



小売業界における オブザーバビリティの現状

小売業界におけるオブザーバビリティの導入状況、
およびビジネス価値に関する洞察と分析

概要

小売業界は、エネルギーコストの上昇、高いインフレ率、サプライチェーンの持続的な混乱など、マクロ経済の重大な課題に直面しています。利益率が圧迫される中、小売業者は顧客体験を損なうことなく、ビジネス価値を高めるためのコスト削減と戦略的投資を優先しています。



オムニチャネル戦略は不可欠であり、小売業者は異種データソース全体にわたる包括的な可視性を得る効果的な方法を必要としています。これには、すべてのタッチポイントにわたって顧客、製品、注文のプロセス全体を監視できることが要件として含まれます。多くの小売業者は、店舗、オンライン、配送中の業務を管理するために、販売時点情報管理（POS）システム、キオスク、ウェブ、モバイルアプリ、決済処理、物流・フルフィルメントAPIなどのサードパーティ製ツールやサービスに依存していますが、これらのシステムへの完全なアクセスは持っていません。そのため、ブラインドスポットが生じるリスクが高いため、組織は利益に影響する決定をデータに基づいて行うことが難しくなっています。

オンラインストアを維持し、顧客の関心を惹きつけるために、小売業者は自社のソフトウェアと技術スタックのエンドツーエンドの可視性を提供するオブザーバビリティツールに投資しています。オブザーバビリティツールはデータを収集、可視化し、インテリジェンスを適用して、組織が自社のITエコシステムの動作を把握できるようにするだけでなく、問題が発生したときに迅速に特定して解決します。

小売業界におけるオブザーバビリティの現状レポートでは、調査対象者148名からのインサイトに基づいて、小売および消費者中心のセクターにおけるオブザーバビリティの導入とビジネスへの影響を調査しています。

調査結果によると、電子商取引業界は他の分野と比べて、システム停止が少なく、平均検出時間（MTTD）と平均復旧時間（MTTR）のメトリクスが向上しており、好調に推移していることが明らかになりました。小売および消費者組織は、ツールの統合と統合されたテレメトリーデータに重点を置き、複数のオブザーバビリティツールへの依存を減らしています。こうした傾向は、小売部門におけるオブザーバビリティの明確なビジネス価値を顕著に表しています。今後数年間で組織がより多くのオブザーバビリティ関連機能を導入しようとする中、ポイントソリューションから完全な可視性を提供する包括的なプラットフォームへの移行が加速する可能性があります。

セキュリティとAIの導入が小売業の最優先事項

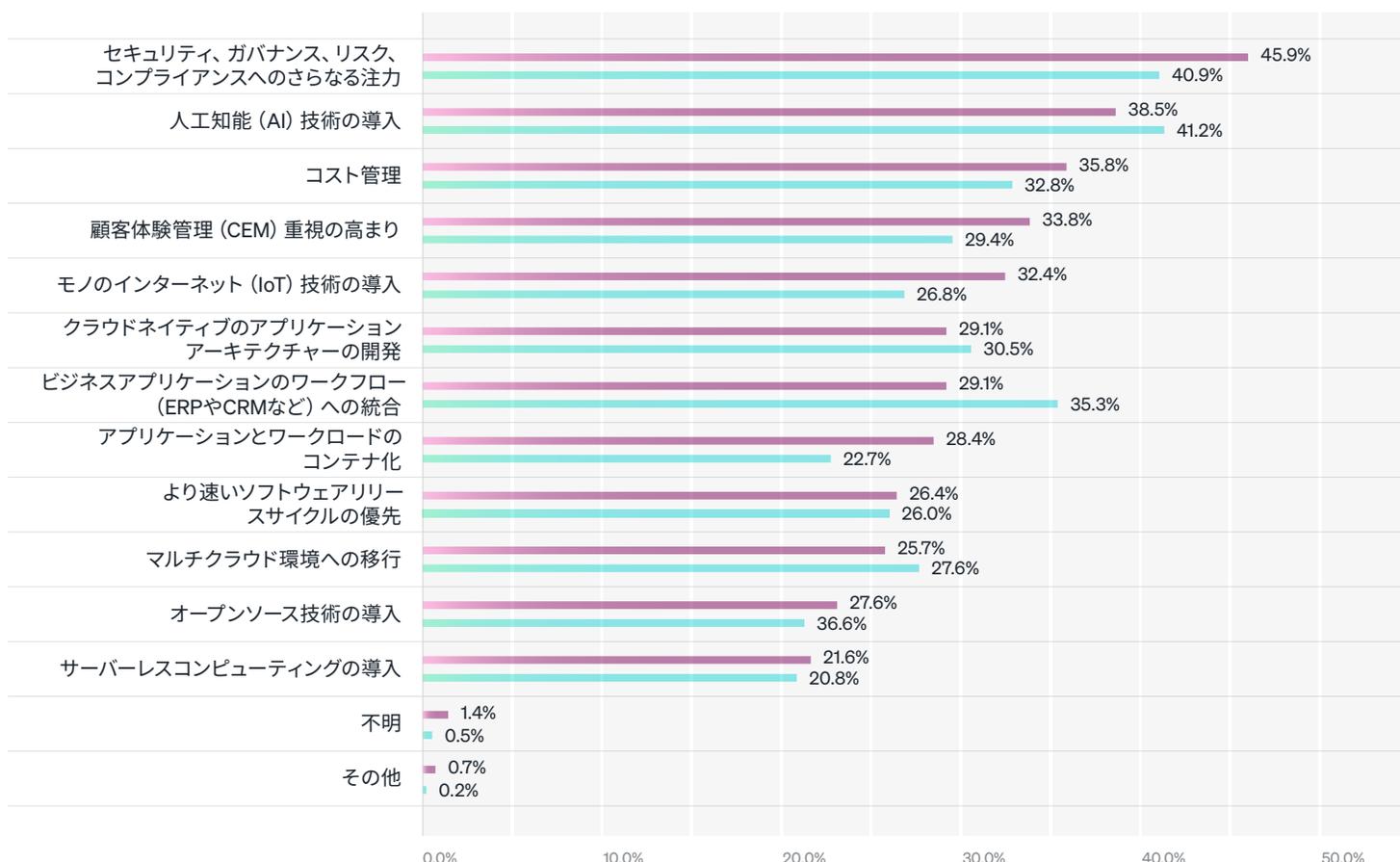
小売／消費者業界におけるオブザーバビリティのニーズを促進するテクノロジー戦略のトップに、セキュリティ、ガバナンス、リスク、コンプライアンスへのさらなる注力（46%）が挙がり、全体の回答を12%上回りました。次いで、人工知能（AI）テクノロジーの導入（39%）、コスト管理（36%）、顧客体験管理の強化（34%）が、小売および消費者セクターにおけるオブザーバビリティを促進する戦略やトレンドとして上位に挙げられました。

