

特別企画 : DX 推進に関する栃木県内企業の意識調査

DX 取り組み企業 13.4%にとどまる

～人材やスキル不足が DX の課題～

はじめに

DX (Digital Transformation) というキーワードがトレンドになっている。人工知能 (AI) の進化や第 5 世代移動通信システム (5G) といったデジタル技術の進展によって、ビジネス環境はめざましい変革が起きつつある。IT の活用という視点では、多くの企業が必要に応じて取り組んでいるだろう。しかし、DX となると、なかなか具体的な成果に結びつけている企業は少ないのも事実だ。重要なのは、それを使いこなす人や組織であり、経営課題の柱として IT 化をどう捉え、どういった新しいビジネスモデルを推進していくのか、また業務の改善を進めるのか・・・成長戦略のなかでは非常に興味深いファクターであろう。

そこで、帝国データバンク宇都宮支店では、県内企業の DX 推進に関する意識について調査を実施し、実態をまとめた。今回のこのレポートを通して、多くの県内企業がデジタル・トランスフォーメーションに興味を持ち具体的なアクションに結びつけて頂けたら幸いである。

※調査期間は 2021 年 12 月 16 日～2022 年 1 月 5 日、調査対象は栃木県内企業 346 社で、有効回答企業数は 149 社 (回答率 43.1%)

※本調査における詳細データは景気動向オンライン (<https://www.tdb-di.com>) に掲載している

調査結果 (要旨)

1. DX を理解し取り組んでいる企業は 13.4%にとどまる

栃木県内企業に DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業を尋ねたところ、13.4%にとどまった。以下、「意味を理解し取り組みたいと思っている」(25.5%)とあわせて 38.9%の企業で DX への取り組みを前向きに捉えていることがわかった。他方、「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」(25.5%)、「言葉は知っているが意味を理解できない」(18.8%)、「言葉も知らない」(8.1%) など、半数を超える企業では DX への取り組みが進んでいない現状であった。

2. DX の初期段階は 100.0%、本格的な DX 取り組み企業は 30.0%

DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業が現在取り組んでいる内容では、「既存製品・サービスの高付加価値化」や「新規製品・サービスの創出」、「ビジネスモデルの変革」といった本格的な DX に取り組む企業は 30.0%と 10 社に 3 社となった。また、「デジタル人材の育成」や「DX 推進のための専任組織の設置」といった人材・組織面での取り組みも多くの企業で積極的に実施されている。

3. 半数の企業で、人材やスキル・ノウハウの不足が DX の課題にあげられる

DX に取り組むうえでの課題では、「対応できる人材がいない」(49.0%)や「必要なスキルやノウハウがない」(47.7%)などが約半数の企業からあげられた。また、時間や費用を課題に挙げる企業も目立った。

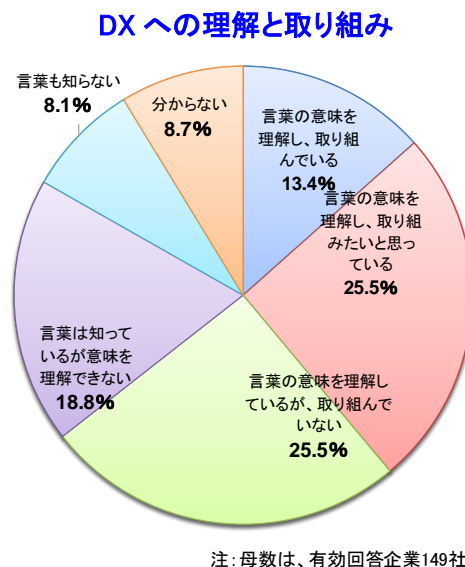
1. DX に取り組む企業は 13.4%にとどまる。一方、半数超の企業では取り組み進まず

栃木県内企業に対して、DX について、どの程度理解し取り組んでいるかを尋ねたところ、DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業は 13.4%にとどまった。「意味を理解し取り組みたいと思っている」(25.5%)とあわせて 38.9%の企業が DX への取り組みを前向きに捉えている。他方、「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」(25.5%)、「言葉は知っているが意味を理解できない」(18.8%)、「言葉も知らない」(8.1%) など、半数超では DX への取り組みが進んでいない状況にある。ちなみに、全国調査の結果をみると、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業は 15.7%、「意味を理解し取り組みたいと思っている」(25.7%)とあわせて 41.4%の企業が DX への取り組みを前向きに捉えている。他方、「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」(31.6%)、「言葉は知っているが意味を理解できない」(13.3%)、「言葉も知らない」(6.4%) という内容であった。多少の数値の違いはあるが、総体的な構図としては栃木県と遜色のない内容である。

