

Webマーケターの働き方調査レポート

by  ferret

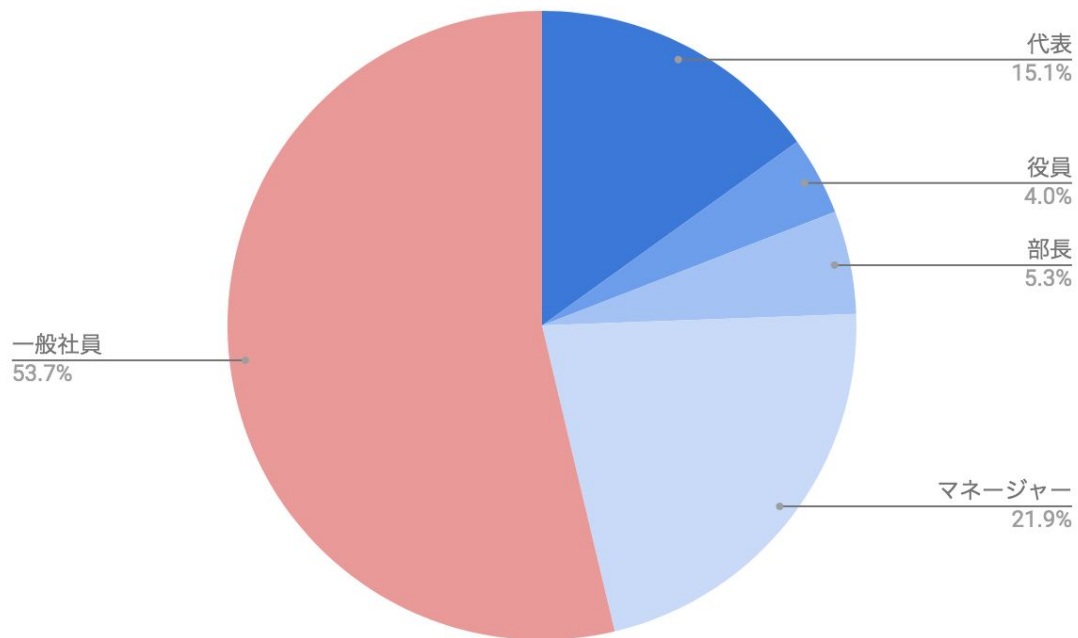
回答者数=471人、調査日:2019年5月28日~31日

アジェンダ

- 基本データ
- マーケターの業務時間配分について
- 増やしたい時間について
 - 戦略/施策を考える時間
 - 施策の実行を行う時間
 - 効果検証にかかっている時間
 - 外注先やパートナーとの打ち合わせの時間
- 減らしたい時間について
 - 戦略/施策を考える時間
 - 施策の実行を行う時間
 - 効果検証にかかっている時間
 - 外注先やパートナーとの打ち合わせの時間
- 関わっている業務について改善したい点 ※定性テキスト
- マーケティングツールの利用状況について

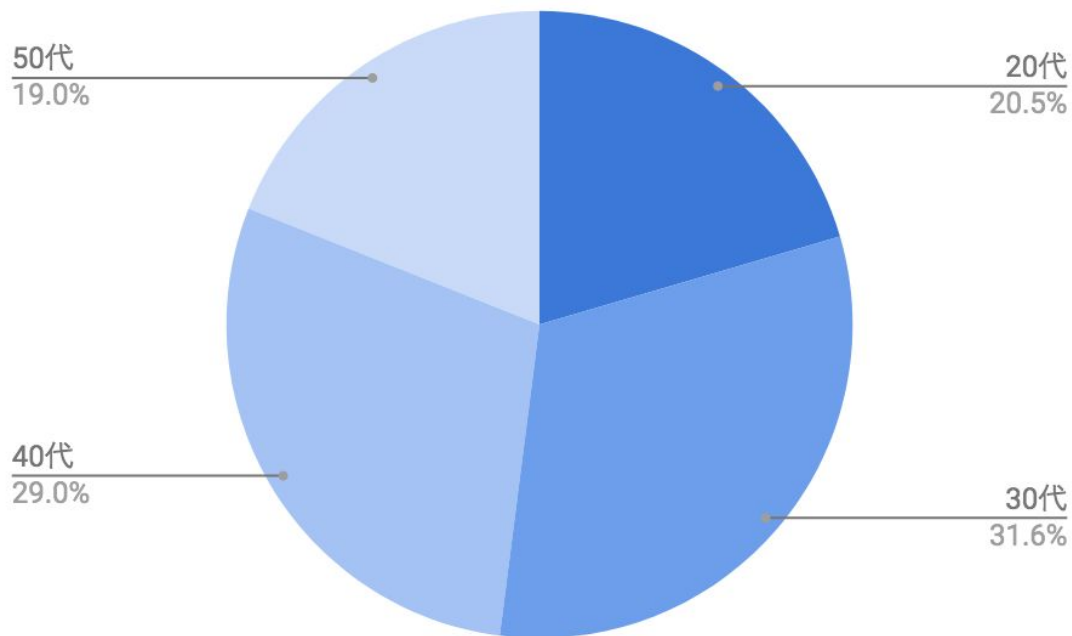
基本データ(Q.2~6)

