

カンロ『Instagram とライフスタイルに関する調査』を実施

SNS は今やショーウィンドーに！約半数が投稿を見ての商品購入経験あり

Instagram は#が決め手！約7割のインスタ女子が#ハッシュタグにこだわると回答。

～全48種のカラフル“ピュレグミ”で組み合わせ無限大#ピュレフォトキャンペーン実施中～

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社(本社：東京都中野区、代表取締役社長：三須和泰、以下カンロ)は、15歳～35歳の女性500名を対象に、『Instagram とライフスタイルに関する調査』を実施しましたので、その結果を発表いたします。インスタ女子の「画像投稿へのこだわり」「いいね！を押すポイント」など、全5テーマにおいて調査結果をまとめました。

現在カンロでは、期間限定『#ピュレフォトキャンペーン』を2017年10月2日から実施しております。ピュレグミは、カラフルなパッケージと“ハート型の粒”そして時々出る“星型の粒”をSNSでたくさん投稿していただいている商品です。そんなピュレグミのフォトジェニックさを徹底的に楽しんでいただけるように、今回のキャンペーンに合わせて48種のカラフルパッケージデザインのピュレグミを用意しました。全48種のカラフルなパッケージのピュレグミの写真をTwitterやInstagramでハッシュタグをつけて投稿していただくと抽選で1,000名様に「カラフルピュレグミ(非売品)」が当たるキャンペーンとなっております。すでに、たくさんの#ピュレフォト投稿をいただいております。

#ピュレフォトキャンペーン特設サイト(詳しくはコチラ) : https://www.kanro.jp/pure_photo/



【調査結果サマリー】

- ① インスタ女子の隠れた努力！？投稿写真の平均撮影枚数は4人に1人が5枚以上、加工時間は5分以上が基本！インスタ映え写真の鉄則は「撮る角度」と「光の使い方、自然光」！
- ② いいね！を増やすカギは#ハッシュタグにあった！「#ハッシュタグ」にこだわる人は約7割という結果に。
- ③ Instagram は今やショーウィンドーに！半数近くが投稿を見て商品を購入したことがあると回答！理由は「美味しそうだった」「可愛くて欲しくなった」「トレンドだと思った」が上位。
- ④ お菓子が出会いのきっかけに？！お菓子で異性に話しかけたことがある人は約半数！モテ女子が忍ばせているお菓子1位は「グミ」！かわいい見た目とシェアできるかがポイント。おしゃれ女子は、お菓子が「かさばらない」ことも重視。
- ⑤ 7割がパケ買いを経験！「気分によってお菓子のパッケージを選びたい」女子は8割！ぶっちゃけフレーバーよりパッケージ重視派は3割も！

【調査概要】

Instagram とライフスタイルに関する調査

- ・調査方法 : インターネットアンケート
- ・調査実施機関 : 株式会社ネオマーケティング
- ・調査実施期間 : 2017年9月29日(金)~2017年10月4日(水)
- ・対象地域 : 全国
- ・対象者 : 15歳~35歳で、月に1回以上Instagramを利用している女性
- ・サンプル数 : 500名

※本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「カンロ株式会社調べ」と明記ください。

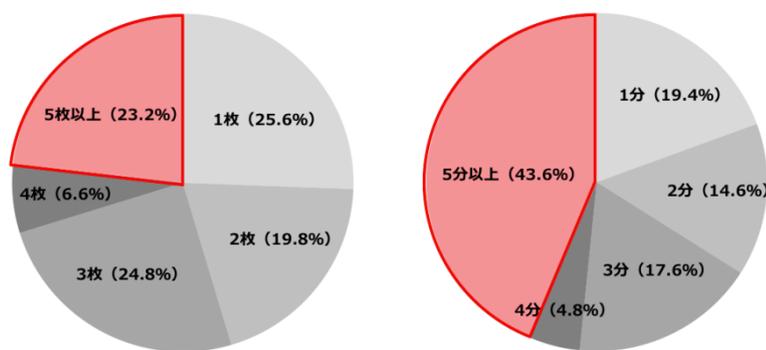
【調査結果詳細／グラフ】

① インスタ女子の隠れた努力！？投稿写真の平均撮影枚数は4人に1人が5枚以上、加工時間は5分以上が基本！インスタ映え写真の鉄則は「撮る角度」と「光の使い方、自然光」！

