

生産性向上・ICT活用状況に関する アンケート調査結果

報告書

2017年3月2日

東京商工会議所 生産性向上委員会

調査について

ご案内のとおり、政府は、名目GDP600兆円を2020年頃までに達成することを目標に掲げています。2015年度の名目GDPは、532兆2千億円であり、目標の達成には年2～3%の高い成長率が求められます。しかしながら、世界の政治経済情勢は先行き不透明感が高まり、我が国は世界に先駆けて本格的な人口減少社会を迎えるなど、成長の停滞が懸念されております。

このような中、我が国が「成長する経済」への移行を着実に果たすためには、サプライサイドを強化する政策に取り組み、構造改革とイノベーションを実現する必要があります。もとより、改革の実行主体は民間であり、中小企業も含め、その原則は自助努力です。政府に必要な措置を望みながらも自ら成長に向けて改革に軸足を移さねばなりません。労働力減少が確実となる中、個々の企業の生産性向上に向けた取り組みこそが、日本の経済成長の原動力となるとの認識のもと、東京商工会議所では、本年、生産性向上委員会を設置し、首都東京の経済を支える中小企業の実産性向上を推進してまいります。

委員会活動を展開するにあたり、現在、東京の企業が生産性向上のためにどのような取り組みを行い、どのような課題を抱えているのか、実態を把握するため、今般「生産性向上・ICT活用状況に関するアンケート調査を実施いたしました。本調査結果を当委員会の今後の事業運営に活用してまいります。同時に、本調査結果が、企業、とりわけ中小企業の実産性向上を支援する皆様の参考となれば幸いに存じます。

東京商工会議所
生産性向上委員会
委員長 藤重貞慶

目次

1. アンケート調査の概要	4
(1)調査目的 (2)調査対象 (3)調査期間 (4)調査方法 (5)主な調査項目	
2. 主な調査結果	5～7
3. 回答企業の属性	8～13
(1)業種・資本金・従業員	
(2)年間売上高・過去3年間の売上傾向・経常利益	
(3)国内の商圈・海外取引の状況・顧客数・仕入れ先数	
(4)事業計画の作成状況	
(5)マーケティング担当部署の有無	
(6)情報システム部門の有無	
4. 生産性向上の取組	14～20
5. ICTの活用状況	21～26
6. 生産性向上に向けて、行政や商工会議所に望むこと	27
7. 調査票	28～29

凡例

資料中のグラフ・表については、特に記載が無いものはSA(該当する選択肢の中から一つだけ回答)。その他は以下の記載のとおり

MA

該当する選択肢は全て回答

3つまで

該当する選択肢の中から3つまで回答

1. アンケート調査の概要

1. 調査目的

東京商工会議所会員企業の生産性向上に関する取り組みの状況を把握する

2. 調査対象

東京商工会議所会員企業10,000社

(従業員数2名以上、団体、支店、農業、公務等を除く、発送可企業55,755社より抽出)

回答数 1,087社(回収率10.8%)

3. 調査期間:2016年12月1日～12月20日

4. 調査方法:郵送による調査票の送付、FAX・メールによる回答

5. 主な調査項目:

(1)生産性向上の取組状況

(売上向上、経営力強化、人材活用、コスト削減に係る実施状況と、今後の強化項目)

(2)ICT活用状況、IoT・ビッグデータ・AI等のビジネス活用状況と関心度

(3)生産性向上に向けて行政・商工会議所に望むこと 等々

2. 主な調査結果 1/3

1. 事業計画の作成状況

P11

- 事業計画(販売計画、生産計画、資金計画等)を「毎年作成しPDCAを回している」33%、「作成しているが成果検証が不十分」26%と、6割の企業は作成しているが、4割の企業は事業計画を作成していない。
- 黒字の企業では、「毎年作成しPDCAを回している」41%、「作成しているが成果検証が不十分」25%と、66%が事業計画を作成している。収支トントンの事業者は「作成している・していない」がほぼ半数ずつ。回答企業のうち経常利益が赤字の企業の58%は事業計画を作成していない。

2. マーケティング担当部署の有無

P12

- マーケティング(販売促進、顧客分析、商品開発企画等)の専門部署がある企業は全体の8%、兼務部署がある企業は20%で、組織的な対応を行っている企業は3割弱にとどまる。必要に応じて社長・役員が実施している企業は38%、マーケティング担当が無い企業も35%存在する。
- 従業員規模が小さい企業ほどマーケティング担当部署が無い。101人以上の企業でようやくマーケティング担当の存在する企業が6割超となる。
- 売上増加傾向の企業の34%はマーケティング担当部署があるが、売上減少傾向の企業では19%に止まる。

3. 自社の生産性についての認識

P14

- 同業他社に比べて自社の生産性が高いと思う企業は全体の3割、高いと思う理由は
 - 1位「取引先・顧客への信用力がある」(51%)
 - 2位「製品・サービスの品質面で競争力がある」(31%)取引先や顧客からの評価や競争力など「稼ぐ力」に直結する強みが生産性向上に繋がっていると判断する企業が多いようだ。一方で、自社の生産性が高いのか低いのか「わからない」企業も3割存在する。

4. 生産性向上のボトルネック

- 「生産性向上のボトルネック」(内部要因)としては、
 - 1位「人材の確保が困難であること」(47%)
 - 2位「競合による低価格化が課題」(33%)
 - 3位「商品力・マーケティングの不足」(32%)
- 従業員規模が大きい企業では人件費の上昇を課題とする声があがっている(29%)。101人~300人の企業では、「人材確保が困難」な企業が64%にのぼる。
- 「生産性向上のボトルネック」(外部要因)としては、
 - 1位「消費者の購買力の低下」(28%)
 - 2位「市場見通しが立たないため設備投資ができない」(15%)
 - 3位「不合理な商習慣」(12%)
- 規模別にみると、従業員301名以上の企業では、海外展開の難しさ(18%)や為替変動の影響(21%)を訴える声強い。

P15

P17

2. 主な調査結果 2/3

5. 生産性向上の取り組み

P19

- 『既に行っている生産性向上の取組』は
1位「適材適所の人員配置」(43%)
2位「社員のコミュニケーションの円滑化」(38%)
3位「人材育成・スキルアップ」(37%)
- 次いで、「新販路の開拓」や「各種データの有効活用」、「業務の見える化による意思決定の迅速化」、「顧客満足度の向上」など経営力の強化につながる取り組みに力を注いでいる。
- 『今後強化する取組』は
「人材育成・スキルアップ」が1位(40%)
「ムダな作業・業務の削減」が2位(36%)
「新販路開拓」「新分野・新規事業への進出」「新製品・サービスの開発」を強化したい企業も多い。
- 「在宅勤務等柔軟な働き方の導入」については現在は9%と少ないものの、今後導入を検討する企業は26%となっており、人手不足が深刻化する中、働き方改革により人材確保を模索する姿がうかがえる。

6. 生産性向上のためのICTの活用状況

- 社内のICT化、セキュリティ対策の牽引役を担う情報システムの専門部署がある企業は全体の14%。ほとんどの企業では、「兼務する部署・担当者」、「必要に応じて社長・役員」が対応しているのが実態。
- セキュリティ対策について、ウイルス対策ソフトは情シスが無い企業でも9割が入れているが、重要なファイルへのパスワード設定47%、従業員向けの研修17%、メール等での注意喚起23%と、セキュリティ対策の重要な側面である社員教育が充分とは言い難い状況である。

P13

- ハードウェアについて、社内LANは全体の7割、複合機は9割の企業が導入している。

P21

- ソフトウェアについて、財務会計システムは全体の6割の企業が導入しているが、顧客管理、見積書作成、発注・仕入管理等の業務システムの導入率は全体の2割程度に留まっている。

業種毎に必要なと思われるシステムを見ても、

POSレジシステム: 飲食業24%、小売業23%

発注・仕入管理システム: 卸売業35%、小売業28%

物流・在庫管理システム: 運輸業28%、卸売業24%

と、効率化につながる業務システムの導入率はまだ低い。

P22

- 自社公式サイトは全体の8割の企業が保有しており、そのうち、6割の企業が定期的に更新している。普及は進んでいるものの、SEO対策は27%、Web広告は7%と、PRや売上アップに有効活用しているとは言い難い状況である。

P24

- ICTを活用する上での課題としては、セキュリティ面に不安(35%)、コスト負担が大きい(33%)、費用対効果がわからない(23%)という声が多い。

P25

2. 主な調査結果 3/3

7. IoT、ビッグデータ、AI等の利用意向

P26

- IoT、AI等の利用状況を尋ねたところ、既にビジネスに活用中の企業はIoT6%、ビッグデータ3%、ロボット3%と、わずかに止まる。
- 「関心があり活用したい」、「活用したいが方法や効果がわからない」企業はそれぞれ数%から10%。
- 「活用すべき分野がない」「導入する予定はない」「無回答」の企業は7割～9割にのぼる。

8. 行政や商工会議所に望むこと

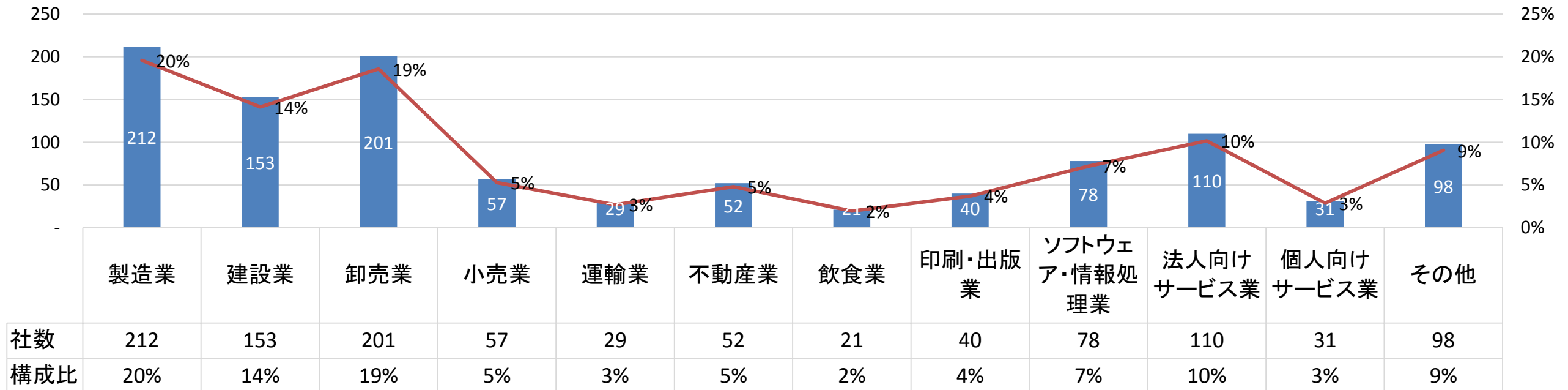
P27

- 生産性向上に向けて、行政や商工会議所に望むことは、
1位「多様な人材の確保・活用支援」38%
2位「人材育成の支援」37%
3位「設備等の為の助成制度の整備・拡充」31%
が上位を占める。
- 小規模企業では「参考となる好事例の紹介」(31%)を求める声が多く、51人～100人の企業では「多様な人材の確保・活用支援」(55%)
「人材育成支援」(46%)を望む声強い。101名以上の企業では「設備・ICT投資のための助成制度の整備拡充」(4割以上)への期待が強い。

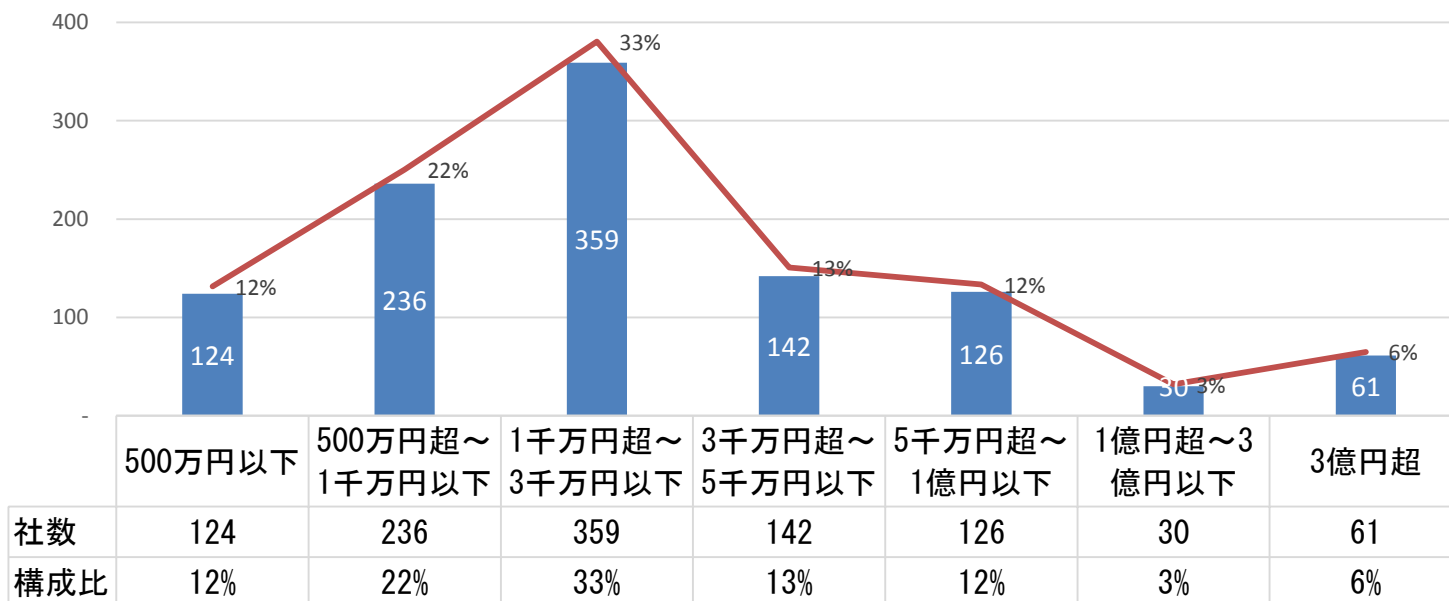
3. 回答企業の属性 (1) 業種・資本金・従業員数

- (1) 業種: 製造業からの回答が最も多く(212社・20%)、次いで卸売業(201社・19%)、建設業(153社・14%)となっている。
 (2) 資本金: 3千万円以下の企業が全体の67%
 (3) 従業員数: 50人以下の企業が全体の76%

