

## 【中小企業の伴走支援活用について調査】

約8割が能動的に伴走支援を活用できていないことが明らかに！

～BLUE REPORT mini 10月号を発行～

『「新しいあたりまえ」で、新しい世界を創る FORVAL』を理念に掲げる、次世代経営コンサルタント集団である株式会社フォーバル（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：中島 将典、東証プライム市場（証券コード：8275）以下「フォーバル」）が運営するフォーバル GDXリサーチ研究所は、中小企業の伴走支援の活用状況について調査した「BLUE REPORT mini 10月号」を2023年9月29日（金）に発行しました。



### 今回のレポートの目的

時代の変化や不確実性の高まりに対しては、経営者は迅速で柔軟な対応が求められています。一方で、経営リソースが限られる中小企業がすべてに対応するのは難しいことから、第三者による伴走支援の考え方が広がっています。伴走支援とは、中小企業の経営者と第三者（地域の商工団体や土業、金融機関、コンサルティング会社など）が継続的に対話を重ね、課題設定や課題解決の支援を行うことで、中小企業の経営改革と自走化を促していく取り組みを指します。今回は中小企業の伴走支援の活用状況に関して行った調査の結果を報告します。

●本レポートの詳細は、こちらをご参照ください。

[https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/blureport\\_mini\\_202310.pdf](https://www.forval.co.jp/consulting/pdf/blureport_mini_202310.pdf)

## 伴走支援の活用状況

中小企業経営者の約2人に1人は伴走支援を活用したことがあると回答。

伴走支援を活用した中小企業経営者の過半数がDX・GXの取り組みを今よりも高めていきたいと答えた。

伴走支援を受けている機関として、

1位「コンサルティング会社」2位「税理士」3位「金融機関」であることが判明。

伴走支援の種類として約52.9%が「課題解決型」、約33.6%が「施策実行型」、

約13.4%が「わからない」と回答。

## 伴走支援を活用するきっかけ、導入背景

導入するきっかけは、約8割が「営業や広告などの受動的な要因からであった。

伴走支援の目的として1位「売上拡大」2位「DX推進」3位「経営ビジョン戦略の策定」と判明。

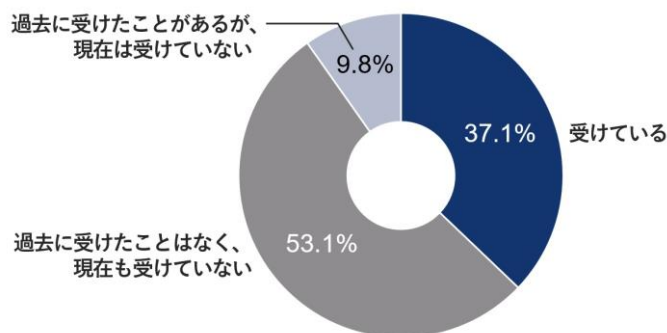
一方で伴走支援を受けていない理由は、1位「必要性を感じていないから」2位「コストがかかるから」

3位「効果が不明瞭だから」と判明。

## 調査結果の詳細

### ■伴走支援を受けたことがあるか、または一度も受けたことがないか

中小企業経営者に伴走支援を受けたことがあるか聞いたところ、「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」を含め一度も受けたことがある企業が46.9%、「過去に受けたことはなく、現在も受けていない」と一度も受けたことがない企業が53.1%です。



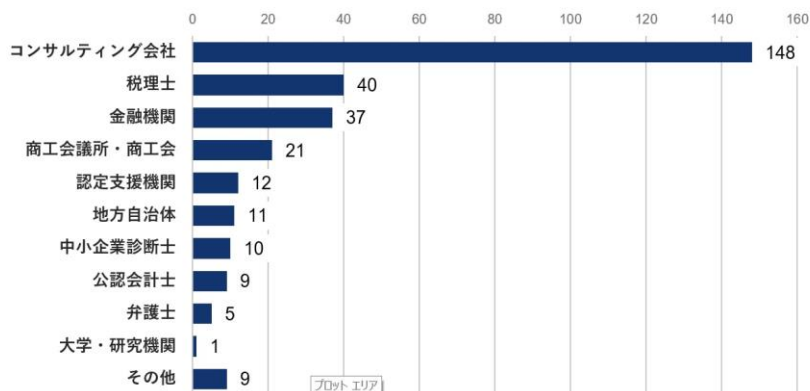
調査期間：2023年8月21日～9月15日

回答企業数：552

### ■どの機関から伴走支援を受けているか

伴走支援を「受けている」、「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」と回答した企業にどの機関から伴走支援を受けているか調査しました。その結果、約48.8%がコンサルティング会社、約13.2%が税理士、約12.2%が金融機関と回答しました。

