

2014年 中堅・中小企業におけるマーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査

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>) は中堅・中小企業におけるマーケットプレイス活用の認知や課題に関する調査を実施し、その結果を発表した。本リリースは「2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート」のダイジェストである。

< 利用する側の視点に立って地道な改善に取り組めるかどうか？が成否を大きく左右する >

- 中堅・中小企業におけるマーケットプレイス活用はまだ極めて少数に限られ、黎明期段階
- 低い利用率の最大要因は「認知度」だが、サービス名称を広めるだけでは利用は増えない
- 「導入費用軽減」など具体的なメリット訴求が有効だが、期待通りに実現することが不可欠
- 製品/サービスの「カタログ」になるのを避け、「選ぶ負担」を軽減する仕組みの導入が大切

調査対象企業: 年商500億円未満の国内民間企業1000社の経営層/管理職/社員

調査対象地域: 日本全国

調査対象業種: 組立製造業/加工製造業/建設業/流通業/卸売業/小売業/IT関連サービス業/サービス業

調査実施時期: 2014年10月

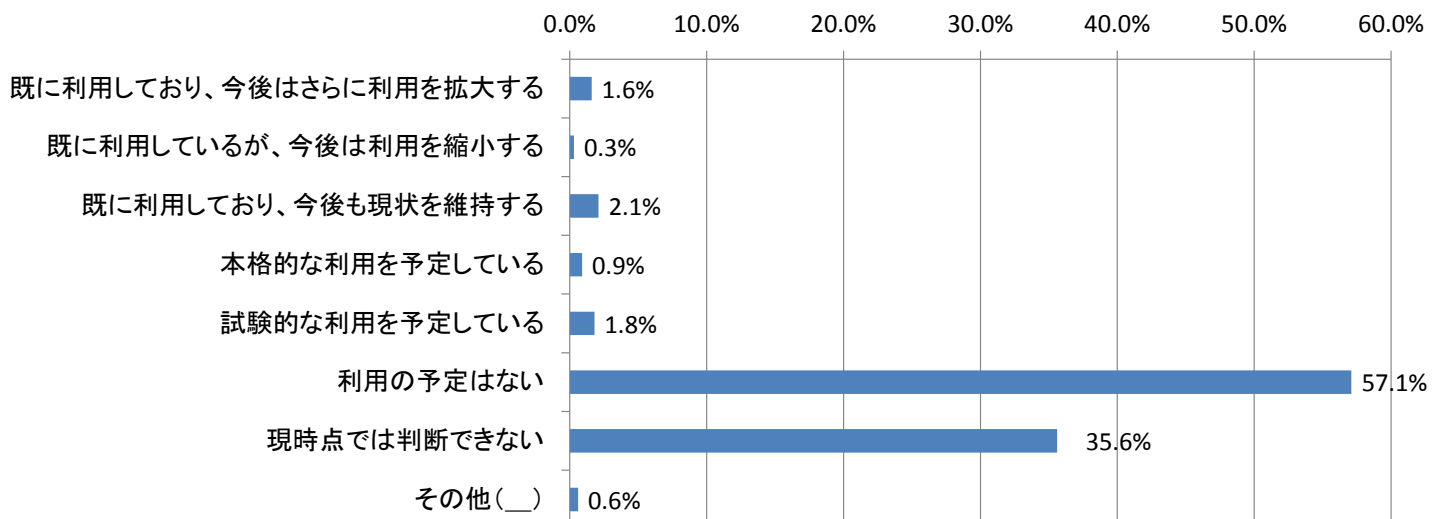
中堅・中小企業におけるマーケットプレイス活用はまだ極めて少数に限られ、黎明期段階

ここでの「マーケットプレイス」とは、「ユーザ企業が様々な分野の業務アプリケーションを取捨選択したり、他のユーザ企業やビジネスパートナー(会計士など)と交流できる場を提供するサービス」と定義される。

SaaSなどが中堅・中小企業においても徐々に受け入れられるようになった状況を受け、IT企業の間ではマーケットプレイスを通じてユーザ企業との新たな接点を構築しようといった機運が高まっている。以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対して、「マーケットプレイスの活用意向」を尋ねた結果である。現時点で「利用中」または「利用予定」のユーザ企業はごく一部に限られる一方、「利用の予定はない」は5割超に達している。しかし、マーケットプレイスの考え方自体は中堅・中小企業がITソリューションを選定/導入する上では有効な手段の一つであるはずだ。

