

挑みつづける、変わらぬ意志で。



詳細版

中小企業のデジタルシフト・DX実態調査 集計結果

2025年1月10日

中小企業のデジタルシフト・DX推進委員会

0. 調査概要
1. デジタルシフトの状況
2. デジタルツール・サービスの導入・活用状況
3. デジタルシフトの効果
4. デジタルシフトの課題
5. デジタルシフトの目的
6. デジタル人材について
7. 外部人材・リソースの活用状況
8. デジタルシフトに関わる予算について
9. サイバーセキュリティ対策について
10. 求める支援策
11. 企業の声（具体的な取り組み、課題）

- **約8割の企業がITを「導入」している。**
- ITを「活用」している企業は約5割。特に**差別化や競争力強化などより積極的に活用している企業（レベル4）**が前回調査（2023年7月）と比べて**2.2ポイント増加**。
- デジタルシフトが進んでいるのは、
 - **従業員数が多い** ● **利益が増加傾向にある** ● **社歴が浅い**
 - **従業員の平均年齢が若い** ● **経営者の年齢が若い** 企業。
- デジタルシフトを進めた結果、**77.9%の企業が成果が出ている**と回答。
- **「業務効率化」**（コスト削減、時間短縮、ミス防止等）を挙げる企業が最多。**「人手不足解消」**を挙げる企業も約2割にのぼる。
- デジタルシフトを進める上での**課題**として**「コスト負担」**を挙げる企業が最多。前回調査から順位を上げ（3→1位）、全体的な経営コストの高止まりを背景にコスト負担を懸念する企業が増加したと考えられる。

0. 調査概要

調査の目的

あらゆる業種で人手不足が深刻化する中、中小企業が持続的な成長を実現するためには生産性向上に向けた取り組みが重要であり、デジタルシフトによる業務効率化・省力化、デジタル技術を活用した新事業・サービスの創出の必要性が高まっている。本調査は、中小企業のデジタルシフト・DX推進を目的に、状況や課題を把握・分析し中小企業の実態に即した支援策を検討する目的で実施したもの。

調査期間

2024年10月15日～11月15日

回答数

1,218社（回答率12.2%）

調査対象

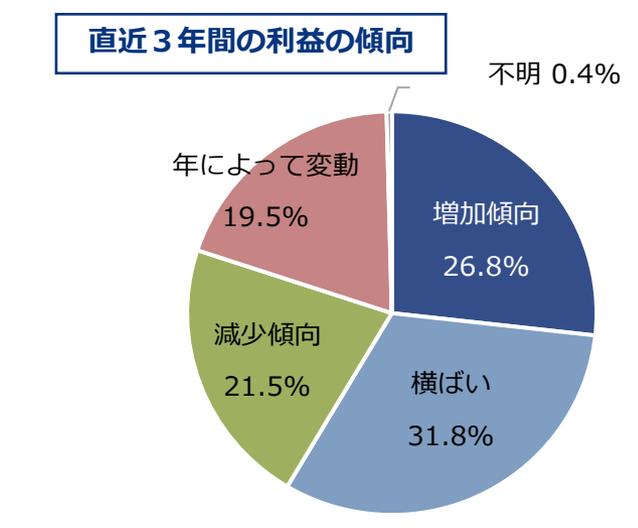
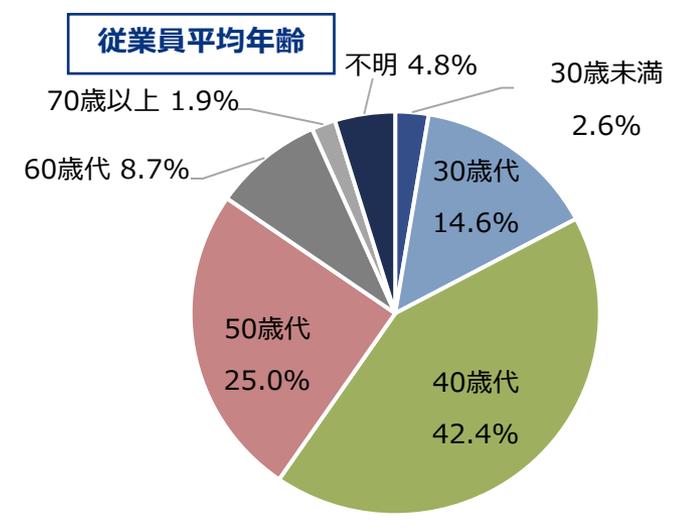
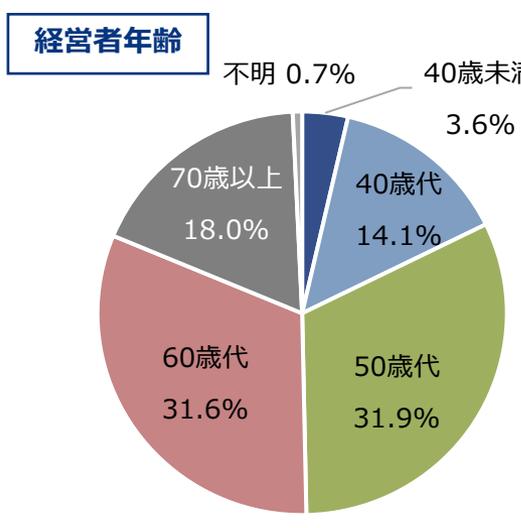
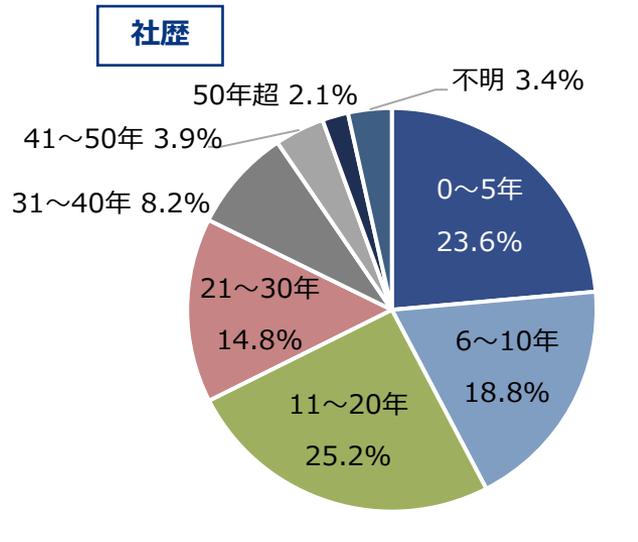
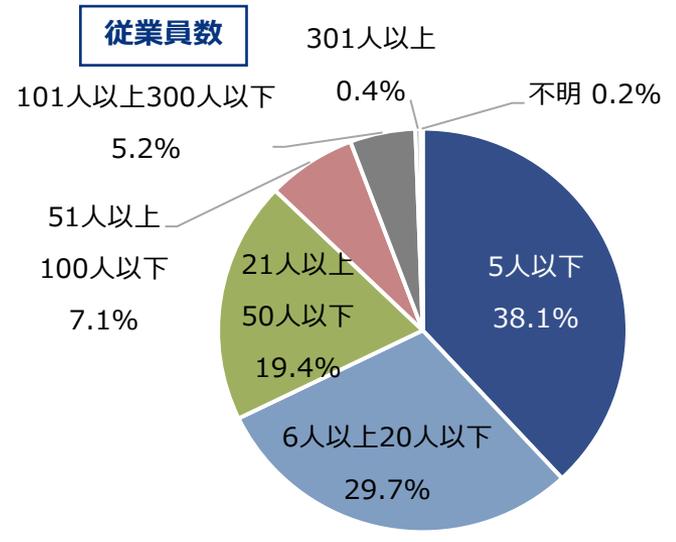
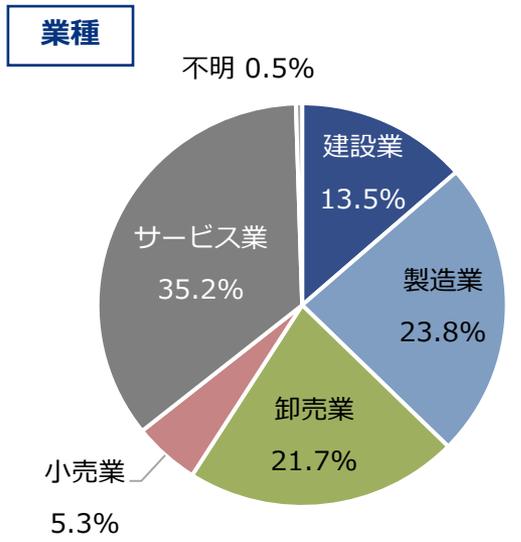
主に東京23区内の中小企業 10,000社

調査方法

郵送・メールによる調査票送付、
郵送・Webフォームによる回答

- ※特段の記載がない限り、グラフ内の数値はパーセンテージ（%）を指す。
- ※構成比は端数処理（小数点以下第2位を四捨五入）しており、合計値が100.0とならない場合がある。
- ※過去調査との比較について：
 - 前回調査（中小企業のデジタルシフト・DX実態調査、2023年7月、回答数1,336社）
 - 前々回調査（IT活用実態調査、2021年2月、回答数1,259社）

0. 調査概要（回答企業の属性 <n=1,218>）

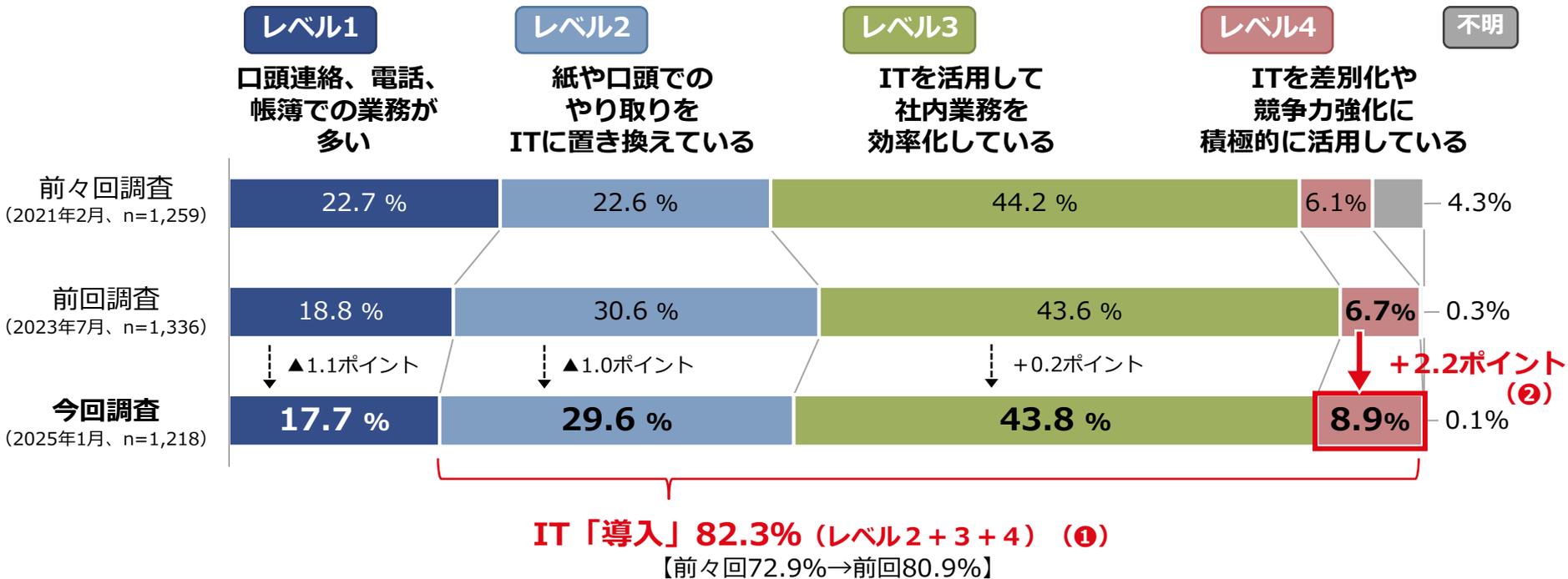


1. デジタルシフトの状況（導入・活用レベル）

- 「紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている」（=レベル2）、「ITを活用して社内業務を効率化している」（=レベル3）、「ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している」（=レベル4）を足し合わせた、いわゆるITを「導入」している企業は**82.3%^①**となった。
- ITを「活用」している企業（レベル3・4）は計52.7%と、前回調査から2.4ポイント増加。内訳として、**より積極的な活用に取り組む企業（レベル4）が2.2ポイント増加^②**した。
- 国・東京都による支援策の充実に加え、支援機関向け施策^{*}の展開、デジタルツール・サービス提供事業者（ITベンダー）の中小企業マーケットへの関心の高まり等を背景に、積極的なデジタルシフト・DXに取り組む企業が増えたものと考えられる。

