

2026年1月15日

ADK マーケティング・ソリューションズ、約7割の経営者が課題を特定できない現実— “課題設定と実装のギャップ”を埋める新組織「ビジネスイノベーション局」設立 ～企業が求める“伴走型パートナー”として、戦略から実行まで一気通貫で支援～

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:大山 俊哉、以下「ADK MS」)は、広告/コミュニケーション領域で研鑽してきたケイパビリティを活かし、上位概念となる経営課題を解決することに特化した新組織、「ビジネスイノベーション局」を設立しました。

<公式サイト:<https://www.adk-bi.jp>>

昨今、クライアント企業から「課題を再定義する力」、「戦略を実装する力」などが不足しているという悩みが聞こえています。当社にも、1000を超えるクライアント企業の様々な課題解決支援を行う中で、以下のような共通課題に繰り返し直面してきました。

- ・課題が曖昧なまま戦略がつくられる
- ・策定した戦略が、社内組織に落ちず機能しない
- ・外部パートナーが支援に入っているものの上流か下流かのどちらかに偏り、一貫性がない

これらの結果を踏まえ、クライアント企業のビジネス戦略立案から実行まで一気通貫で伴走する新組織「ビジネスイノベーション局」を立ち上げ、企業の課題解決を実施いたします。

そこで当社は、“課題認知”と“戦略実行プロセス”的実態を把握することを目的に、VUCA 時代における従業員 1000 名以上規模に所属する役員・事業部長(部門長)206 名の方々を対象に、調査を実施しました。

調査の結果から、

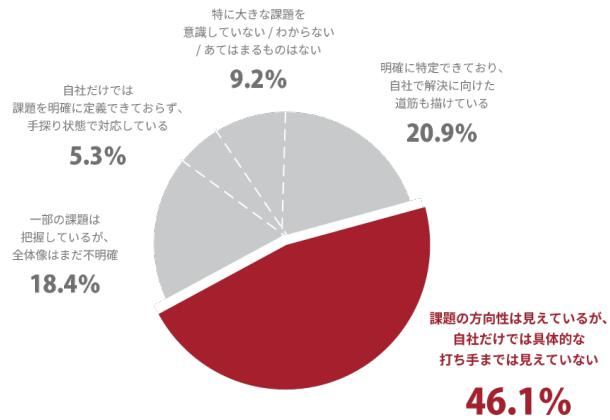
- 経営課題を「明確に特定できている」と回答したのは 2 割に留まる
- 外部パートナー活用者の 4 割以上が「実行に至らなかった」と回答
- 今後求める最重要要素は「自社理解 × 現場伴走」

など、企業が抱える構造課題と外部支援の限界が浮き彫りとなりました。

●トピック①:課題特定の不十分さと自社アセットだけでの具体実行の難しさが明らかに

回答者の約 70%が企業の課題を明確にできておらず、さらに約 50%弱が自社だけでは具体的なアクションを起こすことが難しいと回答。

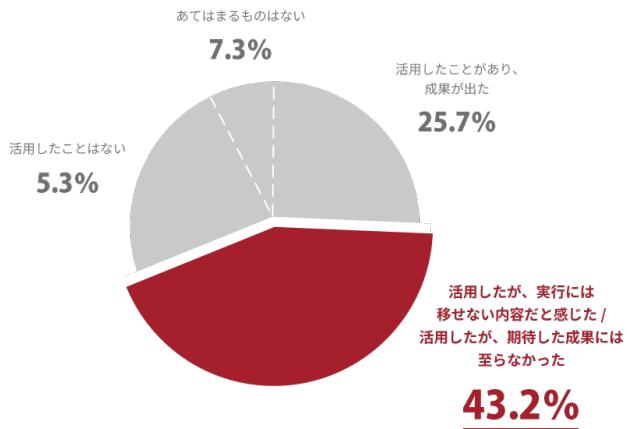
【Q1】現在、自社・自部署の経営・事業課題と解決策を明確に特定できていると感じますか？



