

SNSの利用に関するアンケート調査

- ・調査実施:2025年6月
- ・調査対象:16~39歳女性 全国

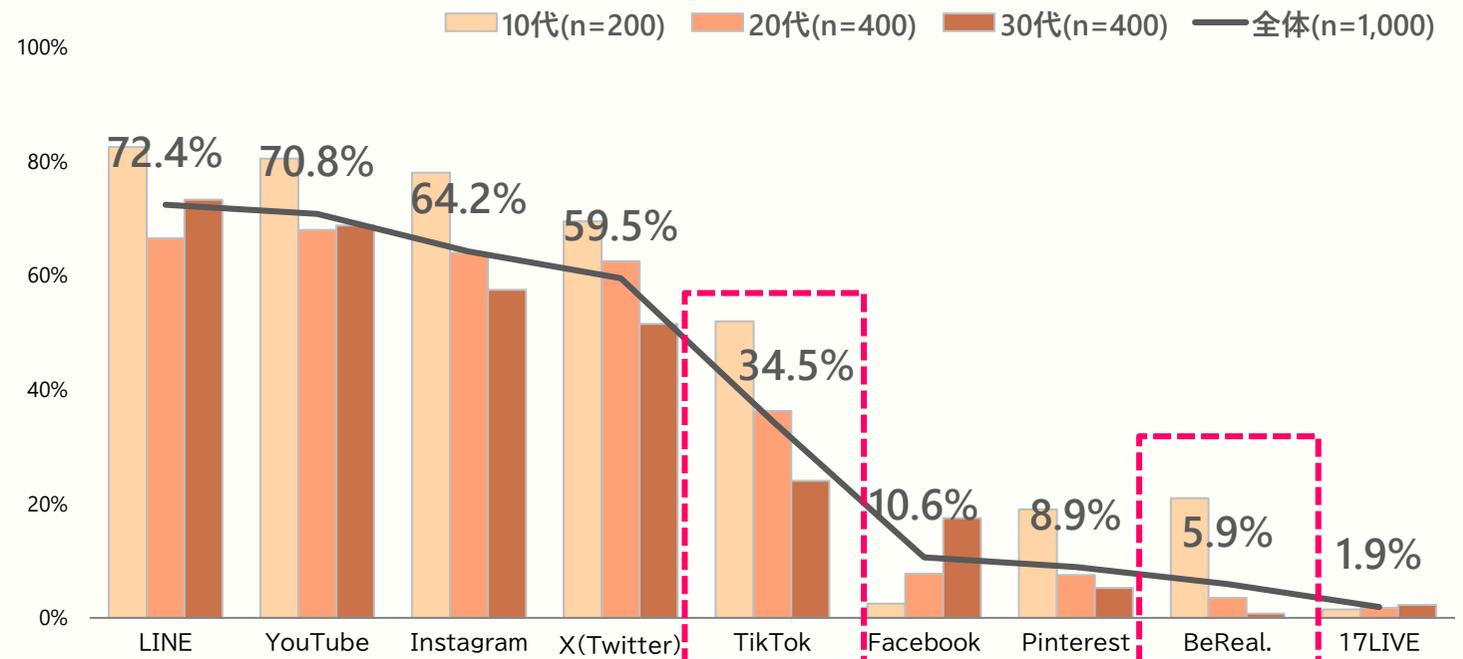
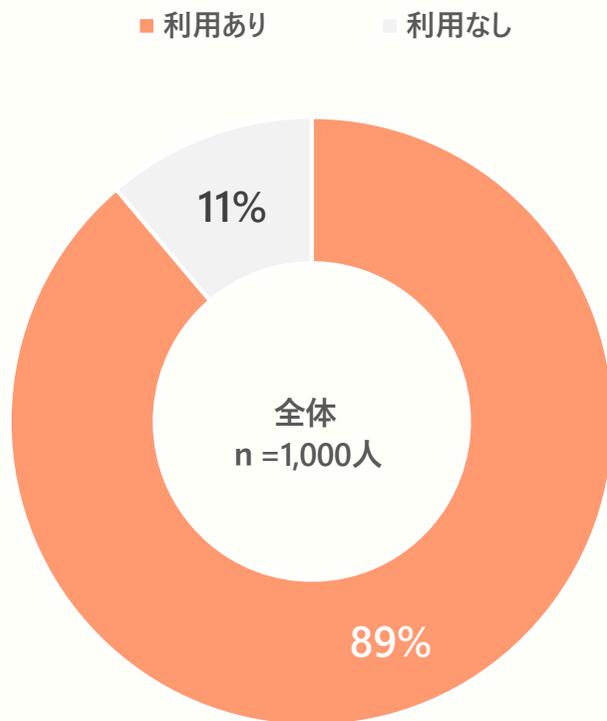


