

YBC ヤマザキビスケット に学ぶ

TVCM施策のプロモーション効果を 最大化するTwitter×UGC活用

体験価値を浸透させ、購買を後押しするには？



インプレッション数 **800万**

レシピ投稿数 **4000件超**



クラッ活!

1

国内市場とマーケティング課題

ページ番号：2～

2

Twitter × UGCの重要性

ページ番号：4～

3

UGCを活用してプロモーション効果を最大化するには

ページ番号：5～

4

ヤマザキビスケット社の
Twitterプロモーション戦略とUGC活用

ページ番号：6～

5

数値結果・参加フローなど

ページ番号：8～

Appendix： SNSマーケティングの課題を本質から解決できるツール「echoes」

カテゴリの第一想起を獲得するためには、
生活者や若年層のライフスタイルの変化をとらえたマーケティングコミュニケーションが鍵

1

生活者のライフスタイルの多様化

新型コロナウイルス感染拡大等の影響で、従来の価値観にとらわれない
多様な暮らし方・働き方が普及し、この変化にあわせた商品・サービスの提供が求められている

2

若年層を中心にTVCMを見ない生活者の増加

デジタル化が進み、特に若年層ではネット利用率が90%を超えているのに対して
テレビ（リアルタイム）視聴率は60%未満にどどまっております*、TVCMのみではリーチに課題

*出典：令和4年版情報通信白書

多様なライフスタイル毎のコンテンツを作り、デジタル上で訴求する必要がある

国内市場とマーケティング課題

一方で、多様なコンテンツを発信し続けるにはコストと労力が極めて高い。
低コストかつ持続的にライフスタイルに沿ったUGCを生み出すことが重要。

媒体

Twitter



RTや引用ツイートによって
拡散力があり、
テキストのみでも気軽にUGCを投稿できる

手法

インスタントウィン×Wチャンス引用ツイート
キャンペーン



フォロー&RTインスタントウィンで
大規模に拡散しつつ、Wチャンスとして
引用ツイートでUGC投稿を促す

ただしTwitterのUGC1つひとつの投稿はリーチ規模が小さい

自社アカウントからUGCに対し対話することで、
リーチ規模を拡大しながら顧客エンゲージメントも図る運用が大切

Twitter × UGCの重要性

ニュース性が高く情報が拡散しやすいTwitterのマーケティング活用において、「UGC（ユーザー生成コンテンツ）」の重要性が高まっています。

若年層ほど購買喚起につながるUGC

UGCは情報拡散による認知拡大に加え、消費者・生活者のクチコミとして、購買喚起の効果が期待できます。

若年層ほどUGCを信頼し購買のきっかけとしているため、少子高齢化の進む国内市場において、新規顧客獲得のためのマーケティング戦略にはTwitter上のUGC活用が欠かせなくなっていくと考えられます。

UGC数をKPI化することが重要に

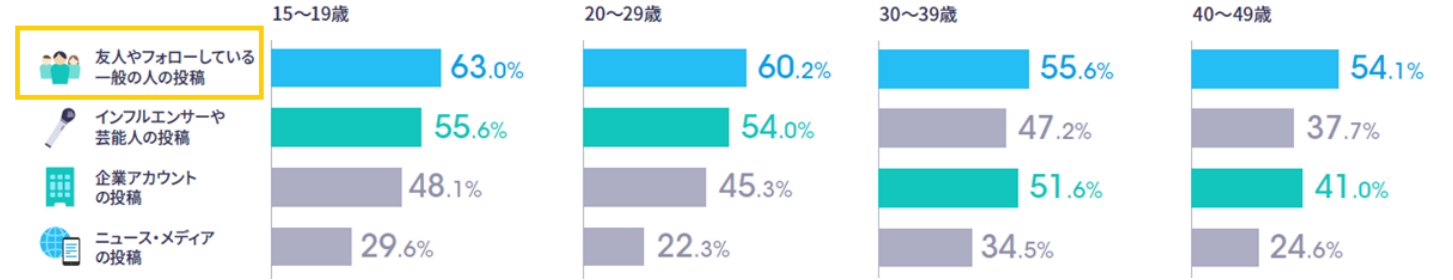
そのため、昨今ではUGC数をマーケティング・プロモーションのKPIとして重視する企業が増えています。

「フォロワー数」は立ち上げ時のKPIとして重要な指標ですが、その増加が鈍化すると、下位ファネルのKPI向上のためには投稿数や広告を増加させる必要があり、労力や広告費が増大してコスト効率が悪化します。

