

5年前と比べてデジタル化が進んでいる中小企業は約7割、主な成果は業務の効率化・標準化

「中小企業のデジタル化に関する調査」結果 ～「全国中小企業動向調査・中小企業編」2024年1～3月期特別調査～

- 5年前と比較したデジタル化の状況を尋ねたところ、「かなり進んでいる」「やや進んでいる」の合計は69.6%となった。現在のデジタル化への取り組み方針については、「かなり積極的に取り組んでいる」「積極的に取り組んでいる」の合計は47.6%となった(1ページ)。
- デジタル化に取り組んでいる企業に、デジタルツールの導入状況を尋ねたところ、「ホームページ、SNS」が88.5%と最も多く、次いで「会計システム」(86.9%)、「Web会議システム」(68.3%)の順となった(2ページ)。
- デジタルツールの導入による具体的な成果をみると、「業務の効率化」や「業務の標準化」では、期待以上または期待どおりの成果があがっている割合が過半を占めている(4ページ)。
- デジタル化の課題を尋ねたところ、「導入コストの負担が大きい」が56.2%と最も多く、次いで「費用対効果を測ることが難しい」(50.0%)、「維持コストの負担が大きい」(40.2%)の順となった(5ページ)。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第一グループ Tel:03-3270-1703(担当:白石、立澤)
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

[調査の実施要領]

調査時点	2024年3月中旬
調査対象	当公庫（中小企業事業）取引先 12,080社
有効回答数	4,350社 [回答率 36.0 %]

<業種構成>

	調査対象	有効回答数		
製造業	4,107社	1,648社	(構成比	37.9%)
鉱業	12社	4社	(同	0.1%)
建設業	1,090社	419社	(同	9.6%)
運送業(除水運)	777社	304社	(同	7.0%)
水運業	151社	60社	(同	1.4%)
倉庫業	46社	25社	(同	0.6%)
情報通信業	337社	100社	(同	2.3%)
ガス供給業	10社	8社	(同	0.2%)
不動産業	715社	234社	(同	5.4%)
宿泊・飲食サービス業	721社	186社	(同	4.3%)
卸売業	1,697社	609社	(同	14.0%)
小売業	872社	260社	(同	6.0%)
サービス業	1,545社	493社	(同	11.3%)

- 5年前と比較したデジタル化の状況をみると、「かなり進んでいる」「やや進んでいる」の合計は69.6%となっている(図-1)。従業員規模別にみると、「かなり進んでいる」「やや進んでいる」は規模の大きい企業ほど多くなっている。
- 現在のデジタル化への取り組み方針をみると、「かなり積極的に取り組んでいる」「積極的に取り組んでいる」の合計は47.6%となった(図-2)。従業員規模別にみると、「かなり積極的に取り組んでいる」「積極的に取り組んでいる」は規模の大きい企業ほど多くなっている。

図-1 5年前と比較したデジタル化の状況(従業員規模別・業種別)

