

2023年 中堅・中小向けの顧客接点はWebサイト、メール、電話、Web会議のどれが最適か？

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IT企業が中堅・中小企業向けにIT製品/サービスを訴求する際、Webサイト、メール、電話、Web会議などの多岐に渡る手段の中から何を選ぶべきか？の調査を行い、その結果を発表した。本リリースは「2023年版 中堅・中小企業のDXおよびITソリューション選定の実態レポート」のサンプル/ダイジェストである。

<コロナ禍やツールの進化によって、認知を高めるための訴求手段にも変化が起きつつある>

- キーワード単位の訴求よりも、製品/サービスの特徴や利点を分かり易く伝えることが大切
- 中堅下位企業層(年商50～100億円)では、IT企業のWebサイトを閲覧するケースが増える
- IT企業への問い合わせで電話の依存度が高いのは、DX/ITソリューション未導入のユーザ

調査対象企業：年商500億円未満の中堅・中小企業700社(日本全国、全業種)(有効回答件数)

調査対象職責：経営層およびIT活用の導入/選定/運用に関わる立場

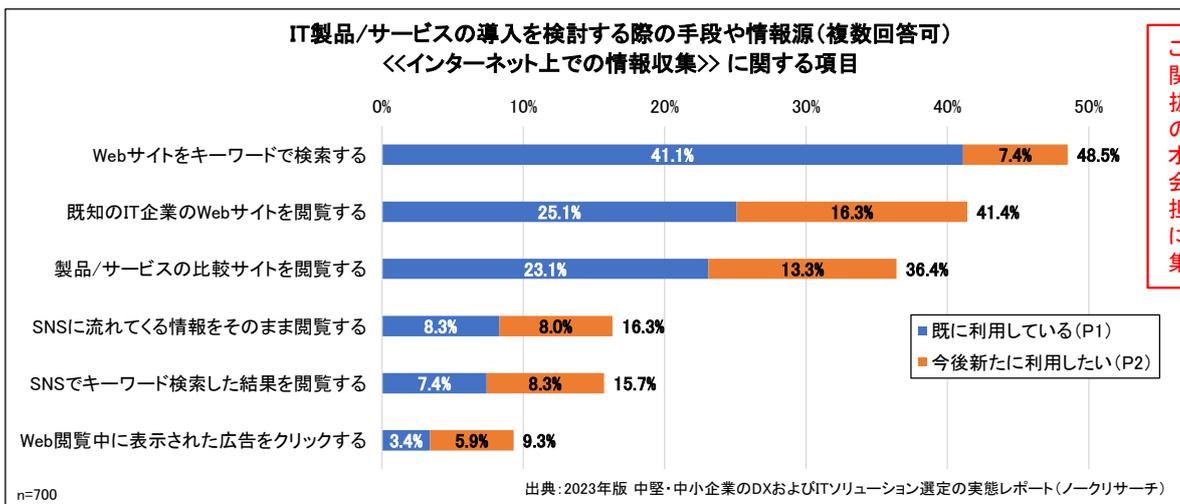
調査実施時期：2023年4月～5月

※詳細は本リリースの4ページを参照

キーワード単位の訴求よりも、製品/サービスの特徴や利点を分かり易く伝えることが大切

IT企業が中堅・中小企業向けの市場展開を図る際には、自社および自社の製品/サービスの認知をいかに高めるか？が重要となってくる。その手段はWebサイト、メール、電話、セミナー、展示会など多岐に渡り、コロナ禍を経た現在ではWeb会議、オンラインでのセミナー/展示会などのように選択肢が更に広がっている。そこで、最新の調査レポート「2023年版中堅・中小企業のDXおよびITソリューション選定の実態レポート」では、多岐に渡るDX/ITソリューションの導入状況、ユーザ企業が抱える課題/ニーズに加えて、IT企業が製品/サービスの認知向上や顧客接点の深化を図る際にどのような訴求手段を用いるべきか？に関する分析も行っている。本リリースではそうした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。

