

全国の20歳～69歳の男女632人に聞いた 「ここが難しい、D2C。」

商品のブランド世界観・ストーリー性による差別化の重要性は、多くの人が理解。しかし、29.4%がそもそも商品に世界観やストーリー性がないことに課題を感じている

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年9月2日（木）～2021年9月6日（月）の5日間、全国の20歳～69歳の男女632人を対象に「D2C」をテーマにインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

近年、消費者向けブランド業界におけるD2Cの注目度はますます高まっています。新規でD2C事業を立ち上げた、もしくはまさに今立ち上げを検討されている企業も多いのではないのでしょうか。そこで今回は改めて、D2Cビジネスに実際に関わっている方、またはD2Cビジネスを検討している方に対し、「ブランドの世界観やストーリー」「商品開発」「サイト制作」「集客」それぞれについて課題を感じていること等をお聞きしました。是非今後のマーケティング活動の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20歳～69歳の男女で、D2Cビジネスに実際に関わっている方、またはD2Cビジネスを検討している方
3. 有効回答数：632名
4. 調査実施日：2021年9月2日（木）～2021年9月6日（月）

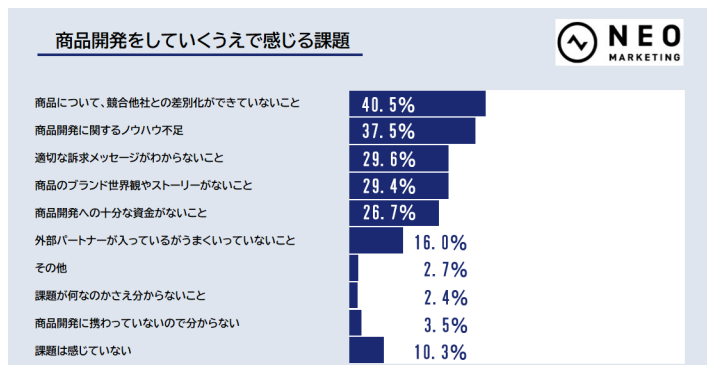
◆「ここが難しい、D2C。」主な質問と回答

◆商品開発をしていくうえでどのようにして他社との差別化を図ろうとしているか：「商品の機能面（配合成分等）での差別化」「商品のブランド世界観やストーリー性での差別化」がどちらも約60%で並んだ

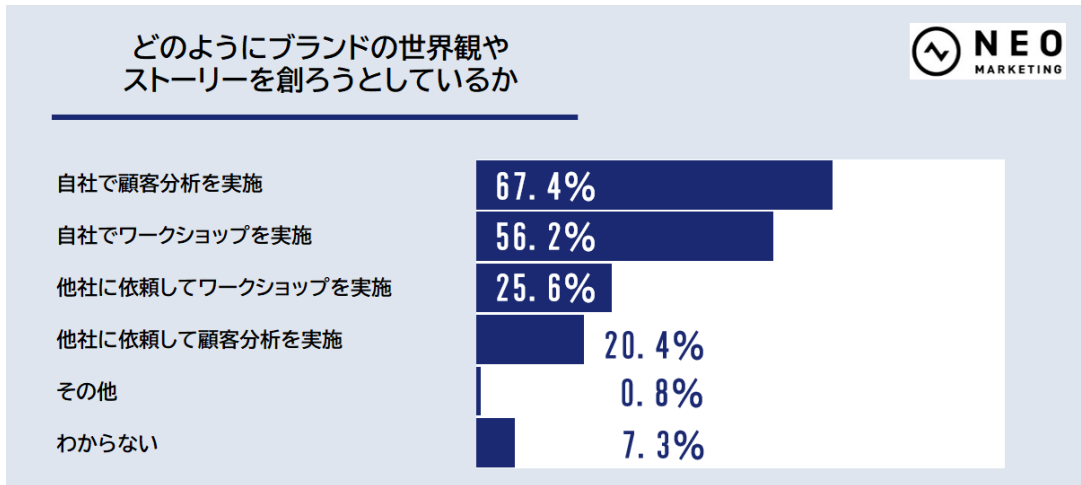
ブランドにとって、世界観やストーリーといった共感を呼ぶ要素・自分ごと化できる背景を上げることが、商品機能の差別化と同程度に重要であるという認識自体は浸透していることが分かる。

