

## 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 データ利用上の注意	13
1.8 年度解説	13
1.9 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 現在および今後利用したい製品／サービス	16
2.1.2 製品／サービス選定時の重視ポイント	25
2.1.3 導入時期	28
2.1.4 製品／サービスのリプレイス予定時期	30
2.1.5 リプレイスを予定または検討する理由	32
2.1.6 主に予算を出している部署	35
2.1.7 製品／サービスの選定・導入の主導部門	37
2.1.8 今後の投資予算	39
2.1.9 利用製品／サービスに対する満足度	41
2.1.10 機能別活用状況	46
2.1.11 用途別活用状況	54

2.1.12	調査総括 .....	62
2.2	メール送信市場（ベンダー調査） .....	64
2.2.1	市場規模およびベンダーシェア .....	64
2.2.2	調査総括 .....	66
2.3	メール送信市場ベンダーポジショニング .....	67
2.3.1	ポジショニング・マップおよび総括 .....	67
 <b>第3章 統合型マーケティング支援市場動向</b> .....		<b>69</b>
3.1	統合型マーケティング支援市場（ユーザー調査） .....	70
3.1.1	現在および今後利用したい製品／サービス .....	70
3.1.2	製品／サービス選定時の重視ポイント .....	85
3.1.3	導入時期 .....	88
3.1.4	製品／サービスのリプレイス予定時期 .....	90
3.1.5	リプレイスを予定または検討する理由 .....	92
3.1.6	主に予算を出している部署 .....	95
3.1.7	製品／サービスの選定・導入の主導部門 .....	97
3.1.8	今後の投資予算 .....	99
3.1.9	利用製品・サービスに対する満足度 .....	101
3.1.10	現在利用している統合型マーケティング支援の機能 .....	106
3.1.11	調査総括 .....	127
3.2	統合型マーケティング支援市場（ベンダー調査） .....	129
3.2.1	市場規模およびベンダーシェア .....	129
3.2.2	調査総括 .....	131
3.3	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 .....	132
3.3.1	ポジショニング・マップおよび総括 .....	132
 <b>第4章 アクセス解析市場動向</b> .....		<b>133</b>
4.1	アクセス解析市場（ユーザー調査） .....	134
4.1.1	現在および今後利用したい製品／サービス .....	134
4.1.2	製品／サービス選定時の重視ポイント .....	143
4.1.3	導入時期 .....	146
4.1.4	製品／サービスのリプレイス予定時期 .....	148

4.1.5	リプレースを予定または検討する理由	150
4.1.6	主に予算を出している部署	153
4.1.7	製品／サービスの選定・導入の主導部門	155
4.1.8	今後の投資予算	157
4.1.9	調査総括	159
4.2	アクセス解析市場（ベンダー調査）	160
4.2.1	市場規模およびベンダーシェア	160
4.2.2	調査総括	162
4.3	アクセス解析市場ベンダーポジショニング	163
4.3.1	ポジショニング・マップおよび総括	163
<b>第5章 プライベートDMP市場動向</b>		<b>165</b>
5.1	プライベートDMP市場（ユーザー調査）	166
5.1.1	現在および今後利用したい製品／サービス	166
5.1.2	製品／サービス選定時の重視ポイント	173
5.1.3	導入時期	176
5.1.4	製品／サービスのリプレース予定時期	178
5.1.5	リプレースを予定または検討する理由	180
5.1.6	主に予算を出している部署	183
5.1.7	製品／サービスの選定・導入の主導部門	185
5.1.8	今後の投資予算	187
5.1.9	調査総括	189
<b>資料編</b>		
	ユーザー調査の調査票	191

