

2020年 CRMが担うべきオンライン/リモート商談を伴う顧客管理

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ(本社〒160-0022東京都新宿区新宿2-13-10武蔵野ビル5階23号室 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5361-7880 URL: <http://www.norkresearch.co.jp>)は中堅・中小企業におけるCRMの活用実態と今後の展望に関する調査を行い、その結果を発表した。本リリースは「2020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CRMに関するサンプル/ダイジェストである。

<CRMが持つ顧客管理の機能とオンライン/リモート商談との融合が今後の成否を分ける>

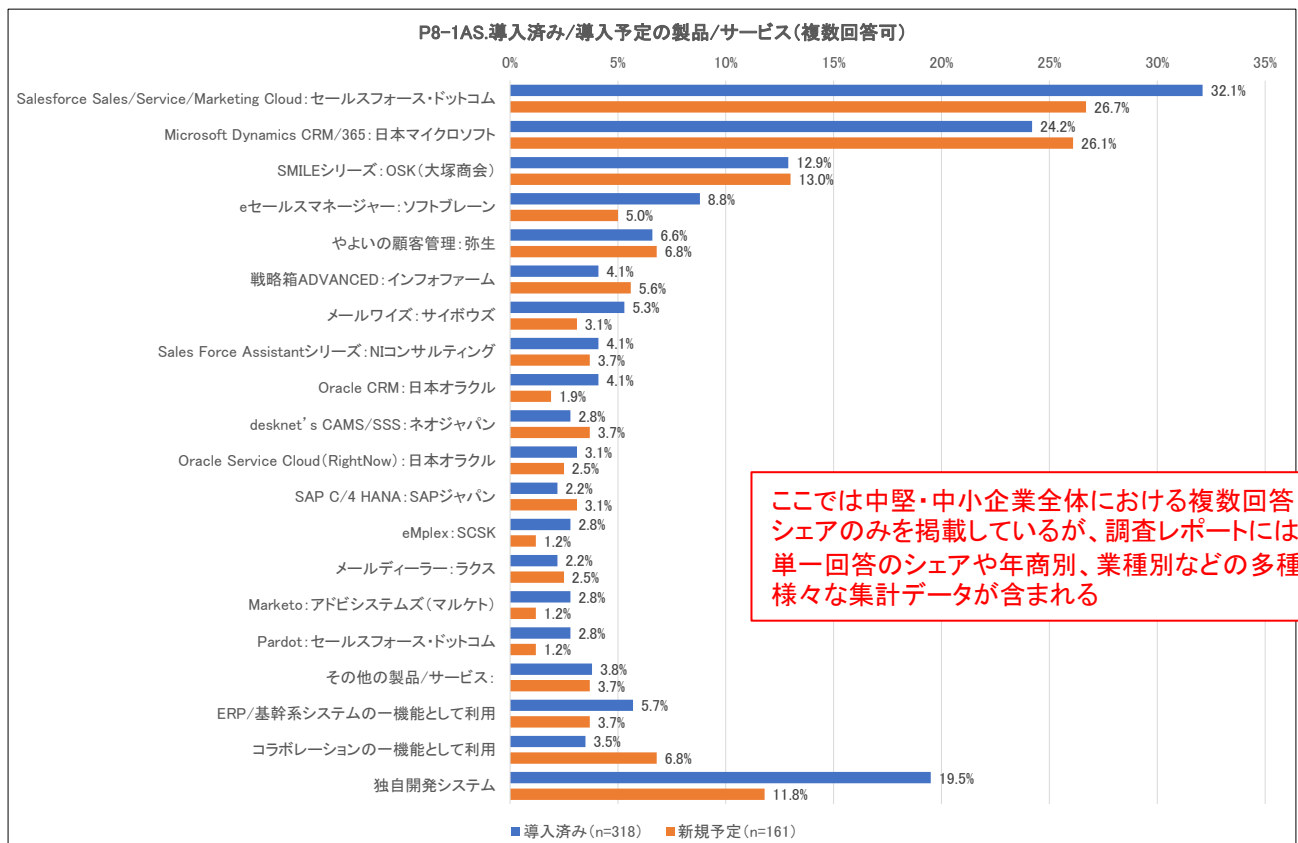
- 「独自開発」や「コラボレーションの一機能」では実現できない差別化要因が必要となる
- オンライン/リモート商談は注力すべき新領域、Webやメールを用いた成功体験も大切
- 「オンプレミス=社内システム連携における優位性」はCRMに関しては当てはまらない

