

2008年企業サイト利用 市場動向

株式会社アヴァンティ
近藤雅人

はじめに

企業におけるサイト運用の実態調査

- ・サイト利用目的 「期待する効果」
- ・活用状況 「更新頻度」
- ・運用方法 「運用形態」

調査内容

1. 調査対象

東証上場企業 2150社(業種問わず) * 回答率約50%

2. 調査方法

- ・電話によるヒアリング(1000社)
- ・訪問(120社)

3. 調査内容

サイト利用目的

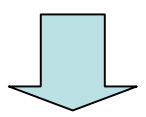
4. 調査期間

2008年7月～10月

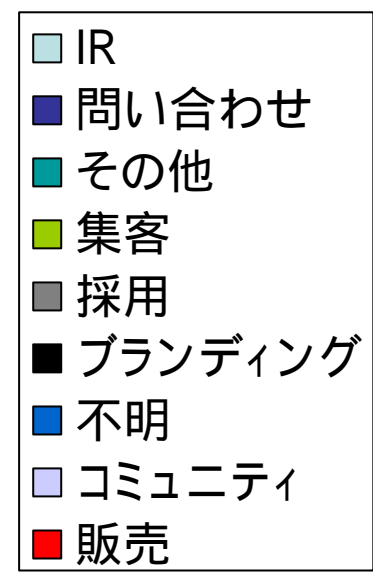
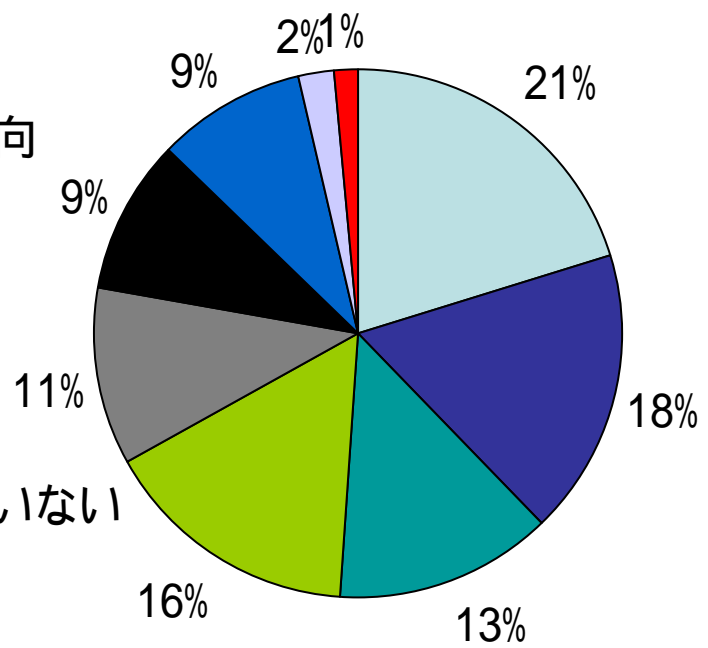
調査結果 利用目的

1. IR、問い合わせが中心

2. BtoB企業はネガティブ傾向



サイト効果に目標設定はしていない



回答例

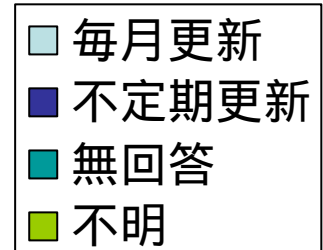
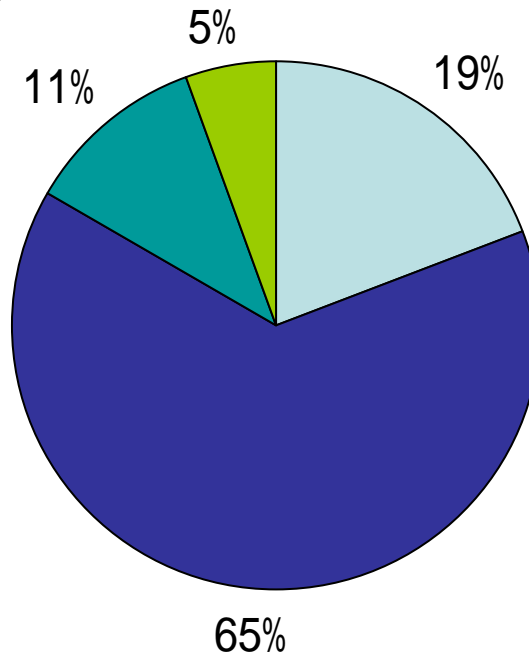
調査結果 活用状況

