

川崎市内中堅・中小企業経営実態調査レポートを公表します

川崎市では、市内の産業（特に製造業）が直面する経営課題及び環境変化を把握することで、産業政策立案の資料とするため、市内の中堅・中小企業を対象に、平成18年度から経営実態調査を行っています。

この度、令和6年12月27日から令和7年1月31日にかけて、「脱炭素化の取組」「資金調達（ESG ファイナンス）」「価格転嫁」「デジタル化に向けた取組」について調査を実施し、その結果を取りまとめましたので公表します。

1 調査テーマ

- (1)脱炭素化の取組について
- (2)資金調達（ESG ファイナンス）について
- (3)価格転嫁について
- (4)デジタル化に向けた取組について

2 調査方法

郵送によるアンケート方式（返信用封筒による返送及び web 回答）

3 調査時期

令和6年12月27日（金）から令和7年1月31日（金）まで

4 調査項目

- (1)企業概要
- (2)脱炭素化の取組について
「脱炭素化」「脱炭素経営」に関する認識、取引先からの脱炭素化の取組要求、脱炭素化に取り組むメリット、脱炭素化の取組状況、脱炭素化に取り組まない理由・取り組むきっかけ
- (3)資金調達（ESG ファイナンス）について
ESG ファイナンスに対する認知・関心・活用意向、企業価値評価において考慮してほしい項目
- (4)価格転嫁について
直近6か月間における発注側企業との価格交渉の状況、価格転嫁状況（全般的なコスト上昇分、原材料費・エネルギー費上昇分、労務費上昇分）、価格転嫁ができた理由
- (5)デジタル化に向けた取組について
デジタル化の必要性・取組状況・効果・デジタル化の障害となっている原因、DX 導入の状況

5 調査対象

公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する川崎市内の中堅・中小企業 1,794 社

6 回答状況

有効回答企業数 355 社（有効回答率 19.8%）

7 調査結果

別紙「調査結果の概要」

8 ホームページ

川崎市 (<https://www.city.kawasaki.jp/templates/prs/280/0000175433.html>)
公益財団法人川崎市産業振興財団
(<https://kawasaki-sanshinkaikan.jp/sangyo/chousa/>)

○問合せ先

川崎市経済労働局経営支援部経営支援課 加藤 電話 044 (200) 2325

公益財団法人川崎市産業振興財団 中小企業サポートセンター 酒井 電話 044 (548) 4141

＜調査結果の概要＞

1 回答企業の概要

- 有効回答企業数 355 社のうち、資本金 1,000 万円以下の企業が 57.8%、資本金 1,000 万円超 1 億円以下の企業が 41.0%となった。
- 有効回答企業数のうち、業歴 30 年超の企業数が全体の 74.4%となった。

2 脱炭素化の取組について

- 「脱炭素化」「脱炭素経営」について、「よく理解している」「ある程度理解している」と回答した企業が 76.9%を占めたものの、「あまり理解していない」「全く理解していない」「聞いたことがない」と回答した企業も 22.6%いることから、理解度に不足を感じている企業が一定数存在していることが伺える。
- 脱炭素化に取り組むメリットとしては、「エネルギーコスト削減（48.3%）」「会社のイメージ・競争力向上（44.8%）」が多く挙げられる一方で、「特にメリットがない（17.8%）」と考える企業も一定数存在することがわかった。
- 脱炭素化に「取り組んでいる」「取り組む予定で検討中」と回答した企業のうち、具体的な取組として「省エネ機器の導入（69.8%）」が最多となった。これは、即効性があり、比較的導入が容易なためと思われる。
- 脱炭素化に取り組むきっかけとしては、「社会情勢の変化（43.1%）」「気候変動への危機感（30.9%）」を挙げる回答が多く、気候変動の深刻さが企業に広く認識されつつあることが伺える。

3 資金調達（ESG ファイナンス）について

- ESG ファイナンスについては、「全く知らない」との回答が約半数を占め、金融機関や業界団体等の周知努力にもかかわらず、その認知度は上がっていない状況が伺える。
- 企業価値評価について企業が銀行に評価してほしいと期待する項目としては、「事業の安定性・成長性（47.2%）」「技術力・開発力（38.4%）」「財務内容（34.4%）」「返済実績・取引状況（33.4%）」が上位を占めた。

4 価格転嫁について

- 57.5%の企業が、発注側企業と価格交渉を行っていた一方で、「発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった（6.8%）」「発注側企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった企業（3.1%）」「協議の余地なく、一方的に発注側企業から取引価格を減額された（1.7%）」といった企業も見られた。
- また、全般的なコスト上昇分について、価格転嫁を実施した企業は 68.2%であった。内訳としては、1 割～3 割程度の価格転嫁ができた企業が 34.6%と最も多かったが、7 割以上価格転嫁できたとする企業は 15.5%に留まり、14.4%の企業においては、価格転嫁が全くできていないという結果が見られた。

5 デジタル化に向けた取組について

- 全体の 73.8%の企業がデジタル化の必要性を感じており、そのうち 61.1%の企業が既に何らかのデジタル化に着手していることが分かった。一方で、必要性を感じながらも取り組む予定がない企業も一定数存在し、その背景には、デジタル化推進のための人材・知識不足、コスト高があることが推察される。
- 企業が感じているデジタル化の効果については、「生産性の向上」「業務プロセスの明確化」「経費の削減」の順で多く、また、デジタル化に関する具体的な取組としては、「業務効率化に向けた管理システム導入」が 69.2%に上るほか、「WEB 会議ツール」「クラウド」「テレワーク」の導入については、現在の企業を取り巻く情勢の変化を反映する回答状況となった。
- DX 導入の取組状況については、昨年度の調査結果と同様に「予定はない」と回答した企業が最多となったが、未定と回答した企業は減少し、「すでに取り組んでいる」「今後取り組む予定」の企業が増加しており、全体として企業の DX 導入が進んでいる状況が伺えた。

川崎市内中堅・中小企業実態調査レポート

ー「脱炭素化の取組」「資金調達（ESG ファイナンス）」「価格転嫁」「デジタル化に向けた取組」についてー

I. 調査要領と回答企業の概要・・・・・・・・・・ 2 ページ

【調査要領】

- (1) 調査目的
- (2) 調査テーマ
- (3) 調査方法
- (4) 調査時期
- (5) 調査の対象企業
- (6) 回答状況

【回答企業の概要】

- (1) 業種内訳
- (2) 従業員数内訳
- (3) 資本金内訳
- (4) 業歴内訳

II. 脱炭素化の取組について・・・・・・・・・・ 3 ページ

【総括】

- (1) 「脱炭素化」「脱炭素経営」に関する認識
- (2) 取引先からの脱炭素化の取組要求
- (3) 脱炭素化に取り組むメリット
- (4) 脱炭素化の取組状況
- (5) 具体的な取組・検討内容
- (6) 脱炭素化に取り組まない理由
- (7) 脱炭素化に取り組むきっかけ

III. 資金調達（ESG ファイナンス）について・・・・・・・・ 7 ページ

【総括】

- (1) ESG ファイナンス（ESG 投融資）に対する認知
- (2) ESG ファイナンスへの関心・活用意向
- (3) 企業価値評価において考慮してほしい項目

IV. 価格転嫁について・・・・・・・・・・ 9 ページ

【総括】

- (1) 直近 6 か月間における発注側企業との価格交渉の状況
- (2) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（全般的なコスト上昇分）
- (3) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（原材料費・エネルギー費上昇分）
- (4) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（労務費上昇分）
- (5) 価格転嫁ができた理由

