

エグゼクティブサマリー



クラウドコンピューティング調査 2023 年

クラウドの拡張において バランスを保つ取り組み

クラウドの導入が加速しています。しかし、コロナ禍の中での活発な動きは幾分沈静化しつつあります。

クラウドの対象となる IT 資産の大部分が、すでに移行済みか移行の過程にあることから導入率が鈍化しています。同時に、クラウドの利用範囲が拡大するにつれて、コスト管理とセキュリティの課題に多くの企業が直面しています。これが、移行のスピードが鈍化している原因となっている可能性があります。

Foundry が実施した、『クラウドコンピューティング調査 2023 年』では、クラウドコンピューティングの購入プロセスに関与し、1つ以上のアプリケーションまたはインフラストラクチャの一部をクラウドに導入しているか、導入する予定のある 893 人の IT 意思決定者を対象に調査しました。この調査は、クラウドコンピューティングの動向を見極め、利用状況と実践にスポットライトを当てるとともに、クラウドがビジネス戦略と計画に与える影響について探ることを目的としています。

今年の調査によると、回答した組織の 57% が過去 12 か月間にクラウドへの移行を加速して

いますが、この割合は 2022 年に報告された 69% よりもかなり低くなっています。それでもハイテクと金融サービス業界の企業は、昨年のペースでクラウドへの移行を加速しており、それぞれ 61% と 64% でした。また、従業員が 1,000 人を超える大企業 (65%) も同様でした。

65%

の IT 意思決定者は新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用することに同意している

65% の企業が新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用していると答えており、Foundry の『クラウドコンピューティング調査 2022 年』の 72% から低下しています。教育 (70%) と医療 (68%) 業界の回答者は、新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用する傾向が強いことがわかりましたが、導入率は昨年よりも低下しています。

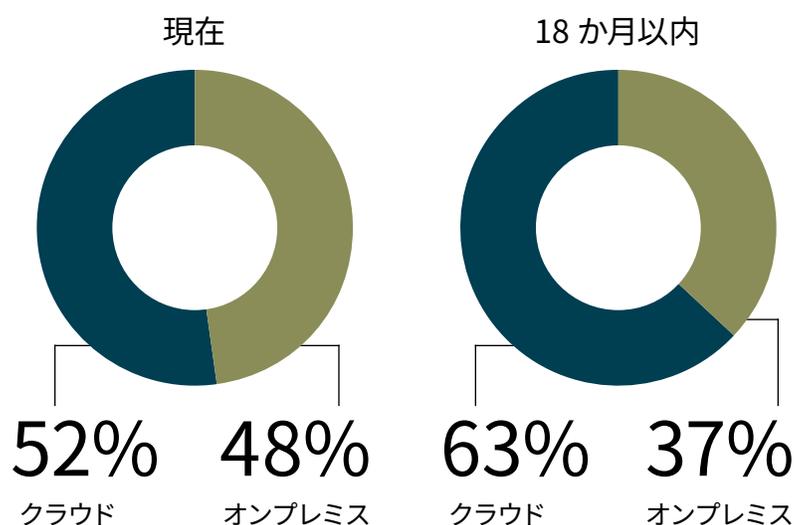
全体として、クラウド機能は昨年よりも組織の収益増加や持続可能性に役立ったと評価しており、今年度の回答者の半数 (50%) がそのメリットを挙げています。それでも、この数字は前年の調査でクラウドに同様のメリットがあると指摘した回答者よりも 10 ポイントも低くなっています。ハイテク業界の企業 (60%) は、

クラウド機能を活用して収益を増加または維持している点で他の業界よりも優れており、従業員が 5,000 人を超える大企業 (61%) も同様でした。政府や非営利団体 (35%)、従業員 500 人未満の企業 (43%) は、クラウドのメリットを収益目標に具体的に反映させるのに苦労しています。