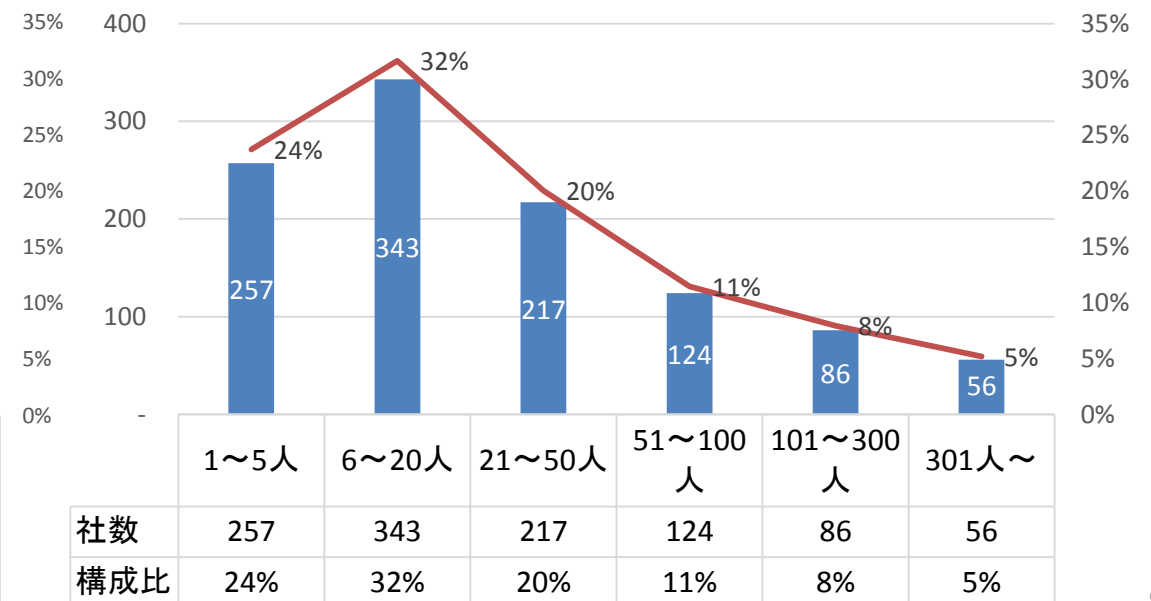
(1) 業種 (n=1082)



(2) 資本金 (n=1078)



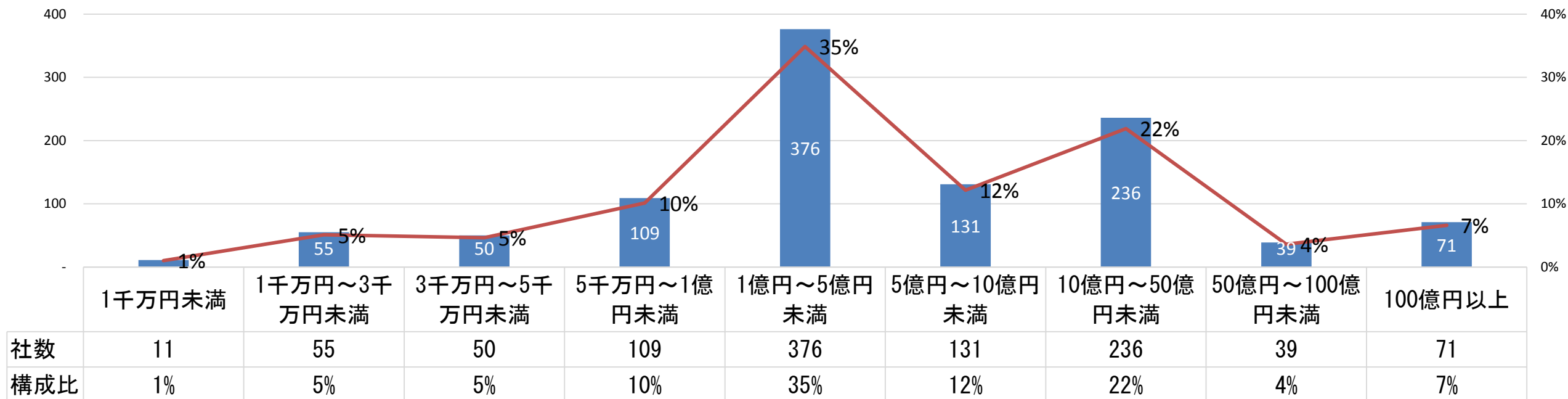
(3) 従業員数 (n=1083)



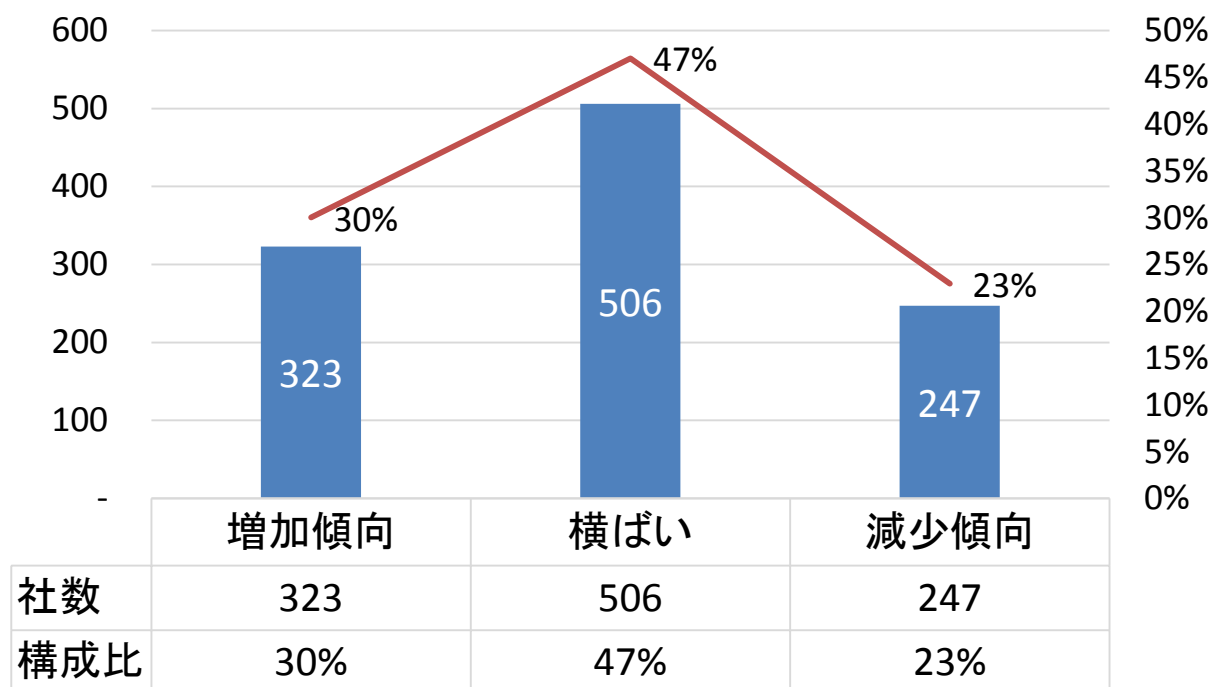
3. 回答企業の属性 (2) 年間売上高・売上傾向・経常利益

- (4) 年間売上高: 1~5億円未満の企業が376社(35%)と最も多い。次いで10~50億円未満が236社(22%)
- (5) 過去3年間の売上傾向: 増加傾向30%、横ばい47%、減少傾向23%
- (6) 経常利益: 前期の決算における経常利益は、黒字62%、収支トントンが23%、赤字14%

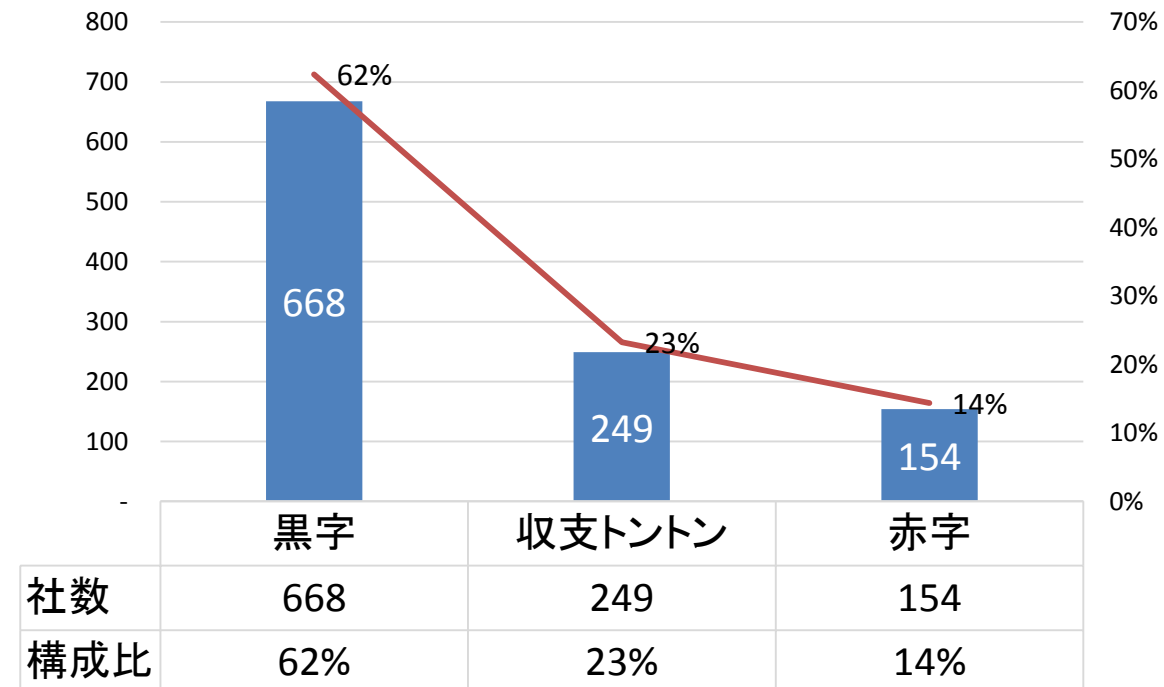
(4) 年間売上高 (n=1078)



(5) 過去3年間の売上傾向 (n=1076)



(6) 経常利益 (n=1071)



3. 回答企業の属性 (3) 商圈・取引先

(7) 国内の商圈または取引先：全国52%、首都圏26%と、商圈が広域な企業が8割

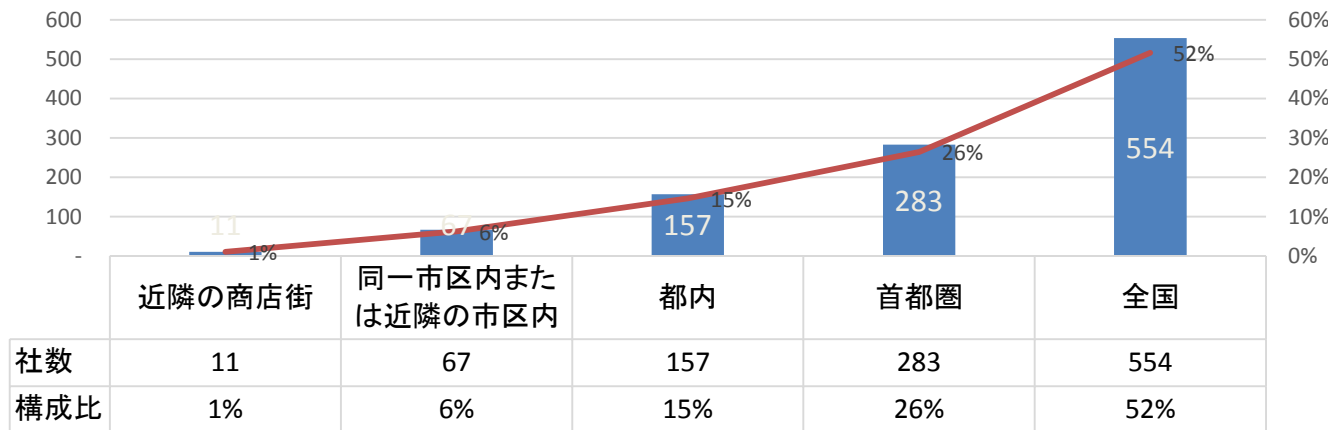
(8) 海外との取引状況：輸出入を行っているのは2割程度。66%の企業は海外との取引は行っていない

(9) BtoB企業の顧客数：6～20社が22%と最も多い。300社以下で全体の8割

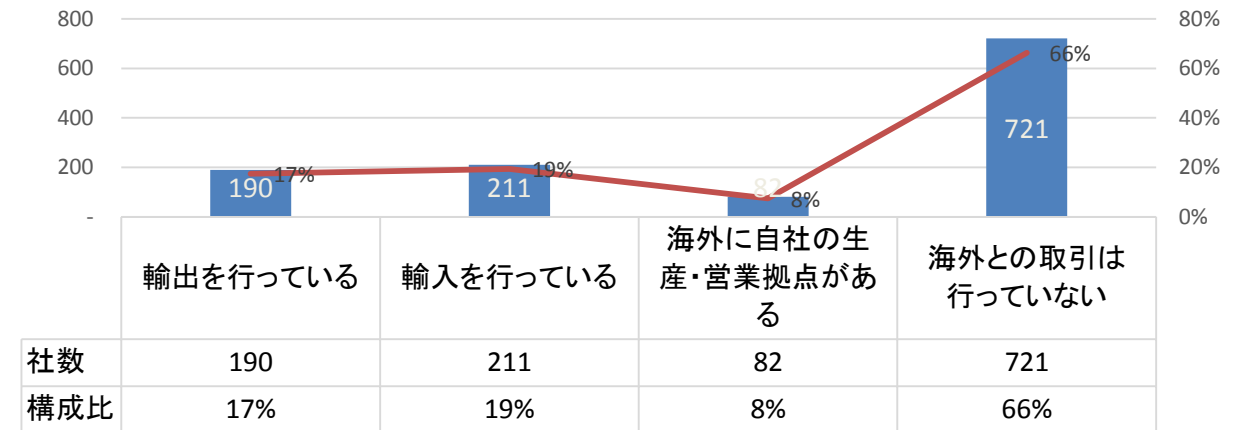
(10) BtoC企業の顧客数：500社以下が全体の8割

(11) 仕入先の数：原材料、商材、商品の仕入れ先のは、11～50社が41%、次いで1～10社26%。100社までが全体の8割

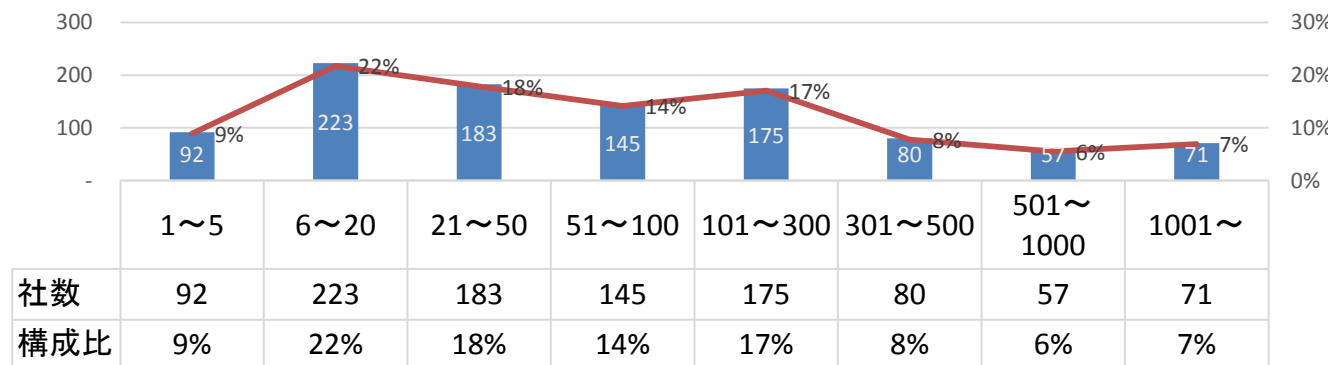
(7) 国内の商圈または取引先 (n=1072)



