

報道関係各位

2021年2月24日

アライドアーキテツ株式会社

アライドアーキテツ、「企業のUGC活用における実態調査 2021」を実施

8割弱がUGCを活用することで成果が向上したと回答、CVRや売上向上にも寄与

SaaSとデジタル人材で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CEO：中村壮秀、証券コード：6081）は、企業におけるUGC（※1）活用の実態を調べるためオンライン調査を実施し、国内企業でマーケティング業務に携わる方98名が回答しました。

※1 User Generated Contentsの略称。企業ではなく、一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツのことを指す。



■調査背景

国内の個人向けECの市場規模は20兆円に迫る勢いで成長しており（※2）、加えてコロナ禍で活性化した巣ごもり消費の影響で、今後更なる市場拡大に期待が集まっています。しかしながら、EC事業に新規参入する企業の急増や広告における出稿単価の上昇、表現規制などから、従来のように広告を大量に出稿するだけでは新規顧客の獲得が難しくなっています。そのため、顧客接点の創出とその関係性の維持が重視されるようになり、生活者にとって広告よりも信頼しやすく、商品購入やサービス利用のきっかけを作りやすい顧客の声や商品のUGCをどのように使うのが重要になっています。一方で、マーケティング活動においてUGCの活用を進めているものの、正しい活用方法や施策の認識が定まっていないことから成果向上につなげることができていないという企業も少なくありません。

そこで当社はこの度、企業のより良いUGC活用を支援するために実態を把握すべく、「企業のUGC活用における実態調査」を実施しました。

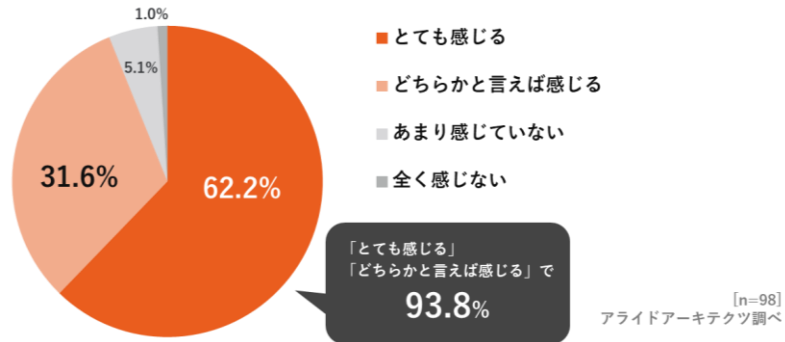
※2 出典：経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」

■□■□■企業のUGC活用に関する調査結果■□■□■

■93.8%の方が、「UGCの重要性を感じている」と回答。

「マーケティング施策におけるUGCの活用の重要性」について聞いたところ、「とても感じる」「どちらかと言えば感じる」が合わせて93.8%となっており、UGC施策を重要と捉えている企業が多いことがわかります。

Q. マーケティング施策において、UGC（User Generated Contents＝ユーザー生成コンテンツ）の活用の重要性を感じていますか？

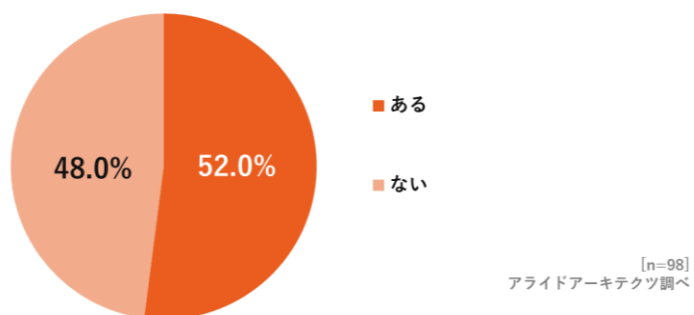


■半数以上の企業がマーケティング施策にUGCを活用した経験あり。「LP」、「SNS広告」、「公式サイト・オンラインショップ」への活用が進む。

「マーケティング施策へのUGC活用経験」について調査したところ52.0%が「ある」と回答。半数以上の企業が実際にUGCの活用経験があることがわかります。

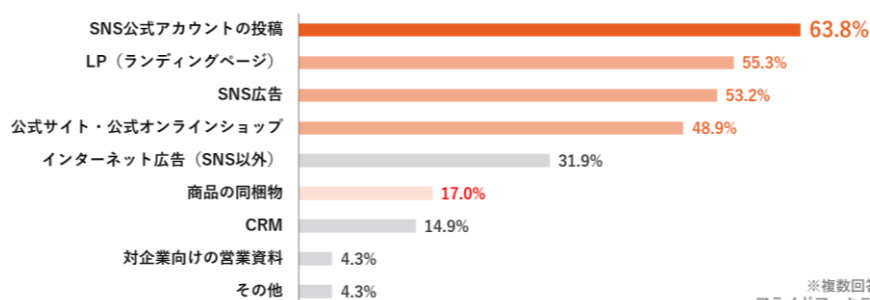
また、「UGCを活用したことがあるマーケティング施策」について聞いたところ、63.8%が「SNS公式アカウントの投稿」と回答、次いで約半数が「LP」「SNS広告」「公式サイト・オンラインショップ」へのUGCの活用経験があると回答しました。SNS公式アカウントへのUGC活用はこれまでも多くの企業が実施しておりましたが、近年のEC事業の重要性の高まりから「LP」や「オンラインショップ」へUGCを活用する企業が増えていることがわかります。

