
「Web サイト運営に関する実態調査」結果概要

WEB マーケティング研究会（東京都港区南青山・株式会社アイプラネット内）は、企業や団体が運営している web サイトについて、その運営方法や採用しているマーケティング手法から web サイト運営の課題等を分析するため、「Web サイト運営に関する実態調査」を実施した。

質問内容がサイト運営の詳細に及んだために有効回答数は少なくなったが、サイト運営の実態を示す結果が得られ、傾向を見るには参考になると思われるため、集計結果を公表することにした。

アンケート実施概要

「Web サイト運営に関する実態調査」

調査期間：2007 年 10 月 5 日～11 月 5 日

調査対象者：WEB マーケティング研究会会員および WEB マーケティング研究会サイト訪問者
（ただし、広告会社、制作会社、コンサルティング会社等は除く）

調査形態：web でのアンケート調査（WEB マーケティング研究会の web サイトで実施）

有効回答：29 件

結果概要

Web マスターの日常業務「すべて社内で運用」は 6 割以上

すべて社内で運用している業務は、「Web マスターの日常業務」(62.1%)、「サイトへの集客手段（ネット広告やサーチエンジン対策）の立案」(48.3%)、「コンテンツの企画・制作」(34.5%)、「サーバの管理・保守」(31.0%) という順になった。

サーチエンジン最適化を実施しているサイトが約 7 割

サイトへの集客手段として実施したことがある広告やプロモーションは、「サーチエンジンへの登録」(89.7%)と「サーチエンジン最適化」(69.0%)が上位を占めた。

現在の課題は「サイト運営予算」や「運営に必要な人材やスキル」が不足していること

現在認識している課題は、「サイト運営のための予算が不足している」(62.1%)。続いて「サイト運営に必要な人材やスキルが不足している」(44.8%)、「サイトの現状把握や効果測定が十分に行われていない」(41.4%)、「サイトの評価指標が定まっていない」(37.9%)が並んだ。

「インターネットを使った情報収集に関するアンケート」結果詳細

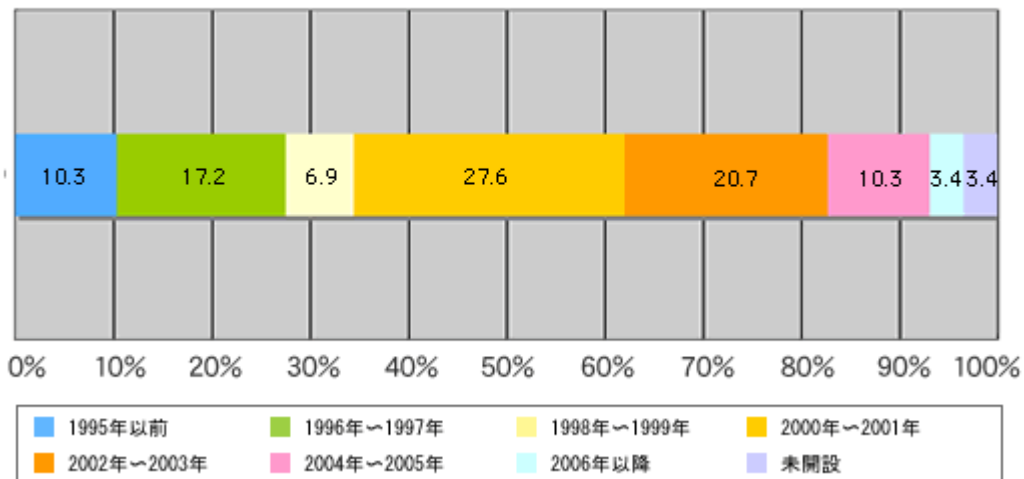
【1】運営している Web サイトの開設時期と運営への関与

まず、回答者が所属する企業や団体が運営している Web サイトについて、いつ頃開設されたかを「PC 向けサイト」と「モバイル向けサイト」について質問した。

PC 向けサイトの開設時期は、「2000 年～2001 年」(27.6%)と「2002 年～2003 年」(20.7%)の数值が高くなった。一方、1997 年以前に開設されたと回答した人も合計で 27.5%に達していて、おおむね「2000 年～2003 年」と「1997 年以前」に Web サイト開設のタイミングが分かれていることがわかる。