モノのインターネット（IoT）は、小売業において在庫追跡や店内販売員の監視など、複数の用途に役立ちます。小売／消費者業界では、IoT導入（32%）は重要な推進力であり、メディア／エンターテインメントを除く他のセクターよりも高く、全体の回答より21%高く評価されました。また、小売／消費者業界では、アプリケーションとワークロードのコンテナ化（全体の23%に対して28%）と、オープンソーステクノロジーの導入（全体の21%に対して23%）がオブザーバビリティのニーズを促進するとの回答がより多く見られました。

小売／消費者の回答者の3分の1以上（36%）は、予測と予測分析が組織のオブザーバビリティ実践を最も改善すると信じており、次点がAIによるトラブルシューティング（30%）と自動根本原因分析（RCA、30%）になっています。

オブザーバビリティのニーズを促進するテクノロジー戦略とトレンド - すべての回答者と小売／消費者の回答者との比較

■ 小売／消費者の回答者
■ すべての回答者



小売業の成長に重要な優先事項はDEM

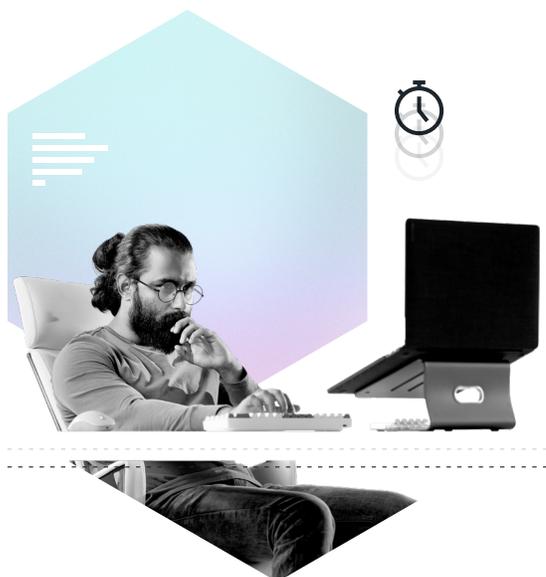
数十億ドルもの消費者支出がオンラインに移行する中、小売業界では、シームレスなオムニチャネルジャーニーをサポートするために、稼働時間、信頼性、デジタル顧客体験 (DCX) 戦略を改善する必要があることを認識しています。**デジタル エクスペリエンス モニタリング (DEM)** は、これらの取り組みの中核として急速に位置づけられ、ブランドがパフォーマンスや信頼性を監視・最適化することで、スムーズで中断のないオンライン体験を提供できるようにしています。DEMは、ブラウザとモバイルの監視を含むリアルユーザー監視 (RUM) と、プロアクティブなテストや改善のための外形監視から構成されます。

小売および消費者業界では現在、ブラウザ監視 (全体の44%に対して35%)、モバイル監視 (全体の35%に対して32%)、外形監視 (全体の26%に対して24%) の導入率がやや低くなっています。

