

クラウド等の活用に関する
小規模・中小事業者への
取組みについて

平成27年6月18日

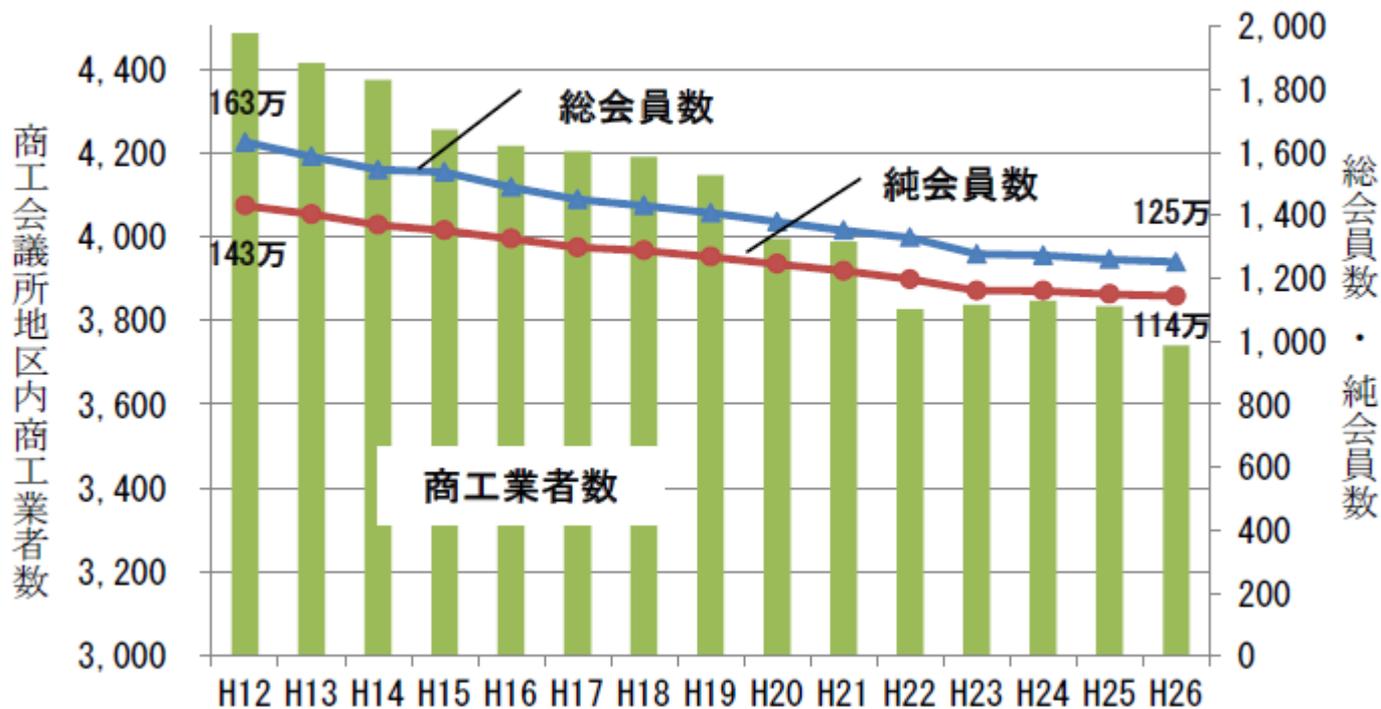
日本商工会議所情報化推進部
小松 靖直

商工会議所の現状

- 商工会議所は、全国の市単位で514カ所。全国組織として日本商工会議所。
- 会員組織であり、企業規模、業種を問わず加入可能な民間団体。125万会員。

【図1】会員数、地区内商工業者数の推移

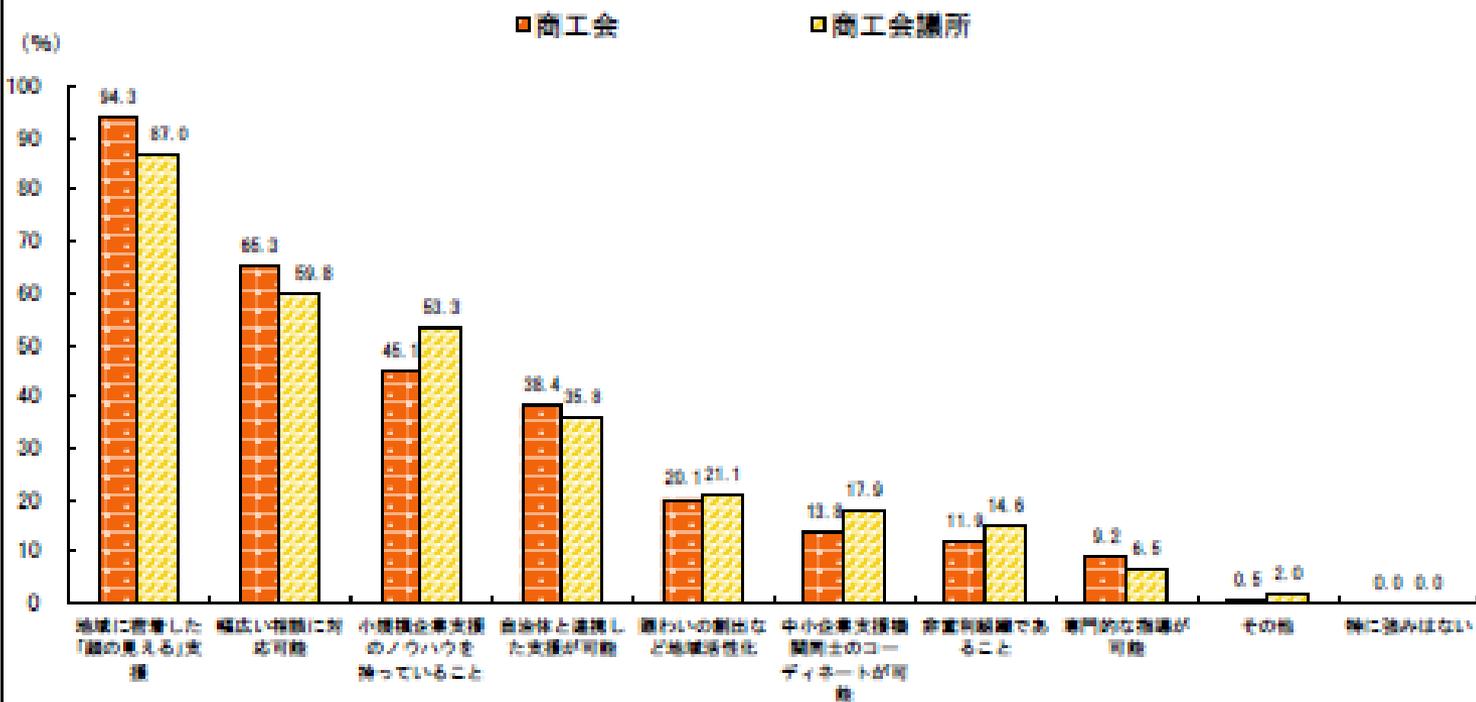
(単位：千者)



地域に密着した存在、商工会議所

- ①地域に密着した「顔の見える」支援、②幅広い相談に対応可能、③小規模企業支援のノウハウを持っていること、④自治体と連携した支援が可能

第4-1-21図 商工会・商工会議所の強み(複数回答)



資料：中小企業庁委託「中小企業支援機関の連携状況と施策認知度に関する調査」(2013年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
 (注) 商工会・商工会議所の強みとして1位から3位を回答してもらったものを集計している。

