

QuarterlyReport2016年冬版特別編：Office製品の新しい販売形態に関する調査

調査設計/分析/執筆
株式会社ノークリサーチ
シニアアナリスト 岩上由高

株式会社ノークリサーチ（〒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 TEL：03-5244-6691 URL：http://www.norkresearch.co.jp）は四半期毎に実施しているIT投資に関する定点観測調査の一環として、中堅・中小企業における文書作成や表計算などに用いられるOffice製品の新しい販売形態に関する調査結果を発表した。本リリースは「ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)」の一部を紹介したダイジェスト(サンプル)である。

※「ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)」の詳細については以下のURLを参照

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rep.pdf

調査対象企業：年商500億円未満の国内民間企業700社の経営層/管理職/社員

調査対象地域：日本全国

調査対象業種：組立製造業/加工製造業/建設業/流通業/卸売業/小売業/IT関連サービス業/サービス業

調査実施時期：2016年1月

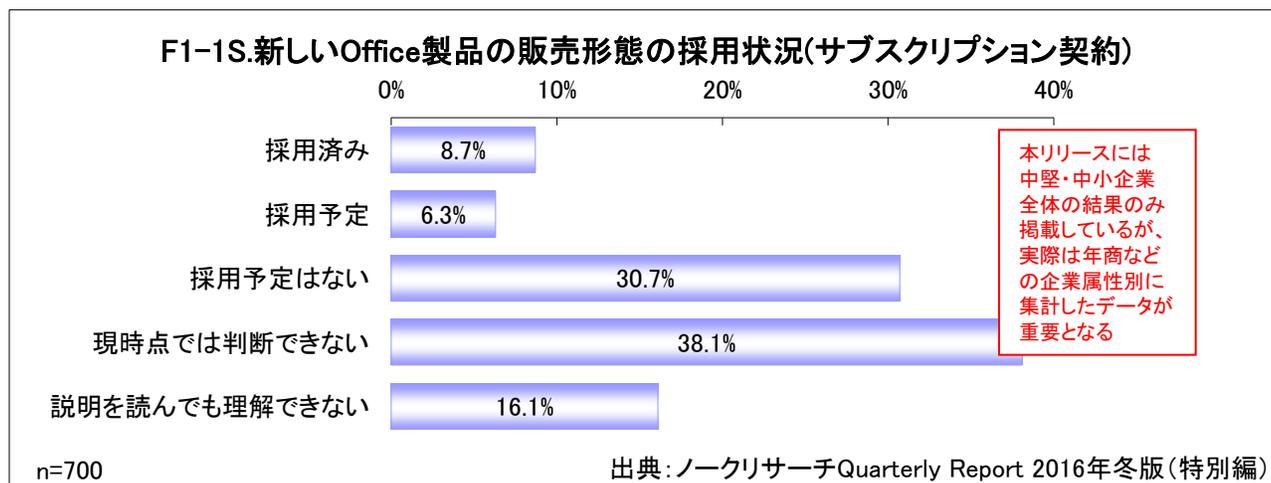
＜今後は多様化するOffice製品の販売形態への理解と適材適所の提案が求められてくる＞

- 「サブスクリプション契約」などの新しいOffice販売形態を採用済みの企業はまだ1割未満
- 従来型のプリインストールと似ているが、少し異なる新しい販売形態も登場してきている
- IT企業で成果を挙げている企業層は「サブスクリプション契約」の採用割合が比較的高い

「サブスクリプション契約」などの新しいOffice販売形態を採用済みの企業はまだ1割未満

文書作成や表計算などに用いられる「Officeアプリケーション」は企業規模を問わず多くのユーザ企業で利用されている。従来、こうしたOfficeアプリケーションは単体のパッケージとして購入する形態またはPCにプリインストールされた形態が主流だった。だが、昨今では月額/年額で利用料を支払う「サブスクリプション契約」などの新しい販売形態も登場してきている。

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業全体に対し、サブスクリプション契約によるOffice製品の販売形態の採用状況を尋ねた結果である。（「サブスクリプション契約」が表す内容の詳細は次頁に記載）



