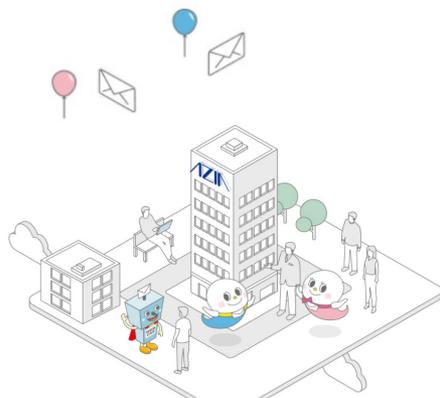




【調査レポート】1,110人の生活者に聞いた 企業に求める情報発信とコミュニケーション方法

2021年5月発表



株式会社エイジア





調査背景

企業と生活者とのコミュニケーション手段は、直売店や訪問、電話、街頭広告、ちらし配布に始まり、1990年代のインターネットの普及によって、電子メールやチャット、Webサイト（ホームページ）、ソーシャルメディア、近年のスマートフォン普及によって台頭したアプリケーション（アプリ）など、多岐にわたって発展してきました。

総務省の「令和2年版情報通信白書」（※1）では、2020年に利用者が増加傾向にある「ソーシャルメディア」が、全年代の休日の行為者率（※2）において、初めて「メール」を上回ったことを報告しています。一方、「メール」の行為者率は、**40代以降については依然として「ソーシャルメディア」の行為者率を上回っており**、特に60代については、平日及び休日ともに、「メール」の平均利用時間及び行為者率が「ソーシャルメディア」を上回るとともに増加傾向にあると発表しています。

このように多様化する企業と生活者のコミュニケーション手段に対して、**生活者はどのようなツールを選択し、どのような目的で情報を取得しているか**などの実態を把握するため、当社は全国の生活者1,110人を対象にインターネットリサーチを実施いたしました。本レポートでは得られた情報をもとに、**企業と生活者の最適なコミュニケーション**について検証いたしました。

（※1）「令和2年版情報通信白書」（総務省）<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd252540.html>

（※2）行為者率：調査日1日あたりの、調査対象者のうち情報行動を行った人の比率。平日については調査日2日間の平均。休日については、調査日の比率。



調査概要

- 内容 企業に求める情報発信とコミュニケーション方法
- 調査主体 株式会社エイジア
- 調査会社 GMOリサーチ株式会社
- 調査方法 当社開発のアンケートシステム「WEBCAS formulator」を活用し、GMOリサーチのモニターでインターネット調査を実施
- 有効回答数 1,110人（性別×年齢の12割付で実施）

年齢	女性	男性	未回答	合計
20～29歳	92	92		184
30～39歳	93	94	1	188
40～49歳	92	93		185
50～59歳	91	91		182
60～69歳	94	94		188
70～79歳	87	79		166
80歳以上	7	10		17
合計	556	553	1	1,110

- 調査期間 2021年4月20日～4月21日の2日間
- エリア 全国47都道府県

※本レポートで公開している情報については、出典元を明記の上ご自由にご利用ください。

出典元：【調査レポート】1,110人の生活者に聞いた「企業に求める情報発信とコミュニケーション方法」/株式会社エイジア



調査結果サマリー

- 「企業の情報を得る最適な手段」は、「企業のWebサイト」が最多（48%）。
ほぼ同率で「メールマガジン」（47%）。
- 「自分の意志を企業に伝える最適な手段」は、
「企業の問い合わせフォーム・代表メールアドレスに連絡」が最多（55%）。
「リアルイベントへの参加」は10%。
- 「企業と何でつながりたいか」は「メールマガジン」が最多（39%）。
「SNS」は17%にとどまる。
- 生活者が企業に求める情報は「興味・関心」（57%）。
ついて「最適なタイミング」（43%）。



