

～コンテンツマーケティングに関する意識調査～

Web&モバイル マーケティング EXPO2014 【春】



目次

1. 調査概要
2. コンテンツマーケティングの認知度に関して
3. コンテンツマーケティングの実施に関して
4. 制作しているコンテンツの種類
5. コンテンツの制作に関して
6. コンテンツマーケティングにおける課題点
7. コンテンツの告知方法に関して
8. コンテンツマーケティングの目的
9. コンテンツマーケティングの導入を検討しているか
10. 総括
11. 最後に

1. 調査概要

- 調査目的 コンテンツマーケティングに関する担当者の意識調査
- 調査方法 アンケート調査
- 調査時期 2014年05月14日(水)~05月16日(金)
- 調査数 333人
- 調査対象 2014年Web&モバイルマーケティングEXPO 春 来場者

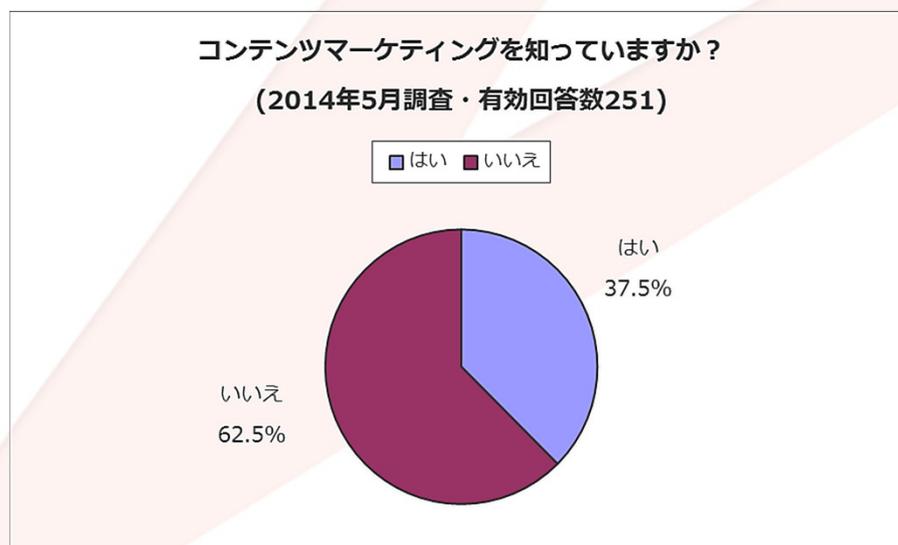
コンテンツマーケティングとは

コンテンツマーケティングとは、有用な情報を発信する事で、将来的な見込客や顧客との「つながり」を持つためのマーケティングです。

2012年くらいから注目を集め、Googleが、自らの検索エンジンに変革をもたらしたリンクの評価から、コンテンツへの評価を重視するアルゴリズムを実装したことにより、コンテンツを主体したマーケティングの必要性が加速度的に高まりました。

