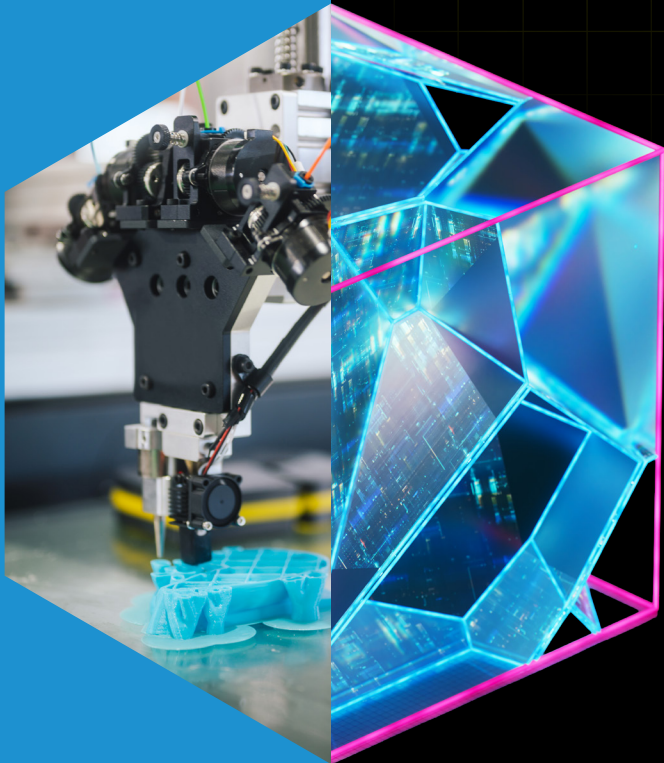




2027 年度版 **デザインと創造の業界動向調査** 分野別レポート

小規模ビジネス

急速に変化する世界の中で 新たな機会に備える

デザインと創造の業界で小規模な事業を営むということは、日々、相反する選択を迫られることを意味します。新しいツールの習得に費やす1時間は、顧客への対応、プロジェクトの遂行、新規案件の獲得に充てられない時間でもあります。少人数のチームと限られたリソースの中で、目の前の業務を遂行しながら将来への備えを進める必要があります。

しかし、『2027年度版デザインと創造の業界動向調査』のデータからは、明るい傾向が見られます。デザインと創造の業界に属する、従業員数1～19人の企業の45%が、デジタルトランスフォーメーションを大幅に進展させている、または継続的に投資していると回答しています。また、多くの

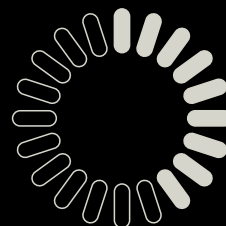
企業が、新たなサービスや市場、働き方にも目を向けています。その目標は、単に変化についていくことにとどまりません。少人数のチームと限られたリソースの中でも、こうした企業は将来の機会に向けた取り組みを続けています。

この意欲と制約の組み合わせが、デザインと創造の業界において、独自の状況を形作っています。こうした企業は立ち止まっているわけではありませんが、大企業の手法をそのまま取り入れることもできません。重要なのは、現在の業務を改善しながら、今後どのような変化が訪れても対応できる能力と柔軟性を培うため、重点を絞った選択をすることです。



このブリーフィングについて

本レポートでは、デザインと創造の業界における従業員数1～19人の小規模ビジネスに焦点を当て、現在の業務上のニーズに対応しながら、将来の機会を捉えるために必要な能力をどのように構築しているのかを探っています。



45%

デジタルトランスフォーメーションを大幅に推進している、または継続的に投資していると回答した割合



28% 対 53%

デザインと創造の業界の小規模ビジネスは、大企業と比べて、自社をデジタル成熟度の高い企業と捉える傾向が低い



デジタル トランスフォーメーションは段階的に実施可能

小規模ビジネスは、より規模の大きな企業と同じ変革の道筋をたどる必要はありません。時間も人員も少なく、予算にも制約がある中では、目の前のビジネス ニーズに対応するデジタル化を進めながら、次の段階にもつながる取り組みに注力することが、より現実的なアプローチとなる場合が一般的です。

データは進展と課題の両方を示しています。小規模ビジネスの39% がデジタル トランスフォーメーションで大きく進展したと回答し、さらに 6% が積極的に投資していると回答しています。一方で、自社をデジタル成熟度の高

い企業と認識している割合はわずかに 28% にとどまり、大企業の53% を下回っています。この差があるからといって、小規模ビジネスが大企業のデジタル トランスフォーメーション モデルをそのまま模倣する必要があるわけではありません。むしろ、デジタル能力が最大の効果を発揮する領域を見極めることの重要性を示しています。

