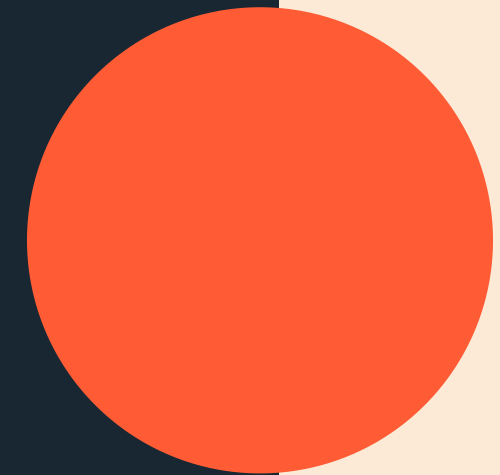


HubSpotの 年次ROIレポート



本レポートについて

自社に最適な、マーケティング、営業、カスタマーサービスのソフトウェアを判断するのは簡単ではありません。

多くの選択肢がある中、ビジネスの成長に本当に役立つソフトウェアを見極めて、顧客と長期にわたる強固な関係を構築し、自社に大きなメリットをもたらすにはどうすればよいのでしょうか。

ソフトウェアを一か八かで取り入れて、業績が向上することをただ祈るのではなく、確かな根拠に基づいて導入するソフトウェアを決めたいはずです。

HubSpotには、その根拠があります。

HubSpotは、2022年に当社のソフトウェアがお客さまにもたらした価値を定量化するために、15万8,000社を超える利用企業に関するデータを分析し、導入から12か月の間に実績がどれだけ向上したかを調査しました。

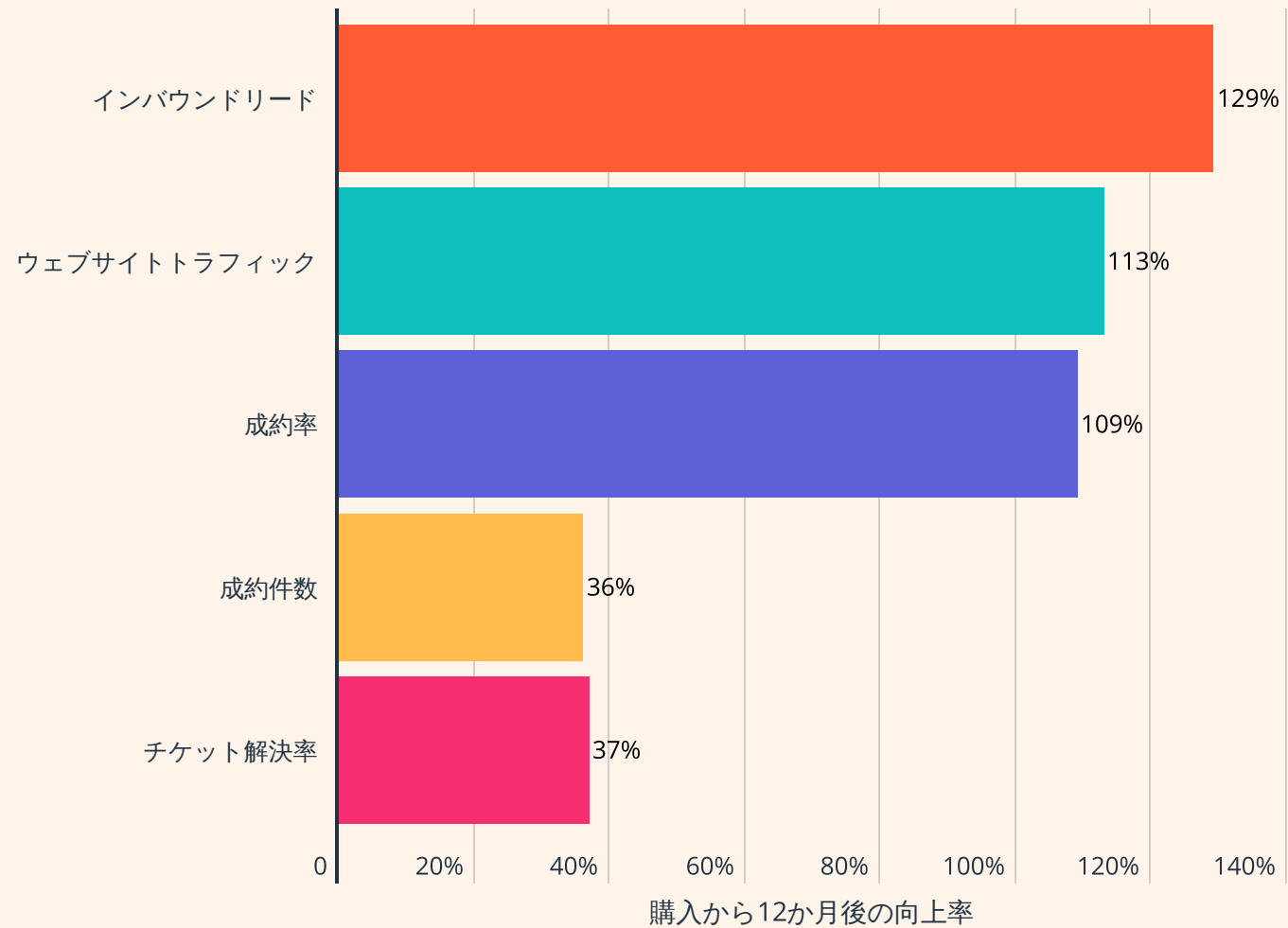
このレポートを通じ、HubSpotのCRMプラットフォームが皆さまのビジネス成長と「つながる」顧客体験の提供を後押しするコスト効率の高い製品であることがご理解いただければ幸いです。

それでは、詳しく見ていきましょう。

目次

調査結果のハイライト.....	4
データの取り扱いについて.....	5
Marketing Hub.....	7
ウェブサイトトラフィック.....	8
インバウンドリード.....	15
Eメールのクリックスルー率.....	22
製品の利用状況.....	29
CMS Hub.....	32
ウェブサイトトラフィック.....	33
インバウンドリード.....	39
製品の利用状況.....	44
Sales Hub.....	46
成約件数.....	47
成約率.....	54
平均取引金額.....	61
担当者当たりの成約件数.....	65
製品の利用状況.....	67
Service Hub.....	70
チケット解決件数.....	71
チケット解決率.....	76
担当者当たりの解決件数.....	81
製品の利用状況.....	83
Marketing HubとSales Hub.....	86
まとめ.....	91

調査結果のハイライト

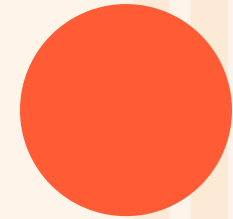


HubSpotを1年使用した後の変化

- リードの創出数が増加
フォームの送信を通じたインバウンドリードの創出数が129%増加
- ウェブサイトへのトラフィックが増加
ウェブサイトの訪問者数が113%増加
- 成約件数と成約率が向上
取引の成約件数が36%増え、成約率が109%向上
- 顧客からの問い合わせの解決率が向上
チケット解決率が37%向上

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hub、Sales Hub、Service Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまの実績値に基づいています。

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入手しているのですか？

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のデータを収集しています。収集するデータの種類、収集した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。

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2つのカテゴリーに分けられます。

1. 個人データ（定義は[HubSpotデータ処理契約](#)を参照）
2. 使用状況に関するデータ

当社は、お客さまがウェブフォームを送信した場合や当社のウェブサイトを利用した場合（HubSpotブログの読者登録、ウェビナーの参加申し込み、カスタマーサポートへの問い合わせなど）にお客さまから個人データを収集しています。また、HubSpotアカウントの登録、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も個人データを収集します。

使用状況データには、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日時、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。

HubSpotは、顧客データのプライバシーをどのように保護していますか？

HubSpotは、お客さまに関するデータのプライバシーを確実に保護するために、匿名化手法を採用し、データを特定の個人または法人に結び付けられないよう、特定につながる情報を削除または修正しています。お客さまから収集したデータには、標準的な匿名化手法である、属性の削除、一般化、集計といった3つの処理を行っています。また、設定したサンプルサイズのしきい値である100に満たない地域または業種からの集計データは共有していません。

データの取り扱いについて（続き）

このレポートで示されたデータの集計対象となっている顧客を教えてください。

本レポートで示したデータは、数多くのHubSpotのお客さまから集計したデータに基づいています。具体的なサンプル数と対象のお客さまが満たす条件については、各グラフの分析内容またはグラフ内の説明に記載された統計情報をご覧ください。

購入後の実績に関する統計情報は、どのように算出されていますか？

各測定指標の平均伸び率は、HubSpot製品の購入から所定の期間が経過した時点のお客さまの実績を、購入後1か月間または3か月間の平均と比較したものです。

購入後の実績に関する統計情報について、適切な解釈の方法を教えてください。

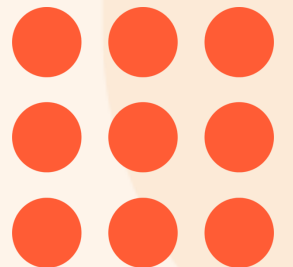
例えば「10%向上した」と書かれている場合、基準値と比べて10%高いということを意味します。初月の月間訪問者数が100人で、12か月後に50%向上したのなら、12か月目の月間訪問者が150人に達したということです。

このレポートで示すデータについて正確を期するために、HubSpotはどのような対策を講じていますか？

このレポートで示す平均伸び率の値には、お客さまの実績をできるだけ正確に反映することが非常に重要だと考えています。そのため、当社はお客さまのデータの分析に先立ち、データをふるいにかけ、エラー、欠損、分布状況について確認しています。また、複数の統計手法を使用して外れ値を特定し、データのクレンジングを行うことで、通常とかけ離れた値により月間平均値の精度が低下しないようにしています。分布の偏りが極めて大きい場合には、平均値の代わりに中央値を使用しています。偏りが大きいデータの中心傾向を表す上では、中央値が最適な尺度であるためです。

このレポートで示された結果を、全ての顧客が確実に達成できるのですか？

結論から言えば、「いいえ」です。本レポートに含まれるデータは、世界各地でHubSpotを利用されている、15万8,000社を超えるお客さまの集計データに基づいたもので、あくまでも参考情報として提供されています。本レポートをお読みの皆さまやHubSpotを含む個別企業の実績は、市場、顧客基盤、業種、地域、規模、その他の要因に応じて異なりますのでご注意ください。

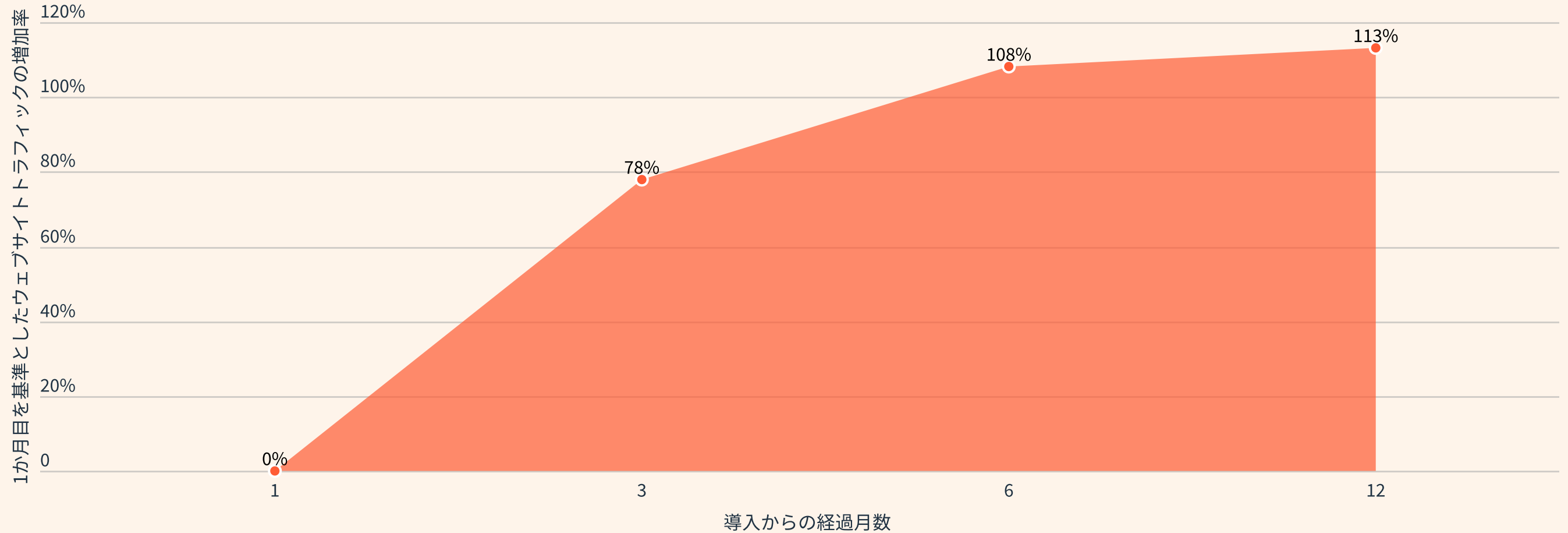


Marketing Hub

ウェブサイトトラフィック

導入後のウェブサイトトラフィック増加率

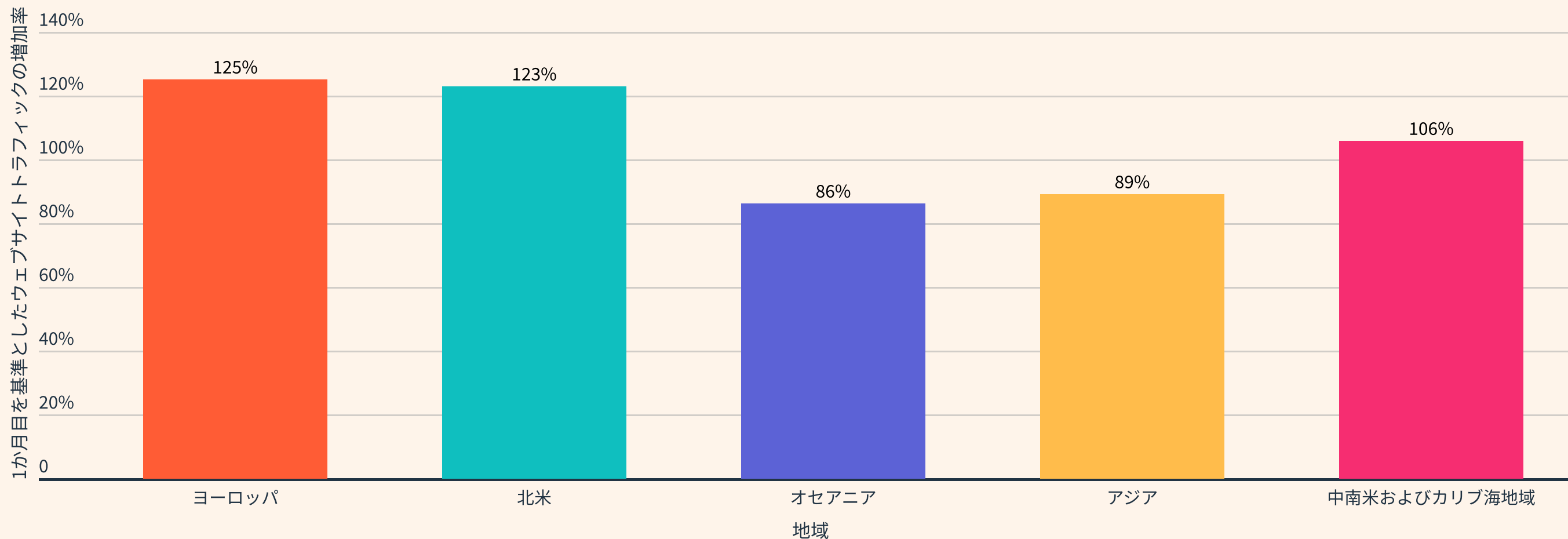
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのウェブサイトへのトラフィックは平均113%増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さま（n=36,913）を対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィック増加率

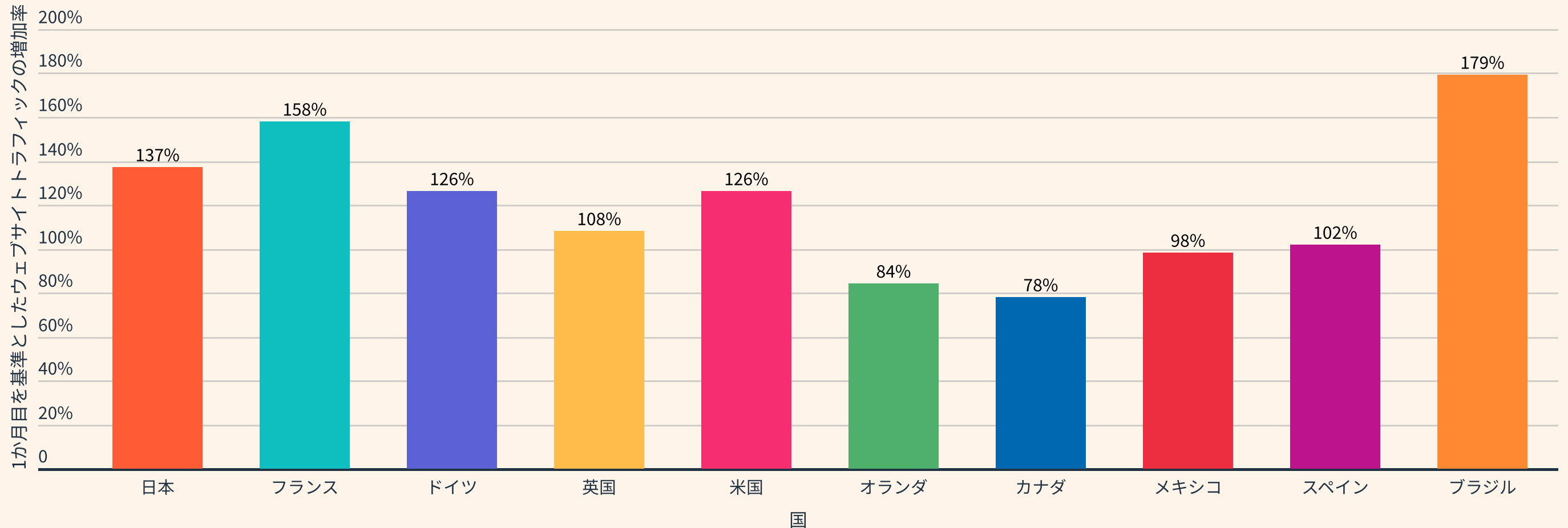
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのウェブサイトへのトラフィックはいずれの地域においても86%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。集計に当たっては、ヨーロッパ (n=11,932)、北米 (n=17,106)、オセアニア (n=2,315)、アジア (n=2,691)、中南米およびカリブ海地域 (n=2,275) のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィック増加率

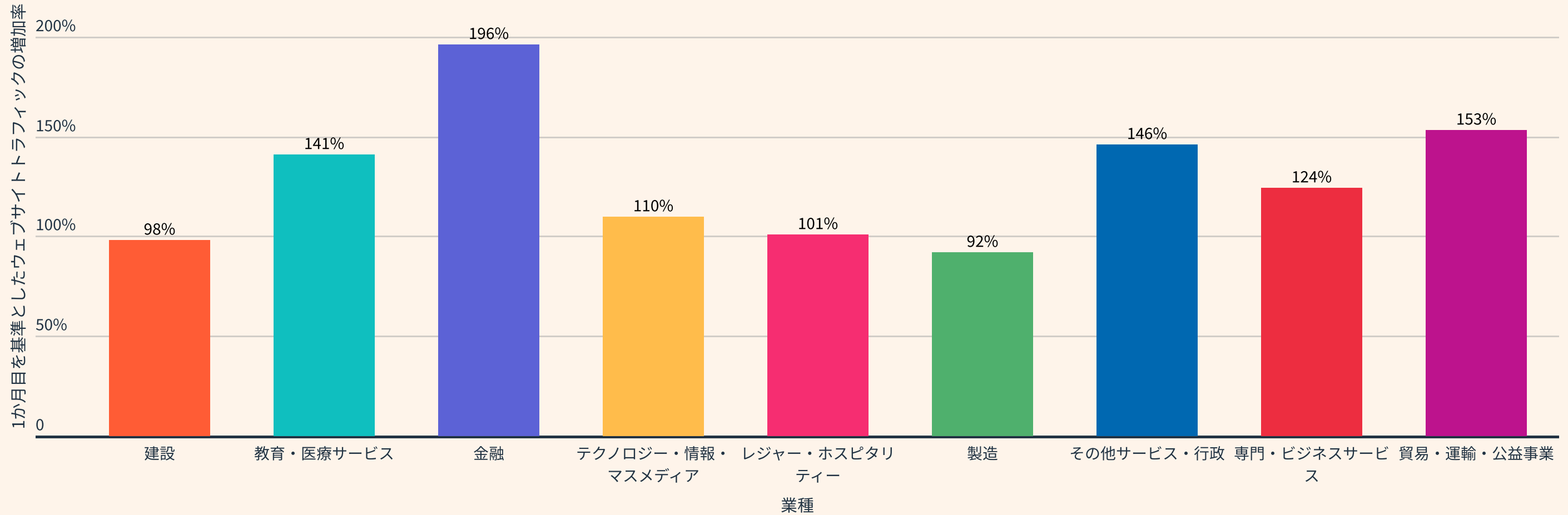
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のウェブサイトへのトラフィックはいずれの国においても78%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。集計に当たっては、日本（n=848）、フランス（n=1,311）、ドイツ（n=1,515）、英国（n=3,438）、米国（n=15,423）、オランダ（n=882）、カナダ（n=1,671）、メキシコ（n=615）、スペイン（n=759）、ブラジル（n=498）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィック増加率

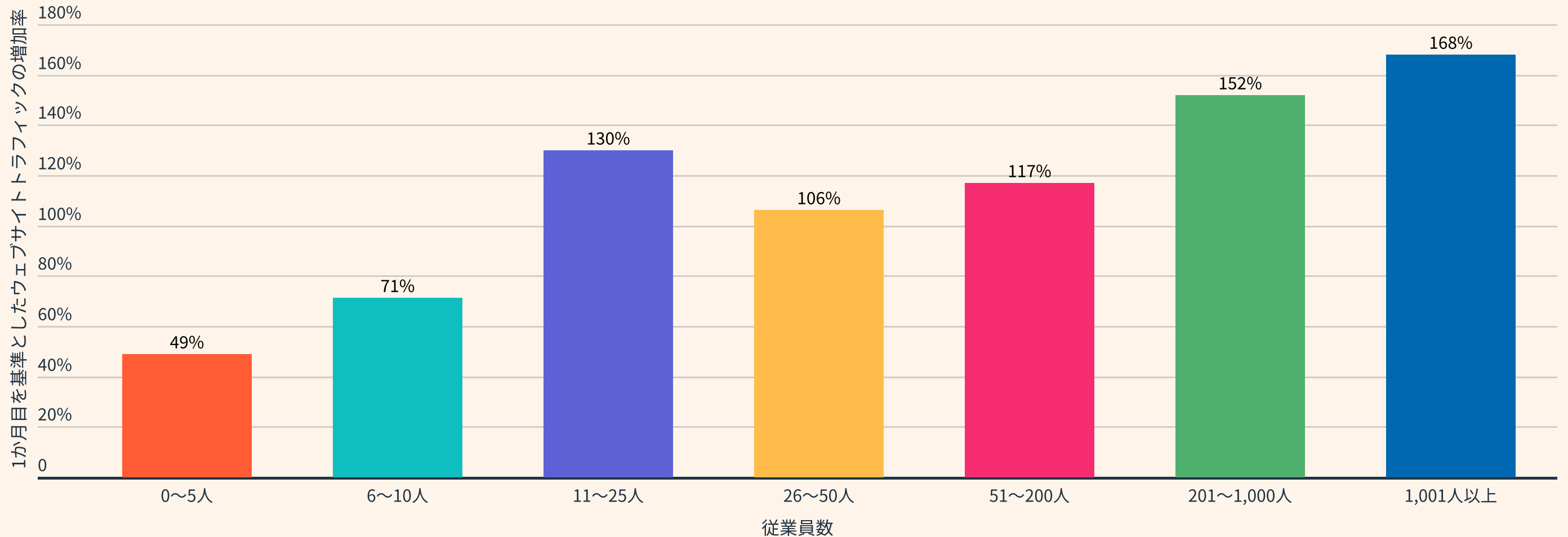
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのウェブサイトへのトラフィックはいずれの業種においても92%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。集計に当たっては、建設 (n=390)、教育・医療サービス (n=968)、金融 (n=980)、テクノロジー・情報・マスメディア (n=2,863)、レジャー・ホスピタリティー (n=305)、製造 (n=1,218)、その他サービス・行政 (n=442)、専門・ビジネスサービス (n=3,156)、貿易・運輸・公益事業 (n=847) の業種のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィック増加率

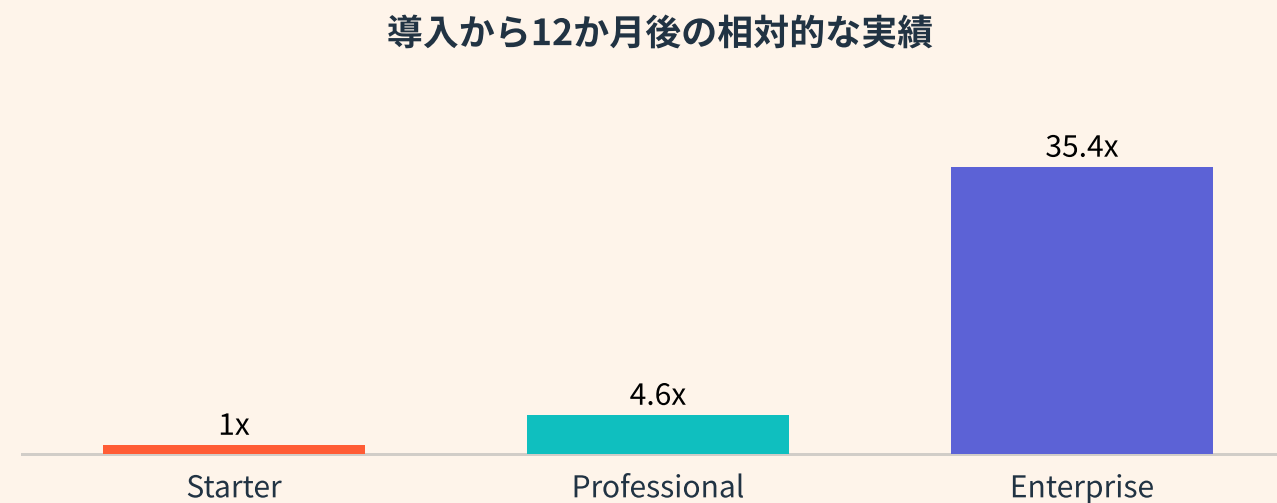
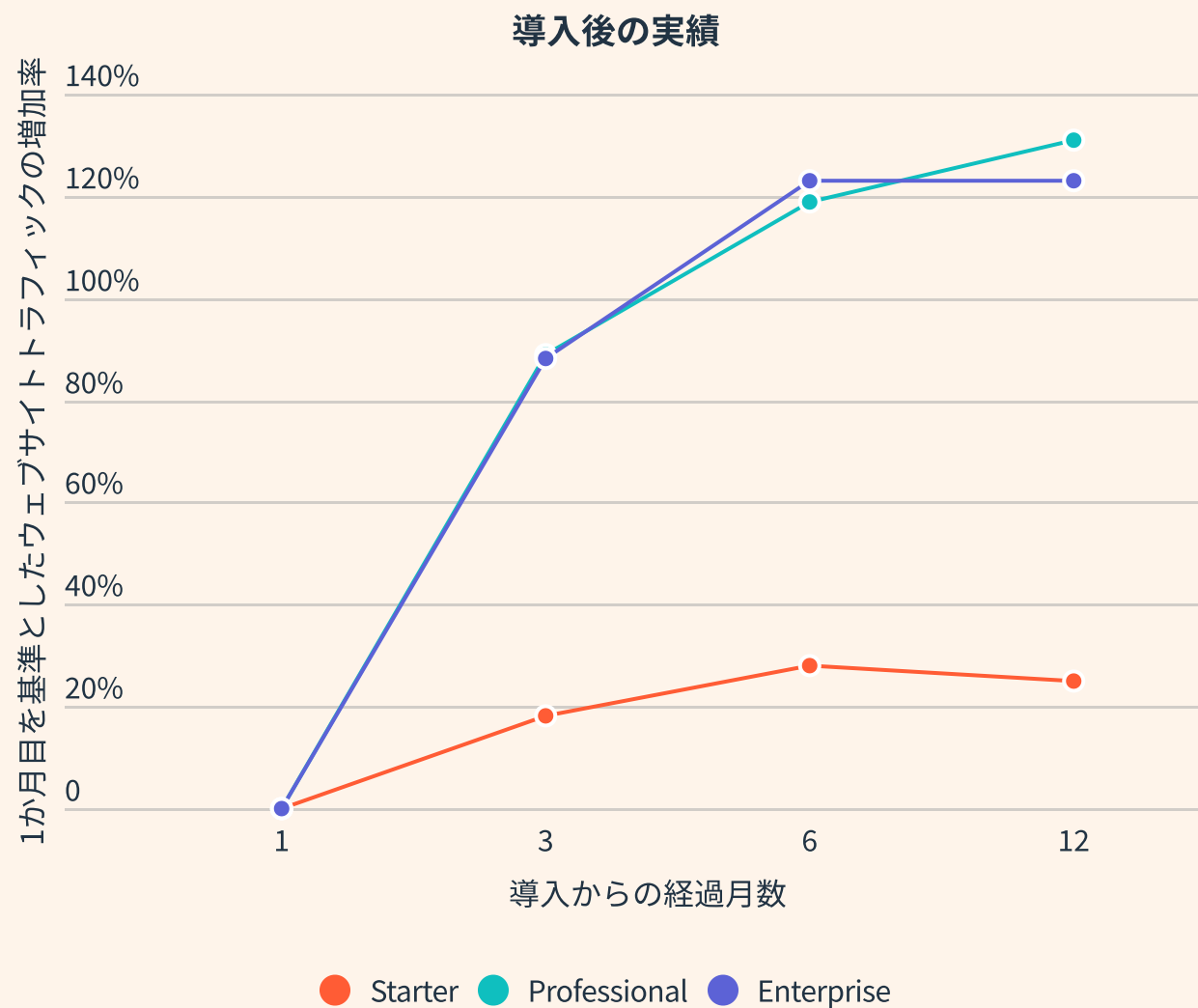
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのウェブサイトへのトラフィックはいずれの企業規模においても49%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=5,858）、6~10人（n=12,537）、11~25人（n=4,256）、26~50人（n=6,195）、51~200人（n=4,312）、201~1,000人（n=1,936）、1,001人以上（n=827）のお客さまのデータを使用しました。

