

デジタルビジネス運用支援で企業の脱炭素DXを推進する



# 2022年度 EMCサービス品質調査 報告書

2023/4/27

# ごあいさつ

日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度は、当社サービスの更なる改善・向上を目的としたアンケート調査にご協力いただき誠にありがとうございました。お忙しい中にも関わらず多くの質問にお答えいただき、また具体的かつ率直なご意見を賜り心より御礼申し上げます。

当社は、「お客さま企業のデジタルシフトを推進しビジネス成果とユーザー体験を向上し続けるデジタルマーケティング支援専任チーム」をコンセプトにEMC（エンゲージメント・マーケティング・センター）を注力サービスとして提供してまいりました。



皆さまから頂戴しましたご意見・ご評価を踏まえ、各チームが責任をもって日々の業務内で改善を進めていくことに加え、全社横断的なサービス開発や人材開発にも活かしてまいります。

今後も貴社のデジタルビジネスパートナーとして貴社に貢献できるよう全社一丸となって取組んでまいりますので、引き続きご愛顧賜りますようよろしくお願い申し上げます。

専務執行役員 嶋津 靖人

# 2022年度EMCサービス品質調査 エグゼクティブサマリー

## 品質調査の背景と目的

EMC (Engagement Marketing Center) は、「お客さま企業のデジタルシフトを推進しビジネス成果とユーザー体験を向上し続けるデジタルマーケティング支援専任チーム」をサービスコンセプトとしており、お客さまのご意見やご評価をいただく機会として「EMCサービス品質調査」を定期的を実施しています。

## 2022年度EMCサービス品質調査結果サマリー

- 総合満足度は例年同等の高水準（82.5%）となり、提供サービスに対して一定の評価をいただいた（参照：p8）
- これまで注力してきたWeb運用領域では、常駐支援サービスなどによる定常的なコミュニケーションを通じて、デジタルビジネスの運用面をご支援できているという評価をいただいた（参照：p9）。一方で、データ分析や活用など、より専門性の高い領域での支援サービスについて、拡充が求められていることがうかがえる（参照：p14）
- 戦略策定などの中長期的な視点での価値提供や、デジタルマーケティングやデジタルビジネス領域での成果に直結する支援の拡充などに、課題が残る結果となった（参照：p9、10）

## 今後のサービス品質向上方針

### － 世界一のデジタルビジネス運用を目指して －

戦略領域や中長期視点での価値提供や、デジタルビジネス運用における多角的な成果創出支援の実現のため以下のような施策を具体的実施し、カスタマーサクセスの向上を図る（参照：p17）。

1. 横串の職種軸で構成されるギルド制度によってスキルを高度化
2. 組織再編により幅広い専門人材を提供し、企業のデジタルビジネス課題の解決と成果の追求を実現

# 2022年度 EMCサービス品質調査（旧：お客さま満足度調査）概要

## 調査目的

注力サービスである「EMC」により創出された成果や各種の運用手法に関して、お客さまからレビューをいただき、更なる価値提供に向けた施策の実行を全社的におこなっていくこと

## 調査手法

メール配信によるアンケート

## 調査対象

お取引先役員／経営者さま、現場責任者さま、現場担当者さま

## 調査実施期間

2022年12月19日（月）～2023年1月13日（金）

## ご回答人数と内訳

全体：217名（役員/経営者さま：2名、現場責任者さま：93名、現場担当者さま：122名）

# お客様の声（一部抜粋・表記変更）

## Good

- デザイン品質、機能品質の向上に寄与し、顧客満足度の向上に繋がっている。
- 若手の方を中心に強力的にサポートいただき大変助かっています。コンテンツ制作のスピードや、PDCAの回転は、以前より格段に良くなっています。
- プランなど資料を読み込んでいただき、幅広い施策提案をいただけることを大変ありがたく思っております。今後は、御社の知見を交えて、費用対効果として比較的大きな効果が得られる施策をご提案いただくことを期待しております。
- プロジェクトの理解度、丁寧なコミュニケーション、早さ、柔軟性、成果物クオリティ。すべてにおいてベストバランスで最も信頼しています。
- 足元、自社でもSDGs関連の取り組みが増えてきており、知見のあるメンバーズさんから、特にコンテンツ制作関連でサポートいただきたい。

