

## デジタルツール導入に係る意識調査

### ●はじめに

当金庫の取引先企業を対象に、中小企業のデジタルツール導入に係る意識調査を行った。

### ●調査概要

調査時期 : 令和3年11月25日(木)～令和3年12月8日(水)

調査対象企業数 : 93社

調査対象 : デジタルツール導入に関するオンラインセミナーを視聴した取引先企業

～ここでのデジタルツールの定義～

PC 購入やインターネットの活用ではなく、勤怠管理やオンライン会議等の比較的安価なソフト導入から、3D 設計支援や工程・生産管理等の大規模なシステム構築まで、業務改善のためのソフトやシステムを「デジタルツール」とした。

### ●要旨

～デジタルツールの導入を考える上での悩みは「費用対効果の見極め」が過半数を占め最多～

～解決したい悩みについては「人材」に関するものが、「費用」に関するものを上回った。

特に「習熟人材の不足」が4割に迫り最多となる～

～「兼業・副業人材の活用」については、認知度、利用の意向いずれも低位である～

～転じた悩みの解決に向け、公的機関が提供する

自己診断や専門家派遣などで“一歩”を踏み出すことが必要だ～

#### ◆デジタルツールの導入を考える上での悩み

- ・「カネ」＝費用に関する悩みが132件と他のカテゴリーを大きく上回った。中でも「費用対効果の見極め」が50社(53.8%)と最多。
- ・一企業あたり平均5.2項目の悩みを訴えており、導入を躊躇する要因は多岐に渡っている。

#### ◆優先的に解決したい悩み

- ・「ヒト」＝人材に関するものが、「カネ」に関するものを上回った。特に「習熟人材の不足」は36社と、解決したい悩みでは最多。
- ・悩みとしては最多の「費用対効果の見極め」は32社で、「最適ツールの選定」「ランニングコスト」「業績見通しの不安」が24社と同数で続いた。

#### ◆デジタルツール導入により期待する効果

- ・「業務上の書類削減」が54社(58.7%)と突出して多く、「経費削減」が37社(40.2%)と続いた。一方で、「営業力強化」は26社、「PR強化」は18社と、「売上拡大」への効果を期待する先は相対的に低い。

#### ◆官民が取り組むデジタルツール導入支援策への関心

- ・優先的に解決したい悩みは、「習熟人材の不足」が最も多かったが、IT分野の専門知識を有する人材活用の為の「兼業・副業人材」については、認知度が6.5%、利用意向が4.5%といずれも低位。また、「利用しない」が50.6%と、過半数の企業で利用意向が無い。
- ・自己診断ツール「IT戦略ナビ」の認知度は6.5%、利用の意向は7.7%、専門家派遣が受けられる「IT経営簡易診断」の認知度は3.2%、利用の意向は4.5%と、認知度を僅かに上回る程度で、認知されていないこともあって半数以上が分からないとしている。

※本アンケートの数値は小数点第二位を四捨五入しております。

Copyright (C) 2022 THE SEISHIN SHINKIN BANK. All Rights Reserved.