「商工会議所の役割」

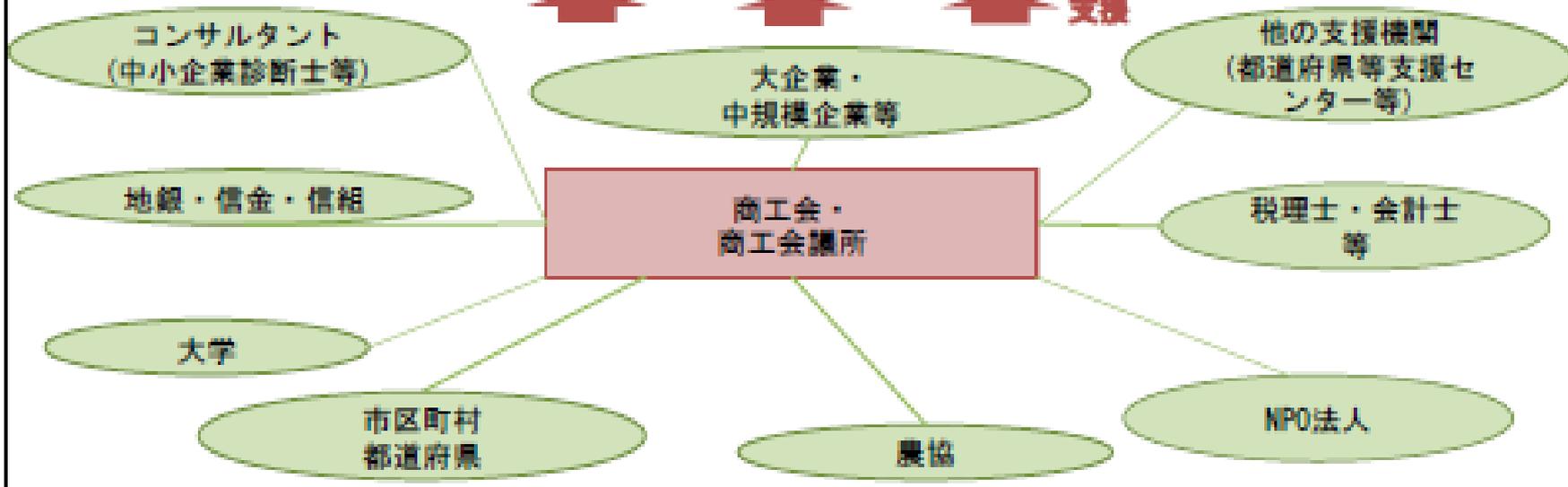
次に、商工会・商工会議所の強みと課題について概観していく。第 4-1-21 図は、商工会・商工会議所に聞いた、商工会・商工会議所の強みを示したものである。これを見ると、商工会・商工会議所共に、「地域に密着した「顔の見える」支援」、「幅広い相談に対応可能」、「小規模企業のノウハウを持っていること」との回答が多いことが分かる¹⁴。商工会・商工会議所は、古くから全国津々浦々の市町村で、地元根ざした中小企業・小規模事業者支援を行っており、まさに事業者からは顔が見え、幅広い相談に応じてくれる「かかりつけ医」のような存在として位置付けられている。今回、2014年3月7日に閣議決定された、小規模企業振興基本法案は、「事業の持続的な発展」を目指す小規模事業者の支援を目的としているが、市町村など支援の現場における中核機能は、まさに商工会・商工会議所が果たしていくべき役割といえる。

出典：中小企業白書2014

中小企業・小規模事業者の支援イメージ

第4-1-2②図 商工会・商工会議所を中核とした連携体による支援イメージ

中小企業・小規模事業者



出典: 中小企業白書2014

中小企業・小規模事業者の利用した支援

～「2014中小企業IT経営力大賞」におけるIT経営実践認定企業の分析より～

社外人材からの支援

1. ITベンダ (57%)
2. ITC(ITコーディネータ) (29%)
3. 商工団体等 (20%)
4. 支援なし (13%)

企業規模で分析



| 20人以下 | 21～50人 | 51人以上 |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. 商工団体等 (43%) | 1. ITベンダ (62%) | 1. ITベンダ (68%) |
| 2. ITベンダ (32%) | 2. ITC (28%) | 2. ITC (28%) |
| 2. ITC (32%) | 3. 商工団体等 (21%) | 3. 支援なし (13%) |