## 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.	回答企業のマーケティング業務内訳	9
図2-1-1.	現在利用している製品／サービス：メール送信（複数回答）	16
図2-1-2.	業種別に見る現在利用している製品／サービス：メール送信（複数回答）	17
図2-1-3.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス：メール送信 （複数回答）	17
図2-1-4.	現在最も利用している製品／サービス：メール送信（単一回答）	18
図2-1-5.	業種別に見る現在最も利用している製品／サービス：メール送信（単一回答）	19
図2-1-6.	従業員規模別に見る現在最も利用している製品／サービス：メール送信 （単一回答）	19
図2-1-7.	今後利用したい製品／サービス：メール送信（複数回答）	20
図2-1-8.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス：メール送信（複数回答）	20
図2-1-9.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス：メール送信（複数回答）	21
図2-1-10.	今後最も利用したい製品／サービス：メール送信（単一回答）	21
図2-1-11.	業種別に見る今後最も利用したい製品／サービス：メール送信（単一回答）	22
図2-1-12.	従業員規模別に見る今後最も利用したい製品／サービス：メール送信 （単一回答）	22
図2-1-13.	現在利用および今後利用したい製品／サービス：メール送信（複数回答）	23
図2-1-14.	現在最も利用および今後最も利用したい製品／サービス：メール送信 （単一回答）	24
図2-1-15.	製品／サービス選定時の重視ポイント：メール送信	25
図2-1-16.	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	26
図2-1-17.	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	27
図2-1-18.	導入時期：メール送信	28
図2-1-19.	業種別に見る導入時期：メール送信	28
図2-1-20.	従業員規模別に見る導入時期：メール送信	29
図2-1-21.	製品／サービスのリプレイス予定時期：メール送信	30
図2-1-22.	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	30
図2-1-23.	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	31
図2-1-24.	主要製品別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：メール送信	31
図2-1-25.	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	32
図2-1-26.	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	33
図2-1-27.	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： メール送信	34
図2-1-28.	主に予算を出している部署：メール送信	35
図2-1-29.	業種別に見る主に予算を出している部署：メール送信	35
図2-1-30.	従業員規模別に見る主に予算を出している部署：メール送信	36

図2-1-31.	製品／サービスの選定・導入の主導部門：メール送信.....	37
図2-1-32.	業種別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門：メール送信.....	38
図2-1-33.	従業員規模別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門：メール送信.....	38
図2-1-34.	2017年度の投資予算：メール送信.....	39
図2-1-35.	業種別に見る2017年度の投資予算：メール送信.....	39
図2-1-36.	従業員規模別に見る2017年度の投資予算：メール送信.....	40
図2-1-37.	現在利用している製品／サービスの満足度：メール送信（全体）.....	41
図2-1-38.	主要7製品／サービスの満足度指数の満足度指数：メール送信.....	42
図2-1-39.	エクスペリアン（AltoMarketing   email、MailPublisherシリーズ）の 満足度指数：メール送信.....	42
図2-1-40.	シナジーマーケティング（Synergy！（メール送信）、Synergy！LEAD）の 満足度指数：メール送信.....	43
図2-1-41.	パイブドピッツ（スパイラル）の満足度指数：メール送信.....	43
図2-1-42.	ブレイン（blaynmail）の満足度指数：メール送信.....	44
図2-1-43.	トランスコスモス（ClickM@iler、ClickM@iler Relay、ClickM@iler.jp）の 満足度指数：メール送信.....	44
図2-1-44.	トライコーン（KREISEL、Autobahn for AppExchange）の満足度指数： メール送信.....	45
図2-1-45.	ユミルリンク（Cuenote FC）の満足度指数：メール送信.....	45
図2-1-46.	現在と今後の製品／サービスの活用機能（全体）：メール送信.....	46
図2-1-47.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （ターゲティングメール）：メール送信.....	47
図2-1-48.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （ターゲティングメール）：メール送信.....	47
図2-1-49.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（ステップメール）： メール送信.....	48
図2-1-50.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （ステップメール）：メール送信.....	48
図2-1-51.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （パーソナライズドメール）：メール送信.....	49
図2-1-52.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （パーソナライズドメール）：メール送信.....	49
図2-1-53.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（レコメンドメール）： メール送信.....	50
図2-1-54.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （レコメンドメール）：メール送信.....	50
図2-1-55.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（カート放棄メール）： メール送信.....	51
図2-1-56.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能 （カート放棄メール）：メール送信.....	51
図2-1-57.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（動画メール）： メール送信.....	52
図2-1-58.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（動画メール）： メール送信.....	52
図2-1-59.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（HTMLメール）： メール送信.....	53

