

「THE BI SURVEY 9」 調査結果

OLAP と ビジネス インテリジェンス (BI) 市場についての
包括的な独立調査



MicroStrategy®

「THE BI SURVEY 9」の概要	2
ベンダー関係	6
顧客ロイヤリティ	6
製品サポートの品質	7
ライセンス追加購入の意向	8
社内標準として使いたい製品	9
ビジネス価値	10
ビジネス利益と目標達成度	10
アプリケーション展開の範囲と普及率	13
製品を使用している従業員の割合	15
管理者あたりの展開シート数	16
管理者あたりのアプリケーション数	17
製品パフォーマンス	18
スケーラビリティ	18
データ量	18
パフォーマンス	19
製品の信頼性	21
データ待ち時間	22
展開シート数	22
Web の KPI	23
まとめ	25

「The BI Survey 9」の詳細については、下記の Web サイトをご覧ください。

www.bi-survey.com

「THE BI SURVEY 9」の概要

「The BI Survey」は、The Business Application Research Center (www.BARCresearch.com) が毎年実施している、ビジネス インテリジェンス (BI) の市場および製品についての包括的な独立調査です。「The BI Survey 9」は、これまで 8 回にわたって実施された「The BI Survey」の最新版で、世界 90 か国、2,665 企業組織の実際の BI 使用経験がまとめられています。今回の調査において MicroStrategy の回答者数は最も多く、172 の顧客サイト数に上っています (全体の 6.45%)。

「The BI Survey」は実際の BI 実装経験だけでなく、最も広く使われている BI 製品の利用形態や技術的特徴についての情報も提供しています。また、企業がどのように BI 製品を選択しているのか、導入した製品をどのように使用しているのか、導入成果を上げることができているのかどうかを検証します。さらに、通常の BI 製品レビューには取り上げられることのない事柄、たとえば大規模な展開に対する障害や製品の使用を止める要因なども含まれています。このような特徴を持つ「The BI Survey」は、BI 製品の購入と展開のためのベスト プラクティスとして独自の地位を確立しています。

他の BI 製品の調査やアナリストの製品レビューは、レビューをする人の感覚に基づいており、「The BI Survey」の厳格な統計とは異なっています。本調査の結論は、回答者からの情報を統計的に分析した結果のみに基づいて導き出されています。「The BI Survey」はどの BI ベンダーの影響も受けない完全独立調査であり、いかなる形でもベンダーからの委託、基金、提言、資金援助は一切受けていません。調査の質問および結果には、ベンダーの意見は一切含まれていません。

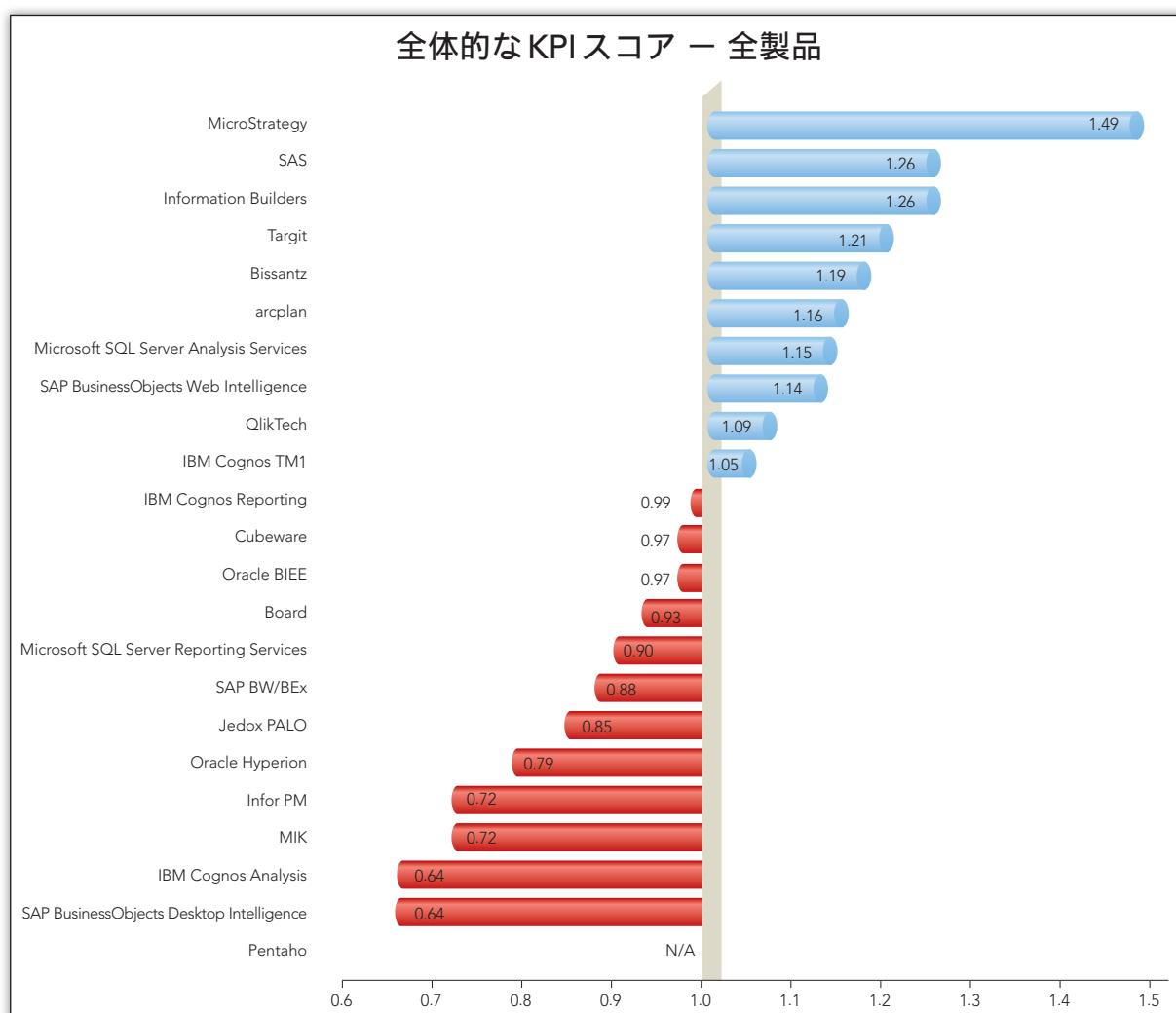
今回の調査では、30 の BI 製品に関するデータを収集し、そのうち統計分析上優位なマーケットプレゼンスを持つ BI 製品は 23 製品で、これらの 23 製品における 32 の KPI を分析しました。「The BI Survey 9」では、さらにこれらのうち BI ベンダー大手 7 社となる MicroStrategy、SAP BusinessObjects、SAP BW / BEx、Oracle BIEE、IBM Cognos、SAS、Microsoft の製品スイートに対して別途分析を実施しました。この分析は、ほぼ同じタイプの BI アプリケーションを検討するにあたり、通常検討の対象となる大手ベンダーをグループ化し、直接的な比較を行うために使用されています。このピア グループの分析対象製品は下記のとおりです。

ピア グループ	製品
IBM Cognos	IBM Cognos 8 Analysis Studio IBM Cognos 8 PowerPlay Studio IBM Cognos 8 Report Studio IBM Cognos 8 Query Studio
Microsoft	Microsoft SQL Server Analysis Services Microsoft SQL Server Reporting Services
MicroStrategy	MicroStrategy
Oracle BIEE	Oracle BI Suite Enterprise Edition Standard Edition One
SAP BusinessObjects	SAP BusinessObjects WebIntelligence SAP BusinessObjects Desktop Intelligence SAP BusinessObjects Crystal Reports SAP BusinessObjects Xcelsius SAP BusinessObjects Explorer (former Polestar)
SAP BW/BEx	SAP BW SAP Business Explorer (BEx)
SAS	SAS

年別で比較が実施できるように、「The BI Survey 9」の多くの質問は過去の調査時と同じ質問が設定されています。これらの調査結果のほとんどは、32 の KPI をより簡単に比較可能にするために、絶対条件と相対条件の両方を記載しています。常に全体の製品サンプルの加重平均値が 1.0 となるように、多くの KPI の結果は正規化されています。各 KPI チャートには、サンプル全体の結果の分布に基づいてカスタム生成された一意のスケールが表示されます。スケールは各比較において最良の結果を得た製品が一番上に表示されており、それ以下は結果の良い製品順に並んでいます。また、KPI は平均を超える製品についてはスコアを 1 以上で表示し、青い「プラス」のバーで示しています。一方、平均未満の製品は 1 未満のスコアで、赤い「マイナス」のバーで表示されます。

全体的な結果

図 1 では、全 23 製品中で MicroStrategy の正規化集計値（全体的な KPI スコア）が最も高くなっていますことを示しています。スコアは正規化後の集計値が 1.49 (全製品加重平均値を 49% 上回る値) の MicroStrategy が最も高く、0.64 (全製品加重平均値を 36% 下回る値) の IBM Cognos Analysis および SAP BusinessObjects Desktop Intelligence が同率で最も低くなっています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

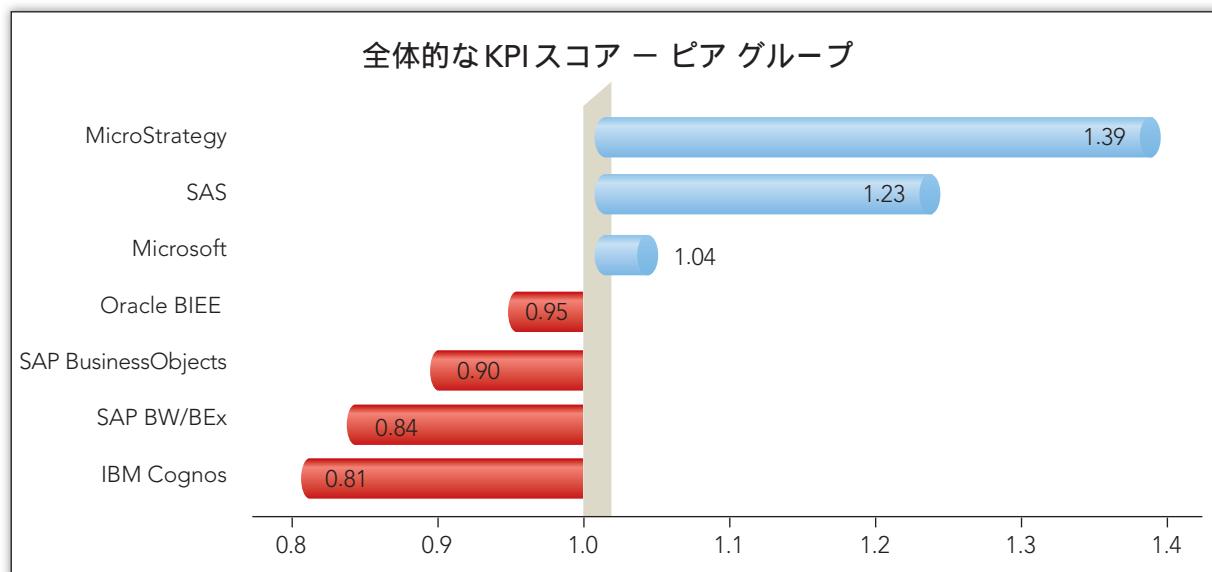
見かた : 数値が大きいほど全体的な KPI スコアが高い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意 : Pentaho については本調査では十分な回答が集まりませんでした。

図 1: 全製品の全体的な KPI スコア (正規化後)

「The BI Survey 9」の著者の Barney Finucane 氏は、「The BI Survey 9 調査結果で調査対象の 23 製品中、MicroStrategy は全体で最高の KPI スコアを達成しました。これは、同社が買収によるテクノロジー ポートフォリオの構築という誘惑に負けることなく、BI プラットフォームの幅を広げ、さらに品質を高めていくことに集中していることが反映された結果であると思います。自社のコア BI ソリューションに大きな重点を置くことなく、ETL やデータ品質管理や会計アプリケーションなど BI の付加的な分野へ手を広げてきたベンダーの場合、結果的にポートフォリオが複雑化してしまい、顧客が展開範囲の拡大を思いとどまるという結果を招いています」と述べています。

