

ノークリサーチのSMB短観

09年春版

Vol.007

調査設計/分析/執筆: 岩上由高
(08年夏版より担当)

09年春のSMBのIT指標

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>)では、第7回目のSMB市場に対する市場展望を行った。今回の「SMB短観」は、09年春季の「業種別および年商別のIT投資意欲」や「今後重視したいIT関連投資項目」などについてアンケート調査を実施し、1000社の回答結果の速報をまとめたものである(09年5月実施)。今後も、SMB市場に関する様々な定点観測や専門的な分析を継続的にを行い、四半期毎に発表する(毎年2月、5月、8月、11月に発行予定)。

IT投資意欲は改善の兆し、初期負担を抑えた経営視点での提案整備が急務

- ▼IT投資指数は依然大幅なマイナスだが、値そのものは徐々に改善の方向へ
- ▼全ての年商区分において改善がみられるが、業種によって大きな差異あり
- ▼投資対効果や選定妥当性など、経営視点での判断を支援する施策が必要
- ▼新規IT投資促進では三つの施策のバランスと初期負担軽減の工夫をすべし
- ▼J-SaaSはまだ初期段階、業績向上に直結するサービス提供を行えるかがカギ

【SMBアンケート調査概要】

▼調査対象;年商500億円未満の企業 ▼調査方法;Webアンケート ▼有効回答数;1000社 ▼調査日程;2009年5月中旬
ノークリサーチでは中堅・中小企業向け市場(SMB=Small&Medium Business)を『年商5億円以上500億円未満の民間企業』と定義している。さらに年商クラスによってセグメントを行い「中堅Hクラス(年商300億円以上~500億円未満)」、「中堅Mクラス(年商100億円以上~300億円未満)」、「中堅Lクラス(年商50億円以上~100億円未満)」、「中小企業クラス(年商5億円以上~50億円未満)」の4つのカテゴリに分類している。(今回は年商5億円未満の「小規模企業クラス」も対象に加えている)

Data1. SMB-IT天気予報

IT投資指数は依然マイナスだが、値そのものは改善

以下は2009年6月以降のIT投資予算額が2009年2月~2009年5月と比べてどれだけ増減するかを尋ね、その結果を天気図として表したものである。「増える」「同程度」「減る」の三段階の質問を行い、「増える」と「減る」の差で「IT投資意欲指数(IT投資DI)」を算出し、五段階のIT天気予報として指標化している。各欄に記載された数値のうち、矢印左側は前回調査(2009年2月)、矢印右側は今回調査(2009年5月)におけるIT投資DIを表している。

前回(2009年2月)と変わらずIT投資DIは大幅なマイナスとなっており、全年商/全業種において雨の状態が続いている。しかし値を良く見ると、全ての年商区分において前回よりも改善していることがわかる。一方、業種区分で見た場合は改善しているものとしていないものの差が大きく表れている。

IT天気予報 (SMB全体)	年商別のIT天気予報		業種別のIT天気予報			
 -38.3→-32.4	 中堅Hクラス (年商300億~500億円) -41.0→-37.0	 -41.0→-37.0	 組立製造業 (電機・機械等) -58.9→-39.9	 小売業 -27.7→-33.9	 -27.7→-33.9	 -27.7→-33.9
【天気予報の目安】 快晴:25以上 晴れ:15~25未満 時々晴れ:5~15未満 曇り:±5.0未満 雨:-5以下	 中堅Mクラス (年商100億~300億円) -36.5→36.0	 -36.5→36.0	 加工製造業 (食品・薬品・飲料・衣料等) -32.8→-34.0	 IT関連 サービス業 -44.4→-35.9	 -44.4→-35.9	 -44.4→-35.9
	 中堅Lクラス (年商50億~100億円) -44.0→-34.5	 -44.0→-34.5	 流通業 -40.7→-31.6	 サービス業 (IT関連以外) -24.5→-29.4	 -24.5→-29.4	 -24.5→-29.4
	 中小企業クラス (年商5億~50億円) -31.5→-25.0	 -31.5→-25.0	 建設業 -52.6→-30.4	 その他業種 -29.5→-21.6	 -29.5→-21.6	 -29.5→-21.6
	 小規模企業 クラス (年商5億円未満) -29.5	 -29.5	 卸売業 -51.8→-33.3			

