

従業員500人以上の企業のWeb関連者に聞いた
自社Webサイトを担う人材育成と組織に関する調査

2013年8月7日（水）

PDCAコンサルティングで顧客育成を実現する

株式会社パワー・インタラクティブ

<http://www.powerweb.co.jp/>



調査概要	2P
調査結果サマリー	3P
■ 母集団(回答者)の特徴について	4P
回答者の特徴	5P
■ 調査結果	6P
Web担当者の人数・スキル・育成の充足度合い	7P
Web担当者の現在の人数と今後の意向	8P
Web担当者の現在の人材確保の手段と今後の意向	9P
Web担当者のキャリアパス設定の状況	10P
Web担当者の人材育成の実施内容と今後の課題	11P
Web担当者の人材育成の実施内容と今後の課題(キャリアパス設定の有無別)	12P
Webサイトの成果目標の達成度合い	13P
Webサイトで内製化を強化したいマーケティング分野	14P
Webサイトで内製化を強化したい具体的業務	15P
自社Webサイトの取り組み内容	16P
自社Webサイトの取り組み内容(目標達成別)	17P
オウンドメディア化への今後の取り組み意向	18P
設問票	19~20P

株式会社パワー・インタラクティブは、従業員500人以上の企業のWebサイト関与者を対象に「自社Webサイトを担う人材育成とオウンドメディア化に関するアンケート調査」を実施しました。

1. 調査目的

大企業の自社Webサイトを担う人材育成とオウンドメディア化に関する現状把握と課題の抽出

2. 調査期間

2013年6月25日(火)～2013年7月1日(月) (7日間)

3. 調査対象者

株式会社ジャストシステムのセルフ型ネットリサーチ「Fastask(ファストアスク)」のモニターを使い従業員規模500人以上の企業に勤務し、かつ、自社Webサイトの ①予算決済権者、②戦略や施策の立案者、③実務担当者のいずれかを対象者としてしました。

4. 調査方法

インターネット調査 (全国対象)

5. 有効回答数

300人

※割付を実施: 自社Webサイトの ①予算決裁権者、②戦略や施策の立案者、③実務担当者の割付層を各100人で設定し各層への回答が100人に達した時点で回収を終了しました。

6. 設問数

16問

7. 調査主体

株式会社パワー・インタラクティブ

調査結果サマリー

■ 企業内のWeb担当者の育成について、5割が「不十分」と回答、企業内でのキャリアパスの設定については「ない」が6割を占める

・企業内のWeb担当者の育成は5割が「不十分」と捉えている。また、企業内におけるキャリアパス設定については6割が「ない」と回答している。特に、Web担当者の人員が5人未満の企業では、「キャリアパスがない」との回答が8.5割にのぼる。

■ 人材育成の実施内容は、「OJT」や「無料セミナーへの参加」が5割を越える

・Web担当者の人材育成の実施内容は、「OJT」や「無料セミナーへの参加」が5割を越える。また、キャリアパスの有無で比較すると、キャリアパス無の場合は5割を越えたのは「OJT」54.2%のみの結果となったのに対し、キャリアパス有の場合は「無料セミナーへの参加」63.6%、「有料セミナー・講習会への参加」56.2%、「OJT」53.7%、「個人目標による管理制度」52.9%の4項目で5割を越える回答を得た。

■ キャリアパス設定がない場合、Webサイトの成果未達や設定自体が不明確な割合が高い

・Webサイトの成果目標の達成度合いは、「成果目標は達成している」への回答が約11%に留まった。これをキャリアパス設定の有無別で見ると、<Web担当者に対するキャリアパスがある>場合の「成果目標は達成している」の割合は約18%と<Web担当者に対するキャリアパスはない>場合の約7%に比べて高くなった。一方で、<Web担当者に対するキャリアパスはない>場合では、「成果目標はほとんど達成できていない」「成果目標の設定自体が明確でない」への回答が約51%を占める結果となった。

■ 内製化を強化したい具体的業務は「Webサイトの戦略」「Web施策の立案」「コンテンツの企画」

・内製化を強化したい具体的業務については、「Webサイトの戦略」「Web施策の立案」「コンテンツの企画」がいずれも5割を越える回答を得た。特に、キャリアパス有の場合は上位3項目の中でも、「Webサイトの戦略」が69.4%とほぼ7割にのぼった。

■ オウンドメディア化への今後の取組み意向については、約8割が積極的な意向

・オウンドメディア化への今後の取組み意向については、77.3%が積極的な意向を持っている。特に、Web担当者の人数が多いほど積極的に取り組む意向が強い結果となった。

■ 母集団(回答者)の特徴について

回答者の特徴

Q. あなたの会社の従業員規模についてお聞きます。(SA)

Q. あなたの所属部署についてお聞きます。(SA)

Q. あなたが業務で主に関与している自社Webサイトについてお聞きます。(SA)

※設問のタイプについて(以降のページ記載も同様)

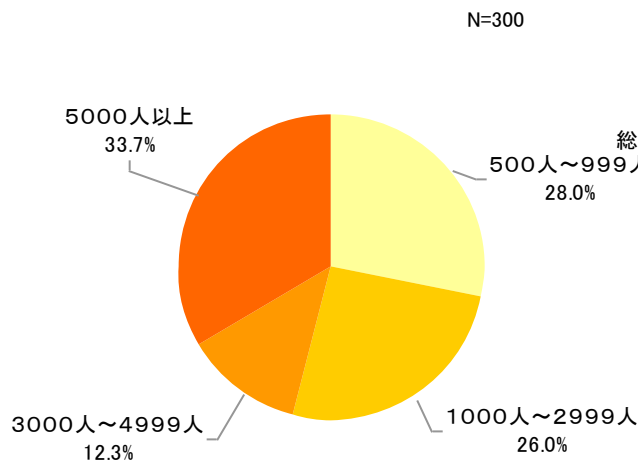
SA: 選択肢を1つ選択

MA: 選択肢を複数選択

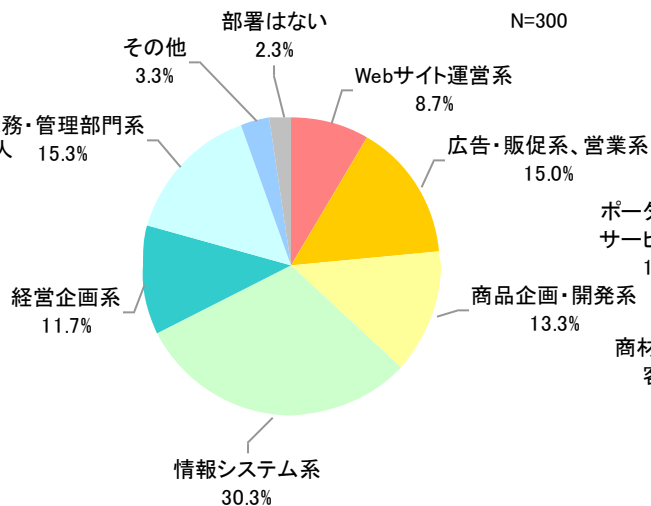
OA: 自由回答

- 会社の従業員規模は、「5000人以上」が33.7%で最も多くを占めました。
- 所属部署は、「情報システム系」が30.3%、「総務・管理部門系」や「広告・販促系、営業系」が15%を占めました。
- 業務で主に関与している自社Webサイトは、「企業サイト」が約62.3%、次いで「ポータル・情報サービスサイト」が14%を占めました。

