

2015年中堅・中小企業における「ERP」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2015年の国内中堅・中小市場における「ERP」の利用実態とユーザ評価に関する調査を実施し、分析結果を発表した。本リリースは「2015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「ERP」カテゴリに関するサンプルおよびダイジェストである。

<製品/サービス毎の導入年や導入経緯を把握すればシェアを伸ばすことは可能>

- 一見すると導入社数シェアに大きな変動はないが、新たなシェア拡大/獲得の方法はある
- 「年商」「業種」「所在地」に加え、「導入年」による導入社数シェアの変化を見ることが大切
- 製品/サービス毎の「導入経緯」と、それらに紐づいた「今後の機能ニーズ」の把握が重要

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: 2015年7月

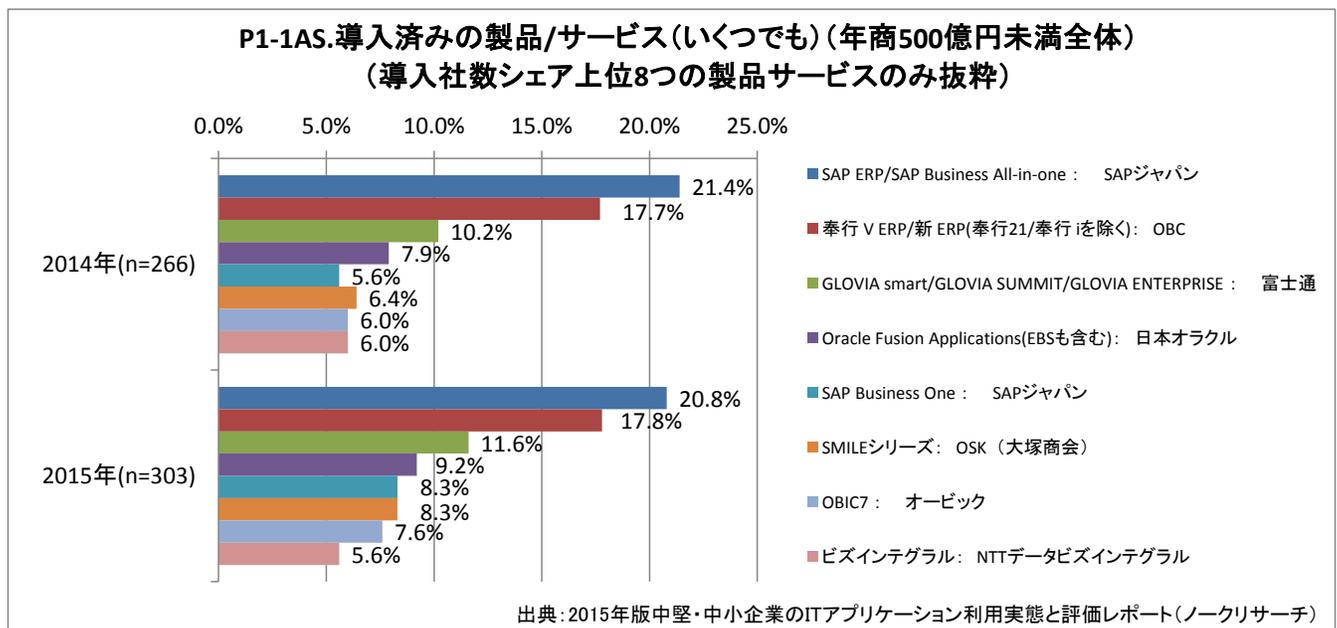
有効回答件数: 1300社(有効回答件数)

※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/2015itapp_rep.pdf

一見すると導入社数シェアに大きな変動はないが、新たなシェア拡大/獲得の方法はある

以下のグラフは導入済みのERP製品/サービス(複数回答可)の社数シェアを年商500億円未満全体で集計し、その結果を前回調査(2014年7月実施分)と今回調査(2015年7月実施分)とで比較したもののうち社数シェア上位8つの製品/サービスを抜粋してプロットしたものである。(調査対象となった全ての製品/サービスの一覧および調査対象の選定方法については本リリースの末尾を参照)