図2-1-60.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用機能（HTMLメール）： メール送信.....	53
図2-1-61.	現在と今後の製品／サービスの活用用途（全体）：メール送信.....	54
図2-1-62.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （登録会員への定期一斉メール）：メール送信.....	55
図2-1-63.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （登録会員への定期一斉メール）：メール送信.....	55
図2-1-64.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （購入や予約時の確認メール）：メール送信.....	56
図2-1-65.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （購入や予約時の確認メール）：メール送信.....	56
図2-1-66.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途（取引通知メール）： メール送信.....	57
図2-1-67.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （取引通知メール）：メール送信.....	57
図2-1-68.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （セミナーや各種イベント関連メール）：メール送信.....	58
図2-1-69.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （セミナーや各種イベント関連メール）：メール送信.....	58
図2-1-70.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （人事・総務関連社内向け通知メール）：メール送信.....	59
図2-1-71.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （人事・総務関連社内向け通知メール）：メール送信.....	59
図2-1-72.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途（緊急時メール）： メール送信.....	60
図2-1-73.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （緊急時メール）：メール送信.....	60
図2-1-74.	業種別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （サポート登録者への通知メール）：メール送信.....	61
図2-1-75.	従業員規模別に見る現在と今後の製品／サービス活用用途 （サポート登録者への通知メール）：メール送信.....	61
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 （2014～2016年度予測）.....	64
図2-2-2.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2014年度）.....	65
図2-2-3.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2015年度）.....	65
図2-2-4.	メール送信市場：ベンダー別売上金額シェア（2016年度予測）.....	65
図2-3-1.	ITR DatumiX：メール送信.....	67
図3-1-1.	現在利用している製品／サービス：統合型マーケティング支援（複数回答）.....	70
図3-1-2.	業種別に見る現在利用している製品／サービス：統合型マーケティング支援 （複数回答）.....	71
図3-1-3.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（複数回答）.....	71
図3-1-4.	現在最も利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答）.....	72
図3-1-5.	業種別に見る現在最も利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答）.....	72

図3-1-6.	従業員規模別に見る現在最も利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	73
図3-1-7.	今後利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援（複数回答） .....	73
図3-1-8.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援 （複数回答） .....	74
図3-1-9.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス： 統合型マーケティング支援（複数回答） .....	74
図3-1-10.	今後最も利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援（単一回答） ...	75
図3-1-11.	業種別に見る今後最も利用したい製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	75
図3-1-12.	従業員規模別に見る今後最も利用したい製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	76
図3-1-13.	現在利用および今後利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援 （複数回答） .....	77
図3-1-14.	現在最も利用および今後最も利用したい製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	78
図3-1-15.	BtoB、BtoC別に見る現在最も利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	79
図3-1-16.	BtoB向け現在最も利用している製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	80
図3-1-17.	BtoC向け現在最も利用している製品／サービス：統合型マーケティング支援 （単一回答） .....	81
図3-1-18.	BtoB、BtoC別に見る今後最も利用したい製品／サービス： 統合型マーケティング支援（単一回答） .....	82
図3-1-19.	BtoB向け今後最も利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援 （単一回答） .....	83
図3-1-20.	BtoC向け今後最も利用したい製品／サービス：統合型マーケティング支援 （単一回答） .....	84
図3-1-21.	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 .....	85
図3-1-22.	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.....	86
図3-1-23.	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.....	87
図3-1-24.	導入時期：統合型マーケティング支援.....	88
図3-1-25.	業種別に見る導入時期：統合型マーケティング支援 .....	88
図3-1-26.	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 .....	89
図3-1-27.	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.....	90
図3-1-28.	業種別に見る製品／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.....	90
図3-1-29.	従業員規模別に見る製品／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.....	91
図3-1-30.	主要製品別に見る製品／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.....	91
図3-1-31.	製品／サービスのリプレー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.....	92

