

省力化投資促進プラン —小売業— (案)

令和7年5月14日
農林水産省・経済産業省

- 0 プランの概要
- 1 実態把握の深掘
 - 1.1 人手不足の状況把握
 - 1.2 優良事例と効果的な省力化投資のポイントの収集と整理（モデル化）
- 2 多面的な促進策
 - 2.1 投資補助・金融支援
 - 2.2 優良事例の横展開のための支援策
 - 2.3 規制・制度の見直し
- 3 サポート体制の整備・周知広報
 - 3.1 政府・自治体・関係団体等のサポート体制の構築
 - 3.2 中小企業・小規模事業者への徹底普及のための工程表
- 4 目標とKPIの設定
- 5 スケジュール

省力化投資促進プラン（小売業）概要

実態把握の深堀

- 卸・小売業は、およそ1,045万人が支える労働集約的な産業であり、生産性も他業種と比べて低い。また、全国の正規従業員と非正規従業員の総和において、非正規従業員の割合は約35%を占める。
- また、国内小売業では、企業数ベースでは大多数を占める中小企業が、売上高の市場シェアでは約半分を占めている。
- 特に小売業では、バックヤードでの業務のほか、レジでの精算、店内清掃等の店舗運営に大きく人手を要しており、DXによる効率化が必要。

多面的な促進策

- 小売業で活用可能な中小企業省力化投資補助金、IT導入補助金や、生産性向上への支援を含む「賃上げ」支援助成金パッケージ等の積極活用を促進。
- 小売業にもわかりやすい形で、IT導入、外注、協働、人的投資等の省力化に資する取組に関するきめ細やかな事例集を作成。業界団体とも連携した情報共有体制や説明会、セミナー等の開催や、業界紙等広報チャネルの活用により優良事例の情報提供・横展開を実施。

サポート体制の整備・周知広報

- 促進策の積極的な活用を促すため、複数の業界団体等を通じた情報提供を実施。
- 全国的なサポート体制の整備として、中小企業支援機関等によるデジタルツール等も活用したプッシュ型支援と、アドバイザーの伴走による専門的支援の組み合わせにより、業界団体に属さない中小小売事業者を含め、幅広い事業者にアプローチすることを目指す。

目標、KPI、スケジュール

- 2029年度の名目労働生産性目標は2024年度比で28%増とする。
- 小売業の事業所数は全国に約88万事業所が存在（うち中小企業は、約52.7万社存在）し、あまねく支援策を周知する必要。
- そのための補助金等の支援策・制度の認知度向上、活用に関するKPIとして、
 - ・業界団体等を通じた情報発信回数：年5回程度開催するほか、
 - ・個別支援策に関するセミナー・説明会の開催を適時のタイミングにおいて実施する。

1 実態把握の深掘

1.1 人手不足の状況把握

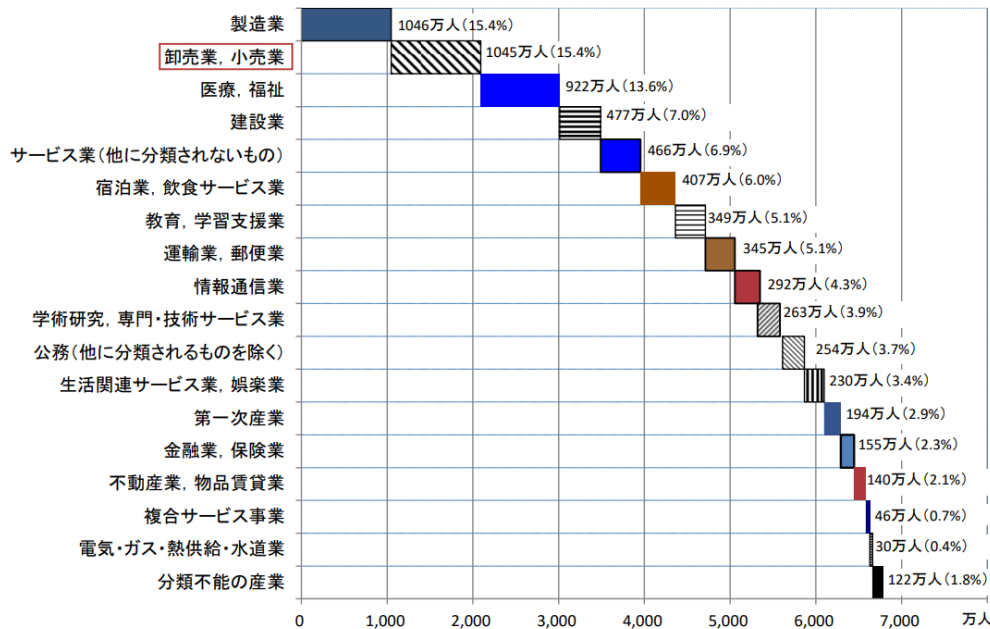
1.1 人手不足の状況把握

1.1 人手不足の状況把握

- 卸・小売業は、1,000万人以上が支える労働集約的な産業であり、生産性も他業種と比べて低い。また、全国の正規従業員と非正規従業員の総和において、非正規従業員の割合は約35%を占める。
- 特に小売業では、接客対応やレジでの精算、店内清掃等の店舗運営に大きく人手を要しており、DXによる効率化が急務。

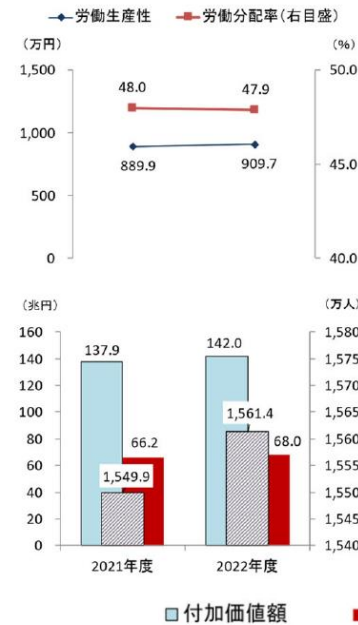
産業別就業者数

(男女計、就業者数系 = 6,781万人、2024年平均)

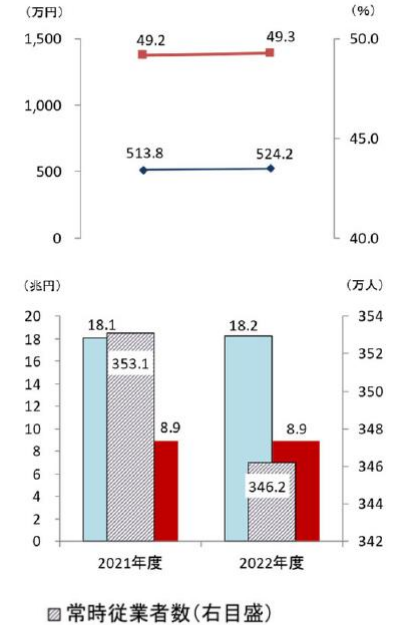


産業別労働分配率と労働生産性の推移 (%)

【合計】



【小売業】

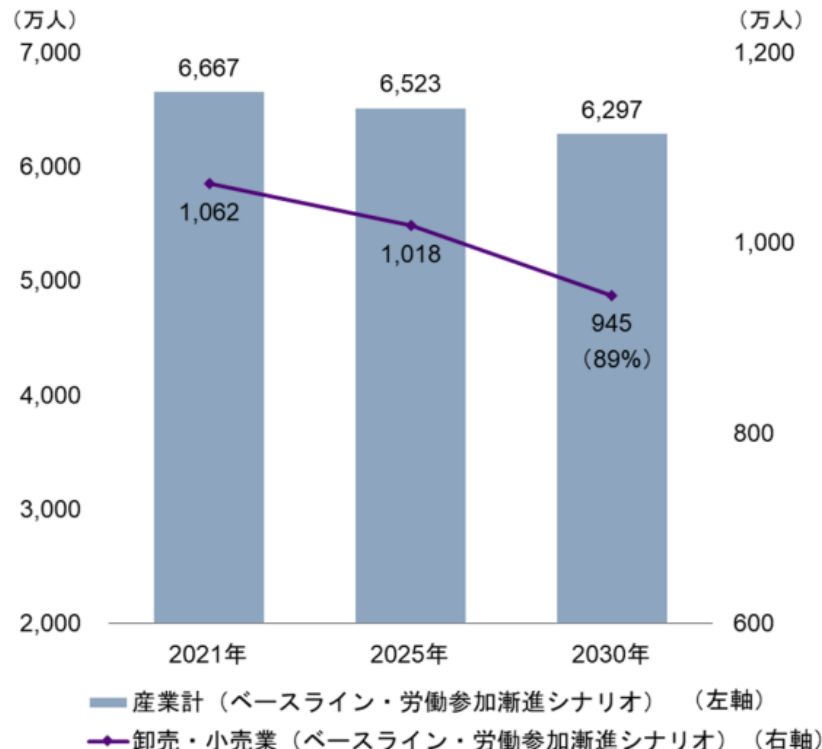


(出所) 厚生労働省「令和6年厚生労働白書 資料編」、左図：産業別就業者数(独立行政法人労働政策研究・研修機構、2025年3月10日更新) <https://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/chart/html/g0004.html>、
右図：2023年経済産業省企業活動基本調査速報(2022年度実績) 調査結果の概要より編集。 <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00550100&kikan=00550&tstat=000001010832&cycle=7&tclass1=000001023512&tclass2=000001218361&tclass3val=0>