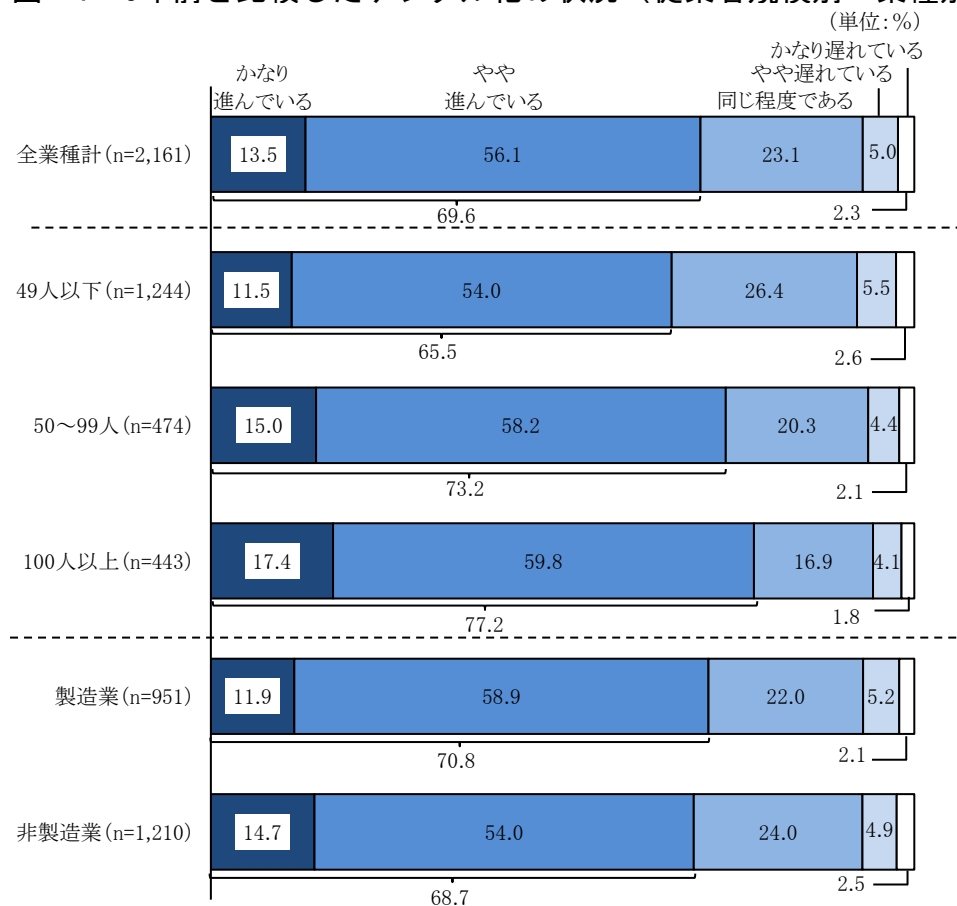
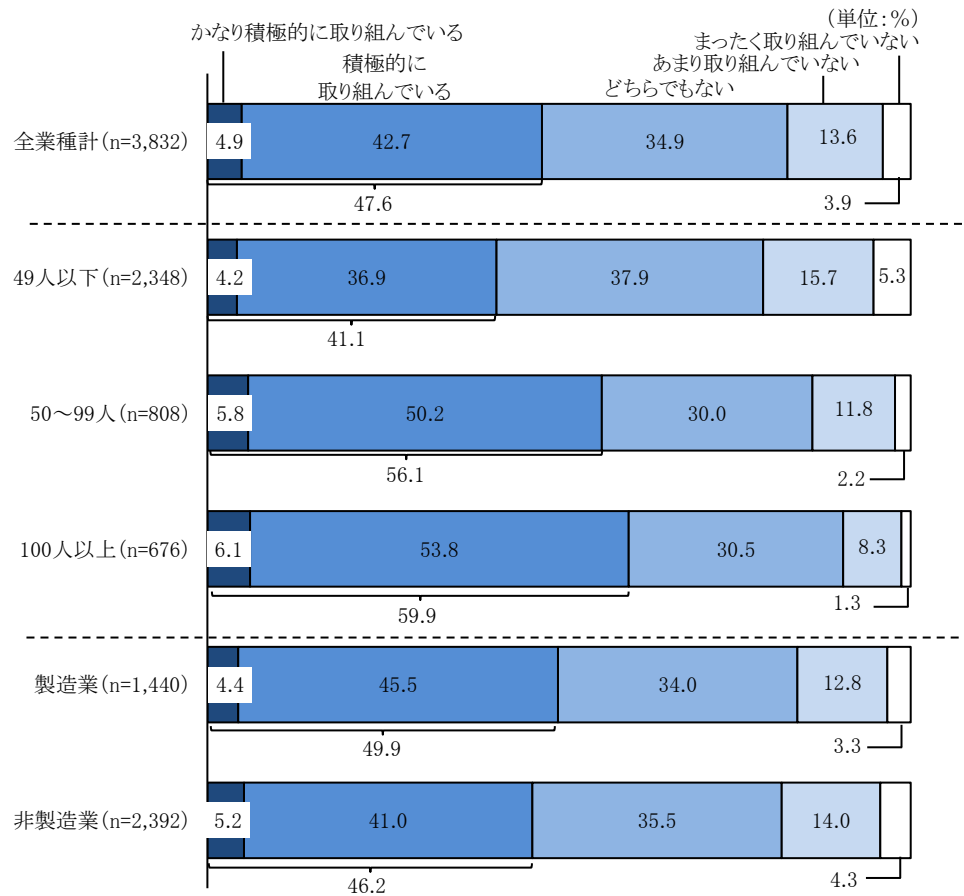


