

中小企業経営者の実態

BLUE REPORT

FOR SOCIAL VALUE

中小企業のGDXへの対応 < 1 >

～デジタルトランスフォーメーション～

2025

3

2025年3月14日 フォーバル GDXリサーチ研究所 編集

GDX
GDXリサーチ研究所

サマリー・レポート概要

DXに取り組めていない企業が **増加** している

※ 2023年実施の当所調査との比較

経営情報を可視化（データ化）している企業の

64.1% が業績へのプラスの効果を実感

※ 「プラスの変化があった」、「ややプラスの変化があった」の合計

上流企業からDXについての要求を受けている企業は

21.1%

本レポートの調査結果をご利用いただく際は、
必ず【フォーバル GDXリサーチ研究所調べ】とご明記ください。

■ レポート概要

- ・ 調査主体：フォーバル GDXリサーチ研究所
- ・ 調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日
- ・ 調査対象者：全国の中小企業経営者
- ・ 調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- ・ 有効回答数：828人

中小企業のGDXへの対応

近年、政府はDX（デジタルトランスフォーメーション）、そしてGX（グリーントランスフォーメーション）への取り組みが、日本経済再生の起爆剤になる手法として注目し、中小企業に対してもその推進を促しています。

そのうち、DXに注目すると、経済産業省がまとめたDXに関する最初のレポート「DXレポート～ITシステム『2025年の崖』克服とDXの本格的な展開～」(2018)から今年で7年になります。デジタル技術を活用して業務の効率化を進めつつ、新たなビジネスモデルを創出することを狙いとするものであり、このレポートによって経済界ではDXへの関心が高まることになりました。また、副題にある「2025年の崖」とは、各企業の既存システムが複雑化・ブラックボックス化していることが効率的な運用を妨げ、爆発的に増加するデータの活用に対応できないリスクを示す言葉です。この2025年はDXを推進する上でのマイルストーン（目標地点）として置かれました。その2025年となった現在までに、中小企業のDXはどの程度進められてきたのでしょうか。

当研究所では、このDXとGXが今後の中小企業経営に欠かせない要素であるとの考えから、両者を同時に達成する取り組みを「GDX」と呼び、推奨しています。この度、DXとGXへの中小企業の取り組み状況を幅広く把握する目的で調査を行いました。本レポートでは、そのうちDXに関する調査結果を報告します。

■ 目次

1. DXの認知度・取り組み度合い	4
1-1. DXの認知度	5
1-2. DXの取り組み度合い	6
1-3. DXの取り組みを行う理由	7
2. DXの具体的な取り組み・効果	8
2-1. 経営情報の可視化（データ化）、把握	9
2-2. 可視化（データ化）した経営情報の活用・効果	10
2-3. DXの取り組み状況、効果・浸透度合い	11
2-4. DXによる生産性向上・効率化、DXにより改善された業務	12
3. 今後の展望・上流企業からの要求	13
3-1. DXの継続意思、今後取り組みたい分野	14
3-2. 上流企業からの要求	15
4. まとめ・あとがき	16

1. DXの認知度・取り組み度合い

1. DXの認知度・取り組み度合い

第1章では、中小企業におけるDX（デジタルトランスフォーメーション）の認知度や、取り

組み状況、取り組みを行う理由についての調査結果を報告する。

1-1. DXの認知度

DX（デジタルトランスフォーメーション）の認知度についての調査では、「知っており、他の人に説明できる」、「知っているが、説明できるほどではない」を合わせ、63.3%の企業が認知しているとの結果が得られた。一方で、「聞いたことはあるが、よく知らない」、「知らない」と回答した、DXを認知していない企業は36.7%であった。

