

## 2013年中堅・中小企業における「販売・仕入・在庫管理」の利用実態とユーザ評価

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2013年の国内中堅・中小市場における「販売・仕入・在庫管理」の利用実態とユーザ評価  
に関する調査を実施し、その分析結果を発表した。本リリースは「2013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」の「販売・仕入・在庫管理」カテゴリに関するサンプルおよびダイジェストである。

＜スマートデバイスによる売上向上施策などを提示し、パッケージ導入を進めることが重要＞

- 多くの製品/サービスでシェアを分ける状況、独自開発システムのパッケージ遷移がカギ
- スマートデバイス活用ではPC向け画面の簡易版ではなく、売上増に直結した提案が必要
- 初期費用の評価では「価格」「SI」「システム基盤」など、年商規模によって重視点が異なる

対象企業： 日本全国/全業種の500億円未満の中堅・中小企業  
対象職責： 以下のいずれかの権限を持つ社員  
「情報システムの導入や運用/管理の作業を担当している」  
「情報システムに関する製品/サービスの選定または決裁の権限を有している」

調査実施時期： 2013年7月

有効回答件数： 1400社(有効回答件数)

※調査対象の詳しい情報については右記URLを参照 [http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2013itapp\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2013itapp_rep.pdf)

## 多くの製品/サービスでシェアを分ける状況、独自開発システムのパッケージ遷移がカギ

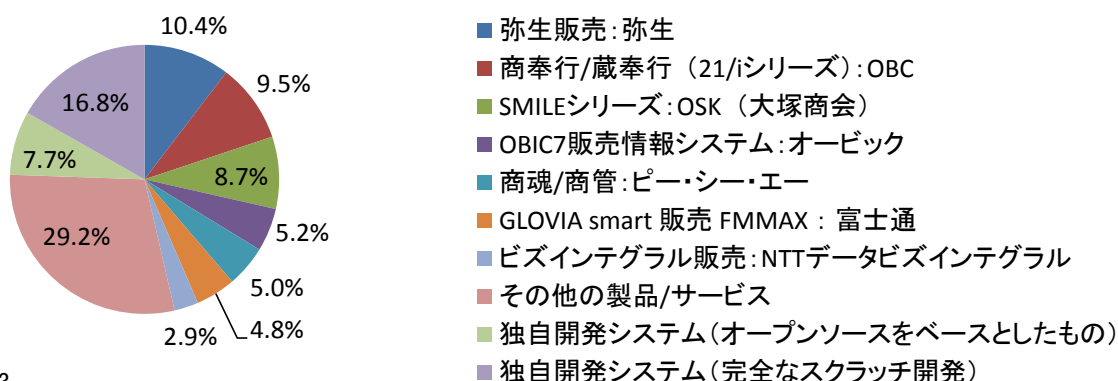
2012年までは「販売管理」と「仕入・在庫管理」はそれぞれ別のカテゴリとして定義されていた。販売・仕入・在庫に関連する  
詳細ニーズを把握するためにこうした定義となっていたが、昨今ではリードタイムの短縮、顧客との接点強化、少量多品種  
への対応などといった新たなニーズが発生してきている。これらを踏まえたシェアや評価を測るためには販売・仕入・在庫を  
一体として捉えたカテゴリ定義の方が適切と考えられる。そのため、2013年からは「販売管理」と「仕入・在庫管理」を併せた  
「販売・仕入・在庫管理」というカテゴリを設け、そこでのシェアや評価を見ていくことにする。

以下のグラフは年商500億円未満で販売・仕入・在庫管理を導入済みの中堅・中小企業に対し、「導入済みの製品/サービスの  
うち最も主要なもの」を尋ねた結果(導入社数ベースのシェア)である。※「販売・仕入・在庫管理」の定義および調査  
実施に選択肢として挙げた製品/サービスの一覧は本リリースの末頁を参照

