

デジタルマーケティング予算と成果の関係性とは

## BtoB 企業のデジタルマーケティング実態調査【予算帯別分析編】

BtoB 企業のデジタルマーケティングの最新状況と成功企業の傾向

BtoB 企業に特化したデジタルマーケティング支援サービスを提供する株式会社リーディング・ソリューション（本社：東京都千代田区、代表取締役：中田 義将）は、BtoB 企業に勤務する経営者・役員、会社員の中でも、デジタルマーケティングに関与している 538 名を対象に、「BtoB デジタルマーケティング実態調査」を実施しました。

その調査結果のうち、デジタルマーケティングの「予算」に関する項目を中心に、分析した結果の一部をご紹介します。



資料ダウンロード: [https://www.leading-solutions.co.jp/data/analysis\\_by\\_budget\\_band/?utm\\_source=tcpressroom&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=2406\\_1](https://www.leading-solutions.co.jp/data/analysis_by_budget_band/?utm_source=tcpressroom&utm_medium=referral&utm_campaign=2406_1)

## 調査概要

調査目的：BtoB 事業におけるデジタルマーケティング活動の実態を明らかにする

調査対象者：BtoB 企業勤務の経営者・役員または会社員で自社のデジタルマーケティングに関与している人

調査期間：2024 年 2 月 26 日（月）～2024 年 2 月 28 日（水）

調査方法：インターネットによるアンケート調査

回答者数：538 名

## 調査結果 サマリー

1. デジタルマーケティング予算が年間 1,000 万円以上の企業は、デジタルマーケティングにおいて成果実感があり、2024 年度の予算も「大きく増加する」と回答した割合が 1,000 万円未満の企業と比較して高かった。

2. デジタルマーケティング予算が 5,000 万円未満の企業が実施している施策は SNS 広告が割合として高く、成果実感もあり、2024 年度も注力したい施策として挙げられた。

対して予算 5,000 万円以上の企業は SEO 対策が実施状況、成果実感、2024 年度に注力したい施策として割合が高い結果となった。

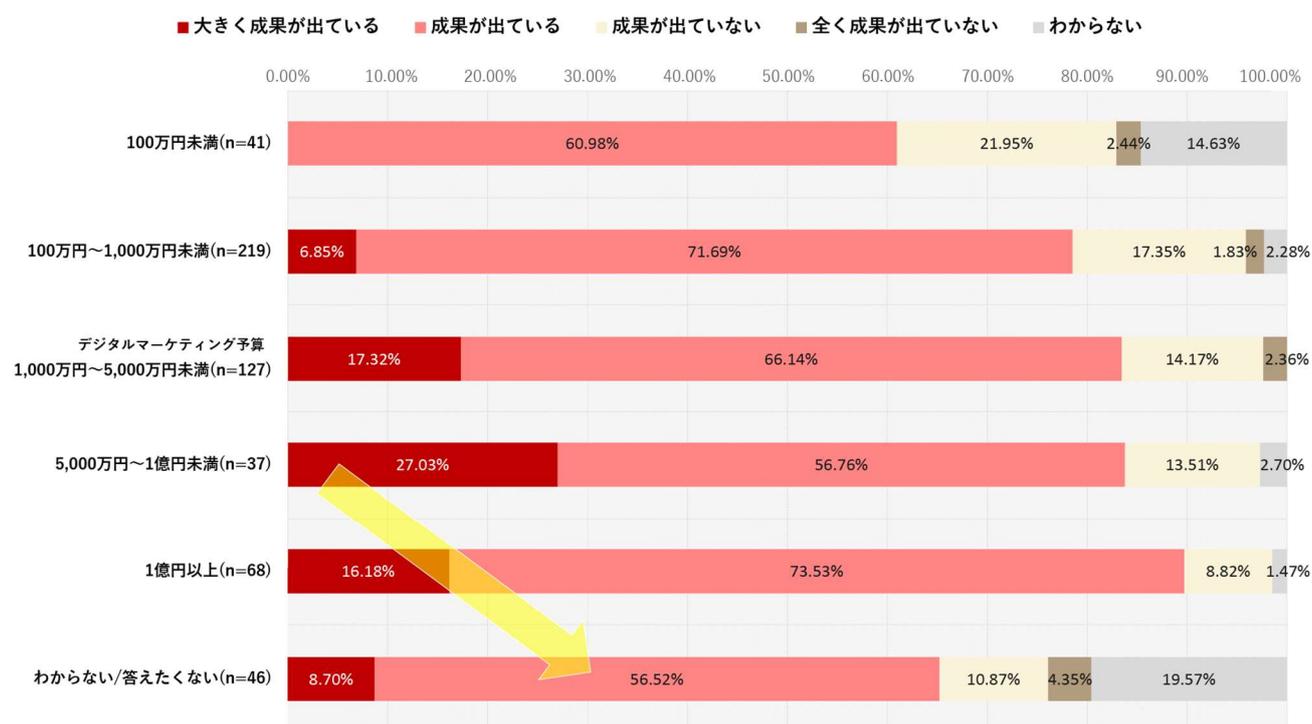
3. 現状の課題について、デジタルマーケティング予算が 1 億円未満の企業は「人材」の量（リソース）と質（専門性）に課題を感じているものの、1 億円以上の企業においても「戦略が無い」「費用対効果が合っているか分からない」と言った課題が挙げられ、いずれも「人材」によって解決する課題が挙げられた。

