

Survey Report

MAツール導入に関する アンケート調査報告書



調査概要

テーマ	MAツールについての調査
調査手法	オンラインリサーチ
本調査対象条件	以下条件にて対象者を抽出 1) 20-69歳男女 2) 会社員、会社経営・役員 3) 職種：マーケティング系
総回収数	本調査 415ss
回収内訳	割付なし
調査時期	2022年6月3日（金）～2022年6月7日（火）



調査項目

設問番号	設問内容	形式
SC1	年齢	NUM
SC2	居住地	単一回答
SC3	職業	単一回答
SC4	業種	単一回答
SC5	職種	単一回答
SC6	職位	単一回答
Q1c1	マーケ課題（複数回答）	複数回答
Q1c2	マーケ課題（単一回答）	単一回答
Q2	マーケ課題を解決するための問題	複数回答
Q3	取り組んでいるデジマ分野	複数回答
Q4	MAツール利用状況	単一回答
Q5	MAツール導入予定	単一回答
Q6c1	MAツール導入目的（複数回答）	複数回答
Q6c2	MAツール導入目的（単一回答）	単一回答
Q7c1	MAツール導入重視点（複数回答）	複数回答
Q7c2	MAツール導入重視点（単一回答）	単一回答
Q8	使いこなせていない機能	複数回答
Q9	MAツールへの不満	複数回答
Q10	ツールにかかる年間費用	単一回答

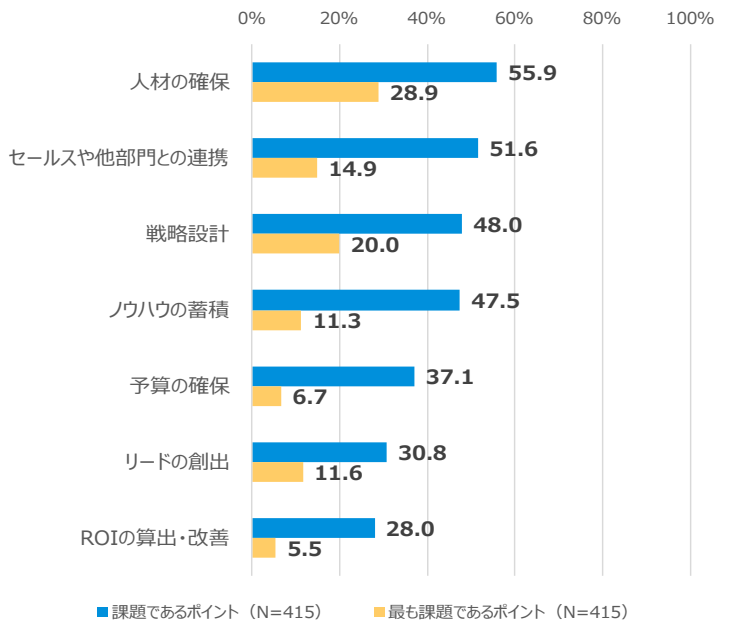


summary.1

マーケティング業務の課題

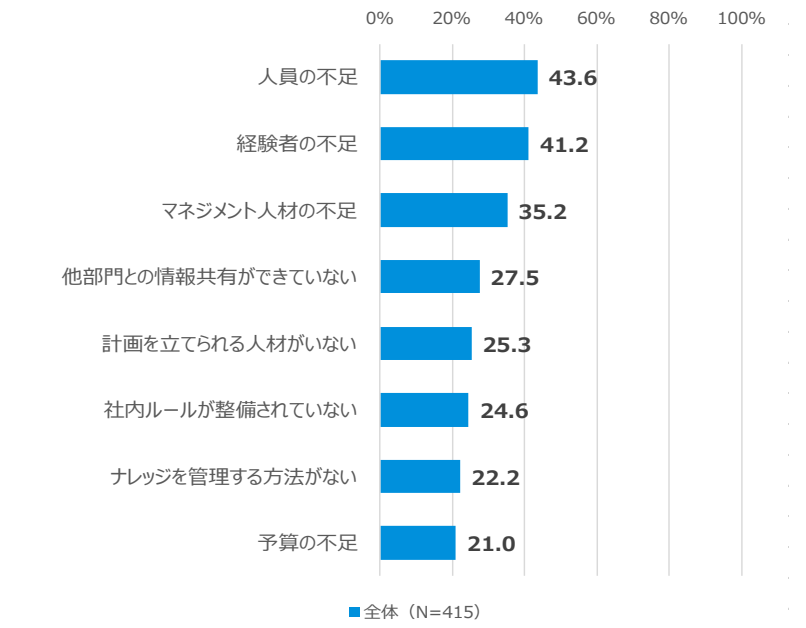
- 認識されている課題は**人材確保**、**戦略設計**、**他部門連携**の3点。
- 適切な人材の不足が大きな問題と認識されている。

- ▼Q1. マーケティング業務の課題 [複数回答/単一回答]
- 【ベース：全員】



※項目の並び順は複数回答の結果をもとに降順ソート

- ▼Q2. マーケティング業務の課題を解決するための問題 [複数回答]
- 【ベース：全員】



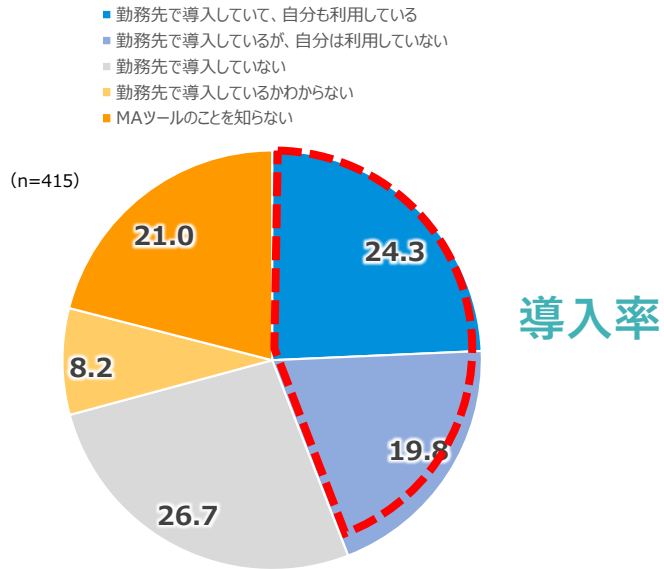
※回答率20%以上の項目をピックアップし降順にソート (単位：%)

summary.2

MAツールの利用状況

- 勤務先でのMAツール導入率は**44.1%**。
- 人材不足との関係もあるのか「業務の効率化」を目的とした導入が多い。

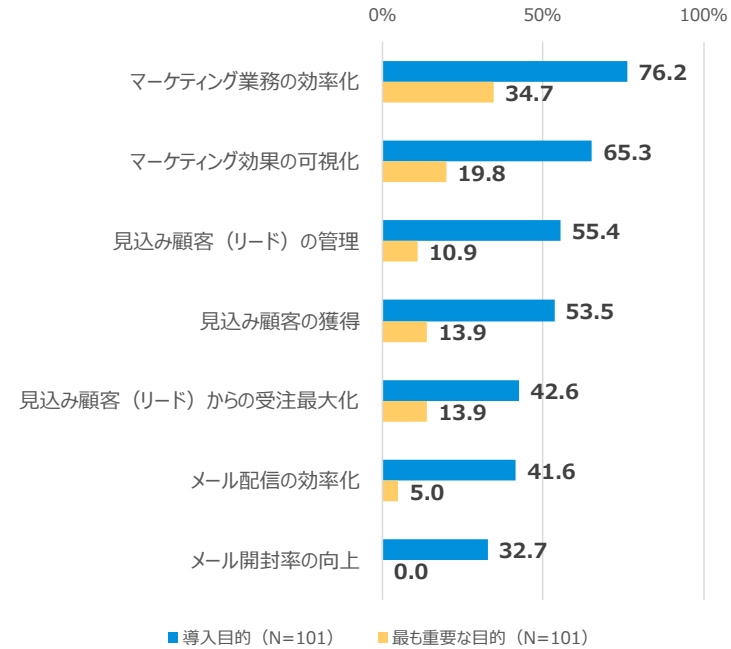
- ▼Q4. MAツール利用状況 [単一回答]
- 【ベース：全員】



導入率: **44.1%**

利用率: **24.3%**

- ▼Q6. MAツール導入目的 [複数回答/単一回答]
- 【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は複数回答の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

summary.3 MAツール利用での課題

- 使いやすさを重視して導入しているにも関わらず使い方への不満が大きい。
- 使いこなせていない要因の1つは機能の豊富さで、他ツールとの連携（SFA/CRM連携）への不満も見られる。