本リリースの元となっている「2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート」では、中堅・中小企業に対してマーケットプレイス活用を訴求する際の課題とその対策について、調査データを元に分析を行っている。本リリースはその一部を紹介したダイジェストである。

Q2-2. 「マーケットプレイス」の活用意向



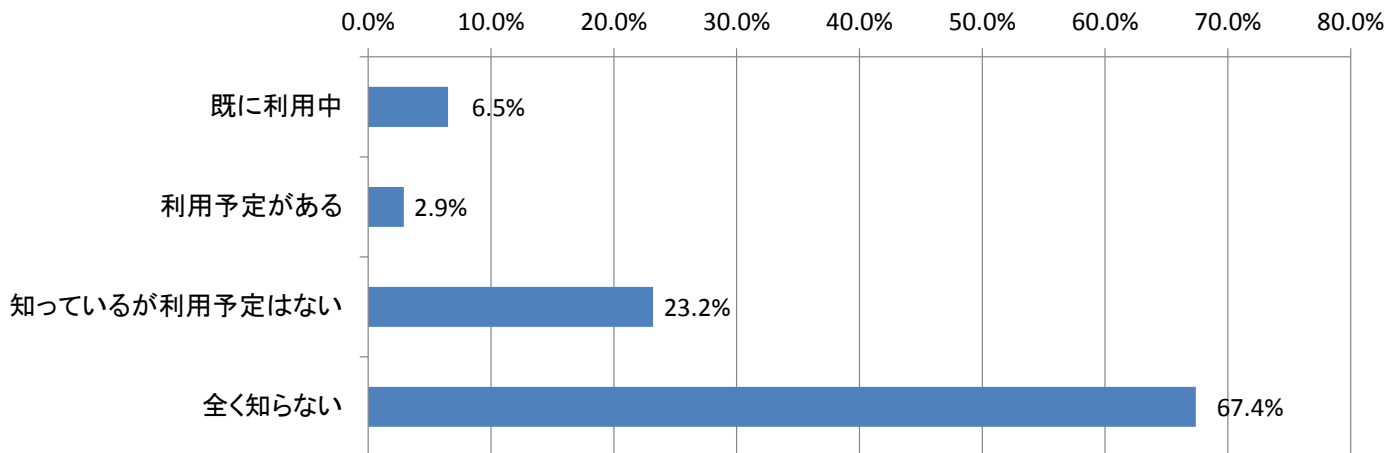
n=1000

出典: 2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート(ノークリサーチ)

低い利用率の最大要因は「認知度」だが、サービス名称を広めるだけでは利用は増えない

マーケットプレイス活用が中堅・中小企業のごく一部に限られる最大の要因は「認知度の低さ」である。以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対して代表的なマーケットプレイスの具体名を幾つか挙げ、それらの認知および活用状況を尋ねた結果である。

Q2-1-0. 主要な「マーケットプレイス」の認知/活用状況



n=1000

出典：2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート(ノークリサーチ)

「全く知らない」が6割超となっていることからわかるように、メディアなどを通じて紹介されることの多い代表的なマーケットプレイスでさえも、十分な認知を得られていないことがわかる。しかし、この結果を受けて「とにかく認知度を上げる」ことだけに注力すべきかどうか？は検討の余地がある。仮にマーケットプレイスの名称が高い認知を得たとしても、「どんなメリットがあるのか？」が伝わらなければ、実際の利用にはつながらない。「まず名称を広く広め、その中から顧客を絞り込む」よりも、「メリットまでを含めた訴求によって利用ユーザ企業を少しずつ積み上げる」という地道な取り組みの方が有効と考えられる。次頁以降ではそうした取り組みにおける課題とその対策の一部を見ていくことにする。

代表的なマーケットプレイスとして本調査で具体名を取り上げたものは以下の通りである。(対象として中堅・中小企業を含み、メディアなどを通じたアピールが比較的活発と思われるものを選定している)

「N-town」
「App Exchange」
「オープンクラウドマーケットプレイス(MINONARUKI)」
「IBM Cloud marketplace」
「NwaaS Style」
「富士通WEB MART forクラウド」
「azmarche(アズマルシェ)」
「iDATEN(韋駄天) SaaSplats」
「BP PLATINUM Type-S」
「ミラサポ」