不確実性の高い環境では、これはますます重要になります。小規模ビジネスの 64% が、3 年前よりも世界情勢の不確実性が増していると回答する一方、将来のマクロ経済や地政学的な変化に対

して自社が十分に備えているとする回答は 38% にとどまっています。小規模なチームにとって、デジタル トランスフォーメーションは単なる効率化の問題ではなく、状況が変化したときに対応できる柔軟性や能力を確保する助けにもなります。

要点

戦略的かつ選択的に変革を進めましょう。まずは、現在の優先事項に対応しながら、今後のさまざまな変化にも柔軟に備えられる事業基盤をデジタル化によって構築することに重点を置きます。

小規模ビジネスにはコスト コントロールが最大の課題

テクノロジーの優先度は、大規模な企業より大幅に低くなっている

● 従業員数 1 ～ 19 名の企業 ● 従業員数 20 ～ 499 名の企業 ● 従業員数 500 名以上の企業

AI を含むテクノロジーの進歩

コスト コントロールとコスト管理

データの自動化とデジタル化

人材の獲得、育成、定着

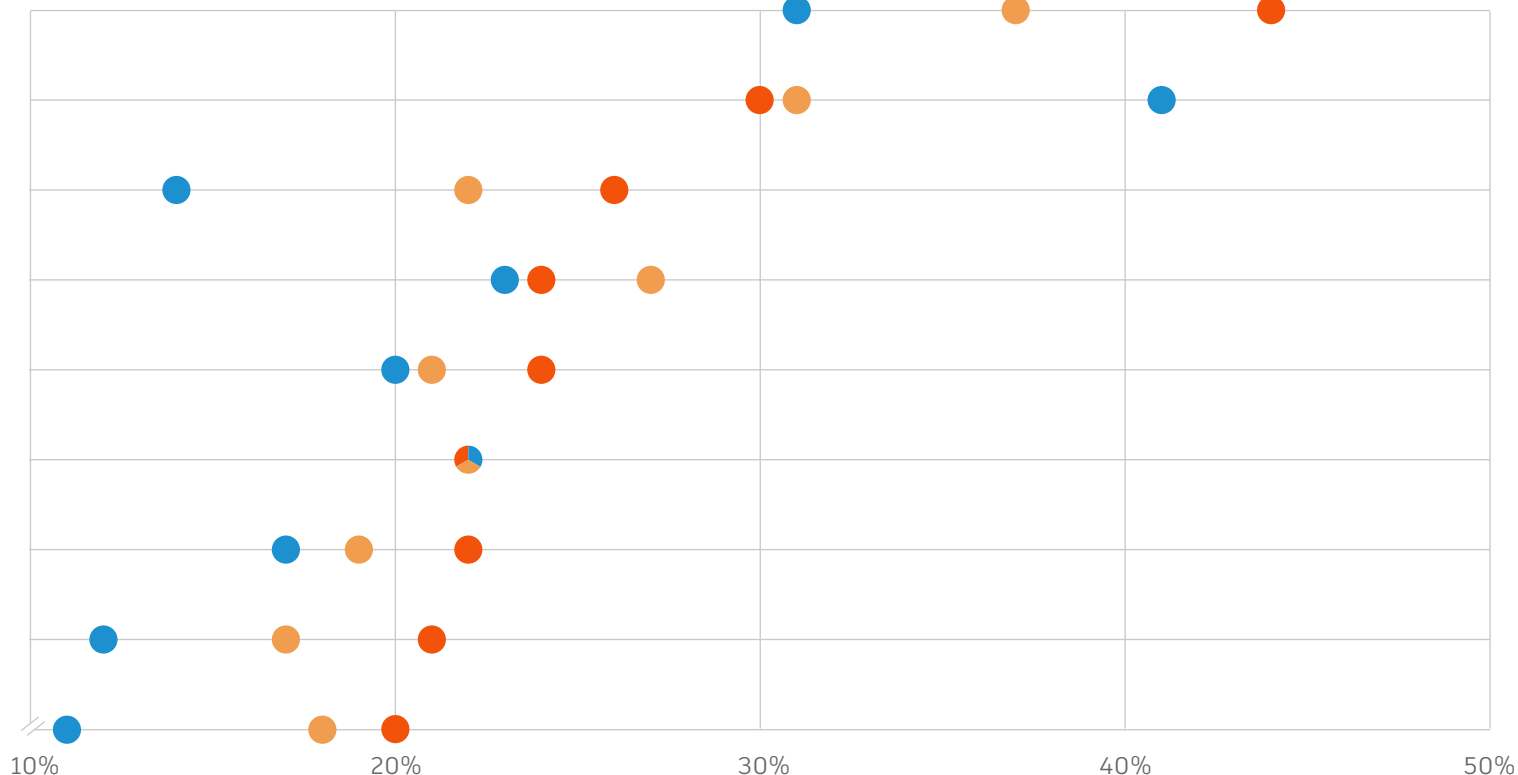
世界経済と世界情勢

製品またはサービスのイノベーション

製品またはサービスの多様化

デジタル ソリューションの調達と管理

環境のサステナビリティ

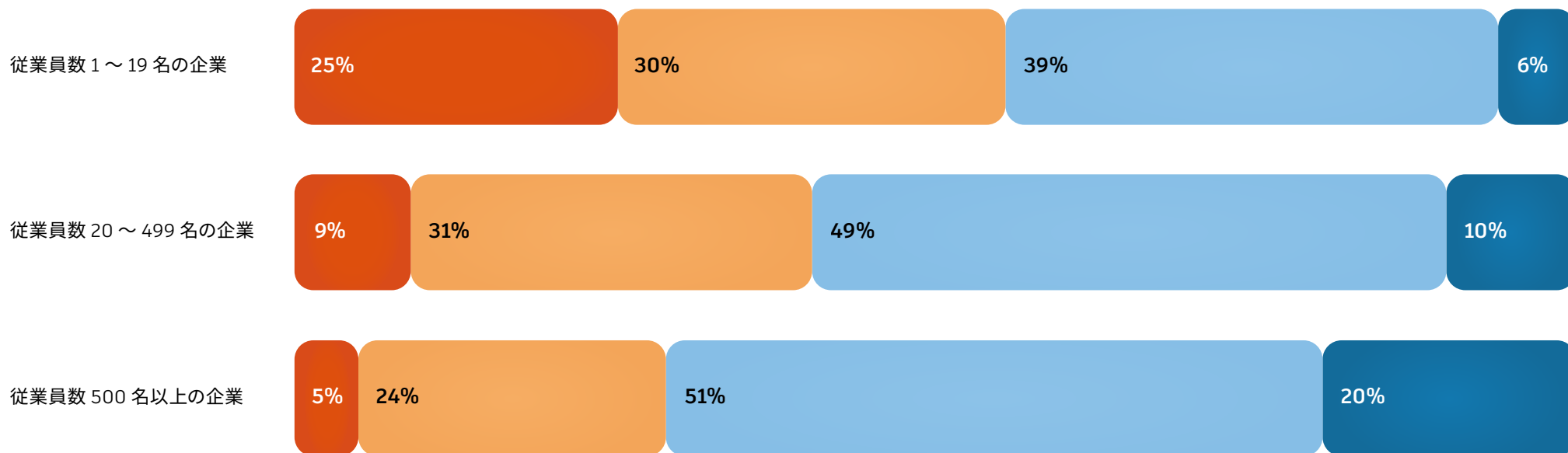


アンケートの質問: 貴社または貴組織が現在直面している主な課題を 3 つ挙げてください。最大 3 つまで選択してください。数字は各項目を選択した回答者の割合です。注: 読みやすくするため、一部の回答選択肢を短縮しています。
