

2024年9月18日

電通グループ、BtoBバイヤーを深く理解するための年次調査 「dentsu B2B Superpowers Index」を発表

— グローバルでのBtoB企業支援サービス拡大に合わせて、第4回の調査を公開 —

電通グループ（ブランド：「dentsu」、本社：株式会社電通グループ、拠点：東京都港区、代表者：代表執行役 社長 グローバル CEO 五十嵐 博、以下、dentsu）は本日、世界最大規模のBtoB購買行動に関する調査「Superpowers Index」（スーパーパワーズ・インデックス／以下、本調査）を発表しました。本調査は、4年連続で継続しており、世界の累計14,000人以上のバイヤーへのインタビュー及び、25,000件以上の詳細な購買体験データに基づいています。そのため、BtoBの購買意思決定に至るまでの行動要因、BtoB購買ジャーニーの改善点、BtoB経験がビジネスに与える影響等を測るプラットフォームとして多くの企業に活用されています。



「Superpowers Index」の全文は[こちら](#)からダウンロード可能です。（英語のみ、18 MB）

dentsu は、BtoB 専門プラクティス「dentsu B2B」^{※1}のグローバル展開に合わせて本調査を発表しました。dentsu B2B は、前身である「Merkle B2B」^{※2}を進化させたプラクティス^{※3}で、dentsu 傘下のエージェンシー・ブランドと地域を横断するケイパビリティを統合することで、dentsu が提供するサービスとしてグローバル規模の一貫性とローカル価値の創出、双方を実現しています。また、dentsu Americas B2B プレジデントのパトリック・ハンセル、dentsu EMEA B2B プレジデントのロブ・ゴールド、dentsu APAC B2B プレジデントのキアラン・ジーン、日本においては、B2B マーケティング・コンサルティングをリードする株式会社電通 第8 マーケティング局マネージング・ディレクターの小室猛士が、それぞれの事業地域を率いる体制を整え、地域間の連携を深めながらソリューションを発展させています。

「Superpowers Index」は、B2B マーケティングにおける総合的なブランド体験を測定する基準を設定し、B2B 企業の事業成長へのパフォーマンスを測るインデックスを提供しています。2021年に開始し、第4回となる本調査での主なインサイトは次のとおりです。

- ・ブランド構築の優先順位は、2023年の第5位から2024年には第1位に急上昇
- ・BtoB購買ジャーニーの一部として考慮されるブランド数は、2021年以降62%増加
- ・意思決定に要する平均時間は2021年以降、54日増加。これによって遅延したBtoB取引の機会が世界経済に与えた影響は、約1.9兆ドルと推定
- ・自社のニーズに合った製品を提供するBtoB企業に非常に満足している企業は、5社中2社程度にとどまり、このスコアは2022年以降、改善していない
- ・独自の「Superpowers Index Score」が10ポイント上昇すると、各取引機会のドル換算額は平均14%上昇

本調査に加え、dentsu B2Bは、「dentsu B2B グロス・エンジン」^{※4}を通じて、BtoBマーケティングおよび営業戦略の変革を目的とした以下の専門ケイパビリティを立ち上げています。

Marketing For Growth：テクノロジー・イネーブルメント^{※5}とマーケティングサービスの両方を活用し、ビジネスの成長を加速させるためのフレームワーク。高度なテクノロジーと戦略的なマーケティング活動を統合することで、企業はスケール可能な成長を実現し、市場での存在感を高めることができます。

Intelligent ABX：AIの活用を含め、アカウント・ベースド・エクスペリエンス^{※6}の向上に革命をもたらしていくソリューションフレームワーク。クライアントの、主要アカウントに対するより効果的なターゲティングとエンゲージメントを確実なものにし、ビジネス成果の向上につながるアプローチの変革を可能にします。

Brand to Demand Advertising：ターゲットとする顧客の全体像を捉えながらブランディングとデマンドジェネレーションの取り組みをシームレスに統合し、BtoBマーケティングのパフォーマンスを高めるためのソリューションを提供。これらの重要な要素を連携させることで、ブランドインパクトと需要の喚起を最大化する確かな戦略を構築し、ビジネスの持続的な成長をもたらします。

Sales Enablement：セールス・イネーブルメント^{※7}においては、コマースの推進と顧客体験の向上に重点を置くソリューションを提供。営業プロセスを最適化し、卓越したカスタマージャーニーを提供することで、ビジネスの収益向上を支援します。

dentsu B2B APAC プレジデント、キアラン・ジーンのコメント：

「Merkle B2B が顧客にメディア、カスタマーエクスペリエンス、クリエイティブを横断する統合ソリューションを提供するために設立されてはや5年、dentsu B2B への拡張は、さらなるイノベーションを推進し、ビジネスの成果を生み出し、クライアントの成長に貢献する真の機会になると言えます。世界の多くの企業は何らかの形で B2B 企業の側面があり、それは私たちがクライアントのために真のイノベーションパートナーとなり、ビジネス変革、メディア、クリエイティブ、CXM、コマース、データ、テクノロジーと多岐にわたる、グローバルなケイパビリティと共にインパクトをもたらす機会になるとも言えるでしょう。」

dentsu Americas B2B プレジデント、パトリック・ハンセルのコメント：

「Superpowers Index は、30 に及ぶ意思決定の行動要因に関するパフォーマンスをベンチマークとして設定し、年々進化する B2B マーケティングを俯瞰したインサイトや改善機会の特定と共に、顧客企業の成長を促進するためのフレームワークを提供するものです。また、私たちはこの調査で示される市場横断的なグローバル・クライアントのニーズに合わせ、dentsu B2B のサービスを常に洗練させてきました。私たちの目標は、BtoB 領域の顧客企業に対して、マーケティング、IT、営業活動をさらに効果的に結びつけるために必要なツールとインサイトを提供することです。今回ご紹介するこれらのソリューションは、BtoB 事業を成功に導くという私たちのコミットメントを大きく前進させるものになります。」

dentsu は、今後も BtoB 専門プラクティス「dentsu B2B」を注力領域の一つとして進化させることで、様々なケイパビリティの統合によって顧客企業のトップライン成長を実現する「インテグレートド・グローバル・ソリューション」を更に強化していきます。

- ※1 電通グループの BtoB グローバル・チームはインサイト、クリエイティブ、カスタマー・エクスペリエンス・マネジメント、メディア等、各分野における専門知識を活用して、グローバル市場向け BtoB ソリューションを提供しています。
<https://www.dentsu.com/dentsu-b2b>
- ※2 電通グループの海外市場向け BtoB ソリューションを提供するスペシャリストチーム。
<https://www.merkle.com/en/about-us/industry-expertise/b2b.html>
- ※3 プラクティスとは、dentsu がグローバルで提供するサービスの括りの名称です。
- ※4 dentsu B2B のケイパビリティを統合させて、顧客企業の成長に変革をもたらすための独自のプロセス。
- ※5 テクノロジー・イネーブルメントとは、先端技術を導入することで、事業目標に貢献し、パフォーマンスを向上させるプロセスです。
- ※6 顧客のライフサイクル全体を通じて重要なターゲットとなるアカウント（企業）に焦点を当て、その顧客との関係を深めるための戦略のこと。
- ※7 顧客企業の営業活動をサポートし、売上向上のために必要なツールを提供するプロセス。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ

グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、トドル

Email : group-cc@dentsu-group.com