

## 『マーケティングオートメーション意識調査』 2021年のMA導入率は17%、昨年の15%から微増 導入しない理由1位は5年連続で「費用が高いから」【Cloud CIRCUS 調べ】

スターティアホールディングス株式会社(本社:東京都、代表:本郷秀之、コード:3393)は、連結子会社でデジタルマーケティング SaaS 事業を手掛けるクラウドサーカス株式会社(本社:東京都、代表:北村健一)において、企業に勤める3,655名に対し、「マーケティングオートメーション(以下、MA)に関する意識調査 第5弾(2021年版)」を実施し、調査結果を発表したことをお知らせします。クラウドサーカスではMAに関する意識調査を2017年から年に一度実施しており、今回で5回目の調査となります。本調査結果は、これまでの推移や新型コロナウイルス流行前後の変化、MA導入の有無で比較してまとめています。



### 【調査概要】

- ・期間： 2021年10月21日(木)～10月22日(金)
- ・方法： インターネット調査
- ・対象： 企業に勤める全国の20代～60代の男女、3,655名
- ・内容： MAに関する意識調査 第5弾(2021年版)【Cloud CIRCUS 調べ】

### ■ MAに関する意識調査 第5弾(2021年版)サマリー

- ①2021年のMA導入率は17%、昨年の15%から微増。
- ②MAを導入しない理由1位は5年連続で「費用が高いから」。
- ③MA導入時に「専門家の意見が必要と感じた」のは全体の79%。
- ④MA導入企業は、コロナ流行前と比べて問い合わせ数・商談数・受注数共に、増加もしくは変化していないという回答が多い一方、MA非導入企業は増加率が低く、商談数・受注率共に減少傾向にある。

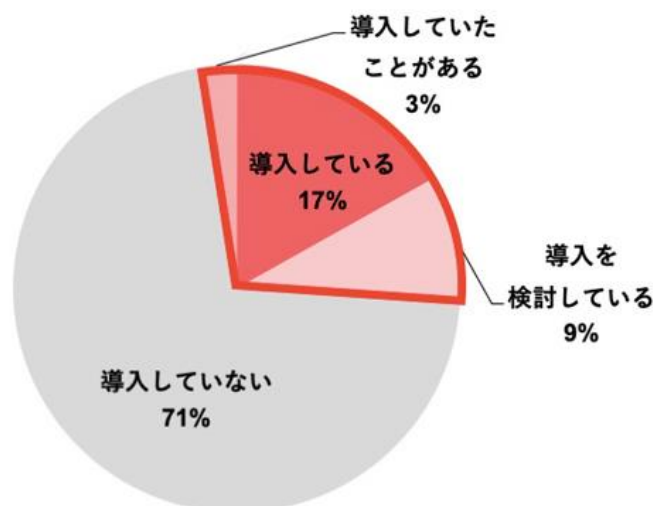
### ■ 調査内容

<設問①> MAを導入していますか？

<結果①>⇒2021年のMA導入率は17%

「MAを導入している」と回答したのは全体(1,588名)の17%(268名)という結果になりました。MA導入率は過去の調査結果を振り返ると2017年11月:7%、2018年10月:10%、2019年10月:13%、2020年10月:15%と年々微増していることが分かりました。

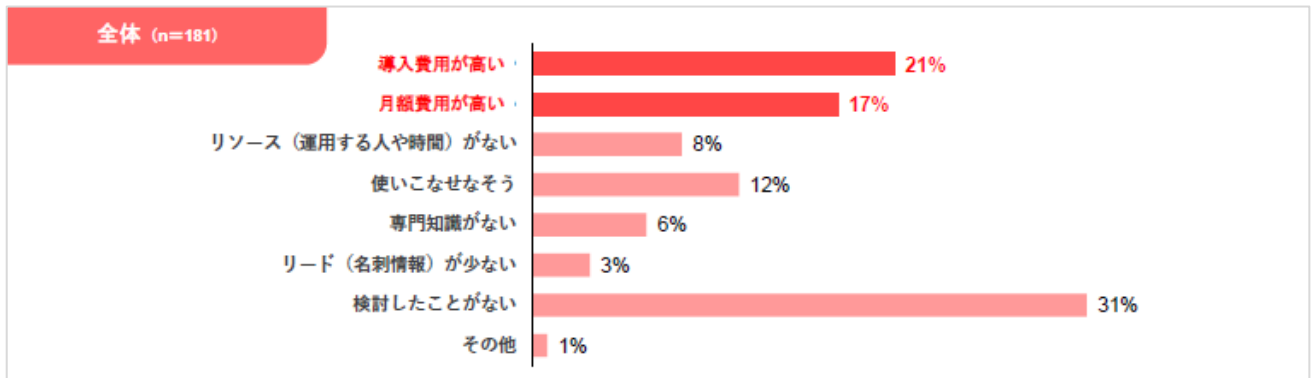
全体 (n=1588)



