

2023年版

【マーケティング内製化の課題とは？】

マーケティング戦略の内製化は約半数にとどまる結果に
課題は、「マーケターの育成」や「優秀人材の採用」

～4割以上が、「マーケティング領域を得意とする外部のプロ人材活用」に意欲～

中小ベンチャー企業の マーケティングの内製化に関する実態調査
株式会社Piece to Peace

調査概要

調査実施者

株式会社Piece to Peace

調査概要

中小ベンチャー企業のマーケティングの内製化に関する実態調査

調査方法

IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画による
インターネット調査

調査期間

2023年6月9日～同年6月12日

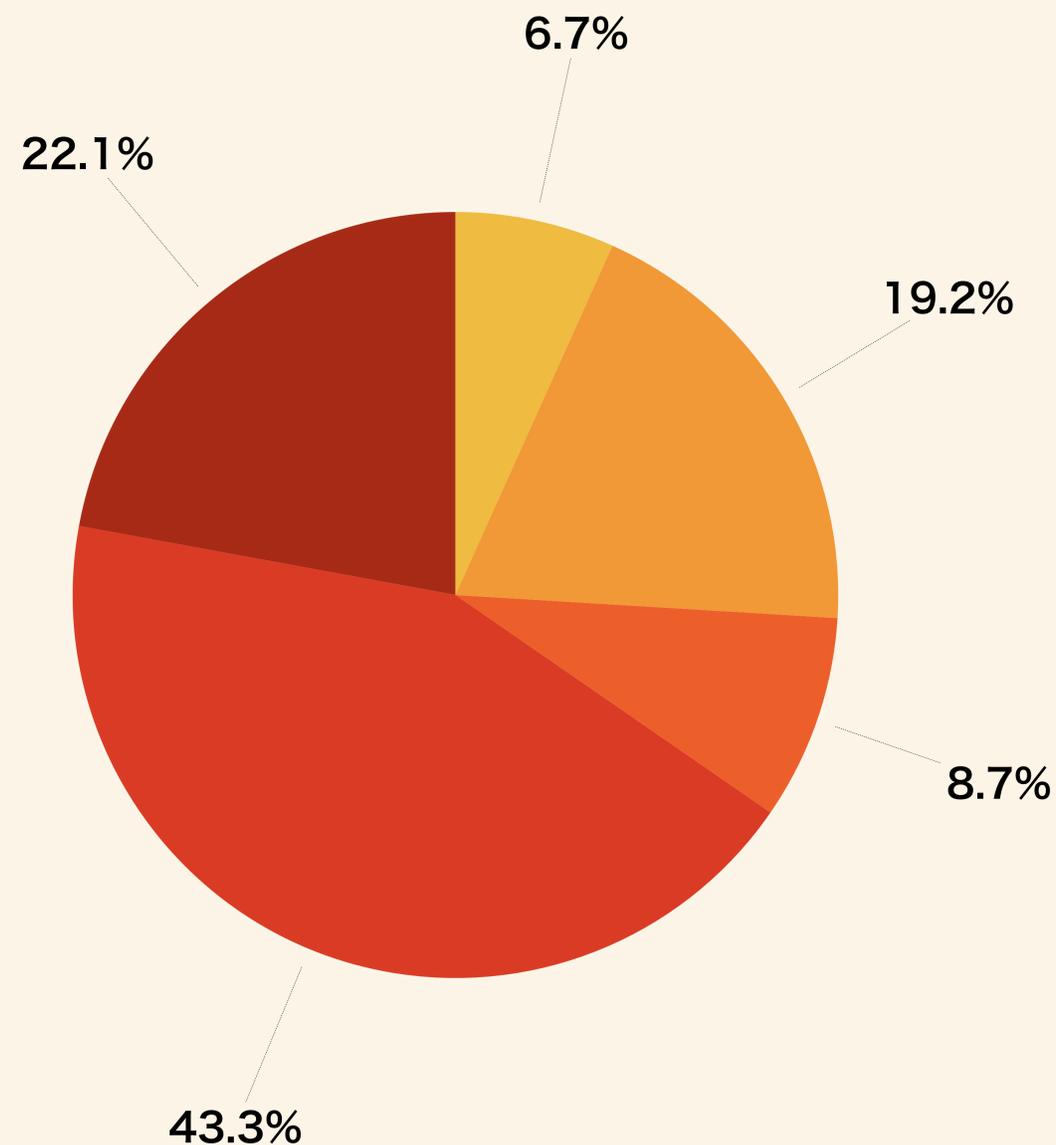
有効回答

中小・ベンチャー（従業員数10～300名未満、かつ設立年数1年～10年未満）の
経営者104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。

