

2015年 中堅・中小企業におけるIT関連用語に対する認知と印象に関する調査報告

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

株式会社ノークリサーチ(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
03-5244-6691 URL: <http://www.norkresearch.co.jp>)は中堅・中小企業が様々なIT関連用語に対して持つ印象や認知に関する調査を実施し、その結果を発表した。本リリースは『2015年版 中堅・中小企業の業務システム購入先のサービス/サポート評価レポート』のダイジェストである。

<「訴求に有効なIT関連用語」「避けるべきIT関連用語」を知っておくことが大切>

- ▼中堅・中小企業がIT関連用語に対して抱く印象や認知状況は用語によって大きく異なる
- ▼用語によっては「IT企業が作った宣伝用語と捉えている」の回答割合が約4割に達する
- ▼IT関連用語の認知は「上手にIT活用を行っているユーザ企業」を見極める手段にもなる

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/2015SP_rep.pdf

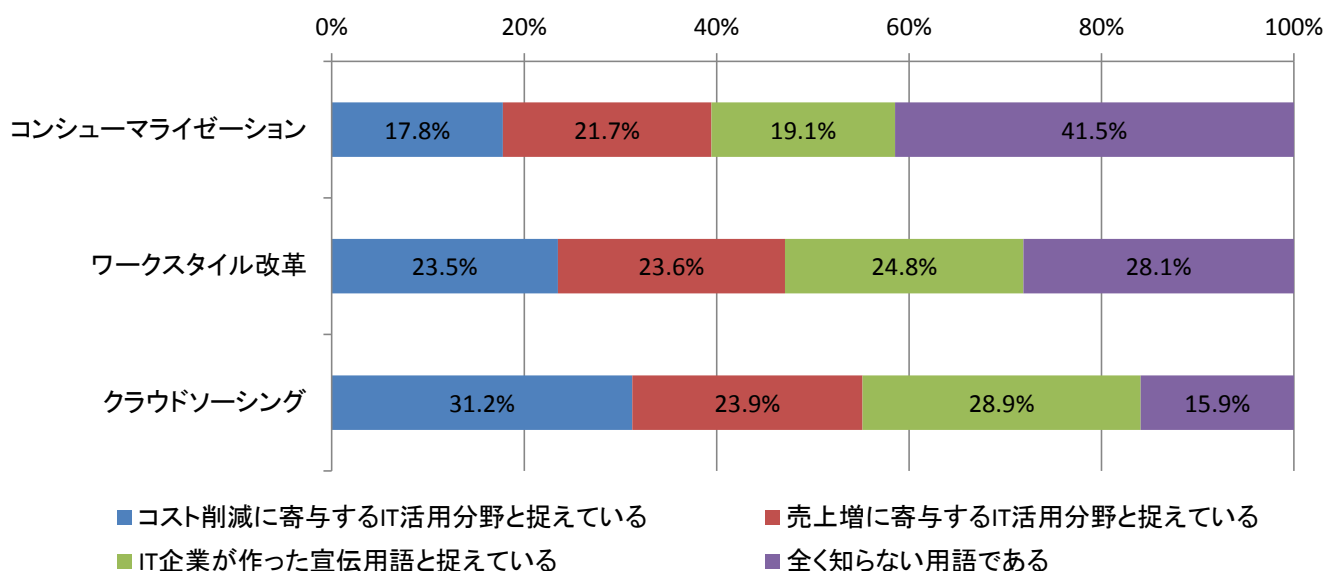
中堅・中小企業がIT関連用語に対して抱く印象や認知状況は用語によって大きく異なる

IT活用は常に進歩しており、新しい技術やソリューションが次々と登場している。それらをユーザ企業に伝える際には新しいIT関連用語が用いられることも多い。だが、用語の認知が非常に低かったり、ユーザ企業にとって印象の良くないものだったとすると、それをを用いることが逆効果となってしまう恐れもある。そのため、ユーザ企業が主要なIT関連用語をどれくらい認知しているのか？また、どのような印象を持っているのか？を知ることは今後の提案活動においても非常に重要となる。

本リリースの元となる調査レポートには様々なIT関連用語の認知度や印象を尋ね、その結果を年商別 / 業種別 / 所在地別などといった複数の観点から集計したデータを収録している。以下のグラフはそのうちの3つのIT関連用語に関する全体集計結果(年商500億円未満全体)をプロットしたものだ。

次頁以降では調査レポートのダイジェストとして、これら3つのIT関連用語に関する詳細について紹介している。

IT関連用語に対する印象(年商500億円未満全体)



n=1300

2015年版 中堅・中小企業の業務システム購入先のサービス/サポート評価レポート(ノークリサーチ)