図 2 では、「The BI Survey 9」の大手 BI ベンダーのピア グループ中、MicroStrategy の正規化された全般的な KPI スコアが 1.39 と最も高く、全般的な KPI スコア全 32 の KPI 中 16 の KPI で 1 位にランクされていることを示しています。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた: 数値が大きいほど全般的なKPIスコアが高い（全製品の加重平均値を1.0とした場合の正規化したスコア）
注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 2: ピア グループの全般的な KPI スコア (正規化後)

よくある質問 (FAQ)

「The BI Survey 9」の調査結果は過去 8 年間のトレンドに沿った結果になっていますか？

結果は製品ごとに大きな幅がありますが、これまでにはほぼすべての調査結果の内容に沿った形になっています。興味深いのは、今年の結果で他社を上回っている製品は、調査が開始されて以来 8 年間市場において優位性を保っている点です。同様に、今年の結果が芳しくなかったベンダーについては、通常これまでの調査においても上位にランクされていません。

具体的に、MicroStrategy はビジネス利益、目標達成、顧客ロイヤリティ、製品パフォーマンス、またスケーラビリティの全カテゴリーにおいて 9 年間連続で 1 位にランクされています。これとは対照的に、SAP BusinessObjects はこれらと同じカテゴリーにおいて 9 年間最下位もしくはそれに近い結果となっています。

複合企業型のコングロマリットベンダーと独立系ベンダーとの間に大きな違いはありますか？

調査結果から、複合企業型のコングロマリットベンダーと独立系ベンダーとの間には大きな違いが認められます。MicroStrategy や SAS をはじめとする独立系 (BOB : ベスト・オブ・ブリード) ベンダーは完全に BI に焦点を当て、オープン システム ソリューション用に最適化し、一般的に有機的な成長を遂げています。一方 SAP BusinessObjects や IBM Cognos、Oracle をはじめとするコングロマリットの「メガベンダー」は完全なエンタープライズ ソフトウェア スタックを提供し、BI は自社のソフトウェア スタックに合わせて最適化し、企業買収によって成長しています。

図 1 から、全製品の全体的な KPI で加重平均値を上回っている 10 製品のうち 7 製品は独立系 BI ベンダーが販売している製品です。これに対し、加重平均値を下回る 12 製品のうち 7 製品はコングロマリットベンダーの製品です。さらに、ビジネス利益、目標達成、サポートの品質、クエリ パフォーマンスなどほとんどの主要なカテゴリにおいて独立系ベンダーはコングロマリットベンダーを上回っています。

製品のレスポンスタイムとパフォーマンスの重要性は？

「The BI Survey 9」ではクエリのパフォーマンスの影響を詳細に分析していますが、例年と変わらず今回も最も多く報告されている製品の問題の 1 つであるとともに、大規模な展開で最大の障害となっているのが、クエリ パフォーマンスの低さです。またこれまでと同様に、「The BI Survey 9 調査結果」でもプロジェクトの成功と最も密接に結びついている選択基準はクエリの高速パフォーマンスであるという結果が出ています。プロジェクト全体を通じて最大限の成功を引き出すためには、顧客はベンダーを選択する際にクエリパフォーマンスを重要な基準の 1 つとするべきでしょう。

企業は導入する製品をどのように選択しているのか？

「The BI Survey 9」では、競合する複数の製品を評価し、プロジェクトの成功に与える影響を分析しています。その結果、複数の競合製品を検討して選択した BI プロジェクトは、1 つの製品だけを選択した場合や正式な製品選択のプロセスがない場合を大幅に上回るビジネス利益をもたらしています。競合する複数の製品の評価を行ってから製品を導入した場合では、調査対象の 8 つのすべてのビジネス利益が改善されました。一方、BusinessObjects や Oracle などのベンダーはほとんどの場合、製品の抱き合わせなど会社都合で選択されており、調査対象のすべてのビジネス利益とプロジェクトの成功の分野で低いスコアとなっています。

BI 製品を検討すべき理由は？

「The BI Survey 9」では、ベンダーに関連した商業的な要素に基づいて製品を導入した企業よりも、製品関連の選択基準に基づいた企業の方がプロジェクトの成功度合いが大きいことが明らかになっています。導入する製品を決定する際は、ベンダーの知名度ではなく、製品の機能に基づいて選択すべきでしょう。今回の調査では、BI の導入を成功させる上で考慮すべき製品機能のトップ 5 はパフォーマンスの速さ、導入に要する期間の短さ、アプリケーション作成者にとっての使いやすさ、エンドユーザにとっての使いやすさ、そしてサポートされているサーバ プラットフォームの範囲でした。

ここでも、選択した製品と実現したビジネス利益、目標の達成、プロジェクトの成功の間に高い相関性が見られました。パフォーマンス、使いやすさ、データおよびユーザのスケーラビリティなど製品固有の理由から、ユーザは圧倒的に MicroStrategy を支持し、購入しています。これとは対照的に、BusinessObjects は SAP の名前および SAP スタックとの統合性など会社の都合で選ばれる傾向があります。

調査結果の概要 – 内容

本文書は「The BI Survey 9」で分析した数多くの KPI を網羅しています。これらの KPI は、現実の展開環境で各製品がどのように機能しているのかがすぐに分かるように、次の 3 つの基準でグループ化されています。

- ・ ベンダー関係
- ・ ビジネス価値
- ・ 製品パフォーマンス

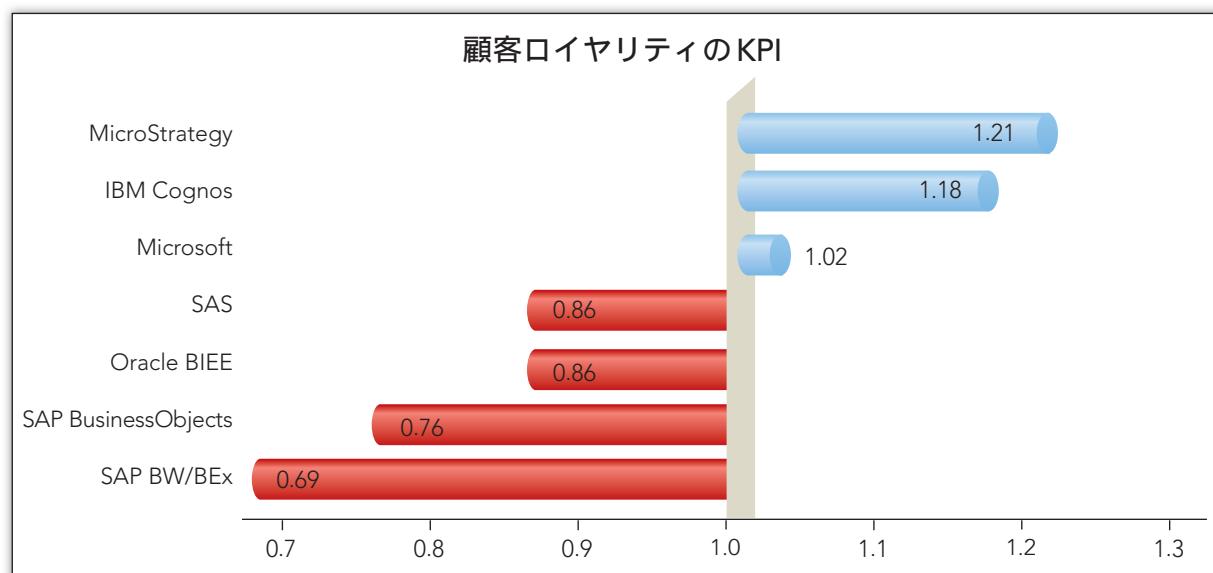
ベンダー関係

顧客ロイヤリティ

顧客ロイヤリティは、顧客がベンダーの製品やサービスにどのくらい満足しているのかを示し、ベンダーの成功にとって極めて重要な要素です。「The BI Survey 9」によれば、「ロイヤリティの高い顧客」とは次のような顧客です。

- ・ 既存のアプリケーションを使い続ける
- ・ 既存のアプリケーションをより広く展開するために追加のソフトウェアを購入する
- ・ 新しいアプリケーションを導入するときに、他の製品よりその製品を使う
- ・ 仮に BI サプライヤーの数を減らさなければならないとしたら、その製品を残す

MicroStrategy は、調査対象のピア グループの中で顧客ロイヤリティ第 1 位を 6 年間連続で達成しています。図 3 では、MicroStrategy の顧客ロイヤリティのスコアは SAP BW/BEx の倍近い値になっていることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた : 数値が大きいほど顧客ロイヤリティが高い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)
注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 3: 顧客ロイヤリティ KPI (正規化後)

「The BI Survey 9」の著者の Barney Finucane 氏は、「ピア グループの中で、MicroStrategy は 6 年連続で顧客ロイヤリティ第 1 位に輝きました。このように継続的に高い顧客ロイヤリティを達成している製品が他にないという事実は、MicroStrategy の顧客の多くが非常に高いロイヤリティを持ち、他の製品への買い替えを考えていないということを示しています」と述べています。

製品サポートの品質

企業のオペレーションへの BI の統合が進むにつれて、ベンダーによる製品サポートの品質が重要性を増しつつあります。良質な製品サポートはアプリケーションの成功率の向上につながることも多く、顧客が BI への投資から十分な価値を引き出すことにも役立ちます。「The BI Survey 9」では、企業が BI プロジェクトから最大限のビジネス上の利益を引き出すためには、主要な評価基準として顧客サポートの品質を重視すべきであることが明らかになりました。

「The BI Survey 9」では、ベンダーの製品サポートの品質と適時性において大きな差があることが分かりました。MicroStrategy の顧客による MicroStrategy の全体的な製品サポートの品質の評価は、SAP BusinessObjects の顧客による SAP BusinessObjects の全体的な製品サポートの品質に対する評価の倍近くに上ります。

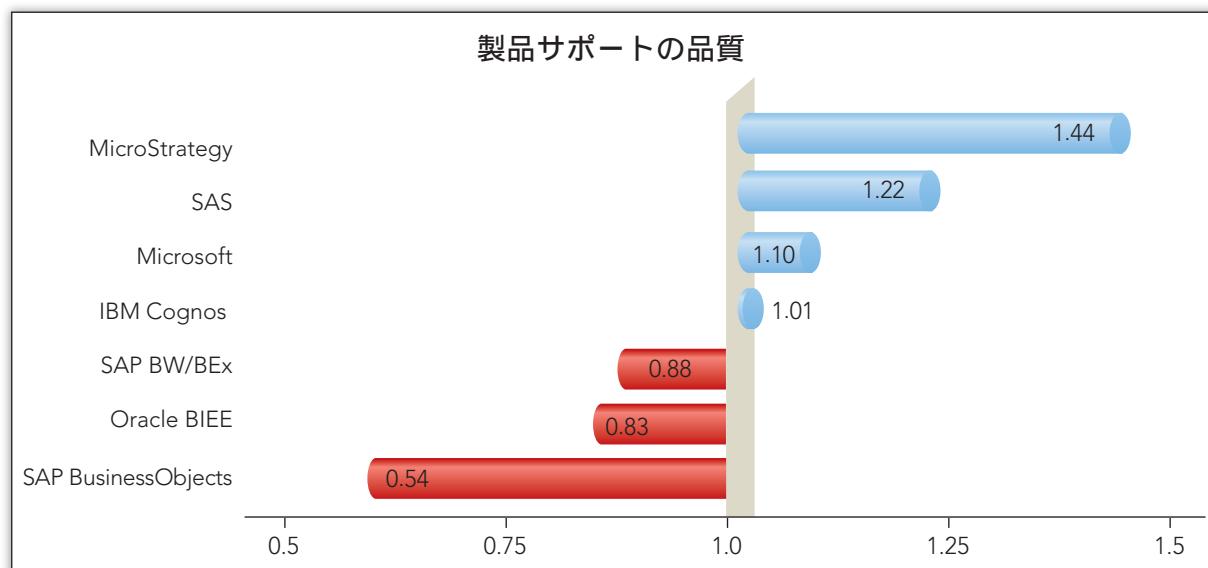


図 4: 製品サポートの品質 (正規化後)

図 5 では、MicroStrategy の製品サポートを「Excellent」と評価する回答者はピア グループ内の他のベンダーよりも多く、この傾向が 5 年連続続いていることを示しています。MicroStrategy の顧客の 80% 以上が、MicroStrategy の製品サポートを「Excellent」または「Generally Acceptable」と評価しています。

