

マーケティングオートメーション(MA)に関する意識調査 第4弾 (2020年版)

2020年のMA導入率は15%、昨年13%から微増。
4年連続MAを導入しない理由1位は『費用が高いから』
MA導入とコロナの影響の有無は相関性があることが判明

Mtame 調べ

デジタルマーケティング事業を手掛けるスターティアラボ株式会社(本社:東京都新宿区、代表:北村健一)の100%子会社であるMtame(エムタメ)株式会社(本社:東京都新宿区、代表:金井章浩)は、企業に勤める3,585名に対し、「マーケティングオートメーション(以下、MA)に関する意識調査 第4弾(2020年版)」を実施し、調査結果を発表します。MtameではMAに関する意識調査を2017年から年に一度実施しており、今回で4回目の調査となります。本調査結果は、これまでの推移や新型コロナウイルス流行前後の変化、MA導入の有無で比較してまとめております。

【調査概要】

- ・集計期間: 2020年10月9日~2020年10月12日
- ・調査方法: インターネット調査
- ・調査対象: 企業に勤める全国の20代~60代の男女、3,585名
- ・調査内容: マーケティングオートメーション(MA)に関する意識調査 第4弾(2020年版)

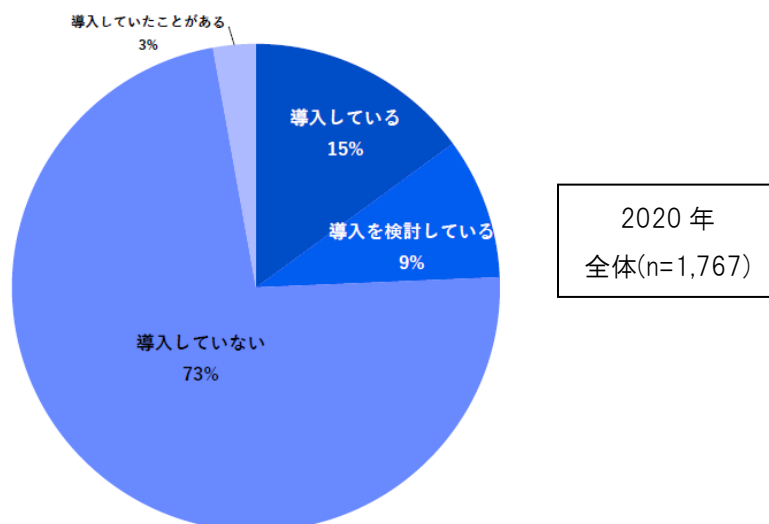
■サマリー

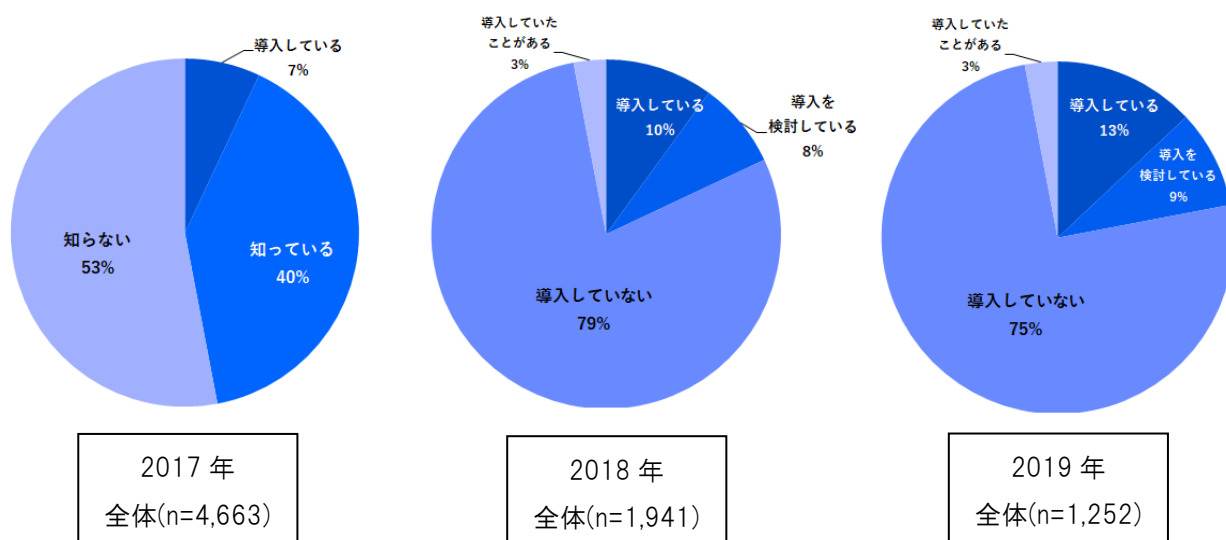
- ① 2020年のMAの導入率は15%。2017年7%、2018年10%、2019年13%と年々微増。
- ② 4年連続、MAを導入しない理由1位は「費用が高いから」。
- ③ MA導入時に専門家の意見が必要と回答したのは81%。
- ④ MA導入企業は、コロナ流行前と比べて問い合わせ数・受注数共に、増加もしくは変化していないという回答が多い一方、MA未導入企業は、増加率が低く、受注数は減少している傾向。

