

ホワイトペーパーを活用している企業の約8割が効果を実感 ～リード獲得施策に関する実態調査～

「世の中の“いいコト”を、わかりやすく伝える」を理念に掲げ、コンテンツ制作サービスを提供する株式会社エコンテは、コロナ禍によるコミュニケーション手段の大きな変化を受けて、コロナ流行前後でのマーケティングに関する取り組みの変化について、マーケティング業務の決裁者、及び、プロジェクト推進者400名を対象に調査を行いました。

【調査結果トピックス】

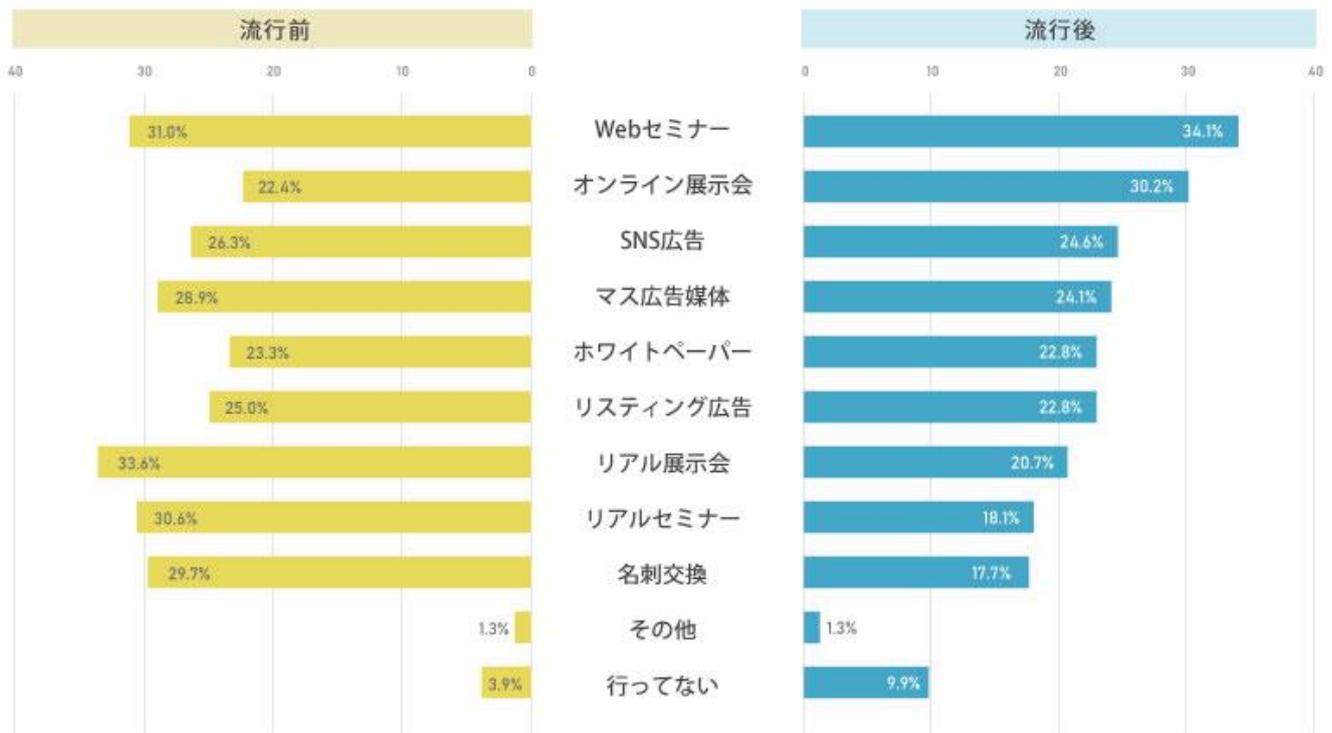
- (1) リアル施策が低迷する一方でオンライン施策が台頭
- (2) 新規リード獲得もターゲットとのミスマッチが課題に
- (3) ホワイトペーパー利用者の約8割は「効果を実感」も全体の6割以上が未活用
- (4) ホワイトペーパー活用目的の上位は「営業提案」や「リード獲得」等の顧客接点の強化
- (5) ホワイトペーパーの制作体制、6割以上が外部パートナーを活用

公開ページ：<https://econte.co.jp/works/survival-lead-acquisition/>

【調査結果のポイント】

(1) リアル施策が低迷する一方でオンライン施策が台頭

新型コロナウイルス感染症の流行前後で
使用した新規リード獲得の手段を教えてください。



エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=232・複数回答)