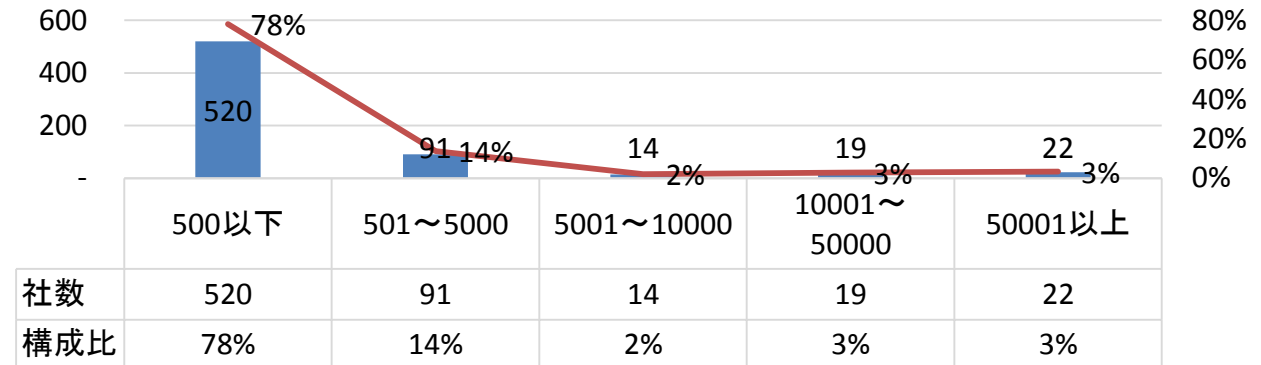
(8) 海外との取引状況 (n=1087)



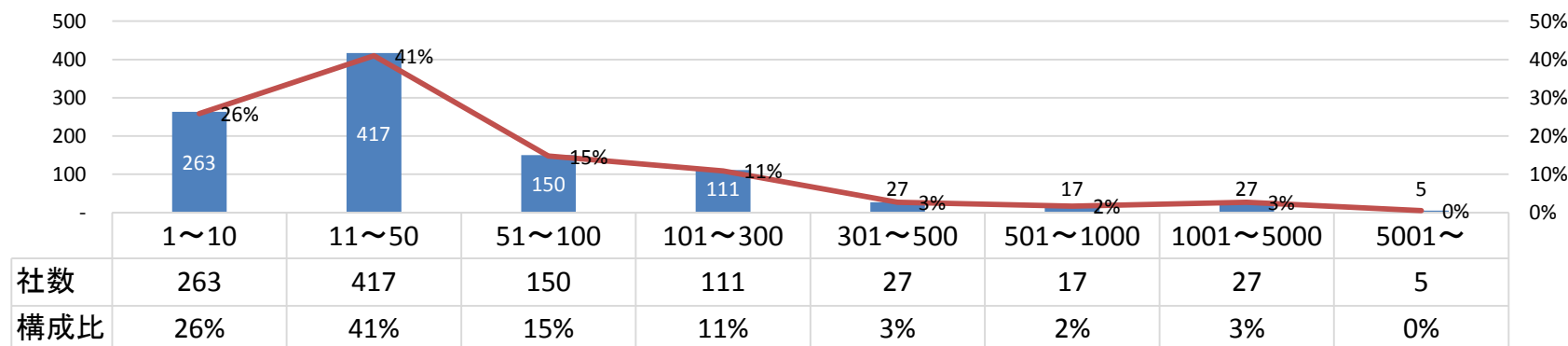
(9) BtoB企業の顧客数 (n=1026)



(10) BtoC企業の顧客数 (n=666)



(11) 仕入先の数 (n=1017)



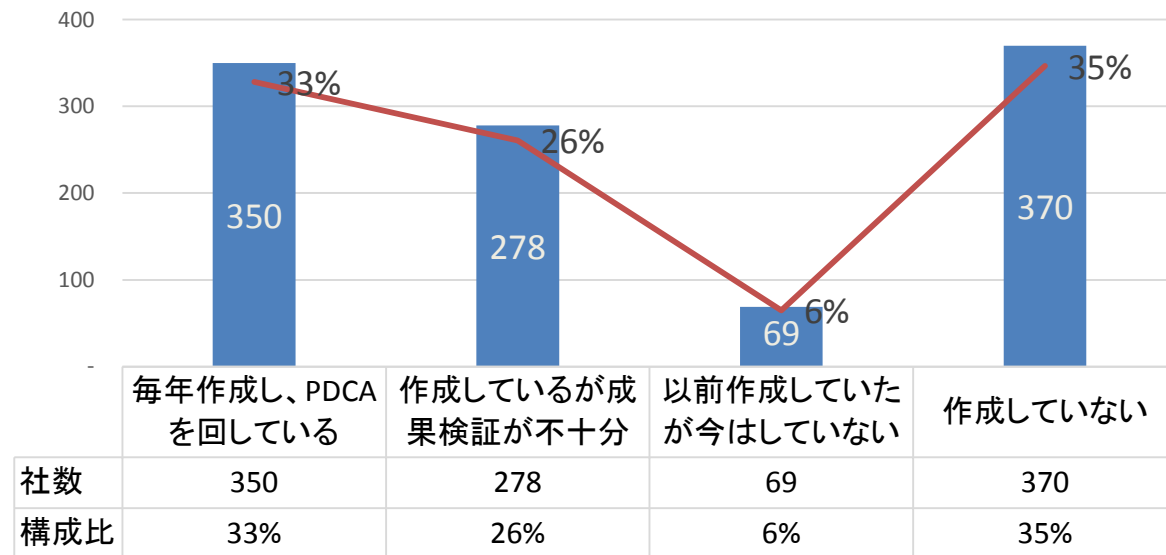
3. 回答企業の属性 (4) 事業計画作成状況

(12) 事業計画(販売計画、生産計画、資金計画等)を作成しているかを尋ねたところ、「毎年作成しPDCAを回している」33%、「作成しているが成果検証が不十分」26%と、6割の企業は作成しているが、4割の企業は作成していない

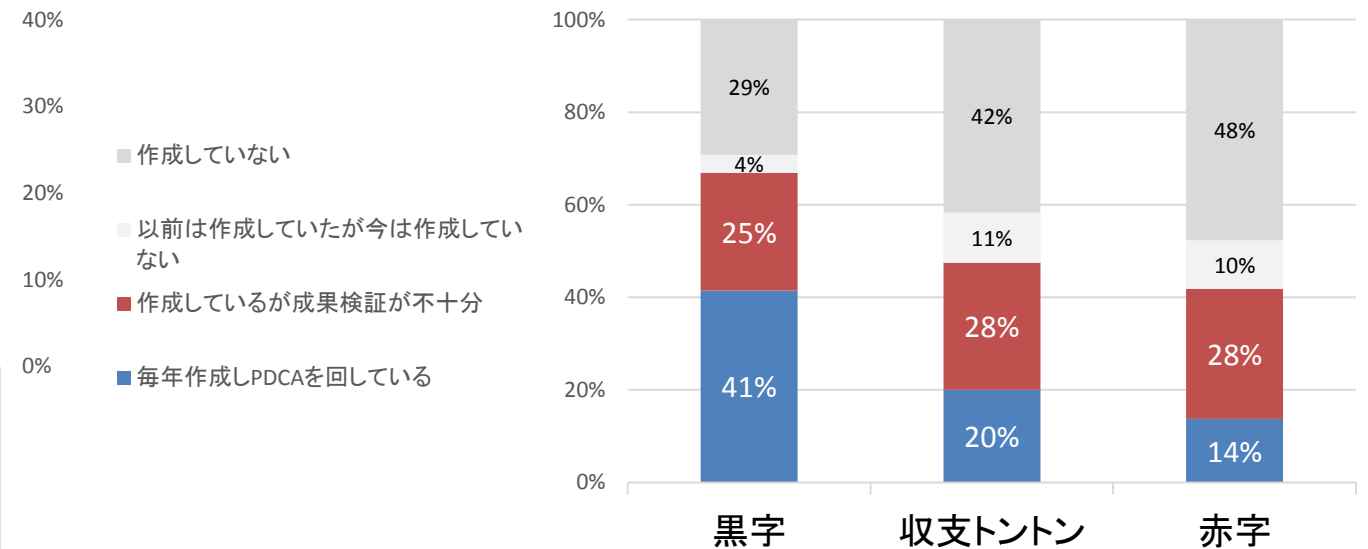
(12-1) 事業計画作成有無と収支(経常利益)との関係を見ると、黒字企業の66%は事業計画を作成しているが、赤字企業では42%しか作成していない。収支トントンの企業は作成している/していないがほぼ半々

(12-2) 事業計画作成有無と従業員規模との関係では、従業員規模が小さいほど、事業計画を作成していない。特に、1~5人の企業規模では3割しか作成していない

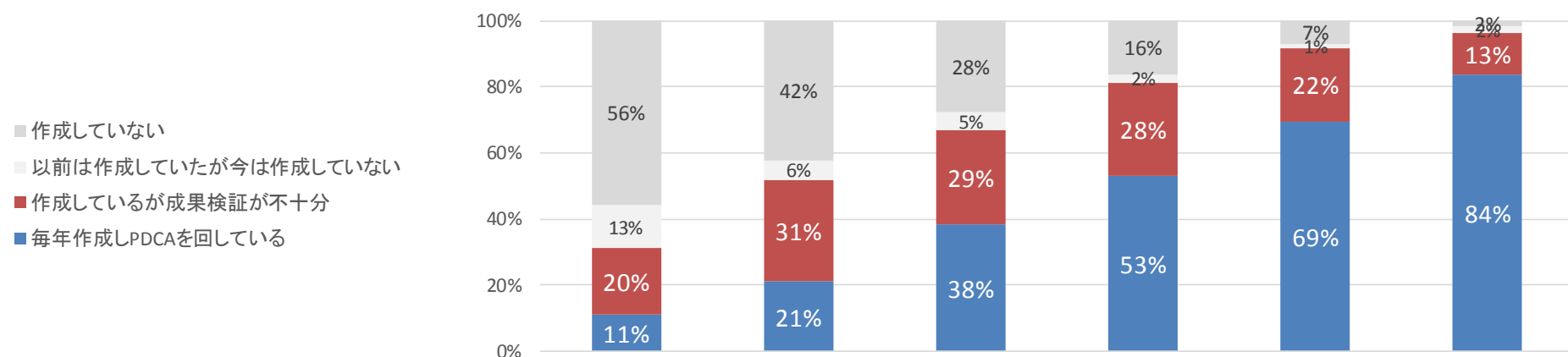
(12) 事業計画の作成について(n=1067)



(12-1) 事業計画作成と収支状況(n=1054)



(12-2) 従業員規模別 事業計画作成状況(n=1065)



	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	総計
毎年作成しPDCAを回している	28	71	81	65	59	46	350
作成しているが成果検証が不十分	50	105	61	35	19	7	277
以前は作成していたが今は作成していない	33	20	11	3	1	1	69
作成していない	140	143	59	20	6	1	369
総計	251	339	212	123	85	55	1065

回答が無記入の場合があるため、総計が上記とは若干不一致

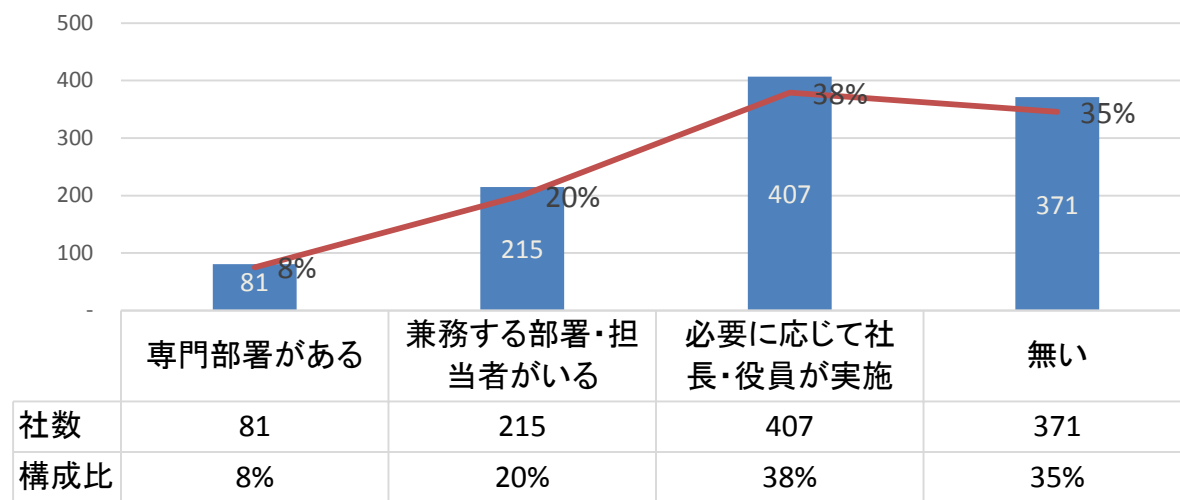
3. 回答企業の属性 (5) マーケティング担当部署の有無

(13) マーケティング(販売促進、顧客分析、商品開発企画等)を担当する部署の有無を尋ねたところ、「専門部署がある」8%、「兼務する部署・担当者がある」20%と、組織的な対応をしている企業は3割弱。「必要に応じて社長・役員が実施」(38%)、「無い」35%となっており、7割の企業はマーケティング活動を組織的に実施していない。

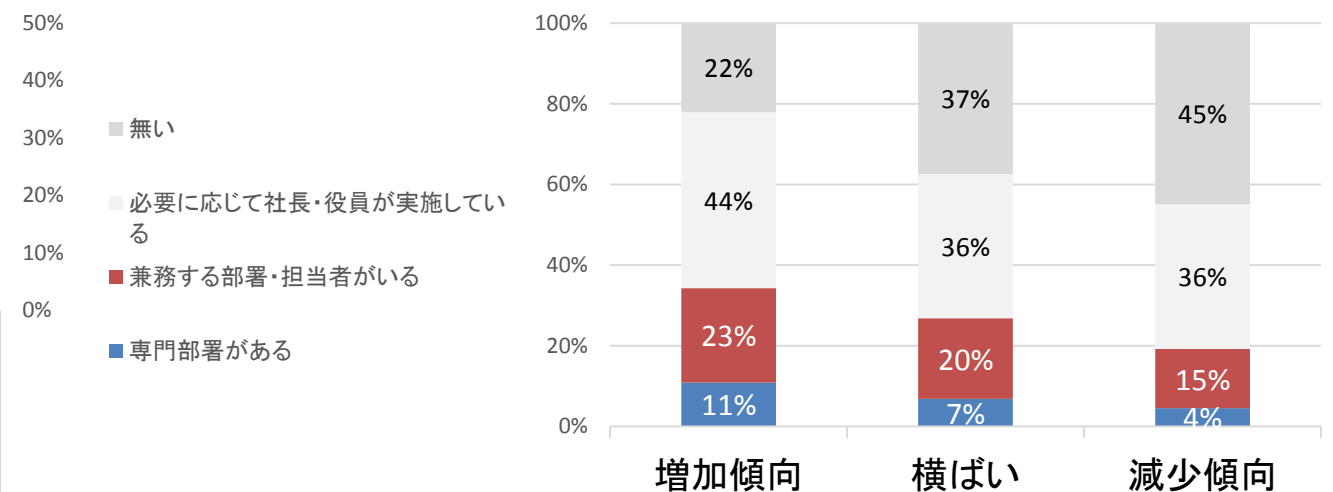
(13-1) マーケティング担当部署の有無と売上傾向の関係を見ると、売上増加傾向企業の34%は組織的に対応しているが、減少傾向企業では19%に止まる。