Q.2 役職を教えてください



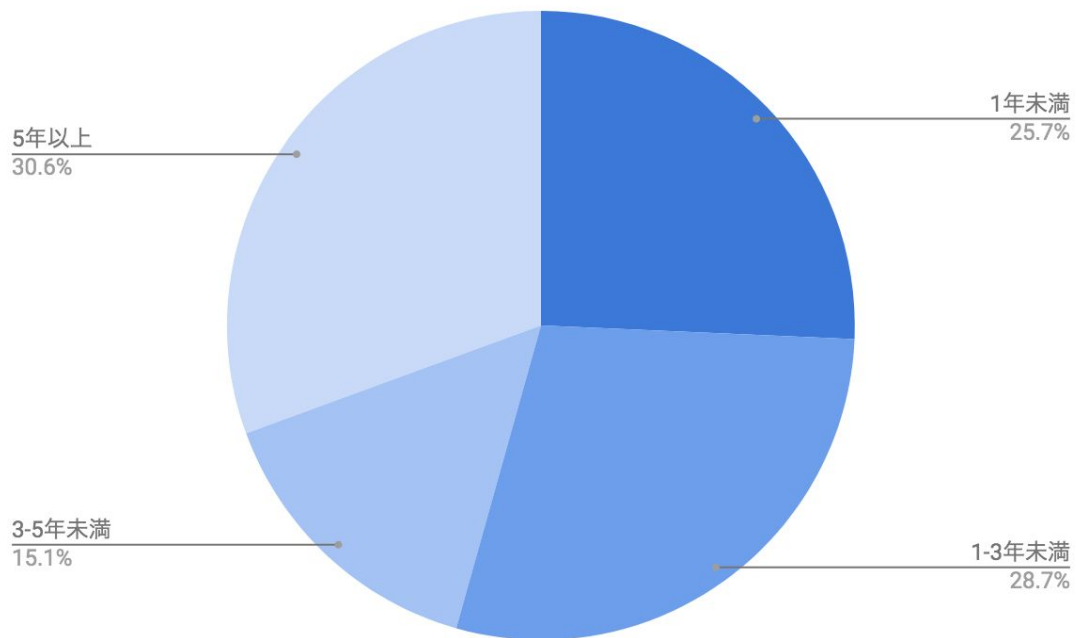
回答者全体のうち 21.9%がマネージャー、53.7%が一般社員という結果

Q.3 年齢を教えてください



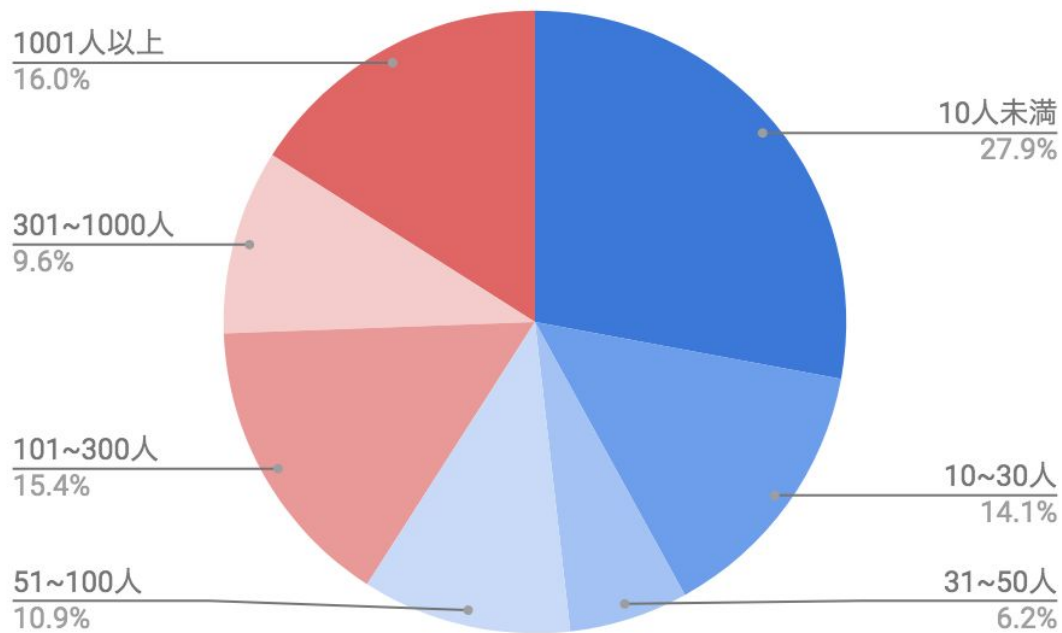
20代 20.5%、30代 31.6%、40代 29.0%、50代 19.0%という結果に