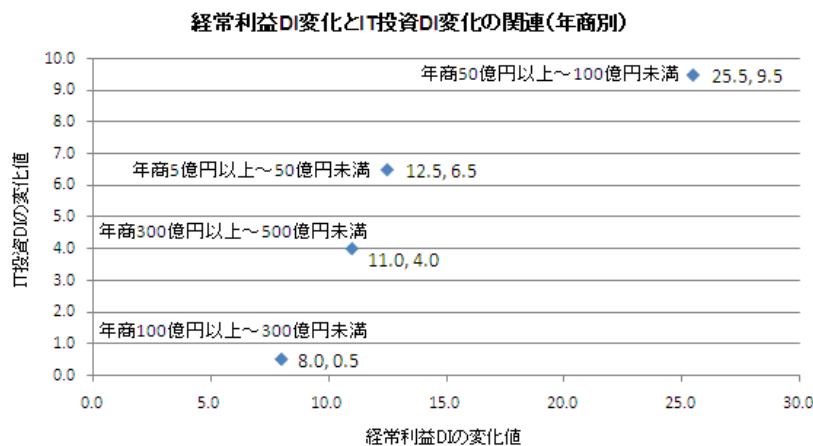
Data2. 主要なDI値の変化

経常利益DI/IT投資DIいずれも業種に大きく依存

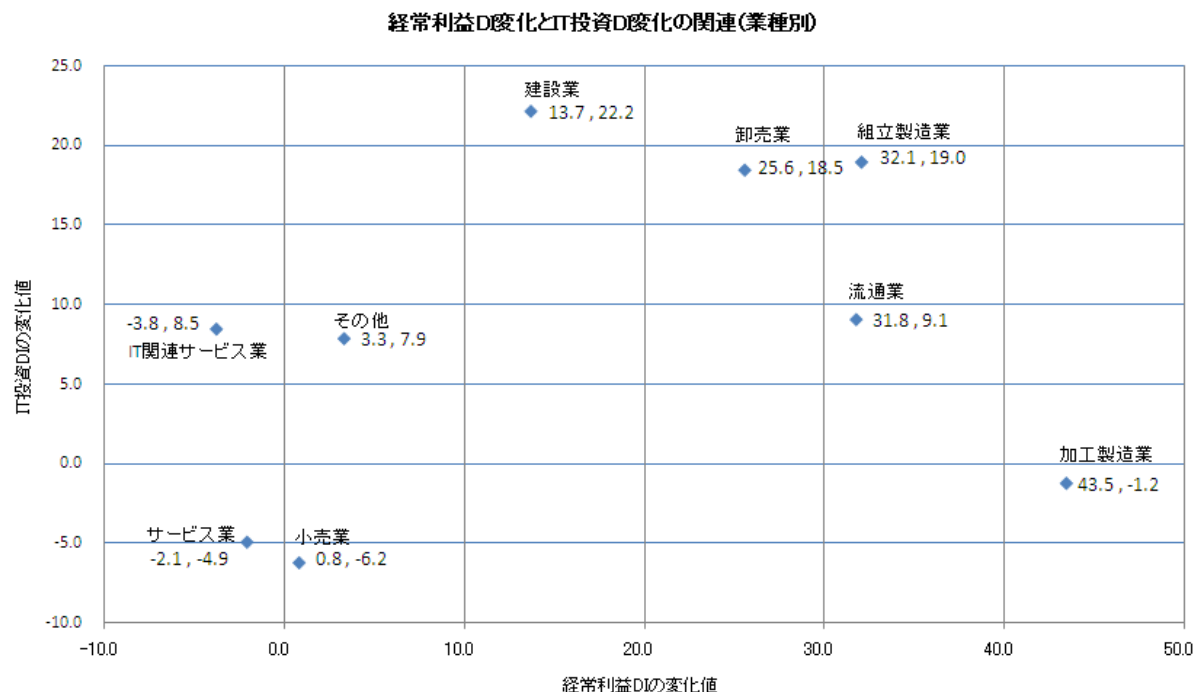
企業のIT投資意向を測る際、IT投資DIと並んで重要な指標が経常利益DIである。経常利益DIは所定期間内における経常利益の増減を「増えた」「同じ程度」「減った」の三段階で尋ね、「増えた」と「減った」の差を算出したものである。

