

スマート時代における中堅中小企業の  
各種サービスへのニーズ変化と、  
今後のサポートサービス事業展開の  
方向性に関する調査研究  
(中間報告)

平成 25 年 10 月

一般社団法人 日本コンピュータシステム販売店協会

<http://www.jcssa.or.jp/>



## はじめに

スマートデバイス、スマートビークル、スマートグリッド、スマートシティなどスマートな（すべてのものが高度なインテリジェンスを持つ）時代の入り口に我々は立っているのではないか。今年度は、こうした新時代を迎え、中堅中小企業の皆様が、サポートサービス事業へ期待する内容の変化を調査研究することになった。

更に、今年度は初めての試みとして、中間報告書を作成することとした。企業の皆様にアンケートを取り始めるのが8月、この結果を集約して報告するのが、これまでは年明けの3月初旬であった。面接調査等を行うために、アンケートのある程度の分析が必要であり、その結果を纏め、全体を完成させる時間が必要とされたことがその理由である。しかし、アンケートの結果を早く知りたいとの声が多く、また、タイムリーに公開するには、この時期に何らかのアウトプットが必要との判断から、トピックスだけでも中間報告として公開する事とした次第である。

報告対象のトピックスは、まさに今話題となっている3点に集約した。すなわち

- ① Windows XP のサポート終了問題
- ② スマートデバイスの普及に伴う、ワークスタイルの変化について
- ③ 中小企業の海外進出の傾向について

である。

本中間報告書は一般中堅中小企業からの回答 605 と、本協会の会員企業の顧客の中堅企業からの回答 261 の合計 866 企業のアンケート回答に基づく分析結果である。（最終的な報告は合計約 1,000 程度の企業からの回答を分析することになると予想される）

本中間報告が、これをご覧になった皆様の今年度のビジネスに、また来年度以降の戦略に参考になれば幸いである。

一般社団法人 日本コンピュータシステム販売店協会  
サポートサービス委員会 事務局



## サポートサービス委員会 委員一覧 (50音順)

### 【委員会】

部会長	大塚 裕司	株式会社大塚商会
委員長	平野 一雄	株式会社富士通エフサス
副委員長	田中 啓一	日本事務器株式会社
幹事	太刀川 浩	株式会社富士通エフサス
委員	伊藤 貴之	NEC フィールドディング株式会社
	大島 章宏	日興通信株式会社
	岡 馨	東芝情報機器株式会社
	黒木 直樹	トレンドマイクロ株式会社
	関口 淳一	株式会社大塚商会
	平 玲子	リコーテクノシステムズ株式会社
	仲西 隆三	株式会社シー・シー・ダブル
	桧山 幹夫	株式会社クリエイトラボ
	廣瀬 勝雄	日本事務器株式会社
	藤井 宏幸	株式会社システナ
	安田 真和	株式会社ブロードリーフ

### 【ワーキングチーム】

リーダー	太刀川 浩	株式会社富士通エフサス
	岩崎 信吉	リコーテクノシステムズ株式会社
	大島 章宏	日興通信株式会社
	太田 淑文	株式会社ブロードリーフ
	川田 勝彦	日本事務器株式会社
	木村 莖太	トレンドマイクロ株式会社
	小林 香澄	NEC フィールドディング株式会社
	庄田 喜彦	株式会社クリエイトラボ
	田中 正道	株式会社大塚商会
	地神 明寛	株式会社ブロードリーフ
	仲西 隆三	株式会社シー・シー・ダブル
	根津 史明	株式会社システナ
	廣瀬 勝雄	日本事務器株式会社
	松田 利昭	東芝情報機器株式会社
	森 恭志	株式会社富士通エフサス
	渡邊 勲	株式会社大塚商会

### 【執筆】

岩崎 透  
佐藤 昭博

### 【事務局】

岩本 将典 ジーエフケー・カスタムリサーチ・ジャパン株式会社  
小野 寛裕 ジーエフケー・カスタムリサーチ・ジャパン株式会社  
加藤 誠 一般社団法人 日本コンピュータシステム販売店協会

## 目次

<b>1. 調査概要</b> .....	<b>6</b>
1.1 調査対象企業の選定.....	6
1.2 調査の実施方法.....	6
1.3 調査項目.....	6
1.4 アンケート調査回収結果.....	6
<b>2. スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化</b> .....	<b>10</b>
2.1 スマートデバイスの活用状況と利用拡大意向.....	10
2.2 スマートデバイス導入時の期待効果と実際の効果.....	11
2.3 スマートデバイス導入に伴う勤務スタイルの変化.....	12
2.4 スマートデバイス導入に伴う心理的变化.....	13
2.5 スマートデバイスの活用シーン.....	14
2.6 スマートデバイス導入に伴う不安.....	15
2.7 私有スマートデバイス利用の承認.....	16
2.8 導入したスマートデバイスの種類と選択理由.....	17
2.9 スマートデバイスに関する用語の理解度.....	19
<b>3. Windows XP、Server 2003 のサポート終了への対応</b> .....	<b>22</b>
3.1 Windows XP からの移行.....	22
3.2 Windows Server 2003 からの移行.....	25
<b>4. 海外拠点での IT 環境整備におけるニーズ</b> .....	<b>28</b>
4.1 海外への進出状況.....	28
4.2 進出を検討するに至った理由.....	31
4.3 海外拠点の IT 環境整備.....	32
4.3.1 進出済み企業で選定した業者.....	32
4.3.2 進出済み企業での業者決定要因.....	32
4.3.3 進出済み企業での IT 環境整備・保守・運用に係わる課題.....	33
4.3.4 進出を計画中・検討中の企業で依頼する予定の業者.....	34
4.3.5 依頼する業者を決定するうえで重視する要因.....	34
4.3.6 海外拠点の IT 環境整備・保守・運用する上で不可欠なサポートサービス.....	35

# 1 調査概要

## 1 調査概要

### 1. 調査概要

IT に携わる人々の関心が高い、企業におけるスマートデバイスの活用状況、そのワークスタイルへの影響、マイクロソフト社が近々にサポートを終了する OS や各種ソフトウェアへの備え、海外拠点での IT 環境整備におけるニーズについてアンケート調査を行った。

#### 1.1 調査対象企業の選定

本調査の対象企業は以下の 2 つの方法で選定した。

- 当協会会員の顧客企業から中堅中小企業を中心に選定（以下、「会員顧客企業」という。）
- 従業員数 2-350 人の企業をインターネット上で選定（以下、「一般企業」という。）

なお、調査の実施に際しては以下の条件を設定した。

- 勤務する企業の資本系列が「企業の IT 子会社」ではないこと
- 調査回答者が IT システムの導入に関与していること
- 従業員数 2-20 人の企業（以下、「小規模一般企業」という）が 30%程度、従業員数 21-350 人の企業（以下、「中規模一般企業」という）が 70%程度の構成比になること

#### 1.2 調査の実施方法

調査対象企業にインターネット上のアンケート調査票への回答を依頼した。

- 調査実施時期 : 2013 年 8 月 21 日～2013 年 10 月 31 日—(予定)—  
(中間報告では会員顧客企業の回答を 9 月末で一旦締め切って集計した。)
- 回答時間 : 30 分程度

#### 1.3 調査項目

アンケート調査において調査項目は以下の通りとした。中間報告では、特に関心が高いと思われる太字表示の項目を分析対象とした。

- ① **スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化**
- ② **Windows XP、Server 2003 のサポート終了への対応**
- ③ BCP、クラウドサービス、情報セキュリティーへの取り組み
- ④ サポートサービス、BPO への期待
- ⑤ **海外拠点での IT 環境整備におけるニーズ**

#### 1.4 アンケート調査回収結果

アンケート調査の回収結果の詳細はそれぞれ以下の通り。

##### (1) 回収数

アンケート調査の回収数は、会員顧客企業、一般企業それぞれ以下の通りとなった。

- 会員顧客企業 : 261 社（従業員数が 2,000 人を超える企業の回答を除外した）
- 一般企業 : 605 社（中規模一般企業：423 社、小規模一般企業：182 社）



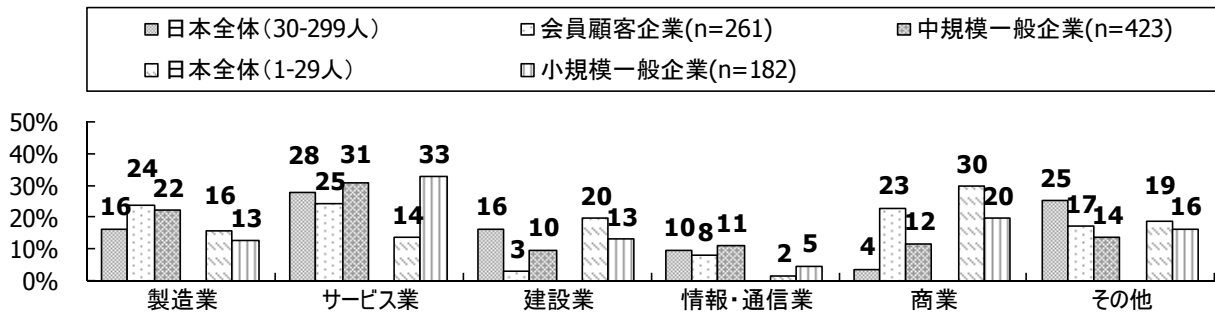
(2) 調査対象企業業種分布

業種については、アンケート回答を以下のように集約した。

- 製造業 : 『製造業』
- サービス業 : 『サービス業』
- 建設業 : 『建設業』
- 情報・通信業 : 『情報・通信業』、『情報処理業』
- 商業 : 『商業』
- その他 : 『農林・水産・鉱業』、『電力・ガス・水道業』、『運輸・倉庫業』、『金融・保険業』、『不動産業』、『その他』

調査対象企業の業種別分布を図表 1.4.1 に示す。この図から分かるように、この分布は、日本全体の業種別分布におおむね一致しているが、会員顧客企業、中規模一般企業における『商業』の割合が高く、会員顧客企業における『建設業』の割合が低い。小規模一般企業では、『サービス業』の割合が高く、『商業』の割合が低い。

図表 1.4.1 調査対象企業業種分布



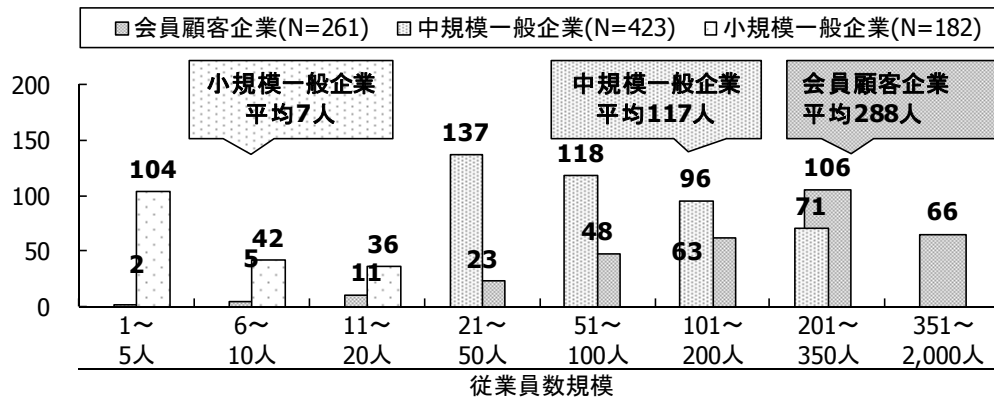
(3) 調査対象企業の従業員数分布

会員顧客企業、中規模一般企業、小規模一般企業別の従業員数分布を図表 1.4.2 に示す。会員顧客企業の企業規模分布は中規模一般企業より大きい方に偏っており、平均従業員数が288名と、中規模一般企業117名の2倍強になっている。

図表 1.4.2 調査対象企業の従業員数分布

対象企業数		1～ 5人	6～ 10人	11～ 20人	21～ 50人	51～ 100人	101～ 200人	201～ 350人	351～ 2,000人	平均従業員数
会員顧客企業	261	2	5	11	23	48	63	106	66	288人
中規模一般企業	423	0	0	0	137	118	96	71	0	117人
小規模一般企業	182	104	42	36	0	0	0	0	0	7人

# 1 調査概要



## 2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

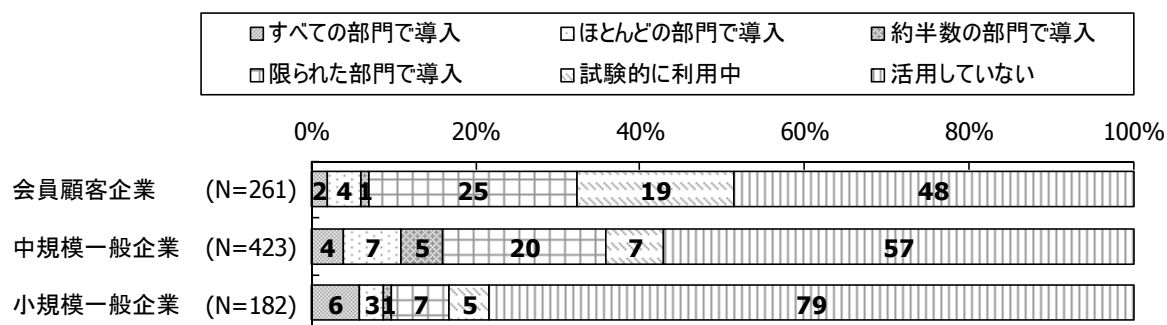
## 2. スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

