

これからのマーケター成長の為に 求められる要件とは

速報版



目次

0. はじめに	1
1. 調査の概要	2
2. 調査結果（共通質問）	3
3. 調査結果（上司の方向け質問）	12
4. 調査結果（若手の方向け質問）	17

0. はじめに

日本で「マーケティング」という言葉が注目され始めたのは、日本経済の成長が鈍化し、なかなか自社商品が売れにくくなったバブル崩壊後です。そのころに日本企業にマーケティング部門が増えはじめました。それから30年余りの間、世の中には様々なマーケティング成功事例があふれ、数えきれないほどの手法・技法が生み出されてきました。本屋の棚には様々なマーケティング手法の本や、海外企業も含めた優秀な事例本が並んでいます。しかし、マーケティングに所謂「必勝法」というものは存在せず、マーケターの皆様共通の悩みの種となっています。

自社が競争の激化する市場で勝ち残るためには、各企業のマーケターの皆様が考え、工夫し、自社特有のマーケティングの勝ち方を見出していかなければならず、その為には、マーケターの皆様の成長が近道であり、不可欠でもあります。

我々、一般社団法人日本能率協会（JMA）は、日本のマーケターの方々の活動こそが日本の社会をより良く変え、素晴らしい未来を創り出すことができると信じています。そのためには、マーケターの方々が自己研さんを行うため、あるいは教育を受けさせるための指標が必要と考えました。

そこで、JMAでは、2015年12月に、マーケティング人材の成長、育成に関してWebアンケート調査を行いました。

本アンケートからは、マーケターの方々が将来必要になると考えているスキルやマインドをうかがい知ることができます。また、上司から部下の方々への期待／部下から上司の方々への期待を通じて、マーケターの成長に求められていることの一環が垣間見えます。

本アンケートにご協力いただいた方々は、日ごろから自身あるいは部下の成長について関心があり、一方で課題を感じておられる方が多いのではないかと考えております。そのような方々に本調査結果を読んでいただき、未来のマーケターとして育つ、あるいは育てるための道筋を描き、ありたいマーケター像に近づくために行動を起こす。そのためのきっかけとしていただければ幸いです。

2017年1月
一般社団法人日本能率協会
経営人材センター
マーケティング分野事務局

1.調査の概要

(1) 調査名称

一般社団法人日本能率協会 マーケティング分野アンケート

(2) 目的

マーケターの方が現在抱えている課題や必要としているスキルを明らかにすることで
未来のマーケターのあるべき姿を明らかにする

(3) 調査期間

2016年12月2日～12月29日(28日間)

