

特別企画：業績好調な中小企業の「DX」取り組み動向調査

業績好調な中小企業の過半数が DX を推進も、人材不足が深刻 ～ 経営層の積極的な関与も重要な要素に ～

DX（デジタルトランスフォーメーション）の必要性が叫ばれる一方、「世界デジタル競争力ランキング 2022」では対象 63 개국・地域中 29 位と過去最低の順位に沈むなど、日本のデジタル化は世界に大きく遅れを取っている。ビジネス分野では大企業の取り組み事例が増えつつあるが、今後は雇用の約 7 割を占める中小企業の DX 推進が課題となる。

そこで帝国データバンクでは、中小企業に限定して DX への取り組み状況を調査した。実際に取り組んでいる事例を把握するために、調査対象は、取り組みが相対的に進んでいると推測される業績好調企業（2 期連続増収増益）とした。

「DX への取り組みに関するアンケート調査」

【調査方法】 郵送調査（期間：2022 年 11 月 15 日～11 月 29 日）

【調査対象】 帝国データバンク企業概要データベース「COSMOS2」収録企業のうち、以下に該当する企業の売上高上位 4,992 社

業 績：2 期連続増収・増益

規 模：中小企業基本法に定める「中小企業」

法人格：株式会社、有限会社、合同会社

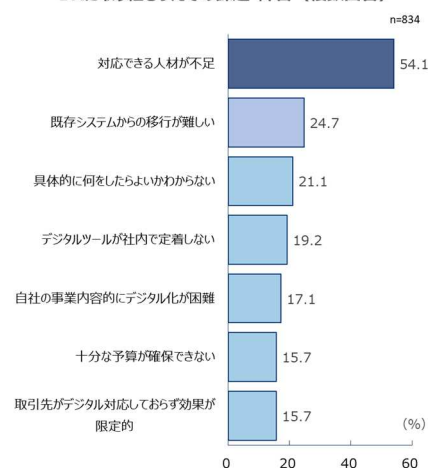
【分析対象】 834 社（回答率：16.7%）



調査結果（要旨）

- 回答を得られた 2 期連続増収増益の中小企業のうち、DX に「取り組んでいる」企業の割合は 52.3%。うち「成果が出ている」企業は 21.6% だった。DX の必要性は、9 割近くの企業が認識している。
- 成果が出ている取り組みは「業務効率化・生産性向上」（22.0%）が最多。DX が最終的に目指す「ビジネスモデル変革」について「成果が出ている」と回答した企業は、4.4%にとどまる。
- DX 推進の障害では「対応できる人材が不足」（54.1%）、「既存システムからの移行が難しい」（24.7%）、「具体的に何をしたらよいかわからない」（21.1%）がトップ 3。
- DX が成果につながるためには、「適切な人材の存在」（35.8%）以外に、「経営層の DX に関する知見や熱意」（35.1%）、「適切な DX 戦略の策定」（32.8%）も重要と考える企業が多い。
- 有効活用しているデジタルツールとしては、コミュニケーションや間接業務に関連するものが多かった。一方、製造現場や直接部門のデジタル化は途上にある。「IoT システム」、「BI（ビジネス・インテリジェンス）ツール」、「AI（人工知能）」を有効活用している企業も少数にとどまった。

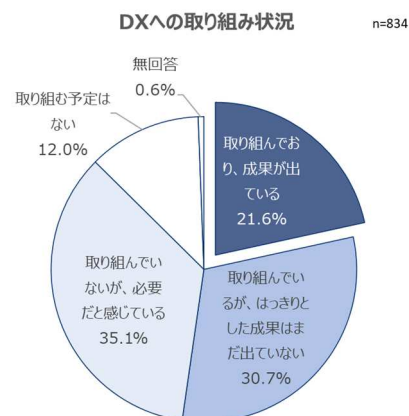
DXに取り組むうえでの課題・障害（複数回答）



1. DX への取り組み状況 ～9 割近くが必要性を認識～

本調査に回答した 2 期連続増収増益の中小企業 834 社のうち、DX に「取り組んでおり、成果が出ている」という企業は 21.6%であった。「取り組んでいるが、はっきりとした成果はまだ出ていない」という企業は 30.7%。合わせて 52.3%と約半数の企業が、何らかの形で DX に取り組んでいる結果となった。