企業規模別にみると、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業の割合は「大企業」が 17.2%と全体 (13.4%) を上回っている。一方で「中小企業」は 12.5%となり、「小規模企業」では 10.2%にとどまった。DX への取り組み状況は事業規模によってある程度の格差が窺え、事業規模が大きい方が取り組みは進んでいるという結果であった。

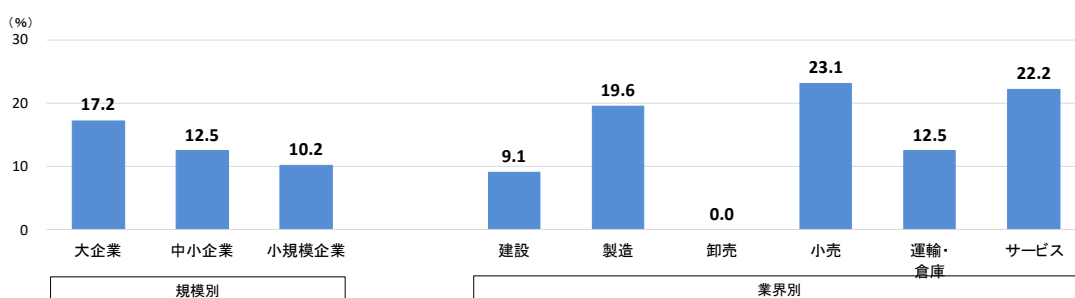
また、主要 6 業界別にみると『小売』が 23.1%と、約 4 社に 1 社がすでに取り組んでおり、『サービス』(22.2%)、『製造』(19.6%) など高い割合となった。一方、『卸売』では、前向きな取り組み企業は皆無であり、『建設』でも 9.1%にとどまるなど業界間である程度の格差は生じているようだ。一般消費に最も近い 2 業界で取り組み頻度が高い理由は、CX (カスタマー・エクスペリエンス) といわれる顧客本位の製品・サービスに関するデジタル化の構築が基本的なスタンスであることも要因であろう。

ここで企業からの声を紹介する。「DX という流行言葉だけで、特に流される必要もないのかなと思っています。スマホの普及だって、当時は自然な流れで新しいシステムを導入したという意識はなかった。今後も良いもの、便利なものが普及するだけで、それをどうビジネスに活用するかという選択だけのような気がする」(建設)、「従業員 10 人程度の赤字企業で、どこまで DX が価値を生むのか、正直わからない。コンサルタントやら、システム会社などが暗躍し、高い授業料を払い、結局使いこなせないのが見えている」(卸売)、「具体的にどのようなメリットがあるのか漠然としている。弊社は一般顧客を対象としているため、顧客に有益なシステムの構築は導入すべきだと思っているが、それがどう業績につながるのかロジックが明確ではない。勉強不足です」



(サービス)、「DX で効率や生産性を上げよう・・・と、サービス業者が複数の提案をしてくるが、具体的にこうすれば業績が向上するというイメージが弊社の実情とかけ離れていて、想像できないのも事実です。時間が必要だなと感じています」(建設)、「クラウドや電子請求システムといった DX に関するサービスはあるものの、取引先が様々なシステムを導入しており DX の推進が逆に業務の煩雑化を招いている。サービスや規格の統一が今後は課題だと感じています」(不動産)、「まだまだ情報収集の段階で具体的なアクションには至っていない。社内での人材育成や金融機関など関係筋との価値観の共有などコンセンサスを得るべき事項が山積している」(小売)など、様々な意見が寄せられた。想定していたとおり、「IT 化」と「DX」の区別が整理されていない部分も多く見られ、本格的な DX への取り組みが感じ取れる企業は未だ少数派であることはまちがいない。いずれにしても、今後こういった取り組みが見られるかが注目点であろう。

DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業の割合 ～規模別、業界別～



2. 『本格的な DX』に取り組んでいる企業は 30.0%

■現在取り組んでいる内容(複数回答)