2. コンテンツマーケティングの認知度に関して

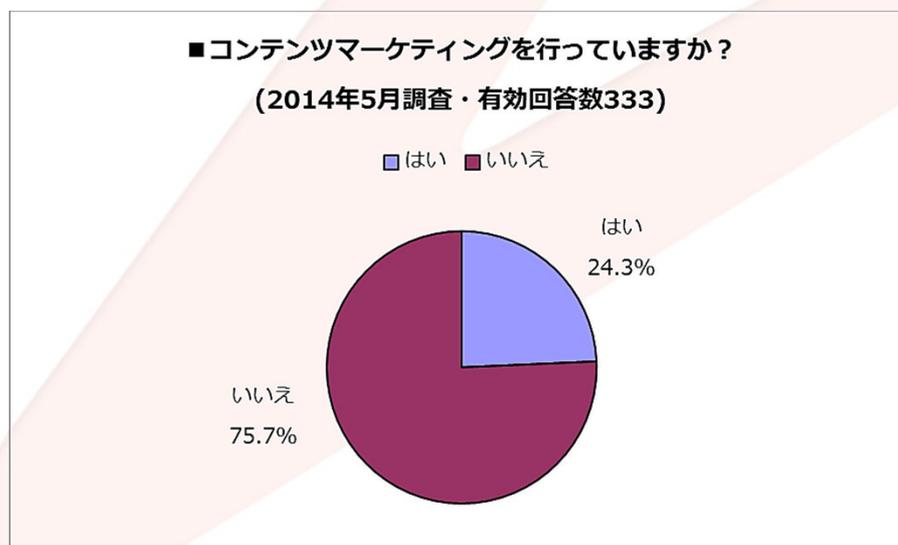
日本でも大きな注目を集めているコンテンツマーケティングですが、現場のマーケティング担当者で知らない方も多く今後の認知の拡大の必要性を感じさせる結果となりました。



対象者：Web&モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者

3. コンテンツマーケティングの実施に関して

24.3%のユーザーがコンテンツマーケティングを行っているが、75.7%のユーザーは行っていないと結果となり、認知度比べて実際にコンテンツマーケティングを行っている企業が少ないことから、今後、導入企業が増えていくと予測できます。

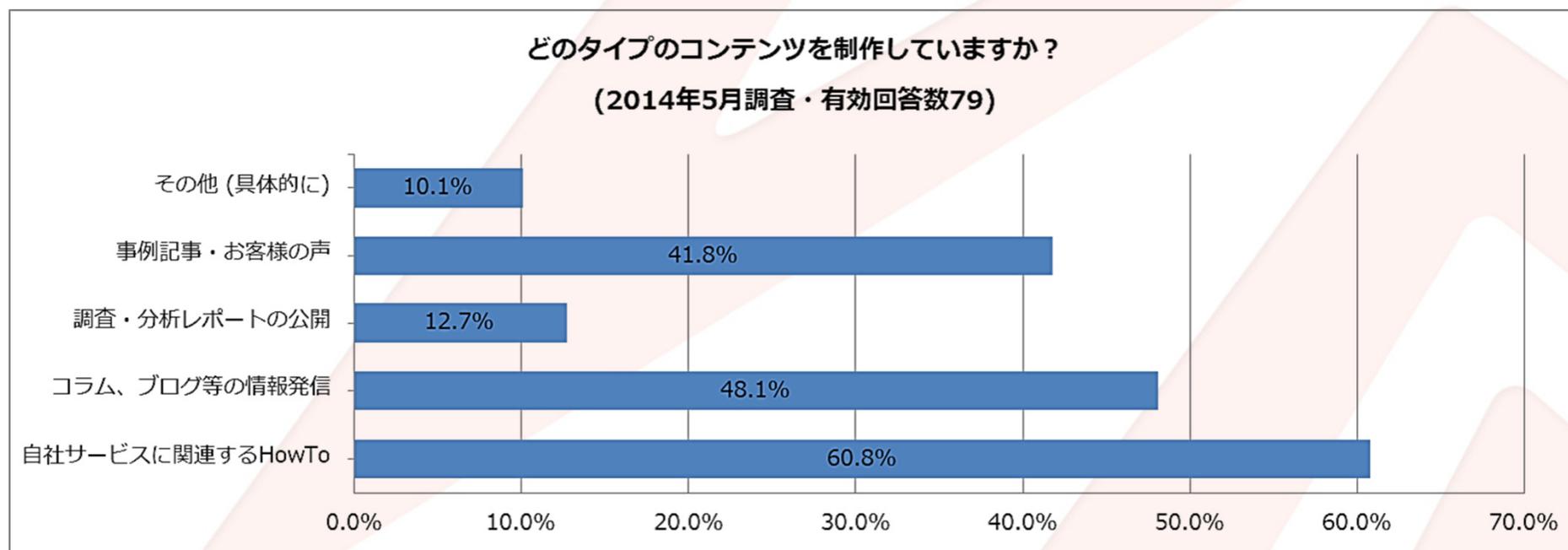


対象者：Web&モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者

4. 制作しているコンテンツの種類

コンテンツマーケティングを行っている企業に、どの種類のコンテンツを制作しているか聞いたところ、自社サービスに関連するHOWTO（ハウツー）が最も多く、全体の60.8%を占める結果となった。