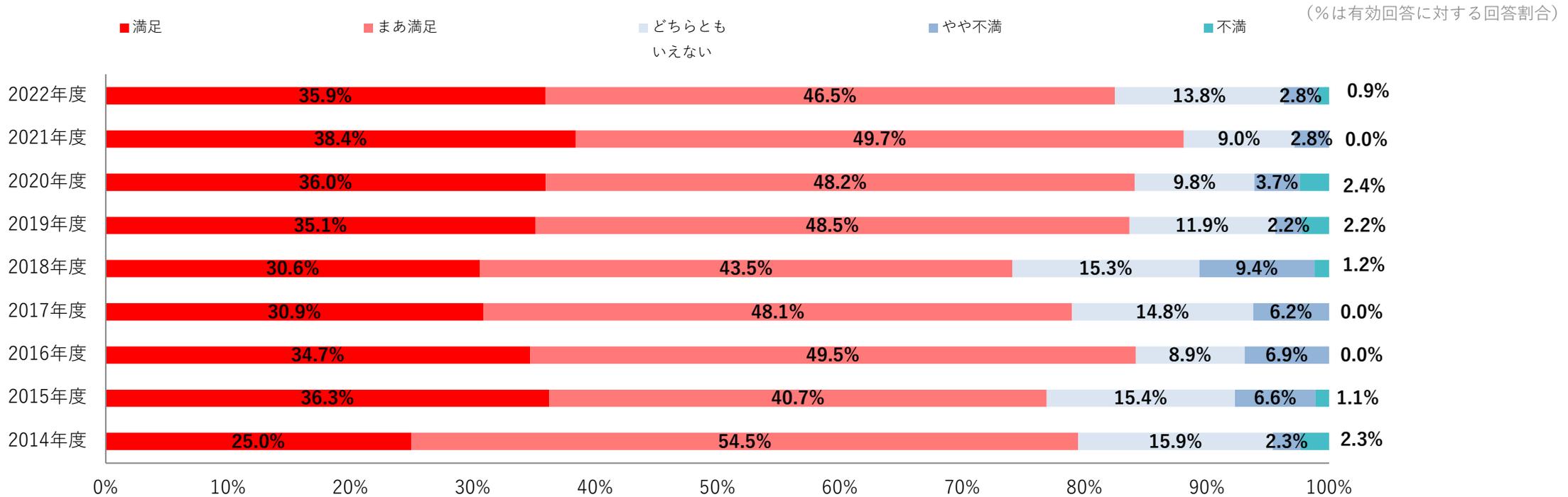
## Bad

- 当社に知見が足りないデジタルマーケティング領域で専門家としての提案やアドバイスをいただきビジネス成果をもっと上げていきたい
- よりスピーディに、また1人1人が発信・提案できる運用に期待しています。
- どちらかという、「運用のプロ」の方は多い気がするが、マーケティングの観点で「新たなビジネス成果を創出する」という視点で業務を行っている方は少ないように感じる
- とても真面目で信頼できる企業と考えているので、オペレーションはしっかりお任せさせていただきたい。一方で、戦略視点・ぶっとんだ視点は弱いと感じる。
- メンバーズさんのポテンシャルはもっと高いと考えていて、それを考えると多少物足りなさも感じています

