

生成AI活用・コロナ禍後における施策の実施状況がわかる！

IT業界のマーケティング 調査報告書



調查概要

調査概要

調査テーマ	IT業界のマーケティング施策の実施状況に関する調査
調査目的	IT業界における、マーケティング業務でのAI活用状況や成果、その他マーケティング施策の状況や成果の実態を把握する。
調査手法	オンラインリサーチ
本調査対象者	以下の条件を全て満たす方を本調査対象者とする。 <ul style="list-style-type: none">・性別 : 男女・年齢 : 20~69歳・居住地 : 全国・職業 : 会社員もしくは経営者・役員・業種 : ソフトウェア・情報サービス業・その他 : マーケティング業務を担当している
回収数	本調査 : 74ss
調査時期	2024年6月28日~2024年7月2日

調査項目

設問番号	設問内容	設問形式
F1	性別	SA
F2	年齢	NUM
F3	居住地	SA
F4	職業	SA
SC1	業種	SA
Q1	生成AIのマーケティング活用	SA
Q2	生成AIのマーケティング活用用途	MA
Q3	生成AIの活用範囲	MA
Q4	生成AIにより成果が上がった業務	SA
Q5	生成AIによる効果実感	MA
Q6	マーケティング施策の実施状況	SA
Q7	オンライン施策の予算	SA
Q8	オフライン施策の予算	SA
Q9	イベント施策の効果実感	SA
Q10	今年度の注力施策	MA

02

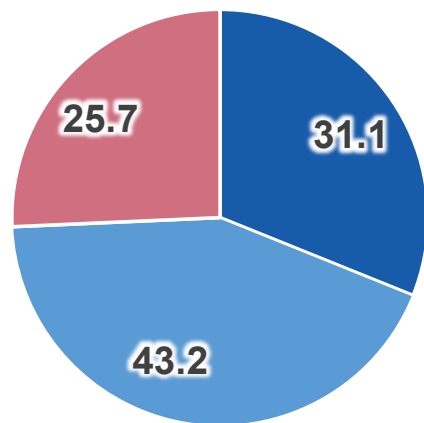
サマリー

マーケティング業務での生成AI活用について

- ✓ マーケティング担当者のうち、生成AIを「活用している」と回答した割合は**31.1%**である。
- ✓ さらに生成AIの活用意向がある層まで広げると全体の**7割超**となっている。
- ✓ 生成AIをマーケティング業務に実際に活用している、もしくは活用したいと思う用途として最も高いのは「**データ分析**」と「**戦略立案・企画作成・アイデア出し**」で、いずれも**67.3%**となっている。

Q1.生成AIのマーケティング活用率 [SA]

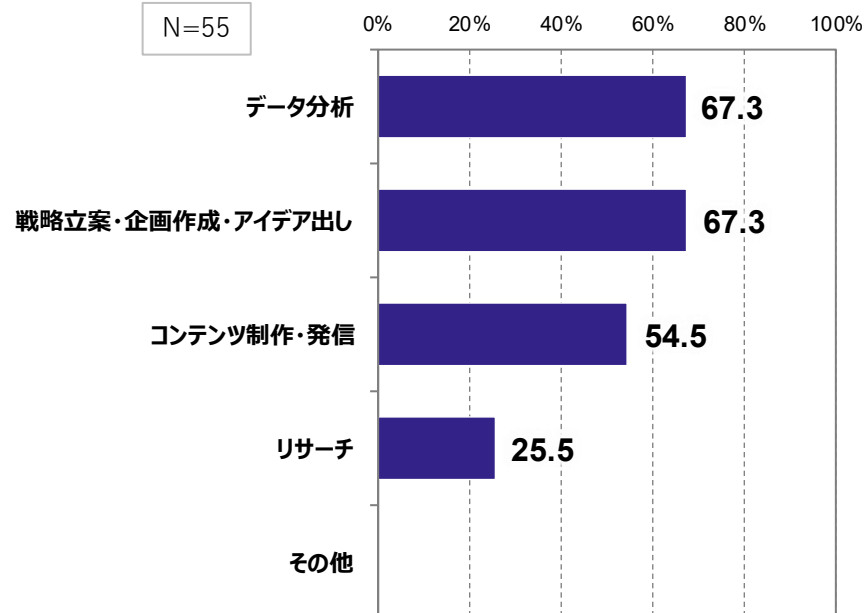
N=74



- 活用している
- 今は活用していないが今後活用したいと思っている
- 活用したいが社内で禁止されていて使えない
- 活用していない

Q2.生成AIのマーケティング活用用途 [MA]

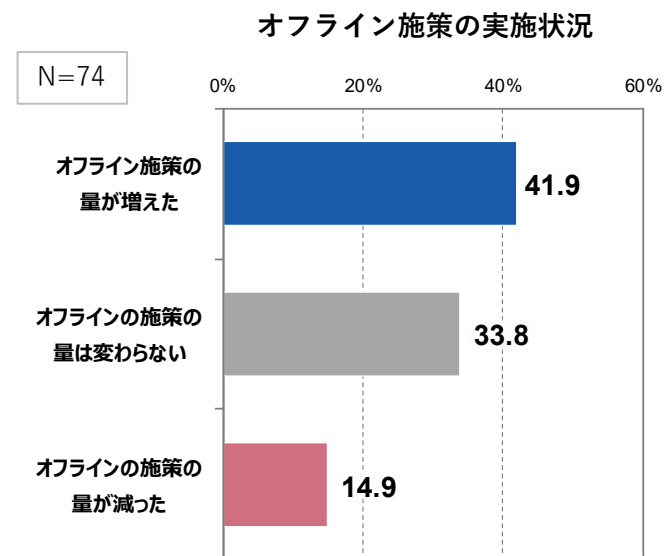
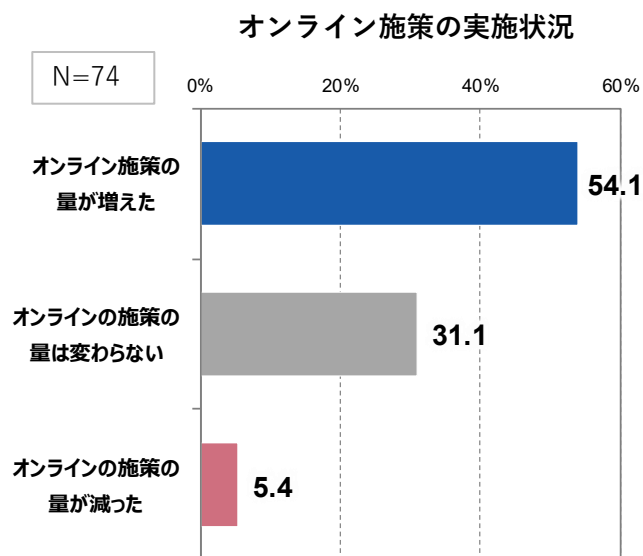
N=55