(4) 調査の対象

一般社団法人日本能率協会マーケティング分野メルマガに登録している、研究開発、商品
企画、リサーチ、営業など、マーケティング業務を主とする部門に勤務する方

(5) 調査の方法

Web 調査

(6) 回答数

350人

(7) 回答者の属性

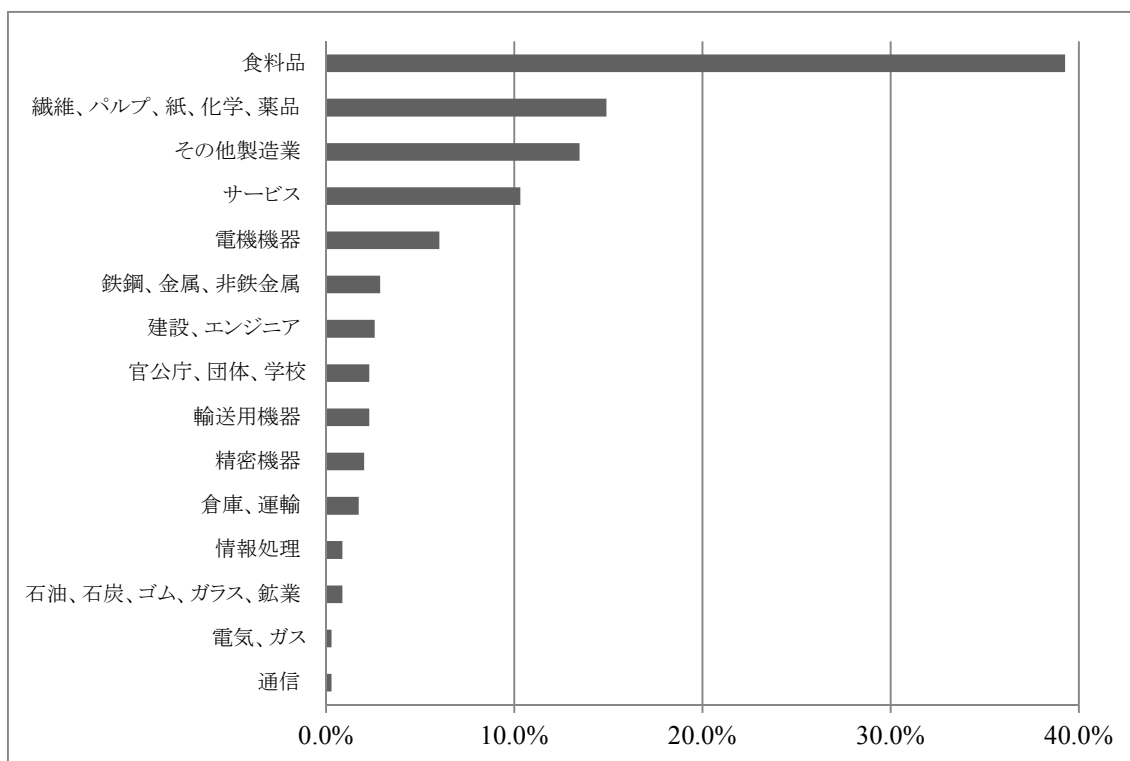
調査結果に記載

※本書は速報版ですので、発表は数字のみとしております。

最終版は本年度中に改めてご連絡させていただきます。

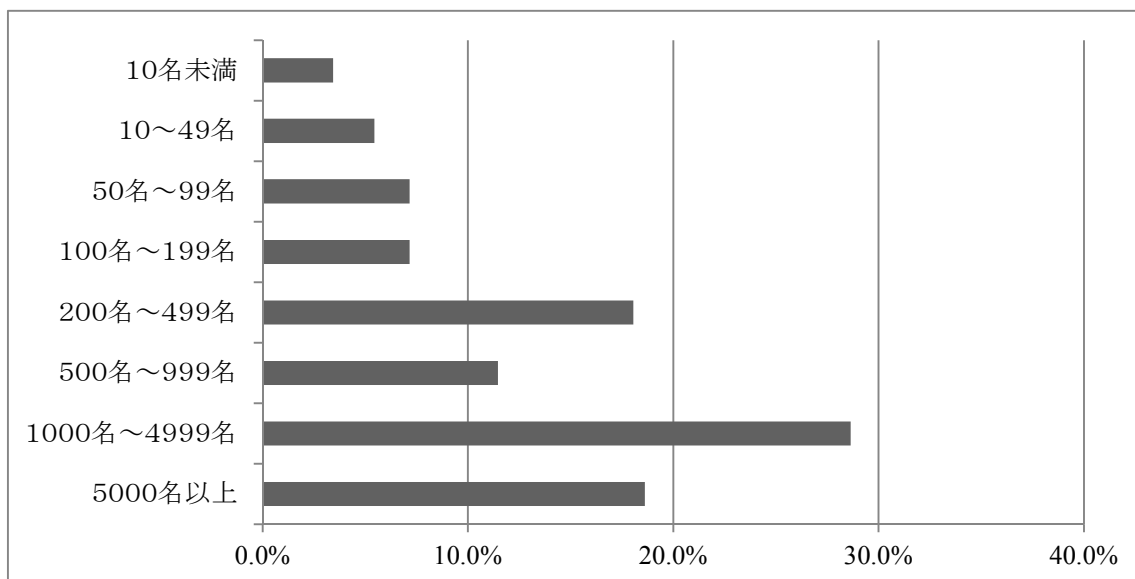
2.調査結果

問1 貴社の業種を教えてください。



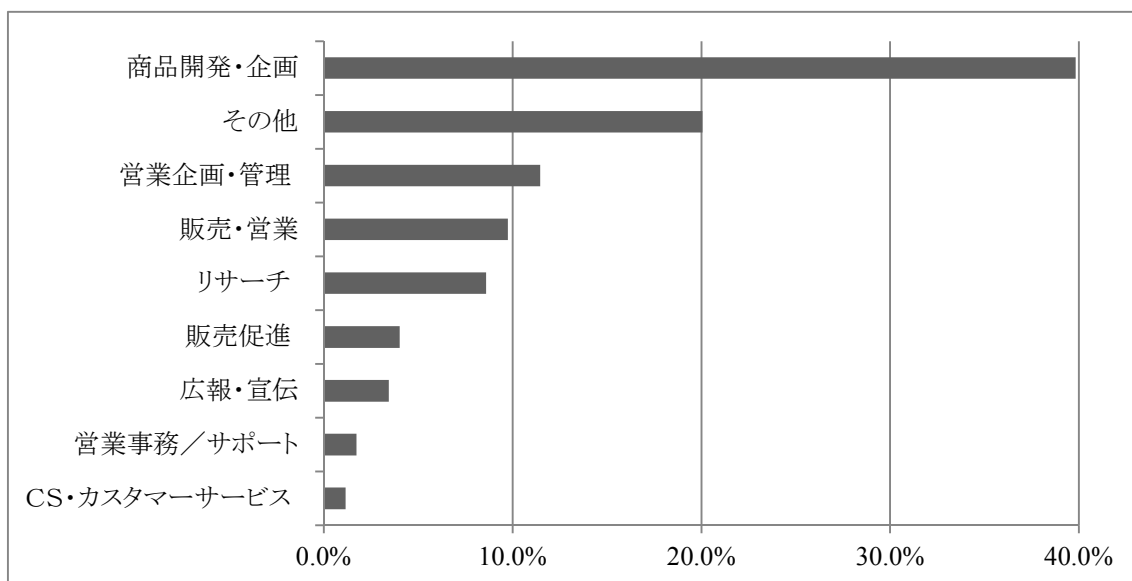
業種	割合 (%)
食料品	39.3%
繊維、パルプ、紙、化学、薬品	14.9%
その他製造業	13.5%
サービス	10.3%
電機機器	6.0%
鉄鋼、金属、非鉄金属	2.9%
建設、エンジニア	2.6%
輸送用機器	2.3%
官公庁、団体、学校	2.3%
精密機器	2.0%
倉庫、運輸	1.7%
石油、石炭、ゴム、ガラス、鉱業	0.9%
情報処理	0.9%
通信	0.3%
電気、ガス	0.3%

問2 貴社の従業員数を教えてください。



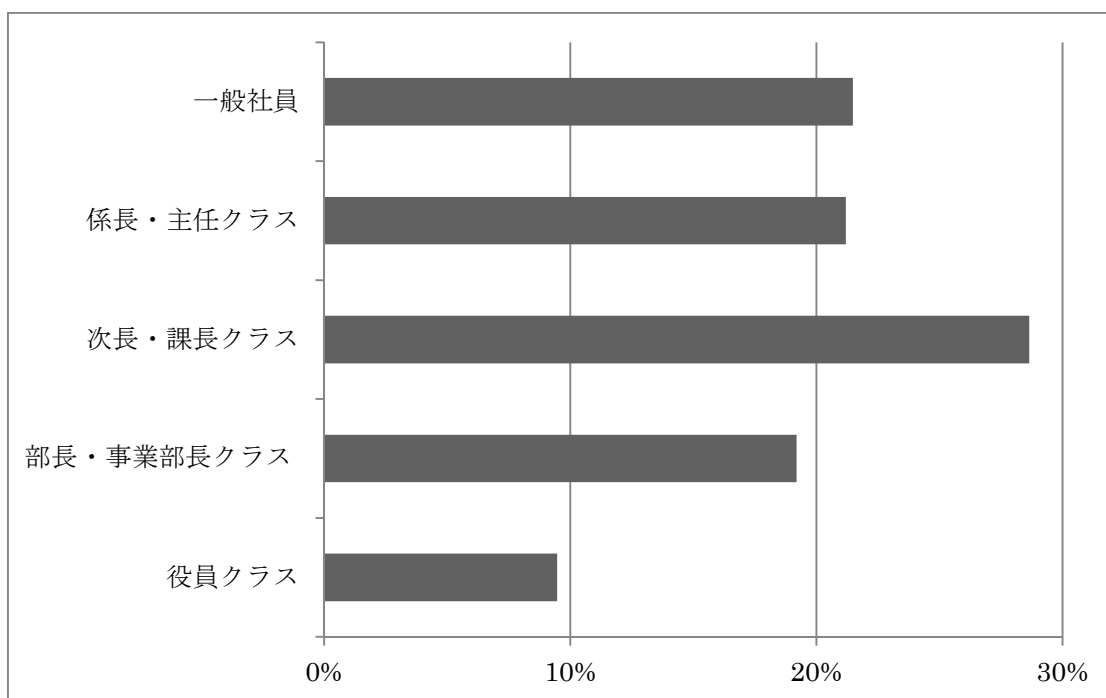
従業員数	割合 (%)
5000名以上	18.6
1000名～4999名	28.7
500名～999名	11.5
200名～499名	18.1
100名～499名	7.2
50名～99名	7.2
10～49名	5.4
10名未満	3.4

