

報道関係各位

2015年6月1日  
アライドアーキテクト株式会社

## 「企業／ブランドのSNS公式アカウントからの情報取得に関する意識調査」を実施

－ 4割以上が「公式アカウントで情報を得た商品を購入したことがある」と回答。

男性は家電、女性は化粧品に関する情報取得が最多 －

戦略的SNSマーケティングを手がけるアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:中村壮秀、証券コード:6081)は、このたび、インターネットユーザーにおけるSNS公式アカウントからの情報取得に関して、約3,500名を対象にアンケート調査を実施しましたのでお知らせいたします。

スマートフォンの普及などによってインターネットユーザーのSNS利用率が増加している昨今、SNS上において消費者間で交わされる「クチコミ」の情報は購買行動に大きな影響を与えているとされています。

このような状況の中、近年、FacebookをはじめとするSNS上で企業／ブランドが自ら運用・更新を行うSNS公式アカウントも急速に増加しており、マーケティング施策において欠かせないツールとなりつつあります。

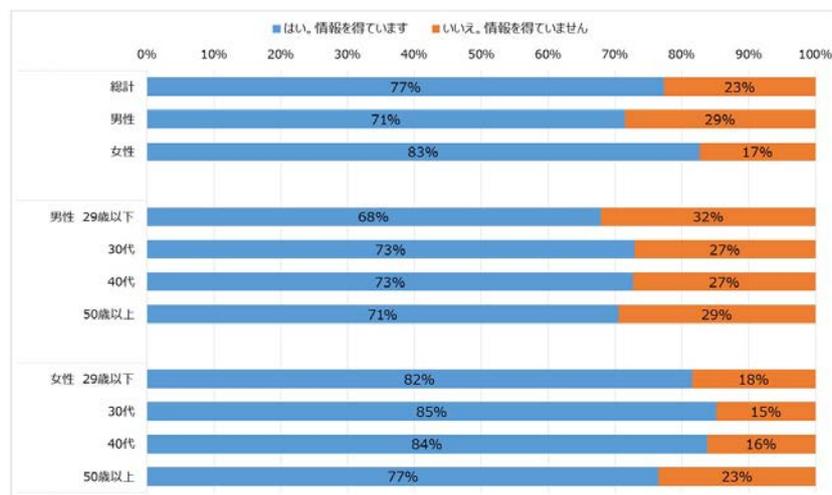
当社では、これらのSNS公式アカウントによる情報発信が消費者においてどのような意識のもとに受け取られているのか、またそれが購買行動へどのような影響を及ぼしているかを明らかにするべく、調査を実施いたしました。

### ■□■「企業／ブランドのSNS公式アカウントからの情報取得に関する意識調査」結果■□■

#### ◆7割が公式アカウントから商品／ブランドの情報を取得

現在、企業／ブランドのSNS公式アカウントから情報を得ているかという質問に対しては、全体の77%が「情報を得ている」と回答。男女別では、男性が71%、女性が83%となっており、女性のほうが情報収集ツールとして積極的に活用していることが分かります。また、年代別では30代女性が85%と最も高い割合となりました。

Q. SNSで企業／ブランドの公式アカウントから情報を得ていますか？



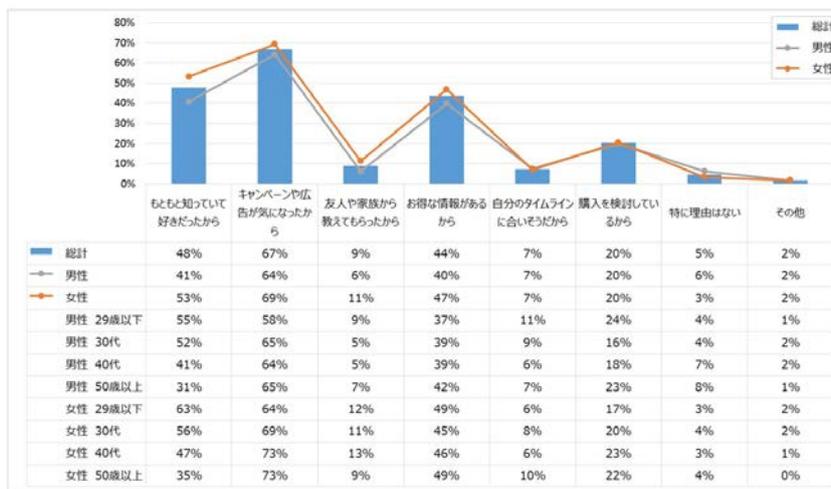
**◆男性は家電、女性は化粧品の情報取得が最多**

情報を取得しているSNS公式アカウントのジャンルについては、全体で「食品メーカー」(58%)でトップとなりました。また、男女別では、男性は「家電メーカー」(63%)が女性の回答割合と約2倍の差をつけてトップとなり、次いで「食品メーカー」(58%)、「酒造メーカー」(47%)という結果に。一方、女性は「化粧品」(66%)が最多、次いで「食品メーカー」(62%)、「生活雑貨」(49%)となり、性別によってSNS上での情報収集の分野に違いがあることが分かります。

