

企業DX推進政策の全体像

～DX経営による企業価値向上に向けて～

2024年11月

経済産業省 商務情報政策局

情報技術利用促進課

目次

1. 中堅・中小企業等におけるDXの現在地
2. 企業DX推進施策の全体像

1. 中堅・中小企業等におけるDXの現在地

DXとは何か

- DXはデジタルを活用して企業や組織の変革を通じた成長を目指すもの。
- 身の回りの業務のデジタル化から始め、徐々にデジタル活用を進めることで、より大きな効果が期待できる。

デジタル活用段階のフェーズ

アナログ

デジタル化の実現

DXの実現

①デジタル化が全く未着手

②デジタイゼーション

③デジタライゼーション

④DX

詳細

✓紙や電話を使用する**アナログ業務が中心**、デジタル化が図られておらず、効果なし

✓**業務標準化・業務効率化**による事務負担軽減・コスト削減の効果が少しずつ発生

✓**デジタルツールやインフラ**を活用し、業務効率化によるコスト削減・**データ活用による業務改善**を実現

✓デジタル化による**ビジネスモデルの変革や競争力強化**・データ活用による**販路拡大や新商品開発**を実施

取組例

✓受発注をFAXや電話のみで実施
✓勤怠管理として出勤簿に判子を押印

✓顧客との連絡手段をFAXから電子メールに切り替え

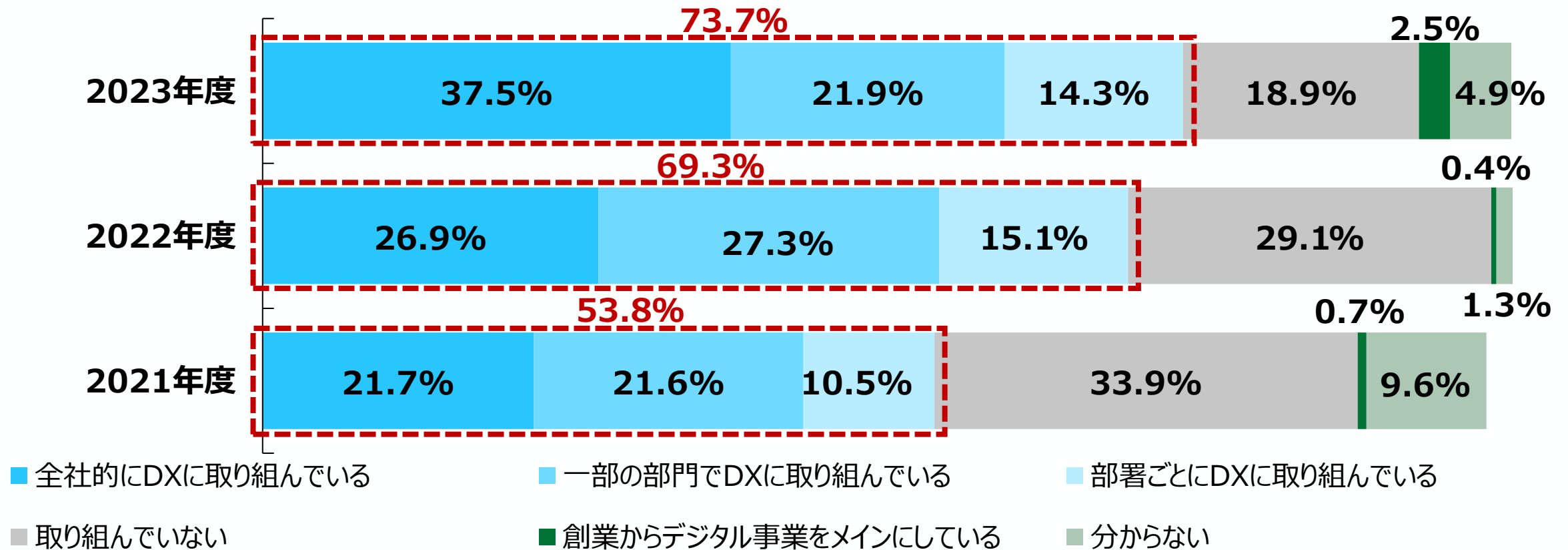
✓在庫情報システムによる在庫量・発注量の管理
✓顧客管理システムによる効率的な営業活動の促進

✓蓄積されたデータを活用した販路拡大や新商品の開発による付加価値の向上

日本企業全体のDX取組状況

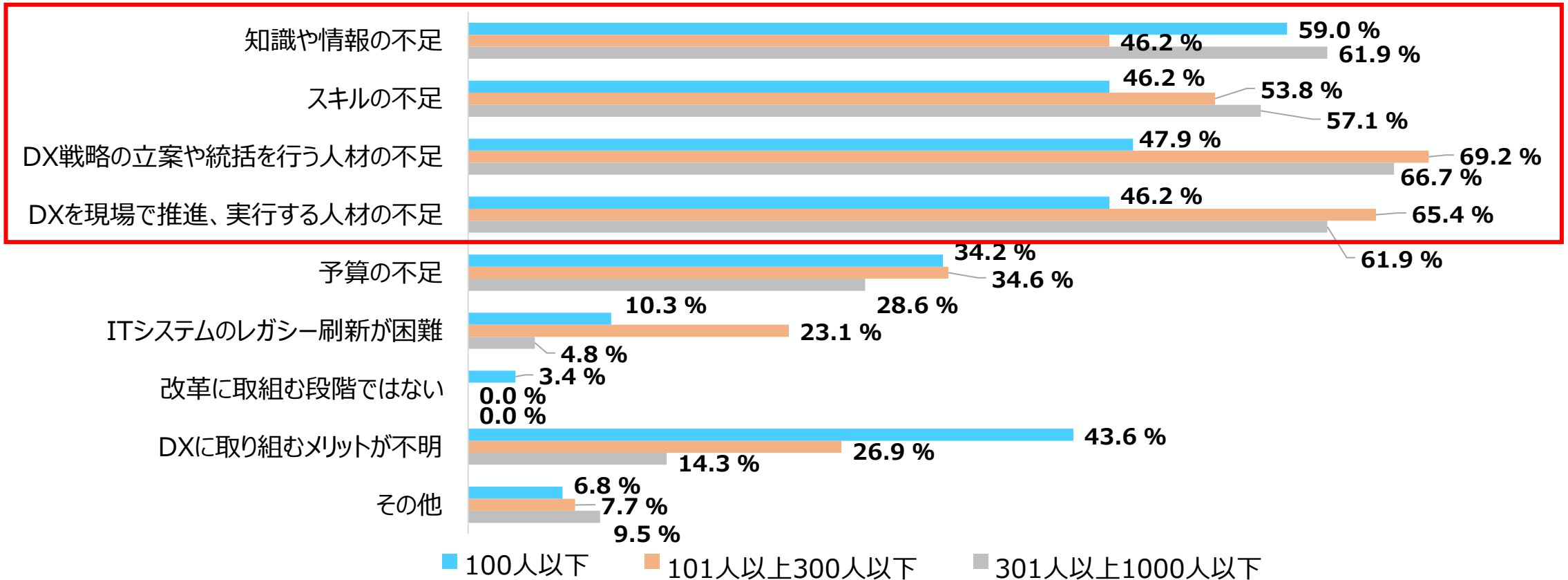
- 日本企業全体では、着実にDXに取り組んでいる企業が増加している。

DXの取組状況（経年変化）



DX推進の課題（全企業）

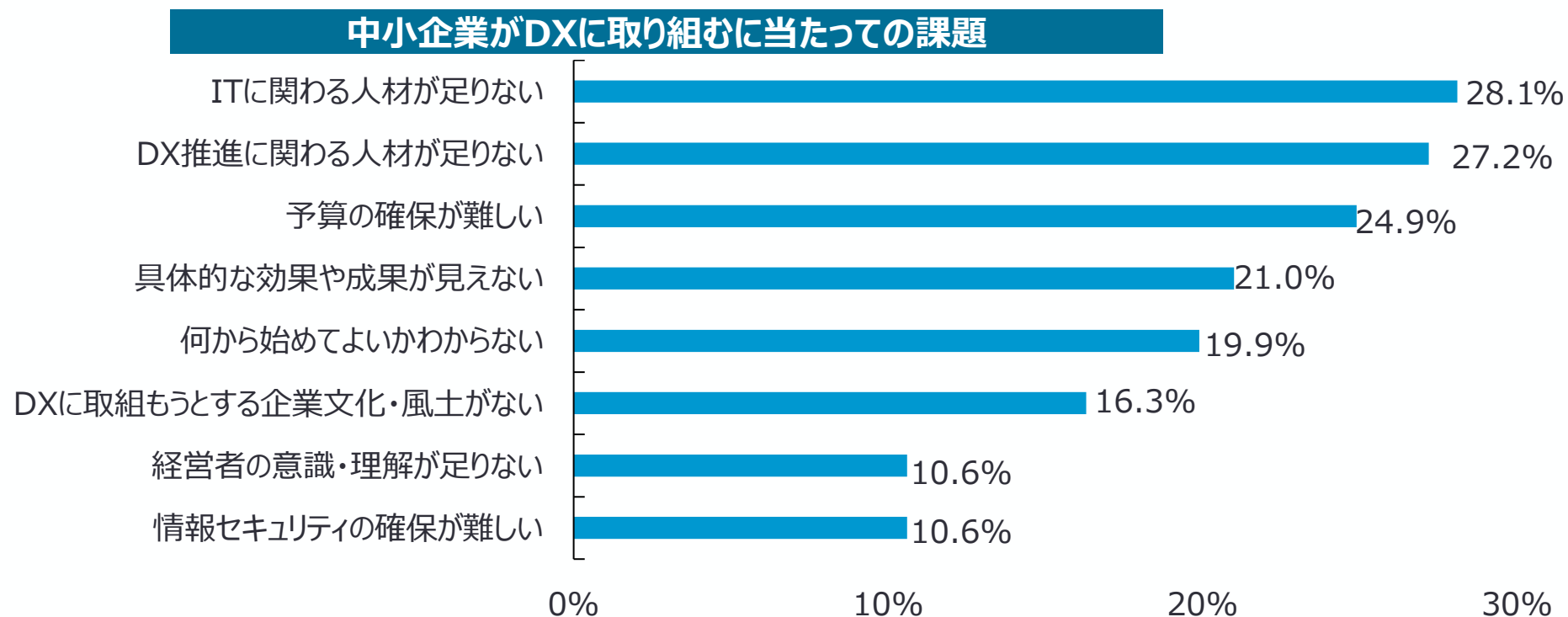
- DX推進の主な課題は、「人材不足」「知識・情報不足」「スキル不足」が上位に来ている。
- 今日では、人材の育成確保、経営者・企業の意識改革が本質的に重要となっている。



(注) DX取組予定で「DXに取り組む予定はない」「DXに取り組むか、分からない」と回答した企業が対象であり、「1,001人以上」はn数が1であったためグラフからは除外。
(出典) 情報処理推進機構「DX動向2024」を基に作成。

DX推進の課題（中小企業）

- 特に中小企業がDXを進めるに当たっては、**人材・情報・資金の不足**という課題をどのように乗り越えるかが重要。

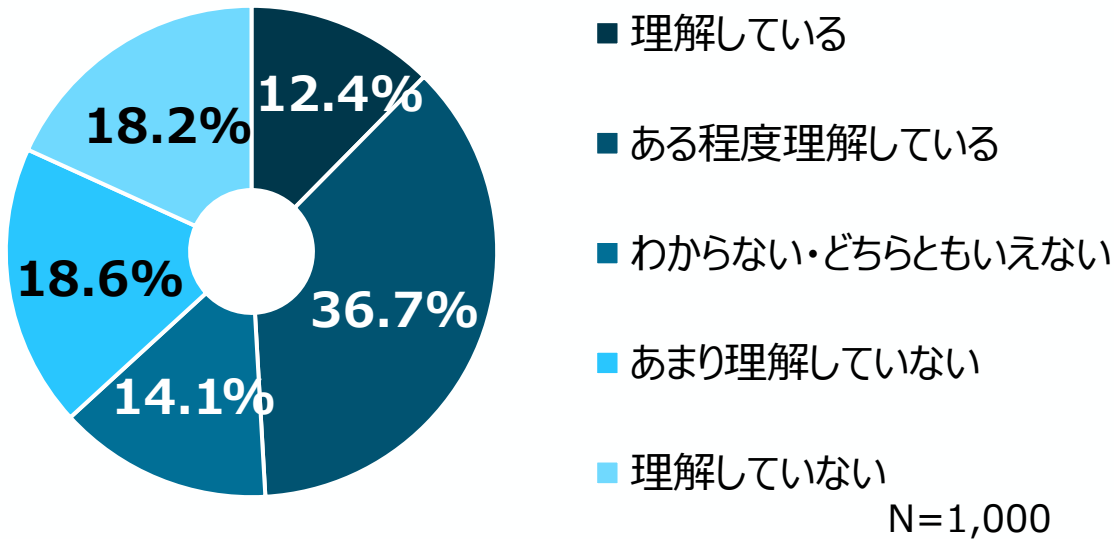


- **人材・情報・資金の不足**に課題を感じている企業が多数
- 「DXに取り組もうとする企業文化・風土がない」、「経営者の意識・理解が足りない」、と考える中小企業も一定数存在しており、**経営者がDXの重要性を理解し、企業文化や風土を醸成することも重要**

中堅・中小企業等のDXの理解度

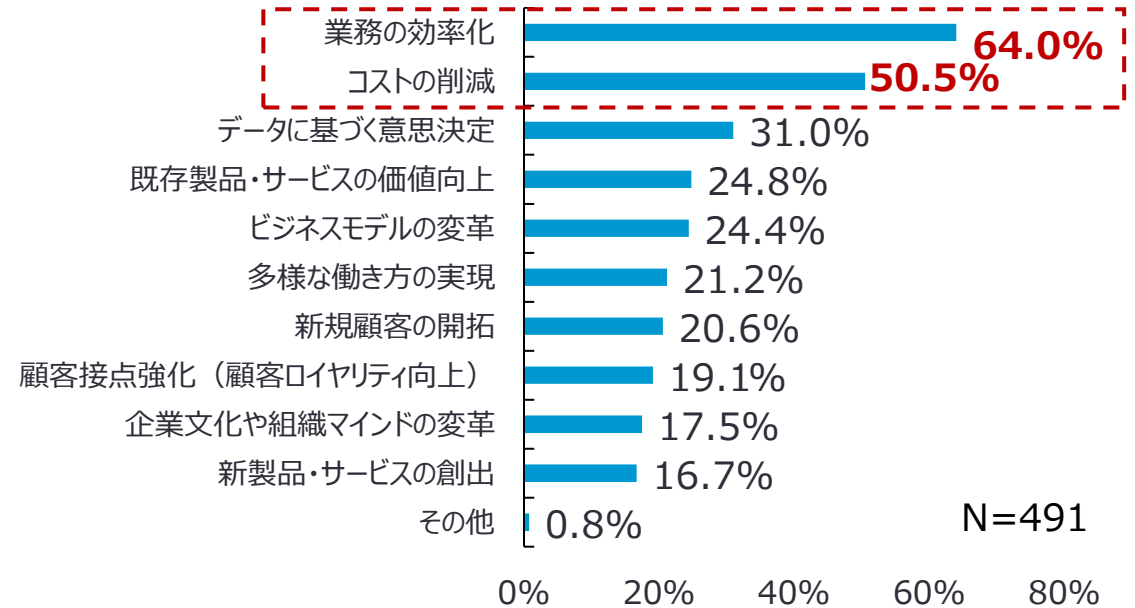
- 中小企業に対するDXの理解は広く浸透していない。
- また、多くの企業はDXを業務効率化やコスト削減に留まる動きと考えており、DXの正しい理解は道半ば。

中堅・中小企業等のDXに対する理解度



➤ DXについて「理解している」、「ある程度理解している」と回答した企業は約半数にとどまる

中堅・中小企業等がDXに期待する成果・効果



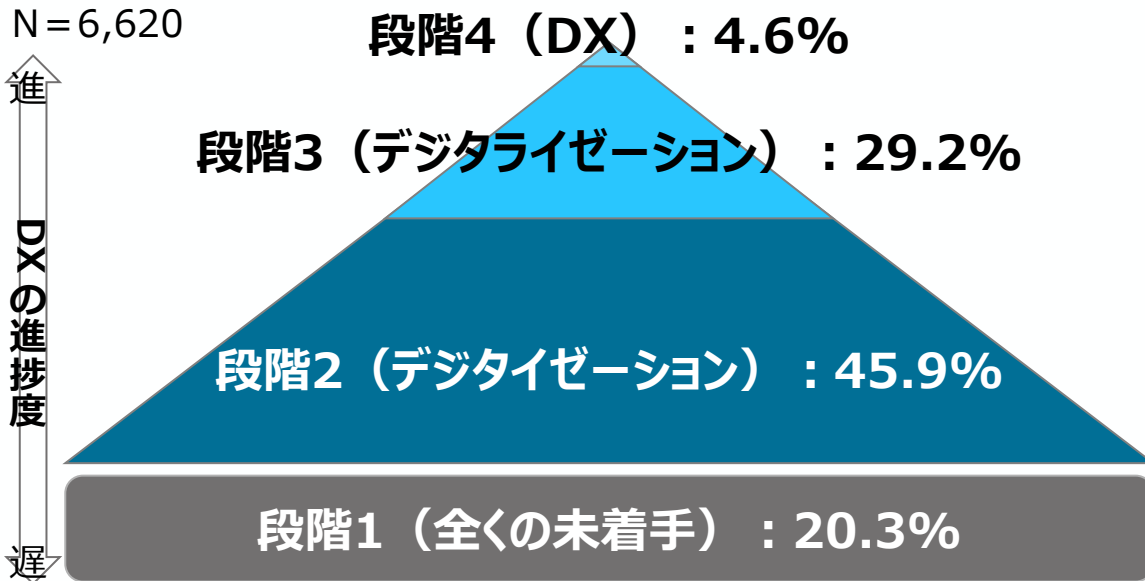
➤ デジタル化による業務効率化はDXと同義であると考えている企業は多数

(注) DXを「理解している」もしくは「ある程度理解している」と回答した企業を対象に調査を実施（右図）。
 (出典) 中小企業基盤整備機構「中小企業のDX推進に関する調査（2023年）アンケート調査報告書」（2023年10月）を基に作成。

中堅・中小企業等のDXの取組状況と企業価値の変化

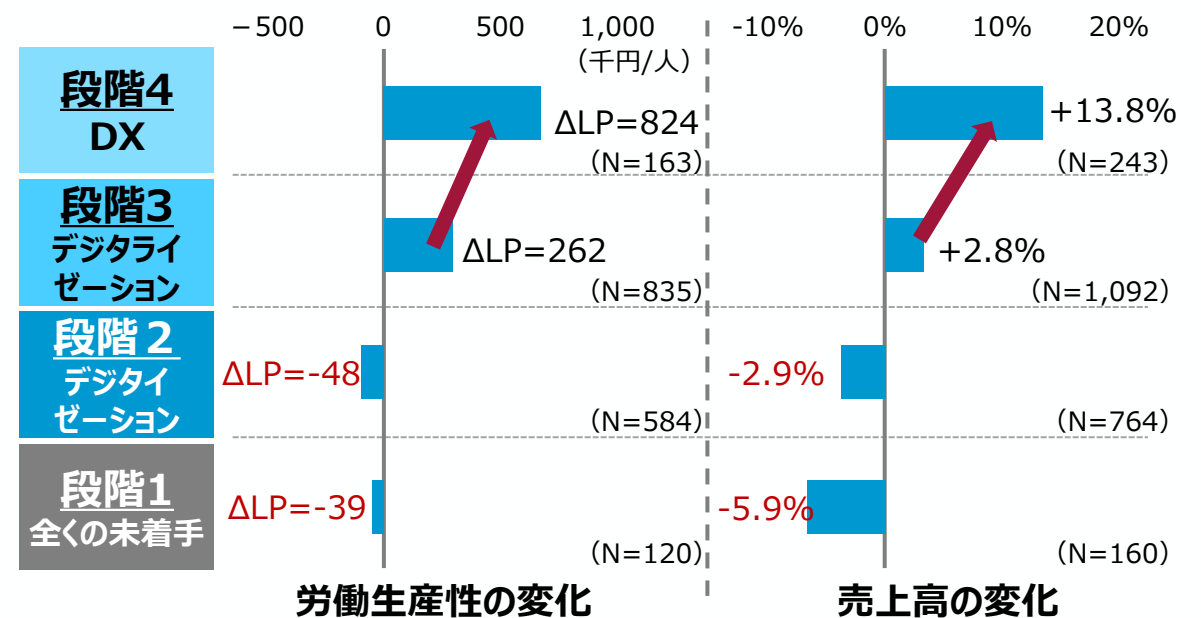
- デジタル化が未着手/デジタイゼーションの段階が中小企業全体の約3分の2を占めている状況。
- 一方、デジタル化・DXに取り組んでいる企業は着実に企業価値を伸ばしている。

中堅・中小企業等のDXの取組状況



- 段階1、2の企業が全体の66%程度を占め、中堅・中小企業等のデジタル化は道半ば

DXの推進に伴う企業価値の変化



- 一方、段階3、4の中堅・中小企業等は生産性・売上が向上しており、DX推進は企業価値向上に繋がる

(注) DXの取組状況として「分からない」と回答した企業は除いている。

(出典) 中小企業庁「中小企業白書2023年版」、野村総合研究所「地域における中小企業のデジタル化及び社会課題解決に向けた取組等に関する調査」基に作成。

(注) ΔLP=労働生産性の変化を表す。

労働生産性= (営業利益+人件費+減価償却費+賃借料+租税公課) / 従業員数

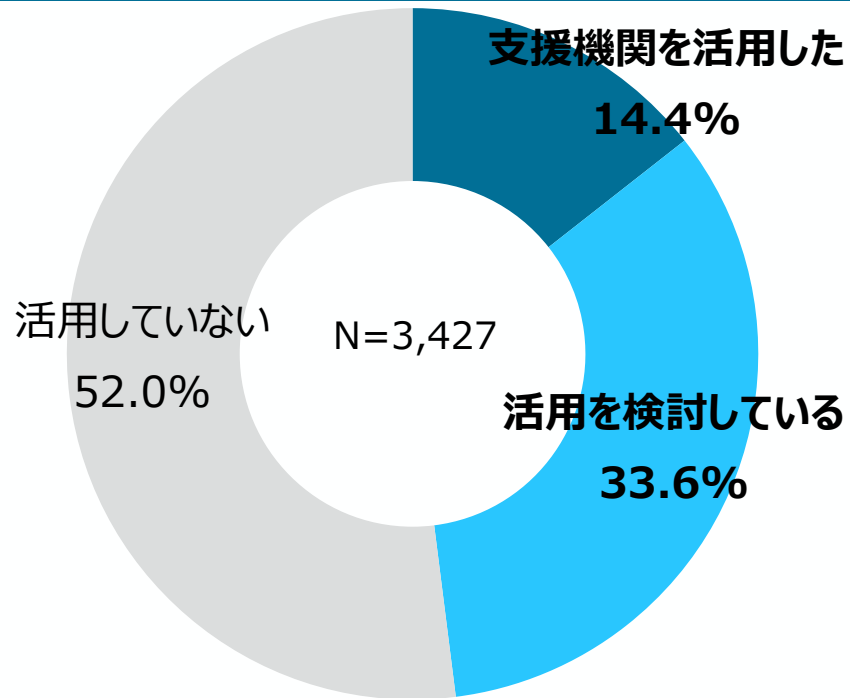
労働生産性の変化及び売上高の変化率はそれぞれ中央値を集計。

(出典) 東京商工リサーチ「令和3年度中小企業の経営戦略及びデジタル化の動向に関する調査に係る委託事業 報告書」(2022年3月)を基に作成。

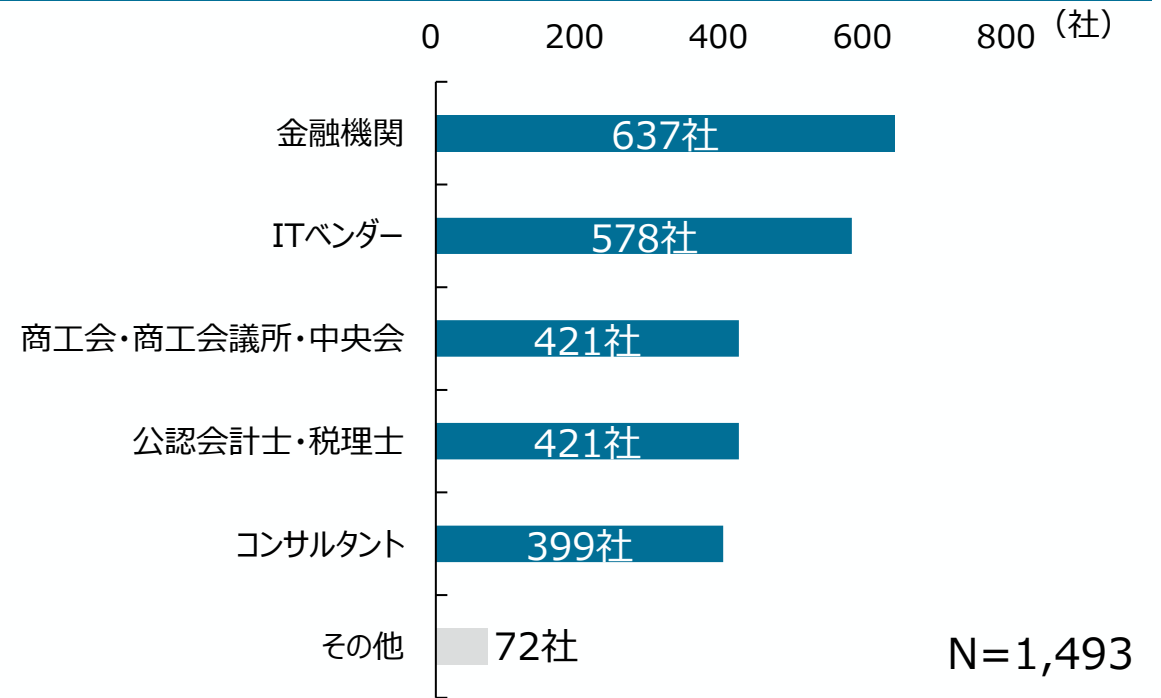
中小企業のDXにおける支援機関の活用状況

- 独力でデジタル化やDXに取り組むことが困難な中小企業は、身近な支援機関に頼る傾向。約半数が支援機関を「活用した」又は「活用を検討」。
- 特に、DXの支援機関として金融機関の活用が最多。

中小企業のDXにおける支援機関の活用状況（単一回答）

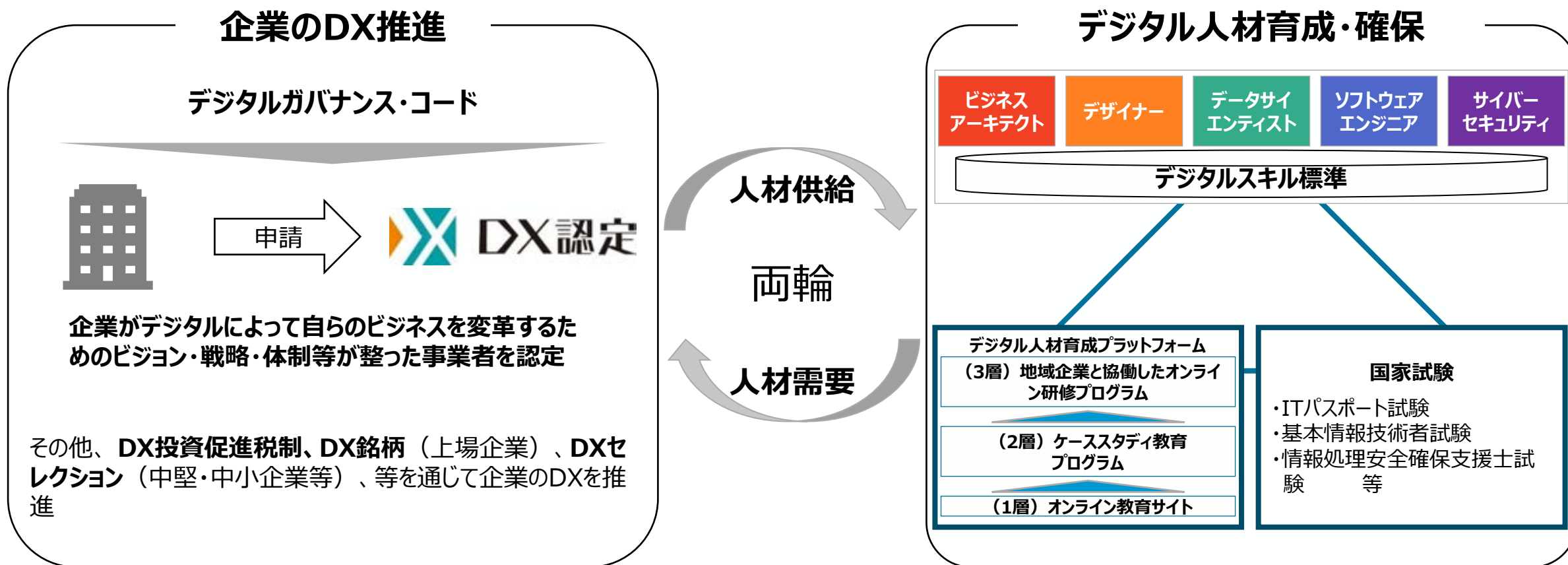


活用する支援機関の内訳（複数回答）



企業のDX推進とデジタル人材育成・確保の関係

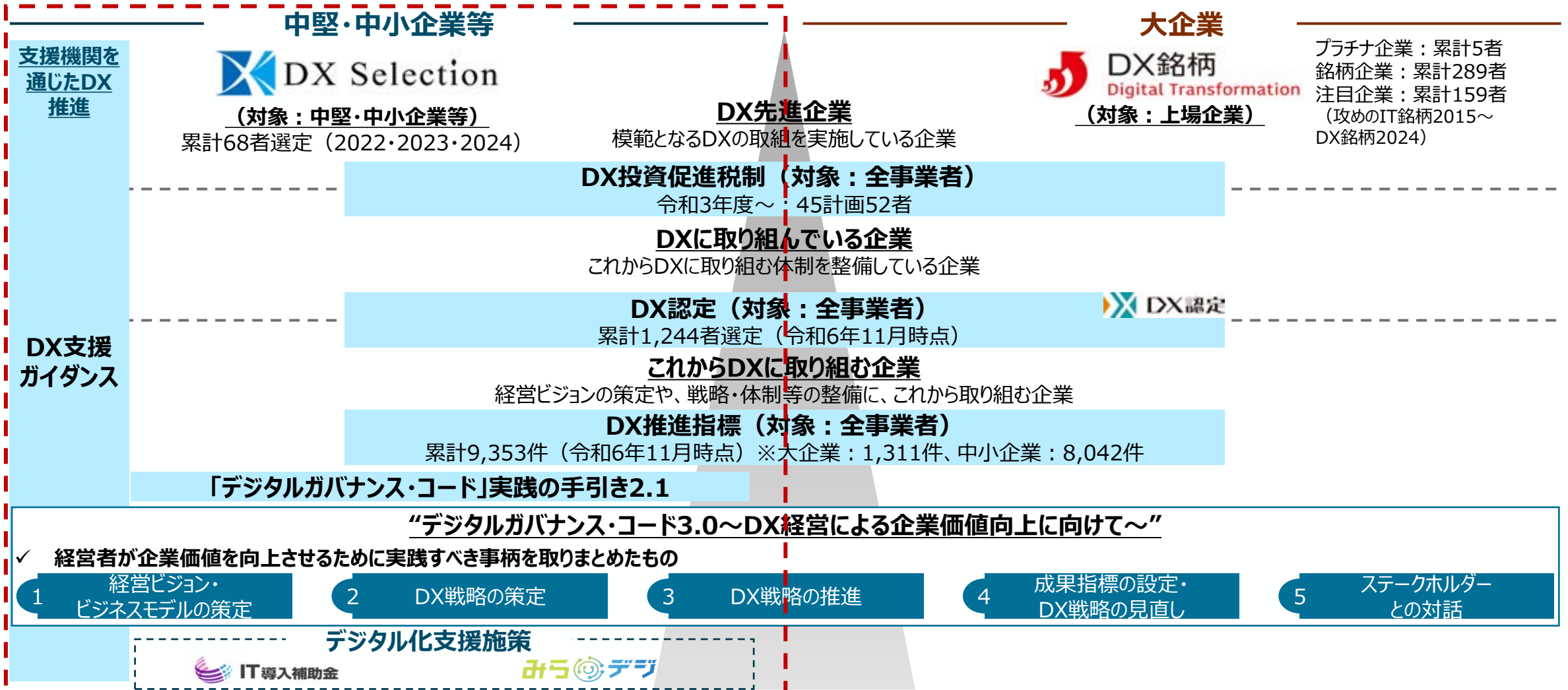
- 「企業のDX推進」と「デジタル人材の育成・確保」を両輪で推進していくことが重要。



2. 企業DX推進施策の全体像

企業DX推進施策の全体像

- 企業のDXの進捗に合わせ、認定制度や優良企業選定などの施策を提供。



デジタルガバナンス・コード3.0

- 経営者がDXによる企業価値向上の推進のために実践することが必要な事項をとりまとめ。
- 改訂版の3.0では、①DX経営による企業価値向上に焦点を当てた経営者へのメッセージとDX経営に求められる3つの視点を追加するとともに、②柱立ての名称・構成を大幅に見直し。

DX経営に求められる3つの視点・5つの柱 企業価値向上の実現



DX経営に求められる5つの柱

- デジタルガバナンス・コード3.0では、「DX経営に求められる5つの柱」を整理。

柱立て	柱となる考え方
1. 経営ビジョン・ビジネスモデルの策定	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、データ活用やデジタル技術の進化による社会及び競争環境の変化が自社にもたらす影響（リスク・機会）も踏まえて、経営ビジョン及び経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルを策定する。
2. DX戦略の策定	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、データ活用やデジタル技術の進化による社会及び競争環境の変化も踏まえて目指すビジネスモデルを実現するための方策としてDX戦略を策定する。
3. DX戦略の推進	
3-1. 組織づくり	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、DX戦略の推進に必要な体制を構築するとともに、外部組織との関係構築・協業も含め、組織設計・運営の在り方を定める。
3-2. デジタル人材の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、DX戦略の推進に必要なデジタル人材の育成・確保の方策を定める。
3-3. ITシステム・サイバーセキュリティ	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、DX戦略の推進に必要なITシステム環境の整備に向けたプロジェクトやマネジメント方策、利用する技術・標準・アーキテクチャ、運用、投資計画等を明確化する。 経営者は、事業実施の前提となるサイバーセキュリティリスクに対して適切な対応を行う。
4. 成果指標の設定・DX戦略の見直し	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、DX戦略の達成度を測る指標を定め、指標に基づく成果についての自己評価を行う。 経営者は、事業部門（担当）やITシステム部門（担当）等とも協力し、デジタル技術に係る動向や自社のITシステムの現状を踏まえた課題を把握・分析し、DX戦略の見直しに反映する。 【取締役会設置会社の場合】取締役会は、経営ビジョンやDX戦略の方向性等を示すにあたり、その役割・責務を適切に果たし、また、これらの実現に向けた経営者の取組を適切に監督する。
5. ステークホルダーとの対話	<ul style="list-style-type: none"> 企業は、経営ビジョンやビジネスモデル、DX戦略、DX戦略の推進に必要な各方策、成果指標に基づく成果について、「価値創造ストーリー」として投資家をはじめとした適切なステークホルダーに示す。 経営者は、DX戦略の実施に当たり、ステークホルダーへの情報発信を含め、リーダーシップを発揮する。

中堅・中小企業等向け「デジタルガバナンス・コード」 実践の手引き2.1

- 特に中堅・中小企業等の経営者が実際にデジタルガバナンス・コードに沿って自社のDXの推進に取り組む際、または、支援機関の方がこれらの企業の支援に取り組む際、その参考となるよう作成。

本体



要約版



手引きの構成：2章構成＋事例集

DXとは何か、その可能性と進め方

- ・そもそもDXとは何か
- ・DX推進の意義と中堅・中小企業等における可能性
- ・DXの進め方と成功のポイント

デジタルガバナンス・コードの実践に向けて

- ・「デジタルガバナンス・コード」各項目について、DXに取り組む企業の事例を参照しつつ、趣旨や取り組み方、及び実践のポイントを解説

中堅・中小企業等におけるDX取組事例集

- ・さまざまな地域や業種におけるDX取組事例13件を掲載

DXの成功ポイント（1/2）

「中堅・中小企業等向け『デジタルガバナンス・コード』実践の手引き2.1」を基に作成

- 事例調査を通じて、これらの企業に共通する6つの成功ポイントを紹介。

①気づき・きっかけと経営者のリーダーシップ

④DXのプロセスを通じたビジネスモデル・組織文化の变革

①気づき・きっかけと経営者のリーダーシップ

- 中堅・中小企業等のDXにおいては、経営者のリーダーシップが大きな役割を果たす
- 特に、DXの推進に取り組む「きっかけ」や、「気づき」を得る機会をいかにして得られるかが重要

☆ヒサノの場合

ITコーディネータとの対話を通じて自社の経営ビジョンを明確化

☆マツトプレジジョンの場合

セミナーでの出会いから、DXに取り組むことを決意

②まずは身近なところから

⑤中長期的な取組の推進

②まずは身近なところから

- まずは身近な業務のデジタル化や、既存データや身近なデータの収集・活用に着手
- その推進過程で成功体験を得るとともに、ノウハウ蓄積や人材確保・育成し、組織全体に拡大

☆るびやの場合

天気や売上等の身近なデータをPCに入力することからデータ活用、また、バックオフィス業務をクラウドサービス等で省力化

③外部の視点、デジタル人材の確保

⑥伴走支援の重要性と効果的な支援のポイント

③外部の視点、デジタル人材の確保

- 日々発展するデジタル技術を経営の力にするためには、専門的な知見が必須
- 取組を迅速に推進するため、外部の人材の力を活用しながら不足するスキルやノウハウを補う

☆マツトプレジジョンの場合

外部人材獲得や、地域の産学官連携で外部の視点を蓄積

☆ヒサノの場合

ITコーディネータによる全社ヒアリングで業務プロセスの洗い出し

DXの成功ポイント（2/2）

「中堅・中小企業等向け『デジタルガバナンス・コード』実践の手引き2.1」を基に作成

- 事例調査を通じて、これらの企業に共通する6つの成功ポイントを紹介。

①気づき・きっかけと
経営者のリーダーシップ

④DXのプロセスを通じた
ビジネスモデル・組織文化
の变革

④DXのプロセスを通じた ビジネスモデル・組織文化の变革

- データやデジタル技術の活用を進める中で、ビジネスモデルや組織の变革を進め、組織文化自体を变革に強い体質に变革を遂げていくことが重要。

☆マツトプレジジョンの場合

データによる部門間の連携により、全社で「正しいデータ」を蓄積する意識が醸成

☆えびやの場合

勘と経験に頼った商売がデータに基づく店舗運営に置き換わった

②まずは身近なところから

⑤中長期的な取組の推進

⑤中長期的な取組の推進

- クラウドサービスやAIツールの活用でたちどころにDXを実現した事例は見られなかった。
- 5年後・10年後のビジョンの実現に向けて、戦略的に投資を行いながら地道な試行錯誤に取り組む覚悟が重要。

☆ヒサノの場合

経営ビジョンの明確化により、基幹システム刷新に大胆な投資を実施できた

☆えびやの場合

試行錯誤を繰り返しながら取組を推進し、徐々にツールや業務プロセスを洗練

③外部の視点、
デジタル人材の確保

⑥伴走支援の重要性
と効果的な支援のポイント

⑥伴走支援の重要性 と効果的な支援のポイント

- 伴走支援者が外部の視点から経営者と対話を行うことで、経営者自身がパーパスや経営ビジョンを明確にし、組織や、経営者自身の自己変革力を高めていく手助けに。

☆ヒサノの場合

ITコーディネータとの対話を通じて、5年後のビジョンを明確化し、デジタル技術を活用した業務変革に着手


DX推進指標

- 経営・ITの両面でDXの取組状況をチェックできる自己診断指標。また、全国・業界内での位置づけの確認やDXの先行企業との比較ができる「ベンチマーク」を無償で提供。

DX推進指標の活用方法


認識共有

自社はDXできている？できてない？

- ✓ DX推進指標に回答するため、経営者や各部門などの関係者が集まって議論し、関係者間での認識の共有を図り、今後の方向性の議論を活性化 


アクション

DXの推進に向けて何をしたらよいの？

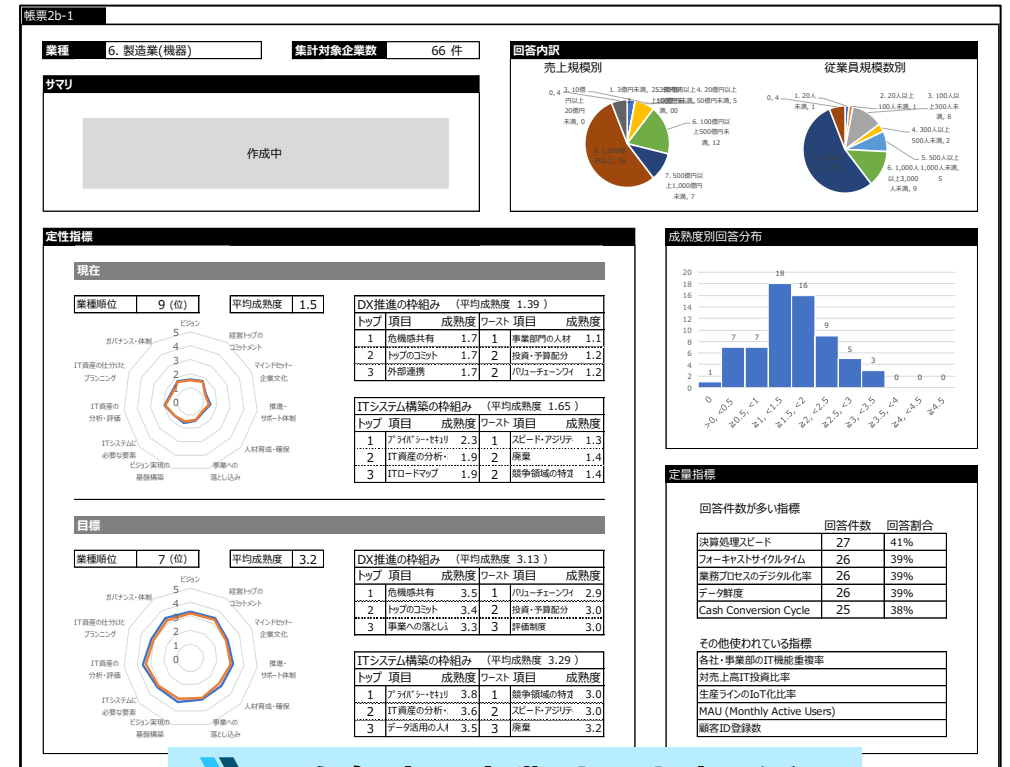
- ✓ 自社の現状や課題の認識を共有した上で、あるべき姿を目指すために次に何をすべきか、アクションについて議論し、実際のアクションにつなげる 

進捗の把握

去年に比べて自社のDXは進んだ？

- ✓ 毎年診断を行ってアクションの達成度合いを継続的に評価することにより、DXを推進する取組の経年変化を把握し、自社のDXの取組の進捗を管理 

ベンチマークの活用イメージ



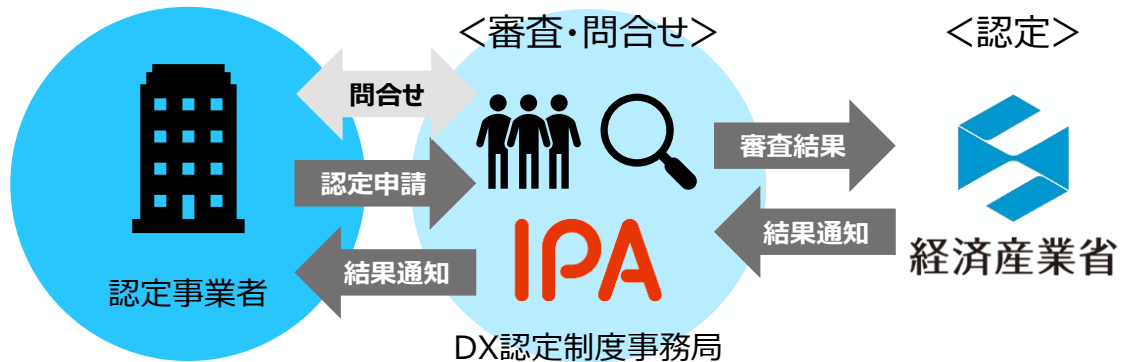
次年度の事業計画立案に活用

DX認定制度：概要



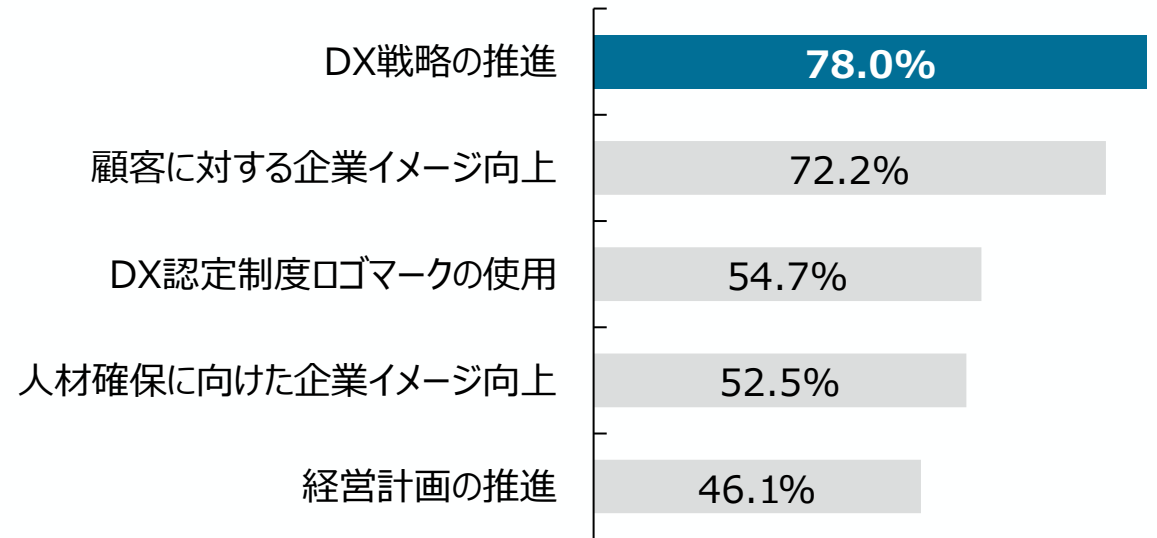
- 「情報処理の促進に関する法律」第31条に基づき、企業がデジタルによって自らのビジネスを変革するためのビジョン・戦略・体制等が整った事業者を認定。2020年12月以降、1,244者認定済（2024年11月時点）。

申請～認定の流れ



- ✓ 企業の規模や業種を問わず、**全ての事業者**が対象
- ✓ 認定申請や認定の維持に係る費用は**全て無料**
- ✓ **1年間いつでもオンライン申請**が可能
- ✓ IPAが審査を行い、**経産大臣が認定**
- ✓ 認定事業者については、**オンラインで公表**・認定事業者の取組の検索が可能

DX認定を取得したことによるメリット (認定事業者アンケート結果)



- ✓ DX認定を**取得するためのプロセス**は、自社を見直す大変**良い機会**に
- ✓ 経営陣との対話の機会を多く得られ、**経営方針の決定に役立つ**
- ✓ 新規営業において、お客様からの反応が良くなり**売上増につながった**
- ✓ デジタル人材の**応募が増え**、実際に**人材確保につながった**

DX認定制度：事業者への各種支援措置



- DX認定事業者は、以下の各種支援措置・施策を活用することが可能。

1. DX認定制度ロゴマークの使用



ロゴマークのコンセプト

DXのスタートラインに立つ、という企業をイメージしながら、右方向に進むスタートラインである左端に差し色を入れています。

2. 税制による支援措置 <DX（デジタルトランスフォーメーション）投資促進税制>

「攻め」のデジタル投資を促すため、DX認定その他要件を満たし、主務大臣が全社レベルのDXに向けた計画において認定したデジタル関連投資に対し、税額控除（3%又は5%）もしくは特別償却30%を措置します。

3. 中小企業者を対象とした金融支援措置

日本政策金融公庫による融資

設備投資等に必要な資金について、基準利率（1.45%）よりも低い特別利率②（0.80%）で融資が受けられます。（注）利率：いずれも令和6年11月時点。

中小企業信用保険法の特例

設備資金等について、民間金融機関から融資を受ける際、信用保証協会による信用保証のうち、普通保険等とは別枠での追加保証や保証枠の拡大が受けられます。

4. 人材育成の訓練に対する支援措置 <人材開発支援助成金（人への投資促進コース）>

高度デジタル人材訓練の対象事業主としての要件を満たし、訓練経費（最大75%）や訓練期間中の賃金の一部（最大960円/時間）等について助成を受けることができます。

5. DX銘柄及びDXセレクションへの応募が可能

DX銘柄の選定対象として、DX認定の取得が必須となります（上場企業）。また、DX認定を取得することで、DXセレクションへの自薦での応募が可能となります（中堅・中小企業等）。（注）DXセレクションは、DX認定未取得企業においても他薦での応募は可能。

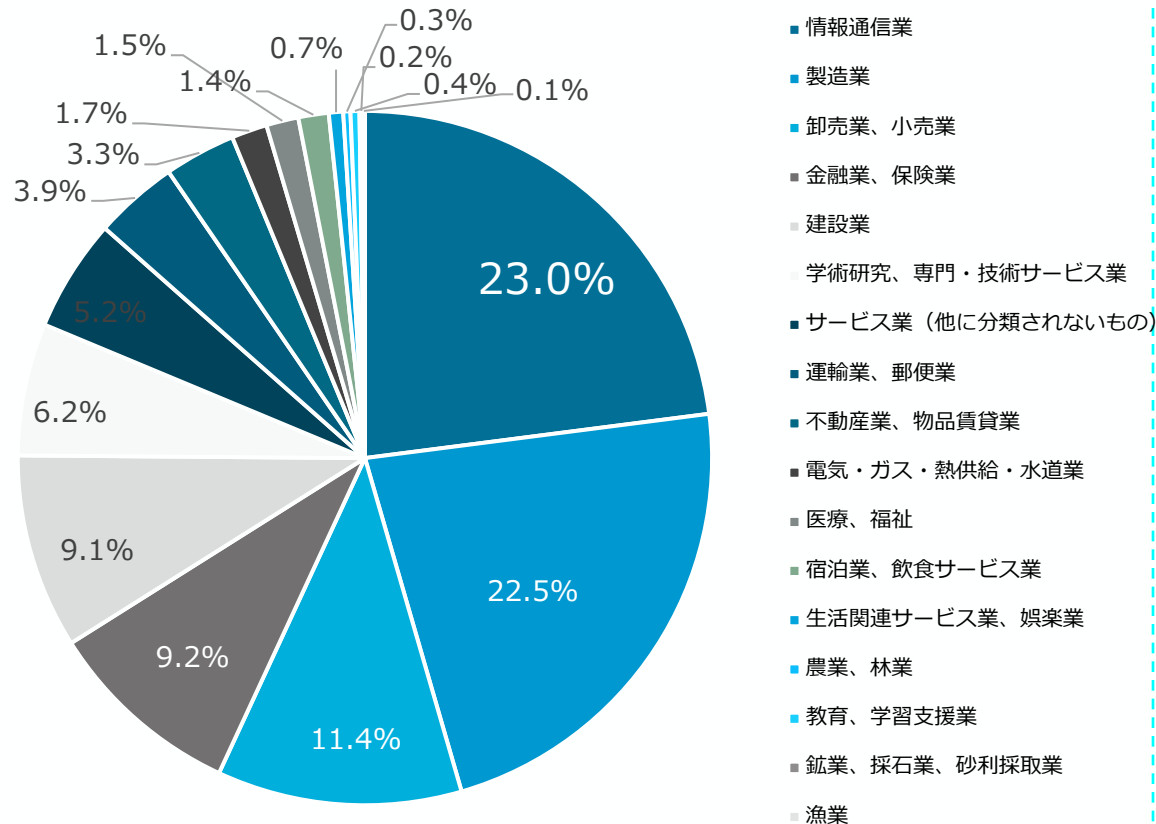
（注）上記各種支援措置に関する詳細は各制度のHP等をご覧ください。

DX認定制度：取得状況と認定事業者推移

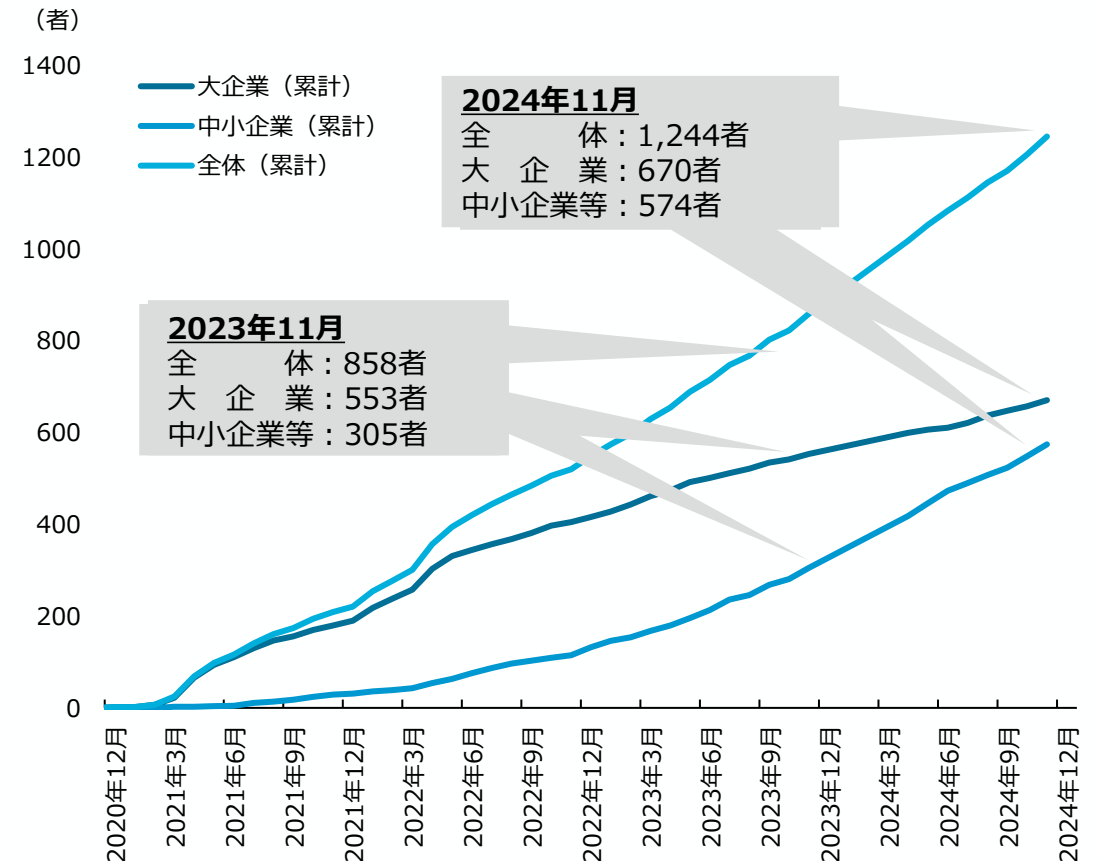


- 業種別では情報通信業や製造業での取得割合が多く、直近1年で、**全体の認定数は約1.4倍程度**、**中小企業の認定数は約1.9倍程度**の伸び。

DX認定事業者 認定状況（業種別）



DX認定制度 認定事業者数推移（規模別）



(参考) DX認定制度：地域別のDX認定取得状況

地域	DX認定事業者数	都道府県	DX認定事業者数	法人数
北海道	26	北海道	26	88,736
東北	56	青森県	5	18,074
		岩手県	5	17,344
		宮城県	18	33,974
		秋田県	7	14,700
		山形県	12	18,001
		福島県	9	31,584
		関東	630	茨城県
栃木県	4			31,526
群馬県	7			33,903
埼玉県	31			94,831
千葉県	17			74,210
東京都	524			314,245
神奈川県	36			125,416
中部	173			新潟県
		富山県	15	18,323
		石川県	11	21,110
		福井県	9	15,671
		山梨県	5	14,561
		長野県	10	37,413
		岐阜県	16	34,236
		静岡県	20	60,139
		愛知県	64	121,606

地域	DX認定事業者数	都道府県	DX認定事業者数	法人数
近畿	170	三重県	8	26,443
		滋賀県	7	20,175
		京都府	19	44,341
		大阪府	109	158,863
		兵庫県	22	75,322
		奈良県	2	16,526
		和歌山県	3	14,416
		中国	41	鳥取県
島根県	1			11,874
岡山県	10			32,882
広島県	14			49,105
山口県	14			20,939
四国	40			徳島県
		香川県	11	18,428
		愛媛県	13	23,267
		高知県	10	10,826
九州	98	福岡県	36	77,378
		佐賀県	5	11,965
		長崎県	4	19,598
		熊本県	36	28,683
		大分県	8	19,970
		宮崎県	4	16,985
		鹿児島県	5	25,645
		沖縄	10	沖縄県

(注) DX認定事業者数は2024年11月時点。法人数は企業等数の法人数を記載。個人事業主は除く。
 (出所) 経済センサス(活動調査)、帝国データバンクを基に作成。

(参考) 中小企業のDX認定取得状況 (全574者)

地域	DX認定事業者数	都道府県	DX認定事業者数	法人数	法人数10,000者あたりの認定事業者数 (※少数第三位以下切り捨て)
北海道	17	北海道	17	88,736	1.92
東北	44	青森県	4	18,074	2.21
		岩手県	4	17,344	2.31
		宮城県	14	33,974	4.12
		秋田県	6	14,700	4.08
		山形県	10	18,001	5.56
		福島県	6	31,584	1.90
		関東	206	茨城県	6
栃木県	2			31,526	0.63
群馬県	4			33,903	1.18
埼玉県	21			94,831	2.21
千葉県	9			74,210	1.21
東京都	147			314,245	4.68
神奈川県	17			125,416	1.36
中部	106			新潟県	20
		富山県	11	18,323	6.00
		石川県	7	21,110	3.32
		福井県	7	15,671	4.47
		山梨県	4	14,561	2.75
		長野県	7	37,413	1.87
		岐阜県	13	34,236	3.80
		静岡県	8	60,139	1.33
		愛知県	29	121,606	2.38

地域	DX認定事業者数	都道府県	DX認定事業者数	法人数	法人数10,000者あたりの認定事業者数 (※少数第三位以下切り捨て)
近畿	69	三重県	6	26,443	2.27
		滋賀県	4	20,175	1.98
		京都府	7	44,341	1.58
		大阪府	41	158,863	2.58
		兵庫県	9	75,322	1.19
		奈良県	2	16,526	1.21
		和歌山県	0	14,416	0.00
		中国	27	鳥取県	2
島根県	0			11,874	0.00
岡山県	7			32,882	2.13
広島県	7			49,105	1.43
山口県	11			20,939	5.25
四国	30			徳島県	4
		香川県	7	18,428	3.80
		愛媛県	11	23,267	4.73
		高知県	8	10,826	7.39
		九州	71	福岡県	21
佐賀県	4			11,965	3.34
長崎県	4			19,598	2.04
熊本県	33			28,683	11.51
大分県	6			19,970	3.00
宮崎県	1			16,985	0.59
鹿児島県	2			25,645	0.78
沖縄	4			沖縄県	4

(注) DX認定事業者数は2024年11月時点。法人数は企業等数の法人数を記載。個人事業主は除く。
 (出所) 経済センサス(活動調査)、帝国データバンクを基に作成。

DXセレクション

- デジタルガバナンス・コードに沿った取組を通じてDXで成果を残し、中堅・中小企業等のモデルケースとなる優良事例を選定するもの。
- 優良事例として地域内や業種内での横展開を図り、中堅・中小企業等におけるDX推進及び各地域での取組の活性化につなげていくことが目的（今年度も実施）。

「DXセレクション2024」

➤ 全32社（うち、グランプリ1社、準グランプリ5社）を選定

グランプリ：浜松倉庫株式会社



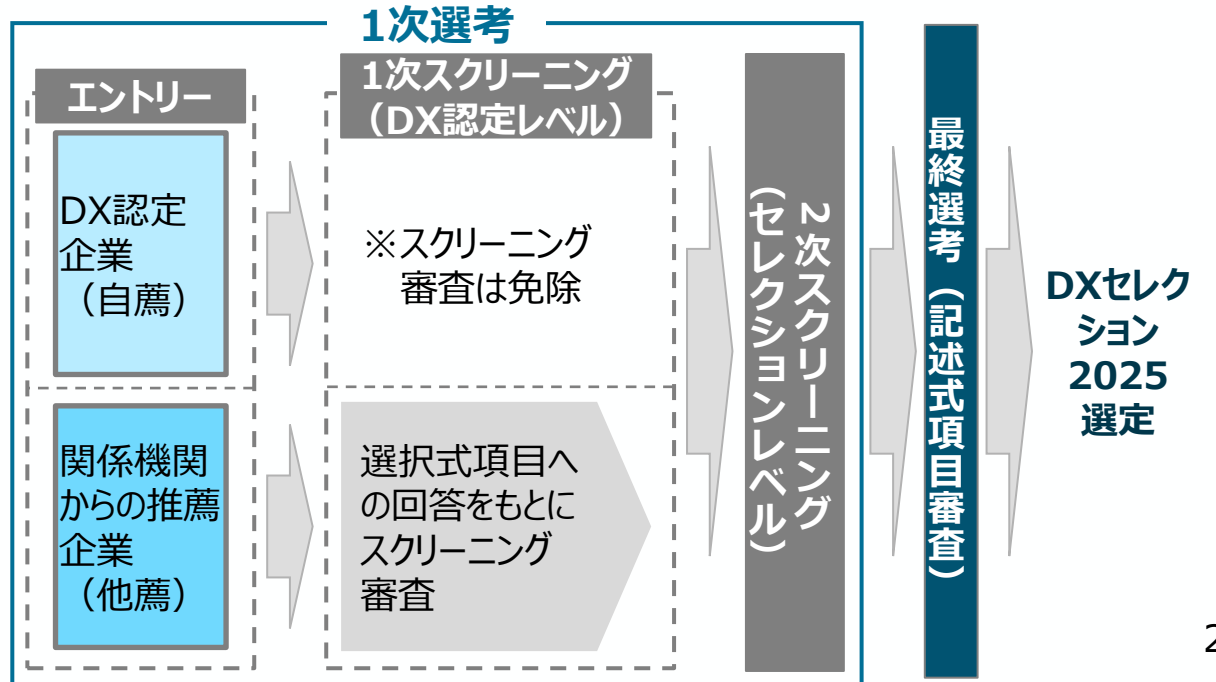
- データ入力業務、紙媒体での事務作業の改善に向け、デジタルツールを導入
- 営業所単位の管理会計化と業務省力化・省人化のため、RPAを導入
- 既存業務の高度化を経て、「管理医療機器販売業」許可を取得し、新分野（医療機器の取扱）への参画を推進し、AI・RPA・ロボットを活用した新倉庫を建設

準グランプリ



- 株式会社トーシンパートナーズホールディングス
- 山口産業株式会社
- 株式会社リノメタル
- 株式会社西原商事ホールディングス

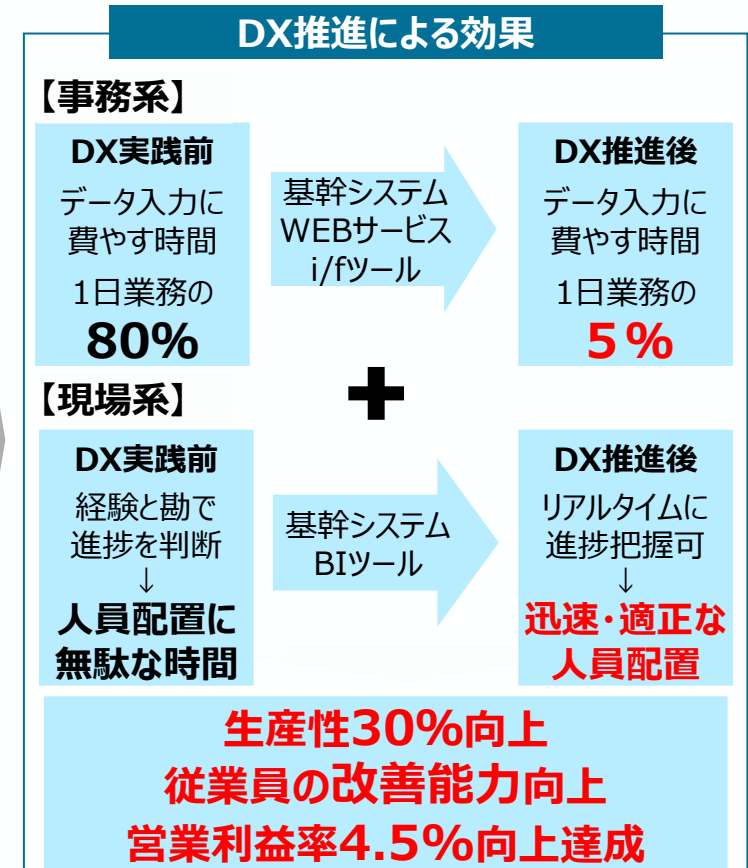
「DXセレクション2025」における選考プロセス



企業DX事例：浜松倉庫（DXセレクション2024グランプリ）

- 会社自体の変革の必要性からDXに取り組み、生産性の向上のみならず、営業利益率の向上も実現。

何のために会社があるか / 理念・存在意義	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 物流企業を取り巻く課題に対応し企業として生き残るべくX（トランスフォーメーション）が必要と考え取り組み、手段として「D（デジタル）」の活用も進めてきた。
5～10年後にどんな会社でありたいか	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 浜松地域に事業を通じて、賑わいをもたらし、当地域に貢献する。 ➤ 常に時代の先を見据え「変革」しながら持続可能な企業であるよう取り組んでいる。
理想と現状の差分は何か / どう解消するか	<ul style="list-style-type: none"> ➤ これまで「変革」のために、現場での女性採用（2005年～）や業務改革、DX認定取得（2015年～2018年）を実施。 ➤ 2023年からは、人事制度を「変革」し労務改革・子育て応援を実施、2025年からサプライチェーン改革を行う。
顧客目線での価値創出のためデータ・技術をどう活用するか	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 従来は、顧客から依頼のあったデータを提供するのみで、物流改善について提案することはできなかったが、BIツールで客先でもデータの深堀ができるようになり、打合せが活発化。



(注) WMS：「Warehouse Management System」の略で、入荷・在庫・流通加工・帳票類の発行・出荷・棚卸などを効率化し、一元的に管理するソフトウェア。
 (出典) 経済産業省「中堅・中小企業等向け『デジタルガバナンス・コード』実践の手引き2.1」を基に作成。

中小企業のデジタル化支援策について

- デジタル化の必要性に関する認知拡大フェーズから、具体的なITツール導入フェーズ、さらには、導入後のフォローアップフェーズに至るまで、**一気通貫のデジタル化支援**を実施。

一気通貫で支援

- フォローアップ
- ITツールの定着支援
(ルール作り、社員向け研修等)
- ITツールの導入支援
(初期設定・使い方解説等)
- ITツールの選定
- 専門家/経営指導員に相談
- 認知拡大/啓発

IT導入補助金

ITツール導入費用の補助だけでなく、**ITツールの使い方の解説や社員向け研修に要する費用も補助可能**。導入後もITベンダーが引き続きサポート。

商工団体窓口（事業環境変化対応型支援事業）

商工団体窓口にて、経営課題やインボイス・省エネ対策に関する相談に対応。これらの対応としてのデジタル化に当たっては、**専門家への相談や専門家派遣も活用しながら、同じ専門家が継続的に伴走支援可能**。ITツール導入後のフォローアップも対応可能。

みらいデジラボ

同業他社比較しながら、経営課題及びデジタル化の状況を見える化。**チェック結果は、経営指導員に相談する前のカルテとしても活用可能**。

DX支援ガイドンス

- 支援機関が中堅・中小企業等のDX支援を実施する「新しいアプローチ」の意義、DX支援の方法論、支援機関の連携、人材育成のあり方を解説。

ガイドンス検討の背景・目的と課題

検討の背景

- 今日、簡単に安く使えるデジタルツールが増えているにもかかわらず、大企業に比べて**中小企業のDXは大きな遅れ**
- 実際にDXに取り組んでいる中小企業は、**労働生産性や売上高が大きく向上している**

ガイドンスの目的

- 人材・情報・資金が不足する中堅・中小企業等は独力のDX推進が困難であり、「個社支援」に加え、**地域の伴走役たる支援機関等による面的なDX支援の「新しいアプローチ」を追求**
- DX支援により中堅・中小企業等のDXが加速し、中堅・中小企業等の成長の果実が地域に還元されることによって、**地域全体の持続的な成長を実現**

支援機関が抱える課題

- ✓ 支援機関自身の**DXの取組が遅れている**
- ✓ 支援機関として有益な**DX支援の方法が確立できていない**
- ✓ 支援機関内及び支援機関同士の**連携が不足している**
- ✓ 支援機関内の**DX支援人材が不足している**

支援機関としての望ましい主な取組

DX支援の考え方・方法論 (第3章)

- **身近なデジタル化から成功体験の繰り返し**が、最終的にDXを成功させる上でも有益
- 地域の支援機関の中でも特に、**企業の成長を見守る「主治医」として、地域金融機関、地域ITベンダー、地域のコンサルタントの主体的取組に期待**
- DX支援は**中長期的な金銭的・非金銭的な「利益」**が生まれる取組
- 企業経営の負担となっている**間接業務**は、BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）のような**共通化・標準化のアプローチ**を積極的に追求

支援機関同士の連携 (第4章)

- 支援先の課題の多様化・複雑化に対応するため支援機関同士の「**連携**」により、「**強み・弱みの相互補完**」、「**情報共有**」を実現
- 「**主治医**」としての役割が期待される支援機関が主体性をもって能動的に連携を追求

DX支援人材の在り方 (第5章)

- DX支援人材には、変革を導くための「**スキル**」と土台となる「**マインド**」が**重要**であり、「DXリテラシー標準」と特にDX支援に必要なマインドから構成
- 人材育成は**座学やケーススタディ・実践・フィールドワークの提供**に加え、**DX支援の評価制度やインセンティブ設計**が重要

3.1 DX支援の重要性

DX支援ガイドンス
(概要版) より抜粋

- 中堅・中小企業等のDX推進には支援機関が持つ外部の力の活用が有効。
- 取引先企業のDX支援が支援機関自身の価値向上につながる新たなビジネス機会となる。
- DX支援と企業成長による幅広い「利益」が地域全体に還元され、地域経済が持続的に発展する「好循環」を生む。

DX支援の意義



✓ 取引先企業のDXの支援に適切に取り組み、
取引先の成長を通じた関係強化や新しい
ビジネス機会の創出に繋がる

✓ 独力でのDXは困難であり、自社のDXを推進
するために、支援機関が持つ外部の力の活用
が有効

**DX支援と企業成長による幅広い「利益」が地域全体に還元され、地域経済が持続的に
発展する、という「好循環」が生まれる**

3.2 支援機関のDX支援の現状

- 地域金融機関や地域ITベンダー、地域のコンサルタントは、中堅・中小企業等の身近な伴走役としてDX支援への期待は高い。
- 一方で自身のDXの遅れ、支援方法の未確立、連携不足、人材不足に直面している。

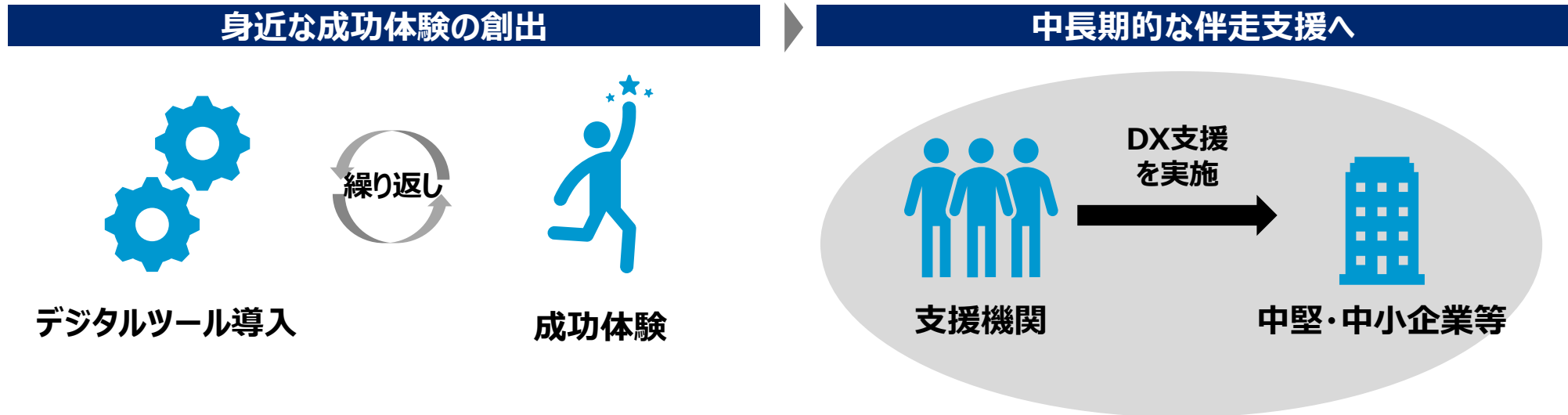
支援機関が抱える課題

- ① **支援機関自身のDXの取組が遅れている**
 - 支援機関自身のDXの取組が遅れており、**自身のDXを進めることがまず乗り越えるべき課題**
- ② **支援機関として有益なDX支援の方法が確立できていない**
 - 中堅・中小企業等を対象にしたビジネスは規模が小さく、**マネタイズ・収益化の面でどういったDX支援をすべきか、どのような取組が支援機関にとって有益になるか、支援方法が確立できていない**
- ③ **支援機関内及び支援機関同士の連携が不足している**
 - 支援機関の組織内、支援機関同士のコミュニティにて**緊密な連携が取れておらず、支援リソースを最大限活用することが出来ていない**
- ④ **支援機関内のDX支援人材が不足している**
 - DX支援人材として**目指すべき人材像が不明瞭**であるため、DX支援人材の育成や採用の方法、人事・評価制度も含め、**どのようにDX支援人材を増やしていくのかが分かっていない**

3.3 DX支援の基本的なアプローチ

DX支援ガイドンス
(概要版) より抜粋

- DX支援は取引先に伴走し、中長期的に成長を見守り続けることに意義がある。
- まずは身近なデジタル化から取り組んでみることや成功体験の繰り返しが、最終的にDXを成功させる上でも有益。
- DXで企業価値を向上させるには、「本業」に経営資源を集中させることが重要。



➤ DX初期段階で成功体験を蓄積し、**デジタルに「慣れる」ことが重要**

➤ デジタル化とDXは連続的で、事業環境の変化に対応して経営を変革していく**息の長いプロセス**であり、**取引先に伴走し、中長期的に成長を見守り続けることにDX支援の意義**がある






➤ 「**本業**」に**経営資源を集中させる**、という観点を持って支援に臨むことが重要

3.4 DX支援において想定される主な支援機関

- DX支援の支援機関は「企業のDXの取組を支援する組織・個人」を広く指す。
- 地域の支援機関は、中堅・中小企業等が頼りやすい身近な存在で、「近接性」も強み。
- 特に、中堅・中小企業等の成長を見守り続ける「主治医」として、地域金融機関、地域ITベンダー、地域のコンサルタントがDX支援に主体的かつ能動的に取り組むことが期待される。
- 他の支援機関と連携し、協働でDX支援に取り組むことが必要。

具体的な支援機関の例

「主治医」として役割が期待される支援機関

 地域金融機関 地方銀行 第二地方銀行 信用金庫・信用組合 など	 SaaSツール事業者
 地域ITベンダー	 大手ITベンダー
 地域のコンサルタント ITコーディネータ 中小企業診断士 など	 公益財団法人、一般社団法人、地方公共団体
	 商工会、商工会議所、中央会
	 士業 （税理士、公認会計士、社会保険労務士、 情報処理安全確保支援士 等）
	 業界団体
	 大学、教育機関

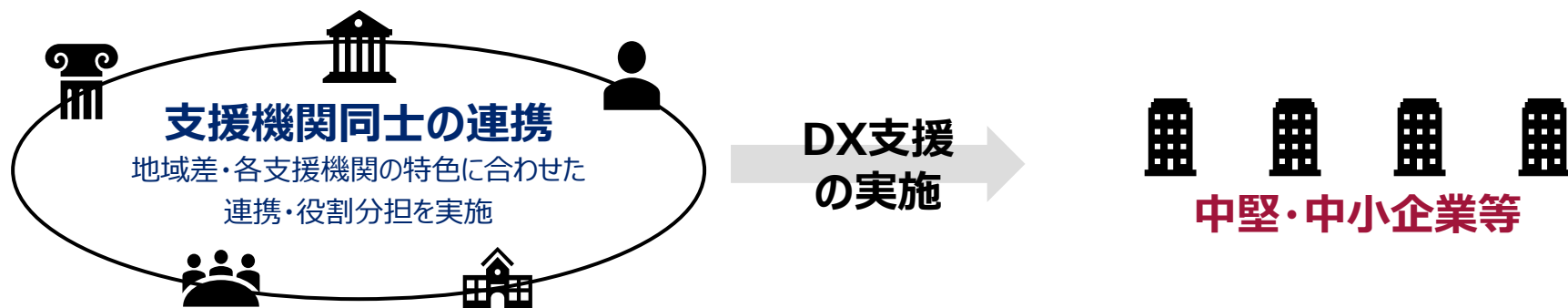
※中堅・中小企業等と日常的に対話し、成長を見守り続ける存在

4.1 DX支援における支援機関同士の連携の意義

DX支援ガイドンス
(概要版) より抜粋

- 支援先の課題の多様化・複雑化に対応するため「連携」が有効。
- 連携を通じて「強み・弱みの相互補完」、「情報共有」を実現。
- 地域毎に適した役割分担を見つける。

支援機関同士の連携の意義



支援機関それぞれが持つ強み・弱みの相互補完
支援機関同士のネットワーク内での情報共有

複雑な課題の解決による更なるDXの推進

- 地域全体の更なる活性化や地域経済の拡大を実現
- 地域のみならず、バリューチェーンやサプライチェーン全体にまでDXの取組が浸透することで、多くの企業の価値向上が実現

(参考) DX支援事例：常陽銀行

- 金融機関は取引先に寄り添い、経営者との対話の中で様々な相談を受ける立場にあるとの考えから、**常陽銀行では顧客のデジタル化・DXを支援。**
- 一つの事例として、属人化によりデジタル化が進んでいない物流企業に対して、**情報整理や業務フロー構築を支援し、AIによる業務の見直しを実現。**

企業がDX支援を依頼した背景

▶ 経験とスキルの必要な特異業務が属人化していたことによりデジタル化が進んでおらず、2024年問題対応等の業務改善への取り組みが必要であることを認識していたが、システム導入を含めて具体的な動きに踏み出すことができなかつたため、常陽銀行に支援を依頼。

課題

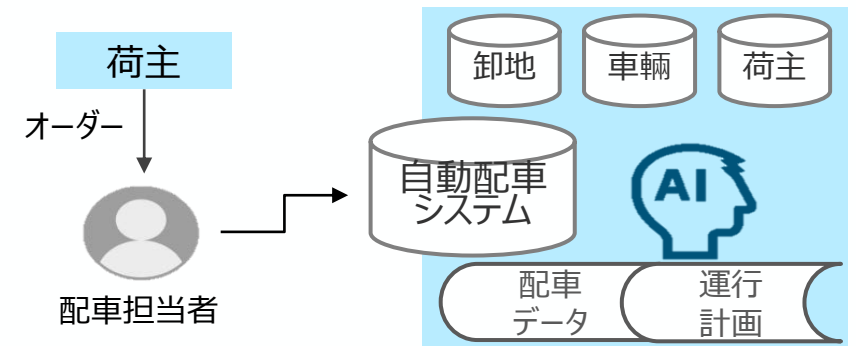
- ▶ 配車組みに必要な情報や業務プロセスまで全てがベテランの配車担当者の経験とスキル頼りの属人化。また、紙での管理が主体でデータの蓄積が進んでいない。
- ▶ 今後予定される法制度改定等により運行管理の整備が必要。

支援内容

- AIによる自動配車に必要な制約条件項目を洗い出し、情報整理および業務フロー構築を支援。
- データ利活用に向けた体制を整備。

成果

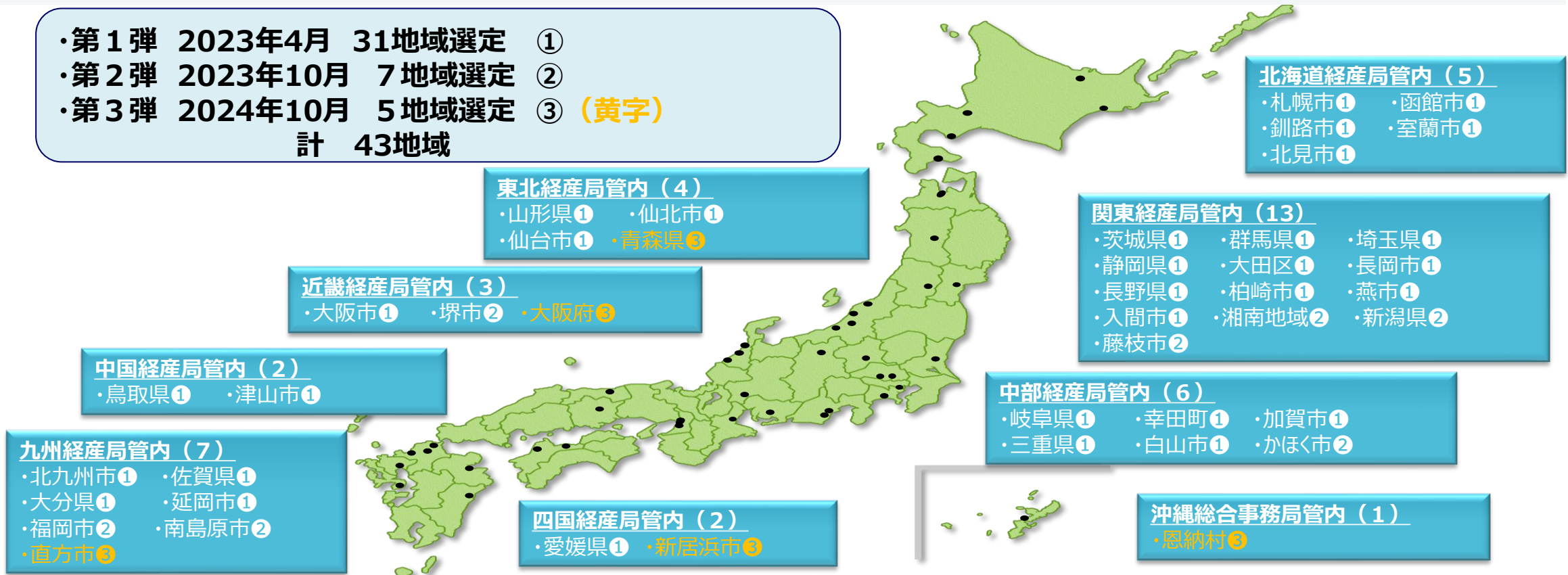
- ▶ 荷主からの発注条件をシステム入力することで、AIがDB内の必要情報から配車を割り当てる業務の見直しを実現。



(参考) 「地域DX推進ラボ」について

- IoT・ビッグデータ・AI等の先進技術を活用して地域課題の解決に取り組む自治体を支援する、「**地方版IoT推進ラボ**」を2016年6月に開始。これまでに**106地域**の取組を選定、支援。
- 地域社会全体でのDXへの取組をさらに加速し、地域の経済発展とウェルビーイングの向上を実現するため、全国から**新たに「地域DX推進ラボ」**の公募を募り、令和4年11月以降**43地域**を選定。

- 第1弾 2023年4月 31地域選定 ①
 - 第2弾 2023年10月 7地域選定 ②
 - 第3弾 2024年10月 5地域選定 ③ (黄字)
- 計 43地域



ご清聴ありがとうございました



企業DX推進政策一覧