クラウドの利用範囲のマッピング

クラウドの導入ペースが依然として安定していることを考えると、IT 資産のうちクラウドが占める割合が昨年の報告よりも高くなっていることは当然と言えます。『クラウドコンピューティング調査 2023 年』の回答者によると、インフラストラクチャ、アプリケーション、データ分析を含む IT 環境全体の半分以上 (52.1%) がクラウドに移行しており、昨年の 41% から割合が上昇しています。クラウドベースの IT 環境の割合は、今後 18 か月で 63% まで拡大すると予想されています。これは、2022 年の調査で明らかにされたベンチマークとほぼ一致しており、サービスと小売業界を除く全業界で 66% でした。

IT 環境の過半数はクラウド



国別に見ると、英国の企業は現在、IT 環境の大部分をクラウドで維持していますが (67%)、韓国の企業は従来のオンプレミスモデルを堅持しています (60%)。英国企業は、18 か月後には IT 環境の 3/4 がクラウドに移行すると予

想しており、これは世界のどの地域よりもはるかに高い数字です。

今年の調査によると、クラウドに移行したアプリケーションの大半 (54%) は、かつてオンプレミス環境に導入されていたものであり、クラウド専用に構築されたアプリケーションは46%でした。小売業界の企業 (61%) と政府/ 非営利団体 (63%) は、オンプレミス環境からクラウドにアプリケーションを移行する傾向が強く、製造 (50%) とサービス (49%) 業界の企業は、既存のシステムを移行するのではなく、クラウドネイティブアプリケーションを構築することを選択しています。

マルチクラウドは有力なアーキテクチャと考えられており、回答者の 36% はこのアプローチを評価 / 調査中で、ほぼ 1/4 (24%) が導入中です。大企業 (従業員 5,000 人超) では、マルチクラウドアーキテクチャをすでに完全に導入済みの割合が高くなっています (18%)。全業界の回答者の 1/4 強 (27%) がマルチクラウドアーキテクチャを活用する計画はないと答えたのに対し、サービス業界の回答者では 40% とその割合がかなり高くなっています。

クラウドへの投資を促している重要な要因は、ビジネス継続性とレガシー技術のアップデートであり、回答者の 40% が移行の最大のビジネス目標として挙げており、昨年と同様の結果となりました。クラウド投資で 2 番目に多く挙げ

られたビジネス目標は、総所有コスト (TCO) の削減 (34%) であり、業界別では教育 (45%) と小売 (44%) の回答者で割合が高くなっています。従業員の生産性向上や市場環境の変化に対応する柔軟性の強化も、回答者の32% が挙げている顕著な目標です。

どのようなビジネス目標がクラウド投資を促しているのか？

1. 災害復旧と事業継続性の実現
2. オンプレミスのレガシー技術のリプレイス
3. 総所有コスト (TCO) の削減
4. 従業員の生産性向上
5. 市場環境の変化に対応する柔軟性の強化

逆に今年の回答でクラウド投資を促す可能性がはるかに低かったのは、ROI の迅速化(12%)、収益拡大の機会 (14%)、リアルタイム情報の必要性と競争力の維持 (各 19%) でした。

導入への課題は依然としてコスト管理とセキュリティ

クラウドの導入は引き続き堅調なペースで進んでいます。移りを妨げる、あるいは停滞させる障害があります。昨年と同様に、コスト管理はすべての業界の企業にとって依然として主要な課題であり、回答者の 1/3 超 (35%) が挙げており、昨年の 36% とほぼ一致しています。

データのクラウドへの移動やクラウド間での移動に関連する費用 (21%) も、コスト管理における課題の1つとなっています。ハイテク(40%)とサービス業界 (41%) の回答者がコストの抑制に苦労しているのは、おそらく他の業界よりもクラウド移行を加速させているからでしょう。国別では、オーストラリア (43%)、韓国 (41%)、アジア太平洋地域全体 (40%) が、クラウド導入の主な阻害要因としてコスト管理の労力を挙げています。

83%

の組織は
クラウドサービスの
コスト管理を
実践している

それでも企業は、クラウドサービスのコストを管理するためにさまざまな措置を講じています。45% が予算の支出とアラートを設定しており、特に教育 (53%) と金融サービス (50%) の業界で一般的な戦術となっています。コスト最

適化戦略 (未使用リソースの停止など) の実行も一般的な戦術であり、回答者の 42% が採用しています。またハイテクと医療業界の企業はともに 49% と平均を上回っています。

