

目次

第1章 調査概要	1
1.1 はじめに	2
1.2 市場の定義	3
1.2.1 対象市場の定義	3
1.3 ユーザー調査の概要	4
1.3.1 ユーザーアンケート調査の概要	4
1.3.2 調査回答者プロフィール	4
1.4 ベンダー調査の概要	10
1.4.1 ベンダー調査の概要	10
1.4.2 市場規模算出での定義	11
1.5 ITR DatumiX (データミックス)	12
1.6 用語解説	13
1.7 総評	14
第2章 メール送信市場動向	15
2.1 メール送信市場 (ユーザー調査)	16
2.1.1 企業における導入状況と投資計画	16
2.1.2 現在および今後利用したい製品/サービス	18
2.1.3 今後の投資予算	25
2.1.4 製品/サービス選定時の重視ポイント	27
2.1.5 導入時期	29
2.1.6 製品/サービスの満足度	31
2.1.7 製品/サービスのリプレース予定時期	33
2.1.8 リプレースを予定または検討する理由	35
2.1.9 製品/サービスを主に利用している部署	37
2.1.10 製品/サービスの利用形態	39
2.1.11 製品/サービス利用形態の選択理由	41
2.1.12 HTMLメール配信状況	47
2.1.13 調査総括	51

2.2	メール送信市場（ベンダー調査）	53
2.2.1	市場規模およびベンダーシェア	53
2.2.2	調査総括	55
2.3	メール送信市場ベンダーポジショニング	56
2.3.1	ポジショニング・マップおよび総括	56
第3章 Web アクセス解析市場動向		59
3.1	Webアクセス解析市場（ユーザー調査）	60
3.1.1	企業における導入状況と投資計画	60
3.1.2	現在および今後利用したい製品／サービス	62
3.1.3	今後の投資予算	69
3.1.4	製品／サービス選定時の重視ポイント	71
3.1.5	導入時期	73
3.1.6	製品／サービスの満足度	75
3.1.7	製品／サービスのリプレイス予定時期	77
3.1.8	リプレイスを予定または検討する理由	79
3.1.9	製品／サービスを主に利用している部署	81
3.1.10	製品／サービスの利用形態	83
3.1.11	製品／サービスの利用形態の選択理由	85
3.1.12	調査総括	91
3.2	Webアクセス解析市場（ベンダー調査）	93
3.2.1	市場規模およびベンダーシェア	93
3.2.2	調査総括	95
3.3	Webアクセス解析市場ベンダーポジショニング	96
3.3.1	ポジショニング・マップおよび総括	96
第4章 ソーシャルメディア解析市場動向		97
4.1	ソーシャルメディア解析市場（ユーザー調査）	98
4.1.1	企業における導入状況と投資計画	98
4.1.2	現在および今後利用したい製品／サービス	100
4.1.3	今後の投資予算	107
4.1.4	製品／サービス選定時の重視ポイント	109
4.1.5	導入時期	111

4.1.6	製品／サービスの満足度	113
4.1.7	製品／サービスのリプレイス予定時期	115
4.1.8	リプレイスを予定または検討する理由	117
4.1.9	製品／サービスを主に利用している部署	119
4.1.10	製品／サービスの利用形態	121
4.1.11	製品／サービスの利用形態の選択理由	123
4.1.12	製品／サービスの活用用途	129
4.1.13	調査総括	132
4.2	ソーシャルメディア解析市場（ベンダー調査）	134
4.2.1	市場規模およびベンダーシェア	134
4.2.2	調査総括	136
4.3	ソーシャルメディア解析市場ベンダーポジショニング	137
4.3.1	ポジショニング・マップおよび総括	137
第5章 統合型マーケティング支援市場動向		139
5.1	統合型マーケティング支援市場（ユーザー調査）	140
5.1.1	企業における導入状況と投資計画	140
5.1.2	現在および今後利用したい製品／サービス	142
5.1.3	今後の投資予算	150
5.1.4	製品／サービス選定時の重視ポイント	152
5.1.5	導入時期	154
5.1.6	製品／サービスの満足度	156
5.1.7	製品／サービスのリプレイス予定時期	158
5.1.8	リプレイスを予定または検討する理由	160
5.1.9	製品／サービスを主に利用している部署	162
5.1.10	製品／サービスの利用形態	164
5.1.11	製品／サービスの利用形態の選択理由	166
5.1.12	運用上の課題	172
5.1.13	調査総括	174
5.2	統合型マーケティング支援市場（ベンダー調査）	176
5.2.1	市場規模およびベンダーシェア	176
5.2.2	調査総括	178