1. 80%以上でサイト更新作業あり

2. IR情報と新着情報の更新が主



簡単なコンテンツにのみ対応



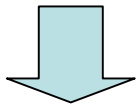
・サイト運営による効果が不明確

社内での評価基準がなく予算化が難しい

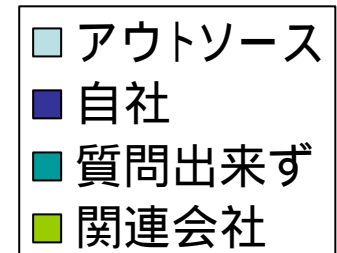
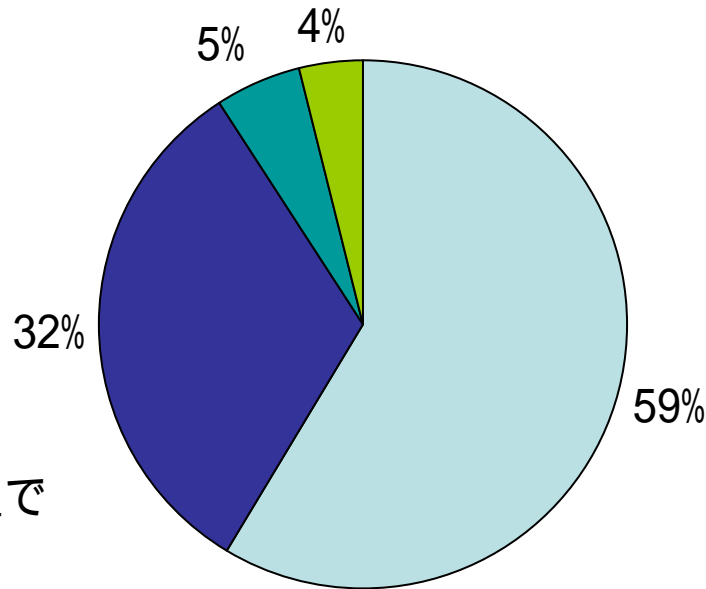
調査結果 運用状況

