

第2章 県内企業のデジタル化の実態

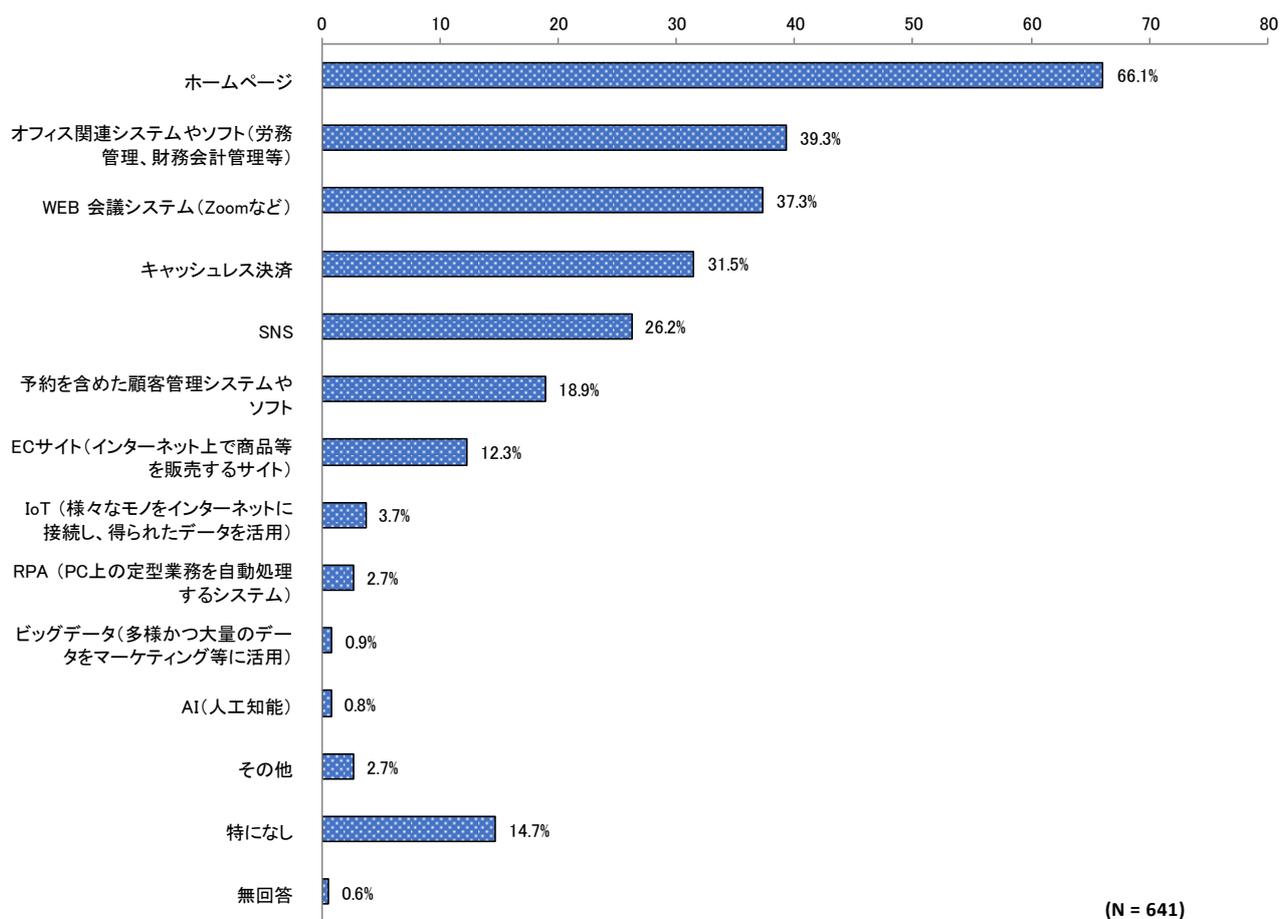
2. 1. デジタル技術等の活用状況

2. 1. 1. 総合分析

○県内企業で導入されているデジタル技術・システム（アンケート問1）

「ホームページ」が66.1%と最も高く、次いで「オフィス関連システムやソフト（労務管理、財務会計管理等）」が39.3%、「WEB会議システム（Zoomなど）」が37.3%となっている。

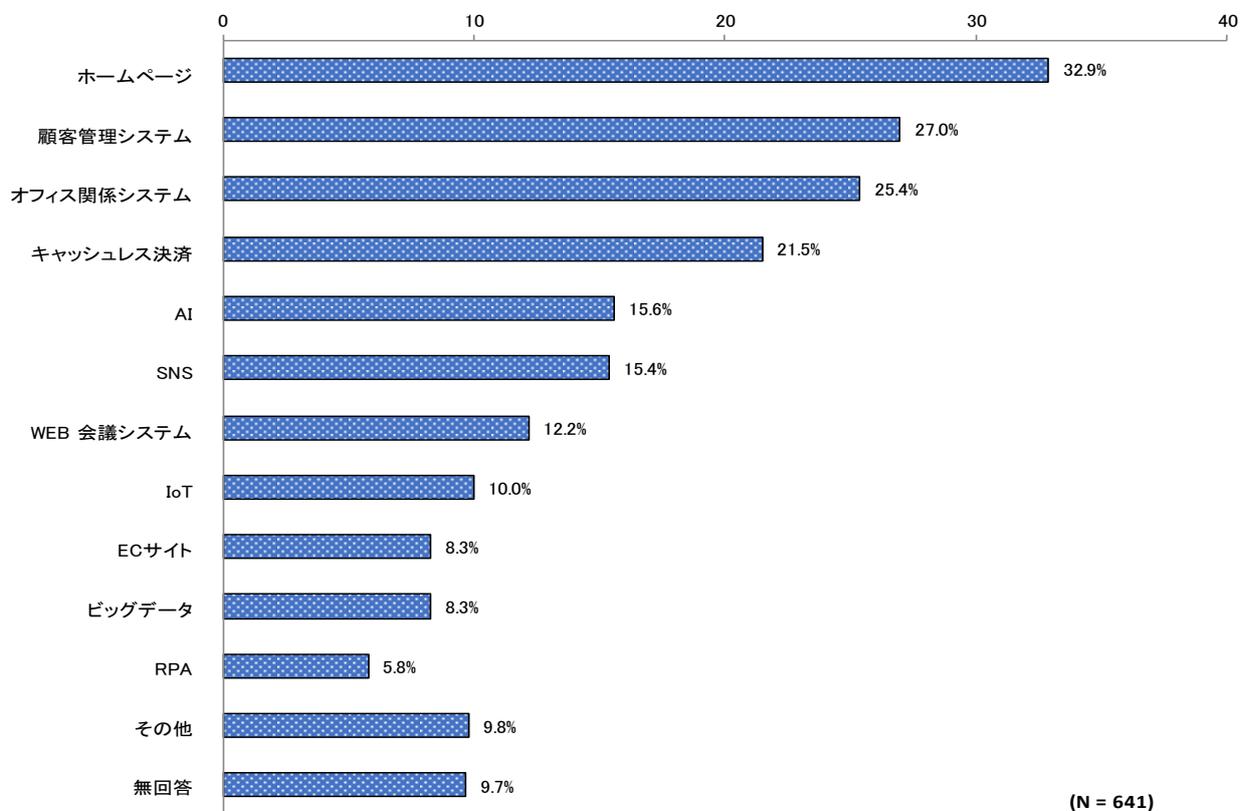
その他に導入しているものとしては、無線LAN Wi-Fi等の通信環境の整備のほか、業務関連システム（WMS、CAD/CAM、製造管理ソフト、技術関連システム等）、間接部門（財務・税務・申告業務のデータ処理等）におけるシステムに関する回答が確認された。



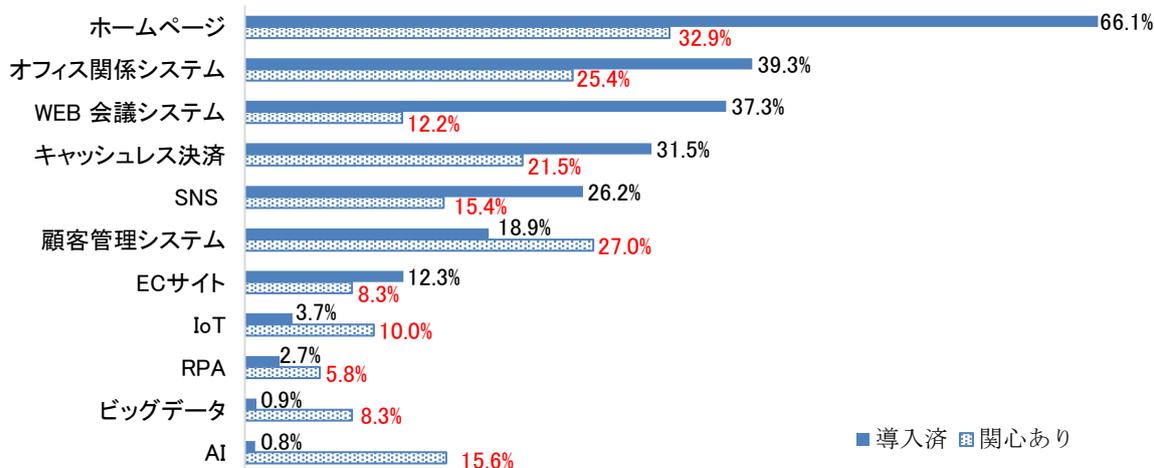
(N = 641)

2. 1. 2. 現状のデジタル技術導入状況と将来的に関心のあるデジタル技術の比較

次に、「関心を持っているデジタル技術等（アンケート問5）をみると、「ホームページ」が32.9%と最も高く、次いで「顧客管理システム」が27.0%、「オフィス関係システム」が25.4%となっている。



「現状のデジタル技術導入状況」と「将来的に関心のあるデジタル技術」を比較すると、「導入済」が「関心あり」を大きく上回る「ホームページ」「オフィス関係システム」「WEB 会議室システム」「SNS」は比較的導入しやすく、「顧客管理システム」「AI」「IoT」「ビッグデータ」は将来の課題とされていることがうかがわれる。



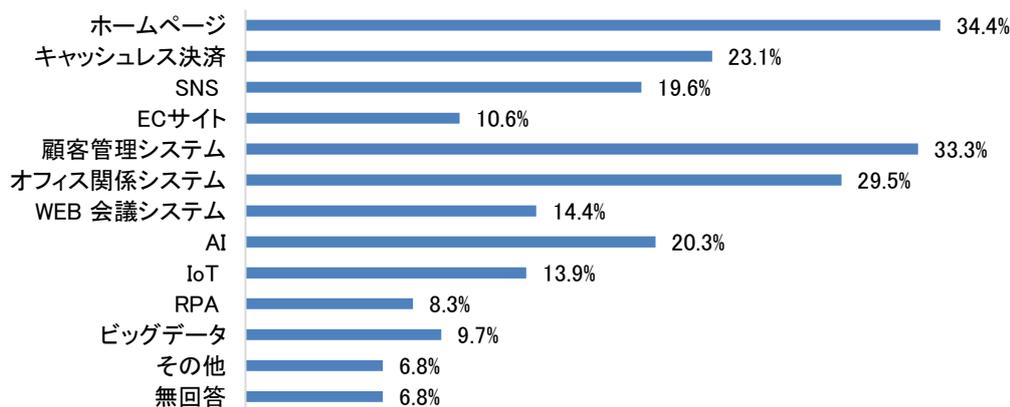
○問1及び問5のクロス集計

県内企業が導入・活用しているデジタル技術・システム（アンケート問1）の種別ごとに、現在、関心を持っているデジタル技術（アンケート問5）をみていくと、いずれのデジタル技術・システムを導入・活用している企業においても、「ホームページ」や「顧客管理システム」、「オフィス関連システム」に回答が概ね集中している。

	回答数	ホームページ	キャッシュレス決済	SNS	ECサイト	顧客管理システム	オフィス関係システム	WEB 会議システム	AI	IoT	RPA	ビッグデータ	その他	無回答
全体	641	211	138	99	53	173	163	78	100	64	37	53	63	62
	100.0	32.9	21.5	15.4	8.3	27.0	25.4	12.2	15.6	10.0	5.8	8.3	9.8	9.7
導入・活用しているデジタル技術・システム														
ホームページ	424	146	98	83	45	141	125	61	86	59	35	41	29	29
	100.0	34.4	23.1	19.6	10.6	33.3	29.5	14.4	20.3	13.9	8.3	9.7	6.8	6.8
キャッシュレス決済	202	78	54	50	27	59	54	27	47	25	13	20	18	13
	100.0	38.6	26.7	24.8	13.4	29.2	26.7	13.4	23.3	12.4	6.4	9.9	8.9	6.4
SNS	168	56	46	47	33	58	49	23	44	25	17	20	10	11
	100.0	33.3	27.4	28.0	19.6	34.5	29.2	13.7	26.2	14.9	10.1	11.9	6.0	6.5
ECサイト(インターネット上で商品等を販売するサイト)	79	23	16	22	19	30	28	9	27	13	10	10	4	4
	100.0	29.1	20.3	27.8	24.1	38.0	35.4	11.4	34.2	16.5	12.7	12.7	5.1	5.1
予約を含めた顧客管理システムやソフト	121	47	38	25	17	43	35	17	37	21	12	13	10	7
	100.0	38.8	31.4	20.7	14.0	35.5	28.9	14.0	30.6	17.4	9.9	10.7	8.3	5.8
WEB 会議システム(Zoomなど)	239	75	53	37	35	82	90	49	62	44	28	27	17	10
	100.0	31.4	22.2	15.5	14.6	34.3	37.7	20.5	25.9	18.4	11.7	11.3	7.1	4.2
オフィス関連システムやソフト(労務管理、財務会計管理等)	252	83	55	48	30	86	98	40	57	35	25	32	15	10
	100.0	32.9	21.8	19.0	11.9	34.1	38.9	15.9	22.6	13.9	9.9	12.7	6.0	4.0
AI(人工知能)	5	2	1	0	0	1	2	1	4	3	2	0	2	0
	100.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	40.0	20.0	80.0	60.0	40.0	0.0	40.0	0.0
IoT(様々なモノをインターネットに接続し、得られたデータを活用)	24	12	6	6	3	7	12	3	9	11	6	4	2	2
	100.0	50.0	25.0	25.0	12.5	29.2	50.0	12.5	37.5	45.8	25.0	16.7	8.3	8.3
RPA(PC上の定型業務を自動処理するシステム)	17	6	4	3	3	6	7	2	7	3	5	3	2	0
	100.0	35.3	23.5	17.6	17.6	35.3	41.2	11.8	41.2	17.6	29.4	17.6	11.8	0.0
ビッグデータ(多様かつ大量のデータをマーケティング等に活用)	6	3	3	2	2	4	2	1	2	2	3	3	0	0
	100.0	50.0	50.0	33.3	33.3	66.7	33.3	16.7	33.3	33.3	50.0	50.0	0.0	0.0
特になし	94	20	11	5	1	11	11	3	3	1	0	3	20	19
	100.0	21.3	11.7	5.3	1.1	11.7	11.7	3.2	3.2	1.1	0.0	3.2	21.3	20.2
その他	17	5	4	4	1	5	3	1	2	4	1	0	7	0
	100.0	29.4	23.5	23.5	5.9	29.4	17.6	5.9	11.8	23.5	5.9	0.0	41.2	0.0
無回答	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	100.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0

次に、導入している技術・システム別に関心のあるツールをみていくと、事例が最も多い「ホームページ」を導入している企業においては「ホームページ」「顧客管理システム」「オフィス関連システム」の順となっており、これは多くの企業に共通するパターンとなっている。

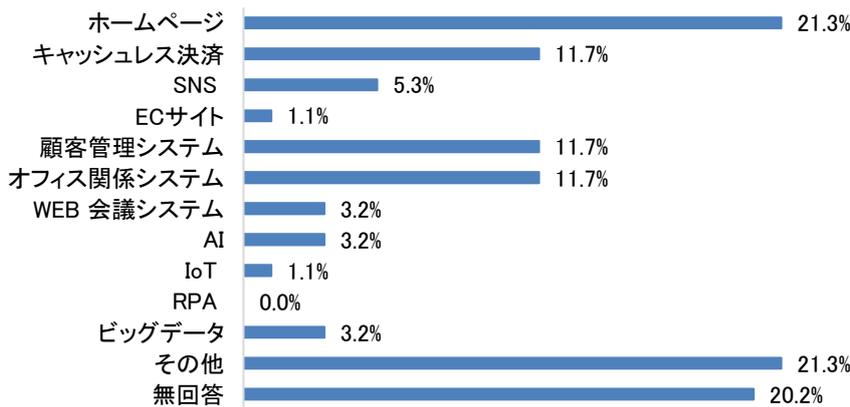
ホームページ導入済企業が関心のあるデジタル技術等



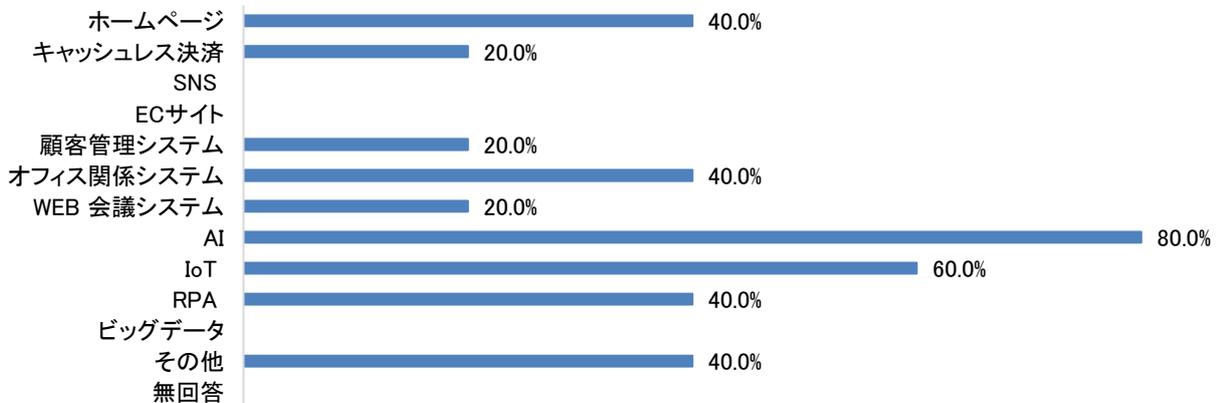
一方、導入しているデジタル技術・システムが「特になし」の企業の場合、あらゆるツールに対する関心が総じて低く、デジタル活用の意欲や方向性が定まっていないことがうかがわれる。

逆に、極めて事例は少ないもののAIを導入している企業の場合、「AI」「IoT」に対する強い関心を示す一方、「ホームページ」「顧客管理システム」「オフィス関連システム」に対する関心は相対的に低くなっている。

デジタル導入実績のない企業が関心のあるデジタル技術等



AI導入済企業が関心のあるデジタル技術等



○問6及び問5のクロス集計

次に、デジタル技術等を導入・活用したい部門別（アンケート問6-1）に関心のあるツールをみると、「ホームページ」や「顧客管理システム」、「オフィス関連システム」に回答が概ね集中しているが、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」では「オフィス関係システム」が43.5%と、他の部門に比べ高くなる傾向がみられた。