対象企業: 年商500億円未満の中堅・中小企業1300社(日本全国、全業種)(有効回答件数)
 対象職責: 情報システムの導入や運用/管理または製品/サービスの選定/決済の権限を有する職責
 ※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/2020itapp_rep.pdf

「独自開発」や「コラボレーションの一機能」では実現できない差別化要因が必要となる

ノークリサーチでは例年1300社の中堅・中小企業を対象として、ERP/生産管理/会計管理/販売管理/人事給与/ワークフロー/コラボレーション(グループウェアなど)/CRM/BI/文書管理といった10分野に渡る業務アプリケーションのシェアと評価に関する調査を行っている。以下のグラフはその中からCRMの「導入済み」「新規予定」の社数シェア(複数回答可)を中堅・中小企業全体で集計したものだ。(選択肢として掲載された製品/サービスの一覧と選定方法は本リリース末尾を参照)

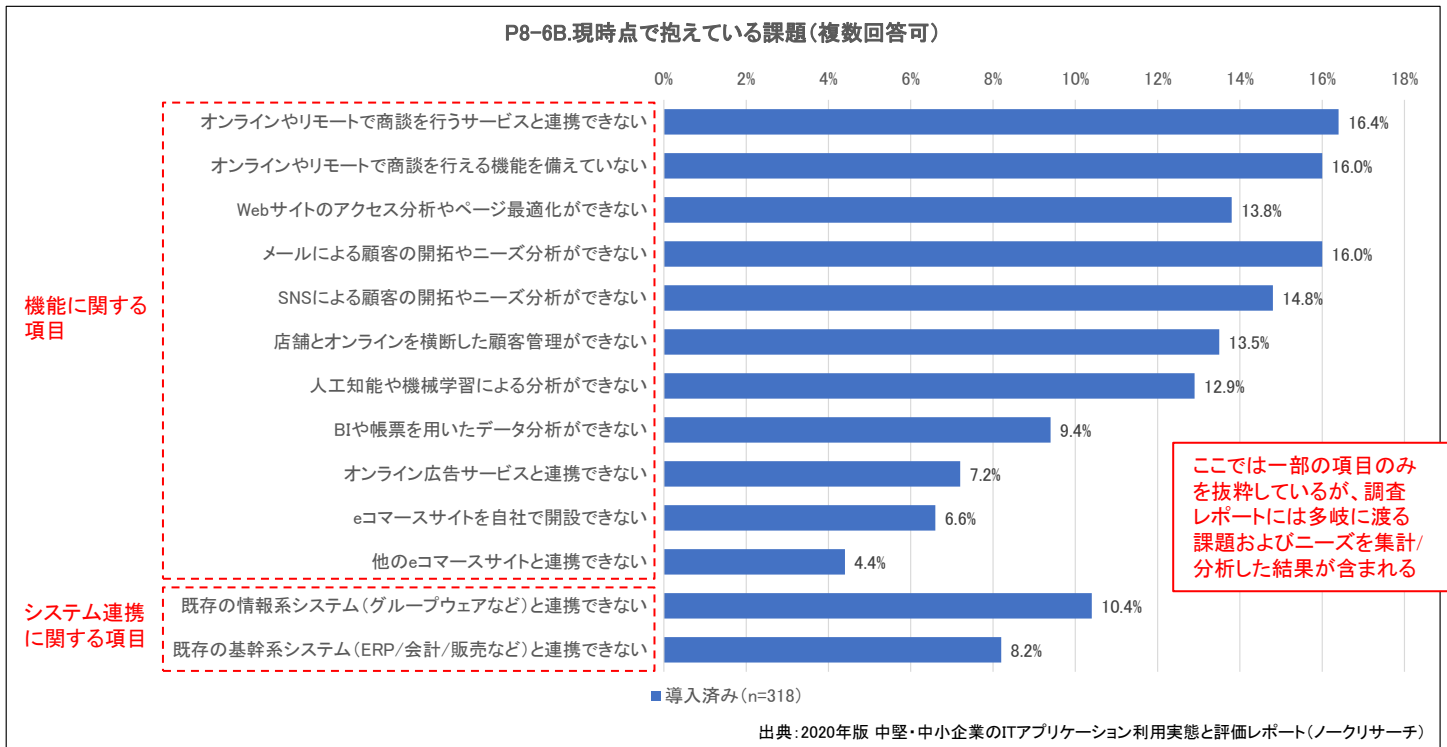
次頁以降では以下の社数シェア動向やユーザ企業が抱える課題などを元に、CRMを開発/販売するベンダや販社/Sierが留意すべき点に関する分析結果の一部をサンプル/ダイジェストとして紹介している。



