

マーケターの5割が自分の仕事の自動化に不安、 8割がマーケツールを使いこなすことが重要スキルであると回答 ～マーケターのキャリアに関する調査結果をベーシックが発表～

BtoBのWebマーケティングツール「ferret One」を提供する株式会社ベーシック（本社：東京都千代田区、代表取締役：秋山勝、以下ベーシック）は、2020年2月9～22日、マーケティング担当者434名を対象に、マーケターのキャリアについて調査を実施しました。

今回の調査では、マーケターのスキル向上意欲の高さと、その裏にある今後のキャリアへの不安が垣間見える結果となりました。



■調査サマリー

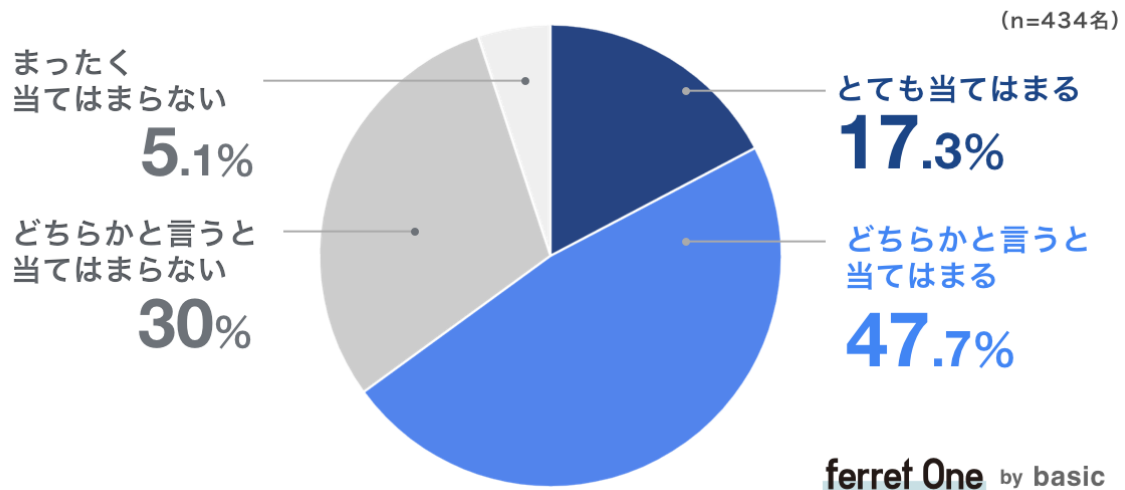
1. 6割が【現在の業務の中で】マーケティングに関連する知識・スキルを向上できていると回答し、9割が【今後も】学ぶ機会を持ちたいと回答。
2. 7割が、これから業務に関係する資格を取得したいと回答。取得したい資格のトップ3はGoogle アナリティクス個人認定資格（GAIQ）、ウェブ解析士、マーケティング検定。
3. マーケ担当者の5割が「自分のやっている仕事が自動化されていく不安がある」と回答。
4. 8割が「マーケターにとってBIツールやマーケツールを使いこなすことは、重要なスキルのひとつ」と回答。一方で、7割が「BIツールやマーケツールを業務の中で使いこなせていない」と回答。5割が「苦手意識がある」。
5. 3割が「BIツールやマーケツールのユーザーコミュニティ、勉強会/分科会に参加したことがある」と回答し、そのうち9割が「今後も参加したい」と回答。これまで参加したことはないと回答した者も、7割が「今後機会があれば参加したい」と回答。

- 6. 7割が「マーケティングのキャリアにおけるロールモデルになる人がいない」と回答。
- 7. キャリアへの課題感は「知識・スキルのアップデート」についての回答が目立つ。
- 8. 5年後、10年後のキャリアはジェネラリスト志望が4割。