問 1. あなたが所属する企業や団体が運営している Web サイトはいつ頃開設されましたか。

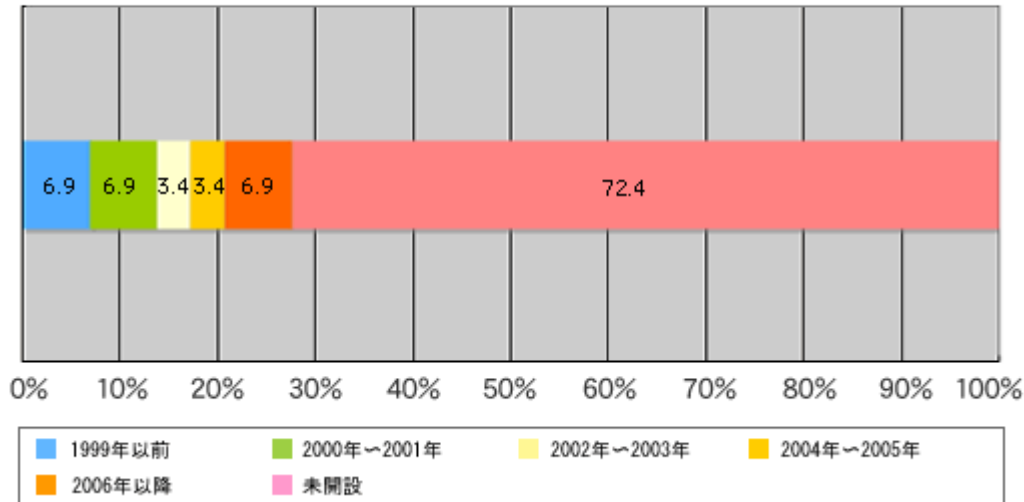
1. PC向けサイト



一方、モバイル向けサイトになると、状況が大きく変わる。「未開設」が72.4%と7割を超えた。開設時期の違いに大きな山はなく、分散している印象を受ける。

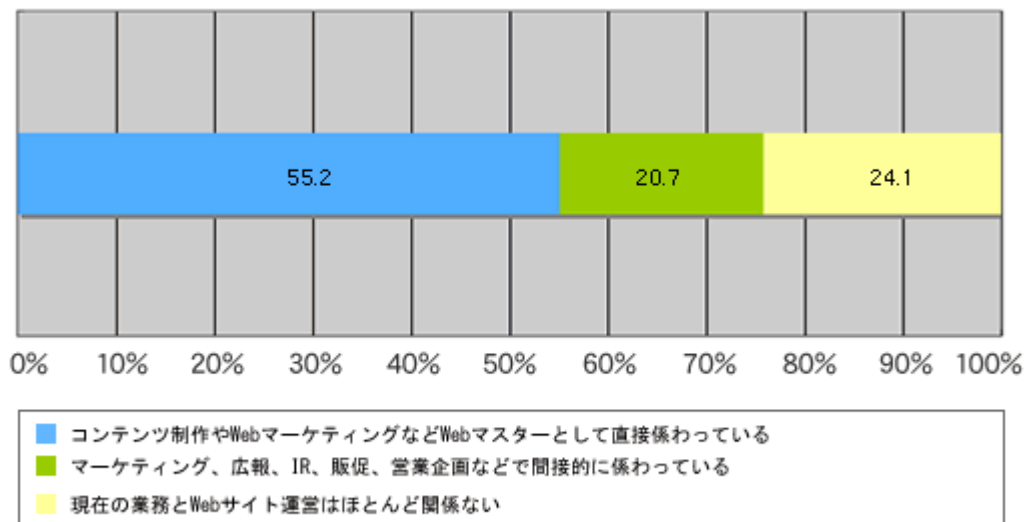
問1. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトはいつ頃開設されましたか。

2. モバイル向けサイト



続いて、回答者がどのように Web サイトの運営に係わっているかを聞いたところ、「コンテンツ制作や Web マーケティングなど Web マスターとして直接関わっている」が55.2%、「マーケティング、広報、IR、販促、営業企画などで間接的に関わっている」が20.7%で、ほぼ4人中3人が Web サイトの運営に係わっているという結果となった。

