



## SNSマーケティング、8割の企業が来店/売上効果を実感！ユーザーと企業の声から導き出された成功要因とは？

株式会社オロ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長執行役員：川田篤 以下オロ）は、勤務先でSNSマーケティングに携わっている担当者111名を対象にした【企業側】SNSマーケティングに関する実態調査および、SNSを毎日閲覧している消費者1,099名を対象にした【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査を実施しましたので、お知らせいたします。

尚、本プレスリリースでは、一部を掲載しています。調査結果全文をご覧になりたい方は、下記よりダウンロードください。

本調査のダウンロードはこちら：<https://share.hsforms.com/1jywEuKegTpSyHQVjCavxaQcncr30>

## SNSマーケティング、 8割の企業が来店/売上効果を実感！

ユーザーと企業の声から導き出された  
成功要因とは？



## SNSマーケティングに関する ユーザーおよび企業の実態調査

SNSマーケ実施企業の**80.2%**が、  
「SNSマーケティングを来店や売上に繋げられている」

---

SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋がられた要因、  
**1位**. 「魅力的なコンテンツの提供」 **(50.6%)**  
**2位**. 「効果的なターゲット設定」 **(41.6%)**

---

SNSユーザーが、実店舗やオフラインイベントの存在を知るきっかけとなっ  
た、投稿は、「企業公式アカウント」から**64.7%**で最多

---

### ■調査概要

#### [調査1]

調査名称：【企業側】SNSマーケティングに関する実態調査

調査方法：IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2024年6月6日～同年6月7日

有効回答：勤務先でSNSマーケティングに携わっている担当者111名

#### [調査2]

調査名称：【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査

調査方法：IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2024年6月7日～同年6月8日

有効回答：SNS（X、LINEどちらも）を毎日閲覧している一般消費者1,099名

※合計を100%とするため、一部の数値について端数の切り上げ処理を行っております。そのため、実際の計算値とは若干の差異が生じる場合がございます。

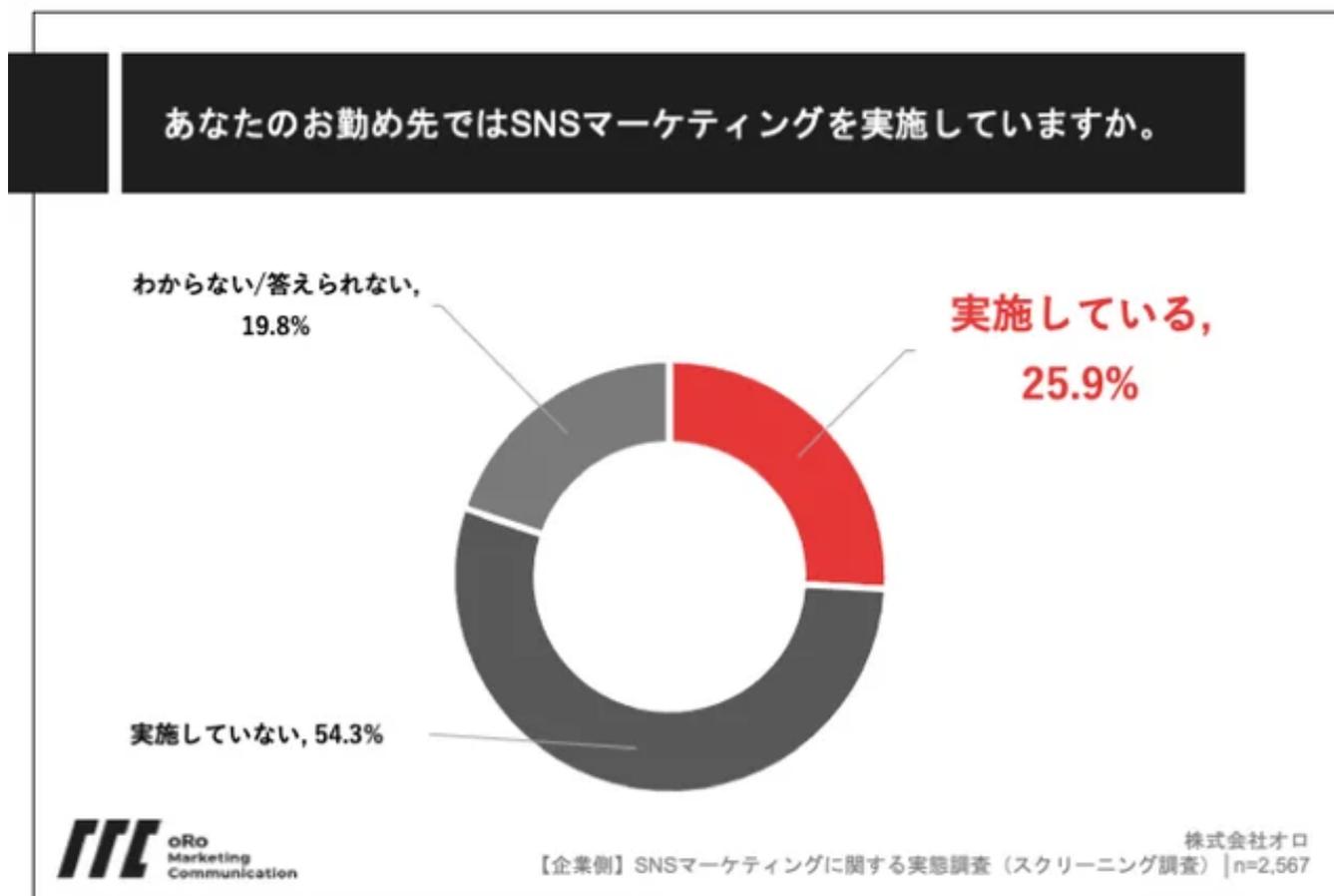
以下に、調査結果の一部を公開いたします。調査結果全文をご覧になりたい方は、下記よりダウンロードください。

