

報道関係者各位

2012年1月25日

ビルコム株式会社

～ECはソーシャルコマースの時代へ～
ユーザーの8割がFacebookでショッピング意向あり
商品購入時、Facebookの口コミを信用する人は76.2%、ECサイトの口コミを信用する人は64.8%
Facebookユーザー500名を対象にショッピングに関する実態調査を実施

デジタルエージェンシーのビルコム株式会社（本社：東京都港区 代表取締役 CEO：太田 滋）は、この度、Facebookユーザー500名を対象にショッピングに関する実態調査を実施しました。調査は、次のECのトレンドとして「ソーシャルコマース」を示唆する結果となりました。

調査結果概要

■ Facebookはコマースの可能性を秘めたプラットフォーム

「友達のお勧め商品をFacebookで買ってみよう」80.0%

「友達がFacebookに投稿したオススメのモノやサービスが、Facebook上で買えたら、買ってみてもいいと思いませんか」との質問で、「いいモノであれば、買ってみよう」「いいモノであれば、どちらかと言えば買ってみよう」と答えた人は、合計で80.0%に上った。

■ 「Facebook上の口コミへの高い信用」がFacebookでのコマースを後押し

■ Facebook上の口コミを信用する理由は「Facebookの実名登録制」と「嗜好性の一致」
商品購入時、Facebookの口コミを信用する人は76.2%

口コミサイトの口コミを信用する人は67.8%

ECサイトの口コミを信用する人は64.8%

Facebookの口コミ情報を信用する理由は「実名登録制」60.6%

「嗜好性が似ている友達の口コミ」だから 45.1%

「あなたがモノやサービスの情報をチェックしたり、購入する際、口コミ情報はどの程度信用するか」との質問で「Facebook上の口コミ情報」を「とても信用する」「まあまあ信用する」と答えた人は、合計で76.2%と「リアルな口コミ」に次ぐ信用度の高さとなった。一方、「口コミサイトの口コミ」は67.8%、「ECサイトの口コミ情報」は64.8%との結果になった。「Facebook上の口コミ情報」を信用する理由として、「Facebookの実名登録制」を挙げた人は、60.6%、「嗜好性が似ている友達の口コミを、参考にすることができるから」が45.1%に上った。

■ 16.0%のユーザーが、Facebookの投稿を見て購買経験有

友達のFacebook投稿がきっかけで、起こしたアクションとして、「情報をもとに、買い物をした」ことがある人は16.0%、「情報をもとに、実際の店舗に行った」ことがある人は10.6%に上った。

digital agency

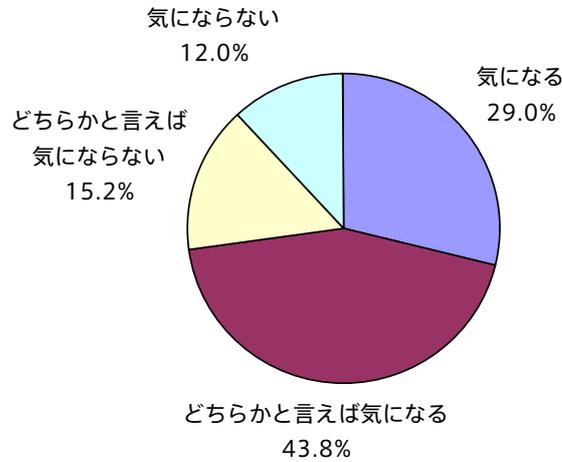
アメリカで定義されたデジタル領域に精通した代理店の呼称で、従来の代理店と異なる位置づけ。新メディア・第三者メディア・自社メディア・ソーシャルメディアを活用したプロモーション、バイラルプロモーション、Webクリエイティブなどデジタルデバイスを活用(中心に位置づけ)した統合型マーケティングコミュニケーションサービスを提供する企業。

BILCOM, Inc.