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対し、「IT製品/サービスの導入を検討する際の手段や情報源」を尋ねた結果から、「インターネット上での情報収集」に関連する選択肢の値を抜粋したものだ。(全ての選択肢の一覧は次頁を参照) 青帯は既に利用している手段/情報源、橙帯は現在は利用していないが今後新たに利用したいと考える手段/情報源、右端の数値が両者の合計値を示している。



ここではWebサイトやSNSに関連する項目の集計結果を抜粋しているが、本リリースの元となる調査レポートではオンライン/オフラインの展示会やセミナー、IT企業の営業担当とのチャットなど、23項目に渡る選択肢を列挙した上で集計/分析を行っている。

上記のグラフを見ると、中堅・中小企業向けの訴求手段としては「SNS」、「Web広告」よりも「Web検索」、「IT企業のWebサイト」、「比較サイト」の方が有効であることが確認できる。また橙帯が示すように、今後の伸びは「Web検索」と比べて「IT企業のWebサイト」や「比較サイト」の方が大きい。したがって、IT企業としてはキーワード単位での訴求力向上を図るよりも、製品/サービスの特徴や利点を分かり易く伝えるコンテンツの充実が堅実と考えられる。次頁以降では、さらに詳細な分析結果について述べていく。

## 中堅下位企業層（年商50～100億円）では、IT企業のWebサイトを閲覧するケースが増える

本リリースの元となる調査レポートでは、以下の選択肢を列挙して「P1.IT製品/サービスの導入を検討する際に利用している手段や情報源（複数回答可）」および「P2.IT製品/サービスの導入を検討する際に（現在は利用していないが）今後新たに利用したいと考える手段や情報源（複数回答可）」を尋ねている。（P1とP2の合計値が今後期待される各選択肢の利用割合となる）

### <<インターネット上での情報収集>>

- ・Webサイトをキーワードで検索する  
例) Google検索、Yahoo!検索
- ・既知のIT企業のWebサイトを閲覧する
- ・製品/サービスの比較サイトを閲覧する  
例) ITreview、ITトレンド
- ・SNSに流れてくる情報をそのまま閲覧する  
例) TwitterやFacebookを閲覧する
- ・SNSでキーワード検索した結果を閲覧する  
例) TwitterやFacebookで検索する
- ・Web閲覧中に表示された広告をクリックする

### <<展示会(イベント)やセミナー>>

- ・リアル開催の展示会に参加する  
例) 東京ビックサイトや幕張メッセで行われているイベントに行く
- ・オンラインで展示会に参加する  
例) 会場には行かないが、展示会の様子をネットで閲覧する
- ・リアル開催のセミナーに参加する  
例) 東京国際フォーラムに行ってセミナーを聴講する
- ・オンラインでセミナーに参加する  
例) 会場には行かずに、ネットでセミナーを聴講する

### <<IT企業への問い合わせ>>

- ・IT企業の営業担当と電話で相談する
- ・IT企業の営業担当とメールで相談する
- ・IT企業の営業担当とチャットで相談する
- ・IT企業の営業担当とWeb会議で相談する
- ・IT企業が用意した自動応答チャットに質問する

