株式会社アイ・エム・ジェイ
東京都目黒区青葉台 3-6-28
代表取締役社長　櫻井 徹

IMJ 調査レポート「BtoB 企業の Web マーケティング実態調査」

- BtoB 企業 Web 担当者の半数が自社 Web サイト・グローバルサイトの効果に不満を感じている -

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都目黒区　代表取締役社長：櫻井 徹　以下、IMJ）は、「BtoB 企業の Web マーケティング実態調査」を実施いたしました。
調査期間は 2014 年 3 月 31 日～4 月 1 日、有効回答数は 222 名から得られました。

調査の狙い

これまで、BtoB 企業の Web マーケティング活動は、BtoC 企業に比べ、控えめであまり注目されていませんでした。しかし、海外マーケットにおける厳しい競争、顧客本位のサービス強化が、状況を大きく変化させ、施策の活発化、投資の加速が進んでいます。
IMJ では、こうした環境変化を捉え、BtoB 企業の Web マーケティング活動実態を把握するため、調査を実施しました。

調査のトピック

1. **BtoB 企業の中で「デジタルマーケティング専任担当がいる」企業は全体の 18.7%**
   「兼務もしくは兼務と混在」が 62.6%
2. **BtoB 企業の中で「販促・マーケティングの年間予算が 1 億円以上」の企業は全体の 21.2%**
3. **BtoB 企業における、営業・マーケティング課題（複数回答）は「国内シェアの拡大」53.7%が最も高く、「新規顧客の取り込み」51.4%「既存顧客の囲い込み」30.8%と続いている**
4. **BtoB 企業の Web 担当者の 79.9%が「自社 Web サイト活用」に取り組んでおり、**
   その内 49%が「効果が出ていない」と感じている
5. **BtoB 企業の Web 担当者の 50.4%が「グローバルサイト活用」に取り組んでおり、**
   その内 56%が「効果が出ていない」と感じている

お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

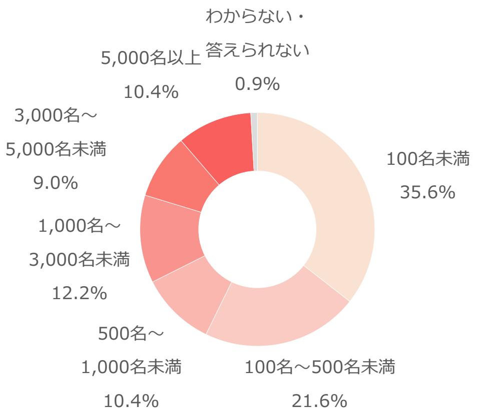
調査結果詳細

■調査概要

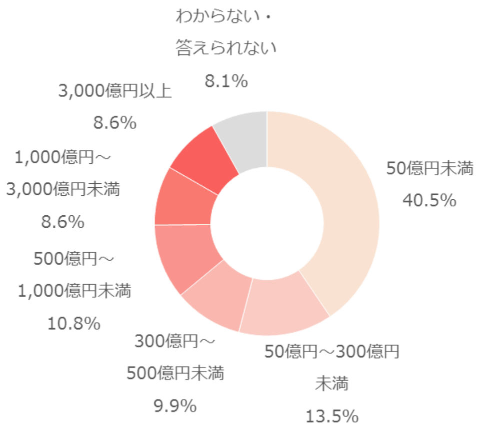
・調査方法　：　インターネットリサーチ
・調査地域　：　全国
・調査対象　：　20～59 歳の男女　※調査会社が保有する調査パネル
・有効回答数　：　222 サンプル
・調査日時　：　2014 年 3 月 31 日～4 月 1 日
・対象者条件　：　企業内で Web サイトもしくはデジタルマーケティングに従事されている方