オンライン/リモート商談は注力すべき新領域、Webやメールを用いた成功体験も大切

前頁のグラフを見ると、「導入済み」の回答割合は「Salesforce Sales/Service/Marketing Cloud」が32.1%で最も高く、「Microsoft Dynamics CRM/365」が24.2%、「SMILEシリーズ」が12.9%で続いている。「導入済み」と比べた時の「新規予定」の回答割合を見ると、「独自開発システム」が減少している一方、「コラボレーションの一機能」が増加している。したがって、CRMを開発/販売するベンダや販社/Sierとしては独自開発システム以外を選択しようとするユーザ企業に対して、コラボレーションの一機能では実現できない価値を訴求することが重要となってくる。

そのためにはユーザ企業が抱える課題を把握することが大切だ。そこで、本リリースの元となる調査レポートでは本ドキュメントの末尾に掲載されている様々な選択肢を列挙して、「導入済み」のCRMにおける課題を尋ねている。（調査レポートでは「今後のニーズ」についても集計/分析している）以下のグラフはその中から、「機能に関する項目」と「システム連携に関する項目」の中堅・中小企業全体における回答割合を集計したものだ。



新型コロナウイルス感染症の影響によって、顧客訪問を控える企業も少なくない。それを補うための有効な手段が「オンラインやリモートでの商談」だが、その実現が課題となっていることがわかる。CRMを開発/販売するベンダや販社/SierとしてはCRMが持つ顧客管理/案件管理とWeb会議が備えるオンラインでの対話機能を上手く融合させることが今後の差別化要因の一つとなってくる。

また、MA(マーケティングオートメーション)の観点ではSNSによる顧客開拓や店舗とオンラインの連携(O2O)や融合(OMO)に注目が集まっているが、中堅・中小のユーザ企業はメールやWebサイトといった基本的なツールを用いた顧客開拓の課題も依然として抱えていることがグラフから読み取れる。ベンダや販社/Sierとしては、まずは無理なく扱える手段を用いてユーザ企業に成功体験を積んでもらうといったアプローチも視野に入れることが大切と考えられる。

一方、情報系システムや基幹系システムとの連携に関する課題は回答割合が相対的に低くなっている。逆に言えば、CRMに関しては社内システムとの連携がASP/SaaS形態の導入提案の障壁となることは少なくなってきたと捉えることができる。この点は次頁に述べる運用形態とも深く関連している。

「オンプレミス＝社内システム連携における優位性」はCRMに関しては当てはまらない

本リリースの元となる調査レポートではこれまでに述べた社数シェアや現状の課題だけでなく、以下のような選択肢を列挙して「導入済み」または「新規予定」の最も主要なCRMの運用形態も尋ねている。