利用した支援施策

1. 特に利用しなかった (32%)
2. 商工団体窓口相談 (20%)
3. 専門家派遣 (18%)
4. IT経営応援隊セミナー・研修(13%)
政府系金融機関の低利融資(13%)

企業規模で分析



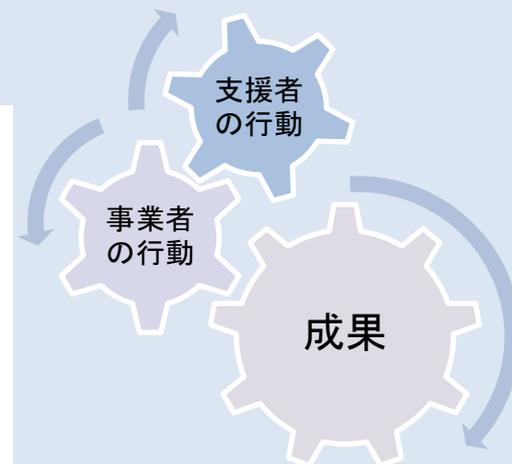
| 20人以下 | 21～50人 | 51人以上 |
|---------------------------|-------------------|-------------------------|
| 1. 窓口相談 (39%) | 1. 利用なし (34%) | 1. 利用なし (36%) |
| 2. 専門家派遣 (32%) | 2. 専門家派遣 (24%) | 2. 低利融資 (17%) |
| 3. 応援隊研修 利用なし (21%) | 3. 窓口相談 (21%) | 3. 民間研修 (15%) |

中小企業・小規模事業者からの相談 (IT前提の相談はきわめて少ない)

