

20代～60代の現役マーケター179人に聞いた 「マーケター実態調査」 次にマーケターが取り組むべき施策とは？」

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2021年9月1日（水）～2021年9月6日（月）の6日間、20代～60代の現役マーケター179人を対象に「マーケターの実態」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

昨今、企業を巡る市場環境は益々不確実性が高く、変化スピードが早くなっています。消費者ニーズの多様化、そのような中、マーケティングに時代に即した取り組み方が求められているではないでしょうか。今回は、現役マーケターの方に、日々のマーケティング業務で感じていること、今後注力して取り組む施策等について、アンケート調査を実施しました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

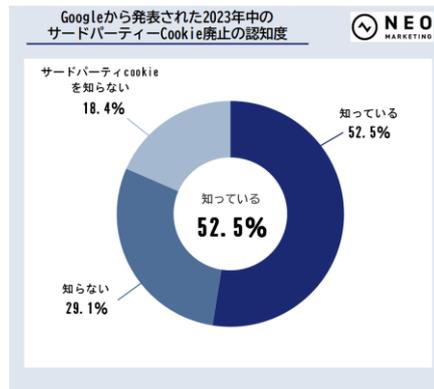
【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、20代～60代の男女の会社員で、マーケティング・広告宣伝業務を発注することのある方を対象に実施
3. 有効回答数：179名
4. 調査実施日：2021年9月1日（水）～2021年9月6日（月）

◆「マーケター実態調査」主な質問と回答

◆Googleから2023年中にサードパーティーCookieを廃止すると発表があったことを知っているか？： 知っている方は5割以上！

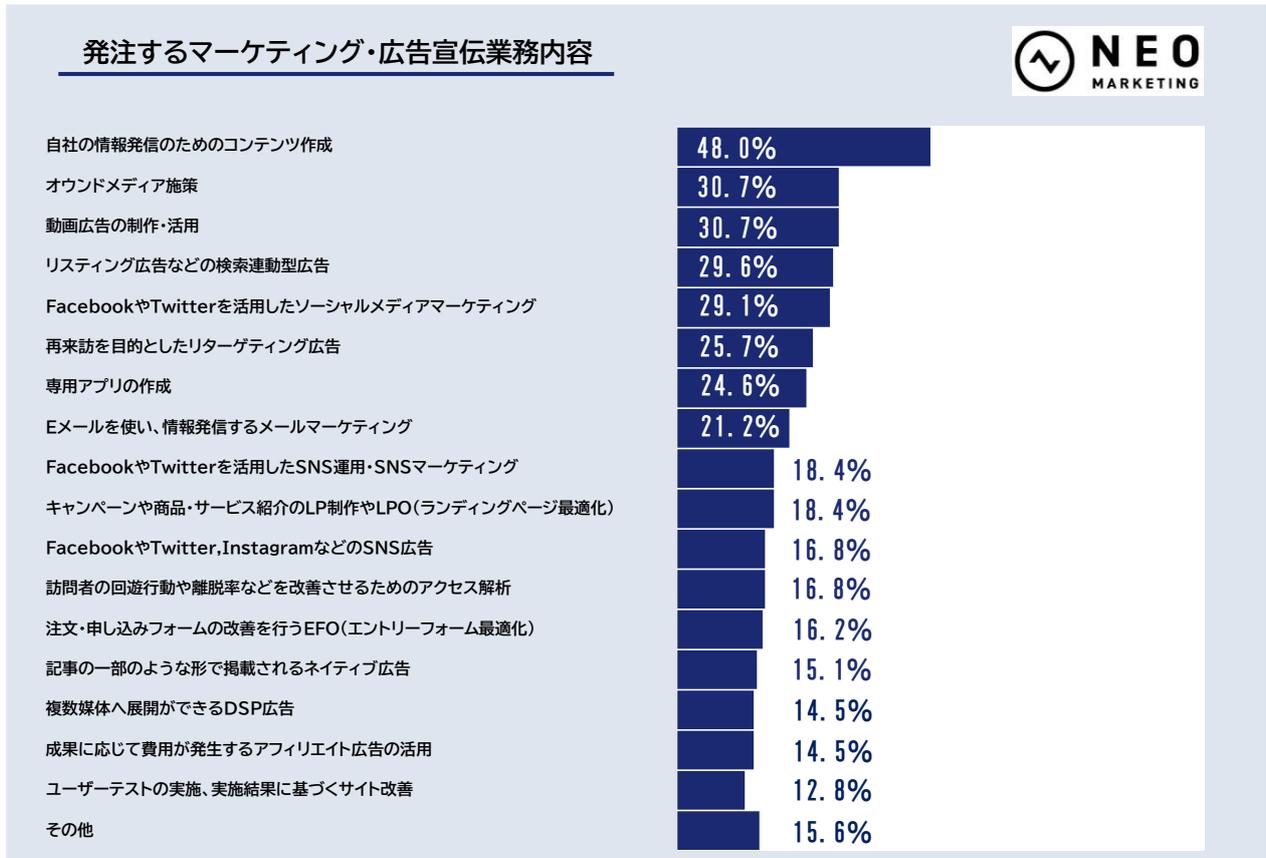
Googleから2023年中にサードパーティーCookieを廃止すると発表があったことを知っているか聞いた。「知っている」と回答した方は過半数いるものの、「サードパーティーCookieを知らない」と回答した方も2割弱と高い結果となった。