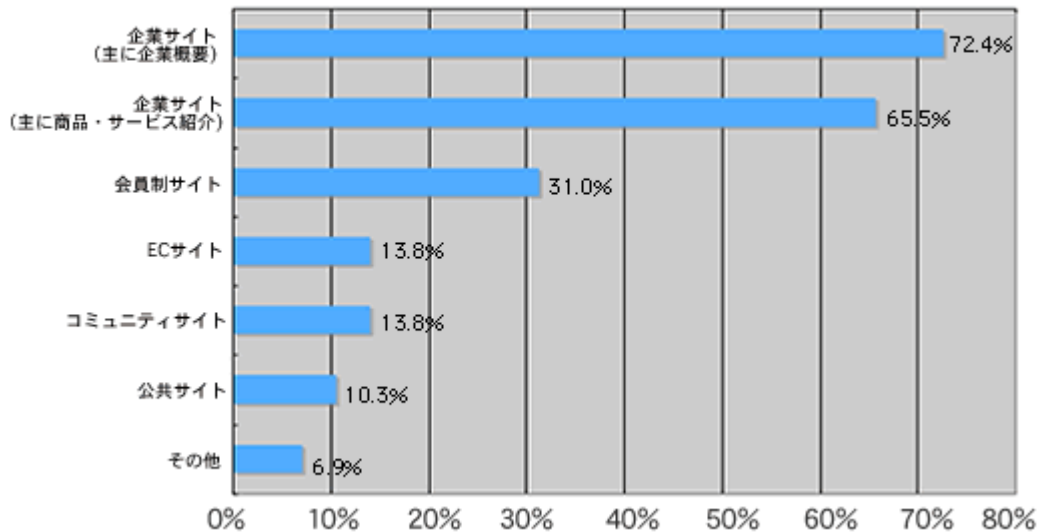
問2. あなたは、Webサイトの運営にどのように関わっていますか。



【2】運営している Web サイトの種類、対象、目的

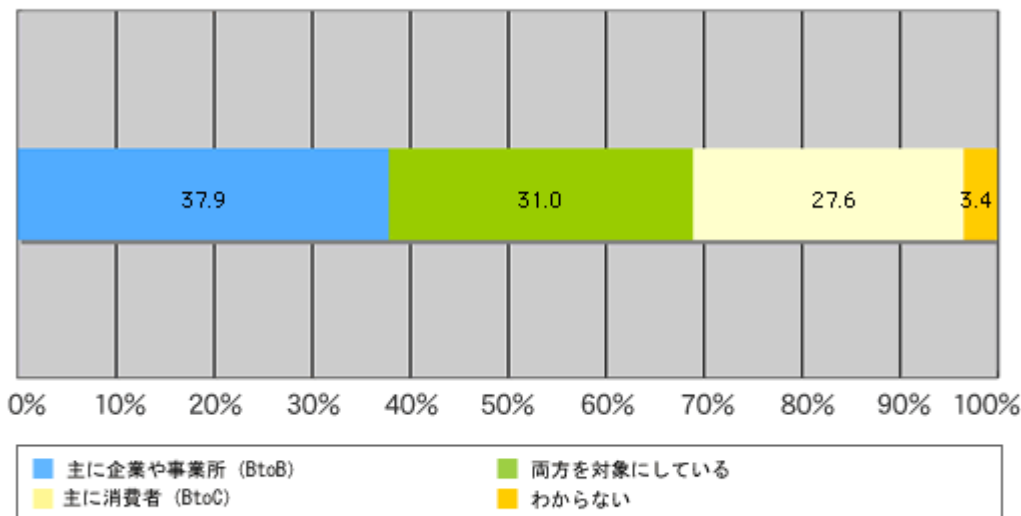
回答者が所属する企業や団体が運営している Web サイトの種類について、あてはまるものをすべて選んでもらったところ、「企業サイト（主に企業概要）」が 72.4%、「企業サイト（主に商品・サービス紹介）」が 65.5%となり、圧倒的に「企業サイト」が多いという結果となった。

問3. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトの種類はどれですか。（複数回答）



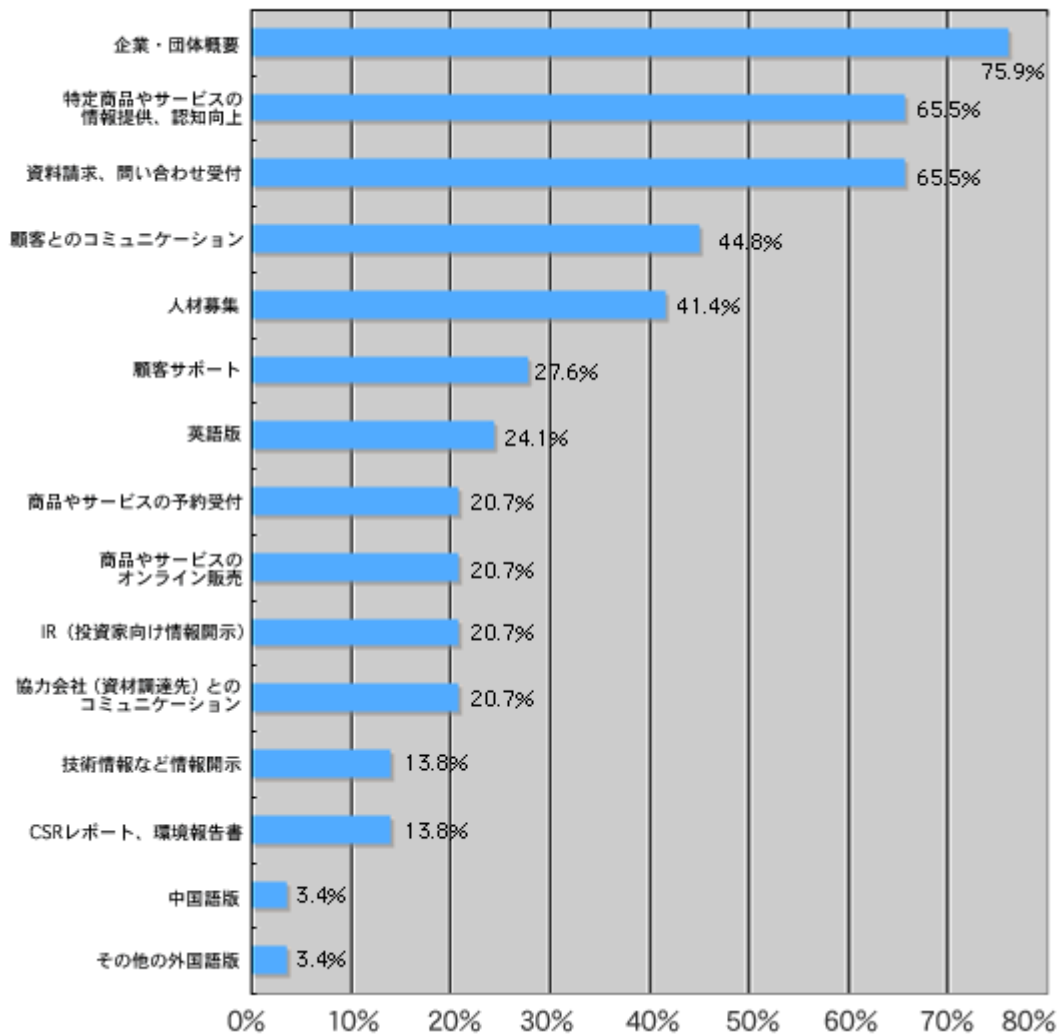
Web サイトが誰を対象にしているかについては、「主に企業や事業所（BtoB）」が 37.9%、「両方を対象にしている」が 31.0%、「主に消費者（BtoC）」が 27.6%と回答が分かれた。「両方を対象にしている」の数字を両方に加えると、企業や事業所対象が 68.9%、消費者対象が 58.6%となり、企業や事業所を対象にしたサイトの方が約 1 割多くなっている。

問4. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトは誰を対象にしたものですか。



運営している Web サイトの目的については、「企業・団体概要」(75.9%)、「特定商品やサービスの情報提供、認知向上」(65.5%)、「資料請求、問い合わせ受付」(65.5%)が上位を占めた。続いて回答が多かったものは、「顧客とのコミュニケーション」(44.8%)、「人材募集」(41.4%)となっている。

問5. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトの目的はどれですか。(複数回答)

