

IDC MarketScape

IDC MarketScape：2023年 ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関するコンサルティングサービスベンダーの比較評価（世界全体）

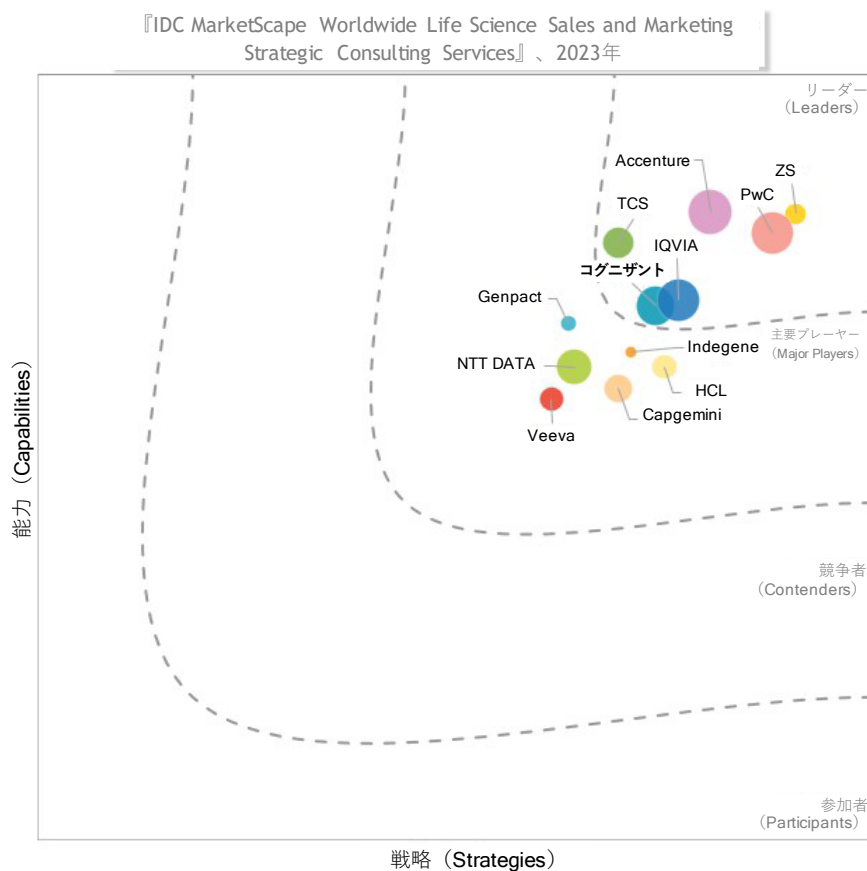
Michael Townsend

本レポートはIDC MarketScapeのコグニザントに関する記述の抜粋です

IDC MarketScapeの図

図1

IDC MarketScapeによるライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関するコンサルティングサービスベンダーの比較評価



出典：IDC、2023年

詳細な評価方法、市場定義、指標の基準については付録をご参照ください。

本抜粋レポートについて

本抜粋レポートの内容は、『IDC MarketScape:Worldwide Life Science Sales and Marketing Strategic Consulting Services 2023 Vendor Assessment (文書番号#US50407723)』(2023年 ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングサービスのベンダー評価(世界全体))から転記した上でコグニザントが独自に訳出したものです。本抜粋レポートには、次のセクションのすべての内容または一部の内容が含まれています:「IDC Opinion」(IDCの見解)、「IDC MarketScape Vendor Inclusion Criteria」(IDC MarketScapeベンダーの選定基準)、「Essential Guidance」(重要なガイダンス)、「Vendor Summary Profile」(ベンダー概要プロフィール)、「Appendix」(付録)、「Learn More」(詳細情報)。その他、図1の内容も含まれています。

