

# 地方経済情報 Weekly No.257

## 熊本県内での SNS 利用動向

### 1. 熊本県内在住者の SNS 利用状況

2020年11月に当研究所が行った調査の結果、熊本県在住の20歳以上の男女の多くが SNS を利用していることが分かりました(図表1)。

SNS ごとに利用者に占める割合が最も高い年代を見ると、「LINE」は30代(26.2%)、「YouTube」は30代(28.1%)、「Twitter」は20代(28.0%)、「Instagram」は30代(32.2%)、「Facebook」は30代(27.1%)と、30代の利用が多い結果となりました(図表2)。

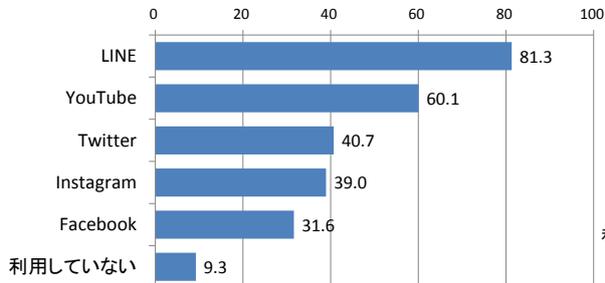
また、利用率の高い SNS ほど利用年代に偏りが無い傾向にあることが分かりました。

### 2. SNS と購買行動との関係

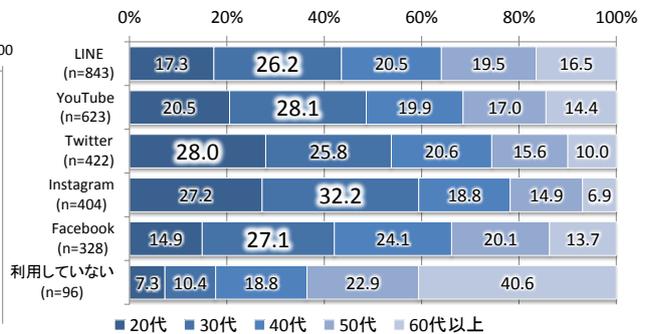
SNS 利用者のうち、「SNS を見て、実際にその場所に行ったり、商品を購入したりしたことがありますか」という質問に対して「ある」と回答した人の割合は、20代女性で最も高く、78.2%でした(図表3)。若い年代ほど、また男性よりも女性で割合が高い傾向にありました。サービス別では「Instagram」利用者が最も割合が高い結果となっています(図表4)。

SNS ごとの特徴を踏まえ、ターゲットに即した効果的な SNS 戦略が必要といえます。

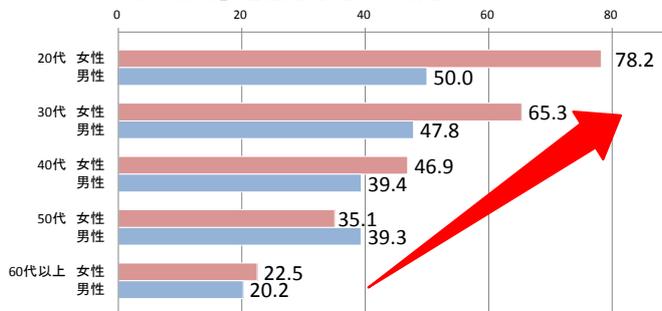
【図表1】主要 SNS の利用率 (%)  
 (閲覧のみの利用を含む)



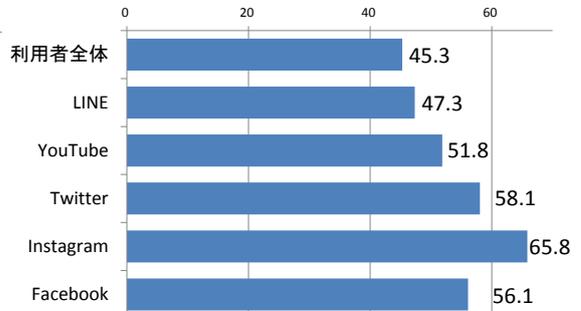
【図表2】主要 SNS の利用年代層



【図表3】SNS を見て、実際にその場所に行ったり、商品を購入したりしたことがありますか。  
 ※「ある」と回答した人の割合 (%)



【図表4】SNS を見て、実際にその場所に行ったり、商品を購入したりしたことがある人の割合  
 (利用 SNS 別) (%)



いずれも出典は「熊本県における生活の中でのデジタル化調査」(2020年12月)

【調査対象】熊本県内在住の20歳以上の男女1,037人(男性517人、女性520人) 【調査方法】調査会社登録モニターへのインターネット調査(株式会社マクロミル) 【調査期間】2020年11月19日~25日。