以上から、各地方自治体や商工会議所等でも無料で経営相談が可能で、各種支援をしてもらえる機会はあるがそれらの活用は少ない状況だった。



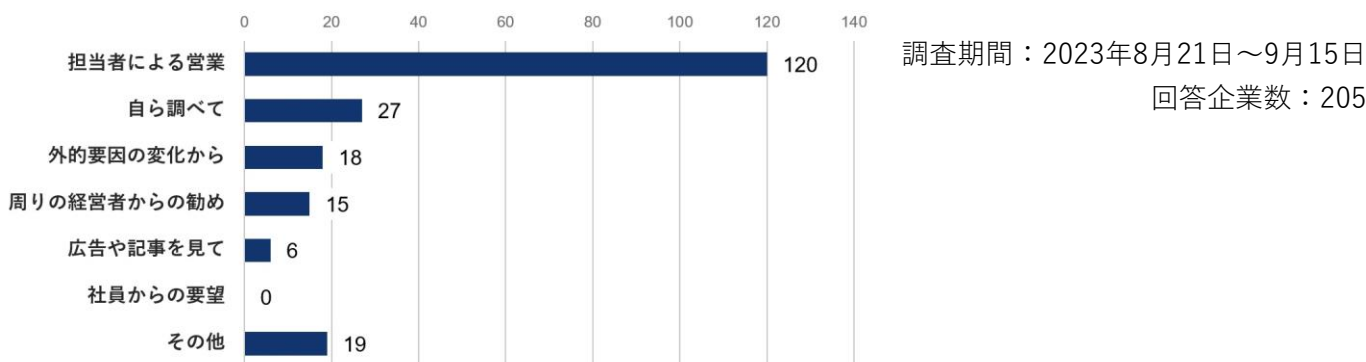
調査期間：2023年8月21日～9月15日

回答企業数：303

## ■伴走支援を活用するきっかけ

伴走支援を受け始めたきっかけは、約58.5%の方が「担当者からの営業」と回答した、一方で、必要性を感じ「自ら調べて」は約13.2%、「外的要因の変化から」は約8.9%と、経営者自身がDX推進の必要性を感じ、自ら能動的に伴走支援の検討を始めています。

しかし、中小企業は経営リソースが潤沢でないことが多いため、自社のみでどのように進めればよいかわからない場合は積極的に外部の機関、専門家を頼る意識を持つ必要があると考えられます。

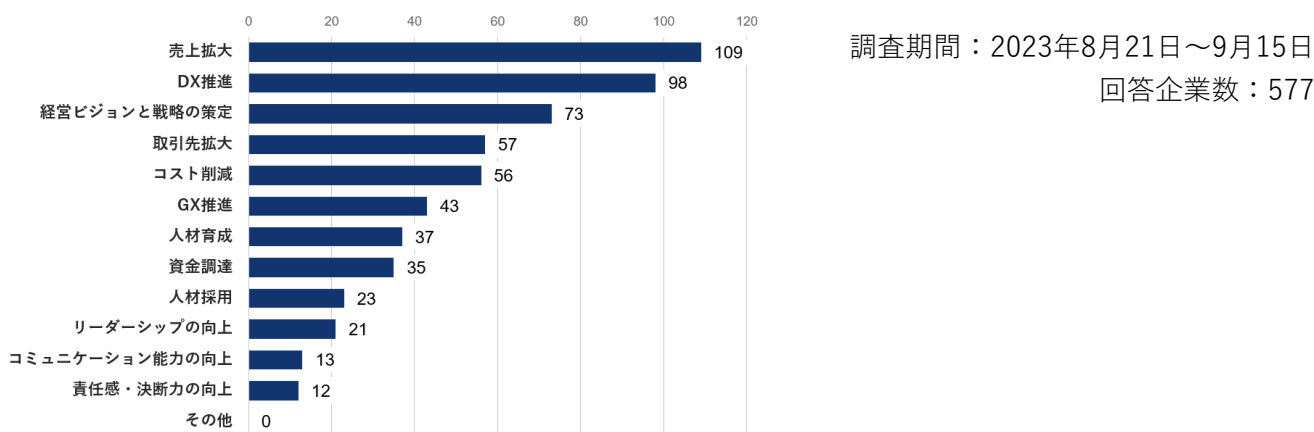


## ■伴走支援活用の目的

「伴走支援を受けている目的」として、最も多かったのは「売上拡大」となり、いつの時代でも売上拡大は企業にとって優先度の高い課題であり、本調査でもその傾向が見えた。

次に多かったのは「DX推進」となった。DX推進における伴走支援の代表例には2020~2021年度にかけて中小企業庁が実施した「中小企業デジタル化応援隊事業」がある。コロナ禍により出社制限が行われたこともあり、従来デジタル化が遅れていた日本企業でも「新しい日常」に適応するためにデジタル化が急がれた。

DX推進に関する伴走支援を受けている経営者が多いのは、このような背景のほかに、DX推進は難易度が高い課題とのイメージから、元々外部のリソースに頼る意識があったことも考えられる。



以上から、多くの中小企業が経営のDX・GXを推進する際には伴走支援を受けていることが判明しました。また、中小企業はリソースが限られているため、コンサルティング会社や税理士、金融機関に頼ることができない場合があります。

そこで各地方自治体や商工会議所等が実施している無料の経営相談で、各種支援をしてもらえる機会を得ることで、今後の時代にも活躍する企業としてDXを推進することができます。

## フォーバル GDXリサーチ研究所とは

日本に存在する法人の99%以上を占める中小企業。この中小企業1社1社が成長することこそが日本の活力につながります。中小企業が成長するための原動力の1つにGreen(グリーン)とDigital(デジタル)を活用し企業そのものを変革するGDX(Green Digital transformation)があります。

GDXリサーチ研究所は、中小企業のGDXに関する実態を調査し、各種レポートや論文、報告書などをまとめ、世に発信するための研究機関です。「中小企業のGDXにおける現状や実態を調査し、世に発信する」をミッションに「中小企業のGDXにおいてなくてはならない存在」を目指し活動していきます。

▽詳細は下記URLよりご覧ください。

<https://gdx-research.com/>

