

中小企業における

デジタル化への取り組み状況について

～ 「デジタル化は経営課題」とした企業は 74.0%

一方、「取り組んでいる」企業は 29.5% ～

人口減少・少子高齢化の進展により人手不足が深刻化するなか、生産性を維持・向上させるには、業務のデジタル化が欠かせない。また、2022年に紙の手形交換所が廃止され、2026年までに約束手形等を廃止する方針も示されている。

このようななか、地元中小企業はデジタル化について、どのように考え、取り組もうとしているのか、当金庫取引先企業を対象にアンケート調査を実施した。

■ 調査時点：2024年11月上旬

■ 調査依頼先数：1,380社

■ 調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）

有効回答数：1,262社

■ 調査方法：聞き取り法

有効回答率：91.4%

（単位：社）

従業員 業種	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上	計	構成比 (%)
製造業	134	196	52	21	403	32.0%
卸売業	69	76	4	3	152	12.0%
小売業	101	38	6	9	154	12.2%
建設業	90	120	12	6	228	18.1%
運輸業	12	42	13	9	76	6.0%
サービス業	137	82	18	12	249	19.7%
計	543	554	105	60	1,262	100.0%
構成比(%)	43.0%	43.9%	8.3%	4.8%	100.0%	—

（注）小売業には「飲食店」、サービス業には「不動産業」を含みます。

(要旨)

1. デジタル化の位置づけ

業務のデジタル化について、「重要な経営課題」とした企業が 36.7%、「経営課題の一つ」が 37.3%で、合わせて 74.0%の企業が「経営課題」であるとしている。

2. デジタル化の取り組み状況

「取り組んでいる」企業が 29.5%となった。前項1で、デジタル化は「経営課題」であるとした企業が 7 割強あったのに対し、実際に「取り組んでいる」企業は 3 割にとどまり、中小企業ではデジタル化への取り組みが思うように進んでいないようだ。

3. デジタル化に取り組む理由

「効率化・省力化による生産性向上」(73.9%)、「コスト削減」(63.7%)の 2 項目が半数を超えて多くなり、続いて、「営業力・販売力強化」(46.0%)、「事業継続」(14.5%)などとなった。売上の増加よりも「生産性向上」や「コスト削減」など、費用の削減をデジタル化に求める企業が多い結果となった。

4. デジタル化の取り組み内容

「ネットバンキング利用、キャッシュレス化」が 58.5%で最も多く、次いで「②ペーパーレス化(紙の削減、文書の電子化、脱ハンコ等)」が 46.1%となり、前項3と同様、主に費用の削減を目的とする取り組みが上位を占めた。

5. デジタル化に取り組まない理由

「適した業務がない」が 40.9%で最も多くなった。次いで、「時間的余裕がない」(36.1%)、「ノウハウ不足」(21.8%)などとなった。業務の特性に加え、人材不足や資金不足など経営資源が限られていることも、デジタル化に取り組まない要因となっている。

6. 今後のデジタル化方針

「重要課題として積極的に取り組む」としている企業が 4.6%、「経営課題の一つとして取り組む」が 38.2%となった一方、「現実的に難しい」が 31.8%となった。他にも多くの経営課題を抱える中小企業にとって、デジタル化への取り組みまで手が回らないのが実情のようだ。

7. 手形電子化への対応

「対応の必要がある」とした企業は 50.8%となり、うち「対応済み」が 26.2%、「準備中」が 60.7%となり、大半の企業が対応するとしている。一方、「予定なし」は 13.1%となった。

8. 手形廃止による資金繰りへの影響

「大いに好影響」とした企業が 3.7%、「やや好影響」が 71.9%、合わせて 75.6%の企業が「好影響」とした。手形の廃止は中小企業の資金繰りを改善する効果があるといえよう。