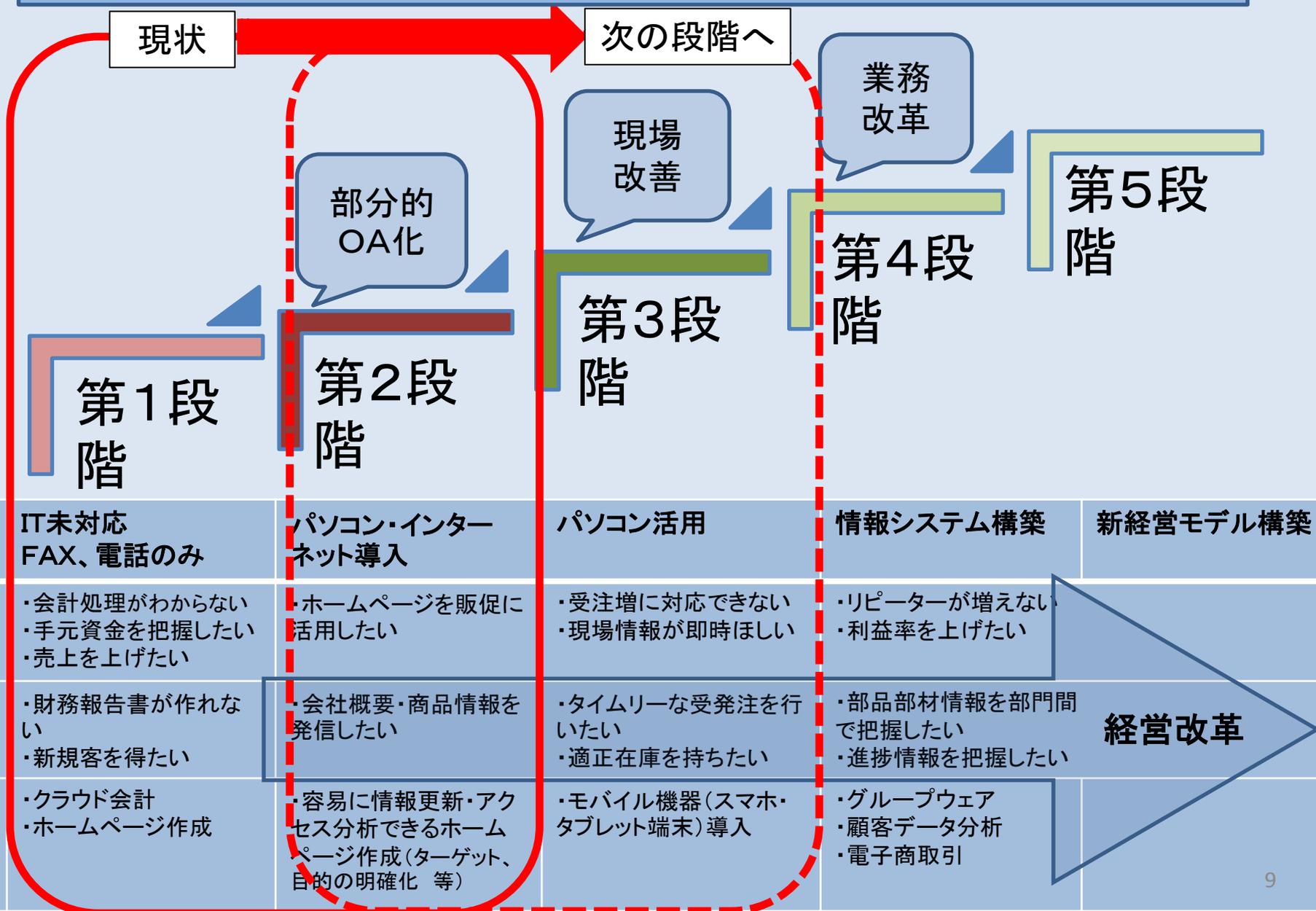
- 会計処理がわからない
- 手元資金を把握したい
- 売上を上げたい
- ホームページで商品を買りたい
- 会社パンフレットを見直したい
- リピート客が増えない
- 増えた受注に出荷が追いつかない
- 現場から営業報告したい
- 図面の新旧取り違えをなくしたい
- 素早く見積もりを出したい
- 客先で在庫を把握したい
- クレームに迅速に対応したい
- 売れば売るほど赤字になる
- 自宅や出張先でも仕事がしたい