▼Q7/Q8/Q9【ベース：MAツール利用者】
(N=101)

	Q7.導入時の重視点 (複数回答)	Q9.ツールへの不満 (複数回答)	Q8.使いこなせていない機能 (複数回答)
1	使いやすさ 61.4	使い方が難しい 34.7	見込み顧客の管理機能 31.7
2	費用 60.4	他のツールと連携できない 22.8	Webアクセス解析機能 29.7
3	機能の豊富さ 55.4	費用が高い 21.8	LP作成機能 25.7
4	UIの良さ 34.7	機能が多くて煩雑 19.8	SFA/CRM連携 23.8
5	同業他社などの導入実績 19.8	逆にタスクが増えた 17.8	メール配信機能 14.9

※Q7,Q8,Q9の上位5項目のみ記載

(単位：%)

各設問の結果

- 各設問ごとの結果を記載しています。
- 集計は全体/年代別/エリア別/勤務先での立場別で行っています。

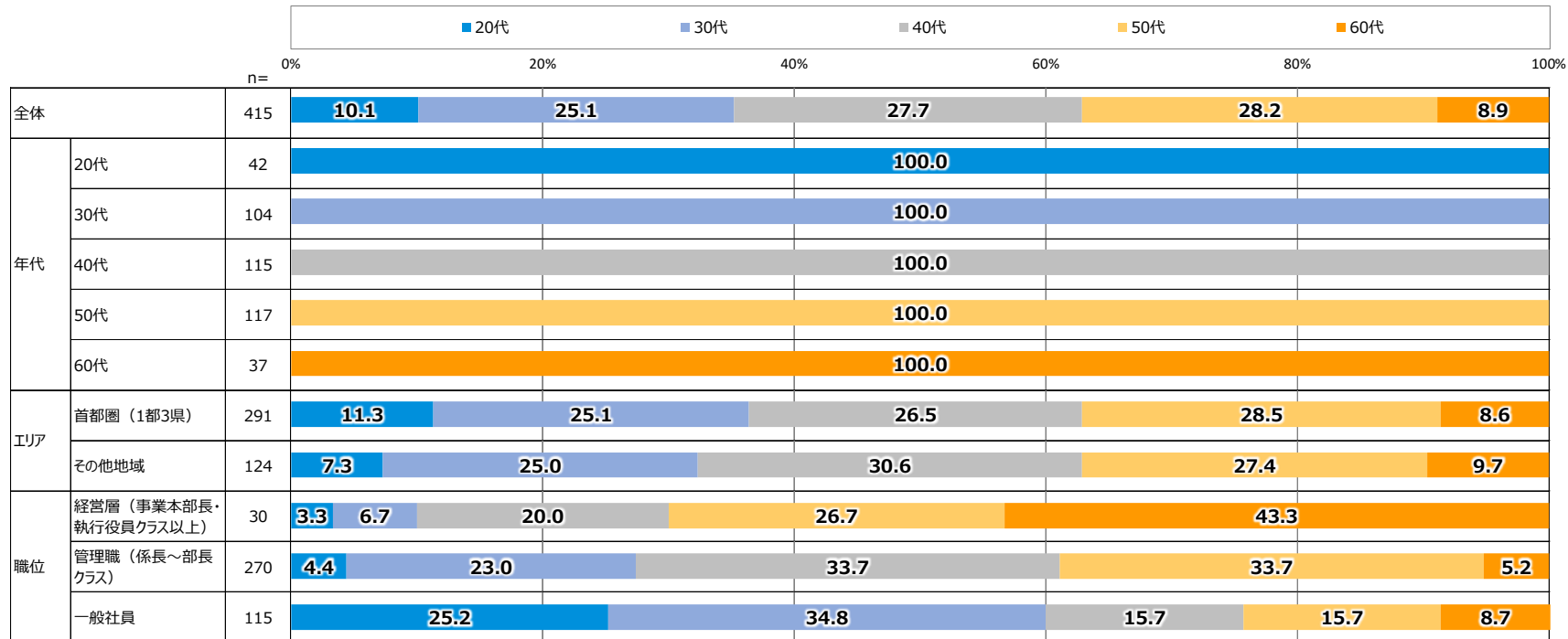
survey.1

年齢

■最も多い年代は「50代」で全体の28.2%、次いで「40代」の27.7%である。

SC1.あなたの年齢をお知らせください。[NUM]

【ベース：全員】



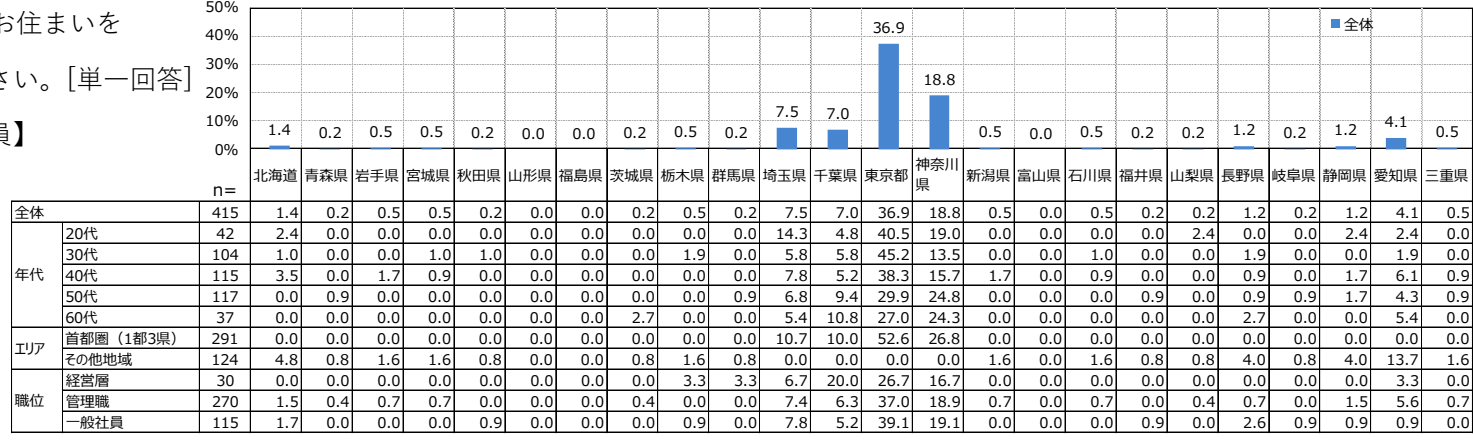
(単位：%)