新型コロナウイルス収束後のマーケティング施策の実施状況

- ✓ 2023年度以降（新型コロナウイルス収束後）にマーケティング施策の実施状況が変化したか、オンライン施策・オフライン施策のそれぞれについて聴取した。
- ✓ いずれの施策も共通して「**施策の量が増えた**」の割合が最多である。
- ✓ 「**施策の量が増えた**」の割合は**オンラインの方が高く**、「オンライン施策の量が増えた」は約5割で、「オフライン施策の量が増えた」を10ポイント超上回っている。

Q6.（新型コロナウイルス収束後）2023年度以降のマーケティング施策の実施状況 [SA]

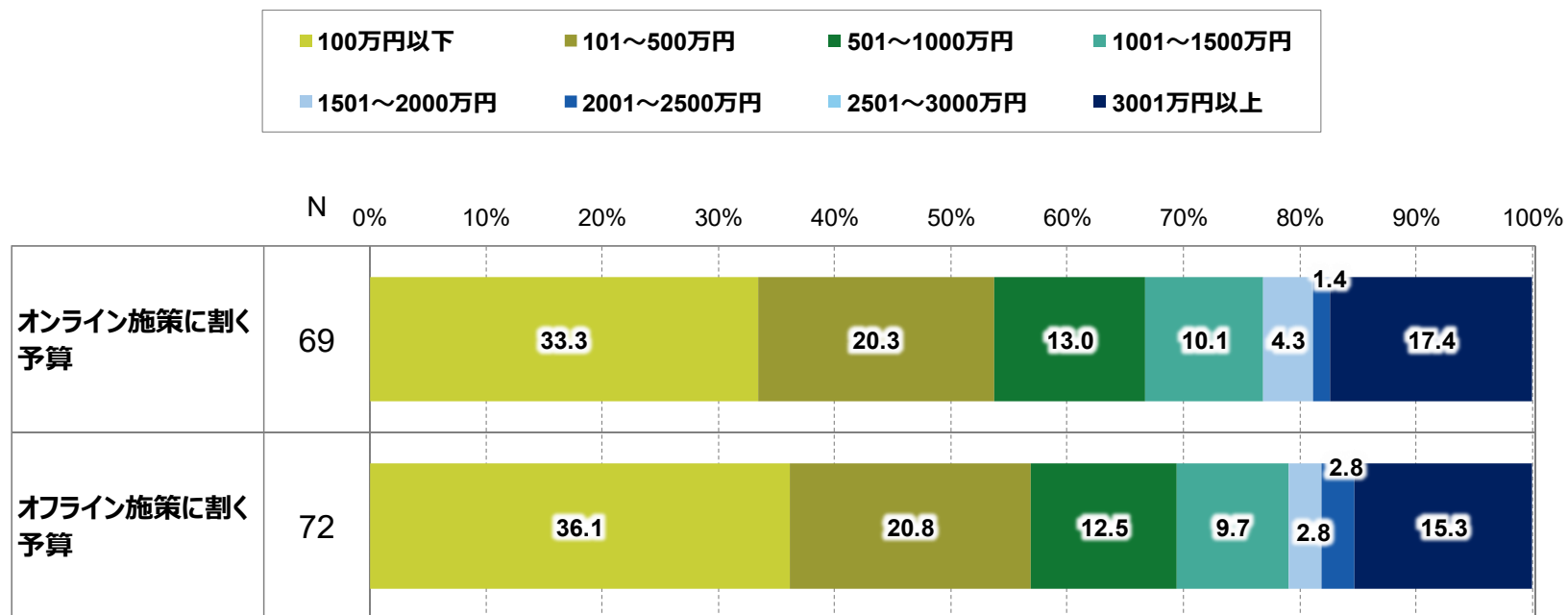


※ Q6.（新型コロナウイルス収束後）2023年度以降のマーケティング施策の実施状況 [SA]の回答結果のうち、オンライン施策・オフライン施策の双方において施策の量が「増えた」「変わらない」「減った」に該当する回答をそれぞれ小計し算出

今年度のマーケティング施策に割く予定の予算

- ✓ オンライン施策・オフライン施策を行っている回答者に対し、マーケティング施策に割く予算をそれぞれ聴取した。
- ✓ マーケティング施策に割く予算は、オンライン施策・オフライン施策でそれぞれの予算帯の割合に**大きな差は見られない**。
- ✓ オンライン施策とオフライン施策いずれも、上位3項目は「100万円以下」、「101万円～500万円」、「3001万円以上」である。

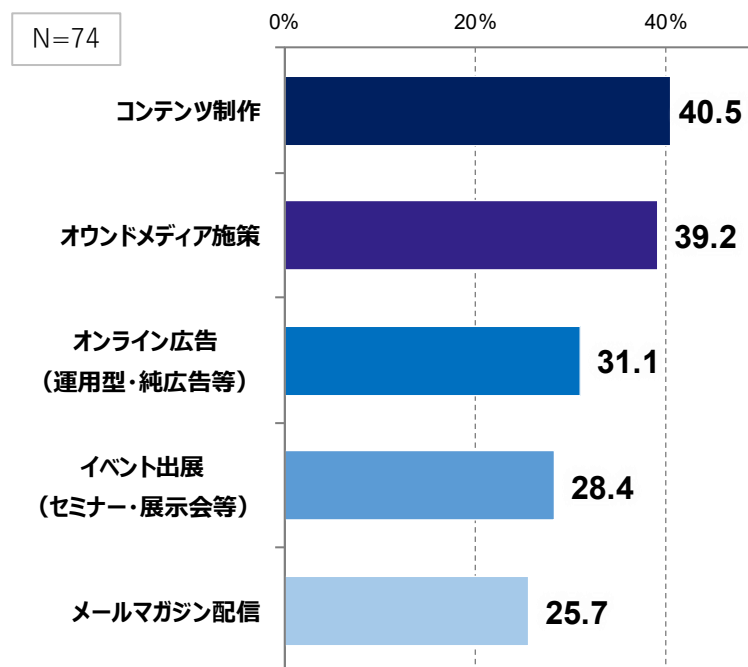
Q7. オンライン施策の予算、Q8.オフライン施策への予算 [SA]