ウェブサイトトラフィックの増加率

Marketing Hubの利用企業



Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のウェブサイトへのトラフィックは25%以上増加しています。

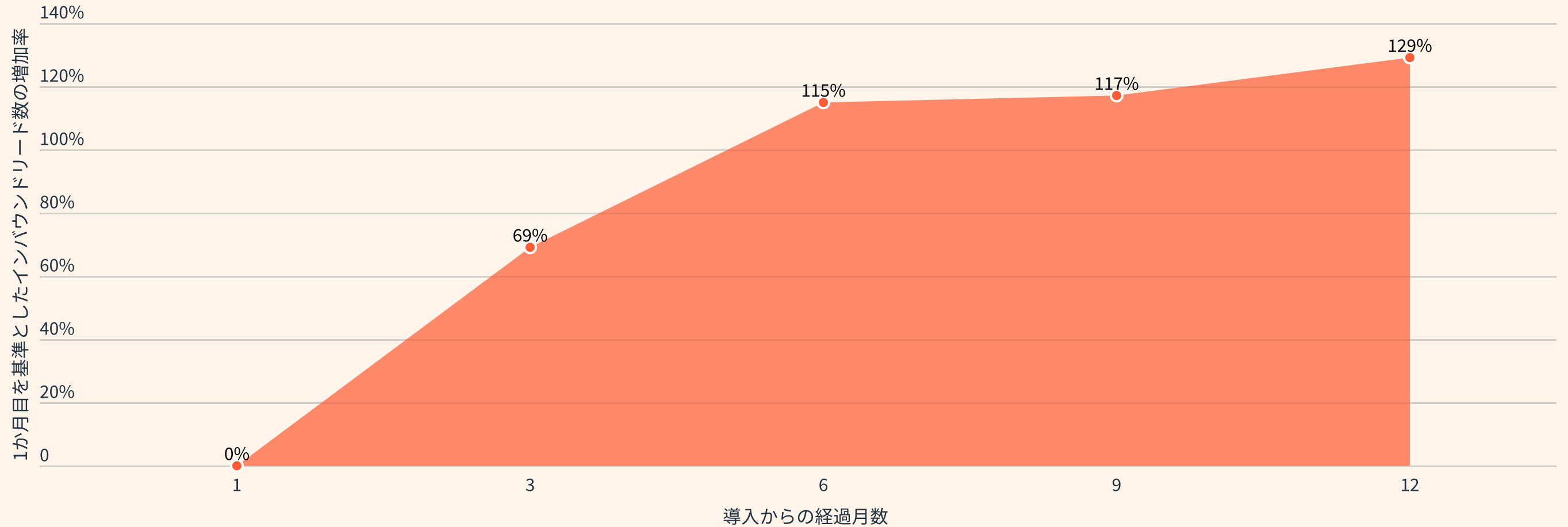
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて35.4倍のウェブサイトトラフィック量を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing HubのStarter (n=21,155)、Professional (n=13,895)、Enterprise (n=1,927) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客様を対象に集計した、ウェブサイト訪問者の月間合計数の実績値に基づいています。右のグラフでは、Marketing Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後のウェブサイトトラフィック量の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様のウェブサイトトラフィックが100なら、Professionalをご利用のお客様のウェブサイトトラフィックは460になります。

インバウンドリード

導入後のインバウンドリード増加率

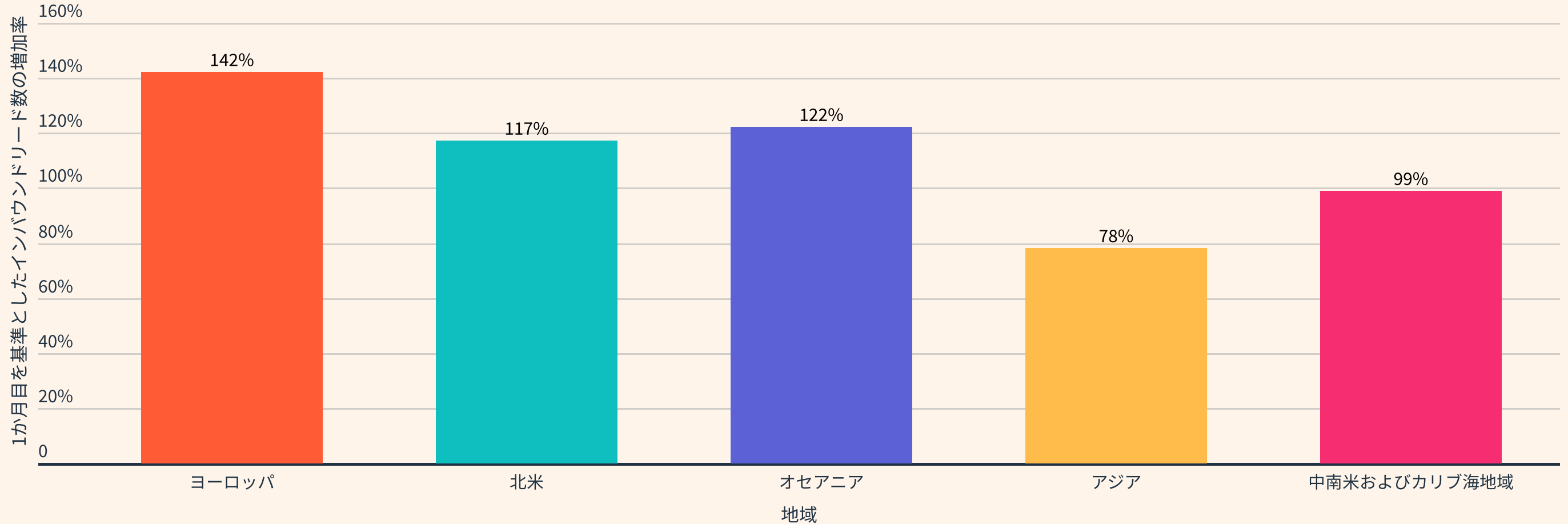
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのインバウンドリード数は平均129%増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さま（n=31,847）を対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。

導入から12か月後のインバウンドリード増加率

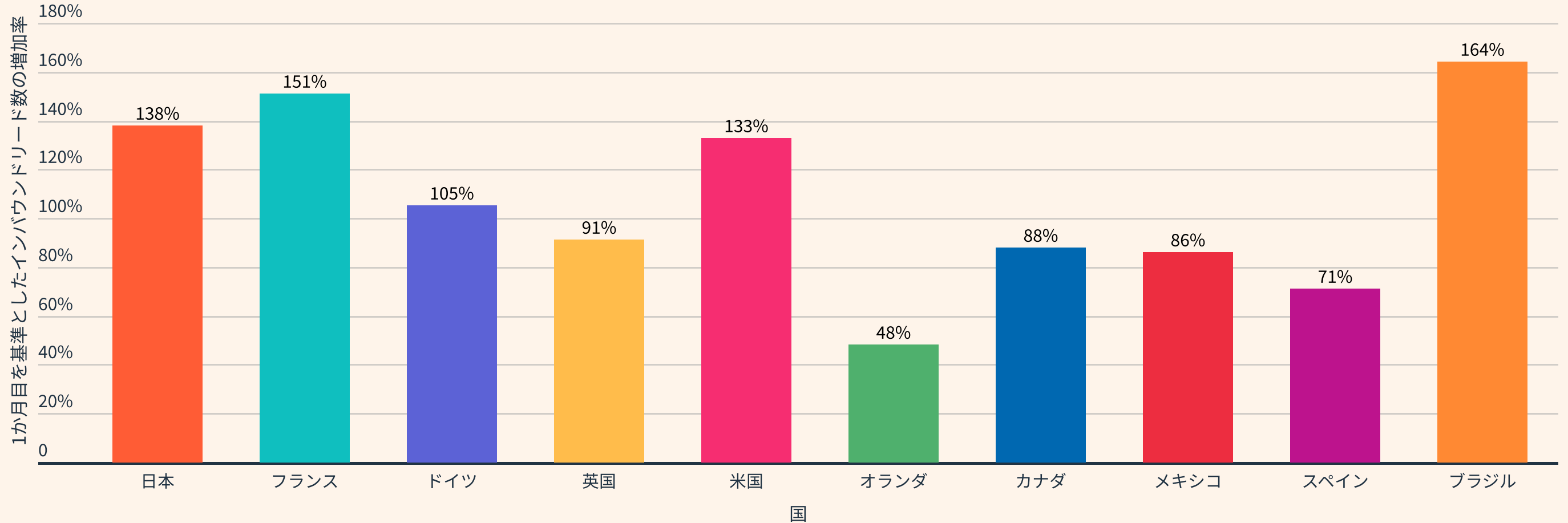
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のインバウンドリード数はいずれの地域においても78%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。集計に当たっては、ヨーロッパ（n=10,417）、北米（n=14,568）、オセアニア（n=1,923）、アジア（n=2,358）、中南米およびカリブ海地域（n=2,015）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のインバウンドリード増加率

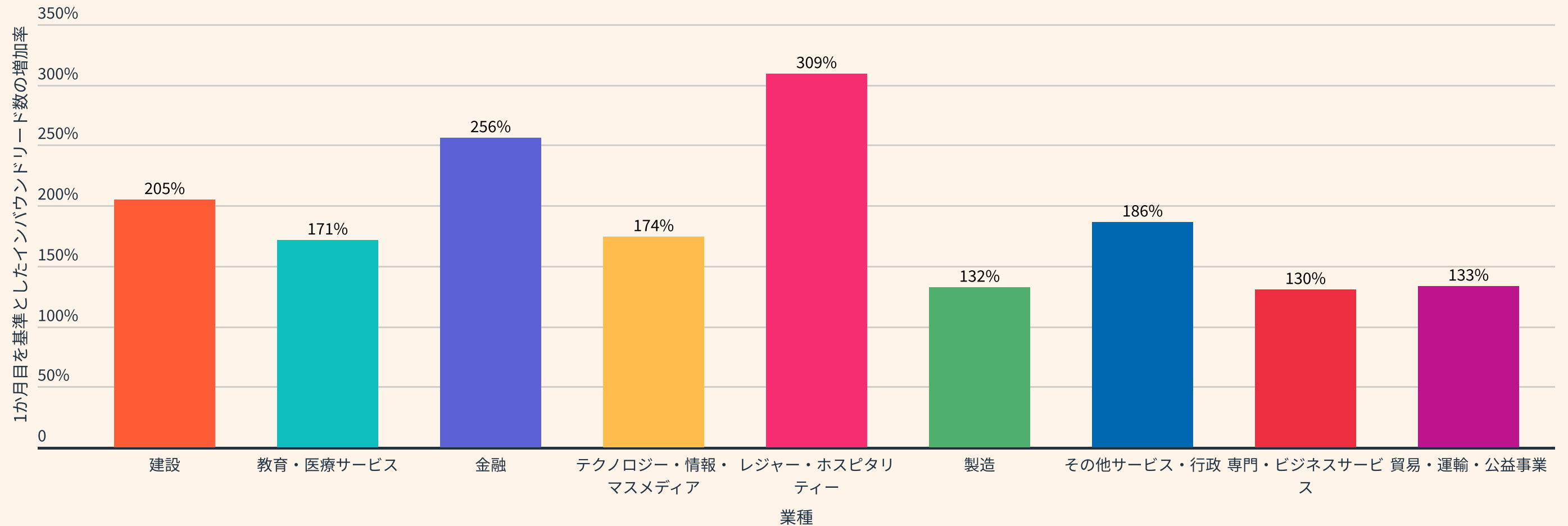
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のインバウンドリード数はいずれの国においても48%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客様を対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。集計に当たっては、日本（n=770）、フランス（n=1,125）、ドイツ（n=1,328）、英国（n=2,941）、米国（n=13,215）、オランダ（n=818）、カナダ（n=1,415）、メキシコ（n=571）、スペイン（n=710）、ブラジル（n=453）のお客様のデータを使用しました。

導入から12か月後のインバウンドリード増加率

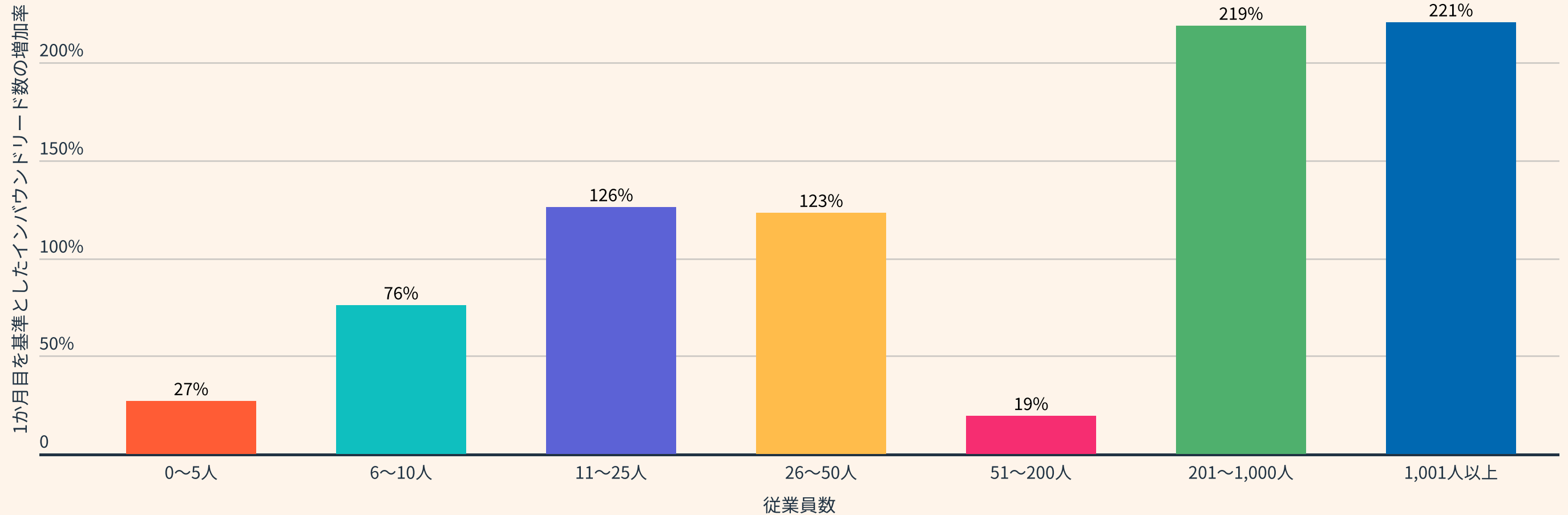
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のインバウンドリード数はいずれの業種においても130%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客様を対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。集計に当たっては、建設（n=344）、教育・医療サービス（n=887）、金融（n=860）、テクノロジー・情報・マスメディア（n=2,626）、レジャー・ホスピタリティ（n=276）、製造（n=1,118）、その他サービス・行政（n=386）、専門・ビジネスサービス（n=2,821）、貿易・運輸・公益事業（n=745）の業種のお客様のデータを使用しました。

導入から12か月後のインバウンドリード増加率

Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのインバウンドリード数はいずれの企業規模においても19%以上増加しています。

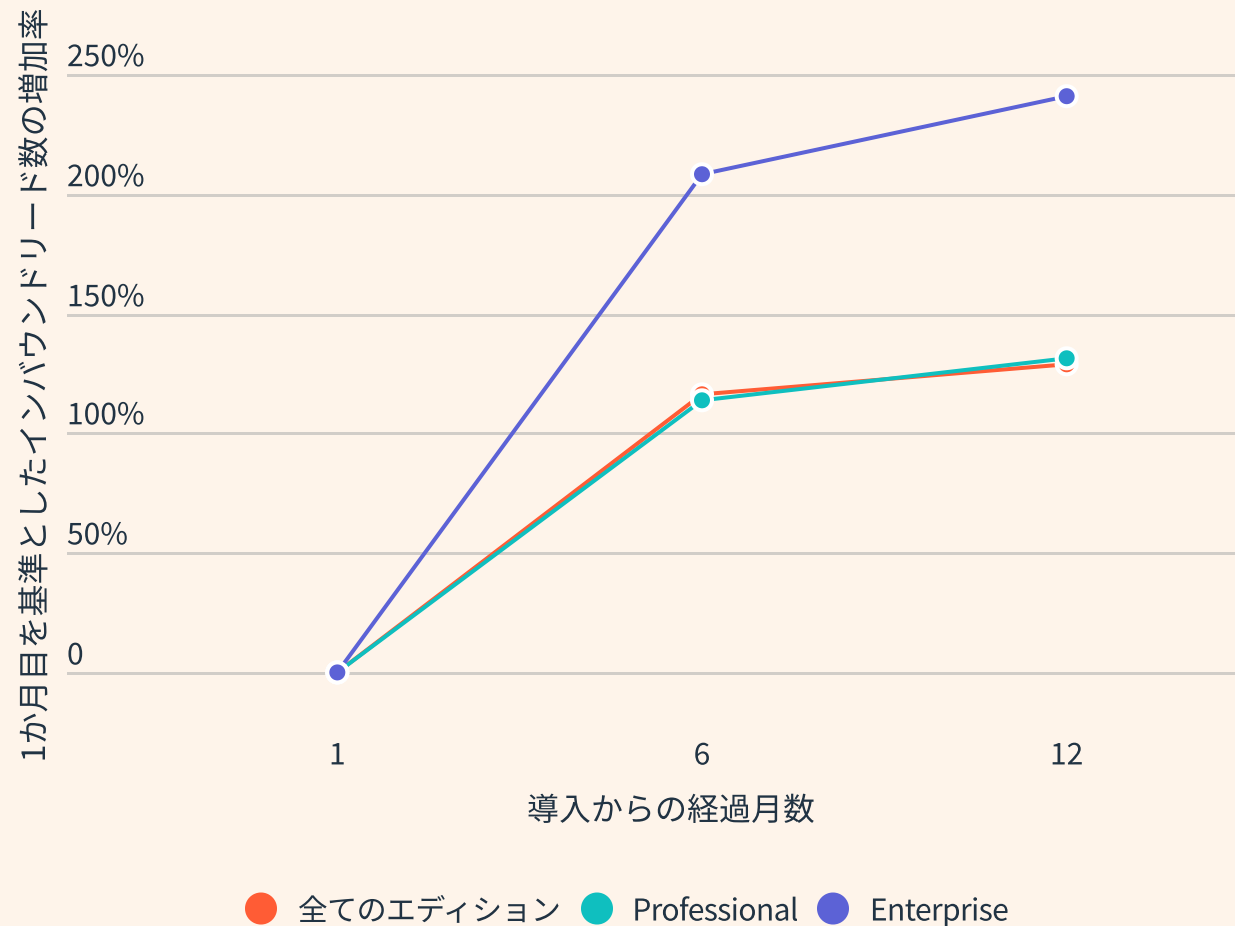


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=4,810）、6~10人（n=10,699）、11~25人（n=3,755）、26~50人（n=5,564）、51~200人（n=4,004）、201~1,000人（n=1,790）、1,001人以上（n=924）のお客さまのデータを使用しました。

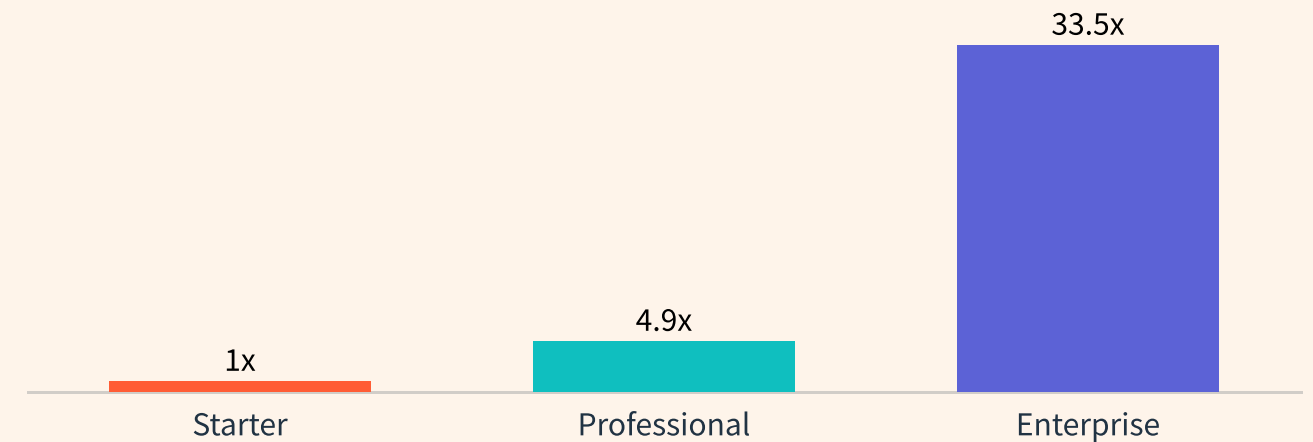
インバウンドリード数の増加率

Marketing Hubの利用企業

導入後の実績



導入から12か月後の相対的な実績



Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のインバウンドリード数は129%以上増加しています。

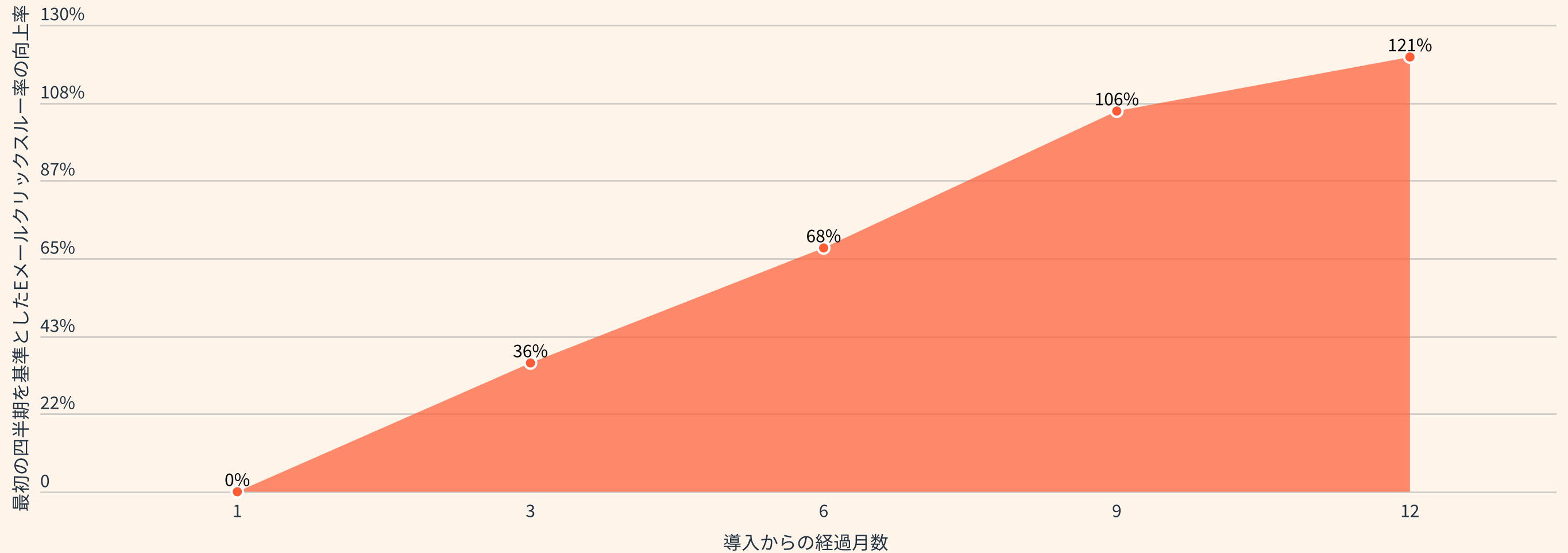
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて33.5倍のインバウンドリード数を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing HubのStarter (n=17,467)、Professional (n=13,121)、Enterprise (n=1,825) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客様を対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。右のグラフでは、Marketing Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後のインバウンドリード数の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様のインバウンドリード数が100なら、Professionalをご利用のお客様のインバウンドリード数は490になります。

Eメールのクリックスルー率

導入後のEメールクリックスルー率の向上率

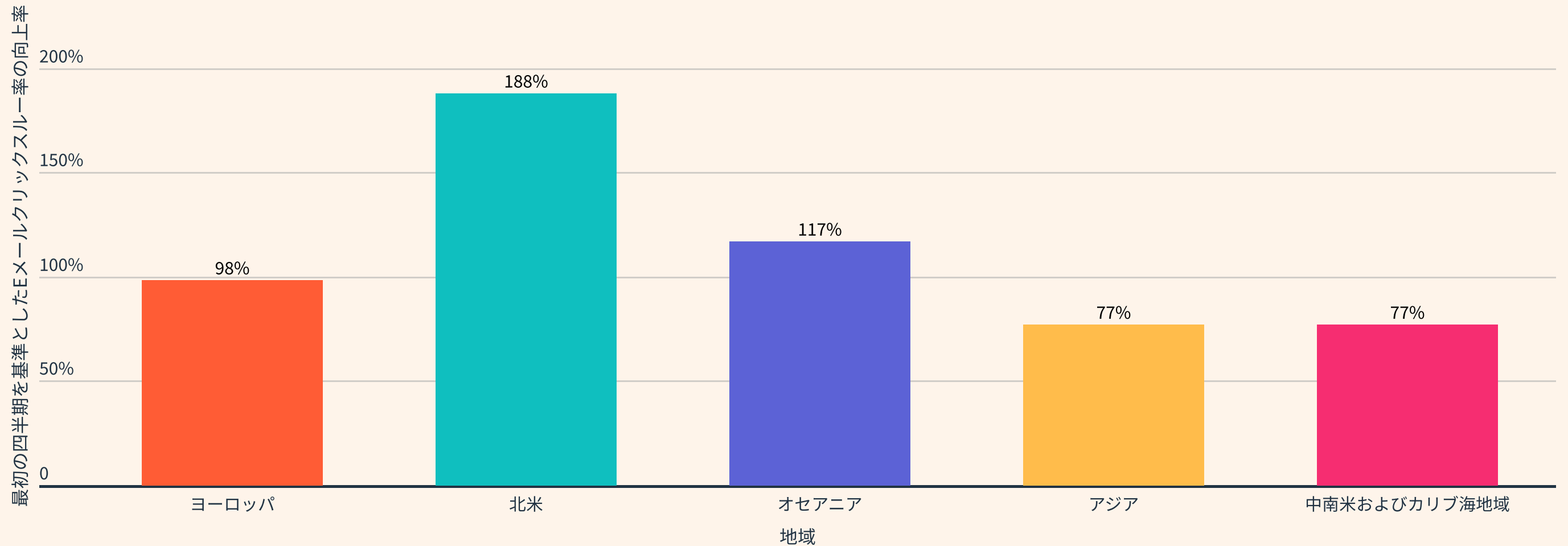
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のクリックスルー率は平均121%向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様（n=14,058）を対象に集計した、Eメールのクリックスルー率（クリックされたEメールの数÷開封されたEメールの数）の中央値に基づいています。

導入から12か月後のEメールクリックスルー率の向上率

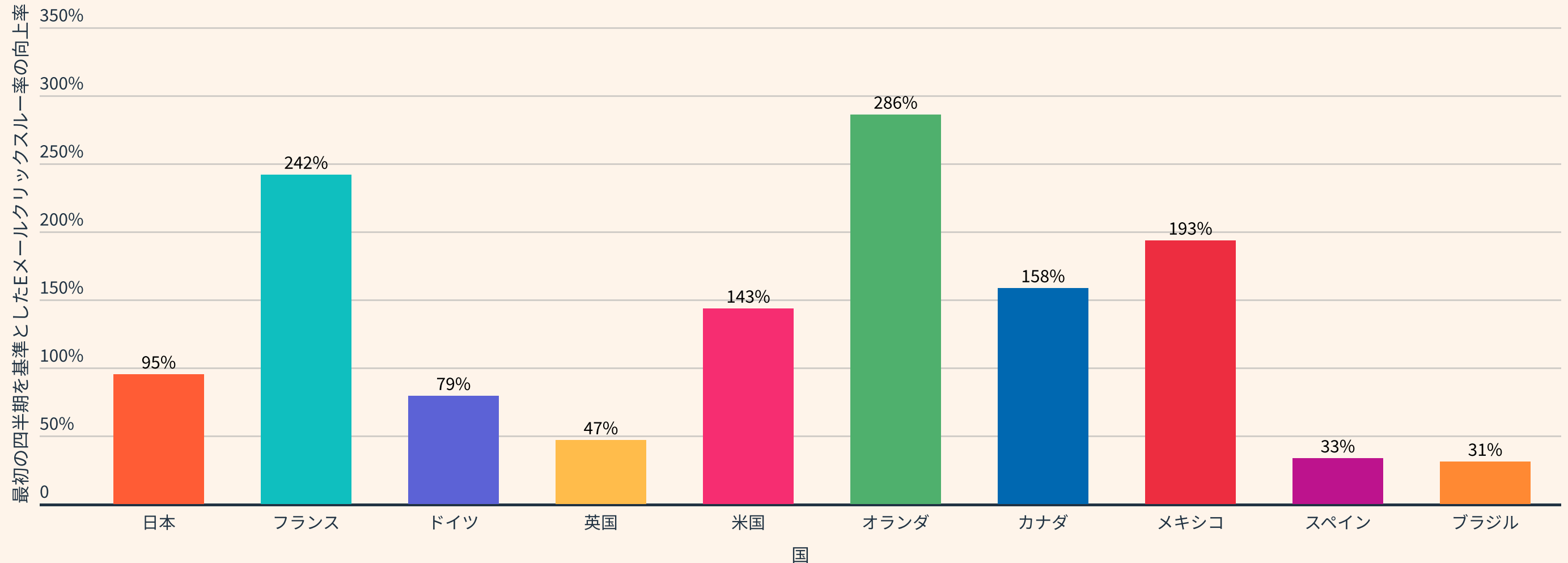
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のEメールのクリックスルー率はいずれの地域においても77%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様を対象に集計した、Eメールのクリックスルー率（クリックされたEメールの数÷開封されたEメールの数）の中央値に基づいています。集計に当たっては、北米（n=6,392）、ヨーロッパ（n=4,707）、中南米およびカリブ海地域（n=871）、アジア（n=1,102）、オセアニア（n=1,001）のお客様のデータを使用しました。

