
令和4年度
青森県中小企業DX実態把握調査
報告書

令和4年11月

青森県 商工労働部 地域産業課

目 次

I 要旨	1
1 調査目的	1
2 調査方法	1
3 調査結果及び施策の方向性	2
4 調査結果（概要）	4
II 調査結果	7
1 青森県の産業構造、社会環境	7
2 青森県におけるDX推進の取組に係る分析結果	11
(1) 取組状況	11
(2) 課題	13
(3) 業種別の分析結果	14
① 食料品製造業	15
② 繊維工業	19
③ 電子部品・デバイス・電子回路製造業	23
④ 建設業	28
⑤ 卸売業、小売業	32
⑥ 宿泊業、飲食サービス業	36
(4) 従業員数別の分析結果	40
(5) 取組状況別の分析結果	42
III アンケート集計結果	56
付録（調査票）	93

アンケート集計に際しての注意事項

- アンケートの無回答は、集計から除外している。
- 当該報告書の図表中の「n」は、総回答数であり、構成比率算出の基数のことである。
- 図表中の割合は、小数点第2位以下を四捨五入しているため、回答比率の合計は必ずしも100%にならないことがある。

I 要旨

1 調査目的

本県におけるデジタルトランスフォーメーション（以下「DX」という。）推進に向けた取組を効果的に進めるため、県内中小企業者のDXの実態把握、課題分析等を行った。

2 調査方法

(1) 調査期間

令和4年7月から令和4年9月まで

(2) 調査対象者

県内中小企業者 3,000社

(3) 調査方法

① アンケート調査

（調査方法） 郵送による調査票の配付

（回収方法） 郵送及びアンケート専用Web回答フォームによる回収

（調査期間） 7月22日～8月8日

② ヒアリング調査

（調査方法） アンケートに回答した県内中小企業者のうち、DXの取組が推進されている企業及び推進されていない企業からそれぞれ調査対象を選定し、ヒアリング調査を実施。

（調査期間） 9月2日～9月16日

(4) アンケート回収数(回収率)

1,394件（46.5%）

<アンケート調査の業種別の回答企業数>

業種	件数	割合
製造業	213件	15.3%
卸売業、小売業	307件	22.0%
宿泊業、飲食サービス業	102件	7.3%
建設業	207件	14.8%
運輸・郵便業	78件	5.6%
不動産業、物品賃貸業	34件	2.4%
その他	453件	32.5%

3 調査結果及び施策の方向性

(1) デジタル化・DX推進の取組状況

(調査結果)

- デジタル化に取り組んでいる県内中小企業者は76.9%となっており、全国91.8%と比較すると低い。【P.4『① デジタル化の取組状況』参照】
- 一方で、DX推進の必要性を認識している県内中小企業者の割合は77.4%となっており、全国58.9%と比較すると高い。【P.4『② DX推進の取組状況』参照】

(施策の方向性)

- デジタル化への取組は全国より低くなっているものの、DXの必要性を認識している割合は全国を上回っていることから、DX推進に係る企業のニーズは高く、県等がこれを支援する意義や必要性が認められる。

(2) DX推進に取り組む主な理由・目的

(調査結果)

- DX推進に取り組む主な理由・目的は、割合の高いものから「業務効率化(84.5%)」「働き方改革への対応(62.6%)」「競争力の強化(33.2%)」の順である。【P.5『(2) DX推進に取り組む主な理由・目的』参照】

(施策の方向性)

- DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている企業の割合が低いことから、官民が一体となって、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一し、普及啓発することが重要である。

(3) DX推進の取組にあたっての課題

(調査結果)

- DX推進の取組にあたっての課題としては、「ITに関わる人材の不足(34.2%)」「DXに関わる人材の不足(34.0%)」「人材育成が難しい(29.0%)」となっている。【P.6『① DX推進の取組にあたっての課題』参照】
- 『DX推進の取組状況』と『DX推進の取組にあたっての課題』のクロス集計結果から、DX推進の必要性を認識している者に共通してITやDX推進に関わる人材、予算の不足などが課題として挙げられている。そのうち「必要だと思うが取り組めていない」と回答した者については、「何から始めてよいかわからない」「具体的な効果・成果が見えない」などの課題を挙げている。【P.6『② DX推進の取組状況別の課題』参照】

(施策の方向性)

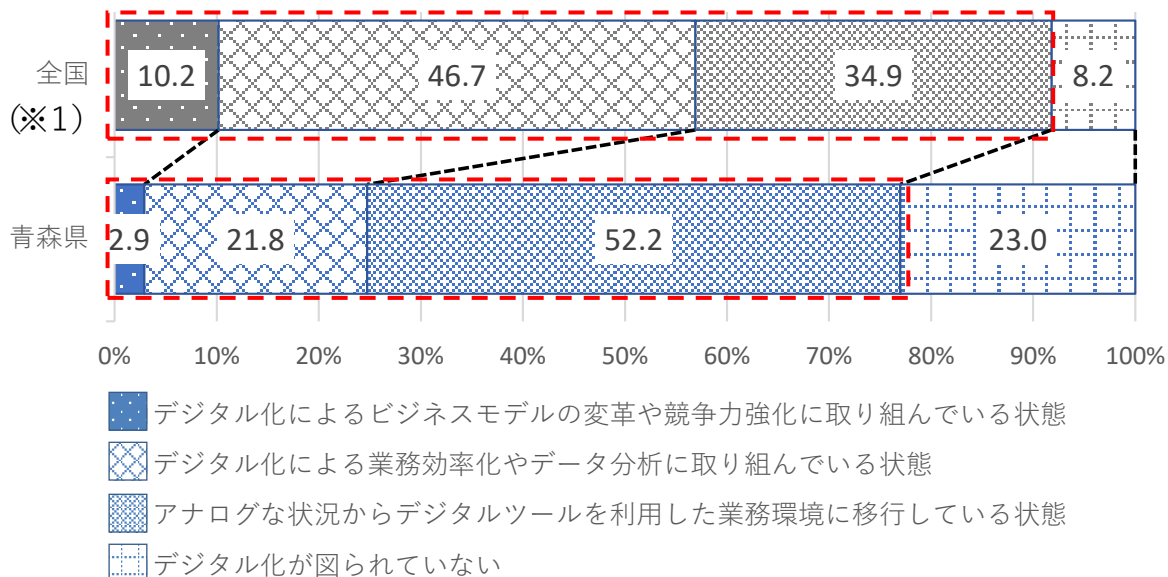
- 人材不足や情報不足が課題となっていることから、DX推進の取組フェーズに合わせて、「情報提供」、「伴走型支援」、「人材育成・確保」、「経費助成」などの様々な支援を行うことが重要である。

4 調査結果（概要）

(1) デジタル化・DX推進の取組状況

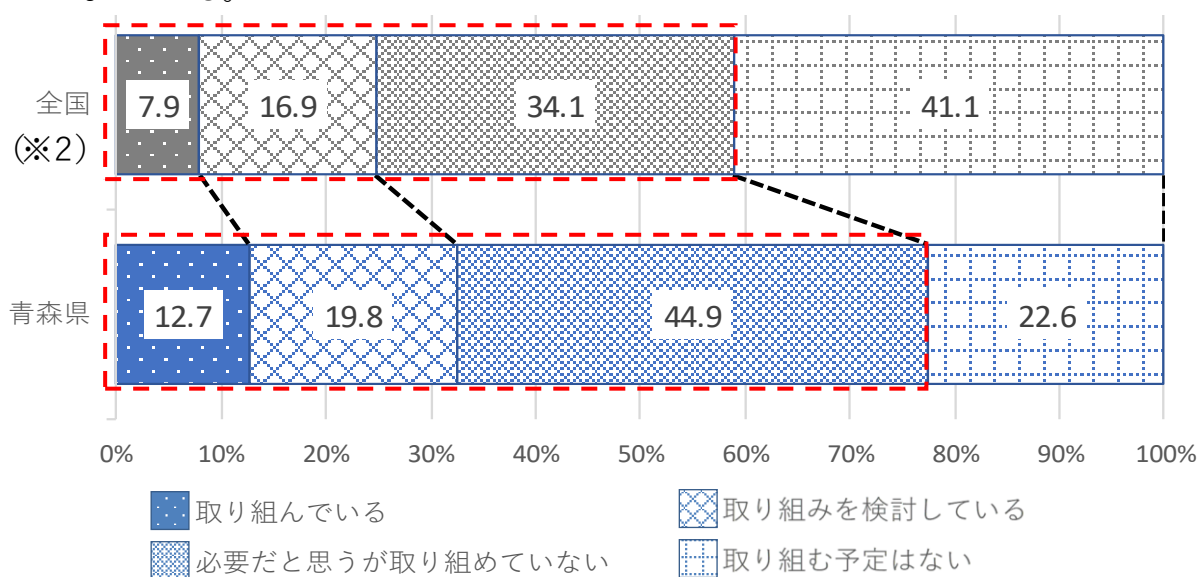
① デジタル化の取組状況（P.42-P.43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる県内中小企業者の割合は76.9%（全国91.8%）となっている。



