

2018年 中堅・中小企業におけるIT活用の注目ポイント その5 : 販社/SIer編

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2018年の中堅・中小企業におけるIT活用の注目ポイントのうち、ユーザ企業に対するIT活用提案を担う販社/SIerに関連するトピックをまとめた調査結果と今後の見解を発表した。

<2018年は「更新需要が主体」から「新しいIT活用提案の推進」へ移行する土台を築く時期>

- 新しいIT活用提案を成功させるにはユーザ企業を6つの観点から理解しておく必要がある
- 「ユーザ企業が抱く自社の印象/イメージが想定と異なる」という状態は早めに解消すべき
- 「導入効果は高いが、導入社数シェアが伸びない」という状況は「費用」が深く関係している
- 「ユーザ企業の御用聞き」から、「導入効果を基準とした施策の選択」へと移行すべき時期

新しいIT活用提案を成功させるにはユーザ企業を6つの観点から理解しておく必要がある

中堅・中小企業がIT活用を進める上では、それを支援する販社/SIerの存在が欠かせない。だが、PCやインターネット、基本的な業務アプリケーションといったビジネス活動に最低限必要なIT商材は既に行き渡っており、「現状維持で構わない」と考えるユーザ企業も少なくない。その一方で、「デジタルトランスフォーメーション」によるビジネス変革が叫ばれている状況でもある。つまり、中堅・中小企業のIT活用が新たな一歩へと進展していくか？それとも更新需要に留まるか？は販社/SIer側の今後の提案によって決まってくる。

こうした提案を成功させるためには、最新のITソリューションに関する啓蒙を進めるだけでなく、「ユーザ企業の視点で見た時に販社/SIerはどのように映っているのか？」を理解しておくことが大切だ。ユーザ企業から見た時に、販社/SIerに求めていること、逆に避けて欲しいと考えていることは何か？を知っているかどうかによって、新たなIT活用提案の成否も大きく変わってくる。ユーザ企業と販社/SIerの間には様々な接点があるが、IT活用提案の成否を左右する契機としては、下図が示すように5つのポイントがある。次頁以降では各ポイントにおける具体的な留意事項について述べている。

ユーザ企業を理解するために販社/SIerが留意すべき6つのポイント

出典: ノークリサーチ (2018年)

ポイント1: 印象やイメージ

まだ顧客になっていない多くのユーザ企業から、「新しいITソリューションに消極的だ」などの誤解を受けてしまっていないか？など

ポイント2: 導入効果の評価

ユーザ企業が期待する導入効果(売上改善や経費削減)を実現できているか？など

ポイント3: 提案段階での対応

ITソリューションを提案する際にはどのような点に留意すれば良いのか？(経営視点も交えたコンサルが不可欠なのか？それともITを使いこなすための説明や支援に焦点を絞るべきなのか？など)

ポイント4: 販売段階での対応

見積を提示する際にはユーザ企業からの値引きを想定した金額を設定しておくべきなのか、それとも値引きはせずに金額の根拠を丁寧に説明すべきなのか？など

ポイント5: 導入段階での対応

ユーザ企業の個別要件に応える手段としては「テンプレート適用」と「個別カスタマイズ」のどちらが高い評価を得られるのか？など

ポイント6: 保守段階での対応

他社の製品/サービスだけでなく、今後はオフィス環境などのIT機器以外もサポートしていく必要があるのか？など

「ユーザ企業が抱く自社の印象/イメージが想定と異なる」という状態は早めに解消すべき

前頁に掲載した6つのポイントのうち、まずは「ポイント1: 印象とイメージ」について見ていくことにする。本リリースの元となる調査レポートでは年商500億円未満の中堅・中小企業1300社に対して、代表的なIT企業33社に関する印象/イメージを11項目に渡って尋ねている。ユーザ企業に対して印象/イメージを尋ねたIT企業33社と具体的な設問項目は以下の通りである。

