

2020年 大企業とは異なる中堅・中小企業向けテレワーク導入提案のポイント

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ(本社: 〒160-0022東京都新宿区新宿2-13-10武蔵野ビル5階23号室: 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5361-7880 URL: <http://www.norkresearch.co.jp>)は大企業とは異なる中堅・中小企業に固有の傾向を踏まえたテレワーク導入提案に関する調査を行い、その結果を発表した。本リリースは「2020年版With/Afterコロナ時代の中堅・中小IT投資動向レポート」のサンプル/ダイジェストである。

<テレワーク導入提案は感染防止策だけでなく、経営視点のメリットを訴求できるか? が大切>

- 「やる/やらない」の二者択一ではなく、部門/職種の違いを考慮した在宅勤務体制が必要
- 「中堅・中小企業は意識が低い」と非難するのではなく、具体的な導入メリットを訴求すべき
- テレワーク導入は中堅・中小企業と取引先との新たなコミュニケーション手段としても重要

調査対象企業: 年商500億円未満の中堅・中小企業700社(日本全国、全業種)(有効回答件数)

調査対象職責: 経営層およびIT活用の導入/選定/運用に関わる立場

調査実施時期: 6月初旬(全国の緊急事態宣言が解除された後)

※調査対象の詳細は本リリース末尾または右記のレポート案内を参照 http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2020IT_user_rep.pdf

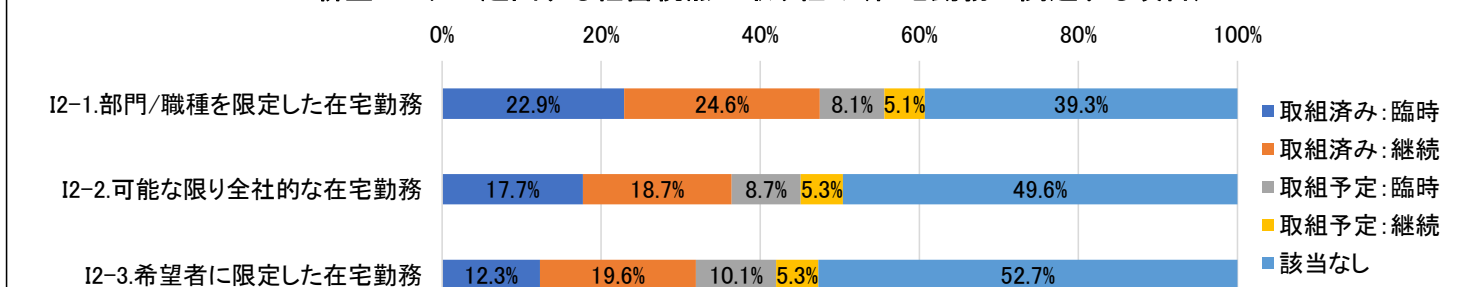
「やる/やらない」の二者択一ではなく、部門/職種の違いを考慮した在宅勤務体制が必要

新型コロナウイルスを巡っては2020年5月25日に全国の緊急事態宣言が解除されたものの、7月になってからは再び感染者数が増加する傾向にある。第二波の懸念も指摘される中、ITソリューションを提供するベンダや販社/SIerとしてはテレワークなどのIT活用を通じて企業の活動を支える取り組みが求められてくる。そのためには、まず企業の実態を把握することが必要だ。テレワーク導入は「やる/やらない」の二者択一で語られがちだが、同じ企業であっても部門/職種によってテレワークの可否は変わってくる。また、テレワークを実施していても、それが臨時的対応なのか、継続的な取り組みなのか?によってIT企業側が支援すべき内容も変わる。こうした違いを踏まえた実態の把握がまず重要だ。さらに、製造業の工場、建設業の現場、小売業やサービス業の店舗など、日々の生活を支える業務にはテレワークが難しいものも多々ある。ユーザ企業に対しては「通勤が必要な仕事を否定しているわけではない」というメッセージを伝える配慮も必要だ。IT企業としてはテレワークが困難な業務に対する敬意を忘れずに、テレワークが実施可能な部門/職種をどう支援すべきか?を考えるとという姿勢が大切と考えられる。

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対して、新型コロナウイルスに起因する経営視点の様々な取り組みを尋ねた結果のうち、在宅勤務に関する項目をプロットしたものだ。(選択肢に関する詳細な説明は次頁に記載)

