

UGC施策担当者

注目の調査!

企業のUGC活用における 実態調査2021

企業はUGC施策で成果をあげているのか？

活用媒体、パフォーマンス、課題などの実態を調査

企業のUGC活用における実態調査 2021

- 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ト株式会社
- 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ト株式会社によるオンライン調査
- 有効サンプル数** : 98名

※ UGC（User Generated Contents）とは、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。

1

施策に活用されているUGCは主に「自発的な投稿」と「キャンペーンによる投稿」により生成されたものであり、インフルエンサーや顧客に企業から依頼して生成されたUGCより多く活用されていることがわかった。

2

約77%の企業がUGC活用により施策のパフォーマンスが向上したと回答。具体的には、SNSエンゲージメント向上（約51%）、CVR向上（約43%）との回答が多かったが、売上向上との回答も約23%ありUGC活用が売上に貢献した企業が4分の1程度あることが窺える。

3

UGC活用における課題は主に「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」があげられ、それぞれ40%程度の企業が課題として回答。成果に繋がるUGCを選定するノウハウや、そのようなUGCの生成を促す施策の実施が必要とされていると考えられる。

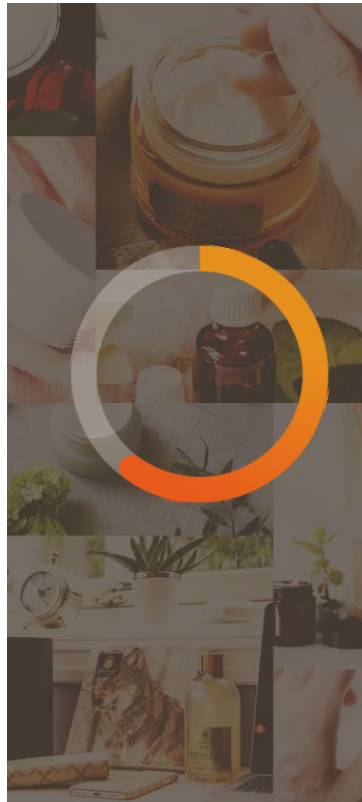
また、「UGCごとの効果測定がしづらい」も約28%となっており、**どのUGCがどの程度の効果を出しているのかの測定が本来は必要であるが出来ていない**という現状も窺える。

1. 企業のUGC活用における実態調査2021

1. UGCの重要性	06
2. UGC活用経験の有無	07
3. UGCを活用したことがある施策	08
4. UGCの取得元の媒体	09
5. UGCを活用する理由	10
6. UGC生成のきっかけ	11
7. UGC活用の成果	12
8. UGC活用の成果（指標）	13
9. UGC活用における課題	14
10. UGC活用の今後	15