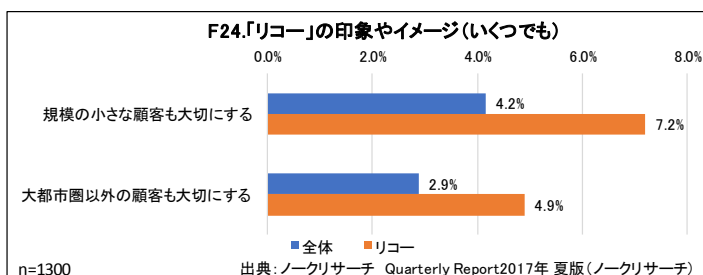
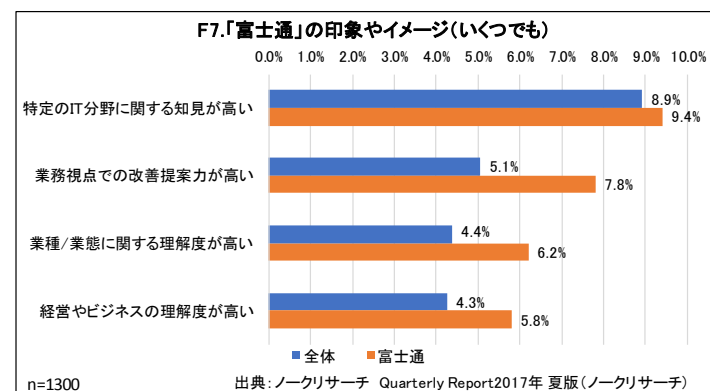
印象/イメージを尋ねた代表的なIT企業(計33社)

販社/SIer:	大塚商会 / オービック / NECネクソソリューションズ / 富士通マーケティング / 日立システムズ
国内大手ベンダ:	NEC / 富士通 / 日立製作所
外資系大手ベンダ/事業者:	アマゾンデータサービスジャパン / 日本マイクロソフト / 日本IBM / ゲーグル / デル / 日本ヒューレットパカード (HPE) / レノボ・ジャパン / 日本オラクル / SAPジャパン
国内パッケージ開発業者 (ISV):	OBC / ピー・シー・イー / OSK / 応研 / 弥生 / サイボウズ
国内複合機ベンダ:	リコー / キヤノン / 富士ゼロックス / シャープ / コニカミノルタ
国内通信関連事業者:	NTTドコモ / KDDI / ソフトバンク / NTTコミュニケーションズ / NTT東日本/NTT西日本

IT企業の印象/イメージを尋ねた時の設問項目(計11項目)

- ・収益増に繋がる提案が多い 例)「eコマースサイトを新たに開設して売り上げを伸ばす」など、収益増を実現する提案が多い
- ・コスト削減に繋がる提案が多い 例)「クラウドに切り替えてシステム維持費用を減らす」など、コスト削減を実現する提案が多い
- ・リスク回避を強調した提案が多い 例)「ランサムウェア対策のためにPCに買い替える」など、リスクを訴えることによる提案が多い
- ・幅広いIT商材をカバーしている 例) ハードウェア、ソフトウェア、クラウドなど、多岐に渡るIT商材を取り扱っている
- ・IT以外の商材もカバーしている 例) 複写機、オフィス設備、防災用品など、IT以外の商材も一緒に取り扱っている
- ・特定のIT分野に関する知見が高い 例) 特定のIT分野において、他社では代替できない技術やノウハウを持っている
- ・業務視点での改善提案力が高い 例) 製品/サービスの導入だけでなく、業務にどう活かすか?まで提案してくれる
- ・業種/業態に関する理解度が高い 例) 特定の業種や業態に関する業務知識やノウハウを豊富に持っている
- ・経営やビジネスの理解度が高い 例) 経営やビジネスの視点から見た助言やアドバイスも提供してくれる
- ・規模の小さな顧客も大切にしている 例) 規模の小さな企業に対しても、こまめに提案やニーズ把握を行っている
- ・大都市圏以外の顧客も大切にしている 例) 大都市圏以外の地域においても、こまめに提案やニーズ把握を行っている

