

IT Industry Outlook 2024

はじめに

戦略と戦術。2024年に入ると、成功のためのこの2大要素は、企業経営者、技術者、そして業界全体にとって重要な位置を占めるでしょう。戦略面では、サイバーセキュリティの影響力の大きさと、生成AIの急速な台頭があり、ほぼすべての意思決定においてそれらを考慮しなければなりません。戦術的に言うならば、より細部が重要です。つまり、より良いビジネスを運営するため、あるいは実りあるIT人材の育成するために、改良を加えたり、取り組みを刷新したり、新しい決定を行うということです。

CompTIAのIT Industry Outlook 2024では、今日のテクノロジー業界、職場、社会全体における戦略的・戦術的側面をさまざまな角度で調査しています。間違いなく、世界的に課題の多い時代になっています。国内の経済的かつ社会的課題に加えて、ウクライナや中東の世界情勢が、米国および海外の組織レベルで行われる意思決定に影響を与えています。サイバー攻撃の脅威、テクノロジースキルギャップや人材不足によるビジネス上の苦戦、さらにAIがもたらす爆発的な不確実性は、引き続き私たちの頭を悩ませることになるでしょう。

しかし、本レポートが詳述するように、こうした課題があるからこそ楽観視できる部分も多いのです。サイバーセキュリティ計画やAIの解説は頭痛の種のように思えるかもしれませんが、どちらから、新しい職務の創出から生産性や革新性の向上まで、幅広い分野にわたって多大な機会を個人および組織にもたらすものとなります。これらを先導する企業やプロフェッショナルは、自らを成長させ将来の成功につながるパスを歩むことになるでしょう。その他にも、細部へのこだわりから生まれている機会もあります。具体的には、ITチャネルの企業がマーケティングの知識を活用したり、雇用主が多世代の人材を強化したり、IT部門によるDXの真の可能性「生産性」の解説などがあります。

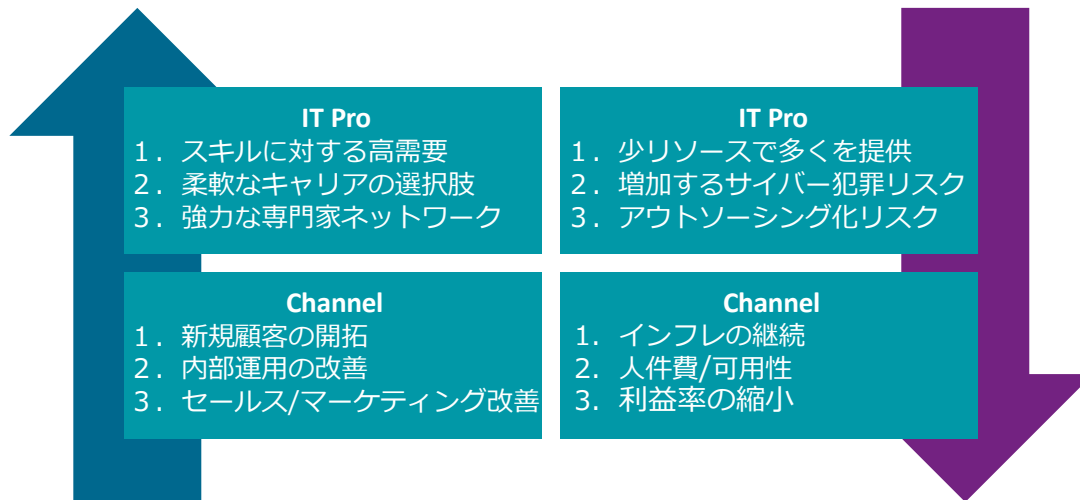
2024年に入ると、大小さまざまな問題が注目を集めるようになります。テクノロジー分野に携わる企業や個人は、収益増加、専門能力の開発、製品のイノベーションなど・達成しようとしている目標に対してどの重点分野が最も理にかなうものかを判断しなくてはなりません。ただし、ツールと知識はすぐに手に入れることが可能です。