※経済産業省「DX支援ガイダンス」（2024年3月）

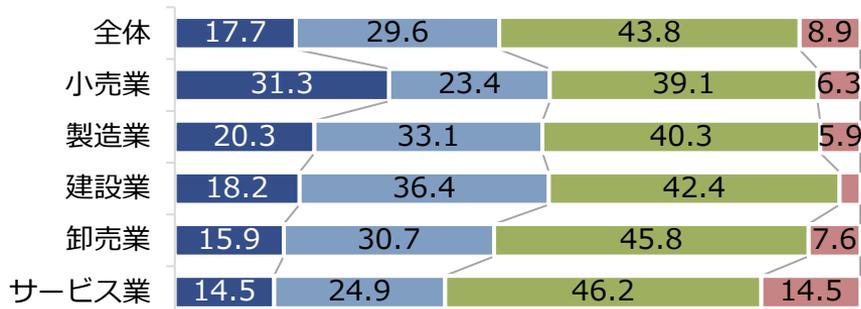
【デジタルシフトの状況（導入・活用レベル）】



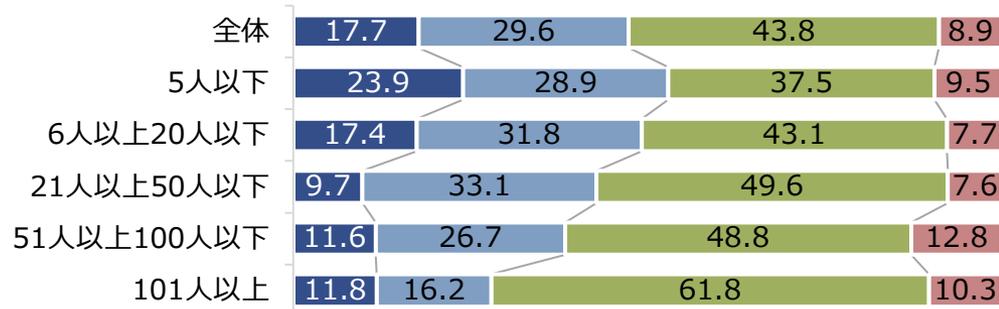
1. デジタルシフトの状況（導入・活用レベル×企業属性別）

- **サービス業がレベル3・4ともに最多**となり、デジタルシフトが進んでいる企業の割合が高くなった。一方、**小売業は「口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い」（＝レベル1）企業が3割を超え**、デジタルシフトが進んでいない状況がうかがえる。
- **従業員数が多い**ほどデジタルシフトが進んでいる傾向がみられる。
- **利益が増加傾向にある**企業ほどデジタルシフトが進んでいる傾向にあり、利益の増減とデジタルシフトの状況に相関がみられる。

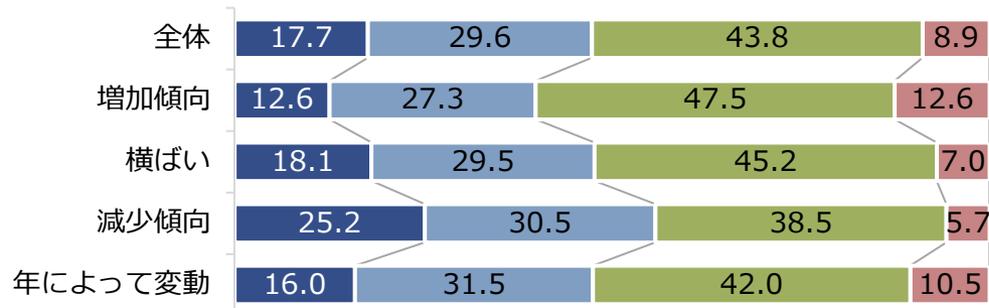
【業種別】 (n=1,217 ※不明除く)



【従業員規模別】 (n=1,217 ※不明除く)



【直近3年間の利益の傾向別】 (n=1,217 ※不明除く)

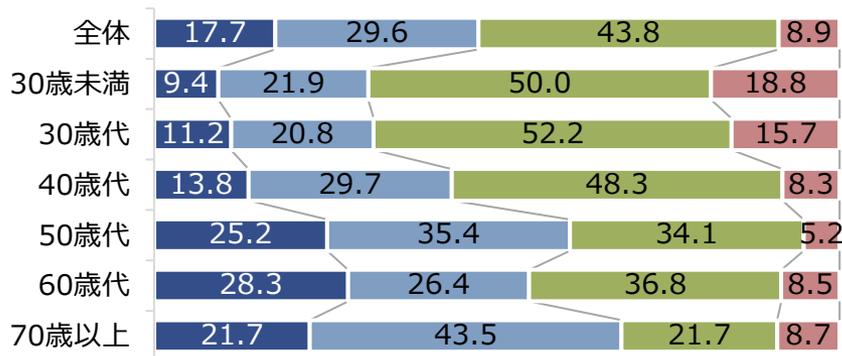


- レベル1：口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い
- レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
- レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
- レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

1. デジタルシフトの状況（導入・活用レベル×企業属性別）

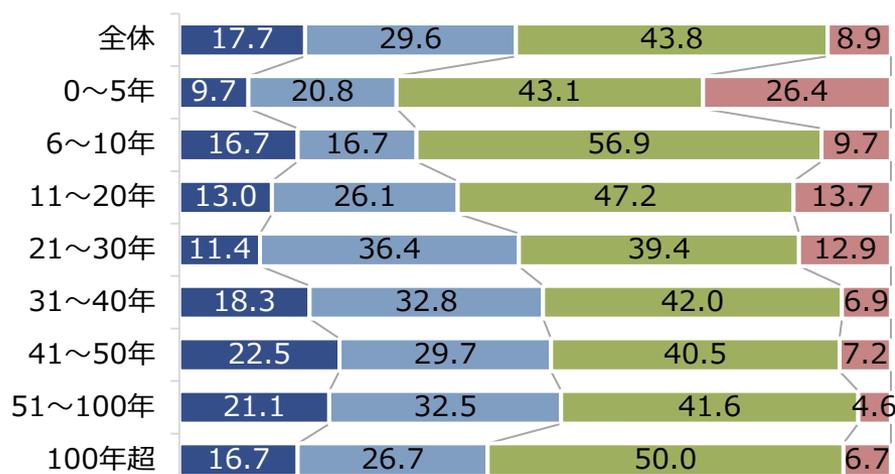
- **従業員の平均年齢が若い**企業ほどデジタルシフトが進んでいる傾向がみられる。
- **社歴が浅い**企業、また**経営者の年齢が若い**企業において、レベル4と回答した企業が全体平均と比較して多く、デジタルシフトの取り組みが進んでいる傾向がみられる。

【従業員の平均年齢別】 (n=1,217 ※不明除く)

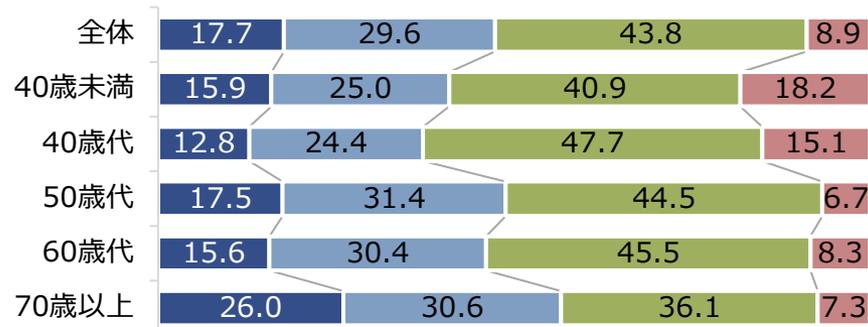


- レベル1：口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い
- レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
- レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
- レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

【社歴別】 (n=1,217 ※不明除く)



【経営者年齢別】 (n=1,217 ※不明除く)

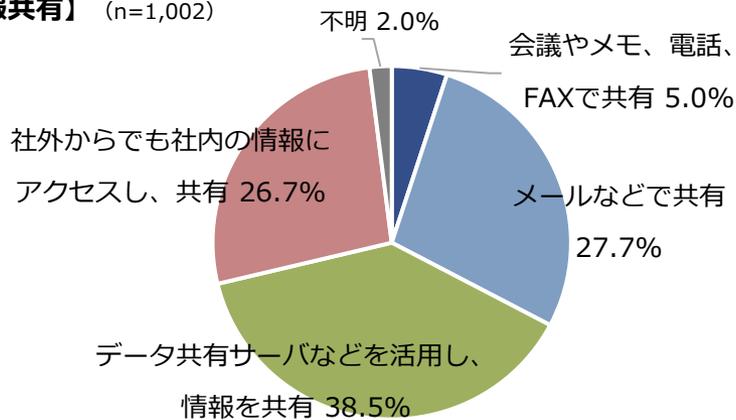


2. デジタルツール・サービスの導入・活用状況

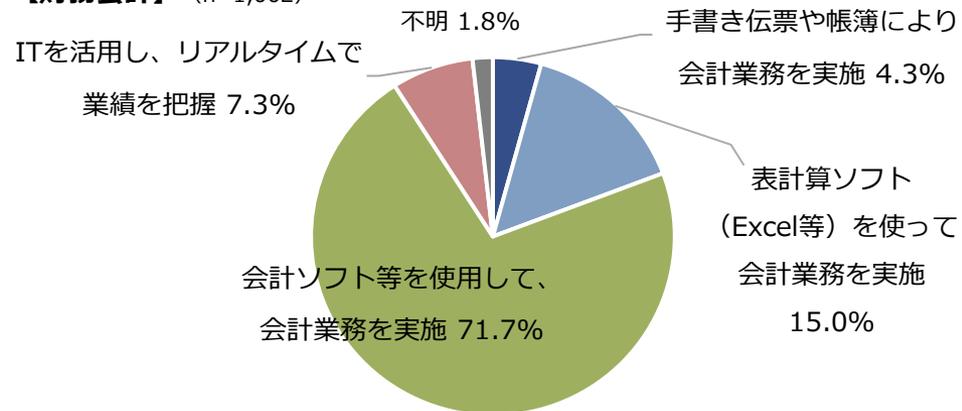
デジタルシフトの状況が「レベル1（口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い）」と回答した企業は集計に含んでいない