IDCの見解

デジタルトランスフォーメーション(DX)はライフサイエンス業界でも急速に進んでおり、セールス・マーケティング分野も例外ではありません。社内外からのデータがクラウドに収集され、その情報がセールス・マーケティング部門により、顧客リーチの速度、効率性、パフォーマンス改善のために活用されています(ここでの「顧客」は、ヘルスケアプロバイダ(HCP)と患者の両方を指します)。ライフサイエンス企業は、セールス・マーケティング部門の業務で先進的なテクノロジーとビジネス手法を最大限活用できるよう、専門知識や戦略上のアドバイスを必要としています。多くのコンサルティングファームやサービスプロバイダが、ライフサイエンスのセールス・マーケティング部門の業務最適化について詳しくなっており、そのうちの一部のベンダーが、戦略から実装までの広いスコープを実現するために、プロセスの開発から実装、アウトソーシングサービスも提供しています。営業活動の中の定例業務の自動化と最適化、まとまりのないデータソースの統合、およびオムニチャネルの最適化が切望されており、それがライフサイエンス分野のセールス・マーケティング戦略に関するコンサルティングサービスへの投資の継続や増加の要因となっています。

2020年以降、ライフサイエンス業界とそのベンダーは、新型コロナウイルスの世界的な流行とそれに関連する仕事環境の変化に対応するため、デジタルトランスフォーメーションを加速させる必要がありました。ヘルスケアプロバイダは、ソーシャルディスタンス確保の必要に応じ、営業担当者による直接訪問を制限し、疾病や治療法に関する重要な情報をデジタルチャネルで提供する方向へ移行する必要がありました。遠隔医療による診察を受ける患者が増え、ライフサイエンス企業の従業員もまた在宅ワークを取り入れざるを得ない状況になりました。ライフサイエンス業界はそのような新しい働き方にも迅速に対応しながら、治療法やワクチンの開発を記録的な速さで進めてきました。

本調査の対象として選出されているのは、熟練の従業員が世界中のあらゆる場所からオンラインで業務遂行ができ、クラウド、人工知能(AI)、アナリティクス、モバイルなどのデジタルテクノロジーソリューションを活用して、優れたコンサルティングサービスを実践してきたベンダーです。

このIDC MarketScapeはライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングサービスを提供する主要ベンダーの能力を評価したものです。このサービスには、セールス・マーケティング業務モデルを変革するコンサルティングサービス、具体的にはテクノロジー、組織変革、デジタルチャネル、新しい働き方が含まれます。対象のベンダーを評価する際に、企業が検討すべき重要な基準には次のものがあります(本調査ではこれらすべての基準を用いています)。

- ベンダーのライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティング業務についての経験とサービス領域の広さ、および顧客数
- ベンダーのライフサイエンス分野のセールス・マーケティング部門がある地理的拠点およびグローバルデリバリー能力、ベンダーによる投資を含む優先度のレベル

- ライフサイエンス業界知識、企業の財務安定性、ライフサイエンスのグローバルデリバリーチームの規模と経験
- 戦略的なビジョン、プロジェクト管理、ITスキル、総合的な顧客への価値提供の面での、顧客からの評価の徹底的な調査

IDC MarketScapeベンダーの選定基準

IDCはライフサイエンス業界内の顧客や関係者を通じて、ベンダー選出について独自に頻繁に可視化を行っています。本調査の対象となるベンダーは、コンサルティングサービスが、IDCが把握している最近の契約において顧客に高く評価されていることを意味します。その上で、IDCが追加調査と適正評価を実施し、以下の適格性基準を満たすベンダーに絞り込みました。

- ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングサービス市場において大きな存在感を示していること（年間収益10億ドル超の大規模なバイオ医薬品会社や医療機器会社に対して過去5年以上にわたって当該業務を行っていることを含む）
- ライフサイエンス業界に対して戦略コンサルティングソリューションを提供していること（クラウド戦略、モバイルソリューション、ソーシャルデータ、アナリティクス、AIを含む）
- 世界的なライフサイエンスの顧客ベースとデリバリーネットワークがあること
- ライフサイエンス業界特化型（パーティカル）の手法を文書化していること
- ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングにおける1つ以上の戦略コンサルティングカテゴリで成功を収めていること

これらの基準に基づいて、このIDC MarketScapeベンダー評価では、評価対象として以下の12社を選出しました。

- Accenture
- Capgemini
- コグニザント
- Genpact
- HCL
- Indegene
- IQVIA
- NTT DATA
- PwC
- TCS
- Veeva
- ZS