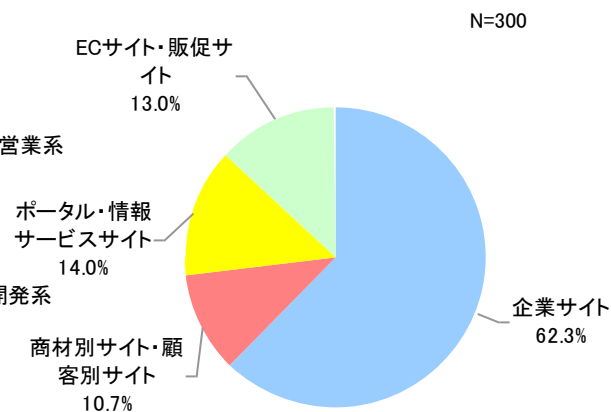
● 会社の従業員規模



● 所属部署



● 業務で主に関与している自社Webサイト



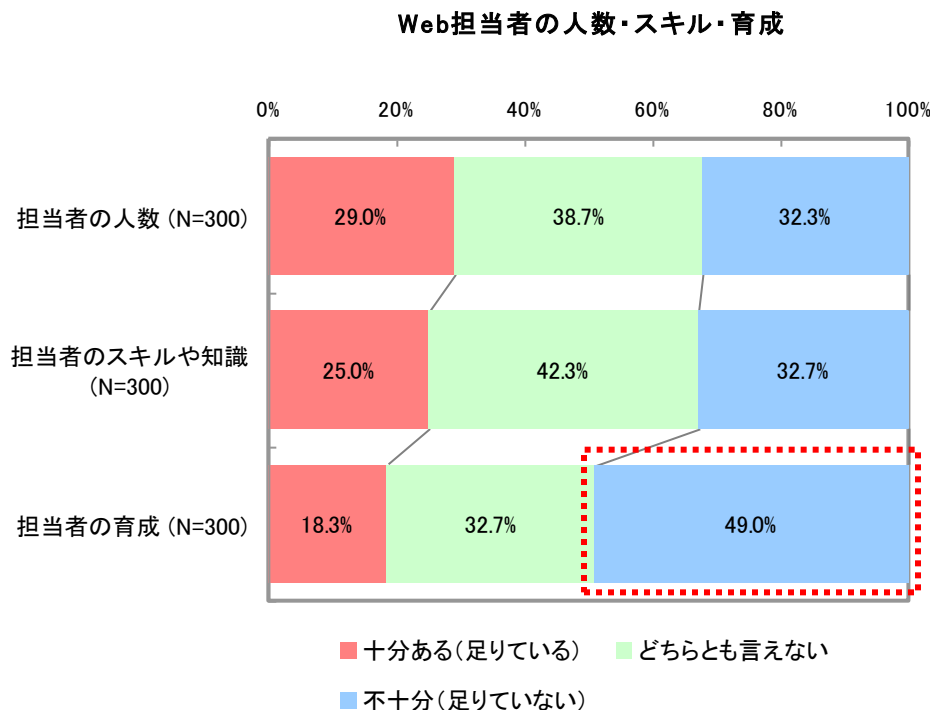
■ 調査結果

Web担当者の人数・スキル・育成の充足度合い

Q. 自社のWeb担当者について「担当者の人数」「担当者のスキルや知識」「担当者の育成」について、各々の充足度を質問しました。(SA)

- 自社のWeb担当者の<人数><スキルや知識><育成>の充足度合いについて見ると、<人数>については「十分ある(足りている)」29%・「不十分(足りてない)」32.3%とほぼ二分、<スキルや知識>は「十分ある(足りている)」25%・「不十分(足りてない)」32.7%と不十分がやや多い傾向に対し、<育成>については、「十分ある(足りている)」18.3%・「不十分(足りてない)」49%と圧倒的に不十分との回答が多い結果となりました。

Web担当者の育成は、「不十分(足りてない)」との回答が49%を占める



Web担当者の現在の人数と今後の意向

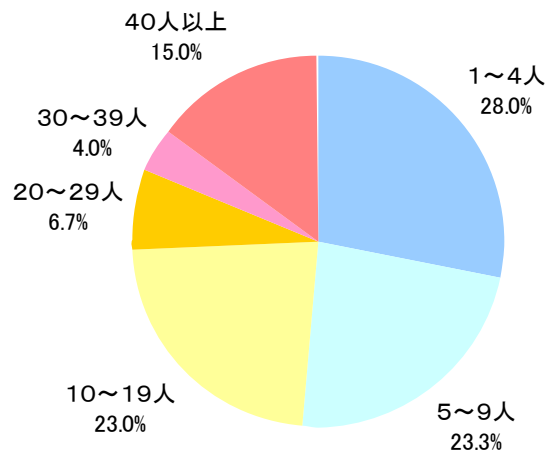
Q. 自社のWeb担当者の人数、および今後の意向を質問しました。(SA)

● 自社のWeb担当者の人数は、「1～4人」が28%、「5～9人」が23.3%と、10人未満が全体の半数を占めました。また、今後のWeb担当者の人数については、「現状を維持する予定」が51.3%と半数を占めました。

Web担当者の人数は、「現状を維持する予定」が半数を占める

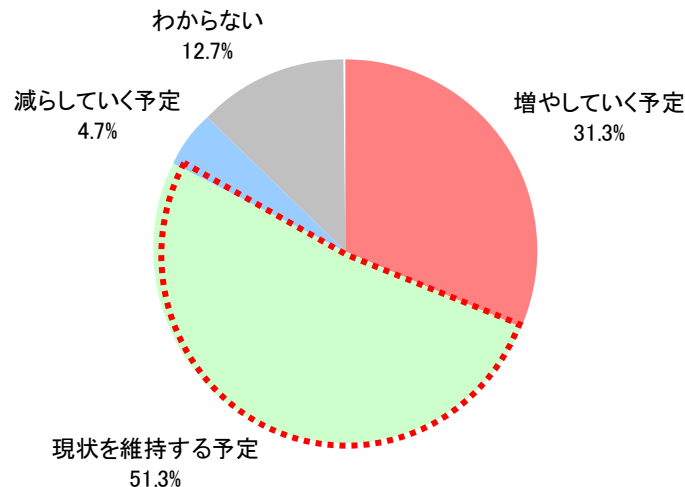
自社のWeb担当者の人数

N=300



今後の自社Web担当者の人数

N=300



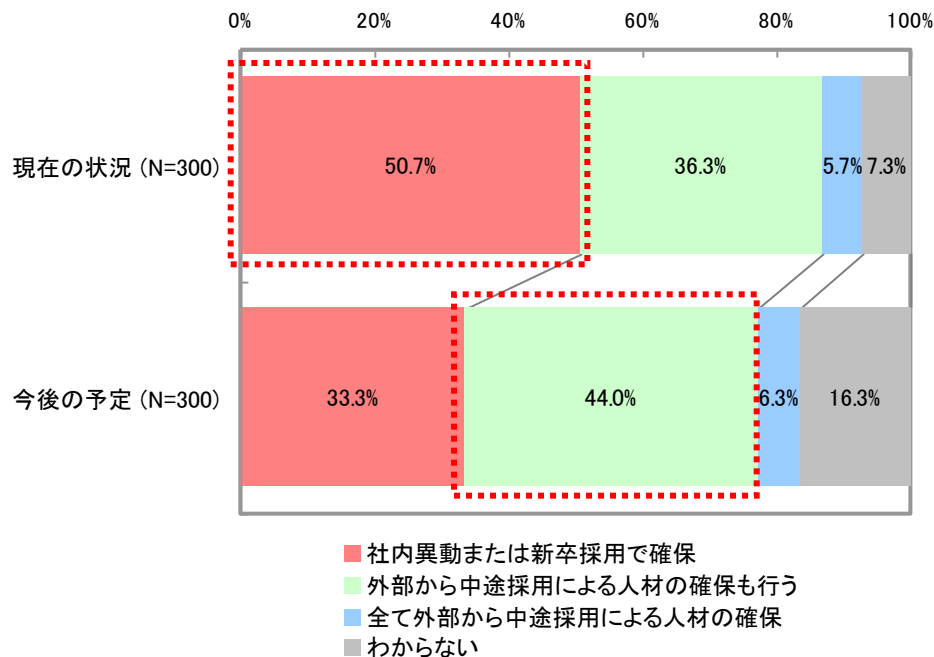
Web担当者の現在の人材確保の手段と今後の意向

Q. 自社のWeb担当者の現在の人材確保の手段、および今後の意向を質問しました。(SA)

- 自社のWeb担当者の人材確保の手段としては、「社内異動または新卒採用で確保」が50.7%と最も多くなりました。また、今後の意向については、「外部から中途採用による人材の確保も行う」が44%と、「社内異動または新卒採用で確保」の33.3%を上回りました。