利用しているSNS

✓何かしらを利用している人は9割。

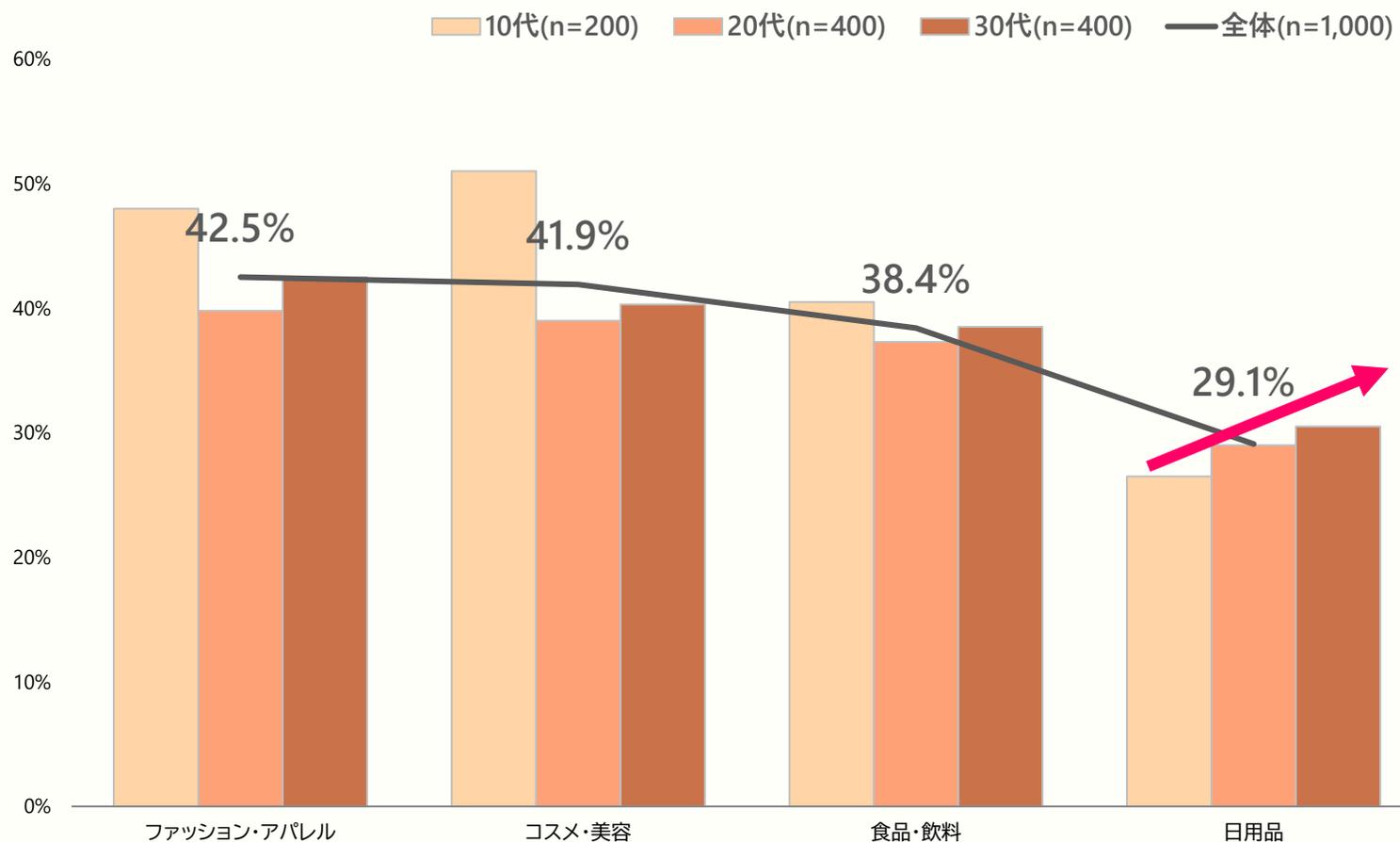
✓利用が高い順に「LINE」「YouTube」が7割、「Instagram」「X」が6割。