**◆情報取得のきっかけは「キャンペーンや広告」が男女ともにトップ**

SNS公式アカウントから情報を得るようになったきっかけについては、「キャンペーンや広告が気になったから」と回答した人が67%となり男女ともに最多に。次いで「もともと知っていて好きだったから」(48%)、「お得な情報があるから」(44%)という結果になりました。また、男女ともに20%が「購入を検討しているから」と回答しており、商品／サービスの購入前の情報収集ツールとして公式アカウントが活用されている状況が窺えます。

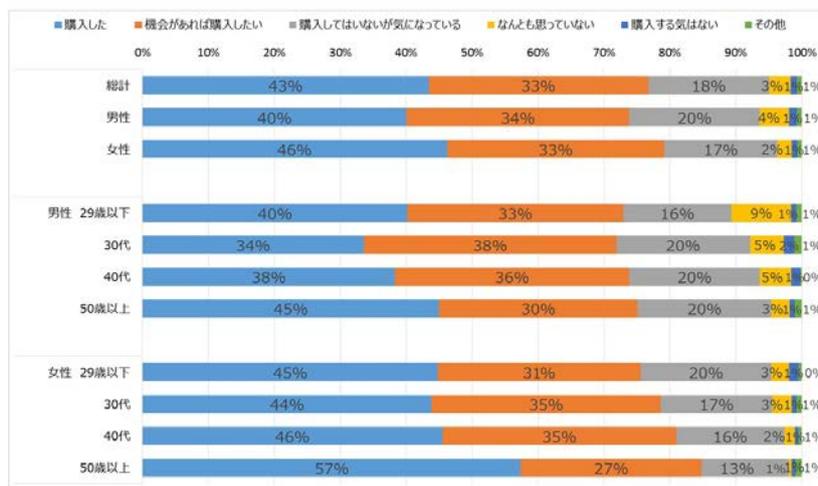
Q. 情報を取得するようになったきっかけは何ですか？



**◆4割以上が実際に購入経験あり、さらに3割が今後の購入に前向きと回答**

SNS公式アカウントから情報を取得後、実際に商品／サービスの購入に至ったかどうかについては、全体の43%が「実際に購入した」と回答。さらに33%が「機会があれば購入したい」と回答しており、今後の購入に前向きであることが分かります。このことから、SNS上における企業／ブランドの情報発信が、消費者の購買行動へ大きな影響を及ぼしていると考えられます。

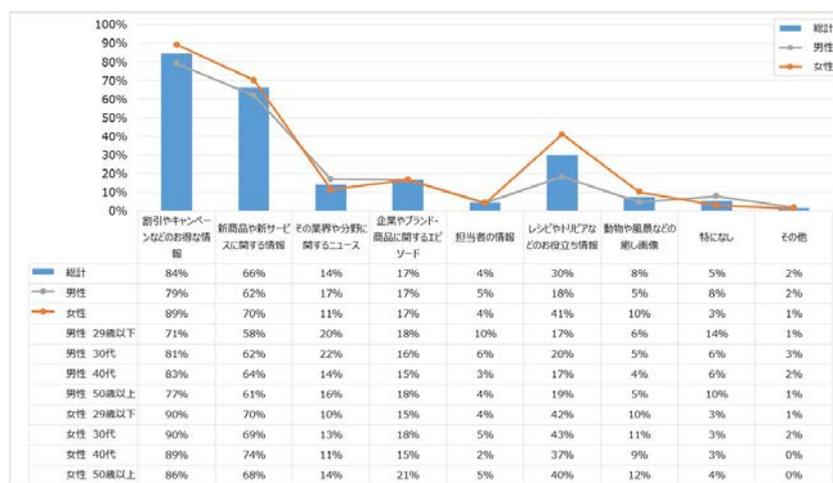
Q. 情報を得るようになってから、その企業／ブランドの商品を購入しましたか？



### ◆期待している情報は「割引やキャンペーン」の告知

今後、SNS公式アカウントにどのような情報を期待しているかについては「割引やキャンペーンなどのお得な情報」(84%)が最多。次いで「新商品や新サービスに関する情報」(66%)となり、商品／サービスを手に入れるための具体的な情報が求められていることが分かります。また、次点の「レシピやトリビアなどのお役立ち情報」(30%)は、女性だけに回答を絞ると41%と高い割合となっており、商品／サービスの「周辺情報」は特に女性から好意的に受け止められていることが分かります。