■ 各業務分野におけるデジタルツール・サービスの導入・活用状況について、情報共有や財務会計においては比較的活用が進む。一方で、受発注については「電話・FAXによる受発注」が2割を超えたほか、顧客管理においても「紙の顧客台帳」や「表計算ソフト（Excel等）」による管理が約4割と、ツール・サービス活用が進んでいない状況がうかがえる。

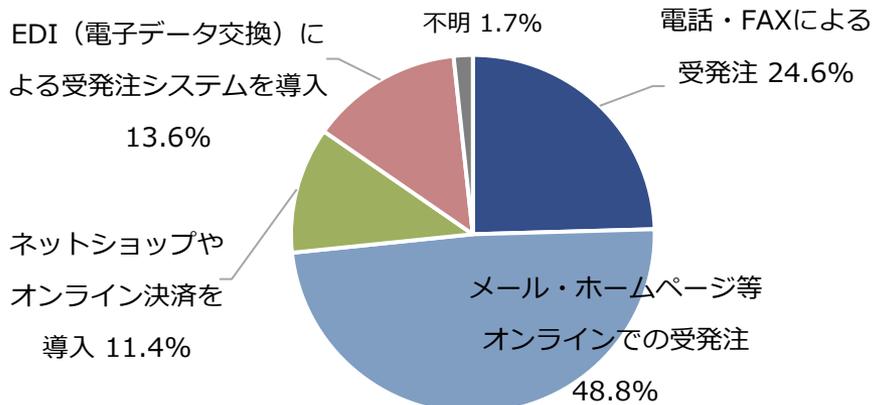
【情報共有】 (n=1,002)



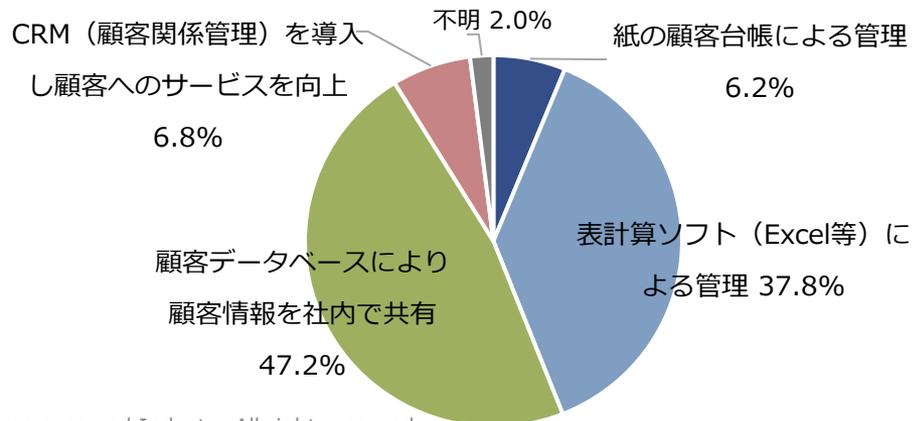
【財務会計】 (n=1,002)



【受発注】 (n=1,002)



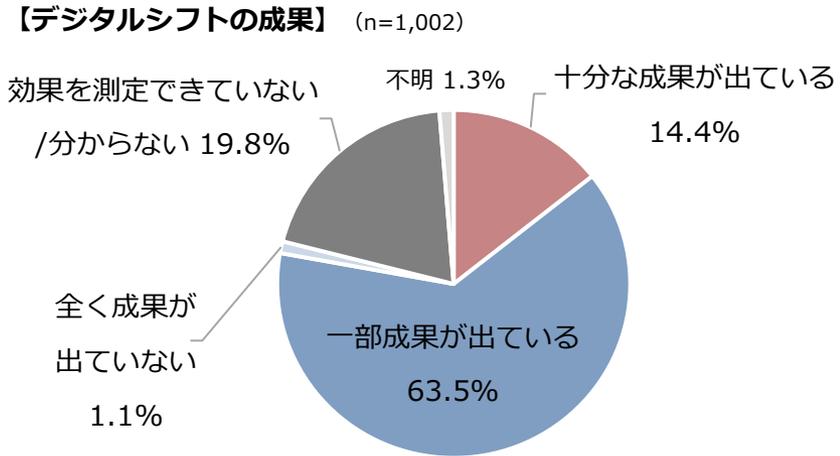
【顧客管理】 (n=1,002)



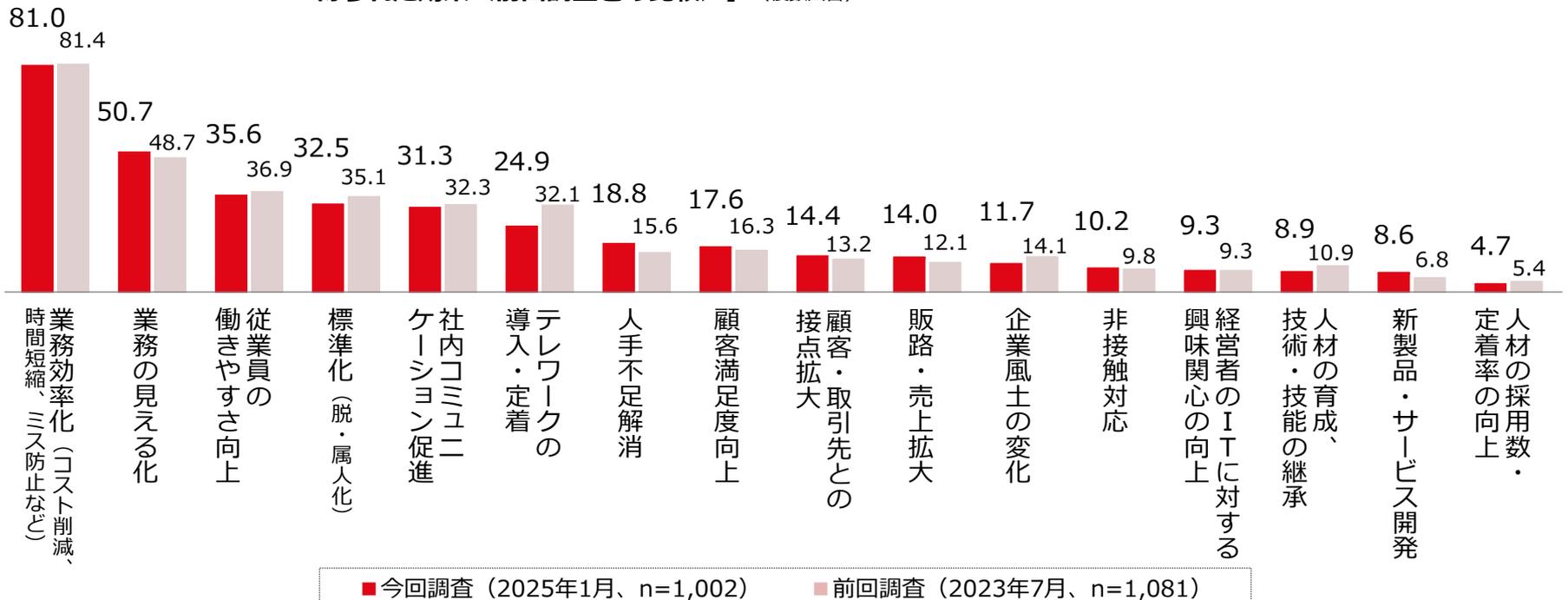
3. デジタルシフトの効果

デジタルシフトの状況が「レベル1（口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い）」と回答した企業は集計に含んでいない

- デジタルシフトへ取り組んだ結果、「十分な成果が出ている」「一部成果が出ている」を足し合わせた**77.9%の企業が成果が出ている**と回答。約2割の企業は効果の測定に課題を抱えている。
- デジタルシフトを進めることで得られた効果について、「**業務効率化（コスト削減、時間短縮、ミス防止など）**」を挙げる企業が最多となったほか、約2割の企業が「**人手不足解消**」の効果を挙げている。



【デジタルシフトを進めることによって得られた効果<前回調査との比較>】 (複数回答)

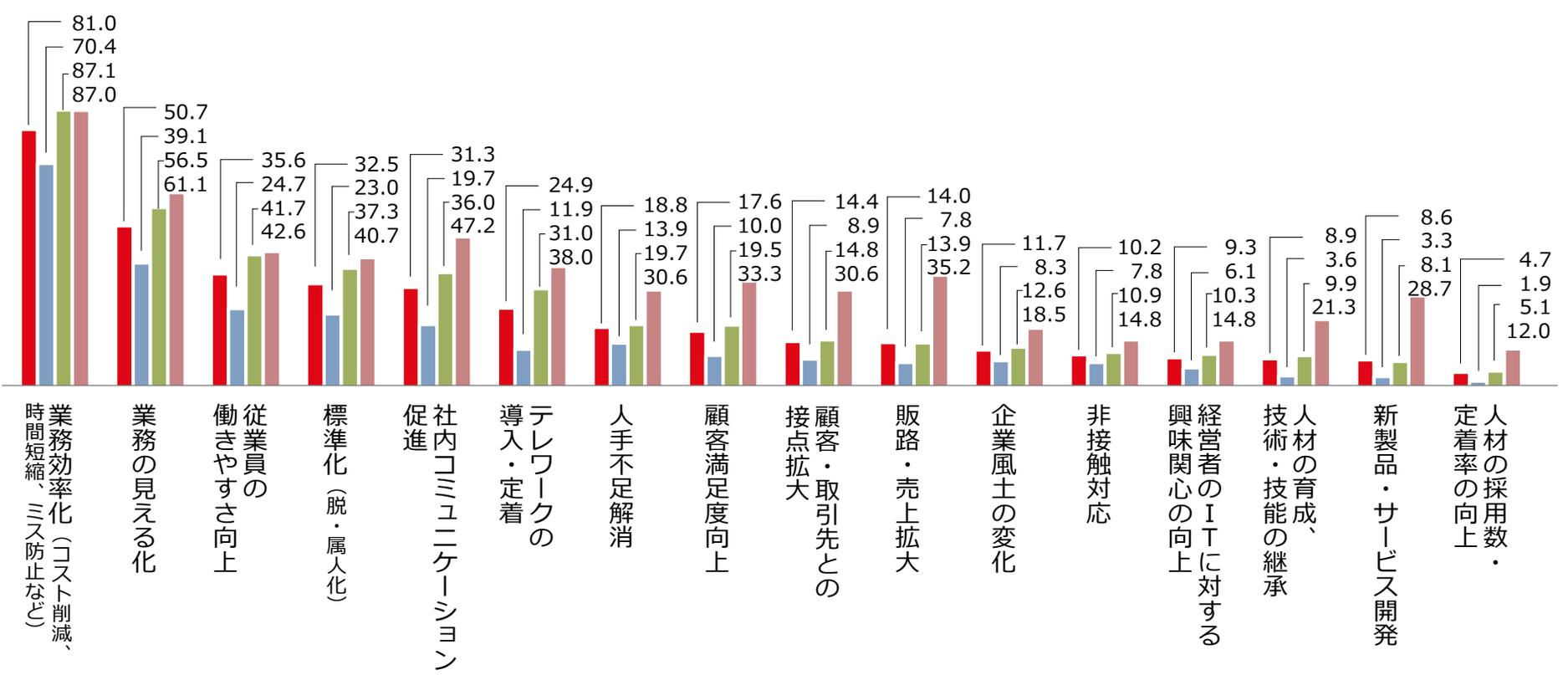


3. デジタルシフトの効果

デジタルシフトの状況が「レベル1（口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い）」と回答した企業は集計に含んでいない