製品	製品サポートを「EXCELLENT」と評価した回答者の割合
MicroStrategy	27.6
SAS	25.6
Microsoft	17.4
IBM Cognos	13.3
Oracle BI EE	11.1
SAP BusinessObjects	6.7
SAP BW/BEx	4.7

出典：「The BI Survey 9」からのデータ

見かた：数値が大きいほど製品サポートを「Excellent」と評価した顧客の割合が高い

注意：グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

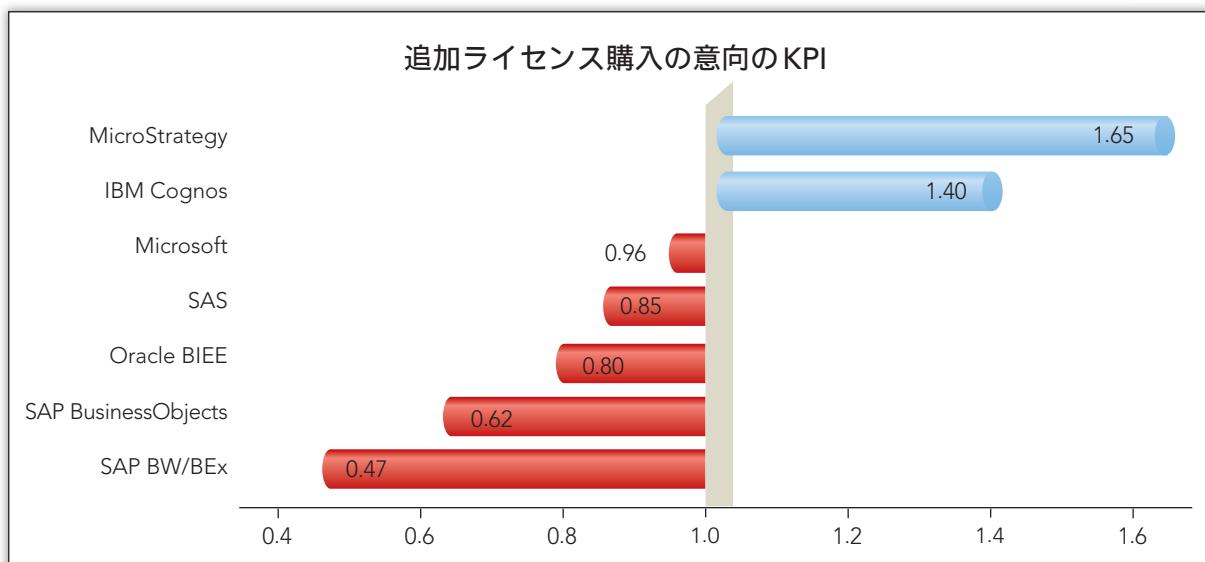
図 5: 製品サポートを「Excellent」と評価した顧客の割合

6 年連続で、BusinessObjects のサポートの品質に対する顧客の満足度は最も低くなっています。BusinessObjects の製品サポートの品質が全体的に低いのは、同社の分析、レポーティングおよびダッシュボードの製品を自社開発ではなく、買収するという戦略が原因であると考えられています。BusinessObjects のサポートの品質における課題は現在も残されており、SAP と BusinessObjects は現在も製品とアーキテクチャの統合を進めているためこの問題は今後も続くことになるでしょう。

「製品サポートの品質と適時性に関する限りでも、ピア グループの中でトップとなった BI ベンダーは MicroStrategy でした」と、「The BI Survey 9」の著者、Barney Finucane 氏は述べています。「このグループの中で、MicroStrategy はサポートに関して高い評価を多く受けており、サポートの品質に対して不満を持つ顧客の数は最も少なくなっています。この理由として、MicroStrategy の製品の安定性と一貫性が挙げられます。」

ライセンス追加購入の意向

ライセンスを追加購入する意向は、高い顧客ロイヤリティおよびプロジェクトの成功を強く意味しています。図 6 では、ライセンスを追加購入し、利用範囲をさらに広げたいと希望している MicroStrategy の顧客の割合が、全製品スイートの移動平均値を 65% 上回っていることを示しています。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた: 数値が大きいほど BI の利用を広げる意向が強い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)
注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

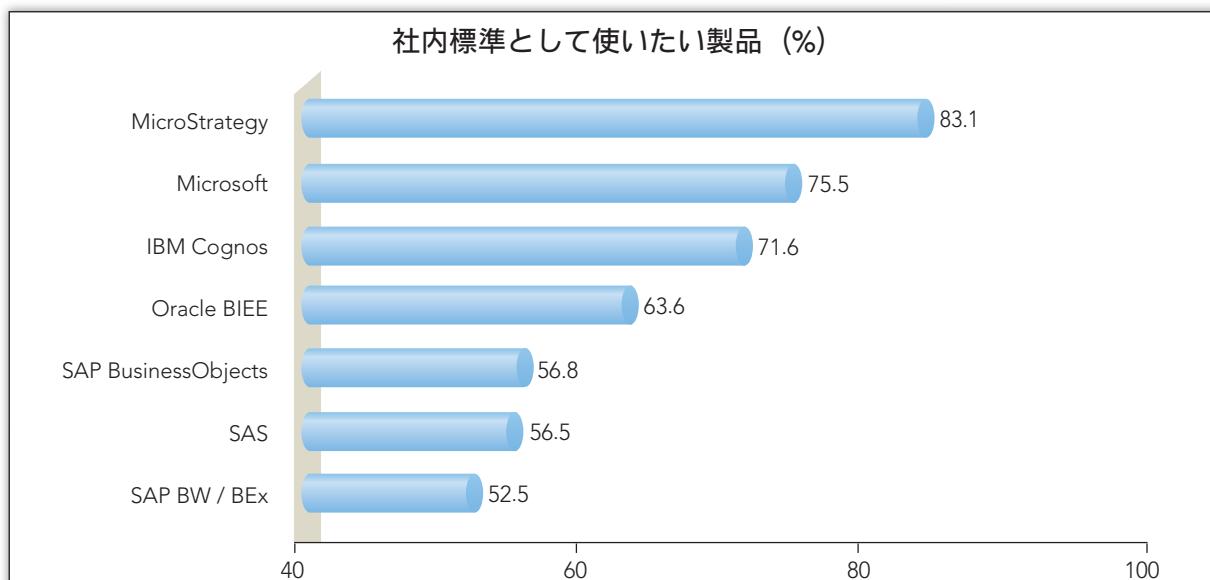
図 6: 追加ライセンス購入の意向の KPI (正規化後)

「The BI Survey 9」では、MicroStrategy の顧客の 65% 近くが今後追加ライセンスを購入するものと予測しています (ピア グループの平均は 50%)。このように、5 年連続で MicroStrategy の顧客の過半数が追加ライセンスの購入に強い意向を示しています。本調査が始まってからの 9 年間、MicroStrategy は毎年全製品の平均を大幅に上回るスコアを獲得しています。

「The BI Survey 9」の著者である Barney Finucane 氏は、「今回も、MicroStrategy のライセンスを追加購入したいと考えている顧客の割合は著しく高くなっています」と述べています。「ピア グループの中で MicroStrategy のライセンスを追加購入する意向の顧客の割合が最も高いということは、顧客が MicroStrategy 導入による高いビジネス価値を認めていることを示しています。」

社内標準として使いたい製品

通常、企業組織では複数の BI 製品を導入しています。「The BI Survey 9」では、複数の製品を使用している顧客サイトにおいて、もし 1 つに標準化するとしたらどの製品を選択するか、およびその理由を調査しました。社内標準となりうる製品の条件としては、使いやすく、多様な BI アプリケーションに適していること、そして BI の機能をすべて備えていることが挙げられます。MicroStrategy を選択した理由をたずねたところ、製品の機能、管理と展開の容易さ、そして Web 展開能力という回答がありました。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた: 数値が大きいほど、標準製品として多く選ばれている
注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 7: 標準化の際に残しておきたい製品

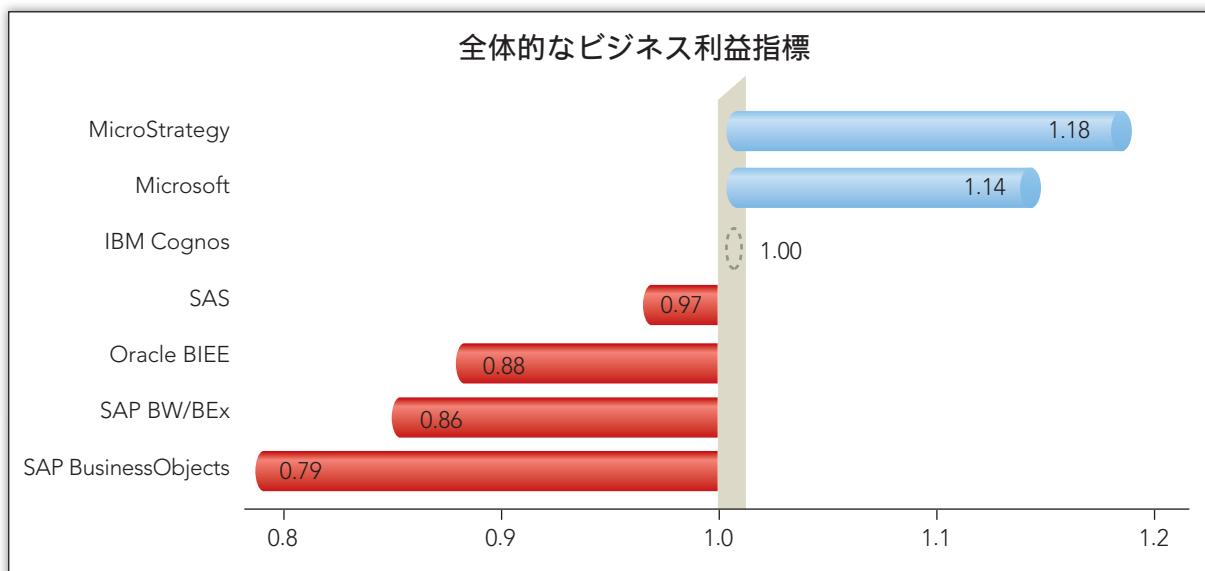
MicroStrategy は、5 年連続で社内標準として使用した製品の第 1 位となっており、回答者の 83.1% は MicroStrategy をエンタープライズ BI 標準として選択すると述べています。これに対し、同じ質問に対する SAP BusinessObjects の回答者の割合は 56.8% となっています。

「The BI Survey 9」の著者である Barney Finucane 氏は、「MicroStrategy が複数の BI 製品を導入している回答者から社内標準として使用したい製品のトップに挙げられ続けているということは、MicroStrategy が機能の幅を広げているとともに、BI の標準化に適しているということが反映された結果であると言えるでしょう。顧客の要望を実現できない大規模ベンダーに対する顧客ロイヤリティの急速な低下は明らかです」と述べています。

ビジネス価値

ビジネス利益と目標達成度

「The BI Survey 9」では、ビジネス上の利益（メリット）または全体的なプロジェクトの成功をビジネス利益指標で評価しています。ビジネス利益指標は、収益の生成とコスト削減に関わる 8 つのメリットで構成されています。BI 製品を購入する企業は、BI 製品の選択と展開を判断する際にこの指標を役立てることで、導入プロジェクトから最大限の価値を引き出すことができます。図 8 では、ビジネス利益の評価が最低だった SAP BusinessObjects と比較して、MicroStrategy の顧客がビジネス上の利益を手にする割合は 40% 近く高くなっていることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた : 数値が大きいほど全体的なビジネス利益が高い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピアグループに含まれている大手 BI ベンダー

図 8: 全体的なビジネス利益指標 (正規化後)

MicroStrategy の顧客が高いビジネス利益を得ているということは、MicroStrategy の顧客のほとんどが、ビジネス利益と高い相関関係を持つ下記の BI プロジェクトの属性を実施していることで説明できます。

1. MicroStrategy の導入を決定する前に複数の製品ベンダーの評価検証を実施
2. 製品の長所と製品サポートの品質に基づいて MicroStrategy を選択
3. 短期間で導入を完了 – MicroStrategy の顧客の 31% が 3 か月未満で展開を完了
4. 幅広い展開 – 他のベンダー平均の 3 倍以上の普及率
5. 高い Web 展開率 – MicroStrategy の平均 Web 展開率は 92% で全ベンダー中最高値

