

【2024年8月実施 最新版】

美容好き女性300人調査から見る 好印象を持たれるSNS活用法



■はじめに

弊社からのご提案が、実態の消費者行動と乖離しないように、

20代～40代の美容に関心の高い「**女性334名**」に

商品の**認知～購入**迄の行動をアンケート調査を実施しました。

今回は調査結果から見えてきた消費者の本音と共に

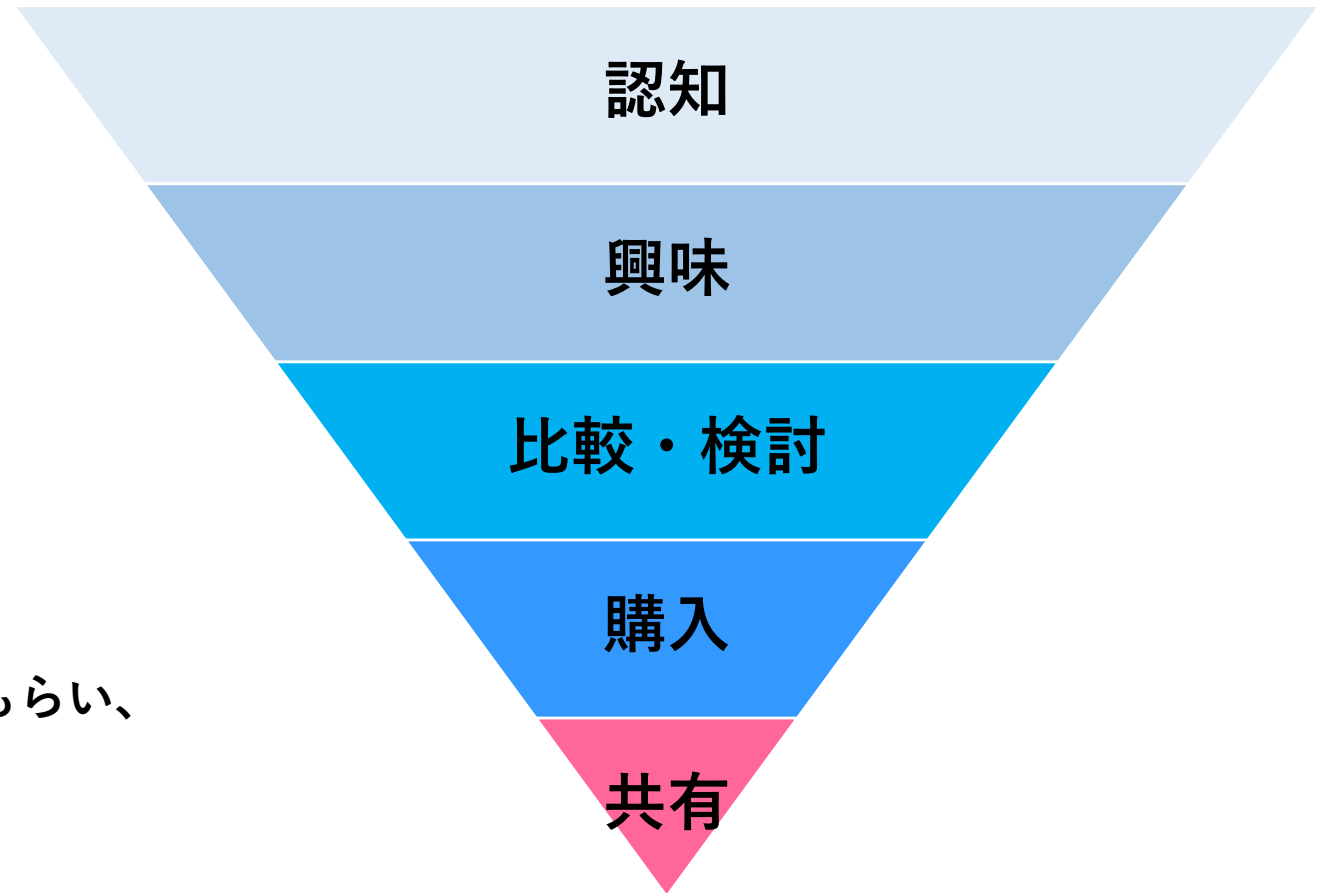
SNS・美容メディアの活用法をご紹介します。

■ 消費者の行動モデル

今回のアンケートは消費者の行動モデルに併せて調査を行いました。

- ・ どうやって商品、ブランドを認知するのか
- ・ どうすると興味を持つのか
- ・ 比較、検討する際には何を参考にするのか

消費者の本音からどうすれば**好印象**を持ってもらい、**購入**に繋がるのかを見ていきます。



■ 認知～購入に関する調査結果

最初に結論からお伝えすると…

- ①商品の認知～購入検討で、もっとも参考にされるのが「SNS」！
- ②「本音」や分かりやすい投稿には消費者からの**好印象**を受けやすい！
- ③PRや広告、ステマと言った物には**良くない印象**を持っている人も多い！