### <<メディアの活用>>

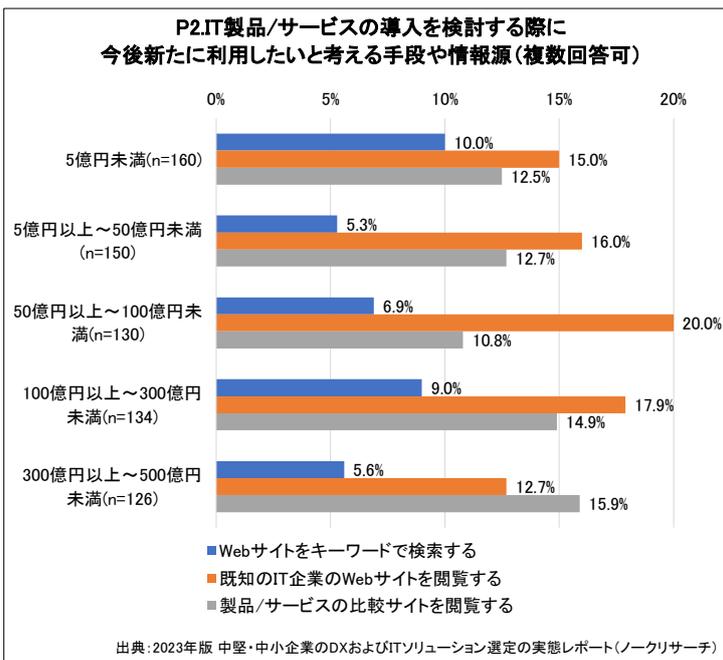
- ・IT関連の新聞や専門誌を紙面で読む  
例) 日経コンピュータ、Software Design
- ・一般の新聞や専門誌を紙面で読む  
例) 日経TRENDY、PRESIDENT、東洋経済、ダイヤモンド
- ・IT系のメディアサイトを閲覧する  
例) 日経xTECH、ITmediaエンタープライズ、IT Leaders
- ・一般のメディアサイトを閲覧する  
例) NewsPicks、WIRED
- ・IT企業の独自サイトを閲覧する  
例) Wisdom(NEC)、経理プラス(ラクス)
- ・総合ポータルサイトを閲覧する  
例) Yahoo!ニュース

### <<特定の相談相手>>

- ・公的な資格を持った士業に相談する  
例) 会計士、税理士、社労士
- ・地域の役所や行政機関に相談する  
例) 市区町村の役場、商工会議所

### <<その他>>

- ・その他 P1の場合 P2の場合
- ・何も利用していない(排他) / 今は判断できない(排他)



さらに、本リリースの元となる調査レポートでは企業規模による傾向も集計/分析している。例えば、左記のグラフは前頁の結果から「Web検索」、「IT企業のWebサイト」、「比較サイト」を新たに利用したいと考えているユーザ企業の割合を年商別に集計したものである。

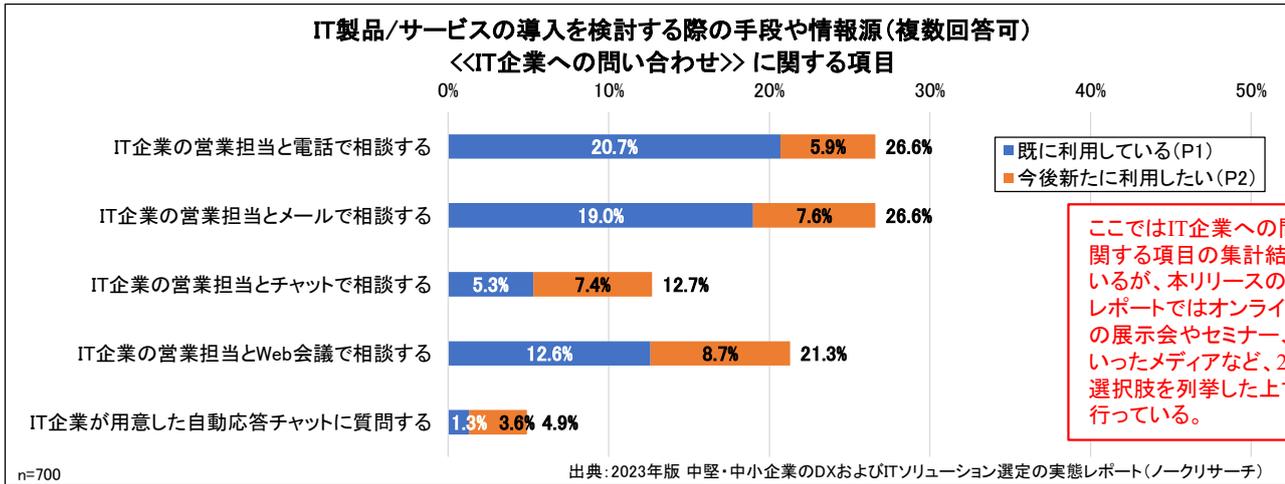
顕著な差異ではないものの、年商50～100億円未満(中堅下位企業層)では「IT企業のWebサイト」の割合が相対的に高い。この年商帯は中小企業層と中堅企業層の境界に位置しており、IT活用の試行錯誤に伴う製品/サービスの導入や更新も活発となりやすい。IT企業がこうした企業層に対して訴求力を高めて