Q1

あなたの企業では、自社のマーケティングの年間計画・予算作り・施策管理をどのように行っていますか。

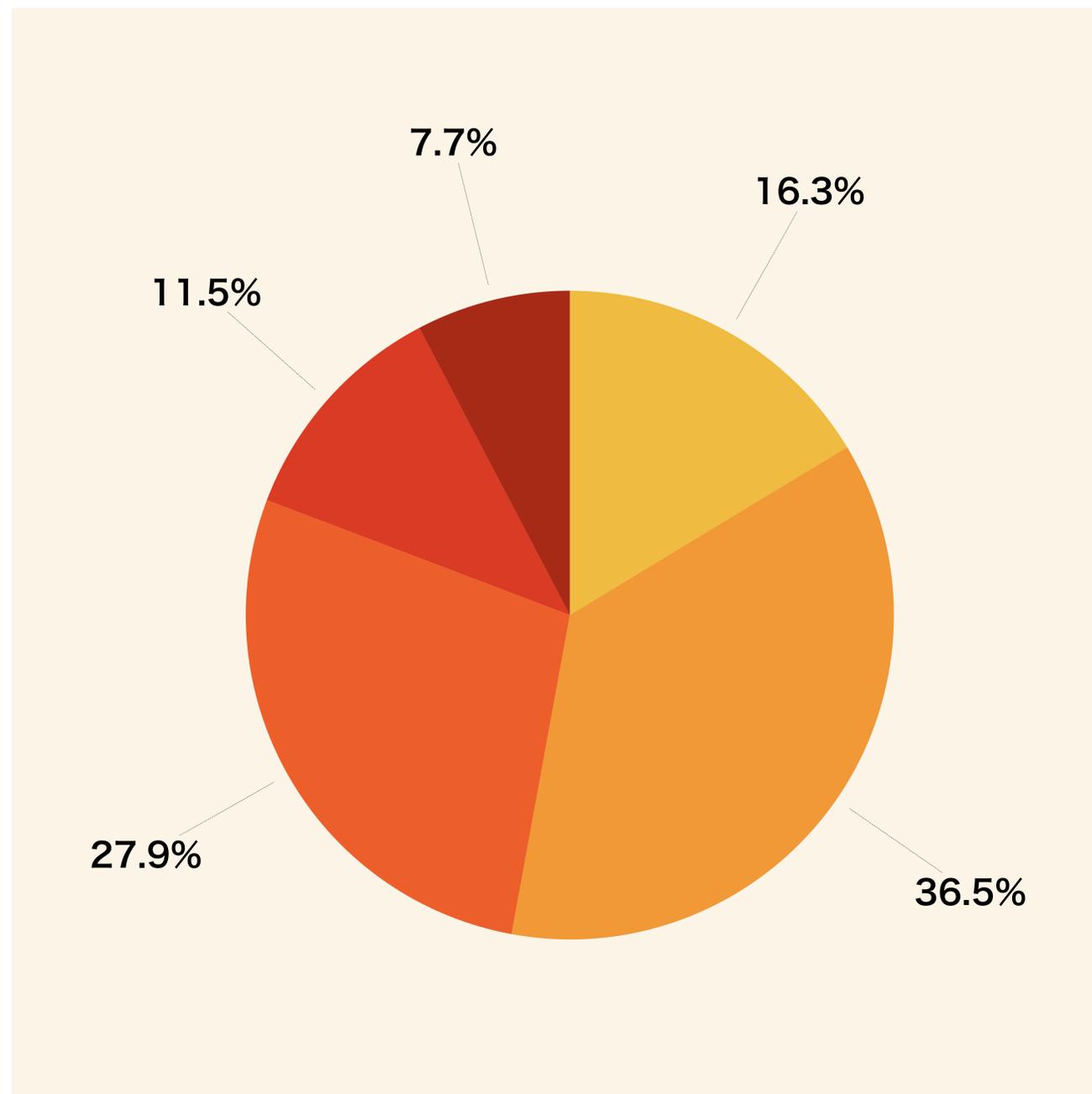


- 6.7% 全て外注している
- 19.2% 一部外注している
- 8.7% 一部内製化している
- 43.3% 全て内製化している
- 22.1% そもそもしていない