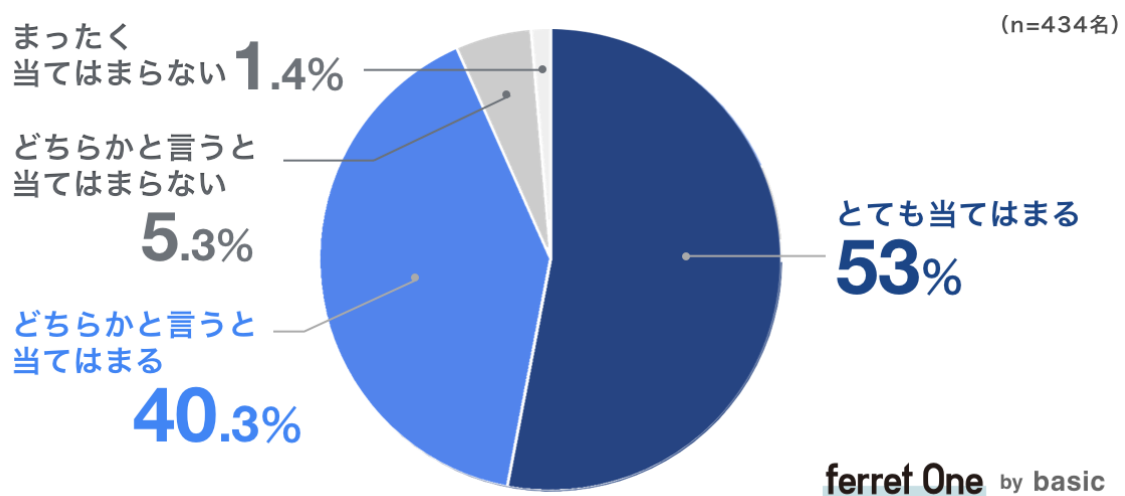
■調査結果

- 1. 6割が【現在の業務の中で】マーケティングに関連する知識・スキルを向上できていると回答し、9割が【今後も】学ぶ機会を持ちたいと回答。

【現在の業務の中で】マーケティングに関連する知識・スキルを向上できていますか？



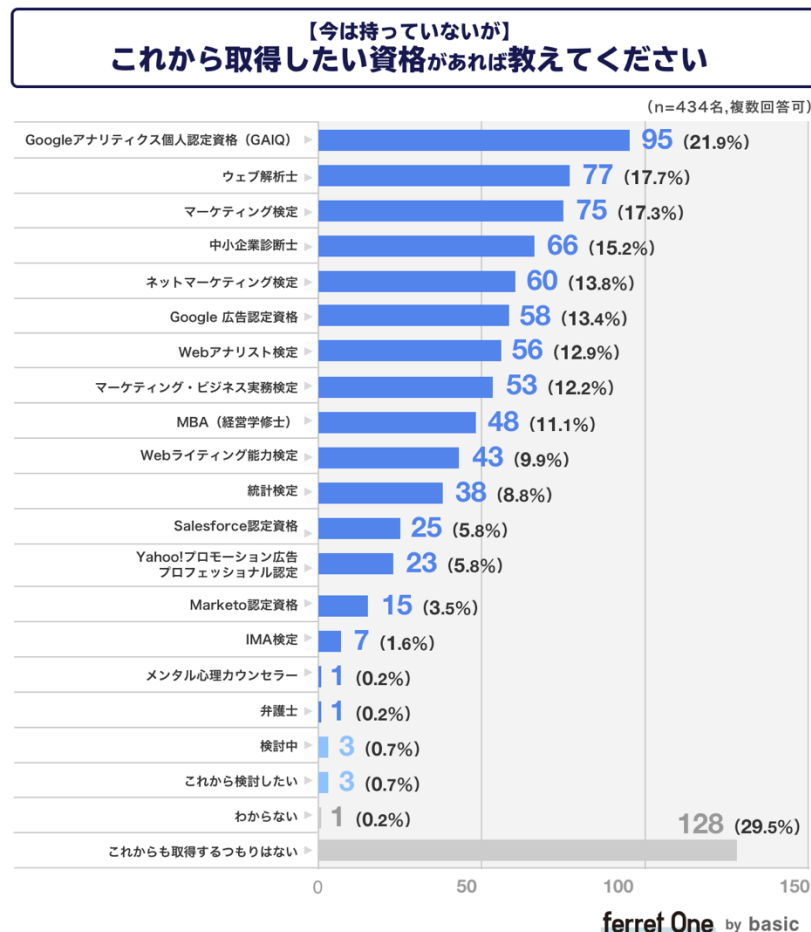
【今後】マーケティングに関連する知識・スキルを向上するために、学ぶ機会を持ちたいと思いますか？