以下はIT投資DIと経常利益DIの変化値（今回調査と前回調査の差）を年商区分と業種区分でそれぞれプロットしたものである。

前回調査のIT投資DI定義:	2009年4月以降と2008年9月～2009年3月を比較した場合のIT投資の増減
前回調査の経常利益DI定義:	2008年11月時点と2009年2月時点と比較した場合の経常利益の増減
今回調査のIT投資DI定義:	2009年6月以降と2009年2月～2009年5月を比較した場合のIT投資の増減
今回調査の経常利益DI定義:	2009年2月時点と2009年5月時点と比較した場合の経常利益の増減



いずれの年商区分でもIT投資DIと経常利益DIの双方で改善がみられる。特に各年商区分年商50億円以上～100億円未満の中堅Lクラスでは大幅な改善が見られる。この年商帯は変化に即応できる機敏さと不況下において持ちこたえる体力とのバランスという観点から比較的变化に反応しやすいと考えられる。

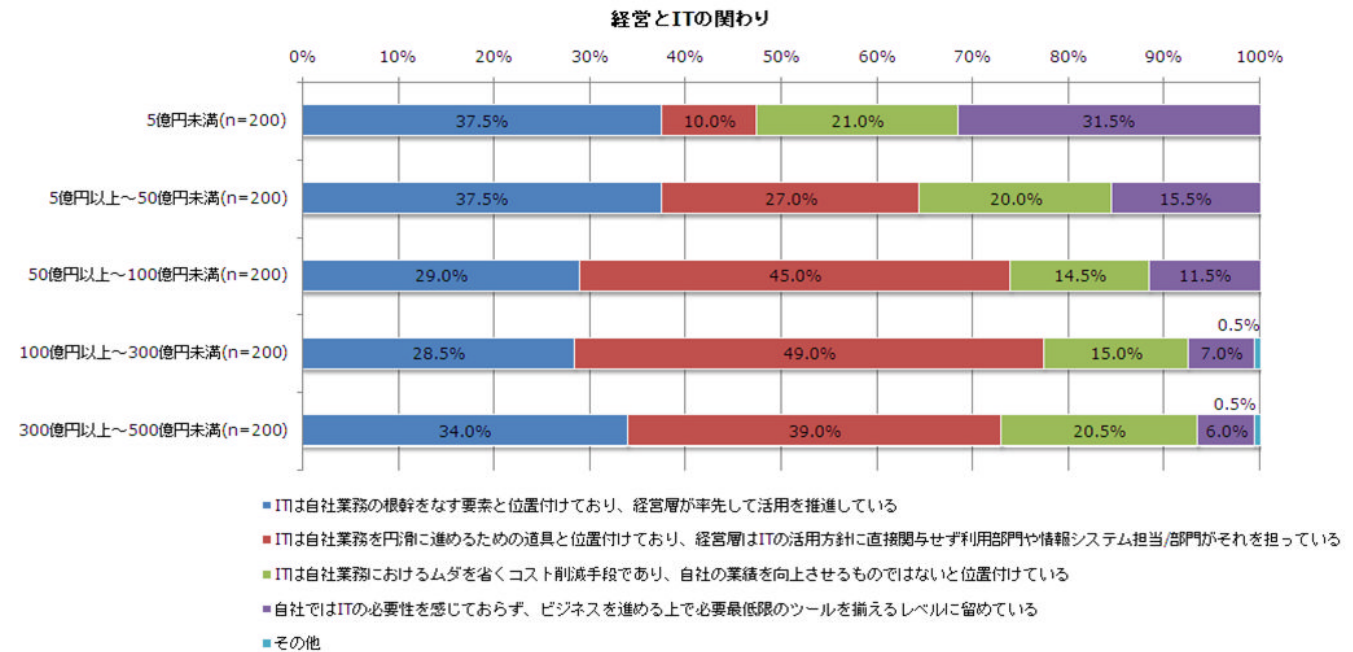


組立製造業、流通業、卸売業、建設業についてはIT投資DIと経常利益DIの双方で改善がみられる。ただし、組立製造業のうち、輸送用機械器具製造業に関しては経常利益DIは改善しているものの、IT投資DIは前回よりも悪化している。これは自動車産業不振による投資抑制が今後も続くとの見通しが強いことを反映したものと推測される。