約半数の中小ベンチャーの経営者は、自社のマーケティングの年間計画・予算作り・施策管理を「内製化している」と回答しました。

Q2

あなたの企業では、自社のマーケティングにおける施策の具体的な計画はできていると思いますか。

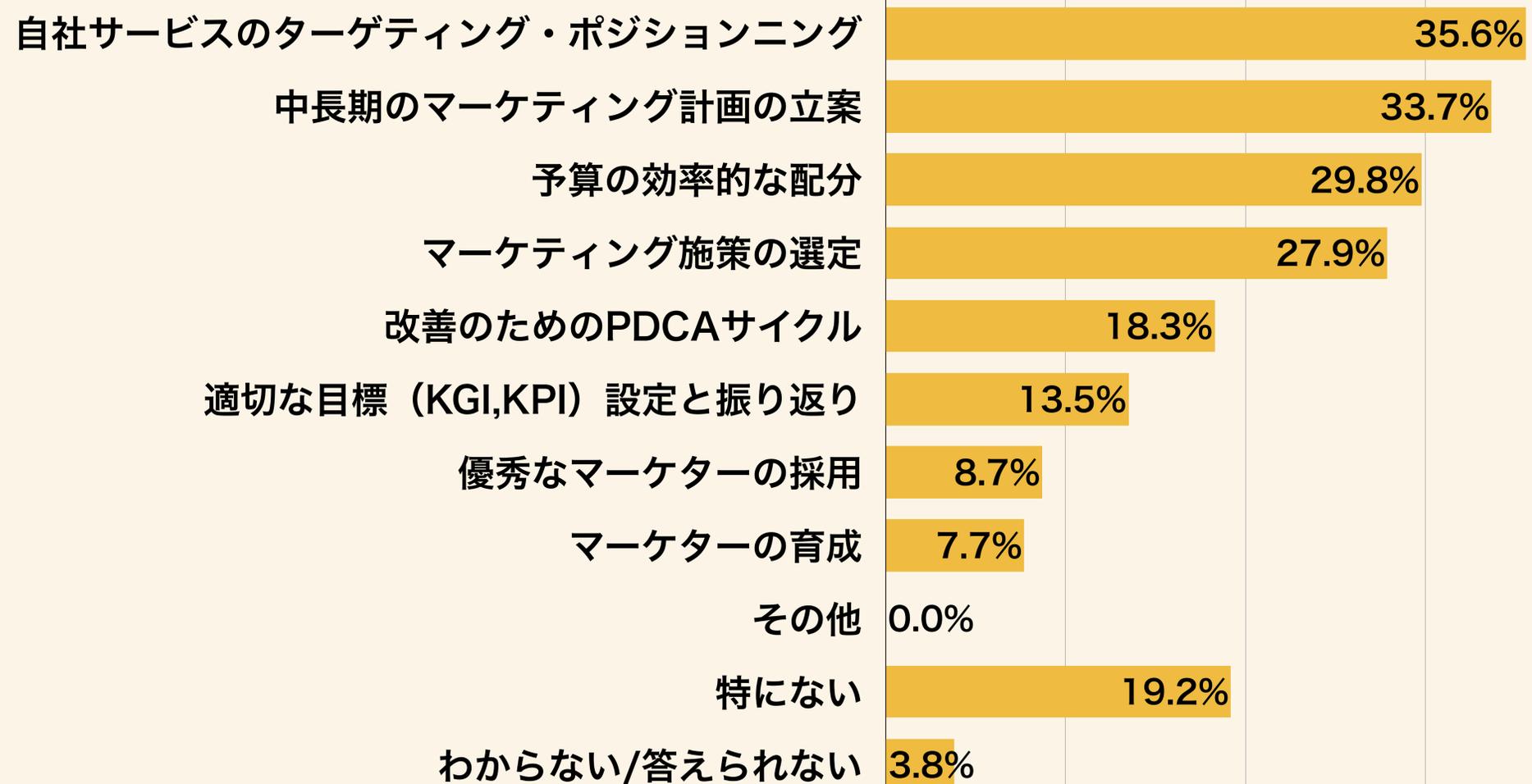


- 16.3% 非常にそう思う
- 36.5% ややそう思う
- 27.9% あまりそう思わない
- 11.5% 全くそう思わない
- 7.7% わからない/答えられない