今後の人材確保は、「外部から中途採用による人材の確保も行う」が44%を占める

自社のWeb担当者の人材確保



Web担当者のキャリアパス設定の状況

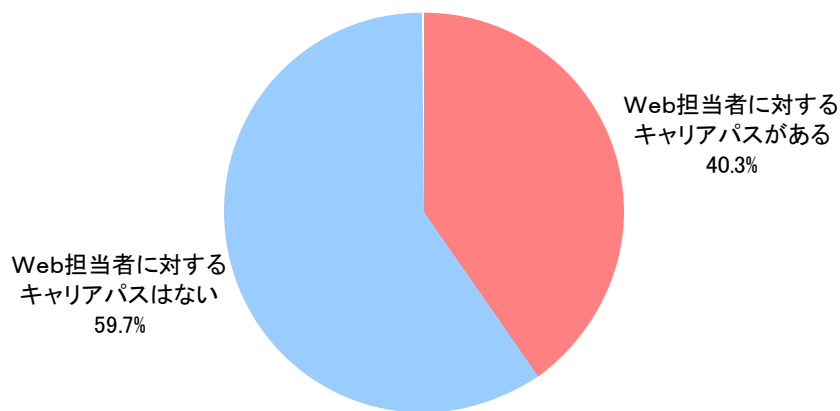
Q. 自社のWeb担当者に対するキャリアパスの設定の有無について質問しました。(SA)

- 自社のWeb担当者に対するキャリアパス設定の状況は、「Web担当者に対するキャリアパスはない」が59.7%と設定されていない場合の方が多くなりました。
- Web担当者的人数別に見ると、Web担当者が<1～4人>において「Web担当者に対するキャリアパスはない」の割合が85.7割にのびました。

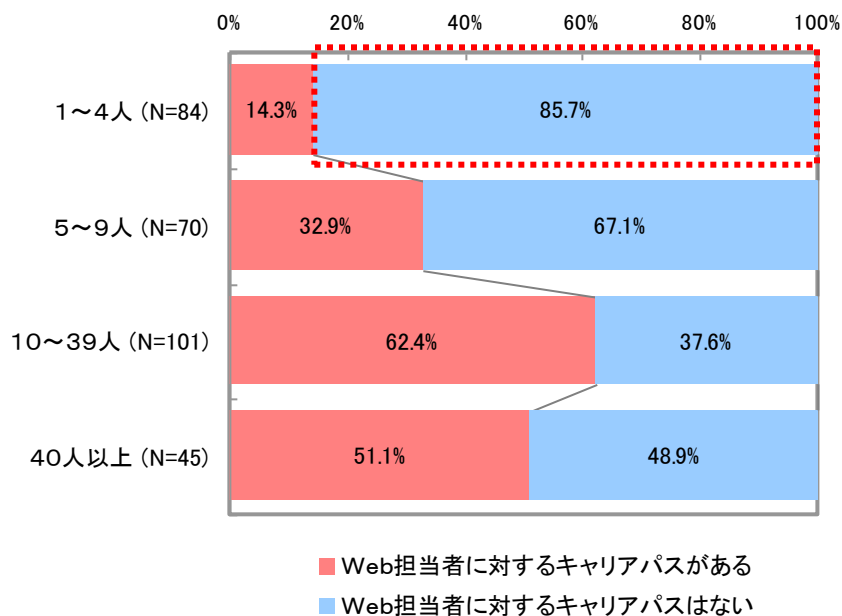
「Web担当者に対するキャリアパスはない」の割合は約60%を占める

Web担当者のキャリアパス設定の状況

N=300



【Web担当者的人数別】
Web担当者のキャリアパス設定の状況



※キャリアパス: さまざまな経験やスキルを積みながら昇進していくキャリアプランを具体化したもの

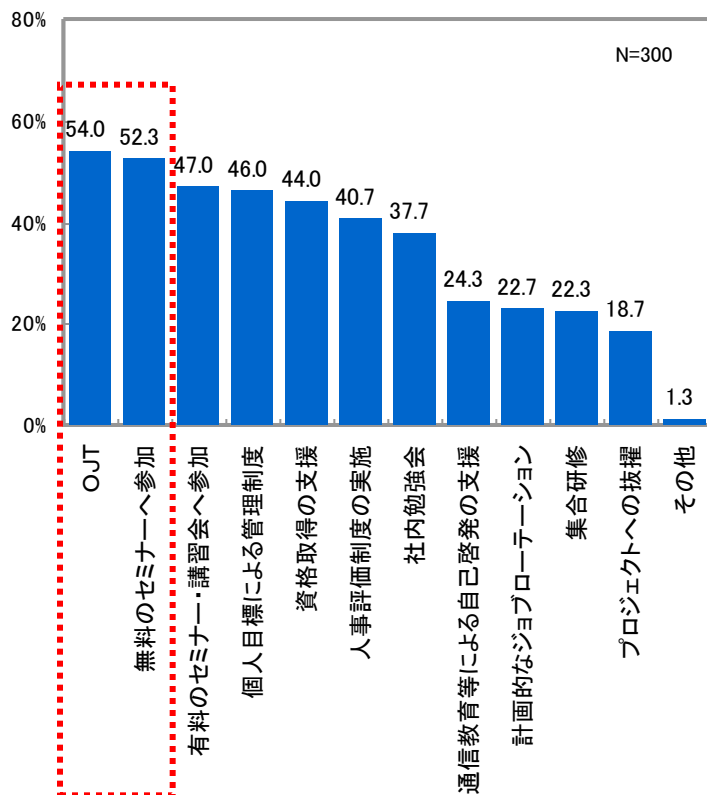
Web担当者の人材育成の実施内容と今後の課題

Q. 自社のWeb担当者の人材育成で実施していること、および今後の課題と感じていることについて質問しました。(MA)

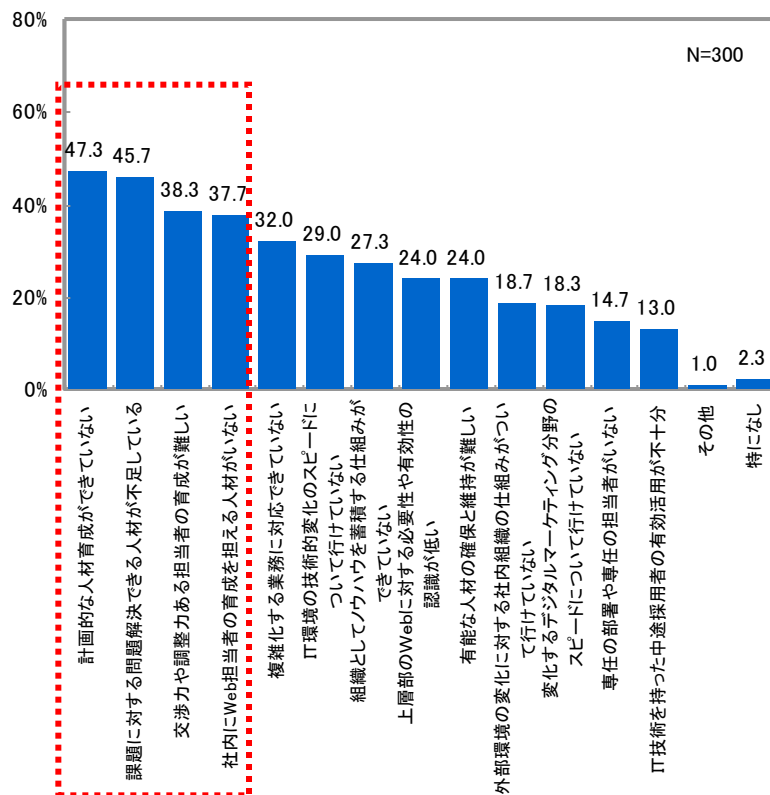
- 自社のWeb担当者の人材育成で実施している内容は、「OJT」が54%と最も多くなりました。次いで、「無料セミナーへの参加」が続きました。
- 自社のWeb担当者の人材育成で今後の課題と感じている内容は、「計画的な人材育成ができていない」が47.3%と最も多くなりました。次いで、「課題に対する問題解決できる人材が不足している」が続きました。