Q. 企業／ブランドの公式アカウントから得たい情報は何か？



### ■調査結果の総括

今回の調査では、ネットユーザーの多くがSNS公式アカウントから積極的に情報を取得し、商品／サービスの購入の参考に行っているとともに、4割を超える消費者が実際に購入に至っていることが分かりました。

これにより、消費者発信の「クチコミ」だけでなく、企業発信の情報であっても、SNSを通じてしっかりと消費者へ情報を届けることができれば、購買意欲を向上させられると考えることができます。

SNSを活用したマーケティングが成熟期を迎えた今、企業／ブランドは、SNSにおける自社発信の情報が消費者の購買行動に繋がり得る可能性を見据えながら、公式アカウントの運用を行っていくことが今後も引き続き重要であると考えられます。

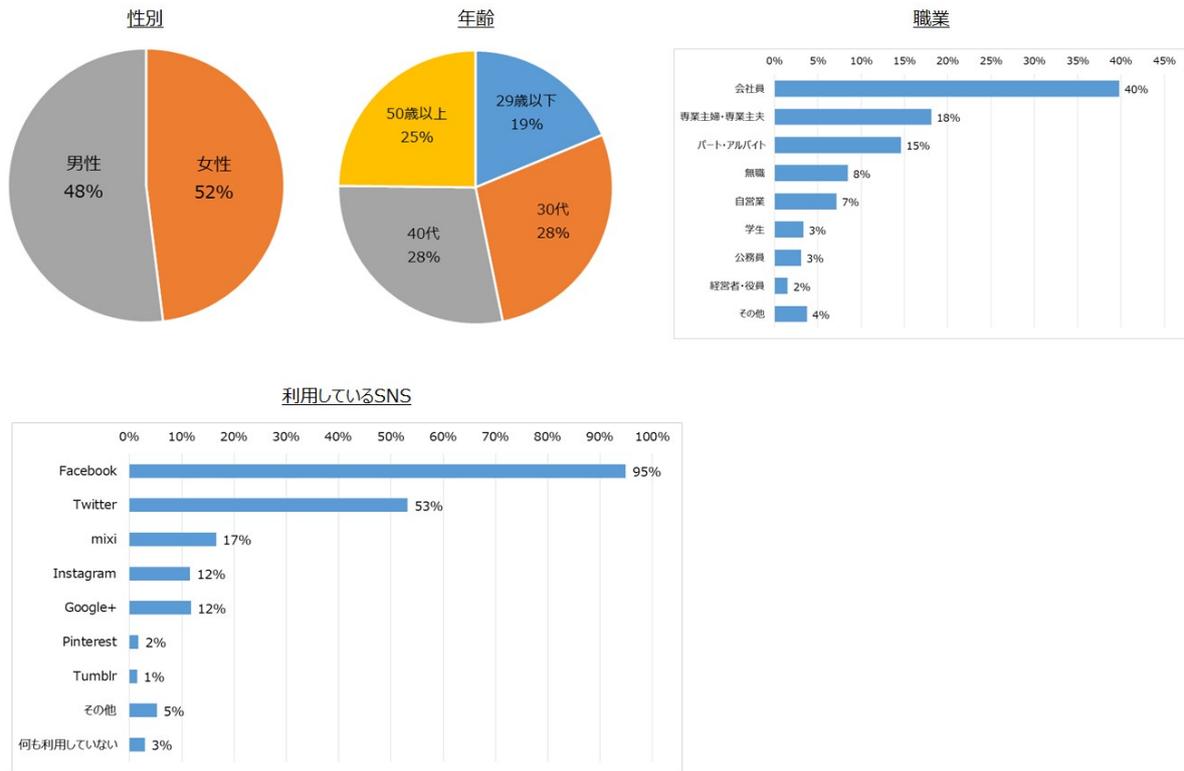
### ■調査概要

調査名称 : 企業／ブランドのSNS公式アカウントからの情報取得に関する意識調査  
 調査主体 : アライドアーキテクト株式会社  
 調査時期 : 2015年4月3日～4月14日  
 調査方法 : Facebookアプリ「モニプラ」(<https://apps.facebook.com/monipla/>)上でアンケート調査を実施  
 有効回答数 : 3,582名

※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は、ブログメディア「ソーシャルメディアマーケティングラボ」(<http://smmlab.jp/?p=39118>)からもご覧になれます。

## ■回答者属性



\* 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。

## ■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 中村 壮秀
- ・本社所在地 : 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 : <http://www.aainc.co.jp/>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : SNSキャンペーン支援プラットフォーム「モニプラ」等の運営、SNSデータマネジメントプラットフォーム「BRANDCo(ブランコ)」の運営、アドテクノロジーサービスの提供 等

### 【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 社長室 広報チーム  
 TEL: 03-6408-2791 MAIL: [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)