

## 中堅・中小企業のIT投資判断時の情報源に関する調査報告

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)は「年商500億円未満の国内中堅・中小企業がIT投資に関する判断を下す際に主たる情報源として何を選ぶのか」に関する調査を実施し、その結果を発表した。

### 既存の販社/SIerによる対面での営業への依存度が高い中堅・中小市場、 厳しい経済環境はユーザ企業が新たな情報源を模索する契機となり得る

「中堅・中小企業攻略には既存の販社/SIerによる対面営業しかない」を打開するポイント

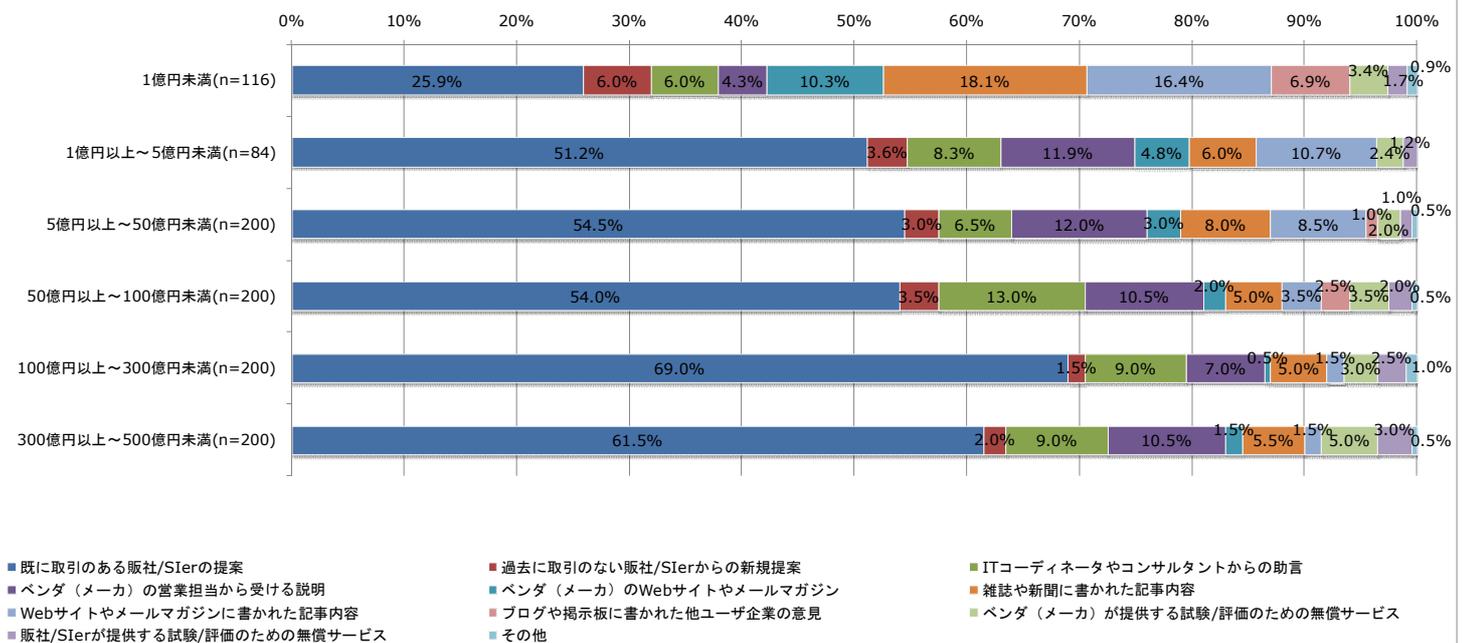
- 新規顧客への提案は現状維持よりも斬新さ、メディア訴求では客観性を持たせることが重要
- 提案したい内容だけでなく、その周辺の情報についても合わせて提供する姿勢が求められる
- ベンダのWebサイトは検索性、メディアでは類似情報を容易に見つけられるための配慮が大切

ノークリサーチが四半期毎に実施しているIT投資意欲指数調査によると、2009年5月から回復基調にあった傾向が一転し、2009年12月には再び下降へと転じる結果となった。そうした状況の中、ユーザ企業は単なる販売価格や保守/サポート料金の引き下げより、「IT投資の妥当性や実現可能性を判断するための情報提供」をより強く望んでいることが明らかとなった。そこで、本調査では、厳しい経済環境下でもIT投資へと踏み切る中堅・中小企業が判断を下す際にどのような情報源を選択/重視しているのかをユーザ企業に尋ね、その結果を詳しく分析している。