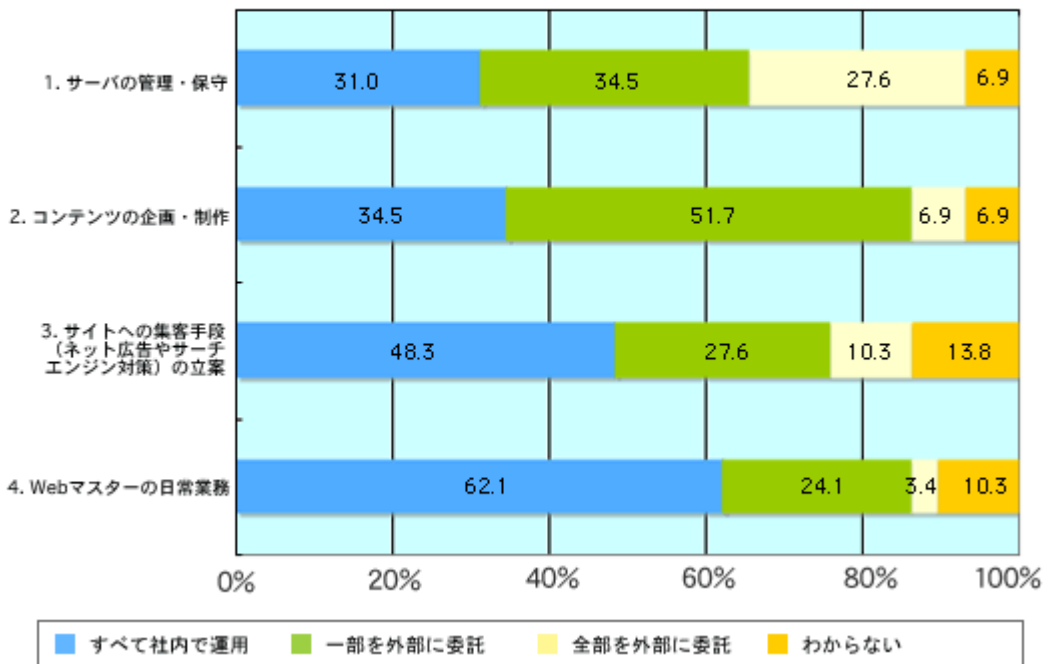


【3】Webサイトの運営体制

Webサイトの運営には様々な業務が伴うが、コストや業務の効率化のため一部を外部に委託することもあると考えられる。そこで、「サーバの管理・保守」、「コンテンツの企画・制作」、「サイトへの集客手段（ネット広告やサーチエンジン対策）の立案」、「Webマスターの日常業務」の4つの主要業務について、社内で運用しているのか、一部もしくは全部を外部に委託しているのかを質問した。

「すべて社内で運用」という回答が多かったのは、「Webマスターの日常業務」(62.1%)だった。一方、「全部を外部に委託」という回答が多かったのは、「サーバの管理・保守」(27.6%)だった。「コンテンツの企画・制作」は、「全部を外部に委託」は6.9%と少なかったものの、「一部を外部に委託」は51.7%と半数を超えたのが目立った。

