

報道関係各位

2023年6月22日

HubSpot Japan株式会社

HubSpotが「第1回 日本のマーケティング・営業領域における生成AI(ジェネレーティブAI)利用に関する意識実態調査」結果を発表

マーケティング・営業に従事するビジネスパーソンの55.6%が

生成AIを「聞いたことがない」「知らない」と回答

購買者の立場では「内容が正確であれば生成AIでも人間が作ったものでもどちらでも良い」が約3割

CRM(顧客関係管理)プラットフォームを提供するHubSpot Japan株式会社(日本法人所在地:東京都千代田区、代表:カンントリーマネージャー 廣田 達樹、以下「HubSpot」)はこのたび、日本でマーケティング職もしくは営業職に従事するビジネスパーソン計1,000名を対象に、生成AI(ジェネレーティブAI)に関する意識調査(*1)を実施しました。

HubSpotはこれまで、当社が提供するCRMプラットフォームにおいて、営業活動の改善をAIによるデータ分析で支援する「コミュニケーションインテリジェンス」機能や、AIによるデータ品質管理機能など、AI活用への投資を進めてまいりました。そして2023年3月には生成AIを搭載した新ツール「コンテンツアシスタント」と「ChatSpot.ai」をリリースしました。本調査は、世界的に生成AIの注目度が高まる中、企業を成長に導く生成AIの活用方法を探るために実施したものです。そして生成AIに関して日本における意識の変遷を明らかにしていくため、今回の調査を定点調査の第1回と位置付け、今後も継続的に調査を実施・発表していく予定です。

【調査結果ハイライト】(一部抜粋)

- マーケティング職・営業職に従事するビジネスパーソンの**55.6%が生成AIについて「聞いたことがない」「知らない」と回答。業務で使っている人の割合は13.2%にとどまる**
- 生成AIを**業務で利用する上での課題は情報の「信憑性」と「信頼性」**。第1位は「情報が正しいかどうか不安」**45.6%**、第2位「著作権など法的な問題が起きないか心配」**27.2%**、第3位「情報の出典元がわからない」**24.3%**
- 「購買者」側の立場として生成AIが生成したコンテンツを受け取ることについては「**内容さえ正確であれば生成AIでも人間が作ったものでもどちらでも良い**」(約3割)

【HubSpot Japan株式会社 シニア マーケティング ディレクター 伊佐裕也のコメント】

人工知能(AI)技術でテキストや画像などのコンテンツを自動生成する生成AIへの関心は世界的に高まり、日本企業においてもその活用の是非に注目が集まっています。一方、定点調査の第1回目となる今回の調査では、日本のマーケター・セールスパーソンによる生成AIの認知度や業務での活用率はまだ低い段階であることが明らかになりました。

特に目を引かれるのは、生成AIを業務で使っていない人にその理由を問う設問に対して、「使い方がよくわからない」「特にない・わからない」を挙げた人が全体の62.6%、元々生成AIを認知していた人に絞っても**34.4%**にのぼったことです。HubSpotとしては、業務における生成AIの具体的な用途やそのメリットのイメージがついていないことが背景にあると考えており、まずはマーケターやセールスパークソンが具体的なユースケースイメージを持てるよう、当社が提供する「コンテンツアシスタント」や「ChatSpot.ai」の活用例発信を強化していきます。



また、当社がグローバル各国を対象に実施した別調査では、生成AIの活用について、『自社の効率化』のみではなく顧客のニーズにまで目を向けながらAI活用のゴールを設定することが、時間とリソースの節約、マーケティングやセールスの戦略の強化、そして顧客とのより深いつながりの創出につながる」という示唆が得られています。一方で、日本での本調査では生成AIに業務効率の向上を期待すると答えた人は16.3%に留まっており、「顧客ニーズを踏まえた生成AI活用」の前に、自社にとっての便益が模索されている状況です。

HubSpot Japanは今後も本定点調査の実施を通じて日本における生成AIの利用実態と意識を把握・発信すると同時に、AI技術を搭載した自社製品の開発を推し進めます。これにより、マーケティング部門や営業部門を始め、日本企業が新技術をタイムリーかつ的確に把握し、活用機会を逃さず顧客体験の向上と事業成長に役立てていけるよう支援してまいります。