目次

5.3 統合型マーケティング支援市場ベンダーポジショニング.....	179
5.3.1 ポジショニング・マップおよび総括.....	179

資料編

ユーザー調査の調査票.....	181
-----------------	-----

図表目次

図1-3-1.	回答企業の従業員数内訳	5
図1-3-2.	回答企業の業種内訳	6
図1-3-3.	回答企業の業種別従業員数内訳	7
図1-3-4.	回答者の勤務先での所属部署	8
図1-3-5.	回答者の勤務先でのマーケティング管理製品導入に関する関与度	9
図2-1-1.	企業における導入状況と投資計画：メール送信	16
図2-1-2.	業種別に見る導入企業における導入状況と投資計画：メール送信	17
図2-1-3.	従業員規模別に見る導入企業における導入状況と投資計画：メール送信	17
図2-1-4.	現在利用および今後利用したい製品／サービス （「今後利用したい」は複数回答）：メール送信	19
図2-1-5.	現在利用している製品／サービス（単一回答）：メール送信	20
図2-1-6.	業種別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）：メール送信	20
図2-1-7.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： メール送信	21
図2-1-8.	今後利用したい製品／サービス（複数回答）：メール送信	21
図2-1-9.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）：メール送信	22
図2-1-10.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： メール送信	22
図2-1-11.	今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）：メール送信	23
図2-1-12.	業種別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： メール送信	23
図2-1-13.	従業員規模別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： メール送信	24
図2-1-14.	2015年度の投資予算：メール送信	25
図2-1-15.	業種別に見る2015年度の投資予算：メール送信	25
図2-1-16.	従業員規模別に見る2015年度の投資予算：メール送信	26
図2-1-17.	製品／サービス選定時の重視ポイント：メール送信	27
図2-1-18.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント：メール送信	28
図2-1-19.	従業員規模別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント：メール送信	28
図2-1-20.	導入時期：メール送信	29
図2-1-21.	業種別に見る導入時期：メール送信	29
図2-1-22.	従業員規模別に見る導入時期：メール送信	30
図2-1-23.	製品／サービスの満足度：メール送信	31
図2-1-24.	業種別に見る製品／サービスの満足度：メール送信	31
図2-1-25.	従業員規模別に見る製品／サービスの満足度：メール送信	32
図2-1-26.	製品／サービスのリプレイス予定時期：メール送信	33
図2-1-27.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：メール送信	33
図2-1-28.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：メール送信	34
図2-1-29.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由：メール送信	35
図2-1-30.	業種別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： メール送信	35

図2-1-31.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレースを予定または検討する理由： メール送信.....	36
図2-1-32.	製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）：メール送信.....	37
図2-1-33.	業種別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： メール送信.....	38
図2-1-34.	従業員規模別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： メール送信.....	38
図2-1-35.	現在と今後の製品／サービス利用形態：メール送信.....	39
図2-1-36.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態：メール送信.....	40
図2-1-37.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態：メール送信.....	40
図2-1-38.	今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）：メール送信.....	41
図2-1-39.	業種別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）：メール送信.....	42
図2-1-40.	従業員規模別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： メール送信.....	42
図2-1-41.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もオンプレミス、複数回答）： メール送信.....	43
図2-1-42.	今後の利用形態選択理由（現在オンプレミスだが今後SaaS、複数回答）： メール送信.....	44
図2-1-43.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もSaaS、複数回答）：メール送信.....	45
図2-1-44.	今後の利用形態選択理由（現在SaaSだが今後オンプレミス、複数回答）： メール送信.....	46
図2-1-45.	HTMLメール配信状況（BtoC向け）：メール送信.....	47
図2-1-46.	業種別に見るHTMLメール配信状況（BtoC向け）：メール送信.....	48
図2-1-47.	従業員規模別に見るHTMLメール配信状況（BtoC向け）：メール送信.....	48
図2-1-48.	HTMLメール配信状況（BtoB向け）：メール送信.....	49
図2-1-49.	業種別に見るHTMLメール配信状況（BtoB向け）：メール送信.....	49
図2-1-50.	従業員規模別に見るHTMLメール配信状況（BtoB向け）：メール送信.....	50
図2-2-1.	メール送信市場：ベンダー別売上金額推移およびシェア （2012～2014年度予測）.....	53
図2-2-2.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2012年度）.....	54
図2-2-3.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2013年度）.....	54
図2-2-4.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2014年度予測）.....	54
図2-3-1.	ITR DatumiX：メール送信.....	56
図3-1-1.	企業における導入状況と投資計画：Webアクセス解析.....	60
図3-1-2.	業種別に見る導入企業における導入状況と投資計画：Webアクセス解析.....	61
図3-1-3.	従業員規模別に見る導入企業における導入状況と投資計画： Webアクセス解析.....	61
図3-1-4.	現在利用および今後利用したい製品／サービス （「今後利用したい」は複数回答）：Webアクセス解析.....	63
図3-1-5.	現在利用している製品／サービス（単一回答）：Webアクセス解析.....	64
図3-1-6.	業種別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： Webアクセス解析.....	64
図3-1-7.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： Webアクセス解析.....	65
図3-1-8.	今後利用したい製品／サービス（複数回答）：Webアクセス解析.....	65