<<パッケージ>>

・パッケージ(社内設置)	ハードウェア/OS/ミドルウェア/パッケージを自社で購入し、社内に設置して利用する
・パッケージ(データセンタ設置)	ハードウェア/OS/ミドルウェア/パッケージを自社で購入し、データセンタに預けて運用する
・パッケージ(IaaS/ホスティング利用)	ハードウェア/OSのいずれも自社では購入せず、IaaS/ホスティングを基盤としてミドルウェアやパッケージを購入/導入して利用する

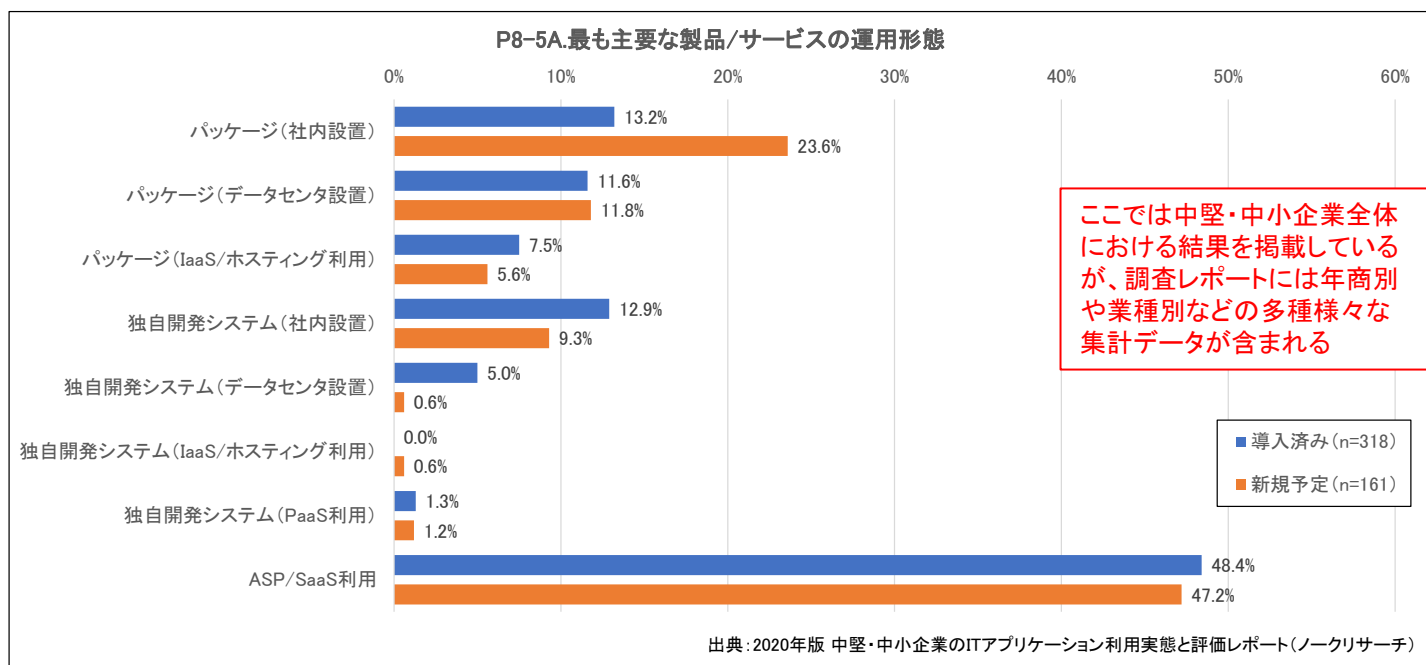
<<独自開発システム>>

・独自開発システム(社内設置)	ハードウェア/OS/ミドルウェアを自社で購入し、自社向けに独自開発されたシステムを社内に設置して利用する
・独自開発システム(データセンタ設置)	ハードウェア/OS/ミドルウェアを自社で購入し、自社向けに独自開発されたシステムをデータセンタに預けて運用する
・独自開発システム(IaaS/ホスティング利用)	ハードウェア/OSのいずれも自社では購入せず、IaaS/ホスティングを基盤として自社向けに独自開発されたシステムを利用する
・独自開発システム(PaaS利用)	ハードウェア/OS/ミドルウェアのいずれも自社では購入せず、PaaSを基盤として自社向けに独自開発されたシステムを利用する

