

報道関係各位

2022年7月27日

アライドアーキテツ株式会社

Twitterマーケティング施策は多様化、 UGCの生成・活用、企業コラボ、ライブ配信の実施が加速 echoes「企業による Twitter マーケティング実態調査 2022」を実施

企業のマーケティングDXを支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO: 中村壮秀、証券コード: 6081)でSaaS事業を展開するプロダクトカンパニー(プレジデント: 村岡弥真人)が提供するSNSプロモーション支援SaaS「[echoes](#)」は、企業のTwitterマーケティング実態を把握するためインターネットリサーチを実施し、Twitterを活用したマーケティング・プロモーション業務に携わっている方858名が回答しました。

★調査結果に関する解説や本リリースに掲載しきれなかった調査結果を下記で公開しています。

URL: <https://service.aainc.co.jp/product/echoes/whitepaper/032>



■調査背景

Twitterでクチコミが広がった商品がヒットする、Twitterで話題になったモノや場所がテレビでも取り上げられる等、Twitter上で広がった情報が世の中のトレンドや生活者の購買行動に大きな影響を与えることから、Twitterを活用したマーケティングに取り組む企業が右肩上がりが増えていきます。

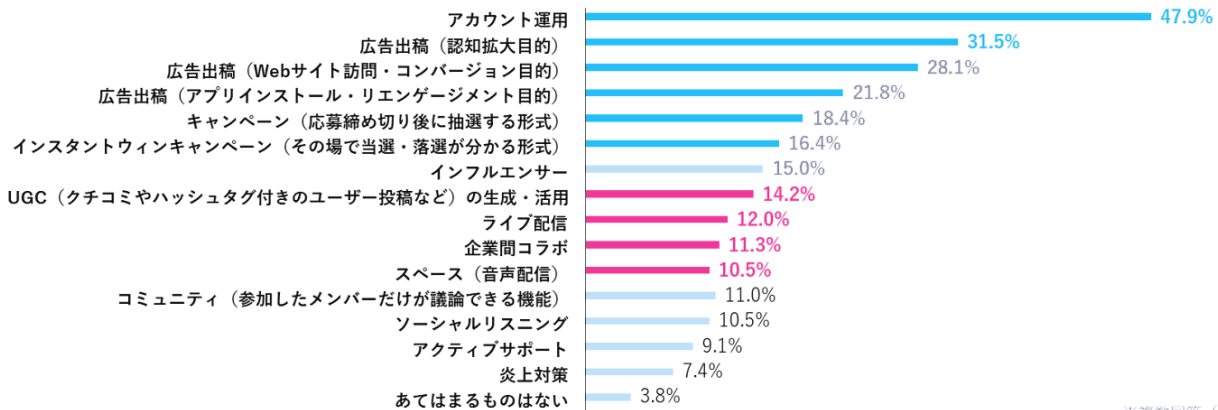
そこで今回、企業にとってより良いTwitterマーケティングの支援を目指し、取り組んでいる施策の内容、予算の投下状況、費用対効果実感など、企業のTwitterマーケティングの実態を把握する「企業によるTwitterマーケティング実態調査2022」を実施しました。

■□■「企業によるTwitterマーケティング実態調査2022」調査結果■□■

■約半数の企業がアカウント運用を実施、UGCの生成・活用、企業コラボ、ライブ配信の実施が加速

「現在実施中のTwitterマーケティング施策」について聞いたところ、アカウント運用(47.9%)や広告出稿(認知拡大目的:31.5%)、広告出稿(Webサイト訪問・コンバージョン目的:28.1%)が順に多い結果となりました。また、キャンペーンやインフルエンサーなど従来から行われている施策に加え、UGC(クチコミやハッシュタグ付きのユーザー投稿など)の生成・活用施策(14.2%)や企業間コラボ(11.3%)などTwitter内の話題化・クチコミ施策や、ライブ配信(12.0%)、スペース(音声配信:10.5%)などリアルタイム性のある施策にも取り組んでいる企業が一定数いることが分かりました。