いくためには、自社のホームページを充実させていく取り組みも重要となってくる。次頁ではWeb会議やチャットによる営業の有効性について述べる。

## IT企業への問い合わせで電話の依存度が高いのは、DX/ITソリューション未導入のユーザ

2020～2022年のコロナ禍を経て、Web会議は中堅・中小企業にとっても主要なコミュニケーション手段の1つとなってきている。こうした状況を受けて、IT企業からは「Web会議を用いた中堅・中小向けの営業活動は有効か？」といった質問をいただく機会も増えている。さらにChatGPTやBardといった大規模言語モデル(LLM)を活用したAIチャットが注目を集めたことで、自動応答チャットによってユーザ企業からの初期間い合わせを効率化できないか？を模索するIT企業も少なくない。

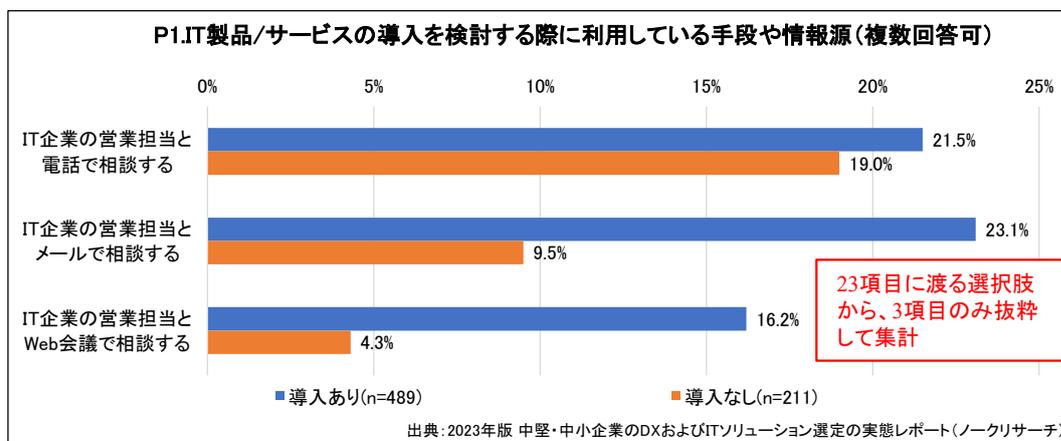
そこで前頁に列挙した項目の中から、「IT企業への問い合わせ」に関連する項目について冒頭のグラフと同様の集計を行った結果が以下のグラフである。



ここではIT企業への問い合わせに関する項目の集計結果を抜粋しているが、本リリースの元となる調査レポートではオンライン/オフラインの展示会やセミナー、新聞/雑誌といったメディアなど、23項目に渡る選択肢を列挙した上で集計/分析を行っている。

「電話」と「メール」が同率で並んでおり、「Web会議」が続いている。ただし、橙帯が示す今後の伸びでは僅差ではあるが「Web会議」が「電話」や「メール」を上回っている。したがって、IT企業がユーザ企業からの問い合わせに応じる手段では依然として電話/メールが主要な位置付けではあるものの、Web会議が徐々にその差を縮めていくと予想される。一方、「チャット」や「自動応答チャット」は青帯の現状と比べて橙帯が示す今後の伸びが上回っているものの、電話/メール/Web会議と比較した時の値はまだ低い。IT企業側としてはWeb会議の利用を拡大しつつ、チャット活用が一定割合に達した段階でWeb会議のUI内でチャットも利用できるように準備を進めておくことが堅実と考えられる。

また、本リリースの元となる調査レポートでは50項目に渡るDX/ITソリューションの導入状況についても詳細な分析を行っている。以下のグラフはそうしたソリューションを既に導入しているか、それとも全く導入していないか？によって、上記の「電話」「メール」「Web会議」の現状での利用状況がどう異なるか？を集計した結果である。



