

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017 年第 4 四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

James McCormick 著

2017 年 11 月 7 日

レポートの趣旨

Forrester では、独自に設けた 32 項目の基準にもとづいて web 分析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として Adobe、AT Internet、Cooladata、Google、IBM、Mixpanel、Webtrekk の 7 社を選定し、調査、分析、採点しました。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、顧客インサイト (CI) 担当者の最適な製品選びにお役立ていただけます。

重要ポイント

Adobe と AT Internet が市場をリード

Forrester の調査の結果、Adobe と AT Internet が市場のリーダーであることが分かりました。IBM と Google は実力者で、Webtrekk、Mixpanel、Cooladata は候補者です。

web 分析は依然としてデジタルビジネスに必須の成功要因

web 分析市場はビジネスに不可欠です。Forrester の調査によると、web 分析はデジタルインテリジェンスの中核的要素であり、web エンゲージメントの把握や、最適なデジタル顧客体験の提供に不可欠な要素です。また、web 分析はブラウザ分析よりもはるかに進化しています。

鍵となる差別化要因はプライバシー、セキュリティ、人工知能

Forrester は、32 項目の web 分析基準にもとづく評価の際に、多数の差別化要因を特定しました。その主なものには、プライバシーとセキュリティ、web 分析データのシンジケーション、AI の適用、ブラウザ計測などが含まれます。

The Forrester Wave™：web 分析（2017 年第 4 四半期）

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化



James McCormick 著

協力：Gene Leganza、Emily Miller

2017 年 11 月 7 日

目次

- 2 web 分析はインサイト主導型ビジネスの中心的なデジタル技法
 - 評価対象ベンダーは 7 つのデジタルインテリジェンスカテゴリーの 3 つに該当
- 5 web 分析の評価の概要
 - 評価対象ベンダーと選考基準
- 7 ベンダー各社のプロフィール
 - リーダー
 - 実力者
 - 候補者
- 11 補足資料

関連する調査ドキュメント

インサイト主導型ビジネスがグローバルな成長をリードする（英語）

デジタルインテリジェンスで顧客体験を最適化（英語）

ベンダーの現状：注目すべきデジタルインテリジェンステクノロジープロバイダー（英語）



レポートを同僚と共有しましょう。
調査共有を使用してメンバーシップを強化しましょう。

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017 年第 4 四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

web 分析はインサイト主導型ビジネスの中心的なデジタル技法

データの活用と分析によって大規模なインサイトを抽出する能力に長けた企業は、2021 年までに世界で 1.8 兆ドルの年間総収益を得ると予測されています。¹ あらゆるインサイト主導型企業に共通することは、顧客に関する情報をデジタルなエンゲージメントによって活用し、測定する能力があるという点です。言い換えれば、インサイト主導型の企業にはデジタルなインテリジェンスが備わっているということです。² web 分析は web サイトが登場したころから存在しますが、そのあり方は以前と同じではありません。web 分析は、顧客エンゲージメントのデジタル化とビジネスのデジタル変革とともに進化し続けています。事実、これらのテクノロジーは今日のビジネスとの関連性を従来より深めつつあります。Forrester は次のことを確認しました。

