

The Forrester Wave™ :

クロスチャネルマーケティングハブ

(2023年第1四半期)

注目すべきプロバイダー15社と各社の比較

2023年03月09日

執筆者 : Rusty Warner、Xiaofeng Wang、共同執筆者 : Martin Gill、Catherine Marcin、Demi Starks

FORRESTER

概要

Forresterでは、独自に設けた26項目の基準にもとづいてクロスチャネルマーケティングハブ (CCMH) プロバイダーの評価をおこない、最も重要なプロバイダーを選定し、調査、分析、採点をおこないました。このレポートは、各プロバイダーの評価結果を示しており、B2Cマーケティング担当者のニーズに最適な製品の選定にお役立ていただけます。

本レポートの[オンライン版](#)では、さらなるリソースをご利用いただけます。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com (メール) または+1 866-367-7378 (電話) までお問い合わせください。

マーケターは、施策をパーソナライズされた体験へと 転換するために、CCMHを活用

高まり続ける顧客の期待に応えるために、マーケターは、チャンネル全体でシームレス体験を構築する必要があります。しかし、**厳しい経済状況、データの非推奨化、「3D Connected Consumer」**（デバイス、プラットフォーム、チャンネルの三次元でつながっている人々）の台頭など、新たな課題が生まれ、その実現は非常に困難です。CCMHは、マーケターがデータとチャンネルの統合に関する課題を克服し、いつでも顧客が必要とするその瞬間に対応するのに役立ちます。Forresterでは、以前はこのカテゴリを「クロスチャンネルキャンペーン管理（CCCM）」と呼んでいました。しかし、スケジュールされた施策から、顧客の行動に応じてパーソナライズされた体験を提供する形へと進化している現状を踏まえ、名称を変更しました。CCMHベンダーも進化を続けています。エンタープライズマーケティングスイート（EMS）ベンダーは、新たなプラットフォームアーキテクチャと顧客データプラットフォーム（CDP）へと移行しています。アジアでは、モバイルを中心としてサービスを提供するベンダーが急激に成長を遂げており、北米へとその活動範囲を広げ、市場に大きな変化をもたらそうとしています。また、特定のコマース要件や中堅企業の要件に応えるベンダーもあります。

このような傾向を踏まえ、CCMHの採用には次のようなプロバイダーを検討すべきです。

- **高度なクロスチャンネル体験を大規模にサポートしている。**あらゆるCCMHベンダーが、広範なクロスチャンネル能力を誇っています。ほとんどのベンダーでは、大部分の顧客企業が少なくとも3種類のチャンネル（一般的には電子メール、モバイルメッセージ、デジタル広告）を利用しています。しかし、大企業における導入状況は、ベンダーにより全体の20%~75%と大きく異なります。5種類以上のチャンネルを利用している顧客企業のインストールベースの数字は非常に低く、本調査で10種類以上のチャンネルを利用していると回答したリファレンス顧客はわずか3分の1に留まります。モバイルアプリ、web、コマースのパーソナライゼーションを必要とする場合は、それぞれの固有の統合要件に対応しているか、ベンダーに確認する必要があります。多くのベンダーでは、コマースのマーケットプレイス、ソーシャルメディアにおける広告以外のエンゲージメント、人が介在するチャンネル、新興のセルフサービスチャンネル（インテリジェントエージェント、チャットボット、IoTなど）のサポートが不十分であることが多いため、注意が必要です。
- **マーケターが、ビジネスと顧客向けの両方の成果を達成するのに役立つ。**多くのCCMHベンダーは、取引数、売上、顧客生涯価値（CLV）などのビジネス指標と直接関連する開封率、反応率、コンバージョン率などのマーケティング指標をマーケターが測定し、最適化できる機能を組

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

み込んでいます。しかし、本調査のリファレンス顧客によると、満足度、感情、つまずき、手間などの顧客指標には、それほど重点が置かれていません。マーケターが、施策中心の戦略を改め、より適切で魅力的な顧客体験（CX）を提供するには、顧客向けの成果と、マーケティングとビジネスの指標をリアルタイムで並べて表示できるダッシュボードが必要です。持続可能なCX戦略にもとづき、マーケティングの長期的な価値を社内に表示することができるCCMHベンダーを見つける必要があります。

- **AI（人工知能）によるレコメンデーションを、ビジネスに適した言葉で提供し、人間の作業負荷を軽減している。**CCMH製品では、AIが一般的に利用されています。その適用範囲は、キャンペーンの配信時刻の最適化、パーソナライズされたオファーの提供、傾向分析やアフィニティ分析によるオーディエンスの選択など、多岐にわたります。しかし、マーケターが、このような組み込みツールの価値を十分に把握し、適切な使用方法、構成、ガバナンスについて判断するためには相当の努力が必要です。一部のCCMH製品では、自然言語処理（NLP）や自然言語生成（NLG）を利用するAIベースの最適化ツールを備え、マーケターにビジネスに適した言葉でヒントやレコメンデーションを提供しています。これらのツールは、マーケターの代わりに課題を発見し、異常を検出して、ビジネスの機会を明らかにすることができます。採用候補ベンダーには、現在どのようなツールを提供しているのか、今後、マーケターがAIを容易に利用できるよう、ChatGPTのようなイノベーションをどのように活用するかを確認する必要があります。

評価サマリー

The Forrester Wave™では、市場のリーダー、実力者、候補者、挑戦者に焦点を合わせて評価しています。これは主要なベンダーを評価するもので、市場におけるあらゆるベンダーの現状を示すものではありません。この市場の詳細については、「[The Cross-Channel Marketing Hubs Landscape, Q1 2023（クロスチャネルマーケティングハブの状況、2023年第1四半期）](#)」をご覧ください。

この評価は、検討のための最初の手順としてご利用ください。クライアントの皆様には、製品の詳しい評価に目を通し、Excelベースのベンダー比較ツールを使用して、基準の重み付けを調整することをお勧めします（図1、図2を参照）。このツールは、Forrester.comの本レポートの冒頭にあるリンクよりダウンロードできます。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

図1

Forrester Wave™ : クロスチャネルマーケティングハブ (2023年第1四半期)