		(%)
1	ペーパーレス化	90.0
2	オンライン会議設備の導入	85.0
3	アナログ・物理データのデジタルデータ化(紙ベースの情報のデータベース化等)	60.0
4	テレワークなどリモート設備の導入	55.0
5	営業活動のデジタル化(オンライン商談や顧客管理・営業支援システムの導入等)	45.0
5	社内研修のオンライン化・デジタル化	45.0
7	SNSを活用した情報発信	35.0
8	キャッシュレス化の推進	30.0
8	EC サイトの開設	30.0
8	インターネット広告(Web広告、アプリ広告等)	30.0
8	デジタル化への対応にともなう業務プロセス・組織の見直し	30.0
8	デジタル人材の育成	30.0
13	AI活用(チャットボットによる自動化やビッグデータ分析等)	25.0
13	既存製品・サービスの高付加価値化	25.0
15	DX推進のための専任組織の設置	20.0
16	新規製品・サービスの創出	15.0
16	ビジネスモデルの変革	15.0
18	電子承認(電子印鑑)	10.0
18	DX推進のための予算の確保	10.0
18	デジタル人材の採用	10.0
21	デジタル化対応のため業務の外注化	5.0
22	RPA を用いた定型業務の自動化	0.0
	その他	0.0

DXの初期段階
100.0%

本格的なDX
30.0%

注:母数は有効回答企業20社

注2:DXの初期段階は「オンライン会議設備の導入」、「ペーパーレス化」、「テレワークなどリモート設備の導入」、「アナログ・物理データのデジタルデータ化(紙ベースの情報のデータベース化等)」のいずれかを選んだ企業の割合

注3:本格的なDXは「既存製品・サービスの高付加価値化」、「新規製品・サービスの創出」、「ビジネスモデルの変革」、のいずれかを選んだ企業の割合

DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業に対し、具体的に現在取り組んでいる内容を尋ねると、「ペーパーレス化」が90.0%と最多であった。以下、「オンライン会議設備の導入」が85.0%、「アナログ・物理データのデジタルデータ化(紙ベースの情報のデータベース化等)」が60.0%、「テレワークなどリモート設備の導入」は55.0%、と続き、**DXの初期段階**に関する取り組みのいずれかを導入している企業は回答企業すべての100.0%にものぼった。また、「既存商品・サービスの高付加価値化」は25.0%、「新規製品・サービスの創出」及び「ビジネスモデルの変革」は各15.0%であり、いずれかに取り組んでいる**本格的なDX**推進企業は30.0%にとどまった。

また、現在取り組んでいる企業においては、「デジタル化への対応にともなう業務プロセス・組織の見直し」(30.0%)、「DX推進のための予算の確保」(10.0%)など組織面・予算面での取り組みを推進する企業も多い。さらに、「デジタル人材の育成」(30.0%)や「デジタル人材の採用」

(10.0%) といった、デジタル人材の確保に関する取り組みもあげられている。「AI 活用 (チャットボットによる自動化やビッグデータ分析等)」(25.0%) など、AI の活用やビッグデータ分析などへの取り組みは思ったより浸透していないようだ。まずは、本格的な DX への取り組みとして掲げた 3 項目を推進する企業の増加が DX 推進の第一歩となるだろう。

3. 人材やスキル・ノウハウの不足が DX の課題

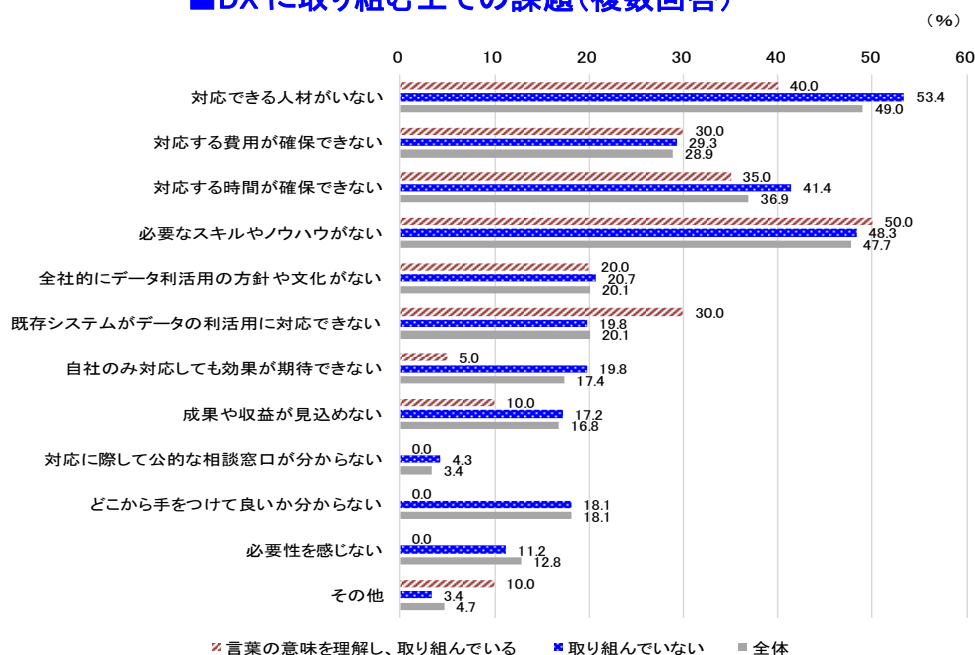
栃木県内企業に DX に取り組むうえでの課題を尋ねたところ、「対応できる人材がいらない」が 49.0% で最も多く、以下、「必要なスキルやノウハウがない」(47.7%) などが続いた。約半分の企業で人材やスキル・ノウハウの不足に関する課題があげられた。すでに DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業でも、「対応できる人材がいらない」は 40.0%、「必要なスキルやノウハウがない」は 50.0% と 2 社に 1 社で課題としており、重要なテーマであると認識できる。