「電話」では「導入あり」と「導入なし」が同程度だが、「メール」「Web会議」では「導入なし」の値が大幅に低い。

すなわち、DX/ITソリューションを導入していないユーザ企業はIT企業への問い合わせにおいて電話の依存度が高い。逆に言えば、IT企業にとってはメール/Web会議を選ぶユーザ企業の方がDX/ITソリューション導入提案の有望度が高いと言える。しかしながら

メール/Web会議での問い合わせを電話よりも過剰に優先してしまうと、デジタルデバイドを助長する恐れもある。IT企業としては問い合わせ手段の違いからユーザ企業のIT活用レベルを推察し、それぞれに応じた適切な対応を行うことが理想と考えられる。本リリースでは上記に述べた以外にも、展示会やセミナーやオンライン/オフラインのどちらが有望か？会計士/税理士/社労士といった士業の役割は今後も重要か？新聞/雑誌などのメディアでは紙面とWebサイトのどちらが多く読まれているのか？といった様々な観点での分析と提言を述べている。

## 本リリースの元となる調査レポート

### 『2023年版 中堅・中小企業のDXおよびITソリューション選定の実態レポート』

50項目に渡る具体的なソリューションの導入状況、ユーザ企業が抱える課題とニーズ、訴求手段(メディア、SNS、セミナー、展示会など)の選択までを網羅したIT活用提案における必携書。

#### 【対象企業属性】(有効回答件数:700社)

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  
従業員数: 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～1000人未満 / 1000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 / 運輸業 / IT関連サービス業 / 一般サービス業  
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  
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)

#### 【分析サマリの章構成】

##### 第1章.中堅・中小企業を取り巻くビジネス環境

2023年における経常利益の見通しと増減の要因(エネルギー/原材料の不足や価格上昇、国際情勢、ESGやSDGs、インバウンドの復調、長期化する円安、人材不足など、計10項目)を踏まえた上で、2023年のIT支出の増減見通しと増減の要因(キャッシュレス化、ペーパーレス化、業務の自動化、人材のリスキリング、マルウェアの脅威、生活様式の変化、クラウドネイティブ、法改正など、計23項目)について分析。

##### 第2章.DX/ITソリューションの導入状況(概況)

自動化/システム連携/開発ツール、コミュニケーション改善/データ共有、ペーパーレス化、販売/マーケティングの改善や刷新、ジェネレーティブAI(生成AI)、センサ+AIによるデータ分析、クラウド活用/レガシー移行、既存の業務システムにおけるDX(xTech)、ドローンの活用、VR/AR/デジタルサイネージ、3Dプリンタの活用、ロボットの活用といった計50項目に渡る具体的なDX/ITソリューションの導入済み割合および初年度合計費用、今後の導入予定の割合を分析。

##### 第3章. DX/ITソリューションの導入状況(年商別)

第2章で取り上げたDX/ITソリューションの導入状況(導入済み/導入予定の割合)の年商別傾向を分析。

##### 第4章. DX/ITソリューションの導入状況(業種別)

第2章で取り上げたDX/ITソリューションの導入状況(導入済み/導入予定の割合)の業種別傾向を分析。

##### 第5章.DX/IT導入においてユーザ企業が抱える課題とニーズ

DX/ITソリューション導入におけるユーザ企業の基本方針(クラウド事業者は集約/併用のどちらを選ぶか? DX人材の育成とは内製促進を意味するのか? など)、直面する課題(費用が最大の障壁なのか?、既存のシステムはどこまで足かせになっているのか? など)、IT企業に期待する支援(人材不足をどう克服するか?、最初にどの部門向けに提案をして欲しいか? など)を分析。

##### 第6章.DX/IT導入の提案に際してIT企業が抱える課題

IT企業(IT関連サービス業)に対して、DX/ITソリューションを提案する際に直面する課題を尋ねた結果を分析し、ユーザ企業とIT企業の間には潜在する行き違いを明らかにし、DX/ITソリューション提案を成功させるための留意点を提言。