### 既存の販社/SIerへ強く依存する中堅・中小企業だが、新たな提案を訴求する余地はある

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業経営層に対し、IT投資の妥当性や実現可能性を判断する際の情報源として最も活用度の高いものは何か?」を尋ねた結果である。年商1億円未満を除く全年商帯で「既取引のある販社/SIer」が過半数を占めていることがわかる。年商1億円未満の小規模企業では継続的な取引のある販社/SIerを持たないことも多く、その結果雑誌やWebサイトといったメディアが主たる情報源となっている状況が読み取れる。次頁ではこの「IT投資の判断における情報源」に関するさらに詳細な調査結果を述べる。そこには既存の販社/SIerだけではなく新たなアプローチの可能性が垣間見える。

IT投資の妥当性や実現可能性を判断する際の情報源 (年商別)



## 新規顧客への提案は斬新さが必要、メディアによる訴求では客観性を持たせることが大切

以下グラフは前頁に挙げた「IT投資の判断における情報源」の選択理由を情報源別に尋ねた結果である。

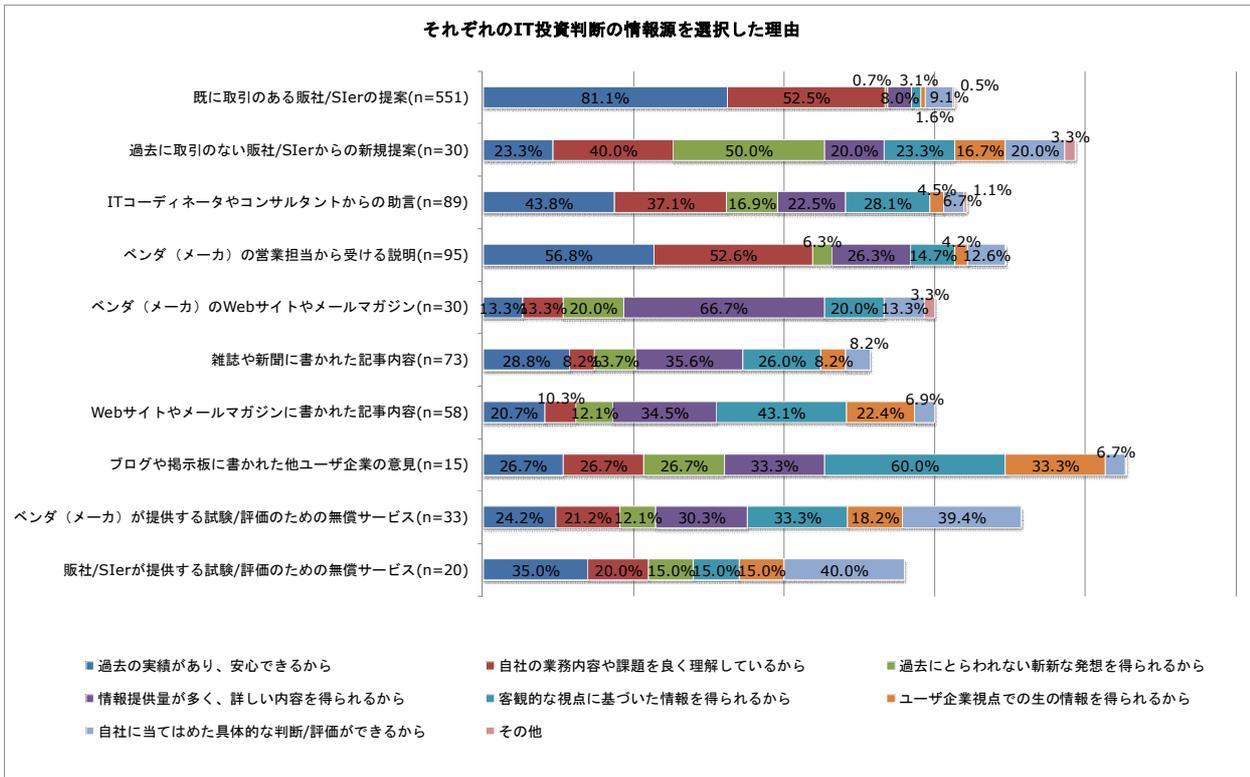
「既取引のある販社/Sier」を選ぶ理由としては、「過去の実績があり、安心できるから」「自社の業務を良く理解しているから」の二つが突出して多く、オフコン時代から継続する関係を重視する中堅・中小企業が多いことがあらためて確認できる。一方、「過去に取引のない販社/Sierからの新規提案」を選ぶ理由としては（サンプルが少ないため参考値ではあるが）「過去にとらわれない斬新な発想を得られる」が半数に上る。逆にいえば、現状の延長線上に留まる提案だけでは新たな顧客獲得は難しいということになる。