一方でUGC数を増やすことができれば、ハッシュタグや検索や引用による誘引が増え、自社コンテンツや広告に依存せず低コストで下位KPIを向上させ持続的に購買貢献を拡大することができます。

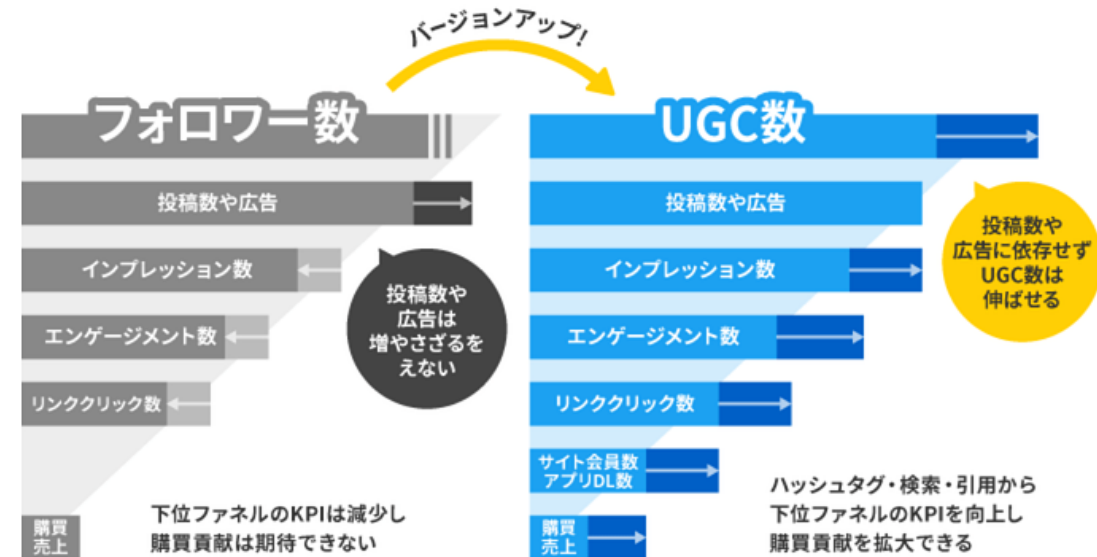
年齢層が若くなるほどよりUGCが購入・来店のきっかけになる

Q.Twitter上の情報をきっかけや参考に商品の購入または店舗に来店したことがあると答えた方は、誰による投稿がそのきっかけとなりましたか。



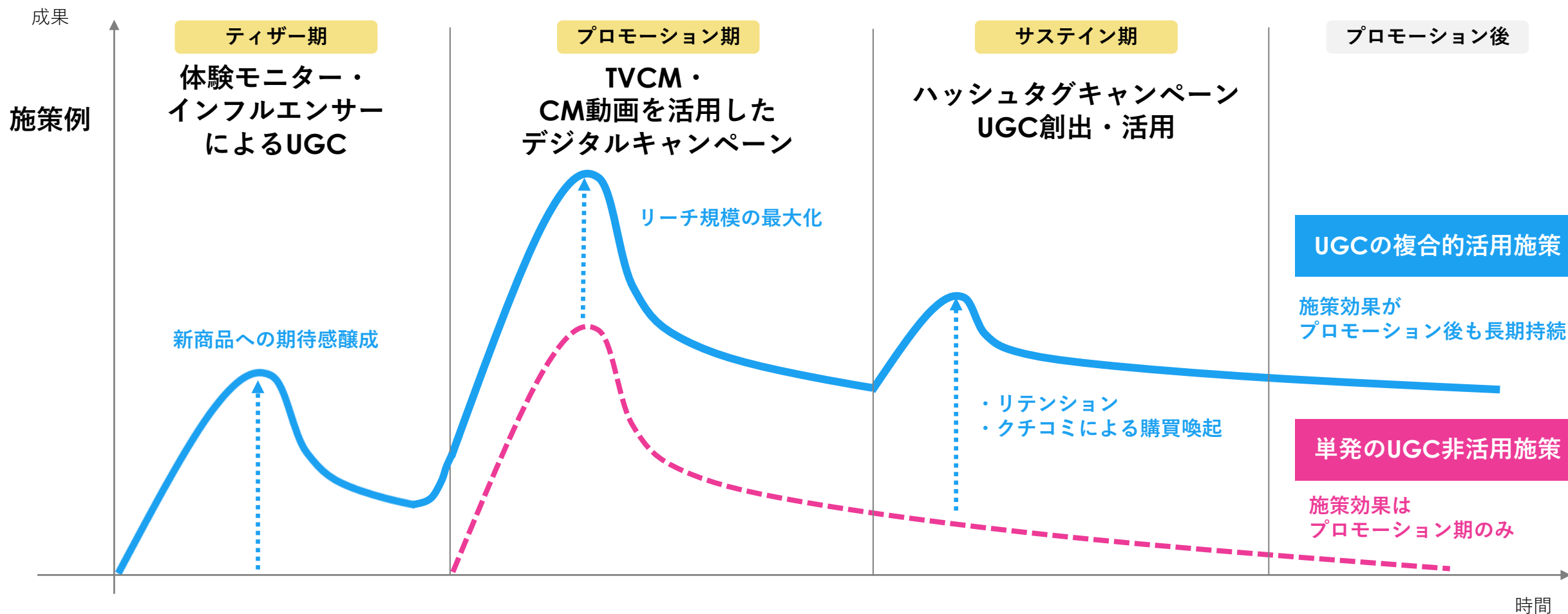
(15～19歳:n=27, 20～29歳:n=274, 30～39歳:n=252, 40～49歳:n=61)
商品・サービスの購入経験あり、または店舗・施設への来店経験あり。当てはまるもの全てに回答
アライドアーキテクト調べ

