

「市場調査シミュレーションを活用した
戦略立案スキル向上支援」
のご案内

株式会社ノークリサーチ
シニアアナリスト
岩上 由高

ノークリサーチのご紹介

会社概要

26年に渡る実績で蓄積した知見を活かし、中堅・中小企業のIT活用に関する市場調査/コンサルティングで高い評価をいただいている第三者調査機関です

社名： 株式会社ノークリサーチ

社員数： 7名(契約社員などを含む)

所在地： 〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-13-10 武蔵野ビル5階23号室

代表者： 伊嶋 謙二

設立年： 1998年

ホームページ： <http://www.norkresearch.co.jp>

主な実績

様々な手法を通じて、IT企業が中堅・中小企業に対して製品/サービスを提供する際の戦略立案、製品/サービス開発、販促活動を支援しています

【主なクライアント企業様】

NECグループ各社様、富士通グループ各社様、日立製作所グループ各社様、NTTグループ各社様、日本IBM様、日本マイクロソフト様、日本ヒューレット・パッカード様、大塚商会様、大手キャリア様、大手システムインテグレータ様、大手複合機ベンダ様、ISV各社様など1000社超

【公的機関との合同調査】

- ・「中小企業における情報セキュリティ対策の実施状況等調査」（IPA、ノークリサーチ）
- ・「中小企業のIT活用に関する実態調査」（経済産業省、日本商工会議所、ノークリサーチ）

【セミナー講演、記事寄稿、ホワイトペーパー作成など】

上記に列挙されたクライアント企業様やメディア各社（日経BP様、アイティメディア様、SBクリエイティブ様など）からのご依頼を受けて、セミナー講演、記事執筆、ホワイトペーパー作成も実施しています

主任アナリスト(リサーチ事業部長)のご紹介

シニアアナリスト 岩上 由高(いわかみ ゆたか) 博士(工学)

ITアナリスト歴16年目。早稲田大学大学院理工学研究科数理科学専攻卒業後、ジャストシステム、ソニーグローバルソリューションズ、ベンチャー企業数社にて製品/サービスの企画/開発/マネジメントに従事。2014～2016年 東京商工会議所ICT専門推進委員会委員。

主な連載寄稿：

- ・日経BP XTECH ACTIVE連載 『ノーク岩上の調査データに見る賢いIT選び』
- ・ビジネス+IT連載 『中堅・中小企業市場の解体新書』

主な論文掲載ジャーナル：

- ・International Journal of Project Management and Productivity Assessment (JPMPA)
- ・International Journal of Business Intelligence and Data Mining (IBIDM)
- ・Artificial Intelligence Research

主な著書：

- ・日経BP社「クラウド大全(共著)」(ISBN-10: 4822284271)
- ・日経BP社「Adobe AIRの基本と実践」(ISBN-10: 482228364X)

1. 概略および通常の市場調査との違い

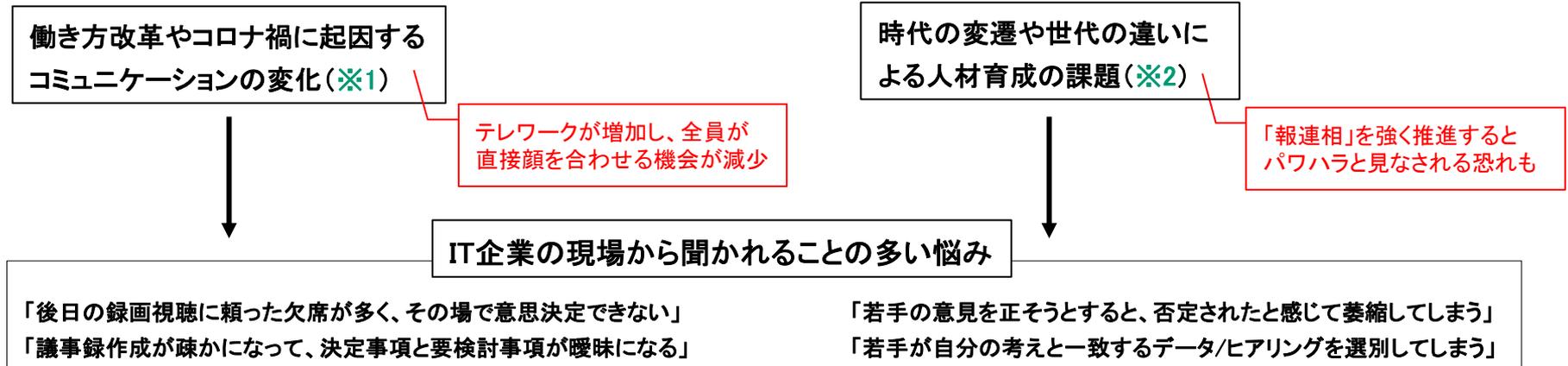
「市場調査シミュレーションによる戦略立案スキル向上支援」とは、過去の調査データなどを元に仮想的なデータを生成する市場調査シミュレーションを活用することで、クライアント企業毎にゼロから調査を設計/実施するカスタムリサーチと同様のステップを短期間で実施し、クライアント企業内の若手育成やチームビルディングを含めた戦略立案スキルの向上を支援するサービス/コンサルティングです