約半数が、自社のマーケティングにおける施策の具体的な計画は「できていない」「わからない」と認識していることがわかりました。

Q3

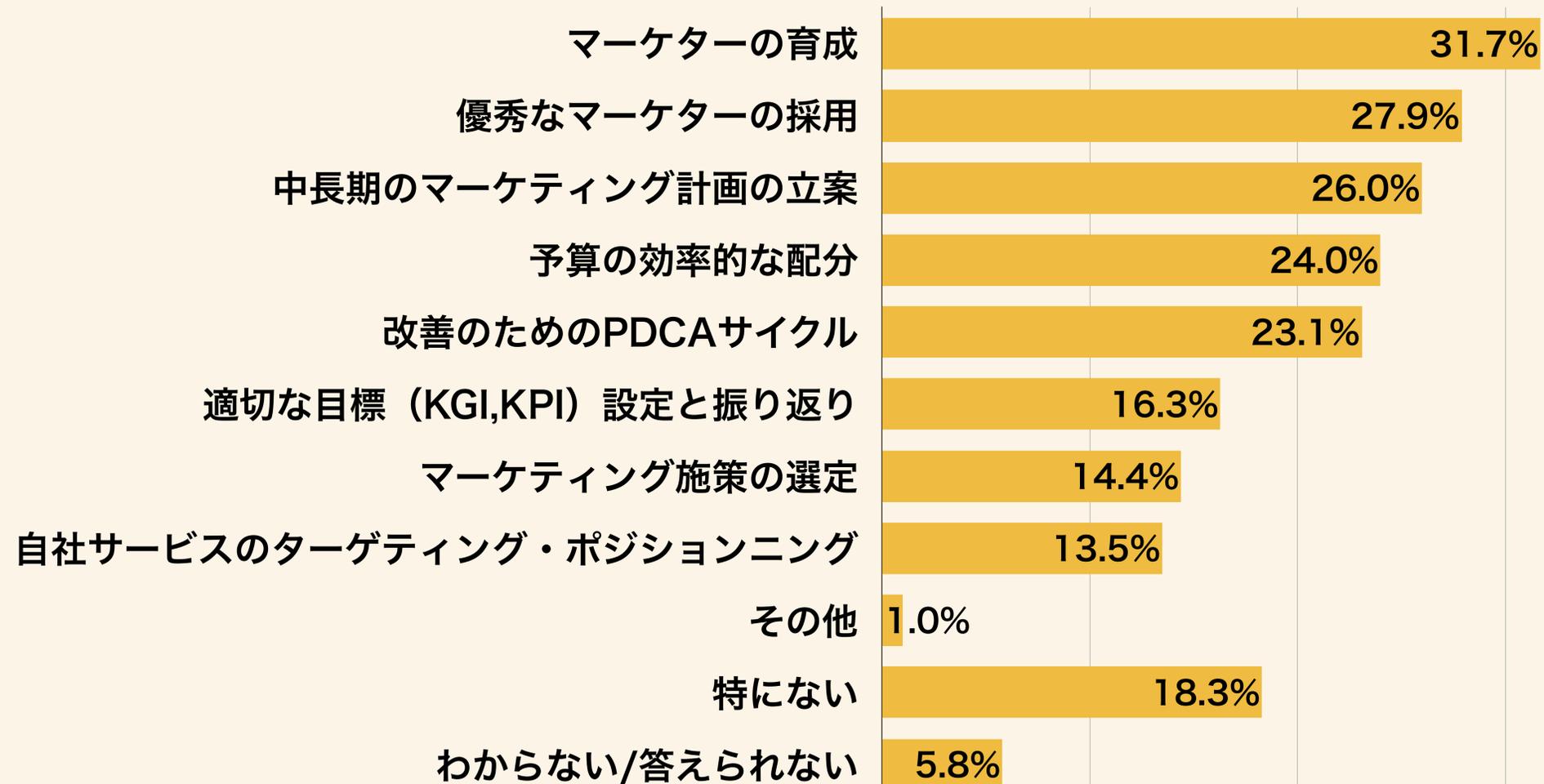
あなたの企業で、自社のマーケティングにおいて「できている」と感じている部分を教えてください。（複数回答）