「取り組む予定はない」企業は 12.0%にとどまり、9 割近くの企業が DX の必要性を認識している結果となった。

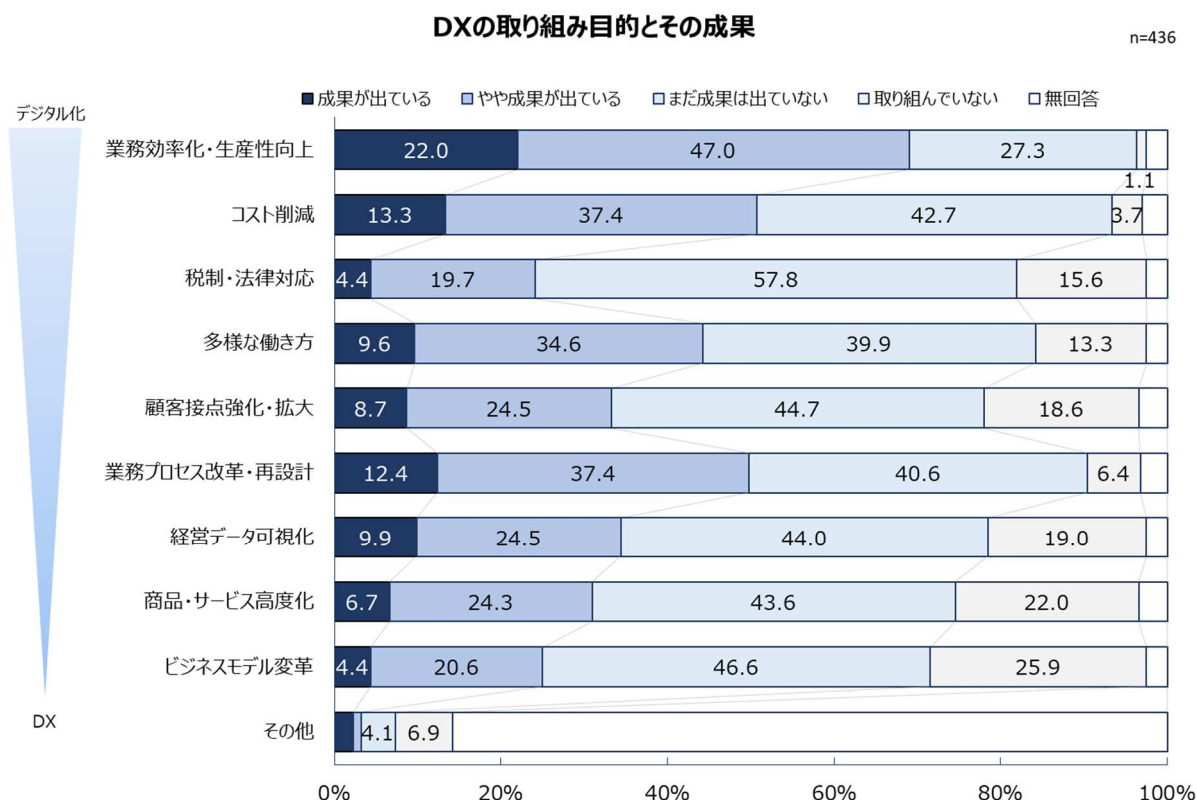


2. DX への取り組み目的とその成果 ～業務効率化・生産性向上が先行～

DX に取り組んでいる企業 436 社において、もっとも成果が出ているのは「業務効率化・生産性向上」で、「成果が出ている」(22.0%)と「やや成果が出ている」(47.0%)を合わせた割合は 69.0%に達した。

