

報道関係各位

## 【Webマーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦労】 マーケティング担当者の約半数が、 「ディレクション工数が多く、時間がかかる」と回答 ～「社内の不満やストレスが増加する」などの悪影響も～

デザイン思考による UX デザインで企業のマーケティング活動を支援するネットイヤーグループ株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長 CEO 林田敏之、以下：ネットイヤーグループ）は、Webマーケティングの支援会社と取引中のマーケティング担当者 105 名を対象、Webマーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦労に関する実態調査を実施しましたので、お知らせいたします。

### ■ 調査サマリー

## Webマーケティングの パートナー・代理店との連携に隠された苦労

TOPIC 01 マーケティング担当者の約6割が  
Webマーケティングのパートナー・代理店への「不満」あり

TOPIC 02 その理由  
第1位「ディレクション工数が多く、時間がかかる」48.3%、  
第2位「期待する成果がなかなか出ない」46.7%

TOPIC 03 パートナー乗り換えの「ポイント」最多の72.6%が  
「企画から施策実行、運用までワンストップで対応してくれる」との結果

SUMMARY

▼本調査のレポートダウンロードはコチラ

企業のマーケティング担当者が、日ごろどのような課題に直面しているのか、マーケティング施策を検討し、パートナー選定を進める際に、これら共通の課題を参考としてぜひご活用ください。

【実態調査レポート】 Web マーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦勞

<<https://www.netyear.net/services/dl/issue-research/>>

## ■ 調査概要

調査概要：Web マーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦勞に関する実態調査

調査方法：IDEATECH 社が提供するリサーチ PR「リサピー®」によるインターネット調査

調査期間：2023 年 7 月 12 日～同年 7 月 18 日

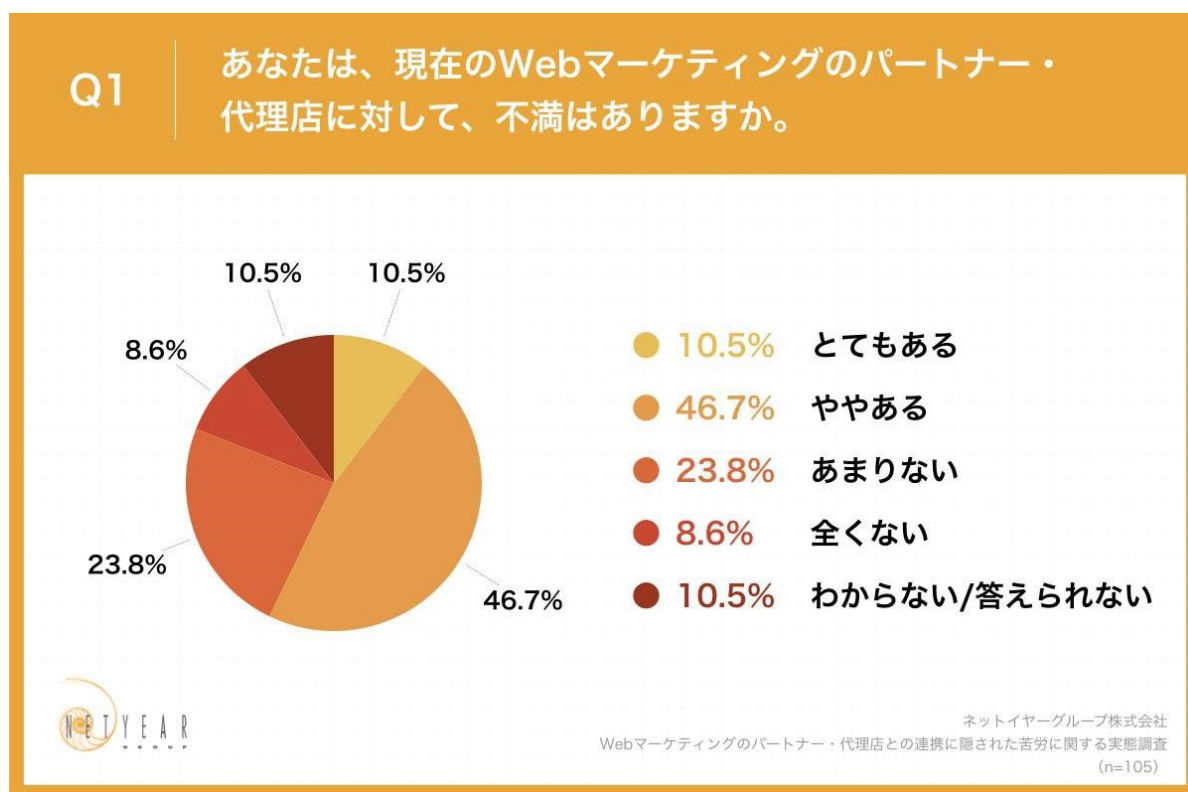
有効回答：Web マーケティングの支援会社と現在取引を行っている、マーケティング担当者 105 名