1. デジタル化の位置づけ

業務のデジタル化(IT技術を使い、業務プロセスの高度化や新たなサービスの創造等を実現すること)について、すべての企業に聞いた結果が**第1表**である。

全体でみると、「①重要な経営課題」とした企業が36.7%、「②経営課題の一つ」が37.3%で、合わせて74.0%の企業が「経営課題(①+②)」であるとしている。2022年11月の調査(81.4%)と比べると、7.4ポイント低下した。

業種別でみると、「経営課題(①+②)」であるとする企業は、運輸業(81.6%)で多くなっている。

従業員規模別にみると、「経営課題(①+②)」であるとする企業は、規模が大きいほど多くなり、従業員が5人未満では58.2%であるのに対して、50人以上では91.7%と、その差は大きい。

第1表 デジタル化の位置づけ

(%)

区分 \ 項目		①重要な経営課題	②経営課題の一つ	③経営課題ではない	計	経営課題と認識(①+②)
業種別	製造業	41.7	38.2	20.1	100.0	79.9
	卸売業	37.5	41.4	21.1	100.0	78.9
	小売業	21.4	29.9	48.7	100.0	51.3
	建設業	32.9	40.8	26.3	100.0	73.7
	運輸業	43.4	38.2	18.4	100.0	81.6
	サービス業	39.3	34.2	26.5	100.0	73.5
規模別	5人未満	21.2	37.0	41.8	100.0	58.2
	5～19人	45.3	39.4	15.3	100.0	84.7
	20～49人	53.3	36.2	10.5	100.0	89.5
	50人以上	70.0	21.7	8.3	100.0	91.7
全体		36.7	37.3	26.0	100.0	74.0
2022年11月		45.0	36.4	18.6	100.0	81.4
2020年11月		38.4	30.4	31.2	100.0	68.8

2. デジタル化の取り組み状況

業務のデジタル化の取り組み状況を、すべての企業に聞いた結果が**第2表**である。

全体でみると、「①取り組んでいる」企業が 29.5%となった。**前項1**で、デジタル化は「経営課題」であるとした企業が7割強あったのに対し、実際に「①取り組んでいる」企業は3割にとどまり、中小企業ではデジタル化への取り組みが思うように進んでいないようだ。

また、「①取り組んでいる」と「②取り組む予定・検討中」(49.7%)を合わせた「取り組みに前向き(①+②)」な企業は79.2%となり、前回(2022年11月)調査(85.8%)と比べると、6.6ポイント低下した。

従業者規模別にみると、「①取り組んでいる」企業は、規模が大きいほど多くなり、従業者が5人未満では13.4%であるのに対して、50人以上では65.0%と、その差は大きい。

第2表 デジタル化の取り組み状況

(%)

項目 区分		①取り組んでいる	②取り組む 予定・検討中	③取り組む 意向なし	計	取り組みに 前向き (①+②)
業 種 別	製 造 業	34.7	48.2	17.1	100.0	82.9
	卸 売 業	32.9	55.3	11.8	100.0	88.2
	小 売 業	13.6	44.2	42.2	100.0	57.8
	建 設 業	27.2	53.5	19.3	100.0	80.7
	運 輸 業	34.2	48.7	17.1	100.0	82.9
	サービス業	29.8	48.9	21.3	100.0	78.7
規 模 別	5人未満	13.4	51.1	35.5	100.0	64.5
	5～19人	37.9	51.6	10.5	100.0	89.5
	20～49人	48.5	42.0	9.5	100.0	90.5
	50人以上	65.0	33.3	1.7	100.0	98.3
全 体		29.5	49.7	20.8	100.0	79.2
2022年11月		31.0	54.8	14.2	100.0	85.8
2020年11月		28.5	38.8	32.7	100.0	67.3

3. デジタル化に取り組む理由

前項2でデジタル化に「取り組んでいる」とした企業(全企業の 29.5%、373 社)に対し、取り組む理由を複数回答で聞いた結果が第3表である。

全体でみると、「①効率化・省力化による生産性向上」(73.9%)、「②コスト削減」(63.7%)の2項目が半数を超えて多くなり、続いて、「③営業力・販売力強化」(46.0%)、「④事業継続」(14.5%)、「⑤商品の高付加価値化」(14.2%)、「⑥評判・信用力の向上」(14.0%)となった。