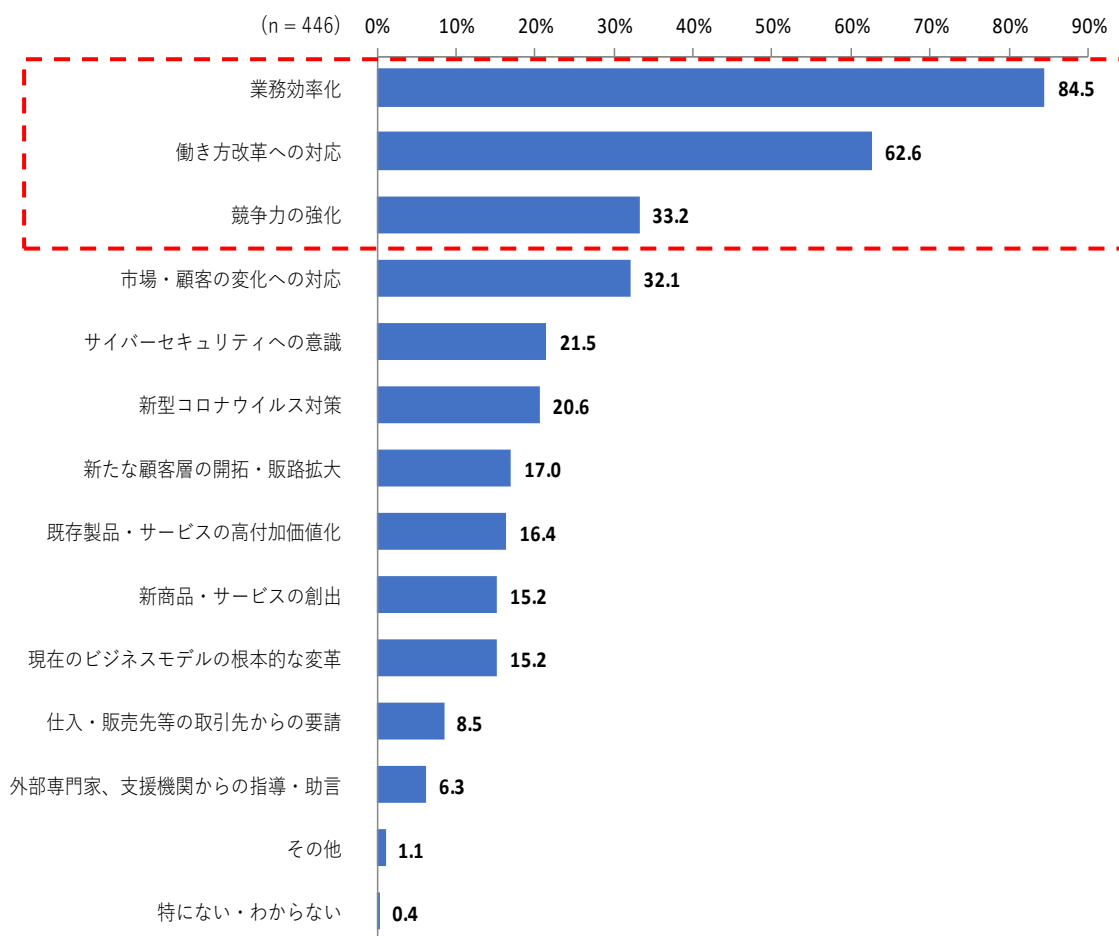
② DX推進の取組状況（P.45-P.46 参照）

DXの必要性を認識している割合（DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計）は77.4%（全国58.9%）となっている。



(2) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P47-P48 参照)

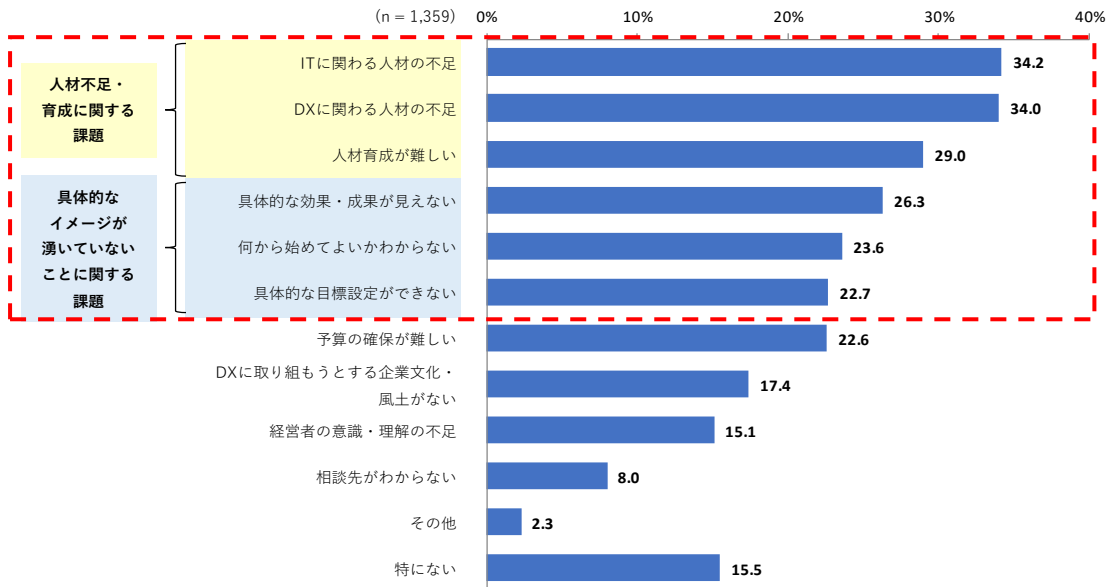
DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した県内中小企業者がDX推進に取り組む主な理由・目的の割合は、「業務効率化」(84.5%)が最も高く、次いで「働き方改革への対応」(62.6%)、「競争力の強化」(33.2%)の順となっている。



(3) DX推進の取組にあたっての課題

① DX推進の取組にあたっての課題 (P52 参照)

