

2019年 販売管理システムの訴求で留意すべき「推奨/非推奨キーワード」の探索

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>) は中堅・中小市場における販売管理システムの訴求において留意すべき「推奨/非推奨キーワード」の探索に関する調査を行い、その結果を発表した。本リリースは「2019年 販売管理システム提案に有効な訴求キーワードの分析レポート」のサンプル/ダイジェストである。

＜どのキーワードでアピールするか？によって販売管理システムの訴求力は大きく変わる＞

- 「売上分析」関連では「表記揺れや重複の解消」の取り組みも一緒に訴求することが有効
- 「重要キーワード」に「推奨キーワード」を織り交ぜることで、コンテンツの訴求効果が増す
- 「保守サポート」の訴求では販売管理システムとPC/ネットワークの区分けを明確にする

対象データ: 販売管理システムを導入済みの中堅・中小企業(440社)による製品/サービス評価情報
合計31製品に渡る販売管理システムのホームページにおける機能や特徴の記載情報

分析手法: ニューラルネットワークを応用した「Word2Vec」分析

※対象データや調査手法の詳細については右記URLを参照 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019w2v_sbc_rep.pdf

「売上分析」関連では「表記揺れや重複の解消」の取り組みも一緒に訴求することが有効

本リリースの元となる調査レポート「2019年 販売管理システム提案に有効な訴求キーワードの分析レポート」では販売管理システムにおける導入社数シェアの維持/拡大を図る際、どのようなキーワードを訴求すれば良いか？の分析と提言を行っている。関連する以下のリリース(※)では「GLOVIA」、「SMILE」、「EXPLANNER」など合計31製品に渡る販売管理システムと重要キーワード(例「先入先出法」など)との関連を分析し、どのようなアピール方法が有効か？に関する提言を述べている。

(※ http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019w2v_sbc_rel1.pdf)

販売管理システムを訴求する上で重要なキーワードには「先入先出法」以外にも「売上分析」「少量多品種」「データ連携」など様々なものがある。しかし、こうした重要キーワードは多くの製品/サービスが既に用いており、それだけで差別化を図ることは難しい。そこで有効なのが**重要キーワードと共にアピールすることでシェア維持/拡大への寄与が期待できる「推奨キーワード」**と、**重要キーワードと併用されがちだがシェア維持/拡大の効果は期待できない「非推奨キーワード」**をそれぞれ把握することだ。

1. 売上分析	
推奨キーワード	
表記揺れ	0.86
重複	0.85
解消	0.85
在庫数量	0.77
相乗効果	0.76
非推奨キーワード	
なし	

左記の数表は重要キーワードの代表例である「売上分析」と併用すべき「推奨キーワード」を分析した結果である。(右列の数値については次頁に記載)

左記の結果から、「売上分析」に関連した販売管理システムの訴求を行う場合は「**表記揺れ**」や「**重複**」を「**解消**」する取り組みが重要であることが読み取れる。

実際、売上分析を精緻に行うためには商品マスタ情報の「表記揺れ」や「重複」をなくすことが不可欠となる。さらに、「**在庫数量**」ならびに「**相乗効果**」といったキーワードも「売上分析」との親和性が高いことが確認できる。

出典: 2019年販売管理システム提案に有効な訴求
キーワードの分析レポート (ノークリサーチ)

これらを総合すると、「売上分析」に関連する訴求では『**商品マスタ情報の表記揺れや重複を解消し、在庫数量を考慮した原価管理も視野に入れた相乗効果の期待できる売上分析**』といったメッセージが有効と考えられる。本リリースの元となる調査レポートでは18項目に渡る重要キーワードについて 推奨/非推奨キーワードに基づく上記のようなメッセージ例を提示している。次頁以降ではこうした分析手法の概要とその他の分析例を紹介している。

「重要キーワード」に「推奨キーワード」を織り交ぜることで、コンテンツの訴求効果が増す

本リリースの元となる調査レポートではニューラルネットワークを応用した「Word2Vec」という分析手法を用いて、販売管理システムのシェア維持/拡大に寄与する訴求キーワードは何か？に関する分析/提言を行っている。(分析手法の詳細は本リリース4ページの[補足1]、分析の対象となった販売管理システム製品/サービスなどについては5ページの[補足2]を参照)

