



2024

ROIレポート

- ◆ 世界135か国以上で23万8,000社を超えるお客さまが
HubSpotを活用してビジネス成長を遂げています
- ◆ HubSpotの使いやすく、即効性があり、オールインワンの
カスタマープラットフォームが
お客さまのビジネスにもたらす価値をご紹介します

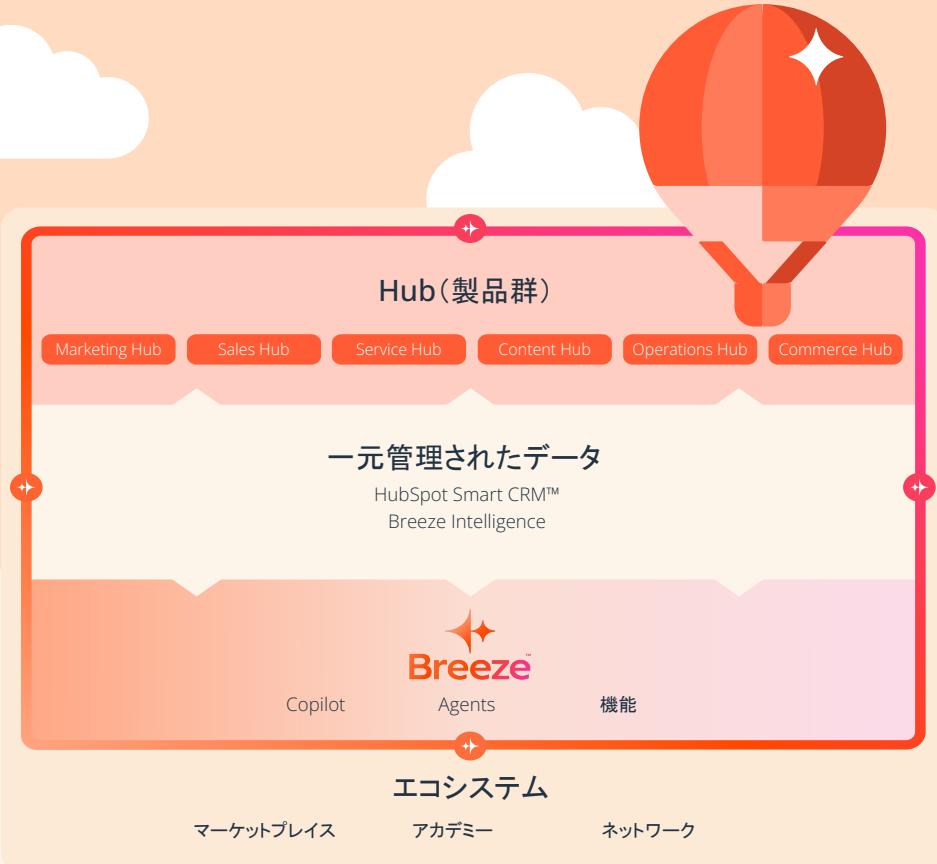


HubSpotとは？

HubSpotは使いやすく、即効性があり、オールインワンのカスタマープラットフォームです。カスタマープラットフォーム上のあらゆる機能がシームレスに連携され、ビジネスの成長を後押しします



統合型のカスタマープラットフォームを利用するチームは、2024年の目標以上の成果を出す確率が1.5倍高くなります¹



1. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。

HubSpotが評価される理由



使いやすさ

効率的で
直観的に使えるツール

79%

ユーザーの79%がHubSpotは
使いやすいと答えています¹



即効性

数か月や数年ではなく、数
週間で価値を実感



HubSpot製品の完全な運用開
始までの平均所要日数は、わ
ずか6週間です²



オールインワン

顧客とつながり、共に
成長するために必要な全て
のデータとツールを統合

79%

HubSpotユーザーの79%が、
データを一元化するのに役立つ答
えています¹

1. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。

2. お客さまが製品を購入した日時と、アクティベーションに必要とされる操作をお客さまが完了した日時に基づいて計算されています。統計サンプルには、2019年1月から2024年7月の期間にSales Hub (n=89,440)、Marketing Hub(n=109,711)、Service Hub(n=44,755)、Content Hub(n=17,771)のいずれかのエディションをご購入いただいたお客さまのデータを使用しています。

HubSpotの メリット



- 01
CRMの組織浸透率向上



- 02
業績向上の加速



- 03
迅速な価値の実感



- 04
コストの削減

HubSpotで CRMの組織浸透率を向 上

“

HubSpotのおかげで、当社のチームは正確性の追求にかける時間を減らし、ファunnelの加速化に向けた戦略の策定や、顧客との関係強化に時間を使うことができます

teamwork.