図 8 では、ビジネス利益の 8 つの基準すべてにおいて、MicroStrategy の顧客はビジネス利益が得られる可能性が最も高くなっていることを示しています。調査対象の 8 つのビジネス利益のうち、より高速または正確なレポートティング、質の高いビジネス上の意思決定、売上の向上、IS (情報システム) の人員削減、顧客満足度の向上の 5 つにおいて MicroStrategy は第 1 位となっています。

BusinessObjects のビジネス利益達成度のスコアは 5 年連続で平均を大きく下回っていますが、これは製品ライン間の統合性がないためクエリのレスポンスタイムが遅く、またユーザトレーニングと展開期間が長くなってしまっていることが原因であると考えられます。MicroStrategy は 8 つのそれぞれのビジネス利益基準において、SAP BusinessObjects のスコアを上回っています。

	MicroStrategy	Microsoft	IBM Cognos	SAS	Oracle BI EE	SAP BW/BEx	SAP Business-Objects
ビジネス利益指標	4.21	4.07	3.53	3.46	3.09	3.00	2.82
高品質なレポートング	7.79	7.38	6.81	6.42	6.56	6.70	6.44
より良いビジネス上の意思決定	6.02	5.70	5.18	4.94	4.44	4.74	4.30
顧客満足度の向上	4.45	3.68	3.45	4.00	2.83	3.47	2.92
売上の向上	4.18	3.28	3.25	3.65	2.30	2.49	2.51
人員の削減	3.16	3.22	2.30	2.16	3.21	2.09	1.53
外部費用の削減	2.53	3.52	2.21	2.03	0.76	1.25	1.52
IT 外コストの節減	3.08	3.40	2.95	3.47	2.89	2.62	1.91
情報システム担当者数の節減	2.48	2.38	2.13	1.00	1.76	0.61	1.44

凡例 (ピアグループ内での比較)

■ 上位 2 位以内 ■ 中間層 ■ 下位 3 位以内

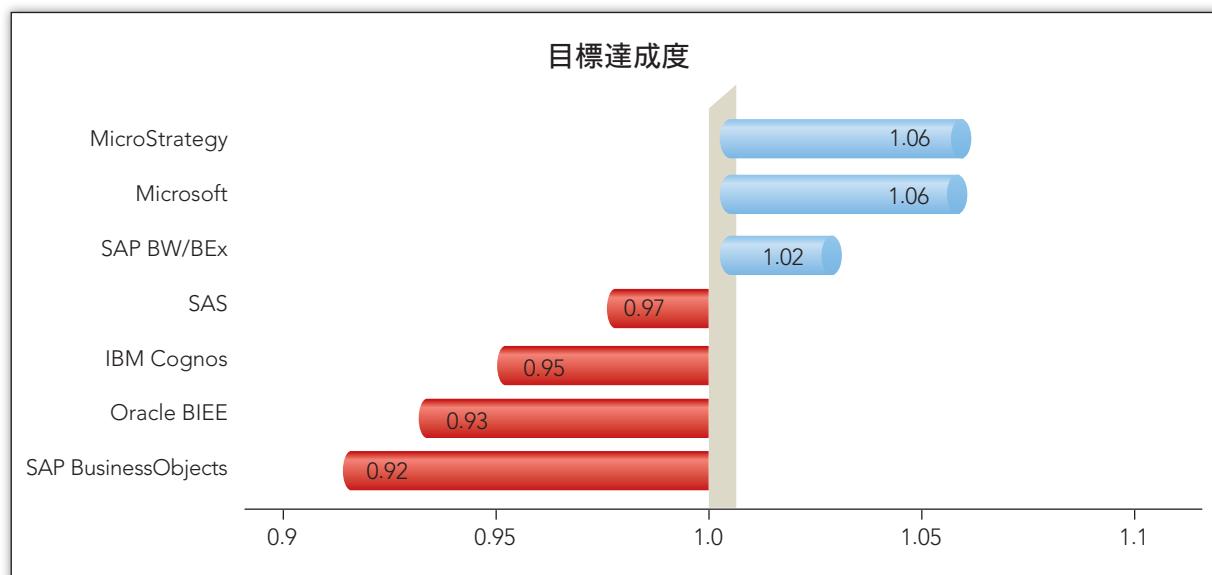
出典: 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた: 数値が大きいほどビジネス利益 / 成功度合いが高い

注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 9: ビジネス利益値

本調査では、プロジェクトの成功についても目標達成度または元々のビジネス ゴールの達成度に基づいて評価しています。図 10 では、MicroStrategy の顧客はそのピア グループと比較した場合、ビジネス ゴールを達成できる傾向が最も強くなっていることを示しています。調査の結果、MicroStrategy の顧客の 93% がプロジェクトの目標を達成した、または目標を超える成果を挙げられたと回答しています。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた: 数値が大きいほど目標達成度が高い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

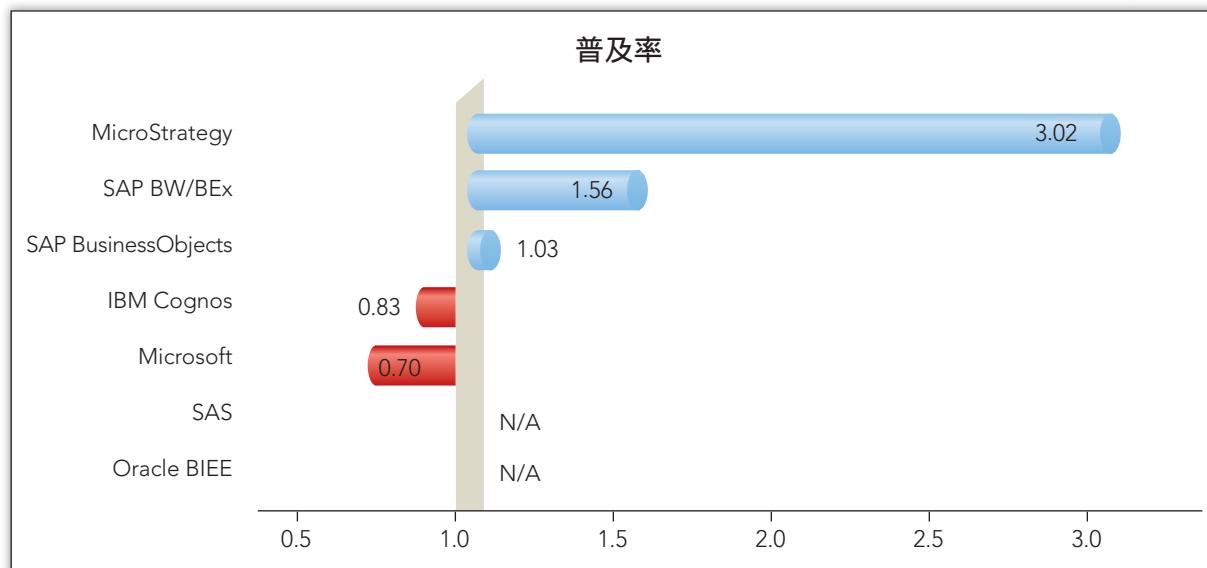
図 10: 目標達成度 (正規化後)

「The BI Survey 9」では、目標達成度は選択した製品と密接な関係にあり、ベンダーに関連した商用的な理由に基づいて選択するのではなく、複数の競合製品の機能を比較評価して選択した製品を導入した場合に、目標達成度が最も高い結果が出ています。目標達成度は導入に要した期間とクエリのレスポンスタイムによっても左右され、導入期間とクエリのレスポンスタイムが短いほど高くなります。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「収益創出およびコスト削減に関するさまざまな主要基準の調査から分かるように、MicroStrategy は、8 年連続でビジネス利益の獲得において顧客から高い評価を受けています」と述べています。また、「MicroStrategy の顧客が保有する BI アプリケーションの規模は最大で、成功の度合いについても他製品を上回っています。これは、実質的なビジネス価値を実現する重要な要因である、スケーラビリティの高い Web 展開という点において、MicroStrategy が高い機能性と適応性を持つことを裏付けるものです」と言及しています。

アプリケーション展開の範囲と普及率

「The BI Survey 9」では、同じ企業組織内においても、各製品の使用状況には大きく幅があることが明らかになっています。製品によっては限られた数のユーザにしか使われていないものや、逆に企業全体にわたり使われている製品もあります。調査では、単にどの製品が購入されたかだけではなく、実際に広く使われているかどうかを普及率によって評価しています。普及率とは、導入している複数の BI 製品の中から今回の調査の対象として MicroStrategy を選択した回答者の割合を意味します。普及率は BI アプリケーションの数、ユーザ数、企業内における全体的な BI 製品の普及の度合いを表しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かけた : 数値が大きいほど普及率が高い（全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア）

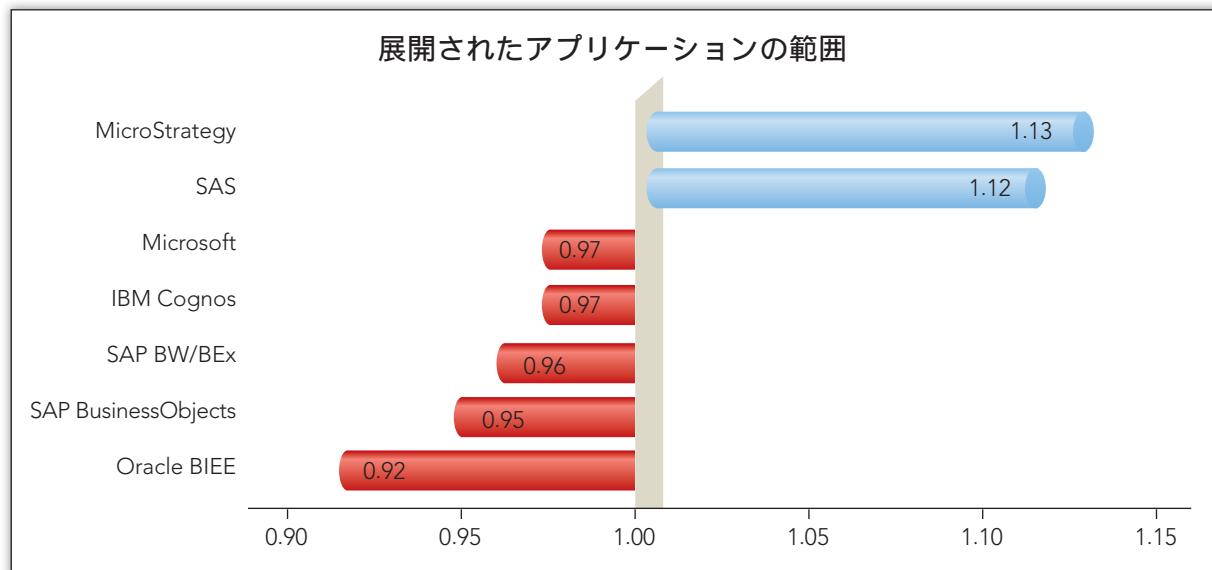
注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピアグループに含まれている大手 BI ベンダー。SAS および Oracle BIEE については本調査では十分な回答が集まりませんでした。

図 11: 普及率 (正規化後)

普及率は、製品がサポートできるアプリケーションの範囲または利用形態と密接に関係しています。「The BI Survey 9」で調査対象としたコア BI アプリケーションには、非定型クエリ、分析、ダッシュボード、データマイニング、財務会計レポート、業務レポート、そしてスコアカードが含まれています。複数のアプリケーションをサポートしている製品の方が幅広いユーザニーズを満たすことができるので、より広く展開されることになります。

「The BI Survey 9」では、展開規模の大きさに重点を置くと同時に、複数のアプリケーションに対してより高い適性を示した製品を選択することによって、最大限の全体的なビジネス利益を引き出せることが明らかになっています。これによって、使用する BI 製品の数を少なくすることができます。

展開されたアプリケーションの範囲の KPI は、複数のタイプのアプリケーションに対する製品の適性を表します。図 12 では、展開されたアプリケーションの範囲が最も広い製品は MicroStrategy であることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた : 数値が大きいほど展開されたアプリケーションの範囲が広い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 12: 展開されたアプリケーションの範囲 (正規化後)

