

報道関係各位

2020年3月31日
株式会社クロス・マーケティング

BIツール「認知」が広がるほど、利用拡大の兆しあり 企業のデータ活用推進の鍵となるか？

－企業のデータ活用およびBIツール導入に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国47都道府県に在住する20～69歳の企業の就業者（経営者および役員を含む）を対象に「企業のデータ活用に関する実態調査」を実施しました。

■ 背景・目的

近年、企業ではデータ活用の動きが活発です。データを活用することで、業務効率化や売上増大、ニーズにあったマーケティング活動等が期待されています。ビッグデータ活用時代、いま企業ではどのようにデータ活用を行っているのでしょうか。またデータの活用をしていく上で、企業ではどのようなことが障害となっているのでしょうか。

そこで今回は、仕事でPCをほぼ毎日利用していると回答した全国の企業の就業者の方々を対象に、「企業内でのデータ活用状況」について調査しました。また、データ活用推進をさらに発展させるとして注目を浴びている「ビジネス・インテリジェンス・ツール（BIツール）」の導入状況についても調査を行い、企業内でのデータ活用におけるボトルネックを明らかにしました。

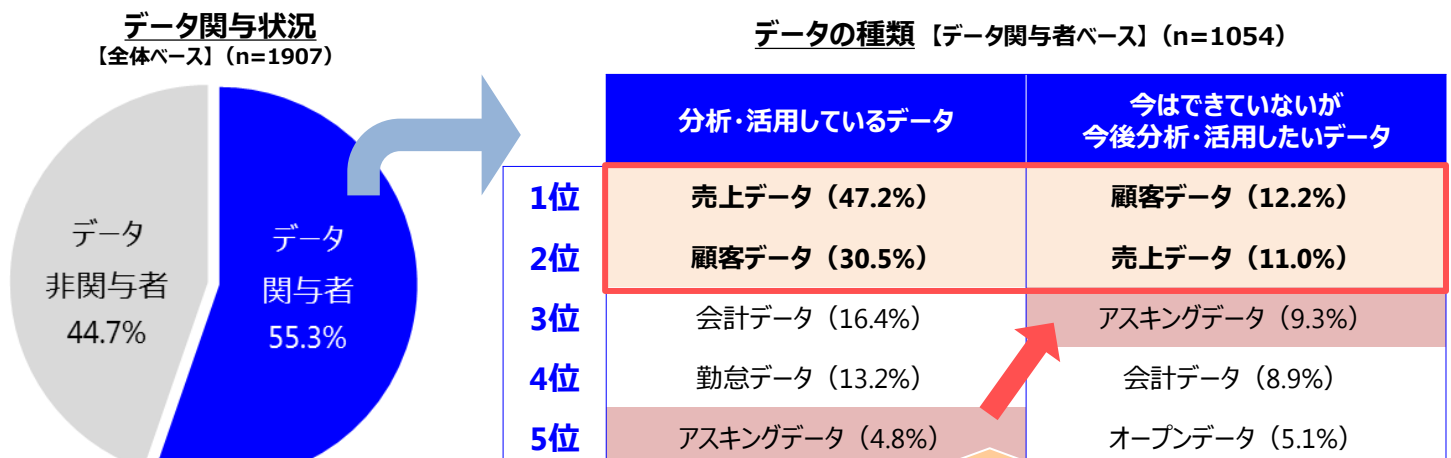
■ 調査結果 （一部抜粋）

- 社内でのデータの分析・活用状況について聴取したところ、普段の業務でデータの分析や活用を行っていると回答した『データ関与者』は55%であった。そのうち、分析・活用しているデータの種類としては、1位『売上データ』、2位『顧客データ』が圧倒的に多く、次に『会計データ』『勤怠データ』があげられた。なおマーケティングリサーチといった『アスキングデータ』は5位に留まった。しかし、今後分析・活用してみたいデータについても聴取したところ、『売上データ』、『顧客データ』が同様に人気が高い一方で、『アスキングデータ』が3位と順位を上げており、“分析ニーズはある一方で社内ですら十分に活用できていない”という理想と現実のギャップがうかがえた。〈図1〉
- BIツールの認知・利用状況を聴取したところ、認知率は17%と低い結果に留まった。しかし“BIツールに関する説明文”を提示した上で利用意向を聴取したところ、非認知者でも27%が利用意向を示しており、『ツールの認知が広がることで普及がより進む可能性』が示唆された。さらに、所属部署でBIツールが導入されている人のうち、自分では利用していない人が過半数おり、そのうちの71%が利用意向を示したことから、『BIツールを導入された組織内で大きな利用拡大のポテンシャルが眠っている可能性がある』ことが今回の調査で明らかとなった。〈図2〉