◆商品開発をしていくうえで課題を感じていることは：29.4%がそもそも商品に世界観やストーリー性がないことに課題を感じている

設問【商品開発においてどのように差別化を図ろうとしているか】では、「商品の機能面（配合成分等）」「商品のブランド世界観やストーリー性」を用いた差別化が、共に約60%と多くの回答を集めた。しかし一方で、商品開発において感じる課題として29.4%が「商品のブランド世界観やストーリーがないこと」と回答した。世界観やストーリーによる差別化の重要性は理解しつつも、なかなか実践できている方は少ないのかもしれない。



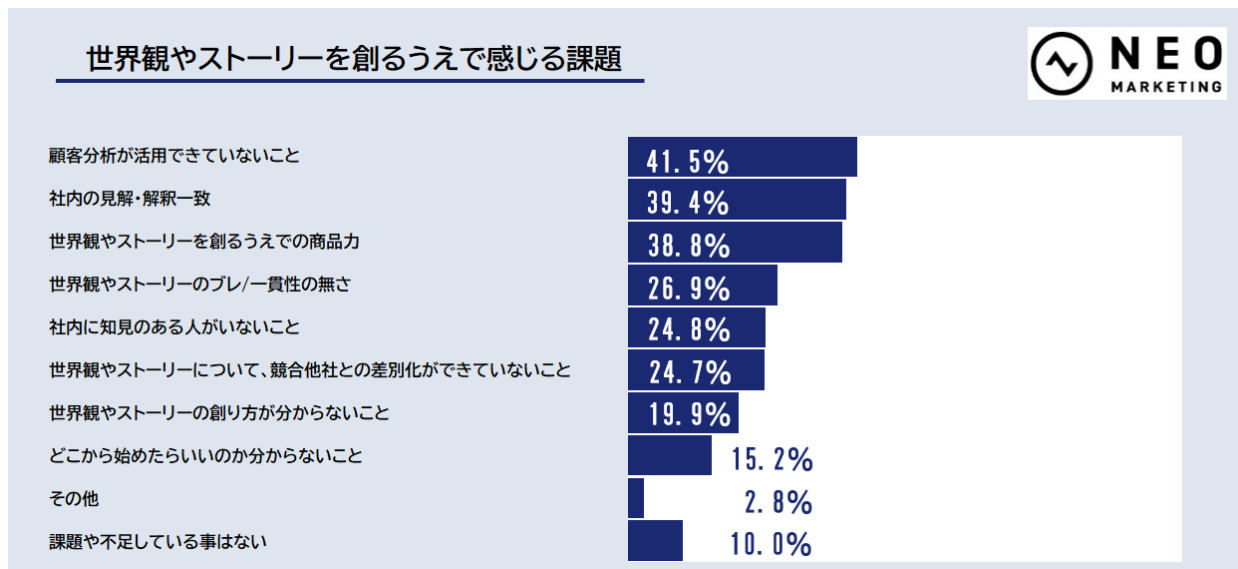
どのようにブランドの世界観やストーリーを創ろうとしているか



どのようにブランドの世界観やストーリーを創ろうとしているか・どのように創ったかお聞きしました。

