

中堅・中小企業のモバイル端末活用実態調査報告

ノーリサーチ(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)は国内の中堅・中小企業におけるモバイル端末の活用実態に関する調査結果を発表した。

< 一般消費者向け端末普及状況を踏まえつつ、多様な選択肢を用意することが重要 >
 モバイル端末活用に対するニーズは年商5億円未満の小規模企業においても存在
 モバイル端末活用が最も有効な業務分野は情報系、営業/顧客管理系がそれに続く
 スマートフォンは広い年商帯で有効な訴求策だが、従来型携帯電話への配慮も必要
 低年商帯での知名度はiPhoneが突出するものの、スマートフォン各種OSは拮抗状態

【調査実施概要】

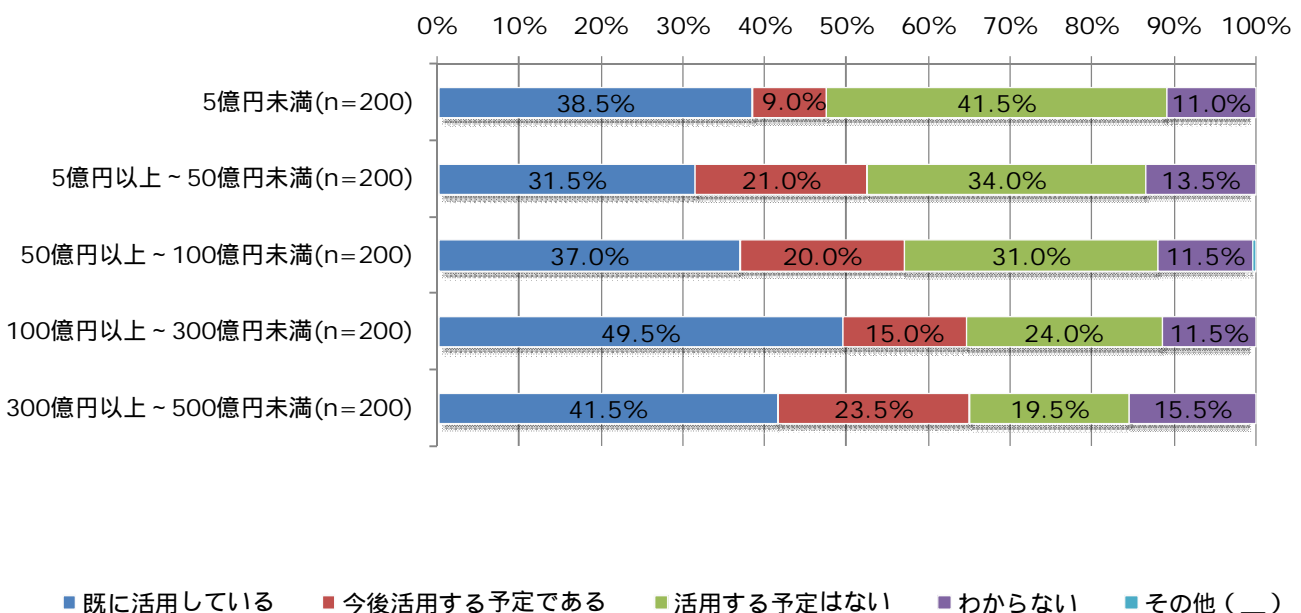
調査対象: 年商500億円未満の国内民間企業
 調査方法: Webアンケート調査
 サンプル数: 1000サンプル
 実施時期: 2010年3月

モバイル端末活用に対するニーズは年商5億円未満の小規模企業にも存在している

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対し、モバイル端末(ノートPC、ネットブック、スマートフォン、携帯電話など)の活用状況を年商別に尋ねた結果である。必要な情報を社外においても臨機応変に取得することにより、業務効率改善やコスト削減を実現しようとするニーズは中堅・中小企業においても高いことが確認できる。

以下では「中堅・中小企業におけるモバイル端末活用はどんな業務分野で有効なのか?」「中堅・中小企業ではどんな種類のモバイル端末が選ばれるのか?」といった点について調査データを元に詳しく見ていくことにする。

