

中小企業動向トピックス

中小企業におけるデジタル化の実態

「中小企業のデジタル化に関する調査」結果概要 〔「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〕

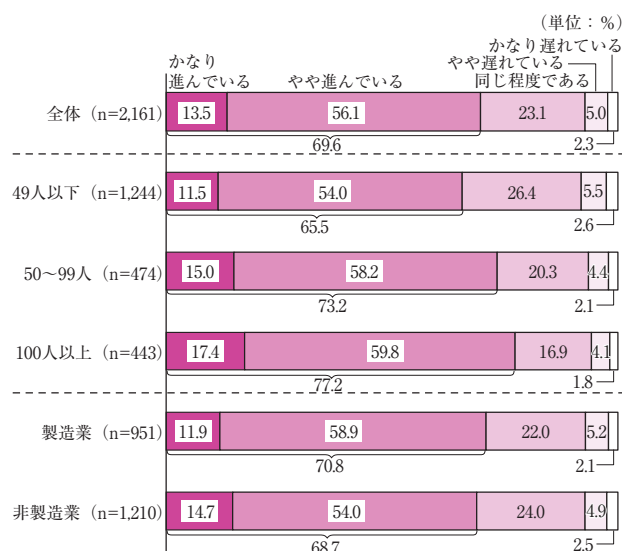
当研究所ではお取引先のご協力を得て、2024年3月中旬に「全国中小企業動向調査（中小企業編）」の特別調査として「中小企業のデジタル化に関する調査」を実施しました（調査対象12,080社、有効回答企業数4,350社、回答率36.0%）。5年前と比べてデジタル化が進んだ中小企業は約7割に達し、デジタル化の進展によって主に業務の効率化・標準化の成果をあげています。

製造業、非製造業ともにデジタル化が進む

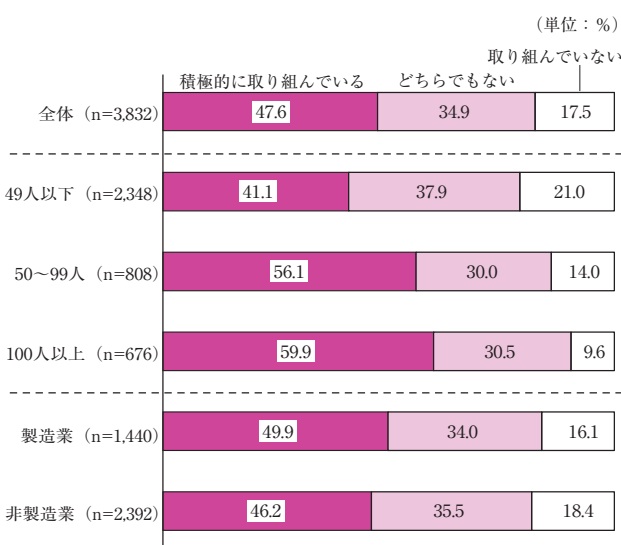
5年前（2019年3月）と比較したデジタル化の状況を見ると、「かなり進んでいる」「やや進んでいる」の合計は69.6%に達しました（図－1）。従業者規模別では、規模が大きいほどデジタル化が進んでいる割合が高く、業種別では、製造業、非製造業で差はほとんどありません。DXの浸透、新型コロナウイルス感染症の流行防止に伴う非接触や非対面の活動の推奨などによりデジタル化が進んだようです。

現在のデジタル化への取り組み方針をみると、「積極的に取り組んでいる」企業の割合は47.6%でした（図－2）。従業者規模別では、規模が大きいほどデジタル化に積極的な企業が多くなっています。

図－1 5年前と比較したデジタル化の状況



図－2 デジタル化への取り組み方針



資料：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業のデジタル化に関する調査」（以下同じ）

- (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 nは回答数（以下同じ）。
3 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、8も同じ）。

(注) 「積極的に取り組んでいる」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。「取り組んでいない」は、「あまり取り組んでいない」「まったく取り組んでいない」の合計。