■ デジタルシフトのレベルを問わず、「業務効率化（コスト削減、時間短縮、ミス防止など）」を挙げる企業が最多となった。多くの項目において、取り組みが進んでいる企業（レベル4）ほど多様な効果を実感していることが分かる。

【デジタルシフトを進めることによって得られた効果<レベル別>】 (n=1,002、複数回答)

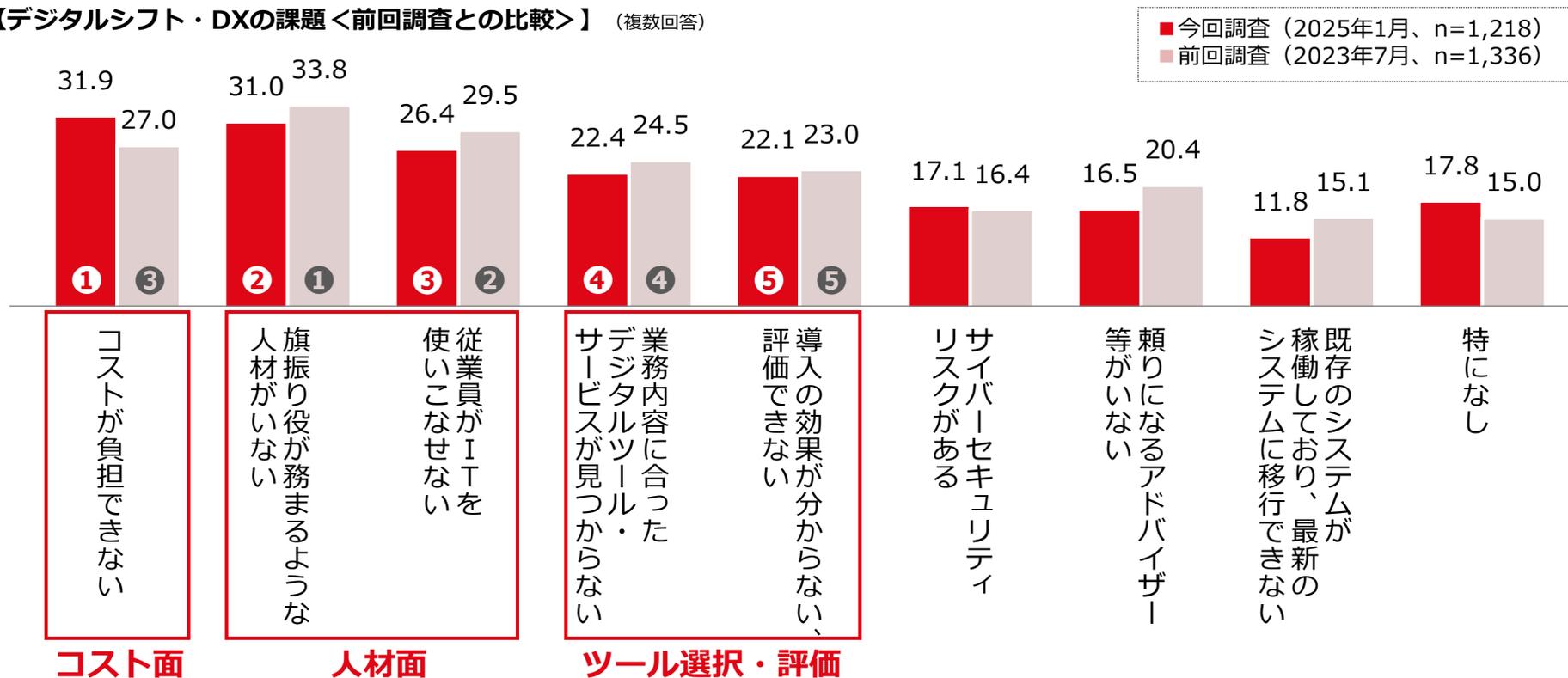


■ 全体
 ■ レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
 ■ レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
 ■ レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

4. デジタルシフトの課題

- 「コスト負担」を課題に挙げる企業が最多（31.9%）となった。次いで人材面に関する課題（「旗振り役が務まるような人材がない」31.0%、「従業員がITを使いこなせない」26.4%）、ツール選択・導入効果に関する課題（「業務内容に合ったデジタルツール・サービスが見つからない」22.4%、「導入の効果が分からない、評価できない」22.1%）が続く。
- 前回調査と比較し、上位3項目（コスト、人材、ツール選択・効果）は不変であるものの、**コスト負担が最上位となった（3→1位）**。全体的な経営コストの高止まりや、円安や人件費上昇等に伴うライセンス・サブスクリプション価格の上昇なども背景に、コスト負担を課題と捉える企業が増加傾向にあると考えられる。

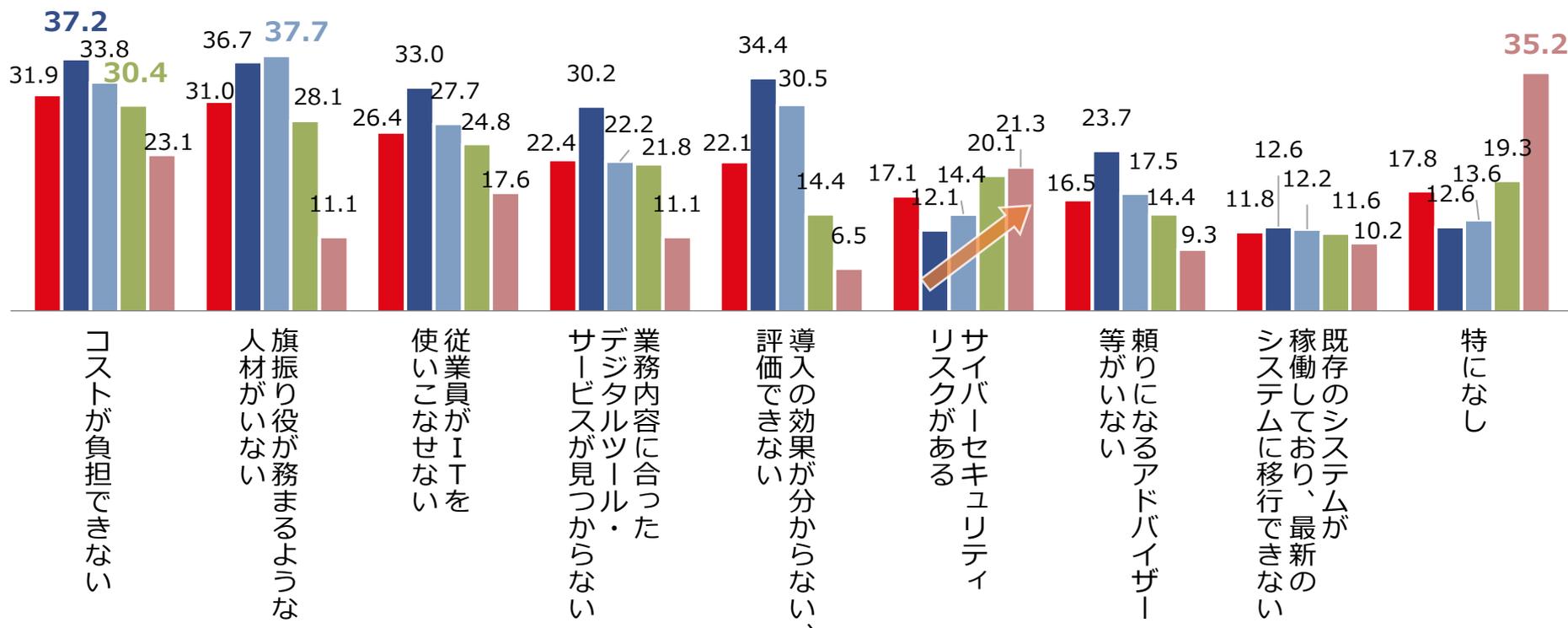
【デジタルシフト・DXの課題<前回調査との比較>】（複数回答）



4. デジタルシフトの課題

- デジタルシフトの課題をレベル別で見ると、レベル1・レベル3では「コストが負担できない」、レベル2では「旗振り役が務まるような人材がない」、レベル4では「(課題は) 特になし」が最多となった。
- デジタルシフトのレベルが上がるほどセキュリティリスクを認識する傾向がみられ、デジタルシフトとサイバーセキュリティ対策を両輪で捉える企業が多いことがうかがえる。

【デジタルシフト・DXの課題<レベル別>】 (n=1,218、複数回答)



■ 全体
 ■ レベル1：口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い
 ■ レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
■ レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
 ■ レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

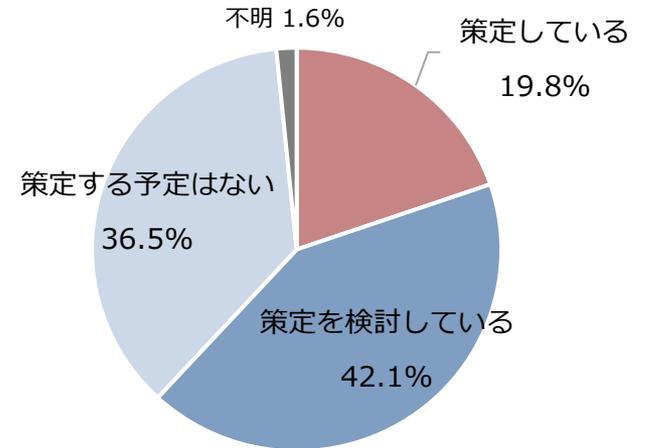
5. デジタルシフトの目的

本ページ以降、デジタルシフトの状況が「レベル1（口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い）」と回答した企業は集計に含んでいない

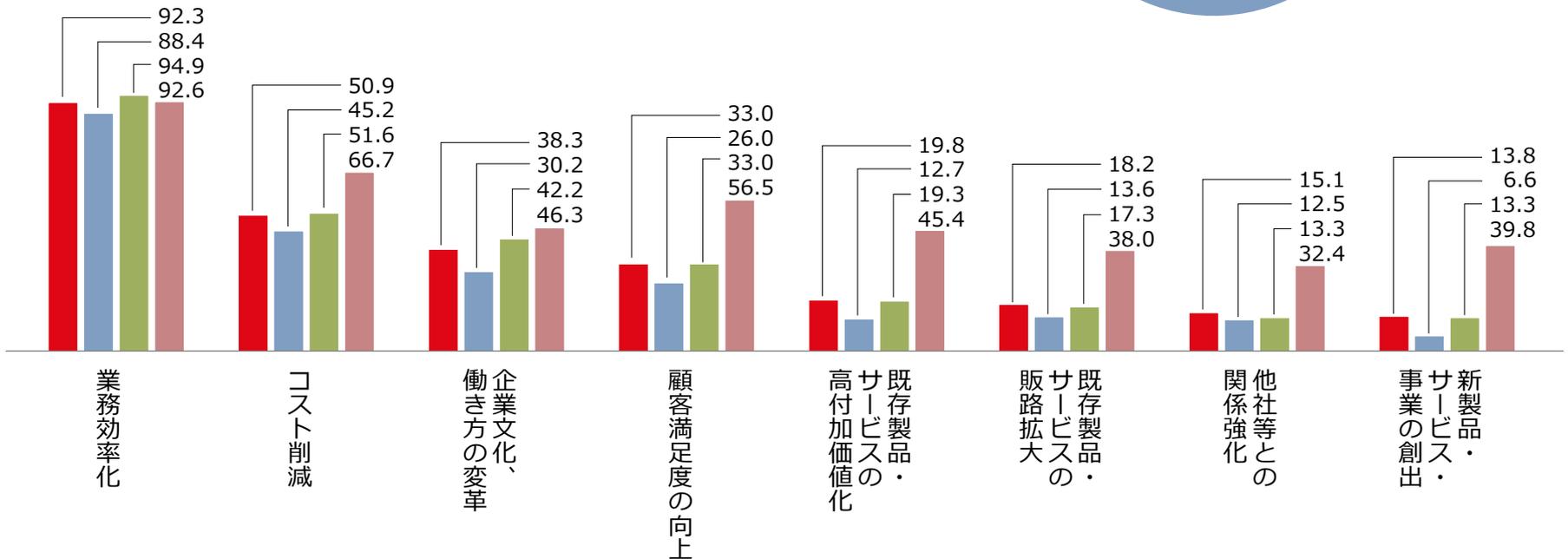
■ デジタルシフトに関する計画を「策定している」企業は19.8%、「策定を検討している」企業は42.1%となり、6割以上は計画を基にしたデジタルシフトを検討・着手している。