Q. 貴社ではUGCを実際にマーケティング施策に活用したことはありますか？



Q. UGCを活用したことがあるマーケティング施策はどれですか？

<Q2で「ある」と回答した方が対象>



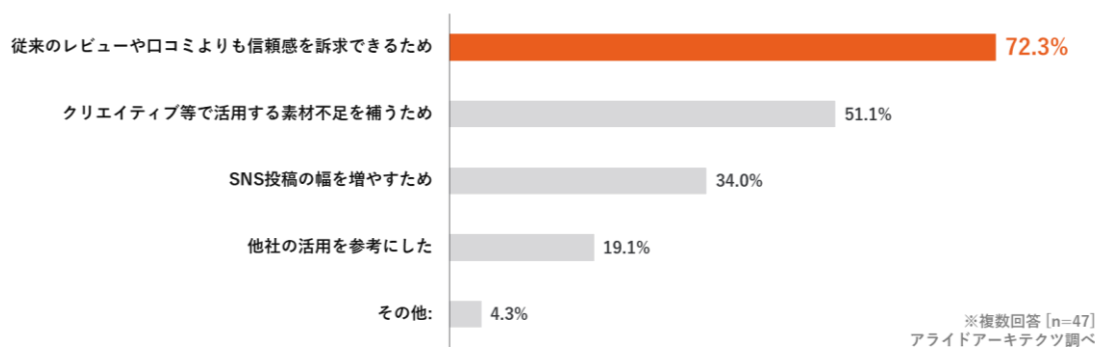
■UGCを活用するようになった理由は「信頼感の醸成」「素材不足の解消」。

「UGCをマーケティングに活用するようになった理由」について聞いたところ、72.3%が「従来のレビューやクチコミよりも信頼感を醸成できるため」と回答しました。生活者の63.0%が「購入前に商品のUGCをSNS上で探している」(※3)中で、購入検討者に対しより信頼感のある情報を届け、購入につなげるためにUGCを活用している企業が多いことが考えられます。

また、「クリエイティブ等で活用する素材不足を補うため」との回答も半数以上となり、SNSや公式サイト、LP等で大量に必要な素材の確保にも役立っていることがうかがえます。

※3 出典: Olapic『Facebook & Instagram Advertising With UGC: A Practitioner's Guide』

Q. UGCをマーケティング施策に活用するようになったのはなぜですか？

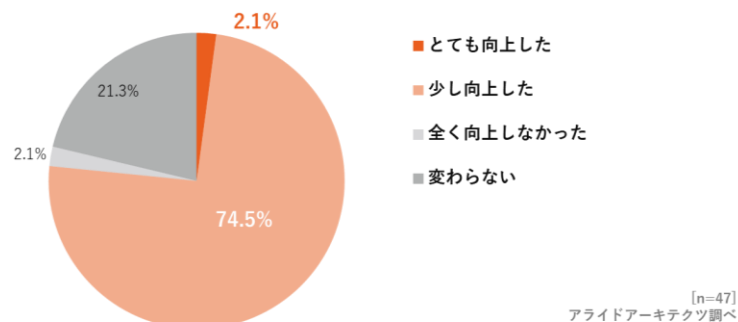


■76.6%の企業がUGC活用によりパフォーマンスが向上。「SNSのエンゲージメント」や「CVR」、「売上」の向上に貢献。

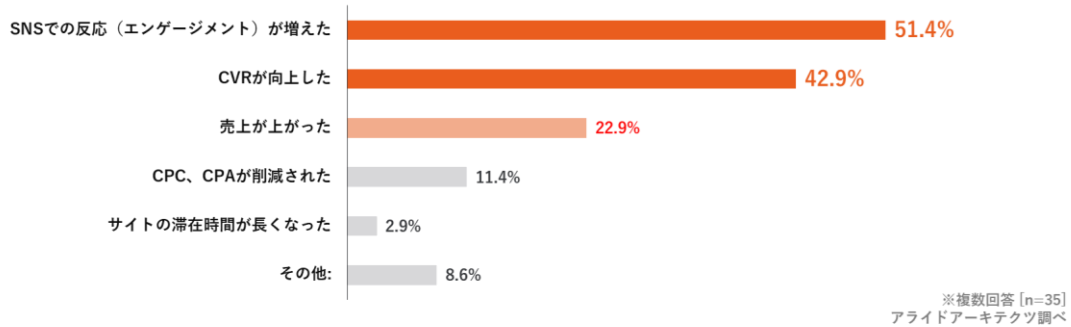
「UGCを活用するようになってからの施策のパフォーマンス(CPA、CVR等)の変化」について聞いたところ、「とても向上した」は2.1%、「少し向上した」は74.5%と回答したことから、UGC施策を実施した企業の約4分の3が何らかのパフォーマンスが向上していることがわかりました。