◆今後注力していきたいマーケティング活動は？：リサーチ、SNS、ブランディングなど。Cookieレスに取り組む割合はまだ低い。

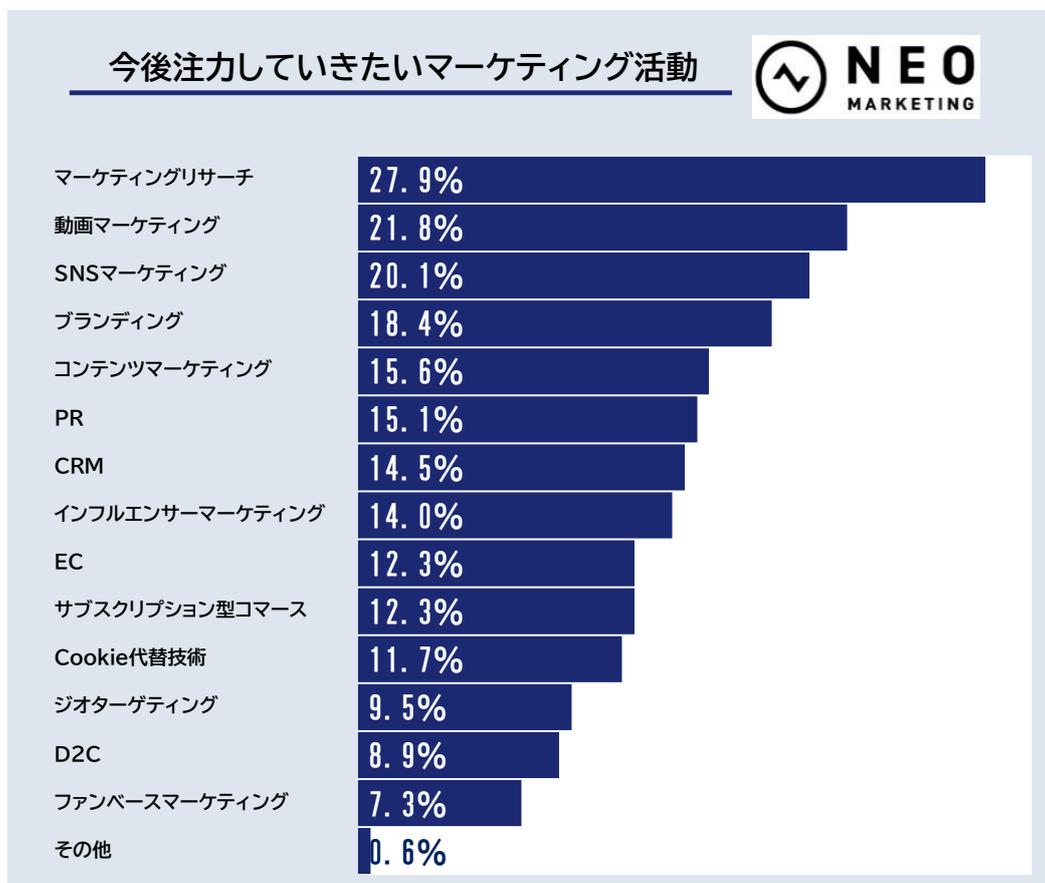
今後注力していきたいマーケティング活動を聞いた。「マーケティングリサーチ」「SNSマーケティング」「ブランディング」などが引き続き注力される施策として上がっている一方で、Cookieレス時代に対応する活動に取り組む方の割合はまだ低いということがわかった。