Appendix

サービス紹介「Letro」

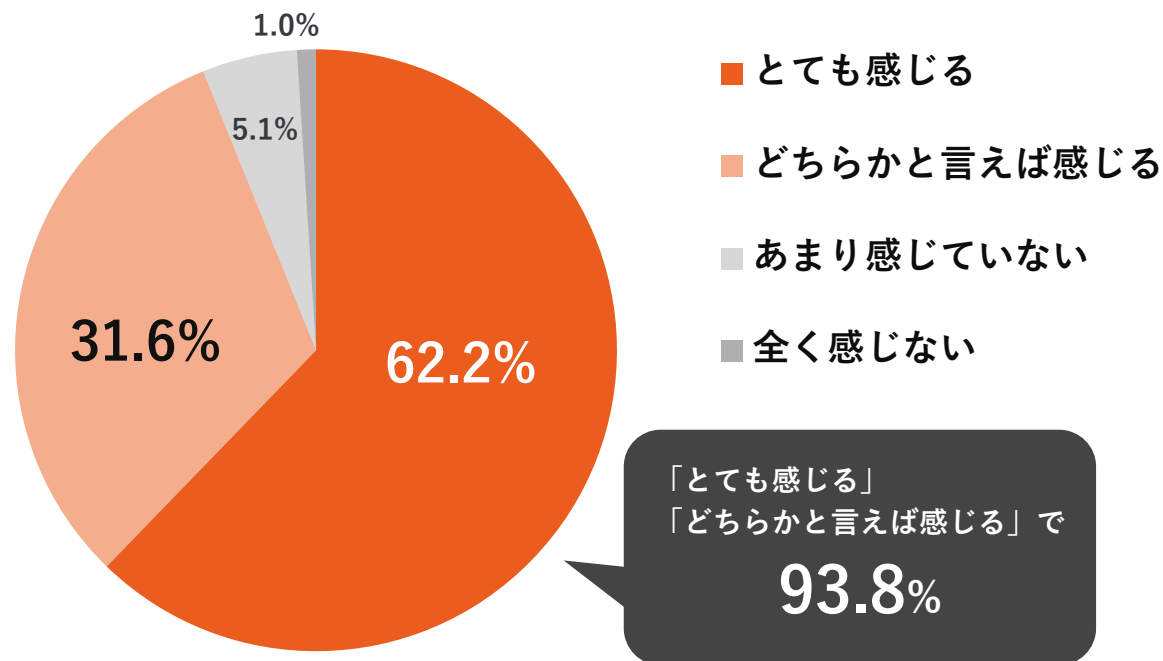


企業のUGC活用における実態調査 2021

1. UGCの重要性

UGCの重要性を感じている企業が約94%。

Q1. 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？



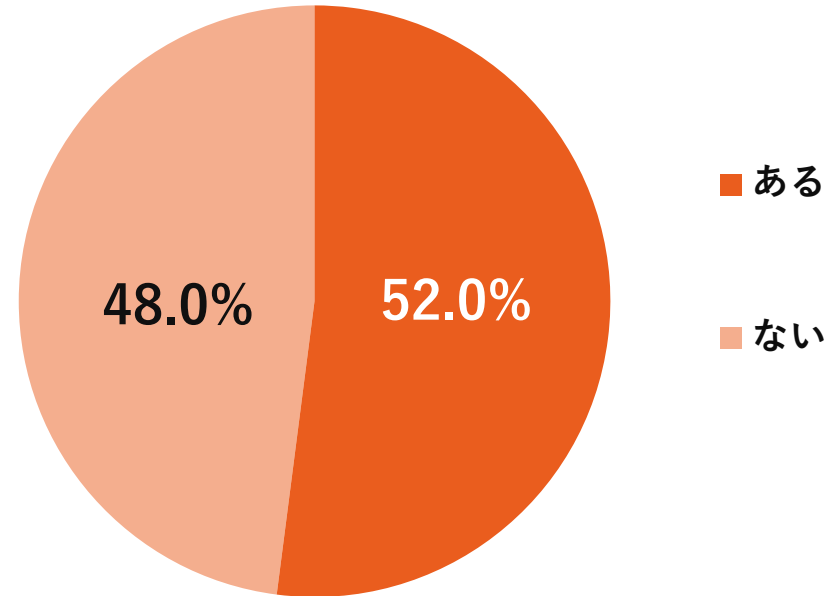
POINT

- 「とても感じる」「どちらかと言えば感じる」が合わせて約94%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窺える。

2. UGC活用経験の有無

マーケティング施策にUGCを活用している企業は半数以上。

Q2. 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？



[n=98]

