

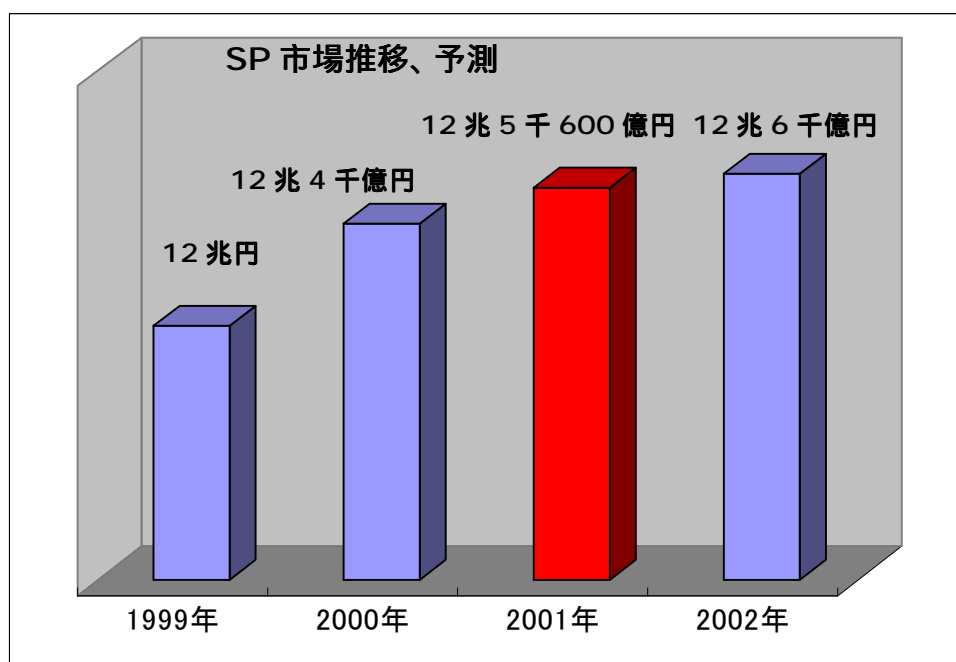
## 2001-2002年 SP/SI/ASP 市場に関する調査報告

ノーク・リサーチ(本社東京都葛飾区小菅4-12-5:代表者 伊嶋謙二)では国内のSP/SI/ASPなどのITチャネル市場に関する実態調査を実施し、その分析結果を発表した。

## 2001-2002年 SP/SI/ASP 市場の概要

- 2001年度SP市場は12兆5千600億円。ITチャネル市場は横ばい -

IT-SP市場は「冬の時代」に突入。SP市場規模は2001年12兆5千億円と、前回と比較すると、ほとんど伸びがないことが分かった。地域別では首都圏集中が顕著。本社所在地ベースの社数では東京都は37.6%だが、売上ベースでは62%を占めている。売上規模別の企業数でもIT売上高100億円以上のSP企業の約70%が東京に集中している。首都圏と地方都市との格差は極めて激しい。一方、「コンピューター専門系」SPはシェアを落としており、「SI・情報処理系チャネル」のハードに依存しないSPがシェアを高めている。またSP企業の規模の絶対的な優位性は薄れ、SPにとって「選別淘汰の市場での、戦うべき武器」を持っているかどうかを鍵握っている。