	回答数	ホームページ	キャッシュレス決済	SNS	ECサイト	顧客管理システム	オフィス関係システム	WEB 会議システム	AI	IoT	RPA	ビッグデータ	その他	無回答	
全体	641	211	138	99	53	173	163	78	100	64	37	53	63	62	
	100.0	32.9	21.5	15.4	8.3	27.0	25.4	12.2	15.6	10.0	5.8	8.3	9.8	9.7	
デジタル技術等を導入・活用したい部門	製造部門（生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等）	133	46	27	17	12	40	46	23	29	21	12	17	11	5
		100.0	34.6	20.3	12.8	9.0	30.1	34.6	17.3	21.8	15.8	9.0	12.8	8.3	3.8
	営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）	236	93	65	52	37	106	75	41	58	36	21	35	10	7
		100.0	39.4	27.5	22.0	15.7	44.9	31.8	17.4	24.6	15.3	8.9	14.8	4.2	3.0
販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）	212	90	67	52	33	75	57	30	42	25	16	25	9	8	
		100.0	42.5	31.6	24.5	15.6	35.4	26.9	14.2	19.8	11.8	7.5	11.8	4.2	3.8
広報部門（広報チャンネルの多角化等）	146	76	49	49	24	48	43	28	32	22	9	17	3	2	
		100.0	52.1	33.6	33.6	16.4	32.9	29.5	19.2	21.9	15.1	6.2	11.6	2.1	1.4
総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）	255	78	67	39	27	96	111	39	53	35	24	24	15	7	
		100.0	30.6	26.3	15.3	10.6	37.6	43.5	15.3	20.8	13.7	9.4	9.4	5.9	2.7
その他	52	11	6	4	2	6	5	4	7	4	2	3	30	2	
		100.0	21.2	11.5	7.7	3.8	11.5	9.6	7.7	13.5	7.7	3.8	5.8	57.7	3.8
無回答	51	1	5	0	0	2	1	0	0	0	0	1	2	41	
		100.0	2.0	9.8	0.0	0.0	3.9	2.0	0.0	0.0	0.0	2.0	3.9	80.4	

2. 1. 3. 現状のデジタル技術導入状況別の将来的な部門別投資動向及びその投資額

○問1及び問6-1のクロス集計

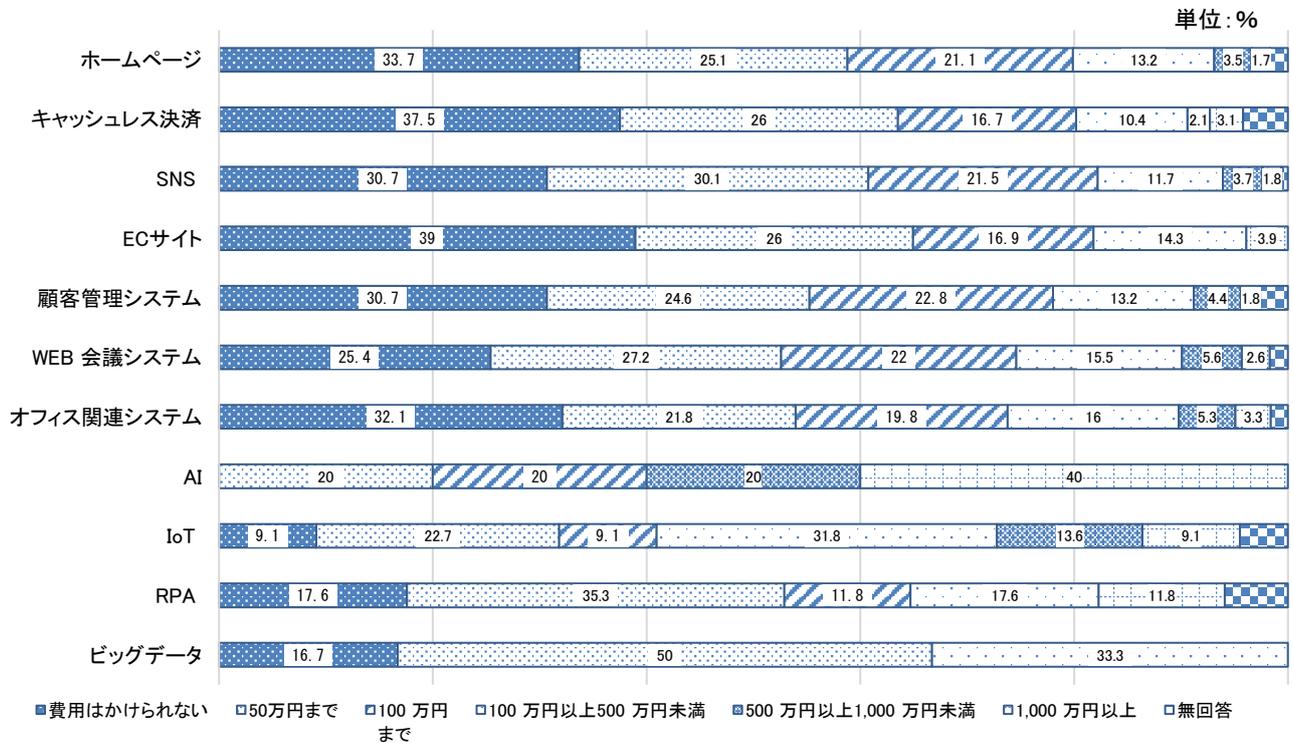
県内企業が導入・活用しているデジタル技術・システム（アンケート問1）の種別ごとに、デジタル技術等を導入・活用したい部門をみると、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」及び「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」に回答が概ね集中している。

「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」は「ECサイト（インターネット上で商品等を販売するサイト）」で58.2%と特になくなっており、「ホームページ」でも46.0%と比較的高くなった。「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」については「SNS」で51.2%と非常に高くなっており、「キャッシュレス決済」でも47.0%と高くなった。

	回答数	製造部門(生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等)	営業部門(顧客管理、マーケティング、新製品考案等)	販売部門(顧客の利便性向上、販売業務効率化等)	広報部門(広報チャンネルの多角化等)	総務、労務管理、財務部門(労務環境改善、働き方改革への対応等)	その他	無回答	
全体	641	133	236	212	146	255	52	51	
	100.0	20.7	36.8	33.1	22.8	39.8	8.1	8.0	
導入・活用しているデジタル技術・システム	ホームページ	424	94	195	161	116	185	22	21
		100.0	22.2	46.0	38.0	27.4	43.6	5.2	5.0
	キャッシュレス決済	202	25	88	95	65	80	16	10
		100.0	12.4	43.6	47.0	32.2	39.6	7.9	5.0
	SNS	168	23	87	86	65	78	8	5
		100.0	13.7	51.8	51.2	38.7	46.4	4.8	3.0
	ECサイト(インターネット上で商品等を販売するサイト)	79	16	46	48	24	35	3	2
		100.0	20.3	58.2	60.8	30.4	44.3	3.8	2.5
	予約を含めた顧客管理システムやソフト	121	18	49	55	46	60	9	7
		100.0	14.9	40.5	45.5	38.0	49.6	7.4	5.8
	WEB 会議システム(Zoomなど)	239	64	117	87	70	121	11	7
		100.0	26.8	49.0	36.4	29.3	50.6	4.6	2.9
	オフィス関連システムやソフト(労務管理、財務会計管理等)	252	68	114	91	75	135	10	9
		100.0	27.0	45.2	36.1	29.8	53.6	4.0	3.6
	AI(人工知能)	5	2	4	1	3	3	0	0
		100.0	40.0	80.0	20.0	60.0	60.0	0.0	0.0
	IoT(様々なモノをインターネットに接続し、得られたデータを活用)	24	10	10	6	9	13	1	2
	100.0	41.7	41.7	25.0	37.5	54.2	4.2	8.3	
RPA(PC上の定型業務を自動処理するシステム)	17	3	9	5	8	11	2	0	
	100.0	17.6	52.9	29.4	47.1	64.7	11.8	0.0	
ビッグデータ(多様かつ大量のデータをマーケティング等に活用)	6	1	4	3	2	4	0	0	
	100.0	16.7	66.7	50.0	33.3	66.7	0.0	0.0	
特になし	94	17	10	11	7	30	17	17	
	100.0	18.1	10.6	11.7	7.4	31.9	18.1	18.1	
その他	17	3	8	7	3	6	3	0	
	100.0	17.6	47.1	41.2	17.6	35.3	17.6	0.0	
無回答	4	0	0	0	0	1	0	3	
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	

○問1及び問6-2のクロス集計

投資可能額について、県内企業が導入・活用しているデジタル技術・システム（アンケート問1）の種別ごとにみていくと、「費用はかけられない」、「50万円まで」及び「100万円まで」に回答が集中している。一方、事例が少なく参考程度となるが、「IoT（様々なモノをインターネットに接続し、得られたデータを活用）」では「100万円以上500万円未満」とする回答が31.8%と比較的高くなった。



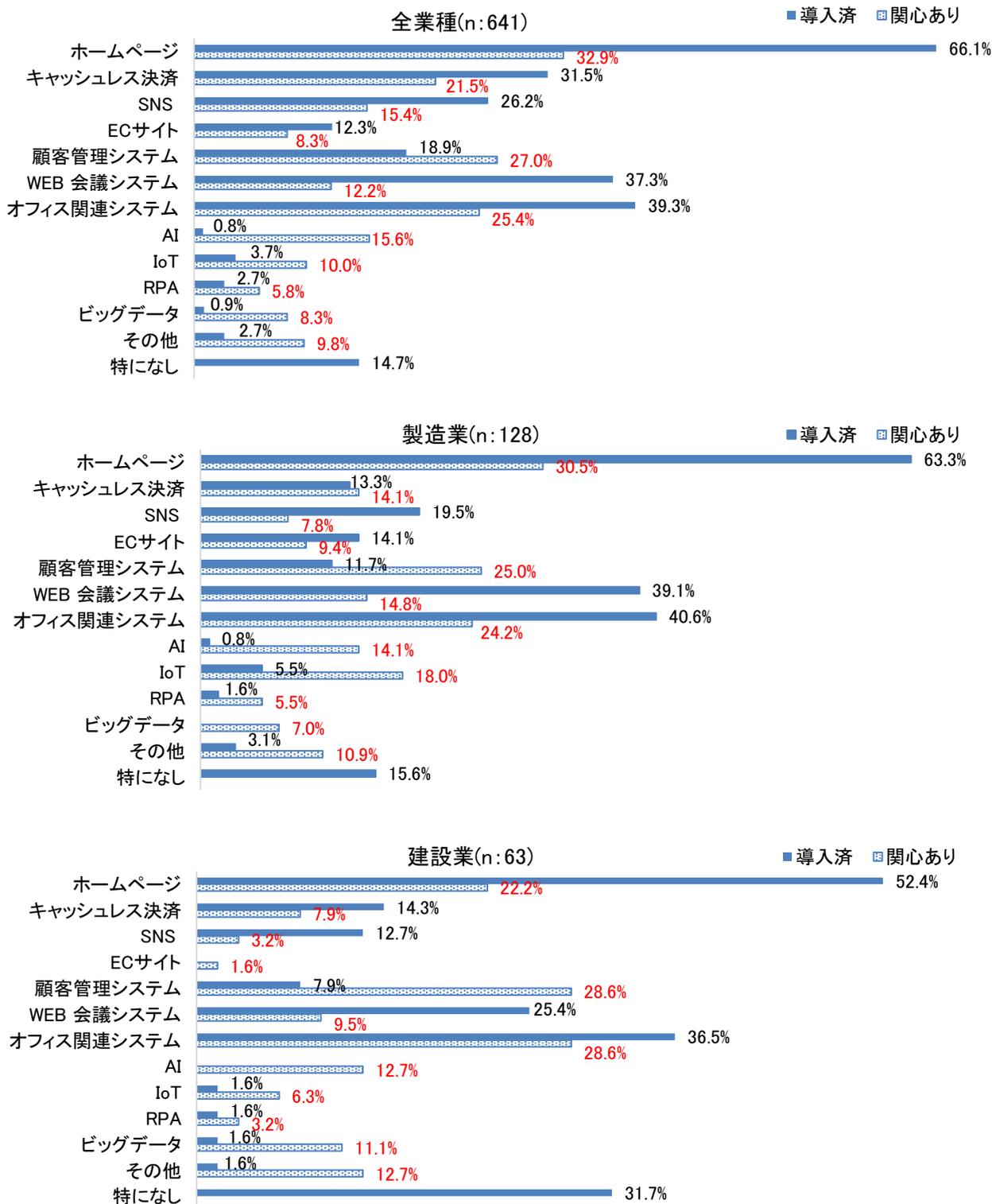
		回答数	費用はかけられない	50万円まで	100万円まで	100万円以上500万円未満	500万円以上1,000万円未満	1,000万円以上	無回答
全体		590	248	143	99	59	17	8	16
		100.0	42.0	24.2	16.8	10.0	2.9	1.4	2.7
導入・活用しているデジタル技術・システム	ホームページ	403	136	101	85	53	14	7	7
		100.0	33.7	25.1	21.1	13.2	3.5	1.7	1.7
	キャッシュレス決済	192	72	50	32	20	4	6	8
		100.0	37.5	26.0	16.7	10.4	2.1	3.1	4.2
	SNS	163	50	49	35	19	6	3	1
		100.0	30.7	30.1	21.5	11.7	3.7	1.8	0.6
	ECサイト(インターネット上で商品等を販売するサイト)	77	30	20	13	11	0	3	0
		100.0	39.0	26.0	16.9	14.3	0.0	3.9	0.0
	予約を含めた顧客管理システムやソフト	114	35	28	26	15	5	2	3
		100.0	30.7	24.6	22.8	13.2	4.4	1.8	2.6
	WEB 会議システム(Zoomなど)	232	59	63	51	36	13	6	4
		100.0	25.4	27.2	22.0	15.5	5.6	2.6	1.7
	オフィス関連システムやソフト(労務管理、財務会計管理等)	243	78	53	48	39	13	8	4
	100.0	32.1	21.8	19.8	16.0	5.3	3.3	1.6	
AI(人工知能)	5	0	1	1	0	1	2	0	
	100.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0	0.0	
IoT(様々なモノをインターネットに接続し、得られたデータを活用)	22	2	5	2	7	3	2	1	
	100.0	9.1	22.7	9.1	31.8	13.6	9.1	4.5	
RPA(PC上の定型業務を自動処理するシステム)	17	3	6	2	3	0	2	1	
	100.0	17.6	35.3	11.8	17.6	0.0	11.8	5.9	
ビッグデータ(多様かつ大量のデータをマーケティング等に活用)	6	1	3	0	2	0	0	0	
	100.0	16.7	50.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	
特になし	77	57	14	3	1	0	0	2	
	100.0	74.0	18.2	3.9	1.3	0.0	0.0	2.6	
その他	17	8	3	3	1	1	0	1	
	100.0	47.1	17.6	17.6	5.9	5.9	0.0	5.9	
無回答	1	0	1	0	0	0	0	0	
	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

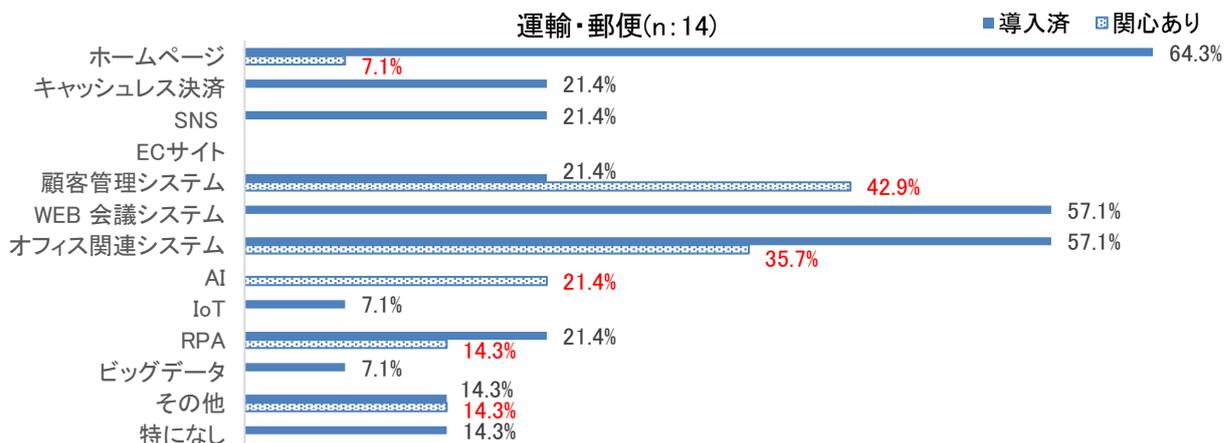
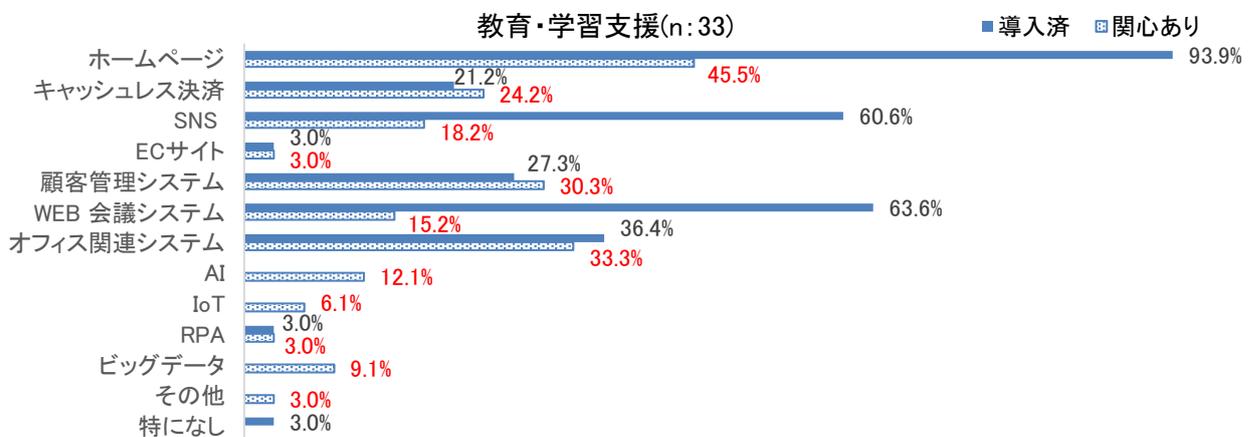
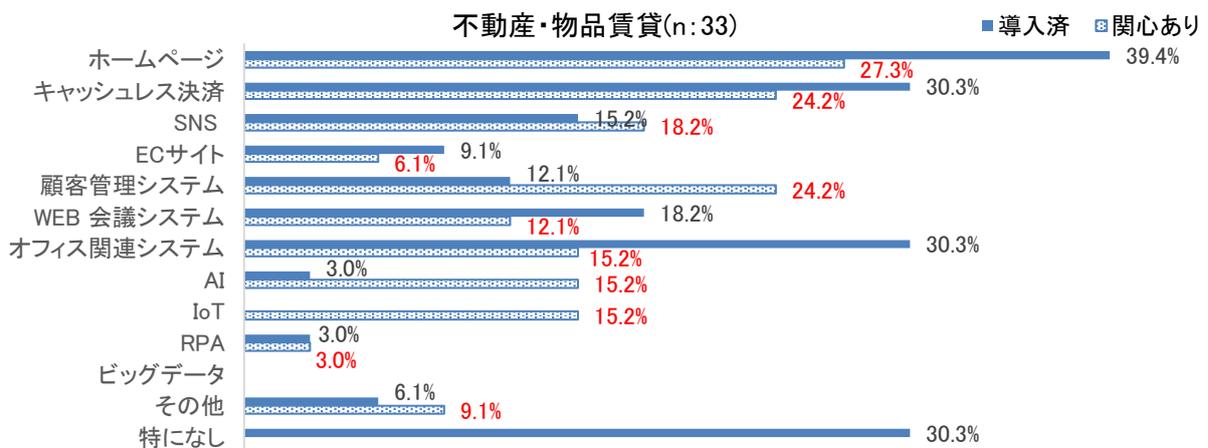
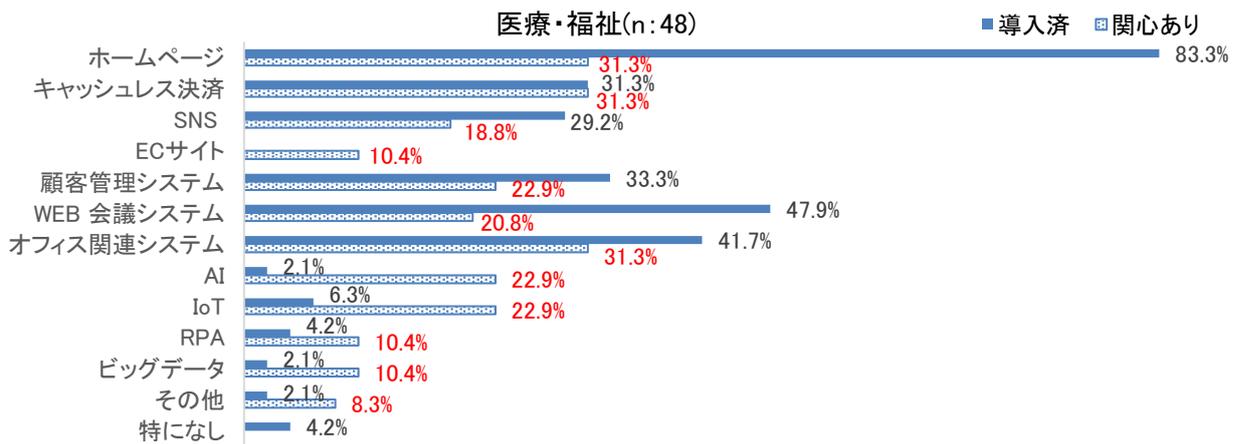
2. 1. 4. 業種別分析