次いで多かったのは「コスト削減」で、「成果が出ている」(13.3%)、「やや成果が出ている」(37.4%)を合わせた割合は 50.7%であった。現時点では、業務の一部をデジタル化し効率化を実現する「デジタイゼーション」が取り組みの中心になっている。

3 番目に多かったのは「業務プロセス改革・再設計」で、「成果が出ている」(12.4%)、「やや成果が出ている」(37.4%)を合わせた割合は 49.8%であった。DX が目指すところである「ビジネスモデル変革」については「成果が出ている」企業の割合は 4.4%と低いが、「やや成果が出ている」企業は 20.6%となった。



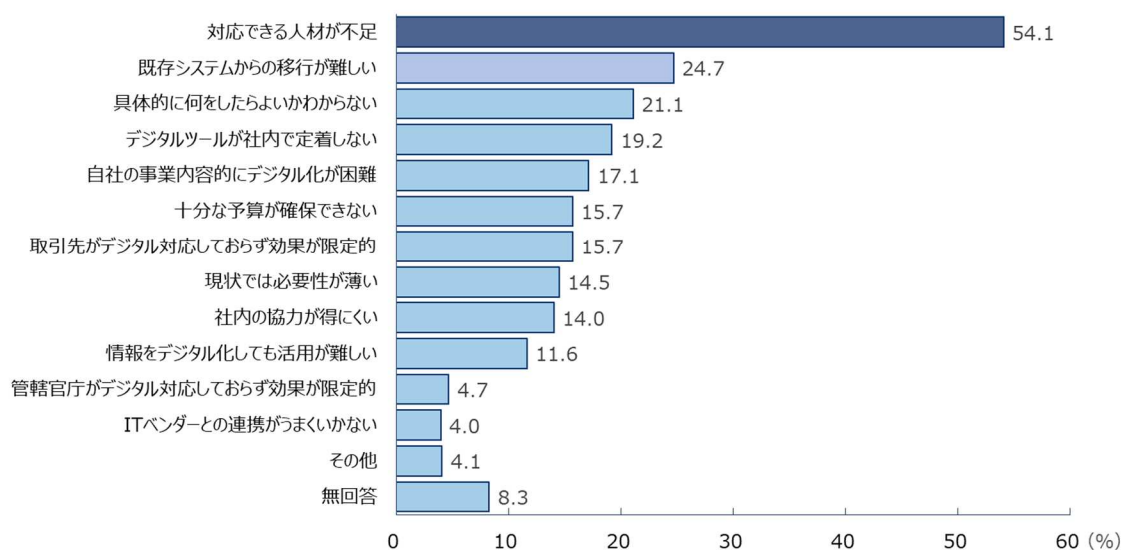
3. DX 推進の課題・障害 ～人材不足が過半数を占める～

DX への取り組み有無に関わらず、DX を推進するうえでの課題・障害となることとしては、「対応できる人材が不足」(54.1%)の割合が最も高かった。次いで「既存システムからの移行が難しい」(24.7%)の割合が高い。DX 人材の不足とレガシー(技術基盤が古い)システム問題、とりわけ前者が、中小企業 DX の大きな阻害要因となっている。

必要性を感じながらも DX に取り組めていない企業を中心に、「具体的に何をしたらよいかわからない」(21.1%)という回答も約 2 割を占めた。

DXに取り組むうえでの課題・障害(複数回答)