人材育成の実施内容は、「OJT」や「無料のセミナーへ参加」が5割を越える

Web担当者の人材育成で実施していること



Web担当者の人材育成の今後の課題



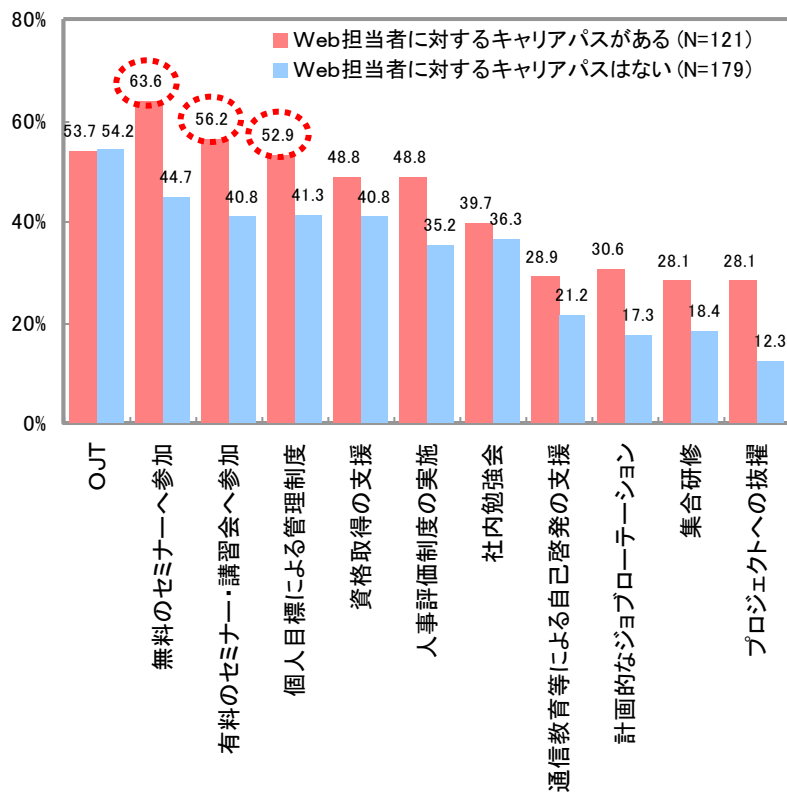
Web担当者の人材育成の実施内容と今後の課題(キャリアパス設定の有無別)

Q. 自社のWeb担当者の人材育成で実施していること、および今後の課題と感じていることについて質問しました。(MA)

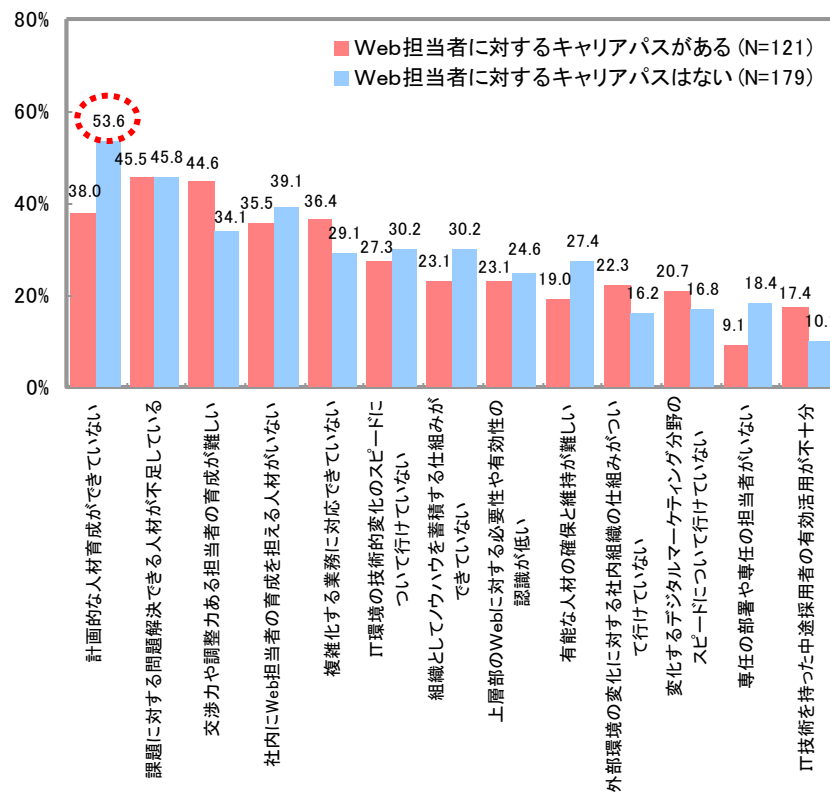
- キャリアパス設定の有無別に自社のWeb担当者の人材育成で実施している内容や今後の課題を見ました。
- 自社のWeb担当者の人材育成で実施している内容で<Web担当者に対するキャリアパスがある>場合は、全体的に各人材育成を実施している割合が高い傾向にありました。人材育成の課題では、<Web担当者に対するキャリアパスはない>場合で「計画的な人材育成ができていない」が53.6%と高くなりました。

<Web担当者に対するキャリアパスがある>場合では、「無料のセミナーへ参加」「有料のセミナー・講習会へ参加」「個人目標による管理制度」の割合が5割を越える

【キャリアパス設定の有無別】
Web担当者の人材育成で実施していること



【キャリアパス設定の有無別】
Web担当者の人材育成の課題



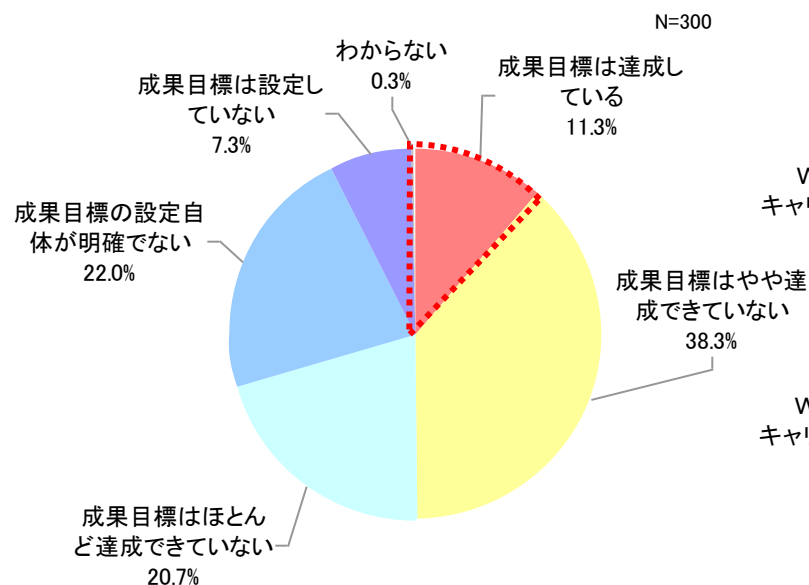
Webサイトの成果目標の達成度合いの意識

Q. Webサイトの成果目標の達成度合いの意識について質問しました。(SA)

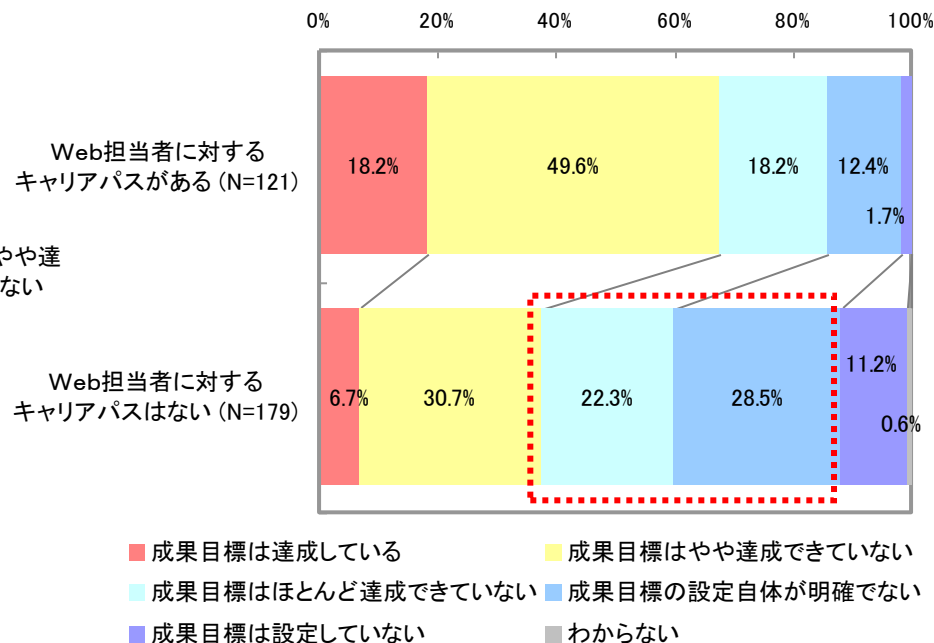
- Webサイトの成果目標の達成度合いは、「成果目標は達成している」への回答が約11%でした。
- これをキャリアパス設定の有無別で見ると、<Web担当者に対するキャリアパスがある>企業の「成果目標は達成している」の割合は約18%と<Web担当者に対するキャリアパスはない>企業の約7%に比べて高くなりました。一方で、<Web担当者に対するキャリアパスはない>企業では、「成果目標はほとんど達成できていない」「成果目標の設定自体が明確でない」への回答が約51%を占めました。