本調査のダウンロードはこちら：<https://share.hsforms.com/1jywEuKegTpSyHQVjCavxaQcnr30>

## 【スクリーニング調査】

### ■25.9%が、勤務先の企業で「SNSマーケ」を実施

まず、スクリーニング前の会社員（事務系）を対象に「あなたのお勤め先ではSNSマーケティングを実施していますか」と質問したところ、SNSマーケティングを実施している企業は25.9%でした。



実施している：25.9%

実施していない：54.3%

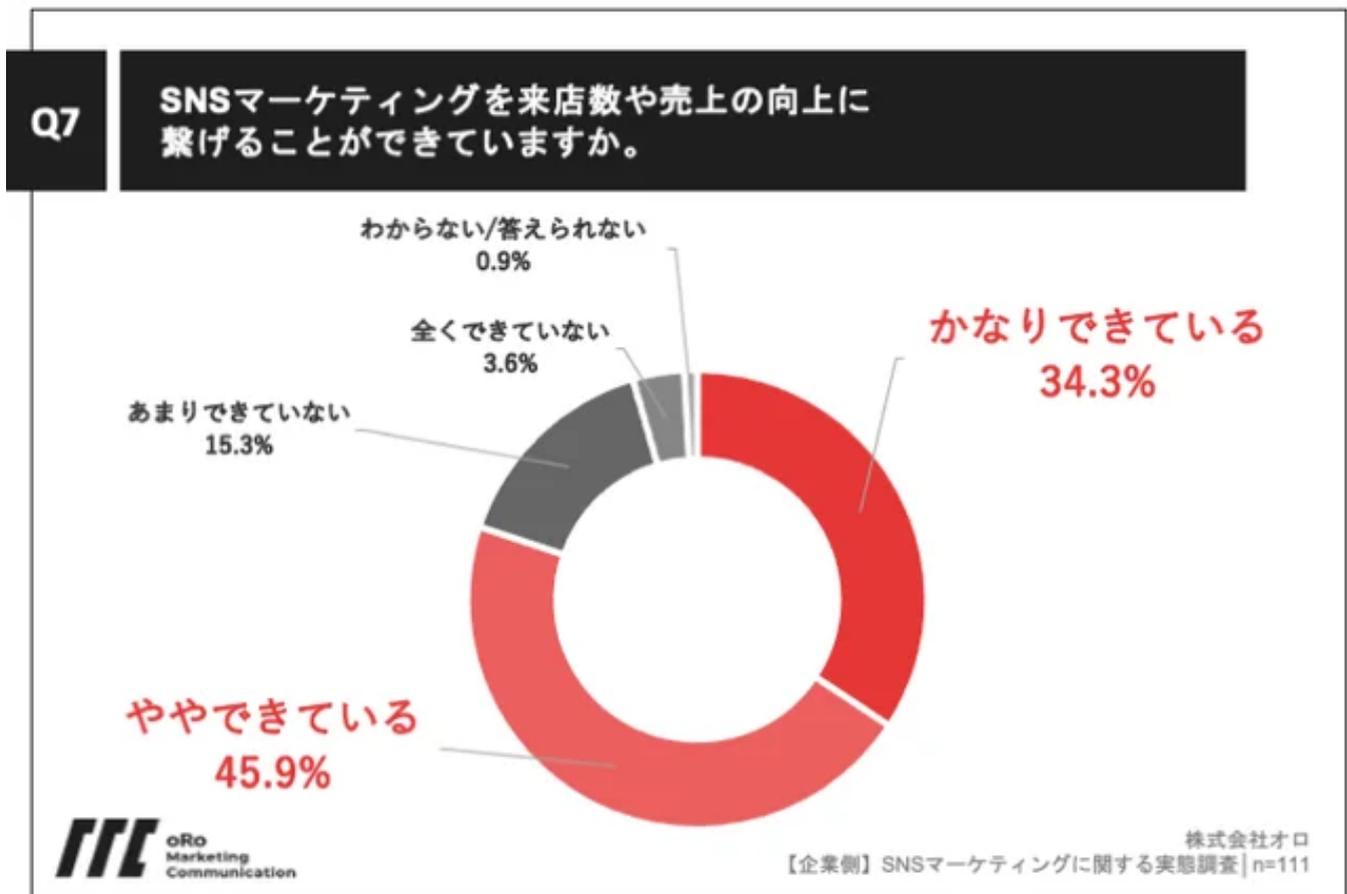
わからない/答えられない：19.8%

## 【調査1 | 本調査】 ＊一部抜粋

## ■80.2%から、「SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋がられている」の声

「Q7.SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋げることができますか。」(n=111)と質問したところ、「かなりできている」が34.3%、「ややできている」が45.9%という回答となりました。