本リリースの元となる本リリースの元となる「ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)」では2016年の中堅・中小企業におけるIT活用状況を知る上での重要トピックの一つとして、こうしたOffice製品の新しい販売形態をユーザ企業がどう捉えているか？に関する詳しい分析を行っている。本リリースはその一部をサンプル/ダイジェストとして紹介したものである。

従来型のプリインストールと似ているが、少し異なる新しい販売形態も登場してきている

冒頭に述べた「サブスクリプション契約」も含めて、新旧の販売形態を整理すると以下ようになる。(以下の分類は現状を踏まえてノークリサーチにて整理/作成したもの。記載されている費用や利用条件は代表的なOffice製品である「Microsoft Office」における2016年2月時点での状況を踏まえた例示であり、今後は変動する可能性もある点に注意。)

サブスクリプション契約(新しい形態):

月額費用(1000円/月ほど)を支払って「Office製品」を利用する形態。ネットワークを経由して常に新しいバージョンが反映される。1つの契約でWindows/Macを問わず5台までのPCで利用でき、iPadやiPhoneでも利用が可能。月額1500円程度の上位サービスを選ぶと「Exchange Online」(メール/スケジューラ)、「Sharepoint Online」(文書管理)、「Lync Online」(Web会議/チャット)といったコラボレーションのクラウドサービスも利用できる。

具体例) 「Office 365 Business」、「Office 365 Business Premium」、「Office 365 ProPlus」、「Office 365 Enterprise E3」

PCとのバンドル販売(新しい形態):

従来の「パッケージのプリインストール」と同様に、バンドルされているPCでのみ利用が可能。ただし、ネットワークを経由して常に新しいバージョンが反映される。最初の一年間は「サブスクリプション契約」に記載したコラボレーションのクラウドサービス(「Office 365」)が無償で利用可能。

具体例) 「Office Home&Business Premium」、「Office Professional Premium」

単体のパッケージ販売(従来から存在する形態):

従来から存在する買い切りの形態であり、4~6万円程度でPC2台まで利用することができる。「サブスクリプション契約」や「PCとのバンドル販売」のようなネットワークを経由した新しいバージョン反映は行われぬ。

パッケージのプリインストール(従来から存在する形態):

パッケージをあらかじめPCにインストールした状態で販売する形態。他のPCで利用することはできない。「PCとのバンドル販売」とは異なり、ネットワークを経由した新しいバージョン反映は行われぬ。

上記を一覧表にまとめると、以下ようになる。新しい形態である「PCとのバンドル販売」と従来型の「パッケージのプリインストール」は良く似ている。(これらの名称は本調査において新旧の販売形態を区別するためにノークリサーチにて付与したものであり、実際の製品/サービスにおける固有名称ではない点に注意)「サブスクリプション契約」だけでなく、こうした形態も登場していることを知っておくことも大切だ。

	支払い形態	ネットワーク経由のバージョンアップ	複数PCでの利用	クラウドサービスの提供
サブスクリプション契約	月額(年額も可)	有	可	上位サービスに付属
PCとのバンドル販売	買い切り	有	不可	一年目のみ付属
単体のパッケージ販売	買い切り	無	可	なし
パッケージのプリインストール	買い切り	無	不可	なし

出典:ノークリサーチ 2016年(禁無断転載/禁無断引用)

冒頭のグラフが示すように「サブスクリプション契約」の採用状況を尋ねた結果では「採用予定はない」の回答割合が30.7%、「現時点では判断できない」の回答割合が38.1%に達し、「採用済み」(8.7%)や「採用予定」(6.3%)を大きく上回っている。