導入から12か月後のEメールクリックスルー率の向上率

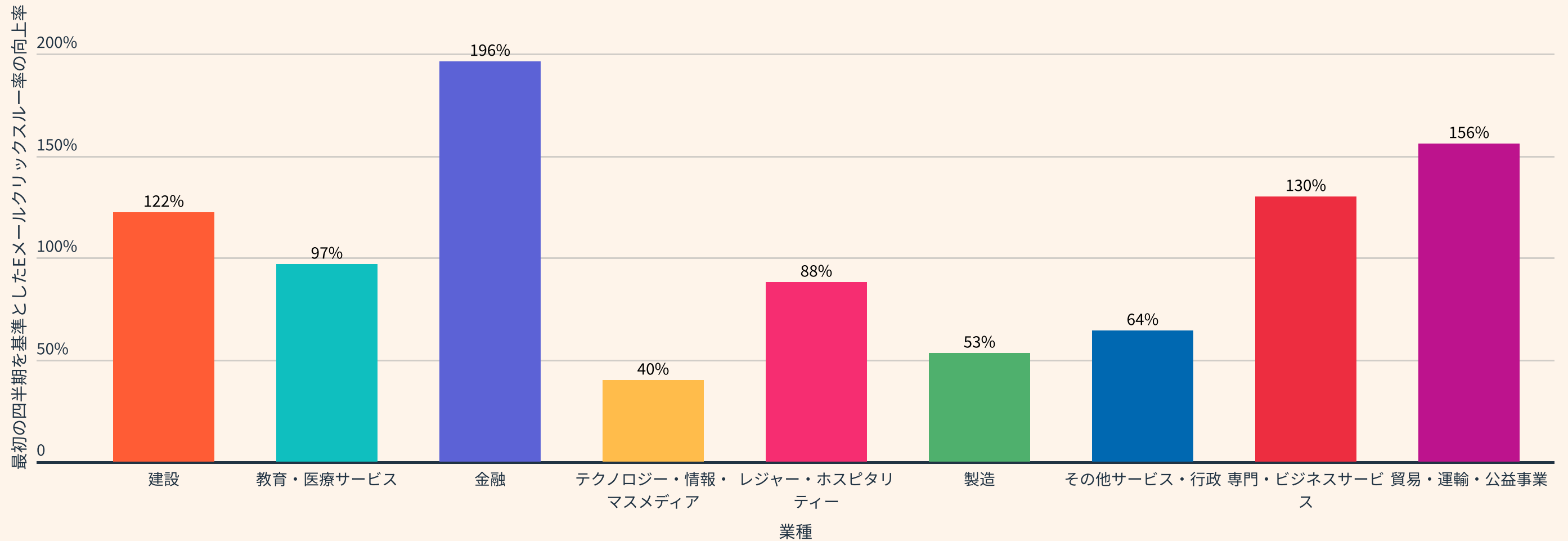
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客さまのEメールのクリックスルー率はいずれの国においても31%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまを対象に集計した、Eメールのクリックスルー率（クリックされたEメールの数÷開封されたEメールの数）の中央値に基づいています。集計に当たっては、日本（n=351）、フランス（n=544）、ドイツ（n=684）、英国（n=1,401）、米国（n=5,724）、オランダ（n=343）、カナダ（n=694）、メキシコ（n=221）、スペイン（n=251）、ブラジル（n=185）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のEメールクリックスルー率の向上率

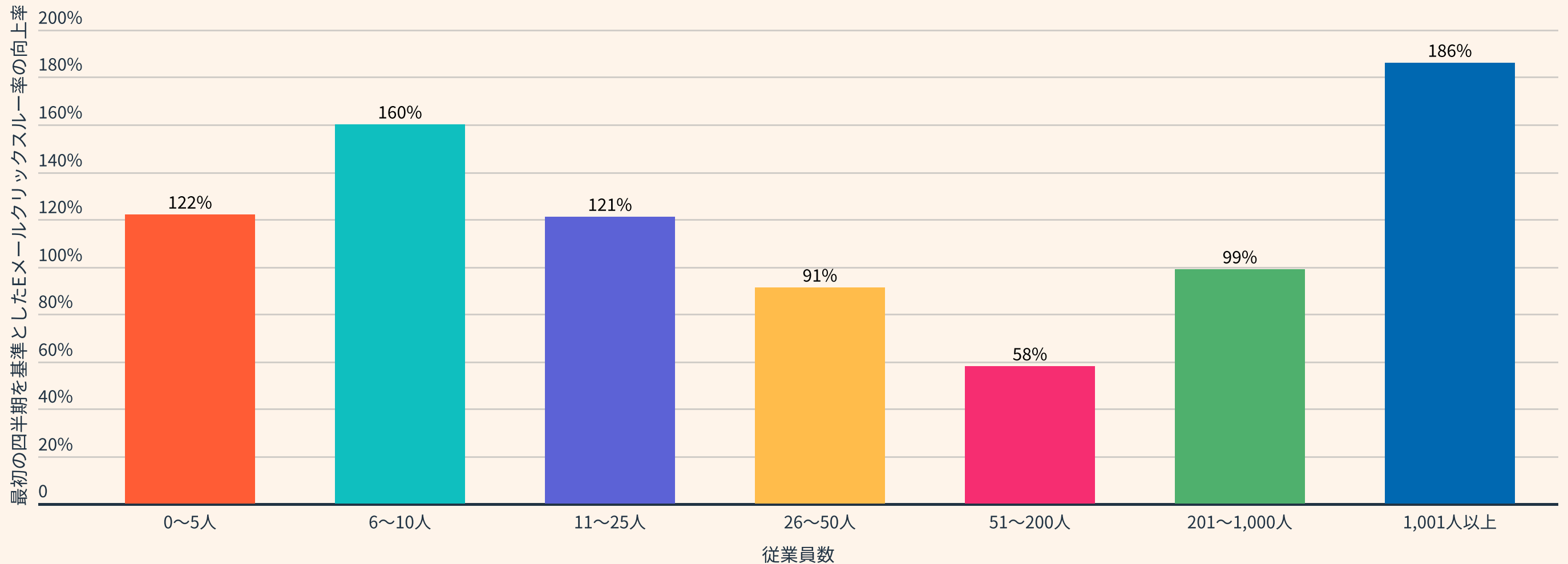
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のEメールのクリックスルー率はいずれの業種においても40%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様を対象に集計した、Eメールのクリックスルー率（クリックされたEメールの数÷開封されたEメールの数）の中央値に基づいています。集計に当たっては、建設（n=134）、教育・医療サービス（n=289）、金融（n=329）、テクノロジー・情報・マスメディア（n=936）、レジャー・ホスピタリティ（n=113）、製造（n=403）、その他サービス・行政（n=146）、専門・ビジネスサービス（n=1,010）、貿易・運輸・公益事業（n=286）の業種のお客様のデータを使用しました。

導入から12か月後のEメールクリックスルー率の向上率

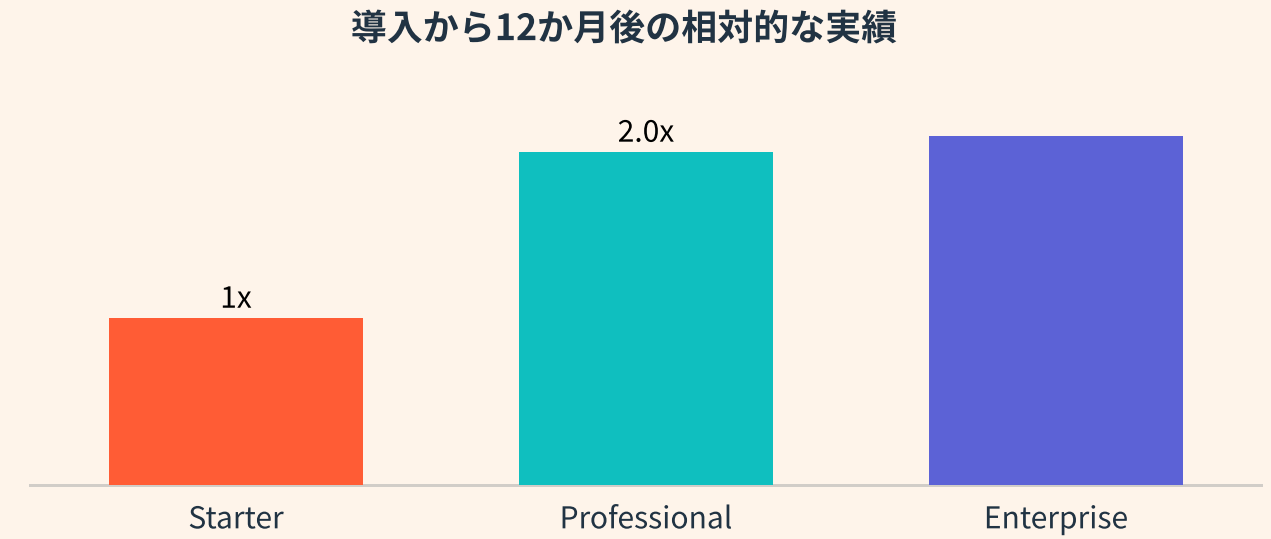
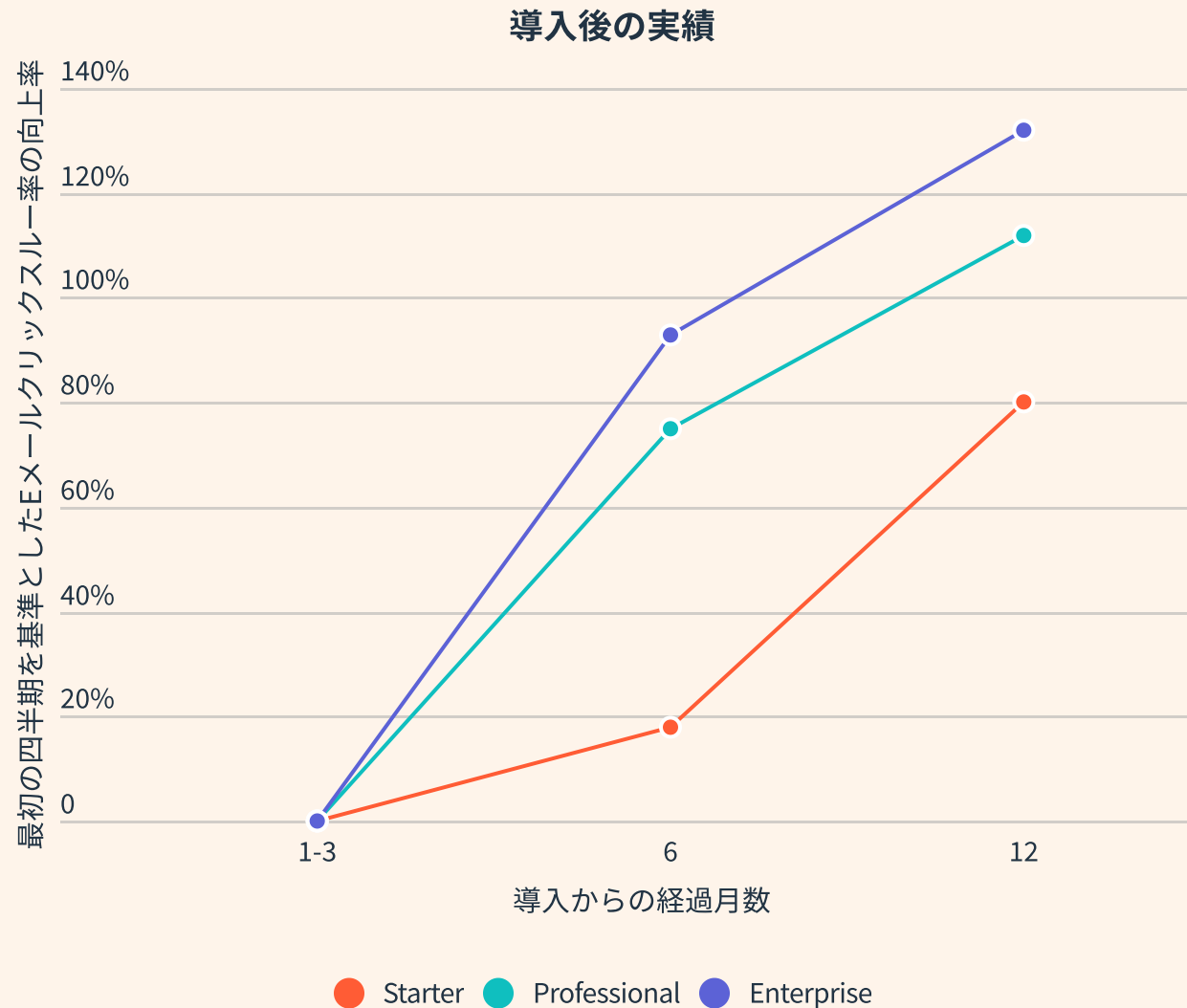
Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のEメールのクリックスルー率はいずれの企業規模においても58%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様を対象に集計した、Eメールのクリックスルー率（クリックされたEメールの数÷開封されたEメールの数）の中央値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=2,761）、6~10人（n=4,837）、11~25人（n=1,673）、26~50人（n=2,224）、51~200人（n=1,487）、201~1,000人（n=685）、1,001人以上（n=321）のお客様のデータを使用しました。

Eメールのクリックスルー率の向上率

Marketing Hubの利用企業



Marketing Hubの導入後12か月間で、お客様のEメールクリックスルー率は80%以上向上しています。

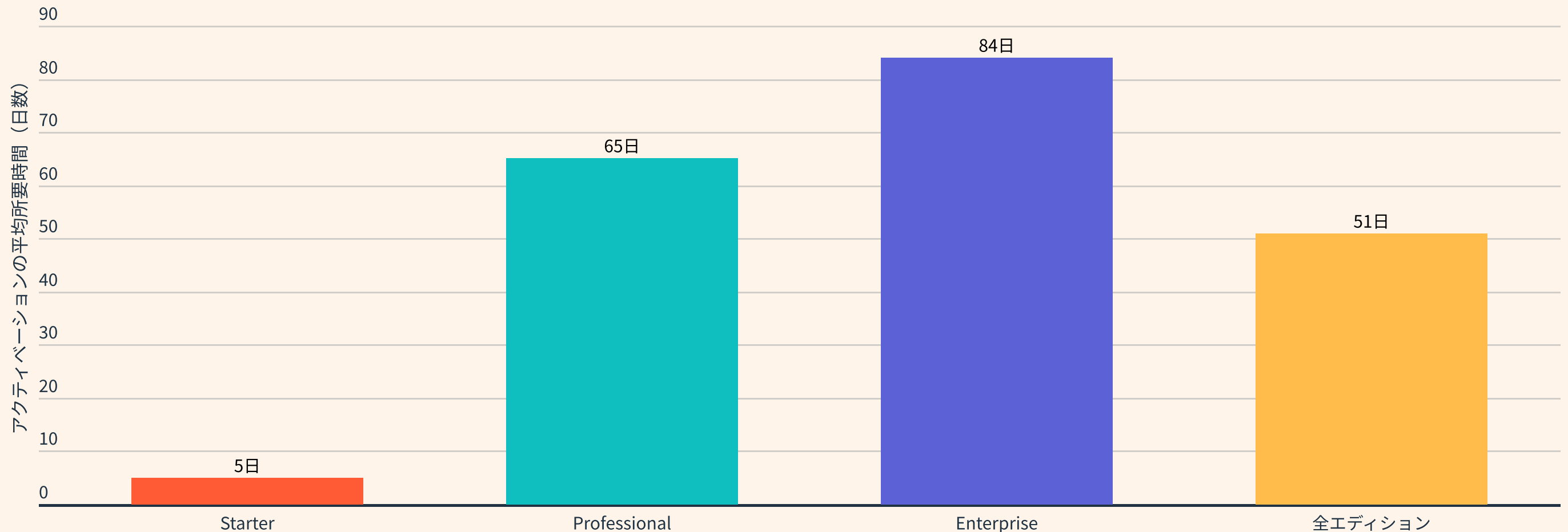
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて2.1倍のEメールクリックスルー率を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にMarketing HubのStarter (n=8,884)、Professional (n=4,692)、Enterprise (n=696) のいずれか1つのみを12か月以上ご利用いただいたお客様を対象に集計した、Eメールのクリックスルー率 (クリックされたEメールの数 ÷ 開封されたEメールの数) の中央値に基づいています。右のグラフでは、Marketing Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後のEメールクリックスルー率の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様のEメールクリックスルー率が10%なら、Professionalをご利用のお客様のEメールクリックスルー率は20%になります。

製品の利用状況

アクティベーションの平均所要時間

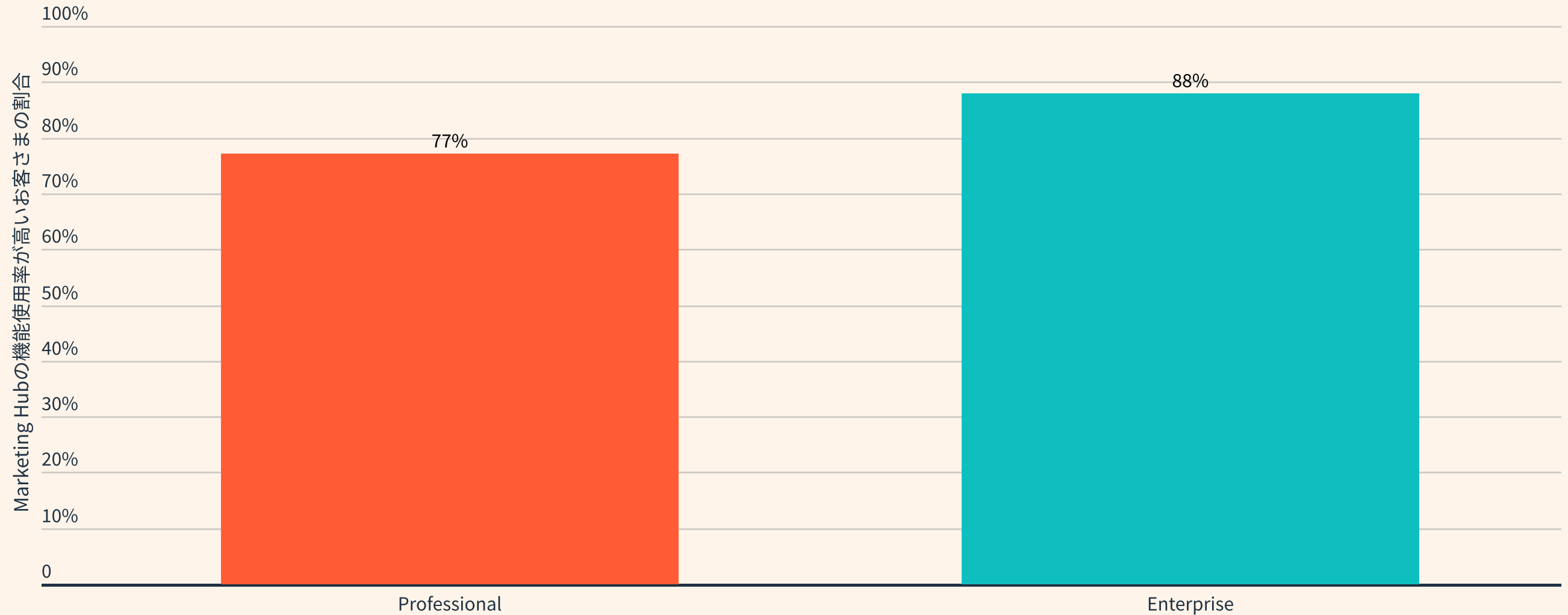
Marketing Hubのお客さまが製品のアクティベーションを完了するまでの日数は、平均51日間です。



このデータは、お客さまが製品を購入した日時と、各エディションのアクティベーションに必要な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2022年7月の期間にMarketing HubのStarter (n=30,365)、Professional (n=17,604)、Enterprise (n=2,460) 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。Starterのアクティベーションとは、Eメール、フォーム、トラッキングコードの全てが有効化された状態を指します。Professionalのアクティベーションとは、ワークフロー、Eメール、トラッキングコード、マーケティングレポートの全てと、ランディングページまたはブログが有効化された状態を指します。Enterpriseのアクティベーションとは、ワークフロー、Eメール、トラッキングコード、マーケティングレポートの全てと、ランディングページまたはブログ、2つ以上のEnterpriseアプリケーションが有効化された状態を指します。

機能使用率が高いお客さまの割合

Marketing Hub Professionalのお客さまの77%、Enterpriseのお客さまの88%が、高い機能使用率を達成しています。



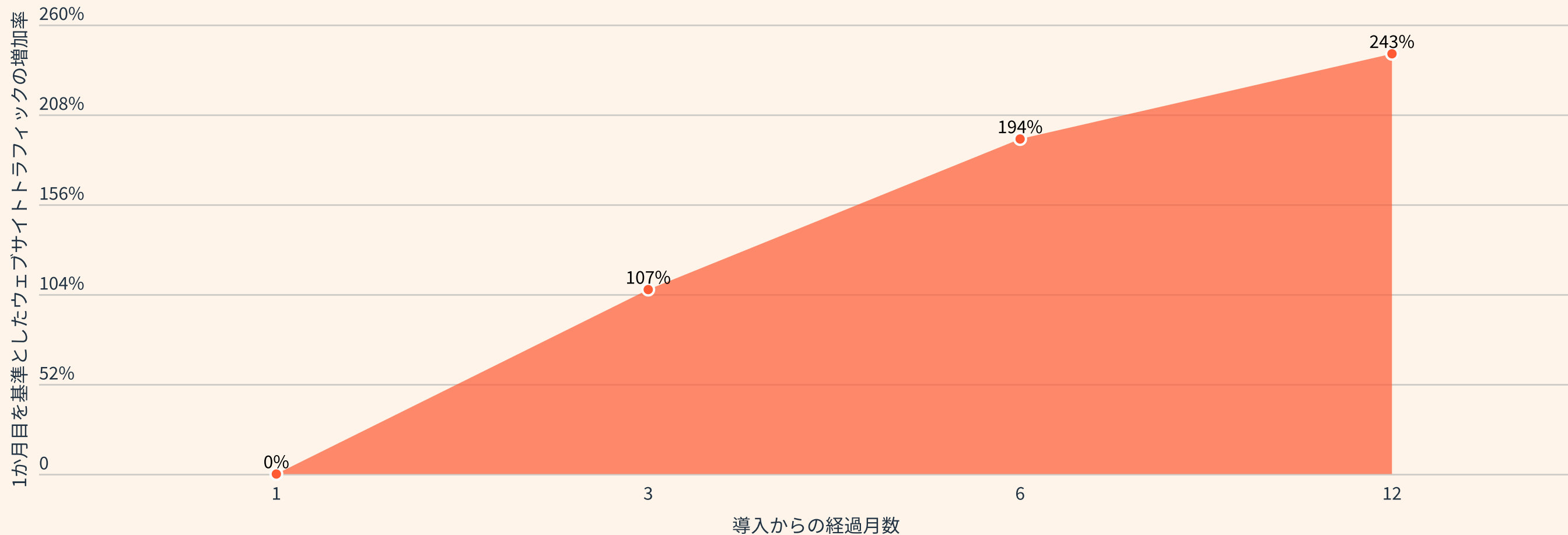
ここで示した分析情報は、Marketing HubのProfessional (n=13,097) またはEnterprise (n=2,468) をお使いのお客さまのうち、Marketing Hubのコア機能の69% (13の機能のうち9つ) 以上が有効化され、Marketing Hubの機能使用率が高いと見なされるお客さまの割合に基づいています。

CMS Hub

ウェブサイトトラフィック

導入後のウェブサイトトラフィック増加率

CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseの導入後12か月間で、お客さまのウェブサイトへのトラフィックは243%増加しています。

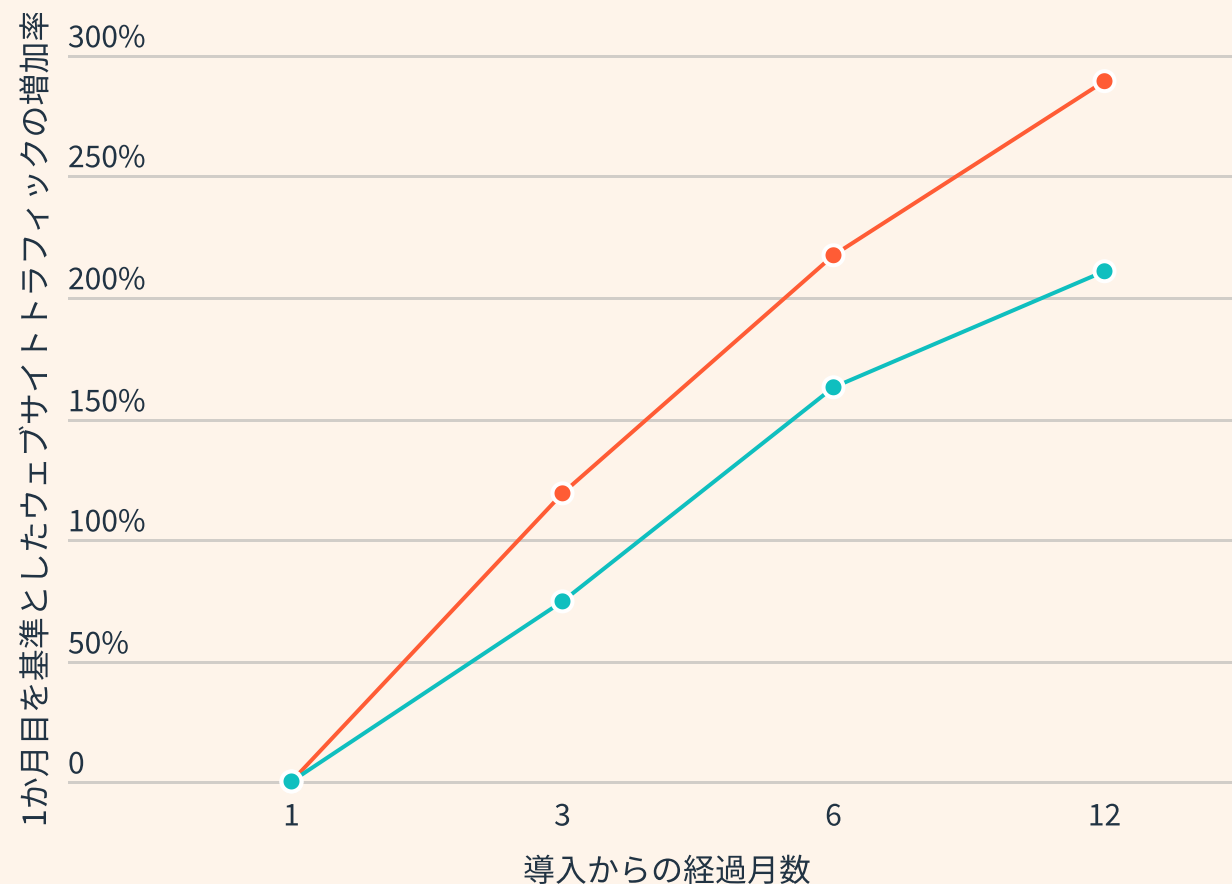


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さま（n=3,400）を対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。

ウェブサイトトラフィックの増加率

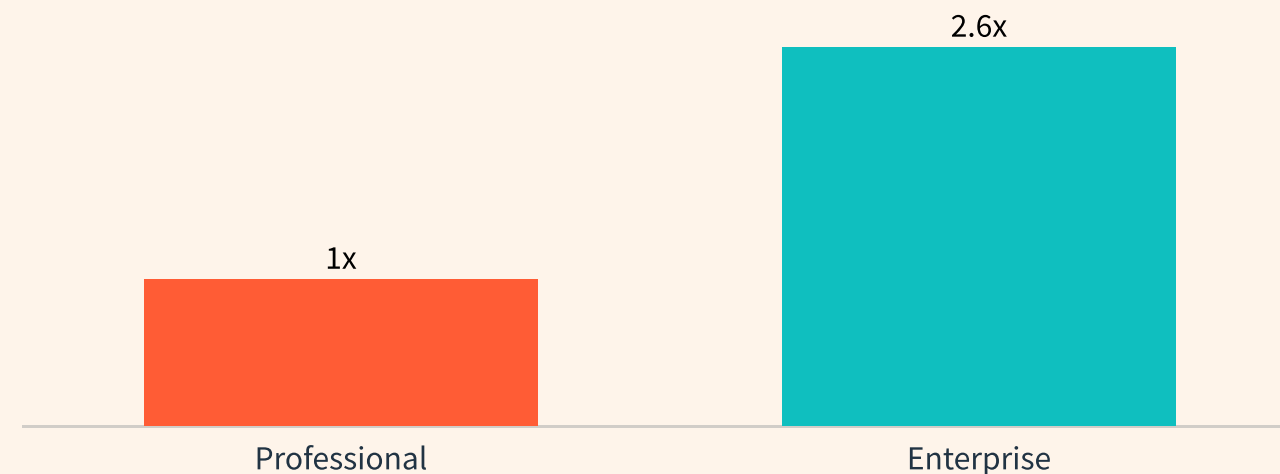
CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseの利用企業