Q.4 マーケティングの経験年数を教えてください



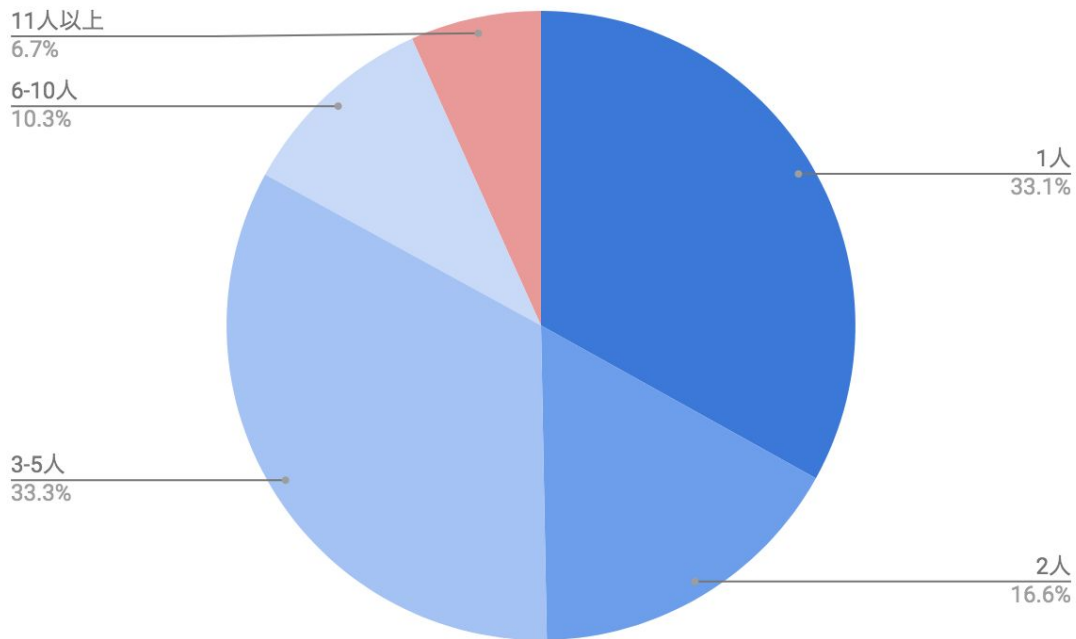
マーケティング経験人数は5年以上が最も多いが全体では3年未満の人で過半を占めた

Q.5 貴社の従業員数を教えてください



従業員規模は10人未満の会社が最も多く、100人以下の企業で過半を占めた

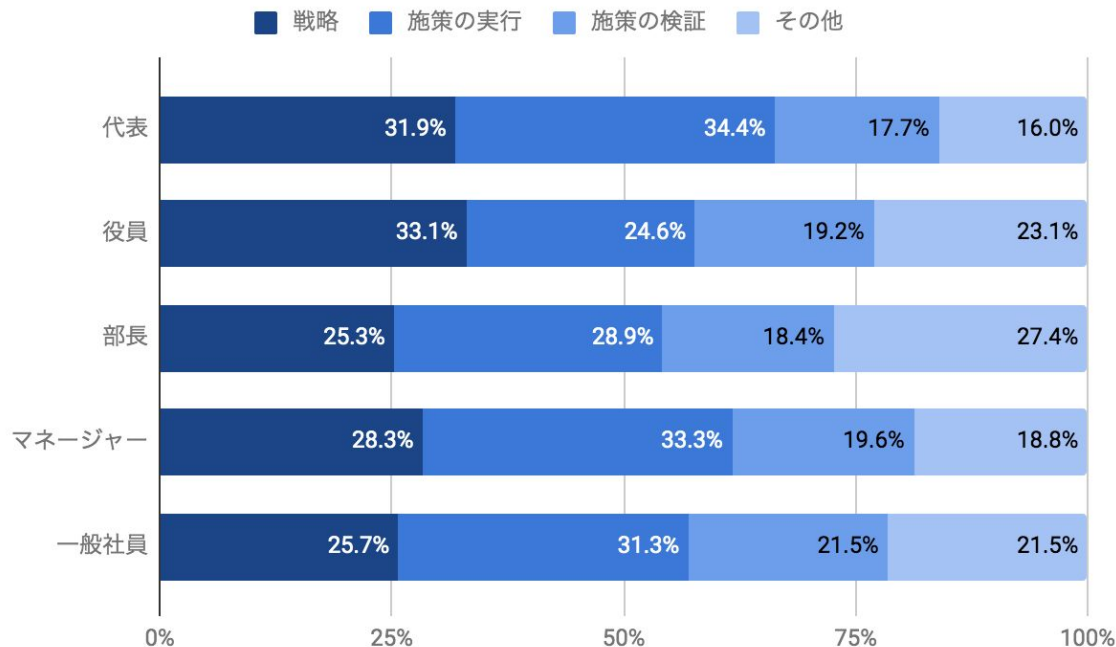
Q.6 マーケティングチームの人数を教えてください



マーケティングチームの人員は3-5人が最も多い回答であったが、1人の組織も33.1%、また2人の組織も16.6%と2人以下の組織で約半数を占めた

Q7.業務時間の比率について

Q.7 1週間あたりのそれぞれの業務に割いている時間の割合をお答えください(役職別)

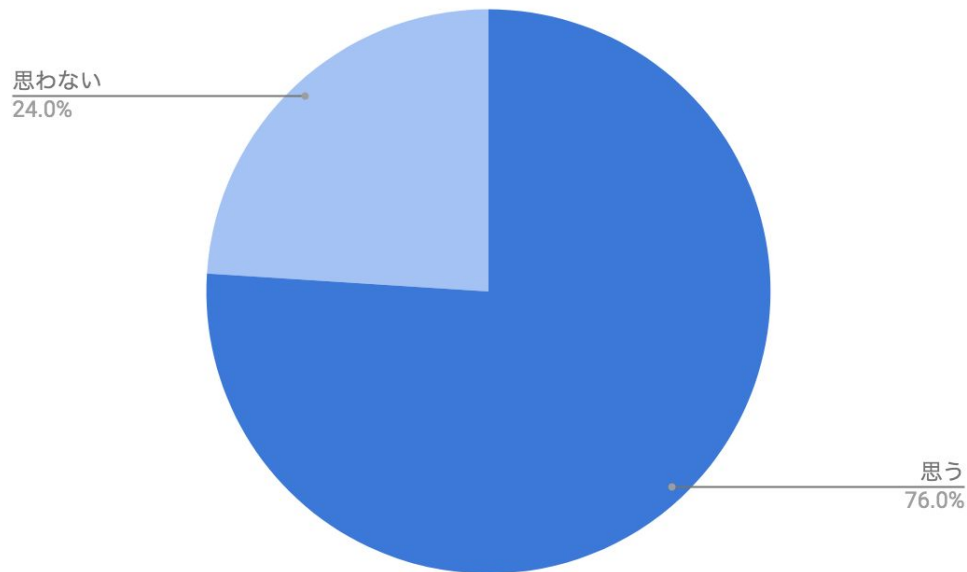


役職が上がるにつれて戦略を考える時間の比率が増えるが、施策の実行にかかっている時間も全役職で平均しても約30.4%と非常に多くの時間が施策の実行にかかっていることがわかる

