

-企業の顧客データの活用に関する調査-

課題は人的リソース不足！？顧客データ基盤を構築・運用している企業はわずか36.2%と判明
データ活用の内製化/自走化のニーズは78.4%も、一方で実際に取組んでいる企業は13.9%のみ
～データに基づく迅速な意思決定が重要となる中、進まぬ企業のデータ活用基盤の構築・運用と自走化～

インキュデータ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：町田 紘一、以下「インキュデータ」）は、20-40代の大企業に勤めるビジネスパーソン（経営企画、情報システム、DX推進部署、マーケティングその他に従事している人）1,506名を対象に「企業の顧客データ活用に関する調査」を実施しました。

<調査背景>

総務省の令和3年版の「情報通信白書」によると、パーソナルデータを活用する企業の割合は米国、ドイツ、中国が7割以上だったのに対し、日本は52.8%となり、日本企業のパーソナルデータ活用が海外諸国に比べ遅れをとっていることが明らかになりました（※）。

（※）総務省 令和3年版「情報通信白書」より

テクノロジーの急速な発展とそれに伴う消費者行動の変化が続く現代のビジネス環境において、顧客ニーズを把握するためにも、企業において顧客データ活用は、重要な経営課題の一つになりつつあります。

諸外国と比較し、遅れをとる日本企業ですが、企業の顧客データ活用のニーズは年々増加しております。さらに迅速かつ柔軟な意思決定やアクションを行うために、データ活用を企業自らが推進する「データ活用の内製化/自走化」のニーズの高まりを見せております。

上記を踏まえ、現在の顧客データの活用状況や、運用課題、企業のデータ活用の内製化や自走化に対する意向を探るべく、「企業の顧客データ活用に関する調査」を実施しました。

<トピックス>

- ・「顧客データ基盤を構築・運用している」企業はわずか36.2%のみ。データ基盤を整備できない理由のトップは「運用する人的リソース不足」。
- ・約9割もの企業が顧客データを活用していると回答も、顧客データ活用を進めるうえでの課題として2割が「スキルやノウハウが不足している」と回答。
- ・顧客データ活用に関する業務について内製化/自走化をしないと回答した企業が約8割。
- ・一方で「全社で内製化/自走化に積極的に取り組んでいる」と回答した割合は13.9%程度。

<調査結果について>

今回の調査により、企業における顧客データ基盤の構築・運用のニーズはあるが、課題は「人的リソース不足」という状況が浮き彫りになりました。

また、顧客データ活用の内製化/自走化のニーズは78.4%と高い一方、全社で内製化/自走化に取り組んでいる

企業はわずか 13.9%という状況でした。

内製化/自走化をしたい理由の上位に、「自社にて顧客データ活用のノウハウ、ナレッジ、経験の蓄積のため」、「外部への委託コストの削減のため」、「ビジネス変化への柔軟な対応のため」が見られ、迅速かつ柔軟な意思決定やアクション実行のための内製化/自走化のニーズが高いことも分かりました。

消費者行動の変化やテクノロジーの進歩など、柔軟な対応が求められる現代のビジネス環境において、一人ひとりのニーズを把握し、迅速かつ柔軟な意思決定やアクションを行うためには、企業自らデータを分析、活用する必要があり、自社で推進するためのノウハウや経験を、獲得しようとする企業が増えています。