マーケティング部門長
Lubna Quraishi氏



HubSpotユーザーの81%が、自分の組織ではHubSpotの浸透率が高いと答えています¹



HubSpotのお客さまの76%が高い機能使用率を示しています²

↑ Marketing HubとContent Hubをご利用のお客さまの94%が、高い機能使用率を示しています³

↑ Sales Hubをご利用のお客さまの87%が高い機能使用率を示しています⁴



HubSpotユーザーの86%がHubSpot製品を毎日使用しています¹

1. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。
2. Marketing HubとContent Hub(n=3,050)、Sales Hub(n=20,802)、Service HubのProfessionalとEnterprise (n=6,263)をお使いのお客さまのうち、機能使用率が高いお客様の割合に基づいています。
3. Marketing HubとContent HubのProfessionalとEnterprise(n=3,050)をお使いのお客さまのうち、Marketing Hubのコア機能の67%(9の機能のうち6つ)以上が有効化され、Marketing Hubの機能使用率が高いと見なされるお客様の割合に基づいています。
4. Sales HubのProfessionalとEnterprise(n=20,802)をお使いのお客さまのうち、Sales Hubのコア機能の64%(11の機能のうち7つ)以上が有効化され、Sales Hubの機能使用率が高いと見なされるお客様の割合に基づいています。

HubSpotを導入して 業績向上を加速

“

HubSpot上AI搭載ツールと統合されたデータは、当社の顧客体験(CX)チームに不可欠な存在となっています。チケットの3分の1以上を自動化して、解決に要する時間を60%以上削減できました

KAPLAN[®]
EDUCATIONAL LEARNING COMPANY

顧客エンゲージメント担当シニアディレクター
Jennifer Cummings氏



HubSpotのお客さまは、導入後6ヶ月後に…



リード創出数が107%増加¹



成約件数が35%増加²



チケット解決率が28%向上³

1. Marketing Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=67,842)における、6か月間の月間フォーム送信件数に基づいています。
2. Sales Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=61,265)における、6か月間の月間成約件数に基づいています。
3. Service Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=10,344)における、6か月間の月間チケット解決率に基づいています。

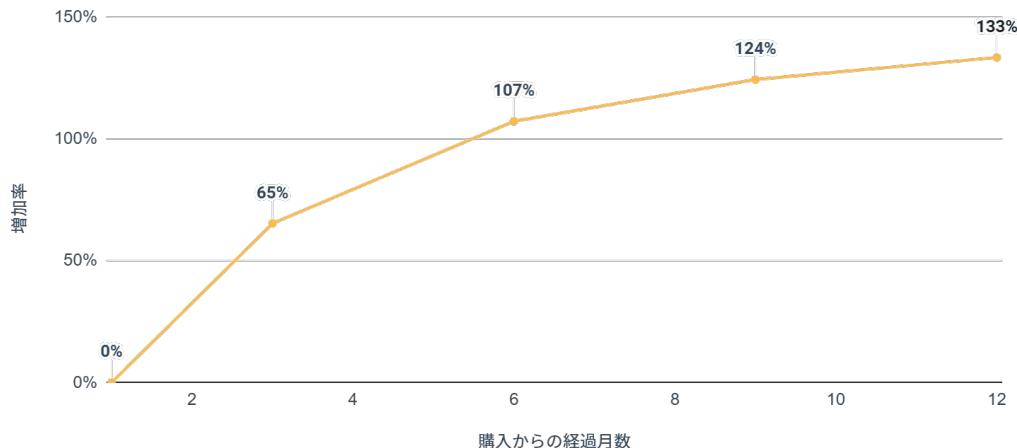
HubSpot



HubSpotを導入して業績向上を加速: リードを素早く創出

導入後のインバウンドリード増加率¹

- ◆ Marketing Hubをご利用のお客さまは、導入後わずか6ヶ月でインバウンドリード数107%増を達成¹



1. Marketing Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=67,842)における月間フォーム送信件数に基づいています。
2. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。
3. Marketing HubまたはContent Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=27,548)における月間ウェブサイトトラフィックに基づいています。
4. Solutions Partnerのサービスをご利用のMarketing HubのProfessionalおよびEnterpriseエディションのお客さま(n=13,094)と、利用していないお客様(n=12,829)のフォーム送信件数の比較に基づいています。