クラウドのコストを抑える方法として、自動化の活用と FinOps の実践も実績を築きつつあります。回答者の 37% は、需要に基づいてリソースをモニタリングおよび割り当てる作業を自動化しています。この割合は、従業員 1,000 人未満の企業では 29% ですが、大企業では 45% とかなり高くなっています。回答者の 1/4

超 (28%) がコスト管理 /FinOps ツールを活用し始めており、これはハイテク企業では 38%、大企業 (従業員 5,000 人超) では 37% と活用が進んでいます。特にカナダの企業は、クラウドのコスト管理を支援するために FinOps を積極的に実践しており 46% でした。

コスト以外に、クラウドのデータプライバシーも依然として企業にとって重大な障害となっており、約 1/3 (31%) がこの課題を挙げています。特に医療業界は 41% と平均を大きく上回っています。IT スキルの不足、特にクラウドセキュリティのスキルと実践に精通した人材の不足は、回答者の 1/4 近く (24%) が抱える問題であり、特に医療 (37%) と製造 (31%) 業界の企業で深刻化しています。

回答した企業がクラウドアプリケーションやサービスの使用を中止した理由として最も多く挙げたのは、セキュリティへの懸念と予算 / コスト管理の問題でした。回答者の 1/3 超 (37%) が、システムやサービスをクラウドから移行し直すきっかけとしてセキュリティへの懸念を挙げ、33% がコスト管理の問題、29% がパフォーマンスと信頼性の問題を指摘しました。今年の調査に回答した企業のほぼ 1/3 (30%) は、クラウドに移行したアプリケーションやサービスを元に戻すことはしてないと回答しており、政府や非営利団体ではその割合が 47% とかなり高くなっています。国別では、オーストラリア (37%)、米国 (36%)、ドイツ (36%) の企業

がクラウドから戻すことを回避している割合が高くなっています。

クラウド予算は依然として高水準

IT 予算は引き続き潤沢にあり、クラウドリソースへの支出はテクノロジー支出全体の大きな部分を引き続き占めています。『クラウドコンピューティング調査 2023 年』では、今後 12 か月間の IT 予算総額の平均が 1 億 6,200 万ドルで、大企業（従業員 1,000 人超）では 2 億 9,300 万ドルと高く、従業員 1,000 人未満では平均 4,200 万ドルと低くなっています。金融サービス業界の企業は平均よりも多い 2 億 5,680 万ドルの IT 予算を維持しており、驚くべきことに製造業界の企業も 2 億 400 万ドルと高水準でした。

31%

今後 12 か月間で、組織の IT 予算全体の 31% がクラウドコンピューティングに配分される

この予算のうち、今後 12 か月間にクラウドコンピューティングの購入に費やす金額は全体の約 1/3 (31%) を占めており、米国 (34.8%)、欧州・中東・アフリカおよびオーストラリア (各 33.5%) の回答者で高くなっています。今後については、回答者の 66%

が次の 1 年間でクラウド支出が増加すると予想しており、28% が据え置き、6% が削減する計画であると答えています。

なぜ 70% の組織が特定のクラウドアプリケーションやサービスをオンプレミスに戻したのか？

1. セキュリティへの懸念
2. 予算 / コスト管理
3. パフォーマンス / 信頼性の問題

クラウド支出の今後 1 年間における変化の予測については、世界の各地域でほぼ一致しています。

IT 部門がクラウド支出に関する意思決定権を圧倒的に有しています。『クラウドコンピューティング調査 2023 年』では、回答者の 3/4 (72%) がクラウド支出の意思決定権を IT 部門が有していると答えており、残りの 28% は事業部門ユーザーが決定していると答えています。この調査では、欧州・中東・アフリカの事業部門のユーザーがクラウド支出の決定に関する割合が 36.5% と高くなっています。

組織は、拡大するクラウド利用範囲をサポートするために役割を追加しており、これは回答者の 3/4 超 (78%) が指摘していることから明らかです。特に大企業 (90%) でかなり顕著です。新たに加わった役割や機能として、クラウドアーキテクト (30%)、クラウドシステムアドミニストレーター (27%)、DevOps エンジニア (21%) などが挙げられています。FinOps スペ