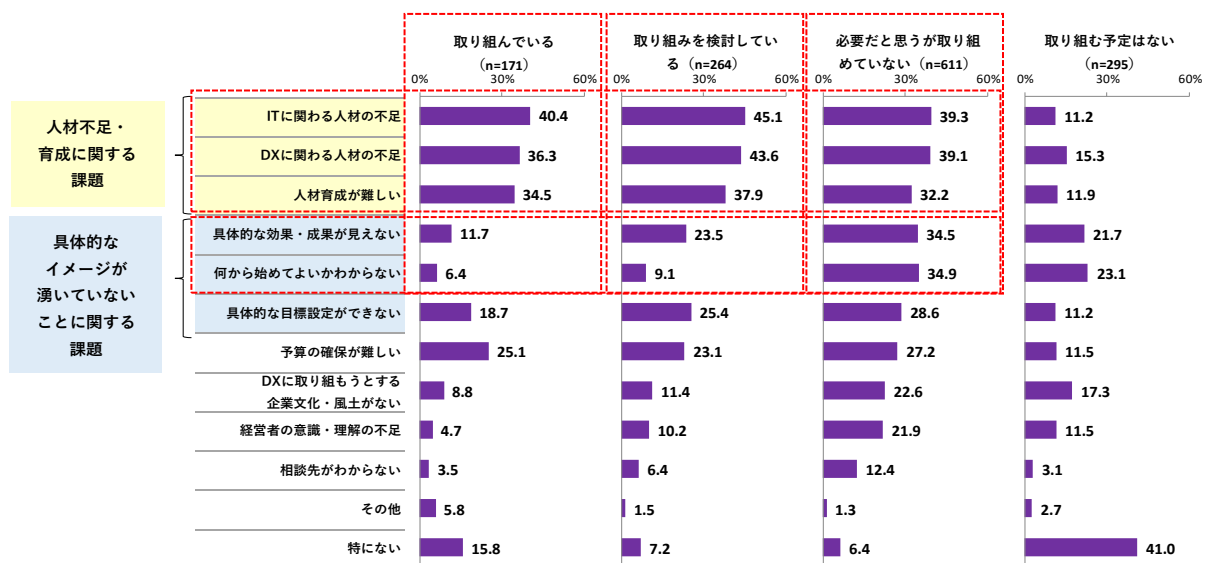
「DX推進の取組にあたっての課題」としては、「ITに関わる人材の不足」等の『人材不足・育成に関する課題』の群が上位となり、次いで「具体的な効果・成果が見えない」等の『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の群が続いている。



② DX推進の取組状況別の課題 (P53 参照)

DXの必要性を認識 (DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」) している県内中小企業者の回答としては、『人材不足・育成に関する課題』の割合が総じて高い。

また、「必要だと思うが取り組めていない」と回答した中小企業者は、「具体的な効果・成果が見えない」、「何から始めてよいかわからない」といった『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』がDX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者より高くなっている。



II 調査結果

1 青森県の産業構造、社会環境

(1) 青森県の産業構造

平成28年(2016年)経済センサス活動調査(総務省統計局)によると事業所数の構成比では、「卸売業, 小売業」が27.19%で最も高く、「宿泊業, 飲食サービス業(13.86%)」、「生活関連サービス業, 娯楽業(11.17%)」と続いている。

また、従業員数の構成比では、「卸売業, 小売業」が22.53%で最も高く、「医療, 福祉(14.86%)」、「製造業(12.19%)」と続いている。

	事業所数			従業員数(人)		
	青森県		全国	青森県		全国
A~R 全産業(S公務を除く)	58,116	100.00%	100.00%	498,988	100.00%	100.00%
A 農業, 林業	601	1.03%	0.55%	7,180	1.44%	0.57%
B 漁業	72	0.12%	0.06%	1,115	0.22%	0.07%
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	29	0.05%	0.03%	439	0.09%	0.03%
D 建設業	5,750	9.89%	9.23%	50,820	10.18%	6.49%
E 製造業	3,002	5.17%	8.52%	60,824	12.19%	15.59%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	52	0.09%	0.09%	2,014	0.40%	0.33%
G 情報通信業	366	0.63%	1.19%	5,240	1.05%	2.89%
H 運輸業, 郵便業	1,376	2.37%	2.44%	27,948	5.60%	5.62%
I 卸売業, 小売業	15,799	27.19%	25.37%	112,419	22.53%	20.83%
J 金融業, 保険業	1,109	1.91%	1.57%	13,722	2.75%	2.69%
K 不動産業, 物品賃貸業	3,187	5.48%	6.61%	8,770	1.76%	2.57%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	1,717	2.95%	4.18%	11,126	2.23%	3.24%
M 宿泊業, 飲食サービス業	8,052	13.86%	13.04%	41,516	8.32%	9.43%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	6,494	11.17%	8.81%	24,501	4.91%	4.26%
O 教育, 学習支援業	1,679	2.89%	3.14%	14,150	2.84%	3.21%
P 医療, 福祉	4,899	8.43%	8.04%	74,147	14.86%	12.97%
Q 複合サービス事業	495	0.85%	0.63%	6,144	1.23%	0.85%
R サービス業(他に分類されないもの)	3,436	5.91%	6.49%	36,897	7.39%	8.37%

※ ■ 各地域における上位3項目

【参照】平成28年(2016年)経済センサス活動調査(総務省統計局)

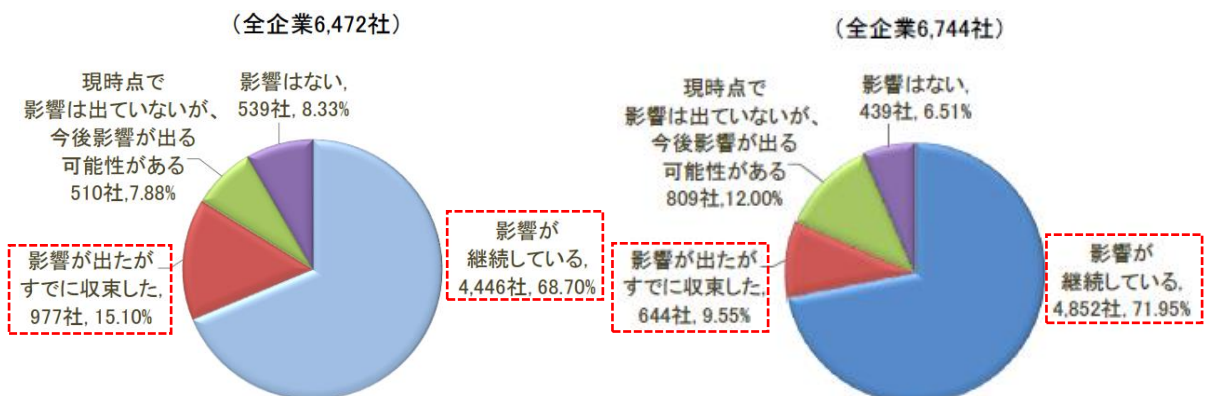
(2) 新型コロナウイルス感染症による企業の経済活動に及ぼす影響

令和4年8月に(株)東京商工リサーチが実施した新型コロナウイルスに関するアンケート調査によると、新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）が企業の経済活動に及ぼす影響について「影響が継続している」と回答した企業が71.95%となり、新型コロナの新規感染者数が急拡大する以前の同年6月調査時（68.70%）から3.25ポイント増加（悪化）している。さらに「影響が出たがすでに収束した」は9.55%となり、同年6月の調査（15.10%）から5.55ポイント減少（悪化）している。

「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査結果（(株)東京商工リサーチ）

令和4年6月調査結果（第22回調査）

令和4年8月調査結果（第23回調査）



令和4年（2022年）8月に、(株)東京商工リサーチが実施したアンケート調査によると、令和4年（2022年）7月の売上高は令和元年（2019年）7月と比較して、59.11%の企業が減少している。

7月の売上高(2019年同月比)	()内は構成比		
	中小企業	大企業	全企業
100以上	1,413社 (40.40%)	217社 (44.37%)	1,630社 (40.89%)
90~99	663社 (18.95%)	120社 (24.53%)	783社 (19.64%)
80~89	543社 (15.52%)	77社 (15.74%)	620社 (15.55%)
70~79	379社 (10.83%)	47社 (9.61%)	426社 (10.68%)
60~69	211社 (6.03%)	14社 (2.86%)	225社 (5.64%)
50~59	134社 (3.83%)	7社 (1.43%)	141社 (3.53%)
40~49	50社 (1.42%)	3社 (0.61%)	53社 (1.32%)
30~39	44社 (1.25%)	1社 (0.20%)	45社 (1.12%)
20~29	25社 (0.71%)	1社 (0.20%)	26社 (0.65%)
10~19	19社 (0.54%)	1社 (0.20%)	20社 (0.50%)
0~9	16社 (0.45%)	1社 (0.20%)	17社 (0.42%)
合計	3,497社 (100%)	489社 (100%)	3,986社 (100%)