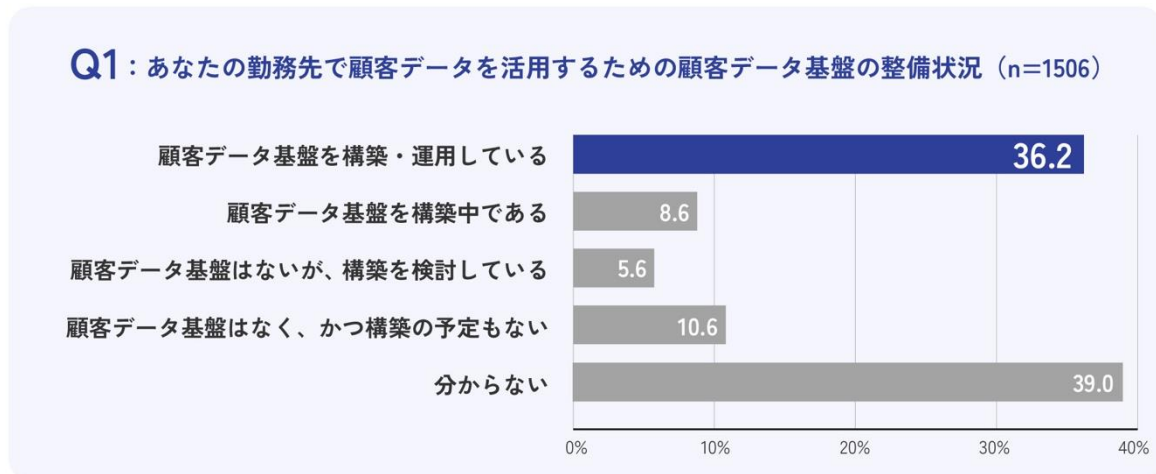
上記のように、企業のデータ活用および企業自身がデータを活用できる「データ活用の自走化」のニーズが高まる中、インキュデータは、従来型のデータコンサルティング（戦略策定、システム構築、分析、施策実行まで支援）に加え、企業のデータ活用の自走化までをワンストップで支援しています。

弊社の提供する支援内容につきましては、下記の本文中に記載している「※1：参考情報」ご参照ください。

<調査結果>

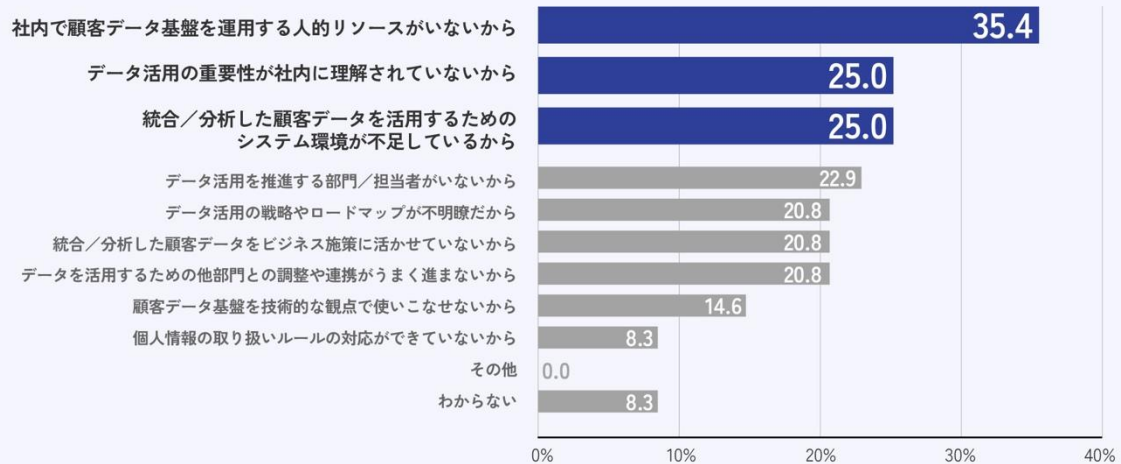
- ・「顧客データ基盤を構築・運用している」企業はわずか 36.2%のみ。データ基盤を整備できない理由のトップは「運用する人的リソース不足」。

顧客データを活用するための顧客データ基盤の整備状況について尋ねたところ、「分からない」を除き、「顧客データ基盤を構築・運用している」が 36.2%で最も多く、次に「顧客データ基盤はなく、かつ構築の予定もない」が 10.6%、「顧客データ基盤を構築中である」が 8.6%、「顧客データ基盤はないが、構築を検討している」が 5.6%と続きました。



Q1 で、「顧客データ基盤はないが、構築を検討している」、「顧客データ基盤はなく、かつ構築の予定もない」と回答した人に、顧客データ基盤を整備していない理由を尋ねたところ、「社内で顧客データ基盤を運用する人的リソースがないから」が 35.4%で最も多く、次に「データ活用の重要性が社内で理解されていないから」、「統合/分析した顧客データを活用するためのシステム環境が不足しているから」が同率の 25.0%と続きました。