"その他" および "いずれでもない" は示されていません。

小規模ビジネスのほぼ半数が デジタル イニシアチブの導入済みまたは導入中

それでもデジタル トランスフォーメーションへの抵抗が依然として進歩を阻む

- 自社のデジタル トランスフォーメーションへの投資は最小限である。
- デジタル トランスフォーメーションへの抵抗が進歩を阻んでいる。
- デジタル イニシアチブを導入して大きく進歩した。
- デジタル トランスフォーメーションを優先し、新しいテクノロジーに重点的に投資している。



アンケートの質問：貴社または貴組織のデジタル トランスフォーメーションの進捗状況を最もよく表しているのは、次のうちの記述ですか。4 段階評価、選択率（％）。四捨五入のため、数値の合計が 100％ にならない場合があります。

既存の業務に AI を組み込む

デザインと創造の業界の小規模ビジネスの大半は、既に AI 活用への取り組みを始めています。限られたリソースで事業を運営する現実に即して、実践的な第一歩を踏み出しています。85% が AI 活用に向けた取り組みを開始しており、そのうち 67% が、自社の AI 導入状況が初期段階または中間段階にあると回答しています。AI を一気にあらゆる業務へ導入するのではなく、多くの企業がまずは慣れ親しんだワークフローから始めています。

こうした傾向は、小規模ビジネスにおける AI の現在の活用方法にも表れています。32% が AI をデザインワークフローに統合し、28% が AI トレーニングに投資し