売上の増加よりも「①生産性向上」や「②コスト削減」など、費用の削減をデジタル化に求める企業が多い結果となった。また、前回(2022年11月)の調査と比べても、これら費用削減の2項目は増加傾向にある。

第3表 デジタル化に取り組む理由

(複数回答、%)

項目 区分		①生産性 向上	②コスト 削減	③営業力・ 販売力強化	④事業継続	⑤商品の高 付加価値化	⑥評判・信 用力の向上
業 種 別	製 造 業	78.6	65.7	43.6	16.4	11.4	10.7
	卸 売 業	76.0	54.0	38.0	16.0	16.0	10.0
	小 売 業	60.0	75.0	50.0	10.0	25.0	25.0
	建 設 業	74.2	61.3	45.2	21.0	12.9	24.2
	運 輸 業	76.9	69.2	38.5	3.8	11.5	11.5
	サービス業	66.2	63.5	58.1	9.5	17.6	12.2
規 模 別	5人未満	61.1	51.4	47.2	9.7	16.7	13.9
	5～19人	74.3	67.1	44.3	15.2	14.3	14.3
	20～49人	80.4	60.8	39.2	15.7	13.7	9.8
	50人以上	87.2	71.8	61.5	17.9	10.3	17.9
全 体		73.9	63.7	46.0	14.5	14.2	14.0
2022年11月		68.4	57.3	49.9	28.4	18.8	14.0
2020年11月		77.0	56.5	58.9	34.6	23.0	—

4. デジタル化の取り組み内容

前項2でデジタル化に「取り組んでいる」とした企業(全企業の 29.5%、373 社)に対し、実施・推進しているデジタル施策について複数回答で聞いた結果が第4表である。

全体でみると、「①ネットバンキング利用、キャッシュレス化」が 58.5%で最も多く、次いで「②ペーパーレス化(紙の削減、文書の電子化、脱ハンコ等)」が 46.1%となり、前項3と同様、主に費用の削減を目的とする取り組みが上位を占めた。

続いて、「③オンライン営業(商談、取引)、ネット販売」(43.7%)、「④手作業・定型業務の自動化(RPA等)」(32.3%)、「⑤リモートワーク環境の整備(在宅勤務、オンライン会議)」(26.4%)などと続く。

第4表 デジタル化の取り組み内容

(複数回答、%)

区分 \ 項目		①キャッシュレス化	②ペーパーレス化	③オンライン営業	④業務の自動化	⑤リモートワーク	⑥SNSによる情報発信	⑦生成AIの活用
業 種 別	製 造 業	65.7	37.1	42.9	40.7	22.1	16.4	0
	卸 売 業	56.0	42.0	52.0	24.0	26.0	14.0	2.0
	小 売 業	40.0	40.0	45.0	35.0	25.0	35.0	5.0
	建 設 業	66.1	62.9	38.7	25.8	22.6	17.7	0
	運 輸 業	65.4	42.3	23.1	34.6	19.2	7.7	0
	サービス業	42.5	54.8	50.7	26.0	41.1	27.4	4.1
規 模 別	5人未満	43.1	40.3	47.2	20.8	30.6	16.7	1.4
	5～19人	64.6	45.5	42.1	35.9	23.4	18.2	1.4
	20～49人	60.8	56.9	49.0	27.5	31.4	19.6	2.0
	50人以上	51.3	46.2	38.5	41.0	28.2	25.6	0
全 体		58.5	46.1	43.7	32.3	26.4	18.9	1.3

5. デジタル化に取り組まない理由

前項2でデジタル化に「取り組む意向はない」とした企業(全企業の20.8%、262社)に対し、デジタル化に取り組まない理由について複数回答で聞いた結果が第5表である。

