

2019年中堅・中小企業1300社が著名なIT企業33社に抱く印象とイメージ

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ(本社〒160-0022東京都新宿区新宿2-13-10武蔵野ビル5階23号室: 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5361-7880 URL: <http://www.norkresearch.co.jp>)は1300社に渡る中堅・中小企業を対象として、著名なIT企業33社に抱く印象やイメージに関する調査を実施し、その結果を発表した。本リリースは「2019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」のサンプルおよびダイジェストである。

<新規顧客を獲得する際は自社や他社に対してユーザ企業が抱く印象やイメージの把握が重要>

- 「業務視点の改善/提案」の印象やイメージが高い複合機ベンダはリコーと富士ゼロックス
- 良い印象やイメージを得ているIT企業の取り組みを様々な観点から参考にすることが大切
- 大塚商会とオービックでは「コスト削減提案」の印象/イメージを多く抱く年商規模が異なる

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: 情報システムの導入や運用/管理または製品/サービスの選定/決済の権限を有する職責

調査実施時期: 2019年7月~8月

有効回答件数: 1300社(有効回答件数)

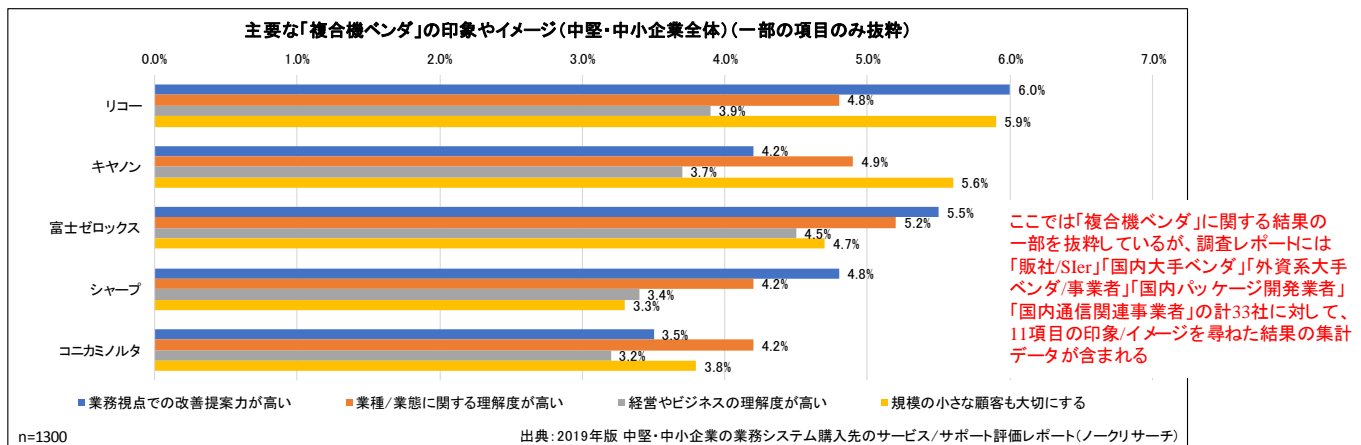
※※調査対象の詳しい情報については右記URLを参照 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019SP_usr_rep.pdf

「業務視点の改善/提案」の印象やイメージが高い複合機ベンダはリコーと富士ゼロックス

本リリースの元となる調査レポートでは、1300社の中堅・中小企業を対象とした業務システムの委託先/購入先に関する調査結果に基づいて「導入社数シェアとプライム率」「商材分野別ポートフォリオ」「導入効果と費用に関するユーザ評価」「システム導入/提案の各段階におけるユーザ評価」を分析している。これは実際の顧客であるユーザ企業がそれぞれのIT企業をどう評価しているか?を調査/分析した結果といえる。

一方、IT企業が新規の顧客を獲得する際には「一般の中堅・中小企業が自社に対し、どんな印象/イメージを抱いているか?」を理解しておくことが大切だ。本リリースの調査レポートでは1300社の中堅・中小企業を対象に販社/Sier5社、国内大手ベンダ3社、外資系大手ベンダ/事業者9社、国内パッケージ開発業者6社、国内複合機ベンダ5社、国内通信関連事業者5社の合計33社に渡る著名なIT企業の印象やイメージを尋ねた結果についても集計/分析を行っている。

以下のグラフは調査レポートの中から「国内複合機ベンダ」に対する印象やイメージを尋ねた結果の一部を抜粋したものだ。



働き方改革に伴う業務効率化の取り組みを通じて、今後はペーパーレス化が加速する可能性がある。そうした状況下においても複合機ベンダが中堅・中小企業に受け入れられるためには「業務視点での改善/提案力が高い」や「規模の小さな顧客も大切に」といった観点の印象/イメージが大切となる。前者ではクラウドサービスにも商材を拡大している「リコー」「富士ゼロックス」後者では「リコー」「キヤノン」の回答割合が相対的に高くなっている。IT企業としてはこうした印象/イメージを踏まえながら、自社の認知やサービス訴求の施策を検討することが大切だ。以下では、調査レポートの一部をサンプル/ダイジェストとして紹介する。

