

第2章 小規模事業者のIT利活用による労働生産性の向上

第1章では人手不足対応のために、業務時間を増やして対応する経営者の負担が大きくなっており、そのような状況のもと、自身の業務時間を削減するために間接業務のIT化を志向する経営者が多いことが分かった。

第2章では経営者の間接業務の効率化に向けたIT利活用について分析する。また、IT利活用が、小規模事業者の売上向上、ひいては生産性向上に役立っていることを示していく。

第1節 小規模事業者のIT利活用の現状

本節では、小規模事業者のIT利活用の現状を把握するため、ITツール・サービスの利用状況

やITを導入する際の課題について分析する。

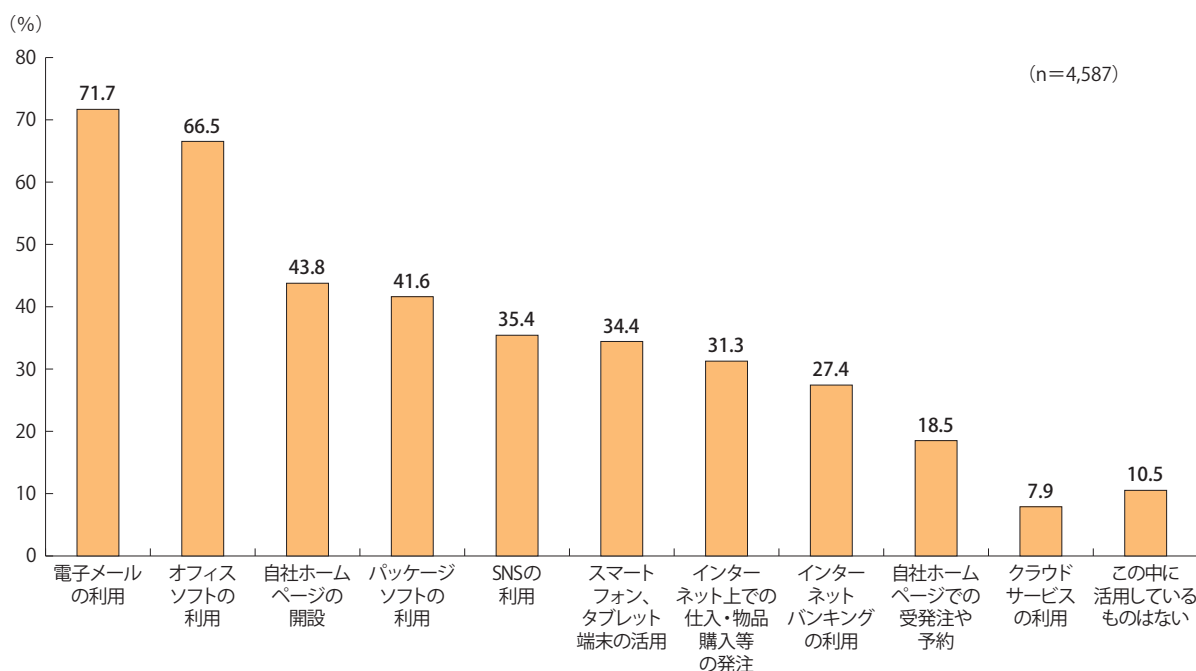
1 IT利活用の状況

① ITツール・サービスの利用状況

第2-2-1図は、業務で利用しているITツールやサービスについて見たものである。業務上で小規模事業者の7割超が「電子メールの利用」、6割超

が「オフィスソフトの利用」をしている。「この中に活用しているものはない」としている事業者は1割にとどまる。

第2-2-1図 ITツール・サービスの利用状況



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017の発注年12月)

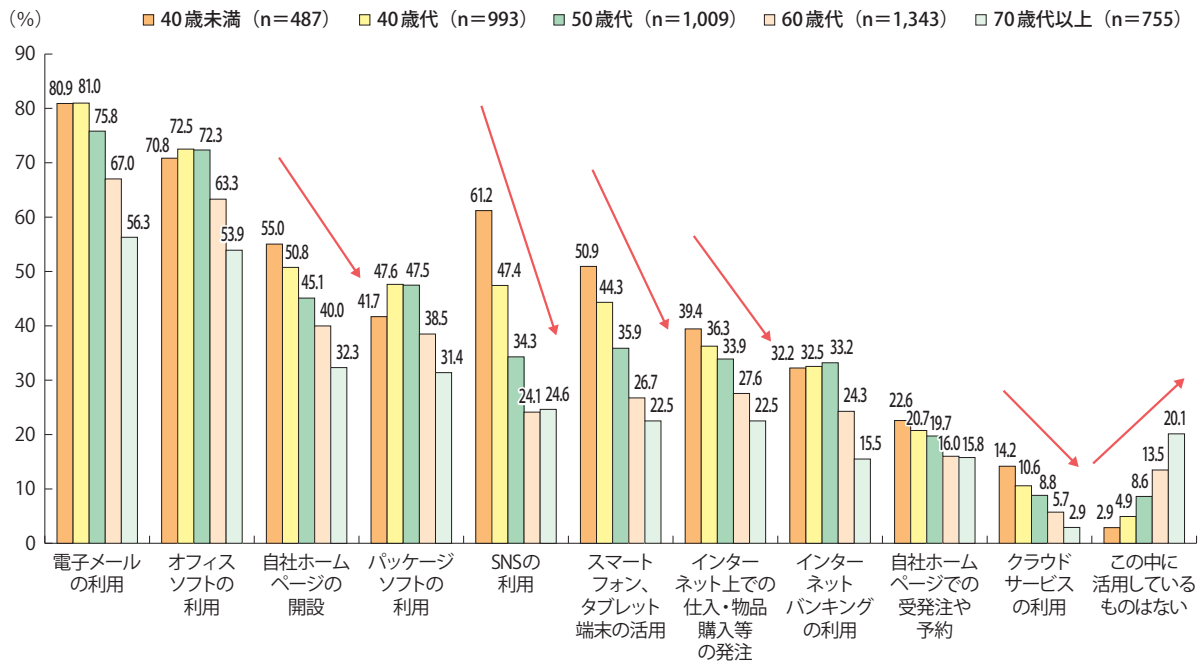
(注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

② ITツール・サービスの利用状況（経営者年齢別）

第2-2-2図は、ITツール・サービスの利用状況について経営者年齢別に見たものである。経営者年齢が若いほど、各種ITツール・サービスを利

用している割合が高い。他方で、経営者年齢が高いほど、「この中に活用しているものはない」と回答する割合が高くなる傾向があり、70歳以上の経営者では2割を占めている。

第2-2-2図 ITツール・サービスの利用状況（経営者年齢別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

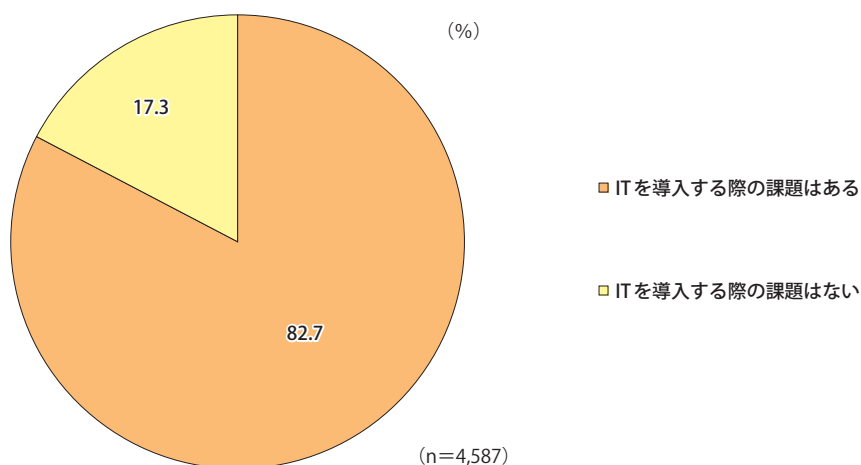
2 ITを導入する際の課題

① ITを導入する際の課題の有無

第2-2-3図は、ITを導入する際の課題の有無に

ついて見たものである。8割を超える経営者が「ITを導入する際の課題はある」と回答している。

第2-2-3図 ITを導入する際の課題の有無



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

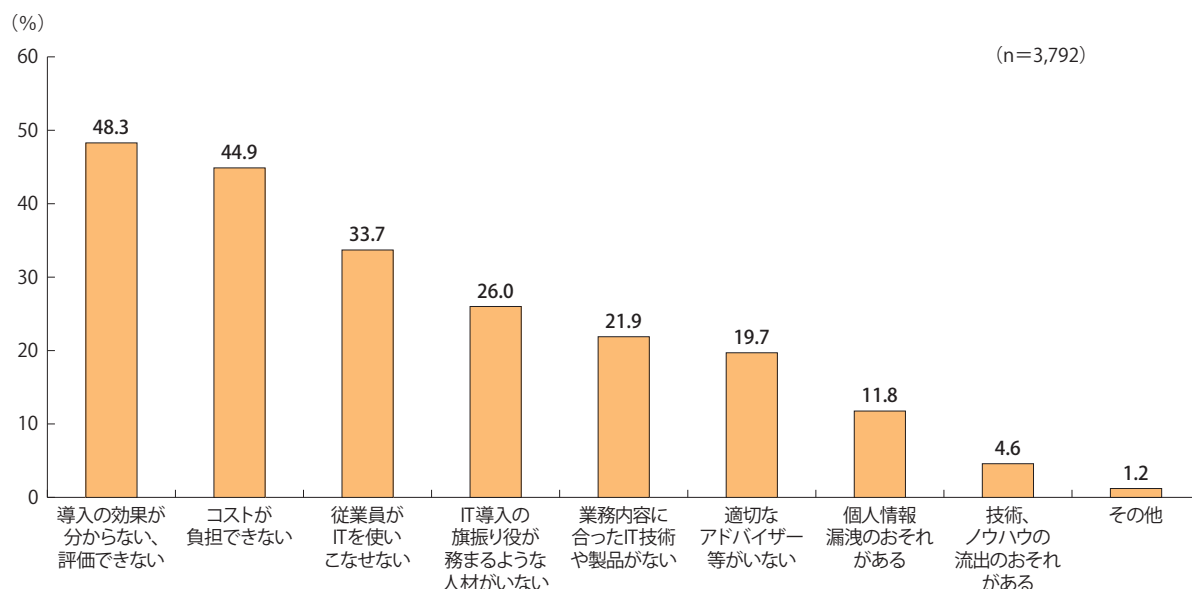
(注) ここでいう「ITを導入する際の課題はある」とは、ITの導入・利用を進めようとする際にいずれか1つでも課題があると回答した者をいう。