THE FORRESTER WAVE™

クロスチャネルマーケティングハブ

2023年第1四半期



出典: Forrester Research, Inc. 当社の許可なく複製、引用、配布することは禁じられています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、Citation Policyをご覧ください。または、citations@forrester.com (メール) または +1 866-367-7378 (電話) までお問い合わせください。

図2

Forrester Wave™ : クロスチャネルマーケティングハブのスコアカード (2023年第1四半期)

	Forrester による 重み付け	Adobe	Bloomreach	Braze	Capillary Technologies	CleverTap	CM Group	HCLSoftware	Insider
現行の製品	50%	3.65	2.98	3.34	2.91	1.13	1.63	2.13	3.66
顧客データ管理	15%	4.00	4.00	3.00	2.00	1.00	1.00	3.00	3.00
顧客分析	15%	3.80	3.00	3.80	3.00	1.00	1.00	1.40	3.80
エクスペリエンス設計	25%	4.00	3.00	4.00	2.50	1.00	2.00	2.50	3.50
エクスペリエンスオーケストレーション	25%	3.50	2.70	2.80	2.90	1.50	2.10	1.40	3.90
測定と最適化	15%	3.00	3.00	3.80	4.40	1.00	1.00	1.60	3.60
ローカリゼーションおよびグローバル対応	5%	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00	3.00	5.00	5.00
戦略	50%	4.40	1.90	3.90	2.40	1.20	2.50	1.60	3.20
製品ビジョン	25%	5.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	1.00	3.00
イノベーションロードマップ	20%	3.00	3.00	5.00	3.00	1.00	3.00	1.00	3.00
市場アプローチ	15%	5.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00
市場実績	10%	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	1.00	1.00	5.00
製品サポートおよびサービス	15%	5.00	3.00	5.00	1.00	1.00	3.00	1.00	3.00
パートナーエコシステム	15%	5.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00
市場におけるプレゼンス	0%	4.00	1.00	3.00	1.00	3.00	1.00	2.00	4.00
顧客数	100%	4.00	1.00	3.00	1.00	3.00	1.00	2.00	4.00

スコアは0（弱）～5（強）の6段階評価で示されています。

出典：Forrester Research, Inc. 当社の許可なく複製、引用、配布することは禁じられています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、Citation Policyをご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

	Forrester による重み付け	Microsoft	MoEngage	Netcore Cloud	Optimove	Salesforce	SAP	SAS
現行の製品	50%	2.62	3.49	1.66	2.62	4.04	3.30	4.08
顧客データ管理	15%	2.00	4.00	1.00	3.00	5.00	4.00	5.00
顧客分析	15%	2.20	3.40	1.80	3.80	3.80	3.00	4.20
エクスペリエンス設計	25%	3.00	3.00	1.50	2.50	4.00	3.50	4.50
エクスペリエンスオーケストレーション	25%	3.00	3.40	2.30	1.40	4.10	3.10	2.30
測定と最適化	15%	1.60	4.20	1.60	3.80	3.60	3.00	5.00
ローカリゼーションおよびグローバル対応	5%	5.00	3.00	1.00	1.00	3.00	3.00	5.00
戦略	50%	3.80	3.20	1.20	2.10	4.80	2.70	3.60
製品ビジョン	25%	5.00	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	3.00
イノベーションロードマップ	20%	3.00	3.00	1.00	1.00	5.00	3.00	3.00
市場アプローチ	15%	3.00	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	5.00
市場実績	10%	3.00	5.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00
製品サポートおよびサービス	15%	3.00	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	5.00
パートナーエコシステム	15%	5.00	3.00	1.00	1.00	5.00	1.00	3.00
市場におけるプレゼンス	0%	2.00	2.00	3.00	1.00	5.00	3.00	5.00
顧客数	100%	2.00	2.00	3.00	1.00	5.00	3.00	5.00

スコアは0（弱）～5（強）の6段階評価で示されています。

出典：Forrester Research, Inc. 当社の許可なく複製、引用、配布することは禁じられています。

ベンダー各社の製品

Forresterが、今回の調査で評価対象としたベンダーは、次の通りです（図3を参照）。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、Citation Policyをご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

図3

評価対象のベンダーと製品情報

ベンダー	評価対象製品
Adobe	AdobeのEngagement Suite（Adobe CampaignおよびAdobe Experience Platformを基盤とするAdobe Journey Optimizer）
Bloomreach	Bloomreach Engagement
Braze	Braze
Capillary Technologies	Engage+
CleverTap	CleverTap
CM Group	Cheetah Digital
HCLSoftware	HCL Unica
Insider	Growth Management Platform
Microsoft	Microsoft Dynamics 365 MarketingおよびMicrosoft Dynamics 365 Customer Insights
MoEngage	MoEngage
Netcore Cloud	Netcore Cloud Customer Engagement Suite
Optimove	Optimove
Salesforce	Salesforce Marketing Cloud
SAP	SAP Emarsys Customer Engagement Platform
SAS	SAS Customer Intelligence 360

出典：Forrester Research, Inc. 当社の許可なく複製、引用、配布することは禁じられています。

ベンダー各社のプロフィール

Forresterの分析では、各ベンダーについて以下の長所と短所が明らかになりました。

リーダー

- **Salesforceは、マーケターが信頼にもとづく関係を構築できるようにする。** Salesforceは、さまざまな地域や業界に5,000社を超えるCCMHの顧客企業を擁し、今回の調査でも最大のインストールベースを誇りますが、3分の2は北米の企業です。同社では、長年にわたる研究開発の成

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

果として、2022年にリアルタイム顧客データ管理製品のGenieを発表しました。Salesforce Marketing Cloudモジュール全体のさまざまなデータストアの統合作業はまだ途上ですが、Genieは実現可能なフレームワークとして大きな可能性を示しています。データに関する取り組みの強化と、同社の成熟度の高いオーケストレーション能力が相まって、信頼にもとづくシームレスかつパーソナライズされたCXの堅固な基盤を提供します。プライバシー規制やデータの非推奨化など、デジタルの活用に障壁が生まれる中、同社がデータの統合と有効な活用に向けたロードマップを引き続き進めることができれば、企業が顧客と緊密な関係を構築するのを支援する上で、信頼を差別化の要因にすることができます。