SNSマーケティング実施中の企業のほとんどは、来店や購入増など、ビジネス成果に繋がられているようです。



かなりできている：34.3%

ややできている：45.9%

あまりできていない：15.3%

全くできていない：3.6%

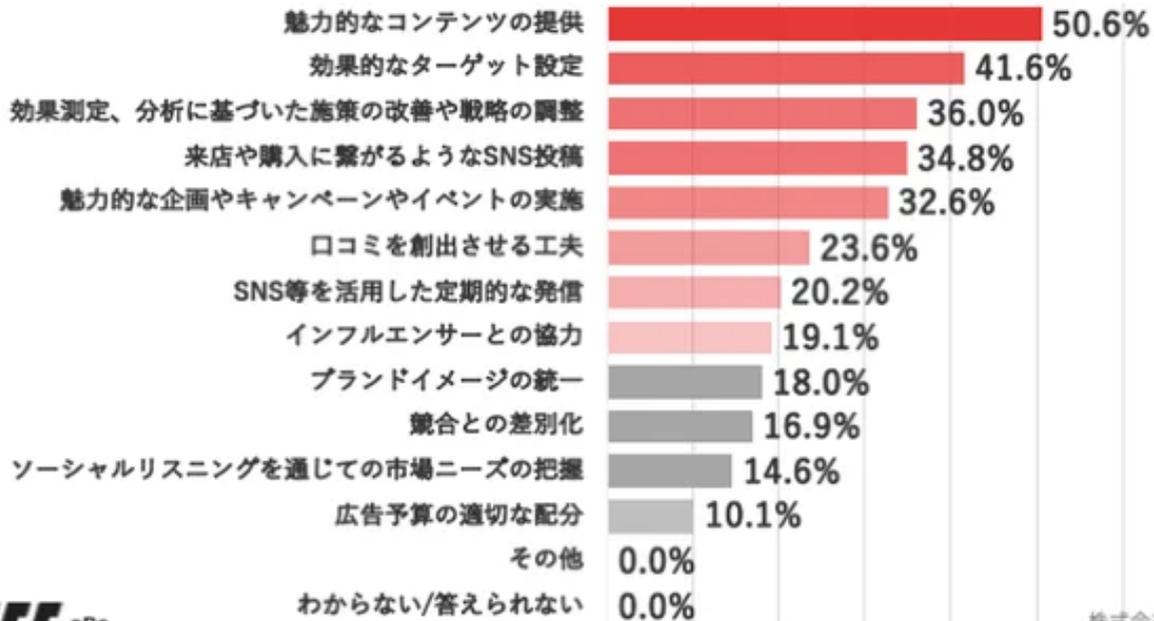
わからない/答えられない：0.9%

## ■SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋がられた要因、50.6%が「魅力的なコンテンツの提供」と回答

Q7で「かなりできている」「ややできている」と回答した方に、「Q8.SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋がられた要因を教えてください。(複数回答)」(n=89)と質問したところ、「魅力的なコンテンツの提供」が50.6%、「効果的なターゲット設定」が41.6%、「効果測定、分析に基づいた施策の改善や戦略の調整」が36.0%という回答となりました。

Q8

**SNSマーケティングを来店数や売上の向上に繋がられた要因を教えてください。（複数回答）**



株式会社オロ  
【企業側】SNSマーケティングに関する実態調査 | n=89

- 魅力的なコンテンツの提供：50.6%
- 効果的なターゲット設定：41.6%
- 効果測定、分析に基づいた施策の改善や戦略の調整：36.0%
- 来店や購入に繋がるようなSNS投稿：34.8%
- 魅力的な企画やキャンペーンやイベントの実施：32.6%
- 口コミを創出させる工夫：23.6%
- SNS等を活用した定期的な発信：20.2%
- インフルエンサーとの協力：19.1%
- ブランドイメージの統一：18.0%
- 競合との差別化：16.9%
- ソーシャルリスニングを通じての市場ニーズの把握：14.6%
- 広告予算の適切な配分：10.1%
- その他：0.0%
- わからない/答えられない：0.0%