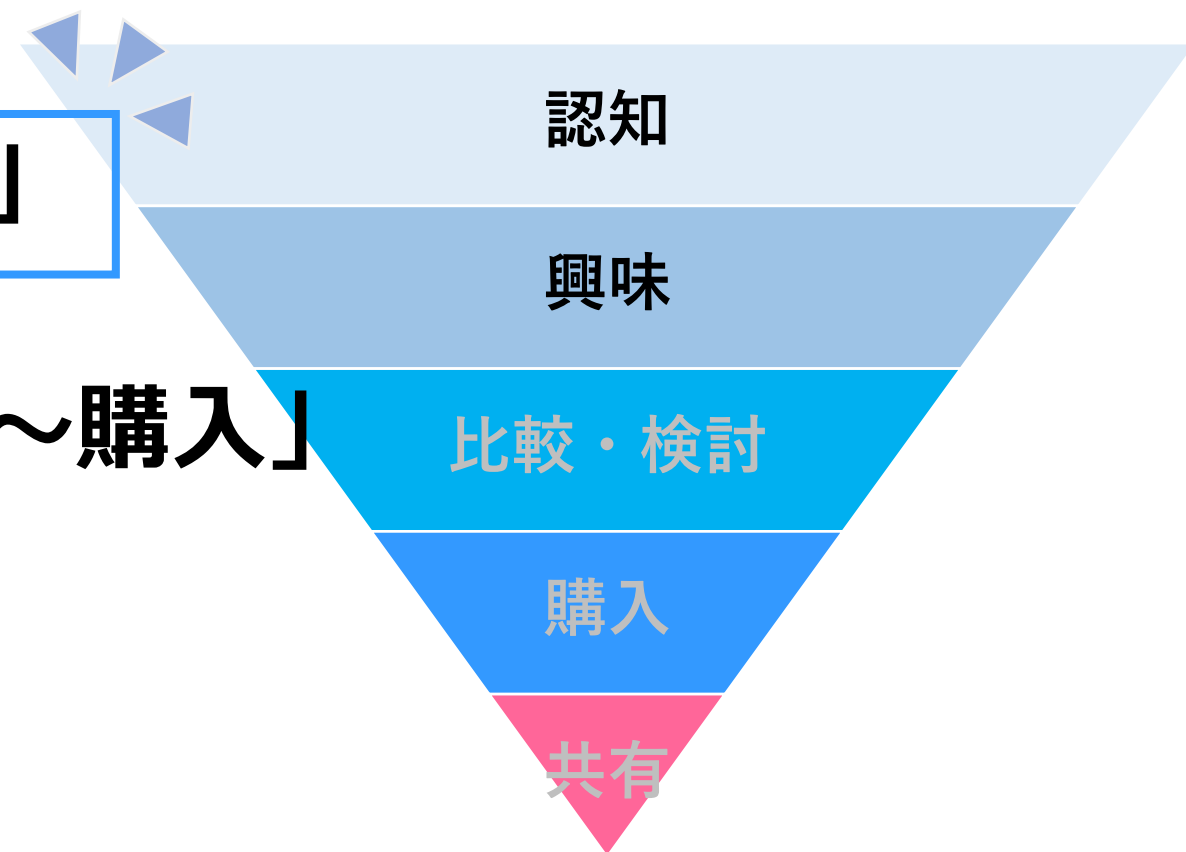


認知されて、**好意的**な興味を持ってもらうためには、
PR、ステマや広告とわかる物ではなく
SNSに「**質**」の高い情報が必要。

■ 目次

① 調査結果から見る 「認知～興味」