✓10代で各SNSの利用率が高いが、特に差があるのは「TikTok」「BeReal.」、特に「TikTok」は半数以上が利用している。



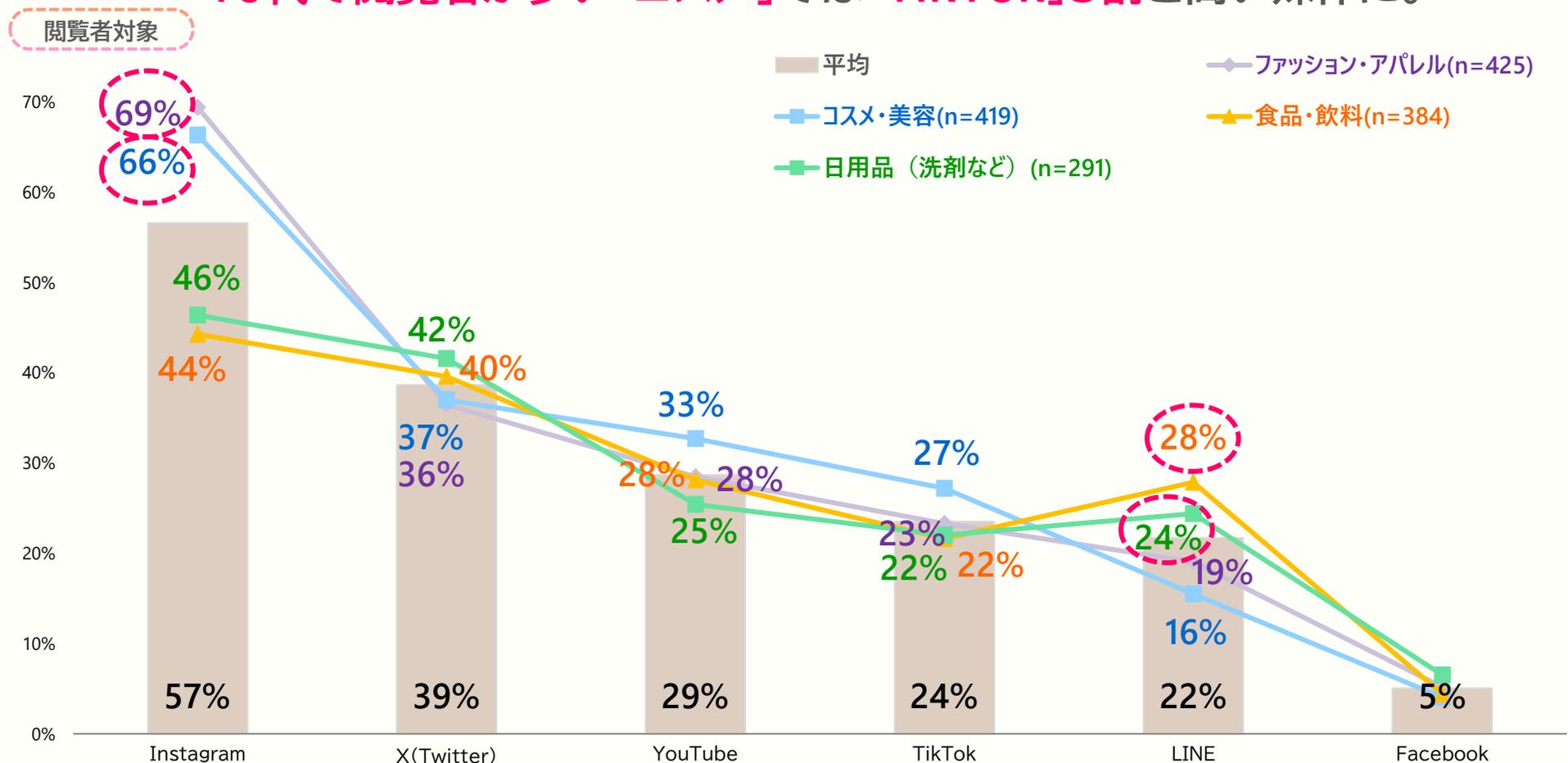
公式アカウントの閲覧状況

- ✓「ファッション」「コスメ」「食品」は4割が閲覧しているが、「日用品」は3割に下がる。
- ✓「ファッション」「コスメ」は10代で閲覧率が特に高い。
- ✓一方、「日用品」は年代が上になるにつれて閲覧率が上がる。