NEC
セールスフォース・ドットコム
日立システムズ
日本IBM
ネットワーク
富士通
富士通マーケティング
ダイワボウ情報システム
大塚商会
中小企業庁

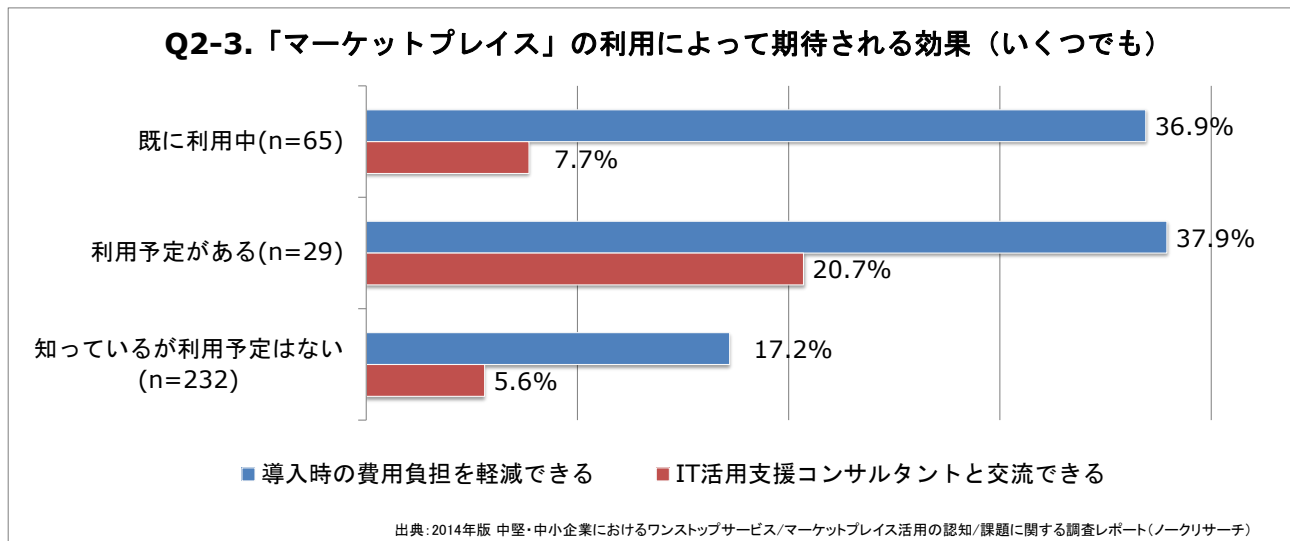
本リリースの元となる調査レポートでは上記の代表的なマーケットプレイスのそれぞれについて、上記のグラフと同様に認知および活用状況を尋ねた結果を年商別、従業員数別、業種別、地域別などで集計したデータを収録している。

「導入費用軽減」など具体的なメリット訴求が有効だが、期待通りに実現することが不可欠

中堅・中小企業におけるマーケットプレイス活用を促進するためには「どのようなメリットがあるのか？」を適切に伝えることが重要となる。本リリースの元となる調査レポートでは以下のような項目のうち、中堅・中小企業がマーケットプレイスのメリットと感じているものは何なのか？について詳細な集計/分析を行っている。以下ではその一部をダイジェストとして紹介している。

- ・導入時の費用負担を軽減できる(※1)
- ・運用時の費用負担を軽減できる
- ・導入時の購入/調達窓口を一元化できる
- ・運用時の保守/サポート窓口を一元化できる
- ・会計士/社労士/中小企業診断士と交流できる
- ・ビジネス支援コンサルタントと交流できる
- ・IT活用支援コンサルタントと交流できる(※2)
- ・他のユーザ企業と交流できる
- ・自社に合った製品/サービスを見つけられる
- ・複数の製品/サービスの組み合わせが保証されている