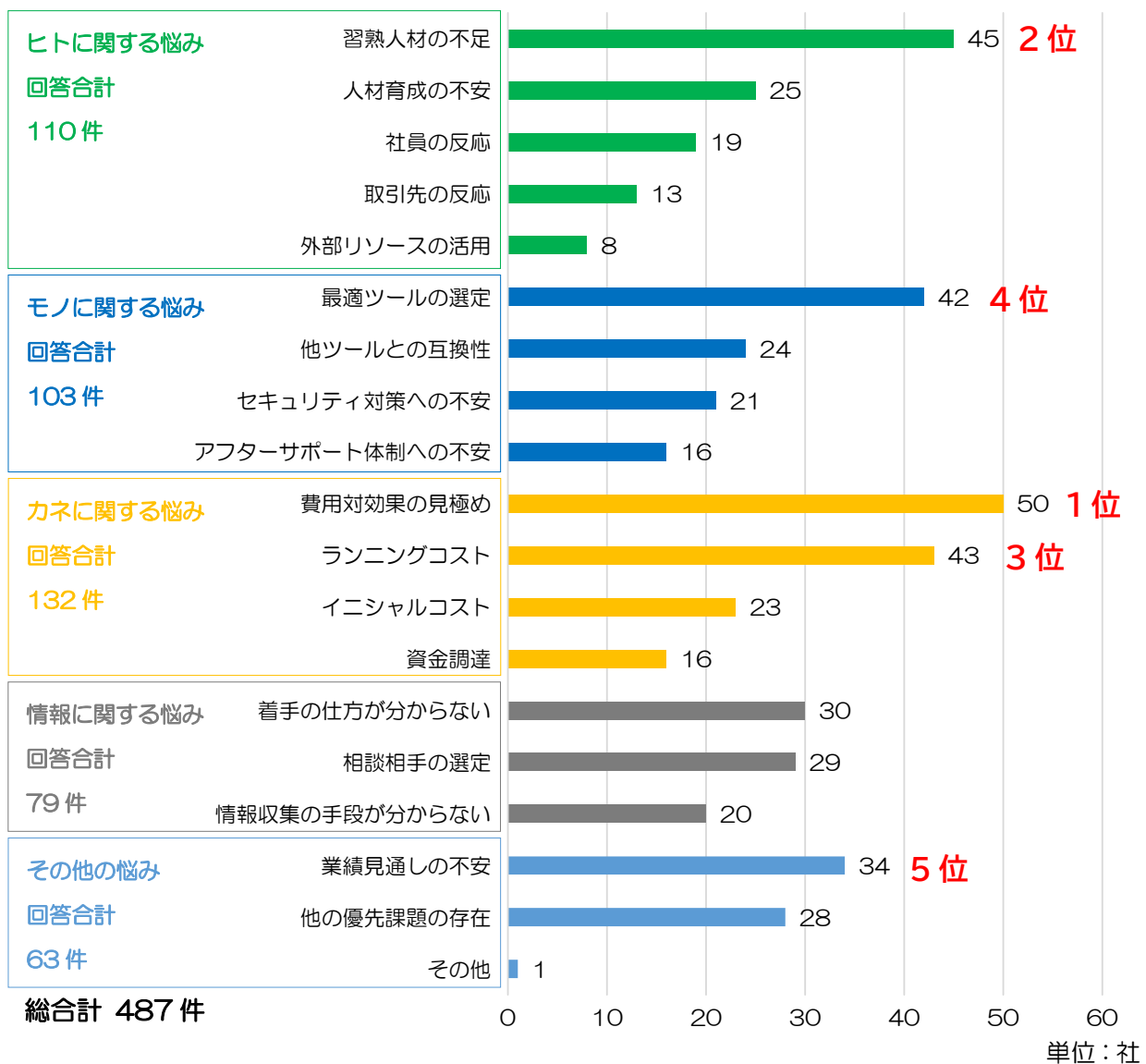
## 1. デジタルツールの導入を考える上での悩みについて (MA : n93)

デジタルツール導入を考える上での悩みとして、「費用対効果の見極め」「習熟人材の不足」「最適ツールの選定」「ランニングコスト」「業績見通しの不安」が上位に上った。平均 5.2 項目の悩みを訴えており、導入を躊躇する要因は多岐に渡っている。

中でも、「カネ」＝費用に関する悩みが 132 件と他のカテゴリーを大きく上回った。「費用対効果の見極め」が 50 社 (53.8%) と最多となった。また、「ランニングコスト」が 43 社と、「イニシャルコスト」の 23 社を大きく上回り、長期に亘る費用負担を気にしていることが窺えた。

「ヒト」＝人材に関する悩みについては「習熟人材の不足」が 45 社と全体の約半数に上る反面、「人材育成の不安」は 25 社と差が見られた。人材については、育成よりも習熟者の手当ての方が関心が高いようだ。

