

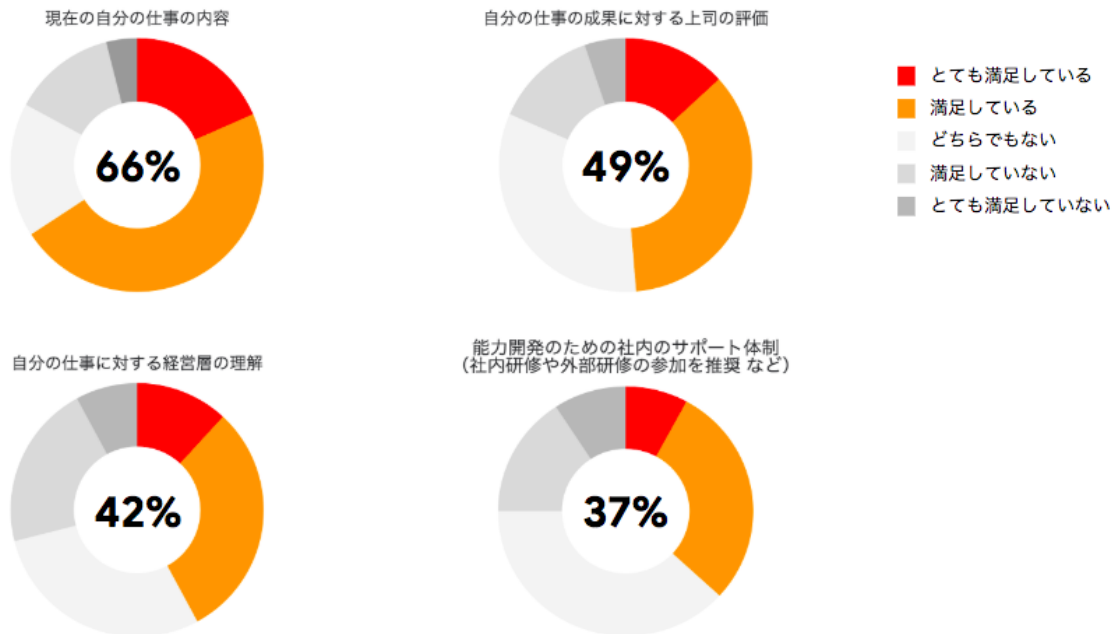
## [マーケティング関連従事者アンケート：調査レポート \* 3月4日更新]

### > EXECUTIVE SUMMARY

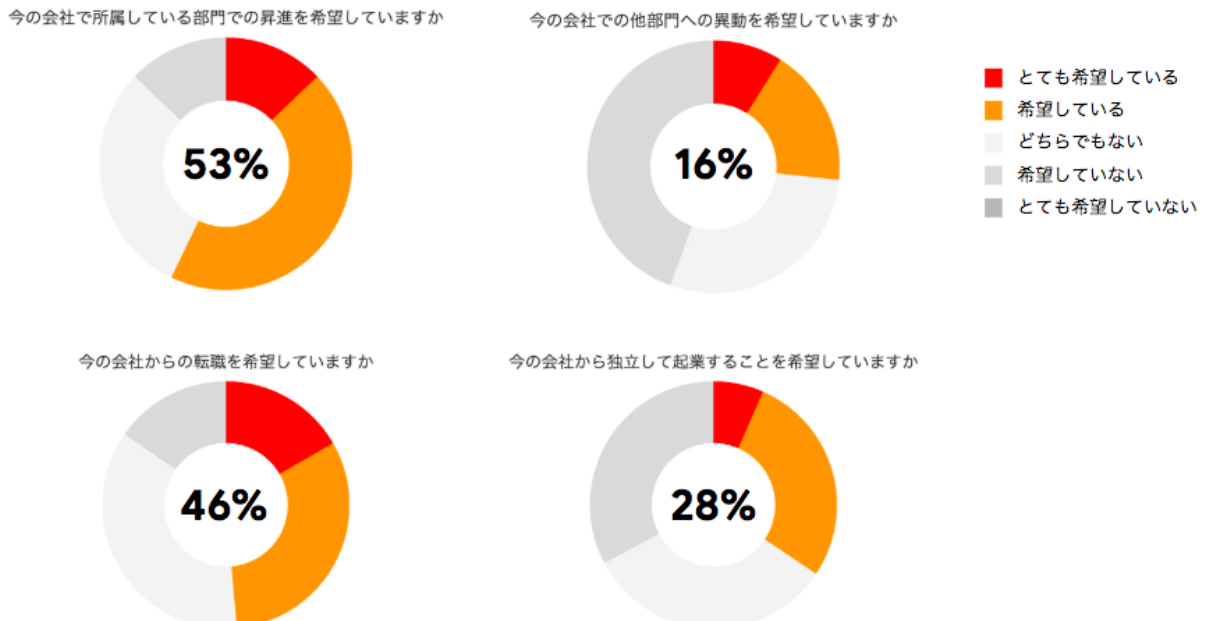
- 事業会社マーケターは66%が現在の仕事内容に満足するも、46%が転職を希望
- 広告会社マーケターは事業会社よりも現状に満足しているが、独立思考が高め
- 経営層にとってマーケティングは「経営そのもの」。「ギャンブル」という意見も
- 学生にとってマーケターは「マーケティング関連会社とメーカーで働く人」