59.11%

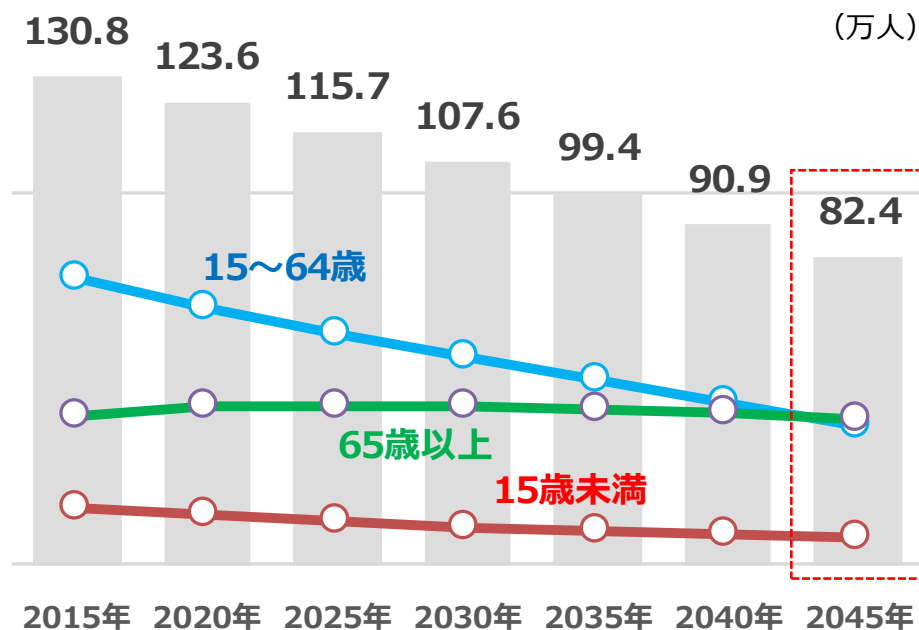
※令和4年7月の売上高（2019年7月を「100」とする）

(3) 青森県における生産性向上の必要性とDXの役割

① 青森県における人口の見通し

国立社会保障・人口問題研究所がまとめた「日本の地域別将来推計人口（平成30年（2018年）3月推計）について」によると、本県の人口は、令和27年（2045年）には82.4万人に減少し、65歳以上人口が15～64歳人口を上回ると推計されている。また、本県では人口減少と高齢化が、全国に比べて早い速度で進行していくと推計されている。

<青森県の将来推計人口>



【参照】 将来の男女5歳階級別推計人口（国立社会保障・人口問題研究所）

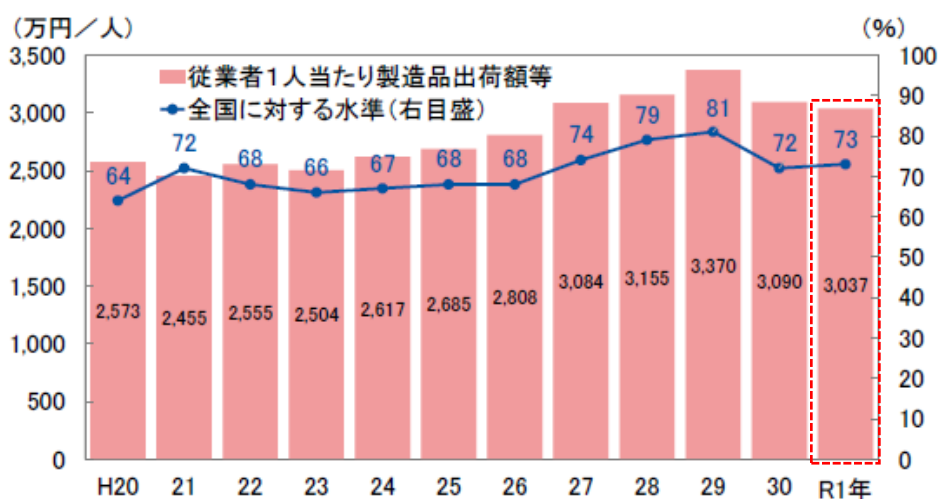
- | | |
|---------|----------------------------------|
| ●人口減少割合 | 全国 84%、青森県 63%（2045年推計人口の2015年比） |
| ●高齢化率 | 全国 37%、青森県 47%（2045年推計値） |

② 人口減少下における生産性向上の必要性

青森県社会経済白書（令和3年度版）によると、令和元年（2019年）の本県の労働生産性は3,037万円/人、全国に対する水準は73%となっている。

人口減少と高齢化が進む本県において、労働力人口の減少による人材不足に対応し、本県経済を維持拡大していくためには、労働生産性の向上が重要である。

<青森県の労働生産性の推移（製造業計）>



【参照】青森県社会経済白書（令和3年度版、青森県）

③ 今後の本県経済の維持拡大に向けたDXの役割

国（経済産業省）では、DXを「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」と定義している。

DXの実現までには、次の3つの段階がある。

効率化等のためにデジタルツールを導入するのが「デジタイゼーション」、プロセス全体をデジタル化するのが「デジタルライゼーション」、デジタル技術の活用による新たなビジネスモデルの開発を通して、社会制度や組織文化なども変革していくような取組がDXとなる。

県内中小企業者が新型コロナの影響等を乗り越え、生産性や収益性の向上を図りながら成長を続けていくためには、デジタル技術の導入を通じて変革を図るDXに取り組んでいくことが効果的である。

本県経済を維持拡大させていくためには、県内中小企業者のDXを推進していくことが重要であることから、取組を効果的に進めるため、本調査において、県内中小企業者のDXの実態把握、課題分析等を行ったものである。

2 青森県におけるDX推進の取組に係る分析結果

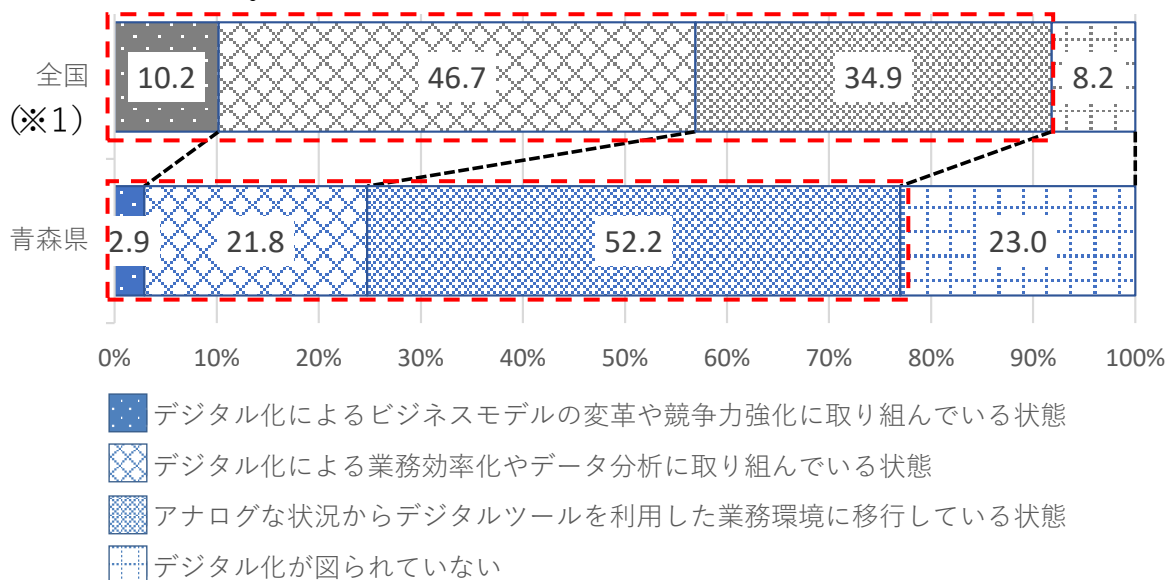
(1) 取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化への取組は全国より若干低くなっているものの、DXの必要性を認識している割合は全国を上回っていることから、DX推進に係る企業のニーズは高い。
- ・DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている企業の割合が低く、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

