

2 0 2 4 年 5 月 2 4 日 株式会社日本政策金融公庫 総 合 研 究 所

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	>
\	$\overline{}$	11	1177	1-1/4	/

		調	查	対	象	有 効	回 /	答	数			
製 造	業			4,107	社		1,	648	社	(樟	 	37.9 %)
鉱	業			12	社			4 1	社	(同	0.1 %)
建 設	業			1,090	社			419 1	社	(同	9.6 %)
運送業(院	余水運)			777	社			304 1	社	(同	7.0 %)
水 運	業			151	社			60 1	社	(同	1.4 %)
倉 庫	業			46	社			25 1	社	(同	0.6 %)
情 報 通	信 業			337	社			100 1	社	(同	2.3 %)
ガス供	給 業			10	社			8 1	社	(同	0.2 %)
不 動	産 業			715	社			234 1	社	(同	5.4 %)
宿泊・飲食	サービス	業		721	社			186 1	社	(同	4.3 %)
卸 売	業			1,697	社			609 1	社	(同	14.0 %)
小 売	業			872	社			260 1	社	(同	6.0 %)
サービ	ス業			1,545	社			493 1	社	(司	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)。 従業者規模別にみると、「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)。従業者規模別にみると、「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(従業者規模別・業種別)

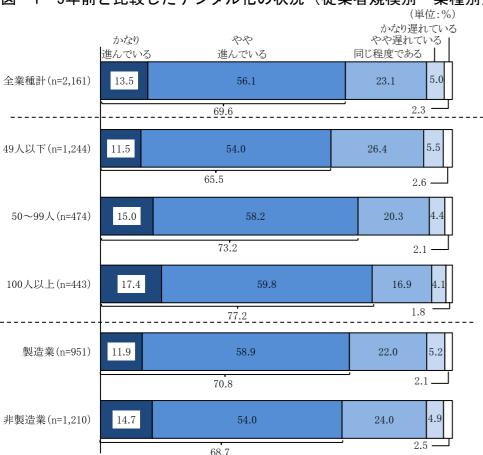
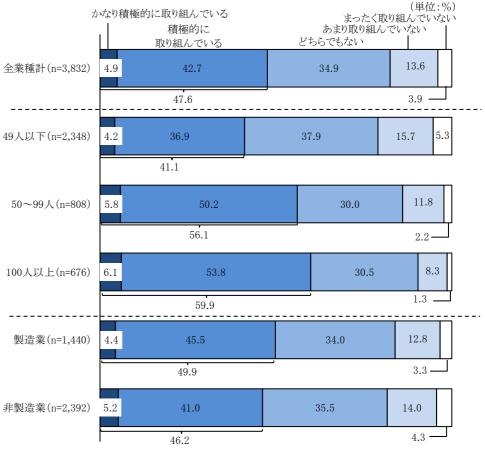


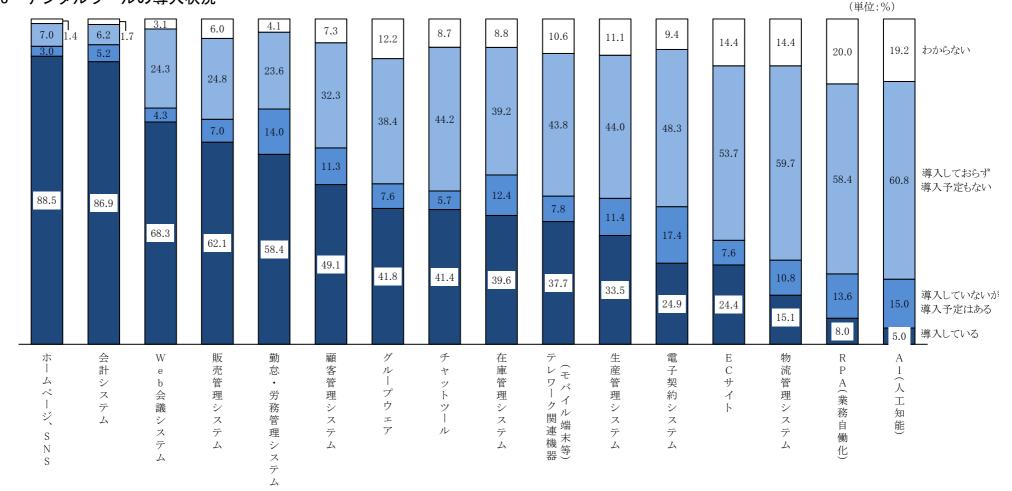
図-2 現在のデジタル化への取り組み方針(従業者規模別・業種別)



- (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)。

- 〇 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(業務自働化)」「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)。従業者規模別にみると、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