加工製造業の経常利益DIは改善しているが、IT投資DIはやや悪化している。前回IT投資DIがろうじてプラスであった印刷関連業が今回はマイナスに転じたことが影響している。当面、宣伝・広告費の急速な回復は見込めないことなどを踏まえ、同業種では投資引き締めが強まったものと推測される。サービス業や小売業は消費低迷の影響を受け、IT投資DIと経常利益DIともに改善の兆候はまだ見えていない。IT関連サービス業も業績が厳しい点では変わりないが、一般サービス業と比較すると自社に不可欠なIT投資を凍結できる期間が短い。そのためIT投資DIの悪化が起きづらいものと考えられる。

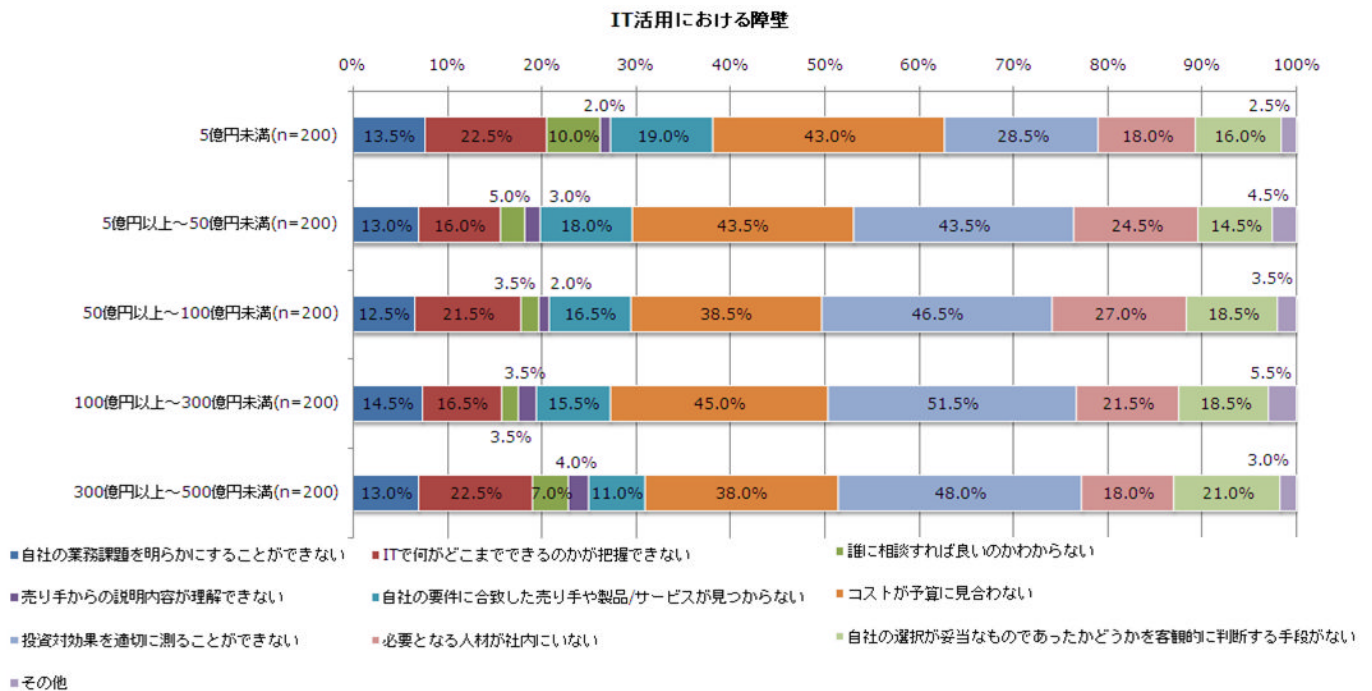
Data3. 経営とITとの距離感

経営視点でIT活用判断を下すための支援が必要

企業経営におけるITの関わり方を尋ねた結果が以下のグラフである。年商50億円未満の小規模企業クラスおよび中小企業クラスでは経営層がIT活用に直接的に関与する比率が高いことがわかる。一方、年商50億円以上の中堅企業クラスではITを経営と直接関係しないツールと捉え、情報システム担当/部門の裁量が大きくなっている。会社組織が小さいうちは経営層がITも含めたあらゆる決断に関与するが、規模が大きくなるにつれて役割分担が明確になっていく。その過程において、経営層がIT活用から縁遠くなっていくものと推測される。



