

CRM 市場動向に関する調査結果 2010

～不況に関わらず 2009 年は前年比 4.1%増、顧客確保を目的としたニーズが後押し～

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて CRM 市場に関する調査を実施した。

1. 調査期間:2009年12月～2010年2月
2. 調査対象:国内 CRM パッケージベンダー(7社)
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談

<CRM(Customer Relationship Management)パッケージとは>

企業が顧客管理や顧客サービス向上を行うためのシステムをさす。

【調査結果サマリー】

◆ 不況に関わらず成長を維持、2009年のCRM市場は前年比4.1%増の173億円

2009年のCRMパッケージライセンス市場は、前年比4.1%増の173億円であった。不況によって成長スピードの減速を余儀なくされたとはいえ、業務アプリケーションへの投資が削減される中で堅調な伸びを示した。市場成長の理由には、①オンデマンド型(SaaS型)ベンダーの成長がCRM市場全体を牽引している、②顧客との関係維持や営業効率向上といった導入効果への期待からCRMパッケージが選択されている、という2点が挙げられる。

2010年以降も前年比5%増程度の成長を維持し、2012年には207億円に達すると予測する。

◆ オンデマンド型(SaaS型)CRMが高成長、セールスフォース・ドットコムがシェア1位獲得

オンプレミス、オンデマンドに分けると、2009年はオンデマンド型(SaaS型)が前年比9.3%増、オンプレミス型(自社運用型)が0.2%増で、オンデマンド型の伸びが大きい。オンデマンド型CRMを提供するセールスフォース・ドットコムが、2009年に初めてCRM市場全体でシェアトップとなった。2010年以降もシェア1位を維持するとみられる。昨今のクラウドコンピューティングへの注目度の高さを裏付ける結果といえる。オンデマンド型がCRM市場に占める比率は順調に増えており、2009年で45.0%だが、2011年にオンプレミス型を上回ると予測する。CRM市場では、既にSaaSやASPの利用が定着している。オンプレミス型CRMは、カスタマイズが柔軟である、他システムとの連携が容易である、大規模かつ長期間利用する際にはオンデマンドよりコストパフォーマンスが良い場合がある、などの理由から選択されている。オンデマンド、オンプレミスはそれぞれの特性によって使い分けが進んでいる。

◆ 資料体裁

資料名:「ERP/CRM市場の実態と展望 2009-2010」
 発刊日:2010年2月26日
 体裁:A4判 405頁
 定価:157,500円(本体価格150,000円 消費税等7,500円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報宣伝グループ TEL:03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 2009年のCRM市場概況と予測

～2009年のCRMパッケージライセンス市場は前年比4.1%増、不況に関わらず伸びる

2009年のCRMパッケージライセンス市場は、前年比4.1%増の173億円であった。不況の影響による伸び率の減少は避けられなかったが、成長路線を維持した。ERPなど他の業務アプリケーション市場がマイナスに転じる中、数少ない成長分野となっている。

成長の理由は大きく分けて2つある。1点目は、オンデマンド型(SaaS型)CRMベンダーの台頭である。SaaSで、初期コストを掛けず、小規模でもトライアルとしてでもスタートできるため、CRM利用の裾野は広がっている。クラウドコンピューティングやSaaSへの関心の高まりと認知度向上も追い風となり、顧客数を拡大し続けている。

2点目は、厳しい経営環境だからこそ、売上拡大につながるアプリケーションとして選択されているためである。ユーザ企業は、限られたIT予算を、実効性のある分野に配分したいと考えている。CRM導入の目的は、顧客情報管理のみならず、顧客との関係維持や営業効率向上などとなっており、企業経営に寄与する効果が期待されている。

2010年は、IT投資全体ではマイナス基調が続くものの、CRMパッケージライセンス市場は上述したような要因に支えられて成長を続け、184億円、前年比5.9%増となる見通しである。中期的にみても堅調に伸び、2012年には207億円に達すると予測する。

CRMに対しては、既存顧客との関係強化や顧客確保、新規顧客獲得に向けた役割への期待が更に強まり、製品機能とベンダーのコンサルティング力・提案力の両面が必要とされる。

2. オンデマンド型(SaaS型)とオンプレミス型(自社運用型)の動向

～オンデマンド型が高成長、セールスフォース・ドットコムがシェア1位獲得

2009年はオンデマンド型(SaaS型)が前年比9.3%増、オンプレミス型(自主運用型)が0.2%増で、オンデマンド型の伸びが大きい。オンデマンド型CRMを提供するセールスフォース・ドットコムが、2009年に始めてCRM市場全体でシェアトップとなった。2010年以降もシェア1位を維持する見通しである。

