

各位

2016年10月13日

会社名 株式会社ラクーン

代表者名 代表取締役社長 小方 功

(証券コード：3031 東証第一部)



＜小売店のSNS利用に関する調査報告＞

## 約7割の小売店が、SNS利用によって来客促進効果を実感！一番利用が多いSNSは「Facebook」

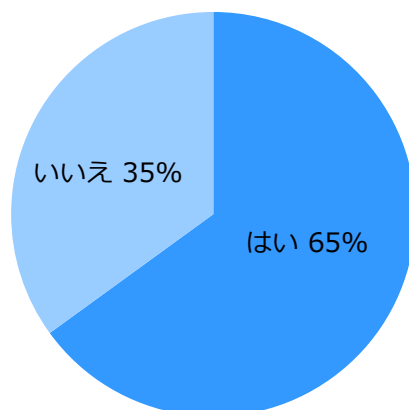
株式会社ラクーン（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小方功）が運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」は、会員小売店を対象に、SNS利用に関する独自調査を行いました。約7割の小売店が、SNSを利用することで来客促進に効果を感じている結果となりました。

### ■調査結果のポイント

1. 小売店が利用しているSNSで一番多いのは「Facebook」で59%、次いで「ブログ」が44%。全体の52%が複数のSNSを利用している状況。
2. SNSの利用に「効果を感じている」小売店は、「効果を感じていない」小売店と比べて更新頻度が高く、週2～3回更新が31%、1日に1回更新が26%、1日に複数回更新する小売店も11%という結果となった。
3. 70%の小売店が「商品の宣伝」を目的に利用。SNSを周知する方法としては、「来店時に声かけ」をする小売店が多く、「自社のホームページやネットショップからの誘導」にも力を入れている。

### ■SNS利用による来客数への影響

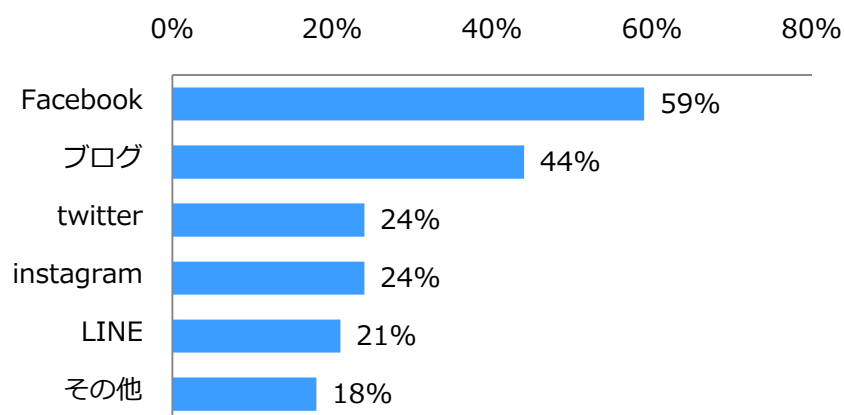
【設問1】SNSを利用したことで来客数は増えたと感じますか？（有効回答数：241）



小売店の65%が、「来客数が増えたと感じる」と回答しています。また、来客数に影響がない場合でも、「問い合わせが増えた」「リピート率が向上」「客単価があがった」など別の効果を感じている小売店も含めると、**71%の小売店が何らかの来店促進効果を感じている結果となりました。**

## ■ 利用している SNS

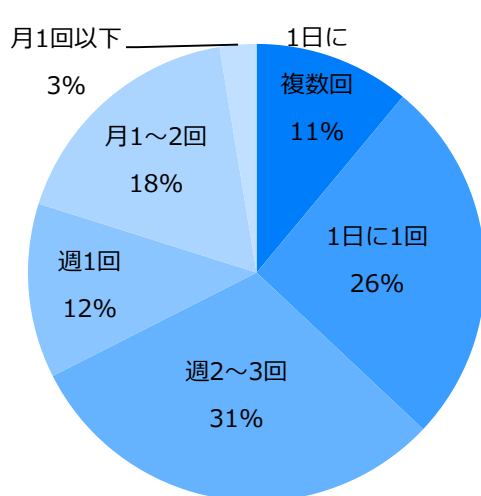
【設問2】集客や店舗運営のために利用している SNS を選択してください (有効回答数: 246)



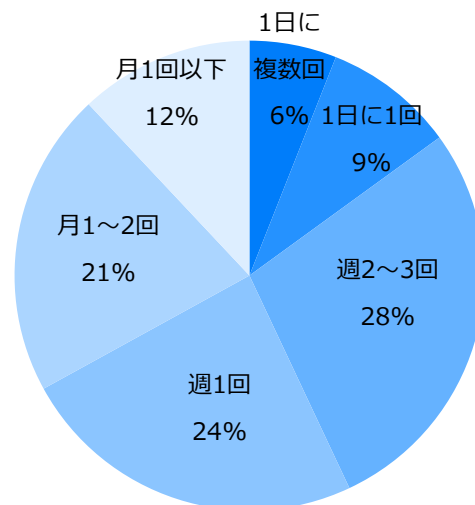
小売店が利用している SNS で一番多いのは Facebook (59%)、次いでブログ (44%)、twitter と Instagram (ともに 24%) という結果になりました。回答のあった小売店のうち、**52%が複数の SNS を併用して使っていることがわかりました。**