クラウドに投資した結果、追加された新たな役割

1. クラウドアーキテクト
2. クラウドシステム管理者
3. DevOps エンジニア
4. クラウドシステムエンジニア
5. クラウドソフトウェアエンジニア

シャリリストははるかに少なく、回答者の 10% しか挙げておらず、22% はクラウドのより広範な利用に対応するための新たな役割はまだ追加していないと答えています。

クラウドへの移行状況

現在クラウドに導入されている可能性が最も高いアプリケーションやワークロードは、Web サイト / Web アプリの 44% で、次いでコラボレーション / コミュニケーションソリューション (43%)、ストレージ / アーカイブ / バックアップ / ファイルサーバー (34%) が続きます。また、33% の企業がエンタープライズビジネスアプリ (CRM/ERP/HRM) をクラウドに移行または導入している最中であり、次いで 32% がデータベース (SQL、NoSQL)、31% が災害復旧 / 高可用性となっています。

全般的に見ると、金融サービスの回答者がアプリケーションとワークロードの移行を完了している傾向が強くなっています。政府や非営利団体は、一貫してアプリケーションやワーク

ロードをクラウドに移行したものの、別のクラウドモデルへの移行を計画している割合が高くなっています。すでにクラウドに移行されたアプリケーションをクラウドから移行し直す計画があると答えた回答者の中では、金融サービスと教育業界の割合が顕著でした。

すでにクラウドに移行しているアプリケーションやサービスのうち、クラウド環境から移行する予定がある企業は各業界全体にわたってごく少数でした。Web サイト / Web アプリ、ID およびアクセス管理、災害復旧 / 高可用性、モバイルアプリ、BI / データウェアハウス / 分析、API マネジメントなどが、クラウドからの移行が計画されたアプリケーションやサービスとして挙げられていますが、この移行戦略を挙げた回答者はわずか 8% に過ぎませんでした。AI と機械学習のアプリケーションとワークロードは、最初にクラウドに移行した後に別のクラウドプラットフォームに移行し直す可能性が最も高く (9%)、AI/ML (9%) と開発 / テスト (7%) は、クラウド用にゼロから構築する可能性が最

アプリケーションのクラウドへの移行に関する主な計画

| | |
|----------------------|-----|
| AI/ 機械学習 アプリケーション | 35% |
| データ統合 | 34% |
| 災害復旧 / 高可用性 | 33% |

も高くなっています。37% もの回答者がモノのインターネット (IoT) アプリケーションをクラウドに導入する計画はないと答えています。

今後導入する可能性が最も高いクラウド機能は？

| | |
|-----------------------|-----|
| AI/ 機械学習 | 53% |
| クラウドベースのセキュリティ | 46% |
| 災害復旧 | 46% |
| Software-as-a-Service | 40% |
| ビッグデータ / 分析 | 38% |

Salesforce.com のような SaaS アプリケーションの業界別バージョンや、特定の業界向けに構築されたクラウドアプリやサービスは引き続き人気があります。回答者の半数近く (48%) がこうしたプラットフォームを現在使用しており、22% が導入を計画していると答えています。すでに業界仕様のクラウドアプリを使用している企業は、北米 (54%)、欧州・中東・アフリカ (52%)、オーストラリア (59%) となっていますが、アジア太平洋の企業は 38% と非常に少なくなっています。

今後 12 か月以内にクラウドへの移行が予定されているワークロードのトップは開発とテストのワークロード (16%) で、AI (20%) と CRM/ERP/HRMS (20%) などの企業の事業部門向けアプリケーションは今後 1～3 年以内の移行が計画されています。

回答者が今後1年間に使用または導入する計画があるクラウド機能としては、AI/ML (53%)、クラウドベースのセキュリティ (46%)、Software-as-a-Service (40%) の分野が最も多くなっています。データセンターのInfrastructure-as-a-Service(23%)とSecurity-as-a-Service(23%)が、今後1年間で組織のクラウドロードマップに組み込まれる可能性は低くなっています。成長率の観点では、AI/ML が48% と圧倒的に高く、ビッグデータ/分析 (27%) とクラウドベースのセキュリティ (25%) がそれに続いています。サービス (60%) とハイテク (56%) 業界の企業は、AI/ML をクラウドの最重要成長分野として挙げる傾向が強く、この傾向はアジア太平洋 (51%) および北米 (49%) の企業にも見られました。