全体でみると、「①適した業務がない」が40.9%で最も多くなった。

次いで、「②時間的余裕がない」(36.1%)、「③ノウハウ不足」(21.8%)、「④人材不足」(21.4%)、「⑤費用対効果」(17.9%)などとなった。業務の特性に加え、人材不足や資金不足など経営資源が限られていることも、デジタル化に取り組まない要因となっている。

第5表 デジタル化に取り組まない理由

(複数回答、%)

区分 \ 項目		①適した業務がない	②時間的余裕がない	③ノウハウ不足	④人材不足	⑤費用対効果	⑥セキュリティ面不安
業 種 別	製 造 業	32.4	41.2	36.8	22.1	23.5	1.5
	卸 売 業	33.3	33.3	22.2	22.2	11.1	5.6
	小 売 業	42.9	25.4	22.2	14.3	20.6	11.1
	建 設 業	45.0	52.5	12.5	40.0	5.0	7.5
	運 輸 業	23.1	38.5	15.4	15.4	23.1	7.7
	サービス業	54.0	30.0	10.0	16.0	18.0	12.0
規 模 別	5人未満	40.2	33.3	22.2	17.5	16.4	7.4
	5～19人	41.5	45.3	20.8	32.1	24.5	7.5
	20～49人	44.4	44.4	22.2	44.4	11.1	11.1
	50人以上	100.0	0	0	0	0	0
全 体		40.9	36.1	21.8	21.4	17.9	7.5

6. 今後のデジタル化方針

デジタル化に対する今後の取り組み方針について、すべての企業に聞いた結果が第6表である。

全体でみると、「①重要課題として積極的に取り組む」としている企業が 4.6%、「②経営課題の一つとして取り組む」が 38.2%、合わせて「取り組み方針(①+②)」とする企業は 42.8%となった。

一方、「③現実的に難しい」が 31.8%となった。前項1で 74.0%の企業がデジタル化を経営課題としているものの、他にも多くの経営課題を抱える中小企業にとって、デジタル化への取り組みまで手が回らないのが実情のようだ。

従業員規模別にみると、「取り組み方針(①+②)」とする企業は、規模が大きいほど多くなり、従業員が 5 人未満では 26.3%であるのに対して、50 人以上では 81.7%となった。

第6表 今後のデジタル化方針

(%)

区分 \ 項目		①積極的に 取り組む	②経営課題と して取り組む	③現実的に 難しい	④様子見	計	取り組み方針 (①+②)
業 種 別	製 造 業	4.0	43.7	34.7	17.6	100.0	47.7
	卸 売 業	6.6	40.8	30.9	21.7	100.0	47.4
	小 売 業	3.9	22.1	35.1	38.9	100.0	26.0
	建 設 業	3.5	39.1	28.9	28.5	100.0	42.6
	運 輸 業	2.6	39.5	34.2	23.7	100.0	42.1
	サービス業	6.4	37.0	27.3	29.3	100.0	43.4
規 模 別	5 人未満	3.5	22.8	37.2	36.5	100.0	26.3
	5～19 人	4.5	48.0	29.6	17.9	100.0	52.5
	20～49 人	5.7	49.5	24.8	20.0	100.0	55.2
	50 人以上	13.3	68.4	15.0	3.3	100.0	81.7
全 体		4.6	38.2	31.8	25.4	100.0	42.8

7. 手形電子化への対応

政府の「約束手形の利用廃止等の方針」を受けて、でんさいなどの電子決済サービスへの対応について、すべての企業に聞いた結果が第7表である。

全体でみると、「①対応の必要がある」とした企業は 50.8%で、「②手形・小切手は利用しないので対応の必要なし」が 49.2%となった。

「①対応の必要がある」とした企業のうち、「ア. 対応済み」が 26.2%、「イ. 準備中」が 60.7%となり、大半の企業が対応するとしている。一方、「ウ. 予定なし」は 13.1%となった。

業種別でみると、「①対応の必要がある」とした企業は、製造業(80.1%)が 8 割を超える一方、小売業(16.8%)、サービス業(20.8%)は 2 割程度と、業種によって差がある。