■ デジタルシフトの目的について、全体では「業務効率化」が最多で9割を超える。デジタルシフトが進んでいる企業（レベル4）では「コスト削減」「顧客満足度の向上」も上位に挙がり、多様な目的をもって取り組む様子が見えてくる。

【デジタルシフトに関する計画の策定状況】 (n=1,002)



【デジタルシフトの目的】 (n=1,002、複数回答)



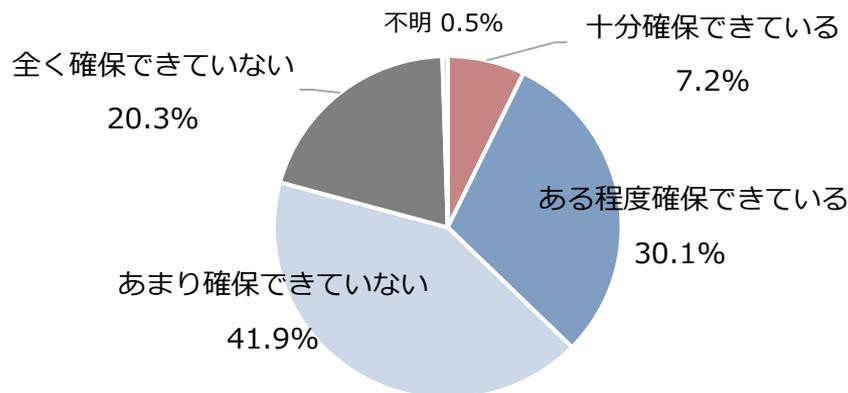
■ 全体
■ レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
■ レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
■ レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

6. デジタル人材について

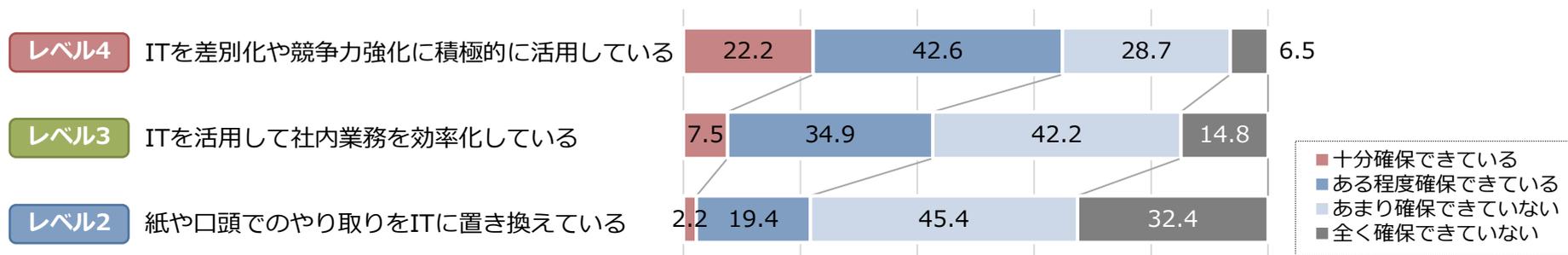
本調査における「デジタル人材」とは、「基本的なIT・デジタルに関する知識を備えつつ、自社の業務を把握しITベンダー等の外部リソースを活用しながら自社のデジタルシフト・DX推進を主導できる社内人材」を指す。

- 社内デジタル人材の確保状況について、「十分確保できている」企業は7.2%、「ある程度確保できている」は30.1%となり、6割を超える中小企業がデジタル人材の確保に苦慮している。
- デジタルシフトのレベル別にみると、活用レベルの高い企業ほど人材を確保できている企業の割合が高い傾向にある。

【デジタル人材の確保状況】 (n=1,002)



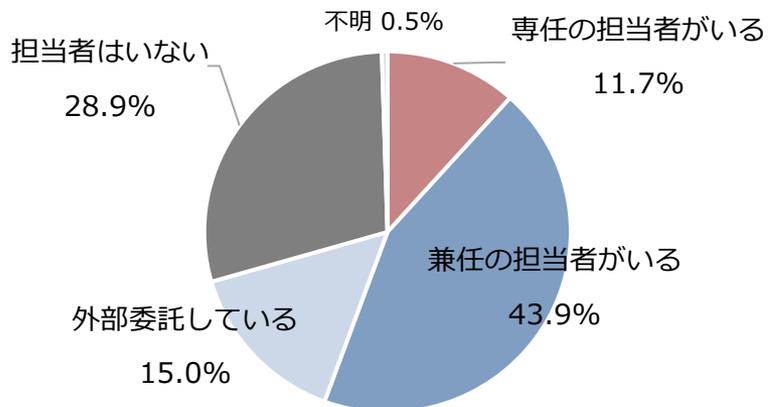
【導入・活用レベル×デジタル人材の確保状況】 (n=997 ※不明除く)



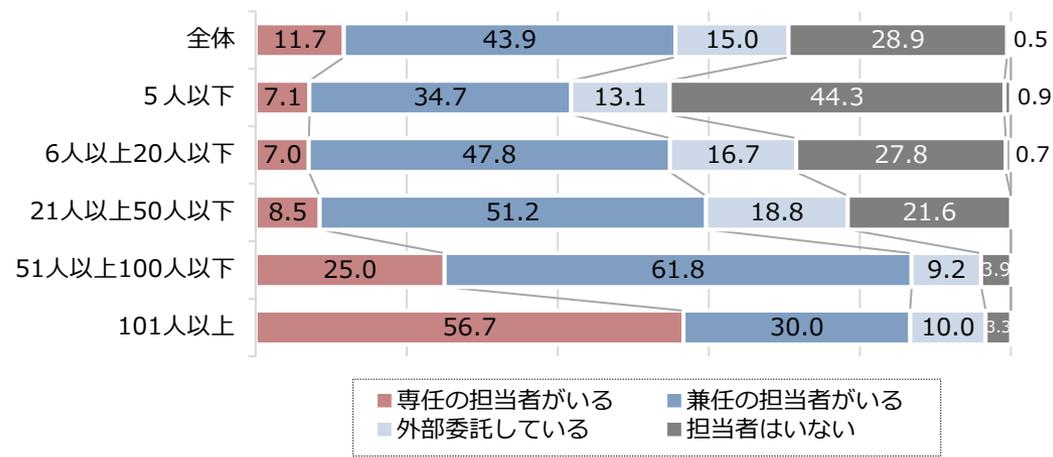
6. デジタル人材について

- 専任・兼任を合わせて、約5割の企業が社内に情報システム担当者を置いている。
- 従業員数が多いほど専任の情報システム担当者を設置している割合が高いほか、デジタルシフトのレベルが高い企業ほど、情報システム担当者を設置している企業の割合が高い傾向がみられる。

【情報システム担当者の設置状況】 (n=1,002)

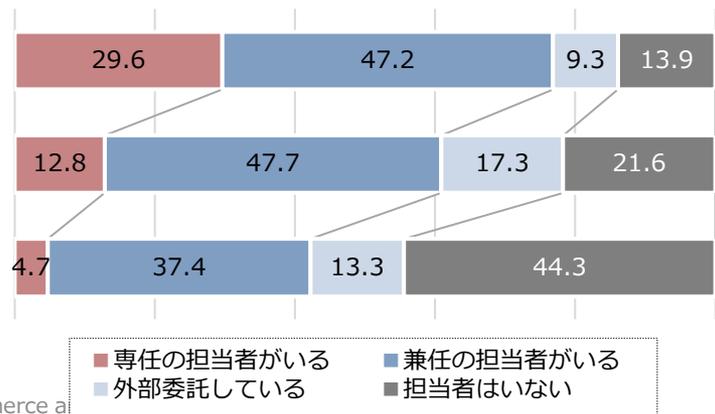


【従業員規模×情報システム担当者の設置状況】 (n=1,002)



【導入・活用レベル×情報システム担当者の設置状況】 (n=997 ※不明除く)

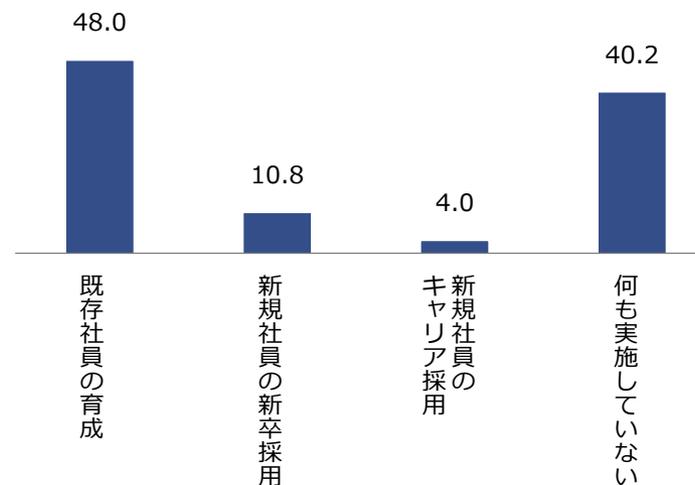
- レベル4** ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している
- レベル3** ITを活用して社内業務を効率化している
- レベル2** 紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている



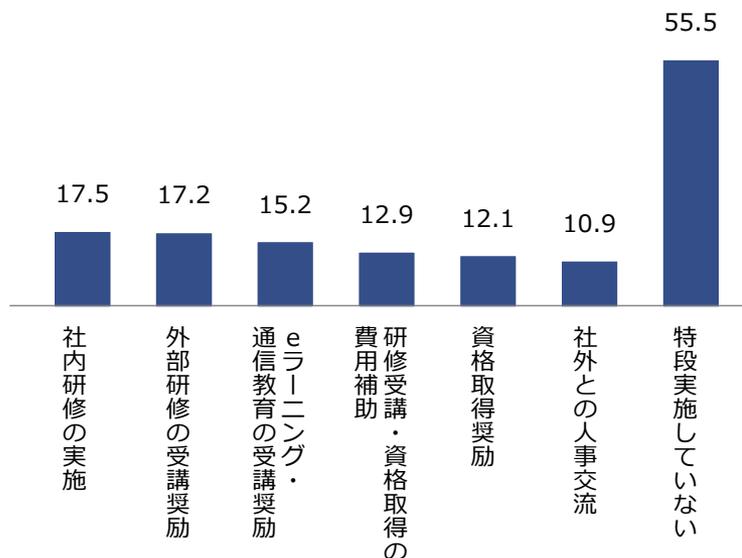
6. デジタル人材について

- デジタル人材の確保方法として「既存社員の育成」を行う企業が最多。約4割の企業は特段の取り組みを行っていない。
- デジタル人材育成についても、特段実施していない企業が最多となった。
- 社内デジタル人材に求める能力については「自社の経営課題・業務課題に対する理解」を挙げる企業が最多。IT基本知識に加え、「アイデア企画・構想力」「コミュニケーション能力」といったビジネススキルを求める回答が上位に挙がった。