この結果だけを見ると、中堅・中小企業のERP市場は安定または停滞していると判断してしまいがちだ。だが、実際にはERPを提供する側が入れ替えや刷新に取り組む余地はまだ十分ある。本リリースの元となる調査レポートではその点に関する詳しい分析を行っている。次頁以降ではその一部をサンプル/ダイジェストとして紹介している。



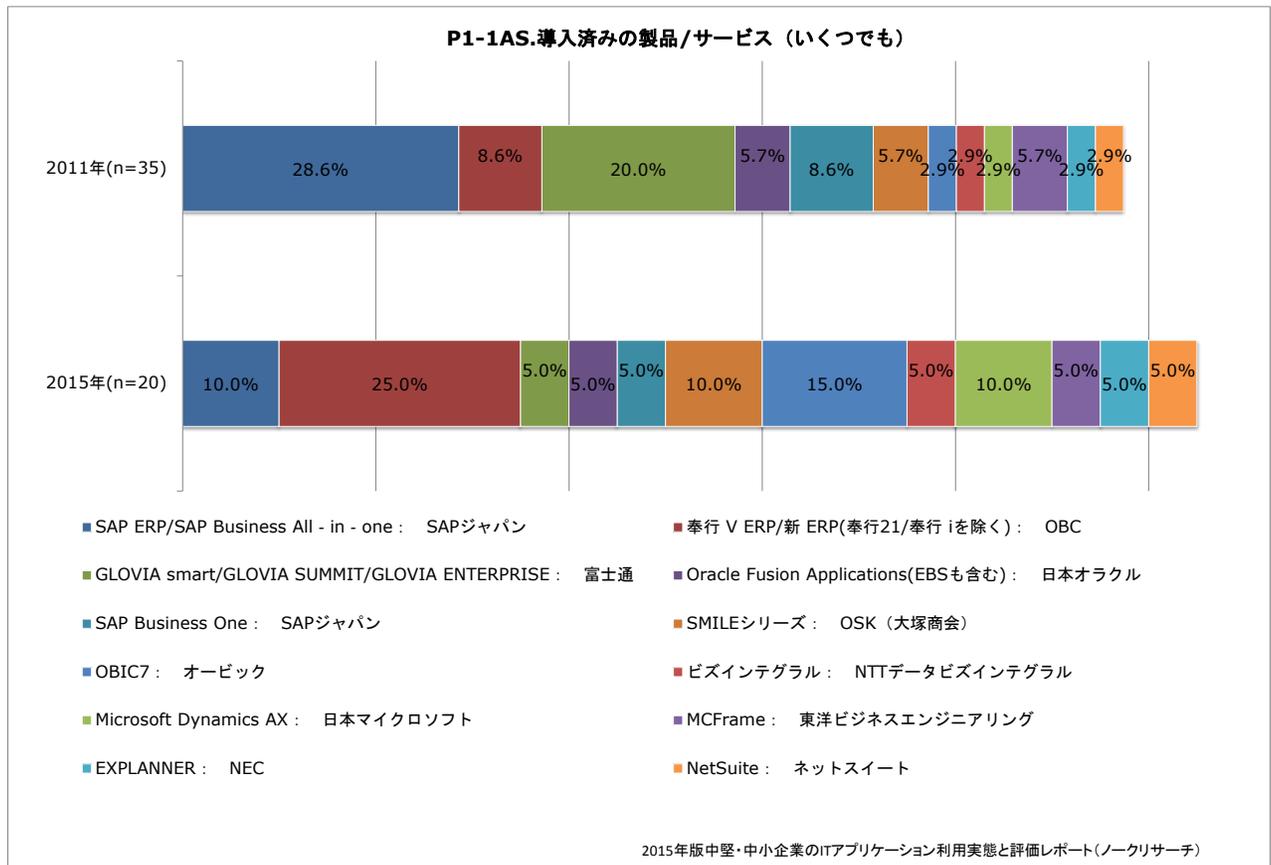
「年商」「業種」「所在地」に加え、「導入年」による導入社数シェアの変化を見ることが大切

