

報道関係者各位

エクスペリアンジャパン株式会社

## 世界15か国1,012人のデジタルマーケターへの調査に基づく

### 「The 2015 Digital Marketer」日本語版発表

～ 世界のマーケターたちが感じている課題とその解決策、ケーススタディを豊富に収録 ～

エクスペリアンジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役CEO：有田道生、以下エクスペリアンジャパン）は、「The 2015 Digital Marketer」の日本語翻訳版（全120ページ）を発表しました。

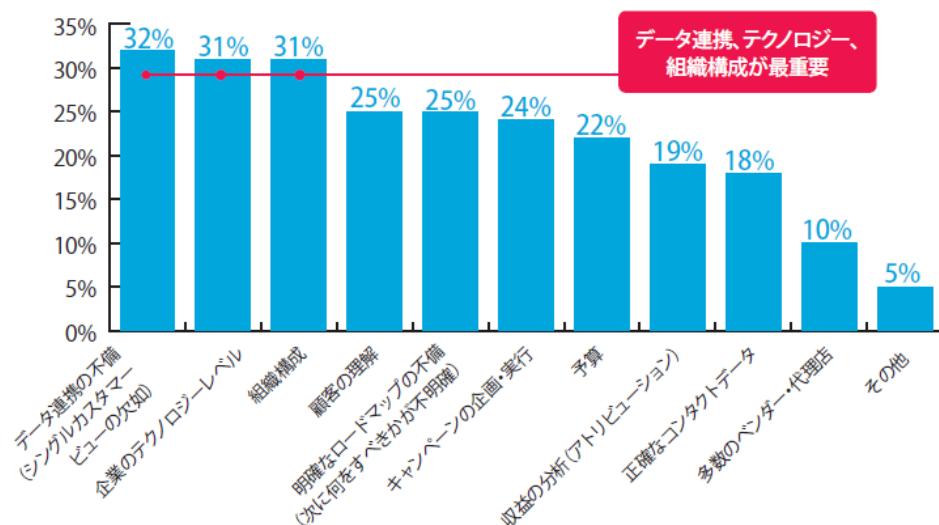
本レポートは、米国Experianが中心となり世界15か国1,012人のマーケターに対して行った調査を中心に編纂されており、各国のマーケターが感じている課題を俯瞰することができます。また、それらの課題を解決し「顧客中心のマーケティング」を実現するための成功事例だけでなく、豊富な各種調査データや戦略立案のベストプラクティスも豊富に掲載されています。近年ますます複雑化する消費者の購買行動を正しく捉え、効果的なマーケティング施策を模索しているデジタルマーケターにとって必見の一冊となっています。

#### 「The 2015 Digital Marketer」日本語版掲載概要

##### ■チャネルを横断したマーケティングの実現を妨げる障壁

複数のチャネルやデバイスを自由自在に使いこなす現在の消費者に対して、マーケターは、チャネルやデバイスを超えて、あらゆるタッチポイントにおいて消費者一人ひとりに最適化され、ブランドとして一貫した文脈が維持されたメッセージを提供する必要があります。本調査では、このようなクロスチャネルマーケティングの実現を妨げる大きな要因として、**散在する顧客データの連携ができない**ために顧客像の明確化ができない点や、チャネルや商品で区切られた縦割り「**サイロ型**」組織構成、**適切なテクノロジーを持たない**という点が挙げされました。