発注するマーケティング・広告宣伝業務内容



まずは、マーケティング・広告宣伝業務を発注することがある方に、発注することがある業務内容をお聞きしました。「自社の情報発信のためのコンテンツ作成」が5割近く、広告においては「リスティング広告などの検索連動型広告」「再来訪を目的としたリターゲティング広告」が高い結果となりました。

今後注力していきたいマーケティング活動



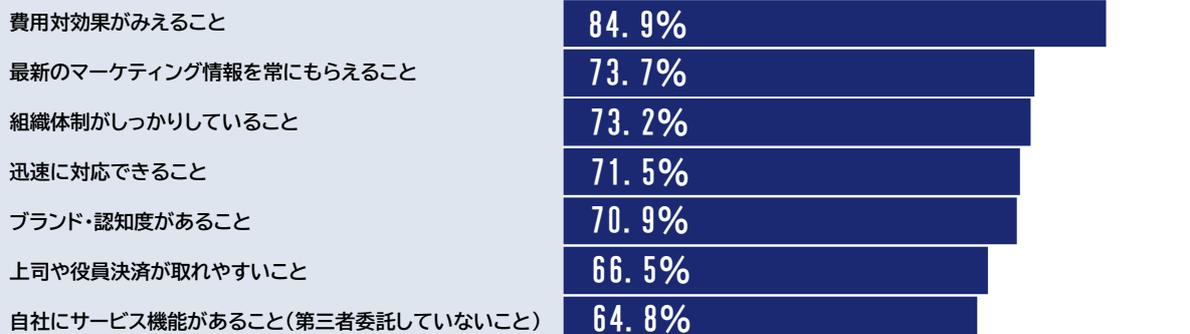
続いて、今後注力していきたいマーケティング活動についてお聞きしました。

今後注力していきたい活動としては、「マーケティングリサーチ」「動画マーケティング」「SNS マーケティング」「ブランディング」などが上位にきています。

今後対応が求められる Cookie 代替技術について、注力して取り組んでいきたいという方は 1 割程度と、まだまだ低い割合にとどまっています。

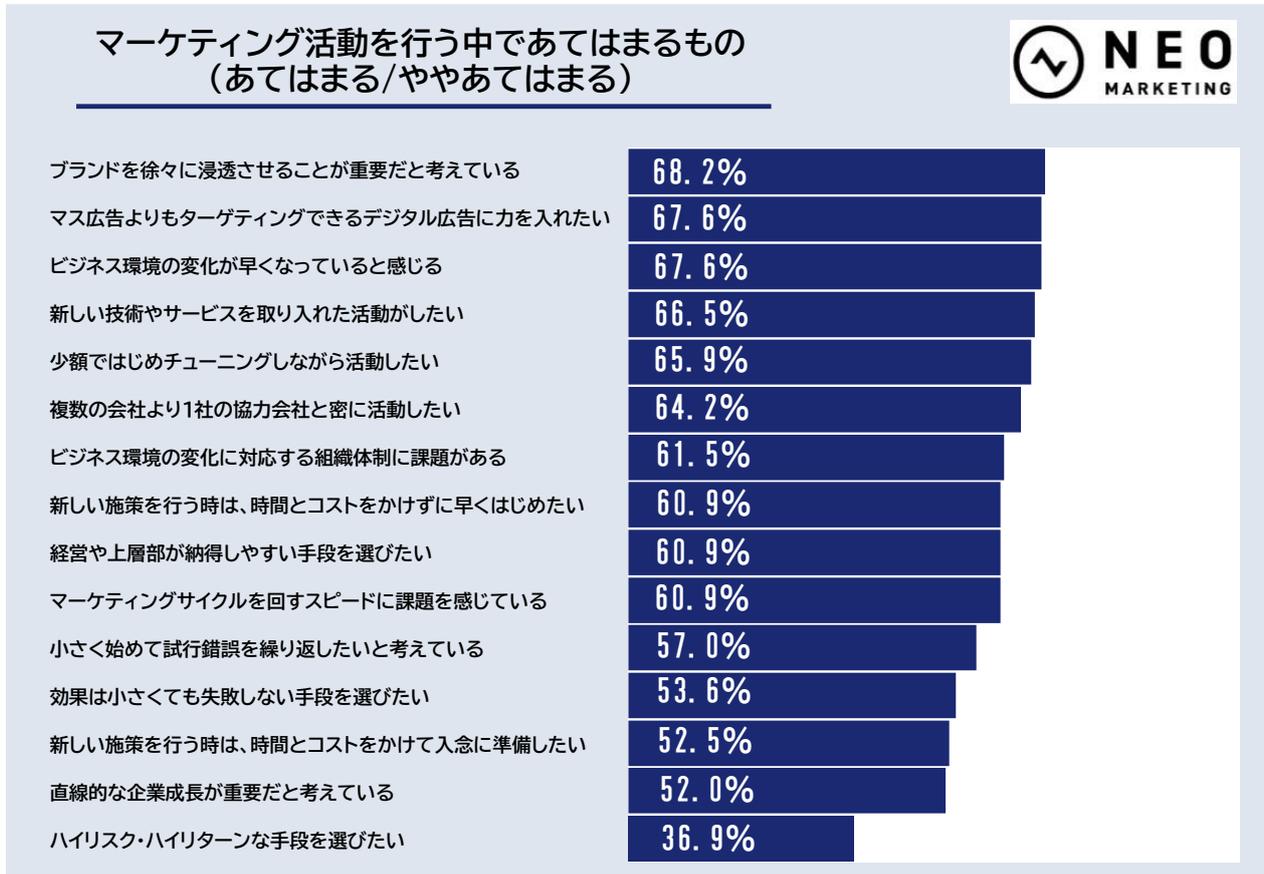
マーケティング活動の委託先を選定する上で重視していること

マーケティング活動の委託先を選定する上で重視していること(重視する/やや重視する)



マーケティング活動の委託先を選定する上で重視していることをお聞きしました。特に「費用対効果が見えること」が最も重要だと認識されているようです。プロジェクトが開始した際に関わる、安定して運用できる組織体制があるか、対応は迅速か、といった点も判断基準として重要のようです。