② ITを導入する際の課題（内訳）

第2-2-4図において「ITを導入する際の課題はある」とした者を対象に、ITを導入する際の課題について聞いている。ITを導入する際の課題は、「導入の効果が分からない、評価できない」が48.3%で最も多く、次いで「コストが負担でき

ない」が44.9%となっている。「導入の効果が分からない、評価できない」とした者に対しては、支援機関等がITを活用することによるメリット等の情報を提供することで、小規模事業者のIT導入を促していくことが期待される。

第2-2-4図 ITを導入する際の課題（内訳）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. ITを導入する際の課題の有無について、「ITを導入する際の課題はある」とした者を集計している。

第2節 間接業務のIT導入状況

第1節では小規模事業者のIT活用の状況と課題について見てきた。第2節では第2-1-23図で分

析した間接業務のIT化について掘り下げて見ていく。

1 間接業務のIT導入度

①間接業務のIT導入業務数

第2-2-6図は、「財務・会計」、「在庫管理」、「給与管理・勤怠管理」、「受発注」、「顧客管理」の5つの間接業務のうち、第2-1-23図において「パソコン等でほぼ電子化」しているものをIT化しているとし、IT導入業務数を示している。IT導

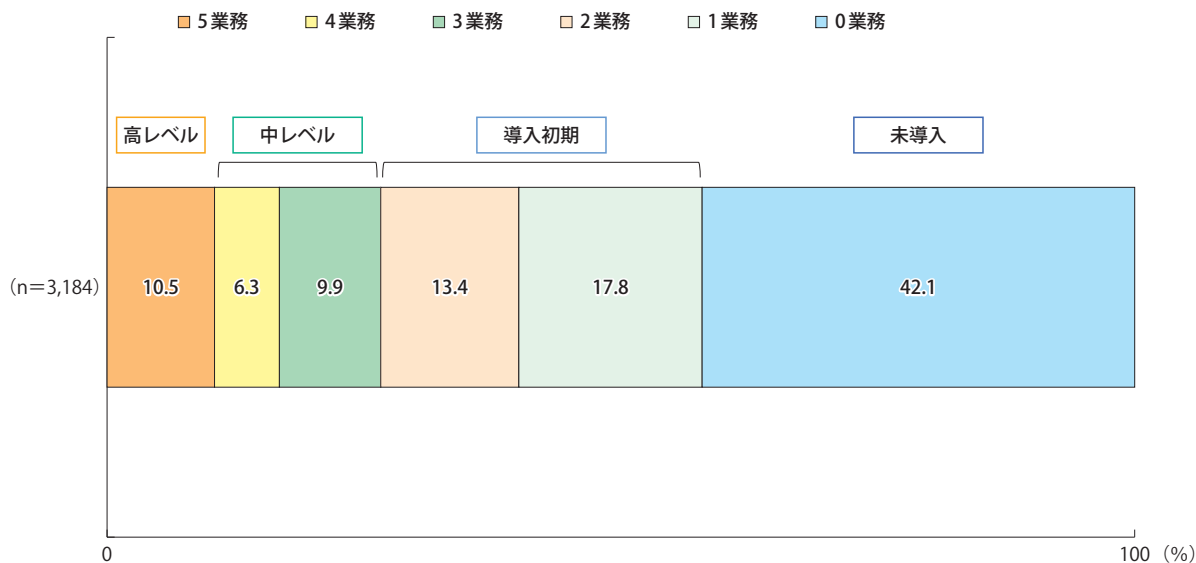
入業務数に応じて間接業務のIT導入度を第2-2-5図のとおり定めた。「高レベル」の事業者は10.5%、「中レベル」の事業者は16.2%、「導入初期」の企業は31.2%、「未導入」の事業者は42.1%となっている。

第2-2-5図 間接業務のIT導入度

「財務・会計」、「在庫管理」、「給与管理・勤怠管理」、「受発注」、「顧客管理」の5つの間接業務について、「パソコン等でほぼ電子化」しているものをIT化しているとして、業務数に応じてIT導入度を定めた。

5業務でIT化している …	高レベル
4～3業務でIT化している …	中レベル
2～1業務でIT化している …	導入初期
IT化している業務はない …	未導入

第2-2-6図 間接業務のIT導入業務数



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

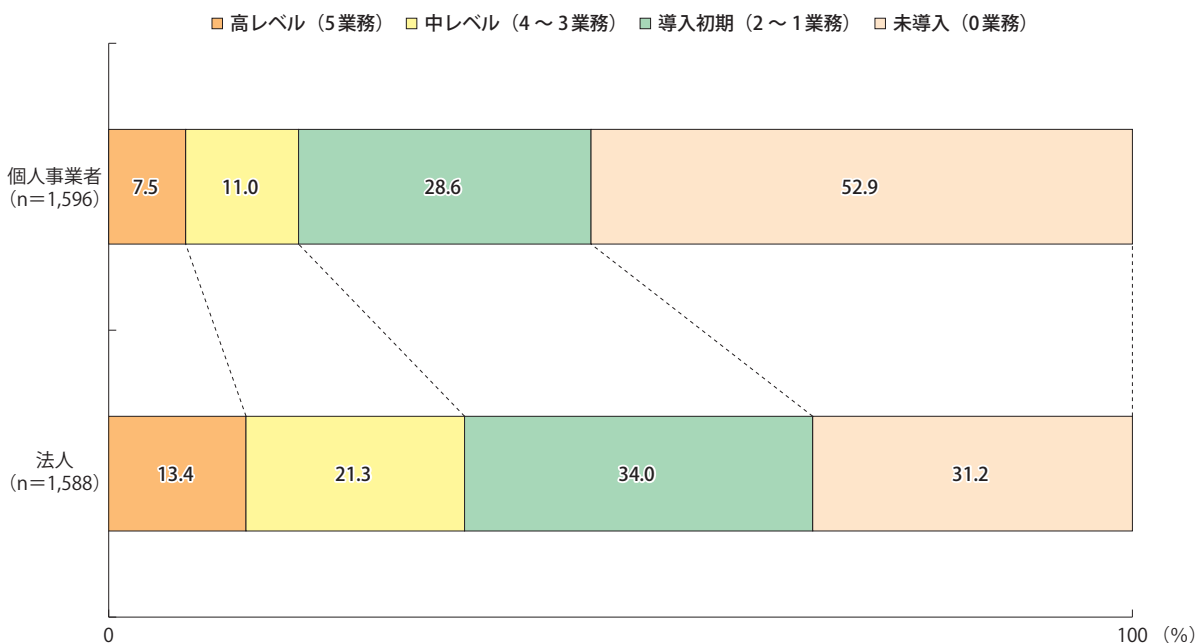
(注) 1. 間接業務の電子化状況について、「財務・会計」、「在庫管理」、「給与管理・勤怠管理」、「受発注」、「顧客管理」の5つの間接業務の全てで、どの間接業務においても、「パソコン等でほぼ電子化」、「電子化と紙の併用」、「ほぼ紙で管理している」のいずれかを回答した者を集計している。
2. 「財務・会計」、「在庫管理」、「給与管理・勤怠管理」、「受発注」、「顧客管理」の5つの間接業務のうち「パソコン等でほぼ電子化」している業務数を示している。