上記の結果データは33社×11項目＝計363に渡り、調査レポートにはそれぞれについて年商/業種/地域などによって集計したデータが含まれる。以下のグラフはその中から「富士通」と「リコー」について尋ねた結果の一部を具体例として抜粋したものだ。



「富士通」における結果を見ると、全体平均と比べて「業務視点での改善提案力が高い」や「業種/業態に関する理解度が高い」といった項目の回答割合が高くなっている。実際、同社では細分化された業種毎の業務システムソリューションに以前から注力しており、業種や業態に合わせた豊富なアプリケーション群を擁している。また、「リコー」における結果を見ると「規模の小さな顧客も大切にしている」や「大都市圏以外の顧客も大切にしている」の回答割合が全体平均と比べて高い。実際に「リコー」はグループ企業も含め全国に多数のサポート拠点を持つ。上記に挙げた2つの例は「IT企業が以前から注力している取り組み」がユーザ企業の抱く印象/イメージとして正しく反映されているケースといえる。しかし、全ての取り組みがユーザ企業に伝わっているとは限らない。代表的なIT企業33社における11項目の結果を見てみると、IT企業の種別(「販社/SIer」「ISV」「複合機ベンダ」「通信関連事業者」など)によって、ユーザ企業に伝わりやすい部分と誤解されやすい部分が異なることがわかる。販社/SIerとしては代表的なIT企業33社の中から自社に類似した業態のものを選び、そのIT企業がどのような印象/イメージを抱かれているか?を知ることで、自社の取り組みを正しく理解してもらうために取るべき施策を練っていくことが重要となってくる。

「導入効果は高いが、導入社数シェアが伸びない」という状況は「費用」が深く関係している

更新需要に留まらない新たなIT活用提案に取り組む際には「導入効果の明示」が不可欠となる。ITソリューションを導入することによって、売上改善や経費削減がどれくらい見込めるのか？をユーザ企業に示し、それを実現することが求められてくる。そのためには「自社のITソリューションがユーザ企業の期待する導入効果をクリアしているか？」を知ることが極めて重要だ。これが冒頭に挙げた6つのポイントの2番目となる「ポイント2: 導入効果の評価」である。

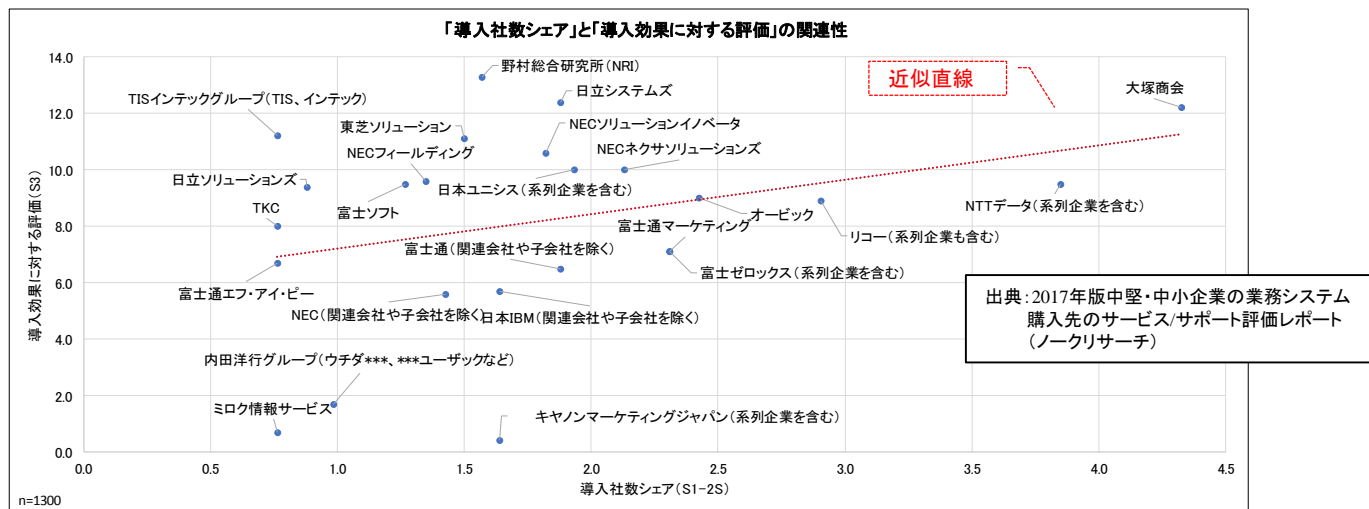
本リリースの元となる調査レポートでは年商500億円未満の中堅・中小企業1300社に対して、最も主要な委託先/購入先(プライムの販社/SIer)から最近導入したIT関連資産やサービスの導入効果を以下の9通りの選択肢で尋ねている。

