

中小企業におけるデジタル化への取り組みについて

～ 業務のデジタル化に取り組んでいる企業は 31.0%

53.8%の企業が「手形の電子化」は好影響 ～

コロナ禍による働き方の変化や生産性の向上に対応するため、デジタル化への取り組みは必要不可欠とされている。政府ではデジタル庁を創設し、官公庁の業務のデジタル化に本格的に取り組む。また、2026年をめぐりに紙の約束手形等を廃止する方針も示している。

このような中、地元中小企業は、業務のデジタル化をどのように考え、取り組んでいるのか、当金庫取引先企業を対象にアンケート調査を実施した。

- 調査時点：2022年11月上旬
- 調査依頼先数：1,400社
- 調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）
- 有効回答数：1,336社
- 調査方法：聞き取り法
- 有効回答率：95.4%

業種	従業員数				計	構成比
	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上		
製造業	131社	220社	67社	33社	451社	33.8%
卸売業	71	79	19	2	171	12.8%
小売業	90	51	10	8	159	11.9%
建設業	91	121	21	2	235	17.6%
運輸業	14	39	20	9	82	6.1%
サービス業	124	93	13	8	238	17.8%
計	521	603	150	62	1336	100.0%
構成比	39.0%	45.2%	11.2%	4.6%	100.0%	—

(注) 小売業には「飲食店」、サービス業には「不動産業」を含みます。

(要旨)

1. 業務のデジタル化への取り組みについて

(1) デジタル化の位置づけ

「極めて重要な経営課題」とした企業が 9.4%、「重要な経営課題の一つ」が 35.6%、「経営課題の一つ」が 36.4%で、合わせて 81.4%の企業が業務のデジタル化を「経営課題と認識」している。

(2) デジタル化の取り組み状況

「全社的に取り組んでいる」企業が 16.0%、「部署単位で取り組んでいる」とした企業が 9.4%で、合わせて 31.0%の企業が業務のデジタル化に取り組んでいる。また、「今後、取り組む予定」とする企業は 54.8%で、取り組みが進む可能性は十分ある。

(3) デジタル化の主な相談先

「士業（公認会計士、税理士、社労士）」(54.2%)、「取引金融機関」(33.5%)、「ITベンダー（販売会社や製品を提供する会社）」(33.0%)が上位を占めた。

(4) デジタル化に取り組む理由

「労働生産性の向上」が 68.4%、「コスト削減」が 57.3%などとなった。売上・受注減少や経費の増加を課題として抱える中小企業にとって、生産性向上やコスト削減に効果が見込まれるデジタル化は有力な対応策の一つであると思われる。

(5) デジタル化に取り組まない理由

「時間的余裕がない」が 47.7%、「ノウハウ不足」が 45.6%となった。業務のデジタル化が経営課題として必要であると認識しながらも、時間的余裕やノウハウの不足がハードルとなっている状況がうかがえる。

2. 手形の電子化対応について

(1) 約束手形の利用状況

「利用している」企業は 50.9%で、約半数の企業が約束手形を利用している。そのうち受取人としての利用企業が圧倒的に多い。

(2) 手形電子化の認識

「知っており、対応済みまたは対応中」とした企業が 41.3%、「知っているが、未対応」が 55.6%あった。一方、「知らなかった」のはわずか 3.1%であった。

(3) 手形廃止に伴う資金繰りへの影響

「悪影響がある」とした企業は 46.2%、一方、53.8%の企業が「好影響がある」としており、悪影響とする企業割合を上回った。

1. 業務のデジタル化への取り組みについて

(1) デジタル化の位置づけ

～ 経営課題と認識している企業が 81.4% ～

はじめに、業務のデジタル化(IT技術を使い、業務プロセスの高度化や新たなサービスの創造等を実現すること)の経営上の位置づけについて、すべての企業に聞いた結果が第1表-1である。

全体でみると、「①極めて重要な経営課題」とした企業が 9.4%、「②重要な経営課題の一つ」が 35.6%、「③経営課題の一つ」が 36.4%で、これらを合わせて 81.4%の企業が業務のデジタル化を「経営課題と認識(①+②+③)」している。