以下のグラフはIT活用における阻害要因について尋ねた結果である。「コストが予算に見合わない」と並んで「費用対効果を適切に測ることができない」が多く挙げられている。中堅・中小企業においても経営層と情報システム担当/部門はあまり接触がなく、経営視点でIT活用の必要性を説明できる人材の育成も進んでいない。このことは「必要となる人材が社内にはいない」「自社の選択が妥当なものであったかどうかを客観的に判断する手段がない」が多く挙げられていることから裏付けられる。



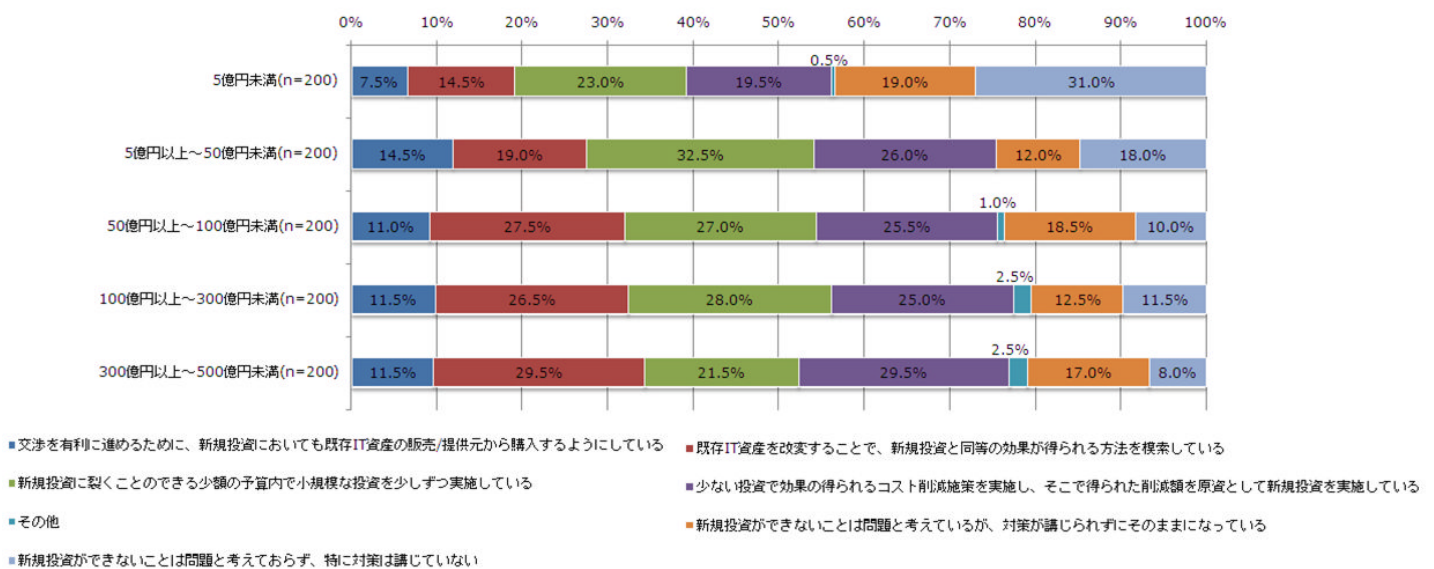
上記二つの結果を踏まえると、「経営視点でITを捉える素地がないために、IT活用において適切な判断ができない」という姿が浮かび上がってくる。ITを提供する側としては、ユーザ企業が適切な判断を下せるための様々なサポート施策を講じることが現状の打開策となる。販売時の十分な情報提供といった売るための施策だけでなく、一定期間人材を派遣しユーザを教育するなどのより踏み込んだ支援も、場合によっては検討する価値がある。