今年度の注力施策

- ✓ 今年度の注力施策として、最も高い項目は「コンテンツ制作」の40.5%であり、「オウンドメディア施策」39.2%、「オンライン広告（運用型・純広告等）」31.1%と続いている。

Q10.今年度の注力施策（上位5項目のみ抜粋） [MA]



※ 項目の並び順は降順にソート

※ アンケート画面では「コンテンツ制作」は「コンテンツ制作（メディア企画・記事制作・SEO対策・動画・音声コンテンツ等）」、「オウンドメディア施策」は「オウンドメディア施策（運用型・純広告等）」として提示・聴取

03

各設問の結果

※回答者数がN<30の設問についてのコメントは割愛しております

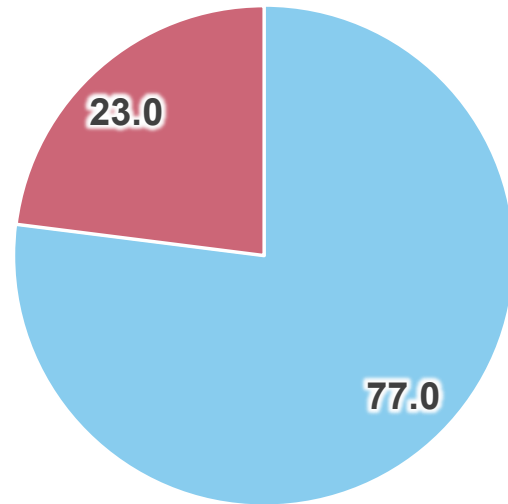
性別・年齢

- ✓ 回答者は男性が約8割を占めている。
- ✓ 年齢は「50-59歳」が40.5%と最も多く、「60-69歳」23.0%、「40-49歳」17.6%と続いている。

【全員】

F1.あなたの性別をお知らせください。[SA]

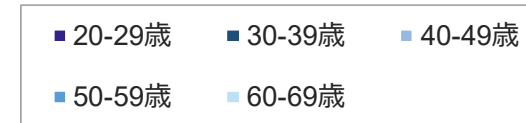
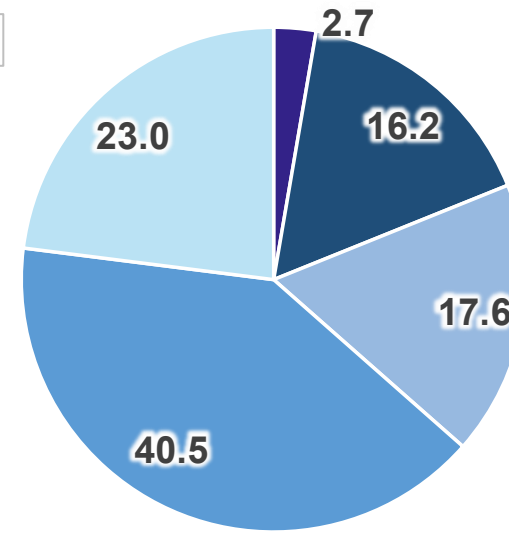
N=74



【全員】

F2.あなたの年齢をお知らせください。[NUM]

N=74

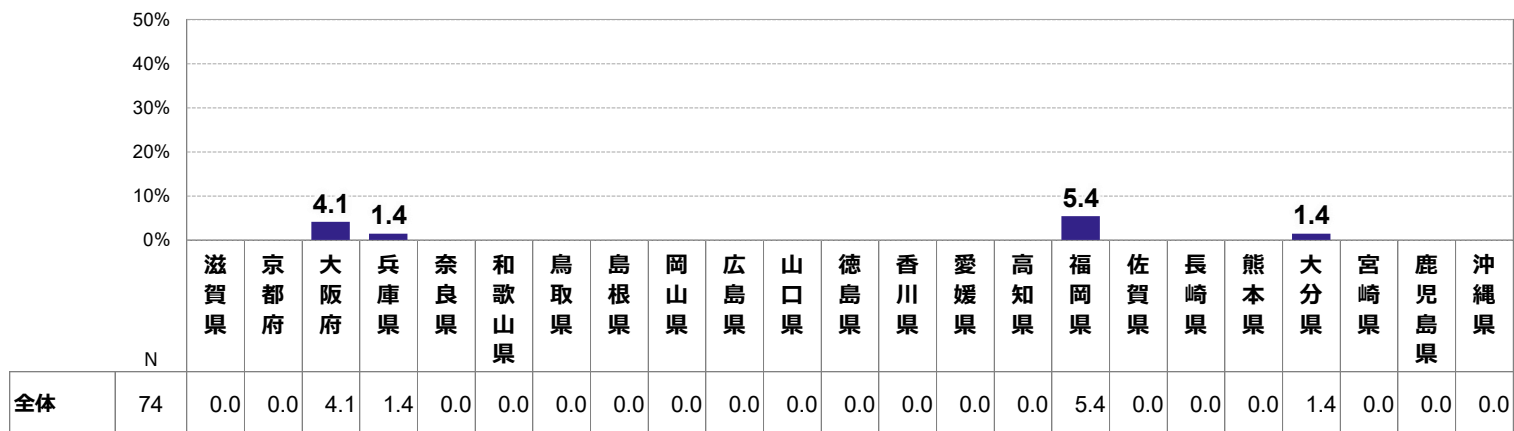
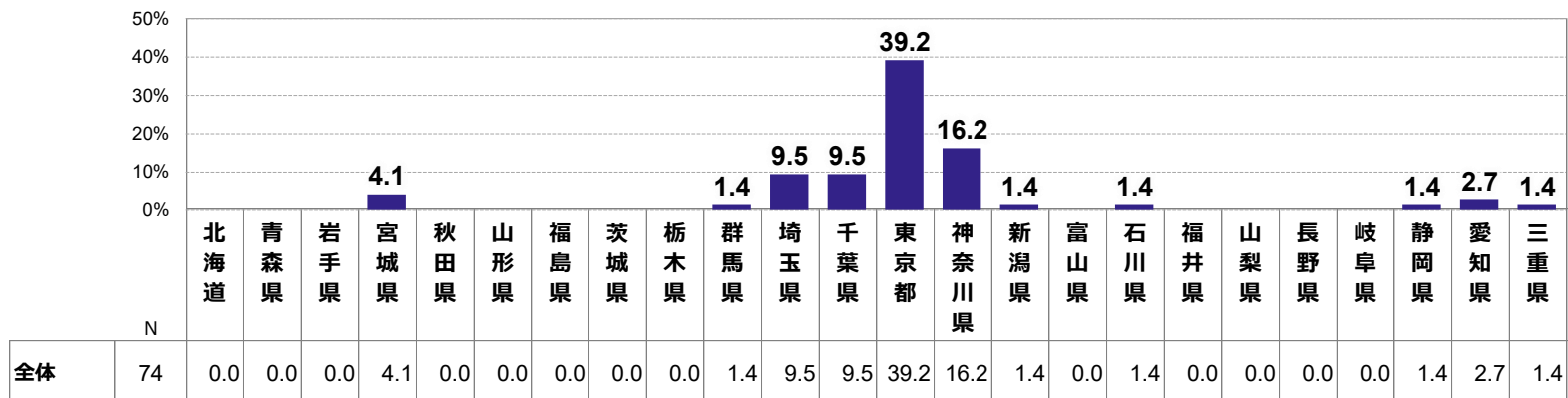


