

美容・暮らし・金融・健康・大人向けなど特定領域における専門家

② クリエイティブを作る

専門性があり、SNSでの発信力を分かっているためオリジナルのクリエイティブ・コンテンツを作れます。

メディア型インスタグラマーを活用するメリット

1

「便益や特徴の理解」を促すことができる

写真だけの投稿と異なり、商品の特徴や価格を提示することが可能です。

2

Instagram内でリーチが伸びやすく、見返されやすい

情報型の投稿は、閲覧者から「保存」されやすく何度も見返される傾向にあります。また、「保存」が多い投稿はアルゴリズム上リーチが伸びやすく認知獲得にも有効です。

3

ブランド公式キャンペーンでは実施しにくい「比較広告」にも対応

あくまでインスタグラマー目線となりますが、他社商品との比較を行いながら商品特徴を提示することも可能です。

支援領域

OTONARIが、プロモーションに最適なキャスティングとクリエイティブを支援いたします。

Casting

SNSに分散するコミュニティ内で影響力を持つインフルエンサーをキャスティングして



Creative

商品の独自性と便益をコンテンツに落とす

OTONARIの
プランナー



コンテンツを作れる
インフルエンサー



メディア型インスタグラマーパッケージ

映え写真 + 文字入れのコンテンツを投稿。
 人への憧れではなく、情報への信頼で支持されているインスタグラマーです。

〈アカウントの例〉



〈投稿の例〉



相性のよい商品

食品、健康食品、日用雑貨、キッチン用品、
 インテリア、食品、家電、コスメ

提携インスタグラマー数

600人

施策費用

お問い合わせください。

大人女子コスメ @otonajoshi_cosme

コスメレビューに特化したインスタメディア。レビュー型の投稿で商品のベネフィットを伝えます。

〈アカウント〉



フォロワー数：16.8万人（2021年6月9日現在）

相性のよい商品

コスメ商品全般（スキンケア・基礎化粧品・ベースメイク・メイクアップ・毛穴・ニキビ・美白・うるおい・アンチエイジング・肌のハリ）

フォロワーデータ

- ① 平均年齢31歳。35歳以上が1/4以上！
- ② ほぼ100%女性
- ③ コスメに高い興味関心

〈投稿の例〉



<https://www.instagram.com/p/CP2whO5DYba/>

施策費用

お問い合わせください。

OTONARI社について

“売れるインフルエンサーマーケティング”をコンセプトに、3つの事業を展開しています。

01

インフルエンサー
マーケティング事業

大人YouTuberを中心に専属も抱えています。



02

Instagram
メディア事業

Instagram上で情報メディアを運営

大人女子コスメ 節約ライフ



@otonajoshi_cosme

@okane_tamaru

16万フォロワー

36万フォロワー

03

SNSアフィリエイト事業



何から初めていいのか分からない。そういう時に一番お役に立てます。

インフルエンサー以外のデジタルマーケティング経験も豊富な
OTONARIのチームが
企画・プランニングからご提案いたします。

お問い合わせ先

OTONARI営業担当
sales@otonari.tokyo