**Q.8 それぞれの業務のうち使うことのできる時間を増やしたいと
思っているものをお選びください(複数選択可)**

より、「**増やしたい時間**」についての回答

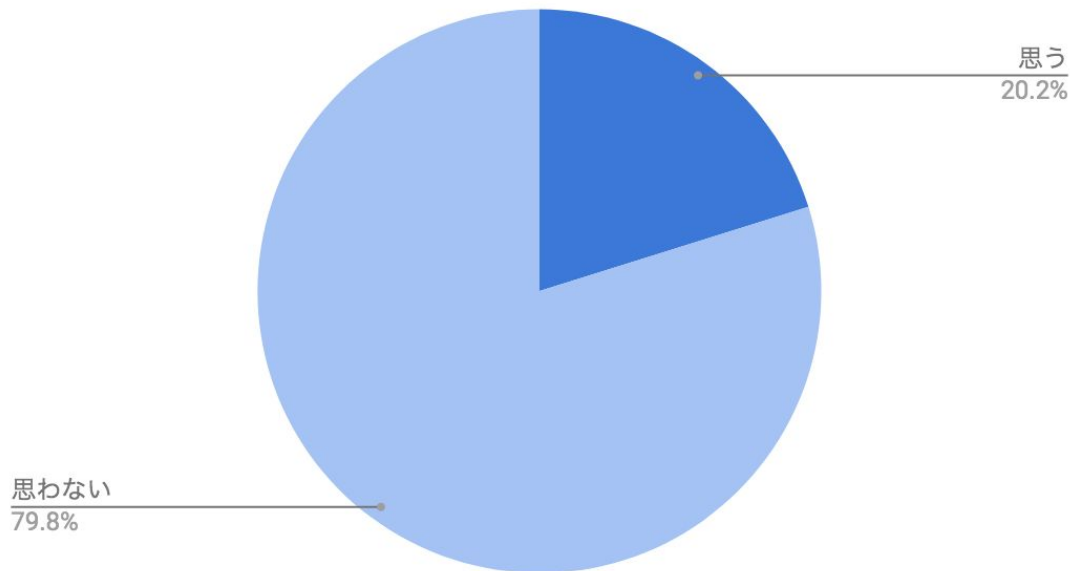
戦略・施策を考える時間を増やしたいと思うか？



戦略・施策を考える時間を増やしたいか？については 76.0%のユーザーが増やしたいと回答

施策を実行する時間を増やしたいと思うか？

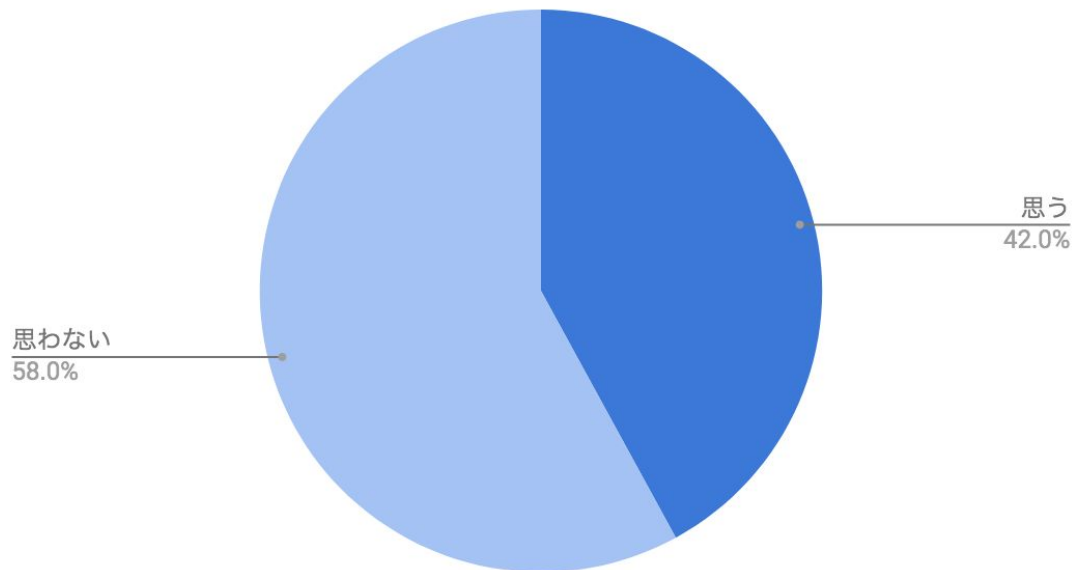
施策の実行にかかっている時間（LP制作など）



施策を実行する時間を増やしたいか？については増やしたいと思うが 20.2%にとどまった