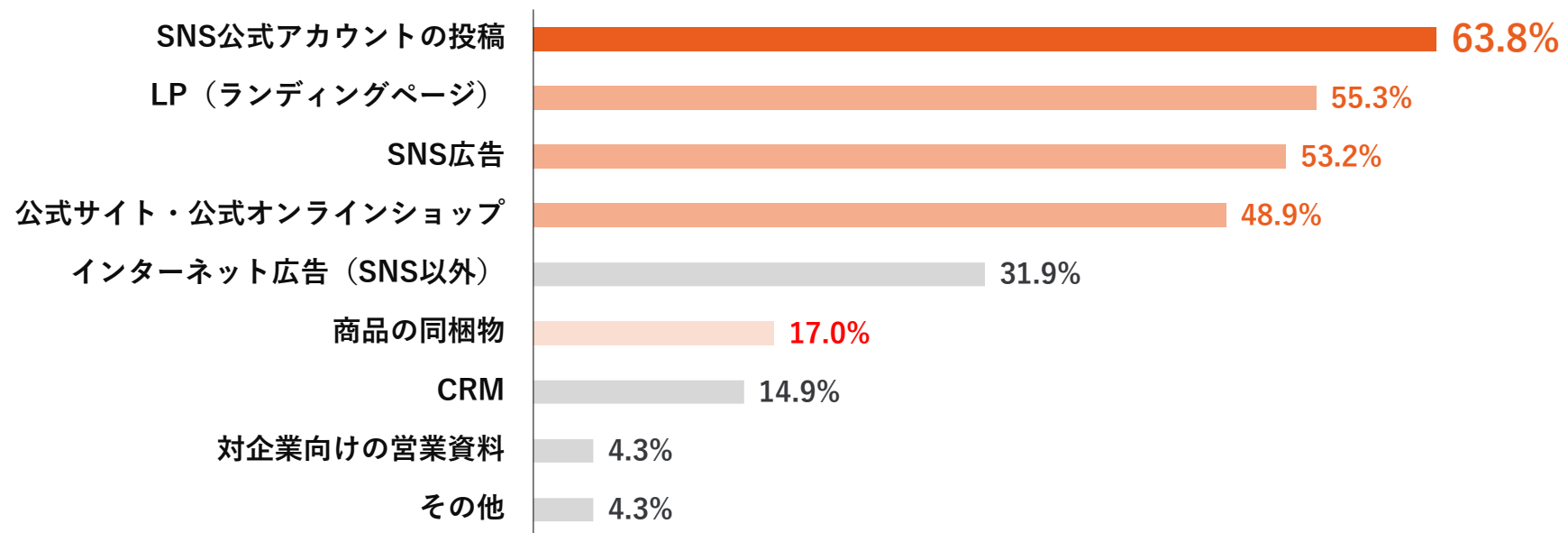
POINT

- UGCをマーケティングに活用したことが「ある」との回答が52%となっており、半数以上の企業がUGC活用に関心を持っていることがわかる。

3. UGCを活用したことがある施策

SNS投稿への活用が約64%、LP、SNS広告、公式サイト・ECへも約半数が利用。
また、オンライン施策だけでなく、オフライン施策へも活用が進んでいる。

Q3. 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>



POINT

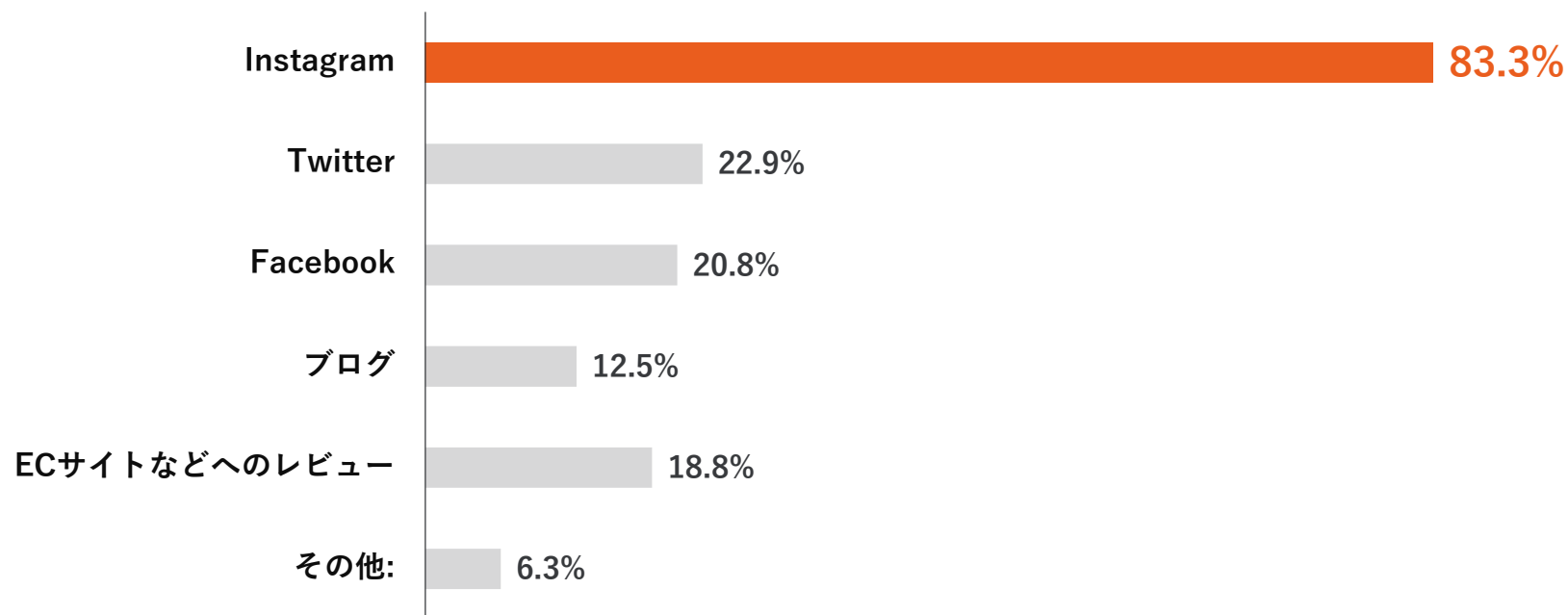
- 「SNS公式アカウントの投稿」との回答が約64%と最も多く、次いで「LP」「SNS広告」「公式サイト・オンラインショップ」へも約半数の方がUGC活用経験ありと回答。
- 「商品の同梱物」との回答も17%あり、オンライン施策だけではなくオフライン施策にも活用されていることが窺える。