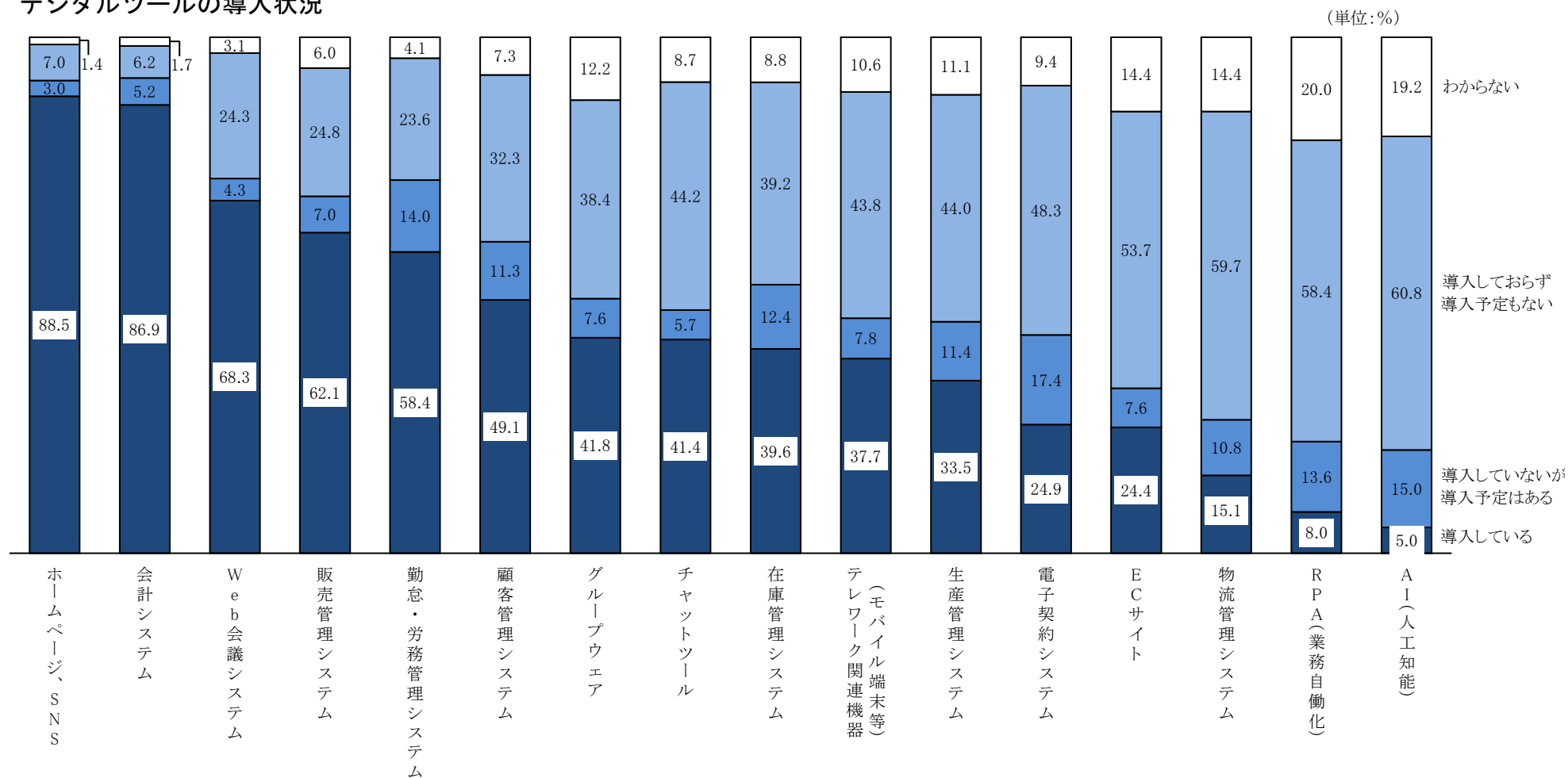
図-2 現在のデジタル化への取り組み方針(従業員規模別・業種別)



