

2023年7月27日

報道関係各位

バーチャレクス・ホールディングス株式会社
(東証グロース：6193)

RevOps に関する実態調査 2023 年版第三弾結果公開

部門横断の取り組みを既に行っている企業は KPI の設定やプロセス間の
データ連携・活用を重視！

バーチャレクスグループのバーチャレクス・コンサルティング株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：丸山勇人、以下「バーチャレクス」）はこの度、『RevOps（レベニューオペレーション）』に関する実態調査第三弾の結果を公開しました。

これは今までの 2023 年版第一弾「認知 & 取り組み状況 編」、第二弾「成果 編」に続く、第三弾「運用 編」となります。

第二弾調査結果ハイライト ※詳しくは[こちら](#)

- 直近 5 年間の売上が「上昇推移」と回答した割合が最も高い属性は、「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」（＝ [属性①] ）。
- 直近 5 年間の「新規顧客数」が「増加した／上がった」と回答した割合が最も高い属性は、「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」（＝ [属性①] ）。
- 直近 5 年間の「既存顧客数」が「増加した／上がった」と回答した割合が最も高い属性は、「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」（＝ [属性①] ）。
- 直近 5 年間の「客単価」が「増加した／上がった」と回答した割合が最も高い属性は、「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」（＝ [属性①] ）。

RevOps 実態調査とは？

本調査は、全国の 20 歳以上の「経営者・役員」、「会社勤務（正社員・管理職）」、「会社勤務（正社員・一般社員）」および、「勤務先の従業員規模 500 人以上」に該当する 9,798 人を対象に、RevOps の認知度や部門横断の取り組み状況や部門横断の取り組みに関連する内容を聴取し分析した実態調査となります。

■第三弾調査概要

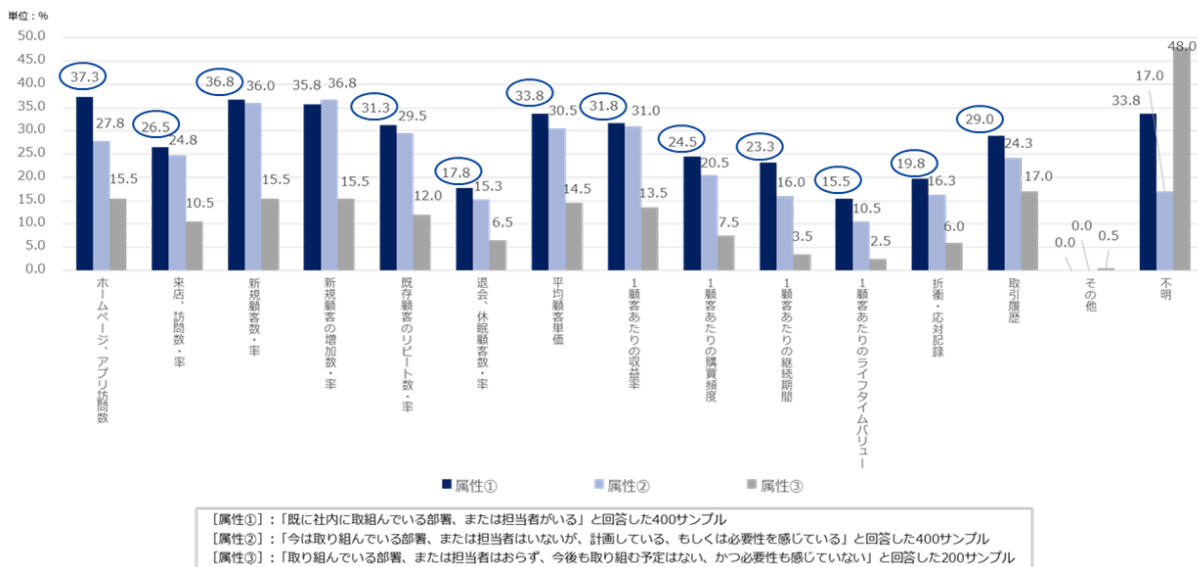
第二弾「成果 編」と同様、9,798 人の対象者のうち、以下に当てはまる 1,000 人に対して深掘り調査を行いました。

「マーケティング、営業、カスタマーサクセス」における部門横断の取り組みを、

- 属性①：既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある（n=400）
- 属性②：今は取り組んでいる部署、または担当者はいないが、計画している、もしくは必要性を感じている（n=400）
- 属性③：取り組んでいる部署、または担当者はおらず、今後も取り組む予定はない、かつ必要性も感じていない（n=200）