1. 「売上改善: ○、経費削減: ○」
2. 「売上改善: ×、経費削減: ○」
3. 「売上改善: N/A、経費削減: ○」
4. 「売上改善: ○、経費削減: ×」
5. 「売上改善: ×、経費削減: ×」
6. 「売上改善: N/A、経費削減: ×」
7. 「売上改善: ○、経費削減: N/A」
8. 「売上改善: ×、経費削減: N/A」
9. 「売上改善: N/A、経費削減: N/A」

「売上改善」の観点: 導入によって期待していた売上の増額幅が期待を上回った場合は「○」、下回った場合は「×」、売上改善を期待していなかった場合は「N/A」

「経費削減」の観点: 導入によって期待していた経費の削減幅が期待を上回った場合は「○」、下回った場合は「×」、経費削減を期待していなかった場合は「N/A」

プライムの販社/SIer毎に上記の回答結果を集計すれば、導入効果に関して評価の高いIT企業はどこなのか？を具体的に知ることができる。調査レポートでは、「売上改善: ○⇒プラス20」「売上改善: ×⇒マイナス20」「経費削減: ○⇒プラス10」「経費削減: ×⇒マイナス20」とした重み付けに基づく評価ポイントを算出している。さらに、調査レポートではユーザ企業毎に「プライムの販社/SIerはどのIT企業か？」も尋ねている。そこで、IT企業の「プライムの販社/SIerとしての導入社数シェア」を横軸、「プライムの販社/SIerとしての導入効果に関する評価ポイント」を縦軸とし、導入社数シェア上位24社における結果をプロットしたものが以下のグラフである。(グラフを見易くするため、横軸は $x \Rightarrow \log_2(x) + 0.5$ という変換処理を施している)



赤線の近似直線が示すように、全体的に導入効果(縦軸)が高いほど導入社数シェア(横軸)も高くなる状態となっている。だが、導入効果と比べると導入社数シェアが高くない状態(グラフの左上に位置する状態)の販社/SIerも少なくない。その大きな要因の1つが「費用」の影響だ。

ITソリューションの導入効果は顧客の維持/拡大に不可欠な要素だが、実際には「そのITソリューションを実現するために幾らの費用がかかったのか？」といった観点も影響してくる。本リリースの元となる調査レポートでは「導入効果」に加えて「費用」の観点も含めた集計/分析を行っている。販社/SIerとしては「導入効果」や「費用」を可能な限り事前に明示/説明し、ユーザ企業が適切な判断を下せるように支援していくことが重要となってくる。

「ユーザ企業の御用聞き」から、「導入効果を基準とした施策の選択」へと移行すべき時期

残りの4つのポイントは「ポイント3: 提案段階での対応」、「ポイント4: 販売段階での対応」、「ポイント5: 導入段階での対応」、「ポイント6: 保守段階での対応」である。本リリースの元となる調査レポートでは各段階におけるプライムの販社/SIerの対応について「満足度が高い事柄」と「不満度が高い事柄」を尋ねている。例えば、「ポイント3: 提案段階での対応」の設問項目の一部は以下ようになる。(ここでは5項目のみを抜粋しているが、実際には各段階で10項目前後の選択肢が存在する)