導入後の実績



● Professional ● Enterprise

導入から12か月後の相対的な実績



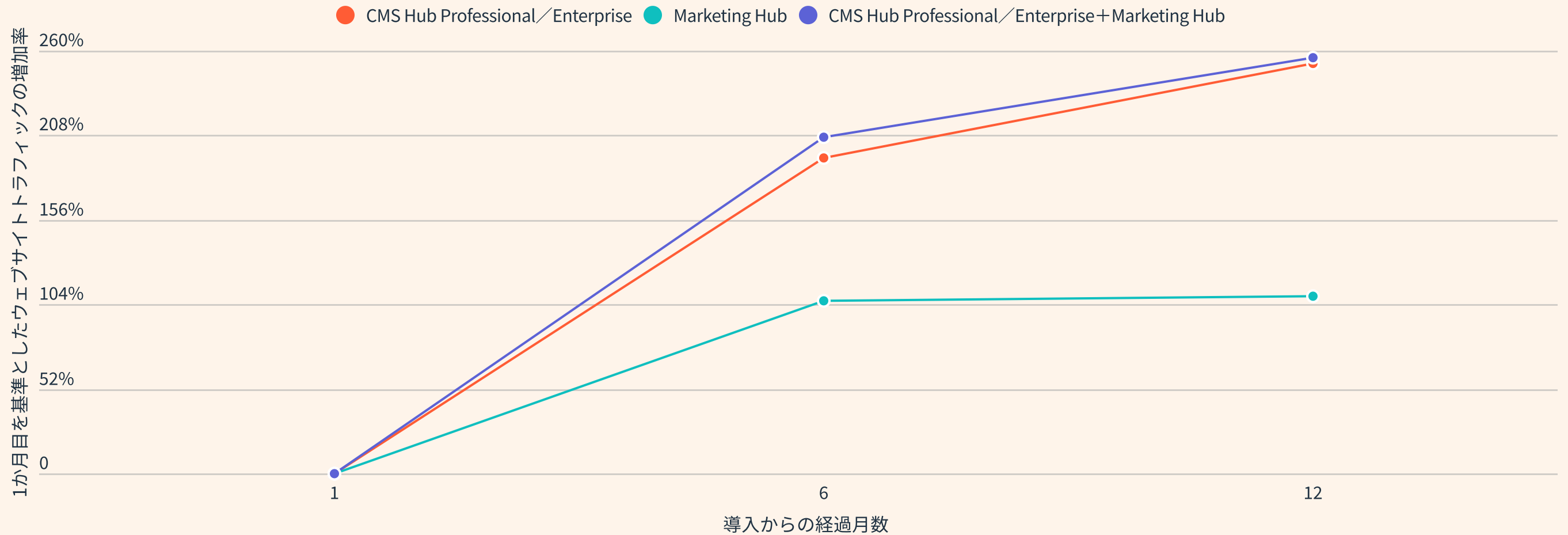
CMS Hubの導入後12か月間で、お客様のウェブサイトへのトラフィックは211%以上増加しています。

Enterpriseをご利用のお客様は、Professionalのお客様と比べて2.6倍のウェブサイトトラフィック量を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのProfessional (n=3,122) またはEnterprise (n=243) を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客様を対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。右のグラフでは、CMS Hub Professionalを基準に、各製品を導入してから12か月後のウェブサイトへのトラフィック量の比率を示しています。例えば、Professionalをご利用のお客様のウェブサイトトラフィックが100なら、Enterpriseをご利用のお客様のウェブサイトトラフィックは260になります。

導入後のウェブサイトトラフィックの相対的な実績

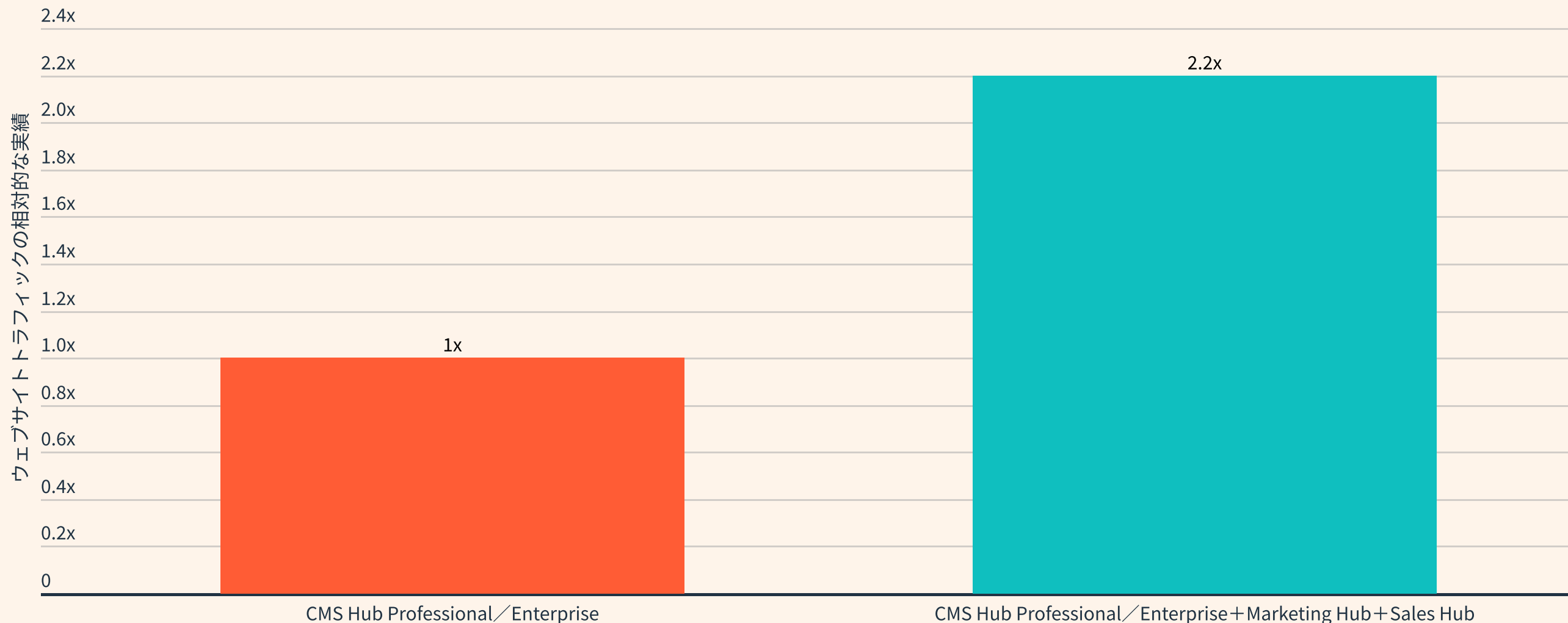
CMS HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Marketing HubのみまたはCMS Hubのみのお客さまと比べて、12か月後のトラフィック増加率が高くなっています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ (n=928)、Marketing Hubのみ (n=33,393)、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseとMarketing Hubの両方 (n=2,463) を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィックの相対的な実績

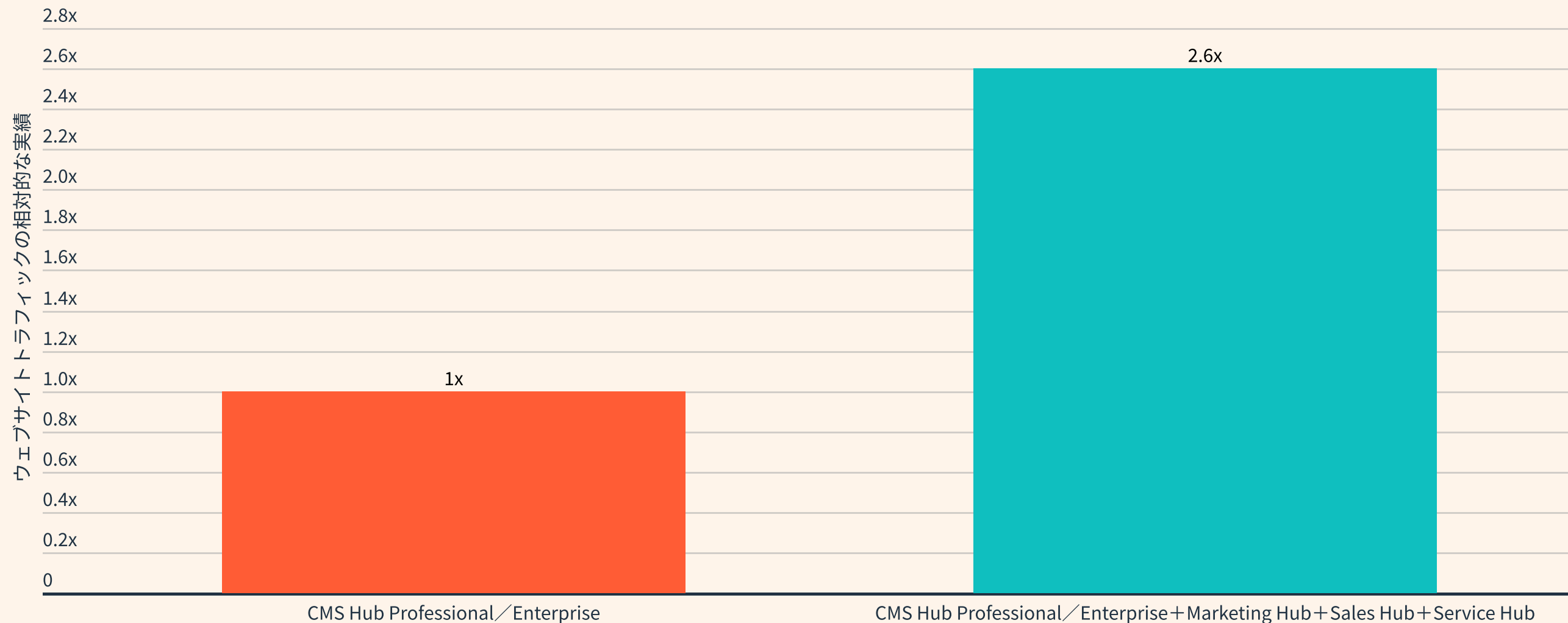
CMS Hub、Marketing Hub、Sales Hubの3つの製品をご利用のお客さまは、CMS Hubのみのお客さまと比べて2.2倍のウェブサイトトラフィック量を達成しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年9月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=888）、もしくはCMS HubのProfessionalまたはEnterprise、Marketing Hub、Sales Hubの3製品（n=1,318）を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後のウェブサイトトラフィック量の比率を示しています。例えば、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのいずれかのみをご利用のお客さまのウェブサイトトラフィックが100なら、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseにMarketing HubおよびSales Hubを組み合わせてご利用のお客さまのウェブサイトトラフィックは220になります。

導入から12か月後のウェブサイトトラフィックの相対的な実績

CMS Hub、Marketing Hub、Sales Hub、Service Hubの4つの製品をご利用のお客さまは、CMS Hubのみのお客さまと比べて2.6倍のウェブサイトトラフィック量を達成しています。

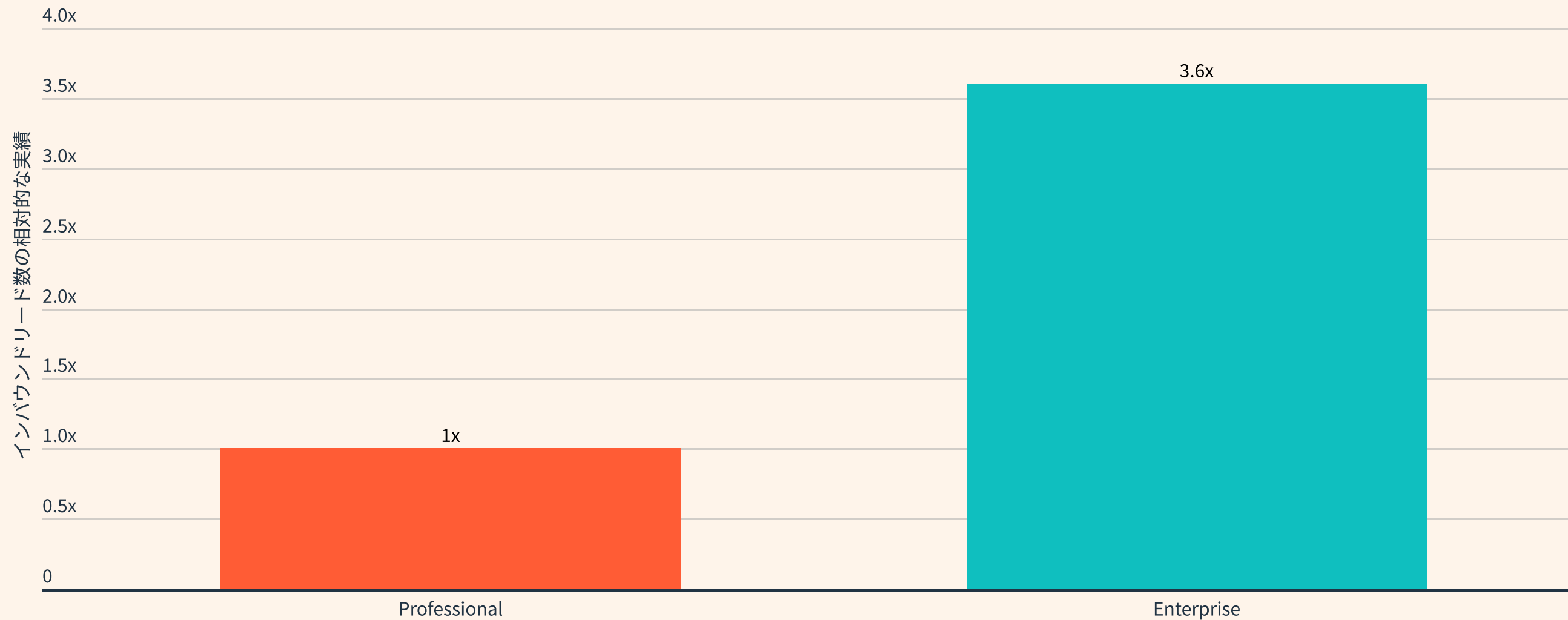


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年9月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=893）、もしくはCMS HubのProfessionalまたはEnterprise、Marketing Hub、Sales Hub、Service Hubの4製品（n=805）を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、ウェブサイトへの月間合計トラフィック量の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後のウェブサイトトラフィック量の比率を示しています。例えば、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのいずれかのみをご利用のお客さまのウェブサイトトラフィックが100なら、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseにMarketing HubとSales HubとService Hubを組み合わせご利用のお客さまのウェブサイトトラフィックは260になります。

インバウンドリード

導入から12か月後のインバウンドリード数の相対的な実績

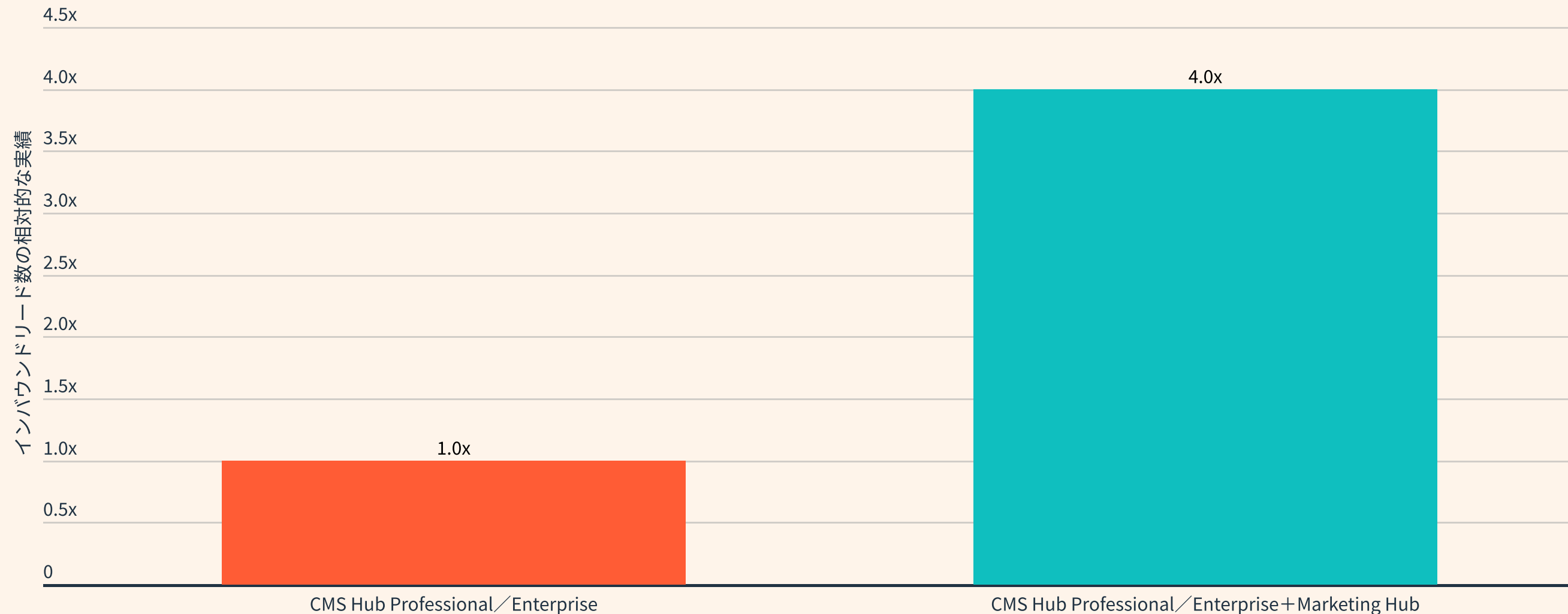
CMS Hub Enterpriseをご利用のお客さまは、Professionalのお客さまと比べて3.6倍のインバウンドリード数を達成しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのProfessional (n=2,895) またはEnterprise (n=246) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS Hub Professionalを基準に、各製品を導入してから12か月後のインバウンドリード数の比率を示しています。例えば、Professionalをご利用のお客さまのインバウンドリード数が100なら、Enterpriseをご利用のお客さまのインバウンドリード数は360になります。

導入から12か月後のインバウンドリード数の相対的な実績

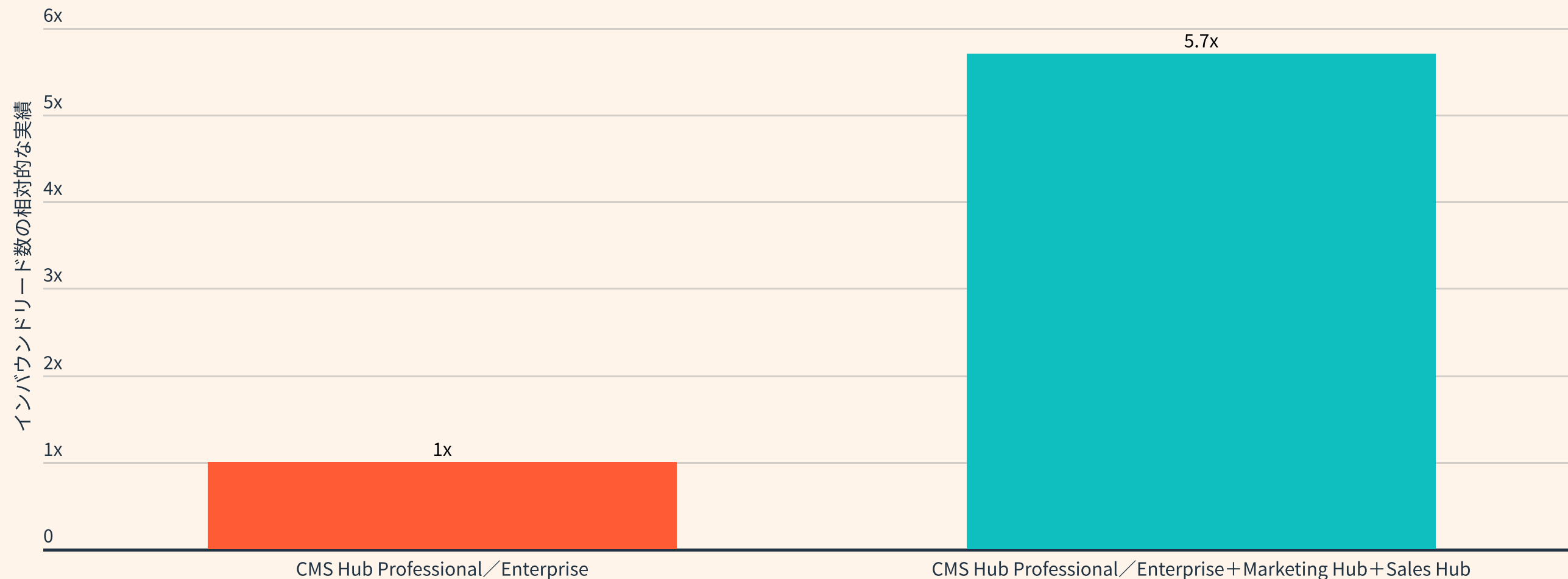
CMS HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、CMS Hubのみのお客さまと比べて4倍のインバウンドリード数を達成しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=808）、もしくはCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseとMarketing Hubの両方（n=2,392）を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後のインバウンドリード数の比率を示しています。例えば、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのいずれかのみをご利用のお客さまのインバウンドリード数が100なら、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseにMarketing Hubを組み合わせご利用のお客さまのインバウンドリード数は400になります。

導入から12か月後のインバウンドリード数の相対的な実績

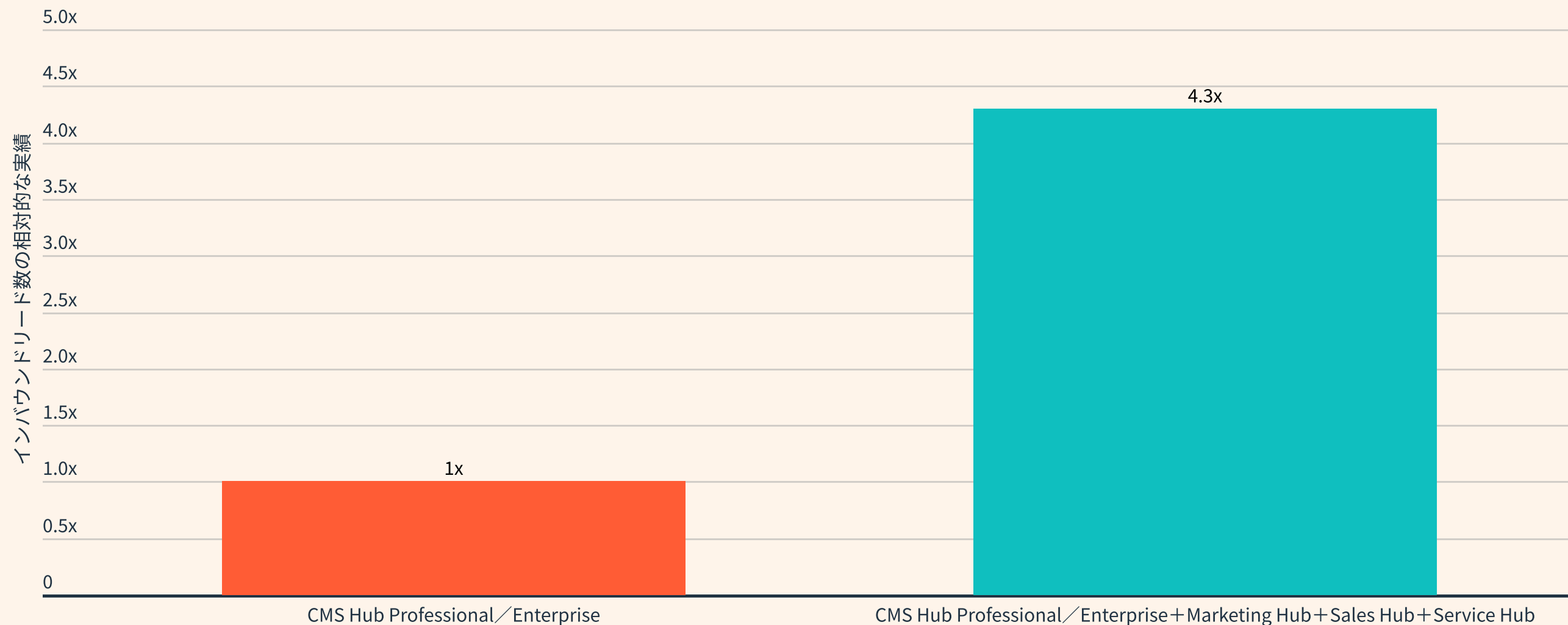
CMS Hub、Marketing Hub、Sales Hubの3つの製品をご利用のお客さまは、CMS Hubのみのお客さまと比べて5.7倍のインバウンドリード数を達成しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年9月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=767）、もしくはCMS HubのProfessionalまたはEnterprise、Marketing Hub、Sales Hubの3製品（n=781）を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後のインバウンドリード数の比率を示しています。例えば、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのいずれかのみをご利用のお客さまのインバウンドリード数が100なら、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseにMarketing HubおよびSales Hubを組み合わせてご利用のお客さまのインバウンドリード数は570になります。

導入から12か月後のインバウンドリード数の相対的な実績

CMS Hub、Marketing Hub、Sales Hub、Service Hubの4つの製品をご利用のお客さまは、CMS Hubのみのお客さまと比べて4.3倍のインバウンドリード数を達成しています。

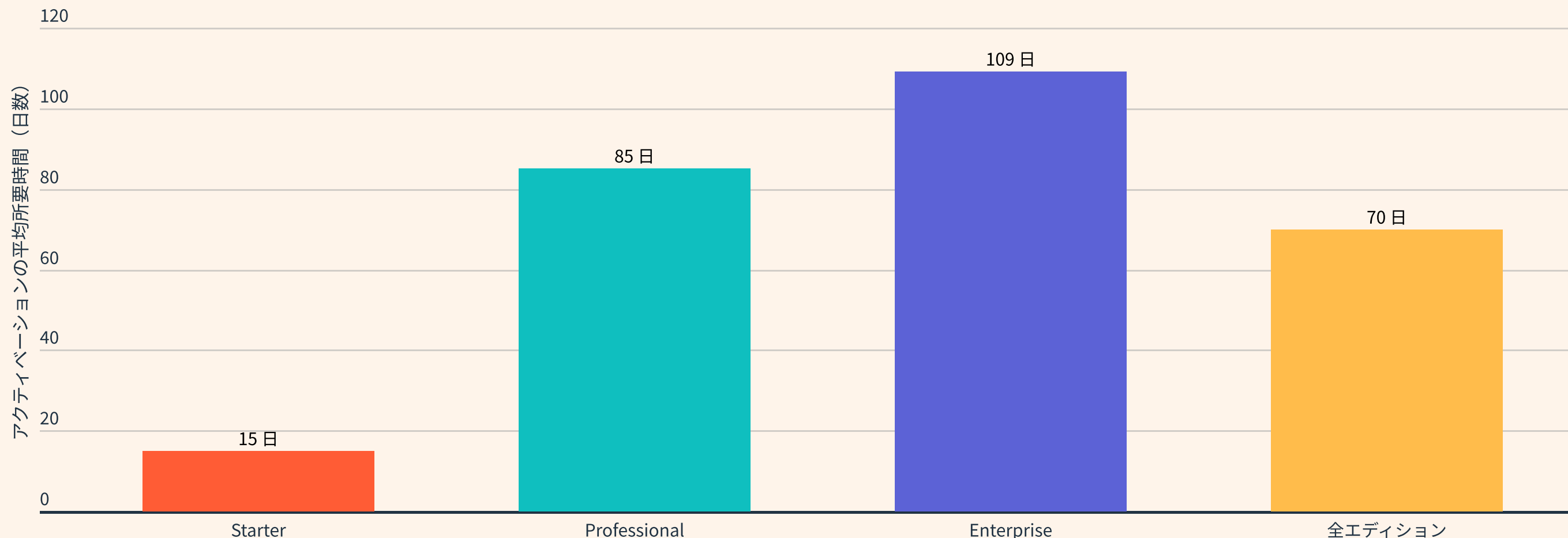


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=761）、もしくはCMS HubのProfessionalまたはEnterprise、Marketing Hub、Sales Hub、Service Hubの4製品（n=1,278）を12か月以上ご利用いただいたHubSpotのお客さまを対象に集計した、月間合計フォーム送信数の実績値に基づいています。このグラフでは、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後のインバウンドリード数の比率を示しています。例えば、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseのいずれかのみをご利用のお客さまのインバウンドリード数が100なら、CMS HubのProfessionalまたはEnterpriseにMarketing HubとSales HubとService Hubを組み合わせてご利用のお客さまのインバウンドリード数は430になります。