それでも、DEMは投資の主要な焦点です。今後1~3年以内に、回答者の半数以上 (52%) が外形監視を、49%がモバイル監視を導入し、42%がブラウザ監視を実装する予定と回答しています。2027年半ばまでに、回答者の76%がブラウザ監視を導入し、81%がモバイル監視を実装し、76%が外形監視を使用する予定と回答しています。これは大幅な増加を示し、小売業の成功の原動力としてのDEMへの取り組みを強調しています。

「特に、デプロイメントマーカは、インシデントとリリースやシステム構成を関連づけることで、カスタマージャーニーを理解するのに役立ちます。その結果、問題の特定と解決が可能になり、解決までの平均時間が70~80%向上しました」

Sandeep Grandhi氏、BigBasket社
エンジニアリング・アソシエイトディレクター



導入済みの主要な機能と 今後の予定

小売業界で最も広く導入されているオブザーバビリティ関連機能はアラートであり、小売および消費者業界の62%がこれを活用しています。続いてネットワーク監視が59%、セキュリティ監視が55%、ダッシュボードが53%でした。特に、小売および消費者業界は他の業界よりも高い割合でアラートとネットワーク監視を導入しており、これはペースの速い小売環境における迅速かつ実用的な洞察に対する需要を強調するものです。

2027年半ばまでに、ほとんどの小売業界は、セキュリティ監視 (97%)、ネットワーク監視 (95%)、アラート (93%)、データベース監視 (93%)、インフラストラクチャ監視 (90%)、およびAI監視 (90%) を導入すると予想されています。こういった計画投資は、業界全体の運用の可視性と回復力を向上させるための強力な取り組みを反映しています。