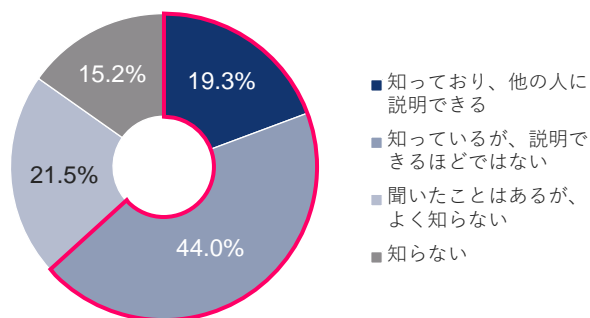
このDXの認知度の調査は、選択肢は異なるが、2021年にも実施している。2021年のDXの認知度は60.2%で、今回の63.3%と比較すると、若干ではあるが増加していた。企業におけるDXの認知が少しずつ浸透していると言える一方で、

「知らない」のみに注目すると、2021年の6.7%から、今回の調査で、15.2%に増加していた。DXを知っている企業と知らない企業での二極化が進んでいる可能性も考えられる。

今後、DXを「知っており、他の人に説明できる」企業を増やすためには、「知っているが、説明できるほどではない」と回答した企業への対応も必要だろう。DXを具体的にイメージできるように、DXの推進方法を学べる機会の提供や、成功事例の共有などがDXのさらなる認知につながるだろう。

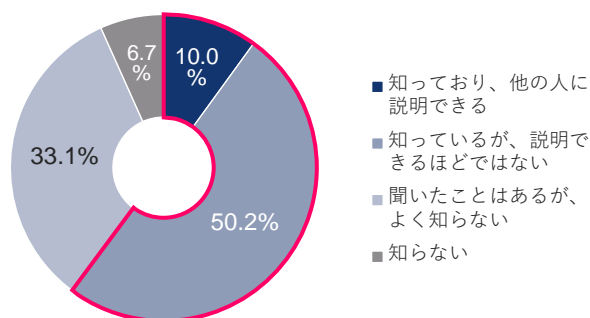
※ For Social Value ブルーレポートmini 2021年10月号
https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_mini_202110.pdf

■ DXの認知度 (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

再掲 ■ DXの認知度 (n=459)



調査期間：2021年8月10日～2021年9月16日

1. DXの認知度・取り組み度合い

1-2. DXの取り組み度合い

次に、DXの取り組み度合いについての調査結果を報告する。本調査は、前ページのDXの認知度で「知らない」と回答した経営者は除外している。

結果を見ると、「取り組めていない」の回答が最も多く、37.2%であった。次に、ほぼ同様の割合で「ステップ1（意識改革：DXに向けたデジタル化の推進）」の37.0%と続いた。

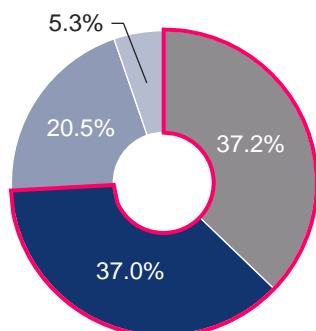
本調査も過去に同様の調査を実施しているので比較をしてみたい。右のグラフ（2023年の調査）と比べると、「取り組めていない」が4.8%増加し、「ステップ1」の割合が5.9%減少しており、DXが進んでいない状況であった。進んでいない要因として、どの業界にも共通する人手不足問題、対応人材がないといった可能性が考えられる。そして、「ステップ2（情報活用：デ

ジタル化の推進により得られた情報の利活用）」と「ステップ3（事業改革・事業戦略の再構築・新規事業創出）」については、ほぼ変わらない結果であった。中小企業のDXの取り組みは、一部の企業では進んでいるものの、全体としてはまだまだ進んでいないと言わざるを得ないだろう。

今後、DXを本格的に推進するためには、企業の意識改革に加え、具体的な施策の実行や人的リソースの確保が求められる。特に中小企業では、知識やスキルの不足が障壁となるケースも多く、外部支援やガイドラインの整備、政府による包括的な支援が求められるだろう。

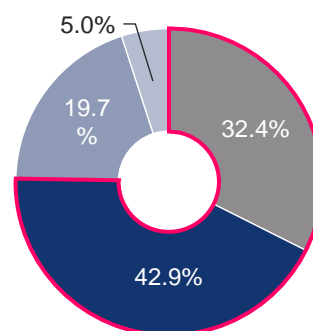
※ For Social Value ブルーレポートmini 2023年8月号
https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/bluereport_mini_202308.pdf