「ベンダ（メーカー）の営業担当から受ける説明」を選ぶ理由も「既取引のある販社/Sier」と類似しており、特定のベンダと長く付き合う傾向が強いことが伺える。また、「ベンダ（メーカー）のWebサイトやメールマガジン」を選ぶ理由としては「情報量の豊富さ」が挙げられている。つまり、最初にベンダの営業担当経由で情報を得た後、ベンダのWebサイトなどでより詳しい情報を収集するという流れがあると考えられる。

販社/Sierやベンダ（メーカー）と比較すると、「ITコーディネータやコンサルタント」は挙げられる理由が分散しており、それだけバランスが取れていると捉えることもできる。特に小規模企業に対してはこうした人材と協力した形での訴求を検討する価値がある。

「（一般の）Webサイトやメールマガジン」「ブログや掲示板」といったメディアを選ぶ理由としては「情報量の豊富さ」と合わせて「客観的な視点」が挙げられている。つまり、メディアを通じた新しいソリューション訴求に際しては、第三者の知見を交えるなどといった施策が効果的であるといえる。

「試験/評価のための無償サービス」は情報源として選ばれる数そのものがまだ少ないが、限られた投資で最大限の効果を挙げるためにユーザ企業の注目が今後高まると予想される情報源である。選択の理由としては「自社に当てはめた具体的な判断/評価」といった自社との適合性がポイントとなっている。



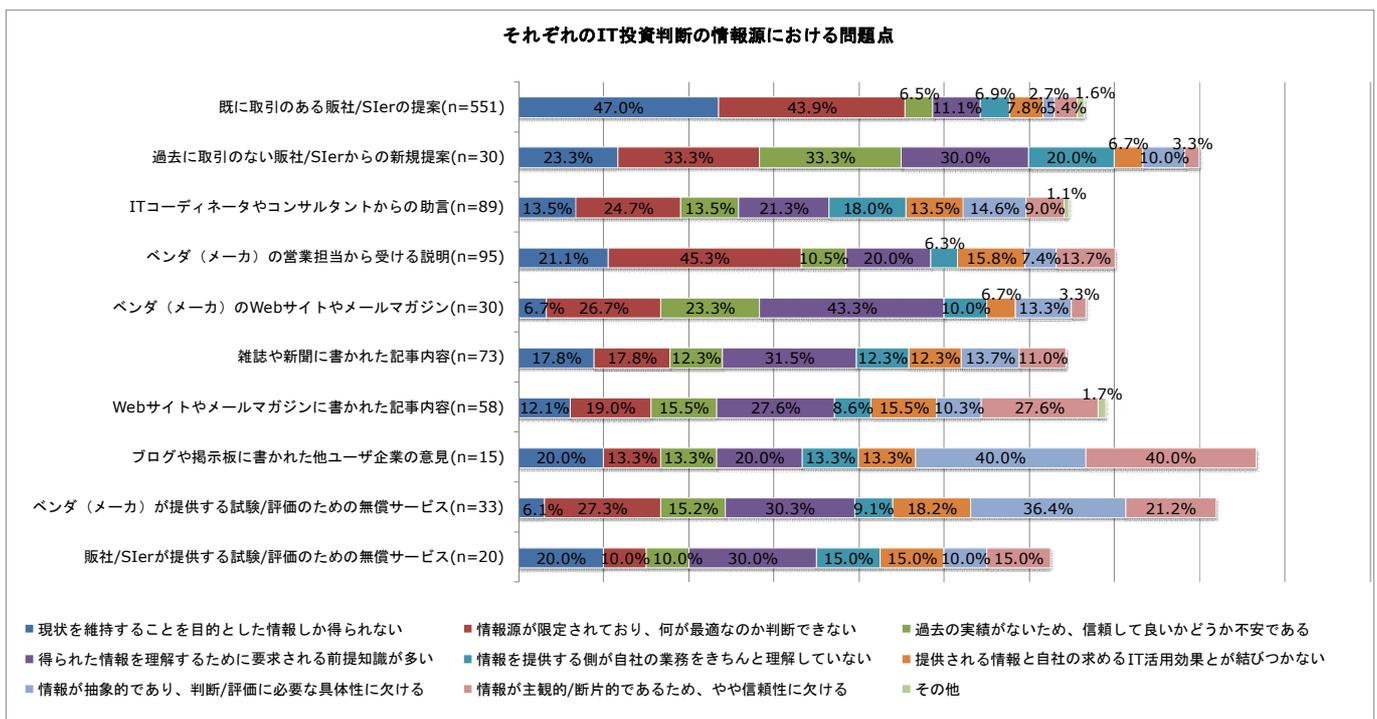
**提案したい内容だけでなく、その周辺の情報についても合わせて提供する姿勢が大切**