効果検証にかかっている時間を増やしたいと思うか？

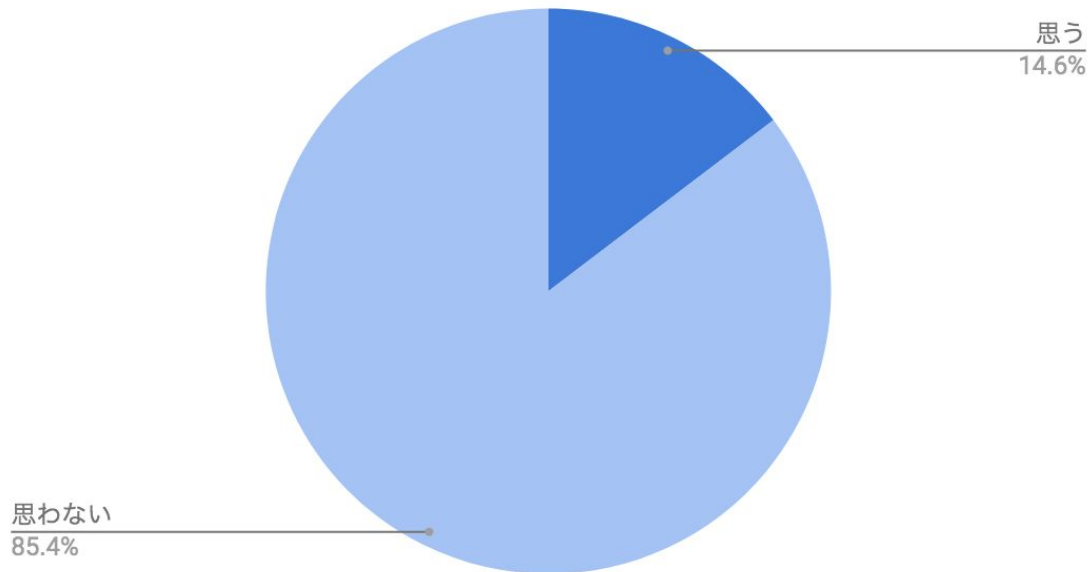
施策の効果検証にかかっている時間（データ収集含む）



効果検証にかかっている時間を増やしたいか？については 42.0%が増やしたいと思うと回答

その他外注先/パートナーとの打ち合わせの時間を増やしたいと思うか？

その他外注先/パートナーとの打ち合わせ、社内調整など



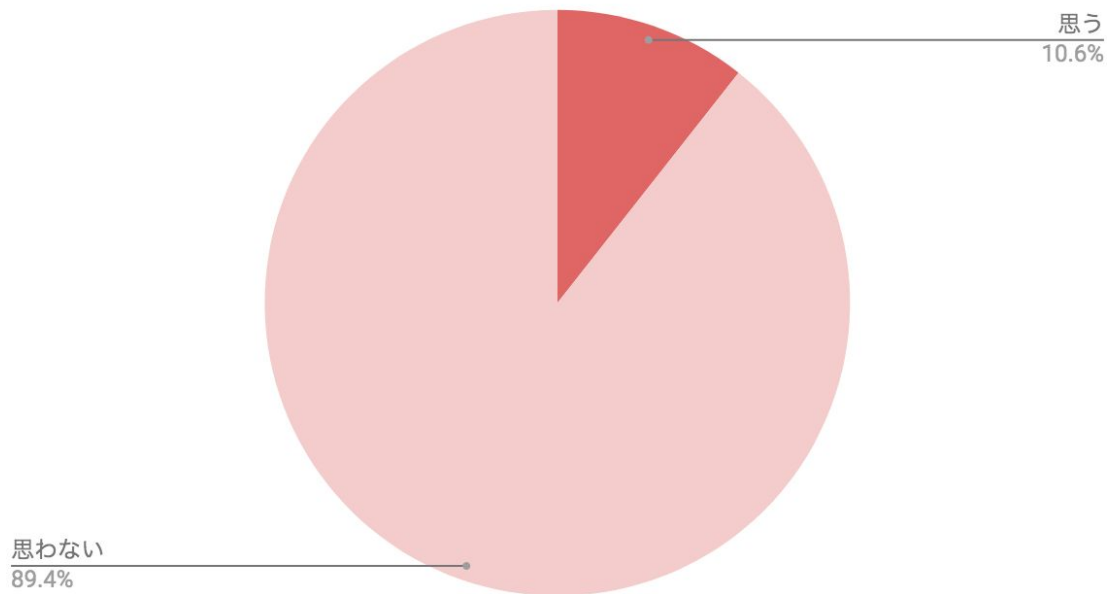
外注先やパートナーとの打ち合わせ等の時間については増やしたいが 14.6%と最も少なかった

Q.9 それぞれの業務のうち使うことのできる時間を減らしたいと
思っているものをお選びください(複数選択可)