②間接業務のIT導入度（個人法人別）

第2-2-7図は、個人事業者と法人別に間接業務のIT導入度について見たものである。個人事業

者に比べ法人の方がIT導入は進んでいる。組織的な経営をしている事業者の方が、よりITを導入している傾向が強いことが分かる。

第2-2-7図 間接業務のIT導入度（個人法人別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

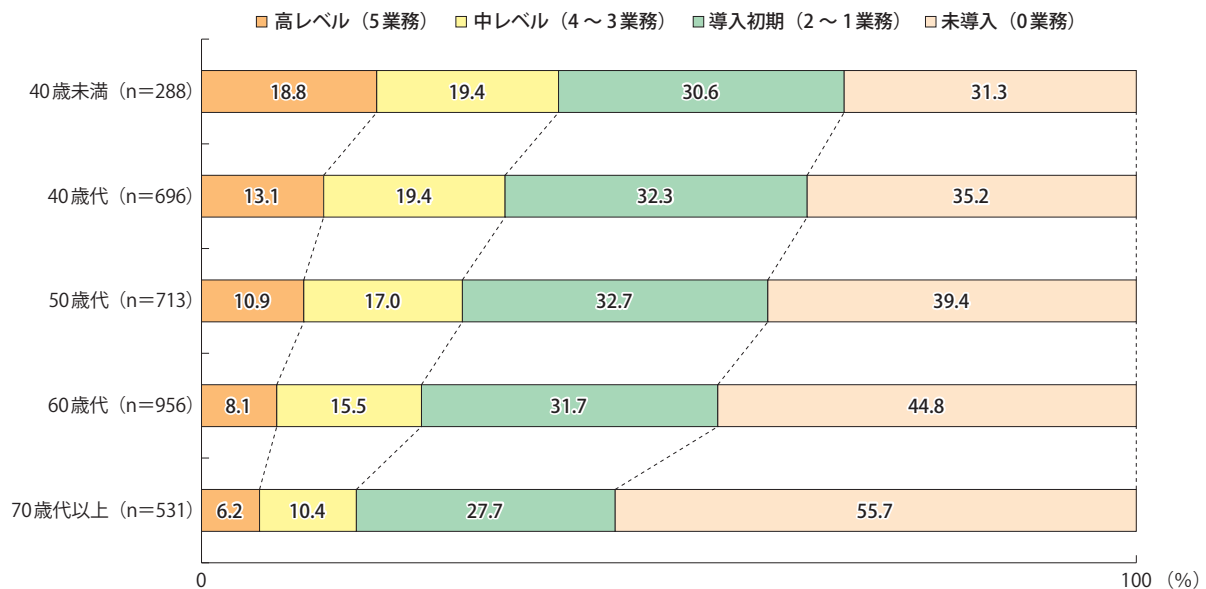
(注) 間接業務のIT導入度については、第2-2-5図「間接業務のIT導入度」及び第2-2-6図「間接業務のIT導入業務数」を参照。

③間接業務のIT導入度（経営者年齢別）

続いて経営者年齢別に見ると、経営者が若い方が間接業務のIT導入度は高い一方、70歳以上の

経営者では、半数以上がIT未導入となっている（第2-2-8図）。

第2-2-8図 間接業務のIT導入度（経営者年齢別）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」（2017年12月）

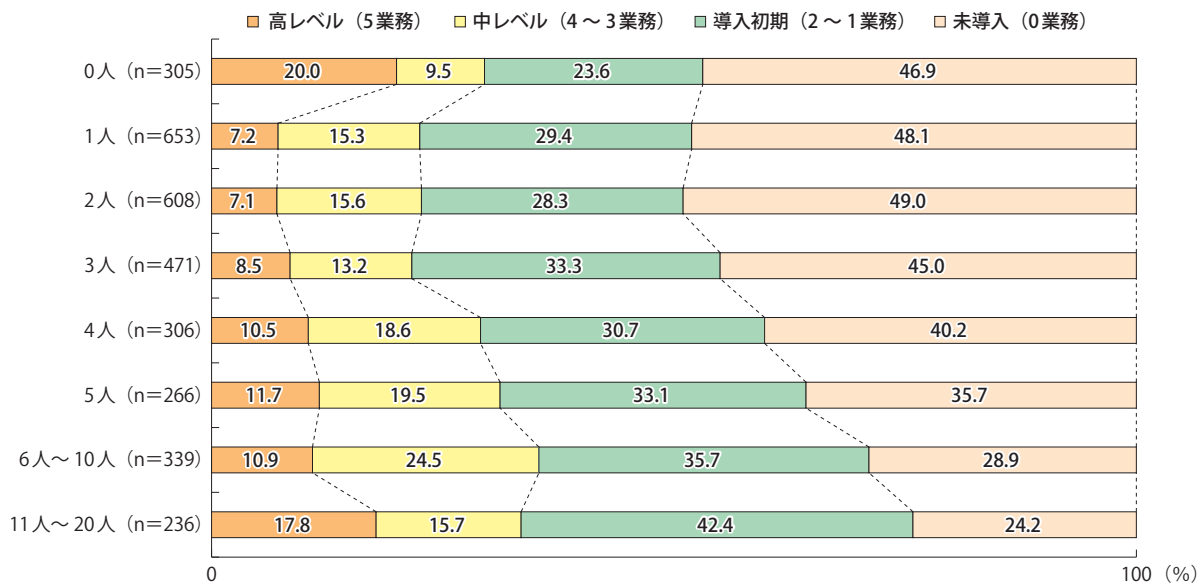
（注）間接業務のIT導入度については、第2-2-5図「間接業務のIT導入度」及び第2-2-6図「間接業務のIT導入業務数」を参照。

④間接業務のIT導入度（常用従業員数別）

常用従業員数別に間接業務のIT導入度を見ると、おおむね規模の大きな事業者の方がIT導入度は高い（第2-2-9図）。しかし、「高レベル」に

ついては常用従業員「0人」の事業者が最も多い。経営者のみで運営している事業者は、ITを高レベルで使いこなしている割合が高いと推察される。

第2-2-9図 間接業務のIT導入度（常用従業員数別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)
 (注) 間接業務のIT導入度については、第2-2-5図「間接業務のIT導入度」及び第2-2-6図「間接業務のIT導入業務数」を参照。