マーケ担当者に「【現在の業務の中で】マーケティングに関連する知識・スキルを向上できているか」について聞いたところ、65.0%が「とても当てはまる」または「どちらかという当てはまる」と回答しました。

また、「【今後も】学ぶ機会を持ちたいか」については93.3%が「とても当てはまる」または「どちらかという当てはまる」と回答し、スキル向上意欲の高さを考察できました。

2. 7割が、これから業務に関係する資格を取得したいと回答。取得したい資格のトップ3はGoogle アナリティクス個人認定資格 (GAIQ)、ウェブ解析士、マーケティング検定。

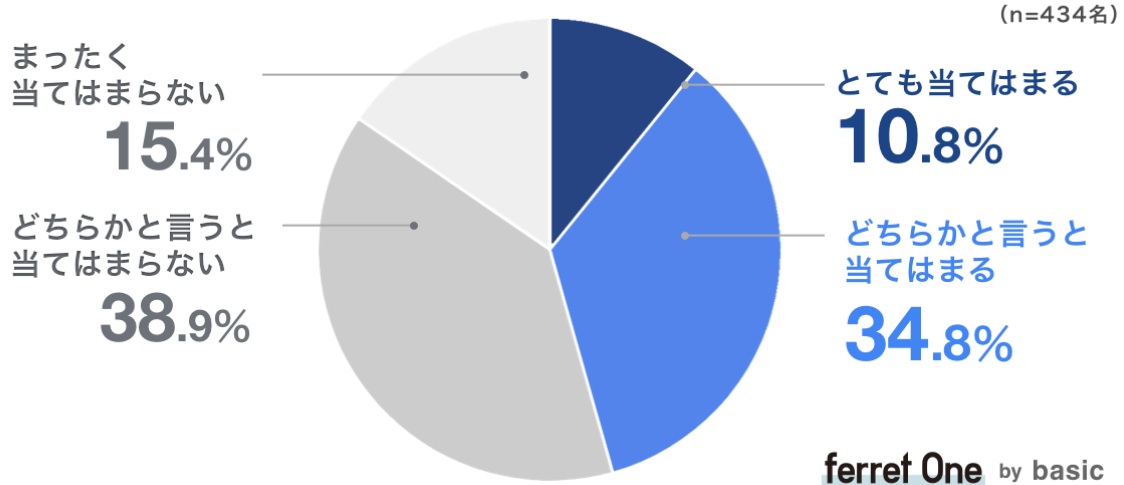


「今は持っていないが、これから取得したい資格があれば教えてください」という質問に対して、68.9%が何らかの資格を回答しました。

取得したい資格は「Google アナリティクス個人認定資格 (GAIQ)」が21.9%、「ウェブ解析士」が17.7%、「マーケティング検定」が17.3%と、ツールに紐づいた資格に関心がある担当者が多いことがわかりました。