携行に便利で、IT 利用の場を広げるスマートデバイスの出現が、企業のワークスタイルにどんな影響を与えているのか、あるいは与えつつあるのかを知るためのアンケート調査を行った。

### 2.1 スマートデバイスの活用状況と利用拡大意向

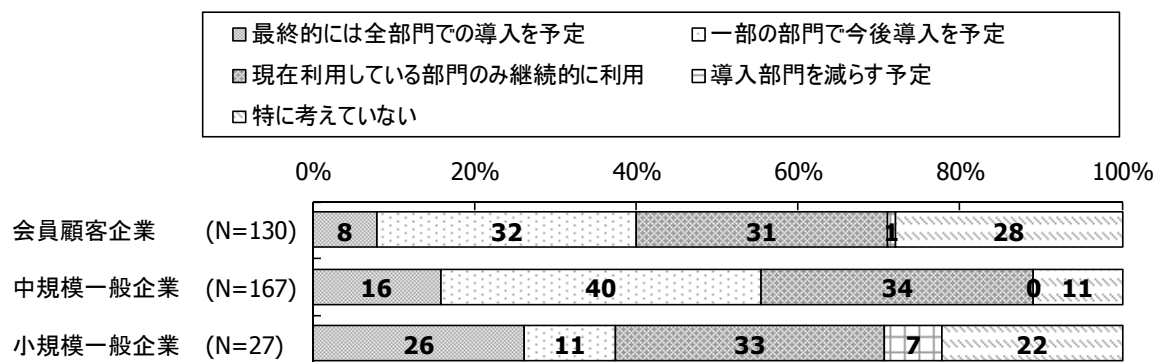
図表 2.1.1 から分かるように、スマートデバイスの活用状況は企業規模の大小で大きく異なっている。会員顧客企業では、『試験的に利用中』まで含めると 52%の企業がスマートデバイスを使っているのに対し、小規模一般企業では 21%にとどまっている。小規模一般企業では『限られた部門で導入』、『試験的に利用中』が非常に少なく、スマートデバイスの利用検討を進める余裕もないのが実情と思われる。

図表 2.1.1 スマートデバイスの活用状況



次に社内の一部でスマートデバイスを利用中の企業に、今後利用を拡大する意向があるかを聞いた。図表 2.1.2 に示すように、約半数（37-56%）の企業が導入を拡大する意向を示しており、約 3 割（31-34%）の企業が現状維持の意向であった。全部門での利用については、会員顧客企業が 8%にとどまったのに対し、小規模一般企業では 26%と非常に大きかった。規模の大きな企業では導入コストや管理コストの大きさが拡大をためらわせているものと思われる。

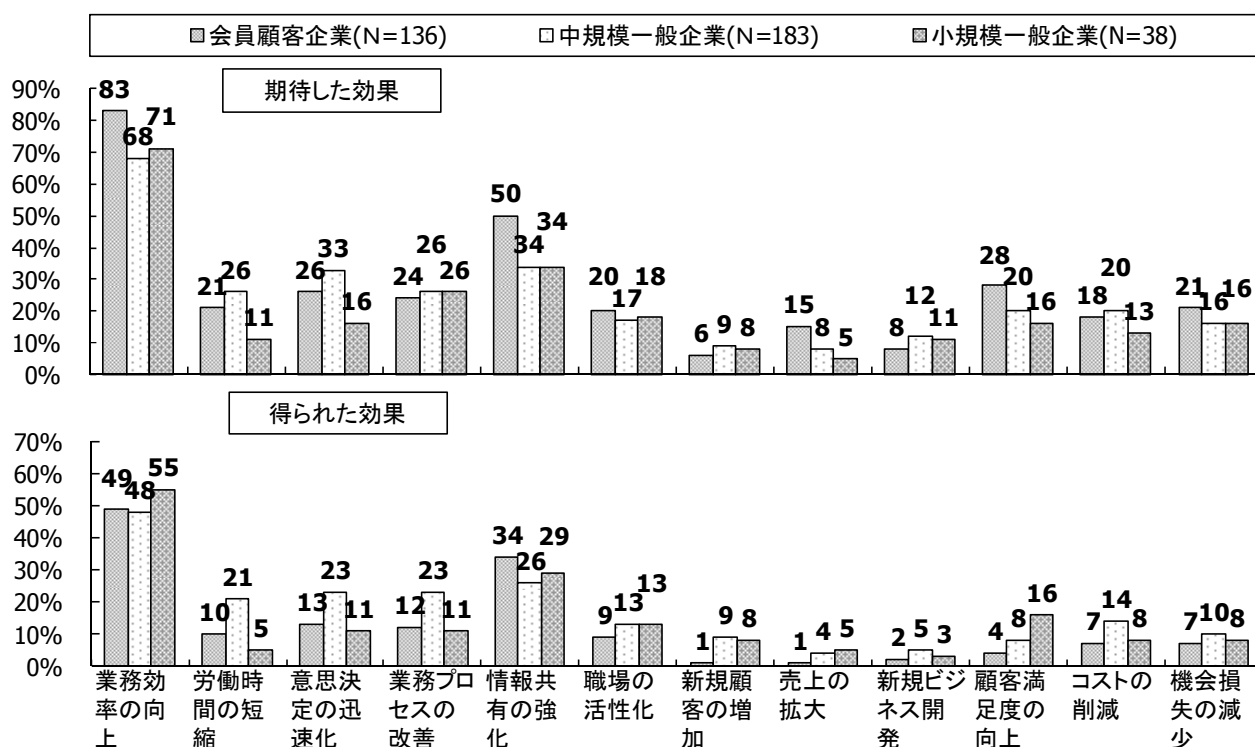
図表 2.1.2 スマートデバイスの利用拡大意向



## 2.2 スマートデバイス導入時の期待効果と実際の効果

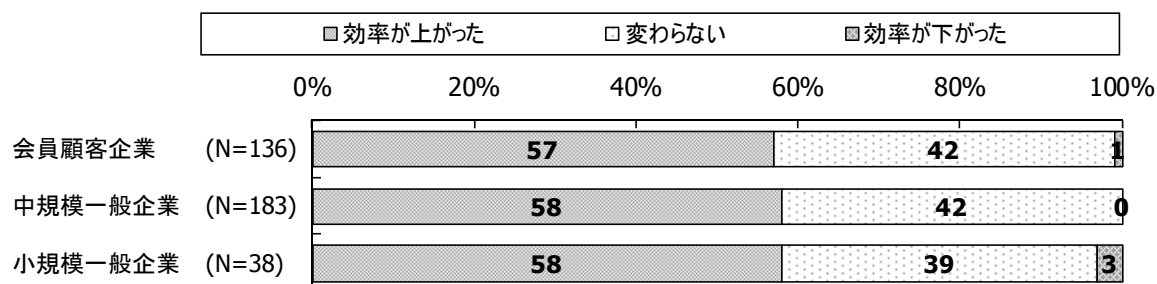
次に、スマートデバイス導入にあたって期待した効果と、導入後、実際に得られた効果について聞いた。図表 2.2.1 に示すように、「実際に期待した効果が得られた」と答えた企業が6割程度(55-76%)でしかなかった。自由回答に「効果を測定中」、「効果が出るほどまだ使い込んでいない」といった意見もあり、導入後、従業員が十分に活用できるまでスマートデバイスを習熟できていないことも考えられるが、一部過剰な期待があったようにも思われる。特に、『売上の拡大』、『新規ビジネス開発』では期待と実際の効果の差が大きい。反面、小規模一般企業では、『新規顧客の増加』、『顧客満足度の向上』において期待通りの効果が得られており、仕事のやり方の違いが大きく影響しているものと思われる。

図表 2.2.1 スマートデバイス導入時の期待効果と実際の効果（複数選択）



次に、スマートデバイス導入による業務効率や業務時間の変化について聞いた。図表 2.2.2 から分かるように、「効率が上がった」と答えた企業は全体の約6割に上り、効果は出ているようである。

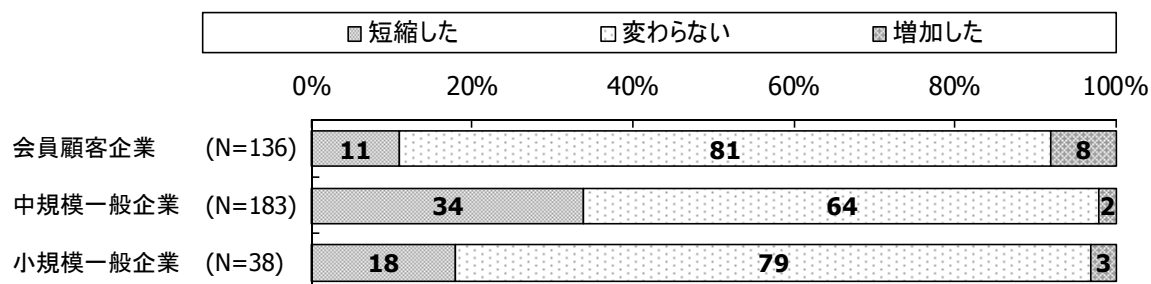
図表 2.2.2 業務効率の変化



## 2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

一方、業務時間については図表 2.2.3 から分かるように、『短縮した』の割合が、『増加した』の割合より若干上回っているものの、大半の企業が『変わらない』と回答している。

図表 2.2.3 業務時間の変化



### 2.3 スマートデバイス導入に伴う勤務スタイルの変化

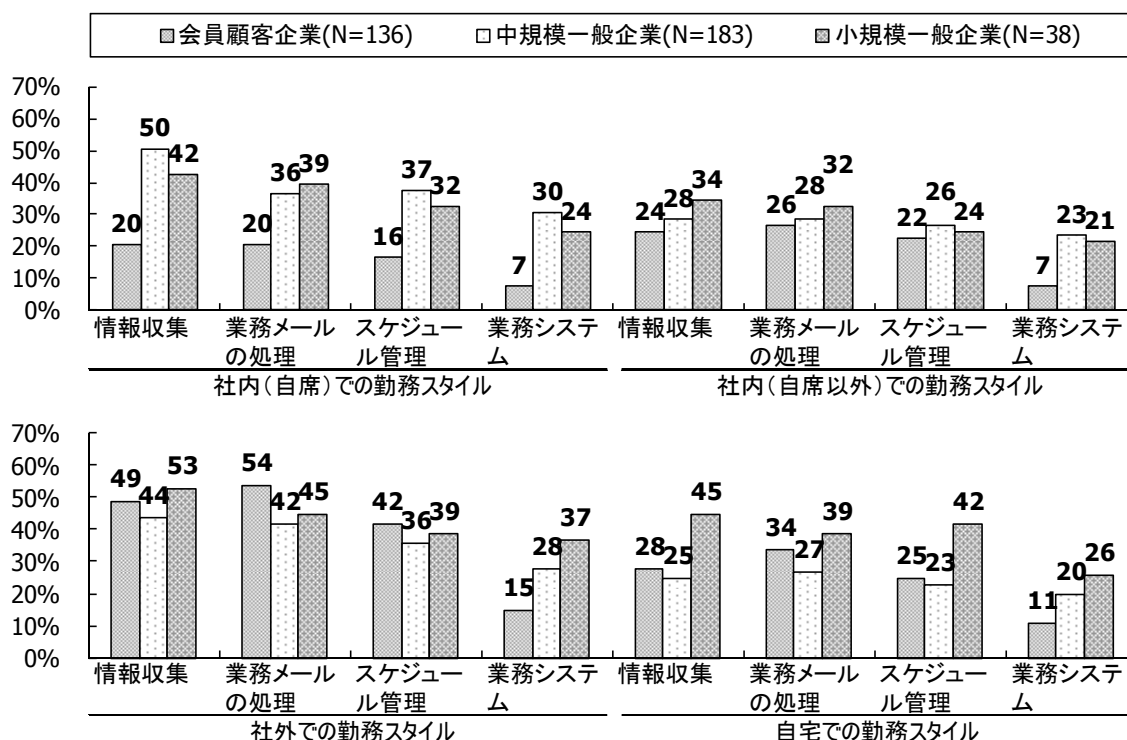
次に、スマートデバイス導入による勤務スタイルの変化について聞いた。スマートデバイスを使って業務を遂行する場所としては、『社内・自席』、『社内・自席外』、『社外』、『自宅』の4分類とした。スマートデバイスを使った業務内容としては、典型的な『情報収集』、『業務メールの処理』、『スケジュール管理』、『業務システム (の利用)』の4種類とした。

アンケート回答は、『頻度が大幅に増えた』、『頻度が多少増えた』、『変わらない』、『頻度が多少減った』、『頻度が大幅に減った』から選択してもらった。結果として、『頻度が多少減った』、『頻度が大幅に減った』の回答はほとんどなかったので、『頻度が大幅に増えた』、『頻度が多少増えた』の回答の割合で判断することにした。

結果をまとめると、図表 2.3.1 に示すように、『社外』での利用が最も大きく伸びており、次いで『自宅』での利用が伸びている。業務内容としては『業務メールの処理』、『情報収集』、『スケジュール管理』の順で利用が伸びている。『業務システム (の利用)』の伸びは比較的少なく、スマートデバイスでの利用ができないか、あるいは企業として制限しているものと思われる。