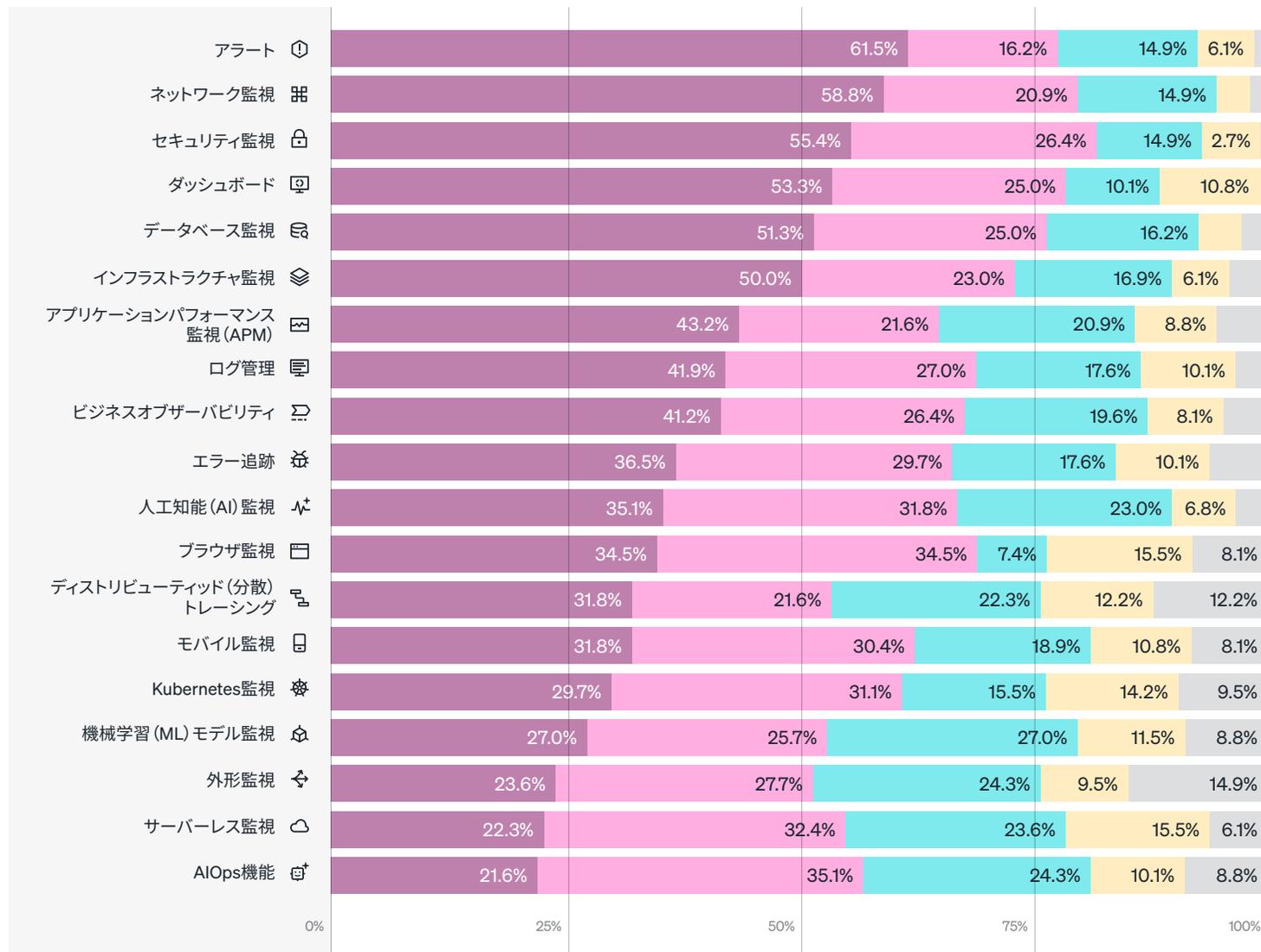
62%

アラートを導入している
小売および消費者組織の
割合

「インシデントアラート、モバイル、顧客やアプリ固有のデータの統合を活用することで、顧客の懸念事項をより深く理解し、ニーズに応えることができます。以前よりも問題を速く特定し、深刻化する前に軌道修正ができるので、よりよい顧客体験を実現できます」

BigBasket社、エンジニアリング・アソシエイト
ディレクター、Sandeep Grandhi氏

小売／消費者業界における2024年から2027年のオペラビリティ関連機能の導入概要



- 導入済み
- 現在は導入していないが、来年には追加予定
- 現在は導入していないが、今後2～3年以内に追加予定
- 現在は導入していないが、追加予定もない
- 不明

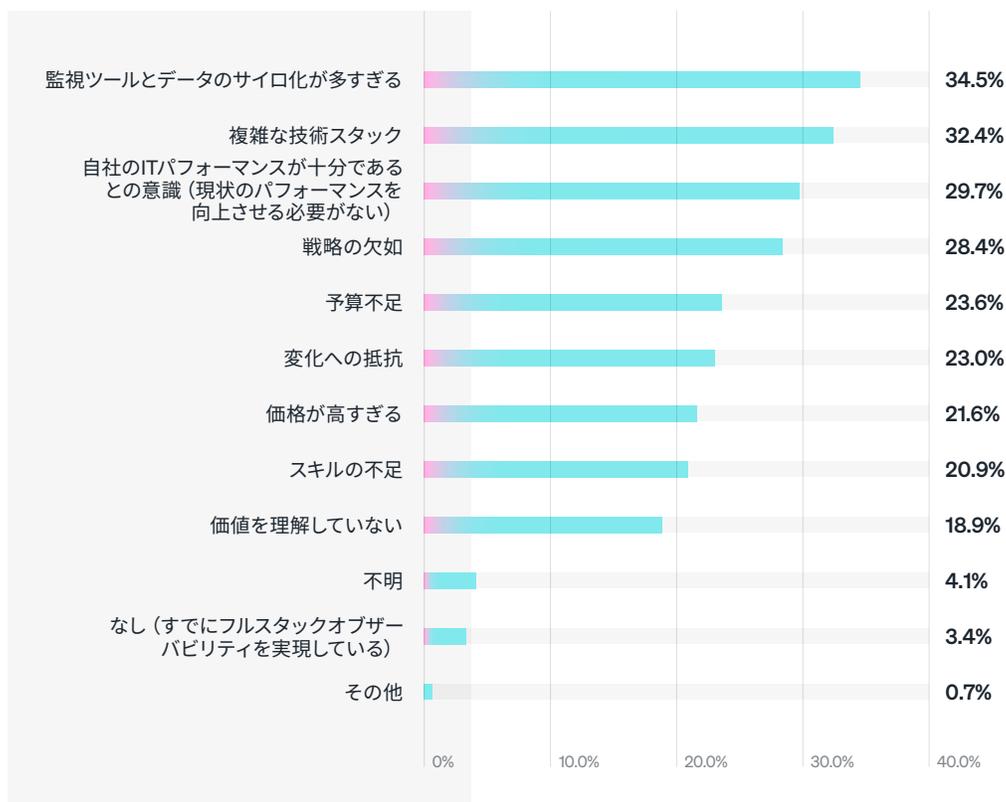
フルスタックオブザーバリティへの障壁を打ち破る

フルスタックオブザーバリティを実現したと報告した小売および消費者組織は5分の1 (18%) 未満で、全業界の平均25%を下回っています。主なハードルは監視ツールとサイロ化されたデータの過負荷であり、回答者の35%がこの課題を指摘しました。さらに、技術スタックの複雑さが大きな障壁となっており、32%が包括的で統合されたオブザーバリティを実現する上での障害になっていると述べています。

18%

フルスタックオブザーバリティを実現している小売および消費者組織の割合

小売／消費者業界における、フルスタックオブザーバリティ実現を阻む主な課題



ツール統合が小売業の効率性と価値の向上につながる

さまざまなサードパーティ製ツールへの依存が一般化している小売業者ですが、統合に向けて着実に前進しています。本調査で分析された19のオペラビリティ関連機能について、小売および消費者組織は、5つ以上のツールに依存する傾向が全業界の45%と比較して低く、40%にとどまっています。この傾向は前年からの改善を示しています。現在、小売組織が使用しているツール数は平均4.4で、2023年の5.4、2022年の5.9から減少し、全業界の平均4.5を上回っています。