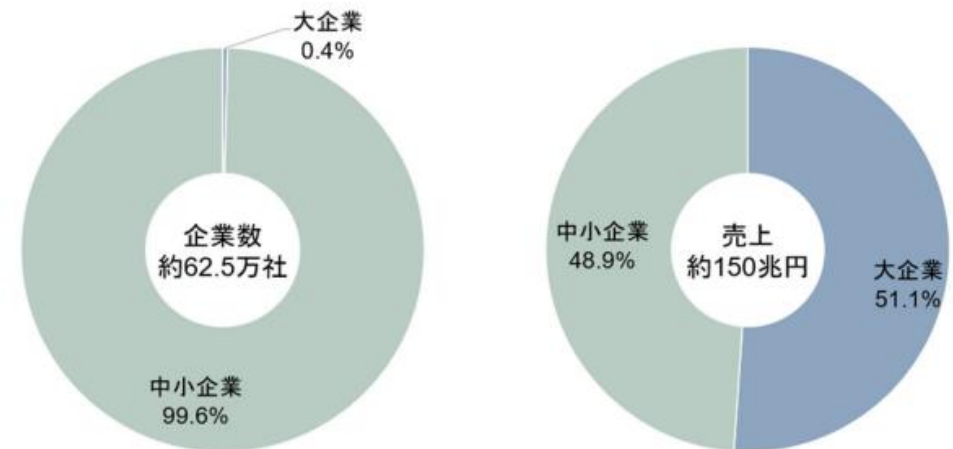
1.1 人手不足の状況把握

- 産業全体の労働人口のベースシナリオに基づけば、就業者のうち卸・小売業に従事する人数は、2021年の1,062万人から、2030年には945万人、2040年には836万人まで減少することが予想。
- 国内小売業では、企業数ベースでは大多数を占める中小企業が、売上高の市場シェアでは約半分を占めている。
- また、欧米と比較すると、売上高上位5社が占める市場シェアは低く、上位寡占化は進んでいない。

就業者数の将来見通し



全国のスーパーマーケット業界の 上位5社に占める売上高シェア率



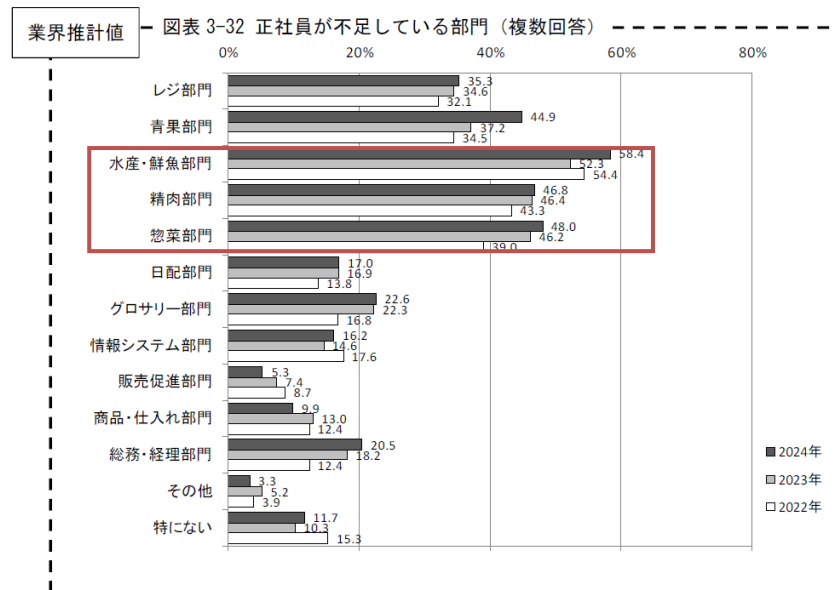
（出所）「物価高における流通業のあり方検討会 最終報告書」より（左図：総務省「労働力調査」、労働政策研究・研修機構「労働力需給の推移」を基に算出、右図：経済産業省「平成28年経済診察-活動調査」、「商業動態統計」、中小企業庁「令和3年度中小企業実態基本調査」を基に作成。）