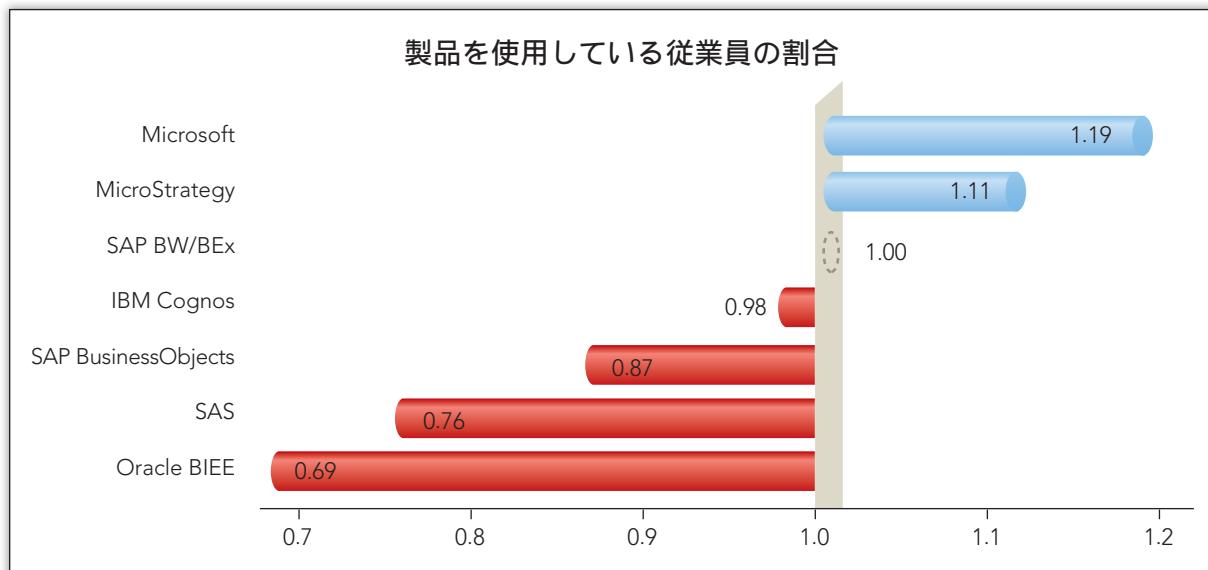
調査では、MicroStrategy の顧客は他のすべての製品を上回る平均 5 つのアプリケーションを展開していました。調査対象の 172 の MicroStrategy の顧客中、61% がダッシュボードを構築・展開し、42% がスコアカードを構築・展開していると回答しています。また MicroStrategy をデータマイニングに使用している割合は 30% に上ります。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「MicroStrategy が最も幅広いアプリケーションをサポートし、展開されているという事実は、MicroStrategy が提供する機能の幅広さを物語っていると言えるでしょう。全社規模で BI を展開しようと考えている企業にとって、幅広い機能をサポートしている製品を選択することは特に重要な条件です」と述べています。

製品を使用している従業員の割合

「The BI Survey 9」では、調査から一般的な企業で BI ツールを使用する従業員の割合は 10 ~ 15% であることが明らかになりました。調査対象の全企業中、この割合が 5% 未満であると回答した企業は 30% 近くに上ります。幅広い展開を妨げる要因として、管理と保守の複雑さ、パフォーマンスの低さ、そして導入とサポートに伴うコストなどが挙げられています。

調査対象の 172 の MicroStrategy の顧客における従業員の MicroStrategy BI アプリケーション使用率は、平均で 26% でした。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた : 数値が大きいほど従業員の使用率が高い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)
注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 13: 製品を使用している従業員の割合 (正規化後)

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「MicroStrategy の顧客における BI アプリケーションの使用率が最も高いという調査結果は、MicroStrategy が使いやすく、幅広く展開する環境に適しているということを示しています。レベルの異なる幅広いユーザ層、使用状況、ニーズをサポートできる製品を選択することは、全体的な使用率を高める鍵となります。また毎回の調査から、ビジネス利益を高める上でも重要な要素であることが分かっています」と述べています。

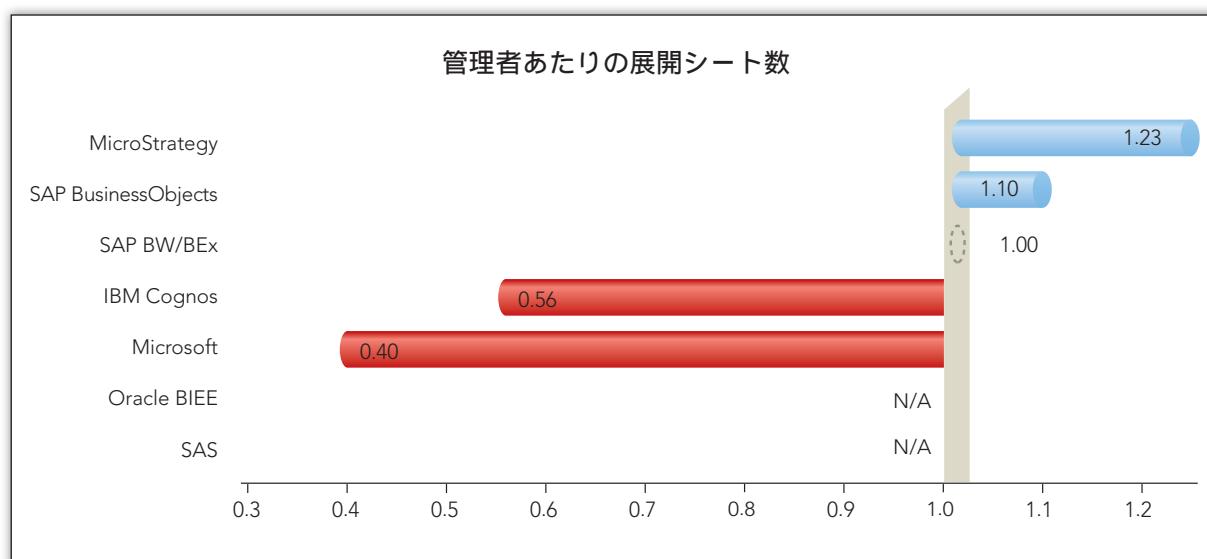
「The BI Survey 9」において、幅広く展開する際の障害要因として製品機能数の低さを挙げている回答者の割合は、MicroStrategy では 4.7% のみであるのに対し、SAP BW では 18.9% に上っています。

管理者あたりの展開シート数

今回の調査においても、BI における最大の経費が BI アプリケーションの管理と実行に必要な人員数であることが明らかになりました。アーリストによる調査では、3 年間でエンタープライズ ソフトウェア所有時のコストに IT スタッフのコストが占める割合は 60 ~ 86% に上る一方、ハードウェアとソフトウェアはそれぞれわずか 7% に過ぎません。本調査では、管理者あたりの展開シート数によって、各製品の展開と管理に必要な管理者の数を評価しています。

製品選択時の初期費用の重要性は高くないものの、製品展開のライフサイクルの後方になるほど保守、継続的な管理、サポートに伴うコストの重要性が高くなることから、1 人の管理者がサポートできるユーザ数は TCO (総所有コスト) を知る上で重要な評価となります。

図 14 では、MicroStrategy の顧客は管理者 1 人あたりで加重平均値の 1.23 倍、Microsoft 導入サイトと比較すると 3 倍以上のユーザ数をサポートしていることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた : 数値が大きいほど管理者あたりの展開シート数が多い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビア グループに含まれている大手 BI ベンダー。SAS および Oracle BI EE については本調査では十分な回答が集まりませんでした。

図 14: 管理者あたりの展開シート数 (正規化後)

MicroStrategy では管理に必要な人数が少ないだけでなく、導入に要する人数およびエンドユーザのトレーニングも少なく済むことが全体的な労務費の削減につながっています。オブジェクトまたは列プロンプトおよび Drill Anywhere など、MicroStrategy が提供する数多くの独自のセルフサービス機能によって、多くのユーザがレポートを共有できます。このように必要なレポート数が少なくて済むため、MicroStrategy はより効率的な展開が可能で、1 名の管理者でより多くのユーザをサポートすることができます。

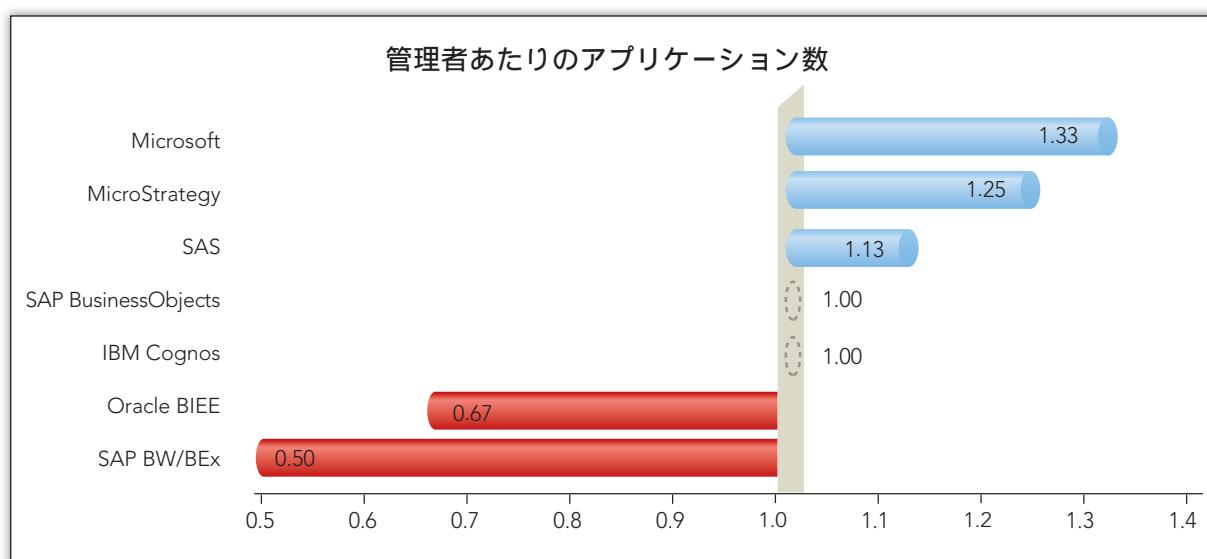
「The BI Survey 9」では、製品の幅広い展開の障害要因として、アプリケーションの構築 / 保守の難しさを挙げた回答者の割合は、MicroStrategy の顧客が 11% であるのに対し、Oracle は 20% 以上、SAP BW は 26.1% に上ります。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「MicroStrategy の管理機能によって管理に必要な人員が少なくて済むことが、長期的な観点から BI の効率を重視する MicroStrategy の特徴をさらに際立たせています。TCO を削減する上で、より多くのユーザへより効率的に展開できる製品を選択することが鍵となります」と述べています。

管理者あたりのアプリケーション数

1 人の BI 管理者がサポートできるアプリケーションの数も、効率性および TCO と同じように重要な要素です。本調査では、管理者あたりのアプリケーション数で一般的な管理者の効率性を評価しています。必要な管理ツールを使用することで、管理者の効率性は高められます。

効率性を最大限に高めるためには、BI 管理者には BI インフラストラクチャを一元管理し、自動化する包括的なツールが必要です。システム全体の統合性を確保するための一元化した変更管理などの機能とともに、Cube Advisor や Health Center をはじめとする MicroStrategy 製品の Web 管理、モニタリング、システム レポーティングの一元化された機能によって、管理者はシステムのパフォーマンスを最適化しながらシステムの完全な可用性を確保できます。



出典：「The BI Survey 9」からのデータ

見かた：数値が大きいほど管理者あたりのアプリケーション数が多い（全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア）