2024年のトップトレンドに入る前に、調査参加者が今年1年についてどのように感じているか読み取ってみましょう。チャネルおよびITプロフェッショナルはどちらも、全体的に楽観的な姿勢であることがわかります。事実、参加者の大多数は自身のキャリアパス、ビジネスの見通し、テクノロジー業界全般を含め、さまざまな面で注目すべき楽観論があるのです。

ITプロフェッショナルは、全般に明るい見通しを報告しています。3分の1は、自身のキャリアパス、自社の軌道、テクノロジー業界について「非常に楽観的である」と述べています。一方で、10人中4人はやや冷静な見方を示しており、これら3つに関しては「比較的楽観的である」としています。さらに、19%が「複雑な心境がある」として、7%が「否定的な懸念がある」としています。テクノロジープロフェッショナルが将来について楽観的になるのには理由があります。あらゆる業界で、報酬の高いテクノロジー関連の仕事やスキルに対する需要が高まっているからです。テクノロジー分野や職務の点において選択肢は膨大にあり、エントリーレベルのヘルプデスクやネットワーク技術者から、データサイエンティスト、サイバーセキュリティ専門家、そしてAIプロジェクトに携わるプロフェッショナルに至るまで多岐にわたります。

ITプロフェッショナルの作業環境にマイナス面があるとすれば、それはストレスです。複雑性が増すばかりのテクノロジー環境において、より多くのサービスやスキルを継続的に提供するというニーズは圧倒されるものがあります。サイバーセキュリティ攻撃と対策という絶え間ない脅威に対処する場合はなおさらです。また一部の人のにとっては、特定のテクノロジー職のアウトソーシング化に関連して雇用保障が懸念されます。

感情を動かすさまざまな要因



Source: CompTIA IT Industry Outlook 2024 survey | n=513 U.S. tech professionals
N= 513 U.S. tech industry professionals

チャネル側では、彼らのビジネスが今年どうなるかが主な懸念事項です。成長できるのか？収益目標は達成できるか？新規顧客を獲得できるのか？といった点です。大半が、自社の見通しを前向きに捉えていて、68% (net) が2024年のビジネスについて「非常に良い」または「良い」と感じていると回答しています。4分の1 (23%) は「複雑な心境がある」とするものの、「不安」と回答するのはわずか8%でした。上に見られる肯定的な要因のほとんどは、チャネルがビジネスを改善し2024年の売上目標を達成することを前提としています。2024年に対する悲観論は、根強いインフレや継続的な労働力不足など外的要因によるところが大きいことがわかります。とはいえ、チャネル企業の44%は、2024年は前年の収入や利益を上回ると予測していて、さらに43%は、少なくとも前年比では安定を見込んでいると言います。

注目すべきトレンド 2024

3

ガバナンスが
サイバーセキュリティと
データ運用の焦点に

「基本」を越えた
サイバーセキュリティ
がチャネルスキルの
必須要件に

テクノロジー
プロバイダーはAIを
活用してより良い
ビジネスを展開する

1
AIハypeは
薄れるがワ
ークフロー
は進化を続
ける

1
企業はあらゆる
年齢層の従業員
や顧客を求めて
いる


9
組織はスキルを
ベースとした
「キャリアの透
明性」を図る

8
生産性がデジタル
トランスフォーメ
ーションの原動力
である

7
マーケティングがITビジネ
スの差別化要
因になる

5
クラウドアーキ
テクチャが
ソリューション
の複雑性を加速
する

6
ITディストリビ
ューターはB2B
のオンラインマ
ーケットプレイ
スとしての役割
を強化する




AIハイブは薄れるが ワークフローは 進化を続ける

1

CompTIAのIT Industry Outlook 2023で、生成AIが言及されていないとは、信じがたいことです。（IT Industry Outlook 2023のレポートは、ChatGPTの発表の一週間前にリリースされました。）以降、AIがもたらす変化を推測したり、より高性能な製品や機能を発表するといったニュース記事が掲載されない日はありません。AIのハイブサイクル（特定のテクノロジーに対する期待から普及までの過程を示す指標）は、近年のどのトレンドよりも強烈ですが、それには十分な理由がありません。大規模言語モデル（LLM）アルゴリズムが、ほんの数年前ならSFの領域にあったであろうアウトプットを生成していて、未来の働き方に疑問を引き起こしているからです。すべてのテクノロジートレンドと同様に、生成AIに関する当初のハイブはさまざまな理由から2024年には薄れる可能性があります。最初の製品は驚くべきものではありませんが、一部の特殊ケースを除けば、スタンドアローンによるビジネスソリューションではないのです。また、LLMを適切にトレーニングするために必要なデータは、ほとんどの組織で不足しています。確率的なアウトプットを扱う際の課題は、まさに表面化し始めたばかりなのです。

多くの企業は、最新のAI運用のための適切な必要条件を構築するため、一歩引いて取り組む必要がありますが、それは試験的なプログラムや調査を停止するというわけではありません。新たなスタンドアローン製品に加えて、幅広いビジネスアプリケーションにAIが機能として組み込まれることとなるでしょう。これが起こると、企業ではそうしたアプリケーションを扱う従業員のAIスキルギャップに取り組むこととなります。最終的には、従業員の役割と責任を見直しながら、AIを使ってルーチンタスクを処理したり、自動化を進めるといったワークフローの進化が実現します。このような（ワークフローの進化における）初期段階では、生成AIの導入ほど大きな注目は集めないかもしれませんが、今後数年、数十年にわたる完全なワークプレイス革命の土台を作るでしょう。歴史が示すように、新しいテクノロジーは広範囲に影響を及ぼす可能性があり、現代のデジタルオペレーションにAIを重ねることで、大きな経済的混乱が引き起こされるでしょう。




テクノロジー プロバイダーは AIを活用してより 良いビジネスを 展開する

2

今日において、AI市場は巨大なハイプの1つですが、MSPや他のテクノロジーチャネルプロバイダーにとっては収益を得る絶好の機会となることは間違いありません。そうは言っても、一般的なチャネル企業は、少なくともソリューションの積極的な販売、ベンダーの選択、スキルアセスメントなどに関しては、まだ生成AI活用と試行錯誤を重ねている段階にあります。取り組みは進められる一方で、より直接的なメリットは、新しいAIの機能を社内で活用し、ビジネスの状態を向上し効率化することでもたらされるでしょう。自動化が目指すところは、MSPの探求の一部ですが、そうした取り組みを加速し改善するのが今日のAIです。いくつかのユースケースを考えてみましょう。AIを活用したチャットボットと仮想アシスタントは顧客サービスを促進し強化します。AIアルゴリズムは顧客データを分析し、より効果的な販売やマーケティングキャンペーンを目的とした購買パターンを予測します。

AIツールは反復的なタスクを自動化し、ワークフローを最適化します。その結果、人的リソースはより戦略的な目標を追求することができます。これはすべて企業が認識し始めているメリットであり、将来に大きな可能性を秘めています。サービスの一環としてAIソリューションを扱わないチャネル企業であっても、社内業務全体にAI機能を導入することで、収益性を高めることが可能です。そして最後に、AIの自動化能力が人に取って代わるという懸念は、予測されているほど恐怖ではないかもしれません。CompTIAの2023年のワークフォース調査では、MSPの3分の2が、AIを使用することで、「従業員数に変化はない」または「純利益となる」と回答しています。



ガバナンスが サイバーセキュリティとデータ運用 の焦点に

3

IT運用には4つの主要な領域が関係します。「インフラストラクチャ」と「ソフトウェア開発」は最も確立されていて、「サイバーセキュリティ」と「データ」は比較的新しい領域です。4つの領域すべてにおいて、主な焦点は実装（インプレメンテーション）の細部に置かれる傾向があります。ですが、テクノロジーがより戦略的になるにつれて、ベストプラクティスに従った実装を確実にするためのガバナンスに要求が高まっています。より成熟したIT領域には、ガバナンスフレームワークが定義されていて、それらには、ITサービスとサポートのためのInformation Technology Infrastructure Library (ITIL) 標準、インフラストラクチャのためのThe Open Group Architectural Framework (TOGAF) が設定したエンタープライズアーキテクチャフレームワーク、ソフトウェア開発のためのDevOpsプラクティスなどがあります。サイバーセキュリティとデータ運用の領域には、Service Organization Control Type 2 (SOC 2)、Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) 規制、Data Governance Institute (DGI)フレームワークといった、特定エリアを対象とするものや、初期のアウトラインを提供するガバナンスフレームワークがあります。

次の段階は、より包括的な標準を策定し、広く普及を促進することです。適切なガバナンスには、いくつかの目的があります。まず、さまざまな事業部門が同じ認識を持つための業務上のベースラインを確立します。部門を越えたコミュニケーションはデジタル戦略において重要な一部となりつつあり、共通言語はそのために必要となります。ガバナンスはまた、政府規制へのコンプライアンス確保にも役立ちます。金融やヘルスケアなどの規制が厳しい業界は、長年そうした問題に取り組んできましたが、今では、ほぼすべての業界の企業が新しい法規制ができるたびに注意を払わなければなりません。最後に、ガバナンスは運用を成功させるための指標を定義します。テクノロジーがコストセンターの活動から戦略的推進力へとシフトする中、組織はテクノロジー投資の潜在的効果を測る仕組みが必要なのです。サイバーセキュリティとデータの動的領域におけるガバナンスに重点を置くことで、テクノロジーに関わる取り組みを、組織の目標と一致させることができるようになります。




4

「基本」を越えた サイバーセキュリティ がチャネルスキルの 必須要件に

最近では、AIが注目を集めていますが、テクノロジープロバイダーにとって最も重要な要素はサイバーセキュリティです。以前より、基本的なサイバーセキュリティサービスは、多くのテクノロジーエンゲージメントの一環であり、一般的にはプロバイダーがウイルス対策やファイアウォール、パッチ管理といったデバイスやネットワーク保護に必要な基本機能を提供しています。プロバイダーと顧客間との間のサイバーセキュリティの議論は、こうしたテーブルステーク（必要最低限のもの）に終始することが大半でした。今日ではそれだけでは不十分です。ますます高度化する脅威の状況に加え、クラウドとオンプレミス環境全体でITを管理するという高度な任務が、テクノロジープロバイダーに「基本」を上回った対応を迫っているのです。今日競争力を維持するには、企業は組織全体でサイバーセキュリティに精通するよう優先しなければなりません。つまり、技術レベルにおいては、組織はリスク分析やサイバー保険といったコアサービスとそれに付随するサービスを提供しながら、データ保護やプライバシーに対するゼロトラストアプローチを支えるためのスキルを深める必要があるということです。

運用面においては、採用、トレーニング、パートナーリング（連携）活動を適切に組み合わせながらサイバーセキュリティのスキルギャップに対処することを意味します。しかも、最新・最高のサイバーセキュリティ製品、ベストプラクティス、ユーザー教育戦略を把握しながらです。非常にたくさんあります。スキル人材においては特に深刻です。CompTIAのCyberseekツールによると、2022年5月から2023年4月までに米国では66万件を超えるサイバーセキュリティ関連の求人件数があり、2020年の同時期と比べると28%増加しています。一方、CompTIAのState of Cybersecurity 2024では、エンドユーザー組織のサイバーセキュリティの取り組みにおける一番の課題として、自社のスキルギャップを挙げていました。セキュリティへの精通はもはや技術者だけに限りません。営業チームから社内業務までの誰もが、自社の保護、顧客ニーズ、ビジネス目標に関連するサイバーセキュリティについて話せる必要があります。