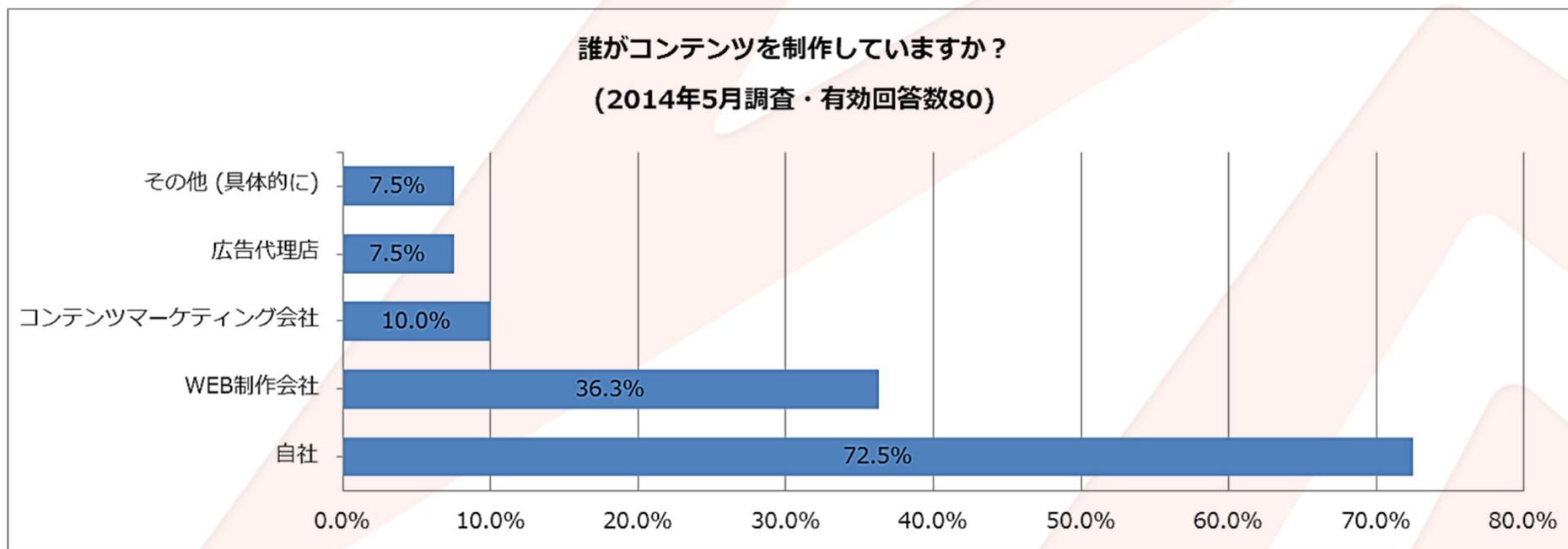
続いてコラム・ブログなどの情報発信が48.1%、事例・お客様の声が41.8%と続いた。



対象者：Web & モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち1問目で「はい」を選択した回答者

5. コンテンツの制作に関して

誰がコンテンツを制作しているのか質問したところ、圧倒的に自社が多く72.5%、次いでWEB制作会社が36.3%、コンテンツマーケティング会社では10%となっており、WEBサイトの運営・制作の延長線上にコンテンツマーケティングがある捉えられている結果となった。