同社では、その高度なメール能力以外にも、Journey Builder、パーソナライゼーション（Evergage）、インテリジェンス（Datorama）を提供し、デジタルチャネルとオフラインチャネルの幅広い組み合わせに対応しています。同社のデータおよび分析ツールは、Einstein AIの搭載を推進し、AWS能力を活用することで大きく進化しており、Genieの基盤ともなっています。リファレンス顧客は全般的に満足していますが、より高度なモデリングおよび最適化能力を求めているほか、すぐに使用できる統合機能や、特定の業界を専門とするより多くのパートナーを求めています。あるリファレンス顧客は、同社の製品について「顧客エンゲージメントを強化し、価値を生み出すことのできる堅牢な製品」と評価しています。SalesforceのCCMHは、同社のプラットフォームを活用している顧客企業にとって明確なメリットをもたらす選択肢であり、より大きなEMSの一部としてCCMHの導入を検討している企業に適しています。

- **Adobeは、次世代のCCMH製品を提供し、市場の声に応える。** 同社では現在、Adobe Campaignと、Adobe Experience Platformを利用する新しいAdobe Journey Optimizerの両方を提供しています。この組み合わせにより、オンプレミス、マネージドサービス、SaaS、ハイブリッド型導入モデルを通じて、CCMHを導入できます。同社は、全世界で1,400社を超える顧客企業にCCMHを提供し、その半数近くが大企業です。さまざまな業界に対応し、金融サービス、メディア、小売業界が上位を占めています。同社の優れたビジョンは、CX全体で大規模にパーソナライズできるようにすることに重点を置いています。それを支えるのは、ポートフォリオ全体における膨大なイノベーションに対する投資、大規模なサービス、広範なパートナーエコシステムです。そのCCMHの取り組みと規模により、Adobe Experience Platformへの移行に伴う潜在的な課題に対処することができます。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

Adobe Experience Platformは、顧客プロフィールと顧客の嗜好、ID解決とプライバシー、デジタルインテリジェンスのための堅牢な基盤となります。しかし、多くの顧客企業は、未だに連携データの活用にAdobe Campaignを使用しています。同社のロードマップでは、CCMH利用者の能力の差に対応し、コンテンツ、オファーとプロモーション、webのパーソナライゼーションのためにAdobe Experience ManagerとAdobe Targetをネイティブで統合することを明らかにしています。Adobe Experience Platformの次世代アーキテクチャを導入する顧客企業は、変更管理および複雑な導入要件の課題に直面する可能性があります。リファレンス顧客は、そうした課題を抱えながらも、同社の製品に大きな価値を見出しています。あるリファレンス顧客は、「Adobeのおかげで、膨大な施策を手作業で展開することなく、いつでも顧客の課題を解決することのできるリアルタイムのクロスチャネル体験へとマーケティングをアップグレードできました」と述べています。一方、リファレンス顧客は、価格構造を簡素化し、教育、トレーニング、すぐに使用できる統合機能の強化を期待しています。Adobeは、同社の広範なエコシステムで、CCMHの価値を最大化したい企業に適しています。

- **SASは、インサイト主導の顧客理解に優れている。**SASは、大規模なマーテックベンダーとして世界中で知られています。1,600社の顧客企業の内、75%が十億ドル以上の売上規模を誇る大企業で、70%が北米以外に本社を置いています。顧客企業の60%を銀行、保険会社、通信プロバイダーが占めています。しかし、同社は、競合のEMSと同程度の存在感を発揮するには至っていません。同社の堅牢なCCMHは、顧客を包括的に把握することで、CXおよび組織の効率性を向上させるというビジョンを実現します。これは、分析にもとづいた意思決定を重視する、同社の広範なビジネスとうまく調和しています。しかし、同社が掲げる「リアルタイムで顧客の状態を把握するサービス」は、多くのデジタルマーケターでは備えていないほどの、高度なスキルセットを有するパワーユーザーしか使えないものとなっています。ユーザビリティの向上が、長年にわたり同社のロードマップの主なテーマになっています。特に利用者層が変化し、同社の熱心な支持者よりも若い層が増えているため、そうした利用者でも使いやすい製品にしようと、本腰を入れています。

同社は、データ管理、分析、最適化、パーソナライゼーションの基準において、ほぼ満点の評価を獲得しています。さらに、計画、自動化、スケジューリングのワークフローにも、AIを組み込んでいます。多くの顧客企業が、同社製品を他の製品に接続して、チャンネルに配信するなど、デジタルマーケターのユーザビリティと導入に関する課題が、大規模なCCMHの優位性を低下させています。リファレンス顧客は、全般的に優れた評価を与えていますが、ユーザビリティを改善し、サードパーティとの統合を強化する必要がある点で意見が一致しています（本調査では、ユーザビリティにおいて、最も低いスコアを獲得）。長年にわたる顧客企業は、同社のテクノロジーとスタッフについて、「SASのソフ

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

トウェアは非常に柔軟で、マーケティングの強化に役立っています。また、同社のスタッフは、優先度、ユースケース、テストなどについての社内での話し合いをリードしてくれるので助かっています」と述べています。SASは、複雑なビジネス目標に合わせてカスタマイズされた、分析主導のマーケティングツールを必要とする大企業向けに、拡張性の高い製品とエキスパートサービスを提供します。

- **Brazeは、モバイルでの成功をもとに、エンタープライズCCMH市場に取り組む。** Brazeは、モバイルエンゲージメント自動化基盤から、デジタルチャネル向けの本格的なCCMHへの移行に成功しました。2021年のIPO以降、同社は急速な成長を続けています。同社のSaaS専用製品は、全世界で1,700社を超える顧客企業（20%が大企業）にサービスを提供しているものの、売上の59%を北米で上げています。金融サービス、メディアおよびエンターテインメント、小売が、顧客企業の主な業界となっています。同社は、革新的な製品とエキスパートによるサービスを通じて、「Start Anywhere, Go Everywhere（どこからでも始められる。そして、どこにでも行ける）」という製品ビジョンを実現し、規模や技術的な能力を問わず、顧客との人間味あふれるつながりを構築できるよう支援しています。同社のロードマップは、その概念を反映し、使いやすさ、基盤の適応性、ワークフローの柔軟性にバランス良く投資するものです。