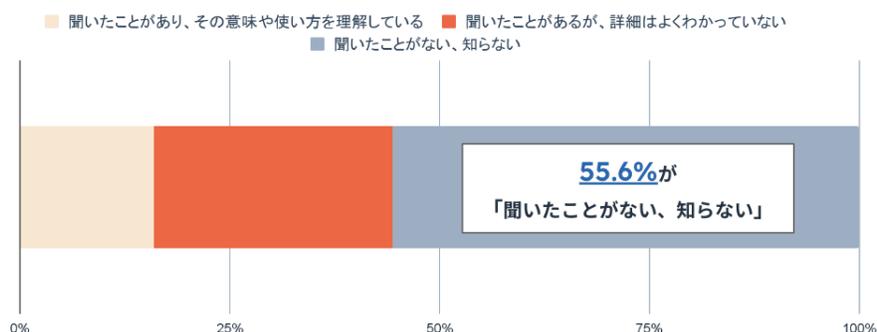
【調査結果サマリー】

1. マーケティング・営業に従事するビジネスパーソンの5割以上が生成AIについて「聞いたことがない」「知らない」と回答。業務で使っている人の割合は13.2%**にとどまる**

・生成AIの認知

調査対象のビジネスパーソンに生成AIの認知度合いについて尋ねた設問では、全体の55.6%が「聞いたことがない・知らない」と回答しました。「聞いたことがあるが詳細はよくわかっていない」と回答した割合は28.4%、「聞いたことがありその意味や使い方を理解している」と回答した人は15.9%にとどまりました。

Q. あなた自身の生成AIの認知について、もっとも当てはまるものを教えてください。



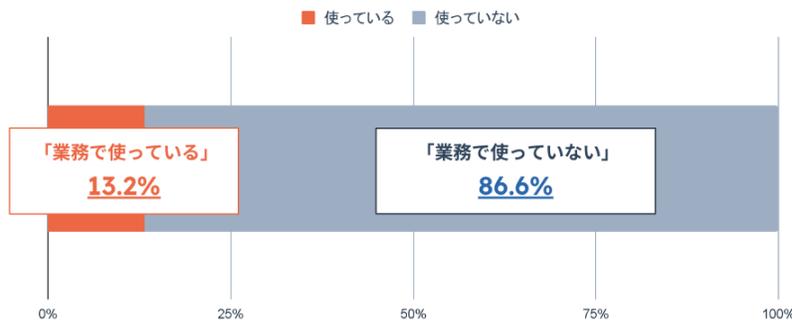
マーケティングと営業の職種別で認知の度合いを見てみると、マーケティング従事者の方が生成AIの認知率は高いことが明らかになりました。

	マーケティング従事者	営業従事者
その意味や使い方を理解している	22.9%	8.9%
聞いたことがあるが詳細はよくわかっていない	27.2%	29.7%
聞いたことがない、知らない	49.9%	61.3%

・生成AIの業務における利用状況

生成AIを業務における利用の状況を尋ねたところ、「業務で使っている」と答えた人は13.2%にとどまり、職種別ではマーケティング職では19.2%、営業職では7.2%となりました。マーケティング業務においては生成AIの台頭前から広告運用やSEO等の領域に人工知能技術が利用されていたこともあり、マーケターの方が営業担当者よりもその利用イメージがついている人が多いのではないかと考えられます。

Q.あなたは業務において、生成AIを利用したことがありますか。



また、「所属する企業は生成AIの業務利用について許可しているか」という質問に対して、「許可している」と回答した人は全体の14.4%、「許可していない」が11.0%、「方針を出していない」と回答した割合が最も高く74.7%となりました。

Q. あなたの所属する会社は、生成AIのビジネスにおける利用について許可していますか？



生成AIを使っていると回答した人の中で、使っている業務を聞いてみると、第1位 アイデア出しや企画作り(25.7%)第2位 コンテンツ(コピーや文章)の作成(22.8%)第3位 会議や議論、動画の要約の作成(21.3%)(複数回答)が挙げられました。

