

일본 기업간 거래의 디지털화 확대 현황

※ 이 자료는 日本総研 「企業間取引デジタル化の拡大に向けて～追い風を活かすために普及策の実行を～」(2021. 2. 10.)을 요약 및 정리한 것임.

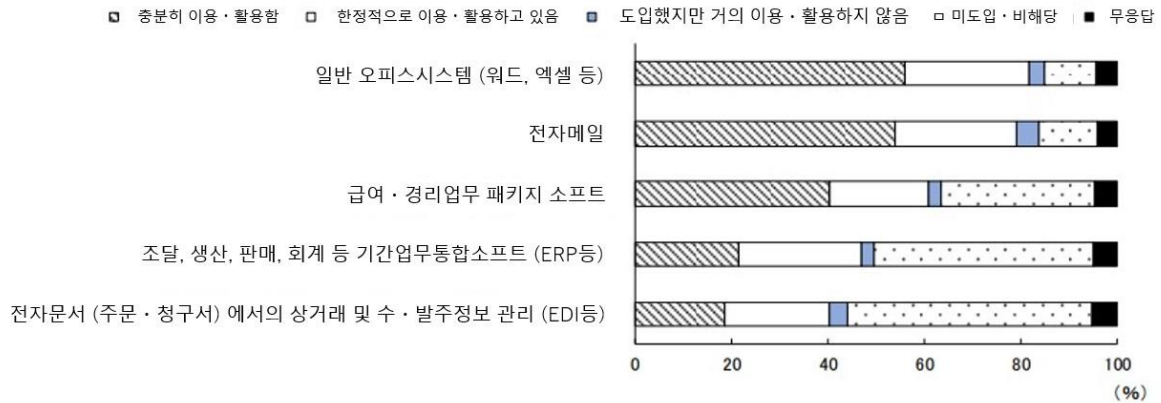
- 일본의 기업간 거래 중 디지털화된 것은 수·발주 전체의 약 30%, 청구서에서는 수% 정도 밖에 안 되고 나머지는 FAX·우송·이메일·전화 등으로 이루어지며 비효율적인 작업이 잔존 해 있음
- 현재 일본에서는 기업간 거래의 디지털화 보급 확대를 위한 분위기가 조성되고 있으며, 구체적으로는 ①중소기업 공통EDI나 전자 인보이스의 표준규격 등 업계 횡단적인 표준규격의 확립 ②저렴한 클라우드 서비스의 보급 ③전자장부 보존법의 개정 ④2023년 인보이스 제도 도입 ⑤2024년 ISDN 서비스 종료 ⑥신형 코로나를 계기로 한 텔레워크 보급 등이 있음
- 기업간 거래의 디지털화는 거래처도 동시에 대응해야 하고, 기업간 거래의 디지털화 보급 확대를 위해서는 ①인지도 향상 ②정부의 인센티브 부여 ③대기업에서 중소기업으로의 디지털화 호소 ④금융기관의 활용 등이 효과적임

□ 일본기업의 디지털화 현황

- 일본기업은 유럽과 미국에 비해 디지털화에 대한 대처가 늦음.
 - 반면 대기업에서는 2018년 이후 소프트웨어 투자 비율 증가세가 가속화되는 등 디지털화의 뒤처짐을 만회하려는 적극적인 움직임도 보이고 있음
- 중소기업에서는 소프트웨어 투자 비율이 저조하며 디지털화가 가속화되는 모습은 보이지 않음.
 - 일본 노동자는 OECD 국가 중에서 일을 할 때 IT를 사용하는 빈도가 낮고 정형 업무에 많은 시간을 빼앗기고 있는 경향이 있음
- 중소기업의 업무 분야별 디지털화 상황을 보면 부분적인 디지털화에는 어느 정도 대응하고 있으나 업무나 기업의 벽을 넘는 디지털화에는 뒤처져 있음.
 - 특히 수·발주나 청구 등 기업간 거래를 디지털화 하기 위해서는 거래처와의 조정이 필요하기에 충분히 디지털화 하고 있는 중소기업은 적음

<그림1> 일본 중소기업의 IT툴별 이용 및 활용 현황

일본 중소기업의 IT툴별 이용 · 활용 현황 (2016년)