部門別の人手不足の状況

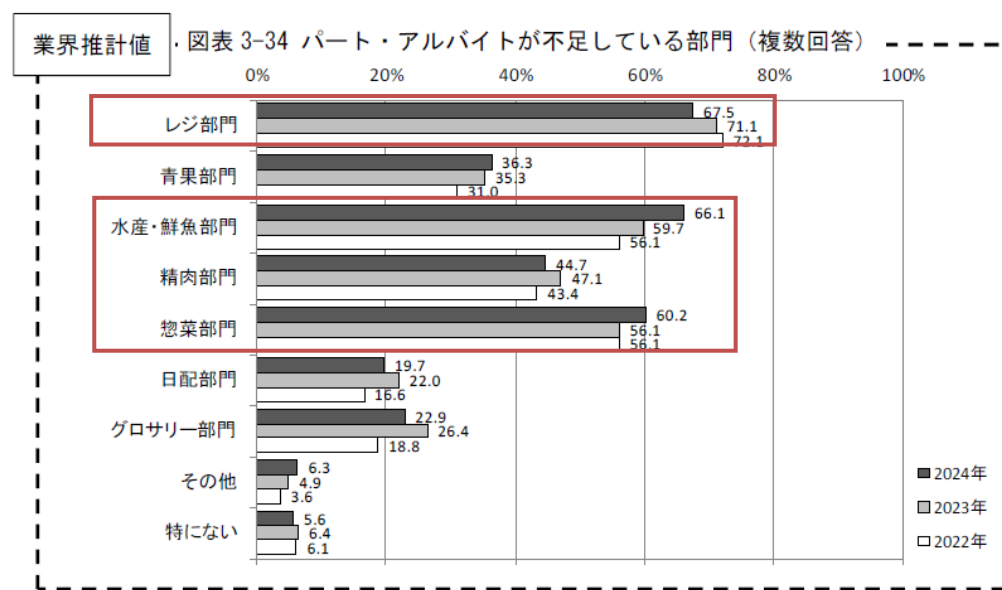
1.1 人手不足の状況把握

- 正社員が不足している部門としては、「水産・鮮魚」、「惣菜」「精肉」で、パート・アルバイトの場合は、「レジ」「水産・鮮魚」「惣菜」が多い。

■ 正社員が不足している部門



■ パート・アルバイトが不足している部門



○ さらに、パート・アルバイトについて、企業分類別にみると、地方圏の企業では都市圏に比べ「レジ」部門などが不足。

■ 正社員が不足している部門

図表3-33 正社員が不足している部門（複数回答）/企業分類別

	n	レジ部門	青果部門	水産・ 鮮魚部門	精肉部門	惣菜部門	日配部門	グロサリー 部門	情報 システム 部門	販売促進 部門	商品・ 仕入れ 部門	総務・ 経理部門	その他	特にない	
回答企業全体	247	36.0%	46.6%	61.1%	47.8%	50.6%	19.4%	25.5%	17.8%	5.7%	11.3%	20.2%	3.6%	10.1%	
企業分 類別	1～3店舗	64	29.7%	29.7%	46.9%	35.9%	31.3%	4.7%	7.8%	7.8%	4.7%	3.1%	17.2%	1.6%	21.9%
	4～10店舗	63	36.5%	52.4%	55.6%	52.4%	52.4%	17.5%	22.2%	17.5%	6.3%	12.7%	25.4%	3.2%	7.9%
	11～25店舗	54	38.9%	55.6%	70.4%	61.1%	55.6%	24.1%	37.0%	14.8%	3.7%	14.8%	22.2%	3.7%	5.6%
	26～50店舗	32	34.4%	46.9%	81.3%	40.6%	56.3%	25.0%	28.1%	37.5%	9.4%	25.0%	18.8%	3.1%	3.1%
	51店舗以上	33	45.5%	54.5%	66.7%	48.5%	72.7%	39.4%	45.5%	24.2%	3.0%	3.0%	15.2%	9.1%	6.1%
	小規模店舗中心型	95	34.7%	54.7%	55.8%	42.1%	45.3%	12.6%	23.2%	12.6%	7.4%	8.4%	20.0%	3.2%	11.6%
	中規模店舗中心型	43	37.2%	25.6%	55.8%	41.9%	30.2%	11.6%	11.6%	9.3%	2.3%	11.6%	4.7%	4.7%	18.6%
	大規模店舗中心型	74	35.1%	50.0%	73.0%	58.1%	68.9%	35.1%	39.2%	27.0%	5.4%	13.5%	27.0%	4.1%	6.8%
	複合型	29	41.4%	41.4%	51.7%	41.4%	51.7%	6.9%	13.8%	27.6%	3.4%	13.8%	31.0%	3.4%	3.4%
	都市圏	61	27.9%	47.5%	59.0%	45.9%	55.7%	14.8%	26.2%	18.0%	8.2%	9.8%	14.8%	1.6%	13.1%
地方圏	186	38.7%	46.2%	61.8%	48.4%	48.9%	21.0%	25.3%	17.7%	4.8%	11.8%	22.0%	4.3%	9.1%	

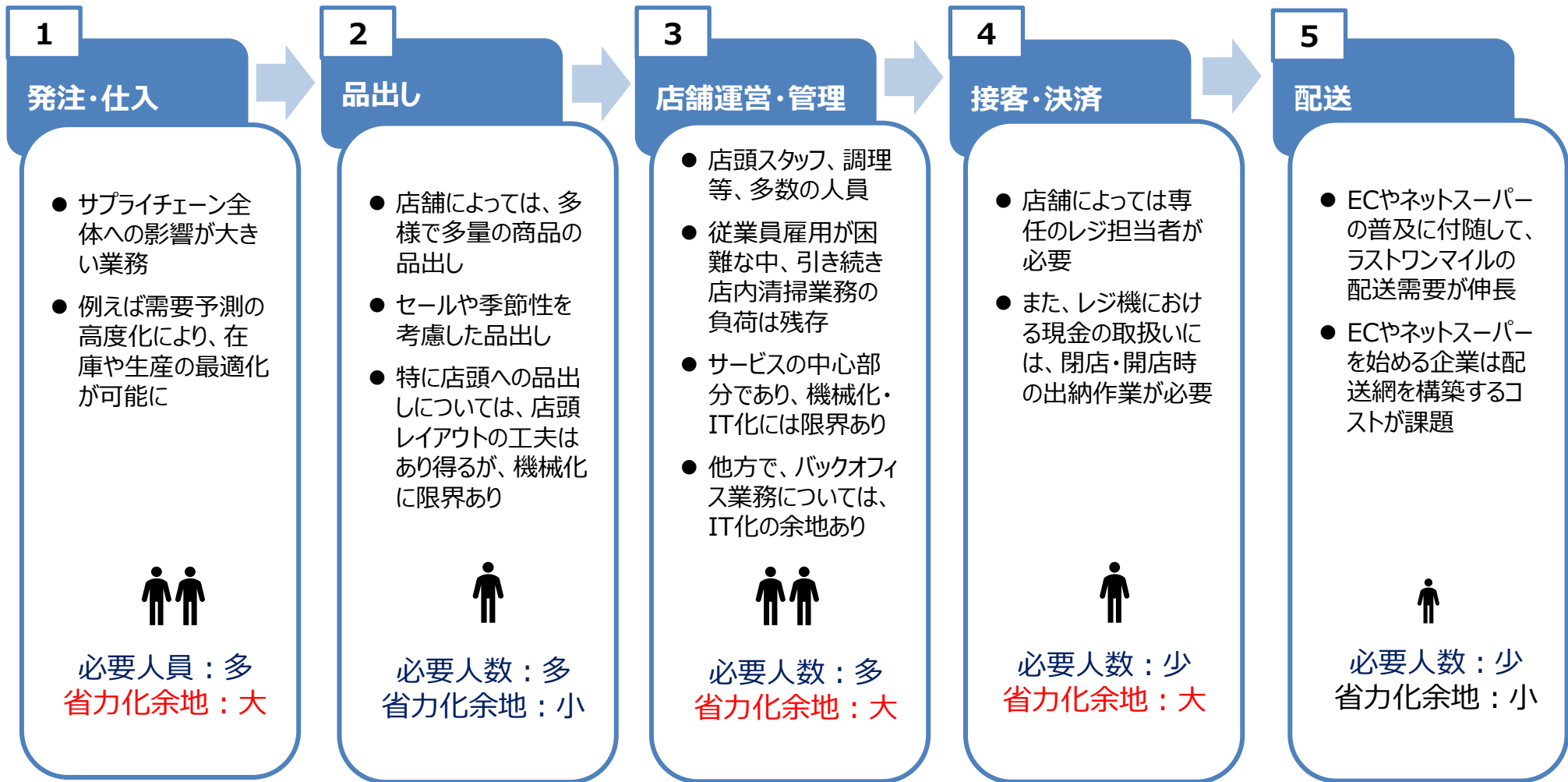
■ パート・アルバイトが不足している部門

図表3-35 パート・アルバイトが不足している部門（複数回答）/企業分類別

		n	レジ部門	青果部門	水産・鮮魚部門	精肉部門	惣菜部門	日配部門	グロサリー部門	その他	特にない
回答企業全体		246	67.9%	37.8%	68.3%	46.7%	63.8%	22.0%	25.2%	6.9%	5.3%
企業分類別	1～3店舗	63	60.3%	31.7%	52.4%	36.5%	41.3%	11.1%	12.7%	3.2%	9.5%
	4～10店舗	64	71.9%	31.3%	68.8%	43.8%	60.9%	15.6%	20.3%	6.3%	3.1%
	11～25店舗	54	75.9%	51.9%	72.2%	53.7%	75.9%	27.8%	31.5%	7.4%	3.7%
	26～50店舗	31	71.0%	29.0%	83.9%	48.4%	80.6%	19.4%	22.6%	9.7%	6.5%
	51店舗以上	33	60.6%	48.5%	78.8%	57.6%	78.8%	48.5%	51.5%	12.1%	3.0%
	小規模店舗中心型	96	67.7%	42.7%	62.5%	42.7%	56.3%	17.7%	19.8%	4.2%	6.3%
	中規模店舗中心型	42	61.9%	28.6%	57.1%	35.7%	47.6%	14.3%	16.7%	7.1%	7.1%
	大規模店舗中心型	73	75.3%	37.0%	79.5%	54.8%	82.2%	30.1%	37.0%	9.6%	4.1%
	複合型	28	60.7%	28.6%	75.0%	50.0%	64.3%	25.0%	25.0%	10.7%	3.6%
	都市圏	60	61.7%	38.3%	66.7%	51.7%	65.0%	20.0%	33.3%	5.0%	5.0%
地方圏	186	69.9%	37.6%	68.8%	45.2%	63.4%	22.6%	22.6%	7.5%	5.4%	

1.2 優良事例と効果的な省力化投資のポイントの 収集と整理（モデル化）

小売業の業務プロセスと省力化余地（一例）



小売業における「省力化レベル」

1.2 優良事例と効果的な省力化投資のポイントの
収集と整理（モデル化）

- 小売業は、多店舗展開チェーンから、生業的な小規模小売事業者まで、様々。
- 各事業者の実態に応じて「省力化レベル」の目標を設定。

【小売業】	業務一覧(計10業務)								
	業種横断的(計7業務)						業種別(計3業務)		
	総務・人事・労務 ・給与	会計・財務 ・経営	決済・債権債務 ・資金回収	営業・広報	在庫管理 受注・	清掃	受発注	接客・会計	店舗管理
レベル3 (目標となる優良事例)	◎	◎	○	◎	○	◎	◎	◎	◎
レベル2 (ベンチマークとなる事例)	○	○	-	○	-	○	○	○	○
レベル1 (平均的な事例)	-	-	-	○	-	-	-	-	○

資料：小売事業者ヒアリング等をもとに、経済産業省作成。

【凡例】 ◎：省力化を進めている（設備・ITツールの導入に加え、業務プロセス変更等を伴う取組）、○：省力化を進めている（設備・ITツールの導入）、
-：進めていない