図3-1-32.	業種別に見る製品／サービスのリプレースを予定または検討する理由： 統合型マーケティング支援.....	93
図3-1-33.	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： 統合型マーケティング支援.....	94
図3-1-34.	主に予算を出している部署：統合型マーケティング支援.....	95
図3-1-35.	業種別に見る主に予算を出している部署：統合型マーケティング支援.....	95
図3-1-36.	従業員規模別に見る主に予算を出している部署：統合型マーケティング支援.....	96
図3-1-37.	製品／サービスの選定・導入の主導部門：統合型マーケティング支援.....	97
図3-1-38.	業種別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門： 統合型マーケティング支援.....	97
図3-1-39.	従業員規模別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門： 統合型マーケティング支援.....	98
図3-1-40.	2017年度の投資予算：統合型マーケティング支援.....	99
図3-1-41.	業種別に見る2017年度の投資予算：統合型マーケティング支援.....	99
図3-1-42.	従業員規模別に見る2017年度の投資予算：統合型マーケティング支援.....	100
図3-1-43.	現在利用している製品・サービスの満足度：統合型マーケティング支援.....	101
図3-1-44.	主要6製品／サービスの満足度指数：統合型マーケティング支援.....	102
図3-1-45.	セールスフォース・ドットコム（Salesforce Marketing Cloud、 Salesforce Pardot）：統合型マーケティング支援.....	102
図3-1-46.	オラクル（Oracle Marketing Automation、 Oracle Cross-Channel Orchestration、Siebel Marketing、Siebel Loyalty）： 統合型マーケティング支援.....	103
図3-1-47.	IBM（IBM Campaign、IBM Marketing Cloud）：統合型マーケティング支援.....	103
図3-1-48.	SAS Institute（SAS Customer Intelligence）：統合型マーケティング支援.....	104
図3-1-49.	シャノン（SHANON MARKETING PLATFORM）： 統合型マーケティング支援.....	104
図3-1-50.	マルケト（Marketo）：統合型マーケティング支援.....	105
図3-1-51.	利用している機能（全体）：統合型マーケティング支援.....	106
図3-1-52.	利用している機能（メール管理）：統合型マーケティング支援.....	107
図3-1-53.	業種別に見る利用している機能（メール管理）：統合型マーケティング支援.....	107
図3-1-54.	従業員規模別に見る利用している機能（メール管理）： 統合型マーケティング支援.....	108
図3-1-55.	利用している機能（キャンペーン管理）：統合型マーケティング支援.....	109
図3-1-56.	業種別に見る利用している機能（キャンペーン管理）： 統合型マーケティング支援.....	109
図3-1-57.	従業員規模別に見る利用している機能（キャンペーン管理）： 統合型マーケティング支援.....	110
図3-1-58.	利用している機能（ソーシャルメディア管理）：統合型マーケティング支援.....	111
図3-1-59.	業種別に見る利用している機能（ソーシャルメディア管理）： 統合型マーケティング支援.....	111
図3-1-60.	従業員規模別に見る利用している機能（ソーシャルメディア管理）： 統合型マーケティング支援.....	112
図3-1-61.	利用している機能（Webランディングページとフォーム最適化）： 統合型マーケティング支援.....	113