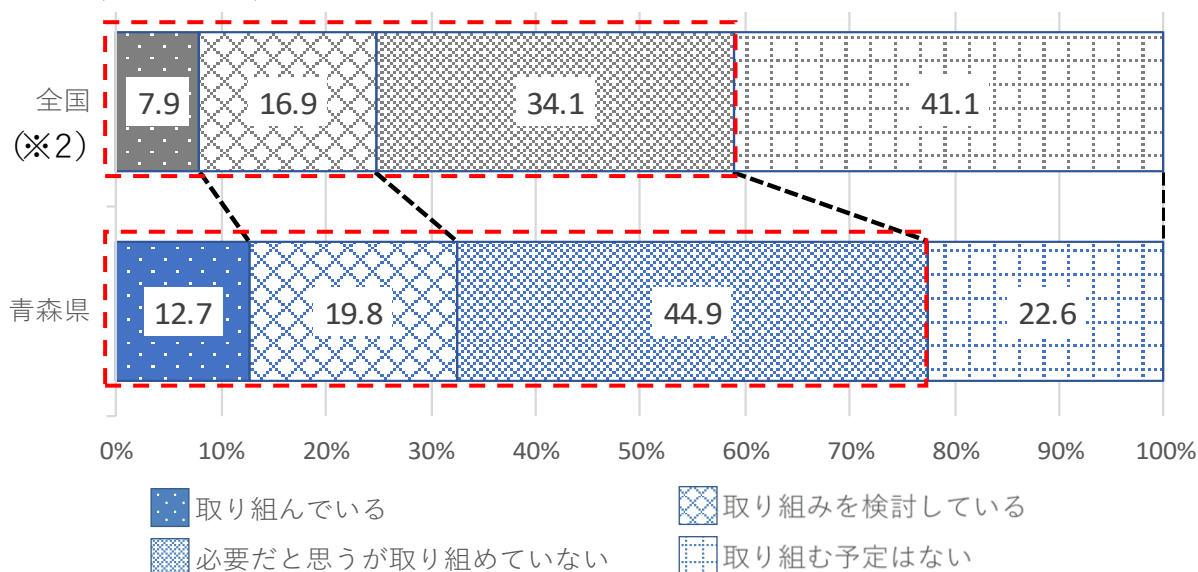
① デジタル化の取組状況 (P42-P43 参照)

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる県内中小企業者の割合は76.9% (全国91.8%) となっている。



② DX推進の取組状況 (P45-P46 参照)

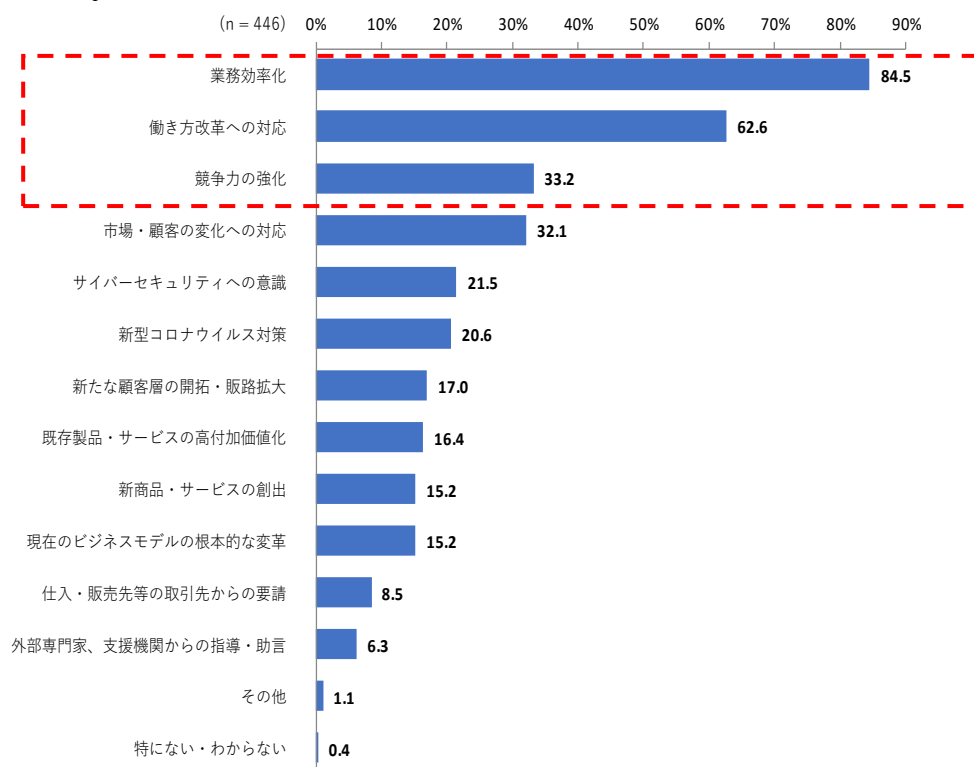
DX推進の取組について必要性を認識している割合 (DXの推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計) は77.4% (全国58.9%) となっている。



※2 「中小企業のDX推進に関する調査 (令和4年5月 (独) 中小企業基盤整備機構)」から引用

③ DX推進に取り組む主な理由・目的 (P47-P48 参照)

DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した県内中小企業がDX推進に取り組む主な理由・目的の割合は、「業務効率化」(84.5%)が最も高く、次いで「働き方改革への対応」(62.6%)、「競争力の強化」(33.2%)の順となっている。



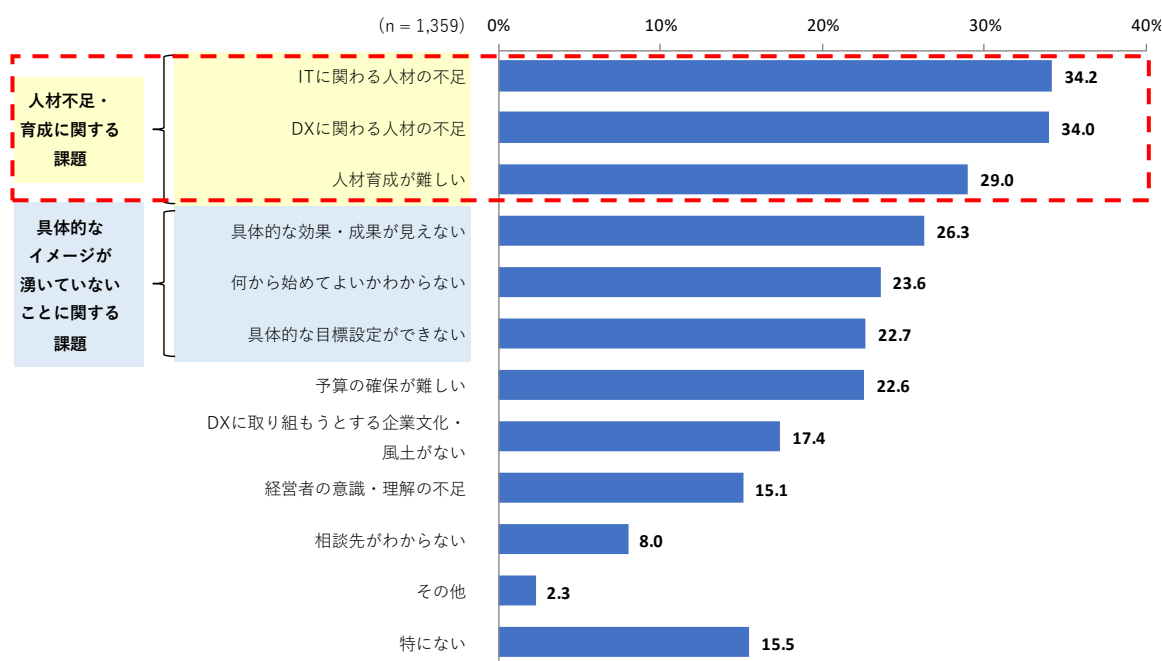
(2) 課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題としては、「ITに関わる人材の不足」等の『人材不足・育成に関する課題』の群が上位となり、次いで「具体的な効果・成果が見えない」等の『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の群が続いている。
- ・回答者のDX推進の取組状況別に課題を整理すると、『DXについて一定の理解・関心はあるが、取組を実施するための経営資源が不足している』、『DXについての理解・認識が不十分で、DXに取り組む意識等が醸成されていない』ことなどが挙げられる。

<DX推進の取組にあたっての課題> (P.52 参照)