■ DXの取り組み度合い (n=702)



- 取り組めていない
- [ステップ1] 意識改革：DXに向けたデジタル化の推進
- [ステップ2] 情報活用：デジタル化の推進により得られた情報の利活用
- [ステップ3] 事業改革：事業戦略の再構築・新規事業創出

再掲 ■ DXの取り組みレベル (n=645)



- 取り組めていない
- [ステップ1] 意識改革：DXに向けたデジタル化の推進
- [ステップ2] 情報活用：デジタル化の推進により得られた情報の利活用
- [ステップ3] 事業改革：事業戦略の再構築・新規事業創出

1. DXの認知度・取り組み度合い

1-3. DXの取り組みを行う理由

第1章の最後では、DXに取り組んでいる企業に対して行った、DXの取り組みを行う理由に関する調査の結果を報告する。

結果を見ると、「業務効率の向上を図るため」が最も多く、63.7%の回答を集めた。次いで、「コスト削減を実現するため」の39.2%、「データを有効活用するため」の36.5%と続いており、業務効率化、コスト削減やデータ活用の観点からDXの取り組みを行う主な理由であることが分かった。

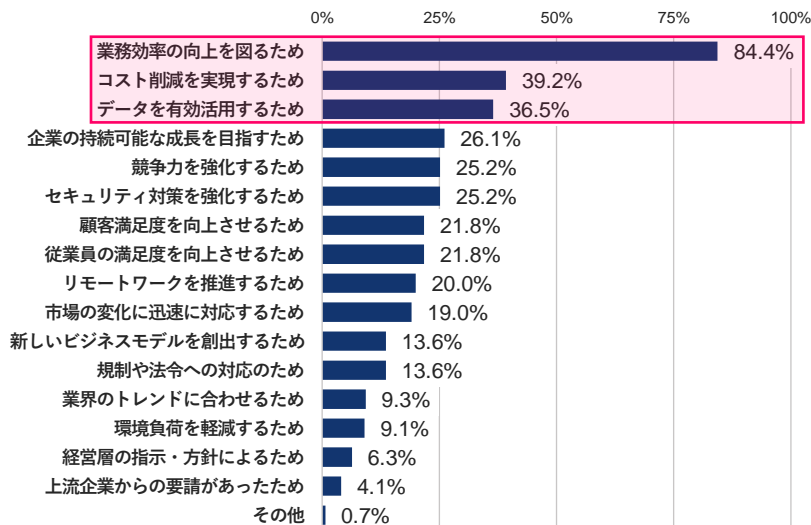
また、「企業の持続可能な成長を目指すため」「競争力を強化するため」といった項目も一定の割合を占めており、DXが単なる業務効率化の手段ではなく、企業戦略の一環として捉えている企業が存在することもわかる。

前ページで紹介したDXの取り組み度合い（ス

テップ）ごとに見ると、どのステップにおいても「業務効率の向上を図るため」が1番目の理由となるが、「ステップ3（事業改革・事業戦略の再構築・新規事業創出）」では、「企業の持続可能な成長を目指すため」が2番目、「競争力を強化するため」が3番目の理由としてあがっている。ステップが進むにつれて企業の持続可能な成長や競争力といった、戦略的な視点でDXを推進する傾向が見られた。

多くの企業がDXの取り組みを行う理由は、業務効率の向上やコスト削減などの直接的な利益を期待している領域であることは間違いない。しかし、事業改革、事業戦略レベルのDXを進めるうえでは、企業全体、経営全体に関わる視点を持つことも重要となるだろう。

■ DXの取り組みを行う理由 (n=441)