マーケターキャリア協会設立あたり、マーケティング関連従事者（事業会社、広告会社、広告制作会社、マーケティング関連会社（アドテクノロジー、リサーチなど）、メディア）、そして学生に向けたアンケート調査を行いました。2月22日時点では事業会社のマーケターのみの結果を発表しましたが、今回は一定数の回答を得た「広告会社」に所属するマーケターと、職種は問わず「経営層」そして「学生」のアンケート結果も加えた全調査結果をご紹介します。

### 1. 事業会社のマーケター：仕事・評価・理解・サポート体制への満足度（N=76, T2B）

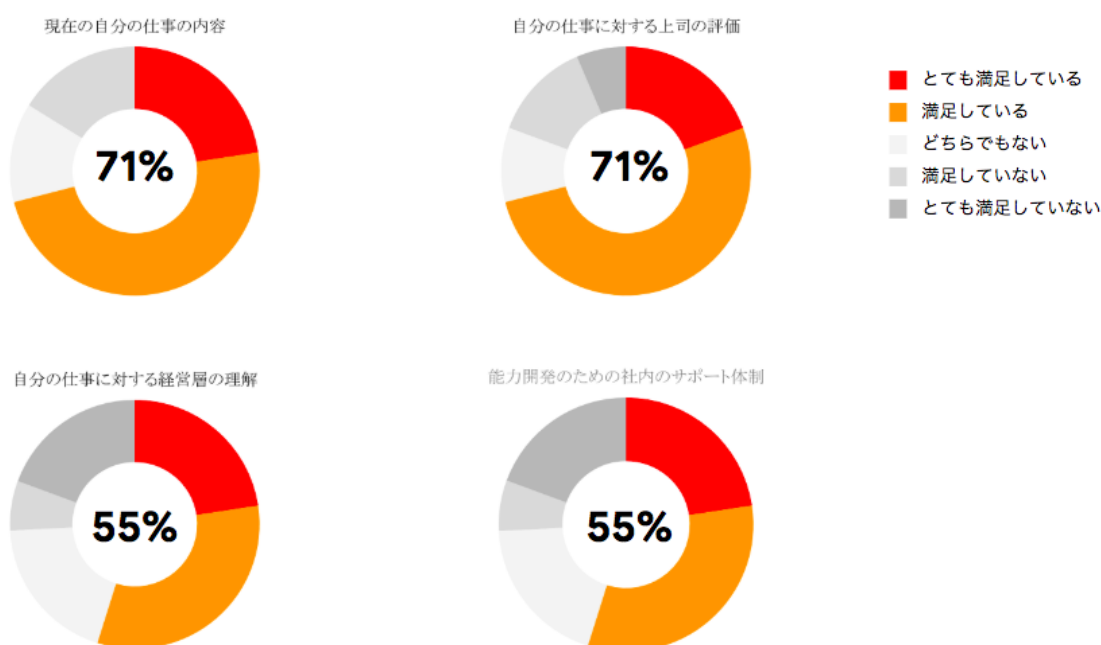


### 2. 事業会社のマーケター：キャリアに対する考え方（N=76, T2B）



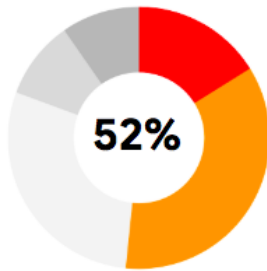
- **今の会社で所属している部門での昇進を希望する主な理由**
  - 成長できる環境なため
  - 予算や施策等の裁量権が大きくなるため
  - 年収アップのため
  - 後継者育成のためにも、自分が道を拓かないといけない
- **今の会社での他部門への異動を希望する主な理由**
  - 現状のポジションに満足しつつも仕事の幅を広げるための調査部門への異動を希望
  - 専門性をさらに深めたいため
  - ブランドを担当したいから
- **今の会社からの転職を希望する主な理由**
  - 現状のポジションには満足しつつも、新しい仕事、環境でより自分の興味のある分野に集中できるなら転職したい
  - 現在の会社は報酬レベルが低く、かつ頭打ちで将来が不安であること、また、戦略の実行リソースが少ないため、短期でも市場全体に影響をあたえるような、より大規模なマーケティングを実行する経験ができないから
  - 職種・業務内容として評価されにくいから。経営陣が外部のアドバイザーや専門職の意見を尊重し、インハウス担当者の声を軽んじる傾向がありストレスを感じるから。自分の持っているもの(スキル、能力やキャラクター含め)を求めている人や会社があれば、そこで力を発揮したいから