パブリッククラウドプロバイダーは、組織のクラウド導入を推進する役割を担っていますが、パートナーとしての重要度については回答者の間で意見が分かれています。回答者の 38% は、複数のパブリッククラウドを導入している場合でも彼らを戦略的パートナーと考えており、37% はそのようには考えていません。特にオーストラリア (53%) と米国 (44%) の回答者は、パブリッククラウドプロバイダーを戦略的パートナーと考える傾向がありました。

回答者は、クラウドの戦略や導入をうまく進めるためにクラウドプロバイダーに支援を求めています。コスト管理機能に関する支援を求めている回答者が最も多く 37% でした。その次がセキュリティの専門知識 (34%)、クラウド管理機能の向上 (28%)、クラウド戦略全体に関する戦略的ガイダンスでした。業界別では、ハイテク (44%) とサービス (43%) の回答者はクラウドプロバイダーにコスト管理に関する支

援を求めており、政府や非営利団体 (35%) はクラウド管理に関する支援を求めている傾向が強くなっています。

AI がクラウドに与える影響

AI/ML アプリケーションは、今後数年間でクラウド移行の対象となるアプリケーションとワークロードのリストのトップに位置しています。しかし、大部分の回答者にとって、ユースケースによりクラウド戦略

が必ずしも加速するわけではありません。回答者の 1/3 強 (35%) が、AI によってクラウドの導入が加速すると回答している一方で、影響はないと答えた回答者の方が 44% と多い結果となりました。従業員 1,000 人未満の中小企業の方が、AI/ML はクラウド導入に影響を及ぼさないと回答した割合が 51% と高く、大企業で

は 36% でした。地域別では、AI/ML ワークロードがクラウド導入を加速していると考えている割合が高いのは欧州・中東・アフリカで、42% でした。

予算に対しても同様『クラウドコンピューティング調査 2023 年』の回答者のうち 32% のみが提案された AI のユースケースによってクラウド予算が増加すると答えており、45% は AI 技術による影響はないと答えています。ハイテク (42%) と製造 (40%) 業界は、AI/ML ワークロードがクラウド予算に影響を与えると回答した企業が多く、大企業 (39%) や欧州・中東・アフリカおよびアジア太平洋の企業 (37%) も同様でした。

現在、AI/ML ワークロードがプライベートクラウドで本稼働している企業は 20% で、ハイブリッドクラウドとパブリッククラウドで本稼働している企業は 16% でした。AI/ML のパイロットプロジェクトは、パブリッククラウド (20%)、ハイブリッドクラウド (15%)、プライベートクラウド (13%) の順番で選好されています。将来の AI/ML ワークロードについては、パブリック (30%)、ハイブリッド (29%)、プライベート (28%) を含むすべてのクラウドモデルが検討中でした。

AI/ML 戦略の重要性を考えると、企業にとっては適切なパートナーシップとツールを確保することが重要になります。『クラウドコンピュー

35%

の IT 意思決定者は AI がクラウドの導入を加速していると答えている

32%

の IT 意思決定者は AI がクラウドの予算を増加させていると答えている

『クラウドコンピューティング調査 2023 年』の回答者の 44% は、AI ツールを自社のプラットフォームに統合するために、クラウドプロバイダーのロードマップを理解して将来の移行に役立てていると答えています。また、多くの回答者が、AI/ML のワークロードの拡大に伴い、コスト管理ツールが発展することについても指摘しています。回答者の 40% は、特にクラウドで生成 AI アプリケーションを実行する場合、FinOps プログラムによりコストが抑えられると答えています。

結論

企業はクラウドの予算と利用範囲を拡大し続けていますが、コスト管理、セキュリティ、クラウドのスキルに関連する現実的な課題は依然として存在し、導入のペースが鈍化する可能性があります。AI/ML ワークロードを中心に構

