

# 2007年 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〒120-0034 東京都足立区千住1-4-1 東京芸術センター1712:代表伊嶋謙二03-5244-6691  
URL: <http://www.norkresearch.co.jp>)では2006年度の中堅・中小企業向けERPの実態調査の分析結果を発表した。

## <中堅・中小企業向けERP市場のポイント>

### 「中堅・中小企業向けERP市場は対前年約8%の成長率、拡大基調続く」

- 2006年度は7.8%の伸びで722億円、2010年度には1000億円を突破へ —
- 総合シェアトップは「富士通」、2番手「大塚商会」は変わらず、3番手に「オービック」が浮上 —

### ◆市場拡大による細分化が進み、クラス別のマーケティング戦略が必要な時代がきた。

- 市場を牽引したのは年商50億～300億円クラスの企業で、3年間で約150%の成長実績 —
- 戦略が見えるERPベンダは「富士通」「オービック」「大塚商会」、今後は「SAP」の動きに注目！ —

### ◆「売り手市場から買い手市場」へ、各社の戦略巻き返しはこの1～2年が勝負か?!

- ERP全体に占める中堅・中小企業市場の割合は7割突破間近、大企業市場は横ばいへ —

※「中堅・中小企業」は年商500億円未満、「大企業」は年商500億円以上とする。

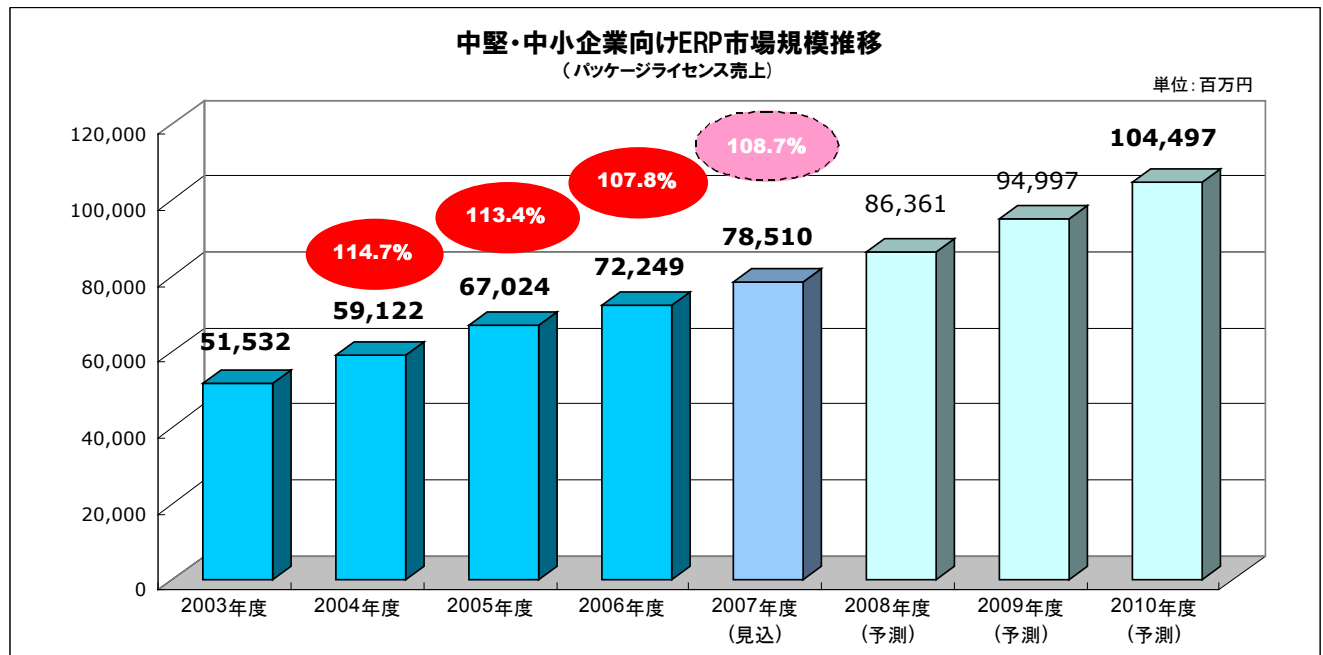
◇対象ベンダ: 富士通、大塚商会、住商情報システム、オービック、OBC、内田洋行、日本電気、SAP、日本オラクルなどERPベンダ29社