良い印象やイメージを得ているIT企業の取り組みを様々な観点から参考にすることが大切

本リリースの元となる調査レポートでは、以下に列挙した著名なIT企業33社に対して中堅・中小企業1300社が抱く印象やイメージに関する集計/分析を行っている。

<<販社/SIer>>	<<外資系大手ベンダ/事業者>>	<<国内パッケージ開発業者(ISV)>>	<<国内複合機ベンダ>>
1 大塚商会	9 アマゾンデータサービスジャパン	18 OBC	24 リコー
2 オービック	10 日本マイクロソフト	19 ピー・シー・エー	25 キヤノン
3 NECネクサソリューションズ	11 日本IBM	20 OSK	26 富士ゼロックス
4 富士通マーケティング	12 グーグル	21 応研	27 シャープ
5 日立システムズ	13 デル	22 弥生	28 コニカミノルタ
<<国内大手ベンダ>>	14 日本ヒューレットパッカー	23 サイボウズ	<<国内通信関連事業者>>
6 NEC	15 レノボ・ジャパン		29 NTTドコモ
7 富士通	16 日本オラクル		30 KDDI
8 日立製作所	17 SAPジャパン		31 ソフトバンク
			32 NTTコミュニケーションズ
			33 NTT東日本/NTT西日本

上記に列挙したIT企業毎に尋ねている印象やイメージの内容は以下に列挙した11項目で構成されている。(IT企業毎に以下の中から当てはまるものを全て選択する複数回答設問となっている)

選択項目

- 1 「収益増に繋がる提案が多い」
- 2 「コスト削減に繋がる提案が多い」
- 3 「リスク回避を強調した提案が多い」
- 4 「幅広いIT商材をカバーしている」
- 5 「IT以外の商材もカバーしている」
- 6 「特定のIT分野に関する知見が高い」
- 7 「業務視点での改善提案力が高い」
- 8 「業種/業態に関する理解度が高い」
- 9 「経営やビジネスの理解度が高い」
- 10 「規模の小さな顧客も大切に」
- 11 「大都市圏以外の顧客も大切に」
- 12 「全く判断できない」

項目の説明

- 「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
- 「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
- 「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
- 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
- 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
- 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
- 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
- 当該のIT企業とは全く接点がないので判断できない

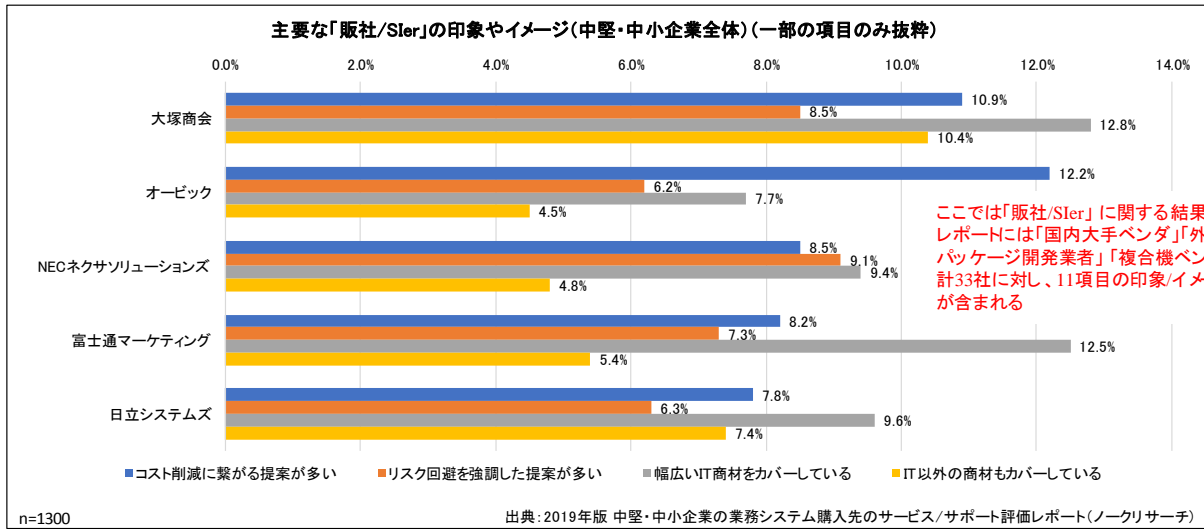
IT企業が自社または競合他社に関して「経営に役立つ提案を行えているか？」を知りたいと考えた場合、左記の文面をそのまま尋ねるだけでは十分とは言えない。IT活用提案の目的には収益増、コスト削減、リスク回避といった様々な観点があり、それらを区別して捉える必要があるためだ。そのため、上記の選択肢では「経営に役立つ提案」に関する印象/イメージの項目を「収益増に繋がる提案が多い」、「コスト削減に繋がる提案が多い」、「リスク回避を強調した提案が多い」の3つに分けている。