Q. Twitterマーケティング施策で、現在実施しているものは？



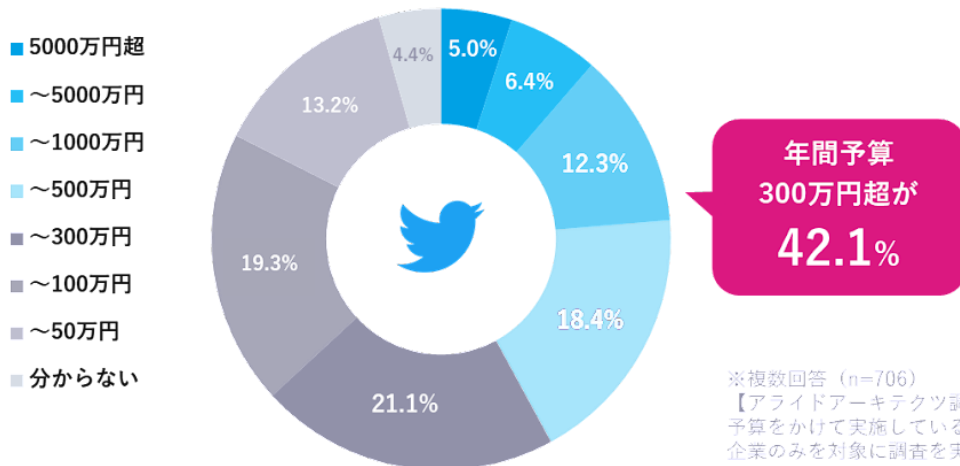
※複数回答(n=773)
【アライドアーキテクツ調べ】

■Twitter年間予算300万円超の企業は全体の42.1%

「Twitter関連のマーケティングの年間予算」について聞いたところ、300万円超かけている企業が、全体の42.1%に上りました。一方で、50万円以内と回答した企業は全体の13.2%に留まっており、「Twitter＝予算をかけずに行うもの」とする企業の割合は少ないことがうかがえます。

Q. Twitter関連のマーケティング施策に投下している年間予算は？

(広告費・制作外注費・ツール費などにかけている予算額を想定。社内人件費除く)