クラウド アーキテクチャが ソリューションの 複雑性を加速する

5

現代テクノロジーの特徴の1つは、ソリューションが急速に複雑化していることです。何十年もの間、テクノロジーのフットプリントを築くためのエネルギーと投資のほとんどは、基礎的な能力の確立に費やされてきました。つまり、ムーアの法則によるパフォーマンス向上と相まって、利用可能な計算能力の向上を意味し、さらにコンピューティングリソースのアクセシビリティが拡大したことで家庭用ブロードバンドと高度な携帯電話ネットワークが飛躍的に進化したことを意味します。この間、基盤上のアプリケーションは、大企業を除いては、比較的シンプルなスタンドアロンソリューションでした。そして、クラウドコンピューティング、さらにモバイルデバイスの導入がこのモデルに変化をもたらします。現在、ほぼすべての組織が必要とするコンピューティング能力を備えており、場所を問わず利用することができます。次にアプリケーションにエネルギーが注がれ始めます。企業は、パッケージされたソフトウェアに満足するのではなく、自社のソフトウェア開発者を雇用して、オンプレミスにインストールされたソフトウェアや、クラウドで調達したソフトウェアをカスタマイズや自動化するようになります。


データがソリューションへの重要なインプットとなり、フィードバックループによりアウトプットの品質が向上しました。IoTからブロックチェーン、AIのさまざまな形に至るまで、ほとんどの新興テクノロジーは個々の製品ではなく包括的なソリューションの一部であることが一般的です。しかし、これらの複雑なソリューションの構築に多くの重点が置かれているため、基盤の重要性が見落とされがちです。パフォーマンスやアクセシビリティの向上は第一の目標ではないかもしれませんが、クラウドアーキテクチャを正しく実装し管理することは、カスタマイズされたソリューションを持つための前提条件となります。ほとんどの組織はクラウド導入の第1フェーズを終えており、パイロットプログラムや一部の移行によってクラウド運営の実践的知識を確立しています。第2フェーズでは、マルチクラウドシステム、財務業務（FinOps）、レジリエンスアーキテクチャに関するベストプラクティスを構築するため、企業はさらに深く掘り下げる必要があります。こうした基盤が強化されることで、カスタムアプリケーションを作る能力は今後さらに広がっていくでしょう。



ITディストリビューターはB2Bのオンラインマーケットプレイスとしての役割を強化

私たち誰もが、Google、AWS、マイクロソフトなどが運営するオンラインマーケットプレイスやeコマースプラットフォームを目にしたことがあり、それらはテクノロジー製品やサービス（そしてその他すべて）のワンストップショッピングマーケットとして展開していることを知っています。ベンダーは、顧客がワンクリックで注文したり、ベンダー自身のeコマースサイトへの入口として利用したりできるように、そうしたプラットフォーム上に簡単に商品を置くことができます。いずれにせよ、本質的に直接取引であり、この調達モデルが持つ一方の容易さと普遍性は、多くのサードパーティチャネル企業を不安にさせるものです。ほとんどのMSPやソリューションプロバイダーは、基本的な取引に関してこれらのデジタルショッピングモールに真っ向対決することはできません。また、費用対効果の高い方法で同様のモデルを複製することもできないのです。もちろん、豊富な資金を持つパートナーがいる場合は別ですが。そこで、ITディストリビューターが介入します。ディストリビューターは、長らくテクノロジーの市場参入チェーンにおいてハードウェアフルフィルメントの中間的存在でしたが、クラウドの波に対応するため独自のビジネスモデルを進化させてきました。その進化のカギとなる部分は、ダイナミックなデジタルマーケットプレイスとeコマースプラットフォームの採用です。

世界中のGooglesやAmazonが消費者市場に行ってきたのと同じように、Ingram Microのような企業や、Pax8などのクラウド企業は、豊富なリソースやテクノロジーアグリゲーターとしての地位を利用して、さまざまな方法でチャネル企業（そしてベンダー）にサービスを提供するマーケットプレイスを構築しています。これらのデジタルエンジンの使用は、顧客向けに複雑なマルチベンダーのクラウドベース製品を構築しているMSPやソリューションプロバイダーなどの間で増加しています。メリットには、マルチベンダーの製品、ツール、ソフトウェアサブスクリプションを組み合わせて、顧客向けの統合ソリューションにする能力。顧客の請求・支払い管理の役割を選択する権利。さらに、ディストリビューターのデジタルプラットフォームを利用して、自社のeコマースサイトをホワイトラベル化することができるといった点があります。さらに興味深いのは、AIとデータ分析を組み込んだ新機能で、チャネル企業が購買パターンを追跡し、需要を予測し、在庫をリアルタイムで予測できるようになることです。このアプローチにはマイナス面もありますが、こうしたソリューションの利用は、小規模なテクノロジー企業のハンディを無くすことにもつながります。



