

導入予定割合が最も高いデジタルツールはAI(人工知能)

「デジタル化に取り組む中小企業の実態に関する調査」結果
～「全国中小企業動向調査・中小企業編」2025年1－3月期特別調査～

- 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」と「積極的に取り組んでいる」の合計は43.6%となった(図－1)。
- 「AI(人工知能)」の導入状況をみると、2023年度以前に導入した割合は5.4%、2024年度に新たに導入または大幅改修を実施した割合は9.2%となった(図－3)。導入予定がある割合は17.8%と、すべてのデジタルツールのなかで最も多くなっている。
- デジタルツールの導入による具体的な成果をみると、ほとんどのデジタルツールで「業務の効率化」が最も多くなっている(表－1)。AIについては、「人手不足の解消」「既存事業・サービスの品質向上」「新事業・サービスの創出」「業務の標準化」「意思決定の迅速化」「ビジネスモデルの変革」「従業員の意識の変革」なども多かった。
- 2024年度において、デジタル化を推進するために投じた金額をみると、「100万円以上1,000万円未満」(48.7%)が最も多くなっている(図－6)。平均値は586.5万円、中央値は130万円となった。
- 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6.2%、「積極的に取り組む予定である」が48.3%となった(図－7)。

<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]

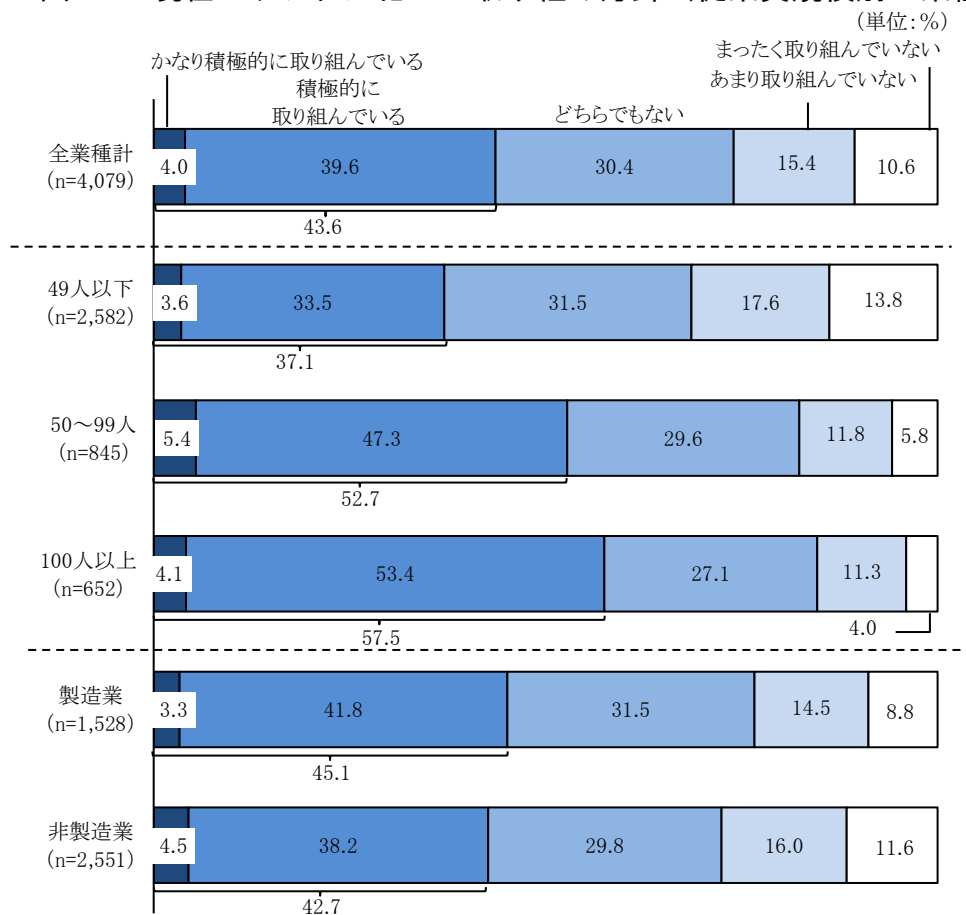
調 査 時 点	2025年3月中旬
調 査 対 象	当公庫（中小企業事業）取引先 13,479社
有 効 回 答 数	4,328 社 [回答率 32.1 %]