Word2Vec分析では、「GLOVIA」「SMILE」「EXPLANNER」といった個々の製品/サービスおよび「売上分析」「先入先出法」「少量多品種」「データ連携」などの重要キーワードが多次元のベクトル(以下では「キーワードベクトル」と表記する)として表現される。すると、それらが互いにどれだけ近いかをベクトル内積値として算出したり、ベクトルを足し合わせることによって双方の意味合いを含めた新たなベクトルを生成することができる。

そこで、導入社数シェア上位の製品/サービスを足し合わせて平均した「シェア上位の製品ベクトル」を考える。これは導入社数シェア上位の製品/サービスが持つ傾向を平均して代表するものと見なすことができる。さらに、「シェア上位の製品ベクトル」と重要キーワード(例「売上分析」)を足して平均したキーワードベクトルを考えてみる。この新しいキーワードベクトルと近い位置にある他のキーワードは「重要キーワードと距離が近くかつシェア上位の製品/サービスにおいても用いられているキーワード」に相当する。こうした関連キーワードを重要キーワードと併用すれば、導入社数シェアの維持/拡大に寄与するコンテンツ作成を行うことができる。そこで、ある重要キーワードに対する「推奨キーワード」を以下のように定義する。

推奨キーワード:

重要キーワードと親和性が高く、かつシェア上位の製品/サービスにおける評価や訴求に登場するキーワード。重要キーワードとの内積値が0.71以上(キーワードベクトル間の角度が 45° 以下)であるベクトルの中から重要キーワードとの関連が深いものを列挙する。

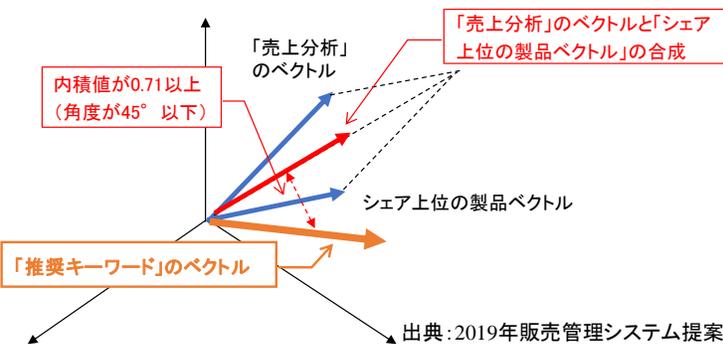
一方で、「シェア上位の製品ベクトル」を逆向きにしたベクトルと重要キーワード(例「売上分析」)を足して平均したキーワードベクトルを考える。この新しいキーワードベクトルと近い位置にある他のキーワードは「重要キーワードとの距離が近いもののシェア上位の製品/サービスではあまり用いられていないキーワード」に相当する。こうした関連キーワードは重要キーワードと併用しても、導入社数シェアの維持/拡大があまり期待できない。そこで、ある重要キーワードに対する「非推奨キーワード」を以下のように定義する。

非推奨キーワード:

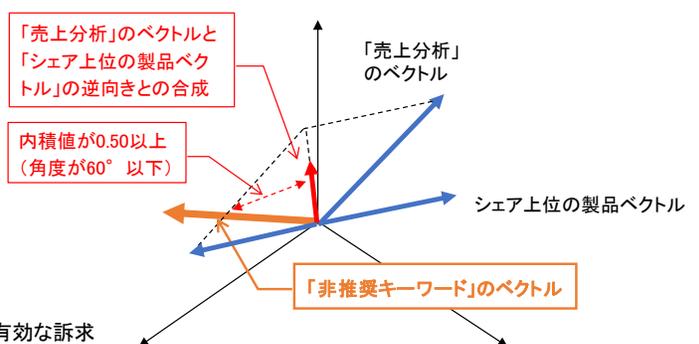
重要キーワードとの親和性は高いが、シェア上位の製品/サービスにおける評価や訴求とは離れているキーワード。重要キーワードとの内積値が0.50以上(キーワードベクトル間の角度が 60° 以下)であるベクトルの中から、重要キーワードとの関連が深いものを列挙する。

推奨キーワードと非推奨キーワードのイメージを図示すると以下ようになる。上記に従って、「売上分析」の推奨/非推奨キーワードを探索した結果が冒頭に掲載した数表(数値は内積値)である。ちなみに「売上分析」には非推奨キーワードがないため、重要キーワードの中でも訴求しやすい。次頁では他の重要キーワードに関する分析例などについて述べる。