マーケティングが ITビジネスの 差別化要因になる

7

歴史的に、マーケティングはほとんどのITチャネル企業の事業計画において、裏方的な役割を担ってきました。主役は常にテクニカルな洞察力であり、セールススキルが助演を構成し、マーケティング/ブランディングはエキストラという役割でした。そのため、マーケティングが企業の顔を世（顧客）に宣伝するということは、皮肉なようでもあります。しかし徐々に、チャネルのマーケティングに対する関心は良い方向に変化しつつあります。企業は、マーケティング活動により多くの予算やリソースを割り当て、フルタイムのマーケティングプロフェッショナルを採用し、ブランディングの重要性についてはるかに高い意識を示しています。ソーシャルメディア、インフルエンサーの影響力、コンテンツマーケティング、サブスクリプションモデル、ブランドとしてのベンダーや製品への依存度の低下、独自IPの開発はすべてこの覚醒に関係しています。また、今日のテクノロジーサービスプロバイダーの領域は一枚岩ではなく、多種多様な企業やビジネスモデルが存在し、今までのハードウェアリセラーとは全く異なるのです。その結果、マーケティングは画一的なものにはなり得ないのです。例えば、アメリカ中西部の小規模MSPで機能するものがあっても、大企業にDXサービスを販売しようとしているITコンサルタントには機能しません。

マーケティングに対する他のプレッシャーとしては、混雑した状況（ランドスケープ）が挙げられます。今日のクラウドの世界では、顧客は注目を引くオンラインマーケットプレイスなど購入オプションが無数にありますが、選択肢が多すぎて圧倒されることがしばしばあります。マーケティングに注力している企業は、顧客の目を引く可能性が高くなります。ただし、顧客を引き付けることと販売成立は同じではないということに注意する必要があります。そのため、マーケティングへの注目はエキサイティングではあるものの、他部門との連携なしではその力を発揮できないことを強調する必要があります。効果的なマーケティングのための次の段階として、セールス活動との強い一体化がありますが、これは難しくもあります。簡単な例として、業界イベントでたくさんの顧客リードを獲得したにもかかわらず、セールスチームと迅速に連携できなかった事業開発チームを考えてみましょう。割にあわない出費となります。今後1年で、最も効果をあげるチャネル企業は、最適な結果を得るにはマーケティングもセールス担当と同じステージに立つ必要があることを学ぶでしょう。




生産性がDXの 原動力である

8

DX（デジタルトランスフォーメーション）は過去5年間で最も大きなバズワードの1つですが、その定義に関するコンセンサスは得られていないようです。CompTIAは、DXの5つの要素を明らかにしています。「評価と導入」「クラウドファーストのインフラストラクチャ」「ソフトウェア定義プロセス」「データドリブン型の意思決定」そして「サイバーセキュリティを意識したオペレーション」です。これら5つの要素は、組織レベルで何が起きているかを説明する上で有効です。しかし、これらすべての取り組みの裏には、今後12か月でさらに顕著になるであろう基礎を成すテーマがあります。クラウドインフラストラクチャ、高度なソフトウェア、データプロセスは、テクノロジーを使用する人々の能力に左右されます。結局のところ、DXの取り組みは、より生産性の高いワークフォース（人材）の構築に向けられているのです。自動化やAIなどのトレンドは、特定のタスクや職務に潜在的な脅威となる可能性はありますが、最終的には生産性を向上させます。