survey.2

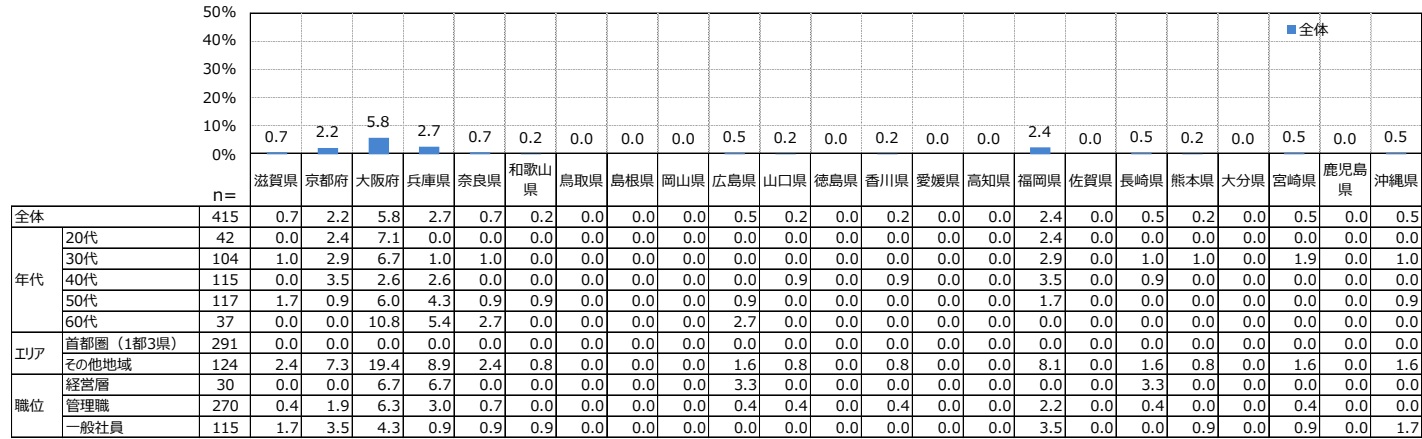
居住地

■最も多い回答は「東京都」で、首都圏（1都3県）が全体の約7割を占めている。

SC2.あなたのお住まいを
お知らせください。[単一回答]
【ベース：全員】



	n=	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	
全体	415	1.4	0.2	0.5	0.5	0.2	0.0	0.0	0.2	0.5	0.2	7.5	7.0	36.9	18.8	0.5	0.0	0.5	0.2	0.2	1.2	0.2	1.2	4.1	0.5	
年代	20代	42	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	4.8	40.5	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	2.4	2.4	0.0	
	30代	104	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	5.8	5.8	45.2	13.5	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	
	40代	115	3.5	0.0	1.7	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.8	5.2	38.3	15.7	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	1.7	6.1	0.9	
	50代	117	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	6.8	9.4	29.9	24.8	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.9	0.9	1.7	4.3	0.9	
	60代	37	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	5.4	10.8	27.0	24.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	5.4	0.0	
エリア	首都圏（1都3県）	291	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.7	10.0	52.6	26.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	その他地域	124	4.8	0.8	1.6	1.6	0.8	0.0	0.8	1.6	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	1.6	0.8	0.8	4.0	0.8	4.0	13.7	1.6	
職位	経営層	30	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3	6.7	20.0	26.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0
	管理職	270	1.5	0.4	0.7	0.7	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	7.4	6.3	37.0	18.9	0.7	0.0	0.7	0.0	0.4	0.7	0.0	1.5	5.6	0.7	
一般社員	115	1.7	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	7.8	5.2	39.1	19.1	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	2.6	0.9	0.9	0.9	0.0	



	n=	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
全体	415	0.7	2.2	5.8	2.7	0.7	0.2	0.0	0.0	0.0	0.5	0.2	0.0	0.2	0.0	0.0	2.4	0.0	0.5	0.2	0.0	0.5	0.0	0.5
年代	20代	42	0.0	2.4	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	104	1.0	2.9	6.7	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	1.0	1.0	0.0	1.9	0.0	1.0
	40代	115	0.0	3.5	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.9	0.0	0.0	3.5	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50代	117	1.7	0.9	6.0	4.3	0.9	0.9	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
	60代	37	0.0	0.0	10.8	5.4	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
エリア	首都圏（1都3県）	291	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他地域	124	2.4	7.3	19.4	8.9	2.4	0.8	0.0	0.0	1.6	0.8	0.0	0.8	0.0	0.0	8.1	0.0	1.6	0.8	0.0	1.6	0.0	1.6
職位	経営層	30	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	管理職	270	0.4	1.9	6.3	3.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	0.0	0.4	0.0	0.0	2.2	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0
一般社員	115	1.7	3.5	4.3	0.9	0.9	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	0.9	0.0	0.9	0.0	0.9	1.7

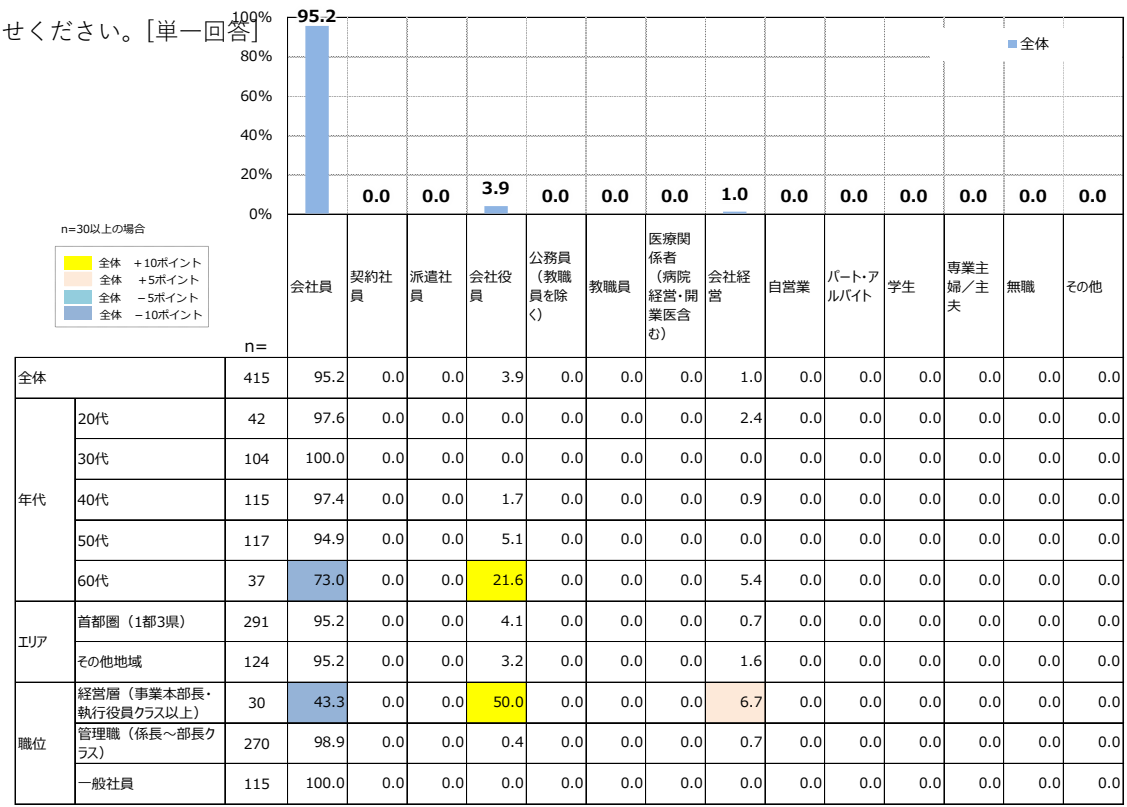
(単位：%)

survey.3

職業

■本調査対象者の条件は会社員/会社役員/会社経営であるが、「会社員」がほとんどを占めている。

SC3.あなたの職業をお知らせください。[単一回答]
【ベース：全員】



(単位：%)