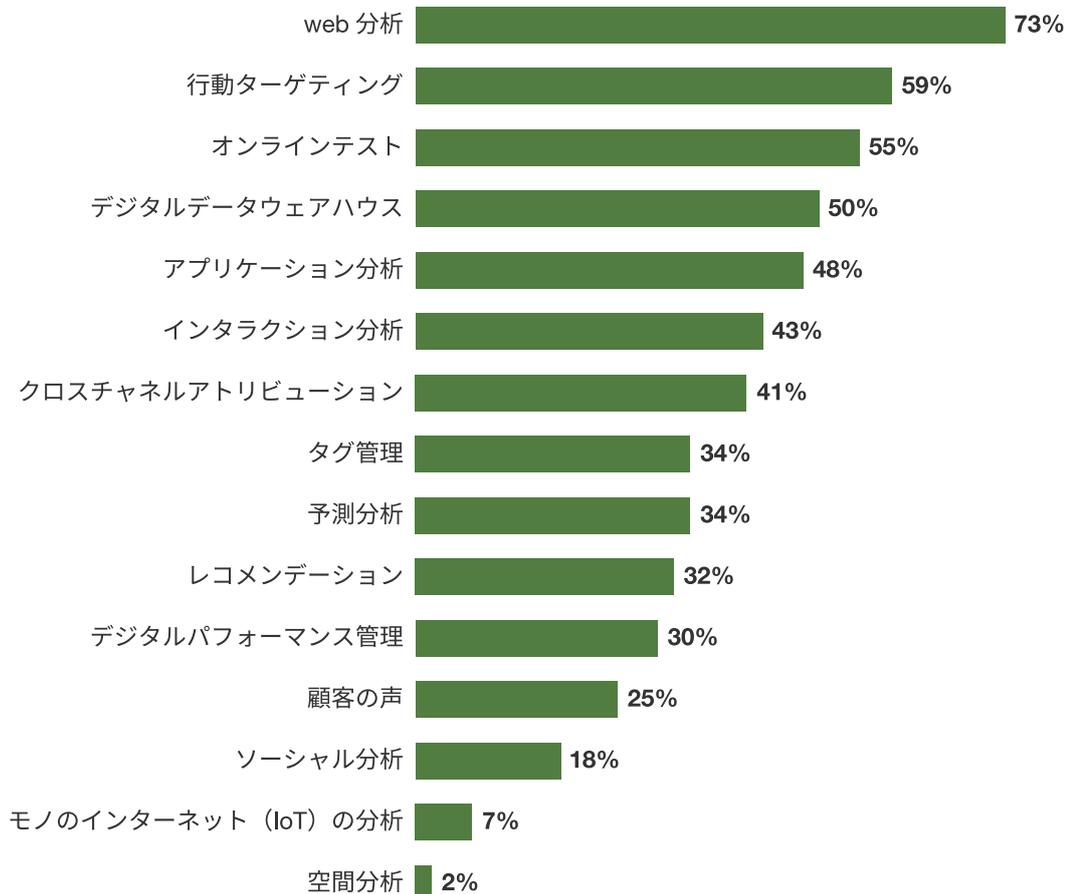
- ▶ **web 分析がデジタルインテリジェンスの中核要素**：今日のデジタルインテリジェンス (DI) の世界では、多くのデジタルデータ管理、分析および最適化テクノロジーが注目を集めています。しかし、単一の手法として最も有力なのは、依然として web 分析です (図 1 参照)。「2017 年第 2 四半期グローバルデジタルインテリジェンスプラットフォーム Forrester Wave™ 顧客リファレンスオンライン調査」では、回答者の約 4 分の 3 が DI プラットフォームプロバイダーの web 分析を利用していました。web 分析の導入率は、アプリケーション分析 (48%)、インタラクション分析 (43%)、クロスチャネルアトリビューション (41%) という 3 つの主要分析手法よりも大幅に高くなっています。
- ▶ **顧客 web エンゲージメントの把握は依然としてビジネスの成功への必須要素**：過去 10 年間に、インターネットトラフィックと顧客エンゲージメントの比率はデスクトップ PC の web ブラウザーからモバイルアプリ、モバイルブラウザー、タブレット、TV アプリおよび IoT (モノのインターネット) デバイスなどへと大きく移行しました。³ しかし、アクティブなインターネットユーザーの大半は、依然としてブラウザーを使用しています。つまり、消費者が商品を購入する際の最も重要なデジタルチャネルは、現在でもブラウザーなのです。⁴
- ▶ **最新の web 分析テクノロジーはブラウザー分析よりも普及**：訪問者の行動を把握することは、CI の専門家にとって今でも重要な要素ですが、今日のデジタル担当者の間では、web 分析システムを使用するケースの方がはるかに増えています。大半のケースでは、これらのシステムを行動ターゲティングに使用して、顧客エンゲージメントのパーソナライズ (70%)、データウェアハウス内でのデジタルデータ管理 (63%)、オンラインテストテクノロジーとの統合 (57%) およびアプリケーション分析の実行 (53%) を進めています。⁵

