cubastion
Trusted Technology Partner

CUBASTION E-BOOK VOL.3

統合された顧客データで営業成果を最大化する

- Hyundai ICDB事例に学ぶ、8,500万件のデータ統合

散在するデータを「唯一の真実」に変え、 的確な提案と受注率向上につなげる方法

Maximizing Sales Results with Unified Customer Data
Lessons from the Hyundai ICDB Case Study:
Integrating 85 Million Data Records



cubastion
Trusted Technology Partner

目次

01 はじめに ― 「顧客データがあるのに使えない」営業組織の現実

02 データ不整合がもたらすネガティブな影響

03 顧客データ統合による360度ビューの実現

04 事例研究　Hyundai ICDB ― 8,500万件の顧客データ統合

05 多くの企業を支えてきたCubastionができること

06 Cubastionが選ばれる3つの理由

07 無料相談のご案内 ― 課題診断のすすめ

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

はじめに ー
「顧客データがあるのに使えない」営業組織の現実

「顧客データはある。だが、付加情報がどこにあるか誰も分からない」

あらゆる営業部門が膨大な顧客データを生み出しています。顧客の購買履歴、サービス履歴、問い合わせ履歴、 等々。しかしその多くは、異なるプラットフォームに互換性のないフォーマットで散在し、どこに何があるかを知 る一部の人しかアクセスできない状態です。データを「持っている」ことと「すぐに使える」ことの間にある壁こ そが、営業成果とAI活用を同時に阻む最大の課題です。 そしてこれは、IT部門だけの問題ではありません。顧客の全体像が見えないまま商談に臨めば、提案は表面的になり、受注率 もアップセルも伸びない。データ基盤の不整備は、そのまま営業成果の頭打ちとして現れます。

データとAI活用を取り巻く課題

「2025年の崖」―予測された危機が今、顕在化しつつある

経済産業省のレガシーシステム問題が注目を集める一方で、もう一つの静かな危機が進行しています。「データの準備不足」 です。新システムへの移行は進んでも、データは依然として断片化・重複・サイロ化したまま残っています。PwC Japanが 2026年に実施した大企業向け調査（出典）でも、生成AIの効果創出を左右する鍵は「AI Readiness」、すなわち業務プロセス やデータがAIで使えるきれいな状態に整っているかどうかにあると指摘されています。整理され、統合され、アクセス可能な データがなければ、どれほど高度なAIも、そして現場の営業も、価値を生み出すことはできません。

生成AIの導入は進んでいる。だが「効果」は出ていない

PwC Japanの2026年春調査（売上高500億円以上の企業対象）（出典）によれば、日本企業の生成AI活用・推進度は87%に達 しました。しかし、日本・中国・米国・ドイツ・韓国・英国の6カ国を比較すると、活用・推進中の企業のうち、効果が「期 待を大きく上回った」と回答した企業はわずか9%（6カ国中最下位）にとどまり、「期待未満」と回答した企業は19%と、6 カ国中でも高い水準です。導入は進んでいます。成果は、追いついていません。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

営業部門が直面する「データの三重苦」

データのサイロ化

顧客情報、サービス記録、財務データ、製品情報が、それぞれ別のシステムに格納され、統一された全体像が存在しない問題 が遍在しています。総務省のデータによれば、日本企業は海外企業に比べて積極的なデータ活用が進んでおらず、その背景に は組織への浸透の遅れや基盤の未整備があります。データが存在していても、部門を横断して活用できる状態になっていなけ れば、営業担当者もAIも、正しい答えにたどり着けません。

AI人材の不足

IPA「DX動向2025」（出典）によれば、日本企業の85.1%がDX人材の「量」が不足していると回答しています。さらにNRI 「IT活用実態調査2025」（出典）でも、AI導入済み企業が挙げた課題の70.3%は「リテラシーやスキルの不足」でした。AI技術を導入できても、それを自社のデータや業務に運用・適用できる人材がいなければ、成果にはつながりません。

「導入」と「成果」の断絶

PwC Japanの2026年調査（出典）によれば、日本企業の生成AI活用・推進度は87%に達しています。しかしJIPDECの同年調査（出典）では、業務に実際に組み込んで活用している企業はわずか36%にとどまります。「触れたことがある」と「使いこ なしている」の間には、大きな溝があります。導入しても現場に浸透せず、浸透しても成果につながらない。「導入→浸透→ 成果」の各段階で断絶が起きています。

日本企業のデータとAIの現在地（2025〜2026年データ）
企業の85.1%がDX人材の「量」が不足（IPA DX動向2025）
生成AI導入済み企業の70.3%が「リテラシー・スキル不足」を課題に (NRI 2025)
生成AI導入企業で効果が「期待を大きく上回った」：約9%（PWC 2026）
業務に実際に組み込んで活用している企業はわずか36%（JIPDEC 2026）

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

なぜ「顧客データがあるのに使えない」のか

根本原因は、AIツールの不足でも、営業担当者の意欲の欠如でもありません。欠けているのは「データ基盤」、すなわち分散した営業・顧客データと、それを活用するAIアプリケーションをつなぐ橋渡しの役割です。この基盤が存在しない場合、すべてのAIプロジェクトはゼロからのスタートとなり、データのクレンジングや統合の構築、アクセス権の調整といった作業に追われ、多くは本番環境に到達する前に停滞してしまいます。

この「情報断絶」を生み出す3つの構造的なギャップがあります。

統合の欠如: 顧客情報、商談履歴、見積もり・受注データ、アフターサービス記録が8つ、9つ、あるいはそれ以上の分断されたシステムに存在し、営業担当者が『今この顧客に何が必要か』を即座に把握できない。

知識のブラックボックス化: 製品仕様、競合比較、過去の提案書、ベテラン営業のノウハウが、メール・PDF・個人の経験の中の頭の中に閉じ込められ、チーム全体で活用できる状態になっていない。

学習基盤の不在: トレーニングや評価が属人的・静的な教材に依存し、成功事例や失敗パターンから継続的に学ぶ仕組みが存在しない。

この3つのギャップは、そのまま営業のKPIに跳ね返ります。
統合の欠如は商談準備時間を奪い、知識のブラックボックス化は提案の質を下げ、学習基盤の不在は再現性を失わせます。結果として、受注率・商談サイクル・案件単価・アップセル率のいずれもが伸び悩む。データの問題は、最終的に売上の問題として現れるのです。

これらはまさに、HyundaiがCubastionとともに解決した課題です。次章以降では、Hyundaiが散在するデータをエンタープライズレベルのインテリジェンスへと変え、営業成果につなげたデータとAIプラットフォームの構築事例を、具体的に見ていきます。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

データ不整合がもたらすネガティブな影響

ビジネスインパクトの例（営業成果への影響）

1. 同じ顧客情報が複数システムに分散・重複し、正確な情報把握ができない

入力された顧客情報が、基幹システム・請求システム・マーケティングツール・サービス管理システムなど複数のプラットフ ォームに別々に存在するケースが多くあります。会社名・担当者名・連絡先が各システムで微妙に異なり、「どのデータが正 しいのか」の判断自体に時間がかかります。MuleSoftの2026年 Connectivity Benchmark Report（IT意思決定者1,050名対 象）によれば、企業が使用するアプリケーション数は前年の平均897個から957個へと増加した一方で、相互に連携できていものはわずか27%にとどまります（出典）。商談直前に最新情報を確認しようにも、複数システムを手動で突き合わせる必要が生じ、準備時間の大半がデータ収集に消えてしまいます。

2. 顧客の購買履歴・サービス履歴・問い合わせ履歴が統合されず、的確な提案ができない

購買履歴は基幹システム、サービス履歴はフィールドサービス管理ツール、問い合わせ履歴はコールセンターシステム――それぞれが別のデータベースに格納されているため、営業担当者は顧客との接点全体を一画面で把握できません。その結果、先 月クレームを入れたばかりの顧客に無関係なアップセル提案をしてしまう、更新時期が近いのにフォローが遅れる、といった 機会損失が常態化します。顧客の「これまでの全体像」が見えなければ、提案はどうしても表面的なものにとどまり、受注率 とアップセル率を直接押し下げます。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

データ不整合がもたらすネガティブな影響

ビジネスインパクトの例（営業成果への影響）

3. データクレンジング・重複排除に膨大な手作業が発生

システムが分断されているため、各プラットフォームに同一顧客のレコードが重複し、更新されないまま放置されるケースが 頻発します。定期的に突き合わせ、重複を手動で確認・統合し、古いレコードを削除する作業は属人的かつ反復的で、営業アナリストやオペレーション担当者の工数を大量に消費します。クレンジングに追われる間、本来注力すべき顧客対応や戦略立案の時間は削られ続けます。