n=834



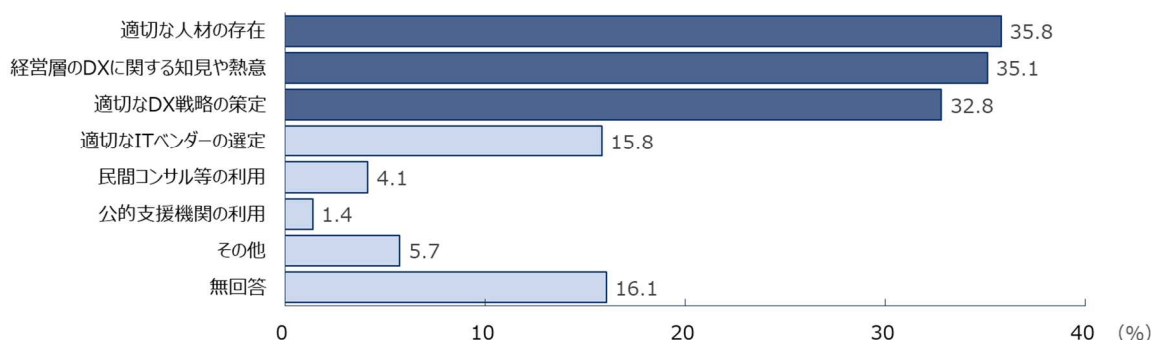
4. DX が成果を上げるために重要だと考える要素 ～人材確保と経営陣の姿勢がカギ～

DX が成果を上げるために重要だと考える要素として、もっとも多数を占めたのは、「適切な人材の存在」(35.8%)であった。

一方で、「経営層の DX に関する知見や熱意」(35.1%)や「適切な DX 戦略の策定」(32.8%)を挙げる企業も、同程度の割合を占めた。DX は「デジタル技術を活用した事業の変革」であるため、**経営者の理解・関与のもとで企業戦略として実行されることが重要**となっている。

DXが成果を上げるために重要だと考える要素(複数回答)

n=436



5. デジタルツールの導入・活用状況 ～AIを有効活用している企業は3.2%にとどまる～

デジタルツールのうち、「オンラインミーティングツール」、「グループウェア・チャット」といったコミュニケーションツールは、コロナ禍により非接触・遠隔コミュニケーションの必要性が高まったこともあり、それぞれ81.7%、67.7%の企業が有効活用している。

間接部門のデジタル化は比較的早期に進んだことから、「会計システム」(67.7%)、「労務管理・給与計算」(60.3%)も、有効活用している企業の割合が高い。しかし、「受発注システム」(39.2%)、「電子決済・稟議」(37.8%)の活用にはやや遅れが見られる。

