

2011 年 5 月 12 日

報道関係各位

株式会社 PR TIMES

《Twitterユーザーの利用動向調査：1,481 名》
企業発の Tweet で周りに広めたい(RT・QTしたい)内容、
『お得なキャンペーン情報』が 56.4%で第 1 位!
～フォローした最も大きな動機は『ディスカウントやセール情報を受け取るため』 39.8%

PR 事業を手がける株式会社ベクトル(所在地:東京都港区 代表取締役社長:西江肇司、以下:ベクトル)の子会社 株式会社 PR TIMES(代表取締役:山口拓己、以下:PR TIMES)は、Twitter を週 1 回以上するユーザー1,481 名を対象に『Twitter の利用動向調査』を実施致しました。(調査期間:2011 年 3 月 9 日～3 月 14 日)

今回 PR TIMES が実施した Twitter ユーザー(週 1 回以上ソーシャルメディアを利用)への調査によると、企業(ブランド)の Twitter アカウントをフォローしたことがあると回答した人は約 6 割(61.4%)にのぼり、企業 Twitter をフォローした動機としては、約 4 割が「ディスカウントやセール情報などのプロモーション情報を受け取るため」と回答しました。合わせて、企業発信の Tweet でリツイートしたい(RT・QTしたい)内容について調査したところ、『お得なキャンペーン情報』が 56.4%の回答を集める結果となりました。このことから、Twitter ユーザーが企業(ブランド)の Twitter をフォローする動機、並びに Twitter を通じて周囲に伝えたい内容のいずれにおいても、『お得な情報』が Twitter ユーザーに受け入れられていることが浮き彫りになりました。

調査結果の詳細は以下の通りです。

調査主旨	日本国内 Twitter ユーザーの利用動向調査
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査
調査地域	全国
調査対象	10 代～60 代・男女
有効回答数	1,481 名
調査期間	2011 年 3 月 9 日～3 月 14 日

調査結果トピックス

- 企業 Twitter をフォローしたことがある Twitter ユーザーは、61.4%
- フォローした最も大きな動機「ディスカウントやセール情報を受け取るため」 39.8%
- フォローした企業の Twitter を認知した経路、「企業のホームページやブログを見て知った」 35.5%、続いて「その企業の商品から知った(商品に書いてあったなど)」22.2%
- 企業発信の Tweet でリツイート(RT・QT)したいのは、「お得なキャンペーン情報」56.4%
- 企業 Twitter をフォロー解除したことがある人は、約半数。その理由は、「退屈な内容が続いたため」が 1 位

【お問合せ先】

■株式会社 PR TIMES 担当 : 山田、三島
TEL: 03-5572-6076 Email: prtimes@vectorinc.co.jp

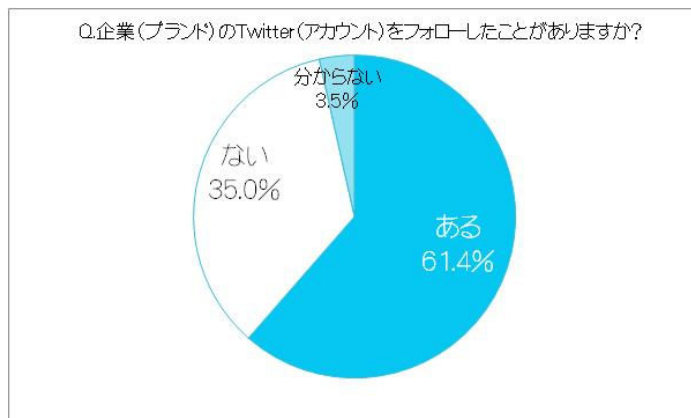
※本リリースをお送りさせて頂いている皆様の個人情報は、株式会社ベクトルの個人情報保護方針に基づいて、厳重に管理させて頂いております。今後、弊社からのニュースリリースの配信を希望されない方は、恐れ入りますが privacy@vectorinc.co.jp までご連絡をお願い致します。