① 2020年のMAの導入率は15%。2017年7%、2018年10%、2019年13%と年々微増。

Q. マーケティングオートメーション(MA)を導入していますか。

⇒全体(1,767名)の15%(256名)が、現在MAを「導入している」と回答しました。MA導入率は過去3年を振り返ると2017年7%、2018年10%、2019年13%と年々微増していることが分かりました。

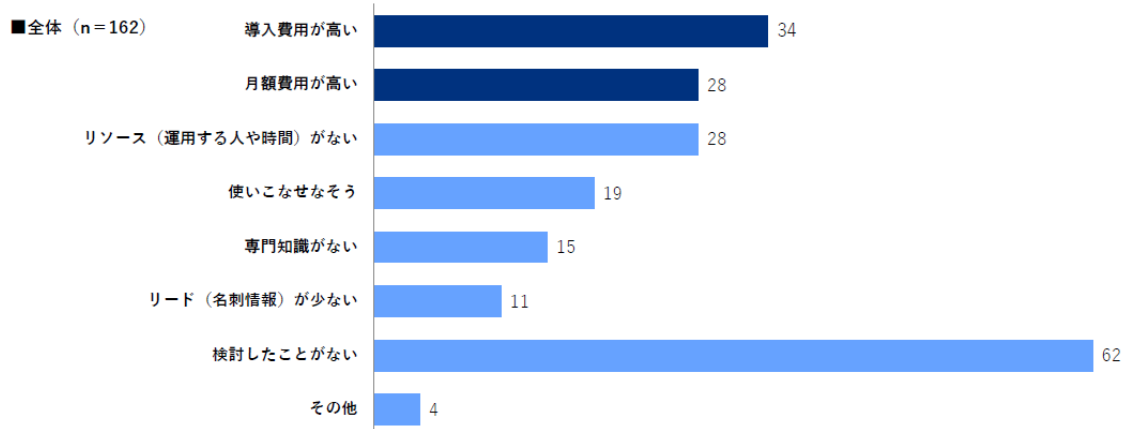




② 4年連続、MAを導入しない理由1位は「費用が高いから」。

Q. あなたのお勤め先がマーケティングオートメーション(MA)を導入しない(検討出来ない)理由を教えてください。(複数回答)

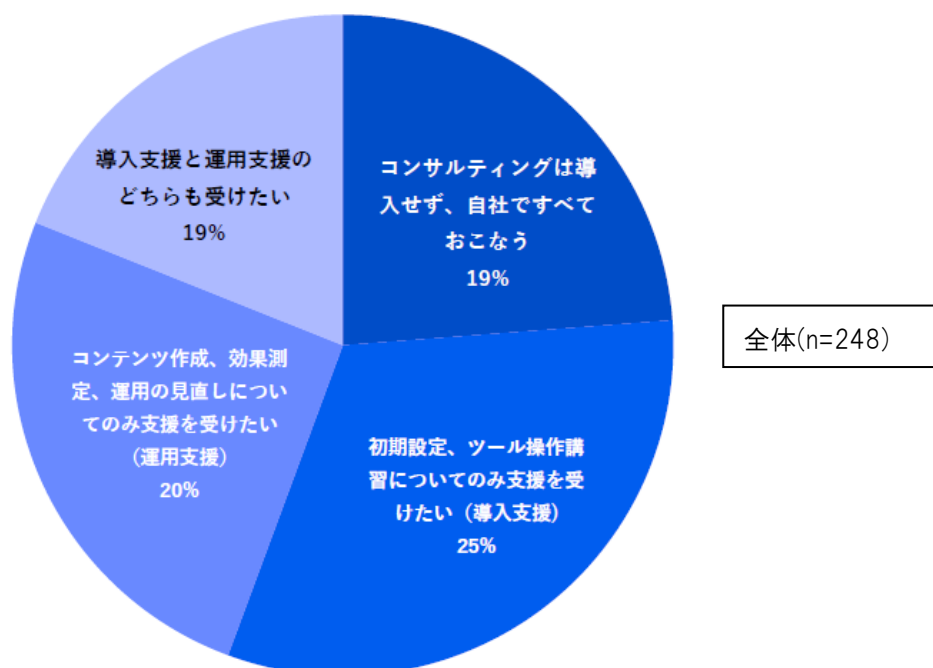
⇒MA未導入企業のうち、MAを知っている方(162名)に、導入に至っていない理由を質問すると、「導入費用が高い」「月額費用が高い」が上位になることが分かりました。2017年から4年連続で「導入費用が高い」ことがMAを導入しない(検討できない)理由として最も多いという結果になりました。



③ MA導入時に専門家の意見が必要と回答したのは81%。

Q. もしあなたが改めてマーケティングオートメーション(MA)を導入するとしたら、以下の中で何を選びますか。

