

報道関係各位

2021年1月27日

アライドアーキテツ株式会社

## 2021年度「Twitter企業公式アカウント」の利用実態を調査

60%のユーザーがTwitterをきっかけに商品・サービスを購入、  
Twitterが購買活動に影響を与えたことが明らかに

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現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、Twitterの利用実態を調査するためアンケートを実施し、日本国内に住む男女約4,409名が回答しました。



The graphic features a light blue background with a white rounded rectangle on the left containing the Twitter bird logo and the text "Twitter担当者に話題の調査 最新版!". To the right, large blue text reads "2021年度 Twitterユーザー 企業公式アカウント 利用実態調査". A small green box with white text "結果発表" is positioned to the right of the main title. At the bottom, a dark blue banner contains the white text "企業のTwitter担当者が知りたい情報 全部聞きました!".

4,500万人ものユーザー数を誇り(※1)、幅広い層に支持される大規模なソーシャルメディア「Twitter」。コロナ禍では、さらに生活者のTwitter利用時間が増える(※2)など、以前にも増して社会的な影響力を持つプラットフォームとして、企業のマーケティング活動における価値が高まっています。Twitter上での企業マーケティング活動がユーザーの消費行動にどのような影響を与えているのか、ユーザーは企業側にどのような情報を期待しているのかを把握するために、2019年に引き続き「Twitter企業公式アカウント 利用実態調査」を実施しました。