■回答者属性

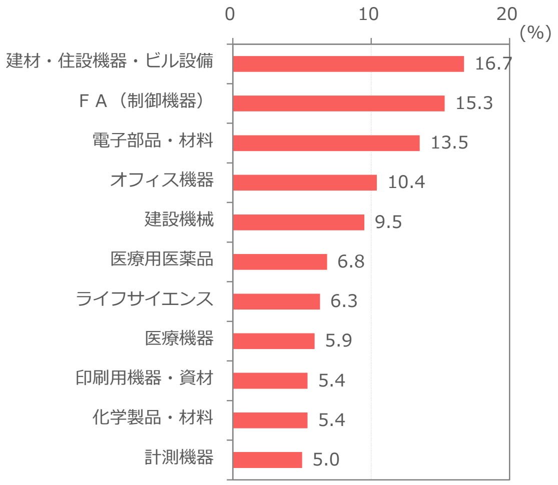
・従業員数（n=222）



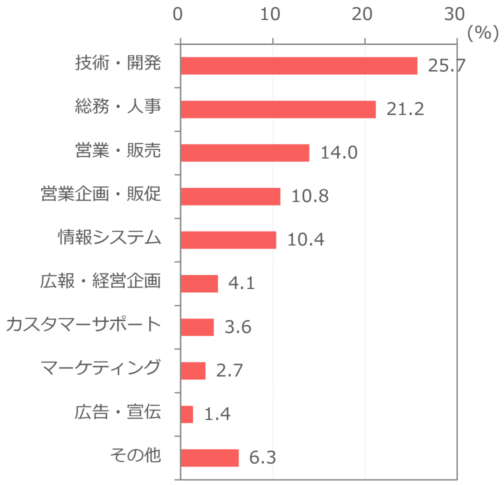
・年間売上高（n=222）



・販売対象・事業内容（n=222）



・職種・所属事業部（n=222）



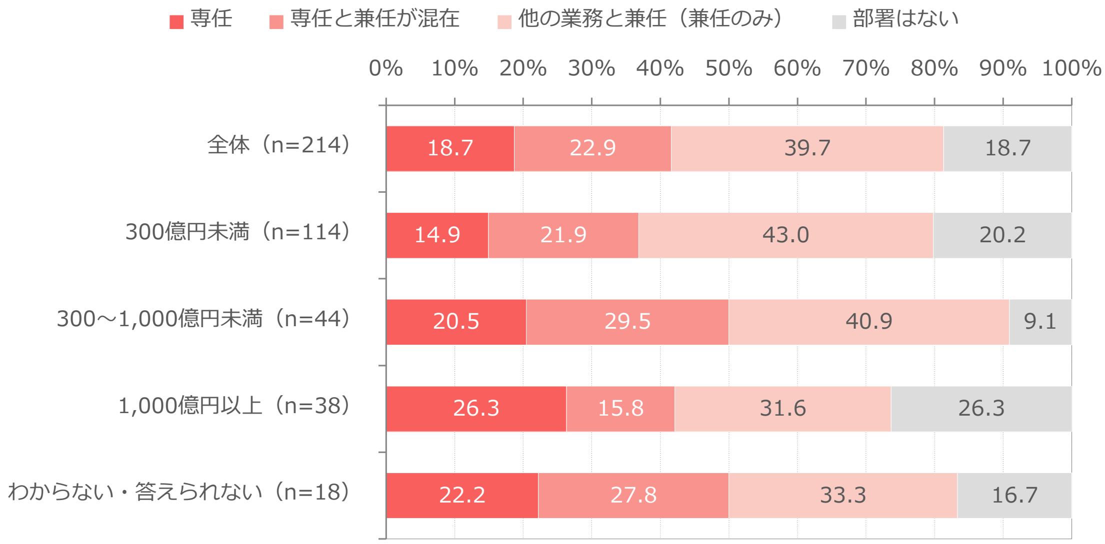
お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

■BtoB 企業の中で「デジタルマーケティング専任担当がいる」企業は、全体の 41.6%。兼務のみは 39.7%

約 4 割の BtoB 企業にデジタルマーケティング専任担当がおり、兼務担当の割合を上回っていることが判りました。また、売上高 1,000 億円以上の企業は 42%、売上高 300～1,000 億円の企業は 50%、売上高 300 億円以下の企業は 37%と、多少の差異はあるものの、デジタルマーケティング専任担当がいる割合は、企業の売上高にあまり関連しないことも判っています。

図 1　売上高別 デジタルマーケティング担当者の専任/兼務状況（単一回答）

【n=214】



お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

■BtoB 企業の中で「販促・マーケティングの年間予算が１億円以上」の企業は全体の 21.2%

BtoB 企業の販促・マーケティング年間予算で、もっとも多かったのは「１億円以上」の 21.2%でした。逆に「1,000 万円未満」は 20.7%ですが、そのうち約 4 割の企業は、売上高が 50 億円以下となっています。また、販促・マーケティング年間予算が、前年度より増額された企業は 16.8%であり、2.3%の企業が 10%以上の予算増額と回答し、前年度並みと回答した企業は 65%となっています。

図２-1　販促・マーケティング年間予算（単一回答）

【n=222】

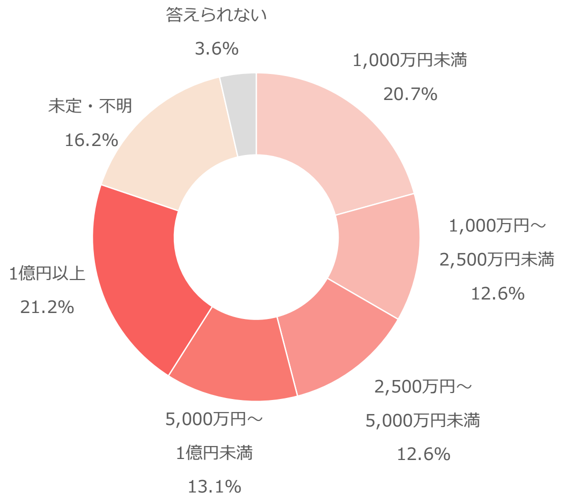
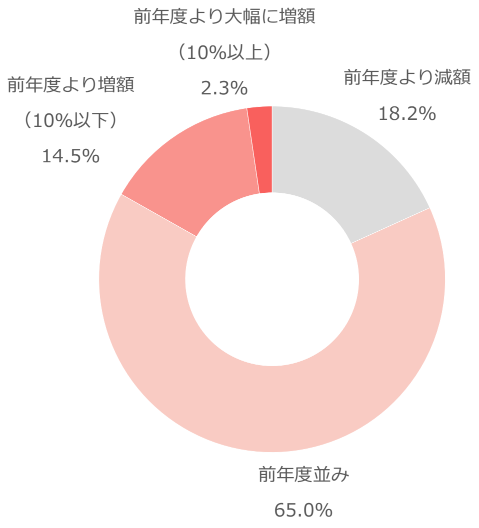


図２-2　販促・マーケティング年間予算 前年度比（単一回答）

【n=214　※販促・マーケティング予算回答者】



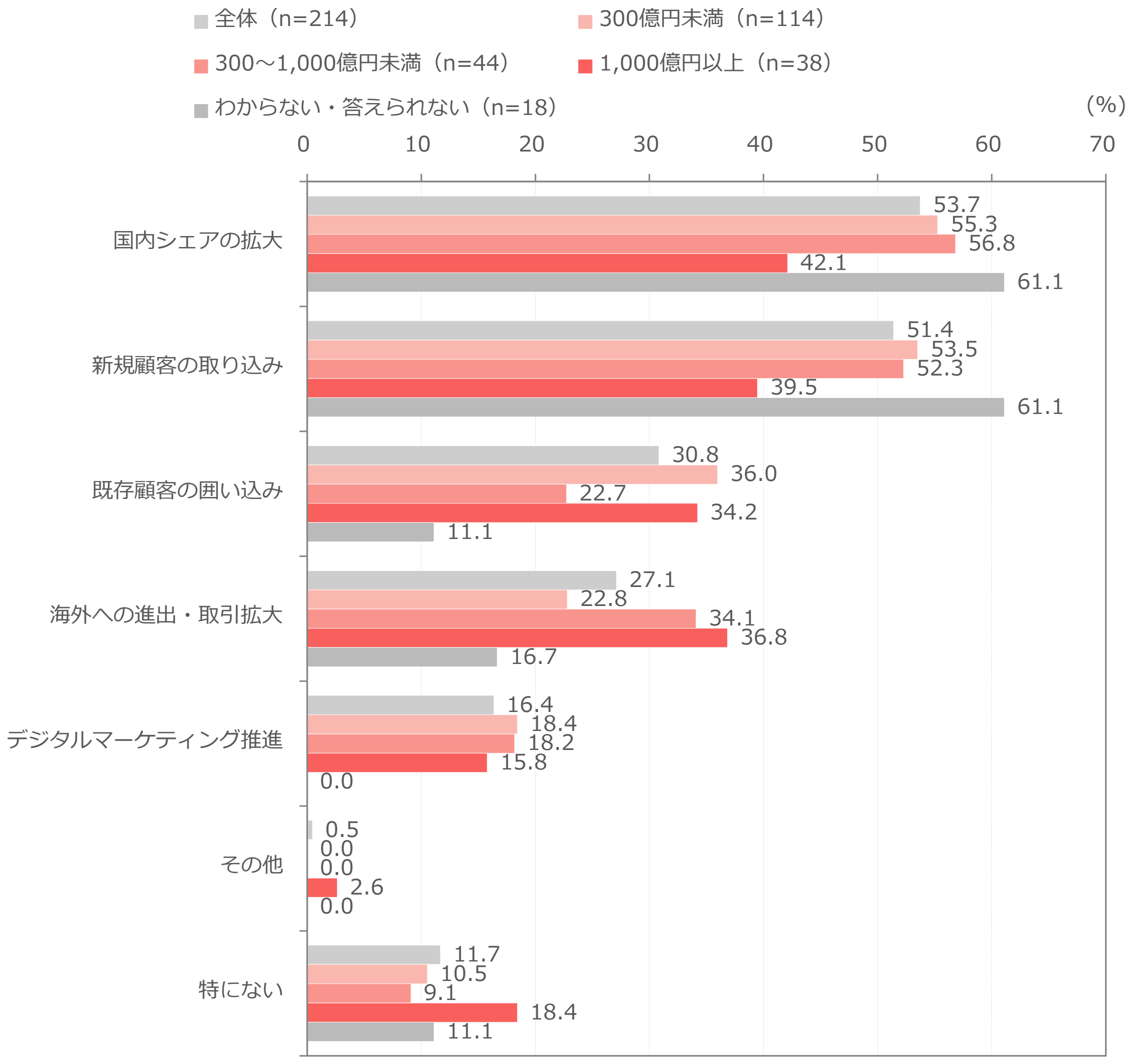
お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

■BtoB 企業における、営業・マーケティング課題（複数回答）は、「国内シェアの拡大」53.7%が最も高い

BtoB 企業における、営業・マーケティングの課題は「新規顧客の取り込み」51.4%、「既存顧客の囲い込み」30.8%、「海外への進出・取引拡大」27.1%となりました。売上高 1,000 億円以上の企業では、この割合・順位が大きく変わり、「国内シェアの拡大」42.1%、「新規顧客の取り込み」39.5%、「海外への進出・取引拡大」36.8%、「既存顧客の囲い込み」34.2%となりました。

図３　売上高別 新年度の営業・マーケティング課題（複数回答）

【n=214　※販促・マーケティング予算回答者】



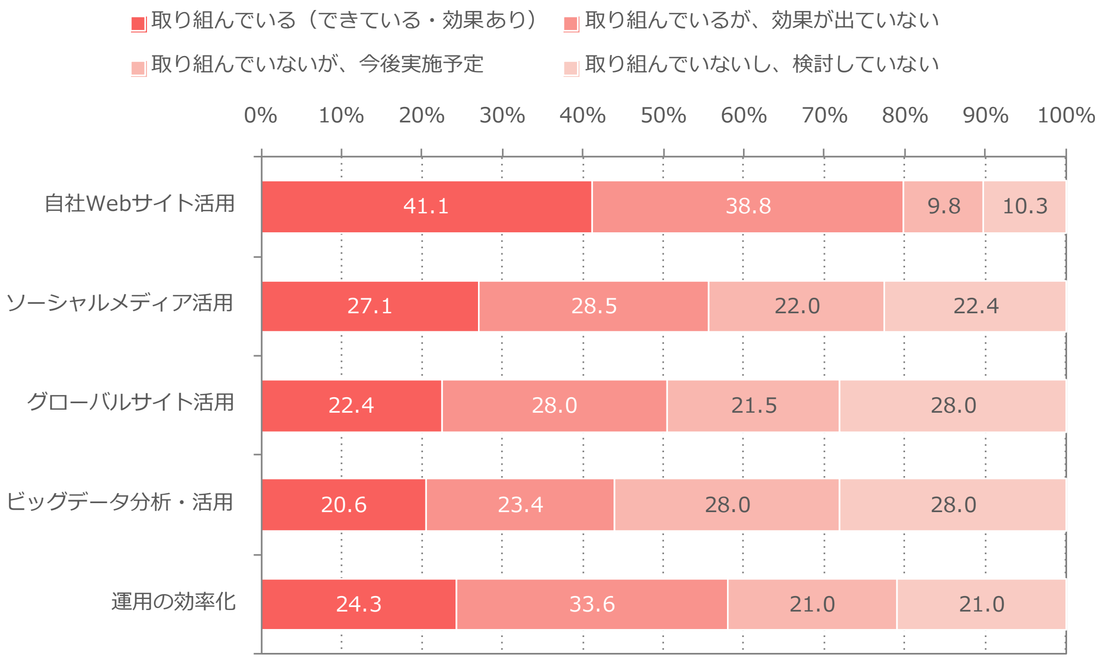
お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

■BtoB 企業の Web 担当者の 79.9%が「自社 Web サイト活用」に取り組んでおり、その 49%が「効果が出ていない」と感じている

デジタルマーケティング課題への取り組みについて、「効果が出ていない」は、「できている・効果あり」をほぼすべての施策で上回っており、「取り組んでいる」担当者の約 53%は、「効果が出ていない」と感じています。「自社 Web サイト活用」に「取り組んでいる」は、79.9%と最も高い施策ですが、同時に「効果が出ていない」と回答した比率も最高値で、Web サイト担当者の悩みの深さが表れています。

図 4　デジタルマーケティング課題への取り組み状況（単一回答）

【n=214】



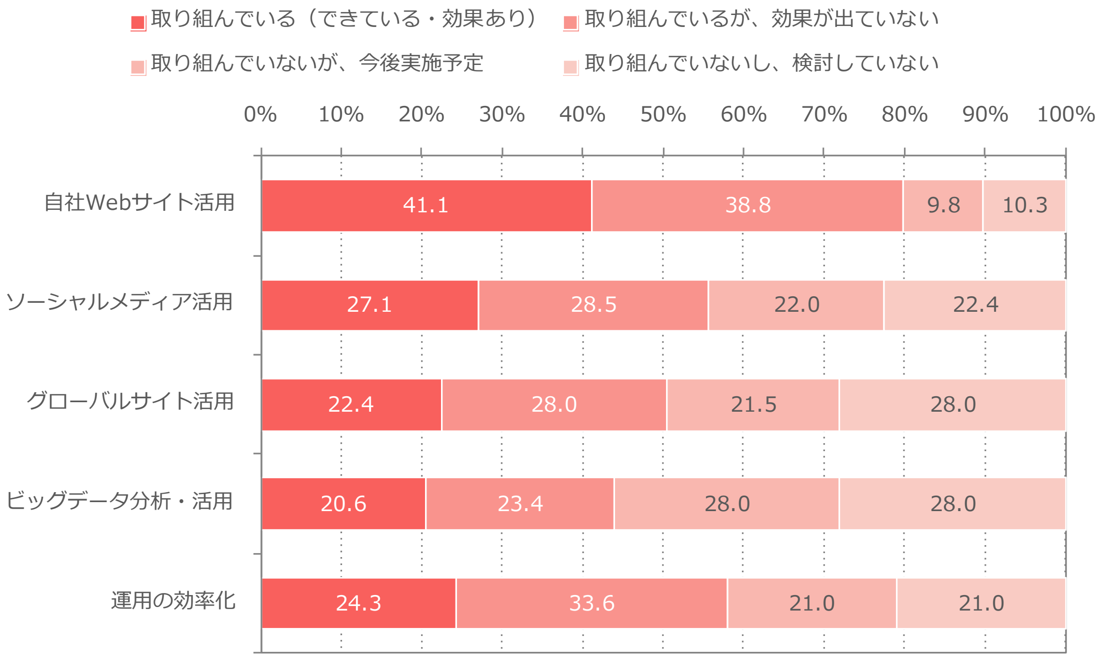
お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

■BtoB 企業の Web 担当者の 50.4%が「グローバルサイト活用」に取り組んでおり、その 56%が「効果が出ていない」と感じている

「グローバルサイト活用」と「運用の効率化」は、「効果が出ていない」が「できている・効果あり」を大きく上回っています。「グローバルサイト活用」は、「効果が出ていない」が、取り組んでいる担当者の 56%を占め、「運用の効率化」は「PDCA サイクルの実現」と併せ、運用における担当者の大きな課題になっています。

図 5　デジタルマーケティング課題への取り組み状況（単一回答）　※図 4 と同表

【n=214】



お問合せ先
株式会社アイ・エム・ジェイ　ブランド・コミュニケーション Unit　TEL:03-6415-4257

株式会社アイ・エム・ジェイについて　（http://www.imjp.co.jp/）

インターネット領域に軸足をおき、Web 及びモバイルインテグレーション事業における豊富な知見・実績を強みに、スマートフォンを含むマルチデバイス対応、更には戦略策定・集客・分析（Web データ解析・効果検証等）まで様々なソリューションをワンストップで提供することで、顧客のデジタルマーケティング活動における ROI（投資対効果）最適化を実現いたします。

※　文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

※　掲載されている情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。

※　画面写真データ等ご用意いたしております。お気軽にお問い合わせください。

本件に関するお問合せ先

調査に関するお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ

マーケティンング&セールス本部　担当：森清

TEL：03-6415-4166　E-mail：sl-info@imjp.co.jp

報道機関からのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ

ブランド・コミュニケーション Unit

TEL：03-6415-4257　E-mail：irpr@imjp.co.jp