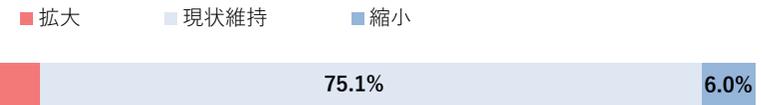
# 回答結果

# EMCサービスや デジタルマーケティングのノウハウについて

# 総合満足度（過去比較） および今後の取引意向



② 今後のメンバーズとのお取引に関するご意向をお聞かせください（ご回答者様のイメージで構いません）。



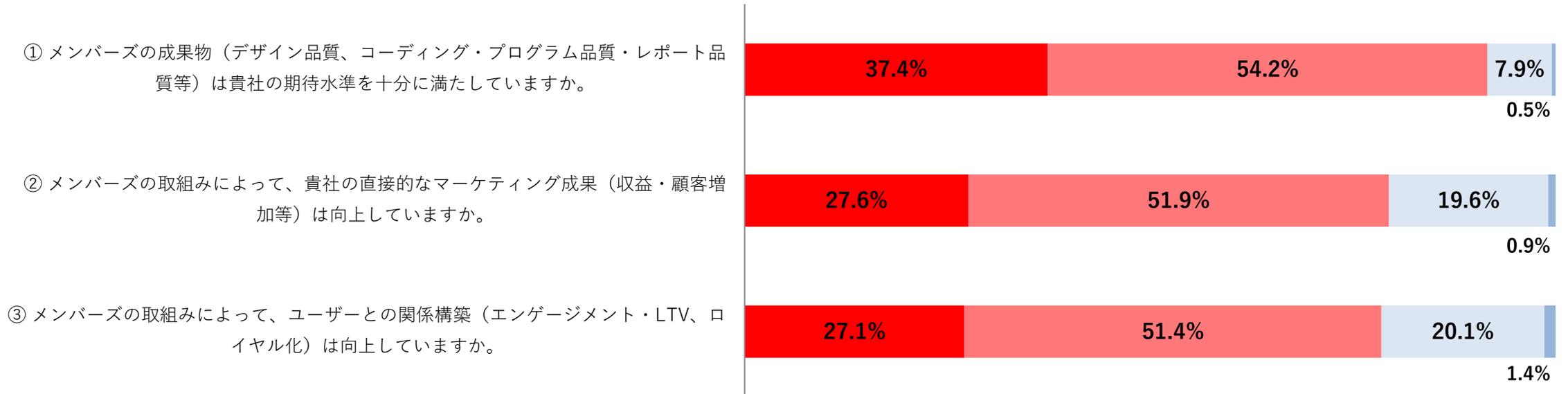
- ✓ 「メンバーズの対応や成果物について総合的にどの程度満足しておられますか。」の設問に対するポジティブ回答率は82.5%であり、例年同様、一定の評価を頂いた。
- ✓ その一方で総合的な評価「どちらともいえない」および取引意向「現状維持」がともに前年度比で4%程度増加。不満や取引縮小意向が明確に強まっているわけではないものの、課題を究明し、品質向上とサービス拡充を行うことが求められている。

※ポジティブ回答率 (%) = 「そう思う」回答率 (%) + 「まあそう思う」回答率 (%)  
 ※ネガティブ回答率 (%) = 「そう思わない」回答率 (%) + 「あまりそう思わない」回答率 (%)

# 運用を通じたビジネス成果の創出度合い

(%は有効回答に対する回答割合)

