

高知県の B to B 企業に見る SNS 活用の現状と課題

1240500 林穂乃佳

指導教員 中村直人

研究背景

高知県内 B to B 企業のような中小企業かつ B to B 企業は、B to C または大企業に比べ、知名度や認知度が低い。SNS を上手く活用することができれば、中小企業ならではの経営課題を抱えながらも、知名度や認知度の向上のためのマーケティング活動を効率的に行うことが可能である。しかし、B to B 企業を調査対象とした SNS に関する先行研究はきわめて少なく、B to B 中小企業のための SNS の有効な運用方法については十分な検討がされていない。

研究目的

本研究は、高知県内 B to B 企業の SNS 活用の現状や課題を明らかにし、解決方法や有効な運用方法を提示することで、高知県内 B to B 企業における SNS 活用の活性化につなげることを目的とした。

研究方法

中小企業または B to B 企業のブランディングや SNS マーケティング、Web マーケティングなどに関する先行研究をもとに文献調査を実施した。また、全国レベルの成功事例と高知県内 B to B 企業の SNS アカウントの分析を実施した。

分析結果

成功事例の SNS アカウントの分析結果より、「充実したコンテンツ」「知識提供」「定期的更新」の 3 点が 3 社に共通して満たされている点であることが判明した。一方、高知県内 B to B 企業は、この 3 点を満たすことができていない企業はなく、効果的な SNS 運用はできていないことが明らかになった。

考察・結論

成功事例で挙げた 3 社とも上記 3 点を満たしていたことから、本研究の調査項目として採用した他の 3 点(アカウントの分別、アカウントアイデンティティ、取引事例の紹介)を含めた 6 項目の中でも、「充実したコンテンツ」「知識提供」「定期的更新」にまずは重心を置き、運用することが大切だと示した。また、これらの結果より、高知県内企業の 3 社は IT ケイパビリティの構築ができていない状態ではないと判断することができ、運用体制や企業全体の意識不足から見直していく必要があると考えられる。