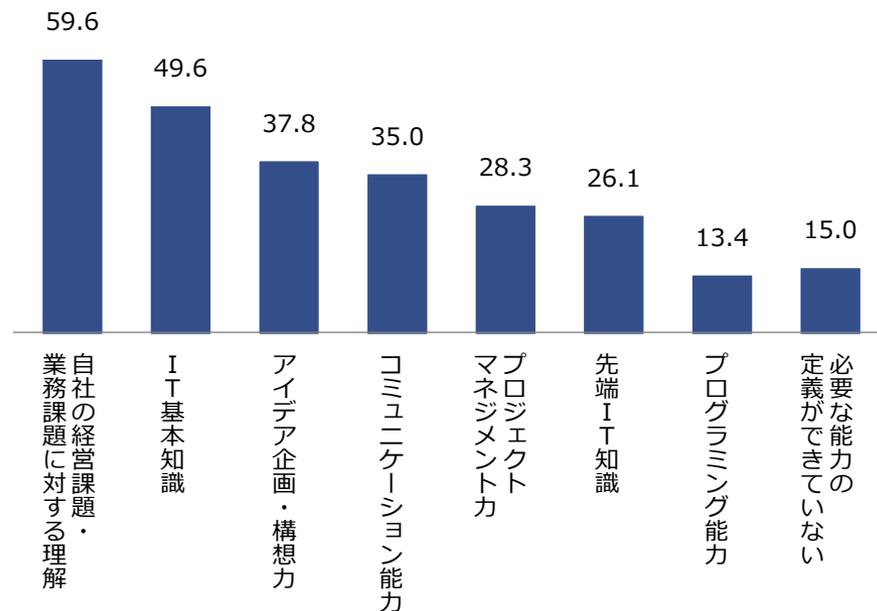
【デジタル人材の確保の方法】 (n=1,002、複数回答)



【社内デジタル人材育成の取り組み】 (n=1,002、複数回答)



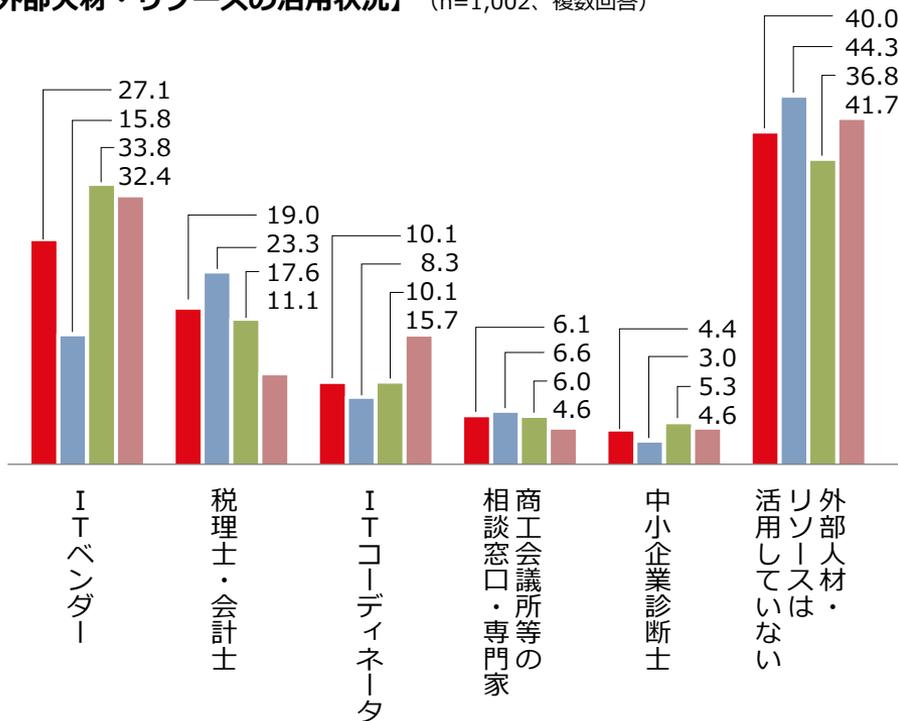
【社内デジタル人材に求める能力】 (n=1,002、複数回答)



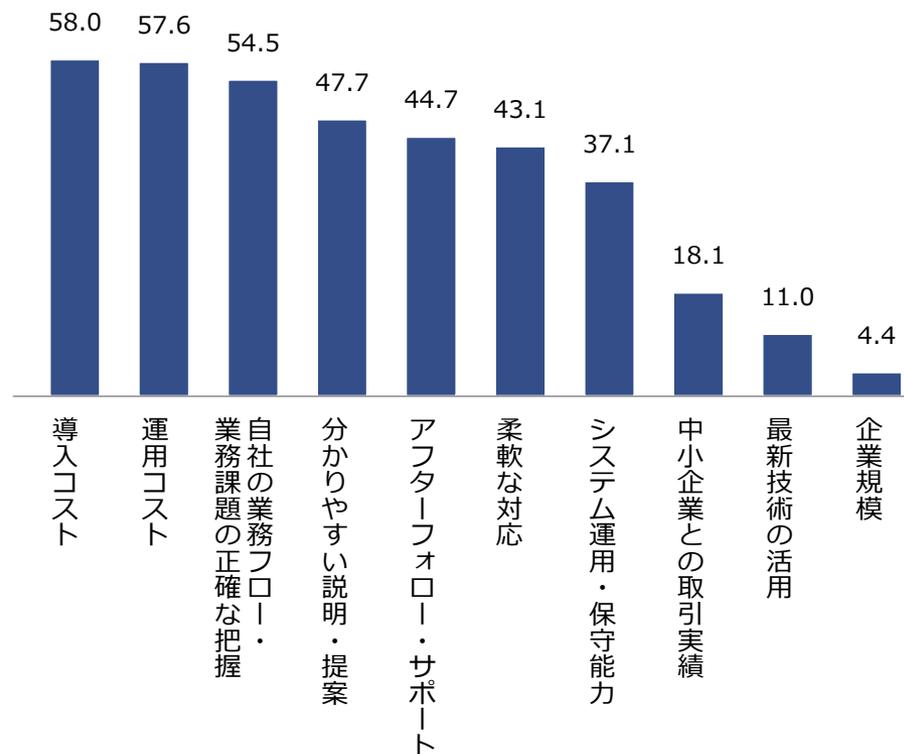
7. 外部人材・リソースの活用状況

- デジタルシフト・DXを進めるにあたり活用している外部人材・リソースについて、「活用していない」企業が40.0%となった。デジタルシフトのレベル別にみると、活用レベルの高い企業（レベル3・4）においては3割以上が「ITベンダー（ツール・サービス提供企業）」を活用しており、デジタルシフト推進において、ITベンダーを活用することの有用性が示唆される。
- ITベンダーの選定にあたっては導入・運用コストを重視する傾向が高く、「自社の業務フロー・業務課題の正確な把握」を挙げる企業も5割を超えた。

【外部人材・リソースの活用状況】 (n=1,002、複数回答)



【ITベンダーの選定にあたって重視すること】 (n=1,002、複数回答)

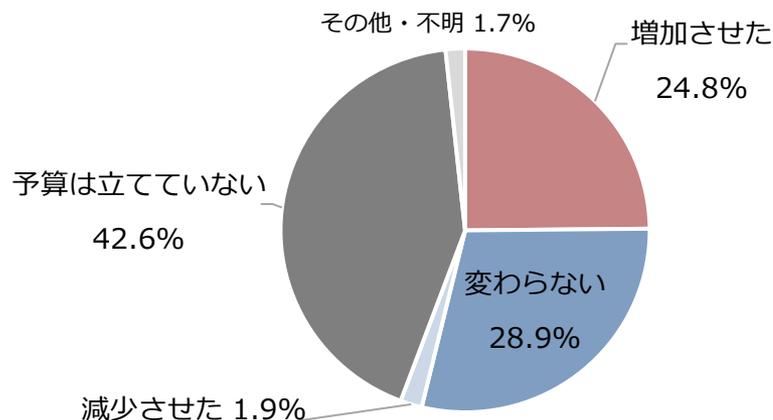


- 全体
- レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
- レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
- レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

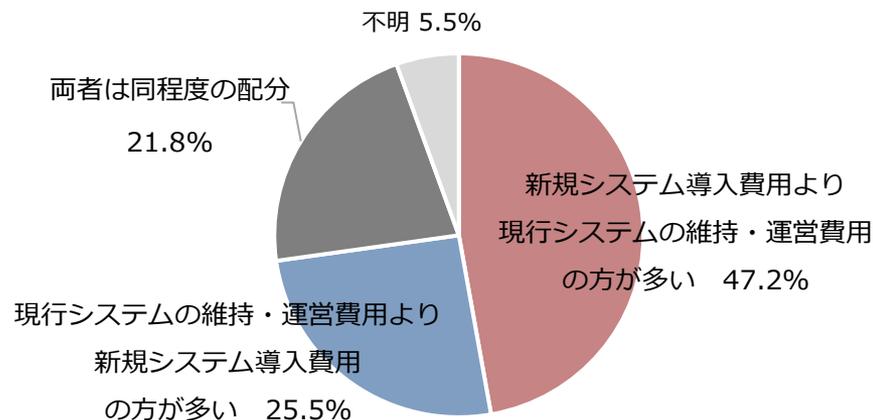
8. デジタルシフトに関わる予算について

- 前年度（2023年度）と比べた今年度（2024年度）のデジタルシフトに関わる予算について、「増加させた」企業が24.8%。デジタルシフトのレベルが高い企業ほど予算も増加させる傾向がみられる。
- 予算の内訳については、5割近くの企業は「新規システム導入費用より現行システムの維持・運営費用の方が多」と回答。

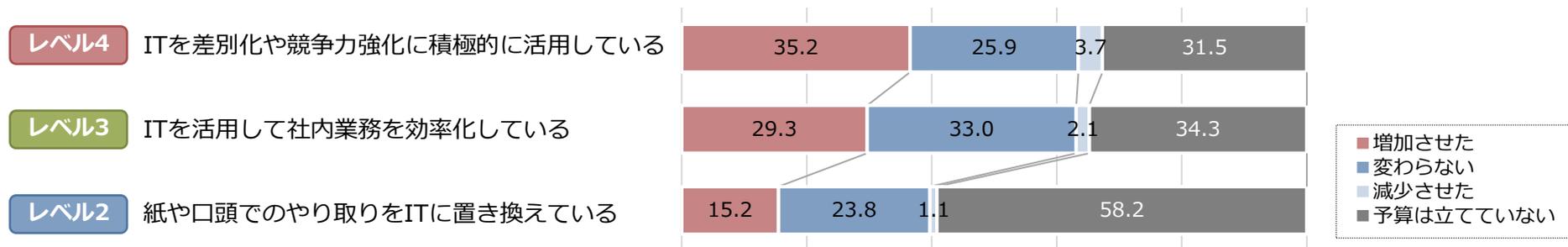
【デジタルシフトに関わる予算の増減（対前年度比）】 (n=1,002)