■ そう思う ■ まあそう思う ■ あまりそう  
■ そう思わない  
■ 思わない



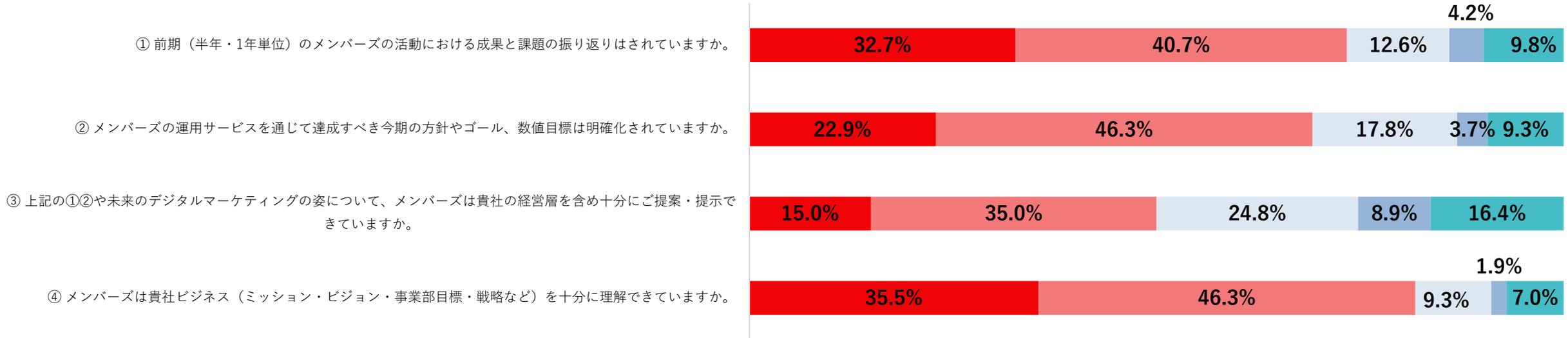
- ✓ 「運用を通じたビジネス成果の創出度合い」に関してはいずれの項目も一定の評価をいただいた。
- ✓ ただし「直接的なマーケティング成果向上」のポジティブ回答率は、前年度、前々年度より4%程度低下している。多様化するマーケティング課題に対して、運用における成果創出の取り組みを多角化、高度化していく必要性が伺える結果となった。

※ポジティブ回答率 (%) = 「そう思う」回答率 (%) + 「まあそう思う」回答率 (%)  
※ネガティブ回答率 (%) = 「そう思わない」回答率 (%) + 「あまりそう思わない」回答率 (%)

# 運用全体の戦略・方針に関する取り組み

(%は有効回答に対する回答割合)

■ そう思う   ■ まあそう思う   ■ あまりそう  
思わない   ■ そう思わない   ■ 評価できない



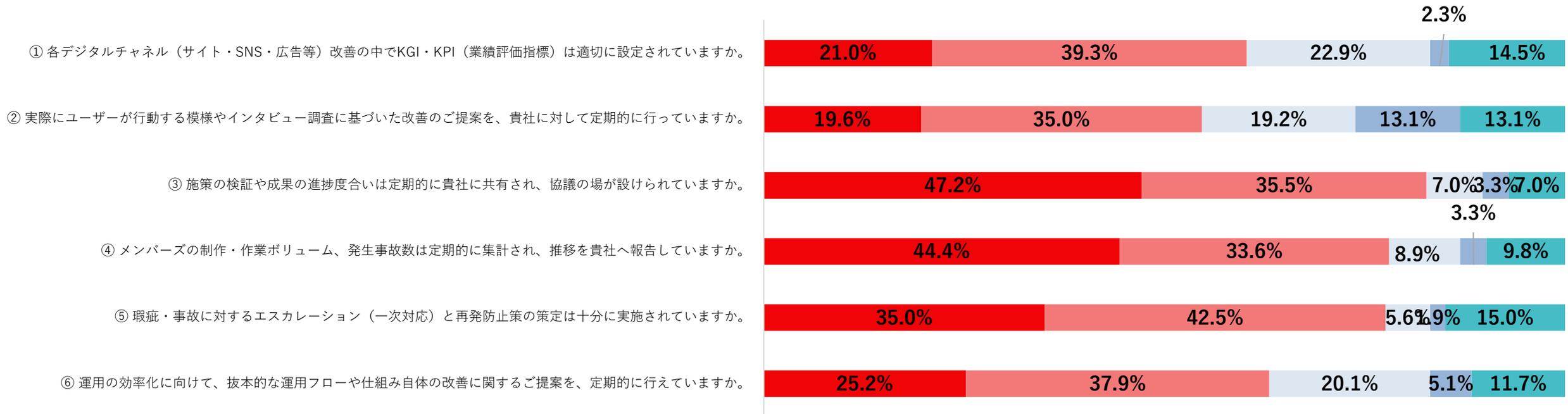
- ✓ 目標設定や成果・課題の振り返りなど運用全体に関わる取り組みは一定の評価をいただいた。EMCサービスの基盤でもあるお客さま企業のビジネス理解が土台になっているといえるだろう。
- ✓ 一方、「中長期視点での経営層を含めた提案」に関してはネガティブ回答も多く、戦略策定などの領域を専門的スキルをもって主導できるプロデューサーや現場クリエイターの存在がチームによって標準化されていない。