製品の利用状況

アクティベーションの平均所要時間

CMS Hubのお客さまが製品のアクティベーションを完了するまでの日数は、平均70日間です。



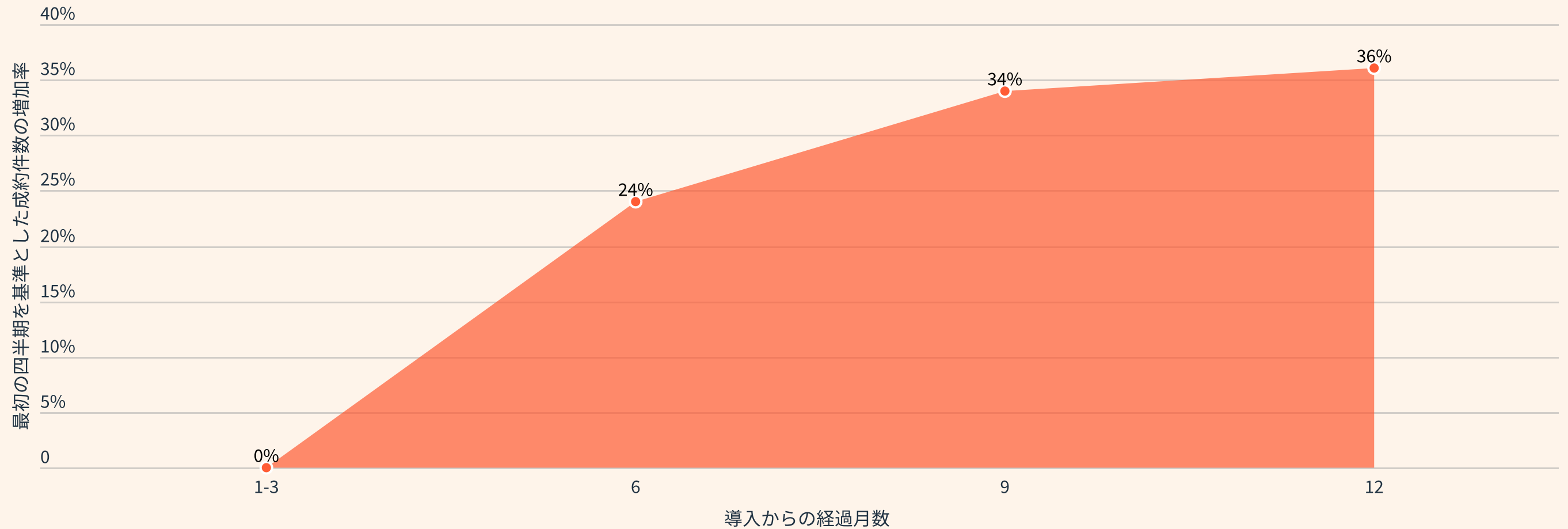
このデータは、お客さまが製品を購入した日時と、各エディションのアクティベーションに必要なとされる操作をお客さまが完了した日時に基づいて計算されています。統計サンプルには、2019年1月から2022年8月の期間にCMS HubのStarter (n=1,719)、Professional (n=2,883)、Enterprise (n=202) をご購入いただいたお客さまのデータを使用しています。StarterまたはProfessionalのアクティベーションとは、ドメインおよびウェブサイトページが有効化された状態を指します。Enterpriseのアクティベーションとは、ドメインおよびウェブサイトページと、2つ以上のEnterpriseアプリケーションが有効化された状態を指します。

Sales Hub

成約件数

導入後の成約件数の増加率

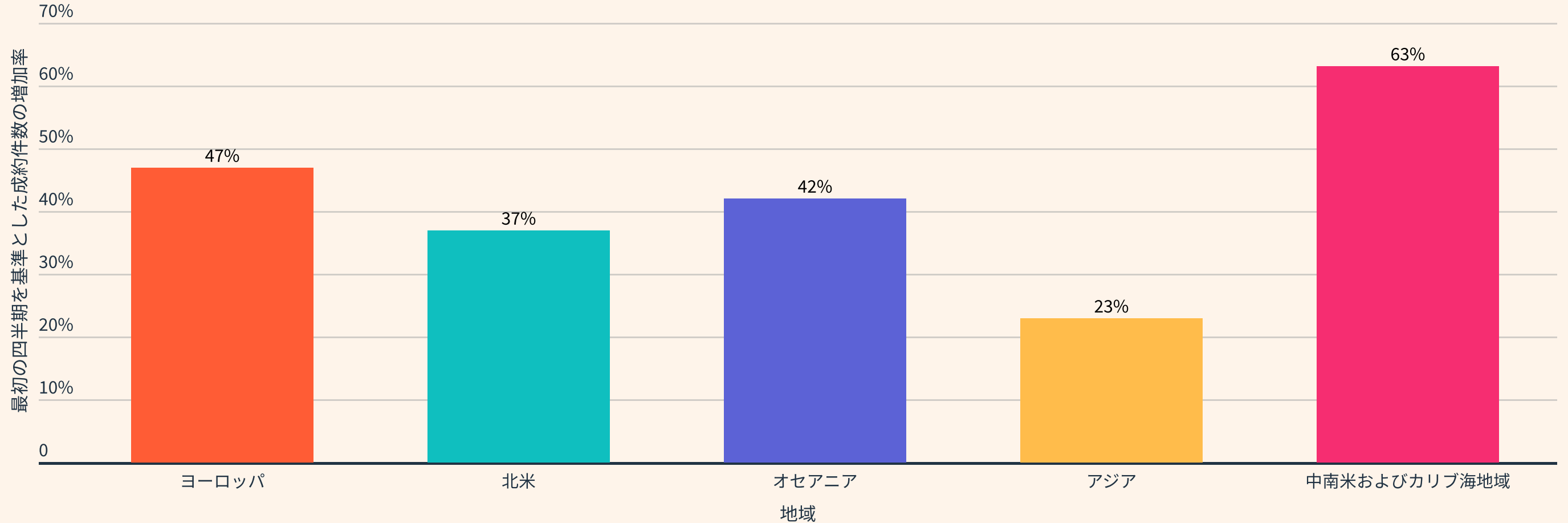
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約件数は平均36%増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さま（n=25,532）によってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。

導入から12か月後の成約件数の増加率

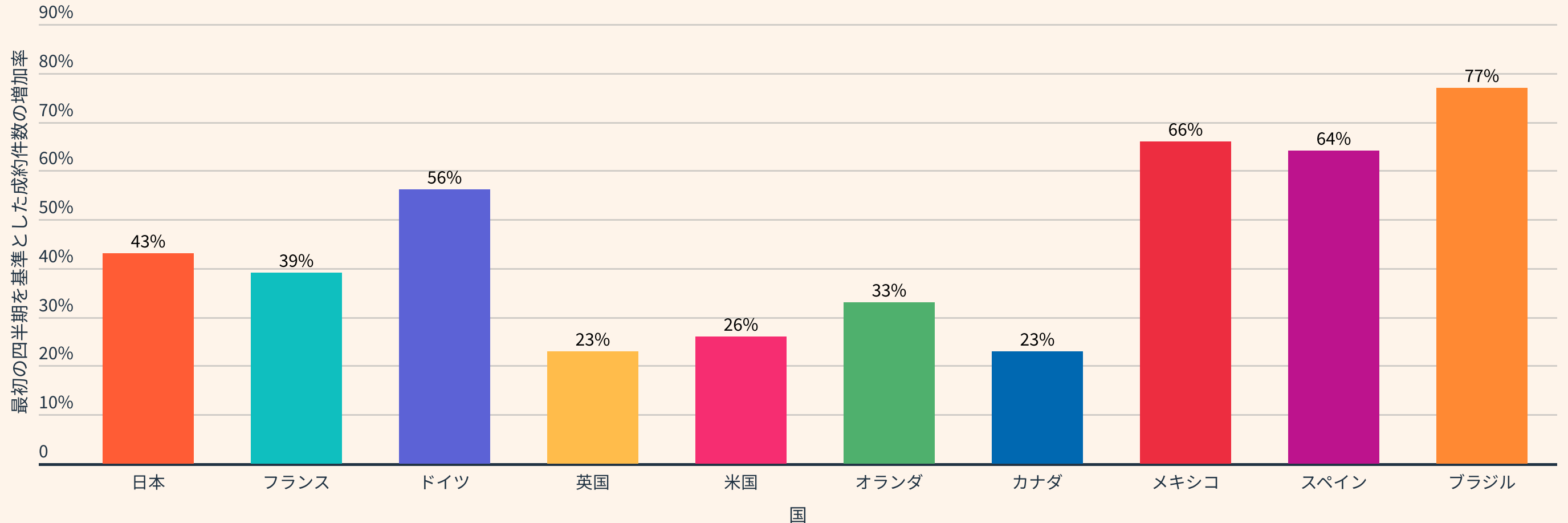
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約件数はいずれの地域においても23%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、北米 (n=11,347)、ヨーロッパ (n=8,457)、中南米およびカリブ海地域 (n=1,935)、アジア (n=1,722)、オセアニア (n=1,721) のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約件数の増加率

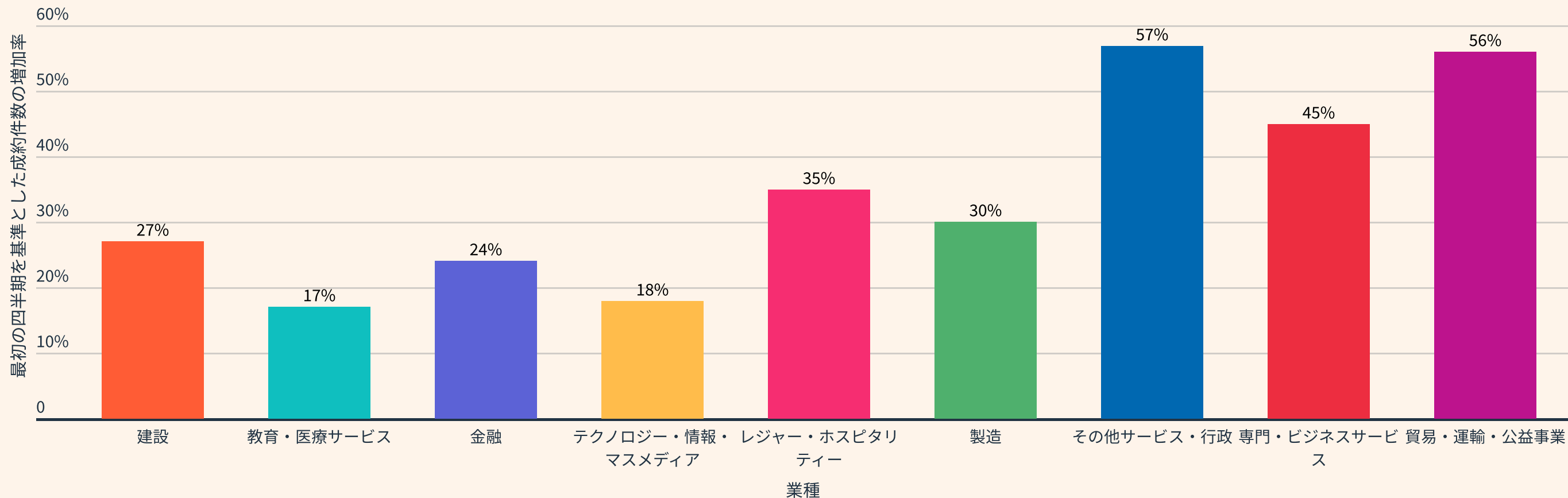
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約件数はいずれの国においても23%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、日本 (n=331)、フランス (n=1,193)、ドイツ (n=1,116)、英国 (n=2,601)、米国 (n=10,024)、オランダ (n=526)、カナダ (n=1,308)、メキシコ (n=474)、スペイン (n=456)、ブラジル (n=539) のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約件数の増加率

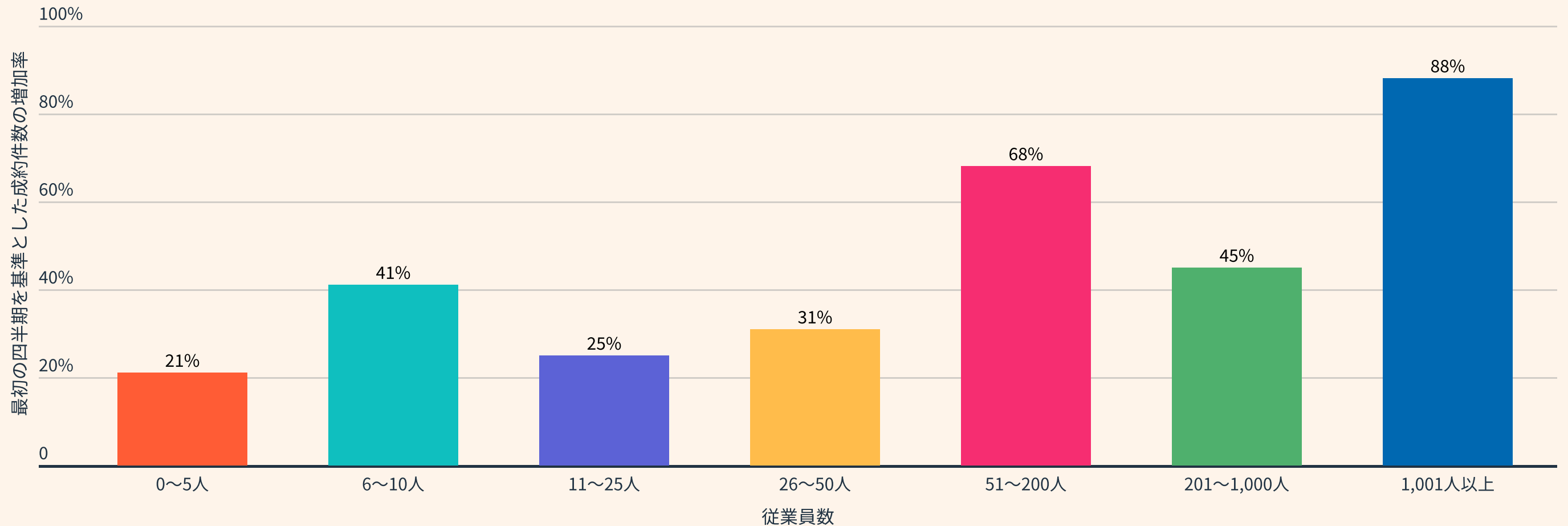
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約件数はいずれの業種においても17%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、建設 (n=320)、教育・医療サービス (n=458)、金融 (n=589)、テクノロジー・情報・マスメディア (n=1,969)、レジャー・ホスピタリティー (n=179)、製造 (n=744)、その他サービス・行政 (n=247)、専門・ビジネスサービス (n=1,928)、貿易・運輸・公益事業 (n=612) の業種のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約件数の増加率

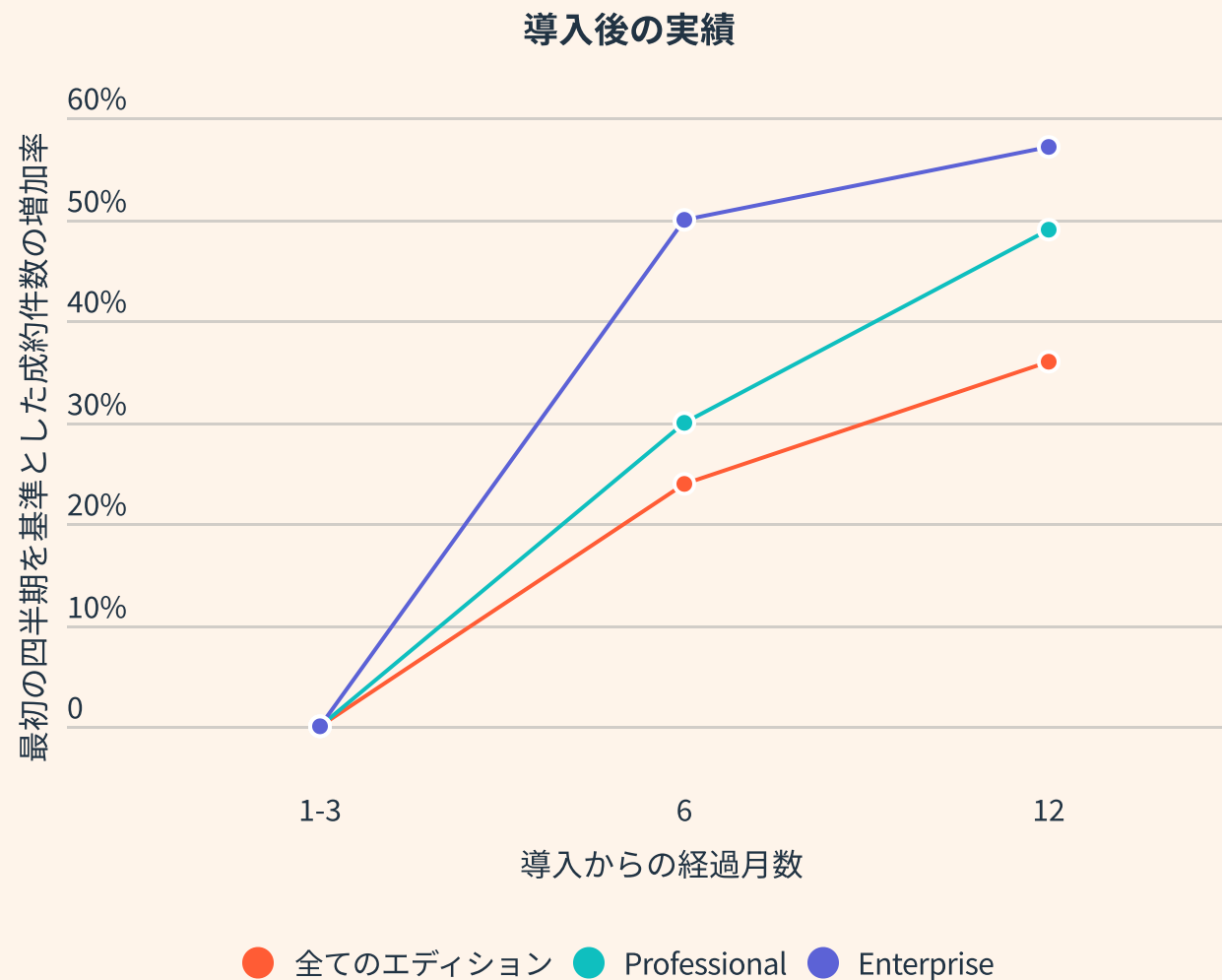
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約件数はいずれの企業規模においても21%以上増加しています。



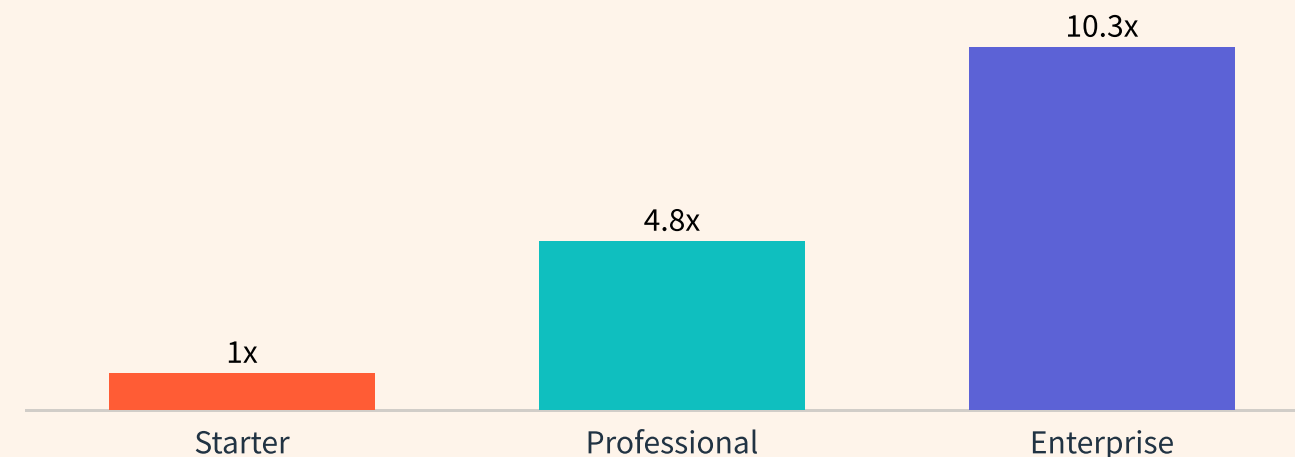
ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=4,135）、6~10人（n=9,523）、11~25人（n=3,287）、26~50人（n=4,353）、51~200人（n=2,566）、201~1,000人（n=921）、1,001人以上（n=450）のお客さまのデータを使用しました。

成約件数の増加率

Sales Hubの利用企業



導入から12か月後の相対的な実績



Sales Hubの導入後12か月間で、お客様の成約件数は36%以上増加しています。

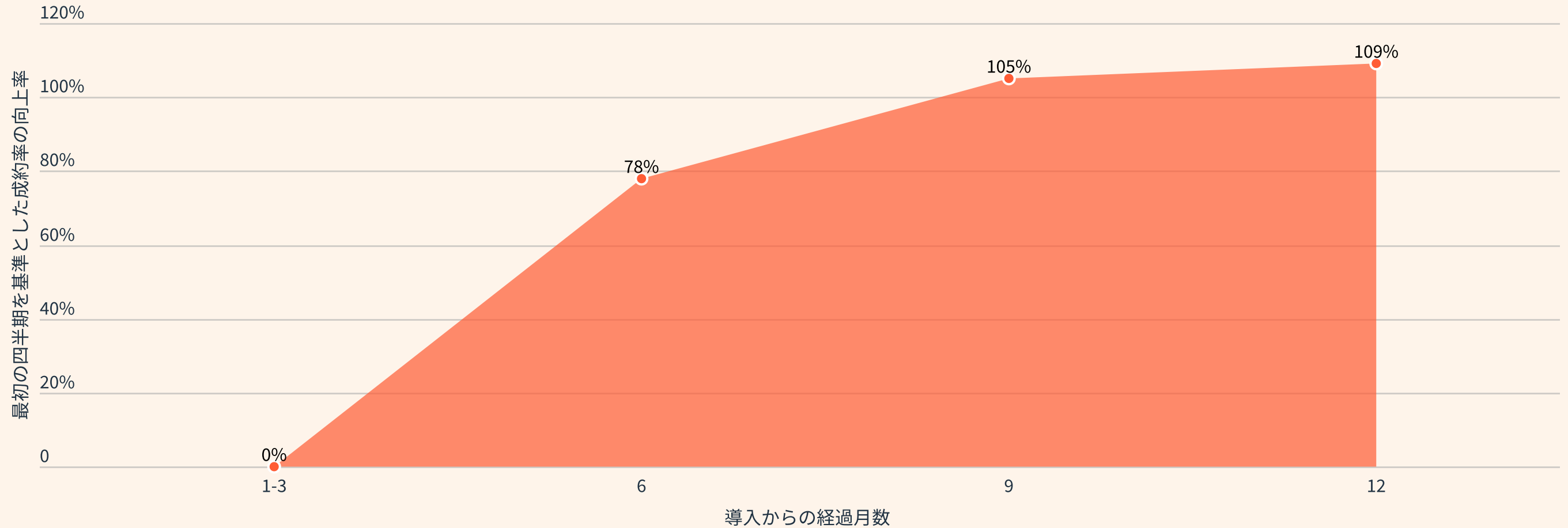
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて10.3倍の成約件数を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales HubのProfessional (n=11,210)、Enterprise (n=883)、またはSales Hubのいずれかのエディション (n=25,532) を12か月以上ご利用いただいたお客様によってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。右のグラフでは、Sales Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後の成約件数の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様の成約件数が100なら、Professionalをご利用のお客様の成約件数は480になります。

成約率

導入後の成約率の向上率

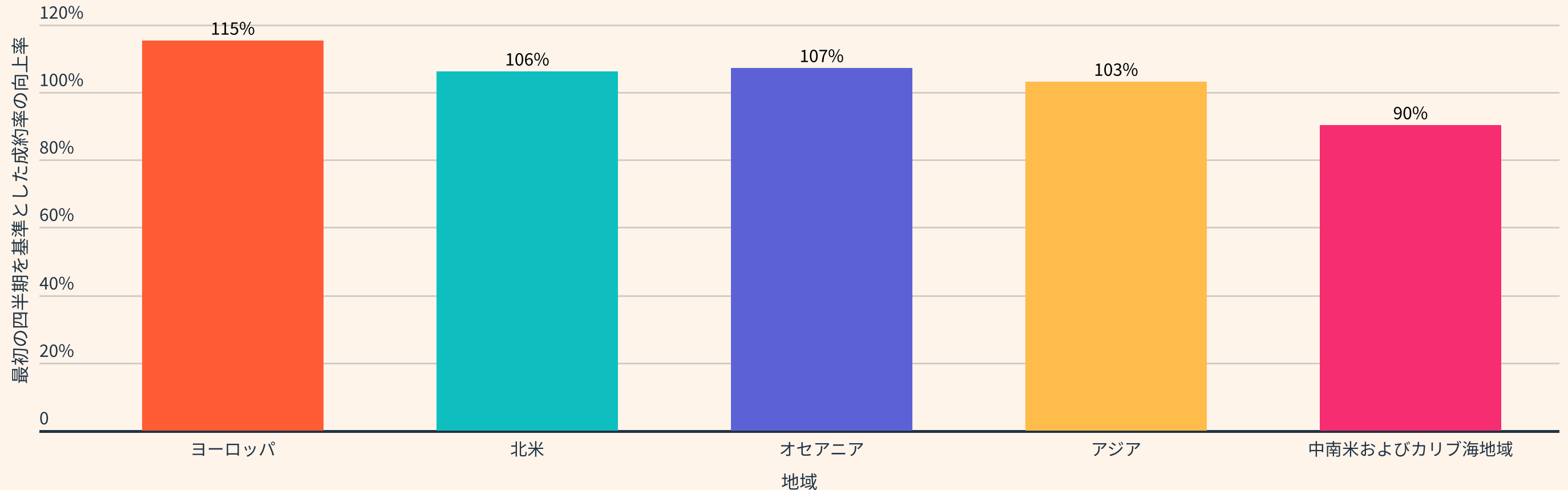
Sales Hubの導入後12か月間で、お客様の成約率は平均109%向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様（n=25,445）を対象に集計した、取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。

導入から12か月後の成約率の向上率

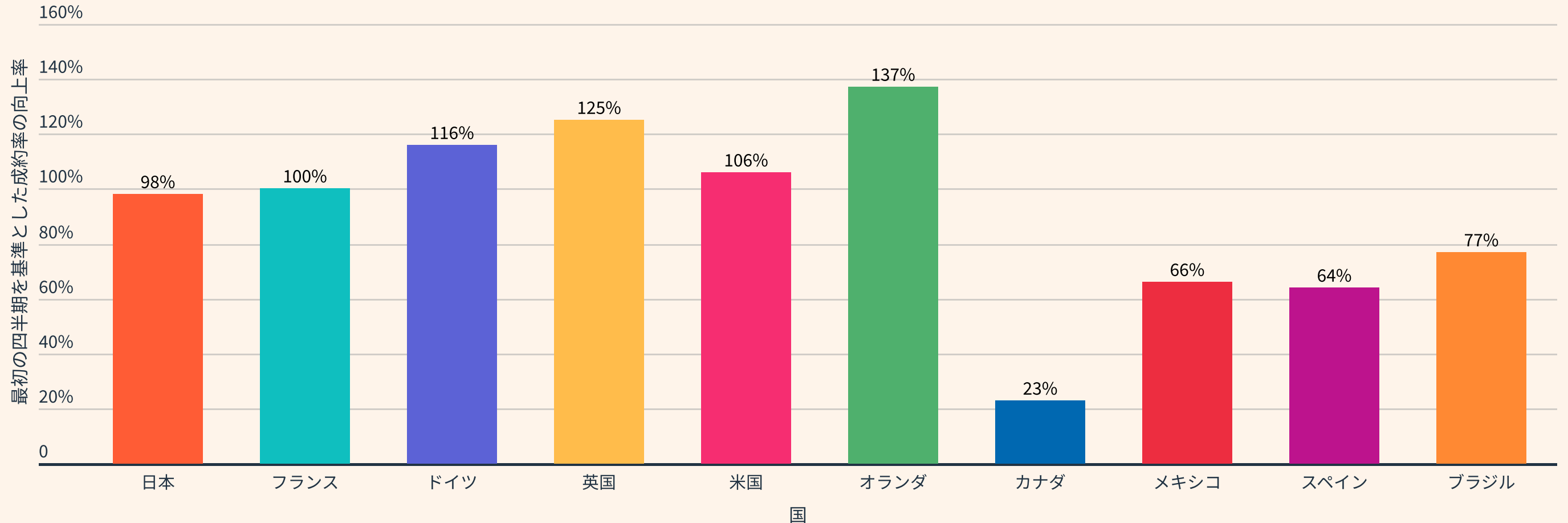
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約率はいずれの地域においても90%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまの取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、北米（n=11,333）、ヨーロッパ（n=8,449）、中南米およびカリブ海地域（n=1,968）、アジア（n=1,731）、オセアニア（n=1,747）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約率の向上率