4. UGCの取得元の媒体

UGCの取得元は圧倒的に「Instagram」が多い。

Q4. 活用したUGCは、どのようなメディアに投稿・掲載されたものですか？

<Q2で「ある」と回答した方が対象>



※複数回答 [n=48]

POINT

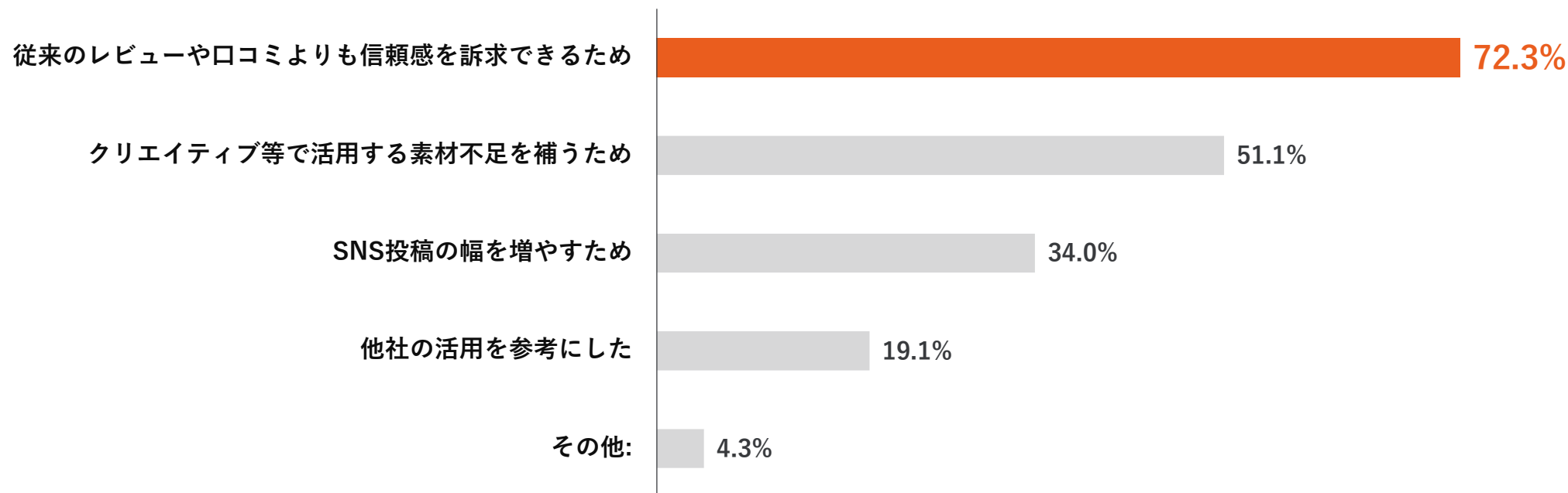
- 施策に活用したUGCの取得元は「Instagram」であるとの回答が約83%。次いで「Twitter」「Facebook」「ECサイトなどへのレビュー」が約20%前後という結果になった。