◇調査方法: 直接面接調査 ◇調査分析期間: 2007年8月～11月(06年度は06年4月～07年3月)

[中堅・中小企業向けERP市場規模推移]

### — 2006年度は7.8%の伸びで722億円、2010年度には1000億円を突破へ —

06年度の中堅・中小企業向けERP市場は前年比107.8%の722億円に成長した。07年度は前年比108.7%で785億円と見込まれる。中堅・中小企業向けERP市場は今後も順調に成長を続け、10年には1,044億円に達すると予測される。



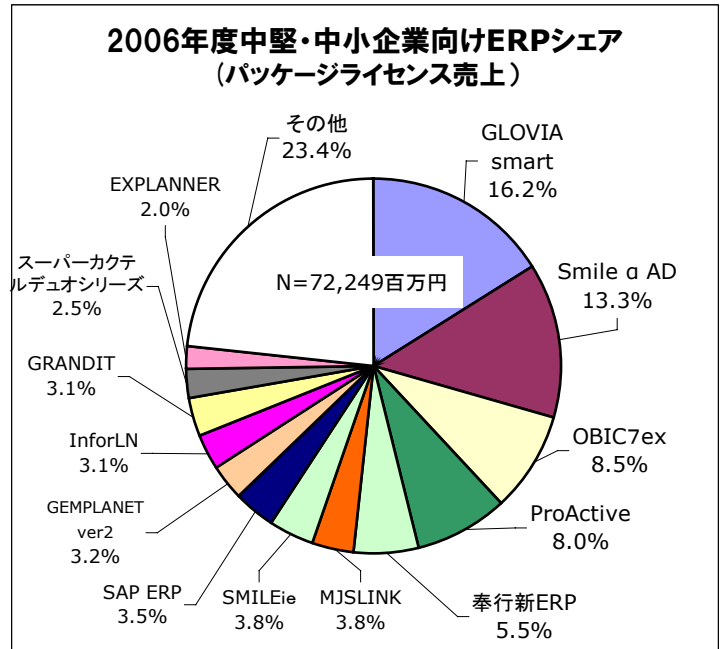
[中堅・中小企業向けERPパッケージシェア]

—総合シェアトップは「富士通」、2番手「大塚商会」は変わらず、3番手に「オービック」が浮上—

06年度の中堅・中小企業向け市場のERP総合シェアトップは4年連続で富士通「GLOVIA smart」が16.2%、次いで、大塚商会「Smile α AD」が13.3%、オービック「OBIC7ex」が8.5%となっている。

シェアを大きく伸ばしているベンダはなく、昨年同様の混戦模様が浮かび上がっているが、同時に市場の細分化も進行している。各ベンダが得意とするカテゴリにおいて、ユーザをどれだけ獲得できたかが総合シェアに大きく影響する結果となった。