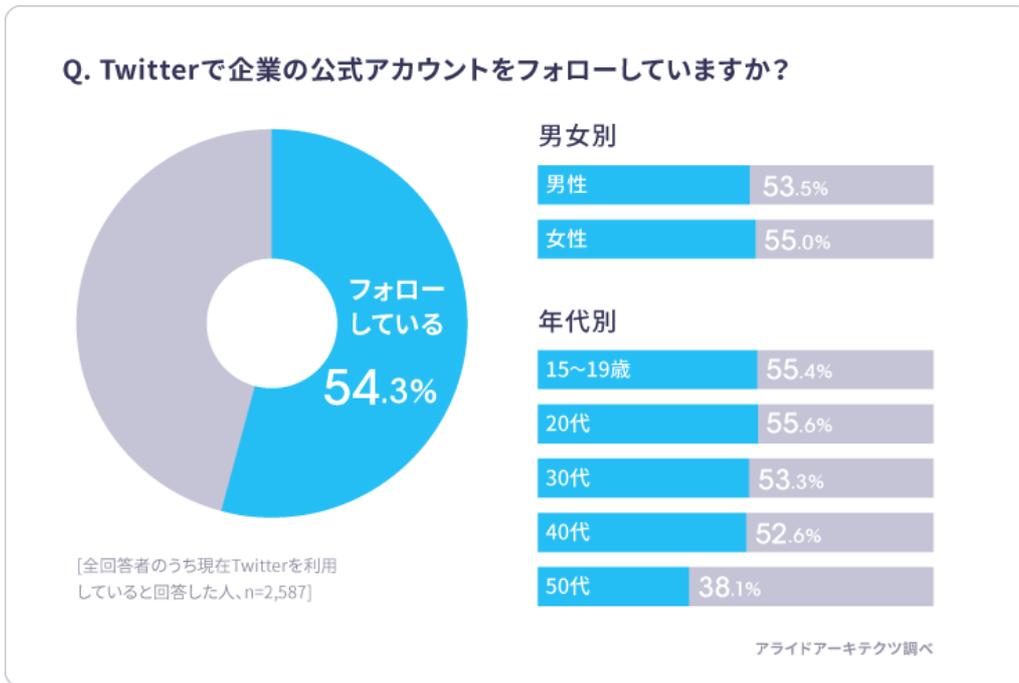
※1:出典 Twitter Japan

※2:出典 アライドアーキテツ社自社調べ「[新型コロナウイルス感染症拡大以降の「新しい生活様式」における、消費者の SNS 利用実態調査](#)」サービス

Twitter企業公式アカウントの利用実態に関する調査結果

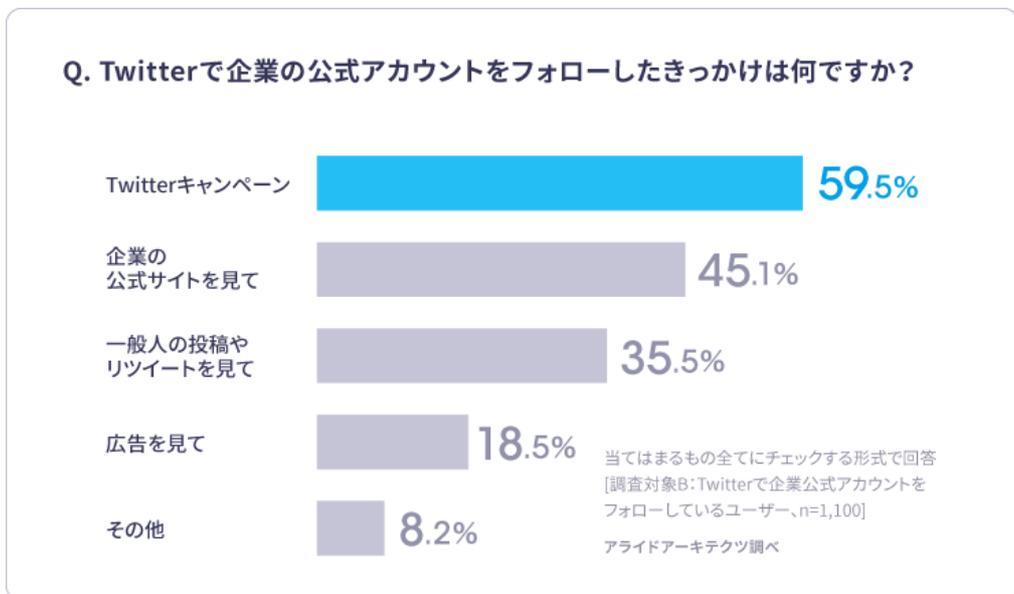
■54.3%のTwitterユーザーが企業公式アカウントをフォロー。性別・年代別に見ても大きな違いはなく、幅広いユーザーからフォローが行われている

「企業公式アカウントをフォローしているか」について調査したところ、過半数のユーザーがフォローしているという結果になりました。2019年6月に行った「[Twitterユーザー企業公式アカウント利用実態調査](#)」(以下、2019年度Twitterユーザー調査)の結果と比較しても引き続き高水準を維持しており、企業公式アカウントがTwitterユーザーに浸透していることがわかります。また、性別・年代別に見ても大きな違いはなく、幅広いTwitterユーザーからのフォローが行われていることがうかがえます。