## SP市場のポイント

## 2001年SP市場

- SP市場規模は完全に停止状態 -

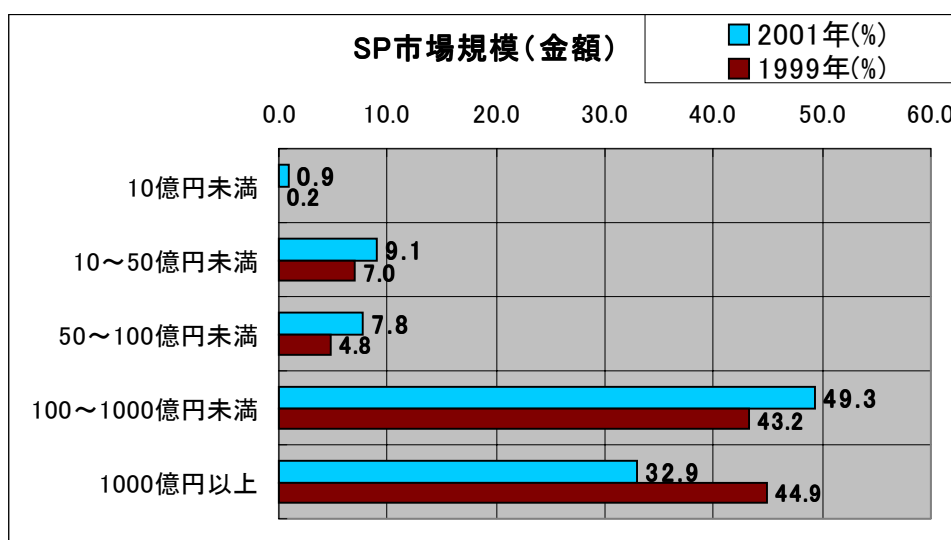
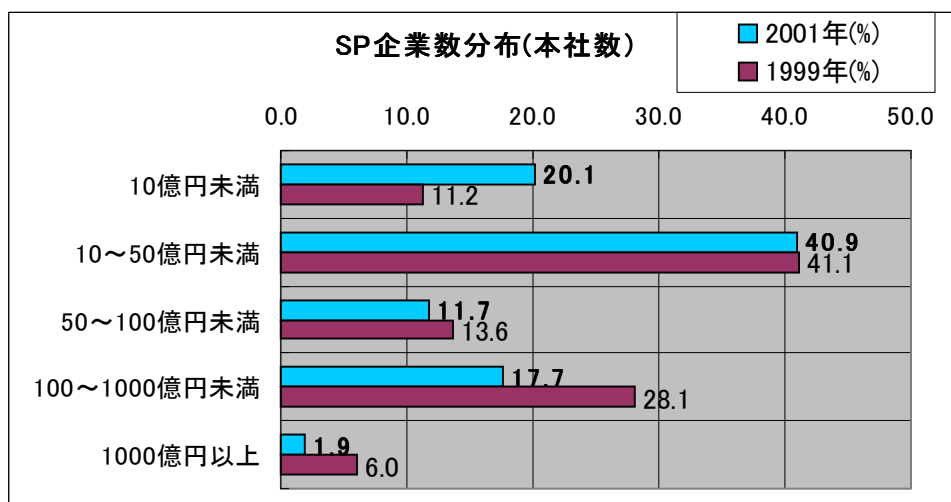
コンピューターシステムは売上単価の減少とIT投資の減速で2000年以降の市場は完全に停滞している。前回は1999年決算、今回は2001年決算をベースにしたので2ヵ年の経年変化となる。今回の市場規模は、前回集計に含まなかった115社分のデータを加味して再集計した。1999年のSP市場は12兆4千億円で、2001年度市場は12兆5600億円となり、前回と比較では市場の伸びはほとんどない。2002年の市場規模は横ばいなしは微減は避けられないだろう。しかも企業の合併やIT事業からの撤退、倒産などの影響で実質的なSP企業の減少傾向が進んでいる。

2002年度以降のSP市場はまさに「冬の時代」を迎えようとしている。と同時にコンピューター需要の冷え込みが最大の問題だ。2000年問題以降の需要の一区切り現象と経済環境全般の低迷による投資意欲の減退がSP市場の鈍化に現れている。

## SP 企業規模別市場

### - 上位寡占は相変わらずだが、上位 SP 企業も統廃合が進行

市場の鈍化は、中堅以下の SP 企業に大きなダメージを与えている。多くのユーザを抱える、システムサポートを出来る、独自の Solution&SI を実施できる中堅以上の SP にアドバンテージが顕著。この傾向はさらに進行するだろうが、大手、特にメーカー系列の合併などで実質的に落ちこぼれている大手 SP 企業も目立っている。特にハード依存型の SP やかつてのユーザ資産をリサイクルするような売り方の SP で、新規のソリューションや提案などの独自性、先進性、付加価値性などが弱い大手 SP は淘汰の対象となっていくだろう。