伴走型支援

- 事業者の気づきを促す
- 勇気をあたえる、励ます
- (小さな) 成功体験を積み重ねる
- 成功の喜びを分かち合う



中小企業・小規模事業者のIT利活用段階



現状

次の段階へ

業務改革

現場改善

部分的OA化

第5段階

第4段階

第3段階

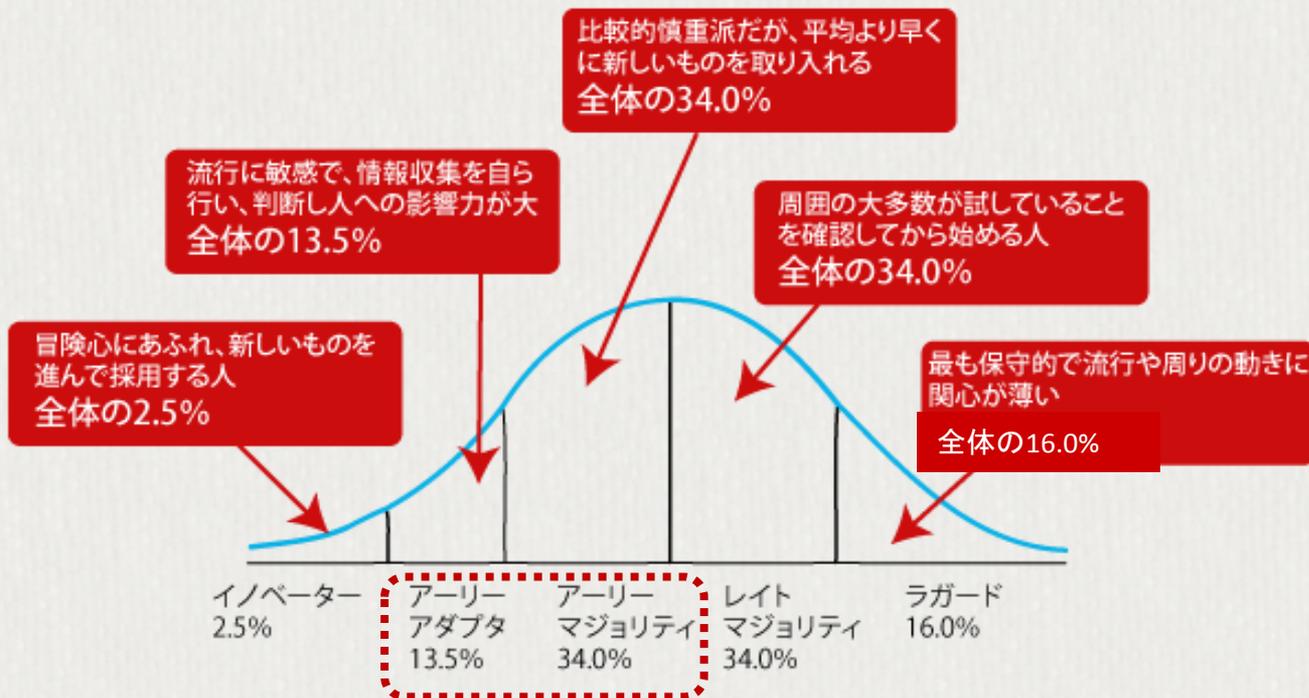
第2段階

第1段階

ターゲットはいずこに？

- 小規模・中小企業者へのアプローチについては、イノベーター理論を基に、施策展開を考えてみることも一考。
