

報道関係者各位

2021年5月26日  
株式会社エイジア

## 【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」

マーケティングコミュニケーションシステム「WEBCAS（ウェブキャス）」シリーズの開発・販売を中心に、企業や団体のCRM運用支援を行う株式会社エイジア（本社：東京都品川区、代表取締役：美濃 和男、東証一部上場：証券コード 2352、以下 エイジア）は、2021年4月20日～4月21日に、生活者を対象に「企業に求める情報発信およびコミュニケーション方法」をインターネットリサーチで実施し、1,110名の回答を取得いたしました。このたび、生活者への情報発信やコミュニケーション手段の最適化を考える企業の検証材料に役立てていただくことを目的として、レポートを作成いたしましたのでお知らせいたします。

### 1. 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。

## 2. 調査概要

### ■内容

企業に求める情報発信およびコミュニケーション方法

### ■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

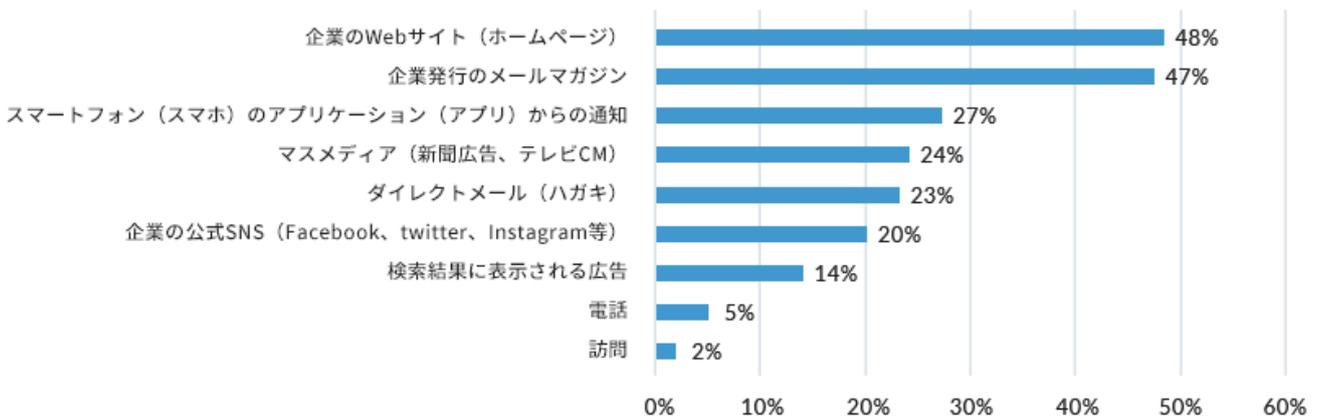
### 3. 調査結果サマリー

- 「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%）。次いでほぼ同率で「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11%にとどまる
- 生活者が企業に求める情報は「興味・関心」（57%）。ついで「最適なタイミング」（43%）

#### 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

「企業の情報を得る最適な手段」として最も多く選ばれたのは「企業のWebサイト」（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%

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。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。

**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「自分の意志を企業に伝える最適な手段」として最も多く選ばれたのは「企業の問い合わせフォーム・代表メールアドレスに連絡」（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）は何だと思いますか？ ※複数回答可

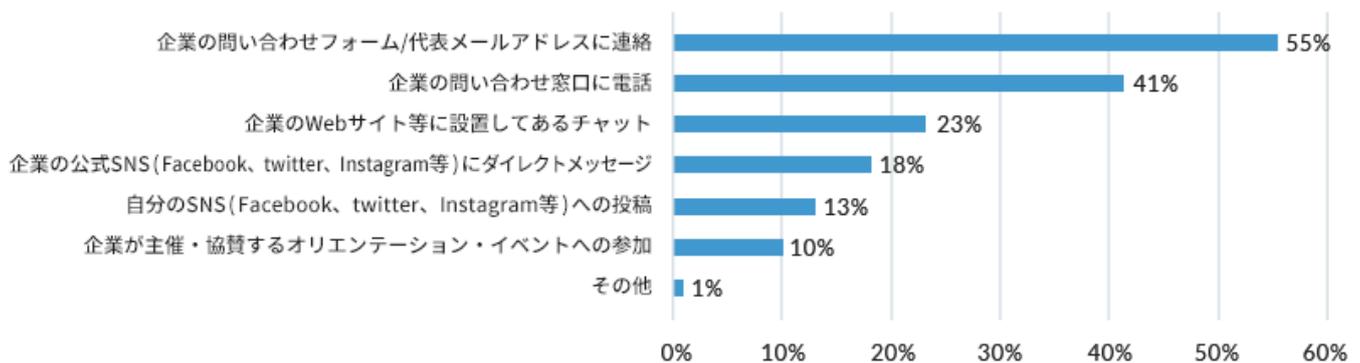
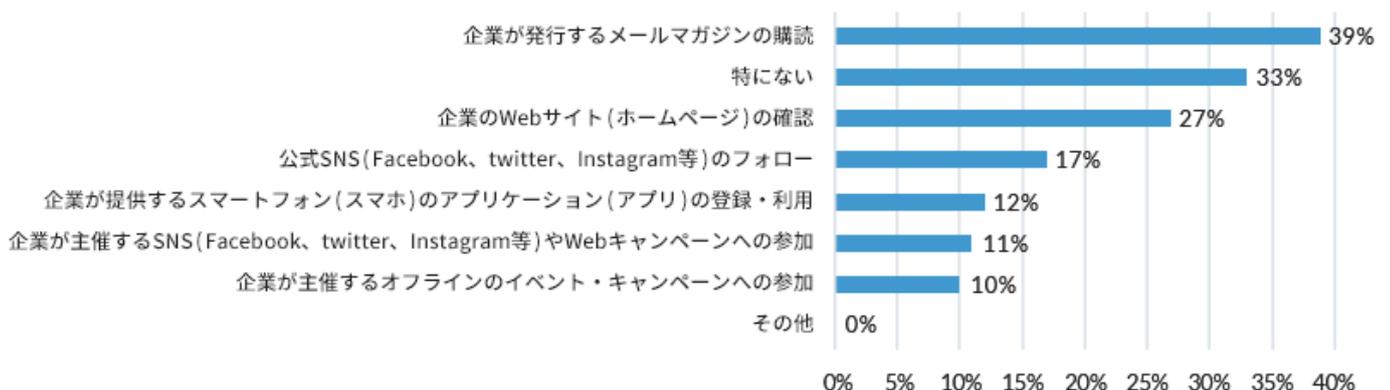