4. 営業担当の顧客理解度が低く、商談品質が向上しない

顧客情報が統合されていない環境では、営業担当者は断片的な情報をもとに商談に臨まざるを得ず、ベテランの「肌感覚」に 依存した営業が続きます。前述のとおり、生成AI活用が「期待を大きく上回る」効果を出した企業はわずか9%（6カ国中最下 位）ですが、その背景にはこうしたデータ基盤の未整備が大きく影響しています。顧客理解が浅いまま商談数だけを増やしても、成約率・顧客満足度・リピート率は改善しません。真の商談品質向上には、顧客の全履歴にアクセスできる統合データ基 盤が不可欠です。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

顧客データ統合による360度ビューの実現

従来のアプローチでは解決できない理由

多くの企業が以下の3つの方法で営業・顧客データの課題に対応しようとしていますが、いずれも根本的な限界があります。

- **汎用AIツールの全社配布:** ChatGPT等を全社展開しても、自社固有のデータに接続されていなければ回答は一般論にとどまりま す。「この顧客の過去の購買履歴は？」「前回どんな提案をしたか？」には答えられません。その知識はインターネットではな く、自社のCRM・基幹システム・サービス記録の中にあるからです。

- **データクレンジングの先送り:** 「まずAIを入れ、データは後から」というアプローチは、すべての営業AIプロジェクトを準備段階 で停滞させます。不正確な顧客情報をもとに提案を生成すれば、営業現場の信頼を失います。「後から」は多くの場合「永遠に来 ない」と同義です。

- **データ基盤なきBI・レポート改善:** 分断されたCRMの上にダッシュボードを足しても、元データが重複・不整合・不完全なら、優 れた可視化は問題を鮮明に映すだけで解決しません。見えるようになっただけでは、使えるようにはなりません。

3つに共通する欠陥は、AIを「上に載せるもの」として扱い、その下の「顧客データ基盤」を構築していないことです。必要なのは、散在する顧客情報を統合し、営業ナレッジを即座に引き出せる状態にする、統合的なプラットフォームです。

4つのプラットフォーム設計原則

データ統合と一元管理： 顧客情報・商談履歴・見積・受注・アフターサービス記録を一元化し、重複を排除した「唯一の真実」を 構築する。すべての起点。

ドメイン特化AIの構築： 汎用AIではなく、自社製品情報・過去の提案書・競合比較・価格テーブルに根差したAIを構築する。

誰もが使えるAIインターフェース： モバイル・音声入力・多言語対応など、外出先や商談中でも使いたくなるUI。使われなければ 価値はゼロ。

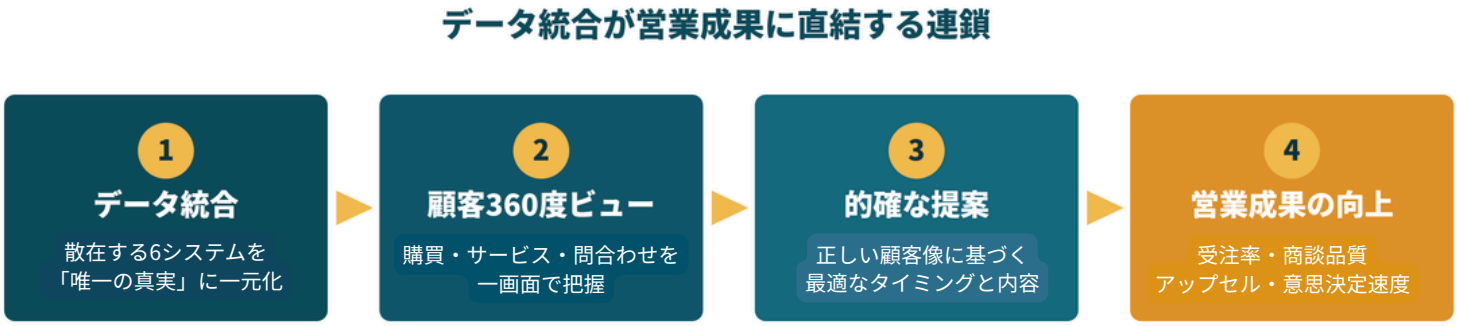
継続的学習と適応： 成約・失注のフィードバックをAIが継続学習し、提案精度と顧客対応の質を高める。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

顧客データ統合による360度ビューの実現

データ統合は、なぜ「営業成果」に直結するのか

データ基盤の整備は、IT部門だけの話に見えて、実は営業KPIの改善に一直線でつながっています。その連鎖を図にすると、 次のようになります。



投資対効果の実証データ

データ＆AI基盤の投資利益率
B2B顧客データベースの 10〜30% は重複レコード (Insycle / HubSpot)
CRM・顧客データ統合基盤の導入で3年間平均299%の投資利益率（Forrester TEI調査）
強固なデータ統合基盤を持つ組織はAI投資から平均3.7倍のリターン（IDC 2024）
95% のITリーダーが「統合・一元化の遅れがAI成果を妨げている」と回答 （Salesforce 2025）

これらは業界全体のベンチマークです。次章では、Hyundaiが実際にこれらの原則をどう適用し、どのような成果を得たかを 見ていきます。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

【成功事例分析】
HYUNDAI INDIA

8,500万件
6つのシステムに分散した顧客レコード

▼ −47% 重複を排除し、単一の真実へ

4,500万件
クレンジング後の「ゴールデンデータ」

企業スナップショット
社名：Hyundai India
従業員数：約6,100名
販売網：インド第2位の自動車輸出企業、92カ国以上に輸出
事業：自動車製造販売（ハッチバック、セダン、SUV、EV）

直面していた課題

- **顧客データのサイロ化:** データが6つのプラットフォームに分散し、一元管理が困難
- **非効率な管理:** 重複データによるストレージコスト増加
- **顧客対応の非効率性**: 統合システム不在により、顧客・請求書・納期データが分断
- **データ損失回避の課題:** SiebelライセンスによるSalesforceへの移行が必要
- **内部問題の解析困難:** 既存のレポート基盤が硬直的で、KPIの柔軟な抽出ができない

解決の方向性：統合されたデータマネージメント

統合顧客データベース（ICDB）ソリューションを実装し、Pythonベースのロジックでさまざまなソースからのデータを集約。エンター プライズアプリケーション統合（EAI）を活用してデータがMariaDBにシームレスに流れ、クリーニングと重複排除が可能になりました。最終的に、整理されたお客様情報を「ゴールデンデータ」として統合し、Salesforceでの一元管理が可能になりました。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

実証されたCUBASTIONの新たな専門分野

1．広範なKPI の開発

80 以上の KPI を開発し、さまざまなプラッ トフォームでシームレスかつ効率的なデータ 伝送を確実にし、主要なパフォーマンス指標の正確な追跡と測定を可能にしました。

2．専門的データベース管理とその最適化

業界プロセスとサービス運用の詳細を把握し、業界の要件と課題を深く理解した上で、課題のヒアリングとソリューション提案を行います。

3．複雑な手順のロジック

その数150に及ぶ手順に対するロジックを実装し、150 のエンティティの日々の更新ルートを確保し、データ管理プロセスの全体的な効率と正確性を高めました。

厳格なデータガバナンス・プライバシー保護を重んじた上で達成

HYUNDAIにおける成果	「営業現場での意味合い」（当社考察）
100%　データ集約 6システムを統合、単一の情報源を確保	**→ 商談準備の短縮** 顧客の全体像を一画面で把握でき、準備時間を提案の質に振り向けられる
−47%　レコード削減 8,500万→4,500万件、重複を排除	**→ 提案の的確性** 「正しい顧客像」に基づく提案で、誤ったアップセルや失注を回避
80% 精度維持 日々のフィルタリングで高品質を担保	**→ 信頼できるデータ** 現場が安心して使えるデータが、AI提案の土台になる
−50% ストレージ費 冗長性を減らしコストを半減	**→ 投資余力の創出** 削減分を営業・AI施策の原資に振り向けられる
60% レポート高速化 旧OBIEE比。80以上のKPIを開発	**→ 意思決定の迅速化** タイムリーな示唆で、次の一手を早く打てる

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

多くの企業を支えてきたCubastionができること

Cubastionは2006年の創業以来、インド・日本・米国に拠点を持ち、400件以上のプロジェクトをすべて納期内で完遂。三菱ふそうやHyundaiといったグローバル企業だけでなく、公的機関でも採用されており、高品質かつ納期厳守を徹底する「品質に裏打ちされた確実な納品」をブランドの約束としています。

営業DXを後押しする
CubastionのData & AI ソリューション

データ統合とナレッジ一元化

異なるシステムからデータを集約し、ナレッジベースとして一元管理することで、散在する情報の収集・加工・管理を最適化し、意思決定のスピードと正確性を高めます。

生成AIと自動化

最新の生成AIを活用して問い合わせ対応やトラブルシューティングを自動化し、人的リソースを大幅に削減する一方で、複雑な案件には専門スタッフが対応するハイブリッド型の運用を実現します。

モデル開発とLLMカスタマイズ

OpenAIのような汎用モデルに頼るだけでなく、顧客固有のデータや業務に合わせて最適なAIモデルを構築・統合・カスタマイズし、ビジネスニーズに沿ったアプリケーション開発を行います。データ可視化ダッシュボードや予測分析も提供し、運用上の洞察を強化します。