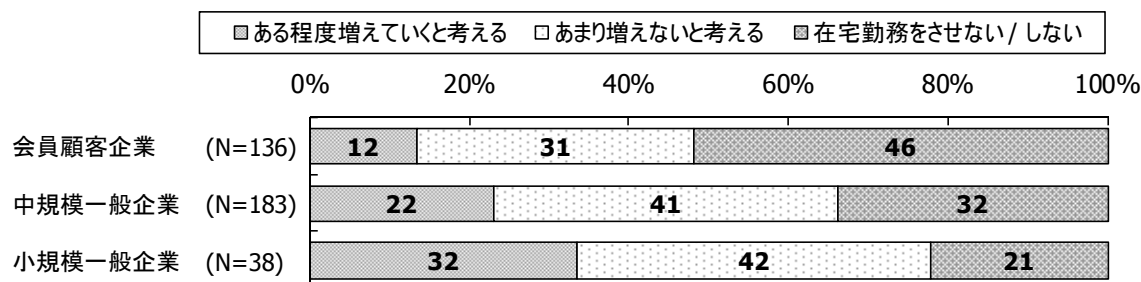
会員顧客企業では、『社内・自席』での伸びが非常に少なく、既存の IT システムがこうした業務を十分カバーしているものと思われる。

図表 2.3.1 勤務スタイルの変化（複数選択）



これらの勤務スタイルの変化に伴い、在宅勤務が増えるのかどうかを調査した。結果は、図表 2.3.2 に示す通り『ある程度増える』と『在宅勤務をさせない / しない』が拮抗しており、スマートデバイスの導入が在宅勤務拡大に結び付く可能性は低い。とりわけ、会員顧客企業では『在宅勤務をさせない / しない』が 46%を占めており、在宅勤務拡大に結び付く可能性は非常に低いと思われる。

図表 2.3.2 在宅勤務への影響



## 2.4 スマートデバイス導入に伴う心理的变化

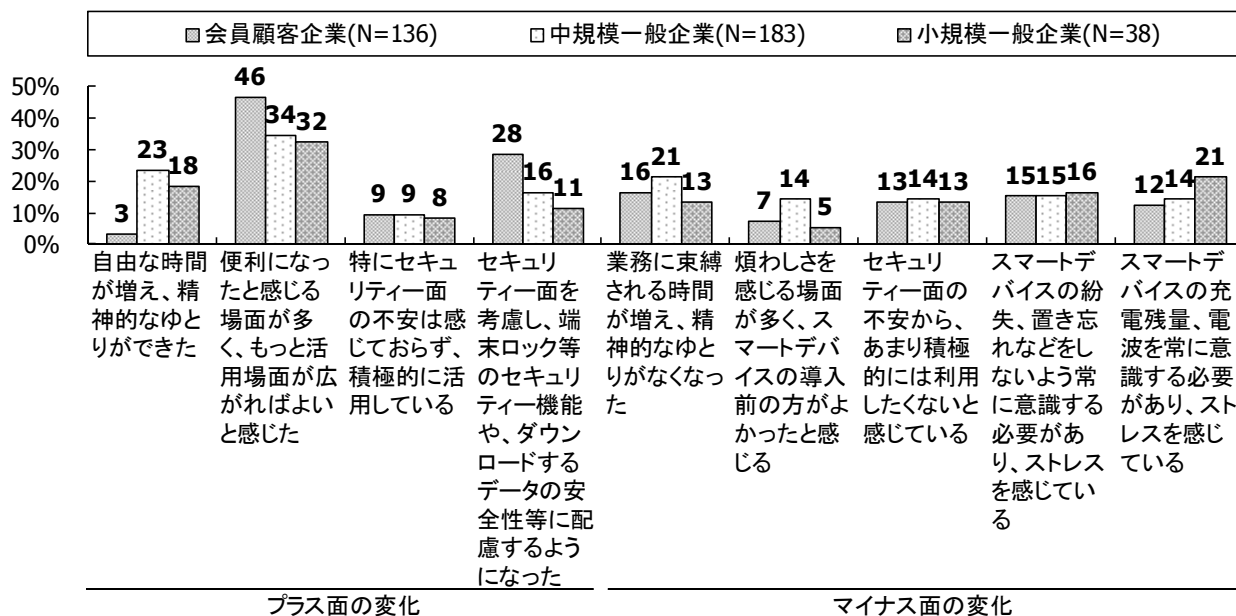
ご承知の通り、スマートデバイスは企業の従業員に利便性をもたらし、企業活動の効率化に資するものであるが、逆に従業員に心理的な負担を強いる可能性もある。この点を調査した結果を図表 2.4.1 に示す。

結果は、会員顧客企業と一般企業で大きく異なっている。両者共に、『便利になった』が 3-5 割（32-46%）と肯定的にとらえながらも、『自由な時間が増えた』については、会員企業は 3%過ぎず、一般企業は 18-23%となっている。これは、会員顧客企業ではスマートデバイスの利用場所や時間が社内や勤務時間内に制限され、勤務時間短縮への効果が少ないことに起因するものと思われる。

## 2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

一方、『束縛され精神的なゆとりがなくなった』、『紛失、置き忘れを防ぐのがストレス』、『セキュリティー面で不安』などの否定的なとらえ方は両者とも大きい。

図表 2.4.1 心理的变化



## 2.5 スマートデバイスの活用シーン

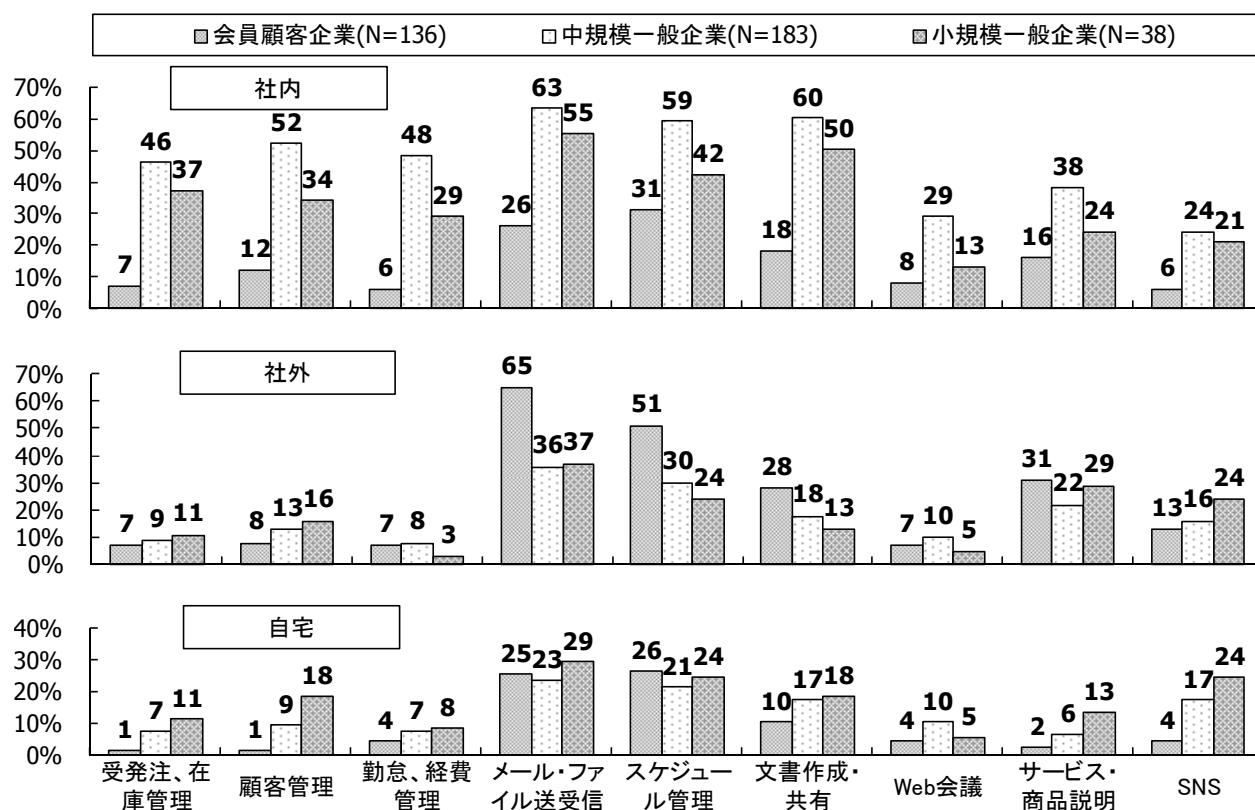
スマートデバイスは携帯性に優れるため、従来の IT システムとは活用シーンが異なるものと思われる。活用の場を『社内』、『社外』、『自宅』に分け、活用する業務の比率を聞いた結果を図表 2.5.1 に示す。

会員顧客企業においては、「2.3 スマートデバイス導入に伴う勤務スタイルの変化」でも説明したように、『社内』での業務は従来の IT システムでカバーされているようで、スマートデバイスはあまり活用されていない。しかし、『社外』では、『メール・ファイル送受信』、『スケジュール管理』に大いに活用されている。プレゼン機能を使った『サービス・商品説明』にも活用されている。『自宅』でも『メール・ファイル送受信』、『スケジュール管理』は利用されているが『社外』に比べ、活用度合は低い。

一般企業においては、『社内』、『社外』を問わず大いに活用されている。さすがに『社外』での『受発注、在庫管理』、『顧客管理』、『勤怠、経費管理』は少なく、会員企業と同様に『メール・ファイル送受信』、『スケジュール管理』が活用され、プレゼン機能を使った『サービス・商品説明』にも活用されている。



図表 2.5.1 スマートデバイスの活用シーン（複数選択）



## 2.6 スマートデバイス導入に伴う不安

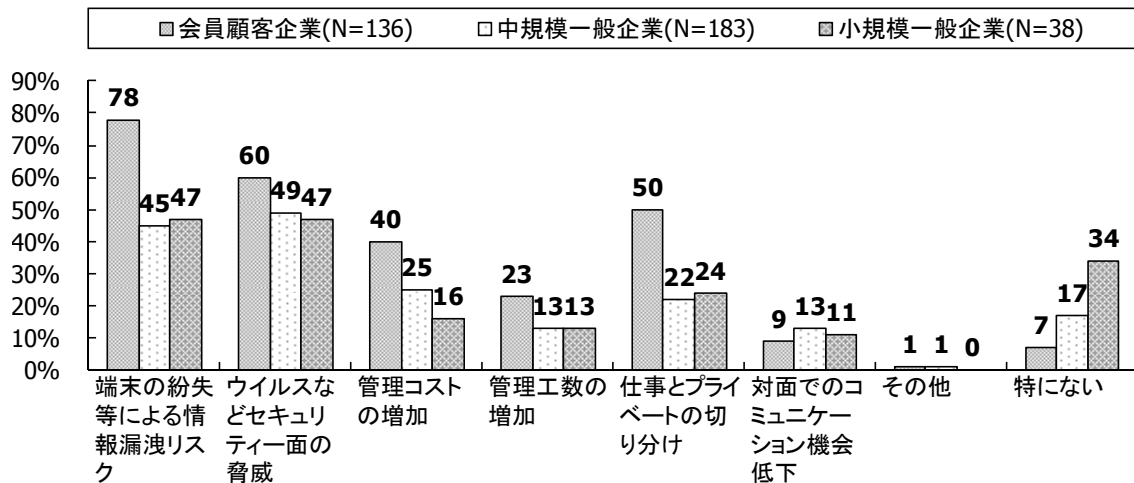
スマートデバイスの最大の特徴である携行性は、「いつでも、どこでも」につながり、紛失、盗難、なりすまし、公私混同など新たな不安にもつながる。これらについて各企業は問題視しているだろうか？図表 2.6.1 のアンケート結果を見ると、会員顧客企業と一般企業との間に大きな意識の違いがあることが分かる。

会員顧客企業では『紛失による情報漏えい』への不安を 78%もの企業が訴え、『ウイルス脅威』の 60%、『仕事とプライベートの切り分け』の 50%と続いている。一般企業でも同様の傾向ではあるが、全体として不安意識は会員顧客企業の半分程度と少ない。

比較的規模の大きい会員企業では、スマートデバイスによってもたらされる可能性のある小さな穴が、企業全体に広がる懸念を持っているのであろう。『仕事とプライベートの切り分け』に関しては、各々の企業で対策するしかないが、その他の不安に関しては、IT システム業界として、これらの不安を払しょくするソリューションを早期に提供することが望まれる。