自社のマーケティングができている部分、「自社サービスのターゲティング・ポジションニング」が35.6%で最多となりました。

Q4

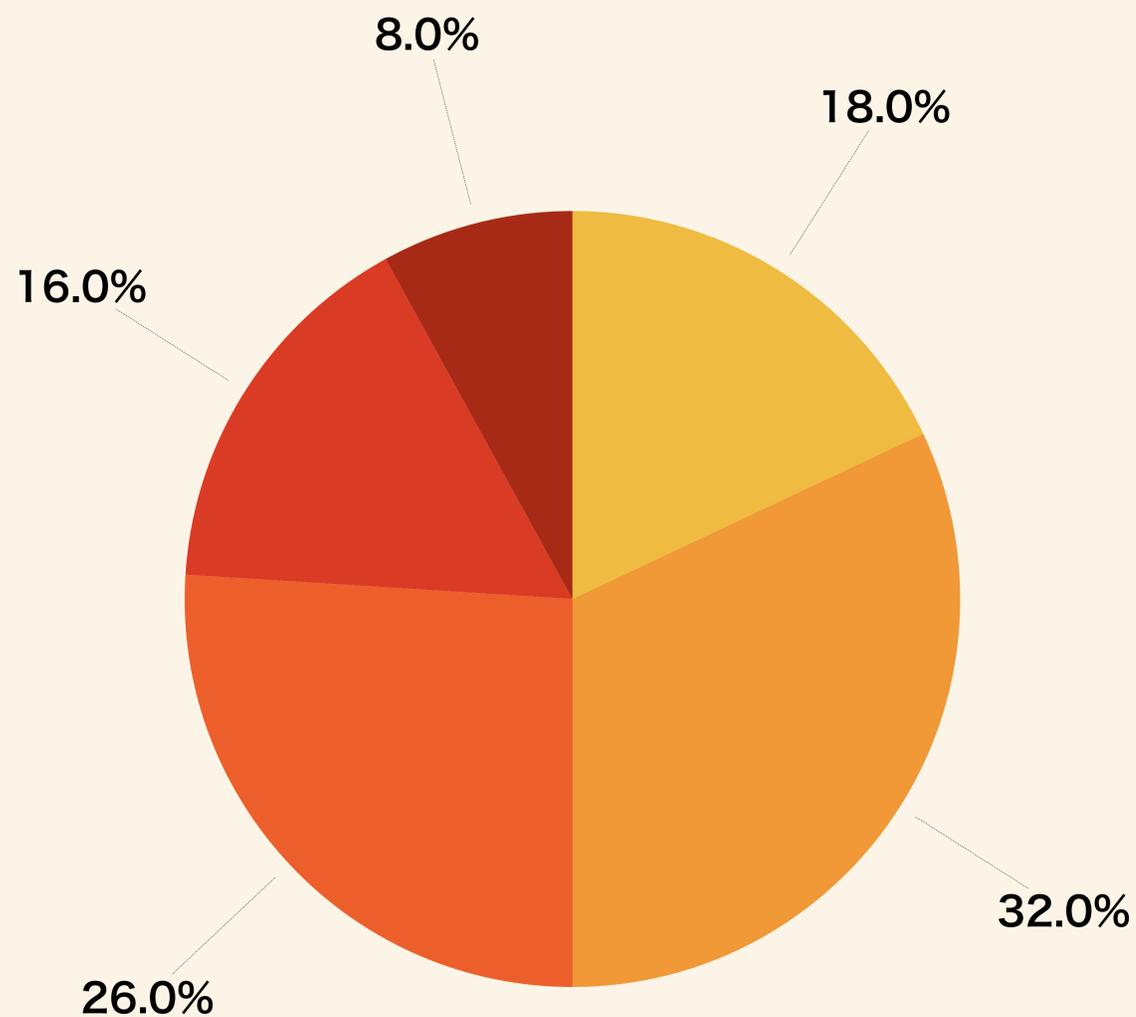
あなたの企業で、自社のマーケティングにおいて「できていない」と感じている部分を教えてください。（複数回答）