さらに、「具体的にどのような成果が出たか」について聞いたところ、51.4%が「SNSでの反応(エンゲージメント)が増えた」、続いて、42.9%が「CVRが向上した」、22.9%が「売上が上がった」と回答しました。EC事業にUGCを活用する企業が増加する中で、CVRの改善や売上に直結する施策となっている企業も多くあることがわかります。

Q. UGCを活用するようになって、施策のパフォーマンス(CPA,CVR等)は向上しましたか？

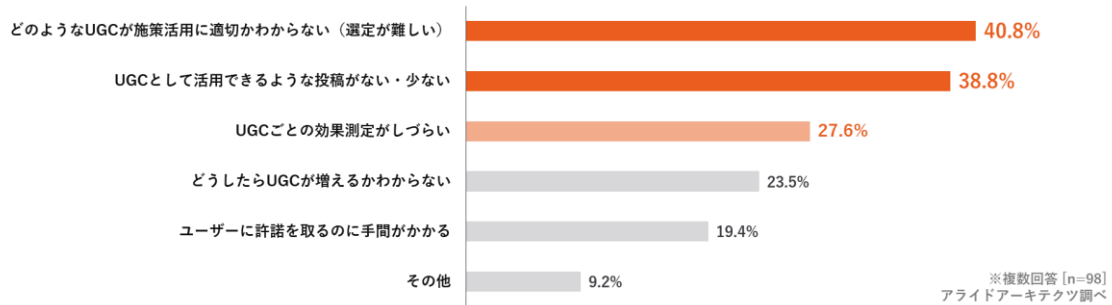


Q. 「とても向上した」「少し向上した」と回答した方に質問です。
具体的にどのような成果が出ましたか？



■UGC活用における課題は主に「選定が難しい」「投稿がない・少ない」「効果測定がしづらい」という回答も。「UGC活用における課題、または現在UGCを活用できていない理由」について聞いたところ、「どのようなUGCが施策活用に適切かわからない（選定が難しい）」「UGCとして活用できるような投稿がない・少ない」がそれぞれ約40%前後の回答を集める結果となりました。成果に繋がるUGCの選定ノウハウや、生成を促す施策実施が必要と考えられます。

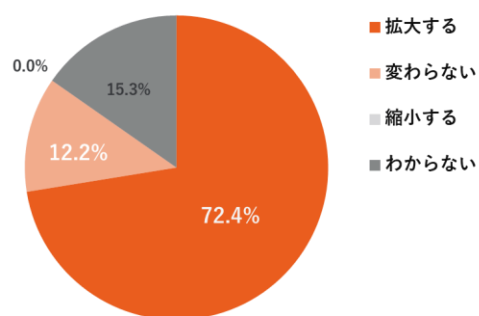
Q. UGC活用における課題、または現在UGCを活用できていない理由を教えてください。



■今後のUGC活用は「拡大する」が72.4%

「今後のUGC活用」について聞いたところ、72.4%が「拡大する」と回答。「UGC活用」が今後の企業マーケティングにおいて重要な施策として位置付けられていることがうかがえます。

Q. 今後UGCの活用は拡大すると思いますか？



■調査の総括

UGCの活用が広がる一方で、課題があり活用に乗り出せていない企業も一定数あることがわかりました。実際にUGCを活用している企業では約77%の企業が成果をあげているため、これからUGC活用を始める、またはさらに推進しようとしている企業でも、ノウハウを持つパートナーを見つけることやツールを活用することで、課題を解決し成果に繋げることができる可能性が高いと考えられます。

■有識者のコメント

EC事業社の増加に伴う広告媒体の単価高騰や広告表現に関する規制強化など、近年のデジタル広告環境は大きく変化し続けていますが、その変化に比例してUGCの重要性が高まっています。2018年頃までのUGC施策は「あったら良い」位置付けでしたが、2019年以降は「なければならぬ」施策になり、今はD2Cから大手ブランドまで幅広い企業が一定の予算を投下することが珍しくなくなっています。

近年、UGC活用が急拡大した背景としては、テクノロジーの力によってクチコミの売上貢献を可視化できるようになったという点が大きな要因の一つだと考えています。

ダイレクトマーケティング特化型UGC活用ソリューション「Letro」サービスオーナー 村岡弥真人

■調査概要

調査名称：「UGCの活用」に関するアンケート

調査主体：アライドアーキテクツ株式会社

調査対象：国内企業でマーケティング業務に携わる方(課長職以上の役職者も含む)

調査期間：2020年11月17日～12月24日

調査方法：アライドアーキテクツ株式会社によるオンライン調査

有効サンプル数：98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ツ株式会社調べ」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/letro/whitepaper/009_ugc-survey

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役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

<アライドアーキテクツ・グループとは>

アライドアーキテクツ・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(※4)などによって企業のマーケティングDX(※5)を支援しています。

※4 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・ディレクター等)を指します。

※5 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。

* 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