※構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも 100 とはなりません。

## ■ 約 6 割が、現在の Web マーケティングのパートナー・代理店に「不満」あり

「Q1.あなたは、現在の Web マーケティングのパートナー・代理店に対して、不満はありますか。」

(n=105) と質問したところ、「とてもある」が 10.5%、「ややある」が 46.7%という回答となりました。

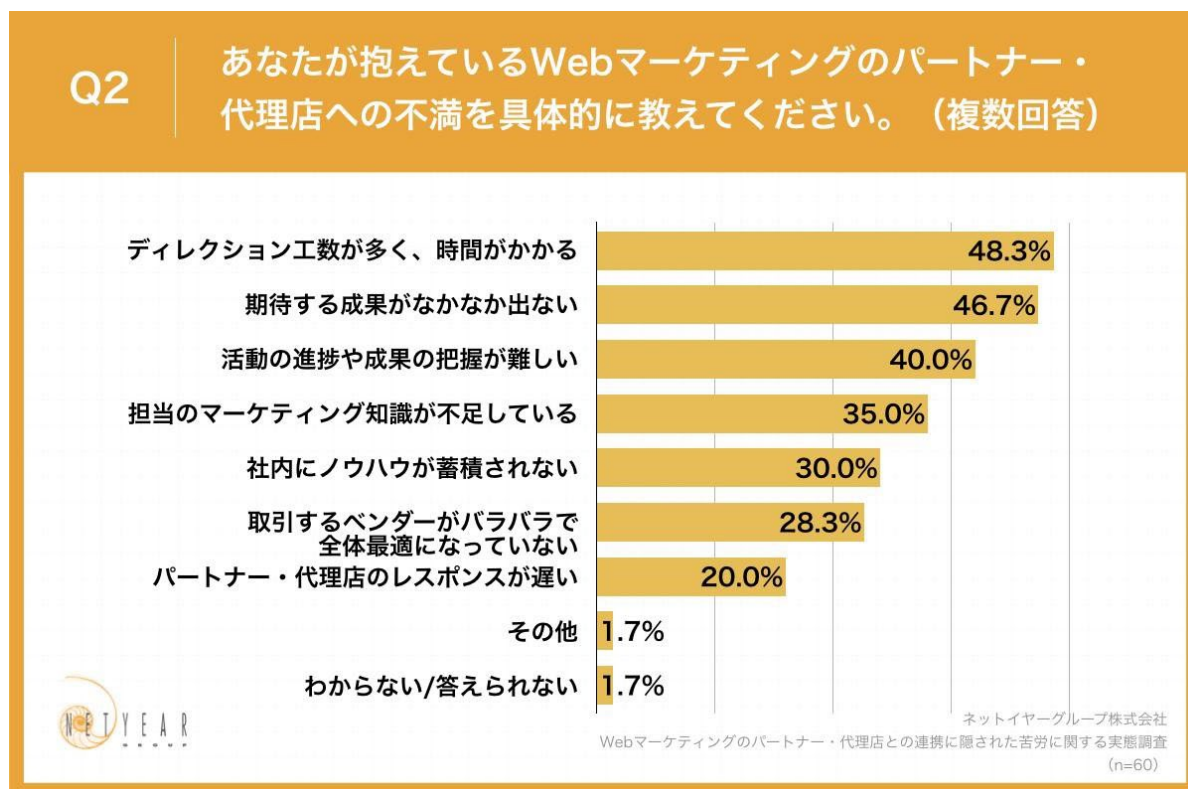


- ・とてもある：10.5%
- ・ややある：46.7%
- ・あまりない：23.8%
- ・全くない：8.6%
- ・わからない/答えられない：10.5%

## ■ 具体的な不満、「ディレクション工数が多く、時間がかかる」が 48.3%で最多

Q1 で「とてもある」「ややある」と回答した方に、「Q2.あなたが抱えている Web マーケティングのパートナー・代理店への不満を具体的に教えてください。(複数回答)」(n=60) と質問したところ、