3. マーケ担当者の 5 割が「自分のやっている仕事が自動化されていく不安がある」と回答。

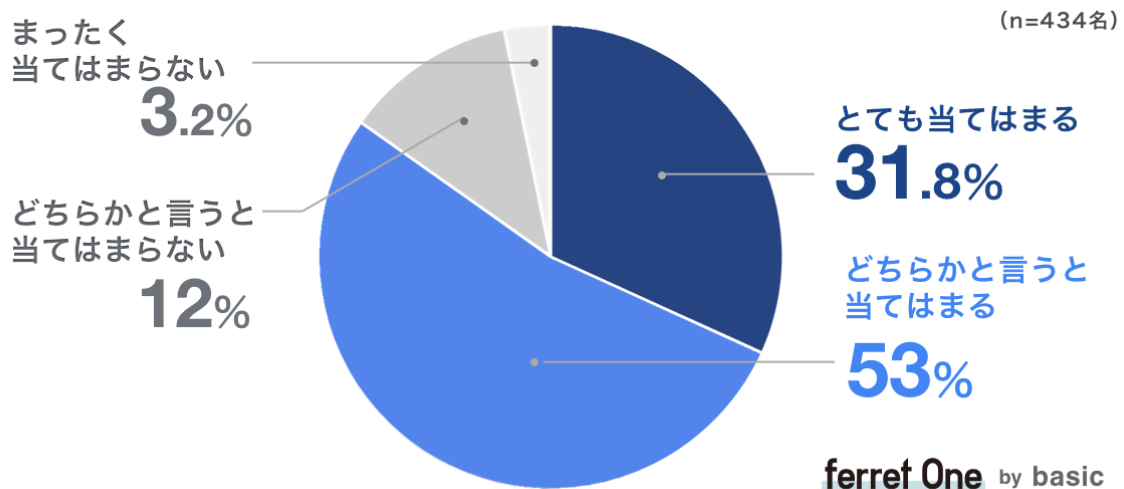
自分の今やっている仕事が
自動化されていくのではないかと、という不安はありますか？



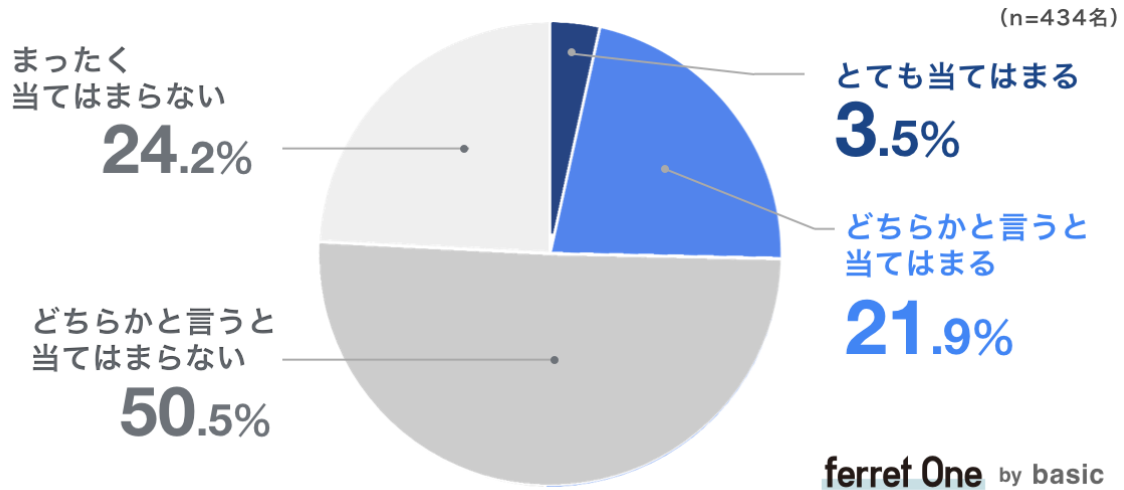
「自分の今やっている仕事が自動化されていく不安」について聞いたところ、45.6%が「とても当てはまる」または「どちらかと言うと当てはまる」と回答しました。また、回答を「管理職以外」に絞ると、52.2%が「とても当てはまる」または「どちらかと言うと当てはまる」と回答しており、実務を行なっている担当者レベルでは、不安がより強いことがわかりました。

4. 8割が「マーケターにとってBIツールやマーケツールを使いこなすことは、重要なスキルのひとつ」と回答。一方で、7割が「BIツールやマーケツールを業務の中で使いこなせていない」と回答。5割が「苦手意識がある」。