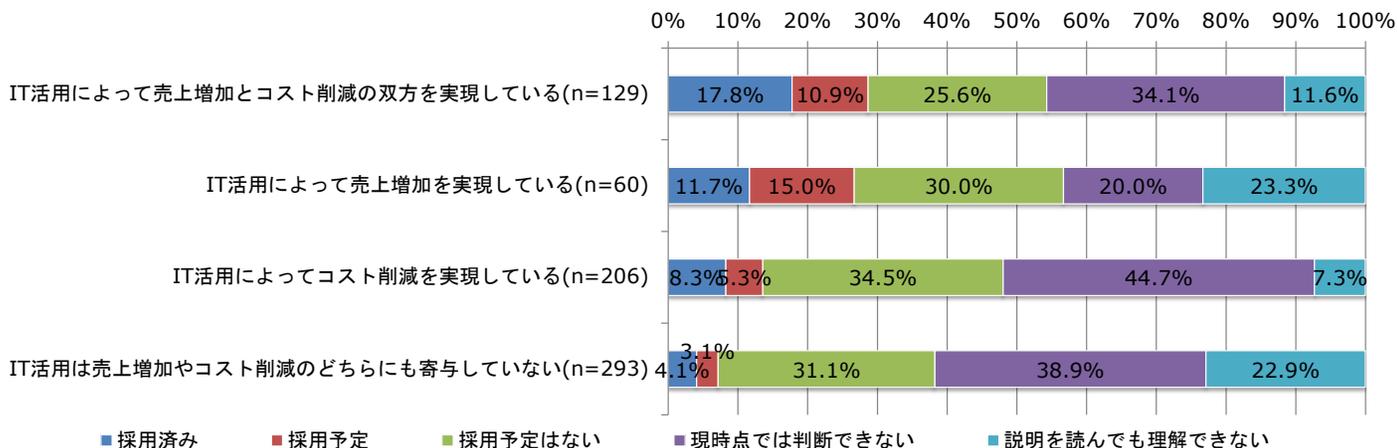
だが、この結果を詳しく集計/分析してみると、今後の動きが垣間見えてくる。本リリース内ではグラフを割愛するが、前頁の結果を年商別に集計すると「採用済み」や「採用予定」は年商規模との明らに相関があることがわかる。また、前頁のデータはさらに細かい選択肢を簡略化したものであり、実際には「一部で採用済み」「全社で採用済み」といったように採用が一部に留まるのか、それとも全社規模なのか?も同時に尋ねている。こうした幾つかの要素を加味して全体を俯瞰すると、Office製品の新しい販売形態に関するユーザ企業の状況は大きく4つのグループに大別することができる。(4つのグループの内容や詳細についてはここでは割愛する)

本リリースの元となる「ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)」には年商別や従業員数別の集計データを始め、上記に述べた分析結果の詳細が含まれる。

IT企業で成果を挙げている企業層は「サブスクリプション契約」の採用割合が比較的高い

こうした新しい販売形態の採用によって、ユーザ企業はIT活用におけるコスト削減などの効果を期待できるのだろうか？ それを知るヒントとなるのが以下のグラフである。冒頭に挙げた「サブスクリプション契約の採用状況」の結果を「IT活用が業績に与える影響」を尋ねた他の設問とクロス集計したものだ。

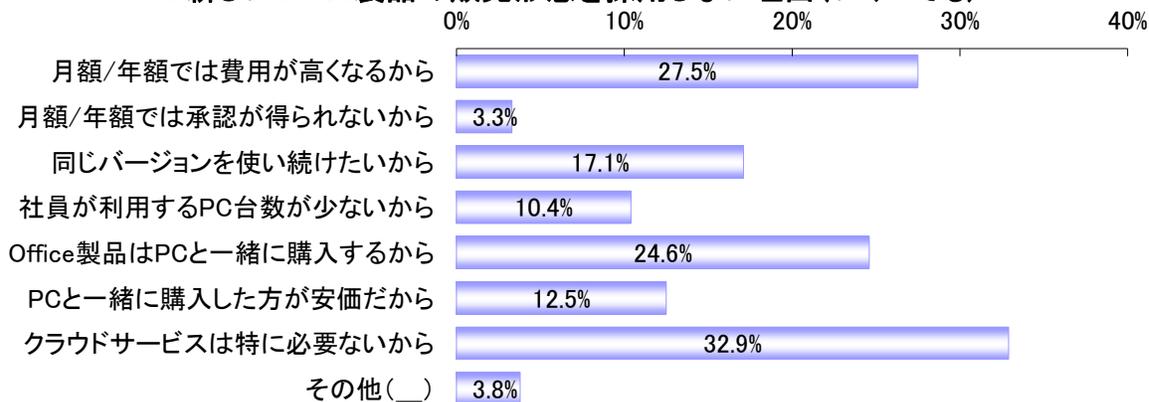
F1-1S.新しいOffice製品の販売形態の採用状況(サブスクリプション契約)



