

アドビ、ソーシャルメディアに関する年次レポート Social Media Intelligence レポートを発表

Twitter の RPV が前年比で 300% 増、
Facebook の広告 ROI も好調であることが判明

※本リリースは、米国時間 10 月 28 日に米 Adobe 本社から発表されたプレスリリースの抄訳です。

【2013 年 10 月 29 日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発（2013 年 10 月 28 日）Adobe（Nasdaq：ADBE）（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下 アドビ）は本日、ペイド、アード、およびオウンドのソーシャルメディアにおけるトレンドを検証した、初めての年次レポート [Social Media Intelligence](#) レポートを発表しました。このレポートは、デジタルマーケティングに関する様々な調査を独自に行っている [Adobe Digital Index](#) の一環として発行されています。今回の調査では、Twitter と Pinterest が、RPV（Revenue Per Visitor：訪問あたり売上）を前年度比で最も大きく伸ばし、特に Twitter の RPV は、300%も増加していることが今回の調査で明らかになりました。また、Facebook の CPC（Cost Per Click：クリック単価）は 40%低下しているものの、CTR（Click-through rate：クリック率）は 275%増加、広告 ROI（Return on investment：投資対効果）は 58%増加しました。さらに、小売サイトへのソーシャルメディア経由のトラフィックに関しては、Facebook が依然として大きなシェアを占めているものの、シェア増加率では Twitter が最も高く前年度比 258%を記録しました。

このソーシャルメディアの最新トレンド分析は、小売、メディア、エンターテインメント、および旅行関連の Web サイトから過去 12 か月にわたり収集された匿名データに基づき行われました。このデータには、1 億 3,100 万件の Facebook アドインプレッション、4 億人のソーシャル ネットワーキング サイトへのユニークビジター、10 億件を超える Facebook への投稿、および、43 億回の Facebook における、コメント、共有、および「いいね」を含むエンゲージメントが反映されています。ペイドソーシャルメディアのデータは Adobe Marketing Cloud をご利用のお客様のデータに基づいています。

アドビ、Digital Index 担当主任アナリストのタマラ ギャフニー（Tamara Gaffney）は、「ソーシャルメディアはマーケティングチャネルとしての成熟度を急速に高めており、これには Facebook と Twitter が行ったマーケターによる利用者へのアクセスを容易にするための取り組みが大きく貢献しています。これによる可能性に気付いたマーケターはソーシャルなチャネルを対象としてキャンペーンを最適化し、その結果として消費者による購入行動へのソーシャルメディア利用も大きく拡大しています。今年のクリスマスシーズンには、このトレンドがさらに加速すると予想しています」と述べています。

Social Media Intelligence レポートの主な調査結果は下記の通りです。

• ペイド ソーシャルメディアのトレンド：

Facebook のクリック数は前年比 29%の伸びを示し、ブランドマーケターにとっての魅力
をさらに高めています。またアドインプレッションは前年比 85%、広告の CPM (Cost per
thousand : 1,000 インプレッションあたりコスト) は 120% 増加しました。

• オウンド ソーシャルメディアのトレンド：

RPV (訪問あたり売上) が前年比で増加し、ソーシャルメディアを利用したマーケティング
の価値が高まってきていることを示しました。RPV は Facebook では 39%、Twitter で
は 300%、Pinterest では 150%増加しました。小売サイトへのソーシャルメディア経由
でのトラフィックに関しては Facebook が依然としてトップですが、しかしソーシャルメ
ディア経由でのトラフィックに占める Facebook のシェアは 2012 年の 77%から 20%低下
し、Twitter のシェアは 258%増加、Pinterest は 84%増加しています。

• アーンド ソーシャルメディアのトレンド：

Facebook でのソーシャル エンゲージメントは前年比で 115%増加し、ブランド投稿の数
は 9%増加しました。画像を含むブランド投稿へのエンゲージメント率は、テキストペ
ースの投稿の場合を 600%上回りました。すべてのソーシャルプラットフォームの中で最も
肯定的な感想を獲得したのは Tumblr でした。

参考リンク

- [Adobe Digital Index: Social Intelligence Report \(英語\)](#)
- [Adobe Digital Marketing Blog Post \(英語\)](#)

Adobe Digital Index について

Adobe Digital Index は、デジタルマーケティングやその他の関連トピックに関する調査結果
を、マーケティングや e- コマースに関わる上級管理職や役員クラスの人々に提供します。こ
の調査は Adobe Marketing Cloud を使って自社 Web サイトでの活動から実行可能なデータ
や分析結果を取得している、世界中の 5,000 社を超える企業からの特定の、匿名の、および
集約したデータに基づいて行われています。年次の Social Intelligence Report、その他のレポ
ート、およびインサイトはこちらをご覧ください。

アドビ システムズ社について

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビ システムズ 株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、Web サイト
に掲載されています。

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems
Incorporated, in the United States and/or other countries.

© 2013 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.