居住地

✓ 回答者の居住地の上位5項目は「東京都」 39.2%、「神奈川県」 16.2%、「千葉県」「埼玉県」が9.5%、「福岡県」 5.4%である。

【全員】

F3.あなたの居住地をお知らせください。[SA]

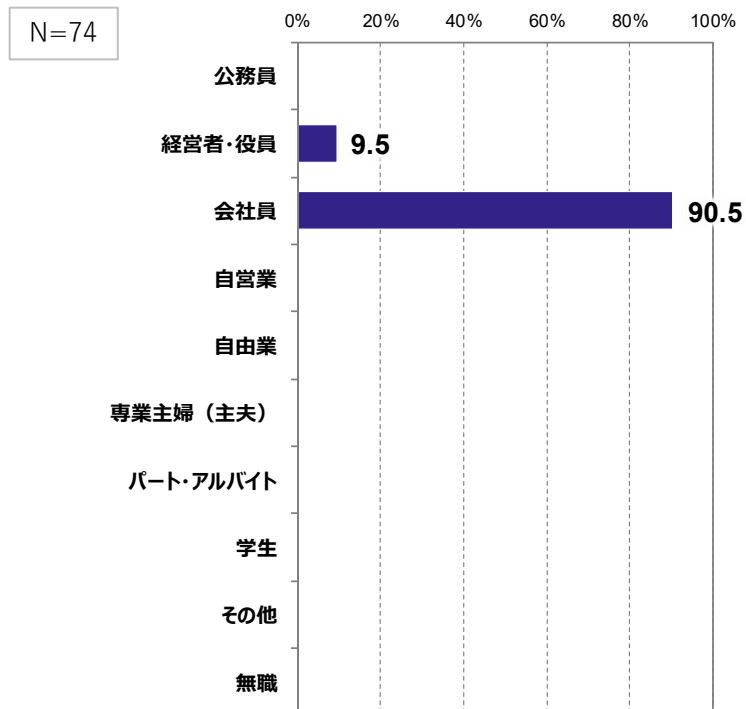


職業・業種

- ✓ 「会社員」と「経営者・役員」のみを本調査の対象としており、「会社員」が90.5%と大多数を占める。
- ✓ 業種に関しては調査対象者がIT業界従事者であるため、「ソフトウェア・情報サービス業」が100%となっている。

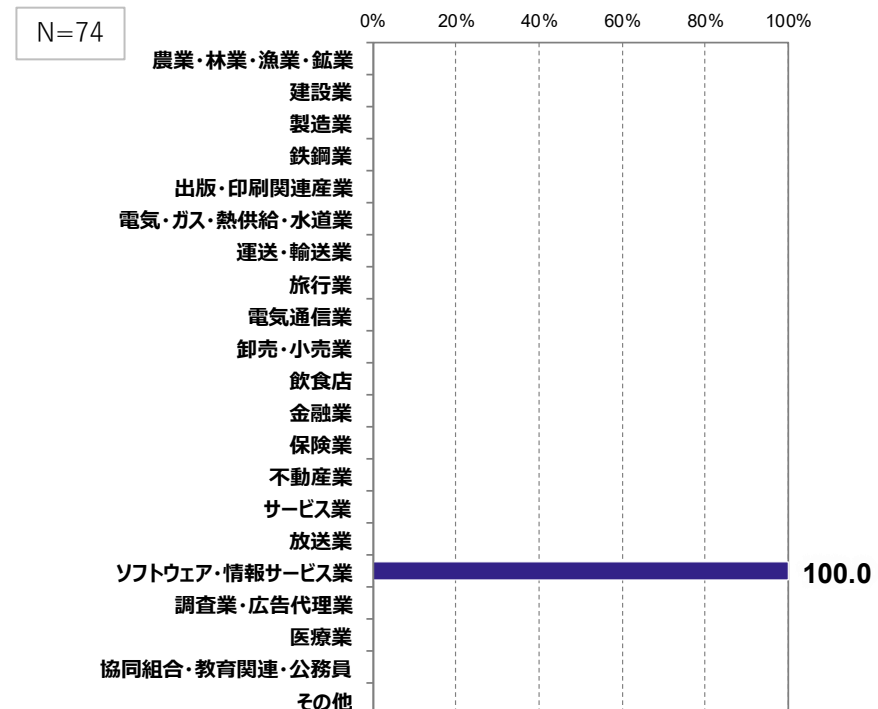
【全員】

F4.あなたの職業をお知らせください。[SA]



【全員】

SC1.あなたのお勤め先の業種をお知らせください。複数当てはまる場合は、もっともあなたと関わりが強いものをお知らせください。[SA]