## ■ 更新頻度

【設問3】 SNS の更新頻度は平均してどのくらいですか？



A. 来客数が増加と回答した小売店  
(有効回答数: 154)



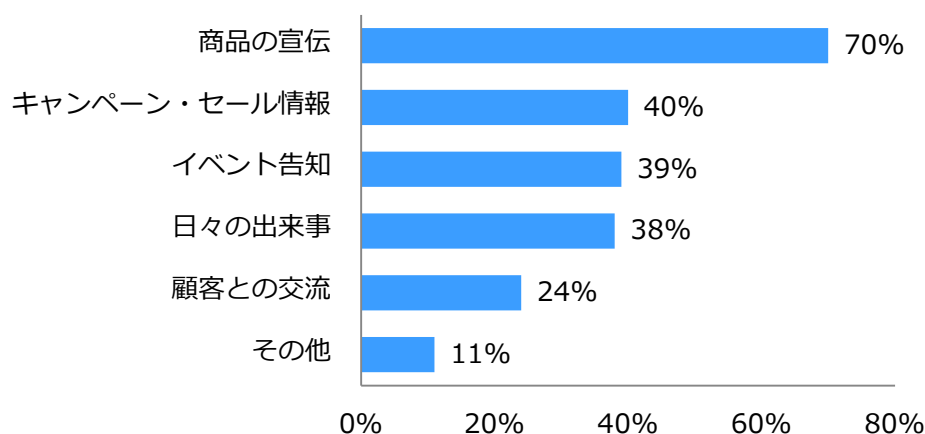
B. 来客数は増加していないと回答した小売店  
(有効回答数: 80)

更新頻度については、来客数増加に効果を「感じている」小売店では、もっとも多いのが「週2～3回」で31%、次いで「1日に1回」が26%となり、もっとも回数が多い「1日に複数回」の割合は11%でした。

一方で、来客数増加に効果を「感じていない」小売店は、「週2～3回」が28%、「週1回」が24%、次いで「月1～2回」が21%となっており「1日に1回」は9%、「1日に複数回」においては6%と、**来客増加の店舗と比べて1日あたりの更新が少ない傾向**がみられました。

## ■ 投稿の内容

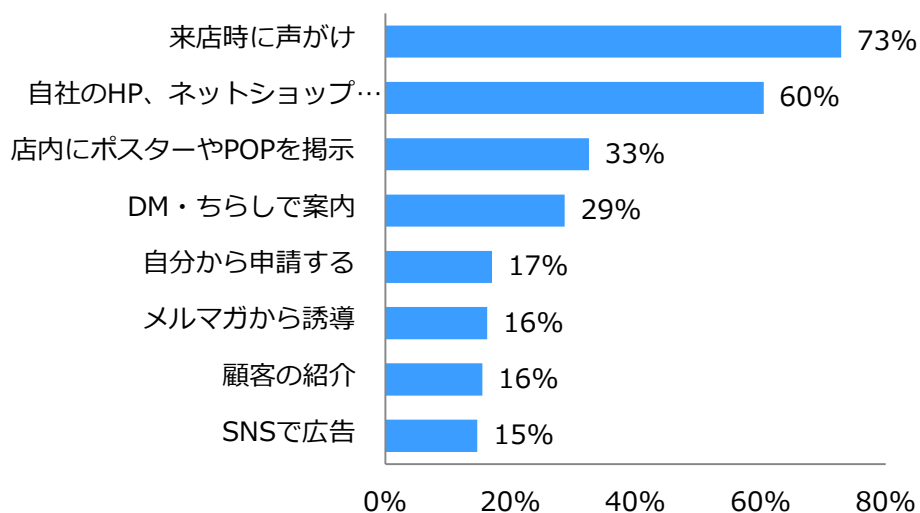
【設問4】主にどのような使い方をしていますか？（有効回答数：246）



利用目的としては、「商品の宣伝」が一番多く70%、「キャンペーン・セール情報」「イベント告知」「日々の出来事」などの情報は約4割の小売店が投稿していると回答しました。

## ■ SNSを周知する手段

【設問5】お客さんにSNSを知ってもらうためにやっていることは？（有効回答数：230）



SNS の告知は、「来店時に声かけ」をしている小売店が 73%、また「自社のホームページやネットショップからの誘導」が 60%と多い結果となりました。

「自分から申請」や「SNS で広告」をかけるなど SNS 上での施策はあまり取られておらず、既存の宣伝媒体を利用した周知方法が一般的といえそうです。

**【調査概要】**

■調査方法:インターネット調査 ■調査期間:2016年8月24日~9月14日

■調査対象:スーパーデリバリー会員(全国47都道府県の中小小売店) ■有効回答者数:256名

スーパーデリバリーは、優れたサービスを表彰する日本初の表彰制度、第1回日本サービス大賞で『地方創生大臣賞』を受賞しました！



■スーパーデリバリー <http://www.superdelivery.com/>

スーパーデリバリーは、商品を卸したいメーカーと仕入れをしたい小売店が取引できる卸・仕入れサイトです。2002年2月から運営を開始し、商品掲載数は約57万点。メーカーにとっては、地域を超えた全国56,345店舗への販路拡大ツールとして効果を発揮し、小売店にとっては1,146社社の出展企業とインターネットを通して取引でき、仕入先を大幅に拡大することが可能です。メーカーと小売店の取引で発生するコストや手間、リスク等を解消し効率的な取引を実現します。(数字は全て2016年7月末現在)

ra((oon 株式会社ラクーン

代表者 : 代表取締役社長 小方 功  
所在地 : 東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号  
設立 : 1995年9月  
資本金 : 821,382千円(2016年4月末時点)  
株式 : 東京証券取引所市場第一部上場  
証券コード 3031  
URL : <http://www.raccoon.ne.jp/>

**本件に関するお問合せ先**

広報 : 督永(とくなが)・有本  
TEL : 03-5652-1692  
I R : 木村  
TEL : 03-5652-1711