キャリアパス設定の有無により、 成果目標の達成度に大きなギャップがみられる

Webサイトの成果目標の達成度



【キャリアパス設定の有無別】
Webサイトの成果目標や達成度



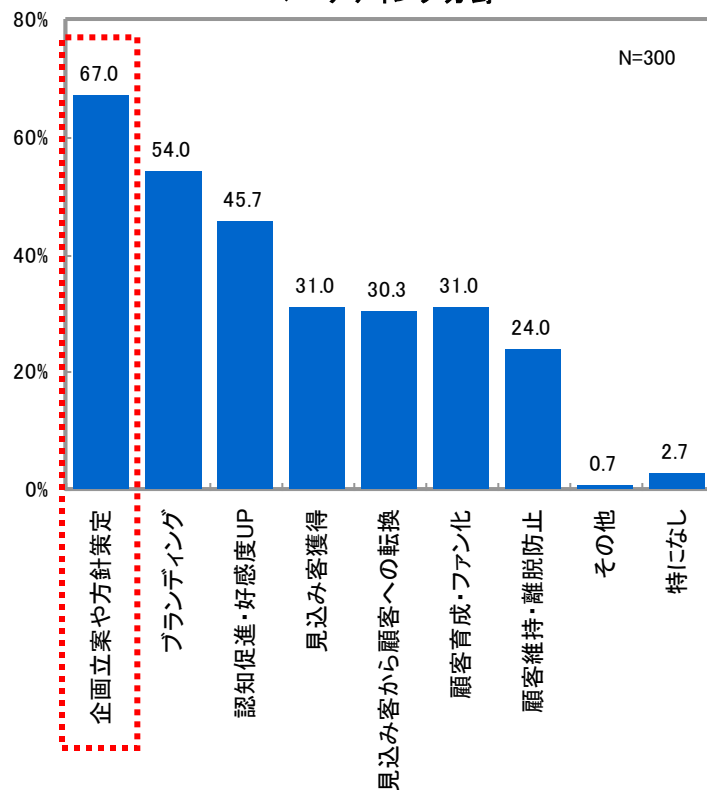
Webサイトで内製化を強化したいマーケティング分野

Q. 自社のWebサイトの(一部・全面的に)内製化を強化していきたいマーケティング分野について質問しました。(MA)

- 自社のWebサイトの内製化を強化したいマーケティング分野は、「企画立案や方針策定」が67%で最も多くなりました。次いで、「ブランディング」が続きました。
- キャリアパス設定の有無別に見ると、<Web担当者に対するキャリアパスがある>場合で「企画立案や方針策定」「ブランディング」「見込み客獲得」などの割合が高くなりました。

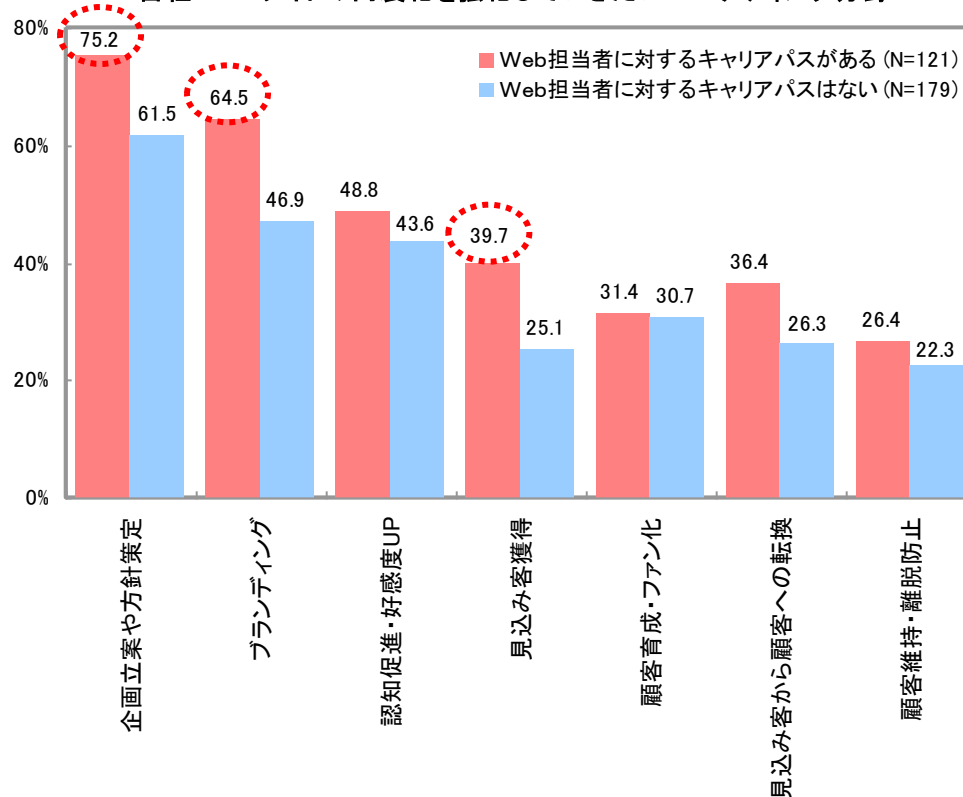
内製化を強化したいマーケティング分野は、「企画立案や方針策定」が67%と最も高い