カスタムリサーチ=依頼元企業様にて調査設計を自由に選べる個別依頼調査(詳細は右記の資料を参照 <https://www.norkresearch.co.jp/pdf/norkresearch.pdf>)

「市場調査シミュレーション」と「カスタムリサーチ」の相違点は以下の通りです

	市場調査シミュレーション	カスタムリサーチ
目的	定められた枠組みに沿って仮想的に調査を実施することを通じて、組織内の戦略立案スキル向上を図る ノークリサーチからは市場調査の各ステップで必要となる選択や判断のノウハウを提示する	個別に市場調査を実施し、戦略立案に必要な実際の市場調査データを取得する ノークリサーチからは取得したデータに基づく分析と戦略立案における提言を提示する
調査データ	スキル向上の目的に沿って創作された内容であり、実際の市場データとは異なる(既存の調査データなどを参考にすが、実際の戦略立案での判断材料には使用不可)	Webアンケート調査や個別取材調査などを実施して、その時点で最新となる市場データを取得する
調査設計	あらかじめ固定された範囲内で調査設計を行う 調査対象属性: 年商と業種の2項目 Webアンケートの場合: 100サンプル、3設問(各10選択肢) 個別取材調査の場合: 3社、3設問(全て自由回答)	予算と期間に応じて、高い自由度での設計が可能
その他	作成された仮想的な調査データは外部への開示不可(調査全般に関する解説資料の著作権はノークリサーチに帰属)	調査結果データを対外的な販促資料などに利用可能(調査データの著作権は依頼元企業に帰属)

2. 本サービス/コンサルティングの背景



ITの進化は益々加速し、製品/サービスの素早い展開が求められる中、日本のIT企業における戦略立案のスピードは逆に鈍化してしまっている

※1や※2を受け入れつつ、迅速&確実な戦略立案に必要なスキル向上を養う必要がある

従手法の課題

- ・戦略立案のための施策(市場調査等)を実践する(※A) ⇒ 実際の施策では失敗が許されず、育成を行う余裕はない
- ・講義やディスカッションで体系的な知識を習得する(※B) ⇒ 自らが主体となって動いていないため、実践力が養えない