マーケティング活動を行う中であてはまるもの

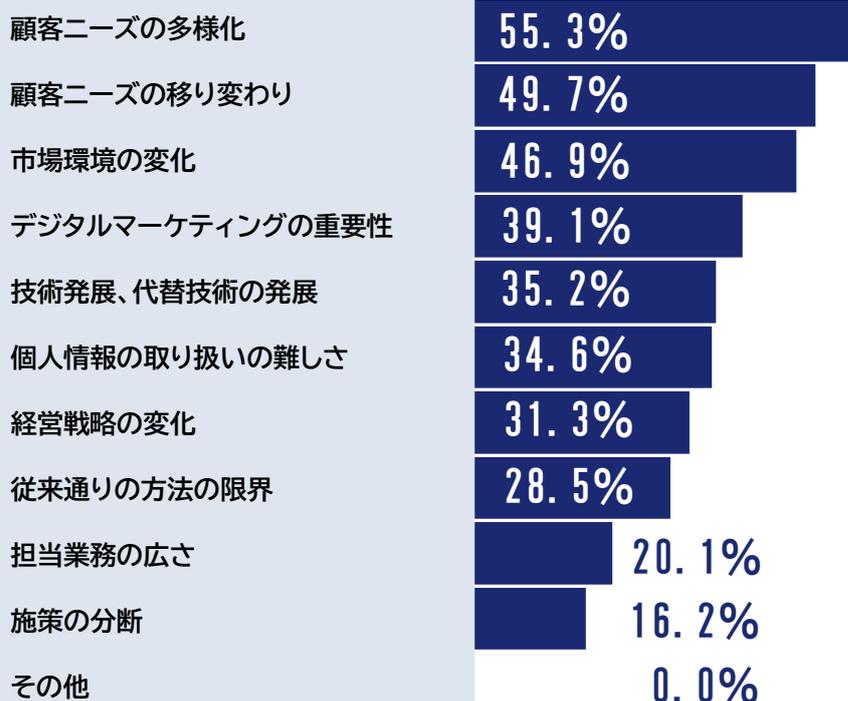


マーケティング活動を行う中でお気持ちに合うものをお聞きしました。「マス広告よりもターゲティングできるデジタル広告に力を入れたい」が7割近くと高い結果となっています。

「費用対効果がみえること」が高い結果となったことも理由と考えられます。また、「ビジネス環境の変化が早くなっていると感じる」「新しい技術やサービスを取り入れた活動がしたい」「少額ではじめチューニングしながら活動したい」という回答も多くなっています。ビジネス環境の変化に対応するために、新しい活動であっても積極的に取り組む、小さく始めて試行錯誤を繰り返しながら大きくしていく、というアジャイル的な動きが重要視されているのではないのでしょうか。

