

貴社の顧客データ戦略 はAIに対応できていま すか？

AIによる変革への対応度評価



はじめに

貴社の顧客は、ChatGPT、Perplexity、Google AI Overviewsなどを使って意思決定を行うようになってきています。多くの場合、貴社のウェブサイトを一度も訪問することさえありません。もし貴社のコンテンツが機械判読に対応していなかったり、データが最新でなかったり、そしてAIが仲介する顧客のジャーニーを追跡できなかったりすると、貴社は重要な瞬間を見逃したり、可視化できなかったり、誤った情報を顧客に伝えてしまう可能性があります。

これにより、以下の3つの差し迫ったリスクが生じます。

- **不可視性** (AIが貴社を見つけられない)
- **不正確性** (AIが貴社に関する誤った情報を提示する)
- **測定不能性** (貴社のアトリビューション分析でこれらのジャーニーを認識できない)

この15分ほどで完了できる評価シートは、6つの重要な側面についてスコアリングし、具体的な90日間のロードマップを提示します。自社の弱点がどこにあるのか、そして最初に何を改善すべきかを明確に把握できます。

評価方法

この評価シートは、購買行動がChatGPT、Perplexity、AI Overviews、ショッピングアシスタントなど、よりAIを活用したツールへと移行する中で、マーケティングリーダーが自社の盲点を把握するのに役立ちます。

以下の各記述に則って、自己評価でスコアリングしてください。

- **0 = 未導入** (または不明)
- **1 = 部分的に実装済み** (実装途中または未完了)
- **2 = 完全に稼働中** (運用中、観測中、正常に動作中)

パート1：AIチャネルへの対応状況（16点満点）

AIが推奨（レコメンド）を行う場面において、貴社の情報は可視化され、かつ正確に伝わっていますか？

#	能力	スコア 0-2
1.1	データの完全性 ：主要20製品／サービスについて、CMS／PIMにカテゴリ、仕様、価格、在庫状況、ユースケースの完全で正確な情報を保持しています。	—
1.2	機械判読可読なコンテンツ ：主要な商品・サービス提案に対し、schema.org構造化データを実装し、検証済みです。	—
1.3	分かりやすい回答 ：AIアシスタントが解析・引用できるように作成された、25以上の質問を備えた包括的なFAQハブを用意しています。	—
1.4	アシスタントのアトリビューション分析 ：分析ツールで、AIアシスタント／回答エンジンからのトラフィック、リード、パイプラインを識別し、測定可能です。	—
1.5	コンテンツの鮮度 ：価格、在庫状況、仕様など、重要なフィールドの更新に関するサービスレベル目標（SLO）を定義し、一貫して達成しています。	—
1.6	来歴追跡 ：AI向けのすべてのコンテンツに、出典元、承認日、有効期限を記録しています。	—
1.7	情報整合性の解決 ：チャネル間で情報が矛盾するのを防ぐ、単一の信頼できる情報源を保有しています。	—
1.8	復旧計画 ：AIが自社に関する誤ったデータを提示した場合、誤情報を迅速に修正するための手順を明文化しています。	—

パート1 小計：__ / 16

パート2：測定とアトリビューション分析（14点満点）

顧客のジャーニーが断片化している場合でも、何が成果につながっているか把握できますか？

#	能力	スコア 0-2
2.1	サーバーサイトトラッキング ：見込み顧客、購入、登録などの重要なコンバージョンイベントは、クライアントサイドだけでなく、サーバーサイトでも取得しています。	—
2.2	コンバージョンAPI ：Meta、GoogleなどのプラットフォームのコンバージョンAPIを実装し、適切な重複排除機能と共に検証済みです。	—
2.3	同意アーキテクチャ ：同意ステータスはすべてのイベントに反映され、すべてのチャネルでリアルタイムに適用されます。	—
2.4	イベントの整合性 ：クライアントサイドとサーバーサイトのイベント量を監視・照合し、不一致を検証しています。	—
2.5	増分性テスト ：主要チャネルでホールドアウトテスト、または地域分割テストを実施し、アトリビューションで計測されたコンバージョンだけでなく、実際の効果を測定しています。	—
2.6	成果の分類 ：営業部門とマーケティング部門は、主要な成果、マイクロコンバージョン、品質シグナルについて合意し、明文化しています。	—
2.7	クロスチャネルID ：匿名、仮名、および認証済みのアクティビティを、確度を明確にした上で繋ぎ合わせることができます。	—