このデータは、小売組織がオペラビリティを合理化し、業務効率と投資収益率 (ROI) の両方を最大化することを目指しているという変化が起きていることを示唆しています。単一のツールを使用している小売業界の回答者の割合は前年比3%で安定していましたが、ほぼ半数 (43%) は、オペラビリティのビジネスへの影響を高めるために、来年度中にさらなる統合が行われる可能性が高いことを示しています。

オペラビリティソリューションを選択する際、小売業界の回答者は、幅広い機能 (34%)、手頃な価格 (31%)、およびビジネス成果をリアルタイムでテレメトリデータに結び付けるビジネスオペラビリティ (30%) を提供するプラットフォームを優先しました。大きなシェア (41%) は、最大の価値を生み出すために単一の統合オペラビリティプラットフォームを好むことを表しており、合理化された強力なソリューションへの業界全体の移行を示唆しています。

43%

さらなる統合の可能性が高いことを示した回答者の割合

小売/消費者業界の組織により使用された2024年のオペラビリティ関連機能ツール数 - 2022年と2023年との比較

- 2022年の回答者
- 2023年の回答者
- 2024年の回答者



統合データによる復元力とROIの向上

テレメトリーデータ（メトリクス、イベント、ログ、トレース、MELT）の統合について尋ねたところ、回答者の52%はデータが「より統合されている」、23%はデータがサイロ化されたままである、24%は両方が混在していると回答しました。小売組織はデータ統合が最も進んでいる業界の1つであり、他の部門と比較してデータのサイロ化の比率が最も低くなっています。

小売業の回答者は、テレメトリーデータを、販売データ（全体の37%に対して40%）と在庫データ（全体の36%に対して39%）と統合する可能性が平均よりも高いことを示しました。ただし、顧客データ（全体の41%に対して37%）と運用データ（全体の43%に対して33%）など、他の重要なデータタイプの統合率は平均を下回りました。人事データ（22%）と製品研究データ（31%）は最も統合が進んでおらず、さらなる調整によって価値が生み出される可能性がある分野であることが浮き彫りになっています。さらに、5つ以上のビジネス関連のデータタイプをテレメトリーデータと統合している小売組織は、全業界では35%であったのに対し、わずか30%でした。

データインテグレーションと統合は調査全体を通じて組織にとって強力であることが証明され、ダウンタイム、コスト、エンジニアリング時間の削減に大きなメリットがあることがわかりました。全回答者の中で、より統合されたテレメトリーデータを持っている回答者は次のように報告しています。

- **年間ダウンタイムが78%削減**：年間488時間に対して107時間
- **サービス中断に費やすエンジニアリング時間が11%削減**：32%に対して28%
- **ROIの中央値が向上**：290%に対して302%

