

2006年度 中堅・中小企業向け ERP 市場の実態調査報告

ノーク・リサーチ(本社〒124-0001 東京都葛飾区小菅 4-12-5:代表伊嶋謙二 03-5629-2163、URL:
http://www.norkresearch.co.jp)では2006年の中堅・中小企業向け ERP の実態調査を実施し、その
分析結果を発表した。

<中堅・中小企業向け ERP 市場の実態調査のポイント>

05年度のERP市場は前年比8.1%の伸びで1064億円、06年度見込みは1159億円
 - 中堅・中小企業向け市場規模は2年連続で2桁の13.4%の伸びで670億円
 - 06年度も2桁成長を遂げ741億円へ。2010年には1027億円市場へ -
 中堅・中小企業向け市場の伸びの要因は景気回復感による投資意欲増進、老朽化した基幹システム
 のリプレース、内部統制、J-SOX法などの「コンプライアンスブーム」が追い風
 中堅企業と中小企業に住み分けが明確化。特に中堅市場は「ヒートアップ」
 富士通、大塚商会、住商情報の上位3社は変わらないが、「寡占化」から「混戦市場」へ
 中小企業ERPは大塚商会が圧倒的、ミロク、OBCは差を埋められない
 NECの本格参入で06年度はますます混戦模様。SAP、オラクルの実績はいつ顕在化するか

対象ベンダ：富士通、大塚商会、住商情報システム、オービック、OBC、内田洋行、日本電気
 SAP、日本オラクル、などERPベンダ26社

調査方法：直接面接調査

調査分析期間：2006年7月～11月(05年度は05年4月～06年3月)

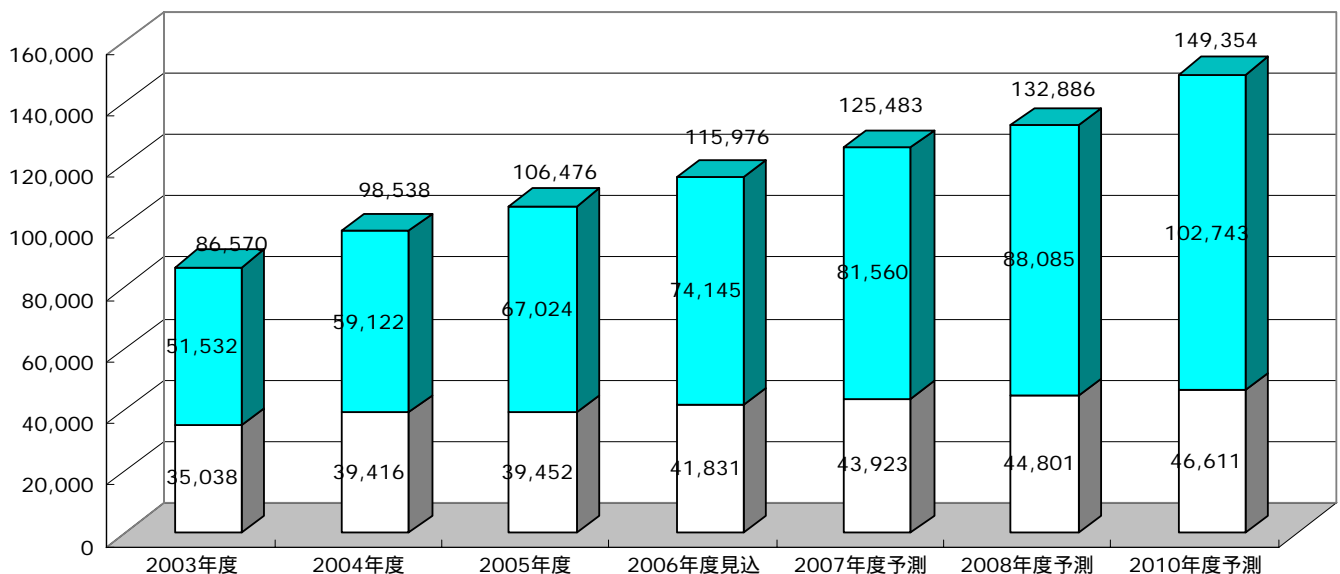
[全体市場規模推移]