より、「減らしたい時間」についての回答

戦略・施策を考える時間を減らしたいと思うか？

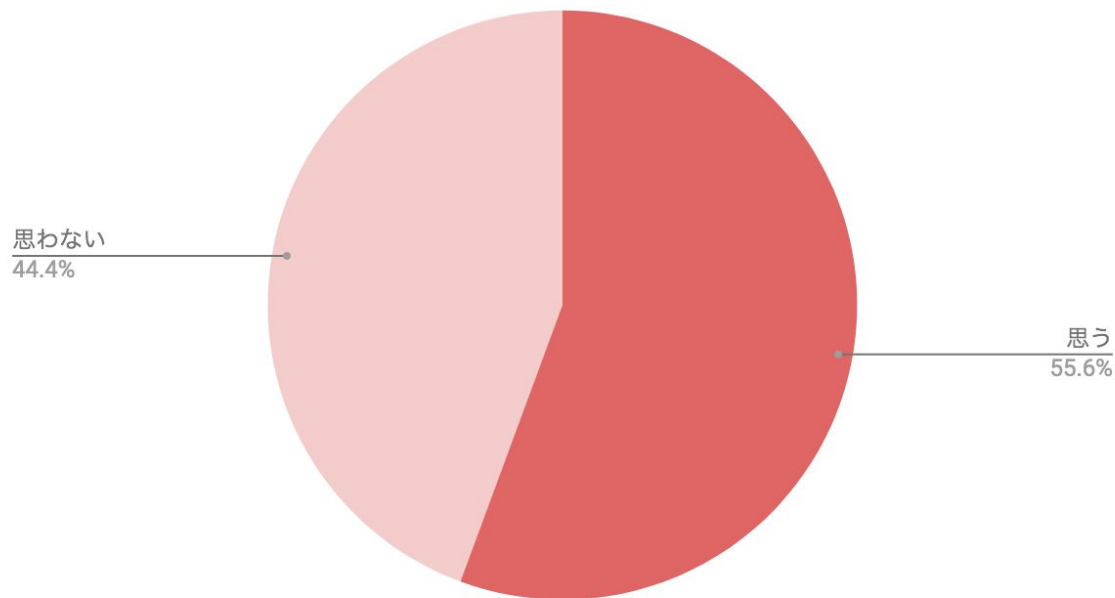
戦略/施策を考える時間



戦略・施策を考える時間を減らしたいか？については 89.4%が思わないと回答

施策の実行にかかっている時間を減らしたいと思うか？

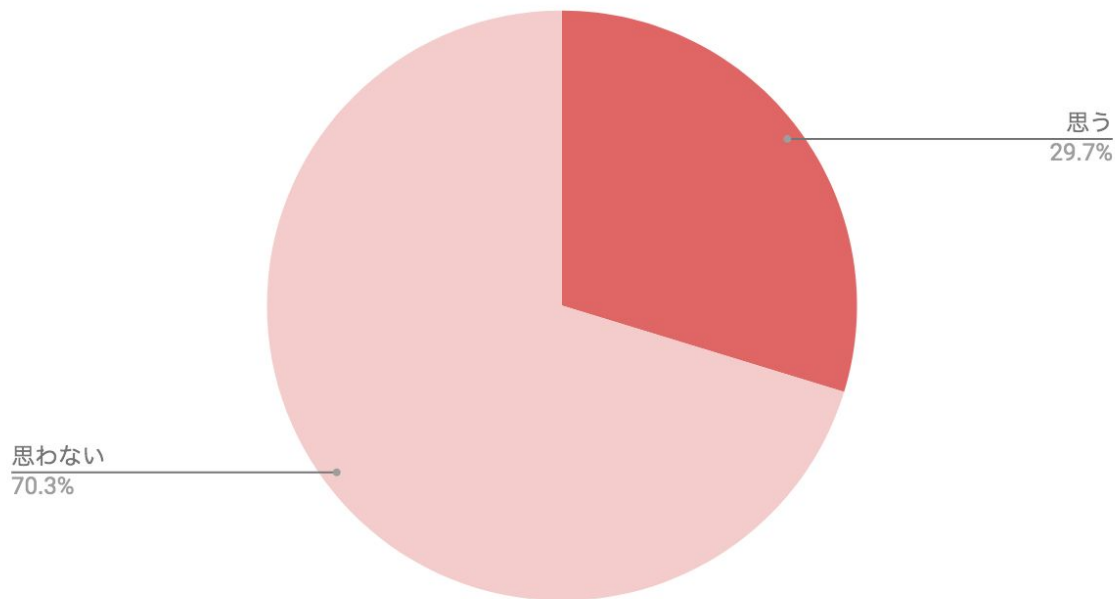
施策の実行にかかっている時間（LP制作など）



施策の実行にかかっている時間を減らしたいか？については 55.6%が思うと回答

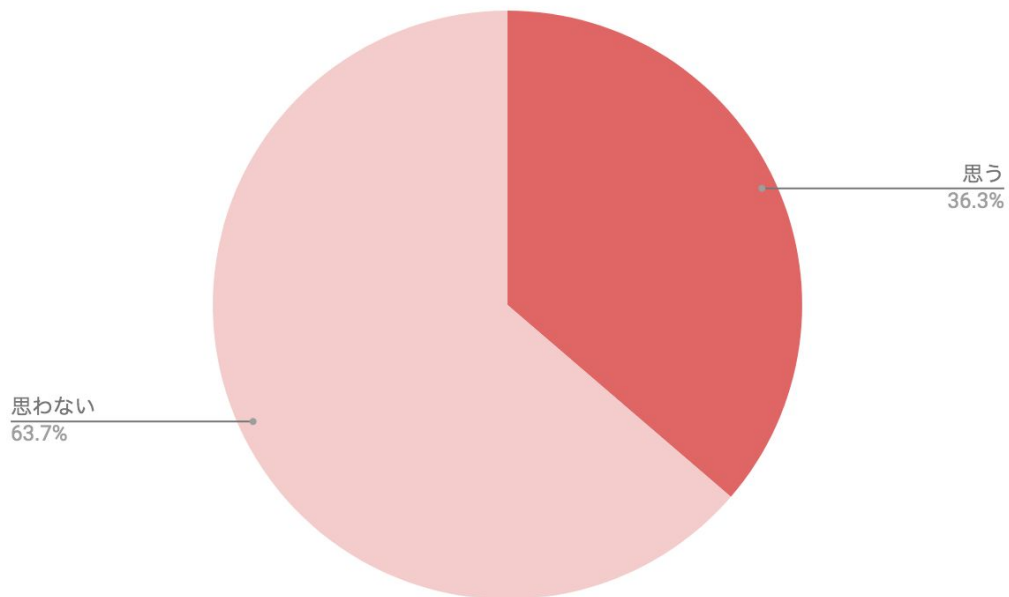
効果検証にかかっている時間を減らしたいと思うか？

施策の効果検証にかかっている時間（データ収集含む）



効果検証にかかっている時間を減らしたいか？については 70.3%が思わないと回答した

外注先との打ち合わせの時間を減らしたいと思うか？



外注先との打ち合わせの時間については 63.7%が減らしたいとは思わないと回答した

Q.10 関わっている業務について 改善したいことがあれば教えてください

※フリー回答コメント(一部抜粋)

回答例(一部抜粋)

- ・利用しているツール(サイト)が多岐にわたるため整理したい。
- ・分析に時間がさけておらず、データを貯めるだけになってる
- ・必要な情報データの収集に時間がかかる。もっと効率化したい
- ・他の業務もあり、戦略を考え調べる時間がない
- ・全て自分で行わないとならないのがキツイ
- ・正直、名前だけの部署化しているため、もう少しアイデアや戦略を考える機会を増やしたい。
- ・情報をまとめるのに時間がかかりすぎる
- ・少ない人数でやっているの、非常に作業が繁雑で業務量が多く、検証までなかなかできてない。
- ・小規模会社の為、一人の担当が複数業務に広く深く携わっており、様々な業務に忙殺されてしまう現状がある為、会社の先を見据えた投資(新しい技術、システム、業務改善、社員のレベルアップや底上げ、等)に割く時間がないこと。
- ・初心者でマーケティングについて勉強しながら業務をしているため、時間の効率が悪い。
- ・社内報告用の資料作成が多すぎる。
- ・社内調整する際に合意をとらないといけない各部門の窓口が多すぎる。
- ・社内にエンジニアが不在の為、外注先のディレクターと打合せを行い、先方ディレクター→エンジニアと実行までに時間を要する。
- ・実務(WEB制作やメディアの記事作成等)に追われがちで、もっと考えることに時間をかけたいことができていない。
- ・施策実施におけるの業務量が多い