テクノロジーバイヤーに対するアドバイス

ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングを受けることで、社内のセールス・マーケティング業務に適用すべきベストプラクティスを活用できるようになります。コスト削減と俊敏性の向上を実現しつつ、革新的なビジネスモデルの導入、デジタルイノベーション、レジリエンスについての戦略的助言ができるベンダーが必要とされています。特に患者等のステークホルダーに価値を提供するというコア業務から離れた、繰り返し行われる定例業務を再設計することは、テクノロジーに精通したベンダーのサービスに頼ることがライフサイエンス企業にとって理にかなっています。限られた社内リソースを、ライフサイエンス専

門領域に戦略的に集中させ、イノベーションを展開することができ、それにより企業価値がさらに高まるかもしれません。これまで、ITとライフサイエンスの専門知識を併せ持つベンダーは、医薬品、バイオテクノロジー、医療機器のメーカーに対して、反復的に発生する定例業務やインフラを最適化しながら、顧客の社内モデルよりも優れたサービスを提供することで、コスト削減につながるビジネスモデルを開発してきました。

現在、深い業界知識とグローバルデリバリー能力を併せ持つベンダーにニーズが高まっています。この分野で成功しているベンダーには、以下の特徴があると考えられます。

- 業界固有の深く定評のある専門知識があること
- 業界の規制やコンプライアンス基準を理解していること
- ベストプラクティスを維持すべく、専属のリソースをデジタルプロジェクトの現場に継続的に派遣していること

バイヤーは以下を実施することが推奨されます。

- ベンダーのチームが垂直的に（ライフサイエンス分野で）編成されているかを判断すること。これにより、ベンダーのリーダーシップがこの業界固有のニーズに沿って編成され、将来的な開発がライフサイエンス業界のニーズに沿って行われることを確認できます。
- 各ベンダーについて、特にセールス・マーケティング分野におけるサービス領域の幅広さ、価格の柔軟性、プロジェクトの成果に対して積極的にリスク共有しているかを検討すること。
- 組織内のすべてのステークホルダーを仕様策定プロセスの初期に関わらせることで、機能要件および技術要件について必ずすべてのステークホルダーの承認を得るようにすること。

ベンダー概要プロフィール

ここでは、このIDC MarketScapeにおける各ベンダーの評価につながった調査結果について簡単に説明します。付録に示した各基準についてすべてのベンダーを評価しましたが、ここでは各ベンダーの強みと課題について概要を述べます。

コグニザント

コグニザントは2023年のIDC MarketScapeにおいて、ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングサービス部門で「リーダー（Leaders）」カテゴリに位置付けられました。

コグニザントは1994年に創設され、23年以上にわたってライフサイエンス業界向けに事業を行っています。米国ニュージャージー州ティーネックに本社を構え、世界37か国以上に50を超えるデリバリーセンターを配置しています。IDCの推定によると、コグニザントの収益の13~14%がライフサイエンス事業部から生じ、その収益の40~45%がセールス・マーケティング関係です。コグニザントのライフサイエンス事業を強化する最近の買収事例としては、Lev DigitalとNetcentric（マーケティング自動化）、Code ZeroとATG（Configure Price Quote [CPQ]、Quote-to-Cash [Q2C]）、Zenith Technologies、TQS Integration（スマートファクトリー、IoT、デジタルシステム統合）などが挙げられます。

ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングにおいて、コグニザントは、戦略的プランニング、ビジネスケース開発、ブループリントとロードマップの策定、トランスフォーメーション支援の分野で、コンサルティング業務を成功させてきました。デジタルオムニチャネル変革においても豊富な実績を持ち、CRM、SFA、コールセンター、ソーシャルメディア分析、マーケティングオートメーション、コンテンツ開発とキャンペーン運用、デジタルアセット管理、MDM、顧客データプラットフォーム、データ統合、アナリティクス、レポート生成により実現されています。加えて、コグニザントは、動的顧客セグメンテーション、ネクストベストアクション、コンテンツのA/Bテスト（LEAFプラットフォーム）などの分野において、人工知能/機械学習（ML）を活用するアクセラレータに投資し、モジュラーコンテンツの効率的なMLRレビュー（MLR Express）を実現しています。

Eラーニング、インセンティブ報酬、営業効率化も同社の強みです。コグニザントは現在、Salesforce Health Cloudに構築されたPatient Primeプラットフォームにも多額の投資をしています。このプラットフォームでは、ケア工程全体の患者エクスペリエンスを管理できます。その他の情報は以下のとおりです。