< 業 種 構 成 >

	調 査 対 象	有 効 回 答 数		
製 造 業	4,547 社	1,620 社	(構成比	37.4 %)
鉱 業	12 社	6 社	(同	0.1 %)
建 設 業	1,296 社	466 社	(同	10.8 %)
運送業(除水運)	834 社	257 社	(同	5.9 %)
水 運 業	157 社	48 社	(同	1.1 %)
倉 庫 業	65 社	30 社	(同	0.7 %)
情 報 通 信 業	407 社	90 社	(同	2.1 %)
ガ ス 供 給 業	7 社	7 社	(同	0.2 %)
不 動 産 業	736 社	216 社	(同	5.0 %)
宿泊・飲食サービス業	823 社	214 社	(同	4.9 %)
卸 売 業	1,849 社	589 社	(同	13.6 %)
小 売 業	1,002 社	269 社	(同	6.2 %)
サ ー ビ ス 業	1,744 社	516 社	(同	11.9 %)

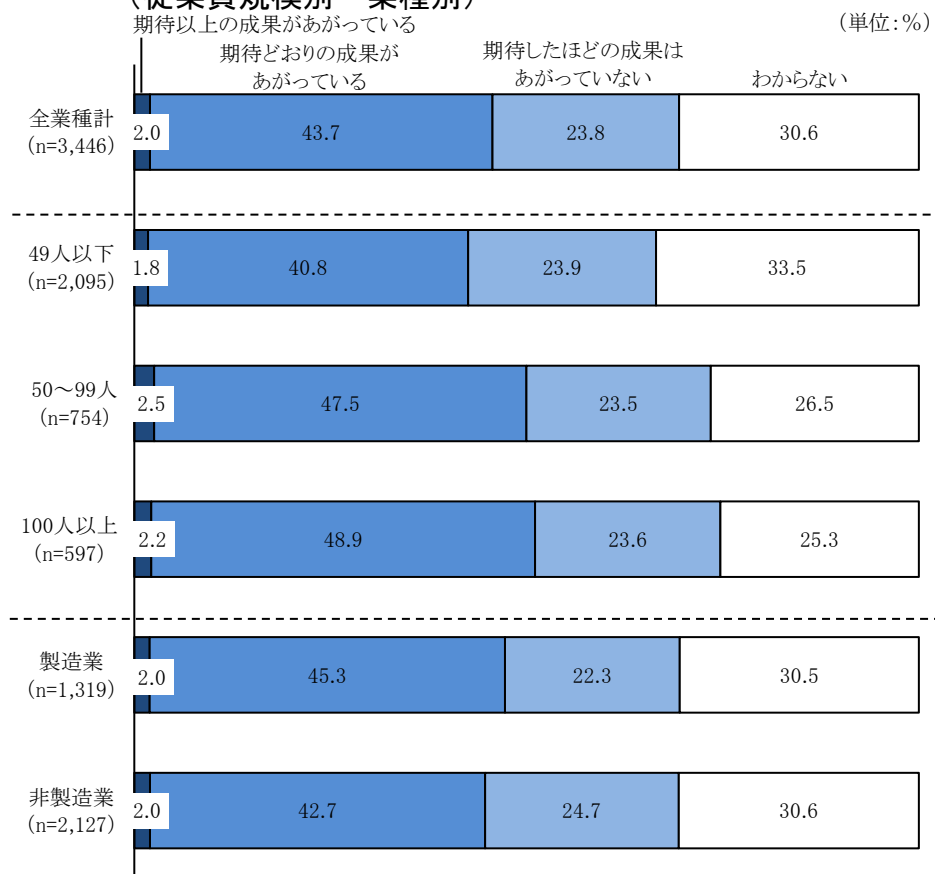
- 現在のデジタル化への取り組み方針をみると、「かなり積極的に取り組んでいる」と「積極的に取り組んでいる」の合計は43.6%となった（図－1）。従業員規模別にみると、「かなり積極的に取り組んでいる」と「積極的に取り組んでいる」の合計は、規模の大きい企業ほど多くなっている。
- デジタルツールの導入による業績全体へのプラスの影響をみると、「期待以上の成果があがっている」が2.0%、「期待どおりの成果があがっている」が43.7%となっている（図－2）。従業員規模別にみると、「期待以上の成果があがっている」や「期待どおりの成果があがっている」は規模の大きい企業ほど多くなる傾向がある。

図－1 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) 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－2～4、6～8も同じ）。