2. DXの具体的な取り組み・効果

2. DXの具体的な取り組み・効果

第2章では、DXの具体的な取り組みや効果について見ていく。経営情報のデータ化や把握、活

用、などの基本的な取り組みから、効果や生産性向上につながっているか、について調査した。

2-1. 経営情報の可視化（データ化）、把握

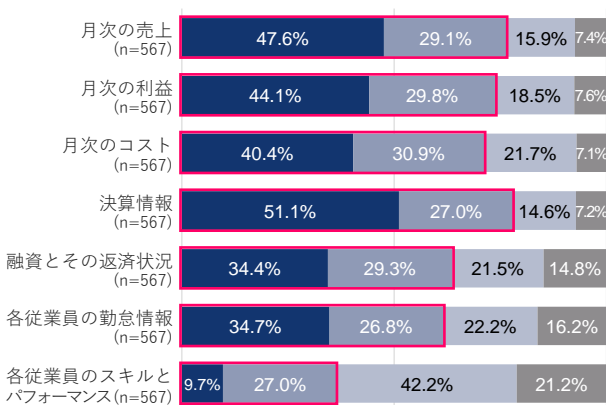
まず、経営情報の可視化（データ化）についての調査結果を報告する。本調査における経営情報とは、「月次の売上」、「月次の利益」、「月次のコスト」、「決算情報」、「融資とその返済状況」の財務情報と、「各従業員の勤怠情報」、「各従業員のスキルとパフォーマンス」の非財務情報を加えた合計7つである。

財務情報については、「全てのデータ化ができて」、「一部のデータ化ができて」を合わせ、60%~70%の割合でデータ化ができていた状況だった。一方で、非財務情報を見ると、「各従業員のスキルとパフォーマンス」が36.7%と、可視化（データ化）が遅れている

状況であった。

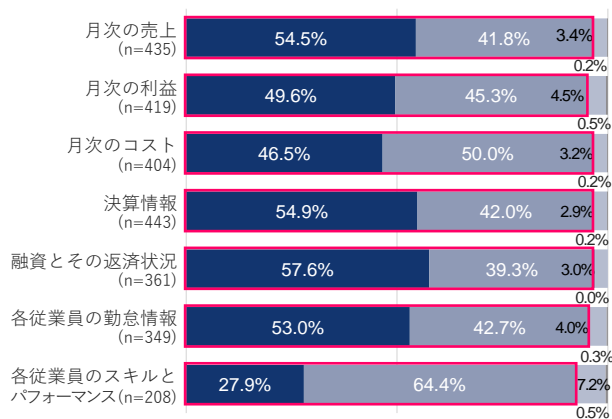
次の調査は可視化（データ化）した経営情報を経営者自身が把握しているか、についてである。可視化（データ化）しても、それを経営に生かせる形で把握していなければ意味がない。ここでは、前の質問に対し、「全てのデータ化ができて」、「一部のデータ化ができて」と回答した企業に聞いている。どの分野も「正確に把握できている」、「ある程度把握できている」の回答が大部分を占めた。可視化（データ化）できた経営情報についてはほとんどの企業が把握できており、良い傾向といえるだろう。

■ 経営情報の可視化（データ化） (n=567)



■ 全てのデータ化ができています ■ 一部のデータ化ができています
■ 必要だと思うがデータ化はできていない ■ データ化をするつもりはない

■ 経営情報の把握



■ 正確に把握できている ■ ある程度把握できている
■ あまり把握できていない ■ 全く把握できていない

2. DXの具体的な取り組み・効果

2-2. 可視化（データ化）した経営情報の活用・効果

次に、前ページで、可視化（データ化）した経営情報を「正確に把握できている」、「ある程度把握できている」と回答した経営者に、把握した経営情報を会社の経営に活かしているか、可視化（データ化）したことで業績に変化があったかについて聞いた。

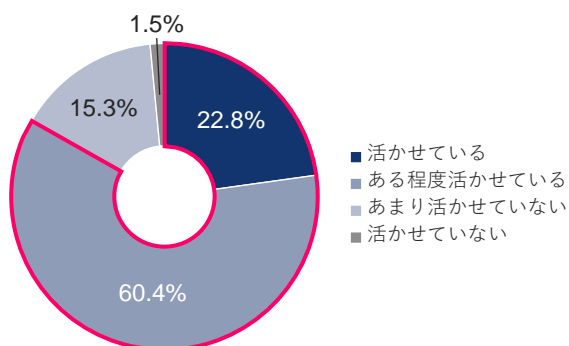
経営情報の活用については、「活かしている」が22.8%、「ある程度活かしている」が60.4%と、合わせて83.2%の企業が経営に活かしていると回答した。経営情報の可視化（データ化）ができている企業は、「可視化（データ化）→把握→活用」という一連のサイクルがある程度確立していることがわかった。