【記載の考え方】 レベル3：目標となる優良事例、 レベル2：ベンチマークとなる事例 レベル1：業界における平均的な事例

業種ごとに業務プロセスの課題を特定し、効果的な省力化投資を推進

- 業種ごとの省力化課題を業務プロセスに分けて深掘りを行ったのち、それぞれのプロセスの効率化に資する省力化投資を特定する。
- 具体的な機器、システムを特定することにより、企業側の省力化投資導入のスピードが加速することが期待される。

小売業の例

業種固有業務プロセス例

受発注業務

1

<業務プロセスの課題>

- ・ データ様式が取引先により異なり、標準化が難しい
- ・ システム設定の複雑性がある

<効果的な省力化投資>

→ 中小企業共通EDIの導入

<業務プロセスの課題>

- ・ 在庫の情報がわかりづらい

<効果的な省力化投資>

→ POSレジの導入



<業務プロセスの課題>

- ・ 需要予測にノウハウが必要

<効果的な省力化投資>

→ 自動発注システムの導入

接客・会計

3

4

<業務プロセスの課題>

- ・ 大規模店舗では専任のレジ担当者が必要。また、レジ機における現金の取扱いには、閉店・開店時の出納作業が必要。

<効果的な省力化投資>

→ 店舗・施設向け
セルフ対応型機器
(券売機、自動精算機)
の導入、フルキャッシュへの移行



品質・衛生管理

3

<業務プロセスの課題>

- ・ 毎日定刻に手作業で行う冷蔵庫の温度管理等の記録や異常発生時の対応。

<効果的な省力化投資>

→ 自動記録・管理システムの導入



業種横断的業務プロセス

店舗管理

3

4

<業務プロセスの課題>

- ・ 従業員雇用が困難な中、店内清掃業務の負荷は残存。

<効果的な省力化投資>

→ 清掃ロボットの導入



販売管理

<業務プロセスの課題>

- ・ 多忙な中、売上高などを経理が手書き伝票やエクセルへの手入力に多くの労力。

<効果的な省力化投資>

→ クラウド販売管理ツールの導入

人事管理

<業務プロセスの課題>

- ・ 給与明細の配布作業や、アルバイトのシフト作成が負担に。

<効果的な省力化投資>

→ クラウド総務人事ツールの導入

(参考) 現場における課題の要因と解決の方向性

○ さらに、ヒアリング等をもとに、課題の整理、解決の方向性を検討すると以下のとおり。

特定課題	課題の要因	解決の方向性	先進事例
品出し業務	- 多様な商品の品出し - 多量な商品の品出し - セールや季節性を考慮した品出し	- カメラやロボティクスの活用 - 需要予測の高度化 - POSデータとの連携	- 在庫確認ロボ - 棚定点観測サービス
受発注業務	- データ様式が取引先により異なり、標準化が難しい - 需要予測にノウハウが必要 - システム設定の複雑性がある	- 各データを紐づけるデータプラットフォームの構築 - 需要予測の高度化 - デジタルリテラシーの向上	- 生鮮食品の需要予測と発注の効率化 - 自動受発注サービス
検品業務	- 多量な商品の検品 - 商品の種類が多く、個別対応も多い - 多くの紙帳票が残っており、データ結合が手作業	- ロボティクスやIoTの活用 - AIの活用 - WMS等の導入	EC業界での検品自動化
棚卸し業務	- 多様な商品の棚卸しが必要 - 発注データを売上データが紐づいていない	- RFIDの導入 - ロボティクスの活用 - WMSや在庫管理システムの導入	RFIDを活用した棚卸しロボ
紙帳票の多さ	- データ様式が取引先により異なり、標準化が難しい - DXに対する意識が低い - システム化が難しい独自業務	- データの標準化 - デジタルリテラシーの向上 - システム標準に合わせた業務改革	データ分析基盤の構築
業務の可視化	- 作業分担表作成等の負担が大きい - 日報等の紙媒体が多くデータが散在している - 作業をチェックする負担も大きい	- シフトや日報作成のアプリケーションの導入（AIの活用） - カメラの活用	- タスク管理の高度化 - AIを活用した作業割当の高度化

(参考) 現場における課題の要因と解決の方向性

- 加えて、整理した各特定課題について、デジタル等を用いた解決の方向性と解決による定量的・定性的なインパクトについて、以下のように整理。
- 以下解決の方向性については、必ずしも各業務単位での技術導入が最適な対応策となるわけではなく、導入後の投資利益率を適切に見極めた上で、自社の状況に合わせていくつかの業務課題を複合的に解決する等の視点を持つことが必要となることに留意が必要。

特定課題	解決の方向性	解決によるインパクト
品出し業務	- カメラやロボティクスの活用 - 需要予測の高度化 - POSデータとの連携	店舗の規模によって年間330万円～数千万円程度の人件費の発生が見込まれる中、カメラやAI等のデジタル技術の導入による自動化・省力化を実現することで大幅な人件費削減が期待できる
受発注業務	- 各データを紐づけるデータプラットフォームの構築 - 需要予測の高度化 - デジタルリテラシーの向上	1日のうち1～2時間以上の時間を受発注業務にかけている事業者がいることがわかっている中、AI等の需要予測による自動受発注まで実装することができれば、その数値は限りなくゼロに近づけることも可能となる
検品業務	- ロボティクスやIoTの活用 - AIの活用 - WMS等の導入	大型の物流センターにおいては、年間1億円程度が検品関連業務にかかる人件費となっていることが推定される中、ロボティクスやAI等の技術導入により大幅な人件費削減が期待できる
棚卸し業務	- RFIDの導入 - ロボティクスの活用 - WMSや在庫管理システムの導入	店舗で取り扱う商品数（SKU）によって1回の棚卸し業務につき14人時～145人時の人手を要することが推定される中、日常的な商品数管理の徹底やデジタル技術の導入により大幅な工数削減・棚卸し業務自体の縮小化が期待できる
紙帳票の多さ	- データの標準化 - デジタルリテラシーの向上 - システム標準に合わせた業務改革	- 各種情報の処理速度向上、活用の可能性の幅が広がることで、紙帳票処理に伴う手作業の削減による業務負担の軽減が見込まれ、他業務への注力等が可能となる - また、情報の紛失・破損・漏洩に関するリスク事象の軽減も期待できる
業務の可視化	- シフトや日報作成のアプリケーションの導入（AIの活用） - カメラの活用	従来、作業者個々人に関する定量的な作業量の把握が出来ていなかった点について、AI等のデジタル技術の活用によって作業状況等を可視化することで、管理者目線・作業者目線の両面から業務負担の軽減・無駄の削減が期待できる

- 小売店舗の店頭では、レジ業務や店内清掃等の店舗運営に大きく人手・時間を要しており、DXを通じた省力化が急務。

事例1：株式会社ローソンにおける 遠隔接客の導入

【取組】

- 店頭から離れた場所にいるオペレーターが「アバター店員」となり、遠隔地からアバターをリモート操作して、来店中の顧客へのサービス提供・セルフレジのサポートなどの接客・販売促進等を実施。



【効果】

- 遠隔接客の導入により、セルフレジ利用率が15%向上。店舗従業員のレジ業務を約1.5時間以上削減。
 - レジ待ち時間の短縮
 - 創出された時間で、商品の補充や調理などを実施、魅力的な売場作りを実現
- 時間や場所にとらわれない働き方を実現
 - 1人のオペレーターが複数店舗を受け持つ等の効率的な人員配置を実現

事例2：アルパカ舎（オリジナル珈琲豆の販売及び、喫茶サービス）におけるPOSレジ、シフト管理の活用

※オリジナル珈琲豆の販売及び、喫茶サービス。2014年に自宅スペースに店舗開設。近隣はもとより県外からの来店も。2018年秋に第二店舗を開店。従業員は5名。

【取組】

- 日々の売上管理業務で負担感のある中、レジ周りで活用できるITツールとしてPOSレジを導入。
- また、スタッフの増員に伴い、シフト管理に時間を要するようになっていたところ、シフト管理サービスを活用。

【効果】

- 商品登録をスタッフに任せることができ、日々の単品売上管理も容易に。
- 店舗の販売数値が遠隔から把握可能となった。



- 勤務シフトの調整にかかっていた時間が大幅削減。
- 以前は夜間に事務作業を行っていたが確認作業のみになり、コア業務である珈琲豆焙煎の仕事や経営面に時間を投下できるようになった。

- 食料品スーパーマーケットでは、商品の受発注や商品管理等の店舗運営に大きく人手・時間を要しており、DX化等を通じた省力化が急務。

事例 1：株式会社ベシア（群馬県）における 青果物の受発注業務の省力化

【取組】

- 青果物の需要をより精緻に予測すべく、店舗内にAIカメラを設置。過去の販売実績、天気、曜日などに加え、来店者の店内での購買行動パターンに関する情報を収集・分析、これらを基に生産者に出荷を発注する青果物の種類や数量を決定。
- 産地から出荷する青果物の外装にはQRコードを貼り付け。それを入荷・検品過程で読み込むことにより、商品の目視確認作業やデータの手入力作業を削減。