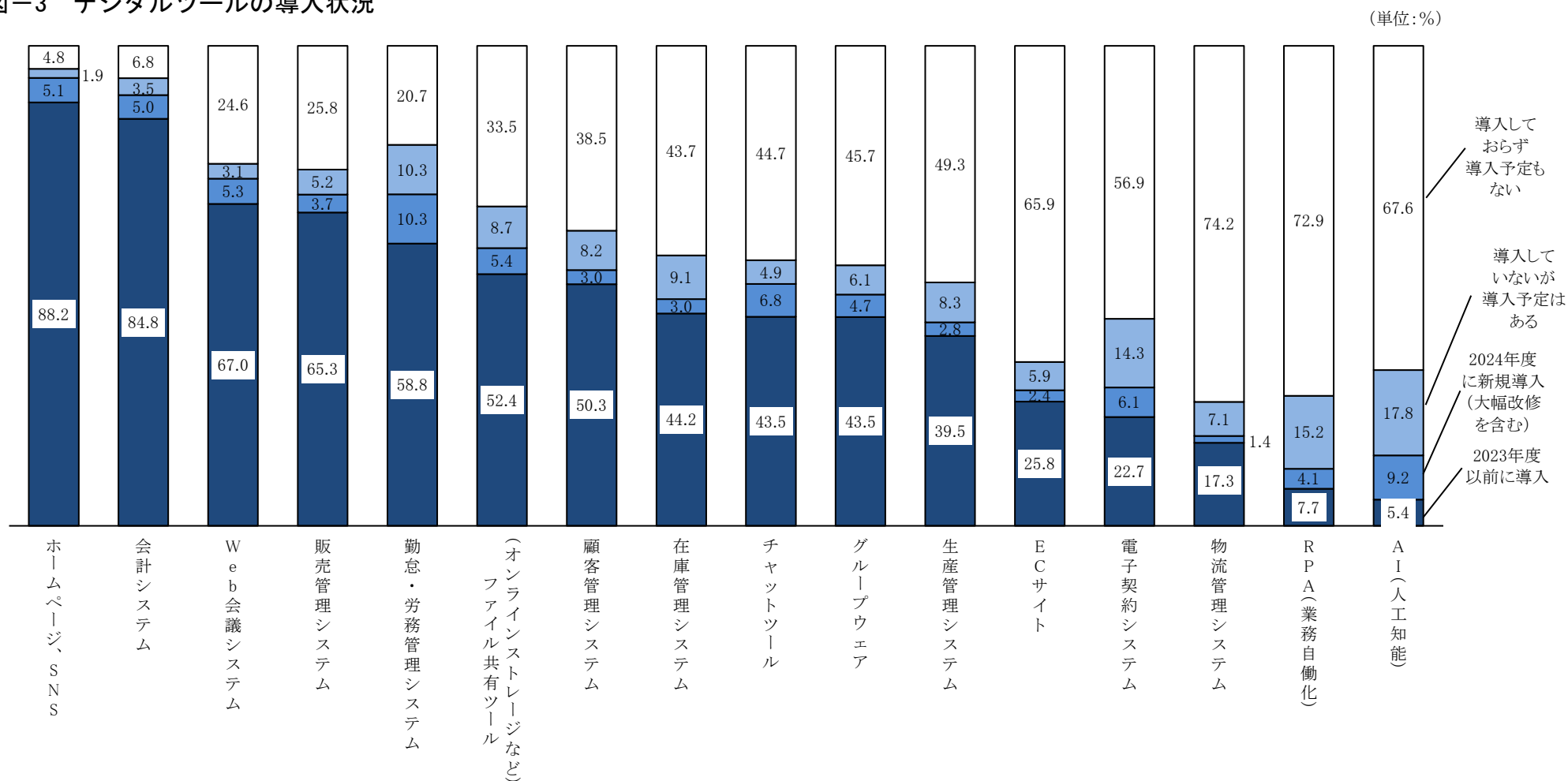
図－2 デジタルツールの導入による業績全体へのプラスの影響（従業員規模別・業種別）



(注) 図－1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－3～6、表－1～3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、導入済み（2023年度以前に導入と2024年度に新規導入の合計）の割合は、「ホームページ、SNS」、「会計システム」、「Web会議システム」の順で高かった（図－3）。
- 「A I（人工知能）」をみると、2023年度以前に導入した割合は5.4%、2024年度に新たに導入または大幅改修を実施した割合は9.2%となった。導入予定がある割合は17.8%と、すべてのデジタルツールのなかで最も多くなっている。

図－3 デジタルツールの導入状況



- デジタルツールの導入による具体的な成果をみると、ほとんどのデジタルツールで「業務の効率化」が最も多くなっている（表－1）。
- 「A I（人工知能）」については、「業務の効率化」（81.9%）、「人手不足の解消」（21.1%）、「既存事業・サービスの品質向上」（18.4%）、「新事業・サービスの創出」（17.7%）、「業務の標準化」（16.4%）、「意思決定の迅速化」（13.7%）、「ビジネスモデルの変革」（13.7%）、「従業員の意識の変革」（13.0%）などが多かった。