モバイル端末の活用状況 (年商別)



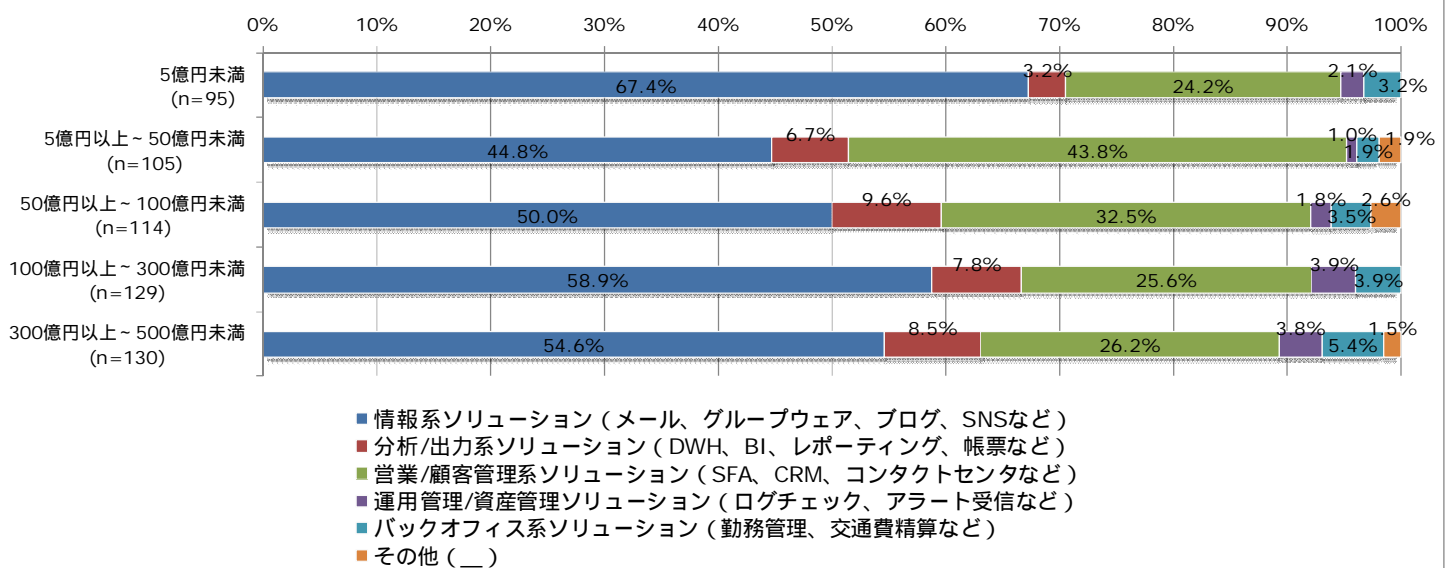
モバイル端末活用が最も有効な業務分野は情報系、営業/顧客管理系がそれに続く

以下のグラフは年商500億円の中堅・中小企業に対し、「モバイル端末活用の実施/検討を行っている業務分野のうち最優先のもの」を年商別と業種別に尋ねた結果である。メールやグループウェアといった情報系ソリューションが最も多く、SFAやCRMなどの営業/顧客管理系ソリューションがそれに続いている。いずれもスケジュール確認/調整や案件情報の参照/入力といった外出時に行うことの多い業務シーンを含んでおり、モバイル端末活用との親和性が高いといえる。