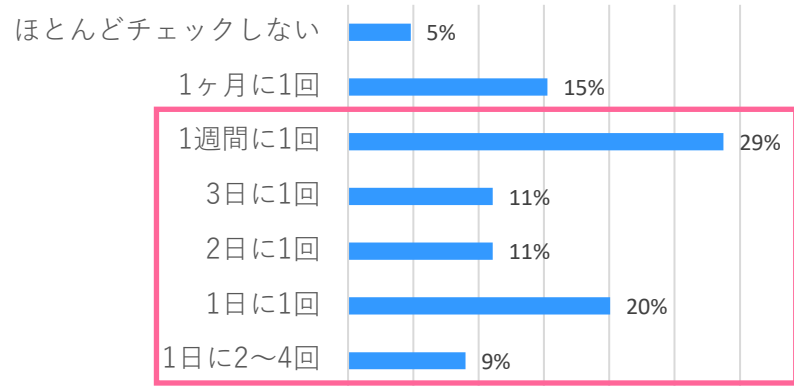
② 調査結果から見る 「比較・検討～購入」



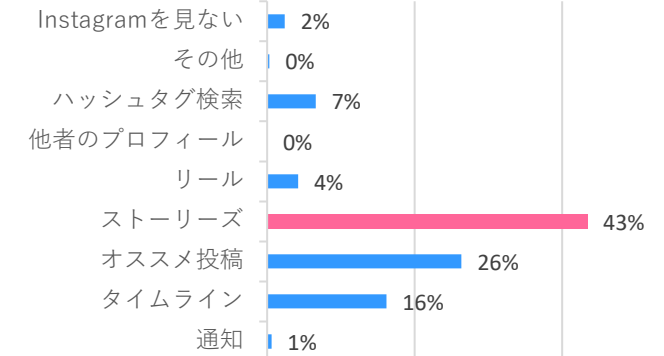
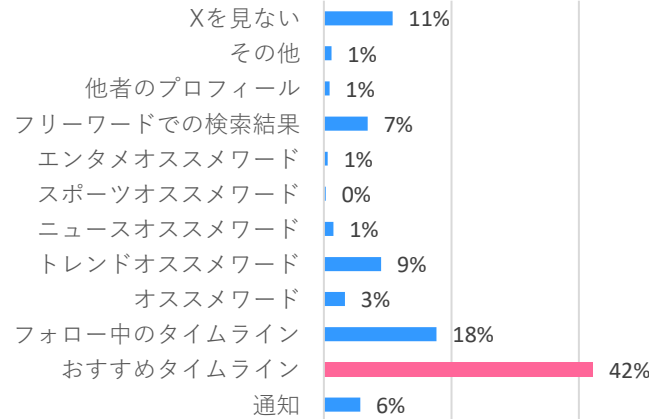
■ 認知～興味に関する調査結果

