

各業界のFacebook  
平均エンゲージメント率  
～9業界、109ブランド～

Tribal Media House, Inc.



# ■ 調査概要

- 調査期間：2015年9月1日～2015年12月31日
- 調査方法：ソーシャルメディア統合管理ツール「エンゲージマネージャー」のベンチマーク Facebookページ分析機能（Facebook API）を活用し調査
- 調査対象：
  - 百貨店業界と判断した企業Facebookページ×13
  - アルコール飲料業界と判断した企業Facebookページ×7
  - 飲料業界と判断した企業Facebookページ×12
  - 航空業界と判断した企業Facebookページ×13
  - 自動車業界と判断した企業Facebookページ×14
  - 小売業界と判断した企業Facebookページ×14
  - スポーツ業界と判断した企業Facebookページ×14
  - エンターテインメント業界と判断した企業Facebookページ×13
  - 化粧品業界と判断した企業Facebookページ×9

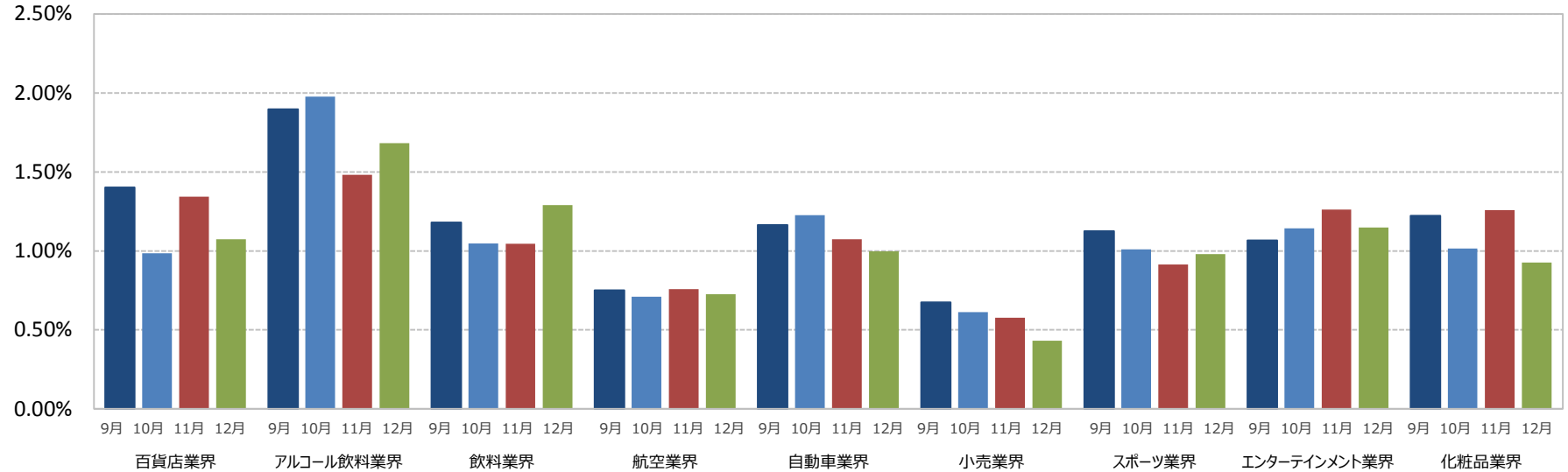
※トライバルメディアハウスにて、ピックアップした企業Facebookページのデータを取得し算出しています。