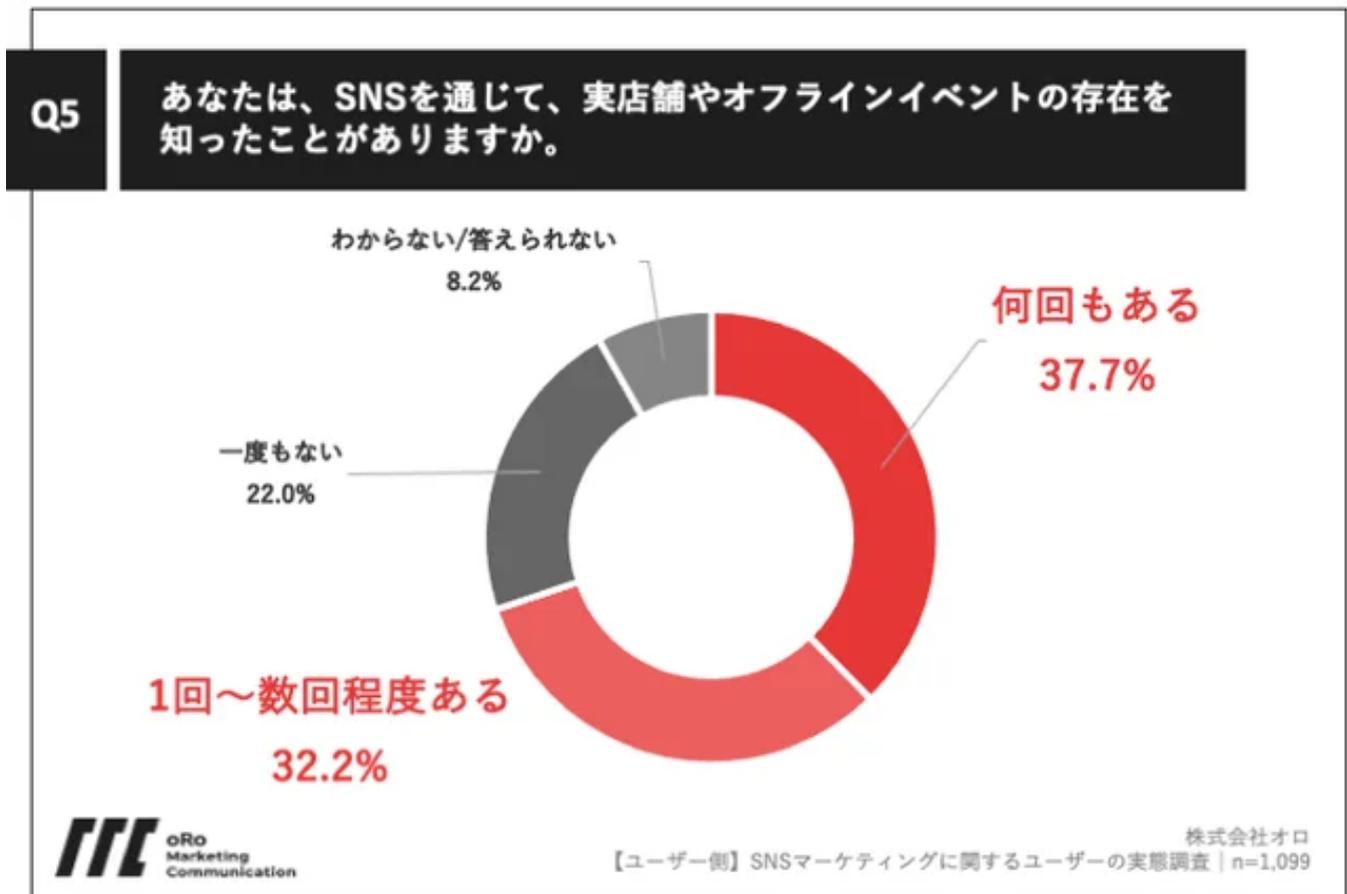
ここまでは企業視点の調査結果を見てきました。

企業アカウントは、ユーザー側にはどのように見えているのでしょうか。SNS上でのユーザーと企業の関わり方は様々ですが、ここでは特に「実店舗への来店」や「オフラインイベントへの参加」など、O2Oに絞って調査結果をご紹介します。（以降は〔調査2〕の調査結果です。）

**【調査2 | 本調査】 \*一部抜粋**

## ■約7割が、「SNSを通じて、実店舗やオフラインイベントの存在を知ったことがある」と回答

「Q5.あなたは、SNSを通じて、実店舗やオフラインイベントの存在を知ったことがありますか。」(n=1,099)と質問したところ、「何回もある」が37.7%、「1回～数回程度ある」が32.2%という回答となりました。