上位5社は年商クラス別でも20%前後のシェアを獲得してトップ、もしくは2番手に位置取りしていることがそれを端的に表している。

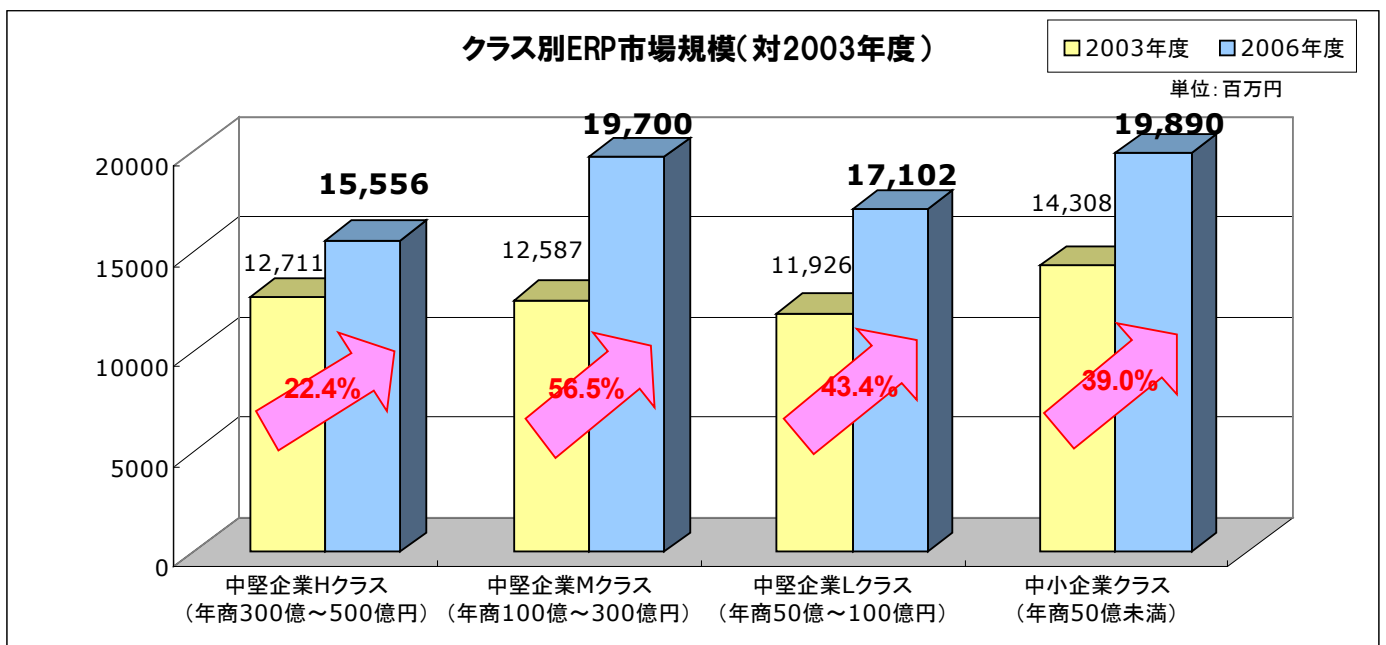


[クラス別ERPパッケージライセンス売上高市場規模比較 (2003年度、2006年度)]

—市場を牽引したのは年商50億～300億円クラスの企業で、3年間で約150%の成長実績—