図3-1-9.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）：Webアクセス解析...	66
図3-1-10.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： Webアクセス解析	66
図3-1-11.	今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）：Webアクセス解析.....	67
図3-1-12.	業種別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： Webアクセス解析	68
図3-1-13.	従業員規模別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： Webアクセス解析	68
図3-1-14.	2015年度の投資予算：Webアクセス解析.....	69
図3-1-15.	業種別に見る2015年度の投資予算：Webアクセス解析	69
図3-1-16.	従業員規模別に見る2015年度の投資予算：Webアクセス解析	70
図3-1-17.	製品／サービス選定時の重視ポイント：Webアクセス解析.....	71
図3-1-18.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント：Webアクセス解析.....	72
図3-1-19.	従業員規模別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント： Webアクセス解析	72
図3-1-20.	導入時期：Webアクセス解析	73
図3-1-21.	業種別に見る導入時期：Webアクセス解析.....	73
図3-1-22.	従業員規模別に見る導入時期：Webアクセス解析.....	74
図3-1-23.	製品／サービスの満足度：Webアクセス解析.....	75
図3-1-24.	業種別に見る製品／サービスの満足度：Webアクセス解析.....	75
図3-1-25.	従業員規模別に見る製品／サービスの満足度：Webアクセス解析.....	76
図3-1-26.	製品／サービスのリプレイス予定時期：Webアクセス解析.....	77
図3-1-27.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：Webアクセス解析.....	77
図3-1-28.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期： Webアクセス解析	78
図3-1-29.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： Webアクセス解析	79
図3-1-30.	業種別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： Webアクセス解析	80
図3-1-31.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： Webアクセス解析	80
図3-1-32.	製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）：Webアクセス解析.....	81
図3-1-33.	業種別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： Webアクセス解析	82
図3-1-34.	従業員規模別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： Webアクセス解析	82
図3-1-35.	現在と今後の製品／サービス利用形態：Webアクセス解析.....	83
図3-1-36.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態：Webアクセス解析.....	84
図3-1-37.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態： Webアクセス解析	84
図3-1-38.	今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）：Webアクセス解析.....	85
図3-1-39.	業種別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： Webアクセス解析	86
図3-1-40.	従業員規模別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： Webアクセス解析	86

