

# IT投資の実施状況に関する調査～コロナ禍におけるITの役割

## 【2020年7～9月期】(第185回地元企業動向調査付帯調査)

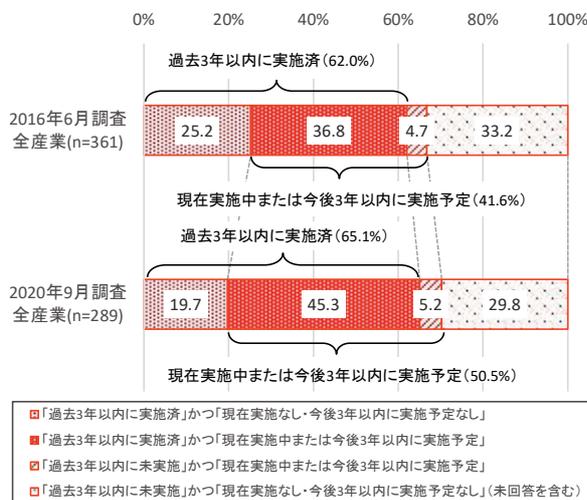
【有効回答数：個人事業を含む奈良県内 289 先  
(有効回答率：34.4%)】

新型コロナウイルス感染症が経済に大きな影響を与える中、中小企業のデジタルライゼーション(デジタル技術の活用)に注目が集まっている。そこで、県内企業のIT投資の実施状況について、コロナ禍において役立ったかどうかも含めてアンケートを実施した。また、2016年6月に行った同様の調査(2016年8月号に掲載)と比較可能な設問では、時系列での分析も行った。

### 1. IT投資実施状況

IT投資の実施状況を尋ねたところ、「過去3年以内に実施済(以下、「実施済」)」と回答した企業は、2016年6月調査(以下、「前回調査」)に比べ3.0ポイント上昇し65.1%(188社)だった(図表1)。「現在実施中または今後3年以内に実施予定(以下、「実施中・予定」)」は同9.0ポイント上昇し50.5%(146社)。一方、「過去3年以内に未実施」かつ「現在実施なし・今後3年以内に実施予定なし」(未回答を含む)は3.5ポイント低下し29.8%(86社)だった。

図表1 IT投資の実施状況

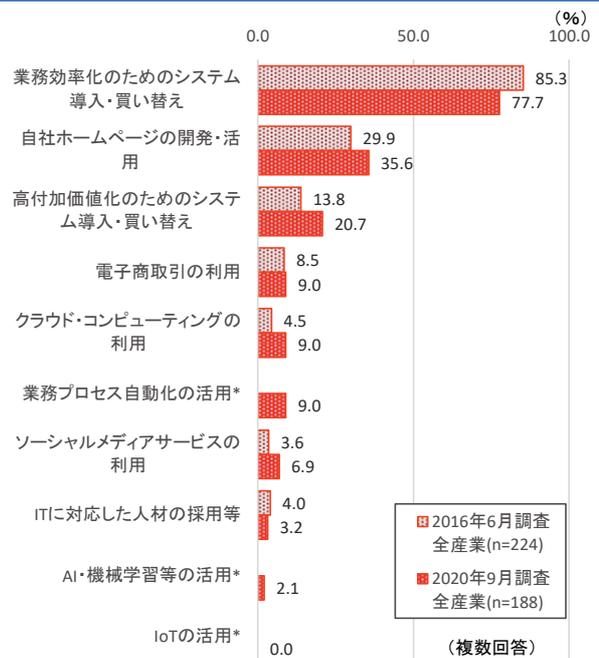


### 2. 過去3年以内実施済IT投資について

#### (1) IT投資の種類

「実施済」の企業(188社)に対して、実施したIT投資の種類を尋ねたところ、「業務効率化のためのシステム導入・買い替え」が前回調査に比べ7.6ポイント低下しつつも77.7%で最多(図表2)。以下、「自社ホームページの開発・活用」が35.6%(同5.7ポイント上昇)、「高付加価値化のためのシステム導入・買い替え」が20.7%(同6.9ポイント上昇)の順だった。