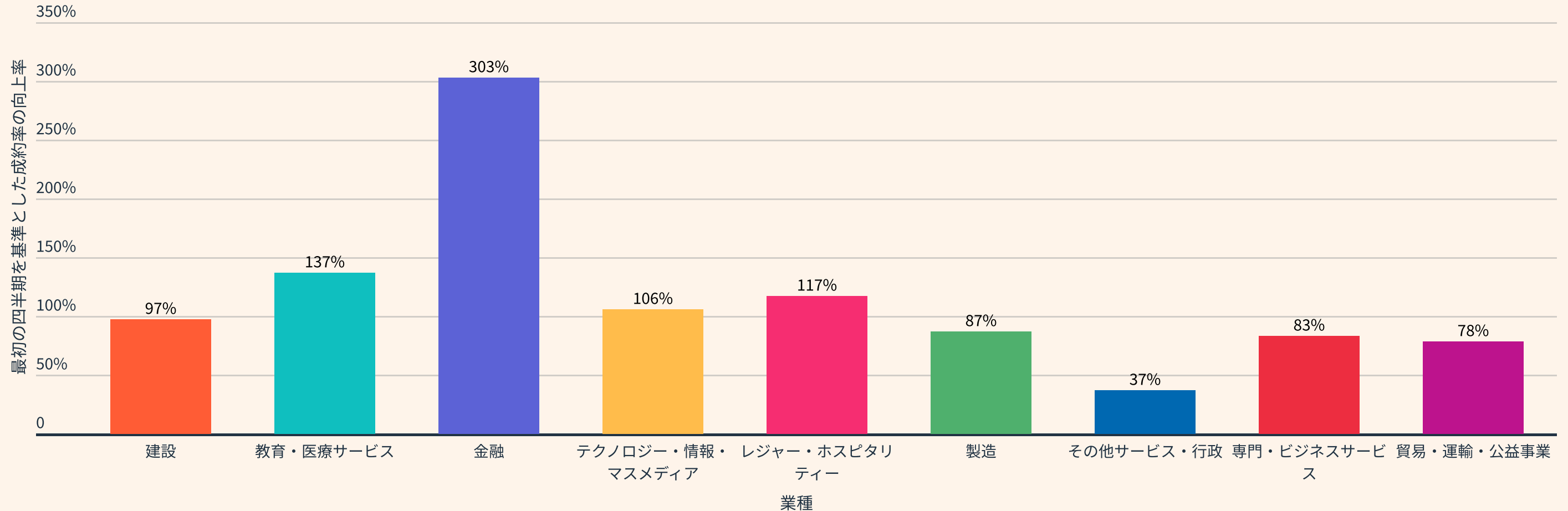
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約率はいずれの国においても23%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間、Sales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまの取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、日本（n=337）、フランス（n=1,198）、ドイツ（n=1,123）、英国（n=2,635）、米国（n=10,091）、オランダ（n=530）、カナダ（n=1,329）、メキシコ（n=485）、スペイン（n=468）、ブラジル（n=544）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約率の向上率

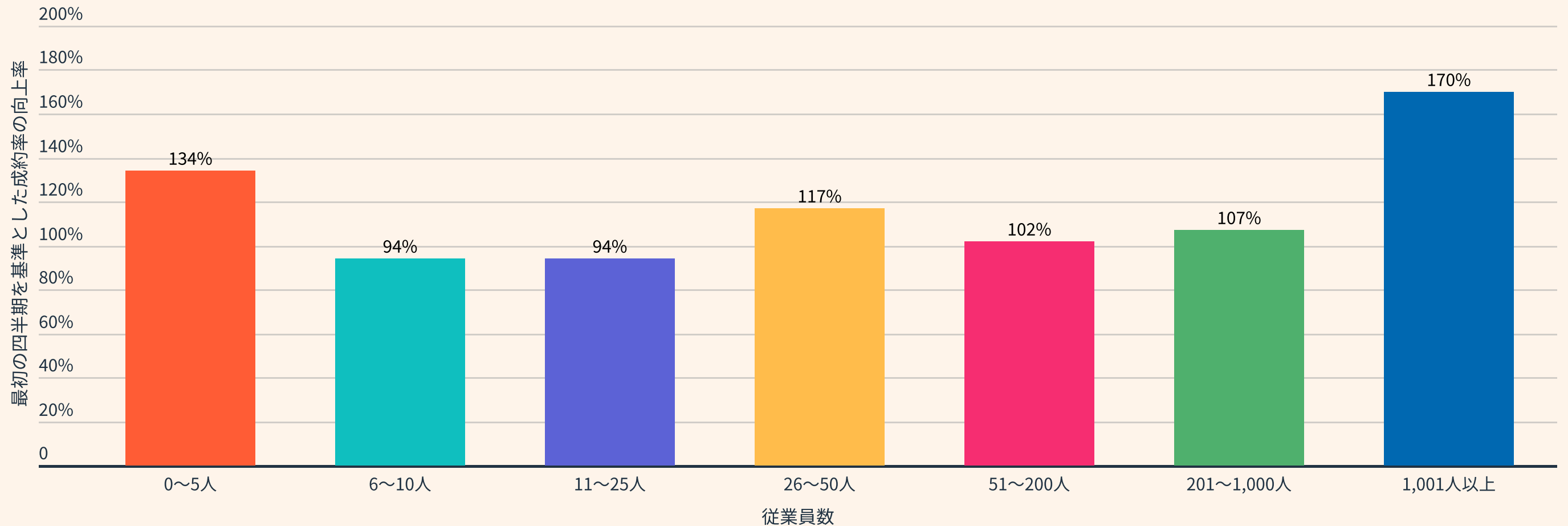
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまの成約率はいずれの業種においても37%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまの取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、建設（n=323）、教育・医療サービス（n=463）、金融（n=590）、テクノロジー・情報・マスメディア（n=1,981）、レジャー・ホスピタリティー（n=186）、製造（n=755）、その他サービス・行政（n=254）、専門・ビジネスサービス（n=1,937）、貿易・運輸・公益事業（n=625）の業種のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の成約率の向上率

Sales Hubの導入から12か月後、お客様の成約率はいずれの企業規模においても94%以上向上しています。

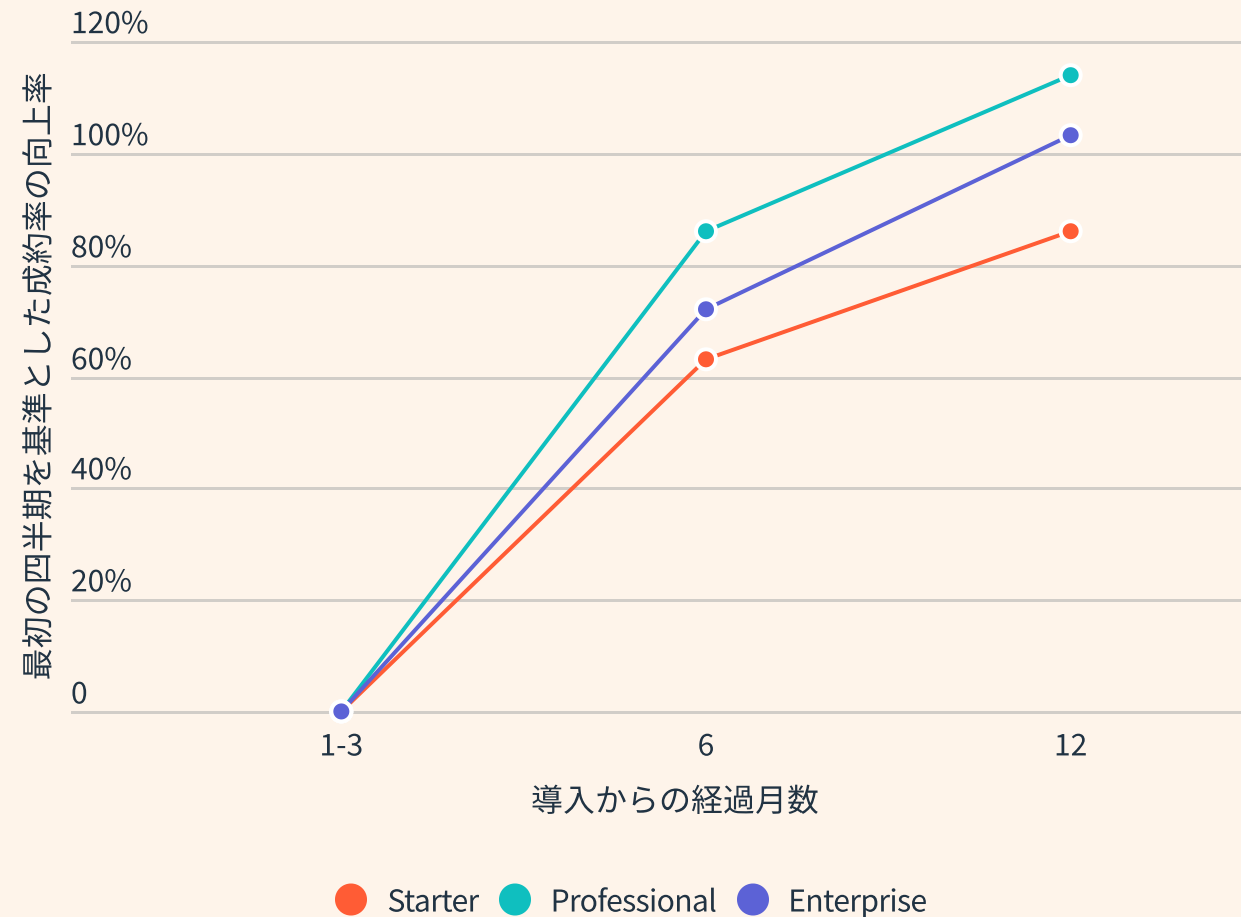


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様の取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=4,178）、6~10人（n=9,604）、11~25人（n=3,318）、26~50人（n=4,396）、51~200人（n=2,589）、201~1,000人（n=934）、1,001人以上（n=451）のお客様のデータを使用しました。

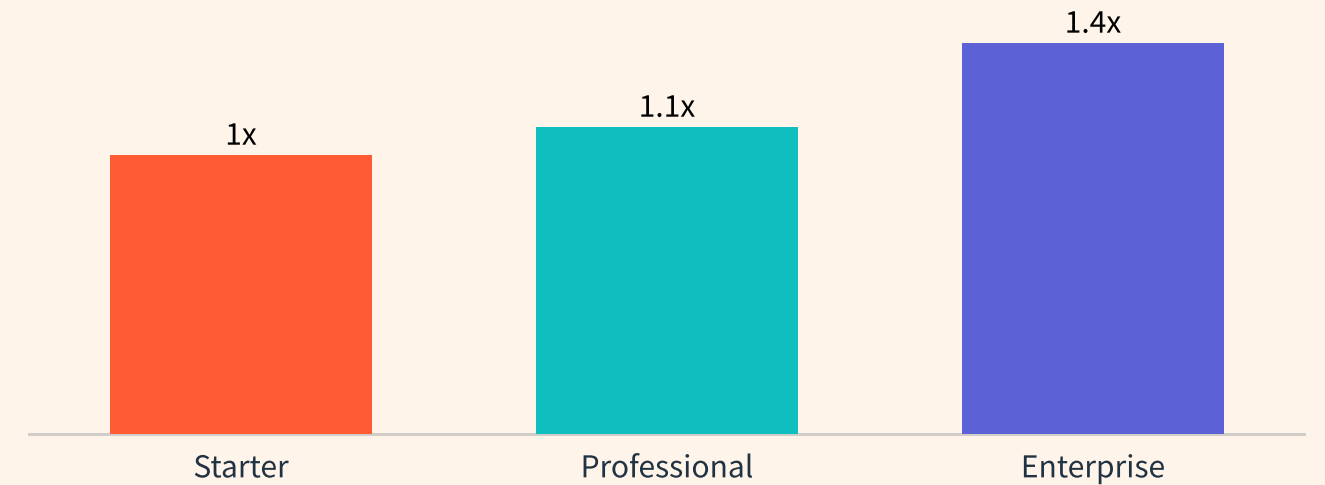
成約率の向上率

Sales Hubの利用企業

導入後の実績



導入から12か月後の相対的な実績



Sales Hubの導入後12か月間で、お客様の成約率は86%以上向上しています。

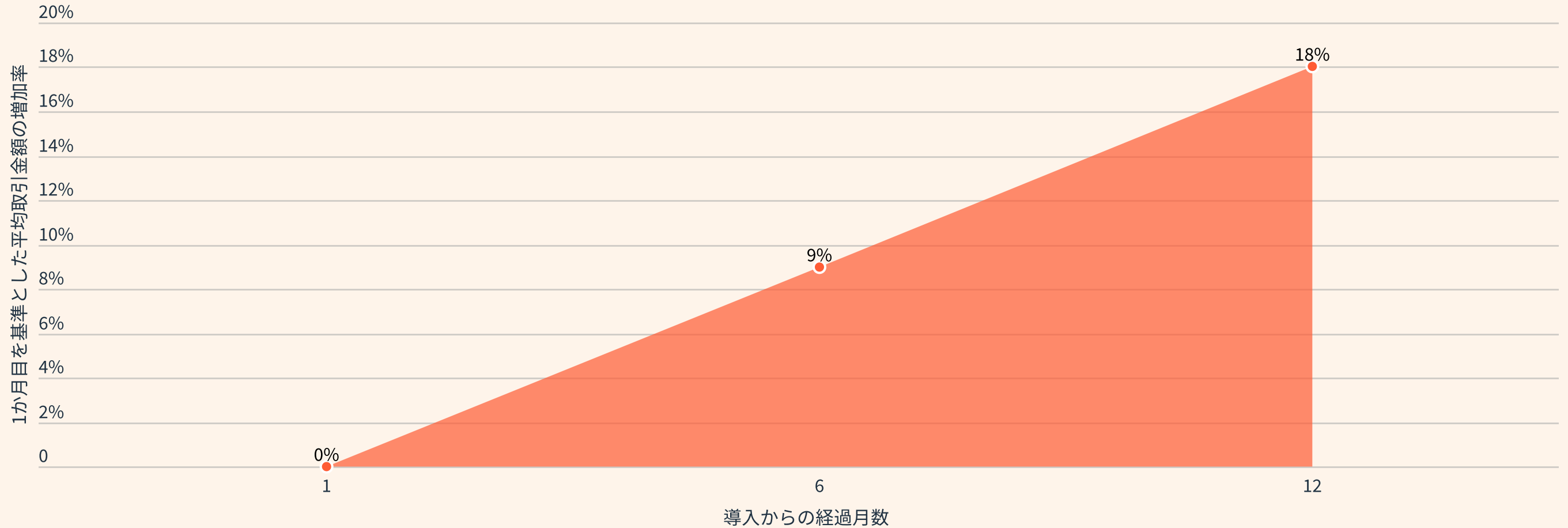
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて1.4倍の成約率を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales HubのStarter (n=13,404)、Professional (n=11,180)、Enterprise (n=898) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたお客様の取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。右のグラフでは、Sales Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後の成約率の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様の成約率が10%なら、Professionalをご利用のお客様の成約率は11%になります。

平均取引金額

導入後の平均取引金額の増加率

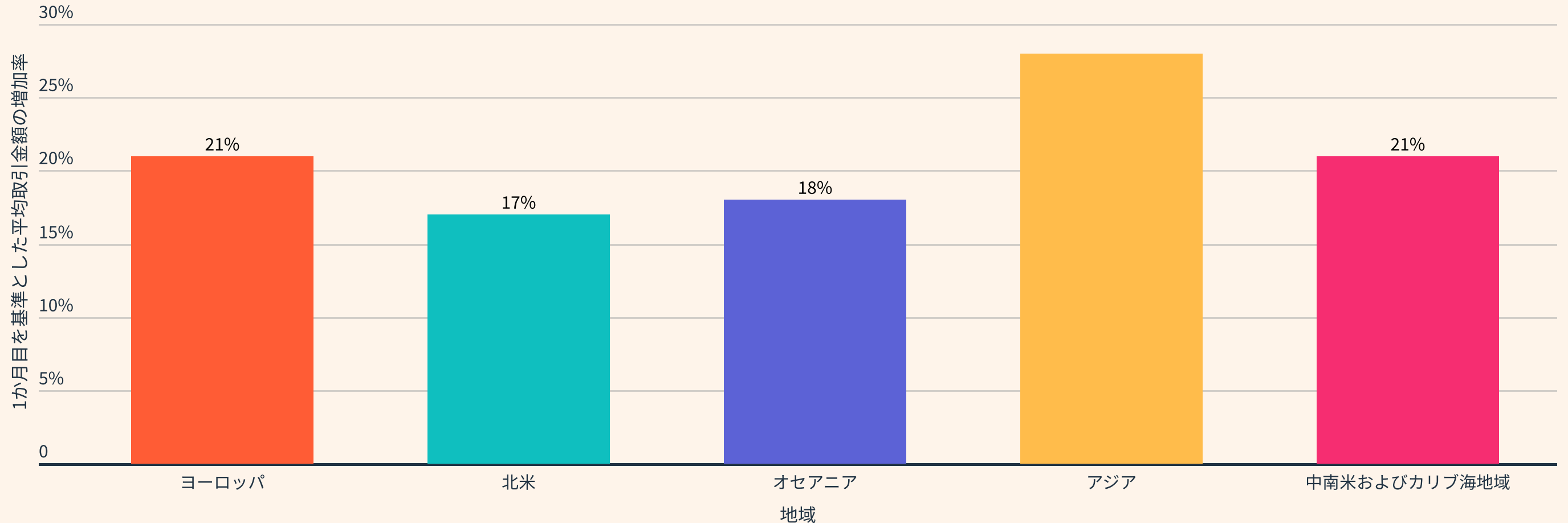
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまが成約した取引の平均金額は18%増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さま（n=26,482）によって、HubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引当たりの平均金額に基づいています。

導入から12か月後の平均取引金額の増加率

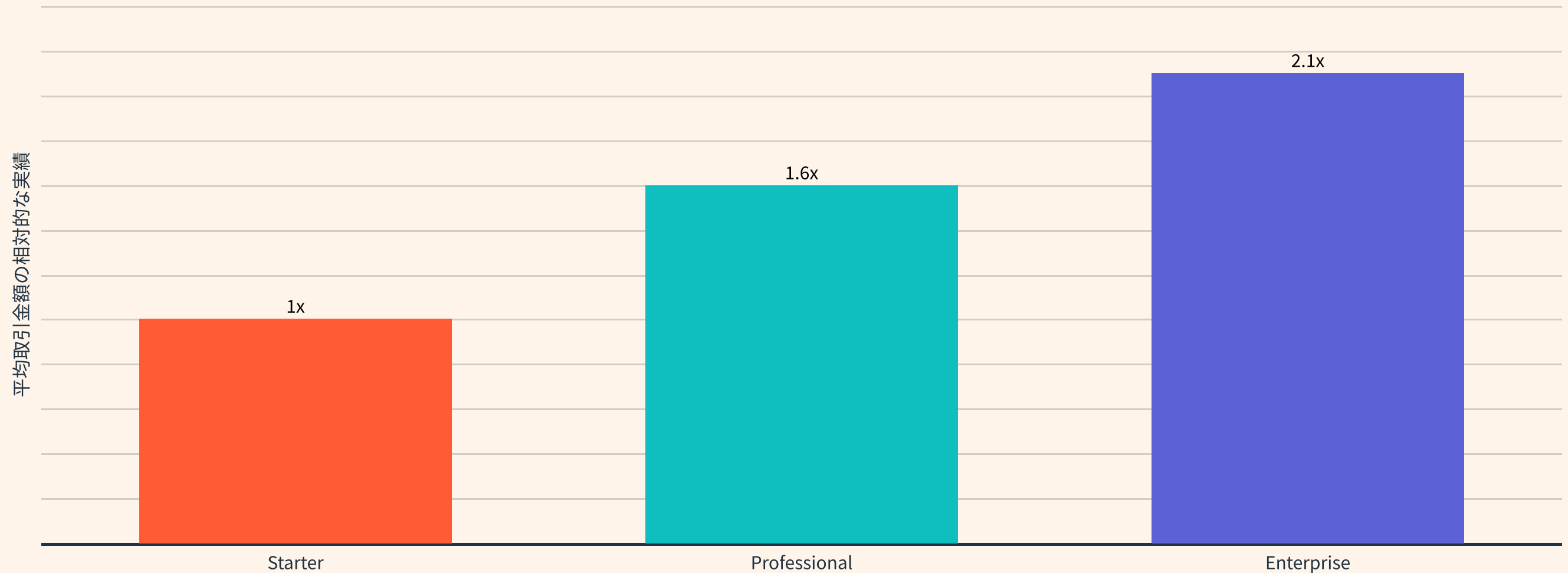
Sales Hubの導入後12か月間で、お客さまが成約した取引の平均金額はいずれの地域においても17%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にSales Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引当たりの平均金額に基づいています。集計に当たっては、北米 (n=11,633)、ヨーロッパ (n=8,769)、中南米およびカリブ海地域 (n=2,021)、アジア (n=1,787)、オセアニア (n=1,806) のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後の平均取引金額の相対的な実績

Sales Hub Enterpriseをご利用のお客さまが成約した取引の平均金額は、Starterのお客さまと比べて2.1倍に到達しています。

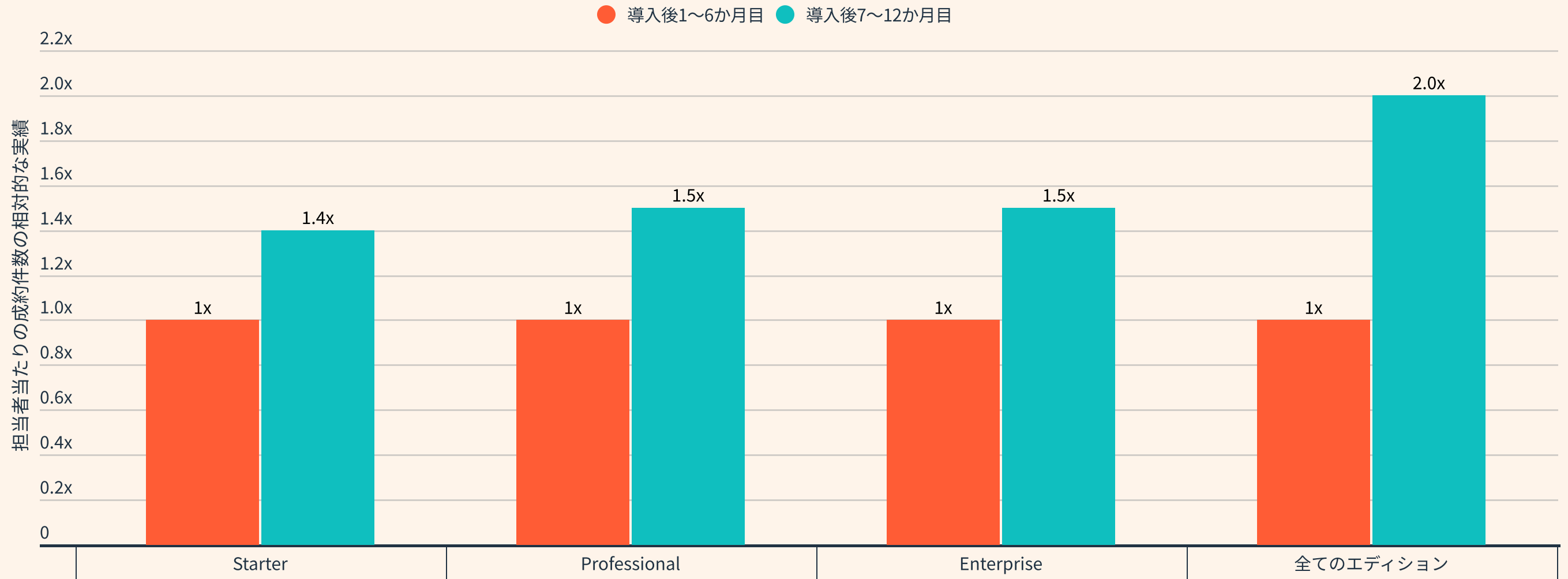


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にSales HubのStarter (n=14,008)、Professional (n=11,547)、Enterprise (n=927) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引当たりの平均金額に基づいています。このグラフでは、Sales Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後の平均取引金額の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客さまの平均取引金額が100ドルなら、Professionalをご利用のお客さまの平均取引金額は160ドルになります。

担当者当たりの成約件数

担当者当たりの成約件数の増加率

Sales Hubの導入後7～12か月のお客さまは、導入後6か月以内のお客さまと比べて、担当者当たりの成約件数が多くなっています。

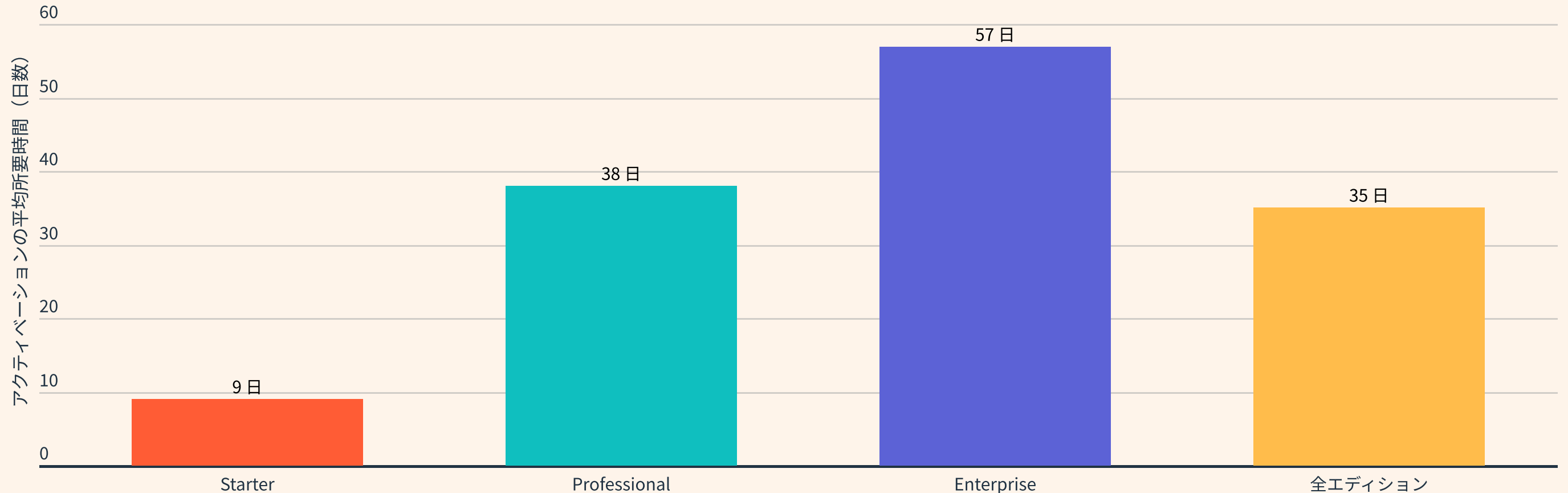


ここで示した分析情報は、2022年8月の時点で、Sales HubのStarter (n=7,422、6,270)、Professional (n=5,655、4,976)、Enterprise (n=622、622)、またはSales Hubのいずれかのエディション (n=13,700、11,868) をご利用いただいているお客さまを対象に集計した、Sales Hubユーザー1人当たりの「成約」ステータスに設定されている担当取引件数の実績値に基づいています。このグラフでは、各製品の導入から1～6か月目のお客さまを基準に、製品の導入後1～6か月目のお客さまと7～12か月目のお客さまを比較しています。例えば、Starterを導入して1～6か月目のお客さまの担当者当たりの成約件数が100なら、Starterを導入して7～12か月目のお客さまの担当者当たりの成約件数は140になります。

製品の利用状況

アクティベーションの平均所要時間

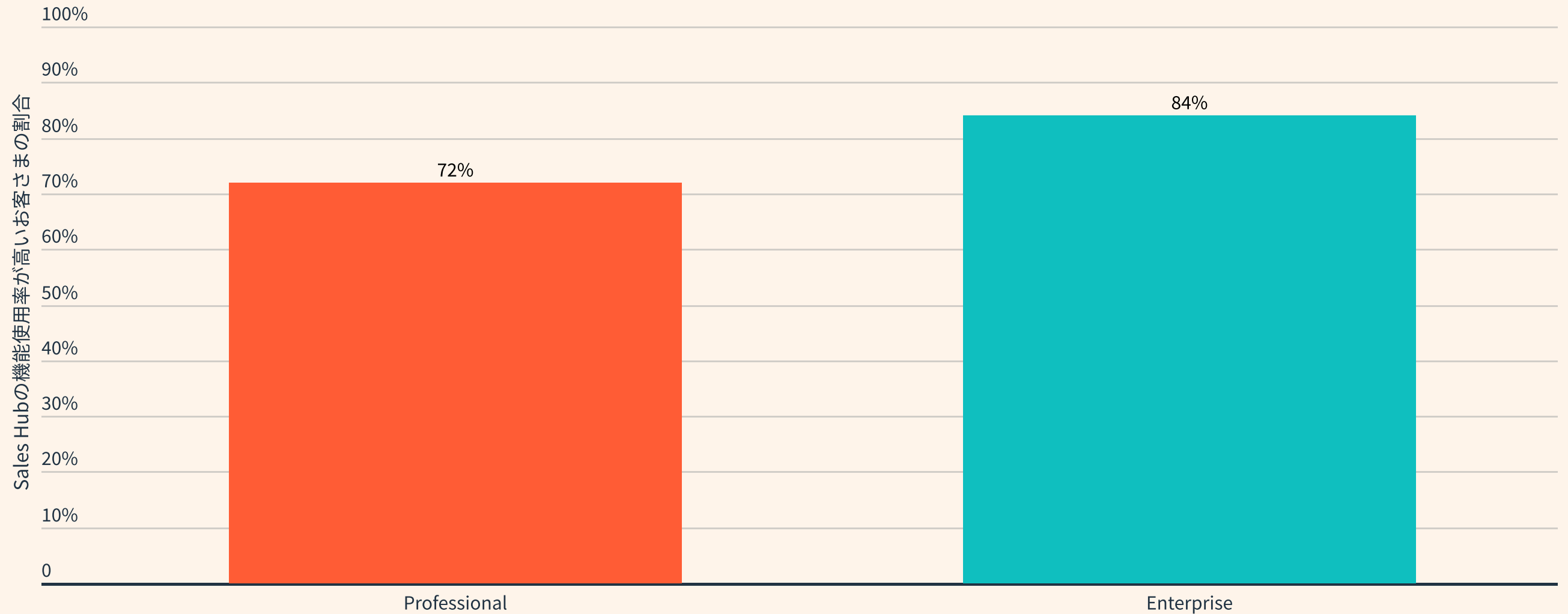
Sales Hubのお客さまが製品のアクティベーションを完了するまでの日数は、平均35日間です。