導入済みERP製品/サービスの社数シェアを正しく把握するためには前頁に挙げた全体シェアだけでなく、様々な観点から眺めてみることも重要となる。本リリースの元となる調査レポートでは以下のような切り口での集計データを網羅している。

年商： 5億円未満 / 5～10億円 / 10～20億円 / 20～50億円 / 50～100億円 / 100～300億円 / 300～500億円
 従業員数： 10人未満 / 10～20人未満 / 20～50人未満 / 50～100人未満 / 100～300人未満 / 300～500人未満 / 500～1000人未満 / 1000～3000人未満 / 3000～5000人未満
 業種： 組立製造業 / 加工製造業 / 建設業 / 卸売業 / 小売業 / 流通業(運輸業) / IT関連サービス業 / 一般サービス業 / その他
 所在地： 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
 導入年： 2008年以前 / 2009年 / 2010年 / 2011年 / 2012年 / 2013年 / 2014年 / 2015年

以下のグラフは導入済みのERP製品/サービス(複数回答可)の結果を導入年別に集計したもののうち、幾つかの代表的なERP製品/サービスにおける2011年と2015年の結果を抜粋してプロットしたものだ。前頁のデータが「2015年までの累積導入社数シェア」であるのに対し、以下のデータは「導入年別で見た導入社数シェア」ということになる。(以下のデータはあくまで2つの年次を抜粋したに過ぎない。例えば、ある製品Aの導入社数シェアが2011年には20%、2015年には10%であった場合2011年から2015年にかけてシェアが継続的に減少したことを必ずしも意味するわけではない。本リリースの中では省略しているが、シェア値は年次によって常に増減している点に注意する必要がある)

グラフが示すように累積の導入社数シェアは同程度であっても、「最近導入したユーザ企業が多い製品/サービス」と「導入年が古く、継続的に利用しているユーザ企業が多い製品/サービス」とでは取るべき戦略も当然変わってくる。また、シェア上位製品/サービスからのリプレースを図ろうとするERPベンダや販社/SIerにとっても、ターゲットとなる製品/サービスがどのような状況になっているかを把握することは極めて重要だ。「導入社数シェア」という場合、前頁に掲載した「累積導入社数シェア」を確認するレベルで済ませてしまいがちだが、実際には上記に挙げたような様々な観点での現状把握が重要となってくる。



製品/サービス毎の「導入経緯」と、それらに紐づいた「今後の機能ニーズ」の把握が重要

ERP製品/サービスの導入社数シェアを考える上で欠かせないもう一つの観点が「導入経緯」である。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を列挙し、「どのような事由/背景でそれぞれのERP製品/サービスが導入されたのか？」の集計/分析を行っている。