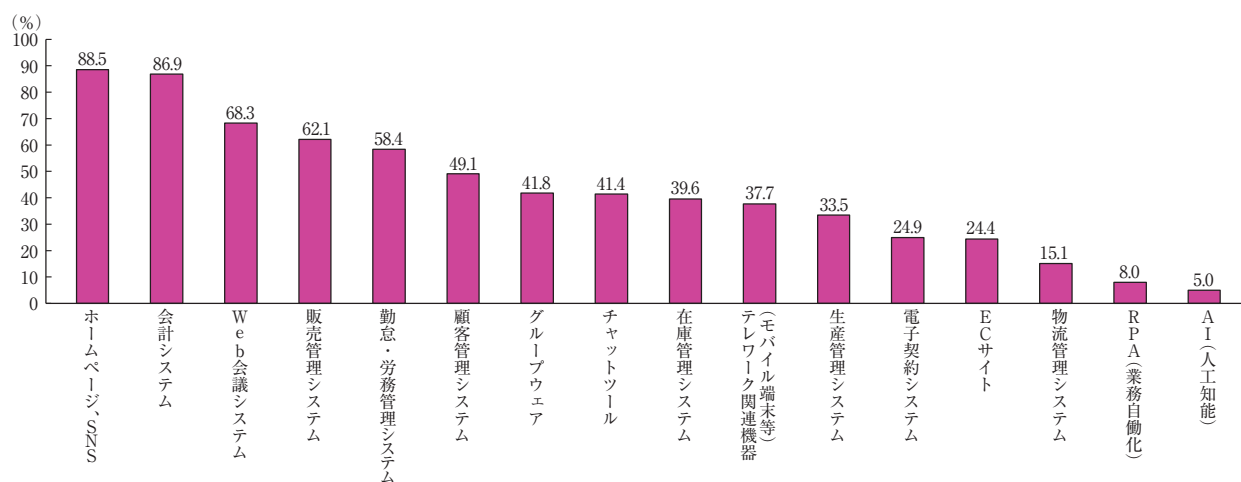
ツールによって導入状況に差がみられる

デジタル化に取り組む企業に、ツールごと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%)の順で導入割合が高くなりました(図-3)。

他方、「RPA(業務自動化)」(8.0%)や「AI(人工知能)」(5.0%)は、ほとんど導入されていません。ただし、業種別にみると、「RPA(業務自動化)」は、輸送用機械(22.4%)や化学工業(18.6%)、電子部品・デバイス(17.2%)などの製造業で、「AI(人工知能)」は、情報通信業(22.7%)、電子部品・デバイス(17.2%)や業務用機械(16.7%)などの製造業で導入が進んでいます。

なお、同図で示した16のツールすべてを導入している企業は6社存在します。属性を確認したところ、業種は紙器製造業、電気機械器具卸売業、旅館・ホテルなどで、従業者規模については49人以下の企業が2社ありました。業種や従業者規模を問わず、デジタルツールの活用に積極的な企業はあるようです。

