

海外SNSに関するアンケート調査結果

～海外向けSNS運用、5割が半年以内、8割は1年以内に開始を考えているも 実施できていない現状。その理由は…～

本アンケートの目的

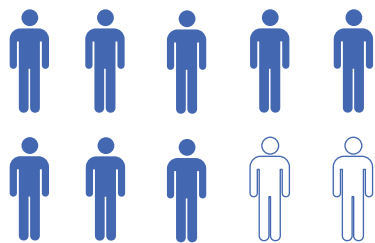


国内向け需要が伸び悩む中、訪日外国人観光客は年々増加の一途をたどっています。政府は2020年に訪日外国人観光客数の目標人数が、4,000万人を達成することを目指しております。インバウンド向けの集客はどの業界でも急務ではありますが、様々な問題や壁があり、なかなか運用実施に至れないのが現状です。

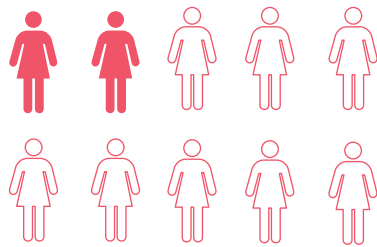
そこでフルスピードはこれから海外SNSを使って情報発信をしたいと考えている企業にアンケートを実施しました。その結果をご報告します。

属性データ

男女比



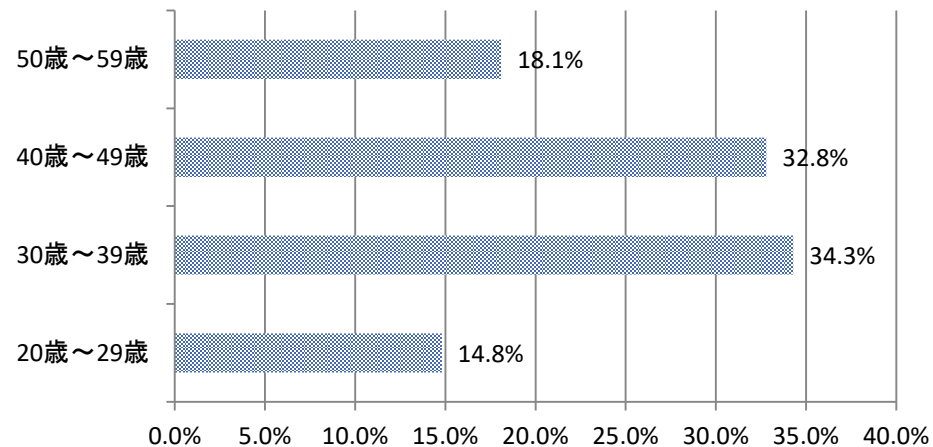
男性 **80%**



女性 **20%**

年齢別

※n=332(全カテゴリ)