表－1 デジタルツールの導入による具体的な成果（複数回答）

（単位：%）

	業務の 効率化	業務の 標準化	新事業・ サービスの 創出	既存事業・ サービスの 品質向上	販路の 拡大	顧客との 関係強化	人手不足 の解消	多様な 働き方の 実現	社内コミュ ニケーションの促進	意思決定 の迅速化	ビジネス モデルの 変革	従業員の 意識の 変革
ホームページ、SNS	15.9	4.5	12.5	15.9	61.9	34.3	13.5	1.1	3.5	1.0	5.1	6.0
会計システム	91.8	32.7	0.1	1.7	0.2	0.4	10.1	1.9	0.8	6.8	0.9	1.6
Web会議システム	75.7	8.0	1.6	3.3	4.8	21.7	4.2	19.4	36.8	27.2	4.7	6.7
販売管理システム	90.6	42.6	1.3	9.3	5.9	6.7	10.6	1.6	1.5	4.9	1.9	3.6
勤怠・労務管理システム	88.7	27.9	0.1	0.7	0.3	0.2	11.2	7.4	1.9	2.5	1.0	9.5
ファイル共有ツール （オンラインストレージなど）	89.0	36.9	0.7	5.6	0.9	3.3	6.4	10.6	19.3	9.6	2.9	7.3
顧客管理システム	83.8	37.2	2.2	13.4	9.2	21.2	9.4	1.4	2.4	4.2	2.6	3.8
在庫管理システム	91.0	44.1	0.7	10.1	1.5	3.7	12.0	1.1	1.9	5.4	2.4	4.3
チャットツール	73.3	11.2	0.8	3.7	1.4	7.3	4.1	9.8	61.6	30.1	2.3	9.6
グループウェア	76.6	22.8	1.0	4.1	0.9	2.7	4.1	10.7	55.4	26.0	2.5	11.9
生産管理システム	90.9	48.5	1.1	10.0	1.0	5.1	12.3	1.9	2.9	6.6	2.5	6.3
ECサイト	23.1	4.6	23.5	16.4	66.0	18.6	4.6	1.3	1.0	0.8	10.9	1.7
電子契約システム	85.5	19.9	1.1	3.2	2.4	13.6	5.2	2.5	0.8	5.2	3.9	1.4
物流管理システム	92.2	41.5	2.1	10.9	2.1	5.2	13.2	2.6	2.3	6.2	3.6	8.0
RPA（業務自動化）	92.4	25.6	2.0	8.4	1.2	2.4	32.0	2.8	2.4	3.6	8.4	7.2
AI（人工知能）	81.9	16.4	17.7	18.4	9.7	5.0	21.1	6.0	4.7	13.7	13.7	13.0

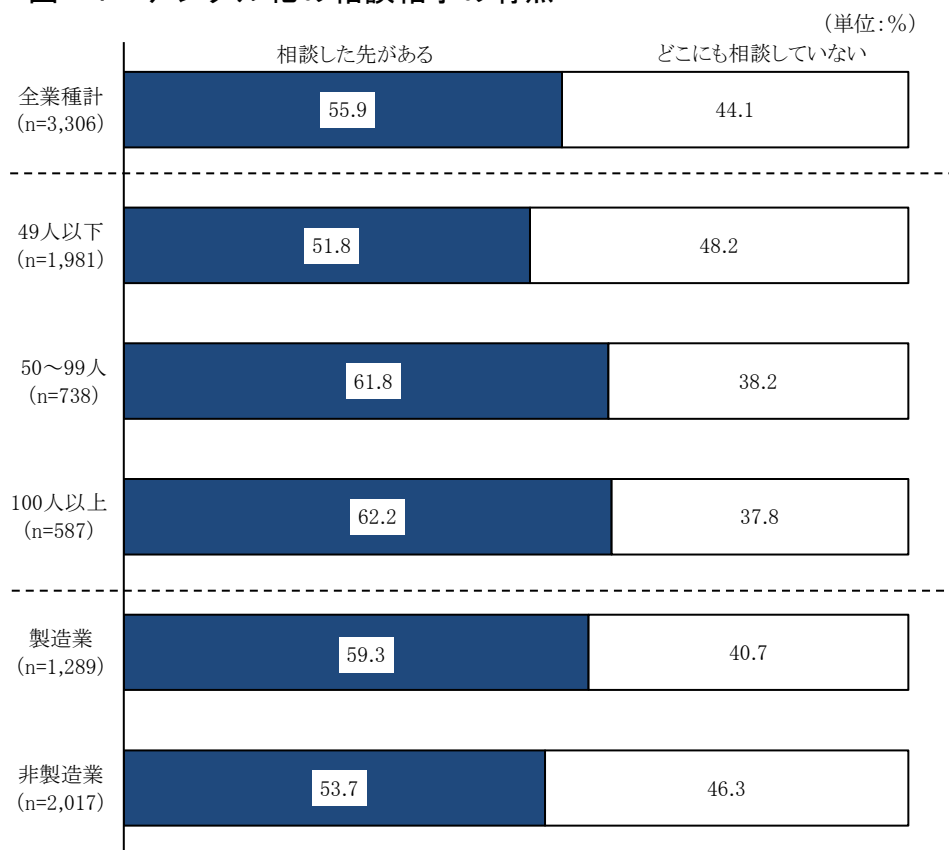
（注）1 図－3で「2023年度以前に導入」「2024年度に新規導入（大幅改修を含む）」と回答した企業に尋ねたもの。