- **今の会社から独立して起業することを希望している主な理由**
  - 会社は経営者ですべてが変わる。ビジネスを真剣に取り組みたいと考えると自分で何かを掘り起こす取り組みも必要かもしれないと感じ始めているため
  - 将来的にブランドの立ち上げを0からやってみたくなり、それが会社の環境で実現が難しいとなれば独立を考えます
  - 将来はマーケティングコンサルタントとして頑張りたいです

### 3. 広告会社のマーケター：仕事・評価・理解・サポート体制への満足度（N=31, T2B）

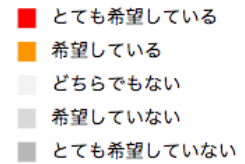
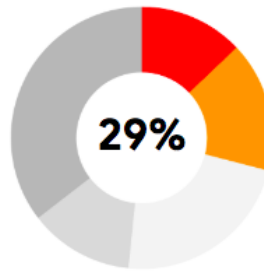


#### 4. 広告会社のマーケター：キャリアに対する考え方（N=31, T2B）

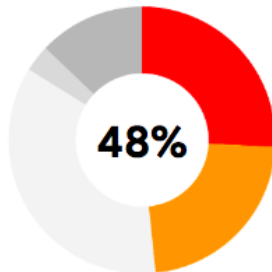
今の会社で所属している部門での昇進を希望していますか



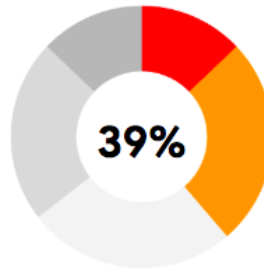
今の会社での他部門への異動を希望していますか



今の会社からの転職を希望していますか



今の会社から独立して起業することを希望していますか



##### ● 今の会社で所属している部門での昇進を希望する主な理由

- 成果を出すことの対価であると考えているから
- 適切な人材育成をしやすくなる
- できることが増えるから、チームを育てるステージだから
- やりたいことを実現するには権限が必要なので

##### ● 今の会社での他部門への異動を希望する主な理由

- 営業以外のことをやりたいと思っている
- 一定やり切ったので新しい挑戦ができる部署へ異動予定のため
- 覚えたいこと、経験の幅が増えるから
- 他にフィットする職種があれば動いても良い