2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

図表 2.6.1 スマートデバイス導入に伴う不安（複数選択）



2.7 私有スマートデバイス利用の承認

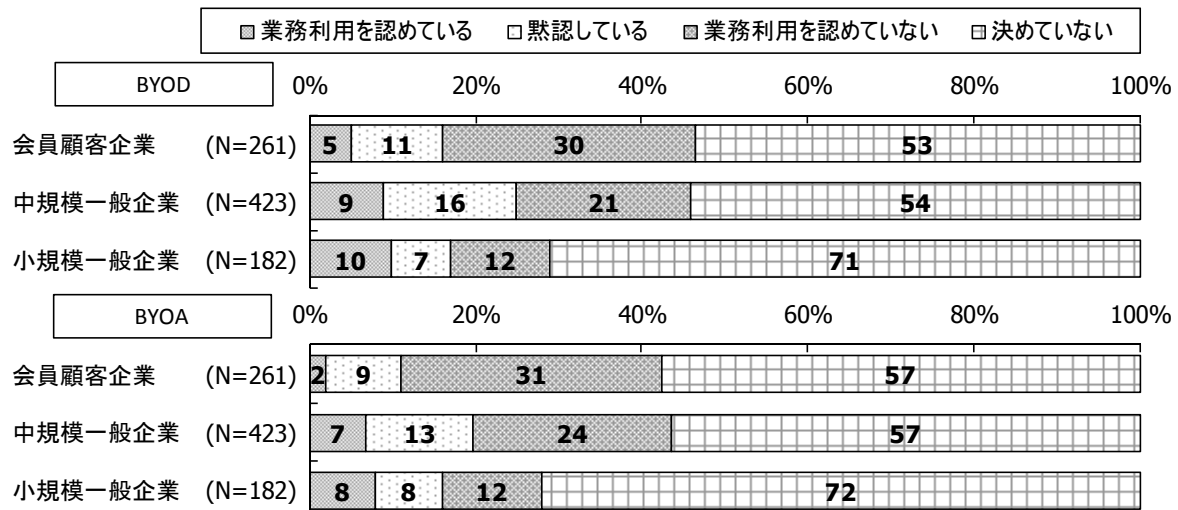
企業が従業員にスマートデバイスを業務で利用することを認める場合、従業員が個人所有するスマートデバイスを使うことを認めたり（BYOD: Bring Your Own Device）、個人所有のアプリケーションを使うことを認めたり（BYOA: Bring Your Own Application）するのが新規投資も不要で手っ取り早いですが、デバイスやアプリケーションの統制やセキュリティ管理ができないなどの問題がある。

こうした問題を抱えながらも、手っ取り早さを重視してBYODやBYOAを認めている企業はどの程度あるのだろうか？この調査結果が図表 2.7.1 である。

『業務利用（BYODやBYOA）を認めている』企業は1割以下（5-10%）にすぎず、『業務利用を認めていない』企業が1-3割（12-31%）と大きいですが、『黙認している』、『決めていない』企業が6-8割（64-80%）と圧倒的多数である。

一方、UC（Unified Communication）と呼ぶ手法など、スマートデバイスに企業情報を残さずに済む方法が開発されてきており、今後BYODが認められていく可能性も高い。

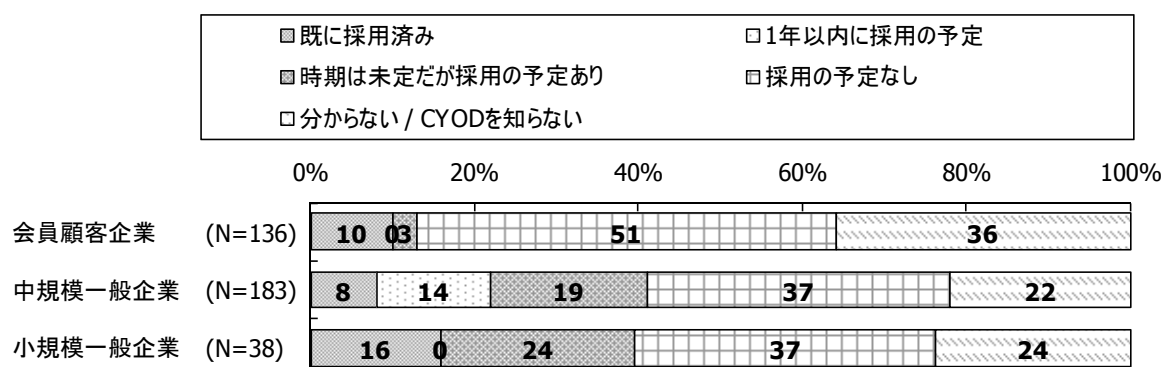
図表 2.7.1 私有スマートデバイス利用の承認



BYOD のように、従業員が個人所有する任意のスマートデバイスで業務を行うことを承認するのではなく、企業がセキュリティー管理できる機種を示して、その機種であれば個人所有のスマートデバイスで業務を行うことを承認する方法 (CYOD: Choose Your Own Device) で管理を徹底するやり方がある。この方法がどの程度普及しているかを調査した結果が、図表 2.7.2 である。

全体として、『採用の予定なし』が半数程度 (37-51%) と多く、『分からない / CYOD を知らない』も 3 割程度 (22-36%) あり、まだまだ認知されていないことが分かる。逆に『既に採用済み』の企業は 1-2 割 (8-16%) と少なく、『1 年以内に採用予定』、『時期未定だが採用予定』を含めても 1-4 割 (13-41%) にすぎない。企業にとっては「管理の手間がかかり」、従業員にとっては「個人所有物が管理される」ことが歓迎されないものと思われる。

図表 2.7.2 機種を限定した私有スマートデバイス利用の承認

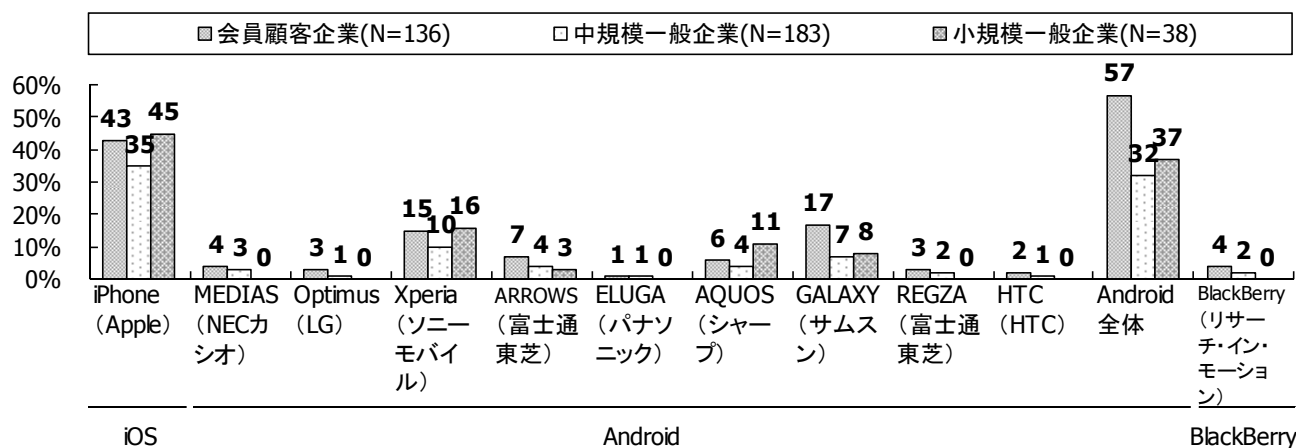


## 2.8 導入したスマートデバイスの種類と選択理由

スマートデバイスを「スマートフォン」、「タブレット」、「スレート PC」に分け、どの機種が導入されているかを調査した。

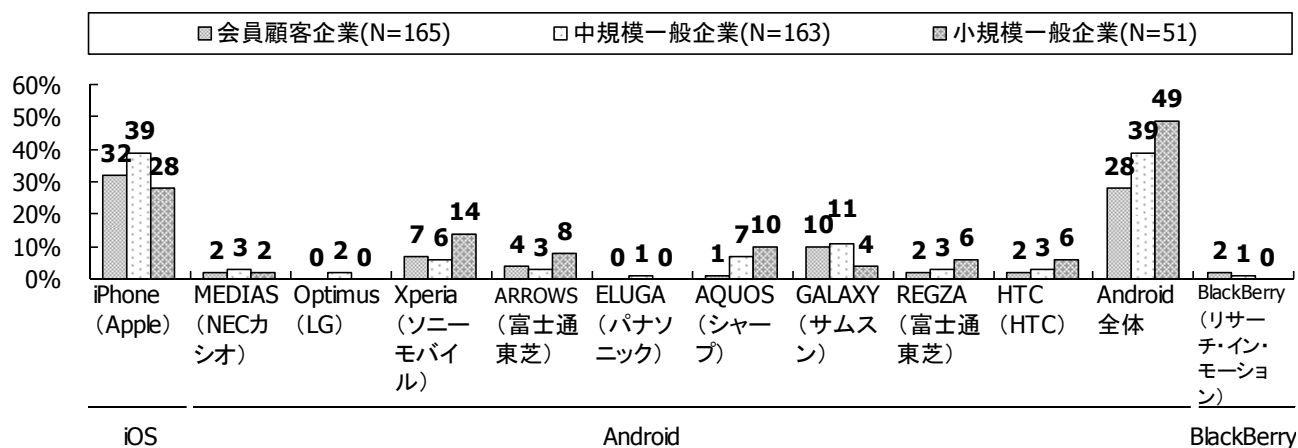
「スマートフォン」では、図表 2.8.1 に示すように約 4 割 (35-46%) の企業で「iPhone」が導入され高いシェアとなっている。一方、「Android 系」全体で約 4 割 (32-57%) のシェアとなっているが、機種個別で見ると、比較的導入率の高い「Xperia」、「Galaxy」でも約 1 割 (7-17%) にとどまっている。しかし、図表 2.8.2 に示す昨年度の調査結果と比較すると、特に会員顧客企業で「Android」系スマートフォンが大きく伸びており、草分けである「iPhone」の独壇場は去りつつあると思われる。

図表 2.8.1 導入済みのスマートフォン機種 (複数選択)



## 2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

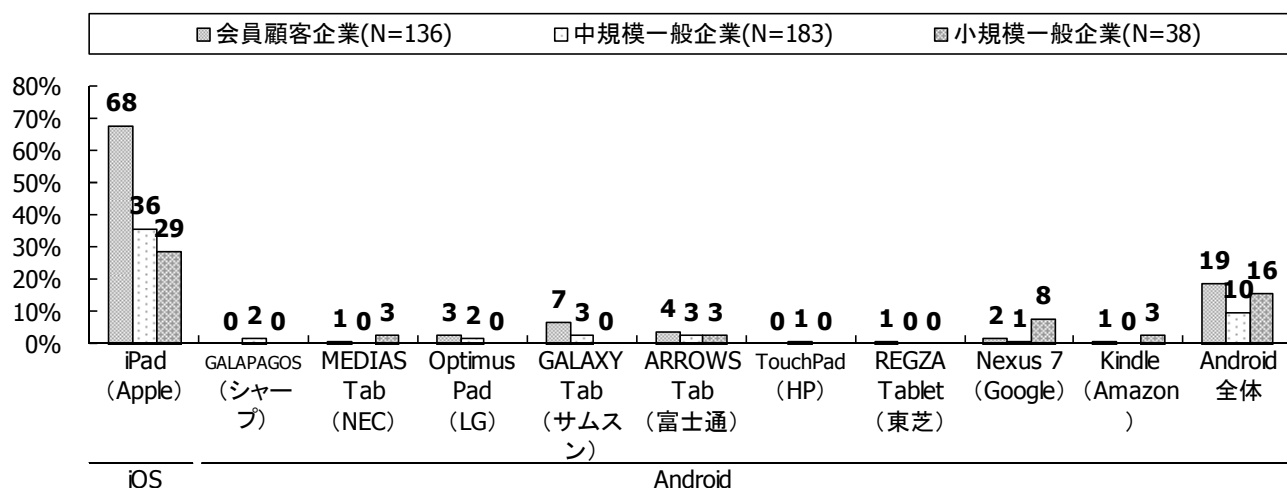
図表 2.8.2 導入済みのスマートフォン機種（2012 年度、複数選択）



「タブレット」では、図表 2.8.3 に示すように約 3-7 割（29-68%）の企業で「iPad」が導入され、圧倒的なシェアとなっている。一方、『Android 系』全体で約 1-2 割（10-19%）のシェアにとどまっている。会員顧客企業では、『Galaxy Tab』、『ARROWS Tab』が『iPad』に次ぐが、1 割以下（4-7%）の企業でしか導入されていない。中規模一般企業でも、『Galaxy Tab』、『ARROWS Tab』が『iPad』に次ぐが、3%の企業での導入にとどまっている。小規模一般企業では、『Nexus 7』が 8%と他の『Android 系』を大きく超えている。

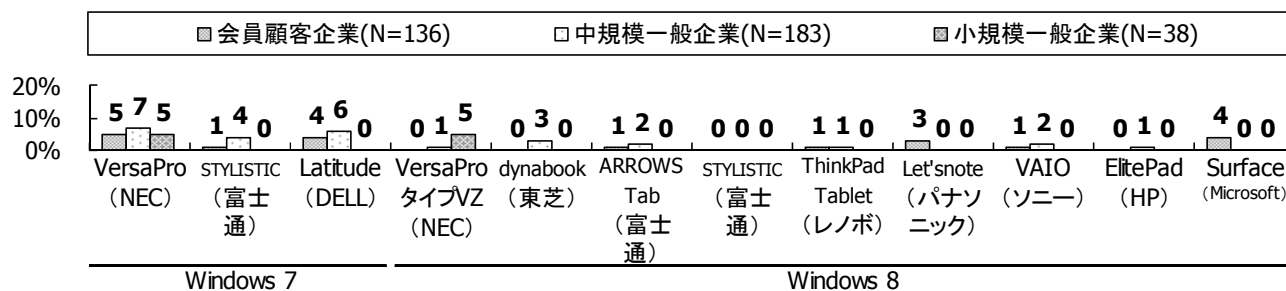
昨年度調査結果の掲載は割愛するが、「タブレット」に関しては昨年度に比べ大きな変化は見られない。