図-3 デジタルツールの導入状況



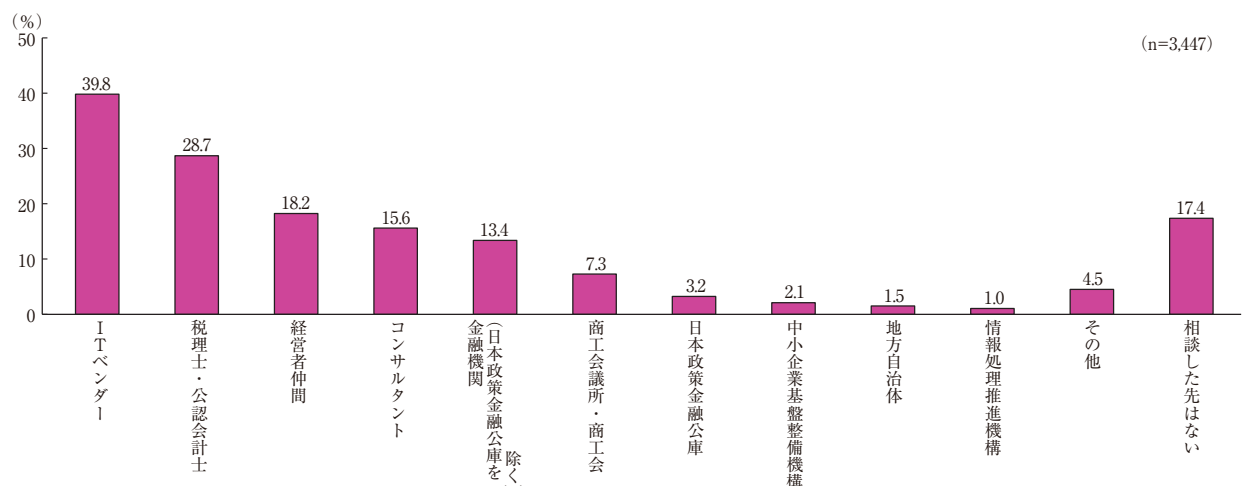
- (注) 1 現在のデジタル化の取り組み方針について、「かなり積極的に取り組んでいる」「積極的に取り組んでいる」「どちらでもない」「あまり取り組んでいない」と回答した企業に尋ねたもの(図-4～7も同じ)。
2 それぞれのデジタルツールについて、「導入している」と回答した企業の割合を示したもの。

デジタルツールの相談はデジタルの専門業者に

デジタル化の相談相手は、「ITベンダー」(39.8%)が最も多くなっています(図-4)。業種別では、非製造業(35.9%)よりも製造業(46.2%)の方が多くなっています。

次に、「税理士・公認会計士」(28.7%)、「経営者仲間」(18.2%)と続きます。

図-4 デジタル化の相談相手(複数回答)

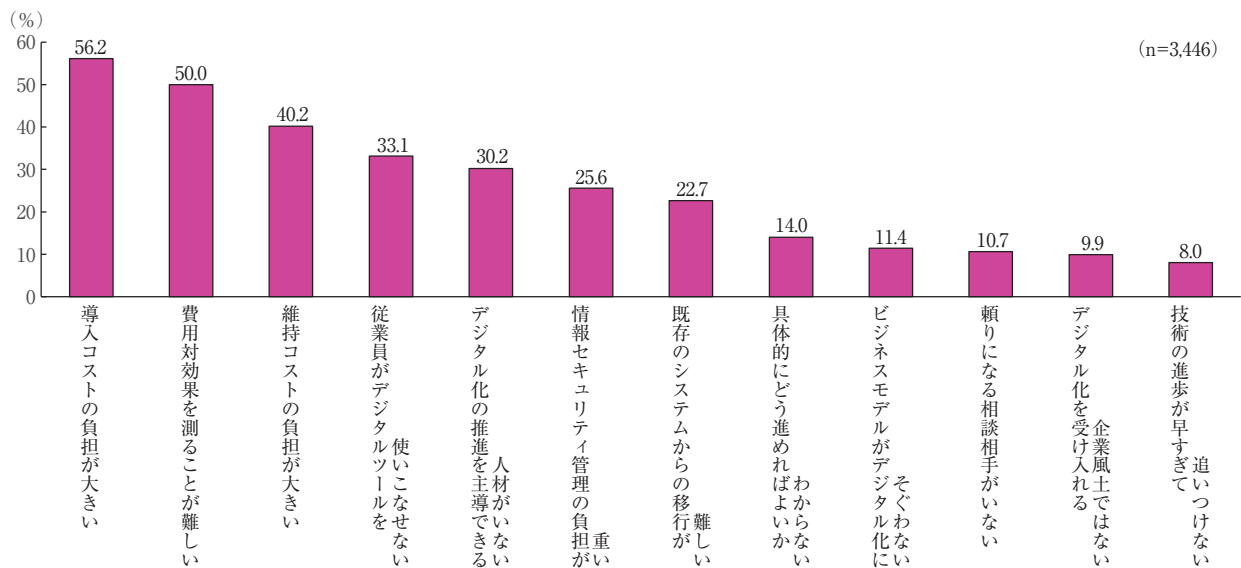


コストと人材の課題がデジタル化の進展を阻害する

デジタル化の課題をみると、「導入コストの負担が大きい」(56.2%)、「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%)とコストに関するものが上位を占めています(図-5)。「導入コストの負担が大きい」は、不動産業と水運業を除くすべての業種で半数を超えました。