また、「電子化に対応(ア+イ)」する企業は、建設業(93.2%)、製造業(90.4%)が 9 割を超えて多い。

従業員規模別にみると「電子化に対応(ア+イ)」する企業は、規模が大きいほど多くなり、従業員が 5 人未満では 74.1%であるのに対して、5 人以上の規模では 9 割を超えて多くなっている。

第7表 手形電子化への対応

区分 \ 項目		①必要あり	(内訳)			②必要なし	計	(%) 電子化に対応 (ア+イ)
			ア. 対応済み	イ. 準備中	ウ. 予定なし			
業種別	製造業	80.1	28.8	61.6	9.6	19.9	100.0	90.4
	卸売業	61.8	17.0	69.2	13.8	38.2	100.0	86.2
	小売業	16.8	26.9	42.3	30.8	83.2	100.0	69.2
	建設業	51.3	31.6	61.6	6.8	48.7	100.0	93.2
	運輸業	38.1	27.6	44.8	27.6	61.9	100.0	72.4
	サービス業	20.8	13.5	55.7	30.8	79.2	100.0	69.2
規模別	5人未満	34.8	19.0	55.1	25.9	65.2	100.0	74.1
	5～19人	61.7	28.7	62.8	8.5	38.3	100.0	91.5
	20～49人	67.6	31.0	62.0	7.0	32.4	100.0	93.0
	50人以上	65.0	30.8	66.6	2.6	35.0	100.0	97.4
全体		50.8	26.2	60.7	13.1	49.2	100.0	86.9

8. 手形廃止による資金繰りへの影響

前項7で電子的な決済サービスへの移行について、「対応の必要がある」とした企業（全企業の 50.8%、641 社）に対し、約束手形が廃止された場合の資金繰りについて聞いた結果が第8表である。

全体でみると、「①大いに好影響」とした企業が 3.7%、「②やや好影響」が 71.9%、合わせて 75.6%の企業が「好影響(①+②)」とした。自由記入欄では、「サイトの短縮で、売掛金の回収が早くなる」「手形の期日管理や取り立てなどの事務が不要となる」などの声があった。一方、「③やや悪影響」が 23.2%、「④大いに悪影響」が 1.2%あった。

前回(2022 年 11 月)の調査と比べると、「好影響(①+②)」とした企業は、下請法の見直しによる手形の支払期間短縮等の影響もあり、21.8 ポイント上昇した。

業種別でみると、「好影響(①+②)」とした企業は、建設業(86.3%)、運輸業(86.2%)が他の業種と比べて多くなっている。

従業員規模別にみると、規模に関係なく「好影響(①+②)」とした企業が 7 割を超え、手形の廃止は中小企業の資金繰りを改善する効果があるといえよう。

第 8 表 手形廃止による資金繰りへの影響

(%)

区分	項目	好影響 (①+②)			悪影響 (③+④)			計
			①大いに 好影響	②やや 好影響		③やや 悪影響	④大いに 悪影響	
業 種 別	製 造 業	73.7	4.0	69.7	26.3	24.8	1.5	100.0
	卸 売 業	67.0	1.1	65.9	33.0	31.9	1.1	100.0
	小 売 業	65.4	3.8	61.6	34.6	30.8	3.8	100.0
	建 設 業	86.3	6.0	80.3	13.7	12.8	0.9	100.0
	運 輸 業	86.2	6.9	79.3	13.8	13.8	0	100.0
	サービス業	76.9	0	76.9	23.1	23.1	0	100.0
規 模 別	5 人未満	70.4	1.6	68.8	29.6	29.1	0.5	100.0
	5～19 人	77.7	5.0	72.7	22.3	20.5	1.8	100.0
	20～49 人	77.5	1.4	76.1	22.5	22.5	0	100.0
	50 人以上	76.9	7.7	69.2	23.1	20.5	2.6	100.0
全 体		75.6	3.7	71.9	24.4	23.2	1.2	100.0
2022 年 11 月		53.8	6.2	47.6	46.2	38.7	7.5	100.0

以 上