パート2 小計： / 14

パート3：リアルタイムのパーソナライゼーション（12点満点）

購買意欲が高まったその瞬間に、顧客をサポートができますか？

#	能力	スコア 0-2
3.1	マイクロインテントの検出： 顧客のサイト訪問中のニーズを予測するため、価格を何度もチェックしたり、フォーム入力を躊躇ったりするなどの8~72個のシグナルを定義しています。	—
3.2	200ミリ秒未満の応答： パーソナライゼーション／アシスタンスのトリガーは、タイミングを逃さずに即座に発火します。	—
3.3	透明性の高いトリガー： すべてのパーソナライズされたナッジ（後押しのためのメッセージなど）は、それがなぜ表示されたのか、例えば「あなたの～への関心に基づいています」という理由を付けて明確に提示しています。	—
3.4	頻度制限： 短時間でのトリガーの乱発や、メッセージの重複を制限する仕組みを設けています。	—
3.5	アシスト指標： ナッジの有効性（コンバージョンリフト）と抑制効果（無駄の削減量）を測定しています。	—
3.6	設定の適用： 顧客は、すべてのパーソナライゼーションを無効にするのではなく、特定の種類のパーソナライズだけを拒否または停止することができます。	—

パート3 小計：__ / 12

パート4：データインフラストラクチャ（12点満点）

貴社のデータアーキテクチャは、AIの高速な活用に対応できる状態ですか？

#	能力	スコア 0-2
4.1	アクティベーション戦略： アクティベーションを、例えばトリガー時、バッチ処理時、リアルタイムなど、いつ、どこで行うかについて文書化された判断基準を定めています。	—
4.2	ゴールデンフィーチャー： 最新性、エンゲージメントスコア、リスクフラグなど再利用可能な派生アトリビュートを、所有者を明確にした上で一元的に定義しています。	—
4.3	SLOの鮮度： データの送信先ごとに、データの新鮮度の目標を定めて明文化しており、目標に達しない場合に備え、監視およびアラートを出す仕組みがあります。	—
4.4	集中型ロジック： ビジネスルールやデータの変換処理は、複数のツールで重複しないよう、可能な限り一元管理しています。	—
4.5	IDの堅牢性： 当社のIDグラフは、データの階層、照合ルール、有効期限を明文化しています。	—
4.6	可観測性： データパイプライン全体で、データの陳腐化、ドリフト、整合性のギャップをほぼリアルタイムで把握できる仕組みを持っています。	—

パート4 小計： / 12

パート5：AIガバナンス（10点満点）

貴社の顧客向けAI搭載アプリケーションは安全かつコンプライアンスに準拠していますか？

#	能力	スコア 0-2
5.1	コンテンツの来歴： AIが利用するコンテンツには、出典、権利、承認、有効期限が明文化されており、公開時にこれらを確実に適用しています。	—
5.2	承認済みプロンプト： 当社は個人識別用情報（PII）の編集ルールに則った、検証済みかつ安全なAIプロンプトおよび応答パターンのライブラリを保有しています。	—
5.3	評価ハーネス： テスト環境と本番環境の両方で、AI応答の正確性、バイアス（偏り）、安全性をテストする評価システムを持っています。	—
5.4	ロールバック機能： AI生成コンテンツに問題が発生した場合、迅速に無効化または修正することができます。	—
5.5	監査証跡： AIが生成した全ての顧客との対話は、モデルのバージョン、入力、出力、およびユーザーフィードバックとともにログに記録されます。	—

パート5 小計： / 10

パート6：オペレーティングモデル（8点満点）

業務を迅速に遂行するための適切なチーム構成と安定した作業サイクルは整っていますか？

#	能力	スコア 0-2
6.1	明確な所有権：AIデータの品質、鮮度、ポリシーに関する責任者は、委員会ではなく1人の指名された人物が務めています。	—
6.2	クロスファンクショナルチーム：PMM、オペレーション、エンジニアリング、プライバシー、営業など、様々な部門のメンバーで構成された常設チームがAI対応について週次で会議を実施しています。	—
6.3	迅速な検証：AIが関わる領域で、次に進むべきかを明確に判断する基準を設け、週次でのテストと改善サイクルを実行しています。	—
6.4	学習の取り込み：実験で得られた知見は、単なる報告書で終わらず、システムに反映して再利用できるルールや機能として実装しています。	—