問3 貴殿の所属部門を教えてください。



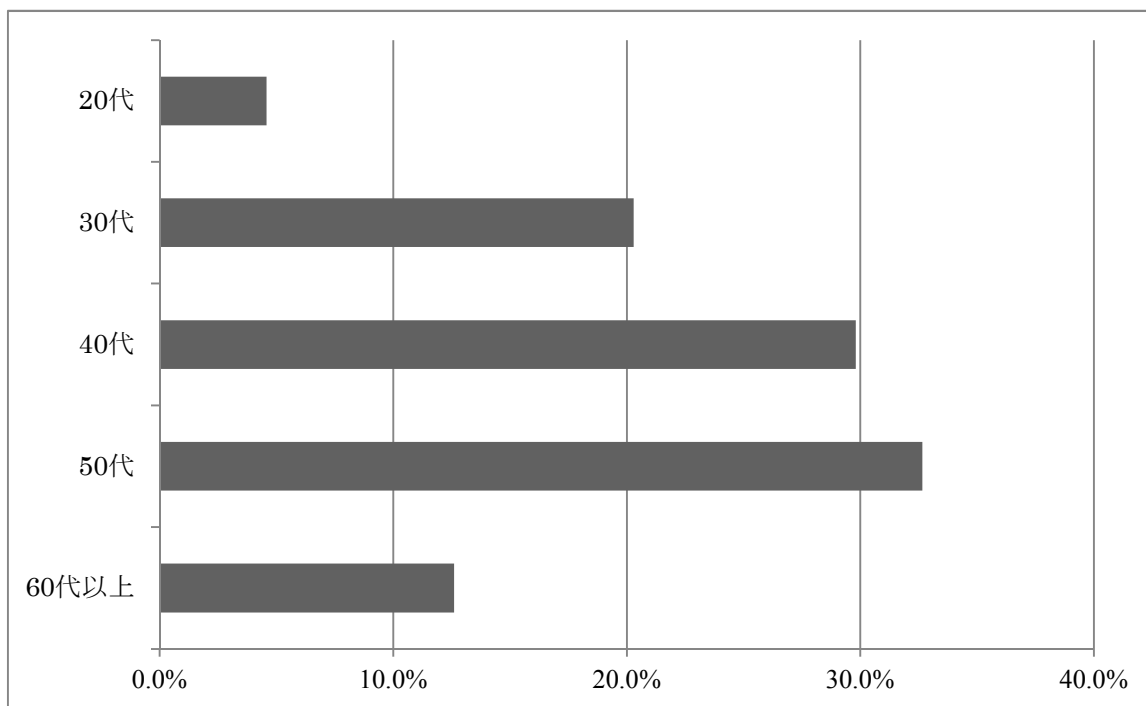
所属部門	割合 (%)
商品開発・企画	39.8
その他	20.1
営業企画・管理	11.5
販売・営業	9.7
リサーチ	8.6
販売促進	4.0
広報・宣伝	3.4
営業事務／サポート	1.7
CS・カスタマーサービス	1.2

問4 貴殿の役職を教えてください。



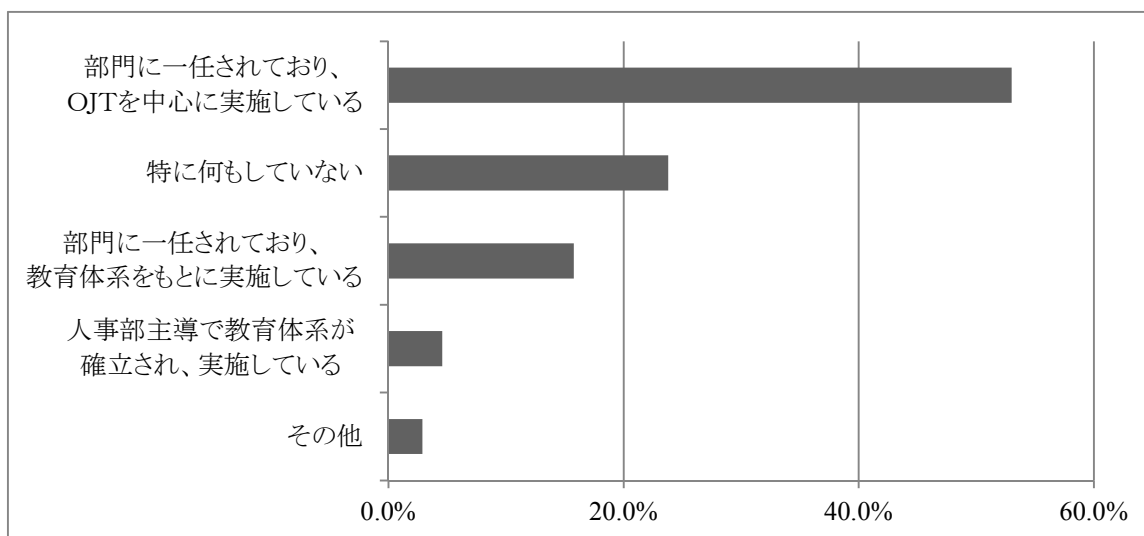
役職	割合 (%)
一般社員	21
係長・主任クラス	21
次長・課長クラス	29
部長・事業部長クラス	19
役員クラス	9

問5 貴殿の年齢を教えてください。



年齢	割合 (%)
20代	4.6
30代	20.3
40代	29.8
50代	32.7
60代以上	12.6

問 6-1 貴社では、マーケターの教育はどのように取り組まれていますか



教育体系	割合 (%)
部門に一任されており、OJTを中心に実施している	53.0
特に何もしていない	23.8
部門に一任されており、教育体系をもとに実施している	15.8
人事部主導で教育体系が確立され、実施している	4.6
その他	2.9

問 6-2 その他を選ばれた方は、どのような教育を行っているかお聞かせください(一部抜粋)

