

SNS についての意識調査 X (旧 Twitter) ユーザーが企業アカウントを最もフォロー

日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は SNS についての意識調査（有効回答者数 2,423 名）を 2023 年 8 月 31 日～9 月 27 日に実施しました。



SNS は今や連絡手段や情報収集など、日常生活の様々な場面で当たり前を活用されています。法人から個人に至るまで気軽に情報発信ができ、SNS 上での交流も一般的になっていく中で、各 SNS のダウンロード率や閲覧頻度、企業公式アカウントについてなど、ファンくる会員 2,423 名（男性 706 名、女性 1,717 名）に調査を実施しました。

各 SNS のダウンロード率は、LINE が 95% と最も高く、次いで YouTube が 74%、Instagram が 71% でした。閲覧されている頻度について、「ほぼ毎日」閲覧している方が最も多かったのは、連絡手段としての活用が主である LINE を除くと、Instagram が 75% と最も多く、次いで X (旧 Twitter) が 66% でした。また、企業が運営するアカウントをフォローしている方は X (旧 Twitter) が 67% と最多で、続いて LINE が 66%、Instagram が 5

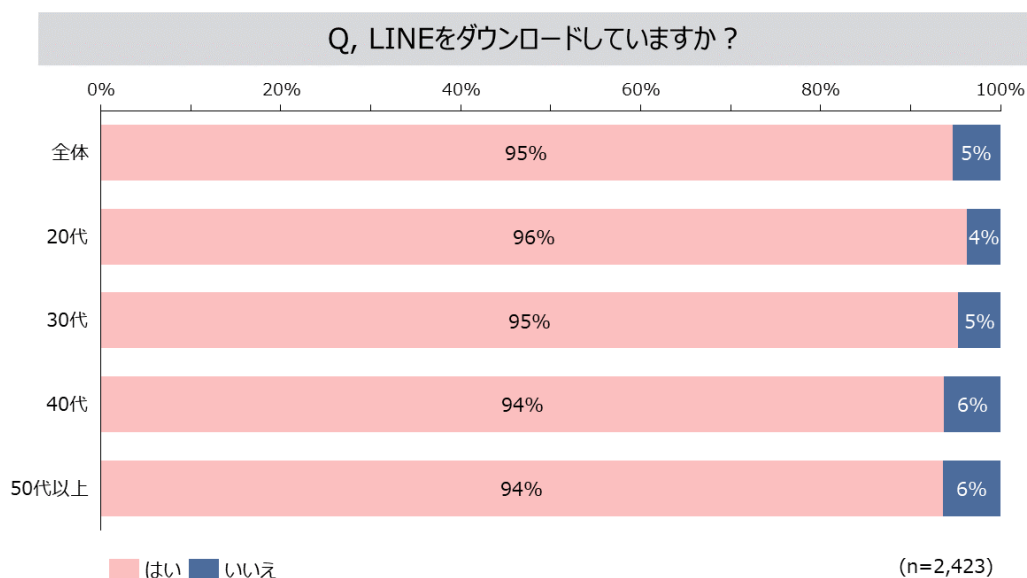
9%となりました。企業公式アカウントをフォローしている理由としては、X（旧 Twitter）や LINE は「キャンペーンに応募するため」という声が目立ちました。一方で Instagram や TikTok では「サービスや商品の情報を獲得するため」という理由が最も多い結果となりました。さらに、YouTube では「企業を応援するため」という声が 2 番目に多く、「キャンペーンに応募するため」という理由よりも上回っていることが分かりました。