06年度の年商別ERP市場規模は、中堅企業Hクラスは約155億円、中堅企業Mクラスでは約197億円、中堅企業Lクラスでは約171億円、中小企業クラスは約198億円となっている。

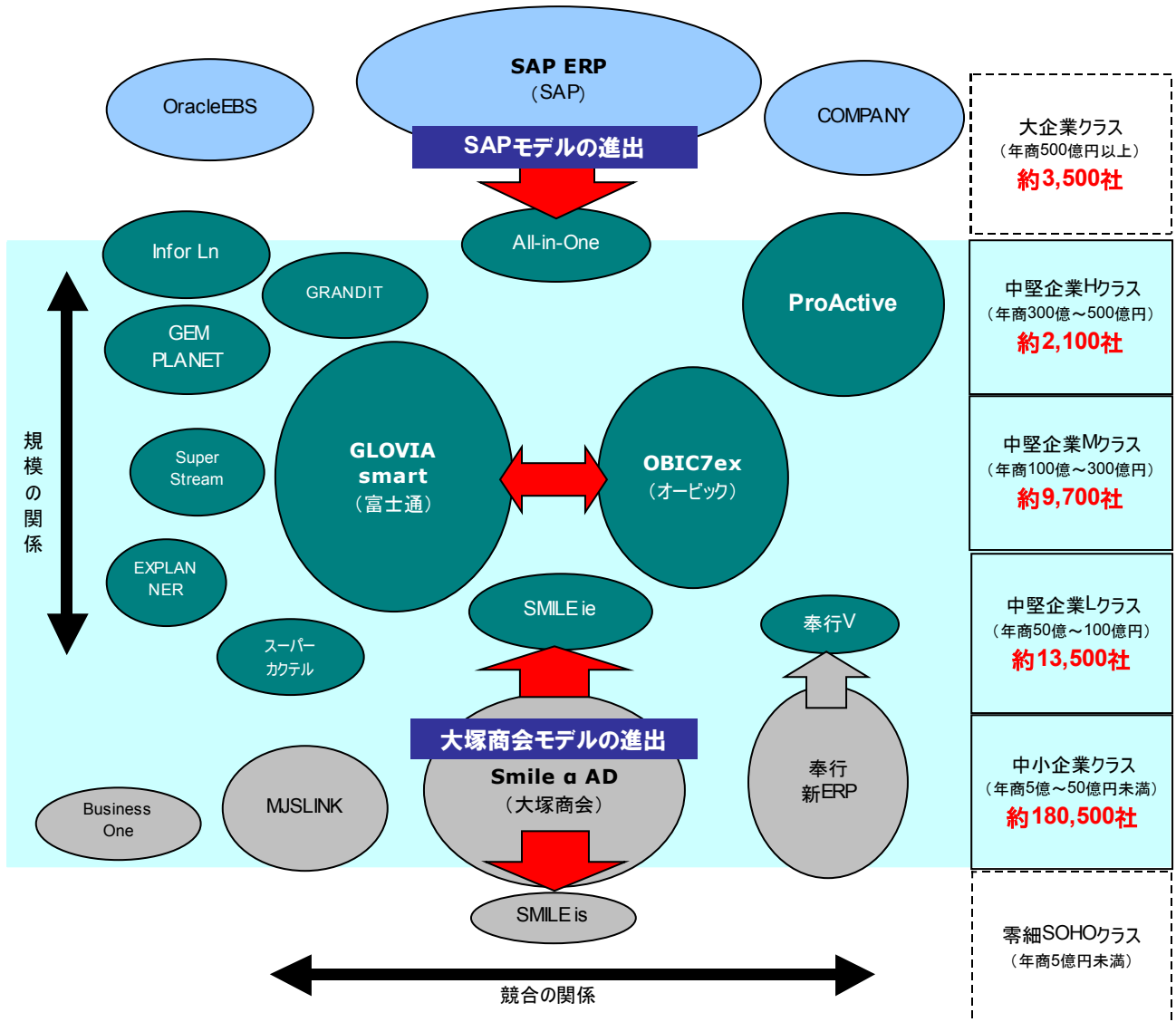
中堅企業ML (年商50億～300億円) の2クラスが3年間で約50%増と飛躍的に成長しているが、企業規模に関係なく市場は順調に成長しており、中堅・中小企業全体にERPパッケージは導入されていることがわかる。



