

2021年に広告・マーケティング予算を増加予定の企業は38.3%。 注力領域は「DXの推進」「オウンドメディア、コンテンツ強化」 など～「企業が注力するマーケティング調査レポート」最新版発表

「ad:tech tokyo」をはじめとした国内主要カンファレンス参加の広告主を対象にアンケートを行いました。2020年度の予算消化状況など、コロナ禍がもたらす影響についても聞いています。

マーケティングの国際カンファレンスを多数企画・実施しているコムエクスポジウム・ジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：古市優子）は、同社が主催するマーケティングの国際カンファレンス「ad:tech tokyo」 「Summit」に参加した企業の広告・マーケティング担当者を対象に「2021年の取り組み」に関するアンケートを実施（2020年12月実施 有効回答数 61）。その結果、微増を含めて38.3%が「2021年に広告・マーケティング予算を増やす」と回答しました（前回は43.6%）。また、注力したい施策は「デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進」「ソーシャルメディア活用による顧客とのつながり強化」「オウンドメディアの充実・強化」「コンテンツマーケティングの強化」「自社ECサイトの強化・充実」が上位となりました。

2020年は新型コロナウイルスの感染拡大によって、あらゆる業界が影響を受けました。今回のアンケートでは、それらが自社の広告・マーケティング活動にどのような影響をもたらすのか、「2020年の予算消化状況」「2021年の活動に与える影響」についても聞きました。今回得られた回答内容については、2021年に実施するad:tech tokyo、各種Summitやオンラインセミナーのテーマ策定、コンテンツ企画に役立てていきます。