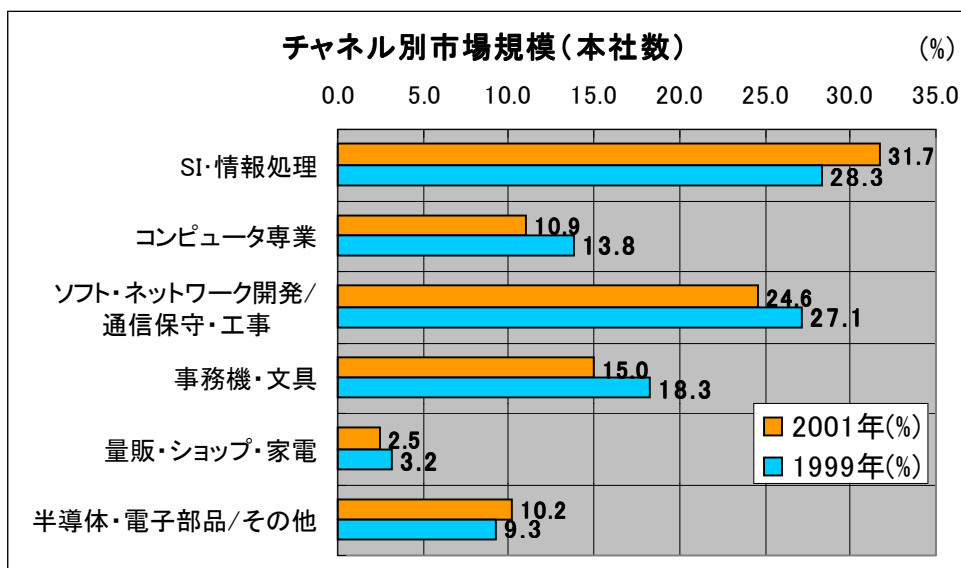


## チャネルタイプ別 SP 市場

### - SI・情報処理系の伸びが高い -

やはりインターネット関連での需要はこの環境下でも伸びを示しており、企業内ネットワークシステムから web 関連の技術を応用したソリューション提案、構築できる SP の伸びが目立った。このクラスに特徴的なことは、規模は中堅以下であるが、「時代の求めるソリューション、テクノロジーを有する」ことだ。

同様に、売上規模は SI・情報処理系がもっとも高い。逆にコンピューター専門系は、伸び悩み傾向だ。コンピューター専門系は、システム価格の単価減少やネットワーク関連での対応でのネットワーク系 SP に需要を奪われている格好となっている。相対的に旧来の OA 機器を中心とする、事務機・文具系チャネルは市場シェアを下げている。ハード中心の販売が衰退しており、ソフト・ソリューションなどの付加価値をアドオンできず低迷、沈滞しているのがこのチャネルだ。



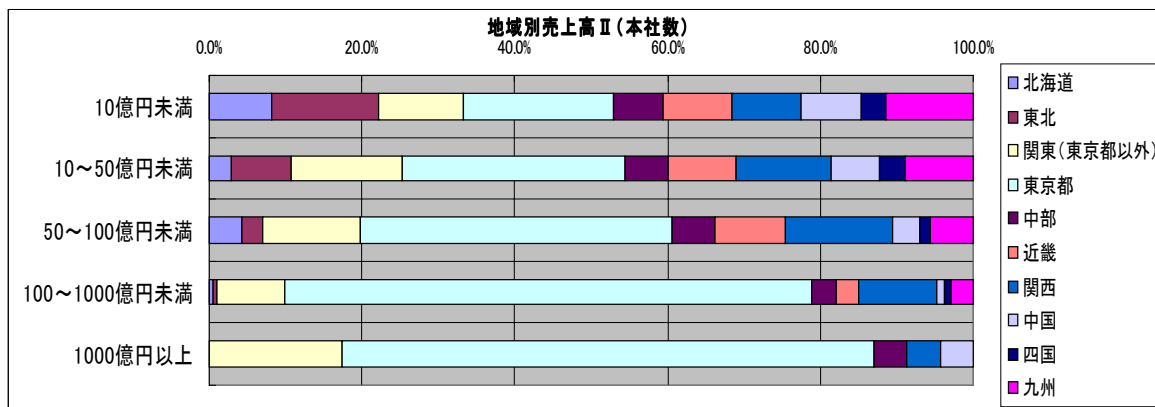
#### 地域別 SP 市場

##### - 地域的には、大都市圏にチャンネル拠点が集中 -

今回の掲載 SP の総数は 1227 社で、本社所在地ベースでみると、東京が 500 社と全体の 4 割弱を占めており、神奈川、千葉、埼玉を加えた首都圏では 6 割を首都圏で占めているのがわかる。事業所を含むチャンネル拠点でみると、同様に本社ベースの集計では首都圏に極端に集中しており、全体の 62% が東京に本社をもつ SP で占められている。