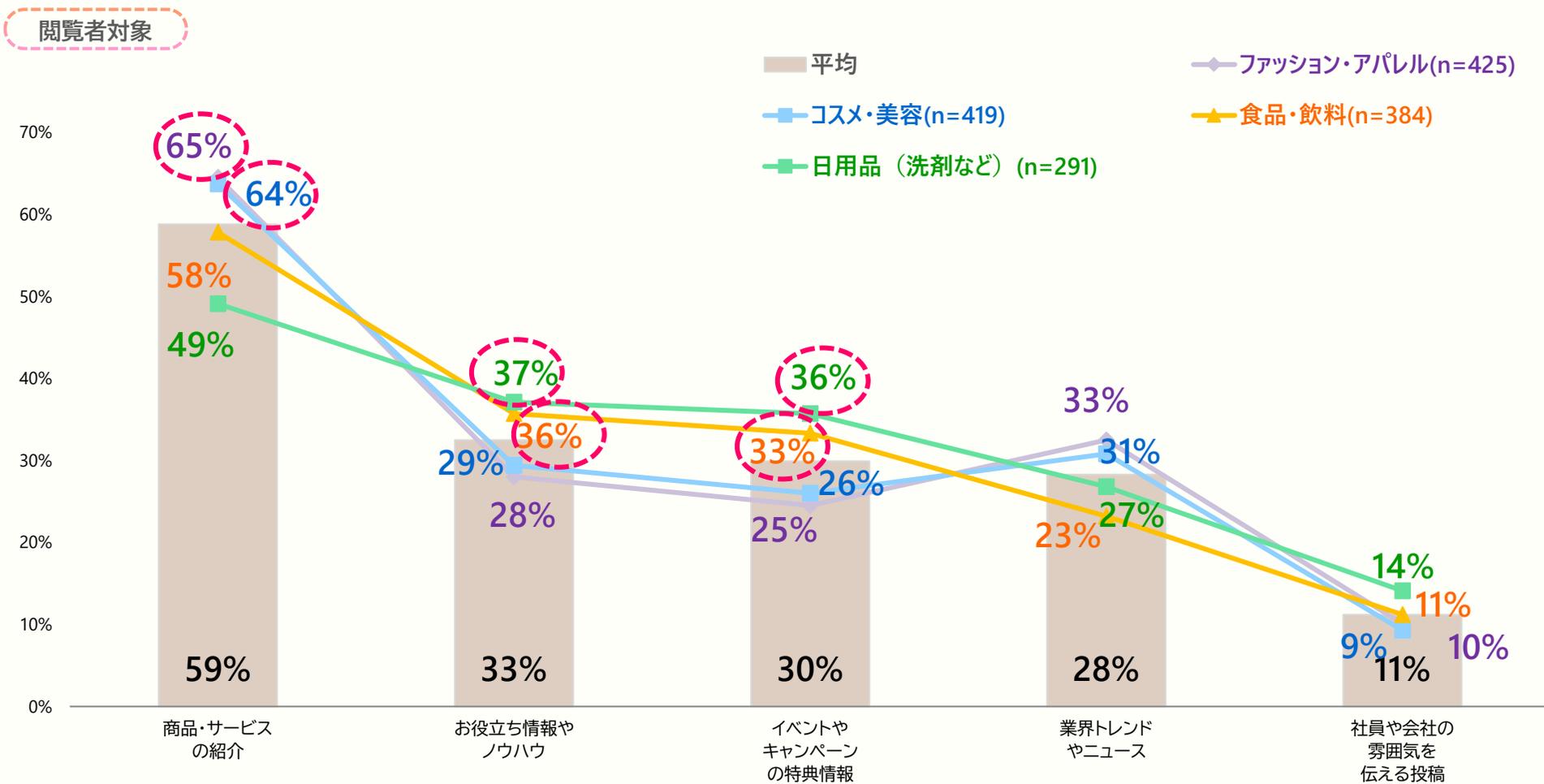
公式アカウントを閲覧するSNS媒体

- ✓平均を見ると(棒グラフ)、「Instagram」が6割と最も高く、「X」4割が続く。
- ✓中でも「ファッション」「コスメ」では「Instagram」が7割と高いのが特徴的。
- ✓「食品」「日用品」は「LINE」でやや高くなっている。
- ✓10代で閲覧者が多い「コスメ」では「TikTok」3割と高い媒体に。



公式SNSアカウントが発信する情報でみるもの

- ✓平均を見ると(棒グラフ)、「商品・サービスの紹介」が6割と最も高い。
- ✓特に「ファッション」「コスメ」では「商品・サービスの紹介」が65%前後と高い。
- ✓「食品」「日用品」は「お役立ち情報やノウハウ」「イベントやキャンペーンの特典情報」の項目でやや高くなっている。