<<ASP/SaaS>>

・ASP/SaaS利用	ハードウェア/OS/ミドルウェア/パッケージを購入せず、ASP/SaaS形態のサービスを利用する
-------------	--

以下のグラフは「導入済み」「新規予定」の最も主要なCRMの運用形態を尋ねた結果を中堅・中小企業全体で集計したものだ。



基幹系システムの中にはERPへのステップアップが行いやすくなったことなどが影響して、今後の新規導入ではASP/SaaS形態が若干減少する可能性がある分野も見られる(https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2020itapp_acc_rel.pdf) だが、CRMにおけるASP/SaaS形態の回答割合は5割弱に達しており、「導入済み」と比べて「新規予定」に値が減少する兆候も見られない。前頁で述べたようにシステム連携に関する課題を抱えるユーザ企業も少ないことから、CRMでは社内システムとの連携がASP/SaaS形態の障壁になる可能性は低いと予想される。

また、「導入済み」と「新規予定」を比較した場合、「独自開発システム(社内設置)」や「独自開発システム(データセンタ設置)」が減少する一方で、「パッケージ(社内設置)」が増えていることがわかる。したがって、今後の新規導入においては独自開発を検討していたユーザ企業がASP/SaaS形態ではなく、まずは社内設置のパッケージを選択する可能性がある。これはパッケージを主体とするCRMにとってはプラス要因だが、既に述べたように社内設置であること自体はユーザ企業が抱える課題の解決に大きく寄与する要素とはならない。したがって、社内設置(オンプレミス)/クラウドに関係なく、前頁に述べたような機能面の課題を着実に解消していくことが重要となってくる。

補記:「課題/ニーズに関する設問項目」と「製品/サービスの選択肢一覧」

本リリースの元となる調査レポートの課題/ニーズに関する選択肢は製品/サービスに対するニーズを尋ねた以下の2つの設問

P8-6A.最も主要な製品/サービスに関して評価/満足している機能や特徴(複数回答可)

P8-6C.最も主要な製品/サービスが今後持つべきと考える機能や特徴(複数回答可)

の選択肢(上段の一覧)と製品/サービスにおける課題を尋ねた以下の設問

P8-6B.現時点で抱えている課題(複数回答可)

の選択肢(下段の一覧)の2通りがある。

ニーズを尋ねた 設問(P8-6A、 P8-6C)の選択肢:

<p>＜＜機能に関連する項目＞＞ オンラインやリモートで商談を行うサービスと連携できる オンラインやリモートで商談を行える機能を備えている Webサイトのアクセス分析やページ最適化を行える メールによる顧客の開拓やニーズ分析が行える SNSによる顧客の開拓やニーズ分析が行える 店舗とオンラインを横断した顧客管理が行える 人工知能や機械学習による分析が可能である BIや帳票を用いた高度なデータ分析が行える オンライン広告サービスと連携できる eコマースサイトを自社で開設できる 他のeコマースサイトと連携できる</p> <p>＜＜システム連携に関連する項目＞＞ 既存の情報系システム(グループウェアなど)と連携できる 既存の基幹系システム(ERP/会計/販売など)と連携できる</p>	<p>＜＜個別の機能要件への対応力＞＞ プログラミングをせずに項目や画面を作成できる プログラミングをせずにデータ連携を実現できる 公開されたテンプレートを取捨選択できる</p> <p>＜＜クラウドに関連する項目＞＞ パッケージとクラウドを選択/併用できる 様々なクラウドサービスと連携できる</p> <p>＜＜クライアント環境に関連する項目＞＞ スマートデバイスに適した画面が用意されている Webブラウザで大半の機能が利用できる</p> <p>＜＜その他＞＞ 導入や保守サポートの費用が安価である バージョンアップの費用が安価である その他:</p>
--	---

