



# Twitterユーザー利用動向調査

日本国内ユーザーの利用動向について

[調査期間:2011年3月9日~3月14日]

調査結果に関するお問い合わせ窓口

株式会社PR TIMES

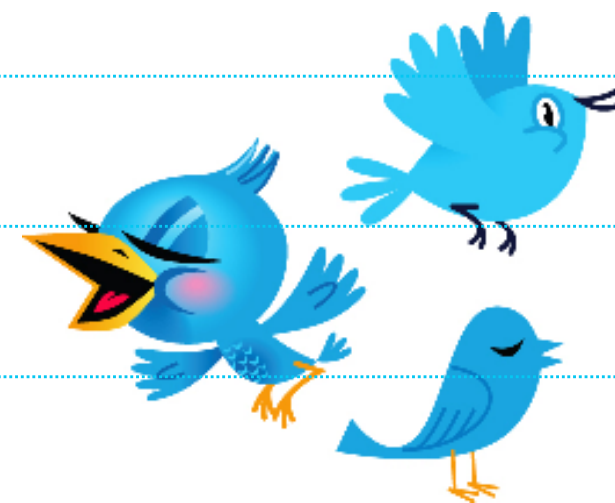
E-MAIL: [prtimes@vectorinc.co.jp](mailto:prtimes@vectorinc.co.jp)

TEL : 03-5572-6076

# PR TIMES



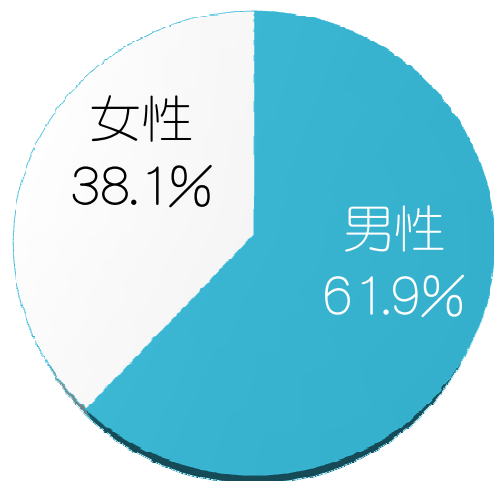
調査主旨	日本国内Twitterユーザーにおける企業運営Twitterアカウントの利用動向を明らかにする
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査
調査地域	全国
調査対象	10代～60代・男女
有効回答数	1,481名
調査期間	2011年3月9日～3月14日
調査機関	DIMSDRIVE