(13-2) マーケティング担当部署の有無と従業員規模の関係を見ると、従業員規模が小さいほど、担当部署が無い

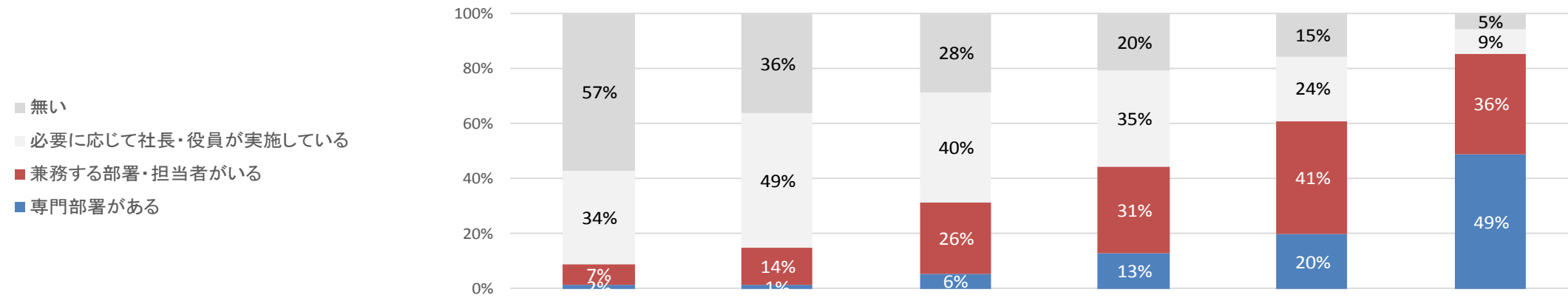
(13) マーケティング担当部署の有無 (n=1074)



(13-1) マーケティングと売上傾向 (n=1065)



(13-2) 従業員規模別 マーケティング担当部署の有無 (n=1068)

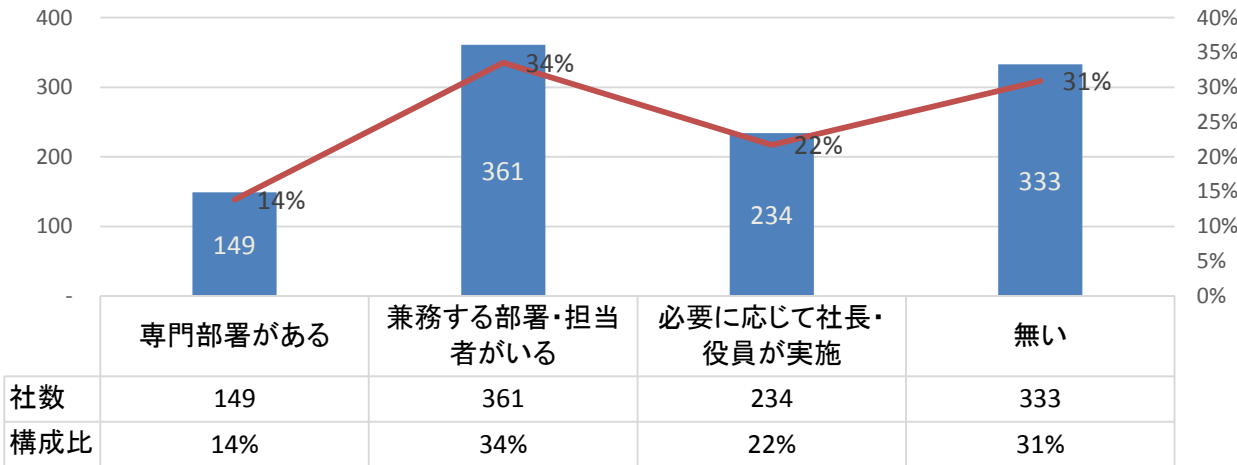


	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	総計
専門部署がある	4	5	12	16	17	27	81
兼務する部署・担当者がある	19	46	56	38	35	20	214
必要に応じて社長・役員が実施している	87	166	86	43	20	5	407
無い	145	123	61	25	13	3	370
総計	255	340	215	122	85	55	1072

回答が無記入の場合があるため、総計が上記とは若干不一致

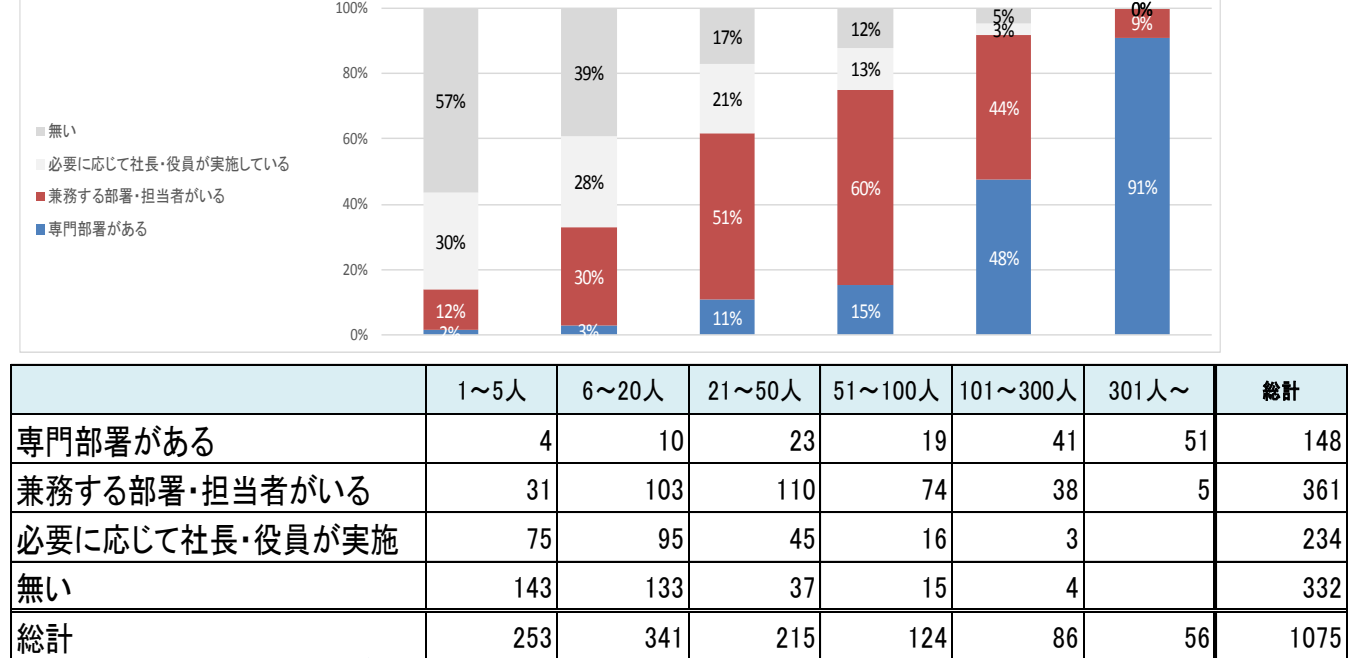
3. 回答企業の属性 (6) 情報システム部門の有無

(14) 情報システム部門の有無について (n=1077)



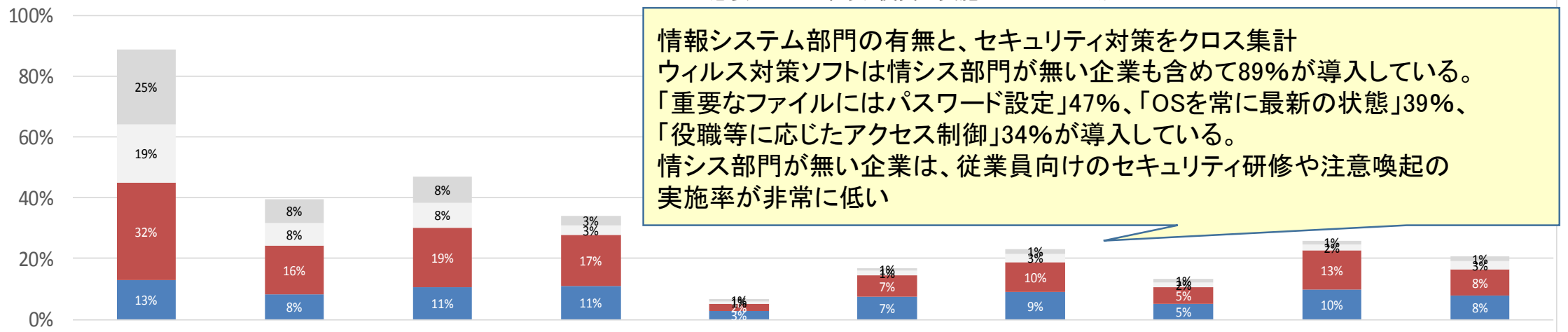
情報システム部門(社内のシステム導入・運用、セキュリティ対策を実施する部門)の有無を尋ねたところ、「専門部署がある」14%、「兼務する部署・担当者がいる」34%と、組織的な対応をしている企業は5割程度に止まる。

(14-1) 従業員規模別 情報システム部門の有無 (n=1068)



従業員規模が小さいほど、担当部門が無い

(14-2) 情シス担当部署の有無とセキュリティ対策 (n=1087)

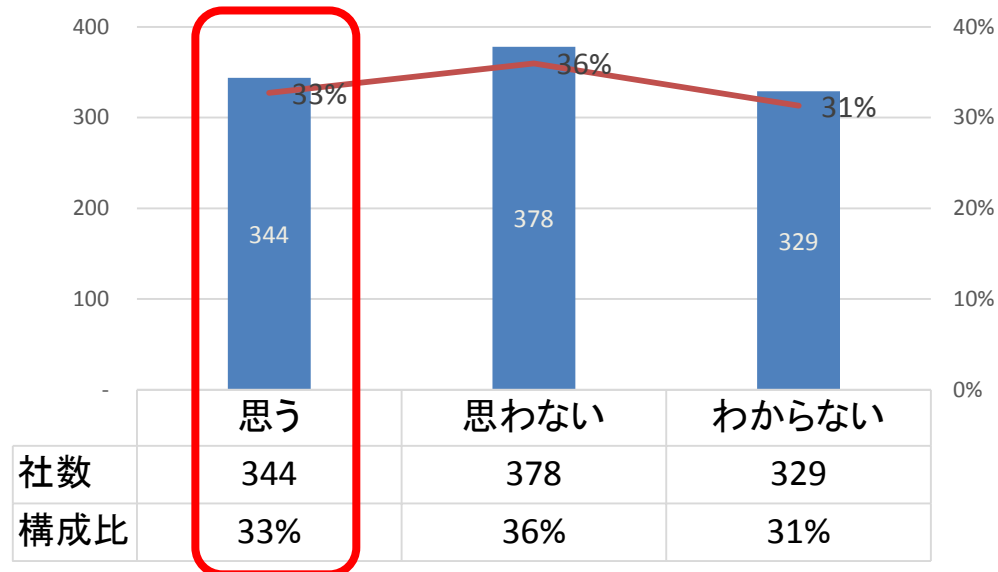


情報システム部門の有無と、セキュリティ対策をクロス集計
 ウィルス対策ソフトは情シス部門が無い企業も含めて89%が導入している。
 「重要なファイルにはパスワード設定」47%、「OSを常に最新の状態」39%、
 「役職等に応じたアクセス制御」34%が導入している。
 情シス部門が無い企業は、従業員向けのセキュリティ研修や注意喚起の実施率が非常に低い

	ウイルス対策ソフトを入れている	OS等を常に最新の状態にしている	重要なファイルにはパスワード設定	役職、部署等に応じてアクセス制御	社内のファイルは暗号化	従業員向けのセキュリティ研修を実施	従業員向に適宜メール等で注意喚起	外部セミナー参加による情報収集	情報管理責任者等を配置	重要情報の社外持出ルールを明確化
専門部署がある	13%	8%	11%	11%	3%	7%	9%	5%	10%	8%
兼務する部署・担当者がいる	32%	16%	19%	17%	2%	7%	10%	5%	13%	8%
必要に応じて社長・役員が実施	19%	8%	8%	3%	1%	1%	3%	2%	2%	3%
無い	25%	8%	8%	3%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
合計	89%	39%	47%	34%	7%	17%	23%	13%	26%	21%

4. 生産性向上の取り組み 1/7

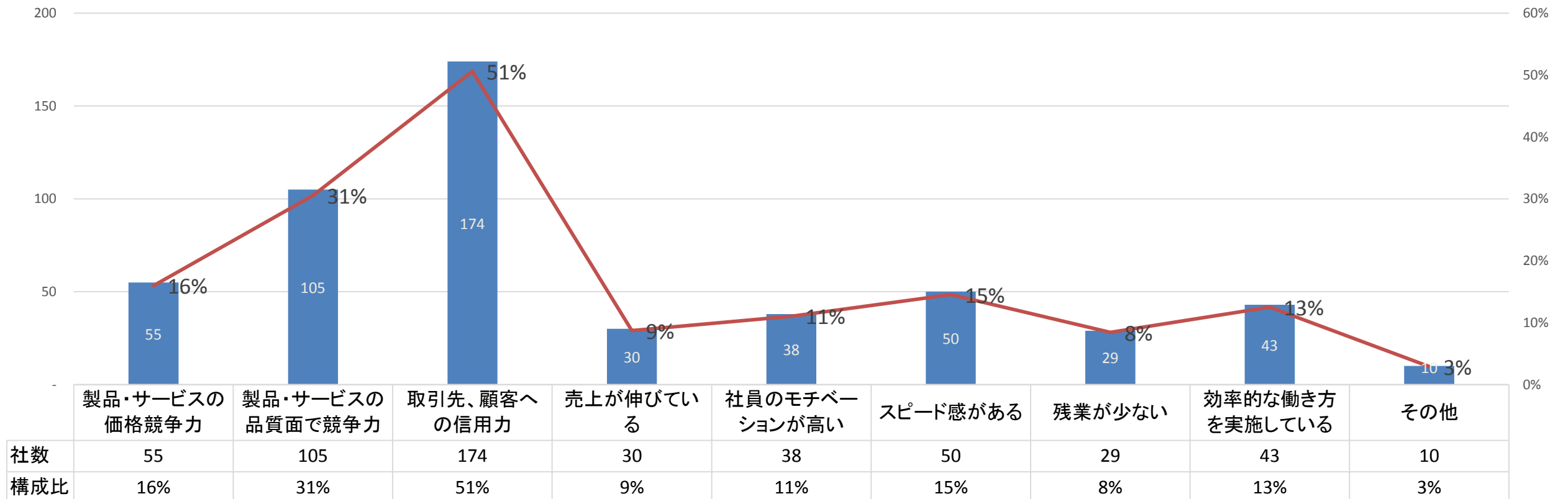
(15) 同業他社と比べて、自社の生産性は高いと思うか (n=1051)



「同業他社と比べて、自社の生産性が高いと思う」企業は344社(33%)
 更問で高いと思う理由を尋ねたところ、「信用力」、「品質面の競争力」、
 「価格競争力」が上位となっている。



(16) 高いと思う理由 (n=344)