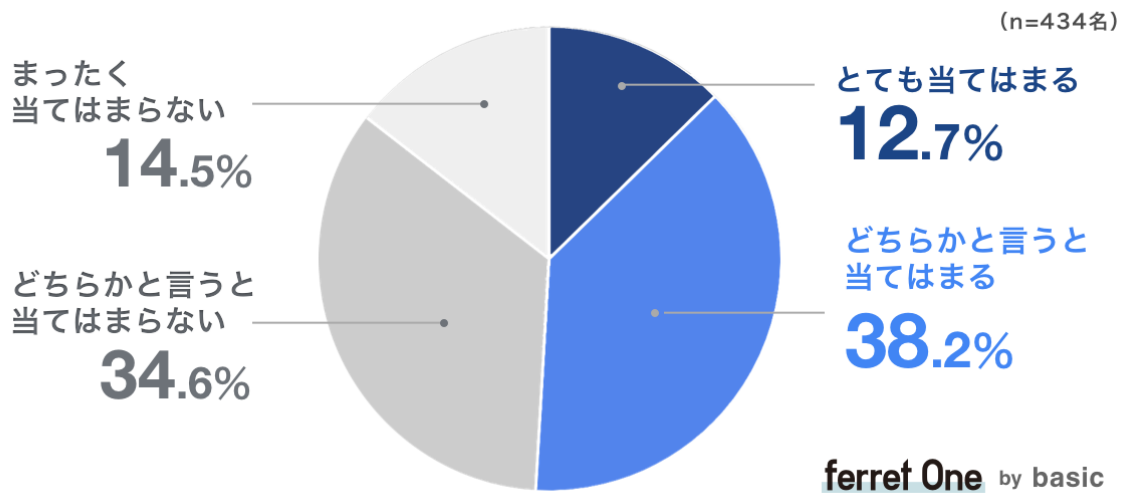
マーケターにとって「BIツールやマーケツールを使いこなすこと」は、
重要なスキルのひとつであると思いますか？



「BIツールやマーケツール」を 業務の中で使いこなせていると思いますか？



「BIツールやマーケツール」に苦手意識はありますか？



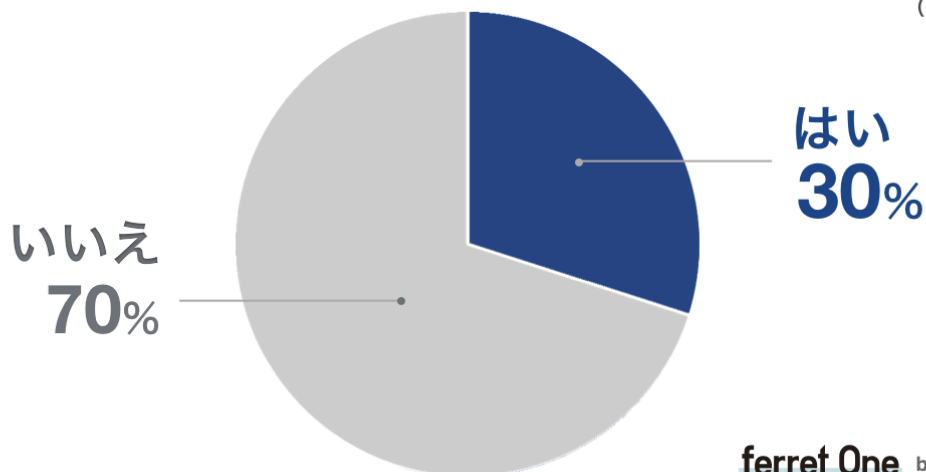
「マーケターにとってBIツールやマーケツールを使いこなすことは、重要なスキルのひとつであると思いますか」という質問には、84.8%が「とても当てはまる」または「どちらかという
と当てはまる」と回答しました。

一方で、「BIツールやマーケツールを業務の中で使いこなせているか」という質問には、
74.7%が「どちらかというと当てはまらない」または「まったく当てはまらない」と回答し、
50.9%が苦手意識を感じていると回答したことから、重要であると認識しながらも、使いこな
せていない担当者が多いことがわかりました。

5. 3割が「BIツールやマーケティングツールのユーザーコミュニティ、勉強会/分科会に参加したことがある」と回答し、そのうち9割が「今後も参加したい」と回答。これまで参加したことはないと回答した者も、7割が「今後機会があれば参加したい」と回答。