UGCを最重要KPIとしたTwitterマーケティング



UGCを活用してプロモーション効果を最大化するには

「キャンペーンプロモーション時のみ」の施策・予算投下から
UGCを複合的に活用することで、施策の相乗効果を生み出し持続発展的な成果を獲得可能



ケーススタディ：ヤマザキビスケット社「クラッ活！」プロモーション



クラッ活!

課題

ライフスタイルの変化に伴い、ブランドが提供する価値の訴求軸を「パーティーシーン」から日常にクラッカーがある生活「クラッ活」に刷新。

TVCM放映による一過性の盛り上がりにとどめず、米・パンに次ぐ“第三の主食”としてしっかり日常に根付かせる必要があった。

施策の方向性

① TVCM施策のデジタルでの補完・効果拡大

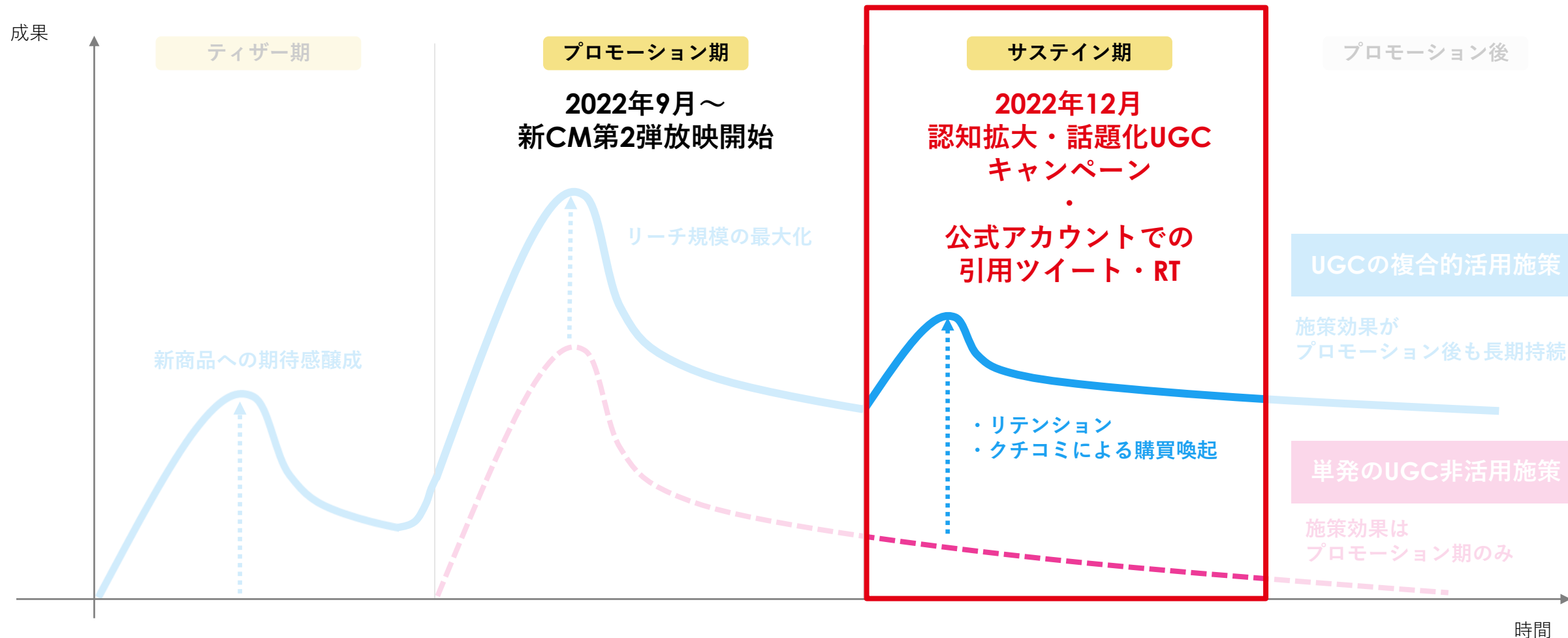
拡散力の高いTwitterを活用し、TVCMとの相乗効果を生み出してブランドメッセージの波及拡大を図った。