- 経営者のリーダー層にいかに参画してもらうのか？

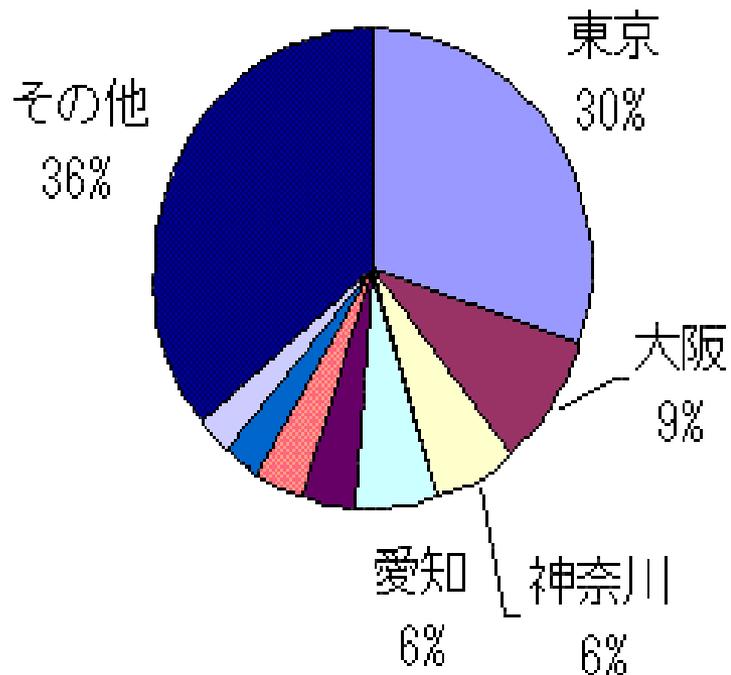
マーケティングに欠かせないイノベーター理論とは？



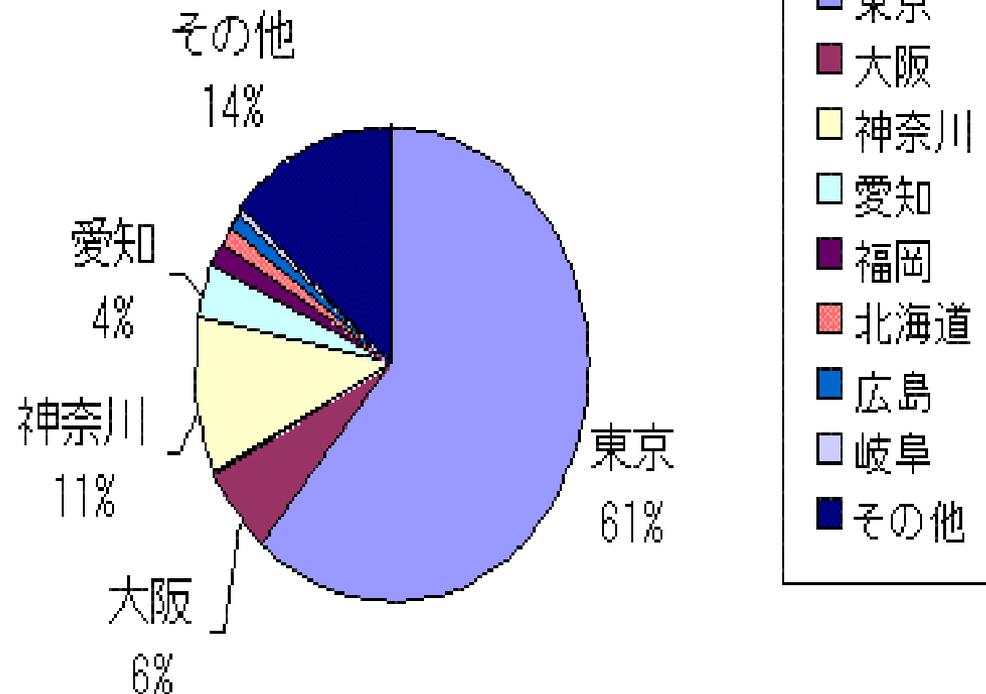
ITベンダーの数と売上高の全国分布

- ◆ 全国に約7千社と言われるITベンダー（情報サービス業に携わる事業所）の30%が東京に集中、半数以上が大都市圏に集中。
- ◆ また売上高では大都市圏で80%を占める。
- ◆ 土業についても、首都圏への偏在が見られる。