図3-1-62.	業種別に見る利用している機能 (Webランディングページとフォーム最適化)：統合型マーケティング支援	.... 113
図3-1-63.	従業員規模別に見る利用している機能 (Webランディングページとフォーム最適化)：統合型マーケティング支援	... 114
図3-1-64.	利用している機能 (SEO/PPC広告管理)：統合型マーケティング支援	..... 115
図3-1-65.	業種別に見る利用している機能 (SEO/PPC広告管理)： 統合型マーケティング支援	..... 115
図3-1-66.	従業員規模別に見る利用している機能 (SEO/PPC広告管理)： 統合型マーケティング支援	..... 116
図3-1-67.	利用している機能 (SFA/CRM連携)：統合型マーケティング支援	..... 117
図3-1-68.	業種別に見る利用している機能 (SFA/CRM連携)： 統合型マーケティング支援	..... 117
図3-1-69.	従業員規模別に見る利用している機能 (SFA/CRM連携)： 統合型マーケティング支援	..... 118
図3-1-70.	利用している機能 (リード管理/スコアリング)： 統合型マーケティング支援	..... 119
図3-1-71.	業種別に見る利用している機能 (リード管理/スコアリング)： 統合型マーケティング支援	..... 119
図3-1-72.	従業員規模別に見る利用している機能 (リード管理/スコアリング)： 統合型マーケティング支援	..... 120
図3-1-73.	利用している機能 (DMP)：統合型マーケティング支援	..... 121
図3-1-74.	業種別に見る利用している機能 (DMP)：統合型マーケティング支援	..... 121
図3-1-75.	従業員規模別に見る利用している機能 (DMP)：統合型マーケティング支援	... 122
図3-1-76.	利用している機能 (Webコンテンツ管理)：統合型マーケティング支援	..... 123
図3-1-77.	業種別に見る利用している機能 (Webコンテンツ管理)： 統合型マーケティング支援	..... 123
図3-1-78.	従業員規模別に見る利用している機能 (Webコンテンツ管理)： 統合型マーケティング支援	..... 124
図3-1-79.	利用している機能 (Web接客/チャットサポート)： 統合型マーケティング支援	..... 125
図3-1-80.	業種別に見る利用している機能 (Web接客/チャットサポート)： 統合型マーケティング支援	..... 125
図3-1-81.	従業員規模別に見る利用している機能 (Web接客/チャットサポート)： 統合型マーケティング支援	..... 126
図3-2-1.	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 (2014～2016年度予測)	..... 129
図3-2-2.	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 (2014年度)	..... 130
図3-2-3.	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 (2015年度)	..... 130
図3-2-4.	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 (2016年度予測)	..... 130
図3-3-1.	ITR DatumIX：統合型マーケティング支援	..... 132
図4-1-1.	現在利用している製品/サービス：アクセス解析 (複数回答)	..... 134
図4-1-2.	業種別に見る現在利用している製品/サービス：アクセス解析 (複数回答)	.... 135
図4-1-3.	従業員規模別に見る現在利用している製品/サービス：アクセス解析 (複数回答)	..... 135
図4-1-4.	現在最も利用している製品/サービス：アクセス解析 (単一回答)	..... 136

図4-1-5.	業種別に見る現在最も利用している製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	136
図4-1-6.	従業員規模別に見る現在最も利用している製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	137
図4-1-7.	今後利用したい製品／サービス：アクセス解析 (複数回答) .....	137
図4-1-8.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス：アクセス解析 (複数回答) .....	138
図4-1-9.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス：アクセス解析 (複数回答) .....	138
図4-1-10.	今後最も利用したい製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	139
図4-1-11.	業種別に見る今後最も利用したい製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	139
図4-1-12.	従業員規模別に見る今後最も利用したい製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	140
図4-1-13.	現在利用および今後利用したい製品／サービス：アクセス解析 (複数回答) ....	141
図4-1-14.	現在最も利用および今後最も利用したい製品／サービス：アクセス解析 (単一回答) .....	142
図4-1-15.	製品／サービス選定時の重視ポイント：アクセス解析.....	143
図4-1-16.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント：アクセス解析 .....	144
図4-1-17.	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：アクセス解析 .....	145
図4-1-18.	導入時期：アクセス解析.....	146
図4-1-19.	業種別に見る導入時期：アクセス解析.....	146
図4-1-20.	従業員規模別に見る導入時期：アクセス解析.....	147
図4-1-21.	製品／サービスのリプレイス予定時期：アクセス解析.....	148
図4-1-22.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：アクセス解析 .....	148
図4-1-23.	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：アクセス解析 .....	149
図4-1-24.	主要製品別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：アクセス解析.....	149
図4-1-25.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由：アクセス解析.....	150
図4-1-26.	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： アクセス解析.....	151
図4-1-27.	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： アクセス解析.....	152
図4-1-28.	主に予算を出している部署：アクセス解析 .....	153
図4-1-29.	業種別に見る主に予算を出している部署：アクセス解析.....	153
図4-1-30.	従業員規模別に見る主に予算を出している部署：アクセス解析.....	154
図4-1-31.	製品／サービスの選定・導入の主導部門：アクセス解析.....	155
図4-1-32.	業種別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門：アクセス解析.....	155
図4-1-33.	従業員規模別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門：アクセス解析 ....	156
図4-1-34.	2017年度の投資予算：アクセス解析.....	157
図4-1-35.	業種別に見る2017年度の投資予算：アクセス解析 .....	157
図4-1-36.	従業員規模別に見る2017年度の投資予算：アクセス解析 .....	158
図4-2-1.	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 (2014～2016年度予測) .....	160
図4-2-2.	アクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア (2014年度) .....	161
図4-2-3.	アクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア (2015年度) .....	161
図4-2-4.	アクセス解析市場：ベンダー別売上金額シェア (2016年度予測) .....	161