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

図1 デジタルインテリジェンスプラットフォームで最も使用されている機能は依然として web 分析

デジタルインテリジェンステクノロジープラットフォームを使用して下記リスト内の各テクノロジーを使用している企業の割合



調査対象者：44名のデジタルインテリジェンスプラットフォームユーザー

データ出典：2017年第2四半期グローバルデジタルインテリジェンスプラットフォーム
Forrester Wave™顧客リファレンスオンライン調査

評価対象ベンダーは7つのデジタルインテリジェンスカテゴリーの3つに該当

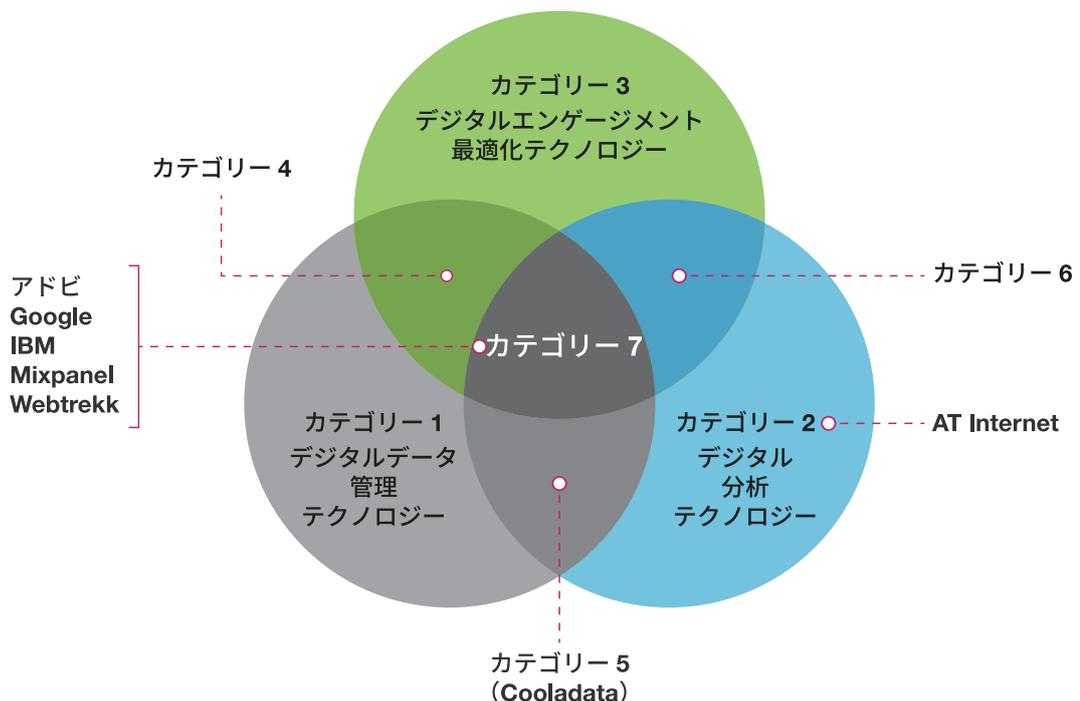
web 分析テクノロジーを提供するベンダーは、次のサービスを提供する幅広いDIベンダー群の一部です：1) デジタルインタラクションデータの管理、2) デジタルインタラクションおよび関連データの分析、3) データ、分析、テストおよび機械学習から得たインサイトにもとづく顧客インタラクションの通知や最適化、4) 前記3つを任意に組み合わせたサービスの提供。⁶Forresterでは、デジタルインテリジェンスを7つのカテゴリーに分けています。これらの各カテゴリーは、異なる機能の組合せを表しています(図2参照)。今回のForrester Waveで評価されたweb分析ベンダーは、3つのDIカテゴリーのいずれかに属しています。これら3つのDIカテゴリーのベンダーはどれも強力なデジタル分析能力を有しますが、次の違いがあります。

The Forrester Wave™：web 分析（2017年第4四半期）

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

- ▶ **カテゴリ 2 の DI ベンダーは、デジタル分析のスペシャリスト**：AT Internet はこのカテゴリに該当します。このグループに属するその他の分析スペシャリストの中には、モバイル分析（例：Appsee）、ソーシャル分析（例：Sprinklr）およびインタラクション分析（例：User Replay）に重点を置いたベンダーも含まれます。
- ▶ **カテゴリ 5 の DI ベンダーは、アナリティクスを用いたデータ管理に注力**：Cooladata はこのカテゴリに該当します。このグループに属するその他の分析スペシャリストの中には、デジタルパフォーマンス管理（例：New Relic）、ストリーミング分析（例：Keen IO）およびタグ管理（例：Commanders Act）に重点を置いたベンダーも含まれます。
- ▶ **カテゴリ 7 の DI ベンダーは、データ、分析および最適化機能を提供**：Adobe、Google、IBM、Mixpanel および Webtrekk はこのカテゴリに該当します。これらのベンダーは、2017年第2四半期の Forrester Wave デジタルインテリジェンスプラットフォーム評価でも DI 機能の評価対象となっています。⁷ カテゴリ 7 のベンダーの多くは、データウェアハウステクノロジーを持ち、モバイル分析、web 分析およびアトリビューション分析を組み合わせ提供しています。また、何らかの形式の行動ターゲティングをサービスに含んでいます。

図 2 評価対象ベンダーは 7 つのデジタルインテリジェンスカテゴリの 3 つに該当



The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

web 分析の評価の概要

Forrester は web 分析市場の現状を調査し、ベンダー各社の相対的な位置付けを調べるために、web 分析のトップベンダーについて長所と短所を評価しました。過去の調査結果を再検討し、ユーザーニーズを評価し、ベンダーと専門家に対するインタビューを実施した結果から、総合的な評価基準 32 項目を設定しました。これらの評価基準は次の 3 つに大別されます。