(注)1 5年前(2019年3月)と比較したデジタル化の状況を尋ねたもの。
 2 構成比は小数第2位を四捨五入して表示しているため、合計は100%にならない場合がある(図-2~6、9、11~12も同じ)。

- デジタル化に取り組んでいる企業に、デジタルツールの導入状況を尋ねたところ、「ホームページ、SNS」（88.5%）、「会計システム」（86.9%）、「Web会議システム」（68.3%）、「販売管理システム」（62.1%）、「勤怠・労務管理システム」（58.4%）を導入している割合が高かった（図-3）。
- 「ECサイト」「物流管理システム」「RPA（業務自動化）」「AI（人工知能）」については、導入しておらず導入予定もない割合が過半を占めている。

図-3 デジタルツールの導入状況



(注) 図-2で「まったく取り組んでいない」以外の回答をした企業に尋ねたもの(図-4～10も同じ)。

- デジタルツールの導入による業績全体へのプラスの影響をみると、「期待以上の成果があがっている」が4.4%、「期待どおりの成果があがっている」が50.0%となっている（図-4）。従業員規模別にみると、規模の大きい企業ほど「期待どおりの成果があがっている」が多くなっている。
- 5年前と比較したデジタル化の状況別にみると、デジタル化が進んでいる企業ほど、「期待以上の成果があがっている」「期待どおりの成果があがっている」と回答する割合が高くなる傾向がある（図-5）。

図-4 デジタルツールの導入による業績全体へのプラスの影響
(従業員規模別・業種別)