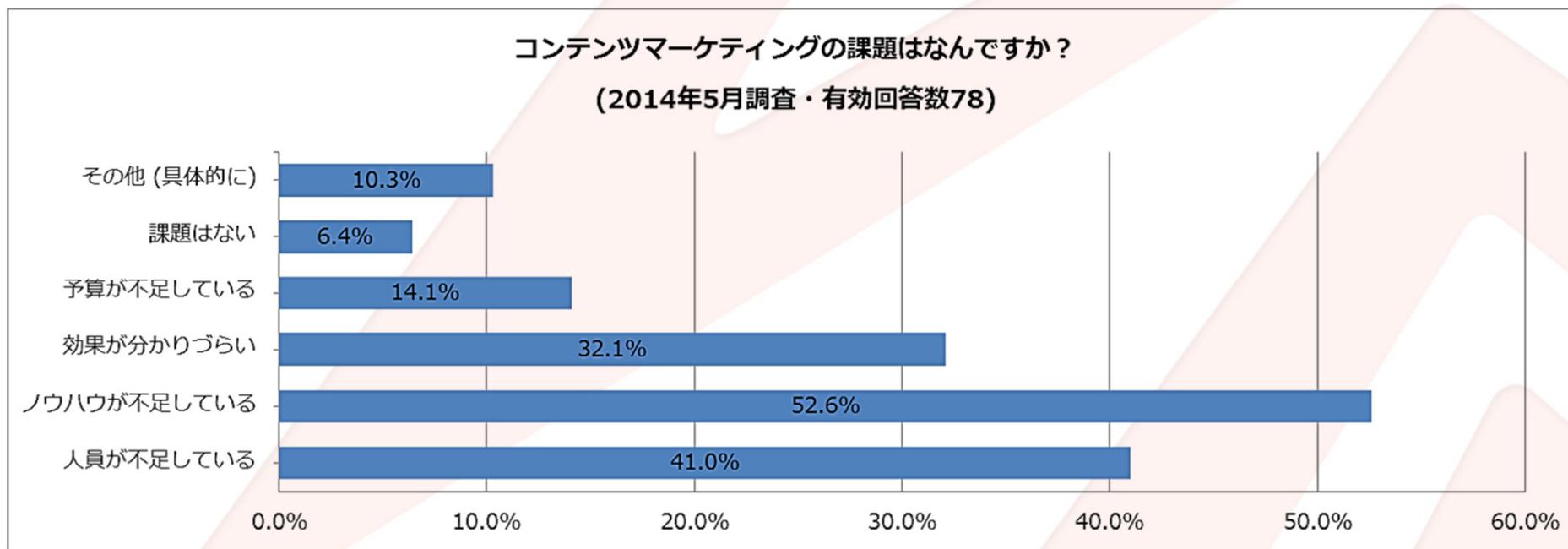


対象者：Web & モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち1問目で「はい」を選択した回答者

6. コンテンツマーケティングにおける課題点

コンテンツマーケティングにおける課題点を質問では、ノウハウが不足している52.6%、人員が不足している41%、効果が分かりづらい32.1%が上位を占め、ノウハウ・人的リソース不足と、効果検証に課題を感じていることがわかる。