Instagramを日常的に使用する女性に対して平均撮影枚数を調査したところ、4人に1人が「5枚以上（23.2%）」と回答。一部の強者からは、「20枚以上（3.4%）」という回答もありました。さらに平均加工時間については、「5分」と回答した女性が27.6%と最も多く、インスタ女子の日頃の努力が明らかになりました。

また、「食べ物をフォトジェニックに撮影するコツ」については、「撮る角度（真上から／真横から等）を工夫する（40.8%）」が圧倒的。続いて、「自然光を上手く取り入れる（33.4%）」「全体のカラー使いを工夫する（30.8%）」という結果になりました。Instagramに投稿する際は、角度や自然光に気をつけながらお気に入りの1枚を投稿してみるとよいかも。

Instagramに投稿する際、1回の投稿のために平均何枚程度写真を撮りますか。(SA,n=500,単位=%) Instagramに投稿する際、1回の投稿の加工のために平均何分程度お時間がかかりますか。(SA,n=500,単位=%)

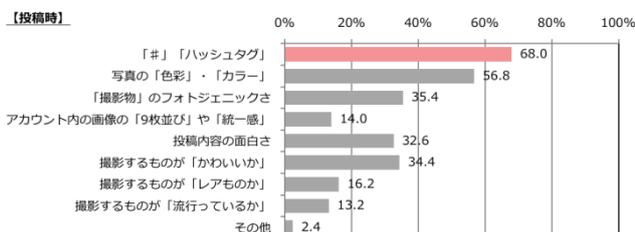


② いいね！を増やすカギは#ハッシュタグにあった！

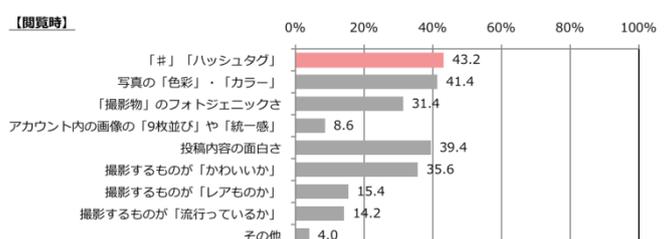
「#ハッシュタグ」にこだわる人は約7割という結果に。

続いて、写真を投稿する際に気をつけるポイントを調査すると、「#ハッシュタグ」という回答が68%で1位となりました。また、他人の投稿に「いいね！」をする際のポイントも同じく「#ハッシュタグ」が43.2%でトップとなり、今どきのインスタ女子のハッシュタグへの関心度の高さを垣間見ることができました。その他、「投稿者の自慢な感じがしないこと(いいね！を欲しい感じが前面に出ていないこと)」や「いいね！というより見たよ！という意味で(使う)」といったコメントもありました。

Instagramに投稿する際に、気にするポイントをお答えください。(MA,n=500,単位=%)



Instagram閲覧時、「いいね！」をする際に気にするポイントをお答えください。(MA,n=500,単位=%)

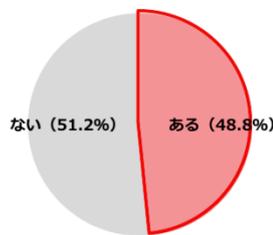


③ **Instagram は今やショーウィンドーに！半数近くが投稿を見て商品を購入したことがあると回答！**

理由は「美味しそうだった」「可愛くて欲しくなった」「トレンドだと思った」が上位。

Instagramの投稿を見て購入したことがあるお菓子があるかを聞いたところ、48.8%があると回答し、お菓子の種類は「チョコレート（36.8%）」、「クッキー・焼き菓子（24.2%）」、「グミ（15.8%）」がランクイン。また、購入に至った理由を聞いたところ、「美味しそうだった（57.4%）」、「可愛くて欲しくなった（50%）」、「トレンドだと思った（44.7%）」と続きました。

Instagramの投稿を見てお菓子を購入したことがありますか。(SA,n=500,単位=%)