強力なパートナーシップを構築する

わずか 44% の IT 意思決定者のみが自社のプラットフォームに AI ツールを統合するためのクラウドプロバイダーのロードマップを理解しています。

築された新しいビジネス戦略は、関心を呼び、成長を牽引するでしょう。しかし、組織を効果的かつコスト効率よく拡大させるためには、中核となるビジネス目標をさらに正確に把握する必要があります。また、クラウドの経済性を最適化し、より持続可能な移行を推進するためには、クラウドプロバイダーとのパートナーシップや FinOps などの分野の新しいツールを活用する本格的な取り組みが欠かせません。

調査について

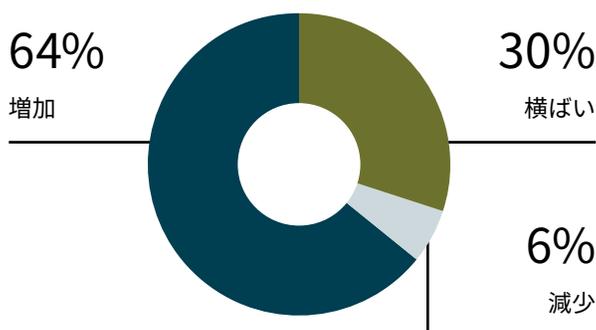
『クラウドコンピューティング調査 2023 年』は、さまざまなクラウドサービスと導入モデル間の使用状況や計画、投資、ビジネス戦略と計画への影響を含め、テクノロジーの意思決定者間でのクラウドコンピューティングの動向を数値化するために実施されました。この調査は 2023 年 8 月に実施され、クラウドコンピューティングの購入プロセスに関与し、1 つ以上のアプリケーションまたはインフラストラクチャの一部をクラウドに導入しているか、導入する予定のある 893 人のグローバル IT 意思決定者の回答に基づいています。

地域別の注目ポイント

北米、欧州、アジア太平洋の各地域の重要な調査結果をまとめました。調査結果について、詳しくは弊社へお問い合わせください。

北米

北米におけるクラウド予算の予測



北米の**68%**のIT意思決定者は、新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用することに同意している。

57%は自組織が過去12か月間でクラウドへの移行を加速したことに同意している。

北米では今後12か月間でIT予算全体の**34%**がクラウドコンピューティングに配分される。

クラウド投資を促すビジネス目標：

- オンプレミスのレガシーテクノロジーのリプレイス **50%**
- 災害復旧と事業継続性の実現 **46%**
- 総所有コスト (TCO) の削減 **37%**
- 従業員の生産性向上 **32%**
- イノベーションの実現 **31%**

北米におけるクラウド導入の停滞に関する課題：

- クラウドコストの制御
- データプライバシーとセキュリティの課題
- クラウドセキュリティのスキル / 専門知識の不足
- クラウドリソースとオンプレミスシステムの統合
- ガバナンス / コンプライアンス

マルチクラウドアーキテクチャへの意向：

- 評価 / 調査中 **34%**
- 導入中 **23%**
- 完全に導入済み **13%**
- 予定なし **29%**

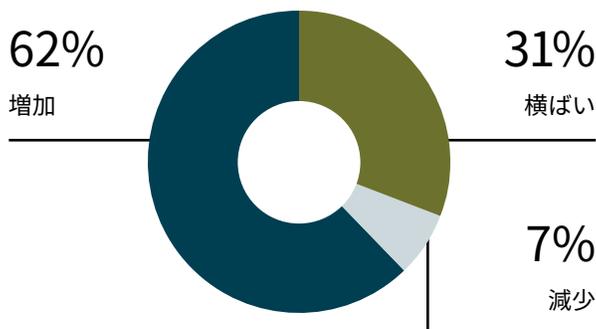
49%の北米のITDMが、今後12か月以内にクラウドのAI/機械学習機能を利用または採用する可能性が最も高いと回答している。

北米のITDMはクラウドプロバイダーに何を求めているか？

1. コスト管理機能
2. セキュリティ専門知識
3. トレーニング / サポートサービス
4. 新規ライセンス / バルク割引サービス
5. クラウド戦略 / ロードマップ全体に関する戦略的ガイダンス