自社Webサイトの内製化を強化していきたいマーケティング分野



【キャリアパス設定の有無別】

自社Webサイトの内製化を強化していきたいマーケティング分野



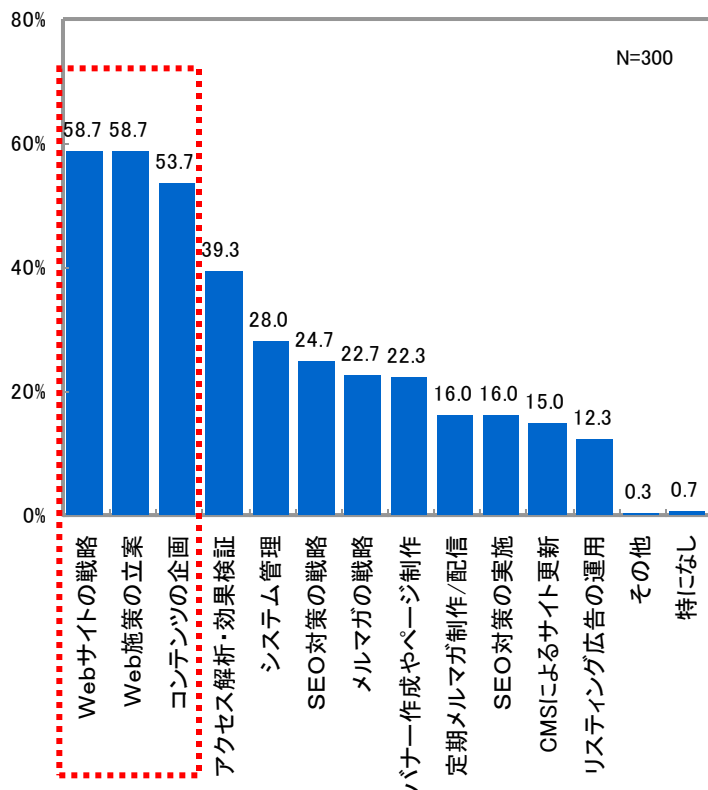
Webサイトで内製化を強化したい具体的業務

Q. 自社のWebサイトで(一部・全面的に)内製化していきたい具体的業務について質問しました。(MA)

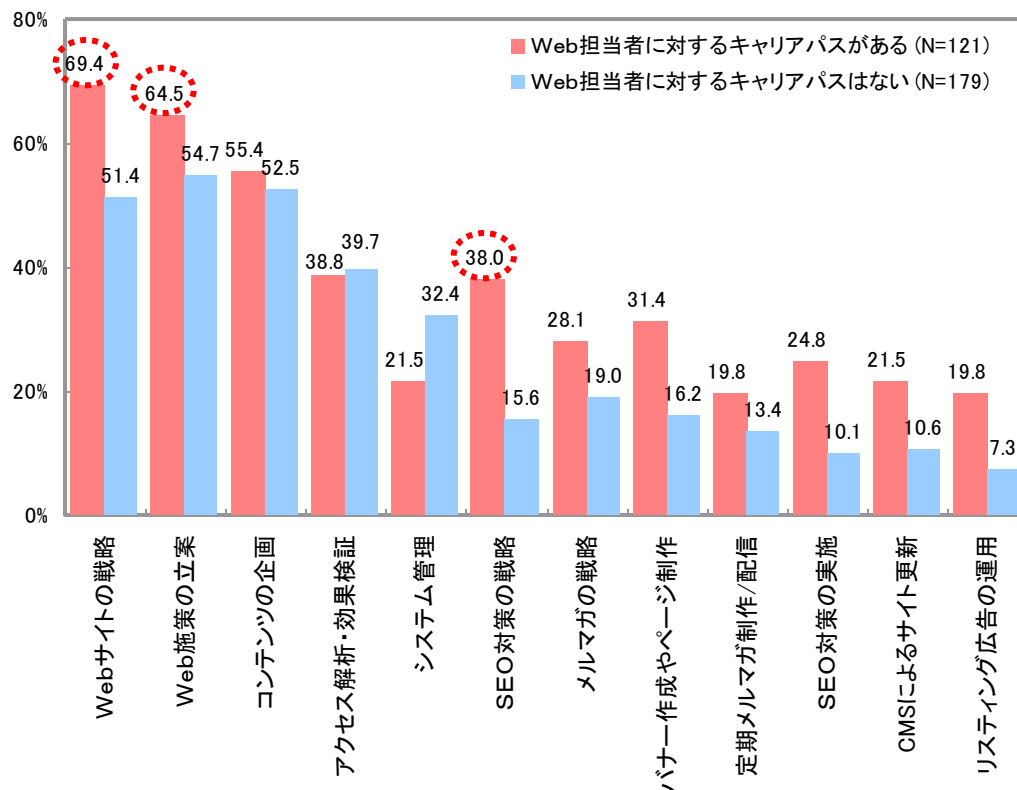
- 自社のWebサイトの内製化を強化したい具体的業務は、「Webサイトの戦略」「Web施策の立案」が58.7%で最も多くなりました。次いで、「コンテンツの企画」が続きました。
- キャリアパス設定の有無別に見ると、<Web担当者に対するキャリアパスがある>場合で「Webサイトの戦略」「Web施策の立案」「SEO施策の戦略」などの割合が高くなりました。

「Webサイトの戦略」「施策立案」「コンテンツの企画」は、内製化を強化したい回答が5割を超える

自社Webサイトの内製化を強化していきたい業務



【キャリアパス設定の有無別】
自社Webサイトの内製化を強化していきたい業務

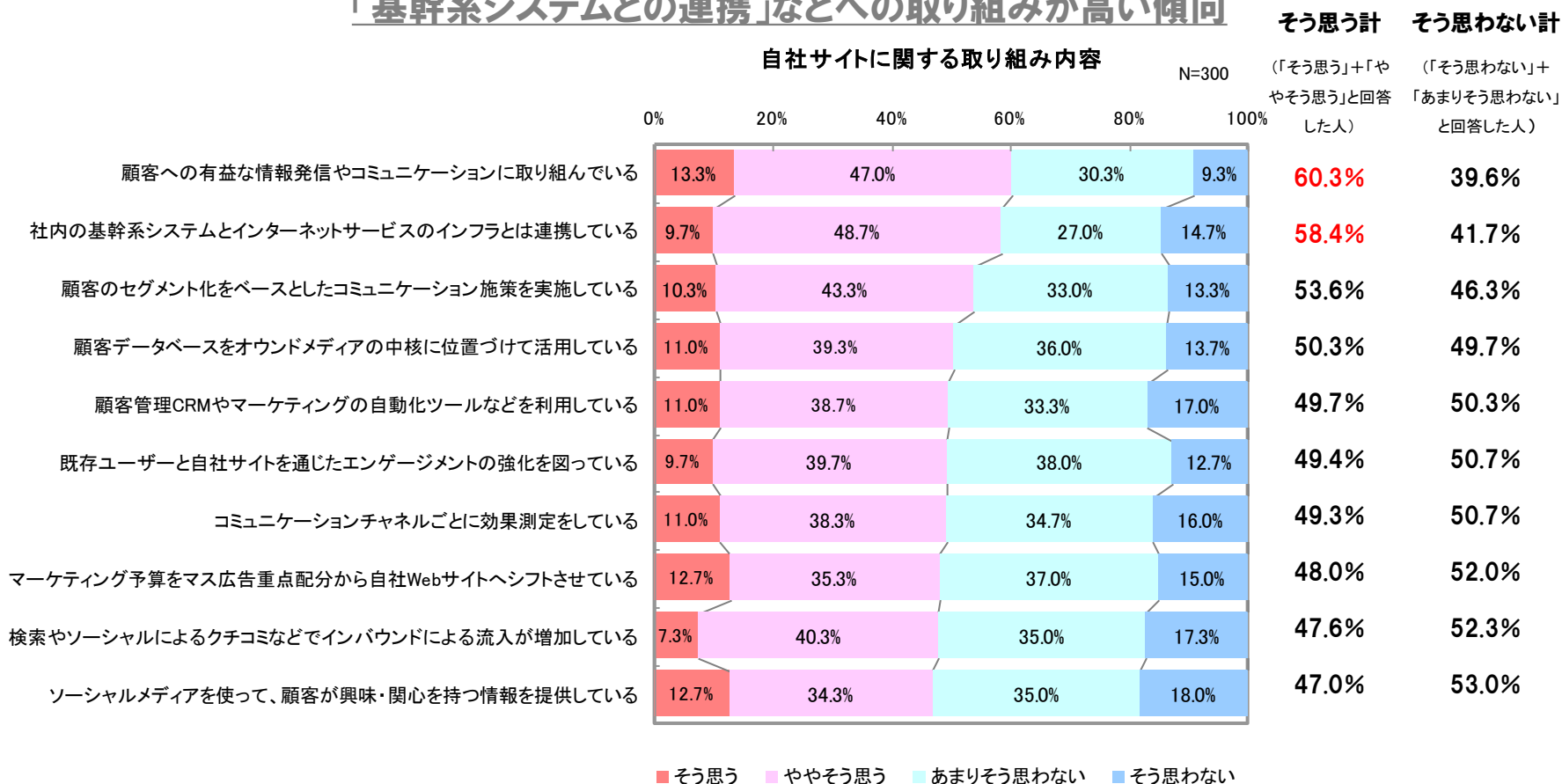


自社Webサイトの取り組み内容

Q. 自社サイトの取り組み内容について、10項目を「そう思う」「ややそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4段階で質問しました。(SA)

- 自社Webに関する取り組み内容は、「顧客への有益な情報発信やコミュニケーションに取り組んでいる」のそう思う計が60.3%を占め最も多くなりました。次いで、「社内の基幹系システムとインターネットサービスのインフラとは連携している」のそう思う計が58.4%で続きました。
- それ以外の8項目については、そう思う計とそう思わない計がほぼ二分する結果となりました。