一方、「④経営課題ではない」とした企業も 18.6%あった。

業種別でみると、「①極めて重要な経営課題」とする企業割合は、卸売業(15.7%)、運輸業(12.2%)で高くなった。一方、小売業では、「④経営課題ではない」とする企業割合が 39.6%と他業種と比べて高くなっている。

従業員規模別でみると、規模が大きくなるほど重要な経営課題として認識する企業割合が高くなる傾向にある。

第1表-1 業務のデジタル化の位置づけ

区分		項目	①極めて重要な経営課題				計	経営課題と認識 (①+②+③)
			①極めて重要な経営課題	②重要な経営課題の一つ	③経営課題の一つ	④経営課題ではない		
業種別	製造業	9.3	42.4	35.7	12.6	100.0	87.4	
	卸売業	15.7	36.3	36.3	11.7	100.0	88.3	
	小売業	8.2	22.6	29.6	39.6	100.0	60.4	
	建設業	5.5	34.9	43.0	16.6	100.0	83.4	
	運輸業	12.2	31.7	35.4	20.7	100.0	79.3	
	サービス業	8.4	33.2	36.6	21.8	100.0	78.2	
規模別	5人未満	4.0	24.8	39.1	32.1	100.0	67.9	
	5～19人	9.8	39.8	39.0	11.4	100.0	88.6	
	20～49人	16.0	52.0	26.7	5.3	100.0	94.7	
	50人以上	33.9	46.7	12.9	6.5	100.0	93.5	
全体		9.4	35.6	36.4	18.6	100.0	81.4	

(2) デジタル化の取り組み状況

～ 31.0%の企業が取り組んでいる ～

業務のデジタル化の取り組み状況について、すべての企業に聞いた結果が第1表-2である。

全体で見ると、「①全社的に取り組んでいる」企業が16.0%、「②部署単位で取り組んでいる」とした企業が15.0%、合わせて31.0%の企業が業務のデジタル化に取り組んでいる。前項1(1)で、経営課題と認識している企業が81.4%あったものの、実際に取り組んでいる企業は3割程度にとどまった。ただし、「③今後、取り組む予定」とする企業が54.8%あり、取り組みが進む可能性は十分ある。

業種別で見ると、「取り組んでいる(①+②)」とした企業割合は、卸売業(38.6%)、製造業(34.3%)で比較的高くなった。

従業員規模別で見ると、「取り組んでいる(①+②)」とした企業割合は、規模が大きくなるほど高くなる傾向にある。

第1表-2 業務のデジタル化の取り組み状況

区分		項目					(%)	
			①全社的に 取り組み	②部署単位 で取り組み	③今後、取 り組む予定	④取り組む 予定なし	計	取り組んで いる (①+②)
業 種 別	製 造 業	15.5	18.8	55.3	10.4	100.0	34.3	
	卸 売 業	19.9	18.7	52.0	9.4	100.0	38.6	
	小 売 業	18.9	6.9	42.8	31.4	100.0	25.8	
	建 設 業	11.9	15.7	61.8	10.6	100.0	27.6	
	運 輸 業	11.0	12.2	62.2	14.6	100.0	23.2	
	サービス業	18.1	10.9	54.2	16.8	100.0	29.0	
規 模 別	5人未満	11.1	5.6	58.5	24.8	100.0	16.7	
	5～19人	15.6	18.2	57.6	8.6	100.0	33.8	
	20～49人	26.7	28.0	41.3	4.0	100.0	54.7	
	50人以上	35.5	32.3	27.4	4.8	100.0	67.8	
全 体		16.0	15.0	54.8	14.2	100.0	31.0	

(3) デジタル化の主な相談先

～ 54.2%の企業が「士業（公認会計士、税理士、社労士）」に相談 ～

前項1(2)で、「全社的に取り組んでいる」、または「部署単位で取り組んでいる」とした企業(31.0%、415社)に対して、デジタル化に係る主な相談先を聞いた結果が第1表-3である。

全体でみると、「①士業」が54.2%、「②取引金融機関」が33.5%、「③ITベンダー」が33.0%、以下「④友人・知人」(22.4%)、「⑤ITコンサルタント」(14.5%)、「⑥公的機関」(5.8%)と続く。