1) 企業が生活者に【情報を届ける】ための最適なコミュニケーションツールとは

結果

「企業の情報を得る最適な手段」は、「企業のWebサイト」が最多（48%）。ほぼ同率で「メールマガジン」（47%）。

図1 あなたは企業から情報を受け取る最適な手段（方法）はなんだと思いますか ※複数回答可

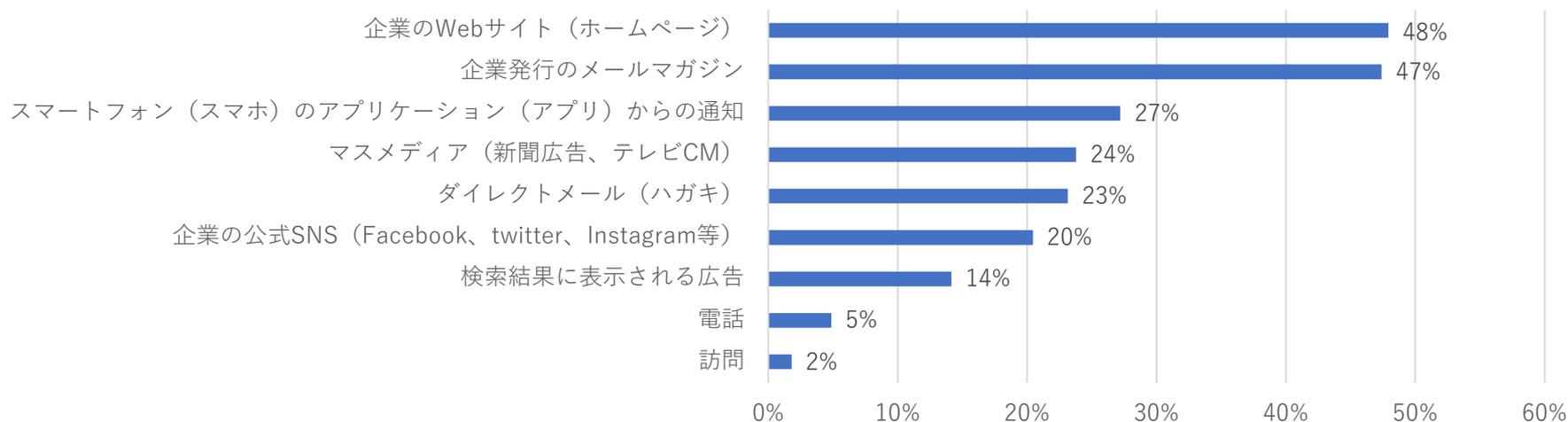


図1が示すとおり、「あなたが企業から情報を受け取る最適な手段は何ですか？」という質問（複数回答可）に対し、48%の人が「企業のWebサイト」、47%の人が「企業発行のメールマガジン」を選択しました。これに対し、ソーシャルメディア（以下SNS）を最適な手段として選択した人は、20%に留まりました。



1) 企業が生活者に【情報を届ける】ための最適なコミュニケーションツールとは

図2 あなたは企業から情報を受け取る最適な手段（方法）はなんだと思いますか【年代別分布】

※複数回答可

年齢	企業のWebサイト（ホームページ）	企業発行のメールマガジン	スマートフォン（スマホ）のアプリケーション（アプリ）からの通知	企業の公式SNS（Facebook、twitter、Instagram等）	検索結果に表示される広告	ダイレクトメール（ハガキ）	マスメディア（新聞広告、テレビCM）	訪問	電話
20～29歳（N=184）	37%	33%	38%	43%	10%	15%	15%	3%	5%
30～39歳（N=188）	42%	39%	38%	28%	18%	17%	19%	3%	4%
40～49歳（N=185）	55%	42%	34%	20%	15%	23%	20%	1%	3%
50～59歳（N=182）	51%	52%	23%	14%	13%	27%	23%	1%	3%
60～69歳（N=188）	53%	59%	17%	11%	18%	29%	33%	1%	4%
70～79歳（N=166）	49%	61%	12%	7%	13%	29%	33%	3%	10%
80歳以上（N=17）	53%	47%	24%	12%	0%	18%	29%	6%	6%

さらに、同設問の回答結果を年齢別分布で比較したところ（図2）、20代では「企業の公式SNS」、次いで「企業のWebサイト」、「スマートフォン（スマホ）のアプリケーション（アプリ）からの通知」がほぼ同率で上位を占めている一方、30代以降では、図1の全デモグラフィックが示す結果とほぼ同様の順位となりました。

上記の回答結果により、近年のSNS利用者の増加によって新たにSNSアカウントを開設する企業も増えているなか、生活者が企業に求める情報発信源としては、依然として「企業のWebサイト」や「企業のメールマガジン」が望ましいコミュニケーションツールであるということが明確に示されました。

2) 企業が生活者から【意志を受け取る】ための最適なコミュニケーションツールとは

結果

「自分の意志を企業に伝える最適な手段」は、「企業の問い合わせフォーム・代表メールアドレスに連絡」が最多(55%)。「リアルイベントへの参加」は10%。

図3 あなたが自分の意思を企業に伝える最適な手段(方法)は何だと思えますか? ※複数回答可

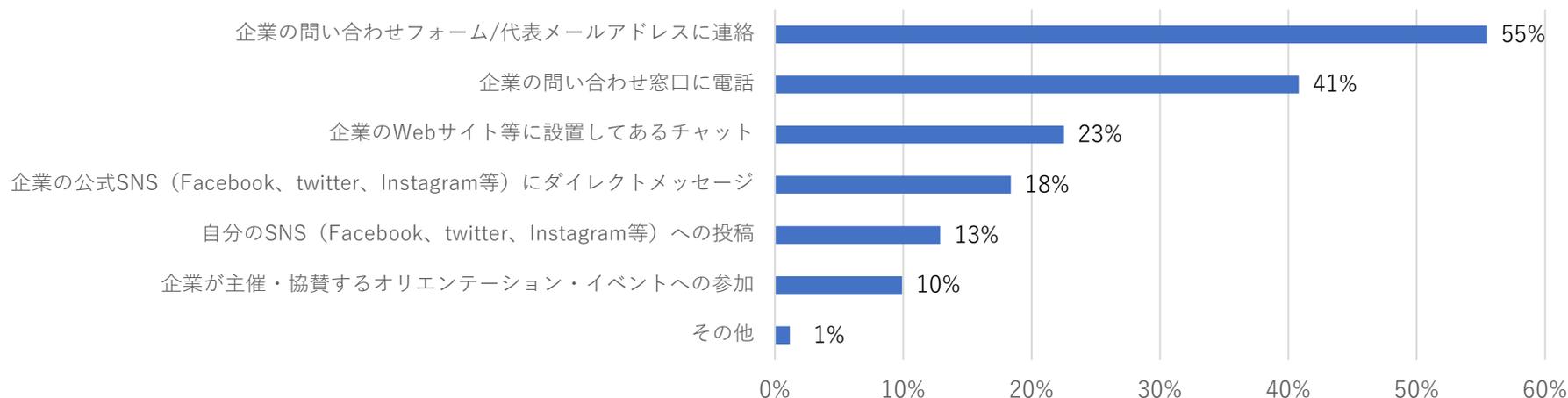


図3の「あなたが自分の意思を企業に伝える最適な手段(方法)は何だと思えますか?」という質問(複数回答可)に対して、55%の人が「企業のWebサイトの問い合わせフォーム/代表メールアドレスに連絡」を選択。次いで、41%の人が「企業の問い合わせ窓口に電話」を選択しました。ダイレクトな対話を求めている方もいるようです。一方、「企業が主催するオリエンテーション・イベントへの参加」を選択した人は10%にとどまりました。



3) 生活者が望む企業とのつながり方

結果

「企業と何でつながりたいか」は「メールマガジン」が最多（39%）。
「SNS」は17%にとどまる。

図4 あなたは企業と何でつながりたいと思いますか？ ※複数回答可

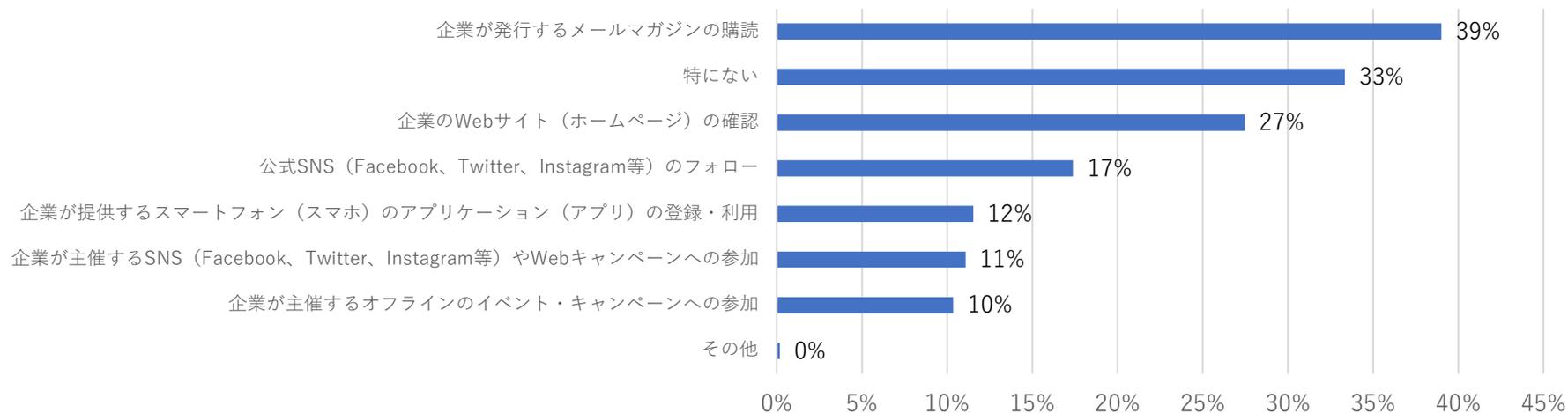


図4の「あなたは企業と何でつながりたいと思いますか？」という質問（複数回答可）に対しては、39%の人が「企業が発行するメルマガを購読」を選択しました。企業が生活者との関係性を構築するうえで、メールマガジンは依然として重要な存在と言えるでしょう。次いで、33%の人が「特にない」、27%の人が「企業のWebサイトの確認」を選択しました。SNSは17%にとどまっています。



3) 生活者が望む企業とのつながり方

図5 あなたは企業と何でつながりたいと思いますか？【年代別分布】 ※複数回答可

年齢	企業が発行するメールマガジンの購読	公式SNS (Facebook、Twitter、Instagram等) のフォロー	企業が主催するSNS (Facebook、Twitter、Instagram等) やWebキャンペーンへの参加	企業が主催するオフラインのイベント・キャンペーンへの参加	企業が提供するスマートフォン (スマホ) のアプリケーション (アプリ) の登録・利用	企業のWebサイト (ホームページ) の確認	特にない
20～29歳 (N=184)	19%	35%	21%	10%	15%	16%	36%
30～39歳 (N=188)	29%	31%	12%	6%	16%	22%	36%
40～49歳 (N=185)	41%	16%	12%	10%	13%	24%	33%
50～59歳 (N=182)	50%	10%	7%	12%	9%	34%	31%
60～69歳 (N=188)	48%	7%	7%	12%	9%	35%	32%
70～79歳 (N=166)	49%	4%	7%	12%	7%	34%	32%
80歳以上 (N=17)	35%	6%	24%	6%	6%	29%	41%

一方、図5にある通り、年齢別の「特にない」以外の回答では、20代は「公式SNSのフォロー」が最も多く35%、30代も同様に31%でした。40代以降はメールマガジンが最も多い結果となっています。

以上から、企業と生活者間の【届ける】【受け取る】といった双方向コミュニケーションにおいては、SNSやアプリ、広告、イベントを抑え、Webサイトやメールを媒体としたコミュニケーションが有効であることが明らかになりました。また、具体的なコミュニケーションツールとしては、企業が発行するメールマガジンが最適であることが分かりました。

4) 企業が生活者と【エンゲージメントを高める】ためのコミュニケーションとは

結果

生活者が企業に求める情報は「興味・関心」(57%)。
ついで「最適なタイミング」(43%)。

図6 あなたが企業とのコミュニケーションに求めるものは何ですか? ※複数回答可

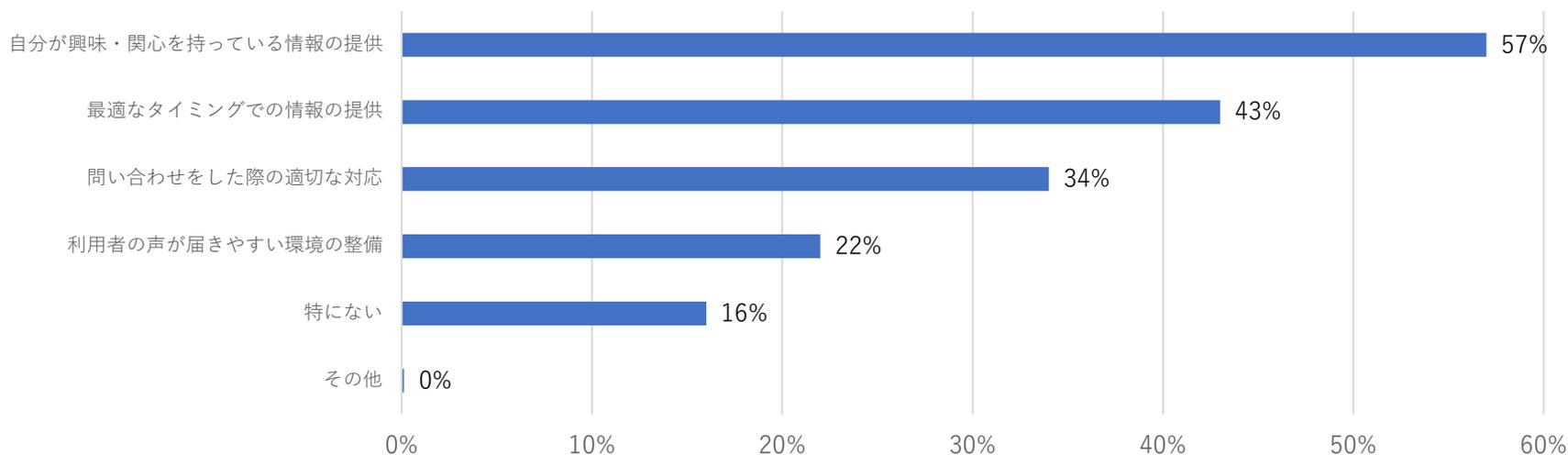


図6が示すとおり、「あなたが企業とのコミュニケーションに求めるものは何ですか?」という質問(複数回答可)に対し、57%の人が「自分が興味・関心を持っている情報の提供」を選択。次いで、43%の人が「最適なタイミングでの情報の提供」を選択しました。

生活者は、ターゲットされた情報を最適なタイミングで発信するということを企業に求めていると考えられます。また、3割以上の人が「問い合わせをした際の企業の対応力」や「自分たちの声が届きやすい環境の設備」など、一個人の要望を受け入れる姿勢を企業側に求めていることが明らかになりました。



社名	株式会社エイジア（英文社名：AZIA CO.,LTD.）
所在地	東京本社： 東京都品川区西五反田7-20-9 KDX西五反田ビル4階 大阪オフィス： 大阪府大阪市淀川区西中島5-9-5 NLC新大阪ビル5階
設立	1995年4月
資本金	3億2,242万円
証券コード	2352（東証一部）
代表者	代表取締役社長 美濃 和男