##### 第7章.IT製品/サービスの導入検討時に利用する手段や情報源

Web検索、IT企業のWebサイト、比較サイト、展示会/セミナー(リアル/オンライン)、IT企業の営業担当との電話/メール/Web会議/チャット、新聞/雑誌、士業(会計士/税理士/社労士)など、23項目に渡る選択肢を列挙し、IT企業が認知向上や顧客接点の深化を測る際に選択すべき手段は何か? を分析/提言。

【価格】 180,000円(税別) 【発刊日】 2023年6月15日

【調査レポート案内】 [https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2023IT\\_user\\_rep.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2023IT_user_rep.pdf)

上記のURLから、設問項目一覧や試読版などの更なる詳細をご覧いただけます。

**ご好評いただいている既存の調査レポート 各冊180,000円(税別)**

**『2022年版 中堅・中小企業におけるRPAおよびノーコード/ローコード開発ツールの活用実態レポート』**

「RPAは機能重視と価格重視のどちらの方向に進むか？」「ノーコード/ローコードが適したシステム用途は？」など、IT企業が直面する様々な疑問に答える一冊

【レポートの概要と案内】 [https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA\\_user\\_rep.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA_user_rep.pdf)

【リリース(ダイジェスト)】

中堅・中小企業におけるノーコード/ローコード開発ツールの社数シェアと用途

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA\\_user\\_rel1.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA_user_rel1.pdf)

中堅・中小企業におけるRPA製品/サービスの導入社数シェアと価格重視志向の関連

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA\\_user\\_rel2.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA_user_rel2.pdf)

中堅・中小企業がRPA活用で抱える課題とIT企業が講じるべき支援策

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA\\_user\\_rel3.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA_user_rel3.pdf)

ノーコード/ローコード開発ツールについて中堅・中小企業が考える利点と課題

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA\\_user\\_rel4.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022RPA_user_rel4.pdf)

**『2022年版サーバ&エンドポイントにおけるITインフラ導入/運用の実態と展望レポート』**

サーバ&エンドポイント、クラウド&オンプレミスといった多角的な視点からITインフラ導入の提案ポイントを解説

【レポートの概要と案内】 [https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rep.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rep.pdf)

【リリース(ダイジェスト)】

サーバ管理における課題&ニーズとユーザ企業が求めるクラウド移行パターン

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rel1.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rel1.pdf)

サーバ導入の注目トピック(オフコン移行/CentOS8代替/クラウド社数シェア)の動向

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rel2.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rel2.pdf)

企業規模別に見たサーバインスタンス数とストレージ形態の傾向

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rel3.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rel3.pdf)

エンドポイント端末(PC/スマートデバイス)の導入実態が示す有望な販売施策

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rel4.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rel4.pdf)

PC/スマートデバイスのシェア動向とITインフラ全体に影響する課題

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC\\_user\\_rel5.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SrvPC_user_rel5.pdf)

**『2022年版中堅・中小企業のIT支出と業務システム購入先の実態レポート』**

中堅・中小企業は”どの販社/SIer”から”何のIT商材やソリューション”を”幾らの金額”で導入/購入しているか？を徹底分析

【レポートの概要と案内】 [https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP\\_usr\\_rep.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP_usr_rep.pdf)

【リリース(ダイジェスト)】

中堅・中小企業が選ぶIT商材/ソリューションの購入先/委託先

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP\\_usr\\_rel1.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP_usr_rel1.pdf)

年商別と販社/SIer別に見た25項目に渡るDX、業務アプリ、ハードウェア、クラウド、アウトソースの導入割合

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP\\_usr\\_rel2.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP_usr_rel2.pdf)

中堅・中小企業から見たベンダや販社/SIerの評価点および不満点

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP\\_usr\\_rel3.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP_usr_rel3.pdf)

中堅・中小企業におけるIT商材/ソリューション別の年間IT支出額と市場規模

[https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP\\_usr\\_rel4.pdf](https://www.norkresearch.co.jp/pdf/2022SP_usr_rel4.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

**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  
TEL03-5361-7880 FAX03-5361-7881  
Mail: [inform@norkresearch.co.jp](mailto:inform@norkresearch.co.jp)  
Web: [www.norkresearch.co.jp](http://www.norkresearch.co.jp)