このデータは、お客さまが製品を購入した日時と、各エディションのアクティベーションに必要な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2022年7月の期間にSales HubのStarter (n=22,869)、Professional (n=18,373)、Enterprise (n=1,651)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。Starterのアクティベーションとは、CRM、取引、レポート機能に加えて、Eメール、コール、ミーティング、テンプレート、見積もり機能のいずれかが有効化された状態を指します。Professionalのアクティベーションとは、CRM、取引、レポート機能に加えて、シーケンスまたはワークフロー機能のいずれか、Eメール、コール、ミーティング、テンプレート、見積もり機能のいずれかが有効化された状態を指します。Enterpriseのアクティベーションとは、CRM、取引、レポート機能に加えて、シーケンスまたはワークフロー機能のいずれか、Eメール、コール、ミーティング、テンプレート、見積もり機能のいずれかと、さらに2つ以上のEnterprise機能が有効化された状態を指します。

機能使用率が高いお客さまの割合

Sales Hub Professionalのお客さまの72%、Enterpriseのお客さまの84%が、高い機能使用率を達成しています。



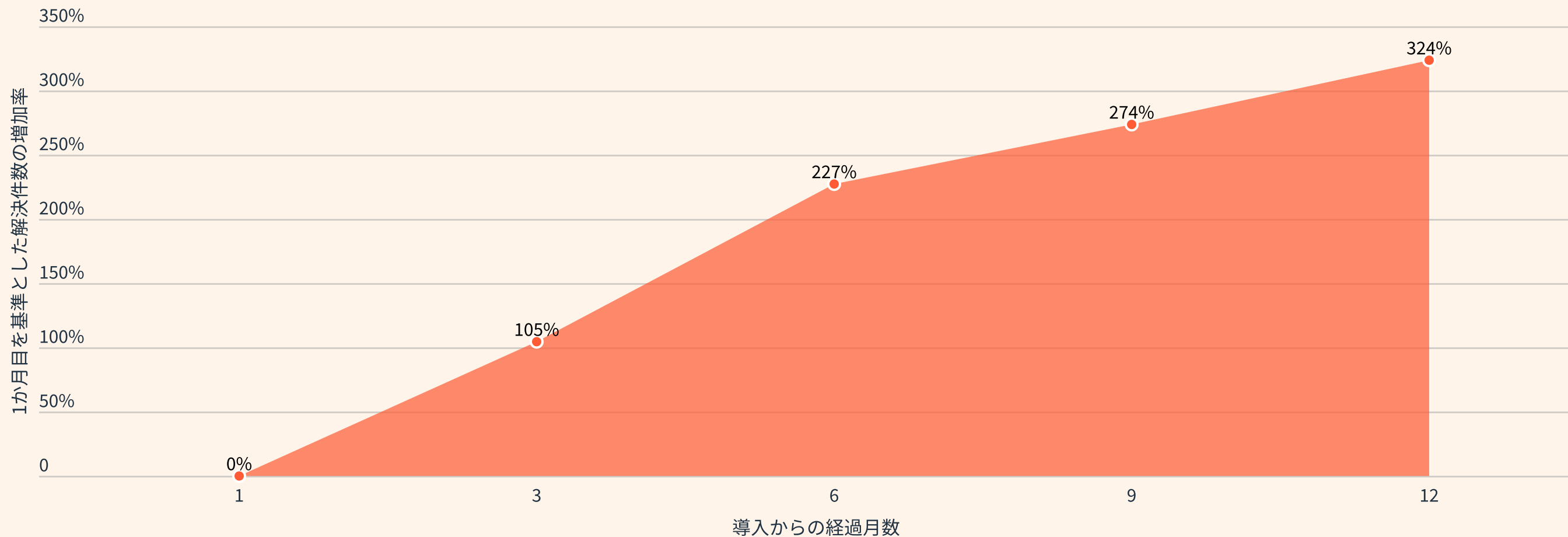
ここで示した分析情報は、Sales HubのProfessional (n=11,556) またはEnterprise (n=846) をお使いのお客さまのうち、Sales Hubのコア機能の64% (14の機能のうち9つ) 以上が有効化され、Sales Hubの機能使用率が高いと見なされるお客さまの割合に基づいています。

Service Hub

チケット解決件数

導入後のチケット解決件数の増加率

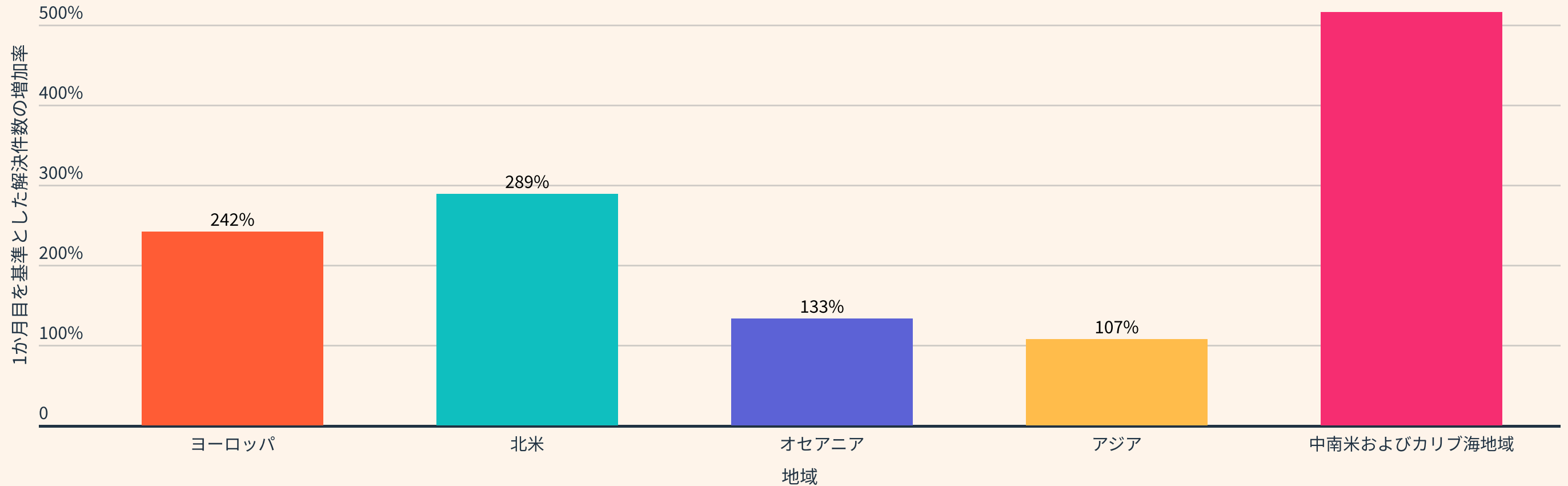
Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決件数は平均324%増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さま（n=5,003）によってHubSpotのCRM内で「解決済み」ステータスに設定されたチケット件数の実績値に基づいています。

導入から12か月後のチケット解決件数の増加率

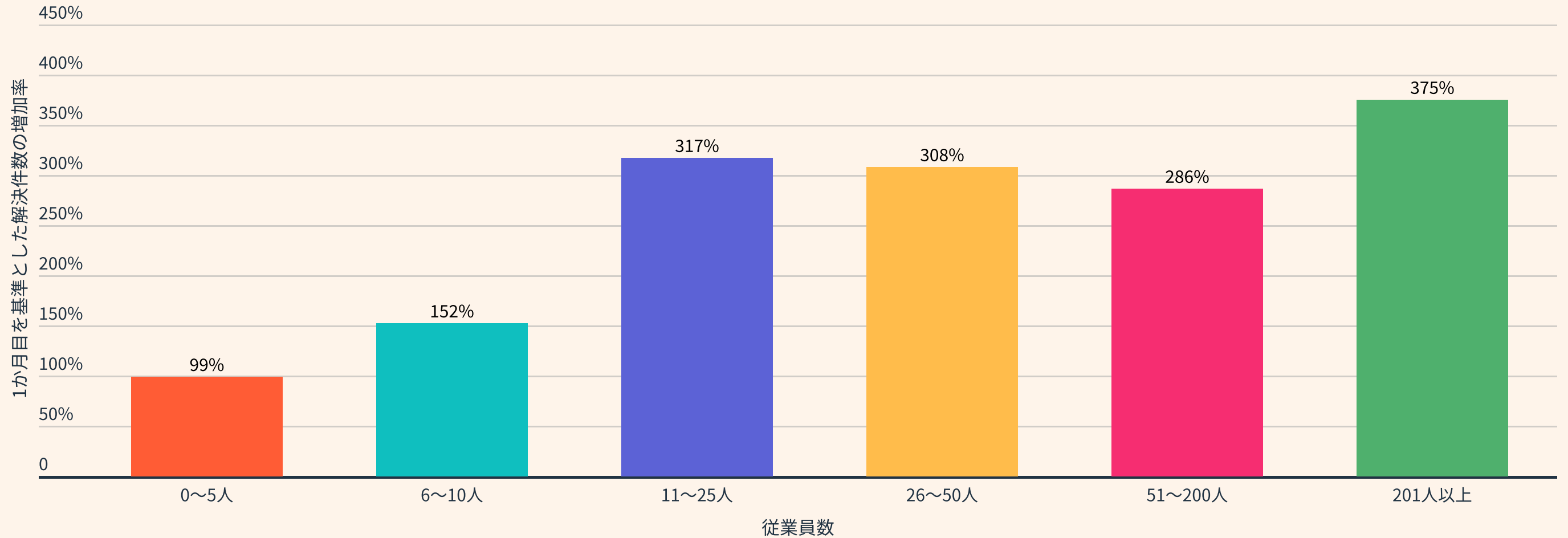
Service Hubの導入後12か月間で、お客様のチケット解決件数はいずれの地域においても107%以上増加しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年9月の間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客様によってHubSpotのCRM内で「解決済み」ステータスに設定されたチケット件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、北米（n=1,959）、ヨーロッパ（n=1,803）、中南米およびカリブ海地域（n=422）、アジア（n=349）、オセアニア（n=343）のお客様のデータを使用しました。

導入から12か月後のチケット解決件数の増加率

Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決件数はいずれの企業規模においても99%以上増加しています。

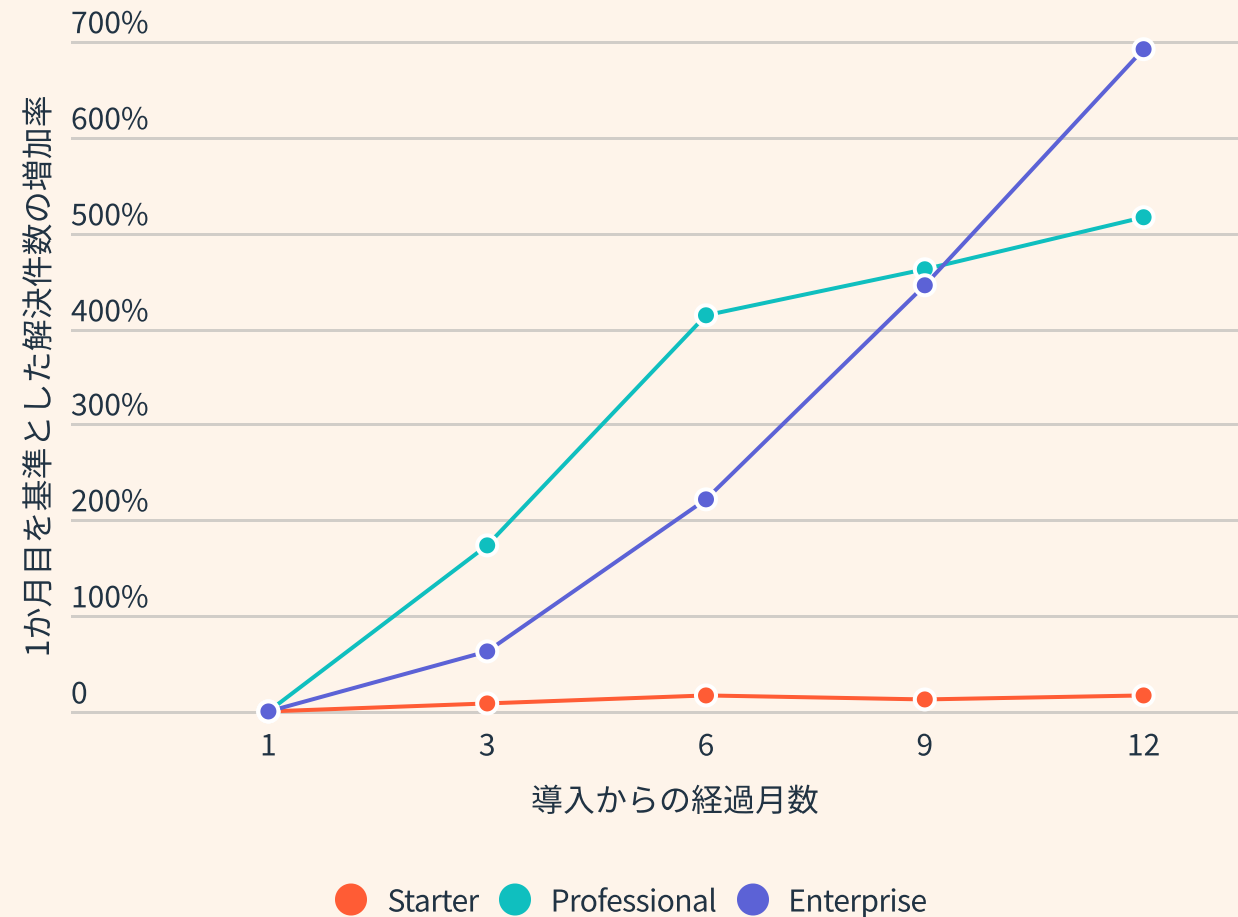


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「解決済み」ステータスに設定されたチケット件数の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=840）、6~10人（n=1,895）、11~25人（n=606）、26~50人（n=789）、51~200人（n=445）、201人以上（n=245）のお客さまのデータを使用しました。

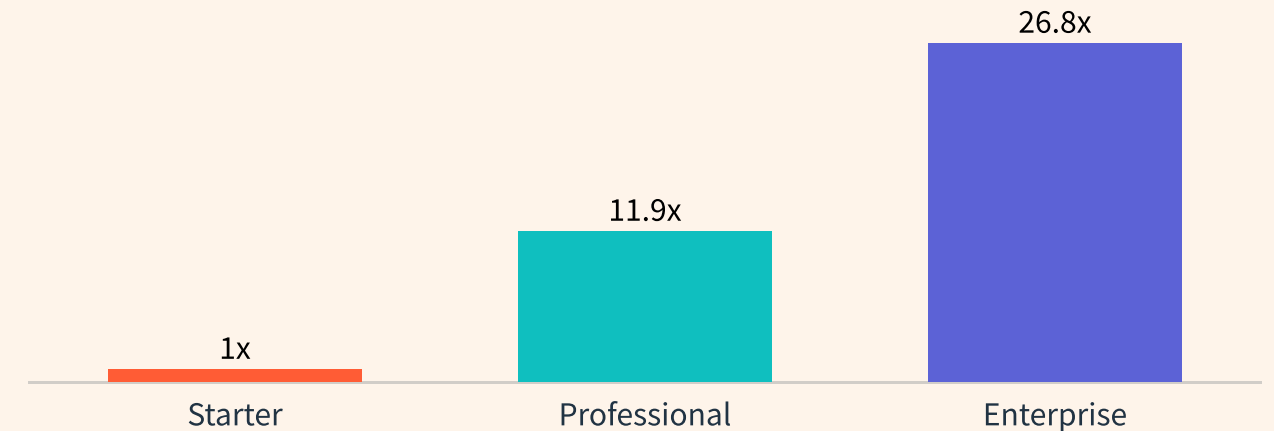
チケット解決件数の増加率

Service Hubの利用企業

導入後の実績



導入から12か月後の相対的な実績



Service Hubの導入後12か月間で、お客様のチケット解決件数は17%以上増加しています。

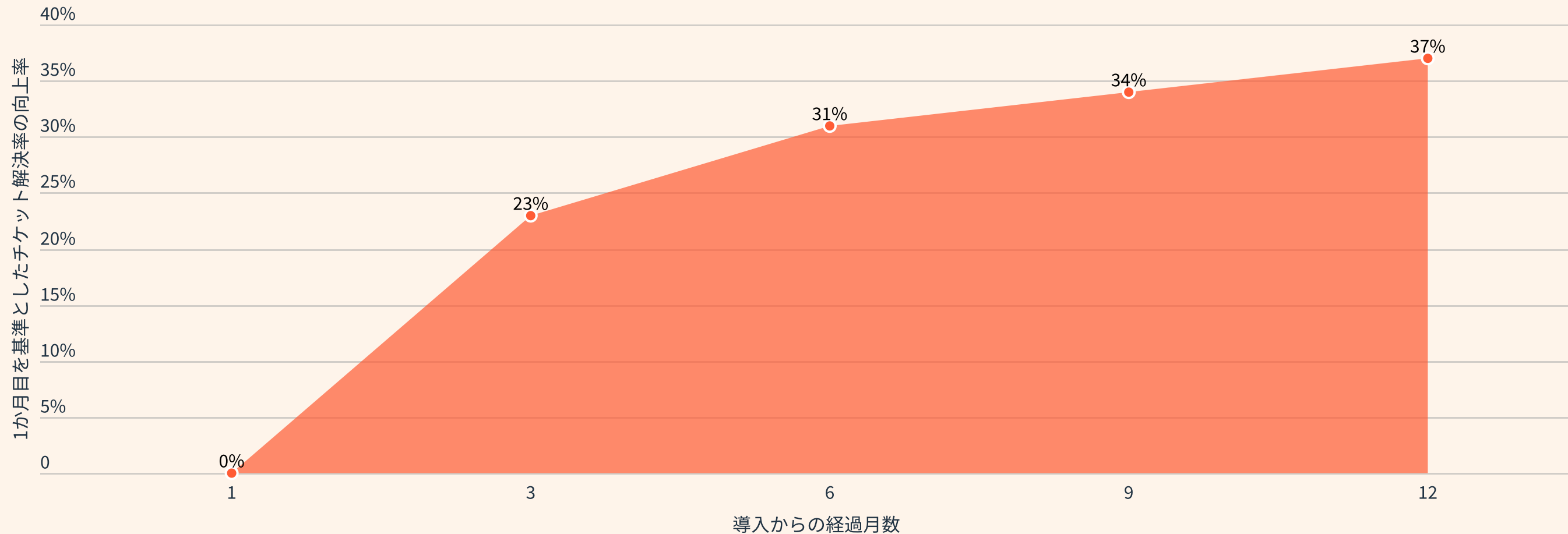
Enterpriseをご利用のお客様は、Starterのお客様と比べて26.8倍のチケット解決件数を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にService HubのStarter (n=2,665)、Professional (n=4,415)、Enterprise (n=153) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたお客様によってHubSpotのCRM内で「解決済み」ステータスに設定されたチケット件数の実績値に基づいています。右のグラフでは、Service Hub Starterを基準に、各製品を導入してから12か月後のチケット解決件数の比率を示しています。例えば、Starterをご利用のお客様のチケット解決件数が100なら、Professionalをご利用のお客様のチケット解決件数は1,190になります。

チケット解決率

導入後のチケット解決率の向上率

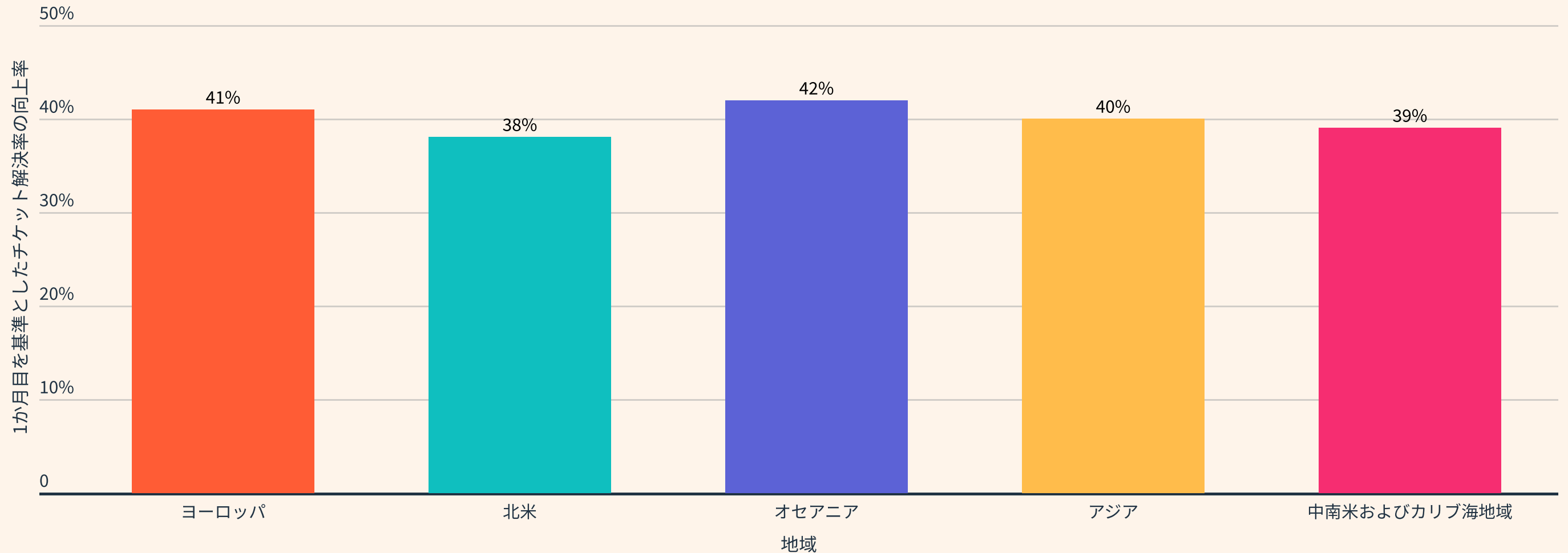
Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決率は平均37%向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さま（n=3,822）を対象に集計した、チケット解決率（「解決済み」ステータスのチケット件数÷チケットの総数）の実績値に基づいています。

導入から12か月後のチケット解決率の向上率

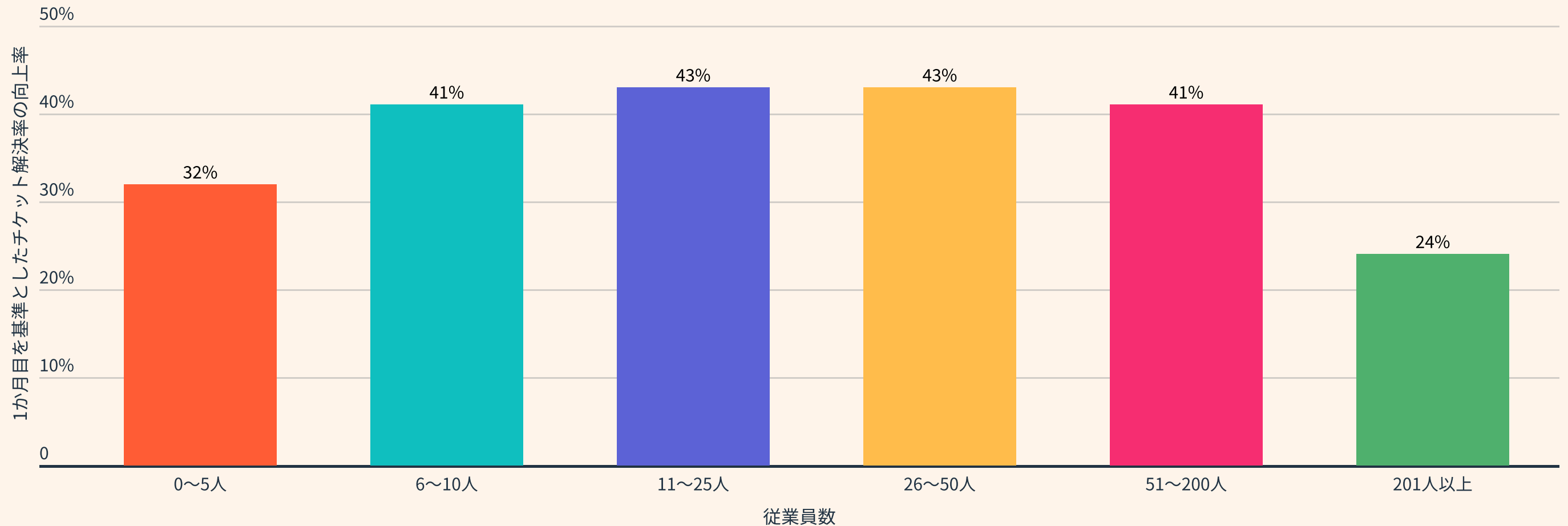
Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決率はいずれの地域においても38%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまを対象に集計した、チケット解決率（「解決済み」ステータスのチケット件数÷チケットの総数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、北米（n=1,883）、ヨーロッパ（n=1,836）、中南米およびカリブ海地域（n=445）、アジア（n=365）、オセアニア（n=369）のお客さまのデータを使用しました。

導入から12か月後のチケット解決率の向上率

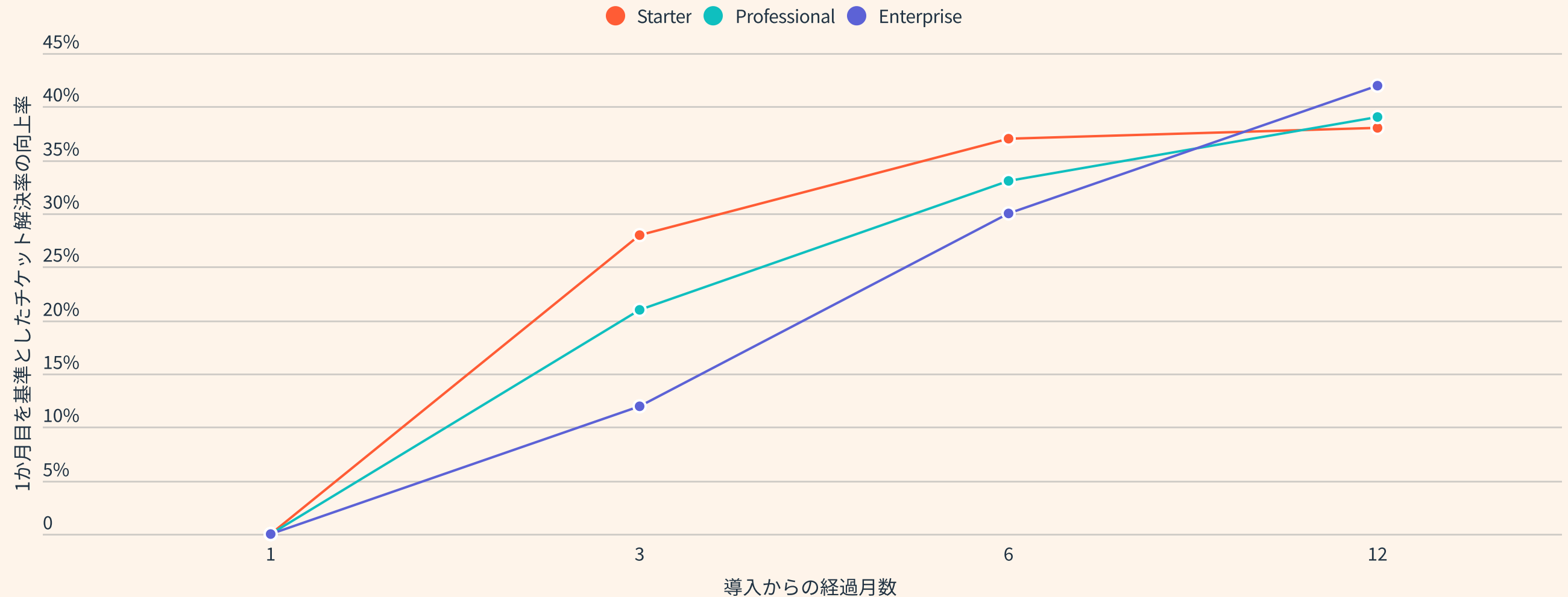
Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決率はいずれの企業規模においても24%以上向上しています。



ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にService Hubを12か月以上ご利用いただいたお客さまのチケット解決率（「解決済み」ステータスのチケット件数÷チケットの総数）の実績値に基づいています。集計に当たっては、企業規模（従業員数）が0~5人（n=832）、6~10人（n=1,892）、11~25人（n=649）、26~50人（n=827）、51~200人（n=476）、201人以上（n=264）のお客さまのデータを使用しました。