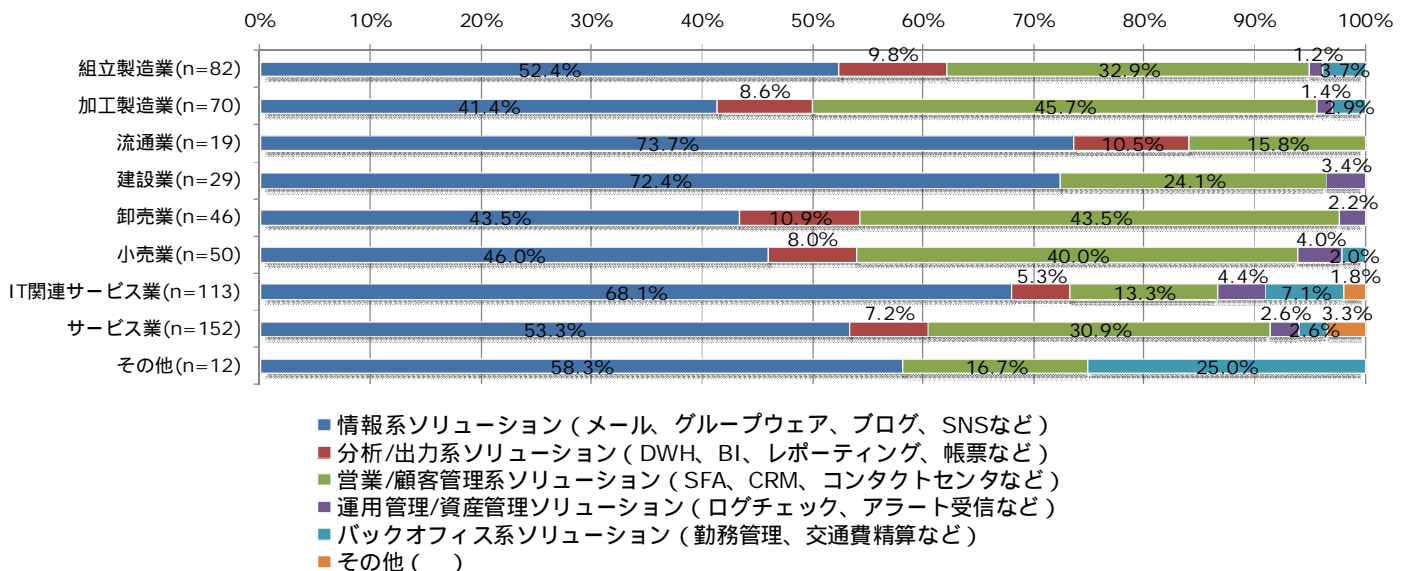
年商別では年商5億円未満のユーザ企業層において情報系ソリューションへのニーズが高い。また、年商50億円以上では社内滞在時間が少なくなりがちな経営層に対するデータの見える化という意味での分析/出力系ソリューションも今後検討の価値がある分野である。

業種別では小売業と流通業が比較的活用意向が高く、前者は店舗における顧客管理業務での使い勝手の良さや機器費用負担軽減、後者は倉庫など端末設置が難しい場所での社内情報(業務プロセス)の共有といった期待があるものと考えられる。

モバイル端末活用の実施/検討を行っている業務分野のうち最優先のもの(年商別)



モバイル端末活用の実施/検討を行っている業務分野のうち最優先のもの(業種別)



