

【LinkedIn 独自調査】

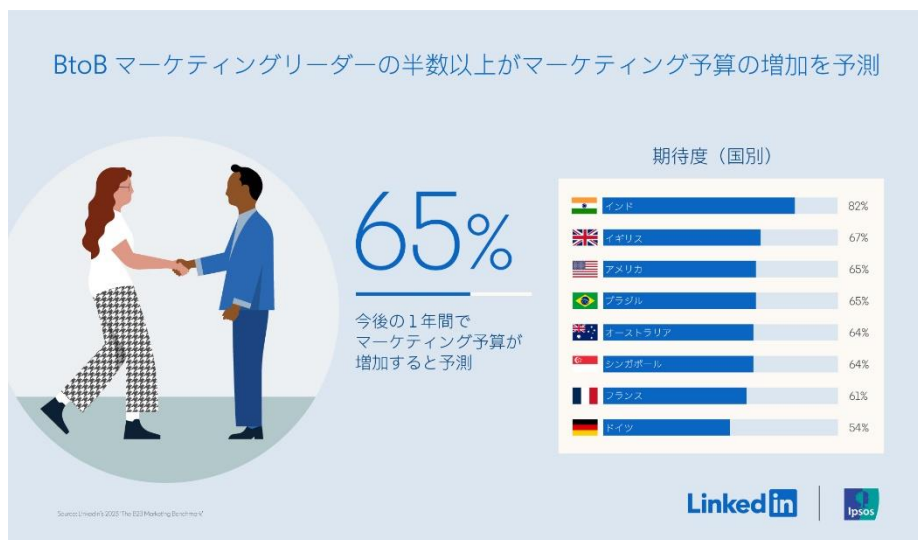
BtoB マーケティングリーダーの半数以上がマーケティング予算の増加を予測 約 8 割が生成 AI の利用を増やす予定と回答

ビジネスに特化した世界最大のプロフェッショナルネットワークである LinkedIn（リンクトイン、日本法人所在地：東京都千代田区、日本代表：田中 若菜）は、世界各地の BtoB 企業における約 2,000 人のマーケティングリーダーとファイナンスリーダーを対象に、BtoB マーケティング動向に係る調査を実施しました。

この調査によると、BtoB マーケティングリーダーの約 3 分の 2（65%）は、今後の 1 年間でマーケティング予算が増加すると予測しており、また 75%は生成 AI の活用を増やす計画を立てていることがわかりました。生成 AI を使用することで、より少ない時間でより多くのコンテンツを作成する（56%）、効率を改善する（55%）、魅力的なコンテンツを作成する（51%）といった点が期待されています。

本調査からは、主に以下の 3 点が明らかになりました。

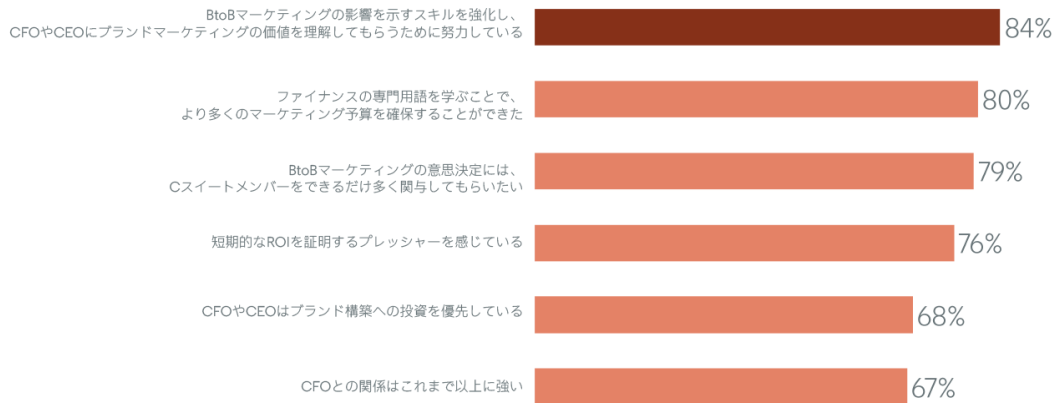
- BtoB マーケティングリーダーの約 3 分の 2 は、グローバルで予算が増加することを期待していると同時に、企業財務に関する知識を高めるために行ってきた自己投資が実を結ぶと予想
- ブランドは、クリエイティビティを高め、効率を改善するために生成 AI を活用予定
- CFO の多くは、マーケティングが収益を牽引すると予想