調査人数=334
 ■ コスメ・化粧品に関するアンケート
 株式会社スリーツープロダクツ調べ
 調査期間：2024年8月2日～8月16日

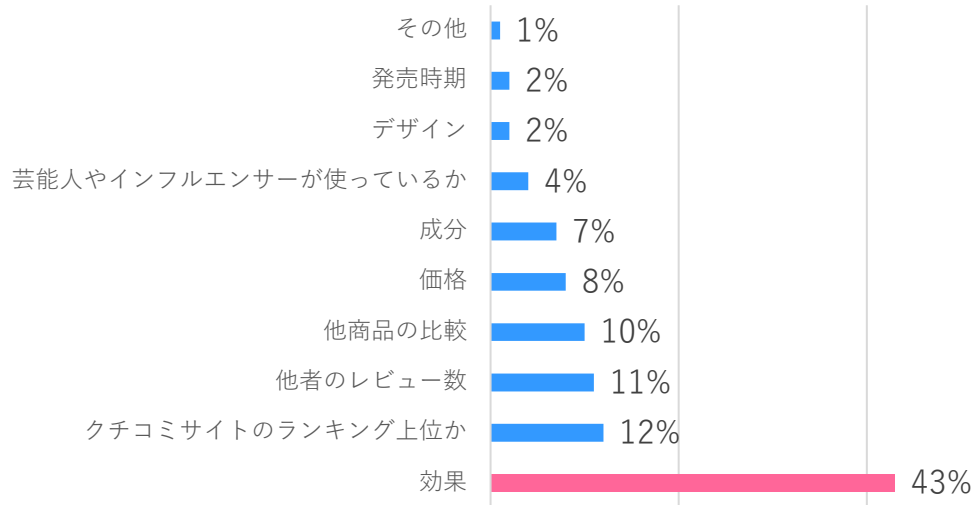
コスメの最新情報のチェック頻度は？



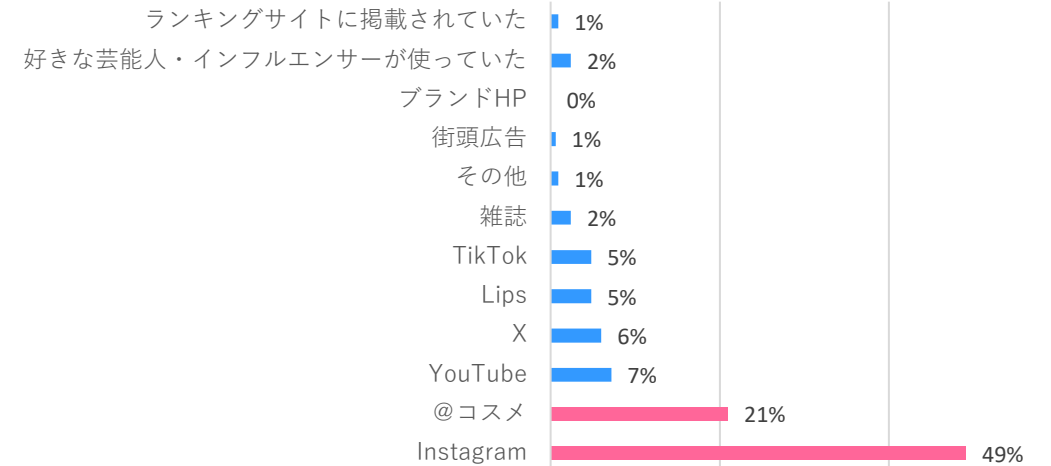
Xを見ている時によく見ているものを教えてください Instagramを見ている時によく見ているものを教えてください



チェックしているコスメ情報で知りたい事は？



コスメの情報を入手する切欠で多い物は？



■ 認知～興味に関する調査結果

調査人数=334

■ コスメ・化粧品に関するアンケート
株式会社スリーツープロダクツ調べ
調査期間：2024年8月2日～8月16日

■ 「興味を持つ」「好感度が上がる」と感じるポスト、投稿内容はどんな内容ですか？※記述式

1. 正直で共感できるレビュー

- ・ 良い点と悪い点の両方が書かれている
- ・ PRや宣伝ではなく、個人的な体験をベースにしたレビューが好まれる
- ・ 実際に使用した結果や効果が具体的に記載されている