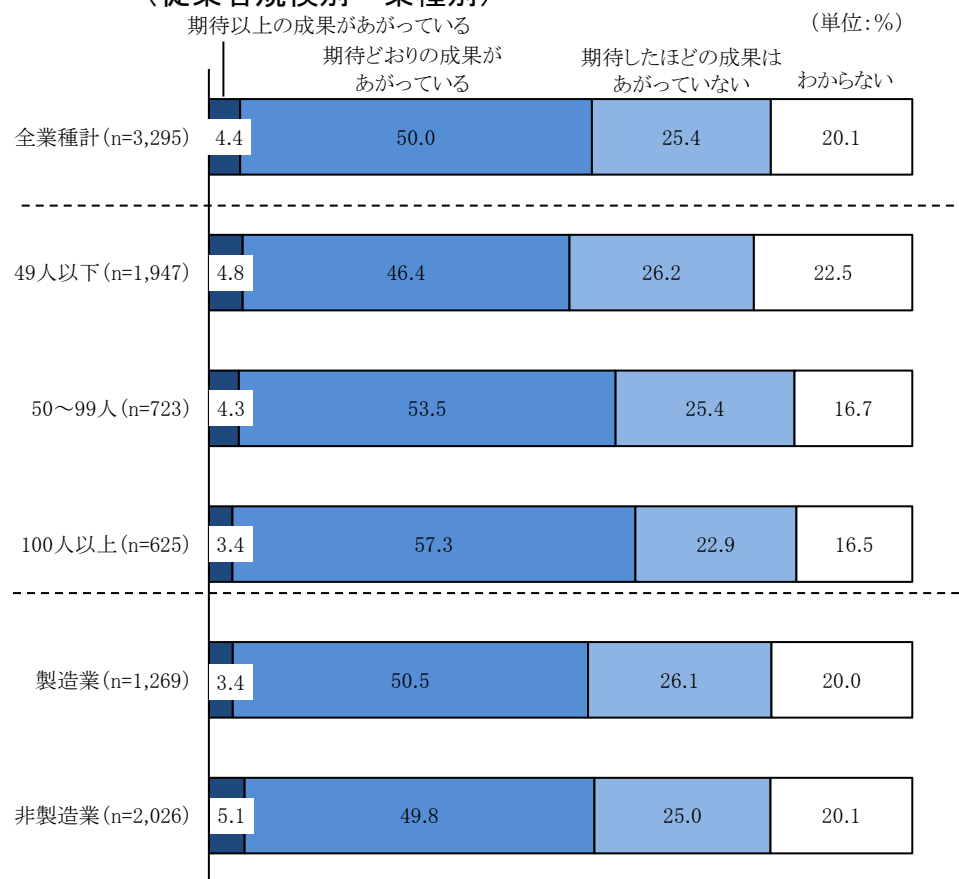
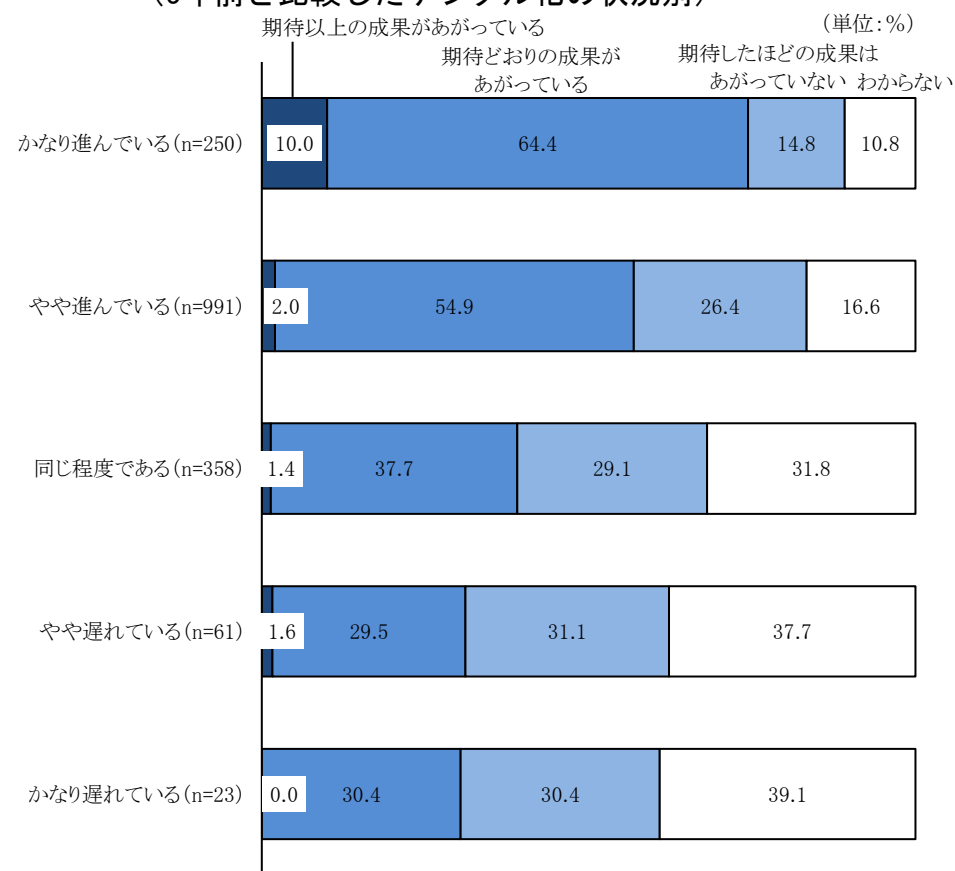


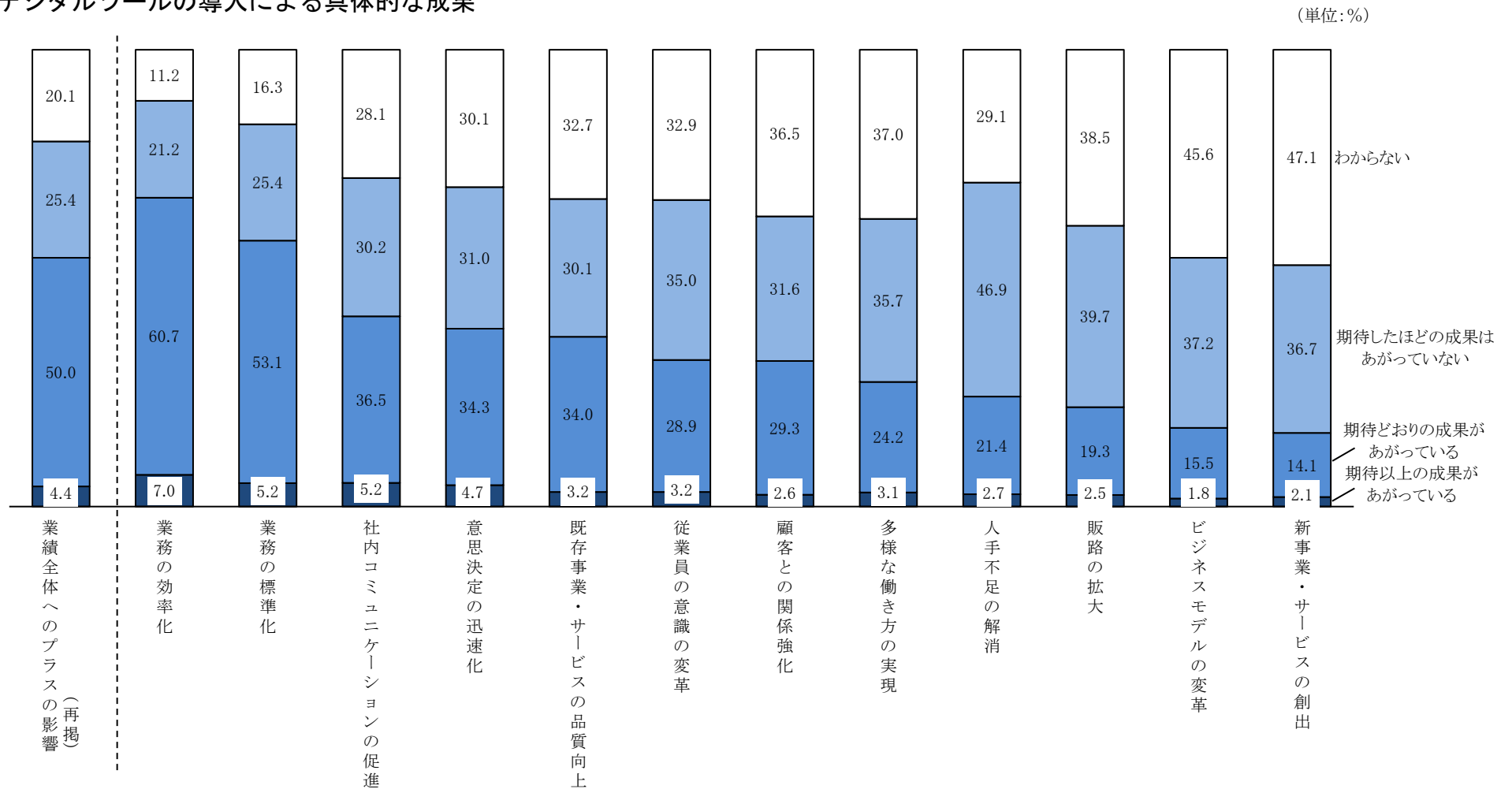
図-5 業績全体へのプラスの影響
(5年前と比較したデジタル化の状況別)