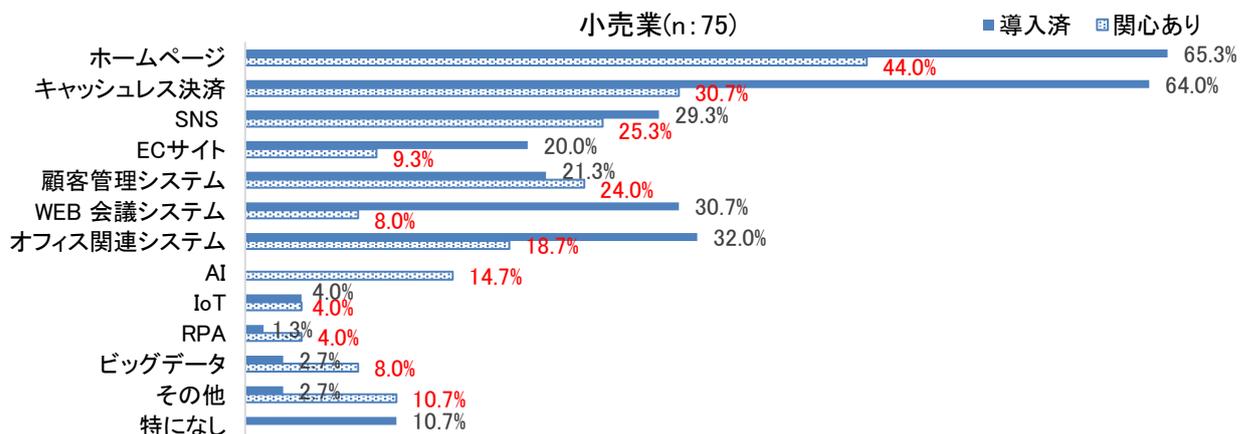
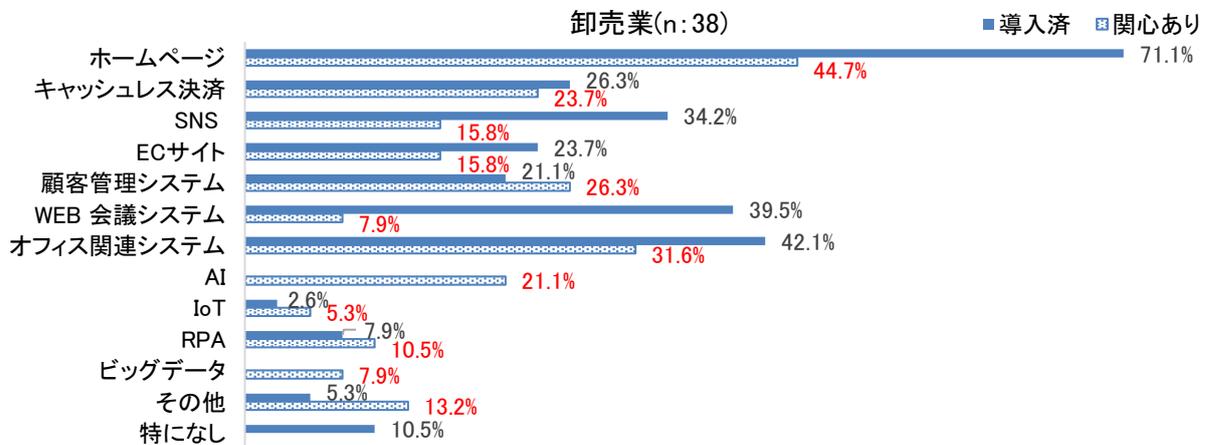
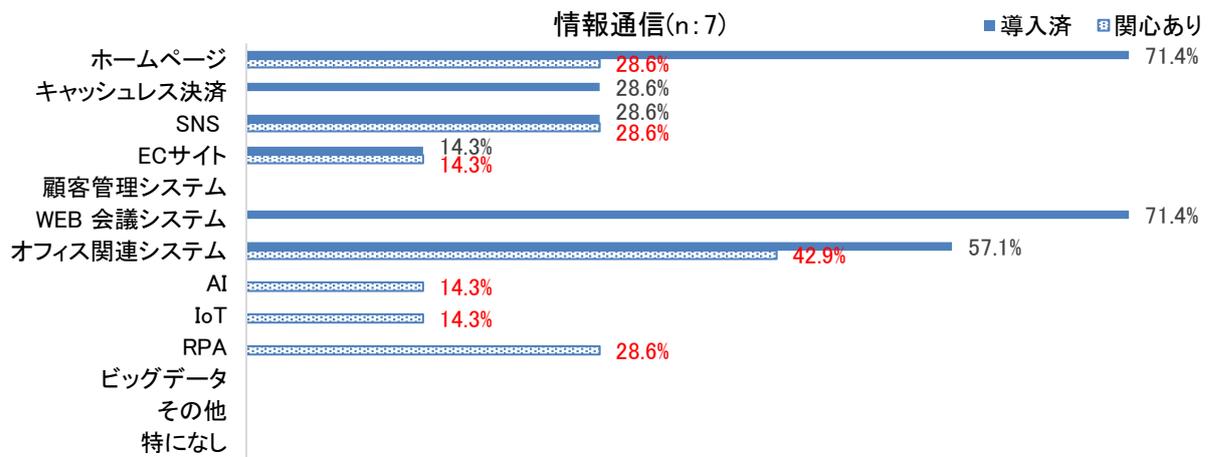
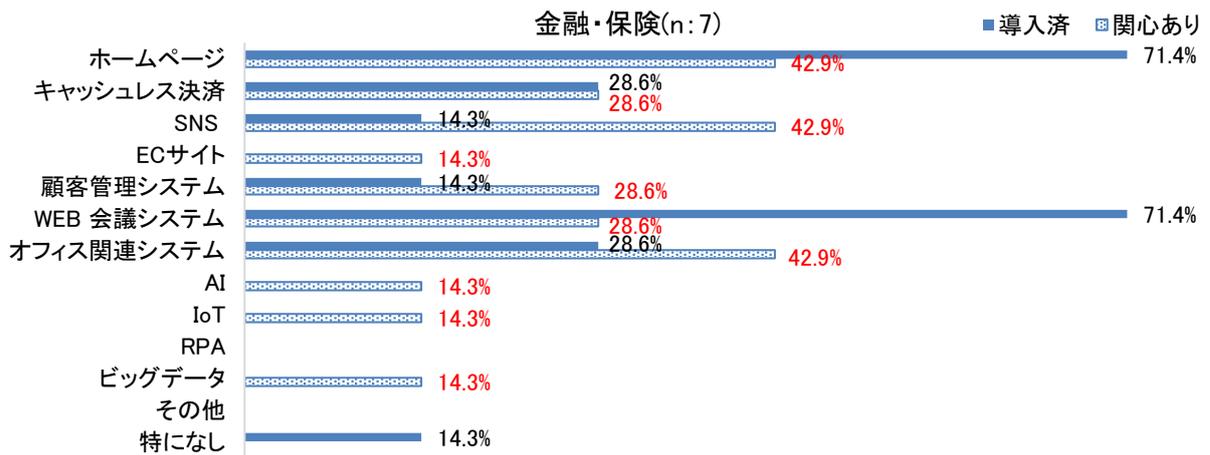
業種によって、デジタル技術・システムの導入状況や関心を持つ対象にそれぞれ特徴がある。

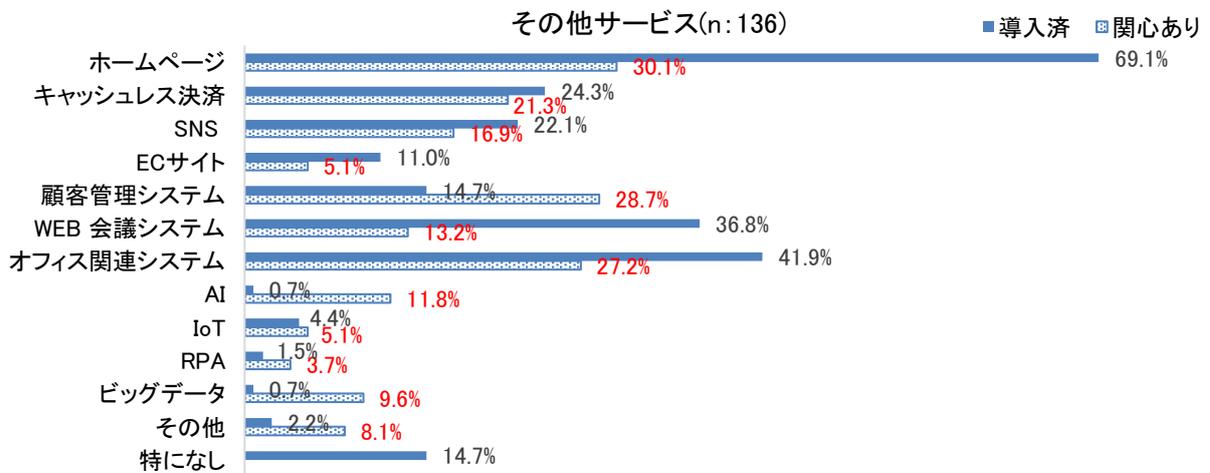
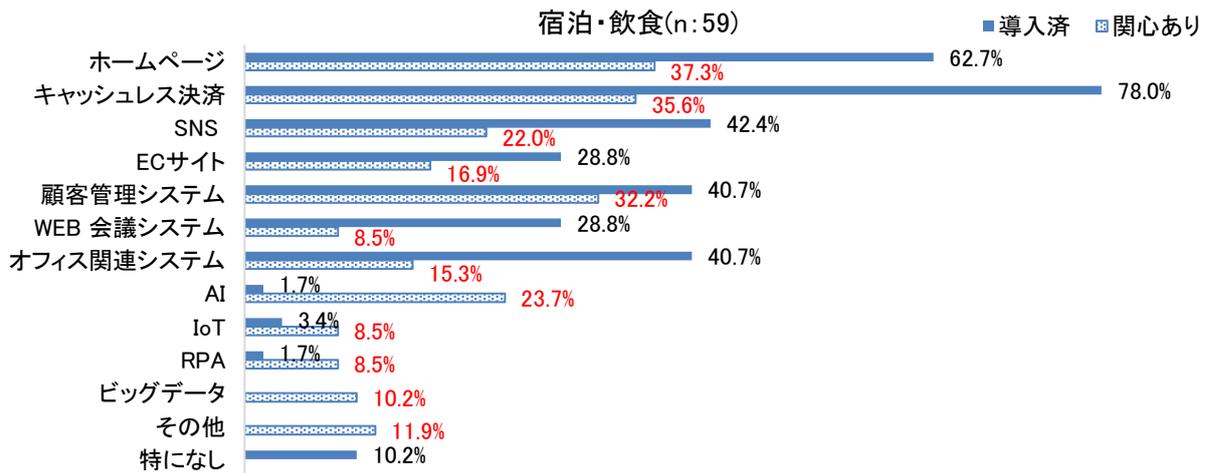
「製造業」は業種全体の傾向に似ており、「医療／福祉」、「教育／学習支援業」「情報通信」「卸売業」ではデジタル技術が積極的に活用され、今後も幅広いツールへの高い関心を有している。また、「小売業」「宿泊・飲食」はキャッシュレス決済、ECなど販売に重点を置いた導入傾向がうかがえる。

一方、「建設業」「不動産業／物品賃貸業」は他の業種に比べ導入状況、関心ともやや低くなっている。









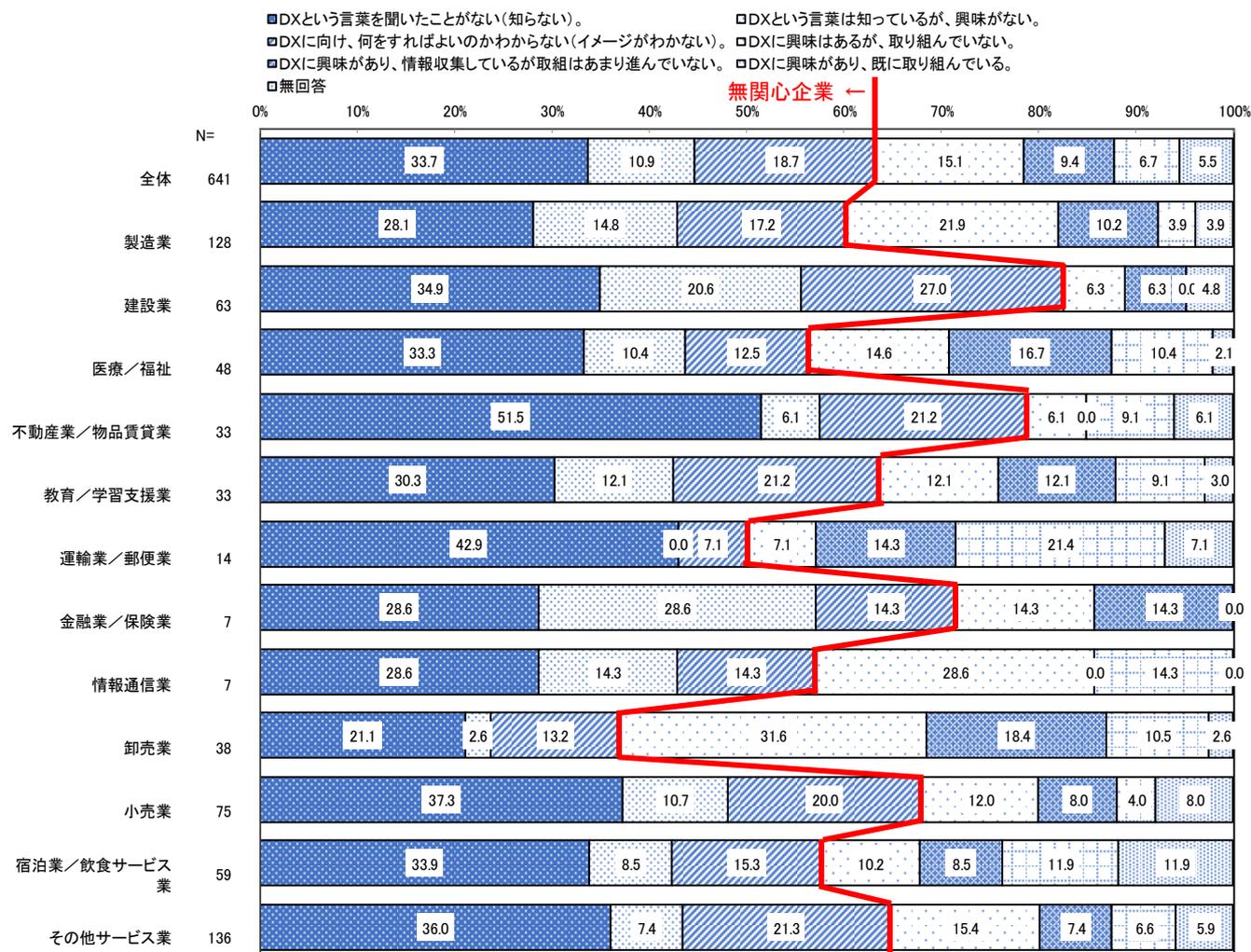
	回答数	ホームページ	キャッシュレス決済	SNS	ECサイト(インターネット上で商品等を販売するサイト)	予約を含めた顧客管理システムやソフト	WEB 会議システム (Zoomなど)	オフィス関連システムやソフト(労務管理、財務会計管理等)	AI(人工知能)	IoT(様々なモノをインターネットに接続し、得られたデータを活用)	RPA(PC上の定型業務を自動処理するシステム)	ビッグデータ(多量かつ大量のデータをマーケティング等に活用)	特になし	その他	無回答	
全体	641	424	202	168	79	121	239	252	5	24	17	6	94	17	4	
	100.0	66.1	31.5	26.2	12.3	18.9	37.3	39.3	0.8	3.7	2.7	0.9	14.7	2.7	0.6	
業種	製造業	128	81	17	25	18	15	50	52	1	7	2	-	20	4	1
		100.0	63.3	13.3	19.5	14.1	11.7	39.1	40.6	0.8	5.5	1.6	-	15.6	3.1	0.8
	建設業	63	33	9	8	-	5	16	23	-	1	1	1	20	1	-
		100.0	52.4	14.3	12.7	-	7.9	25.4	36.5	-	1.6	1.6	1.6	31.7	1.6	-
	医療/福祉	48	40	15	14	-	16	23	20	1	3	2	1	2	1	-
		100.0	83.3	31.3	29.2	-	33.3	47.9	41.7	2.1	6.3	4.2	2.1	4.2	2.1	-
	不動産業/物品賃貸業	33	13	10	5	3	4	6	10	1	-	1	-	10	2	-
		100.0	39.4	30.3	15.2	9.1	12.1	18.2	30.3	3.0	-	3.0	-	30.3	6.1	-
	教育/学習支援業	33	31	7	20	1	9	21	12	-	-	1	-	1	-	-
		100.0	93.9	21.2	60.6	3.0	27.3	63.6	36.4	-	-	3.0	-	3.0	-	-
	運輸業/郵便業	14	9	3	3	-	3	8	8	-	1	3	1	2	2	-
		100.0	64.3	21.4	21.4	-	21.4	57.1	57.1	-	7.1	21.4	7.1	14.3	14.3	-
	金融業/保険業	7	5	2	1	-	1	5	2	-	-	-	-	1	-	-
		100.0	71.4	28.6	14.3	-	14.3	71.4	28.6	-	-	-	-	14.3	-	-
	情報通信業	7	5	2	2	1	-	5	4	-	-	-	-	-	-	-
		100.0	71.4	28.6	28.6	14.3	-	71.4	57.1	-	-	-	-	-	-	-
	卸売業	38	27	10	13	9	8	15	16	-	1	3	-	4	2	-
		100.0	71.1	26.3	34.2	23.7	21.1	39.5	42.1	-	2.6	7.9	-	10.5	5.3	-
	小売業	75	49	48	22	15	16	23	24	-	3	1	2	8	2	1
	100.0	65.3	64.0	29.3	20.0	21.3	30.7	32.0	-	4.0	1.3	2.7	10.7	2.7	1.3	
宿泊業/飲食サービス業	59	37	46	25	17	24	17	24	1	2	1	-	6	-	2	
	100.0	62.7	78.0	42.4	28.8	40.7	28.8	40.7	1.7	3.4	1.7	-	10.2	-	3.4	
その他サービス業	136	94	33	30	15	20	50	57	1	6	2	1	20	3	-	
	100.0	69.1	24.3	22.1	11.0	14.7	36.8	41.9	0.7	4.4	1.5	0.7	14.7	2.2	-	

2. 2. デジタル技術等導入の取組状況

2. 2. 1. 総合分析

ODXの取組状況（アンケート問4）

「DXという言葉聞いたことがない（知らない）」が33.7%と最も高く、次いで「DXに向け、何をすればよいかわからない（イメージがわからない）」が18.7%、「DXに興味はあるが、取り組んでいない。」が15.1%となっている。