PRESS RELEASE

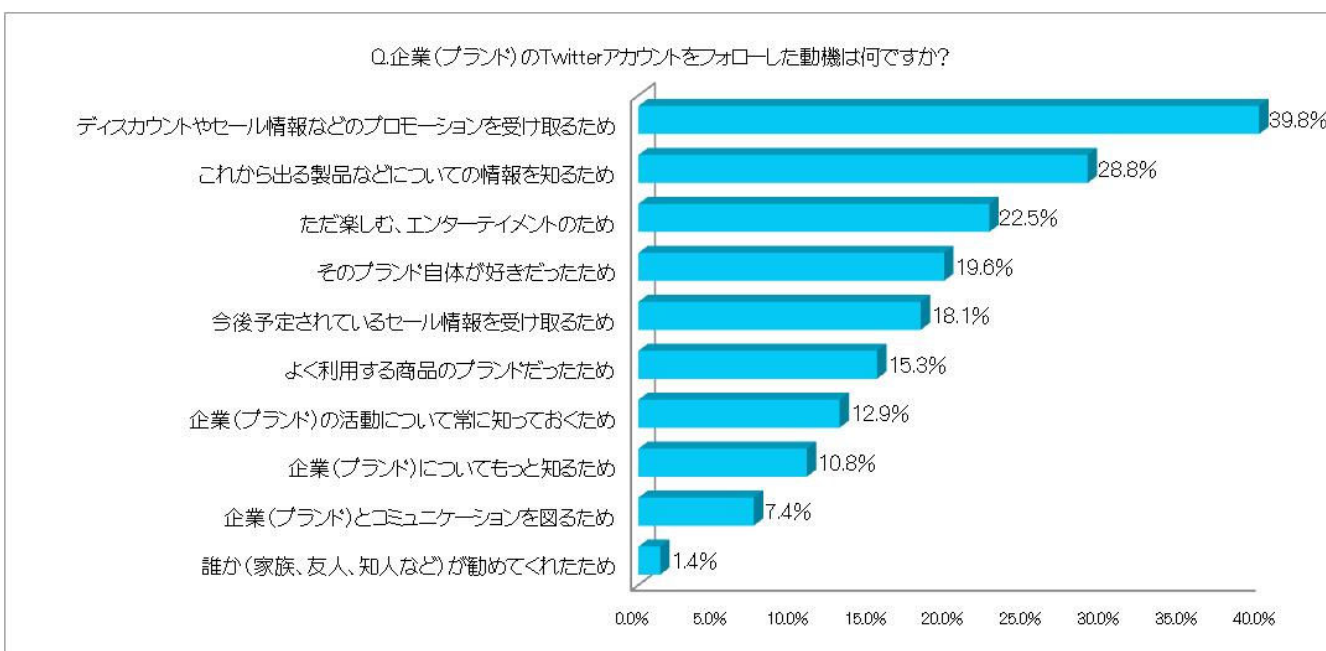
① 企業 Twitter をフォローしたことがある Twitter ユーザーは、61.4%

企業(ブランド)の Twitter をフォローしたことがあるか聞いたところ、61.4%がファンになったことが「ある」と回答しました。

* PR TIMES による Facebook ユーザーを対象とした別調査(n=598)では、企業(ブランド)運営の Facebook ページのファンになったことがあるか聞いたところ、51.7%がファンになったことが「ある」と回答しました。