自社のマーケティングが「できていない」と感じている部分、「マーケターの育成」が31.7%で最多となりました。

Q5

Q1で「全て外注している」「一部外注している」「そもそもしていない」と回答した方にお聞きします。あなたは、自社のマーケティングを内製化したいと思いますか。

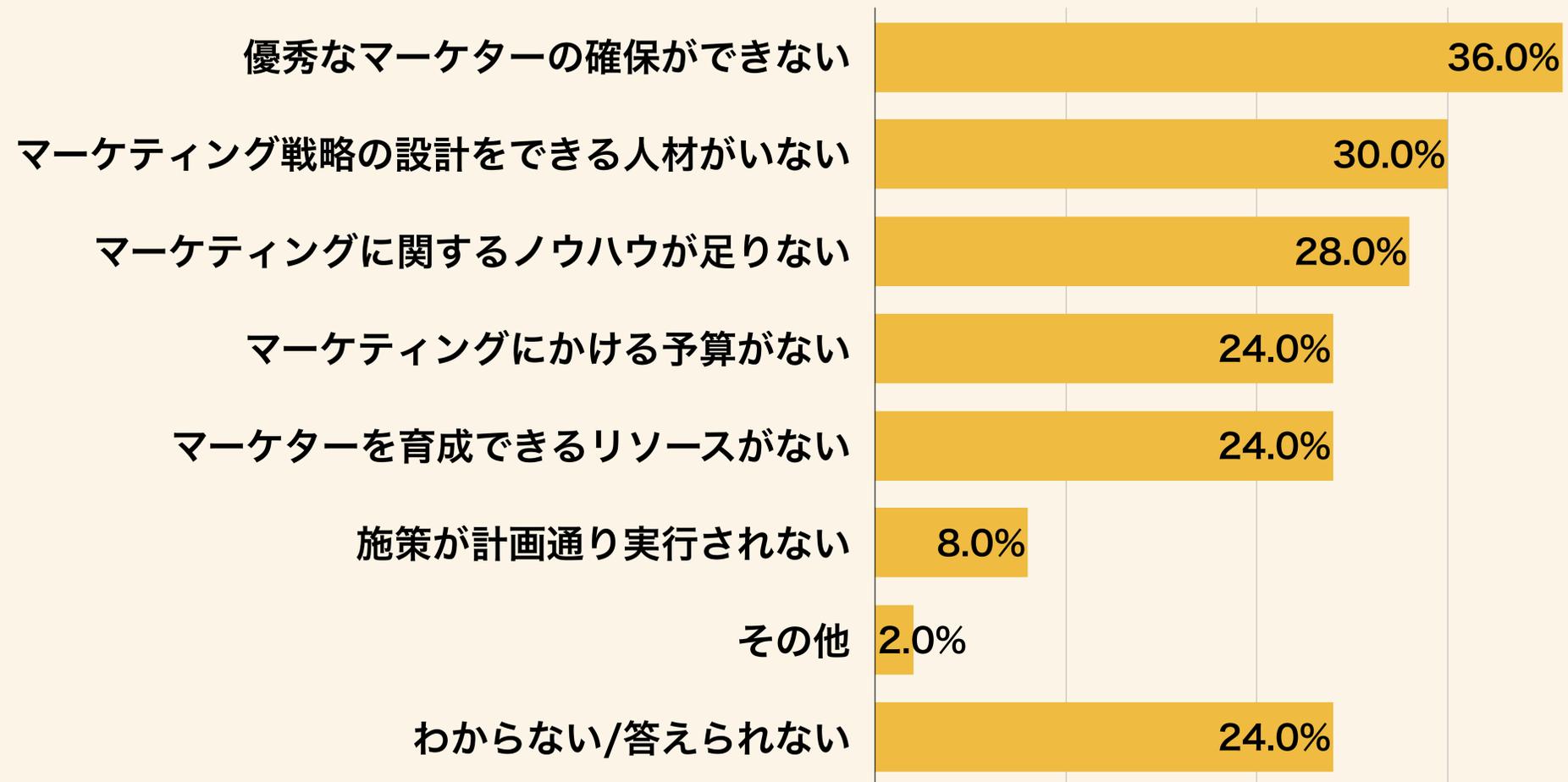


- 18.0% 非常にそう思う
- 32.0% ややそう思う
- 26.0% あまりそう思わない
- 16.0% 全くそう思わない
- 8.0% わからない/答えられない

内製化をしていない中小ベンチャーの経営者の半数が、「自社のマーケティングを内製化したい」と回答しました。

Q6

Q1で「全て外注している」「一部外注している」「そもそもしていない」と回答した方にお聞きします。自社のマーケティングを内製化する上での課題を教えてください。（複数回答）



自社のマーケティングを内製化する上での課題、「優秀なマーケターの確保ができない」が36.0%で最多となりました。

Q7

Q6で「わからない/答えられない」以外を回答された方にお聞きします。Q6で回答した以外に自社のマーケティングを内製化する上での課題があれば教えてください。
(自由回答)