調査概要

調査日時：2017年7月12日

有効回答数：322名

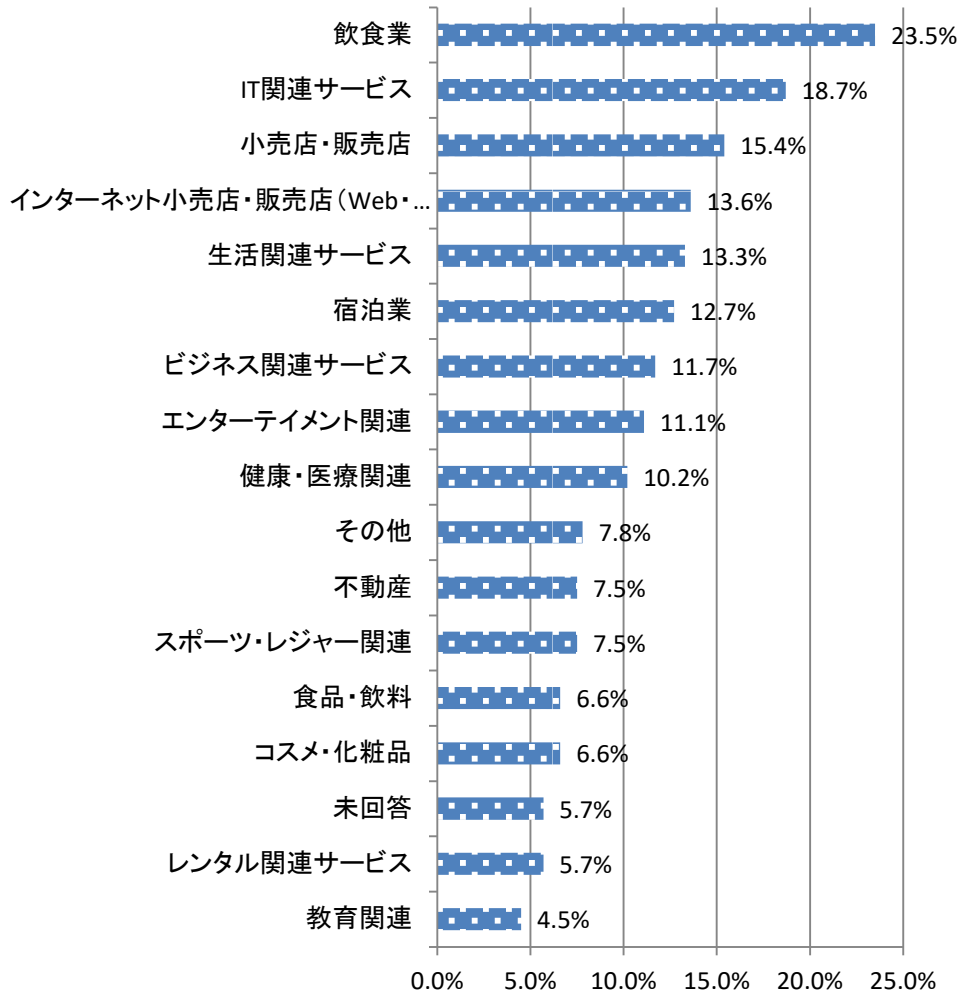
調査対象：海外に向けたSNSでの情報発信を今後検討している企業

調査手法：Webアンケート

Q.1

海外に向けてSNSで情報発信を検討している商品やサービスの業種を教えてください

(※複数回答可)



Summary

今回のアンケート調査において、海外に向けてSNSで情報発信を検討しているサービスの業種は左記のとおりとなりました。

最も多かったのが「飲食業」で23.5%、次いで「IT関連サービス」が18.7%となりました。

以下、「小売店・販売店」15.4%、「インターネット小売店・販売店 (Web・ECサイト)」13.6%、「生活関連サービス」13.3%、「宿泊業」12.7%、「ビジネス関連サービス」11.7%などでした。

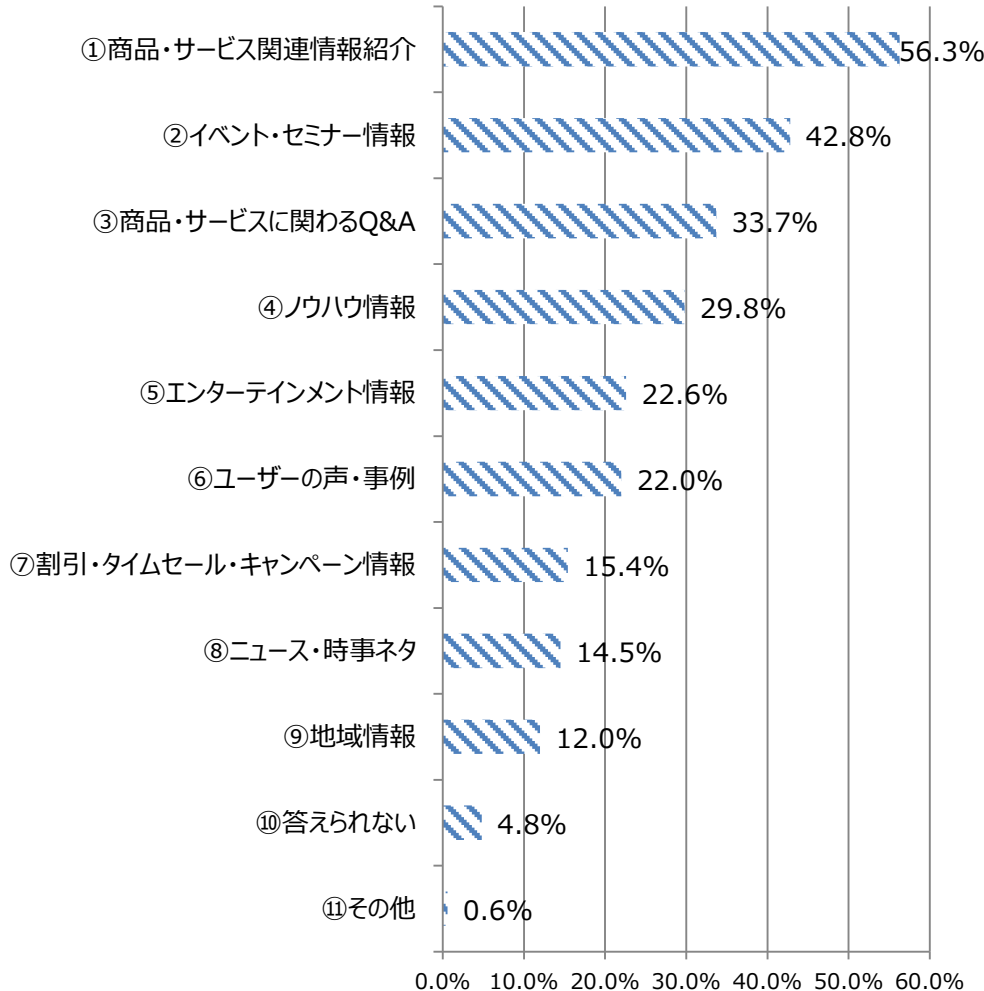
その他の回答として、通信業、製造業、運送業、金融・証券、アパレル業、法務サービスなどがありました。