※このほか、調査レポートでは、因子分析による「BIツール活用時のボトルネック」についても詳しく掲載しております。

◆ 自主調査レポートの続きはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20200331dm/>

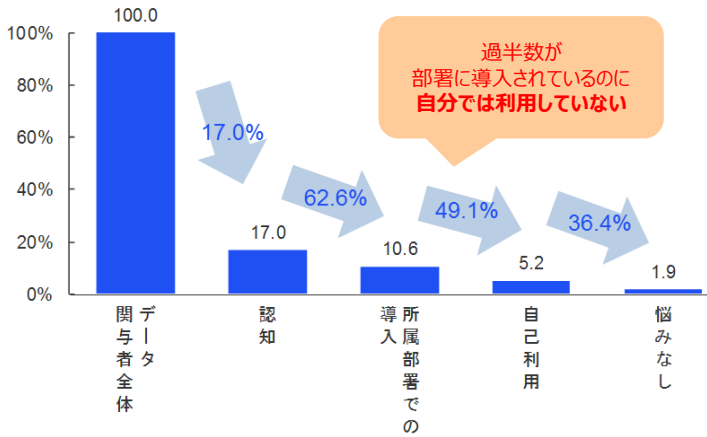
〈図1〉【企業の就業者のデータ関与状況とデータの種類】



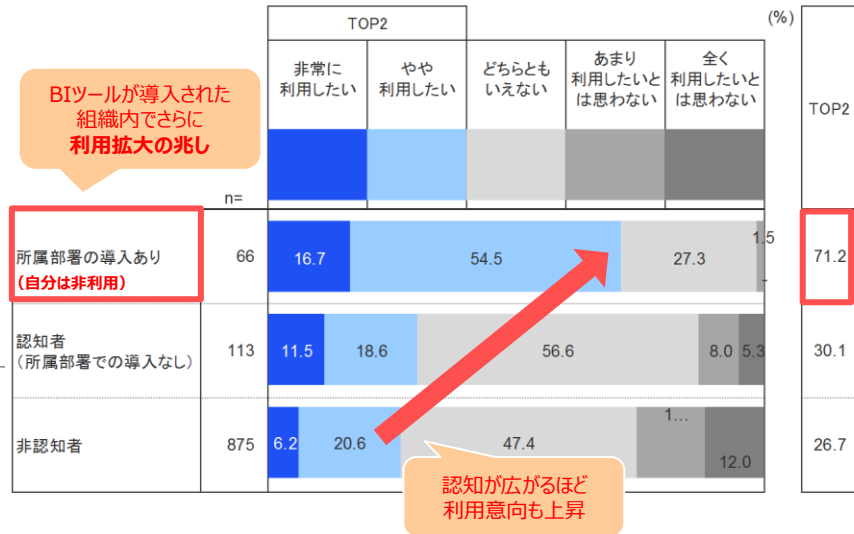
アスキングデータの分析ニーズが高い一方で、現状ではまだ十分に活用できていない

<図2>BIツールの認知利用状況と普及の壁

BIツールの認知・利用状況
【データ関与者ベース】(n=1054)



BIツール非利用者のBIツール利用意向 【データ関与者ベース】(n=1054)



■全調査内容

▼ 属性設問

- 性別・年代・居住地・婚姻状況・同居家族・職業・企業規模・業種・職種・取引先)

▼ 調査結果サマリー

- 企業の従業員のデータの関与状況とデータの種類の
- BIツールの認知利用状況と普及の壁
- 因子分析によるデータ分析・活用の悩みの共通因子抽出
- データ分析・活用の悩みの共通因子から見るデータ活用推進の壁

▼ 調査結果詳細

- 社内にあるデータに対する関わり具合(データ関与度)
- 現在、分析・活用しているデータ(自由回答/アフターコード後)
- 今後、分析・活用したいデータ(自由回答/アフターコード後)
- データを分析・活用する際に感じる悩み、1番の悩み
- 普段データを見ない理由、1番の理由
- BIツールの認知
- 所属部門における、BIツール導入状況
- 現在、BIツールで分析しているデータ、今後分析したいデータ(自由回答/アフターコード後)
- BIツール利用時の悩み有無、利用時の悩み
- 説明提示後のBIツール利用意向度
- BIツールを利用したいと思わない理由

◆全調査項目のレポートダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20200331dm/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の企業の就業者(一般社員、管理職、経営者・役員)、仕事でPCを「ほぼ毎日」使用している人
 調査期間 : 2020年3月16日(月)~2020年3月17日(火)
 有効回答数 : 1,907サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 遠藤(えんどう) TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」