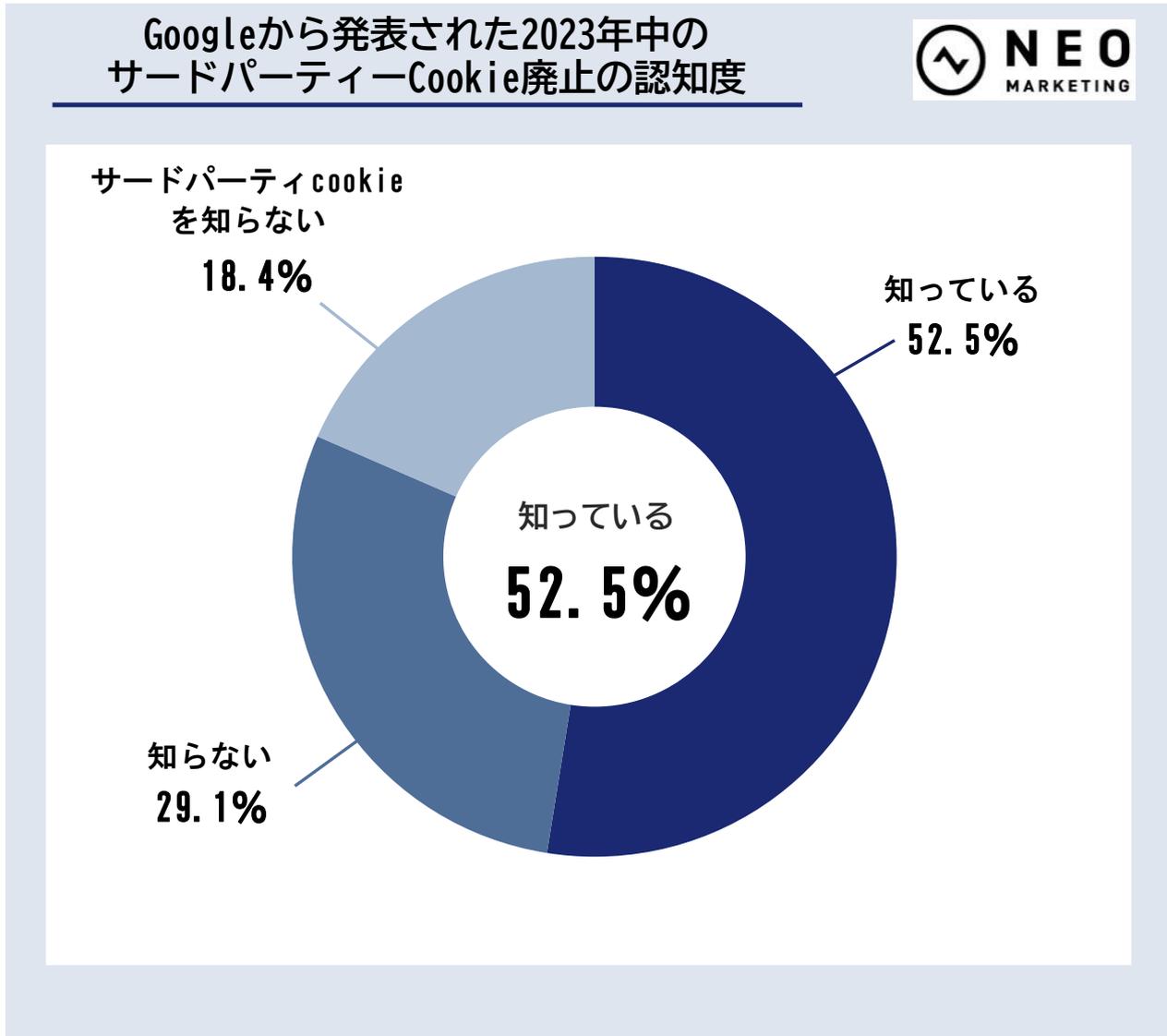
業務の中で感じていること

業務の中で感じていること



業務の中で感じていることについてお聞きしたところ、「顧客ニーズの多様化」「顧客ニーズの移り変わり」が高い結果となっています。