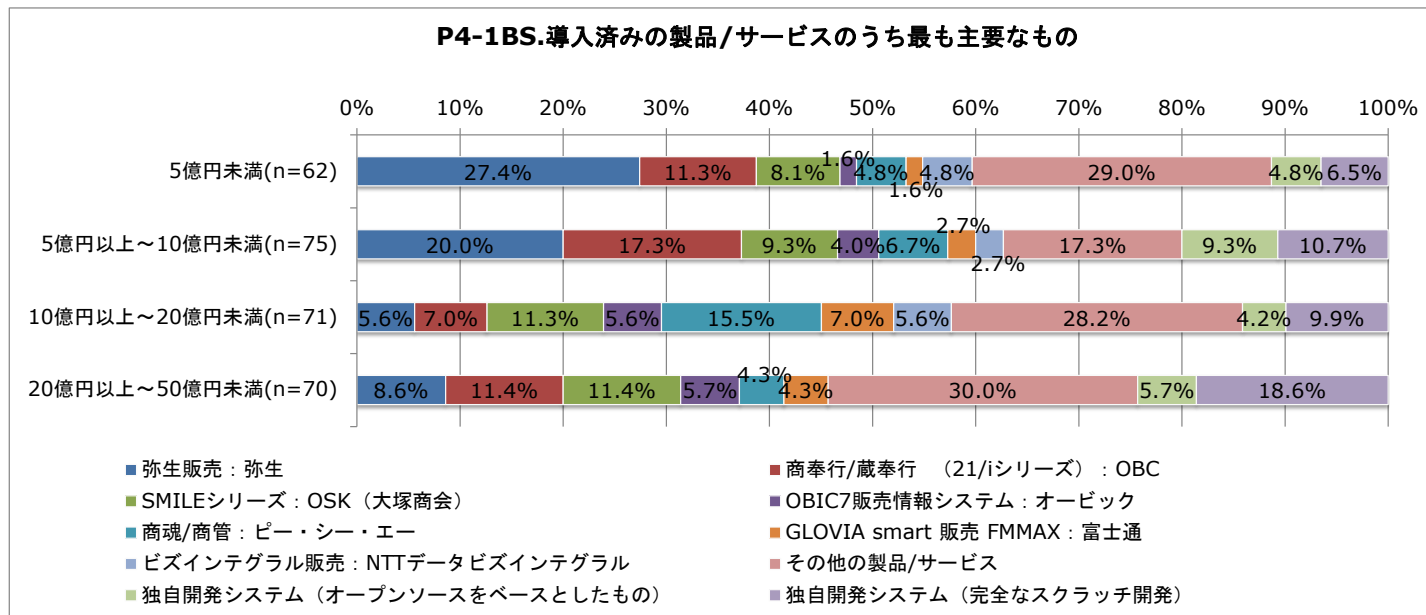
シェア1位～3位は「弥生販売」「商奉行/蔵奉行(21/iシリーズ)」「SMILEシリーズ」の順となっている。しかし、これら3製品が  
全体に占めるシェアは28.6%であり、最もシェアの高い「弥生販売」でも10.4%に留まっている。このことから、「販売・仕入・  
在庫管理」は数多くの製品/サービスがシェアを分け合う市場といえる。

本リリースは「2013年中堅・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」の販売・仕入・在庫管理カテゴリに  
関するサンプルおよびダイジェストという位置付けとなっている。以下では、上記レポートを「本レポート」と略記する。