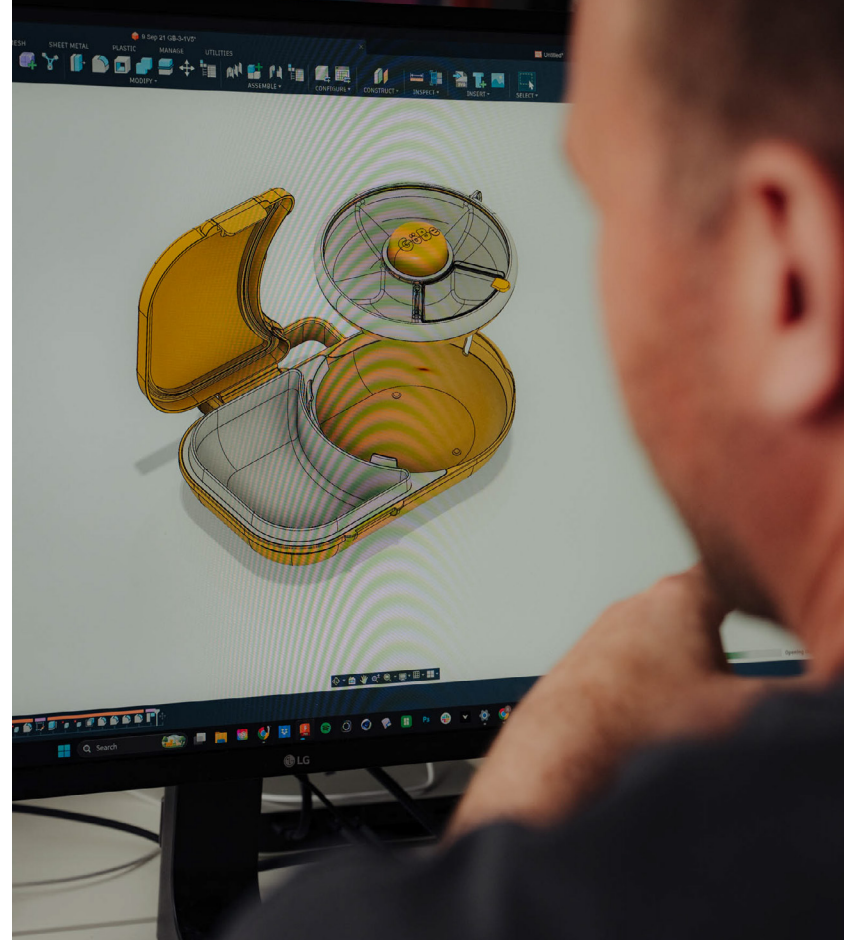
ています。一方、AI を活用した自動化を導入している企業 (18%) や、AI テクノロジープロバイダーと提携している企業 (18%) は、それより少ない割合にとどまっています。これらの調査結果から、既存の業務に組み込むことができるアプリケーションやスキルを中心とする集中的なアプローチが見て取れます。

しかし、投資意向の高まりは、信頼度や組織としての準備状況を上回るペースで進んでいます。小規模ビジネスの 59% が、今後 3 年間で AI への投資を増やすと見込んでいる一方、自社の業界で AI テクノロジーを信頼しているとの回答は、大企業の 77% に対し、43% にとどまっています。

また、AI の導入を担当する専任の担当者を確保している割合も大幅に低くなっています (36% 対 76%)。導入の進行に伴い、AI を効果的に活用するための信頼、スキル、そして組織としての基盤を構築することは、AI の適用範囲を広げることと同じくらい重要になります。

要点

AI を導入・活用すると同時に、信頼も築きましょう。まずは、慣れ親しんだワークフローで成果を検証できるところから始め、AI の活用範囲を自信を持って拡大していくために必要なスキルと基盤を強化します。

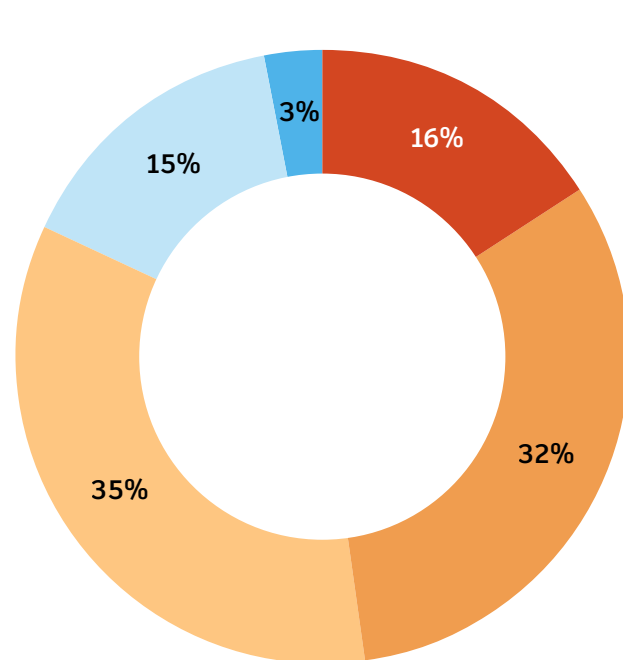


"AI は、小規模ビジネスがそれより大きな規模の企業に追いつくための手段になるだけではありません。小規模ならではの強みを発揮できるニッチな分野を見つけることにも役立ちます。小規模ビジネスは、身軽で機動力があり、データに基づいて意思決定できれば、柔軟性に欠ける、より規模の大きな企業には手が届かない機会を狙うことができます。"