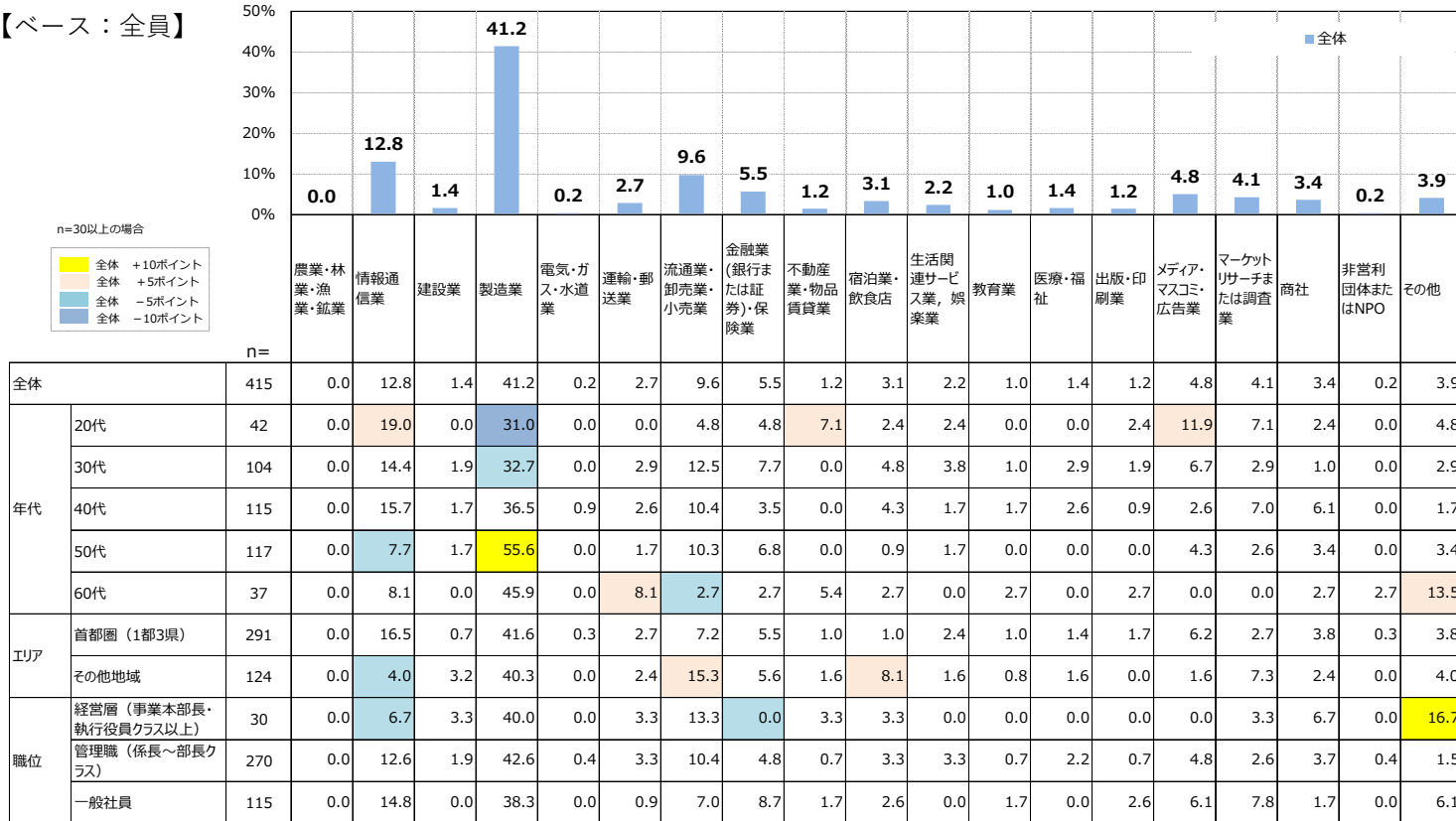
survey.4

業種

■最も多い回答は「**製造業**」の**41.2%**で突出している。これに続くのは「**情報通信業**」の**12.8%**、それ以外は全て**10%未満**である。

SC4.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、最もあなたと関わりが強いものをお知らせください。[単一回答]

【ベース：全員】



(単位：%)

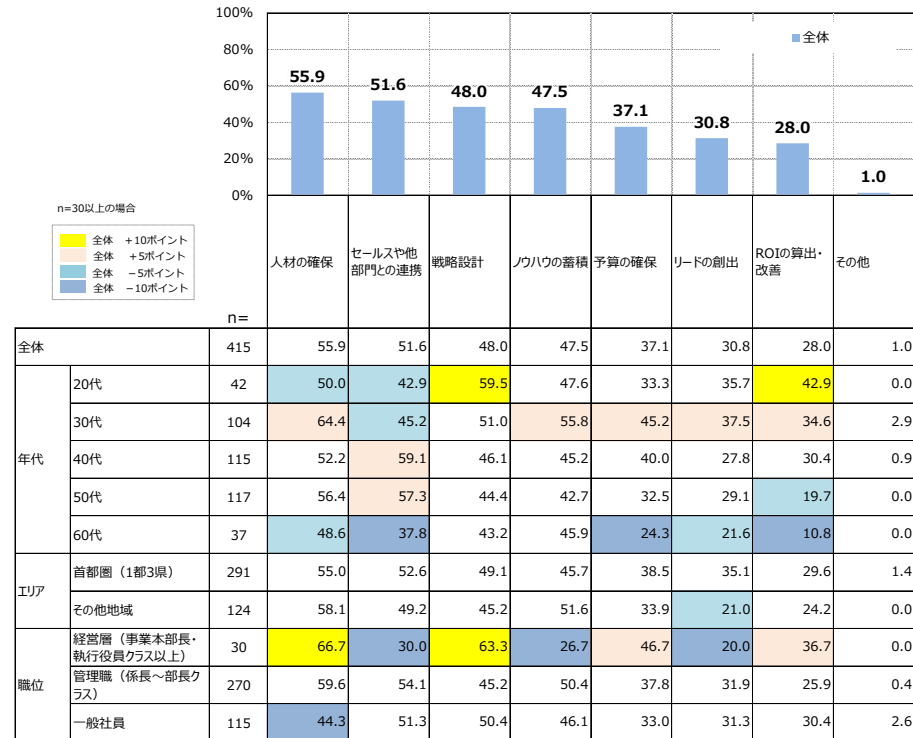
survey.5

マーケ課題（複数回答）

- 上位回答は「人材の確保」「セールスや他部門との連携」で50%を超えている。さらに「戦略設計」「ノウハウの蓄積」が40%以上となっている。

Q1.あなたが関与しているマーケティング業務において課題となっていることを全てお知らせください。また、その中で最も課題となっているものを1つお知らせください。[複数回答]

【ベース：全員】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

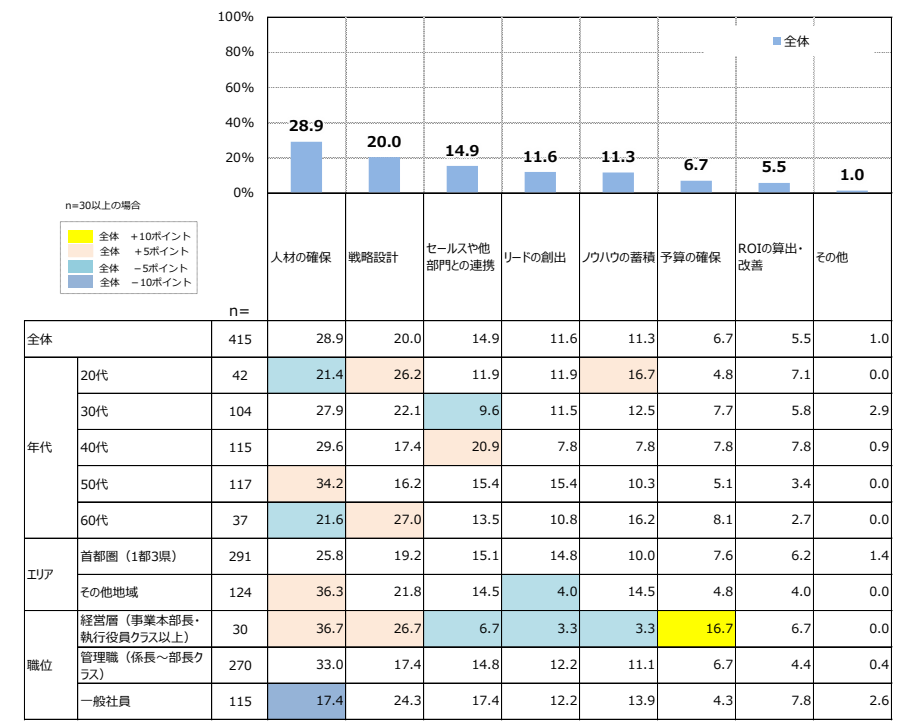
survey.6

マーケ課題（単一回答）

- 上位回答は「人材の確保」「戦略設計」で複数選択での回答結果と同様であるが、「人材の確保」にやや回答が集中している他は回答が分散している。

Q1.あなたが関与しているマーケティング業務において課題となっていることを全てお知らせください。また、その中で最も課題となっているものを1つお知らせください。[単一回答]