【デジタルシフトに関わる費用の内訳】 (n=1,002)



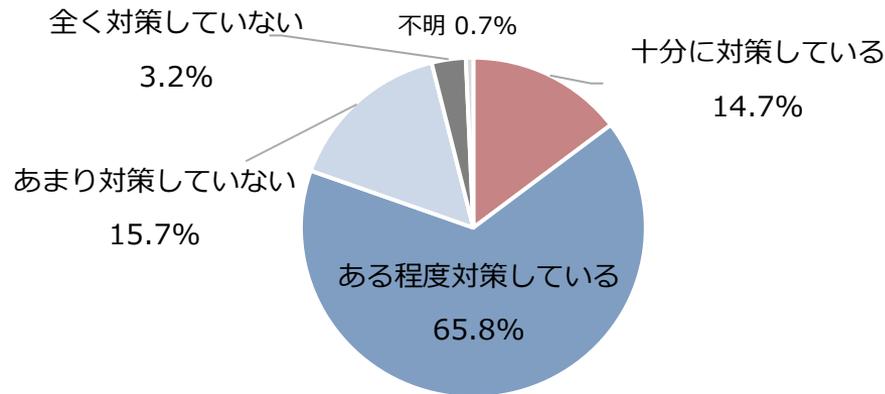
【導入・活用レベル×デジタルシフトに関わる予算の増減】 (n=985 ※その他・不明除く)



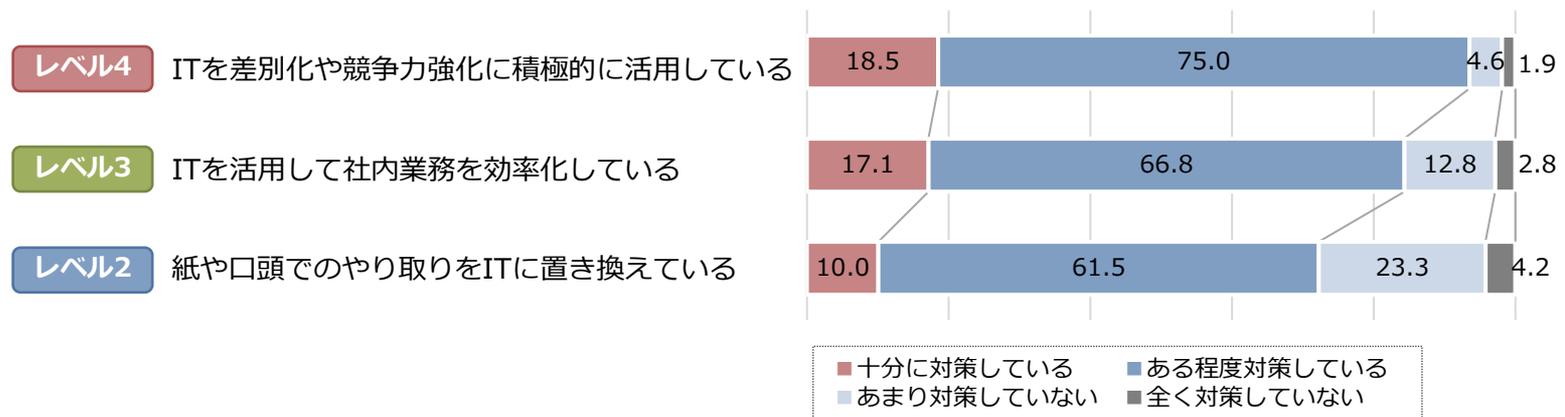
9. サイバーセキュリティ対策

■ サイバーセキュリティ対策を行っている企業は約8割にのぼり（「十分に対策している」14.7%、「ある程度対策している」65.8%）、デジタルシフトのレベルが高い企業ほどサイバーセキュリティ対策の度合いも高まる傾向となった。

【サイバーセキュリティ対策の状況】 (n=1,002)



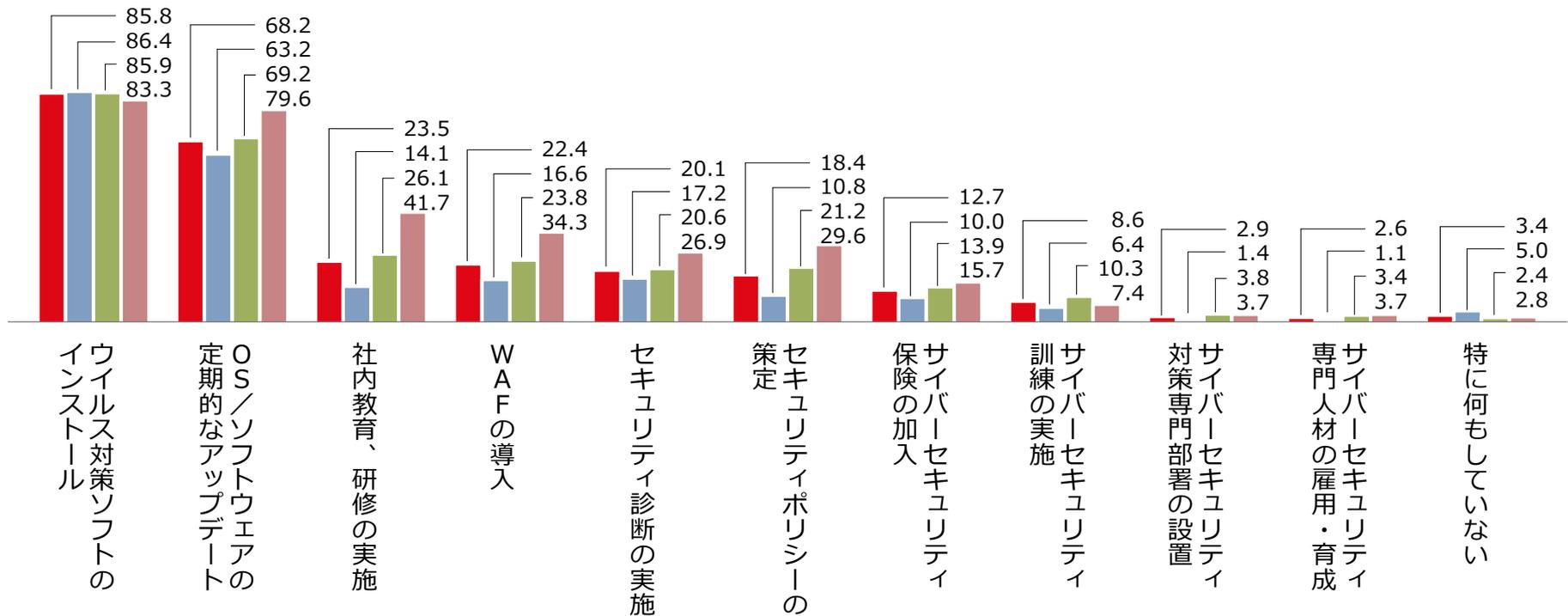
【導入・活用レベル×サイバーセキュリティ対策の状況】 (n=995 ※不明除く)



9. サイバーセキュリティ対策

■ 対策の内容については前回調査と同様、「ウイルス対策ソフトのインストール」「OS/ソフトウェアの定期的なアップデート」といった**基本的な対策が中心で、より高度な対策は依然として低水準に留まる**。デジタルシフトの取り組みが進む（レベル4）企業では「社内教育、研修の実施」「WAF（Web Application Firewall）の導入」など幅広い対策を講じる傾向がみられる。

【サイバーセキュリティ対策の内容】 (n=1,002、複数回答)

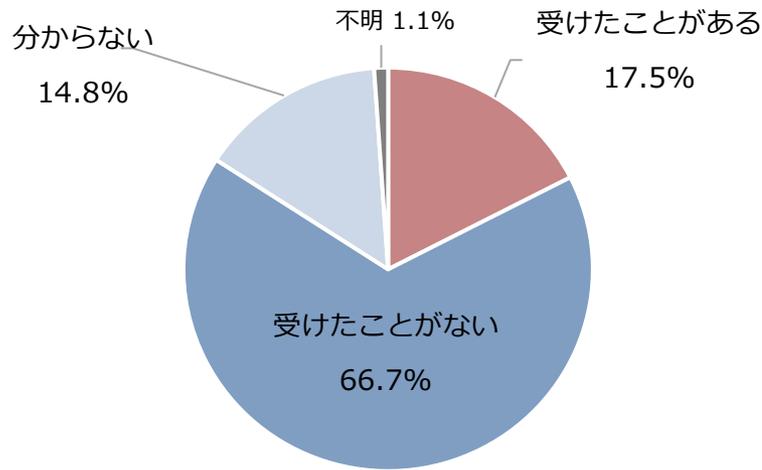


■ 全体
 ■ レベル2：紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている
 ■ レベル3：ITを活用して社内業務を効率化している
 ■ レベル4：ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している

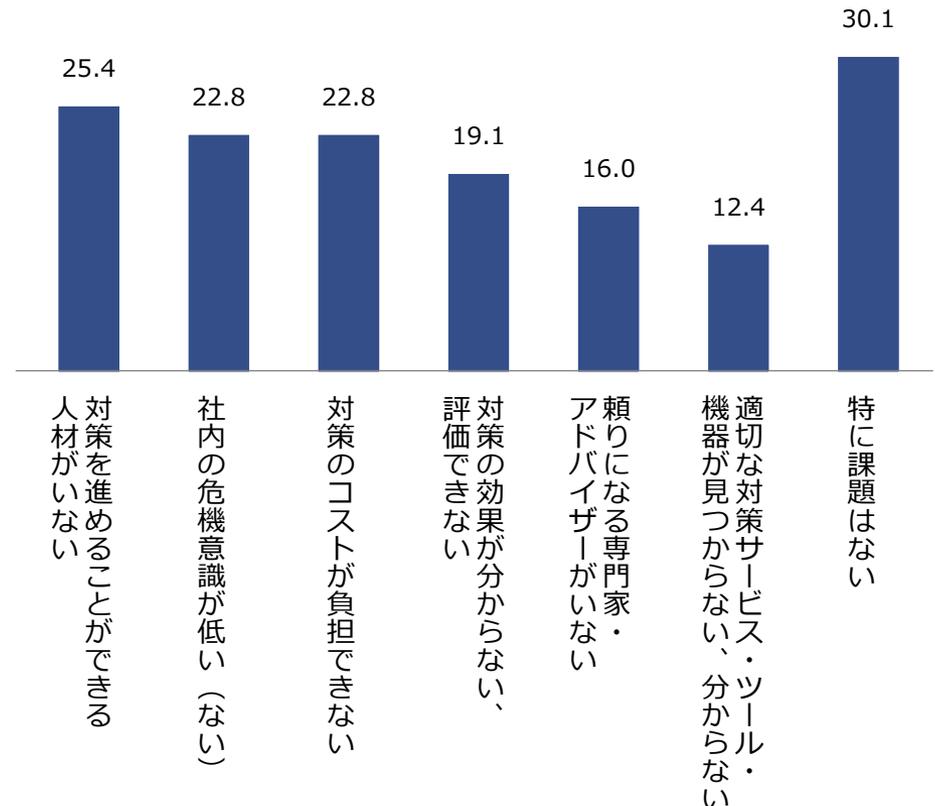
9. サイバーセキュリティ対策

- サイバー攻撃を「受けたことがある」企業が17.5%。他方で「分からない」とする企業も約15%おり、サイバー攻撃に対する検知や対処体制に課題を抱える可能性が残る。
- サイバーセキュリティ対策における課題について、「対策を進めることができる人材がない」「社内の危機意識が低い（ない）」等、デジタルシフトに係る課題と同様、人材やコストに関する課題が上位に挙がる。