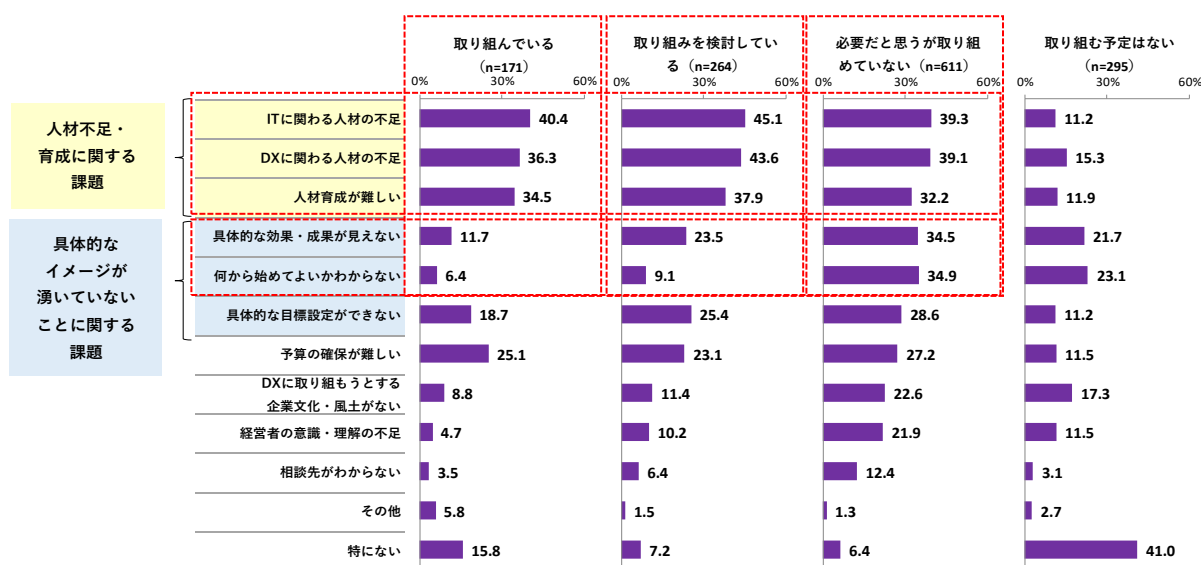
「ITに関わる人材の不足」(34.2%)、「DXに関わる人材の不足」(34.0%)、「人材育成が難しい」(29.0%)といった『人材不足・育成に関する課題』の群が上位となっている。



<DX推進の取組状況別の課題> (P53 参照)

DXの必要性を認識（DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思いが取り組めていない」）している県内中小企業者の回答としては、『人材不足・育成に関する課題』の割合が総じて高い。

「必要だと思いが取り組めていない」と回答した中小企業者は、「何から始めてよいかわからない」、「具体的な効果・成果が見えない」といった『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』がDXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者より高くなっている。



(3) 業種別の分析結果

本項目の課題の検討に当たっては、県内総生産、事業所数、従業員数等を考慮して、本県経済にとって影響が大きいと考えられる業種について集計・分析している。

また、業種別に「DX推進に取り組んでいる企業」及び「DX推進に取り組めていない企業」にヒアリング調査を実施し、その結果を記載している。

<業種別のアンケート調査回答企業数>

業種	件数
① 食料品製造業	59件
② 繊維工業	18件
③ 電子部品・デバイス・電子回路製造業	19件
④ 建設業	207件
⑤ 卸売業、小売業	307件
⑥ 宿泊業、飲食サービス業	102件

① 食料品製造業

ア 食料品製造業の概況

- ・平成 28 年（2016 年）経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、1.3%を占めており、製造業の中では最も多い。従業員数では、3.6%を占めており、製造業の中では最も多い。
- ・新型コロナの影響によるテレワークの浸透や飲食店の営業時間の短縮などもあり、業務用加工食品の需要が低下するなどマイナスの影響を受けた一方、自炊や持ち帰り・デリバリーなどの購入が増え、また、家飲みが増えるなど、肉食・中食の傾向が強まったなど、個人向け商品のニーズが高まった。

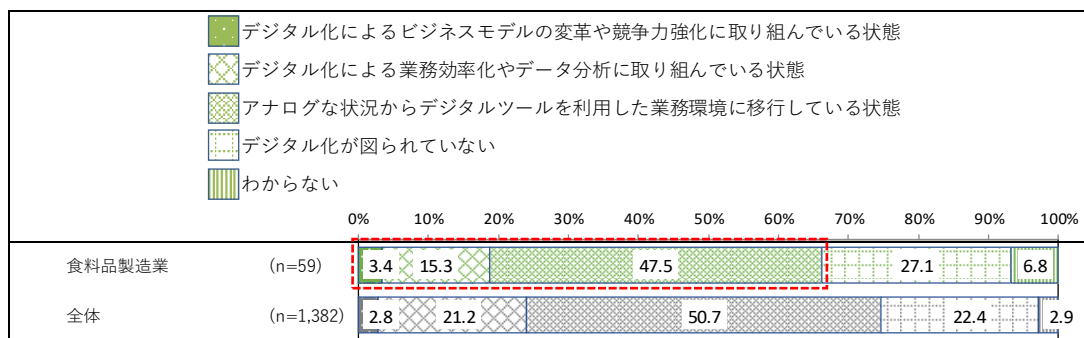
イ 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化への取組は全体より低くなっているものの、DXに「必要だと思うが取り組めていない」と回答した割合は全体よりも高くなっており、DX推進に係るニーズは高い。
- ・全体と同様に、DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合が低く、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

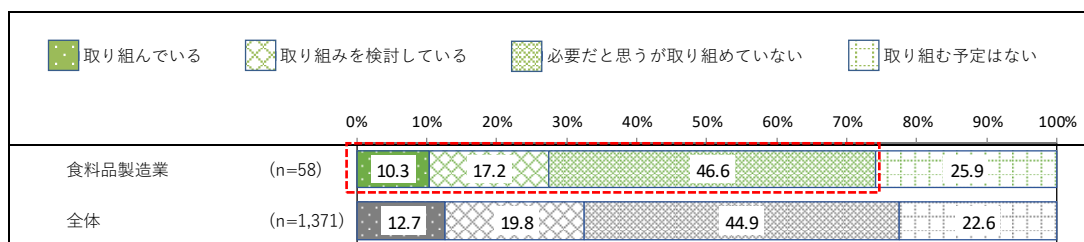
(ア) デジタル化の取組状況（P42-P43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる割合は66.2%となっている。



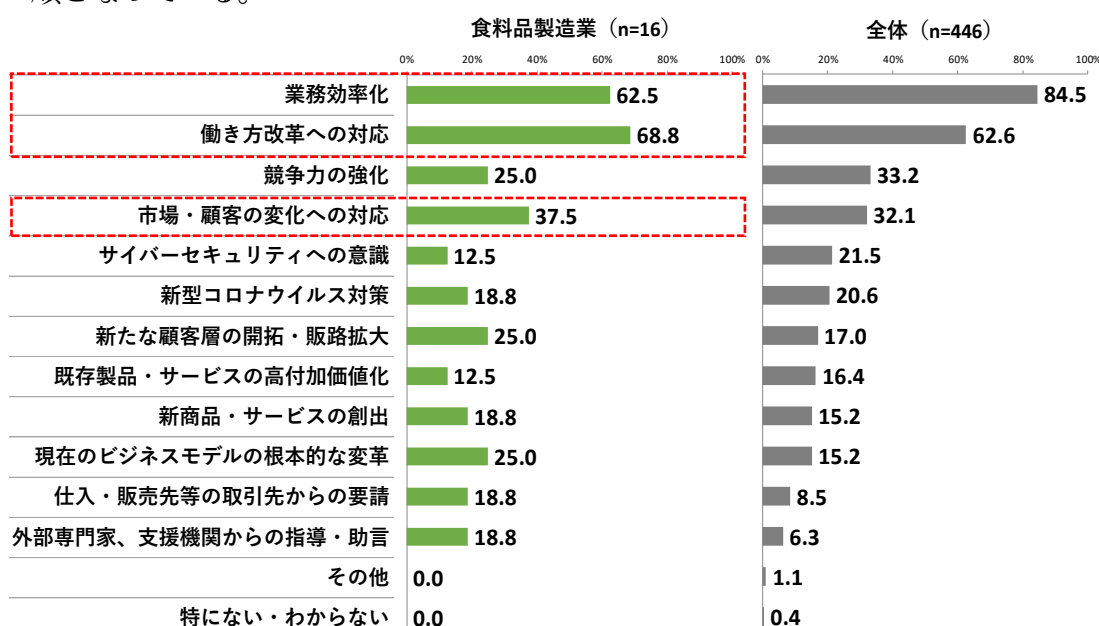
(イ) DX推進の取組状況（P45-P46 参照）

DX推進に「取り組んでいる」と回答した者はなかった。DX推進の必要性を認識している割合（DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計）は74.1%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P47-P48 参照)

DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者がDX推進に取り組む主な理由・目的の割合は、「働き方改革への対応」(68.8%)が最も高く、次いで「業務効率化」(62.5%)、「市場・顧客の変化への対応」(37.5%)の順となっている。



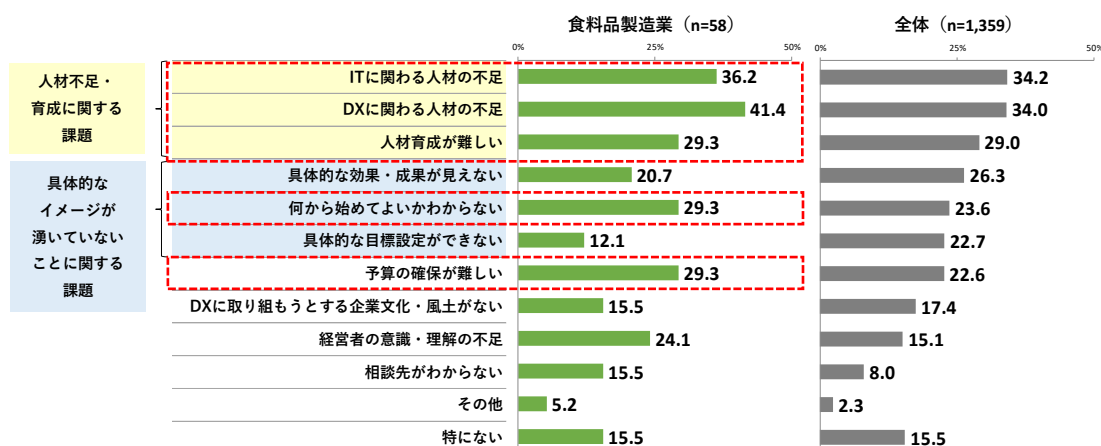
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は『人材不足に関する課題』のほか、「何から始めてよいかわからない」、「予算の確保が難しい」が高くなっており、DX等の新たな取組のための資金や人材が不足しているため、必要性は理解しつつも、取組に着手できていないと推測される。

< DX推進の取組にあたっての課題 (業種別) > (P52-P53 参照)

「DXに関わる人材の不足」(41.4%)、「ITに関わる人材の不足」(36.2%)、「人材育成が難しい」(29.3%)といった『人材不足・育成に関する課題』、及び「何から始めてよいかわからない」(29.3%)、「予算の確保が難しい」(29.3%)と回答した者の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

○ DX推進に取り組んでいる企業

- ・ワークフローシステムを導入することにより、業務で使用する書類や勤怠管理等の電子化に取り組んでいる。
- ・取組により、業務の簡略化による効率化、ペーパーレス化によるコスト削減につながっている。
- ・取組を進めるにあたっては、初期投資やランニングコスト、システムを使用する従業員の教育に時間がかかることが課題であった。
- ・経営者が主導し取組を進めたことで、各部署の理解が得やすかったことが成功要因。

○ DX推進に取り組めていない企業

- ・工場内での作業にIoT等を活用して生産性向上を図りたいと考えているが、人材不足により取り組めていない。
- ・DXに取り組むためには、食料品製造業におけるDXの先進事例等の情報が必要。さらに取組を進めるためには、設備投資に対する助成やDXに関する相談先が必要と考えている。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

有限会社九南サービス（宮崎県都城市）

受注の自動取込、在庫・製造と データ連携で生産性向上

主なデジタル化導入セクション

商品発送の遅れによる
ブランド力の低下。

受注

製造

在庫

受注管理・在庫管理
システム導入による生
産性向上と供給体制
整備。

課題・背景

2011年から受注システムを導入して、一部のECサイトからの受注は自動取込を行う等、随時システムの改良を行い注文から発送に対応していたが、自動取込できない注文に対しては、仕分けや発送メール送付等にそれぞれ手作業が必要になり、時間がかかっていた。また、モール型ECサイトへの出店を増やしたことで受注量も増え、既存の受注システムでは自社サーバーの動作遅延等が発生し、商品発送が遅れていた。

改善経緯・成果

宮崎県産業振興機構のサポートを受けてシステムを導入し、①サーバーをクラウド化し、動作遅延防止とリアルタイムでの受注情報の共有、②受注の自動取込システムによる業務効率化、③在庫管理と計画生産を柱としたシステムによる受注・出荷・在庫管理の作業時間の大幅削減。発送までのリードタイム短縮と、広報やカスタマーセンター等、重点強化部署への人員再配置による体制強化を図ることで、顧客のストレスが減り、自社の信頼性・ブランド力のさらなる強化につながった。

メッセージ（取り組みで苦労したところ・今後のビジョン）

導入に当たり、補助金活用を検討していたため、課題や成果等、事業計画として整理したことで、経営陣の理解を得ることができました。ベンダー企業選定も、ネット検索以外に、自社と同規模のEC出店企業へ直接ヒアリングを実施したのも効果的でした。「よろず支援拠点」に専門家を紹介してもらい、導入コストの相談やシステム構築等、サポートしてもらいました。今後、タブレットによる製造記録・健康チェックや、顧客からの問合せ対応にチャット機能を導入する等、現場とのコミュニケーションを深めて使いやすいシステムを構築していく予定です。

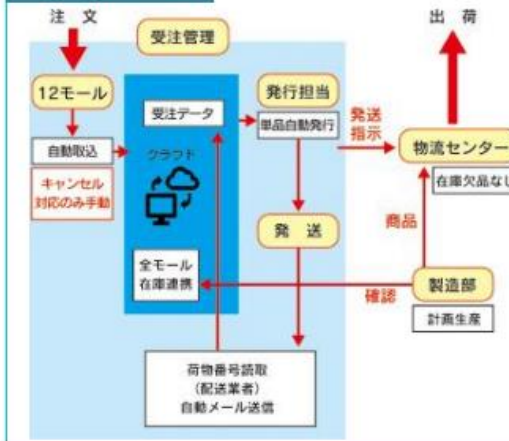
活用した支援策等

- ・ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金
- ・宮崎県産業振興機構企業再起サポート専門家派遣事業

代表的な商品等



デジタル化イメージ図



企業情報

【主な事業内容】

2003年からインターネット通信販売事業を開始、『タマチャンショップ』という屋号を掲げ、九州を中心に全国各地から厳選した食材を使用して独自に商品開発を行い、健康的で美味しく「食」を楽しむことができる自然食品や健康食品を届けている。

【代表者】代表取締役 田中 茂穂
【HP】 <https://tamachanshop.jp>
【TEL】 0986-22-2852



【参照】 中小食品製造業におけるデジタル化事例集（経済産業省九州経済産業局）

② 繊維工業（回答企業が少数（18 件）であり、分析結果は参考程度）

ア 繊維工業の概況

- ・平成 28 年（2016 年）経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、0.4%を占めており、製造業の中では 4 番目に多い。従業員数では、1.2%を占めており、製造業の中では、3 番目に多い。
- ・新型コロナの影響によるリモートワーク定着や外出控えなどで、紳士服業界の需要減などにより、大きなマイナスの影響を受けた。今後もスーツ着人口の減少やカジュアル化により市場規模は縮小すると見られるが、オンライン消費の拡大など消費行動の変化への対応が求められている。