従業員規模別でみると、規模が大きくなるほど「③ITベンダー」や「⑤ITコンサルタント」などのデジタル関連の専門機関に相談する傾向が大きくなる。

第1表-3 デジタル化の主な相談先

(複数回答、%)

区分		項目	①士業	②取引金融機関	③ITベンダー	④友人・知人	⑤ITコンサルタント	⑥公的機関	⑦なし
業種別	製造業		58.1	41.3	34.2	17.4	14.8	6.5	3.9
	卸売業		57.6	31.8	37.9	16.7	12.1	4.5	0
	小売業		39.0	14.6	36.6	29.3	14.6	0	7.3
	建設業		61.5	41.5	20.0	23.1	10.8	9.2	1.5
	運輸業		57.9	47.4	21.1	36.8	26.3	10.5	10.5
	サービス業		43.5	17.4	39.1	30.4	15.9	4.3	8.7
規模別	5人未満		46.0	36.8	20.7	23.0	4.6	2.3	10.3
	5～19人		55.9	37.3	28.4	27.5	13.2	6.4	3.9
	20～49人		64.6	25.6	43.9	11.0	19.5	7.3	1.2
	50人以上		42.9	23.8	59.5	19.0	31.0	7.1	0
全体			54.2	33.5	33.0	22.4	14.5	5.8	4.3

①士業（公認会計士、税理士、社労士）

②取引金融機関

③ITベンダー（販売会社や製品を提供する会社）

④他社の経営者や友人

⑤ITコンサルタント

⑥公的な支援機関

⑦特に相談者はいない

(4) デジタル化に取り組む理由

～ 「労働生産性の向上」68.4%、「コスト削減」57.3% ～

前項1(2)で、「全社的に取り組んでいる」、または「部署単位で取り組んでいる」とした企業(31.0%、415社)に対して、デジタル化に取り組む理由を聞いた結果(複数回答)が第1表-4である。

全体で見ると、「①生産性向上」が68.4%、「②コスト削減」が57.3%となった。売上・受注減少や経費の増加を課題として抱える中小企業にとって、生産性向上やコスト削減に効果が見込まれるデジタル化は有力な対応策の一つであると思われる。

次いで「③営業力・販売力強化」(49.9%)、「④事業継続」(28.4%)、「⑤商品等の開発」(18.8%)、「⑥評判・信用力の向上」(14.0%)が続く。

業種別で見ると、「①生産性向上」を見込む企業割合は、製造業(80.0%)、運輸業(73.7%)が、「②コスト削減」では運輸業(73.7%)が高くなっている。

従業員規模別で見ると、「①生産性向上」を見込む企業割合は、「5人未満」の企業が5割未満であるのに対し、5人以上の企業は7～8割となっており差が大きくなっている。

第1表-4 デジタル化に取り組む理由

(複数回答、%)

区分		項目	①生産性向上	②コスト削減	③営業力・販売力強化	④事業継続	⑤商品等の開発	⑥評判・信用力の向上
業種別	製造業		80.0	59.4	43.9	24.5	18.1	11.6
	卸売業		65.2	59.1	62.1	33.3	18.2	16.7
	小売業		65.9	51.2	51.2	24.4	34.1	12.2
	建設業		60.0	60.0	49.2	24.6	12.3	12.3
	運輸業		73.7	73.7	42.1	36.8	21.1	21.1
	サービス業		53.6	47.8	53.6	36.2	17.4	17.4
規模別	5人未満		47.1	49.4	47.1	29.9	14.9	10.3
	5～19人		71.6	56.9	52.0	29.4	20.1	14.7
	20～49人		80.5	61.0	50.0	23.2	15.9	14.6
	50人以上		73.8	69.0	45.2	31.0	26.2	16.7
全体			68.4	57.3	49.9	28.4	18.8	14.0

①労働生産性の向上(効率化・省力化・働き方改革への対応)

②コスト削減(人件費・経費の削減)

③営業力・販売力の強化(データベースの活用、マーケティング)

④事業の継続(緊急時対応)

⑤商品・サービスの高付加価値化、開発

⑥自社の評判・信用力の向上

(5) デジタル化に取り組まない理由

～ 「時間的余裕がない」「ノウハウ不足」が 5 割弱 ～

前項1(2)で、「今後、取り組む予定」、または「取り組む予定なし」とした企業(69.0%、921社)に対して、デジタル化に取り組まない理由を聞いた結果が第1表-5である。