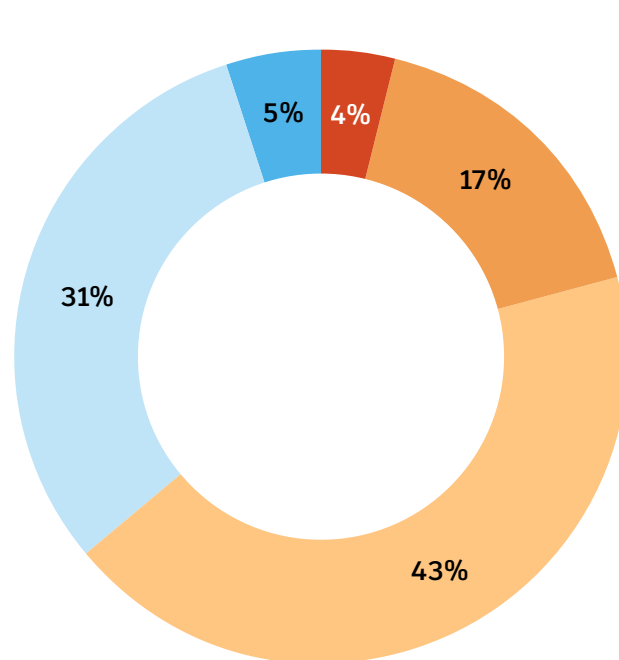
マーカス・オブライエン、オートデスク、製品開発担当バイス プレジデント

AI 活用の目標に向けた取り組みを、小規模ビジネスの 85% が開始している

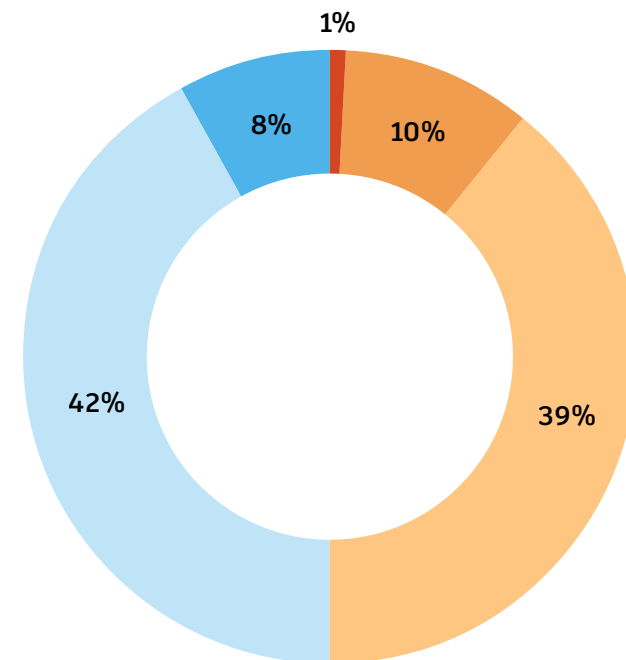
● 未着手 ● 初期段階 ● 中間段階 ● 目標達成間近 ● 目標達成



従業員数 1 ～ 19 名の企業



従業員数 20 ～ 499 名の企業



従業員数 500 名以上の企業

アンケートの質問：貴社または貴組織における現在の人工知能（AI）の目標達成状況を教えてください。5段階評価、選択率（%）。四捨五入のため、数値の合計が100%にならない場合があります。

ビジネスで今後必要になるスキルを習得

デザインと創造の業界の小規模ビジネスでは、企業の能力向上は、既存の人材の育成から始まるのが少なくありません。72%の回答者が、従業員のスキル向上を重要視しており、59%が今後3年間でデジタルスキル研修への投資を増やす予定です。テクノロジーや顧客の期待が進化する中、既存のスキルを強化することは、少人数のチームでも外部からの人材採用だけに頼ることなく、新しいツールや新たな業務に対応する助けとなります。

課題は、スキルアップを継続的な取り組みにつなげることです。継続的な学習プログラムを導入している小規模ビジネスは43%にとどまるのに対し、大企業では76%に達しています。このギャップは、小規模ビジネスに大企業