図3の「あなたが自分の意思を企業に伝える最適な手段（方法）は何だと思いますか？」という質問（複数回答可）に対して、55%の人が「企業のWebサイトの問い合わせフォーム/代表メールアドレスに連絡」を選択。次いで、41%の人が「企業の問い合わせ窓口で電話」を選択しました。ダイレクトな対話を求めている方もいるようです。一方、「企業が主催するオリエンテーション・イベントへの参加」を選択した人は10%にとどまりました。

<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
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%

### 生活者が望む企業とのつながり方

「企業と何でつながりたいか」で最も多く選ばれたのは「メールマガジン」(39%)。SNSは11%にとどまる

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」、27%の人が「企業のWebサイトの確認」を選択しました。SNSは11%にとどまっています。

一方、図5にある通り、年齢別の「特にな」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。

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生活者が企業とのコミュニケーションに求めるものは「自分が興味・関心を持っている情報の提供」(57%)。ついで「最適なタイミングでの情報の提供」(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

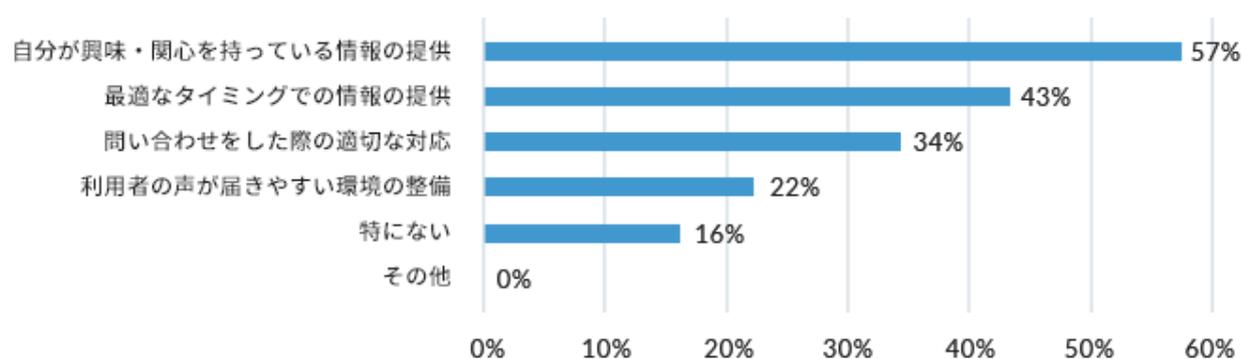


図6が示すとおり、「あなたが企業とのコミュニケーションに求めるものは何ですか？」という質問（複数回答可）に対し、57%の人が「自分が興味・関心を持っている情報の提供」を選択。次いで、43%の人が「最適なタイミングでの情報の提供」を選択しました。

生活者は、ターゲティング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。

※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

## ■株式会社エイジアについて

エイジアは、メール配信システムを軸としたマーケティングコミュニケーションシステム「WEBCAS(ウェブキャス)」シリーズの開発・販売をコアビジネスとして、CRM運用環境の整備から、メールコンテンツやWebアンケートのコンサルティング・制作までを手がけるCRM運用支援会社です。

主な事業内容	マーケティングコミュニケーションシステム「WEBCAS」シリーズの開発・販売 メールコンテンツやWebアンケートのコンサルティング・制作 Webサイトおよび企業業務システムの受託開発
設立	1995年4月
本店所在地	東京都品川区西五反田7-20-9 KDX 西五反田ビル 4F
上場証券取引所	東証一部（証券コード：2352）
代表者	代表取締役 美濃 和男
URL	<a href="https://www.azia.jp/">https://www.azia.jp/</a>

## ●本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社エイジア

マーケティング部 PR担当 重松 愛

TEL：03-6672-6788（代表） FAX：03-6672-6805 E-mail：[marketing@azia.co.jp](mailto:marketing@azia.co.jp)