「取組済み」の割合は「部門/職種を限定した在宅勤務」が最も高く、「可能な限り全社的な在宅勤務」や「希望者に限定した在宅勤務」を上回っている。こうした結果からも、「やる/やらない」の二者択一ではなく、部門/職種の違いを適切に考慮した在宅勤務体制の構築が必要であることがわかる。次頁以降では、本リリースの元となる調査レポートから中堅・中小企業向けテレワーク導入提案のポイントに関する分析結果の一部を抜粋し、サンプル/ダイジェストとして紹介している。

12.新型コロナに起因する経営視点の取り組み(在宅勤務に関連する項目)



n=700

ここでは中堅・注連企業全体の集計結果のみを掲載しているが、本リリースの元となる調査レポートでは年商別や業種別の集計結果なども含まれる

出典: 2020年版With/Afterコロナ時代の中堅・中小IT投資動向レポート(ノークリサーチ)

「中堅・中小企業は意識が低い」と非難するのではなく、具体的な導入メリットを訴求すべき

本リリースの元となる調査レポートでは有効回答件数700社の中堅・中小企業を対象として、新型コロナに起因する経営視点の取り組みやIT活用方針を以下のような項目を列挙して尋ねている。

12. 新型コロナに起因する経営視点の取り組み

I2-1	部門/職種を限定した在宅勤務	例) 業績に影響しない部門/職種に限定して在宅勤務を実施する
I2-2	可能な限り全社的な在宅勤務	例) 業務に影響しても、できる限り全社的な在宅勤務を実施する
I2-3	希望者に限定した在宅勤務	例) 自ら希望した従業員のみに対して在宅勤務を実施する
I2-4	業界団体別のガイドライン遵守	例) 業界毎の感染症防止対策に沿った取り組みを進める
I2-5	国内顧客の拡大と関係強化	例) インバウンド依存を軽減して、国内の需要を喚起する
I2-6	海外顧客の拡大と関係強化	例) 顧客となる国を増やし、特定の国への依存度を下げる
I2-7	事業継続計画(BCP)の策定	例) 災害発生時の影響を最小化するための計画を策定する
I2-8	廃棄物/副産物/ロスの活用	例) 余った食材や原料を転用/販売することで収益化する
I2-9	クラウドファンディング	例) ビジネスに必要な資金を不特定多数の個人から集める
I2-10	クラウドソーシング	例) ビジネスに必要な人材を不特定多数の個人から集める
I2-11	ワーケーション	例) 仕事を兼ねた休暇を取ることで業務の効率化を図る

左記に列挙した設問項目のうち、冒頭の

I2-1. 部門/職種を限定した在宅勤務

I2-2. 可能な限り全社的な在宅勤務

I2-3. 希望者に限定した在宅勤務

の結果が前頁のグラフである。

各設問項目には以下の選択肢が設定されている

13. 新型コロナに起因するIT活用方針(全業種共通の項目)

I3-1	人材の採用/教育のリモート化	例) 採用面接や業務トレーニングをオンラインで実施する
I3-2	バックオフィス処理の自動化	例) 会計、販売、人事、給与などの事務処理を自動化する
I3-3	スマートデバイスの利用拡大	例) タブレットなどを用いて社外で業務を行う機会を増やす
I3-4	協働型ロボットによる自動化	例) 従業員と協調して接客や作業を行うロボットを活用する
I3-5	オンラインによる営業/商談	例) 顧客と対面せずにインターネット越しに営業/商談を行う
I3-6	インターネット通販の強化	例) 店舗や販売店を介さずに商材を直接顧客に届ける
I3-7	ペーパーレス化/脱印鑑化	例) 紙面をデジタル化し、印鑑による捺印も不要とする
I3-8	顧客接点の維持や強化	例) SNSを用いて消費者とのコミュニケーションを図る
I3-9	提案型サブスクリプション	例) 常に新しい商材を提案して貸与する月額サービス
I3-10	勤怠管理に伴う健康管理	例) 勤怠管理と体温計などを連携して健康管理を図る
I3-11	センサによる密状態回避	例) 店舗や工場にセンサを配置し、密状態を回避する

取組済み: 臨時

既に実践しているが、緊急事態宣言を踏まえた一時的なものである場合

取組済み: 継続

既に実践しており、年単位の継続的な取り組みと位置付けている場合

取組予定: 臨時

今後実践する予定だが、緊急事態を想定した一時的なものである場合

取組予定: 継続

今後実践する予定であり、年単位の継続的な取り組みと位置付けている場合

該当なし

現在実践しておらず、今後の予定もない場合

上記の選択肢によって、「新型コロナに起因する様々な取り組みのうち、今後も継続されるものは何か？」などを定量的に把握することができる。

14. 新型コロナに起因するIT活用方針(組立製造業/加工製造業/建設業に固有の項目)