■DXに取り組む上での課題(複数回答)

		(%)
		全体
1	対応できる人材がいらない	49.0
2	必要なスキルやノウハウがない	47.7
3	対応する時間が確保できない	36.9
4	対応する費用が確保できない	28.9
5	全社的にデータ利活用の方針や文化がない	20.1
5	既存システムがデータの利活用に対応できない	20.1
7	どこから手をつけて良いか分からない	18.1
8	自社のみ対応しても効果が期待できない	17.4
9	成果や収益が見込めない	16.8
10	必要性を感じない	12.8
11	その他	4.7
	対応に際して公的な相談窓口が分からない	3.4

注:母数は有効回答企業149社

■DXに取り組む上での課題(複数回答)



注1:「取り組んでいない」企業は、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」「言葉は知っているが意味を理解できない」「言葉も知らない」の合計
 注2:「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」の母数は、有効回答企業数20社。「取り組んでいない」企業の母数は、有効回答企業数116社

また、現在 DX に取り組んでいない企業¹においては、「対応できる人材がない」(53.4%)や、「必要なスキルやノウハウがない」(48.3%)、「対応する時間が確保できない」(41.4%)、「対応する費用が確保できない」(29.3%)といった項目で、取り組んでいる企業と大きな差がみられている。

一方で DX の先進企業があげた課題としては、「自社のみ対応しても効果が期待できない」や、「全社的にデータ利活用の方針や文化がない」といった指摘をするケースも見られ、取り組みが遅れている企業への啓蒙や、経営課題として全社で取り組むスタンスが問われている点は明確であろう。AI や IT が多くの企業で同じ価値観で共有され活用されることも DX の大きなメリットであると考えられる。

まとめ

今回当社としても初めて「DX」の推進にスポットを当ててレポートを作成したが、栃木県内企業において DX について、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業はわずか 13.4%にとどまることがわかった。また、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業において、現在取り組んでいる項目では、「オンライン会議設備の導入」や「ペーパーレス化」、「テレワークなどリモート設備の導入」といった『DX の初期段階』での取り組みはほとんどの企業で実施されているものの、一方で、「既存製品・サービスの高付加価値化」や「新規製品・サービスの創出」、「ビジネスモデルの変革」といった『本格的な DX』に取り組む企業は 30.0%と未だ少数派であった。

また、DX に取り組むうえでの課題では、その取り組み状況に関わらず、「対応できる人材がない」や「必要なスキルやノウハウがない」といった、人材やスキル・ノウハウの不足に関する課題が多くの企業からあげられている。

経済産業省の「DX レポート」に掲載された「2025 年の崖」という表現が話題になっている。2025 年以降、DX を実現できなかった場合に生じる経済損失は、12 兆円にもものぼるという試算であり、既存システムが老朽化して対応できる人材が不足し、システムの維持管理が高騰、さらにはサイバーセキュリティや事故・災害により、巨額の損失を被るということである。これを回避するためにも、DX を推進しビジネスモデルを変えていく必要があるということだ。

あらためて DX とは単に IT を活用して利便性を確保することではなく、AI や IT によって生み出された新たな資源を活用することで、経営課題を解決し成果に結びつけることである点を十分に認識し、多くの企業に DX 推進を目指してほしいと考える。

¹ 現在 DX に取り組んでいない企業は、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」「言葉は知っているが意味を理解できない」「言葉も知らない」の合計

**【 内容に関する問い合わせ先 】**

(株) 帝国データバンク 宇都宮支店 情報担当：古川 哲也

TEL 028-636-0222 FAX 028-633-5639

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい(一部有料の場合もございます)。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。