V. デジタル化に向けた取組について・・・・・・・・ 12 ページ

【総括】

- (1) デジタル化の必要性について
- (2) デジタル化の取組状況について
- (3) デジタル化に取り組んだ効果について
- (4) デジタル化に関する具体的な取組み
- (5) デジタル化の障害となっている原因
- (6) DX 導入の取組状況について

※構成比等については、小数点以下第 2 位を四捨五入して表示しているため、合計しても 100%とならない場合や、各比率の合わせた数値にズレが生じる場合があります。

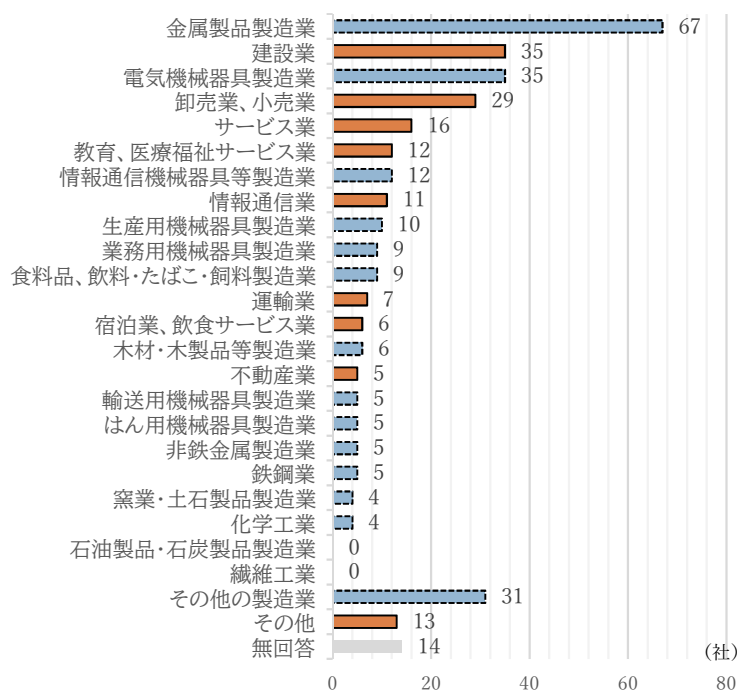
I. 調査要領と回答企業の概要

【調査要領】

- (1) 調査目的
川崎市内企業が抱える企業の経営課題や基本的動向の把握
- (2) 調査テーマ
 - ・脱炭素化の取組について
 - ・資金調達（ESG ファイナンス）について
 - ・価格転嫁について
 - ・デジタル化に向けた取組について
- (3) 調査方法
郵送によるアンケート方式
(返信用封筒による返送及び Web 回答)
- (4) 調査時期
令和 6 年 12 月 27 日（金）～令和 7 年 1 月 31 日（金）
- (5) 調査の対象企業
公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する
川崎市内の中堅・中小企業（N）：1,794 社
- (6) 回答状況
有効回答企業数（n）：355 社
有効回答率：19.8%

【回答企業の概要】

図 I-1 回答企業の業種内訳



※ 棒グラフは製造業（58.3%）、はそれ以外の業種（37.7%）

※ 原則として業種は日本標準産業分類に基づき主業基準分類で集計

図 I-2 回答企業の従業員数内訳

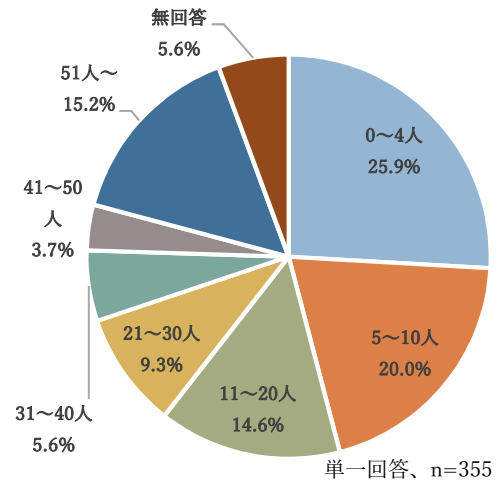
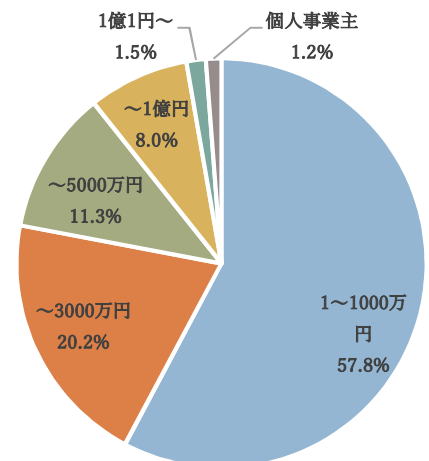
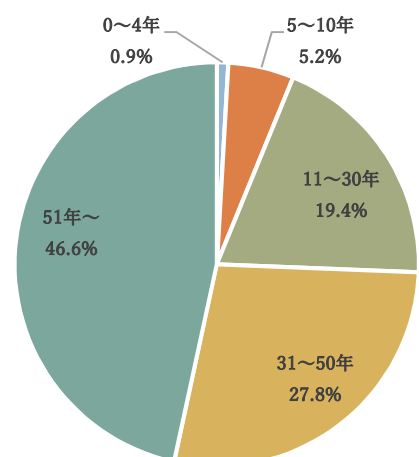


図 I-3 回答企業の資本金内訳



単一回答、n=355

図 I-4 回答企業の業歴内訳



単一回答、n=355

II. 脱炭素化の取組について

～脱炭素化の取組にはまだ課題が多く、普及には行政等の支援や啓発が必要か～

【総括】

「脱炭素化」「脱炭素経営」について、「よく理解している」「ある程度理解している」と回答した企業が76.9%を占めたものの、「あまり理解していない」「全く理解していない」「聞いたことがない」と回答した企業も22.6%いることから、理解度に不足を感じている企業が一定数存在していることが伺える。

また、一部の企業は、取引先から脱炭素化に向けた具体的な行動を要求されているものの、77.2%の企業が「特に求められていない」と回答しており、脱炭素化の重要性の認識が広まっている一方で、具体的な要求はまだ限られたものであることが伺える。

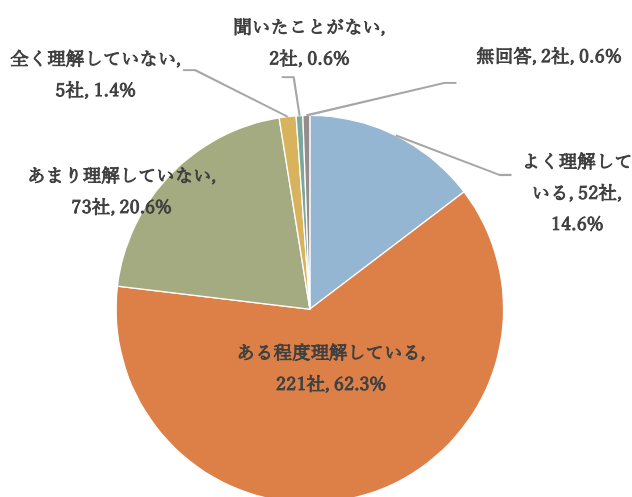
脱炭素化に取り組むメリットとしては、「エネルギーコスト削減（48.3%）」「会社のイメージ・競争力向上（44.8%）」が多く挙げられる一方で、「特にメリットがない（17.8%）」と考える企業も一定数存在することがわかった。

