

News Release

No. 58-134

2021年11月19日

DXに取り組んでいるところは3割未満、課題は人材面

——県内企業のDXへの取り組みについてのアンケート調査——

デジタル技術の急速な進展は、ビジネス環境に大きな変化をもたらしており、変化への対応のためDX（デジタルトランスフォーメーション）への取り組みが求められている。DXとはデータとデジタル技術を活用して、新たな製品やサービスの提供、新たなビジネスモデルの開発により、業務や組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することとされている。DXへの取り組みについて県内企業へのアンケート調査を実施した（10月実施、対象企業1,025社、回答企業数339社、回答率33.1%）。

DXへの取り組み状況

DXへの取り組み状況については、「すでに取り組んでいる」が27.1%、「関心はあるが取り組みに至っていない」が46.3%、「取り組む予定はない」が26.5%となった。半数近い企業で「関心はあるが取り組みに至っていない」としており、企業にとって、DXへの取り組みには難しい面があると考えられる。

DXへの取り組み状況

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
すでに取り組んでいる	27.1	25.2	28.4
関心はあるが取り組みに至っていない	46.3	49.6	44.3
取り組む予定はない	26.5	25.2	27.4

DXに取り組む目的

DXに「すでに取り組んでいる」、「関心はあるが取り組みに至っていない」とするところに取り組む目的を聞いたところ（複数回答）、「業務効率化・コスト削減」86.3%、「企業文化・働き方の変革」60.0%、「ビジネスモデルの変革」41.7%、「既存製品・サービスの高付加価値化」35.0%、「新製品・サービスの創出」26.7%となった。「業務効率化・コスト削減」とするところが、8割以上と多いが、「企業文化・働き方の変革」を6割の企業であげており、DXによる企業文化等の変革を期待するところも多い。

DXに取り組む目的

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
業務効率化・コスト削減	86.3	85.3	86.9
企業文化・働き方の変革	60.0	52.6	64.8
ビジネスモデルの変革	41.7	34.7	46.2
既存製品・サービスの高付加価値化	35.0	44.2	29.0
新製品・サービスの創出	26.7	35.8	20.7

DXに取り組む上での課題

すべての企業にDXに取り組む上での課題について聞いたところ、「人材がいない」が最も多く59.7%、次いで「ICTなど技術的知識不足」47.8%、「進め方がわからない」32.8%、「活用方法がわからない」30.6%、「業務改革への抵抗が大きい」26.6%、「資金の余裕がない」24.4%、「成果が期待できない」15.9%となった。

「人材がいない」、「ICTなど技術的知識不足」など、取り組みに当たって人材面が大きな課題となっており、この分野での新たな人材確保や人材育成が難しいことが窺える。

(照会先 吉嶺)

DXに取り組む上での課題

単位：%

	全体	取り組んでいる	取り組んでいない
人材がいない	59.7	52.9	62.2
ICTなど技術的知識不足	47.8	52.9	45.9
進め方がわからない	32.8	16.1	39.1
活用方法がわからない	30.6	6.9	39.5
業務改革への抵抗が大きい	26.6	39.1	21.9
資金の余裕がない	24.4	21.8	25.3
成果が期待できない	15.9	5.7	19.7

県内企業のDXへの取り組みについて

デジタル技術の急速な進展は、ビジネス環境に大きな変化をもたらしており、変化への対応のためDX（デジタルトランスフォーメーション）への取り組みが求められている。DXとはデータとデジタル技術を活用して、新たな製品やサービスの提供、新たなビジネスモデルの開発により、業務や組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することとされている。DXへの取り組みについて県内企業へのアンケート調査を実施した（10月実施、対象企業1,025社、回答企業数339社、回答率33.1%）。

（1）デジタル技術の進展による競争力や優位性への影響

デジタル技術の進展は、ビジネスの在り方を大きく変え、企業の競争力や優位性に影響を与える場合がある。デジタル技術の進展による自社の競争力や優位性への影響について聞いたところ、「プラスの影響がある」が41.0%、「マイナスの影響がある」が2.9%、「影響はない」が18.3%、「わからない」が37.8%となった。

