

# SNS Marketing Case Study

導入サービス：SNS 運用・効果測定

## Vol.7

「眠眠打破」がTwitter活用のマーケティング効果を独自に分析、ブランド価値向上への貢献が明らかに

公式アカウントのフォローによって商品の推奨度が3倍に向上、意識・行動も好意的に変化



会社名	常盤薬品工業株式会社
事業内容	医薬品・医薬部外品、食品、化粧品などの製造販売
対象商品	頑張る人の応援ドリンク「眠眠打破」
関連サイトURL	<a href="http://minmin.tv">http://minmin.tv</a>

## ■ 導入経緯

常盤薬品工業（本社：大阪府大阪市）では、“頑張る人の応援ドリンク”として清涼飲料水の「眠眠打破」を1997年から製造・販売し、長年にわたり幅広い年代に人気を集めています。2016年にTwitter上で「眠眠打破」の公式アカウント（@minminTV）の本格的な運用を開始し、キャンペーンやGIFアニメなど、ブランドの多様な魅力が伝わるコンテンツを定期的に発信しこれまでに3万人以上のフォローを集めています。

多くのSNSユーザーからの支持を得られ、ブランドの認知拡大や価値向上につながっているという定性的な感覚は得られていたものの、これを証明するような定量的な裏付けを獲得できていない状況にありました。

そこで2016年末、アライドアーキテクツのSNS運用支援サービスやキャンペーンプラットフォーム「モニブラ」を活用し、Twitterのマーケティング成果を可視化する取り組みを開始。独自の分析軸によるアンケート調査を実施し、ユーザーにおける商品推奨度や意識・行動の変化について分析を行いました。

## ■ 課題と成果

### これまで感じていた課題

- ・ 3万人超のフォローを獲得しながら、ブランド価値の向上に対する成果を可視化できていなかった
- ・ フォロワーの意識・行動の変化を把握することで、より効果的なSNSマーケティングを実現したいと考えていた



### 導入後の成果・結果

- ・ 公式アカウントのフォローの有無などを基に独自の分析軸を設定、Twitterユーザーを対象にアンケート調査を実施
- ・ その結果、フォロワー・非フォロワーの間では商品の他者推奨度に3倍もの開きがあることが判明
- ・ その他さまざまな調査データの分析を通じて、公式アカウントがブランド価値の向上に効果的であることを可視化

## 具体的な施策内容

「眠眠打破」におけるTwitter活用のマーケティング成果の可視化を目的に、「公式アカウントのフォローあり・なし」「商品の飲用経験あり・なし」を基に、A～Dのユーザーカテゴリを設定。Twitter広告とWebキャンペーンを用いて約2,400人を対象にアンケート調査を実施し、各カテゴリにおける商品の他者推奨度や購入意欲、意識・行動変化などを分析しました。



その結果、公式アカウントのフォロワーで「商品を積極的に他者へ奨めたい」と回答したユーザーの割合は、非フォロワーと比較して3倍に上昇することが分かりました。さらに、フォロワーの8割は、公式アカウントとの接触を通じて商品に対する意識・行動が好意的に変化していることも判明しました。

これにより、公式Twitterアカウントの運用がSNSユーザーにおける「眠眠打破」ブランドへの好意度や購入意向の引き上げに効果的であり、ブランド価値の向上に大きく貢献している状況を可視化することができました。

## ご担当者様のコメント

株式会社ノエビア グループ宣伝企画部 常盤薬品工業担当 成富 亮 氏

### Twitter活用の効果を定量的に把握したかった

「眠眠打破」は“頑張る人の応援ドリンク”をブランドコンセプトに、20年にわたり幅広いお客さまに支持をいただいています。その一方で、近年の世相とのギャップなども背景に、新規顧客の獲得が鈍化しているという課題を感じていました。

そこで、ゆるいつながりをきっかけに新たなブランドのファンを獲得するため、2016年にTwitterの活用を本格開始し、情報発信やコミュニケーションを行ってきました。

多くの方にフォローいただき、楽しんでいただけているという実感はあったのですが、これらの取り組みが実際にブランドへの好意度アップや購入意向の向上に貢献しているのか不安もあり、Twitter活用の成果を定量的に把握したいと考えていました。

### Twitter施策を継続する自信と新たなヒントが得られた

今回、アライドアーキテツクの支援のもとにTwitterユーザーの方々を対象に調査・分析を行ったことで、公式アカウントがフォロワーの皆さまにどのような変化をもたらしているのかを定量的なデータによって確認することができました。通常のツイートだけでなく、キャンペーンやTwitter広告（プロモアカウント、プロモツイート等）などを含む施策全体について、従来のアカウント運用だけでは見えづらい「成果」を確かめられたと満足しています。

今回の調査結果からはほかにも様々なマーケティングのヒントを得ることができたので、これらのデータを活用して、今後もSNSを通じてお客さまとより良いコミュニケーションを展開していきたいと考えています。



導入をご検討の方はお気軽にお問い合わせください

アライドアーキテツク株式会社 TEL : 03-6408-2790

お問い合わせフォーム : <https://www.aainc.co.jp/contact/pr/>

<報道関連・ご取材に関するお問い合わせはこちら>

アライドアーキテツク株式会社 広報室 担当：横山・板垣

TEL : 03-6408-2791 メール : [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)