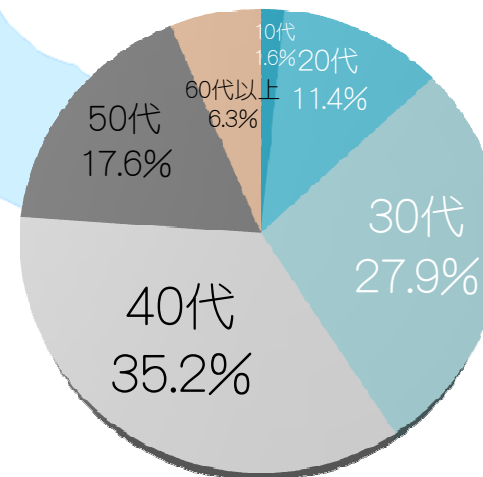


# 調査対象 [属性-1]

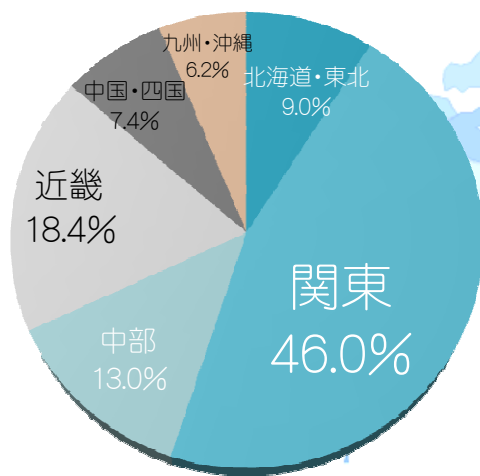
【性別】



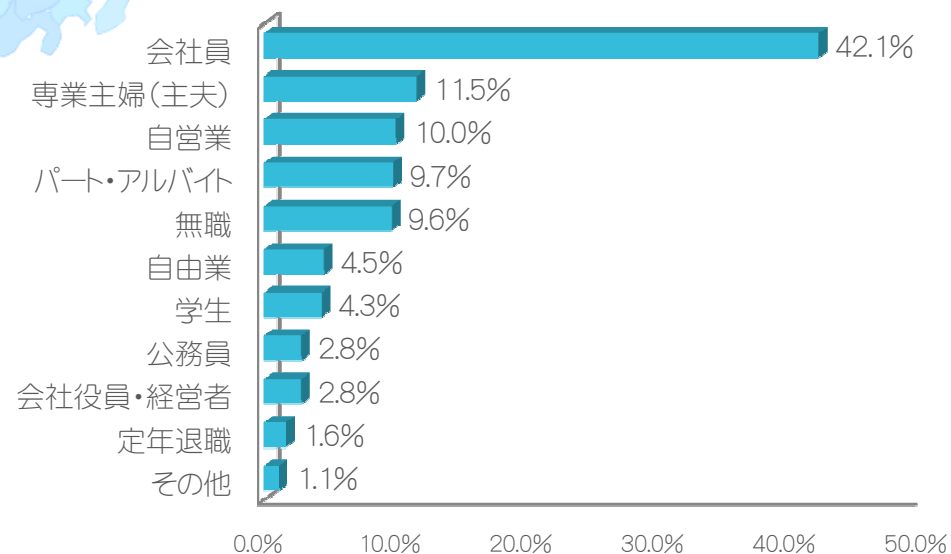
【年代】



【居住地】



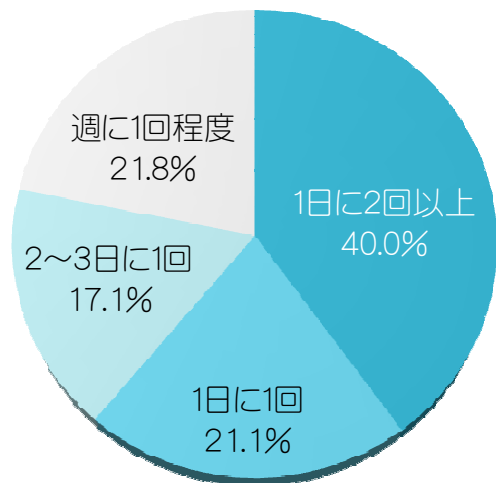
【職業】