- **ライフサイエンス分野の従業員**：37,000人以上
- **ライフサイエンス分野の顧客総数（2023年時点）**：250社以上
- **ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティング関連のカテゴリ数**：30以上
- **グローバルサポート**：主要地域を網羅する100以上のデリバリーセンター
- **業界への力の入れ具合**：ライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに極めて重点的に取り組む

強み

コグニザントは、特に北米と欧州で、医薬品、バイオテクノロジー、医療機器を扱う企業相手の事業経験を豊富に有し、世界全体に幅広くデリバリーセンターを配置しています。コグニザントの顧客の90%は収益10億ドル超の大企業です。コグニザントは、ライフサイエンス業界の専門知識に長け、ライフサイエンス関連の収益が全体の大部分を担います。コグニザントのライフサイエンス専門家チームの規模および経験は、業界でもトップクラスです。

課題

ライフサイエンス業界において、リスク/プロフィットシェアリングの契約調整に関心が高まっており、コグニザントはその柔軟性のある価格モデルを使用すれば、自社のビジネスを拡大できる可能性があります。

付録

IDC MarketScapeのグラフの見方

この分析を進めるにあたり、IDCは主な潜在的な成功基準を、「能力（Capabilities）」と「戦略（Strategies）」という2つの主要カテゴリに分けました。

Y軸の位置は、そのベンダーの現在の能力、サービス一覧、顧客ニーズへの適合度を示しています。能力カテゴリは、現時点のその企業と製品の能力に焦点を当てています。このカテゴリでは、IDCのアナリストは、その市場でベンダーが自ら選択した戦略を実行できる能力をどれほど良好に形成/提供しているかを調査します。

X軸、つまり戦略軸の位置は、そのベンダーの将来の戦略が、3～5年後の顧客の要求とどれほど適合しているかを示します。戦略カテゴリは、今後3～5年間の提供品目、顧客セグメント、ビジネス計画、市場開拓計画に関する上層部による意思決定と基本的な前提に焦点を当てています。

IDC MarketScapeにおける各ベンダーのマーカークの大きさは、評価対象となっている特定の市場セグメント内における各ベンダーの市場シェアを表します。

IDC MarketScapeの方法論

IDC MarketScapeの基準の選択、重み付け、ベンダーのスコアは、IDCによる詳細調査を基にした、市場と個々のベンダーに関する評価を表します。IDCのアナリストは、市場リーダー、参加者、エンドユーザーとの構造化された議論、調査、インタビューを通じて、ベンダーを測定するための標準特性の範囲を調整しています。市場の重み付けは、各市場でのユーザーへのインタビュー、バイヤー調査、IDCエキスパートからの情報提供に基づいています。IDCのアナリストは、各ベンダーの特徴、行動、能力について正確かつ一貫した評価を行うために、個々のベンダーのスコア、および最終的なIDC MarketScapeでのベンダーの位置付けを、ベンダーへの詳細な調査とインタビュー、公開情報、エンドユーザーの体験に基づいて決定しています。

市場定義

本調査におけるライフサイエンス分野のセールス・マーケティングに関する戦略コンサルティングには、以下の項目が含まれます（ただし、これらに限定されるものではありません）。

- 組織変革管理（OCM）
- トランスフォーメーション戦略
- データの統合と収益化
- インフラストラクチャ、運用、アプリケーションの最適化
- パートナーの選出、ベンダーの評価とモニタリング
- セールス・マーケティング人材設計・変革
- ブランド管理
- 営業支援システム（SFA）
- 顧客関係管理（CRM）
- アナリティクス
- ビジネスインテリジェンス
- Eディテール
- セールス・マーケティングインフラストラクチャの設計と変革
- 予測モデリング
- Eラーニング・トレーニングソリューション
- 顧客（HCP/HCO）マスタデータ管理（MDM）
- インセンティブ・報酬管理
- ソーシャルメディア分析
- キーオピニオンリーダー（KOL）管理
- エンタープライズモビリティテクノロジー
- セールス・マーケティングアプリケーション/データ統合
- デジタルアセット管理
- システム検証
- 総経費コンプライアンス
- スピーカー・イベント管理
- クローズドループマーケティング（CLM）
- マルチチャンネルマーケティング最適化