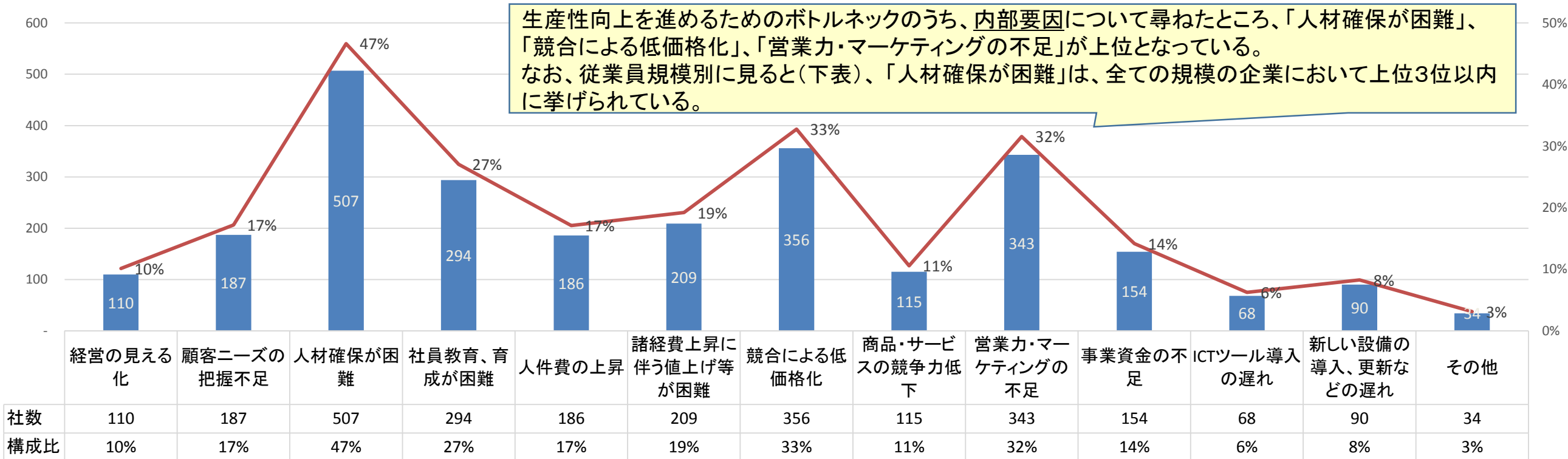


4. 生産性向上の取り組み 2/7

MA

(17) 生産性向上を進めるためのボトルネック: ①内部要因 (n=1087)

生産性向上を進めるためのボトルネックのうち、内部要因について尋ねたところ、「人材確保が困難」、「競合による低価格化」、「営業力・マーケティングの不足」が上位となっている。
 なお、従業員規模別に見ると(下表)、「人材確保が困難」は、全ての規模の企業において上位3位以内に挙げられている。



◆従業員規模別クロス集計 (n=1083)

MA

	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	総計
経営の見える化 (リアルタイムの経営状況把握) が不足	5%	10%	10%	16%	16%	9%	10%
顧客ニーズの把握不足	18%	19%	14%	16%	21%	14%	17%
人材確保が困難	30%	50%	54%	52%	64%	39%	47%
社員教育、育成が困難	15%	28%	30%	42%	37%	21%	27%
人件費の上昇	12%	14%	20%	22%	21%	29%	17%
諸経費上昇に伴う値上げ・価格転嫁が困難	22%	19%	20%	10%	22%	18%	19%
競合による低価格化	32%	32%	29%	39%	36%	38%	33%
商品・サービスの競争力低下	11%	9%	9%	10%	16%	16%	11%
営業力・マーケティングの不足	30%	32%	32%	30%	40%	27%	32%
事業資金の不足	27%	15%	11%	5%	5%	0%	14%
ICTツール導入の遅れ	2%	6%	6%	9%	8%	14%	6%
新しい設備の導入、更新、店舗の改装などの遅れ	7%	8%	10%	8%	12%	4%	8%
その他	5%	2%	4%	2%	2%	2%	3%
件数(n)	257	343	217	124	86	56	1,083

※従業員規模別に、上位3件にピンクの網掛け

4. 生産性向上の取り組み 3/7

◆生産性向上のボトルネック【内部要因】 業種別クロス集計

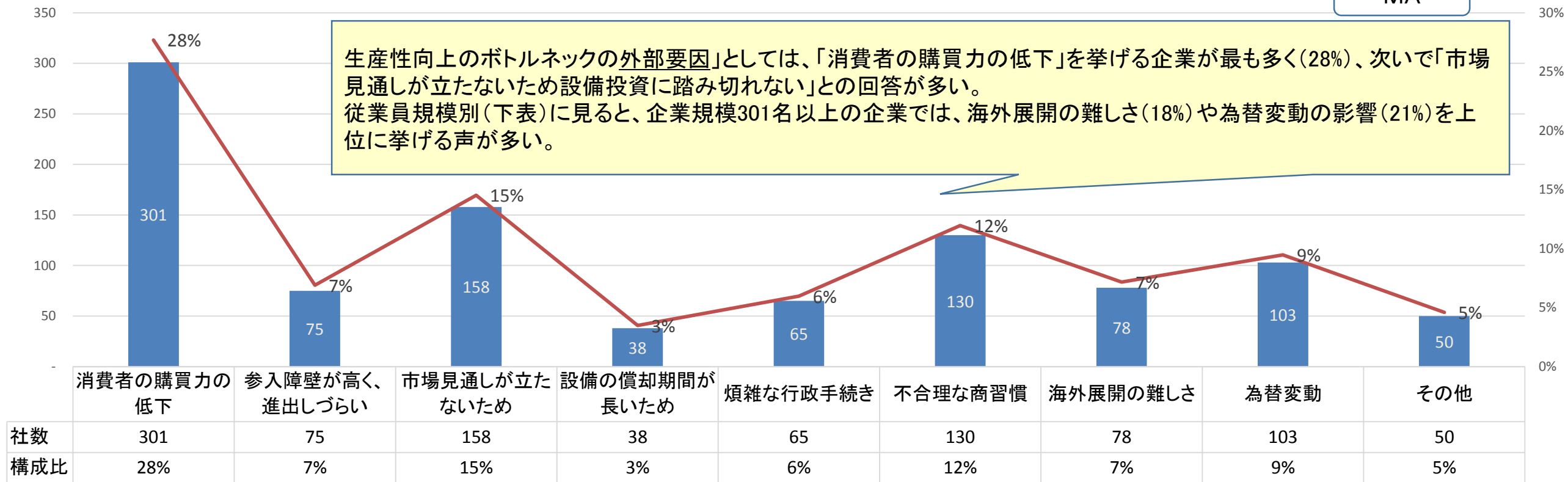
	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	不動産業	飲食業	印刷・出版業	ソフトウェア・情報処理業	法人向けサービス業	個人向けサービス業	その他	総計
経営の見える化(リアルタイムの経営状況把握)が不足	16%	5%	9%	12%	3%	8%	10%	10%	9%	9%	10%	12%	10%
顧客ニーズの把握不足	20%	10%	21%	23%	3%	21%	14%	30%	13%	17%	23%	11%	17%
人材確保が困難	48%	65%	32%	39%	62%	19%	67%	35%	74%	49%	35%	42%	47%
社員教育、育成が困難	32%	25%	23%	23%	41%	17%	19%	20%	33%	31%	35%	27%	27%
人件費の上昇	17%	18%	8%	19%	28%	10%	48%	15%	26%	15%	35%	19%	17%
諸経費上昇に伴う値上げ・価格転嫁が困難	25%	20%	20%	18%	34%	15%	24%	28%	12%	10%	13%	15%	19%
競合による低価格化	37%	34%	34%	32%	28%	17%	14%	50%	22%	40%	32%	27%	33%
商品・サービスの競争力低下	10%	5%	14%	14%	7%	10%	10%	10%	8%	15%	16%	10%	11%
営業力・マーケティングの不足	38%	21%	36%	28%	10%	25%	14%	40%	42%	39%	23%	24%	32%
事業資金の不足	13%	8%	14%	23%	7%	10%	0%	25%	18%	14%	29%	16%	14%
ICTツール導入の遅れ	8%	3%	5%	4%	3%	8%	5%	10%	5%	9%	6%	7%	6%
新しい設備の導入、更新、店舗の改装などの遅れ	17%	5%	2%	12%	7%	12%	19%	18%	4%	5%	13%	4%	8%
その他	3%	3%	4%	0%	0%	4%	5%	3%	5%	2%	10%	2%	3%
件数(n)	212	153	201	57	29	52	21	40	78	110	31	98	1,082

※業種別に、上位3件にピンクの網掛け

4. 生産性向上の取り組み 4/7

(18) 生産性向上を進めるためのボトルネック: ②外部要因 (n=1087)

MA



生産性向上のボトルネックの外部要因としては、「消費者の購買力の低下」を挙げる企業が最も多く(28%)、次いで「市場見通しが立たないため設備投資に踏み切れない」との回答が多い。従業員規模別(下表)に見ると、企業規模301名以上の企業では、海外展開の難しさ(18%)や為替変動の影響(21%)を上位に挙げる声が多い。

◆従業員規模別クロス集計 (n=1083)

MA

	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	総計
消費者の購買力の低下	34%	26%	26%	23%	34%	18%	28%
参入障壁が高く、新事業領域に進出しづらい	6%	6%	7%	11%	6%	7%	7%
市場見通しが立たないため設備投資に踏み切れない	15%	16%	18%	10%	13%	5%	15%
設備の償却期間が長いいため新たな投資に踏み切れない	4%	5%	3%	4%	0%	0%	4%
煩雑な行政手続き	6%	7%	5%	10%	2%	4%	6%
不合理な商習慣	13%	11%	12%	11%	16%	9%	12%
海外展開の難しさ	5%	5%	7%	9%	14%	18%	7%
為替変動	10%	6%	10%	7%	16%	21%	10%
その他	5%	5%	2%	4%	7%	9%	5%
件数(n)	257	343	217	124	86	56	1,083

※従業員規模別に、上位3件にピンクの網掛け

回答が無記入の場合があるため、総計が上記とは若干不一致

4. 生産性向上の取り組み 5/7

◆生産性向上のボトルネック【外部要因】 業種別クロス集計

	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	不動産業	飲食業	印刷・出版業	ソフトウェア・情報処理業	法人向けサービス業	個人向けサービス業	その他	総計
消費者の購買力の低下	31%	16%	40%	42%	10%	13%	62%	45%	13%	19%	52%	15%	28%
参入障壁が高く、新事業領域に進出しづらい	8%	8%	6%	5%	3%	8%	0%	3%	10%	7%	10%	4%	7%
市場見通しが立たないため設備投資に踏み切れない	22%	12%	9%	7%	17%	21%	14%	33%	6%	15%	6%	14%	15%
設備の償却期間が長いいため新たな投資に踏み切れない	4%	3%	3%	4%	0%	10%	14%	10%	0%	2%	3%	1%	4%
煩雑な行政手続き	3%	12%	2%	4%	10%	10%	5%	8%	3%	10%	6%	6%	6%
不合理な商習慣	9%	17%	13%	7%	17%	8%	0%	10%	21%	11%	0%	14%	12%
海外展開の難しさ	11%	3%	9%	0%	14%	0%	5%	10%	8%	6%	0%	8%	7%
為替変動	15%	0%	22%	7%	17%	2%	0%	0%	1%	4%	3%	9%	9%
その他	5%	3%	4%	2%	7%	6%	10%	3%	1%	6%	6%	8%	5%
件数(n)	212	153	201	57	29	52	21	40	78	110	31	98	1,082

※業種別に、上位3件にピンクの網掛け

4. 生産性向上の取り組み 6/7

生産性向上のために、既の実施している取り組み、今後強化したい取り組みを、人材活用、経営力強化、売上アップ、コスト削減の4つのカテゴリに分けて尋ねた。

(1) 人材活用

「適材適所の人材配置」「社員のコミュニケーション円滑化」について既に取り組んでいる企業が多い。「人材育成、スキルアップ」「女性の活躍促進」については、現在も取組、今後も重要視している企業が多い。「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入」は今後強化したいとする企業が多い。

(2) 経営力強化

「経営の見える化」、「社内データの有効活用」は3割程度の企業が取組み、今後も取り組む意欲がある。今後「社外専門家への相談」する企業は少ない。

(3) 売上アップ

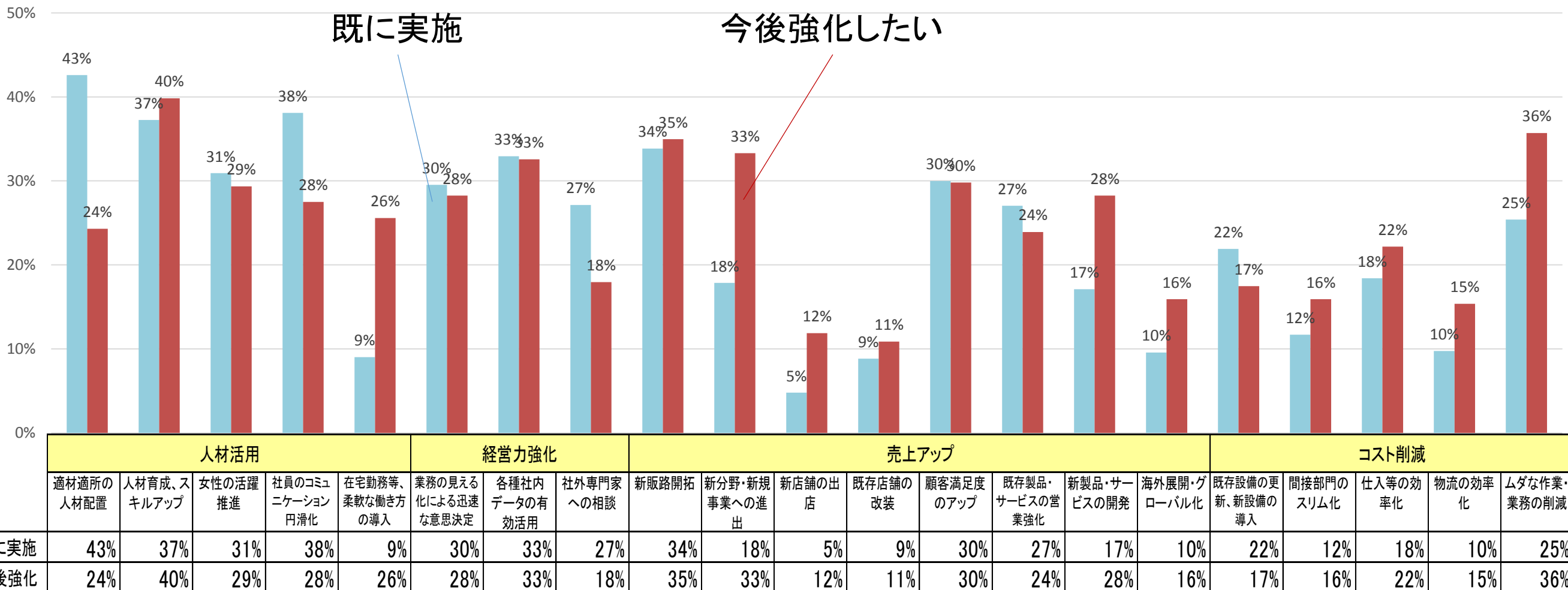
「新販路開拓」「顧客満足度のアップ」は多くの企業が現在も今後も重要視している。また、「新分野・新規事業への進出」、「新製品・サービスの開発」を今後強化したいとする企業が多い。

(4) コスト削減

今後「ムダな作業・業務の削減」を今後強化したい企業が多くなっている。

MA

(19) 生産性向上のために実施している取り組み、今後強化したい取り組み (n=1087社)