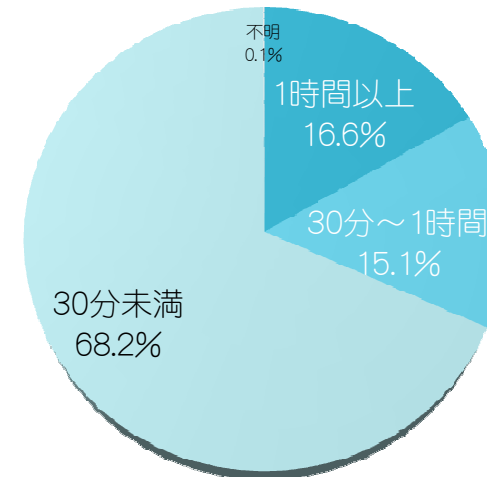


# 調査対象 [属性-2]

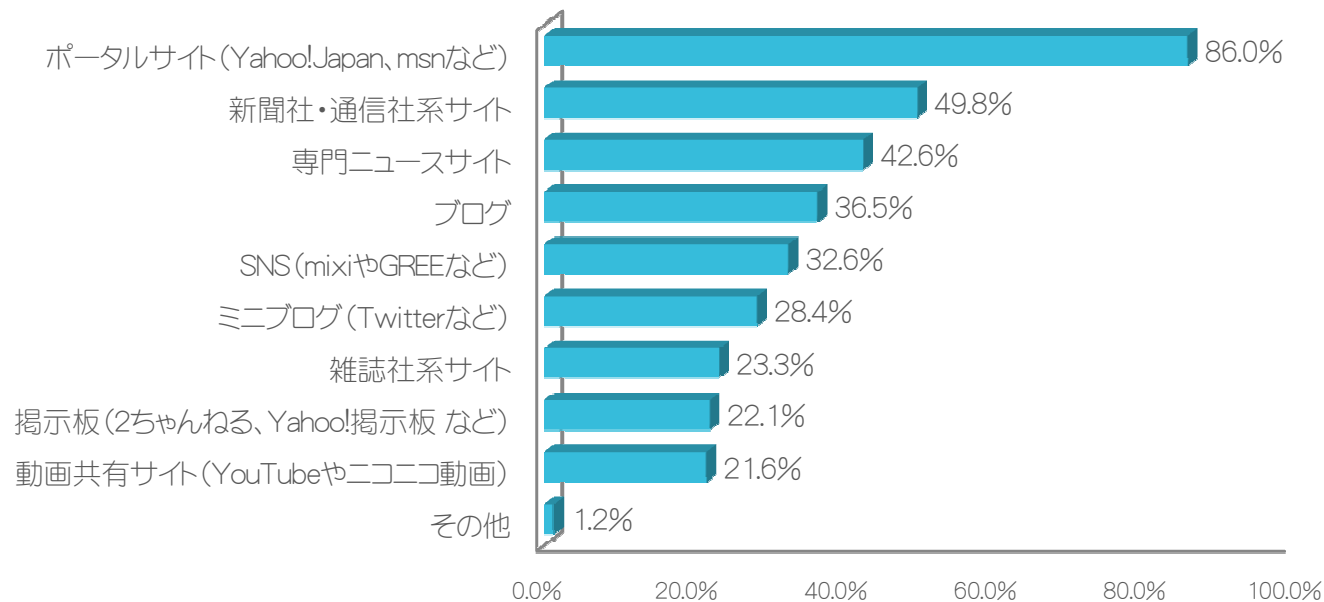
【Twitterの利用頻度】



【Twitterの1日あたりの利用時間】



【インターネットで情報収集する際によく閲覧するサイトは何か?】



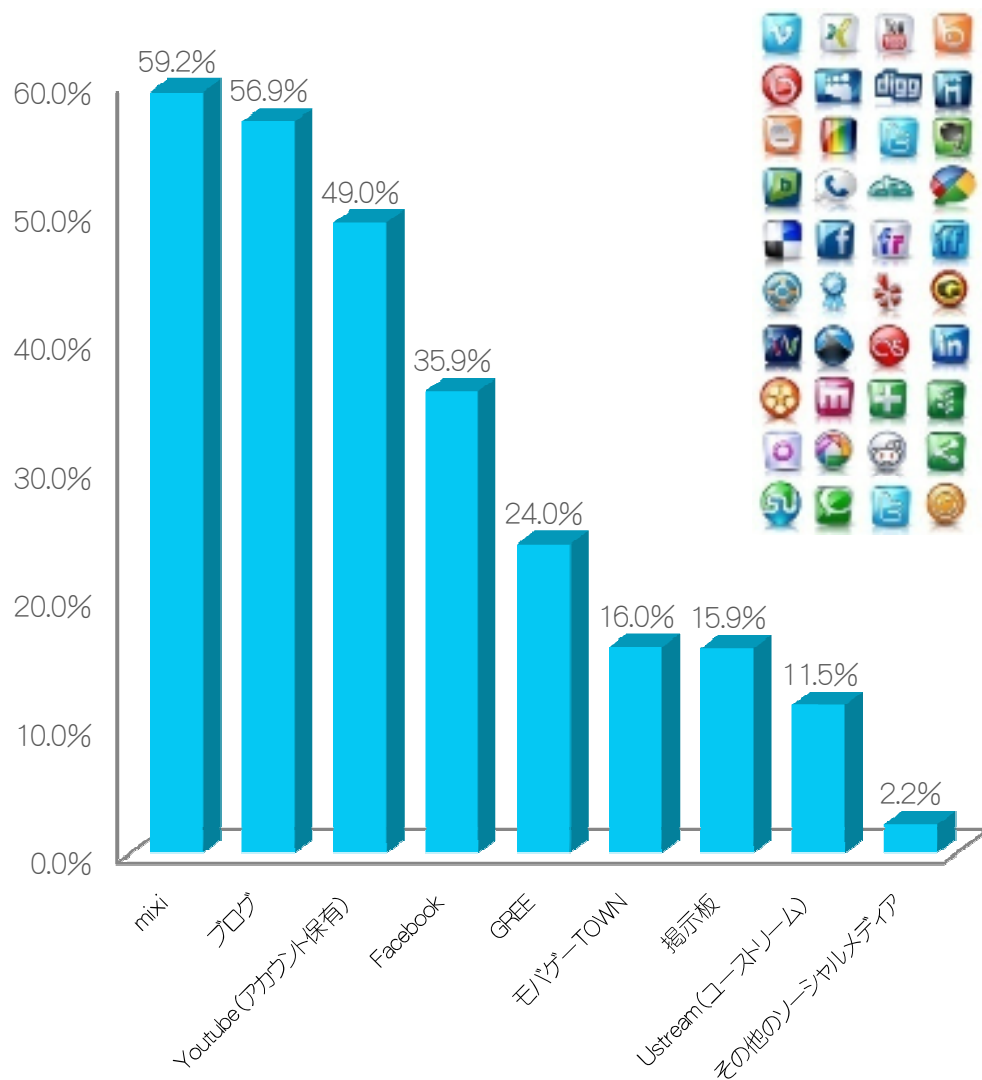
✓ 1日に1回以上利用するユーザーが約半数 (61.1%)