Q.2

どのようなコンテンツをSNSで情報発信しようと考えていますか？

(※複数回答可)

「商品・サービス関連情報紹介」「イベントセミナー情報」など集客につながる発信を。



Summary

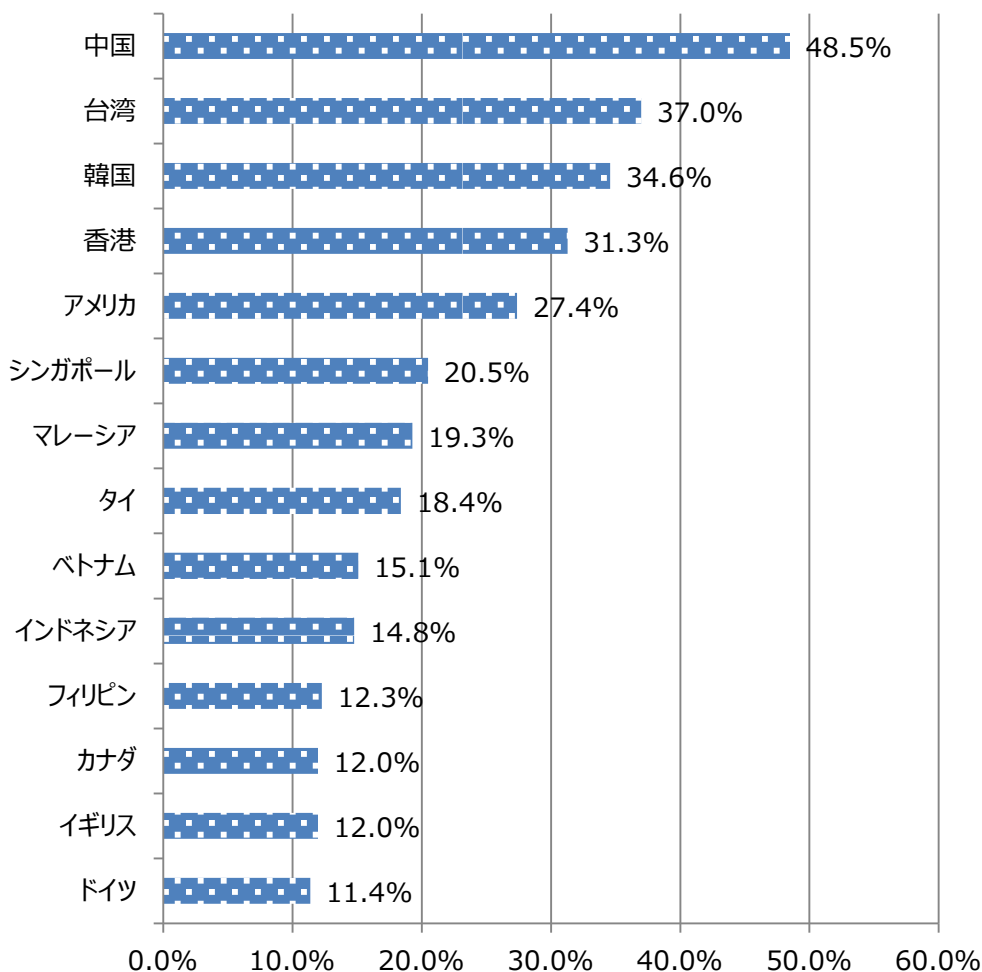
どのようなコンテンツをSNSで発信しようと考えているか？との問いに対して半数以上の56.3%が「商品・サービス関連情報紹介」と回答しました。2番目に「イベント・セミナー情報」で42.8%となりました。このように、多くの企業が、主に直接集客につながるような情報発信をしたいと、検討しているようです。