スマートフォンは広い年商帯で有効な訴求策だが、従来型携帯電話への配慮も必要

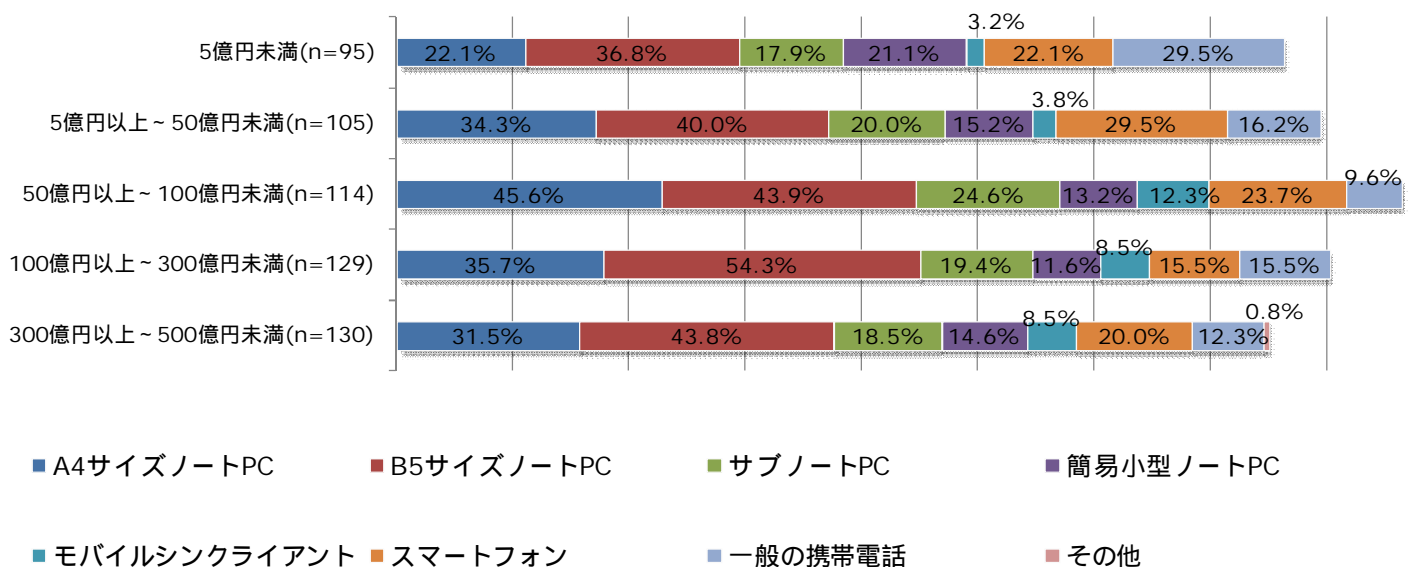
以下のグラフは年商500億円の中堅・中小企業に対し、「モバイル端末活用において対象となるモバイル端末の種類」について年商別に尋ねた結果である。

昨今はスマートフォンに注目が集まっているが、ノートPC(画面サイズ約13～15インチの「A4サイズノート」、画面サイズ約12～14インチの「B5サイズノート」、画面サイズ約10～12インチの「サブノート」)も含めた広い範囲で見ると、モバイル端末としては依然としてノートPCが多くを占めていることが分かる。

画面サイズ10インチ以下のネットブックやUMPCを含む「簡易小型ノートPC」は一般消費者向けでは一時期ブームになったものの、業務アプリケーションを稼働させるにはスペックが低いなどの要因から企業向けでは今後大きな伸びは示さないと予想される。ただし、年商50億円以上ではセキュリティやコンプライアンス面の要請からモバイルシンクライアントへのニーズが存在し、その端末(入出力の役割だけを担う)として簡易小型ノートPCが利用される可能性はある。

スマートフォンに関しては中堅・中小企業全般で一定以上のニーズが存在しており、短期間で知名度が急速に高まった状況といえる。スマートフォンはWebアプリケーション開発において従来型の携帯電話よりも通常のPC関連技術が転用しやすいため、メールやグループウェアなどの情報系ソリューションを中心に各ベンダの動きが活発である。実際、前ページのグラフにあるように多数のユーザ企業が存在する年商5億円未満のユーザ企業層では情報系ソリューションの活用意向が高い。しかし、その一方で年商5億円未満では一般の携帯電話を利用するという意向も約3割存在し、その比率はスマートフォンを上回っている。一般消費者向けのアピールが活性化したことで知名度が上がったスマートフォンではあるが、年商の低い中小企業に対して訴求するには「多少機能は劣るが、従来型の携帯電話でも利用できる」といった選択肢も用意し、スマートフォンへの移行負担が大きくなるように配慮する必要がある。