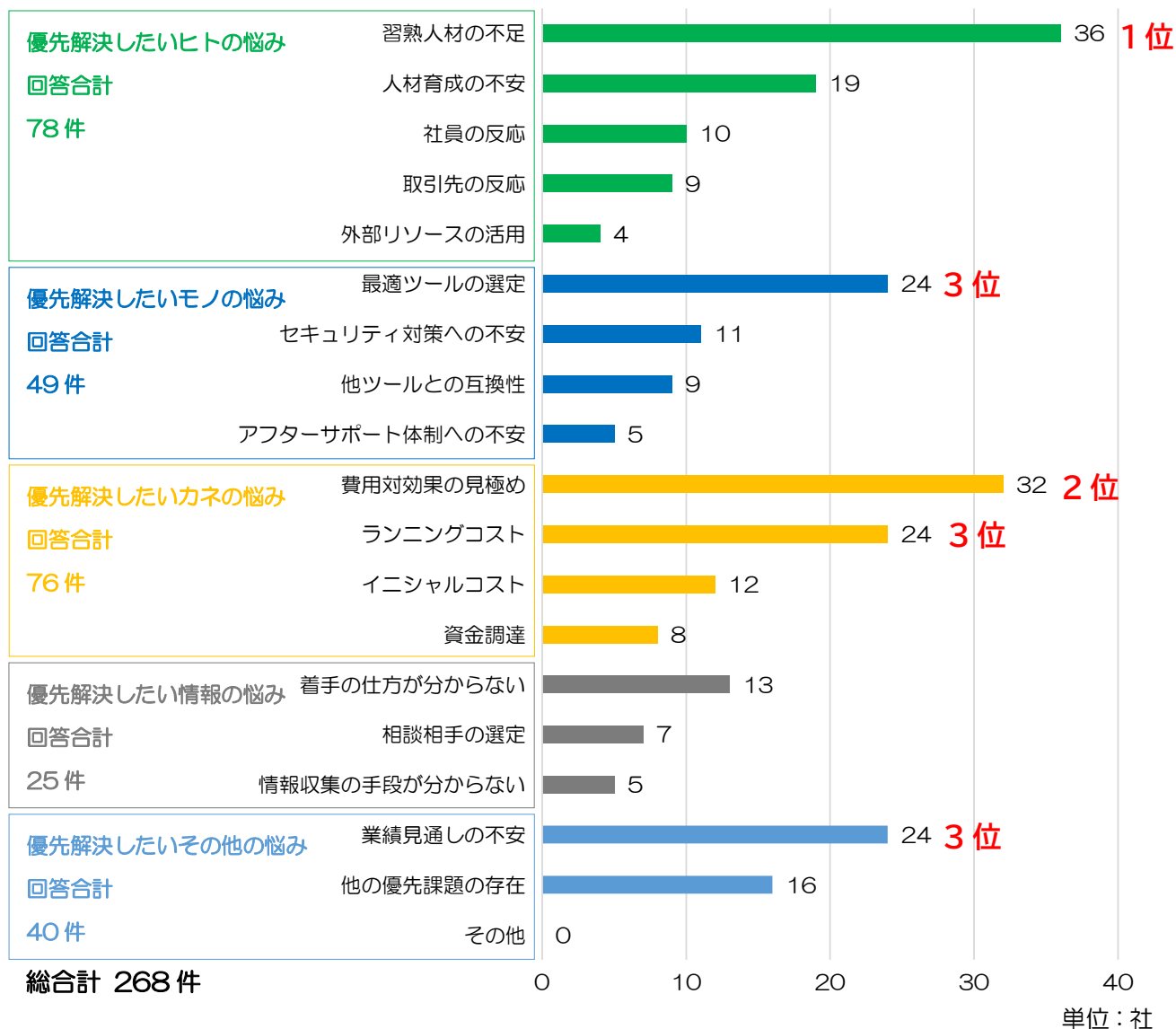
「モノ」＝デジタルツールに関する悩みについては「最適ツールの選定」が 42 社と最多で、45.2%を占めた。