AIが可能にするワークフローによって、従業員の生産性が倍になることがわかれば、実際に従業員を追加することでAI投資の効果を倍増することができます。この生産性の重視は、DXの隠れた側面を示唆しています。新しいテクノロジーを導入する場合には、それに見合ったスキル構築の戦略が必要となります。変革の概念は、テクノロジーのフットプリントやソリューションスタックだけに適用されるものではありません。スキルセットにも適用されるのです。新興テクノロジーが新しい職務を生み出すこともありますが、既存の職務が進化するというのがより一般的です。ネットワーク管理者はクラウドスキルを習得する必要があり、ソフトウェア開発者はAIアルゴリズムを理解する必要があり、サイバーセキュリティスペシャリストは自動化を活用する必要がある、といったようにです。DXは、今後何年にもわたる大きな目標であり続け、生産性の向上というゴールは方向性をより明確にするだけでなく、成功のための指標を提供します。



組織はスキルを ベースとした 「キャリアの透明性」 を図る

9

採用に関するベストプラクティスは、ここ数年で話題になっています。テクノロジースキルの供給は爆発的な需要に追いついていません。そして、それはリモートワークの導入によりプロセスがさらに困難になる前の話です。HR部門と採用担当者は、職務に必要なスキルが明確に定義されていて、求職者はそのスキルに関する専門的知識で評価されるという「スキルベース」の採用アプローチに移行しています。このアプローチを取るには、単に求人情報に話題のスキルを羅列するのではなく、スキルのランドスケープを真に理解する必要があるなどハードルもありますが、利点もあります。企業は、認定資格やブートキャンプといったスキル検証のツールを使うことで、学位要件を緩和できることを認識し始めています。これにより、より広域かつ多様な求職者のプールを作ることができます。ただし、人材確保は最初のステップに過ぎず、厳しい状況ではリテンションも大きな課題となっています。企業が既存の人材を維持する方法を模索するなか、スキルベースの採用の段階からキャリア開発にまで拡張することは自然なステップと言えます。

従業員の期待値を管理することは常に課題でしたが、最近のワークフォースの力学の変化によりさらに難しくなっています。来年には、より多くの企業が「キャリアの透明性」を高め、人事マネージャーは昇進のパスやジョブモビリティ（仕事の流動性）などを明確にするための話し合いを定期的に行うでしょう。そうした話し合いにスキルを組み込むことで一貫性が保たれ、終身在職権の義務やプロジェクト配属の曖昧さが解消されます。スキルベースのアプローチでは、従業員は次のキャリアパスに必要な要件を明確にし、現在のスキルセットと照らし合わせることで、達成可能なステップを設定することができます。もちろん、採用やキャリア開発のためのスキルベースのアプローチは、スキルライブラリーの構築からトレーニングの提供といった、さまざまな取り組みが追加で必要になります。しかし、テクニカルな専門知識とワークフォースの安定性の両方に対する需要が高まるにつれ、その努力は報われるでしょう。



10

企業はあらゆる 年齢層の従業員 や顧客を求めている

スキルベースの採用やキャリア開発について語る時、それは「人」について語ることを意味します。 求職者、現従業員、外部コンサルタントすべて含まれます。企業の成功を推進するのは人材であり、企業は圧倒的なテクノロジー人事の不足に悩んでいることから、組織は考えられるすべての年齢層と経験層を対象として考慮するのが賢明と言えます。職場における多世代的アプローチは、倫理的利点の観点からしばしば議論されますが、真剣に取り組んでいる企業にとってそのメリットは現実的なものです。今日、あらゆる業界の幅広い分野においてテクノロジーワーカーが必要とされています。かつては戦略的役割を担うことのないコストセンターであったテクノロジー職の環境では、制度的な知識も耐久性あるスキルも重要となります。また、企業はポジションを埋めるためにキャリア初期 or 中堅の志願者に目を向けがちですが、後期の従業員はキャリアを始めたばかりの従業員と同様の価値があります。同様に、これはテクノロジー業界と特定の消費者を対象とする取り組みにも当てはまります。