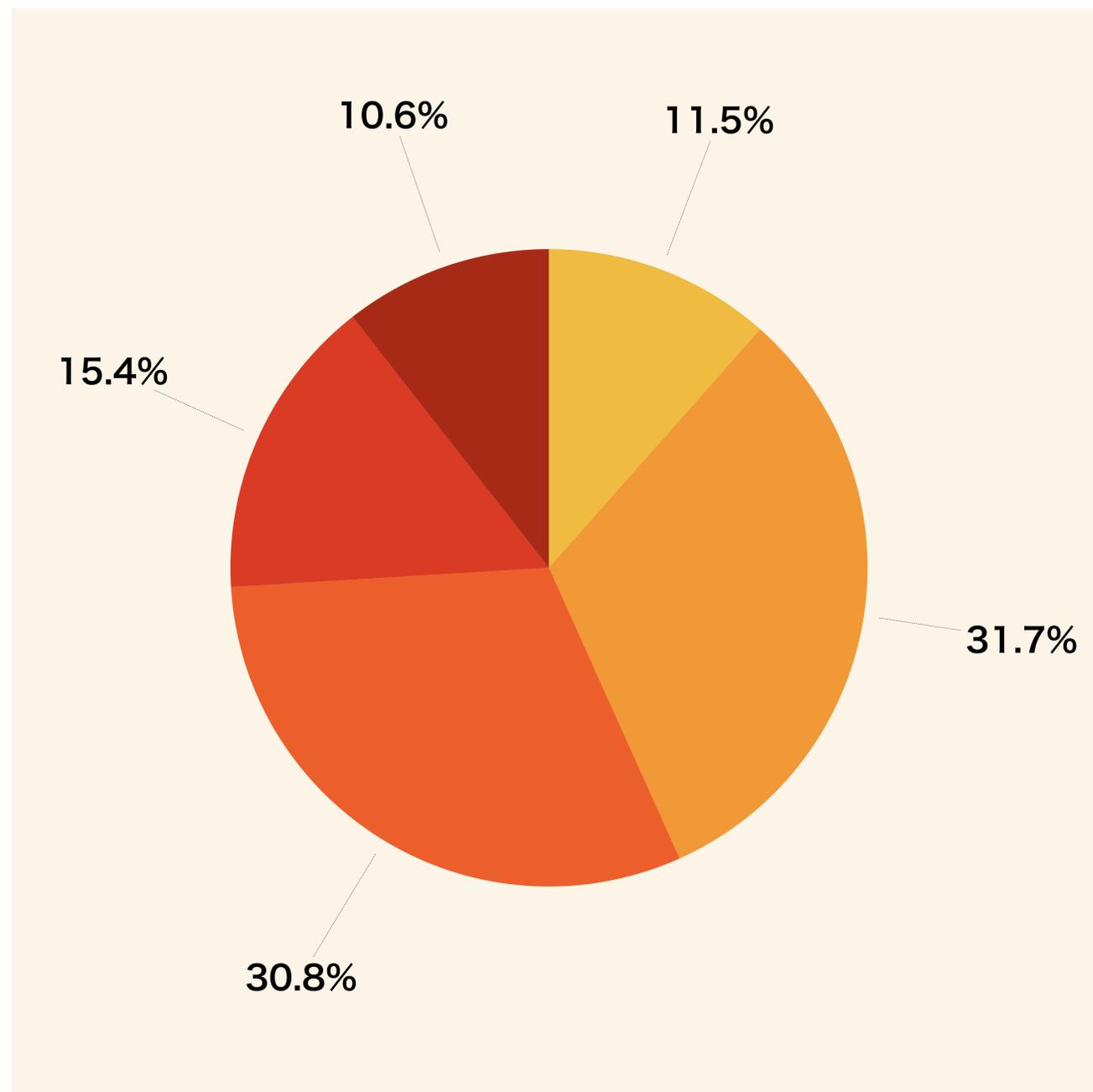
<自由回答・一部抜粋>

- ・ 60歳：予算が確保できていない。
- ・ 58歳：人材とコストのバランス。
- ・ 54歳：ルーティーンを組み方が複雑。
- ・ 48歳：知識、人手不足。
- ・ 65歳：システムの導入要員。
- ・ 63歳：予算ありき。
- ・ 53歳：人材がたりない。