図表 2.8.3 導入済みのタブレット機種（複数選択）



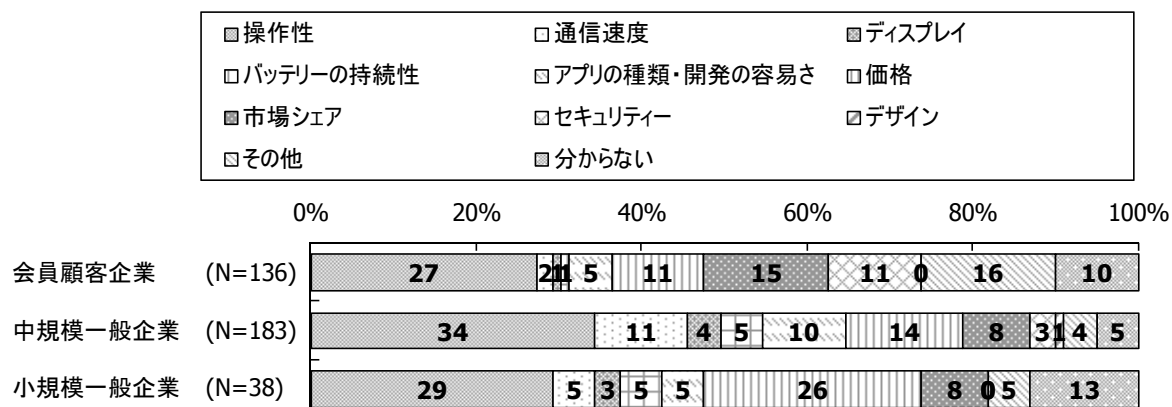
「スレート PC」は、図表 2.8.4 に示すようにどの機種も 1 割以下（0-7%）の企業にしか導入されていない。「軽量ノートブック PC」と比べ特徴があまりないことが原因と思われる。実際、「軽量ノートブック PC」にはタブレット操作が可能な機種、「スレート PC」と重さに大きな差がない機種が増加している。

図表 2.8.4 導入済みのスレート PC (複数選択)



それでは、スマートデバイスの機種を選択する際に重視する項目は何であろうか？図表 2.8.5 に最も重視する項目の調査結果を示す。これから分かるように、約 3 割 (27-34%) の企業が『操作性』としている。2 番目に重視する項目は、企業規模で違っている。比較的企業規模の小さい一般企業では『価格』が 1-3 割(14-26%)であるのに対し、比較的企業規模の大きい会員顧客企業では『その他』が 2 割(16%)、『市場シェア』、『セキュリティ』、『価格』が 1 割 (11-15%) となっている。自由回答の内容を見ると『その他』の理由として、「社内システムとの親和性」、「耐水性」などが挙げられている。

図表 2.8.5 スマートデバイス選択理由

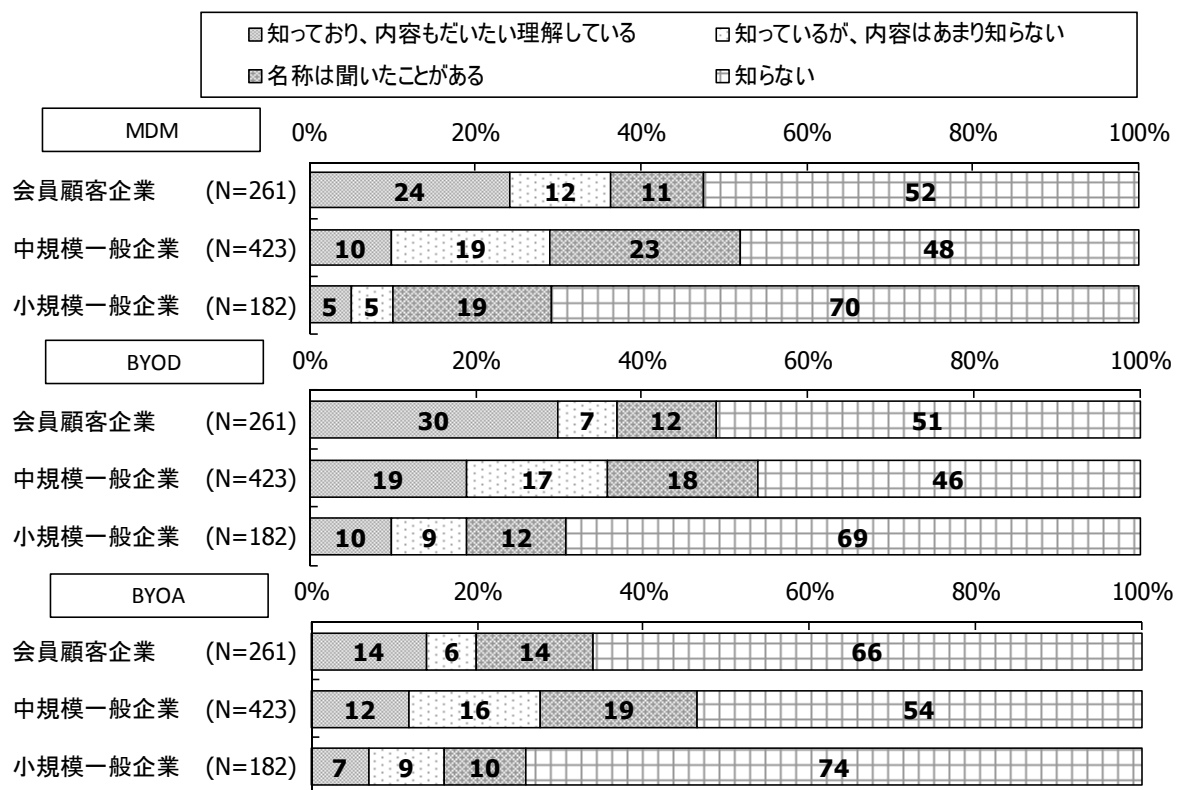


## 2.9 スマートデバイスに関する用語の理解度

スマートデバイスに関連する専門用語の理解度について調査した結果を図表 2.9.1 に示す。「MDM (Mobile Device Management)」、「BYOD」、「BYOA」に関して調査したが、「BYOA」については、他に比べ『知らない』の割合が高いが、全体としては大きな差が見られない。会員顧客企業では、『知っており、内容もだいたい理解している』割合が 2-3 割 (14-30%) と、一般企業が 2 割以下 (5-19%) であるのと対照的である。比較的企業規模の大きな会員顧客企業では IT システム専門家がいて、最新の IT システム用語にも詳しいのであろう。

2 スマートデバイスの普及に伴うワークスタイルの変化

図表 2.9.1 スマートデバイスに関する用語の理解度



### 3 Windows XP、Server 2003 のサポート終了への対応

### 3. Windows XP、Server 2003 のサポート終了への対応

マイクロソフト社が 2014 年 4 月 9 日でサポートを終了する Windows XP、Office 2003、Internet Explorer 6 への対策は進んでいるだろうか？導入から 10 年以上経過し、最新のパソコンに比べハードウェア性能こそ劣るものの、日々大きな支障もなく動作している Windows XP パソコンを置き換える投資は小さくないだけに、各企業も対策に悩んでいるものと思われる。

また、2015 年 7 月 14 日で延長サポートを終了する Windows Server 2003 への対策は進んでいるだろうか？まだ少し時間は残っているが、サーバーの置き換えはアプリケーションの非互換対応の改修や、多大な導入試験などを伴うだけにサポート終了の直前対応では大きなトラブルを招きかねない。

こうしたことから、各企業の対応状況を調査した。

#### 3.1 Windows XP からの移行

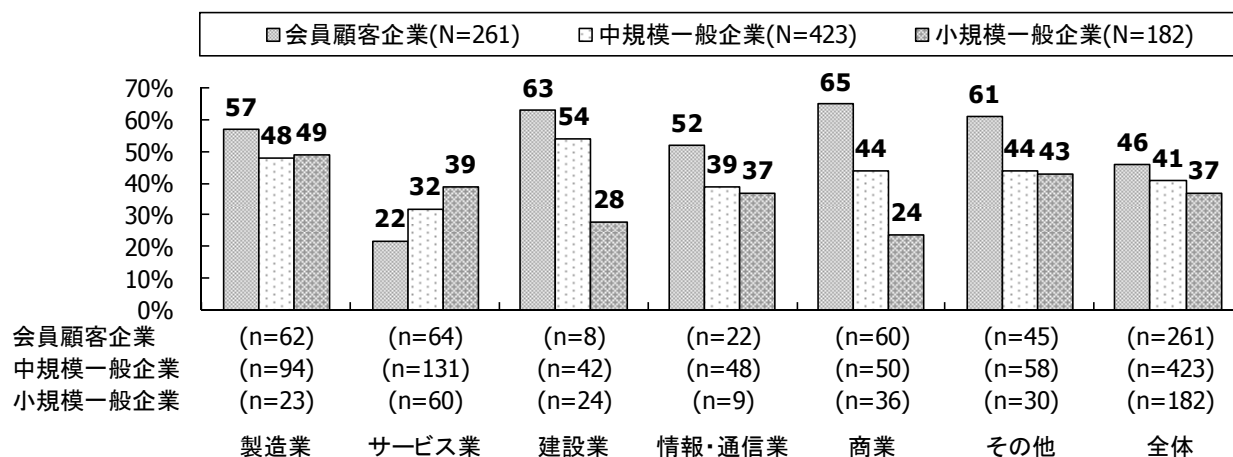
図表 3.1.1 は、各企業が導入しているパソコン数の内、Windows XP パソコンの割合（ここでは XP 残存率と呼ぶ）を企業分類、業種分類で整理したものである。結果、約 4 割（37-46%）の Windows XP パソコンがまだ移行されずに残っていることが分かる。なお、この割合は Windows XP パソコンが残っている企業の割合ではないことに注意されたい。Windows XP パソコンが残っている企業の割合については後述する。

会員顧客企業では「商業」が XP 残存率 65%で最も高く、次いで「建設業」が 63%、「その他（農林・水産・鉱業、電力・ガス・水道業、運輸・倉庫業、金融・保険業、その他）」が 58%と高い。ただし、「建設業」はサンプル数が少なく参考値とみていただきたい。

中規模一般企業では「建設業」が XP 残存率 54%と最も高く、次いで「製造業」が 48%、「商業」と「その他」が 44%と高い。

小規模一般企業では、「製造業」が XP 残存率 49%で最も高く、次いで「その他」が 43%、「情報・通信業」が 37%と高い。ただし、「情報・通信業」はサンプル数が少なく参考値とみていただきたい。

図表 3.1.1 Windows XP パソコンの残存率

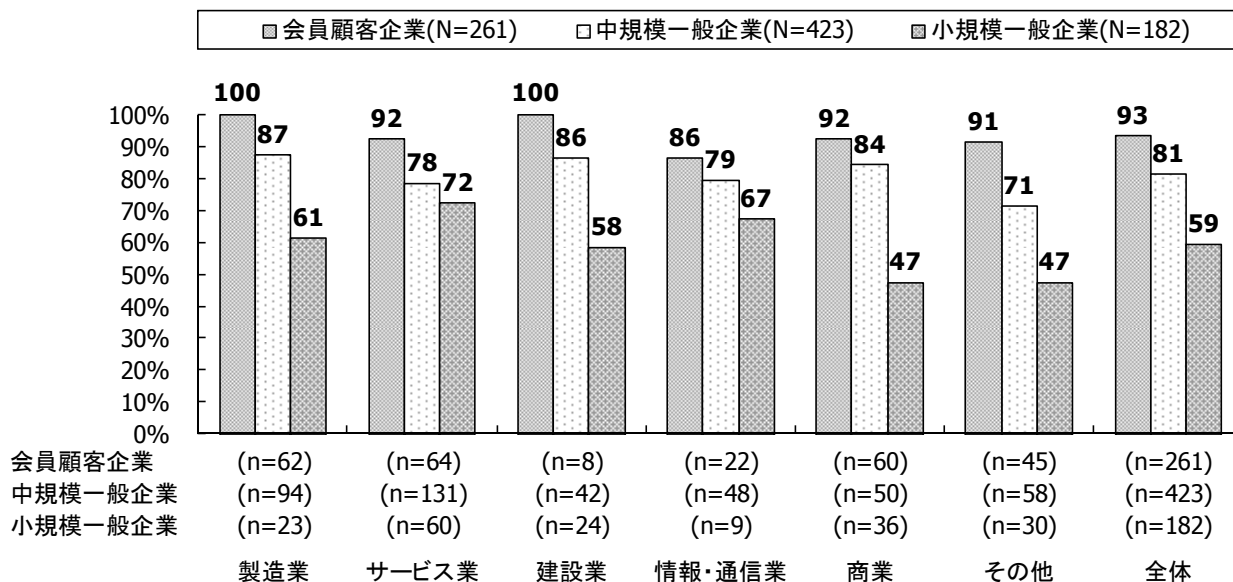


図表 3.1.2 は、Windows XP パソコンが残っている企業の割合をまとめたものである。会員顧客企業では 93%もの企業に Windows XP パソコンが残っている。中規模一般企業では 81%の企業に Windows