独自の育成体系に基づく Off-JT と OJT の組み合わせ

マーケティングに関する通信教育、書籍等を利用したり、店舗を決めて定点調査を行うなどしている。

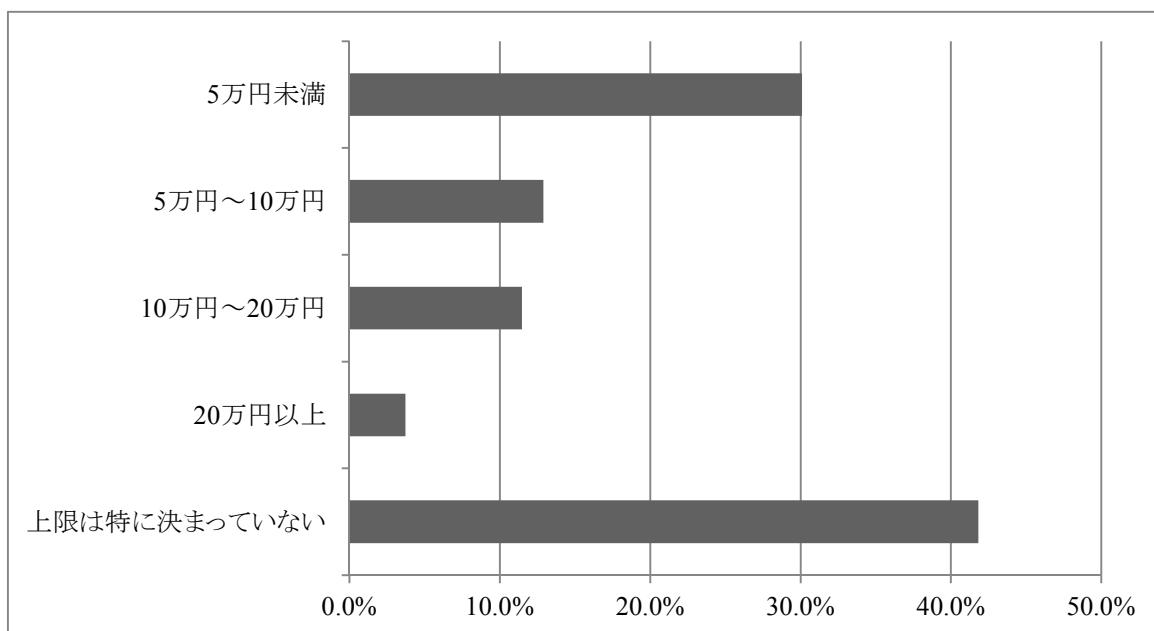
人事部主導ではなく グローバルで教育体制が確立している。

役員から新入社員まで階層別にプログラミングして実施。

教育できる人材がいない。また、役職者自身が教育の必要性を認識していない。

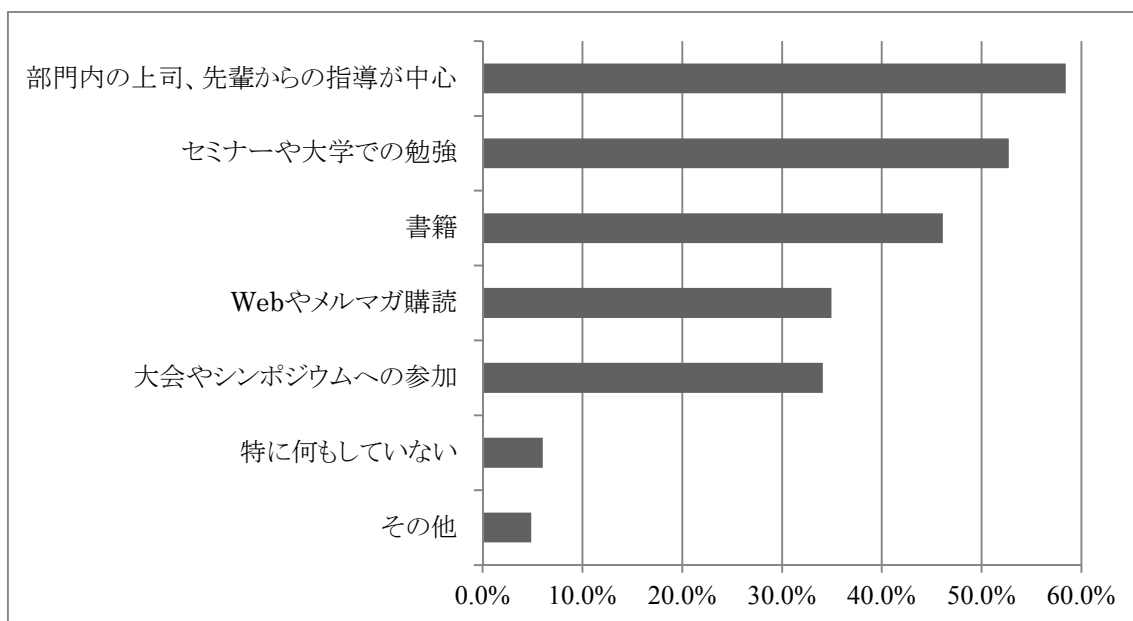
- ・ 各種外部セミナーに自主的に参加し部内共有を図る。
- ・ 実績例、効果検証、施策プロセスを部内共有を図る。

問7 マーケター一人あたりの人材教育にかかる金額は年間でおよそいくらですか。



年間の教育予算	割合 (%)
5万円未満	30.1
5～10万円	12.9
10万円～20万円	11.5
20万円以上	3.7
上限は特に決まっていない	41.8

問 8-1 どのように情報収集や専門性の向上を図っていますか。(複数選択可)



情報収集方法	割合 (%)
部門内の上司、先輩からの指導が中心	58.5
セミナーや大学での勉強	52.7
書籍	46.1
Web やメルマガ購読	35.0
大会やシンポジウムへの参加	34.1
特に何もしていない	6.0
その他	4.9

問 8-2 情報収集方法についてより具体的にお聞かせください。(一部抜粋)

日本能率協会、宣伝会議、日経新聞社

調査会社のメルマガ、健康産業新聞

販促会議・宣伝会議

雑誌「激流」、「食品商業」 Web「能率協会」「ロジスティクス協会」

スマートジャパン、環境ビジネス、P Veye

JMA、業界団体（新日本SM協会、ドラッグストア協会等）。

中小企業庁関係、県(技術センター等)関係 HP、日経、日刊工業など

日本民営鉄道協会HP、同業他社HP、沿線自治体HP、東洋経済オンライン

Response ・日経テクノロジー ・日経 BP

MDB へ問合せ

日本経済新聞、日経MJ、東洋経済、食糧新聞、食品新聞等業界紙

日経ビジネス ・各省庁、関係企業、リサーチ会社から配信されるメルマガ

MIX ONLINE

シンフォニーマーケティング株式会社、株式会社アペルザ

自動車技術会メルマガ、Wedge

LNEWS、流通ニュース、チェーンストア、激流 他

商売繁盛コラム

宣伝会議、販促会議、AdverTimes by 宣伝会議

日本食糧新聞、クックパッド、家計調査、展示会

ソフトブレン(株)メール、NPDジャパン

佐藤義典さんメルマガ 安部徹也さんメルマガ など

日経MJ他新聞記事、3分クッキング、TVガイド、MART など。

宣伝会議、マーチャンダイジング、日経 MD

WEB : yahoo 他 、競合各社 新聞 (一般紙、業界紙) 雑誌 (専門誌)