4. 生産性向上の取り組み 7/7

(参考1) ボトルネック(内部要因): 自由記入コメント

- 社内モラルの低下
- 少量多品種生産
- 自社専有製品の開発(メーカータイアップ)
- 海外低価格品との競合
- 外注先依存度が高い
- 立地
- 社内コミュニケーション不足による工数増加
- 努力不足
- 高齢化
- 手作りに専念しており、一人前の調理人になるまでに時間がかかる。
- ソーラーパネルやメガソーラーの販売及び投資オーナーなどの販路の増加
- 社員のスキルアップやスピードアップ
- 協力工場の熟練者の高齢化
- 物流費の高騰(重厚長大な商品の輸送が困難になりつつある)
- 汎用性の高い商品力の整備・開発
- 場所の確保
- 商品開発の難しさ
- 人材の教育・育成の強化
- 固定経費負担の増
- 新卒採用が多く、同規模他社と比べ一人当たりの生産性の低さ
- 業態が多岐に渡り、要因が異なる
- 生産工場の海外流出
- 販売価格の低下
- 設備・人的投資の困難さ

(参考2) ボトルネック(外部要因): 自由記入コメント

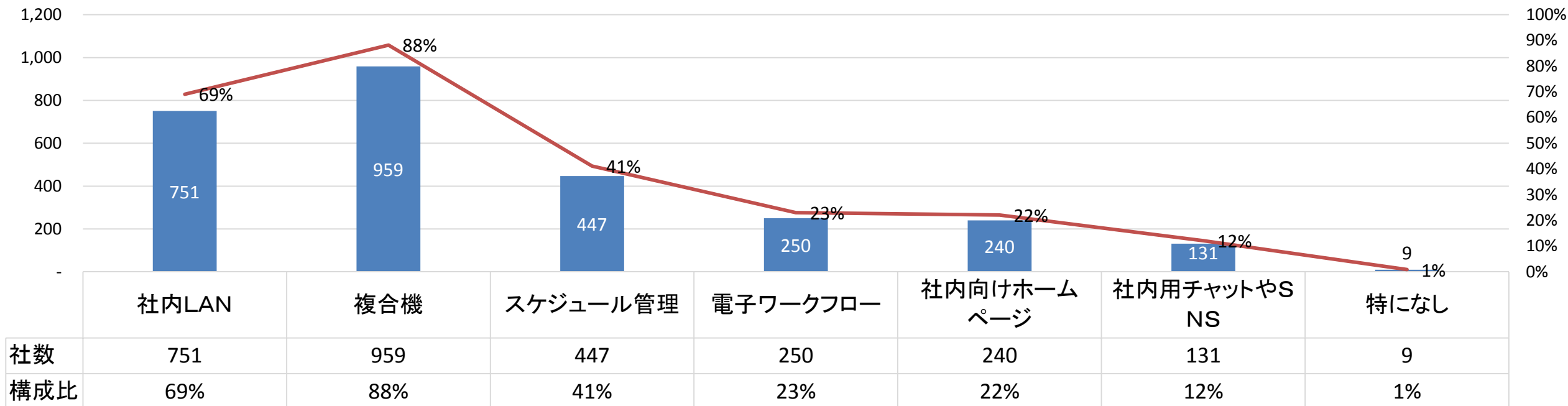
- 大手同業との競争
- 客先の発注金額は安くなる傾向だが、要求される事は難しくなっている
- 公的な仕事の為、改正が多く多種多様な業務内容で給付も繁雑であり自社努力で利益向上が望めない
- 中小企業への自社商品サービス(IT導入)の必要性の認識
- 市場活性化により、競争が激化、顧客要求の高度化(単価、品質)
- 消費者ニーズの多様化
- 市場規模減(少子化)
- 人件費と設計料の低価格化
- 流通の変化(大手メーカーの直売・通販・量販店の台頭など)
- 信用度が低く、支払い条件が障壁
- 既存得意先の販売減・事業縮小・撤退
- 中国の低価格商品により販売数の減少
- 政治環境に左右される、政策変更リスク
- 貸切バス運賃の新ルール
- 地域の施主から提示が遅く工期の遅れが生じやすい
- 公共事業発注量の減少
- 価格競争にさらされている割には初期投資に費用がかかりすぎる。低価格競争の流れはなかなか止まらない
- 魅力的な提案、商品の不足、欠如
- 国内景気の動向に影響される為、人材増強を進めづらい
- 競合激化、自社所有の駐車場確保が困難
- 設備投資が少ないこと
- 主たる原材料が投資(機)により変動し自社製品の出荷価格が高騰して売上がダウンする
- 行政指導による実質的な商品代金値上げ、それに伴う市場の混乱
- 顧客のコスト感に追いつかない、人件費相場の上昇
- 仕入先に質の高い商品を作る職人の減少傾向
- 業界の縮小
- 市場金利の低下
- 交通信号機等安全施設予算低迷

5. ICTの活用状況 1/6

生産性向上のために必要な、社内の情報共有ツールの活用については、従業員数が多くなるほど様々なツールを導入している。「複合機」が88%と最も高く、全ての従業員規模別企業でも1位となっている。次いで「社内LAN」が69%。「スケジュール管理」は、21人以上の企業規模で約半数以上が導入している。「イントラネット」の導入率が50%を超えるのは101人以上の企業となっている。

(20)活用しているツール:①情報共有ツールの活用状況(n=1087)

MA



◆従業員規模別クロス集計(n=1083)

MA

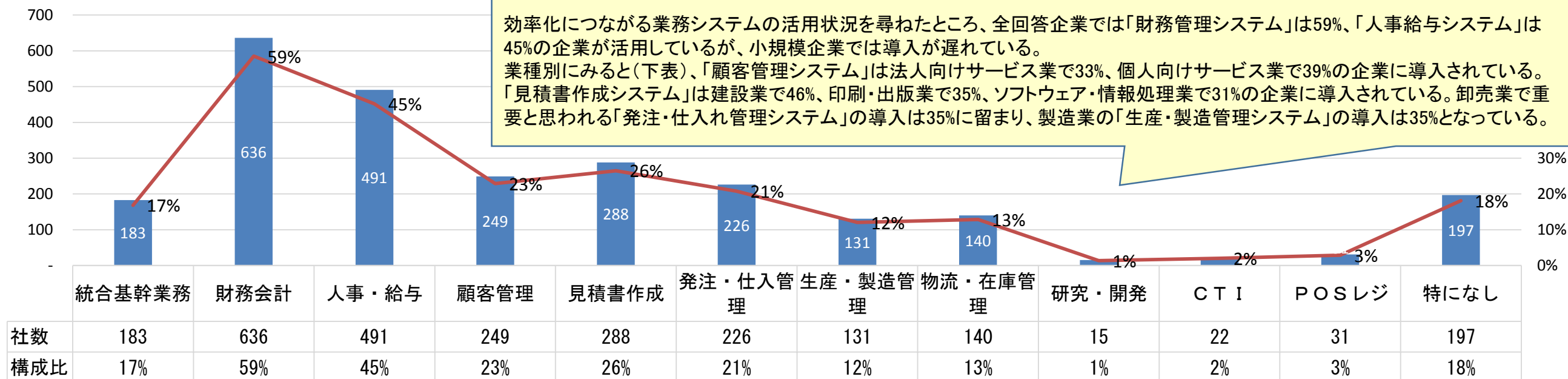
	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	合計
社内LAN	46%	65%	81%	84%	86%	96%	69%
複合機	79%	87%	91%	97%	95%	98%	88%
スケジュール管理	19%	32%	48%	59%	73%	86%	41%
電子ワークフロー	14%	19%	22%	31%	35%	59%	23%
社内向けホームページ	6%	13%	21%	34%	50%	86%	22%
社内用チャットやSNS	8%	9%	12%	12%	21%	36%	12%
特になし	2%	1%	0%	0%	1%	0%	1%
社数	257	343	217	124	86	56	1083

※50%以上に網掛け

5. ICTの活用状況 2/6

MA

(21) 活用しているツール: ②基幹業務のIT化状況 (n=1087)



◆業種別クロス集計 (n=1082)

MA

	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	不動産業	飲食業	印刷・出版業	ソフトウェア・情報処理業	法人向けサービス業	個人向けサービス業	その他	合計
統合基幹業務システム(ERP)	21%	12%	27%	16%	14%	2%	5%	18%	8%	13%	13%	17%	17%
財務会計システム	58%	56%	66%	49%	66%	48%	62%	65%	56%	65%	42%	54%	59%
人事・給与システム	48%	45%	40%	42%	62%	23%	38%	60%	65%	51%	32%	36%	45%
顧客管理システム(CRM、SFA)	21%	13%	23%	30%	14%	21%	19%	28%	22%	33%	39%	24%	23%
見積書作成システム	25%	46%	20%	30%	7%	12%	10%	35%	31%	28%	26%	21%	27%
発注・仕入管理システム(EDI)	32%	14%	35%	28%	3%	2%	10%	25%	8%	15%	13%	9%	21%
生産・製造管理システム	35%	7%	6%	4%	7%	2%	5%	20%	6%	7%	10%	4%	12%
物流・在庫管理システム	19%	3%	24%	16%	28%	2%	0%	18%	3%	6%	13%	8%	13%
研究・開発システム	2%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	5%	2%	0%	1%	1%
CTIシステム	1%	1%	2%	0%	0%	2%	0%	3%	4%	2%	6%	6%	2%
POSレジシステム	0%	1%	2%	23%	0%	4%	24%	0%	0%	1%	6%	1%	3%
特になし	15%	22%	15%	19%	17%	37%	29%	15%	14%	9%	19%	27%	18%
社数	212	153	201	57	29	52	21	40	78	110	31	98	1,082

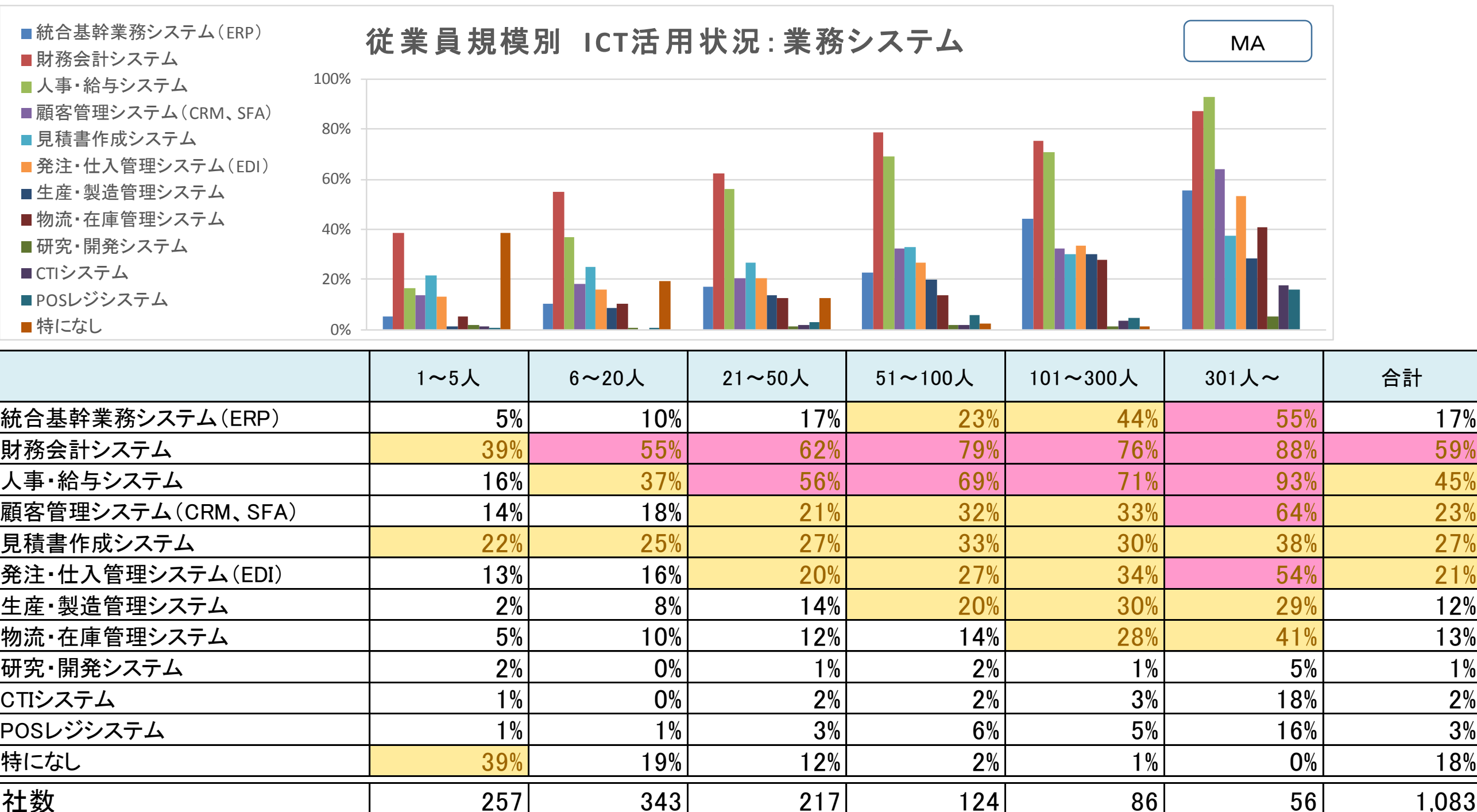
※20%以上は黄色の網掛け、50%以上はピンクの網掛け

○は業種に特徴的なシステム

5. ICTの活用状況 3/6

前ページの業務システムの導入状況を従業員規模別に見ると、

- ・財務会計システム、見積書作成システムは、1～5人規模の企業でも比較的導入が進んでいる。
- ・人事・給与システムは6～20人規模の企業から、顧客管理、発注・仕入管理システムは21～50人規模の企業から導入が進んでいる。
- ・301人以上の企業は、複数のシステムを導入している。