回答例(一部抜粋)

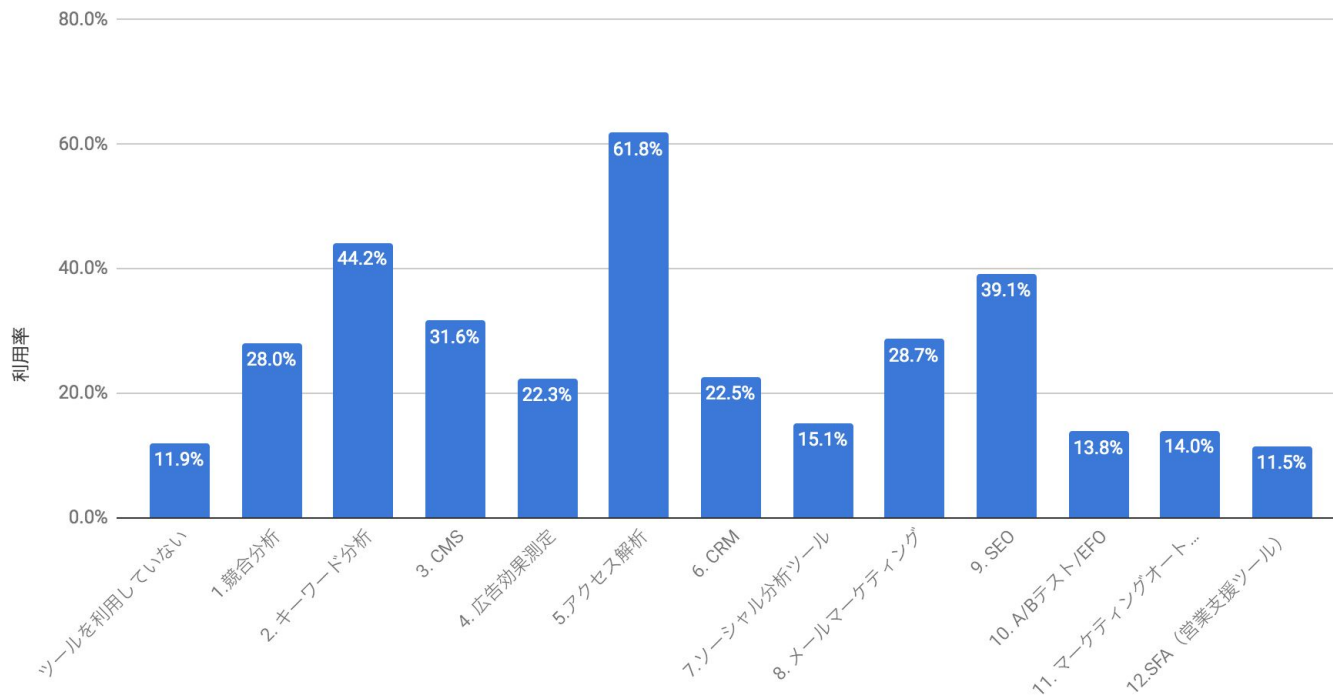
- ・施策実行に時間がかかりすぎている。自動化したいポイントがいくつかある。効果検証は時間がかかっている上にあまり検証しきれていない。ここも改善したい。
- ・施策の実行や効果検証を自分以外にもできるようにして自分自身は戦略/施策を考える時間をもっと増やして斬新な戦略施策を実行に移したい
- ・施策の実行でもある程度作業がルーティン化している部分の時間を減らしたい
- ・施策に時間がかかり、効果測定が十分にできていない
- ・仕事が属人化して、同じスキルやノウハウが他のメンバーと共有ができない。
- ・広報的な対応から印刷物の作成や修正・Webの制作運営管理・戦略発案と担当業務が幅広く、一つ一つもっとこだわり時間をかけ、納得の行く考え・制作物・分析・結果検証を持ってサイクルを回していきたい。
- ・効率をはかりたくても、まず予算が少なすぎて、時間も不足しており、動きも取れずどうにもならない。
- ・効果的なマーケティングツールごとの戦略の立案と実行の手間がかかること
- ・効果検証まで手が回らない
- ・現在はコンピューターがあるからアイデアを出すのにのみ、良ければいいと思う。だからこそ多くの時間を掛けたいと思う。
- ・施策の実行や検証はパターン化すれば良いのでもっと業務時間は減らしたい。
- ・現在、少数かつ同じヒューマンリソースでマーケティングの企画から実行までを行なっています。なので、他からの知恵やアイデアを入れ、新しい企画や戦略をテストしていきたいという所があります。

回答例(一部抜粋)

- ・業務量が多すぎ多岐にわたりすぎている。
- ・業務量が多すぎる、また業務が多岐にわたるせいで時間配分が大変
- ・強制的にでも戦略構築の時間を確保できるようにしたい。
- ・各部署の内部調整が多すぎて減らしたい。
- ・外注さんとのやり取りに時間を使っていて、他の作業を圧迫している。自社で採用するとなるとコストがかかるので、優秀な外注さんを低コストで雇いたい。
- ・一人でほぼ全てのマーケティング業務を担当しているので、手が回りきっていない。
- ・やるが多すぎて手が回らない
- ・ムダなミーティングが多いのを減らしたい。社内調整や知見がない上層部への折衝など
- ・マーケティングに専任出来る人数が少なく、仕事の内容も多岐に渡っているため、じっくり施策を練っている時間がないので、人間を増やすことと、ある程度予算を管理させて欲しい。
- ・ほとんど全て一人でやっているなので、ゆっくり戦略を練る時間がない。
- ・データをまとめる作業に時間がかかる
- ・1人の担っている業務量が多すぎるのが実情ですが、1人でやっているなので、どこまで外注し時間を削減+経費をかけるのか、自分でやるのか、の裁量が問われるところです。
- ・日々の運用に追われ、市場やトレンド、マクロを意識してドラスティックな施策を考える時間を取りたい。