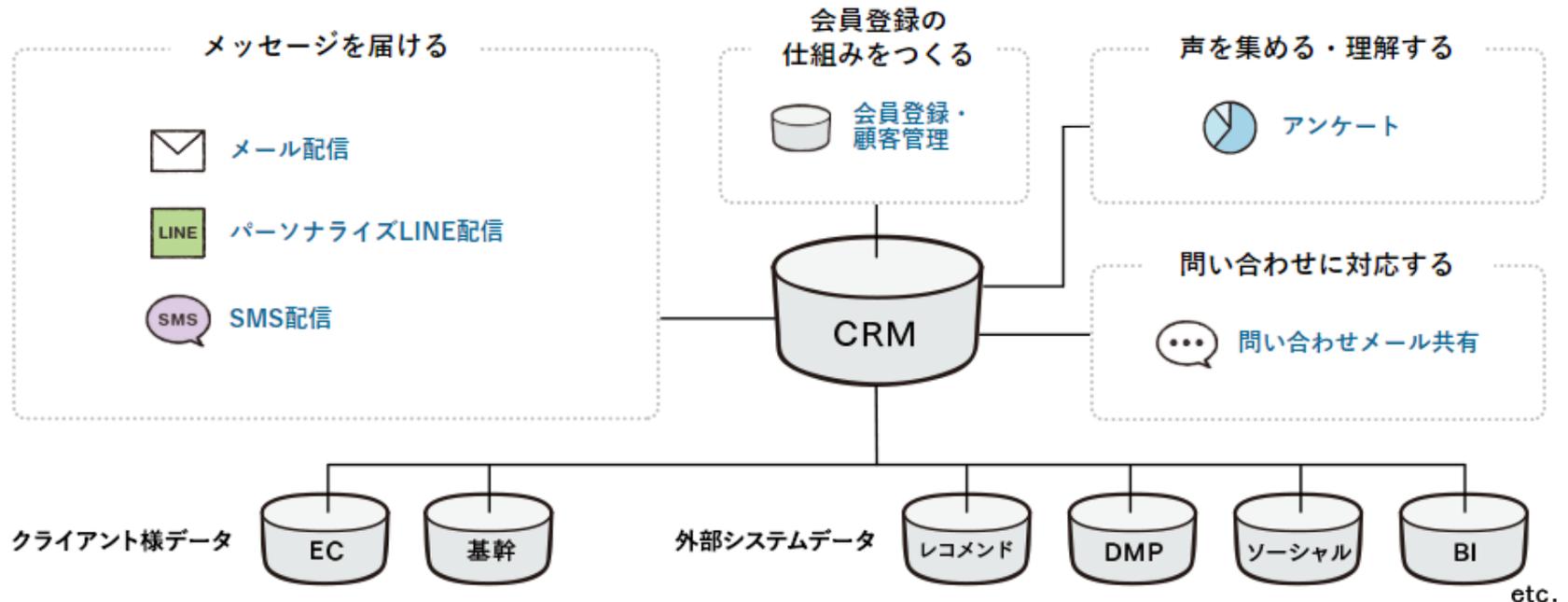
エイジアの自社開発システム「WEBCAS」ご紹介



「WEBCAS」シリーズは、企業とお客様の双方向コミュニケーションを、多様なチャネルで実現できるマーケティングコミュニケーションシステムです。大がかりなシステム統合をしなくても既存の顧客データや様々なシステムとつながって、お客様の行動、ライフスタイル、属性などに合わせたコミュニケーションを実現します。



<WEBCASができること>





WEBCASの導入実績

導入実績は7,000社以上！





お気軽にお問い合わせください

サービス「WEBCAS」サイト

<https://webcas.azia.jp>

☎ 電話でのお問い合わせ
0120-936-267

✉ メールでのお問い合わせ
marketing@azia.co.jp

対応時間：平日 AM10時～PM7時

※ 土日祝日および年末年始の休業期間中は除きます。

