

PRESS RELEASE

ヘイズ、デジタル・マーケティング専門家の人材不足についてコメントを発表

【東京 2013 年 10 月 1 日】人材紹介会社のヘイズ・スペシャリスト・リクルートメント・ジャパン株式会社(本社:東京都港区、リージョナル・ディレクター、ジョナサン・ Sampson、以下ヘイズ・ジャパン)はデジタル・マーケティングの目覚ましい進展にともない、市場では優秀な人材が不足しており、「デジタル・ディスコネクト」(デジタルとのかい離)ともいえる状況が目立つとコメントを発表しました。デジタル・マーケティング市場では高い技能を有する人材が強く求められています。

ヘイズ・ジャパンは、デジタル・マーケティング市場は今後 10 年間さらに発展を続けると予測しており、企業の人材採用に大きな影響を及ぼすものと見ています。

ヘイズ・ジャパンのリージョナル・ディレクター、ジョナサン・ Sampson は次のように述べています。「ビジネス環境が変化し続ける中、マーケターも顧客との関わりをさらに深め、ビジネス拡大に貢献できるよう変革を遂げる必要があります」。

「テクノロジーを駆使したマーケティング戦略が導入される昨今、企業の競合優位性を確保するには『ビッグデータ』の管理・取扱いが鍵となります。トップ企業としての地位を維持するには、デジタルとソーシャル・マーケティングのチャンネルを一つの顧客戦略として統合することが重要です。そのためには、オフライン・オンラインの両チャンネルの経験を有するマーケターが必要です」。

アドビシステムズ(オーストラリア、シドニー)のデジタル・マーケティング部門、シニア・ヴァイス・プレジデント & ジェネラル・マネージャー、ブラッド・レンチャー氏も「企業がソーシャル・メディアを使ったプログラム、キャンペーンを実施する場合、ビジネス戦略・目的に照らして企画・立案を行うべきです」とコメントしています。

「今日のマーケティングは、数値をはじめデータのセグメント、ビッグデータ、バック・エンド・テクノロジー、データベースの利用とそれに対する理解が全てを占めると言っても過言ではありません」。

このような市場の変化は「デジタル・ディスコネクト」すなわち、デジタル・マーケティングの分野における技術者不足という現象をもたらしました。

データの威力

Sampson はさらに次のように述べています。「デジタル・マーケティング・マネージャーは、ウェブサイト、iPhone のアプリケーション、Facebook の自社サイトの訪問者が頻繁な利用者かロイヤリティ会員なのか判断し、どのようなオファーをすれば返答してくるのか見極めなければなりません」。

「小規模な企業や団体では、このような能力の他、アカウントの管理、インパクトのあるキャンペーンの実施、ソーシャル・メディア・マーケティング戦略の構築およびコンテンツ作成までできる有能な人材を獲得しようと努力しているのですが、そのような優れた人材は市場で不足しています」。

英国「エコノミスト」誌の調査部門、エコノミスト・インテリジェンス・ユニットが 7 月に発表したデジタル・マーケティング調査は、ほとんどのマーケターは、仕事で扱うデータ内容を洞察力を持って総合的に深く理解し、戦略を考案する能力が欠如していると報告しています。回答したマーケターの 82% は、彼らの職責で求められる技能・知識内容が変化したと感じており、その内 32% は、ビッグデータを分析し理解する知識や技能を自身が保有していないと述べています。

さらに同調査は、マーケター自身のデータを読み解く能力が欠如しているため、およそ半数の回答者は、業績に直接影響の出やすいデジタル・マーケティング戦略の構築に積極的ではないと結論付けています。

「デジタル・ディスコネクト」の解決法

「人材市場で成功するためには、候補者はスキルを向上させなければなりません。そして、企業リーダーもマーケターがデータを読み解き戦略を構築する際に、より高度な知識・技能を駆使できるようトレーニングや投資を行うことも必要です。デジタル・マーケティングは IT を使った購買をけん引する基盤となりました。そしてこのトレンドはしばらく続くものと思われまます」。

IT 分野の調査・助言を行うガートナーは、最高マーケティング責任者(CMO)は 2017 年までに、最高情報責任者(CIO)よりも IT 予算を多く費やすようになると見ており、CMO は IT 費用が企業の収入にどれだけ貢献したのか立証しなければならぬだろうと予測しています。

さらにサンブソンは次のように述べています。「従ってマーケティング担当者は、顧客の理解を深めるばかりでなく、マーケティング活動の投資収益率(ROI)のためにも、顧客データの分析能力を高める必要があります。このような新環境では、CMO と CIO は戦略的かつ真のパートナーシップを組んで、マーケティング、IT の両部門が業績や達成目標を共有し、協働することが重要です。さらに経営側も、マーケティングと IT は今や密接に関係しあっていること、今後さらに企業が成功を収めるには、この両部門が融合し新機能を発揮できるか否かが鍵であることを理解するべきです」と述べています。

本リリースは、デジタル・マーケティング戦略が企業の成長と変革にとって重要であり、その理解を深めることが、優秀な人材を惹きつけ採用につながると考えるヘイズの視点をお伝えするシリーズの第一号です。

ヘイズ・グループについて

ヘイズ・グループは、グローバルな人材サービスを提供するスペシャリストの人材紹介会社です。世界33カ国*、239の拠点において、7,840人超の従業員が経験とスキルを備えた人材サービスをグローバルに提供しています。

ヘイズ・スペシャリスト・リクルートメント・ジャパン株式会社について

ヘイズ・スペシャリスト・リクルートメント・ジャパン株式会社は、ヘイズ・グループの日本法人として2001年に東京で設立されました。同社は日本で唯一、東京赤坂本社、新宿支店、大阪支店の3つの国内拠点を有する外資系人材紹介会社です。「経理・財務」、「金融」、「ファイナンス・テクノロジー」、「人事」、「ヘイズ・タレント・ソリューション」、「IT」、「保険」、「法務」、「ライフ・サイエンス」、「オフィス・プロフェッショナル」、「不動産関連」、「セールス&マーケティング」、「サプライチェーン」の13の専門分野に精通したコンサルタントが豊富な知識と経験をもとに、正社員から契約・派遣社員まで、企業の人材採用や個人のキャリアアップを支援しています。

*日本、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、チリ、コロンビア、中国、チェコ共和国、デンマーク、フランス、ドイツ、香港、ハンガリー、インド、アイルランド、イタリア、ルクセンブルグ、マレーシア、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、ポーランド、ポルトガル、ロシア、シンガポール、スペイン、スウェーデン、スイス、アラブ首長国連邦、イギリス、アメリカ

本件に関するお問い合わせ先:

ヘイズ・スペシャリスト・リクルートメント・ジャパン株式会社
朝倉 03-3560-2813