「自社で顧客分析を実施」は67.4%となり、世界観やストーリーづくりには自社での顧客分析が最もメジャーであることが分かりました。

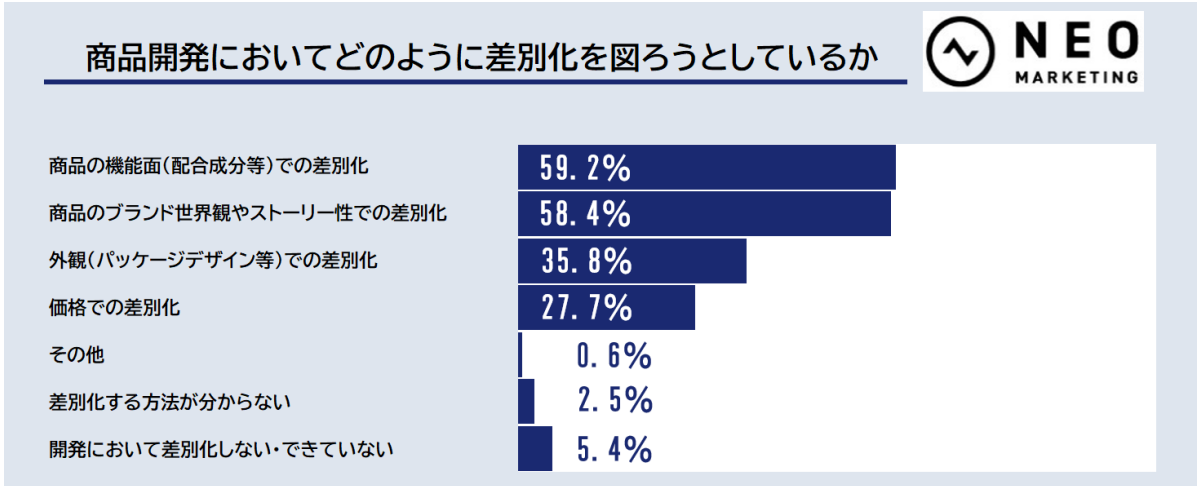
世界観やストーリーを創るうえで感じる課題



ブランドの世界観やストーリーを創るうえで課題に感じていることをお聞きしました。前掲した設問【どのようにブランドの世界観やストーリーを創ろうとしているか】では、自社で顧客分析をされている割合が最も多くなりましたが、挙がってくる課題は「顧客分析が活用できていないこと」がトップでした。

また「社内の見解・解釈一致」に課題を感じている方も、トップとわずかな差で 39.4%となりました。社内の見解・解釈一致のためにはワークショップが適していますが、ノウハウが必要とされるワークショップを社内だけで実施するのはやはり難しいのかもしれない。