- 05年度は8.1%の伸びで1064億円、06年度は1159億円と順調に拡大 -

05年度のERP全体市場規模は1000億円を超えて対前年比8.1%増の1064億円で、06年度には対
 前年比8.9%増の1159億円に達する見込みだ。しかし大企業向けERP市場は飽和感が強く伸びは小さい。
 実際にERP市場の伸びを牽引しているのは中堅・中小企業向けERPだ。

ERPパッケージライセンス売上高市場規模推移

単位:百万円



□ 大手企業向けERPパッケージライセンス売上高 ■ 中堅・中小企業向けERPパッケージライセンス売上高

単位:百万円

年度	2004年度	2005年度	2006年見込	2007年度予測	2010年度予測
大手企業向け	39,416	39,452	41,831	43,923	46,611
ERPパッケージライセンス売上	+12.5%	+0.1%	+6.0%	+5.0%	
中堅・中小企業向け	59,122	67,024	74,145	81,560	102,743
ERPパッケージライセンス売上	+14.7%	+13.4%	+10.6%	+10.0%	
総売上高推移	98,538	106,476	115,976	125,483	149,354
全体における中堅・中小企業向けERPパッケージの割合	60.0%	62.9%	63.9%	65.0%	68.8%

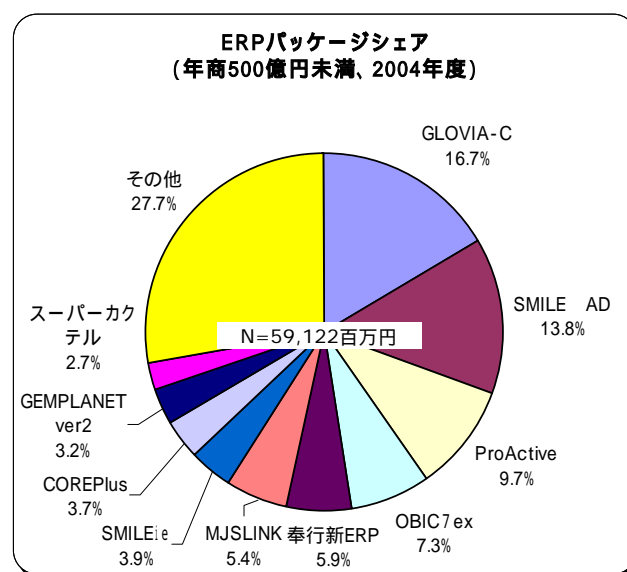
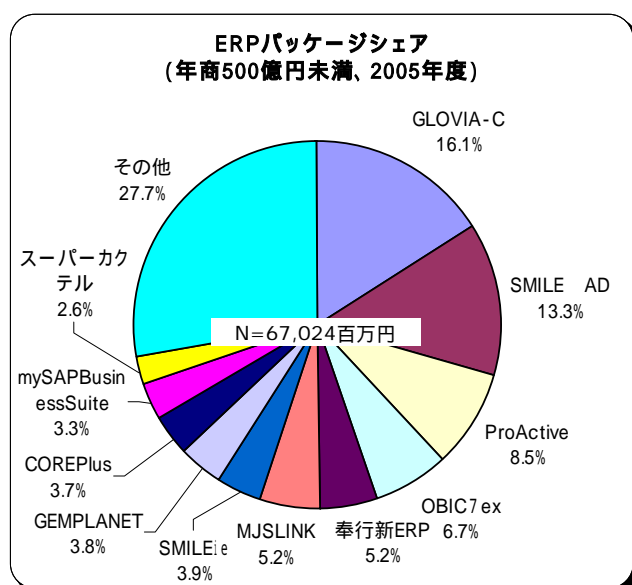
- 中堅・中小企業向け ERP 市場は、2年続けて2桁の伸びで対前年比 13.4% アップ -