後に「商品・サービスに関わるQ&A」33.7%、「ノウハウ情報」29.8%と続きます。集客目的の発信の次には、より掘り下げた商品・サービスの理解を深める内容や、ノウハウなどの情報を海外SNSを使って発信していきたいと考えている事がわかります。

Q.3 どの国へSNSでの情報発信を検討していますか？

(※複数回答可)

まずは周辺諸国から、アメリカ、アジア、欧米の順番に。



Summary

「中国」48.5%、「台湾」37.0%、「韓国」34.6%、「香港」31.3%と周辺諸国をターゲットに情報発信を検討している企業が多く、続いて「アメリカ」が27.4%と言う結果になりました。次にアジア地域の「シンガポール」20.5%、「マレーシア」19.3%、「タイ」18.4%、「ベトナム」15.1%、「インドネシア」14.8%と続きます。欧米諸国は「カナダ」12.0%、「イギリス」12.0%、「ドイツ」11.4%となりました。

このように「周辺諸国⇒アメリカ⇒アジア⇒欧米」という順番で、非常にはっきりした層になっていることがわかりました。まずは訪日観光客数の多い周辺諸国への発信を行う事を検討していることを読み取ることが出来ます。

Others

その他以下のような回答が得られた。

- ・UAE (5.1%)
- ・フランス (9.9%)
- ・インド (9.3%)
- ・オーストラリア
- ・イタリア (8.1%)
- ・スペイン (7.5%)
- ・メキシコ (7.2%)

Q.4

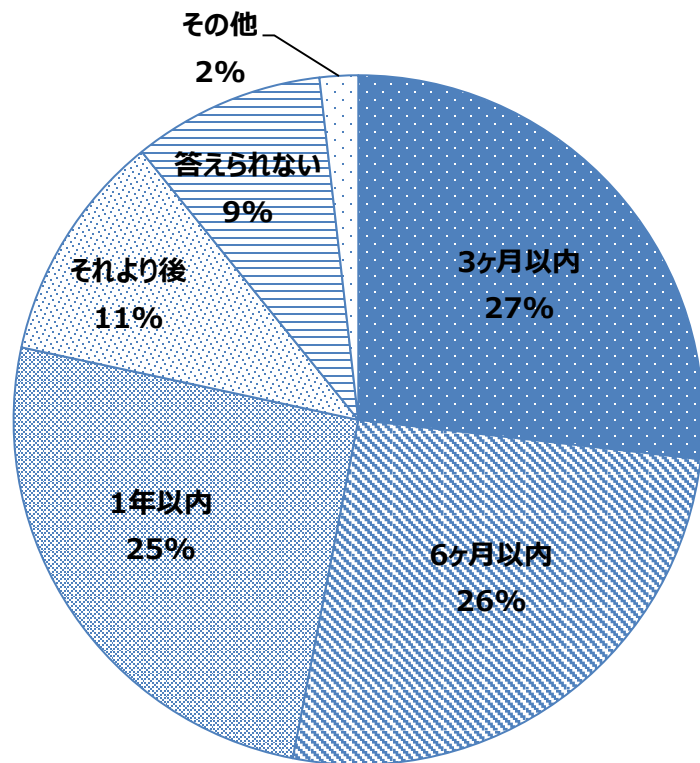
あなたの会社が、いつ頃から海外に向けてSNSで
情報提供を行う予定か教えてください。

半年以内に半数以上が「海外向けにSNSを使って情報発信」を行いたい、1年以内との回答は約8割にも達する。

Summary

いつごろから海外に向けたSNS発信での情報提供を行う予定かを質問したところ、「3か月以内」と回答した人が最も多く27%でした。続いて「6か月以内」が26%、「1年以内」も25%という回答結果でした。この調査によって、6か月以内に海外への情報発信のためにSNSを利用したいと考えている企業が半数以上、さらに1年以内では約8割にも及ぶことがわかりました。この6か月から1年の間に、SNSを利用して海外に向けた情報発信を行う企業は急激に増加する可能性が大きいと言えます。