商品開発においてどのように差別化を図ろうとしているか

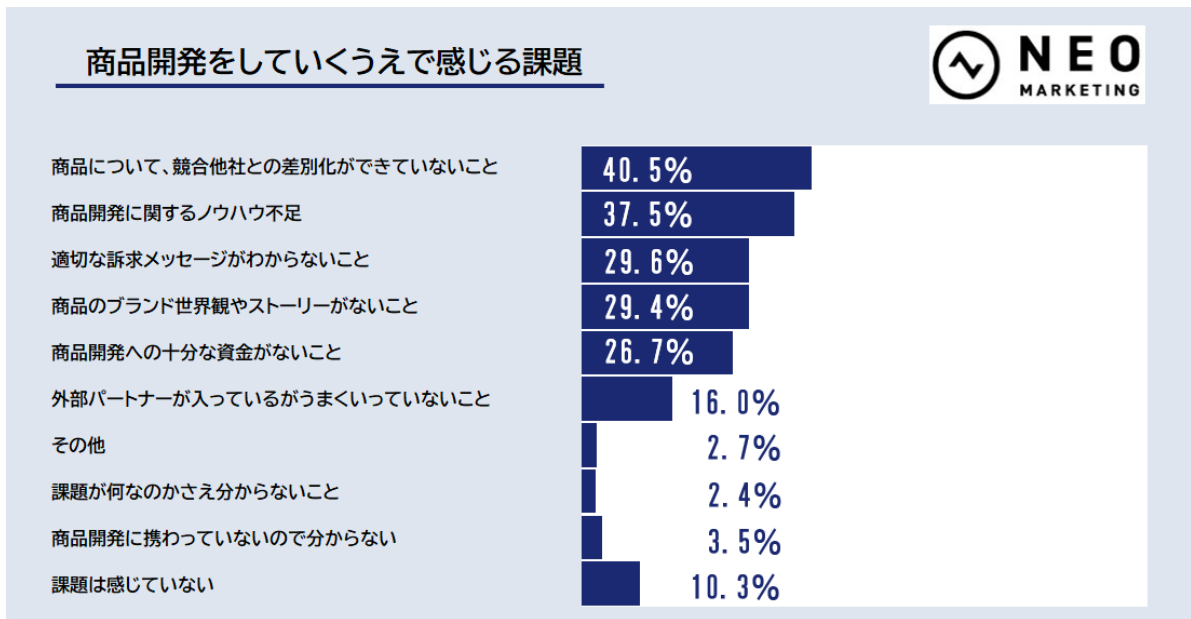


商品開発をしていくうえでどのようにして他社との差別化を図ろうとしているかお聞きしました。

「商品の機能面（配合成分等）での差別化」と「商品のブランド世界観やストーリー性での差別化」がどちらも約 60%の割合で並びました。

ブランドにとって、世界観やストーリーといった共感と呼ぶ要素・自分ごと化できる背景を作り上げることが、商品機能の差別化と同程度に重要であるという認識自体は浸透していることが分かります。

商品開発をしていくうえで感じる課題



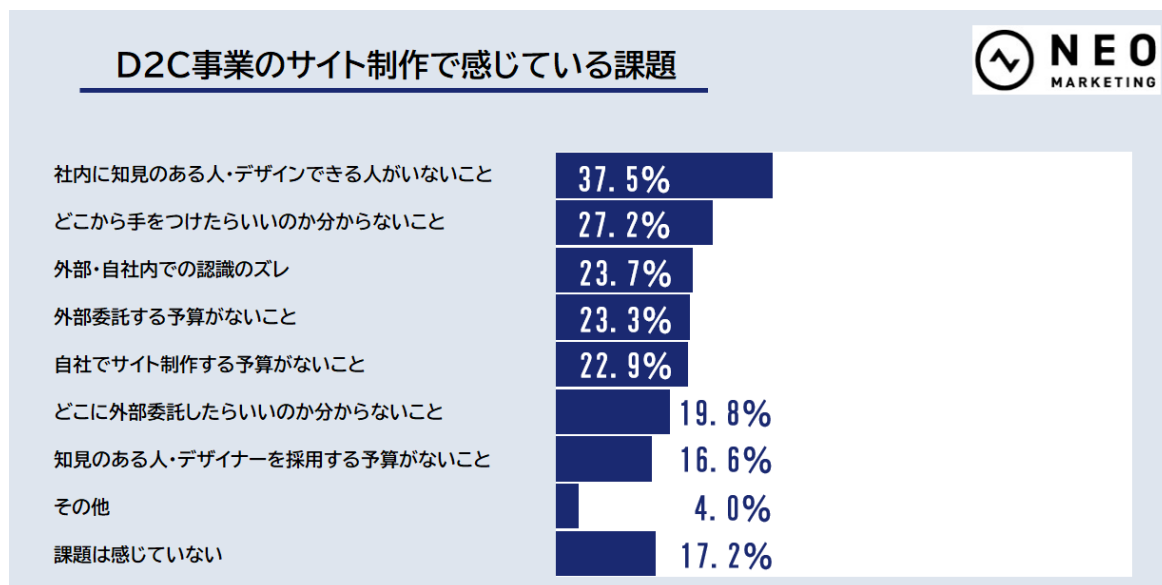
商品開発をしていくうえで課題に感じていることについてお聞きしました。

「商品について、競合他社との差別化ができていないこと」が最も多く、40.5%でした。

前掲した設問【商品開発においてどのように差別化を図ろうとしているか】では、「商品の機能面（配合成分等）」「商品のブランド世界観やストーリー性」を用いた差別化が、共に約60%と多くの回答を集めました。本設問の結果を見ると、それらを用いた差別化が上手くいっていないと感じている方が多いことが分かります。