同社は、デジタルインテリジェンス、オファーとプロモーション、パーソナライゼーション、モバイルに関する堅牢な能力を提供し、顧客企業がよりインタラクティブなエクスペリエンス設計ツールを使用し、施策を改善できるよう支援しています。また、主としてデジタルメッセージに力を入れており、オフラインチャネルや人間が支援するチャネルに関する能力は、標準ではほとんど備えておらず、ソーシャルメディアエンゲージメントのサポートと、デジタル広告プラットフォームとの統合を強化する必要があります。同社は、全世界にビジネスを拡大するにあたり、UXのローカリゼーションと、各地域におけるデータセンター増設への投資が必要です。リファレンス顧客は、ローカル市場への展開に合わせた変化が求められると回答する一方、オンデマンド機能、柔軟なカスタマイズ、製品価値を最適化する専門サービスを高く評価しました。あるリファレンス顧客は、「Brazeは優れた戦略的パートナーです。同社の製品をイノベティブかつ容易に利用できるよう、積極的にプレインストリングを支援してくれました」と述べています。Brazeは、柔軟でマーケターが使いやすいCCMH製品を利用して、デジタル体験戦略を刷新したい企業に適しています。

実力者

- **Insiderは、CCMHとCXの連携を実現できれば、大手競合企業に対抗する体制が整う。** Insiderは、シンガポールを拠点とする創立10年の企業で、資金調達ラウンドのシリーズDで1億2,100万ドルの資金を調達し、ユニコーン企業のステータスを獲得しました。2022年には、800社を超える顧客企業に利用されるまでに事業を拡大しています。2021年の調査以降、南北ア

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

リカにおけるビジネスを2倍に拡大していますが、依然として売上の80%近くをAPACおよびEMEAが占めています。Insiderは多様な業界に向けて製品を販売していますが、主にコマースの分野（小売企業や直販メーカー、旅行、メディア、エンターテインメントのブランド）で成功を収めています。同社のCX志向のビジョンは、単なる販売ではなく、消費者の個性を重視した体験への移行を目指す先進的なメーカーの心をつかんでいます。また、変化するマクロ経済の状況により、自身が目指す意欲的な試みが妨げられているメーカーからの関心も集めています。同社のロードマップは、予算削減、雇用状況、人材不足などのため、「少ないリソースで多くを実現」することを迫られているメーカーのニーズに応えます。

同社の製品には、アイデアを練り、プロジェクトを管理し、マーケティングにおける共同作業を促進するためのTrelloベースの便利なツールがパッケージ化されています。あらゆる利用者が同じツールを使用し、利用者同士でベストプラクティスを共有できるダッシュボードも備えています。メールメーカー向けの機能はいたって標準的ですが、モバイルアプリ、モバイルメッセージ、コマースマーケットプレイス向けの統合された自動化および最適化機能に優れています。

リファレンス顧客（全社が10種類以上のチャンネルで同社製品を使用）は、あらゆる基準において、同社製品を高く評価しました。また、非常に高いROIを実現できたと述べ、あるリファレンス顧客は「平均注文金額、維持率、顧客生涯価値、全体的な売上にプラスの効果があった」と評価しています。改善すべき点は、テクノロジーに長けた利用者向けのUXとアカウント管理です。

Insiderは、より優れたデジタル体験を通じて競争力を高めたい、モバイルファーストのコマースメーカーに適しています。

- **MoEngageは、エンタープライズ分野への投資拡大により、モバイルでの成長をCCMHでの成功へとつなげる。** MoEngageは、今回の調査で最も急速な成長を遂げているベンダーのひとつで、CCMHのインストールベースを2021年の評価時から2倍近くに増やしています。2021年の6,250万ドルに加えて、2022年には資金調達ラウンドのシリーズEで7,700万ドルの資金を調達し、この成長を支えるために従業員を2倍以上に増員しています。900社を超える顧客企業の半数以上がアジアの企業で、18%が大企業です。金融サービス、メディアおよびエンターテインメント、小売業界に力を入れ、南北アメリカおよびヨーロッパでも事業を拡大しています。同社は、モバイル分野での専門性を活かし、B2Cブランドがカスタマージャーニー全体で重要な瞬間に最適な体験を提供できるように支援しています。同社のSherpa AIエンジンを利用すれば、リアルタイムのサービスメッセージと、マーケティングプロモーションを自動化することができます。同社は、WhatsApp、Viber、Meta Messengerなどのチャンネルに対して、地域に即した開発、統合、プライバシーバイデザインなど、それぞれの地域に適したアプローチを導入することにより、差別化を図っています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

同社は、モバイル能力に加えて、拡張性の高いデータの取り込みと顧客プロフィール管理を提供し、AIを利用した視覚化と顧客満足度指標に即したパフォーマンスレポートを備えています。ソーシャルメディアとデジタル広告チャネルでは強みを発揮できず、コンテンツリポジトリとの統合も強化する余地があります。これに関しては、リファレンス顧客も改善の必要がある分野として指摘しています。その他の分野では、リファレンス顧客の評価は高く、それぞれ平均10種類のチャネルでMoEngageを使用しており、さらに6種類のチャネルでの導入が進められています。あるリファレンス顧客は、「MoEngageは、AIを利用したパーソナライゼーションの強化を目指す魅力的なロードマップを策定しているため、今後とも同社に投資する予定です」と述べています。MoEngageは、取引に関するコミュニケーションを通じてエンゲージメントを強化し、モバイルメッセージ基盤との統合を目指すマーケターに適しています。

- **Microsoft は、CCMHを利用するパイヤーにとって魅力だが、B2Cのフットプリントを拡大する必要**がある。Microsoftは、2021年にカスタマージャーニーオーケストレーション能力をリリースして以降、B2Cに力を入れており、現在、Microsoft Dynamics 365 Marketingのインストールベースの20%近くを一般消費者向けブランドが占めています。顧客企業の約半数が北米、3分の1がヨーロッパの企業で、金融、小売、医療業界が大半を占めています。同社は、顧客体験のデジタル変革を支援する優れたビジョンを「容易に手にすることのできない差別化要因」として、B2Cマーケターに訴求しています。同社の包括的なポートフォリオにより、マーケターはCRMのあらゆる範囲において、顧客エンゲージメントを強化できます。これは他のCCMHベンダーと比べて大きなメリットとなっています。同社の製品は、既存の環境に適合させることができるため、上流から下流までのすべてを同社製品で固める必要はありません。多くの顧客企業は、クラウドインフラストラクチャ、データおよび分析、CRMの戦略的基盤として投資しています。