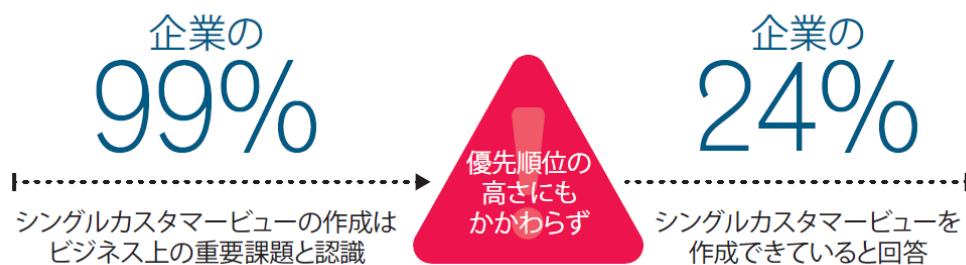
#### クロスチャネルマーケティングの最大の障壁とマーケターの課題



出典: Experian Marketing Services, 2015 Digital Marketer Survey

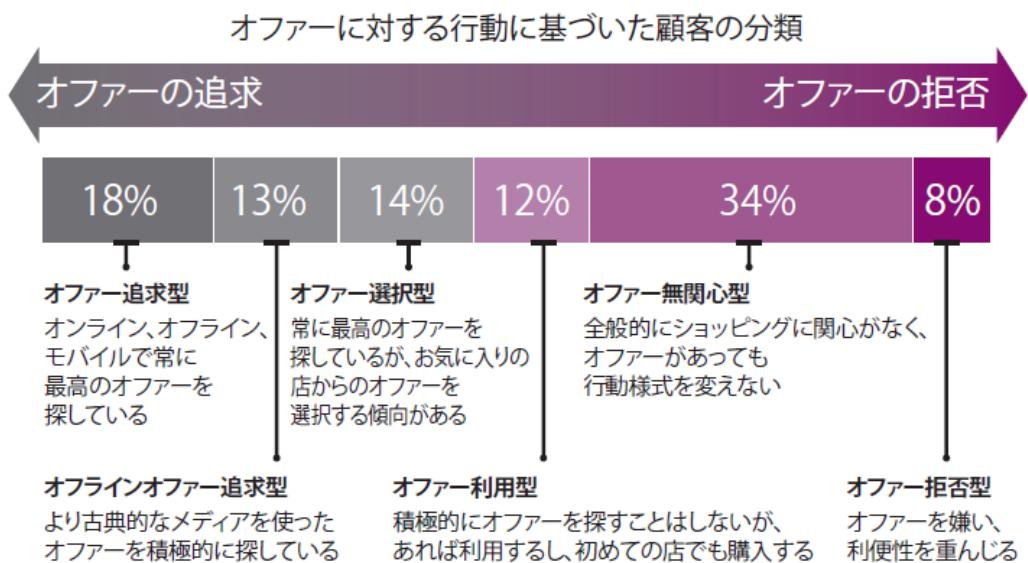
### ■真の顧客像を明確化する

マーケティングに活用するチャネルの増加により収集できる顧客情報が増える一方で、チャネルをまたがって顧客のプロファイル情報を連携させ顧客像を明確化すること（シングルカスタマービューの作成）が難しくなっています。今回の調査ではシングルカスタマービューを構築できていると回答した企業はわずか24%にとどまっており、その主な要因はデータ品質の低さであることがわかりました。



### ■顧客の行動と思考を理解して、コミュニケーションを最適化する

マーケターは、単に顧客が誰であるかを把握していればいいわけではなく、顧客が何を好み、何を求めているか理解する必要があります。例えば、小売業者の多くは低価格こそ顧客の購買動機になると想え、割引や特別オファーをすべての顧客に提案していますが、私たちの調査によれば、こうしたオファーに対する顧客の行動は様々です。オファーに対する消費者行動の視点から見ると、顧客は「オファー追求型」から「オファー拒否型」まで6種類に分類することができます。個々の顧客セグメントの購買行動や動機、ニーズを明らかにすることで、セグメントごとに適切なオファーや割引戦略を構築することが可能となるでしょう。



出典: Experian Marketing Services

上記でご紹介した調査データのほか、最新のケーススタディやベストプラクティスを豊富に掲載した「The 2015 Digital Marketer」をぜひご覧ください。

**[The 2015 Digital Marketer ダウンロードページはこちら]**

[https://fofa.jp/ac\\_mktg/a.p/382/](https://fofa.jp/ac_mktg/a.p/382/)

**●エクスペリアンジャパン株式会社について**

1999年12月設立。世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業であるエクスペリアングループとしての強みと、日本国内での累計5,000社以上の取引実績を生かし、マーケティングサービス、海外企業調査サービス、意思決定分析サービスを軸に事業を展開。マーケティングオートメーションやメールマーケティングソリューション、企業信用調査報告書、金融機関向けの与信戦略管理や不正対策ソリューションを提供しています。

詳細については、<http://www.experian.co.jp>、またはマーケティングサイト<http://www.marketinggate.jp>をご覧ください。

**●Experianについて**

エクスペリアンは、世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業です。信用リスク管理、不正防止、マーケティングのターゲット絞り込みや意思決定の自動化などのサービスを提供しています。また、企業だけでなく個人に対しても、信用情報管理やID盗難防止などのサポートを行っています。2015年には米『フォーブス』誌の「世界で最も革新的な企業（World's Most Innovative Companies）」の一社として選出されました。

アイルランドのダブリンに本社を置き、イギリスのノッティンガム、米国カリフォルニア州コスタメサとブラジルのサンパウロに事業本部を構え、38か国で17,000人以上の従業員を擁し、ビジネスを展開しています。Experian plcはロンドン証券取引所に上場し（EXPN）、FTSE 100インデックスにも選ばれています。2015年3月期の年間売上高は48億ドルにのぼりました。

詳細については、<http://www.experianplc.com>、または動画'Inside Experian'（英語）をご覧ください。

「Experian」とそのロゴ、「Mosaic」は、Experianとその関連会社の、EU・米国・日本・各国における登録商標、または商標です。その他、記載されている会社名および製品・サービス名などは、各社の商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。

**<本件に関するお問い合わせ>**

エクスペリアンジャパン株式会社マーケティング部

担当：鈴木 TEL：03-5786-2653 E-mail：[pr@jp.experian.com](mailto:pr@jp.experian.com)（広報窓口）