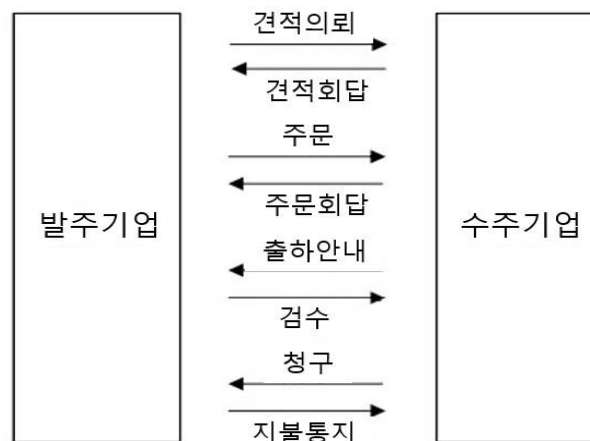


(자료) 전국 중소기업 거래진흥협회 '중소기업 · 소규모사업자의 경영과제에 관한 앙케이트 조사'

- 여기서 말하는 기업간 거래는 <그림2>에서 제시한 바와 같이 동일한 거래처와의 반복되는 거래를 위한 수 · 발주나 청구 등과 같은 일련의 거래임.
- 이 가운데 디지털화된 기업간 거래는 '수 · 발주 등을 위해 설계된 컴퓨터 네트워크를 통한 기업간 거래'를 말하며 사실상 대부분이 EDI(전자 데이터 교환)에 의한 거래임.
- 이메일 · 전화 · FAX에 의한 거래는 정보통신 기술을 사용하고 있지만 디지털화 하고 있다고 간주하지 않음

<그림2> 기업간 거래 시 일련의 정보 흐름

기업간 거래 정보 흐름



(자료) 각종자료로 부터 일본 통합연구소 작성

- 수·발주의 디지털화 시장규모는 연간 약 350조엔으로 전체의 30%를 조금 넘고, 청구서의 디지털화는 업계 공청회에 의하면 몇 % 정도에 지나지 않음.
 - 여전히 많은 기업간 거래가 FAX 등으로 이루어져 서류의 인쇄·발송·보관·사내 시스템의 입력 등 비효율적인 업무가 대량으로 발생하고 있음
- 기업간 거래를 디지털화 함으로써 대폭적인 효율화가 기대됨.
 - IT 코디네이터 협회에 의한 실증 프로젝트에서는 디지털화 하는 것으로 수·발주나 청구 등 프로세스의 업무시간을 대체로 반감시키는 결과가 보임.
 - 이것은, 전종업원의 총노동시간으로 환산하면 6%삭감된 수치임.
 - 또한 기업간 거래의 디지털화는 사내 업무의 디지털화를 촉진하는 측면과 기업간 거래의 데이터를 활용한 경영 판단의 고도화나 신서비스의 창출도 전망됨

<그림3> 기업간 거래의 디지털화로 인한 업무시간 삭감율

프로젝트별 업무시간 삭감율 (%)

	발주기업	수주기업	전체
수산PJ	39.6	84.3	62.0
훗카이도PJ	47.5	81.3	64.4
오사카PJ	93.8	85.4	89.6
업무품PJ	38.6	25.0	31.8
도요타PJ	70.7	61.3	65.6
헤키난PJ	46.2	19.8	32.2
서비스업PJ	91.3	90.5	90.9
자동차PJ	36.8	75.4	56.1
다마PJ	67.6	63.1	64.9
물 인프라PJ	44.4	43.7	53.9
시즈오카PJ	18.5	▲ 10.3	4.1
전체평균	51.1	47.3	49.2

(자료) IT코디네이터협회 '평성28년도 경영력 향상·IT기반 정비지원사업 조사보고서'
 (주) 마이너스(▲)는 업무시간이 증가

- 기업간 거래의 디지털화를 위한 분위기 확산
- 업계 횡단적인 표준화의 움직임의 가속화

- 기존 EDI의 표준화는 업계별로 진행되었으나, 각 업계의 거래에 공통적으로 필요한 항목을 추출해 업계 횡단적인 표준화를 실시함.
 - 중소기업 공통 EDI에 준거한 서비스를 사용하는 기업간에는 거래의 디지털화가 가능하도록 함.
 - 청구서를 디지털화 하려면 발행하려는 측과 수령하려는 측 모두가 같은 서비스를 사용할 필요가 있으나 전자 인보이스 추진 협의회에서 표준화를 진행해 다른 벤더의 유저 기업간에서도 디지털화를 가능하게 할 계획임
- 저렴한 클라우드 서비스의 보급
- 기존 EDI는 도입을 위한 초기 비용이 컸지만 최근 보급이 확대되고 있는 클라우드 서비스는 도입이 용이한 데다 종량제 서비스가 많기 때문에 사용량이 적은 중소기업은 비용이 저렴해짐
- 전자장부 보존법의 개정
- 기존의 청구서 등 국세 관계 장부 서류는 원칙상 7년간 종이로 보존되었음.
 - 1998년 전자 장부 보존법 시행으로 전자적인 보존도 인정되었지만 엄격한 요건으로 인해 디지털화가 저해되어 2020년 10월에 전자적인 보존 요건이 완화됨.
 - 특히 새롭게 추가된 “사용자가 자유롭게 데이터를 변경할 수 없는 시스템 등을 이용” 요건은 제3자가 제공하는 클라우드 서비스를 상정하고 있어 기대가 큼
- 인보이스 제도의 도입
- 2023년 10월에 인보이스 제도가 도입되어 소비세의 매입세액공제를 받기 위해 사업자의 등록 번호나 세율 마다 구분한 소비세액 등 일정한 사항을 기재한 적격 청구서(인보이스)의 보존이 필요하게 됨
 - 인보이스 제도를 도입한 여러 나라에서는 기업간 거래인 인보이스의 전자화를 의무화한 이탈리아나 한국을 시작으로 청구서의 전자화가 진행되고 있는 경향이 보임
- ISDN서비스의 종료
- NTT는 전화 회선을 이용해 디지털 데이터를 통신하는 ISDN 서비스를 2024년 1월에 종료할 예정임.