Data4. 新規IT投資予算の捻出

施策のバランスを考え、初期負担軽減の工夫を

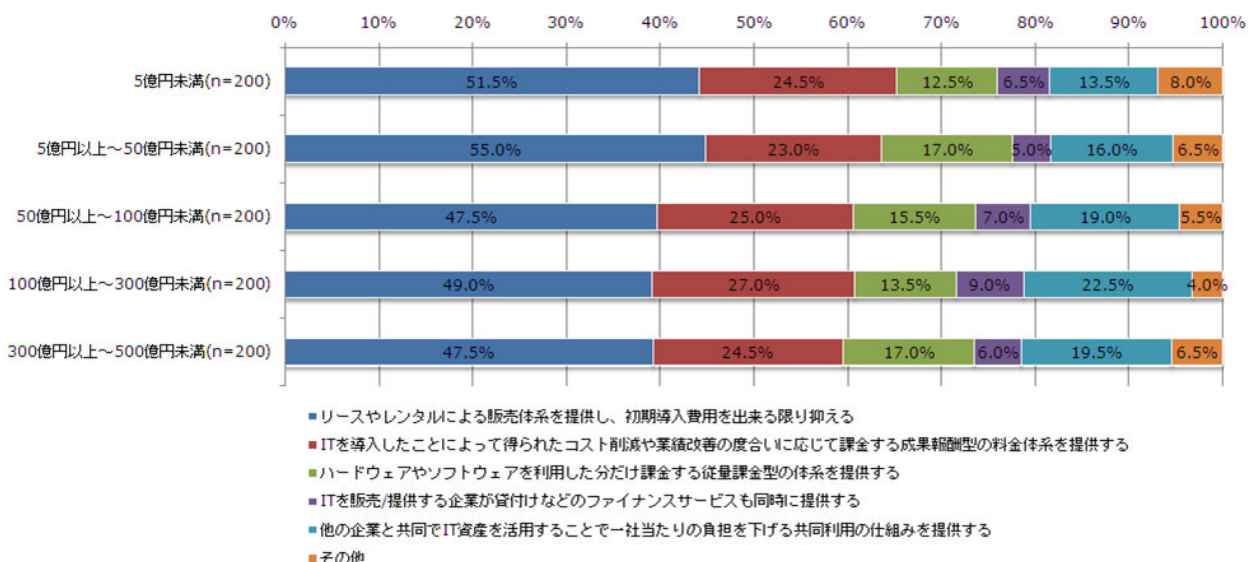
中堅・中小企業においても、IT予算の多くが現状のIT資産の維持コストに充てられている。そうした状況の中、ユーザ企業がどのようにして新規IT投資のための予算を捻出しているかを尋ねた結果が以下のグラフである。「既存IT資産の改変によって同等の効果を得る」「少額の予算内で小規模投資を少しずつ実践する」「コスト削減施策を実施し、得られた削減額を原資とする」の三つが比較的多く挙げられており、三つの比率はほぼ同程度となっている。したがって、ITを提供する側としてはユーザ企業の予算やニーズに応じ、この三つをバランスよく織り交ぜることが求められてくる。特に重要なのは三番目の項目だ。2008年後半から2009初頭にかけてはユーザ企業の施策はコスト削減一辺倒であった。しかし、2009年度に入ってから業績を改善することの重要性が訴えられるようになり、コスト削減で得られた原資が徐々に新規投資へと向かい始める傾向がIT投資DIの変化からも見てとれる。コスト削減と業績改善をセットにして収益拡大を実現するソリューションが今後も重要視されると予想される。

新規IT投資を行うための施策



IT投資DIや経常利益DIが改善しつつあるとはいえ、ユーザ企業を取り巻く経済環境が厳しいことに何ら変わりはない。そこでポイントとなるのが「ユーザ企業の初期投資負担をいかに軽減するか」ということである。以下のグラフは新規IT投資に際して望ましいと思われる支援策をユーザ企業に尋ねた結果である。「リースやレンタルの利用」「成功報酬型の課金」といったように、初期投資負担を平準化する施策が上位を占めていることがわかる。また、「共同利用の仕組み」も比較的高い関心を集めている。現在はXaaSなどのシステム視点での共同利用に注目が集まっているが、独自システムを嗜好する傾向の強い日本企業の特性やデータセキュリティの観点が障壁となっている。一方、業務視点での共同利用においては金融業の勘定系システムなどで従来から共同利用が進んでいる。システムの視点だけにとらわれず、業種・業務の視点での共同利用という視点も検討する価値があるのではないかと考えられる。