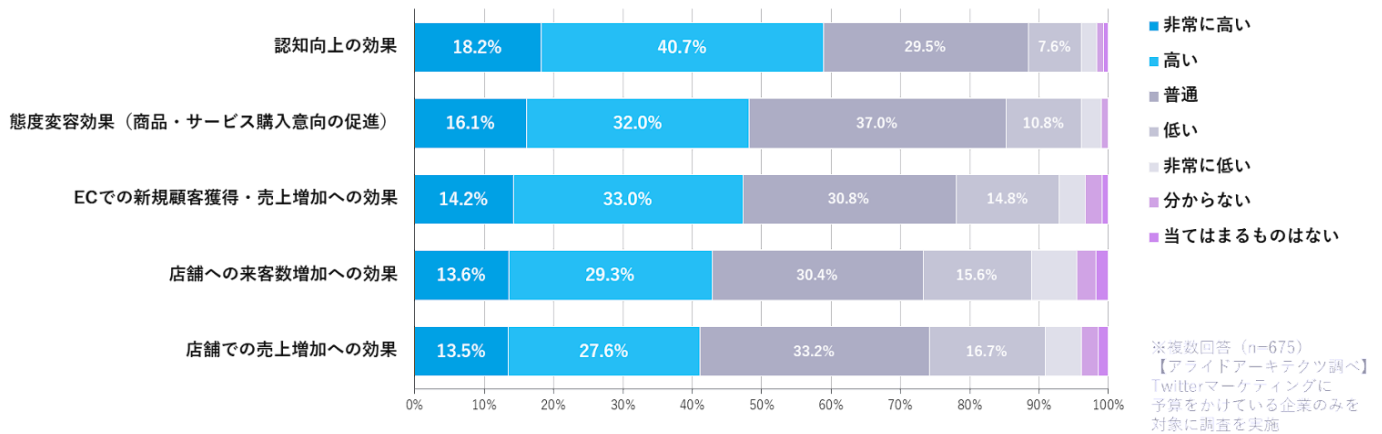


※複数回答(n=706)
【アライドアーキテクツ調べ】
予算をかけて実施している具体施策がある企業のみを対象に調査を実施

■Twitterマーケティングの費用対効果については、40%超が費用対効果が高いと実感

「Twitterマーケティングの費用対効果の実感」について聞いたところ、「認知向上」「態度変容」「ECでの新規顧客獲得・売上増加」「店舗の来客数増加」「店舗での売上増加」のいずれの目的においても、費用対効果の実感が「非常に高い」「高い」が40%を超える結果となりました。従来のTwitterマーケティングでは、認知獲得施策に重きを置く企業が多い傾向にありましたが、本調査ではECでの売上や店舗への送客などの目的においても費用対効果を実感している企業が多いことが分かりました。

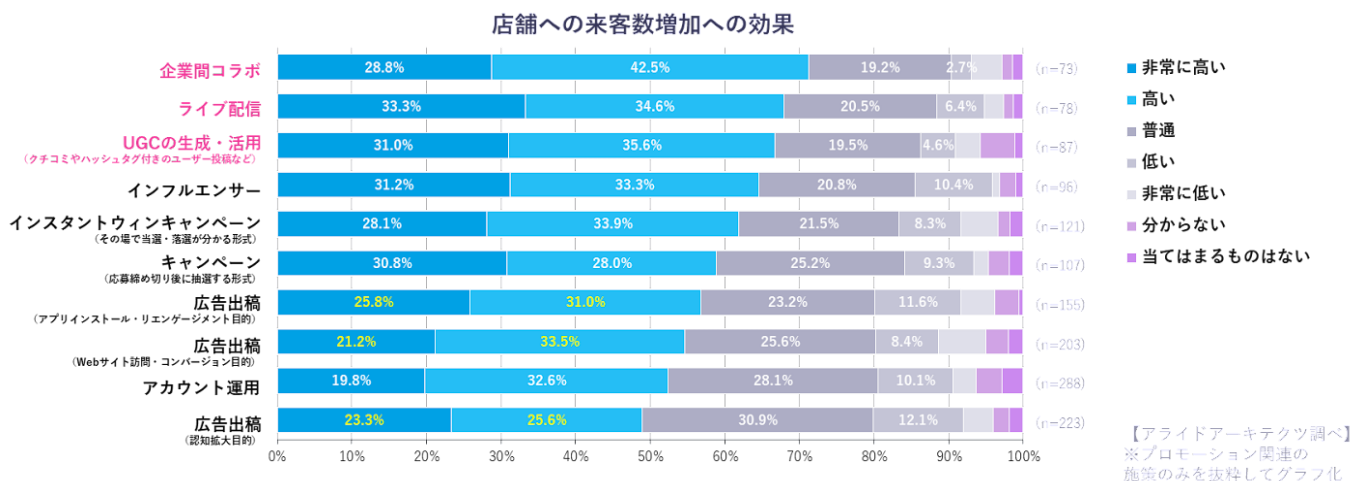
Q. Twitterマーケティングの費用対効果の実感は？



■企業間コラボ、ライブ配信、、UGC 生成・活用の実施企業は費用対効果の実感も高い傾向に

「予算をかけている施策別の費用対効果の実感」について分析したところ、企業間コラボやライブ配信、UGC生成・活用に取り組んでいる企業が、Twitterマーケティングの費用対効果の高さを実感する傾向にある結果となりました。店舗への来客数増加への効果を例にとると、これらの施策に取り組む企業は66%以上が費用対効果の実感を「非常に高い」「高い」と回答しています。