問6. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトは、どのような体制で運営されていますか。

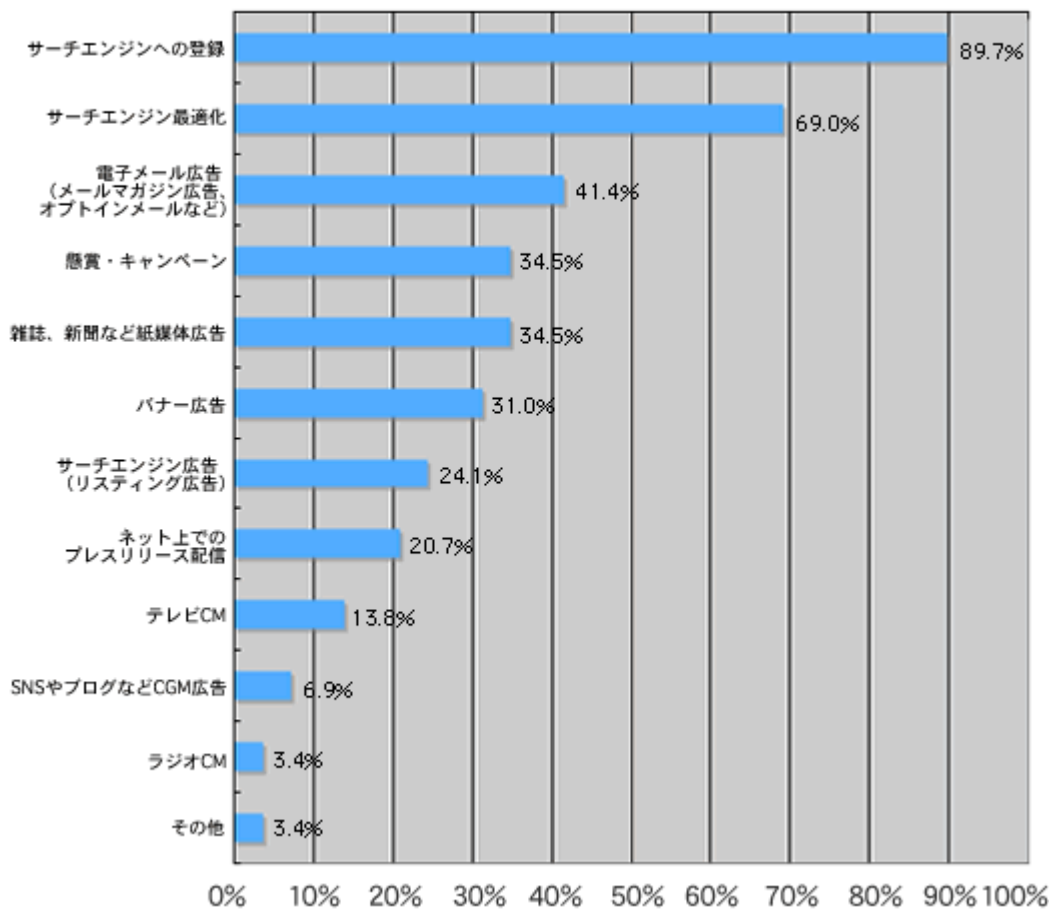


【4】Web サイトで実施している集客手段とマーケティング活動

サイトへの集客手段として実施したことがある広告やプロモーションを聞いたところ、「サーチエンジンへの登録」(89.7%)と「サーチエンジン最適化」(69.0%)が上位を占めた。

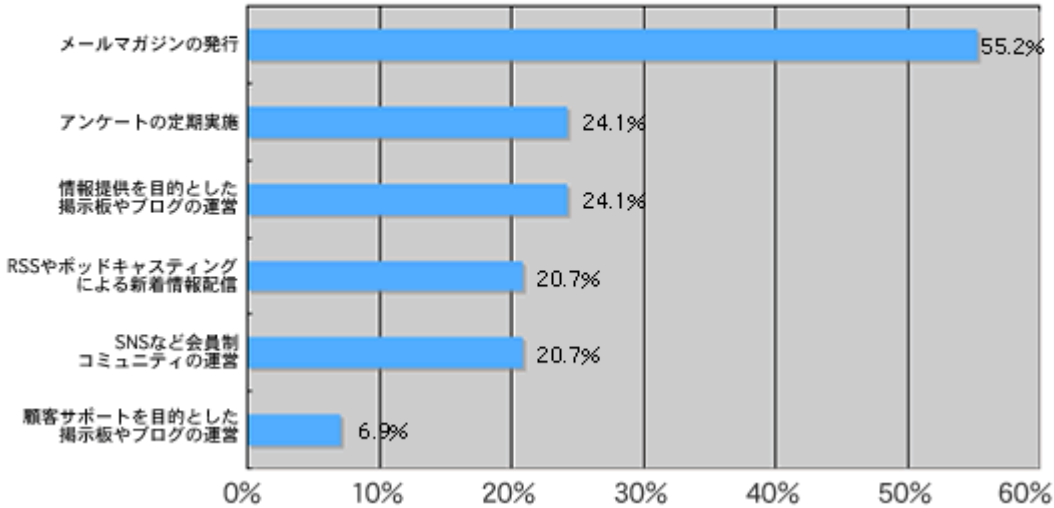
インターネット広告関係では、「電子メール広告(メールマガジン広告、オプトインメールなど)」(41.4%)の実施率が高く、「バナー広告」(31.0%)や「サーチエンジン広告(リスティング広告)」(24.1%)を上回っている。

問7. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトで、サイトへの集客手段として実施したことがあるのはどれですか。(複数回答)



続いて、新規顧客獲得や既存顧客へのサポートとして実施しているマーケティング活動についても、現在実施しているものをすべて選んでもらった。結果は、「メールマガジンの発行」が55.2%でトップとなった。

問8. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトで、新規顧客獲得や既存顧客へのサポートとして実施しているマーケティング活動はどれですか。（複数回答）