新規IT投資のために受けたい支援策



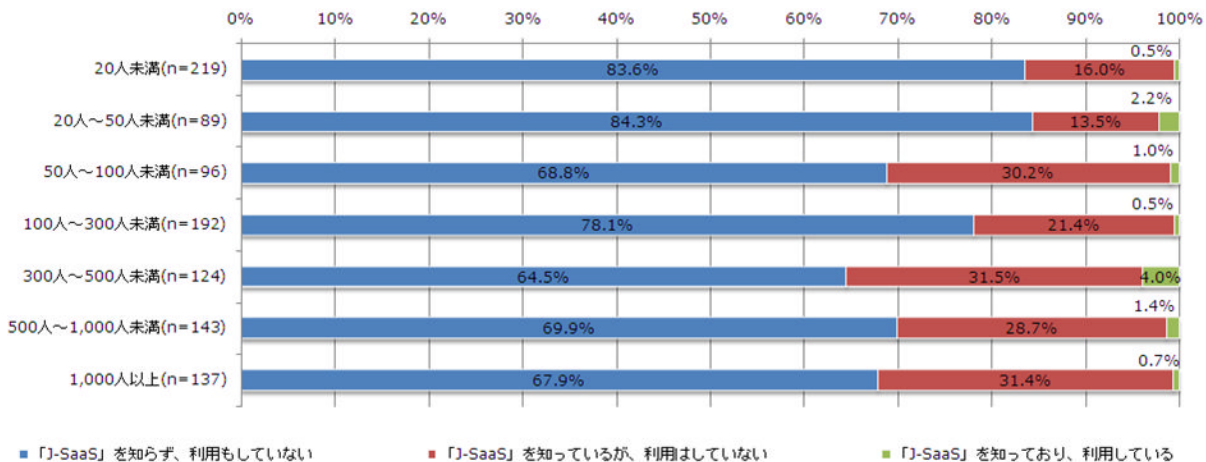
Data5. J-SaaSの現状

J-SaaSは認知度/利用度いずれもまだこれから

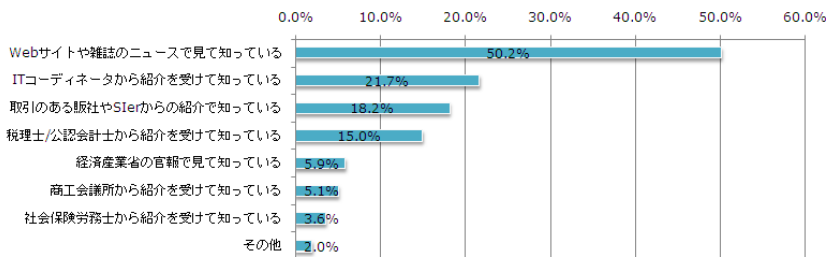
「J-SaaS」とは経済産業省の主導によって運用されているSaaS形態のサービスである。中小企業を対象に各種の業務アプリケーションを提供している。2009年3月末にサービスを開始し、国策としてのSaaSということで注目を集めている。

ユーザ企業にJ-SaaSの認知や活用状況を尋ねた結果が以下のグラフである。認知度は最も高い従業員数帯でも約30%に留まっており、まだ多く知られていない状況であることがわかる。J-SaaSが主な対象としている20人未満の従業員数帯でも認知度が16.0%となっており、従業員数の少ないユーザ企業に対する更なる啓蒙活動が必要となっている。実際に活用をしている割合は最も高い従業員数帯でも4.0%となっており、ごく一部のユーザ企業のみに残っている。