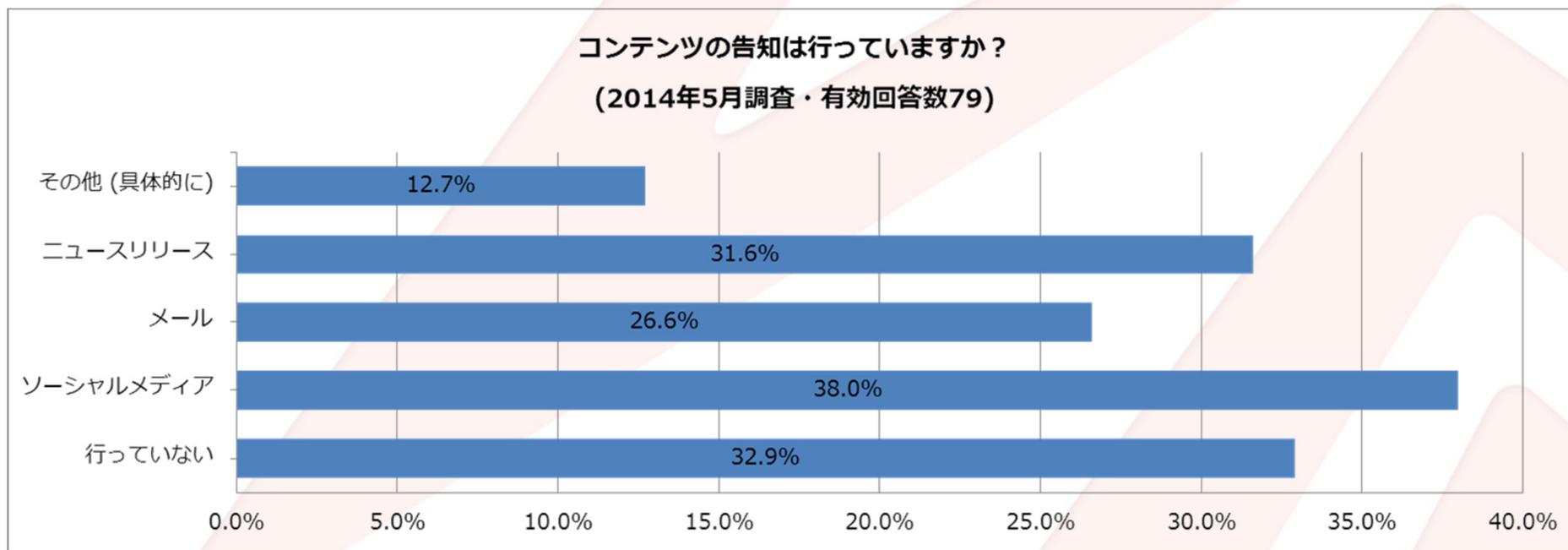
予算面に関しては、課題と感じていない企業が多く、意外な結果となった。



対象者：Web & モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち1問目で「はい」を選択した回答者