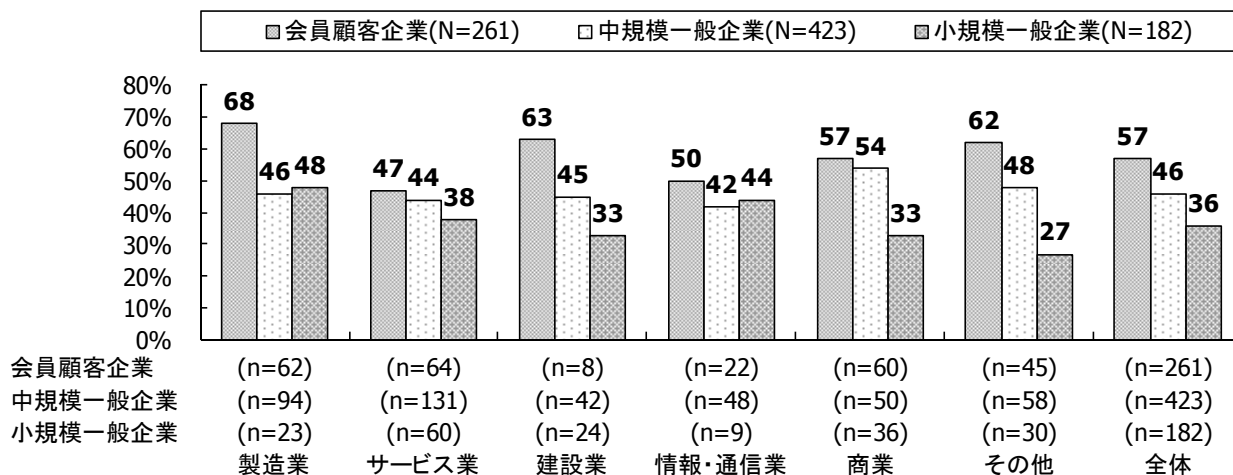
XP パソコンが残っている。小規模一般企業では、Windows XP パソコンが残っている企業の割合が最も低い、それでも 59%の企業となっている。

図表 3.1.2 Windows XP パソコンが残っている企業



この集計は、1 台でも Windows XP パソコンが残っていると 1 社としているため、半数以上のパソコンが Windows XP パソコンである企業に限って再集計したのが、図表 3.1.3 である。これを見ても、会員顧客企業では 57%もの企業に Windows XP パソコンが半数以上残っている。中規模一般企業では 46%、小規模一般企業でも 36%の企業に Windows XP パソコンが半数以上残っている。Windows XP のサポート終了まで約半年、大半の企業が短期間に対策を迫られているのが現状である。

図表 3.1.3 Windows XP パソコンが 50%以上残っている企業

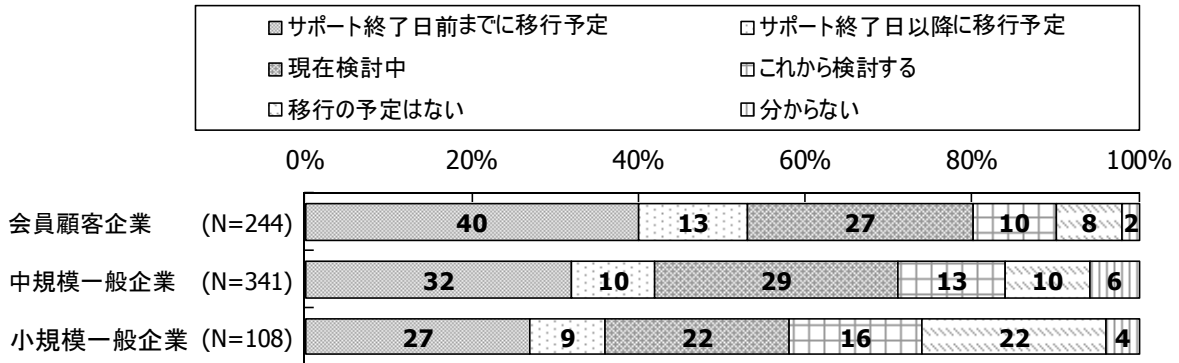


それでは、各企業はこの短期間で Windows XP パソコンからの移行を終えられると考えているのだろうか？

### 3 Windows XP、Server 2003 のサポート終了への対応

図表 3.1.4 は、各企業が移行を完了する予定時期をまとめたものである。企業規模が大きいほど移行完了時期が定まっているが、それでも約 4 割 (37-42%) の企業が『検討中』、『検討予定』の状態である。小規模一般企業では、資金的に苦しいのか 22%もの企業が『移行の予定はない』と回答している。

図表 3.1.4 Windows XP パソコンの移行完了時期



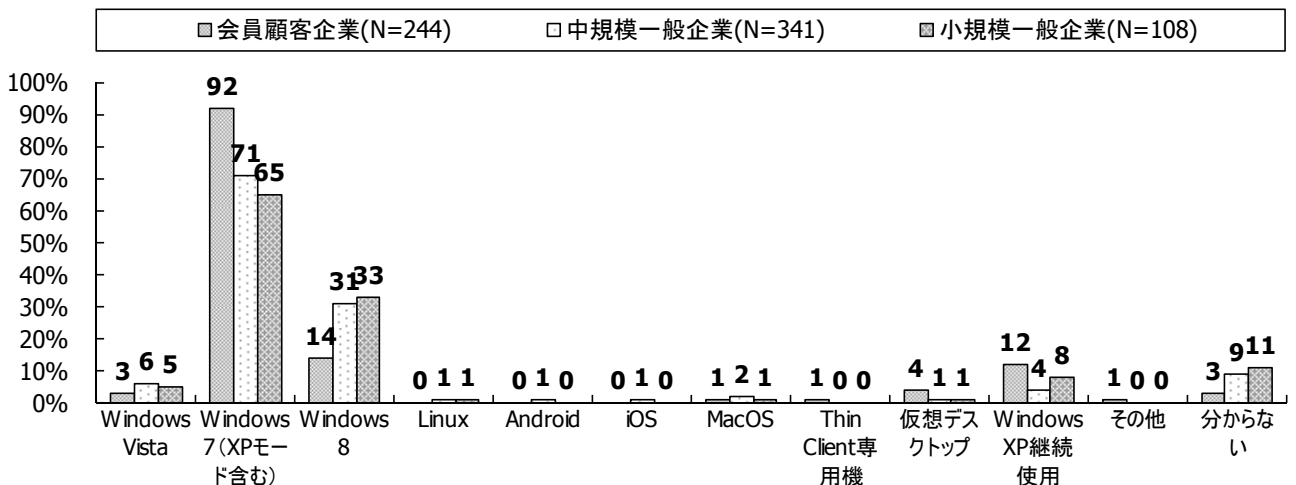
Windows XP パソコンからの移行先は、最新の Windows 8 になるのだろうか？それとも、リリースから 5 年経過し安定した Windows 7 になるのだろうか？

図表 3.1.5 は、各企業が選択した移行先である。これによると 65%以上、会員顧客企業では 92%もの企業が Windows 7 と回答しており、Windows 8 へ移行する企業は 14-33%に過ぎない。選択理由までは調査しなかったが、OEM バージョンの Windows 8 が 64bit 版に限定され、周辺機器のドライバ開発が追い付かず使えないか、安定性、互換性（特にアプリケーションの動作保証）を重視したか、操作性の違いを嫌ったものと思われる。

操作性については、2013 年 10 月 18 日から Windows 8.1 が提供開始となり、Windows 7 に近い操作性も得られることから、今後 Windows 8 (8.1) への移行も選択肢として広がる可能性もある。

しかし、Windows 以外の機種へ移行する割合は限りなく 0 に近く、しばらくは Windows パソコンが使い続けられそうである。

図表 3.1.5 Windows XP パソコンからの移行先（複数選択）

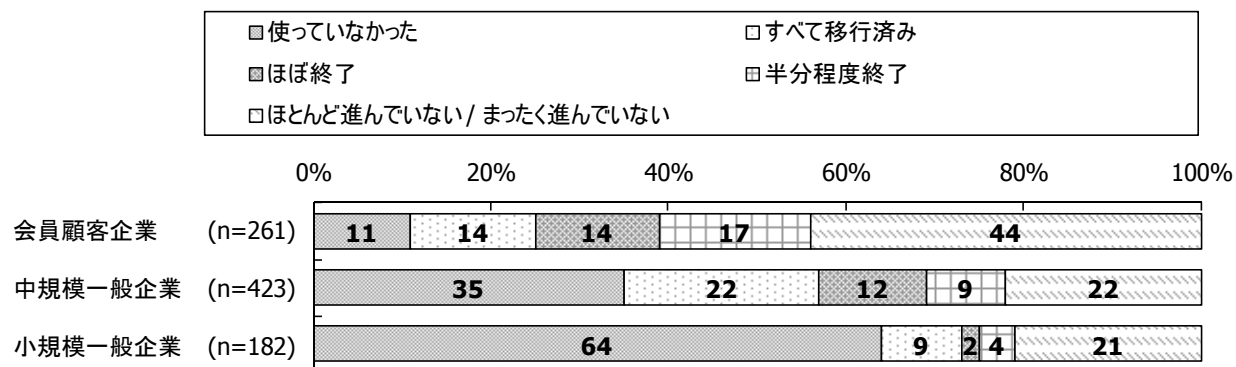


### 3.2 Windows Server 2003 からの移行

図表 3.2.2 は、各企業における Windows Server 2003 の移行状況を調査したものである。

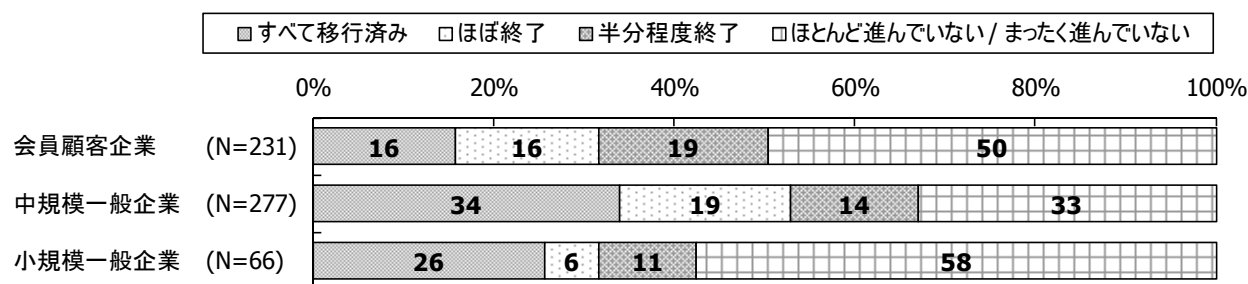
小規模企業ほど、『(Windows Server 2003 を) 使っていない(サーバーを使っていない、あるいは Windows Server 2003 以外の OS を使っている)』企業が多く、小規模一般企業では 64%にも上っている。

図表 3.2.1 Windows Server 2003 の移行状況



これら、『(Windows Server 2003 を) 使っていない』企業を除いて、Windows Server 2003 からの移行状況をまとめたのが、図表 3.2.2 である。中規模一般企業では比較的早く移行が進んでいるが、会員顧客企業や小規模一般企業では約半数 (50-58%) の企業が、『ほとんど進んでいない / まったく進んでいない』と回答している。会員顧客企業では、独自開発もしくはカスタマイズしたアプリケーションの移行が問題となっていることが考えられる。小規模一般企業では、資金面の問題が大きいものと思われる。

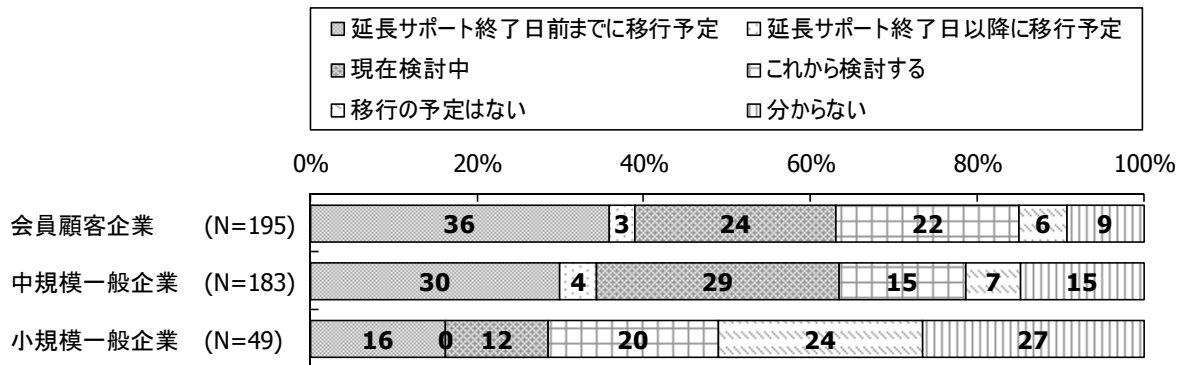
図表 3.2.2 Windows Server 2003 の移行状況 (Windows Server 2003 を使っていた企業限定)



それでは、各企業はいつごろをめどに Windows Server 2003 からの移行を終えられると考えているのだろうか？

図表 3.2.3 は、各企業が移行を完了する予定時期をまとめたものである。企業規模が大きいほど移行完了時期が定まっているが、それでも約 4 割 (32-46%) の企業が、『現在検討中』、『これから討する』の状態である。資金的に苦しいのか、小規模一般企業では、24%もの企業が『移行の予定はない』と回答している。