日経MJ、アドバタイムズ、ダイヤモンドオンライン、日経ビジネスオンライン、東洋経済オンライン、三菱総研(mif)メルマガ、チェーンストアエイジ、JMA マーケティングジャーナル、マーケティングホライズン 等

弊社が所属する工業会、大学との連携、市場調査資料 (MDB 閲覧) 他

宣伝会議、販促会議、NIKKEI DESIGN

Google アラート、トラベルジャーナル

pos データ メニュー解析 ウレコン

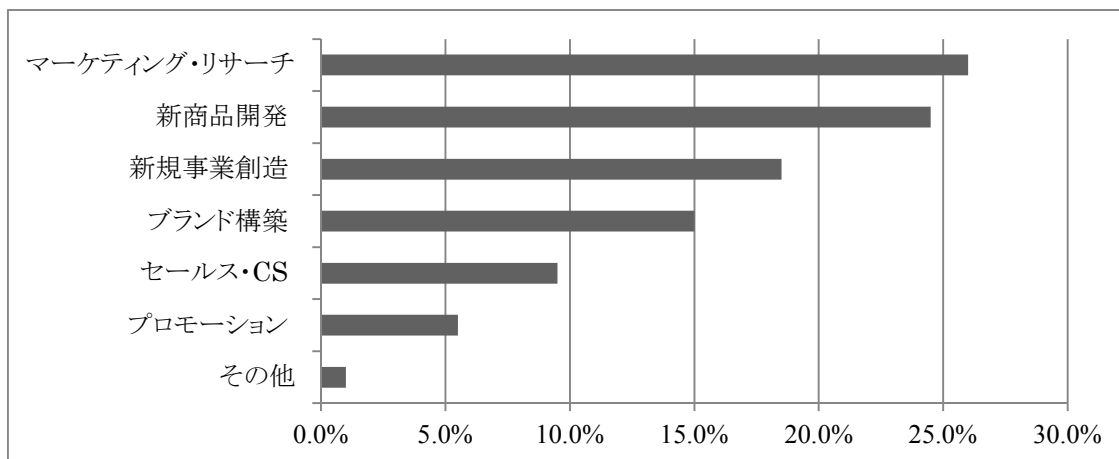
日経新聞、日本マーケティング協会のセミナー、日本能率協会のセミナー

日経トレンディ 繁盛飲食店実践会

3. 調査結果（上司の方向け質問）

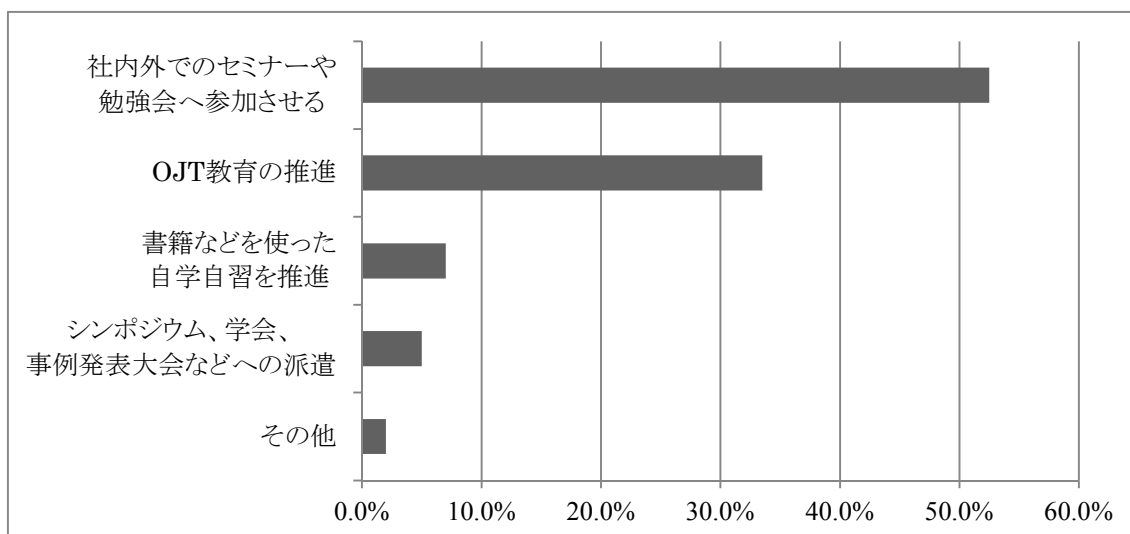
問 9-1 現在、若手マーケターに取り組ませている（取り組ませたい）

マーケティングテーマはどれですか。



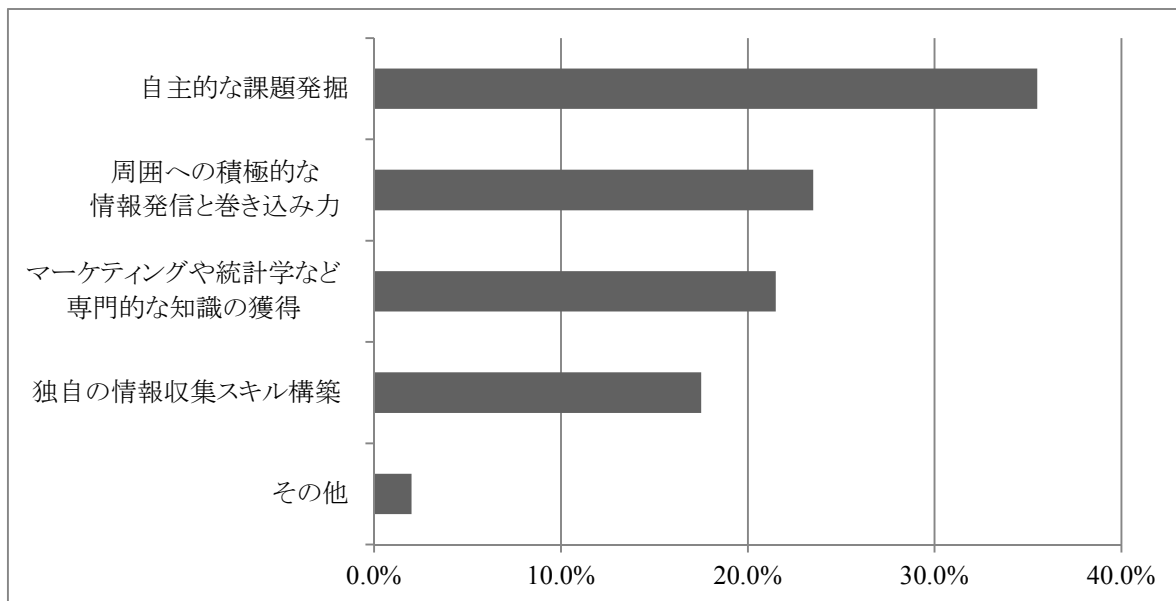
マーケティングテーマ	割合 (%)
マーケティング・リサーチ	26.0
新商品開発	24.5
新規事業創造	18.5
ブランド構築	15.0
セールス・CS	9.5
プロモーション	5.5
その他	1.0