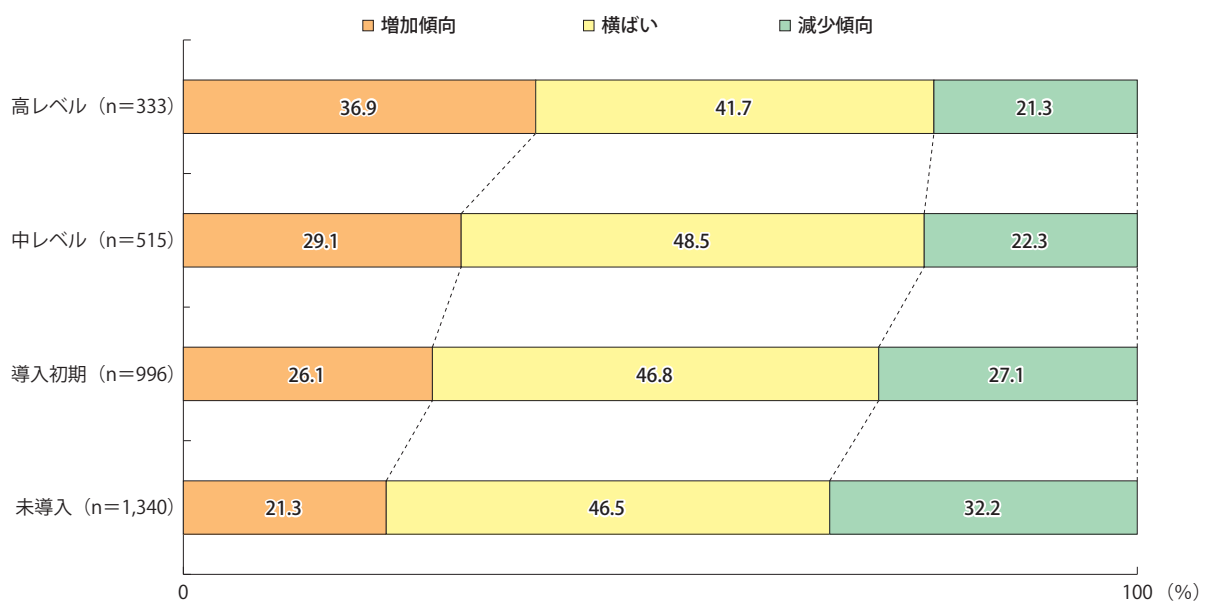
2 間接業務のIT導入による労働生産性の向上

①直近3年間の経常利益額の傾向（間接業務のIT導入度別）

間接業務のIT導入度別に直近3年間の経常利益額について見てみると、IT導入度が高い方が、

直近3年間の経常利益額は増加傾向にある（第2-2-10図）。IT活用により間接業務の効率化が図られたことによるものと推察される。

第2-2-10図 直近3年間の経常利益額の傾向（間接業務のIT導入度別）



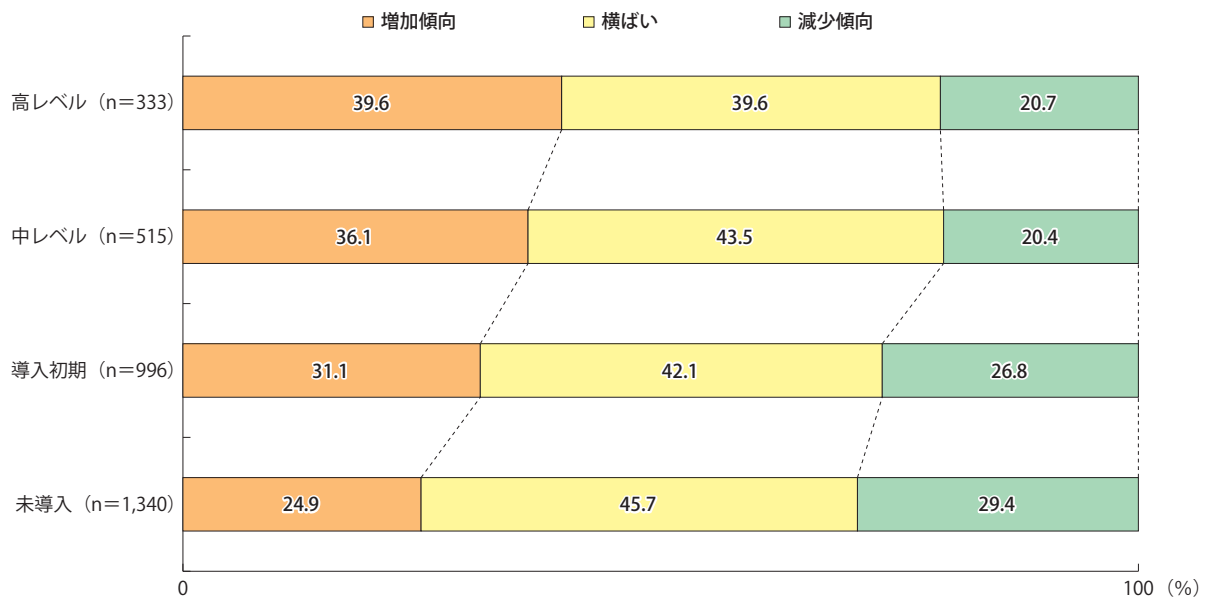
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)
 (注) 間接業務のIT導入度については、第2-2-5図「間接業務のIT導入度」及び第2-2-6図「間接業務のIT導入業務数」を参照。

②直近3年間の売上高の傾向（間接業務のIT導入度別）

間接業務のIT導入度別に直近3年間の売上高について見てみると、IT導入度が高い方が、直

近3年間の売上高は増加傾向にある（第2-2-11図）。IT導入で間接業務の効率化が図られた結果、売上向上につながる業務に注力することができたことによるものと推察される。

第2-2-11図 直近3年間の売上高の傾向（間接業務のIT導入度別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 間接業務のIT導入度については、第2-2-5図「間接業務のIT導入度」及び第2-2-6図「間接業務のIT導入業務数」を参照。

事例 事例2-2-1：有限会社ミッキーチェーン

「ITを活用した製造工程の数値管理により業務を効率化した企業」

福島県郡山市の有限会社ミッキーチェーン（従業員14名、資本金380万円）はパンの製造販売を行う小規模事業者である。もともとは、自社工場でパンを製造し、スーパー等への卸売りを主に行っていたが、東日本大震災直後に地域住民のために緊急的に工場内でパンを販売したことをきっかけに、小売り事業も始めた。

山寺伸二社長は、1992年に工場の失火により主要な取引先が離れ、会社存亡の危機に立たされた際に、卸値を上げずに利幅を確保するためには業務効率化が不可欠であると感じた。しかし当時、既成のパン製造システム導入には1,500万円ほど掛かり、同社ではとても負担できなかった。山寺社長は、自らパソコンスクールでプログラミングを学び、マイクロソフト社のアクセスをベースに、独自に生産管理システム「楽々パン屋さん」を開発した（開発費400万円ほど）。

「楽々パン屋さん」は、製造するパンの種類ごとに必要な生地、餡、具材の単位量の設定がされ、取引先からの日々の注文個数を入力すれば、その日に必要な仕込量や割付量等が算出される。同時に、納入個数分の製品シールが出力され検品作業に掛かる時間も短縮できる。さらに、従業員ごとの製造技術を数値化し、当日の注文量とシフトに応じて、従業員ごとに割り付けられた作業量や作業時間が示された「作

業計画書」が毎朝出力できる。20数年掛けて改良を続け、パン製造の特徴を踏まえた受注－製造－納品の一貫管理システムを完成させた。

これにより、必要な材料を数値で正確に管理できるようになり、廃棄ロスの減少に結びついたほか、従業員の材料使用量にばらつきがなくなり、安定した品質が確保できるようになった。また、「作業計画書」により、従業員には作業に必要な時間分だけ働いてもらうことができる。各従業員の業務量を毎朝確認できるため、子どもの発熱等による欠勤への対応の調整も容易となり、あらゆる世代に働きやすい職場環境づくりに貢献している。

システム導入前と比べ、人件費で5%、原材料費で9%、計14%のコスト削減が実現でき、安定した利益を生み出せるようになった。自社店舗での販売は、全て100円～130円という低価格が維持されており、気軽に購入できる焼きたてパンが地域の人に喜ばれ続けている。

「パンや菓子、総菜等の小規模な食品製造業にとって業務効率化の悩みは共通しています。当社のシステムは応用可能なため、このシステムの普及拡大につとめ、事業者の経営効率化に貢献していきたいです。」と山寺社長は語る。



山寺伸二社長



商品（上）と店舗外観（下）

事例

事例2-2-2：株式会社中村固腸堂

「持続化補助金を活用し段階的にIT化を進め、業務を効率化した企業」

石川県津幡町の株式会社中村固腸堂（従業員2名、資本金1,000万円）は、明治初期に創業し、漢方の卸・小売を行う小規模事業者である。中村寛二社長は、幅広に扱っていた商品を漢方に特化し、在庫ロスを減少させ、顧客からも専門性の高い店だと認識されるようになった。

現在、店舗運営は、6代目となる娘の寿理氏とその夫の周作氏を中心となっている。薬剤師（寿理氏）や国際中医専門員（寿理氏、周作氏）の知識を活かし、予約客へ1時間近い接客を都度行い、顧客に合った適切な漢方を案内している。この接客が強みとなり、高いリピート率に結びついている。

創業以来、蓄積してきた顧客情報は、数千件に及び、手書きの顧客カルテとして店内に保管していた。これをもとに、遠方客への配送をはじめDMの宛名等は全て手書きで対応していたが、手書きの負担は大きく、戦略的なキャンペーンも行えていなかった。そこで業務効率化のため、2014年、津幡町商工会からの支援を受けて小規模事業者持続化補助金を活用し、顧客情報のデータベース化と宛名印字機能との連動

を行った。DM送付が簡単になったため、例年売上が最も低い1月にDMを用いたキャンペーンを実施して、売上増加に結びついたという。

さらに、2015年に2回目の持続化補助金を利用しHPの整備等を行った。寿理氏は、ラジオ番組や地元誌のコラム等で漢方と生活にまつわる情報を発信しており、人気を博していた。そこで、空き時間を使ってHPにこのコラムをアレンジして掲載できるよう連携をとった。また、同社の強みとする不妊治療分野について、リスティング広告¹を配信し、HPアクセス数が増え、認知度が高まった。さらに、HPに来店予約のシステムを導入したことで、突然の来店客が減り、予約客の接客に集中できる環境を作りだした。

2016年に3回目の持続化補助金を利用し、店のPOSシステムと顧客DBと連動させた。顧客ごとに表示される購入履歴を接客時に活用している。「持続化補助金を活用しながら、数年かけてIT化を進めた結果、従業員を増やすことなく売上の増加に対応できました。身近な漢方相談店として成長を続けていきたいです。」と周作氏は語る。



五代目の中村寛二社長（右）



六代目中村寿理氏の接客の様子

¹ 検索エンジンで一般ユーザーが検索したキーワードに関連する公告を、ユーザーの検索画面に表示する手法

事例 事例2-2-3：株式会社みよしや

「助成金活用し業務のIT化を図り、業務負担を軽減させた企業」

岡山県新見市の株式会社みよしや（従業員15名、資本金1,000万円）は、1934年に創業した、「グランドホテルみよしや」を営む旅館業者である。新見市は、鳥取県・広島県との県境、岡山県の西北端に位置し、「中国地方のへそ」として古くからの経済、流通、交通の要衝であった。駅前的好立地を強みとして、ビジネス客を中心に営業を行っている。

新見市では高齢化と若年人口の流出が進んでおり、同社も、欠員が出た際に従業員の採用をしていたが、次第に欠員を補充することが難しくなっていた。業務負担が増加し、従業員の多能工化を図ってなんとか対応しており、人手不足感は徐々に強まっていた。

賃上げや休暇の取りやすい職場づくりが人材確保のためには重要であり、労働生産性の向上を進める必要があった。同社では、もともと宿泊の予約を電話やFAXで受け付けており、顧客の管理を紙の台帳で行っていた。従業員にとっても手間が掛かる上に、電話対応が集中するとミスも発生し、非効率な状況にあった。

そうしたときに、岡山県庁で中小企業支援をしていた鈴鹿和彦氏（現：岡山県よろず支援拠点チーフコーディネーター）から厚生労働省の業務改善助成金²について知った。中川大祐専務は、それを活用してインターネットでの予約受付から領収書の発行等のフロント業務までを一貫して行うことができるシステムとPCを180万円（内、半額を助成金）で導入し、賃上げも実施することとした。

このシステム導入により、予約の受付や顧客の管理といった業務を行っていた人員を1.5人から1人に削減することができた。従業員の業務負担を軽減するだけでなく、予約やキャンセル業務での人為的なミスを防ぐことができ、サービスの向上を果たしている。

「人手の確保が難しい状況下で、IT導入による業務の効率化は重要だと実感した。まだまだ新規の採用は難しく、会社全体でのIT導入も道半ばであるが、少しずつITを活用しながら生産性の向上をしていけるようにしていきたい。」と中川専務は言う。