※Aのリアル感を保ちつつ、リスクを生じさせずに※Bの育成を効果的に行える方法はないか？

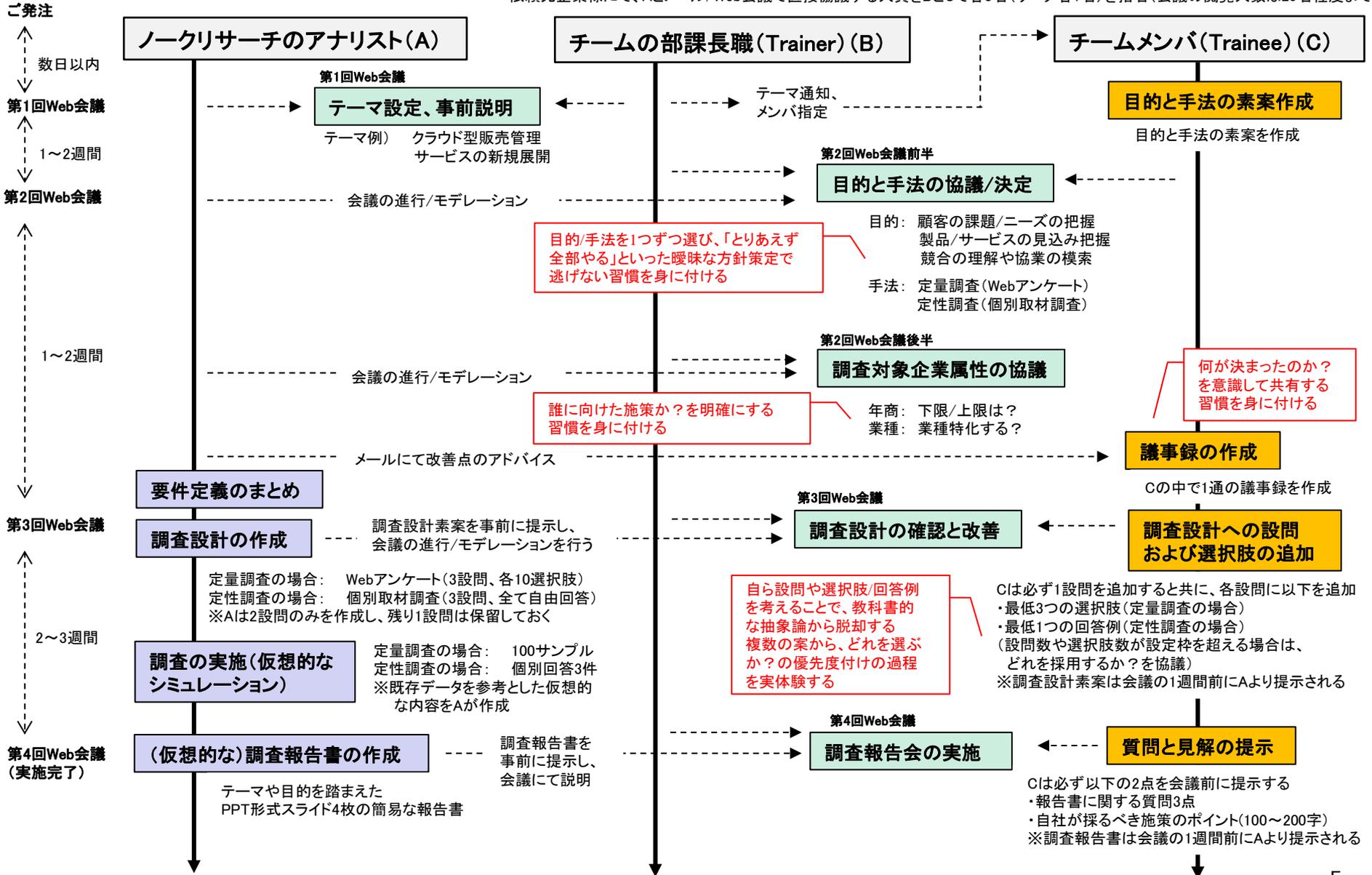
市場調査シミュレーションによる戦略立案スキル向上支援

*** はWeb会議の実施を表す

*** は成果物の作成を伴うノックリサーチの支援

*** Traineeの実施タスク

依頼元企業様にて、Aとメール/Web会議で直接協議する人員をBとCで各3名(リーダー各1名)を指名(会議の閲覧人数は20名程度まで)



4. 成果物の具体例 (1/2)

要件定義のまとめ

要件定義解説.pptx 全3スライド

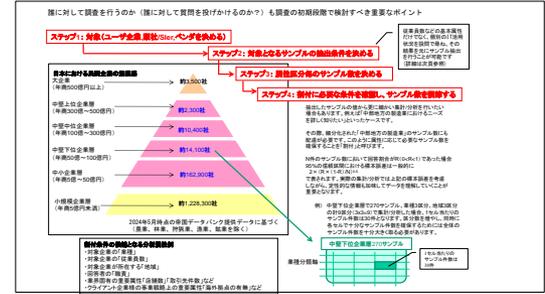
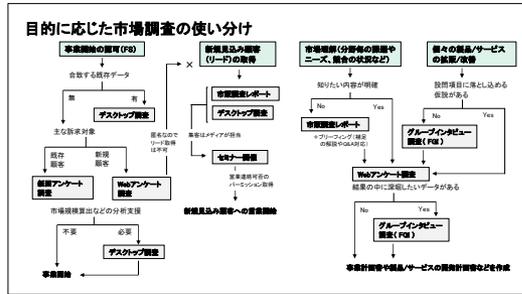
テーマ: 売上予測に特化したクラウド型販売管理サービスの新規展開