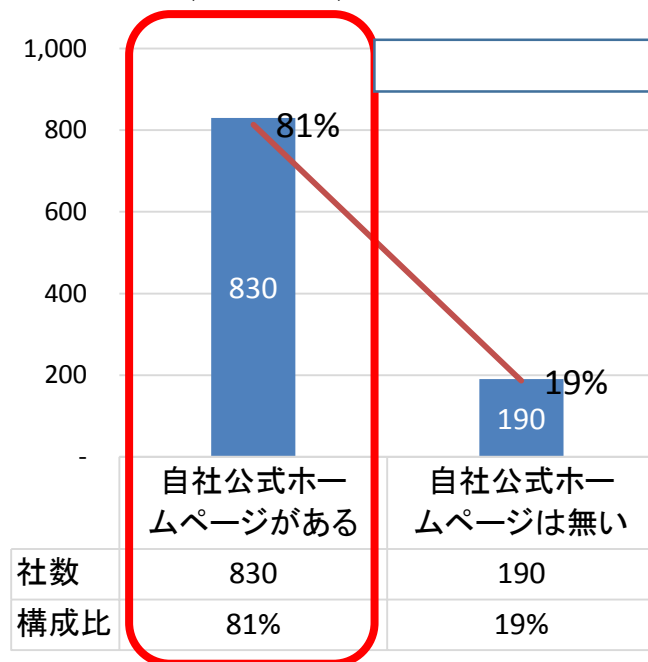
※20%以上は黄色の網掛け、50%以上はピンクの網掛け

5. ICTの活用状況 4/6

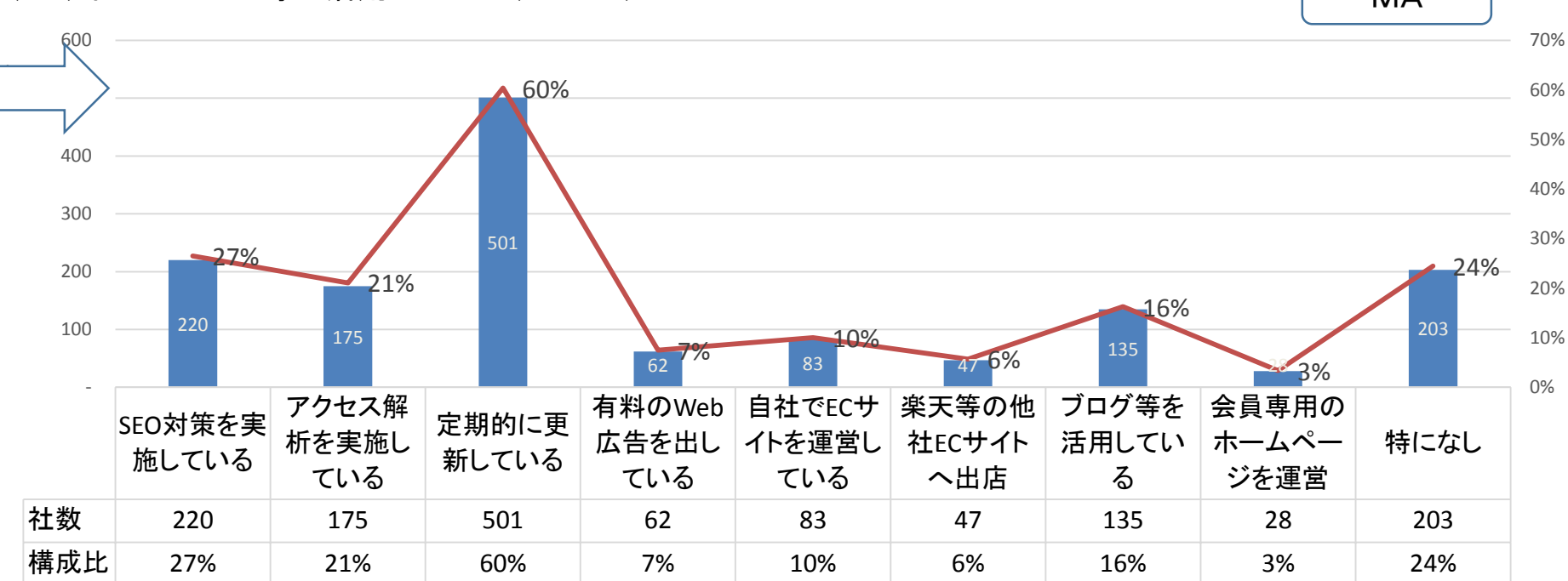
(22) 自社公式ホームページは、830社(81%)が保有している。

(23) 更問で保有企業に活用状況について尋ねると、6割の企業が「定期的に更新している」ものの、「SEO対策」27%、「アクセス解析」21%、「有料のWeb広告」7%と、データ分析を踏まえた改善や有効活用ができていない結果となっている。

(22) 自社公式ホームページの有無 (n=1020)

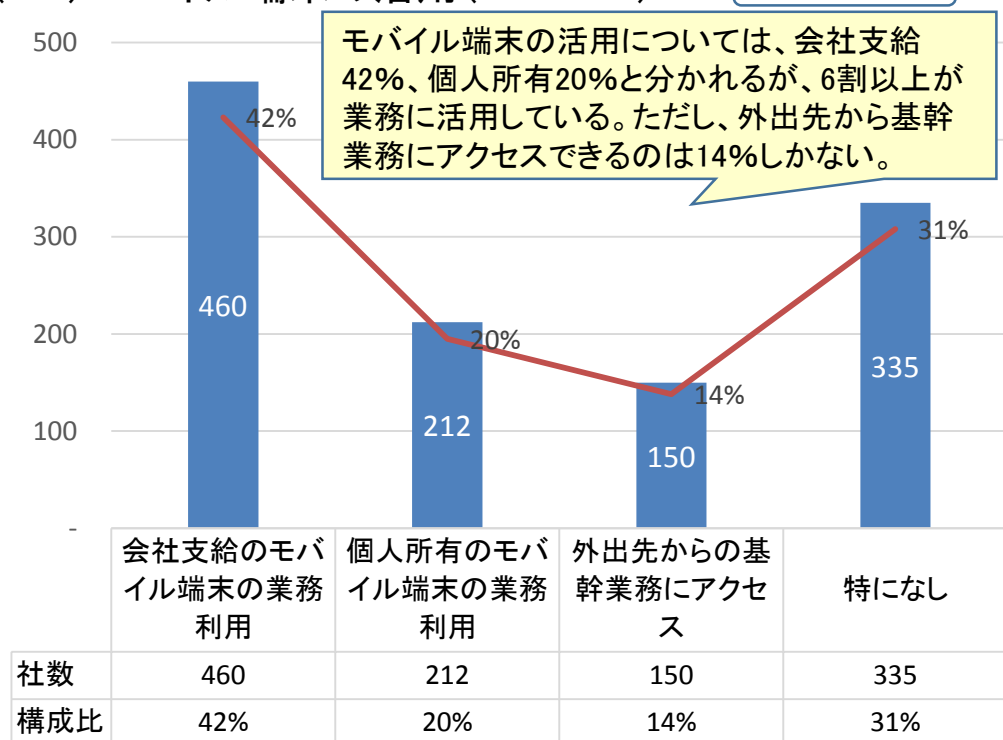


(23) ホームページ等の活用について (n=830)



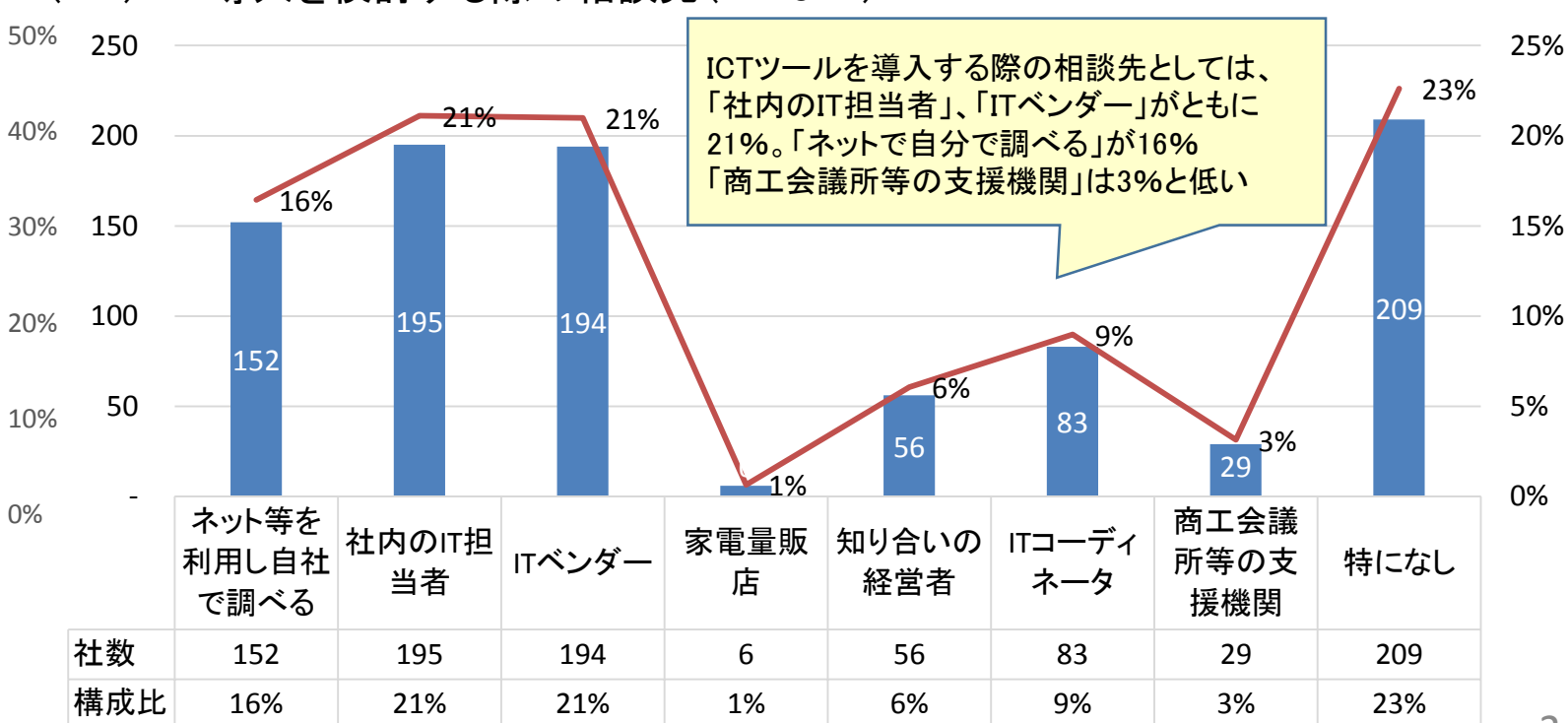
MA

(24) モバイル端末の活用 (n=1087)



MA

(25) ICT導入を検討する際の相談先 (n=924)



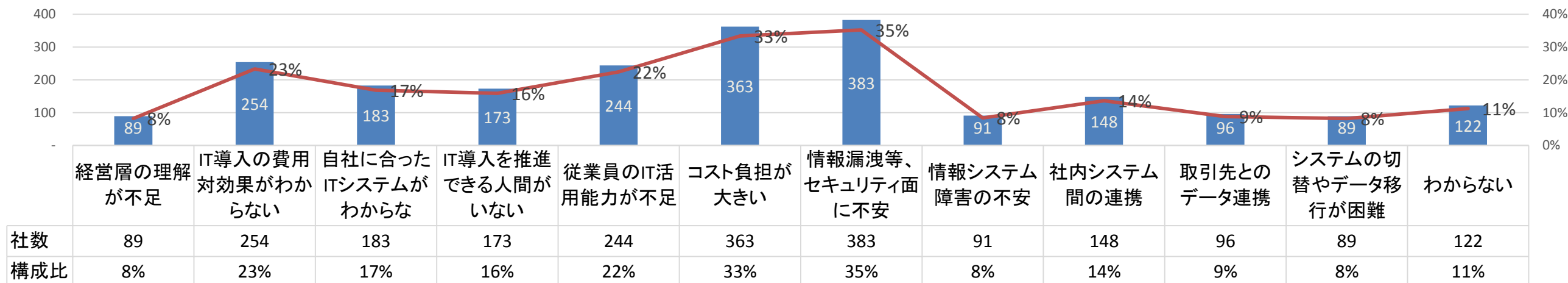
5. ICTの活用状況 5/6

ICTを活用する上での課題について尋ねると、「情報漏えい等のセキュリティ面に不安」(35%)、「コスト負担が大きい」(33%)、「IT導入の費用対効果がわからない」(23%)が上位に来る。従業員規模別(下表)に見ると、

- ・「情報漏えい等セキュリティ面に不安」は、従業員数101人以上の比較的大規模な企業では50%以上となっており、強い危機感が伺える
- ・「コスト負担が大きい」、「費用対効果がわからない」は、全ての規模で高い割合となっている
- ・社内システム間の連携に課題を感じる企業は、51人以上の企業に多くなっている(20%以上)

(26)ICTを活用する上での課題(n=1087)

3つまで



◆従業員規模別クロス集計(n=1083)

3つまで

	1~5人	6~20人	21~50人	51~100人	101~300人	301人~	合計
経営層の理解が不足	8%	8%	9%	5%	10%	11%	8%
IT導入の費用対効果がわからない	21%	23%	24%	26%	29%	21%	23%
自社に合ったITシステムがわからない	18%	20%	17%	13%	14%	7%	17%
社内にIT導入を推進できる人間がいない	14%	20%	14%	19%	12%	13%	16%
従業員のIT活用能力が不足	11%	22%	26%	33%	31%	27%	22%
コスト負担が大きい	30%	29%	35%	44%	37%	38%	33%
情報漏えい等、セキュリティ面に不安	19%	34%	42%	41%	50%	59%	35%
情報システム障害の不安	6%	5%	15%	10%	10%	9%	8%
社内システム間の連携	5%	11%	18%	21%	22%	23%	14%
取引先とのデータ連携	7%	10%	9%	12%	7%	7%	9%
既存システムからの切り替えやデータ移行が困難	7%	5%	9%	13%	13%	13%	8%
わからない	21%	12%	6%	3%	7%	5%	11%
社数	257	343	217	124	86	56	1,083

※20%以上は黄色の網掛け、50%以上はピンクの網掛け

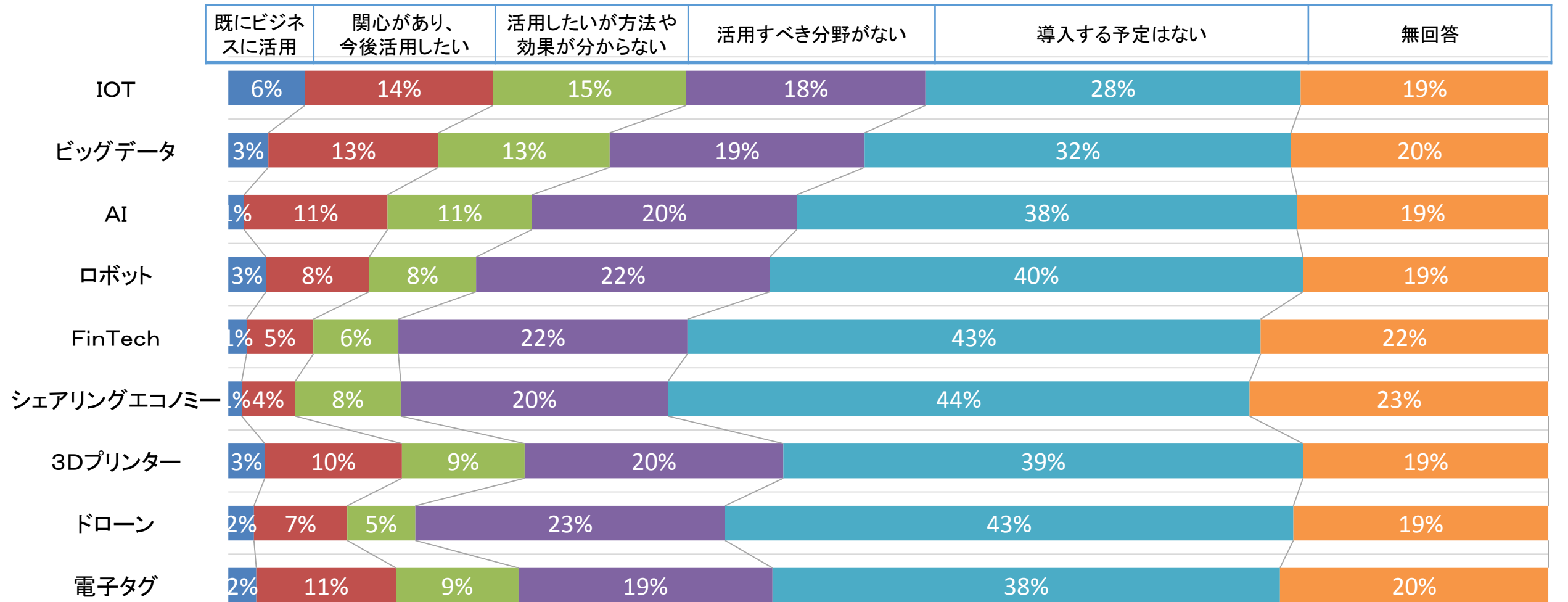
5. ICTの活用状況 6/6

IoT、ビッグデータ、AI等、最新のICTに関して利用意向を尋ねると、「関心があり、今後活用したい」企業は4~14%。「既にビジネスに活用」している企業は、IoTでは6%あるが、他は1~3%。半数以上が「導入する予定はない」か「無回答」である。「活用すべき分野がない」が2割程度、「活用したいが方法や効果がわからない」企業が5~15%。
 「活用したいが方法がわからない」「活用すべき分野がない」という企業に対する、適切な情報提供が求められる。