⇒MAを導入している、または導入したことがある方(248名)に、もし改めてMAを導入するとしたらと質問すると、「コンサルティングは導入せずすべて自社でおこなう」と答えた人はわずか19%(59名)という結果になりました。コストがかかったとしてもコンサルティングが必要だと感じている人が多いことが分かりました。



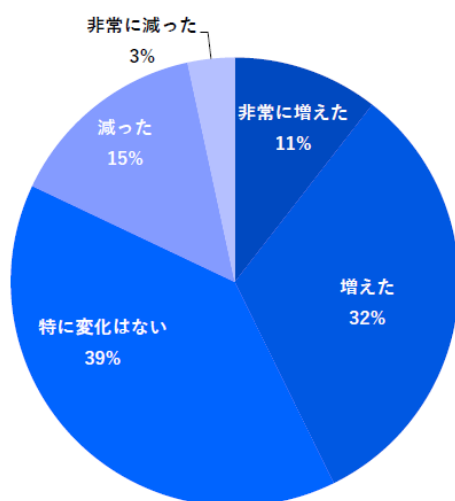
④ MA 導入企業は、コロナ流行前と比べて問い合わせ数・受注数共に、増加もしくは変化していないという回答が多い一方、MA 未導入企業は、増加率が低く、受注数は減少している傾向。

Q. 新型コロナウイルス流行前と比べて、お問い合わせ数はどのように変化しましたか。

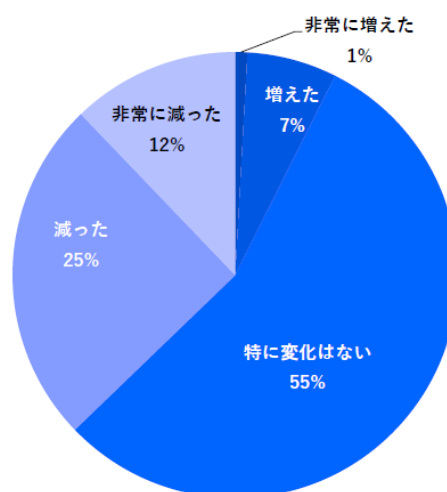
⇒MA 導入者(295 名)のうち 43%(126 名)はお問い合わせが「非常に増えた」「増えた」と回答しました。

一方、MA 未導入者(1,363 名)のうち「非常に増えた」「増えた」という回答は 8%(101 名)にとどまり、MA 導入者と未導入者でコロナ禍でのお問い合わせ数に明確な差があることが分かりました。

■MA導入者 (n=295)