シリコンバレーが研究開発費と広告費の大半を費やして、若者の行動を追求していることは明らかです。しかし、ハイテク大手は偏った購買層に焦点を当てることで、人口統計学的なビジネスチャンスを見落としていません。50歳+の世代は使えるお金があり、ステレオタイプが描くよりもテクノロジーに精通していることもありま。また、急増する退職者や高齢者世代のテクノロジーニーズに応える市場も存在します。いわゆる「長寿経済」は、2050年までに65歳以上となる世界中の16億人によって支えられています。このグループは、ヘルスケアや移動手段など、テクノロジー革新によって対応可能となるさまざまなニーズを抱えています。トレンド性あるアプリを開発するほど魅力的ではないかもしれませんが、こうした取り組みは長期的な収益性があり、さらに有意義と言えます。テクノロジー人材のニーズを満たす場合や、新しいテクノロジー製品を生み出す場合であっても、多世代の考え方を受け入れる姿勢はビジネス上理にかなっているのです。

最後に

今後12か月に見られるトレンドは、現在進行中のテクノロジー進化における新たな章の始まりとなるでしょう。クラウドからモバイルデバイス、パンデミック対策や人工知能まで、過去15年間に起きた劇的な変化の数々は、テクノロジーとビジネスの関係を完全に変えました。かつては戦術的なサポート機能であったものが、今ではクリティカルな戦略的要素となり、いかなる組織もデジタルエコシステムで起きている変化を無視できなくなっています。未来を予測するベストな方法は、それを創ることです。今後数年間で成長する企業は、テクノロジーを活用して新たな機会を創出する企業となるでしょう。

Methodology 手法

この定量的調査は2023年10月に、ITプロフェッショナルおよびIT業界プロフェッショナルを対象とした2つのオンライン調査から構成されています。各調査には、米国で活動する合計513名が調査に参加し、95%の信頼性でのサンプル誤差は $\pm 4.4\%$ ポイントでした。調査は、ANZ、ASEAN、ベネルクス、DACH、イギリス/アイルランドでも実施され、サンプリングエラーは、データのサブグループほど大きくなります。

どの調査でもそうであるように、標本誤差は起こり得る誤差の原因の一つにすぎません。非標本誤差を正確に計算することはできないため、その影響を最小限におさえるために調査設計、データ収集と処理のあらゆるフェーズで予防的ステップがとられました。

CompTIAはすべての内容および分析に責任を負います。当調査に関する質問は、CompTIA Research and Market Intelligenceにお問い合わせください。research@comptia.org

CompTIAは市場調査業界のInsights Associationの一員であり、世界的に尊重されているその標準および倫理規定を順守しています。

	IT professional	IT industry professional
ANZ	129	127
ASEAN	129	128
Benelux	127	127
DACH	132	127
UK/Ireland	128	131
US	513	513

CompTIAについて

CompTIA (the Computing Technology Industry Association) は、ITエコシステム、そして5兆ドル規模の世界的な動力であるテクノロジーを設計、管理、保守している約7,500万の業界やITプロフェッショナルを代表する、業界団体です。教育、トレーニング、認定資格、政策支援、慈善活動や市場調査を通し、CompTIAはIT業界とそのワークフォースが進歩するためのハブとなっています。

CompTIAは世界有数のベンダーニュートラルなIT認定団体であり、提供されるパフォーマンスベースの試験による認定者数は300万以上にのびます。CompTIAはエントリーレベルからエキスパートレベルのプロフェッショナルまで、テクノロジー分野におけるキャリアのあらゆるステージでの成功に欠かせない業務能力を評価します。また、慈善活動として、CompTIAは革新的なオンランプ（入口）およびキャリアパスを開発しました。これは、従来、ITワークフォースとして活躍することの少なかった人々に対する機会を拡大するものです。



CompTIA.org

Copyright (c) 2023 CompTIA Properties, LLC.
All Rights Reserved. CompTIA.org

CompTIA is responsible for all content and analysis. Any questions regarding the report should be directed to CompTIA Research and Market Intelligence staff at research@comptia.org.