## 2. デジタルツール導入を考える上での悩みの内、優先的に解決したいものについて (MA : n92)

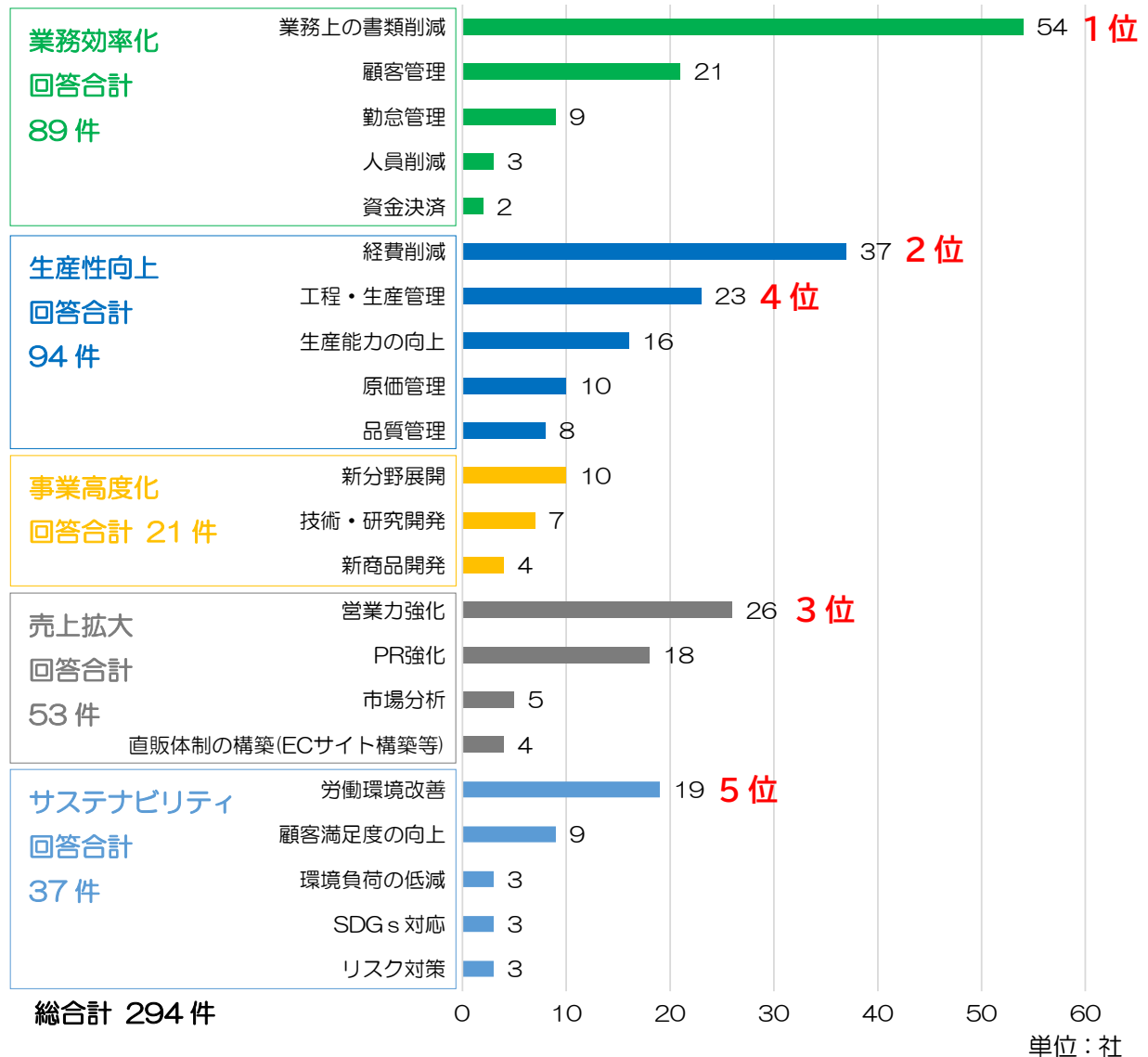
デジタルツール導入を考える上での悩みに対して、優先的に解決したい3項目を聞いたところ、抱えている悩み上位5項目と同じ項目が上位に並んだが、「ヒト」に関するものが、「カネ」に関するものを上回った。特に「習熟人材の不足」は36社(39.1%)と、解決したい悩みでは最多だった。