また「商材の幅広さ」という観点についても、上記の選択肢では「幅広いIT商材をカバーしている」と「IT以外の商材もカバーしている」の2通りの選択肢を設けて「IT商材であるかどうか？」を区別している。中堅・中小企業はIT関連予算が限られるため、2つの選択肢を絡めた施策を練っていくことも大切だ。例えば、「LED照明に入れ替えることによって得たコスト削減分を業務改善に割り当てる」といったように、IT商材と非IT商材の双方に視点を広げることが求められる。また、近年頻発している自然災害を踏まえたBCP対策を訴求する際は業務システムのデータ保護だけでなく、オフィスの常備品など「システムとヒトの双方を守るためのBCP対策」に目を向けることが重要となってくる。

つまり、33社の著名なIT企業に対する11項目の回答結果を見ることによって、「収益増、コスト削減、リスク回避をバランス良く訴求できているのはどのIT企業か？」や「IT商材と非IT商材の双方をカバーできているのはどのIT企業なのか？」を把握して自社の施策立案の参考とすることができる。さらに、場合によっては年商別や業種別に傾向を比較する必要もある。次頁ではそうした分析結果の一部を紹介している。

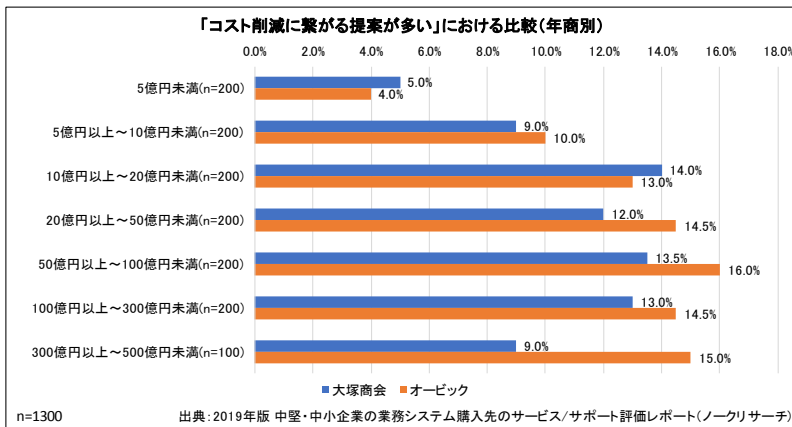
大塚商会とオービックでは「コスト削減提案」の印象/イメージを多く抱く年商規模が異なる

以下のグラフは1300社の中堅・中小企業が33社の著名なIT企業に対する印象やイメージのうち、販社/SIer5社について集計した結果の一部を抜粋したものだ。



ここでは「販社/SIer」に関する結果の一部を抜粋しているが、調査レポートには「国内大手ベンダ」「外資系大手ベンダ/事業者」「国内パッケージ開発業者」「複合機ベンダ」「国内通信関連事業者」の計33社に対し、11項目の印象/イメージを尋ねた結果の集計データが含まれる

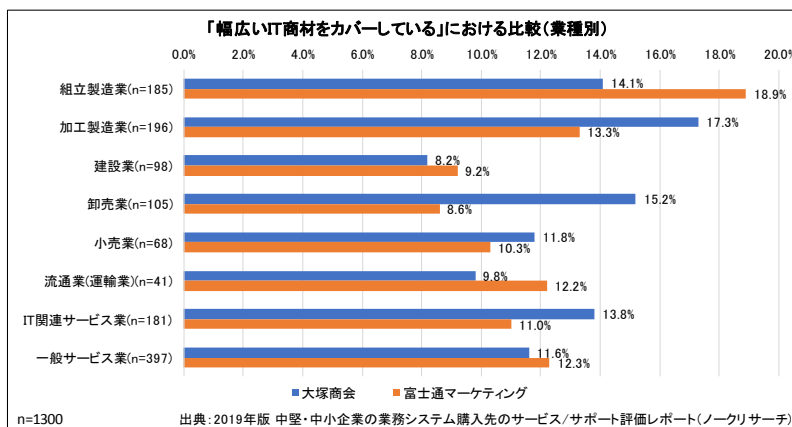
「コスト削減に繋がる提案が多い」の回答割合は「大塚商会」と「オービック」で比較的高くなっている。だが、コスト削減に必要な提案内容は年商規模によって大きく異なってくる。そこで「大塚商会」と「オービック」において「コスト削減に繋がる提案が多い」を選択したユーザ企業の割合を年商別に集計したものが以下のグラフである。