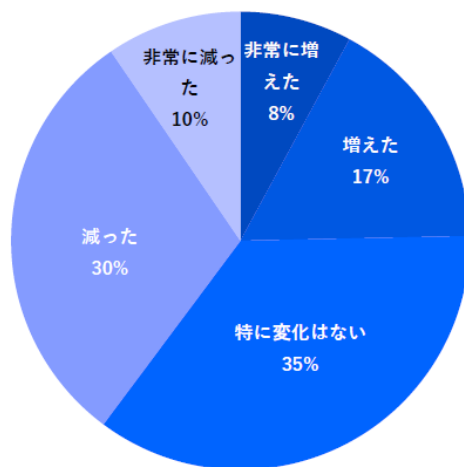
■MA非導入者 (n=1363)



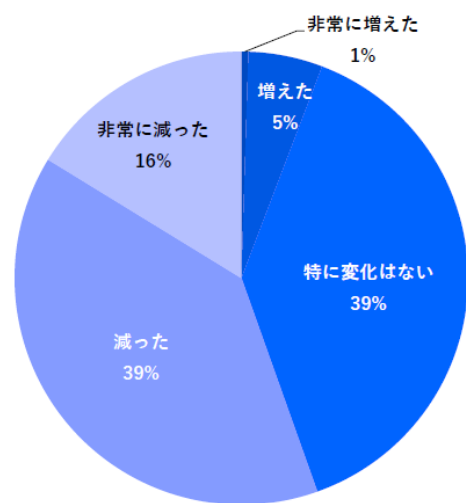
Q. 新型コロナウイルス流行前と比べて、受注数(新規契約数)はどのように変化しましたか。

⇒MA 導入者(275 名)は新型コロナウイルス流行前と比較して、受注数(新規契約数)が「非常に増えた」「増えた」という回答が全体の 25%(76 名)、「特に変化はない」35%(104名)と合すると半数以上がコロナ禍でも受注数(新規契約数)に支障が出ていないことが分かりました。一方、MA 未導入者(1,416 名)は、「非常に増えた」「増えた」という回答が全体の 6%(67 名)で、半数以上が受注数(新規契約数)は減少していることが分かりました。

■MA導入者 (n = 275)



■MA非導入者 (n = 1416)



■まとめ

2017 年から実施している調査結果と大幅な変化があった項目はありませんでしたが、様々な種類の MA が開発されたことに加え、新型コロナウイルスの影響により従来の営業活動の変革を迫られ、Web マーケティングに取り組む企業が着実に増えていることが想定できる結果となりました。また、MA 導入の有無と新型コロナウイルスの影響の有無の相関性も判明しました。そうはいつても、「機能が使いこなせない」「費用対効果の計測方法がわからない」など MA 導入後の課題も多く、導入後に起こりうる課題を想定し、専門家の知識を借りながら自社にあったツールを導入することが大切だと言えます。

※本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際は、「Mtame 調べ」と明記ください。

※本リリースに記載していない調査結果もございます。詳細は下記までお問い合わせください。

https://mtame.jp/marketing_foundation/marketing_automation_research_2020/

■Mtame株式会社について

分社化前はスターティアラボ(株) Webプロモーション事業部としてウェブサイトの企画・制作・コンサルティング・運営・保守を総合して手がけ、主軸となるCMSのソフトウェア「CMS Blue Monkey」は、1,600社以上の企業に提供しております。また、2017年7月からはマーケティングオートメーションツール「BowNow」の提供

2020年11月24日
Mtame株式会社

も始動し、新たなWebプロモーションサービスの創出を目指しMtame株式会社として分社化いたしました。

会社名:Mtame株式会社

所在地:〒163-0919東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モリス19F

資本金:5,000万円

代表者:代表取締役社長 金井章浩

URL:<https://mtame.co.jp/>

【会社概要】

会社名:スターティアホールディングス株式会社

所在地:東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モリス19F

代表者:本郷秀之

上場取引所:東京証券取引所 市場第一部 (証券コード:3393)

事業内容:グループ会社の経営管理等

ホームページ▼<https://www.startiaholdings.com/>

【報道関係のお問い合わせ先】

スターティアホールディングス株式会社 広報 三宅

TEL:03-5339-2109 MAIL:release@startiaholdings.com