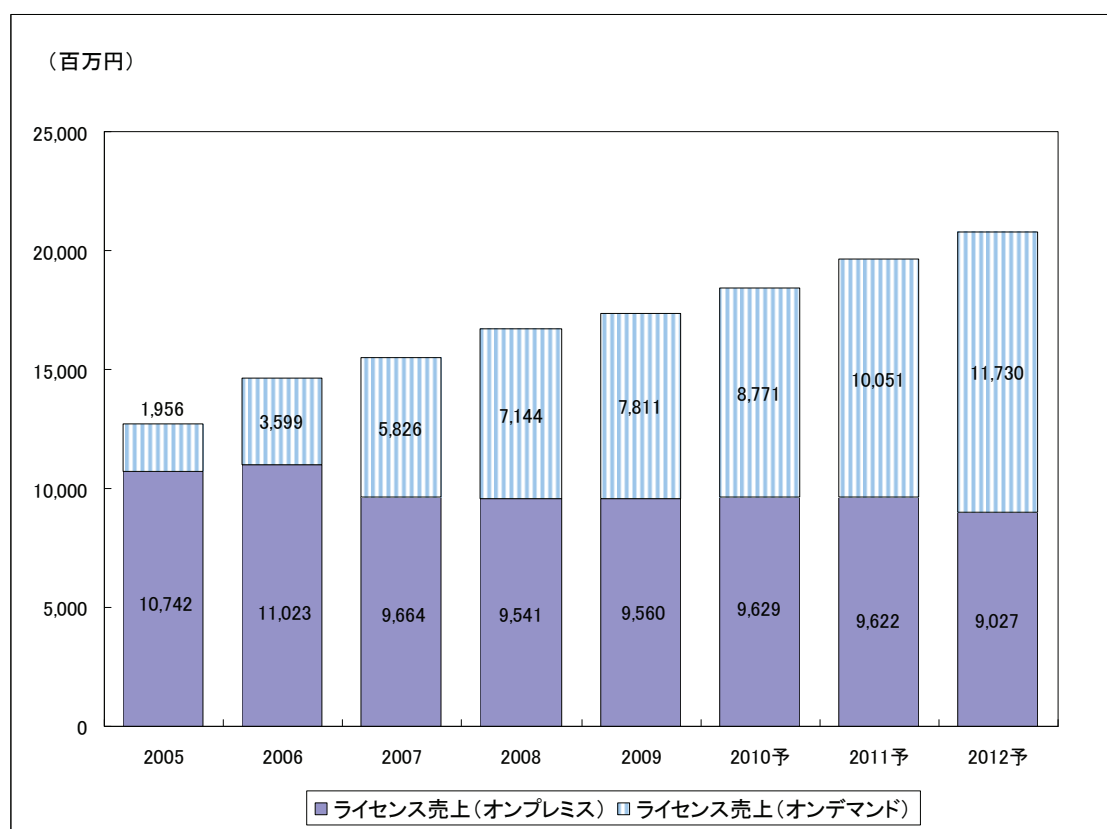
数年前までCRMはオンプレミス型が主流だったが、近年、オンデマンド型主導へと変化している。CRM市場に占めるオンデマンド型CRMの構成比率をみると、2009年はオンデマンド型が45.0%であったが、2010年には47.7%、2011年には51.1%となり、オンプレミス型を超えると予測する。昨今クラウドコンピューティングが成長分野とされ注目を集めているが、CRM市場では、既にSaaSの利用が定着したといえる段階に入った。初期投資が不要ですぐ利用を開始できるというSaaSのメリットを活かし、部門単位や小規模で利用を開始する企業も増えており、新たな市場が生まれている。

オンプレミス型は緩やかに減少するが、オンデマンド型にすべて代替されるわけではない。2007年、2008年の2年間はオンプレミス型CRMの売上減少が続いたが、2009年は前年並みの水準に留まっている。オンデマンドとオンプレミスがそれぞれの特性を活かして併用されている。オンデマンド型のメリットとデメリットを吟味した上でオンプレミスを選択するという企業も多いほか、オンデマンド型からオンプレミス型に乗り換える企業も出てきている。オンプレミスのメリットは、画面や機能などのカスタマイズの柔軟性、既存システムや周辺システムとの連携の容易さ、大規模かつ長期間利用する際にはオンデマンド型よりコストが低い場合がある、といった点であり、その存在意義は失われていないと考える。

図表 1. CRM パッケージライセンス市場規模推移

単位:百万円

	2005	2006	2007	2008	2009	2010予	2011予	2012予
ライセンス売上(オンプレミス)	10,742	11,023	9,664	9,541	9,560	9,629	9,622	9,027
対前年比		102.6%	87.7%	98.7%	100.2%	100.7%	99.9%	93.8%
ライセンス売上(オンデマンド)	1,956	3,599	5,826	7,144	7,811	8,771	10,051	11,730
対前年比		184.0%	161.9%	122.6%	109.3%	112.3%	114.6%	116.7%
合計	12,698	14,622	15,491	16,685	17,371	18,400	19,673	20,757
対前年比		115.2%	105.9%	107.7%	104.1%	105.9%	106.9%	105.5%
CAGR		15.2%	10.5%	9.5%	8.1%	7.7%	7.6%	7.3%



矢野経済研究所推計

注 1:エンドユーザ渡し価格ベース
 注 2:予は予測値