<設問②> あなたのお勤め先が MA を導入しない（検討出来ない）理由として当てはまるものを教えてください。

<結果②> ⇒MA を導入しない理由 1 位は 5 年連続で「費用が高いから」。

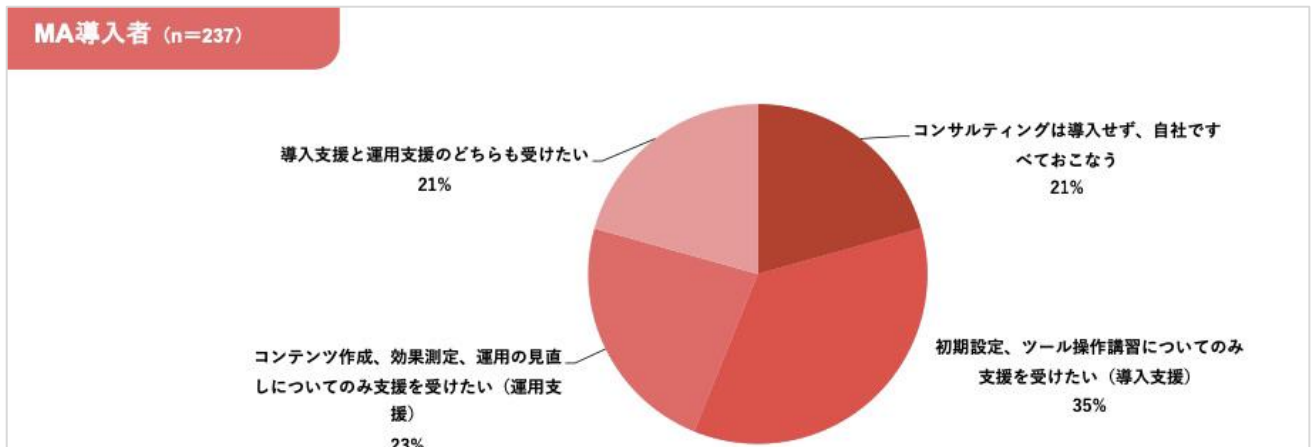
MA 非導入企業のうち、MA を知っているとして回答した 181 名へ聞きました。「導入費用が高い」「月額費用が高い」が上位になりました。2017 年から 2021 年まで 5 年連続で MA を導入しない(検討出来ない)理由 1 位は「導入費用が高いから」です。



<設問③> もしあなたが改めて MA を導入するとしたら、以下の中で何を選びますか？

<結果③> ⇒MA 導入時に「専門家の意見が必要と感じた」のは全体の 79%。

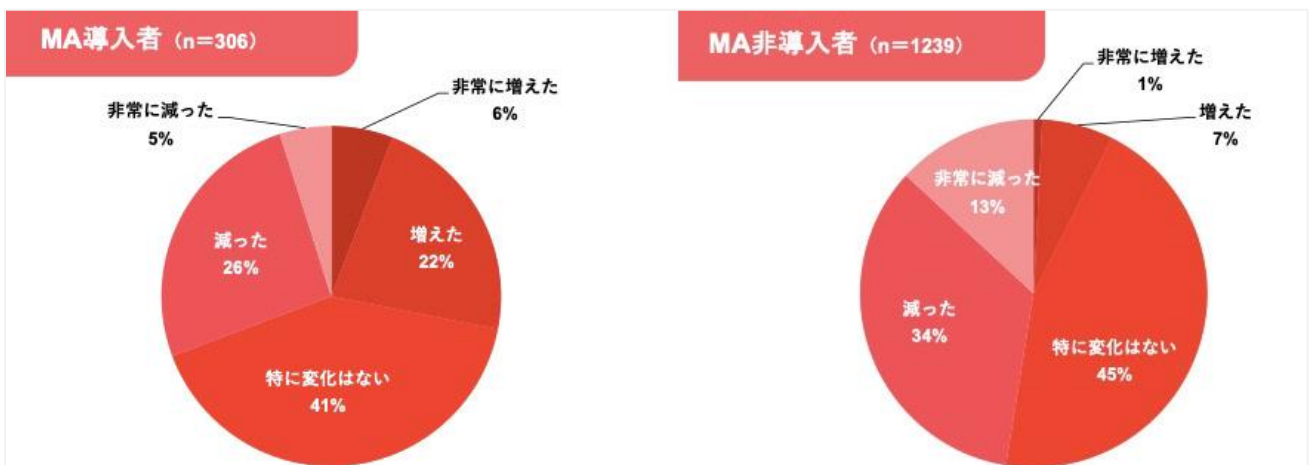
MA を導入している、もしくは導入したことがあると回答した 237 名へ聞きました。「コンサルティングは導入せず、自社ですべておこなう」と回答した人はわずか 21%（49 名）という結果になりました。費用がかかったとしても、コンサルティングが必要と感じている人が多いことがわかりました。