並みのトレーニング基盤が必要であることを意味するものではありません。むしろ、対象を絞ったトレーニング、実践的な経験、事業上のニーズに直結したスキル開発などを通じて、日々の業務に学習を組み込むための実践的な方法を見つけることの重要性を示しています。

要点

学習を業務の一部にしましょう。
少人数のチームでは、実践的なスキルの習得を業務に組み込むことで、大規模な研修プログラムを用意しなくても、事業で対応できる業務の幅を広げることができます。



59%

デジタルスキル研修への
投資の拡大を今後3年間で
予定している小規模
ビジネスの割合

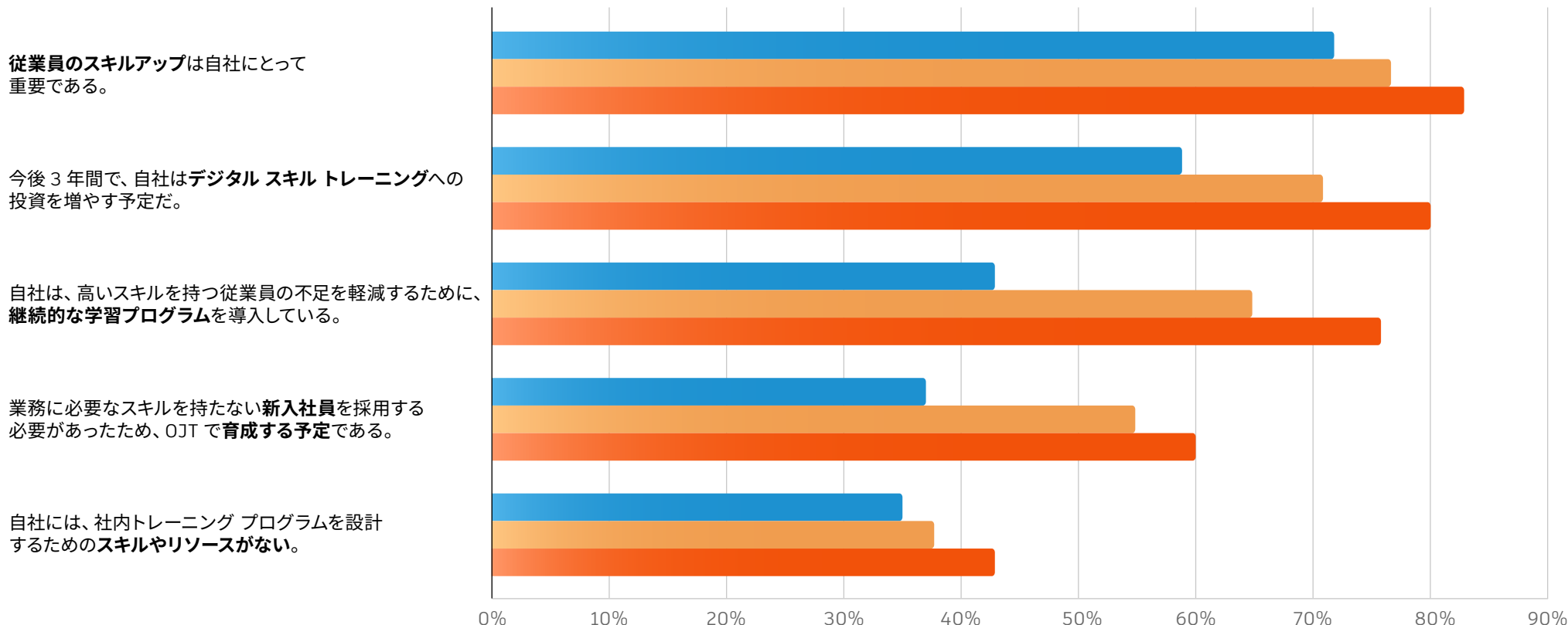
72%

従業員のスキルアップが
重要だと回答した
小規模ビジネス
の割合

小規模ビジネスのリーダーは、スキルアップとスキル トレーニングを優先

継続的な学習プログラムへの投資が遅れている

● 従業員数 1 ～ 19 名の企業 ● 従業員数 20 ～ 499 名の企業 ● 従業員数 500 名以上の企業



アンケートの質問：次の記述について、どの程度同意しますか。5 段階評価。上位 2 項目 = "やや同意する" または "強く同意する"。

サステナビリティは関係者から

デザインと創造の業界の小規模ビジネスでは、サステナビリティへの取り組みについて、短期的なメリットよりも長期的な価値を見出す傾向があります。67% が、サステナビリティを重視することが長期的に自社のビジネスに利益をもたらすと考えている一方、短期的なメリットがあると考えている企業は 44% にとどまります。目の前の顧客ニーズと長期的な優先事項の両方に対応する企業にとって、この違いは、サステナビリティへの取り組みを大規模なプログラムではなく、実践的な施策として進める一因となっています。