図表2 過去3年以内に実施したIT投資の種類



\*今回調査で新たに追加した選択肢

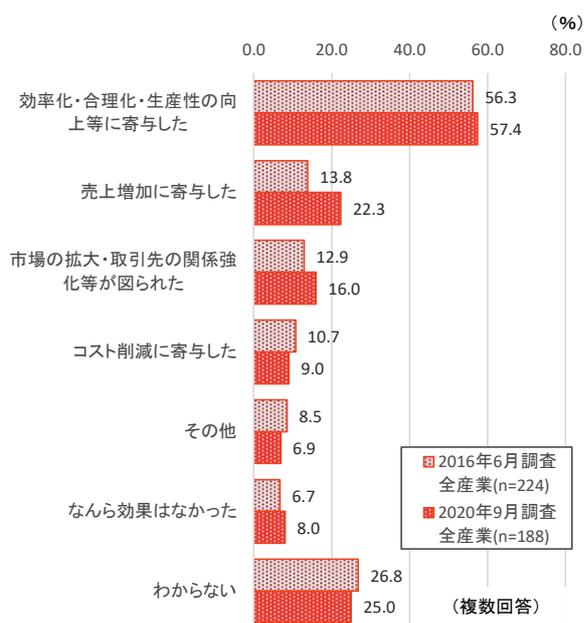
#### (2) IT投資の目的

「実施済」の企業にIT投資の目的を尋ねたところ、前回調査で2番目に多かった「営業力・販売力の強化」が7.9ポイント上昇し38.3%で最多(図表3)。以下、「業務プロセス合理化・迅速化」が31.4%(同6.1ポイント低下)、「社内の情報共有・活用の活発化」が23.4%(同1.5ポイント上昇)となった。

図表3 過去3年以内に実施したIT投資の目的



図表4 過去3年以内に実施したIT投資の効果



### (3) IT投資の効果

同様に、IT投資の効果を尋ねたところ、「効率化・合理化・生産性の向上等に寄与した」が前回調査に比べ1.2ポイント上昇し57.4%で最多(図表4)。「売上増加に寄与した」は22.3%(同8.5ポイント上昇)、「市場の拡大・取引先の関係強化等が図られた」は16.0%(同3.0ポイント上昇)といずれも上昇した。

一方で、「なんら効果はなかった」(8.0%)、「わからない」(25.0%)は合わせて33.0%(同0.5ポイント低下)となり、「実施済」企業の3分の1の企業で効果を実感できていなかった。

## 3. 現在実施中または今後3年以内に実施予定のIT投資について

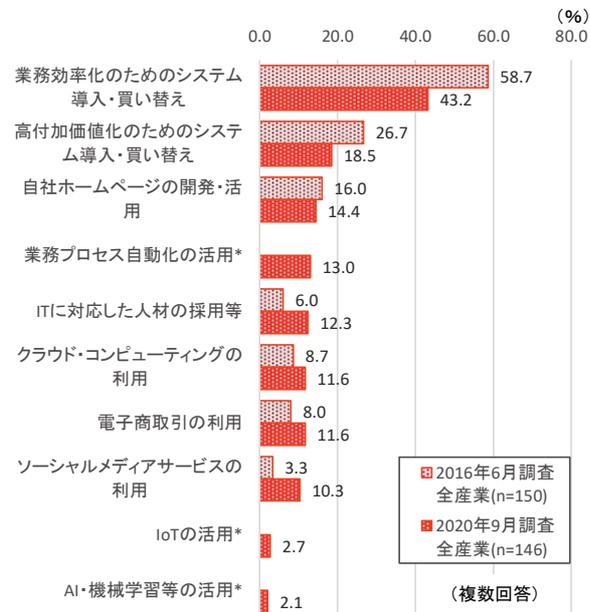
### (1) IT投資の種類

「実施中・予定」と回答した企業(146社)に対してIT投資の種類を尋ねたところ、「業務効率化のためのシステム導入・買い替え」が前回調査に比べ15.5ポイント低下したものの43.2%で最多(図表5)。次いで「高付加価値化のためのシステム導入・買い替え」が18.5%(同8.2ポイント低下)、「自社ホームページの開発・活用」が14.4%(同1.6ポイント低下)となった。