「売上分析」に対する「推奨キーワード」の図解



「売上分析」に対する「非推奨キーワード」の図解



出典:2019年販売管理システム提案に有効な訴求キーワードの分析レポート(ノークリサーチ)

「保守サポート」の訴求では販売管理システムとPC/ネットワークの区分けを明確にする

前頁で述べた「推奨キーワード」は「重要キーワードとシェア上位の製品/サービスの双方から近い位置にある」という観点から重要キーワードと併用することでシェアの維持/拡大が期待できる。ただし、個々の推奨キーワードが常にユーザ企業にとって肯定的な意味合いを持つとは限らない点に注意が必要だ。

15. 保守サポート	
推奨キーワード	
ニーズ	0.89
長期間	0.87
併用	0.83
遅い	0.83
困難	0.82
非推奨キーワード	
PC	0.61
ネットワーク	0.59
体制	0.55

出典：2019年販売管理システム提案に有効な訴求キーワードの分析レポート（ノークリサーチ）

左記の数表は重要キーワードの一つである「保守サポート」の「推奨キーワード」および「非推奨キーワード」を分析した結果である。

推奨キーワードを踏まえると、ベンダや販社/Sierとしてはユーザ企業の「ニーズ」を踏まえて、複数のシステムを「併用」している場合なども含めた安心できる「長期間」の保守サポートを提供することが重要と考えられる。

一方で、保守サポートの対応が「遅い」といった状態や、個別カスタマイズや複数システムが関連する部分は保守サポートが「困難」となるケースが少なくない点も推奨キーワードには反映されている。

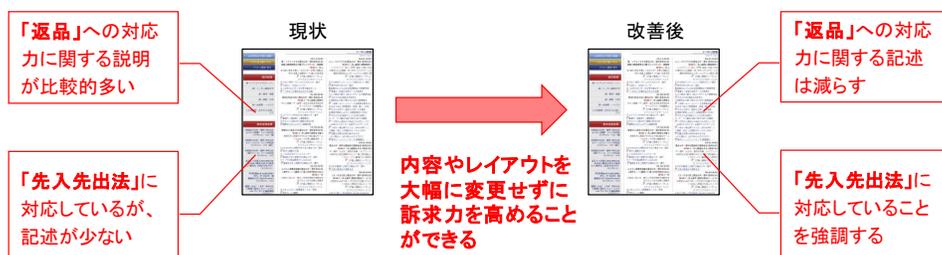
このように、ユーザ企業から見た時には課題に該当する内容も「推奨キーワード」に含まれることがある点に注意が必要となる。実際に、販売管理システム製品/サービスを訴求したコンテンツには「****」といった課題もあるが、この製品/サービスではそれを***のような取り組みで解決している」といったメッセージも少なくない。そのため、「保守サポート」の例のように「推奨キーワード」の中にユーザ企業にとって課題に相当する内容が含まれる可能性も十分ある。

これらの点を踏まえると、「保守サポート」に関連する訴求では『**個々のニーズを踏まえて、複数システムの併用や個別カスタマイズがある場合も、対応が遅くなるあるいは対応が困難になるといったことがなく、長期間で安心できる保守サポートを提供できる**』といったメッセージが有効と考えられる。

一方、非推奨キーワードでは「PC」、「ネットワーク」、「体制」が挙げられている。こうした点を踏まえて、『**PCやネットワークも含めたトータルでの保守サポートを実施できる体制**』をアピールすることは重要ではあるが、PC/ネットワークと販売管理システムではライフサイクルも異なり、両者を無理に一緒に訴求しようとする、逆にユーザ企業を混乱させてしまう恐れもある。「PC」、「ネットワーク」、「体制」が非推奨キーワードに挙げられている結果を踏まえると、シェア上位でない製品/サービスにおいては両者を混在させてアピールしてしまっているケースがあると考えられる。保守サポートをトータルに請け負えることを訴求しつつ、PC/ネットワークと販売管理システムとの区分けを明確にしたコンテンツ構成とすることが大切といえる。