欧州・中東・アフリカ

欧州・中東・アフリカにおけるクラウド予算の予測



欧州・中東・アフリカの71%のIT意思決定者は新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用することに同意している。

60%は自組織が過去12か月間でクラウドへの移行を加速したことに同意している。

今後12か月間で、欧州・中東・アフリカのIT予算全体の34%がクラウドコンピューティングに配分される

クラウド投資を促すビジネス目標：

- 従業員の生産性向上 42%
- イノベーションの実現 34%
- 新製品や新サービスの開発 34%
- オンプレミスのレガシーテクノロジーのリプレイス 34%
- 総所有コスト (TCO) の削減 33%

欧州・中東・アフリカにおいてクラウドの導入を停滞させる課題：

- データプライバシーとセキュリティの課題
- クラウドコストの制御
- ガバナンス / コンプライアンス
- クラウドセキュリティのスキル / 専門知識の不足
- クラウドサービスの提供内容とビジネス要件の不一致

マルチクラウドアーキテクチャ導入の意向：

- 評価 / 調査中 28%
- 導入中 31%
- 完全に導入済み 19%
- 予定なし 22%

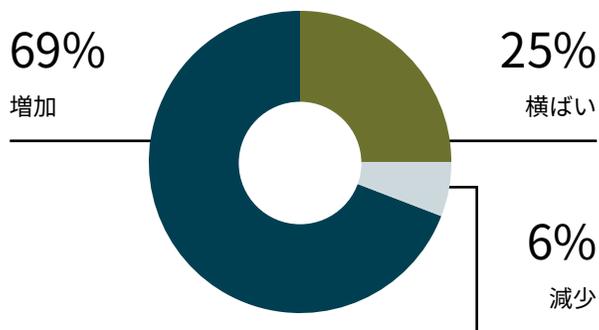
54%の欧州・中東・アフリカのITDMが、今後12か月以内にクラウドのAI/機械学習機能を利用または採用する可能性が最も高いと回答している。

欧州・中東・アフリカのITDMはクラウドプロバイダーに何を求めているか？

1. セキュリティ専門知識
2. コスト管理機能
3. より強力なガバナンスツール
4. トレーニング / サポートサービス

アジア太平洋

アジア太平洋におけるクラウド予算の予測



アジア太平洋の**59%**のIT意思決定者は新しい技術力をアップグレードまたは購入する際に、デフォルトでクラウドベースのサービスを使用することに同意している。

55%は自組織が過去12か月間でクラウドへの移行を加速したことに同意している。

今後12か月間で、アジア太平洋のIT予算全体の**26%**がクラウドコンピューティングに配分される

クラウド投資を促すビジネス目標：

- 災害復旧と事業継続性の実現 **37%**
- 市場環境の変化への柔軟な対応 **36%**
- 総所有コスト (TCO) の削減 **31%**
- オンプレミスのレガシーテクノロジーのリプレイス **31%**
- 従業員の生産性向上 **29%**

アジア太平洋においてクラウドの導入を停滞させる課題：

- クラウドコストの制御
- データプライバシーとセキュリティの課題
- クラウド管理スキル / 専門知識の不足
- クラウドリソースとオンプレミスシステムの統合
- クラウドセキュリティのスキル / 専門知識の不足
- データやアプリケーションのクラウドへの移行
- クラウド間でデータを移動するコスト