脱炭素化に「取り組んでいる」「取り組む予定で検討中」と回答した企業のうち、具体的な取組として「省エネ機器の導入（69.8%）」が最多となった。これは、即効性があり、比較的導入が容易なためと思われる。一方で、脱炭素化に「取り組む予定はない」と回答した企業のうち、主な理由として「他の経営課題の方が優先順位が高い（43.0%）」が最も多く挙げられ、限られた経営資源の中で、他の経営課題に集中せざるを得ず、脱炭素化に取り組む余裕がないことが伺える。さらに、「取り組む必要性を感じない（31.4%）」「取り組み方がわからない（30.2%）」を挙げる企業も多く、行政等の発信する情報が十分に届いていないことや、専門家等のサポートが必要とされている現状が伺える。

脱炭素化に取り組むきっかけとしては、「社会情勢の変化（43.1%）」「気候変動への危機感（30.9%）」を挙げる回答が多く、気候変動の深刻さが企業に広く認識されつつあることが伺える。さらに、「取引先からの要請（23.3%）」「他社の脱炭素化に向けた動き（14.1%）」という回答は、企業間の競争や取引関係が脱炭素化を進める一因となっていることを示唆している。

(1) 「脱炭素化」「脱炭素経営」に関する認識【単一回答、n=355】

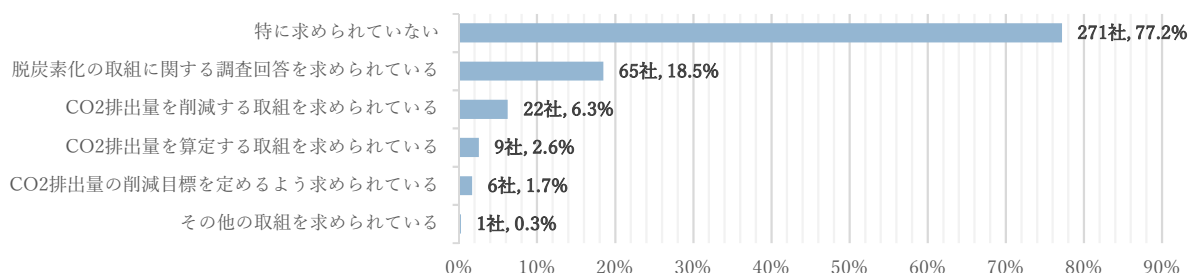
図 II-1



「脱炭素化」「脱炭素経営」について、「よく理解している」「ある程度理解している」と回答した企業が76.9%を占めたものの、「あまり理解していない」「全く理解していない」「聞いたことがない」と回答した企業も22.5%いることから、理解度に不足を感じている企業が一定数存在していることが伺える。

(2) 取引先からの脱炭素化の取組要求【複数回答、n=351、回答数 374】

図II-2



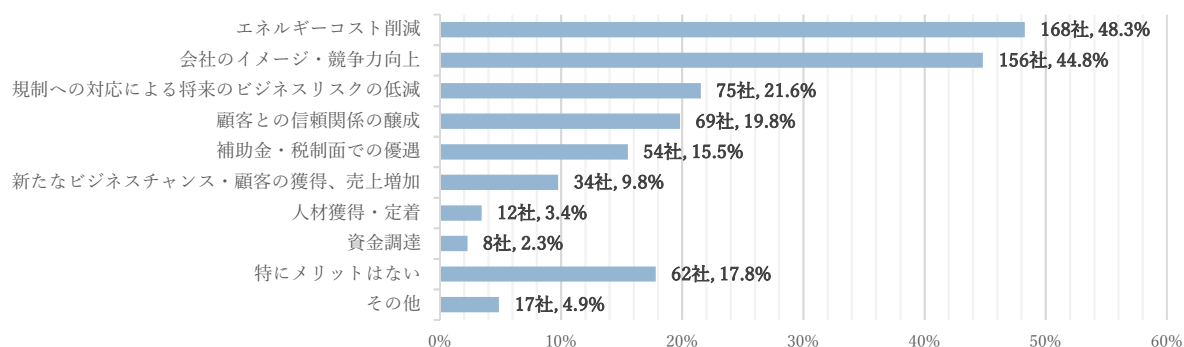
【その他の主な記載事項】

- ・ サプライチェーンの確認

一部の企業は脱炭素化に向けた具体的な行動を要求されているものの、77.2%の企業が「特に求められていない」との回答だった。脱炭素化の重要性の認識が広まっている一方で、具体的な要求はまだ限られたものであることが伺える。