【効果】

- より正確な需要予測に基づく商品の発注とQRコードによる情報管理
 - 作業負荷の軽減
 - 在庫情報の見える化
 - フードロス削減効果も
- AIカメラの設置により、店舗内の状況をリアルタイムで確認することが可能に
 - 店舗管理者の店舗巡回の業務負担も軽減

事例 2：株式会社バロー（愛知県等）における 惣菜の受発注業務の省力化

【取組】

- 惣菜の受発注に係る工場・店舗双方の業務を効率化すべく、AI需要予測モデルを導入。来店客数予測には、店舗データ（POS データ、賞味期限、キャンペーン情報等）に加え、人流や気象のビッグデータを活用。
- AI需要予測に基づき、納品 3 日前に工場に自動発注。その後の発注修正作業は行わない（従来は頻繁に修正作業を実施）。

【効果】

- 工場では、従来の見込み生産から受注生産への変更が可能に。
 - 仕掛品在庫の廃棄、緊急生産の業務を縮減。
- 店舗では、従業員の経験と勘に頼った発注業務が不要に。
 - 発注業務負担の軽減（発注責任者の精神的負担も軽減）
 - 廃棄や値引販売に係る業務も減少（→利益率も向上）



2 多面的な促進策

2.1 投資補助・金融支援

- 中小企業等の売上拡大や生産性向上を後押しする施策の1つとして、中小企業庁では、中小企業省力化投資補助金やIT導入補助金を措置。
- 令和5年度補正で措置した中小企業省力化投資補助金「カタログ注文型」では、人手不足解消に効果がある汎用製品を「カタログ」に掲載し、中小企業等が選択して導入することで、簡易で即効性がある省力化投資を促進。

■ 補助上限等

補助上限額・補助率

中小企業省力化投資補助金

枠・類型	補助上限額 ※()内は大幅賃上げを行う場合	補助率
カタログ 注文型	5人以下 200万円 (300万円)	1/2
	6~20人 500万円 (750万円)	
	21人以上 1000万円 (1500万円)	
一般型	5人以下 750万円 (1,000万円)	1/2※ 小規模・再生 2/3
	6~20人 1,500万円 (2,000万円)	
	21~50人 3,000万円 (4,000万円)	
	51~100人 5,000万円 (6,500万円)	
	101人以上 8,000万円 (1億円)	

※補助金額1,500万円
までは1/2、1,500万
円を超える部分は1/3

IT導入補助金

・ 補助上限額(補助率)：150~450万円 (1/2~4/5)

■ 導入支援（イメージ）

※中小企業省力化投資補助金のカタログのうち、対象業種に小売が含まれるもの

● 清掃ロボット、バックヤード業務サポート



● 店舗・施設向けセルフ対応型機器 (券売機、自動精算機等)



● 物流システム機器 (無人搬送車、自動倉庫等)



省力化投資補助金（カタログ注文型）の対象製品例（小売業）

店頭で使えるもの

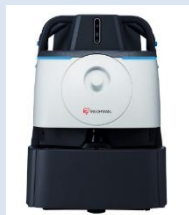
バックヤードでも利用可能なもの

機器名称

清掃ロボット

用途・機能

- ・自律走行で床を清掃。（湿式、乾式等）
- ・人や障害物を避けながら、廊下やロビーなど床面を清掃。



導入効果
（例）

- ・通常の掃除機と比べ、清掃効率が向上、清掃コストが削減。
- ・従業員の負担軽減、人件費の削減、業務の効率化等

平均価格帯

数百万円程度

検品・仕分システム

- ・リストを見ながら目視で検品・仕分を行っていたところ、目視で確認する工程を無くし、仕分けに係る無人化を実現。
- ・なくなる「ミス」を自動化により低減。



- ・人手作業の場合、どうしてもなくなる「ミス」を自動化により低減

数百万円から
一千万円程度～

スチームコンベクション
オープン

- ・焼く、蒸す、煮る、炊く、炒める等の調理を1台で対応。
- ・異なる料理を同時に調理。



- ・省スペースで、必要な調理機器を削減。
- ・温度と湿度の制御により、調理時間が短縮。

数百万円程度～

自動フライヤー

- ・揚げあがった食材を自動的に油槽から取り出し。



- ・揚げ物調理の効率化と品質向上。
- ・省力化のほか、人手不足解消やサービス・品質が向上。

百万円程度～

店頭に加え、バックヤードでも利用可能

- 小売業で利用可能な中小企業省力化投資補助金メニューは以下のとおり。

製品カテゴリ
清掃・配膳ロボット、バックヤード業務サポート
清掃ロボット
配膳ロボット
飲料補充ロボット
店舗・施設向けセルフ対応型機器
券売機
自動精算機
自動チェックイン機
店舗・施設向けバックヤード業務サポート
入出金機
厨房サポート
スチームコンベクションオーブン
自動フライヤー

【店舗運営の効率化】

- 自動清掃ロボット



【支援策】

- 中小企業が導入する場合、カタログ型の「中小企業省力化投資補助金」で、導入費用の1/2を補助。

IT導入補助金の小売業での利用事例

導入サポートにも補助金を活用して、スムーズなIT導入を実現。「経営者の決意」と「IT活用」で働き方改革を進める（※POSシステムの導入費用は、数十万～百万円以上）

IT導入補助金2020 活用事例

小売業
株式会社かがし屋

④ 業種特化型

【申請類型】
IT導入補助金2020 通常枠（A 類型）

【事業者情報】
住所：福岡県うきは市 設立：1979年 従業員数：352名
売上高：約7,763百万円 URL <https://www.kagasiya.co.jp/>
・文具用品・OA機器販売、介護福祉事業、ドコモショップの運営など、多角的に事業展開
・経済産業省「地域未来牽引企業」選定企業
・SDGsの自社目標を毎期定め、積極的に取り組んでいる





導入したITツールの操作画面

抱えていた経営課題



- 携帯電話に関するアイテム数が増加する中、棚卸は手作業で行っており、商品数の把握に時間を要していた。
- 従業員の勤務時間短縮を進めていきたい。
- これまで使っていたPOSシステムのライセンス期間が終了し、次期システムの導入が必要になっていた。

導入後の変化、効率化された業務

- 携帯電話本体等に関する最新のマスターデータが、リアルタイムに配信されるようになった。
- RFIDリーダーを使った棚卸に変更。一回の処理で商品の入荷処理を一括で行うことができるようになった。
- 電話で確認せずとも、各店舗の在庫をリアルタイムで把握できるようになった。

導入したITツール

携帯電話販売管理ネットワークシステム
MK.NS（本部機能・店舗機能）
<https://www.broadleaf.co.jp/products/mkns/>
携帯電話本体、付属品といったカタログデータが自動配信されるだけでなく、売上・仕入・在庫も一元管理でき、業務効率化にも寄与する。
IT導入支援事業者 株式会社ブロードリーフ

成果

全店舗への導入により
棚卸時間が
50%削減見込み！



- スピーディー、かつ、今まで以上に正確な棚卸作業を実現。
- 商品在庫のある店舗を即座に把握できるようになり、販売ロスの削減と顧客満足度の向上につながった。

「賃上げ」支援助成金パッケージ

生産性向上（設備・人への投資等）や、正規・非正規の格差是正、より高い処遇への労働移動等を通じ、労働市場全体の「賃上げ」を支援。（※下線部＝R7予算案における拡充部分）

生産性向上（設備・人への投資等）への支援

業務改善助成金 【15億円】

拡充

※令和6年度補正予算額297億円

事業場内最低賃金を一定額以上引き上げ、生産性向上に資する設備投資等を行った場合に、その設備投資などにかかった費用の一部を助成
 > 地域間格差に配慮した助成率区分等の再編、支援時期等の見直し重点化

働き方改革推進支援助成金 【92億円】

拡充

労働時間削減等に向けた環境整備のために外部専門家のコンサルティング、労働能率の増進に資する設備・機器の導入等を実施し、改善の成果を上げた場合に助成

> 対象労働者の現行の賃金額を3%、5%増加させた場合の加算に加え、7%の場合の助成強化、恒常的な長時間労働が認められる企業における設備投資について、一部助成対象の要件を緩和