課題を尋ねた 設問(P8-6B) の選択肢:

<p>＜＜機能に関連する項目＞＞ オンラインやリモートで商談を行うサービスと連携できない オンラインやリモートで商談を行える機能を備えていない Webサイトのアクセス分析やページ最適化ができない メールによる顧客の開拓やニーズ分析ができない SNSによる顧客の開拓やニーズ分析ができない 店舗とオンラインを横断した顧客管理ができない 人工知能や機械学習による分析ができない BIや帳票を用いたデータ分析ができない オンライン広告サービスと連携できない eコマースサイトを自社で開設できない 他のeコマースサイトと連携できない</p> <p>＜＜システム連携に関連する項目＞＞ 既存の情報系システム(グループウェアなど)と連携できない 既存の基幹系システム(ERP/会計/販売など)と連携できない</p>	<p>＜＜個別の機能要件への対応力＞＞ プログラミングしないと項目や画面を作成できない プログラミングしないとデータ連携を実現できない 公開されたテンプレートが十分に提供されていない</p> <p>＜＜クラウドに関連する項目＞＞ パッケージとクラウドを選択/併用できない クラウドサービスと連携することができない</p> <p>＜＜クライアント環境に関連する項目＞＞ スマートデバイスに適した画面が備わっていない Webブラウザでは限られた機能しか利用できない</p> <p>＜＜その他＞＞ 導入や保守サポートの費用が高価である バージョンアップの費用が高価である その他:</p>
--	---

以下に列挙したものは本リリースの元となる調査レポートにおいて選択肢に記載したCRM製品/サービスの一覧である。選択肢に掲載される製品/サービスは過去の調査結果や最新の市場状況に基づいて選定し、前年の調査で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追加し、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毎年に調整を行っている。製品/サービス毎の評価などの詳細な集計はサンプル件数が一定以上の条件を満たした(※)のみが対象となる。

製品/サービス名	開発元
＜＜営業支援(SFA)を中心としたもの＞＞	
Salesforce Sales/Service/Marketing Cloud(※)	セールスフォース・ドットコム
eセールスマネージャー(※)	ソフトブレイン
Microsoft Dynamics CRM/365(※)	日本マイクロソフト
戦略箱ADVANCED	インフォファーム
SMILEシリーズ(※)	OSK(大塚商会)
Sales Force Assistantシリーズ	NIコンサルティング
desknet's CAMS/SSS	ネオジャパン
やよいの顧客管理(※)	弥生
Senses	マツリカ
GRIDY SFA / Knowledge Suite	ナレッジスイート
Zoho CRM	ゾーホージャパン
Oracle CRM	日本オラクル
Oracle Service Cloud(RightNow)	日本オラクル
SAP C/4 HANA	SAPジャパン
eMplex	SCSK
inspirX	パーチャレクス・コンサルティング
BizMagic	カイエンシステム開発
顧客大臣NX/NX ERP	成研
顧客王	ソリマチ

本リリースの元となる調査レポートでは「CRM」を以下の業務アプリケーション分野の集合体として定義している。
 ・営業支援システム(SFA, Salesforce Automation)
 ・マーケティングオートメーション(MA, Marketing Automation)
 ・メール配信/共有
 ・その他(ERP/基幹系システムやコラボレーションの一機能としての利用や独自開発システム)

CRMに「コールセンタ」や「CTI」を含める場合もあるが、前者は施設や人員を包含した業務委託、後者は通話やネットワークの機器も含めたハードウェアとしての形態も多く、業務アプリケーションを対象とした調査レポートのテーマとはやや異なる。そのため、「コールセンタ」や「CTI」は上記の選択肢には含まれていない。