※ポジティブ回答率 (%) = 「そう思う」回答率 (%) + 「まあそう思う」回答率 (%)  
 ※ネガティブ回答率 (%) = 「そう思わない」回答率 (%) + 「あまりそう思わない」回答率 (%)

# 運用内での取組み、改善活動

■ そう思う ■ まあそう思う ■ あまりそう  
思わない ■ そう思わない ■ 評価できない

(%は有効回答に対する回答割合)



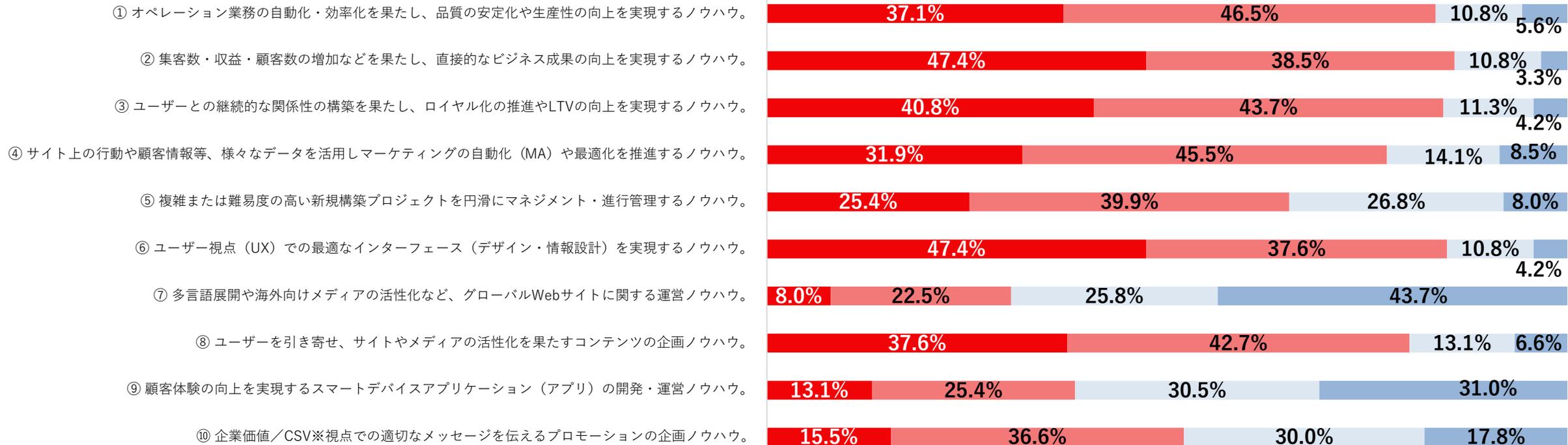
- ✓ 施策の検証や成果測定をはじめ、日頃のお客さまとのコミュニケーションを密にした運用活動を評価いただいた。「プロジェクトの理解度、丁寧なコミュニケーション、早さ、柔軟性、成果物クオリティ。すべてにおいてベストバランスで最も信頼しています」というコメントもいただいております、運用においてお客さまとの信頼関係を築けてきたといえる。
- ✓ 一方、「ユーザー調査に基づく提案」や「抜本的な改善提案」などのポジティブ回答比率は他より低く、より専門的な領域での人材提供や、サービス品質の底上げのための体制強化が求められていると伺える。