目的: 顧客の課題/ニーズの把握

手法: 定量調査(Webアンケート)

年商: 5~50億円

業種: 製造、小売、卸売、建設、サービス



「テーマ通知、メンバ指定」の段階で上記と同様のスライドをTrainer(B)からTrainee(C)に提示
 Cはノークリサーチのホームページに掲載された各種資料を参照しながら、上記項目の素案を作成し、第2回Web会議に備える(自分で資料を探して、素案を考えることが大切)
 最終的に確定した内容をノークリサーチで上記のように整理

第3回Web会議の冒頭で様々な調査手法があることを示して、その使い分けを解説して補足しておく
 (最初から全ての調査手法を提示すると混乱するので、本支援における調査手法の選択肢は定量調査ではWebアンケート、定性調査では個別取材調査に限定している)

実際のWebアンケート調査では調査対象の属性などに応じたサンプル件数の検討が必要となってくるため、第3回Web会議の冒頭でその点を解説して補足しておく
 (サンプル件数の検討方法を最初から考慮するのは難度が高いため、Webアンケートのサンプル数は100に固定している)

調査設計の作成

Webアンケート調査の場合 Webアンケート調査票.xlsx

設問S1.年商

設問S2.業種

設問A1. 販売管理における現状の課題

 ***** } 選択肢は計10個(実際の調査では25個まで設定可)

設問A2. 売上予測に特化した販売管理サービスの利用意向(サービス内容は図解する)

設問A3. 前問のサービスで必須と考える機能

ノークリサーチから最初に提示する段階では5個程度の選択肢を空欄として残しておく

ノークリサーチから最初に提示する段階では設問A3は未設定としておく

個別取材調査の場合 個別取材調査個票.xlsx

設問S1.貴社の年商は?

設問S2. 貴社の業種は?

設問A1. 販売管理における現状の課題は何ですか?

設問A2. 売上予測に特化した販売管理サービスを利用したいですか?(サービス内容は図解する)

設問A3. 前問のサービスで必須と考える機能は何ですか?

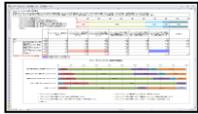
ノークリサーチから最初に提示する段階では設問A3は未設定としておく

第3回Web会議の時点ではノークリサーチからは設問A3は未設定としておき、Webアンケートについては各設問の選択肢も空欄を残しておく(5個程度)
 例えば、市場規模試算が重要であればA3は金額を尋ねる設問が適しているが、後発サービスであれば競合のシェア確認が重要となる、その点の議論と意思決定を第3回Web会議で行う
 調査対象企業の属性は2問、内容に関する設問は3問に絞ることで、議論の散逸を防ぐと同時に限られた枠内で何を尋ねるべきか?の意思決定における優先度付けの習得を促していく

4. 成果物の具体例 (2/2)

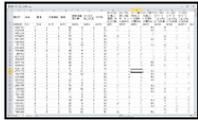
調査の実施(仮想的なシミュレーション)

Webアンケート調査の場合(計100サンプル)



集計データ Microsoft Excel形式

- 設問S1/S2/A1/A2/A3の単純集計データ: 単純集計データ.xlsx
- A1~A3の企業属性軸集計データ: [A1~A3]([S1]表側).xlsx
[A1~A3]([S2]表側).xlsx
- A~A3の質問間クロス集計データ: [A1]([A2]表側).xlsx
[A1]([A3]表側).xlsx
[A2]([A3]表側).xlsx



ローデータ CSV形式

設問の回答結果をカンマ区切りのCSV形式で収録したファイル

個別取材調査の場合(計3社)