何回もある：37.7%

1回～数回程度ある：32.2%

一度もない：22.0%

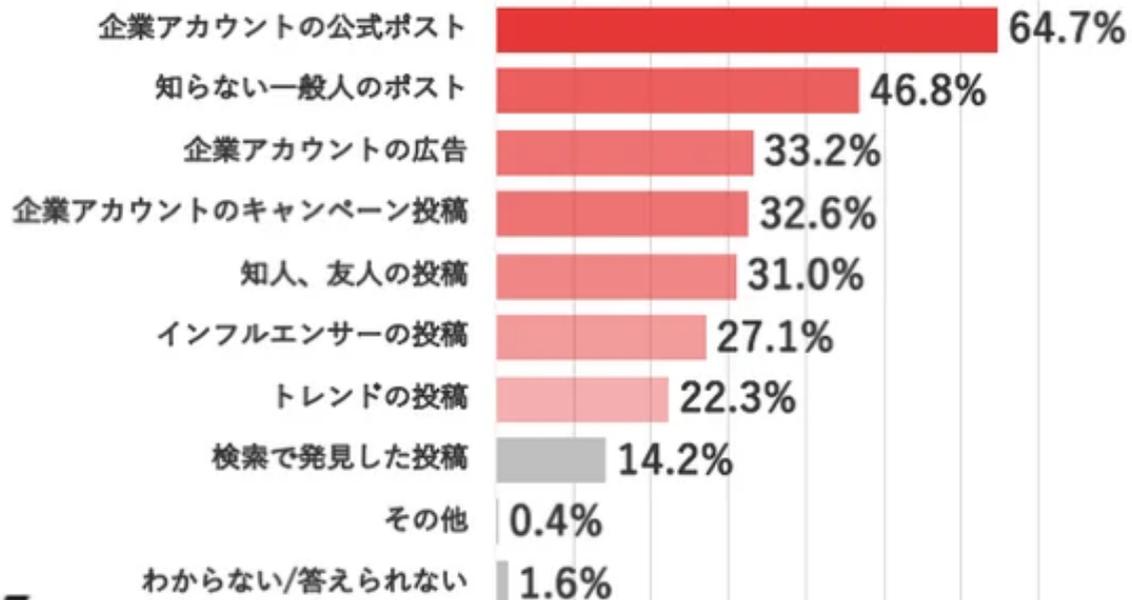
わからない/答えられない：8.2%

## ■実店舗やオフラインイベントの存在を知った投稿、「企業アカウントの公式ポスト」が64.7%で最多

Q5で「何回もある」「1回～数回程度ある」と回答した方に、「Q6.どのような投稿から、実店舗やオフラインイベントの存在を知りましたか。(複数回答)」(n=767)と質問したところ、「企業アカウントの公式ポスト」が64.7%、「知らない一般人のポスト」が46.8%、「企業アカウントの広告」が33.2%という回答となりました。SNSユーザーの情報収集の中で、企業アカウントの公式ポストの存在感は大きいようです。

Q6

どのような投稿から、実店舗やオフラインイベントの存在を知りましたか。（複数回答）



**ORO**  
Marketing  
Communication

株式会社オロ  
【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査 | n=767

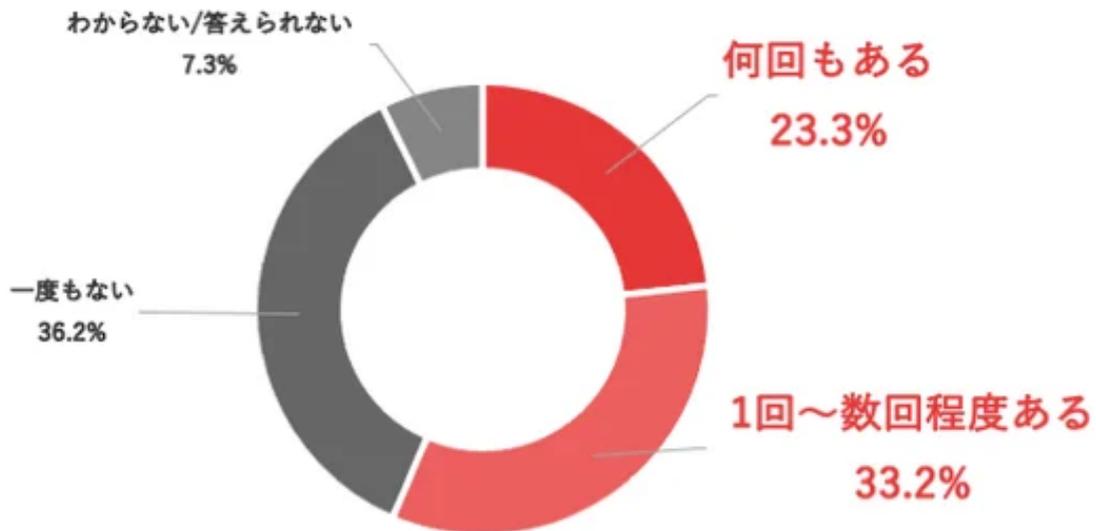
- 企業アカウントの公式ポスト：64.7%
- 知らない一般人のポスト：46.8%
- 企業アカウントの広告：33.2%
- 企業アカウントのキャンペーン投稿：32.6%
- 知人、友人の投稿：31.0%
- インフルエンサーの投稿：27.1%
- トレンドの投稿：22.3%
- 検索で発見した投稿：14.2%
- その他：0.4%
- わからない/答えられない：1.6%