「ディレクション工数が多く、時間がかかる」が 48.3%、「期待する成果がなかなか出ない」が 46.7%、「活動の進捗や成果の把握が難しい」が 40.0%という回答となりました。



- ・ディレクション工数が多く、時間がかかる：48.3%
- ・期待する成果がなかなか出ない：46.7%
- ・活動の進捗や成果の把握が難しい：40.0%
- ・担当のマーケティング知識が不足している：35.0%
- ・社内にノウハウが蓄積されない：30.0%
- ・取引するベンダーがバラバラで全体最適になっていない：28.3%
- ・パートナー・代理店のレスポンスが遅い：20.0%
- ・その他：1.7%
- 34歳：営業担当に積極性がない
- ・わからない/答えられない：1.7%

### ■Webマーケティングのパートナー・代理店への不満、「クオリティとコストバランス」や「対応にムラがある」などの声

Q2で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q3.Q2で回答した以外に、Webマーケティングのパートナー・代理店への不満があれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=59）と質問したところ、「クオリティとコストバランス」や「対応にムラがある」など44の回答を得ることができました。

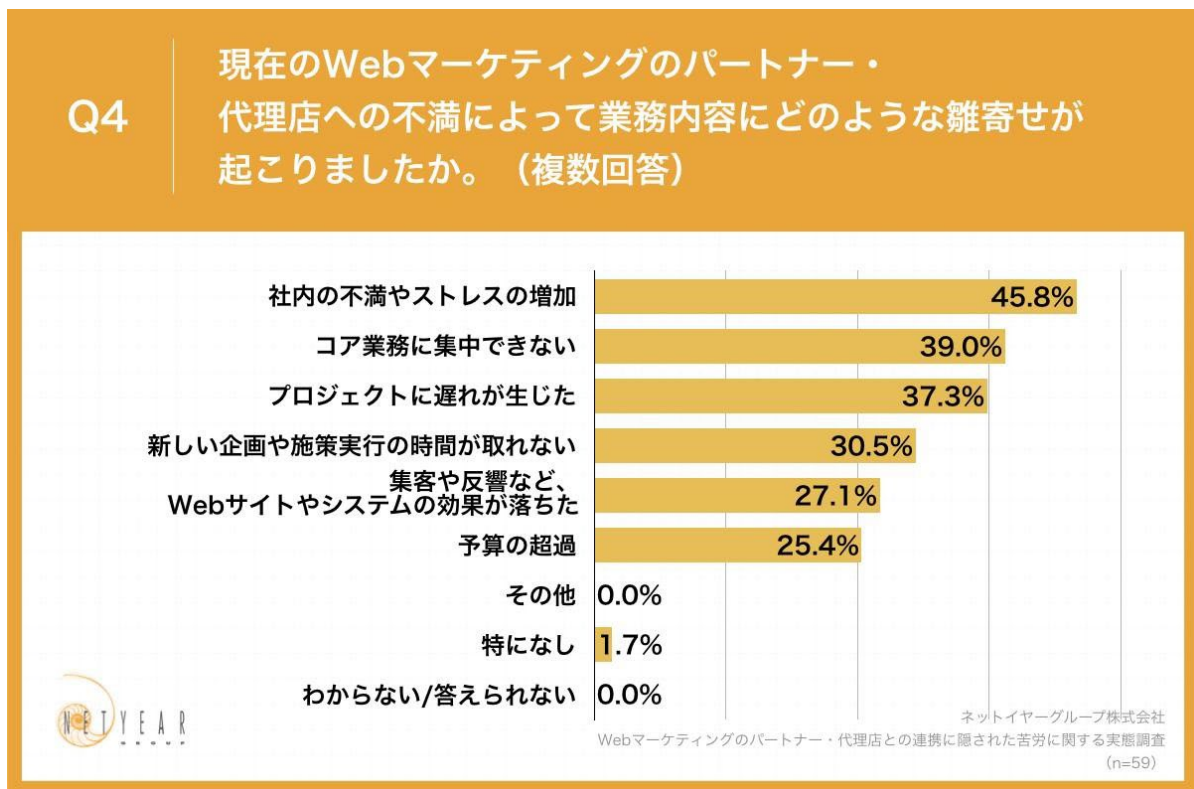
#### <自由回答・一部抜粋>

- ・53歳：クオリティとコストバランス
- ・37歳：対応にムラがある
- ・62歳：対応の遅さ

- ・ 28 歳：進捗度合が不透明、期日を守ってくれない
- ・ 37 歳：KPI の設定のずれ