- ▶ **現行の製品**：評価対象となった機能には、データ収集（例：web ブラウザー計測や訪問者トラッキング）、データリポジトリ、モデルおよびアクセス（例：データストレージや顧客プロファイリング）、データ所有（例：シンジケーション、プライバシー、セキュリティ、ポータビリティ）、分析とレポート（例：セグメンテーション、アトリビューション、モバイル分析）、ダッシュボードとアラート、人工知能、web 分析ユーザビリティとユーザー体験、web 分析テクノロジーエコシステム（例：API やファーストパーティ製 DI 製品との連携状況）が含まれます。
- ▶ **戦略**：Forrester では、各ベンダーの戦略を検証し、製品のビジョン、実施ロードマップ、パフォーマンス、サポートサービスおよびパートナーエコシステムを評価しました。web 分析ソリューションは、より大きな DI や顧客エンゲージメントテクノロジーに含まれるため、パートナーエコシステムが重要となります。
- ▶ **市場におけるプレゼンス**：評価対象となった市場プレゼンスの要素は、web 分析からの収益、エンタープライズ規模の企業顧客数、平均取引規模などです。Forrester では、市場プレゼンスを調査し、評価対象ベンダーの財務的安定性とエンタープライズ規模の企業顧客への対応力を評価しました。

評価対象ベンダーと選考基準

Forrester は、評価対象として Adobe、AT Internet、Cooladata、Google、IBM、Mixpanel、Webtrekk のベンダー 7 社を選出しました。各ベンダーは次の条件を満たしています（図 3 参照）。

- ▶ **顧客からの問い合わせを促進する web 分析ソリューションを保有**：Forrester のクライアントは、問い合わせを通じてベンダーの web 分析ツールの購入を検討することがよくあります。また、ベンダーがこの評価の対象に含められるかどうかは、web 分析テクノロジーのトレンドや市場プレゼンスから Forrester が判断します。
- ▶ **専用の web 分析ソフトウェアソリューションを提供**：各ベンダーは、web 分析機能の提供を目的に設計されたソフトウェアソリューションを提供しています。この機能は、ソリューションの中核的要素となっており、他の分析機能（セッションベースの応答データからのインタラクション分析、顧客分析、インサイト主導型の最適化など）への単なるアドオンではありません。エンタープライズ規模の企業顧客は、web 分析ソリューションを単独のソフトウェアツールとして使用しています。
- ▶ **高度なエンタープライズ web 分析機能を包括的に取り揃えたソリューションを提供**：評価対象となったベンダーは、高度な web 分析機能（訪問者のコンテキストや行動に関するデータを収集するためのブラウザ内における測定、複雑な設定なしに使える幅広いメトリクスやディメンションのプロビジョニングと管理、カスタマイズ可能なセルフサービスダッシュボードなど）を包括的なツールセットとして提供しています。

The Forrester Wave™：web 分析（2017年第4四半期）

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

- 、エンタープライズ規模の web ユーザーベースを有している。各ベンダーの web 分析ソリューションには、エンタープライズ規模の企業顧客が 10 社以上存在します。

図 3 評価対象のベンダー：製品の情報と選択基準

ベンダー	評価対象製品	評価対象製品のバージョン
アドビ	Adobe Analytics	2017 年春リリース
AT Internet	Analytics Suite	V1.04-07-17
Cooladata	Cooladata	SaaS（継続的に更新されます）
Google	Google Analytics 360	SaaS（継続的に更新されます）
IBM	IBM Watson Customer Experience Analytics	SaaS（継続的に更新されます）
Mixpanel	Mixpanel	Mixpanel
Webtrekk	Webtrekk Analytics	Webtrekk Analytics