2 デジタルツールの導入による成果について、ツールごとに当てはまるものをすべて尋ねたもの。

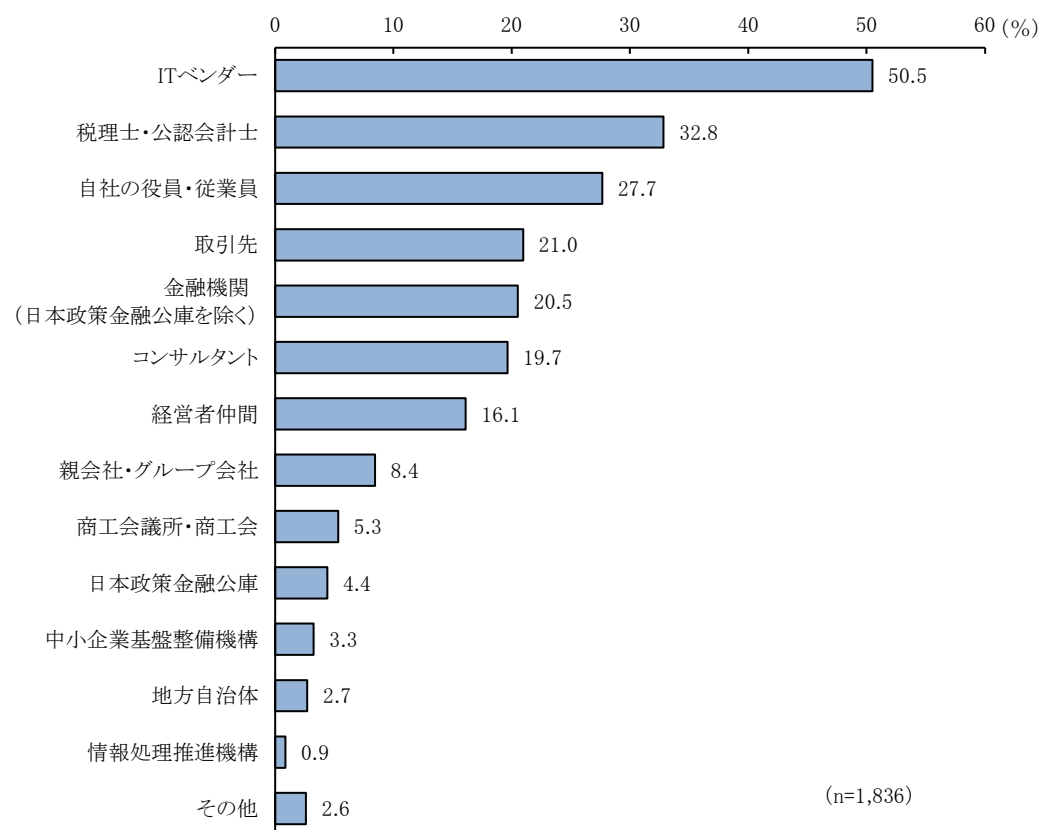
3 網かけは、それぞれのデジタルツールについて、色が濃くなるほど高い割合の成果であることを示す。

- デジタル化の相談相手の有無をみると、「相談した先がある」が55.9%となっている（図－4）。従業員規模別にみると、「相談した先がある」は規模の大きい企業ほど多くなっている。
- 相談した先があると回答した企業に、具体的な相談相手を尋ねたところ、「ITベンダー」（50.5%）、「税理士・公認会計士」（32.8%）、「自社の役員・従業員」（27.7%）の順で割合が高くなっている（図－5）。