- エンゲージメント率の算出式：（投稿へのいいね！ + コメント + シェア） ÷ 期間中の平均ファン数 ÷ 投稿数

# 各業界のエンゲージメント率

# ■ 各業界のエンゲージメント率

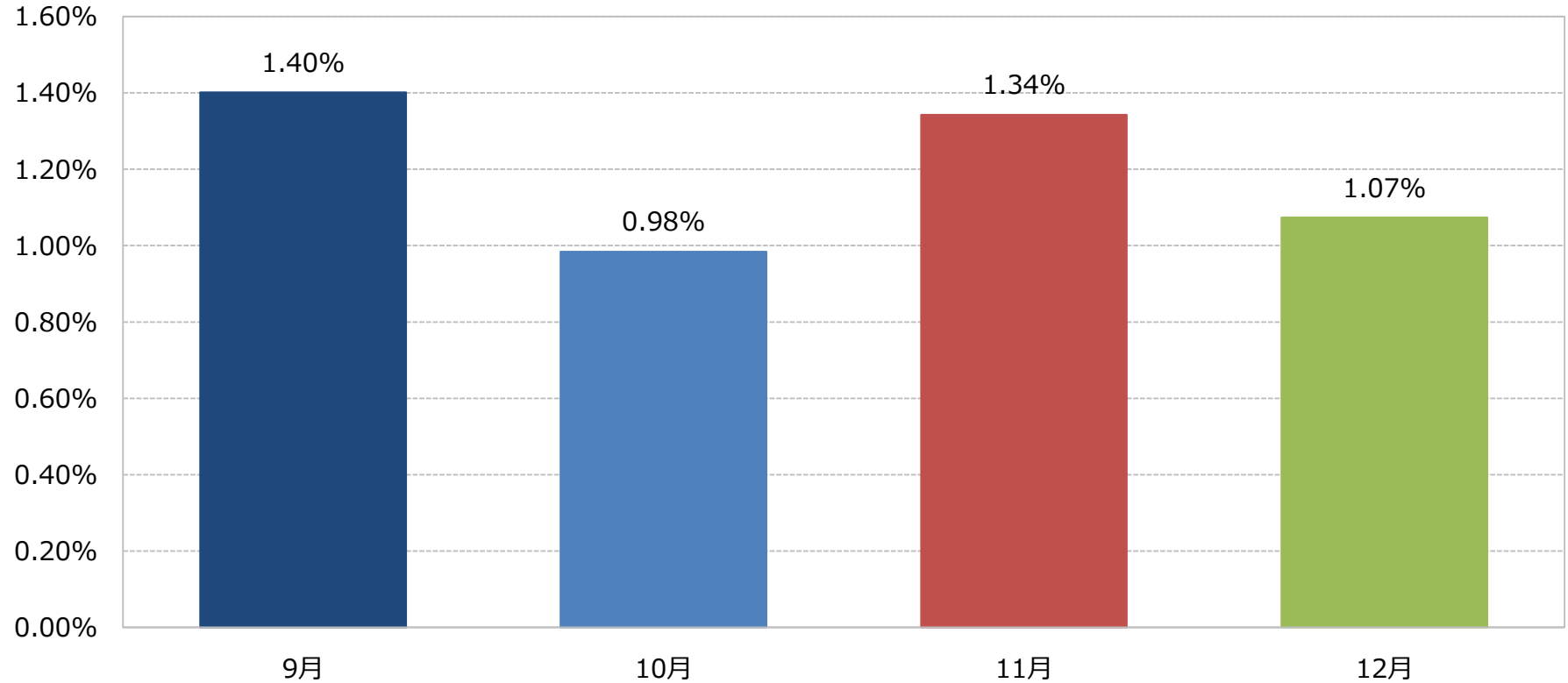
投稿のエンゲージメント率



	9月	10月	11月	12月
百貨店業界	1.40%	0.98%	1.34%	1.07%
アルコール飲料業界	1.90%	1.98%	1.48%	1.68%
飲料業界	1.18%	1.05%	1.05%	1.29%
航空業界	0.75%	0.71%	0.76%	0.73%
自動車業界	1.16%	1.23%	1.07%	1.00%
小売業界	0.67%	0.61%	0.58%	0.43%
スポーツ業界	1.13%	1.01%	0.91%	0.98%
エンターテインメント業界	1.07%	1.14%	1.26%	1.15%
化粧品業界	1.22%	1.02%	1.26%	0.93%

# ■ 百貨店業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

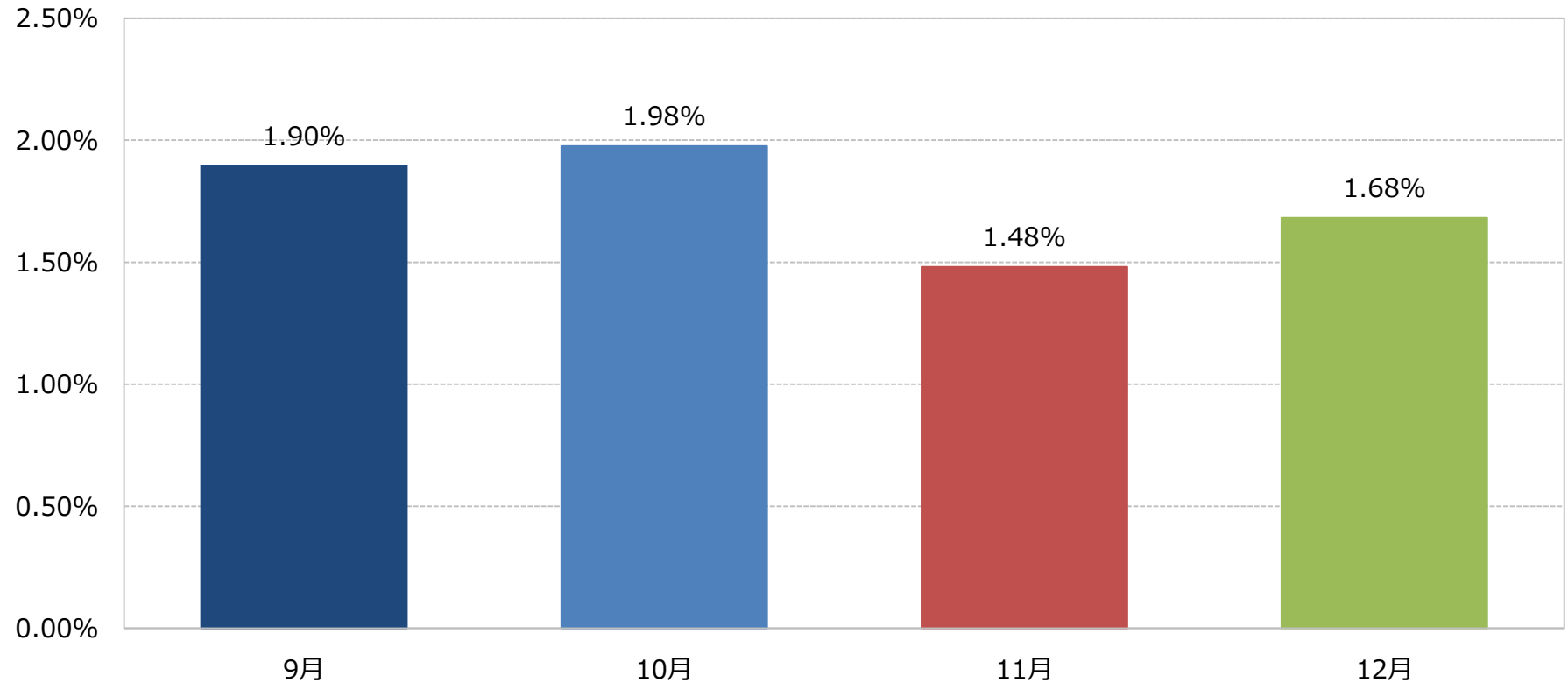


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.40%	0.98%	1.34%	1.07%

※対象：百貨店業界の中からピックアップした13アカウントの平均値を算出

# ■ アルコール飲料業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

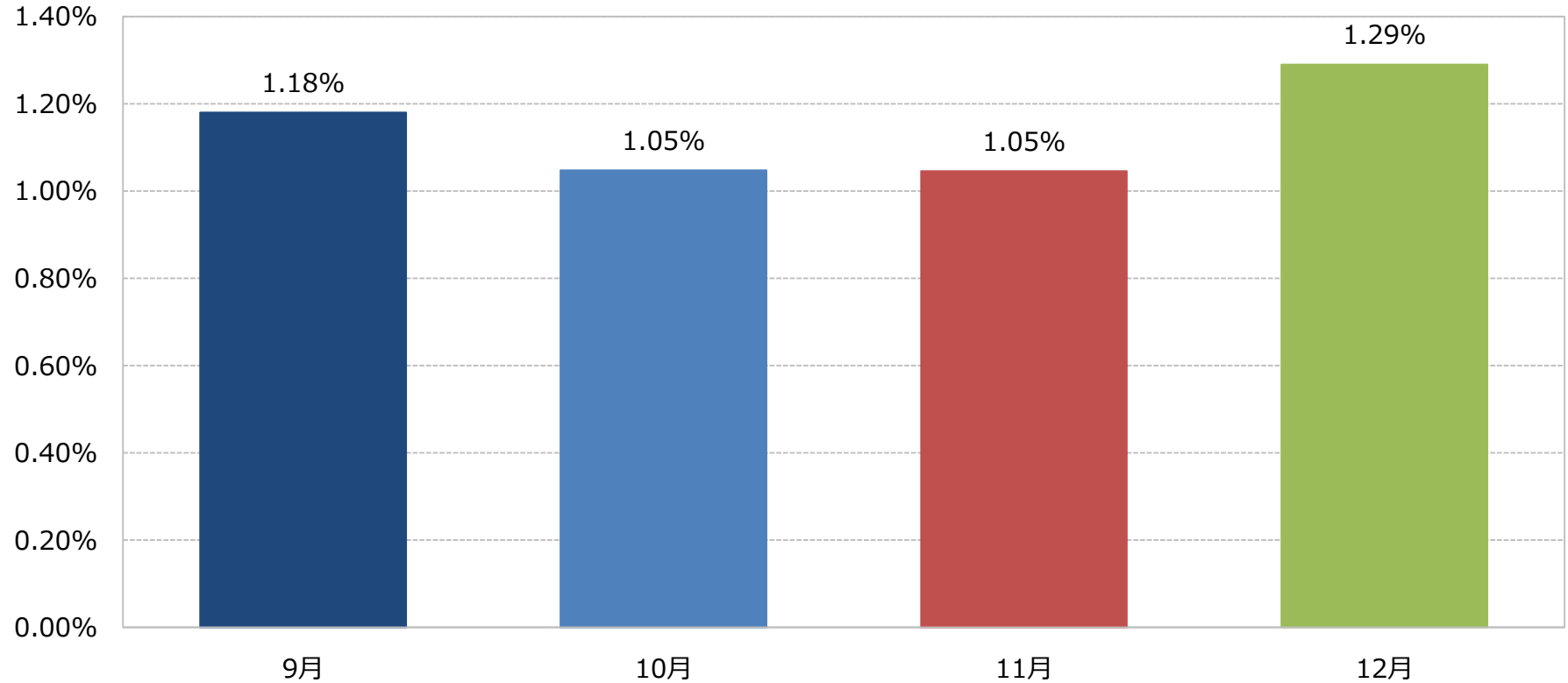


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.90%	1.98%	1.48%	1.68%

※対象：アルコール飲料業界の中からピックアップした7アカウントの平均値を算出

# ■ 飲料業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

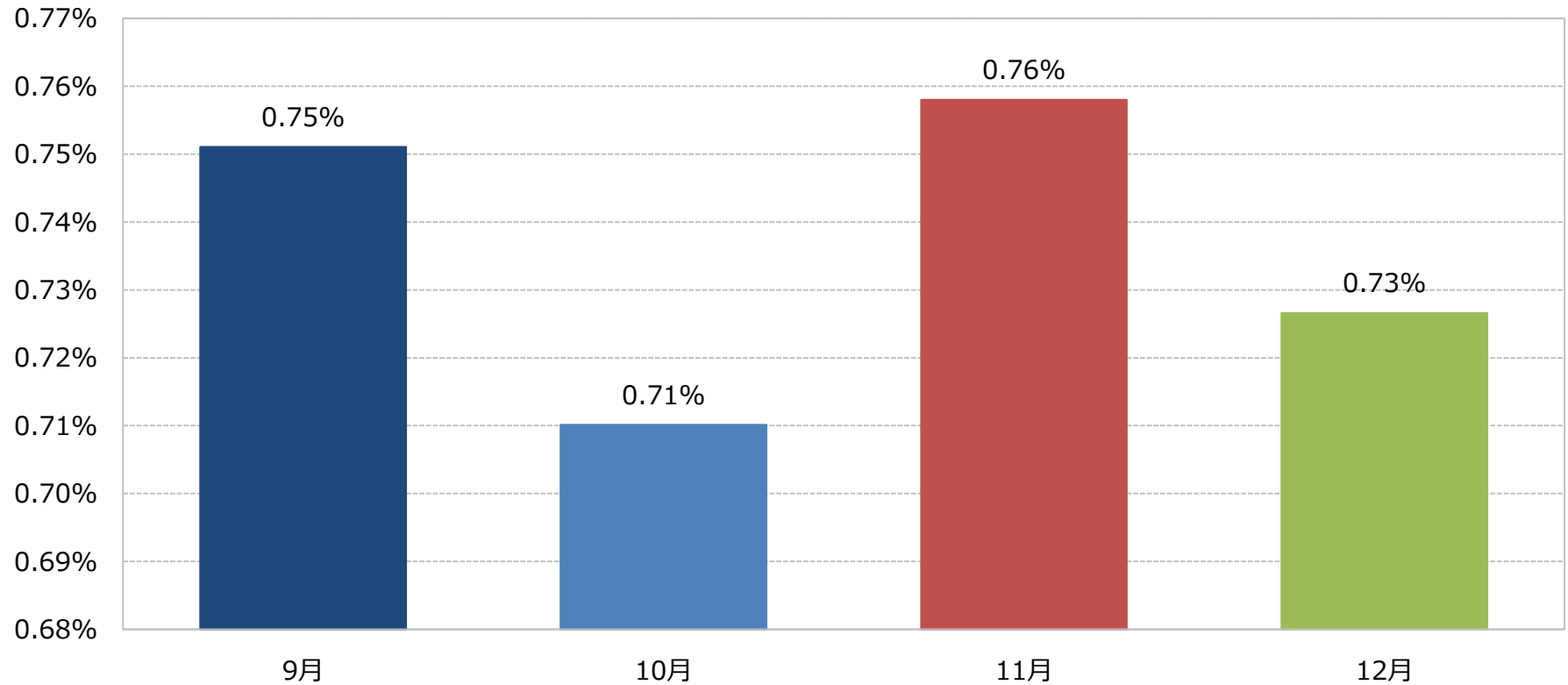


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.18%	1.05%	1.05%	1.29%

※対象：飲料業界の中からピックアップした12アカウントの平均値を算出

# ■ 航空業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率



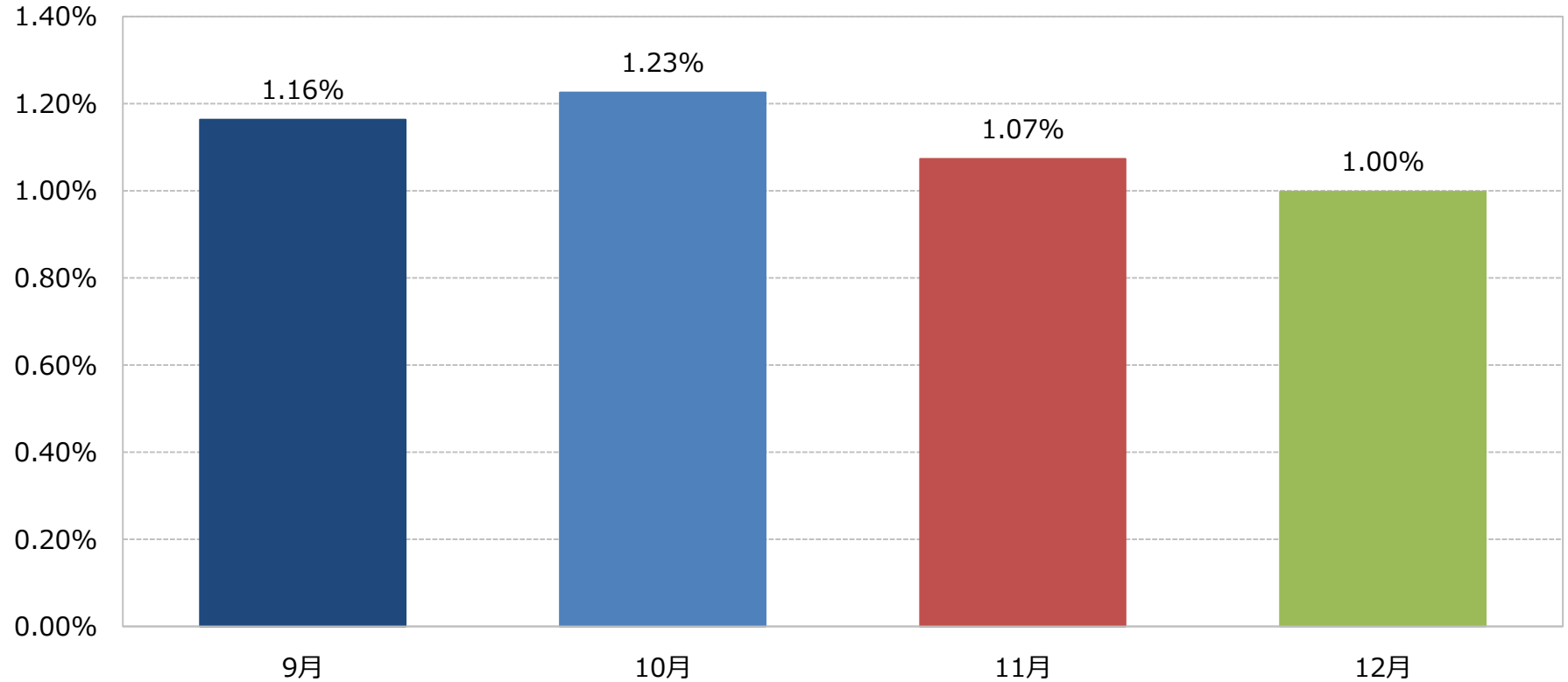
	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	0.75%	0.71%	0.76%	0.73%

※対象：航空業界の中からピックアップした13アカウントの平均値を算出



# 自動車業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

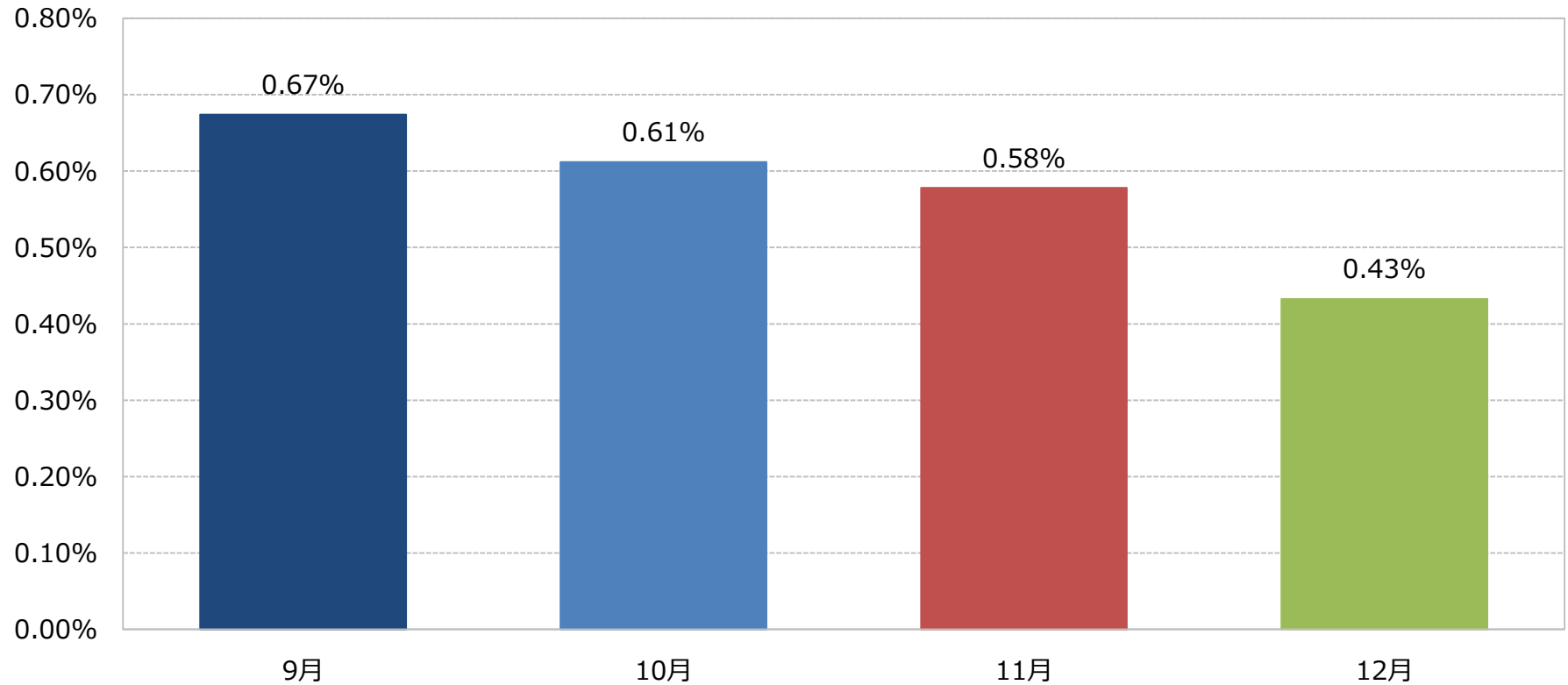


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.16%	1.23%	1.07%	1.00%

※対象：自動車業界の中からピックアップした14アカウントの平均値を算出

# ■ 小売業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

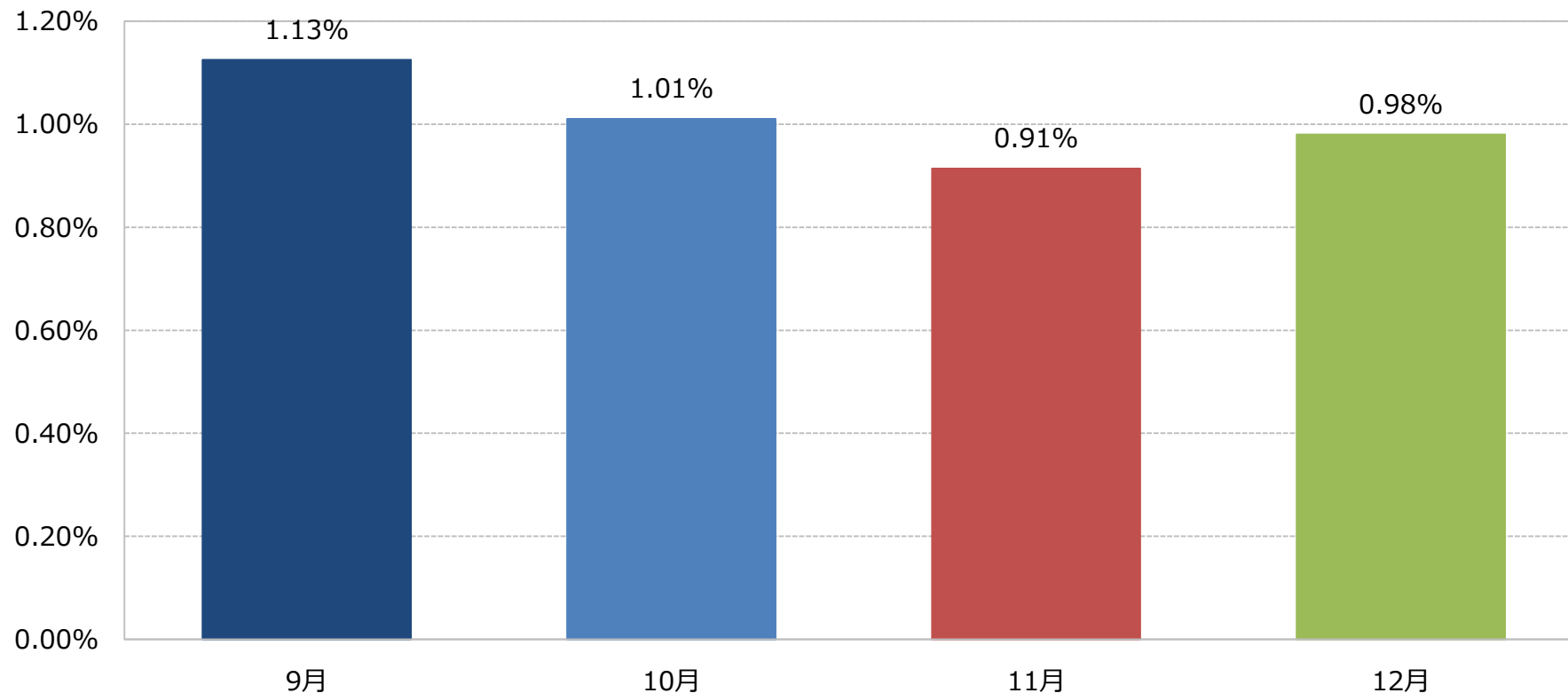


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	0.67%	0.61%	0.58%	0.43%

※対象：小売業界の中からピックアップした14アカウントの平均値を算出

# ■ スポーツ業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

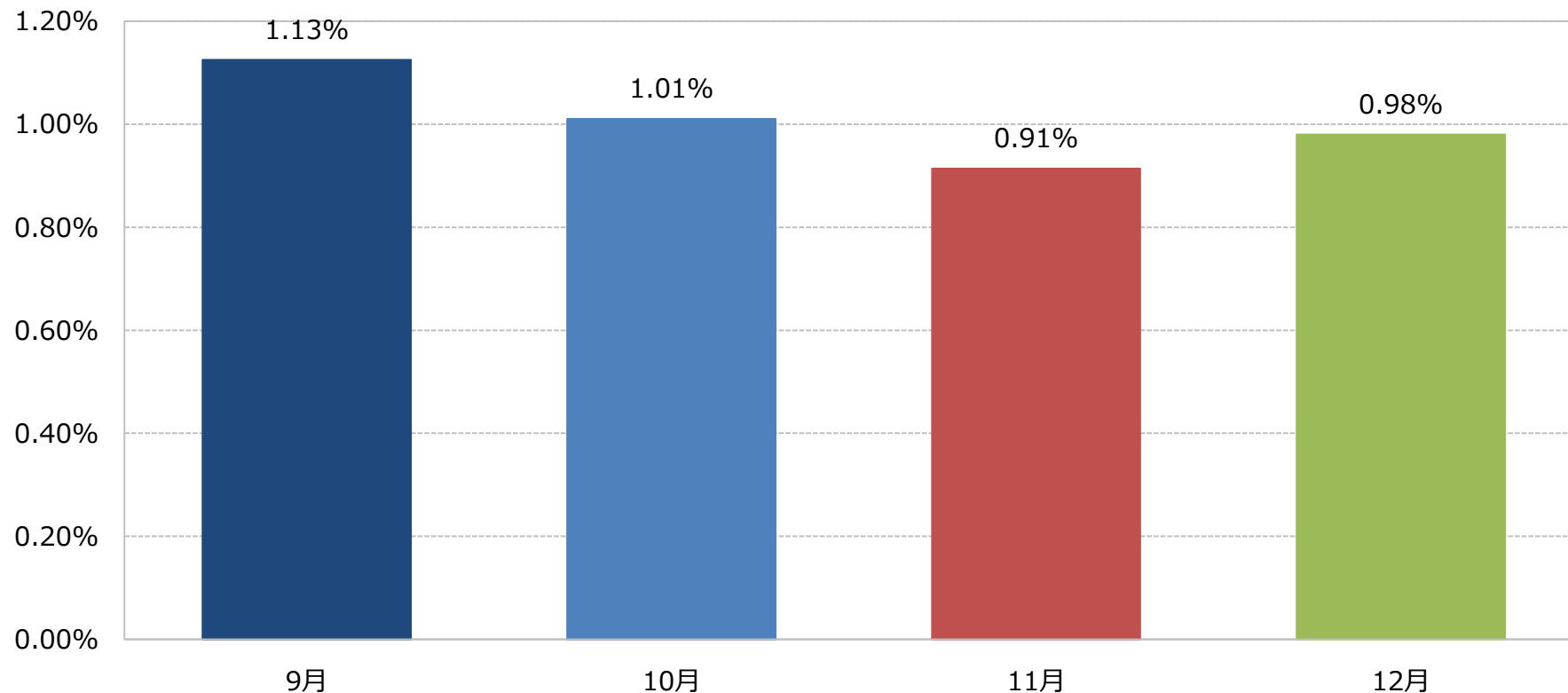


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.13%	1.01%	0.91%	0.98%

※対象：スポーツ業界の中からピックアップした14アカウントの平均値を算出

# ■ スポーツ業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

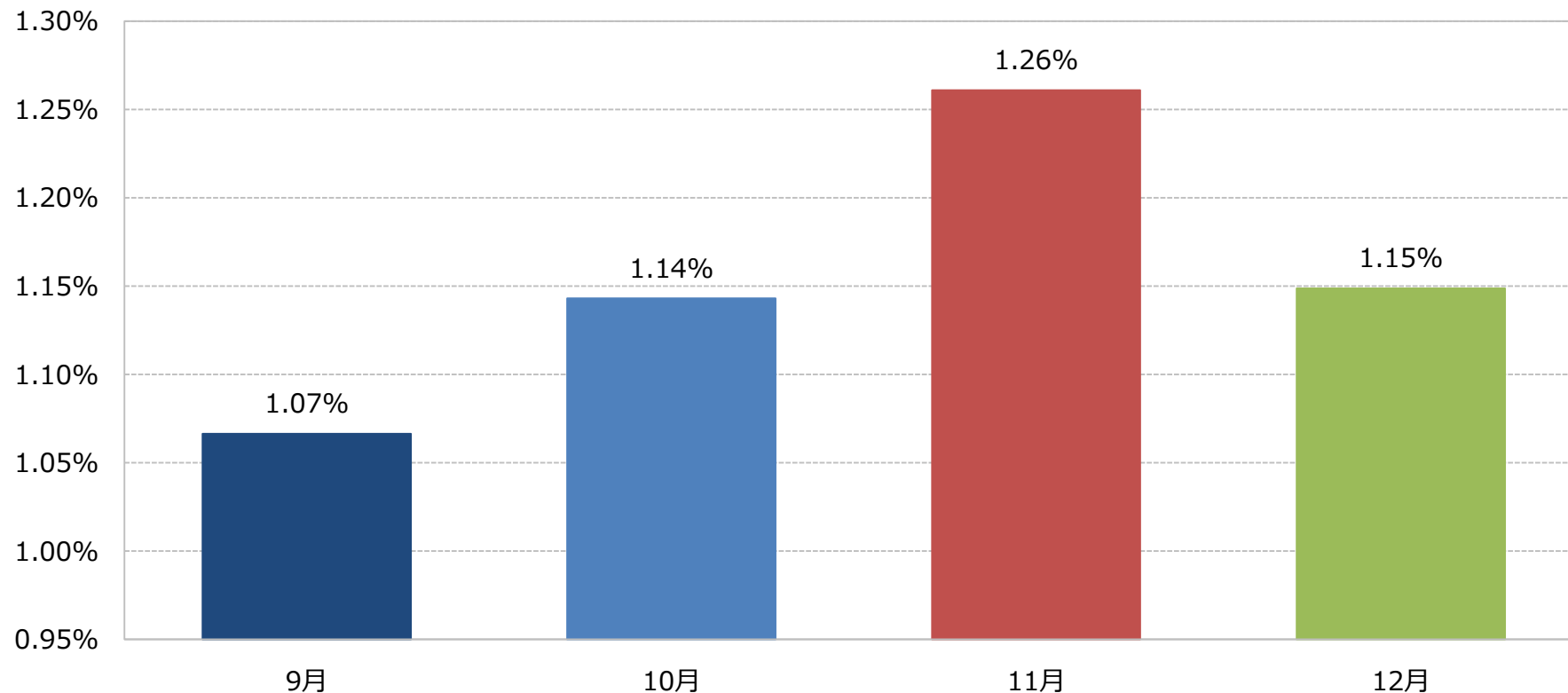


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.13%	1.01%	0.91%	0.98%

※対象：スポーツ業界の中からピックアップした14アカウントの平均値を算出

# ■ エンターテインメント業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率

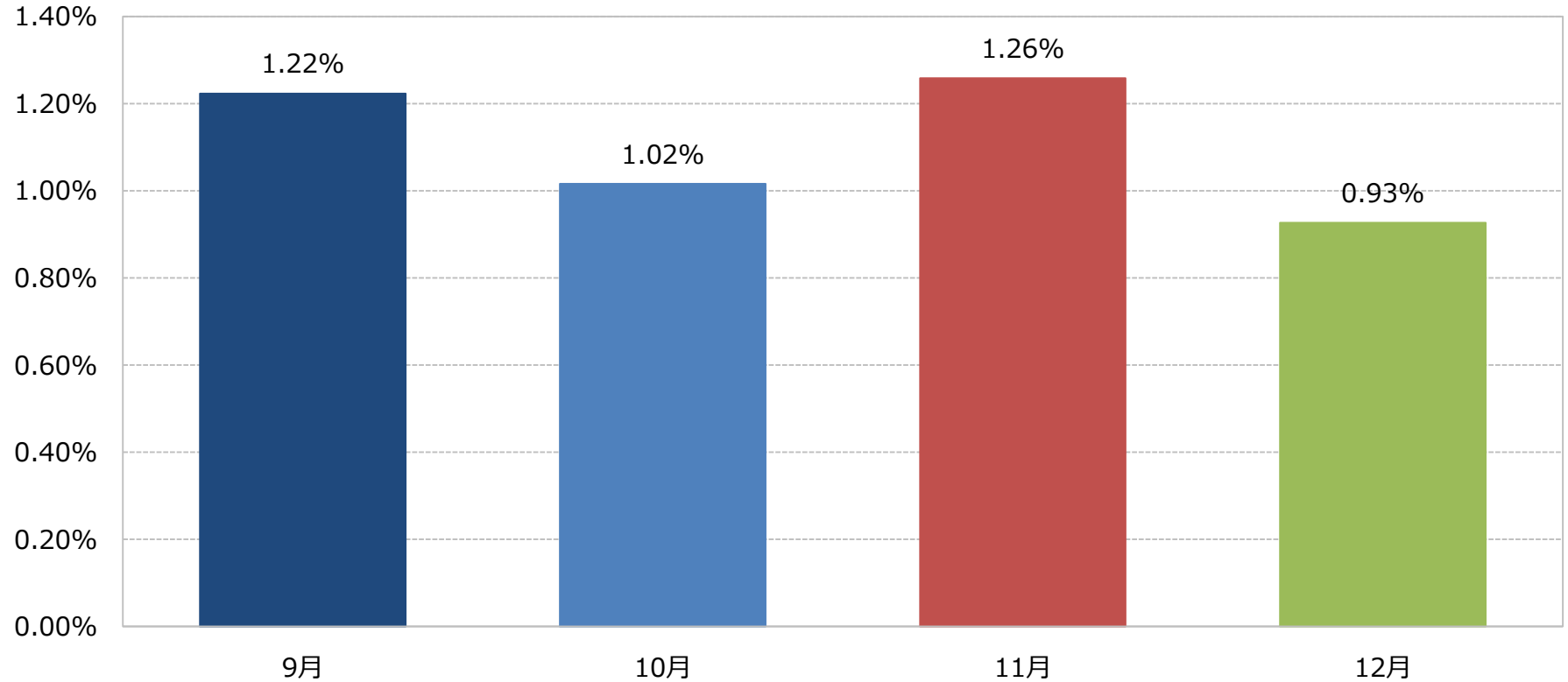


	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.07%	1.14%	1.26%	1.15%

※対象：エンターテインメント業界の中からピックアップした13アカウントの平均値を算出

# ■ 化粧品業界のエンゲージメント率

投稿のエンゲージメント率



	9月	10月	11月	12月
エンゲージメント率	1.22%	1.02%	1.26%	0.93%

※対象：化粧品業界の中からピックアップした9アカウントの平均値を算出

調査ツールのご紹介  
ソーシャルメディア統合管理ツール  
「Engage Manager」

# ■ 調査ツールのご紹介「Engage Manager」

- Engage Manager(エンゲージマネージャー)は、ソーシャルメディアの運用業務をシンプルにするために生まれた、まったく新しい純国産ソーシャルメディア統合管理ツールです。
- 企業のソーシャルメディアアカウントを一元的に管理し、日々の運用から戦略的な意思決定まで、ソーシャルメディアに携わる方々を強かにサポートします。

## 運用支援

- 複数スタッフによる利用
- 複数メディア、複数アカウントの一元的管理
- 上長への承認ワークフロー
- 予約投稿 etc.

## 対話

- 投稿履歴管理
- ユーザーごとの会話履歴管理
- フォロワー (Twitter) / ファン (Facebook) に関する情報収集 etc.

## モニタリング

- クチコミデータ分析
- 競合 (ベンチマーク) アカウント分析 etc.

## 効果測定

- 投稿内容分析
- 自社アカウント分析
- 競合 (ベンチマーク) アカウント分析
- 目標管理 (予実管理) etc.



Engage  
Manager







# Engage Managerのご紹介（モニタリング・効果測定）

– 自社の運用結果を自動で測定・分析するだけでなく、他社企業のアカウントと自社アカウントと比較することによって、自社のポジションや課題を把握することができます。また、他社企業のアカウントを参考に業務改善にもつなげることができます。

## 【モニタリング】

- 他社のファン/フォロワー数
- 他社のエンゲージメント分析
- 他社の投稿リーチ/インプレッション数
- 他社の投稿数/頻度分析など

## 【効果測定】

- ファン/フォロワー数
- エンゲージメント分析
- 投稿リーチ/インプレッション数
- 短縮URLクリック数
- データー一括ダウンロード  
(CSV・excel・PowerPoint)



	平均	7/14	7/17	7/20	7/21	7/22	7/23
...	46,952	27,921	27,921	22,961	40,144	26,941	26,941
...	219	216	216	202	281	241	278
...	29,660	20,244	15,962	15,962	16,819	16,212	17,046
...	2,059	890	890	890	814	819	819
...	46,514	27,142	27,142	27,883	49,039	27,048	27,240
...	9,039	7,837	7,837	7,837	8,740	16,331	16,330
...	5,486	7,473	7,473	7,473	7,664	7,232	6,664

投稿一覧

No.1  
今日、ニュースフィードを覗いているランゲインチョコ。トライアルメディアアカウントも負けずとくってました！  
弊社スタッフが、1つずつおこめて手作業で確認しました。日頃の投稿になっている方々に、感謝と愛をこめてお送りしています。  
もしあなたもニュースフィードで見分けたら、ぜひいいね！してください！  
【7/27/2016 12:20:28】  
1202 コメント 1 共有 2 投稿回数 1,510

No.2  
+ 運営報告 - 新年のご挨拶 +  
Facebookページのファンおみなさま、新年おめでとうございます！  
トライアルメディアハウスは本年より2013年の営業開始です。先月のスタッフ全員で朝礼報告に励みに行き、決意を新たにしてきました。  
本年もみなさまにF/P/Tと感謝をお届けする仕事をしていきますので、何卒よろしくお願いいたします！  
※画像は今年の目標です！スタッフ全員お読みしております。  
【7/27/2016 12:20:28】  
1202 コメント 9 共有 15 投稿回数 1,217

No.3  
【社員募集】「Facebookマーケティング実践定例セミナー」にお申し込みいただきありがとうございます！  
昨日ご紹介した「トライアルメディアハウス/ランゲインチョコ」と同じ弊社にて今般「Facebookマーケティング実践定例セミナー」を開催いたしました。「Facebookマーケティング実践定例セミナー」  
当日は写真からわかるように大変盛り上がり、そしてセッションの件も、日本全国の皆様からご参加されるお声も聞かれました。最後はFacebook Japanの御礼とご挨拶により「ランゲインチョコ」業務はなかなか難しいと感じた方も多かったと思います。  
弊社メンバーもお話ししたいと申し出ておられる方も多くおりました！本当にありがとうございます！  
また、この機会をもちましてご紹介いただいた方にも関わらずご参加のおかげで気づいた新発見も共有させていただきます。m...m  
それでは良い週末を！  
【7/27/2016 12:20:28】  
1202 コメント 2 共有 0 投稿回数 0,545

No.4  
【新サービスの紹介】  
株式会社トライアルメディアハウスは、TwitterやFacebookの公式アカウントのマーケティング効果測定する「Key Goal Indicator」(重要目標達成率) 測定サービスの提供を開始いたします！  
日本最速と評判の社内Facebookページで実施、おかげさまで好評です。お申し込みは、お申し込みください。  
Facebookページのファンは、新ファンに加えて、その企業の商品と関わり合いを深めたいお客様がいらっしゃいます。  
本サービスでは、公式アカウントのファン/フォロワーと新ファン/フォロワーに対するエンゲージメント測定



# Engage Managerのご紹介（導入実績一例）

	 味の素冷凍食品株式会社				 はたらくを楽しもう。	
	 知ろって楽しい	 always listening				
		 Designing The Future				
						
	 JFR GROUP 大丸松坂屋百貨店	 すべての革新は患者さんのために ロシュグループ				
	 At the heart of the image	 ニチレイ 株式会社ニチレイフーズ	 日興アセットマネジメント	 日清食品		
 JR東日本	 あなたと、コンビに。				 The Power of Dreams	
 日本のあたたかさ、未来へ。				 生涯学習の ユーキャン	 今日を愛する。	
 FRESH HANDMADE COSMETICS						

掲載許可企業のみ掲載しております。（※50音順）  
その他、大手企業多数導入いただいております。

# Engage Managerのお客様の声

## バイクルーズグループが実践する、 顧客視点でのソーシャルメディア運用とは 株式会社株式会社バイクルーズ様



▼活用事例詳細は  
こちらのブログへ



### ソーシャルメディアがファッションライフを楽しむきっかけに ソーシャルメディアの影響で販促費がデジタルにシフト

現在、バイクルーズグループ公式のアカウントとして、Facebook、Twitter、Instagramがあり、これを湊さんが中心となり運用しています。また、ブランドごとにそれぞれ担当者が付き、全体で30以上のアカウントを運用しています。

コンテンツ作りで、一番大事にしているのは、「コンテンツがお客様のニーズに一致しているかを見ながら掲載の判断です。エンゲージマネージャーやFacebookインサイトの評価を基準に時間を考えますが、お客様がどのように洋服を考えているかを想像しながら決めていきます。始めた当初は会社にソーシャルメディアの風土がなかったのですが、実際、来店時に『Facebookで紹介されていたこの服が欲しいです』とスマホを見せてくれる方、『コーディネートをまるごと欲しい』と店舗に問い合わせしてくれる方などいて、売上にもつながっていることを店舗でも実感するようになっていきます。』

運用結果の振り返りは、「今のところ、ファン（フォロワー）数、反応してくれた人の最大値、最小値、平均値を主にチェックしており、副次的にソーシャルメディアからWebサイト、ECサイトへの送客数もチェックしています。週次、月次でエンゲージマネージャーを使ってレポートを作り、関連部署に配布しています。毎週月曜日の午後から定例会議があるので、その前の月曜～日曜のレポートを月曜午前の1時間くらいで作るが、エンゲージマネージャーは競合他社の傾向、いいね！数のランキングなどを簡単にレポートにしてくれているので、とても助かっています。

また、トライバルさんは、ツールに関しての問合せだけでなく、運用のアドバイスなども相談に乗っていただけるので、心強いです。」

## サンリオによる「キャラクターのツイートに 夢をのせる」Twitter運用 株式会社サンリオ様



▼活用事例詳細は  
こちらのブログへ



### ユーザーの反応から新しい市場を掘り起こす 夢を伝えるためのTwitter。運用者は常にハッピーな気持ちで

運用しているアカウントは、「会社としての活動や製品情報、イベント情報など幅広く発信する「サンリオニュース」という広報的なアカウントが1つ、あとの8つはマイメロディ、リトルツインスターズ（キキララ）などのサンリオのキャラクターのアカウントです。キャラクターのアカウントは、それぞれのキャラクターが自らの言葉でつぶやいています。これらの他にサンリオピューロランドもTwitterで情報発信を行っています。」

運用体制は、「複数人で運用し、週に1回、編集会議を行い、そこでコンテンツを決めています。なお営業部門など他の部署からあがってくる情報や要望は、リクエストフォームを用意して集約できるようにしており、編集会議で発信するかどうかを判断しています。編集会議での決定を元に、夢をのせてつぶやきを作っています。サンリオニュースのアカウントでは、話題になりそうな記事を厳選してつぶやいていますが、フォロワーの方々の反応を日々受け止めながら、より良い記事づくりを目指しています。」

運用ツールの選定は、「候補となる運用ツールをいくつかピックアップして、機能面、コスト面の比較表を作って検討した結果、複数アカウントの運用に最も適しているという点と、効果測定・分析機能が充実している点を評価して、最終的にエンゲージマネージャーに決めました。常にエンゲージマネージャーの画面を開きっぱなしにして見ている。紙媒体との一番の違いは、反応が数字ですぐに返ってくるところですね。リツイート、お気に入り、返信の数がわかるので反応を見て次のつぶやきに活かすことができます。

エンゲージマネージャーでは、リプライをくれた人のアカウントをチェックできるのも助かっています。もう一人の担当者がどういうユーザーなのかをチェックして、キャラクターのファン分析をしています。またユーザーがフォローしてくれた日付がわかるのもいいですね。エンゲージマネージャーでユーザーのアカウントを確認してフォロー返しを手動で行うようにしています。

お問い合わせは、こちらまでお気軽に!!



**03-6369-0800**

**担当：荒井、葛谷、  
鳴海、亀井**

株式会社 トライバルメディアハウス

〒104-0061

東京都中央区銀座2-15-2

東急銀座二丁目ビル

TEL : 03-6369-0800

e-mail : [info@tribalmedia.co.jp](mailto:info@tribalmedia.co.jp)