Instagramの投稿を見て下記のお菓子を購入したことがありますか。(MA,n=500,単位=%)



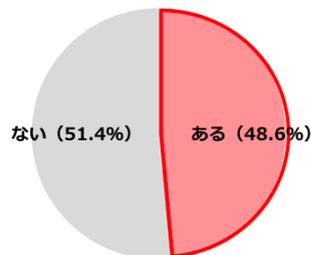
④ **お菓子が出会いのきっかけに？！お菓子で異性に話しかけたことがある人は約半数に！**

モテ女子が忍ばせているお菓子 1位は「グミ」！かわいい見た目とシェアできるかがポイント。

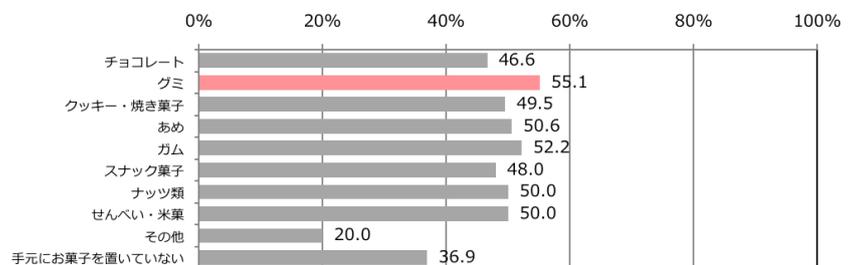
おしゃれ女子は、お菓子が「かさばらない」ことも重視。

お菓子をきっかけに男性に話しかけた経験について、48.6%と約半数が「ある」と回答しました。さらに、モテる女子の日常を徹底調査すべく、バックやデスクなど、日頃どのようなお菓子を手元においているかを聞くと、1位は「グミ（55.1%）」、2位は「ガム（52.2%）」、3位は「あめ（50.6%）」という結果に。ポイントは、「見た目のかわいらしさ（53.8%）」と「まわりとシェアできる（53.2%）」が上位となりました。可愛いお菓子を男性とシェアすることが出会いのきっかけになるのかもしれませんが。また、ファッションへの関心が高いおしゃれ女子は「かさばらない（78.2%）」こともポイントと回答しており、お菓子もファッションの一部になっているようです。

あなたはお菓子をきっかけに異性に話しかけたことがありますか。(SA,n=500,単位=%)



【対象：自分はモテる方だと思う】
あなたは、普段手元にどのようなお菓子をおいていますか。(MA,n=216,単位=%)

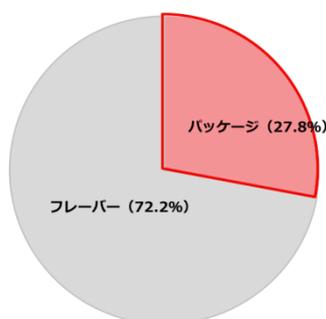


⑤ **7割がパケ買いを経験！「気分によってお菓子のパッケージを選びたい」女子は8割！**

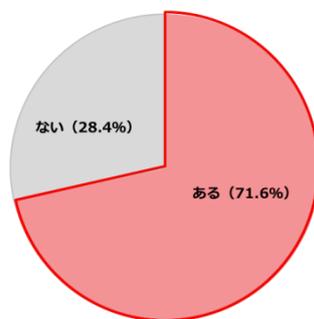
ぶっちゃけフレーバーよりパッケージ重視派は3割も！

お菓子を購入する際にパッケージとフレーバーのどちらを重視するかを聞いたところ、「パッケージ」を重視するという回答は全体の約3割に（27.8%）。また、パッケージで商品を購入した経験（パケ買い）があるか聞いたところ、7割以上が「ある（71.6%）」と回答しました。さらに「デザインが豊富で、気分によってカラーやパッケージが選べるお菓子があったら購入したいか」を聞いたところ、79.6%の人に購入意欲がみられました。美味しさだけでなく「見た目」もお菓子選びの重要なポイントで、ファッション感覚でお菓子を楽しむ若い女性の実態が明らかになりました。

