

※本リリースは、米国本社から発表されたプレスリリースの抄訳です。(日本のデータについては今回初めての発表)

【プレスリリース】

2020年1月28日

アバナード

## ワークスペース体験(WX)への包括的な取り組みがCX改善につながり、 20億ドルにのぼるビジネス貢献が可能に:アバナード最新調査

テクノロジーの刷新だけでなく、顧客と従業員の体験を全体として改善する取り組みで、大きな経済的メリットの可能性:世界1,300人以上の意思決定者を対象にした調査より

【2019年10月29日 – ワシントン州シアトル発、日本のデータについては2020年1月28日追加】  
マイクロソフト・エコシステムで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は、包括的なワークスペース体験(WX)戦略の導入は投資利益率(ROI)向上につながる可能性があるとの**新たな調査結果**を発表しました。世界の意思決定者1,375人に調査した結果、**テクノロジー、業務プロセス、企業文化、従業員体験**などを包括的にカバーするワークスペースにおける変革を実施することで、平均で年間収益の16%増と運用コストの13%削減を実現する可能性があると予測していることがわかりました。これは、本調査参加企業の年間収益の総計から計算すると、約20億ドルに相当します。



「ワークスペースの変革は継続的なビジネス価値実現の原動力です。包括的なWXへの取り組み、すなわちテクノロジープラットフォーム、サービス、物理的な職場環境の刷新、企業文化と従業員体験のあ

るべき姿の再定義、日々の業務プロセスの最適化に、全体として取り組むことは、企業にとっての差別化要因となります。しかし、実際にはそこまでの価値を実現できていない企業が大半です。その中で、調査回答者の 95% (日本でも 95%。以下日本における数値をカッコ内で示す)が、ROI を最大化するためには WX をビジネス変革戦略の中心とする必要がある、と考えていることには希望が持てます。素晴らしい従業員体験の実現は顧客にとっての体験を考えるのと同様にビジネスにとって不可欠だということが、今回の調査結果から明確に示されました。」とアバナードでモダンワークプレースのグローバルリーダーを務める Florin Rotar (フローリン・ローター)は述べています。

当然ではありますが、94%(日本 99%)の回答者(CEO、人事、業務、IT、マーケティングの最高責任者、その他のビジネスリーダー)は、従業員こそが企業の競争力の源だと回答しました。その他の主な調査結果としては以下の通りです。

- 96%(日本 97%)が、WX 変革の成功には包括的なアプローチが必要と回答
- 38%(日本 39%)が、WX 変革は経営幹部の主導のもと、部門横断的なグループと一緒に推進すべき、と回答
- 26%(日本 28%)は、他部門の責任者がかかわることなく、IT 部門が変革をリードすることを期待
- 実際の変革遂行には経営幹部が関与すべきとの回答がグローバルではおよそ半数を占め、自らのコミットメントが必要との自覚が読み取れたが、日本では経営幹部自らが関与すべきとの回答がグローバルに比して少なく、特に次の 2 点については現場任せの姿勢が浮き彫りとなった
  - オペレーションの最適化と刷新には経営幹部が関与すべき—52%(日本 36%)
  - リアルとデジタルのギャップを埋める際、経営幹部が関与すべき—47%(日本 29%)

ワークプレース変革の必要性に異論はないものの、様々な領域で課題が残っており、47%(日本 48%)近くが IT の刷新を重大な課題に挙げています。さらに、WX 戦略の妨げになる要因として人材のスキル不足を挙げたのが 34%(日本 40%)、採用を挙げたのは 34%(日本 35%)、エバーグリーン IT の管理を挙げた回答者 34%(日本 28%)でした。もう1つの課題領域として浮かび上がったのがセキュリティで、92%(日本 100%)が、企業に対する攻撃の範囲が広がり複雑さが増していると感じ、同じく 92%が、組織の IT セキュリティを最善かつ最新の状態に保つことが、社内外からの脅威の抑止に有効と回答しています。

課題は残ってはいるものの、WX 変革の成功の必要な要素としてほぼ全員から挙げたのは次のような点です。

- ワークプレースのプラットフォームとサービスの刷新—99%(日本 96%)
- オペレーションの最適化と刷新—96%(日本 94%)

- リアルとデジタルのギャップを埋める—95% (日本 93%)
- 企業文化と従業員体験の新たなビジョン作り—94% (日本 94%)

## WXを成功へと導くアバナードの新方法論

顧客や従業員の視点からワークスペースを変革するための包括的なアプローチへの市場ニーズに応えるべく、アバナードは顧客体験(CX)および従業員体験(EX)と、それらが全体的な収益、ROIに及ぼす影響の関係を評価する、独自の方法論の開発に取り組んでいます。徹底的な調査に裏付けられたこの方法論が、業績を拡大するためにWX全体の変革を成功へと導きます。この方法論には、高度なデータサイエンス、多変量解析、AI、機械学習、予測分析に基づいたアルゴリズム、技法、データのレコメンドが活用されています。今後、さらに開発が進み最終段階に達したら、改めて詳細を発表する予定です。

## 今回の調査について

地域別内訳

米国・カナダ	300
英国・アイルランド	175
フランス	150
ドイツ	150
オランダ	100
イタリア	100
スペイン	100
北欧諸国	100
日本	100
オーストラリア	100

業種別内訳

製造	178
銀行・保険	175
消費財	175
資源	175
小売	173
その他商業	499

職種別内訳

人事	278
総務	276
IT	274
マーケティング	206
サービス・サポート	204
その他*	137

\*CEOやCFOなど、取締役などを含む。



● 調査実施期間：2019年7月～8月  
● 調査対象：Cレベルの経営幹部を含む、人事、業務、IT、マーケティング、サービス、サポートなどリーダー職の意思決定者1,375人

- **調査実施期間**: 2019年7月～8月
- **調査対象**: Cレベルの経営幹部を含む、人事、業務、IT、マーケティング、サービス、サポートなどリーダー職の意思決定者 1,375人
- **業種**: 工業向け製造業、銀行・保険、一般消費財・消費者向け製造業、資源、小売など商業分野
- **地域**: 米国、カナダ、英国・アイルランド、フランス、ドイツ、オランダ、イタリア、スペイン、北欧諸国、日本、オーストラリア

###

## ■アバナードについて

アバナードは、優れた人材とマイクロソフトのエコシステムを活用して、革新的なデジタルやクラウドのサービスをはじめとした、ビジネス・ソリューションとデザイン主導の体験をお届けするリーディング・プロバイダーです。テクノロジー、ビジネス、業界に関する専門知識を組み合わせ、大胆かつ新鮮なアプローチで、顧客企業とその顧客のトランスフォーメーションとさらなる発展をサポートしています。世界25



か国38,000名の従業員が、多様性を尊重し協力を是とするアバナードの企業文化とそのコミュニティを通して、顧客企業にベストなアイデア、考察を提供しています。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、アクセンチュアを筆頭株主としています。詳細については (<https://www.avanade.com/ja-jp>)をご覧ください。

**【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](mailto:tokyo@avanade.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。