人材開発支援助成金 【542億円】

拡充

職務に関連した専門的な知識及び技能を習得させるための職業訓練等を実施した場合等に訓練経費や訓練期間中の賃金の一部等助成

> 訓練終了後に賃上げ等した場合の賃金助成額の引き上げ（賃金上昇率を踏まえた賃金助成額のベースアップの一環として実施）

人材確保等支援助成金（雇用管理制度・雇用環境整備助成コース）

拡充

【制度要求】

雇用管理改善につながる制度等（賃金規定・人事評価制度や職場内の雇用環境の整備等）を導入し、離職率低下を実現した事業主に対して助成

> 雇用管理制度助成コースを令和7年度から再開する際、人事評価改善等助成コース（※）を統合の上、作業負担を軽減する機器導入への支援や対象労働者の賃金を5%以上増加させた場合の加算を導入

（※）人事評価制度を整備、年功のみによらない賃金制度を設ける事業主への助成

正規・非正規の格差是正への支援

キャリアアップ助成金（正社員化コース・賃金規定等改定コース）

拡充

【633億円】

①非正規雇用労働者を正社員転換し、従前よりも賃金を3%以上増加させた場合（正社員化コース）、②非正規雇用労働者の基本給を定める賃金規定を3%以上増額改定し、その規定を適用した場合（賃金規定等改定コース）に助成

> 賃金規定等改定コースにつき、賃上げ率の新たな区分を設定（2区分→4区分、賃上げ率6%以上の場合はさらに引き上げ）、昇給制度を新たに設けた場合の加算措置の創設

より高い処遇への労働移動等への支援

早期再就職支援等助成金（雇入れ支援コース、中途採用拡大コース）

【35億円】

◆ 事業規模の縮小等に伴い離職を余儀なくされる労働者を、離職後3か月以内に、期間の定めのない労働者として雇い入れたうえで、雇入れ前の賃金と比して5%以上増加させた事業主に対して助成

◆ 中途採用者の雇用管理制度を整備した上で、①中途採用率を一定以上向上させた場合、②中途採用率を一定以上向上し、そのうち45歳以上の者で一定以上拡大させ、かつ、当該45歳以上の者全員の雇入れ時の賃金を雇入れ前と比して5%以上増加させた場合のいずれかを満たした場合に助成

特定求職者雇用開発助成金（成長分野等人材確保・育成コース）【137億円】

◆ 就労経験のない職業に就くことを希望する就職が困難な者を雇い入れ、人材育成計画を策定した上で、賃金を雇入れ日から3年以内に5%以上増加させた事業主に対して助成

産業雇用安定助成金（スキルアップ支援コース）【5億円】

◆ 労働者のスキルアップを在籍型出向により行うとともに、当該出向から復帰した際又は出向開始1年後等の賃金を出向前と比して5%以上増加させた事業主（出向元）に対し、出向中の賃金の一部を助成

出所：「省力化投資促進プランの策定と実行のための関係府省連絡会議」（第1回、令和7年1月17日開催）

資料3「人手不足の状況、最低賃金の影響、生産性向上等の支援策について」

■ 経営力向上支援

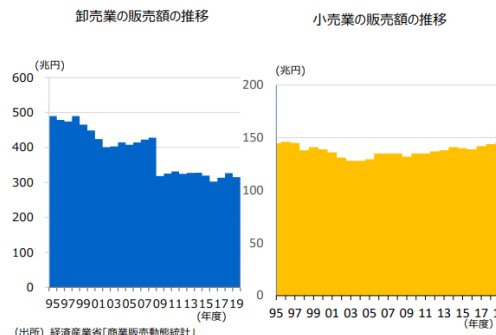
- 中小企業者や中堅企業が行う経営力向上のための人材育成や財務管理、設備投資などの取組に対して、税制措置や金融支援を実施。事業分野ごとに生産性向上の方法等を示した事業分野別の指針を策定しており、事業者が、これらの指針を踏まえた計画を策定し、認定を受けるもの。
- また、経営力向上計画策定に役立つよう、経営力向上計画の認定事例集、革新的な製品開発やサービス創造、海外での積極的な販路開拓等、様々な分野で活躍している中小企業・小規模事業者等の取組事例をまとめてHPにおいて情報発信。
- 卸・小売業者では、457社が利用（令和7年2月28日現在）しており、今後さらなる活用を目指す。

2. 卸・小売業の指針【現状認識・課題、目標】

経済産業省 消費・流通政策課 中小企業庁 商業課、
経済産業省、財務省、農林水産省、厚生労働省、環境省

【現状認識】

- 卸売業においては、小売店の減少等による市場規模の縮小、有力卸売企業間による合併統合などによる寡占化の進展等により、厳しい経営環境に直面。
- 小売業においては、少子化等の影響により事業所数は大きく減少している一方で、SPA（製造小売）やEC（電子商取引）の進展など、プレイヤーが多様化。
- 他方、訪日外国人需要の増加や海外展開の進展など新たな需要を取り込む動きが見られる。また、今後、データ活用等により消費者の需要を取り込むための様々な工夫が必要。



【業界が抱える課題】

- ・卸売業における市場規模の縮小への対応。
- ・小売業における人手不足への対応や国内外の新たな需要の取り込み。
- ・ITやデータ活用等の技術導入の促進。

【目標とする指標及び数値】

計画期間*の労働生産性の伸び率 **+2%以上**
(*5年間の場合)

(出所) 経済産業省「商業販売動態統計」

3

2. 小売業の実施事項例（規模別の整理）

※中堅・中規模の実施事項は追加のみ記載

分類	小規模 (売上高1億円未満)	中規模 (売上高1～10億円)	中堅 (売上高10億円以上)
経営状態の把握	・店舗毎の損益管理 ・PDCAサイクルの徹底	・店舗毎の予算策定と予算管理	・店舗を支援する本部機能の強化
仕入活動及び経費管理に関するIT及び施設の利用	・事務作業のIT化 ・ボランティアチェーン等のネットワークを活用したITの導入、情報収集、仕入交渉力の獲得 ・省エネルギーの取組	・IT又はロボットの活用による棚卸作業の効率化 ・業務の外注化 ・POSやFSP*等によるデータ分析 ・スマートフォンアプリを用いた販促 ・製造業における知見の活用	・無人レジの導入 ・プロセスセンター、セントラルキッチン等の一括処理拠点の活用 ・自動発注の導入 ・規模を活かした仕入交渉（必要に応じてボランティアチェーンを活用）
営業活動の強化	・接客から得られる顧客の需要に関する情報に応じた品揃え及びきめ細やかな接客	・出店・退店に関する戦略策定 ・商圏の顧客ニーズ、購買履歴を踏まえた品揃え、売価設定及び販売促進	
人材育成の強化	・地域の支援機関等との連携による研修 ・経営理念の共有 ・マニュアルに記載された対応以外の適切な対応を可能とする教育	・店長人材の育成 ・店舗間での成功事例の共有 ・人材育成、人事制度、採用・任用制度の構築 ・現場からの意見の集約	
経営資源の組合せ	・現に有する経営資源及び他の事業者から取得した又は提供された経営資源を有効に組み合わせる一体的に活用		

* F S Pとは、フリーエージェント・ショパーズ・プログラムの略称。ポイントカード等により顧客毎の購買に係るデータを把握し、顧客層別に特典を変えにより、優良固定客の維持及び拡大を図るマーケティング手法をいう。

(出所) 中小企業庁HPより

2.2 優良事例の横展開のための支援策

- 様々な形で支援策等の政策ツール、方向性について情報共有を図る。

DXコンテストの実施・事例集の展開

- 流通業（卸売業・小売業）におけるDXの加速化を目的として、スタートアップ等の流通テック企業や先進的な取組をしているスーパーマーケット等の事業者から流通業やサプライチェーンが抱える課題の解決策となる提案を募集し、審査・表彰を行う「SUPER-DX コンテスト」を実施。
- 最終審査会参加企業を対象に事例集も作成し、HP等で公表しているほか、各種展示会などでも配布。

表彰式の様子



各社スピーチの様子



業界団体との定例懇談・展示会への参加

- 定期的に、業界団体との懇談を実施。
- 業界に関する政策を政府から発信するほか、業界からのニーズ等について聞き取りを実施。
- このほか、以下のような展示会で生産性向上に資する政策支援策等を情報発信。
 - スーパーマーケット・トレードショー（一社・全国スーパーマーケット協会主催）
 - リテールテックJAPAN（株）日経新聞社主催）