✓ 約7割が1日あたりの利用時間は30分未満

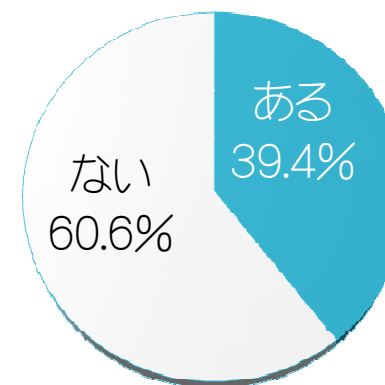


# 調査対象 [属性-3]

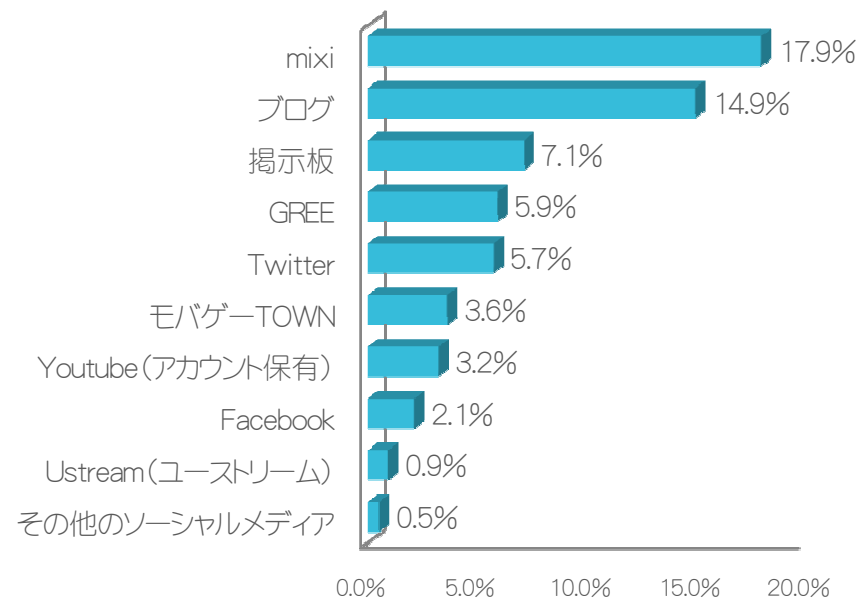
【ソーシャルメディアの利用・併用】



【他のソーシャルメディアを利用するようになり、利用時間の減ったソーシャルメディアはあるか?】



【利用時間の減ったソーシャルメディアは何か?】

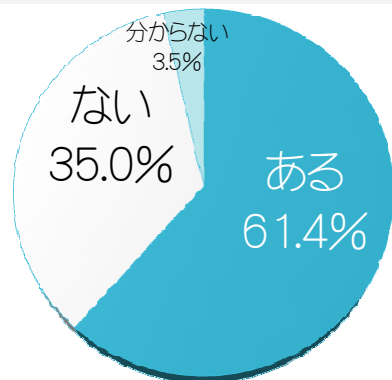


回答者1481名 / n=1810 (複数回答)



# 調査結果 - 企業(ブランド)ファンページの利用動向

【企業(ブランド)のTwitterをフォローしたことはあるか?】



- ✓ 企業のTwitterアカウントをフォローしたことがある人のフォローの動機、第1位は「ディスカウントなどのお得情報を受け取るため」(39.8%)
- ✓ 「企業とのコミュニケーションを図る」ことを目的として、フォローするユーザーはわずか7.4%。