J-SaaSの認知及び活用状況



J-SaaSを知ったきっかけ



n=253

J-SaaSを知っているが利用はしていない企業に「J-SaaSを活用しない理由」を尋ねた結果が右のグラフである。

「必要なアプリケーションが提供されていない」という回答が最も高い比率を占めている。

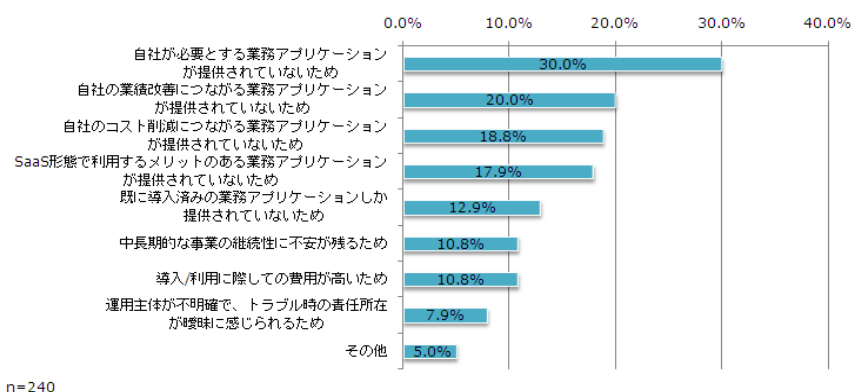
現在、J-SaaSでは財務会計、給与計算などの業務アプリケーションが提供されている。しかし社員数の少ない中小企業の場合、この種のバックオフィス業務はスプレッドシートや安価なパッケージソフトウェアでもカバーできてしまう。「業務改善につながるアプリケーションがない」という回答が二番目に多いことからわかるようにユーザ企業が求めているのはビジネス向上に直結するアプリケーションである。参加企業同士が原材料や製品を取引したり、サービスや製品を共同で訴求したり、顧客を紹介しあったりといった、「参加企業同士が集まっていることを生かした仕組み」を作ることが重要ではないかと考えられる。

J-SaaSを既に知っているユーザに「J-SaaSを知ったきっかけ」を尋ねた結果が左のグラフである。「Webサイトや雑誌のニュースで」が突出して高いことがわかる。

一方、商工会議所や社労士といったアナログの情報伝達手段を経由したケースは少ない。つまり、日頃からIT関連の情報収集を行っている層には訴求できているが、ITへの関心が薄い層にはリーチできていないといえる。本来、そうした非IT層へのサービス提供がJ-SaaSの目的の一つである。

中小企業を対象としたSaaSビジネスの初期段階では人手による地道な顧客開拓が欠かせない。販売や紹介に際してのインセンティブ制度なども含め、「J-SaaSを薦める立場にとってのメリット」を考慮した施策が求められる。

J-SaaSを知っているが、活用しない理由



n=240

ノークリサーチご紹介

中堅・中小企業におけるIT市場調査では10年の実績

年商5億円以上～500億円未満の中堅・中小企業は国内に約20万社あるといわれています。

しかし、この中堅・中小企業市場に自社の製品やサービスを効果的に展開することは容易ではありません。単に大企業向けの商材を簡易化して提供するだけでは成功しないのが実情です。なぜなら、中堅・中小企業といってもその幅は非常に広く、年商や業種など様々な属性に応じ、実に多彩なニーズや課題をもっているからです。

ノークリサーチは10年以上に渡って、中堅・中小企業におけるIT市場調査の実績を積み、同市場における調査とコンサルティングの豊富なノウハウを蓄積しています。ノークリサーチでは中堅・中小企業におけるIT活用の促進をお手伝いする様々なサービスをご用意しています。

inform@norkresearch.co.jpまでお気軽にお問い合わせください。

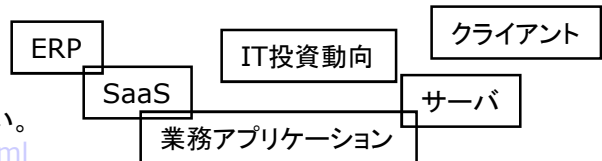
年刊調査レポートの活用

ハードウェア、ソフトウェア、サービスなど様々なカテゴリを網羅した多数の年間調査レポートを発刊しています。多くのIT企業様が中堅・中小企業市場をウォッチする有効なツールとして購読されています。

豊富な年間調査レポートを提供

年間調査レポートの一覧についてはこちらをご参照ください。

<http://www.norkresearch.co.jp/result/report.html>



各種カスタムリサーチの実施

「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、分析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)

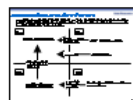
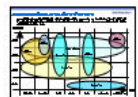
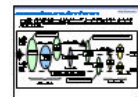
ユーザ企業の実態とニーズを数値的に把握したい
販社やSIerが望む製品やサービスの動向を知りたい

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>



株式会社 ノークリサーチ

監修: 伊嶋謙二 (イシマ ケンジ)
調査設計、分析、執筆: 岩上由高 (イワカミ ユタカ)
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
<http://www.norkresearch.co.jp/>