回答割合が比較的高い年商帯を見ると、「大塚商会」が年商10～20億円を中心とした山型となっている一方で、「オービック」では年商50～100億円が最も高く、年商帯が高い企業層が相対的に多くなっていることがわかる。したがって、他のIT企業がこれら2社の取り組みを参考にする場合には、自社の顧客層に近いのはどちらか？も加味することが重要となってくる。

ここでは2社の年商別集計結果のみを抜粋しているが、調査レポートには著名なIT企業33社に関する回答結果を年商別に集計したデータが含まれる。

さらに、「幅広いIT商材をカバーしている」の回答割合は「大塚商会」と「富士通マーケティング」で比較的高い。どんなIT商材を必要とするか？は業種によっても異なってくる。そこで「大塚商会」と「富士通マーケティング」において「幅広いIT商材をカバーしている」を選択したユーザ企業の割合を業種別に集計したものが以下のグラフである。



「大塚商会」では卸売業における回答割合が高い一方、「富士通マーケティング」では「組立製造業」の回答割合が高い。したがって、他のIT企業が業種を絞って認知や訴求を高めたい場合は上記のように各業種で回答割合の高い著名なIT企業の取り組みを参考することが有効と考えられる。

ここでは2社の業種別集計結果のみを抜粋しているが、調査レポートには著名なIT企業33社に関する回答結果を業種別に集計したデータが含まれる。

本リリースの元となる調査レポート

『2019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』

【対象企業属性】(有効回答件数:1300社)

年商: 5億円未満 / 5億円以上～10億円未満 / 10億円以上～20億円未満 / 20億円以上～50億円未満 / 50億円以上～100億円未満 / 100億円以上～300億円未満 / 300億円以上～500億円未満

従業員数: 10人未満 / 10人以上～20人未満 / 20人以上～50人未満 / 50人以上～100人未満 / 100人以上～300人未満 / 300人以上～500人未満 / 500人以上～1,000人未満 / 1,000人以上～3,000人未満 / 3,000人以上～5,000人未満 / 5,000人以上

業種: 組立製造業 / 加工製造業 / 建設業 / 卸売業 / 小売業 / 流通業(運輸業) / IT関連サービス業 / 一般サービス業 / その他(公共/自治体など)

地域: 北海道地方 / 東北地方 / 関東地方 / 北陸地方 / 中部地方 / 近畿地方 / 中国地方 / 四国地方 / 九州・沖縄地方

その他の属性: 「IT管理/運用の人員規模」(12区分)、「ビジネス拠点の状況」(5区分)

【分析サマリの概要】

- 第1章: 本調査レポートの背景と構成
- 第2章: 導入社数シェアとプライム率
- 第3章: 商材分野別ポートフォリオのランキング
- 第4章: 導入効果に関するユーザ評価ランキング
- 第5章: 費用に関するユーザ評価ランキング
- 第6章: 提案・販売時の活動に関するユーザ評価ランキング
- 第7章: 金額提示に関するユーザ評価ランキング
- 第8章: システム構築力に関するユーザ評価ランキング
- 第9章: 保守/サポートに関するユーザ評価ランキング
- 第10章: IT企業各社に対する印象やイメージ ▶ **本リリースでサンプル/ダイジェストを紹介している部分**

【価格】 180,000円(税別) 【発刊日】 2019年12月23日

【レポート案内(サンプル属性、設問項目、集計データ例など)】 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019SP_usr_rep.pdf

ご好評いただいているその他の調査レポート

「2019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」

ERP/ 会計/ 生産/ 販売/ 人給/ ワークフロー/ コラボレーション/ CRM/ BI・帳票など10分野のシェアとユーザによる評価を網羅
レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019itapp_rep.pdf

「2019年版 DX時代に向けた中堅・中小ITソリューション投資動向レポート」

IoT、VR/AR、ロボット、ドローン、HRTech、ウェアラブル、働き方改革、シェアリング、サブスクリプションの最新動向を網羅
レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019IT_user_rep.pdf

「2019年版 中堅・中小IT活用シーン別クラウド導入の実態/予測レポート」

働き方改革、IoT、AR/VR、ウェアラブルなどのIT活用基盤として、クラウドはどのまで浸透するのか？
レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019Cloud_user_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

NORK RESEARCH

株式会社 ノークリサーチ 担当: 岩上 由高
〒160-0022 東京都新宿区新宿2-13-10 武蔵野ビル5階23号室
TEL 03-5361-7880 FAX 03-5361-7881
Mail: inform@norkresearch.co.jp
Web: www.norkresearch.co.jp
Nork Research Co.,Ltd