P4-1BS.導入済みの製品/サービスのうち最も主要なもの



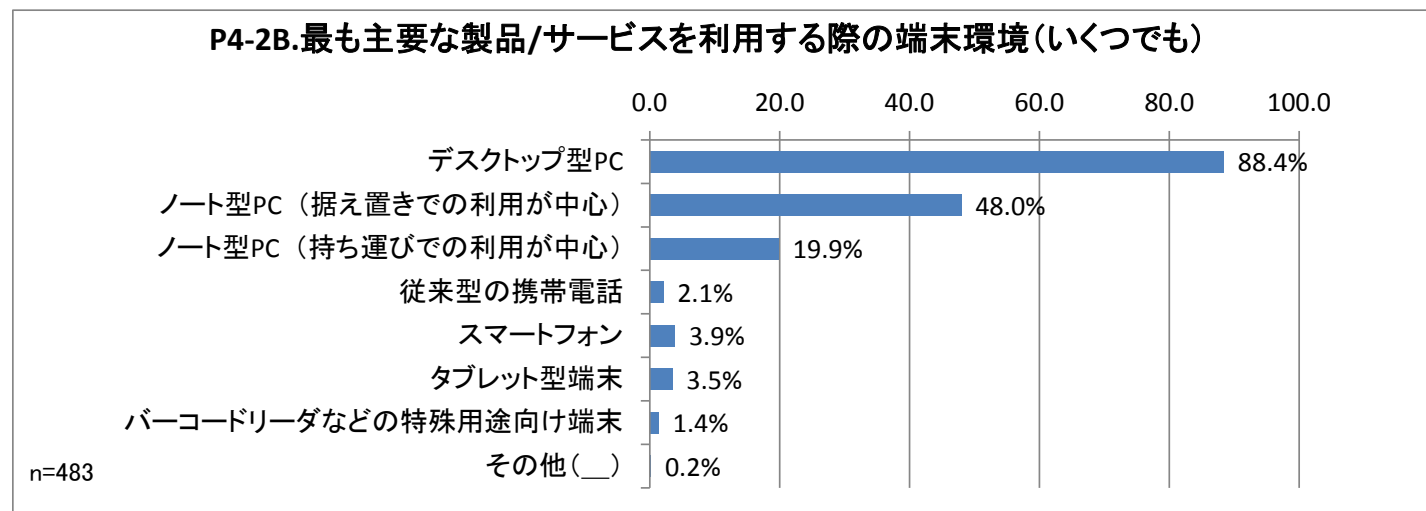
以下のグラフは「導入済みの製品/サービスのうち最も主要なもの」を尋ねた結果を年商別に集計し、そのうちの年商50億円未満の企業層における結果をプロットしたものである。「弥生販売」は年商10億円未満の小規模な企業におけるシェアが高く、企業数の多いこれらの年商帯で高いシェアを有していることが全体シェアでの首位獲得の主要な要因となっている。「商奉行/蔵奉行(21/iシリーズ)」および「SMILEシリーズ」も年商10億円未満の企業層でシェアを有しているが、「弥生販売」と比較すると年商10億円以上～50億円未満の企業層が主体となっている。年商規模が大きくなるにつれ、「独自開発システム(完全なスクラッチ開発)」の割合が高くなる傾向があり、これらに対してパッケージの導入をどれだけ推進できるか？が今後のシェア獲得の大きな要素の一つと考えられる。



## スマートデバイス活用ではPC向け画面の簡易版ではなく、売上増に直結した提案が必要

上記のグラフは「導入済みの製品/サービスのうち最も主要なもの」における端末環境を尋ねた結果である。「スマートフォン」については3.9%、「タブレット型端末」については3.5%となっている。「販売管理」というカテゴリ定義での2012年における結果は「スマートフォン」が4.1%、「タブレット端末」が4.4%であるので、ほぼ横ばい状態といえる。

PC向け画面を簡素にただけではユーザ企業の業務効率や売上の改善には結び付きにくく、薄型ノートPCなどとの差別化も難しくなる。タブレットをPOSレジ端末として活用することにより、屋外のイベントなどにおいても店内と同じポイントサービスや顧客の嗜好に応じた対応が行えるようにするなど、スマートデバイスの可搬性と通信環境を活かして、それを新たな売上獲得に結び付けるような活用方法を訴求していく必要がある。



## 初期費用の評価では「価格」「SI」「システム基盤」など、年商規模によって重視点が異なる

本レポートでは以下の8つの項目に関して、ユーザ企業に満足度/不満足度を「大変満足」「まあまあ満足」「どちらでもない」「多少不満」「大変不満」「この項目は製品/サービスの評価に関係ない」の選択肢として尋ね、それらの結果を以下に示したポイント換算方法にて集計している。

### 「導入時の初期費用は妥当か」

個別カスタマイズやシステム構築/運用の作業を含まない製品/サービスのみの導入費用に関する評価

### 「導入後の保守/サポート費用は妥当か」

個別カスタマイズやシステム構築/運用の作業を含まない製品/サービスのみの維持費用に関する評価

### 「バージョンアップ時の費用負担は妥当か」

個別カスタマイズやシステム構築/運用の作業を含まない製品/サービスのみのバージョンアップ費用に関する評価

### 「機能が足りているか」

個別カスタマイズや他製品との組み合わせは除き、製品/サービス本体が持つ機能を対象とした場合の評価

### 「自社の要件に合致しているか」

個別カスタマイズやシステム構築/運用を含まない製品/サービス本体が持つ要件適合性を対象とした場合の評価

### 「他システムとの連携手段が整っているか」

データのインポート/エクスポートの手段が製品/サービス本体に備わっているかに関する評価

### 「プログラミングによる機能の追加/変更（カスタマイズ）がしやすいか」

プログラミングの追加/変更に必要なツールやドキュメントが揃っており、追加/変更した部分がバージョンアップ時に競合を起こさないか？といった観点における評価

### 「設定変更などプログラミングを伴わない形での機能の追加/変更がしやすいか」

製品/サービス本体が備える設定項目を変えることで機能変更ができる、または製品/サービス自身が入出力画面やデータ項目を追加/変更できるツールを備えているかといった観点における評価