図－4 デジタル化の相談相手の有無



図－5 デジタル化の相談相手



(注) 1 図－4で「相談した先がある」と回答した企業に尋ねたもの。

2 デジタル化の相談相手ごとに、「相談している」と回答した企業を集計したもの。

- デジタル化を進めるに当たっての具体的な相談内容をみると、ほとんどの相談相手で「目的に合うデジタルツールの選択」が最も多かった（表－2）。

表－2 デジタル化を進めるに当たっての具体的な相談内容（三つまでの複数回答）

（単位：％）

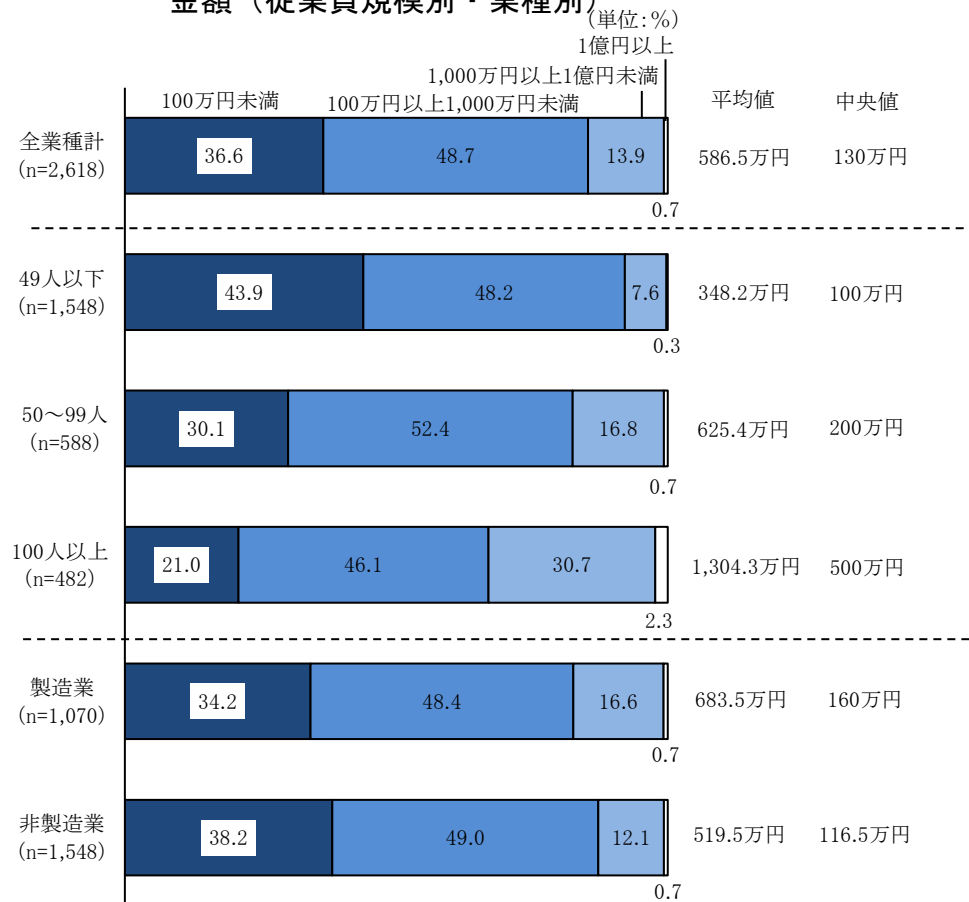
	自社の考える デジタル化の 方針の 是非	目的に合う デジタル ツールの 選択	既存の システムから の移行方法	導入済みの デジタル ツールの 改良方法	デジタル化に 向けた機運 の醸成	デジタル化の 推進を主導 する人材の 確保	社内の デジタル リテラシーの 向上	コストの 把握・低減	資金調達 （融資・補助 金など）	情報 セキュリティ の管理
ITベンダー	29.7	75.7	44.8	31.3	3.1	1.5	4.4	14.6	3.6	19.8
税理士・公認会計士	26.5	52.7	33.9	16.4	2.6	1.8	2.3	19.9	11.5	4.4
自社の役員・従業員	50.5	59.9	30.1	19.6	13.4	8.6	15.2	18.2	5.2	10.2
取引先	23.8	66.6	29.0	24.1	6.0	2.2	3.3	14.5	3.3	16.7
金融機関 （日本政策金融公庫を除く）	24.8	50.4	21.7	5.7	7.7	3.4	4.0	12.0	39.3	6.3
コンサルタント	39.8	60.2	30.4	17.5	8.7	4.2	10.8	16.3	9.0	10.5
経営者仲間	36.7	61.1	17.0	14.4	11.5	4.8	6.7	20.4	8.1	8.9
親会社・グループ会社	34.7	68.0	36.1	16.3	7.5	4.1	9.5	19.7	5.4	19.7
商工会議所・商工会	26.4	41.8	13.2	8.8	9.9	5.5	4.4	7.7	31.9	4.4
日本政策金融公庫	21.1	23.9	11.3	7.0	2.8	0.0	1.4	7.0	66.2	1.4
中小企業基盤整備機構	45.6	52.6	21.1	7.0	8.8	10.5	14.0	12.3	10.5	7.0
地方自治体	26.7	42.2	20.0	6.7	11.1	8.9	6.7	4.4	26.7	6.7
情報処理推進機構	26.7	46.7	20.0	0.0	6.7	0.0	13.3	13.3	6.7	33.3
その他	38.3	61.7	40.4	14.9	4.3	6.4	14.9	19.1	8.5	14.9