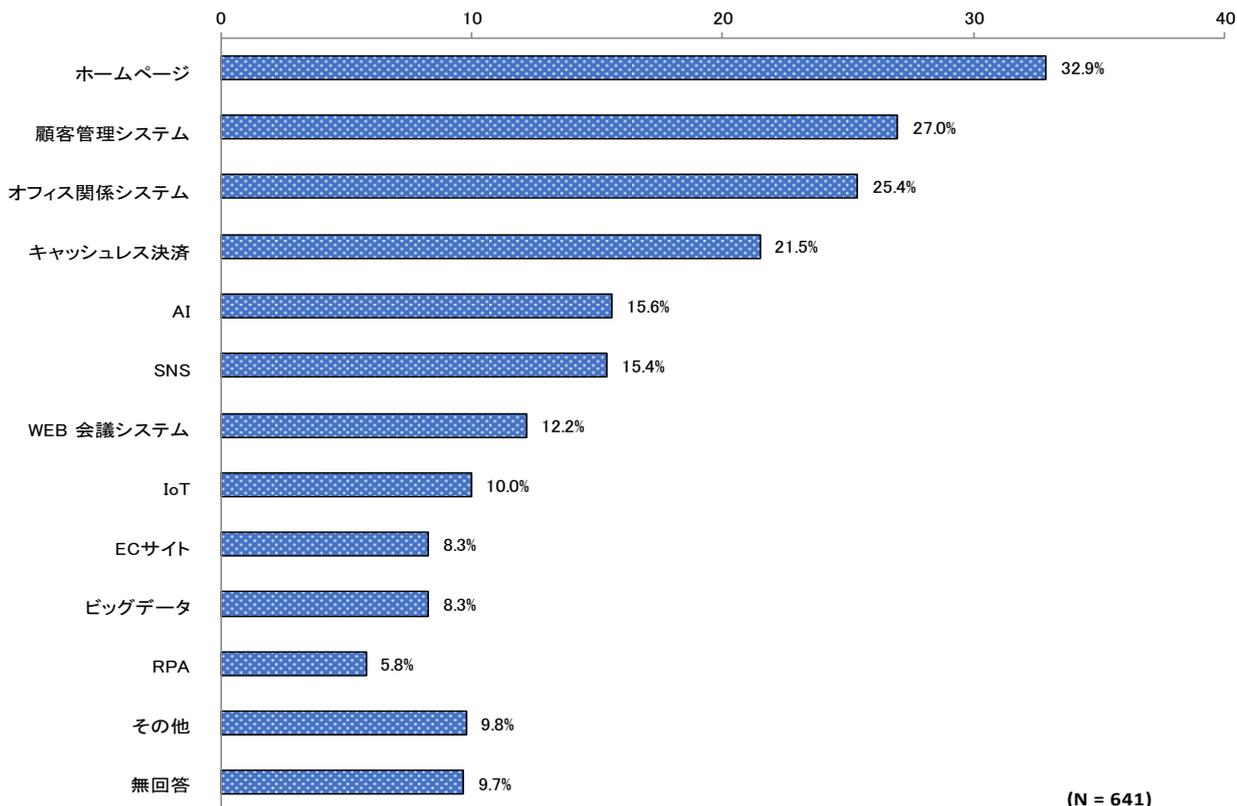
具体的な取組内容として、次のような回答があった。

- ・ DX 推進部の立ち上げ
- ・ web 業務システムによるテレワーク、データ管理、機密事項管理
- ・ 社内ファイルのクラウド管理、社内 SNS による業務情報共有、バックオフィス業務のクラウドサービス活用
- ・ SNS 媒体の利用、製造工程のオートメーション化、クラウドを利用した顧客管理、在庫管理
- ・ 工程管理・図面管理のためのベースシステム導入
- ・ 業務の自動化 ・ 三次元測量 ・ リモート監視システムの構築
- ・ HR データの統合
- ・ FAX の受信管理を自動化する仕組みの開発 ・ オンライン受発注
- ・ 店舗はなく全て Web で集客。メールや Web、マーケティングを組み合わせている。

○関心を持っているデジタル技術等（アンケート問5・再掲）

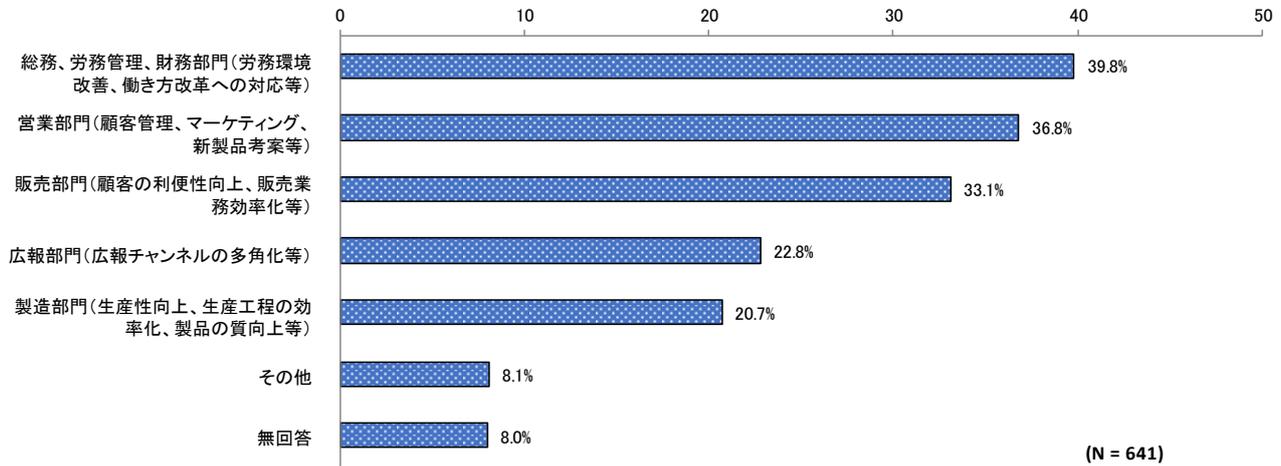
「ホームページ」が32.9%と最も高く、次いで「顧客管理システム」が27.0%、「オフィス関係システム」が25.4%となっている。

その他に関心のあるデジタル技術等については、業務関連システム（図面及び生産管理システム、工場生産管理システム、デジタル歯科医療技術等）、間接部門（ERP、電子帳簿保存法対応、労務管理等）におけるシステムに関する回答が確認され、現在取り組んでいるデジタル技術と同様、業務に直結するものと間接部門とに大別された。ただし、「分からない」とする回答も確認されるため、デジタル化に関する啓発活動も必要となろう。



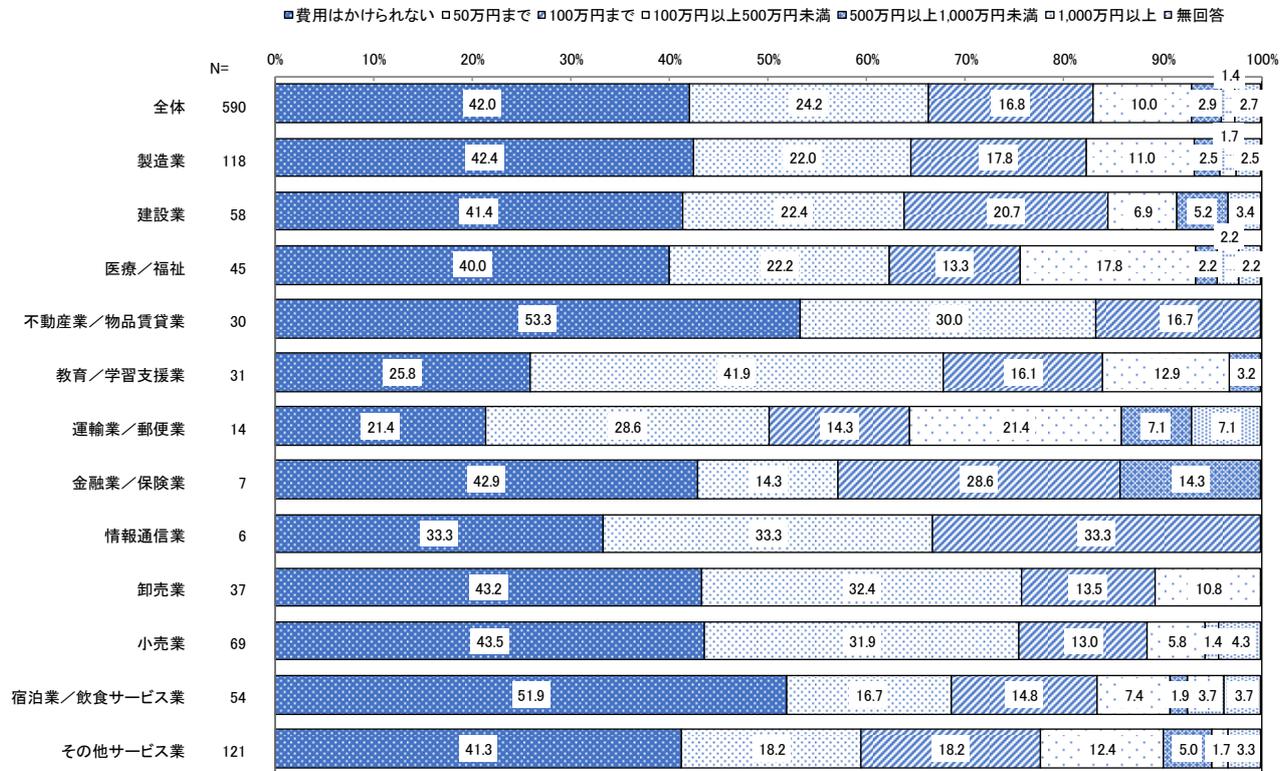
○デジタル技術を導入・活用したい部門（アンケート問6-1）

「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が 39.8%と最も高く、次いで「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」が 36.8%、「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」が 33.1%となっている。その他の回答としては、分からないとする回答も目立ったが、ここでも業務に直結するものと間接部門とに大別された。



○投資可能額（アンケート問6-2）

それぞれの部門への投資可能額は「費用はかけられない」が 42.0%と最も高く、次いで「50 万円まで」が 24.2%、「100 万円まで」が 16.8%となっており、100 万円までの企業が 83%を占めている。

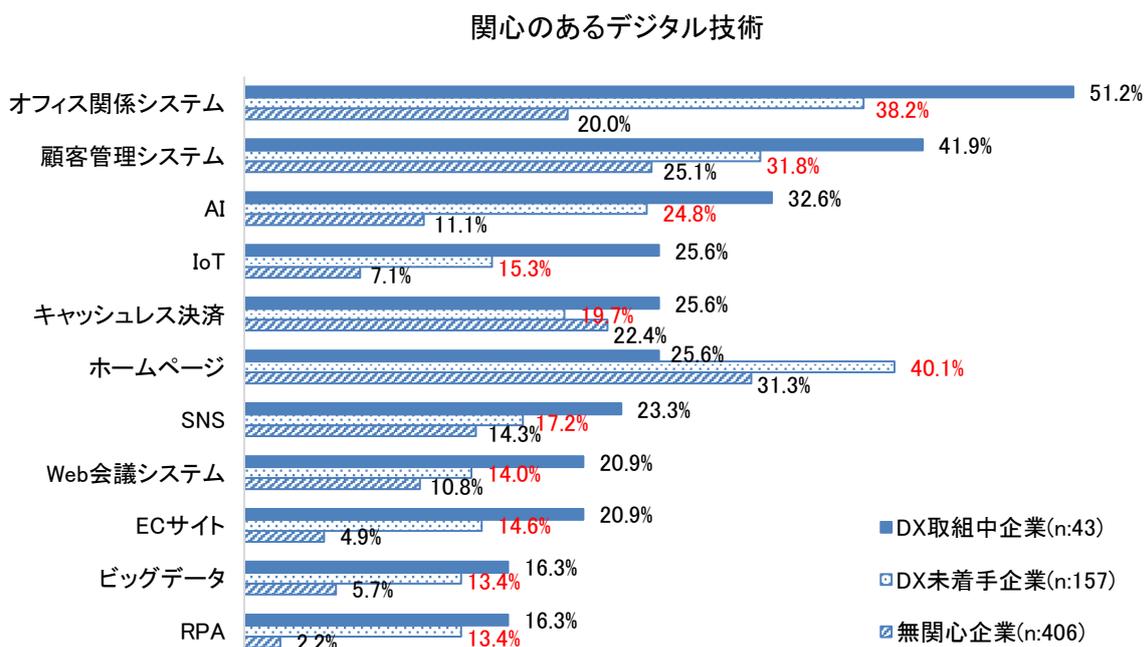
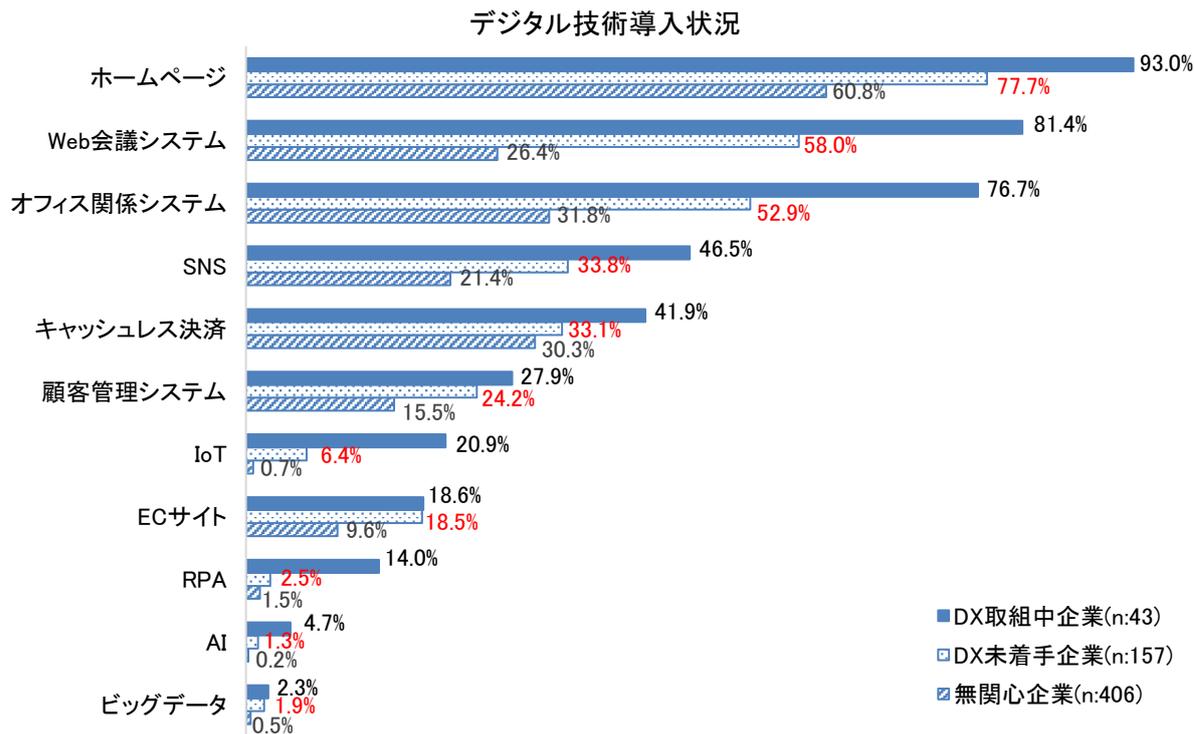


2. 2. 2. DXに興味がある企業が導入・活用したいデジタル技術

DXに興味があり何らかの取組を始めている企業（アンケート問4の選択肢6、以下「取組中企業」という）、DXに一定の興味はあるが未着手の企業（選択肢4～5、以下「未着手企業」という）、DXへの興味が薄い企業（選択肢1～3、以下「無関心企業」という）の3つの区分により分析を行った。

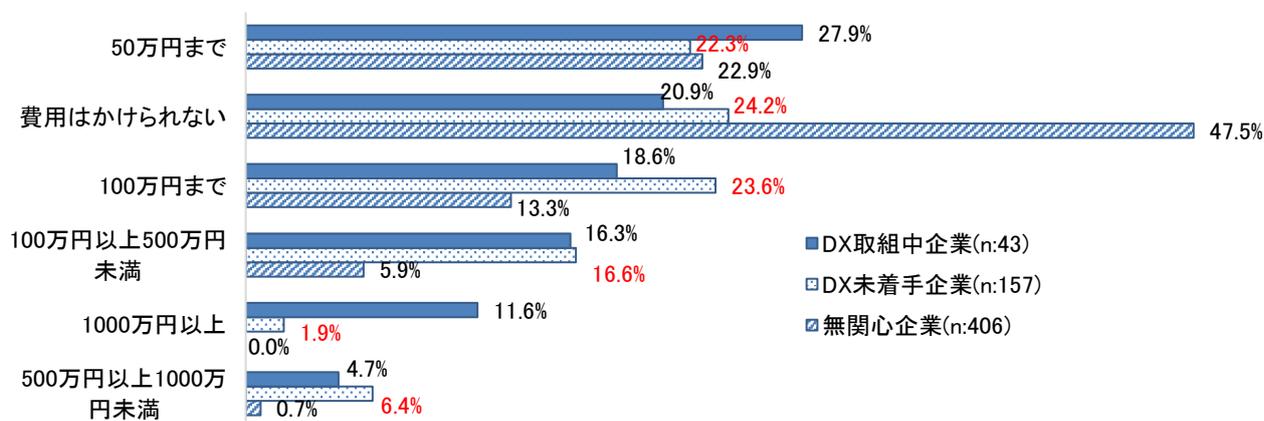
まず、デジタル技術等の導入状況（問1）を見ると、取組中企業、未着手企業、無関心企業の順に導入が進んでおり、無関心企業の導入はいずれのツールの導入状況も低くなっている。

一方、関心のあるツール（問5）は、未着手企業及び無関心企業がホームページであるのに対し、取組中企業はオフィス関係システム、顧客管理システム、AIへとシフトしており、デジタル導入段階に応じて関心の対象が移行することがうかがわれる。



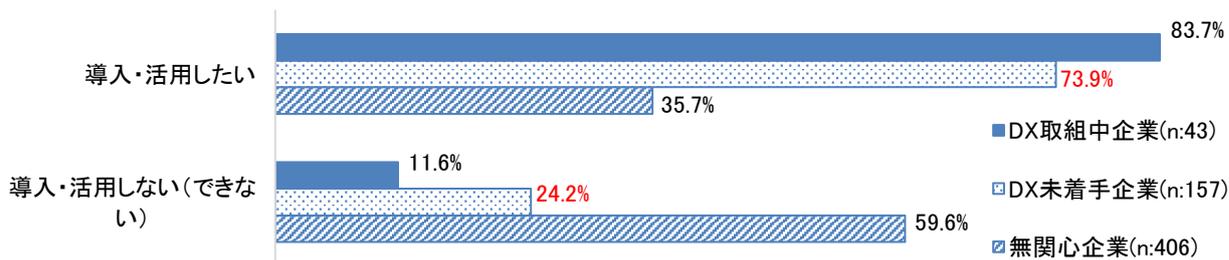
次に、デジタル技術等の投資可能額を見ると、取組中及び未着手企業は幅広い価格帯に分散しているのに対し、無関心企業は「費用はかけられない」に集中している。取組中及び未着手企業は、自社の解決すべき課題やそのためにかかるコストを具体的にイメージしているのに対し、無関心企業はデジタル投資原資が不足していることに加え、コストの規模感が把握できていないことも考えられる。(問 6-2)