以下のグラフは上記のうち、※1と※2についてマーケットプレイスの活用状況別に結果を集計したものである。



「自社が考えるIT活用に必要な構成要素を一箇所で選定/導入できる」という点はマーケットプレイスの最も大きな特徴の一つといえる。その結果、選択肢にあるような『導入時の費用負担を軽減できる』というメリットが期待できる。こうしたメリットは利用中や利用予定のユーザ企業には十分認知されているが、「(マーケットプレイスを)知っているが利用予定はない」という大半のユーザ企業には伝わっていない可能性がある。「導入費用」というわかりやすいキーワードを前面に押し出したアピールなどを検討してみる価値があると考えられる。

こうしたメリットを訴求する際には注意すべき点もある。例えば、マーケットプレイスの中にはIT活用支援を担うコンサルタントと交流できる場を設けていることを差別化ポイントとしてアピールしているものもある。だが、実際にはインターネットを通じた簡易な情報交換に留まってしまうケースもあり、必ずしも期待通りのメリットを提供できていないこともある。実際に、『IT活用支援コンサルタントと交流できる』という項目については利用予定のユーザ企業における回答割合と比べ、利用中のユーザ企業における回答割合が13ポイント下落している。

このようにマーケットプレイスのメリット訴求においては「ユーザ企業が実感できる具体的なアピールが有効だが、その内容を期待通りに実現できる仕組みをしっかりと作っておくことが大切」といえる。

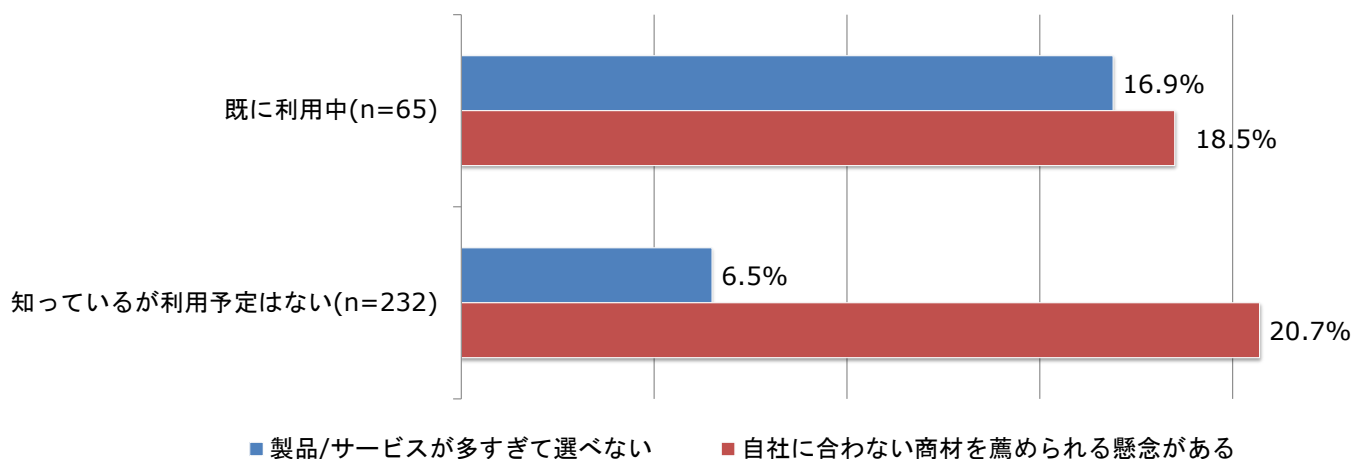
製品/サービスの「カタログ」になるのを避け、「選ぶ負担」を軽減する仕組みの導入が大切

メリットの訴求と合わせて重要なのが、ユーザ企業を感じる課題や弊害を少しでも解消することだ。本リリースの元となる調査レポートでは以下のような項目のうち、中堅・中小企業がマーケットプレイスの課題や弊害と感じているものは何か？について詳細な集計/分析を行っている。以下ではその一部をダイジェストとして紹介している。

- ・製品/サービスが多すぎて選べない(※1)
- ・全体をとりまとめてくれる窓口がない
- ・自社に合わない商材を薦められる懸念がある(※2)
- ・複数の製品/サービスを寄せ集めただけである
- ・現在取引している販社/SIerが推奨しない
- ・そもそも存在を知るための手段がない

以下のグラフは上記のうち、※1と※2についてマーケットプレイスの活用状況別に結果を集計したものである。

Q2-4. 「マーケットプレイス」の利用において懸念される課題/弊害 (いくつでも)



出典：2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート(ノークリサーチ)

