

MOODY'S

ケーススタディ

隠れた成長を引き出す

ムーディーズのデータで、あるグローバル
専門サービス企業の78億ドルの未開拓
の市場ポテンシャルが明らかに

課題

ある業界大手のコンサルティングファームは、ムーディーズと提携し、6万5,000社に及ぶクライアントポートフォリオのデータをクレンジング、拡充、分析して新たな成長機会を引き出しました。ムーディーズのデータを活用することで、これまでアプローチしていなかった高いポテンシャルを持つ数千社の見込みクライアントの存在が明らかになりました。



不十分な市場の可視性:

オーストラリアにおいて「これまで一度もアプローチしたことのない企業」を体系的に把握する方法が整備されていませんでした。CRMへの登録がないという理由だけで、高価値の見込み顧客が可視化されていませんでした。



データ品質に問題:

約6万5,000件のクライアントマスターファイルには重複や不整合、欠落が多数含まれており、セグメンテーションやターゲティングの取り組みを妨げていました。



構造的なホワイトスペース分析の欠如:

外部のベンチマークデータがないため、オーストラリア市場の未開拓規模の定量化や、拡大すべき業界セクターの優先順位付けができませんでした。



クロスセルに関するインテリジェンスが限定的:

包括的な財務情報、業界情報、企業グループ構造データが揃っていませんでした。既存アカウント内に潜在する収益機会を定量化することが困難でした。

同社は、成長を加速すべき領域を特定するデータドリブンなアプローチと、それを実行に移すためのインテリジェンスを必要としていました。

ソリューション

ムーディーズは、同社の全顧客ポートフォリオのデータを Orbis と照合し、拡充することで、包括的なカスタマーインテリジェンスを提供しました。Orbis は、世界 6 億 2,500 万社超の詳細な企業情報を収録したムーディーズの総合データベースです。

01

データの照合とクレンジング

ムーディーズは、同社が保有する 64,650 社のクライアントマスターファイルを Orbis と照合し精査しました。重複していた 633 件を削除した結果、61,753 社が有効データとして確認され、照合率は 97%に達しました。これにより、後続の分析を支えるクリーンかつ拡充された基盤データが整備されました。

02

ホワイトスペースの特定

ムーディーズはOrbisを活用し、オーストラリア国内で営業収益が1,000万豪ドル以上の企業をすべて抽出し、その後この母集団を同社の検証済みのクライアントリストと照合しました。

その結果、同社がこれまで取引、コンタクト、またはマーケティングを行ったことのない企業6,415社が特定されました。これらは周辺的な非見込みクライアントではなく、同社の理想的な顧客像と合致し、既存の優良顧客と同じ業界で、規模も事業特性も類似する企業群でした。

03

詳細なデータ拡充とセグメンテーション

ホワイトスペースとして抽出された各企業に対して、業種、規模（中小企業、中堅企業、大企業）、営業収益、法人形態、企業構造、実質的所有者情報、およびサイバーリスク格付など、ムーディーズ独自の多面的なデータを付加し、データを拡充しました。このデータ拡充により、同社の事業ラインや業界縦割りに応じたより精緻なセグメンテーションが可能になりました。

04

市場規模の算定と収益モデル

ムーディーズは、抽出したホワイトスペース企業 6,415 社を同社のサービスラインと業界セクターにマッピングし、セグメントごとに推計案件規模を適用することで、総アドレス可能市場 (TAM) を 78 億豪ドルと試算しました。保守的なシナリオでも、マーケット浸透率が 1%に達すれば初年度で 7,800 万豪ドルの収益が見込まれ、複数の事業ラインでクロスセルを行えば、年率 10%の成長を前提に 3 年間で総額 2 億 5,800 万豪ドルの追加収益が得られると試算されました。

05

アジア太平洋地域展開のインテリジェンス

ムーディーズは、国内市場だけでなく、同社の既存のクライアント基盤（オーストラリア登記企業）がアジアに保有する子会社 16,821 社と、国内に拠点をもちながらもこれまで取引歴のないアジア太平洋地域に本社を置く多国籍企業 229 社を特定しました。これにより、アジア太平洋地域での事業拡大に向けた明確なルートが示されました。

結果

今回の分析により、同社の成長戦略は「直感頼み」から「データドリブン」へと一新され、これまで埋もれていた収益機会がすべての事業ラインと業界セクターで可視化され、即行動可能な状態になりました。