パート6 小計： / 8

合計スコア

セクション	貴社のスコア	満点
パート1：AIチャネルへの対応状況		16
パート2：測定とアトリビューション分析		14
パート3：リアルタイムのパーソナライゼーション		12
パート4：データインフラストラクチャ		12
パート5：AIガバナンス		10
パート6：オペレーティングモデル		8
合計		72

貴社のスコアが意味するもの

58-72点：AI対応のリーダー

貴社は時代の先端を行くリーダーです。既に強固な基盤を整備しており、今後は最適化と高度なテストに焦点を当て、業界における模範事例となるよう務めてください。

推奨される次のステップ：

- AIアシスタント経由で獲得したリードや案件（パイプライン）の貢献度を、業界平均や競合と比較分析しましょう。
- 社内での知見を共有し、業界のオピニオンリーダーとしての情報発信を適宜行いましょう。
- 予測スコアリングやバンディットテストなど、2~3つの高度な機能をパイロット導入を検討しましょう。

36-57点：基盤構築・進歩中

貴社は進歩が見られるものの、課題もあります。スコアが最も低いセクションは、収益の漏洩が生じるリスクが最も高い領域です。これらの領域に最優先で対応してください。

推奨される次のステップ：

- スコアが最も低いセクションについて、関係者と共にレビューを実施しましょう。
- 下位2つのセクションに対し、90日間でのスプリント計画（改善計画）を作成しましょう。
- 上位20の提供内容や提案（オファー）が、正確かつ漏れなく管理されているかをチェックしましょう。

このレベルでよくある課題

- サーバーサイドのトラッキングが不完全であるか、重複排除が機能していない。
- AIアシスタント経由のトラフィックについて、アトリビューション（貢献度測定）を行う手段がない。
- パーソナライゼーションは実施されているものの、過剰な提示を防ぐ仕組みや説明責任が欠如している。
- データの鮮度は手動更新に依存している。

0-35点：早急な対応が必要

貴社は重大なリスクにさらされています。顧客の購買行動がAI探索にシフトする中、貴社は存在が見えなくなったり、誤った情報で認識される恐れがあります。

早急な対応が必要です。

推奨される次のステップ：

- マーケティング、分析、データ、プライバシーの各責任者で90分間のワークショップを実施しましょう
- まず、パート1（AIチャネルへの対応状況）とパート2（測定とアトリビューション分析）を最優先に取り組みましょう。
- パート6（オペレーティングモデル）を参考に、実行を推進するために単一の責任者を割り当てましょう
- これらの取り組みを加速させるため、外部の専門家の起用も視野に入れてみましょう。

次のステップ

AIの成熟度を高めるための取り組みを加速する準備はできていますか？

AIの実装を成功させるために不可欠な強固なデータ基盤をどのように構築できるか、ぜひTealiumにご相談ください。

Tealiumへのお問い合わせ・デモの依頼は
<https://tealium.com/ja/udh-demo/> から。



付録：用語集

AIアシスタント／回答エンジン：ChatGPT、Perplexity、Google AI Overviews、Bing Chatなどのツールで、多くの場合、ユーザーを従来のウェブサイトに誘導することなく、合成された回答や推奨事項を提供するものです。

コンバージョンAPI：ブラウザベースのトラッキング制限を回避し、コンバージョンデータを自社のサーバーから広告プラットフォームに直接送信するサーバーサイドの連携機能です。

イベントの重複排除：クライアントサイドとサーバーサイドの両方のトラッキングがアクティブな場合に、同じコンバージョンが複数回カウントされるのを防ぐための仕組みです。

ゴールデンフィーチャー：「最終購入からの日数」や「エンゲージメントスコア」など、一度計算されシステム間で共有される、再利用可能な派生データアトリビュートです。

増分性テスト：マーケティング施策を受けなかったホールドアウトグループと比較することで、その施策によって引き起こされた実際の効果を測定する手法です。

マイクロインテント：価格設定ページを3回閲覧する、CTA要素へのホバーなど、ユーザーのニーズを予測する小さな行動シグナルです。

来歴：AIガバナンスにとって重要な、コンテンツのソース、所有権、権利、承認日、および有効期限の文書化を指します。

Schema.org／構造化データ：検索エンジンとAIシステムが貴社のコンテンツ（製品、レビュー、FAQなど）を理解するのに役立つ標準化されたマークアップです。

サーバーサイドトラッキング：ブラウザベース（クライアントサイド）のトラッキングがブロックされる傾向にあるため、それに依存するのではなく、自社サーバー側でユーザーイベントを捕捉・収集する手法です。