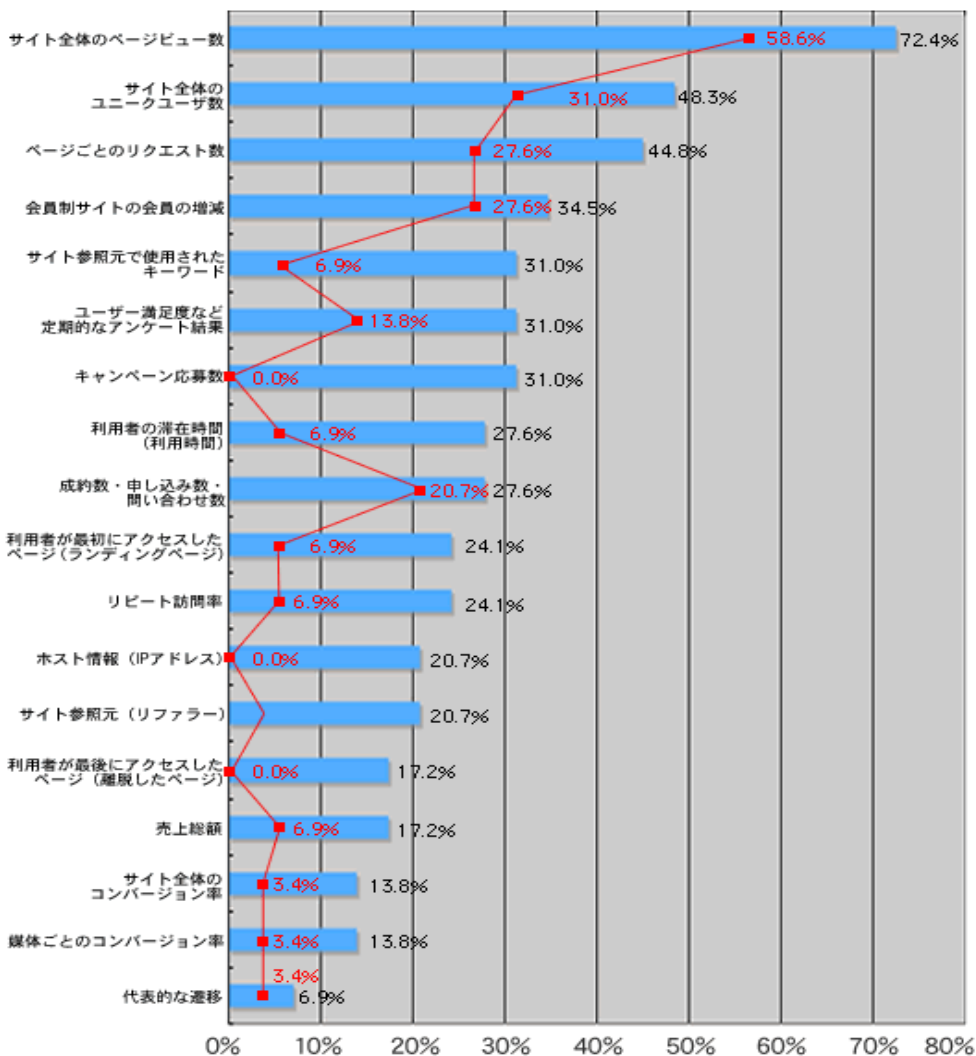
【5】計測している指標やデータ

回答者が所属する企業や団体が運営している Web サイトで、現在計測している指標やデータをすべて選択してもらい、さらにその中から特に重視しているものを最大3つまで絞り込んでもらった。

現在計測している指標やデータでは、「サイト全体のページビュー数」(72.4%)が一番多く、以下「サイト全体のユニークユーザ数」(48.3%)、「ページごとのリクエスト数」(44.8%)、「会員制サイトの会員の増減」(34.5%)などとなった。特に重視しているものとの順位を比較すると、前述の上位4位までは同じ結果となった。

「現在計測しているもの」と「特に重視しているもの」を比較してみると、その差が大きい指標もいくつか見られた。目立ったものとしては、「特に重視しているもの」の割合が他の項目に比べて高かったものは「成約数・申し込み数・問い合わせ数」、逆に低かったものは「キャンペーン応募数」や「サイト参照元で使用されたキーワード」があげられる。

問9. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトで、現在計測している指標やデータはどれですか。(複数回答) ※折れ線グラフは、特に重視しているもの。最大3つまで



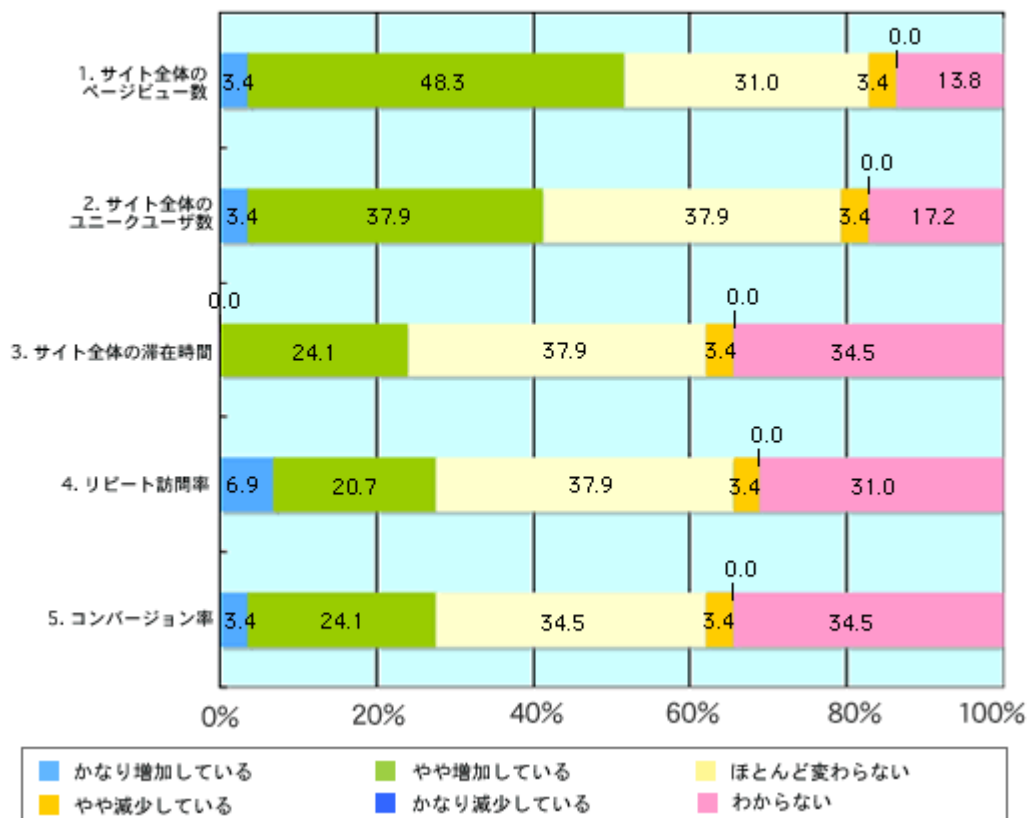
【6】1年前の評価指標との比較

企業サイトなどで継続して計測している可能性が高い主要な5つの指標について、1年前と現在ではどう変化したと感じているかを聞いた。

「サイト全体のページビュー数」、「サイト全体のユニークユーザ数」、「サイト全体の滞在時間」、「リピート訪問率」、「コンバージョン率」の5つの指標すべてにおいて、「ほとんど変わらない」と「やや増加している」の合計が過半数を超えていて、1年前に比べるとおおむね指標は現状維持かやや改善という傾向にあることがわかる。「かなり減少している」という回答は、すべての指標においてゼロだった。