【自社に対するサイバー攻撃の経験】 (n=1,002)



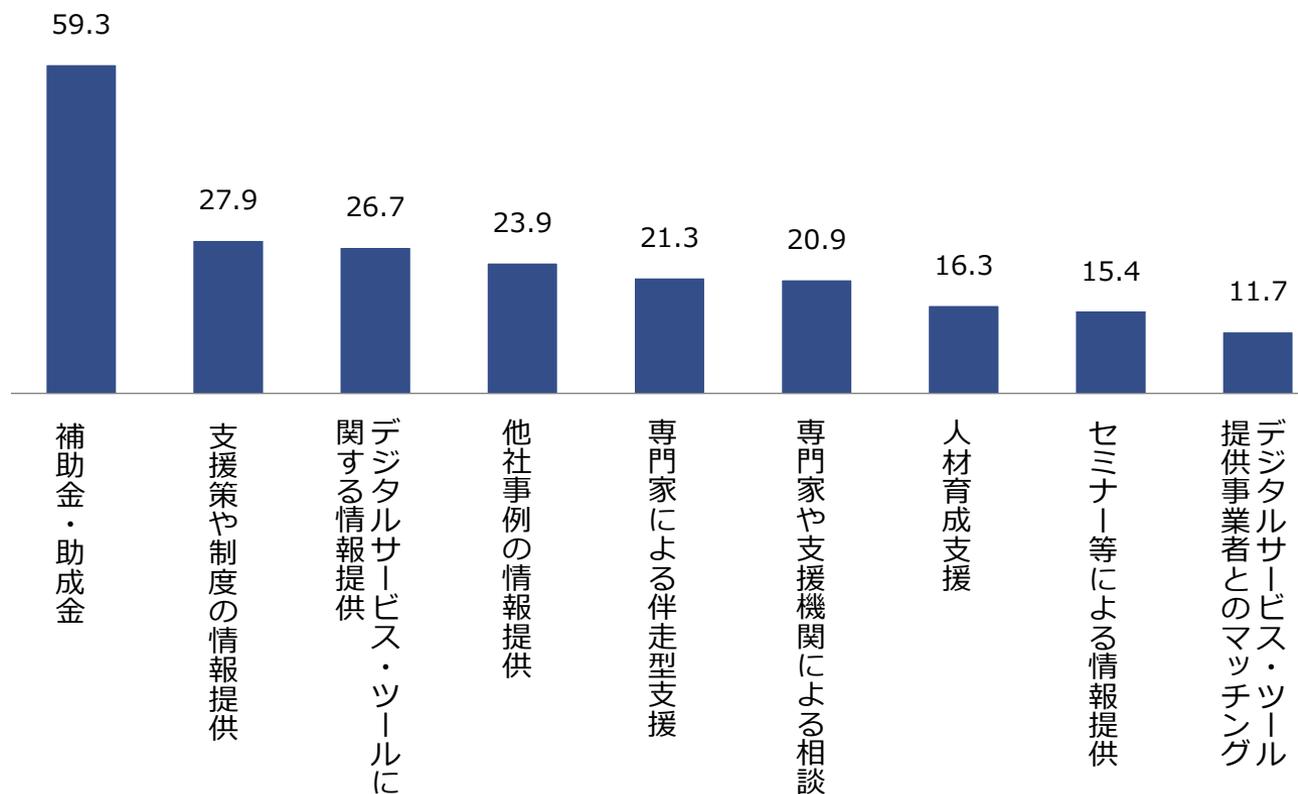
【サイバーセキュリティ対策に関する課題】 (n=1,002、複数回答)



10. 求める支援策

■ 自社のデジタルシフト・DXに向けて利用したい支援策については、「補助金・助成金」を希望する企業が59.3%と最多。デジタルシフト・DXの課題としてコスト負担を挙げた企業が多いことも背景にあると考えられる。次いで、支援策や制度、デジタルサービス・ツール、他社事例といった情報提供を求める声が続く。

【今後利用したい支援策】 (n=1,218 (レベル1回答企業を含む)、複数回答)



【デジタルシフト・DXの具体的な取り組み】

- 現場での作業がメインの仕事なので、**事務処理や顧客とのやり取りをデジタル化**し、見える化・情報の共有、コミュニケーションツールとして活用している（建設業、6～20人）
- **建材販売や保険業務の基幹システムを構築**し、業績計画策定の自動化、社内決裁のワークフロー化等を行っている（卸売業、101～300人）
- FAX、電話を中心とした受注業務を、**Web型の受発注システムに置き換え**、販売システム（納品伝票登録）にインターフェースする仕組みに変革した。データ入力の転記ミスと登録工数の削減はもとより、納期に応じた注文締切の厳格化も実現できた（製造業、21～50人）
- **ChatGPTを活用**し、キーワード別に自社コンテンツを作成、外部リンク、内部リンク、SNSなど、総合的なSEO対策によるGoogle評価を狙い、集客増加に至る（個人向けサービス業、5人以下）
- **LINEとZoomの活用**により大幅に業務時間の短縮になった。顧客が連絡を取りやすい方法に合わせられるため事業継続に寄与（不動産業、6～20人）
- **勤怠をデジタル化**してサービス残業や無駄な残業をなくすようにしている。また全車両に**通信型デジタルタコグラフを装着**し、車両位置や現在行っている作業を確認できるようにしている（運輸業、21～50人）
- **人事労務システムの内製化**によって、業務にかかる時間や人件費を下げた分給与を増やすことができているため、他社との差別化ができている。直近では**画像認識AIを導入したサービス**を作成し、導入したことで経理業務の効率化も図ることができた（情報通信業、6～20人）
- 設備監視のデジタル化、集中監視化、場所の異なる複数画面で監視及びエラー発生時担当者にメール送信することによって監視場所を選ばないシステムの構築。**ベテラン社員の作業を数値化しロボットで再現**させ省力化及び労災防止等を実施している（製造業、51～100人）

【デジタルシフト・DXの具体的な取り組み】

- 製品開発を全てクラウド上で実施。製品開発に**AI (ChatGPT) を活用**して、開発効率化、時間短縮実現（個人向けサービス業、5人以下）
- **特定技能外国人の募集活動から内定までの手続き**、更には**在留資格申請業務などの法的業務もオンライン化**を進め、コスト・時間・人材リソースの削減を実現化し、同業他社との競争力強化を進めている（事業所向けサービス業、5人以下）
- **スタッフ教育、シフト作成のクラウド化、セルフレジ、スマホオーダーシステム、売上確認のクラウド化の導入**など（飲食店・宿泊業、101~300人）
- **販売管理と部品・製造管理システムを統一**したことで営業・工場のコミュニケーションが大きく改善。顧客ニーズ対応、短納期化が進んだ（製造業、51~100人）
- **申請業務（休暇・交通費等）のシステム化**により、スマホ等のマルチプラットフォームからの即時申請、即時承認が可能となり、業務効率化を図っている（情報通信業、6~20人）
- **AIを活用**し、記事原稿作成の合理化・効率化、コンサルメニューの拡充に取り組んでいる。データベースは紙ベースからデジタルへほぼ完全移行を行い、業務の効率化を推進している（事業所向けサービス業、6~20人）
- 創業当初から、働き方改革を標榜し、完全テレワーク対応可能な環境を整えた。業務の管理（実務、集計、評価）はすべてGoogleクラウド環境で完結できている。**行政組織に対する申請・申告・納税なども完全にデジタルへ移行**した。例外を除き役所へ出向くことはなくなった（情報通信業、6~20人）
- **現場従事者である高齢者でも使いこなせる業務ソフトを自社開発**し、数回のブラッシュアップとともに、業務の見える化と主業務に画期的な効果を生み出した（事業所向けサービス業、21~50人）
- DX専従担当により諸改革を推進している。委員会形式で一般社員も変革に参画し、経営者も関心を持って取り組んでいる（事業所向けサービス業、21~50人）

【デジタルシフト・DXの課題】

コスト負担

- 社内のできるものはマクロ、VBAを使ってDXをしているが、ほとんどがクラウドのサブスクリプション形式の為、導入だけでなくランニングコストもかかり、なかなか取り入れることができない（製造業、6～20人）
- 主たる業務が多忙でDXのために時間を取ることが難しい。資材費高騰に伴う利益圧迫の影響でコスト負担ができない（建設業、5人以下）
- 購入時には補助金や助成金があるが、更新時には全てを負担、支払いすることになりそれを支払うことが難しい（卸売業、5人以下）
- 専門家に相談したいが、どの程度のコストがかかるか分からない（小売業、6～20人）

人材面

- 高齢担当者が従来の手書帳簿に慣れており、雇用を維持する為にはデジタル化を見合わせざるを得ない（卸売業、5人以下）
- 社員は通常業務が忙しく、デジタルシフトへの活動に専任できないため、進むスピードが遅くなりがちである。その部分だけアウトソーシング出来るような企業となかなか巡り合わない。自社開発となると多額の費用が掛かるので、コスト負担が難しい（建設業、51～100人）
- 一定のデジタルシフトは実現しているが、現有IT担当社員のレベル以上には進まない。組織的な取り組みをするには企業規模が小さく、属人的な取り組みに範囲が絞られてしまう（卸売業、51～100人）
- 導入後不具合が出た際、IT知識不足の為社員に回答できない。カスタマーサポートに問い合わせするが、電話ではなくメール・チャットなどの方法が多く、回答を得るまで時間が掛かる（建設業、101～300人）
- 長年のやり方に慣れ親しんだ手順を変革することに対する抵抗は社内に限らず取引先にも残る（卸売業、6～20人）

【デジタルシフト・DXの課題】

ツール選択・効果

- 基幹系システムの導入時期が様々で、簡単に移行ができない。API等でアプリケーション間を簡易的に結ぶことができても、問題の解決には至らない。また、IT部門の専属スタッフがおらず、検討についても他部署と兼務になっているため、スピード感に欠ける（建設業、21～50人）
- IT化は図っているものの、従業員がよかれと思って勝手に取り入れているので、ツールが増えているだけ。従業員の担当している現行の業務には役立つのかもしれないが、いわゆるDXにはなっていない（情報通信業、21～50人）
- どのシステム・ツールを使えば、やりたいことを実現できるか知識不足。システムやツール提案、導入を社外に頼みたいが、プロジェクトマネジャーの個人差が大きく当たり外れがあると思う。費用も高いので悩ましい（製造業、51～100人）
- 社員が現状の業務に忙殺され、DXによる新たな商品・サービスを検討する時間的余裕がない（事業所向けサービス業、51～100人）

その他

- 物流サービス業なので、管理業務はDX化できるが、実際の商品出荷作業は小ロット、多品種、顧客多数であるため対応が難しい（事業所向けサービス業、21～50人）
- 最新のシステム移行時に同一性が担保できない。上記およびセキュリティリスクにより社内のネットワークが限定的になる（情報通信業、5人以下）
- FAXや郵送等、書面でのやり取りが多い業界で、例えば請求書などをデジタルへシフトした途端に他社へ乗り換えられる可能性を拭えない。弊社の業務効率化＝業績の向上とならないケースが考えられる（卸売業、21～50人）
- 基幹となるレガシーシステムが稼働しており、改良には相当の負荷がかかる（事業所向けサービス業、21～50人）

挑みつづける、変わらぬ意志で。