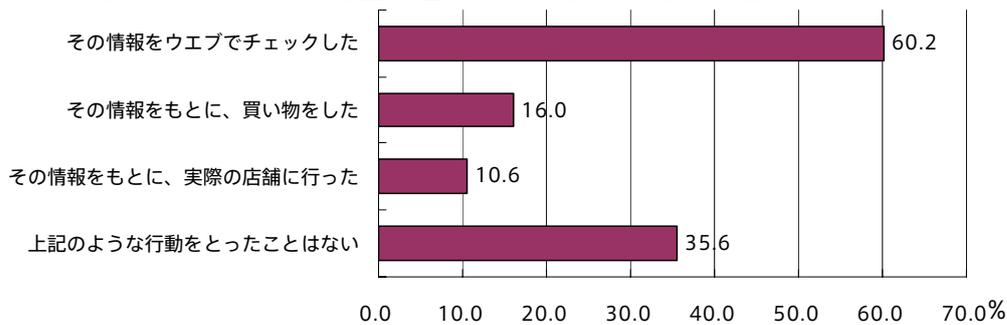
ビルコム株式会社は、デジタル化する全てのコミュニケーションチャネルを扱い、定量・定性情報に基づくコミュニケーションサービスの提供と最適なROIを実現し、企業のマーケティングを支援する会社です。創業以来、大手・外資企業、IT系企業、ヘルスケア、団体・自治体、学校など幅広い業界の複数社を担当し世の中に価値を創造しています。グローバルに展開可能なデジタルマーケティング事業をはじめ、統合型マーケティング事業、タブレット端末事業を展開しています。

調査結果

Q1. 友達が Facebook に投稿したモノやサービスの情報は、気になりますか。(単一回答)



Q2. 友達が Facebook に投稿したことがきっかけで、下記のような行動をとったことはありますか。あてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



Q3. 友達が Facebook に投稿したオススメのモノやサービスが、Facebook 上で買えたら、買ってみたいと思いますか。(単一回答)



digital agency

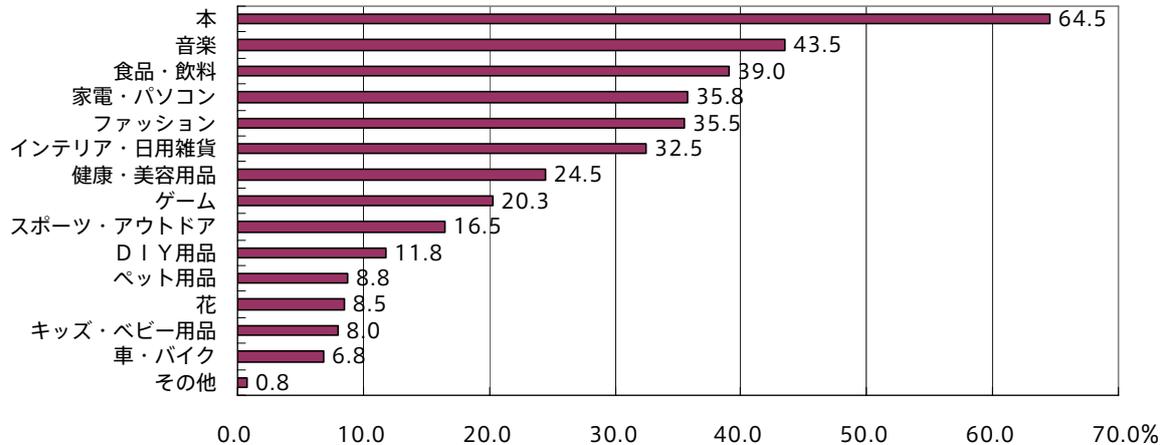
アメリカで定義されたデジタル領域に精通した代理店の呼称で、従来の代理店と異なる位置づけ。新メディア・第三者メディア・自社メディア・ソーシャルメディアを活用したプロモーション、バイラルプロモーション、Web クリエイティブなどデジタルデバイスを活用(中心に位置づけ)した統合型マーケティングコミュニケーションサービスを提供する企業。

BILCOM, Inc.