【企業(ブランド)のTwitterをフォローした動機は何か?】

ディスカウントやセール情報などのプロモーションを受け取るため

これから出る製品などについての情報を知るため

ただ楽しむ、エンターテインメントのため

そのブランド自体が好きだったため

今後予定されているセール情報を受け取るため

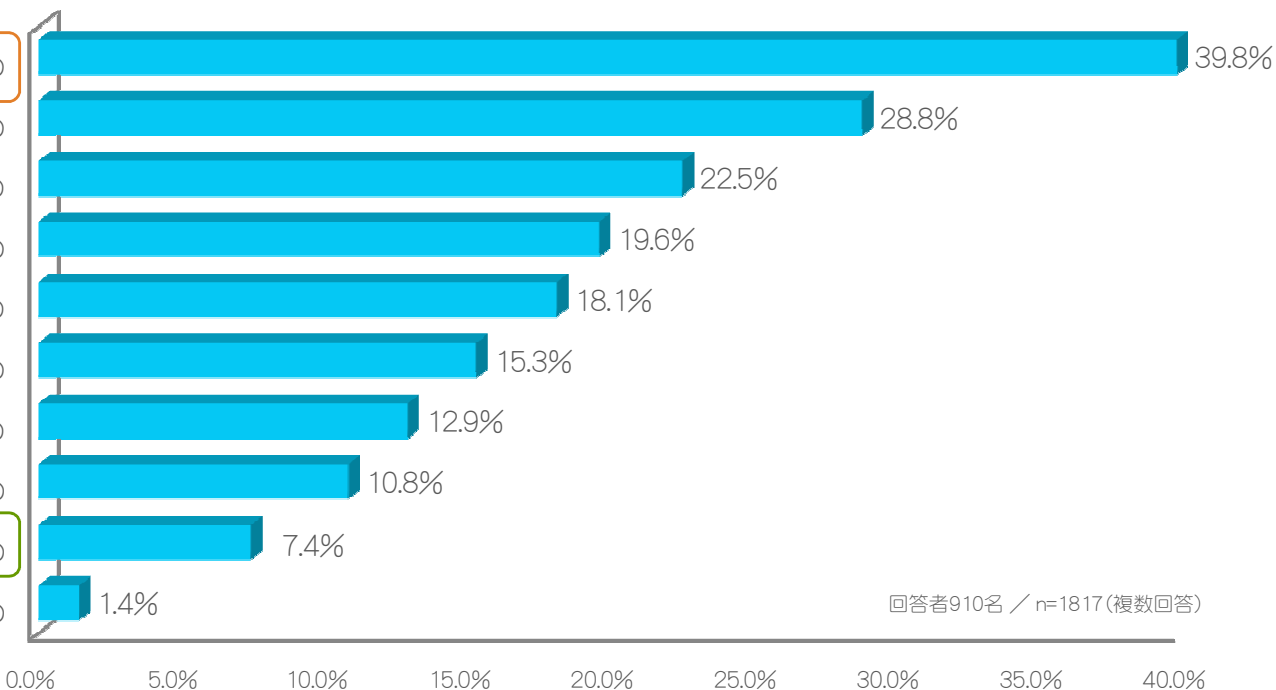
よく利用する商品のブランドだったため

企業(ブランド)の活動について常に知っておくため

企業(ブランド)についてもっと知るため

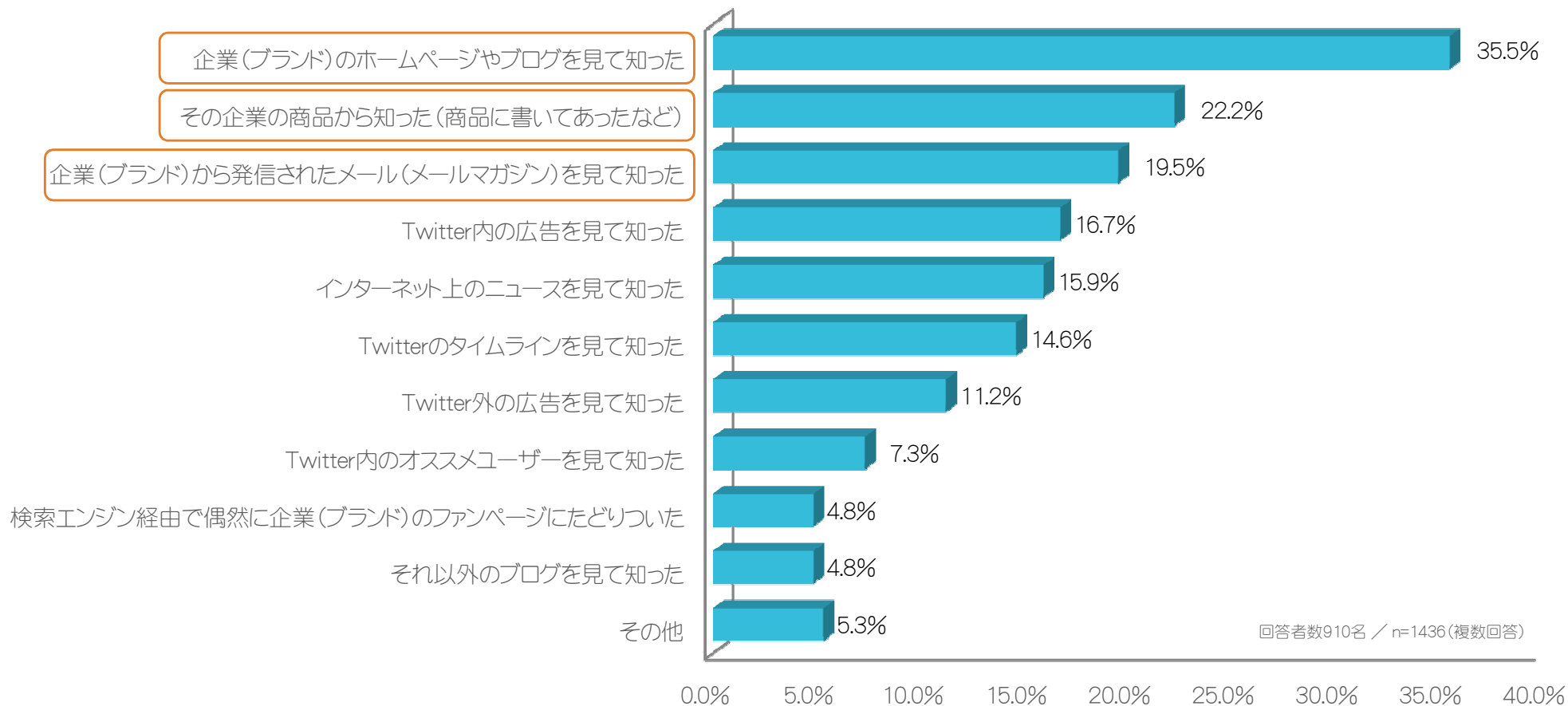