### 【評価ポイント算出方法】

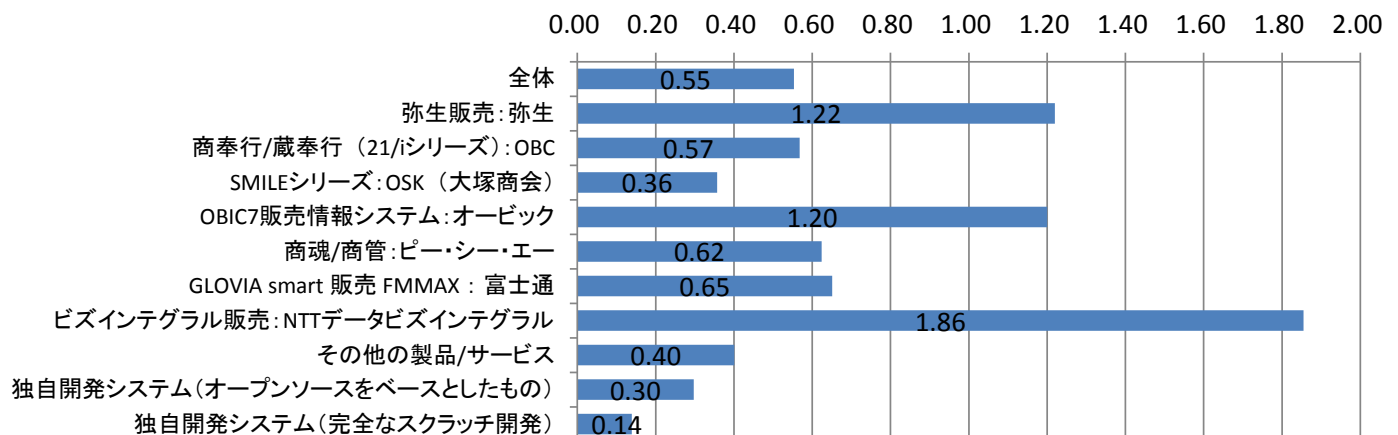
評価結果を「大変不満：-5ポイント」「多少不満：-3ポイント」「どちらでもない：0ポイント」「まあまあ満足：3ポイント」「大変満足：5ポイント」と重み付けし、ある評価項目「項目a」について、製品/サービスAの「大変不満」という回答件数 = H1、「多少不満」という回答件数 = H2、「どちらでもない」という回答件数 = H3、「まあまあ満足」という回答件数 = H4、「大変満足」という回答件数 = H5と定義した場合に、以下の計算式によって算出している。

$$Aの項目aに関する評価ポイント = (H1 \times (-5) + H2 \times (-3) + H3 \times 0 + H4 \times 3 + H5 \times 5) \div Aの項目aに関する回答件数合計$$

(ただし各製品/サービスの利用件数自体が少ない場合には、その点に留意が必要である)

「導入時の初期費用は妥当か」においては、「弥生販売」「OBIC7販売情報システム」「ビズインテグラル販売」の3製品が比較的高い評価を得ている。だが、これら3製品が高い評価を得ている背景はそれぞれ異なる点に注意する必要がある。「弥生販売」は年商10億円未満の小規模企業における導入が多く、そうした企業でも購入できる価格が評価されていると考えられる。「OBIC7販売情報システム」は年商10億円以上～100億円未満の中小企業および中堅下位企業での導入が多く、製品開発とシステムインテグレーションを一体化させた提供形態が初期の合計費用において優位に働いているものと考えられる。「ビズインテグラル販売」は年商100億円以上の中堅中位および上位企業での導入が多い。同製品はSOAに基づくシステムプラットフォームにおける販売管理モジュールという位置付けとなっており、統合的なシステム構築/運用を着実にやりたい企業にとって有効な選択肢となっていると考えられる。このように初期費用の評価だけを見ても、企業の規模などによって評価のポイントが異なってくる点に注意する必要がある。