図表 3.2.3 Windows Server 2003 の移行完了時期

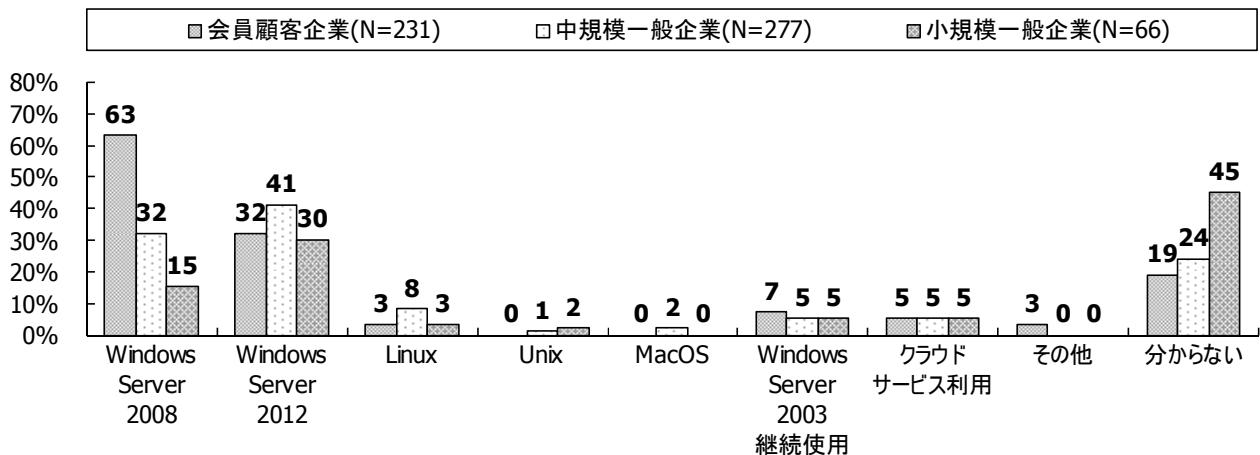


Windows Server 2003 からの移行先は、最新の Windows Server 2012 になるのだろうか？それとも、リリースから 6 年経過し安定した Windows Server 2008 になるのだろうか？あるいは、他の OS やクラウド利用に移行するのであるだろうか？

図表 3.2.4 は、各企業が選択した移行先である。これによると、会員顧客企業では 63%もの企業が Windows Server 2008 と回答しており、Windows Server 2012 へ移行する企業は 32%に過ぎない。選択理由までは調査しなかったが、安定性、互換性（特にアプリケーションの動作保証）を重視したか、操作性の違いを嫌ったか、既存の Windows Server との OS 統一を図ったものと思われる。操作性については、2013 年 10 月 18 日（一般向けは 11 月 1 日）から Windows Server 2012 R2 が提供開始となり、Windows Server 2008 に近い操作性も得られることから、今後 Windows Server 2012（R2）への移行も選択肢として広がる可能性もある。一方、比較的サーバー数の少ない一般企業では Windows Server 2012 が 30-41%と Windows Server 2008 の 15-32%を上回っている。

Windows 以外の OS やクラウドへ移行する割合は 1 割（7%）以下と非常に少なく、しばらくは Windows Server が使い続けられそうである。

図表 3.2.4 Windows Server 2003 からの移行先（複数選択）



## 4 海外拠点での IT 環境整備におけるニーズ

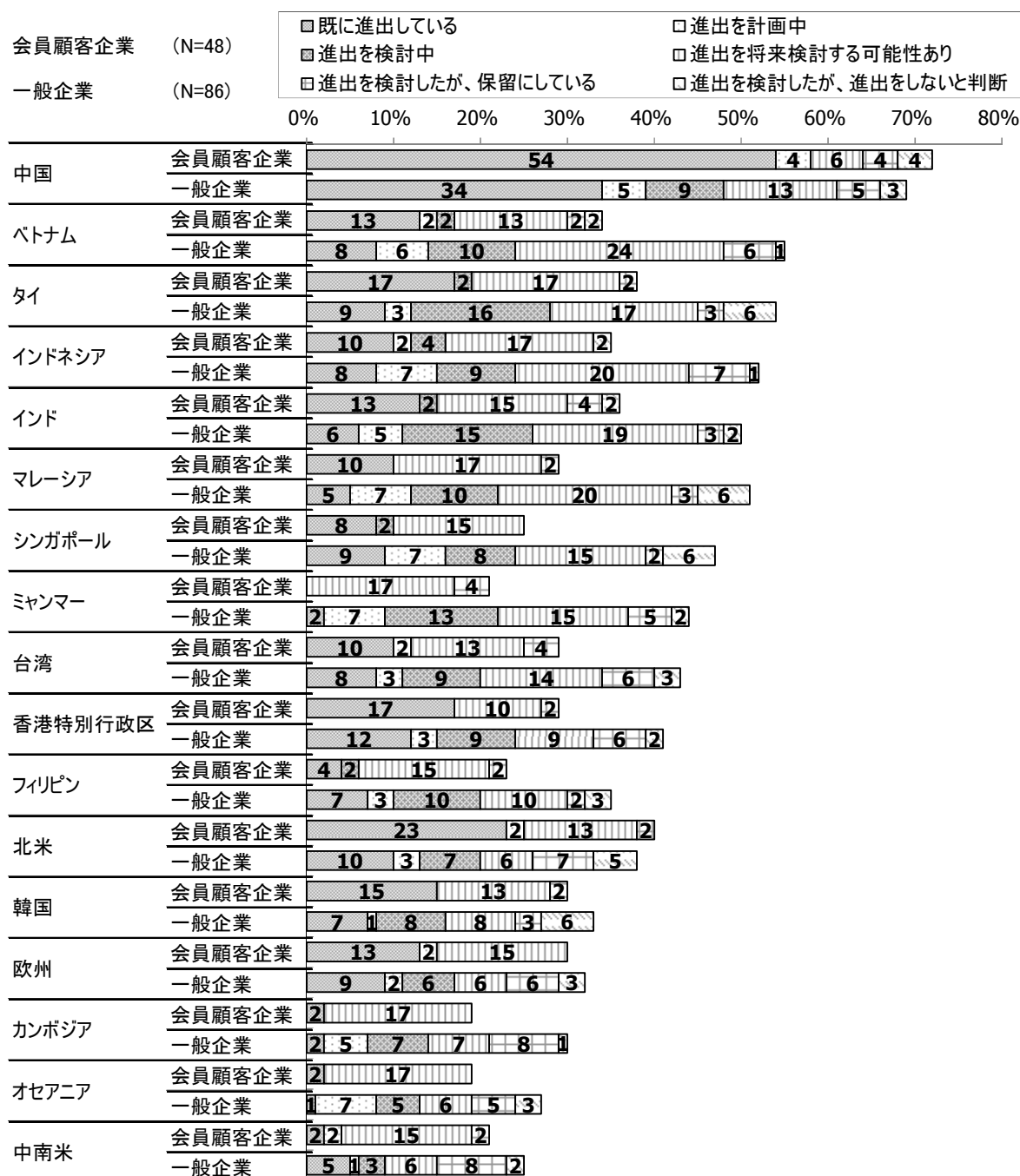


図表 4.1.1 に示すように、会員顧客企業・一般企業ともに『既に進出している』国として最も多かったのは「中国」であり、会員顧客企業 26 社、一般企業 29 社であった。

回答のあった一般企業の中で、『既に進出している』、『進出を計画中』、『進出を検討中』、『進出を将来検討する可能性あり』の 4 項目の合計が多かった国は、「中国」を筆頭に「ベトナム」、「タイ」、「インドネシア」、「インド」、「マレーシア」、「シンガポール」など、東南アジアの各国であった。

参考に、各国への進出状況を比率で見たグラフを図表 4.1.2 に示す。

図表 4.1.2 国別進出状況（比率表示）



#### 4 海外拠点での IT 環境整備におけるニーズ

次に、会員顧客企業や一般企業の多くが進出対象としている「中国」について、進出している業種は何が多いのかを見たのが図表 4.1.3 である。

図表 4.1.3 業種別の「中国」への進出企業数



中国への進出に関して『既に進出している』、『進出を計画中』、『進出を検討中』、『将来進出を検討する可能性あり』のいずれかを回答した企業を業種別に見てみると、会員顧客企業、一般企業ともに「製造業」が最も多く、会員顧客企業で 18 社、一般企業で 19 社であった。続いて「商業」が会員顧客企業で 7 社、一般企業で 13 社であった。

このうち『既に進出している』企業は、「製造業」が会員顧客企業で 16 社、一般企業で 13 社、「商業」が会員顧客企業で 5 社、一般企業で 9 社と、他の業種に比較して特出している。日本からの距離が近いことから物流コストが少なく済むことや経済環境が順調で労働人口の多さから、製造プラントや流通販売店を中心とする業種で積極的に進出を果たしている企業が多い結果であろう。

中国に限らず、海外への進出が多いのは「製造業」であり、国内ではコストなどの面で採算が取れない企業が、東南アジアを中心とした海外に進出の意欲を見せている実態が垣間見える。

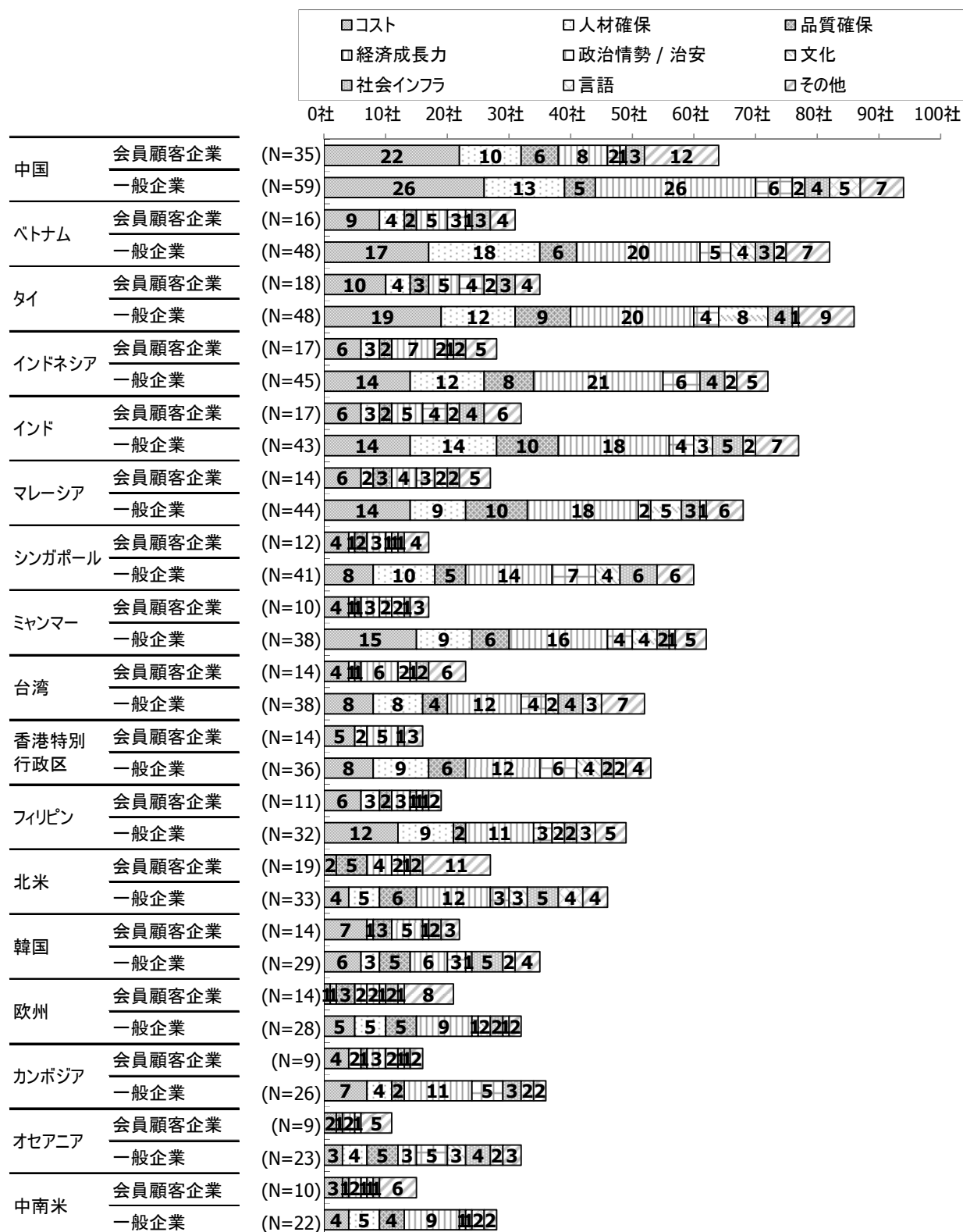


## 4.2 進出を検討する上で重視した項目

各企業が海外進出を検討するうえで、重要であると考えた項目は何であったのか？

各企業が進出の対象とした国に対して、重要であると考えた項目を『コスト』、『人材確保』、『品質確保』、『経済成長力』、『政治情勢 / 治安』、『文化』、『社会インフラ』、『言語』、『その他』の中から選んでもらった。