##### - 大都市と地方の乖離は著しい -

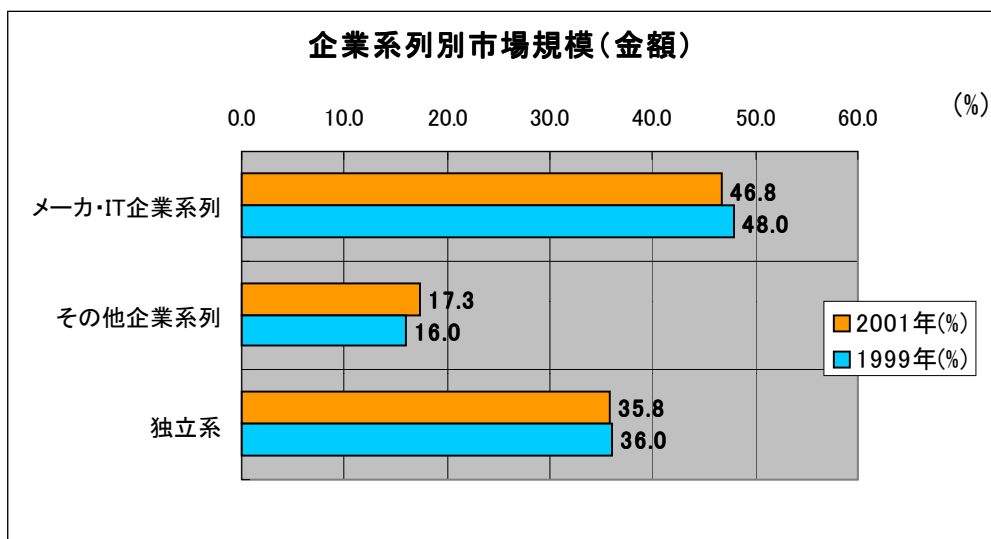
東京を代表とする大都市圏に規模の大きな SP が集中するのは傾向として明確に表れている。IT の売上高が 100 億円を超える SP は東京で 162 社、全体の約 60% を占めている。首都圏では 7 割を占めている。逆に地方の都市に本社を持つ SP で IT 売上高 100 億円以上の企業はわずかに 7% に過ぎない。しかもチャンネルタイプでも、メーカ系や SI・ソフト系が少なく、事務機・文具系チャンネルが多いのが分かる。大都市と地方都市では、規模の差もあるが、チャンネルの持つ先進性などの付加価値性も大きな乖離を生んでいる。



#### SP 系列別市場

##### - メーカ系列チャンネルのウェイトは相変わらず高い -

結局、メーカ系列のチャンネルは規模の大きさやメーカの先進技術を取り入れ、いち早く市場に対応できるなどのメリットを持って、SP 市場のアドバンテージをとりやすいのは当然の結果だ。しかし、メーカの近年の市場不況や業績悪化の影響を直接受けて、系列チャンネルは簡単に整理・統合・合併などの盛衰が激しい。「親掛かり」のチャンネルの安心感だけでは立ち行かなくなりつつあるのが、メーカ系列の SP の宿命とも言える。



**まとめ**

**- 中堅以下の SP は淘汰されるのは確実 -**

SP の規模の大きさによって優位性を持っていらっしゃるの、「既存顧客と既存のスキル」という財産を持つ場合にのみ評価できるといえよう。そのため、単にハード中心に規模を誇っていたような SP は、今後の IT 市場ではコンピュータの単価の下落により、軒並み不況の嵐に右往左往している。

しかしながら、中堅以下でも特に独自の「得意分野、得意ソリューション」などの武器を持つ SP は規模に関係なく実績をあげている。逆に、得意技を持たない、ハード中心の SP にとっては、現在の状況は、まさに剣が峰である。事実、相当数が消滅し、今後その傾向は加速している。

**- 得意技や独自のユーザ市場を持っていない SP に未来はない -**

企業の規模ではなく、何が SP にとっての「他社との差異化であり、自社のアドバンテージを誇り、ユーザに訴求できる得意技」を有するかが、統一的な SP にとっての生命線といえるだろう。規模の優位性はもはや通用しない市場になっている。

当データは 2001 - 2002 年 SP/SI/ASP データベース (ノークリサーチ刊) のサマリです。

当調査データに関するお問い合わせ

ノーク・リサーチ  
担当：伊嶋 謙二

e-mail: [press@norkresearch.co.jp](mailto:press@norkresearch.co.jp)  
〒124-0001 東京都葛飾区小菅 4 - 12 - 5 - 502  
電話 5629 - 2613 FAX 5629 - 2614  
[URL:http://www.norkresearch.co.jp](http://www.norkresearch.co.jp)