- ・ 34 歳：こちらから働きかけなければ動かないこと
- ・ 57 歳：スピード感とデータ分析力

■ 起こったしわ寄せ、「社内の不満やストレスの増加」が 45.8%で最多

Q2 で「わからない/答えられない」以外を回答した方に、「Q4.現在の Web マーケティングのパートナー・代理店への不満によって業務内容にどのような雑寄せが起きましたか。（複数回答）」（n=59）と質問したところ、「社内の不満やストレスの増加」が 45.8%、「コア業務に集中できない」が 39.0%、「プロジェクトに遅れが生じた」が 37.3%という回答となりました。



- ・ 社内の不満やストレスの増加：45.8%
- ・ コア業務に集中できない：39.0%
- ・ プロジェクトに遅れが生じた：37.3%
- ・ 新しい企画や施策実行の時間が取れない：30.5%
- ・ 集客や反響など、Web サイトやシステムの効果が落ちた：27.1%
- ・ 予算の超過：25.4%
- ・ その他：0.0%
- ・ 特になし：1.7%
- ・ わからない/答えられない：0.0%

■ 現在の Web マーケティングのパートナー・代理店への不満によって、「パートナーの対応スタンスに対する社内への説明」や「外部の知見が得られない」などのしわ寄せが発生

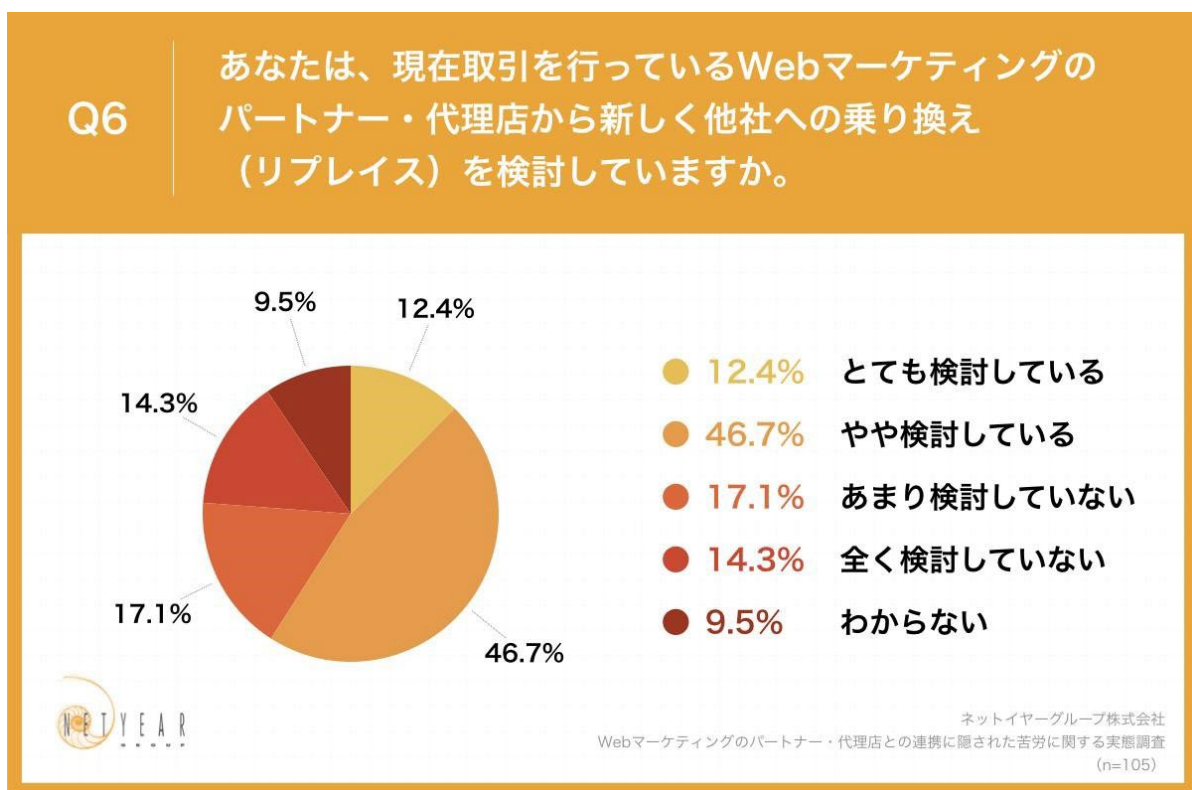
Q4で「わからない/答えられない」「特になし」以外を回答した方に、「Q5.Q4で回答した以外に、現在のWebマーケティングのパートナー・代理店への不満によって起こった難寄せがあれば、自由に教えてください。（自由回答）」（n=58）と質問したところ、「パートナーの対応スタンスに対する社内への説明」や「外部の知見が得られない」など41の回答を得ることができました。