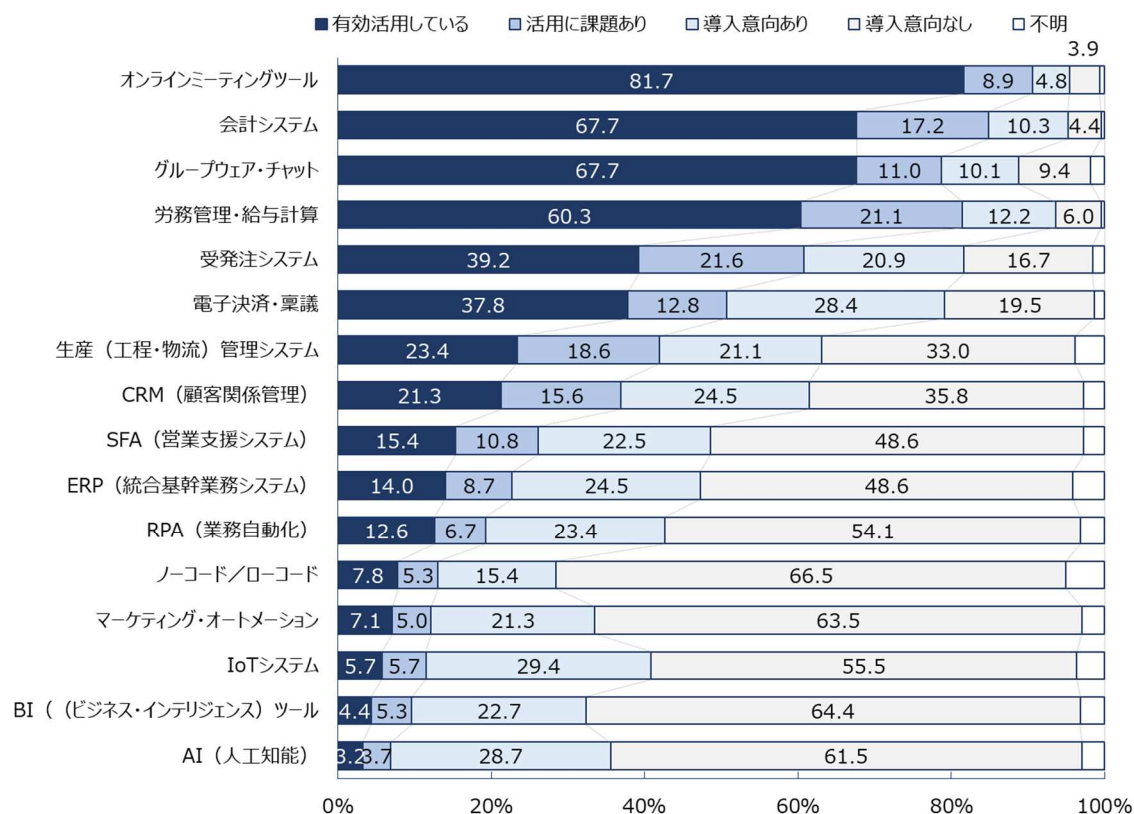
受発注業務ではサプライチェーン内でEDI(電子データ交換)などを活用している企業がある一方、FAXやメール添付ファイルで受発注書をやり取りしている企業もまだ多い。電子決済・稟議も「ハンコ文化」を覆すには至っておらず、日本特有の取引慣行がデジタル化の足かせとなっている。

また、間接部門に比べて、現場作業や営業など直接部門のデジタル化はあまり進んでいない。「有効活用している」と回答した企業の割合は、「生産(工程・物流)管理システム」が23.4%、「CRM(顧客関係管理)」が21.3%、「SFA(営業支援システム)」が15.4%、「マーケティング・オートメーション」が7.1%となった。これらは導入企業に占める「活用に課題あり」の企業の割合も他に比べて高く、活用に苦戦する企業の様子がうかがえる。

そして、DXにおいて重要な役割を担う「IoTシステム」、「BI(ビジネス・インテリジェンス)ツール」、「AI(人工知能)」を有効活用できている企業は、それぞれ5.7%、4.4%、3.2%にとどまった。

デジタルツールの導入・活用状況

n=436



6. まとめ

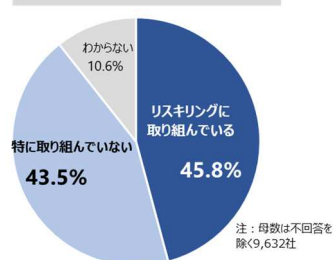
中小企業のなかでも業績が好調な企業に絞って調査を行った結果、**9割近く**の中小企業がDXを「必要」と認識しているものの、**実際にDXの成果が出ている企業は約2割**にとどまった。

もっとも大きな障害となっているのは、DXを推進できる人材の不足であった。国全体でデジタル人材が不足するなか、多くの企業にとって、そうした人材を外部から獲得することは困難になりつつある。「リスキリング（産業構造変化に対する職業能力の再開発、再教育）」が注目されるなか、デジタル人材育成への支援策は今後ますます求められる。

デジタルツールは間接部門での導入が中心となっており、直接部門のデジタル化はあまり進んでいない。ネット経由で利用できる業務アプリケーションも増え、業務デジタル化のハードルは下がっているが、有効活用している中小企業はまだ少ない。BIツール、AIなどを有効活用している企業も少数にとどまる。