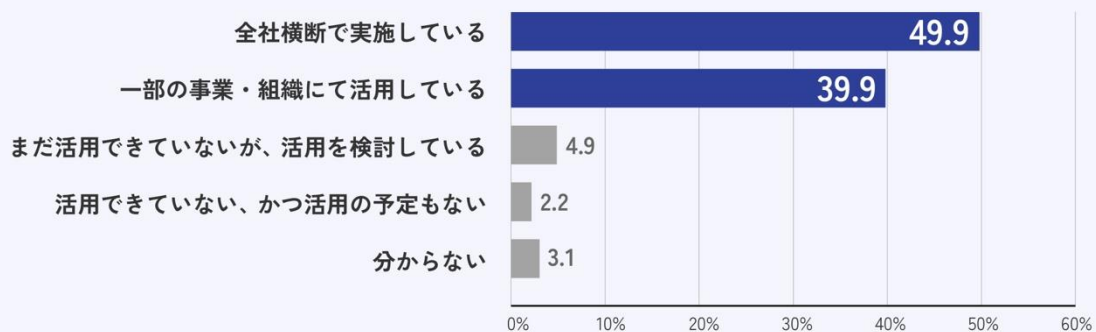
Q2：あなたの勤務先での顧客データ活用の取組状況について（n=48）



・約9割もの企業が顧客データを活用していると回答も、顧客データ活用を進めるうえでの課題として2割が「スキルやノウハウが不足している」と回答

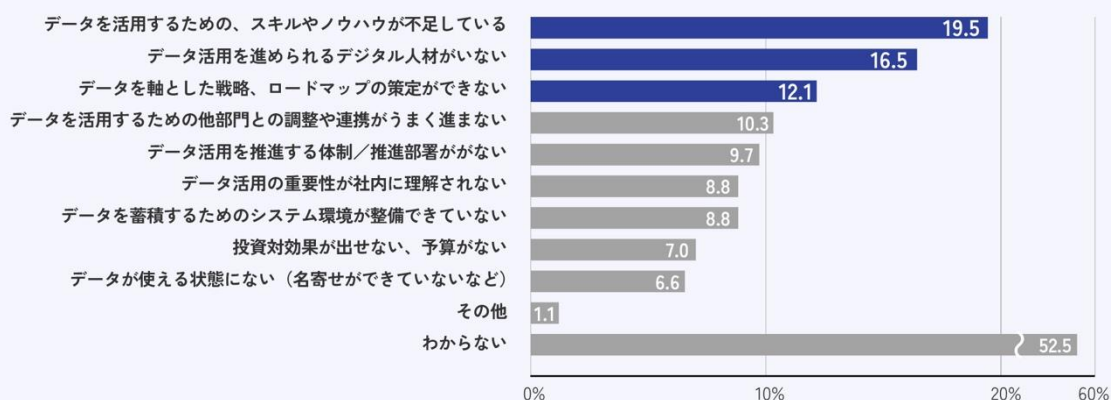
約9割の企業は、全社、もしくは一部の事業で顧客データの活用を推進していることが明らかに。

Q3：あなたの勤務先での顧客データ活用の取組状況について（n=675）



また、データ基盤の構築の有無に関わらず、顧客データ活用の課題を調査した所、「分からない」を除き、「データを活用するための、スキルやノウハウの不足している」が19.5%で多く、次に「データ活用を進められるデジタル人材がない」が16.5%、「データを軸とした戦略、ロードマップの策定ができない」が12.1%と続きました。