## 1. 年間予算が上がるほどデジタルマーケティングで「成果が出ている」と実感

デジタルマーケティングの成果状況について、年間予算が上がっていくほど「大きく成果が出ている」と実感している回答者の割合が高い結果となった。

年間予算を1億円以上かけている回答者の「大きく成果が出ている」の割合は16.18%と、年間予算1,000万円～1億円未満の予算帯と比較すると割合は低くなっているものの、「成果が出ている」まで含めると、最も成果について実感している結果となった。

### ■ デジタルマーケティング全体について、成果が出ていると感じますか？ (単一回答)



n=538 調査対象：BtoB企業勤務の経営者・役員または会社員で、自社のデジタルマーケティングに関与している人

リーディング・ソリューション  
Leading Solutions

## 2. SEO 対策の成果実感は予算額により二極化

成果が出ている施策について聴取したところ、「SEO 対策」に対する成果実感については、年間予算が 5,000 万円以上と 5,000 万円未満で二極化する結果となった。

現状、Google はコンテンツ数の多いサイトのコンテンツを評価する傾向にあるため、SEO で成果を出すためには継続的にコンテンツ作成を行える予算を確保する必要があると言えそうである。

■デジタルマーケティングで成果が出ていると感じる施策をお選びください。(複数回答)

	デジタルマーケティング予算					
	100万円未満	100万円～ 1,000万円未満	1,000万円～ 5,000万円未満	5,000万円～ 1億円未満	1億円以上	わからない/ 答えたくない
Webサイトの構築/更新/改善	10.9%	8.3%	10.4%	6.1%	8.2%	11.8%
リスティング広告	4.7%	6.4%	4.6%	6.1%	5.5%	2.9%
ディスプレイ広告	7.8%	4.6%	5.0%	7.0%	5.5%	2.9%
動画広告	4.7%	8.0%	7.3%	9.6%	6.2%	11.8%
SNS広告	9.4%	11.0%	8.5%	6.1%	7.5%	8.8%
専門Web媒体への記事広告	6.3%	5.2%	3.1%	5.3%	4.8%	2.9%
SEO 対策	7.8%	4.3%	4.6%	8.8%	7.5%	0.0%
メールマーケティング/MA活用	3.1%	6.7%	3.1%	3.5%	4.8%	8.8%
チャットbotやWeb接客ツールの導入	9.4%	5.5%	5.8%	5.3%	2.7%	0.0%
ソーシャルメディア/SNS運用	9.4%	4.9%	10.8%	10.5%	3.4%	5.9%
コンテンツマーケティング	1.6%	4.9%	10.8%	3.5%	7.5%	0.0%
セミナー/Webinar開催	3.1%	4.6%	6.9%	4.4%	4.8%	5.9%
内製化への取り組み	3.1%	4.3%	4.6%	5.3%	8.2%	0.0%
AI活用	6.3%	6.7%	8.5%	9.6%	13.7%	8.8%
ABM	1.6%	3.1%	5.4%	2.6%	5.5%	0.0%
SFAやMAなどのデータ統合	1.6%	6.4%	3.5%	5.3%	4.1%	0.0%
その他	9.4%	4.9%	3.5%	0.9%	0.0%	29.4%

n=538 調査対象：BtoB企業勤務の経営者・役員または会社員で、自社のデジタルマーケティングに関与している人

 リーディング・ソリューション  
Leading Solutions

■報道関係者お問合せ先：株式会社リーディング・ソリューション 経営戦略推進本部 マーケティング部  
TEL: 03-5860-3601/FAX:03-5860-3602/MAIL: press@leading-solutions.co.jp