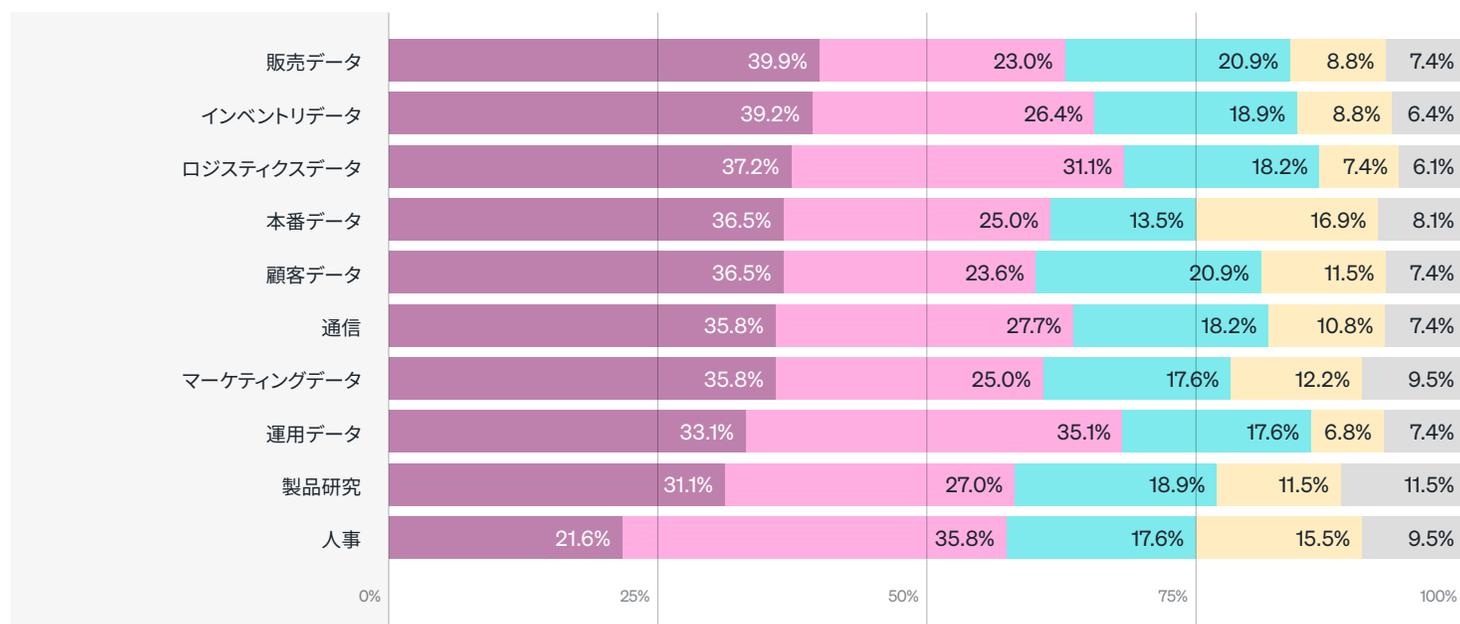


5つ以上のビジネスデータタイプとテレメトリーデータを統合した組織は、さらに優れた結果を実現しています。

- **年間ダウンタイムが63%削減**：年間370時間に対して139時間
- **サービス中断に費やすエンジニアリング時間が27%削減**：週40時間労働に基づく15時間に対して11時間

これらの調査結果は、小売および消費者組織が統合されたテレメトリーデータから恩恵を受けている一方で、追加のビジネスデータタイプとのより深いインテグレーションにより、回復力、コスト削減、ROIがさらに向上する可能性があることを示唆しています。ビジネス関連のデータインテグレーションの拡大により、デジタル投資の可能性を最大限に引き出す魅力的な機会が小売業者にもたらされます。

小売／消費者業界のテレメトリーデータに統合されるビジネス関連データの種類



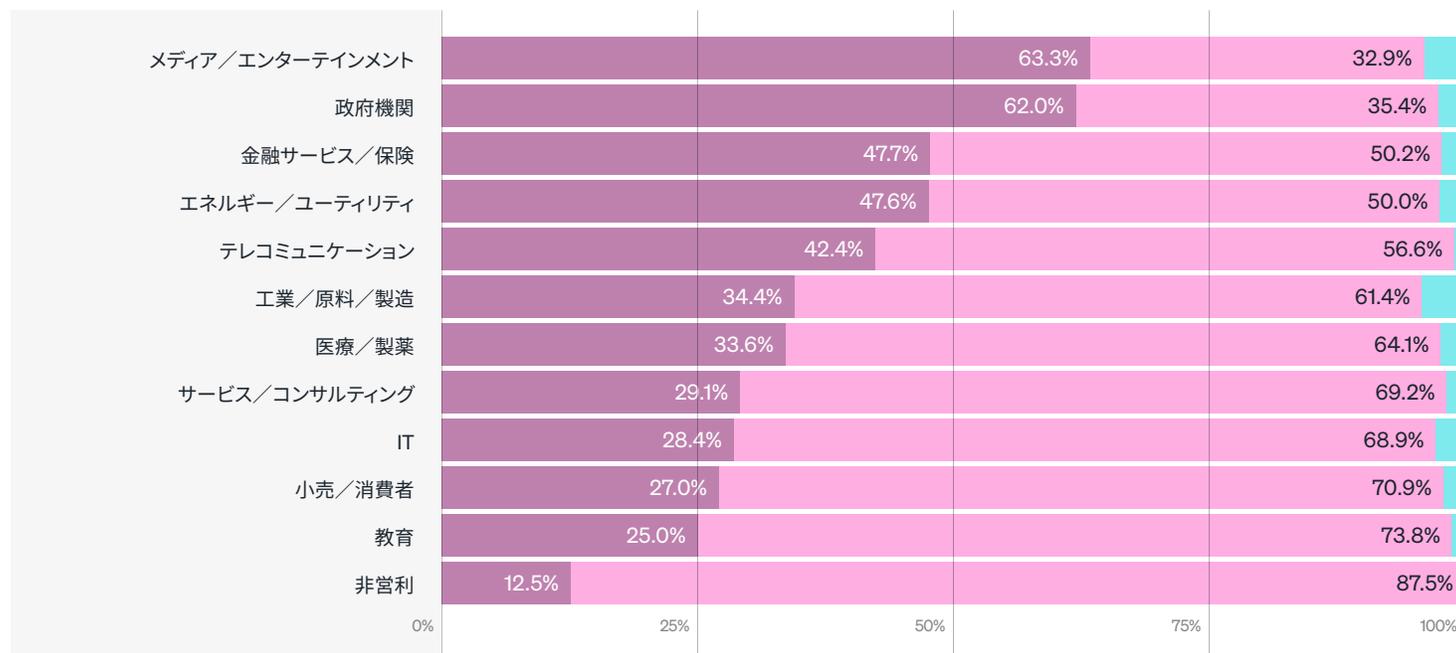
- テレメトリーデータと統合済み
- 現在、テレメトリーデータと統合していないが、来年には統合予定
- 現在、テレメトリーデータと統合していないが、今後2〜3年以内に統合予定
- 現在、テレメトリーデータと統合していないが、統合予定もない
- 不明