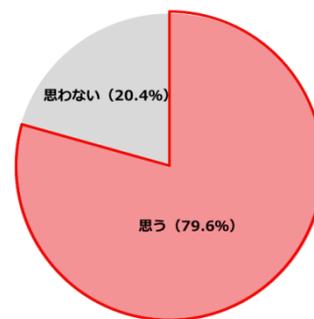
お菓子を購入する際、パッケージとフレーバーどちらを重視しますか。(SA,n=500,単位=%)



パッケージで商品を購入した経験（パケ買い）をしたことがありますか。(SA,n=500,単位=%)



デザインが豊富で、気分によってカラーやパッケージが選べるお菓子があったら購入したいと思いますか。(SA,n=500,単位=%)



半数近くの女子が「インスタ投稿してみたい」と答えた！インスタ女子ゴコロを刺激したユニークなカラーネーミングがついた、48種のカラフルパッケージのピュレグミ

『ピュレグミ』は、2002年の発売以来、幅広い世代の方からご支持をいただいている当社の人気商品です。商品の特徴である“すっぱいパウダー”と噛むほどにフルーティな味わいが広がる“果肉食感”により、あますっぱいおいしさで、食べた瞬間ちょっとリフレッシュできるグミです。

今回登場した全48種のカラフルパッケージは、「#欲しがりピンク」「#今日もガンバレッド」など、48種全てに各々ネーミングがついており、カラフルで楽しげな見た目のパッケージに加えてそれぞれユニークなカラーネームも楽しんでいただけます

※48種のカラフルパッケージは、今キャンペーン期間の限定パッケージです。

■ #ピュレフォトキャンペーンについて

ピュレグミと一緒に写真を撮って画像投稿するキャンペーンです。合計1,000名様にカラフルピュレグミをプレゼントします。

『#ピュレフォトキャンペーン』概要

応募方法	<p>[STEP1] Twitter または Instagram でピュレグミ公式アカウントをフォロー。 Twitter (@kanro_pure) https://twitter.com/kanro_pure Instagram (@kanro_pure_photo) https://www.instagram.com/kanro_pure_photo/</p> <p>[STEP2] ピュレグミパッケージと一緒に写真を撮る。 ※写真は、ピュレグミパッケージと一緒に写っていたら OK!! ※パッケージは、通常のピュレグミパッケージでも、48種のカラフルパッケージでも “ピュレグミ”であれば OK!! 是非、様々なシチュエーションでピュレフォトをお楽しみください。</p> <p>[STEP3] ハッシュタグ「#ピュレフォト」と「#キャンペーン実施中」をつけて、Twitter または Instagram に写真を投稿。 ※投稿が完了した時点をもってご応募完了となります。 ※特設サイトの「応募要項」をお読みいただいた上でご投稿ください。 ※指定したハッシュタグのない投稿は無効とさせていただきます。</p>	 <p>どんな限定ピュレグミが届くかはお楽しみに！</p>
応募期間	2017年10月2日（月）～12月31日（日）23:59:59	
賞品	カラフルピュレグミ（6袋セット） ※賞品専用 / 非売品	 <p>(非売品)</p>
当選人数	1,000名様	
当選発表	キャンペーン終了後に、ご当選された方へのみ当選通知を Twitter ダイレクトメッセージまたは Instagram ダイレクト（Instagram のダイレクト投稿機能）で個別に連絡	
特設サイト	http://www.kanro.jp/pure_photo/	

■会社概要

社名 : カンロ株式会社
代表 : 代表取締役社長 三須和泰
所在地 : 東京都中野区新井 2 丁目 10 番 11 号
創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
URL : <https://www.kanro.co.jp/>

創業から 100 年余キャンディに取り組み、社名になっている「カンロ飴」を始めとして、ミルクキャンディ売上 No.1※「金のミルクキャンディ」や菓子食品業界で初となる「のど飴」、大人の女性に向けたグミ市場を作り上げた「ピュレグミ」など、多くのロングセラーヒット商品を発売し、キャンディ市場の発展に寄与しています。2012 年からは直営店「ヒトツブカンロ」を運営し、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しています。

※株式会社インテージ S R I ミルクフレーバーキャンディ市場
2014 年 10 月～2016 年 9 月累計販売金額アイテムランキング