顧客ニーズの多様化や顧客ニーズの変化の早さは、昨今よく聞く話ではありますが、業務の中で実感することもあるようです。

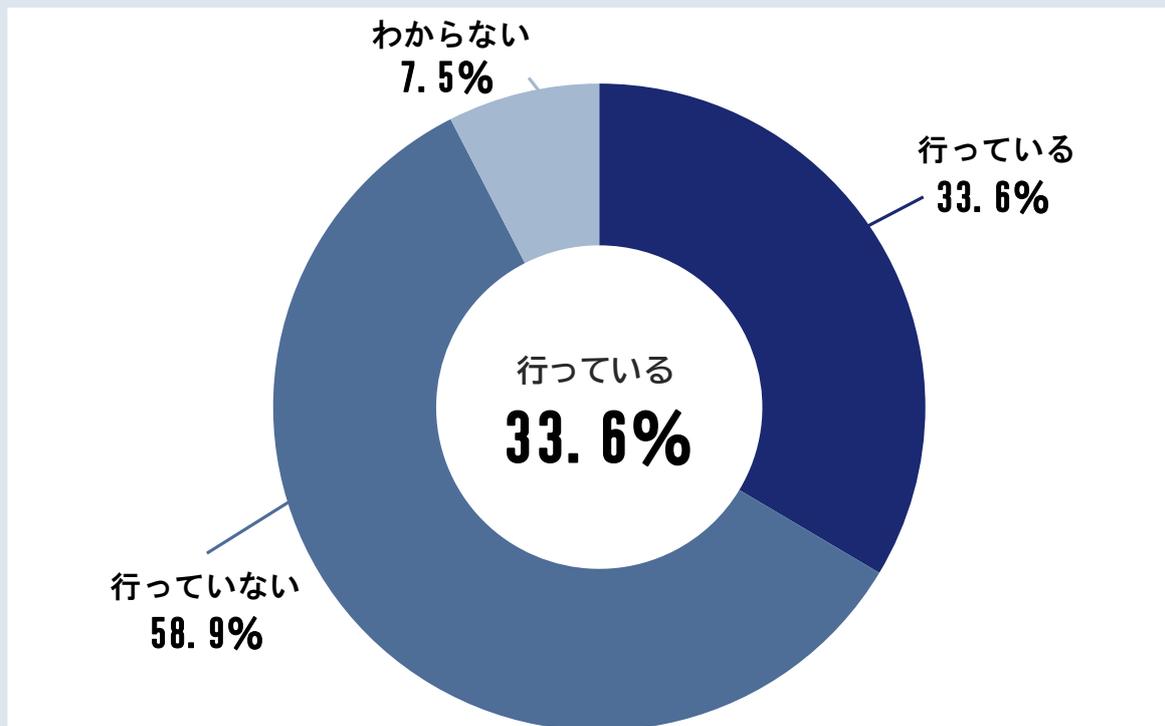
Google から発表された 2023 年中のサードパーティーCookie 廃止の認知度