中川大祐専務



グランドホテルみよしやの外観

² 業務改善助成金とは、中小企業・小規模事業者の生産性向上を支援し、事業場内で最も低い賃金（事業場内最低賃金）の引上げを図るための制度。生産性向上のための設備投資やサービスの利用等を行い、事業場内最低賃金を一定額以上引き上げた場合、その設備投資等にかかった費用の一部を助成するもの。詳しくは、業務改善助成金特設サイト（<http://www.mhlw.go.jp/gyomukaizen/>）をご覧ください。

コラム

2-2-1

消費税軽減税率制度の実施に向けた対応

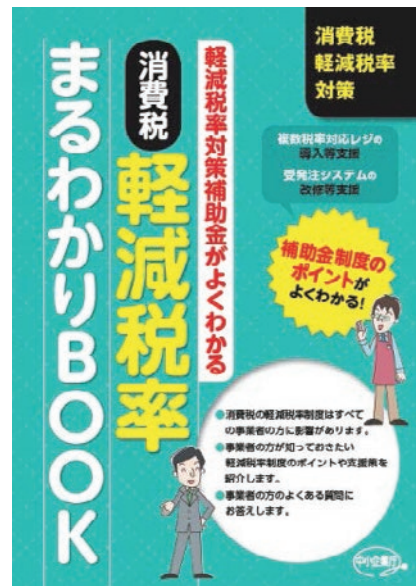
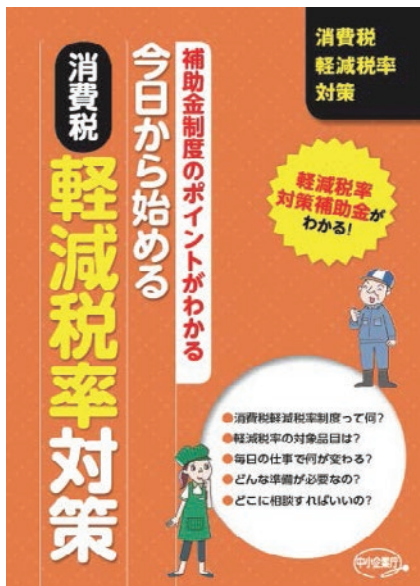
2019年10月1日の消費税率10%への引上げに伴う低所得者対策として、消費税軽減税率制度が実施される。この制度は、①飲食料品（酒類及び外食を除く）、②週2回以上発行される新聞（定期購読契約されたものに限る）を対象に、軽減税率（8%）を適用するものである。

この制度の実施に向け、中小企業・小規模事業者の準備が円滑に進むよう、中小企業庁は万全のサポート・支援を行っている。

【きめ細かいサポート、パンフレット等による周知】

中小企業団体等と連携して、講習会・フォーラムの開催、相談窓口の設置や専門家派遣を通じたきめ細かいサポートを行っている。相談は商工会・商工会議所等の中小企業団体で受け付けている。

また、中小企業・小規模事業者向けに分かりやすいパンフレットを作成し、周知を行っている。詳細については、中小企業庁のホームページやミラサポで公開している。



【レジの入替え、受発注システムの改修等支援】

軽減税率制度に対応するため、レジの入替え等が必要な中小企業・小規模事業者に対する支援として、2016年4月から、以下を実施。

①複数税率に対応したレジの導入等の補助

概要	複数税率に対応するレジの新規導入や、既存レジの複数税率対応のための改修を支援（レジには、POS機能のないレジ、モバイルPOSレジシステム、POSレジシステムなどを含む）。
補助率	原則2/3 ・導入費用が3万円未満の機器を1台のみ購入する場合3/4 ・タブレット等の汎用端末は1/2（周辺機器とのセット購入のみ 補助対象）
補助上限額	レジ1台あたり20万円。新たに行う商品マスタの設定や機器設置に費用を要する場合は、さらに1台あたり20万円が加算。複数台数申請等については、1事業者当たり200万円を上限。
補助対象	・レジ本体 ・レジ付属機器等（バーコードリーダー・キャッシュドロア・クレジットカード決済端末・電子マネーリーダー・カスタマーディスプレイ・レシートプリンタ・ルーター・サーバ） ・機器設置に要する経費（運搬費含む） ・商品マスタの設定費 （リースの場合も対象）
申請支援	申請者自身による申請に加え、ホームページで公表する一部のメーカー、販売店、ベンダーなどによる「代理申請」等の利用が可能。また、基本的には、申請書数枚と証拠書類で申請が可能。
申請のタイミング	機器導入・改修後（申請は随時受付）

②複数税率に対応するための電子的な受発注システムの改修の補助

概要	電子的な受発注システム（EDI/EOS等）を利用する事業者が、複数税率に対応するために必要となる機能の改修・入替えを支援。
補助率	原則2/3
補助上限額	小売事業者等の発注システムの場合 1,000万円 卸売事業者等の受注システムの場合 150万円 発注システム・受注システム両方の場合1,000万円
補助対象	・電子的受発注データのフォーマットやコード等の改修 ・現在利用している電子的受発注システムから複数税率対応したシステムへの入替え ・電子的受発注に必須となる商品マスタや、発注・購買管理、受注管理機能の改修・入替え（受発注管理とともに在庫管理、財務会計などが一体となったパッケージ製品・サービスについては、電子的受発注システムの機能を含むものであれば、初期購入費用の1/2を補助対象経費とし、これに補助率を乗じたものを支援。） （リースの場合も対象）
申請支援	・専門知識を必要とするシステムの改修のため、申請者に代わって事務局が指定したシステムベンダーなどが「代理申請」を行う。 ・ただし、事務局に登録されたパッケージ製品・サービスを自ら導入する場合は、申請者自身での申請。
申請のタイミング	指定事業者による改修：システム改修・入替え前（申請は随時受付） 自己導入：システム改修・入替え後（申請は随時受付）

詳細については、軽減税率対策補助金事務局のホームページで（www.kzt-hojo.jp）公開している。

お問い合わせ先：軽減税率対策補助金事務局コールセンター

電話番号：0570（081）222（受付時間：平日9時～17時/通話料有料）

軽減税率制度に対応するため、こうした補助金も活用しながら、レジ周りの改善を行うことにより、業務の効率化や生産性向上につなげていくことが可能になる。

例えば、これまで手作業で売上や仕入れを管理していた地域の中小企業・小規模事業者がレジを導入するだけでも大きな業務効率化になる。

また、タブレット型のモバイルレジを導入した場合、クラウド会計を併せて活用することにより、日々リアルタイムに決算情報を把握できるようになり、週次や日次決算を実現することに繋がる。自社の経営状態や資金繰りを瞬時に把握できるようになり、よりタイムリーな経営判断を行うことも可能になる。

軽減税率制度へ対応するための準備を計画的に進めると同時に、レジ周りの改善による業務効率化・生産性向上につなげていくことが期待される。

第3節 財務・会計業務におけるITの利活用

第2節では、間接業務のIT化について見てきた。また、第2-1-19図において、経営者が最も削減したい業務は「財務・会計（記帳）」である

という意向が確認できた。そこで本節では間接業務の中でも、「財務・会計（記帳）」業務について、ITの利活用状況を掘り下げて見ていく。

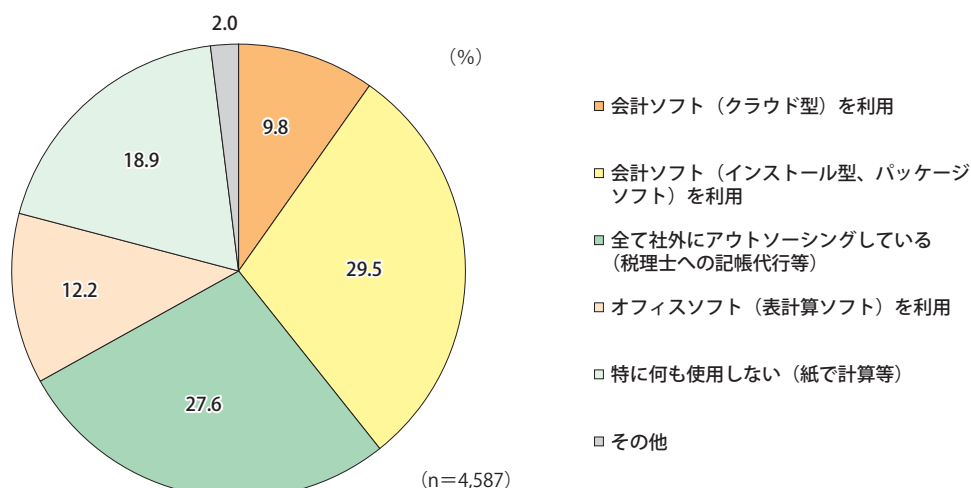
1 財務・会計業務におけるITの導入状況と効果

①財務・会計業務におけるITの導入状況

第2-2-12図は、財務・会計業務におけるITの導入状況について見たものである。39.3%の事業者が会計ソフトを導入している（クラウド型、イ

ンストール型、パッケージソフトの合算）。他方18.9%の事業者は紙で計算している。紙で計算している事業者は、ITを導入することで業務を効率化する余地が大きいといえる。