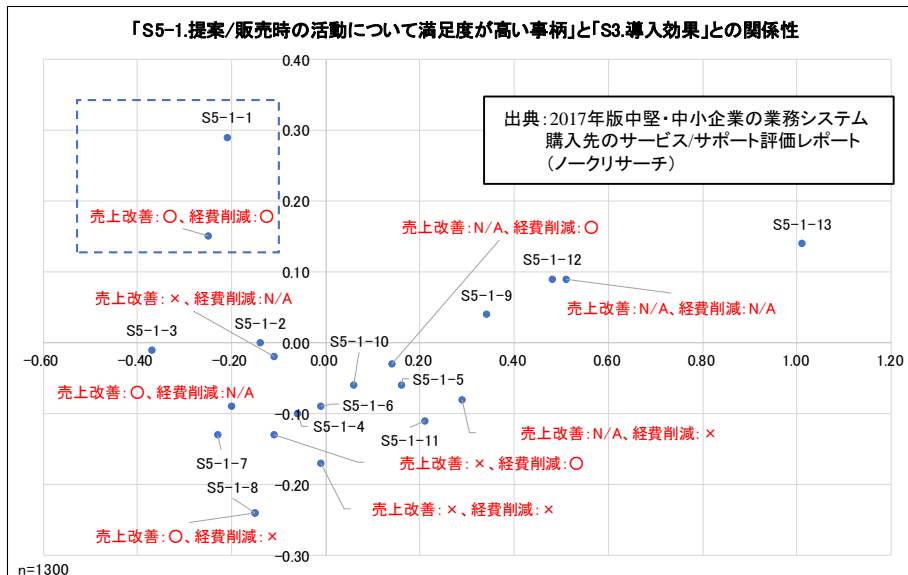
「ポイント3: 提案段階での対応」において、満足度の高い事柄(一部抜粋)

- S5-1-1.IT活用が経営にどのようにプラスになるのかを具体的に説明してくれる
- S5-1-2.自社の業種や規模を個別に考慮した上で経営に役立つ助言をしてくれる
- S5-1-3.売上増やコスト削減に直結するIT活用のコンサルティングを行ってくれる
- S5-1-4.IT関連の専門用語を乱用せず、具体的にわかりやすく説明してくれる
- S5-1-5.顔見知りの営業やSEが定期的に自社を訪問するなどして、自社の課題や要件を良く理解してくれている

「ポイント3: 提案段階での対応」において、不満度の高い事柄(一部抜粋)

- S5-2-1. 経営支援を強調しているが、実際はIT商材の単なる売り込みに留まっている
- S5-2-1. 経営に関する助言が抽象的・形式的であり、自社の業態や規模を考慮していない
- S5-2-1. IT活用のコンサルティングを受けても、売上増やコスト削減の効果が得られない
- S5-2-1. IT関連の専門用語を用いることが多く、説明を受けても内容が良く理解できない
- S5-2-1. 自社を担当する営業やSEが常に決まっているため、担当者が変わった時のことを考えると不安が残る

設問[S5-1-1]と設問[S5-2-1]の記載内容を比較するとわかるように、「満足度が高い事柄」と「不満度が高い事柄」は互いに対応している。ここで販社/SIerとしては「満足度が高い事柄を増やし、不満度が高い事柄が減るようにすれば良い」と考えがちだが、必ずしもそうとは限らない。例えば、「ポイント4: 販売段階での対応」には満足度が高い事柄として「S6-1-4. 自社の求めに応じて大幅な値引きといった柔軟な対応をしてくれることもある」という設問があり、それに対応する不満度が高い事柄として「S6-2-4. 大幅な値引きといったことには応じてくれず、リストプライスを堅持する傾向がある」といった設問が設けられている。ユーザ企業の短期的な視点では値引きが望ましい対応かも知れないが、中長期的な観点では然るべき費用をかけることが不可欠な場合もある。したがって、4つのポイントで列挙された「満足度が高い事柄」の中からどれを実践すべきかはユーザ企業の意向だけでなく、前頁に挙げた「導入効果」との関連性で判断する必要がある。



左記のグラフは「ポイント3: 提案段階での対応」における満足度の高い事柄を示す設問と、前頁で述べた導入効果に関する9通りのパターンとの関連性をコレスポンデンス分析の手法を用いてプロットしたものだ。