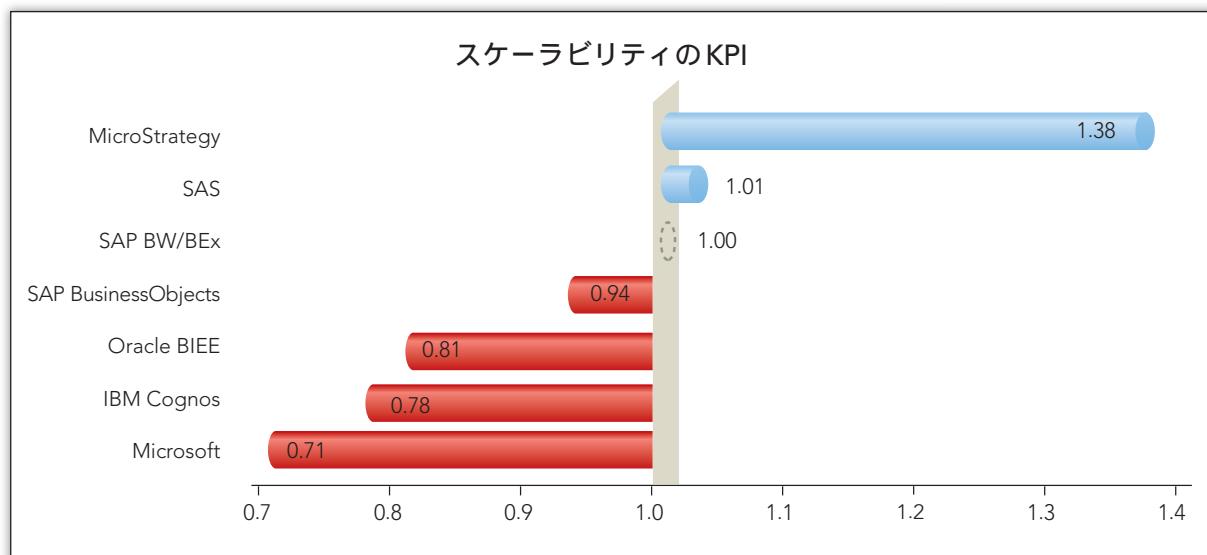
注意：グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビアグループに含まれている大手 BI ベンダー

図 15: 管理者あたりのアプリケーション数 (正規化後)

製品パフォーマンス

スケーラビリティ

各製品のスケーラビリティの KPI の加重平均値は、「1」が製品を使用している従業員の割合、「2」が展開しているアプリケーションの範囲、「3」がサポートしている部門の数、「4」が展開しているシート数、そして「5」がデータ量の 5 つの基本 KPI の集計値に基づいて算出されています。図 16 では、スケーラビリティ全体のスコアは MicroStrategy が最も高く、5 つの基本 KPI それぞれについても第 1 位にランクされていることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた : 数値が大きいほど全体的な製品のスケーラビリティが高い(全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

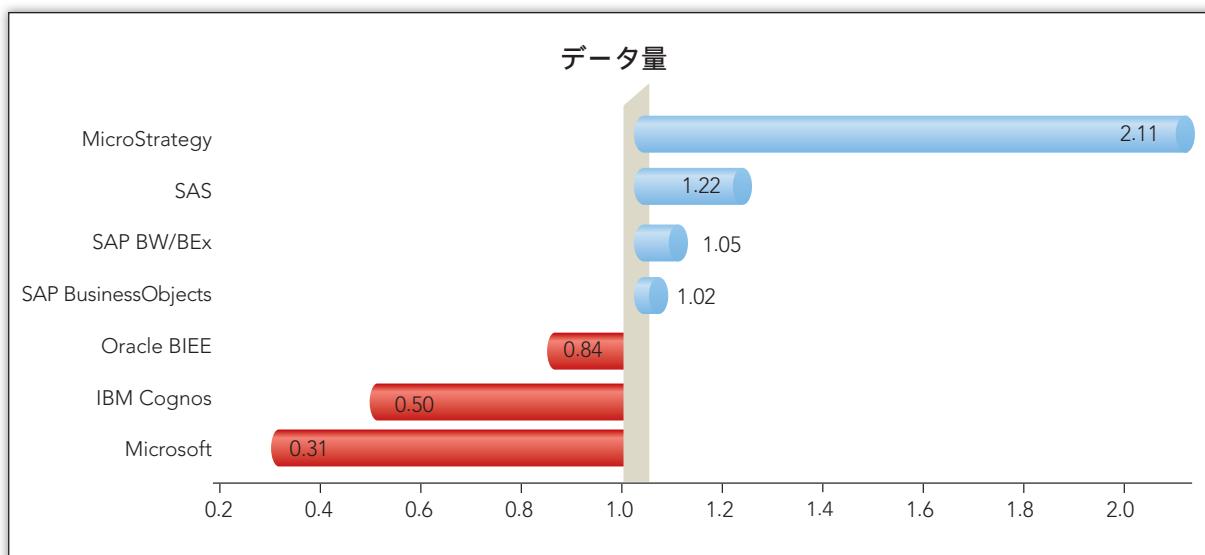
注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 16: スケーラビリティ KPI (正規化後)

データ量

情報の集約度が高まり、特にすべてのビジネス トランザクションをデータとしてとらえて保存したいというニーズが強まった結果、テラバイト規模のデータウェアハウスが一般的になりつつあります。ビジネストレンドを理解するために、最初にサマリー データを分析することも多いようですが、事前に定義された集計データでは隠れてしまいがちな変則性、例外、および傾向を見出すには、トランザクション レベルの詳細なデータを見る必要があります。「The BI Survey 9」では、回答者のおよそ 10% が、自社の BI 製品はデータ量をサポートできていないと回答していることが分かりました。

MicroStrategy の顧客が分析するデータの量は、9 年連続で他製品と比べると圧倒的に大きく、今回の最新調査での中央値は 528GB でした。なお、全体の中央値は 6.6GB です。図 17 では、MicroStrategy が扱うデータ量の中央値は、Oracle BI EE の 10 倍、IBM Cognos の 16 倍、そして Microsoft と比較すると 40 倍にもなることを示しています。



出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた : 数値が大きいほど分析データ量が大きい (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)
注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビアグループに含まれている大手 BI ベンダー

図 17: データ量 (正規化後)

大規模サイトを見た場合、分析データ量が 1 テラバイトを超えてる顧客の割合は平均 9.7% であるのに対し、MicroStrategy の顧客の割合は 37% に上ります。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「9 年連続で、MicroStrategy ユーザが回答したデータ量は全製品中最大となっており、2 位の製品との間には大きな開きがあります。どのベンダーも、大量の詳細データを扱うアプリケーションを処理できると主張していますが、そのようなトランザクションレベルの BI データベースを実際に導入しているのが MicroStrategy の顧客だけであることは明らかです。MicroStrategy は、エンタープライズ規模の BI セグメントにおける突出したリーダーの地位を維持しています」と述べています。

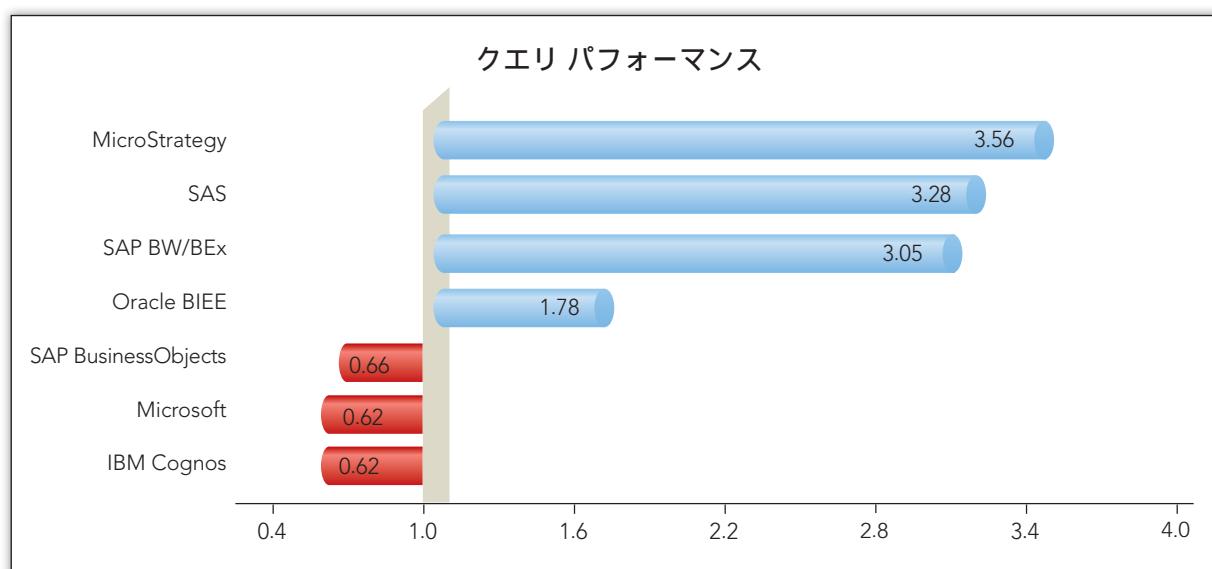
Microsoft や Cognos の製品に見られるようなキューブベースの OLAP 製品では、分析できるデータが本質的に制限されます。これらの製品はサマリー レベルあるいは少量のデータの分析のために最適化されていますが、より有益なトランザクション レベルの BI アプリケーションには適していません。対照的に、MicroStrategy 独自のリレーションナル OLAP (ROLAP) テクノロジーは、テラバイト規模のリレーションナルデータベースのインタラクティブな分析を可能にします。

パフォーマンス

過去 5 年間、クエリのパフォーマンスの低さは最も報告が多い問題で、幅広い展開を妨げる最大の障害要因の 1 つになっています。クエリのパフォーマンスもプロジェクトの成功に密接に関係する選択基準で、「The BI Survey 9」はこれを最も重要な技術的 KPI と位置付け、BI 製品の選択における判断基準とすることを提案しています。しかし、本調査結果では、ほとんどの企業は製品の選択段階で現実の顧客環境に対してベンチマークを実施することによりパフォーマンスを厳密に確認していないことが明らかになっています。

クエリのパフォーマンスを評価するには、研究室でのベンチマークを実施するか、または実際の環境でのユーザ体験を分析します。「The BI Survey 9」では、一般的なクエリのレスポンスタイムを分析し、パフォーマンスを左右する最も大きな変動要因(分析対象データ量の大きな違い)によって正規化しています。

図18では、クエリのパフォーマンスをデータ量で調整すると、全製品中最も高いパフォーマンスを実現しているのはMicroStrategyで、ピアグループ全製品の加重平均値の3.5倍以上となっています。MicroStrategyの顧客が分析しているデータの規模を考えると、パフォーマンスについての不満が比較的少なく、キューブベースの製品であるCognos AnalysisやMicrosoft Analysis Servicesよりも、クエリのパフォーマンスが良いのは驚くべきことです。さらに、「パフォーマンスについて不満と回答した顧客の割合」と「大規模に展開する場合に障害となるクエリパフォーマンスの低さ」において、MicroStrategyは、SAP BWおよびSAP BusinessObjectsを大きく引き離す結果となりました。



出典：「The BI Survey 9」からのデータ
見かた：数値が大きいほどクエリのパフォーマンスが速い(全製品の加重平均値を1.0とした場合の正規化したスコア)
注意：グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピアグループに含まれている大手BIベンダー

図18: データ量で調整したクエリ パフォーマンス(正規化後)