2017年中を目標に海外に向けてSNSでの情報発信を開始したい企業が多いというのは大変注目すべき結果です。

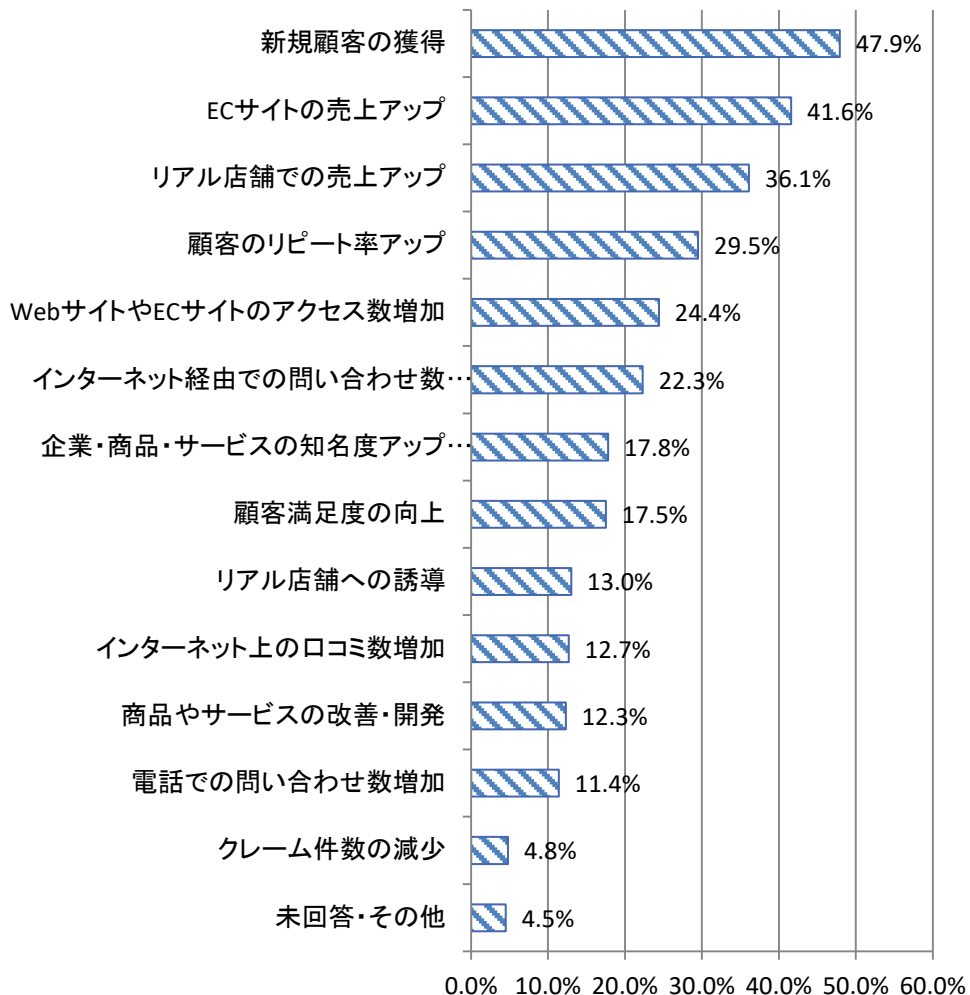


Q.5

あなたの会社が、海外に向けてSNSでの情報発信を行ううえで期待する効果を教えてください

(※複数回答可)

短期的に「顧客獲得、売上UP」、長期的に「知名度アップ、顧客満足度向上」



Summary

あなたの会社が海外に向けてSNSで情報発信を行う上で期待する効果は何か、という質問をしたところ、最も多かったのが「新規顧客の獲得」47.9%、次に「ECサイトの売上アップ」41.6%、「リアル店舗での売上アップ」36.1%と続いています。やはり、顧客獲得、売上に直結する効果を得たいと考える会社が多い事が分かります。