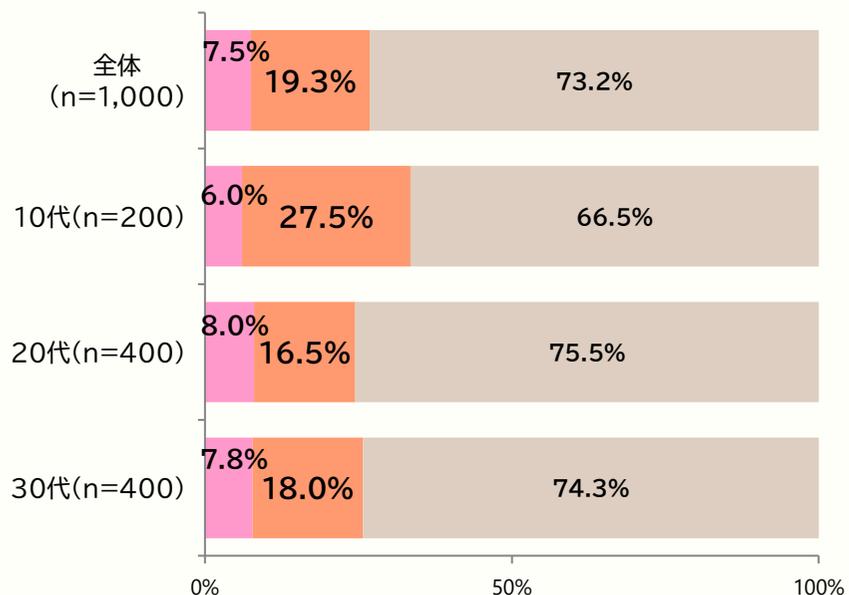
ソーシャルコマースの利用と興味

- ✓ Instagramでのショッピング経験は、「購入経験あり」が8%。
- ✓ 「興味あり」は全体で2割、特に10代では3割と高まる。
- ✓ ライブコマースでのショッピング経験は、「購入経験あり」が6%。
- ✓ 「興味あり」は全体で2割、Instagramと異なりどの年代でも同程度。

Instagramでのショッピング経験



■ 購入したことがある ■ 購入したことがないが、興味はある ■ 購入したことがなく、興味もない



ライブコマースでのショッピング経験



■ 購入したことがある ■ 購入したことがないが、興味はある ■ 購入したことがなく、興味もない