※今回の調査では、業務に生成AIを使っていると回答した人は136名と限られたサンプル数となっており、このデータは当該サンプルの傾向を示したものです。

2. 生成AIを業務で利用する上での課題は情報の「信憑性」と「信頼性」。第1位は「情報が正しいかどうか不安」。第2位は「著作権など法的な問題が起きないか心配」、第3位は「情報の出典元がわからない」

・生成AIを業務で利用する上での課題

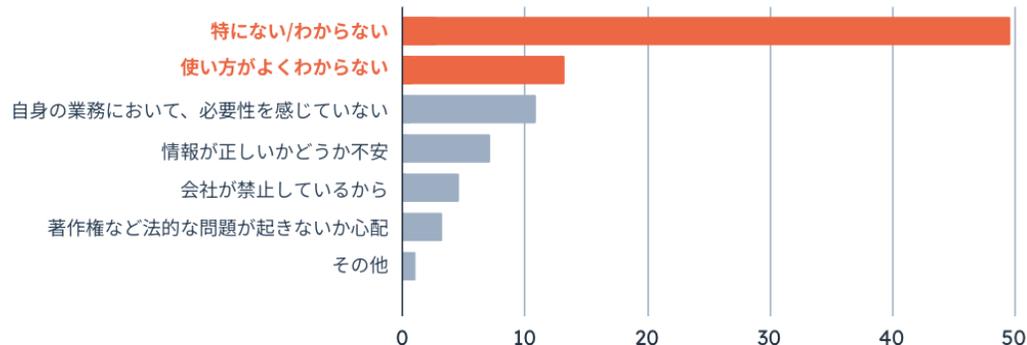
生成AIを業務で「使っている」と回答した人に、利用にあたって課題に感じることを聞いたところ、第1位は「情報が正しいかどうか不安」(45.6%)、第2位「著作権など法的な問題が起きないか心配」(27.2%)、第3位「情報の出典元がわからない」(24.3%) (複数回答)と、情報の信憑性や信用性への課題感が明らかになりました。

※今回の調査では、業務に生成AIを使っていると回答した人は136名と限られたサンプル数となっており、このデータは当該サンプルの傾向を示したものです。

・生成AIを「使わない」理由

一方、生成AIを業務で「使っていない」と回答した人に、使わない理由（複数回答）を尋ねたところ、「使い方がよくわからない」「特にない・わからない」を挙げた人が全体の62.6%、元々生成AIを認知していた人に絞っても34.4%にのびりました。自分の業務において生成AIを利用するイメージが湧いていない、そもそも何ができるのかを理解していない人が多いことが「わからない・特にない」の回答の多さにつながっていると考えられます。

Q. 生成AIを業務において利用しない理由

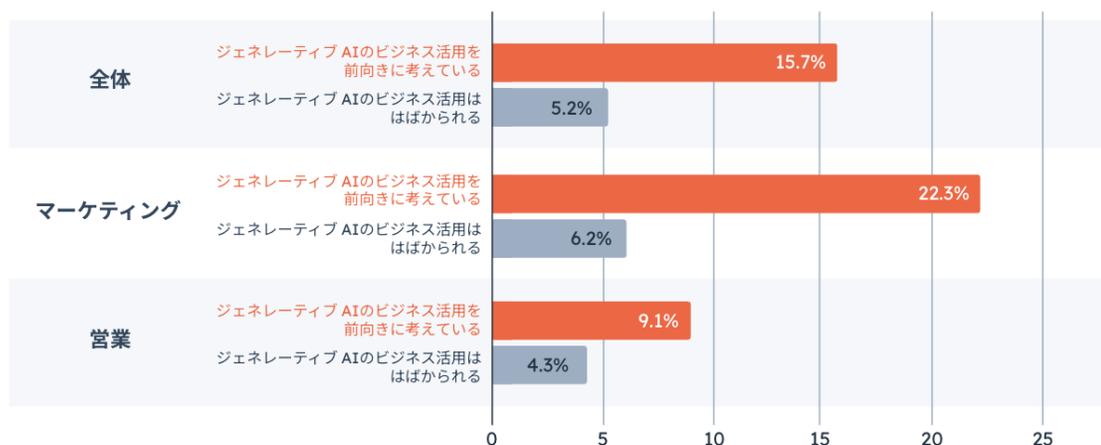


3. 「購買者」側の立場として「生成AIが生成したコンテンツを受け取ること」について、「内容さえ正確であれば生成AIでも人間が作ったものでもどちらでも良い」が約3割