デジタル技術導入にかかる投資許容額



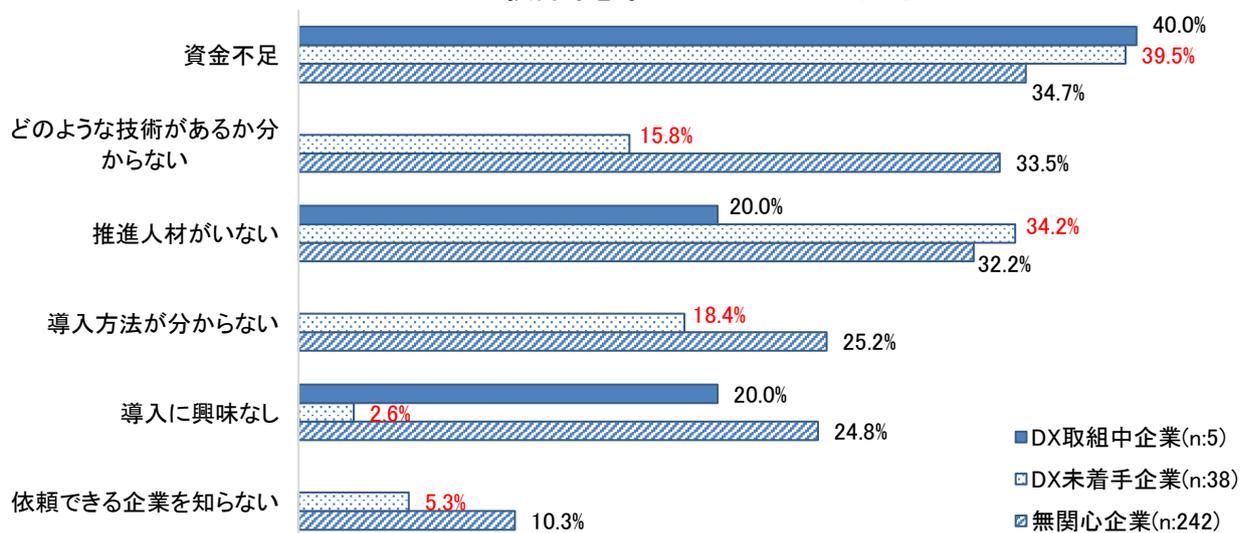
デジタル技術等の活用意向を見ると、取組中・未着手企業が意欲を示す一方、無関心企業は過半数が「導入しない(できない)」と回答している。(問 7-1)

デジタル技術等の活用意向

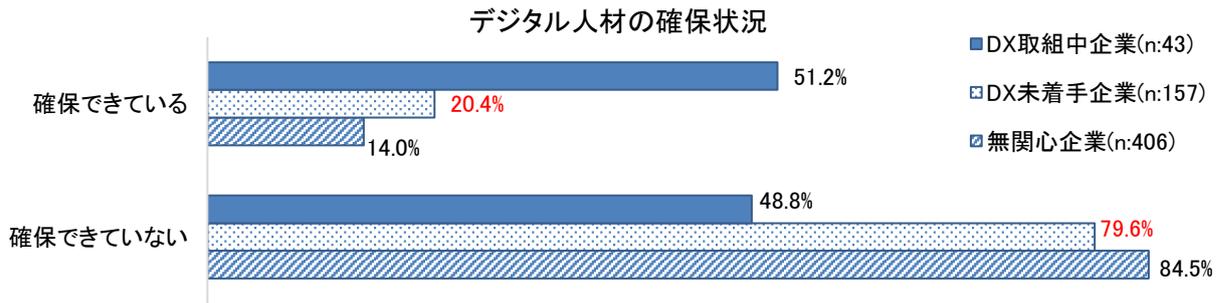


デジタル技術等を導入しない(できない)理由は、全ての企業において「資金不足」「人材不足」をあげているが、無関心企業は「どのような技術があるかわからない」「導入方法がわからない」も高くなっている。(問 7-3)

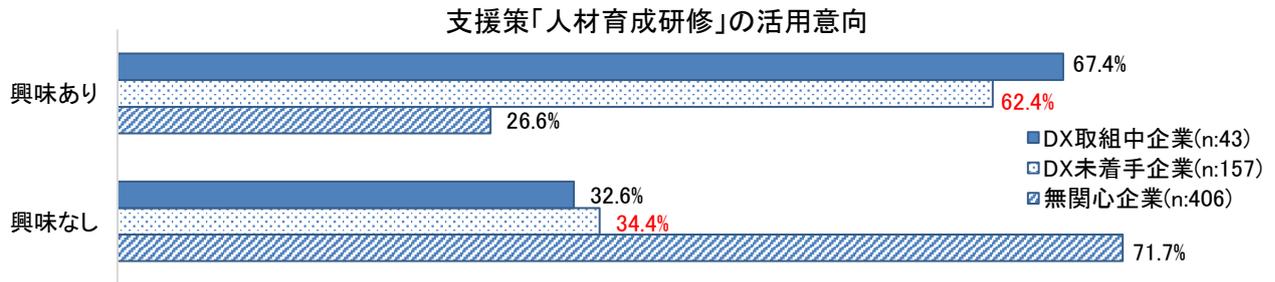
デジタル技術等を導入しない(できない)理由



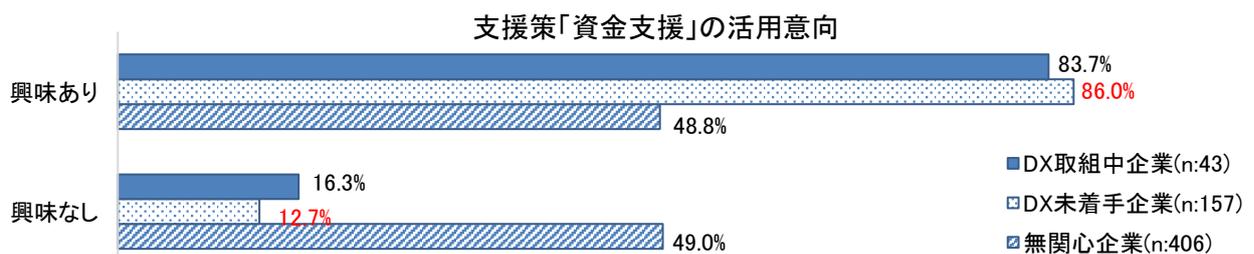
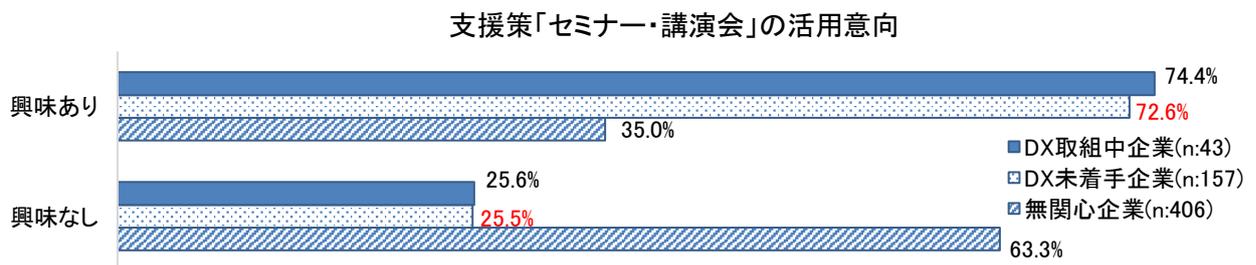
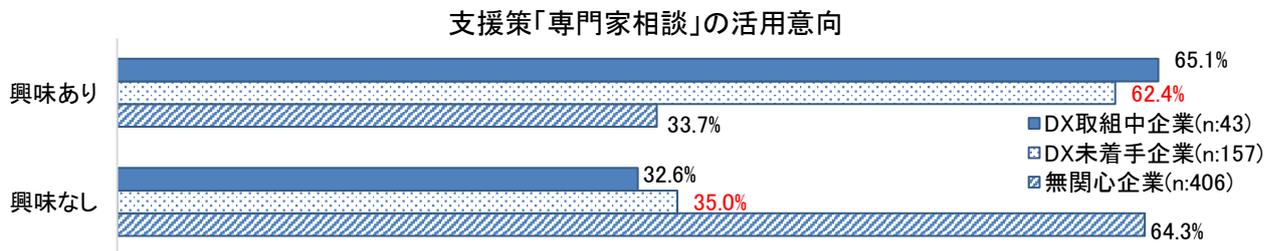
デジタル人材については、取組中企業の半数以上が「確保できている」が、未着手・無関心企業は約8割が「確保できていない」。(問 8-1)



人材育成研修に対しては、取組中企業の約2/3が興味を持つ一方、無関心企業は7割以上が興味を示していない。(問 10 の①)



専門家相談(問 10 の②)やセミナー・講習会(問 10 の④)、資金支援(問 10)の③に対しても、取組中・未着手企業が高い関心を示す一方、無関心企業の関心は低い。



2. 2. 3. DXに興味がある企業がデジタル技術等を導入・活用したい部門

DXの認知・取組状況別（アンケート問4）に比較しても、いずれの企業とも「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」及び「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」に対する関心は概ね高い傾向にある。

しかし、「DXに興味があり、情報収集しているが取組はあまり進んでいない。」では「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」が61.7%、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が60.0%と非常に高い水準にある。

「DXに興味があり、既に取り組んでいる。」では「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が58.1%と非常に高い水準にあるが、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」及び「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」のほかの部門でも、比較的関心が高くなっている。

		回答数	製造部門(生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等)	営業部門(顧客管理、マーケティング、新製品考案等)	販売部門(顧客の利便性向上、販売業務効率化等)	広報部門(広報チャンネルの多角化等)	総務、労務管理、財務部門(労務環境改善、働き方改革への対応等)	その他	無回答
全体		641	133	236	212	146	255	52	51
		100.0	20.7	36.8	33.1	22.8	39.8	8.1	8.0
DXの認知・取組状況	DXという言葉聞いたことがない(知らない)。	216	28	70	66	47	77	21	19
		100.0	13.0	32.4	30.6	21.8	35.6	9.7	8.8
	DXという言葉は知っているが、興味がない。	70	13	12	13	6	17	13	7
		100.0	18.6	17.1	18.6	8.6	24.3	18.6	10.0
	DXに向け、何をすればよいのかわからない(イメージがわからない)。	120	28	47	44	33	60	4	3
		100.0	23.3	39.2	36.7	27.5	50.0	3.3	2.5
	DXに興味はあるが、取り組んでいない。	97	25	43	35	20	39	4	5
		100.0	25.8	44.3	36.1	20.6	40.2	4.1	5.2
	DXに興味があり、情報収集しているが取組はあまり進んでいない。	60	24	37	26	15	36	2	0
	100.0	40.0	61.7	43.3	25.0	60.0	3.3	0.0	
DXに興味があり、既に取り組んでいる。	43	13	21	18	18	25	3	0	
	100.0	30.2	48.8	41.9	41.9	58.1	7.0	0.0	
無回答	35	2	6	10	7	1	5	17	
	100.0	5.7	17.1	28.6	20.0	2.9	14.3	48.6	

2. 2. 4. 業種別分析

○DXの取組状況（アンケート問4）

いずれの業種においてもDXの取組についてはあまり進んでいないが、「不動産業／物品賃貸業」では「DXという言葉聞いたことがない（知らない）」とする回答が51.5%と特に高くなっている。

		回答数	DXという言葉聞いたことがない(知らない)。	DXという言葉は知っているが、興味がない。	DXIに向け、何をすればよいかわからない(イメージがわかない)。	DXIに興味はあるが、取り組んでいない。	DXIに興味があり、情報収集しているが取組はあまり進んでいない。	DXIに興味があり、既に取組んでいる。	無回答
全体		641	216	70	120	97	60	43	35
		100.0	33.7	10.9	18.7	15.1	9.4	6.7	5.5
業種	製造業	128	36	19	22	28	13	5	5
		100.0	28.1	14.8	17.2	21.9	10.2	3.9	3.9
	建設業	63	22	13	17	4	4	-	3
		100.0	34.9	20.6	27.0	6.3	6.3	-	4.8
	医療／福祉	48	16	5	6	7	8	5	1
		100.0	33.3	10.4	12.5	14.6	16.7	10.4	2.1
	不動産業／物品賃貸業	33	17	2	7	2	-	3	2
		100.0	51.5	6.1	21.2	6.1	-	9.1	6.1
	教育／学習支援業	33	10	4	7	4	4	3	1
		100.0	30.3	12.1	21.2	12.1	12.1	9.1	3.0
	運輸業／郵便業	14	6	-	1	1	2	3	1
		100.0	42.9	-	7.1	7.1	14.3	21.4	7.1
	金融業／保険業	7	2	2	1	1	1	-	-
		100.0	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	-	-
	情報通信業	7	2	1	1	2	-	1	-
		100.0	28.6	14.3	14.3	28.6	-	14.3	-
卸売業	38	8	1	5	12	7	4	1	
	100.0	21.1	2.6	13.2	31.6	18.4	10.5	2.6	
小売業	75	28	8	15	9	6	3	6	
	100.0	37.3	10.7	20.0	12.0	8.0	4.0	8.0	
宿泊業／飲食サービス業	59	20	5	9	6	5	7	7	
	100.0	33.9	8.5	15.3	10.2	8.5	11.9	11.9	
その他サービス業	136	49	10	29	21	10	9	8	
	100.0	36.0	7.4	21.3	15.4	7.4	6.6	5.9	

○関心を持っているデジタル技術等（アンケート問5）

関心を持っているデジタル技術等について、「ホームページ」をみると「教育／学習支援業」で45.5%、「宿泊業／飲食サービス業」で37.3%とやや高くなっている一方で、「建設業」では22.2%と低くなっている。

		回答数	ホームページ	キャッシュレス決済	SNS	ECサイト	顧客管理システム	オフィス関係システム	WEB会議システム	AI	IoT	RPA	ビッグデータ	その他	無回答
全体		641	211	138	99	53	173	163	78	100	64	37	53	63	62
		100.0	32.9	21.5	15.4	8.3	27.0	25.4	12.2	15.6	10.0	5.8	8.3	9.8	9.7
業種	製造業	128	39	18	10	12	32	31	19	18	23	7	9	14	14
		100.0	30.5	14.1	7.8	9.4	25.0	24.2	14.8	14.1	18.0	5.5	7.0	10.9	10.9
	建設業	63	14	5	2	1	18	18	6	8	4	2	7	8	7
		100.0	22.2	7.9	3.2	1.6	28.6	28.6	9.5	12.7	6.3	3.2	11.1	12.7	11.1
	医療／福祉	48	15	15	9	5	11	15	10	11	11	5	5	4	4
		100.0	31.3	31.3	18.8	10.4	22.9	31.3	20.8	22.9	22.9	10.4	10.4	8.3	8.3
	不動産業／物品賃貸業	33	9	8	6	2	8	5	4	5	5	1	-	3	4
		100.0	27.3	24.2	18.2	6.1	24.2	15.2	12.1	15.2	15.2	3.0	-	9.1	12.1
	教育／学習支援業	33	15	8	6	1	10	11	5	4	2	1	3	1	3
		100.0	45.5	24.2	18.2	3.0	30.3	33.3	15.2	12.1	6.1	3.0	9.1	3.0	9.1
	運輸業／郵便業	14	1	-	-	-	6	5	-	3	-	2	-	2	2
		100.0	7.1	-	-	-	42.9	35.7	-	21.4	-	14.3	-	14.3	14.3
	金融業／保険業	7	3	2	3	1	2	3	2	1	1	-	-	1	-
		100.0	42.9	28.6	42.9	14.3	28.6	42.9	28.6	14.3	14.3	-	-	14.3	-
	情報通信業	7	2	-	2	1	-	3	-	1	1	2	-	-	1
		100.0	28.6	-	28.6	14.3	-	42.9	-	14.3	14.3	28.6	-	-	14.3
卸売業	38	17	9	6	6	10	12	3	8	2	4	3	5	1	
	100.0	44.7	23.7	15.8	15.8	26.3	31.6	7.9	21.1	5.3	10.5	7.9	13.2	2.6	
小売業	75	33	23	19	7	18	14	6	11	3	3	6	8	5	
	100.0	44.0	30.7	25.3	9.3	24.0	18.7	8.0	14.7	4.0	4.0	8.0	10.7	6.7	
宿泊業／飲食サービス業	59	22	21	13	10	19	9	5	14	5	5	6	7	6	
	100.0	37.3	35.6	22.0	16.9	32.2	15.3	8.5	23.7	8.5	8.5	10.2	11.9	10.2	
その他サービス業	136	41	29	23	7	39	37	18	16	7	5	13	11	15	
	100.0	30.1	21.3	16.9	5.1	28.7	27.2	13.2	11.8	5.1	3.7	9.6	8.1	11.0	

○デジタル技術を導入・活用したい部門（アンケート問6-1）

いずれの業種においても「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」に対する関心は高いものの、業種によって活用したい部門については相違がみられる。

「製造業」では「製造部門（生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等）」が 52.3%と高く、「医療／福祉」では「広報部門（広報チャンネルの多角化等）」が 37.5%とやや高く、さらに「教育／学習支援業」では 51.5%と非常に高い水準にある。「卸売業」では「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」が 65.8%、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」が 60.5%と極めて高くなっている。「宿泊業／飲食サービス業」では「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」が 42.4%と高くなっている。

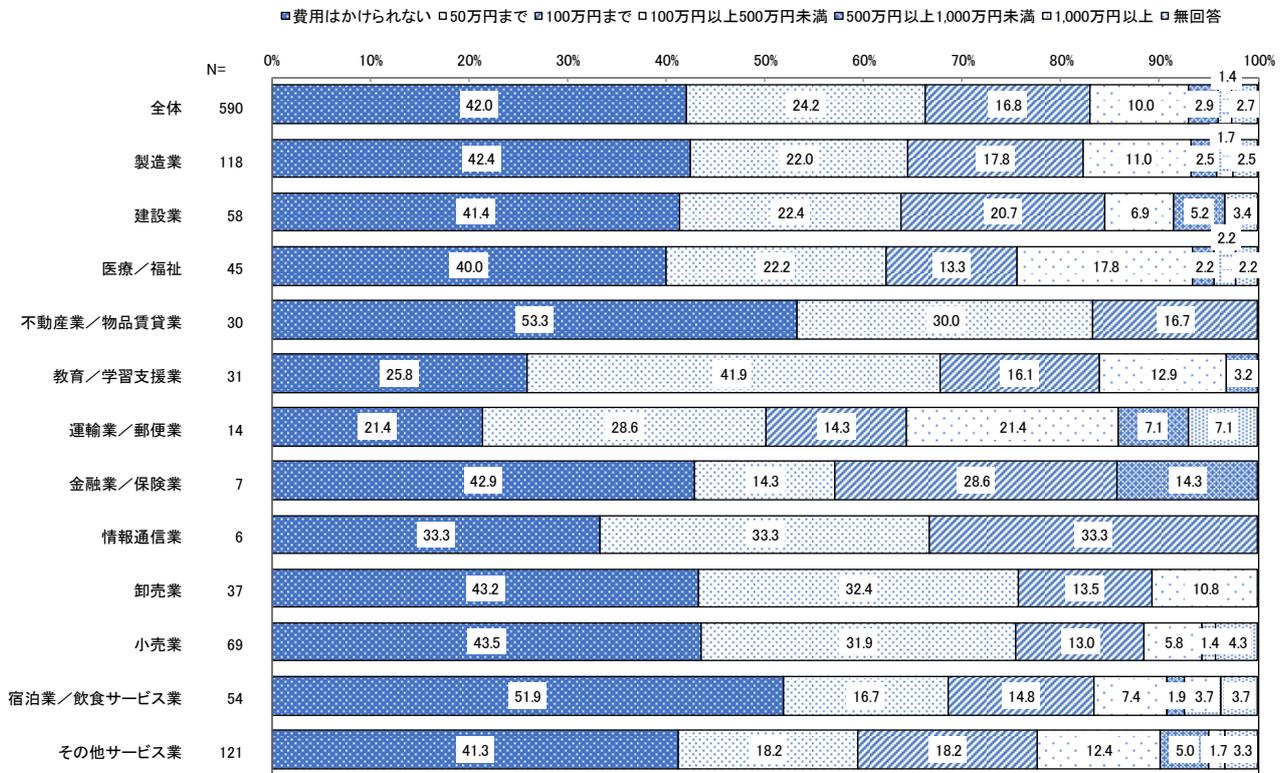
なお、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」については、「医療／福祉」で 54.2%、「建設業」で 54.0%、「その他サービス業」で 42.6%と他の業種に比べ高くなっている。

また「運輸業／郵便業」はサンプル数が少ないため参考程度となるが、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が 64.3%と非常に高くなっている。これは、近年ドライバー不足などの背景があるためと推察される。

		回答数	製造部門(生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等)	営業部門(顧客管理、マーケティング、新製品考案等)	販売部門(顧客の利便性向上、販売業務効率化等)	広報部門(広報チャンネルの多角化等)	総務、労務管理、財務部門(労務環境改善、働き方改革への対応等)	その他	無回答
全体		641	133	236	212	146	255	52	51
		100.0	20.7	36.8	33.1	22.8	39.8	8.1	8.0
業種	製造業	128	67	48	30	16	48	8	10
		100.0	52.3	37.5	23.4	12.5	37.5	6.3	7.8
	建設業	63	15	19	4	8	34	5	5
		100.0	23.8	30.2	6.3	12.7	54.0	7.9	7.9
	医療／福祉	48	4	15	9	18	26	4	3
		100.0	8.3	31.3	18.8	37.5	54.2	8.3	6.3
	不動産業／物品賃貸業	33	-	13	14	10	10	1	3
		100.0	-	39.4	42.4	30.3	30.3	3.0	9.1
	教育／学習支援業	33	1	13	9	17	12	3	2
		100.0	3.0	39.4	27.3	51.5	36.4	9.1	6.1
	運輸業／郵便業	14	2	6	5	2	9	1	-
		100.0	14.3	42.9	35.7	14.3	64.3	7.1	-
	金融業／保険業	7	-	2	2	-	3	1	-
		100.0	-	28.6	28.6	-	42.9	14.3	-
	情報通信業	7	-	1	3	2	1	1	1
		100.0	-	14.3	42.9	28.6	14.3	14.3	14.3
卸売業	38	7	23	25	7	15	4	1	
	100.0	18.4	60.5	65.8	18.4	39.5	10.5	2.6	
小売業	75	1	34	51	18	16	6	6	
	100.0	1.3	45.3	68.0	24.0	21.3	8.0	8.0	
宿泊業／飲食サービス業	59	10	21	25	19	23	5	5	
	100.0	16.9	35.6	42.4	32.2	39.0	8.5	8.5	
その他サービス業	136	26	41	35	29	58	13	15	
	100.0	19.1	30.1	25.7	21.3	42.6	9.6	11.0	

○投資可能額（アンケート問6-2・再掲）

これらの部門への導入に際しての投資可能額については、特に「不動産業／物品賃貸業」及び「宿泊業／飲食サービス業」では「費用はかけられない」が、それぞれ53.3%、51.9%と他の業種よりも高い水準となっている。



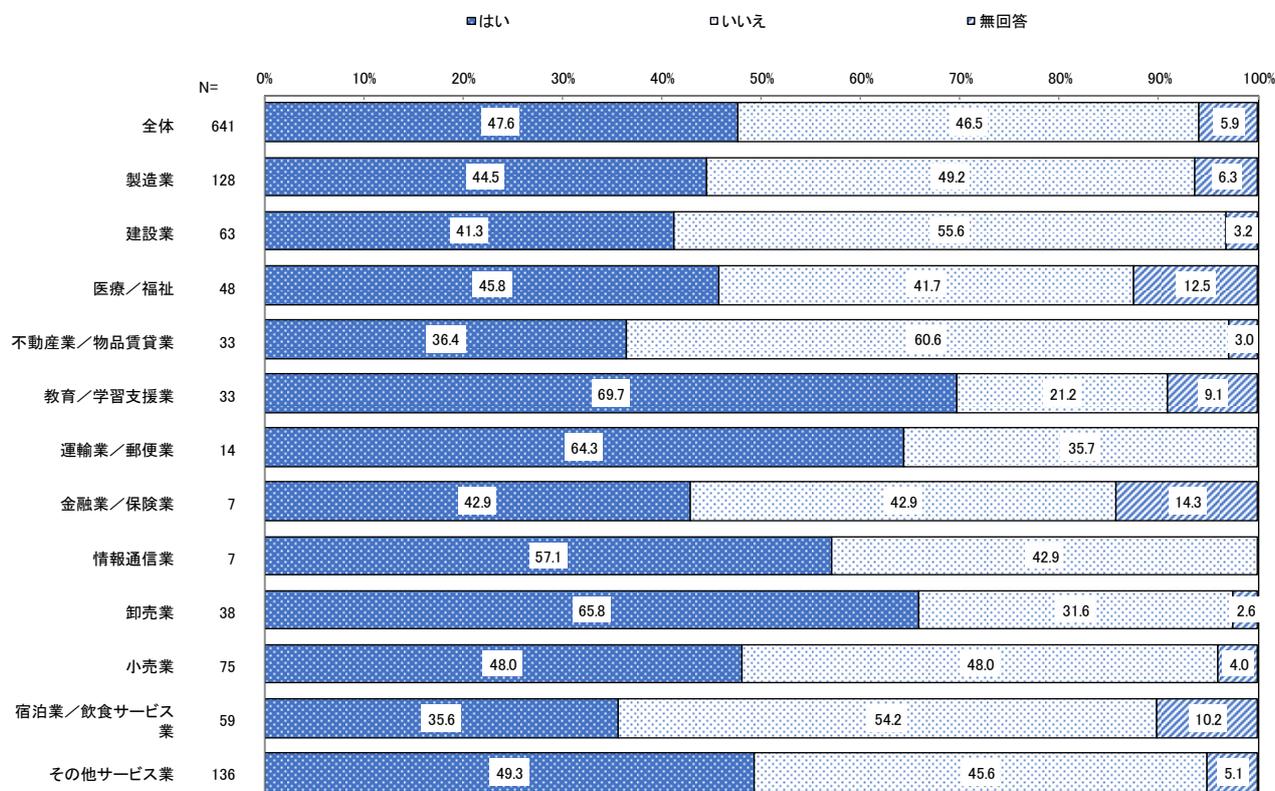
	回答数	費用はかけられない	50万円まで	100万円まで	100万円以上500万円未満	500万円以上1,000万円未満	1,000万円以上	無回答	
全体	590	248	143	99	59	17	8	16	
	100.0	42.0	24.2	16.8	10.0	2.9	1.4	2.7	
業種	製造業	118	50	26	21	13	3	2	3
		100.0	42.4	22.0	17.8	11.0	2.5	1.7	2.5
	建設業	58	24	13	12	4	3	-	2
		100.0	41.4	22.4	20.7	6.9	5.2	-	3.4
	医療／福祉	45	18	10	6	8	1	1	1
		100.0	40.0	22.2	13.3	17.8	2.2	2.2	2.2
	不動産業／物品賃貸業	30	16	9	5	-	-	-	-
		100.0	53.3	30.0	16.7	-	-	-	-
	教育／学習支援業	31	8	13	5	4	1	-	-
		100.0	25.8	41.9	16.1	12.9	3.2	-	-
	運輸業／郵便業	14	3	4	2	3	1	-	1
		100.0	21.4	28.6	14.3	21.4	7.1	-	7.1
	金融業／保険業	7	3	1	2	-	1	-	-
		100.0	42.9	14.3	28.6	-	14.3	-	-
情報通信業	6	2	2	2	-	-	-	-	
	100.0	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	
卸売業	37	16	12	5	4	-	-	-	
	100.0	43.2	32.4	13.5	10.8	-	-	-	
小売業	69	30	22	9	4	-	1	3	
	100.0	43.5	31.9	13.0	5.8	-	1.4	4.3	
宿泊業／飲食サービス業	54	28	9	8	4	1	2	2	
	100.0	51.9	16.7	14.8	7.4	1.9	3.7	3.7	
その他サービス業	121	50	22	22	15	6	2	4	
	100.0	41.3	18.2	18.2	12.4	5.0	1.7	3.3	

2. 3. デジタル技術等活用の阻害要因

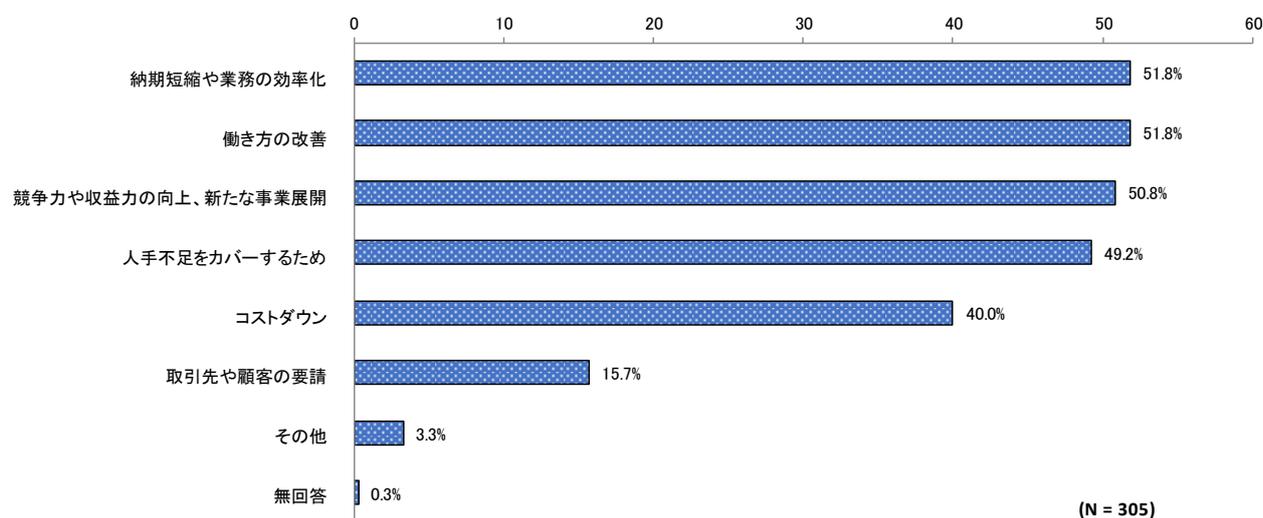
2. 3. 1. 総合分析

○デジタル技術等を導入・活用したいかどうか（アンケート問7）

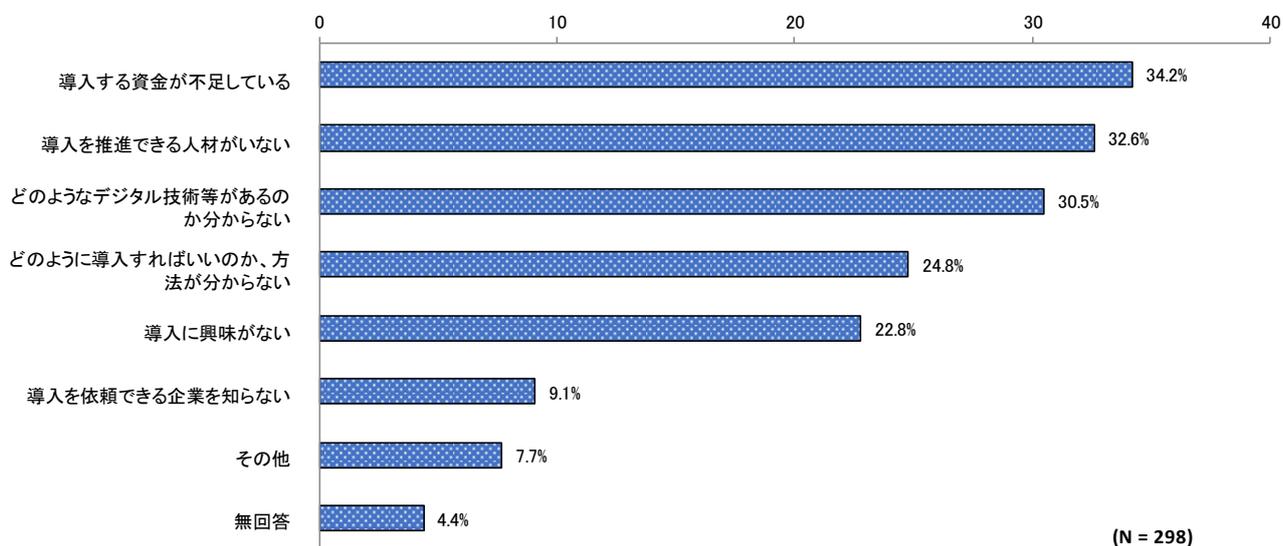
デジタル技術等を導入・活用したいかどうかについて、「はい」とする回答が47.6%を占めている。



デジタル技術等を導入・活用したいと回答した理由については、「納期短縮や業務の効率化」及び「働き方の改善」が51.8%と最も高く、次いで「競争力や収益力の向上、新たな事業展開」が50.8%となっている。なお、「人手不足をカバーするため」が49.2%、「コストダウン」も40.0%と比較的高い水準にある。その他の回答には、業務の効率化（人材が不足している上、昨今の人件費高騰に対して飲食業の今までの売上構造では対応しきれず、従業員に満足してもらえる雇用体制、福利厚生を維持するために、人員を増やさず、DX や設備に投資をしないと今後維持できない等。）への対応や業務に直結するもののほか、外部要因（社会インフラとの連携、法的要請）なども理由として挙げられていた。

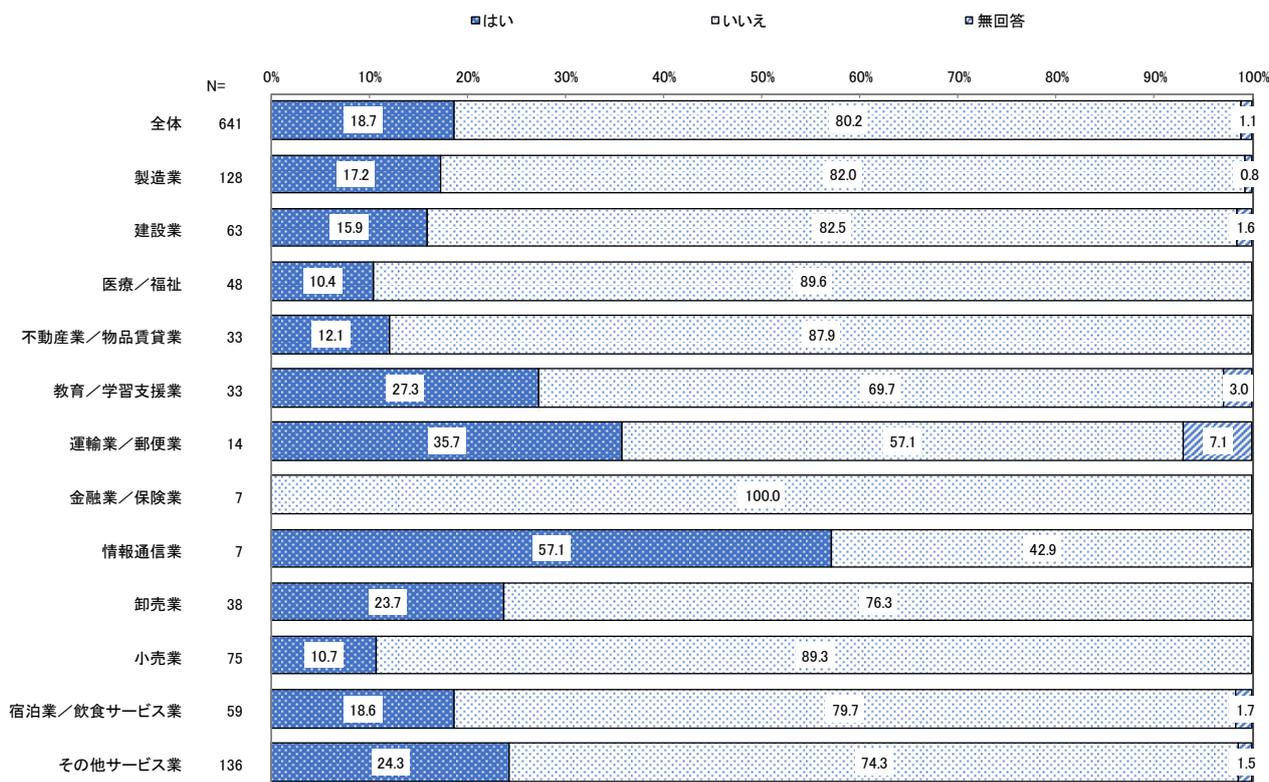


デジタル技術等を導入しない（できない）と回答した理由については、「導入する資金が不足している」が34.2%と最も高く、次いで「導入を推進できる人材がない」が32.6%、「どのようなデジタル技術等があるのか分からない」が30.5%となっている。その他の回答としては、「必要ない」や「分からない」などの回答が多かったが、「必要ない」と回答している企業については、具体的な効果が分からないことから必要ないと考えていることも考えられるため、デジタル技術導入による費用対効果などを示す必要もあろう。

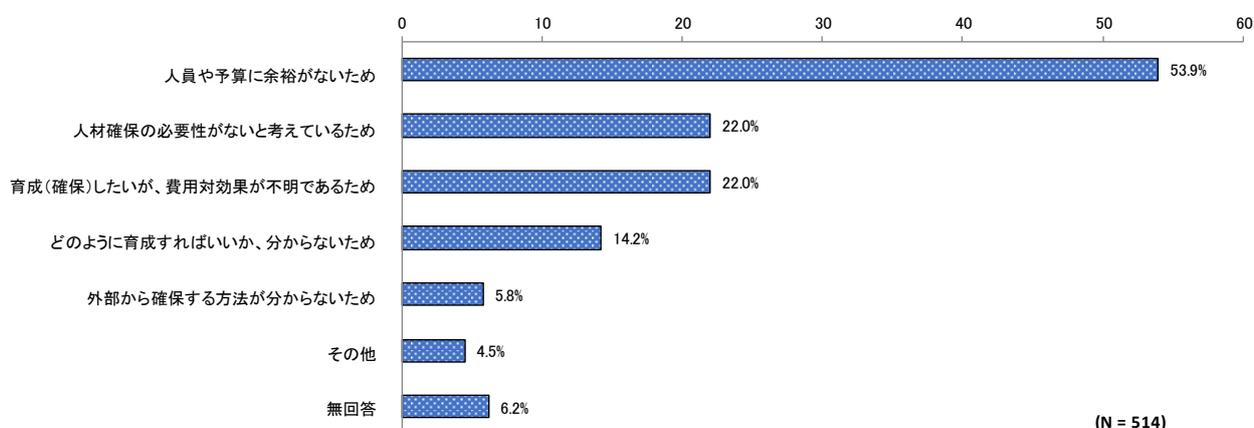


○デジタル技術の導入・活用を担う人材の確保（アンケート問8）

デジタル技術の導入・活用を担う人材の確保できているかどうかについては、「いいえ」が80.2%を占めている。

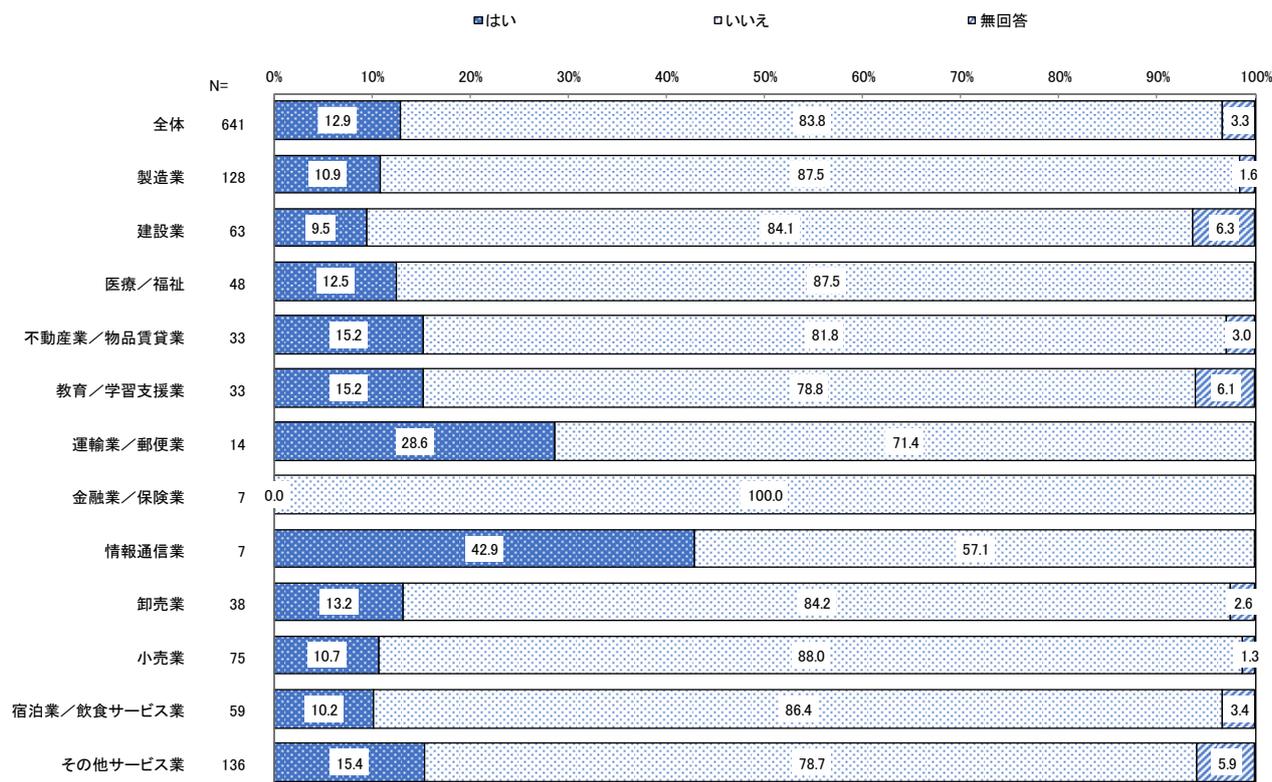


不足している理由としては「人員や予算に余裕がないため」が53.9%と最も高く、次いで「人材確保の必要性がないと考えているため」及び「育成(確保)したいが、費用対効果が不明であるため」が22.0%となっている。その他の回答としては「必要ない」とする回答が多かったが、これもデジタル技術等の導入の効果が分からないため、必要ないと判断している可能性がある。