I4-1	部品/材料の国内調達率向上	例) 国内の調達先を確保することでサプライチェーンの安定を図る
I4-2	部品/材料の海外調達先追加	例) 海外の調達先を分散することでサプライチェーンの安定を図る
I4-3	3Dプリンタによる臨時部材生産	例) 部材が不足した時に金属3Dプリンタなどで部材を自ら作成する
I4-4	製造技術の別製品への適用	例) 自社が持つ製造技術を応用して新たな製品を開発/販売する
I4-5	写真記録の自動化/省力化	例) ヘッドセットやドローンを用いて現場の写真記録作業を軽減する
I4-6	製造ラインの可視化/共有化	例) 企業間の情報共有によって地域全体の生産体制を最適化する
I4-7	点検/検査の作業自動化	例) センサやドローンを用いて工場や現場の点検/検査を自動化する

15. 新型コロナに起因するIT活用方針(卸売業/小売業/サービス業/運輸業に固有の項目)

I5-1	店舗販売や近隣配送の強化	例) 飲食店がテイクアウトやデリバリーを新たに始める
I5-2	他社協業も含む宅配の強化	例) 新聞販売などの異業種と協業した宅配の強化
I5-3	共同店舗サービスの活用	例) ショールームを提供するサービスを活用する
I5-4	リモートでのサービス提供	例) スクールや講義を対面ではなくオンラインで実施する
I5-5	オンラインのイベント開催	例) 物産展をインターネット上の通販方式で開催する
I5-6	キャッシュレス化の促進	例) 現金の授受を伴わないスマホ決済などを導入する
I5-7	セルフ精算/支払の促進	例) スーパーなどの店舗でセルフレジを導入する
I5-8	健康/医療との関連強化	例) 飲食店や小売店の空きスペースで健康相談を提供する
I5-9	手作り/DIYとの関係強化	例) 素材や半完成品を販売し、手作りやDIYを付加価値とする
I5-10	顧客間交流の基盤提供	例) 通販で食材を販売し、オンライン飲み会の場を提供する

規模の大きな大企業では在宅勤務が可能なオフィス勤務の従業員数も多い。そのため、大企業はテレワーク導入率も高く、在宅勤務に切り替えることで得られるメリット(オフィスの光熱費や通勤費の削減など)も大きい。一方、中堅・中小企業では業種による違いはあるものの、在宅勤務可能な従業員数の比率は大企業より低い。その結果、前頁のグラフが示すように「該当なし(在宅勤務を行っておらず、今後の予定もない)」の回答割合は4~5割に達している。

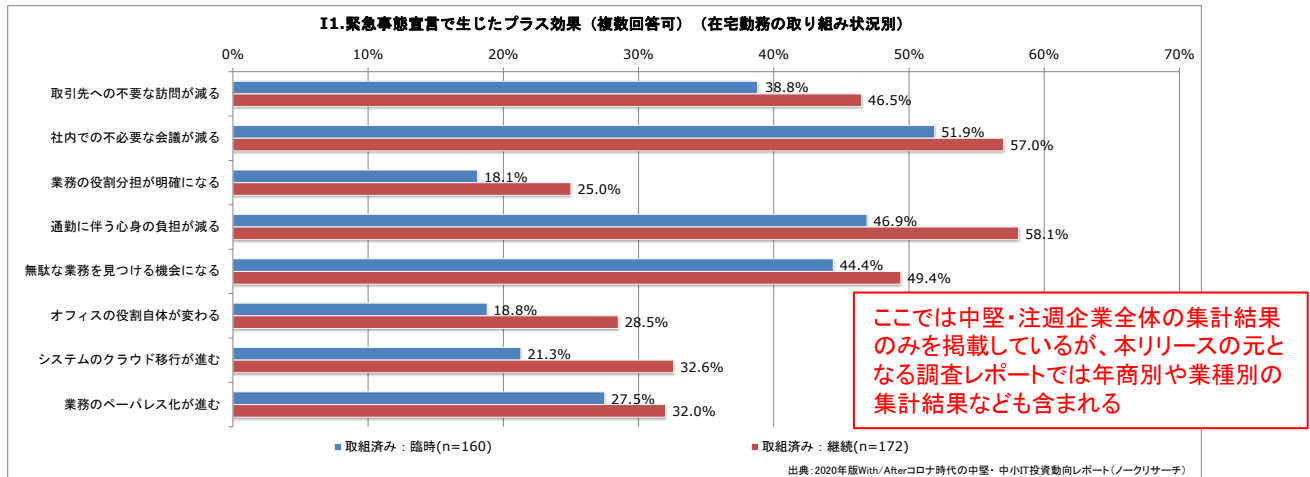
在宅勤務に取り組まない中堅・中小企業の中には、「本当は実践できるが、旧来の慣習や社風が障害となっている」というケースも存在する。しかし、規模の違いによるコスト削減効果に差がある以上、「日本の中堅・中小企業は大企業と比べて意識が低い、遅れている」と非難するだけでは先に進まない。