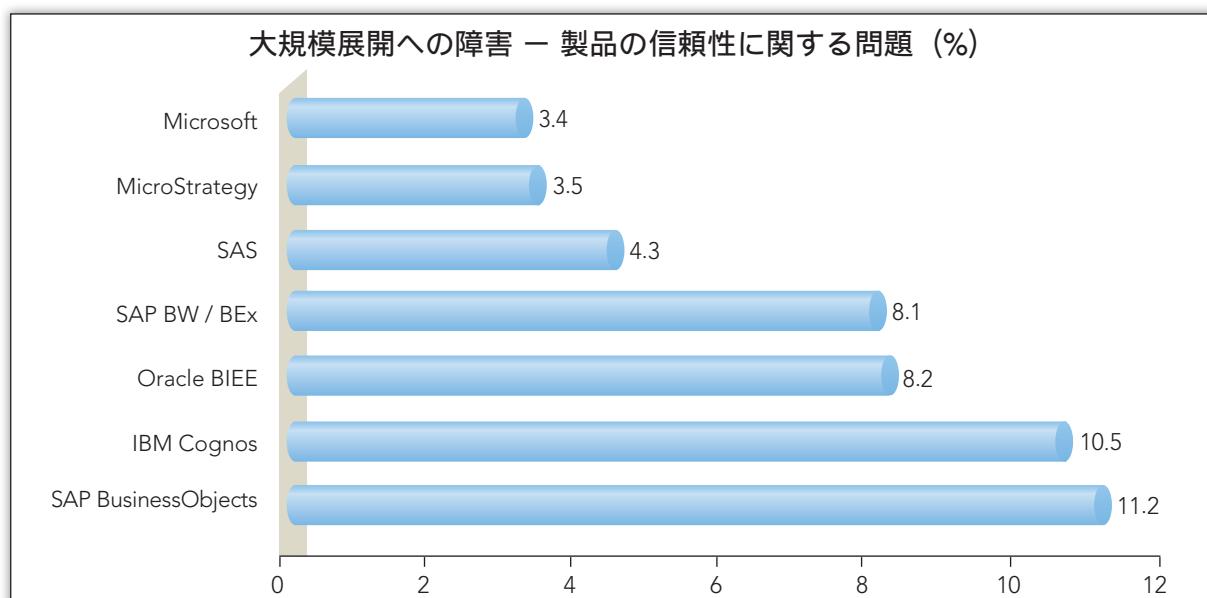
「The BI Survey 9」では、MicroStrategyは他のどの製品よりも少ないハードウェアで最大のデータ量に対して最高のパフォーマンスを発揮することが明らかになっています。MicroStrategyは64ビット版のオペレーティングシステムを推奨していますが、一般的なMicroStrategyの顧客で必要とされるハードウェアサーバーの量は、他の製品の一般的な顧客に必要とされる量よりも少なくて済みます。大規模な展開にとっての障害としてハードウェアのコストを挙げている回答者の割合は、MicroStrategyはわずか4.5%であるのに対し、IBM Cognosは8%以上、SASは9%以上に上ります。

「The BI Survey 9」著者のBarney Finucane氏は、「複数のKPIによって評価したMicroStrategyのクエリパフォーマンス、特にデータ量を基準にしたクエリのパフォーマンスは、毎年の調査ごとに改善しています。インメモリROLAPのリリースを含め、大規模環境のパフォーマンスを重視するMicroStrategyの取り組みは、同社のROLAPアーキテクチャの大幅な強化につながっています」と述べています。

MicroStrategy のインメモリ ROLAP テクノロジーでは、64 ビット サーバでフルで利用可能な大量のメモリ スペースを多次元メモリとして使用しますが、このメモリにはデータと計算の両方を ROLAP キューブと呼ばれる多次元データセットとして置くことができます。データベース常駐型のストレージよりも大幅に速いインメモリ データのクエリ パフォーマンスを活用するために、MicroStrategy のレポートとダッシュボードは、可能な時にクエリをインメモリ ROLAP キューブへ自動的に送ります。インメモリ ROLAP キューブで分析を実行できない場合、MicroStrategy の分析エンジンは、高度に最適化された SQL を通じて基盤となっているデータソースへ動的にクエリを送ります。

製品の信頼性

「The BI Survey 9」において、クエリパフォーマンスの低さに次いで製品に関する重大な問題として挙げられているのが、製品の信頼性です。大事な場面で製品に関する問題が発生した場合、信頼を失うだけでなく、アプリケーション自体を利用できなくなってしまうことも十分考えられます。「The BI Survey 9」では、信頼できるアプリケーションを求める企業は、製品の選択時に製品の信頼性を重要な購買基準として、製品の信頼性を実際の使用環境で評価することを推奨しています。図 19 では、大規模な展開における障害として、製品の信頼性の問題を挙げている MicroStrategy の回答者の割合は最も低いレベルであることを示しています。



出典：「The BI Survey 9」からのデータ

注意：バーが短いほど問題が少ない（製品の信頼性が大規模な展開の障害であると回答した人数が少ない）

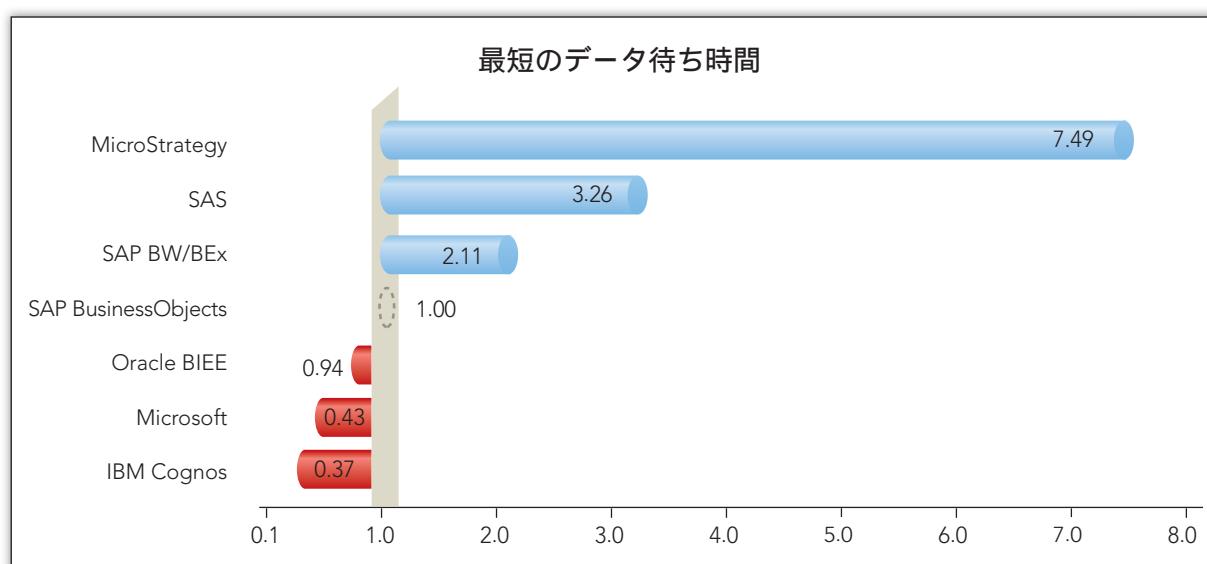
注意：グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビアグループに含まれている大手 BI ベンダー

図 19: 大規模な展開にとって製品の信頼性が障害であると回答したユーザの割合

データ待ち時間

パフォーマンス関連のもう 1 つの評価基準がデータ待ち時間の KPI、すなわちソース システムで新しいデータを利用できるようになってから BI アプリケーションを通じてユーザへ提供するまでの遅延時間です。待ち時間には、データロード時間、およびキューブ ベースの製品では一般的に必要となるデータの事前集計、事前計算、事前書式設定の時間など、BI アプリケーションで求められた場合に必要となる時間も含まれます。つまり、待ち時間が短いほどより高い頻度でデータを更新することが可能で、データの最新性を維持できるとともに、多くのデータ量をサポートできます。これらすべてが、ビジネス利益の向上につながります。

図 20 では、データ待ち時間が最も短いのは MicroStrategy で（データ量による調整後）、第 2 位の製品を 2 倍以上引き離していることを示しています。これは、すべての計算が動的に実行され、中間のストレージや特化されたデータベース構造が不要の MicroStrategy の ROLAP アーキテクチャの有効性が実証された結果であると言えます。Cognos Analysis や Microsoft Analysis Services など、大量のデータの事前定義と事前計算が必要なキューブ ベースの製品で、データ待ち時間が最も高いのは当然の結果でしょう。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた: パーが長いほどデータの可用性が高い（全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア）

注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 20: データ量による調整後のデータ待ち時間 (正規化後)

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「MicroStrategy のデータ待ち時間が非常に短いことは ROLAP アプローチの柔軟性と展開のしやすさを示していて、事前定義に大幅な時間を要するキューブ ベースのアプローチとは対照的です。MicroStrategy の待ち時間の値が小さくなっていることは、リアルタイムに近い BI アプリケーションとしての大きな利点です」と述べています。

展開シート数

意図する導入規模を評価する上で購入するシート数は重要な指標ですが、展開に成功したシート数は、製品の使いやすさと管理のしやすさを知る上でも役立ちます。サイトあたりの平均シート数やシート数が 1,000 を超えるサイトの割合など、総合的な評価において MicroStrategy の展開シート数は最も高い値を示し、全ベンダーの平均展開シート数が 304 であるのに対して MicroStrategy サイトの平均展開シート数は 1,073 です。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「引き続き MicroStrategy の顧客が最も多くのユーザに展開されているという結果は、企業が全社規模で幅広い範囲の BI アプリケーションに MicroStrategy を導入し、成功を収めているということを示しています。展開しているシート数が最も多いという事実は、顧客が MicroStrategy の展開に確固とした姿勢で臨んでいるということを示しています」と述べています。

製品	平均展開シート数
MicroStrategy	1073
Oracle BIEE	791
SAP BusinessObjects	542
SAP BW/BEx	508
IBM Cognos	443
Microsoft	116
SAS	105

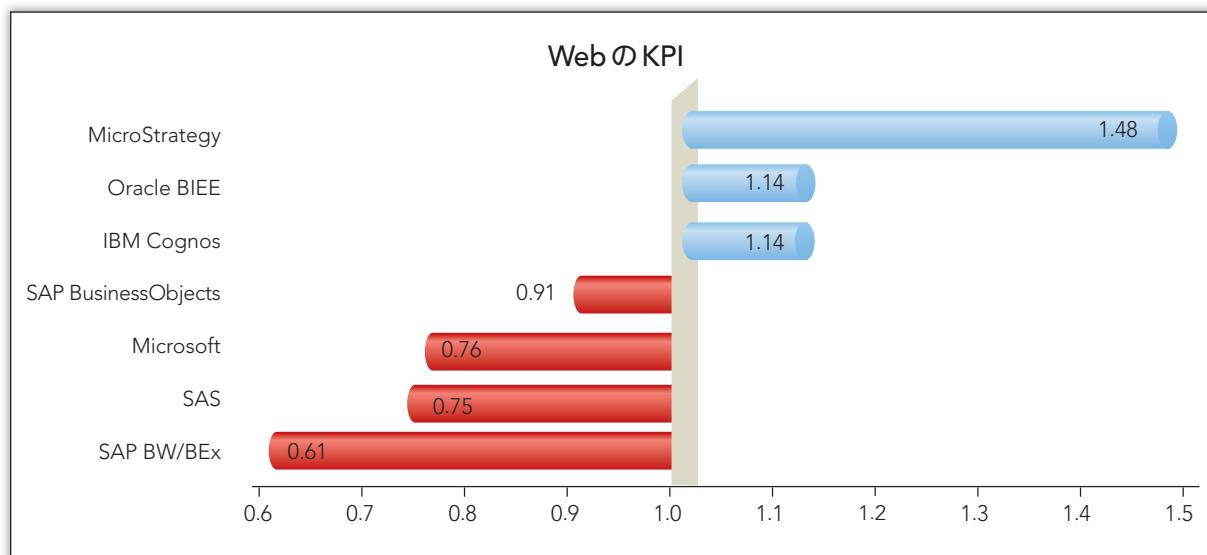
出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 21: データ量による調整後のデータ待ち時間 (正規化後)

Web の KPI

「The BI Survey 9」では、どの製品が Web 展開に最も適しているのかを評価するための指標として、Web の KPI を分析しています。Web の KPI は、Web 展開率および展開しているエクストラネット数の組合せに基づいています。この KPI では、MicroStrategy は他のどの製品よりも幅広く Web 展開されているという結果が明らかになりました。