ベンダー選考基準

1. web 分析ソリューションによってクライアントの問い合わせが増加したか、ベンダーの web 分析テクノロジーに Forrester が注目した。Forrester のクライアントは、問い合わせを通じてベンダーの web 分析製品の購入を検討することがよくあります。また、ベンダーがこの評価の対象に含まれるかどうかは、web 分析テクノロジーのトレンドや市場プレゼンスから Forrester が判断します。
2. ベンダーが専用の web 分析ソフトウェアソリューションを提供している。つまり、各ベンダーは、web 分析機能の提供を目的に設計されたソフトウェアソリューションを提供しています。この機能は、ソリューションの中核的要素となっており、他の分析機能（セッションベースの応答データからのインタラクション分析、顧客分析、インサイト主導型の最適化など）への単なるアドオン（例：A/B テストやオンラインテスト）ではありません。web 分析ソリューションは、単独のソフトウェアツールとしてエンタープライズ規模の顧客に提供され、使用されています。
3. 高度なエンタープライズ規模の web 分析ニーズに対応した包括的な機能セットがソフトウェアソリューションに含まれている。評価対象となったベンダーは、高度な web 分析機能（訪問者のコンテキストや行動に関するデータを収集するためのブラウザ内における測定、複雑な設定なしに使える幅広いメトリクスやディメンションのプロビジョニングと管理、カスタマイズ可能なセルフサービスダッシュボードなど）を包括的なツールセットとして提供しています。
4. ベンダーがエンタープライズ規模のユーザーベースを持つ。各ベンダーの web 分析ソリューションには、エンタープライズ規模の企業顧客が 10 社以上存在します。Forrester では、年間収益が 10 億ドル以上ある企業を、エンタープライズ規模の企業と定義しています。

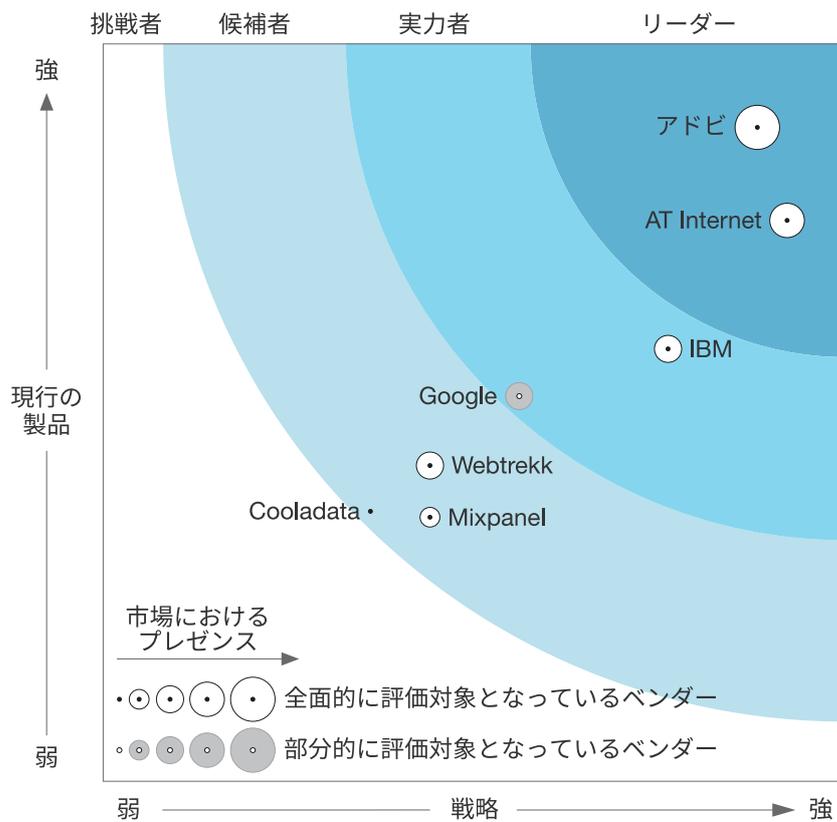
The Forrester Wave™：web 分析（2017年第4四半期）

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

ベンダー各社のプロフィール

web 分析市場のこの評価は、検討のための「たたき台」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、Forrester Wave の Excel ベースのベンダー比較ツール (forrester.com からダウンロード可能) を使用して、個々のニーズに応じて基準の重み付けを調整することをお勧めします (図 4 参照)。

図 4 Forrester Wave™：web 分析（2017年第4四半期）



FORRESTER RESEARCH
The Forrester Wave™

Forrester.com において、Forrester Wave のベンダー比較ツールをダウンロードできます。詳細な製品評価、機能比較、カスタマイズ可能なランキングなどが利用可能です。

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

- ▶ **AT Internet は、市場における地位向上へ地道に努力**：AT Internet は web 分析のリーダーとしてはあまり目立たないこともありますが、同社の Analytics Suite は、最新のデータセキュリティ、プライバシーおよび機密性の保護要件に準拠するためのグローバルエンタープライズ企業向けの機能が充実しており、その品質はエンタープライズクラスのデータ SLA によっても裏付けられています。またこのことは、同社のヨーロッパでの実績を考慮すれば当然とも言えます。⁸ 同社の顧客満足度スコアは、今回の評価で対象となった web 分析の分野の多くで上位に位置しています。ただし、Forrester が調査した顧客からは、UI をもっとシンプルにしてほしいという声も聞かれました。AT Internet の収益の半分以上は、メディア／エンターテインメント、金融サービスおよび小売業界からのものです。購入者の役職で特に多いのは、デジタル分析リードや CMO、CTO などです。