「BIツールやマーケティングツール」のユーザーコミュニティ、勉強会/分科会に参加したことはありますか？

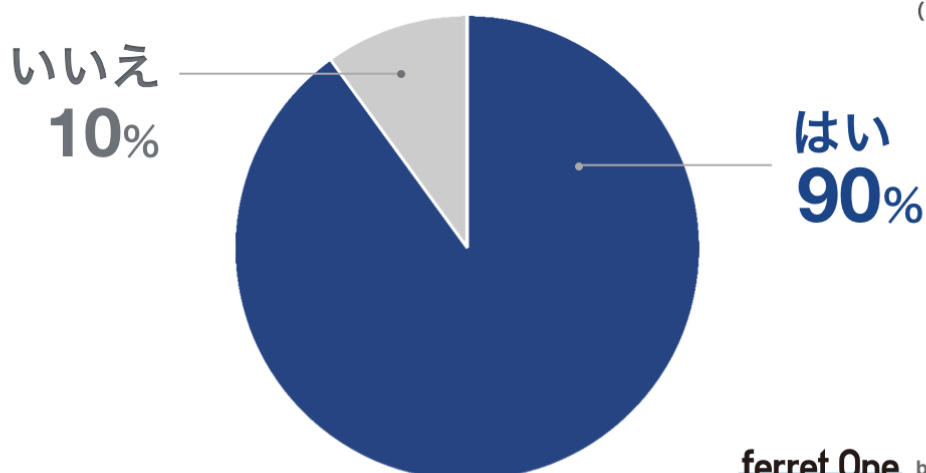
(n=434名)



ferret One by basic

「はい」と答えられた方は、今後も機会があれば参加したいと思っていますか？

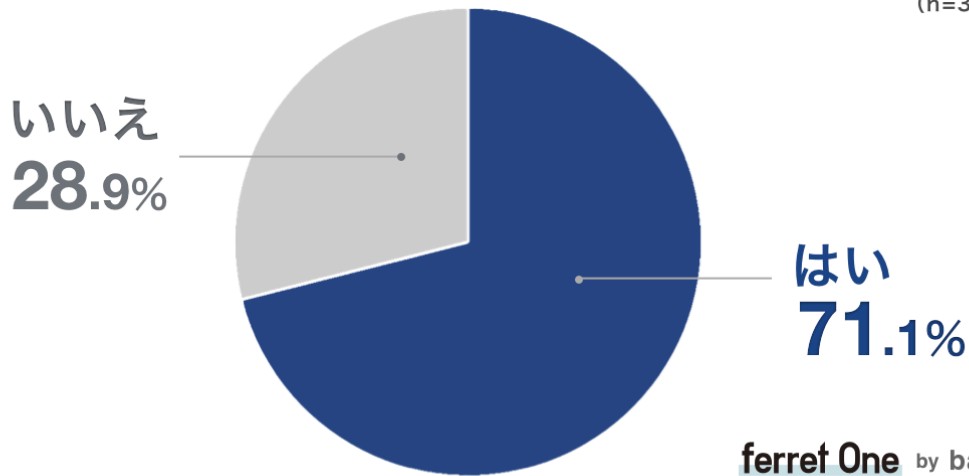
(n=130名)



ferret One by basic

**「いいえ」と答えられた方は、今後
機会があれば参加したいと思っ
ていますか？**

(n=304名)



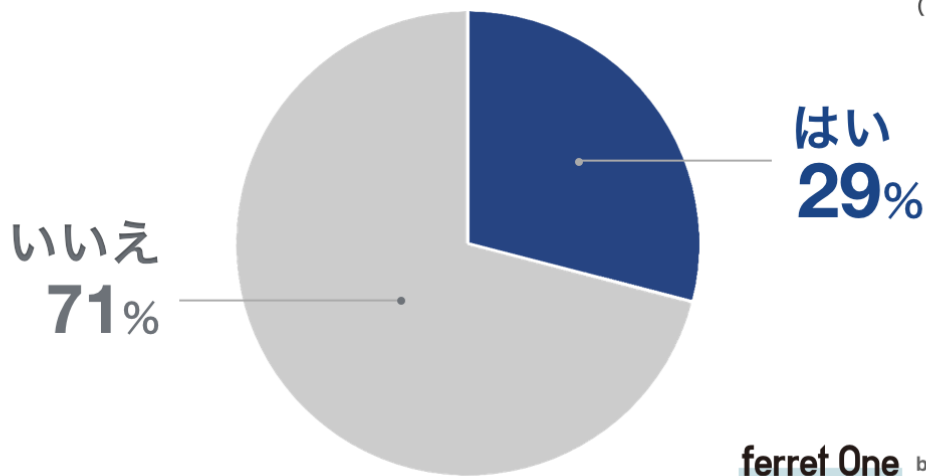
「BI ツールやマーケティングツールのユーザーコミュニティ、勉強会/分科会に参加したことはありますか」という質問には 30.0%が「はい」と回答し、そのうち 90.0%が今後も参加したいと回答しました。