- 患者向けサービス
- 規制へのコンプライアンス
- 予測
- 顧客セグメンテーション・ターゲティング

詳細情報

関連調査

- 『IDC FutureScape: Worldwide Life Sciences 2023 Predictions』 (IDC #US48585622、2022年10月)
- 『IDC's Worldwide Digital Transformation Use Case Taxonomy, 2022: Life Sciences』 (IDC #US49278522、2022年7月)
- 『IDC MarketScape: Worldwide Life Science Sales and Marketing IT Outsourcing Services 2022 Vendor Assessment』 (IDC #US41808017、2022年3月)
- 『IDC MarketScape: Worldwide Life Science Sales and Marketing BPO 2021 Vendor Assessment』 (IDC #US41433617、2021年8月)
- 『The Future of Intelligence for Life Sciences: Transcending Boundaries』 (IDC #US47730821、2021年6月)
- 『IDC MarketScape: Worldwide Life Science Sales and Marketing Digital Transformation Services 2020 Vendor Assessment』 (IDC #US42724918、2020年12月)

要旨

このIDC調査は、ライフサイエンス業界のセールス・マーケティングプロセスに関する戦略コンサルティングソリューションを提供しているベンダー12社を評価するものです。デジタルトランスフォーメーションはライフサイエンス企業で急速に進んでおり、セールス・マーケティング分野も例外ではありません。社内外からのデータがクラウドに収集され、その情報がセールス・マーケティンググループにより、顧客リーチの速度、効率性、効果の改善のために活用されています（ここでの「顧客」は、ヘルスケアプロバイダと患者の両方を指します）。複数のソースから得たデータを活用した人工知能（AI）、先進分析、および複数のタスクとロールのオーケストレーションなどのツールが2023年以降の変革を加速させ、適正の高いベンダーへのアウトソーシングに適したビジネスプロセスの範囲の拡大につながっています。

IDC Health InsightsのLife Science Commercial StrategiesのリサーチディレクターであるMike Townsendは次のように述べています。「ライフサイエンス企業は現在、セールス・マーケティング内のデジタルトランスフォーメーションに取り組んでいます。これにより、AI、クラウド、モバイル、ソーシャルメディア、アナリティクスなどの幅広いデジタル技術を使用して、営業担当、マーケティング担当、医療分野担当エグゼクティブ、医師、患者、保険者などの幅広いステークホルダーをつなぐことができます。また、社内外の大量のデータソースも活用しています。経験豊富な戦略コンサルティングファームが、そうしたテクノロジー活用をサービスとして提供することで、ライフサイエンス企業は自社のコアコンピテンシーに注力できます。ライフサイエンス企業は今後、医師、患者双方に対する成果を改善するようなサービスを活用して、中核となるイノベーションやビジネスケースに注力することで、成果や成長率、生産性を改善していくでしょう」

IDCについて

International Data Corporation (IDC) は、情報技術 (IT)、通信、コンシューマー技術市場に関する市場調査・分析、アドバイザーサービス、イベントを提供するトップグローバル企業であり、IT専門家、企業経営者、機関投資家が、テクノロジー導入や経営戦略について、事実に基づいて意思決定を行うための支援をしています。現在、世界110か国以上を対象として、1,100人を超えるIDCのアナリストが、世界規模、地域別、国別での技術/業界の市場動向や機会について専門知識を提供しています。IDCは50年にわたり、顧客の主要なビジネス目標を達成するために役立つ戦略的な分析情報を提供してきました。IDCは、世界有数のテクノロジーメディア、調査、イベント会社であるIDGの子会社です。

グローバル本部

140 Kendrick Street
Building B
Needham, MA 02494
USA
508.872.8200
X (旧Twitter) : @IDC
blogs.idc.com
www.idc.com

著作権および商標について

このIDC調査文書は、調査文書、アナリストの交流、遠隔説明会、会議を提供するIDCの継続的なインテリジェンスサービスの一環として発行されました。IDCのサブスクリプションとコンサルティングサービスの詳細については、www.idc.comを参照してください。IDCの世界各地のオフィス一覧については、www.idc.com/officesを参照してください。IDCサービスの購入に向けた本書価格の適用やその他のコピーまたはWebの権利に関する情報については、IDCホットラインの800.343.4952外線7988（もしくは+1.508.988.7988）、またはsales@idc.comまでお問い合わせください。IDCおよびIDC MarketScapeはInternational Data Group, Incの商標です。

Copyright 2023 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.