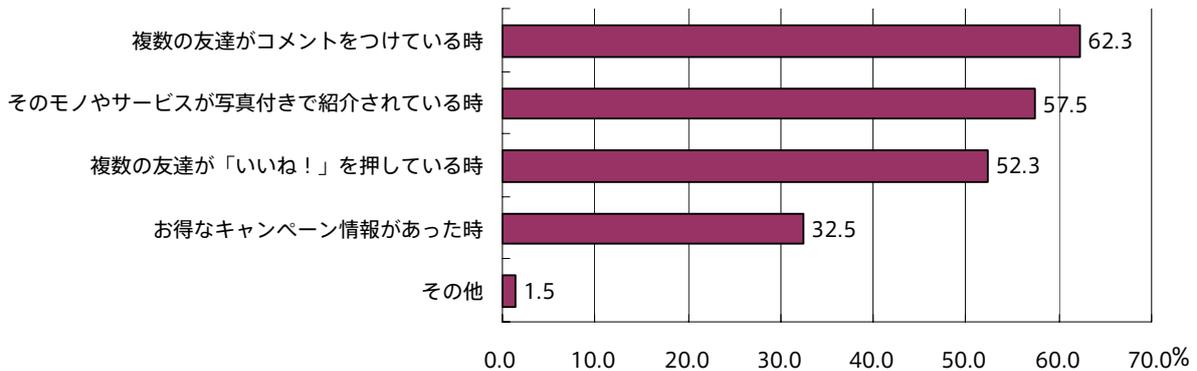
ビルコム株式会社は、デジタル化する全てのコミュニケーションチャネルを扱い、定量・定性情報に基づくコミュニケーションサービスの提供と最適なROIを実現し、企業のマーケティングを支援する会社です。創業以来、大手・外資企業、IT 系企業、ヘルスケア、団体・自治体、学校など幅広い業界の複数社を担当し世の中に価値を創造しています。グローバルに展開可能なデジタルマーケティング事業をはじめ、統合型マーケティング事業、タブレット端末事業を展開しています。

Press Release

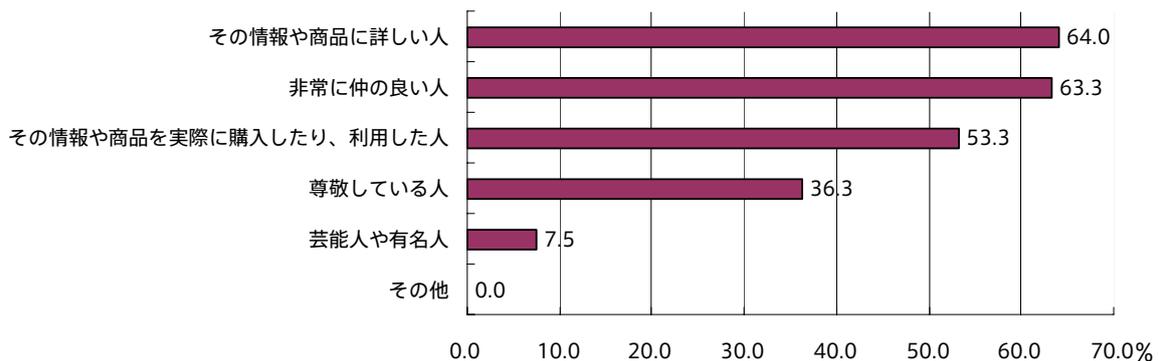
Q4. 友達がFacebookに投稿したモノやサービスのうち、どのようなモノなら買ってみてもいいと思いますか。下記の中からあてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



Q5. 友達がFacebookに投稿したモノやサービスは、どのような時に買ってみたいと思いますか。下記の中からあてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



Q6. Facebookの友達の中でも、どのような人が投稿したモノやサービスだったら、買ってみたいと思いますか。下記の中からあてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



digital agency

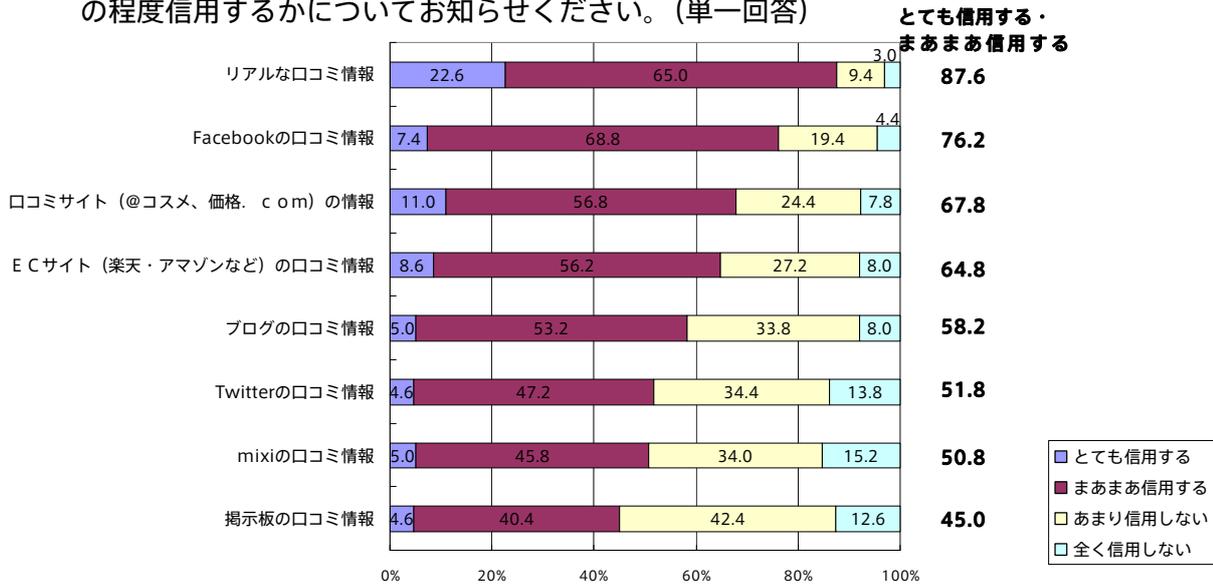
アメリカで定義されたデジタル領域に精通した代理店の呼称で、従来の代理店と異なる位置づけ。新メディア・第三者メディア・自社メディア・ソーシャルメディアを活用したプロモーション、バイラルプロモーション、Webクリエイティブなどデジタルデバイスを活用(中心に位置づけ)した統合型マーケティングコミュニケーションサービスを提供する企業。