全体でみると、「①時間的余裕がない」が47.7%、「②ノウハウ不足」が45.6%となった。業務のデジタル化が経営課題として必要であると認識しながらも、時間的余裕やノウハウの不足がハードルとなっている状況がうかがえる。

次いで、「③適した業務がない」(35.3%)、「費用対効果」(24.5%)、「④セキュリティ面不安」(21.2%)、「⑥やり方が不明」(20.7%)が続く。

業種別でみると、「①時間的余裕がない」とする企業割合は、運輸業(58.7%)、製造業(53.1%)、建設業(50.3%)が、「②ノウハウ不足」では製造業(55.8%)が5割を超えて高くなっている。

一方、小売業では、デジタル化に取り組まない最も大きな理由が「③適した業務がない」(37.3%)となっている。

第1表-5 デジタル化に取り組まない理由

(複数回答、%)

区分	項目	①時間的余裕がない	②ノウハウ不足	③適した業務がない	④費用対効果	⑤セキュリティ面不安	⑥やり方が不明
業種別	製造業	53.1	55.8	36.0	22.9	25.3	22.6
	卸売業	45.6	45.6	28.2	30.1	21.4	16.5
	小売業	35.6	33.9	37.3	33.9	14.4	16.1
	建設業	50.3	49.1	33.7	22.5	23.7	23.7
	運輸業	58.7	44.4	36.5	19.0	15.9	25.4
	サービス業	41.3	32.9	38.3	21.0	18.0	18.6
規模別	5人未満	38.7	38.9	36.8	26.3	20.0	20.5
	5～19人	56.1	49.5	35.4	22.7	22.2	19.4
	20～49人	55.2	65.7	23.9	20.9	25.4	26.9
	50人以上	50.0	45.0	40.0	30.0	10.0	30.0
全体	47.7	45.6	35.3	24.5	21.2	20.7	

- ①他に優先事項があり、取り組む時間的余裕がない
- ②デジタルスキルのある人材が不足(ノウハウがない)
- ③デジタル化に適した業務がない(自社事業への活用イメージがわからない)
- ④費用負担が大きい(費用対効果が合わない)
- ⑤セキュリティ面に不安がある
- ⑥何から手をつけていいかわからない(適切なアドバイザー等がない)

2. 手形の電子化対応について

(1) 約束手形の利用状況

～ 「利用している」企業は 50.9% ～

政府機関は、2026 年をめどに紙の約束手形等を廃止する方針を示しています。そこで、約束手形の利用状況について、すべての企業に聞いた結果が**第2表－1**である。

全体でみると、「利用している(①+②+③)」企業は 50.9%で、約半数の企業が約束手形を利用している。そのうち「①受取人としての利用が多い」が 38.0%で圧倒的に多い。

業種別でみると、「利用している」企業割合は、製造業が 81.8%、卸売業が 62.6%、建設業が 54.9%と半数を超えている。一方、小売業ではわずか 5.0%と、業種による差は大きい。

従業員規模別でみると、「5 人未満」の企業で利用しているのは 34.2%であるのに対し、20 人以上の規模層では 7 割弱となっており、規模が大きくなるほど「利用している(①+②+③)」企業割合が高い。

第2表－1 約束手形の利用状況

(%)

区分	項目	利用している(①+②+③)			④利用していない	計	
		①受取人の利用が多い	②振出人の利用が多い	③どちらも同じくらい			
業種別	製造業	81.8	62.6	3.5	15.7	18.2	100.0
	卸売業	62.6	39.8	5.3	17.5	37.4	100.0
	小売業	5.0	2.5	0	2.5	95.0	100.0
	建設業	54.9	43.4	2.1	9.4	45.1	100.0
	運輸業	35.4	29.3	1.2	4.9	64.6	100.0
	サービス業	16.0	11.8	3.4	0.8	84.0	100.0
規模別	5人未満	34.2	25.9	2.7	5.6	65.8	100.0
	5～19人	59.5	45.1	3.3	11.1	40.5	100.0
	20～49人	67.3	48.0	3.3	16.0	32.7	100.0
	50人以上	67.7	46.7	0	21.0	32.3	100.0
全体		50.9	38.0	2.9	10.0	49.1	100.0