自社のマーケティングを内製化する上での課題、「予算の確保ができていない」や「人材とコストのバランス」などの声が寄せられました。

Q8

マーケティングをモデル化する（計画策定・予算作り・施策管理等）領域を得意とする外部のプロ人材を活用してみたいと思いますか。

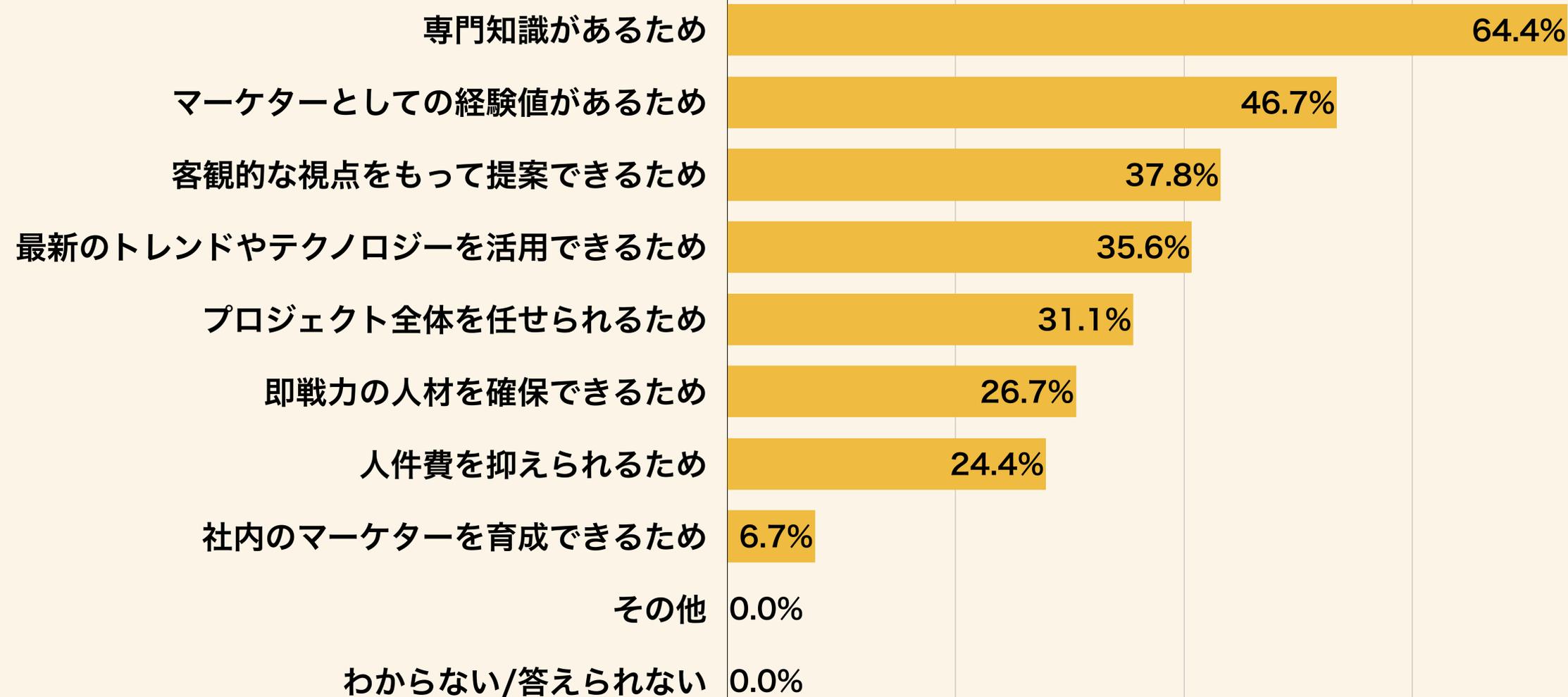


- 11.5% 非常にそう思う
- 31.7% ややそう思う
- 30.8% あまりそう思わない
- 15.4% 全くそう思わない
- 10.6% わからない/答えられない

4割以上が、マーケティングをモデル化する領域を得意とする外部のプロ人材を「活用してみたい」と回答しました。

Q9

Q8で「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答された方にお聞きします。外部のプロ人材を活用してみたいと思う理由を教えてください（複数回答）



外部のプロ人材を活用してみたいと思う理由、「専門知識があるため」が64.4%で最多となりました。

Q10 Q9で「わからない/答えられない」以外を回答された方にお聞きします。Q9で回答した以外に外部のプロ人材を活用してみたいと思う理由があれば教えてください（自由回答）

＜自由回答・一部抜粋＞

- ・ 59歳：多様な手法を提案してもらえから。
- ・ 60歳：ROIが良いから。
- ・ 46歳：コンサルをしてほしいから。
- ・ 55歳：ノウハウを吸収できる。
- ・ 58歳：即戦力が欲しい。
- ・ 60歳：プロジェクト規模に見合った経費をかけることができそうだから。
- ・ 46歳：社内人材育成および自社のポジショニング等、色々な面で活用したい。

外部のプロ人材を活用してみたいと思う理由、「多様な手法を提案してもらえ」や「ROIが良い」などの声が寄せられました。

キャリアミートは



自社でもプロ契約を活用し、事業立ち上げから2年間は正社員ゼロ、プロ人材（業務委託）のみでチームを構成。2017年から2018年にかけては、業務委託のプロ10名と正社員1名のみで売上7倍を達成し、2019年にはパーソルグループやHONDA ESTILO株式会社の本田圭佑氏などから合計1.3億円以上の資金調達を実施。2022年にはシリーズBラウンドとして総額約3.5億円の資金調達を行い、現在は登録者が1万人を超える事業に成長しています。

お問い合わせ

会社名

株式会社Piece to Peace

TEL

03-6902-0186

MAIL

pr@carryme.jp

WEB

https://carryme.jp/lp002/0826_serch_marketing/

会社住所

〒102-0093

東京都千代田区平河町2-16-9 永田町ガラスゲート8F