* 詳細なレポートをご希望の方は、下記よりご登録ください。

<https://comexposium.wufoo.com/forms/pyohj1n1cozjeo/>

• 調査概要

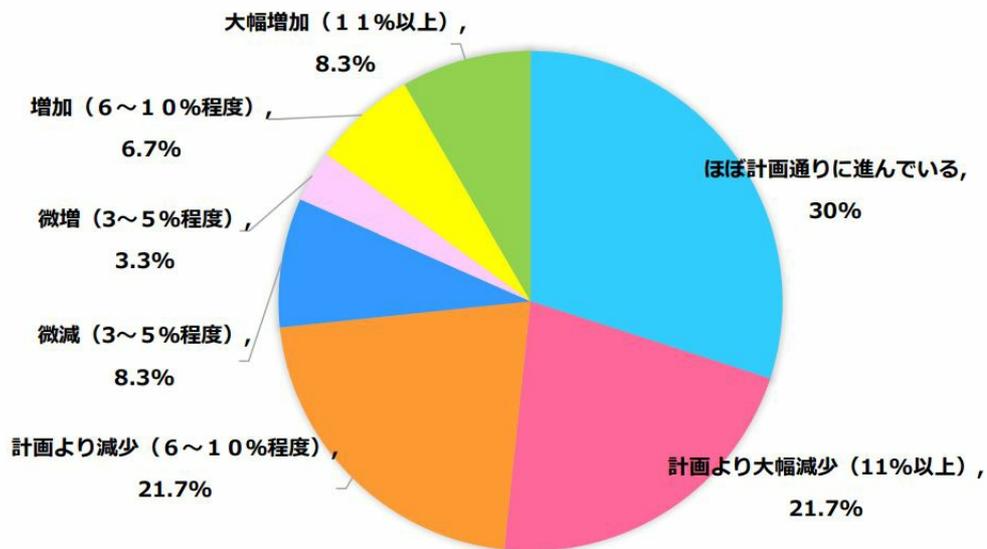
調査期間：2020年12月7日～11日

手法：インターネット調査

対象：2020年のad:tech tokyo、各種サミット、ad:chanなどに参加したブランド企業の広告・マーケティング担当者

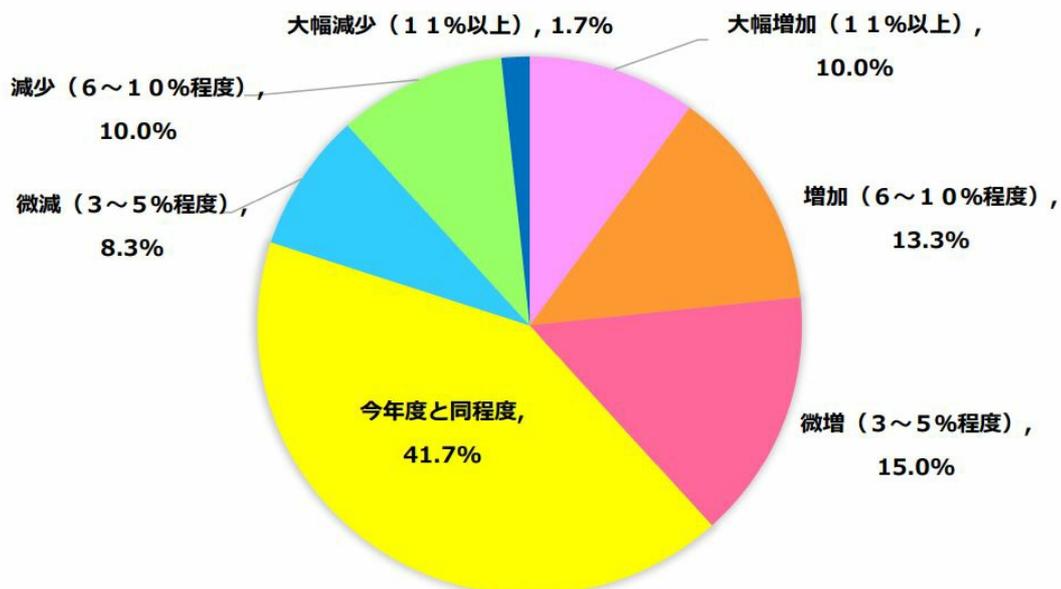
回答人数：61名

• Q.2020年度、当初予定していた広告マーケティング予算の消化状況について



*** 2020年度、コロナ禍でも予算が増加した企業は18.3%**

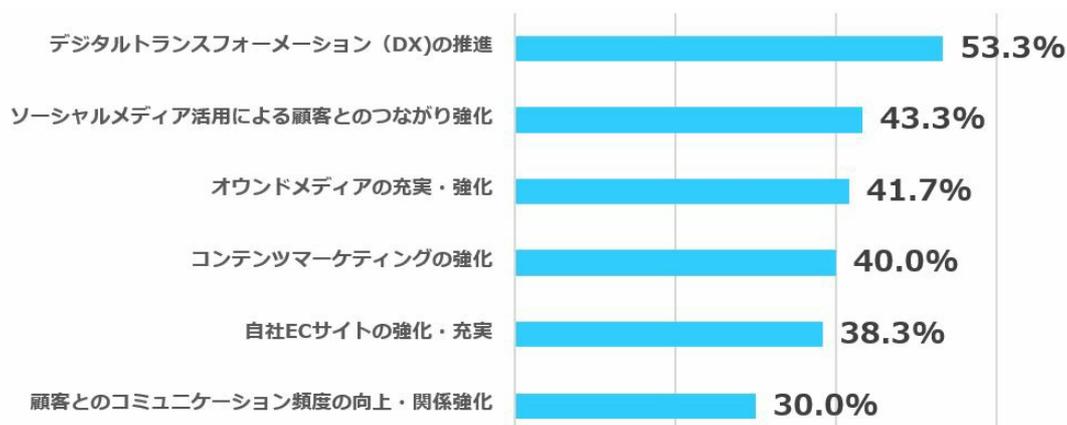
• Q.2021年度の広告マーケティング予算の増減予定について



*** 2021年度、広告・マーケティング予算を増加する予定の企業は38.3%。
昨年の43.6%からは減少。**

• Q.この先1年で重要度が増し、注力する・予算を振り向ける施策は？ (4つまで)

「デジタルトランスフォーメーション (DX)の推進」「ソーシャルメディア活用による顧客とのつながり強化」「オウンドメディアの充実・強化」「コンテンツマーケティングの強化」「自社ECサイトの強化・充実」「顧客とのコムにケーション頻度の向上・関係強化」が上位。30%以下の回答項目については、詳細レポートにてご覧いただけます。



項目を選んだ理由について（抜粋）

●リテールテクノロジーの進化（店頭、POS、顧客データの連携）と対応／リアル施策のオンライン化／ファンマーケティングの実践／ソーシャルメディア活用による顧客とのつながり強化／顧客とのコミュニケーション頻度の向上・関係強化

コロナ禍において、既存の顧客からのリピート受注に大きく業績を支えられました。新規顧客獲得も大切ですが、基本的には既存顧客のファン化、LTVの向上のために、上記の施策の重要度が高いと考えます。また部分的にはリアルショップ以上の顧客への商品価値やサービス価値の浸透がオンラインでも実施できることがコロナ禍で経験できたので、その分野は引き続き注力したいと思います。

● 詳細レポートに含まれる項目について

Q1.会社の売上規模

Q2.業種

Q3-1. 2020年度、当初予定していた広告マーケティング予算の消化状況について

Q3-2.上記で「微増」～「大幅増加」の回答者について、予算が増えた理由は？

Q4. 2021年度の広告マーケティング予算の増減予定について

Q5. コロナ禍が、自社にとって2021年度のマーケティングプロモーションにどのような影響をもたらそうか

Q6. この先1年で重要度が増し、注力する・予算を振り向ける施策は？（4つまで）

Q6-2. 6-1の項目を選択した理由について

Q7. 広告・マーケティング部門として改善したい課題(複数選択可)。

Q8. 今後のad:tech tokyoや各種サミットで取り上げてほしいテーマ、登壇してほしい企業・人物、注目しているテクノロジー、消費者動向など。（自由回答）

* 詳細レポートをご希望の方は下記よりご登録ください。

<https://comexposium.wufoo.com/forms/pyohj1n1cozjeo/>

● Comexposiumについて

Comexposiumは、世界で170を超えるB2C/B2Bイベントをプロデュースしています。食品、農業、ファッション、建設、ハイテクなど様々な分野をカバーしており、世界30か国で300万人以上の来場者を記録しています。Comexposium Japanは、2009年に「ad:tech」を日本初上陸させ、「ad:tech tokyo(アドテック東京)」として12年の実績。そのほか、日本における宿泊型マーケティングカンファレンスの草分けである「Summit」も実施。日本のマーケターが世界で戦ううえで必要となる知識・情報・ネットワークが得られる場を設けている。

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000100.000013647.html>

コムエキスポジウム・ジャパン株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/13647

【お問合せ先】

ad:tech tokyo事務局

Comexposium Japan株式会社

担当：林、中澤 adtech@comexposium-jp.com

〒106-0032 東京都港区六本木6-15-1 六本木ヒルズけやき坂テラス6F