企業(ブランド)とコミュニケーションを図るため

誰か(家族、友人、知人など)が勧めてくれたため





## 【フォローした企業(ブランド)のTwitterを認知した経路は何か?】

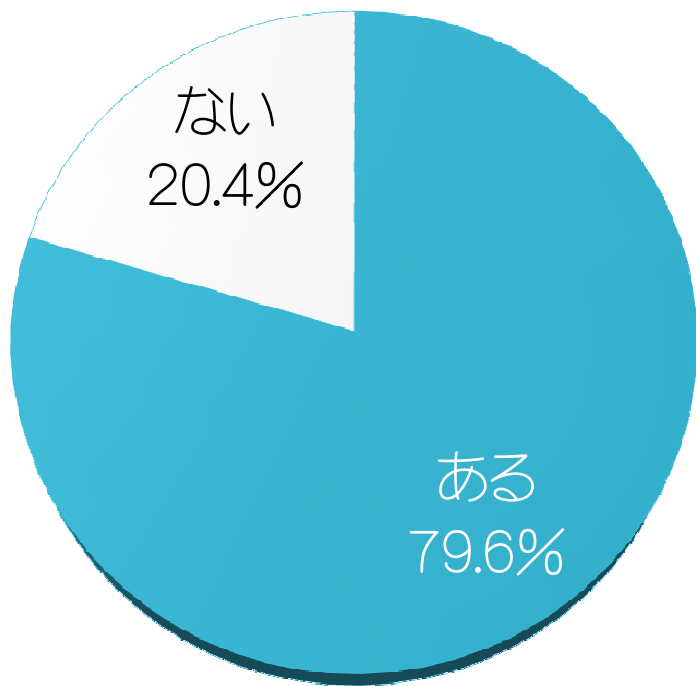


✓ 認知経路は、「企業のホームページやブログを見て知った」と回答した人が35.5%で1位。2位、3位が「その企業の商品から知った」、「企業から発信されたメールを見て知った」が続き、企業のTwitterアカウントを認知する経路として、企業発信の各種メディアが大きな役割を占めていることが伺える結果になりました。



# 調査結果 - 企業(ブランド)ファンページの利用動向

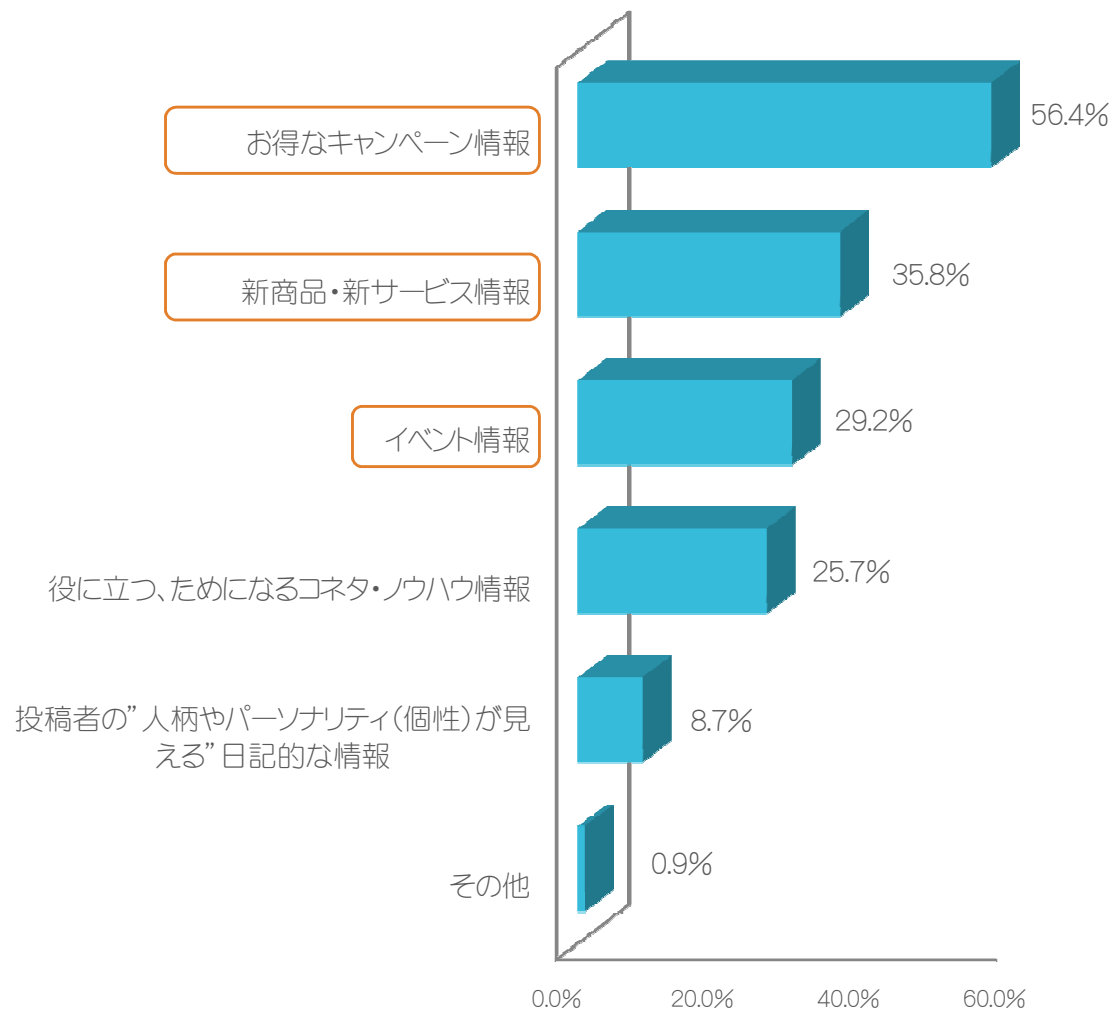
【企業(ブランド)発信のTweetでリツイート(RT・QT)したくなることはあるか?】



回答者数910名

✓ 企業発のTweetでRT・QTしたくなる内容は「お得なキャンペーン情報」が最も多く56.4%。続いて「新商品・新サービス情報」、「イベント情報」と続く。

【企業(ブランド)発信のTweetでリツイート(RT・QT)したくなるのはどんな内容か?】



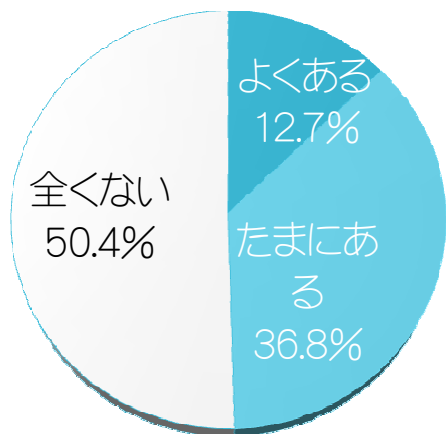
回答者数724名 / n=1426(複数回答)





# 調査結果 - 企業(ブランド)ファンページの利用動向

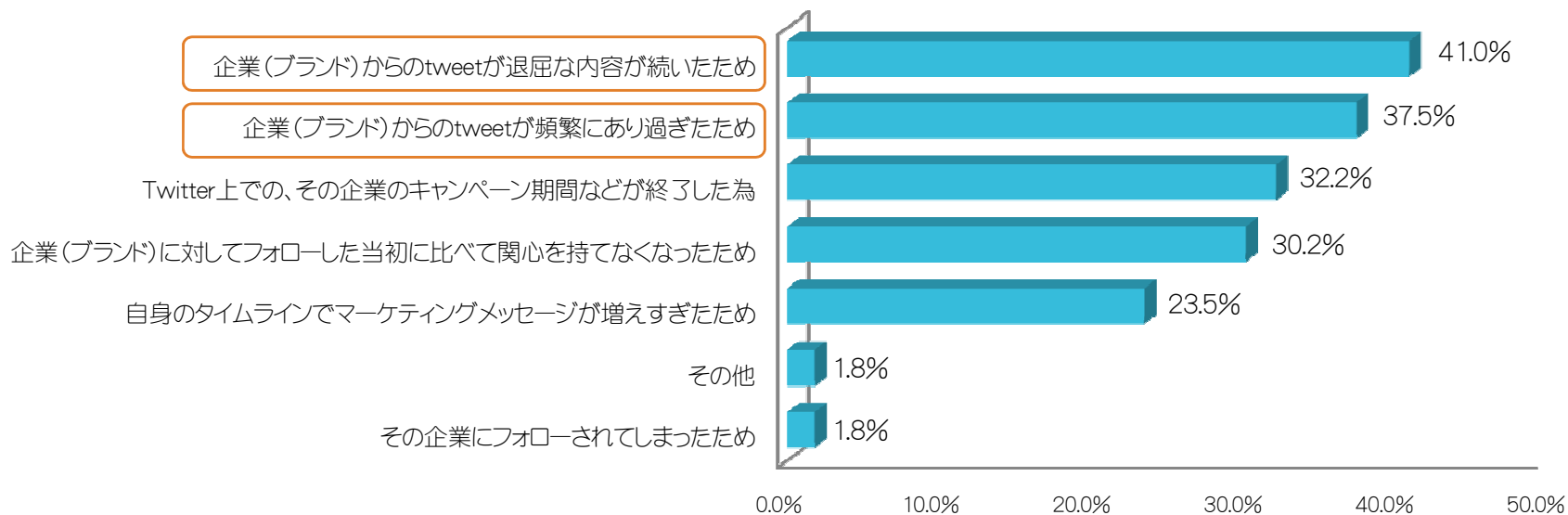
【企業(ブランド)のTwitterをフォローしたが、フォローを解除したことはあるか?】



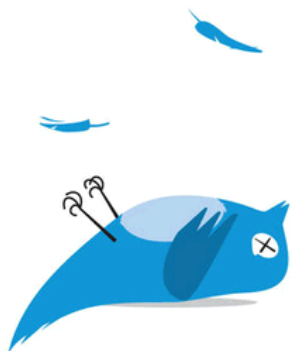
回答者数910名

- ✓ 企業のTwitterアカウントのフォローを解除したことがあると回答した人は、約半数。
- ✓ フォローを解除した理由の上位は、「企業からのtweetが退屈な内容が続いたため」(41%)、続いて「企業からのtweetが頻繁にあり過ぎたため」(37.5%)という結果に。

【フォローを解除した理由は何か?】



回答者数451名 / n=757(複数回答)





(お問い合わせ窓口)

株式会社PR TIMES

E-MAIL: [prtimes@vectorinc.co.jp](mailto:prtimes@vectorinc.co.jp)

TEL: 03-5572-6076



(PR TIMESの関連資料)

- ソーシャルメディアユーザー利用動向調査

<http://www.slideshare.net/prtimes/facebook-2011330>



- Facebookユーザー利用動向調査

<http://www.slideshare.net/prtimes/2011413>



- Facebook Opening PR サービス案内

<http://prtimes.co.jp/wp-content/uploads/2011/03/Facebook-opening-PRサービス案内-公開用.ppt>

