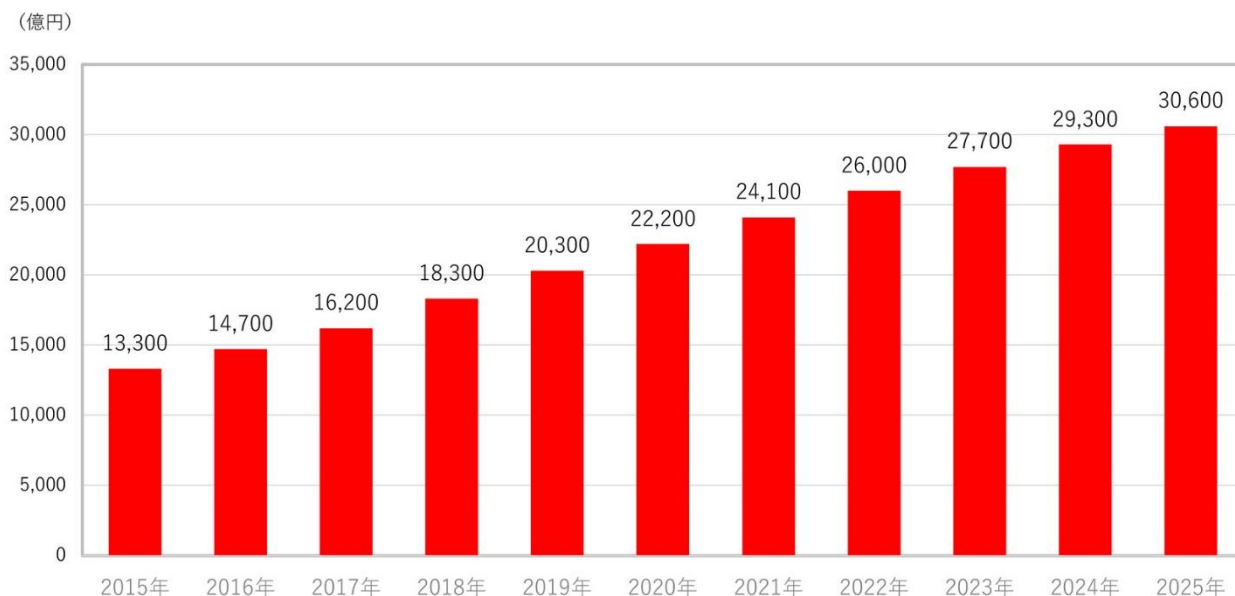


プレスリリース
報道関係者各位

2020年9月8日(火)
株式会社売れるネット広告社

デジタルD2C市場規模、2025年には3兆円に達すると予測



『売れるネット広告社』調べ

『売れるネット広告社』が

「デジタル D2C」の市場動向調査を実施

2025年には3兆円に達すると予測。

『売れるネット広告社』は「デジタル D2C」の市場動向調査を行いました。

本調査では、「デジタル D2C」を、ネットメディアを通じて自社ブランドの商品を消費者に直接に販売する事業と定義したうえで 2019 年の市場規模を推計し、2025 年までの年間の国内市場規模予測を算出しております。本調査内容及びグラフはご自由にご利用いただけます。

■D2C について

D2C とは、「Direct to Consumer」の略で、“消費者に対して商品を直接的に販売する仕組み”のことを指します。すなわち、自社で企画・製造した商品を、EC サイトなどの自社チャネルで販売するモデルのことです。

仲介業者を挟まずに、企画・製造・販売を自社だけで行うため、会社のビジョンやブランド思想などを何の介入もなく直接消費者に伝えることができます。さらに上流から下流までを扱うことで、より細かな顧客データの収集および蓄積を行うことができ、新商品開発にも活かしやすい環境を設けることが可能です。

近年スマートフォンの普及と SNS の浸透が、消費者の意思決定や消費行動全般に大きな影響を与えています。これに伴い、企画・製造・販売を一貫して自社で行い、会社のビジョンやブランド思想などを直接消費者に伝える D2C が存在感を増しています。