※ポジティブ回答率 (%) = 「そう思う」回答率 (%) + 「まあそう思う」回答率 (%)  
 ※ネガティブ回答率 (%) = 「そう思わない」回答率 (%) + 「あまりそう思わない」回答率 (%)

# デジタルマーケティング運営で求めるノウハウ・今後のお取引ご意向

■ 強く期待する ■ 期待する ■ 現状維持でよい ■ 特に期待していない

(%は有効回答に対する回答割合)

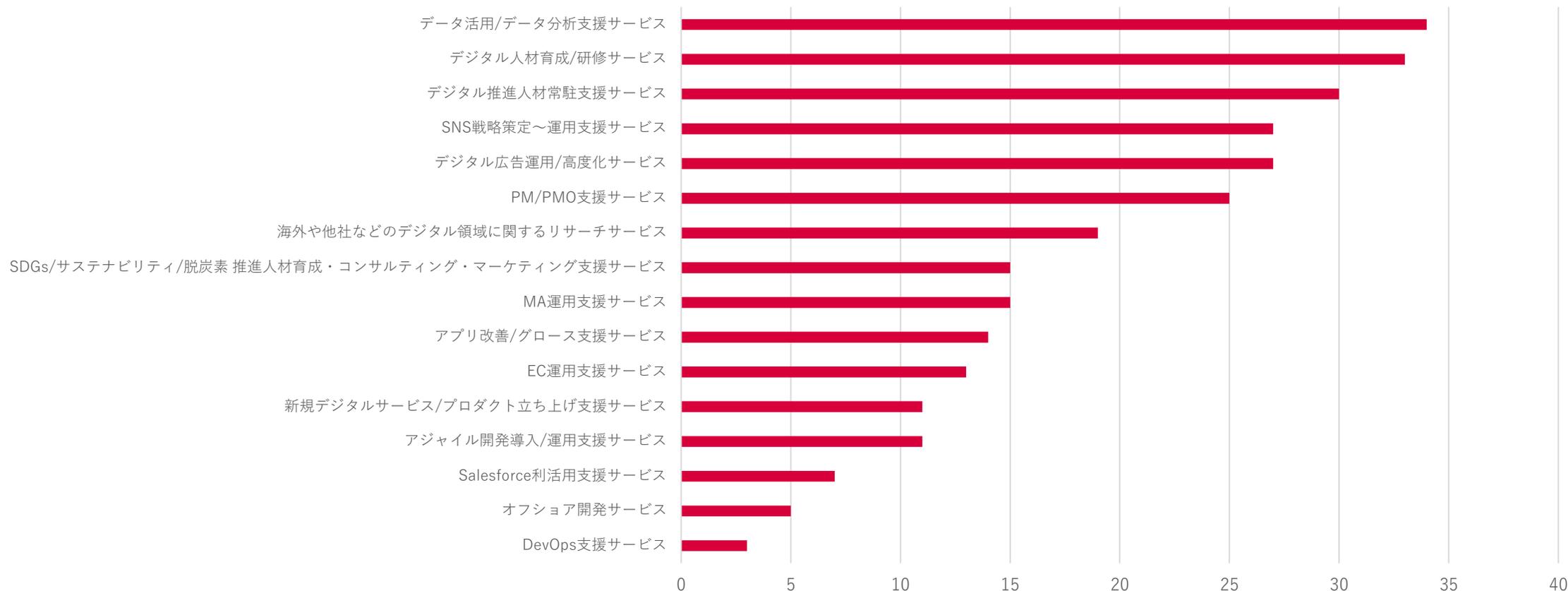


- ✓ 各種ノウハウで前年度同様に期待の声があり、特に「直接的なマーケティング成果」「UX視点設計」に関しては期待を求める回答が目立った一方、上記のデジタルマーケティングノウハウ全体に関しては一昨年度からやや期待値が低下傾向にある。
- ✓ 既存サービスの品質向上を徹底的に行う必要性を感じつつも、従来からの既存サービスのノウハウへの期待値はピークを迎えているとも受け止めることができ、お客さまのニーズを先回りして捉え、人材育成と支援領域拡充を図ることがますます重要になっている。