## ■約6割が、企業アカウントの投稿やキャンペーンを見て、「実店舗への来店・オフラインイベントへの参加を検討したことがある」と回答

「Q7.あなたは、企業アカウントの投稿またはキャンペーンを見て、実店舗への来店やオフラインイベントへの参加を検討したことがありますか。」（n=1,099）と質問したところ、「何回もある」が23.3%、「1回～数回程度ある」が33.2%という回答となりました。

Q7

あなたは、企業アカウントの投稿またはキャンペーンを見て、実店舗への来店やオンラインイベントへの参加を検討したことがありますか。



**oro**  
Marketing  
Communication

株式会社オロ  
【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査 | n=1,099

何回もある：23.3%

1回～数回程度ある：33.2%

一度もない：36.2%

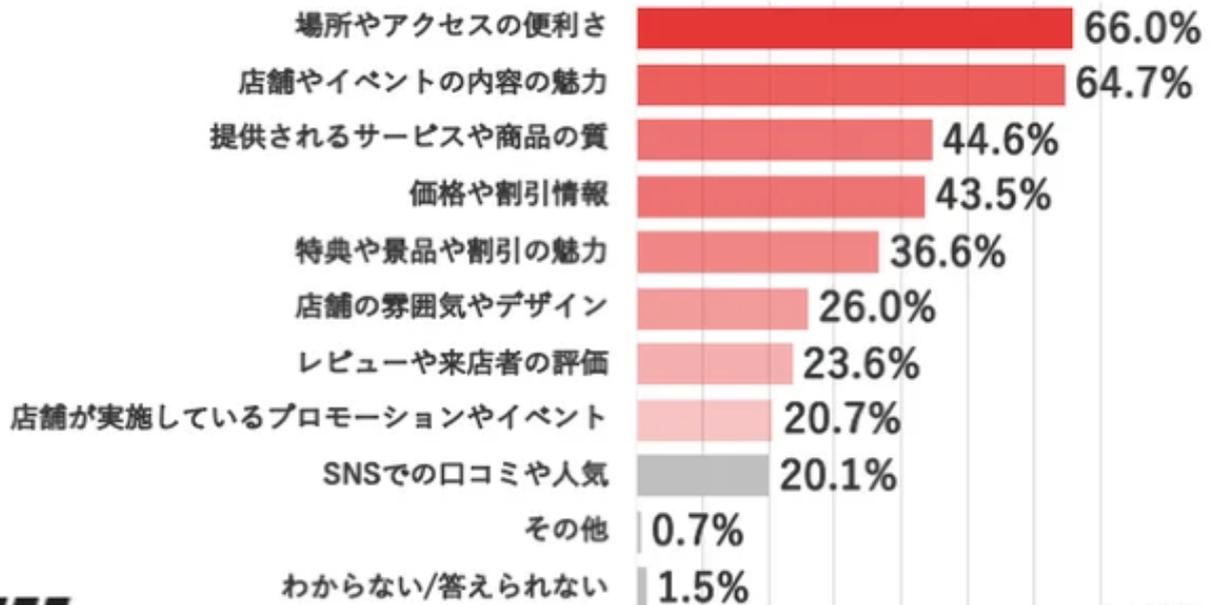
わからない/答えられない：7.3%

## ■来店検討時に重視されているのは「場所やアクセスの便利さ」「店舗やイベントの内容の魅力」

「Q9.あなたは、企業アカウントを通じ、店舗への来店やイベントへの参加を検討する上で、何を重視していますか。（複数回答）」と質問したところ、「場所やアクセスの便利さ」が66.0%、「店舗やイベントの内容の魅力」が64.7%と、現実的な場所の問題と、店舗やイベントの内容面が最重視されました。一方、「価格や割引情報」が43.5%、「特典や景品や割引の魅力」が36.6%と、付加的な特典やサービス、割引も一定数重視されていることがわかりました。