② 利用シーンを想起し、体験価値を浸透させるためのUGC創出・対話

プロではなく一般生活者の多様なクチコミ=UGCを創出し、購買喚起と日常への定着を図った。

ヤマザキビスケット社のTwitterプロモーション戦略とUGC活用

新CM放映開始後、後追いでTwitterキャンペーンを開催
「クラッ活」の実践を促す企画で**購買意欲向上・話題化の持続**を図った



UGCの創出・対話による波及 | 成果・実施概要



目的

- ・商品の認知拡大
- ・商品価値の共有

KPI

- ・新規フォロワー獲得数
- ・良質なUGCの創出

新規フォロワー獲得数

前回比120%

約 **9,500** フォロワー

総インプレッション数

1日あたりの平均impは
直近10回開催のうち

約 **800万**

最多!

※キャンペーン投稿の合算

総リツイート数

引用ツイート数

約 **22.3万**

合計約 **4,000**

画像つき約 **140**

※キャンペーン期間：2022年12月20日～2023年1月6日（18投稿）

<p>背景</p>	<p>ルヴァンシリーズの商品認知拡大と、幅広いアレンジができる楽しさの訴求を目的に、フォロー&RTでの情報拡散に加えて、おすすめの食べ方を添えた引用ツイートをWチャンスの条件としたTwitterキャンペーンを実施。</p>
<p>施策</p>	<p>アカウントフォロー&対象のキャンペーン投稿をRT後、Wチャンスとして「#おすすめクラッ活」をつけておすすめのルヴァンレシピを引用ツイート。その投稿をさらに企業アカウントで引用ツイートで紹介したことでインプレッションが大幅増。ユーザーからの発話を促すだけでなく、UGCに対して対話を図ることでクチコミを波及・好意を拡大する好循環が生まれた。</p>



午前10:00 - 2022年12月20日 - 29.8万 件の表示

1.2万 件のリツイート 799 件の引用ツイート 1,853 件のいいね

UGCの創出・対話による波及 | 参加フロー

フォロワー増加・商品の認知拡大

Wチャンスキャンペーンで良質なUGCを創出

アカウントをフォロー



対象の投稿をリツイート



指定ハッシュタグ+レシピ画像を付けて引用ツイート



UGCの創出・対話による波及 | 引用ツイート・RTで波及効果を拡大 (1/2)

UGCの引用によりクチコミが大規模に波及

UGC (ユーザー投稿)

...

餡バタークラッカーサンドやりました。
美味しい(^^) [#おすすめクラッ活](#)



ヤマザキビスケット【公式】@YBC_jp · 2022年12月25日
[#クラッ活](#) ✨ 毎日参加してね🎵
ヤマザキビスケット
ルヴァンシリーズ3種を計30名様に🎁

- 1 @YBC_jpをフォロー
- 2 この投稿を 12/26 9:59 迄にRT
- 3 当選者にはDMが届く

📷 画像&引用ツイートでWチャンス🎉
おすすめルヴァンレシピ画像📷を
つけて1/6 9:59までに👉引用ツイート

午後1:56 · 2022年12月25日 · **9.1万** 件の表示

17 件のリツイート 1 件の引用ツイート 45 件のいいね

フォロワー数300未満
のユーザー投稿が
9.1万インプレッション

企業の引用ツイート

...