【事業所数】



【売上高】



従業員規模によるラフ・イメージ

大手ベンダの
注目分野

50人超

- 外部ベンダー等でIT化
- 取引先との業務フローの調整等が可能
- IT経営力大賞入賞企業レベル

50人以下
20人超

- 社内人材等でIT化
- 高速開発への期待(パッケージに+αを期待)
- 外部コンサルへの期待感

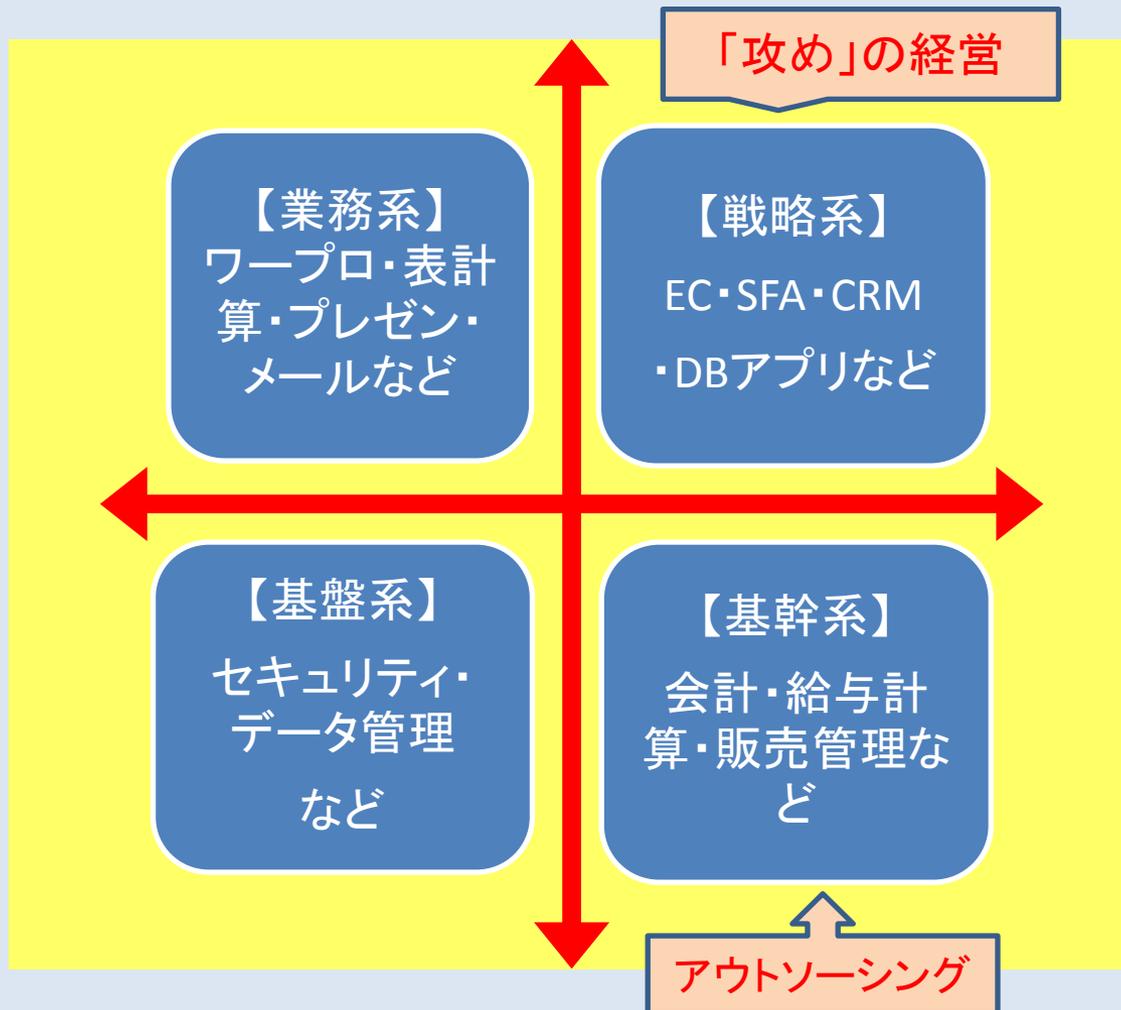
20人以下

- IT利活用が進んでない、自計化が進んでない
- システム導入コストに納得感が得られない

【民間ケアが足りない分野】

* 上表は、イメージを共有するために、便宜的に、製造の事業規模に基づきレイヤに分類してみたもの。

所有から利用へ ～「モノ」(パッケージ)から「サービス」へ～



○従来のパッケージ販売のビジネスモデルの転換が必要。
○「クラウド・アプリ=サービス」とすれば、記帳代行・給与計算等のアウトソーシング、導入コンサルテーションなどのサービスも望まれる。

経営者の「志」を育む「場」を期待！

- 孤独な決断者である中小企業経営者には、経営革新を「考える場」が必要。
- 経営革新への確信を共有できる「仲間」との「集いの場」が必要。
- 中小企業経営者自らが一步を進めるための「決断の場」が必要。