実力者

- ▶ **IBM は、使いやすい web 分析の実現を目指す**：IBM の Watson Customer Experience Analytics では、コンバージョンやロイヤリティと顧客の生涯価値を向上させるために、web サイト、マーケティングおよびデジタルアプリケーションを最適化できます。絶対的な評価としては、IBM はこの製品で一定の成功を収めています。しかし、web 分析市場に従来から存在する競合他社との相対的な評価としては、同社の現在の製品や戦略的なアプローチは苦戦を強いられています。IBM の web 分析ツールを購入している多くのエンタープライズ企業の担当者は、CMO またはデジタル／顧客分析リーダーです。顧客の約半数を金融サービス、小売および保険業界の企業が占めています。
- ▶ **Google は、エンタープライズ web 分析市場への進出を継続**：同社の Analytics 360 Suite のデジタル分析機能は、タグ管理 (Google Tag Manager 360)、サイト最適化 (Google Optimize 360)、データ可視化 (Google Data Studio)、市場調査ツール (Google Surveys 360)、アトリビューション (Google Attribution 360)、オーディエンス管理 (Google Audience Center 360) が統合されています。同製品では、アプリケーションの操作性とユーザー体験が継続的に強化されています。ただし、スイートの一部になったとは言え、データ管理、データ所有、分析およびレポートのサポートレベルや機能は、このレポートで取り上げているいくつかの主要ベンダーと比較すると、依然として劣っています。Google の製品は、CMO やデジタル分析チームなどのユーザーに人気があり、それらが購入者の約半数を占めています。購入者の多くは、小売、金融サービス、メディア／エンターテインメント／レジャー業界の企業です。Google は、Forrester Wave の評価に積極的に参加しませんでした。

候補者

- ▶ **Webtrekk は、高品質な web 分析機能を競争力のある価格で提供**：新たに Forrester Wave の評価対象となった Webtrekk は、あらゆるタイプのユーザーに RAW データへの容易なアクセスを提供するとともに、詳細な分析をおこなうためのサードパーティ製ツールを提供することに注力しています。また同社では、web 分析製品と緊密に統合された DMP およびマーケティング自動化ツールも提供しています。⁹ 顧客の多くは、同製品が価格に比較して高い価値を提供していると感じていますが、一部の顧客は、サポート資料、サードパーティ製ツールと統合するための API、複雑な UI などを改善する必要があると回答しています。同社の製品は、B2C 企業の CMO、CDO (最高デジタル責任者) およびデジタル分析チームに特に人気があり、顧客の多くは、小売、金融サービス、メディア／エンターテインメント／レジャー業界の企業です。

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

- ▶ **Mixpanel は、使いやすさと拡張性を重視して web 分析機能をいちから構築**：Mixpanel は創業当初から、データストレージのコスト削減において優位性を確保し、大量のユーザーの詳細やイベントプロパティを獲得するための処理能力を武器に、ユーザー行動に関する深いインサイトを提供してきました。ただし一部の顧客は、UI、ダッシュボードおよびレポート機能、その他管理機能を改善してほしいと感じています。また、顧客の中には、同社の製品を web 分析やインサイトを活用するための主要ツールとして使用していない企業もあります。そうした企業の分析スペシャリストは、同社の製品を詳細なアドホック分析に使用していると回答しています。購入者の多くは、CPO（最高製品責任者）、CMO および顧客分析チームのユーザーで、主にメディア／エンターテインメント／レジャー、消費者サービスおよびハイテク業界の企業です。
- ▶ **Cooladata は、web サイトを超える広範な測定によって差別化を志向**：Cooladata は、多数の異なるデジタルタッチポイントからデータを取得し、動的データスキームによってリアルタイムに分析できる web 分析製品を提供しています。一部の顧客からは、UI の改善を望む声や、他のシステムで関連レポートを生成した方が容易だという意見が聞かれました。このことは、顧客が同社の製品を主要な web 分析ツールとしてではなく、製品スペシャリストや製品チーム向けのビジネスインテリジェンスツールとして使用している傾向があることの原因の一端を表していると考えられます。Cooladata が提供する web 分析製品の購入者の 3 分の 2 以上は、CPO と CDO です。特に多いのは、オンラインゲームや e コマース、およびメディア業界の企業です。

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

アナリストにご相談ください

Forrester の専門家にご相談ください。お客様のビジネスおよびテクノロジー施策と Forrester の調査結果を照らし合わせ、自信を持って意思決定できるようサポートいたします。

アナリストへのお問い合わせ

調査を実践に活かせるように、アナリストとの30分間の電話セッションを利用されるか、電子メールでお問い合わせください。

[さらに詳しく](#)

アナリストアドバイザリー

調査を実践に活かせるように、アナリストがカスタム戦略セッション、ワークショップ、講演の形式によって具体的な取り組みを支援します。

[さらに詳しく](#)

オンラインセミナー

ビジネスを変える最新の調査結果に関するオンラインセッションにご参加ください。オンデマンドで利用可能な各セッションはスライドを使用し、アナリストによるQ&Aが含まれます。

[さらに詳しく](#)



Forrester の調査のアプリ : iOS および Android.