「プラスの影響がある」としたところが、「マイナスの影響がある」としたところを大きく上回り、デジタル技術の進展は自社の競争力や優位性にプラスに働くと積極的にとらえるところが多い。

業種別にみると、「プラスの影響がある」とするところが、製造業では38.9%、非製造業では42.3%と非製造業

でやや多いが、いずれも「マイナスの影響がある」としたところを上回っており、業種による大きな差はみられない。

	全産業	製造業	非製造業
プラスの影響がある	41.0	38.9	42.3
マイナスの影響がある	2.9	2.3	3.4
影響はない	18.3	22.9	15.4
わからない	37.8	35.9	38.9

（2）新たな製品、サービス、新たなビジネスモデル開発などの必要性

デジタル技術が進展するなか、新たな製品やサービス、新たなビジネスモデルの開発や業務・組織の変革などの必要性を感じるかについて聞いたところ、「強く感じている」が27.1%、「ある程度感じている」

が52.2%、「あまり感じていない」が20.6%となった。「強く感じて

	全産業	製造業	非製造業
強く感じている	27.1	24.4	28.8
ある程度感じている	52.2	51.1	52.9
あまり感じていない	20.6	24.4	18.3

いる」と「ある程度感じている」を合わせると「感じている」ところは8割近くとなり、デジタル技術の進展により企業間の競争が厳しくなるなか、新たな製品やサービス、ビジネスモデルの開発の必要性を感じているところが多い。

業種別では、「感じている」とするところは、製造業で75.5%、非製造業で81.7%と非製造業で製造業に比べ多かった。

(3) DXへの取り組み状況

DXへの取り組み状況については、「すでに取り組んでいる」が27.1%、「関心はあるが取り組みに至っていない」が46.3%、「取り組む予定はない」が26.5%となった。半数近い企業で「関心はあるが取り組みに至っていない」としており、企業にとって、DXへの取り組みには難しい面があるものと考えられる。

業種別では非製造業で製造業に比べ、「すでに取り組んでいる」とするところが多い。

	全産業	製造業	非製造業
すでに取り組んでいる	27.1	25.2	28.4
関心はあるが取り組みに至っていない	46.3	49.6	44.3
取り組む予定はない	26.5	25.2	27.4

(4) DXに取り組む目的

DXに「すでに取り組んでいる」、「関心はあるが取り組みに至っていない」とするところに取り組む目的を聞いたところ(複数回答)、「業務効率化・コスト削減」86.3%、「企業文化・働き方の変革」60.0%、「ビジネスモデルの変革」41.7%、「既存製品・サービスの高付加価値化」35.0%、「新製品・サービスの創出」26.7%となった。「業務効率化・コスト削減」とするところが8割以上と多いが、「企業文化・働き方の変革」も6割の企業であげており、DXによる企業文化等の変革を期待するところも多い。

業種別では製造業で「既存製品・サービスの高付加価値化」、「新製品・サービスの創出」が非製造業に比べ多く、非製造業で「企業文化・働き方の変革」、「ビジネスモデルの変革」が製造業に比べ多くなっている。

	全産業	製造業	非製造業
業務効率化・コスト削減	86.3	85.3	86.9
企業文化・働き方の変革	60.0	52.6	64.8
ビジネスモデルの変革	41.7	34.7	46.2
既存製品・サービスの高付加価値化	35.0	44.2	29.0
新製品・サービスの創出	26.7	35.8	20.7

(5) 成果が出ている分野

DXにすでに取り組んでいるところに、「成果が出ている」分野について聞いたところ、「業務効率化・コスト削減」41.1%、「企業文化・働き方の変革」21.7%、「既存製品・サービスの高付加価値化」16.4%、「新製品・サービスの創出」10.5%、「ビジネスモデルの変革」10.3%となった。

一方、「成果が出ていない、期待できない」とするところが多いのは、「新製品・サービスの創出」22.8%、「ビジネスモデルの変革」17.2%であった。DXによる新しい製品、サービス、ビジネスモデルの開発には難しい面があるようだ。