82%

マーケティング担当者の82%が、HubSpotの導入によりリード創出数²が増加したと答えています



134%

Marketing Hubをご利用のお客さまはウェブサイトトラフィック³が134%増加しています³



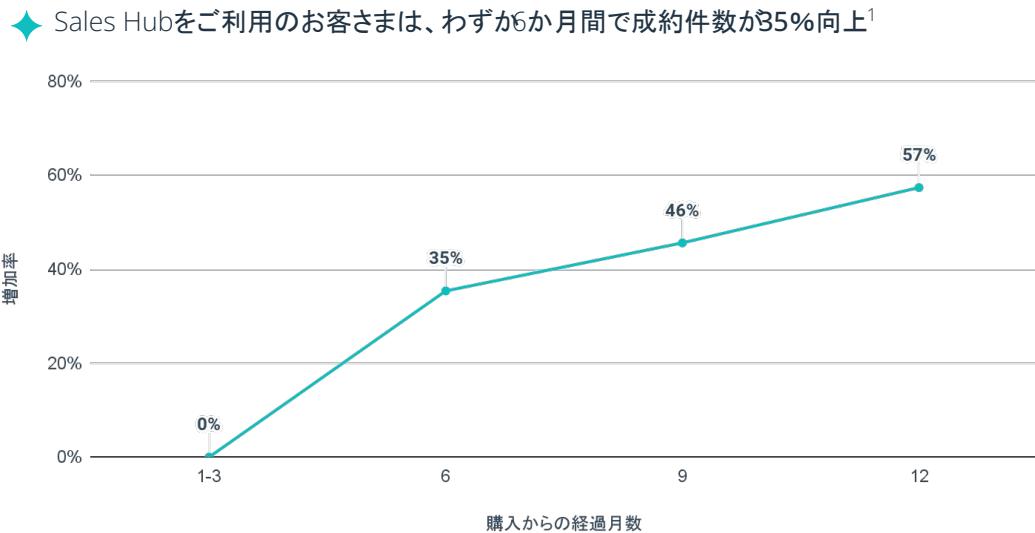
53%

パートナーのサービスをご利用のお客さまは利用していないお客様と比べてインバウンドリードが53%増加しています⁴



HubSpotを導入して業績向上を加速: 取引成約までの時間を短縮

導入後の成約率の実績¹



1. Sales Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=61,265)の、12か月間の月間成約件数に基づいています。
2. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。
3. 2024年5月から7月の期間に会話分析機能を有効化したお客さま(n=163)と、有効化しなかったお客さま(n=48,178)を比較した場合の、成約までの平均所要時間に基づいています。
4. Sales HubのProfessionalおよびEnterpriseユーザーで、パートナーのサービスをご利用のお客さま(n=12,264)と、利用していないお客さま(n=18,633)の成約件数の比較に基づいています。