第2-2-12図 財務・会計業務におけるITの導入状況



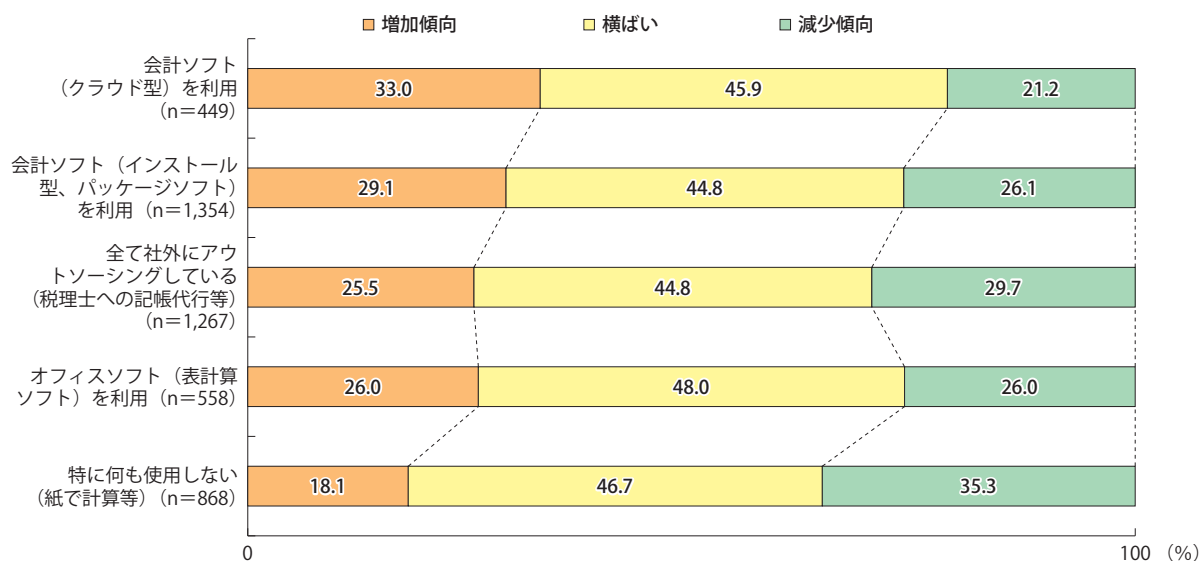
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

②直近3年間の経常利益額の傾向（財務・会計業務におけるITの導入状況別）

第2-2-13図は、財務・会計業務におけるITの導入状況別に、直近3年間の経常利益額の傾向を見たものである。会計ソフトを利用している事業

者の方が、「特に何も使用しない（紙で計算等）」の事業者に比べて経常利益額は増加傾向である割合が高い。特にクラウド型の利用者が、経常利益額の増加傾向が最も高い。

第2-2-13図 直近3年間の経常利益額の傾向（財務・会計業務におけるITの導入状況別）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 財務・会計業務におけるITの導入状況について、「その他」の項目は表示していない。

2 クラウド会計ソフトの活用

小規模事業者のうち18.9%が「財務・会計」業務にITを未導入（第2-2-12図）であり、これから新たにITを導入する余地がある。

また、小規模事業者のIT導入に当たっての課題として、44.9%の小規模事業者が「コストが負担できない」と回答している（第2-2-4図）。

これらを踏まえると、クラウド会計ソフトの活用が有効な選択肢の一つであると考えられる³。本節では、クラウド会計ソフトについて掘り下げ

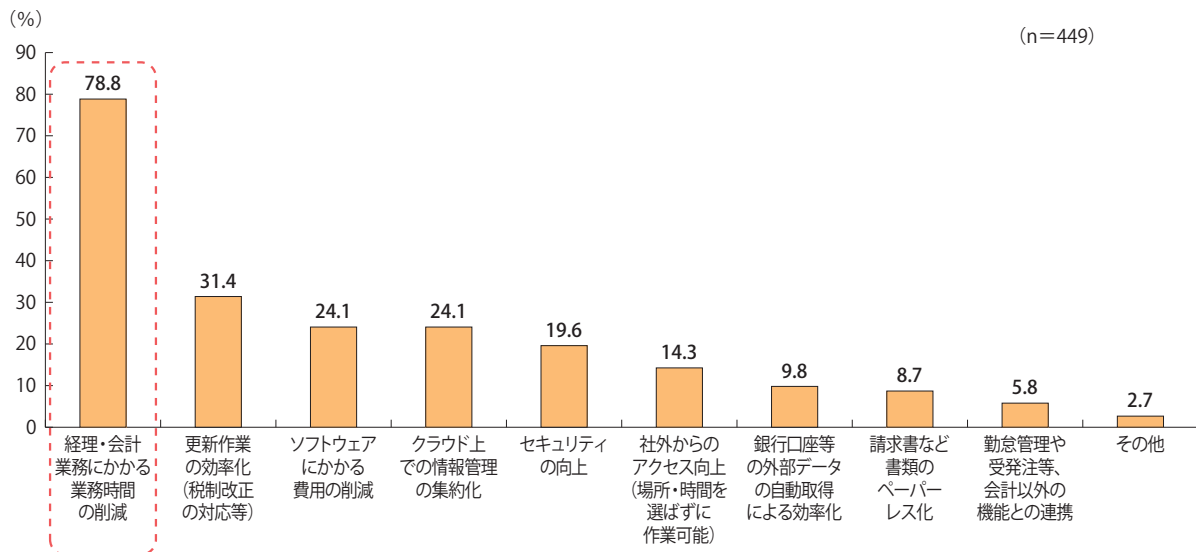
て見ていく。

①クラウド会計ソフトの導入により得られた効果

第2-2-14図では、クラウド会計ソフトを導入している事業者に対し、クラウド会計ソフトの導入により得られた効果について聞いている。クラウド会計ソフトを導入している企業の78.8%が「経理・会計業務にかかる業務時間の削減」の効果を得られたと回答している。

³ 中小企業庁が2017年6月に公表したスマートSME（中小企業）研究会の中間報告書によると、クラウドサービスの利点として「初期導入コストが低い（月額数千円～）」、「サーバーなどの設備を自ら保有することが不要であり、導入が比較的容易」などが示されている。

第2-2-14図 クラウド会計ソフトの導入により得られた効果



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

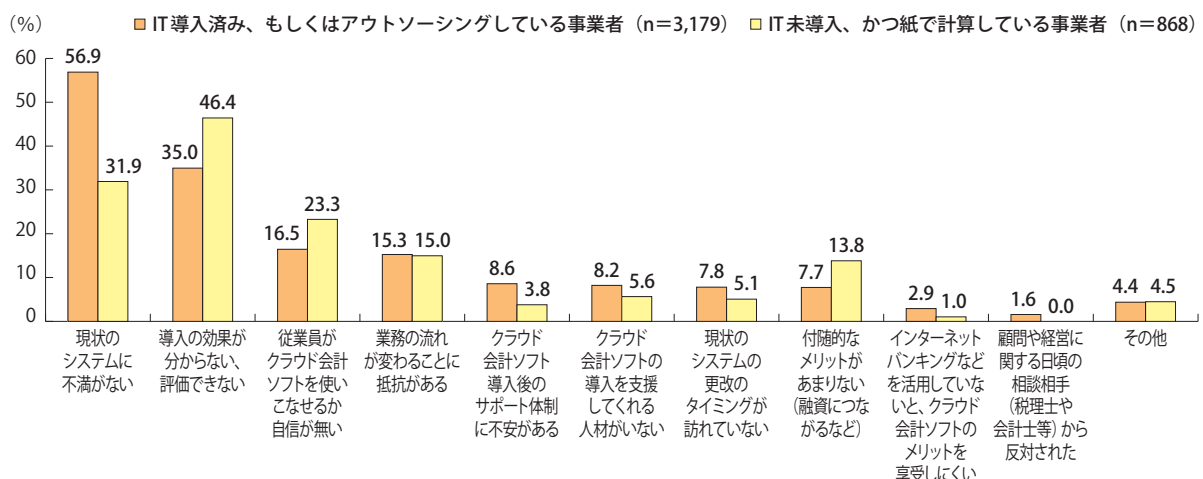
2. 財務・会計業務におけるITの導入状況について、会計ソフト(クラウド型)を利用と回答した者を集計している。

②クラウド会計ソフトの導入の課題

第2-2-15図は、「IT導入済み、もしくはアウトソーシングしている事業者」と「IT未導入、かつ紙で計算している事業者」別に、クラウド会計ソフトの導入の課題について見たものである。特に「IT未導入、かつ紙で計算している事業者」において、「導入の効果が分からない、評価でき

ない」と回答する事業者の割合が高く、こうした中には、クラウド会計ソフトの利点を把握できていない事業者が一定数いると推察される。支援機関等から、クラウド会計ソフトの利点等について情報提供することが、小規模事業者のクラウド会計ソフトの導入を進める上で重要であると考えられる。

第2-2-15図 クラウド会計ソフトの導入の課題



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. 「IT導入済み、もしくはアウトソーシングしている事業者」は、財務・会計業務におけるITの導入状況について、「会計ソフト(インストール型、パッケージソフト)を利用」、「全て社外にアウトソーシングしている」、「オフィスソフト(表計算ソフト)を利用」と回答した者を集計している。

3. 「IT未導入で紙で計算などしている事業者」は、財務・会計業務におけるITの導入状況について、「特に何も使用しない(紙で計算等)」と回答した者を集計している。