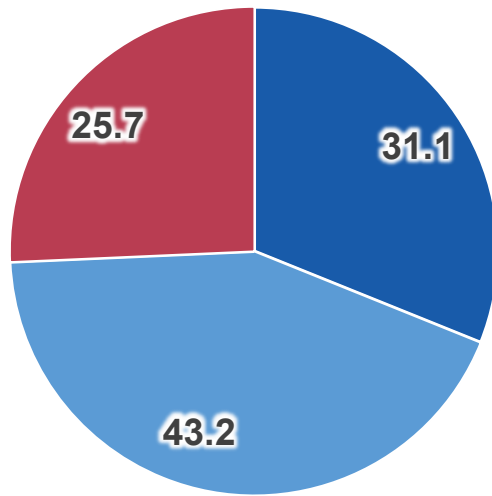
生成AIのマーケティング活用率・生成AIのマーケティング活用用途

- ✓ 生成AIのマーケティング活用状況において「**今後活用したいと思っている**」の**43.2%**が最も高い。次点で「**活用している**」が31.1%となっている。
- ✓ 生成AIのマーケティング活用用途として最も高いのは「**データ分析**」と「**戦略立案・企画作成・アイデア出し**」であり、いずれも67.3%である。

【全員】

Q1.生成AIをマーケティング業務に活用していますか。当てはまるものをお知らせください。[SA]

N=74

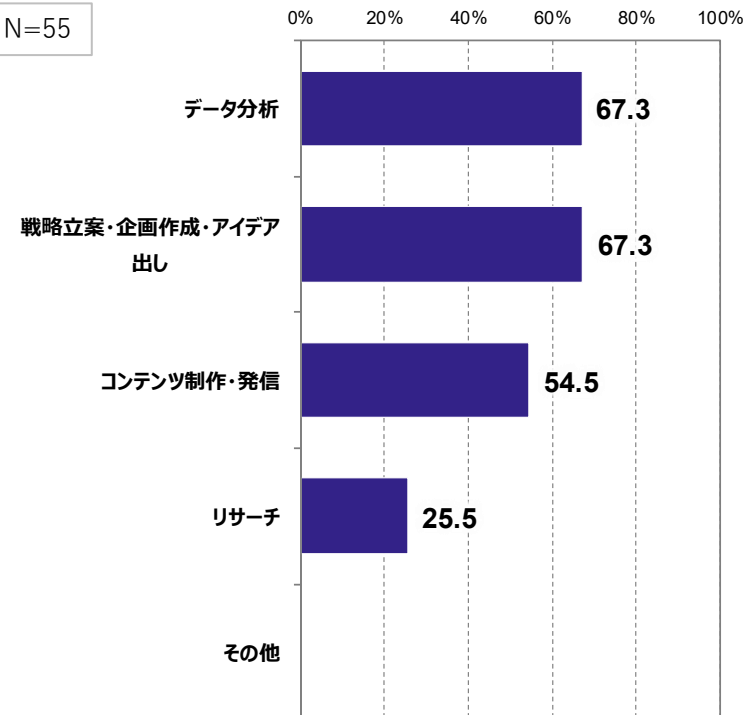


- 活用している
- 今は活用していないが今後活用したいと思っている
- 活用したいが社内で禁止されていて使えない
- 活用していない

【Q1≠活用していない】

Q2.生成AIをマーケティングのどの業務に活用している、もしくは活用したいと思っていますか。あてはまるものを全てお知らせください。[MA]