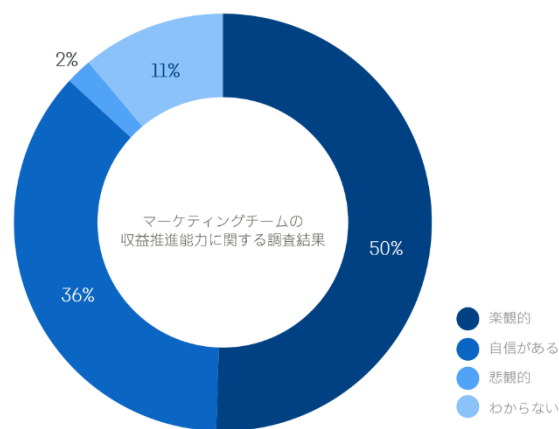
■ マーケティング担当幹部の多くが企業財務を学ぶために自己投資

BtoB 企業の業績が回復の兆しを見せる中、BtoB 企業の CMO のうち 64%は、現在の経済環境においてシェアを獲得するためにはブランド構築が重要であると C レベルの経営者層が判断していると述べています。同時に、こうしたトップ経営層の理解を得るには、企業財務に関する知識は不可欠であるため、80%の CMO が財務について学んだと回答しました。また、回答した CMO の 84%は、CEO や CFO に対してブランドマーケティングの価値を証明するスキルを強化したとも回答しています。

回答した BtoB 企業の CFO のうち 60%が、自社のマーケティング活動が収益を牽引することについて楽観的な見通しを持っていました。



グラフ 1：シェア獲得のためのブランド構築について



グラフ 2：マーケティングチームの収益推進能力に関する調査結果

BtoB マーケティングリーダーの今年の最も重要な課題の一つとして、メンタルアベイラビリティ（何か欲しいという欲求が生じたときに、消費者の心の中に真っ先に意識されること）を向上させるために、より大胆なクリエイティブをキャンペーンに取り入れることが挙げられています（52%）。この課題意識は、フランス（64%）、ドイツ（53%）、インド（51%）、英国（51%）でより鮮明になっています。このほか、マーケティングリーダーの70%は、自分たちのチームがブランド構築の取り組みに必要なクリエイティブスキルを持っていると自信を持っていることがわかりました。LinkedIn のデータによると、世界中のマーケティング担当者のLinkedIn プロフィールにクリエイティブスキルが追加された割合は、過去 1 年間で 46%増加しました。クリエイティブ戦略、問題解決能力、マーケティング技術とデータ分析は、BtoB マーケティング担当者にとって最も重要なスキルの上に位置付けられています。

■ LinkedIn マーケティングソリューションの EMEA & LATAM 担当シニアディレクター Tom Pepper 氏のコメント

BtoB マーケターは、経済の不確実性に立ち向かいながら、ビジネスリーダーがブランド構築の成長機会を見つけるのに必要な手助けをしてきました。現在の経済環境下でさらにシェアを獲得しようとする企業に対して、BtoB マーケターは積極的に生成 AI をクリエイティブ構築に取り入れ、業界トップクラスの印象に残る BtoB ブランドの構築に注力しています。BtoB 企業の CMO たちは財務に関する知識を高め、マーケティングの効果を証明するという取り組みに成果を上げていることがわかります。こうした努力は会社を更なる成長に導くことにつながるでしょう。

本調査の結果から、生成 AI の活用を増やす意向がマーケティング担当者の間で高まっていることがわかります。LinkedIn では、BtoB 企業によるブランド構築の強化、効果の測定、そして新たな形でオーディエンスとのつながりの獲得を実践できるよう、AI の活用を含め、新しいプロダクトやサービスの展開を目指していきます。

■ 本調査背景・結果について

LinkedIn は Ipsos に依頼し、世界中の小規模、中規模、大規模な組織の CMO、CFO、シニアレベルの BtoB マーケター 1,954 人を対象に調査を実施しました（米国、英国、ドイツ、フランス、インド、オーストラリア、シンガポール、ブラジル）。調査は 2023 年 3 月 24 日から 5 月 5 日までオンラインで実施。また、過去の 1 年間にマーケターの LinkedIn プロファイルに追加されたクリエイティブスキルの上昇を示す LinkedIn のデータも参照しています。

※本調査結果や分析をご掲載の際は『LinkedIn 調べ』と明記ください。

● LinkedIn について

LinkedIn は、世界 200 以上の国と地域に 9 億 3,000 万人以上のメンバーを有する世界最大のプロフェッショナルネットワークです。世界中のプロフェッショナルをつなげることで個人と組織の生産性を高め、さらなる成功に結びつけると同時に、企業における採用、マーケティング、営業などの分野に変革をもたらします。LinkedIn は、世界中で働くすべての人々に経済的なチャンスを作り出すことを目指しています。

<https://www.linkedin.com/>