

## 2014年中堅・中小企業における「販売・仕入・在庫管理システム」の利用実態とユーザ評価

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ (本社〒120-0034 東京都足立区千住1-4-1東京芸術センター1705; 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5244-6691  
URL: <http://www.norkresearch.co.jp>) は2014年の国内中堅・中小市場における「販売・仕入・在庫管理システム」の利用実態とユーザ評価に関する調査を実施し、その分析結果を発表した。本リリースは「2014年版中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート」の「販売・仕入・在庫管理システム」カテゴリに関するサンプルおよびダイジェストである。

### <今後の新規導入が見込める有望セグメントが存在、機能面の拡充がシェア獲得のカギ>

- 導入社数のシェア上位は「SMILEシリーズ」「商奉行/蔵奉行」「弥生販売」が僅差で並ぶ
- 有望な年商/業種セグメントを知るためには「導入率」だけでなく、「導入年」の観点も重要
- シェア獲得と満足度向上のためには「価格面」より「機能面」の充実に注力することが有効

対象企業: 日本全国/全業種の500億円未満の中堅・中小企業

対象職責: 以下のいずれかの権限を持つ社員

「情報システムの導入や運用/管理の作業を担当している」

「情報システムに関する製品/サービスの選定または決裁の権限を有している」

調査実施時期: 2014年7月~8月

有効回答件数: 1300社(有効回答件数)

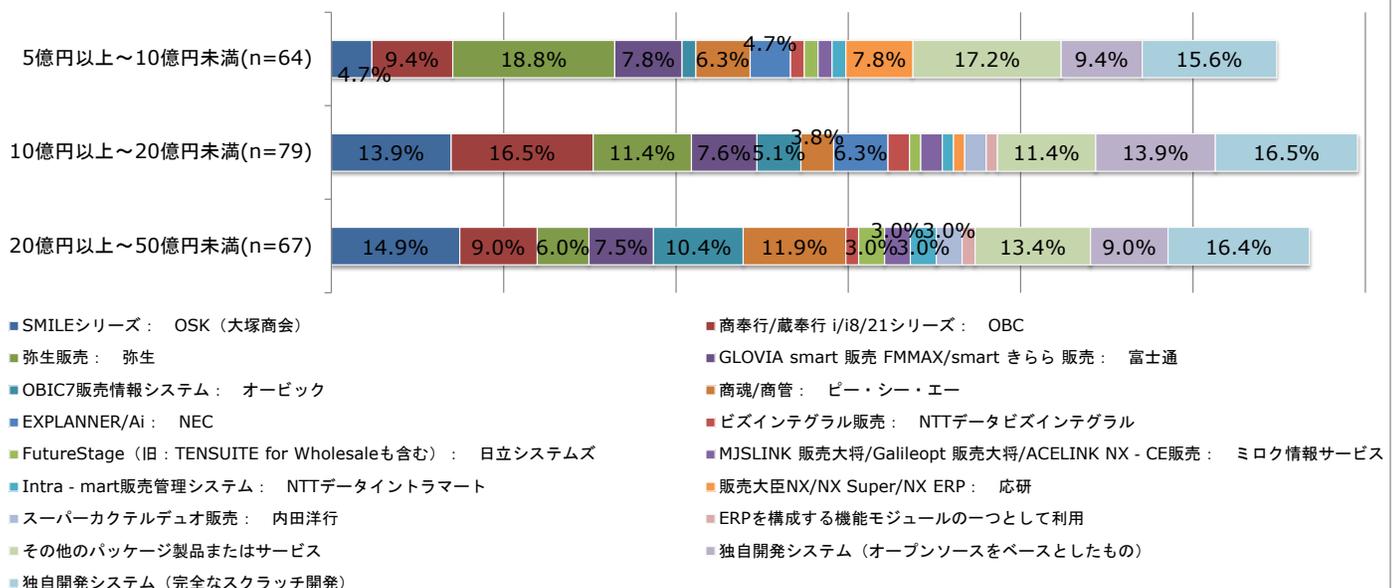
※調査対象の詳しい情報については右記URLを参照 [http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_rep.pdf)