(注) 全業種計について、図-1の現在のデジタル化の状況と図-4の業績全体へのプラスの影響をクロス集計したもの。

- デジタルツールの導入による具体的な成果をみると、「業務の効率化」や「業務の標準化」では、「期待以上の成果があがっている」「期待どおりの成果があがっている」の合計が過半を占めている（図-6）。
- 「人手不足の解消」については、「期待したほどの成果はあがっていない」が46.9%であった。

図-6 デジタルツールの導入による具体的な成果



(注) デジタルツールの導入による成果の程度について、項目ごとに尋ねたもの。

- デジタル化の課題をみると、「導入コストの負担が大きい」が56.2%と最も多く、次いで「費用対効果を測ることが難しい」(50.0%)、「維持コストの負担が大きい」(40.2%)の順となった(図-7)。
- デジタル化の相談相手をみると、「ITベンダー」が39.8%と最も多く、次いで「税理士・公認会計士」(28.7%)、「経営者仲間」(18.2%)の順となった(図-8)。他方、「相談した先はない」は17.4%だった。

図-7 デジタル化の課題（複数回答）

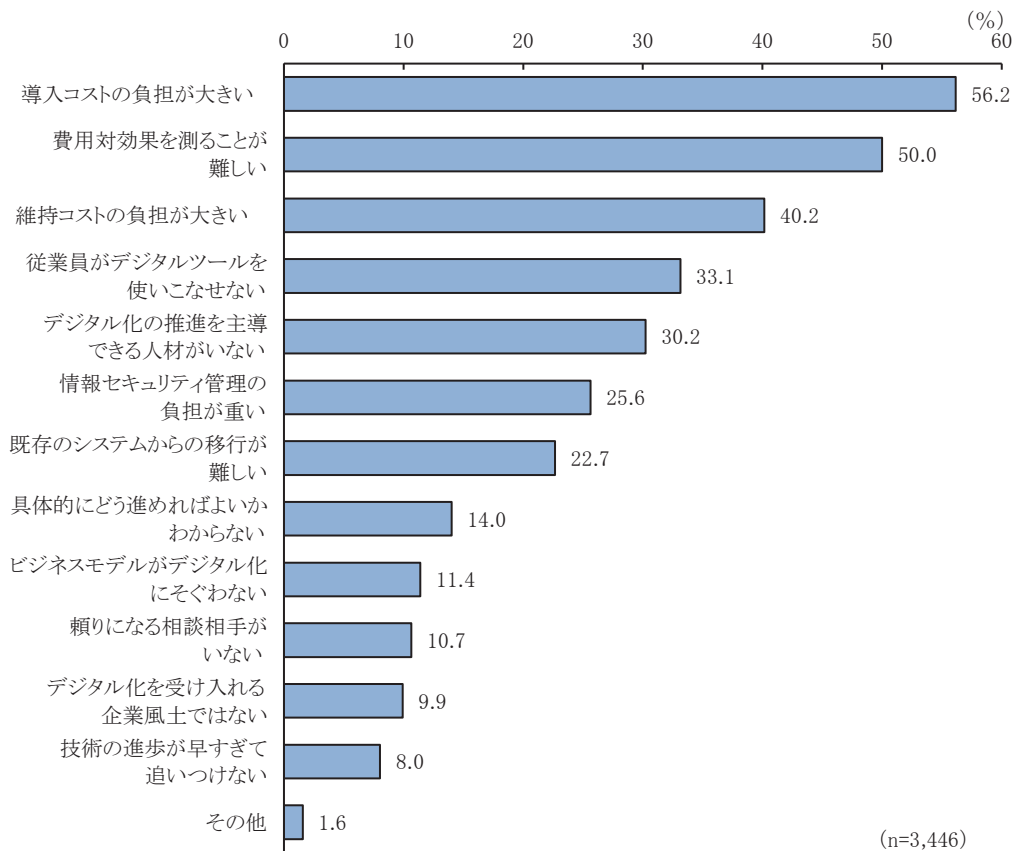
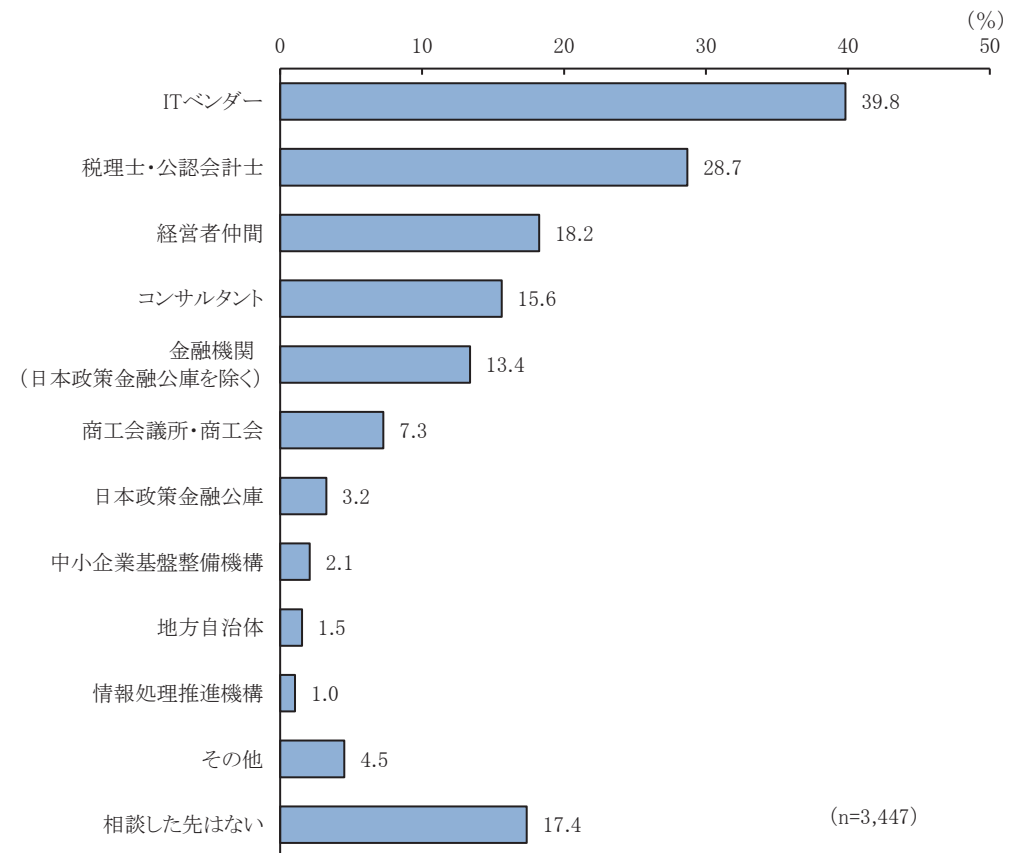
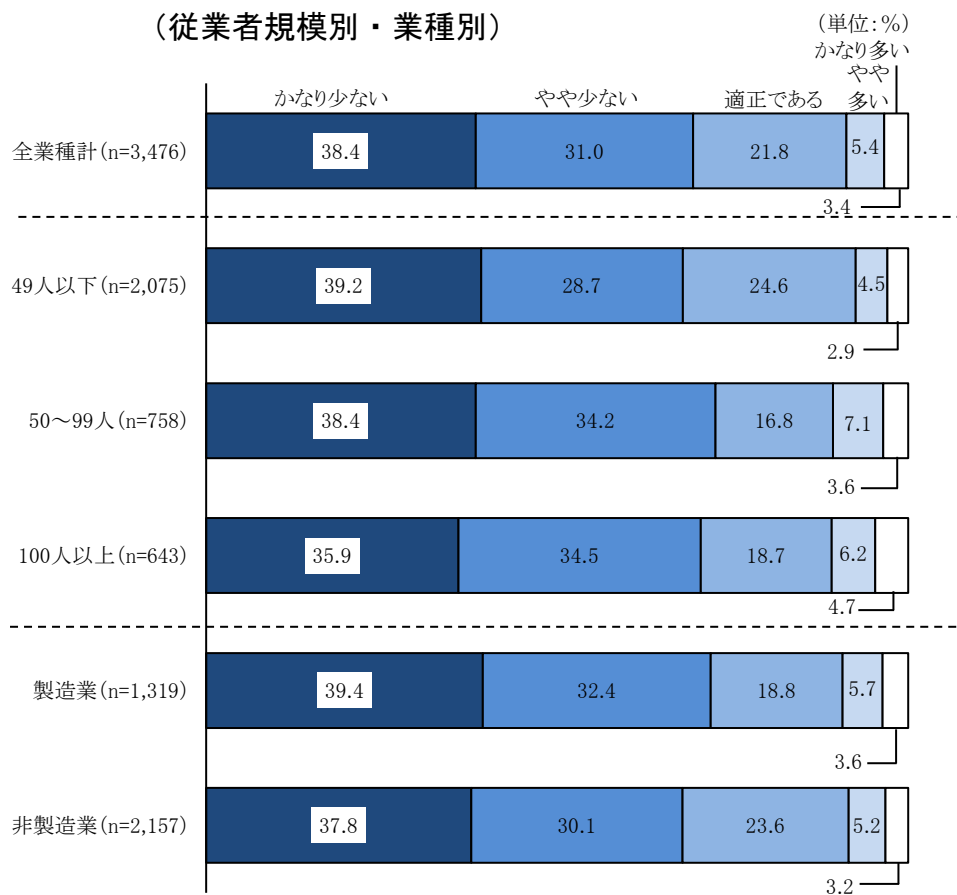