Webサイトでの取り組みは、「顧客への有益な情報発信やコミュニケーション」や「基幹系システムとの連携」などへの取り組みが高い傾向



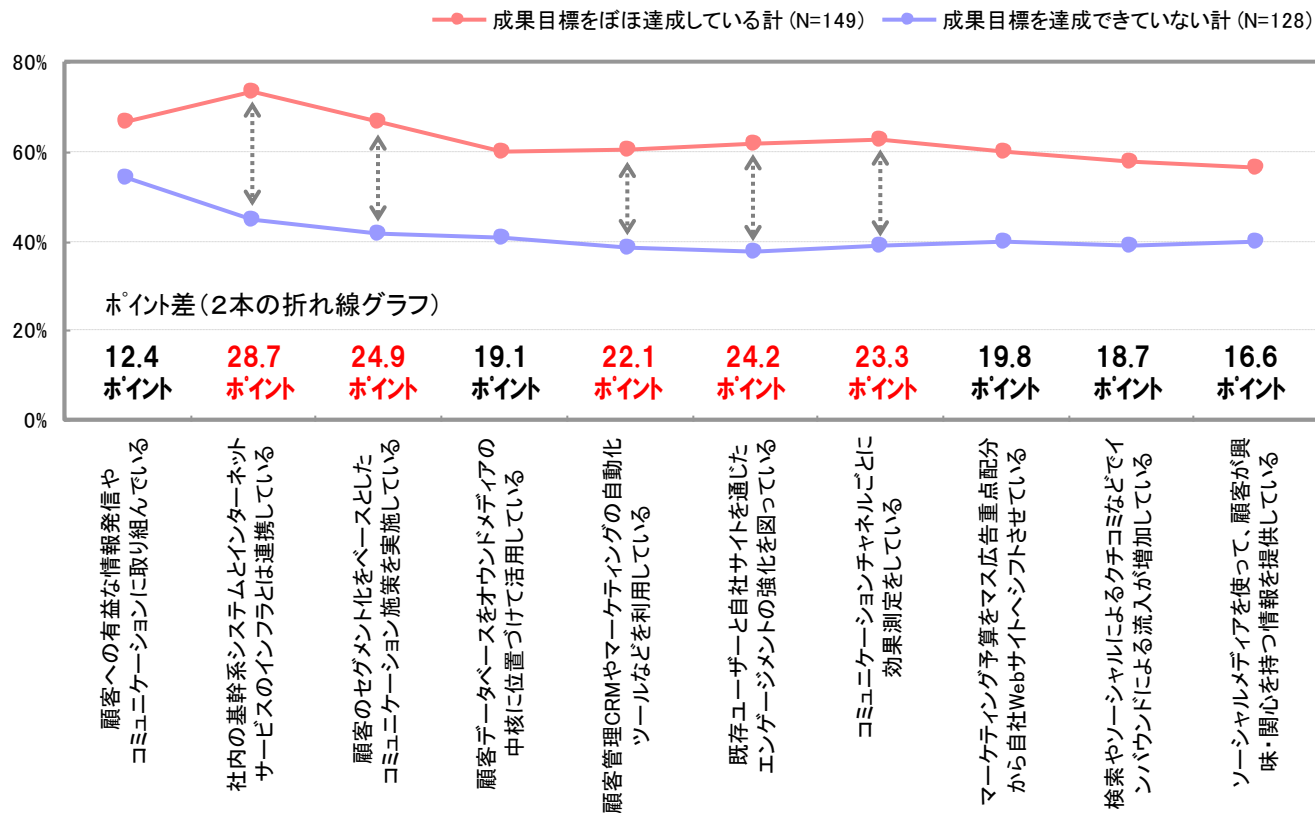
自社Webサイトの取り組み内容(目標達成別)

Q. 自社サイトの取り組み内容について、10項目を「そう思う」「ややそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の4段階で質問しました。(SA)

- 自社Webの取り組み内容のそう思う計(「そう思う」+「ややそう思う」)を、Webサイトの成果目標の達成度別に見ました。
- <成果目標をほぼ達成している>場合と<成果目標を達成できていない>場合の取り組み内容のギャップの大きさをみると、最も大きな差が見られたのは、「社内の基幹系システムとインターネットサービスのインフラとは連携している」で28.7ポイントの差が見られました。

目標達成をほぼ達成している場合とそうでない場合では、取り組み実施に大きな差がある

【Webサイトの成果目標の達成度別】 自社サイトに関する取り組み内容(そう思う計)



成果目標をほぼ達成している計

「成果目標は達成している」
+「成果目標はやや達成できていない」と回答した人

成果目標を達成できていない計

「成果目標はほとんど達成できていない」
+「成果目標の設定自体が明確でない」と回答した人

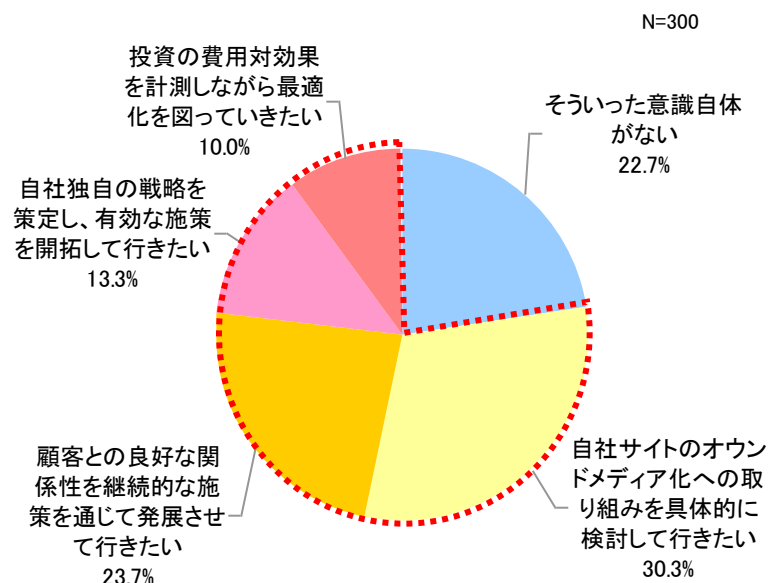
オウンドメディア化への今後の取り組み意向

Q. 今後、自社サイトでのオウンドメディア化への今後の取り組み意向について質問しました。(SA)

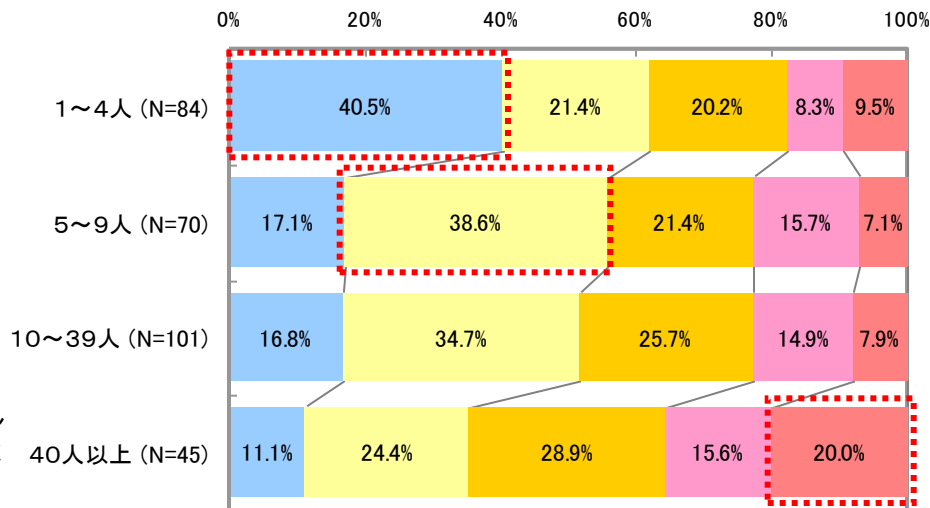
- 自社サイトのオウンドメディア化への今後の取り組み意向は、「そういった意識自体がない」との回答は22.7%にとどまり、約77%は積極的な意向を示す結果となりました。
- Web担当者の人数別に見ると、Web担当者の人数が<1~4人>で「そういった意識自体がない」が40.5%と多く、<5~9人>では、「自社サイトのオウンドメディア化への取り組みを具体的に検討して行きたい」が38.6%、<40人以上>で「投資の費用対効果を計測しながら最適化を図って行きたい」が20%と高くなりました。

オウンドメディア化への今後の取り組みについて、約77%が積極的な意向を示す

オウンドメディア化への取り組み意向



【Web担当者の人数別】
オウンドメディア化への取り組み意向



- そういった意識自体がない
- 自社サイトのオウンドメディア化への取り組みを具体的に検討して行きたい
- 顧客との良好な関係性を継続的な施策を通じて発展させて行きたい
- 自社独自の戦略を策定し、有効な施策を開拓して行きたい
- 投資の費用対効果を計測しながら最適化を図って行きたい