よろず支援拠点

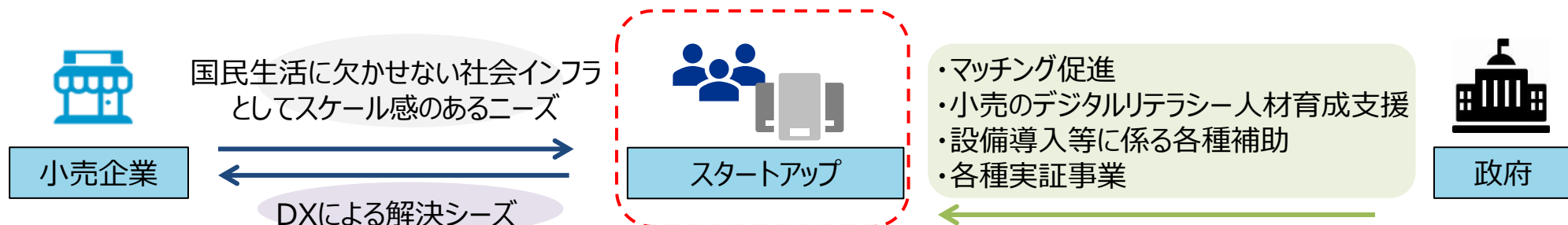
- 売上拡大や経営改善等の経営課題の解決に向けて、一歩踏み込んだ専門的な提案を行う。
- また、課題解決に向けて相談内容に応じた適切な支援機関の紹介や課題に対応した支援機関の相互連携をコーディネートを行う。

(参考) 流通業(小売)におけるDXの促進 –SUPER DXコンテスト–

- 小売は、物流危機及び物価高に直面し、収益構造が圧迫されている。この危機の中、物流やサプライチェーン全体も含めた経営資源の効率化を図る取組に加えて、顧客に提供する付加価値の向上等を通じ、その経営体質を抜本的に強化する必要。特に、スタートアップとの協業を通じ課題解決を加速させつつ、技術シーズを持つデジタル企業の育成に繋げるべく、「SUPER DXコンテスト」を実施（令和4，5年度）。

DXによる期待効果例

- ・物流情報の共有・活用によりサプライチェーン上の無駄を省き、コストを削減
- ・店舗やオンライン接点での顧客の体験価値を高め、新たにマネタイズする



- 事例集やパネルを作成し、展示会等において周知・広報。（令和5年度）

一次審査通過企業 応募サービス紹介

The screenshot displays the "2nd SUPER DX Contest" website, featuring a "Business Department" (ビジネス部門) section. It highlights participating companies and their services:

- 株式会社プライセン (Kasei Co., Ltd.):** Offers services like "R-Luck AI需要予測型自動発注ソリューション" (R-Luck AI Demand Forecasting Automatic Order Solution) and "R-Luck 賞味期限チェックソリューション" (R-Luck Shelf Life Check Solution).
- 株式会社アドインテ (Adinte Co., Ltd.):** Offers services like "リテールメディア連携" (Retail Media Collaboration) and "ワンストップソリューション" (One-stop Solution).

The website also includes a QR code for the contest and a section for "2nd SUPER DX Contest" details, including a list of participating companies and their services.

2.3 規制・制度の見直し

- 規制改革推進会議において、コンビニ等での公金取扱いオペレーションに関するローカルルールについて現状と課題を業界団体より説明し、コンビニにおける収納代行のDX推進のための政策を関係省庁において検討。

コンビニ等での公金取扱いオペレーションに関する ルールの改善

<課題>

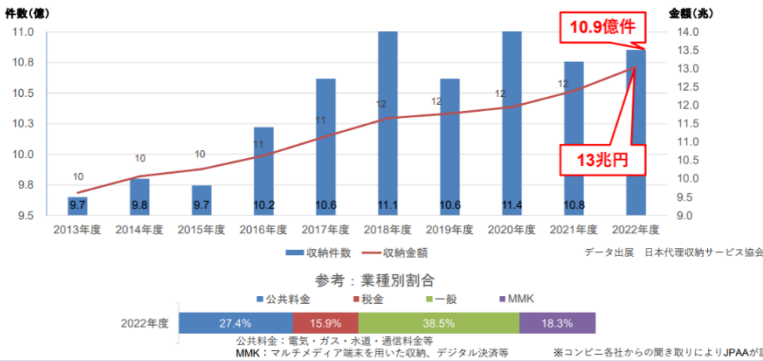
- 税金・公共料金等の収納代行件数・金額が増加傾向にある中、コンビニ各店舗の負担が増加。
- 各自治体との間で取り交わされる契約書・仕様書等では、紙での保管が義務付けられており、中小事業者がその多くを占める加盟店の負担にもなっている。

<対応の方向性>

- 2024年10月、規制改革会議公共WGにおいて議論。
- 同年12月の「規制改革推進に関する中間答申」においては、コンビニエンスストア等に紙の取扱控えの保管を求めることによって、その保管に係る業務負担やコストを生じさせ、生産性向上を阻害しているとして、紙以外の適切な確認方法について検討することにつき、総務省及び国税庁で検討を行うことを求めた。

コンビニにおける収納代行のオペレーションのコスト試算

- 取扱件数は、年間10億件以上に達し、書類を最大7年間保管が必要
- 取扱件数の増加による書類の輸送・保管に係るコストは年間約24億円以上（※）

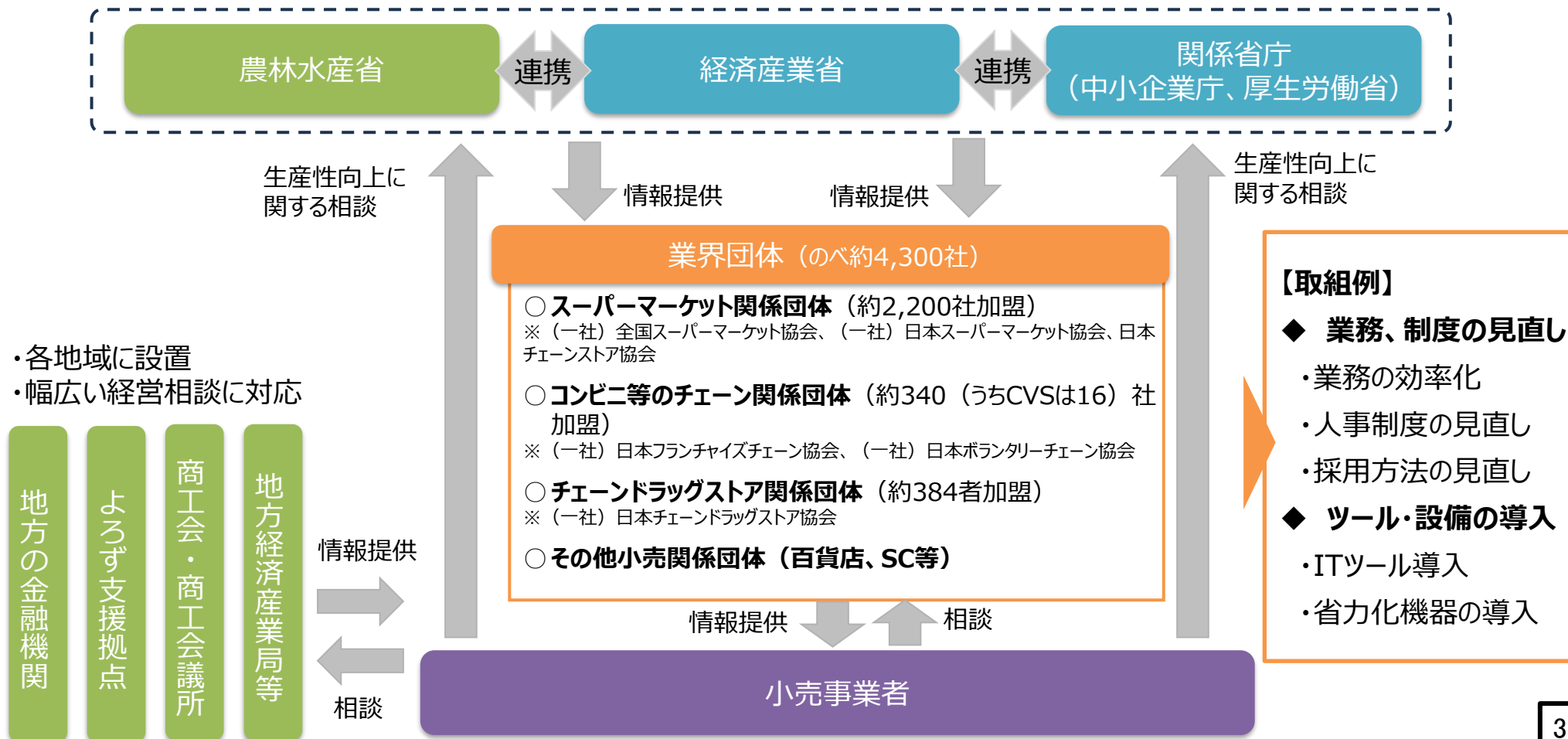


3 サポート体制の整備・周知広報

3.1 政府・自治体・関係団体等のサポート体制の構築

- 農林水産省と経済産業省が連携し、各種施策や補助事業等の情報提供を実施。小売事業者からの相談にも随時対応。このほか、地域を中心とした中小・小規模小売事業者向けに、よろず支援拠点が一步踏み込んだ専門的な提案を行うほか、課題解決に向けて相談内容に応じた適切な支援機関の紹介や課題に対応した支援機関の相互連携をコーディネート。