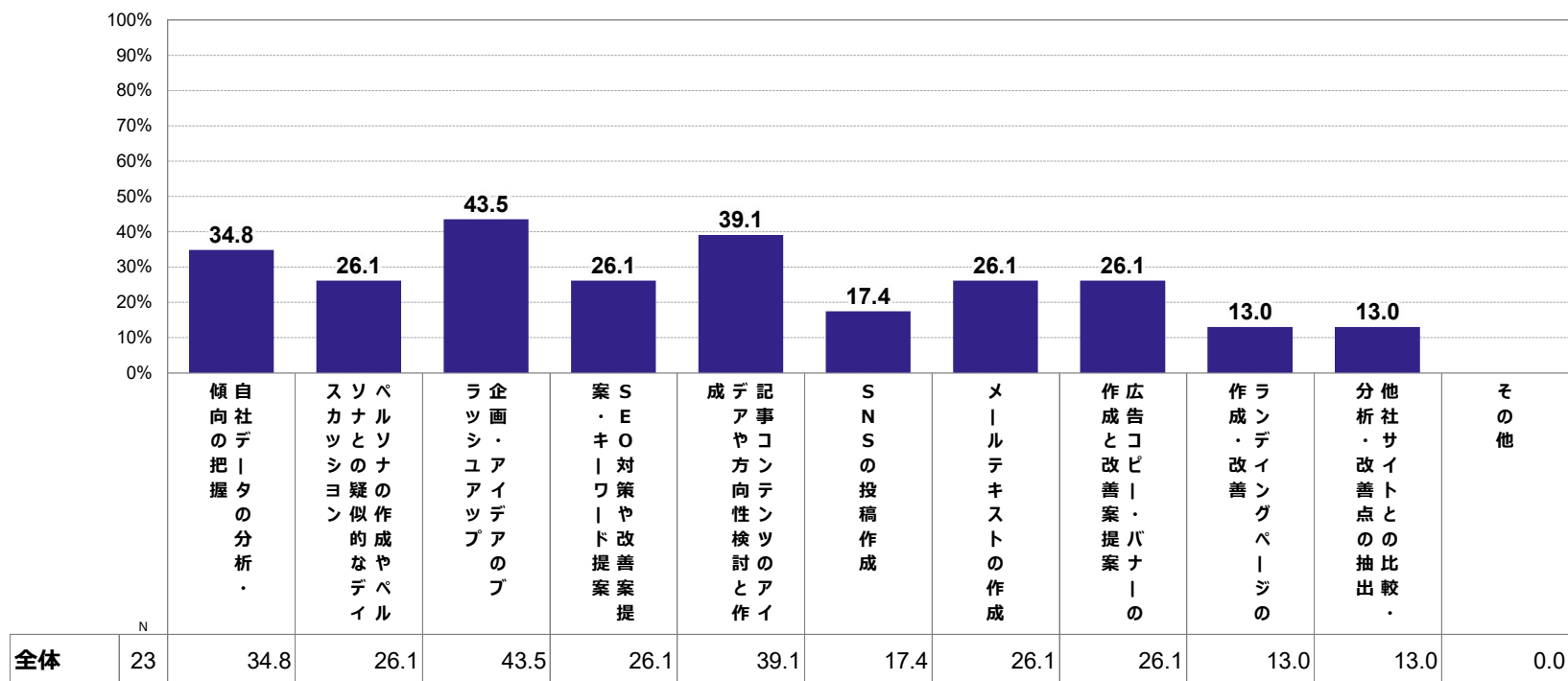
N=55



生成AIの活用範囲

【Q1=活用している】

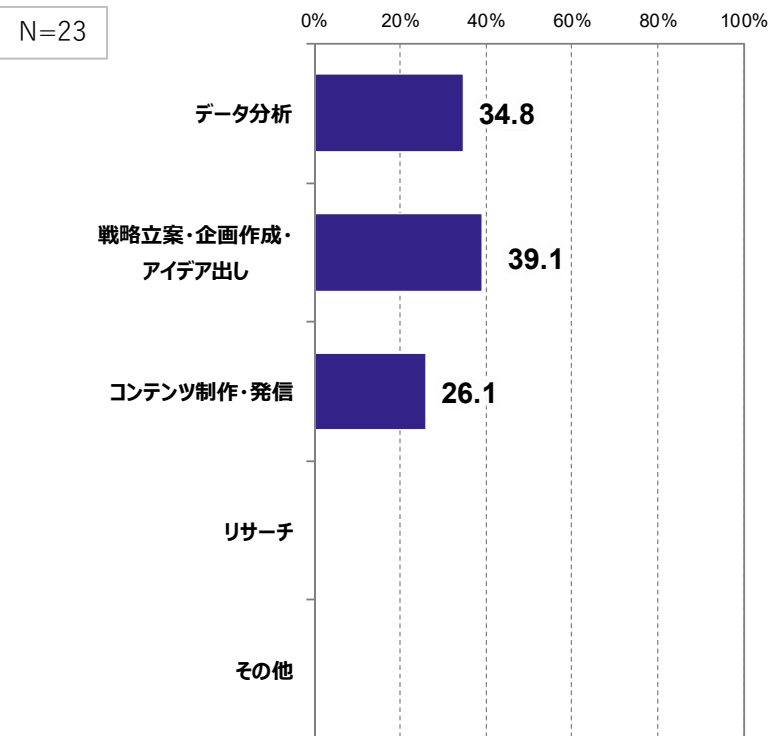
Q3.生成AIを具体的にどのような用途で活用していますか。あてはまるものを全てお知らせください。[MA]



生成AIにより成果が上がった業務・生成AIによる効果実感

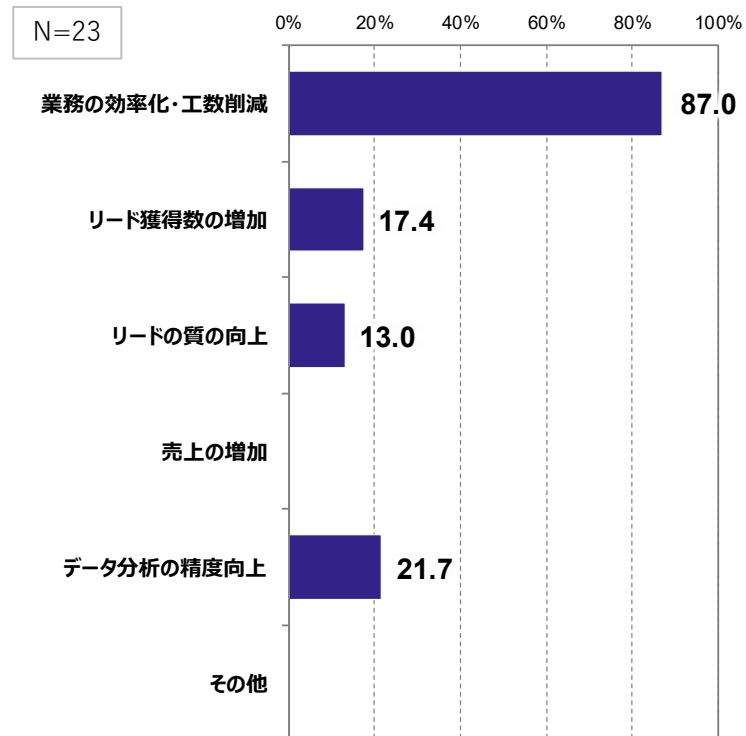
【Q1=活用している】

Q4.生成AI導入によって最も効率化されている、または成果が以前よりも上がっていると感じる業務を1つ教えてください。[SA]



【Q1=活用している】

Q5.具体的にどのような効果を得られていると体感していますか。あてはまるものを全てお知らせください。[MA]