1. 外部への依存度が高い

2. 完全内製は10%程度



専門知識のある担当者を配置で



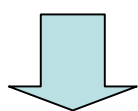
大規模なサイト運用 完全アウトソース

中小規模 内製と一部併用

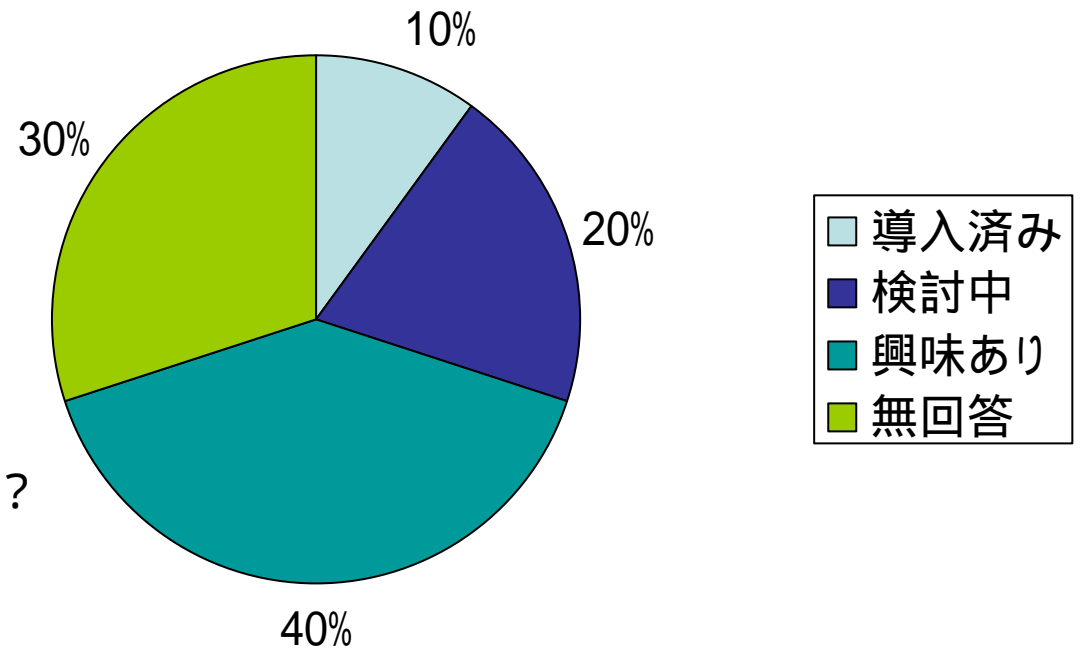
調査結果 CMSに関して

1. CMSの認知度は半数弱

2. 40%の企業がCMSに興味



内部で運用できる事を望んでいる？



CMSに興味を示したコメント

導入による運用効率 (内製化) と運用費削減

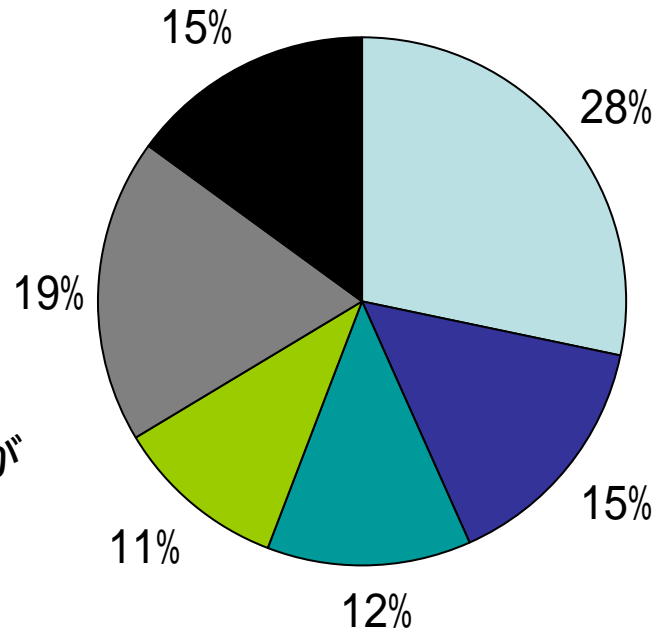
考察 運用組織・体制

1. サイト運用の専門部署は少ない

2. 担当者は多業務と兼務



会社全体を把握し管理する事が難しい。

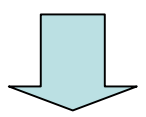


広報の比率が高くIR情報に組織を横断的に管理予算化

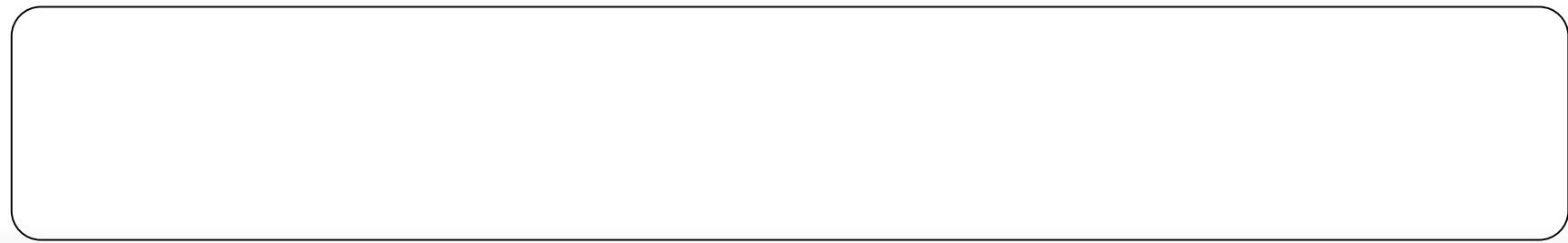
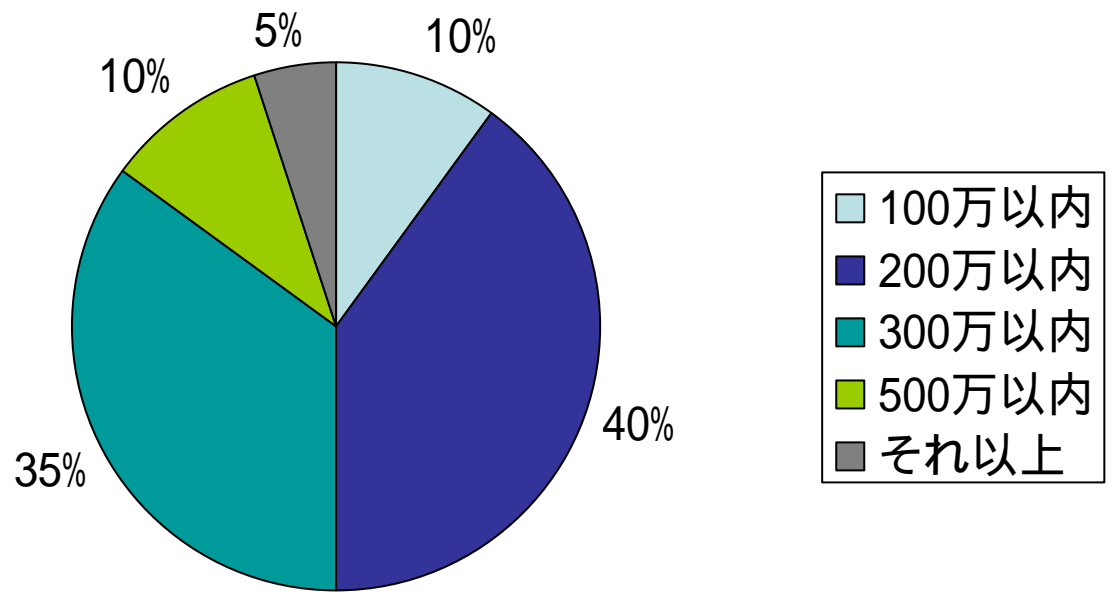
考察 制作予算