### 3. 「人材」によって解決する課題に直面している企業が多い

デジタルマーケティングに関する課題について、予算が1億円未満の企業は、社内に専門知識を持った人材がいないことや、人員リソースが足りていない、最適なパートナーが見つかっていない、という「人材」の課題に当たっている様子が見受けられた。

対して、予算1億円以上の企業は、「戦略が無い」、「費用対効果が合っているか分からない」といったPDCA体制に課題を感じている結果となった。

人材の採用と育成は時間がかかるため、戦略策定やPDCAサイクルを回せる外部パートナーの発掘が各社の課題解決において重要なポイントと言えそうである。

#### ■デジタルマーケティングに関して、今現在感じている課題をお選びください。(複数回答)

	デジタルマーケティング予算					
	100万円未満	100万円～1,000万円未満	1,000万円～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上	わからない/答えたくない
戦略が無い	7.7%	10.4%	8.0%	7.1%	11.1%	11.4%
費用対効果が合っていない/合っているか分からない	7.7%	12.1%	8.0%	9.1%	12.5%	6.8%
成果が出ていない	6.6%	7.6%	6.2%	6.1%	6.9%	4.5%
社内に専門知識を持った人材がいない	11.0%	11.1%	12.5%	7.1%	10.4%	10.2%
最適なパートナー会社/外注先が見つかっていない	6.6%	8.7%	8.3%	11.1%	10.4%	5.7%
営業からの評価が低い	8.8%	6.9%	7.6%	13.1%	4.2%	6.8%
人員リソースが足りない	14.3%	12.6%	13.8%	15.2%	10.4%	12.5%
予算が足りない	12.1%	11.5%	9.7%	11.1%	11.8%	17.0%
PDCAが回せていない	9.9%	8.2%	13.1%	10.1%	11.1%	6.8%
最新技術を取り入れられていない	9.9%	9.5%	9.3%	9.1%	9.0%	6.8%
その他	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
特に課題は感じていない	2.2%	0.7%	3.5%	1.0%	2.1%	4.5%
課題があるのかわからない	3.3%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	6.8%

n=538 調査対象：BtoB企業勤務の経営者・役員または会社員で、自社のデジタルマーケティングに関与している人



本調査資料では、上記調査結果の他、デジタルマーケティング予算別に「昨年度からの予算の変化」や「実施している施策」、「今年度注力したい施策」等の情報をご確認いただけます。

是非以下よりダウンロードいただき、貴社のデジタルマーケティング活動のご参考になれば幸いです。

資料ダウンロード：[https://www.leading-solutions.co.jp/data/analysis\\_by\\_budget\\_band/?utm\\_source=tcpressroom&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=2406\\_1](https://www.leading-solutions.co.jp/data/analysis_by_budget_band/?utm_source=tcpressroom&utm_medium=referral&utm_campaign=2406_1)

■報道関係者お問合せ先：株式会社リーディング・ソリューション 経営戦略推進本部 マーケティング部  
TEL: 03-5860-3601/FAX:03-5860-3602/MAIL: [press@leading-solutions.co.jp](mailto:press@leading-solutions.co.jp)

<調査に関するお問い合わせ先>

株式会社リーディング・ソリューション

広報担当 TEL：03-5860-3601 MAIL：press@leading-solutions.co.jp

## 株式会社リーディング・ソリューションについて

リーディング・ソリューションは、BtoB 企業支援に特化した、デジタルマーケティングカンパニーです。デジタルマーケティング戦略策定から推進計画立案、施策実行、効果測定まで、クライアントのデジタルマーケティングをワンストップで支援し、成果最大化を図ります。



### 【会社概要】

商号：株式会社リーディング・ソリューション

タナベコンサルティンググループ(東証プライム上場)グループ会社

本社所在地：〒100-0005 東京都千代田区丸の内 3-4-1 新国際ビル 4 階

代表取締役：中田 義将

事業内容： BtoB 企業向けデジタルマーケティングコンサルティング業務

BtoB 企業向けデジタルマーケティング支援業務

設立： 2004 年 9 月 1 日

資本金：1 億 2,000 万円

URL：[https://www.leading-solutions.co.jp/?utm\\_source=tcpressroom&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=2406\\_1](https://www.leading-solutions.co.jp/?utm_source=tcpressroom&utm_medium=referral&utm_campaign=2406_1)