ITソリューションを提供するベンダや販社/Sierとしては、大企業とは異なる中堅・中小企業に向けたテレワーク導入のメリットを訴求し、有効な提案シナリオを描く必要がある。次頁ではそうした観点からの分析結果と提言の一部を紹介している。

テレワーク導入は中堅・中小企業と取引先との新たなコミュニケーション手段としても重要

新型コロナに伴う緊急事態宣言の期間中は、多くの企業が活動の休止/縮小を余儀なくされた。しかし、その一方で「無駄な会議が減った」などのプラス効果が生じた面もある。そこで、緊急事態宣言を通じて中堅・中小企業が体験したプラス効果を尋ねた結果について「在宅勤務に臨時で取り組む企業と、継続して取り組む企業でどのような差異が見られるか？」を確認すれば、テレワーク導入提案においてベンダや販社/SIerが訴求すべき在宅勤務におけるメリットが把握できる。

以下のグラフは年商500億円未満の中堅・中小企業に対して「緊急事態宣言で生じたプラス効果」を尋ねた結果を「部門/職種を限定した在宅勤務」の取り組み状況別に集計した結果である。「取組済み：臨時」(青帯)と比べて、「取組済み：継続」(赤帯)の回答割合が高い項目は「今後もテレワークを継続したい」と考える企業が体感しているプラス効果ということになる。そこで、逆にそうしたプラス効果を在宅勤務のメリットとして訴求すれば、継続的なテレワーク導入の提案に結びつけることができる。



青帯と赤帯の差が10ポイント以上に達するのは以下の2項目である。

「システムのクラウド移行が進む」(11.3ポイント) ※1

「通勤に伴う心身の負担が減る」(11.2ポイント) ※2

ただし、これらは在宅勤務を促進する項目ではなく、結果として生じた事象といえる。在宅勤務では「社内設置型のファイルサーバにアクセスできない」や「クラウドサービスを利用する場合も社内サーバを経由する必要がある」などの課題を挙げる声も聴かれた。第二波の懸念によってテレワーク導入が継続/加速すれば、クラウドサービスを訴求したいと考えるIT企業にとっては、※1の流れが商機となる可能性もある。その次に青帯と赤帯の差が大きいのは

「オフィスの役割自体が変わる」(9.7ポイント) ※3

である。これも在宅勤務の結果として生じる事象ではあるが、オフィスを社員交流や福利厚生の場所として位置付けるなど、新しいワークスタイルを実践する契機となる可能性がある。また、こうした取り組みを通じて若い世代にアピールし、優秀な人材の獲得に役立てるなど、従来にはなかった柔軟な発想を持つことも今後は重要となってくる。

また、中堅・中小企業の経営層に向けたテレワーク導入提案に役立つ項目としては、以下の2つにも着目する価値がある。

「取引先への不要な訪問が減る」(7.7ポイント) ※4

「社内での不要な会議が減る」(5.1ポイント) ※5

既に述べたようにテレワークの導入は大企業が中堅・中小企業よりも進んでいる。その結果、取引先である大企業からは訪問ではなく遠隔での商談/会議を求められる場面も少なくない。※4のポイント差が※5を若干ながら上回っていることからわかるように、継続的な在宅勤務に取り組む中堅・中小企業はWith/Afterコロナ時代に即した取引先とのコミュニケーションを既実践している。これは中堅・中小企業の業績を左右する可能性があり、経営層向けにテレワーク導入を提案する際の有効な訴求ポイントとなる。このように中堅・中小企業向けのテレワーク導入提案においては感染防止だけでなく、経営視点で期待できるプラス効果を織り交ぜることが重要となってくる。