『自社に合わない商材を薦められる懸念がある』の回答割合は利用中のユーザ企業と「(マーケットプレイスを)知っているが利用予定はない」という大半のユーザ企業との間で大きな差は見られない。マーケットプレイスでは「自社が考えるIT活用に必要な構成要素を一箇所ですべて選定/導入できる」というメリットがある反面、全ての構成要素が必ずしも自社にとって最善のものにならない可能性もある。この点については利用の有無に関係なく、多くのユーザ企業がメリットとのトレードオフとして認識できている状態といえるだろう。

一方、『製品/サービスが多すぎて選べない』の回答割合を見ると、「(マーケットプレイスを)知っているが利用予定はない」というユーザ企業に比べ、利用中のユーザ企業の方が10ポイント程度高くなっている。つまり、「実際に利用してみると、自社に合った商材を選ぶのが大変」という状況に直面しているユーザ企業が存在することになる。これはマーケットプレイスが本来目指す姿とは真逆の結果といえるだろう。製品/サービスの網羅性を高めることだけに注力しすぎると、ユーザ企業にとっては単なる「カタログ」になってしまう。企業の規模や業種で区分する、わかりやすいウィザード形式のガイドを設けるなど、ユーザ企業が選定や検討を行う際の負担を軽減する仕組みの導入を検討することが重要と考えられる。

『2014年版 中堅・中小企業におけるワンストップサービス/マーケットプレイス活用の認知/課題に関する調査レポート』のご案内

サンプル件数：1000件(有効回答件数)

サンプル属性区分：

年商：5億円未満 / 5億円以上～50億円未満 / 50億円以上～100億円未満 / 100億円以上～300億円未満 / 300億円以上～500億円未満

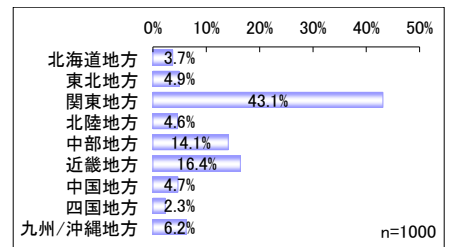
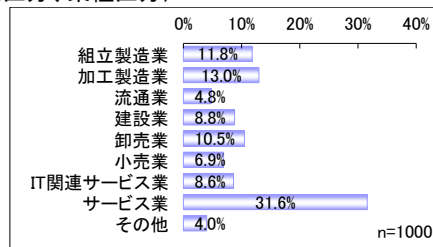
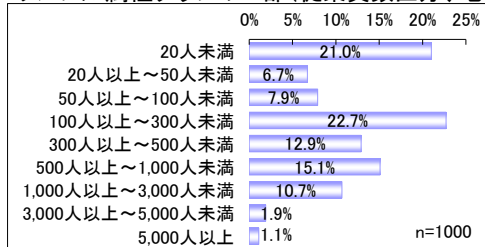
職責：企業経営もしくはITの導入/選定/運用作業に関わる職責のみを抽出

業種：組立製造業 / 加工製造業 / 流通業(運輸業) / 建設業 / 卸売業 / 小売業 / IT関連サービス業 / サービス業

地域：北海道地方 / 東北地方 / 関東地方 / 北陸地方 / 中部地方 / 近畿地方 / 中国地方 / 四国地方 / 九州・沖縄地方

※上記の各属性に加えて、「従業員数」と「IT管理人員体制(IT管理/運用を担う人材が専任か兼任かなど)」を軸とした集計データを収録

サンプル属性グラフの一部(従業員数区分、地域区分、業種区分)



設問項目：

Q1.ワンストップサービス関連設問

Q1-1-0.主要な「ワンストップサービス」の認知状況

Q1-1-1～Q1-1-6 代表的なワンストップサービス(5サービス+その他)の認知/活用状況

Q1-2.「ワンストップサービス」の活用意向

Q1-3.「ワンストップサービス」の利用によって期待される効果(いくつでも)

Q1-4.「ワンストップサービス」の利用において懸念される課題/弊害(いくつでも)

Q2.マーケットプレイス関連設問

Q2-1-0.主要な「マーケットプレイス」の認知/活用状況

Q2-1-1～Q2-1-11 代表的なマーケットプレイス(10サービス+その他)の認知/活用状況

Q2-2.「マーケットプレイス」の活用意向

Q2-3.「マーケットプレイス」の利用によって期待される効果(いくつでも)

