

【プレスリリース】

2018年8月23日
アバナード株式会社
サイトコア株式会社

アバナードとサイトコア、CX(カスタマーエクスペリエンス)に関する共同調査を発表 非効率なマーケティングテクノロジーが ビジネスの機会損失要因となっていることが明らかに

—未成熟なマーケティングテクノロジーと
CIO・CMO 間の連携不足が優れた CX を妨げる主な障壁に—

2018年6月5日 シアトル、サンフランシスコ発—業界をリードするデジタル・イノベーターであるアバナードと、エクスペリエンスマネジメントソフトウェアの世界的リーダーであるサイトコアが行った世界11ヶ国1,440人のCIO、CTO、CMO、その他経営幹部を対象にした共同調査によると、企業の95%が「カスタマーエクスペリエンス(CX)に改善の必要がある」と回答していることが明らかになりました。本調査によれば、マーケティング担当者の60%以上が自身の組織のマーテック(マーケティングテクノロジー)を活用することで、大きな収益をあげ、売上増に導く機会があると答えています。

本調査結果のポイントは以下です。

- ・ **マーテックは、正しく実施されれば素晴らしいCXの基礎となる**

しかしながらほとんどの企業ではCXの達成が困難であると感じています。回答者全体の約3分の2(63%)および日本の回答者の88%は、CX、カスタマイズおよびデータ分析を理解する上で、組織の成熟度がさほど高くないことに同意しています。

- ・ **マーテック上の問題はビジネス全般に影響を与える可能性がある**

マーケティング担当者の約半数が、「適切なマーテックスタックを利用しないと、一貫したCXの提供に苦戦し利益の回収にも困難が生じる」と回答しています。

- ・ **企業はマーテックの優先度について考え直し、AIおよびアナリティクスを導入して活用することで、基盤を再構築すべき**

マーテックは、自社にとっての顧客のニーズを特定し、CXを改善、そして来たるべき将来に向けて整備するための鍵となります。しかし、回答者の過半数は未だAIを採用したり、アナリティクスを最大限活用できていません。

- ・ **チームのスキルやトレーニング、そして採用の見直しは、企業の競争力維持に効果的**

企業は最高の人材を確保しつつも、最良のパートナー企業を探し出すことに注力し、彼らの協力を得ることで、自社社員を教育することもできれば、協働によってさまざまなスキルセットを補完することもできるでしょう。現在、半数以上のマーケティング担当者が「マーテックスタックは使いづらい」と回答している上に、それよりも多くのIT担当者が「マーケティング担当者はマーテック実施に必要なトレーニングを受けていない」と回答しています。

- ・ **企業はCMO、CIO、およびCDO(チーフデジタルオフィサー)への新たな役割分担と責任範囲の拡大から利益を得ることが可能**

「マーケティング、IT、そしてデジタルの担当者間での連携不足が、優れたCXの提供を阻害している」と多くの回答者が指摘しています。テクノロジーとマーケティングのバランスを取ることが顧客との関係性を強化するための急務となっています。

アバナード株式会社CTIO(最高技術革新責任者)、星野友彦は次のように語っています。

「優れたCXは3倍ものROIを企業にもたらしますが、これを達成するためにはマーテックを導入し最適化する必要があります。ITとマーケティングリーダー間で連携が増え続けているのはその一環でもありますが、信頼

に値するパートナーを得ることこそが強固な顧客関係を構築する上で最も重要であり、ただのコストとしか認識されていなかったマーテックスタックが収益を牽引する中心的存在へと変革する助けになるのです」

サイトコア株式会社 代表取締役の酒井秀樹は次のように述べています。

「日本ほどカスタマーエクスペリエンスを重要視する国、そして得意とする国は、世界を見渡しても、そう多くはありません。しかし、デジタルの世界に目を向けてみると、本来日本が得意とするこの顧客へのおもてなしを実現できていないと感じています。本調査では、日本のみならず世界各国でも、同じような状況であることがわかりました。一方で、マーテックの活用と部門間の協働で、顧客体験を高められるという解決の糸口も見えています。重要なのは、顧客の細かなニーズを理解し、顧客毎にきめ細かく、常に最適な情報を提供することです。そのため、さまざまな施策を考え、迅速に実行し、そして改善を繰り返す必要があります。これは、製造業の改善活動と似ており、日本人の得意とするところだと思います。サイトコアとアバナードは、まさにこの点において、力を合わせ、日本企業を支援してまいります」