モバイル端末活用の実施/検討を行う際の対象となるモバイル端末種類（年商別）



低年商帯での知名度はiPhoneが突出するものの、スマートフォン各種OSは拮抗状態

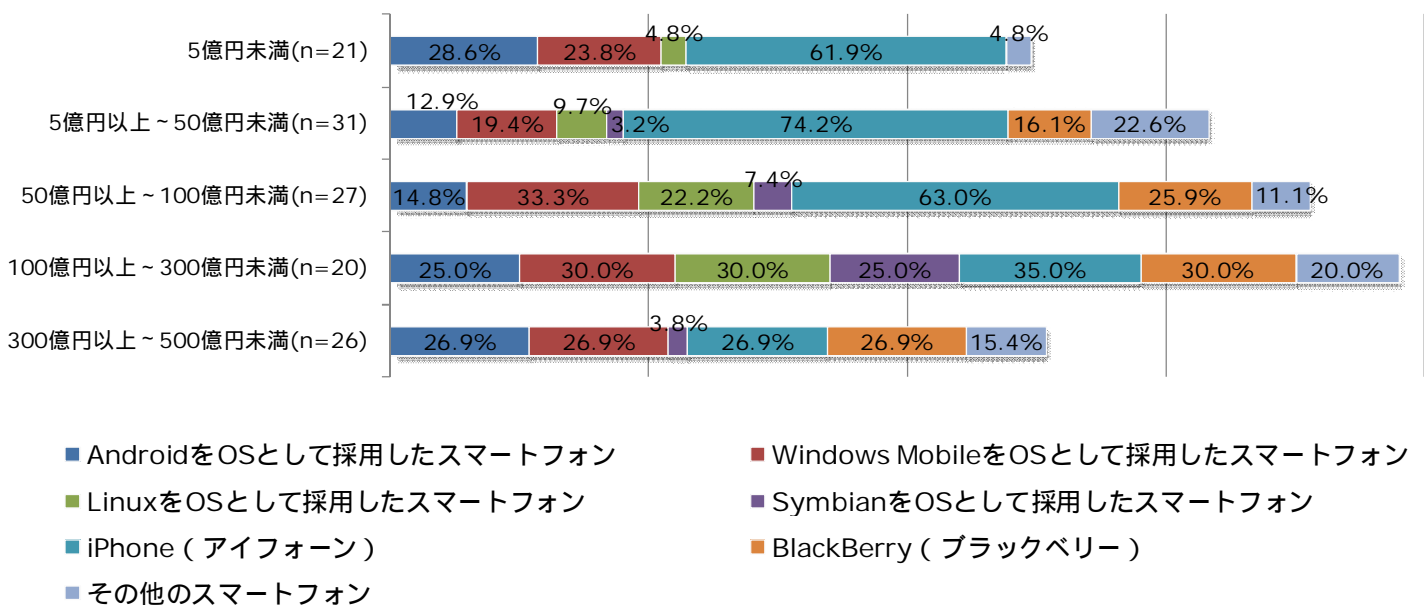
以下のグラフは前ページに掲載したデータ(年商500億円の中堅・中小企業に対し、「モバイル端末活用において、対象となるモバイル端末の種類」について年商別に尋ねた結果)におけるスマートフォンの区分をさらに機種別(主にOSを軸とした分類)に詳細化したものである。モバイル端末全体に占めるスマートフォンの割合が低いためにサンプル数が少なくなっているが、スマートフォンの動向を見据える上では一つの参考になるデータである。

年商100億円未満ではiPhoneが高い比率を示している。ただし、これは導入意向に直結するものではなく、iPhoneの一般消費者向けアピールが活発であることを受けた知名度の高さが影響している可能性が高い。

年商100億円以上では各種スマートフォン向けOSの比率が拮抗しており、突出して多くを占めるものはまだ出てきていない状況である。

このように中堅・中小企業が今後活用を検討するモバイル端末種類には多くの選択肢が存在し、今後どれが主流になるかはまだ明確になっていない段階である。ただ、端末の新規導入を強いるソリューションは中堅・中小企業には敬遠されやすい。従来型の携帯電話のように従業員が自ら所持し、企業としても活用が可能なモバイル端末が今後どう変化していくか?という観点で一般消費者向けの端末普及状況を踏まえつつ、投資負担の少ないソリューションを提供することが重要である。

モバイル端末活用の実施/検討を行う際の対象となるスマートフォン種類(年商別)



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

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

NORKRESEARCH