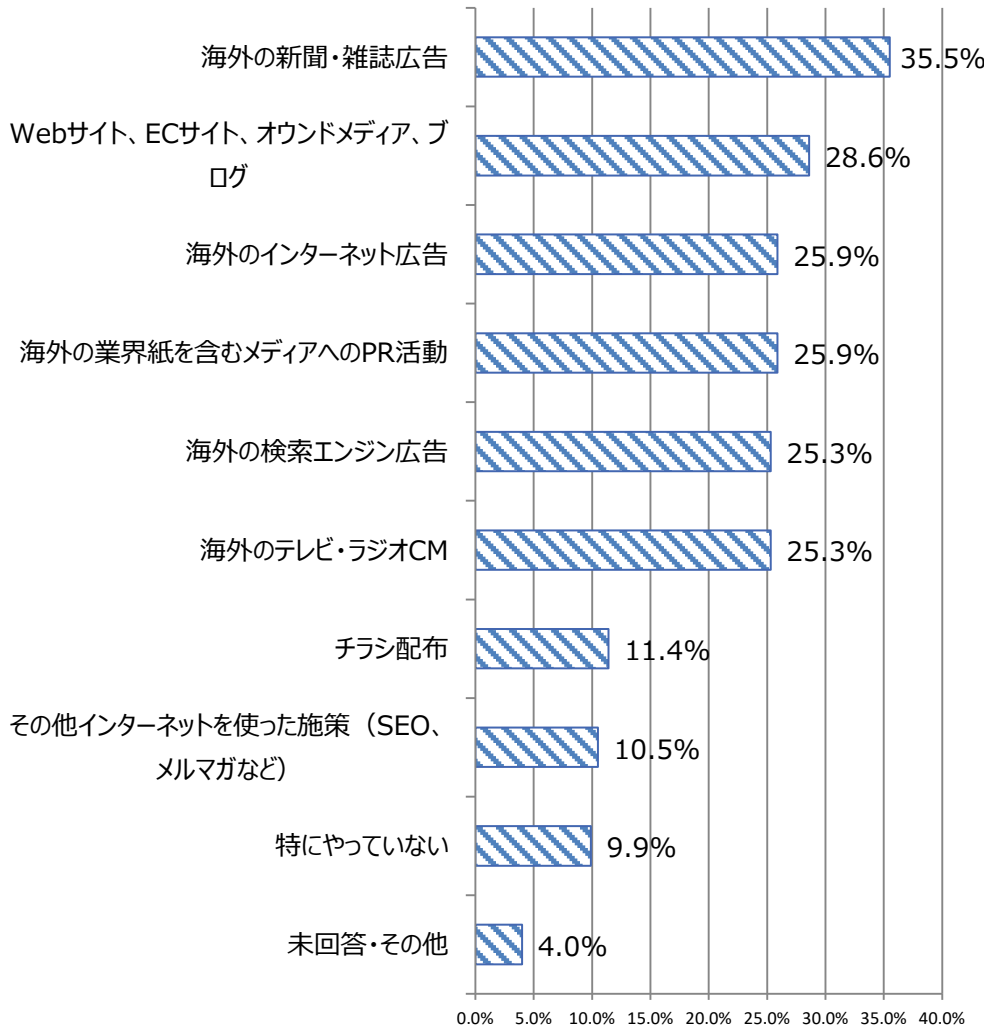
Q4の結果と合わせて「短期的に期待する結果」と「長期的に期待する結果」を調査してみたところ、短期的（3カ月～半年以内）には売上アップ（EC・リアル店舗）や口コミ数増加など売り上げに直結する効果を期待する意見が多くなりました。また長期的（半年～1年以内）には、問い合わせ件数の増加や、店舗への誘導を期待する声が多く認知度の向上やブランディングを期待する傾向にあることもわかりました。

Q.6

あなたの会社が、SNS以外で、現在海外に向けて情報発信やプロモーションとして実施している施策を教えてください

(※複数回答可)

SNS以外のWebを利用してすでに海外へ情報発信を行っているのは全体の4割程度



Summary

あなたの会社がSNS以外で現在海外に向けて情報発信やプロモーションとして実施している施策があるかどうか、また何を行っているか、という質問に対する回答の結果、「海外の新聞・雑誌広告」を実施している企業が最も多く35.5%、また「インターネットを使った施策 (SEO・メルマガ)」の割合は10.5%と全体の1割程度にとどまりました。

すでに積極的に海外に向けた情報発信やプロモーションを行っていることがわかります。

中でも「Webサイト、ECサイト、オウンドメディア、ブログ (28.6%)」、「海外のインターネット広告 (25.9%)」、「海外の検索エンジン広告 (25.3%)」、「その他インターネットを使った施策 (10.5%)」など合計した割合は全体の44.5%と4割程度となりました。このように企業は既にSNS以外のWebを利用した情報発信を行っています。