導入プロセスイメージ

生成AI アプリケーション 開発	LLM (大規模言語モデル) 統合・カスタマイズ	データ エンジニアリング ソリューション	データ可視化 ソリューション	モデル開発と チューニング
最新の生成AI技術を活用し、お客さまのビジネスに合わせた革新的なアプリケーションを開発します。	OpenAIのような汎用モデルに頼るだけでなく、お客さま固有の状況やデータに基づき最適なAIモデルを構築・統合・カスタマイズします。	散在するデータやナレッジを一元化し、データの収集・統合・加工・管理を最適化します。	データを情報に変換し、運用上の洞察やトレンドを強化するために視覚化ダッシュボードを作成します。	特定の業務領域など、ビジネスニーズに合わせたAIモデルの開発と継続的な改善を行います。

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

Cubastionが選ばれる3つの理由

三菱ふそう様を含むお客様事例はこちらから

1 コスト優位性と高い成功率

オンサイトとオフショアのリソースを最適に組み合わせ、高品質を保ちながら競争力ある価格でサービスを提供しています。国内外のベンダーと比較して30〜40%のコスト削減が可能であり、予算に制約のある企業にも導入しやすい点が魅力です。また、創業以来400件以上のプロジェクトをすべて成功裏に完了しており、納期厳守と品質保証を徹底する姿勢が多くのお客様から高く評価されています。

2 幅広い業界での成功実績

Cubastionのソリューションは、自動車や製造業をはじめ、公共部門・通信・金融などさまざまな業界で採用されています。例えば、生成AIを活用した技術情報センターにより問い合わせ対応を劇的に改善した三菱ふそうの事例や、マイクロサービス化と画像解析により不正検知精度とシステム可用性を大幅に向上させた公共機関の事例など、目的や業種の異なるプロジェクトで成果を上げています。こうした豊富な実績が、当社の技術力と信頼性を裏付けています。

3 日本国内のお客さまに寄り添うサポート体制

日本語に精通した専任チームと横浜オフィスを中心としたサポート体制により、日本の文化や商習慣を踏まえたきめ細かなサービスを提供します。オンサイトとオフショアの柔軟な組み合わせによりコスト最適化を実現しつつ、現場での円滑なコミュニケーションと迅速な対応を両立させます。実際に日本のお客様からは「チームの献身的な姿勢とプロフェッショナリズムは、単なるITベンダーの枠を超えている」と高い評価をいただいています。

「Cubastionチームの並外れた献身とサポートには感銘を受けており、他のITパートナーとは一線を画しています。技術に精通したアプローチと責任感のある姿勢は、非常にプロフェッショナルなマインドセットを反映しており、単なるITベンダーではなく、優れたテクノロジー企業として際立っています。今後の協力を楽しみにしており、Cubastionチームの素晴らしい努力に心から感謝いたします。」

ー三菱ふそうトラック・バス株式会社
ITセールス＆カスタマーサービス・クロスファンクション部 部長

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

無料相談のご案内

まずは無料のオペレーション 課題診断から

ここまでお読みいただき、ありがとうございます。

本書でご紹介したDXの取り組みにご興味をお持ちいただけましたら、まずは現状の課題整理から始めてみませんか。

Cubastionでは、業界のリーダーの皆様を対象に データとAIレディネス評価を中心とした無料診断を実施しています。現在のデータ環境やシステムの状況を可視化し、データ活用やAI導入に向けたボトルネックを特定、改善の方向性をご提案します。

無料診断でご提供する内容

- **データ基盤の現状可視化とボトルネック特定（データ収集・統合・品質）**
- **AI活用に向けた課題分析（データ整備状況・ガバナンス・人材・ツール）**
- **データとAI活用のロードマップ概要提案**
- **類似事例に基づくビジネスインパクトおよび期待効果の試算**

多くの企業が、「データが整っていないから」「システムが古いから」「予算が確保できてから」と導入を先送りにしています。しかし、Cubastionの段階的アプローチなら、今あるデータ、今あるシステムからスタートできます。

まずはお気軽に無料のオンライン個別相談にて現在のご状況やお悩みをお聞かせください。

無料相談を予約する

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.

Cubastion Consulting 株式会社

cubastion
Trusted Technology Partner

+81 045-440-5743

www.cubastion.co.jp

marketingjp@cubastion.com

神奈川県横浜市神奈川区金港町７番地３金港ビル７階

© 2026 Cubastion Consulting K.K. All rights reserved.