Q2-4.「マーケットプレイス」の利用において懸念される課題/弊害(いくつでも)

内容物：

分析サマリ(pdf形式) 分析の要点を記載したドキュメント

集計データ(Microsoft Excel形式) 「設問項目」の結果を「サンプル属性区分」に記載した各属性を軸として集計したデータ。

分析サマリの章立て：

第1章.ワンストップサービス活用の実態および課題と対策

ワンストップサービスの利用状況や認知度を確認した上で、普及を促進するために訴求すべきメリットと解消すべき課題/弊害について分析を行っている。

第2章.マーケットプレイス活用の実態および課題と対策

マーケットプレイスの利用状況や認知度を確認した上で、普及を促進するために訴求すべきメリットと解消すべき課題/弊害について分析を行っている。

第3章.ワンストップサービスとマーケットプレイスの活用状況比較

ワンストップサービスとマーケットプレイスの活用状況を比較し、そこから垣間見える提案上のポイントなどについて分析を行っている。

価格：130,000円(税別)(CD-ROM版のみ)

発刊日：2015年1月8日

調査レポートに含まれる集計データ(Microsoft Excel形式)のサンプル

「設問項目」に掲載した設問結果を年商、業種、従業員数、所在地などの基本属性を軸として集計したものが「主要分析軸集計データ」です。Microsoft Excel形式で調査レポート内に同梱されています。(調査レポートには異なる2つの設問を掛け合わせて集計した「質問間クロス集計データ」も含まれます)

以下のサンプルは「業種」を集計軸とし、ワンストップサービスに関する各設問(Q1系列設問)の結果を集計したものです。

画面の左上部に記載されたファイル名は『[Q1系列]([A3]表側).xls』となっています。[Q1系列]とは「ワンストップサービス」に関する設問項目であることを示します。[A3]は基本属性の3番目である業種を表します。このようにファイル名を見ることで、どの設問について何を軸として集計したものがわかるようになっています。

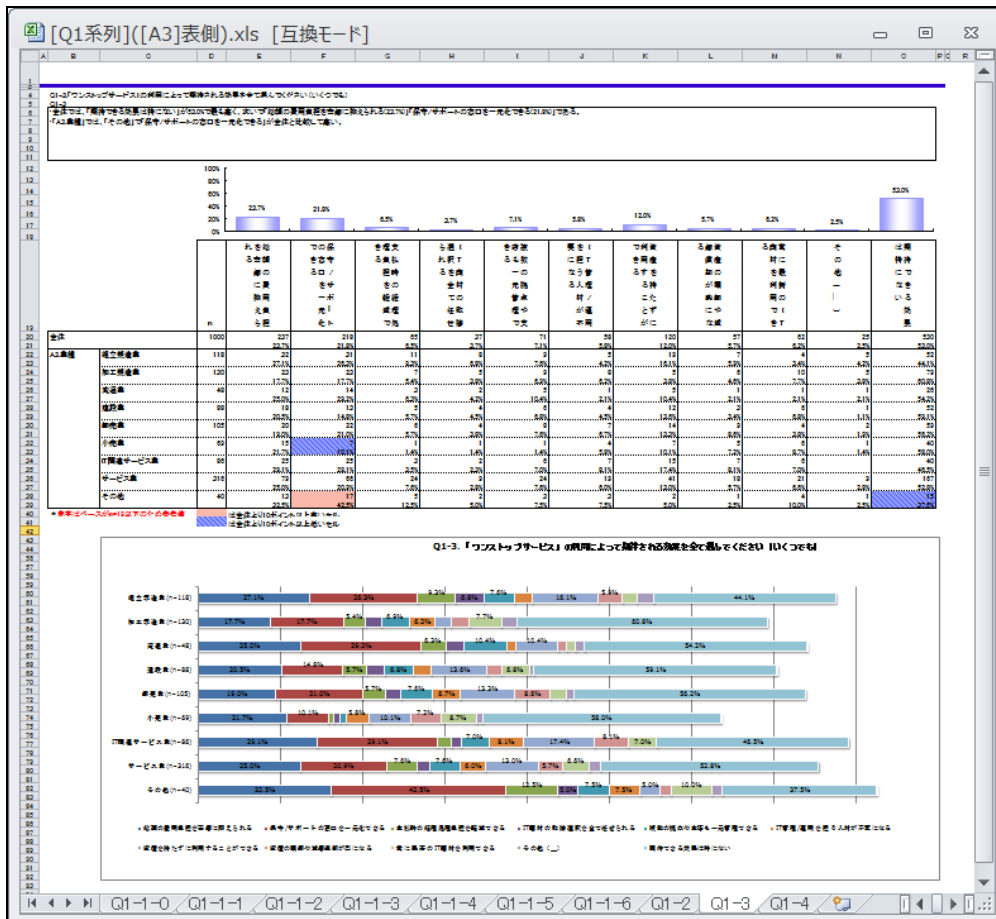
画面の最下部からは多数のシートがあることがわかります。この1シートが1つの設問結果データに相当します。ワンストップサービスについては10の設問項目があり、軸となる属性は年商/職責/業種/所在地/従業員数/IT管理運用体制/ビジネス拠点状況の7項目ですので、ワンストップサービス関連の「主要分析軸データ」のシート数は10×7=70あることになります。同様にマーケットプレイス関連の設問(Q2系列)は15×7=105の「主要分析軸データ」シート数となります。