### (2) IT投資の目的

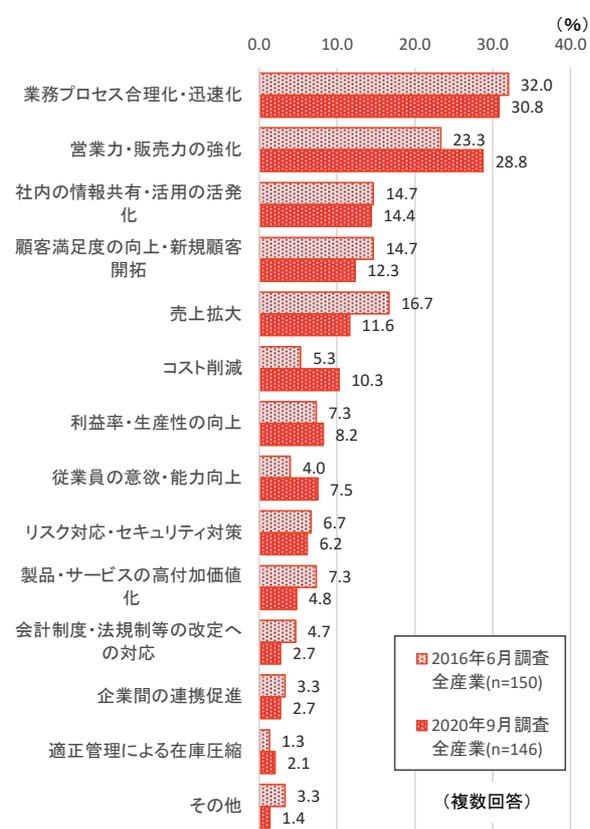
次にIT投資の目的を尋ねたところ、「業務プロセス合理化・迅速化」が前回調査に比べ1.2ポイント低下したものの30.8%で最多(図表6)。以下、「営業力・販売力の強化」が28.8%(同5.4ポイント上昇)、「社内の情報共有・活用の活発化」が14.4%(同0.3ポイント低下)、「顧客満足度の向上・新規顧客開拓」が12.3%(同2.3ポイント低下)、「売上拡大」は11.6%(同5.0ポイント低下)と続いた。

図表5 実施中または今後3年以内に実施予定のIT投資の種類



\*今回調査で新たに追加した選択肢

図表6 実施中または今後3年以内に実施予定のIT投資の目的

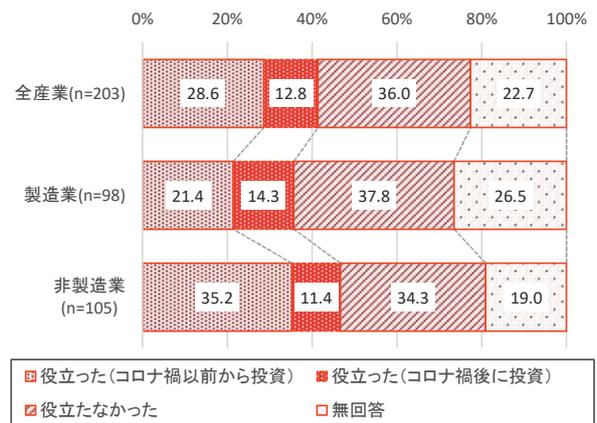


#### 4. コロナ禍を乗り切るうえでIT投資は役立ったか

「実施済」または「実施中・予定」の企業（203社）に対して、コロナ禍を乗り切るうえでIT投資が役立ったかどうか尋ねたところ、全産業では41.4%が「役立った」と回答した。製造業（35.7%）に比べ、非製造業（46.7%）で回答割合が高かった（図表7）。