※オウンドメディア：当アンケートではデジタル上における自社が持つ顧客接点、具体的には自社が持つWebサイト、Facebook、Twitter等をオウンドメディアとします。

設問票

～自社Webサイトを担う人材育成とオウンドメディア化に関するアンケート～

Q1. 自社のWeb担当者の充足度合いについてお聞きします。
(1つだけ)

SA 必須

- 1.十分ある(足りている)
- 2.どちらとも言えない
- 3.不十分(足りていない)

- 1.担当者の人数
- 2.担当者のスキルや知識
- 3.担当者の育成

Q2. 自社のWeb担当者の人数についてお聞きします。
(1つだけ)

SA 必須

- 1.1～4人
- 2.5～9人
- 3.10～19人
- 4.20～29人
- 5.30～39人
- 6.40人以上

Q3. 今後、自社のWeb担当者の人数についてお聞きします。
(1つだけ)

SA 必須

- 1.増やしていく予定
- 2.現状
- 3.減らしていく予定
- 4.わからない

Q4. 自社のWeb担当者の人材確保についてお聞きします。
(1つだけ)

SA 必須

- 1.社内異動または新卒採用で確保
- 2.外部
- 3.全て外部から中途採用による人材の確保
- 4.わからない

- 1.現在の状況
- 2.今後の予定

Q5. 自社のWeb担当者の人材育成で実施していることについてお聞きします。
(いくつでも)

MA 必須

- 1.無料のセミナーへ参加
- 2.有料のセミナー・講習会へ参加
- 3.人事評価制度の実施
- 4.個人目標による管理制度
- 5.資格取得の支援
- 6.通信教育等による自己啓発の支援
- 7.OJT
- 8.プロジェクトへの抜擢
- 9.計画的なジョブローテーション
- 10.社内勉強会
- 11.集合研修
- 12.その他()

Q6. 自社のWeb担当者の人材育成で課題と感じていることについてお聞きします。
(いくつでも)

MA 必須

- 1.計画的な人材育成ができていない
- 2.課題に対する問題解決できる人材が不足している
- 3.交渉力や調整力ある担当者の育成が難しい
- 4.社内にWeb担当者の育成を担える人材がいない
- 5.複雑化する業務に対応できていない
- 6.IT環境の技術的変化のスピードについて行けていない
- 7.変化するデジタルマーケティング分野のスピードについて行けていない
- 8.外部環境の変化に対する社内組織の仕組みがついて行けていない
- 9.上層部のWebに対する必要性や有効性の認識が低い
- 10.組織としてノウハウを蓄積する仕組みができていない
- 11.専任の部署や専任の担当者がいない
- 12.有能な人材の確保と維持が難しい
- 13.IT技術を持った中途採用者の有効活用が不十分
- 14.その他()
- 15.特になし

Q7. 自社のWeb担当者に求める人材像を具体的に書きください。
(自由回答)

OA

- 1.()
- 2.()
- 3.()
- 4.()
- 5.()

Q8. 自社のWeb担当者に対するキャリアパスの設定についてお聞きします。
(1つだけ)

SA 必須

※キャリアパス:さまざまな経験やスキルを積みながら昇進していくキャリアプランを具体化したもの

- 1.Web担当者に対するキャリアパスがある
- 2.Web担当者に対するキャリアパスはない

Q9. 自社のWebサイトの(一部・全面的に)内製化を強化していきたい分野についてお聞きします。
(いくつでも)

MA 必須

- 1.企画立案や方針策定
- 2.ブランディング
- 3.認知促進・好感度UP
- 4.見込み客獲得
- 5.見込み客から顧客への転換
- 6.顧客育成・ファン化
- 7.顧客維持・離脱防止
- 8.その他()
- 9.特になし

Q10. 自社のWebサイトの(一部・全面的に)内製化していきたい具体的業務についてお聞きします。
(いくつでも)

MA 必須

- 1.Webサイトの戦略
- 2.Web施策の立案
- 3.コンテンツの企画
- 4.SEO対策の戦略
- 5.メルマガの戦略
- 6.アクセス解析・効果検証
- 7.バナー作成やページ制作
- 8.CMSによるサイト更新
- 9.定期メルマガ制作/配信
- 10.SEO対策の実施
- 11.リスティング広告の運用
- 12.システム管理
- 13.その他()
- 14.特になし

Q11. 自社サイトに関する取り組み内容についてお聞きます。

(1つだけ)

SA 必須

1. そう思わない
2. あまりそう思わない
3. ややそう思う
4. そう思う

1. 顧客への有益な情報発信やコミュニケーションに取り組んでいる
2. ソーシャルメディアを使って、顧客が興味・関心を持つ情報を提供している
3. 検索やソーシャルによるクチコミなどでインバウンドによる流入が増加している
4. 顧客データベースをオウンドメディアの中核に位置づけて活用している
5. コミュニケーションチャンネルごとに効果測定をしている
6. 既存ユーザーと自社サイトを通じたエンゲージメントの強化を図っている
7. 顧客管理CRMやマーケティングの自動化ツールなどを利用している
8. マーケティング予算をマス広告重点配分から自社Webサイトへシフトさせている
9. 顧客のセグメント化をベースとしたコミュニケーション施策を実施している
10. 社内の基幹系システムとインターネットサービスのインフラとは連携している

Q16. あなたの所属部署についてお聞きます。

(1つだけ)

SA 必須

1. Webサイト 運営系
2. 広告・販促系・営業系
3. 情報システム系
4. 商品企画・開発系
5. 経営企画系
6. 総務・管理部門系
7. その他()
8. 部署はない

Q12. 今後、自社サイトのオウンドメディア化への取り組み意向についてお聞きます。

(1つだけ)

SA 必須

※オウンドメディア：当アンケートではデジタル上における自社が持つ顧客接点、
具体的には自社が持つWebサイト、Facebook、Twitter等をオウンドメディアとします。

1. そういった意識自体がない
2. 自社サイトのオウンドメディア化への取り組みを具体的に検討して行きたい
3. 顧客との良好な関係性を継続的な施策を通じて発展させて行きたい
4. 自社独自の戦略を策定し、有効な施策を開拓して行きたい
5. 投資の費用対効果を計測しながら最適化を図って行きたい

Q13. 自社サイトの悩みについてお聞きます。

(いくつでも)

MA 必須

1. 以前に比べて広告効果が薄れてきている
2. 訪問者は増えたが成果につながらない
3. 見込み客を十分に獲得できていない
4. 顧客をリピート客やファン客に十分できていない
5. 競合他社との差別化が十分にできていない
6. その他()
7. 特になし

Q14. Webサイトの成果目標の達成度の意識についてお聞きます。

(1つだけ)

SA 必須

1. 成果目標は達成している
2. 成果目標はやや達成できていない
3. 成果目標はほとんど達成できていない
4. 成果目標の設定自体が明確でない
5. 成果目標は設定していない
6. わからない

Q15. あなたの役職についてお聞きます。

(1つだけ)

SA 必須

1. 経営者・役員
2. 部門責任者・マネージャー
3. チーム責任者・マネージャー
4. 専門職
5. 一般職
6. その他

■ 本レポートの利用に関して

- ・本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- ・本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- ・本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：株式会社パワー・インタラクティブ自主調査と明記してください。
- ・本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。

■ お問い合わせ

株式会社パワー・インタラクティブ 担当：遠藤

メール：webmaster@powerweb.co.jp Tel：03-6416-3350

パワー・インタラクティブは、デジタルマーケティングの支援コンサルティング会社です。経営コンサルティングファームで培ったマーケティングデータ分析のノウハウを活かし、「アクセス解析」「顧客データベース」等のデータ分析力を強みとしています。企業の事業戦略に応じて、Webサイトをマーケティングや営業に活用するための戦略立案/設計/構築を得意とし、PDCAサイクルを回しながら、リード獲得から育成までトータルにサポートを行なっています。

サービスに関するお問い合わせ
東京 03-6416-3350 大阪 06-6282-7596

発行者:株式会社パワー・インタラクティブ
<http://www.powerweb.co.jp/>
【東京】〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西2-2-6 EBIS-FIVE BLDG 4F
【大阪】〒541-0048 大阪市中央区瓦町4-3-7 MID御堂筋瓦町ビル5F

※本レポート内容の無断転載を禁じます。