1. 顧客関連情報取り扱い状況について

属性別「顧客関連情報取り扱い状況」回答割合

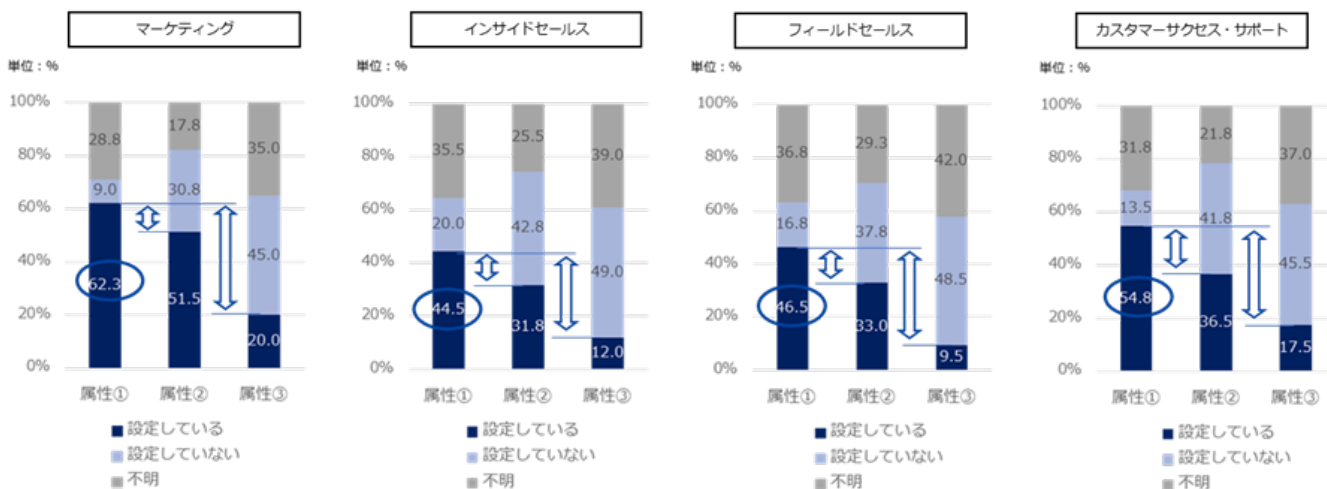


顧客の購買行動に関する情報の取り扱いについては、回答割合が最も高く尚且つその項目数が一番多い属性は、「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」 (= [属性①]) であり、ほとんどの項目で高い状況です。

第二弾調査結果の中で、部門横断の取組を行っている企業は相対的に売上を伸ばしている傾向があるということが分かりましたが、その売上につながる KPI として顧客の行動や購買に関するデータを取得し日々の業務の改善等に活用されている企業が多いのではないかと見受けられました。

2. プロセス別管理指標 (KGI/KPI など) 設定状況について

属性別「プロセス別管理指標 (KGI/KPI など) 設定状況」回答割合



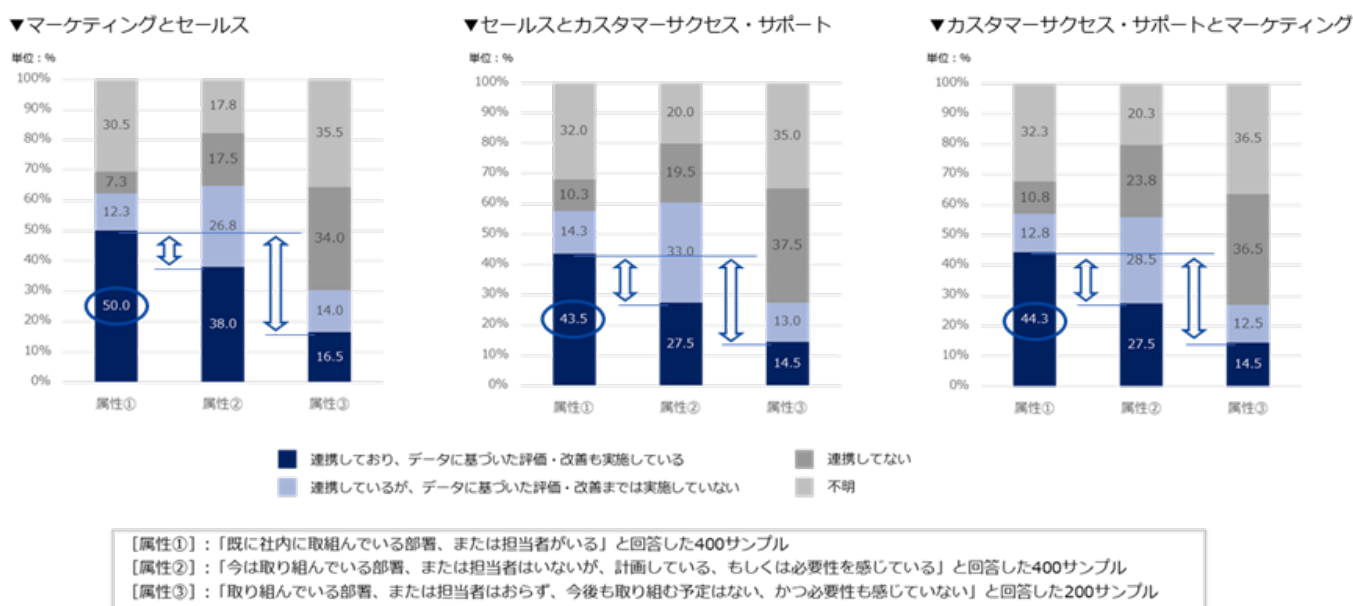
プロセス別管理指標（KGI/KPI など）設定については、どのプロセスにおいても【属性①】の「設定している」と回答した割合が他の属性に比べて最も高い状況です。