5. UGCを活用する理由

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」。

Q5. 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？

<Q2で「ある」と回答した方が対象>



POINT

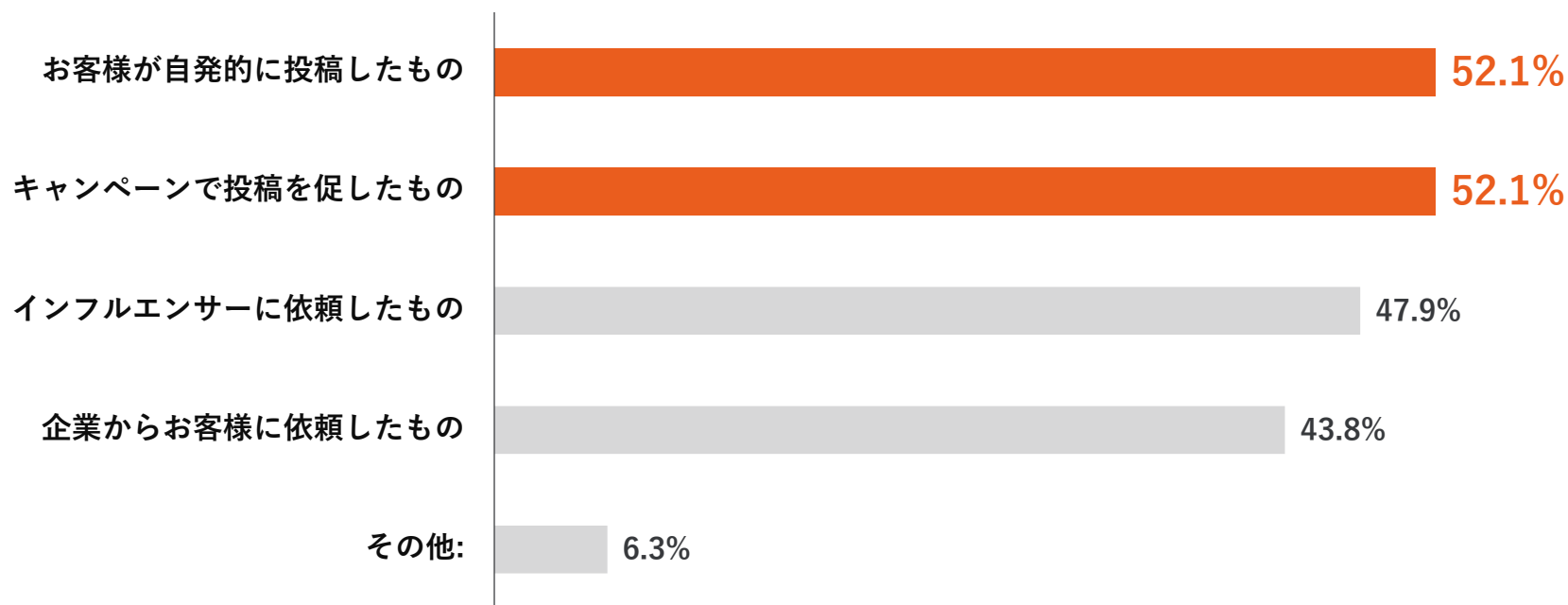
- UGCを活用するようになった理由は「従来レビューや口コミよりも信頼感を訴求できるため」との回答が約72%となり、信頼感の醸成のための利用が多いと言える。
- 「クリエイティブ等で活用する素材不足を補うため」との回答も半数以上となり、SNSや公式サイト、LP等で大量に必要な素材の確保にも役立っていることが窺える。

6. UGC生成のきっかけ

UGC生成のきっかけは「自発的な投稿」と「キャンペーンによる投稿」が多数。

Q6. 活用しているUGCはどのようなきっかけで生成されたものですか？

<Q2で「ある」と回答した方が対象>



※複数回答 [n=48]