以下のグラフは最初に選んだ「IT投資の判断における情報源」の問題点を情報源別に尋ねた結果である。

「既取引のある販社/Sier」では「現状を維持することを目的とした情報しか得られない」が最も多く挙げられている。一方、「過去取引のない販社/Sierからの新規提案」に対しては「過去の実績がないため、信頼して良いかどうか不安」「得られた情報を理解するために要求される前提知識が多い」といった点が指摘されている。また、「自社の業務を理解きちんとしていない」も新規の販社/Sierが最も多くなっている。「情報源が限定されており、何が最適なのか判断できない」は両者に共通している。これらを踏まえると、既存顧客に対しては現状に限定されない情報提供、新規顧客に対しては顧客のスキルレベルや業務に対する十分理解が重要であることがわかる。提案したいポイントだけに固執せず、遠回りのようではあるが周辺情報も合わせて提供することが大切である。

「ベンダ(メーカ)の営業担当から受ける説明」では「情報源が限定されている」という指摘が最も高く、自社製品に関連する情報の伝達に終始してしまいがちな状況が伺える。一方、「ベンダ(メーカ)のWebサイトやメールマガジン」は「要求される前提知識が多い」が最も高い。このことから、ベンダからの情報提供に関しては、より広い範囲の情報をもっとわかりやすく伝える努力が求められているといえる。また、「ベンダ(メーカ)が提供する試験/評価のための無償サービス」については「情報が抽象的で具体性に欠ける」との指摘が目立つ。必要事項を入力し、導入効果をWeb上で確認できるツールなどは最初のステップとしては有効だが、ユーザ企業が自社環境への導入を具体的にイメージできるほどの訴求力は期待できないのが現状である。

「(一般の)Webサイトやメールマガジン」「ブログや掲示板」といったメディアにおいては「情報が主観的/断片的であるため、やや信頼性に欠ける」が多く挙げられている。書き手と読み手の境界線が曖昧になり、ユーザから見れば多くの見解を集約した信頼できる情報なのか、一個人の見解に過ぎないのかの判断が難しくなっている。メディア経由での訴求においては情報の出所や提供者を明示し、ユーザ企業が情報に対する客観性をすぐ確認できるようにしておくことが重要である。