- 設問S1. 貴社の年商

- 設問S2. 貴社の業種

- 設問A1. 販売管理における現状の課題

- 設問A2. 売上予測に特化したクラウド型
販売管理サービスの利用意向

- 設問A3. 前問のサービスで必須と考える機能

左記の記入
済み個票3社分

個別取材記入
済み個票1.xlsx

個別取材記入
済み個票2.xlsx

個別取材記入
済み個票3.xlsx

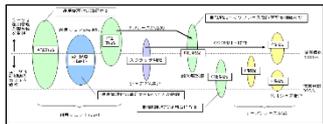
- ・ノークリサーチが既存の調査データを参考にしながら、Webアンケート調査(計100サンプル)または個別取材調査(計3社)の仮想的な調査結果データを作成する
- ・上記の調査データは戦略立案におけるスキル向上を目的としたものであるため、依頼元企業の仮説や想定に合致している点と合致しない点の双方を含めておく
- ・Trainee(C)は調査報告会前に質問や施策のポイントを提示し、報告会においてノークリサーチのアナリストが提示する下記の調査報告書と照らし合わせることで戦略立案に求められる着眼点や考察を養う

(仮想的な)調査報告書の作成

調査報告書.pptx 全4スライド

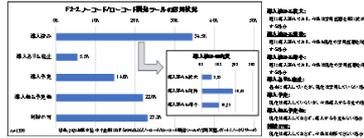
エグゼクティブサマリ

- ・調査の全体像とサンプル属性の整理
- ・調査結果から得られる提言事項のまとめ(施策を実施する際の留意点)



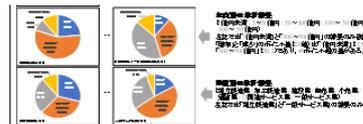
設問A1の分析と重要ポイント

- ・設問A1に関連する集計データの中で着目すべきポイント
- ・集計データから読み取るべき事項



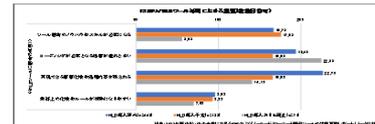
設問A2の分析と重要ポイント

- ・設問A2に関連する集計データの中で着目すべきポイント
- ・集計データから読み取るべき事項



設問A3の分析と重要ポイント

- ・設問A3に関連する集計データの中で着目すべきポイント
- ・集計データから読み取るべき事項



- ・Trainee(C)は調査報告会前に質問や施策のポイントを提示し、報告会においてノークリサーチのアナリストが提示する調査報告書と照らし合わせることで戦略立案に求められる着眼点や考察を養う

5. 実施費用/所要期間/納品物

実施費用

¥ 870,000円(税別)

本資料に記載された実施内容から変更が生じた場合には個別見積となります
 例) Webアンケート調査における設問数を増やす
 例) ノークリサーチと対面協議する人数を増やす

所要期間

ご発注から実施完了までの期間: 4週間~7週間

- ・各実施ステップにおける依頼元企業様側の進捗や日程調整によって所要期間も変わってきます
- ・実施期間が長すぎると実践力が養えないため、最長でも7週間以内に収めることを推奨します
- ・実施スケジュールの詳細は本資料の5スライド目をご参照ください

納品物

共通納品物:

要件定義解説.pptx
 調査報告書.pptx

市場調査シミュレーションにおける要件定義および調査設計のポイント解説をまとめたもの
 市場調査シミュレーションの結果と提言をまとめた報告書

Webアンケートの場合:

市場調査シミュレーションの手法としてWebアンケートを選択した場合

Webアンケート調査票	Webアンケートの設問設計を記載したエクセルシート
Webアンケート集計データ	Webアンケートの結果を数表とグラフで記載したエクセルシート
Webアンケートローデータ	Webアンケートの結果をCSV形式で収録したファイル

個別取材調査の場合:

市場調査シミュレーションの手法として個別取材調査を選択した場合

個別取材調査の個票	個別取材での質問事項を記載したエクセルシート
個別取材調査の個票(記入済み)	個別取材の結果を記入したエクセルシート

納品物に関する詳細は本資料の6~7スライド目をご参照ください

ご検討の程、
何卒よろしくお願い申し上げます。

お問い合わせ先

株式会社ノークリサーチ

Web : <http://www.norkresearch.co.jp>

Mail : inform@norkresearch.co.jp