図3-1-41.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もオンプレミス、複数回答）： Webアクセス解析	87
図3-1-42.	今後の利用形態選択理由（現在オンプレミスだが今後SaaS、複数回答）： Webアクセス解析	88
図3-1-43.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もSaaS、複数回答）： Webアクセス解析	89
図3-1-44.	今後の利用形態選択理由（現在SaaSだが今後オンプレミス、複数回答）： Webアクセス解析	90
図3-2-1.	Webアクセス解析市場：ベンダー別売上金額推移およびシェア （2012～2014年度予測）	93
図3-2-2.	Webアクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2012年度）	94
図3-2-3.	Webアクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2013年度）	94
図3-2-4.	Webアクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2014年度予測）	94
図3-3-1.	ITR DatumiX：Webアクセス解析	96
図4-1-1.	企業における導入状況と投資計画：ソーシャルメディア解析	98
図4-1-2.	業種別に見る導入企業における導入状況と投資計画： ソーシャルメディア解析	99
図4-1-3.	従業員規模別に見る導入企業における導入状況と投資計画： ソーシャルメディア解析	99
図4-1-4.	現在利用および今後利用したい製品／サービス （「今後利用したい」は複数回答）：ソーシャルメディア解析	101
図4-1-5.	現在利用している製品／サービス（単一回答）：ソーシャルメディア解析	102
図4-1-6.	業種別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： ソーシャルメディア解析	102
図4-1-7.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： ソーシャルメディア解析	103
図4-1-8.	今後利用したい製品／サービス（複数回答）：ソーシャルメディア解析	103
図4-1-9.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： ソーシャルメディア解析	104
図4-1-10.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： ソーシャルメディア解析	104
図4-1-11.	今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： ソーシャルメディア解析	105
図4-1-12.	業種別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： ソーシャルメディア解析	105
図4-1-13.	従業員規模別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： ソーシャルメディア解析	106
図4-1-14.	2015年度の投資予算：ソーシャルメディア解析	107
図4-1-15.	業種別に見る2015年度の投資予算：ソーシャルメディア解析	107
図4-1-16.	従業員規模別に見る2015年度の投資予算：ソーシャルメディア解析	108
図4-1-17.	製品／サービス選定時の重視ポイント：ソーシャルメディア解析	109
図4-1-18.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント： ソーシャルメディア解析	110
図4-1-19.	従業員規模別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント： ソーシャルメディア解析	110

図4-1-20.	導入時期：ソーシャルメディア解析	111
図4-1-21.	業種別に見る導入時期：ソーシャルメディア解析	111
図4-1-22.	従業員規模別に見る導入時期：ソーシャルメディア解析	112
図4-1-23.	製品／サービスの満足度：ソーシャルメディア解析	113
図4-1-24.	業種別に見る製品／サービスの満足度：ソーシャルメディア解析	113
図4-1-25.	従業員規模別に見る製品／サービスの満足度：ソーシャルメディア解析	114
図4-1-26.	製品／サービスのリプレイス予定時期：ソーシャルメディア解析	115
図4-1-27.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期： ソーシャルメディア解析	115
図4-1-28.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期： ソーシャルメディア解析	116
図4-1-29.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： ソーシャルメディア解析	117
図4-1-30.	業種別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： ソーシャルメディア解析	118
図4-1-31.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： ソーシャルメディア解析	118
図4-1-32.	製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： ソーシャルメディア解析	119
図4-1-33.	業種別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： ソーシャルメディア解析	120
図4-1-34.	従業員規模別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： ソーシャルメディア解析	120
図4-1-35.	現在と今後の製品／サービス利用形態：ソーシャルメディア解析	121
図4-1-36.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態： ソーシャルメディア解析	122
図4-1-37.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態： ソーシャルメディア解析	122
図4-1-38.	今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）：ソーシャルメディア解析	123
図4-1-39.	業種別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： ソーシャルメディア解析	124
図4-1-40.	従業員規模別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： ソーシャルメディア解析	124
図4-1-41.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もオンプレミス、複数回答）： ソーシャルメディア解析	125
図4-1-42.	今後の利用形態選択理由（現在オンプレミスだが今後SaaS、複数回答）： ソーシャルメディア解析	126
図4-1-43.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もSaaS、複数回答）： ソーシャルメディア解析	127
図4-1-44.	今後の利用形態選択理由（現在SaaSだが今後オンプレミス、複数回答）： ソーシャルメディア解析	128
図4-1-45.	活用用途（1位での選択率）：ソーシャルメディア解析	129
図4-1-46.	活用用途（重み付け）：ソーシャルメディア解析	130
図4-1-47.	業種別に見る活用用途（重み付け）シェア：ソーシャルメディア解析	130
図4-1-48.	従業員規模別に見る活用用途（重み付け）シェア：ソーシャルメディア解析	131