同社では、マーケターにとって使いやすい自動化ワークフローを提供すると共に、Teamsを利用した共同作業ツールやPower BI分析を組み込んでいます。他の競合ベンダーは、より高度なモデリングおよび最適化ツールを提供していますが、同社はそのロードマップで、OpenAIに数十億ドルに及ぶ投資をおこない、自然言語分析を強化する意向を示しています。リファレンス顧客は、データ主導の戦略の推進に役立つと回答するものの、比較的小規模な顧客データベースでの活用に留まっています。あるリファレンス顧客は、「Microsoftのおかげで、より優れた意思決定をおこない、カスタマージャーニーをパーソナライズできるようになった」と述べています。リファレンス顧客は、一様に同社との緊密な協力関係を評価していますが、同時にサービスやサポートの改善が必要であると述べています。また、すぐに使用できるデータとチャネルの統合機能については、

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

まだ進化の途上にあると回答しました。Microsoftは、幅広いポートフォリオを活用し、マーケティングをCRMのユースケースにまで拡張したいと考えている企業に適しています。

- **SAPは、マーケティングの生産性を向上させることで、CXではなく売上を高める。** SAPは、2020年にオーストリアを拠点とするEmarsysを買収し、同社のCCMHを自社のCXポートフォリオと連携させました。Emarsysは、主に小売、消費財、旅行、メディア、エンターテインメントなど、従来からSAPが強みとする業界のコマースマーケターを対象にサービスを提供しているため、この連携は効果的であったものの、Emarsysの1,700社を超える顧客のうち大企業はわずか21%に過ぎません。

Emarsysは、先進的なCXに関する取り組みはSAPの各種製品に任せ、もっぱら日々のマーケティングニーズに注力する方針を取っています。その目標は、マーケティングをセールスやサービスとつなぎ合わせる拡張性の高い基盤を通じて、マーケターをサポートし、ビジネスの成果を促進することにあります。この目標を絞り込む姿勢は、顧客の獲得、コンバージョン、ロイヤルティ指標の最適化を目指す、パフォーマンス重視のマーケターにとって魅力的です。より包括的なCX分析に関心を持つ場合は、QualtricsやSAP Analytics Cloudなどの他のツールを利用する必要があります。

同社は、データ管理、分析、マーケティングの自動化、チャネル統合、測定に関するCCMHの要件全体において堅牢な能力を備えており、今回の評価において中程度のスコアを獲得しています。同社の堅牢で、マーケティングにおいて使い勝手の良い電子メール能力は、他のコマース中心の競合ベンダーより優れていますが、リターゲティングのためのソーシャルメディアやデジタル広告チャネルはそれほど重視されていません。リファレンス顧客は、共同作業ツールと、マーケティングとCXの連携を除き、Emarsysにおおむね満足しています。またリファレンス顧客は、改善すべき分野としてUXと統合機能を挙げています。ある比較的新規の顧客企業は、「Emarsysは、時間をかけて当社のビジネスや技術要件を把握し、適切な人材を割り当てて、かつてないスピードで必要なソリューションを提供してくれました」と述べています。Emarsysは、マーケティングの効果とパフォーマンスを最適化するための堅牢で使いやすいツールを求めるコマース企業に適しています。

- **Capillary Technologiesは、急速に成長しているものの、大手ベンダーとは依然として開きがある。** シンガポールに本社を置くCapillaryは、CCMH (Engage+) に加えて、CDP (Insights+) とロイヤルティソリューション (Loyalty+) も提供しています。同社は現在、CCMHの売上の半分以上をAPACで上げていますが、南北アメリカおよびEMEAでも事業を急速に拡大しています。また、大企業向けの営業に積極的に取り組んでおり、400社を超える顧客企業の半数近くが、10億ドル以上の売上を誇る大企業です。当初は、小売業界と消費財業界に的を絞ってサービスを提供していましたが、旅行およびホスピタリティ企業や石油ガス供給企業にもその範囲を広げています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com (メール) または+1 866-367-7378 (電話) までお問い合わせください。

包括的なライフサイクルエンゲージメントのために、同社の3つの製品に投資した場合において、人と人との有意義なつながりを生み出すという、同社のビジョンを効果的に達成することができます。

同社は、多くの欧米のベンダーと比較して、モバイル、コマース、マーケットプレイスに関するAPACのニーズにより的確に対応しています。マーケティング戦略とパフォーマンスを最適化するのに役立つ、AIを利用した革新的な自然言語レコメンデーションを提供しており、同社の差別化要因となっています。また、セグメンテーションとアクティベーションのために、感情的なロイヤルティを利用する独自機能も提供しています。同社は、動的コンテンツをさらに活用し、コンテキストに即したリアルタイムエクスペリエンスを実現する必要があるほか、オフラインチャネルと人間が支援するチャネルにおける導入でも改善の余地があります。しかし、比較的小規模な顧客データベースを利用しているリファレンス顧客は、同社の製品を高く評価し、「パーソナライズされた顧客エンゲージメントとロイヤルティのためのワンストップソリューション」と述べています。リファレンス顧客は、サードパーティとの統合と、他の利用者との情報共有を改善すべき点として挙げています。Capillaryは、CCMHの目標として、ビジネスとCXの両方の指標を重視する marketer に適しています。