##### ● 今の会社からの転職を希望する主な理由

- 総合代理店にいきたいため
- 今の会社の上層部が率いる自社に対して将来的な希望も感じられず、ここで結果を残すことがキャリア上必要なこととは考えられない。より良い環境を望みます。
- もっと組織力の高い会社で本質的なクライアント満足度を実現したいため。
- 営業部門マーケティングリテラシーが低く、専門職能以外での稼働も多いため。

##### ● 今の会社から独立して起業することを希望している主な理由

- 経営陣と向き合う機会を増やしたい
- 生涯にわたるキャリア構築現状では、組織に所属しているメリットをあまり感じないため。
- 知人が独立し、個人として大きな責任を持ち、新たな価値提供をしている姿を目の当たりにしたため
- 規模の大きな代理店は玉石混交の社員を抱えなければいけない以上、どこまでいっても効率のよいメディアマージン中心のビジネスモデルしか取れず、頭脳労働はメディアを自社から買ってもらうためのおまけに近い。
- 自身のマーケティングスキルを事業収入の柱に据えられるようなビジネスモデルで勝負したい。
- 顧客のニーズと会社の提供するサービスが合わなくなっている。

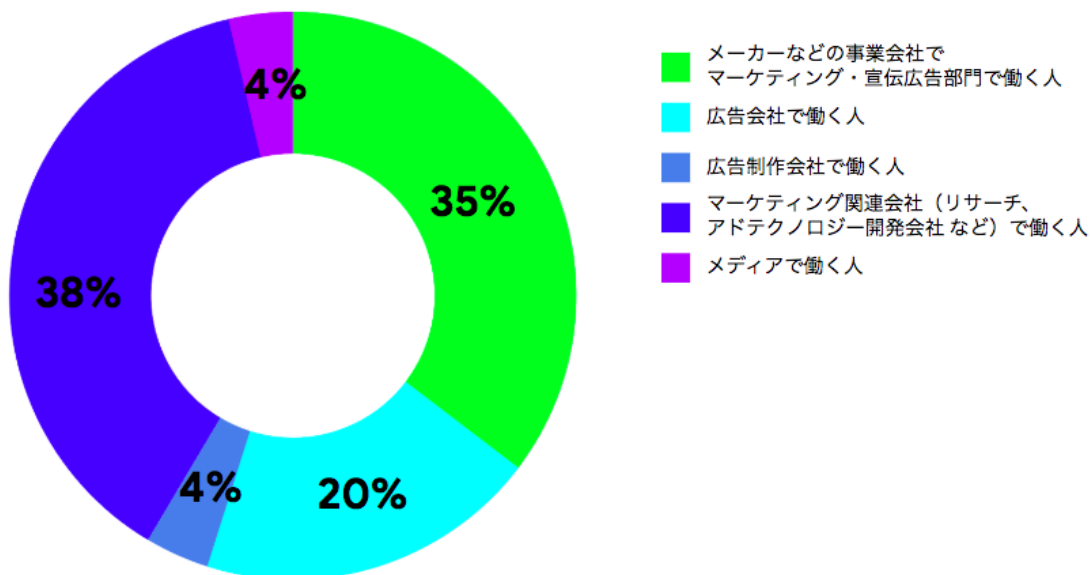
## 5. 経営層：マーケティングの定義（N=18）

- 事業会社の経営層
  - 世の中の課題の解決手段
  - 会社名=whatという想起を作り出すこと
  - ブランドマネジメントによる経営
  - 顧客を知り、製品、サービス、コミュニケーションを通じて顧客とのエンゲージメントを図る。結果、ビジネスの根幹を担う。
  - 経営そのもの
- 広告会社の経営層
  - PR
  - 顧客開拓・商談機会の効率化
- 広告制作会社の経営層
  - 時勢やテクノロジーなどを読む物
  - 対象とする市場を把握し、よりよい販売戦略を立て管理する
  - 商品やサービスの得るための戦略を考える
- マーケティング関連会社（アドテクノロジー、リサーチなど）経営層
  - 市場
  - 顧客ニーズへの適合と競争優位を構築する活動
  - 自社の価値を提供し続けること
  - ギャンブル
  - 人の心を動かす事業を行う上で必要不可欠
  - マーケット定義にもとづく戦略立案と実践
- メディアの経営層
  - 事業全体

