

2018年2月1日

Appmart 株式会社

2017年 コンテンツマーケティングの実態調査レポート

コンテンツマーケティングのアウトソーシング化 60%以上が外部委託

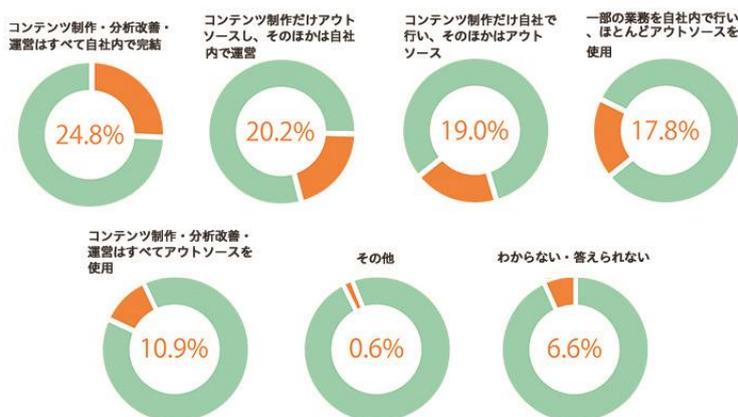
オウンドメディアの制作、運営代行を行う Appmart 株式会社(本社：東京都千代田区、代表取締役：松田慶司郎)は、2017年12月19日～22日にコンテンツマーケティングに関わる担当者331人を対象に、「2017年のコンテンツマーケティングに関する調査」を実施しました。自社コンテンツの目的や運用コスト、成果を実感するまでの期間や獲得につながったコンテンツの種類などを調査しています。

調査結果のダウンロード：<https://appmart.co.jp/whitepaper/contentmarketing2017>

コンテンツマーケティングを実施する企業が増え、その運用方法は企業によってさまざまです。ユーザーニーズに合わせたコンテンツの充実化や、ペルソナ設計やSEO施策、分析結果をもとにした企画などさまざまな手法で顧客に訴求していく必要がある中で、現在67.9%の企業が運営・制作をアウトソーシングしていることが今回の調査で分かりました。

■ 67.9%の企業が運営・制作をアウトソースしている

Q4 あなたのお勤めの企業で、コンテンツマーケティングの運営体制にもっとも近いものを教えてください。



「コンテンツ制作・分析改善・運営はすべて自社内で完結」が24.8%。続いて「コンテンツ制作だけアウトソースし、そのほかは自社内で運営」が20.2%。「コンテンツ制作だけ自社で行い、そのほかはアウトソース」が19.0%。「その他」や「わからない・答えられない」を除いても、67.9%以上の回答者が何らかの形で外部委託していることがわかります。

■運用費用のボリュームゾーンは 30 万円～100 万円

Q5 あなたのお勤めの企業で、一ヶ月のコンテンツマーケティングの運用にかかる費用を教えてください。

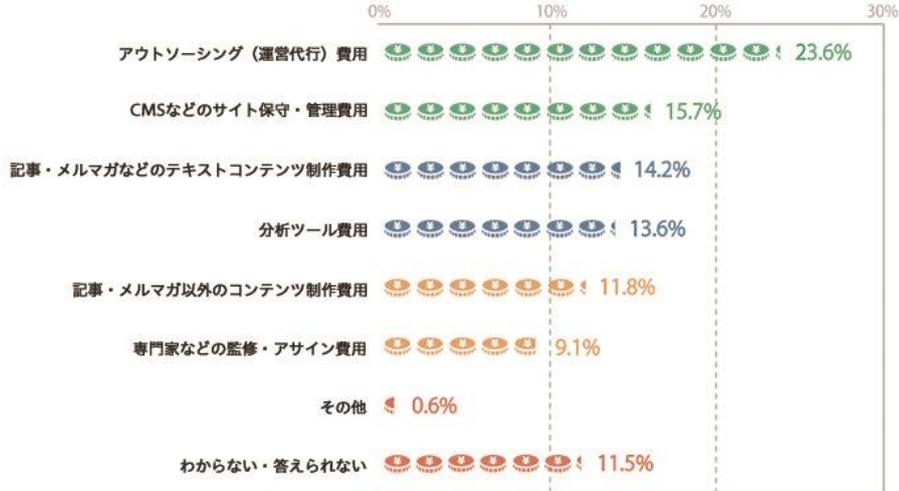


月間の運営費用としては「30 万円以上～50 万円未満」と「50 万円～100 万円未満」がともに 14.8%となりました。そのほか 100 万円以上と回答した企業が合計 31.9%となり、コンテンツマーケティングでの成果や期待がうかがえます。