Q4：あなたの勤務先で顧客データ活用を進めるうえでの課題（n=1506）

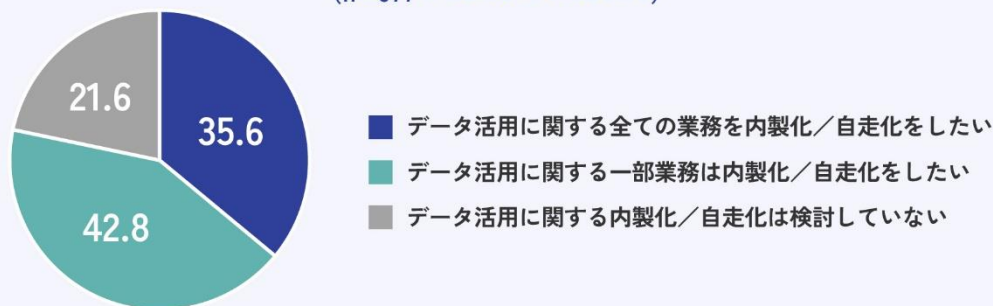


・顧客データ活用に関する業務について内製化/自走化をしたいと回答した企業約8割。

次に、顧客データ活用領域における内製化/自走化に関しての方針について尋ねたところ、「データ活用に関する全ての業務を内製化/自走化をしたい」が35.6%、「データ活用に関する一部業務は内製化/自走化をしたい」が42.8%で、合わせて78.4%の企業が、データ活用に関する業務を内製化/自走化の意向が高いことが明らかになりました。

Q5：顧客データ活用領域における内製化 / 自走化についての方針

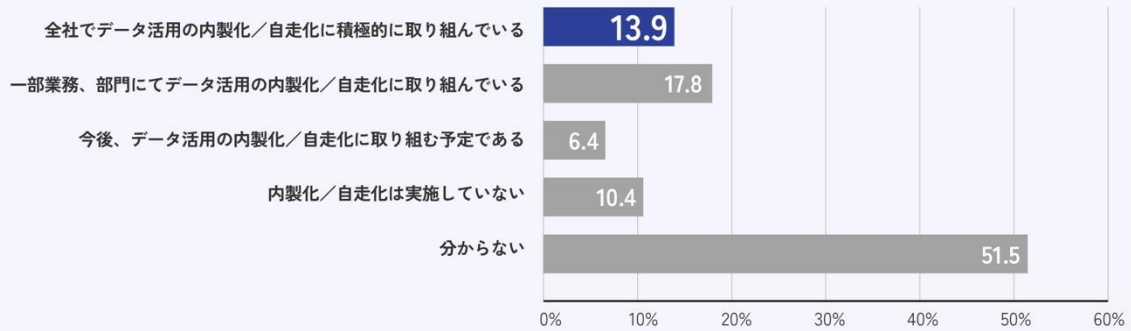
(n=677 ※「分からない」の回答を除く)



・一方で「全社で内製化/自走化に積極的に取り組んでいる」と回答した割合は13.9%程度

顧客データ活用領域における内製化/自走化に関しての方針について尋ねたところ、「全社でデータ活用の内製化/自走化に積極的に取り組んでいる」がわずか13.9%と、データ活用の内製化/自走化が積極的に取り組んでいないという状況が明らかになりました。

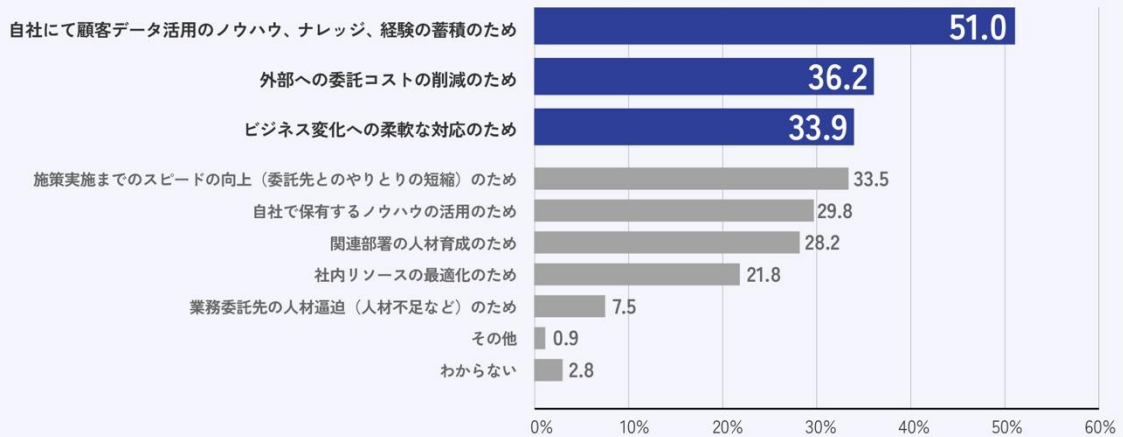
Q6：顧客データ活用領域における内製化 / 自走化に関する取組状況 (n=1506)