一方で、「商品開発に関するノウハウ不足」は37.5%と2番目に多い割合となりました。訴求メッセージや世界観等を課題に感じてはいるものの、そもそもノウハウ不足に悩む方が多いことが分かりました。

D2C 事業のサイト制作で感じている課題

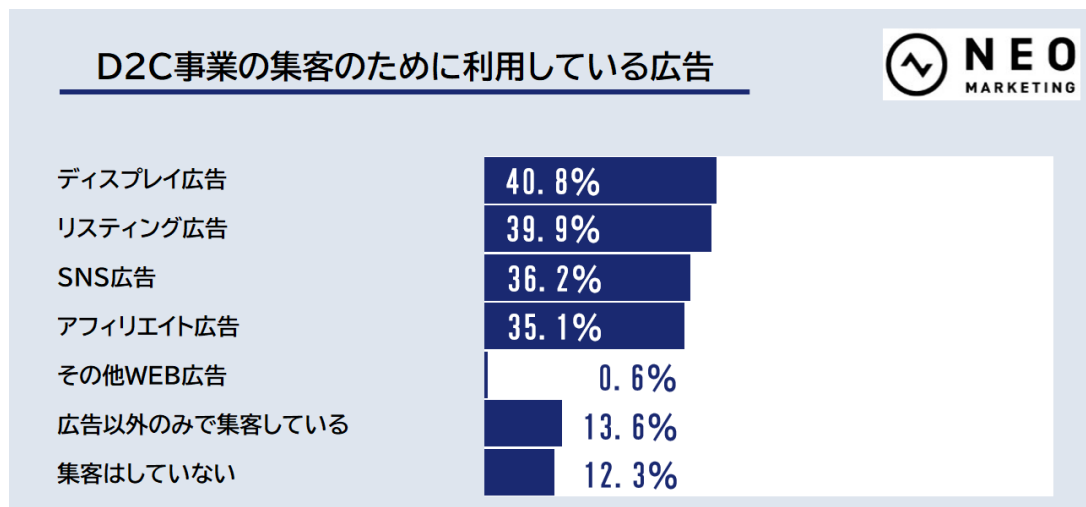


D2C 事業のサイト制作で課題に感じていることについてお聞きしました。

「社内に知見のある人・デザインできる人がいないこと」が37.5%、それに次いで「どこから手をつけたらいいのかわからないこと」が27.2%となりました。

現状、D2C ビジネスに実際に関わっている方、またはD2C ビジネスを検討している方は、サイト制作部分に関しては未だ進んでいない・リソースが十分に割けていない場合も多いようです。