【ベース：全員】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

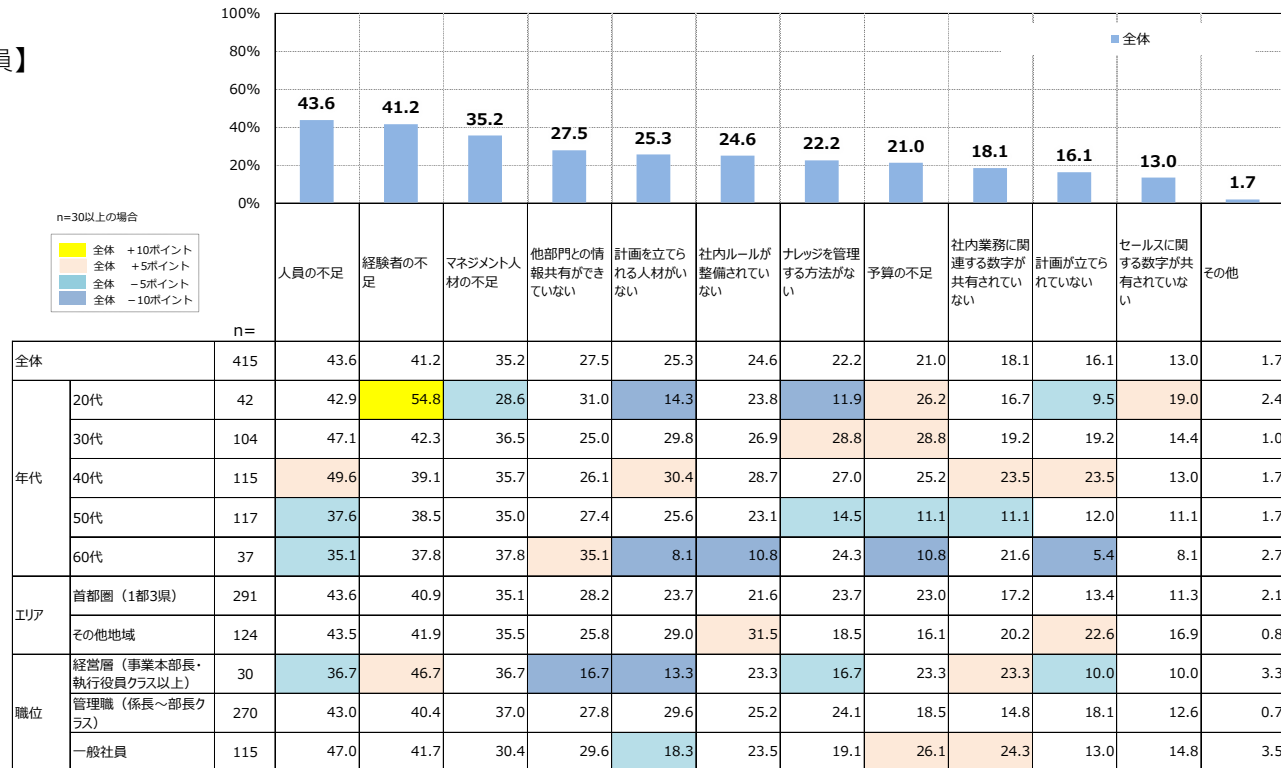
survey.7

マーケ課題を解決するための問題

- 上位3項目は「人員の不足」「経験者の不足」「マネジメント人材の不足」となっており、人材不足が最大の課題であると考えてよさそうだ。

Q2.マーケティング業務における課題を解決するためにどのような問題がありますか。あてはまるものを全てお知らせください。[複数回答]

【ベース：全員】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

survey.8

取り組んでいるデジマ分野

- 上位回答は「Web広告」「SNSマーケティング」でそれぞれ40%を超えているが、「マーケティングオートメーション」については27.7%にとどまっている。
- エリア別にみるとその他地域は「SNSマーケティング」がやや高く、「メールマーケティング」「マーケティングオートメーション」がやや低い。

Q3. 自社で取り組んでいるデジタルマーケティングの分野としてあてはまるものを全てお知らせください。[MA]

【ベース：全員】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

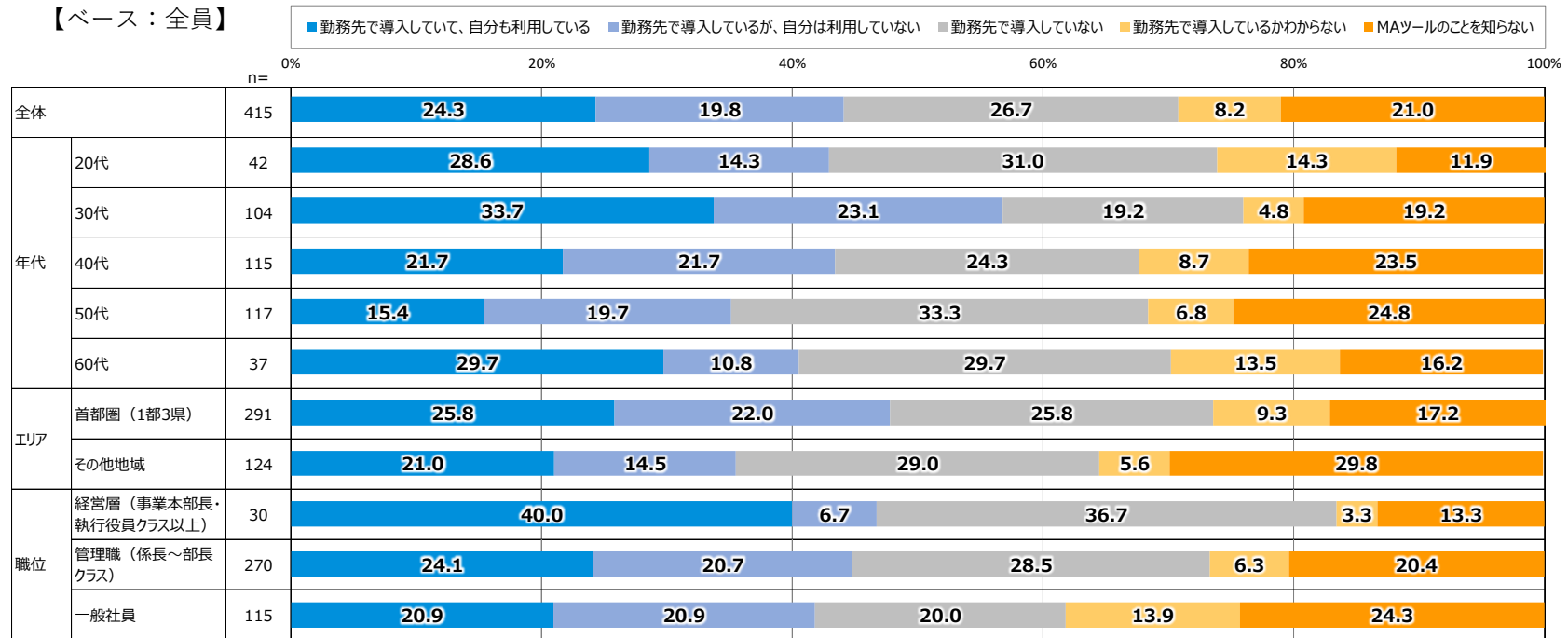
(単位：%)

survey.9

取り組んでいるデジマ分野

- 「勤務先で導入していて、自分も利用している」と回答したのは全体の24.3%で、勤務先での導入率は44.1%である。
- エリア別にみると勤務先での導入率が首都圏では47.8%であるのに対してその他地域では35.5%、「MAツールのことを知らない」と回答したのがその他地域では29.8%と、地域差が見られる。