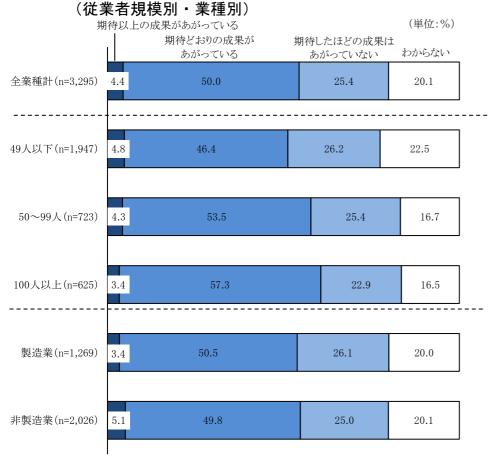
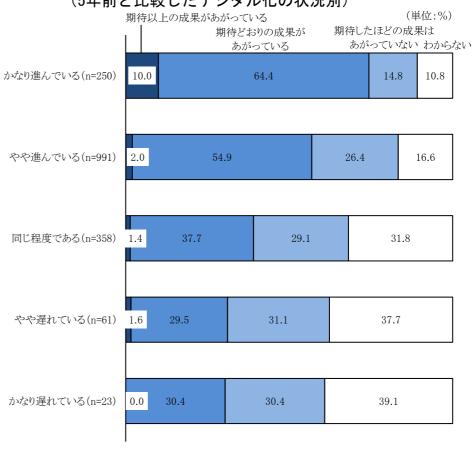


図-5 業績全体へのプラスの影響 (5年前と比較したデジタル化の状況別)

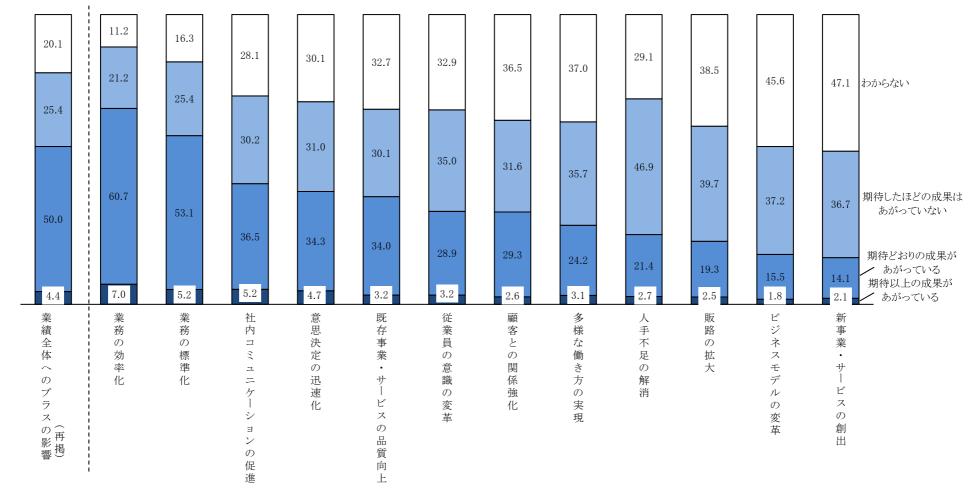


(注)全業種計について、図-1の現在のデジタル化の状況と図-4の業績全体へのプラスの影響をクロス集計したもの。

- 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。

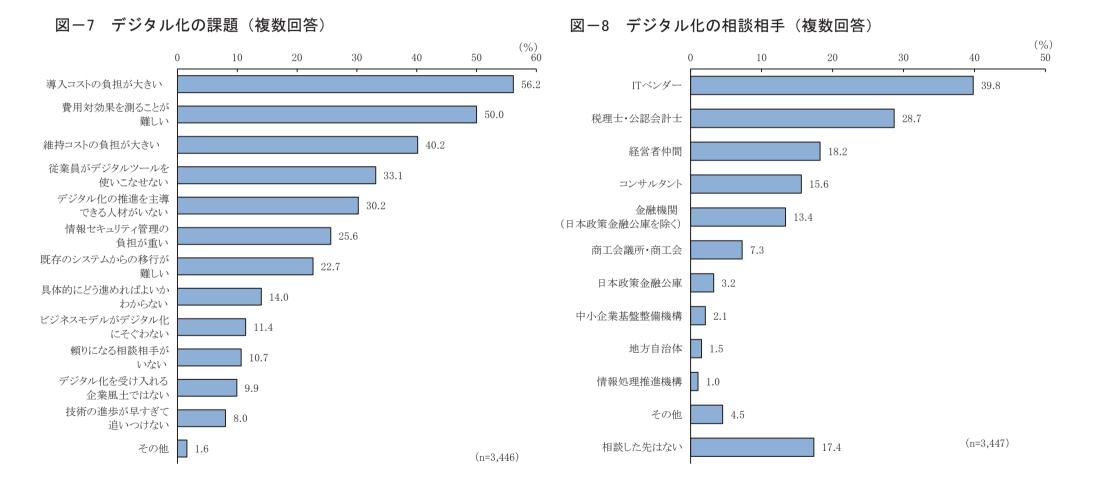
図-6 デジタルツールの導入による具体的な成果

(単位:%)

