

プレスリリース

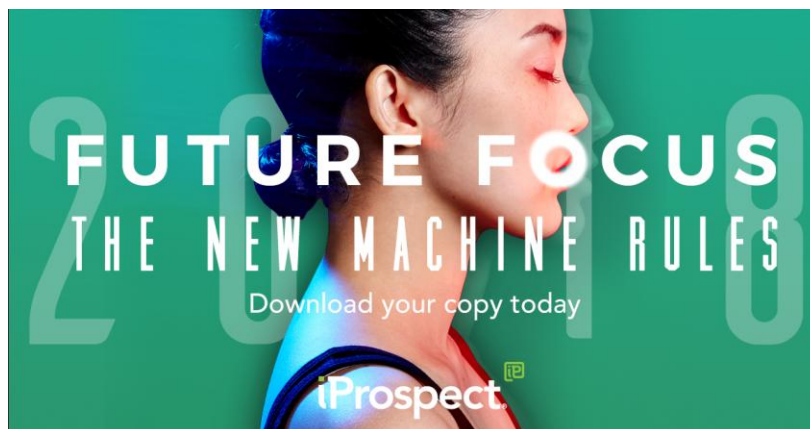
報道関係者各位

電通イーグリス・ネットワークの iProspect、マーケティングビジネスとそのトレンド予測「Future Focus 2018 THE NEW MACHINE RULES」を発表 - グローバルなマーケットデータから包括的な市場予測とアイデアを提議 -

機械とテクノロジーがマーケティングや広告に与える影響はより顕著になり、シームレスな顧客経験と国を超えたボーダーレスな施策実行が重要課題に

iProspect Japan (アイブプロスペクト・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都中央区)はグローバルなネットワークの優位性を活用し、マーケティングビジネスとそのトレンドを分析し予測した「Future Focus 2018」を発表いたしました。

「Future Focus 2018」は、2017年末に iProspect がグローバルでクライアント企業 250 社を対象に調査し、2018年に彼らの事業が直面する重要課題と、急速に変化し大きな期待を集めるデジタルエコノミーで成長しつづけるための優先事項を集め、分析いたしました。本年度、最も注目すべきトピックとして挙げられるのは、データの有効活用による豊かなカスタマーエクスペリエンスの提供、および AI と機械学習がマーケティングに与える影響についてフォーカスした調査結果と予測です。機械学習は時間と労力を節減し、結果として人は判断を迅速に下すことができると共有されています。その他、マーケターが直面する様々な課題が「Future Focus 2018 THE NEW MACHINE RULES」内で言及されています。



■ AI と機械学習がマーケティングを変える

2018年には、主要ブランドが AI と機械学習の潜在的可能性を広告の中で試し始め、マーケティングの施策を次のレベルに押し上げることが予想されています。機械学習には効率を改善し、パーソナライゼーションのスケールを広げ、消費者行動を高い精度で予測する力があり、結果として 2018 年はこの分野への投資と実験が拡大するでしょう。機械学習の自動化とラーニング能力により、組織は単純な動作からクライアント対応ソリューションに至るまで、課題をより迅速且つ大規模に処理できるようになることが予測されます。2018 年は、大規模なパーソナライゼーションが真の意味で可能な年になるのでしょうか。つまり企業は機械学習により消費者へ関連性の高い体験を提供でき、消費者との初接触におけるミスマッチングを減らせるようになるでしょう。

■いつでも、どこでも購入が可能な世界

世界のe-コマース販売高は2016年に1兆9000億米ドル近くに達し、2020年には3兆9000億米ドルまで成長が予測されています。消費者は「何でも、どこでも、いつでも」購入ができることを当然視しています。SNSやメッセージ送信プラットフォームは、コマース機能を自社プラットフォームにシームレスに取り込もうと必死です。これはアジアでは目新しい動きではなく、消費者はもう何年も前からWeChatのようなSNS環境内で直接物を購入しており、ソーシャルコマースは消費者の生活に根付き、ラグジュアリーブランドでさえも多額の投資を行っていることが分かります。

■デジタル・アシスタントの台頭

デジタル・アシスタントはブランドと消費者の関係を根本から変える

マーケットインテリジェンス会社 Tractica によると、今日では7億人以上の人々が携帯端末のSiriや家庭用デバイスのAmazon Alexaなど、何らかのデジタル・アシスタントを利用しています。現在のワードエラー率は人間の聞き取り能力に近く、デジタル・アシスタントはかつてない程私たちをよく理解できるようになりました。アシスタントの利用人口は2021年までに20億人にまで激増すると予想されており、先進国では今後5年間で日常生活の多くの事を自動化し管理するために、何らかの形のデジタル・アシスタントが使用される見込みです。市場調査会社 Forrester の推定によると、デジタル・アシスタントの利用は、率先して取り入れたミレニアル世代にとどまりません。18-24歳の66%が利用する一方で、70歳以上でも40%近くが利用するとされています。

■カスタマーエクスペリエンス（顧客体験）の強化

消費者の期待と現実のギャップを埋める

新たなテクノロジーとプラットフォームが次々と導入され、消費者はこれまで以上に多様な取引形態を選べるようになり、消費者の関心もかつてないほど細分化されています。消費者の期待と現実とのギャップを埋めるには、マーケターは従来の販売経路中心型営業モデルから、顧客中心型モデル（ピープルベースドマーケティング）へと転換する必要があるでしょう。データとテクノロジーを有効活用し、消費者のプライバシーを保護しつつ、消費者像を全方位から捉え、消費者とブランドが接触する最も大切な瞬間（モーメント）を見つけて、消費者が求める豊かな体験を提供する必要があると予測されています。

より詳細な「Future Focus 2018」本編は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。

<https://www.iprospect.com/en/jp/press-room/the-new-machine-rules/>

iProspect (アイプロスペクト)について

英国に本拠地を置き、主要55カ国以上に91のオフィスを展開するデジタルパフォーマンス・マーケティングエージェンシー。電通グループのグローバルエージェンシー・ネットワークである電通イージス・ネットワークに属し、クライアント企業のオンラインマーケティングの投資収益率の最大化をサポート。iProspectの日本法人であるアイプロスペクト・ジャパンは2003年に設立。

■iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン) の概要

会社名 : iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社)

代表者 : CEO 金井 耕一

所在地 : 東京都中央区築地 5-6-10 浜離宮パークサイドプレイス 14F

設立 : 2003年12月

URL : <https://www.iprospect.com/en/jp/>