次に多いのは、「従業員がデジタルツールを使いこなせない」(33.1%)です。「既存従業員のデジタルツールへの耐性が低く、うまく導入が進まない」(その他の有機化学工業製品製造業)との声にみられるように、従業員のデジタルリテラシーを高めることがデジタル化の第一歩といえるでしょう。

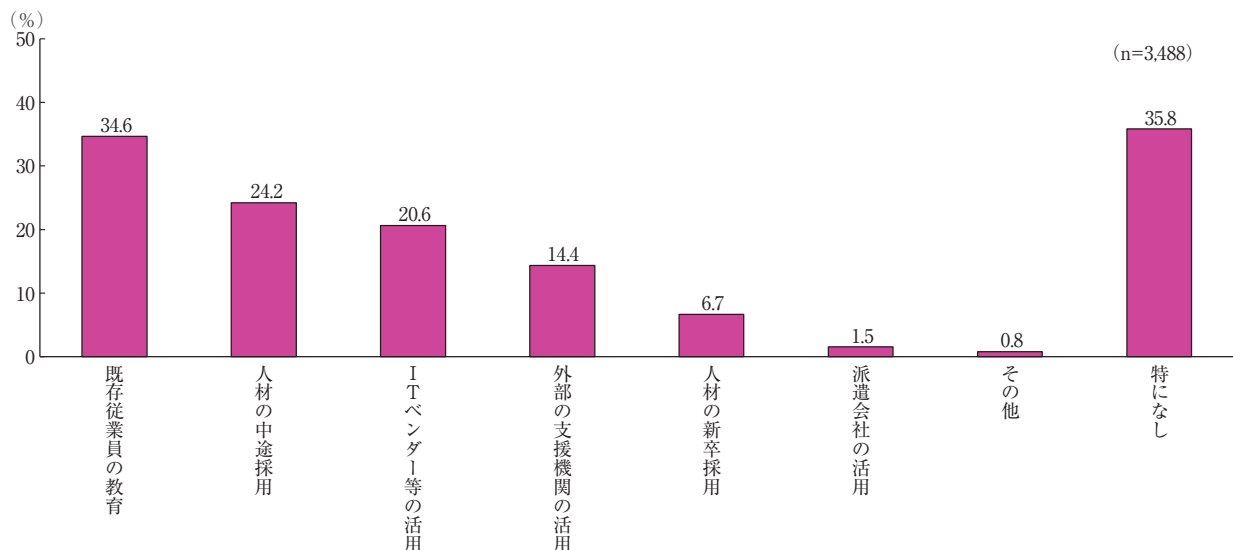
図-5 デジタル化の課題(複数回答)



従業員教育や中途採用で主導する人材を確保する

デジタル化を主導する人材を確保するための取り組みは、「特になし」(35.8%)を除くと、「既存従業員の教育」(34.6%)、「人材の中途採用」(24.2%)の順となりました(図-6)。新卒者の獲得よりも、社内や業界の事情に詳しい従業員の育成や、即戦力と見込まれる人材の中途採用を優先する傾向がみられます。

図-6 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)