76%

営業担当者の76%がHubSpotの利用によって成約率が上がったと回答²



時間を167%短縮

Sales HubでAIを活用した会話分析機能をご利用のお客さまは、利用していないお客さまと比べて成約にかかる時間を167%削減できました³



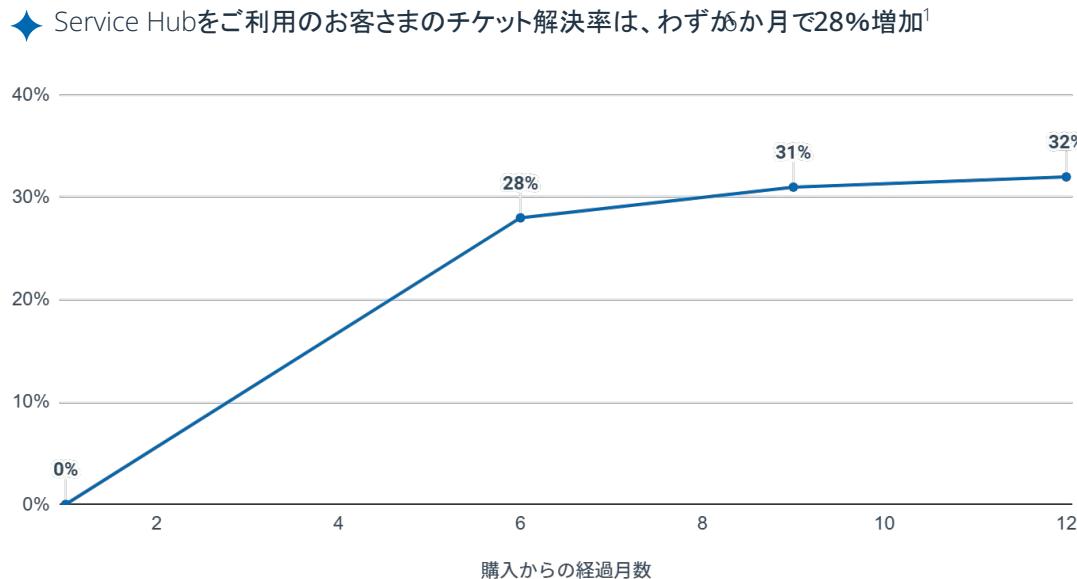
3倍

パートナーのサービスをご利用のお客さまは、利用していないお客さまと比べて成約件数が3倍増加しました⁴



HubSpotを導入して業績向上を加速: チケット解決のスピードを向上

導入後のチケット解決率の向上率¹



1. Service Hubのいずれかのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=10,344)の月間チケット解決率に基づいています。
2. 2024年3月のカスタマーサービスのリーダー1,537名を対象に実施したグローバルアンケートです。
3. 2024年5月から7月の期間に、Service HubのProfessionalおよびEnterpriseをご利用のお客さまのうち、コンテンツアシスタントナレッジベースを有効化していたお客さま(n=1,031)と有効化していなかったお客さま(n=2,209)の比較に基づいています。



72%

カスタマーサービスのリーダーの 72%が、
HubSpotのおかげでチケット解決時間がスピーディアップしたと回答しています²



↑11%

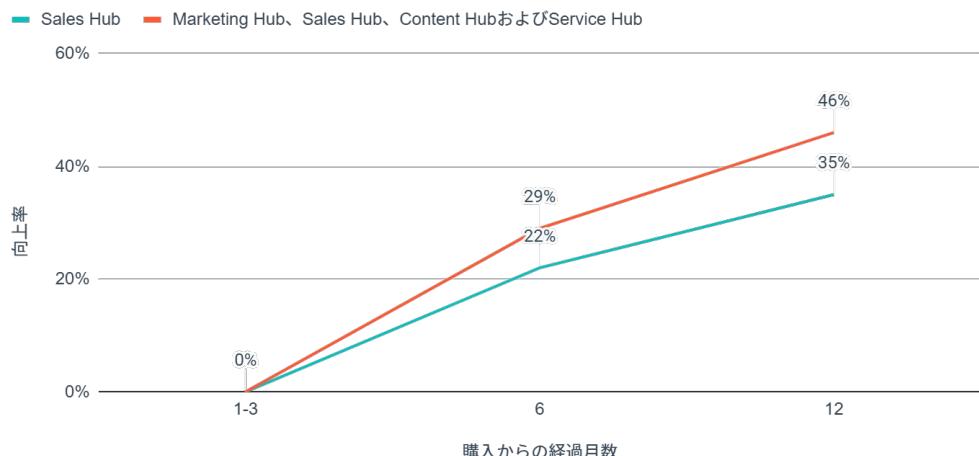
Service Hubでナレッジベース(AIコンテンツアシスタントを含む)をご利用のお客さまは、利用していないお客さまと比べてチケット解決率が 11%向上しています³