候補者

- **Bloomreachは、コマースの成長を支援するが、CXのビジョンで後れを取っている。**

Bloomreachは、スロバキアに本拠を置くExponeaを2021年に買収し、デジタルエクスペリエンスプラットフォーム（DXP）にCCMHの能力を追加しました。同社の主なCCMH製品は、SaaS専用のEngagementモジュールであり、DiscoveryやContentなどのDXPモジュールとの緊密な連携が可能です。同社では、全世界で1,100社の顧客企業にこれらの製品を組み合わせ提供していますが、大企業の顧客は20%未満に留まります。小売企業、消費者向け直販メーカー、エンターテインメントおよびレジャー企業が主な顧客であり、EMEAと北米が大部分を占めています。同社が掲げるCCMHのビジョンは、コマースとデジタル取引に主眼を置き、長期的なCX強化よりも、短期的な売上向上に力を入れる marketer にとって魅力的なものとなっています。

同社は、ネイティブに統合されているCDPにより、堅牢な顧客プロフィール管理とリファレンス管理を提供しています。DXP統合により、コンテンツ管理、オファーとプロモーション、webのパーソナライゼーションツールが追加されています。同社は、計画および共同作業ツールをさらに強化する必要があり、モバイルにおける導入を増やし、UXのローカリゼーションを提供して、グローバル展開に向けてデータセンターを拡張する必要があります。リファレンス顧客は、5,000万件以上の顧客レコードに利用していると一様に答えており、平均で12種類ものチャネルで利用しています。またリファレンス顧客は、短期間のイテレーションによる迅速な製品開発を肯定的に受け止め、ソフト

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

ウェアアップデートにも機能に関する要求が取り入れられていることを評価しています。あるリファレンス顧客は「当社では、長期的にBloomreachであらゆるオムニチャネルコミュニケーションとロイヤルティのニーズに対応する計画です」と話しています。一方、特定の業界や地域のニーズに応えることのできるパートナーとの連携や、ユーザーコミュニティ活動の強化が求められています。Bloomreachは、デジタルコマースの成長を目指すマーケターに適しています。

- **Optimovelは、AIベースの自動化を提供するが、導入先のチャンネルは限られる。**イスラエルに本社を置くOptimovelは、主にEMEAと北米の小売、メディアおよびエンターテインメント業界の中堅企業を対象に製品を提供しています。同社は2022年に、Kumulos（現在のOptiMobile）およびGraphyte（デジタルパーソナライゼーション）を買収しました。売上は着実に増加していますが、同規模の競合ベンダーはより大きな成長を遂げています。同社は、手作業でインサイトを発見し、カスタマージャーニーを構築するのではなく、顧客中心のマーケティングを自動化するという説得力のあるCCMHのビジョンを掲げています。CDPでの実績を持つ同社の製品戦略を支える柱は高度なデータの取り込みです。主に、バッチ処理にはSnowflakeを、ストリーミングデータにはKafkaが利用されています。同社は、インサイトの発見とパフォーマンスの最適化のための堅牢なAIレコメンデーションレイヤーを追加することでビジョンを実現しており、Optibotはマーケターにとって、AIの「助手」となることが期待されています。

同社はAIベースの顧客分析に加えて、強力なモバイル分析とデジタルインテリジェンス能力を提供しています。デジタルインテリジェンスでは、例えば天気、価格の変動、試合のスコアといった、一般的な出来事が顧客の関心にどのように作用し、影響を与えるかを予測する能力を提供しています。クロスチャネルオーケストレーション能力は、電子メール、モバイルのプッシュ通知、アプリ内パーソナライゼーションを中心に導入されています。リファレンス顧客は、全般的に同社に満足しており、特にUX、ネイティブの統合機能とサードパーティとの統合機能、パーソナライゼーションツールを高く評価していますが、コンテンツ管理とユーザーグループ活動の改善を求めています。あるリファレンス顧客は進行中の投資について、「来年にはあらゆるカスタマージャーニーを自動化し、よりパーソナライズされたリアルタイム施策を展開する計画です」と述べています。Optimovelは、AIベースのインサイトによりCCMHの取り組みを最適化しようとする、コマースおよびオンラインゲーム業界の企業に適しています。

- **CM Groupは、電子メール以外のチャンネルにも拡大しているものの、Cheetah Digitalはクロスチャンネルのカバー範囲で劣る。**今回の調査では、CM GroupのエンタープライズCCMH製品として、Cheetah Digitalに重点を置くものの、Selligent Marketing CloudやSailthruなどの小規模なCCMHプロバイダーも同社グループの一部です。Cheetah Digitalは、コアとなる基盤の上に

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

Messaging、Personalization、Experiences、Loyaltyモジュールのレイヤーが追加されており、SaaSや、フルマネージドサービスまたは顧客との連携を前提としたマネージドサービスとして展開しています。同社では、全世界で450社の顧客企業にCheetah Digitalを提供しています。その大部分は北米の企業で、小売、エンターテインメントおよびレジャー、金融サービスが主な業界となっています。同社では、カスタマーライフサイクル全体で顧客を把握し、インサイトを利用して、重要な瞬間にパーソナライズされた体験を提供することにより、長期間にわたる信頼と価値を構築するのを支援するという、意欲的なビジョンを掲げています。一方、Cheetah Digitalの電子メール中心のアプローチは、CCMHの観点から、そのビジョンを完全には実現できていません。

同社の優れたメールテクノロジーおよびサービスにより、顧客企業は主にメールマーケティングでCheetah Digitalを使用しています。他のチャネルにおける能力や導入状況は、競合ベンダーと比較して後れを取っていますが、Experiencesモジュールを通じて優れたソーシャルメディアエンゲージメント能力が提供されています。リファレンス顧客は、現在は電子メールおよび限定的なモバイルのユースケースでのみCheetah Digitalを使用していますが、同社を、ビジネスニーズを把握している戦略的なパートナーとみなしています。あるリファレンス顧客は「端的に述べると、同社を高く評価しています。当社の目標を把握し、その目標を実現するためのサポートを、過去数年にわたり献身的に提供してくれました」と述べています。リファレンス顧客は、同社のイノベーションロードマップとAI能力については改善の余地があると述べ、すぐに使用できる統合機能、サポート、トレーニングの強化を求めています。CM GroupのCheetah Digitalは、主に電子メールによるエンゲージメントを推進しているマーケティングに適しています。