中堅・中小企業向け 05 年度 ERP 市場は、2年続けて2桁の伸びで対前年比 13.4% アップ、670 億円となった。2桁成長を維持している要因は、景気の回復による IT 投資意欲の増加と、オフコン、PC サーバなどの老朽化（によるリプレース）した基幹系システムの見直しで ERP へのリプレース、内部統制や J-SOX 法などの「企業コンプライアンスブーム」が追い風となって、ベンダがユーザに ERP を営業、提案する機会が増えたこと、ユーザ企業も課題対応のソリューションとして検討したことが要因だ。

今後、J-SOX 法の実施基準が明確になる 2007 年以降も順調に市場の拡大が見込まれ、2010 年には 1000 億円を超えることが予測される。

[ERP ベンダシェア推移]

- シェアトップは昨年同様富士通で 16.1%、2 番手に大塚商会で 13.3% -



2005 年度中堅・中小企業向け市場（年商 500 億円未満企業）の ERP シェアトップは 3 年連続で富士通の「GLOVIA-C」で 16.1% だった。次いで、大塚商会の「SMILE AD」が 13.3% で、住商情報システムの「ProActive」が 8.5% となっている。

一見昨年のシェアから大きな変化はないように見える。富士通、大塚商会、住商情報システムの上位 3 社の位置づけは変わらない。ただし下位ベンダとのシェアは微妙に詰まってきている。それは過熱気味の中堅企業への全 ERP ベンダによる集中展開が、上位 3 社による「寡占状態」を拒んでいる要因だ。特に飛躍的に伸びたベンダは見当たらないが、「住み分け」によるベンダ得意力カテゴリでの位置取りが明確になっている。特に NEC による本格参入が、ERP 市場のシェア争いをさらに混戦模様に向かわせている。

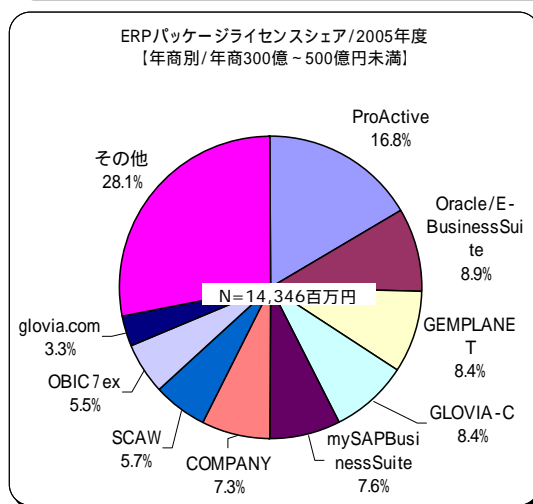
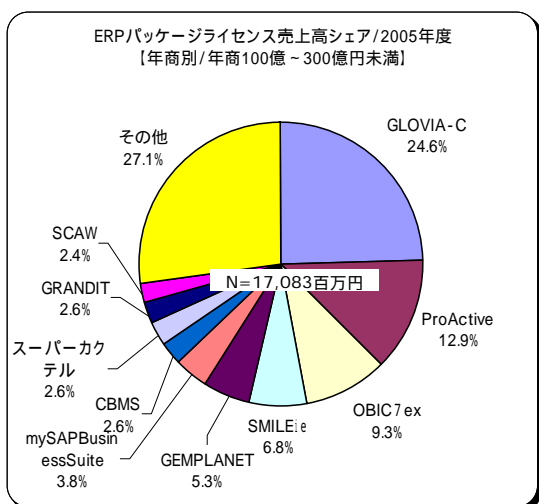
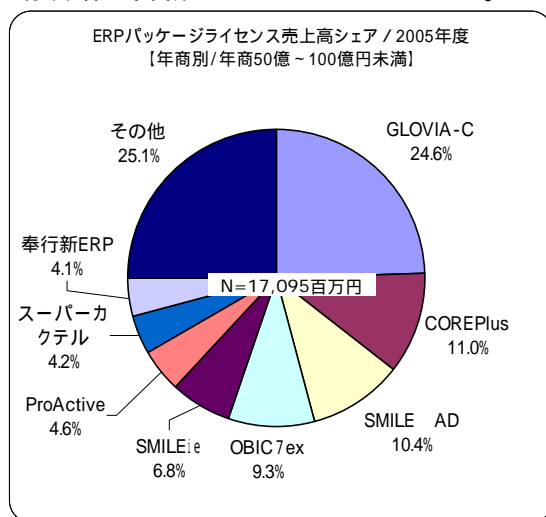
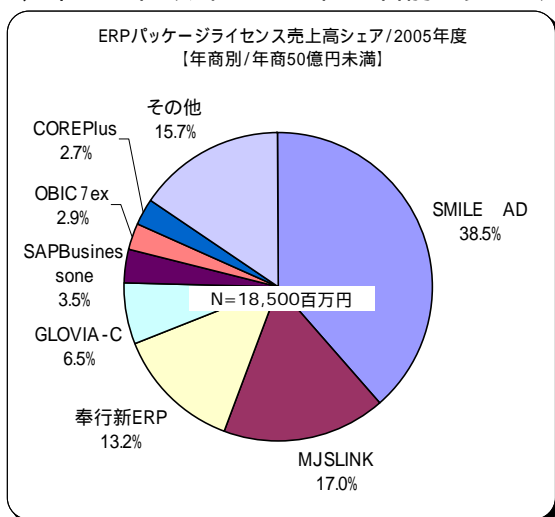
[年商別 ERP ベンダシェア]