また、これまで参加したことがないと回答した人のうち 71.1%が、今後機会があれば参加したいと回答しました。

6. 7割が「マーケティングのキャリアにおけるロールモデルになる人がいない」と回答。

**マーケティングのキャリアにおけるロールモデルに
なる人はいますか？ (身近な人でなくてもかまいません)**

(n=434名)



「マーケティングのキャリアにおけるロールモデルになる人がいるか」という質問には、71%が「いいえ」と回答しました。

7. キャリアへの課題感は「知識・スキルのアップデート」についての回答が目立つ

この先のキャリアについて感じている課題感を聞いたところ

新たな施策、トレンドに遅れずついていける手立てが必要と感じています。(40代・マネージャー)

やっていることがルーティーン化していて、今後のキャリアにいかせるスキルが伸ばせていない(40代・マネージャー)

新しいツールが次々と増えていくので覚えるのが大変(30代・マネージャー)

スペシャリストになりたいが、1人であれもこれも担当していると広く浅い知識になりそうな危機感はある。(30代・マネージャー)

10年後にも、時代に即した働きができるのかどうか不安である(40代・一般社員)

知識の恒常的なアップデートに追いつけなくなることへの不安(40代・一般社員)

ツールも含め移り変わりが激しいので、そこに敏感であること(30代・一般社員)

広く浅くなので専門性が低い(30代・一般社員)

数年で今身につけているスキルが役に立たなくなる(20代・一般社員)

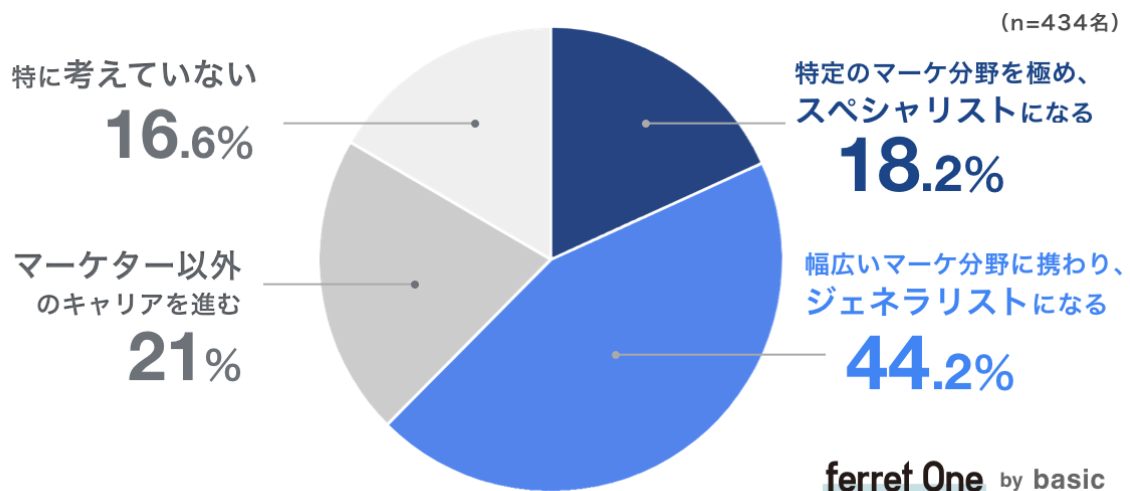
事業会社のマーケターで、代理店に多くの業務を任せていると自分の身になるスキルが身につけている気がしない(20代・一般社員)