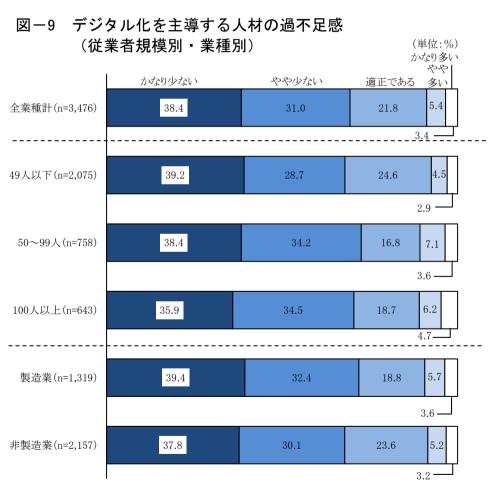


(注)デジタルツールの導入による成果の程度について、項目ごとに尋ねたもの。

- 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。

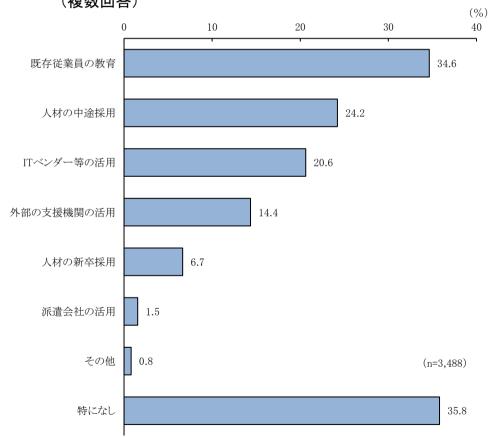


- デジタル化を主導する人材について、現在の仕事量やその見通しからみた過不足感を尋ねたところ、「かなり少ない」 (38.4%) が 最も多く、次いで「やや少ない」 (31.0%) となった (図-9) 。同様の傾向は、従業者規模別、業種別でもみられる。人手不足が 課題となっていることがうかがえる。
- デジタル化を主導する人材を確保するための取り組みをみると、「既存従業員の教育」が34.6%と最も多く、次いで「人材の中途採用」(24.2%)、「ITベンダー等の活用」(20.6%)の順となった(図-10)。他方、「特になし」は35.8%であった。



(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)



- 〇 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)。従業者規模別にみると、「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。
- 〇 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 (従業者規模別・業種別)

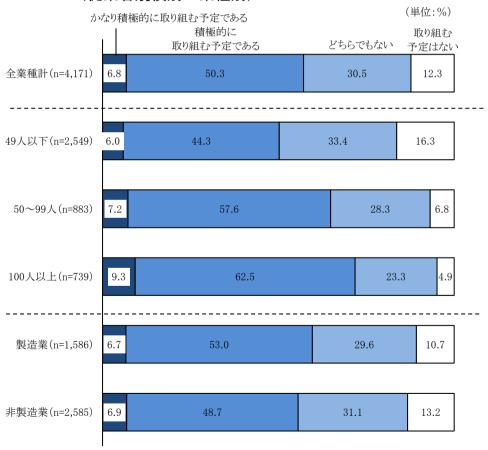
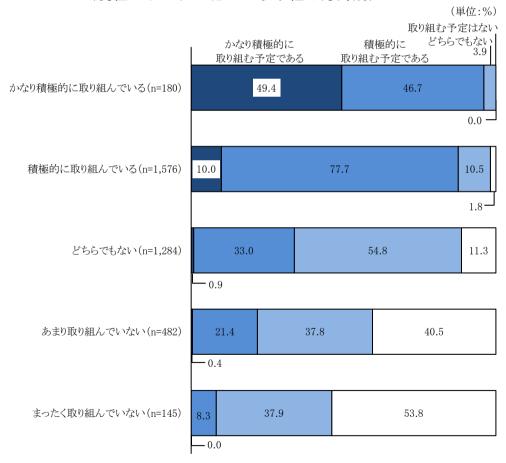


図-12 今後5年間のデジタル化への取り組み方針 (現在のデジタル化への取り組み方針別)



(注)「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)。

(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年間のデジタル化の取り組み方針をクロス集計したもの。