本リリースの元となる調査レポートでは、シェア上位の製品/サービスを規準とした「推奨キーワード」や「非推奨キーワード」の分析を行っているが、特定の製品/サービスにとっての「推奨キーワード」や「非推奨キーワード」は何か？を知ることもできる。以下の図はある販売管理製品「A」において「売上分析」の訴求を強化するための分析結果の一部を示したものだ。この場合は「先入先出法」の機能を強調し、「返品」への対応に関する記述を減らすことが有効であることが確認できる。この分析例の詳細については右記の関連リリースに掲載されている。（http://www.norkresearch.co.jp/pdf/word2vec_rel.pdf）

販売管理製品「A」の「売上分析」を訴求するホームページの改善例



[補足1]本リリースの元となる調査レポートで用いている分析手法

本リリースの元となる調査レポートでは以下のような手順によって、販売管理システム製品/サービスと『売上分析』『先入先出法』『データ連携』『バージョンアップ』などといった重要キーワードの関連を定量的に分析している。

まず、【手順1:分析対象となるデータの準備】において、440社に渡る中堅・中小企業を対象とした販売管理システムの評価データを用意すると共に合計31製品に渡る販売管理システム製品/サービスのホームページにおける機能/特徴を収集する。

次に【手順2:キーワードへの分解処理】において、上記に述べた各データを出現順を維持した状態でキーワードに分解する。その際、業務アプリケーション分析用にノクリサーチで独自に作成した辞書データを用いる。これにより、販売管理システムの製品/サービス名称、導入背景、課題、ニーズといった多種多様なデータがキーワードとして集積されたデータが得られる。(語数の合計は約14万語、重複を除いた語彙としてのキーワード数は2000超となる)

次に、【手順3:Word2Vec分析処理】を行う。(詳細は右記を参照 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019w2v_sbc_rep.pdf) それぞれのキーワードを入力、その前後に出現する他のキーワードを出力として学習を行う。学習済みのネットワークに対し各キーワードを入力した時の隠れ層の値はキーワードの位置付けを反映した多次元ベクトル(下図では20次元)となる。

この結果を用いて、【手順4:キーワードベクトルの分析】を行う。各キーワードに対応した多次元ベクトル(キーワードベクトル)同士の向きが近いほど(内積値が大きいほど)、キーワード同士の関連度は高くなる。これにより、製品/サービスとそれぞれの重要キーワードとの親和性を定量的に比較できる。

手順1:分析対象となるデータの準備

【データ1】 440社に渡る中堅・中小企業を対象とした販売管理システムの評価データ

1社目	OBIC7販売情報システム:オービック
導入背景	顧客(ベンダ)の保守/サポートが優れている
2社目	GLOVIAsmartFMMAX:富士通
評価	少
評価	導入背景:機能がニーズに合致している
評価	導入背景:価格がニーズに合致している
440社目	商奉行/蔵奉行:OBC(オービックビジネスコンサルタント)
評価	在
評価	導入背景:価格がニーズに合致している
評価	導入背景:開発元(ベンダ)の保守/サポートが優れている
評価	評価:予測やシミュレーションによる売上分析ができる
課題	評価:入荷予定を考慮した在庫数を把握できる
課題	評価:プログラミングしないと項目や画面を作成できない
課題	評価:プログラミングしないとデータ連携を実現できない
ニーズ	ニーズ:少量多品種の商材に対応した売上分析ができる
ニーズ	ニーズ:先入先出法(FIFO)による棚卸資産管理ができる
ニーズ	ニーズ:プログラミングをせずにデータ連携を実現できる

【データ2】 合計31製品に渡る販売管理システム製品/サービスのホームページにおける機能/特徴の記載情報

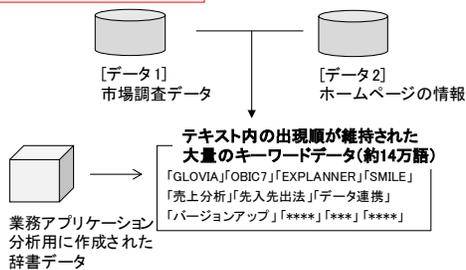


「市場調査結果」だけでなく、製品/サービスの「ホームページ情報」も加味した上で、『売上分析』『先入先出法』『データ連携』などの重要キーワードとの親和性を定量的に比較する