問 10 若手マーケットの教育のために主に取り組んでいることはなんですか？



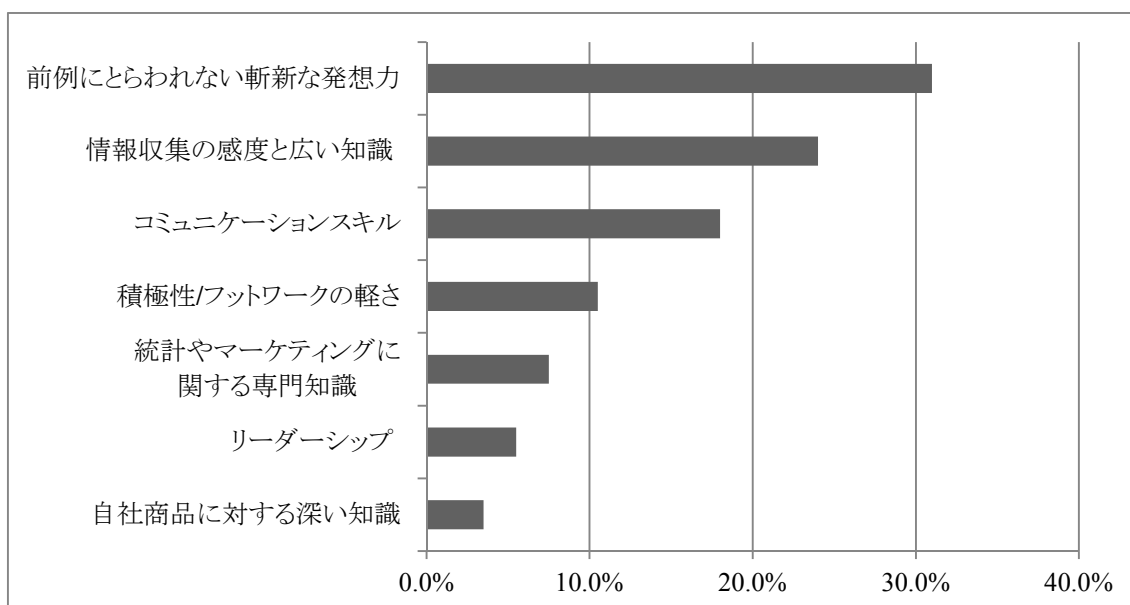
取り組んでいること	割合 (%)
社内外でのセミナーや勉強会へ参加させる	52.5
OJT教育の推進	33.5
書籍などを使った自学自習を推進	7.0
シンポジウム、学会、事例発表大会などへの派遣	5.0
その他	2.0

問 11 若手マーケティングがより成長するために、若手マーケティングに率先して行ってほしいことは何ですか。



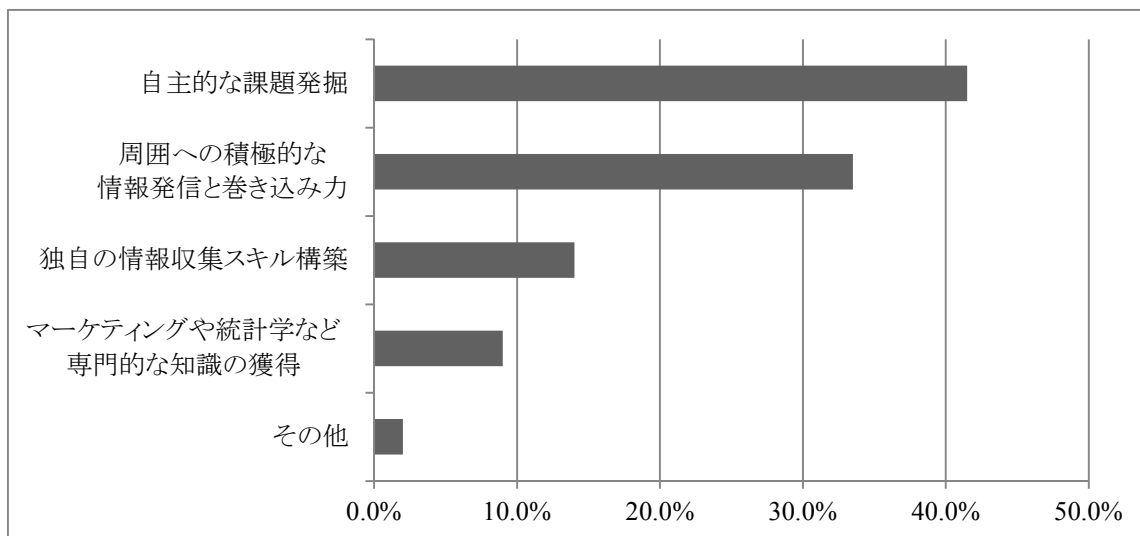
優先して行ってほしいこと	割合 (%)
自主的な課題発掘	35.5
周囲への積極的な情報発信と巻き込み力	23.5
マーケティングや統計学など専門的な知識の獲得	21.5
独自の情報収集スキル構築	17.5
その他	2.0

問 12 自社の今後を担うマーケターに最も必要な素養は何だとお考えですか。



必要な素養	割合 (%)
前例にとらわれない斬新な発想力	31.0
情報収集の感度と広い知識	24.0
コミュニケーションスキル	18.0
積極性/フットワークの軽さ	10.5
統計やマーケティングに関する専門知識	7.5
リーダーシップ	5.5
自社商品に対する深い知識	3.5

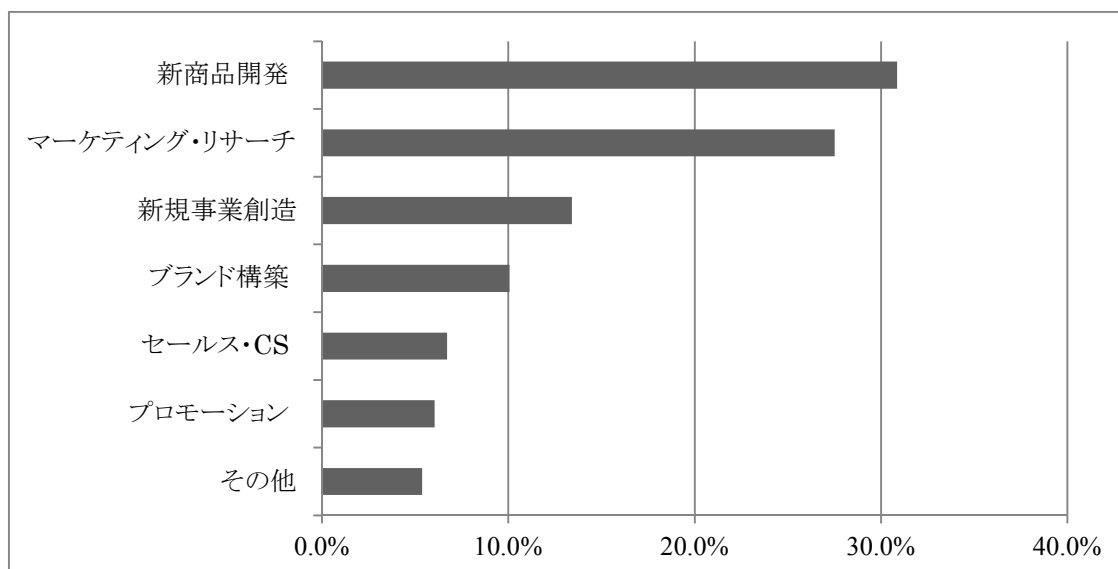
問 13 自社の今後を担うマーケターとして成長するために、若手マーケターに期待することは何ですか？



期待すること	割合 (%)
自主的な課題発掘	41.5
周囲への積極的な情報発信と巻き込み力	33.5
独自の情報収集スキル構築	14.0
マーケティングや統計学など専門的な知識の獲得	9.0
その他	2.0

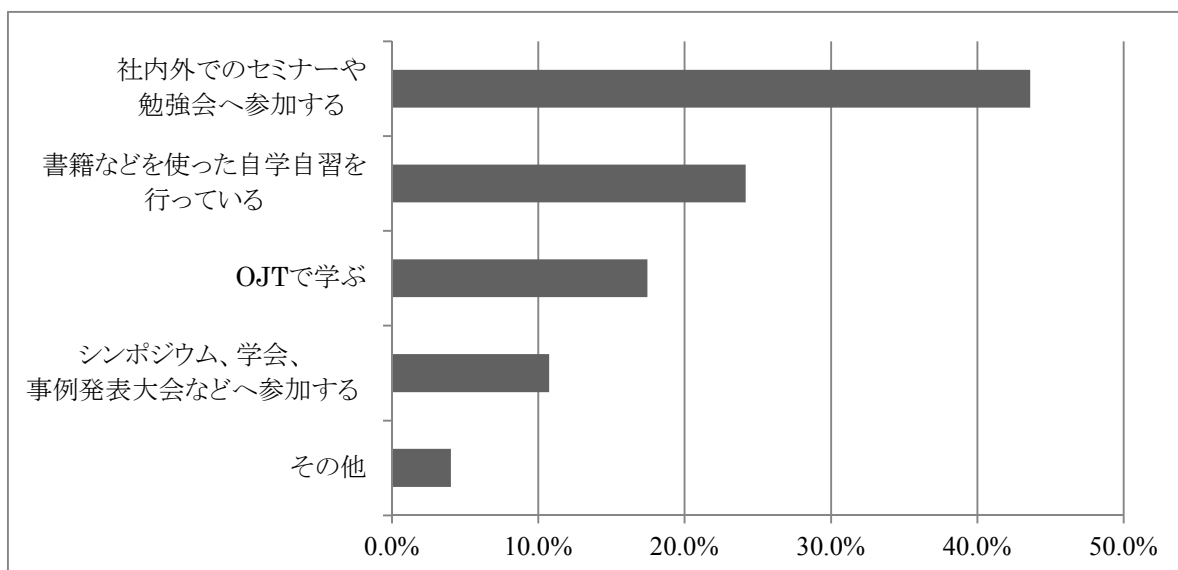
4. 調査結果（若手の方向け質問）

問9 今、ご自身が業務で取り組んでいるマーケティングテーマを一つ選択してください



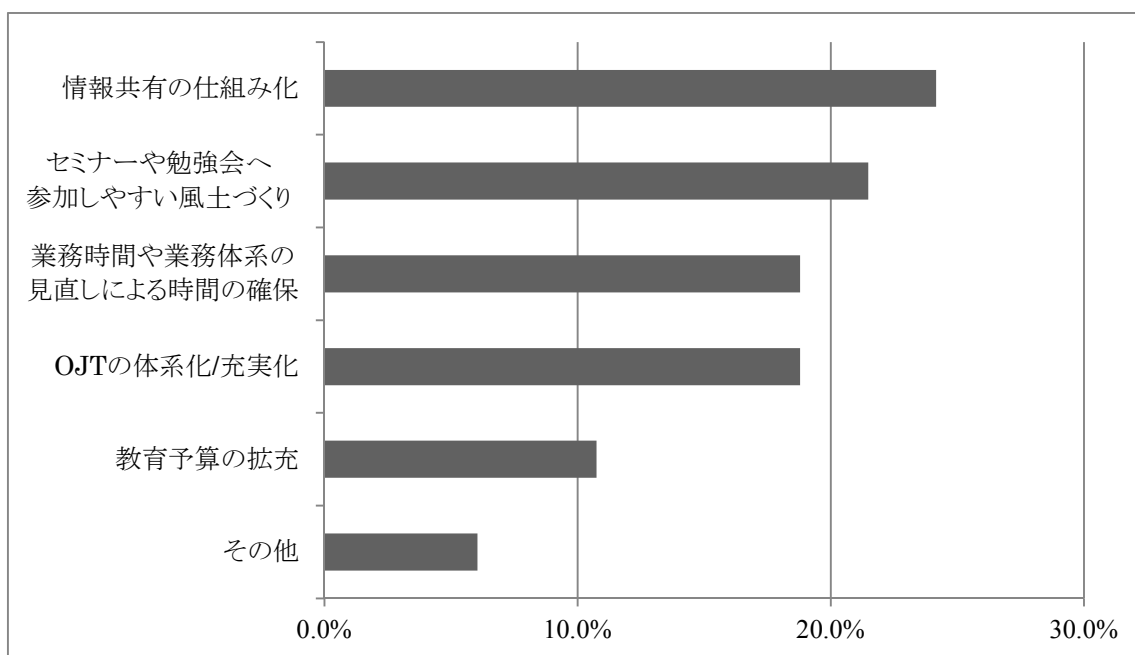
担当しているテーマ	割合 (%)
新商品開発	30.9%
マーケティング・リサーチ	27.5%
新規事業創造	13.4%
ブランド構築	10.1%
セールス・CS	6.7%
プロモーション	6.0%
その他	5.4%