7. コンテンツの告知方法に関して

コンテンツを公開したときの告知方法の質問では、ソーシャルメディアが38%、ニュースリリースが31.6%、告知をそもそも行っていないが32.9%となった。

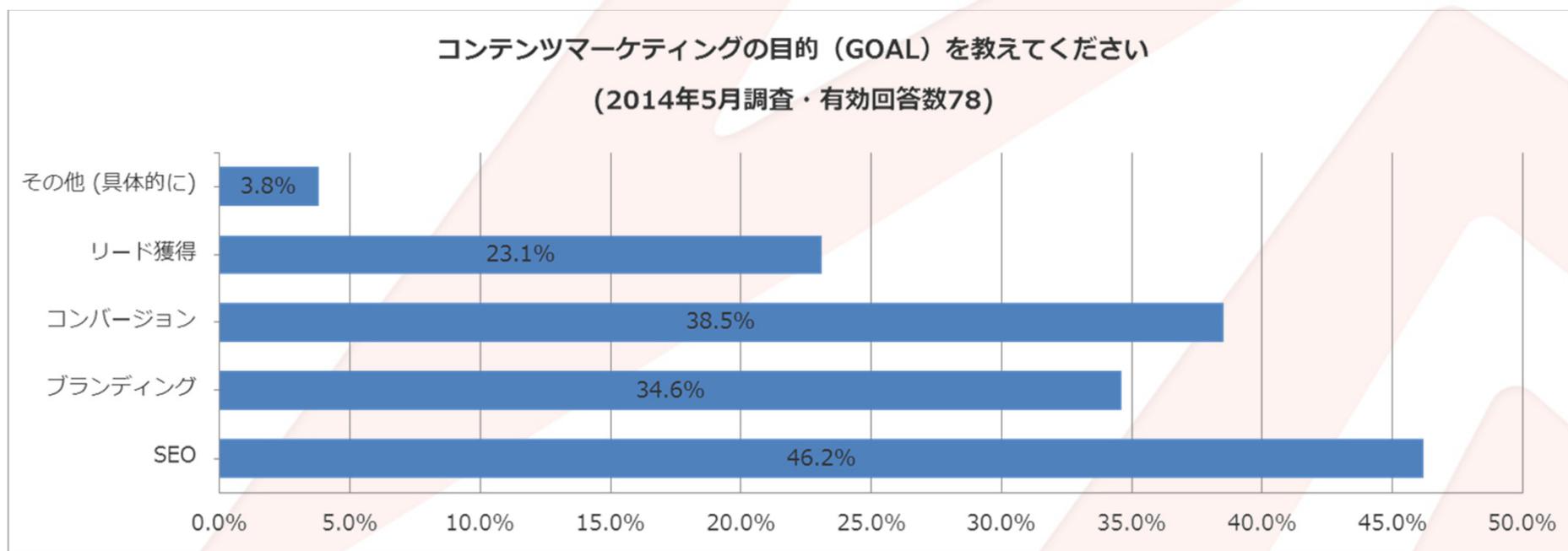


対象者：Web & モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち1問目で「はい」を選択した回答者

8. コンテンツマーケティングの目的

コンテンツマーケティングの目的の質問ではSEOが46.2%と最も多く、次いでコンバージョン38.5%、ブランディング34.6%と続いた。

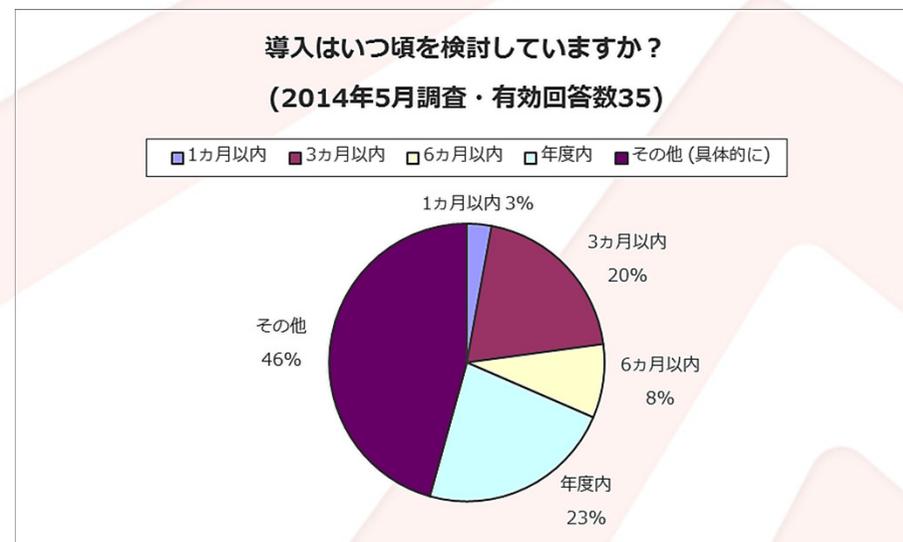
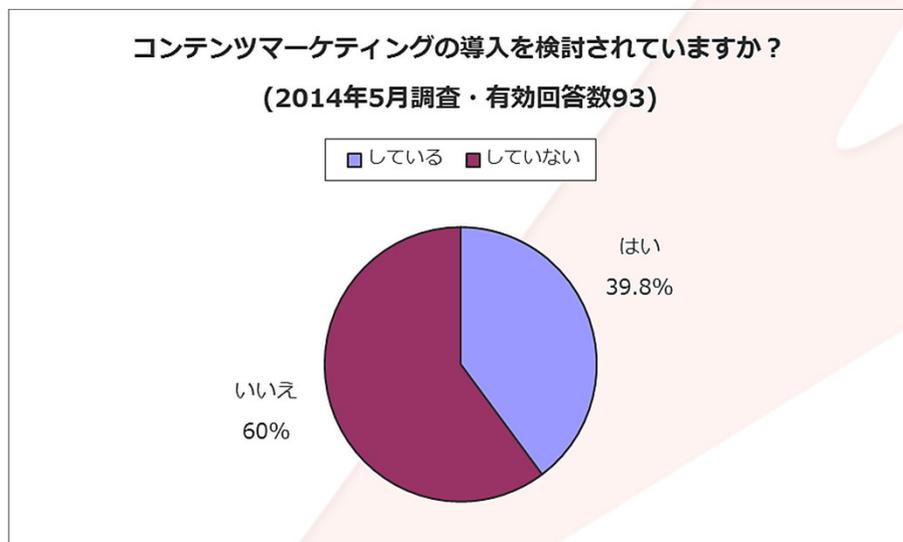
SEOの施策の一環としてコンテンツマーケティングに取り組んでいる企業が多いことがわかった。