<自由回答・一部抜粋>

- ・57歳：パートナーの対応スタンスに対する社内への説明
- ・34歳：外部の知見が得られない
- ・41歳：関係悪化
- ・37歳：納期の遅れ
- ・55歳：請求関連のミス
- ・37歳：モチベーションダウン

■約6割が、Webマーケティングのパートナー・代理店から他社への乗り換えを検討中

「Q6.あなたは、現在取引を行っているWebマーケティングのパートナー・代理店から新しく他社への乗り換え（リプレイス）を検討していますか。」（n=105）と質問したところ、「とても検討している」が12.4%、「やや検討している」が46.7%という回答となりました。

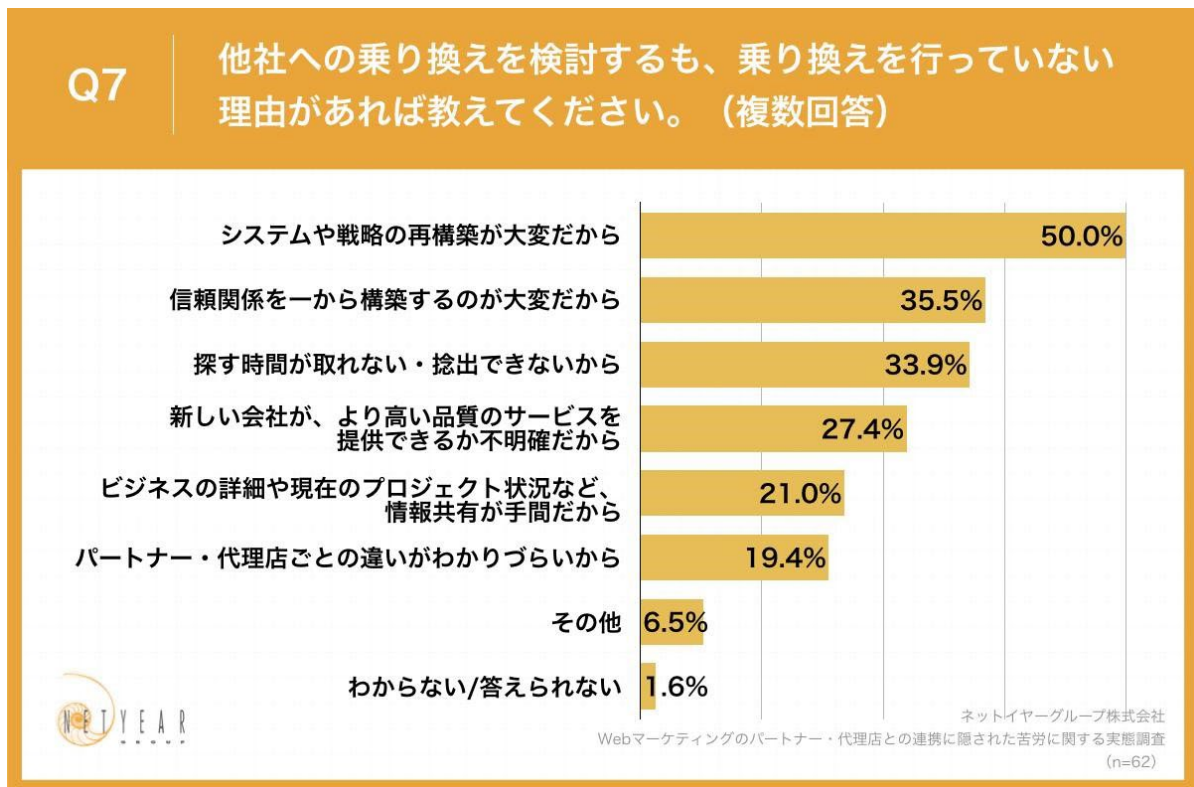


- ・とても検討している：12.4%
- ・やや検討している：46.7%
- ・あまり検討していない：17.1%
- ・全く検討していない：14.3%
- ・わからない：9.5%



■ 乗り換えを行っていない理由、半数が「システムや戦略の再構築が大変だから」と回答

Q6 で「とても検討している」「やや検討している」と回答した方に、「Q7.他社への乗り換えを検討するも、乗り換えを行っていない理由があれば教えてください。（複数回答）」（n=62）と質問したところ、「システムや戦略の再構築が大変だから」が 50.0%、「信頼関係を一から構築するのが大変だから」が 35.5%、「探す時間が取れない・捻出できないから」が 33.9%という回答となりました。