（注）1 デジタル化を進めるに当たっての相談内容について、相談相手ごとに3つまで尋ねたもの。

2 網かけは、それぞれの相談相手について、色が濃くなるほど高い割合の相談内容であることを示す。

- 2024年度において、デジタル化を推進するために投じた金額をみると、「100万円以上1,000万円未満」（48.7%）が最も多くなっている（図－6）。平均値は586.5万円、中央値は130万円となった。従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど、「1,000万円以上1億円未満」が多く、平均値や中央値が大きくなっている。
- 従業員規模と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の方が平均値や中央値が大きい。また、49人以下の「かなり積極的に取り組んでいる」企業は、100人以上の「あまり取り組んでいない」企業の平均値や中央値を上回っている。

図－6 2024年度において、デジタル化を推進するために投じた金額（従業員規模別・業種別）



(注) デジタルツールの導入費用、システムの保守・運用費用、専門人材の獲得費用、従業員の教育費用などを含む(表－3も同じ)。

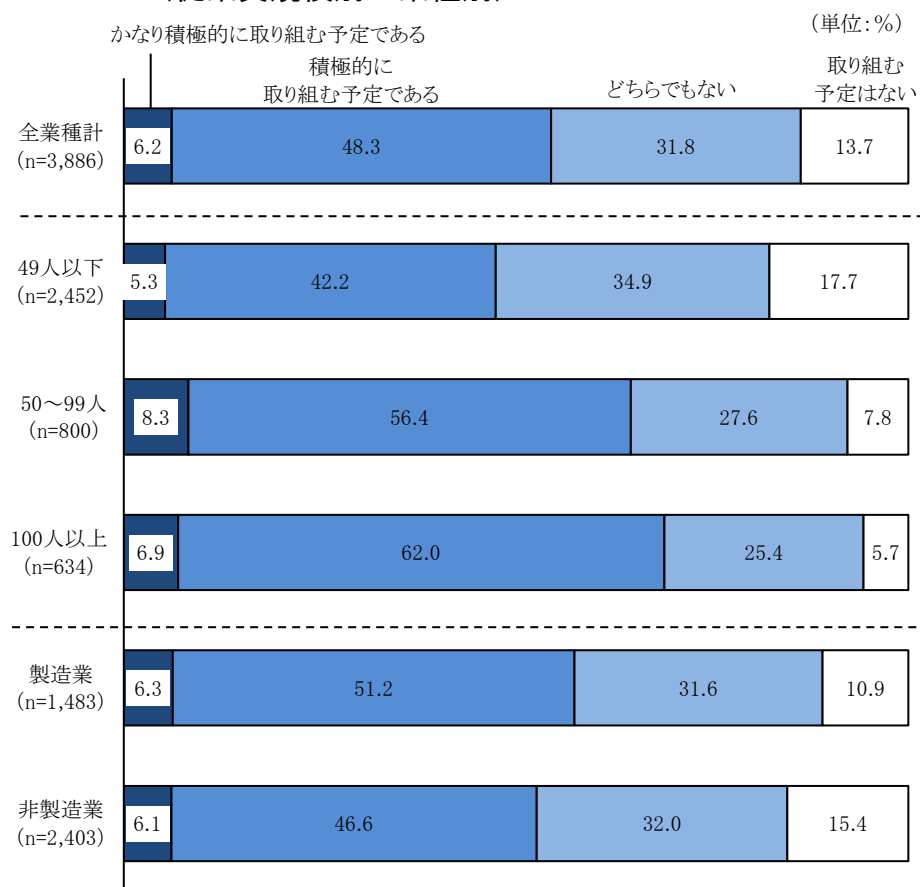
表－3 2024年度において、デジタル化を推進するために投じた金額（従業員規模と現在のデジタル化への取り組み方針別）