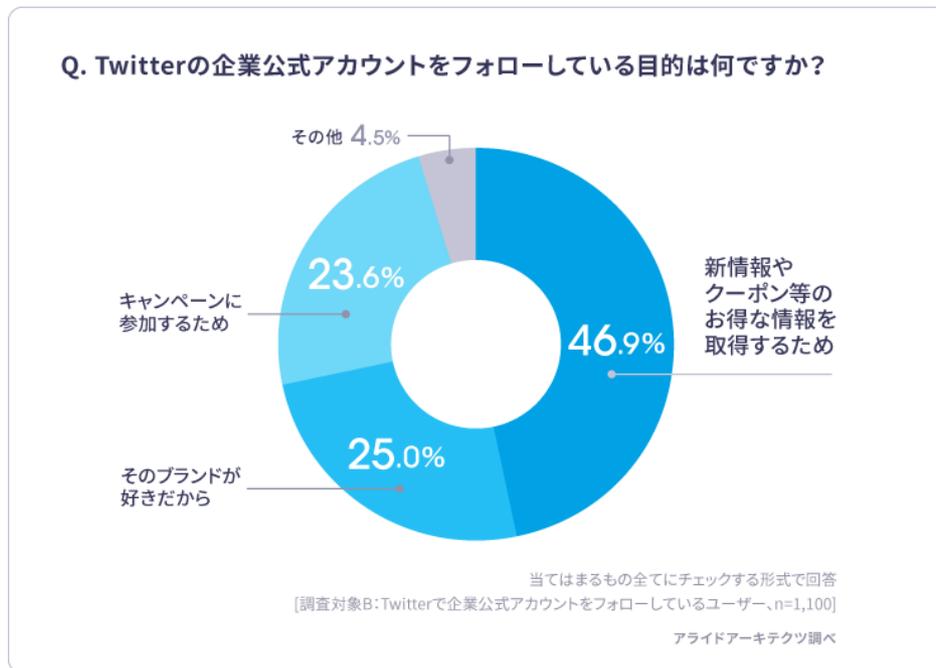
■企業公式アカウントのフォローのきっかけは「Twitterキャンペーン」

「企業公式アカウントをフォローしたきっかけ」について聞いたところ、「Twitterキャンペーン」が59.5%でもっとも多く、続いて「企業の公式サイトを見て」が45.1%、「一般人の投稿やリツイートを見て」が35.5%という結果になりました。2019年度Twitterユーザー調査と比較しても大きな変化はなく、企業公式アカウントをフォローするきっかけとしてTwitterキャンペーンがユーザーに飽きられることなく、定着していることがわかりました。



## ■企業アカウントをフォローする目的は、企業からの新情報やクーポンなどのお得な情報収集のため

「企業公式アカウントをフォローする目的」について調査したところ、46.9%が「新情報やクーポン等のお得な情報を取得するため」、23.6%が「キャンペーンに参加するため」と回答。ここでも2019年度Twitterユーザー調査に比してキャンペーンの参加目的の比率が増加していることなどから、Twitterユーザーは、企業公式アカウントをフォローすることで直接的なメリットを求める傾向にあることがわかります。また、25.0%が「そのブランドが好きだから」と回答したことから、Twitterで好きなブランドとのつながりを求めるユーザーも多いことがうかがえます。



## ■企業公式アカウントは、Twitterユーザーのブランド理解度や好感度の向上に寄与。ただし、「他者への推奨」まで実施するユーザーはまだ一部にとどまる。

「企業公式アカウントをフォローしてから当てはまるもの」について聞いたところ、「よりそのブランドやお店・サービスに詳しくなった」が48.1%、「より好きになった」が39.2%、「より利用が増えた」が31.5%という結果になりました。2019年度Twitterユーザー調査と比較しても上記3項目は、約2pt.上昇していることから、増加傾向にあり、Twitter上での企業とユーザーのつながりは、ブランド好感度へのプラスの効果をもたらすと言えるでしょう。

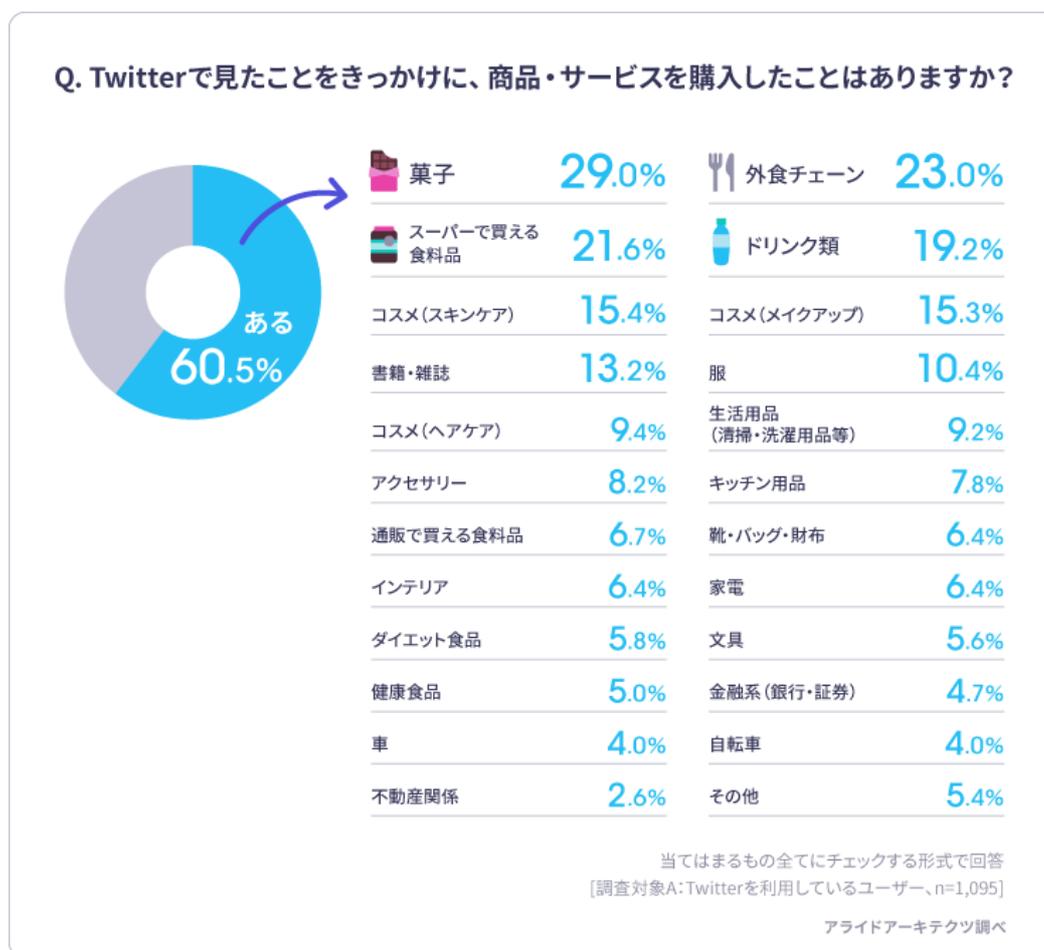
### Q. 企業公式アカウントをフォローしてから、その企業に対する意識・行動で当てはまるものはありますか？