●トピック②:外部パートナーの“実行不全”が顕著

外部企業の支援は、結果机上の空論や期待した成果には至らないと答えた方は約40%も感じている。

【Q2】経営課題の解決にあたり、外部パートナー（コンサル、広告代理店、PR会社など）を活用した経験について教えてください。



●トピック③:企業が求めているのは“伴走者/パートナー”だった

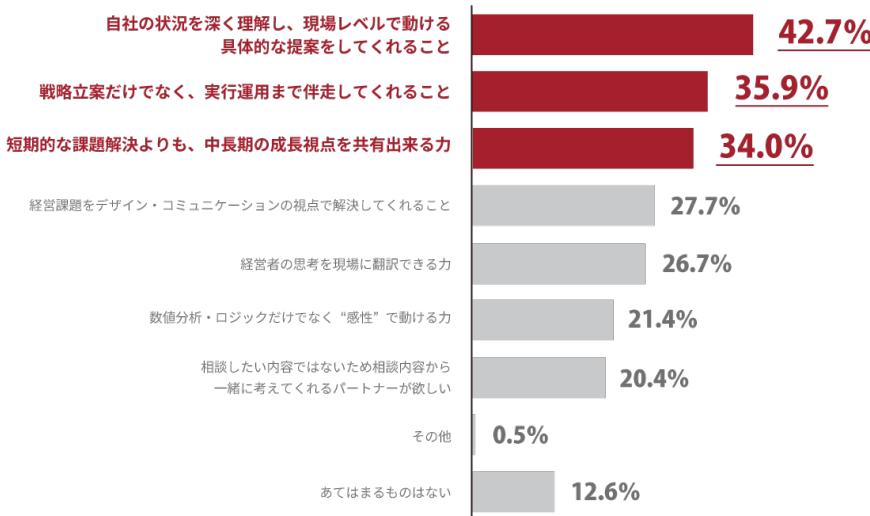
以下の結果に至ったように、企業マネジメントが必要としているのは伴走してくれるパートナーとしての役割を担う外部支援である。

1位:自社理解 × 現場レベルで動ける伴走(42.7%)

2位:戦略～実行の一貫支援(35.9%)

3位:中長期の成長視点共有(34.0%)

【Q3】今後、経営支援パートナーに求めたい要素をお選びください。(複数回答可)



以上の調査から、導かれた課題設定が曖昧なまま意思決定が行われ、戦略が現場に翻訳されず「描くだけ」で止まってしまう、そして「戦略と実行の断絶」を埋められていないという現代企業における構造的な課題が浮き彫りとなりました。

そこで、当社の新組織ビジネスイノベーション局ではその課題を解決いたします。

■提供価値

1. 課題翻訳(Issue Translation)

経営課題の“正体”を特定し、前に進むための共通言語をつくる。

経営・事業・組織・ブランドの“見えにくい課題”を構造化し、事業成長の阻害要因を“解像度の高い言葉”へ翻訳。横断性(Cross-functional Integration)

2. デザイン思考(Experience & Concept Design)

抽象的な戦略を、誰でも理解できる「体験設計」「シナリオ」に落とし、ブランド、コミュニケーション、サービスを横断して設計。戦略を“動く設計図”に変えます。

3. 実行伴走(Activation & Operation)

提案して終わりではなく、現場と一緒に走る共創プロセスを設計し、プロジェクト進行や企画実装まで、継続的に伴走。戦略を“動かしきる”ことで成果まで責任を持ちます。

ADK MS は、ビジネスイノベーション局において、3つのデザイン(ビジネスデザイン・エクスペリエンスデザイ

ン・サービスデザイン)力を活かし、事業課題設計やそのプロセス、構造そのものを描くことを重視しながら、クライアント企業のマーケティング課題を多様なソリューションで解決および貢献していきます。

<調査概要>

調査名 : 仕事に関する意識調査

調査方法 : インターネットリサーチ

調査対象者 : 全国 20~69 歳の従業員数が 1000 名以上の経営者/役員/事業部長

回答者数 : 206s

調査期間: 2025 年 11 月 20 日 ~21 日

調査会社 : マクロミル

<株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ>

マーケティング領域全般における統合的なソリューションをフルファネルで提供。2021 年に始動した事業ブランド「ADK CONNECT」がフラッグシップとなり牽引するデジタル&データドリブン・マーケティング領域では、専門性の高いスペシャリストが組織横断で集結し、クライアントのビジネス成果に貢献する「価値ある顧客体験」をご提案します。

・ADK MS ウェブサイト <https://www.adkms.jp/>

本件に関する問合せ先

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ

BX デザイン本部 ビジネスイノベーション局 山口/児玉/東山/川西

株式会社 ADK ホールディングス

経営企画本部 PR・マーケティンググループ 根岸/大沢 e-mail: mspr@adk.jp