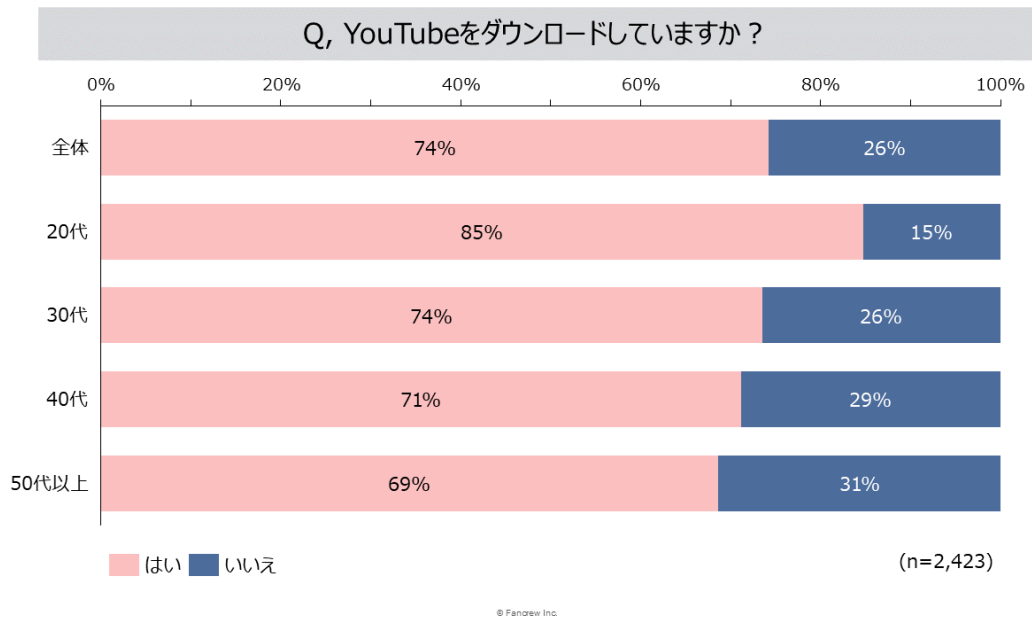
【調査結果サマリー】

1. ダウンロード率が最も高いのは LINE、次いで YouTube
2. LINE を除き、ほぼ毎日閲覧している割合が最も高いのは Instagram、次いで X（旧 Twitter）
3. 企業アカウントを最もフォローしている割合が高いのは X（旧 Twitter）
4. 企業アカウントをフォローしている理由は SNS によって特徴あり