問 10 ご自身の業務の質を上げるために主に取り組んでいることを一つ選択してください。



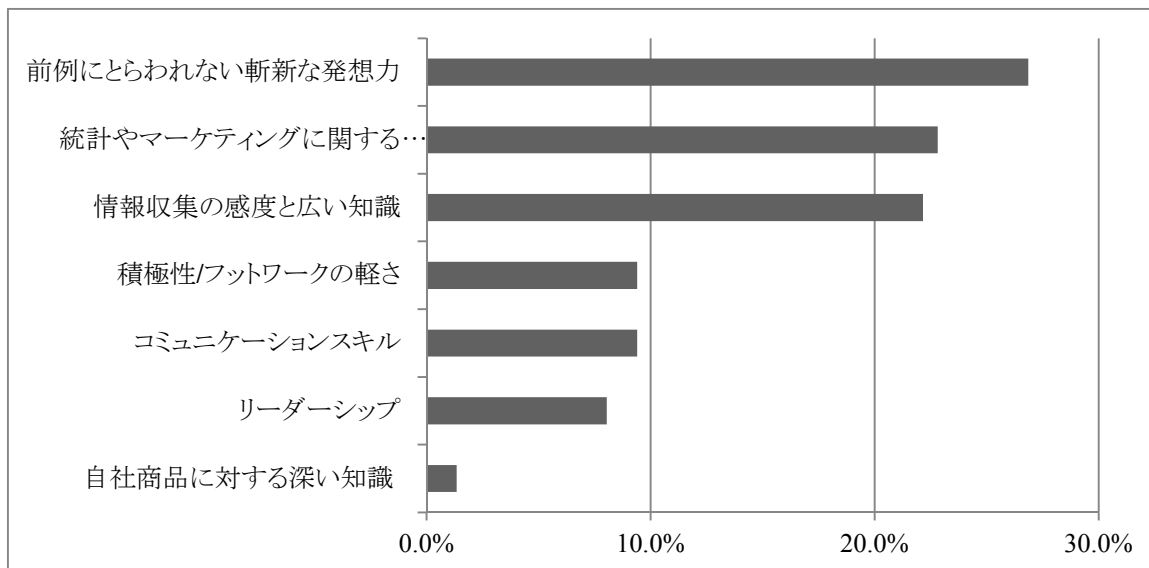
取り組んでいること	割合 (%)
社内外でのセミナーや勉強会へ参加する	43.6%
書籍などを使った自学自習を行っている	24.2%
OJTで学ぶ	17.5%
シンポジウム、学会、事例発表大会などへ参加する	10.7%
その他	4.0%

問 11 ご自身の成長のために、上司に期待することは何ですか。



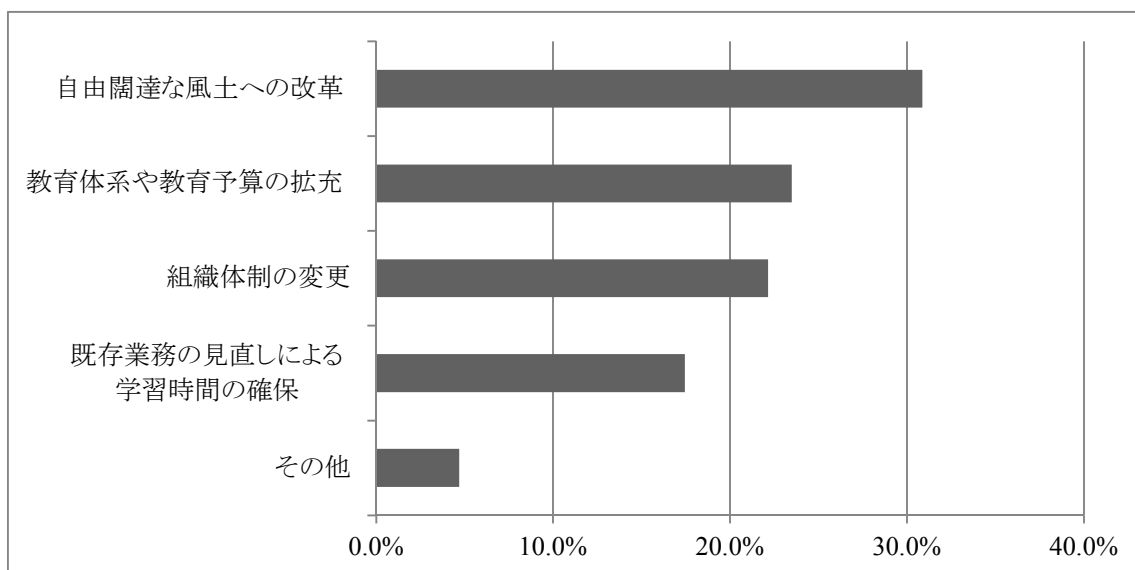
上司に期待すること	割合 (%)
情報共有の仕組み化	24.2
セミナーや勉強会へ参加しやすい風土づくり	21.5
業務時間や業務体系の見直しによる時間の確保	18.8
OJTの体系化/充実化	18.8
教育予算の拡充	10.7
その他	6.0

問 12 自社の未来を担うマーケターに成長するために、今後身につけなければならないことは何ですか。



身につけるべきこと	割合 (%)
前例にとらわれない斬新な発想力	26.9
統計やマーケティングに関する専門知識	22.8
情報収集の感度と広い知識	22.2
コミュニケーションスキル	9.4
積極性/フットワークの軽さ	9.4
リーダーシップ	8.1
自社商品に対する深い知識	1.3

問 13 問 12 を習得するために上司に期待することは何ですか。



上司に期待すること	割合 (%)
自由闊達な風土への改革	30.9
教育体系や教育予算の拡充	23.5
組織体制の変更	22.2
既存業務の見直しによる 学習時間の確保	17.5
その他	4.7



一般社団法人日本能率協会

無断複製転載を禁ず