図-8 デジタル化の相談相手（複数回答）



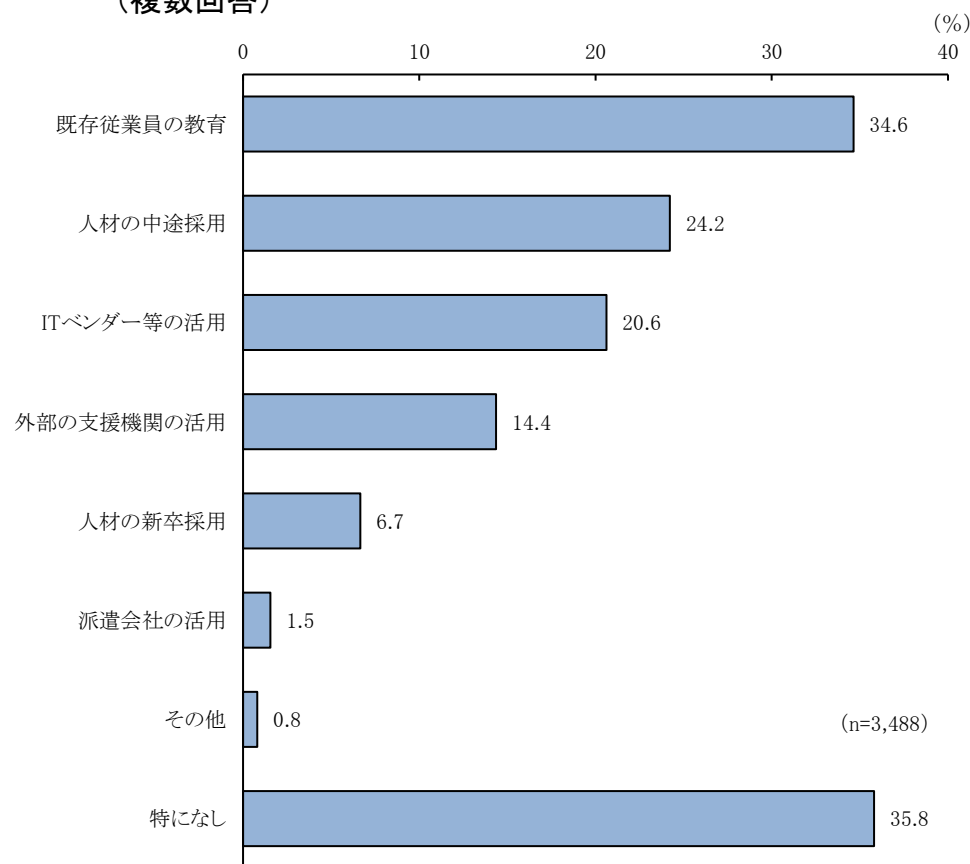
- デジタル化を主導する人材について、現在の仕事量やその見通しからみた過不足感を尋ねたところ、「かなり少ない」（38.4%）が最も多く、次いで「やや少ない」（31.0%）となった（図-9）。同様の傾向は、従業者規模別、業種別でもみられる。人手不足が課題となっていることがうかがえる。
- デジタル化を主導する人材を確保するための取り組みをみると、「既存従業員の教育」が34.6%と最も多く、次いで「人材の中途採用」（24.2%）、「ITベンダー等の活用」（20.6%）の順となった（図-10）。他方、「特になし」は35.8%であった。

図-9 デジタル化を主導する人材の過不足感
(従業者規模別・業種別)