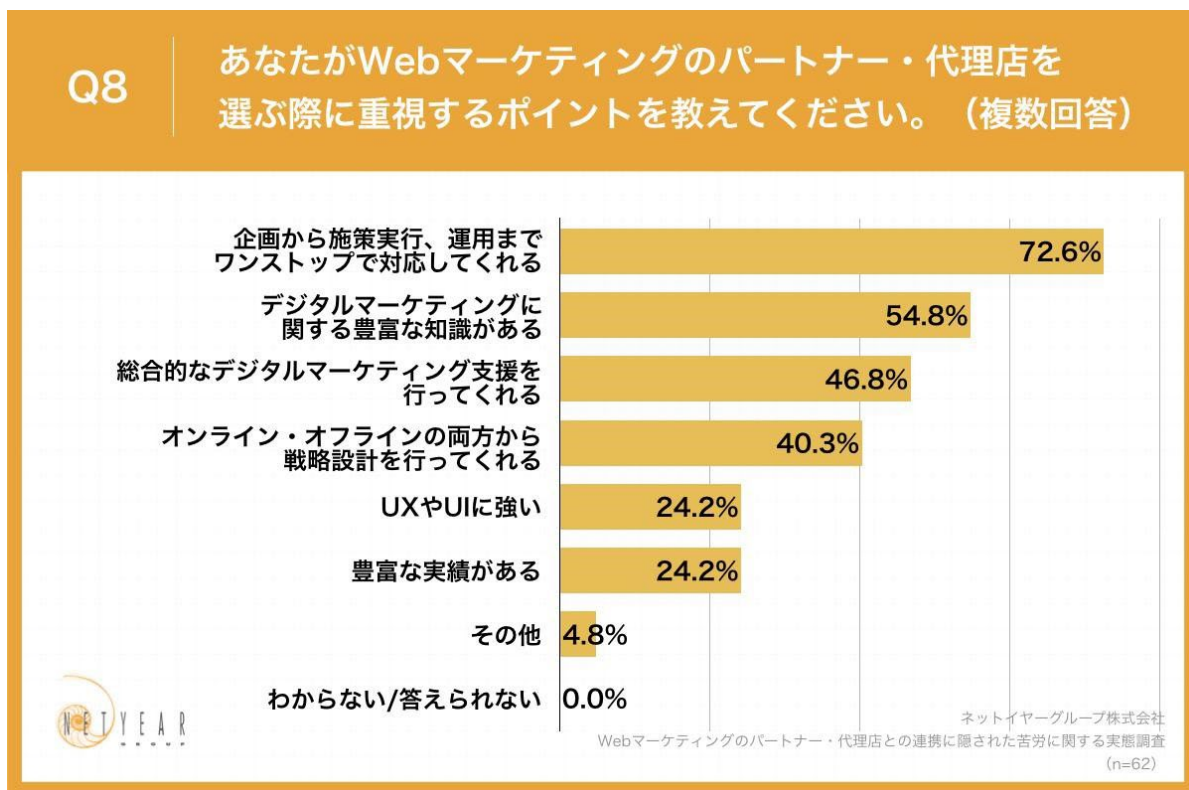


- ・ システムや戦略の再構築が大変だから：50.0%
- ・ 信頼関係を一から構築するのが大変だから：35.5%
- ・ 探す時間が取れない・捻出できないから：33.9%
- ・ 新しい会社が、より高い品質のサービスを提供できるか不明確だから：27.4%
- ・ ビジネスの詳細や現在のプロジェクト状況など、情報共有が手間だから：21.0%
- ・ パートナー・代理店ごとの違いがわかりづらいから：19.4%
- ・ その他：6.5%
  - 32 歳：グループだから
  - 33 歳：サーバーやアカウントセキュリティ
  - 34 歳：現状動いている
  - 32 歳：事業の成長につれ Web マーケティング会社に求める役割が違い生じたため
- ・ わからない/答えられない：1.6%

■ Web マーケティングのパートナー・代理店を選ぶ際の重視ポイント、「企画から施策実行、運用までワンストップで対応してくれる」が 72.6%で最多

Q6 で「とても検討している」「やや検討している」と回答した方に、「Q8.あなたが Web マーケティングのパートナー・代理店を選ぶ際に重視するポイントを教えてください。（複数回答）※デジタルマーケティングとは、様々なデジタルチャネル・マーケティングデータ・テクノロジーを活用し、あらゆるステージ