図4-2-1.	ソーシャルメディア解析市場：ベンダー別売上金額推移およびシェア （2012～2014年度予測）	134
図4-2-2.	ソーシャルメディア解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2012年度）	135
図4-2-3.	ソーシャルメディア解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2013年度）	135
図4-2-4.	ソーシャルメディア解析市場：ベンダー別売上金額シェア（2014年度予測）	135
図4-3-1.	ITR DatumIX：ソーシャルメディア解析	137
図5-1-1.	企業における導入状況と投資計画：統合型マーケティング支援	140
図5-1-2.	業種別に見る導入企業における導入状況と投資計画： 統合型マーケティング支援	141
図5-1-3.	従業員規模別に見る導入企業における導入状況と投資計画： 統合型マーケティング支援	141
図5-1-4.	現在利用および今後利用したい製品／サービス （「今後利用したい」は複数回答）： 統合型マーケティング支援	143
図5-1-5.	現在利用している製品／サービス（単一回答）：統合型マーケティング支援	144
図5-1-6.	業種別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： 統合型マーケティング支援	144
図5-1-7.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス（単一回答）： 統合型マーケティング支援	145
図5-1-8.	今後利用したい製品／サービス（複数回答）：統合型マーケティング支援	146
図5-1-9.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： 統合型マーケティング支援	147
図5-1-10.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス（複数回答）： 統合型マーケティング支援	147
図5-1-11.	今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： 統合型マーケティング支援	148
図5-1-12.	業種別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： 統合型マーケティング支援	149
図5-1-13.	従業員規模別に見る今後もっとも利用したい製品／サービス（単一回答）： 統合型マーケティング支援	149
図5-1-14.	2015年度の投資予算：統合型マーケティング支援	150
図5-1-15.	業種別に見る2015年度の投資予算：統合型マーケティング支援	150
図5-1-16.	従業員規模別に見る2015年度の投資予算：統合型マーケティング支援	151
図5-1-17.	製品／サービス選定時の重視ポイント：統合型マーケティング支援	152
図5-1-18.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント： 統合型マーケティング支援	153
図5-1-19.	従業員規模別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント： 統合型マーケティング支援	153
図5-1-20.	導入時期：統合型マーケティング支援	154
図5-1-21.	業種別に見る導入時期：統合型マーケティング支援	154
図5-1-22.	従業員規模別に見る導入時期：統合型マーケティング支援	155
図5-1-23.	製品／サービスの満足度：統合型マーケティング支援	156
図5-1-24.	業種別に見る製品／サービスの満足度：統合型マーケティング支援	156
図5-1-25.	従業員規模別に見る製品／サービスの満足度：統合型マーケティング支援	157
図5-1-26.	製品／サービスのリプレース予定時期：統合型マーケティング支援	158

図5-1-27.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期： 統合型マーケティング支援.....	158
図5-1-28.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期： 統合型マーケティング支援.....	159
図5-1-29.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： 統合型マーケティング支援.....	160
図5-1-30.	業種別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： 統合型マーケティング支援.....	161
図5-1-31.	従業員規模別に見る製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由： 統合型マーケティング支援.....	161
図5-1-32.	製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	162
図5-1-33.	業種別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	163
図5-1-34.	従業員規模別に見る製品／サービスを主に利用している部署（複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	163
図5-1-35.	現在と今後の製品／サービス利用形態：統合型マーケティング支援	164
図5-1-36.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態： 統合型マーケティング支援.....	165
図5-1-37.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス利用形態： 統合型マーケティング支援.....	165
図5-1-38.	今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）：統合型マーケティング支援	166
図5-1-39.	業種別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	167
図5-1-40.	従業員規模別に見る今後の利用形態選択理由（全体、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	167
図5-1-41.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もオンプレミス、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	168
図5-1-42.	今後の利用形態選択理由（現在オンプレミスだが今後SaaS、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	169
図5-1-43.	今後の利用形態選択理由（現在も今後もSaaS、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	170
図5-1-44.	今後の利用形態選択理由（現在SaaSだが今後オンプレミス、複数回答）： 統合型マーケティング支援.....	171
図5-1-45.	運用上の課題：統合型マーケティング支援	172
図5-1-46.	業種別に見る運用上の課題：統合型マーケティング支援	173
図5-1-47.	従業員規模別に運用上の課題：統合型マーケティング支援	173
図5-2-1.	統合型マーケティング支援市場：ベンダー別売上金額推移およびシェア （2012～2014年度予測）	176
図5-2-2.	統合型マーケティング支援市場：ベンダー別売上金額シェア（2012年度）	177
図5-2-3.	統合型マーケティング支援市場：ベンダー別売上金額シェア（2013年度）	177
図5-2-4.	統合型マーケティング支援市場：ベンダー別売上金額シェア （2014年度予測）	177
図5-3-1.	ITR DatumiX：統合型マーケティング支援.....	179