当てはまるもの全てにチェックする形式で回答  
[調査対象B: Twitterで企業公式アカウントをフォローしているユーザー、n=1,100]  
アライドアーキテックス調べ

## ■60.5%がTwitterをきっかけに商品・サービス購入を経験。購買へプラスの影響を与えている。

「Twitterで見たことをきっかけに、企業の商品やサービスを購入したことがあるか」について調査したところ、60.5%のユーザーはTwitter上での情報をきっかけに何らかの商品・サービスを購入した経験があることがわかりました。なかでも、菓子、外食チェーン、スーパーで買える食料品など、日常的に消費されるものが特に多い結果となりました。Twitter上での企業のマーケティング活動は、生活者の購買活動にもしっかり結びつくと考えられます。



## ■調査の総括

多くのTwitterユーザーは、企業アカウントをフォローすることで新商品情報やセール情報、キャンペーンやクーポン情報などを求めていることがわかりました。この傾向は2019年度Twitterユーザー調査から変わっておらず、ユーザーは企業公式アカウントに「直接的なメリット」を求めていると言えます。セールやキャンペーン情報などを投稿しない方針で運用している企業アカウントも多いですが、このような傾向もあることから、自社のフォロワーが求めている投稿やその頻度をしっかりと見極めてコンテンツを設計していくことが重要と言えるでしょう。

また、良いコンテンツはブランドの好感度の向上や購買行動にもつながっているという結果から、企業は公式アカウントを通じて生活者に向き合い、生活者の求めている情報を発信し続けていくことでマーケティング上の成果につなげていくことができると考えられます。

## ■調査概要

調査名称：Twitter公式企業アカウント利用に関する意識調査

調査主体：アライドアーキテクト株式会社

調査時期：2020年12月16日～12月27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

調査対象数：4,409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/0010>

## ■本調査内容を解説するオンラインセミナーを開催

このたび、本調査内容を解説するオンラインセミナーを開催いたします。

名称：2021年度 Twitterユーザー企業公式アカウント利用実態調査 解説セミナー

日時：2021年2月3日(水)16時00分～17時00分

会場：オンラインでのライブ配信(Zoomを使用して配信いたします。)

参加費：無料

お申込み：[https://service.aainc.co.jp/product/echoes/seminar/202102\\_twitterusage-status-1](https://service.aainc.co.jp/product/echoes/seminar/202102_twitterusage-status-1)

当社では、今回の調査データを顧客企業のTwitterを活用したマーケティング支援などに活用してまいります。

## <アライドアーキテクト株式会社 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：ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

## <アライドアーキテクトとは>

アライドアーキテクトは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000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、世界中の生活者と企業とのつながりを創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

\* 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】

アライドアーキテクト株式会社 広報室 担当:澤田

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