左上の青点線が示すように「提案段階」において「売上改善: ○、経費削減: ○」という導入効果を得たユーザ企業が「満足している事柄」として最も多く挙げる項目(最も近くに位置する項目)は「S5-1-1.IT活用が経営にどのようにプラスになるのかを具体的に説明してくれる」であることがわかる。つまり、同項目が導入効果を高めるために販社/SIerが提案段階で最も重視すべき取り組みであることを左記のグラフは示している。(本リリースの元となる調査レポートでは左記の分析に関する詳しい説明と提言を行っている)

ここでは図示していないが、逆に「売上改善: ×、経費削減: ×」といった状態のユーザ企業が多く挙げている「不満度の高い事柄」を分析すれば、販社/SIerが提案段階で最も避けるべき取り組みとは何か？がわかる。同様の分析を「販売段階」「導入段階」「保守段階」について行えば、冒頭に述べたように「販売段階ではユーザ企業の値引きに応じるべきか?」「導入段階においてはテンプレート適用と個別カスタマイズのどちらを選ぶべきか?」「IT機器以外のサポートも必要なのか?」などの答えを得ることができる。このように今後はユーザ企業自身の意向だけでなく「導入効果」という客観的/定量的な指標に基づいて販社/SIerとして重視すべき取り組みを判断していくことが重要となってくる。

本リリース内で引用した調査レポートや関連する調査リリース

【引用調査レポート】

『2017年版中堅・中小企業の業務システム購入先のサービス/サポート評価レポート』

中堅・中小企業がIT活用の成否を委ねるプライム販社/Slerを選択する際に重視する評価ポイントとは何か？

【サンプル/ダイジェスト】

「販社/Slerの社数シェアと導入効果の関連」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017SP_rel1.pdf

「中堅・中小企業が導入するIT商材の変化」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017SP_rel2.pdf

「販社/Slerが実践すべき必須16項目とは？」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017SP_rel3.pdf

【レポート案内(サンプル属性、設問項目、試読版など)】

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017SP_rep.pdf

【価格】180,000円(税別)

【その他、ご好評いただいている調査レポート】

『2017年版中堅・中小企業におけるIT投資の実態と展望レポート』

「ワークスタイル改革」「セキュリティ」「IoT」「RPA」「人工知能」「音声操作」「ドローン」など24分野の投資動向を網羅

【サンプル/ダイジェスト】

「投資動向から注目すべきITソリューション分野」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017IT_usr_rel1.pdf

「ITソリューション投資の意思決定プロセス」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017IT_usr_rel2.pdf

【レポート案内(サンプル属性、設問項目、試読版など)】

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017IT_usr_rep.pdf

【価格】180,000円(税別)

『2017年版中堅・中小企業のセキュリティ・運用管理・バックアップに関する利用実態と展望レポート』

「管理対象」と「実施手段」が拡大する中、何を優先して訴求していけば良いのか？

【サンプル/ダイジェスト】

「ベンダ種別毎に見た有望分野とシェア動向」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017Sec_usr_rel1.pdf

「ポストPC時代に向けたバックアップ訴求策」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017Sec_usr_rel2.pdf

「中堅・中小の運用管理に起きつつある変化」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017Sec_usr_rel3.pdf

「セキュリティ対策の不足領域と今後の対応」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017Sec_usr_rel4.pdf

【レポート案内(サンプル属性、設問項目、試読版など)】

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017Sec_usr_rep.pdf

【価格】180,000円(税別)

『「ひとり情シス」の類型と分布に関する調査(Quarterly Report2017年春版)』

【サンプル/ダイジェストおよびレポート案内】

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2017QRspr_rel.pdf

【価格】125,000円(税別)

調査レポートのお申込み方法:

ホームページ(<http://www.norkresearch.co.jp>)から、またはinform@norkresearch.co.jp宛にメールにてご連絡ください

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

NORK RESEARCH

株式会社 ノークリサーチ 担当: 岩上 由高
〒120-0034 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
www.norkresearch.co.jp