HubSpotを導入して業績向上を加速: ツールの連携

導入後の成約率の実績¹

- ◆ HubSpotの複数Hubをご利用のお客さまは、Sales Hubのみをご利用のお客さまと比べて、成約率が31%向上しています¹



1. Marketing Hub、Sales Hub、Service Hub、Content Hubの全てのエディションを12か月以上ご利用のお客さま(n=19,668)と、Sales Hubのみをご利用のお客さま(n=18,794)における導入から12か月後の月間成約件数の比較に基づいています。

2. 2024年3月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。

3. 2024年5月から7月の期間において、Sales Hub、Marketing Hub、Service Hubで連携をご利用のお客さま(n=47,027)と利用していないお客さま(n=1,231)を比較した場合の割合に基づいています。



72%

ユーザーの72%が、HubSpotはデータを統合しやすいと回答²



8倍

連携をご利用のお客さまは、連携を利用していないお客さまと比べて成約件数が8倍に増加³

HubSpotで 迅速に価値を 実感



“

HubSpotを利用したことが収益拡大と業務効率化に役立ちました。私たちはHubSpotのプラットフォームを活用してビジネスを推進していくのを楽しみにしています



マーケティング担当バイスプレジデント
Abbey Heimensen氏



HubSpotユーザーの80%が、
生産性の向上を実感¹

↑ そのうち72%が3週間以内に生産性を高めました¹



ユーザーの75%は、HubSpotのおかげで
会社が生み出す収益が増えたと回答¹



HubSpotユーザーの76%は、費用対効果を実感¹

↑ そのうち64%が4週間以内に効果を感じました¹

1.2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。

ビジネス全体の価値を 高めるHubSpot

ROIを計算する

HubSpot ROI計算ツール



76%

マーケティング担当者の
76%が、HubSpotのおかげで
コンバージョン率が上昇したと
回答¹

84%

営業担当者の84%が、
HubSpotのおかげでリードの質
が向上したと回答¹

77%

カスタマーサービスのリーダー
の77%が、HubSpotのおかげ
で自社の顧客生涯価値(CLTV)
が向上したと回答²



1. 2024年8月、世界のCRMユーザー1,474名を対象に実施したアンケートに基づいています。
2. 2024年3月のカスタマーサービスのリーダー1,537名を対象に実施したグローバルアンケートです。

HubSpotでコストを削減

HubSpotのほとんどのお客さまは、初年度は追加料金を支払っていません。最初の2年間で平均1,200万円以上を節約できます¹



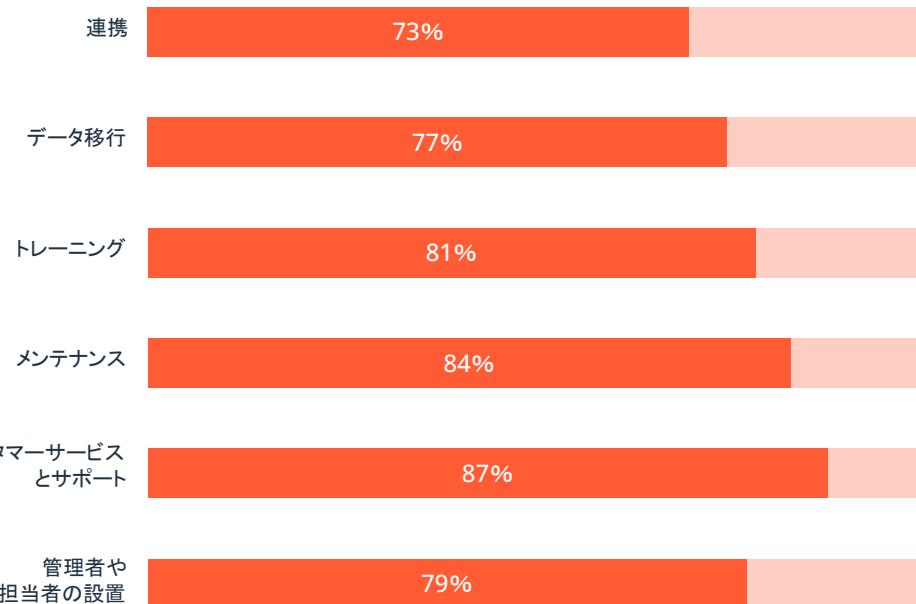
“

移行にかかるコストを心配する必要はありません。管理コストや総所有コスト(TCO)を考えれば、導入する価値は十分にあります

最高収益責任者(CRO)
Adam Pisk氏

導入事例: 株式会社 NTPCコミュニケーションズ、約2億円の施策コストの削減と、毎年200%成長の売り上げに貢献

項目別: 追加費用を支払っていないHubSpotのお客さまの割合(%)