※ポジティブ回答率（%）＝「そう思う」回答率（%）＋「まあそう思う」回答率（%）  
 ※ネガティブ回答率（%）＝「そう思わない」回答率（%）＋「あまりそう思わない」回答率（%）

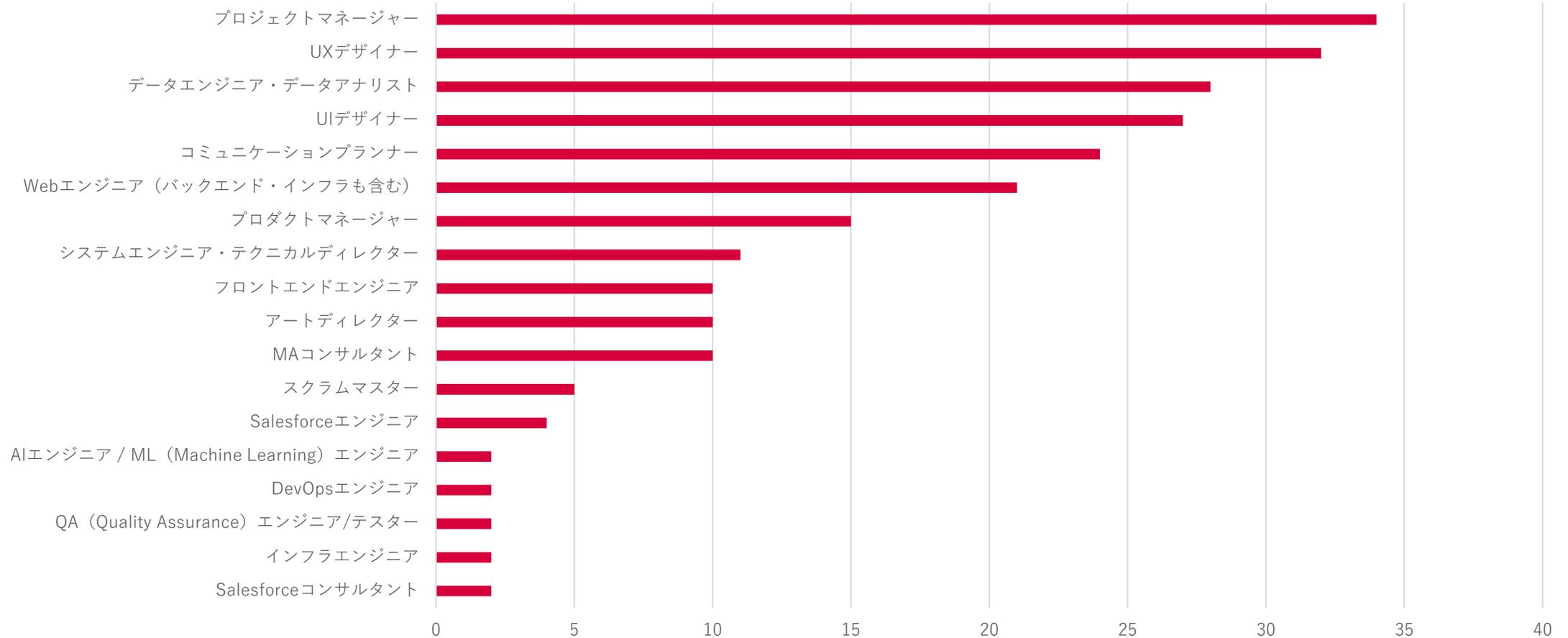
# 人材ニーズについて

## 関心のあるサービス



- ✓ メンバーズが提供するサービスのなかでは、「デジタル人材育成」「デジタル推進人材常駐支援」が上位にあり、企業内部のDX推進の要となる人材確保にニーズがあることが伺える。また、上記のようなサービスを提供していることが認知されていない実態も明らかになった。
- ✓ 現状の支援領域外の視点でお客様の潜在的ニーズや未来のニーズを検知し、課題に対して仮説を立て、最適なお提案をする、といった取り組みが不足していると捉えることができる。より多角的な視座でお客様のビジネス成長に貢献するためのスキル開発や体制づくりが必要である。