費用については制作するコンテンツの数や質、管理やアウトソースの範囲によって変動がありますが、目標や KPI を定め必要な業務とそれに対する費用算出を行うことが重要となります。

■一番費用をかけている業務領域は「アウトソース」

Q6 あなたのお勤めの企業のコンテンツマーケティング運用において、もっともコストがかかっているものを教えてください。



最もコストがかかっているのは「アウトソーシング（運営代行）費用」が 23.6%となりました。自社に足

りない業務を補える運営代行はコンテンツマーケティングの BPO として注目されており、運用していくうえでは欠かせない存在になってきています。

次に多いのは「CMS などのサイト保守・管理費用」(15.7%)。コンテンツの質や集客につながる「記事・メルマガなどテキストコンテンツ制作費用」(14.2%) や行動データの調査ができる「分析ツール費用」(13.6%) などはなかなか削りにくいところでもあります。「専門家などの監修・アサイン費用」(9.1%) は信憑性や専門性が求められる業界やジャンルでは必須の費用でしょう。

■成果の実感は「6 カ月後」が最多

Q7 あなたがお勤めの企業でコンテンツマーケティングを始めてから、成果を実感し始めた時期を教えてください。



テキストコンテンツの検索上位表示や顧客の獲得など、企業によって「成果」はさまざまですが「6 カ月経過した頃から成果を実感した」(26.9%) が最も多いようです。続いて「1 年経過した頃から成果を実感した」(19.9%) と、多くの企業が成果を実感値として感じるのは 6 カ月～1 年という結果になりました。「2 年以上経過した頃から成果を実感した」(4.5%) や「それ以上経過した頃から成果を実感した」(3.3%) の場合は、SEO 対策やペルソナ設計、コンテンツの質などが不十分だった可能性があります。

一方、「初めてからすぐ成果を実感した」(10.3%) は、すでに顧客が Web 上に滞留しており、顧客獲得に向けて有益なコンテンツを投下したことによって CVR が改善した例などがあるようです。

これからコンテンツマーケティングを始める場合は、戦略設計（ペルソナやコンテンツ戦略、SEO フェーズ戦略など）をしっかりと行わなければ、成果が遠回りになってしまうこともあるので注意が必要です。

■まとめ

今回の調査では、「顧客の獲得」と「売上の拡大」を目標とし、一部やすべての作業をアウトソースしてい

PRESS RELEASE

る企業が多く見られました。月の運用費用は 30 万～100 万とばらつきがあるものの、どこまでを自社で行い外部に委託するのか。また、3 か月や半年、1 年のスパンで目標設定すれば、委託内容やコストも変わるでしょう。

実際に、「もっとも獲得 (CV) につながったコンテンツ」や「これがあれば成果を早めることができた項目」などの、担当者が考える成功と失敗についての調査結果は下記から無料ダウンロードできますので、是非ご参考ください。

全ての調査結果は下記の URL から無料ダウンロードできます。

ダウンロード資料 : <https://appmart.co.jp/whitepaper/contentsmarketing2017>

【調査タイトル】

2017 年 コンテンツマーケティングの実態調査レポート

【調査条件】

コンテンツマーケティングに関わる男女 331 人

【設問】

- Q1 あなたがお勤めの企業の業種を教えてください。
- Q2 あなたがお勤めの企業での従業員数を教えてください。
- Q3 あなたのお勤めの企業で、コンテンツマーケティングを行う目的を全て教えてください。
- Q4 あなたのお勤めの企業で、コンテンツマーケティングの運営体制にもっとも近いものを教えてください。
- Q5 あなたのお勤めの企業で、一ヶ月のコンテンツマーケティングの運用にかかる費用を教えてください。
- Q6 あなたのお勤めの企業のコンテンツマーケティング運用において、もっともコストがかかっているものを教えてください。
- Q7 あなたがお勤めの企業でコンテンツマーケティングを始めてから、成果を実感し始めた時期を教えてください。
- Q8 あなたがお勤めの企業のコンテンツマーケティングで、もっとも獲得 (CV) につながったコンテンツの種類を教えてください。
- Q9 あなたがお勤めの企業のコンテンツマーケティング運用で、これができればもっと成果を早めることができるという項目を、3 つまで選んで下さい。

【お問い合わせ先】

Appmart 株式会社 <https://appmart.co.jp/>

東京都千代田区東神田 3-1-2 THE CANAL GATE 9F

代表取締役 : 松田慶司郎

電話番号 : 03-5823-4140

メール : info@appmart.co.jp

担当 : 佐藤、宮本