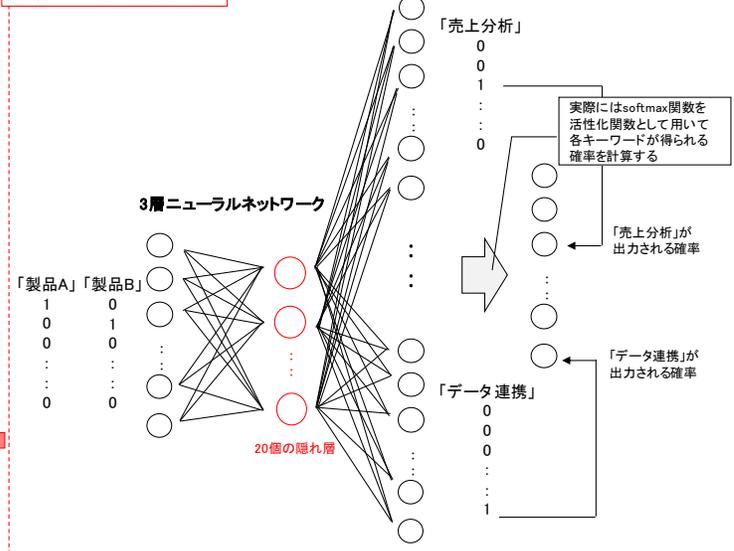


「ユーザ企業による評価」と「ベンダによる情報発信」を網羅した製品/サービスの訴求力を測ることができる

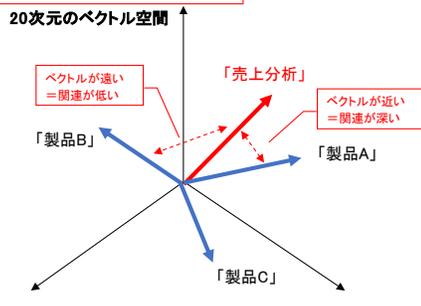
手順2:キーワードへの分解処理



手順3:Word2Vec分析処理



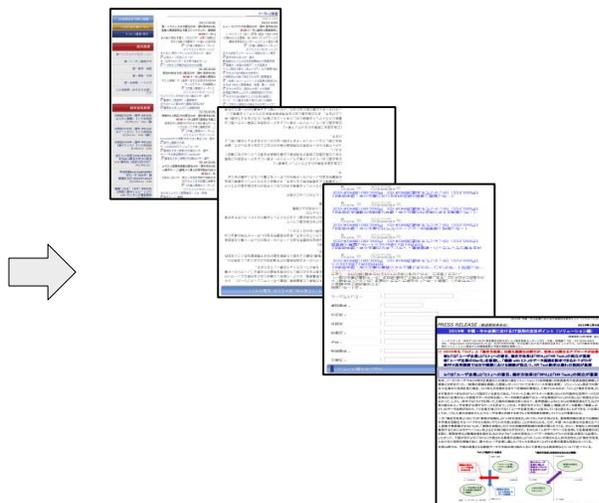
手順4:キーワードベクトルの分析



[補足2]調査対象となっている販売管理システム製品/サービスおよびユーザ企業の属性

調査対象となっている販売管理システム製品/サービス(全31製品)

製品名	開発元社名
ビジネスインテグラル販売	NTTデータ・ビジネスインテグラル
OBIC7販売情報システム	オービック
GLOVIA iZ 販売	富士通
GLOVIA smart FMMAX	富士通
GLOVIA きらら 販売	富士通
EXPLANNER/Ai	NEC
EXPLANNER/Z	NEC
FutureStage(TENSUITE for Wholesale)	日立システムズ
SMILE V 販売	OSK
SMILE BS 販売	OSK
その他のSMILEシリーズ	OSK
商奉行/蔵奉行	OBC
CORE Plus NEO 販売管理	日本事務器
販売大臣	応研
販売大将(MJSLINK/Galileopt)/ACELINKシリーズ	ミロク情報サービス
DS-mart ERP 販売管理システム	電算システム
スーパーカクテルデュオ販売	内田洋行
商魂/商管	ビー・シー・エー
弥生販売	弥生
販売王	ソリマチ
TKG SX2/SX4	TKG
アラジンオフィス	アイル
iSeries Site(GUI-PACK)	日本IBM
GrowOne Cube 販売	ニッセイコム
ProPlus販売管理システム	プロシップ
AGENT3 販売管理	東芝ソリューション販売
薬商	日本システムテクノロジー
薬一	カシオ計算機
フリーウェイ販売管理	フリーウェイジャパン
ClearWorks 販売ワークス	スマイルワークス
GLOVIA OM	富士通