BILCOM, Inc.

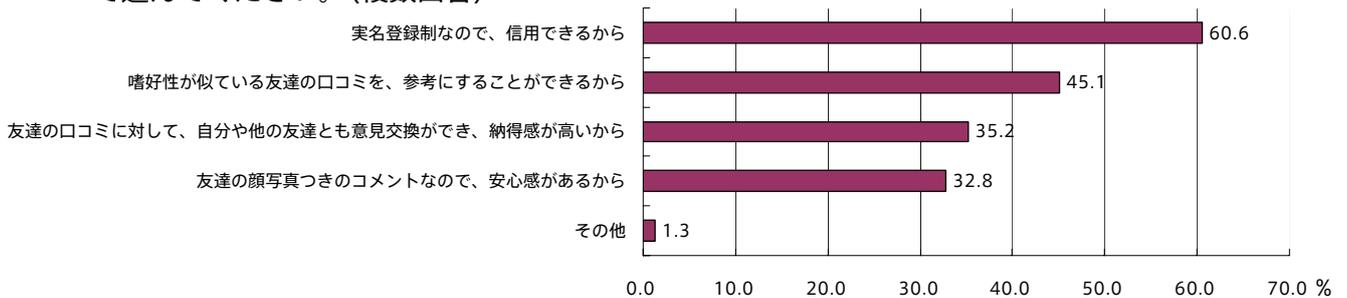
ビルコム株式会社は、デジタル化する全てのコミュニケーションチャネルを扱い、定量・定性情報に基づくコミュニケーションサービスの提供と最適なROIを実現し、企業のマーケティングを支援する会社です。創業以来、大手・外資企業、IT系企業、ヘルスケア、団体・自治体、学校など幅広い業界の複数社を担当し世の中に価値を創造しています。グローバルに展開可能なデジタルマーケティング事業をはじめ、統合型マーケティング事業、タブレット端末事業を展開しています。

Press Release

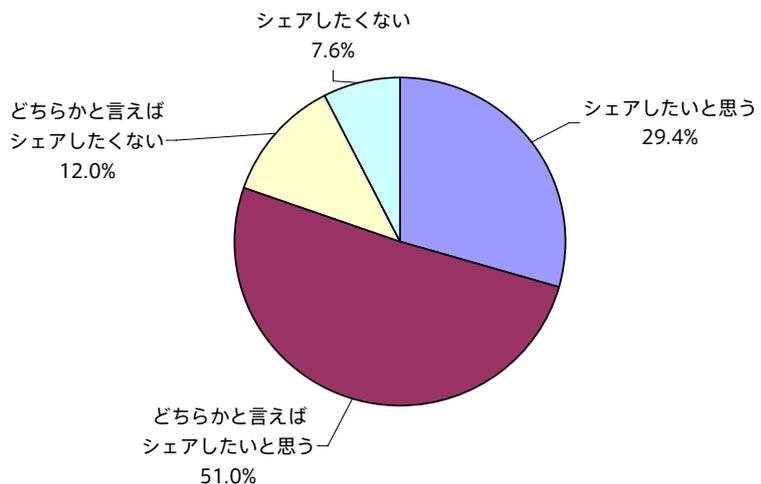
Q7. あなたがモノやサービスの情報をチェックしたり購入したりする際、口コミ情報はどの程度信用するかについてお知らせください。(単一回答)