● **HCL Softwareは、Unicaの近代化を進めるものの、新たな顧客企業の獲得に苦戦している。**

HCL Technologiesは、IBMから買収した製品ポートフォリオの管理のため、2019年にHCL Softwareを設立しました。このポートフォリオには、CCMH製品のUnicaも含まれています。同社は、グローバル規模のエンタープライズインストールベースを引き継ぎ、現在では金融サービス、保険、消費財などの業界の約400社が顧客となっています。同社は、UXから基盤となるインフラストラクチャに至るまで、パブリッククラウドまたはプライベートクラウドに展開できるよう、「コンテナ化」により、Unicaの近代化に多額の投資をおこなっています。さらに、ホスト型およびオンプレミス型のオプションも提供しています。同社では、適切なコンテンツを的確な相手にタイミングよく、大規模に配信するというビジョンを掲げています。しかし、従来のアウトバウンドマーケティング向けの時代遅れのキャンペーンワークフローにパーソナライゼーションツールを追加しているため、先進的なベンダーからは後れを取っています。顧客企業の約半数（平均で10年以上使用）は、投資額を増やしていますが、新規見込客の獲得は比較的少数に留まっています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

同社のプランニングと共同作業に関する能力は、大企業の要件を満たすものの、分析、エクスペリエンスのオーケストレーション、最適化ツールについては、デジタルネイティブな利用者に向けて設計された機能を提供する競合ベンダーに後れを取っています。同社は、2022年にCDP機能を追加し、より広範なテクノロジーポートフォリオと戦略的なオープンソースプロバイダによるイノベーションを利用して、Unicaを刷新する予定です。同社のリファレンス顧客から得たフィードバックは多くありませんが、デジタルとオフラインの12チャンネルにおいて、数年間で数百万ドルの投資をおこなった顧客企業の存在を確認しました。あるリファレンス顧客は、「確固としたテクノロジーを有し、IBMからHCLへと移管された後も非常に力強い製品開発ロードマップを掲げている」と述べています。一方、セールスエンゲージメントの強化、コンテンツ統合の改善、分析および最適化の向上を求める声が聞かれました。HCLSoftwareは、既存のUnicaの顧客企業に引き続きビジネス価値を提供するほか、CCMHの導入を検討している企業に大規模なソリューションを提供します。

挑戦者

- **Netcore Cloudは、アジアでの成功を足掛かりに事業拡大を進めるが、製品中心の施策の自動化にとどまる。** Netcoreは、この評価では初めて取り上げますが、25年前からマーテックを手掛け、2023年にはインドでIPOを計画している企業です。2022年に、北米およびヨーロッパへの事業拡大を加速させたものの、1,500社の顧客企業の3分の2はアジアの企業です。同社は、さまざまな業界を対象に製品を販売していますが、小売企業や消費財企業がスムーズなショッピング体験を構築するための支援に重点を置いています。2022年にUnbxdを買収したことにより、AIを利用した検索、マーチャンダイジング、製品レコメンデーションがポートフォリオに追加されました。魅力的な価格に競争力があり、顧客の80%が中堅企業です。同社は、「ベルベットロープマーケティング」と呼ばれる概念にもとづき製品を提供していますが、より高度なマーケティングを提供する大手ベンダーと比べて、単に最終購入日、購入頻度、購入金額（RFM）にもとづき顧客の獲得、コンバージョン、ロイヤルティ施策を自動化するに留まっています。

同社のRaman AIエンジンは、マーケターが顧客のデモグラフィックと行動データを可視化し、電子メール、モバイルメッセージ、コマースのセグメントベースのオーディエンスを構築するのに役立ちます。しかし、大手競合ベンダーと比較すると、セルフサービス分析は基本的なもので、パーソナライゼーションはテンプレート化されたジャーニーと製品オファーを中心としたものに留まり、クロスチャンネルの一貫性を確保するためのプランニングツールと共同作業ツールが欠けています。リファレンス顧客（いずれの企業も売上は5億ドル以下）は、同社を戦略的パートナーとして高く評価しており、使いやすさが優れていると述べています。一方、改善すべき分野として、特定の地域や業界に

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

に対する専門性、チャネルの統合、高度な分析、AIを挙げています。あるリファレンス顧客は、「Netcoreはより優れた機能やモジュールの提供に努めており、製品は全体として改善してきている」と述べています。Netcore Cloudは、小売企業（特に中堅企業）が、電子メール、モバイル、コマースのパーソナライゼーションを自動化できる、ROIの高いCCMH製品です。

• **CleverTapは、基本的なCCMH能力を提供するが、高度なエンタープライズ能力に欠けている。**カリフォルニアに本社を置くCleverTapは、10年前にWizRocketとして設立されました。

APACを中心としたモバイルエンゲージメントにルーツを持つ同社は、南北アメリカおよびEMEAでCCMH分野へと事業を拡大しました。2022年には米国を拠点とするLeanplumを買収しましたが、売上の大部分は現在もAPACが占めています。同社は、全世界に2,000社の顧客企業を抱えています。15%が大企業で、エンターテインメントおよびレジャー、金融サービス、小売が主な業界です。統合データ管理、分析、エンゲージメントのためのTesseractDBが、同社の製品ビジョンの中心に据えられています。しかし、競争や変化の激しいCCMHの市場において、同社はクロスチャネルイノベーションロードマップを加速し、市場アプローチ、製品サポートおよびサービス、パートナーエコシステムを強化する必要があります。

モバイルファーストの分野での実績が豊富な同社は、競争力の高いモバイルエンゲージメントを提供しています。同社は、より包括的な機能を備えたCCMH製品の移行を目指しているものの、APACのモバイルに精通した競合ベンダーと比較してそのスピードは遅く、機能の包括性でも劣っています。リファレンス顧客は、電子メール、web、デジタル広告へと活用領域を拡大し始めていますが、あるグロースマーケター（顧客データを活用して長期的な成長を目指すマーケター）は、同社の製品は依然として「最も優れたモバイルエンゲージメントツール」であると評価し、「メッセージの自動化およびパーソナライズ機能により、顧客との効率的かつ効果的なコミュニケーションに役立っている」と述べています。リファレンス顧客は、一般的にパートナーとしての同社に満足し、パーソナライゼーションについて高く評価する一方、クロスチャネル能力、高度な分析、統合など、改善が必要なテクノロジーを数多く挙げています。またリファレンス顧客は、より多くの業界に関する専門性とユーザーコミュニティも求めています。CleverTapは、モバイルマーケターのニーズに適しており、CCMH能力を進化させ、マーケターと共に成長したいと考えています。