Q4.あなたの勤務先ではMA（マーケティングオートメーション）ツールを利用していますか。[単一回答]



(単位：%)

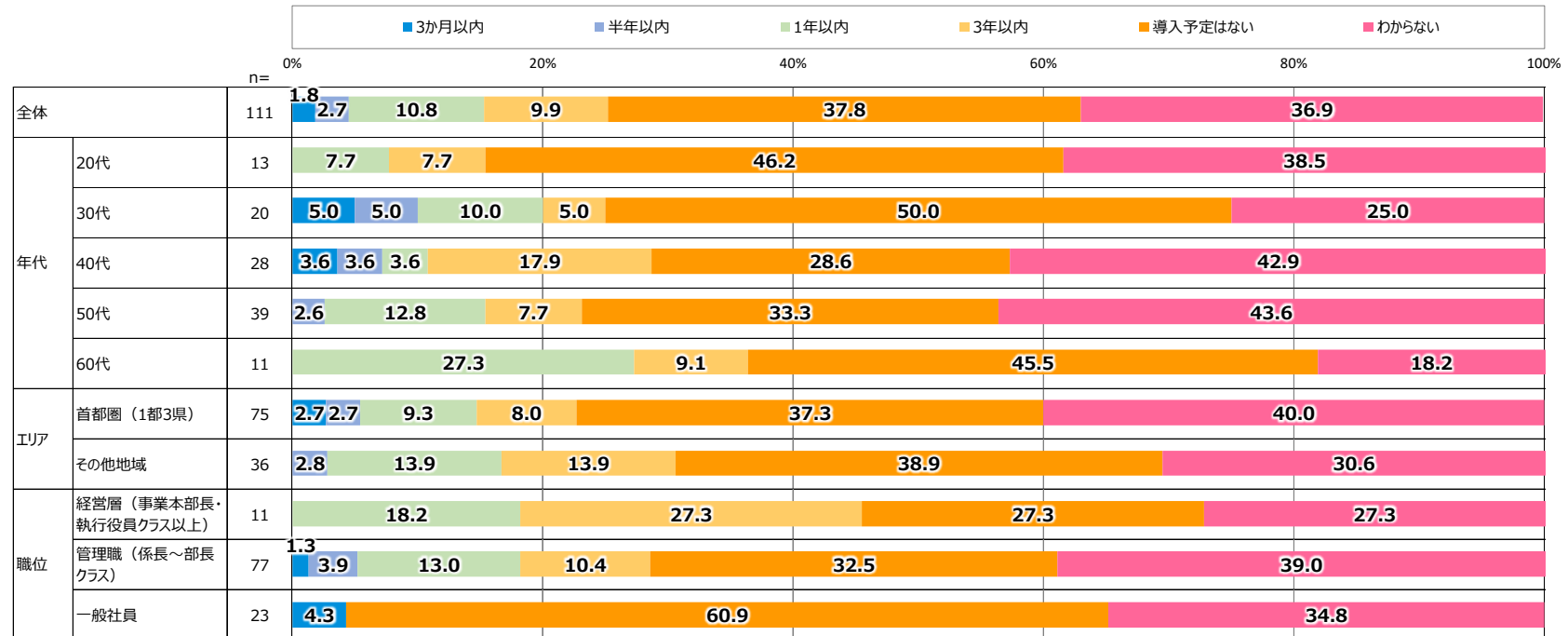
survey.10

MAツール導入予定

- 現在MAツールを導入していないと回答した中で今後導入予定があると回答したのは25.2%。導入予定がある場合でも「1年以内」「3年以内」がそれぞれ10%程度と多く、比較的長めの期間をみての予定であることがわかる。

Q5.あなたの勤務先で今後MAツールを導入する予定はありますか。[単一回答]

【ベース：MAツール非導入者】



(単位：%)

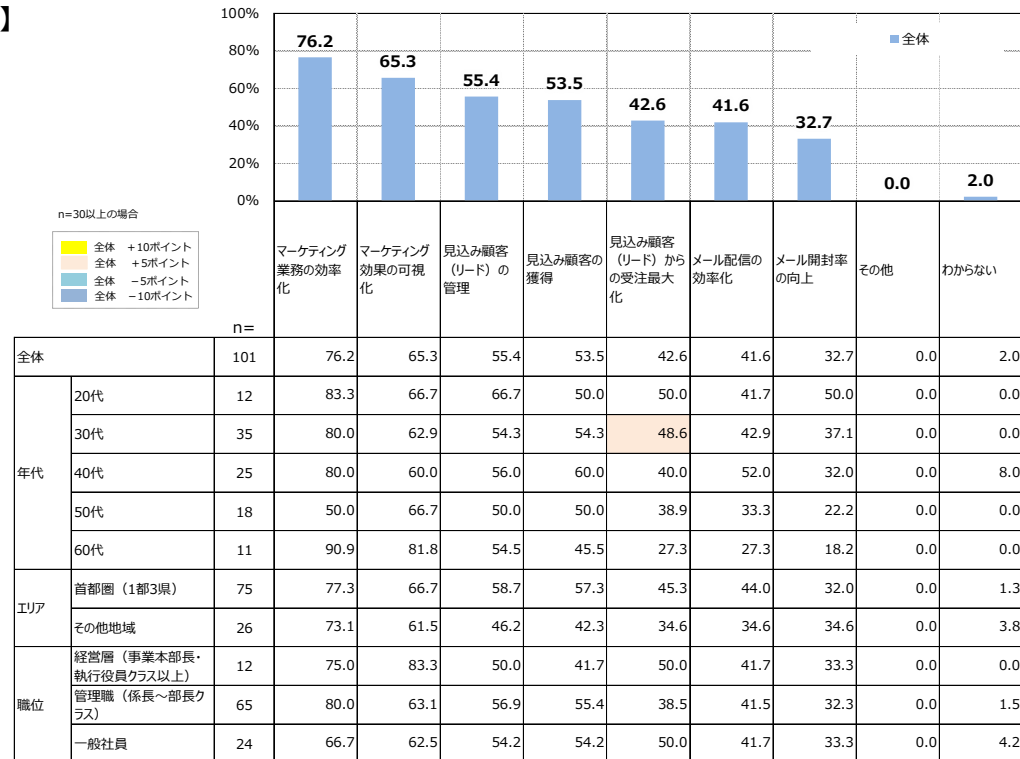
survey.11

MAツール導入目的（複数回答）

- 上位2項目は「マーケティング業務の効率化」「マーケティング効果の可視化」でそれぞれ7割近くを占めており、効率化や効果の可視化が重要なキーワードであると理解できる。

Q6.あなたの勤務先がMAツールを導入した目的としてあてはまるものを全てお知らせください。また、その中で特に重要な目的を1つだけお知らせください。[複数回答]