出典：ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)

IT活用によって得られた成果が「何も寄与していない」⇒「コスト削減を実現」⇒「売上増加を実現」⇒「売上増加とコスト削減を実現」と高くなっていくにつれて、「採用済み」の回答割合も高くなっていることがわかる。つまり、IT活用において高い成果を挙げているユーザ企業になるほど、「サブスクリプション契約」の採用割合も高くなっていることになる。だが、「サブスクリプション契約に移行すれば、IT活用において高い成果が期待できる」とは言い切れない点に注意が必要だ。実際には個々のユーザ企業の属性や現状を踏まえて、最も適切なOffice製品の販売形態を提示することが重要となる。そのためには採用の背景を探ってみることが有効だ。以下のグラフは「サブスクリプション契約」または「PCとのバンドル販売」を採用しなかった理由を尋ねた結果(年商500億円未満全体)をプロットしたものだ。

F3.新しいOffice製品の販売形態を採用しない理由(いくつかでも)



n=240

出典：ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)

新しい販売形態を採用しない理由としては「月額/年額では費用が高くなるから」「クラウドサービスは特に必要ないから」といった項目が挙げられている。しかし、実態を正しく把握するためには「採用する理由」も併せて確認する必要がある。ここでは割愛しているが、採用する理由では「月額/年額の方が費用が安いから」という項目の回答割合が高い。つまり、月額/年額の支払い体系を「安い」と考えるユーザ企業もあれば「高い」と考えるユーザ企業もいることになる。その要因は企業規模だけでなく、「最新バージョンの利用」や「クラウドサービスの利用」といった他の項目とも絡んでくる。こうした様々な要因を加味した上で、「どのような企業層にどのような販売形態を提示するのが最善なのか？」を把握することが重要だ。本リリースの元となる調査レポートではその点に関する詳しい分析と今後に向けた提言を述べている。

調査レポート最新刊のご案内

「ノークリサーチQuarterly Report 2016年冬版(特別編)」

本リリースの元となる最新調査レポート。2016年の中堅・中小企業におけるIT活用を知る上で必携の一冊。

レポート案内(設問一覧や試読版も含む): http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rep.pdf

含まれる調査テーマ： 各テーマの下に記載したURLは当該テーマに関するサンプル/ダイジェスト

「2016年1月時点での経常利益やIT投資の全四半期比での増減とその要因」

「IT活用が業績に与える影響」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rel.pdf

「Windows10の活用意向」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rel_sp1.pdf

「マイナンバー制度への対応」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rel_sp2.pdf

「消費税率10%改正と軽減税率への対応」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rel_sp3.pdf

「Office製品における新しい販売形態(サブスクリプション契約など)の活用状況」

http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2016QRwin_rel_sp4.pdf

発刊日： 2016年2月15日

価格： 180,000円(税別)

カスタムリサーチのご案内

「カスタムリサーチ」はクライアント企業様個別に設計・実施される調査とコンサルティングです。

1. 調査企画提案書の提示:

初回ヒアリングに基づき、調査実施要綱(調査対象とスケジュール、費用など)をご提案させていただく

2. 調査設計:

調査企画提案に基づき、具体的な調査方法の選定、調査票の設計/作成やインタビュー取材計画立案を行う

3. 実施と集計:

設計された調査を実施し、その結果を集計する

4. 分析:

集計結果を分析し、レポートを作成する

5. 提言:

分析結果を基にした提言事項を作成し、報告する

多彩な調査方法が活用できます。

定量調査(アンケート調査)

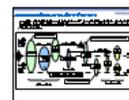
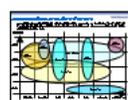
ユーザ企業の実態とニーズを数値的に把握したい
販社やSIerが望む製品やサービスの動向を知りたい

定性調査(インタビュー調査)

ユーザ企業が抱える課題を個別に詳しく訊きたい
販社やSIerがベンダに何を期待しているかを訊きたい

デスクトップリサーチ

競合他社の動向などを一通り調べたい



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>

Copyright©2016 by Nork Research Co.,Ltd. All Rights Reserved.

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
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