(27) IoT等の利用意向

(n=1087)

MA

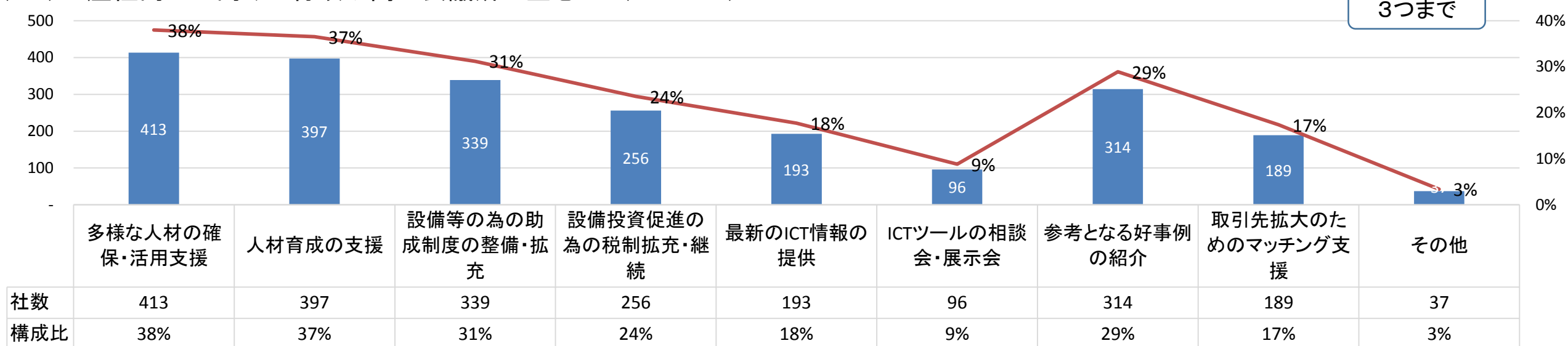


	IOT	ビッグデータ	AI	ロボット	FinTech	シェアリングエコノミー	3Dプリンター	ドローン	電子タグ
既にビジネスに活用	6%	3%	1%	3%	1%	1%	3%	2%	2%
関心があり、今後活用したい	14%	13%	11%	8%	5%	4%	10%	7%	11%
活用したいが方法や効果がわからない	15%	13%	11%	8%	6%	8%	9%	5%	9%
活用すべき分野がない	18%	19%	20%	22%	22%	20%	20%	23%	19%
導入する予定はない	28%	32%	38%	40%	43%	44%	39%	43%	38%
無回答	19%	20%	19%	19%	22%	23%	19%	19%	20%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

6. 生産性向上に向けて、行政や商工会議所に望むこと

- ・「多様な人材の確保・活用支援」(38%)、「人材育成の支援」(37%)、「設備・ICT投資のための助成制度の整備・拡充」(31%)、「参考となる好事例の紹介」(29%)が上位を占める
- ・従業員規模別(下表)にみると、
 1～5人の企業では「参考となる好事例の紹介」(31%)を求める声が多い
 51人～100人の企業では「多様な人材の確保・活用支援」(55%)「人材育成支援」(46%)を望む声強い
 101名以上の企業では「設備・ICT投資のための助成制度の整備拡充」(4割以上)への期待が強い

(28) 生産性向上に向けて行政や商工会議所に望むこと(n=1087)



◆従業員規模別クロス集計(n=1083)

	1～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301人～	総計
多様な人材の確保・活用支援	23%	39%	43%	55%	36%	41%	38%
人材育成の支援	21%	35%	48%	46%	48%	36%	37%
設備・ICT投資のための助成制度の整備・拡充	25%	29%	31%	38%	43%	41%	31%
設備投資を促進するための税制の拡充・継続	18%	19%	29%	31%	31%	29%	24%
最新のICT情報の提供	18%	18%	13%	23%	17%	23%	18%
ICTツールの相談会・展示会	9%	11%	10%	8%	5%	4%	9%
参考となる好事例の紹介	31%	27%	29%	26%	30%	34%	29%
取引先拡大のためのマッチング支援	17%	18%	18%	17%	16%	16%	17%
その他	7%	2%	2%	2%	3%	4%	3%
件数(n)	257	343	217	124	86	56	1,083

※従業員規模別に上位3つに網掛け

東京商工会議所 生産性向上・ICT活用状況に関するアンケート調査票2016

- ・質問は全部で4ページあります。
- ・ご回答は該当する番号に○をしてください。また、一部にご記入いただく箇所もあります。

貴社名			
ご記入者	(部署名)	(お役職)	
	(氏名)	(連絡先TEL)	

1. 貴社の状況について

(1) **業種**：売上高の最も高い業種を1つご回答ください。

1	製造業	2	建設業	3	卸売業	4	小売業
5	運輸業	6	不動産業	7	飲食業	8	印刷・出版業
9	ソフトウェア・情報処理業	10	法人向けサービス業	11	個人向けサービス業	12	その他

(2) **業務内容**：具体的な取扱品目・業務内容を以下にご記入ください。

--	--	--	--

(3) **資本金**：該当する項目を1つご回答ください。

1	500万円以下	2	500万円超～1千万円以下
3	1千万円超～3千万円以下	4	3千万円超～5千万円以下
5	5千万円超～1億円以下	6	1億円超～3億円以下
7	3億円超		

(4) **従業員数**：役員を除き、常時使用する従業員数を1つご回答ください。

1	0～5人	2	6～20人	3	21～50人
4	51～100人	5	101～300人	6	301人～

(5) **売上高(年間)**：前期の決算について1つご回答ください

1	1千万円未満	2	1千万円～3千万円未満	3	3千万円～5千万円未満
4	5千万円～1億円未満	5	1億円～5億円未満	6	5億円～10億円未満
7	10億円～50億円未満	8	50億円～100億円未満	9	100億円以上

(6) **過去3年間の売上傾向**：該当する項目を1つご回答ください。

1	増加傾向	2	横ばい	3	減少傾向
---	------	---	-----	---	------

(7) **収支状況(経常利益)**：前期の決算についてご回答ください。

1	黒字	2	収支トントン	3	赤字
---	----	---	--------	---	----

(8) **国内の拠点数**：本社、支店、営業所、店舗、工場など、同一会社名の国内拠点数をご記入ください。

東京23区内	件	東京23区外	件	東京都以外の道府県	件
--------	---	--------	---	-----------	---

(9) **国内の商圏または取引先**：該当する項目を1つご回答ください。

1	近隣の商店街	2	同一市区内または近隣の市区内
3	都内	4	首都圏
5	全国		

(10) **仕入先の数**：通常取引のある仕入先(原材料、商材、商品等の仕入れ先)の数を1つご回答ください。

1	1～10	2	11～50	3	51～100
4	101～300	5	301～500	6	501～1000
7	1001～5000	8	5001～	9	仕入先はない

(11) **顧客の数**：BtoB(企業間取引)における通常取引のある顧客企業数を1つご回答ください。

1	1～5	2	6～20	3	21～50
4	51～100	5	101～300	6	301～500
7	501～1000	8	1001～	9	自社はBtoBではない

(12) **顧客の数**：BtoC(一般消費者向けビジネス)における、ひと月当たり平均の顧客(個人または法人)の数(延べ数)を1つご回答ください。

1	500以下	2	501～5,000	3	5,001～10,000
4	10,001～50,000	5	50,001以上	6	自社はBtoCではない

(13) **海外との取引状況**：該当するものを全てご回答ください。

1	輸出を行っている	2	輸入を行っている
3	海外に自社の生産・営業拠点がある	4	海外との取引は行っていない

(14) **事業計画(販売計画、生産計画、資金計画等)を作成していますか**：1つご回答ください。

1	毎年作成し、PDCAを回している	2	作成しているが成果検証が不十分
3	以前は作成していたが今は作成していない	4	作成していない

(15) **マーケティング(販売促進、顧客分析、商品開発企画等)活動を実施していますか**：1つご回答ください。

1	専門部署がある	2	兼務する部署・担当者がある
3	必要に応じて社長・役員が実施している	4	無い

(16) **情報システム部門の有無について**：社内のシステム導入、運用、セキュリティ対策を実施する部門はありますか。1つご回答ください。

1	専門部署がある	2	兼務する部署・担当者がある
3	必要に応じて社長・役員が実施している	4	無い

2. 生産性向上の取り組みについて

(17) **生産性向上のために実施している取組、今後強化したい取組**はありますか：既に実施している項目、今後実施したい項目に分けて、該当するものを全てご回答ください。

		既に実施している	今後強化したい	
人材活用	1	適材適所の人材配置		
	2	人材育成、スキルアップ		
	3	女性の活躍推進		
	4	社員のコミュニケーション円滑化		
	5	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入		
経営強化	6	業務の見える化による意思決定の迅速化		
	7	各種社内データ(顧客、販売、生産等)の有効活用		
	8	社外専門家への相談		
売上アップ	9	新販路開拓		
	10	新分野・新規事業への進出		
	11	新店舗の出店		
	12	既存店舗の改装		
	13	顧客満足度のアップ		
	14	既存製品・サービスの営業強化		
	15	新製品・サービスの開発		
	16	海外展開・グローバル化		
コスト削減	17	既存設備の更新、新設備の導入		
	18	間接部門のスリム化、アウトソーシング		
	19	仕入等の効率化		
	20	物流の効率化		
	21	ムダな作業・業務の削減		
	22	その他：		

(18) 同業他社と比べて、自社の生産性は高いと思いますか： 1つご回答ください。

1	思う→(19)へ	2	思わない→(20)へ	3	わからない→(20)へ
---	----------	---	------------	---	-------------

(19) 高いと思う理由： 1つご回答ください。

1	製品・サービスの価格競争力がある	2	製品・サービスの品質面で競争力がある
3	取引先、顧客への信用力がある	4	売上が伸びている
5	社員のモチベーションが高い	6	スピード感がある
7	残業が少ない	8	効率的な働き方を実践している
9	その他：		

(20) 生産性向上を進めるためにボトルネックとなっていることはありますか： 該当するものを全てご回答ください。

①内部要因

1	経営の見える化(リアルタイムの経営状況把握)が不足	2	顧客ニーズの把握不足
3	人材確保が困難	4	社員教育、育成が困難
5	人件費の上昇	6	諸経費上昇に伴う値上げ・価格転嫁が困難
7	競合による低価格化	8	商品・サービスの競争力低下
9	営業力・マーケティングの不足	10	事業資金の不足
11	ICTツール導入の遅れ	12	新しい設備の導入、更新、店舗の改装などの遅れ
13	その他：		

②外部要因

14	消費者の購買力の低下	15	参入障壁が高く、新事業領域に進出しづらい
16	市場見通しが立たないため設備投資に踏み切れない	17	設備の償却期間が長いため新たな投資に踏み切れない
18	煩雑な行政手続き	19	不合理な商習慣
20	海外展開の難しさ	21	為替変動
22	その他：		

3. ICTの活用状況について

(21) 活用しているツール：現在、貴社内で活用しているICTツールについて、該当するものを全てご回答ください。

①情報共有ツールの活用状況

1	社内LAN(無線LANを含む)	2	複合機(コピー+プリンタ+スキャナ+FAXなど)
3	スケジュール管理	4	電子ワークフロー(電子決裁)
5	社内向けホームページ(イントラネット)	6	社内用チャットやSNS
7	特になし		

②基幹業務のIT化状況

8	統合基幹業務システム(ERP)	9	財務会計システム(経営管理を含む)
10	人事・給与システム	11	顧客管理システム(CRMやSFAなど)
12	見積書作成システム	13	発注・仕入管理システム(EDIなど)
14	生産・製造管理システム	15	物流・在庫管理システム
16	研究・開発システム	17	コールセンター等でのCTIシステム
18	POSレジシステム	19	特になし

③自社公式ホームページの有無

20	自社公式ホームページがある→④へ	21	自社公式ホームページは無い→⑤へ
----	------------------	----	------------------

④ホームページ等の活用について

22	SEO対策(検索エンジン最適化)を実施している	23	アクセス解析を実施している
24	定期的に更新している	25	有料のWeb広告を出している
26	自社でECサイトを運営している	27	楽天、Yahoo!等の他社ECサイトに出品している
28	ブログ、SNS、メルマガ等を活用している	29	会員専用のホームページを運営している
30	特になし		3 / 4

⑤モバイル端末(スマートフォンやタブレット)の活用

31	会社支給のモバイル端末の業務利用	32	個人所有のモバイル端末の業務利用
33	外出先から基幹業務システムにアクセスできる	34	特になし

(22) ICTを活用する上での課題：重要だと思うものを 3つまでご回答ください。

1	経営層の理解が不足	2	IT導入の費用対効果がわからない
3	自社に合ったITシステムがわからない	4	社内にIT導入を推進できる人間がいない
5	従業員のIT活用能力が不足	6	コスト負担が大きい
7	情報漏えい等、セキュリティ面に不安	8	情報システム障害の不安
9	社内システム間の連携	10	取引先とのデータ連携
11	既存システムからの切り替えやデータ移行が困難	12	わからない

(23) ICT導入を検討する際、どこに相談しますか： 1つご回答ください。

1	ネット等を利用し自社で調べる	2	社内のIT担当者
3	ITベンダー	4	家電量販店
5	知り合いの経営者	6	ITコーディネータ
7	商工会議所等の支援機関	8	特になし
9	その他：		

(24) IoT、AIや最新のICTの活用状況、利用意向について：各項目について該当する箇所に○をご記入ください。

No	項目	既に、ビジネスに活用している	関心があり、今後ビジネスに活用したい	活用したいが具体的な方法や費用対効果がわからない	自社では活用すべき分野がない	導入する予定はない
1	IoT(Internet Of Things)					
2	ビッグデータ					
3	AI(人工知能)					
4	ロボット					
5	FinTech					
6	シェアリングエコノミー					
7	3Dプリンター					
8	ドローン					
9	電子タグ(ICタグ、RFIDタグ)					

(25) 情報セキュリティ対策について：貴社で実施している対策について該当するものを全てご回答ください。

1	ウイルス対策ソフトを入れている	2	OSやソフトウェアは常に最新の状態にしている
3	重要なファイルにはパスワードを設定している	4	役職や部署に応じてアクセス制御をしている
5	社内のファイルは暗号化している	6	従業員向けのセキュリティ研修を実施している
7	従業員向けに適宜メール等で注意喚起している	8	外部セミナー参加による情報収集をしている
9	情報管理責任者等を配置している	10	重要情報の社外持出ルールを明確化している
11	特になし		

4. 生産性向上に向けて、行政や商工会議所に望むこと

(26) 生産性向上に向けて行政や商工会議所に望むこと：重要だと思うものを 3つまでご回答ください。

1	多様な人材の確保・活用支援	2	人材育成の支援
3	設備・ICT投資のための助成制度の整備・拡充	4	設備投資を促進するための税制の拡充・継続
5	最新のICT情報の提供	6	ICTツールの相談会・展示会
7	参考となる好事例の紹介	8	取引先拡大のためのマッチング支援
9	その他：		