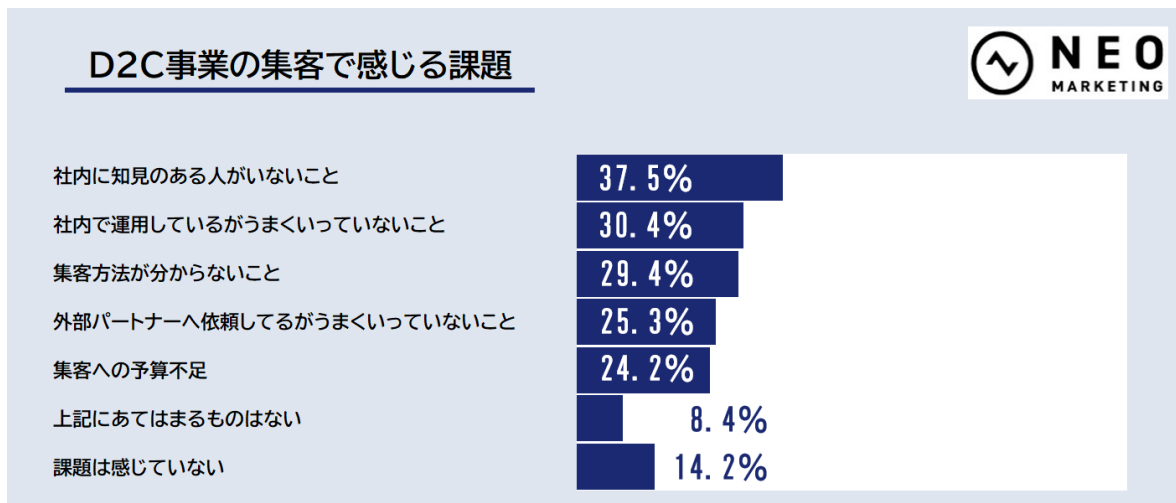
D2C 事業の集客のために利用している広告



D2C 事業の集客のために利用している広告についてお聞きしました。

「ディスプレイ広告」「リスティング広告」が約40%、「SNS広告」「アフィリエイト広告」が30%強となり、このWeb広告の主要4種類は、どれもほぼ均等に利用されていることが分かりました。昨今拡大傾向にある「SNS広告」は36.2%と、アフィリエイト広告の利用率を抜き存在感をみせています。

D2C 事業の集客で感じる課題



D2C 事業の集客で課題に感じていることについてお聞きしました。

「社内に知見のある人がいないこと」が 37.5%、そして「社内で運用しているがうまくいっていないこと」が 30.4%と、社内体制に関する課題が並びました。

「社内で運用しているがうまくいっていないこと」とお答えの方に、どのようにうまくいっていないか自由記述でお聞きすると、D2C 事業が未だ初期段階であるが故の悩み、広告改善における悩みが目立ちました。特に、集客を社内でおこなう場合、広告を出したは良いがどう改善すれば良いか分からない状態に陥る方は多いのかもしれない。

【自由回答の一部抜粋】

- ・新規事業なので手探り状態。部署間での相互協力体制も不十分（32 歳、女性）
- ・専門知識が乏しいため広告の改善が進まず成果も出ない。（58 歳、男性）
- ・実績効果期間が短期ではないことの理解が得られない。長期視点で判断してもらえない（43 歳、男性）
- ・詳しい社員がおらず何から始めて良いかよくわからない状態（64 歳、女性）
- ・メンバーのリテラシーがまだ整っていない。（54 歳、男性）
- ・ある程度知名度は上がってきたが伸びる一押しがなんだか分からない（27 歳、女性）
- ・広告から購買に繋がらない。（48 歳、女性）
- ・新規顧客の定着化やリピート顧客の囲い込みの戦術が CRM との連動で自動化されていないため手間や時間がかかり商機を逸する。（56 歳、男性）

一方で、「外部パートナーへ依頼しているがうまくいっていないこと」を課題に感じる方も 25.3%存在します。どのようにうまくいっていないか自由記述でお聞きすると、「内部の意見集約が足りず外部にうまく伝わっていない」等、集客においてもやはり社内の見解・解釈の不一致に悩まされているという声が挙がりました。

【自由回答の一部抜粋】

- ・コンセプトがしっかりしておらず、外部の依頼先に対し、セールスポイントが伝わっておらず、時間がかかってしまっている。（57 歳、男性）

- ・内部の意見集約が足りず外部にうまく伝わっていないのでチグハグなことが多い。(59歳、女性)
- ・どの顧客層に訴求するかが社内とずれがあること。(40歳、女性)
- ・外部委託した業者が自社の業務内容が理解できず新規顧客が増えない(65歳、男性)
- ・よくわからずにお願ひしたところ、全く成果が上がらなかった。(57歳、男性)
- ・外部委託先の詳細な調査が足りなかったことと、予算不足(57歳、男性)

■この調査のその他の質問

- ・利用している・利用予定のCMS
- ・集客でうまくいっていないこと 等

■この調査で使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>