DXの成功要因としては「適切な人材の存在」と並び、「経営層のDXに関する知見や熱意」を挙げる企業が多かった。帝国データバンクの「リスキリングに関する企業の意識調査（2022年11月）」においても、従業員だけでなく経営層のリスキリングが重要視されていた。企業のDXは「デジタル技術を活用した事業の変革」であり、**経営者主導での推進が成功のカギ**となる。

中小企業のリスキリング取組状況



中小企業・リスキリング取組内容上位（複数回答）

新しいデジタルツールの学習	46.0%
経営層による新しいスキルの学習、把握	41.4%
従業員のデジタルスキルの把握、可視化	32.1%
経営層から従業員に学習が必要なスキルを伝達	30.8%
eラーニング、オンライン学習サービスの活用	25.4%
DX、デジタル化に関連した資格取得の推奨、支援	20.8%

注：母数はリスキリングに取り組んでいる企業5,503社

詳細はこちら



DXの必要性を感じながらも取り組めていない企業のなかには、「そもそも具体的に何をしたらよいかわからない」という企業も多かった。その一方で、小さな成功を積み重ねながら、自力でDXを成功させている中小企業もある。そのような企業の取り組みは、他の多くの中小企業にとっても「具体的な取り組みのイメージが湧き、小さな一歩を踏み出せる」好例の可能性はある。そうした成功事例を経営者に向けて発信していくことが、中小企業のDXを促進するうえで必要ではなかろうか。

帝国データバンクでは、上記アンケート結果の詳細を掲載した経営情報誌「TDB REPORT 179号 特集 中小企業のDX」を2022年12月に発刊いたしました。詳細はこちらよりご覧ください。⇒



株式会社帝国データバンク 情報統括部長 かみにし ともひろ 上西 伴浩

【問い合わせ先】 はしぐちかずひこ 橋口和彦 (kazuhiko.hashiguchi@mail.tdb.co.jp)
ふじもとなおひろ 藤本直弘 (naohiro.fujimoto@mail.tdb.co.jp)
 03-5919-9343 (直通)
 情報統括部：tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

＜参考資料＞回答企業の属性

従業員数	社数	構成比 (%)
5人未満	21	2.5
5～9人	53	6.4
10～29人	239	28.7
30～49人	167	20.0
50～99人	197	23.6
100～299人	129	15.5
300人以上	28	3.4
無回答	0	0.0
全体	834	100.0

年商	社数	構成比 (%)
1億円未満	0	0.0
1億～10億円未満	214	25.7
10億～50億円未満	470	56.4
50億～100億円未満	82	9.8
100億～500億円未満	65	7.8
500億～1,000億円未満	3	0.4
1,000億円以上	0	0.0
無回答	0	0.0
全体	834	100.0

業歴	社数	構成比 (%)
10年未満	36	4.3
10～19年	91	10.9
20～29年	110	13.2
30～39年	104	12.5
40～49年	126	15.1
50年以上	367	44.0
無回答	0	0.0
全体	834	100.0

代表者年代	社数	構成比 (%)
40歳未満	21	2.5
40～44歳	48	5.8
45～49歳	107	12.8
50～54歳	99	11.9
55～59歳	133	15.9
60～64歳	124	14.9
65歳以上	224	26.9
無回答	78	9.4
全体	834	100.0

業種	社数	構成比 (%)
農・林・水産	6	0.7
金融	3	0.4
建設	194	23.3
不動産	32	3.8
製造	163	19.5
卸売	206	24.7
小売	42	5.0
運輸	39	4.7
サービス	149	17.9
その他	0	0.0
無回答	0	0.0
全体	834	100.0

地域	社数	構成比 (%)
北海道	41	4.9
東北	59	7.1
関東	208	24.9
甲信越・北陸	87	10.4
東海	93	11.2
近畿	155	18.6
中国	59	7.1
四国	27	3.2
九州・沖縄	105	12.6
無回答	0	0.0
全体	834	100.0