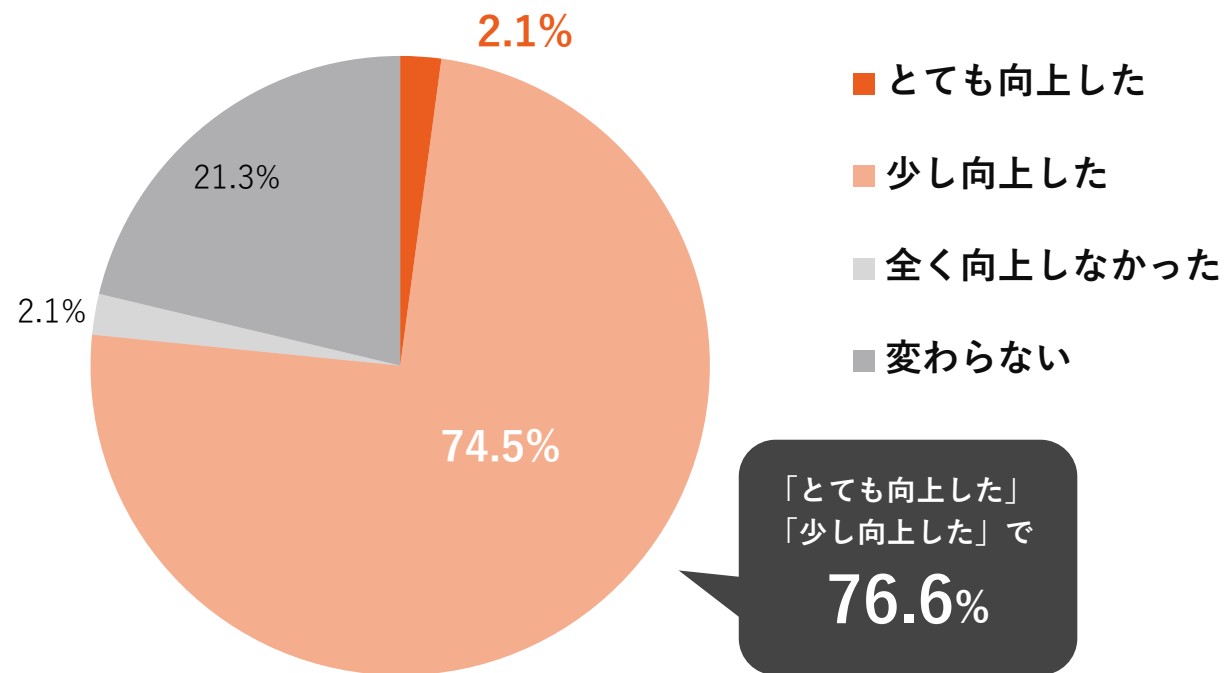
POINT

- UGC生成のきっかけは、「お客様が自発的に投稿したもの」「キャンペーンで投稿を促したもの」との回答が約52%となり、インフルエンサーや顧客に依頼したものより多く活用されていることがわかった。日々のSNS上のコミュニケーションから生まれたものと、キャンペーン実施により生まれたものが主に活用されていることが窺える。