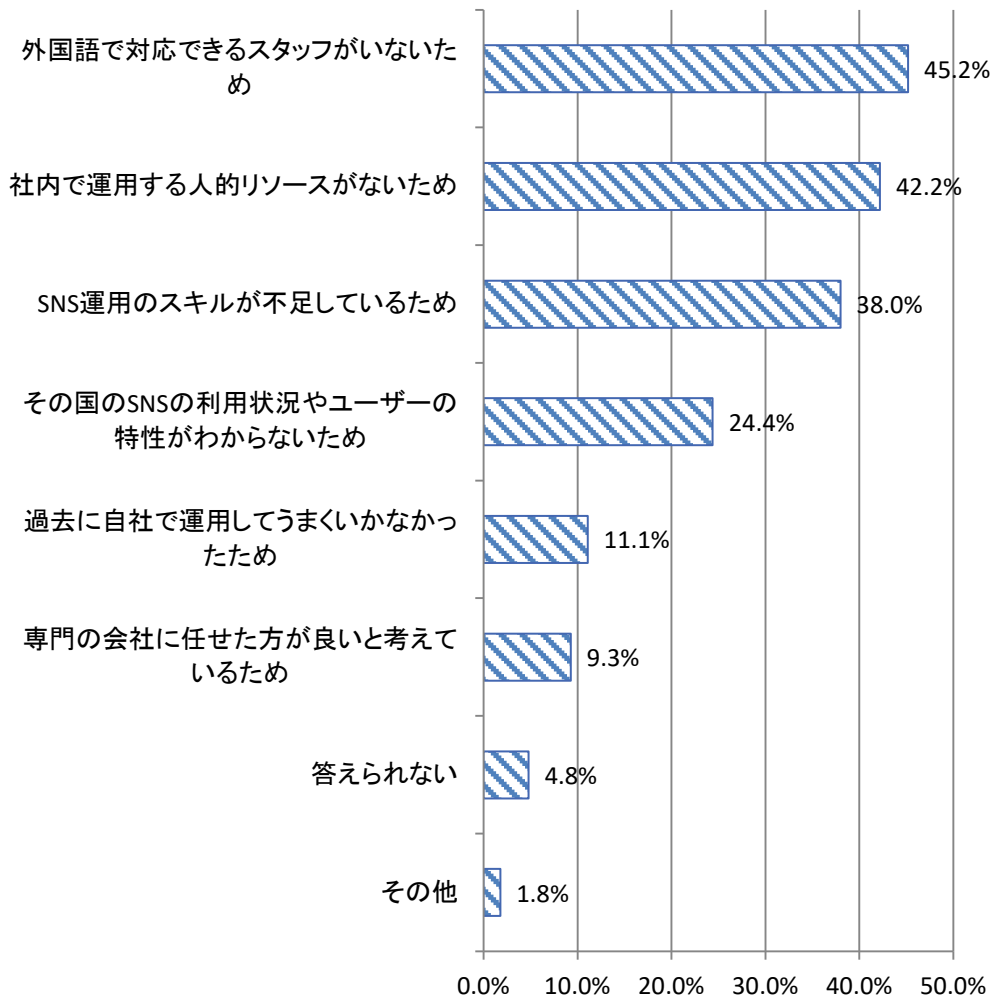
であれば、SNSを使った情報発信も視野に入れているであろう企業も少なくはないはずですが、やはり何か理由があるのでしょうか。その真相についてはQ7、にて詳しくお伝えいたします。

Q.7

あなたの会社が現在に至るまで海外に向けたSNSでの情報発信を行っていなかった理由を教えてください。

(※複数回答可)

課題は主に「外国語対応」「人的リソース」「スキル不足」



Summary

現在に至るまで海外に向けたSNSの情報発信を行っていなかった理由について聞いてみたところ、「外国語で対応できるスタッフがないため」という言葉の壁の問題を理由としているものが45.2%と最も多く、「社内で運用する人的リソースがないため」といったリソース不足を理由に挙げる回答も42.2%となりました。

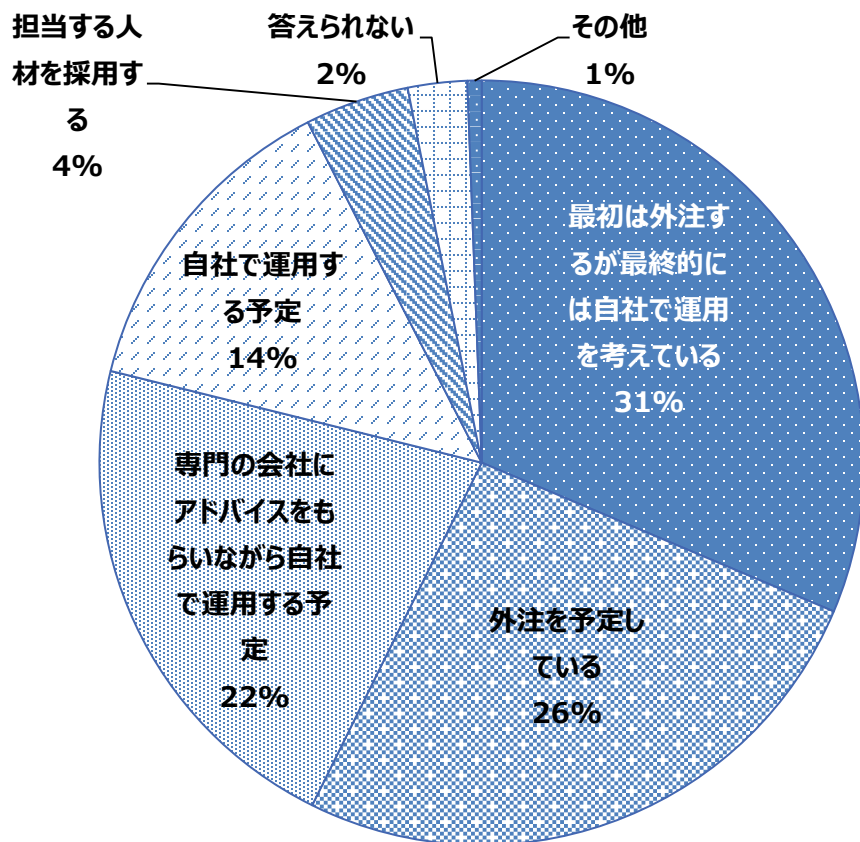
次いで「SNSの運用スキルが不足しているため」とスキル・ノウハウの不足を問題としている回答は38.0%とこちらも全体の4割近くを占める結果となりました。

