

この資料は 2014 年 7 月 28 日(現地時間)にインド・ムンバイにて発表された
プレスリリースの抄訳です。発表内容の詳細は原文をご覧ください。
【原文 URL】http://www.tcs.com/news_events/press_releases/Pages/Enterprises-reimagine-Digital-Consumer-Economy.aspx

2014 年 8 月 4 日

報道関係者各位

日本タタ・コンサルタンシー・サービシズ株式会社

企業にはデジタル消費者経済に向けた 根本的改革が必要

タタ コンサルタンシー サービスズが最新のグローバル・
トレンド・レポート(Global Trend Report)を発表
Digital Reimagination (デジタル技術による根本的改革)を
企業に呼び掛ける

主な調査結果:

- かつて有力だった多くの企業が辿った道避けるため、企業には Digital Reimagination に取り組み、コアとなるビジネスモデル、製品とサービス、ビジネスプロセス、および職場を変革することが求められている。回答企業の 8%はすでにデジタル戦略として取り入れており、また 3 分の 1 近くは Digital Reimagination を 2020 年までに戦略にすると回答
- さまざまな産業と地域の企業が、今年には平均 1 億 1,300 万ドルに達する大規模なデジタルイニシアティブ*¹ への投資を計画し、また企業の 70%はこの投資が今後 10 年間に成功を収めるうえで不可欠であると考えている
- デジタル分野のリーダー企業*² のうち 57%は、デジタルイニシアティブ*¹ のすべてに適用する全社的に統一された戦略を有しているが、この比率はフォロワー企業*² では 40%に留まる

2014 年 7 月 28 日、インド・ムンバイ発—デジタル消費者経済を迎えようとしている現在、企業はその成功にデジタルイニシアティブが果たす役割の重要性を認識しはじめています。IT サービス、コンサルティング、およびビジネス ソリューションの大手企業であるタタ コンサルタンシー サービスズ(BSE: 532540, NSE: TCS)がこのたび発行したグローバル・トレンド・レポート*³ により、デジタルイニシアティブ*¹ から最大の成果を挙げているリーダー企業*² は、そのようなすべてのイニシアティブのガイドとなる、統一された戦略を有していることが明らかになりました。

For immediate use **PRESS RELEASE**

この「根本的改革への道のり: デジタルイニシアティブの状況と期待される大きな成果 (The Road to Reimagination: The State and High Stakes of Digital Initiatives)」と題されたレポートでは、800社を超えるグローバル企業*4を対象とし、これまでに実施したデジタル関連の投資、得られた成果、および将来の期待を調査しました。デジタル消費者経済を迎えようとする今、この調査ではグローバル 2000 企業が変革の原動力となる 5 つの技術、すなわちビッグデータとアナリティクス、クラウドコンピューティング、モバイルおよびパーベイシブ・コンピューティング、ソーシャルメディア、ロボティクスと人工知能 (AI) をどのように使い、デジタルな根本的改革を進めると共に、コアとなるビジネスモデル、製品とサービス、ビジネスプロセス、および職場を変革しているかが検証されました。

この調査結果について、TCS の代表取締役社長兼 CEO (最高経営責任者) エヌ チャンドラセカランは、「世界の経済は、インターネット経済からデジタル消費者経済へと向かう、あたかも地殻変動のような変化のさなかにあります。このシフトの原動力となっているのは、ビッグデータとアナリティクス、クラウドコンピューティング、モバイルおよびパーベイシブ・コンピューティング、ソーシャルメディア、ロボティクスと人工知能 (AI) の 5 つの主要なデジタル技術です。これらの技術はそれぞれ単独でも大きな影響を及ぼしますが、互いに組み合わせることにより、あらゆる主要産業の企業が製品を開発し、マーケティングを行い、また顧客と関わる手段に根本的な変化をもたらします」と述べています。

「しかしこのように大きな成果が期待される分野では、企業が正しいビジネス目標に注力することが不可欠です。投資からのリターンを最大化するためにはこのようなアプローチが最善であることは明らかであり、これは容易であるとは限らないものの、それを達成した企業は新しいデジタル主導の経済において生き残り、繁栄を収めるための準備を整えていると言えます」とチャンドラセカランは付け加えました。

このレポートで明らかにされた主な項目は以下のとおりです。

リーダー企業はデジタル消費者経済に対して統一された計画を保有

- リーダー企業の 57% はデジタル分野への取り組みをより少数の分野に絞り、フォロワー企業はより多くの目的に対して薄く分散する傾向が見られました。
- リーダー企業は次の 3 つの分野での顧客ニーズをより良く理解していました。
 - まったく新しい製品やサービスに対するニーズの特定 (リーダー企業では 61% がこれを達成していたのに対しフォロワー企業では 34%)
 - 需要予測の改善 (33% 対 18%)
 - より小規模かつ精細な顧客セグメントごとの商品やサービスの提供 (30% 対 17%)
- リーダー企業がまったく新しいデジタル商品やサービスをすでに市場に提供している割合はフォロワー企業のほぼ 2 倍近くに達しています (リーダー企業の 89% がこれを達成、フォロワー企業では 48%)。