・内製化/自走化をしたい理由は「自社にてノウハウ、ナレッジ、経験の蓄積」が 51.0%

Q3 で、「データ活用に関する全ての業務を内製化/自走化をしたい」、「データ活用に関する一部業務は内製化/自走化をしたい」と回答した人に、内製化/自走化をしたい理由を尋ねたところ、「自社にて顧客データ活用のノウハウ、ナレッジ、経験の蓄積のため」の 51.0%がトップで、その次に「外部への委託コストの削減のため」の 36.2%、「ビジネス変化への柔軟な対応のため」が 33.9%で続きました。

Q7：顧客データ活用領域における内製化 / 自走化を実施したい理由 (n=531)



<調査概要>

- ・調査期間：2023年12月21日～2023年12月25日
- ・調査内容：企業の顧客データ活用に関する調査
- ・調査方法：インターネットによるアンケート調査
- ・調査対象：経営・経営企画、営業・販売、企画・調査・マーケティング、情報システム、DX推進、その他に従事している人を対象
- ・調査会社：クロス・マーケティング
- ・有効回答数：1,506人

※1：参考情報：インキュデータが提供する、企業のデータ活用の自走化に向けた支援内容

上記の調査結果からも分かるとおり、テクノロジーの急速な発展とそれに伴う消費者行動の変化が続く現代のビジネス環境において、個客のニーズを把握し、迅速かつ柔軟な意思決定やアクションを行うには、企業自身がデータを活用できる「データ活用の自走化」のニーズが高まっている一方で、企業では人材やノウハウの不足など、自走化に向けて多くの課題が存在しています。

インキュデータは企業のデータ活用の自走化の実現に向けて「アイデアが自走できる世界をつくる。」という Purpose を掲げ、企業自らデータに基づいた意思決定とアクションの実行が可能となる「自走できる世界」の実現を支援しています。

従来型のデータコンサルティング（戦略策定、システム構築、分析、施策実行まで支援）に加え、企業のデータ活用の自走化までをワンストップで支援し、企業の事業変革や競争力強化に貢献していきます。

インキュデータが目指す企業のデータ活用の自走化に向けたゴールは「企業自らがデータに基づいた意思決定とアクションを実行し、ビジネスで成果を上げる事」であり、いつまでも私たちが伴走支援を続けるのは、本来あるべき姿ではありません。

お客さまの本質的な課題解決や、データ活用に向けて、ナレッジの提供や人材育成の支援に加え、新規ソリューションやツールの提供、開発にも積極的に取組んでまいります。



※プレスリリース（2023年12月13日配信）

インキュデータが企業のデータ活用の自走化を支援する新たなサービスフレームを提供
企業自らデータに基づいた意思決定とアクションの実行が可能となる「自走できる世界」の実現を支援

<https://www.incudata.co.jp/news/2023/000615.html>

※ホームページ（インキュデータの特長）

<https://www.incudata.co.jp/who-we-are.html>

■インキュデータ株式会社について

インキュデータ株式会社は、ソフトバンク株式会社、株式会社博報堂および Treasure Data, Inc.の合併会社です。「アイデアが自走できる世界をつくる。」という Purposeのもと、データ活用領域における戦略立案や、Treasure Data CDP を活用したデータ分析基盤の構築・運用を支援するほか、ソフトバンク株式会社が持つデータやテクノロジーと、博報堂グループのマーケティング・コンサルティング力をかけ合わせることで、データ活用における課題をワンストップで解決し、企業の競争力強化や事業変革に貢献します。

Facebook : <https://www.facebook.com/INCUDATA/>

X : https://mobile.twitter.com/incudata_jp

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/incudata-ltd>

※本件に関するお問い合わせ先

インキュデータ株式会社 広報担当:Email : incudata-pr@incudata.co.jp

プレスリリースに記載されている会社名および製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です