

国内デジタルマーケティング関連サービス市場予測を発表

Japan, 2020年8月6日 - IT専門調査会社 IDC Japan 株式会社 (所在地: 東京都千代田区九段北1-13-5、代表取締役社長: 竹内正人、Tel代表: 03-3556-4760) は、企業のデジタルマーケティングをITおよびビジネスの側面から支援する国内デジタルマーケティング関連サービスにおける2020年～2024年のセグメント別 / 産業分野別の市場予測を発表しました。

2019年の国内デジタルマーケティング関連サービス市場は、前年比9.2%増の4,189億円であり、2019年～2024年の年間平均成長率 (CAGR: Compound Annual Growth Rate) は4.8%、2024年に5,299億円になる見込みです。国内デジタルマーケティング関連サービス市場を同ITサービス市場と同ビジネスサービス市場に分けると、同ITサービス市場は、マーケティングツールの導入需要、周辺システムとの連携開発やデータ統合の需要が拡大することで、2019年～2024年にCAGR 3.4%で成長し、2024年に2,338億円となり、同ビジネスサービス市場は、顧客エクスペリエンス設計などのビジネスコンサルティング需要の拡大により、2019年～2024年にCAGR 6.1%で成長し、2024年に2,961億円になるとIDCでは予測しています。

産業分野別に見ると、2019年にITサービス、ビジネスサービスへの支出額が何れも400億円を超えた産業分野は、流通、金融、製造となっています。流通では、ECやリアル店舗と連動したキャンペーン、見込み顧客の育成やマーケティングデータ整備の需要が拡大しています。製造では、MAツール導入によるセールス / マーケティング業務の連携強化に取り組む企業が増えています。金融は、リアル店舗を含め、顧客エクスペリエンスの強化を図る取り組みが活発となっています。

企業のデジタルマーケティング活動を支援する外部サービスの利用は拡大傾向にあります。しかしながら、ユーザー企業の調査結果を分析すると、特に「マーケティングROIの向上」の満足度が低く、費用に見合う成果が十分に得られてい

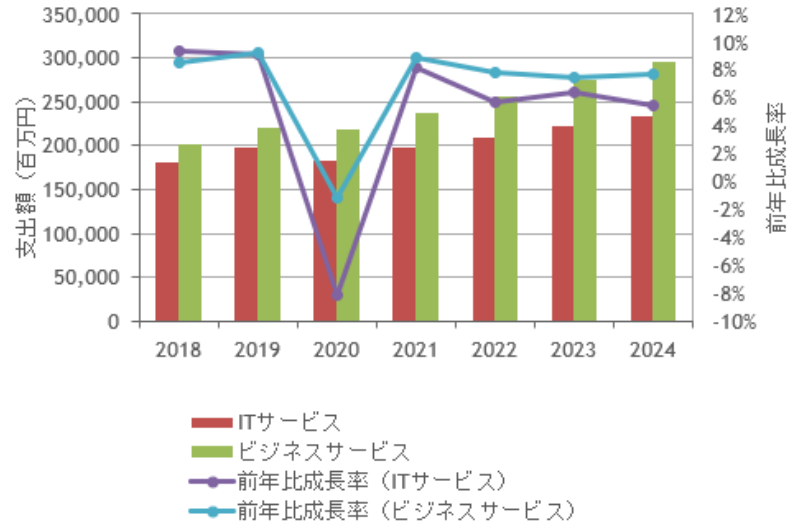
ない企業が多いことが示されています。IDC Japan ITサービスのリサーチマネージャーである木村 聡 宏 は「サービス事業者は、費用に見合う成果を継続的に提供し、一過性のプロジェクト投資ではなく継続的な改善活動として企業のデジタルマーケティングを支援すべきである」と述べています。

今回の発表はIDCが発行したレポート「国内デジタルマーケティング関連サービス市場 セグメント別 / 産業分野別予測、2020年～2024年」(JPJ46045220)にその詳細が報告されています。本レポートでは、同市場における主要事業者の動向をまとめ、2020年3月に実施したユーザー企業の調査結果を分析した上で、2020年～2024年の予測を行い、サービスセグメント別 / 産業分野別 / マーケティング活動分類別の市場規模を算出しています。

< 参考資料 >

国内デジタルマーケティング関連
サービス市場 支出額予測： 2018
年～2024年

Figure 1



Note: 2019年は実績推定値、2020年以降は予測

Source: IDC Japan, 8/2020

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com. All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

jp-Press Japan
 jp-press@idcjapan.co.jp
 +81-3-3556-4768