(3) 脱炭素化に取り組むメリット【複数回答、n=348、回答数 655】

図II-3

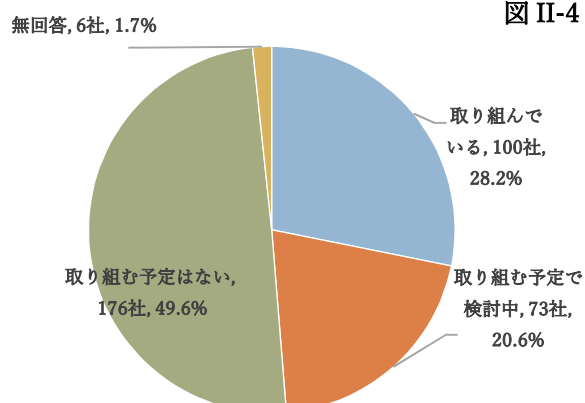


「エネルギーコスト削減（48.3%）」「会社のイメージ・競争力向上（44.8%）」が、企業が脱炭素化に取り組む最も大きなメリットと考えられていることが伺える。

また、「特にメリットがない（17.8%）」と考える企業も一定数存在することがわかった。

(4) 脱炭素化の取組状況【単一回答、n=355】

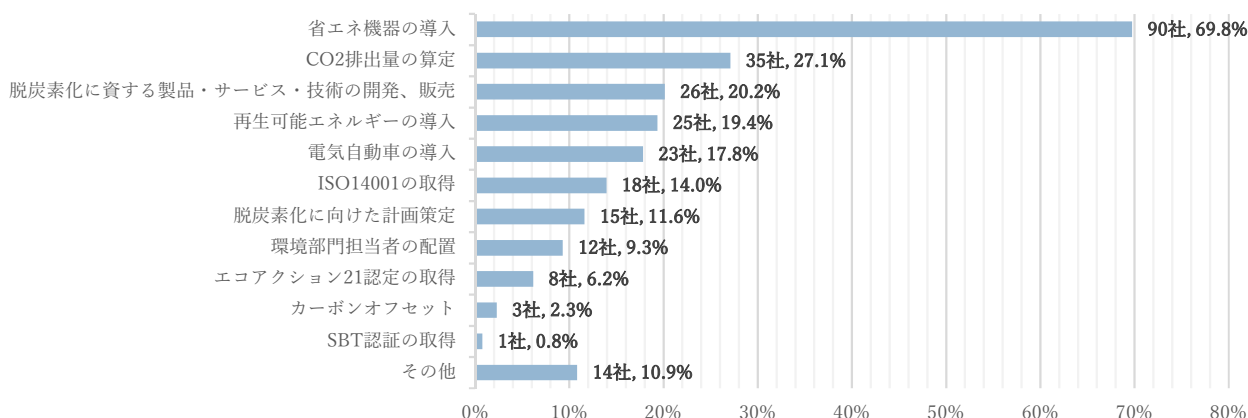
図II-4



脱炭素化の取組状況としては、「取り組む予定はない」とする企業が49.6%を占める結果となった。

(5) 具体的な取組・検討内容【複数回答、n=129、回答数 270】

図II-5



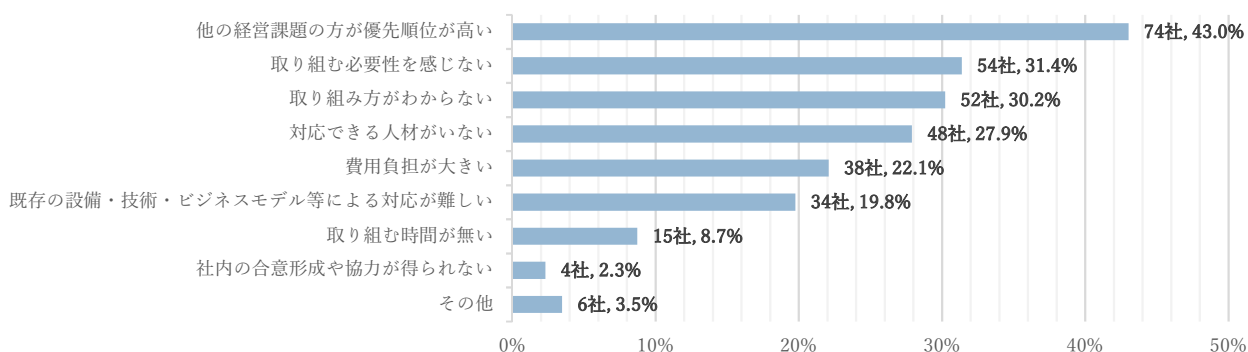
【その他の主な記載事項】

- 電気・配管のロス測定プロジェクトへの参加
- 木材利用促進フォーラムへの加入と活動
- PHEV 車、ハイブリッド車、水素車の導入
- 車両移動の時は乗合にして稼働台数減
- 化石燃料を使用しない生産技術の開発
- 「かわさき低CO2ブランド」の認定取得
- 特殊混和材の使用によるセメント量の減少
- 自家発電
- エコステージ2（環境管理品質システム）
- コピー用紙削減、電気使用量の削減
- カーボンニュートラル推進商品（使用薬剤）への切り替え検討

（4）で脱炭素化に「取り組んでいる」「取り組む予定で検討中」と回答した 173 社のうち、回答のあった 129 社について集計したところ、「省エネ機器の導入（69.8%）」が最多となった。これは、即効性があり、比較的導入が容易なためと思われる。

(6) 脱炭素化に取り組まない理由【複数回答、n=172、回答数 328】

図II-6



【その他の主な記載事項】

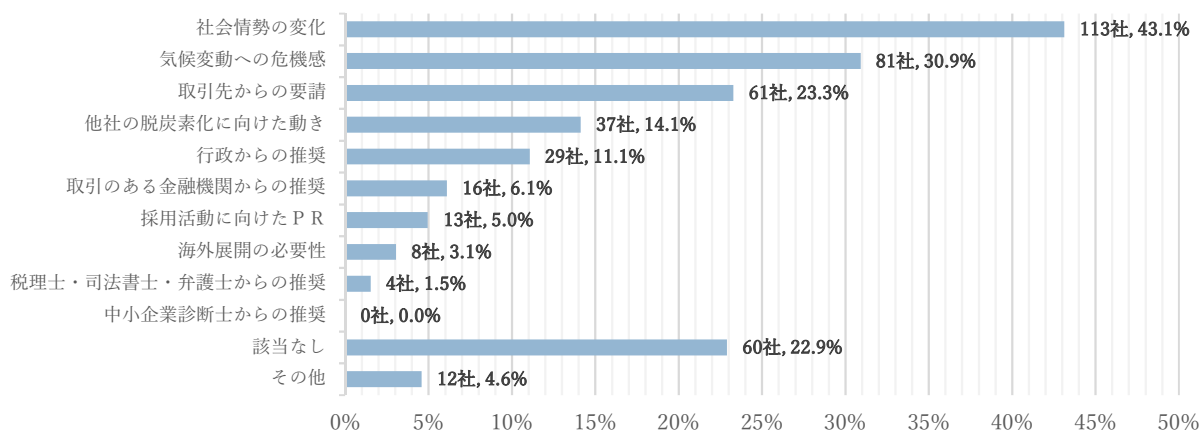
- 炭素排出量が少なく費用対効果の関係で難しい
- 脱炭素化につながるものが何かがわからない
- 取り組む分野が社内にはない
- 脱炭素が良いとは思っていない

（4）で脱炭素化に「取り組む予定はない」と回答した 176 社のうち、回答のあった 172 社について集計したところ、「他の経営課題の方が優先順位が高い（43.0%）」が最も多くを占めた。限られた経営資源の中で、他の経営課題に集中せざるを得ず、脱炭素化に取り組む余裕がないことが伺える。

次いで「取り組む必要性を感じない（31.4%）」「取り組み方がわからない（30.2%）」が多く、行政等の発信する情報が十分に届いていないことや、専門家等のサポートが必要とされている現状が伺える。

(7) 脱炭素化に取り組むきっかけ【複数回答、n=262、回答数 434】

図II-7



【その他の主な記載事項】

- ・ 製品の特徴・価値創出の取組の一つとして
- ・ 閉鎖性水域の汚濁について関係したとき
- ・ 水力・太陽光発電に関係する仕事を行っているため
- ・ 東日本大震災による原発事故
- ・ かわさき SDG s ゴールドパートナーの認定
- ・ エコアクションの取組
- ・ 脱炭素イベント参加によるもの
- ・ 補助金の存在

炭素化に取り組むきっかけとして、「社会情勢の変化（43.1%）」「気候変動への危機感（30.9%）」を挙げる回答が多く、気候変動の深刻さが企業に広く認識されつつあることが伺える。

「取引先からの要請（23.3%）」「他社の脱炭素化に向けた動き（14.1%）」という回答は、企業間の競争や取引関係が脱炭素化を進める一因となっていることを示唆している。

III. 資金調達（ESG ファイナンス）について

～ESG ファイナンスの認知度に課題：関心はあるが活用企業は少数～

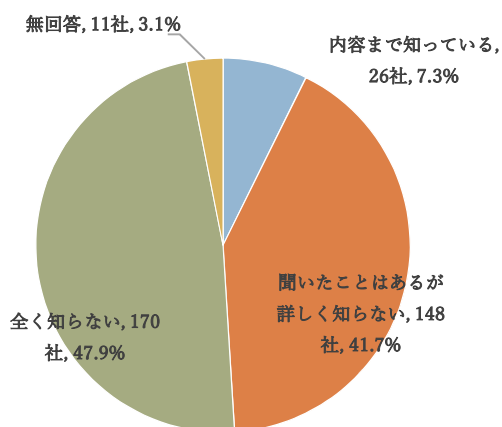
【総括】

令和4年8月、令和6年1月に資金調達（ESG ファイナンス）に関するアンケートを実施し、今回は3回目のアンケートとなった。ESG ファイナンスについては、「全く知らない」との回答が約半数を占め、金融機関や業界団体等の周知努力にもかかわらず、その認知度は上がっていない状況が伺える。ESG ファイナンスへの関心がある企業、ない企業数はほぼ同率であったが、実際に活用している、または活用予定があると答えた企業は全体の2.3%にとどまった。

企業価値評価について企業が銀行に評価してほしいと期待する項目としては、「事業の安定性・成長性（47.2%）」、「技術力・開発力（38.4%）」、「財務内容（34.4%）」「返済実績・取引状況（33.4%）」が上位を占め、全体的には昨年度の調査時と同様の結果となった。一方で、「技術力・開発力」は5.2%増を示したほか、「脱炭素など ESG への取組状況」も2.4%上昇するなど、数値では表しにくい企業の特徴や将来性の評価を求めている様子も伺える。

(1) ESG ファイナンス（ESG 投融資）に対する認知【単一回答、n=355】

図 III-1



ESG ファイナンスについて、内容まで把握している企業は7.3%にとどまり、「聞いたことはあるが詳しくは知らない（41.7%）」を足し合わせても過半数を割り込み、47.9%の企業が「全く知らない」と回答した。企業による認知度について課題があることが伺える結果となった。

参考：令和6年1月調査結果

「全く知らない」37.5%（139件）

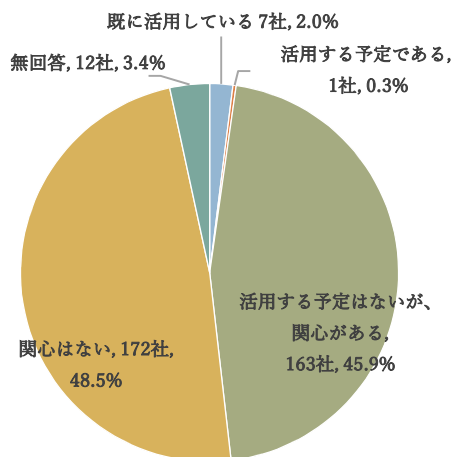
「聞いたことはある」47.2%（175件）

「内容について知っている」11.3%（42件）

「無回答」4.0%

(2) ESG ファイナンスへの関心・活用意向【単一回答、n=355】

図 III-2



ESG ファイナンスについて、48.5%が「関心はない」と回答した一方で、「活用予定はないが、関心がある」と回答した企業が45.9%と、同程度の数に上った。昨年度と比較しても、「関心はない」が11.9ポイント減、関心があると回答した企業は13.8ポイント増となっている。

企業の ESG に関する関心自体は高まっている様子が見え、ファイナンスに関する十分な情報の提供や、金融機関による魅力的な商品開発など、多角的な取組により、将来的な活用の可能性が期待できる。

参考：令和6年1月調査結果

「関心はない」60.4%（224件）

「関心がある」32.1%（119件）

「すでに活用している」1.6%（6件）

「無回答」5.9%（22件）

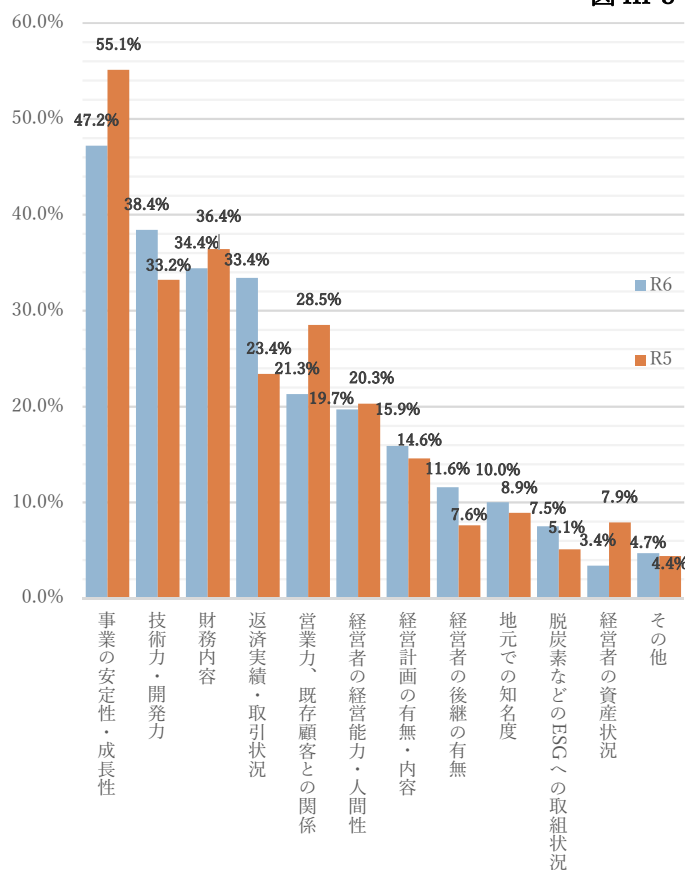
(3) 企業価値評価において考慮してほしい項目【複数回答、n=320】

昨年度の調査に引き続き、「企業の安定性・成長性（47.2%）」「技術力・開発力（38.4%）」「財務内容（34.4%）」が上位を占めた。全体的には昨年度の調査時と同様の傾向となった。

企業価値の評価にあたっては、経営者自身も「事業の安定性・成長性」や「財務内容」、「返済実績・取引状況」など、企業の財務基盤や現在の事業活動の内容を基本に考えているようである。一方で、「技術力・開発力」に5.2%の増加が見られたほか、「脱炭素など ESG の取組状況」も2.4%上昇するなど、現在の財務基盤だけでなく、技術力・開発力といった数値へ表しにくい企業の特徴や将来性についての評価を求めている様子も伺える。

図 III-3

	R6	R5
事業の安定性・成長性	151	174
技術力・開発力	123	105
財務内容	110	115
返済実績・取引状況	107	74
営業力、既存顧客との関係	68	90
経営者の経営能力・人間性	63	64
経営計画の有無・内容	51	46
経営者の後継の有無	37	24
地元での知名度	32	28
脱炭素などの ESG への取組状況	24	16
経営者の資産状況	11	25
その他	15	14
回答数	792	775
※回答者数	320	316



IV. 価格転嫁について

～企業の半数以上が価格交渉を実施、労務費の価格転嫁は難航～

【総括】

57.5%の企業が、発注側企業と価格交渉を行っていた一方で、「発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった（6.8%）」「発注側企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった企業（3.1%）」「協議の余地なく、一方的に発注側企業から取引価格を減額された（1.7%）」といった企業も見られた。

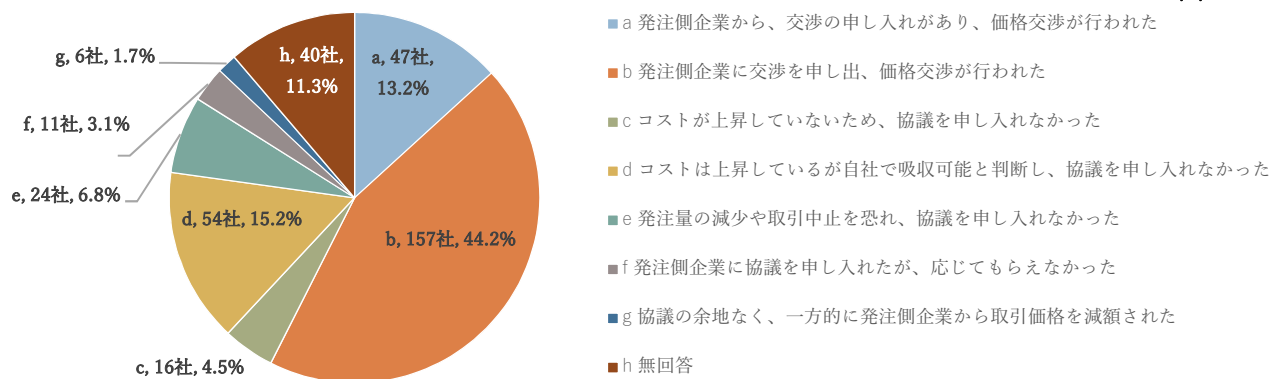
また、全般的なコスト上昇分について、価格転嫁を実施した企業は 68.2%であった。内訳としては、1 割～3 割程度の価格転嫁ができた企業が 34.6%と最も多かったが、7 割以上価格転嫁できたとする企業は 15.5%に留まり、14.4%の企業においては、価格転嫁が全くできていないという結果が見られた。

さらに詳細な状況として、原材料費・エネルギー費上昇分について、価格転嫁ができた企業は 61.1%で、全般的なコスト上昇分が価格転嫁できた企業の割合である 68.2%を若干下回る程度となった。一方で価格転嫁ができなかった（0 割）と回答した企業が 17.5%あり、原材料費・エネルギー費が高止まりしている中、価格転嫁が難しい状況も伺える。労務費上昇分について、価格転嫁できた企業は全体の 51.8%であり、原材料費・エネルギー費の上昇分を価格転嫁できた企業の割合である 61.1%を下回った。また、価格転嫁ができなかった（0 割）と回答した企業も 24.5%を示し、労務費上昇分を価格転嫁するのはハードルが高いことが伺える。

設問（2）（3）（4）で、価格転嫁できたと回答した 242 社のうち、回答のあった 230 社について集計したところ、価格転嫁ができた理由については、「業界全体における理解の進展（45.2%）」が最も多く、価格転嫁に対する理解が業界全体に広まり、取引先において、価格転嫁を受け入れる土壌が徐々に形成されてきているものと推察される。また、「取引先への価格改定の通知（42.2%）」「原価を示した価格交渉（31.3%）」も上位となったが、これは価格転嫁が必要な根拠を明確に示すことで、取引先の理解を得ることができたものと推察される。

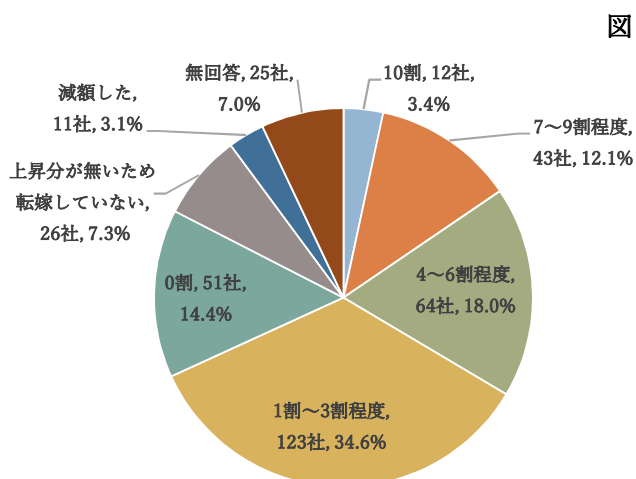
(1) 直近 6 か月間における発注側企業との価格交渉の状況【単一回答、n=355】

図 IV-1



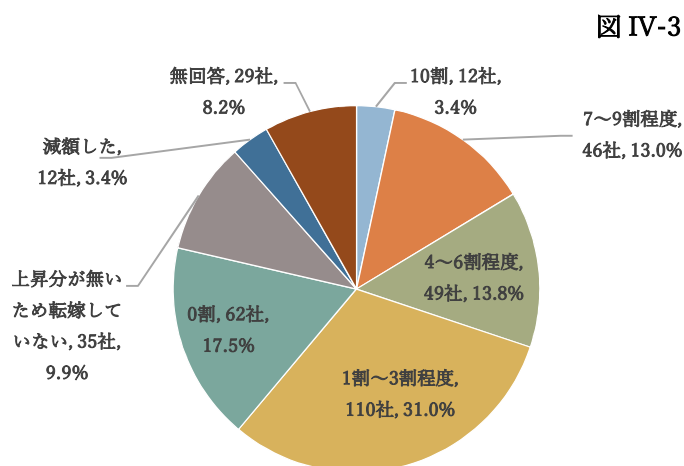
回答企業の 57.5%が発注側企業と価格交渉を行っていた。一方で、「発注量の減少や取引中止を恐れ、協議を申し入れなかった（6.8%）」「発注側企業に協議を申し入れたが、応じてもらえなかった企業（3.1%）」「協議の余地なく、一方的に発注側企業から取引価格を減額された（1.7%）」といった企業も見られた。

(2) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（全般的なコスト上昇分）【単一回答、n=355】



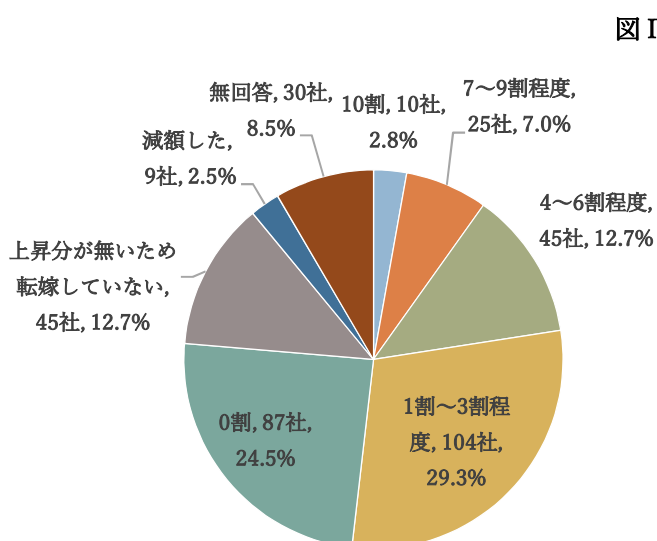
全般的なコスト上昇分について、価格転嫁を実施した割合は 68.2%あった。内訳としては、1 割～3 割程度の価格転嫁ができた企業が 34.6%と最も多かった。7 割以上価格転嫁できたとする企業は 15.5%に留まり、14.4%の企業においては、価格転嫁が全くできていない、という結果が見られた。

(3) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（原材料費・エネルギー費上昇分）【単一回答、n=355】



原材料費・エネルギー費上昇分について価格転嫁ができた企業は 61.1%で、全般的なコスト上昇分が価格転嫁できた企業の割合 68.2%を若干下回る程度となった。原材料費・エネルギー費上昇分については、比較的価格転嫁がしやすかったものと推察される。一方で価格転嫁ができなかった（0 割）と回答した企業が 17.5 あり、一般的に原材料費・エネルギー費の高止まりと言われる中、価格転嫁が難しい状況も伺える。

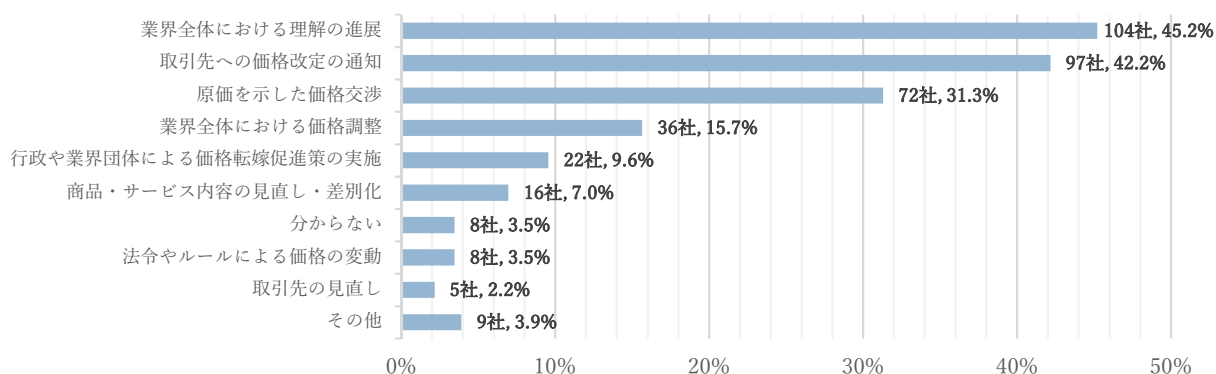
(4) 直近 6 か月間の価格転嫁状況（労務費上昇分）【単一回答、n=355】



労務費上昇分について、価格転嫁できた企業は全体の 51.8%であり、原材料費・エネルギー費の上昇分を価格転嫁できた企業の割合である 61.1%を下回った。また、価格転嫁ができなかった（0 割）と回答した企業も 24.5%を示し、労務費上昇分を価格転嫁するのはハードルが高いことが伺える。

(5) 価格転嫁ができた理由【複数回答、n=230、回答数 377】

図IV-5



【その他の主な記載】

- ・ 製品の価値
- ・ 価格転嫁に応じなければ、こちらから取引を中止するので、発注側が困るから
- ・ その都度の価格での取引のため
- ・ 単品ではなく、現場単位での見積もりのため、具体的なコスト上昇が知られにくい
- ・ 人手不足による影響
- ・ 仕入れ値の変動がよくある商品のため
- ・ 仕事の形態が特殊であるため

設問(2)(3)(4)で価格転嫁できたと回答した242社のうち、回答のあった230社について集計したところ、価格転嫁ができた理由については、「業界全体における理解の進展(45.2%)」が最も多く、価格転嫁に対する理解が業界全体に広まり、取引先において、価格転嫁を受け入れる土壌が徐々に形成されてきているものと推察される。また、「取引先への価格改定の通知(42.2%)」「原価を示した価格交渉(31.3%)」も上位となったが、これは価格転嫁が必要な根拠を明確に示すことで、取引先の理解を得ることができたものと推察される。

V. デジタル化に向けた取組について

～企業のデジタル化は進んでいるが、知識不足とコストが課題～

【総括】

令和3年1月、令和5年1月、令和6年1月にデジタル化に関するアンケートを実施し、今回は4回目となった。全体の73.8%の企業がデジタル化の必要性を感じており、そのうち61.1%の企業が既に何らかのデジタル化に着手していることが分かった。一方で、必要性を感じながらも取り組む予定がない企業も一定数存在し、その背景には、デジタル化推進のための人材・知識不足、コスト高があることが推察される。

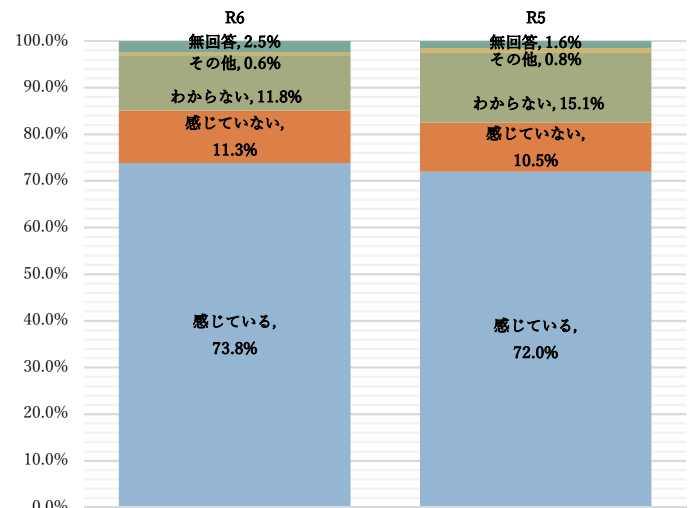
企業が感じているデジタル化の効果については、「生産性の向上」「業務プロセスの明確化」「経費の削減」の順で多く、また、デジタル化に関する具体的な取組としては、「業務効率化に向けた管理システム導入」が69.2%に上るほか、「WEB会議ツール」「クラウド」「テレワーク」の導入については、現在の企業を取り巻く情勢の変化を反映する回答状況となった。

DX導入の取組状況については、昨年度の調査結果と同様に「予定はない」と回答した企業が最多となったが、未定と回答した企業は減少し、「すでに取り組んでいる」「今後取り組む予定」の企業が増加しており、全体として企業のDX導入が進んでいる状況が伺えた。

(1) デジタル化の必要性について【単一回答、n=355】

図 V-1

	R6	R5
■ 感じている	262	267
■ 感じていない	40	39
■ わからない	42	56
■ その他	2	3
■ 無回答	9	6
回答数	355	371



【その他の主な記載事項】

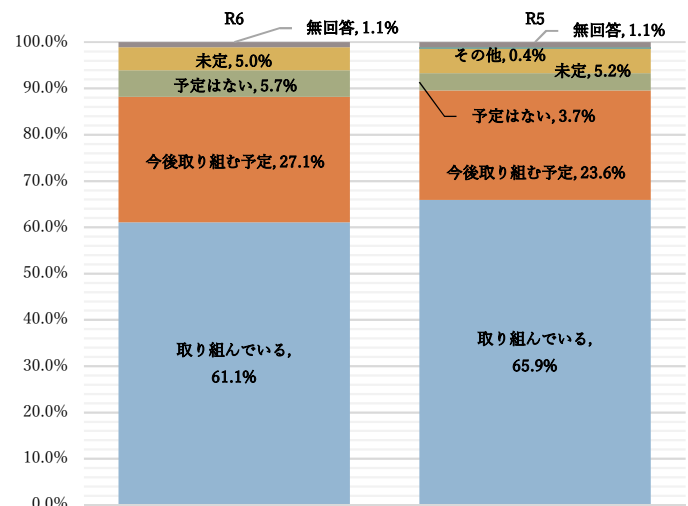
- ・ ビジネスモデル的に更なる推進は不可能

73.8%の企業がデジタル化の必要性を感じていると回答し、昨年度の調査結果と類似の状況となった。

(2) デジタル化の取組状況について【単一回答、n=262】

図 V-2

	R6	R5
■ 取り組んでいる	160	176
■ 今後取り組む予定	71	63
■ 予定はない	15	10
■ 未定	13	14
■ その他	0	1
■ 無回答	3	3
回答数	262	267



「デジタル化の必要性を感じている」と回答した企業の 61.1%が、既に何らかのデジタル化に着手していることが分かった。一方で、必要性は感じながらも「取り組む予定はない (5.7%)」「未定 (5.0%)」とする企業も見られ、デジタル化を推進するにあたって何らかの障害が現在もあることが推察される。

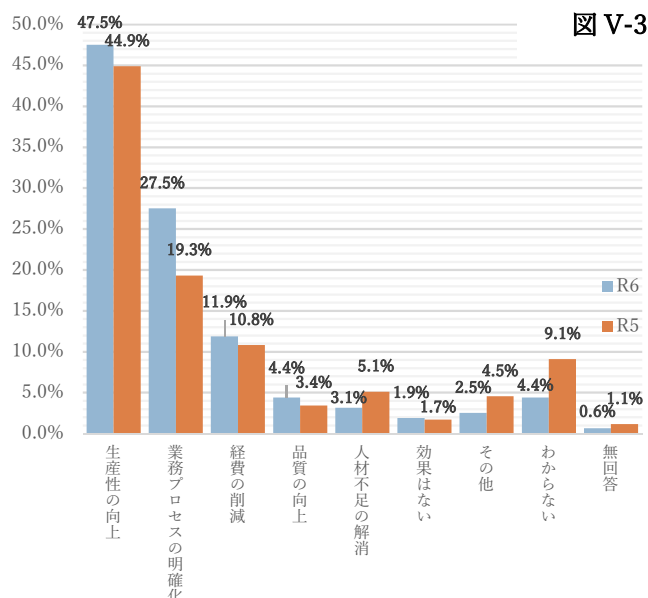
(3) デジタル化に取り組んだ効果について【単一回答、n=160】

※ 単一回答のところ、複数回答した企業があったため、合計が 100%を超える (回答数 166)

	R6	R5
生産性の向上	76	79
業務プロセスの明確化	44	34
経費の削減	19	19
品質の向上	7	6
人材不足の解消	5	9
効果はない	3	3
その他	4	8
わからない	7	16
無回答	1	2
回答数	166	176

【その他の主な記載事項】

- ・ 移行に向けた取組途中の為、効果がどの程度出るか不透明
- ・ 保存していた紙が減った分だけ場所が広がった



(2) でデジタル化に「取り組んでいる」と回答した 160 社について集計したところ、回答の上位 3 項目は、昨年度と同じ結果となった。「生産性の向上」と回答した企業は 47.5%に上った。また、27.5%の企業がデジタル化に取り組むことで業務プロセスが明確になったと感じており、昨年度と比べ、業務の効率化が進んでいることが推察される。

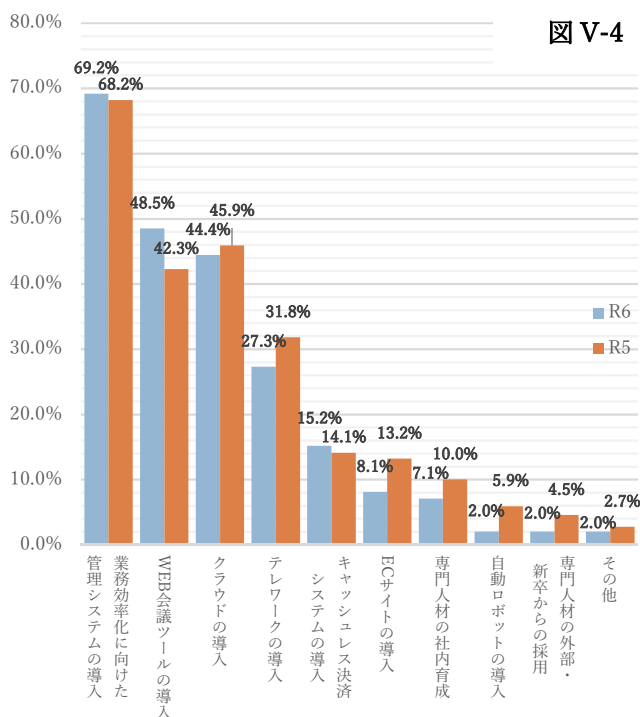
(4) デジタル化に関する具体的な取組み内容【複数回答、n=198】

	R6	R5
業務効率化に向けた管理システムの導入	137	150
WEB 会議ツールの導入	96	93
クラウドの導入	88	101
テレワークの導入	54	70
キャッシュレス決済システムの導入	30	31
EC サイトの導入	16	29
専門人材の社内育成	14	22
自動ロボットの導入	4	13
専門人材の外部・新卒からの採用	4	10
その他	4	6
回答数	447	525

※回答者数 R6 198 R5 220

【その他の主な記載事項】

- ・ 設計の CAD 導入
- ・ 紙の注文書や図面をパソコンに取り込む
- ・ 帳簿のペーパーレス化



(2) でデジタル化に「取り組んでいる」「今後取り組む予定」と回答した 231 社うち、回答のあった 198 社について集計したところ、具体的な取組内容（又は今後取り組む予定の内容）として、「業務効率化に向けた管理システムの導入」が 69.2%となり、次いで「WEB 会議ツールの導入（48.5%）」「クラウドの導入（44.4%）」「テレワークの導入（27.3%）」と続いた。

なお、テレワーク導入は昨年度よりポイントを下げ、WEB 会議ツールの導入は増えている。これは、コロナ禍の終息により、テレワークが減った一方で、利便性の高い WEB 会議ツールについては、引き続き、活用が継続・拡大していることが推察される。

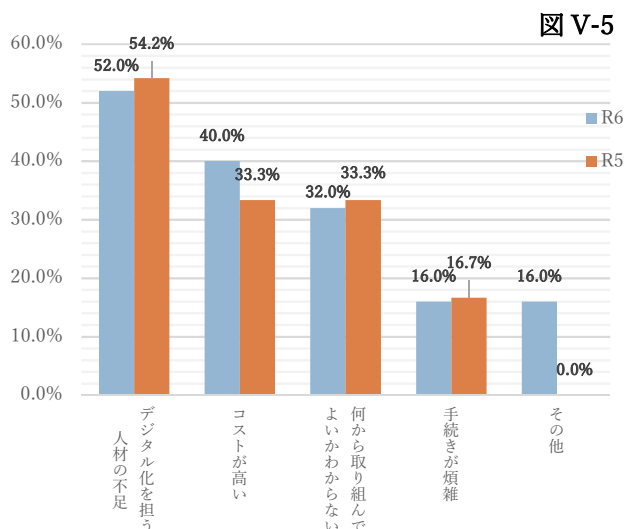
(5) デジタル化の障害となっている原因【複数回答、n=25】

	R6	R5
デジタル化を担う人材の不足	13	13
コストが高い	10	8
何から取り組んでよいかわからない	8	8
手続きが煩雑	4	4
その他	4	0
回答数	39	33
※回答者数	25	24

【その他の主な記載】

- ・ 費用対効果
- ・ 組織文化

(2) でデジタル化の「予定はない」「未定」と回答した 28 社うち、回答のあった 25 社について集計したところ、デジタル化の障害となっている原因として、「デジタル化を担う人材の不足（52.0%）」「何から取り組んでよいかわからない（32.0%）」が挙げられており、企業におけるデジタル化に関する人材・知識不足が障害となっていることが伺える。また、「コストが高い」と回答した企業が 40.0% になり、必要なコストに対しデジタル化の効果が見合わないとする企業が一定数あることが伺える。



(6) DX 導入の取組状況について【単一回答、n=355】

	R6	R5
■ 取り組んでいる	61	57
■ 今後取り組む予定	72	57
■ 予定はない	101	102
■ 未定	64	94
■ DX とは何かを知らなかった	34	36
■ 無回答	23	25
回答数	355	371

昨年度の調査結果と同様、DX の導入について「予定はない（28.5%）」と回答した企業が最も多かった。一方で「未定（18.0%）」と回答した企業は前回から 7.3% 減少し、「取り組んでいる（17.2%）」「今後取り組む予定（20.3%）」と回答した企業の割合が増えており、全体として企業の DX 導入は進んでいるものと推察される。