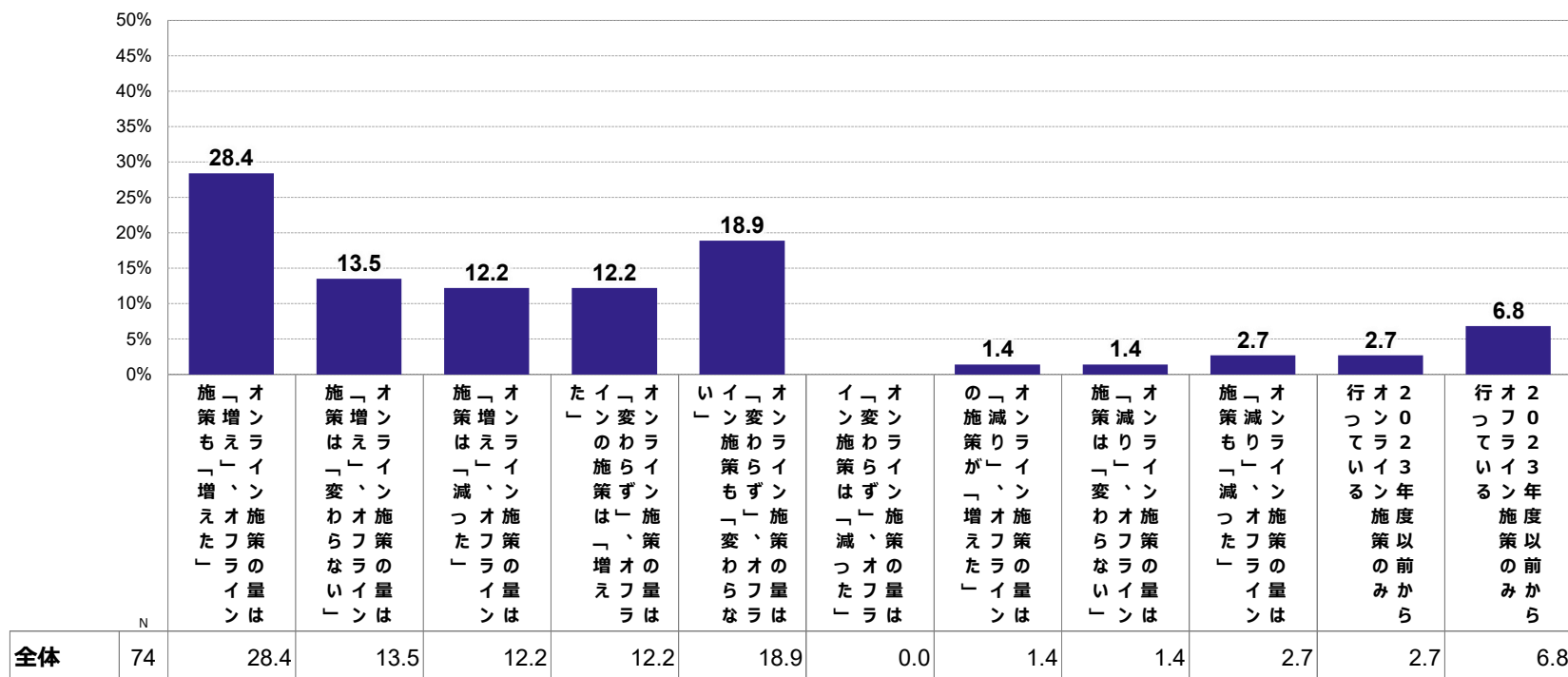
マーケティング施策の実施状況

✓ 上位3項目は下記のとおりである。

1. オンライン施策の量は「**増え**」、オフライン施策も「**増えた**」：28.4%
2. オンライン施策の量は「**変わらず**」、オフライン施策も「**変わらない**」：18.9%
3. オンライン施策の量は「**増え**」、オフライン施策は「**変わらない**」：13.5%

【全員】

Q6. (新型コロナウイルス収束後) 2023年度以降のマーケティング施策の実施状況について、オンライン施策とオフライン施策の観点から教えてください。 [SA]



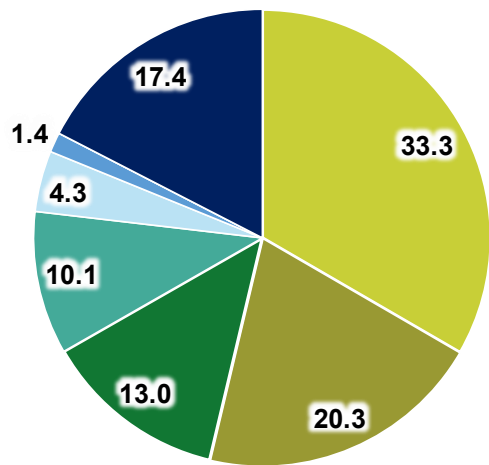
今年度のマーケティング施策予算

- ✓ オンライン施策で最も高い項目は「100万円以下」33.3%であり、「101万円～500万円」20.3%、「3001万円以上」17.4%と続いている。
- ✓ **オフライン施策に関してはオンライン施策の構成比との差はほとんどなく**、上位3項目は「100万円以下」36.1%、「101万円～500万円」20.8%、「3001万円以上」15.3%である。

【Q6 ≠ 2023年度以前からオフライン施策のみ行っている】

Q7.今年度、オンライン施策に割く予定の予算を教えてください。[SA]

N=69

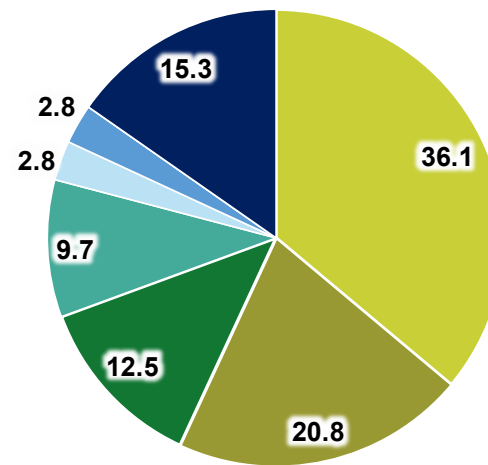


■ 100万円以下	■ 101～500万円	■ 501～1000万円
■ 1001～1500万円	■ 1501～2000万円	■ 2001～2500万円
■ 2501～3000万円	■ 3001万円以上	

【Q6 ≠ 2023年度以前からオンライン施策のみ行っている】

Q8.今年度、オフライン施策に割く予定の予算を教えてください。[SA]

N=72



■ 100万円以下	■ 101～500万円	■ 501～1000万円
■ 1001～1500万円	■ 1501～2000万円	■ 2001～2500万円
■ 2501～3000万円	■ 3001万円以上	

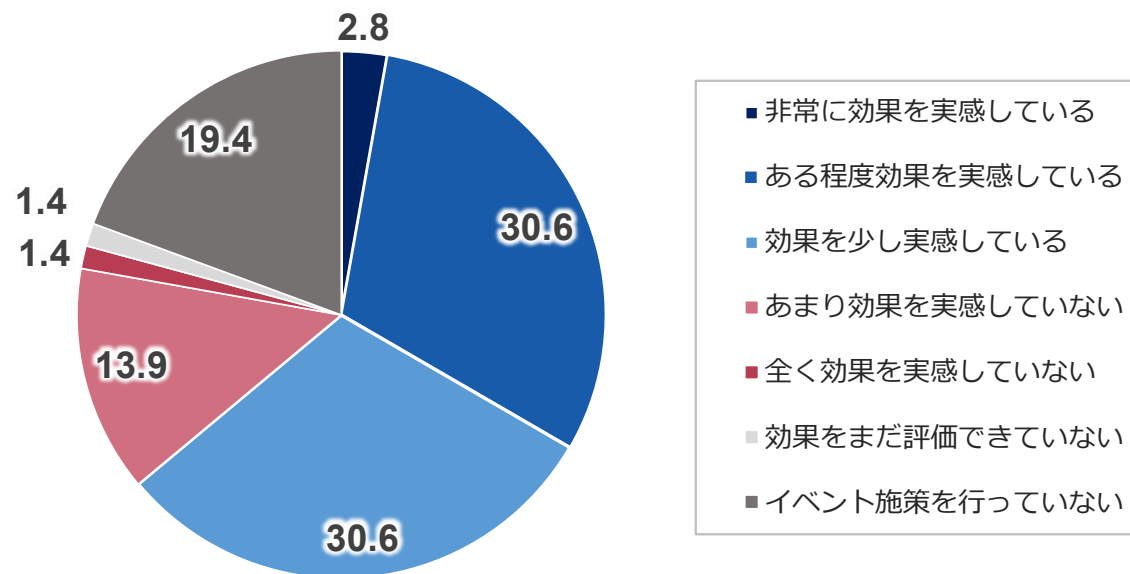
イベント施策の効果実感

- ✓ イベント施策の効果実感に関して「イベント施策を行っていない」を除くと、「**ある程度効果を実感している**」と「**効果を少し実感している**」が**30.6%**と最も高く、次いで「あまり効果を実感していない」が13.9%となっている。
- ✓ また、「非常に効果を実感している」、「ある程度効果を実感している」、「効果を少し実感している」を小計すると**約65%**である。