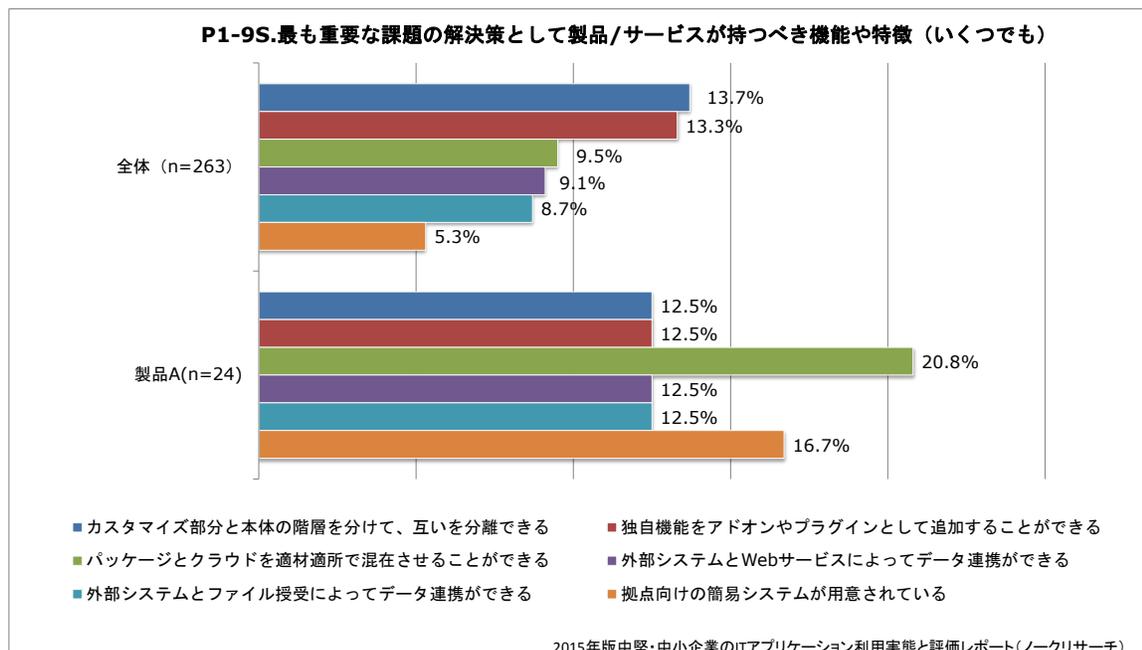
本業における売上をアップさせるため
 本業における業務効率を改善するため
 IT管理/運用の費用負担を削減するため
 IT管理/運用の作業負担を削減するため
 以前の製品/サービスがニーズに合わなかったため
 以前の製品/サービスのコスト負担が大きかったため
 既取引のあるIT関連の販社/Sierから紹介/推奨されたため
 新たに接触したIT関連の販社/Sierから紹介/推奨されたため

業務コンサルタントから紹介/推奨されたため
 ITコンサルタントから紹介/推奨されたため
 会計士/社労士/中小企業診断士から紹介/推奨されたため
 同業他社から紹介/推奨されたため
 取引銀行やリース会社から紹介/推奨されたため
 取引先とシステムを揃える必要があるため
 親会社や関連会社から指定されたため
 自社の業種や業態を拡大するため
 国内における商圏を拡大するため
 海外へのビジネス展開を図るため

例えば、導入社数シェアは同程度であっても「本業における売り上げをアップさせるため」に導入された製品/サービスと「本業における業務効率を改善するため」に導入された製品/サービスでは今後取るべき戦略も変わってくる。または、あるERP製品/サービスからのリプレース提案を図ろうとする場合、ターゲットとなる製品/サービスが「親会社や関連会社から指定されたため」と「業務コンサルタントから紹介/推奨されたため」のどちらの導入経緯が多いのか？によって攻めるべきポイントも変わってくる。

こうした製品/サービス毎の導入経緯を踏まえた上で、今後注力すべき機能強化ポイントを絞っていくというプロセスが必要となる。本リリースの元となる調査レポートでは17項目に渡って「ERP製品/サービスが持つべき機能や特徴」を尋ねている。以下ではその分析結果の一部を抜粋して掲載している。

グラフに挙げた「製品A」は「売上アップおよび業務効率改善を目的とし、業務コンサルタントからの紹介/推奨による導入」が比較的多い。（ここでは製品/サービスの具体名を伏せているが、調査レポート内では具体的な製品/サービスを明らかにした上で集計/分析を行っている）この製品Aに求められている機能をERP製品/サービス全体の傾向と比較した結果が以下のグラフである。独自カスタマイズに関連する項目は全体傾向と大きな差はないが、クラウドとの併用や拠点向けの簡易システムといった様々なシステム形態に対するニーズが製品Aでは相対的に高いことがわかる。したがって、ユーザ企業の個々の業務を踏まえて売上アップと業務効率改善の双方を実現しようとする「攻めのERP活用」においては多様なシステム形態への対応が重要なポイントになると考えられる。このように導入経緯とそれに紐づいた今後のニーズを把握することがERP導入社数シェアの維持もしくは拡大において極めて重要な取り組みとなってくる。



