

報道関連各位  
プレスリリース

2015/02/02

Ginzamarkets 株式会社

=====

## 『Ginzametrics』が日本国内 BtoC マーケターによる コンテンツマーケティング調査レポート 2015 年版を発表

=====

Ginzamarkets 株式会社（本社：カリフォルニア州サンフランシスコ／東京都港区、代表取締役社長：レイ・グリセルフーパー）は 2015 年 2 月に、日本国内の BtoC マーケター 100 名による、コンテンツマーケティング調査レポート 2015 年版を発表しました。

Ginzametrics の公式ホームページ：<http://ginzametrics.jp/>

### ■調査目的・項目

日本の BtoC 企業におけるコンテンツマーケティング取り組み実態の把握を目的として、2015 年 1 月に調査を実施しました。調査項目は、コンテンツマーケティングの活用状況、目的、KPI、活用しているソーシャルメディア、体制、アウトソース項目、課題の 7 項目となります。

### 【調査概要】

実施元：Ginzamarkets 株式会社

実施日：2015 年 1 月 20 日

実施方法：会場調査（第 2 回 Found Conference in Tokyo 参加者対象）

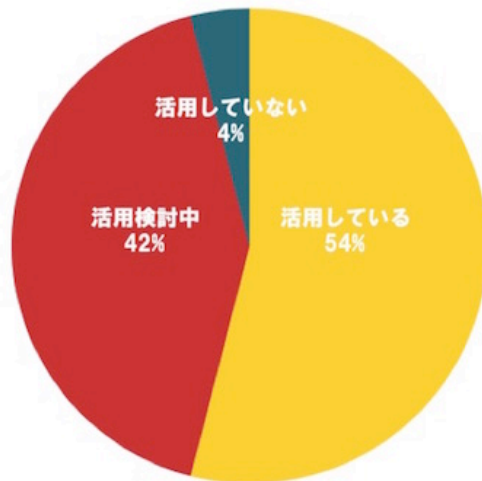
回答数：100

回答者属性：職種は 43%がマーケティング、60%が 100 人以上の企業規模

■コンテンツマーケティングを活用している企業はどれくらい？

コンテンツマーケティングを活用している企業は 54%、活用検討中企業は 42%、活用していない企業は 4%。マーケティング活動として、コンテンツマーケティングを活用している企業が過半数を超える状況に。

マーケティング活動の一環として、  
コンテンツマーケティングを活用していますか？



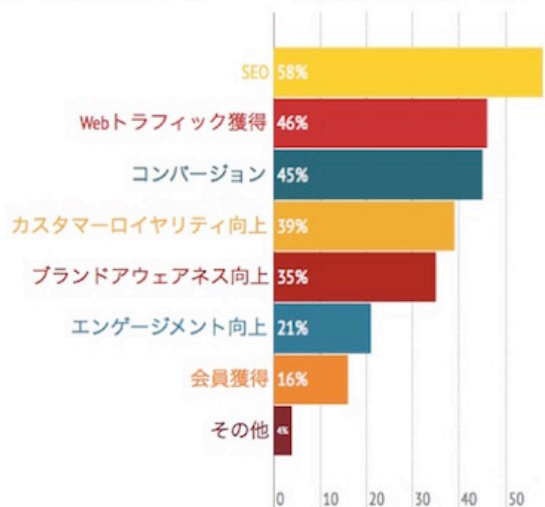
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

■コンテンツマーケティングを活用する目的は？

コンテンツマーケティングを活用する目的の第1位は「SEO（58%）」、第2位「Webトラフィック獲得（46%）」、第3位「コンバージョン（45%）」。

コンテンツマーケティングを活用する目的を  
お知らせください。（複数回答可）



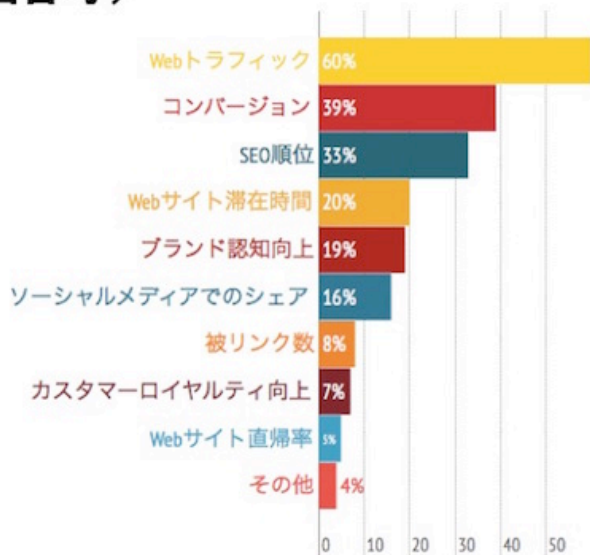
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

## ■コンテンツマーケティングのKPIは？

コンテンツマーケティングのKPIは第1位「Webトラフィック（60%）」、第2位「コンバージョン（39%）」、第3位「SEO順位（33%）」。

## コンテンツマーケティングのKPIは？ （複数回答可）



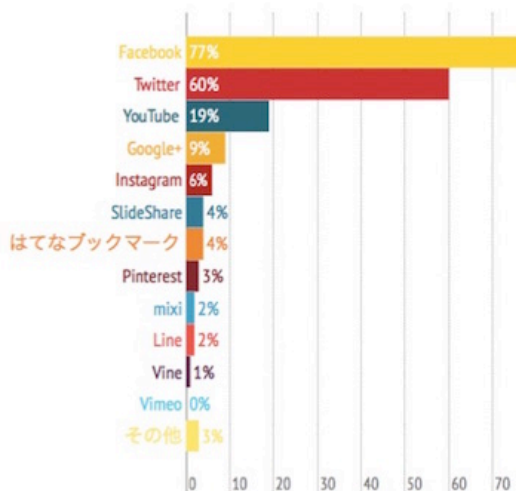
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

## ■コンテンツをプロモートするために活用しているソーシャルメディアは？

コンテンツをプロモートするチャンネルとしてソーシャルメディアの活用率は高く、上位3つは「Facebook（77%）」「Twitter（60%）」「YouTube（19%）」。

## コンテンツをプロモートするために活用している ソーシャルメディアは？ （複数回答可）



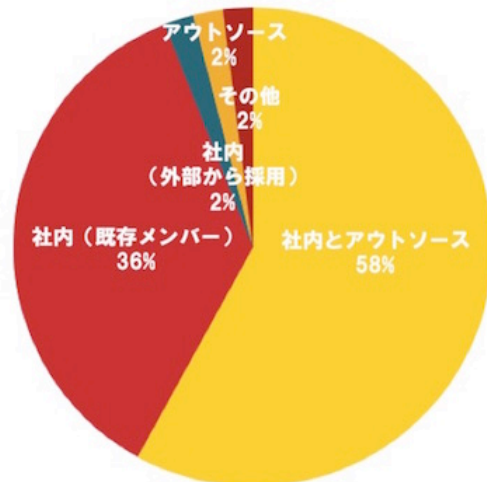
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

### ■コンテンツマーケティングを推進する体制は？

コンテンツマーケティングを推進するに当たり体制構築は大きな要素の一つ。結果は「社内とアウトソース」が 58%、「社内（既存メンバーのみ）」が 36%、「社内（外部から採用）」が 2%、「アウトソースのみ」が 2%、「その他」が 2%。

### コンテンツマーケティングを進めるに当たり、 コンテンツの企画・制作・運用体制は？



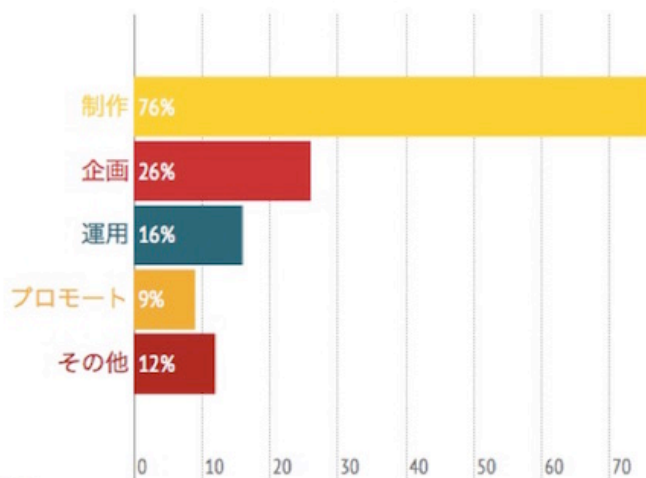
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

### ■コンテンツマーケティング推進に当たり、アウトソースしている項目は？

アウトソース項目として圧倒的に多いのが「コンテンツ制作」で 76%、「企画」が 26%、「運用」が 16%、「プロモート」が 9%。

### コンテンツマーケティングをアウトソースしている場合、その項目は？（複数回答可）



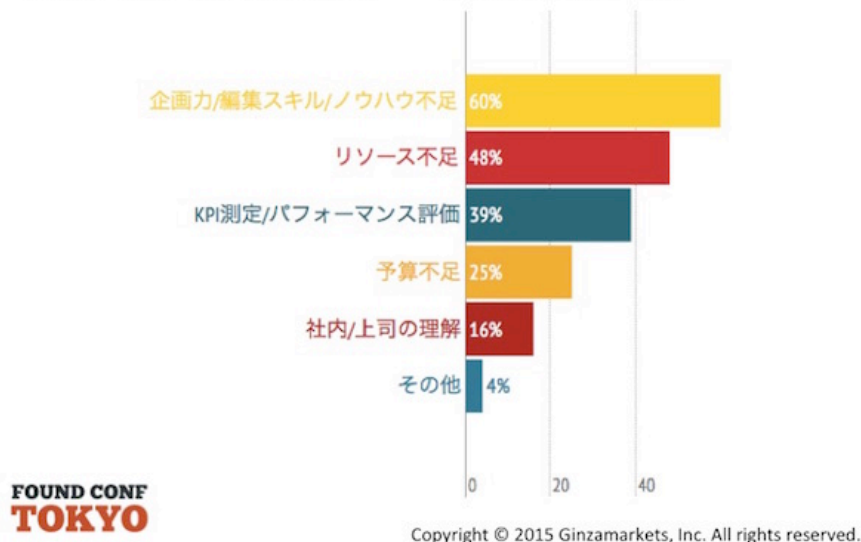
FOUND CONF  
TOKYO

Copyright © 2015 Ginzamarkets, Inc. All rights reserved.

## ■コンテンツマーケティング推進に当たり困っていることは？

課題は「企画力/編集スキル/ノウハウ不足（60%）」、「リソース不足（48%）」、「KPI測定/パフォーマンス評価（39%）」、「予算不足（25%）」、「社内/上司の理解（16%）」。

## コンテンツマーケティングを進めるに当たり困っていることは？（複数回答可）



本調査レポートは、slideshareにて公開しています。

[http://www.slideshare.net/ginzametrics\\_jp/btoc-44027322](http://www.slideshare.net/ginzametrics_jp/btoc-44027322)

## ■Ginzamarkets 株式会社について（<http://ginzametrics.jp/>）

アメリカのサンフランシスコに本拠を置くスタートアップで、エンタープライズ向けのコンテンツマーケティング&SEO管理プラットフォームGinzametricsを開発/販売しています。Ginzametricsは世界65カ国以上に対応し、グローバル企業、大手ECサイト、メディアサイト、リードジェネレーションサイト、代理店等で利用されています。アメリカで最も注目されるスタートアップ特化ベンチャーキャピタルであるYCombinatorのプログラムに参加（2010年夏）し、資金提供を受けています。

## ■会社概要

社名： Ginzamarkets 株式会社

代表： 代表取締役社長 レイ・グリセルフーパー

所在地： 〒105-0022 東京都港区海岸 1-2-3 汐留芝離宮ビルディング 21F

設立： 2010年5月（アメリカ法人）

事業内容：マーケティング SaaS の Ginzametrics

URL： <http://ginzametrics.jp/>

■本リリースに関するお問い合わせ先

Ginzamarkets 株式会社（ギンザマーケット） 担当：野口

E-mail：[hello-jp@ginzametrics.com](mailto:hello-jp@ginzametrics.com)

電話番号：03-6893-5580