7. UGC活用の成果

約77%の企業がUGC活用によりパフォーマンスが向上した。

Q7. 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？
<Q2で「ある」と回答した方が対象>



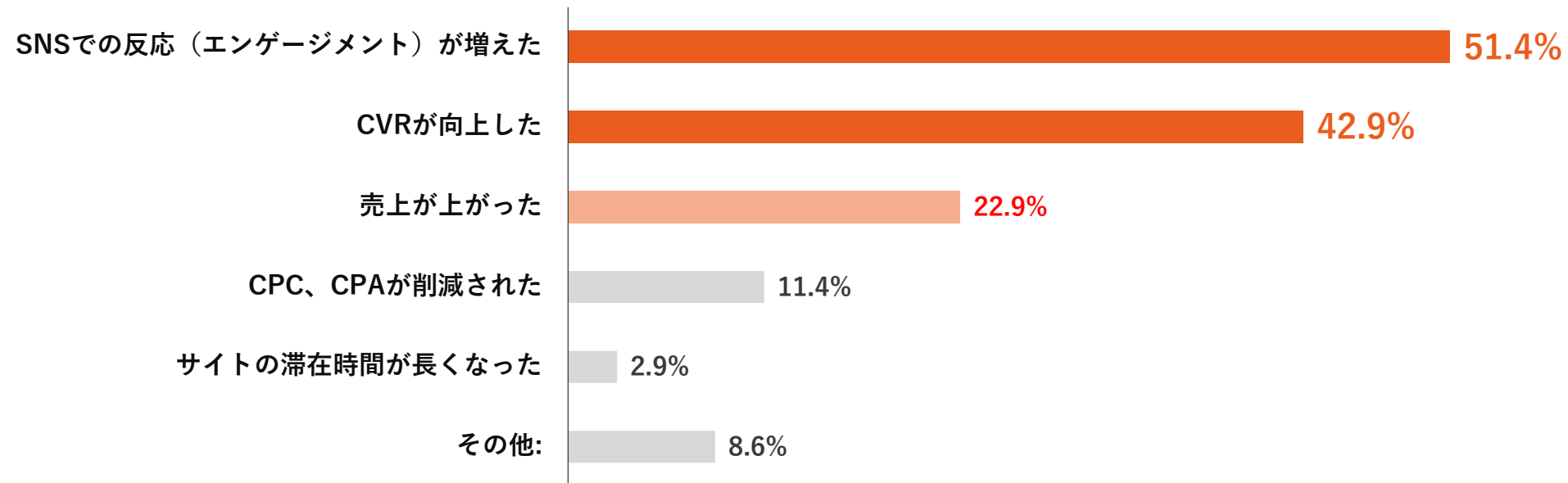
POINT

- 「とても向上した」は約2%と少ないが、「少し向上した」は約75%となっており、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った。

8. UGC活用の成果（指標）

「SNSのエンゲージメント」「CVR」の向上に貢献したとの回答が多く、「売上」向上の声も。

Q8. Q7で「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？



※複数回答 [n=35]

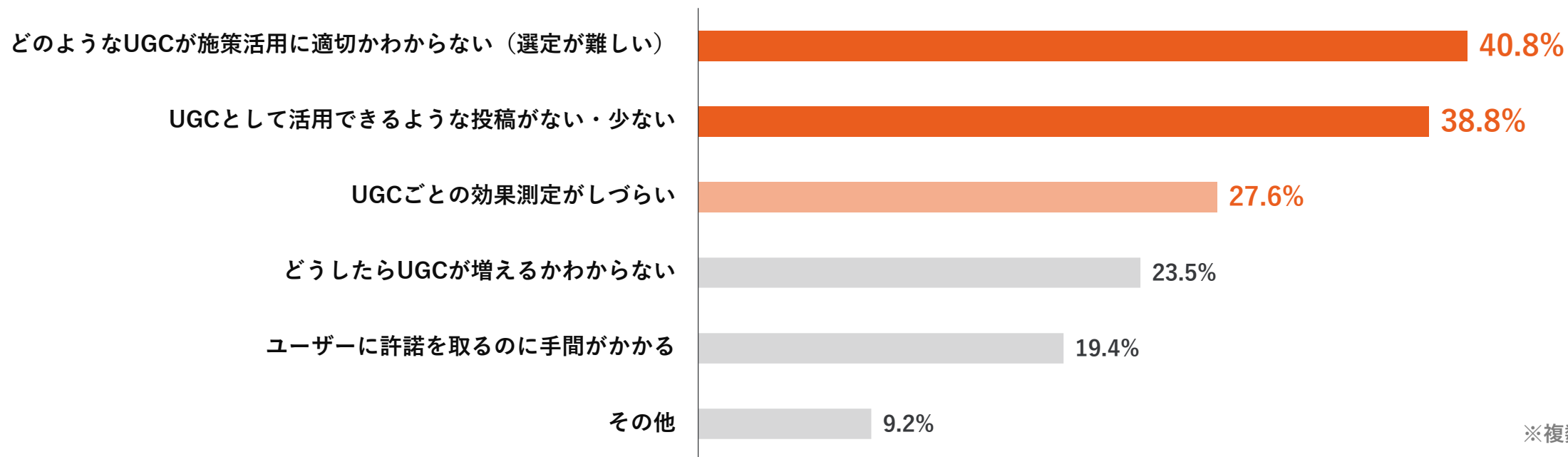
POINT

- 「SNSでの反応（エンゲージメント）が増えた」との回答が約51%、「CVRが向上した」との回答が約43%。
- 「売上が上がった」との回答が約23%あり、売上に直結する施策として成果が出ている企業も多くあることがわかった。