マルチクラウドアーキテクチャ導入の意向：

- 評価 / 調査中 **40%**
- 導入中 **23%**
- 完全に導入済み **10%**
- 予定なし **28%**

56%のアジア太平洋のITDMが、今後12か月以内にクラウドのAI/機械学習機能を利用または採用する可能性が最も高いと回答している。

アジア太平洋のITDMはクラウドプロバイダーに何を求めているか？

1. コスト管理機能
2. クラウド管理機能の向上
3. セキュリティ専門知識
4. クラウド戦略 / ロードマップ全体に関する戦略的ガイダンス

市場動向の考察

市場動向に関するリサーチは、マーケターが既存顧客と潜在顧客についての理解を深め、質の高いつながりを構築するために**極めて有益**な手段です。Foundry は、テクノロジーバイヤーとベンダーの懸け橋を築く方法の一つとして、こうしたリサーチを重視しています。弊社は世界中の極めて重要なテクノロジーバイヤーやインフルエンサーと直接的な関係があるため、あらゆる顧客マーケティングにおいて貴重な情報をまとめ、価値あるリサーチ成果を生み出すことができます。弊社はこうしたリサーチを通じてアナリティクス、クラウド、IoT、セキュリティなどの特定のテクノロジーに関するお客様の考え方や課題を探り、IT 購買プロセスにおける役割の変化を調べることで、機会を見出すために必要な情報をテクノロジーマーケターに提供しています。

どのようなリサーチの実施が可能か、については、[FoundryCo.com/tools-for-marketers](https://foundryco.com/tools-for-marketers) でご確認いただけます。こちらに掲載されている調査のいずれかについて、詳細な結果の提示をお求めの場合は、Foundry の営業責任者にお尋ねいただくか、もしくは [FoundryCo.com/contact-us](https://foundryco.com/contact-us) からお問い合わせください。

購買プロセス

Foundryは毎年、エンタープライズのIT購買プロセスを詳しく調査し、誰が関与しているのか、誰が意思決定に影響を与えているのか、購買担当者は購買プロセス全体を通じてどのようなソースからテクノロジーに関する最新情報を得ているのか、購買担当者は提携しているベンダーとどのように関わることを望んでいるのか、を調査の上、報告しています。詳しくは、[FoundryCo.com/customerjourney](https://foundryco.com/customerjourney)をご覧ください。

購買プロセスに関するリサーチ内容

- テクノロジーに関する意思決定者の役割と影響力
- カスタマーエンゲージメント

テクノロジーに関する知見

Foundry は毎年、お客様が重視しているテクノロジーについて調査し、ビジネス上の課題、原動力、エンタープライズ内での利用状況を把握しています。このような調査は、顧客が何を重視しているか、市場がどこに向かっているかを IT マーケターが理解できるようにするために考案されています。

役割と優先事項に関するリサーチ内容

- CIOを対象としたテクノロジーに関する調査：テクノロジーの優先事項
- CIOの現状

特定のテクノロジーに関するリサーチ内容

- データおよびアナリティクス
- クラウドコンピューティング
- デジタルビジネス
- セキュリティの優先事項

Foundryの最新情報

ニュースレター：メディアやマーケティングのトレンド、Foundry独自の調査結果、製品やイベントの情報をニュースレターで配信しています。ご登録は[FoundryCo.com/newsletter](https://foundryco.com/newsletter)で受け付けております。

Twitter：[@FoundryIDG](https://twitter.com/FoundryIDG)

LinkedIn：<https://www.linkedin.com/company/foundryidg/>

Website (グローバルサイト)：[FoundryCo.com](https://foundryco.com)

Website (日本サイト)：[FoundryCo.com/japan](https://foundryco.com/japan)

Foundry (ファウンドリー) のご案内

弊社Foundryのビジョンは、テクノロジーを正しく活用することで世界をより良い場所にあることです。なぜなら、テクノロジーが適切に使われることは、世の中の善のために良い力となると信じているからです。

Foundry (an IDG, Inc. company) は、信頼されるVoiceとして、知識やエンゲージメント、そしてテクノロジーやセキュリティに関する意思決定をする人たちのコミュニティとの関係を深める、品質の高いコンテンツを提供しています。こうしたコンテンツを配信する弊社メディアブランドであるCIO®, Computerworld®, CSO®, InfoWorld®, Macworld®, NetworkWorld®, PCWorld®そしてTech Hiveは、最も影響力のあるテックバイヤーを対象に、進化するテクノロジー業界の最新情報を提供しています。

こうした信頼されたブランドと、弊社のグローバル規模のデータインテリジェンスプラットフォームを使い、市場の動向から購買意欲を特定、活性化することでお客様の成功をサポート致します。また、マーケティングサービスとしては、ビデオ、モバイル、ソーシャル、デジタルなど、様々なメディアでマーケティングに特化したコンテンツも作成しています。

詳細は[FoundryCo.com](https://foundryco.com)にてご確認ください。