② フォローした最も大きな動機「ディスカウントやセール情報を受け取るため」 39.8%

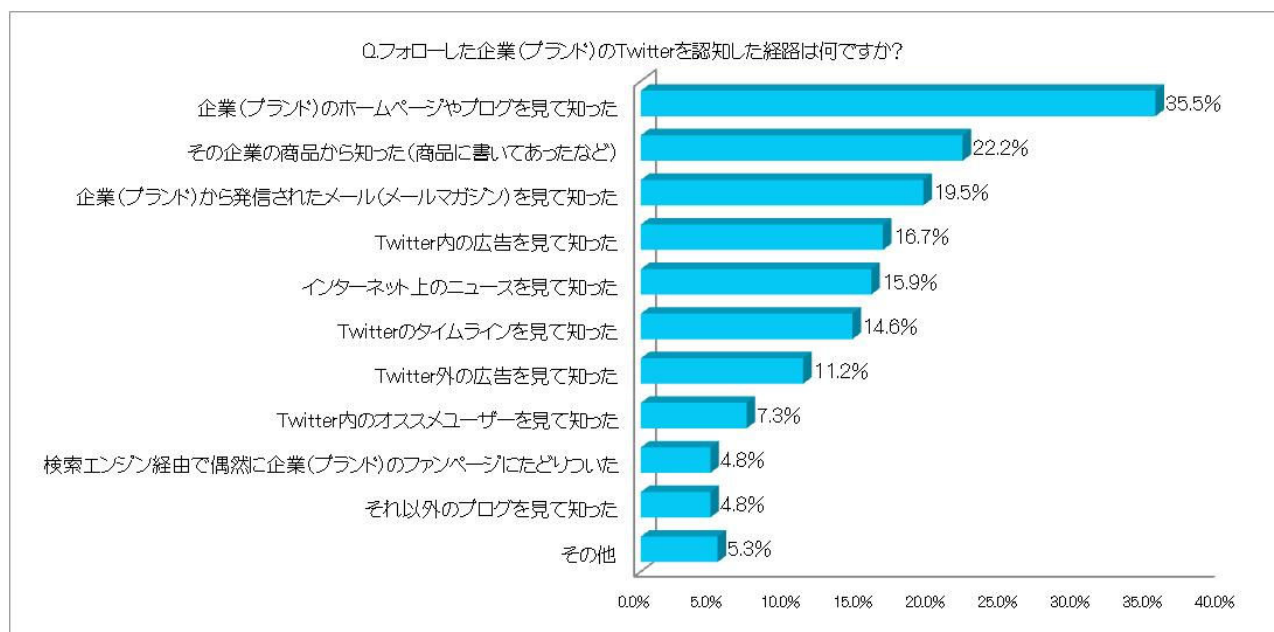


企業(ブランド)の Twitter をフォローしたことがあるユーザーを対象に、フォローした動機について聞いたところ、回答者 910 名中、約 4 割(39.8%)のユーザーが「ディスカウントやセール情報を受け取るため」と回答しました。続いて票を集めた回答は、「これから出る製品などについての情報を知るため」(28.8%)、「ただ楽しむ、エンターテインメントのため」(22.5%)、でした。

一方、「企業についてもっと知るため」(10.8%)、「企業とコミュニケーションを図るため」(7.4%)という動機は比較的小数となりました。

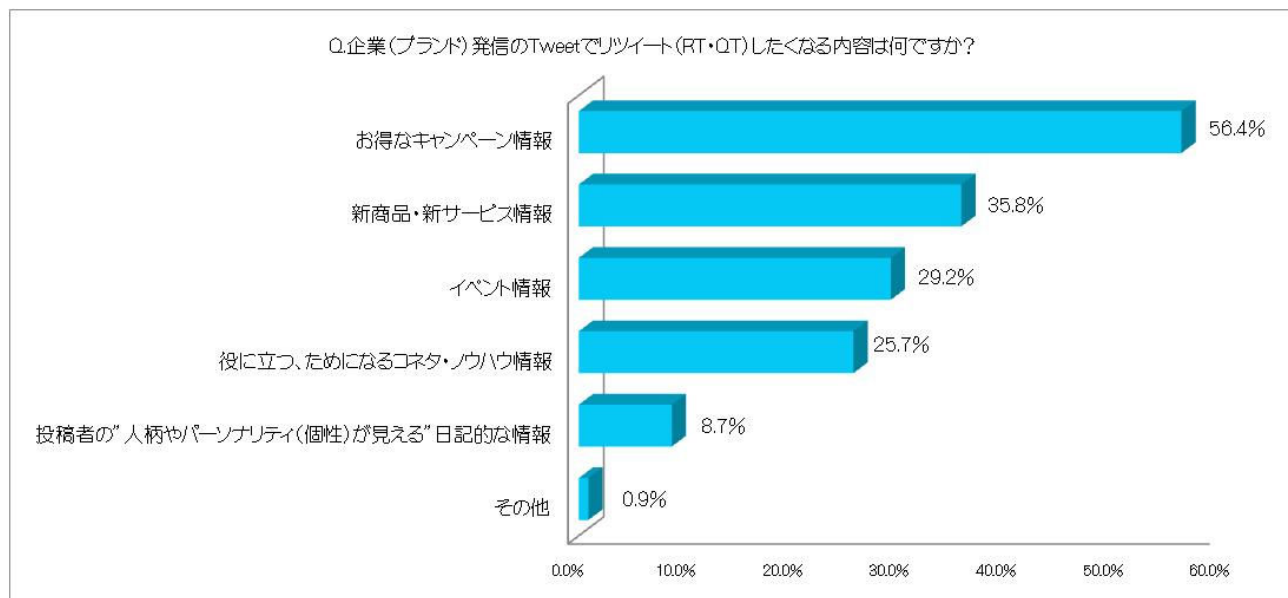
PRESS RELEASE

③ フォローした企業の Twitter を認知した経路、「企業のホームページやブログを見て知った」35.5%



フォローした企業(ブランド)の Twitter を認知した経路について聞いたところ、「企業のホームページやブログを見て知った」と回答した人が 35.5%で 1 位となりました。続いて 2 位、3 位が「その企業の商品から知った」(22.2%)、「企業から発信されたメールを見て知った」(19.5%)という結果となり、企業の Twitter アカウントを認知する経路として、企業発信の各種メディアが大きな役割を占めていることが伺える結果となりました。