- 「中小で大塚商会」、「中堅で富士通」、「中堅の上位で住商情報システム」がトップシェア -

「年商 50 億円未満」の中小企業市場では大塚商会の「SMILE AD」が 38.5%と際立ったシェアでトップを堅持している。中小企業市場はまだ模様様の景気状況で必ずしも全般的に好転しているとは言えない状況で、「豊富な既存顧客を着実に提案し続ける」地道な営業活動をベースに、セミナーなどで新規顧客も獲得する政策が功を奏し、2年連続でシェアトップを維持している。

「年商 50 億円-100 億円」、「年商 100 億円-300 億円」の市場では富士通の「GLOVIA-C」が 2年連続トップだ。既存顧客のリプレースに加えて、中堅企業市場攻略に特化した新しい事業部設立による「オール富士通」としての販売力強化などが実績を高める弾みとなっている。

「年商 300 億円-500 億円」では住商情報システムの「ProActive」が 16.8%で昨年から引き続きシェアトップ。昨年はグループ会社へまとめて導入するなど規模の大きな案件が多く、シェアの維持に繋がっている。この中堅上位層の市場でオラクル、SAP の名前が出始めている。大企業市場に強みを持つ 2社だが、中堅上位以外では 2社の名前は少なく、市場攻略に苦戦していることがわかる。



[ベンダ勢力マップ]