アバナードとサイトコアは、日本企業のマーケティング部門と IT 部門がマーテックをより効率的に導入・活用し ROI を生み出せるようにするための水先案内人として、その支援にさらに取り組んでまいります。

[レポートのダウンロードはこちらです](#)

グローバル調査について

2018 年 2 月、アバナードとサイトコアは VansonBourne 社に詳細な調査を依頼しました。調査対象国は米国・カナダ・英国・ドイツ・イタリア・スペイン・スウェーデン・デンマーク・ベルギー・日本・オーストラリアで、1440 人の CIO、CTO、CMO、IT 経営陣、マーケティング責任者に調査を実施しました。調査対象企業は年間売上高 5-10 億ドル、従業員数 1,000 人以上の規模を条件に選出されました。マーテックスタックは、次の領域の一部、または全体におけるテクノロジープラットフォームであると定義されています。領域：ソーシャルメディア、広告、CRM、コンテンツマーケティング及び管理、資産管理、電子メールとマーケティングオートメーション、SEO、データとエクスペリエンス管理、コラボレーションツール分析、AI。

アバナードについて

アバナードは、人材とマイクロソフト・エコシステムを活用し、革新的なデジタルおよびクラウド対応サービス、ビジネスソリューション、デザイン主体のエクスペリエンスを届けるトッププロバイダーです。当社の擁するプロフェッショナルなスタッフは、テクノロジー、ビジネス、業界の専門知識を組み合わせた大胆かつ新鮮な思考を武器に、顧客とエンドユーザーの改革と成長を推進しています。24 ヶ国に 30,000 名のデジタルで繋がったスタッフを配備。多様性を尊重し、事業を運営するコミュニティを反映した協力的な企業文化を通して、顧客に「ベストシンキング」を提供しています。アクセンチュアが筆頭株主であり、2000 年にアクセンチュアとマイクロソフトによって設立されました。詳細については、(<https://www.avanade.com/ja-jp>)をご覧ください。

Sitecore 社およびサイトコア株式会社について

Sitecore Corporation (本社：デンマーク、コペンハーゲン／以下、Sitecore 社)は、コンテキストマーケティングを実現するためのカスタマーエクスペリエンス管理ソフトウェアを提供しています。「Sitecore Experience Platform」では、さまざまなコンテンツを管理しながら、顧客の興味・関心や行動履歴から得られるコンテキスト(文脈や背景)情報を利用し、それに合わせた最適なコミュニケーションを自動化します。企業のマーケティング担当者は、顧客がどのように自社ブランドと接触しているかに関するコンテキストを把握・理解したうえで、それに基づいた最適なコンテンツを、すべてのチャネルを通じてリアルタイムに提供できます。顧客を満足させ、ブランドロイヤリティを築き、収益を向上するためのコンテキストマーケティングを実施するために、世界各国の大手企業や公的機関など 5,200 社以上が Sitecore 社のソリューションを採用しています。主な導入企業は、American Express、Carnival Cruise Lines、Dow Chemical、L'Oreal などです。製品・ソリューション・サービスに関する詳細は、以下 URL をご覧ください。URL：<https://www.sitecore.com/ja-jp>
サイトコア株式会社は、Sitecore 社の日本法人です。



【お問い合わせ】

アバナード株式会社

TEL: 03-6234-0150

Eメール: tokyo@avanade.com

サイトコア株式会社

広報担当/安部、堀内

TEL: 03-5413-6900

Eメール: Japan_pr@sitecore.com

【本件に関する報道関係お問い合わせ先】 株式会社ビーコミ

アバナード 広報担当 担当: 加藤・石井 TEL: 03-6435-5593 携帯: 090-8844-9057

Email: [pr\[at\]b-comi.co.jp](mailto:pr[at]b-comi.co.jp) ※[at]は@に替えてご連絡ください。