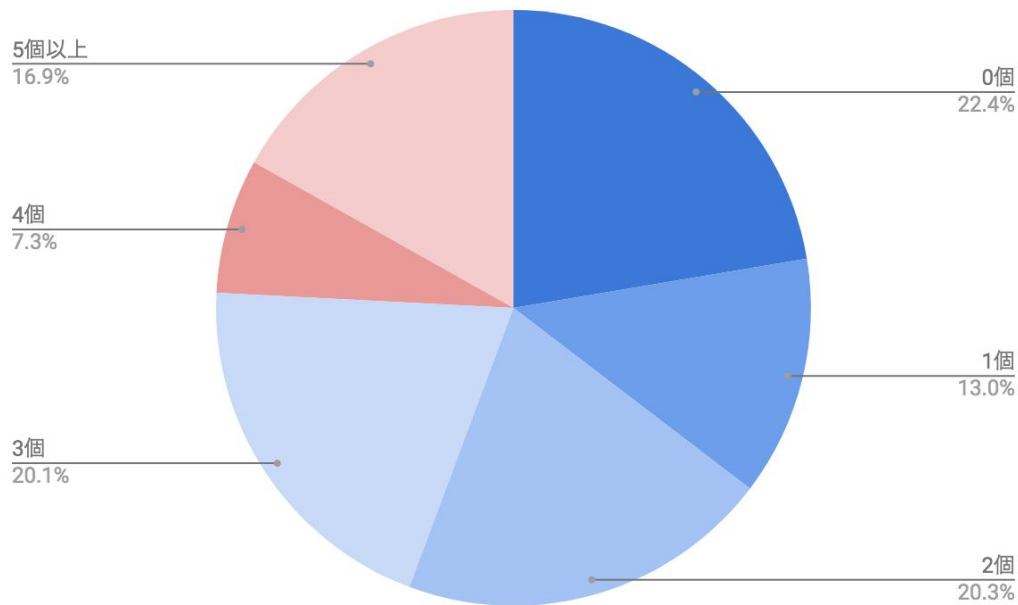
マーケティングツールの 利用状況について(Q.12~14)

Q.12 各ツールの利用状況と利用率(複数回答可)



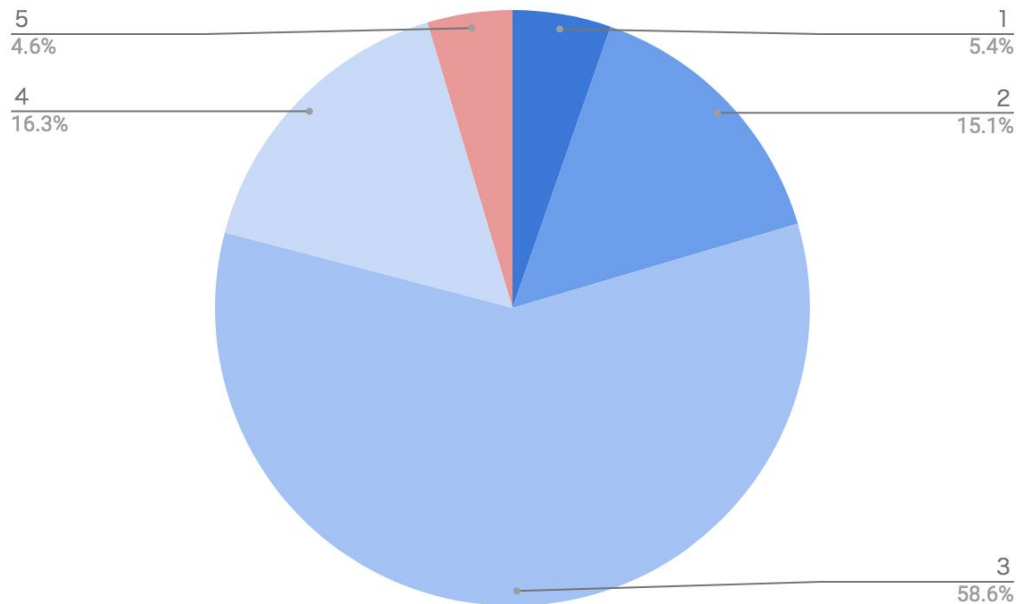
最も利用率の高いツールはアクセス解析ツールでおよそ 62%の企業が利用しているとの結果に。
続いてキーワード分析 44.2%、SEO39.1%、CMS31.6%と続いた

Q.13 マーケティングツールはいくつ利用していますか？（複数回答可）



利用しているツールの数は53%のユーザーが0～2個と回答
一方16.9%のユーザーが5個以上利用しているという結果に

Q.14 利用しているマーケティングツールに満足していますか？
1～5で回答して下さい。(5:とても満足、1:不満)



半数以上がツールの満足度は3以上と回答
一方でフリー回答設問では「使いこなせていない」とのコメントも多数寄せられる結果となった

今回、ferretとしては初めて「Webマーケターの働き方」についての調査をする運びとなりましたが、そこから見てきたのは少人数のチーム体制で多数の業務を抱え、もっと業務を効率化したいのに効率化できていないマーケターの実態でした。

また、マーケティングツールの導入も少しずつ普及してきているとはいえ、なかなかうまく使いこなせていないという新たな課題も見えてきました。

ferretでは引き続きマーケターの皆さまの業務に役立つ記事の発信を続けることで、皆様の業務効率化の一助となれば幸いです。また、同じく弊社では「ferret One」というマーケティング業務の効率化を実現するサービスの提供もしており、ノウハウだけでなく実用的なツールの提供を通してWebマーケターの皆さんの成果向上に大きく貢献して参りたいと存じます。

最後となりますが、今後とも ferret をどうぞ宜しくお願い致します。