[中堅・中小企業向けERPベンダ戦略マップ]

一戦略が見えるERPベンダは「富士通」「オービック」「大塚商会」、今後は「SAP」の動きに注目！一

※円の大きさはシェア、縦軸が「規模の関係」、横軸が「競合の関係」、赤文字は「全国の企業数」を表している。



上記のベンダ戦略マップには、3つのポイントがある。

まず1つ目は、「中堅企業クラスにおけるシェアと競合の中心は富士通とオービック」だ。系列の大手販売店を中心とした「チャンネル戦略」を全国的に展開する富士通と、自社で導入からアフターサポートまで行う「ワンストップソリューション」を目指すオービックが中堅企業クラスで熾烈な競争をしている。

2つ目は、「大塚商会モデルの進出」だ。大塚商会は「SMILE ie」で中堅企業攻略を進める一方で、新製品の「SMILE is」を中小下位クラス向けに販売を開始し、「多彩な商材を活かした複合提案」と「ワンストップソリューション」を目指す「大塚商会モデル」を中堅・中小企業市場全体に拡充しようとしている。

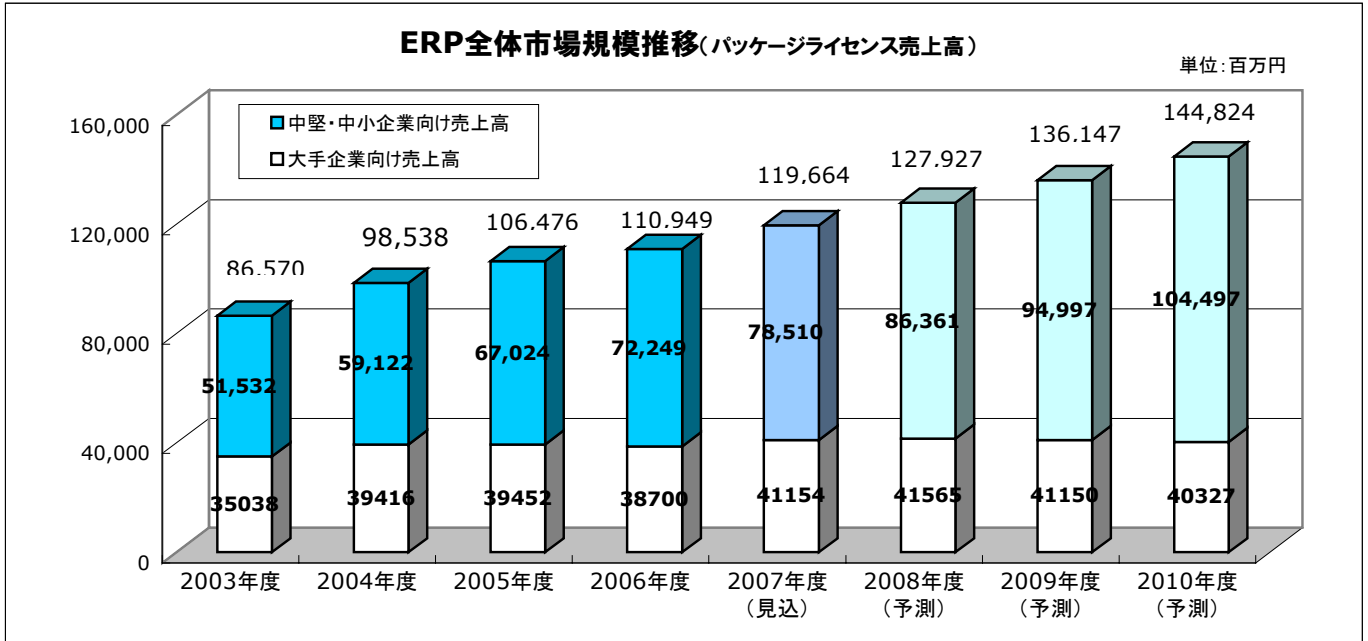
3つ目が「SAPモデルの中堅企業クラスへの進出」だ。グローバルスタンダードなERPであることを強みにして大企業クラスで圧倒的なシェアを持つ「SAPモデル」の戦略が、中堅企業クラスにも「All-in-One」によって進出し始めている。

細分化が進む市場では、各カテゴリにマッチしたマーケティング戦略が必須であり、上記の4社はその戦略を展開し始めている。このような市場の変化に迅速に対応することが、今後のERP市場で生き残るための条件である。

## [ERP全体市場規模推移]

## -ERP全体に占める中堅・中小企業市場の割合は7割突破間近、大企業市場は横ばいへ-

ERP全体市場規模は対前年比4.2%増の1109億円、07年度は対前年比107.9%の1196億円に達する見込みだ。08年度以降は年率約7%の伸びで10年度には1448億円に達すると予測される。06年度の大企業市場は飽和感が強く、今後もほぼ横ばいとなり、市場における中堅・中小企業市場の割合は高まり、10年度には市場全体の7割を超えることが予想される。



| 年度<br>(4月～翌年3月) | 大手企業<br>向け売上高 | 前年比    | 中堅・中小企業<br>向け売上高 | 前年比    | 全体売上計   | 前年比    | 中堅・中小<br>の割合 |
|-----------------|---------------|--------|------------------|--------|---------|--------|--------------|
| 2003年度          | 35,038        |        | 51,532           |        | 86,570  |        | 59.5%        |
| 2004年度          | 39,416        | 112.5% | 59,122           | 114.7% | 98,538  | 113.8% | 60.0%        |
| 2005年度          | 39,452        | 100.1% | 67,024           | 113.4% | 106,476 | 108.1% | 62.9%        |
| 2006年度          | 38,700        | 98.1%  | 72,249           | 107.8% | 110,949 | 104.2% | 65.1%        |
| 2007年度(見込)      | 41,154        | 106.3% | 78,510           | 108.7% | 119,664 | 107.9% | 65.6%        |
| 2008年度(予測)      | 41,565        | 101.0% | 86,361           | 110.0% | 127,927 | 106.9% | 67.5%        |
| 2009年度(予測)      | 41,150        | 99.0%  | 94,997           | 110.0% | 136,147 | 106.4% | 69.8%        |
| 2010年度(予測)      | 40,327        | 98.0%  | 104,497          | 110.0% | 144,824 | 106.4% | 72.2%        |

当調査データに関するお問い合わせ



株式会社 ノークリサーチ  
 担当: 河田 裕司<カワダ>  
 東京都足立区千住1-4-1 東京芸術センター1712  
 TEL 03-5244-6691 FAX 03-5244-6692  
 kawada@norkresearch.co.jp  
 www.norkresearch.co.jp