特に、「サイト全体のページビュー数」は、「かなり増加している」と「やや増加している」の合計だけで過半数を超えている。しかしながら、「サイト全体のユニークユーザ数」は、ページビューほど増加している実感がなく、「かなり増加している」と「やや増加している」の合計は4割強にとどまっている。

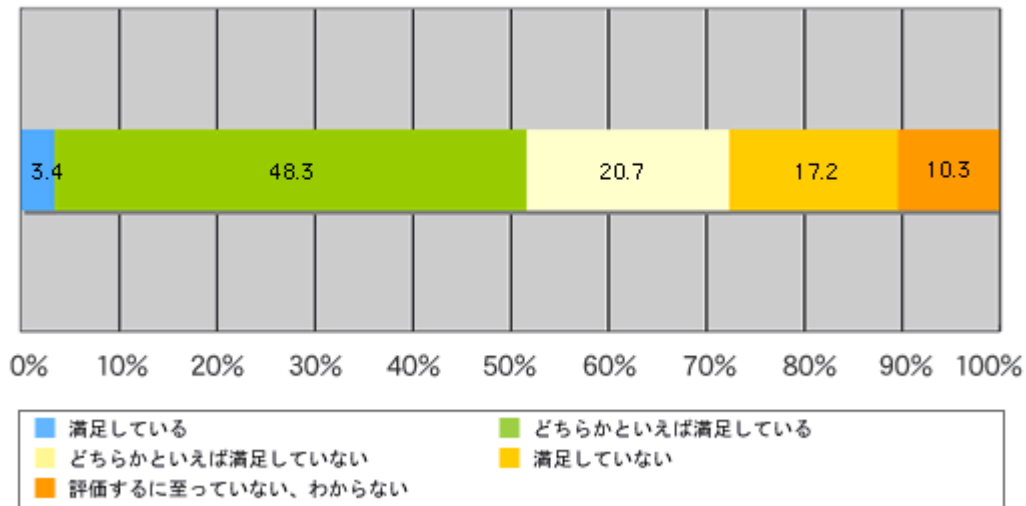
問1 1. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトで、以下に掲げる指標について、1年前と比較してどのように変化したと感じますか。



【 7 】 Web サイト運営効果の満足度と認識している課題

Web サイト運営の効果に対する満足については、回答者の意見が割れる結果になった。「どちらかといえば満足している」(48.3%)と「満足している」(3.4%)で過半数に達する一方で、「どちらかといえば満足していない」(20.7%)と「満足していない」(17.2%)の数字も比較的高くなった。

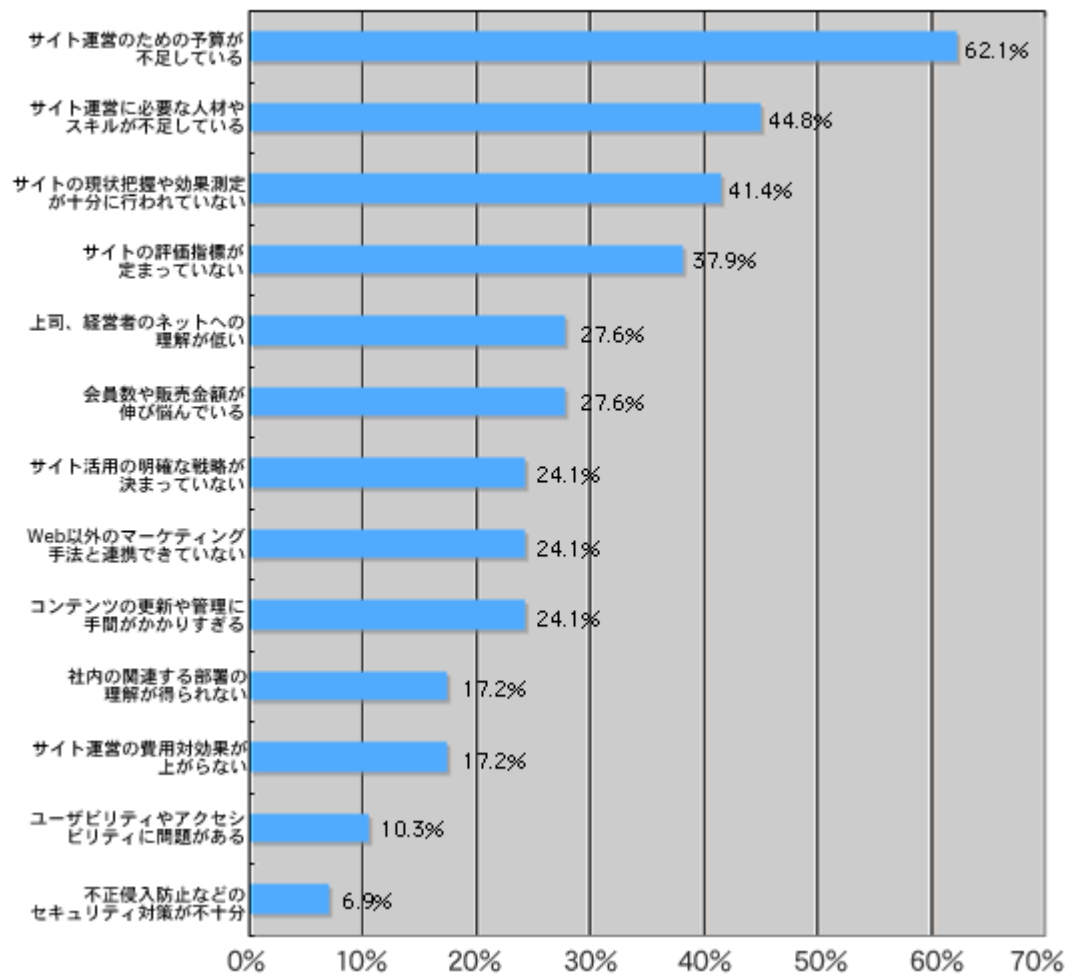
問 1 2. あなたが所属する企業や団体では、Webサイト運営の効果に満足していますか。