【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

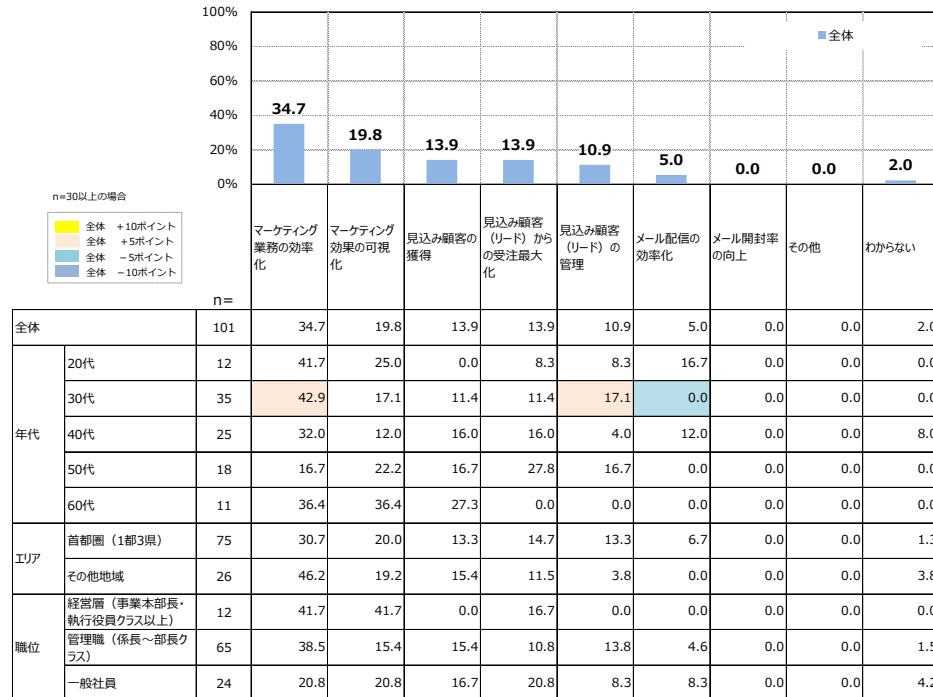
survey.12

MAツール導入目的（単一回答）

- 「マーケティング業務の効率化」が34.7%で最も多い回答となっており、他に比べて突出している。先述のようにマーケティング課題の解決に対して人材不足が問題となっているならば、少ない人員で業務を行えるようMAツールで効率化することを期待しているのではないかと推測できる。

Q6.あなたの勤務先がMAツールを導入した目的としてあてはまるものを全てお知らせください。また、その中で特に重要な目的を1つだけお知らせください。[単一回答]

【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

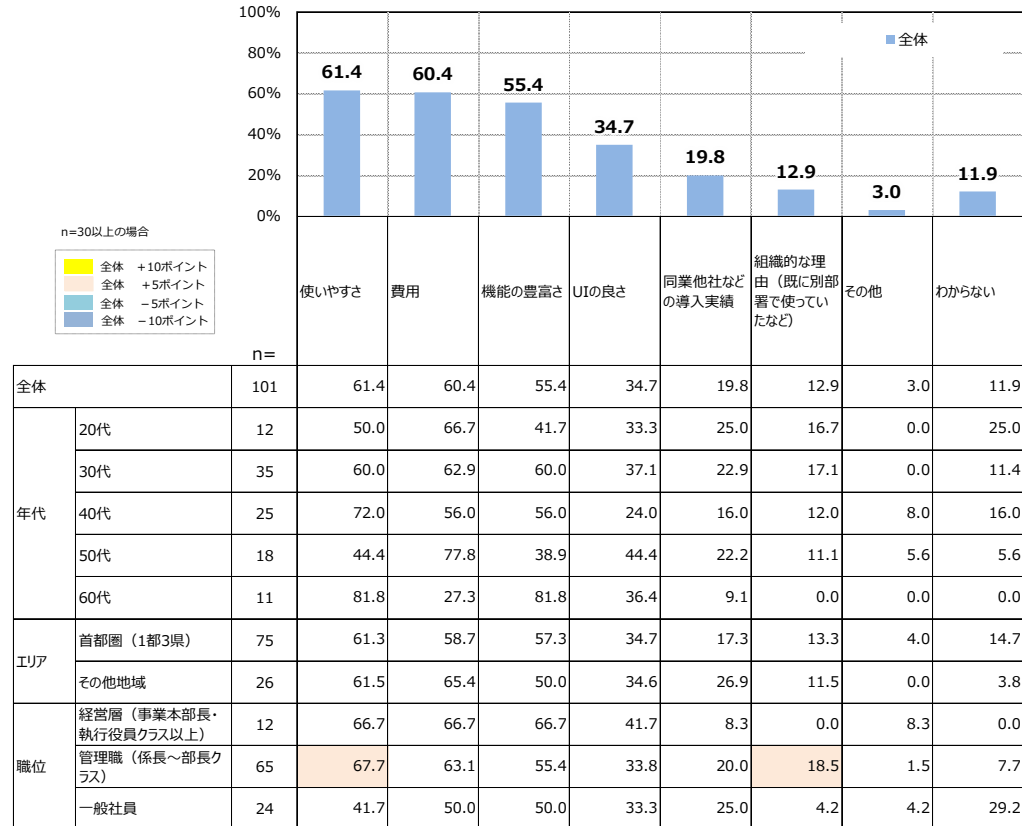
survey.13

MAツール導入重視点（複数回答）

- 「使いやすさ」「費用」「機能の豊富さ」の3項目に回答が集中している。

Q7.MAツール導入時に重視した判断材料としてあてはまるものを全てお知らせください。また、その中で最も重視したものを1つだけお知らせください。[複数回答]

【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

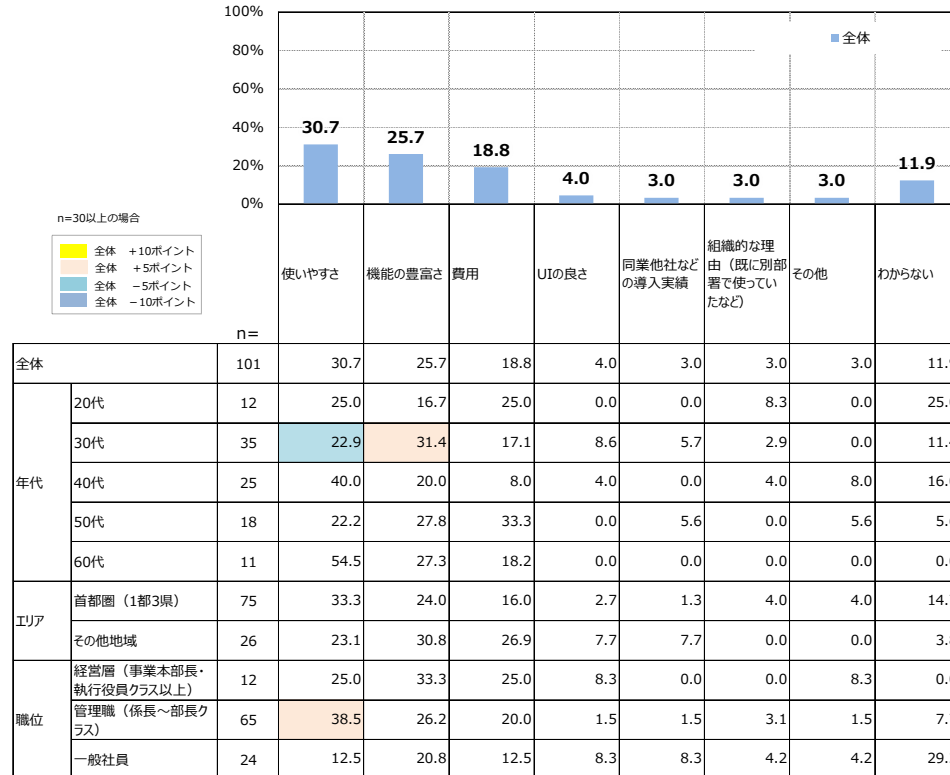
survey.14

MAツール導入重視点（単一回答）

- 最も多い回答は「使いやすさ」で30.7%である。何を以て使いやすそうだと判断するのか、感覚的な要素も大きいだけにこの点を深掘して理解することが重要なポイントになりそうである。