加えて【属性①】は他の属性に比べて、どのプロセスとも「設定している」と回答した割合の差が10ポイント以上高い状況です。

部門横断の取り組みを行っている企業ほど各プロセスにおける管理指標を設定し、分析及び評価しながらプロセスごとに改善している状況が見受けられ、こちらも第二弾調査結果の中の売上上昇傾向を裏付ける一つの要因ではないかと推察することができます。

3. プロセス間データ連携・活用状況について

属性別「プロセス間データ連携・活用状況」回答割合



プロセス間データ連携・活用状況については、どのプロセス間とも【属性①】の「連携しており、データに基づいた評価・改善も実施している」と回答した割合が最も高い状況です。

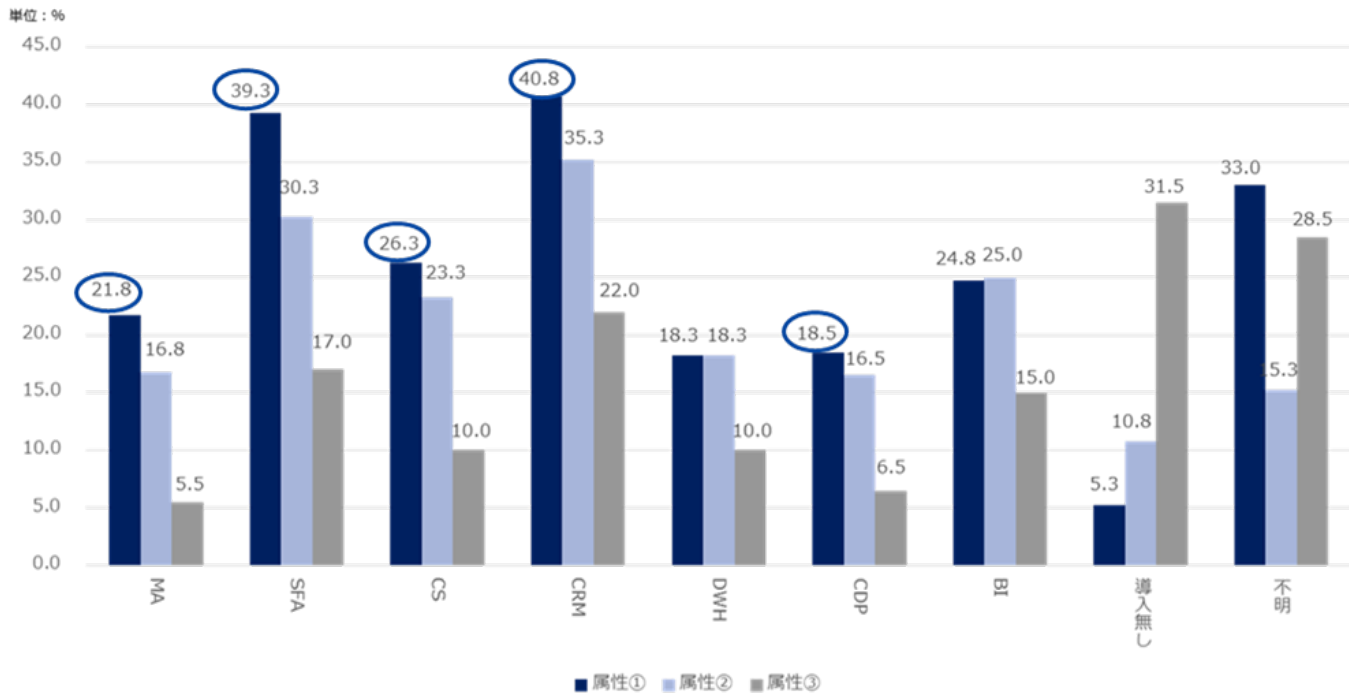
加えて【属性①】は他の属性に比べて、どのプロセスとも「連携しており、データに基づいた評価・改善も実施している」と回答した割合の差が10ポイント以上高い状況です。