■ 農林水産省と経済産業省をはじめとした連携



3.2 中小企業・小規模事業者への徹底普及と 現場支援のための工程表

小売業向けの投資促進施策

3.2 中小企業・小規模事業者への徹底普及と
現場支援のための工程表

- 数軒の店舗を展開している小規模の小売事業者等から、省力化投資促進等を通じて中堅規模への成長を促進。
- 数軒～複数店舗を展開する中小・小規模小売事業者を中心に、プッシュ型での支援等を実施。

大企業 (約2,100社)	○ 更なる省力化投資を推進
複数店舗を展開している 中規模の小売事業者 等 (約10万社)	○ 中小企業省力化投資補助金やIT導入補助金等を活用した機械・システム等の導入 ○ 業務改善助成金や働き方改革推進支援準備金等の「賃上げ」につながる生産性向上への支援
数軒の店舗を展開している 小規模小売事業者 等	 ○ 小売事業者のニーズを踏まえた、中小企業省力化投資補助金のカタログへの小売業者向けの機械・システム等の追加 ○ 各種支援措置の周知徹底と、手続の簡素化等
個人経営の小売店 など (約42.7万社)	

全国的なサポート体制の整備

3.2 中小企業・小規模事業者への徹底普及と
現場支援のための工程表

- 業種別の支援に加え、業所管省庁と中小企業庁・中小企業支援機関等が連携して、デジタルツール等も活用したプッシュ型支援と、アドバイザーの伴走による専門的支援の組み合わせによる、全国的なサポート体制を整備する。

■ サポート体制のイメージ

【凡例】 青：業種別の取組 / 赤：業種横断的な取組

小売業の中小企業（計約52.7万社）

業種別の支援

- ・ DXコンテストの実施・事例集の展開
- ・ 業界団体との定例懇談・展示会への参加等

デジタルツール等も活用した
プッシュ型支援
(省力化に向けた課題の整理等)

アドバイザー※の伴走による
専門的支援
(より高度な省力化支援)

上記に加え、投資補助・金融支援等の多面的な促進策の活用

業所管省庁（経済産業省）、
業界団体（スーパーマーケット関係団体等）、
支援機関

連携

中小企業庁、
中小企業支援機関

地方金融機関

※アドバイザーは、中小企業庁
と業所管省庁が連携して確保

4 目標とKPIの設定

- **2029年度の名目労働生産性目標は2024年度比で28%増**（実質労働生産性は16%増※1）とする。
（※1）実質労働生産性の計算には内閣府「中長期の経済財政に関する試算（2025年1月）」の高成長実現ケースの物価上昇率を使用
- 小売業の事業所数は全国に約88万事業所が存在。企業数では、小規模企業42.7万社を含む中小企業が約52.7万社、大企業が約2,000社存在し、計約53万社にあまねく支援策を周知する必要。
- 経営について本部の助言を得られるフランチャイズチェーンに加盟している小売業は305の事業者（107,804店舗）が存在するが、そうでない中小・小規模小売事業所については、経済産業省等からのHPでの積極的な情報発信のほか、業界団体主催の展示会等において支援策の周知・広報を実施しつつ、全国の支援拠点からきめ細かい対応が必要。

■ 小売業の産業小分類別事業所数、従業者数

第2表 小売業の産業小分類別事業所数、従業者数

産 業	事業所数		従業者数	
	令和3年 (2021年)	業種別計に 占める割合 (%)	令和3年 (2021年) (人)	業種別計に 占める割合 (%)
卸売業、小売業合計	1,228,920	100.0	11,397,130	100.0
小売業計	880,031	71.6	7,540,345	66.2
561 百貨店、総合スーパー	1,097	0.1	245,975	3.3
569 その他の各種商品小売業(従業員が常時50人未満のもの)	1,652	0.2	21,660	0.3
571 食糧・服飾・雑貨小売業	11,454	1.3	40,573	0.5
572 男子服小売業	14,982	1.7	72,080	1.0
573 婦人・子供服小売業	49,948	5.7	262,096	3.5
574 靴・履物小売業	8,465	1.0	36,364	0.5
579 その他の服飾・衣服・身の回り品小売業	27,711	3.1	161,137	2.1
581 各種食料品小売業	23,860	2.7	110,168	1.4
582 野菜・果実小売業	14,379	1.6	75,418	1.0
583 食肉小売業	9,322	1.1	54,530	0.7
584 鮮魚小売業	10,244	1.2	46,867	0.6
585 酒小売業	24,210	2.8	73,189	1.0
586 菓子・パン小売業	55,447	6.3	305,491	4.7
589 その他の飲食料品小売業	119,428	13.6	1,366,941	18.1
591 自動車小売業	82,206	9.3	962,399	12.8
592 自転車小売業	9,552	1.1	25,609	0.3
593 機械器具小売業(自動車、自転車を除く)	40,399	4.6	276,161	3.7
601 家具・寝具・畳小売業	16,555	1.9	82,528	1.1
602 じゅうたん小売業	14,730	1.7	54,819	0.7
603 医薬品・化粧品小売業	60,343	6.9	696,901	9.3
604 家庭用品・化粧品小売業	10,718	1.2	59,089	0.8
605 肥料小売業	43,677	5.0	287,303	3.8
606 書籍・文房具小売業	27,627	3.1	345,184	4.6
607 スポーツ用品・がく具・娯楽用品・楽器小売業	20,601	2.3	127,507	1.7
608 写真機・時計・眼鏡小売業	18,142	2.1	70,952	0.9
609 他に分類されない小売業	83,475	9.5	534,320	7.1
611 通信販売・訪問販売小売業	31,353	3.6	279,150	3.7
612 自動販売機による小売業	2,852	0.3	24,067	0.3
619 その他の無店舗小売業	8,104	0.9	69,710	0.9

注1：「従業者数」とは、「個人業主」、「無給家族従業者」、「有給役員」及び「常用雇用者」の計であり、「臨時雇用者」は含めていない。

注2：「小売業計」には格付不能の事業所及び年間商品販売額のない管理・補助的経済活動を行う事業所を含めているため、内訳の積み上げと一致しない。

注3：（ ）内は、「合計」（卸売業、小売業合計）を100.0%とした時の構成比である。

目標達成のためのKPI

周知・広報（支援制度の認知度指標）

① 主に業界団体傘下事業者へのリーチ

業界団体等との懇談会を通じた情報発信回数：年に5回程度
各回での情報発信において、のべ約4,300社に対して、上記に加えて、公募のタイミング等で適時、情報発信を実施

② 主に業界団体に属さない事業者へのリーチ

商工会・商工会議所等による情報発信・周知

制度利用（補助金の採択・活用指標）

③ 補助金等（※）の採択件数

※）中小企業省力化投資補助金、IT導入補助金等、中小企業の中小企業等や生産性向上を後押しする補助金

（出所）左図：令和3年経済センサス-活動調査産業別集計(卸売業、小売業に関する集計) https://www.stat.go.jp/data/e-census/2021/kekka/pdf/oroshikouri_outline.pdf

右上図：フランチャイズチェーン統計調査 <https://www.jfa-fc.or.jp/particle/29.html>

産業別規模別企業数（民営、非一次産業、2012年、2014年、2016年、2021年） https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/2023/231213kigyout2.pdf

5 目標達成に向けたスケジュール

目標達成に向けたスケジュール

5 目標達成に向けたスケジュール

2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030～2034年度
「省力化投資促進プラン」の策定とフォローアップ					
2025年～2029年 省力化投資集中期間					
投資補助・金融支援					
2025年度 中小企業省力化投資補助 金（カタログ注文型）申 請件数：410件の内数	2026年度以降 継続的な投資支援				
優良事例の横展開					
2025年度 優良事例の発掘	2026年度以降 優良事例の周知等				
サポート体制の整備					
業界団体との意見交換の場を定期的に設ける					