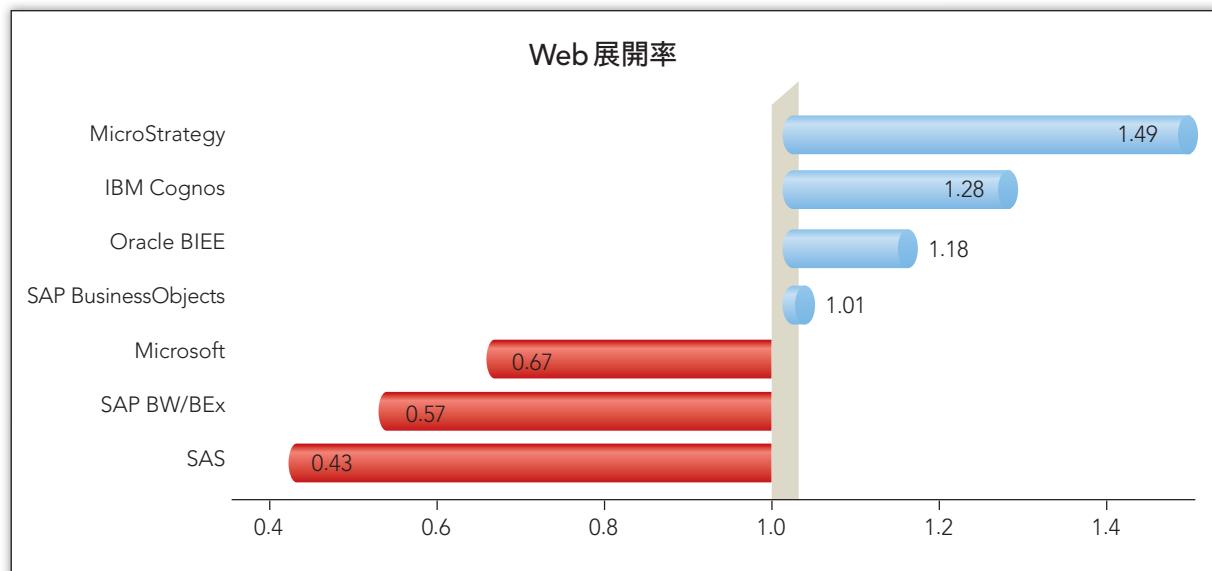
出典 : 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた : 数値が大きいほど Web 展開に適している (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

注意 : グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 22: Web の KPI (正規化後)

「The BI Survey 9」では、Web を介して展開される BI アプリケーションは、クライアント / サーバ技術を使って展開されるアプリケーションよりも大きなビジネス価値と利益をもたらすことがわかりました。Web は今後も、ユーザ数の多い環境やエクストラネットに効果的に BI を展開できる唯一のメカニズムです。本調査では、Web 展開が成功するか否かは BI 製品ごとに大きく異なることが明らかになっています。少なくとも 50% を Web 展開している企業の場合は、図 23 のとおり、BI 製品間で大きく異なっています。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ

見かた: 数値が大きいほど少なくとも 50% を Web 展開している企業の数が多い (全製品の加重平均値を 1.0 とした場合の正規化したスコア)

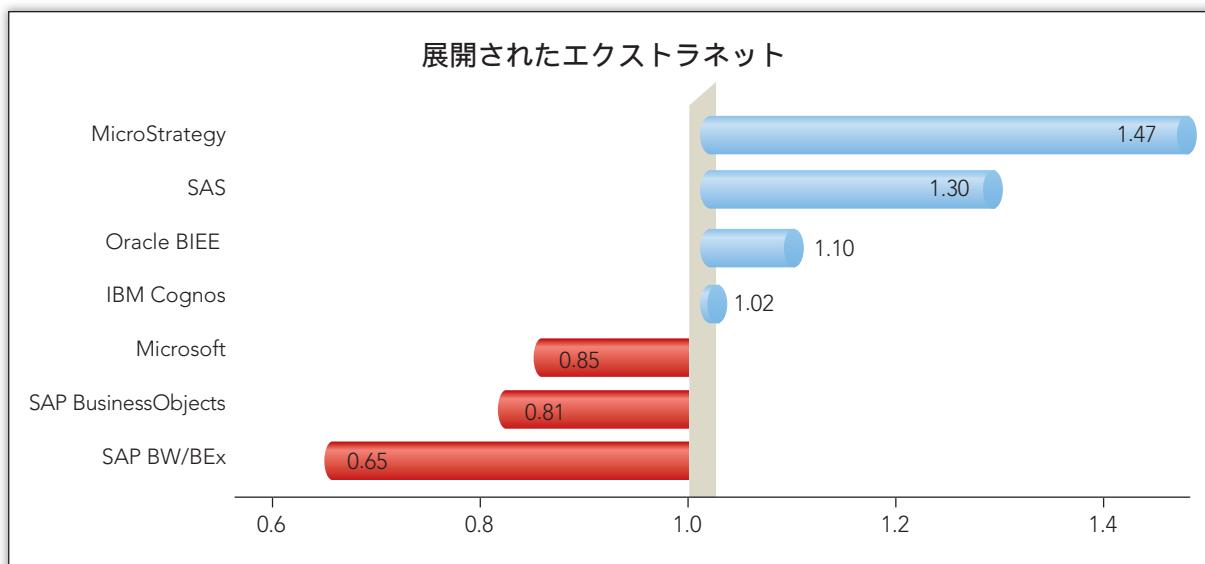
注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でピア グループに含まれている大手 BI ベンダー

図 23: Web 展開率 (正規化後)

MicroStrategy の Web 展開率は、9 年連続でピア グループの中で最も高く、79.2% となっています。つまり、MicroStrategy の顧客の 79.2% は、社内ユーザの半数以上に対して Web 経由で展開しています。また MicroStrategy の Web 展開率の中央値は 90.9% となっています。つまり、標準的な MicroStrategy サイトのユーザの約 91% が Web ユーザということになります。

「The BI Survey 9」著者の Barney Finucane 氏は、「本調査の開始以来、MicroStrategy は常に最高の Web 展開率を示しています。他の主要 BI 製品とは異なり、MicroStrategy の製品はすべて、他のベンダーが選択した古いデスクトップ型あるいはクライアント / サーバ型アーキテクチャから変換したものではなく、最初から大規模な Web 展開用に設計されたものです。このことは、大量のデータに関するレポートを多数のユーザに提供する顧客や、Web に接続していることが多い顧客にとって有利です」と述べています。

図 24 では、エクストラネットで製品を展開している MicroStrategy の顧客の割合が Microsoft との比較で 62% 多く、また、SAP BusinessObjects との比較では 66% 多くなっていることを示しています。



出典: 「The BI Survey 9」からのデータ
見かた: 数値が大きいほど展開されたエクストラネットの数が多い(全製品の加重平均値を1.0とした場合の正規化したスコア)
注意: グラフ中のベンダーは、「The BI Survey 9」でビアグループに含まれている大手 BI ベンダー

図 24: 展開されたエクストラネット(正規化後)

まとめ

実際の現場における BI の導入をまとめた独立調査「The BI Survey 9」は、実際の BI 導入、および各種 BI 製品に関する顧客の体験を独自の方法で分析しており、統計上の有意性にも優れています。本調査結果は、さまざまな製品ベンダーがどのような製品機能とサポートを提供しているかを知る上で大いに参考になります。調査の回答者は、厳格かつ率直に評価を行っています。BI 製品の選択は BI プロジェクト全体的な成功を大きく左右するため、新しい BI プロジェクトの開始にあたっては、「The BI Survey 9」の製品ベンチマークの詳細なレビューから始まる有用な製品評価を行うことをお勧めします。

「The BI Survey 9」の結果で注目すべき点は、BI 製品間で顧客体験や製品評価の差が非常に大きいことです。過去数年にわたって、以下のようなカテゴリにベンダーの傾向が明確に現れています。

- 顧客ロイヤリティ
- 社内標準として使いたい
- Web 展開率
- 管理者あたりの展開シート
- ビジネス利益
- 製品
- 普及率
- 数
- 目標達成度
- 製品の信頼性
- 展開されたアプリケーションの範囲
- 管理者あたりのアプリケーション数
- 製品サポートの品質
- クエリパフォーマンス
- データ量
- 製品を使用している従業員の割合
- サポートしているエクストラネット
- 追加ライセンス購入の意向
- データ量
- 展開シート数

上記のカテゴリにおいて、マイクロストラテジーは「The BI Survey」調査を続けた9年間にわたって常に首位に立っており、時として2位以下を大きく引き離しています。更に、Web 展開率やデータ量などのカテゴリでは、首位の MicroStrategy と 2 位以下の差はますます拡大しています。

著作権情報

All Contents Copyright © 2010 MicroStrategy Incorporated. All Rights Reserved.

MicroStrategy、MicroStrategy 6、MicroStrategy 7、MicroStrategy 7i、MicroStrategy 7i Evaluation Edition、MicroStrategy 7i Olap Services、MicroStrategy 8、MicroStrategy 9、MicroStrategy Distribution Services、MicroStrategy MultiSource Option、MicroStrategy Command Manager、MicroStrategy Enterprise Manager、MicroStrategy Object Manager、MicroStrategy Reporting Suite、MicroStrategy Power User、MicroStrategy Analyst、MicroStrategy Consumer、MicroStrategy Email Delivery、MicroStrategy BI Author、MicroStrategy BI Modeler、MicroStrategy Evaluation Edition、MicroStrategy Administrator、MicroStrategy Agent、MicroStrategy Architect、MicroStrategy BI Developer Kit、MicroStrategy Broadcast Server、MicroStrategy Broadcaster、MicroStrategy Broadcaster Server、MicroStrategy Business Intelligence Platform、MicroStrategy Consulting、MicroStrategy CRM Applications、MicroStrategy Customer Analyzer、MicroStrategy Desktop、MicroStrategy Desktop Analyst、MicroStrategy Desktop Designer、MicroStrategy eCRM 7、MicroStrategy Education、MicroStrategy eTrainer、MicroStrategy Executive、MicroStrategy Infocenter、MicroStrategy Intelligence Server、MicroStrategy Intelligence Server Universal Edition、MicroStrategy MDX Adapter、MicroStrategy Narrowcast Server、MicroStrategy Objects、MicroStrategy OLAP Provider、MicroStrategy SDK、MicroStrategy Support、MicroStrategy Telecaster、MicroStrategy Transactor、MicroStrategy Web、MicroStrategy Web Business Analyzer、MicroStrategy World、Application Development and Sophisticated Analysis、Best In Business Intelligence、Centralized Application Management、Information Like Water、Insight Is Everything、Intelligence Through Every Phone、Intelligence To Every Decision Maker、Intelligent E-Business、Personalized Intelligence Portal、Query Tone、Rapid Application Development、Strategy.com、MicroStrategy Intelligent Cubes、The Foundation For Intelligent E-Business、The Integrated Business Intelligence Platform Built For The Enterprise、The Intelligence Company、The Platform For Intelligent E-Business、The Scalable Business Intelligence Platform Built For The Internet、Industrial-Strength Business Intelligence、Office Intelligence、MicroStrategy Office、MicroStrategy Report Services、MicroStrategy Web MMT、MicroStrategy Web Services、Pixel Perfect、MicroStrategy Mobile、MicroStrategy Integrity Manager、MicroStrategy Data Mining Services は、すべて MicroStrategy Incorporated の登録商標または商標です。

その他のすべての製品は該当する各社の商標です。仕様は、予告なしに変更される場合があります。MicroStrategy は、誤りや欠落に関する責任を負いません。MicroStrategy は、計画または開発中の将来の製品またはバージョンの発売に関して一切の保証も確約も行いません。

特許情報

この製品は特許を受けています。ここで販売される製品には、次に示す特許が1つ以上該当する可能性があります。U.S. Patent Nos. 6,154,766, 6,173,310, 6,260,050, 6,263,051, 6,269,393, 6,279,033, 6,501,832, 6,567,796, 6,587,547, 6,606,596, 6,658,093, 6,658,432, 6,662,195, 6,671,715, 6,691,100, 6,694,316, 6,697,808, 6,704,723, 6,707,889, 6,741,980, 6,765,997, 6,768,788, 6,772,137, 6,788,768, 6,792,086, 6,798,867, 6,801,910, 6,820,073, 6,829,334, 6,836,537, 6,850,603, 6,859,798, 6,873,693, 6,885,734, 6,888,929, 6,895,084, 6,940,953, 6,964,012, 6,977,992, 6,996,568, 6,996,569, 7,003,512, 7,010,518, 7,016,480, 7,020,251, 7,039,165, 7,082,422, 7,113,993, 7,181,417, 7,127,403, 7,174,349, 7,194,457, 7,197,461, 7,228,303, 7,260,577, 7,266,181, 7,272,212, 7,302,639, 7,324,942, 7,330,847, 7,340,040, 7,356,758, 7,356,840, 7,415,438, 7,428,302, 7,430,562, 7,440,898, 7,457,397, 7,486,780, 7,509,671, 7,516,181, 7,559,048, 7,574,376, 7,617,201, 7,725,811 および 7,801,967. その他は特許出願中です。