対象者 : Web & モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち1問目で「はい」を選択した回答者

9. コンテンツマーケティングの導入を検討しているか

コンテンツマーケティングを行っていない企業に対して、コンテンツマーケティングの導入を検討しているかの質問では39.8%の企業が導入を検討しており、導入意欲の高さが目立った。また、半数以上が導入時期を年度内としており導入意欲の高さを裏付ける形となった。



対象者：Web&モバイルマーケティングEXP2014【春】の当社ブースへの来場者のうち7問目で「はい」を選択した回答者

10. 総括

調査のポイント

- ✓ コンテンツマーケティングの認知度は高いが、導入は少ない
- ✓ ブログやハウツーが多く、分析レポートなどの専門性が高いものは少ない
- ✓ 制作は、自社・WEB制作会社が多く運営・制作の延長にある
- ✓ 課題点は人員不足・ノウハウ不足で、予算の不足ではない
- ✓ 告知に関してはソーシャルメディアが圧倒的に多く、次点が告知しない
- ✓ 導入目的はSEOが最も多い結果となった
- ✓ 導入を検討している企業が40%、その半数以上が年度内の導入を目指している

今回のコンテンツマーケティングに関する意識調査では、認知度は高いが、導入は少ないという新しく生まれたマーケティングが成長期に差し掛かりつつあることを証明する調査結果となりました。

導入する企業側の認識としては、コンテンツの制作と言うことで、マーケティングと言うよりも、運営や制作の延長線上にあり、予算に関しては課題を感じていないものの人員不足・ノウハウ不足などに課題を感じていることがわかりました。

アンケートに回答頂いた、コンテンツマーケティングがまだ導入されていない93企業の約40%が導入を検討しており、半数が年度内に導入を目指していることから、2014年が日本のコンテンツマーケティングにとって大きく飛躍する年であることが伺えます。

11.最後に

本件に関するお問合せ先

ディーエムソリューションズ株式会社

マーケティンググループ 担当：木村 TEL：0422-26-5570

ディーエムソリューションズ株式会社について

- 代表取締役 花矢 卓司
- 所在地 〒180-0005 東京都武蔵野市御殿山1丁目1番3号 クリスタルパークビル2F
- 設 立 平成16年9月15日
- 資 本 金 73,485,000円
- 取 引 銀 行 三菱東京UFJ銀行 / みずほ銀行 / 多摩信用金庫
- 従 業 員 数 157名（平成26年4月現在）

インターネット事業：主に検索エンジン最適化に関するコンサルティングとコンテンツマーケティング
ダイレクトメール事業：主に郵送物の発送代行を通じたコストダウンのご提案