新規リード獲得のための施策を現在行っている、もしくは、過去に行っていたと回答した232名に実際に行った施策の種類についてお聞きしました。

流行前後で最も増加したのが「オンライン展示会」(+7.8%)、逆に減少したのが「リアル展示会」(-12.9%)「リアルセミナー」(-12.5%)「名刺交換」(-12.0%)という結果に。

流行後の新規リード獲得施策としては「Webセミナー」が34.1%と最も多く、続いて「オンライン展示会」や「SNS広告」など、オンラインでの施策が挙げられました。

新型コロナウイルス感染症の“流行後” 新規リード獲得に繋がった経路を教えてください。

1位	Webセミナー	27.8%
2位	オンライン展示会	24.9%
3位	ホワイトペーパー	17.7%
3位	SNS広告	17.7%
3位	マス広告媒体	17.7%

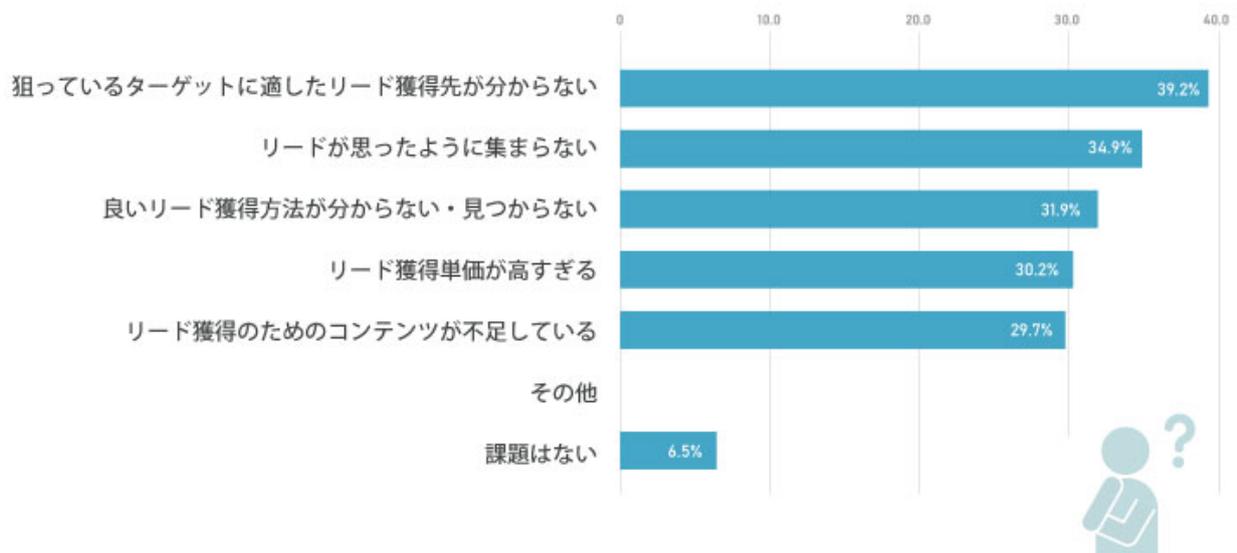


エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=209・上位3つまで)

獲得に貢献した経路について、流行後では「Webセミナー（27.8%）」、続いて「オンライン展示会（24.9%）」「ホワイトペーパー（17.7%）」が効果的という結果となりました。

(2) 新規リード獲得もターゲットとのミスマッチが課題に

新規リード獲得時の課題を教えてください。



エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=232・複数回答)