の顧客に対してマーケティング活動を行うことを指し、その中に Web マーケティングも含まれます。」  
 (n=62) と質問したところ、「企画から施策実行、運用までワンストップで対応してくれる」が 72.6%、  
 「デジタルマーケティングに関する豊富な知識がある」が 54.8%、「総合的なデジタルマーケティング支  
 援を行ってくれる」が 46.8%という回答となりました。



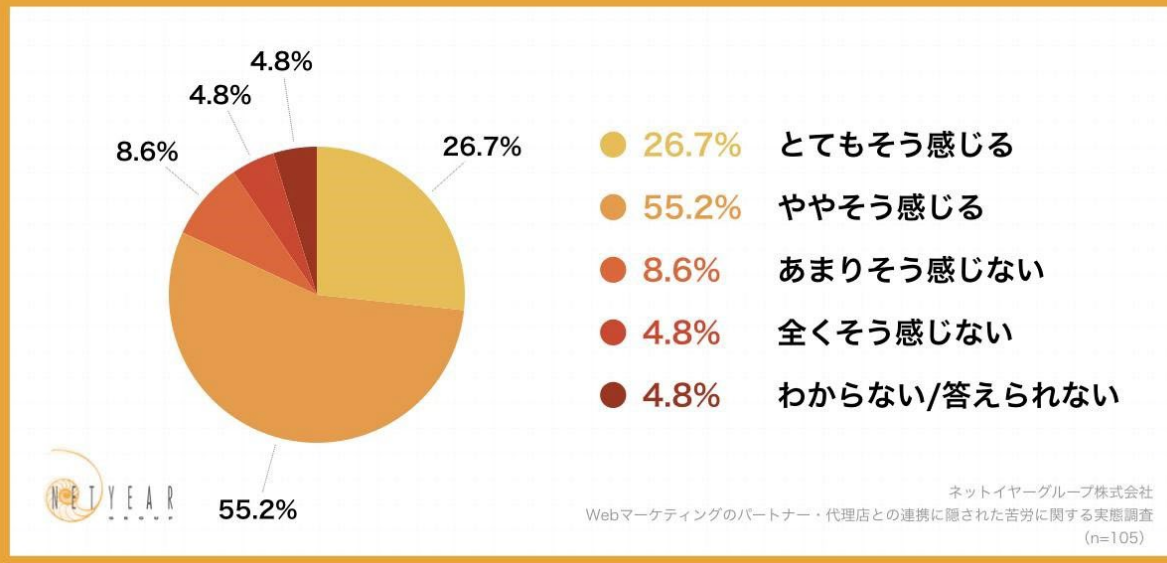
- ・ 企画から施策実行、運用までワンストップで対応してくれる : 72.6%
- ・ デジタルマーケティングに関する豊富な知識がある : 54.8%
- ・ 総合的なデジタルマーケティング支援を行ってくれる : 46.8%
- ・ オンライン・オフラインの両方から戦略設計を行ってくれる : 40.3%
- ・ UX や UI に強い : 24.2%
- ・ 豊富な実績がある : 24.2%
- ・ その他 : 4.8%
  - 28 歳 : 社内のノウハウも同時に蓄積できる伴走型
  - 34 歳 : 担当が親身である
  - 32 歳 : 業務の一部を代行してくれる
- ・ わからない/答えられない : 0.0%