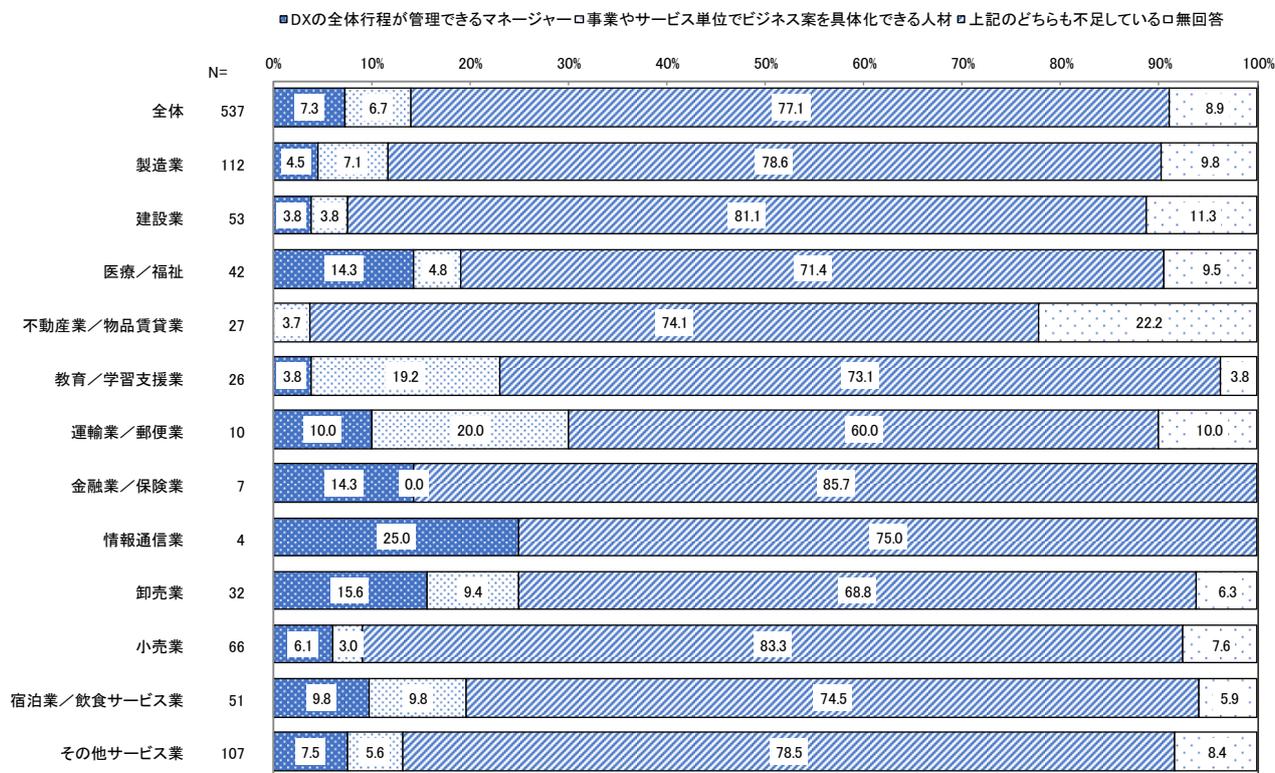


○人材確保 (アンケート問9)

DX 全体工程を管理するマネージャーや、事業・サービスの新たなビジネスモデルを具体化できる人材の確保ができているかどうかについては「いいえ」が83.8%を占めている。



不足している人材は、「上記（DX 全体工程を管理するマネージャー、事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材）のどちらも不足している」が77.1%と最も高く、「DXの全体行程が管理できるマネージャー」が7.3%、「事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材」が6.7%となっている。



2. 3. 2. 業種別分析

○デジタル技術等を導入・活用したいかどうか（アンケート問7）

業種別でみると、「はい」とする回答は「教育／学習支援業」で69.7%、「卸売業」で65.8%と高い一方、「不動産業／物品賃貸業」では36.4%、「宿泊業／飲食サービス業」では35.6%と低くなっている。

「宿泊業／飲食サービス業」では、新型コロナウイルス感染症の影響があったためと考えられる。

なお、サンプル数が少ないため、参考程度となるが、「はい」とする回答は「運輸業／郵便業」で64.3%、「情報通信業」で57.1%と高くなっている。「運輸業／郵便業」では、近年のドライバー不足、「情報通信業」では、業種上の性格が背景にあると考えられる。

		回答数	はい	いいえ	無回答
全体		641	305	298	38
		100.0	47.6	46.5	5.9
業種	製造業	128	57	63	8
		100.0	44.5	49.2	6.3
	建設業	63	26	35	2
		100.0	41.3	55.6	3.2
	医療／福祉	48	22	20	6
		100.0	45.8	41.7	12.5
	不動産業／物品賃貸業	33	12	20	1
		100.0	36.4	60.6	3.0
	教育／学習支援業	33	23	7	3
		100.0	69.7	21.2	9.1
	運輸業／郵便業	14	9	5	-
		100.0	64.3	35.7	-
	金融業／保険業	7	3	3	1
		100.0	42.9	42.9	14.3
	情報通信業	7	4	3	-
		100.0	57.1	42.9	-
卸売業	38	25	12	1	
	100.0	65.8	31.6	2.6	
小売業	75	36	36	3	
	100.0	48.0	48.0	4.0	
宿泊業／飲食サービス業	59	21	32	6	
	100.0	35.6	54.2	10.2	
その他サービス業	136	67	62	7	
	100.0	49.3	45.6	5.1	

デジタル技術等を導入・活用したい理由としては、「医療／福祉」では「人手不足をカバーするため」が72.7%と極めて高く、「宿泊業／飲食サービス業」では「コストダウン」が71.4%と非常に高くなっている。「コストダウン」については「医療／福祉」でも63.6%と高い水準にある。「製造業」では「納期短縮や業務の効率化」が59.6%とやや高くなっている。

	回答数	人手不足をカバーするため	コストダウン	納期短縮や業務の効率化	働き方の改善	競争力や収益力の向上、新たな事業展開	取引先や顧客の要請	その他	無回答	
全体	305	150	122	158	158	155	48	10	1	
	100.0	49.2	40.0	51.8	51.8	50.8	15.7	3.3	0.3	
業種	製造業	57	27	23	34	31	29	7	2	-
		100.0	47.4	40.4	59.6	54.4	50.9	12.3	3.5	-
	建設業	26	8	5	16	9	6	5	-	-
		100.0	30.8	19.2	61.5	34.6	23.1	19.2	-	-
	医療／福祉	22	16	14	15	15	13	3	1	-
		100.0	72.7	63.6	68.2	68.2	59.1	13.6	4.5	-
	不動産業／物品賃貸業	12	3	2	4	6	7	4	2	-
		100.0	25.0	16.7	33.3	50.0	58.3	33.3	16.7	-
	教育／学習支援業	23	14	12	8	12	14	2	1	-
		100.0	60.9	52.2	34.8	52.2	60.9	8.7	4.3	-
	運輸業／郵便業	9	6	3	5	8	4	2	1	-
		100.0	66.7	33.3	55.6	88.9	44.4	22.2	11.1	-
	金融業／保険業	3	2	-	-	2	1	1	-	-
		100.0	66.7	-	-	66.7	33.3	33.3	-	-
	情報通信業	4	-	1	1	2	2	1	-	-
		100.0	-	25.0	25.0	50.0	50.0	25.0	-	-
卸売業	25	8	10	13	10	15	2	1	-	
	100.0	32.0	40.0	52.0	40.0	60.0	8.0	4.0	-	
小売業	36	22	12	21	14	19	7	-	1	
	100.0	61.1	33.3	58.3	38.9	52.8	19.4	-	2.8	
宿泊業／飲食サービス業	21	14	15	8	16	13	5	1	-	
	100.0	66.7	71.4	38.1	76.2	61.9	23.8	4.8	-	
その他サービス業	67	30	25	33	33	32	9	1	-	
	100.0	44.8	37.3	49.3	49.3	47.8	13.4	1.5	-	

デジタル技術等を導入しない（できない）理由としては、いずれの業種においても「導入する資金が不足している」、「導入を推進できる人材がいない」及び「どのようなデジタル技術等があるのか分からない」に回答が集中しているが、「宿泊業／飲食サービス業」では「導入する資金が不足している」が53.1%と非常に高くなっており、新型コロナウイルス感染症による影響も考えられる。

	回答数	どのようなデジタル技術等があるのか分からない	どのように導入すればいいのか、方法が分からない	導入を推進できる人材がいない	導入を依頼できる企業を知らない	導入する資金が不足している	導入に興味が無い	その他	無回答	
全体	298	91	74	97	27	102	68	23	13	
	100.0	30.5	24.8	32.6	9.1	34.2	22.8	7.7	4.4	
業種	製造業	63	20	16	25	4	25	10	6	4
		100.0	31.7	25.4	39.7	6.3	39.7	15.9	9.5	6.3
	建設業	35	8	7	14	3	6	10	8	3
		100.0	22.9	20.0	40.0	8.6	17.1	28.6	22.9	8.6
	医療／福祉	20	8	7	5	3	7	3	1	2
		100.0	40.0	35.0	25.0	15.0	35.0	15.0	5.0	10.0
	不動産業／物品賃貸業	20	7	6	6	2	4	6	-	1
		100.0	35.0	30.0	30.0	10.0	20.0	30.0	-	5.0
	教育／学習支援業	7	5	2	2	2	2	1	-	-
		100.0	71.4	28.6	28.6	28.6	28.6	14.3	-	-
	運輸業／郵便業	5	2	-	1	-	1	1	-	1
		100.0	40.0	-	20.0	-	20.0	20.0	-	20.0
	金融業／保険業	3	1	1	2	1	2	2	-	-
		100.0	33.3	33.3	66.7	33.3	66.7	66.7	-	-
	情報通信業	3	1	-	-	-	1	1	-	-
		100.0	33.3	-	-	-	33.3	33.3	-	-
卸売業	12	1	3	1	-	4	2	3	1	
	100.0	8.3	25.0	8.3	-	33.3	16.7	25.0	8.3	
小売業	36	13	10	12	4	11	12	-	-	
	100.0	36.1	27.8	33.3	11.1	30.6	33.3	-	-	
宿泊業／飲食サービス業	32	7	11	10	4	17	5	1	-	
	100.0	21.9	34.4	31.3	12.5	53.1	15.6	3.1	-	
その他サービス業	62	18	11	19	4	22	15	4	1	
	100.0	29.0	17.7	30.6	6.5	35.5	24.2	6.5	1.6	

○デジタル技術の導入・活用を担う人材の確保（アンケート問8）

「教育／学習支援業」では、「いいえ」が69.7%と他の業種に比べて低い水準にある。なお、サンプル数が少なく参考程度となるが、「はい」とする回答が「情報通信業」では57.1%、「運輸業／郵便業」では35.7%と、他の業種に比べ高くなった。

		回答数	はい	いいえ	無回答
全体		641	120	514	7
		100.0	18.7	80.2	1.1
業種	製造業	128	22	105	1
		100.0	17.2	82.0	0.8
	建設業	63	10	52	1
		100.0	15.9	82.5	1.6
	医療／福祉	48	5	43	-
		100.0	10.4	89.6	-
	不動産業／物品賃貸業	33	4	29	-
		100.0	12.1	87.9	-
	教育／学習支援業	33	9	23	1
		100.0	27.3	69.7	3.0
	運輸業／郵便業	14	5	8	1
		100.0	35.7	57.1	7.1
	金融業／保険業	7	-	7	-
		100.0	-	100.0	-
情報通信業	7	4	3	-	
	100.0	57.1	42.9	-	
卸売業	38	9	29	-	
	100.0	23.7	76.3	-	
小売業	75	8	67	-	
	100.0	10.7	89.3	-	
宿泊業／飲食サービス業	59	11	47	1	
	100.0	18.6	79.7	1.7	
その他サービス業	136	33	101	2	
	100.0	24.3	74.3	1.5	

不足している理由は、「不動産業／物品賃貸業」以外の業種では「人員や予算に余裕がないため」が最も高くなった。なお、「不動産業／物品賃貸業」では「人材確保の必要性がないと考えているため」が41.4%で最も高くなっている。

		回答数	人材確保の 必要性がない と考えている ため	どのように育 成すればいい か、分から ないため	人員や予算 に余裕がない ため	育成(確保) したいが、費 用対効果が 不明である ため	外部から確 保する方法 が分からな いため	その他	無回答
全体		514	113	73	277	113	30	23	32
		100.0	22.0	14.2	53.9	22.0	5.8	4.5	6.2
業種	製造業	105	18	16	64	24	5	7	5
		100.0	17.1	15.2	61.0	22.9	4.8	6.7	4.8
	建設業	52	16	4	21	8	2	4	3
		100.0	30.8	7.7	40.4	15.4	3.8	7.7	5.8
	医療／福祉	43	7	11	22	11	2	1	5
		100.0	16.3	25.6	51.2	25.6	4.7	2.3	11.6
	不動産業／物品賃貸業	29	12	2	8	4	1	2	4
		100.0	41.4	6.9	27.6	13.8	3.4	6.9	13.8
	教育／学習支援業	23	5	3	13	5	2	2	-
		100.0	21.7	13.0	56.5	21.7	8.7	8.7	-
	運輸業／郵便業	8	2	-	4	2	-	-	1
		100.0	25.0	-	50.0	25.0	-	-	12.5
	金融業／保険業	7	2	2	3	2	1	1	-
		100.0	28.6	28.6	42.9	28.6	14.3	14.3	-
情報通信業	3	1	-	2	-	-	-	-	
	100.0	33.3	-	66.7	-	-	-	-	
卸売業	29	4	6	14	10	3	1	3	
	100.0	13.8	20.7	48.3	34.5	10.3	3.4	10.3	
小売業	67	13	13	39	12	5	1	6	
	100.0	19.4	19.4	58.2	17.9	7.5	1.5	9.0	
宿泊業／飲食サービス業	47	10	5	29	11	3	-	2	
	100.0	21.3	10.6	61.7	23.4	6.4	-	4.3	
その他サービス業	101	23	11	58	24	6	4	3	
	100.0	22.8	10.9	57.4	23.8	5.9	4.0	3.0	

○人材確保（アンケート問9）

DX全体工程を管理するマネージャー、事業・サービスの新たなビジネスモデルを具体化できる人材確保については、参考程度となるが、「情報通信業」において「はい」が42.9%と、他の業種に比べ最も高くなった。

		回答数	はい	いいえ	無回答
全体		641	83	537	21
		100.0	12.9	83.8	3.3
業種	製造業	128	14	112	2
		100.0	10.9	87.5	1.6
	建設業	63	6	53	4
		100.0	9.5	84.1	6.3
	医療／福祉	48	6	42	-
		100.0	12.5	87.5	-
	不動産業／物品賃貸業	33	5	27	1
		100.0	15.2	81.8	3.0
	教育／学習支援業	33	5	26	2
		100.0	15.2	78.8	6.1
	運輸業／郵便業	14	4	10	-
		100.0	28.6	71.4	-
	金融業／保険業	7	-	7	-
		100.0	-	100.0	-
	情報通信業	7	3	4	-
		100.0	42.9	57.1	-
卸売業	38	5	32	1	
	100.0	13.2	84.2	2.6	
小売業	75	8	66	1	
	100.0	10.7	88.0	1.3	
宿泊業／飲食サービス業	59	6	51	2	
	100.0	10.2	86.4	3.4	
その他サービス業	136	21	107	8	
	100.0	15.4	78.7	5.9	

不足の理由としては、「上記（DX全体工程を管理するマネージャー、事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材）のどちらも不足している」がいずれの業種でも最も高くなっている。

		回答数	DXの全体工程が管理できるマネージャー	事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材	上記のどちらも不足している	無回答
全体		537	39	36	414	48
		100.0	7.3	6.7	77.1	8.9
業種	製造業	112	5	8	88	11
		100.0	4.5	7.1	78.6	9.8
	建設業	53	2	2	43	6
		100.0	3.8	3.8	81.1	11.3
	医療／福祉	42	6	2	30	4
		100.0	14.3	4.8	71.4	9.5
	不動産業／物品賃貸業	27	-	1	20	6
		100.0	-	3.7	74.1	22.2
	教育／学習支援業	26	1	5	19	1
		100.0	3.8	19.2	73.1	3.8
	運輸業／郵便業	10	1	2	6	1
		100.0	10.0	20.0	60.0	10.0
	金融業／保険業	7	1	-	6	-
		100.0	14.3	-	85.7	-
	情報通信業	4	1	-	3	-
		100.0	25.0	-	75.0	-
卸売業	32	5	3	22	2	
	100.0	15.6	9.4	68.8	6.3	
小売業	66	4	2	55	5	
	100.0	6.1	3.0	83.3	7.6	
宿泊業／飲食サービス業	51	5	5	38	3	
	100.0	9.8	9.8	74.5	5.9	
その他サービス業	107	8	6	84	9	
	100.0	7.5	5.6	78.5	8.4	

2. 4. デジタル技術等活用の課題

2. 4. 1. 総合的な課題考察

2. 4. 1-1. 外的環境に関する課題考察

(1) 人手不足の慢性化

近年は、慢性的な人手不足が指摘されており、この解決が重要な経営課題のひとつとして挙げられている。特に人的なリソースの減少が事業継続に直結する中小企業では、深刻な課題となっている。

「中小企業白書 2021」によると、2013 年以降、中小企業全ての業種で従業員数過不足 DI はマイナスで推移し、人手不足感は強まる傾向にある。コロナ禍の 2020 年に一時緩和したが、足元ではいずれの業種でも DI はマイナスで推移している。こうした人手不足の影響で、サービス業等においては「売上機会の逸失」、製造業においては「残業時間の増大」「納期遅れなどのトラブル」などの問題が生じている。このような人手不足に起因する問題を解決する方策の一つとして、デジタル技術の有効活用を図ることが求められている。

