

2023年6月14日

ニュースリリース

ブランディングテクノロジー株式会社

ブランディングテクノロジー、人材のスキルを可視化する Mierba と協力し「マーケタータイプ診断」をリリース～組織に合った“Next CMO”の見極めを可能に～

診断結果からマーケターのらしさを活かした最適な人材配置と育成プランを導く

ブランディングテクノロジー株式会社（代表取締役社長：木村 裕紀、本社：東京都渋谷区、証券コード7067、以下当社）は、株式会社 Mierba（代表取締役：丸山樹、本社：東京都港区、以下 Mierba 社）と、マーケターの育成、定着における組織とのミスマッチを無くすことを目的に、共同で「マーケタータイプ診断」のアップデートを実施しリリースしました。



マーケタータイプ診断リリースの背景

昨今のマーケターの求人市場では売り手市場が続いており、年収も上昇傾向にあります。マーケター採用の難度は年々高まり、優秀な人材を確保するのは非常に困難な状況と言えます。それに何とか採用できたとしても、組織やカルチャーとのミスマッチ、キャリアパスや評価制度などの問題から離職してしまうケースも少なくありません。

このような背景から、いきなり採用を検討するのではなく、まずは社内でマーケターの育成が出来ないかを検討するべきだと考えています。しかし「育成候補をどのように選べば良いか」「どう育成していけば良いか」というのは、事業フェーズや組織、人材によって正解が変わってきます。

これらを感覚的に判断するのではなく、データに基づいた客観的な判断から、組織でマーケティングを最大限機能させるために「マーケタータイプ診断」を開発しました。

今回、人材のスキルを可視化する [Mierba Test](#) を提供している Mierba 社と協力することで、設問設計や診断プロセスの精度を向上しています。

診断結果から“NextCMO”を見極める

マーケタータイプ診断は、対象者へのアンケートから思考性や得意領域からマーケターとしてのタイプを導き出します。そしてタイプは4つに分類されています。

1. 経営者タイプ：売上・利益を成長させる戦略プランを描き、実行する
2. コンセプタータイプ：新しいコンセプトを組織に持ち込み、過去の慣習を変革する
3. オーガナイザータイプ：持続的に成長する組織の仕組みをつくる
4. ハッカータイプ：特定のチャネルをハックし、事業成長させる

マーケターとしてのタイプを知ることによって、未来のマーケティング責任者である NextCMO の見極めや適切な人材配置、キャリアアップ、スキルアップの方向を見定めることが出来ます。

また、マーケター以外の職種の方にもアンケートを実施することで、潜在的なマーケター候補の発掘にも活用することが出来ます。



※マーケタータイプ診断の分布図



※マーケティングに関する組織傾向

人材の特性を把握し組織でマーケティングを機能させる

マーケタータイプ診断は、タイプの可視化を目的とした診断コンテンツではありません。目的はあくまで診断結果をもとに「組織でマーケティングを機能させる」ことにあります。

NextCMOを見極めるだけでなく、メンターによる育成プログラムの実施や、マーケティング戦略と計画策定までハンズオンで伴走していきます。

■ マーケタータイプ診断の流れ

- ・ 事前ヒアリングを実施
- ・ アンケート対象者の選定
- ・ アンケート実施
- ・ 診断結果から人材や組織の特性を把握する
- ・ Next CMO人材定義・理想の組織定義
- ・ Next CMO 育成プログラム実施
- ・ マーケティング戦略と計画策定

■ 関連サービスについて

NextCMO を育成する「マーケティングイネーブルメントサービス」

<https://www.branding-t.co.jp/me/>

関係者コメント

HONE Inc. 代表 桜井 貴斗氏のコメント 《協力パートナー》

不確実な社会の中、これまでの経験則だけでは通用しづらくなってきました。そんな中、目的遂行の成功要因は「トライアンドエラーを繰り返せるタフなチームをつくれるか」とも言い換えられると思います。しかし、プロジェクトや組織を形成するメンバー構成プロセスの実態は知識・経験・実績などの表層的なステータスによって編成されることが多いのではないのでしょうか。

「マーケター」と一口に言っても戦略設計に秀でている人、戦術遂行に実績がある人、モチベーターになりうる人、など知識・経験・スキル・人柄などさまざまです。スキルセットだけでなく、マインドセットまで把握できるマーケタータイプ診断は事業の成功を後押ししてくれるものだと思います。

Mierba 代表取締役 丸山 樹氏のコメント

採用におけるミスマッチの解消やリスクリングへの取り組みが社会全体で進んでいますが、その中で重要なのが「スキルや適性の可視化」です。Mierba のアセスメントチームが開発に携わらせていただいたマーケタータイプ診断は、個々の才能や適性を正確に示し、個人の強みに寄り添った最適な人材配置やキャリアパス、トレーニングの設計を可能にします。この診断を通じて、社員のマーケターとしてのポテンシャルを可視化し、強みを最大限に活かした人材配置を目指していきます。

ブランディングテクノロジー 執行役員 CMO 黒澤のコメント

「優秀なマーケターに共通する特性は何ですか？」このような質問をいただくことが多くあります。しかし、優秀なマーケターの定義は、事業フェーズや組織文化によって異なるため、回答が難しいと感じてきました。戦略立案が得意なマーケターが必要なケースもあれば、実行が得意なマーケターが必要なケースもあります。

Next CMO を育成するマーケティングイネーブルメントのサービスでは、マーケタータイプ診断を初期に実施することで「データ根拠をもとに自社にあった CMO 候補を見極め、育成」を行っています。今後も、再現性をもって Next CMO を育成できる仕組みづくりの取り組みを強化していきます。

今後の展開について

現在、マーケタータイプ診断は育成をメインとした活用を行っていますが、マーケター採用やマーケティングの業務委託においても活用を広めていく予定です。求職者や業務委託パートナーの特性を事前に把握することでミスマッチを無くし、マーケティングが社内外を横断的に機能する状態を目指していきます。

<株式会社 Mierba について>

設立日：2021年5月

資本金：59,182,724円（資本準備金含む）

代表取締役社長：丸山 樹

住所：東京都港区虎ノ門1丁目16-6 虎ノ門 RAPO-TO ビル UCF703

公式サイト：<https://mierba.com/>

<ブランディングテクノロジー株式会社について>

設立日：2001年8月

資本金：52,119,500円

証券コード：7067（東証グロース）

代表取締役社長：木村 裕紀

本社：東京都渋谷区南平台町15-13 帝都渋谷ビル 4F・5F

公式サイト：<https://www.branding-t.co.jp/>

<本件に関するお問い合わせ先>

ブランディングテクノロジー株式会社 広報

松井 寛志

official@branding-t.co.jp