「大工が仕事をするのに一連の道具を手元に揃えるように、効果的なeコマースサイトを運用するには正しいツールを使うべきです。それができれば、チーム全体の生産性は、はるかに向上します」

Goran Stefkovski氏、
Kogan社チーフテクノロジーオフィサー

小売業におけるダウンタイムのリスクの高さ

回答者は、ほとんどの他の業界に比べて影響の大きいシステム停止が少なく、毎週このような中断を経験しているのはたったの27%であると回答しています。これに対し、全業界の平均は38%でした。これにより、小売業のシステム停止の頻度は3番目に低い結果となりました。最も頻繁に発生した原因はネットワーク障害 (32%) で、次いでソフトウェア導入の問題 (34%) と環境の変化 (31%) となっています。



小売組織の検出時間は他のセクターを上回っています。30分以内に影響の大きいシステム停止を検出したのは、平均の54%に対して半数未満 (49%) でした。平均検出時間 (MTTD) の中央値は32分で、全体の中央値の37分より14%高速でした。平均解決時間 (MTTR) では、小売業の中央値は46分で、業界の中で2番目に低く、全セクターの中央値の51分よりも10%高速でした。

この効率的な検出と解決により、年間ダウンタイムの中央値は164時間となり、他の業界よりも41%短縮されています。さらに、MTTDとMTTRの改善はオペレータビリティソリューションに関連していました。回答者の5分の3 (60%) が顕著な改善を報告しており、最も効果的な実践法として、根本原因分析 (41%) とレイテンシ、利用率、エラー、飽和状態の監視 (37%) が挙げられます。

フルスタックオペレータビリティも、応答時間の短縮と関連していました。MTTDが30分未満の小売業の回答者のうちほぼ半数 (48%) がフルオペレータビリティを実現済みであるのに対し、実現していない割合は32%でした。30分未満のMTTRでは、26%がフルスタックオペレータビリティを実現済みであるのに対し、23%はフルスタックオペレータビリティを実現していませんでした。

小売業者にとって、リスクは明らかです。サイバーマンデーにウェブサイトが30分間停止すると、数百万ドルの売上が失われ、顧客ロイヤリティが損なわれる恐れがあります。しかし、オペレータビリティツールはこういったリスクを軽減し、小売業者はトラフィックのピーク時でも準備を整え、オンライン状態を維持できます。

業界別、ビジネスに影響を与えるシステム
の停止頻度

- 週に1回以上
- 月に2~3回以下
- 不明

オブザーバビリティにより、高いROIと戦略的価値を実現

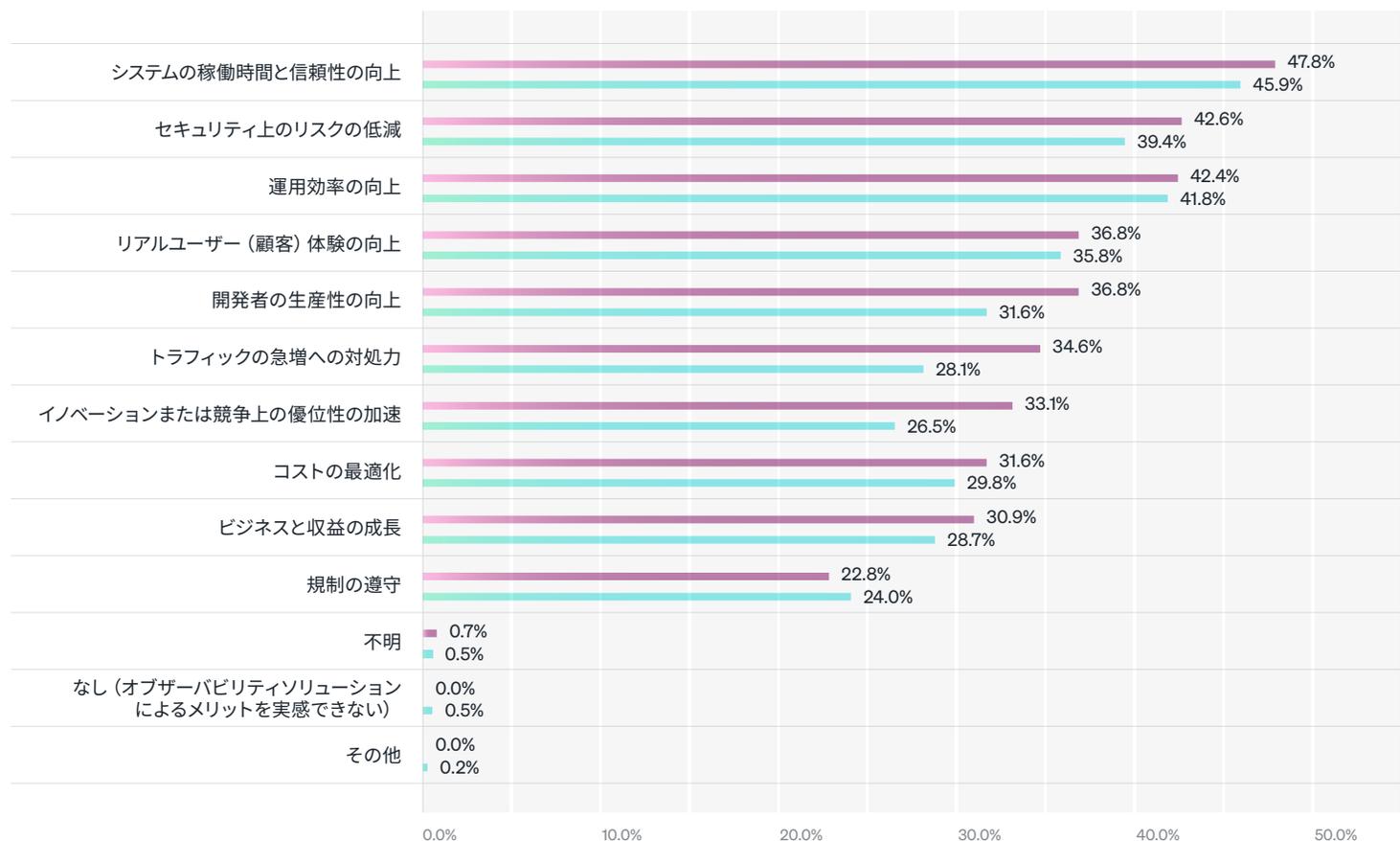
小売および消費者組織はオブザーバビリティへの投資が強化されていると報告しており、年間支出額が100万ドル以上と答えた回答者が74%である一方、10万ドル未満を割り当てているのはわずか2%でした。この投資は顕著な利益をもたらしており、小売組織は年間ROIの中央値302%、つまり支出の4倍を達成しており、このセクターにおけるオブザーバビリティの戦略的価値が強調されています。