現在認識している課題は、「サイト運営のための予算が不足している」(62.1%)。続いて「サイト運営に必要な人材やスキルが不足している」(44.8%)、「サイトの現状把握や効果測定が十分に行われていない」(41.4%)、「サイトの評価指標が定まっていない」(37.9%)が並んだ。

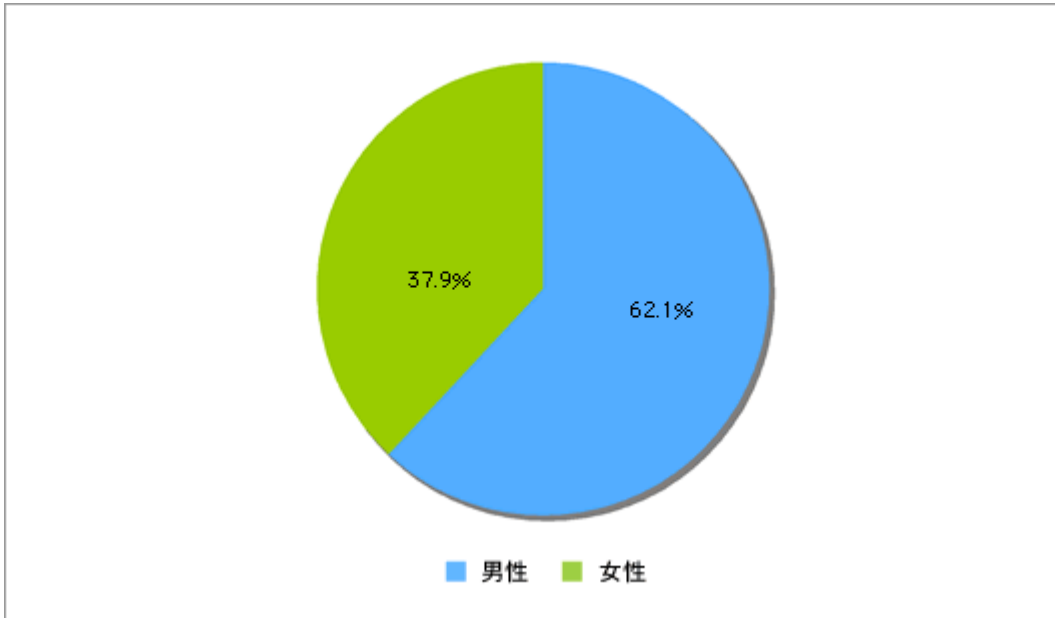
一方で、「不正侵入防止などのセキュリティ対策が不十分」(6.9%)や「ユーザビリティやアクセシビリティに問題がある」(10.3%)は低い数字になった。今回の調査では、広告会社、制作会社、コンサルティング会社など、制作サイドや技術関係者が対象から外れたために低くなった可能性もある。

問13. あなたが所属する企業や団体が運営しているWebサイトで、現在認識している課題はどれですか？（複数回答）

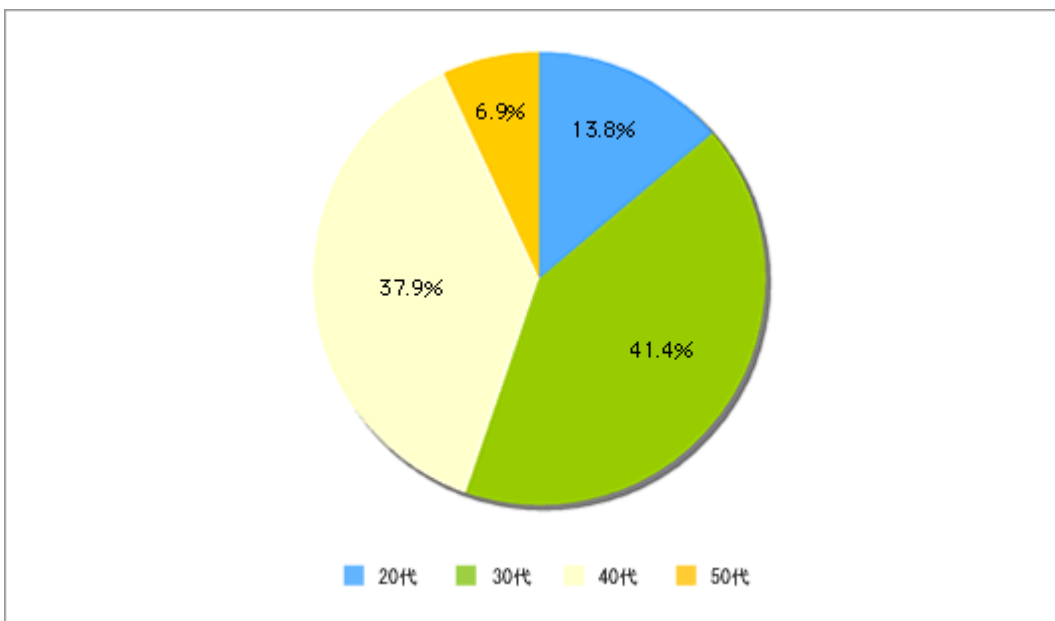


【 8 】 回答者属性

性別



年代



職業