悩みとしては最多だった、「費用対効果の見極め」は32社(34.8%)で、「最適ツールの選定」「ランニングコスト」「業績見通しの不安」が24社で同数であった。



### 3. デジタルツール導入により期待する効果 (MA: n92)

デジタルツール導入により期待する効果を3項目聞いたところ、「業務上の書類削減」が54社(58.7%)と突出して多く、「経費削減」が37社(40.2%)と続いた。一方で、「営業力強化」は26社、「PR強化」は18社と、「売上拡大」への効果を期待する先は相対的に少なかった。実現可能性が押し量れる、経費削減といった足元の改善に重点を置くことで、「業務効率化」に繋がりたい先が多いようだ。



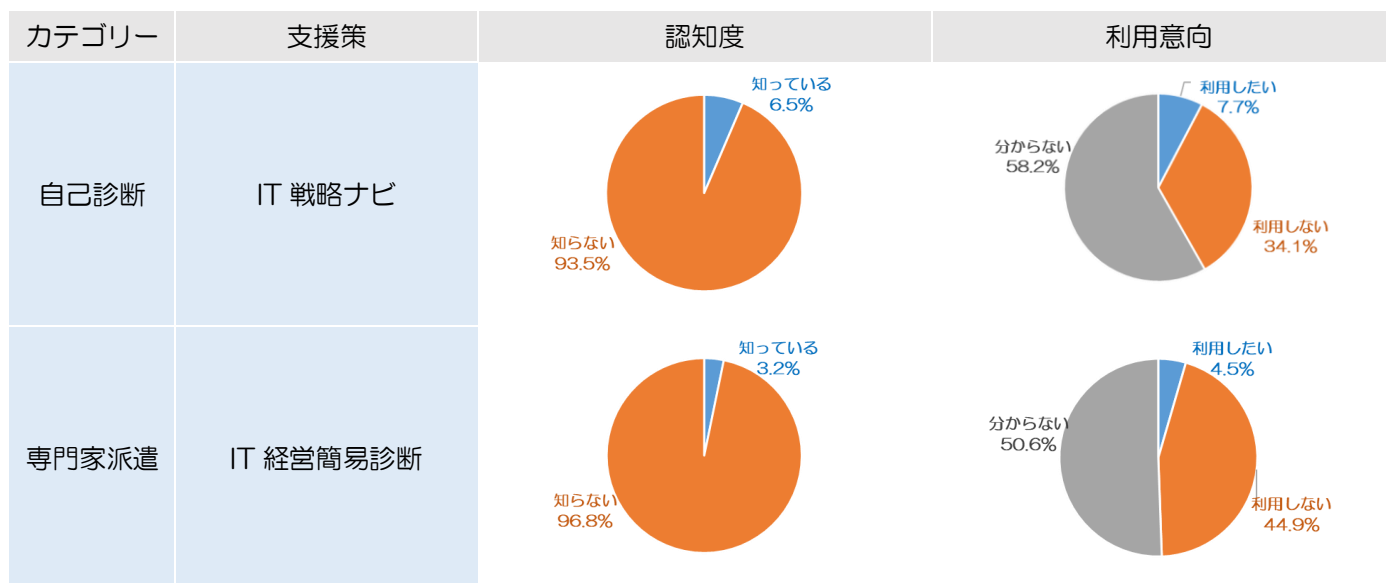
#### 4. 官民が取り組むデジタルツール導入支援策への関心について (SA：n93)