顧客動向の取得が最優先

- デジタル分野のリーダー企業は、顧客の行動や期待に関する見通しの取得にデジタル技術を集中する傾向が高く、リーダー企業の 74% はデジタル関連のイニシアティブを自社の製品やサービスに対する要求をより正確に予測することに集中し、また 66% は新しい製品やサービスに対するニーズを把握するため、顧客が製品やサービスをどのように使っているかをモニターするためのイニシアティブを重視しています。
- ビッグデータを使ったより広範囲にわたる見通しの獲得も、より幅広い視点での投資において最大の注力分野となっています。企業はデジタル関連の予算のうち、ビッグデータに最大の予算を費やすことを計画しています。今後 3 年のすべてのデジタル投資のうち 28% はビッグデータ技術に振り向けられ、これに対しソーシャルメディアには 20%、モバイルには 20%、クラウドコンピューティングには 19%、および AI とロボティクスには 13% が費やされる予定です。
- 現在、企業は顧客に関するデータソースを主にモバイル・アプリケーションとソーシャルメディア分析に頼っており、このいずれの技術も回答企業のうち 50% に使用されています。しかしウェアラブル技術も

For immediate use **PRESS RELEASE**

顧客データの主なソースになると予想され、企業の 62%は 2020 年までにウェアラブル機器からのデータ取得を計画しています。

Digital Reimagination はデジタルへの依存度が高い企業にとって最も緊急の課題

- メディアとエンターテインメント、通信、ハイテク、銀行、保険、および金融サービス分野の企業には、コアとなる商品、ビジネスプロセス(特にマーケティング、営業、および流通)、および顧客のエクスペリエンスをデジタル化できる可能性が存在します。
- 通信と銀行、保険、および金融サービス分野では Digital Reimagination への投資の緊急性が認識され、それぞれ 1 億 8,900 万ドルと 1 億 4,200 万ドルに達する最大規模の投資をデジタル関連の活動に行っています。

「この TCS のレポートでは、企業の 70%がデジタル関連のイニシアティブの重要性を認識していることが示されました。調査に回答したリーダー企業が示しているように、デジタル活動に投資する企業は Digital Reimagination を目指しての絞った、ただひとつのデジタル戦略に注力すべきです」とチャンドラセカランは付け加えました。

注釈

1. デジタルイニシアティブとは、デジタル化への取り組みあるいは新規構想戦略のことを指します。
2. リーダー企業とは、そのデジタルイニシアティブがフォロワー企業のデジタルイニシアティブと比較して 10 倍以上の売上増に繋がった企業であると TCS は定義しています。
3. 2011 年から開始したこの調査に先立ち、TCS は以下のデジタル技術に関して以下の 4 件のグローバル・トレンド・レポート(Global Trend Report)のための調査を実施しています。
 - 大規模企業でのクラウド・アプリケーション導入状況([The State of Cloud Application Adoption in Large Enterprises](#))
 - 新しいデジタル・モバイル消費者 - 大規模企業はこれにどのように対応しているか([The New Digital Mobile Consumer: How Large Companies are Responding](#))
 - ビッグデータから得られ始めている大きなリターン([The Emerging Big Returns on Big Data](#))
 - デジタル・フィードバックをマスターする: 最良の消費者企業はソーシャルメディアをどのように使っているか([Mastering Digital Feedback: How the Best Consumer Companies Use Social Media](#))
4. 北米、欧州、中南米、およびアジア太平洋地域の 13 の産業に属する大規模企業から、820 名のエグゼクティブが調査対象となりました。回答企業の平均年売上高は 258 億ドルです。

タタ コンサルタンシー サービスズ(TCS)について

タタ コンサルタンシー サービスズは、世界の企業を顧客として他の企業では匹敵することのできない確実さをもって真の結果を提供する、IT サービス、コンサルティング、およびビジネスソリューション企業です。TCS はコンサルティングを基盤とし、IT、BPO、インフラストラクチャ、エンジニアリング、およびアシュアランスサービスを総合的に提供しています。これらは卓越したソフトウェア開発の基準として認識されている、TCS 独自のグローバル・ネットワーク・デリバリー・モデル(Global Network Delivery Model™)を通じ、IT と IT によって可能になるサービスを総合的に提供しています。TCS はインド最大の工業コングロマリット(複合企業体)であるタタグループに属し、305,000 人を超える最高のトレーニングを受けた人材を世界 46 か国に展開しています。2014 年 3 月 31 日を末日とする会計年度の売上高は 134 億米ドルに達し、またインドの国立証券取引所とボンベイ証券取引所に上場しています。TCS の詳細については www.tcs.com をご覧ください。