本リリースの元となる調査レポート

『2020年版 With/Afterコロナ時代の中堅・中小IT投資動向レポート』

新型コロナは中堅・中小企業のIT活用をどのように変えたのか？IT企業は何をどのように提案していくべきなのか？

【対象企業属性】(有効回答件数: 700社)

年商: 5億円未満 / 5億円以上～50億円未満 / 50億円以上～100億円未満 / 100億円以上～300億円未満 / 300億円以上～500億円未満
 従業員数: 20人未満 / 20人以上～50人未満 / 50人以上～100人未満 / 100人以上～300人未満 / 300人以上～500人未満 / 500人以上～1000人未満 / 1000人以上～3,000人未満 / 3,000人以上～5,000人未満 / 5,000人以上
 業種: 組立製造業 / 加工製造業 / 建設業 / 卸売業 / 小売業 / 運輸業 / IT関連サービス業 / 一般サービス業
 (49項目の詳細な業種区分は本リリース2ページ参照)
 地域: 北海道地方 / 東北地方 / 関東地方 / 北陸地方 / 中部地方 / 近畿地方 / 中国地方 / 四国地方 / 九州・沖縄地方
 その他の属性: 「IT管理/運用の人員規模」(12区分)、「ビジネス拠点の状況」(5区分)

【分析サマリの概要】

第1章: 新型コロナが企業の売上やIT支出に与える影響

- 1-1. 年商別に見た売上やIT支出の変化
- 1-2. 業種別に見た売上やIT支出の変化

第2章: 緊急事態宣言で生じた課題とプラス効果

- 2-1. 課題とプラス効果の全体傾向
- 2-2. 年商別に見た課題とプラス効果
- 2-3. 業種別に見た課題とプラス効果

第3章: 新型コロナに起因するビジネス面の取り組み

- 3-1. 経営視点の取り組み
- 3-2. IT活用方針(全業種共通の項目)
- 3-3. IT活用方針(組立製造業/加工製造業/建設業に固有の項目)
- 3-4. IT活用方針(卸売業/小売業/サービス業/運輸業に固有の項目)

第4章: With/Afterコロナで必要となるIT商材

- 4-1. IT関連ソリューション(自動化、ペーパーレス化、センサやロボットの活用など)
- 4-2. 業務アプリケーション(Web会議、プロジェクト管理、勤怠管理、採用管理など)
- 4-3. IT関連インフラ(端末/クラウド/ネットワークなど)(クラウド移行、スマートデバイス、DaaS、VPNなど)
- 4-4. 新規ビジネス基盤(サブスクリプション基盤、企業間取引基盤など)

第5章: With/Afterコロナに伴うIT支出の市場規模

- 5-1. 2020年1月～12月に新型コロナ関連で拠出する年間IT支出総額
- 5-2. 年商別に見た場合の新型コロナに起因するIT支出市場規模
- 5-3. 業種別に見た場合の新型コロナに起因するIT支出市場規模
- 5-4. 地域別に見た場合の新型コロナに起因するIT支出市場規模

第6章: With/AfterコロナのIT活用における相談相手(業務コンサルタント、地域の金融機関や行政機関、IT関連のベンダや 販社/SIer、士業、業界団体など)

- 6-1. 年商別に見たIT活用判断に大きな影響を与える業者
- 6-2. 業種別に見たIT活用判断に大きく影響を与える業者
- 6-3. 地域別に見たIT活用判断に大きく影響を与える業者

サンプル属性、設問項目、分析サマリ
 試読版、集計データ例などの詳細を
 ご覧いただけます

【価格】180,000円(税別) 【発刊日】2020年7月15日 【レポート案内】http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2020IT_user_rep.pdf

本データの無断引用・転載を禁じます。引用・転載をご希望の場合は下記をご参照の上、担当窓口にお問い合わせください。

引用・転載のポリシー: <http://www.norkresearch.co.jp/policy/index.html>

当調査データに関するお問い合わせ

NORKRESEARCH

株式会社 ノークリサーチ 担当: 岩上 由高
 〒160-0022 東京都新宿区新宿2-13-10 武蔵野ビル5階23号室
 TEL 03-5361-7880 FAX 03-5361-7881
 Mail: inform@norkresearch.co.jp
 Web: www.norkresearch.co.jp
 Nork Research Co.,Ltd