どこにいても競合他社より早く情報を得られるアプリです。

補足資料

オンラインリソース

図4のExcelベンダー比較ツールにはオンライン版があり、製品の詳細な評価とカスタマイズ可能なランク付けをご覧いただけます。このレポートの冒頭にある Forrester.com のリンクをクリックすると、ツールをダウンロードできます。

Forrester Wave で使用したデータソース

Forrester は、各ソリューションの長所と短所を評価するため、次の3つのデータソースを活用しました。また、Forrester Wave に参加したベンダーが2017年10月13日までに提出した資料をもとに、各ベンダーを評価しています。

- ▶ **ベンダー調査** : 評価基準に従い、ベンダーの能力調査を実施しました。
- ▶ **エグゼクティブブリーフィング** : 製品チームの支援の下、各社のエグゼクティブがプレゼンテーションをおこない、製品戦略と市場規模の推定に関する質問に回答しました。

The Forrester Wave™ : web 分析 (2017年第4四半期)

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

- ▶ **製品デモ**：各ベンダーに対して、製品機能のデモンストレーションに加え、特徴の明確化を目的とする質問への回答を依頼しました。製品デモから得られた所見にもとづき、各ベンダーの製品の機能について詳しく検証しました。
- ▶ **顧客向けアンケートと電話調査**：製品とベンダーの適性を検証するため、各ベンダーの現在の顧客の中から3社を選んでアンケートと電話調査を実施しました。

Forrester Wave の調査手法

一次調査を実施し、当該市場で Forrester の評価基準を満たすベンダーのリストを作成します。最初の候補を絞り込んで、ベンダーの最終リストを作成します。ベンダーの選出は、1) 製品の適合性、2) 顧客の成功、3) Forrester のクライアントの要望に基づいておこないます。顧客の評価が低いベンダーや、Forrester の評価対象外の製品を提供しているベンダーは除外します。

過去の調査結果の再検討、ユーザーニーズ調査、およびベンダーと専門家への面接調査の後、最初の評価基準を作成します。Forrester が設定した基準によりベンダーとベンダーが提供する製品を評価するために、専門家の評価、アンケート調査、製品デモ、顧客との話し合いなどにより製品の性能に関する詳細情報を収集します。ベンダーが提供する製品と戦略についてできるだけ正確な情報を提供するために、評価結果をベンダーに送り、確認のうえフィードバックをお願いし、これにもとづいて評価結果を調整します。

Forrester はクライアントである大企業のニーズ、あるいは Forrester Wave の評価に概説されている他のシナリオに応じて、デフォルトの重み付けを設定し、明確に定義された基準にもとづいてベンダーのスコアを計算します。これらの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、Excel ベースのツールを使用すれば、個別のニーズに応じて調整することができます。最終的なスコアが得られると、現行の製品、戦略、市場におけるプレゼンスの3点にもとづいて市場がグラフで表示されます。Forrester は、製品の機能向上やベンダーの戦略の変化を反映するため、評価は定期的に見直すことを計画しています。Forrester Wave で使用されている手法について詳しくは、Forrester web サイトの [Forrester Wave の評価手法ガイド \(英語\)](#) を参照してください。

調査方法

今回の「The Forrester Wave™: デジタルインテリジェンスプラットフォーム (2017年第2四半期)」で評価対象となったベンダーの現行クライアント44人に対して2017年第2四半期グローバルデジタルインテリジェンスプラットフォーム Forrester Wave™顧客リファレンスオンライン調査を実施しました。各ベンダーに対し、現行の顧客リファレンスを最低3社挙げるよう依頼しました。また、品質を保证するため、あらゆる回答者に対して連絡先情報の提供と所属企業の収益や予算に関する基本的な質問への回答を依頼しました。この調査は2017年1月から2月にかけて実施されました。