一方、人手不足の問題は、IT 人材でも同様であり、経済産業省の「IT 人材需給に関する調査」においても、最も悪いシナリオで 79 万人、中間のシナリオでも 45 万人が不足すると予測されている。

(2) DX の推進による「2025 年の壁」克服

経済産業省の「DX レポート」によると、「2025 年の壁」とは、日本企業がそのまま DX を推進できなかった場合の経済的な損失を指し、その損失は最大で年間 12 兆円になると算出している。

このような損失が発生する理由として、経済産業省ではレガシーシステムに起因するシステムリスクと説明している。レガシーシステムとは、過去の技術や仕組みで構築されているシステムを指す用語で、1980 年代頃からのメインフレームや、それらを小型化したオフコンと呼ばれるコンピューターを使ったシステムが主なものとなる。経済産業省では、約 8 割の企業がいまだにレガシーシステムを抱えているとした上で、「IT 人材が不足する中、レガシーシステムの保守・運用に IT・ソフトウェア人材が割かれており、貴重な『IT 人材資源』の浪費につながっている」と指摘している。

(3) 製造業の企業変革力を強化する DX の推進

海外の先進企業に比べ、日本の製造業は、国内サプライチェーンの DX への取組は十分とは言えず、未着手や限定的な実施、実証段階で留まっており、サプライチェーンの DX 化を進めることが課題となっている。

経済産業省の「製造基盤白書（ものづくり白書）」によると、我が国では“Connected Industries（コネクテッドインダストリーズ）”というコンセプトを提唱し DX 化を推進している。“Connected Industries”とは、データを介して、機械、技術、人など様々なものがつながることで、新たな付加価値創出と社会課題の解決を目指す産業の在り方である。このコンセプトを具体化する上でカギとなるのが、IoT や AI を始めとする最新のデジタル技術である。

2. 4. 1-2. 県内中小企業に関する課題考察

そもそも、DX とは、2004 年にスウェーデンのウメオ大学のエリック・ストルターマン教授によって提唱された概念であるが、経済産業省では、DX を以下のように定義付けしている。

「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、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。デジタル化によってトランスフォーメーション(変革)させるのは、製品、サービス、ビジネスモデルという「企業の売り物」だけでなく、業務、組織、プロセス、企業文化・風土という「企業組織・企業活動」におよぶ。そして、その目的は、競争上の優位性、つまり、他の会社よりも儲かる仕組みをつくること」であるとしている。

言い換えると、DX化は、ビジネス環境の激しい変化(既述したような外部環境)に対応する中で業務、組織、プロセス、企業文化・風土「企業組織・企業活動」(内部環境)を変革し、デジタル技術等を利用した業務効率化等により経営の課題の改善などをもたらすものである。

したがって、DX化はデジタル化を「手段」として、製品・サービス・ビジネスモデルの変革を進めるものであり、単にデジタル技術等を導入することとは異なる。

こうした前提を踏まえたうえで、県内中小企業がDX化を推進するうえで、課題となることについて考察していく。

(1) 県内中小企業のデジタル技術等の導入状況

県内中小企業が導入・活用しているデジタル技術等としては「ホームページ」が最も多く全体の2/3の企業が導入し、次いで「オフィス関連システムやソフト(労務管理、財務会計管理等)」「WEB会議システム(Zoomなど)」が4割弱、「キャッシュレス決済」が3割強、「SNS」が3割弱と、比較的導入しやすく費用も高額にはならないものが多い。

将来的に関心を持っているデジタル技術としては、「ホームページ」が3割強、「顧客管理システム」「オフィス関係システム」が3割弱、「キャッシュレス決済」が2割強となっており、「ホームページ」「顧客管理システム」「オフィス関連システム」など、現在導入しているデジタル技術等の延長線にある技術を求めている傾向がみられる。

次に、現在導入しているデジタル技術等の種別ごとに、将来的に関心を持っているデジタル技術等をみると、販売(ECサイト等)や広報(SNS等)に関するツールを導入している企業は、顧客との関係性の強化に寄与する顧客管理システムへの関心が総じて高くなっている。また、RPAを導入している企業は元来事務の効率化を重視しているためか、オフィス関係システムやAI活用等に強い関心を示しており、AI導入済企業も、AIの更なる活用やIoT等の高度なデジタル技術に関心を抱いている。

一方、現時点で特にデジタルを導入していない企業は全体の1/8を占めるが、デジタル技術全般に関する関心は極めて低くなっている。

以上のことから、デジタル支援策の提供に当たっては、全ての企業に対する画一的なアプローチではなく、各企業が既に導入しているデジタル技術やデジタル活用の熟度を把握したうえで、各社の状況に応じたきめ細かい対応が必要と考えられる。

(2) 部門別のデジタル技術等の導入意向

どのような部門でデジタル技術等を導入・活用したいかについては、「総務、労務管理、財務部門(労務環境改善、働き方改革への対応等)」が約4割、「営業部門(顧客管理、マーケティング、新製品考案等)」及び「販売部門(顧客の利便性向上、販売業務効率化等)」が3割台となり、業務に直結するものと間接部門とに大別された。

また、県内中小企業が導入・活用しているデジタル技術等の種別ごとに確認したところ、基本的な傾向に大きな相違は見られなかったが、「営業部門(顧客管理、マーケティング、新製品考案等)」では「ECサイト(インターネット上で商品等を販売するサイト)」で6割弱、「ホームページ」でも4割超と高く

なり、「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」については「SNS」及び「キャッシュレス決済」で5割前後と高くなった。

さらに、デジタル技術等を導入・活用したい部門別に、将来的に関心を持っているデジタル技術をみたところ、主な技術については概ね同様の傾向であったが、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」では「オフィス関係システム」が4割強と高くなった。

これまでのデジタル導入支援メニューは、主に製造部門の生産性向上や販売部門におけるキャッシュレス化の促進など、特定の部門に重点化する傾向が見受けられ、こうした中で「総務、労務管理、財務部門」や「営業部門」のデジタル化支援は想定的に手薄になっていた可能性があり、支援メニューと現場ニーズのギャップの解消が課題となっている。

また、間接業務はいずれの業種にも共通する機能であり、この部分の生産性向上の取組については業種を超えて横展開することにより、県内企業活動全体の底上げを図ることも可能になると考えられる。

（3）DXに興味がある企業がデジタル技術等を導入・活用したい部門

デジタル技術等を導入・活用したい部門については、「DXに興味があり、情報収集しているが取組はあまり進んでいない。」企業では「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」及び「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が6割以上と極めて高くなった。「DXに興味があり、既に取り組んでいる。」企業では「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」が6割弱と非常に高いが、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」及び「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」のほかの部門でも、比較的関心が高くなっている。

（4）投資可能額について

いずれの技術や部門でみても、デジタル技術や企業の各部門への投資可能額は100万円までの企業が7～8割を占め、特に現在何もしていない企業では9割超を占めている。また、概ね「費用はかけられない」がいずれの技術や部門においても、概ね最も高い割合を占めている。

様々なデジタル技術等を県内中小企業に導入するに当たり、コスト面に目を向けると、その投資可能額は限られていることから、最小の投資で効果を上げる方策の検討が求められる。たとえば、IT補助金など国の補助金を獲得するための相談・支援の充実のほか、多額の費用をかけずとも活用可能なデジタル技術等の提案、費用対効果の高い成功事例の紹介などの工夫が必要である。

（5）県内中小企業のデジタル人材確保の状況

県内中小企業のデジタル人材確保については、確保できていないとする企業が約8割を占めており、その理由としては「人員や予算に余裕がないため」が5割超と圧倒的に高くなったほか、「人材確保の必要性がないと考えているため」及び「育成（確保）したいが、費用対効果が不明であるため」が2割強となった。

また、DX全体工程を管理するマネージャーや事業・サービスの新たなビジネスモデルを具体化できる人材など、より専門性の高い人材についても、確保できていない企業が8割強を占めた。

不足している人材としては、「DX全体工程を管理するマネージャー」及び「事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材」のどちらも不足している」とする企業が8割弱を占め、どちらか一方の人材が不足している企業を含めると、実に9割以上の企業で専門人材が不足している。

このように県内中小企業が、DXの取組推進を図る上で、人材不足の問題をいかに解決していくかが重

要であるといえよう。

(6) 県内中小企業の DX 取組状況

現在の県内中小企業のデジタル技術等の導入状況をみると、一定程度のデジタル技術の導入は進んでいるが、県内中小企業の DX の取組状況をみると、9 割弱が取組をしていない状況にある。さらに「DX という言葉を聞いたことがない（知らない）」とする企業が 3 割強を占め、DX に対する認知度が低いこともうかがわれる結果となった。

これまでの考察から、県内中小企業が導入あるいは将来的に導入したいと考えているデジタル技術等の大半は、レガシーシステムに分類されるものである可能性が高いと考えられ、「DX」に対する認識は低いものと考えられる。

しかし、今後のデジタル技術等の導入・活用については、導入したいとする企業が半数近くを占めており、その理由として「納期短縮や業務の効率化」及び「働き方の改善」や「競争力や収益力の向上、新たな事業展開」が 5 割強となっている。そのほか「人手不足をカバーするため」も 5 割弱、「コストダウン」も 4 割となるなど、業務改善のためにデジタル技術等を導入・活用したいと考える企業は多い。

その一方で、導入しない（できない）とする企業では、「導入する資金が不足している」や「導入を推進できる人材がない」、「どのようなデジタル技術等があるのか分からない」などの回答が 3 割台を占めている。

したがって、これまでの投資可能額や人材確保の状況を踏まえても、県内中小企業の DX の取組を推進するためには、資金不足、人材不足及びデジタル技術・DX に対する認識不足の問題をどのように解決していくかが重要であるといえよう。

(7) 県内企業における DX 化推進の課題

これまでの考察から、県内中小企業における DX 化推進の課題としては、資金不足、人材確保及びデジタル技術・DX に対する認識不足の問題が挙げられよう。

コストの問題は、クラウド型アプリケーション（Google スプレッドシートなどは無料で利用可能）などを積極的に活用することで、ある程度の問題解決は図られると思われる。特に、労務管理や経理、総務などの間接部門の問題に関しては、これらのツールを活用することが有効であろう。一方で「競争力や収益力の向上、新たな事業展開」など、営業に関わる部分はデジタル技術に限らず、一般的に中小企業が苦手とする分野である。拡販を図る上で十分なデータを持っていても、それらのデータの価値に気が付いていない企業も多い。本調査結果においても、「どのようなデジタル技術等があるのか分からない」とする回答が資金や人材に次いで多くなったが、これもそうしたデータの価値に気が付いていない企業が多いことを示唆している。

なお、DX への関心の強さや取組レベルごとのデジタル技術導入状況を見ると、DX に取り組んでいる企業（取組中企業）、DX に興味はあるが未着手の企業（未着手企業）、DX に関心のない企業（無関心企業）の順に導入が進んでいる。興味のあるツールも、取組中企業はホームページからオフィス関係システム、顧客管理システム、AI へとシフトしており、デジタル導入段階に応じて関心の対象が移行することがうかがわれる。

デジタル技術等を導入しない（できない）理由として、いずれの企業も「資金不足」「人材不足」をあげているが、無関心企業は「どのような技術があるかわからない」「導入方法がわからない」も高くなっている。

デジタル人材については、取組中企業の半数以上が確保できているが、未着手・無関心企業は約8割が確保できていない。こうした人材を育成するための研修について、取組中企業の約2/3が興味を持つ一方、無関心企業は7割以上が興味を示していない。

専門家相談やセミナー・講習会、資金支援に対しても、取組中・未着手企業が高い関心を示す一方、無関心企業の関心は低くなっている。

このため、今後のデジタル化支援策の展開に当たっては、各企業のデジタル活用の熟度や問題意識のレベルに応じた対応が必要と考える。一定程度デジタルの活用が進んでいる企業に対しては、個々のニーズやレベルに応じた支援メニューを充実させるとともに、DXに向けたステップアップをサポートする体系的な支援が求められよう。一方、デジタルの活用が十分進んでいない企業に対しては、まずは経営課題の有効な解決策としてデジタル技術の基本的知識と関心を持ってもらうところから始め、多額の費用や手間をかけずに「最初の一步」を踏み出すための丁寧な支援を工夫することが必要と考える。

(8) 課題に対する気付き

中小企業の強みにも関係するが、中小企業の課題は小回りがきく、または対応力がある、あるいはニッチな分野における特別な技術の保有など、現場の日常業務レベルの領域に多くの強みがある。こうした現場の業務レベルの強みは、社外からは見えづらく、社内（自社）からも業務レベルであるために、それが強みであると明確に認識できないことが多い。このような中小企業の特性は、自社の弱みや課題についても、明確に認識できていないことにある。

まずは各企業が自社の強み（あるいは弱み・課題）を明確に認識しなければ、DXを進めるために必要な資金援助や人材確保への支援を行っても、それらの支援が有効に働かない可能性がある。したがって、まずは自社の強み等を把握するための経営支援も行える専門家などを派遣し、個々の県内中小企業においてDXを推進するための課題を共に探し、それらの課題解決のために必要となるデジタルツールを見つけ、製品・サービス・ビジネスモデルの変革を進める取組が重要となる。

2. 4. 2. 業種別の課題考察

(1) 県内中小企業のデジタル技術等の導入状況

県内中小企業で導入されているデジタル技術等としては、「ホームページ」が「医療／福祉」、「教育／学習支援業」及び「卸売業」で7～9割以上と特に導入されていた。また「教育／学習支援業」では「WEB会議システム（Zoomなど）」及び「SNS」が6割以上となった。

一方で「不動産業／物品賃貸業」では「ホームページ」が4割弱となり、「建設業」でも5割強と他の業種に比べ利用されていない傾向がみられた。

これまでのデジタル化支援における補助金等の公的支援の対象は、主に「製造分野の生産性向上」「商業・サービス分野のデジタル活用（キャッシュレス決済、ECサイト等）」が中心であったことも、業種ごとのばらつきを生んでいる可能性がある。

なお、県内中小企業が、将来的に関心を持っているデジタル技術等としては、「ホームページ」が「教育／学習支援業」で5割弱、「宿泊業／飲食サービス業」で4割弱となっている一方で、「建設業」では2割強と関心が低かった。こうしたことから、「教育／学習支援業」や「宿泊業／飲食サービス業」では、「ホームページ」等の活用により集客を図ることなどに対する関心が高く、建設業ではその業務の性格上、ホームページ活用などの必要性が高くないということが考えられる。

(2) 部門別のデジタル技術等の導入意向

いずれの業種においても「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」に対する関心は高いが、業種によって活用したい部門については相違がみられた。

「製造業」では「製造部門（生産性向上、生産工程の効率化、製品の質向上等）」が5割強、「医療／福祉」では「広報部門（広報チャンネルの多角化等）」が4割弱、「教育／学習支援業」でも「広報部門（広報チャンネルの多角化等）」は5割強となった。「卸売業」では「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」が6割超、「営業部門（顧客管理、マーケティング、新製品考案等）」が約6割と極めて高くなった。「宿泊業／飲食サービス業」では「販売部門（顧客の利便性向上、販売業務効率化等）」が4割強となった。

なお、「総務、労務管理、財務部門（労務環境改善、働き方改革への対応等）」については、「医療／福祉」及び「建設業」にて5割強、「その他サービス業」で4割強と他の業種に比べ高くなった。

(3) 投資可能額

部門別のデジタル技術等導入に際しての投資可能額については、特に「不動産業／物品賃貸業」及び「宿泊業／飲食サービス業」では「費用はかけられない」が5割強と他の業種よりも高くなった。

「不動産業／物品賃貸業」は全般的にデジタル技術等導入に対して関心が薄いことがうかがわれるが、「宿泊業／飲食サービス業」については、新型コロナウイルス感染症の影響についても考える必要があろう。

(4) 県内中小企業のデジタル人材確保の状況

県内中小企業のデジタル人材確保については、確保できていないとする企業が、いずれの業種においても8割前後を占めているが、「教育／学習支援業」では7割弱にとどまっている。

人材が不足している理由としては、「不動産業／物品賃貸業」以外の業種では「人員や予算に余裕がないため」が最も高くなったが、「不動産業／物品賃貸業」では「人材確保の必要性がないと考えているため」が4割強と最も高くなっており、「不動産業／物品賃貸業」ではデジタル人材の確保について、関心が低いことがうかがわれる。

また、DX全体工程を管理するマネージャーや事業・サービスの新たなビジネスモデルを具体化できる人材など、より専門性の高い人材についても、確保できていない企業がいずれの業種でも8割前後を占めた。

不足している人材としては、「DX全体工程を管理するマネージャー」及び「事業やサービス単位でビジネス案を具体化できる人材」のどちらも不足しているとする企業が、いずれの業種でも概ね8割前後を占めた。また、どちらか一方の人材が不足している企業を含めると、いずれの業種でも9割前後の企業で専門人材が不足している。

(5) 県内中小企業のDX取組状況

DXの取組状況は、いずれの業種でもみてもあまり進んでおらず、特に「不動産業／物品賃貸業」では「DXという言葉聞いたことがない(知らない)」とする回答が5割強となっており、他の業種と比較して、特に関心が低いことがうかがわれる。

今後のデジタル技術等の導入・活用については、「教育／学習支援業」で7割弱、「卸売業」で6割超と導入意向が高い一方、「不動産業／物品賃貸業」及び「宿泊業／飲食サービス業」では4割弱となり関

心は低い。「不動産業／物品賃貸業」はこれまでの分析から、デジタル技術等の導入に関心が薄いことがうかがわれるが、「宿泊業／飲食サービス業」に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響があったことも考慮すべきであろう。

デジタル技術等を導入したい理由として、「医療／福祉」では「人手不足をカバーするため」が7割強と極めて高く、「コストダウン」も6割強と非常に高くなった。「宿泊業／飲食サービス業」でも「コストダウン」が7割強と極めて高くなっている。「製造業」では「納期短縮や業務の効率化」が6割弱とやや高くなっている。

一方で、デジタル技術等を導入しない（できない）理由としては、いずれの業種においても「導入する資金が不足している」、「導入を推進できる人材がない」及び「どのようなデジタル技術等があるのか分からない」に回答が集中している。特に「宿泊業／飲食サービス業」では「導入する資金が不足している」が5割強と非常に高くなっている。

（6）業種ごとのDX推進に際しての課題

今後のデジタル技術等の導入・活用について、その目的でみていくと、「医療／福祉」は代表的なエッセンシャルワークであり、また新型コロナウイルス感染症の影響もあること、「宿泊業／飲食サービス業」も同じく新型コロナウイルス感染症の影響を受けていることから、「人手不足をカバーするため」や「コストダウン」などの回答が集中したものと考えられる。とりわけ「宿泊業／飲食サービス業」では「導入する資金が不足している」とする回答も高くなった。これらの業種の企業に対しては、他の新型コロナウイルス感染症関連の支援制度と共にDXに対する支援策も考えていく必要がある。

製造業では「納期短縮や業務の効率化」が高くなったが、これは埼玉県内の中小製造業者にとっては大きな課題である。県内の製造業の特性から自動車産業のサプライチェーンに連なっている企業が多く、これらの中小事業者は短納期に対するメーカーからの要求が強いことが想定されるためである。

自動車メーカーは、トヨタのジャストインタイムに代表されるように、在庫負担を持つことを避ける。それが故、その在庫負担は下請けに行くことも多く、下請け企業の資金効率を悪化させかねない。メーカーからの要請という致し方ない面もあるが、中小事業者自身、自社の経営効率向上のためにもデジタル化に取り組み、製造工程等の効率化を図ることが重要となろう。

「不動産業／物品賃貸業」「建設業」は、他の業種に比べデジタル技術の導入状況がやや低くなっていたが、埼玉県の経済活動においてこれらの業種が果たしている役割は大きく（※）、両業種の生産性を高めることで県経済にもたらされるプラスの効果は大きいと考えられる。それぞれの業界団体と連携した支援の充実などを工夫していく必要がある。

※建設業の事業所数：全国4位（平成28年）

不動産：県内生産額に占めるシェア12.4%（全国平均7.6%）平成23年度