### 導入社数のシェア上位は「SMILEシリーズ」「商奉行/蔵奉行」「弥生販売」が僅差で並ぶ

ダイジェストやサンプルを兼ねた本リリースでは、これまで全ての年商帯を対象としたシェア概要のみを掲載してきた。だが、市場を正しく理解するためには全体のシェアのみでは不十分であり、逆に誤解を招くことも少なくない。本リリースの元となる調査レポートでは従来から年商別/業種別/導入年別/導入経緯別など様々な角度からの詳細データを掲載しているが、本年からは年商別データの一部をリリースにも掲載することになっている。

以下のグラフは年商5億円以上~50億円未満の中小企業層に対して導入済みの販売・仕入・在庫管理システム製品/サービス(複数回答可)を尋ねた結果である。全体シェアでは「SMILEシリーズ」「商奉行/蔵奉行」「弥生販売」がシェア上位に位置しているが、中小企業層のみを切り取ってみても導入社数シェアを多く獲得している年商帯はそれぞれ少しずつ異なることがわかる。(選択肢として挙げた全ての製品/サービスは本リリース末尾を参照)

P4-1AS.導入済みの製品/サービス (いくつでも)



2014年版 中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート(ノークリサーチ)

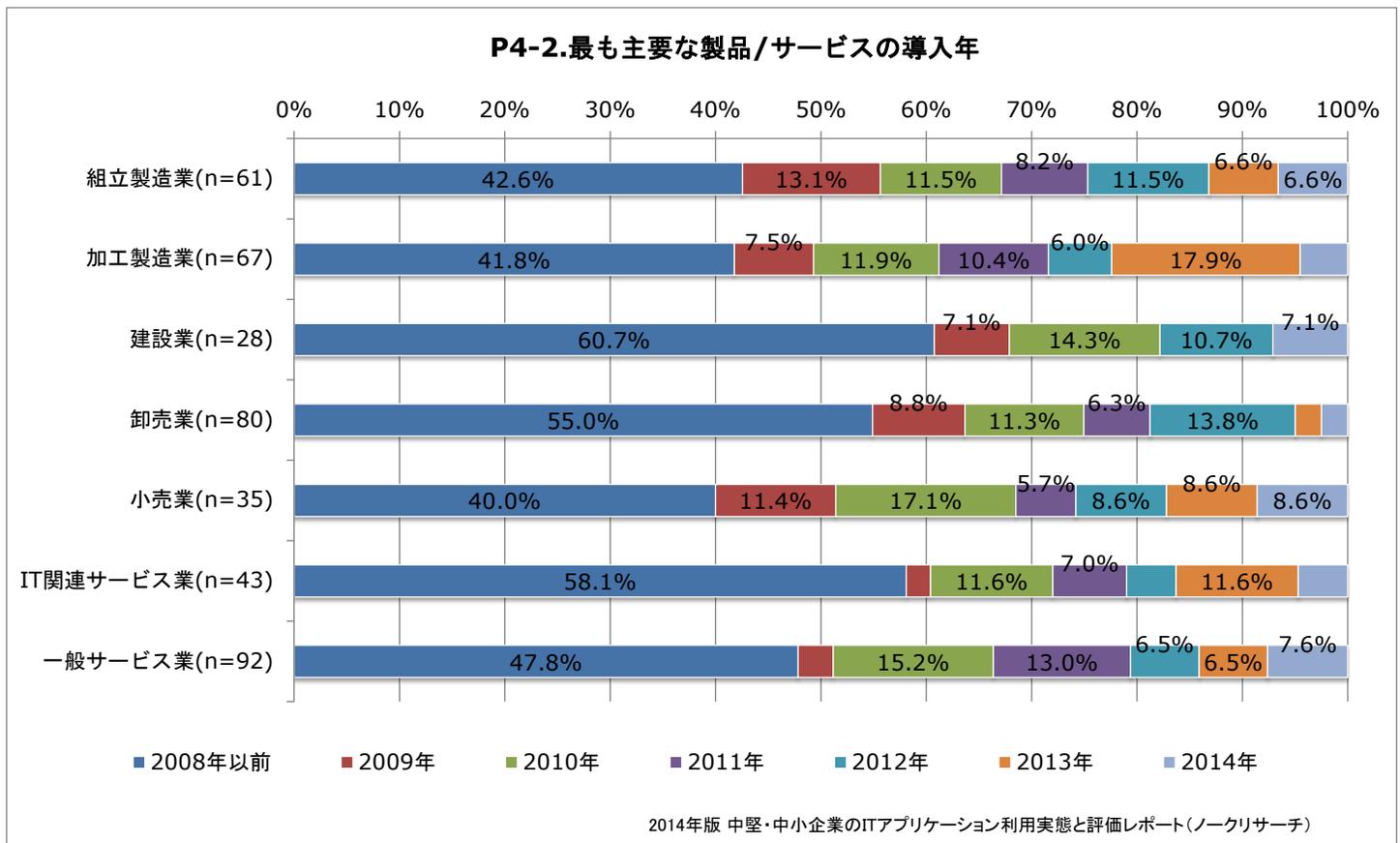
## 有望な年商/業種セグメントを知るためには「導入率」だけでなく、「導入年」の観点も重要