【Q6 ≠ 2023年度以前からオンライン施策のみ行っている】

Q9. (新型コロナウイルス収束後) 2023年度以降に実施したイベント施策で、リード獲得数や売上の観点から効果を実感していますか。[SA]

N=72

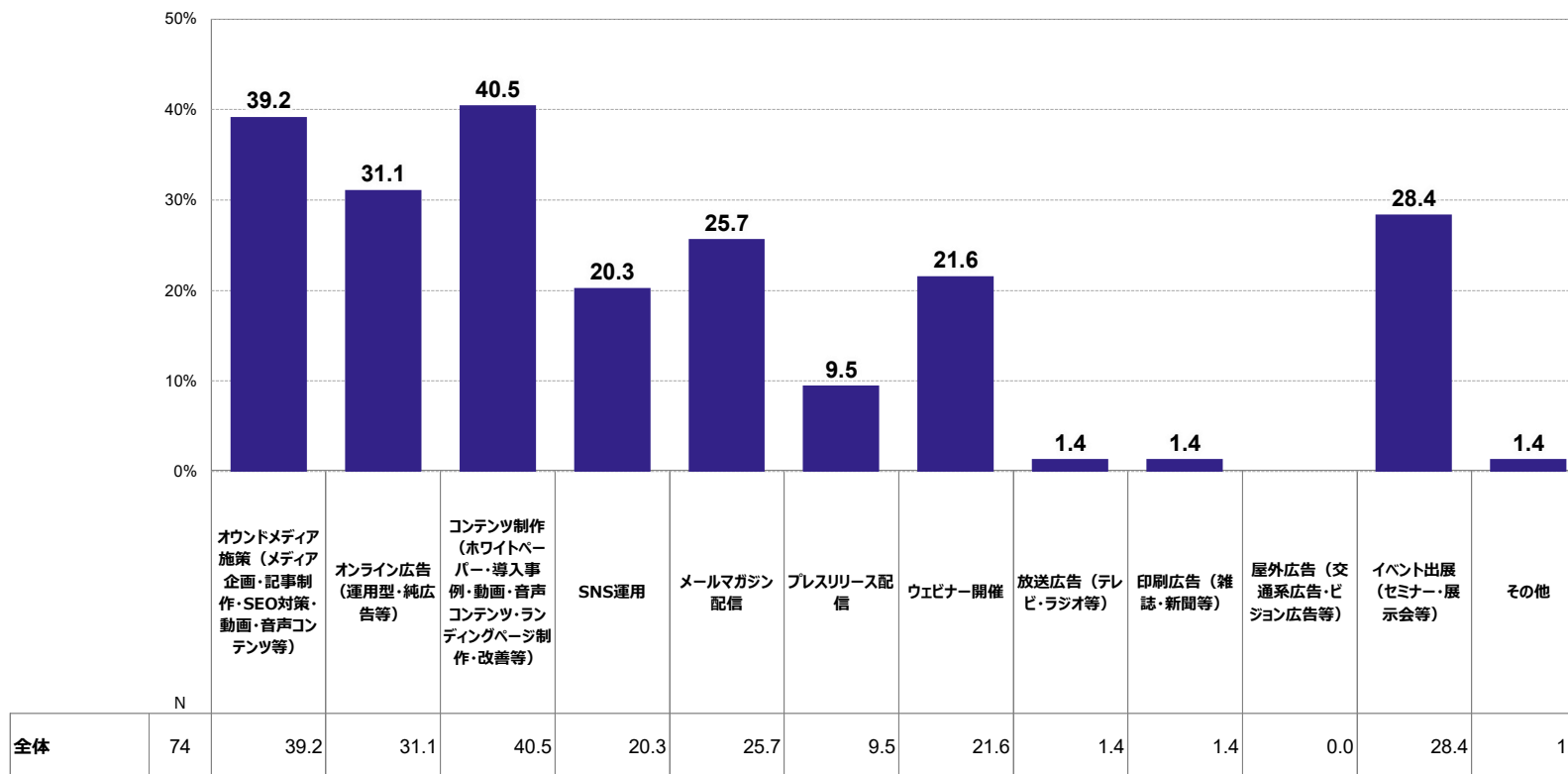


今年度の注力施策

- ✓ 最も高い項目は「**コンテンツ制作**」の**40.5%**であり、「**オウンドメディア施策**」39.2%、「**オンライン広告（運用型・純広告等）**」31.1%と続いている。

【全員】

Q10.今年度実施予定、もしくは実施中の施策の中で、注力している、する予定の施策を3つまで選んでお知らせください。[MA]



会社概要

SEデザインでは、BtoBのコンテンツマーケティングに関するさまざまな支援サービスを提供しております。お悩み、お困りごとがございましたらお気軽にお問い合わせください。

提供サービス一覧

- [LLMO診断・伴走支援](#)
- [LLM時代のコンテンツマーケティング支援](#)
 - ◆ [Web・コンテンツ戦略構築支援](#)
 - ◆ [Web・コンテンツ制作](#)
 - ◆ [LLMO/SEO記事制作・作成代行](#)
 - ◆ [ホワイトペーパー・Ebook制作](#)
 - ◆ [導入事例制作](#)
 - ◆ [LP（ランディングページ）制作](#)
 - ◆ [オウンドメディア制作](#)
 - ◆ [Webサイト分析・解析代行](#)
- [メディア・広告プランニング](#)
- [HubSpot導入・活用支援](#)
- [ブランドローカライズ](#)

SEDesign

会社名	株式会社SEデザイン
所在地	〒160-0006 東京都新宿区舟町5 SE舟町ビル
創業	昭和60年（1985年）12月
設立	平成18年（2006年）10月
資本金	30百万円

＼お気軽にご相談ください！／

Webサイト

お問い合わせ