用語によっては「IT企業が作った宣伝用語と捉えている」の回答割合が約4割に達する

以下では前頁に掲載した4つのIT関連用語の定義およびグラフから読み取れる事柄について、以下に順に列挙している。
(※用語に対するユーザ企業の端的な印象を把握するため、調査実施時には以下に挙げる[定義]は記載していない)

コンシューマライゼーション:

【定義】

企業の業務システムにおいて一般消費者(コンシューマ)向けの製品/サービスを利用すること

【認知の状況】

「全く知らない用語である」の回答割合が41.5%に達しており、中堅・中小企業においては半数近くが知らない用語であることがわかる。そのため、「一般消費者向けのわかりやすいユーザインターフェースを用いている」という主旨を訴求したい場合にはこの用語のみに頼らずに具体的な説明を付加しておくことが重要と考えられる。

ワークスタイル改革:

【定義】

「ワークスタイル変革」と呼ばれることもある。IT活用によって従来の慣習(場所、時間、連絡手段など)に束縛されない業務の進め方を創出しようとする取り組みを指す。具体例は非常に幅広く、以下のようなものが該当する。

- ・コラボレーションツールやWeb会議システムなどを用いて社内や拠点間の意思疎通を円滑化する
- ・スマートデバイスやデスクトップ仮想化などを用いて社外(屋外、自宅など)でも業務の遂行を可能にする
(関連用語:「モバイルワーク」「テレワーク」)

【認知の状況】

最近になって特に注目を集めているが、実際には以前から用いられてきた用語でもある。だが、「全く知らない用語である」の回答割合は28.1%となっており、この値は他の用語と比べて若干高い。その要因として挙げられるのが、「該当するIT活用分野の広さ」だ。定義にも記載したように昨今ではグループウェア/Web会議システム/スマートデバイス/デスクトップ仮想化などといった多種多様なIT商材の訴求において「ワークスタイル改革」という用語が用いられている。ユーザ企業は抽象的な概念を理解することが一般的に苦手であるため、何らかの具体的なIT商材と紐づける形で用語を認知することが少ない。その結果、指し示すIT商材が限定される他の用語と比べてユーザ企業に記憶されにくくなると思われる。また、この用語が登場した背景には幾つかの社会的背景(少子高齢化による労働人口の減少など)もある点に注意が必要だ。それを踏まえて、「中堅・中小企業もこれまでとは違った働き方を見据えていく必要がある」という点を啓蒙していくことが非常に大切となる。販社/SIerやベンダとしては、流行りの用語に乗じて製品/サービスを売るという発想ではなく、「社会的背景を踏まえ、自社の製品/サービスがユーザ企業に求められる変化をどのように支援できるのか？」を具体的に示すことが重要となってくる。

クラウドソーシング:

【定義】

企業が何らかの業務またはその一部を不特定多数から公募した個人に対して単発的に委託することを指す。

【認知の状況】

企業が個人事業主に対して業務を委託するという形態は従来から存在していた。だが、その際には継続的な契約が前提となっている場合が多い。一方、クラウドソーシングは「業務内容を社外に提示し、不特定多数の中から業務を委託する相手を募る」というプロセスが業務毎に完結している点が異なる。比較的新しい用語ではあるが、「全く知らない用語である」の回答割合は15.9%とやや低い。さらに、「コスト削減に寄与するIT活用分野と捉えている」の回答割合が31.2%に達する点から、中堅・中小企業においても「個人に委託することで得られるコストメリット」への期待感が存在するものと考えられる。ただし、実際に中堅・中小企業と対話する中ではクラウドソーシングでの「クラウド=crowd」とクラウドコンピューティングの「クラウド=cloud」を混同しているケースも散見されるため、この用語を正しく認知している実際の割合はもう少し低い可能性がある点に留意しておく必要がある。

ここでは3つのIT関連用語のみを取り上げたが、調査レポートにおいては「スマートデバイス」「ビッグデータ」「ソーシャル」「クラウド」「IoT、M2M」といった用語(合計8用語)についても同様の集計/分析を行っている。こうした用語の中には、「IT企業が作った宣伝用語と捉えている」の回答割合が約4割に達するものもある。自社のソリューションをユーザ企業に的確に伝えるためにも、「どの用語をどの場面で用いるべきか?または避けるべきか?」を把握しておくことが非常に大切となる。

IT関連用語の認知は「上手にIT活用を行っているユーザ企業」を見極める手段にもなる

前頁では幾つかのIT関連用語の認知状況とそれに関連する留意事項について触れた。以下では調査レポート内容のうち、「IT関連用語の認知状況とユーザ企業のIT活用スキルとの関連」に関する分析結果を紹介している。

調査レポートでは「業務システムにおける最も主要な委託先/購入先(いわゆる「プライムの販社/SIer」)から最も直近で導入したIT商材の導入効果を尋ねている。ここでの「導入効果」は以下の2つの観点の組み合わせによって尋ねている。※「売上改善」や「経費削減」とは直接関係しないIT商材の導入(OSのサポート終了に伴う機器更新など)もあるため、調査レポートでの項目は以下にダイジェストとして紹介している内容よりも多岐に渡る