本報告書では、各質問の回答者数(サンプル数)を同じにしています。回答者は母集団を代表しているとは限りません。特に断りのない限り、統計データは推測することを目的とするものではなく、あくまでも記述すること(記述統計)が目的です。この調査の間、Forrester はエンドユーザーに対し、各自のDIへの関わり方の特徴と状況に関するアンケートを実施しました。また、DIへのアプローチによって所属企業にどのような恩恵がもたらされているか、また、そのようなアプローチを成熟させることで恩恵をさらに拡大する意思はあるか、といった質問もおこなわれました。この調査は継続的な最適化への取り組みの現状を、定性的に把握することを目的に実施されました。

The Forrester Wave™：web 分析（2017年第4四半期）

大手ベンダーがリードする一方で新規参入企業が成熟市場を活性化

倫理方針

Forrester Wave の評価を含む Forrester のあらゆる調査は、Forrester web サイトに掲載されている **倫理方針**に従って実施されています。

巻末注釈

- ¹ Forrester の見積りによると、インサイト主導型ビジネスは毎年平均 30%以上の伸び率で成長しており、それらのビジネスの収益は 2021 年までに全世界で年間 1.8 兆ドルに達する見込みです。Forrester レポート「[インサイト主導型ビジネスがグローバルな成長をリードする（英語）](#)」を参照してください。
- ² Forrester が定義するデジタルインテリジェンスとは、ビジネス上の意思決定や顧客体験を顧客ライフサイクル全体にわたって継続的に最適化する目的で、顧客のデータやインサイトを取得、管理、分析し、顧客のデジタルインタラクションを全体的な視野で把握する活動のことです。Forrester レポート「[デジタルインテリジェンスで顧客体験を最適化（英語）](#)」を参照してください。
- ³ comScore の「Global Mobile Report」によると、世界のデジタル人口の 4 分の 3 弱は、インターネットへのアクセスにデスクトップ PC を使用しています。また多くの国では、かなりの割合の人々が、依然としてデスクトップ PC のみを使用しています。データ出典：Ben Martin 著「The Global Mobile Report」comScore、(2017年9月12日) (<https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2017/The-Global-Mobile-Report>)。
- ⁴ 米国のインターネットユーザーの 78 パーセントは、直近の商品購入をコンピューターとブラウザー経由でおこなっています。データ出典：Forrester Data Consumer Technographics® North American Consumer Technology, Media, And Telecom Customer Life Cycle Survey, Q2 2017 (US)。
- ⁵ データ出典：2017 年第 2 四半期グローバルデジタルインテリジェンスプラットフォーム Forrester Wave™顧客リファレンスオンライン調査。
- ⁶ Forrester では、成熟した DI 活動を構築するうえで連携が必要なテクノロジーベンダーの組み合わせについて、意思決定者にガイドを提供する目的で、DI ベンダー各社のデジタルデータ、デジタル分析およびデジタル最適化機能を判断基準に、DI ベンダーを 7 つのカテゴリーに分類しました。Forrester レポート「[ベンダーの現状：注目すべきデジタルインテリジェンステクノロジープロバイダー（英語）](#)」を参照してください。
- ⁷ Forrester が独自に設けた 26 の基準にもとづいて DI プラットフォームプロバイダーを評価し、最も重要なプラットフォームプロバイダーとして Adobe、Cxense、Evergage、Google、IBM、Localytics、Mixpanel、Optimizely、SAS、Webtrekk の 10 社を選出して、調査、分析、採点を実施しました。Forrester レポート「[The Forrester Wave™：デジタルインテリジェンスプラットフォーム（2017年第2四半期）](#)」を参照してください。
- ⁸ SLA：サービスレベルアグリーメント。
- ⁹ DMP：データ管理プラットフォーム。

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。

製品とサービス

- ▶ 主な調査とツール
- ▶ データと分析
- ▶ 組織内コラボレーション
- ▶ アナリストの積極的な協力
- ▶ コンサルティング
- ▶ イベント

Forrester は顧客の担当部門と重要なビジネスに特化した調査をおこない、インサイトを提供します。

対象となる部門

マーケティング戦略担当者	技術管理担当者	テクノロジー業界担当者
CMO	CIO	アナリストリレーションズ
B2B マーケティング	アプリケーションの開発と提供	
B2C マーケティング	エンタープライズアーキテクチャ	
顧客エクスペリエンス	インフラストラクチャーと運用	
▶ 顧客インサイト	セキュリティとリスクマネジメント	
eBusiness とチャネル戦略	外注とベンダー管理	

クライアントサポート

印刷版または電子版ドキュメントの再版をご希望の場合は、クライアントサポート（電話：+1 866-367-7378、+1 617-613-5730、電子メール：clientsupport@forrester.com）までお問い合わせください。教育機関および非営利組織のお客様向けの特別価格や数量割引をご用意しています。