④ 企業発信の Tweet でリツイート(RT・QT)したくなるのは、「お得なキャンペーン情報」56.4%



企業(ブランド)発信の Tweet でリツイート(RT・QT)したくなる内容について聞いたところ、56.4%のユーザーが「お得なキャンペーン情報」と回答しました。2 位以降は、「新商品・新サービス情報」、「イベント情報」、「役に立つ、ためになるコネタ・ノウハウ情報」が続きました。

PRESS RELEASE

一方、「投稿者の人柄やパーソナリティ(個性)が見える日記的な情報」は、わずか 8.7%という結果になり、ユーザーにとっては具体的な便益が明示されている Tweet が、周囲に伝えたいくなる(リツイートしたくなる)企業発の Tweet である様子が伺える結果となりました。

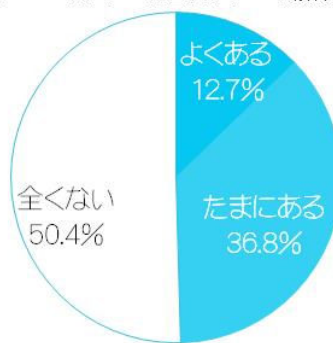
⑤ 企業 Twitter をフォロー解除したことがある人は、約半数。その理由は、「退屈な内容が続いたため」が 1 位

企業(ブランド)の Twitter で、フォローした後に解除したことがあるか聞いたところ、49.6%が「ある」と回答しました。

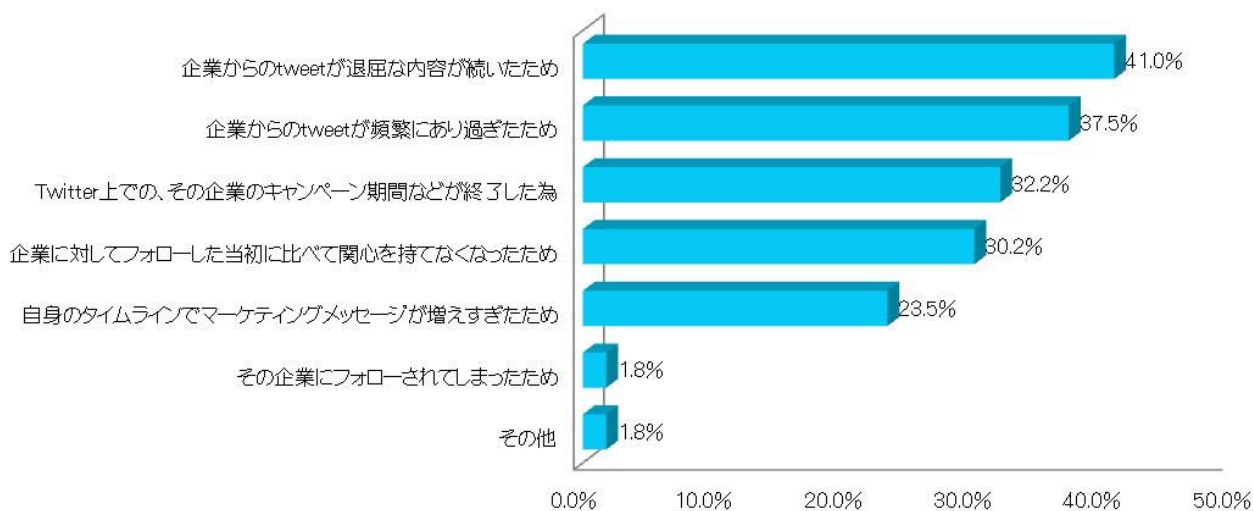
その理由を聞いたところ、「企業からの Tweet が退屈な内容が続いたため」(41%)、「企業からの Tweet が頻繁にあり過ぎたため」(37.5%)という回答が数多く票を集めました。

* PR TIMES による Facebook ユーザーを対象とした別調査(n=598)では、企業(ブランド)運営の Facebook ページで、ファンになった後に解除した(unlike した)ことがあるか聞いたところ、19.4%が「ある」と回答しました。

Q.企業(ブランド)のTwitterをフォローしたが、フォローを解除したことはありますか？



Q.フォローを解除した理由は何ですか？



以上

調査結果の詳細は以下ページよりご覧いただけます。