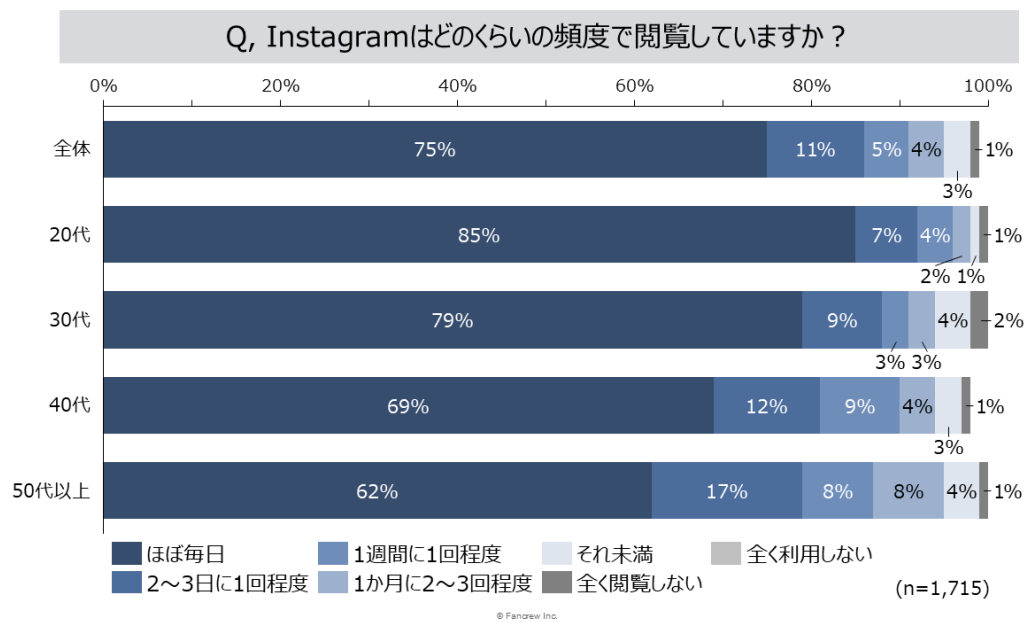
【調査結果】

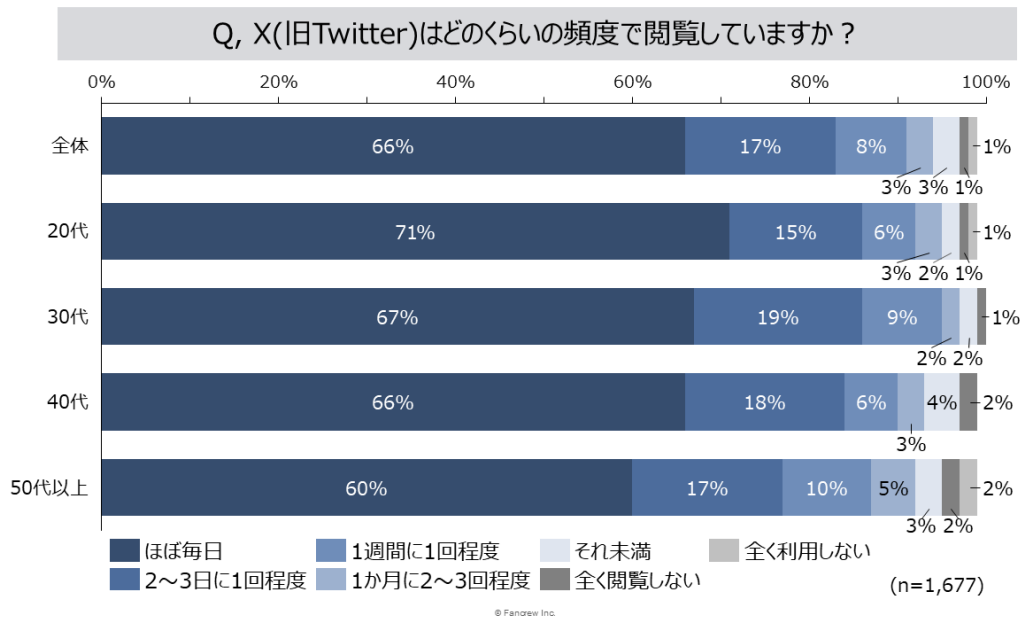
1. ダウンロード率が最も高いのは LINE、次いで YouTube



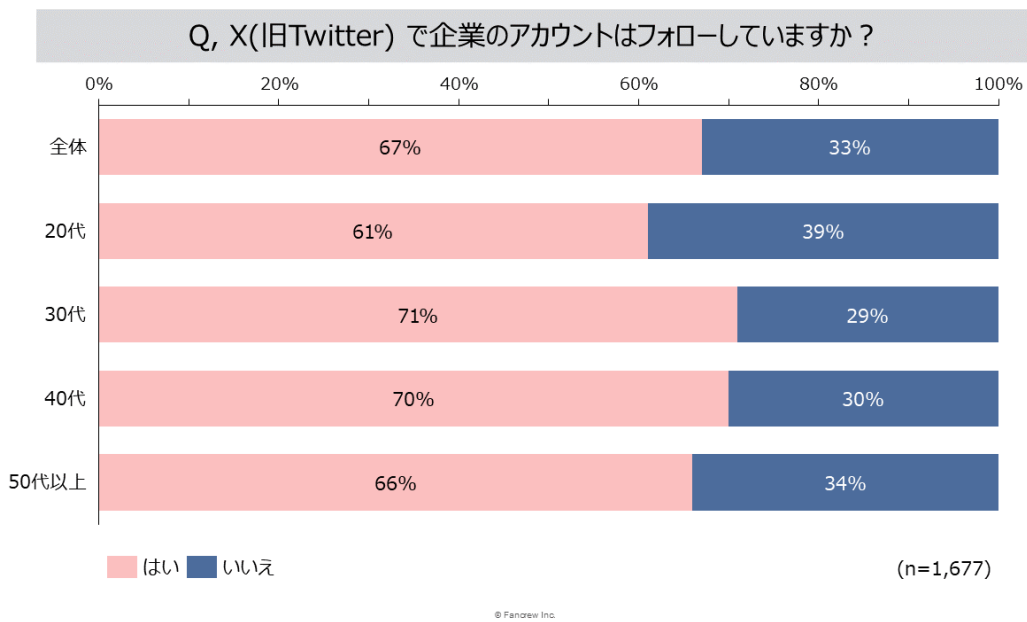