Google から 2023 年中にサードパーティーCookie を廃止すると発表があったことを知っているかお聞きしました。「知っている」と回答した方は過半数いるものの、「サードパーティーCookie を知らない」と回答した方も 2 割弱と高い結果となりました。

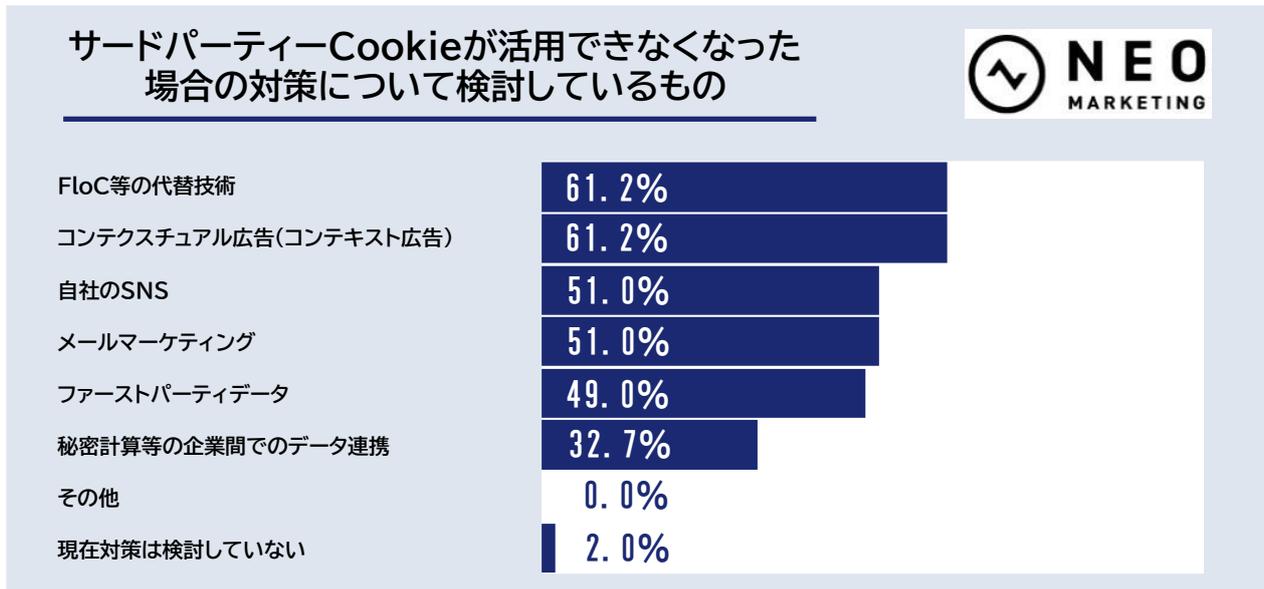
サードパーティーCookie を活用したマーケティング活動を行っているか

現在の業務においてサードパーティーCookieを活用したマーケティング活動を行っているか



現在の業務においてサードパーティーCookie を活用したマーケティング活動を行っているかお聞きしました。「行っている」と回答した方は3割以上という結果になりました。今現在サードパーティーCookie を活用したマーケティング活動を行っている場合、それに代替するデジタルマーケティングの施策を行うことが今後求められます。

サードパーティーCookieが活用できなくなった場合の対策について検討しているもの



サードパーティーCookieが活用できなくなった場合の対策について、検討しているものをお聞きしました。Googleも代替技術としてテストを開始している「FloC等の代替技術」や、Webページのコンテンツ内容を分析し、プレイスでターゲティングを行う「コンテクスチュアル広告(コンテキスト広告)」が最も高い結果となりました。

今後、サードパーティーCookieに頼らない取り組みが求められる中、自社のマーケティング活動に最適な施策を検討し、選んでいく必要があるでしょう。

■この調査で使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>