# 今後注力する事業領域における人材ニーズ



- ✓ プロジェクトマネージャーのほか、「データエンジニア・アナリスト」や「UI / UXデザイナー」の人材ニーズが高いことが明らかになった。より高い専門性が求められる領域のデジタルクリエイターの育成・輩出、および、プロジェクト特性に応じた最適な人材の提供が必要。

# 今後のサービス品質向上方針

# 今後のサービス品質向上方針：サマリー

本調査で  
明らかになったこと

## 定常運用以外の領域や戦略策定などの中長期的な視点での価値提供に課題

運用業務において一定の評価をいただいているものの総合満足度や期待値は低下傾向にあり、特に戦略領域や中長期視点での価値提供には課題が残っている。

各職種においてスキルが拡張できていないことによって顧客の潜在的なニーズの把握や仮設立案が難しくなっていると考えられる。

## 横串の職種軸で構成されるギルド制度によってスキルを高度化

この度さらなるスキル向上を目的に、従来の組織ごと（アカウントや提供サービスごと）のスキル習得に加え、職種を軸に構成された「ギルド制度」を導入。職種ごとにマイスターを任命し、各職種のスキル向上を図ることで、同一職種内でのより高度なスキル習得や、異なる職種への横断的なスキル拡張を目指します。また、お客さま企業の潜在的なニーズの把握や、仮設の立案など、上流・中流領域で活躍できる人材を輩出する。

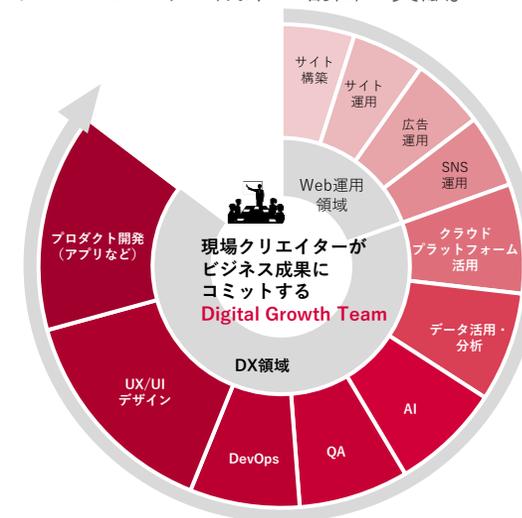


## デジタルビジネスの運用成果創出が不十分

お客さまのニーズは安定的な運用の域を超え、よりマーケティング成果やビジネス成果の創出になりつつあるが、現行のサービスでは運用・構築などのオペレーションの領域での価値提供が中心となっており、デジタルマーケティングやデジタルビジネス領域での成果に直結する支援の拡大に課題が残っている。

## 組織再編により幅広い専門人材を提供し、企業のデジタルビジネス課題の解決と成果の追求を実現

4月に行った組織再編により、サービス戦略、育成戦略、営業戦略を当社グループで統合的に実行し、更なるカスタマーサクセスを追究。これまで旧EMCカンパニーが培ってきた高い顧客理解度を保ちつつ、各カンパニーから幅広い領域における専門人材を提供することで、多角的にお客さま企業の課題を把握・整理し、課題解決のスピードアップとビジネス成果の創出に貢献。



今後の  
サービス品質向上方針  
- 世界一のデジタル  
ビジネス運用を目指して -



# デジタルビジネス運用支援で 企業の脱炭素DXを推進する

株式会社メンバーズ

 <https://www.members.co.jp/>

 <https://www.facebook.com/Memberscorp>

本資料に関してご不明な点等ございましたら、  
下記までお問い合わせください。

 株式会社メンバーズ

 [press@members.co.jp](mailto:press@members.co.jp)