左記に列挙した販売管理システム製品/サービスの機能や特徴を掲載したホームページ内容が対象となる。ノークリサーチの調査レポートに記載されたキーワードだけでなく、これらのホームページ内に記載された全てのキーワードも重要キーワードや関連キーワードの分析に用いられる。

調査対象となっているユーザ企業の属性(販売管理システムを導入済みの中堅・中小企業440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
IT管理/運用の人員規模:	ITの管理/運用を担当する役割が兼任: 1名 / 2～5名 / 6～9名 / 10名以上 ITの管理/運用を担当する役割が専任: 1名 / 2～5名 / 6～9名 / 10名以上 ITの管理/運用は社内常駐の外部人材に委託している ITの管理/運用は非常駐の外部人材に委託している ITの管理/運用を担当する社員は特に決まっておらず、ITの管理/運用は全く行っていない ITの管理/運用を担当する社員は特に決まっておらず、その都度適切な社員が対応している
ビジネス拠点の状況:	拠点は1ヶ所のみである 拠点数2～5ヶ所、インフラは全拠点で統一的に管理 / 個別に管理 拠点数6ヶ所以上、インフラは全拠点で統一的に管理 / 個別に管理 その他

※本リリースの元となる調査レポートは「訴求キーワード」の分析がテーマであるため、上記の企業属性別にシェアや評価を集計したデータは含まれません。それらは次頁で紹介している「2018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」に含まれています。

本リリースの元となる調査レポート

『2019年 販売管理システム提案に効果的な訴求キーワードの分析レポート』

「ユーザ企業による評価」と「ベンダ各社の情報発信」を相互分析し、シェア維持/拡大に繋がる重要キーワードと訴求策を提言

【対象データや分析手法】

- 対象データ： 販売管理システムを導入済みの中堅・中小企業(440社)による製品/サービス評価情報
合計31製品に渡る販売管理システムのホームページにおける機能や特徴の記載情報
- 分析手法： ニューラルネットワークを応用した「Word2Vec」分析
※対象データや調査手法の詳細い内容については下記の「レポート案内」を参照

【分析サマリの概要】

- | | |
|---------------------------|----------------------------------|
| 第1章. 本ドキュメントの構成 | 分析サマリ全体の章構成を解説 |
| 第2章. 本調査レポートの背景 | 従来のユーザ評価データ活用における課題と解決策について解説 |
| 第3章. 分析手法(Word2Vec)の解説 | 調査レポートで採用している分析手法の詳細を解説 |
| 第4章. 重要キーワードと導入社数シェアの関連 | 18項目に渡る重要キーワードの訴求法を導入社数シェアを交えて解説 |
| 第5章. 重要キーワードと併用すべき関連キーワード | 重要キーワード以外の関連キーワードとその訴求方法を解説 |
| 第6章. 特定の製品/サービスを基点とした分析 | さらなる発展編としての個別分析アプローチの紹介 |

【レポート案内(設問項目、試読版など)】 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2019w2v_sbc_rep.pdf

【価格】 180,000円(税別)

関連する既刊の調査レポート

『2018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/ グループウェア/ CRM/ BI・帳票など10分野の導入社数シェアとユーザによる評価を網羅

【レポートの概要と案内】 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_rep.pdf

【サンプル/ダイジェスト】

主要ベンダの刷新/リニューアルで活性化する中堅・中小向けERP市場
販売管理では消費税率改正などによる負担増を見据えた「不満点の解消」が重要
会計管理では「プライム率」が導入社数シェアの安定的な維持/拡大のカギ
生産管理に求められる取り組みは法規制やIoT活用を見据えた「ソリューション視点」
給与・人事・勤怠・就業管理にはHR Techを見据えた「新たな役割」が求められる
CRMでは独自開発システムと同等の柔軟性と価格の両立がシェア維持/拡大のカギ
自動化に向けた取り組みを通じて、ワークフローに求められる新たな役割とは何か？
グループウェア市場は「サイボウズOffice」と「Office365」のシェア首位争いが続く
「分析したデータの視覚化」はBI・帳票における今後の有効な差別化要因
「クラウドだから伸びる」とは限らない文書管理/オンラインストレージ市場

【価格】 180,000円(税別)

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_erp_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_sbc_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_acc_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_ppc_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_hrw_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_crm_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_wf_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_gw_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_bi_rel.pdf
http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2018itapp_dm_rel.pdf

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