P4-3-1. 主要な製品/サービスの評価「導入時の初期費用は妥当か」



## 調査実施時に選択肢として挙げた製品/サービス一覧

本調査では本調査では販売・仕入・在庫管理システムを「見積、売上、請求、調達、仕入、棚卸といった販売や購買に伴う管理機能を担うアプリケーション」と定義している。導入社数シェア設問に掲載した選択肢は下記の通りである。これらの選択肢は過去の調査結果に基づいて、自由回答の中から多く挙げられたものは選択肢として新たに取り上げ、逆に一定期間以上シェア数値がないものは割愛するといった形で年毎に調整を行っている。

ERPを構成するモジュールでもあり、同時に販売・仕入・在庫管理システムの単体パッケージとしても導入可能な製品の場合は「ERPを構成する機能モジュールの一つとして利用」に該当するケースと、単体の製品として選択肢に挙げられるケースの両方が考えられる。特定の製品が「ERPを構成する機能モジュールの一つとして利用」としてどれだけ挙げられているか？はレポート標準には含まれないが、別途有償にてデータを提供することが可能となっている。一方、単体の製品として選択肢に挙げられるかどうか？については、冒頭に述べたように自由回答の中から多く挙げられたものは選択肢として新たに取り上げ、一定の期間以上シェア数値がないものは割愛するといった形で年毎に調整を行っている。例えば、ERPのシェアにおいては具体的な選択肢として挙げられており、会計や販売・仕入・在庫管理といった基幹系システムの個々のカテゴリでは当該モジュールと同等の製品が掲載されないといった場合は、ユーザ企業がERPとして利用しているケースが多いことになる。逆にERPにおけるシェアは低いが、個々のカテゴリでのシェアが高い場合には単体の基幹系システムとしてユーザ企業が利用しているケースが多いことになる。このようにERPを構成するモジュールでもあり、単体の基幹系システムとしても導入可能な製品については各カテゴリ間のシェア比較や各カテゴリで選択肢に挙がっているかどうか？といった点もユーザ企業の認識を反映した重要なデータの一つといえる。

ビズインテグラル販売	NTTデータビズインテグラル
OBIC7販売情報システム	オービック
GLOVIA smart 販売 FMMAX	富士通
GLOVIA smart きらら 販売	富士通
FutureStage(旧: TENSUITE for Wholesaleも含む)	日立システムズ
SMILE α 販売管理	OSK(大塚商会)
SMILE ie 販売・購買	OSK(大塚商会)
SMILE BS/is 販売	OSK(大塚商会)
SMILE es 販売	OSK(大塚商会)
商奉行/蔵奉行 (21シリーズ)	OBC
商奉行i /蔵奉行i (iシリーズ)	OBC
販売大臣NX/NX Super/NX ERP	応研
MJSLINK II 販売大将, Galileopt販売大将, ACELINK Navi CE販売	ミロク情報サービス
スーパーカクテルデュオ販売	内田洋行
商魂/商管	ピー・シー・エー
弥生販売	弥生
Intra-mart販売管理システム	NTTデータイントラマート
GUI-PACK/販売管理(iSeries Siteを含む)	日本IBM
NC販売くん, GrowOne Cube販売	ニッセイコム
ProPlus販売管理システム	プロシップ
ExePro販売管理	東芝ソリューション
楽商	日本システムテクノロジー
ERPを構成する機能モジュールの一つとして利用	
上記以外のパッケージ製品またはサービス	
独自開発システム(オープンソースをベースとしたもの)	業務システム自体がオープンソースとなっている場合に相当
独自開発システム(ベースとなるものがない完全なスクラッチ開発)	オープンソースのデータベースやアプリケーションサーバをベースに業務システム部分をゼロから構築した場合も含む

本リリースの元となっている「2013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」の詳細は下記URLを参照  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2013itapp\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2013itapp_rep.pdf)

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](mailto:inform@norkresearch.co.jp)  
[www.norkresearch.co.jp](http://www.norkresearch.co.jp)

**NORKRESEARCH**