ヤマザキビスケット【公式】@YBC_jp

[#おすすめクラッ活](#) ありがとうございます😊

あんバターサンド🌟
これはおやつに良さそう

[#ヤマザキビスケット](#)😊

2022年12月25日

餡バタークラッカーサンドやりました。美味しい(^^) [#おすすめクラッ活](#) [twitter.com/YBC_jp/status/...](#)



午後3:34 · 2022年12月25日 · **5.2万** 件の表示

19 件のリツイート 103 件のいいね

コメントにより好意を拡大しファン化へ

UGC (ユーザー投稿)

...

お節作ってたら子供たちのつまみ食いと
まらず、、、。
急遽、栗きんとんルヴァン。
年末のおやつにどうぞ。

[#おすすめクラッ活](#)



ヤマザキビスケット【公式】@YBC_jp · 2022年12月31日

ありがとうございます2022年🌟
今日最後のフォローRT参加してね🎵
[#ルヴァンシリーズ3種計30名様に🎁](#)

- 1 @YBC_jpをフォロー
- 2 この投稿を 1/1 9:59 迄にRT
- 3 当選者にはDMが届く

📷 画像投稿でWチャンス🎉
あなたのおすすめルヴァンレシピ📷を
[#おすすめクラッ活](#) をつけて1/6 9:59までに👉引用ツイート
このスレッドを表示

2022年は
[#クラッ活](#) はじめ
たくさんの
フォロワーさんに
さきえられ幸せな
1年でした

2023年も
どうぞよろしく
お願いいたします

午後0:38 · 2022年12月31日 · **4.4万** 件の表示

1 件の引用ツイート 6 件のいいね

企業のコメント

...

ヤマザキビスケット【公式】@YBC_jp · 1月1日

返信先: [ユーザー]さん

あけましておめでとうございます😊

素敵な🌟栗きんとんルヴァン🌟
引用ツイートさせていただきました

今年もよろしくお祈りします

[#ヤマザキビスケット](#)😊

🗨️ 1 🔄 🍷 2 📊 108 📤

[ユーザー] 1月1日

返信先: @YBC_jpさん

ひいひいひい!

こちらこそいつも美味しいルヴァンをありがとうございます。

2023年思い残す事なし!

🗨️ 🔄 🍷 26 📊 📤

UGCの創出・対話による波及 | 引用ツイート・RTで波及効果を拡大 (2/2)

UGCに引用ツイートで反応することで、体験価値がビジュアルで拡散

ヤマザキビスケット【公式】
@YBC_jp

#おすすめクラッ活 ありがとうございます😊

フォロワーさんのおすすめ👍
サンタさんもいて、クリスマス🎄に
ピッタリ🎅

みなさんのおすすめ👍
ルヴァンレシピ写真もお待ちしております

#ヤマザキビスケット

2022年12月21日
私のオススメはクリームチーズと合わせること！
右3つはクリームチーズ、生ハム、プチトマト、黒胡椒のカナッペ
左2つはクリームチーズ、みかんジャムのカナッペ
#おすすめクラッ活 twitter.com/YBC_jp/status/...



午後11:16 · 2022年12月24日 · 4.6万 件の表示

14 件のリツイート 99 件のいいね

ヤマザキビスケット【公式】 @YBC_jp · 2022年12月21日
👍👍👍 フォロワーさんの #おすすめクラッ活
おいしそう👍👍👍

👍フォローRTキャンペーン👍と
【Wチャンス👍】 #おすすめルヴァンレシピ👍引用ツイートキャンペーン同時
開催中！

みんなのクラッ活画像をお待ちします👍
#ヤマザキビスケット

2022年12月20日
サーモンとクリームチーズとディルを乗せて👍

#おすすめクラッ活 twitter.com/YBC_jp/status/...



🗨️ 27 🍵 58 📊 3.6万 🌐

ヤマザキビスケット【公式】 @YBC_jp · 2022年12月22日
今日は冬至👍

カボチャ👍を使ったフォロワーさんの #おすすめクラッ活 🍂素敵です👍👍👍

みなさんのおすすめレシピ👍をお待ちしています

#ヤマザキビスケット

2022年12月22日
カボチャとお豆とツナのサラダ👍
冬至もルヴァンで #クラッ活👍
#おすすめクラッ活 twitter.com/YBC_jp/status/...