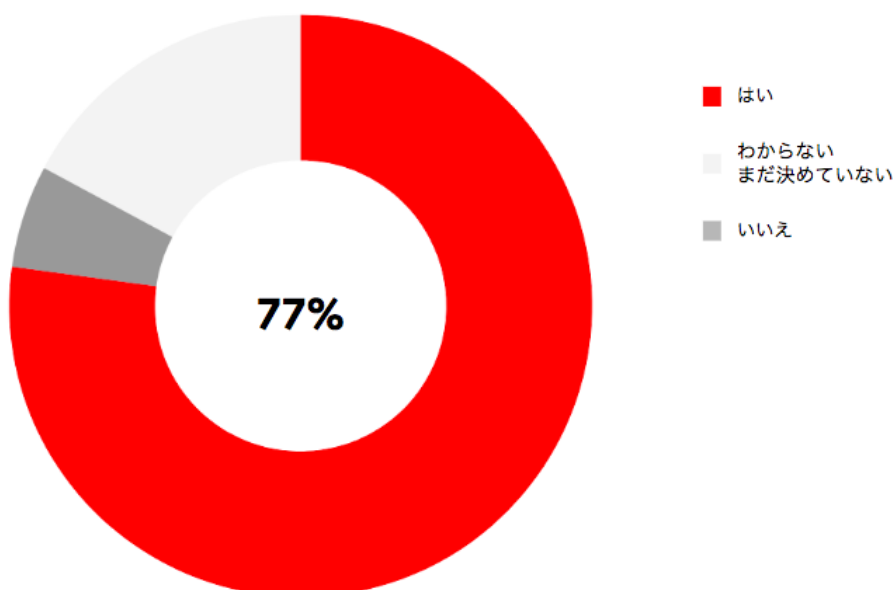
## 6. 経営層：マーケティング部門に期待すること（N=18）

- 事業会社の経営層
  - 顧客のニーズを察知し、経営をリードすること
  - ある程度正しく、かつ自社らしい意思決定を末端の社員まで出来、素早い改善を繰り返すこと
  - ビジネス成長の責任
  - 顧客を知り、製品、サービス、コミュニケーションを通じて顧客とのエンゲージメントを図る。結果、ビジネスの根幹を担う。
  - 社外社内問わず、マーケティングを行い、売り上げを上げながら経営を潤滑にする
- 広告会社の経営層
  - 売り、リードジェネレーション
  - 自社の強みを最大限に活かせる顧客と出会っているか。
- 広告制作会社の経営層
  - 数字
  - 競合他社の研究や新規市場の開発を前提とした営業戦略立案
  - 顧客(エンドユーザー)視点で考える
- マーケティング関連会社（アドテクノロジー、リサーチなど）経営層
  - seo対策
  - 戦略構築と実行
  - 有望な見込み顧客の発掘
  - パフォーマンス
  - 人の心を動かし、短期的な売り上げの拡大と中長期的なブランドエクイティ構築
  - 売上向上
  - 企業メッセージの定義
- メディアの経営層
  - 本質

7. 学生：マーケターというと、どのような仕事をしている人を思い浮かべますか（複数回答 N=82）



8. 学生：あなたは、将来、マーケターとして働きたいと思いますか（N=35）



[ 調査概要 ]

- テーマ：「マーケティング関連従事者アンケート」
- 調査方法：インターネットアンケート
- 有効回答数：207名（一定数の回答があった事業会社、広告会社、経営層、学生の回答を抜粋）
- 対象者：BUDDYZ、シンアド転職、シンアド就職（全国）登録者など
- 調査期間：2019年2月17日～2019年2月25日
- 調査機関：BUDDYZ produced by Hallheart <https://buddyz.life/>

**[ 企画をご一緒して下さる企業・団体を募集中 ]**

セミナーやイベントでのMCA独自調査の発表や理事による講演のご依頼、外部企業・団体との共同研究や調査・勉強会など、企画の持ち込みを歓迎します。  
詳細はホームページからお問い合わせください。 <https://marketercareer.jp/contact/>