Q7.MAツール導入時に重視した判断材料としてあてはまるものを全てお知らせください。また、その中で最も重視したものを1つだけお知らせください。[単一回答]

【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

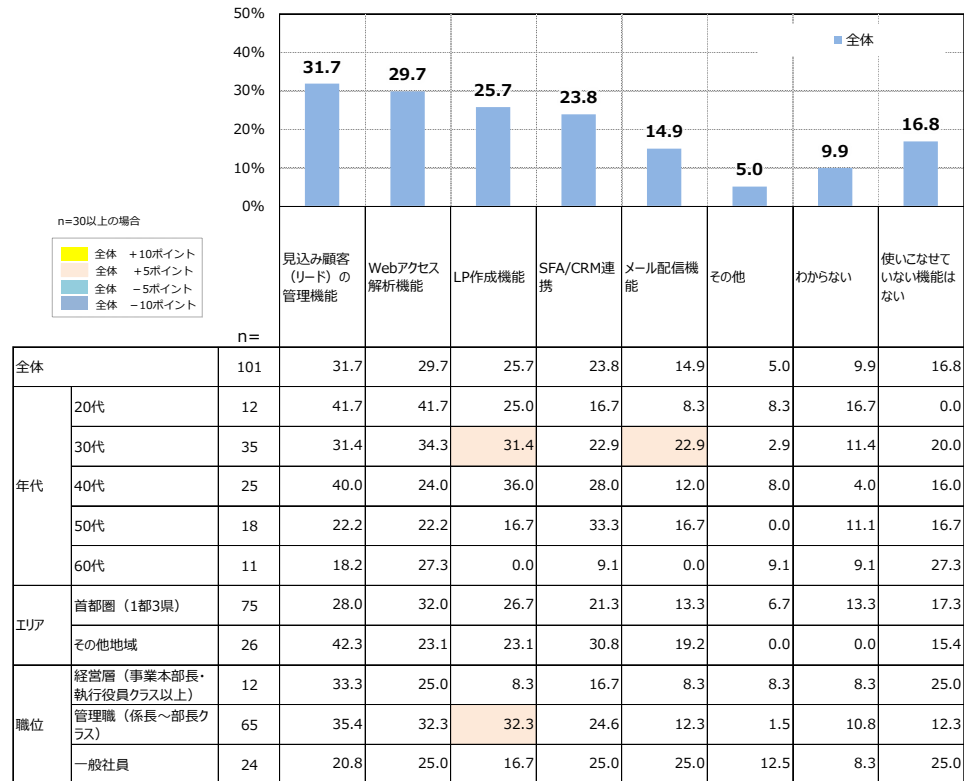
survey.15

使いこなせていない機能

- 先の設問では豊富な機能を求める意見が多いことがわかったが、この設問の結果をみると使いこなせていない機能は多いようだ。

Q8.あなたの勤務先で使いこなせていないMAツールの機能はありますか。[複数回答]

【ベース：MAツール利用者】



※項目の並び順は全体の結果をもとに降順ソート

(単位：%)

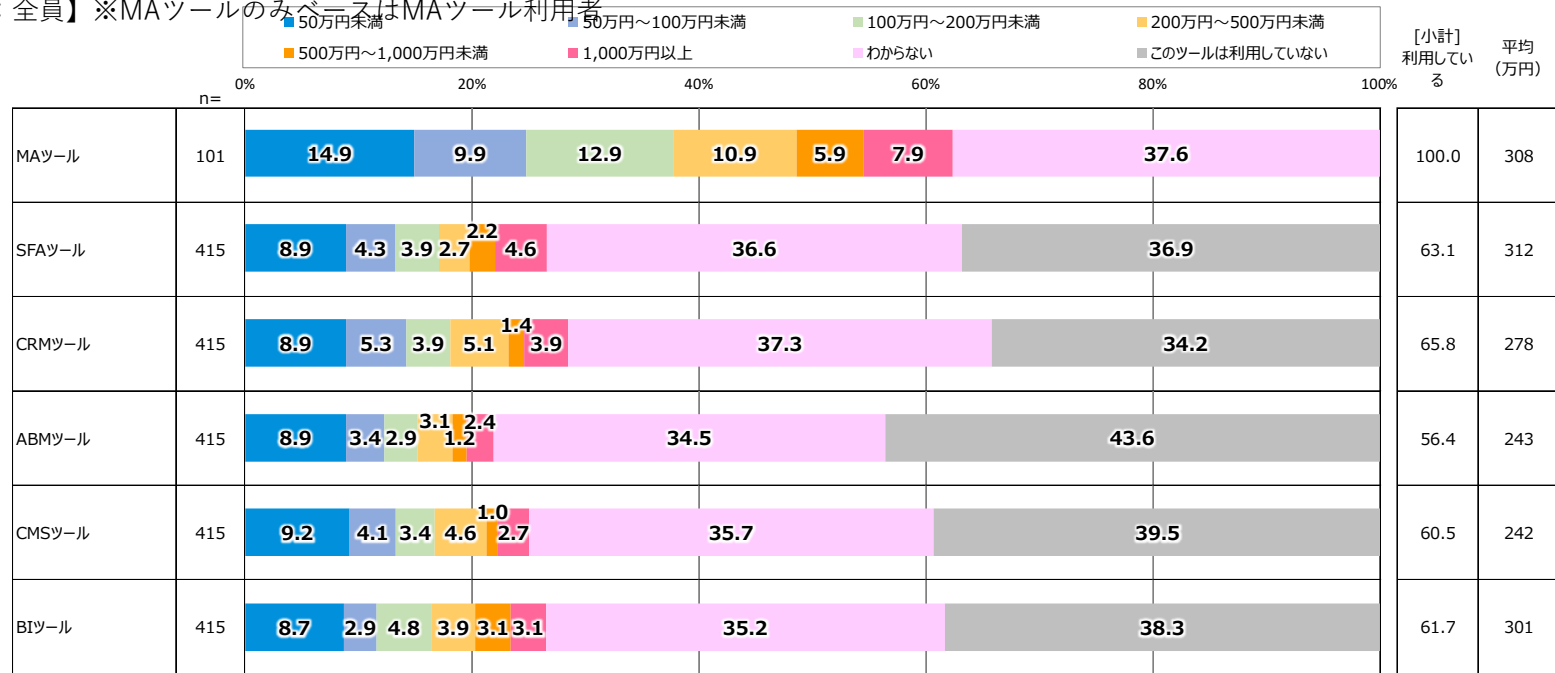
survey.16

ツールにかかる年間費用

- MAツールにかかる年間費用は平均308万円で、これはSFAツール（312万円）に次ぐ金額。
- MAツール以外で最も利用率が高いのはCRMツール（65.8%）、次いでSFAツール（63.1%）である。

Q10.以下に挙げる各種ツールについてあなたの勤務先では年間どのくらいの費用（人件費を除く）をかけていますか。それぞれについてお知らせください。[単一回答]

【ベース：全員】※MAツールのみベースはMAツール利用者



※[小計]利用している：「50万円未満」～「1,000万円以上」と回答した割合の合計

※平均：加重平均により算出

(単位：%)

COMPANY PROFILE

会社概要

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

設立 平成18年10月2日

資本金 30百万円

従業員数 21名（2026年3月現在）

事業内容

下記のサービス提供を含むBtoBマーケティング支援事業

- ・LLMO診断・伴走支援
- ・コンテンツマーケティング支援
- ・HubSpot導入・運用支援
- ・メディア・広告プランニング
- ・ブランドローカライズ

SEDesign

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。

下記までお気軽にお問い合わせください。

TEL

03-5362-3710

MAIL

sales@sedesign.co.jp