1. 平均2.5年でフルリニューアル

2. 200～300万の平均予算

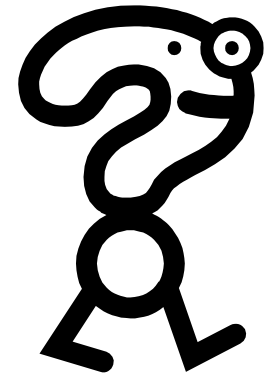


会社全体を把握し管理する事が難しい。



実態総括 課題

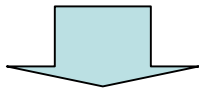
1. 自社サイトに対しての期待、効果が不明瞭
2. 費用対効果の指針、設定が難しい
3. 専門知識、専門部署が無く担当者の評価基準が無い



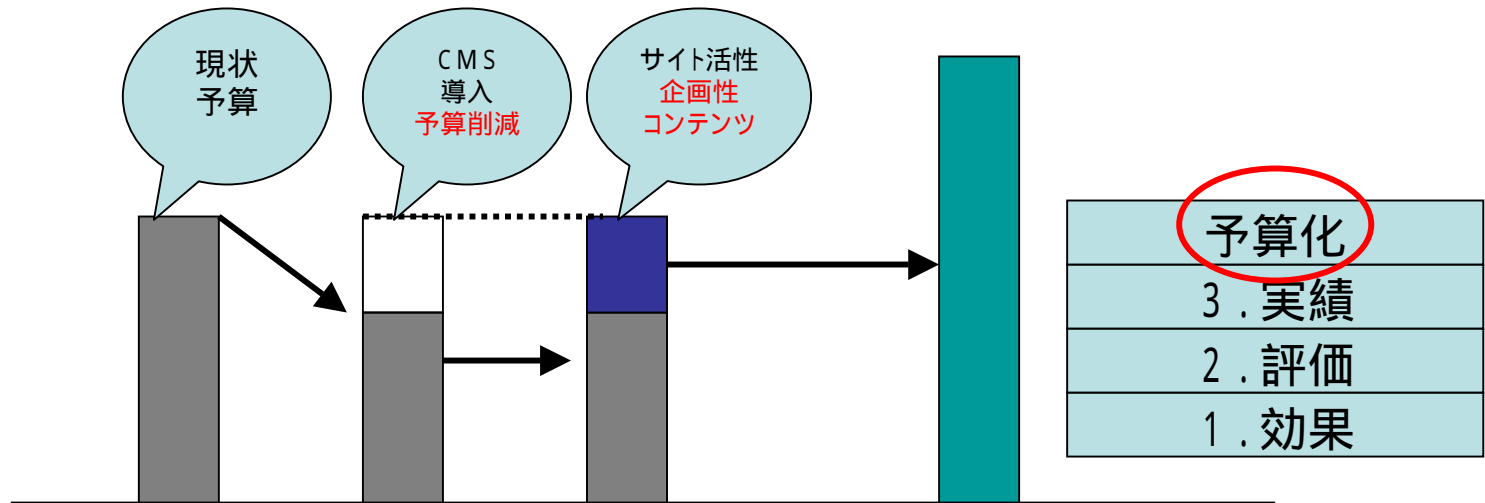
- ・内製化によるコスト削減 = CMSの需要が高まる
- ・具体化された運営方針の設定 = Webコンサルティング・サイトマネージメント

実態総括 2009年度のテーマ

興味、期待は高まるが??



◆ 結果が不明確という疑問点を払拭する事が大事



弊社での取り組み

1. IR情報の必須項目

- ✓ 経営トップのIRに対する意識が高い
- ✓ 経営陣がアナリスト・投資家の立場や関心領域に理解がある
- ✓ 投資家が理解・分析するのに有用な情報が常に蓄積されている財務データ等をアナリスト等が使いやすいように工夫している
- ✓ IRの対象を広くしており、欧米、アジアの機関投資家を訪問している
- ✓ 国内では機関投資家とともに、個人投資家にも説明会や施設見学会を実施している
- ✓ 説明会では、企業価値向上策を独自の方法で説明し説得力がある
- ✓ **ITを駆使した情報発信方法が有効であり、内容が豊富で充実している**