そして、経営情報を可視化（データ化）したことによる業績の変化については、「プラス

の変化があった」が17.2%、「ややプラスの変化があった」が46.9%と、合わせて64.1%の企業がプラスの変化を実感していた（「活かしている」の企業に限定すると、82.3%までプラスの変化が増加する）。

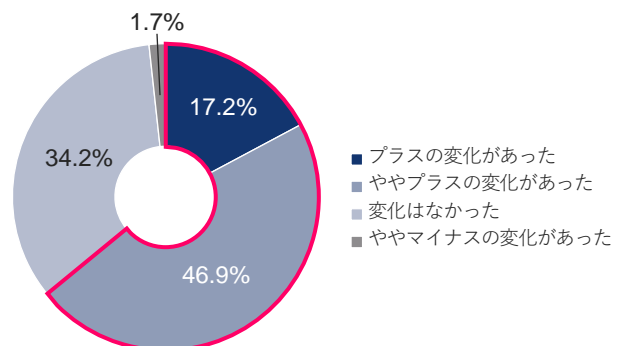
ただ、「変化はなかった」と回答した企業も3割以上存在し、前設問で「あまり活かしていない」、「活かしていない」と回答した企業が多くを占めていた。経営情報は可視化（データ化）し、把握し、活用することではじめて効果を発揮する。活用できていない企業は、自社の経営情報の活用方法を一度見直してみてもよいだろう。ただ、自社だけでは難しい場合が多いため、積極的に外部の専門家を頼ることも検討していただきたい。

■ 経営情報の活用 (n=465)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■ 経営情報を可視化（データ化）したことによる業績の変化 (n=465)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

2. DXの具体的な取り組み・効果

2-3. DXの取り組み状況、取り組み効果・浸透度合い

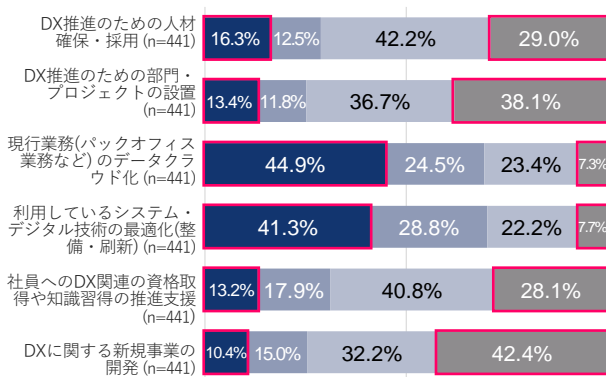
本ページでは、DXの取り組み状況と取り組んだ効果・浸透度について報告する。

DXの取り組み状況では、DXのための人材確保や専門の部門や、プロジェクトの設置などに取り組んでいるかの調査である。「現行業務（バックオフィス業務など）のデータ・クラウド化」、「利用しているITシステム・デジタル技術の最適化（整備・刷新）」については、「既に取り組んでいる」の回答が多く、4割を超えた。他の4項目については「既に取り組んでいる」がいずれも10%台であった。また、「取り組むつもりはない」の回答が多いことにも注目したい。特に、「DX推進のための部門・プロジェクトの設置」、「DXに関する新規事業の開発」については約4割の企業が取り組むつもりはないと回答している。

現行業務、現状利用しているシステムに関するDXには積極的だが、部門、事業レベルのDXについては取り組む意識がない中小企業が多い傾向であった。

DXの取り組み効果、浸透度合いについては、「とても効果が出ている/浸透している」、「やや効果が出ている/浸透している」を合わせ76.2%の企業が効果、社内の浸透度合いを実感していた。この取り組み効果、浸透度合いはP6のステップ毎に見ると、ステップ1で67.3%、ステップ2で87.6%、ステップ3で94.6%と、DXが進むほど高い割合となる傾向であった。現行業務中心のDXを実施している中小企業はぜひ、より高度なDXにも取り組んでいただきたい。

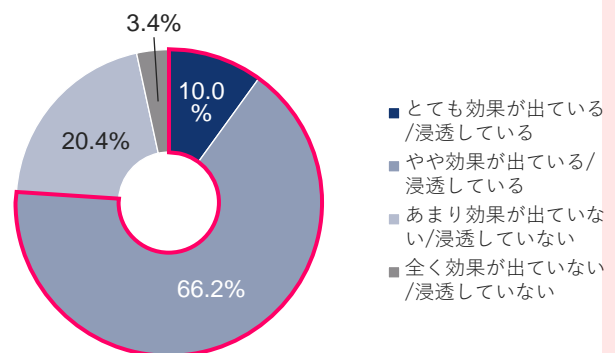
■ DXの取り組み状況 (n=441)



■ 既に取り組んでいる ■ 取り組みを検討している
■ 必要だと思うが取り組めていない ■ 取り組むつもりはない

調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■ DXの取り組み効果、浸透度合い (n=441)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

2. DXの具体的な取り組み・効果

2-4. DXによる生産性向上・効率化、DXにより改善された業務

第2章の最後は、DXが生産性向上・効率化などにつながっているか、そして具体的に改善された業務についての調査結果である。

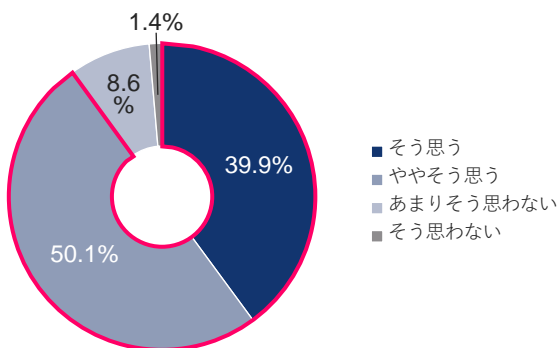
DXが生産性向上・効率化などにつながっているか、については、「そう思う」、「ややそう思う」を合わせ、90.0%が生産性向上・効率化を実感しており、前ページの取り組み効果・浸透度合いと並び高い割合となった。DXに取り組むことは、生産性向上や業務の効率化に、ほぼ確実につながるといえるだろう。

次に、DXにより改善された業務についての結果では、「データ入力・管理」が最も多い70.8%であり、「財務・会計」の49.6%と続

いた。今回、回答が多かった「データ入力・管理」や「財務・会計」は、DXが進む前はアナログな手作業で行っていたものが、デジタル技術により効率化、自動化が進むことで改善されたと実感する企業が多いのではないだろうか。現時点でこれらの業務に時間や手間を要している企業は、ぜひDXによる業務改善に挑戦してほしい。

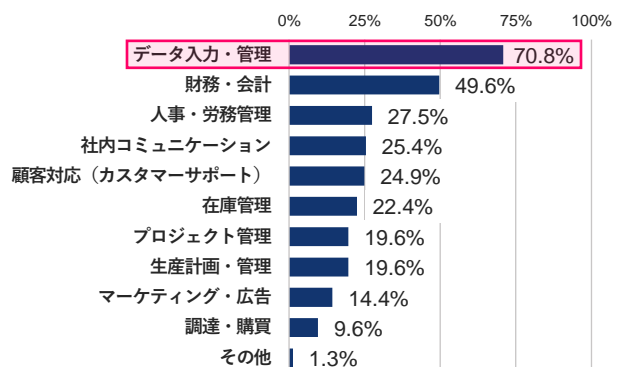
今回の調査では、この2つがDXにより改善された、という回答の割合が高く、他の項目は3割未満という結果であった。「その他」の回答には在宅勤務、リモートワーク、社外コミュニケーションなどが並んだ。

■ DXが生産性向上・効率化などの改善につながっているか (n=441)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■ DXにより改善された業務 (n=397)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

3. 今後の展望・上流企業からの要求

3. 今後の展望・上流企業からの要求

第3章では、DXの今後の展望と上流企業からの要求に関する調査結果を報告する。DXの継続に

対する企業の意識や、上流企業からの要請の実態を明らかにし、今後の課題と展望を考察する。

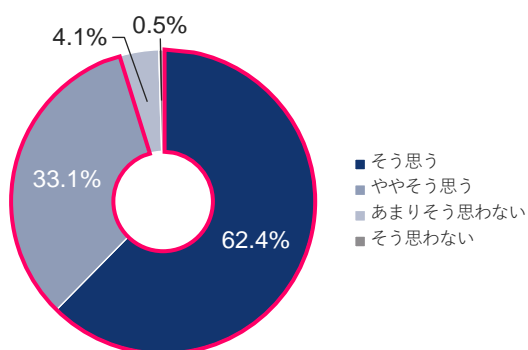
3-1. DXの継続意思、今後取り組みたい分野

DXに取り組んでいる企業に、今後も取り組みを継続すべきか、について聞いた。結果を見ると、「そう思う」、「ややそう思う」と回答した企業が95.5%を占め、ほとんどの企業がDXの継続に肯定的な意思を示していた。実際にDXに取り組むことで、その効果やメリット、経営を続けるうえで不可欠な手段であることを実感している企業が多いのだろう。また、「そう思う」、「ややそう思う」と回答した企業に、今後取り組みたい分野について聞いたところ、「現行業務（バックオフィス業務など）のデータ・クラウド化」が最も多く回答者の半数近くが選択した。「利用しているITシステム・デジタル技術の最適化

（整備・刷新）」も半数近くが選択しており、目先の現行業務における取り組みに、高い関心がある結果であった。これらの上位項目に加えて、「社員へのGX関連の資格取得や知識習得の推進・支援」「セキュリティ対策の強化」「DX推進のための人材確保・採用」など、企業の競争力向上や持続可能な成長に関する項目も一定の割合で選択されている。

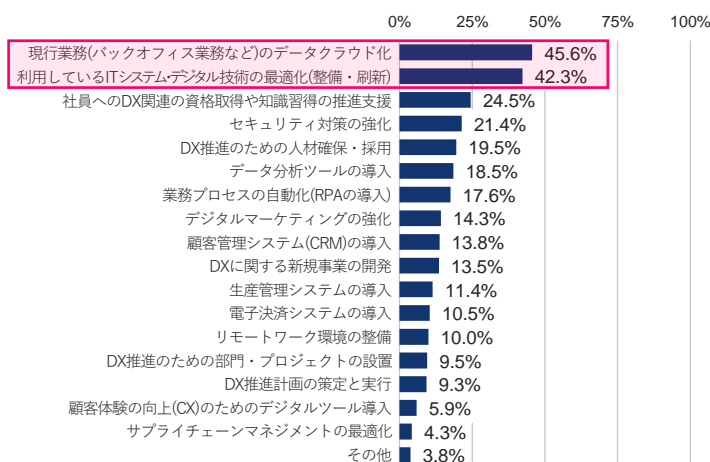
DXにすでに取り組んでいる企業が今後も取り組みを継続する見込みは高いだろう。ぜひ、既存業務に関連する領域以外の、人材育成やセキュリティ強化といった企業の基盤強化に関連するDXも推進することを期待したい。

■ DXの取り組みを今後も継続すべきか (n=441)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

■ 今後取り組みたい分野 (n=421)



3. 今後の展望・上流企業からの要求

3-2. 上流企業からの要求

最後に、情報セキュリティに関する具体的な要求や対策をはじめとして、上流企業からDXの取り組みを進めるよう要求を受けたことがあるか、について調査を行った。

「ある」と回答した企業は21.1%であり、5社に1社程度の割合で、上流企業から何らかの要求を受けていることがわかった。

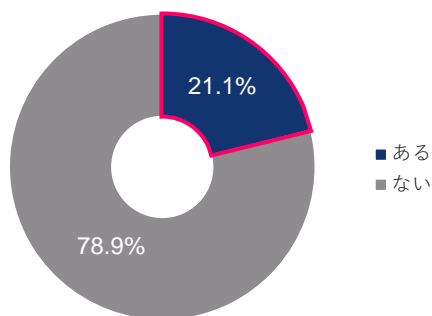
デジタル技術やデータをビジネスに活用することがあたりまえの今の時代において、上流企業が仕事を依頼する中小企業に情報セキュリティについての対応状況を把握したり、推進を求めたりすることは当然の行動といえる。

そのため、上流企業からの要請が今後さらに増加する可能性は十分に考えられる。

今後、中小企業は、自社のDX化を推進することに加え、上流企業からの要求に対応できる体制を整えていくことも課題の一つといえるだろう。DXの推進やサステナビリティ対応など、業界の動向を踏まえながら、求められる基準への適応が求められる。

次回のブルーレポート2025年4月号では、GX（グリーントランスフォーメーション）に関する上流企業からの要求についての調査結果も報告予定である。

■ 上流企業からの要求 (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

4. まとめ・あとがき

3. まとめ・あしがき

○ 進まない中小企業のDX、国や専門家の支援が今後の促進のポイントに

この度、中小企業のDXへの取り組み状況について、全体傾向から具体的な取り組み、さらに今後の展望も含め、幅広く把握するための調査を行った。

まず、DXの認知状況は63.3%であった。2021年調査実績（60.2%）と比較すると微増しているものの、大きな伸びを示すまでには至っていない。それは取り組み度合いについても同様で、全体としてDXの認知・取り組みは進んでいないと言わざるを得ないだろう。

また、DXの取り組みを行う理由としては「業務効率の向上を図るため」が回答者の6割を超えた一方、経営戦略の一環としてDXを捉えている企業は、現状では少ないことが明らかになった。

さらに、DXの具体的な取り組みや効果について問う設問群を通し、経営情報の可視化が進むとその活用が進み、業績にプラスの変化がみられることがわかった。しかし、具体的な内容を見ると、現行業務への取り組みが進む半面、人材確保や育成、新規事業の開発などが進んでいないことも示された。

近年、DXへの取り組みが注目された背景には、一義的には業務の効率化や生産性向上、人材不足への対応などがある。業務における無駄を省き、限られた経営リ

ソースを有効活用するうえで、デジタル技術の導入やデータの利活用が円滑な業務遂行に資することは多くの中小企業が実感するところであろう。

それらに加え、デジタル技術を前提とする市場への適応や多様な働き方の推進、労働環境の整備などの側面もある。DXの「意識改革レベル（ステップ3）」（6ページ参照）への取り組みが進めば、事業戦略の再構築や新規事業の創出が現実味を帯びてくる。

さらに、顧客との関係維持にも重要な意味を持つだろう。DXへの取り組みを求める意図で上流企業からの要求があるかを問う設問では、21.1%の企業が「ある」と回答している。情報セキュリティ対策はもちろんのこと、契約事務や日々のコミュニケーション、情報共有の手法に至るまで、DXへの取り組みは今や中小企業経営にも欠かせない要素となりつつあるのである。DXの更なる普及をにらむとき、認知や取り組みが広がらない状況を踏まえ、今後もDXによる効果・メリットの情報共有や、国や専門家などによる資金的、人的支援などが継続されることに期待したい。

今回はDXに焦点を当てて報告した。次回はGDXのもう一つの重要な要素であるGX（グリーントランスフォーメーション）に関する調査結果を報告する。

以前にも当所で実施した中小企業のGDXについての調査を、定点調査も兼ねて再度実施しました。今回はDXについての調査結果の報告となります。DXの認知度は微増しているものの、取り組み度合いについては、前回調査からほとんど進んでいないという状況でした。必要性や重要性を理解している経営者はいるものの、対応人材の不足や費用面の課題などが取り組みが進んでいない主な要因と推察されます。また、

今回上流企業からDXの取り組みを進めるよう要求を受けたことがあるか、についての調査も行いましたが、約2割の中小企業が要望を受けていました。今後もこのような上流企業からの要求は増えることが見込まれるため、まだ取り組めていない企業は、国の補助金や外部の専門家支援を積極的に活用して、自社のDXを速やかに推進していくことを推奨いたします。

フォーバル
GDXリサーチ研究所
所長 平良 学