		全体	49人以下	50～99人	100人以上
かなり積極的に取り組んでいる (n=128)	平均値	1,018.5万円	745.3万円	1,187.4万円	1,720万円
	中央値	440万円	300万円	500万円	1,000万円
積極的に取り組んでいる (n=1,257)	平均値	858.6万円	527.6万円	833.6万円	1,681.8万円
	中央値	268万円	200万円	300万円	575万円
どちらでもない (n=852)	平均値	312.5万円	186.1万円	298.1万円	849.4万円
	中央値	100万円	50万円	100万円	200万円
あまり取り組んでいない (n=381)	平均値	156.4万円	117.5万円	221.1万円	269.8万円
	中央値	22万円	10万円	48.5万円	100万円

(注) 従業員規模と図－1の現在のデジタル化への取り組み方針ごとに、2024年度において、デジタル化を推進するために投じた金額の平均値と中央値を算出したもの。

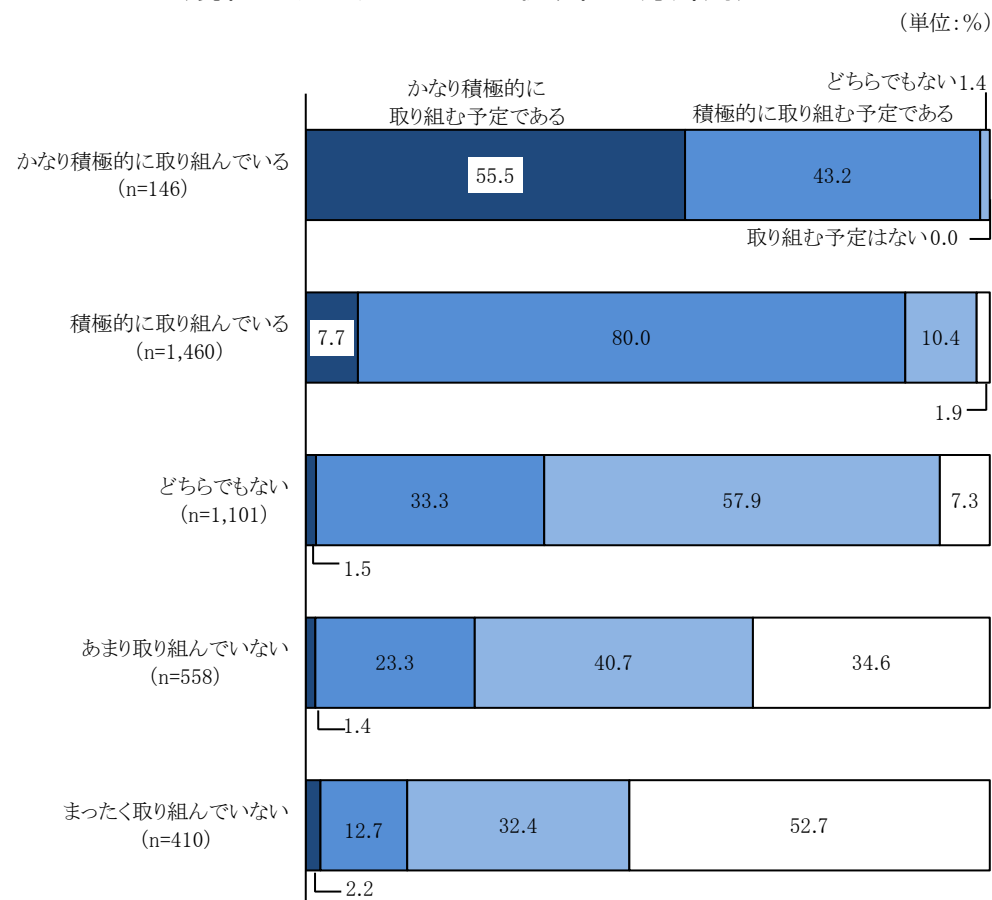
- 今後5年間のデジタル化への取り組み方針をみると、「かなり積極的に取り組む予定である」が6.2%、「積極的に取り組む予定である」が48.3%となった（図－7）。従業員規模別にみると、「かなり積極的に取り組む予定である」や「積極的に取り組む予定である」は規模の大きい企業ほど多くなる傾向がある。
- 現在のデジタル化への取り組み方針別にみると、積極的に取り組んでいる企業ほど、今後5年間も積極的にデジタル化に取り組む傾向がみられる（図－8）。

図－7 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－8も同じ）。

図－8 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－1の現在のデジタル化への取り組み方針別に、今後5年間のデジタル化の取り組み方針を集計したもの。