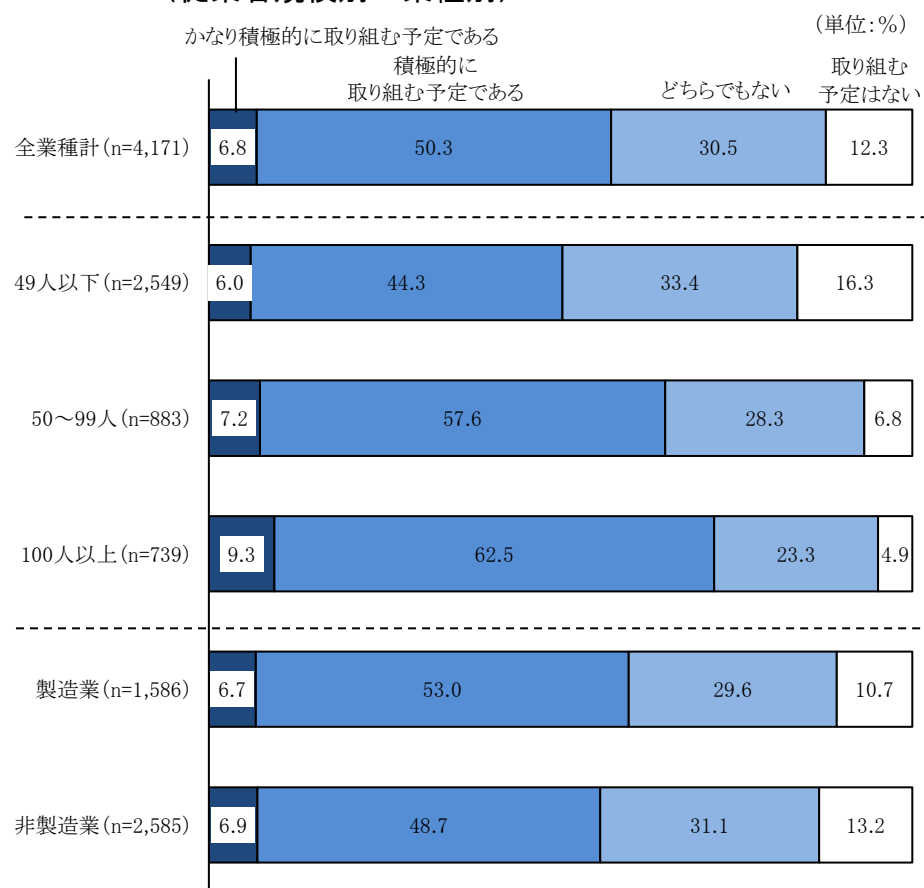
(注) デジタル化を主導する人材について、現在の仕事量やその見通しからみた過不足感を尋ねたもの。

図-10 デジタル化を主導する人材を確保するための取り組み
(複数回答)



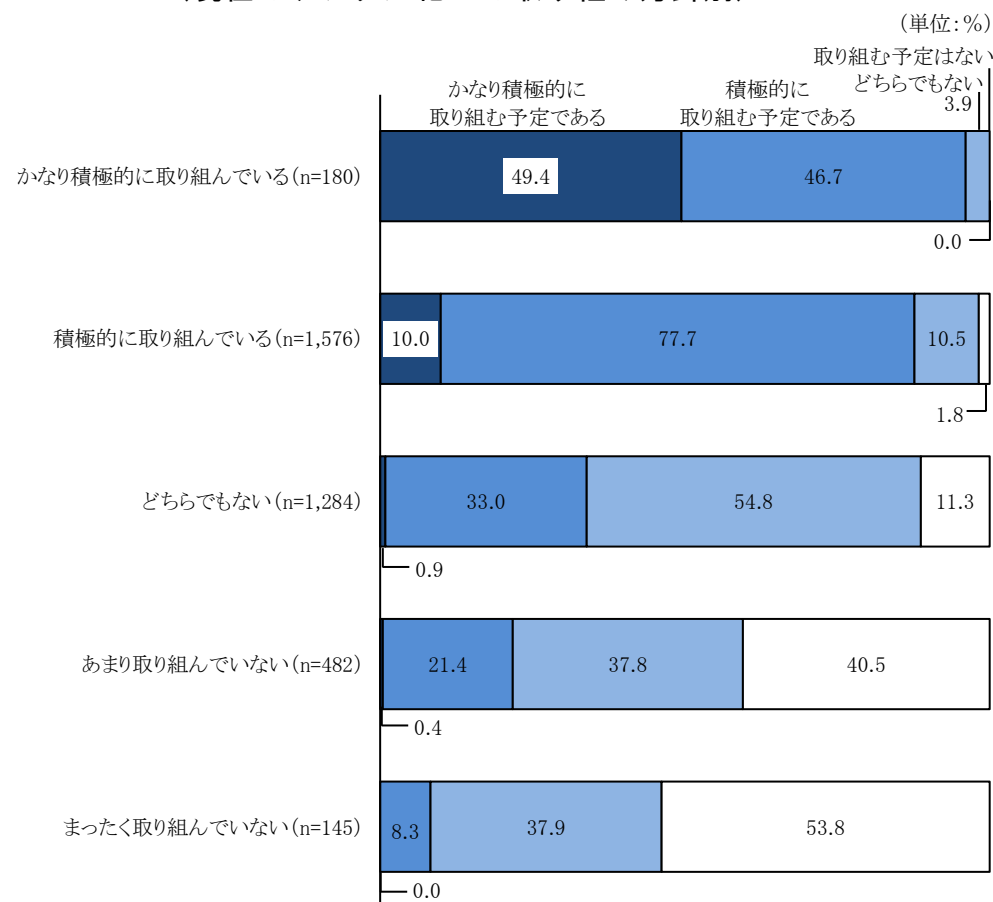
- 今後5年間のデジタル化への取り組み方針をみると、「かなり積極的に取り組む予定である」が6.8%、「積極的に取り組む予定である」が50.3%となった（図-11）。従業員規模別にみると、「かなり積極的に取り組む予定である」「積極的に取り組む予定である」は規模の大きい企業ほど多くなっている。
- 現在のデジタル化への取り組み方針別にみると、積極的に取り組んでいる企業ほど、今後5年間も積極的にデジタル化に取り組む傾向がみられる（図-12）。

図-11 今後5年間のデジタル化への取り組み方針
（従業員規模別・業種別）



（注）「取り組む予定はない」は、「あまり取り組む予定はない」「まったく取り組む予定はない」の合計（図-12も同じ）。

図-12 今後5年間のデジタル化への取り組み方針
（現在のデジタル化への取り組み方針別）



（注）全業種計について、図-2の現在のデジタル化への取り組み方針と図-11の今後5年間のデジタル化取り組み方針をクロス集計したもの。