販売・仕入・在庫管理システムはCRMなどと比べると導入率は高いが、会計管理システムほどは高くない。会計管理システムの次のステップとして導入を検討するケースも多く、今後も新たな導入が少なからず見込めるアプリケーション分野でもある。

その場合に重要となるのが「年商別や業種別に見た有望な企業セグメント」である。本リリースの元となる調査レポートでは年商別および業種別の「導入率」や「導入年」といった観点から、今後有望と考えられる企業セグメントについて集計/分析を行っている。

以下のグラフは販売・仕入・在庫管理システムを導入済みのユーザ企業に対して、導入年を尋ねた結果を業種別に集計した結果である。ここでの「導入年」とは製品/サービスの利用を開始した年を指す。同一の製品/サービスを更新/バージョンアップしながら継続利用している場合には最初のバージョンを導入した年となる。

2012年以降に導入された割合が高い(最近の導入が多い)という観点では、組立製造業、加工製造業、小売業といった業種が比較的有望なセグメントといえる。ただし、これは「導入年」という1つの観点に基づく結果に過ぎない。実際には「導入率」(そもそも、当該の業種にどれだけのニーズがあるのか?)という観点も加味して有望なセグメントを特定していく必要がある。



さらに、「導入経緯」といった観点も重要である。前項に掲載した「導入済み製品/サービスの社数ベースのシェア」は選択肢に挙げられた製品/サービスを現時点で導入しているユーザ企業数に基づくものだ。だが、導入目的が「売上の向上」なのか「コストの削減」なのか、あるいは「自社による判断」なのか、「親会社や関連会社からの要請によるもの」のかなどによってシェアの値は同じであってもその持つ意味は変わってくる。

このように「有望な企業セグメント」や「有望な製品/サービス」を把握するためには単なるシェアや導入率だけでなく、それらを年商別/業種別/導入年別/導入経緯別などといった様々な観点から多角的に見ていく必要がある。本リリースの元となる調査データでは上記の観点からの集計データが網羅されている。

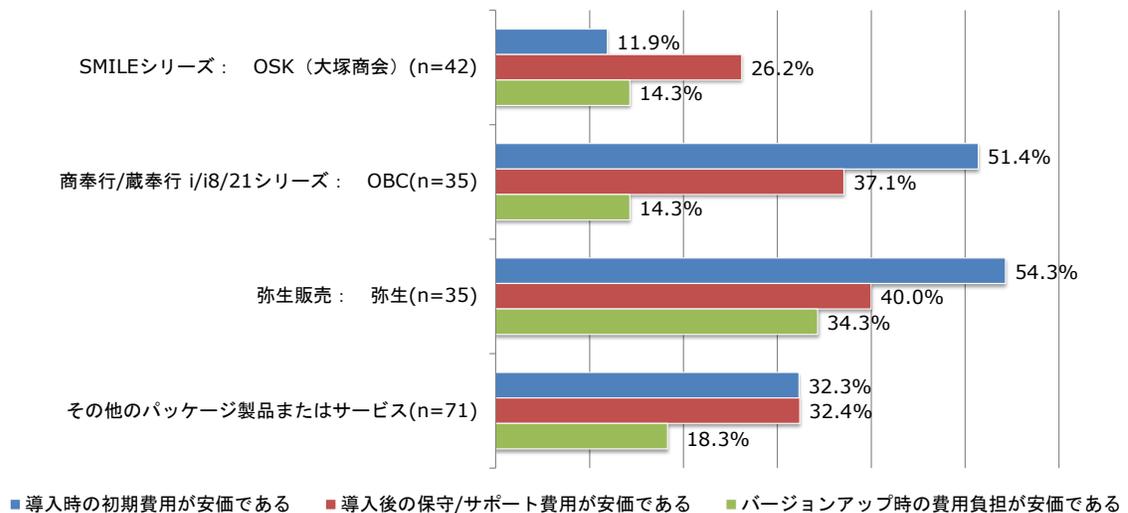
## シェア獲得と満足度向上のためには「価格面」より「機能面」の充実に注力することが有効