- ISDN을 이용하는 업계표준EDI에서는 통신절차 등을 포함한 규격 재검토 대응이 필요함

○ 신형 코로나로 인한 텔레워크

- 텔레워크의 필요성에 직면한 기업은 날인 폐지나 페이퍼리스 등의 대응을 가속화하고 있음.
- 회사 외부로부터의 서류가 우송 등으로 도착하는 것이 텔레워크의 저해요인이 되고 있어 기업간 거래의 디지털화를 검토하는 계기가 됨

□ 디지털화 보급에 대한 평가 및 과제

- 중소기업 공통 EDI나 전자 인보이스의 신규격 등 업계 횡단적인 표준화는 기업이 복수의 거래처와의 거래를 디지털로 관리하기 위해서 필수 불가결한 것으로 높게 평가되는 한편 이러한 업계 횡단적인 표준 규격과 기존의 업계 표준 EDI 사이에 상호 운용성을 확보하는 것은 과제로 남아있음
- 저렴한 클라우드 서비스의 보급은 중소기업에게 큰 플러스 요인이나 IT벤더가 클라우드 서비스를 저렴한 가격으로 제공하는 것은 많은 고객을 기반으로 이익을 누리는 것을 전제로 하기에 이용자가 증가하지 않는 상태가 지속된다면 서비스 유지 개선이 곤란해질 우려가 있음
- 기업간 거래의 디지털화 보급 확대를 가속화 하기 위해 아래와 같은 대책이 필요
 - (1)인지도의 향상 : 중소기업 공통 EDI나 전자 인보이스 추진협의회의 추진은 현재 중소기업에 거의 인식되지 않고 있어 우선은 인지도를 향상시킬 필요가 있음.
 - 그러기 위해서는 매스컴 등에 의한 정보 발신 및 지역의 경제 단체 등에 의한 정보 발신이 효과적임
 - (2)정부에 의한 인센티브 부여 : 자사가 기업간 거래의 디지털화에 투자해도 거래처가 디지털화에 대응하지 않는다면 효과가 없기 때문에 정부가 인센티브를 부여하는 것이 중요함.
 - IT 도입 보조금 등 중소기업 디지털화 지원의 기존 틀 안에서 기업간 거래의 디지털화에 우선적으로 예산을 배분하고 보조금을 높이는 것도 하나의 방안임

- (3) 대기업에서 중소기업에게 디지털화를 호소 : 기업간 거래 현장에서는 입장이 약한 쪽에서 상대방에게 디지털화 등의 대응을 호소하는 것은 사실상 어렵기 때문에 대기업 등 거래관계상 우위에 있는 쪽에서 디지털화를 호소하는 것이 상정됨.
- 그 때는 상대방의 의향을 충분히 감안하면서 강제적으로 되지 않도록 주의가 필요함.
 - 대기업간의 거래와는 달리 중소기업과의 거래에서는 FAX등에 의한 것이 많이 남아있어 중소기업에 디지털화를 재촉하는 것은 대기업에 있어서도 메리트가 큼
- (4) 금융기관의 활용 : 금융기관은 중소기업의 경영자 및 경리책임자와 강한 관계를 가지고 있기 때문에 기업 간 거래의 디지털화를 추진하는데 공헌할 수 있는 입장임.
- 금융기관이 기업에 디지털화를 제안하는 동기 부여 방안으로는 기업간 거래 디지털화를 추진하는 기업에 대해 중소기업 금융에서 사용되는 신용보증제도의 보증료를 낮추는 것도 하나의 방안임

<원본자료>

成瀬道紀「企業間取引デジタル化の拡大に向けて～追い風を活かすために普及策の実行を～」日本総研(2021. 2. 10.) <https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/researchfocus/pdf/12405.pdf>