図表 4.2.1 進出を検討する上で重視した項目（複数選択）



## 4 海外拠点での IT 環境整備におけるニーズ

図表 4.2.1 に結果を示すが、会員顧客企業・一般企業ともに選択の理由で最も多かったのは『経済成長力』であり、「オセアニア」を除いて、ほぼ全世界的に共通な重要な要素といえる。

一方で、『コスト』は東南アジア圏ではかなり高い比率であるが、「オセアニア」、「北米」、「中南米」、「欧州」は選択理由としては比較的安く、日本からの距離が物流コストに跳ね返ることから、選択理由としては低くなっているものと思われる。

### 4.3 海外拠点の IT 環境整備

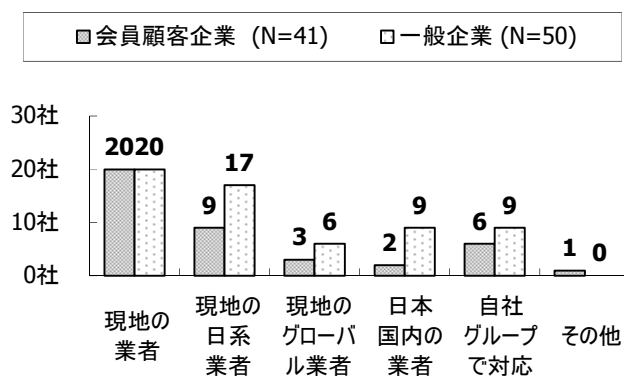
#### 4.3.1 進出済み企業で選定した業者

海外に進出した企業にとって、IT 環境の整備は国内との情報連動も含めて非常に重要な要素となっている。

企業が IT 環境整備をどのような業者に依存し、またそうした業者を決定するために重要と考えた要因について調査した。

まず、業者であるが『現地の業者』、『現地の日系業者』、『現地のグローバル業者』、『日本国内の業者』、『自社グループでの対応』、『その他』の中から、実際に選定した業者を選んでもらった。

図表 4.3.1.1 進出済み企業で選定した業者（複数選択）



会員顧客企業・一般企業ともに、中心となっているのは『現地の業者』だが、一般企業では『現地の日系業者』もかなり多い数となっている。

一般企業が『現地の日系企業』を選択していることに対して、業種毎に特異点があるかを分析したが、進出数が多かった「製造業」、「商業」とともに、『現地の業者』を選択した企業と『現地の日系業者』を選択した企業が同数であったことから、特に日系業者に限って選択がされているわけではないと思われる。

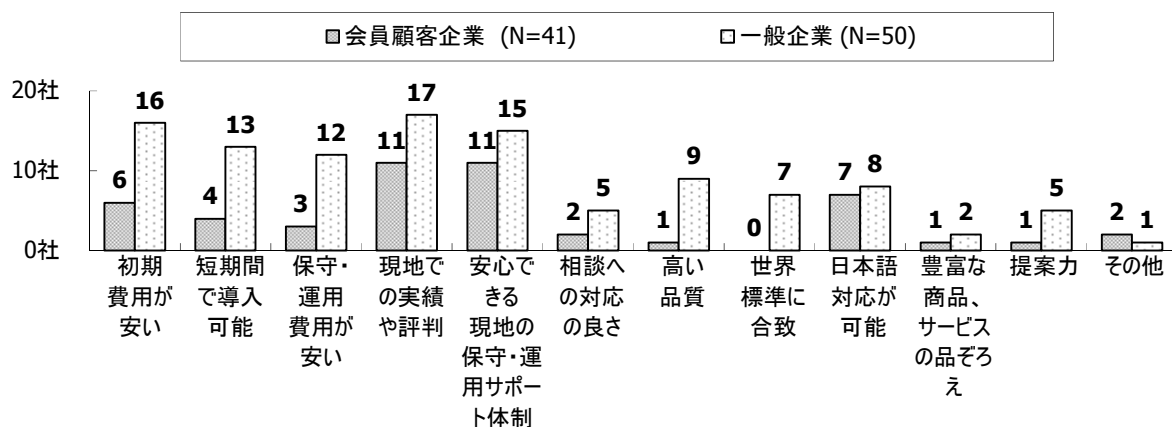
#### 4.3.2 進出済み企業での業者決定要因

こうした業者を決定する上でポイントとなった要因は何であろうか？

次ページの図表 4.3.2.1 に結果を示すが、会員顧客企業では『現地での実績や評判』、『安心できる現地での保守・運用サポート体制』が上位を占めた。一般企業でもトップは『現地での実績や評判』で

あるが、『初期費用が安い』が2位に入り、『安心できる現地の保守・運用サポート体制』と続いた。また、それほど数は多くないが、会員顧客企業・一般企業ともに『日本語対応が可能』が挙げられている。

図表 4.3.2.1 進出済み企業での業者決定要因（複数選択）



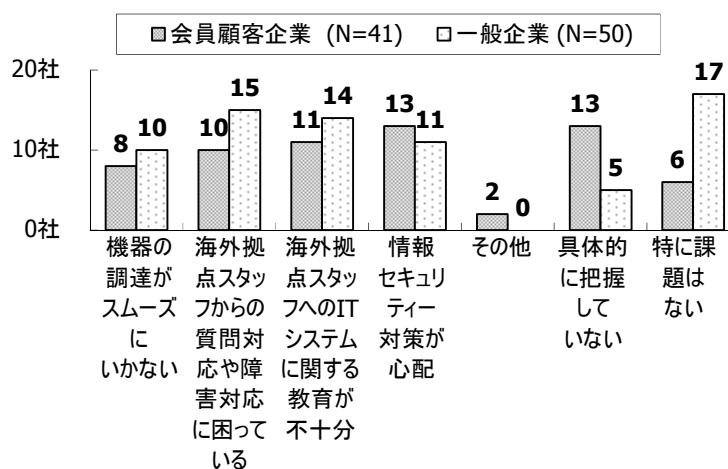
やはり、先行企業から発信される実績や評判が、後から進出する企業にとっての重要なポイントとなっていることが伺われる。

### 4.3.3 進出済み企業での IT 環境整備・保守・運用に係わる課題

実際に進出した企業が課題として捉えているのは何であろうか？

『特に課題はない』、『具体的に把握していない』といった問題把握をしていない企業がそこそこあるものの、会員顧客企業・一般企業ともかなりの企業が課題として捉えている項目が明確になった。

図表 4.3.3.1 進出済み企業での IT 環境整備・保守・運用に係わる課題（複数選択）



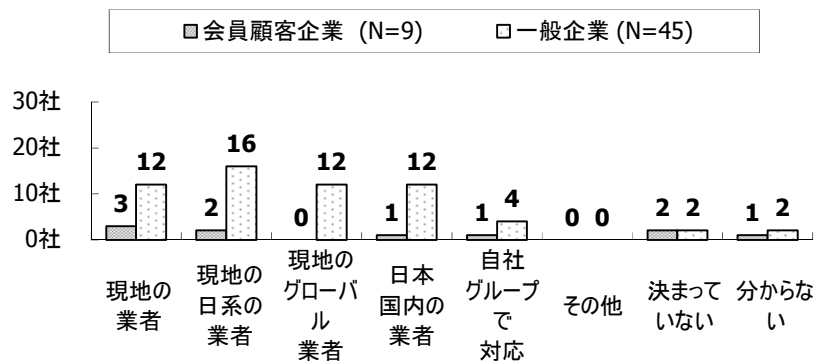
特に『海外拠点のスタッフからの質問や障害対応に困っている』、『海外拠点スタッフへの IT システムに関する教育が不十分』といった課題については、今回の調査を行った関連企業が、海外に向けたひとつのビジネスチャンスとして受け止める必要であろう。

#### 4.3.4 進出を計画中・検討中の企業で依頼する予定の業者

既に進出している企業では、『現地の業者』が最も多かったが、これから進出する企業ではどのように考えているのであろうか？

会員顧客企業は、回答数が 9 社と少ないので参考情報として捉えてもらうとし、一般企業では『現地の日系業者』が最も多く 16 社となっている。しかし、『現地の業者』、『現地のグローバル業者』、『日本国内の業者』もそれぞれ 12 社といった状況であり、実際の進出にあたって、更なる選択が行われるものと思われる。

図表 4.3.4.1 IT 整備等の作業を依頼する予定の業者（複数選択）

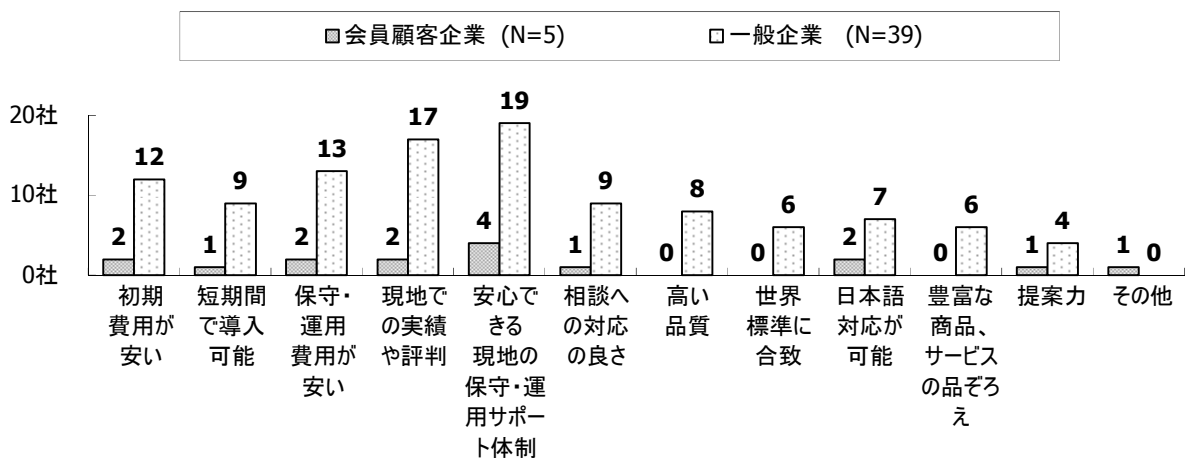


#### 4.3.5 依頼する業者を決定する上で重視する要因

更なる選択を進める上で重視する要件は何であろうか？

既に進出している企業が、選択の要件の上位に挙げた『安心できる現地の保守・運用サポート体制』と『現地での実績や評判』が上位 2 要因として挙げられた。

図表 4.3.5.1 業者を決定する上で重視する要因（複数選択）



ここでも、先行企業の経験則が重要なポイントとなっていることが伺われる。

### 4.3.6 海外拠点の IT 環境整備・保守・運用する上で不可欠なサポートサービス

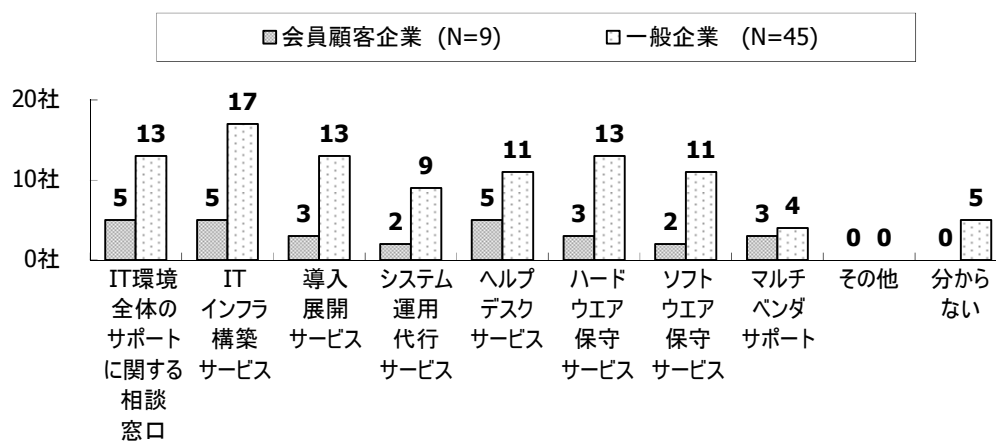
ここまで、海外進出企業の状況を聞いてきたが最後の質問として、これから海外へ進出する企業にとって不可欠なサポートサービスは何であるかを質問した。

回答状況を図表 4.3.6.1 に示すが、『IT インフラ構築サービス』がトップとなった。

国内のように IT インフラがすでに整備されており、そのインフラに基づいた構築作業であればあまり不安はないのであろうが、海外のようにインフラが十分ではないと思われる地域での IT インフラ構築は、進出企業にとって、今後の業務遂行のためにも重要な領域であると考えられる。

そのほかにも、『IT 環境全体のサポートに関する相談窓口』、『導入展開サービス』、『ヘルプデスクサービス』、『ハードウェアやソフトウェアの保守サービス』が期待されている状況が分かった。

図表 4.3.6.1 不可欠なサポートサービス（複数選択）



国内であれば、いろいろなベンダーが顧客のニーズに合わせたサービスとして提供できているものが、海外となると望みどおりのサービスが受けられるかどうか分からないといった不安も付きまとうものと思われる。

—禁無断転載—

スマート時代における中堅中小企業の  
各種サービスへのニーズ変化と、  
今後のサポートサービス事業展開の  
方向性に関する調査研究  
(中間報告)

発行 一般社団法人 日本コンピュータシステム販売店協会  
東京都文京区湯島 1-9-4 鳴原ビル 2 階  
電話 03-5802-3198 <http://www.jcssa.or.jp>  
発行日 平成 25 年 10 月