(2) 手形電子化の認識

～ 55.6%の企業が認知しているが未対応 ～

政府は、紙の約束手形の代わりに決済手段として、インターネットバンキングや電子手形の活用を促していますが、これについて知っているかどうかを、前項2(1)で約束手形を利用している企業(50.9%、680社)に聞いた結果が**第2表-2**である。

全体でみると、「①認知しており、対応済みまたは対応中」とした企業が41.3%、「②認知しているが、未対応」が55.6%あった。一方、「③知らなかった」のはわずか3.1%であった。

大半の企業は手形の電子化について認識している。「②未対応」とした企業が半数超となっているが、実施されるまで3年以上あり時間的に余裕があることが要因であると考えられる。

業種別でみると、「②未対応」の企業割合が建設業で60.5%と比較的高くなっている。また、運輸業では「③知らなかった」とする企業が13.8%あり、他業態と比べて高い。

従業員規模別でみると、「①対応済み」の企業割合は、5人未満の29.2%に対し、50人以上になると59.5%となり、規模が大きくなるほど対応が進んでいる。

第2表-2 手形電子化の認識 (％)

区分		項目	①認知しており 対応済み	②認知しているが、 未対応	③知らなかった	計
業 種 別	製造業		42.5	55.3	2.2	100.0
	卸売業		43.9	54.2	1.9	100.0
	小売業		50.0	50.0	0	100.0
	建設業		36.4	60.5	3.1	100.0
	運輸業		27.6	58.6	13.8	100.0
	サービス業		47.4	44.7	7.9	100.0
規 模 別	5人未満		29.2	67.4	3.4	100.0
	5～19人		40.4	56.3	3.3	100.0
	20～49人		58.4	40.6	1.0	100.0
	50人以上		59.5	35.7	4.8	100.0
全 体			41.3	55.6	3.1	100.0

(3) 手形廃止に伴う資金繰りへの影響

～ 好影響の企業が 53.8% ～

前項2(1)で約束手形を利用している企業(50.9%、680社)に対して、約束手形廃止による資金繰りへの影響について聞いた結果が第2表-3である。

全体でみると、「①大いに悪影響」があるとした企業は7.5%、「②やや悪影響」が38.7%、合わせて46.2%企業が「悪影響がある(①+②)」としている。

一方、「③やや好影響」が47.6%、「④大いに好影響」が6.2%、合わせて53.8%が「好影響がある③+④」としており、好影響の企業割合が悪影響を上回る結果となった。

業種別でみると、「好影響がある」とした企業割合は、運輸業(58.7%)、建設業(56.6%)で比較的高くなっている。一方、小売業、卸売業では、「悪影響がある」と「好影響がある」が同程度の割合となっている。

従業員規模別でみると、「5人未満」の企業は、好影響(40.4%)より悪影響(59.6%)を受ける企業割合が高くなっている。

第2表-3 約束手形廃止の資金繰りへの影響 (％)

区分	項目	悪影響(①+②)		好影響(③+④)			計	
		①大いに悪影響	②やや悪影響	③やや好影響	④大いに好影響			
業種別	製造業	46.4	7.6	38.8	53.6	47.6	6.0	100.0
	卸売業	49.6	7.5	42.1	50.4	42.9	7.5	100.0
	小売業	50.0	25.0	25.0	50.0	50.0	0	100.0
	建設業	43.4	3.1	40.3	56.6	49.6	7.0	100.0
	運輸業	41.3	10.3	31.0	58.7	55.3	3.4	100.0
	サービス業	47.4	15.8	31.6	52.6	47.3	5.3	100.0
規模別	5人未満	59.6	7.9	51.7	40.4	36.5	3.9	100.0
	5～19人	42.3	7.5	34.8	57.7	50.5	7.2	100.0
	20～49人	35.7	5.0	30.7	64.3	58.4	5.9	100.0
	50人以上	47.6	11.9	35.7	52.4	45.3	7.1	100.0
全体		46.2	7.5	38.7	53.8	47.6	6.2	100.0