##### 【自己診断に係る支援施策の認知度】

デジタルツール導入を後押しするため、国、地公体では様々な施策を講じている。

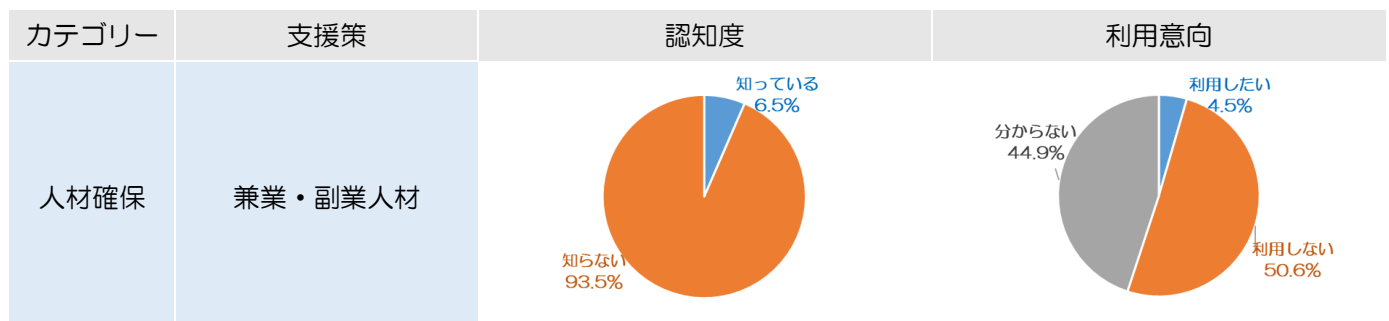
独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下、中小機構）では、Web上で課題や導入効果について自己診断ができる「IT戦略ナビ」や、専門家による改善のきっかけ作りができる「IT経営簡易診断」を提供している。

上記サービスの認知度は、「IT戦略ナビ」が6.5%、「IT経営簡易診断」が3.2%と極めて低い状況だった。また、これらの利用の意向については、「IT戦略ナビ」が7.7%、「IT経営簡易診断」が4.5%と認知度を僅かに上回る程度で、認知されていないこともあって半数以上が分からないとしている。