新規リード獲得時における課題として、「狙っているターゲットに適したリード獲得先が分からない（39.2%）」と回答した企業が最多となりました。

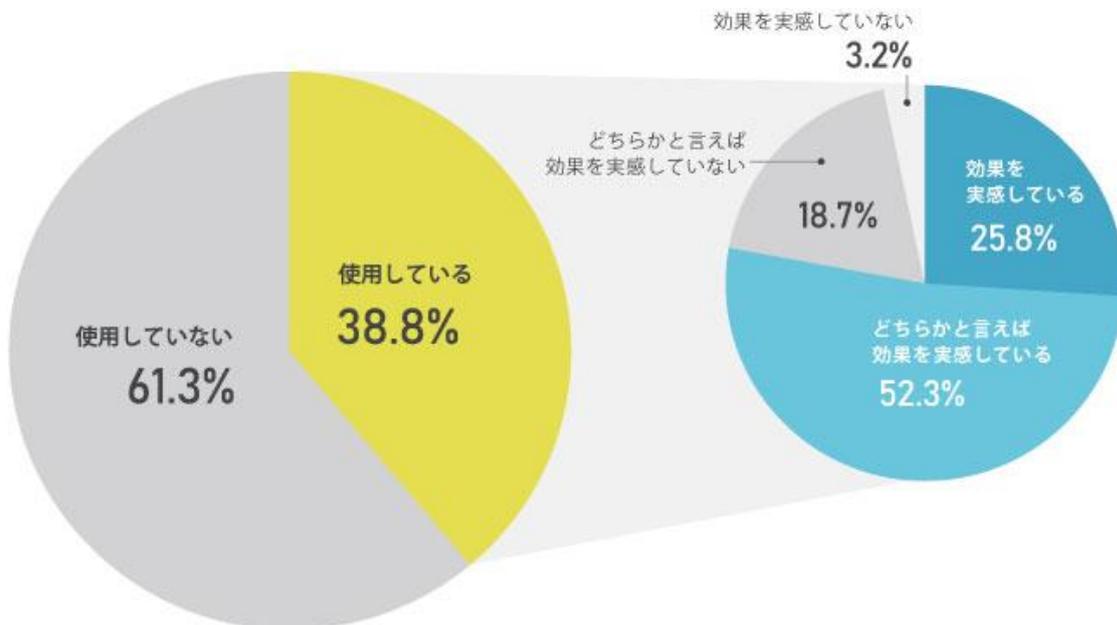
続いて「リードが思ったように集まらない（34.9%）」「良いリード獲得方法が分からない・見つからない（31.9%）」という結果に。

このように獲得後の課題では、狙ったターゲットとのミスマッチが主な要因となり、案件や商談につながらないという声が多く寄せられました。

更に、3割近くの企業が「コンテンツが不足している」ことを課題としていました。

(3) ホワイトペーパー利用者の約 8 割は「効果を実感」も全体の 6 割以上が未活用

あなたの所属組織は ホワイトペーパーをマーケティングで使用していますか？



エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=400、N=155)

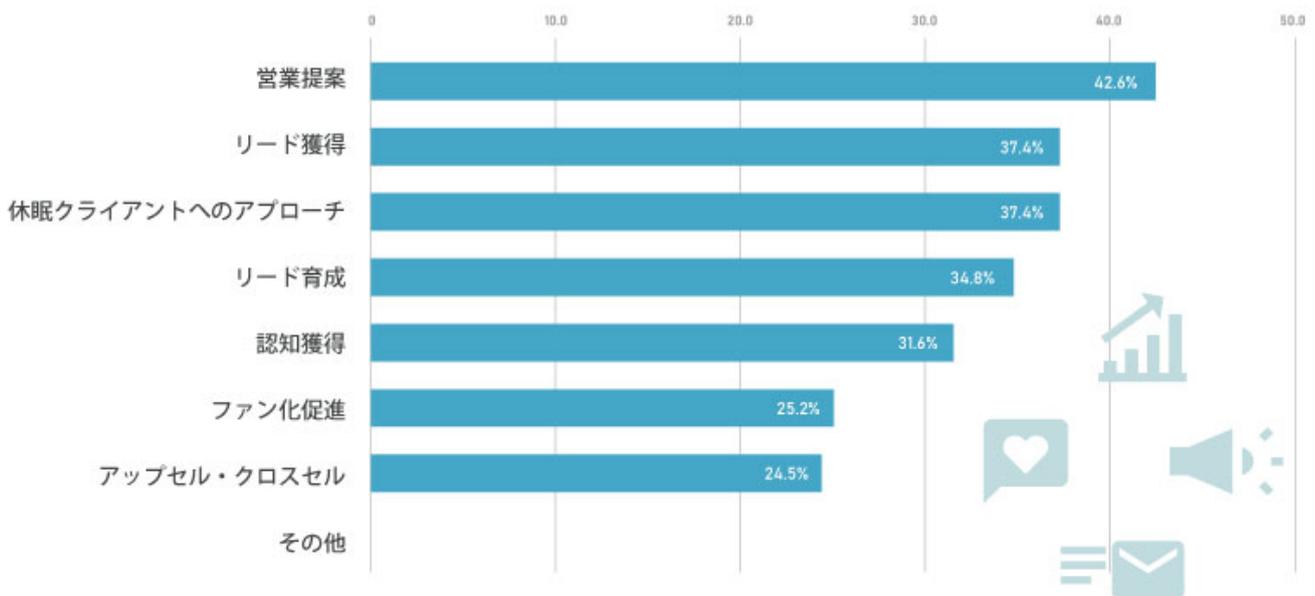
ホワイトペーパーの活用状況について、使用していると回答した企業は、38.8%という結果となりました。6割以上の企業がホワイトペーパーを活用出来ていない結果に。