図4-3-1.	ITR DatumiX : アクセス解析.....	163
図5-1-1.	現在利用している製品／サービス：プライベートDMP（複数回答）.....	166
図5-1-2.	業種別に見る現在利用している製品／サービス：プライベートDMP （複数回答）.....	167
図5-1-3.	従業員規模別に見る現在利用している製品／サービス：プライベートDMP （複数回答）.....	167
図5-1-4.	現在最も利用している製品／サービス：プライベートDMP（単一回答）.....	167
図5-1-5.	業種別に見る現在最も利用している製品／サービス：プライベートDMP （単一回答）.....	168
図5-1-6.	従業員規模別に見る現在最も利用している製品／サービス： プライベートDMP（単一回答）.....	168
図5-1-7.	今後利用したい製品／サービス：プライベートDMP（複数回答）.....	168
図5-1-8.	業種別に見る今後利用したい製品／サービス：プライベートDMP （複数回答）.....	169
図5-1-9.	従業員規模別に見る今後利用したい製品／サービス：プライベートDMP （複数回答）.....	169
図5-1-10.	今後最も利用したい製品／サービス：プライベートDMP（単一回答）.....	169
図5-1-11.	業種別に見る今後最も利用したい製品／サービス：プライベートDMP （単一回答）.....	170
図5-1-12.	従業員規模別に見る今後最も利用したい製品／サービス：プライベートDMP （単一回答）.....	170
図5-1-13.	現在利用および今後利用したい製品／サービス：プライベートDMP （複数回答）.....	171
図5-1-14.	現在最も利用および今後最も利用したい製品／サービス：プライベートDMP （単一回答）.....	172
図5-1-15.	製品／サービス選定時の重視ポイント：プライベートDMP.....	173
図5-1-16.	業種別に見る製品／サービス選定時の重視ポイント：プライベートDMP.....	174
図5-1-17.	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： プライベートDMP.....	175
図5-1-18.	導入時期：プライベートDMP.....	176
図5-1-19.	業種別に見る導入時期：プライベートDMP.....	176
図5-1-20.	従業員規模別に見る導入時期：プライベートDMP.....	177
図5-1-21.	製品／サービスのリプレイス予定時期：プライベートDMP.....	178
図5-1-22.	業種別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：プライベートDMP.....	178
図5-1-23.	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： プライベートDMP.....	179
図5-1-24.	主要製品別に見る製品／サービスのリプレイス予定時期：プライベートDMP ...	179
図5-1-25.	製品／サービスのリプレイスを予定または検討する理由：プライベートDMP ...	180
図5-1-26.	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： プライベートDMP.....	181
図5-1-27.	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： プライベートDMP.....	182
図5-1-28.	主に予算を出している部署：プライベートDMP.....	183
図5-1-29.	業種別に見る主に予算を出している部署：プライベートDMP.....	183
図5-1-30.	従業員規模別に見る主に予算を出している部署：プライベートDMP.....	184

## 目次

図5-1-31.	製品／サービスの選定・導入の主導部門：プライベートDMP.....	185
図5-1-32.	業種別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門：プライベートDMP .....	185
図5-1-33.	従業員規模別に見る製品／サービスの選定・導入の主導部門： プライベートDMP.....	186
図5-1-34.	2017年度の投資予算：プライベートDMP .....	187
図5-1-35.	業種別に見る2017年度の投資予算：プライベートDMP.....	187
図5-1-36.	従業員規模別に見る2017年度の投資予算：プライベートDMP.....	188