9. UGC活用における課題

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。

Q9. 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。



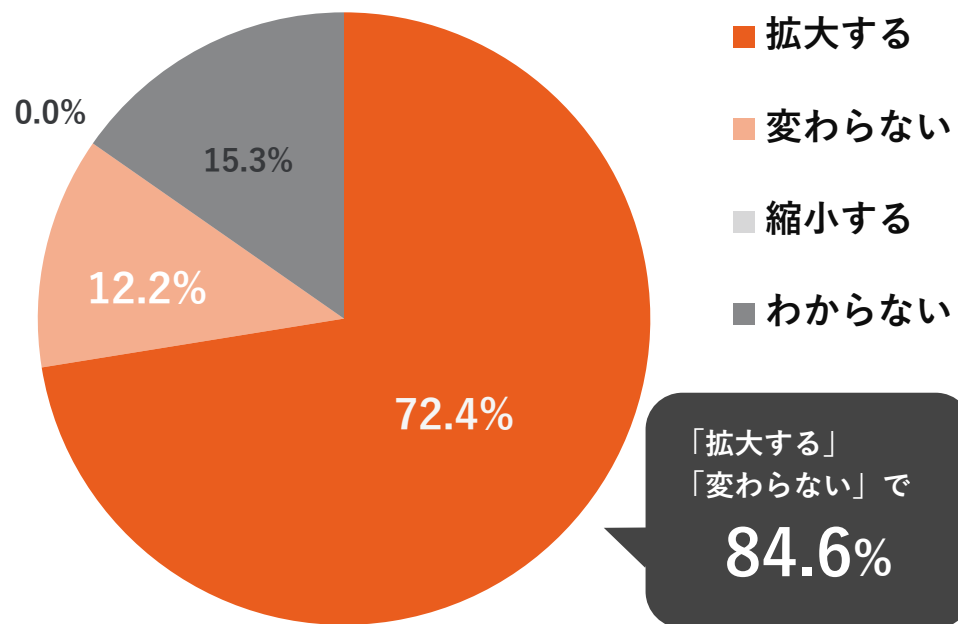
POINT

- 「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%前後の回答となった。成果に繋がるUGCの選定ノウハウや、そのようなUGCの生成を促す施策の実施が必要と考えられる。

10. UGC活用の今後

今後のUGC活用は「拡大する」「変わらない」が約85%

Q10. 今後UGCの活用は拡大すると思いますか？



[n=98]

POINT

- 「拡大する」「変わらない」が合わせて約85%となっており、今後UGC活用が拡大、または現状維持される重要な施策として位置付けられていることが窺える。

UGC活用ツールをご検討の方へ

「Letro」のご紹介

EC領域で圧倒的なCVR向上実績を持つ
「成果を出せるUGC活用ツール」



3分でわかる
Letroの資料請求をする ↓

おすすめの「お役立ち資料」



詳しくはこちら ↓



詳しくはこちら ↓

ダイレクトマーケティングの成果向上につながる
UGCソリューションNo.1

Letro

売上成果に
つながる
と思う
UGC活用ツール



CVRが
改善する
と思う
UGC活用ツール



FACEBOOK

MARKETING PARTNER

Facebook Marketing Partnerの
認定バッジを取得

調査方法：インターネット調査
調査期間：2020年12月8日～10日
調査概要：UGC活用ツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査
調査対象：全国、男女、25～69歳、(1)通販(単品通販・ECなど)事業運営企業(係長クラス以上)／278s、(2)マーケティング部門/販促部門/デジタル販促部門/広告部門所属／791s
比較対象企業：「UGC活用ツール」Google検索 上位10社 (2020年12月2日18時30分時点)

通販企業やD2Cメーカーを中心に
120社以上のダイレクトマーケティングを支援

ORBIS

BULK HOMME



Attenir

Oisix ra daichi

BOTANIST



DINÉTTE



SUNSTAR

ETVOS



nissen

MANARA

MEDULLA



サービスサイト <https://service.aainc.co.jp/product/letro/>

お問い合わせ アライドアーキテクツ株式会社 Letro事業部

📞 050-1790-7052 📧 pd-letro@aainc.co.jp