🗨️ 14 🍵 87 📊 3.6万 🌐

ヤマザキビスケット【公式】さんがリツイートしました
2022年12月24日

いつもやってる事でキャンペーン応募とか(笑)

自家製ラムレーズン入りチョコスブレッド
タルトタタンのりんご乗せ
チーズと生ハム黒胡椒
美味しいよー
#おすすめクラッ活



ヤマザキビスケット【公式】 @YBC_jp · 2022年12月24日

#メリークリスマス👍
#クラッ活👍毎日抽選🎁5日目👍
ルヴァンシリーズ3種を計30名様に👍

1 @YBC_jpをフォロー...
このスレッドを表示

🗨️ 1 🍵 8 🍵 35 📊 2.8万 🌐

SNSとオウンドメディアで 成果 を出すなら

オールインワンTwitter運用・販促支援ツール

echoes

NTT DATA certified
Twitter Data Service



認定代理店

サービスサイト

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

お問い合わせ

アライドアーキテクツ株式会社 echoes事業部

📞 03-6408-2791 ✉️ promotion-sales@aainc.co.jp

SNSマーケティングに限界を感じていませんか？

- ➖ フォロワー数が増えない
- ➖ インプレッションが落ちてきた
- ➖ エンゲージメント率が上がらない
- ➖ SNSから自社サイトへのアクセスが少ない
- ➖ 広告の効率が下がってきた
- ➖ 売上への影響が見えない

echoes を導入して運用することで

SNSマーケティングとオウンドメディアのKPI向上を実現できます

UP!

インプレッション

13倍

UGCに含まれる自社ツイート
引用や検索から
インプレッションが増加

UP!

エンゲージメント

124倍

引用ツイート・
リプライの増加と付随して
いいねが増加

UP!

リンククリック

137倍

商品訴求ランディング
ページへの
リンククリックが増加

※echoesを導入しクリエイティブ改善・UGC生成・サイト誘引した商品訴求投稿と通常の商品訴求投稿の比較事例

キャンペーン、UGC、投稿、広告をワンストップで支援することで SNSマーケティングの課題を本質から解決します

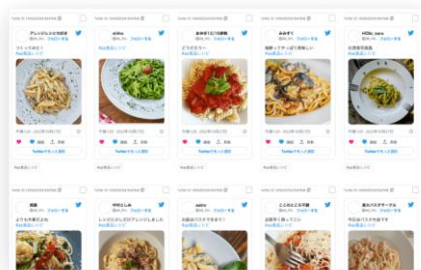
キャンペーン管理・自動化



UGC生成・サイト誘導を強力に促進する
インスタントウィン型キャンペーンが可能

250社超のTwitterキャンペーンを支援
年間累計2,400万超の
キャンペーン参加者を創出

UGC収集・検索



ハッシュタグや引用ツイートなどのUGCを
全量・リアルタイム収集し検索可能

米Twitter社公認の
商用利用可能な
Twitterデータを利用



投稿・広告クリエイティブ管理



クリエイティブ作成・管理・予約投稿
パフォーマンス集計・改善が可能

Twitter広告API
スタンダード
アクセスレベルを取得



認定代理店

ダッシュボード



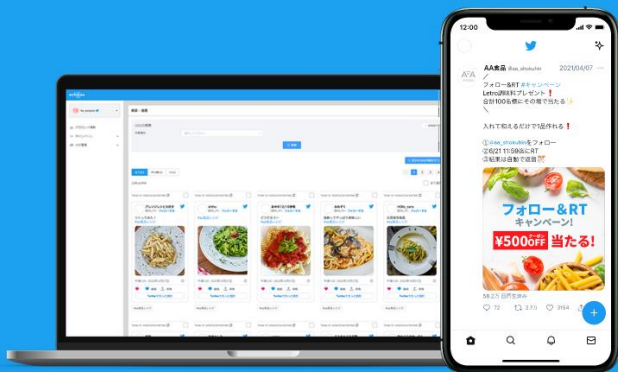
フォロワー・UGC数の増減や
キャンペーンの成果をグラフ化

Twitter施策の成果を可視化し
改善・意思決定を支援

業界・規模を問わず多くの企業様に選ばれ続けています

「成果」を出すためのオールインワンTwitter運用・販促支援SaaS

 ech@es on Twitter



NTT DATA certified
Twitter Data Service 



認定代理店



(順不同)

成果・集客効果につながるInstagramプロモーションツール

 ech@es on Instagram



(順不同)