オブザーバビリティの利点に関しては、ほぼ半数（48%）がシステムの稼働時間と信頼性の向上を報告し、43%がセキュリティリスクの軽減を実感しています。運用効率（38%）、開発者の生産性（37%）、顧客体験の向上（37%）も利点の上位に挙げられています。

小売組織は年間ROIの中央値302%、つまり支出の

4倍

を実現



測定可能な価値に関しては、小売/消費者組織の79%がオブザーバビリティから年間50万ドル以上の価値を受け取っていると推定し、78%がこの価値は100万ドル以上に達したと述べています。年間支出と年間得られる価値の見積もりに基づくと、小売組織は年間ROIの中央値302%、つまり4倍を得ています。

オブザーバビリティの主な利点

- 小売/消費者の回答者
- すべての回答者

本レポートについて

本レポート内のすべてのデータは、**2024年オブザーバビリティ予測**レポートの発行に向けた取り組みの一環として、2024年4月から5月に実施された調査より得られたものです。

小売／消費者業界の回答者は、2024年オブザーバビリティ予測調査の調査対象者の9%にあたる148名です。

ETRは、関連する専門性に基づき調査対象者を選定しました。ETRは、回答者のサンプルサイズを獲得するのに、彼らが拠点とする国と組織でのロールタイプ（実務担当者およびITDM）にもとづき、割当法と呼ばれる非確率サンプリングタイプを実施しました。地理的分配の割当には、16の主要国をターゲットとしました。

本レポート内で提示されるすべてのドル表記は米国ドル (USD) です。

本レポートで使用されている[定義](#)をご覧ください。



ETRについて

ETRは、対象とするITDMコミュニティから得た専有データを活用し、投資計画や業界トレンドに関するアクション可能なインサイトを提供するテクノロジー市場の研究ファームです。2010年以来、ETRは1つの目標に向かって着実に実績を重ねています。すなわち、企業リサーチにおいて、不完全でバイアスのかかった、統計的に有意ではないデータから形成されることの多い意見の必要性を排除することです。

ETRの扱うITDMコミュニティは、業界で最高クラスの顧客／評価者の視点を提供できる独自のポジションを占めています。このコミュニティから得た専有データとインサイトは、機関投資家やテクノロジー企業、ITDMが、拡張する市場における複雑な企業テクノロジーの展望を概観する上で、大きな役割を果たしています。



New Relicについて

New Relicのインテリジェントなオブザーバビリティプラットフォームは、デジタル体験の中断を解消できるように企業を支援します。New Relicは、テレメトリーデータを統合およびペアリングしてデジタル資産全体を明確にする、唯一のプラットフォームです。当社では、適切なデータを適切なタイミングで処理して価値を最大化し、コストを抑制して、問題解決をプロアクティブから予測可能へと移行します。それゆえ、世界中の企業（Adidas Runtastic、American Red Cross、Domino's、GoTo Group、Ryanair、Topgolf、William Hillなど）が、New Relicを使用してイノベーションを推進し、信頼性を向上させ、成長を促す優れた顧客体験を提供しています。www.newrelic.comをご覧ください。



New Relicリテールソリューションの詳細