2. LINE を除き、ほぼ毎日閲覧している割合が最も高いのは Instagram、次いで X (旧 Twitter)

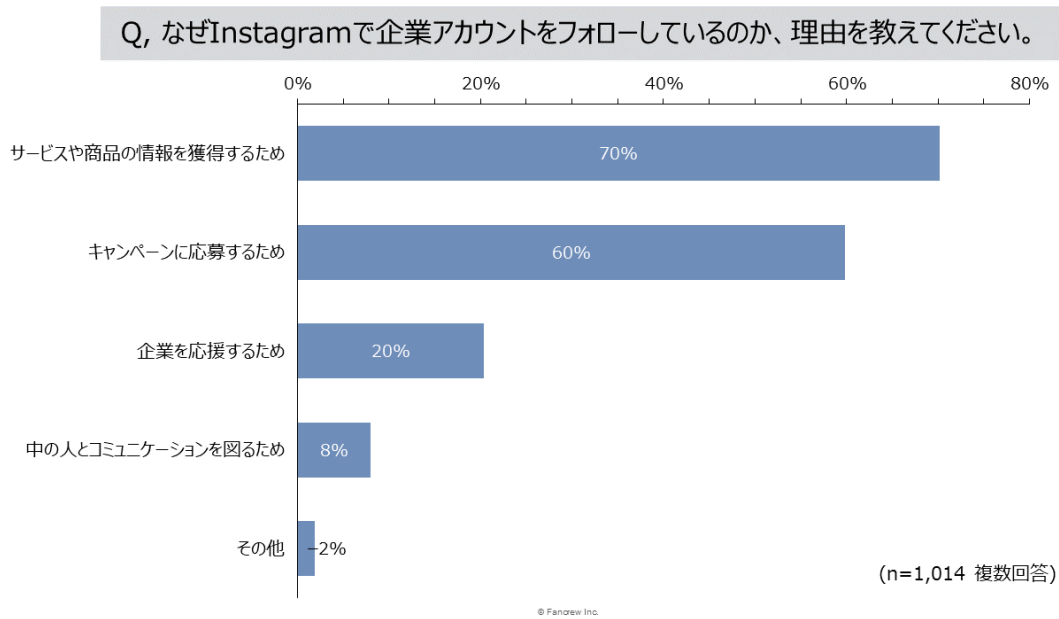
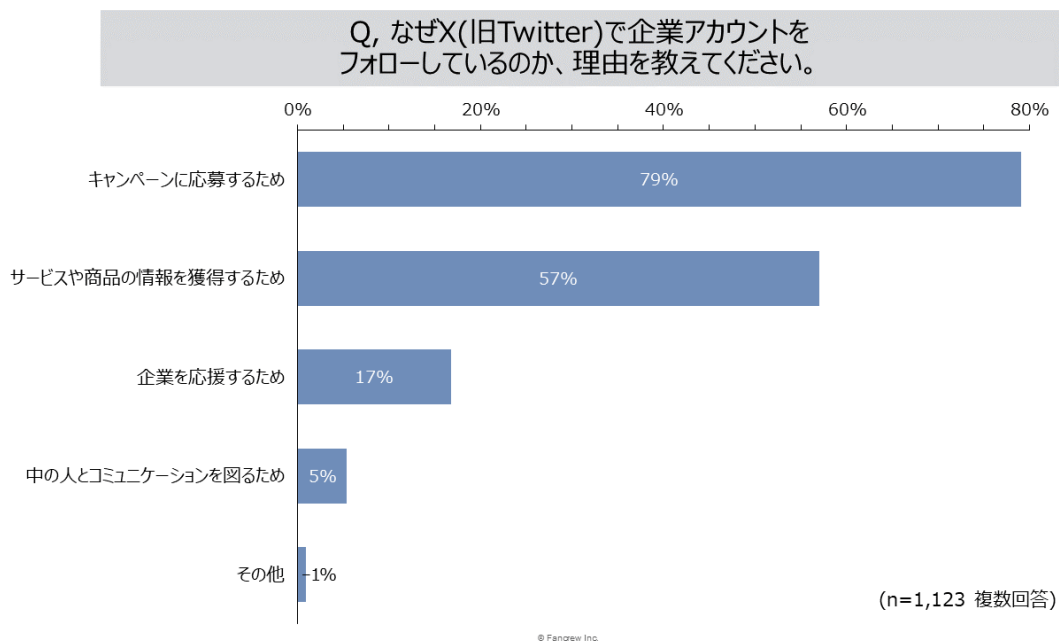