どんどん進化する技術についていけるかどうか(20代・一般社員)

といった回答を得ました。

8. 5年後、10年後のキャリアはジェネラリスト志望が4割。

5年後、10年後に実現したい、もしくはこの先イメージしている
仕事やキャリアの希望を教えてください



5年後、10年後のキャリアの希望については、44.2%が「ジェネラリスト志望」と回答。続いて、21.0%が「マーケティング以外のキャリアを進む」と回答しました。

■分析コメント（株式会社ベーシック SaaS 事業部 マーケティング部長 川鍋裕輔）



AI や RPA などの業務を自動化するツールや技術の進化が加速している昨今において、Web マーケターもおよそ 2 人に 1 人が自身の業務の自動化に不安を感じているという結果が明らかになりました。

その不安を解消するためか、資格取得への意欲やコミュニティへの参加、デジタルマーケティングツールの習得に関しては多くのマーケターが意欲的に考えており、マーケターとしてより高度で複合的なスキルの習得に取り組もうとしている姿勢が見て取れました。

労働人口が減少し「一人あたりの生産性」が重要視される中、ツールによって代替されていく分野はあるものの、施策の全体像を設計しながらツールを使いこなせる人材は必要不可欠なはずで、マーケターとして「各種ツールを使いこなせるようになる」スキルは今後より重要視されるでしょう。

一方で、身近に自身のロールモデルとなる存在がいない人が多く、マーケターのキャリアパスについては、より多くのケーススタディや情報の発信が必要なのかもしれません。

<調査概要>

対象者：ferret 会員マーケティング担当者 434 名

調査期間：2020 年 2 月 9 日～2 月 22 日

調査方法：「ferret」会員アンケート（Web）

詳細レポート：<https://go.aws/2xUWeTq>

■ 『ferret One』 について <https://ferret-one.com/>

ferret One は、企業が行う BtoB マーケティングの効率化を目指す Web マーケティングツールです。

誰でも簡単にページのレイアウトや編集ができる CMS 機能で、これまで外注にかかっていたコストをカット。複数のツールをまたがずに、メールマーケティングや LP 制作など必要な施策実行できる環境の提供と、BtoB マーケティングの戦略サポートにより、マーケティング担当者の業務を改善します。

ferret One ではこれからも「BtoB マーケティングの成果をあげたい」「新規事業の BtoB サイトをリークに立ち上げたい」「サイトをリニューアルしたい」といった要望をお持ちの企業様に対して、売上につながるサイト改善と、マーケティング施策が簡単に実行できる Web マーケティングツールを提供し、実績に基づいたノウハウでサポートしてまいります。



BtoBマーケするなら ferret One

■ 株式会社ベーシックについて

「問題解決の集団として、情熱を妨げる世の中のあらゆる問題解決をやり抜き、多種多様な企業が強みに集中できる世界を創造する」をミッションに掲げ、Web マーケティング分野とメディア分野でインターネット事業を展開するテクノロジーカンパニー。企業が直面する Web マーケティングに関する知識やリソース不足の問題を解決するため、BtoB の Web マーケティングツール「ferret One」や Web マーケティングメディア「ferret」、フォーム作成管理ツール「formrun」、事業者と個人のより良いマッチングの機会を提供する「フランチャイズ比較ネット」「留学くらべる」等のメディア事業を展開。

<https://basicinc.jp/>

■会社概要

社名：株式会社ベーシック <https://basicinc.jp/>

代表者：代表取締役 秋山勝

所在地：東京都千代田区一番町 17-6 一番町 MS ビル 1F

設立：2004年3月

資本金：5億3559万5200円

事業：SaaS事業・メディア事業

お問い合わせ先

株式会社ベーシック 社長室 広報グループ

奥田 陽子（おくだ ようこ）

電話：070-2193-4123

Email： pr@basicinc.jp

プレスリリース掲載 URL： <https://basicinc.jp/pr/20200407>

プレスリリースの情報は、発表日現在のものです。発表後予告なしに内容が変更されることがあります。