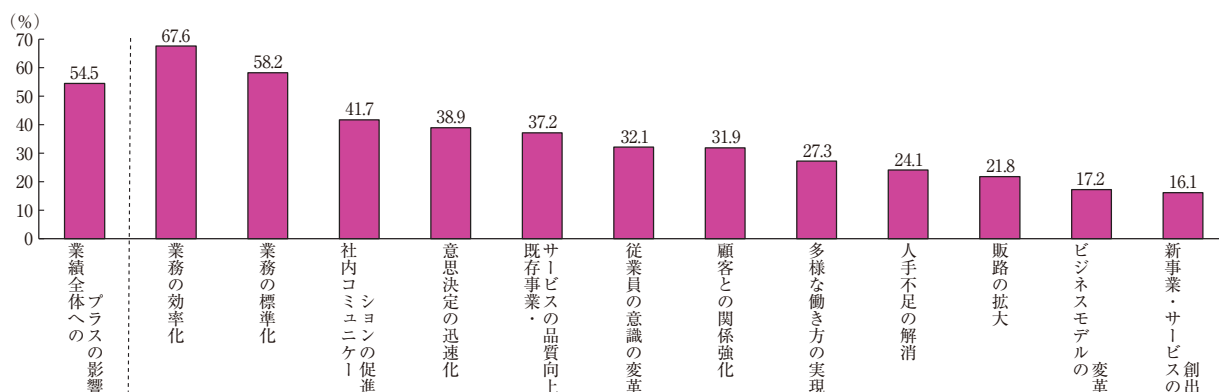
デジタル化の主な成果は、業務の効率化・標準化

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、54.5%の企業が「成果があがっている」と回答しました（図-7）。デジタル化によって業績をアップさせた中小企業は少なくありません。

具体的な成果をみると、「業務の効率化」（67.6%）や「業務の標準化」（58.2%）で「成果があがっている」と回答した企業が過半を占めています。生産性の向上を実感できた企業が比較的多くみられます。

他方、「ビジネスモデルの変革」は17.2%、「新事業・サービスの創出」は16.1%でした。デジタル化による業界や地域社会の変革を指摘する声も届いており、中小企業におけるDXの芽生えがうかがえます。

図-7 デジタルツールの導入による具体的な成果



(注) それぞれの成果について、「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」「期待どおりの成果はあがっていない」「わからない」のなかから一つ選んでもらい、「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」と回答した企業の割合の合計を示したものの。

デジタル化の盛り上がり

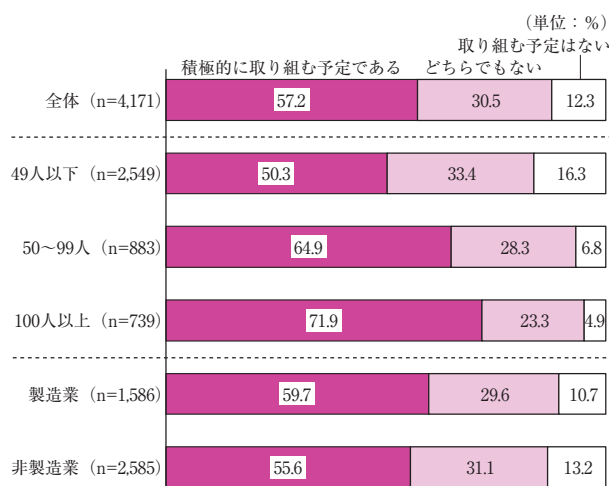
今後5年間のデジタル化への取り組み方針をみると、「積極的に取り組む予定である」は57.2%でした（図-8）。前掲図-2で示した「積極的に取り組んでいる」（47.6%）を10ポイント近く上回っています。

従業者規模別にみると、「積極的に取り組む予定である」は、規模が小さいほど割合が低くなっているものの、49人以下の企業でも過半を占めています。また、業種別にみると、製造業、非製造業ともに5割を超えています。総じて小企業のデジタル化への機運は高まっているといえるでしょう。

デジタル化は、人手不足を補うための生産性の向上、多様な働き方への適応など中小企業が直面している課題の解決策になり得ます。アナログの良さも残しつつ、補助金なども活用してデジタル化を積極的に進めていくべきでしょう。

（白石 健人）

図-8 今後5年間のデジタル化への取り組み方針



(注) 「積極的に取り組む予定である」は、「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」の合計。「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。



調査結果の詳細は下記サイトでお読みいただけます。
https://www.jfc.go.jp/n/findings/tyousa_sihanki.html
 発行：日本政策金融公庫 総合研究所