1. Marketing Hub(n=131)、Sales Hub(n=172)、Service Hub(n=68)のいずれかをご利用のHubSpotユーザーを対象としたアンケートに基づいています。

最後に

HubSpotの使いやすく、即効性があり、オールインワンのカスタマープラットフォームをご利用のお客さまは、様々な領域で成長を加速させています



HubSpotを活用してビジネスを変革しませんか？ 詳細については、お気軽に問い合わせください

[営業担当者に相談する](#)

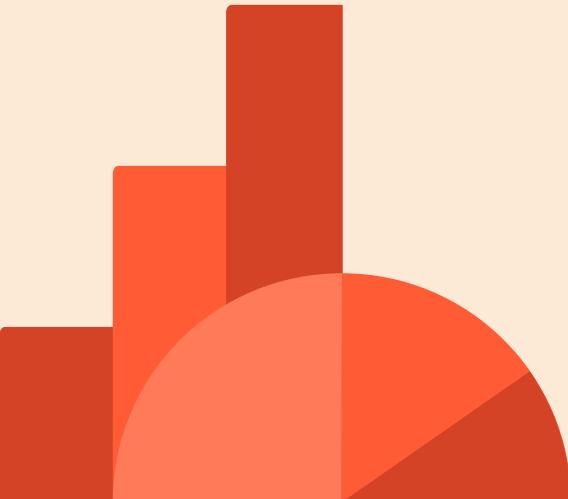
無料のツールもご用意しています

[HubSpot ROI計算ツール](#)

[Growth Grader](#)

[HubSpot TCO計算ツール](#)

データの取り扱いについて



HubSpotは、このレポートで使われている顧客データをどのように収集しているのですか？

当社は、HubSpotのウェブサイトまたはサブスクリプションサービスを利用するお客さまから情報を収集することで、お客さまのデータを入手しています。収集するデータの種類、情報の用途および共有方法、お客さまが自社のデータを管理する方法については、全て当社の [プライバシーポリシー](#) でご確認いただけます。

顧客体験データは、HubSpotのお客さま数千社の集計データに基づいています。具体的なサンプル数や、各グラフや統計データの対象となるお客さまを決定するための条件の詳細については、対応するグラフ内の説明または統計データの脚注をご覧ください。

このレポートに使われている顧客データの種類を教えてください。

このレポートで示しているデータは、次の 3種類に分けられます。

- 個人データ: [HubSpotデータ処理契約](#)に定義されている情報を指します。当社は、お客さまがウェブフォームへの入力、HubSpotのウェブサイトの利用、HubSpotブログの読者登録、ウェビナーへの申し込み、カスタマーサポートの依頼、ユーザー情報の作成または変更、各種設定を行ったり、当社のサブスクリプションサービスにアクセスまたは利用するためにその他の関連情報を提供したりする場合に個人データを収集します。
- 使用状況データ: お客さまによるサブスクリプションサービスの使用および操作に関する測定指標や情報が含まれます。例としては、最もよく使用される製品機能、オブジェクト(取引など)の作成およびクローズ、アカウント内で特定の機能(ワークフローなど)がトリガーされた頻度などが挙げられます。
- 調査データ: HubSpotが実施した市場調査にお客さまが同意の上で参加した場合に収集されます。こうした調査では、HubSpot製品をご利用のお客さまに自社の実績に関連する質問(節約した時間数、収益の増加、その他の関連する測定指標など)をしてデータを収集しています。

このレポートで使われているデータの詳細はどこで確認できますか？

このレポートで使用しているデータの詳細については、[HubSpotの顧客体験データ](#)をご覧ください。このページには、パフォーマンスの計算方法、精度の維持、測定指標の定義について理解を深めるために役立つ、よくある質問を掲載しています。