評価の概要

評価基準は、次の3つのカテゴリに大別できます。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

- **現行の製品**：Forrester Waveの図において、各ベンダーの縦軸上の位置は現行の製品の優秀さを表します。顧客データ管理、顧客分析、エクスペリエンス設計、エクスペリエンスオーケストレーション、測定と最適化、ローカリゼーションおよびグローバル対応を主な評価基準としました。
- **戦略**：横軸上の位置は、ベンダーが掲げる戦略の優秀さを表します。製品ビジョン、イノベーションロードマップ、市場アプローチ、市場実績、製品サポートおよびサービス、パートナーエコシステムを評価しました。
- **市場におけるプレゼンス**：市場におけるプレゼンスの強さは、図中に表示された各ベンダーのメーカーの大きさを表しました。3種類以上のチャンネルで製品を利用している、大企業の顧客数を反映しています。

ベンダー選考基準

今回の評価では、以下の基準を満たすベンダーを調査対象としました。

- **大企業の顧客のニーズに応える**。300社以上のCCHMの顧客企業を擁し、大企業の顧客（売上が10億ドル以上）に重点を置き、世界中のForresterのクライアントから関心が寄せられている。
- **クロスチャンネルのユースケースを実現する**。顧客企業の50%（または300社）以上が、3種類以上のマーケティングチャンネルでパーソナライズされたCXを編成するためにCCMHを使用し、25%（または100社）以上が5種類以上のチャンネルを利用している。
- **グローバルな市場展開に注力している**。CCMHによる売上の3分の1以上が本社を置く地域外からのものである、またはCCMHの顧客企業の300社以上が本社を置く地域外に位置している。

補足資料

オンラインリソース

Forrester Waveのすべてのスコアと重み付けはExcelファイルで公開されており、詳細な製品評価とカスタマイズ可能なランク付けを利用できます。このツールは、Forrester.comの本レポートの冒頭にあるリンクよりダウンロードできます。これらのスコアとデフォルトの重み付けは目安として設定されているものであり、個別のニーズに応じて調整することをお勧めします。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

Forrester Waveの調査方法

Forrester Waveは、テクノロジーの導入を検討している企業向けのガイドです。調査に参加するベンダーに対して公正なプロセスを提供するため、[The Forrester Wave™の評価手法ガイド（英語）](#)に従って評価をおこなっています。

一次調査を実施し、評価基準を満たすベンダーのリストを作成します。それらの最初の候補を選考基準にもとづいて絞り込み、ベンダーの最終リストを作成します。続いて、詳細なアンケート調査、デモとブリーフィング、リファレンス顧客の調査と面接を通じて、製品と戦略に関する詳細情報を収集します。これらの情報を、アナリストの市場における経験や専門知識と組み合わせて、ベンダーを他のベンダーと比較する相対的な評価システムを使用してベンダーのスコアを計算します。

Forrester Waveの公開日（四半期および年）は、各Forrester Waveレポートのタイトルに明確に記載されています。今回のForrester Waveに参加したベンダーの評価は、2022年12月16日までに対象のベンダーからForresterに提供された資料を使用して実施し、それ以降の情報の追加は認めませんでした。時間の経過とともに市場とベンダーの製品がどのように変化するかについて、確認することをお勧めします。

Forresterでは正確性を高めるために、[The Forrester Wave™およびNew Wave™のベンダーレビューポリシー（英語）](#)にもとづいて、公表前にベンダー各社に調査結果の確認を依頼しています。Forrester Waveの図で評価に参加していないベンダーとして示されたベンダーは、Forresterが定義した選考基準を満たしたものの、評価に参加しなかった、または部分的にのみ参加したベンダーです。Forresterは、これらのベンダーを、[The Forrester Wave™およびThe Forrester New Wave™の評価対象外ベンダーおよび部分的な評価対象ベンダーに関するポリシー（英語）](#)にもとづいて評価し、参加したベンダーとともにポジショニングを公開しています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

倫理方針

Forrester Waveの評価を含むForresterのあらゆる調査は、Forresterのwebサイトに掲載されている [Integrity Policy](#)に従って実施されています。

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。または、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。

ビジネスとテクノロジー分野をリードしている企業と協力し、顧客から要望の高い成長加速戦略を開発します。

FORRESTER.COM

顧客第一主義

Forresterでは顧客第一主義を何よりも大切にしています。クライアントに寄り添うとともに、クライアントの視点に立つことで、顧客第一主義の推進をお手伝いしています。

調査

実績のある成長戦略で競争力を強化できます。

- 顧客と市場の動向
- 厳選されたツールとフレームワーク
- 客観的なアドバイス
- 実践的なガイダンス

[詳細はこちら](#)

コンサルティング

チームの足並みを揃え、能力を発揮するための最新の戦略をご提案します。

- 綿密な戦略的プロジェクト
- ウェビナー、講演会、ワークショップ
- カスタムコンテンツ

[詳細はこちら](#)

イベント

これまでにない視点を獲得したり、業界のリーダーたちからインスピレーションを得られたりするだけでなく、同業者との人脈を形成できます。

- ソートリーダーシップ、フレームワーク、モデル
- 同業者やアナリストとの人脈形成
- 対面のイベントとオンラインイベント

[詳細はこちら](#)

Forresterをフォロー



お問い合わせ

ご質問や不明点などございましたら、www.forrester.com/contactusよりお問い合わせください。印刷版または電子版ドキュメントの増刷をご希望の場合は、アカウントチームまでご連絡いただくか、reprints@forrester.comまでメールをお送りください。数量割引、教育機関および非営利組織向けの特別価格をご用意しています。

Forrester Research, Inc., 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 USA
Tel: +1 617-613-6000 | Fax: +1 617-613-5000 | forrester.com

配布不可

© 2023 Forrester Research, Inc. すべての商標は所有各社に帰属します。

詳細については、[Citation Policy](#)をご覧ください。また、citations@forrester.com（メール）または+1 866-367-7378（電話）までお問い合わせください。