また、企業が受ける影響の中では、身近な関係者からの影響が最も大きくなっています。小規模ビジネスのサステナビリティ目標に最も大きな影響を与えている

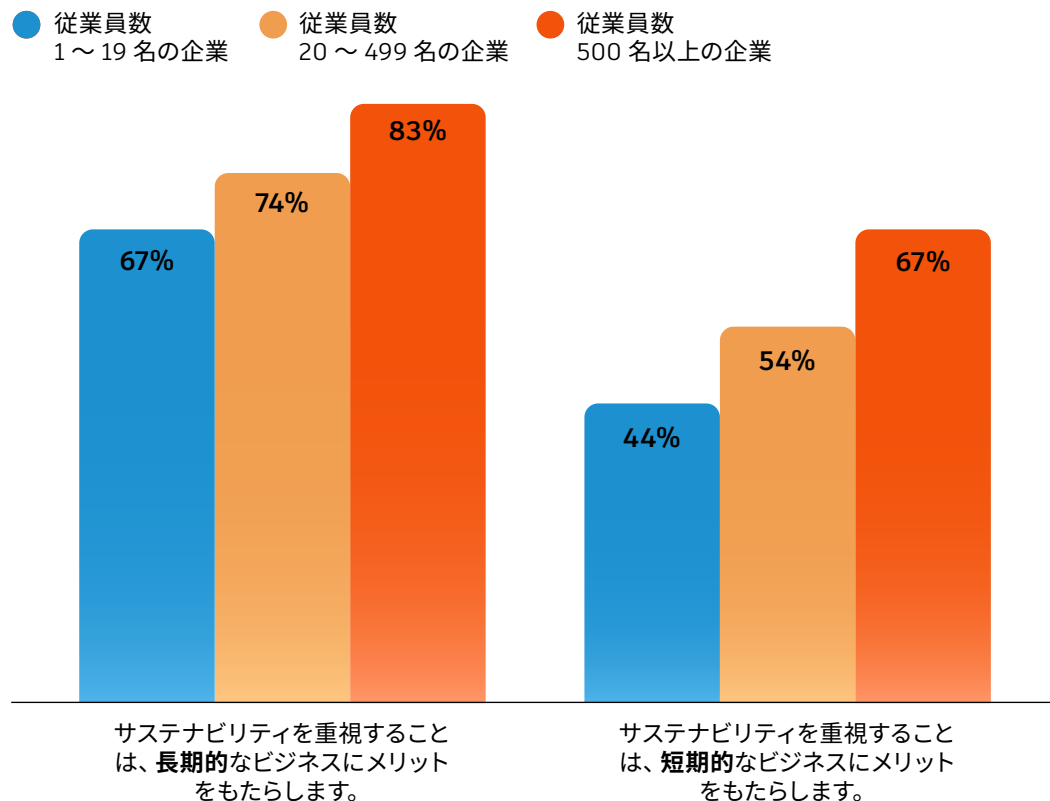
のは顧客 (65%) で、次いで従業員 (58%)、ビジネス パートナー (55%) となっています。政策立案者や投資家の影響度は、それより低い水準となっています。このことから、顧客の期待に加え、業務の遂行に関わる人々やパートナーの意見を踏まえることが、サステナビリティに関するどの優先事項を重視すべきかを判断するための、実践的な出発点になることがわかります。

要点

顧客が価値を見いだす領域からサステナビリティへの取り組みを始めましょう。顧客や、企業と密接に関わる関係者の期待に応える取り組みに重点を置きながら、より長期的なサステナビリティ目標の達成につなげていきます。

小規模ビジネスの 2/3 がサステナビリティに長期的な可能性を見出している

短期的なメリットは、まだ模索段階にある



アンケートの質問：次の記述について、どの程度同意しますか。5 段階評価。
上位 2 項目 = "やや同意する" または "強く同意する"。



まとめ

デザインと創造の業界の小規模ビジネスは、急速に変化する環境に適応しながら、新たな能力を培っています。多くの企業が、恒常的な少人数体制で組織を運営する課題に対応しながら、デジタルトランスフォーメーションを推進し、AIの活用を模索し、従業員のスキルを向上させ、新たなビジネス機会を追求しています。

この調査は、小規模ビジネスの置かれている状況が、比較的規模の大きな企業とは異なることも

明らかにしています。小規模ビジネスは、デジタル成熟度が低く、混乱や変化への備えが十分でなく、AI専任のリソースも少ないと回答しています。しかし、それは大企業の手法に追随する必要があるということではありません。小規模ビジネスの強みは、重点を絞ることから生まれます。つまり、実際のビジネスニーズに対応するテクノロジーを選択し、AIの導入と並行してスキルと信頼を築き、状況の変化に対応できる柔軟性を高めることです。

