

Instagramが日本経済に与える影響

若手起業家によるビジネスに関する意識調査

以下はすべて、中小企業で働く35歳以下の利用者による回答結果



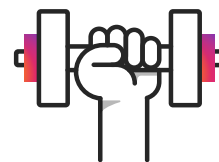
49%

「自身のInstagramアカウントを通じてビジネスを成長させた」と回答した割合



51%

「Instagramが若手起業家の活躍を後押ししている」と感じている割合



51%

「Instagramのおかげで自身のビジネスが以前よりも成長した」と回答した割合

56%



「Instagramがビジネスの成長に役立つ」と回答した割合

47%



「Instagramが自社の売上を伸ばす上で役立った」と回答した割合

42%



「Instagramは、特に5年以下の新規事業がビジネス目標を達成するのに役立つ」と考えている割合

調査方法

Instagramより調査の依頼を受け、Ipsosは割当法に基づき13歳以上の国内Instagram利用者3,023人ならびに中小企業（従業員250人未満）のInstagramをビジネス活用している500人にオンラインでインタビューを実施。中小企業のサンプルに関しては85人の事業主ならびに創業者にインタビューを行なった。中小企業のサンプルは、自社の広告、マーケティング、PR、コミュニケーション活動の責任を単独または共同で負い、かつ会社名義でInstagramを使用している企業が対象。インタビューは2018年9月4日から17日にかけてオンライン上で実施した。

調査対象

Instagram利用者3,023人：男性(n=1523)、女性(n=1500)、35歳未満(n=1878)、35歳以上(n=1145) 定期的に旅行をする利用者[過去3年間に3-5回の旅行] (n=753)、定期的に旅行をしない利用者[1-2回の旅行] (n=728)、頻繁に旅行をする利用者[5回以上の旅行] (n=718)

中小企業：事業主／創業者 (n=85)

35歳未満 (n=187)、35歳以上 (n=313)、観光関係の事業者 (n=81)、毎日Instagramを利用する利用者 (n=192)、毎週Instagramを利用する利用者 (n=132)、それ以下の頻度でInstagramを利用する利用者 (n=176) 本資料の統計データは調査対象者を代表するものである。