	成果が出ている	成果が期待される	成果が出ていない、期待できない
業務効率化・コスト削減	41.1	54.8	4.1
企業文化・働き方の変革	21.7	73.9	4.3
既存製品・サービスの高付加価値化	16.4	70.5	13.1
新製品・サービスの創出	10.5	66.7	22.8
ビジネスモデルの変革	10.3	72.4	17.2

(6) DXに関して取り組んでいること

DXにすでに取り組んでいるところに、取り組んでいることを聞いたところ、「テレワーク・オンライン会議など働き方の変革」81.3%が最も多く、次いで「ホームページ・SNSなどによる情報発信」72.2%、「社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化」47.4%、「AI、IoT、RPAなどによる生産性の向上」41.3%、「Eコマースやオンライン商談など販売チャネルの多様化」26.0%、「ICTなどの活用による生産性の向上」17.6%となった。

今後取り組みたいこととしては、「ICTなどの活用による生産性の向上」55.9%、「AI、IoT、RPAなどによる生産性の向上」53.3%、「社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化」46.1%、「Eコマースやオンライン商談など販売チャネルの多様化」43.8%などとなっている。

	取組んでいる	今後取り組みたい	取組む予定はない
テレワーク・オンライン会議など働き方の変革	81.3	10.7	8.0
ホームページ・SNSなどによる情報発信	72.2	19.4	8.3
社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化	47.4	46.1	6.6
AI、IoT、RPAなどによる生産性の向上	41.3	53.3	5.3
Eコマースやオンライン商談など販売チャネルの多様化	26.0	43.8	30.1
ICTなどの活用による生産性の向上	17.6	55.9	26.5

(7) DXに取り組む上での課題

すべての企業にDXに取り組む上での課題について聞いたところ、「人材がない」が最も多く 59.7%、次いで「ICTなど技術的知識不足」47.8%、「進め方がわからない」32.8%、「活用方法がわからない」30.6%、「業務改革への抵抗が大きい」26.6%、「資金の余裕がない」24.4%、「成果が期待できない」15.9%となった。

「人材がない」、「ICTなど技術的知識不足」など、取り組みに当たって人材面が大きな課題となっており、この分野での新たな人材確保や人材育成が難しいことが窺える。

「すでに取り組んでいる」ところと、「関心はあるが取り組みに至っていない」と「取り組む予定はない」を合わせた「取り組んでいない」の別でみると、「進め方がわからない」、「活用方法がわからない」が「取り組んでいない」企業で「取り組んでいる」企業に比べ多くなっている。

	全体	取り組んでいる	取り組んでいない
人材がない	59.7	52.9	62.2
ICTなど技術的知識不足	47.8	52.9	45.9
進め方がわからない	32.8	16.1	39.1
活用方法がわからない	30.6	6.9	39.5
業務改革への抵抗が大きい	26.6	39.1	21.9
資金の余裕がない	24.4	21.8	25.3
成果が期待できない	15.9	5.7	19.7

別 表

業種別対象・回答企業数

	対象企業数	回答企業数	業種別構成比 (%)	うち中小企業 の占める比率 (%)
全 産 業	1,025	339	100.0	92.6
製 造 業	389	131	38.6	95.4
食 料 品	50	12	3.5	100.0
織 維	20	4	1.2	100.0
紙・紙加工品	19	8	2.4	100.0
化 学	51	15	4.4	93.3
窯業・土石	20	8	2.4	100.0
鉄鋼・非鉄金属	20	9	2.7	100.0
金 属 製 品	20	13	3.8	100.0
一 般 機 械	48	6	1.8	83.3
電 気 機 械	39	17	5.0	82.4
輸 送 機 械	48	17	5.0	94.1
印 刷	21	5	1.5	100.0
そ の 他 製 造	33	17	5.0	100.0
非 製 造 業	636	208	61.4	90.9
卸 売	81	30	8.8	93.3
小 売	89	24	7.1	54.2
建 設	88	43	12.7	100.0
不 動 産	51	16	4.7	100.0
運 輸 ・ 倉 庫	70	24	7.1	95.8
電 気 ・ ガ ス	17	7	2.1	85.7
情 報 通 信	40	9	2.7	100.0
飲 食 店 ・ 宿 泊	40	9	2.7	88.9
サ ー ビ ス	160	46	13.6	93.5