本リリースの元となる調査レポートでは13種類の業務アプリケーションのそれぞれについて、「ユーザ企業が満足している機能は何であり、今後求めている機能は何であるか？」や「ユーザ企業が抱えている課題は何であり、その解決策としてどのような機能が求められるか？」を詳しく尋ねている。その際の設定内容は当然ながら13種類の業務アプリケーションですべて異なる。

以下のグラフは販売・仕入・在庫管理システムを導入済みのユーザ企業に対し、「製品/サービスに関して評価/満足している機能や特徴」を尋ねた結果のうち、シェア上位の「SMILEシリーズ」「商奉行/蔵奉行」「弥生販売」と「その他の製品/サービス」について集計したものだ。評価項目は20以上に及ぶが、ここではそのうちの幾つかに限定してプロットしている。

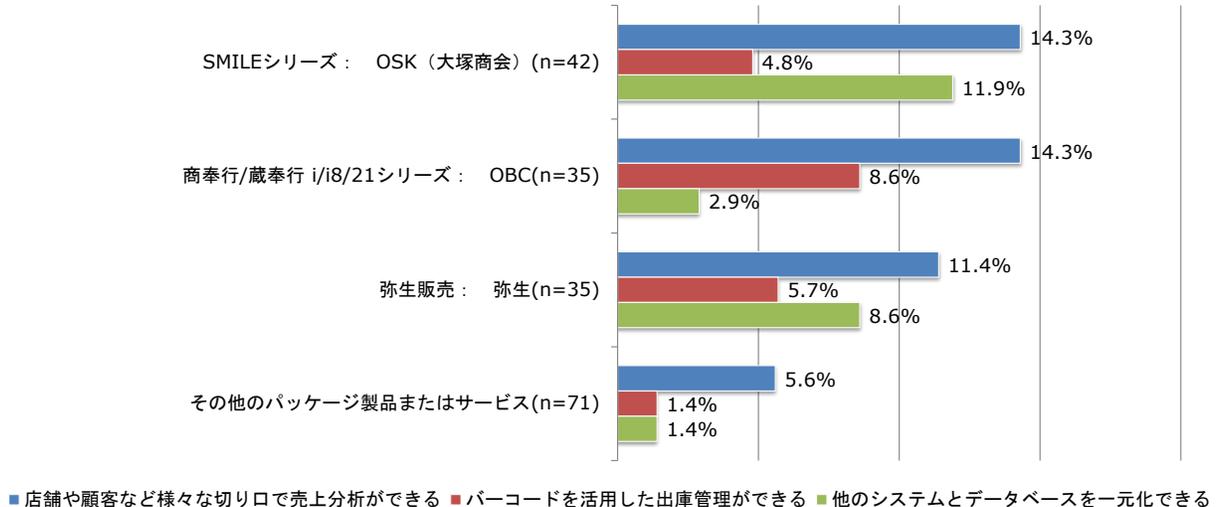
「費用面」の項目についてはシェア上位3製品が「その他の製品/サービス」を必ずしも上回っているわけではないことがわかる。一方、「機能面」の項目については個々の項目の回答割合自体は低いものの、いずれもシェア上位3製品が「その他の製品/サービス」を上回っている。つまり、販売・仕入・在庫管理におけるシェア獲得のためには単に安価な製品/サービスを提供することよりも、ユーザ企業が求める多種多様な機能ニーズを満たすことが重要と考えられる。本リリースの元となる調査レポートでは、今後求められる機能や特徴として他にも20以上に渡る選択肢を網羅しており、どの年商規模でどのような機能や特徴が求められるのか？を詳しく集計/分析している。

**P4-7S.最も主要な製品/サービスに関して評価/満足している機能や特徴（費用面）（いくつでも）**



2014年版 中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート(ノークリサーチ)