その他には、国ごとのSNSの利用状況やユーザーの特性がわからない、という情報収集の面も24.4%が課題としているようです。過去に自社で運用を失敗した経験があると回答したのは11.1%と全体の1割程度で、まだまだ海外SNSを使った情報発信をおこなうには多くの課題があり、踏み切れない状況にあることがわかります。

Q.8

Q7の解決策のひとつとして、SNS運用を専門の会社に外注する予定はありますか？

約8割が「外部（外注）に力を借りたい」



Summary

Q7の回答にて多い割合を占めた「外国語対応」「人的リソース」「スキル不足」という大きな課題を解決する方法のひとつとして、SNS運用を専門の会社に外注する予定があるかどうかを質問したところ、全体の約8割が何らかの形で外注を考えている、という結果となりました。

「最初は外注するが、最終的には自社で運用を考えている」が31%、「外注を予定している」26%、「専門の会社にアドバイスをもらいながら自社で運用する予定」22%という内訳になっています。

一方「自社で運用する予定」と答えたのは14%、「担当する人を採用する」4%と、自社で対応を、と考えているのは15%という割合にとどまりました。

主な回答

- ・日本製品のブランド力を生かし国外展開を考えている
- ・昨今の情勢を受けてグローバル化、インバウンド需要が急増している
- ・海外からの問い合わせが急増している
- ・国内需要の飽和、差別化
- ・実際に訪日観光客に評判が良いのでより需要を伸ばしていきたい
- ・海外との積極的な取引実績をアピールポイントにし知名度向上、採用につなげたい
- ・顧客層拡大、新規顧客の獲得
- ・国外需要を獲得し、業績向上を狙いたい

Summary

国内需要の頭打ち感を感じ、国外需要や、訪日観光客を対象とした顧客獲得施策に乗り出そうという考えをもつ企業は多いようです。また、実際に海外からの問合せ数の増加を受けて国外需要を実感し、SNSでも情報発信をはじめようと思っているなど、実際に海外からの反応を受けたことがきっかけとなっているようです。また、2020年のオリンピックイヤーを目前に、情勢もグローバル化の風潮が強く、その流れに乗るような企業・団体が今後さらに増加していくことは安易に予想することが出来ます。

主な回答

- ・言葉と文化の違い、風習・習慣などがわからない
- ・販路を確保しても周知が難しい
- ・セキュリティ面の問題
- ・各国にあわせたノウハウが不足している
- ・外国人のニーズをつかむのが難しい
- ・国内客とは同じ戦略では効果が出にくい
- ・社内調整が困難
- ・現地での人材確保が難しい
- ・うまくできるかどうか不安である
- ・効果が出るまでの時間がどれぐらいかかるのかわからない、効果が分かりにくい
- ・クレーム発生時の対応
- ・どうアピールしていいのかわからない
- ・地方からの発信がどれだけ海外に届き、集客できるのか心配

Summary

「言葉の壁」「文化・風習の違い」「各国トレンド」「セキュリティ面」など課題となるキーワードは大変多く、これらが海外に向けた情報発信を躊躇させる高い壁になっているようです。日本にいながら外国人のニーズをつかむことは難しく、また国内客に向けた戦略と同じものでは効果が出にくいのも課題です。また、SNSを使った海外への情報発信が初めての試みである企業が多く、うまくできるかどうか不安であるという声も多くみられました。

本資料についてのお問い合わせは、下記までご連絡ください。

Full Speed

Ad Technology & Marketing Company

■発行元
株式会社フルスピード

■所在地
150-0044
東京都渋谷区円山町3-6 E・スペースタワー8F

■担当者
経営戦略室 竹本・松本

■TEL
03-5728-4460

■MAIL
info@fullspeed.co.jp