一方で、ホワイトペーパーを活用していると答えた方のうち、約8割が効果を実感していると回答しました。

実感している効果には「良質なリード情報が得られ、受注確度の向上につながっている」「自社のこだわりをユーザーに直接伝えることができる」「コストパフォーマンスが高い」といった声が寄せられました。

(4) ホワイトペーパー活用目的の上位は「営業提案」や「リード獲得」等の顧客接点の強化

ホワイトペーパーの使用目的を教えてください。



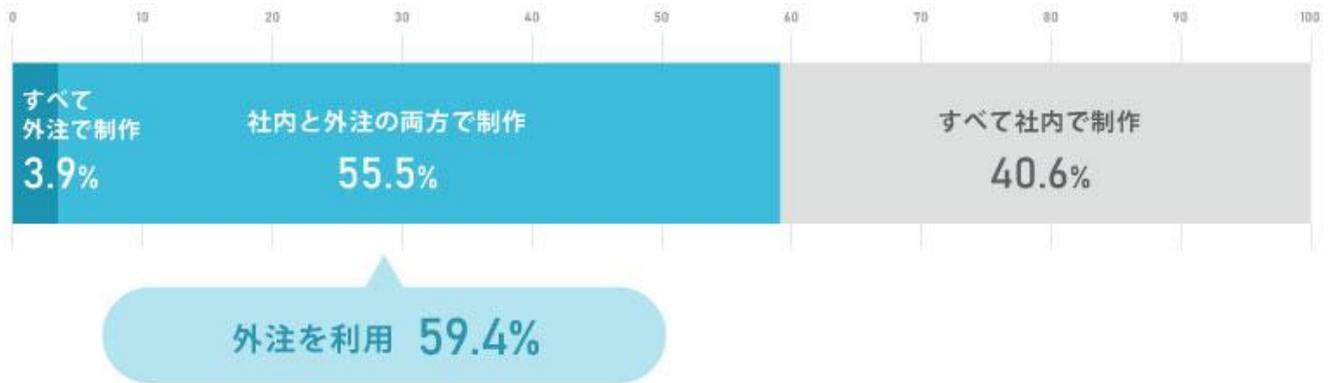
エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査(N=155・複数回答)

ホワイトペーパーを活用していると答えた方に、用途について尋ねたところ、「営業提案（42.6%）」と回答した人が最多となりました。

続いて「リード獲得（37.4%）」と「休眠クライアントへのアプローチ（37.4%）」が同率となり、顧客接点の強化に活用しているという結果でした。

(5) ホワイトペーパーの制作体制、6割以上が外部パートナーを活用

ホワイトペーパーを制作する際の体制について教えてください。



エコンテ調べ。リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=155)

ホワイトペーパーを制作する際の体制について尋ねたところ、59.4%が外注を利用していると回答。

ホワイトペーパー制作について、
外注先に依頼している業務を教えてください。



コンテンツ化する
データの取得

52.2%



デザイン

40.2%



コンテンツ配信

40.2%



ライティング

34.8%



企画

31.5%



翻訳

16.3%

エコンテ調べ リード獲得・リード育成に関するアンケート調査 (N=92・複数回答)

実際に外注を利用している企業の方では「コンテンツ化するデータの収取（52.2%）」や「デザイン（40.2%）」を依頼しているケースが多いという結果になりました。

【調査概要】

調査タイトル	リード獲得・リード育成に関するアンケート調査
調査期間	2023年2月17日～2023年2月19日
調査方法	インターネットリサーチ
調査対象	社内のマーケティング業務に関して、決裁者もしくはプロジェクト推進の立場で携わったことのある人
調査人数	400名

【本プレスリリース引用について】

本プレスリリースを引用される場合は、出典がエコンテであることを明示して、該当リンク (<https://econte.co.jp/works/survival-lead-acquisition/>) を同時に掲載するようお願いいたします。

【株式会社エコンテとは】

株式会社エコンテは、「世の中の“いいコト”を、わかりやすく伝える」を理念に、今回のようなリサーチコンテンツ、データビジュアライゼーション、インフォグラフィック、モーショングラフィックなど、大量生産型のコンテンツマーケティングとは一線を画した多様なコンテンツ制作や、「施策設計」「コンテンツ集客」「検証分析」などのサービスを統合的に提供するコンテンツマーケティング会社です。

【会社概要】

会社名	株式会社エコンテ
所在地	東京都渋谷区恵比寿3-46-3
設立	2014年12月17日
代表者	代表取締役 滝日 伴則
事業内容	コンテンツマーケティング事業
URL	http://econte.co.jp/ http://infographic.jp/



【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社エコンテ 担当：宇佐美

電話番号：03-5798-7467 EMAIL：info@econte.co.jp