個々のシートには画面上部に軸を設定しない状態の縦帯グラフ、画面中央には年商や業種といった属性軸を設定して集計した結果の数表データ、画面下部にはその数表データを横帯グラフで表したものが掲載されるという書式になっています。(ただし、「年商5億円以上～50億円未満かつ組立製造業」などの2つ以上の属性を掛け合わせたものを軸とした集計結果はレポート標準では含まれません)

こうした「主要分析軸集計データ」を見れば、

「年商や業種によってワンストップサービスやマーケットプレイスの認知や利用がどう変化するのか？」

などといったことを客観的な見地から数量的に確認することができます。



「2014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」

13分類に及ぶ製品/サービスの社数ベース導入シェア、ユーザ企業評価、これから重視すべきニーズを集約

レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_rep.pdf

ダイジェスト(サンプル):

ERP関連 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_erp_rel.pdfワークフロー関連 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_wf_rel.pdfBI・帳票関連 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_bi_rel.pdfバックアップ関連 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014itapp_bk_rel.pdfその他のアプリケーション分野に関するダイジェスト(サンプル)が<http://www.norkresearch.co.jp>からご覧になれます。

価格:180,000円(税別)

「2014年版 中堅・中小ユーザ企業におけるクラウド活用の実態と展望レポート」

既存のハードウェア販売やパッケージ販売と両立させた中堅・中小企業に対するクラウド訴求策を網羅した一冊

レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014cloud_usr_rep.pdf

ダイジェスト(サンプル):

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014cloud_usr_rel1.pdfhttp://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014cloud_usr_rel2.pdf

価格:180,000円(税別)

「2014年版 中堅・中小ユーザ企業におけるスマートデバイス活用の実態と展望レポート」

タブレットやスマートフォンの導入提案において有効な活用シーンや事例を業種別に網羅した必携のバイブル

レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014smtdev_usr_rep.pdf

ダイジェスト(サンプル):

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014smtdev_usr_rel1.pdfhttp://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014smtdev_usr_rel2.pdfhttp://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014smtdev_usr_rel3.pdf

価格:180,000円(税別)

サーバ関連レポート3部作

「2014年版 中堅・中小企業におけるサーバ仮想化活用の実態と展望レポート」レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rep1.pdf

ダイジェスト(サンプル):

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rel1.pdf**「2014年版 中堅・中小企業におけるサーバ購入先選定の実態と展望レポート」**レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rep2.pdf

ダイジェスト(サンプル):

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rel2.pdf**「2014年版 中堅・中小企業におけるサーバ管理課題の実態と展望レポート」**レポート案内: http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rep3.pdf

ダイジェスト(サンプル):

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2014server_usr_rel3.pdf

各冊:180,000円(税別)、2冊同時購入時240,000円(税別)、3冊同時購入時380,000円(税別)

以下のホームページよりお申込みができます。

<https://ssl.alpha-mail.ne.jp/norkresearch.co.jp/purchase.html>

または

inform@norkresearch.co.jp

宛にメールにてご連絡ください

本ドキュメントの無断引用・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>