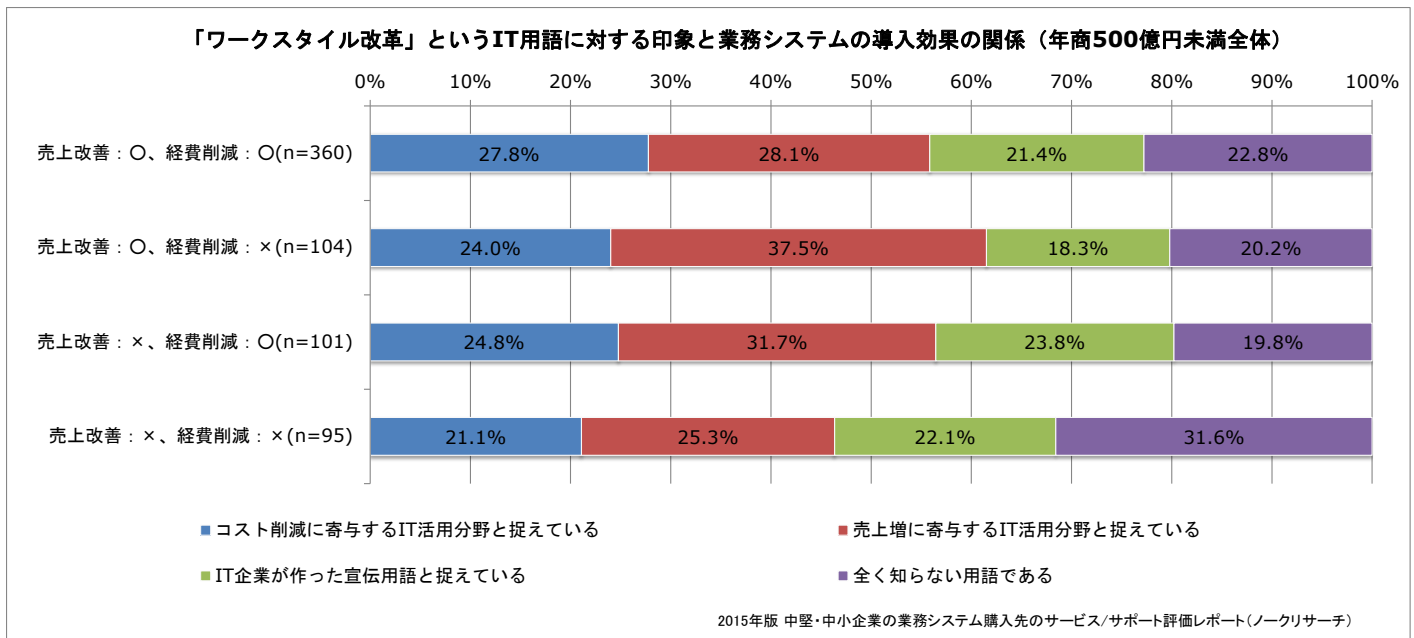
「売上改善」の観点:

導入によって期待していた売上の増額幅が期待を上回った場合は「○」、下回った場合は「×」

「経費削減」の観点:

導入によって期待していた経費の削減幅が期待を上回った場合は「○」、下回った場合は「×」

上記の結果とIT関連用語の認知状況を照らし合わせることによって、「売上改善や経費削減を実現しているユーザ企業において認知の高いIT関連用語は何か?」の情報を得ることができる。以下のグラフは「ワークスタイル改革」という用語に対する印象や認知の結果を上記に述べたIT商材の導入効果別に集計したものだ。



「売上改善: ×、経費削減: ×」では「全く知らない用語である」の回答割合が他よりも10ポイント程度高くなっていることがわかる。つまり、「ワークスタイル改革」という用語を全く知らないユーザ企業は日頃からIT関連の情報収集を行っておらず、その結果IT活用においても期待した成果を得られていない可能性がある。類似の傾向を示すIT関連用語は他にも幾つか存在する。つまり、上手にIT活用を行っているユーザ企業を見極める際にIT関連用語の認知を一種のバロメータとすることができるということになる。

もちろん、ユーザ企業側のITスキルに関係なくIT活用を広く普及させることが本来目指すべき理想ではある。だが、それを実現させるためにも、まずは比較的ITスキルの高いユーザ企業における成功事例を生み出すことも大切だ。そうした観点においては、こうしたIT関連用語の認知状況を活用することを検討する価値があると考えられる。

本リリースの元となっている「2015年版中堅・中小企業の業務システム購入先のサービス/サポート評価レポート」の詳細は右記のURLを参照 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015SP_rep.pdf

本データの無断引用を禁じます。引用・転載をご希望の際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

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