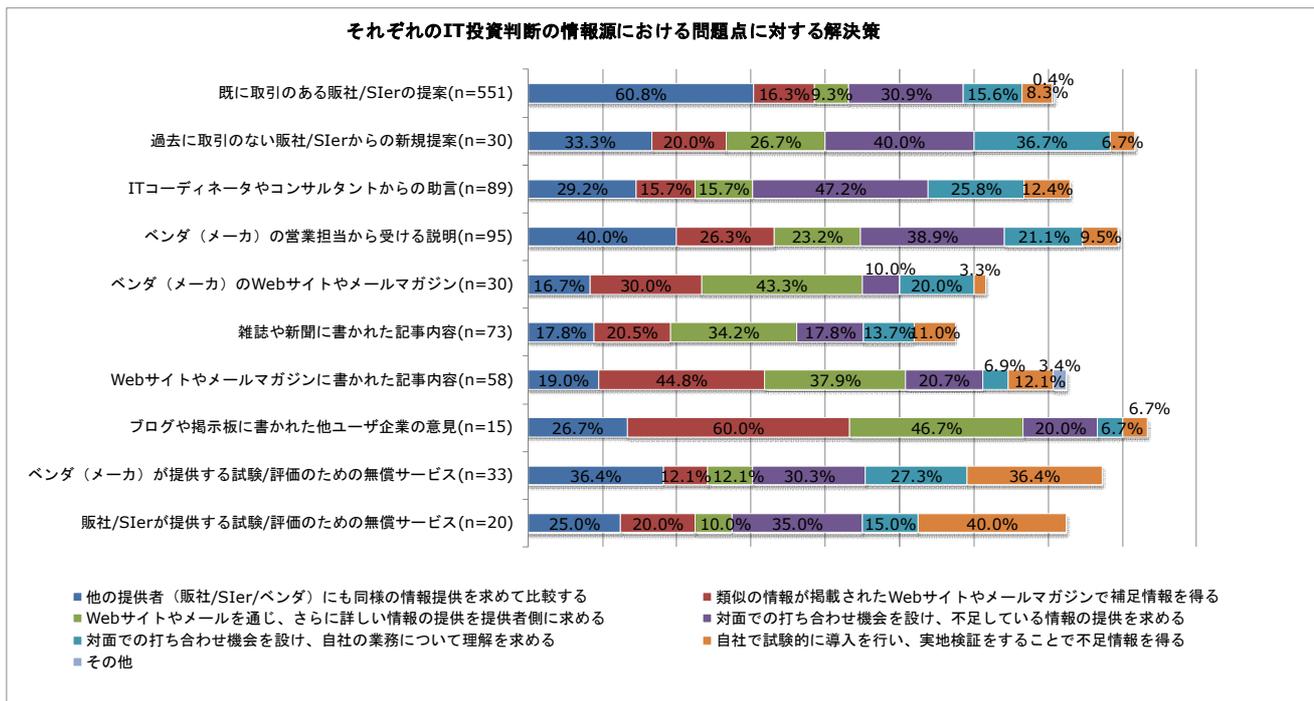
## ベンダのWebサイトでは検索性、メディアでは類似情報へのアクセス容易性が求められる

以下のグラフは「IT投資の判断における情報源」の問題点を解決するためにユーザ企業が実践している対策を情報源別に尋ねた結果である。

「既取引のある販社/SIer」では「他の提供者にも同様の情報提供を求めて比較する」という相見積もりに対応する対策が多くを占めている。一方、「過去に取引のない販社/SIer」に対しては「対面での打ち合わせ」によって双方の理解を深めようとするケースが多い。このことから、既存顧客に対しては競合他社も含めた情報提供、新規顧客に対しては早い段階での対面でのコミュニケーションがリードタイムを縮める上でも有効な施策と考えられる。

「ベンダ（メーカ）の営業担当から受ける説明」では「既取引のある販社/SIer」に近い傾向が見られるが、「ベンダ（メーカ）のWebサイトやメールマガジン」については「さらに詳しい情報提供を提供者側に求める」が多く、同じ情報源からさらに詳しい情報を引き出そうとする傾向が強い。このことから、ベンダが提供する情報に関してはユーザが知りたい情報をすぐに見つけられる「検索性」が重要であることがわかる。

「（一般の）Webサイトやメールマガジン」「ブログや掲示板」といったメディアにおいては「類似の情報源から補足情報を得る」が多い。逆に言えば、類似の情報源が少ないと、ユーザ企業は情報への信頼度を高めることができないことになる。したがって、新たなソリューションを訴求する際には馴染みのないキーワードの多用を避け、ユーザが類似した情報を多く見つけられるように配慮することが大切である。



【アンケート調査実施概要】

▼調査対象:年商500億円未満の国内民間企業 ▼調査方法:Webアンケート ▼有効回答数:1000社 ▼調査実施時期:2009年11月下旬

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  
 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