部門横断の取り組みを行っている企業ほどプロセス間でのデータを相互に連携し、尚且つそのデータに基づいた分析及び評価しながら、プロセス別だけでなくプロセス間の活動を可視化し改善につなげている状況が見受けられました。

一方で、各部門が自身の業務や成果だけを注視するのではなく、顧客を起点とした一貫性のある業務プロセスと、それがあべき形で運用されていることをデータで確認していくことが部門横断での取組効果を最大化していく際に非常に重要になりますが、システムは連携されていてもデータに基づいた評価・改善までは行えていない企業やまだ連携できていない企業も多くあり、取り組みの余地は大きいのではないかと考えられます。

4. システム導入状況について

属性別「システム導入状況」回答割合



【属性①】：「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」と回答した400サンプル

【属性②】：「今は取り組んでいる部署、または担当者はいないが、計画している、もしくは必要性を感じている」と回答した400サンプル

【属性③】：「取り組んでいる部署、または担当者はおらず、今後も取り組む予定はない、かつ必要性も感じていない」と回答した200サンプル

□ システム用語補足

「MA」 マーケティングオートメーションシステム

「SFA」 営業支援システム

「CS」 カスタマーサクセスツール（チャットボット、ヘルプスコア管理、NPS管理など）

「CRM」 顧客管理システム

「DWH」 データウェアハウス

「CDP」 カスタマーデータプラットフォーム

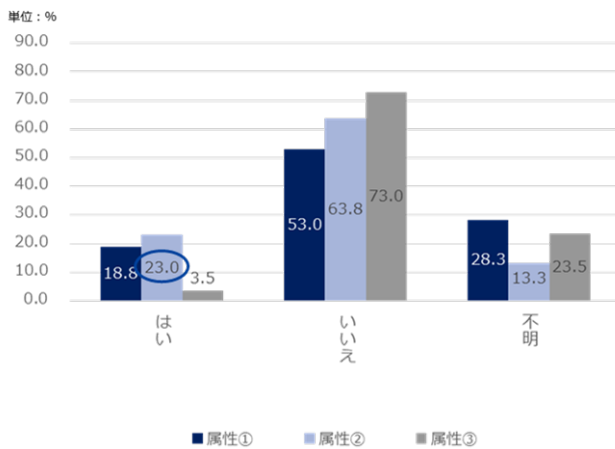
「BI」 ビジネスインテリジェンス

システム導入状況については、「導入無し」「不明」を除くと、回答割合が最も高く尚且つその項目数が一番多い属性は、【属性①】であり、「MA」「SFA」「CS」「CRM」「CDP」で最も高い状況です。

前述にて、顧客関連情報の取り扱いやプロセス間におけるデータ活用で【属性①】の回答割合が最も高いことを考えると、顧客属性や行動などの情報を収集し活用するためには、関連するシステム導入は必要不可欠と考えられている企業が多く、また実際にシステムを運用されている状況であると見受けられました。

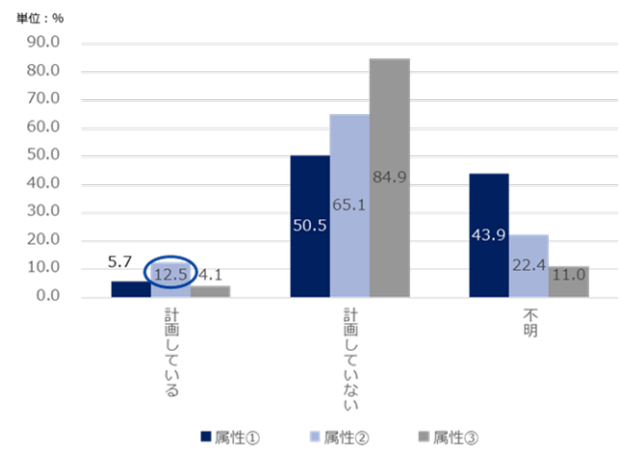
5. 「CRO（Chief Revenue Officer）：最高レベニュー責任者」設置及び計画状況について