「購買者」側の立場になったときに「生成AIが生成したコンテンツを受け取ることをどう感じるか」を尋ねた設問では、「内容さえ正確であれば生成AIでも人間が作ったものでもどちらでも良い」(27.0%)と回答した人が最も多く、次いで「生成AIの生成したコンテンツに肯定的であり、購買者の立場としても受け取ってみたい」(16.2%)、「否定的であり、購買者の立場としても受け取りたくない」(8.2%)となりました。それ以外の方は「あてはまらない/わからない」(48.6%)と答えており、生成AIに対する評価が定まっていない現状が見られます。

また、生成AIのビジネス活用への意識について尋ねたところ(複数回答)、「生成 AIのビジネス活用を前向きに考えている」と回答した人は全体の15.7%で「生成 AIのビジネス活用ははばかられる」と回答した割合5.2%に対して約10pt上回りました。職種別で見ると、「生成 AIのビジネス活用を前向きに考えている」と回答したマーケティング従事者は22.3%に対して、営業従事者は9.1%とその意識の違いが見られました。この意識の違いも、それぞれの担当領域における具体的活用イメージが持っているかどうかの影響していると考えられます。

Q.生成AIのビジネス活用への意識



【HubSpot調査:第1回 日本のマーケティング・営業領域における生成AIに関する意識実態調査】実施概要(*1)

※調査結果は、単数四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります

調査企画・実施 HubSpot Japan株式会社

調査委託先 株式会社マクロミル

調査対象 フルタイムで企業のマーケティング従事するビジネスパーソン 500名、営業に従事するビジネスパーソン500名、計1,000名

調査方法 オンライン上でのアンケート調査

実施期間 2023年05月30日(火)~2023年06月02日(金)

調査地域 日本全国

【コンテンツアシスタント(ベータ版)と便利な新機能が一般公開へ】

OpenAIの人工知能を活用したHubSpotのコンテンツ作成ツール「コンテンツアシスタント」が、6月21日(日本時間)よりプライベートベータ版からパブリックベータ版に移行し、ご利用の申し込みなしでHubSpotポータルからどなたでも利用いただけるようになりました。

詳細は[こちらのLP](#)よりご確認くださいませ。

【HubSpot Japan株式会社について】

HubSpotは、「使いやすさ」と「高度な機能」を両立させた製品とサービスで企業の成長を支援するクラウド型のCRM(顧客関係管理)プラットフォームを提供しています。HubSpotのCRMプラットフォームにはマーケティング、営業、カスタマーサービス、オペレーション、ウェブサイト管理などの製品が含まれており、顧客を惹きつけ、信頼関係を築き、顧客満足度を高めることで自社も成長していく「インバウンド」の思想の実践を支援します。企業の各成長フェーズのニーズに合わせて柔軟に拡張することが可能で、現在世界120か国以上で約177,000社に導入されています。

【会社概要】

会社名 HubSpot Japan株式会社 ※日本語の場合「ハブスポット・ジャパン株式会社」と表記ください
代表者 廣田 達樹(カンントリーマネージャー)
設立 2016年2月(営業開始 2016年7月)
資本金 500万円
所在地 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビルディング9F
事業内容 CRMプラットフォームの開発、販売、および関連サービスの提供
本社 HubSpot, Inc.(米国マサチューセッツ州ケンブリッジ)
ニューヨーク証券取引所上場(ティッカー:HUBS)
代表者 ヤミニ・ランガン(CEO)
従業員数 全世界 7,000名

【本件に関するお問い合わせ先】

HubSpot Japan株式会社 PR担当:浅井
TEL:03-6679-3628 e-mail:pr-japan@hubspot.com