Q9

あなたは、企業アカウントを通じ、店舗への来店やイベントへの参加を検討する上で、何を重視していますか。（複数回答）



株式会社オロ  
【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査 | n=547

場所やアクセスの便利さ：66.0%

店舗やイベントの内容の魅力：64.7%

提供されるサービスや商品の質：44.6%

価格や割引情報：43.5%

特典や景品や割引の魅力：36.6%

店舗の雰囲気やデザイン：26.0%

レビューや来店者の評価：23.6%

店舗が実施しているプロモーションやイベント：20.7%

SNSでの口コミや人気：20.1%

その他：0.7%

わからない/答えられない：1.5%

## 【まとめ】

今回は、勤務先でSNSマーケティングに携わっている担当者111名を対象に、【企業側】SNSマーケティングに関する実態調査及び、SNS（X、LINEどちらも）を毎日閲覧している一般消費者1,099名を対象に【ユーザー側】SNSマーケティングに関するユーザーの実態調査を実施しました。

まず、SNS実施中の企業のうち、約8割がSNSマーケティングを来店や売上に繋がられていることが分かりました。また、それらの企業の成功要因は、「魅力的なコンテンツの提供」（50.6%）、「効果的なターゲット設定」（41.6%）、「効果測定、分析に基づいた施策の改善や戦略の調整」（36.0%）という順でした。

一方、視点を変えて、ユーザー実態を見ると、約7割がSNSを通じて実店舗やオフラインイベントの存在を知ったことがあり、そのうち「企業アカウントの公式ポスト」で知った人は64.7%で最多でした。さらに、そのうちの約6割は、その投稿を見て来店や参加を検討したことがあるとのことでした。また、来店・参加検討時に重視されているのは「場所やアクセスの便利さ」、「店舗やイベントの内容の魅力」が上位だった一方で、「価格や割引情報」、「特典や景品や割引の魅力」など付加的な特典やサービス、割引も一定数重視されていました。

調査全文では、企業公式投稿やキャンペーンから、来店やイベント参加しなかったユーザーの参加へ至らなかった理由や、企業公式アカウントによるSNS上のキャンペーンへの参加頻度、参加する際に重視するポイント、キャンペーン参加前後での企業イメージの変化などを記載しています。また、上記の企業側回答者の、SNSマーケティングにおいて実施している具体的施策、目標、KPIなどの実態調査結果も載せています。

より詳しい結果を見たい方は、以下のリンクよりダウンロードください。

本調査のダウンロードはこちら：<https://share.hsforms.com/1jywEuKegTpSyHQVjCavxaQcnr30>

## ■戦略～実行～効果検証まで一気通貫で提案する、「オロのSNSソリューション」

オロはSNSマーケの成功要因として上がった上位3つの項目、ターゲットや戦略の提案、コンテンツの制作やキャンペーンの運用、効果検証まで、自社で一気通貫して行っています。目的と状況に応じて、SNS以外のメディアも含めた、統合的で最適なプランをご提案、実行いたします。ぜひお気軽にご相談ください。

詳しくはこちら：<https://www.oro.com/ja/>

## 【株式会社オロについて】

マーケティングコミュニケーション事業：<https://mc.oro.com/>

<コミュニケーション戦略>

コミュニケーションプランニング、デジタルコンサルティング、ブランドコンサルティング

<メディア>

動画広告、新聞広告、雑誌広告、交通広告、屋外広告、デジタルサイネージ広告、ラジオ広告、タクシー広告、ディスプレイ広告、オーディオ広告、SNS広告、検索連動広告、アフィリエイトなど  
<クリエイティブ>

テレビCM、プロモーションビデオ、WEB動画、ラジオCM、ポスター、カタログ、パンフレット、販促POP、WEBサイトなど

<CRM>

CDP導入、MA導入、CRMシナリオ設計、Push通知、LINE、メルマガなど

<PDCAマネジメント>

広告効果測定、データ解析、アナリティクス分析、CRO、LPO、EFO、BI構築など

<インテグレーション>

CMS導入、システム/アプリ開発、EC構築など

<海外向けプロモーション支援>

中国、台湾、AESEAN各国での現地プロモーションの実施

<https://www.oro.com/global/>

## 【本サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社オロ マーケティングコミュニケーション事業部

<https://mc.oro.com/contact/>

## 【報道に関するお問い合わせ先】

株式会社オロ 広報担当

TEL：03-5843-0836（直通） / E-Mail：info@jp.oro.com

---

株式会社オロのプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/75257](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/75257)