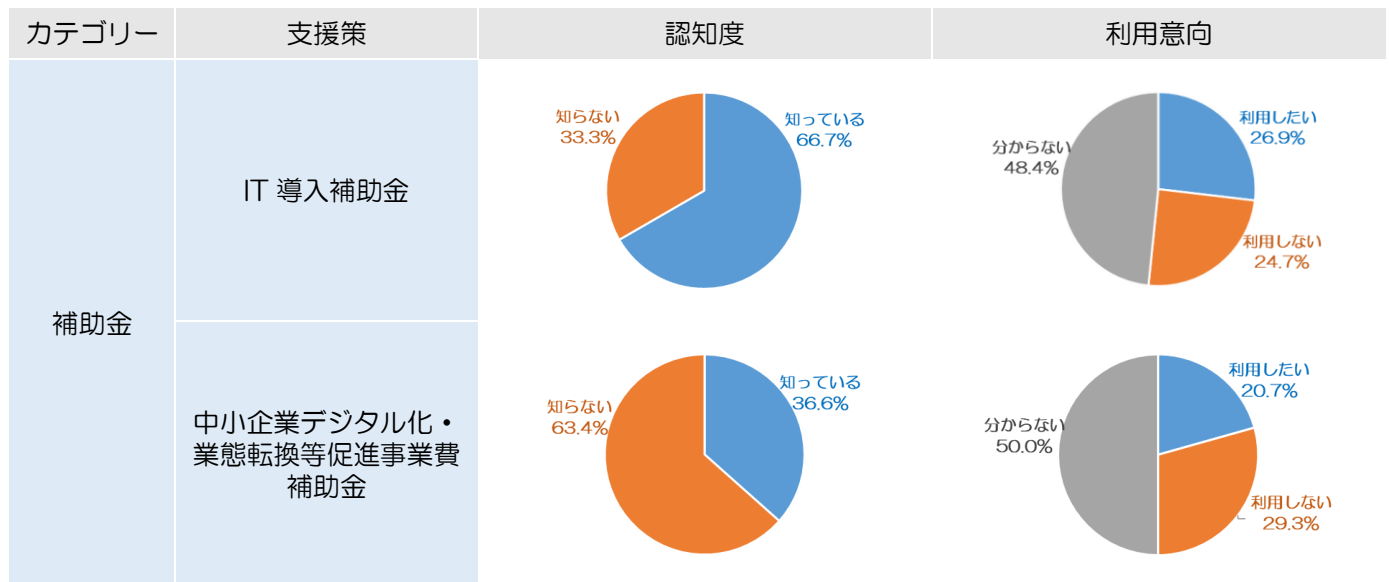
##### 【人材確保手段に対する認知度】

優先的に解決したい悩みは、「習熟人材の不足」が最も多かったが、IT分野における専門知識を有する人材を活用する「兼業・副業人材」については、認知度が6.5%、利用意向が4.5%といずれも低位であった。また、利用の意向についても、「利用しない」が50.6%と、過半数の企業で否定的だった。兼業・副業といった雇用形態への不安や、必要人材は常用したい意向が窺える。



### 【補助金に対する認知度】

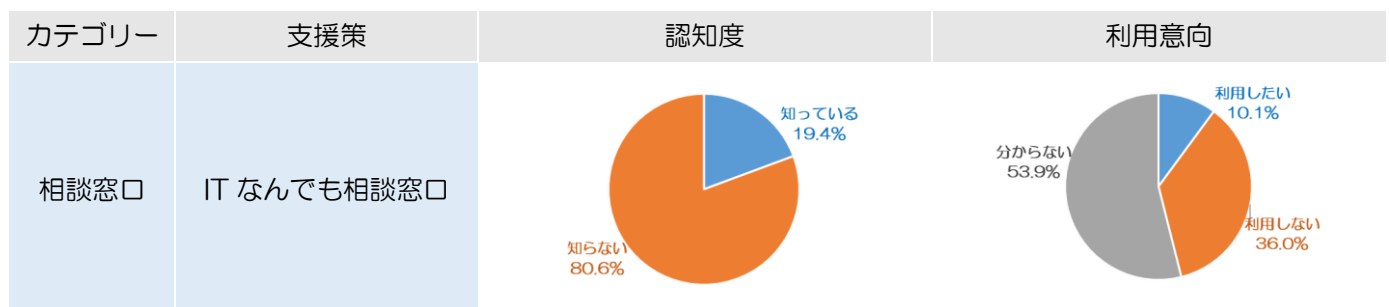
各支援策の中でも、デジタル化に取り組む企業を資金面でサポートする国の「IT 導入補助金」の認知度は66.7%と2/3に及んでいる。一方で、静岡県の「中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金」の認知度は36.6%と低く、大きな差が見られた。利用の意向については、「IT 導入補助金」が26.9%、「中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金」が20.7%と、大きな差は見られなかった。補助金に対する認知度の高さに比べ、利用の意向は低位であり、半数近い企業が判断を保留としていた。