Q. Twitterマーケティングの費用対効果の実感は？



▲上記の結果は「店舗への来店客数増加への効果」について集計したもの

■調査の総括

現在のTwitterマーケティングは、アカウント運用や広告・キャンペーンなど従来から行われてきた施策に加えて、UGC生成・活用、企業間コラボなどを行う企業も増えており、多様化してきています。また、新しい施策に予算を投資した上で、認知向上だけでなく購買や来店促進の目的でも費用対効果の高さを実感している企業が4割を超えています。

Twitterを活用する企業は、アカウント運用や広告出稿に加えて、企業間コラボやUGC生成・活用、ライブ配信などにも予算を投下しながら、より購買や来店につながりやすい施策設計を行うことで、さらにその成果が高まると考えられます。

■有識者のコメント

今回の調査では、Twitter活用においてアカウント運用や広告だけでなく、UGCや企業コラボなどにも予算を投下して施策を実行できている企業の方が、より投資対効果の実感を得やすいことが分かりました。TwitterをはじめSNS上のコンテンツが劇的に増えた結果、現在のSNS上には生活者がとても見切れないほど情報が溢れており、企業が単にSNSアカウントを運用するだけでマーケティング効果を得ようとする試みは、より難しくなっています。特に「フォロワーを増やして投稿で接触するだけ」のSNS運用は、見直す必要があると言えるでしょう。

現在のSNSで生活者の態度・行動変容を促すには、より生活者の「興味・関心に入り込むこと」「深いコミュニケーションを図ること」が重要になります。UGCは企業発信の情報よりも受容されやすく、またUGCに対して企業がリアクションを図ることで、好意を得られやすい施策です。また、自社コンテンツのみでは新規顧客層の興味・関心を惹くことが難しい場合は、企業コラボを積極的に展開するのも良い施策です。

Twitterは双方向性の高い施策を実行するための機能が充実しており、これらの施策にも非常に取り組みやすいと言えますが、一方でリスクを過剰に捉えて小規模の実施に留まったり、一過性の打ち手に留まったりするとその成果を実感することは難しいため、しっかりと継続的な予算を確保して持続発展的に取り組むことや、支援ツールを活用して成果を計測すること、現場の運用負荷を抑えることが必要と言えるでしょう。

SNS プロモーション支援 SaaS「echoes」事業責任者 井出 修二郎

■調査概要

調査名称：あなた自身に関する調査

調査主体：アライドアーキテクト株式会社

調査時期：2022年6月16日～6月18日

調査方法：Fastask(株式会社ジャストシステム提供)でアンケート調査を実施

調査対象：全国に住む22～59歳の男女(Twitterを活用したマーケティング・プロモーション業務に携わっている方)

調査対象数：858名

※設問ごとの有効回答数を「n=」で記載しています。

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「アライドアーキテクト株式会社調べ」とクレジットを記載してください。

★調査結果に関する解説や本リリースに掲載しきれなかった調査結果を下記で公開しています。ぜひご覧ください。

URL: <https://service.aainc.co.jp/product/echoes/whitepaper/032>

<アライドアーキテツ株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役社長 CEO 中村壮秀
- ・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL：<https://www.aainc.co.jp>
- ・設立：2005年8月30日
- ・事業内容：マーケティングDX支援事業

<アライドアーキテツ・グループとは>

アライドアーキテツ・グループは、日本、アジア、欧米に7つの拠点を持つマーケティングDX(※1)支援企業です。2005年の創業以来累計6,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、自社で開発・提供するSaaSやSNS活用、デジタル人材(※2)などによって企業のマーケティングDXを支援しています。

※1 マーケティング領域におけるデジタルトランスフォーメーションのこと。当社では「デジタル技術・デジタル人材※によって業務プロセスや手法を変革し、人と企業の関係性を高めること」と定義しています。

※2 主にSaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材(SNS広告運用者、SNSアカウント運用者、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクターなど)を指します。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 広報室 担当:澤田
TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp