

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 竹内 真二

デジタルマーケティングの実行状況に関する実態調査 ーWeb・デジタルマーケティング施策の効果 5割が「期待以下」ー

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：竹内 真二 以下、IMJ）は、「デジタルマーケティングの実行状況に関する実態調査」を実施いたしました。

調査期間は2014年11月17日～11月18日、有効回答数は340名から得られました。

調査の狙い

近年、モバイル端末市場全体ではスマートフォン利用者が増加し、日々新たな技術が生み出されるなか、企業におけるデジタルマーケティングの重要性が益々大きくなっています。IMJ では、企業のなかでデジタルマーケティングを推進しているマネジメント層および現場担当者の業務実態調査を実施することで、課題の抽出と、その課題が生み出される要因についての考察を行いました。

調査のトピック

- ・ 施策の KGI/KPI 設定が課題
- ・ 「日々の決まった業務ばかりで戦略的取組が出来ていない」が戦略実行における課題のトップ
- ・ デジタルマーケティングの鍵は「人」「組織・体制」
- ・ 「部署間の壁」「同じ施策の繰り返し」で現場とマネジメント層に戦略課題の認識ギャップ
- ・ 現場は「人的リソース・体制」に、マネジメント層は「データの取得と活用」に課題
- ・ 「ビッグデータの分析・活用」は全体の3分の1に留まる
- ・ Web・デジタルマーケティング施策の効果 5割が「期待以下」

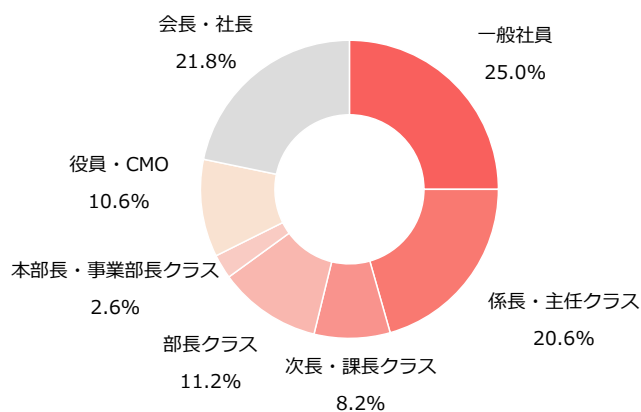
調査結果詳細

■調査概要

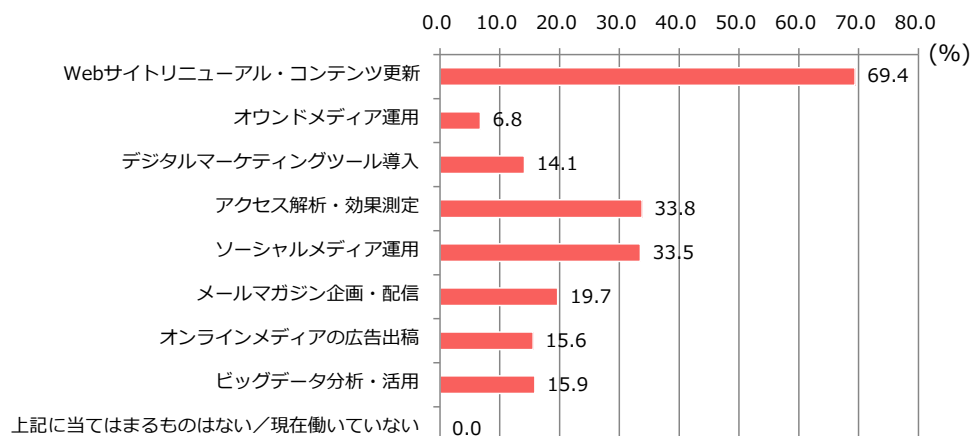
- ・調査方法 : インターネットリサーチ
- ・調査地域 : 全国
- ・調査対象 : 20～69 歳の男女 ※調査会社が保有する調査パネル
- ・有効回答数 : 340 サンプル
- ・調査日時 : 2014 年 11 月 17 日～11 月 18 日
- ・対象者条件 : Web 担当もしくはデジタルマーケティングに従事している方

■回答者属性

・役職 (n=340)



・従事している業務 (n=340)



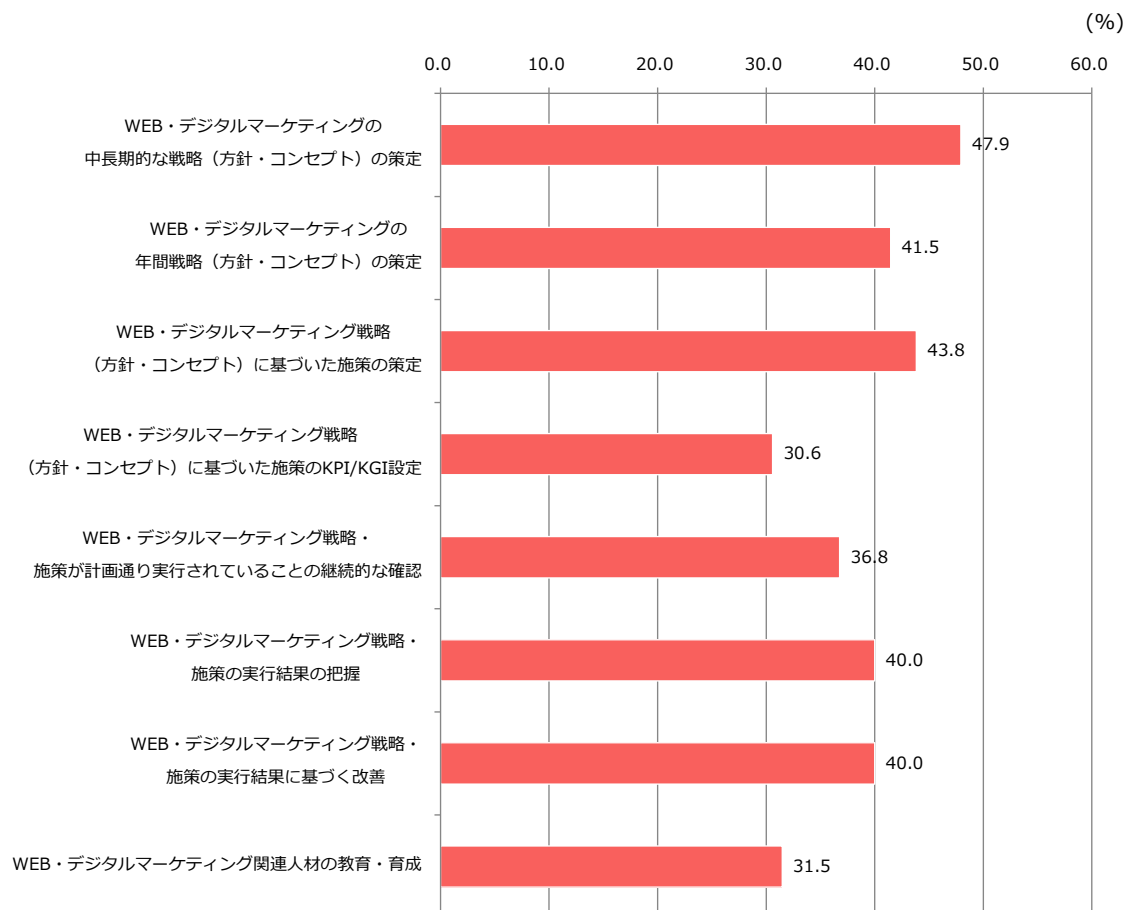
■施策の KGI/KPI 設定に課題

デジタルマーケティングの方針・戦略の策定状況について、自社の実施状況に当てはまるものを回答してもらったところ、Web・デジタルマーケティングの「中長期的な戦略（方針・コンセプト）の策定」「年間戦略の策定」「戦略に基づいた施策の策定」の比率が最も高く、いずれも全体の4割を超える実施状況になっています。しかしながら、「中長期的な戦略の策定」においては、最も重要な位置づけでありながら、5割以上は取り組まれていない状況がみとれます。

なかでも、「戦略に基づいた施策の KPI/KGI 設定（31%）」と「関連人材の教育・育成（32%）」が最も取り組み比率が低く、どのように施策のモニタリングおよび定量評価を実施すべきか、どのように人材を教育・育成すべきか、という点で企業が課題を抱えていることが推察されます。

図1 デジタルマーケティング戦略の策定取り組み状況（回答）

【n=340】

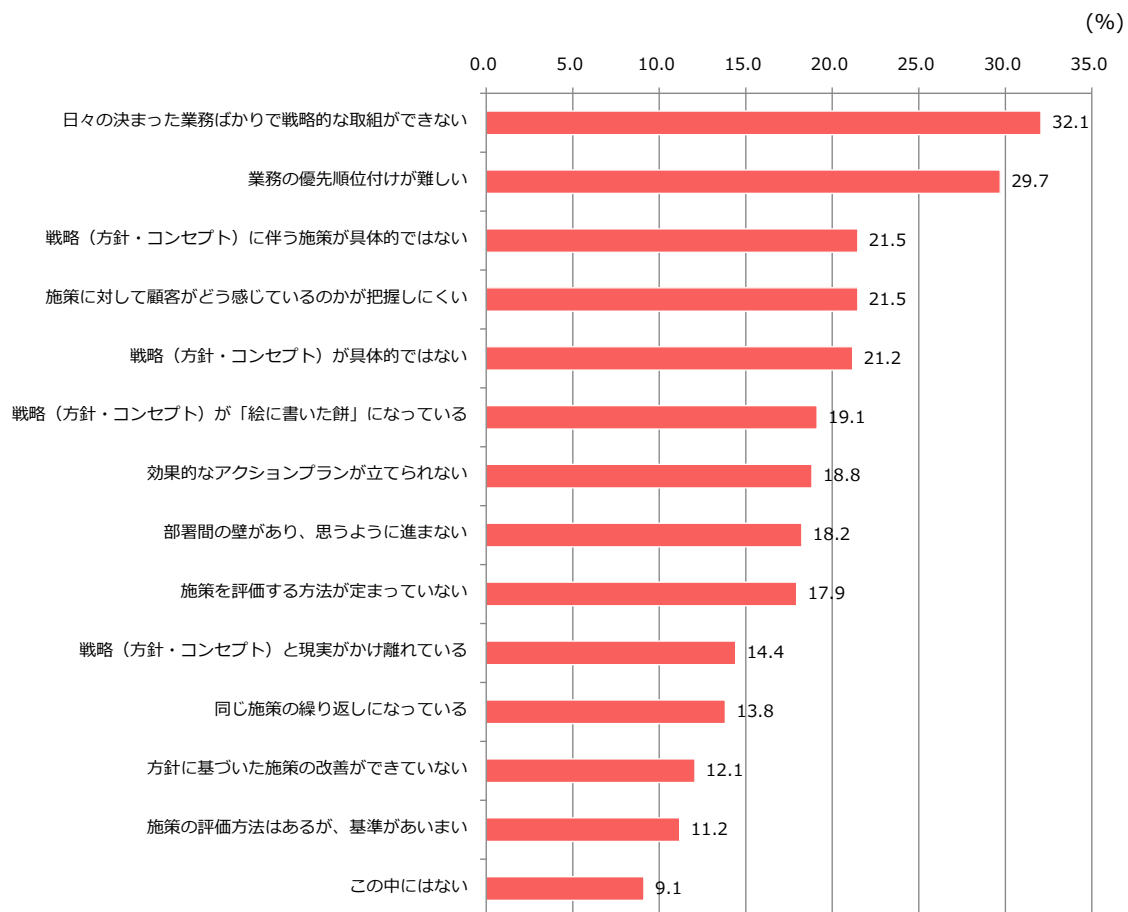


■「日々の決まった業務ばかりで戦略的取組が出来ていない」が課題のトップ

デジタルマーケティングを推進する上での課題では、「日々の決まった業務ばかりで戦略的な取組ができない」が32%で最も高く、ルーチンワークに時間が割かれ、より重要度の高い業務の時間確保が難しい状況になっているのがうかがえます。課題として挙がっている上位の2つ目が「業務の優先順位付けが難しい（30%）」となっており、目の前にある業務と中長期的な観点の業務との兼ね合いの難しさに課題を感じていることが見て取れます。

図2 デジタルマーケティング推進の課題（複数回答）

【n=340】



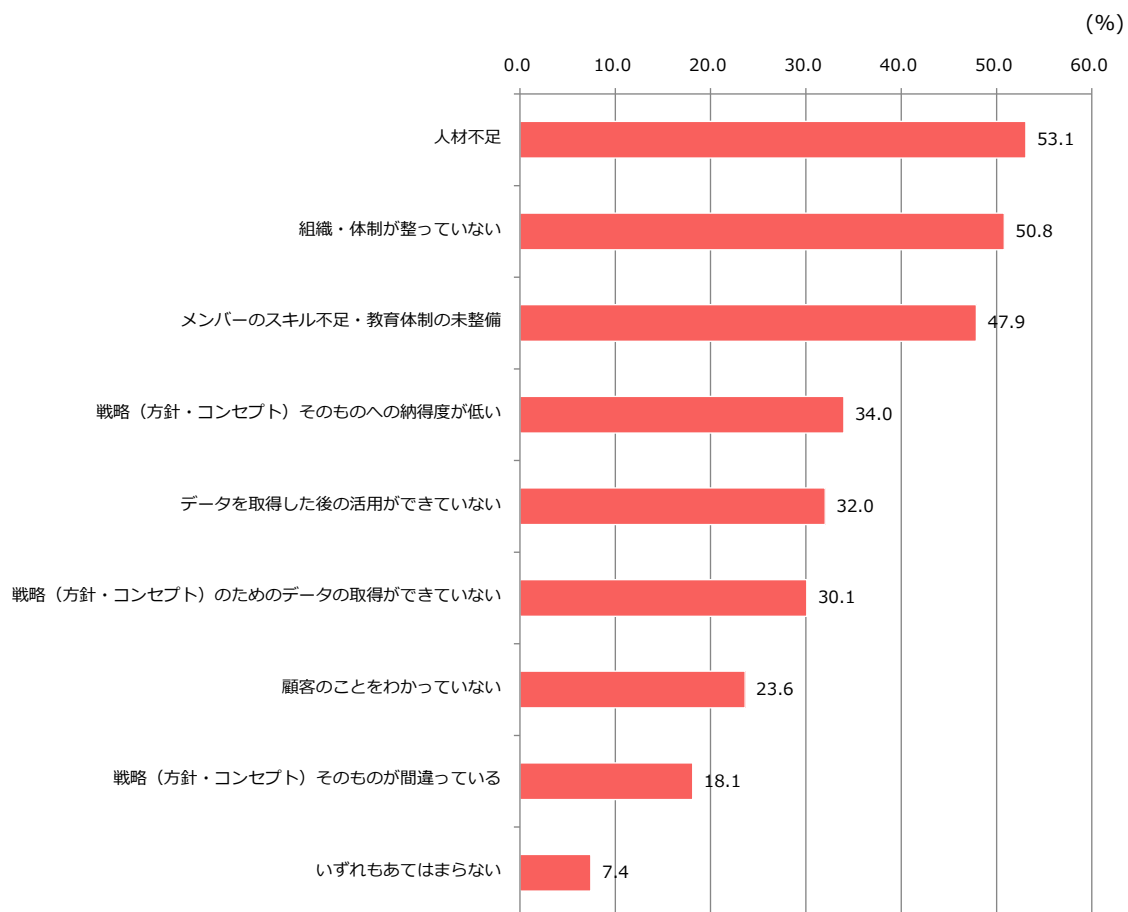
■デジタルマーケティングの鍵は「人」「組織・体制」

デジタルマーケティング戦略上の課題と要因をみると、「人材不足」が53%と最も高く、次いで「組織・体制が整っていない（51%）」、「メンバーのスキル不足・教育体制の未整備（48%）」と続き、上位3項目が全て人材関連の課題で占められていることが分かります。

テクノロジー面が取りざたされるデジタルマーケティング領域にあっても、戦略上の課題と鍵は「人」であることがうかがえます。

図3 デジタルマーケティング戦略上の課題と要因（複数回答）

【n=309※課題があると回答した人】



■「部署間の壁」「同じ施策の繰り返し」で現場とマネジメントに認識ギャップ

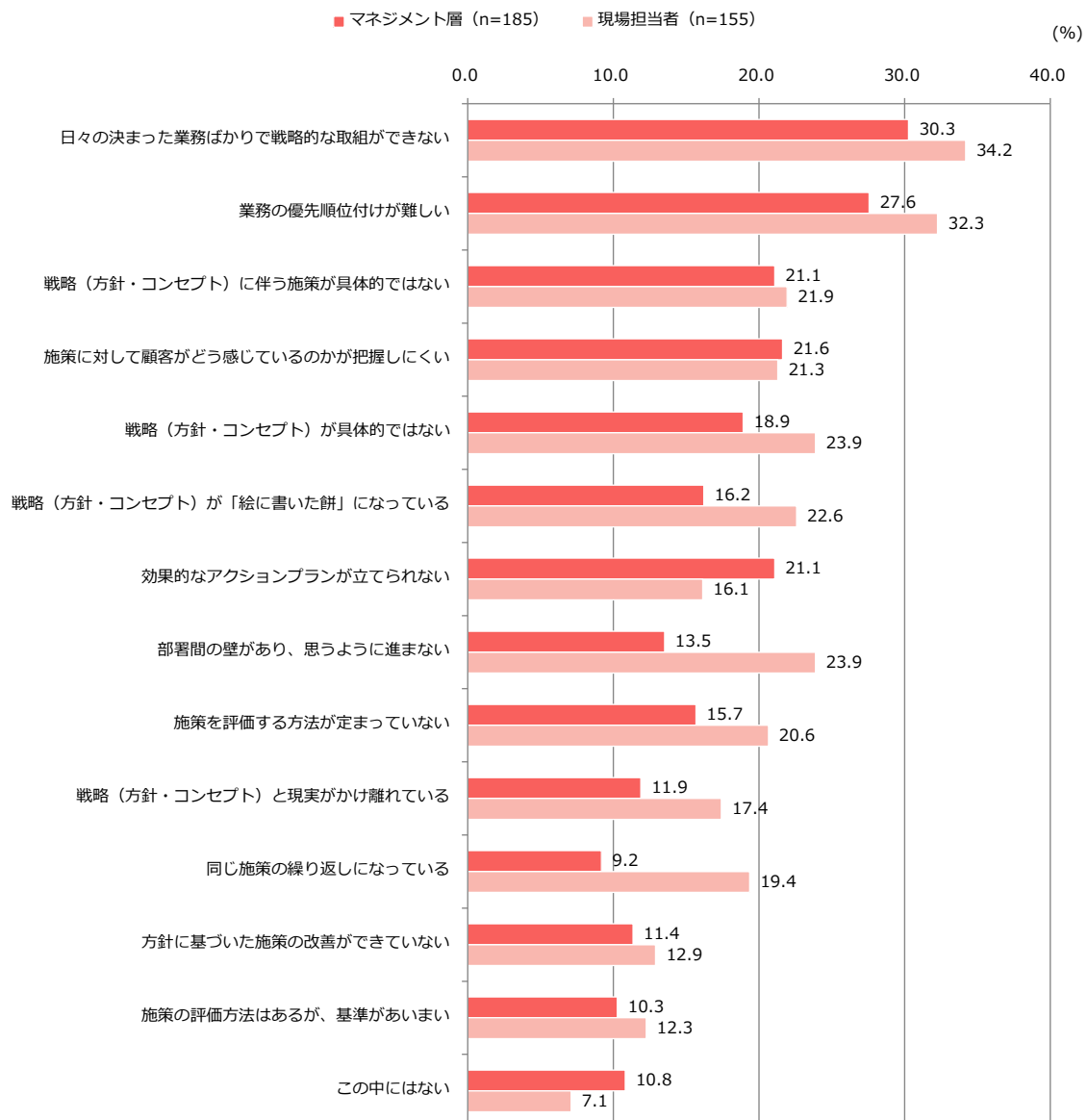
デジタルマーケティングを推進する上で認識している課題を役職別（マネジメント層と現場担当者の2種類 ※）で見ると、「日々の決まった業務ばかりで戦略的な取組ができない」がマネジメント層および現場担当者とともに30%を超え最も高い比率を示しています。

一方で、「部署間の壁があり、思うように進まない」と「同じ施策の繰り返しになっている」がマネジメント層と現場担当者間の課題認識に最も大きな差異がありともに10ポイント以上の差異が見られます。

※マネジメント層および現場担当者の定義については巻末の参考資料をご参照ください

図4 役職別 デジタルマーケティング推進の課題（複数回答）

【n=340】



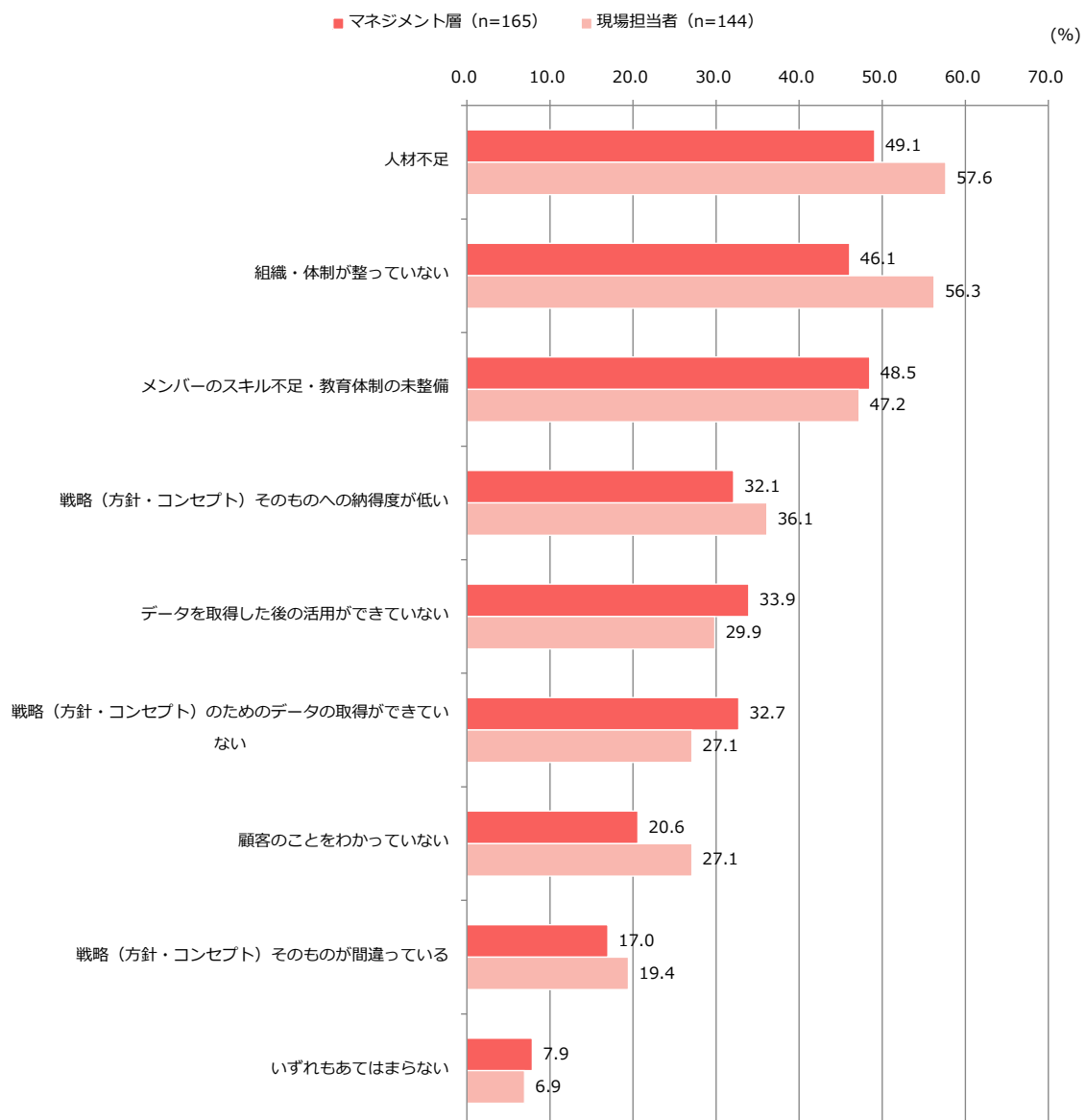
■現場は人的リソース・体制に、マネジメント層はデータの取得と活用に課題

デジタルマーケティング戦略上の課題と要因を役職別にみると、「人材不足」「組織・体制が整っていない」、「メンバーのスキル不足・教育体制の未整備」の上位3項目は役職による順位の変動は見られません。その中でも、「組織・体制が整っていない」と「人材不足」ではマネジメント層と現場担当者との認識ギャップが大きく、現場担当者の意識が高いことが分かります。

一方で、「データを取得した後の活用が出来ていない」「戦略のためのデータの取得ができていない」についても認識ギャップが大きいのですが、こちらはマネジメント層がより高い課題意識を持っていることがうかがえます。

図5 役職別 デジタルマーケティング戦略上の課題と要因（複数回答）

【n=309※課題があると回答した人】



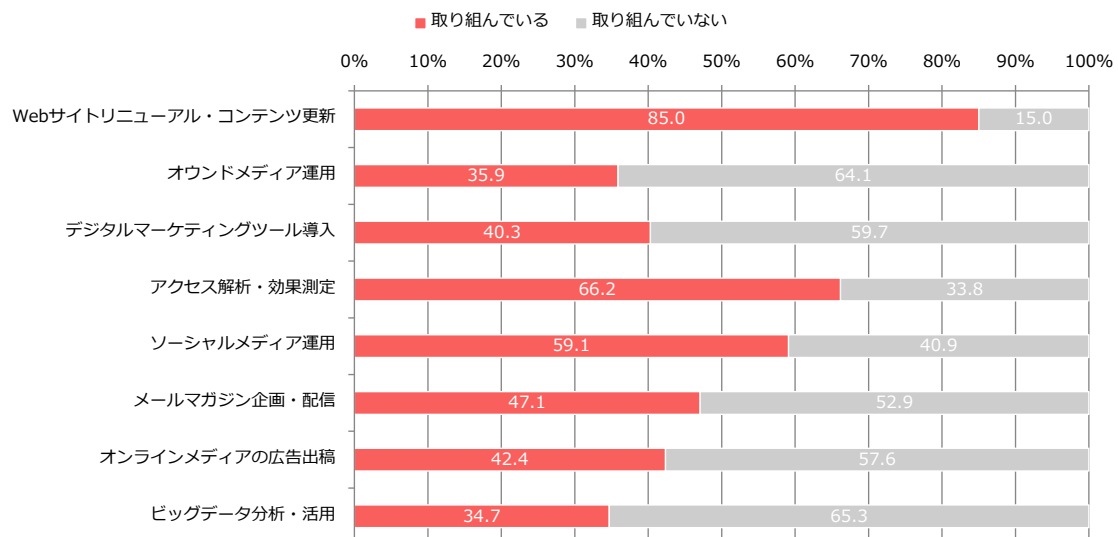
■ビッグデータの分析・活用は全体の3分の1にとどまる

Web・デジタルマーケティングにおける施策の実施状況では、「Web サイトリニューアル・コンテンツ更新」が最も実施比率が高く全体の85%が実施しています。次いで、「アクセス解析・効果測定（66%）」、「ソーシャルメディア運用（59%）」の順に実施比率が高くなっています。

大きなトレンドでもあるビッグデータ分析・活用は全体の35%と、全体の3分の1程度しか実施できていない現状が見られます。

図6 Web・デジタルマーケティング施策実施状況

【n=340】



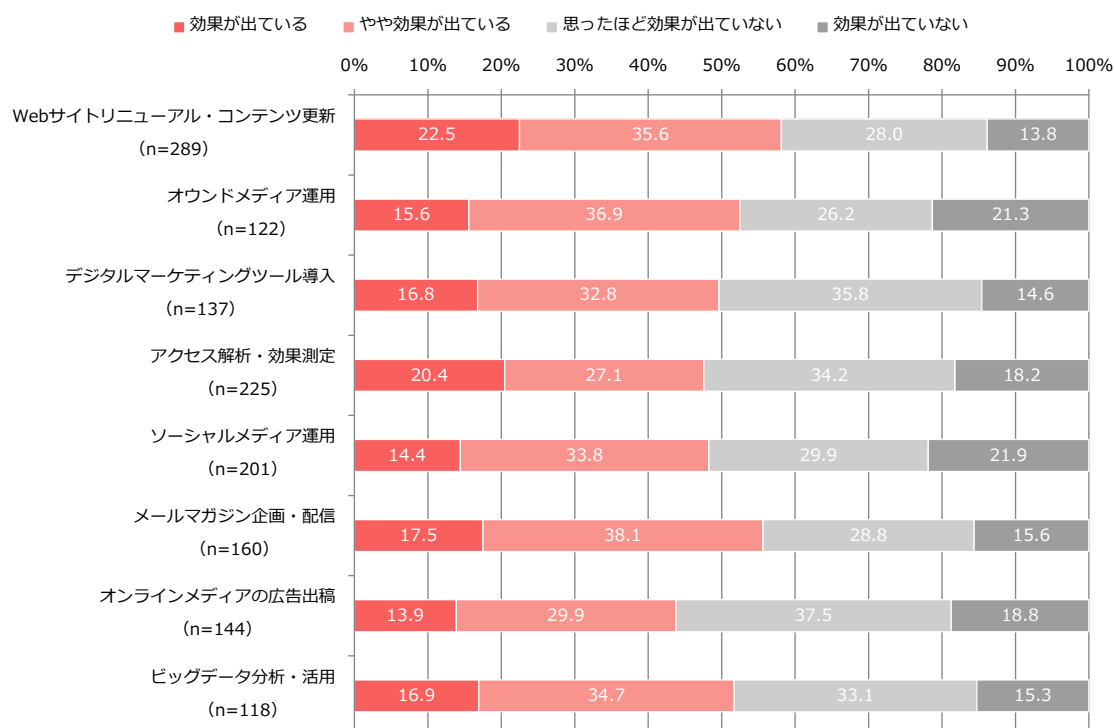
■ Web・デジタルマーケティング施策の効果 5割が「期待以下」

Web・デジタルマーケティング施策の効果について、各施策に「取り組んでいる」と回答した人のうち、「効果が出ている」「やや効果が出ている」と回答した人の比率を見ると、最も高い割合を占めている「Webサイトリニューアル・コンテンツ更新」でも58%となっており、4割以上が期待した効果が出ていないということが読み取れます。「オンラインメディアの広告出稿」では、44%が効果が出ていると回答していますが、約6割が効果を実感出来ていないことが見て取れます。

Web・デジタルマーケティング施策全体でみれば、概ね5割が期待した成果がでていないと判断していることが見て取れます。

図7 Web・デジタルマーケティング施策の効果

【※それぞれ施策に取り組んでいると回答した人】



■ 参考資料

【マネジメント層の定義】：

回答者の業務における役職において、「次長・課長クラス」を含む上位の役職者
かつ

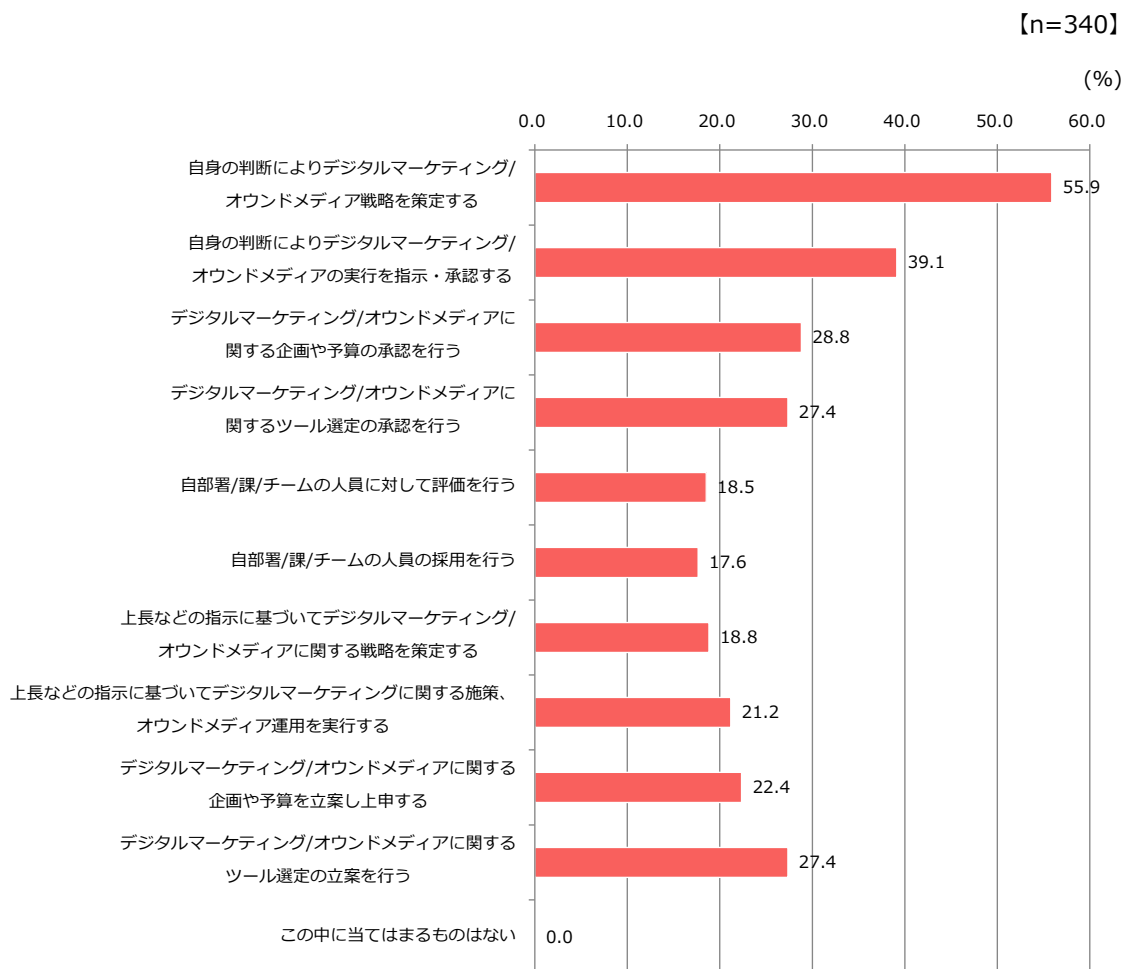
Web・デジタルマーケティング担当部署における役割において、以下いずれかの回答者

- ・自身の判断によりデジタルマーケティング/オウンドメディア戦略を策定する
- ・自身の判断によりデジタルマーケティング/オウンドメディアの実行を指示・承認する
- ・デジタルマーケティング/オウンドメディアに関する企画や予算の承認を行う
- ・デジタルマーケティング/オウンドメディアに関するツール選定の承認を行う

【現場担当者の定義】：

回答者の業務における役職において、「一般社員」または「係長・主任クラス」の回答者

図 8 Web・デジタルマーケティング担当部署における役割



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

株式会社アイ・エム・ジェイ
R&D室 Research Unit 担当：清水
TEL：03-6415-4311

報道機関からのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ
広報室
TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp