

最適な

中小企業の

DX戦略の

見つけ方・進め方



- DXとは何か？ デジタル化とDXの違い
- 成功するDXプロジェクトの進め方
- DXに成功した中小企業のリアル事例

京都府中小企業団体中央会

〒600-8009

京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地

京都経済センター 3 階

電話 075-708-3701

FAX 075-708-3725

目 次

第1章 なぜ今、中小企業にDXが必要なのか

1	DXとは何か？ デジタル化とDXの違い	2
2	DX推進の3ステップ	4
3	中小企業が抱える課題とDXの可能性	6

第2章 ここから始めるDX できることから一歩ずつ

4	成功するDXプロジェクトの進め方	8
5	バックオフィスから始めるDX① 会計・経理	10
6	バックオフィスから始めるDX② 人事労務	12
7	業務の見える化と課題発見	14
8	システムの導入とデータ活用	16

第3章 DXに成功した中小企業のリアル事例

9	製造業における事例	18
10	サービス業における事例	20
11	小売業における事例	22
12	建設業における事例	24

第4章 補助金を活用して賢くDXを進めよう

13	デジタル化・AI導入補助金の概要	26
14	DXを加速させるその他の補助金	29

(注) 本冊子の内容は、令和8年1月20日現在の法令等に基づいています。

1 DXとは何か？ デジタル化とDXの違い

(1) DX推進の第一歩は正しい理解から

「DX（デジタルトランスフォーメーション）」という言葉を目にしない日はないほど、DXはビジネスの世界に浸透しました。しかし、その意味を正しく理解している方は意外と少ないのではないのでしょうか。特に中小企業の経営者の皆様の中には、「DXとは、何か新しいツールを導入するもの」程度と理解している方も少なくありません。DX推進の第一歩は、その本質を正しく理解することから始まります。

ここでは、まず「DXとは何か」、そしてよく混同されがちな「デジタル化」との違いを解説します。

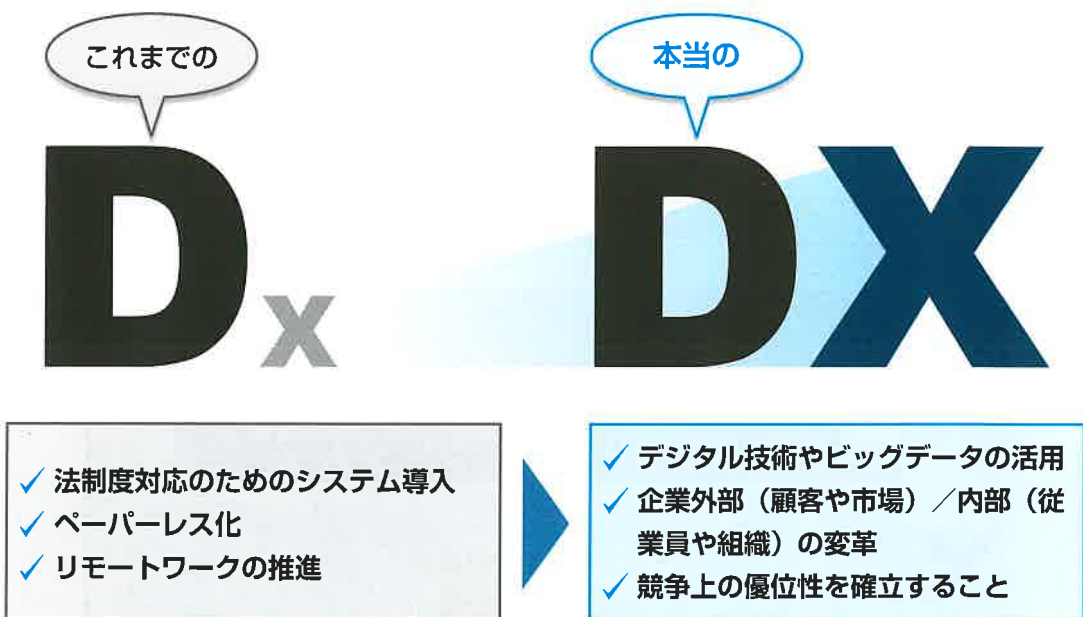
(2) デジタル化とDXの違い

「デジタル化」が既存業務の改善・効率化の「手段」であるのに対し、「DX」はデジタルデータやIT技術を用いてビジネスモデルそのものを変革し、新たな価値を創造する「目的」といえます。

「デジタル化」は、2つのステップに分けられます。紙の書類をスキャンしてPDFにするような「デジタイゼーション（Digitization）」と、顧客管理ソフトなどのツールを導入して業務全体をデジタル化する「デジタライゼーション（Digitalization）」です。デジタルデータやIT技術を用いることで既存の業務プロセスの改善が見込めます。



一方の「DX」は、これらのデジタル化の先にあります。例えば、ある工務店が、単に図面をデータ化したり（デジタイゼーション）、設計ソフトで設計業務をデジタル化したり（デジタルライゼーション）するだけでなく、そのデータを活用してVR内覧サービスや、住宅の遠隔監視メンテナンスといった新たな事業を生み出すことこそがDXです。デジタルデータや新しいIT技術を用いて、顧客への価値提供のあり方を変え、競争優位性を確立することがDXの本質です。



(3) DXは経営変革

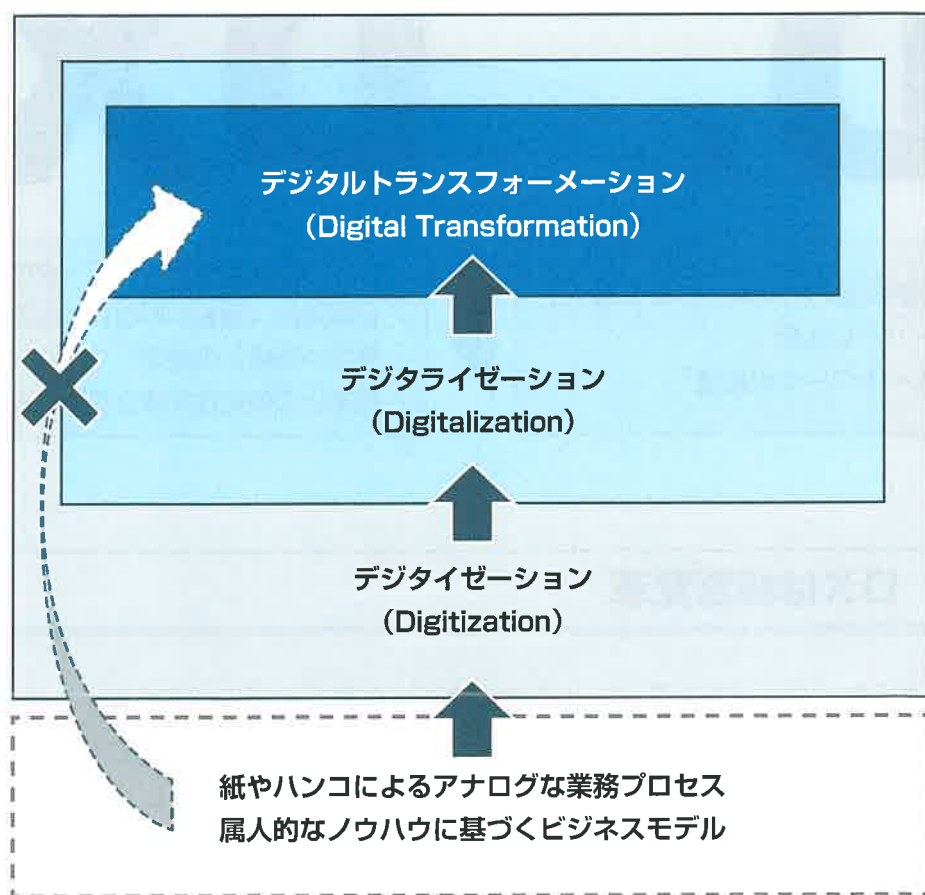
このように、DXは単なるツールの導入や既存業務の改善に留まらない、壮大なビジョンを伴う経営変革といえます。では、この壮大な変革に向けてどこから手をつければよいのでしょうか。②では、DXを実現するための具体的なロードマップを解説します。

2

DX推進の3ステップ

①で、DXがビジネスモデルそのものを変革する壮大な取組みであることを解説しました。「うちのような中小企業にはハードルが高い」と感じられたかもしれませんが、ご安心ください。DXは一足飛びに実現するものではなく、着実にゴールにたどり着くための「ロードマップ」が存在します。

ここでは、中小企業がDXを無理なく推進するための「3つのステップ」をご紹介します。それは、①で解説した言葉を、そのままステップとして捉え直すアプローチです。



(出典：経済産業省「DXレポート2」より作成)

ステップ
1

デジタイゼーション【土台作り：アナログ情報のデジタルデータ化】

最初のステップは、DXを推進するための基礎となるデジタイゼーションです。紙の請求書や手書きの日報など、社内に点在するアナログ情報をITツールを導入するなどしてデジタルデータに置き換えていきます。目的は、これまで個人の机や頭の中に眠っていた情報を、社内の誰もが活用できる「資産」に変えることです。地道な作業ですが、この土台なくしてDXは始まりません。

ステップ
2

デジタライゼーション【効率化・改善：業務プロセスのデジタル化】

次のステップは、ステップ1のデータを活用し、特定の業務プロセスを効率化・改善するデジタライゼーションです。会計ソフトや顧客管理システム（CRM）といったITツールを活用し、業務の無駄をなくし生産性を向上させます。これにより、従業員は定型業務から解放され、より付加価値の高い仕事に時間を使えるようになります。

ステップ
3

デジタルトランスフォーメーション【価値創造：ビジネスの変革】

そして最終ステップが、本丸であるDXです。ステップ1、2で整備したデジタル基盤と蓄積されたデータを最大限に活用することで、既存のビジネスモデルを改善し、あるいは、新たな製品・サービスを創造します。データ分析から顧客の新たなニーズを発見したり、全く新しい収益源を生み出したりと、企業の競争優位性を確立する段階です。

このように、DXの道のりは3つのステップで描くことができます。しかし、「そもそも、なぜ中小企業にDXが必要なのか？」という根本的な疑問が残ります。③では、その理由に迫ります。

3

中小企業が抱える課題とDXの可能性

①でDXの本質を、②でその具体的な進め方を解説しました。本章の締めくくりとして、「なぜ今、中小企業がDXに取り組まなければならないのか」、その切実な理由と、その大きな可能性について解説します。DXはもはや選択肢ではなく、変化の激しい経済社会を生き抜くための「生存戦略」に他ならないのです。

(1) 中小企業がかかえる経営課題

多くの中小企業は厳しい経営課題に直面しています。

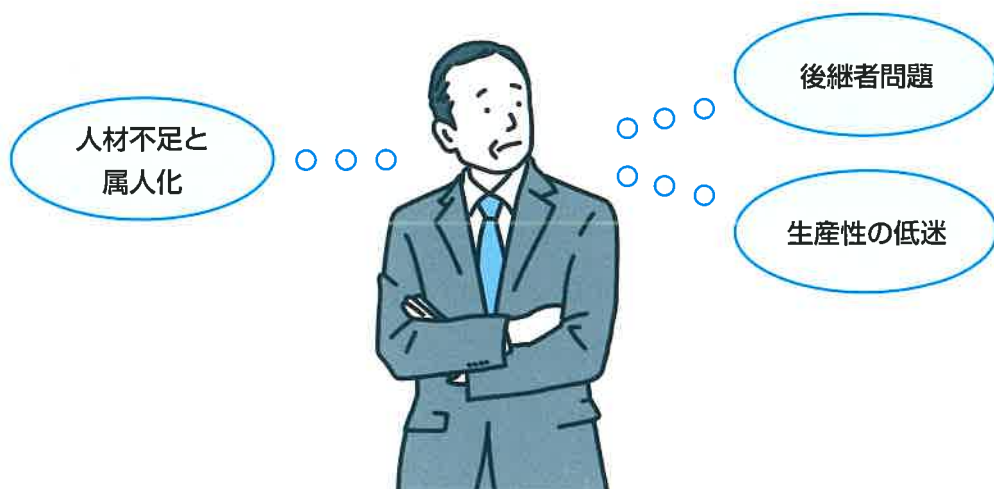
例えば、

「ベテラン従業員がいなくなったら、うちの業務は止まってしまう…」

「後継者が見つからず、自分の代で会社を畳むしかない…」

「毎年必死にやっているのに、業績が伸び悩んでいる…」 など

これらは、「人材不足と属人化」、「後継者問題」、「生産性の低迷」という、多くの中小企業が抱える共通の悩みです。



(2) DXの推進で課題解決

こうした課題に対し、DXを推進することは有効な解決策となり得ます。

① 人材不足と属人化

定型業務を自動化（**ステップ2**：デジタルイゼーション）すれば、少ない人数でも業務が回り、技術やノウハウをデータ化（**ステップ1**：デジタルイゼーション）すれば、ベテランの退職リスクに備えられます。

② 後継者問題

システムを用いることで経営状況や業務フローを「見える化」（**ステップ1**：デジタルイゼーション、**ステップ2**：デジタルイゼーション）することにより、事業承継やM&Aがスムーズになり、後継者の負担を大幅に軽減できます。

③ 生産性の低迷

データに基づいた迅速な経営判断や、新たな付加価値サービスの創出（**ステップ3**：デジタルトランスフォーメーション）により、厳しい競争においても優位性を確立する道筋を見いだすことができます。

このように、DX推進のプロセスは、中小企業が抱える課題を解決するための手段ともいえます。

DXは遠い未来の話でも、大企業だけのものでもありません。会社の弱みを克服し、新たな強みを生み出すことで、変化の激しい時代を勝ち抜くための経営戦略に他なりません。

4

成功するDXプロジェクトの進め方

(1) 「プロジェクト」として計画的に進める

第1章でDXの重要性はご理解いただけたとしても、多くの経営者が「何から手をつければいいのか？」という壁に突き当たります。最も危険なのが、目的なく話題のITツールに飛びつくことです。DXは思いつきの施策ではなく、一つの「プロジェクト」として計画的に進めることが成功への絶対条件です。

(2) 成功のためのポイント

DXプロジェクトを成功に導くポイントは3つです。

ポイント① 経営トップの強いコミットメント

DXは経営の変革そのものであり、その成否は経営トップの覚悟次第で90%は決まってしまうと言っても過言ではありません。「担当者に丸投げ」は禁物です。経営者自らが「なぜDXをやるのか」という明確なビジョンを社内に発信し、変革の旗振り役となることが全ての始まりです。

ポイント② 部門横断の推進チームを作る

経営者の覚悟が決まっても、一人では進められません。IT担当者だけでなく、必ず業務を熟知している「現場」を巻き込んだ部門横断の推進チームを作りましょう。その際、ITリテラシーの高い若手の登用も効果的です。現場の課題を本当に理解している彼らの協力なくして、DXの成功はありえません。

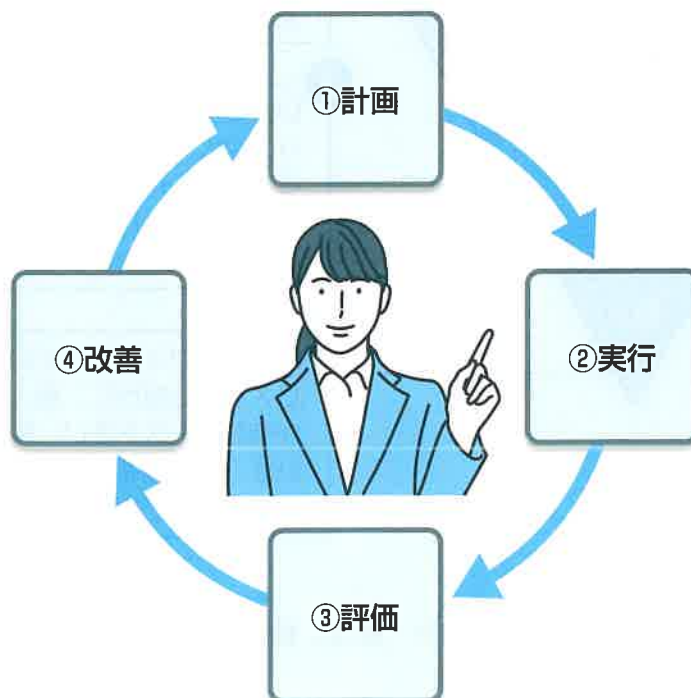
ポイント③

小さく始めて大きく育てる

そして、最も重要なポイントは「スモールスタート」です。いきなり大規模な改革を目指すのは中小企業にとってリスクが高すぎます。まずは、成果が出やすく効果を実感しやすい特定の業務に絞って着手し、小さな成功体験を積み重ねましょう。この成功体験の積み重ねが社内の抵抗感を和らげ、より大きな取組みへの推進力を生み出します。

(3) PDCAサイクルを回す

これら3つのポイントを念頭に、実際のDXプロジェクトの推進においては現状把握と課題発見を行い、「①計画→②実行→③評価→④改善」というPDCAサイクルを回していきます。闇雲に歩き出すのではなく、小さな成功体験を着実に積み重ねていくことがDXという長い道のりの第一歩となります。

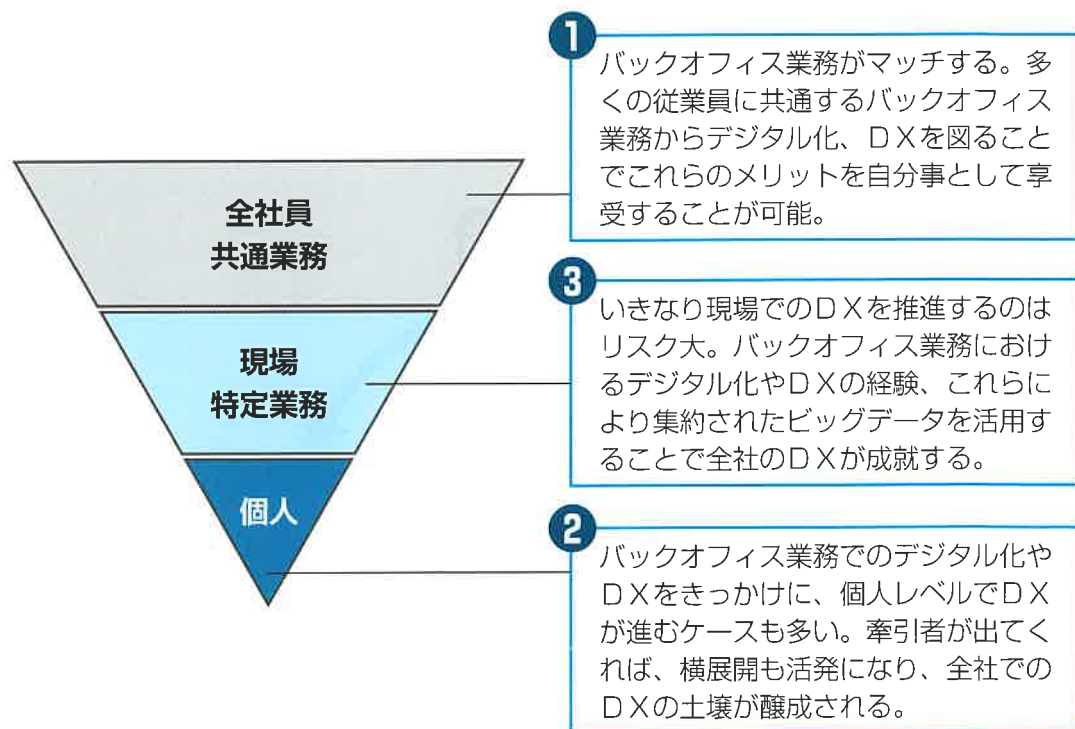


5 バックオフィスから始める DX① 会計・経理

(1) DXはなぜバックオフィスから？

DXの「スモールスタート」に最も適した領域はバックオフィス業務といえます。なぜなら、①定型業務が多く効率化・自動化しやすい、②業務時間などでコスト削減の効果を数字で明確に表すことができる、といった理由があるからです。

そして、バックオフィスのDXを図ることによってそのメリットを多くの従業員が享受することになります。これにより、個人レベル、全社レベルでのDXを推進する土台が形成されます。



まずは、特に取り組みやすい「会計・経理」領域について見ていきましょう。

(2) 会計・経理業務の課題解決

自社の会計・経理業務は、次のように行われていないでしょうか。

- 紙の請求書や領収書を、一枚ずつ手で入力している。
- 経費精算は都度現金で行い、日々の精算や月末の確認に時間がかかる。
- 経営状況を知りたいと思っても、資料が出てくるのは数週間後。

これらの課題は、「クラウド会計ソフト」、「請求書受取や経費精算などのクラウドサービス」の導入で劇的に変わる可能性があります。

- 請求書やレシートはスマートフォンで撮影すれば自動でデータ化され、入力作業がほぼゼロに。
- 経費精算はキャッシュレスに。申請から承認までスマートフォンで完結し、現金管理から解放される。
- 経営状況がリアルタイムで可視化され、いつでも最新の数字をグラフなどで直感的に把握できる。

(3) バックオフィス業務DX化の効果

これらの変化は、単に経理担当者の負担を減らすだけではありません。最も大きな価値は、経営者が会社の数字をリアルタイムで把握し、迅速かつ的確な意思決定を下せるようになることです。経営状態の異変をいち早く察知して対策を打つ、利益が出ている分野に素早く投資する、といった「攻めの経営」が可能になります。

「守り」のイメージが強いバックオフィス業務のDX化が、「攻め」の経営に役立つ。会計業務のDXは会社全体のDXを加速させる、まさに最適な第一歩といえます。

6

バックオフィスから始める DX② 人事労務

(1) 人事労務のDXとは

お金の次は、会社のもう一つの重要な資産である「ヒト」に関する業務、「人事労務」のDXです。ここでもたらされる最大の価値は、単なる効率化に留まらず、バラバラだった従業員情報を一元管理し、戦略的な「人財データ」へと昇華させることにあります。

(2) 現状確認と課題解決

まずは現状を確認しましょう。

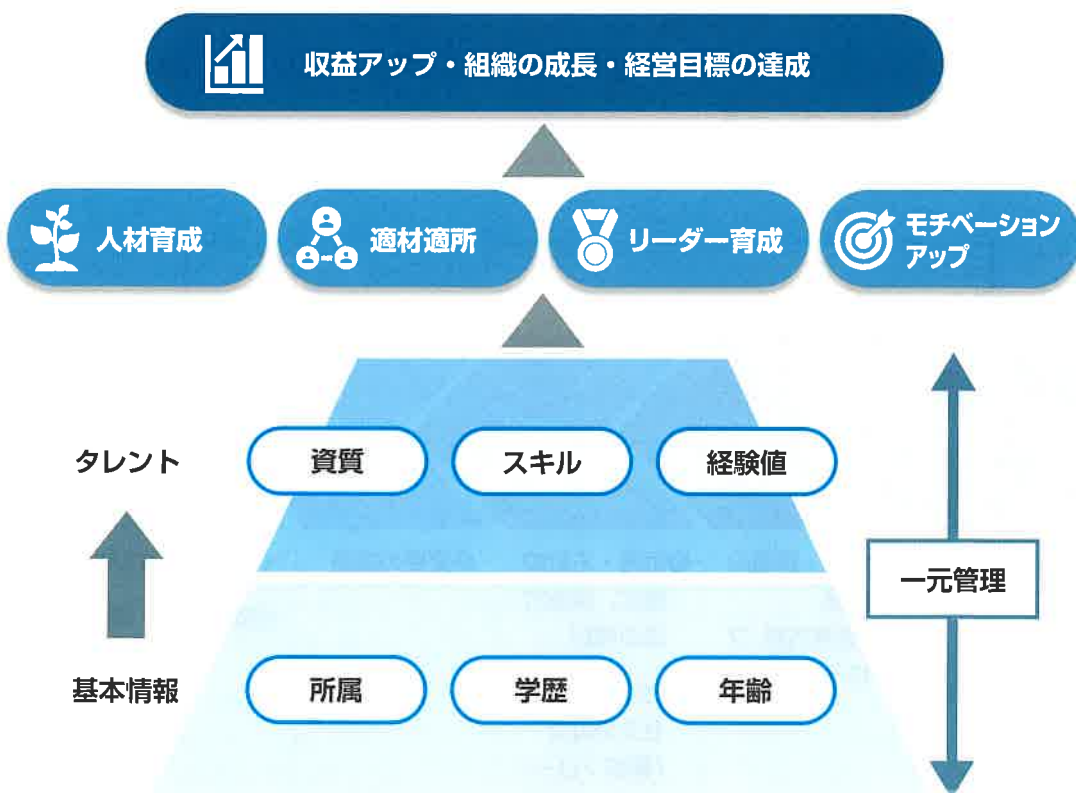
- 入社時の書類、タイムカードの集計、有給休暇管理が全て紙と手作業で行われる。
- 年齢や住所など従業員の基本情報、キャリアや保有資格といった情報が、様々なファイルにバラバラに保管されている。



これらの課題は「クラウド人事労務ソフト」で解決できます。しかし、その本質は、単なるペーパーレス化や効率化ではありません。

従業員に関するあらゆる情報（経歴、スキル、評価、研修履歴など）が一つのデータベースに集約されます。これにより、これまで管理コストを増幅させる要因となっていた数多くの従業員情報が、自社の競争力を高める「戦略的資産」に変わります。

例えば、データに基づいた人材の「適材適所」が実現できます。「このプロジェクトには、あの資格と実務経験を持つAさんが最適だ」といった判断が、勘や記憶に頼らず、データに基づいて迅速に行えます。これは、埋もれていた社員の能力を発掘し、活躍の場を与えることにもつながり、従業員の満足度（エンゲージメント）向上にも寄与します。



人事労務DXは、面倒な事務作業をなくすだけでなく、会社の最も重要な資産である「ヒト」の可能性を最大限に引き出す経営戦略です。従業員を単なる「人材」として管理する時代から、価値創造の源泉である「人財」として捉え直す。人事労務DXはそのための強力なツールとなります。

7

業務の見える化と課題発見

(1) 業務の見える化

会計・経理や人事労務といったDXのテーマが見えてきても、いきなりツール導入に走るのは危険です。その前に必ず行うべきプロセスが「業務の見える化」による現状把握と「課題発見」です。これは、DXプロジェクトの成否を左右する、いわば会社の「健康診断」です。

多くの中小企業では、業務が属人化していたり、昔からの非効率なやり方が「当たり前」になっていたりするため、本当の課題がどこにあるのか、誰も正確に把握できていないことが多くあります。

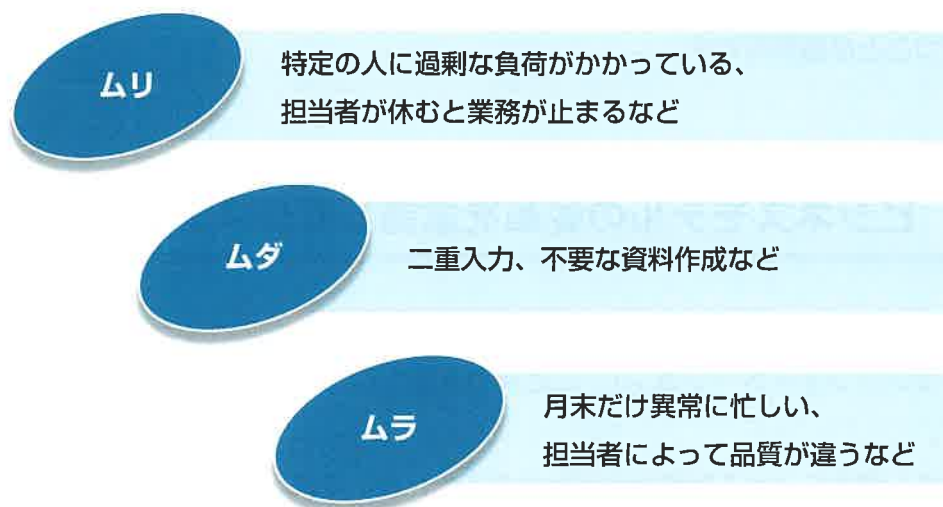


(出典：「民間企業等における効率化方策等（業務改革（BPR））の国の行政組織への導入に関する調査研究」総務省より作成)

「業務の見える化」は決して難しくありません。まずは「販売管理」や「請求書発行」など特定の業務を選び、担当者にヒアリングしながら、業務の流れ（フロー）を簡単な図に書き起こしてみましょう。誰が、いつ、何をしているのかを可視化するだけで、「こんなに多くの承認ステップがあったのか」「ここで頻繁に手戻りが発生している」といった問題点が浮かび上がってきます。

(2) 課題の発見

業務フローが見えてくると、次に具体的な課題を発見する段階に移ります。注目すべきは「ムリ・ムダ・ムラ」の視点です。



こうした課題を特定することで初めて、「わが社のDXプロジェクトは、まず、このムリ・ムダ・ムラをなくすことから始めよう」という明確な目的が定まります。遠回りに見えても、この「健康診断」こそが、根拠のある正しい打ち手を選択するための、最も確実な道筋になります。

8 システムの導入とデータ活用

(1) システム導入のポイント

「業務の見える化」で課題が明確になったら、いよいよその課題を解決するための「システム導入」です。業務フローの見える化ができていて、かつ、解決すべき課題が明らかとなっていますので、流行りのツールに飛びつくような安易な選択を行うことはしないでしょ

う。その上で導入成功のポイントは、①現場を巻き込むこと、②無料トライアルなどで小さく試すこと、そして中小企業にとって一番のポイントとなるのが、③自社の業務をシステムに合わせる勇気を持つことです。多くのシステムは汎用的な業務プロセスをベースに構築されているため、思い切って「自社の業務をシステムに合わせる」視点を持つことが効果的です。

(2) ビジネスモデルの変革を意識してシステムを選定

また、ITツールやデジタルデータを用いて「ビジネスモデルを変革する（＝デジタルトランスフォーメーション）」ことまで意識して、システムを選定する必要があります。

システム導入によって業務が効率化されても、そこで満足してはいけません。それはまだDX推進の過程（デジタルライゼーション）に過ぎないからです。

本当のDXは、システムによって蓄積され始めた「データ」という新たな資産を、どう活用するかという挑戦から始まります。システム導入は、この「データ活用」という、次なる未来への扉を開けるための手段なのです。

例えば、

- 会計データを分析すれば、本当に利益貢献している顧客や商品がわかり、営業戦略の精度が上がる。
- 人事データを分析すれば、活躍する人材の傾向が見え、採用や育成計画の質が高まる。

これまで経営者の経験や勘に頼っていた領域に、データという「客観的な羅針盤」が加わるのです。この羅針盤を手にする事で、経営の精度は格段に上がり、これまでは思いもよらなかった新たなビジネスチャンスを創出する道（デジタルトランスフォーメーション）が拓けます。

*

本章で解説したバックオフィスから始めるDXは、バックオフィス業務そのものの改善に留まらず、最終的には会社の経営そのものを変革する大きな可能性を秘めています。最終目標である全社的なDXのきっかけとして、まずはバックオフィスのDXから始めましょう。



9 製造業における事例

人手不足、技術承継、多品種少量生産への対応など、多くの中小製造業が抱える深刻な課題を、DXを武器に乗り越え、成長を遂げている企業があります。ここでは、多くの製造業が応用できる2つの成功事例をご紹介します。

事例①

金属加工業

—IoTで工場の「今」を見える化し、生産性を劇的に改善

ある金属加工メーカーの課題は、「いつも忙しいのに、なぜか儲からない」ことでした。

そこで同社は、既存の古い機械に安価な後付けIoTセンサーを設置。機械の稼働状況をリアルタイムでモニターに表示し、「どの機械が、なぜ止まっているか」を一目瞭然にしました。これにより、上長が指示するのではなく、現場の従業員が自らデータを見て「この停止時間は材料待ちが原因だ」「次はこうしよう」と知恵を出し合う文化が醸成されました。必ずしも高価な最新システムを導入することがDXではないのです。

その結果、工場の生産性は1.5倍に向上。データに基づいた正確な納期回答も可能になり、顧客からの信頼もアップしました。現場の力を最大限に引き出し、大きな成果を上げたDX事例です。

事例②

部品メーカー

—アナログ技術をデジタル化し、ベテランの技を未来へつなぐ

ある部品メーカーでは、「ベテランAさんが辞めたら、この加工はもうできない」という属人化した熟練技能の継承が喫緊の課題となっていました。

同社は、熟練した技のデジタル化に着手しました。ベテランの作業をスマートフォンで撮影してポイントを解説した「動画マニュアル」を作成。さらに、紙の図面や過去のノウハウもデータベース化し、誰でもタブレットで検索・閲覧できるようにしました。

成功の鍵は、若手社員をプロジェクトの主役にしたこと。ITに不慣れなベテランに無理強いせず、若手が教えを請いながらデジタル化を進めたことで、世代間の円滑な技術移転が実現しました。

この取組みにより、若手社員が短期間で複数の工程を習得する「多能工化」が大きく進展。急な受注や欠員にも柔軟に対応できる強い生産体制を築き、ベテランの退職というリスクを組織の力で乗り越えました。



これらの事例に共通するのは、最新技術の導入が目的ではなく、自社の課題解決を目的としている点です。デジタル技術やITツールを「道具」として賢く使いこなし、現場の知恵と組み合わせることこそが、中小製造業のDXを成功に導く鍵といえます。

10 サービス業における事例

人手不足が深刻なサービス業におけるDXは単なる業務効率化の手段ではなく、顧客体験の質を向上させ、新たなサービスの価値を創造するための強力な武器となります。ここでは、異なる2つのサービス業のDX事例をご紹介します。

事例①

飲食店

—予約・顧客管理のDXで「おもてなし」を深化

ある地方の個人経営レストランの悩みは、電話予約の対応に追われ、目の前のお客様への接客が疎かになることでした。また、常連客の顔ぶれやその好みを特定のスタッフの記憶に頼っており、情報共有ができていませんでした。

そこで同店は、予約管理と顧客管理（CRM）ができるシステムを導入。複数のグルメサイトや自社ホームページからの予約を一元管理し、24時間自動で受け付けられるようにしました。さらに、お客様の好みやアレルギー、誕生日といった情報をスタッフがスマホで簡単に入力・共有できる仕組みを整えました。

成功の鍵は、入力の手間を最小限にしたシンプルな運用です。これにより、接客の合間に無理なく情報を蓄積できるようになりました。その結果、電話対応の手間が激減し、質の高い接客に集中でき、さらにデータに基づいたパーソナルなおもてなしが可能になり、顧客満足度とリピート率が大幅に向上しました。

事例②

士業

—業務のクラウド化で「場所の壁」を越える

ある税理士事務所の課題は、業務が事務所という「場所」に縛られていることでした。資料は紙で保管され、顧客とのやり取りも電話や対面が中心。外出が増えると業務が滞りがちでした。同所が取り組んだのは、業務全般のクラウド化です。案件の進捗管理や資料共有をクラウドツールで行い、チャットで迅速に情報共有。さらに、これらのノウハウを活かしてWeb会議システムを中心とした「オンライン顧問サービス」を立ち上げました。

成功の鍵は、セキュリティ対策を万全にし、顧客に安心感を与えたこと。また、所内の情報共有からスモールスタートし、徐々に顧客とのやり取りにも適用範囲を広げたことも、スムーズな移行につながりました。その結果、ペーパーレス化と移動時間の削減で生産性が向上。そして、オンラインによって商圏が地域限定から全国に拡大し、これまで接点のなかった新たな顧客の獲得に成功しました。



これら2つの事例は、DXが「顧客とのつながり方」と「働き方」そのものを変革する力を持つことを示しています。自社のサービスの価値を、デジタル化によってどのように高められるか。その問いこそが、サービス業におけるDXの出発点です。

11 小売業における事例

大手ECサイトの台頭や人手不足など、中小小売業を取り巻く環境は厳しいですが、デジタル技術を賢く活用し、大手には真似のできない顧客との関係を築いて成長する店舗も少なくありません。ここでは、小売業におけるDXの2つの成功事例をご紹介します。

事例①

専門店

—ECサイト連携で「全国区の人気店」へ

地方のこだわりの商品を扱うアパレル雑貨店は、商品のラインナップには自信がある一方、店舗周辺の顧客だけでは事業継続に限界を感じていました。ECサイトはあったものの、実店舗との在庫管理が別々で二重の手間となり、「ECサイトで見た商品が店にない」という問題も起きていました。

そこで同店は、実店舗のPOSレジと在庫・顧客情報を一元管理できるECシステムを導入し、業務の効率化を図りました。これにより、SNS等での丁寧な情報発信により商品の魅力を伝えることに注力でき、また、顧客からのコメントや質問に丁寧に返信するなど、オンライン上でも温かい関係性を築くことで、全国に熱心なファンをつくりました。

その結果、商圏は全国に拡大し、売上は2倍に。在庫管理の手間も省け、従業員は本来のクリエイティブな仕事である接客や商品企画に、より多くの時間をかけられるようになりました。

事例②

地域密着店

—POSデータ活用で「街の頼れる店」へ

ある地域密着型の食料品店は、店主の長年の勘と経験に頼った仕入れにより、食品ロスや品切れに悩んでいました。

そこで同店が導入したのが、安価で手軽に始められるタブレットPOSレジです。これにより、「どの商品が」「いつ」「どんな顧客層に」売れているのかをデータで正確に把握できるようになりました。

成功の鍵は、簡単なデータ分析から始めたことです。「売れ筋・死に筋ランキング」を毎日チェックして仕入れを最適化しただけで、食品ロスが3割減少。さらに「雨の日にはこの総菜が売れる」といった傾向も掴み、顧客のニーズをしっかりと捉えた品揃えを実現。また、顧客の購買履歴からLINEで個別の特売情報を送るなど、的を絞った販促も効果を上げています。その結果、常連客の来店頻度もアップ。地域になくてはならない「頼れる店」としての地位を確立しました。



この2事例は、小売業DXがEC連携で商圈の壁を「越える」攻めのDXと、店舗データを活用して地域顧客との関係を「深める」DXが有効であることを示しています。どちらも、デジタルを武器に顧客を深く理解しようとする姿勢が成功のポイントとなっています。

12

建設業における事例

深刻な人手不足や高齢化、そして「3K（きつい・汚い・危険）」という建設業界が抱える根深い課題に対し、DXは働きがいのある「新3K（給与が高い・休暇が取れる・希望が持てる）」を実現する強力な切り札となります。ここでは、建設業におけるDXの2つの成功事例をご紹介します。

事例①

工務店

—施工管理アプリで「現場の無駄」をなくす

ある地域の工務店では、現場監督が事務所と複数の現場の往復に時間をとられ、夜遅くまで写真整理や書類作成に追われるのが常態化していました。電話やFAXでの情報共有は「言った・言わない」のトラブルの原因にもなっていました。

そこで同社は、スマートフォンで使える施工管理アプリを導入。現場写真や最新の図面、各種書類をクラウド上で一元管理し、職人ともチャットアプリでやり取りするようにしました。

成功の鍵は、まず社長と若手社員が1つの現場で徹底的に試用し、使い方をマスターしてから全社に展開したことです。この成功体験があったため、他の社員や協力会社も安心して導入することができました。

その結果、現場監督の移動時間や事務所での書類作業が半減。リアルタイムの情報共有で手戻りがなくなり、工期短縮と生産性向上を実現。若手社員からも「働きやすい」と好評で、人材定着にもつながっています。

13 デジタル化・AI導入補助金の概要

いざDXに取り組もうとしたとき、多くの中小企業が直面するのが「予算の壁」です。このような悩みを抱える経営者にとって、強力な味方となるのが「デジタル化・AI導入補助金」です。

この制度を賢く活用すれば、資金的なハードルを大きく下げ、DXへの第一歩を踏み出すことができます。ここでは、まずデジタル化・AI導入補助金とはどのような制度なのか、その概要を解説します。

(1) デジタル化・AI導入補助金とは？

デジタル化・AI導入補助金とは、中小企業・小規模事業者等が、自社の課題やニーズに合ったITツール等を導入する経費の一部を国が補助することで、業務効率化や売上アップをサポートし、生産性の向上を図ることを目的とした制度です。

(2) 誰が、何を対象に利用できるのか？

この補助金の対象は、日本国内で事業を営む中小企業・小規模事業者等です。

また、この補助金は、①生産性の向上に資するITツール（ソフトウェア、サービス）の導入費用を支援する「通常枠」、②令和5年10月1日に開始されたインボイス制度への対応に特化した支援枠で、会計・受発注・決済ソフトに加え、PC・タブレット・レジ・券売機等のハードウェア導入費用も支援する「インボイス枠（インボイス対応類型）」などが設けられており、補助対象となる「ITツール」はそれぞれの枠ごとに定められています。

事例②

専門工事会社

—ドローン活用で「新たな強み」を創出

ある測量会社は、危険な高所や広大な土地の測量に多くの時間と人手を要していました。また、他社との価格競争も厳しく、独自の強みを模索していました。

そこで同社が取り組んだのがドローンの導入です。これまで半日かかっていた測量作業が、ドローンならわずか30分で完了。取得したデータから3Dモデルを作成し、発注者にも非常に分かりやすいと好評を得ました。

成功の鍵は、補助金を活用して導入コストを抑えたこと。そして、当初は自社の業務効率化が目的でしたが、顧客からの要望に応える形で「ドローン計測・3Dデータ作成サービス」を新たな事業として確立したことです。その結果、作業時間の大幅な短縮と安全性の向上を達成。「ドローンが使える測量会社」としてのブランディングにも成功し、受注単価も向上しました。



DXには、施工管理アプリ等による「業務プロセスの効率化」と、ドローンのような新技術による「新たな価値創造」の2つの側面があります。どちらも現場の負担を減らし、会社の魅力を高めて、厳しい時代を勝ち抜く力となり得ます。

通常枠

生産性の向上に資する
ITツール（ソフトウ
ェア、サービス）の導
入費用を支援



インボイス枠 (インボイス対応類型)

インボイス対応の支援
枠で、会計・受発注・
決済ソフトに加え、P
C・タブレット・レ
ジ・券売機等のハード
ウェア導入費用も支援



インボイス枠 (電子取引類型)

発注者（大企業を含
む）が費用を負担して
インボイス対応済の受
発注ソフトを導入し、
受注者である中小企
業・小規模事業者等が
無償利用できるケース
を支援



セキュリティ 対策推進枠

独立行政法人情報処理
推進機構の「サイバー
セキュリティお助け隊
サービスリスト」に掲
載のセキュリティサー
ビスの利用料を支援



複数社連携 IT導入枠

10者以上の中小企
業・小規模事業者等が
連携した、インボイス
制度への対応やキャッ
シュレス決済を導入す
る取組等を支援



(3) いくら補助されるのか？

補助率や補助額の上限は、申請する枠や事業規模によって異なります。例えば、通常枠では導入費用の1/2以内、インボイス枠（インボイス対応類型）では小規模事業者なら最大で費用の4/5以内といった、手厚い支援が受けられます。

（注） 補助率や補助額、対象となるITツールや枠組みの詳細は、年度ごとに変更される可能性があります。申請を検討する際は、必ず「デジタル化・AI導入補助金」の公式サイトで最新の公募要領をご確認ください。

デジタル化・AI導入補助金は、資金力に限りがある中小企業にとって、DX推進のハードルを大きく下げてくれる心強い制度です。ただし、補助金をもらうこと自体が目的になってはいけません。あくまで自社の課題を解決し、生産性を向上させるための「手段」として捉えることが重要です。



14

DXを加速させるその他の補助金

13で解説した「デジタル化・AI導入補助金」は、会計ソフトや顧客管理システムといったソフトウェア導入に最適な制度です。しかし、中小企業のDXはそれだけにとどまりません。特に、現場における人手不足の解消や生産性向上には、物理的な設備投資が不可欠な場合が少なくありません。

ここでは、デジタル化・AI導入補助金と合わせて知っておきたい、2つの補助金「中小企業省力化投資補助金」と「ものづくり補助金」をご紹介します。

(1) 中小企業省力化投資補助金【人手不足解消の切り札】

この補助金は、深刻な人手不足に悩む中小企業が、IoTやロボット等の人手不足解消に効果がある製品や設備等を導入する際に活用できる補助金です。「カタログ注文型」と「一般型」2つのタイプがあります。

最大の特徴は、カタログ注文型の場合、中小企業省力化投資補助金ホームページ等で公開されている「製品カタログ」の中から、導入したい製品を選んで申請するという手軽さです。対象となる製品は、例えば飲食店における配膳ロボットや自動券売機、倉庫業務で活用できる自動搬送ロボット、清掃ロボットなど、多岐にわたります。

	カタログ注文型	一般型
投資内容	簡易で即効性がある 省力化投資	オーダーメイド性のある 多様な省力化投資
補助対象	カタログに掲載された 省力化効果のある汎用製品	個別現場の設備や事業内容に合わせた 設備導入・システム構築
補助上限	最大1,500万円	最大1億円

(出典：中小企業省力化投資補助金ホームページより)

(2) ものづくり補助金【革新的な挑戦を後押し】

「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」、通称「ものづくり補助金」は、令和2年3月の公募開始以来、革新的な取組みに挑む多くの中小企業等を支援してきた実績のある補助金です。

この補助金の目的は、革新的な製品・サービスの開発や、生産プロセスの抜本的な改善に必要な設備投資等を支援することにあります。例えば、これまで手作業だった工程を自動化する高性能な機械装置の導入や、新しい製品を開発するために必要なシステムの構築費用などが対象となります。

	製品・サービス高付加価値化枠	グローバル枠
要 件	革新的な新製品・新サービスの開発による高付加価値化	海外事業の実施による国内の生産性向上
補助上限額	750万円～2,500万円	3,000万円
補 助 率	中小企業：1/2 小規模事業者等：2/3	中小企業：1/2 小規模事業者等：2/3
対 象 経 費	〈共通〉 機械装置・システム構築費（必須）、技術導入費、専門家経費、運搬費、クラウドサービス利用費、原材料費、外注費、知的財産権等関連経費 〈グローバル枠のうち、海外市場開拓（輸出）に関する事業のみ〉 海外旅費、通訳・翻訳費、広告宣伝・販売促進費	

（注） 大幅な賃上げに取り組む場合は、補助上限額が100～1,000万円上乘せされます。

（出典：経済産業省・中小企業庁資料より）

(3) まとめ 自社の目的に合わせて制度を選ぶ

ここまでご紹介してきた3つの補助金は、それぞれ活用の目的ごとに使い分けるとよいでしょう。

デジタル化・AI導入補助金

バックオフィス業務の効率化など、
ソフトウェア中心のDX推進に

中小企業省力化投資補助金

カタログ注文型は、人手不足解消のため、
手軽に汎用設備を導入したい場合に

ものづくり補助金

革新的な製品開発や生産プロセス改善のため、
大規模な設備投資に挑戦したい場合に

自社の課題と目指す姿に合った制度を賢く活用し、自社のDXを成功に導きましょう。

執筆

菊池 典明

辻・本郷ITコンサルティング株式会社 取締役
(税理士)

企画・制作

清文社