事例

事例2-2-4：イトウスポーツ

「クラウド会計等を導入し、効率化することによって
経営を見つめ直す余裕ができた小規模事業者」

神奈川県小田原市のイトウスポーツ（従業員4名、個人事業者）は1978年に創業した野球用品専門の卸・小売店である。約10年前に事業を承継した井藤隆則氏は、野球専門の小売店に特化した。グローブやスパイクの丁寧な修理対応のほか、大手小売店では取り扱っていないようなニッチなメーカーの製品も取り扱うなど、独自性を発揮しており、近隣の中高生や社会人に加え、全国から顧客を呼び寄せている。

同社では経理業務は紙の台帳で対応していたため、数字が合うまで数ヶ月前迄遡って確認が必要なこともあり、非常に手間と時間がかかっていた。5年前に経理担当となった代表の妻の井藤早苗氏は子育てとの両立の観点からも経理業務を効率化したいと感じており、SNSの広告で見たモバイルPOSレジのプレゼントキャンペーンに当選したことがIT化のきっかけとなった。

タブレット端末でレジ業務を行うPOSレジアプリ「Airレジ」の導入により、日々の売上確認等が容易となった。さらなる効率化のために、クラウド会計ソフト「freee」を導入し、クラウド上でPOSレジと連携させた。POSレジに商品の取引が入力されると、クラウド会計ソフトにデータが自動送信され、月の収支に加算される。これにより、面倒であった紙の管理から離

れることができた。「業務効率には天と地ほどの差がある」と早苗氏は言う。

クラウド会計ではデータがクラウド上に保存されるため、経理業務を場所や時間を選ばずに行える。これにより、子供が熱を出して店舗に行けないときや、家事のすき間時間等を活かして、スマートフォンやパソコン等で作業ができ、子育てと仕事の両立に役買っている。更に早苗氏は、効率化した時間を使って、クラウド会計によるリアルタイムの経営情報をもとに、仕入の要不要やチームごとの購入額の把握等、経理面からのアドバイスも行えるようになった。

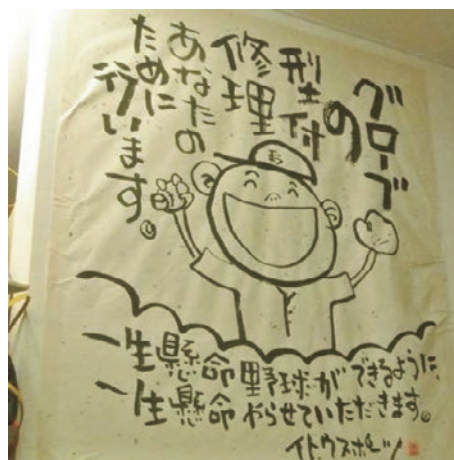
こうしたメリットが得られたクラウド会計であるが、導入にかかったコストは、初期導入費用としてバーコードリーダー代約3万円、ランニングコストとして利用料年間約2万円と安価となっている。

早苗氏は更なるIT活用に意欲的であり、念願であったクレジットカード決済アプリも導入し、今後は在庫管理との連動について検討中である。

「効率化により得た時間を活かして、今後は、スポーツ選手や指導者らとのネットワークを活用し、スポーツを楽しむ子ども達やその父兄、指導者等が参加できるセミナーや講演等を開催し、スポーツ業界を盛り上げていきたい。」と隆則氏は語る。



井藤隆則氏



修理対応のポスター

第4節 売上向上につながるITの利活用

前節までは間接業務のIT化を見てきたが、本節では売上向上につながるITの利活用について見ていく。

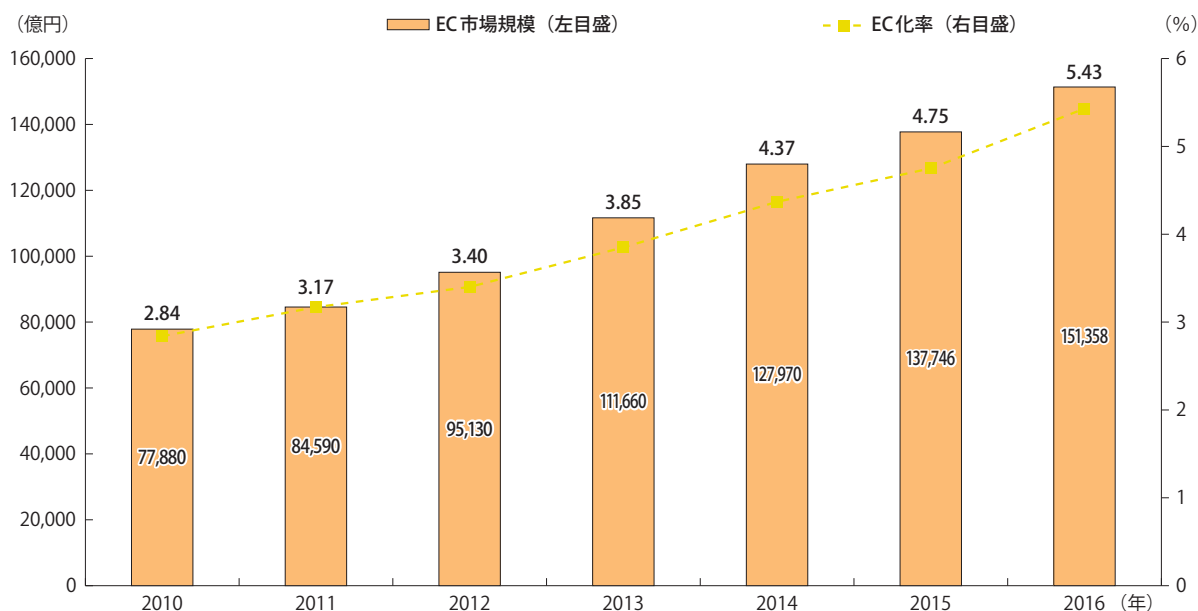
1 小規模事業者の電子商取引等の活用

① BtoC-EC市場規模の推移

第2-2-16図は、一般消費者向けのEC（電子商取引）市場規模とEC化率の推移について見たも

のである。毎年EC市場規模が拡大していることが分かる。

第2-2-16図 BtoC-EC市場規模の推移



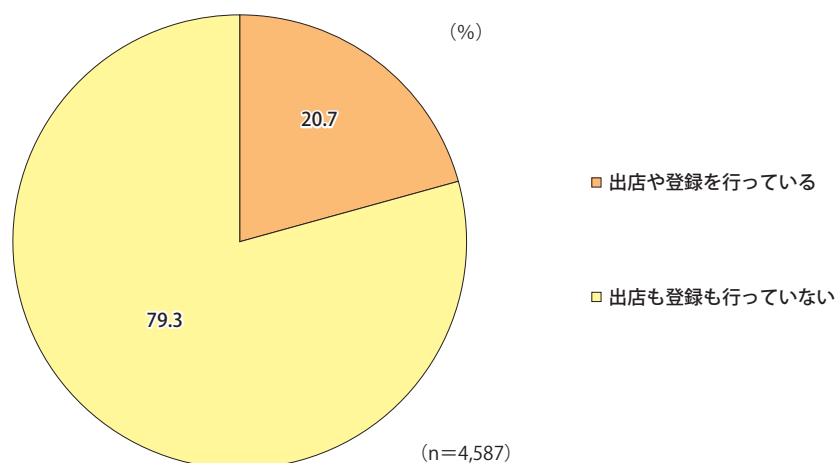
資料：経済産業省「平成28年度電子商取引に関する市場調査」

② 顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録の有無

このように拡大するEC市場への小規模事業者の対応状況について見ていく。

およそ2割の事業者が、顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的とした何らかのサイトへ出店や登録を行っている（第2-2-17図）。

第2-2-17図 顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録の有無



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

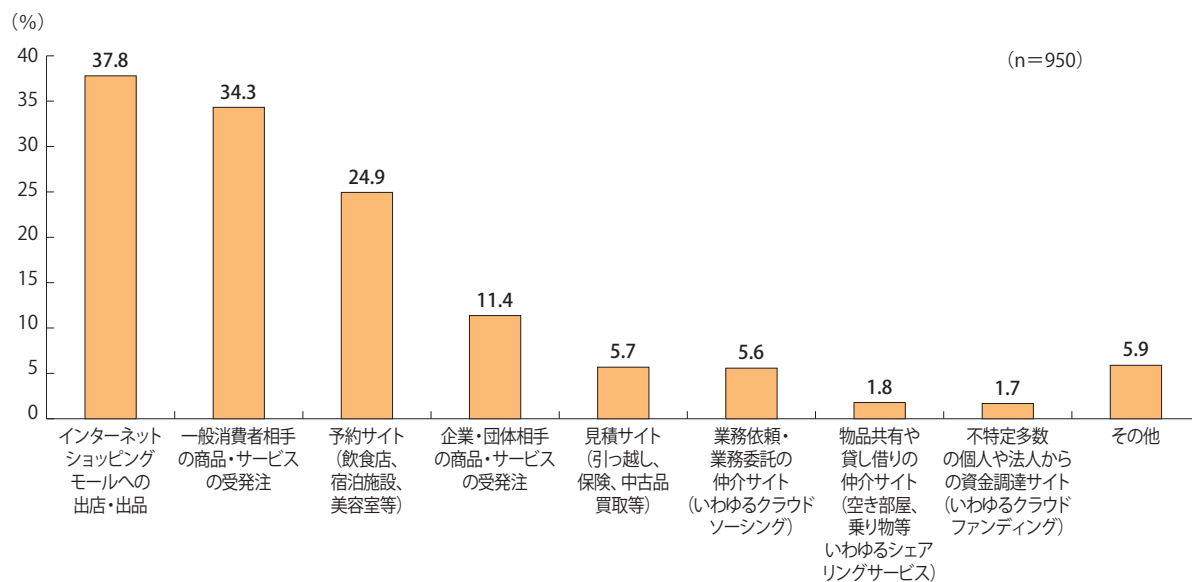
(注) ここでいう「出店や登録を行っている」とは、いずれか1つでも顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録を行っていると回答した者をいう。

③顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録 (内容)

第2-2-18図は、顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録を行っ

ていると回答した者へその具体的な出店先や登録先を聞いている。「インターネットショッピングモールへの出店・出品」している事業者の割合は比較的多い。

第2-2-18図 顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録 (内容)



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

2. 顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録について「出店や登録を行っている」と回答したものを集計している。

事例

事例2-2-5：大瀬株式会社

「支援機関のサポートのもとITを活用し、付加価値を向上した企業」

和歌山県和歌山市の大瀬株式会社（従業員3名、資本金1,000万円）は、旅館「新和歌ロッジ」を約50年運営している小規模事業者である。

同社が立地する和歌浦は、以前は景勝地としてにぎわっていたが、近年は観光客が減少し、15件ほどあった旅館は半減した。同社は、旅館設備の老朽化も影響し、徐々に客足が遠のいていった。経費削減や、DM発送等の取組を行ってきたが、経営は苦しく赤字状態が続いた。ついには、これまで板場を切り盛りしてきた従業員まで解雇せざるを得ない状況になり、2代目の大瀬盛正社長が自ら包丁を握り、どうか営業を継続させていた。

そのような状況を打破したいと考えていた大瀬社長と女将は、和歌山のタウン誌を見たことをきっかけに、和歌山県よろず支援拠点の開設記念セミナーに参加した。セミナー終了後に、チーフコーディネーターの井上禎氏に声をかけたことが契機となり、同よろず支援拠点のサポートのもとでの、経営改善の取組が始まった。

大瀬社長は、同社の担当となったコーディネーターの矢埜幸男氏と共に、経営の立て直し策を検討した。資金調達力が乏しいため大規模な設備投資をせず、宿泊客を増やす取組を行い、売上を伸ばすことを目

指した。自社の強みと弱みを分析し、同社の弱みは、IT化が進んでおらずWEB予約が少ないこと、他方で強みは、クエ料理等の地元の新鮮な食材を使った料理を安価で提供していることであると整理した。

強みを活かし、弱みを補う取組を実行するため、矢埜氏はミラサポの専門家派遣制度の活用を同社に提案した。大瀬社長は、宿泊業支援の専門家から、予約システム・サポート会社の紹介を受け、効果的な集客や管理が可能なシステムを導入した。これを機に、国内外10以上の予約サイトに登録し、自社HPも大幅刷新した。自慢のクエ料理をメインとしたプランや、和歌浦での釣り体験をセットにしたプラン等、魅力的なプランを充実させWEB上でPRした。

これらの取組により、同社のWEB予約は、導入前の約6倍に増加した月もあるほど集客力を高めた。同よろず支援拠点の支援を受け始めてから2年間で売上は約2倍に増加し、利益も黒字化した。売上高の増加額の65%が、WEB経由の予約が占めている。

「苦しい状況で、身近に相談できるコーディネーターの存在は、何をすれば良いか考える上でとても頼りになりました。息子も加わり、これからは将来を見据え、和歌浦地域の活性化につながる取組にも挑戦したいです。」と大瀬社長は語る。



旅館「新和歌ロッジ」の料理



大瀬社長夫妻

事例 事例2-2-6：株式会社太田煙火製造所

「支援機関のサポートを受け、クラウドファンディングを活用し、ブランド価値の向上と顧客の獲得を実現した企業」

愛知県岡崎市の株式会社太田煙火製造所（従業員2名、資本金1,000万円）は、1928年に創業した、おもちゃ花火の製造業者である。

日本で販売される花火の9割以上が海外産とされるなか、太田恒司社長は、江戸時代から続く三河の花火文化を守るため、国産にこだわった花火づくりを続けた。特に看板商品「ドラゴン」は原材料から製造に至る全ての工程を国内で作り続けてきたが、火薬や材料費の高騰から採算確保が難しくなり、2008年に「ドラゴン」の生産を中止するなど苦しい状況となった。

状況の好転を模索する中、太田社長は、テレビで見たクラウドファンディングを活用して資金調達を行えば、製造コストが高い国産花火を低価格で販売できるのではないかと考えた。しかし、具体的な進め方が分からなかったため、チラシで見た岡崎市ビジネスサポートセンター「OKa-Biz」へ相談した。OKa-Bizの相談員と話し合う中で、これまでは意識していなかったが、同社の強みは知名度の高い「ドラゴン」のブランドにあるという気づきを得た。国産花火を安売り

するのではなく、クラウドファンディングを活用し、「ドラゴン」を復活させるプロジェクトを行うことを決断した。

OKa-Bizの支援のもとで、クラウドファンディングのWEBサイトへの掲載文章等を考えた。純国産花火の窮状を伝え、復刻版「ドラゴン」を国産花火復活の代名詞とし、2016年7月より「ドラゴン」製造の支援を募集した。当初の調達目標額は60万円と設定したものの、瞬く間に目標額を超え、最終的には207万円（345%）の調達に成功し、想定よりも大規模に復刻版「ドラゴン」を製造することができた。また、30～50代男性が主な「ドラゴン」の支援者であるという実態もデータで掴むことができ、新たな商品開発等につなげていきたいという。

「クラウドファンディングは、少ないコストで、メッセージを発信でき、小規模事業者にとって活用しやすい取組だと気付きました。SNSやHP等も活用し、積極的に情報発信をしていきます。今後は、純国産花火や日本の花火文化を伝え残していくプロジェクトに取り組んでいきたいです。」と太田社長は語る。



太田恒司社長



ドラゴンシリーズ

事例 事例2-2-7：スズキ機工株式会社

「計画的な自社商品開発と、ITを活用したプロモーションにより、付加価値を向上する企業」

千葉県松戸市のスズキ機工株式会社（従業員17名、資本金3,000万円）は、主に食品加工工場向けの産業用機械の設計・製造販売を行う小規模事業者である。

鈴木豊社長は父親からの事業承継後、収益が不安定で苦しい時期を過ごしたため、顧問税理士の助言を受けて経営計画書を策定し、経営改善を図ることとした。経営計画書には1年間の行動計画を具体化し、1時間以内に訪問できる事業者に絞り営業活動を行うというエリア戦略を定め、経営資源を集中投入することとした。顧客とコミュニケーションを密にとり、信頼関係を築くことができ、一時的に売上が減少したものの、利益は向上した。

収益が安定したことで、鈴木社長は将来を見据えた新たな取組として「新規事業の基本方針」を経営計画書に加えた。顧客が継続的に使用し、繰り返し購入される「ストックビジネス」の商品に特化し開発することとした。この方針のもと、生み出された自社ブランド商品が、高性能潤滑剤「ベルハンマー」である。

この商品は、産業用機械のギアやベアリングだけではなく、バイク、自動車、扉や窓サッシでも使用でき、一般消費者の需要拡大が期待できた。そこで販路拡大のため、購入者アンケートを行い、1,000件の回答

から、購入者の1割が価格の高さに迷った後に購入していたというデータを得た。この結果をもとに、インターネットでお試し価格キャンペーンを実施した（定価3,560円→お試し価格1,600円）。このようなプロモーションは、インターネットの普及が不十分な頃は、消費者に知らせるだけで多額の費用が必要であり小規模事業者には困難だった。SNSも活用した結果、4か月間で動画再生数が30万回を越え、1.3万人が購入した。コストはわずか30万円程度であり、2,000万円超を売り上げ、多くのリピーターを獲得することができた。

その後、取引先金融機関からの提案を受けたクラウドファンディングを利用して「ベルハンマー」の支援を募った。目標額30万円のところ400万円集まり、支援者は600人にのぼり、より強固な顧客層を獲得できた。同社は、金融機関を先進性のある情報を提供してくれるパートナーと捉え、広く取引している。

鈴木社長は、「インターネットやSNSが急速に普及し、小規模事業者であっても効果的なプロモーションができる時代になりました。ITの活用は、規模の小さな事業者が成長するための活路です。ITの活用に限らず、今後も経営計画書を軸として、将来を見据えた取組を続けます。」と語る。



鈴木豊社長



従業員（上）と経営計画書（下）

ベルハンマー（右）

第5節 まとめ

本章では小規模事業者のIT利活用の現状と課題について確認し、間接業務のIT導入による効率化、売上向上につながるIT活用等について見てきた。

ITを導入する際に様々な課題があるが、IT導入が進んでいる小規模事業者の労働生産性は高い傾向があると推察された。経営者の業務時間の削減意向が強い領域である財務・会計業務において

も同様の傾向が認められる。そうしたITを活用した間接業務の合理化に加え、事例で見てきたような売上向上につながるIT利活用を進めることで、小規模事業者の労働生産性をより一層高めることができると考えられる。人手不足の状況下で、効果的なIT導入支援、IT利活用の支援がますます重要になるだろう。