属性別「CRO設置状況」回答割合



属性別「CRO設置計画」回答割合

※CRO設置状況において「いいえ」と回答した人のみ (N=613)



【属性①】：「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」と回答した400サンプル
 【属性②】：「今は取り組んでいる部署、または担当者はいないが、計画している、もしくは必要性を感じている」と回答した400サンプル
 【属性③】：「取り組んでいる部署、または担当者はおらず、今後も取り組む予定はない、かつ必要性も感じていない」と回答した200サンプル

CRO 設置及び計画状況については、「設置している = はい」と「計画している」の回答割合がいずれも低い結果となりました。日本企業における CRO の設置についてはまだあまり重要視されていない状況であると見受けられます。

第一弾「認知&取り組み状況 編」でお伝えしましたが、現在のところ部門横断での取組をすすめている企業は「経営企画関連部署」「マーケティング関連部署」等が中心となって取組を進める企業が多いようです。

6.まとめ

第二弾「成果 編」の結果にもあったように、直近5年間の売上が「上昇推移」であると回答した割合が最も高い属性は「既に社内に取り組んでいる部署、または担当者がある」 (= [属性①]) でした。

その [属性①] は他の属性に比べて、目標となる管理指標 (KGI/KPI など) を設定している割合が多く、またその設定した KGI や KPI 達成状況を把握するために様々な顧客関連情報 (サイトへの訪問数や顧客の購買行動に関する情報) を取得している割合も高いことが分かりました。

部門横断での取組を効果的に行う上では、各プロセスにおける業務が最適化され、それぞれが KPI 等の目標を高い水準で達成しながらも、部門間のプロセスやシステムがスムーズに連携されていることが重要ですが、一方で取り組みの難易度が高いことも事実です。

そのような中、こういった部門横断での取り組みの重要性を認識し、実際に売上を伸ばさせている企業が多いというのは、非常に印象的な結果となりました。

バーチャレクスでは、今後も RevOps の考え方や取り組みに注視し、様々なコンテンツや情報配信を行ってまいります。

2023年版 RevOps 調査レポート (ホワイトペーパー) のダウンロードご案内

第一弾：「認知&取り組み状況 編」から今回の第三弾：「運用 編」の調査結果を一つにまとめたレポートを下記よりダウンロードいただけます。

○2023年版 RevOps 実態調査 (国内) 調査結果レポートは [こちら](#)

【『RevOps（レベニューオペレーション）』とは？】

「Rev」はレベニュー（収益）、「Ops」はオペレーションのことで、RevOps（レベニューオペレーション、以下「レブオプス」）とは、マーケティングコミュニケーション・営業・カスタマーサクセスの部門単位での非効率な業務運営を解消し、生産性や組織全体での成長を高め、顧客にシームレスで一貫性のある良質な体験（CX）を提供することで、売上増加を加速させる方法論を指します。

【調査実施概要】

「2023年 国内における RevOps 実態調査」

- ・ 調査方法 : インターネットアンケート
- ・ 調査実施期間 : 2023年3月24日～2023年3月26日
- ・ 対象地域 : 全国
- ・ 対象者 : 調査会社のモニター事前登録情報において、20歳以上、職業＝「経営者・役員」「会社勤務（正社員・管理職）」「会社勤務（正社員・一般社員）」、従業員規模＝「500人以上」が対象、対象数＝9,798サンプル

【関連情報】

- ・ [RevOps 実態調査（国内）2023年版第一弾：「認知&取り組み状況 編」](#)
- ・ [RevOps 実態調査（国内）2023年版第二弾：「成果 編」](#)
- ・ [博報堂との協業でシステム基盤の診断サービス「HAKUHODO Marsys Assessment for RevOps」の提供を開始](#)
- ・ [連載【企業の「稼ぐ力」を最大化する RevOps】Vol.1 「RevOps」と何か？](#)
- ・ [連載【企業の「稼ぐ力」を最大化する RevOps】Vol.2 RevOpsを推進するための戦略、システム、組織](#)