**P4-7S.最も主要な製品/サービスに関して評価/満足している機能や特徴（機能面）（いくつでも）**



2014年版 中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート(ノークリサーチ)

## 調査実施時に選択肢として挙げた製品/サービス一覧

本調査においては、販売・仕入・在庫管理を「見積、売上、請求、調達、仕入、棚卸といった販売や購買に伴う管理機能を担うアプリケーション」と定義している。この定義に基づき、アンケートの回答者は13種類のアプリケーションカテゴリから導入済みのものを選び、選ばれたカテゴリの中からさらに導入済みの製品/サービス名を選択する。

販売・仕入・在庫管理の製品/サービスにはERPを構成するラインアップの1つとして提供されているものと、単体のシステムとして提供されているものがある。個々の製品/サービスがどちらに該当するか？の認識は開発元/販売元とユーザ企業では必ずしも一致しない。そのため、仮に製品/サービスは同じであっても、それを「ERPの一部」と見なしているのか、「個別の基幹系システム」と見なしているのかによって本調査における回答状況は変わってくる。

本調査においてはこういった違いそのものが「中堅・中小企業における基幹系システム活用の実態」を反映する重要な傾向と捉え、回答企業の認識をそのまま結果に反映している。そのため、開発元が「自社の製品は販売・仕入・在庫管理である」と考えていても、ユーザ企業の認識が「ERP」であればERPカテゴリでのシェアは高く、販売・仕入・在庫管理でのシェアが低いという結果になる可能性もある。

本リリースの元となる調査レポートの中において、販売・仕入・在庫管理の製品/サービスとしてのシェアや評価は販売管理・仕入・在庫管理に関する「分析サマリ」の中で全て網羅されているが、「自社の製品/サービスは単体の販売・仕入・在庫管理というだけでなく、ERPとしての性格も持ち合わせている」といった場合はERPに関する「分析サマリ」も併せて参照することによって、より広い情報を得ることができる。

また、以下の選択肢は過去の調査結果に基づいて、自由回答の中から多く挙げられたものは選択肢として新たに取り上げ、逆に一定期間以上シェア数値がないものは割愛するといった形で年毎に調整を行っている。

ビズインテグラル販売	NTTデータビズインテグラル
OBIC7販売情報システム	オービック
GLOVIA smart 販売 FMAX/smart きらら 販売	富士通
EXPLANNER/Ai	NEC
FutureStage (TENSUITE for Wholesale)	日立システムズ
SMILEシリーズ	OSK(大塚商会)
商奉行/蔵奉行 i/i8/21シリーズ	OBC
販売大臣NX/NX Super/NX ERP	応研
MJSLINK 販売大将/Galileopt 販売大将/ACELINK NX-CE販売	ミロク情報サービス
スーパーカクテルデュオ販売	内田洋行
商魂/商管	ピー・シー・エー
弥生販売	弥生
Intra-mart販売管理システム	NTTデータイントラマート
GUI-PACK/販売管理(iSeries Siteを含む)	日本IBM
NC販売くん, GrowOne Cube販売	ニッセイコム
ProPlus販売管理システム	プロシップ
ExePro販売管理	東芝ソリューション
楽商	日本システムテクノロジー
ERPを構成する機能モジュールの一つとして利用	
その他のパッケージ製品またはサービス	
独自開発システム(オープンソースをベースとしたもの)	
独自開発システム(完全なスクラッチ開発)	

本リリースの元となっている「2014年版中堅・中小企業のITアプリケーション利用実態と評価レポート」の詳細は下記URLを参照  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_rep.pdf)

本データの無断引用・転載を禁じます。引用・転載をご希望の場合は下記をご参照の上、担当窓口にお問い合わせください。  
 引用・転載のポリシー：<http://www.norkresearch.co.jp/policy/index.html>

当調査データに関するお問い合わせ

**NORKRESEARCH**

株式会社 ノークリサーチ 担当：岩上 由高  
 東京都足立区千住1-4-1東京芸術センター1705  
 TEL 03-5244-6691 FAX 03-5244-6692  
[inform@norkresearch.co.jp](mailto:inform@norkresearch.co.jp)  
[www.norkresearch.co.jp](http://www.norkresearch.co.jp)