これまで把握できていなかった新たな知見

- 収益 1,000 万豪ドル超でありながら、同社がこれまで一度も接点を持ったことのないオーストラリア国内の企業が6,415社存在し、CRMにもマーケティングリストにも未登録であった。
- ホワイトスペース全体の 32% は「コンシューマー & リテール」セクター、次いで 23% が「アセット & ウェルス管理」セクターに集中していた。
- 収益 10 億豪ドル超の企業 の440 社と、過去に一切取引実績がなかった。
- 2023/2024会計年度にオーストラリアで急成長した企業61 社に、これまでコンタクトした形跡がなかった。
- ホワイトスペース全体の 17% (1,092 社) は財務的に困窮、リストラクチャリングやアドバイザーの潜在的機会が存在していた。
- 既存のクライアント基盤のうち 125 社が、2024 年に すぐにアプローチすべきトリガーイベントであるM&A、資本調達、IPO の噂が報じられていた。
- 現地のメンバーファームと共同でターゲットの絞り込みを行えるよう、アジア太平洋地域に本社を置きオーストラリアに拠点を持つ多国籍企業 229 社を特定した。

事業ライン別の潜在的な収益インパクト

同社が公開した 2024 会計年度の実績にホワイトスペース分析の結果を重ね合わせることで、ムーディーズは主要な各事業ラインの潜在的な収益押し上げ効果を定量化しました。

事業ライン	収益機会	成長へのインパクト
監査/アシュアランス	追加で2,800万豪ドル	成長率が9%から17%に高まる可能性あり
コンサルティング・サービス	追加で1億300万豪ドル	コンサルティングの総収益が10億豪ドルを超える可能性あり
ディール・アドバイザー・サービス	追加で1億7,100万豪ドル	中堅企業セグメントへの事業拡大を通じて持続的に高成長
税務サービス	追加で2,200万豪ドル	成長率が4%から12%に高まる可能性あり

アプローチ: 生データから収益インテリジェンスへ

今回の取り組みは、断片的な CRM データを優先度付きの成長ロードマップへ変換するよう設計された体系的な 5 段階のアプローチに従って進められました。



ステップ 1: 企業データの照合

ムーディーズは、同社が保有する 64,650 件の企業レコードを Orbis と照合し、633 件の重複を特定して削除。その結果、61,753 件が有効データとして検証され、マッチ率は 97%となった。さらに2,199件については、人手による再確認が必要なレコードとしてフラグ付けされた。



ステップ 2: 収益分析とクロスレファレンス

Orbis でオーストラリアにおいて営業収益が 1,000 万豪ドル以上の企業をすべて特定し、これを検証済みのクライアントリストと照合。その結果、6,415 社が同社の未開拓市場として抽出された。



ステップ 3: データの拡充

ホワイトスペースとして抽出された各企業のデータは、業種分類、規模分類、法人形態、営業収益のレンジ、法的ステータス、およびサイバーリスク格付などの各種データで拡充され、各見込み顧客について多角的なプロフィールを作成した。



ステップ 4: クロス分析とセグメンテーション

各企業を規模別に分類 (中小企業: 1億ドル未満、中堅企業: 1億~10億ドル、大企業: 10億ドル超) したうえで、同社独自の業界・セクター分類にマッピングし、GTM(go-to-market)戦略と明確に一致させた。



ステップ 5: 取引規模の推計と市場規模の算定

各事業ラインと規模区分ごとに平均取引額を試算し、サービスライン別・業界別のアドレス可能市場 (TAM) を算出。成長見通しは、市場到達率を1%とし、年率 10%の複利成長を前提にモデル化した。



今後の展望

概念実証で得られた結果を踏まえ、同社とムーディーズはパートナーシップをさらに深化させるため、以下の取り組みを検討しています。

- **クライアントインテリジェンスの自動配信:** ムーディーズのデータを活用し、定期的なダッシュボードやインサイトレポートを自動生成。戦略情報をパートナーや事業開発チームに直接届け、アカウントプランニングと営業活動を支援。
- **リスクと機会のモニタリング:** 既存クライアント、ターゲット候補の双方について、財務悪化、M&A 動向、信用センチメントの変化、規制の最新動向などをリアルタイムでアラート通知。
- **アジア太平洋地域における事業拡大:** 特定されたアジア太平洋地域に本社を置く多国籍企業 229 社について、アジア各地のメンバーファームと連携してターゲットを協調的に絞り込み。
- **AIによるインサイト:** ムーディーズのデータを同社の社内 AI ツールに試験的に組み込み、クライアント向けのブリーフィング資料、購買確率スコアリング、パートナー向け業界トレンド分析などを自動作成。
- **Go-to-market (市場開拓) での連携:** 両社は、共通のエコシステムパートナーシップを活かし、共同での市場開拓アプローチの可能性を模索中。

隠れた成長ポテンシャルを発掘

Moody's Growth and Strategy ソリューション は、CRMデータを収益インテリジェンスに変換します。顧客データのクレンジングと拡充、ホワイトスペースの特定、データドリブンな成長ロードマップの構築など、いずれをご要望の場合にも、当社の専門家チームが、貴社の隠れた機会発掘を支援します。

このアプローチが貴社のビジネスにどのような効果をもたらすかご関心がございましたら、[こちらよりお問い合わせください。](#)



お問い合わせ・デモのご依頼はこちら：
www.moody's.com/web/ja/jp.html#contact