<設問④> 新型コロナウイルス流行前と比べて、受注数（新規契約数）はどのように変化しましたか？

<結果④> ⇒MA 導入者は受注数（新規契約数）が増えたと回答した企業が多い。

MA 導入者（306 名）のうち 28%（86 名）が「受注数（新規契約数）が増えた」と回答しています。一方、MA 非導入者（1239 名）は増えたという回答が 8%（92 名）に留まり、MA 導入者と非導入者間でコロナ禍の受注数（新規契約数）に明確な差があったことがわかります。



## ■まとめ

昨年度の調査と比較して、MAの導入率は一昨年は13%、昨年は15%と増えており、今年度の調査でも17%と徐々に増加していることが明らかになりました。このことから、MAの導入が一過性のものではなく、世の中で徐々に進んでいることがわかります。しかしながら、導入できない理由としては、導入費用と月額費用の高さが最も大きな要因となっており、企業にとって依然として導入コストがMA導入の大きな壁になっていることがわかりました。

今年度も企業活動における新型コロナウイルスの影響が心配されましたが、昨年度に引き続きMA導入企業は非導入者に比べて、お問い合わせ数、商談数、受注数のすべてにおいて「増えた」という回答が多いことがわかりました。また、展示会などのオフライン施策について「効果がある」という回答が昨年度に比べ減っており、オフラインからオンライン施策への転換が数値にあらわれる結果となりました。

昨年度から大幅な変化があった項目はありませんが、MAの導入率やオフライン施策の効果が下がっていることなどから、引き続き従来の営業活動からオンライン施策(Webマーケティング)への転換を余儀なくされていることが想定できます。また、昨年度に引き続きMA導入の有無と新型コロナウイルスの影響の有無の相関性も判明しました。ただし、MA導入者とMA非導入者どちらも「専門知識を持った担当がいらない」ということを課題に感じている企業が多いという実態もあります。マーケティング人材をいかに確保していくか、または教育していくかに加え、専門知識を持った担当がいなくても始められる施策(ツール)を選択していくことも企業成長の大きな鍵になりそうです。

※本リリースの調査結果をご掲載いただく際は、「Cloud CIRCUS 調べ」または「エムタメ！調査」と明記ください。

## ■クラウドサーカス株式会社について <https://cloudcircus.jp/company/>

世界標準のマーケティングエコシステム」をビジョンとして掲げるクラウドサーカス株式会社は、デジタルマーケティング SaaS である「Cloud CIRCUS」の開発・提供を主力事業として展開しています。「Cloud CIRCUS」は、中小企業を中心に 22,000 件以上に導入され(2021 年 6 月末時点)、日本そしてアジアのサステナブルなビジネス環境を創造していきます。

代表取締役 CEO : 北村健一

会社設立 : 2009 年 4 月 1 日

事業内容 : デジタルマーケティング SaaS「クラウドサーカス」の開発・販売及び、  
デジタルマーケティングに関するコンサルティング・受託業務

## ■スターティアホールディングスについて

スターティアホールディングスグループは、デジタルマーケティング(事業会社:クラウドサーカス株式会社)と IT インフラ(事業会社:スターティア株式会社、スターティアレイズ株式会社、C-design 株式会社、等)を通じ、中小企業のデジタルシフトを進めていきます。「最先端を、人間らしく。」をコーポレートスローガンに、デジタル技術やサービスを、分かりやすく寄り添って提供します。

## ■会社概要

会社名 : スターティアホールディングス株式会社

URL : <https://www.startiaholdings.com/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿 2-3-1 新宿モリス 1 9 F

代表者 : 代表取締役社長 兼 グループ最高経営責任者 本郷秀之

上場取引所 : 東京証券取引所 市場第一部 (証券コード: 3393)

事業内容 : グループ会社の経営管理等

<報道関係者様のお問い合わせ先>

スターティアホールディングス株式会社 広報

TEL : 03-5339-2109 MAIL: [release@startiaholdings.com](mailto:release@startiaholdings.com)