Q8. Facebook の口コミ情報を信用する理由はなぜですか。下記よりあてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



Q9. あなたがいいと思ったモノやサービスの情報は、Facebook 上で、友達にシェアしたいと思いますか。(単一回答)



digital agency

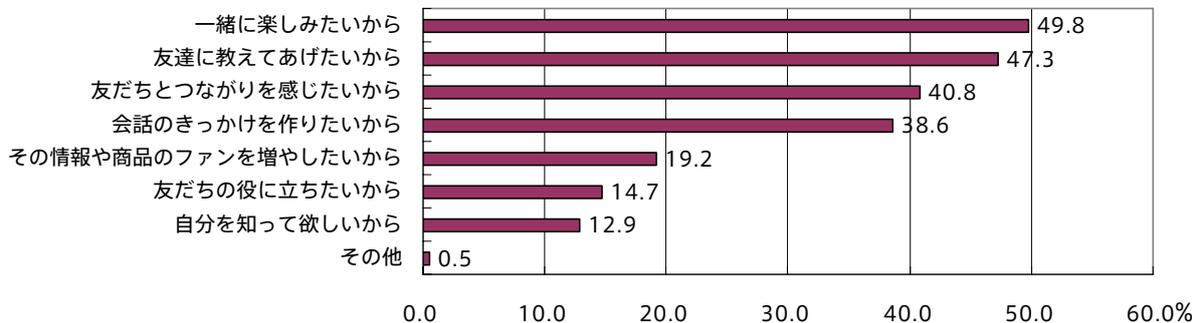
アメリカで定義されたデジタル領域に精通した代理店の呼称で、従来の代理店と異なる位置づけ。新メディア・第三者メディア・自社メディア・ソーシャルメディアを活用したプロモーション、バイラルプロモーション、Web クリエイティブなどデジタルデバイスを活用(中心に位置づけ)した統合型マーケティングコミュニケーションサービスを提供する企業。

BILCOM, Inc.

ビルコム株式会社は、デジタル化する全てのコミュニケーションチャネルを扱い、定量・定性情報に基づくコミュニケーションサービスの提供と最適なROIを実現し、企業のマーケティングを支援する会社です。創業以来、大手・外資企業、IT 系企業、ヘルスケア、団体・自治体、学校など幅広い業界の複数社を担当し世の中に価値を創造しています。グローバルに展開可能なデジタルマーケティング事業をはじめ、統合型マーケティング事業、タブレット端末事業を展開しています。

Press Release

Q10. Facebook で、あなたが気に入ったモノやサービスの情報をシェアする理由はなぜですか。下記よりあてはまるものを全て選んでください。(複数回答)



調査概要

■調査目的：「Facebook ユーザーのショッピングに関する実態調査」は、Facebook の日本における利用実態を調査しています。今回の調査は、企業の販売促進部、宣伝・マーケティング部の方を対象に、Facebook を活用した効果的な販促活動・マーケティングコミュニケーションを支援することを目的として実施しています。

■調査方法：インターネット調査

■調査対象：日本在住の Facebook ユーザー

(スクリーニング調査：5,263 名よりサンプルを抽出)

○性別：男性、女性

○年齢：20代～40代

○職業：マスコミ・広告・宣伝・マーケティング従事者を除く

○Facebookの利用頻度：1日に1回以上

○地域：全国

■サンプル数：500 名

■調査期間：2011 年 8 月 11 日 (木) ～15 日 (月)

*掲載しているグラフ、表を引用・転載する場合には、「ビルコム株式会社調べ」と明記ください。

digital agency

アメリカで定義されたデジタル領域に精通した代理店の呼称で、従来の代理店と異なる位置づけ。新メディア・第三者メディア・自社メディア・ソーシャルメディアを活用したプロモーション、バイラルプロモーション、Web クリエイティブなどデジタルデバイスを活用(中心に位置づけ)した統合型マーケティングコミュニケーションサービスを提供する企業。

BILCOM, Inc.

ビルコム株式会社は、デジタル化する全てのコミュニケーションチャネルを扱い、定量・定性情報に基づくコミュニケーションサービスの提供と最適なROIを実現し、企業のマーケティングを支援する会社です。創業以来、大手・外資企業、IT 系企業、ヘルスケア、団体・自治体、学校など幅広い業界の複数社を担当し世の中に価値を創造しています。グローバルに展開可能なデジタルマーケティング事業をはじめ、統合型マーケティング事業、タブレット端末事業を展開しています。