また、「役立った」と回答した企業からは、具体的な事例としてEC活用による営業力の強化、Web会議による情報共有の効率化、業務効率化などが挙げられた（図表8）。

図表7 コロナ禍を乗り切るうえでIT投資は役立ったか



図表8 コロナ禍で役立った投資、その効果

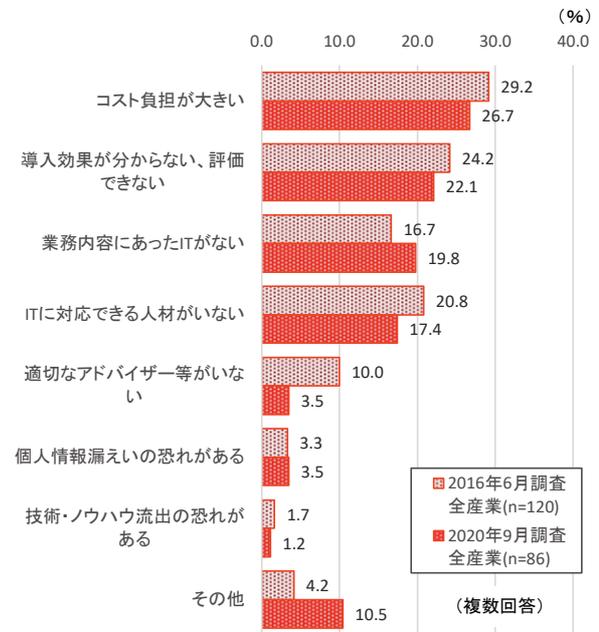
食料品製造	HPを活用したネット販売が拡大。
繊維製品製造	直販により消費者のニーズがダイレクトにわかった。
繊維製品製造	以前からあったHPを充実させ、Web情報発信力を増強したことで営業力が増した。
繊維製品製造	コロナ禍を受けて、EC販売が急激に増えた。
繊維製品製造	リアル店舗の売上減少を、オンラインショップが補った。
木材・木製品製造	オンラインで世界中と簡単に情報交換することが可能となった。
化学・医薬品製造	Web会議システム導入により営業、情報収集の効率化を図ることができた。
金属製品・非鉄製造	生産管理システムに投資しノートPCによる遠隔操作に対応していたことから、テレビ会議などを活用してリモート体制への柔軟な対応ができた。

金属製品・非鉄製造	仕入先や得意先との打合せを訪問せずリモートで行った。
機械工業	在宅勤務への対応。販売代理店とのWebミーティングによる商談。
その他の製造業	SNSを活用した商品の販売。
その他の製造業	デスクトップPCをノートPCに変えたことで、テレワークに対応できた。
その他の製造業	Web会議用PCカメラ等を導入。コロナがなければこの様な取組はしていなかったかもしれない。
卸売業	得意先との商談や社内会議をWebで行った。
建設業	チャットシステムを活用し、営業会議の効率化を図った。
建設業	リモート会議やリモート面接に役立った。
建設業	リモートによる会議等、情報共有に効果があった。
不動産業	インスタグラム等による物件告知がすぐに売上に繋がったわけではないが、反響はあった。
運輸業	クラウドサービスを利用することで、場所を選ばず情報共有ができた。
サービス業	オンプレミス（システムの自社保有・管理）からクラウドシステムを移行し、時間や場所を問わず業務が可能となった。
サービス業	テレワーク体制やオンライン会議システムに投資していたことが、コロナ禍で役立った。
サービス業	Webによる勤務管理の導入と、働き方の自由化で、従業員の裁量に任せる部分が増えた。
その他の非製造業	電子カルテに移行しており、紙カルテでは難しい非接触に対応できた。
その他の非製造業	Web会議により、時間や経費の効率化を図ることができた。

## 5. IT投資を実施しない理由

「過去3年以内に未実施」かつ「現在実施なし・今後3年以内に実施予定なし」（未回答を含む）の企業（86社）に対して、その理由を尋ねたところ、「コスト負担が大きい」が前回調査に比べ2.4ポイント低下したものの26.7%で最多（図表9）。次いで「導入効果が分からない、評価できない」が22.1%（同2.1ポイント低下）、「業務内容にあったITがない」が19.8%（3.1ポイント上昇）などとなった。

図表9 IT投資の実施状況



## 8. まとめ

回答企業のおよそ3分の2は過去3年間に何らかのIT投資を実施しており、うち3分の2は投資効果を実感している。

先んじてIT投資を行っていた企業からは「先行してテレワーク体制やオンライン会議システムに投資していたことが、コロナ禍で役立った」などの声が聞かれ、クラウドコンピューティングの活用など、IT投資によっては突発的事態への対応力を高める効果もあると考えられる。

今後、デジタルイノベーションを含め変化に対応できる企業と、そうでない企業との間で二極化が進む可能性もある中、中小企業においてはITコーディネータやITに強い中小企業診断士などの専門家の知見を借りつつ、一層の生産性向上や事業継続力強化を果たすことが望まれる。

(太田 宜志)