製品/サービス名	開発元
＜＜メール配信/共有を中心としたもの＞＞	
メールディーラー	ラクス
メールワイズ	サイボウズ
問いマネ	クロスセル
Relation(リレーション)	インテージ
Approach DAM	NIコンサルティング
クライゼル	トライコン
＜＜マーケティングオートメーション(MA)を中心としたもの＞＞	
SHANON MARKETING PLATFORM	シャノン
Marketo	アドビシステムズ(マルケト)
List Finder	イノベーション
Pardot	セールスフォース・ドットコム
b-dash	フロムスクラッチ
カスタマーリングス	ブラスアルファ・コンサルティング
SPIRAL	パイブドビッツ
Dr.Marketing	アイアンドディー
Marketing Hub/Sales Hub/Service Hub	Hubspot Japan
Probance	ブレインパッド
SATORI	SATORI
Cloud CMO	イノバ
MAJIN	ジーニー
＜＜その他＞＞	
上記以外のパッケージ製品またはサービス	
ERP/基幹系システムの一機能として利用	
コラボレーションの一機能として利用	
独自開発システム	

本リリースの元となる調査レポート

『2020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』

10分野の業務アプリケーション(ERP、会計管理、生産管理、販売・仕入・在庫管理、給与・人事・勤怠・就業管理、ワークフロー、コラボレーション、CRM、BI、文書管理・オンラインストレージサービス)のシェアと評価を網羅

【対象企業属性】(有効回答件数:1300社)

年商: 5億円未満 / 5億円以上～10億円未満 / 10億円以上～20億円未満 / 20億円以上～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

従業員数: 10人未満 / 10人以上～20人未満 / 20人以上～50人未満 / 50人以上～100人未満 / 100人以上～300人未満 / 300人以上～500人未満 / 500人以上～1,000人未満 / 1,000人以上～3,000人未満 / 3,000人以上～5,000人未満 / 5,000人以上

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(公共/自治体など)

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

その他の属性: 「IT管理/運用の人員規模」(12区分)、「ビジネス拠点の状況」(5区分)

【分析サマリの概要】

各分野について、以下の章構成からなる分析サマリ(各20ページ前後)で重要ポイントと今後に向けた提言を詳説

第1章:製品/サービスの導入状況とシェア動向

製品/サービスの「導入状況」と「製品/サービスの導入社数シェア」を確認した後、最も主要な製品/サービスの「導入年」と「評価概況」についても分析を行っている。

第2章:運用形態と端末環境

最も主要な製品/サービスにおける「運用形態」と「端末環境」について分析を行っている。

第3章:製品/サービスの評価、課題、ニーズ

最も主要な製品/サービスに関して「評価/満足している機能や特徴」「現時点で抱えている課題」「今後持つべきと考える機能や特徴」を尋ねた結果を分析している。さらに、業務アプリケーションの導入/更新に関する全体的な方針を尋ねた設問「P0」と各分野の製品/サービスとの関連についても分析している。

付表:選択肢として記載した製品/サービス一覧および課題とニーズの項目

本調査において選択肢に記載された製品/サービスの一覧を掲載している。選択肢に掲載される製品/サービスは過去の調査結果や最新の市場状況を踏まえて選定され、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。さらに、導入済みの製品/サービスについて評価/満足している機能や特徴および現状の課題を尋ねた設問の選択肢、および導入済み/導入予定の製品/サービスが今後持つべきと考える機能や特徴を尋ねた設問の選択肢も掲載している。

【レポート案内(設問項目、試読版など)】 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2020itapp_rep.pdf

【発刊日】2020年10月30日 【価格】180,000円(税別) 特定分野のみの個別販売は行っておりません

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

NORKRESEARCH

株式会社 ノークリサーチ 担当: 岩上 由高
〒160-0022 東京都新宿区新宿2-13-10 武蔵野ビル5階23号室
TEL 03-5361-7880 FAX 03-5361-7881
Mail: inform@norkresearch.co.jp
Web: www.norkresearch.co.jp
Nork Research Co.,Ltd