導入後のチケット解決率の向上率

Service Hubの導入後12か月間で、お客さまのチケット解決率は38%以上向上しています。

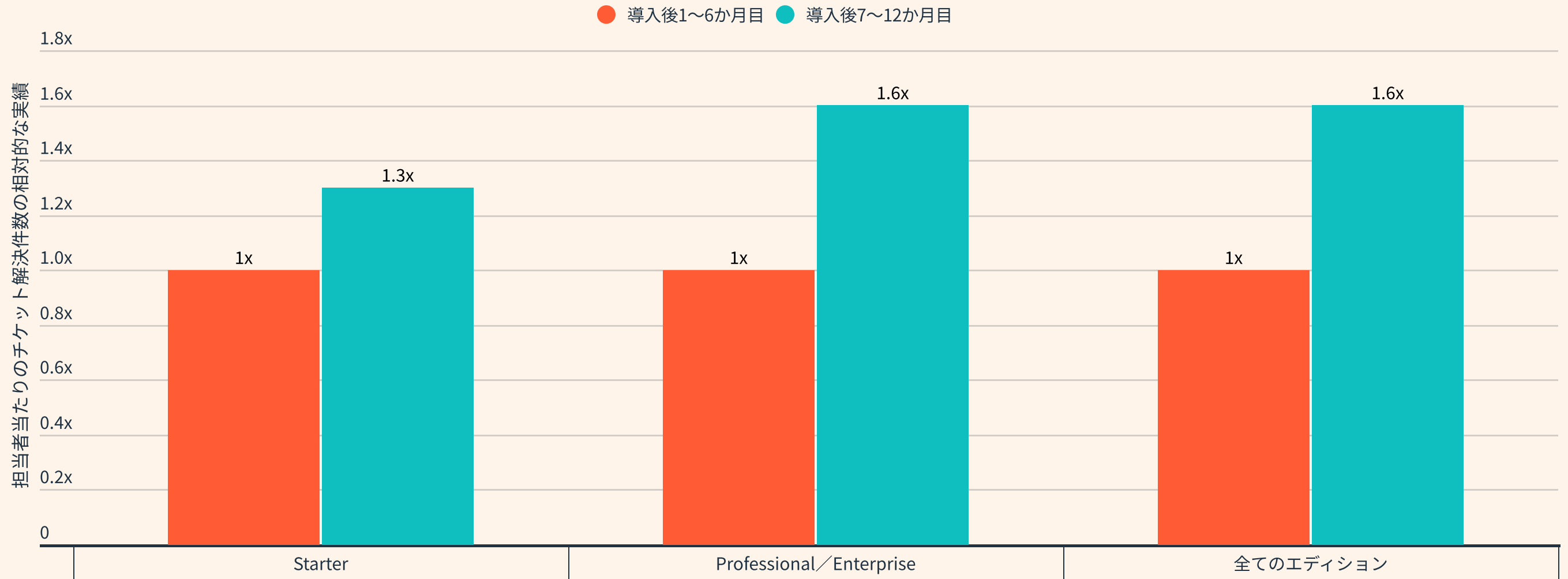


ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年8月の期間にService HubのStarter (n=2,630)、Professional (n=2,176)、Enterprise (n=175) のいずれかを12か月以上ご利用いただいたお客さまを対象に集計した、チケット解決率（「解決済み」ステータスのチケット件数÷チケットの総数）の実績値に基づいています。

担当者当たりの解決件数

担当者当たりのチケット解決件数の増加率

Service Hubの導入後7～12か月のお客さまは、導入後6か月以内のお客さまと比べて、担当者当たりのチケット解決件数が多くなっています。

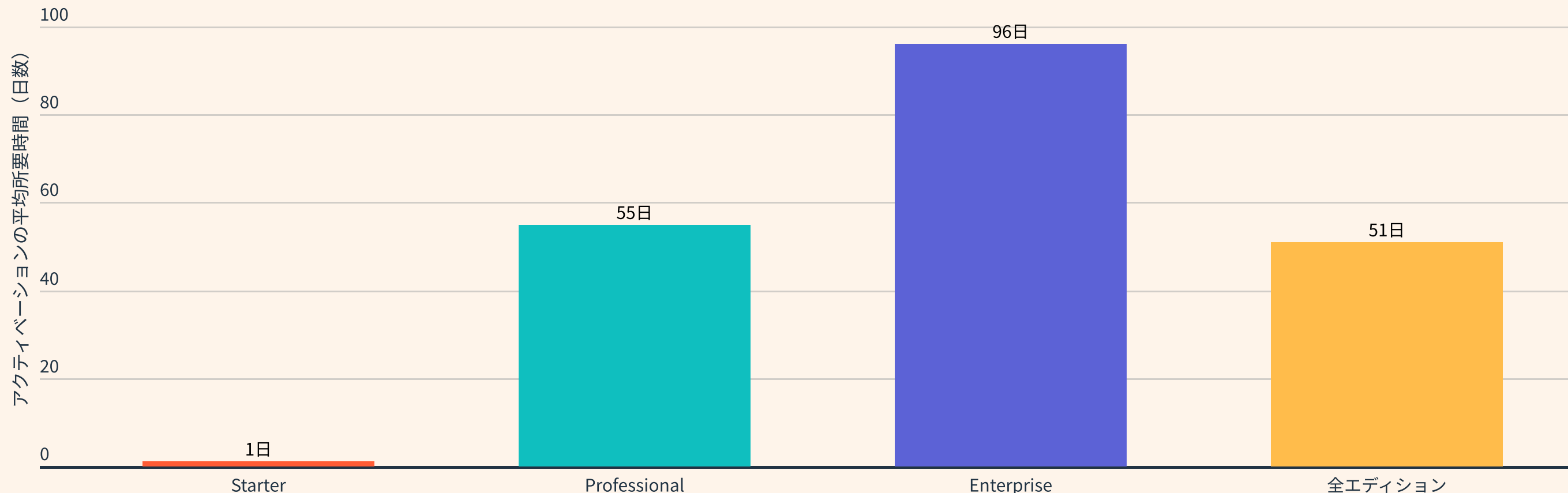


ここで示した分析情報は、2022年8月の時点で、Service HubのStarter (n=269、232)、ProfessionalまたはEnterprise (n=324、422)、Service Hubのいずれかのエディション (n=593、653) をご利用いただいているお客さまを対象に集計した、Service Hubユーザー1人当たりの「解決済み」ステータスに設定されている担当チケット件数の実績値に基づいています。このグラフでは、各製品の導入から1～6か月目のお客さまを基準に、製品の導入後1～6か月目のお客さまと7～12か月目のお客さまを比較しています。例えば、Starterを導入して1～6か月目のお客さまの担当者当たりのチケット解決件数が100なら、Starterを導入して7～12か月目のお客さまの担当者当たりのチケット解決件数は130になります。

製品の利用状況

アクティベーションの平均所要時間

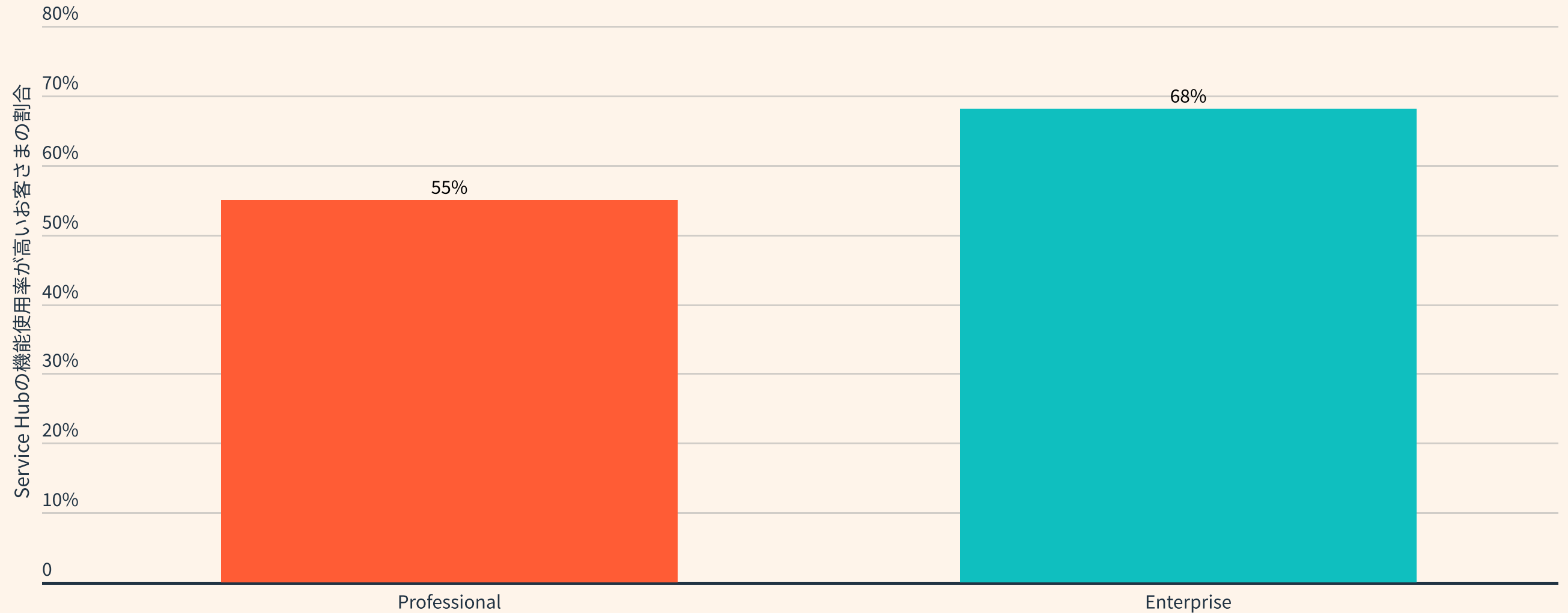
Service Hubのお客さまが製品のアクティベーションを完了するまでの日数は、平均51日間です。



このデータは、お客さまが製品を購入した日時と、各エディションの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2022年8月の期間にService HubのStarter (n=12,959)、Professional (n=3,117)、Enterprise (n=306) 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。Starterのアクティベーションとは、チケットまたはコミュニケーション機能が有効化された状態を指します。Professionalのアクティベーションとは、チケットまたはコミュニケーション機能と、ナレッジベースまたはフィードバック機能が有効化された状態を指します。Enterpriseのアクティベーションとは、チケット、コミュニケーション、ナレッジベース、フィードバックのいずれかの機能と、さらに2つのEnterprise機能が有効化された状態を指します。

機能使用率が高いお客さまの割合

Service Hub Professionalのお客さまの55%、Enterpriseのお客さまの68%が、高い機能使用率を達成しています。



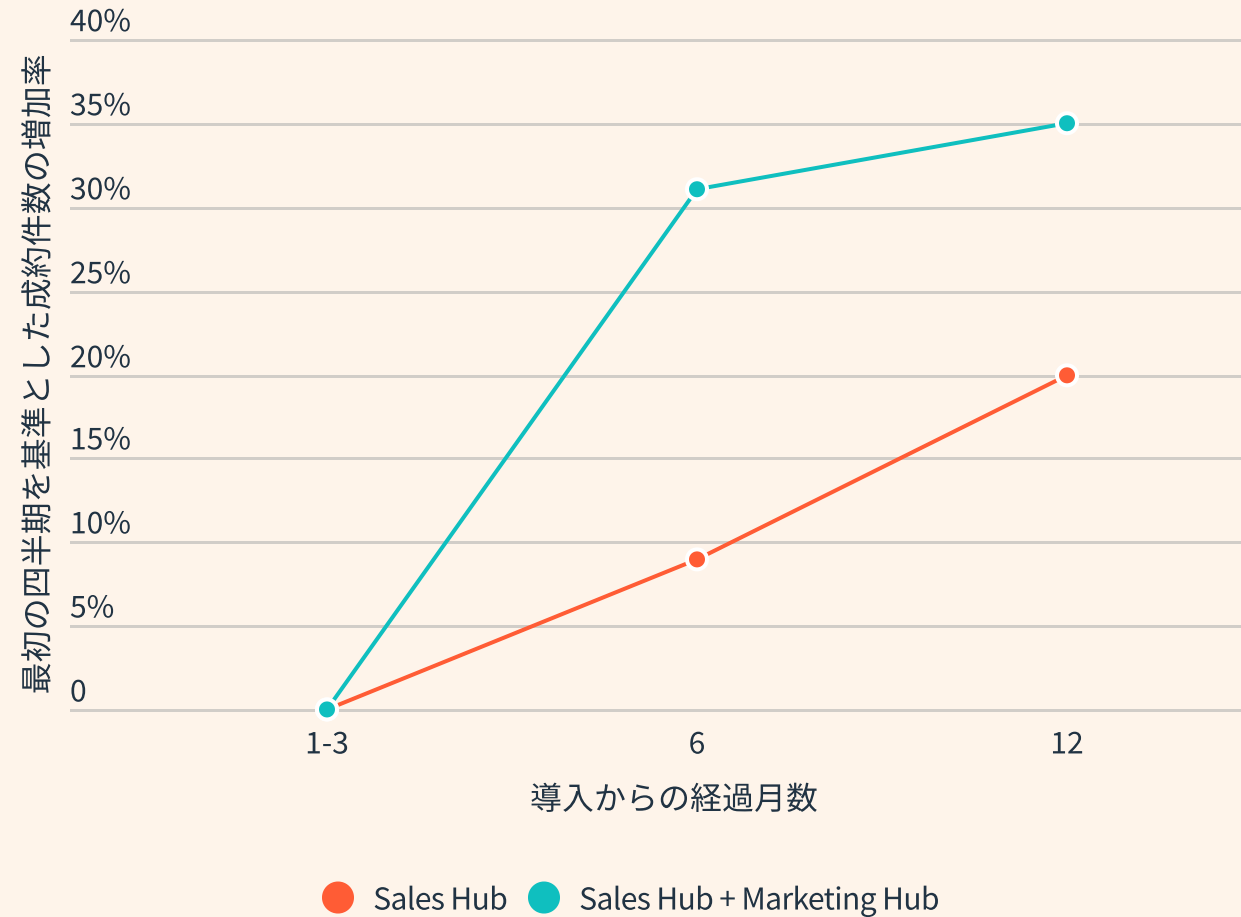
ここで示した分析情報は、Service HubのProfessional (n=2,452) またはEnterprise (n=204) をお使いのお客さまのうち、Service Hubのコア機能の75% (4の機能のうち3つ) 以上が有効化され、Service Hubの機能使用率が高いと見なされるお客さまの割合に基づいています。

Marketing Hub と Sales Hub

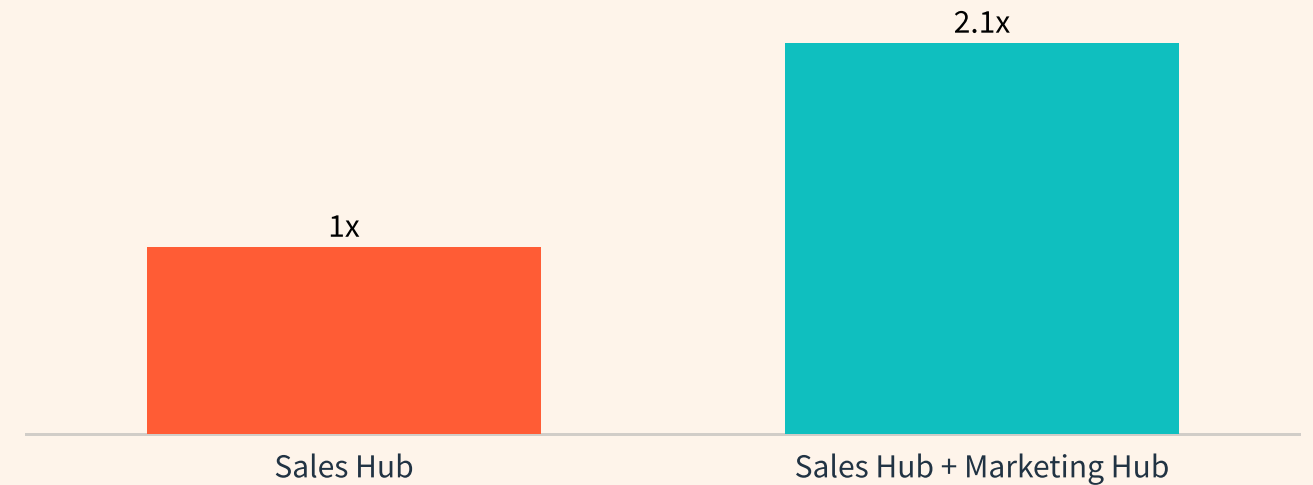
成約件数の増加率

Sales HubとMarketing Hubの利用企業

導入後の実績



導入から12か月後の相対的な実績



Sales Hubのみのお客さまは12か月後の成約件数の増加率が20%だったのに対し、Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは35%増加しています。

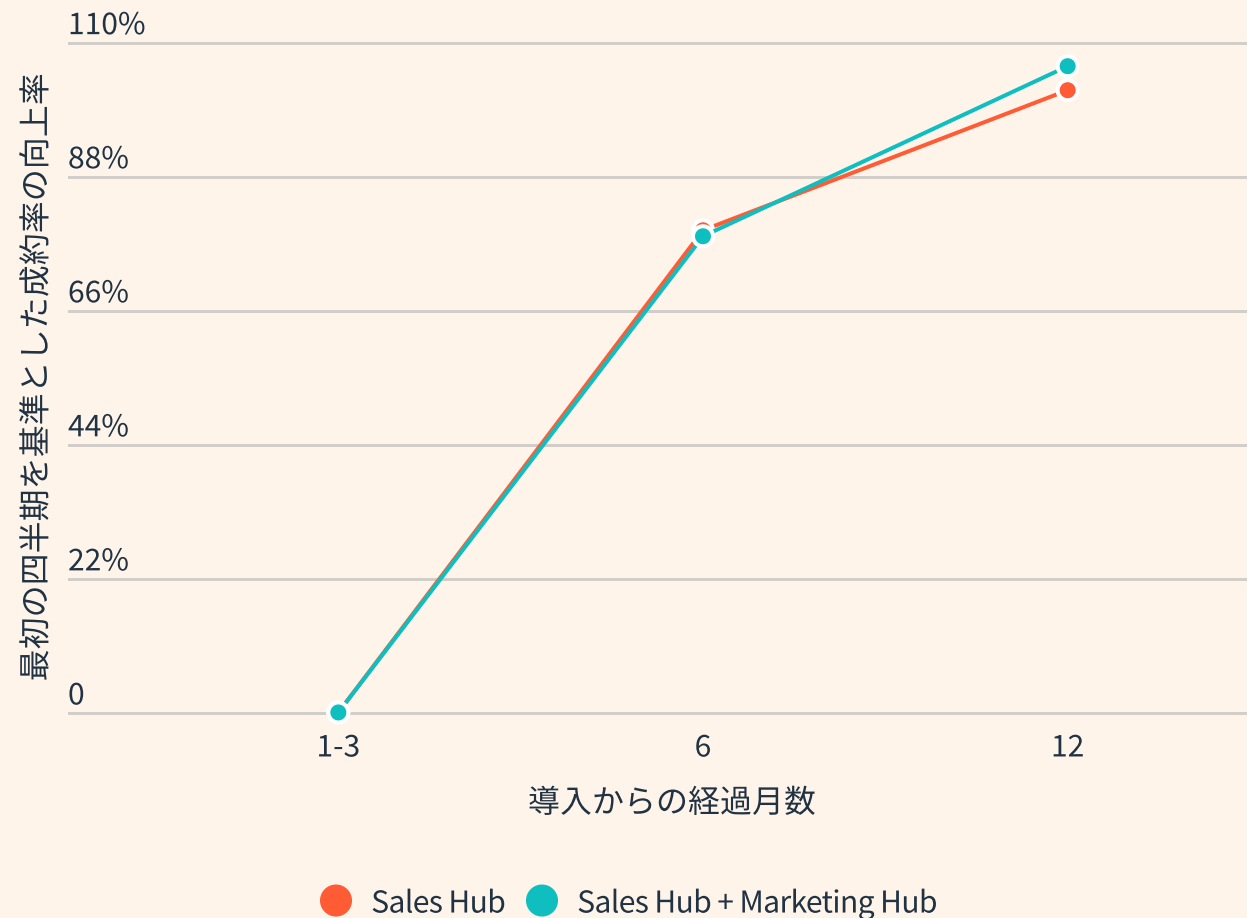
Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Sales Hubのみのお客さまと比べて2.1倍の成約件数を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubのみ（n=9,437）、もしくはMarketing HubとSales Hubの両方（n=16,199）を12か月以上ご利用いただいたお客さまによってHubSpotのCRM内で「成約」ステータスに設定された取引件数の実績値に基づいています。右のグラフでは、Sales Hubのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後の成約件数の比率を示しています。例えば、Sales Hubのみをご利用のお客さまの成約件数が100なら、Marketing HubとSales Hubの両方をご利用のお客さまの成約件数は210になります。

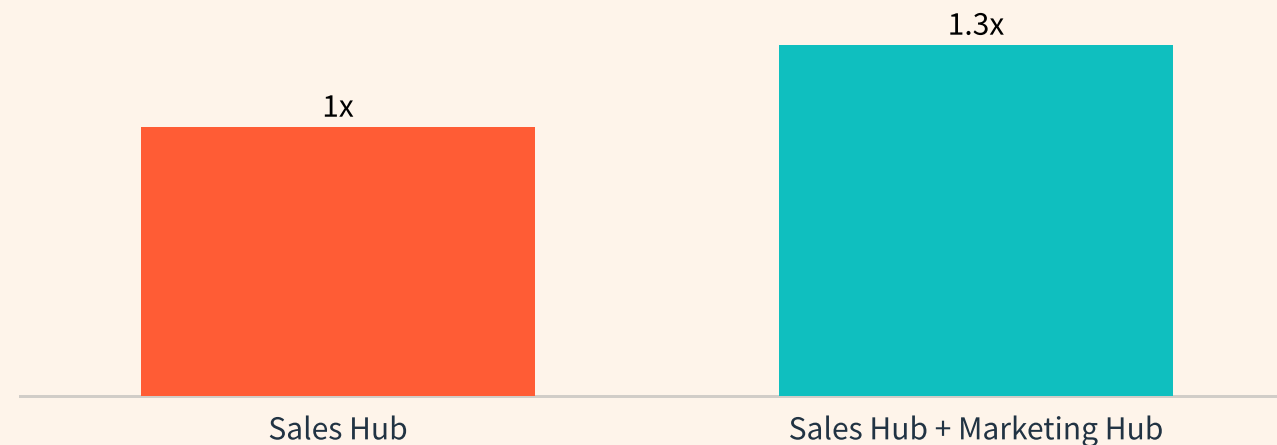
成約率の向上率

Sales HubとMarketing Hubの利用企業

導入後の実績



導入から12か月後の相対的な実績



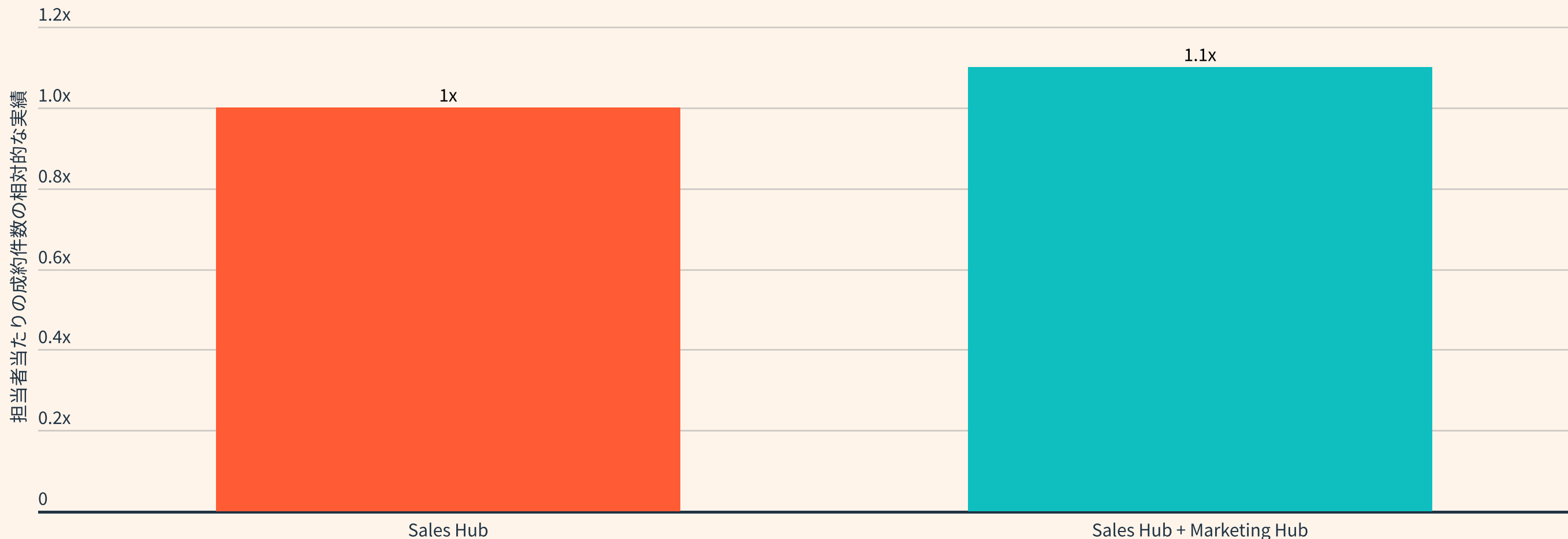
Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Sales Hubのみのお客さまと比べて、12か月後の成約率の向上率が高くなっています。

Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Sales Hubのみのお客さまと比べて1.3倍の成約率を達成しています。

ここで示した分析情報は、2019年1月から2022年7月の期間にSales Hubのみ（n=9,393）、もしくはMarketing HubとSales Hubの両方（n=16,107）を12か月以上ご利用いただいたお客さまの取引の成約率（「成約」ステータスの取引件数÷作成済みの取引件数）の実績値に基づいています。右のグラフでは、Sales Hubのみの場合を基準に、各製品を導入してから12か月後の成約率の比率を示しています。例えば、Sales Hubのみをご利用のお客さまの成約率が10%なら、Marketing HubとSales Hubの両方をご利用のお客さまの成約率は13%になります。

営業担当者当たりの成約件数

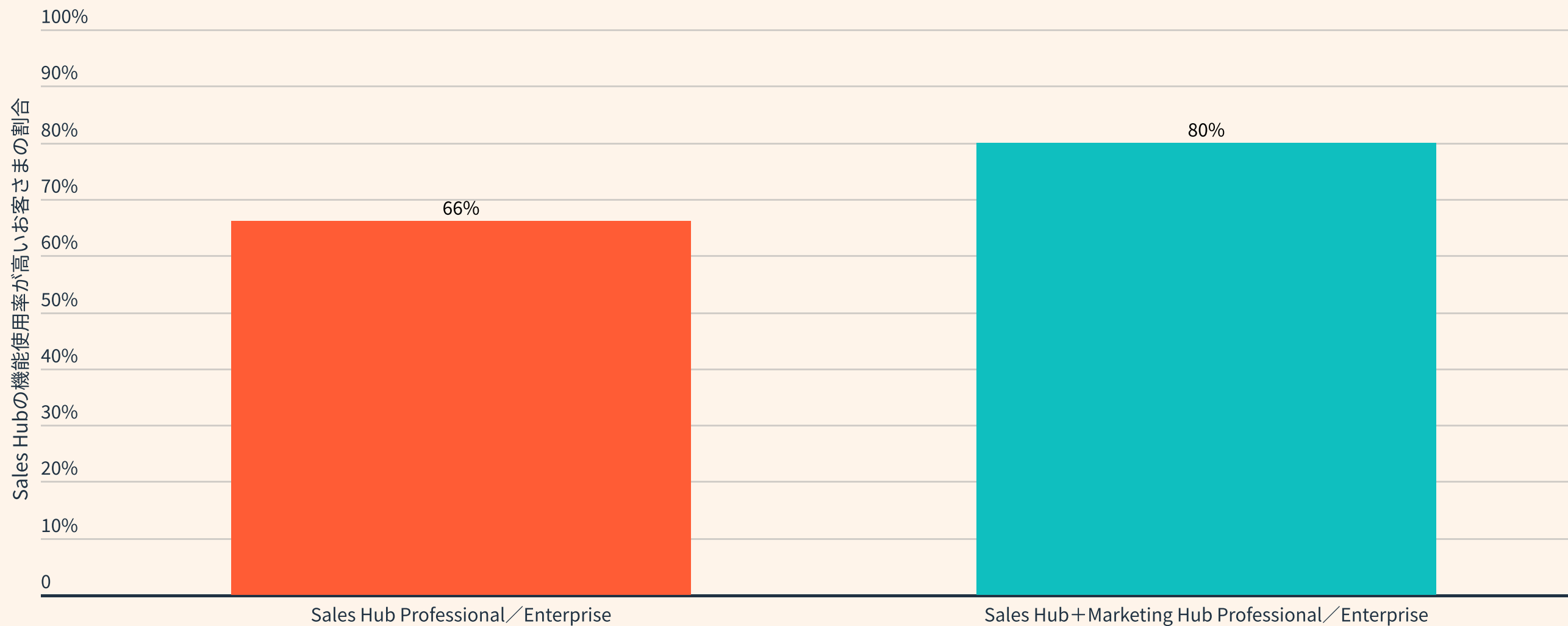
Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Sales Hubのみのお客さまと比べて、担当者当たりの成約件数が1.1倍多くなっています。



ここで示した分析情報は、2022年8月の時点で、Sales Hubのみ（n=13,833）、もしくはMarketing HubとSales Hubの両方（n=26,877）をご利用いただいているお客さまを対象に集計した、Sales Hubユーザー1人当たりの「成約」ステータスに設定されている担当取引件数の実績値に基づいています。このグラフでは、Sales Hubのみの場合を基準に、担当者当たりの成約件数の比率を示しています。例えば、Sales Hubのみをご利用のお客さまの担当者当たりの成約件数が100なら、Sales Hub+Marketing Hubをご利用のお客さまの担当者当たりの成約件数は110になります。

機能使用率が高いお客さまの割合

Sales HubとMarketing Hubの両方をご利用のお客さまは、Sales Hubのみのお客さまと比べて、Sales Hubの機能使用率が高い傾向にあります。



ここで示した分析情報は、Sales HubのProfessionalまたはEnterpriseのみ（n=5,429）またはSales HubおよびMarketing HubのProfessionalまたはEnterprise（n=5,408）をお使いのお客さまのうち、Sales Hubのコア機能の64%（14の機能のうち9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さまの割合に基づいています。

まとめ

HubSpotを利用することで、業種や企業の規模、所在地に関係なく、世界中のお客さまが顧客とのつながりを強化し、ビジネスにおいて特に重要な指標を改善しています。

HubSpotの利用開始からわずか1年の間に、成約件数と成約率、インバウンドリードとウェブトラフィック、サポートチケット解決率の改善を達成しているのです。

多くの利用企業と同じく、皆さまもさらなる成長を目指して、HubSpotのCRMプラットフォームを活用してみたいはいかがでしょうか。詳細については、営業担当者までお気軽にお問い合わせください。

本質的なビジネス成長を加速させるために役立つ参考資料を各種ご用意しています。

[ROI計算ツール](#)

[Growth Grader](#)

[ビジネス統計データ集（英語）](#)

[マーケティング最新動向レポート2022（英語）](#)