重要なのは、すべてを一気に変革することではありません。目の前の業務を改善しながら、将来の可能性を広げるために、慎重に検討した選択をすることです。それは、顧客へのサービスをより効果的に提供すること、新たな業務に取り組むこと、新しい市場に参入すること、あるいは、少人数で機動力のある企業だからこそ競争に勝つことができるニッチな分野を見つけることを意味します。

要点

成長と変化に備えましょう。小規模ビジネスにとって、新たなビジネス機会を生み出す能力は、予期せぬ事態が発生した際に、組織の適応力を高めることにもつながります。

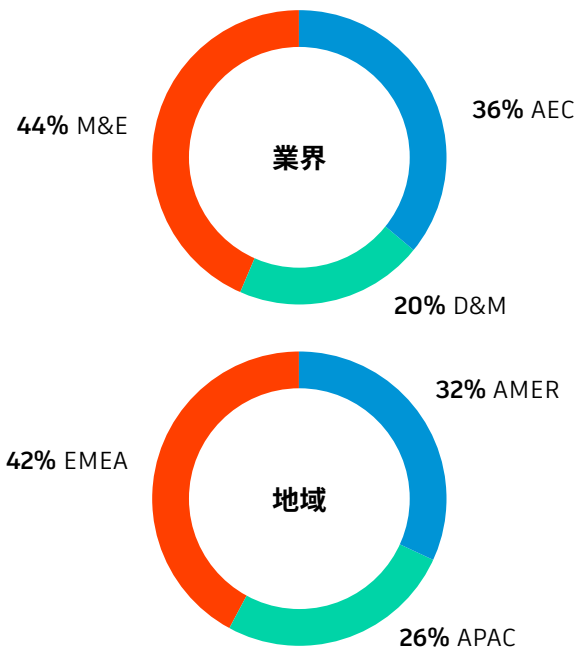
この分析について

この小規模ビジネスに関するブリーフィングは、オートデスクの『2027 年度版デザインと創造の業界動向調査』を基に作成されました。この調査は、全世界のデザインと創造業界の 5,500 人のビジネス リーダーおよび専門家を対象としたものです。この分析では、世界全体の調査対象のうち、従業員数が 1 ～ 19 人の 702 組織に焦点を当て、企業規模がデジタル トランスフォーメーション、AI、サステナビリティ、人材育成に関する優先事項にどのような影響を与えるかを分析しています。このブリーフィングでは、これらの組織をより大規模な企業と比較して、優先事項、投資パターン、組織としての能力の違いを明らかにしています。

サンプル数が少ないため、このブリーフィングには、従業員数 1 ～ 19 人のセグメントについて、ペースセッターとメインストリーム企業との比較は含まれていません。"ペースセッター"、"デジタル成熟度"、"AI リーダー"、"サステナビリティ リーダー"の定義は、『2027 年度版デザインと創造の業界動向調査』レポートで使用されている定義と同じです。

小規模ビジネスの回答者*

- 13% 従業員数 1 ～ 19 名
- 42% 従業員数 20 ～ 499 名
- 46% 従業員数 500 名以上



*四捨五入のため、数値の合計が 100% にならない場合があります。

オートデスクについて

オートデスクは、デザインと創造の手法に変革をもたらしています。そのテクノロジーは、建築、エンジニアリング、建設、運用、製品設計、製造、メディア & エンターテインメントの各分野にわたり、大小を問わずさまざまな課題の解決に取り組む世界中のイノベーターを支援しています。環境に配慮した建物から、よりスマートな製品、さらに人々を魅了する大ヒット作まで、オートデスクのソフトウェアは、お客様がすべての人にとってより良い世界をデザインし、創造できるよう支援しています。詳細については、<https://www.autodesk.com/jp> をご覧になるか、オートデスクのソーシャル メディアをフォローしてください。

オートデスクへのお問い合わせ: 本調査レポートに関するご質問や、今後の調査プログラムに参加するための登録方法については、state.of.design.and.make@autodesk.com にお問い合わせください。

このレポートに記載されている情報は、お客様の便宜を図るために、一般的な情報を提供することのみを目的としています。オートデスクは、このレポートに記載されている情報、テキスト、グラフィック、リンクなどについて、正確性と完全性を表明することも保証することはありません。

また、このレポートに示されるいかなる意見についても、それに従った場合に特定の成果または結果を達成できることを保証するものではありません。

© 2026 Autodesk, Inc. All rights reserved.