■ 8 割以上が、マーケティング活動の全フェーズを一気通貫で支援してくれるマーケティングサービスに魅力を実感

「Q9.あなたは、ブランド価値の向上やビジネスの成長に向け、マーケティング活動の全フェーズを一気通貫で支援してくれるマーケティングサービスに魅力を感じますか。」(n=105) と質問したところ、「とてもそう感じる」が 26.7%、「ややそう感じる」が 55.2%という回答となりました。

Q9

あなたは、ブランド価値の向上やビジネスの成長に向け、マーケティング活動の全フェーズを一気通貫で支援してくれるマーケティングサービスに魅力を感じますか。



- ・とてもそう感じる：26.7%
- ・ややそう感じる：55.2%
- ・あまりそう感じない：8.6%
- ・全くそう感じない：4.8%
- ・わからない/答えられない：4.8%

#### ■まとめ

今回は、Webマーケティングの支援会社と今取引中のマーケティング担当者105名を対象に、Webマーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦勞に関する実態調査を実施しました。

まず、約6割のマーケティング担当者が、現在のWebマーケティングのパートナー・代理店に対して、「不満」があることがわかりました。理由としては、「ディレクション工数が多く、時間がかかる」や「期待する成果がなかなか出ない」などが挙げられました。また、不満によって、「社内の不満やストレスの増加」といった業務に良くない影響もあり、約6割が現在取引を行っているWebマーケティングのパートナー・代理店から他社への乗り換えを検討している結果となりました。

企業が他社への乗り換えを検討する一方で、半数が「システムや戦略の再構築が大変だから」という理由から決断できないことも判明しました。Webマーケティングのパートナー選びでは、「企画から施策実行、運用までワンストップで対応」を求める声が多く、今後は全方位のサポートを提供するマーケティングサービスが注目されそうです。

▼本調査のレポートダウンロードはこちら

【実態調査レポート】Webマーケティングのパートナー・代理店との連携に隠された苦勞  
<<https://www.netyear.net/services/dl/issue-research/>>



## ■御社のKGI達成に向けて、「SEO」「WEB広告」「サイト改善」をトータルでサポート

ネットイヤーグループの「KGI達成支援サービス」は、企業の課題、市場規模、競合動向などを精査し、「SEO」「WEB広告」「サイト改善」の中から最適な施策をご提案します。なおかつ、提案した施策の実行から分析に至るまでの全プロセスを支援し、WEBサイトにおけるKGIの達成を目指します。

さらに、異なる専門領域のベンダーとの個別最適化から一歩進めて、複数の領域を総合的に捉え、一貫性のある最適な施策を実現します。この統合的なアプローチにより、さまざまな要素が相互に作用し合い、シナジーを生み出すことが可能となります。

SEO・WEB広告・サイト改善の3領域をワンストップで支援する「KGI達成支援サービス」

<https://www.netyear.net/services/lineup/4/produce/kgi.html>

【ネットイヤーグループ株式会社（東証グロース：証券コード 3622）】

「ビジネスの未来をデジタルで創る。ビジネスの未来をユーザーと創る。～ユーザーエクスペリエンスからすべてが始まる。～」をミッションとして、デジタル時代のマーケティングコンサルティング、デザイン思考によるUX、サービスデザイン、システム開発、マーケティングツールの企画販売などを通じ、企業のロイヤルティマーケティングやエンゲージメント強化のご支援をしています。

企業サイト <https://www.netyear.net/>

【本件に関するお問い合わせ先】

ネットイヤーグループ株式会社

担当：佐野

TEL：03-6369-0500

MAIL：[pr@netyear.net](mailto:pr@netyear.net)