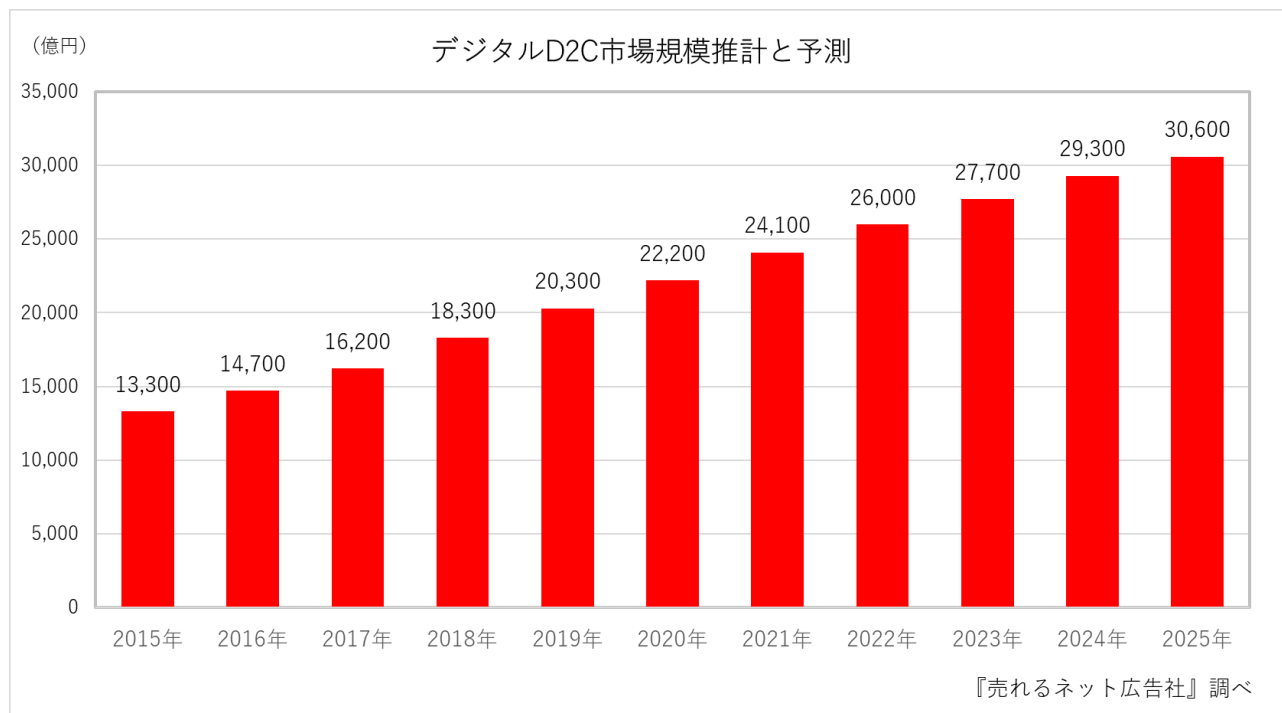
■成長する「デジタル D2C」市場

インターネット、スマートフォンの普及により、消費者はテレビに代表されるマスから軸足を移し、メディアや SNS に代表されるデジタル領域で多くの時間を過ごすようになりました。デジタル化が進むことにより消費者の消費行動に変化が起き、EC で商品を購入することに抵抗がなくなってきました。その結果、店舗に足を運んでも商品を買わず、後日 EC で買うといった購買行動も増えてきているのです。

そんななか、SNS 等を利用することで企業と消費者が店舗を介さずとも直接接点を持つことができるビジネスモデルとして注目されているのが「デジタル D2C」事業です。仲介業者を挟まず、SNS 等を通じて消費者と直接コミュニケーションを図ることで、独自の世界観や今までになかった価値観の提案を明確にできるため、新興企業のみならず大手企業も続々と参入しています。

これらを背景に、2019 年の「デジタル D2C」市場は、引き続き高い水準で成長を遂げています。

■「デジタル D2C」市場推計・予測(2015 年-2025 年)



※売れるネット広告社の過去 5 年の独自データおよび関連業界への調査に基づき推計。2020 年度以降は当社予測。
※EC モールなどの中間取引事業者、およびそれらを通じて商品を販売する事業の取引高は含まない。

本調査内容及びグラフはご自由にご利用いただけます。ただし、転載・ご利用いただく場合は、出典元に『売れるネット広告社』を記載のうえご利用ください。

[高画質ダウンロードはこちら](#)

【概要】

2020年の「デジタル D2C」市場は、昨年対比 109%の 2 兆 2,200 億円に達する見通し。

2021年には 2 兆 4,100 億円、2025年には 3 兆円に達する見込み。

2019年はインターネット広告費が初の 2 兆円を超えてテレビ広告費を逆転し、デジタル化の新たな局面を迎えました。これは、人々のいる場所がマスからデジタルへと移り変わっていることを意味します。

さらに、スマートフォンの普及に伴い、情報の接点がインターネットメディアや SNS にシフトしたことで、消費者の情報リテラシーが向上してきています。マスで大きく宣伝されているからといって必ずしも購買につながるとは限らず、むしろデジタル接点でのブランドのストーリーに共感して購入する消費者が増えてきているのが現状です。ネットメディアに触れる時間が生活の一部となりつつある今、ブランドのビジョンや思想をうまく伝えることができれば企業規模によらず十分に成長が見込める市場となっています。

これらを背景に、2020年の「デジタル D2C」市場は、昨年対比 109%の 2 兆 2,200 億円に達する見通しです。

■「デジタル D2C」市場の未来に向けて

D2C は仲介業者を挟まずに消費者に直接商品をお届けするビジネスモデルです。SNS 等による双方向のコミュニケーションを通じて商品・サービスのブラッシュアップが常になされること、それにより信頼関係が築き上げられブランドへのロイヤリティを育成し生涯顧客価値・ライフタイムバリューを形成していけることから、その需要はさらに拡大していきます。

これらを背景に、「デジタル D2C」の市場規模は中長期的に高い成長を継続し、2025年には 3 兆円に達すると予測されます。さらに、コロナ禍における購買行動の変化は D2C 市場の成長をさらに加速させることが予想されます。

一方で成長途上の市場だけに事業者側のノウハウも不足しています。当社は今後も、「デジタル D2C」市場の発展と事業者の成長に寄与すべく、“最強の売れるノウハウ®”を用いてサービスの向上に努めてまいります。

■調査概要

調査主体：株式会社売れるネット広告社

調査方法：売れるネット広告社の過去 5 年の独自データおよび関連業界へのヒアリング、各種統計資料

調査対象：デジタル D2C（ネットメディアを通じて自社ブランドの商品を消費者に直接販売する事業）

※本調査内容及びグラフはご自由にご利用いただけます。ただし、転載・ご利用いただく場合は、出典元に『売れるネット広告社』を記載のうえご利用ください。

■本リリースに関するお問い合わせ



『売れるネット広告社』秘書室 広報・人事 國徳由佳

E-MAIL : kunitoku@ureru.co.jp

TEL : 092-834-5520

※「最強の売れるノウハウ」は特許庁商標登録済み商標です。登録商標第 5927186 号