- 2 極化が明確化してきた ERP 市場、「ヒートアップ」している中堅市場 -

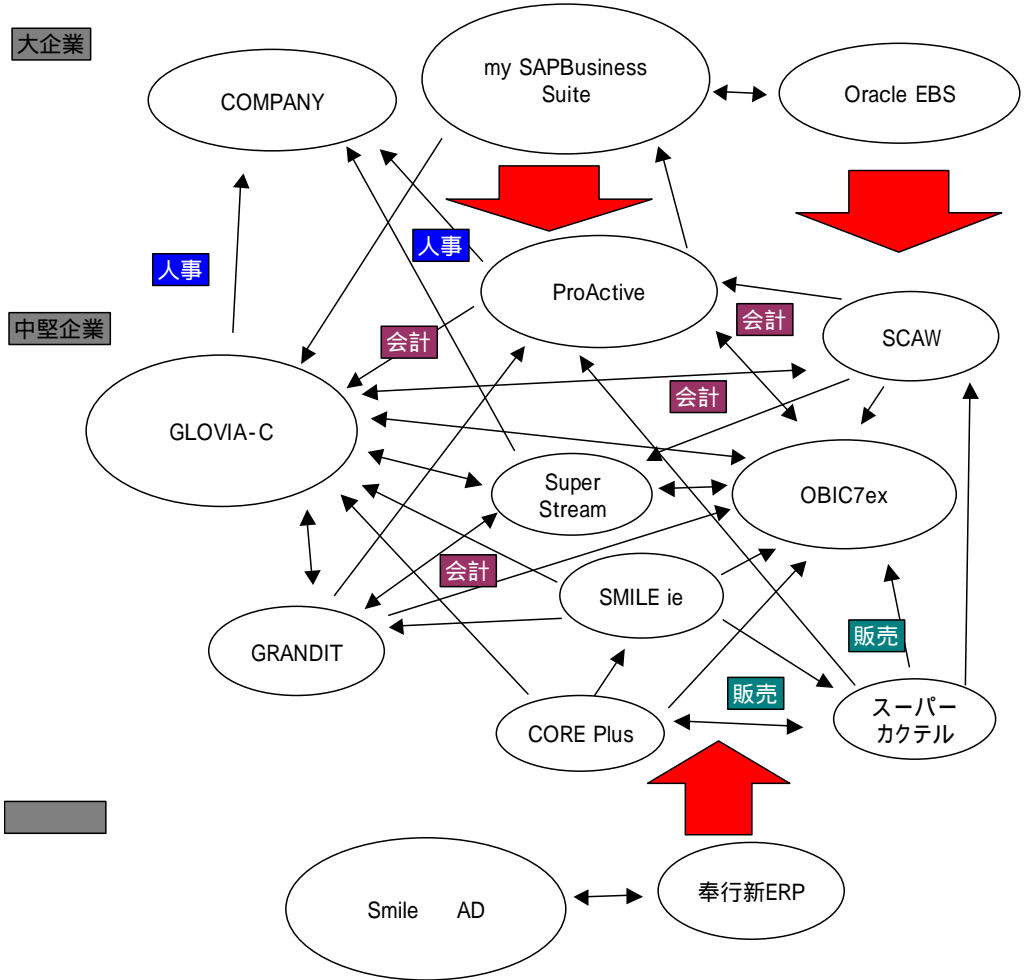
図の円の大きさはシェア、矢印の向きは競合先とみなしていることを表している。大きな矢印は市場への参入を表している。

中堅市場に「販売のベクトル」が集中しているのは明らかだ。しかもシェア上位 3 社は当然のごとく競合視されているが、シェアを維持している。その要因は、「販売力」だ。富士通は富士通ビジネスシステムを中心とした富士通グループのチャンネル網、住商情報システムには住商エレクトロニクスなどの住商グループの総合力、オービックは自社の強力な営業力をもっている。そして、まだこの競合視されることは少ないが、この上位 3 社と同様の販売力を持ち、この構図を崩す可能性を持っているのは NEC だ。

また「業種・モジュール別」という住み分けを行い、ニッチな戦略を進めているベンダもいる。内田洋行は「製造業の販売管理」を基点に展開している。SSJ は

「中堅企業の財務会計」という足場を固めようとしている。東洋ビジネスエンジニアリングは「製造業の生産管理」の方針を貫いている。一方外資系ベンダは苦戦を強いられている。SAP は BusinessOne のチャンネル戦略、パートナープログラムの見直しを行うことで現状からの脱却を図っている。オラクルは「JD Edwards」のブランドを復活させ、短期導入パックの販売などの政策を打っているが、SAP 同様に苦戦している。国産ベンダが激しくせめぎ合う中堅・中小企業市場で、パートナーの「頭数を揃える」のではなく、「売ることができるパートナー」の存在が課題となっている。

このように、競合が激戦化している中堅企業市場は「自社または他社製品の基幹システムのリプレース」市場で、いずれ大企業市場同様に飽和状況となるのは時間の問題だ。今後潜在需要の大きな中小市場（年商 30 億円～100 億円）に力点が移るのは間違いないところだ。



当調査データに関するお問い合わせ



ノーク・リサーチ 担当：河田 裕司 かわだ

e-mail:kawada@norkresearch.co.jp

〒124-0001 東京都葛飾区小菅 4-12-5 tel: 5629-2163

URL: <http://www.norkresearch.co.jp>