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ERPを「会計、販売、購買、生産といった複数のシステムを統合的に管理/運用するアプリケーション」と定義している。この定義に基づき、アンケートの回答者はERPを含む13種類のアプリケーションカテゴリの中から導入済みのものを選び、さらに選ばれたカテゴリの中で導入済みの具体的な製品/サービス名を選択するといった流れとなっている。ERPの中には会計管理、販売・仕入・在庫管理、給与・人事・就業管理といった機能別に導入が可能なものもある。そのため、ある製品/サービスの同じモジュールを導入していても、ユーザ企業がそれを「ERPの一部」と見なしているのか、「個別の基幹システム」と見なしているのかによって本調査における回答状況は変わってくる。本調査ではこの結果そのものが「中堅・中小企業におけるERPの認識」を反映する重要な傾向であると捉え、回答したユーザ企業のERP認識をそのまま結果に反映するようにしている。したがって開発元が「自社の製品はERPである」と考えていても、ユーザ企業の認識が「会計システム」であれば、ERPカテゴリでのシェアは低く会計管理でのシェアが高いという結果になることもある。したがってERPの状況を把握する際にはERPの結果に加えて、会計管理、販売・仕入・在庫管理、給与・人事・就業管理といった他の基幹システムのカテゴリに関する結果も確認しておくことが重要である。また、以下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引き上げ、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。

SAP ERP/SAP Business All-in-one	SAPジャパン
SAP Business One	SAPジャパン
NetSuite	ネットスイート
Workday	Workday
IFS Applications	IFSジャパン
Infor ERP	インフォアジャパン
COMPANY	ワークスアプリケーションズ
ProActive	SCSK
GEMPLANET/Future Stage	日立製作所
ピズインテグラル	NTTデータピズインテグラル
SCAW	NTTデータビジネスシステムズ
Oracle E-Business Suite	日本オラクル
Oracle Fusion Applications	日本オラクル
PeopleSoft	日本オラクル
JD Edwards Enterprise One	日本オラクル
MCFRAME	東洋ビジネスエンジニアリング
ASIA	東洋ビジネスエンジニアリング
GLOVIA smart	富士通
GLOVIA SUMMIT/GLOVIA ENTERPRISE	富士通
OBIC7 ex	オービック
OBIC7 FX	オービック
ROSS ERP (iRenaissanceを含む)	コンソナ・ジャパン、CDC Softwareジャパン
SuperStream-NX	スーパーストリーム
SuperStream-CORE	スーパーストリーム
EXPLANNER	NEC
GRANDIT	GRANDIT
Microsoft Dynamics AX	日本マイクロソフト
Microsoft Dynamics NAV	PBC
SMILE α	OSK(大塚商会)
SMILE ie	OSK(大塚商会)
SMILE BS/is	OSK(大塚商会)
SMILE es	OSK(大塚商会)
奉行 V ERP(奉行21/奉行 iを除く)	OBC(オービックビジネスコンサルタント)
奉行 新ERP(奉行21/奉行 iを除く)	OBC(オービックビジネスコンサルタント)
スーパーカクテル デュオ	内田洋行
Super Cocktail Innova	内田洋行
CORE Plus/CORE Plus NEO	日本事務器
PCA Dream21	ピー・シー・エー
MJSLINK II/MJSLINK NX-I	ミロク情報サービス
Galileopt/Galileopt NX-I	ミロク情報サービス
大臣エンタープライズ(大臣 ERPは除く)	応研
アラジンオフィス	アイル
Enterprise Vision	JBCC
ZAC Enterprise	オロ
FUTUREONE ERP(NewRRRも含む)	フューチャーアーキテクト
Exact Globe	Exactソフトウェア
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)	
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)	

本リリースの元となっている「2015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/2015itapp_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

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