2. ビジュアル要素

- ・ Before-Afterの写真や、使用中の画像・動画がある
- ・ 写真や動画のクオリティが高く、見やすいもの
- ・ 色味や発色がはっきりとわかる画像が好感を持たれる

3. 詳細でわかりやすい説明

- ・ 成分や効果が丁寧に説明されている。
- ・ 使用感や効果について、簡潔かつ具体的に書かれている投稿が好まれる
- ・ パーソナルカラーや肌質に合わせたアドバイスがあると関心を引く

4. 信頼性のある情報

- ・ 誇張が少なく、実体験に基づいた情報が信頼される。
- ・ 他のコスメとの比較や、商品のメリット・デメリットが明確に示されている
- ・ 実際に使っている人の意見や、長期間使用した結果のレビューが重視される

5. 特定の条件を満たす投稿

- ・ 自分と似た肌質や悩みを持つ人の投稿
- ・ コストパフォーマンスが高い商品や、エシカルな商品についての投稿
- ・ リールや動画形式での分かりやすい商品説明

※記述式の回答を、AI(ChatGPT)で要約 **3²products**

■ 認知～興味に関する調査結果

調査人数=334

■コスメ・化粧品に関するアンケート
株式会社スリーツープロダクツ調べ
調査期間：2024年8月2日～8月16日

■ 「興味を持ってない」「好意度が下がる」と感じるポスト、投稿内容はどんな内容ですか？※記述式

1. 一方的・押し付けがましい内容

- ・過度な誇張表現やステマ感のある投稿
- ・宣伝色が強すぎる内容や、明らかにPRとわかるもの

2. 視覚的に魅力がないもの

- ・暗い写真、加工しすぎた画像、見づらい投稿
- ・色味や質感が伝わらない画像。

3. 情報が不足・不明瞭な投稿

- ・使用感がわからない、詳細な説明がない投稿
- ・短すぎる投稿、もしくは逆に長文すぎて読みづらい投稿

4. オリジナリティがない・テンプレート的な内容

- ・他の投稿と同じ内容やテンプレート的な表現
- ・良いことばかりが書かれていて、悪い点が全く触れていない

5. 信頼性に欠ける要素

- ・実際に使用していないと感じさせる投稿や、誇大広告のような内容
- ・あまりに感情的で主観的すぎるレビュー

6. 宣伝・収益目的が透けて見える

- ・インフルエンサーの収益目的が見え透いた投稿や、アフィリエイトリンク付きの投稿
- ・褒めすぎていて、サクラやモニターの可能性を疑わせる内容

7. ネガティブな印象を与える要素

- ・否定的な意見や批判が目立つ投稿
- ・一貫性がなく、PR案件に左右されるレビュー

■ 認知～興味に関する調査～まとめ～

① コスメの情報をチェックする頻度は



全体の**8割**が週に1回はチェックしている

② XやInstagramでよくみられている物は



Xはオススのタイムライン
Instagramはストーリーズ !

③ コスメの情報で一番知りたいのは



使用した際の「効果」が知りたい !

④ コスメの情報を知るきっかけは



1位は「**Instagram**」
2位は「**@コスメ**」 !

⑤ SNSの投稿で興味を持ちやすいのは投稿は？
逆に興味を持ってない投稿は？



- ・ 画像などの**ビジュアル**要素を抑えつつ**正直**で分かりやすいレビューが好感度が高い !
- ・ 逆に画像が無い、**広告収益**が透けているような投稿は好感度が下がる原因になる

消費者に興味を持ってもらうには「**効果**」が分かる情報を「**SNS・クチコミサイト**」に「**本音**」で書かれた情報を拡散するのが効果的