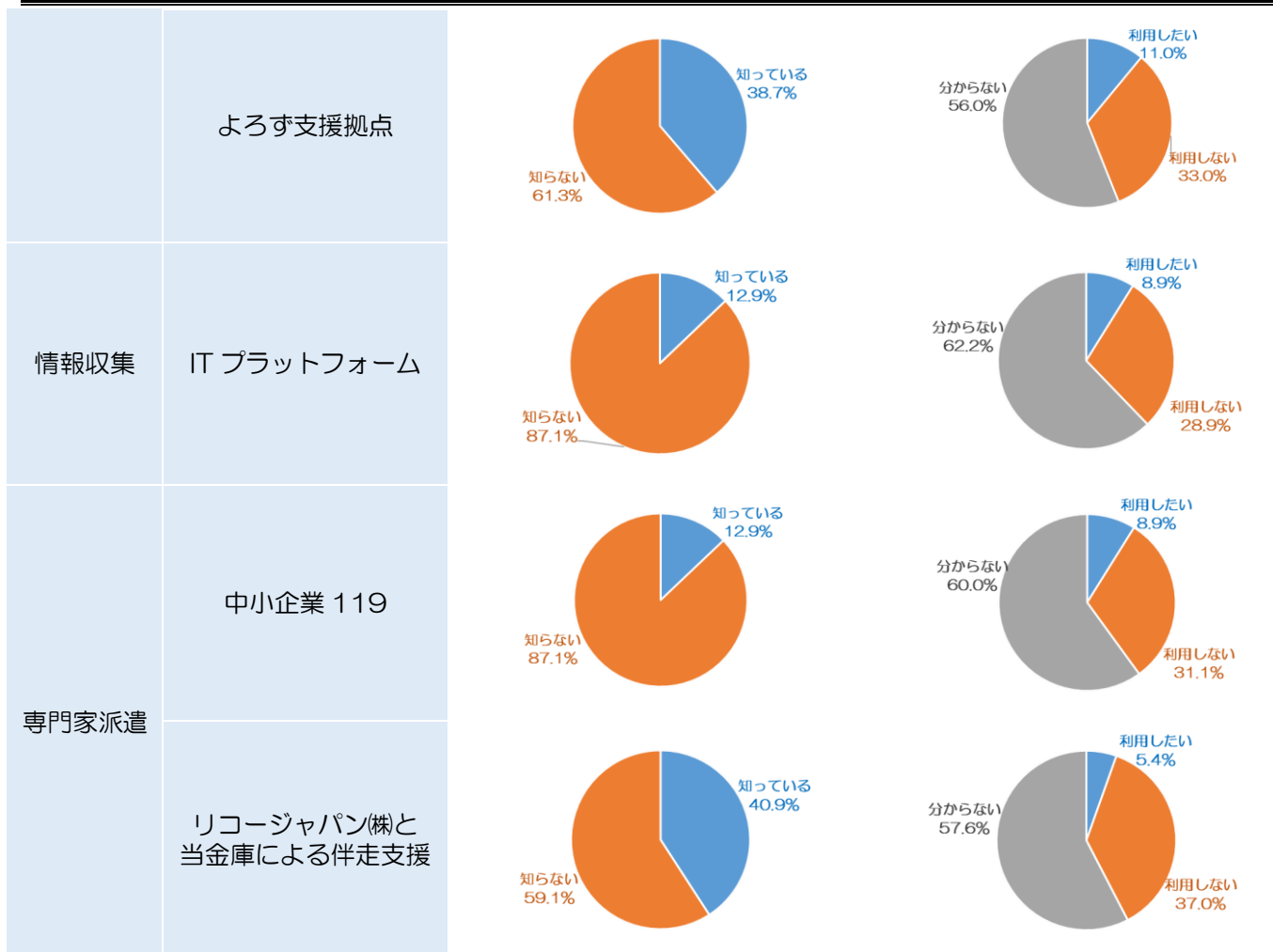
### 【その他支援制度等に係る認知度】

相談窓口として、静岡商工会議所では「IT なんでも相談窓口」や「よろず支援拠点」を設けており、中小機構では、Web上の情報提供ツールとして「IT プラットフォーム」を展開している。また、専門家派遣として、中小企業庁が展開する「中小企業119」や、当金庫が「リコージャパン(株)」と同行訪問する伴走支援などがある。

いずれも、認知度については平均25%程度と一定程度認められるものの、利用したいとしている先は1割程度に止まっている。分からないとしている先が6割に上ることから、利用の仕方、方法についての不安も大きいと見てとれる。







### [まとめ]

デジタルツール導入を進める上で優先解決したい悩みである「費用対効果の見極め」「最適ツールの選定」については、自助努力での解決が難しい。公的機関が提供している相談窓口や専門家派遣などを活用することで、デジタルツール導入で解決したい事柄を明確化し、企業に応じた必要な手立てに取り組む必要がある。

また、デジタルツールを有効活用していくためには「習熟人材の不足」を解決する必要がある。外部の専門人材を活用する「兼業・副業人材」も有効手段の一つながら、認知度が低い上、過半数の企業が利用しないとしている。雇用に対する意識の問題もありそうだ。

各種の支援策の中で、補助金利用の意向は一定程度認められたが、投資負担を減らすことがデジタルツール導入の決め手とはなりえない。輻輳した悩みを解決するために、デジタル化は一つの方策に成り得るが、最適解を見つけるには、公的機関が提供するインフラやサービスを積極的に活用する事も検討すべきだ。

(静清信用金庫 経営相談部 令和4年1月作成)