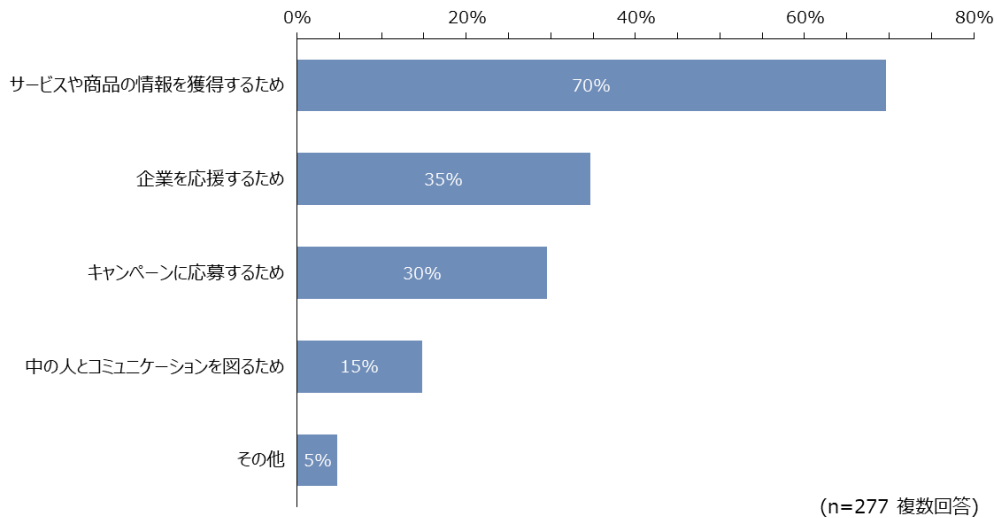
3. 企業アカウントを最もフォローしている割合が高いのは X (旧 Twitter)



4. 企業アカウントをフォローしている理由は SNS によって特徴あり



Q, なぜYouTubeで企業アカウントをフォローしているのか、理由を教えてください。



今回の結果から、連絡手段として一般的であるLINE以外にもYouTubeやX（旧Twitter）、Instagramを中心にSNSのダウンロード率の高さが改めて明らかになりました。また、様々な企業がSNSでのキャンペーンを実施していることから、X（旧Twitter）やLINEでは主に「キャンペーンに応募するため」に半数以上の方が企業アカウントをフォローしていることが分かりました。一方でInstagramでも同様に半数以上の方が企業アカウントをフォローしているものの、その理由はキャンペーンのためというより、「サービスや商品の情報を獲得するため」が多い結果となりました。さらにYouTubeでは、他のSNSに比べて企業アカウントをフォローしている方は少ないものの、「企業を応援するため」という声が2番目に多く、「キャンペーンに応募するため」という理由よりも上回っていることから、企業や商品のファンとしてフォローしている方が多い傾向が伺えました。消費者にとって、企業アカウントの位置づけはSNSごとに少しずつ違うようです。本調査ではこれ以外にSNSごとの平均閲覧時間や投稿頻度など全48問で回答を得て、年代別、職業別、居住地域別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国130万人のユーザー

回答者数：2,423名（男性706名、女性1,717名）

調査時期：2023年8月31日～9月27日

調査項目：SNSについての意識調査

設問数：48

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 130 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化 (特許申請中) し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）