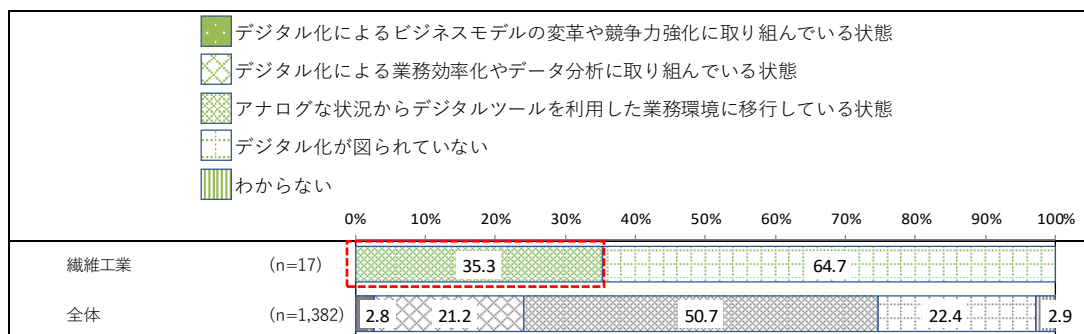
イ 調査結果に基づく D X 推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化への取組は全体より低く、D X 推進に「取り組む予定はない」と回答した割合が高いことから、D X 推進に係るニーズは高くはない。
- ・全体と比較しても、D X が本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合が低く、D X 推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

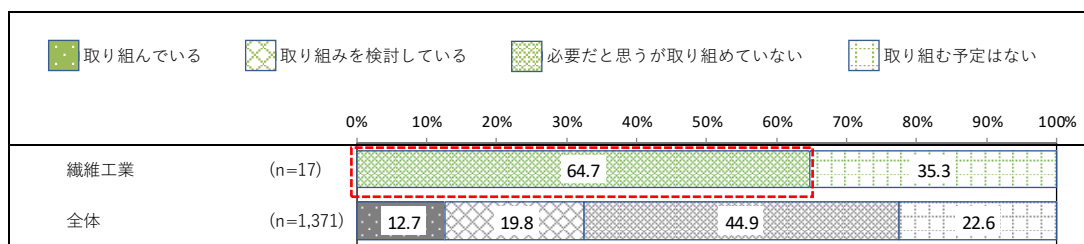
(ア) デジタル化の取組状況（P.42-P.43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合は 35.3%となっている。



(イ) D X 推進の取組状況（P.45-P.46 参照）

D X 推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者はなかった。D X 推進の必要性を認識している割合（D X 推進に「必要だと思うが取り組んでいない」）は 64.7%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的

※DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者がいないため、図表なし

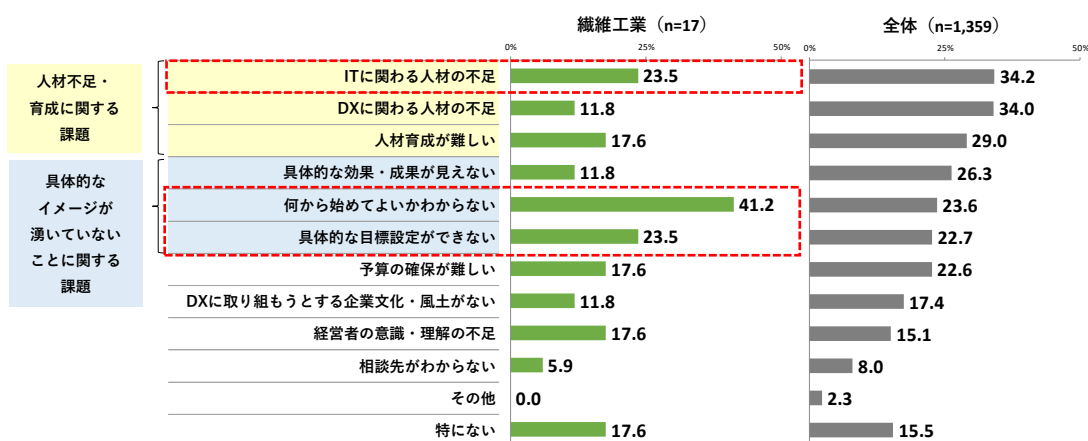
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は「何から始めてよいかわからない」が最も高くなっており、繊維工業におけるDX等の具体的事例やその効果についての理解を促進することが重要。

< DX推進の取組にあたっての課題 (業種別) > (P.52-P.53 参照)

「何から始めてよいかわからない」(41.2%)、「具体的な目標設定ができない」(23.5%)といった『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』、及び「ITに関わる人材の不足」(23.5%)と回答した者の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

- DX推進に取り組んでいる企業
 - ・ I Cタグの導入による生産管理、A Iを搭載した搬送ロボットの導入や労務管理システムのクラウド化等に取り組んでいる。
 - ・取組により、労働生産性の向上、ペーパーレス化によるコスト削減につながっている。
 - ・取組を進めるにあたっては、システム開発を行う人員の確保が課題であった。
 - ・工場内のレイアウトを大幅に変更するなど、全社的に取組を推進したことが成功要因。

- DX推進に取り組めていない企業
 - ・設備投資のための資金調達や人の技術を必要とする工程はデジタル化が難しいこと等が課題となり、取り組めていない。
 - ・業界団体ではDXに関する情報共有がある程度されているが、DXに取り組むためには、全国の先進事例等の情報が必要。また、DXに関する相談窓口や助成があると課題の解決につながると考えている。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

株式会社エーリンクサービス（福井県、日本製バッグ・日本製生地を使った商品の開発・製造・販売等）

当社は企業などの販促用オリジナルバッグのネット受注販売で全国シェア1位を誇る。3DCGに着目して自社で多様なツールを開発。顧客コミュニケーションの質および販売業務の効率性を大幅にアップさせた。

<取組概要>

当社は起業当初から全国向けのネット販売を主軸にしていた。業績が伸びたこともあり、バッグの製造を自社生産に切り替えた。同時に取り扱う色や素材のバリエーションも増える中で、顧客の要望を叶えるための打ち合わせやサンプル作成に係る時間・コストが負担となっていた。この課題を解消するために3DCG技術に着目。自社独自のシステム「WebGL」を開発し、自社のECサイトに3DCGを使ったバック受注のシステムを導入した。

このシステムの導入により、顧客に対して商品やデザインのより細やかな説明が容易となった。また、サンプル製作のコストをかけず、出来上がりをイメージできるため、コミュニケーションの質と時間効率が劇的に向上。これにとどまらず、Web上で売上管理できるシステムも自社で開発するなどして、多品種の小ロット生産や納期の短縮を実現した。

また、次のステップとして、2022年2月に福井県内で初めて「3D space[※]」の提供を開始。この仮想空間に、当社の強みであるWebGL技術やVR撮影技術を組み合わせることで、低コストでVR空間の製作が実現できる。これにより中小企業が自社のECサイトに低コストで導入できるサービスの提供を目指し、山本社長の掲げる「CGのユニクロ化」実現のための大きな一手として位置づけている。

※米国企業が開発したシステムで、360度カメラを使い現実空間をウェブに再構築した3D仮想空間内において自由に移動体験ができるサービス。

【参照】ふくいDXオープンラボ（公益財団法人ふくい産業支援センター）

※(株)東京商工リサーチ作成



他社にも提供する高い3DCG技術「3D space」

③ 電子部品・デバイス・電子回路製造業

(回答企業が少数(19件)であるため、分析結果は参考程度)

ア 電子部品・デバイス・電子回路製造業の概況

- ・平成28年(2016年)経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、0.2%と製造業の中では11番目であるが、2020年工業統計調査によると、製造業に占める製造品出荷額等は14.6%と食料品、非鉄金属に次いで3番目に多い。また、従業員数では、3.6%を占めており、製造業の中では2番目に多い。
- ・新型コロナに起因する自動車減産の影響を受けつつも、半導体関連や通信技術の発展による電子部品需要は拡大しているなど、概ねプラスの影響を受けた。今後も車両のEV化や家庭用電化製品の新商品開発など、市場は拡大傾向にあると考えられる。

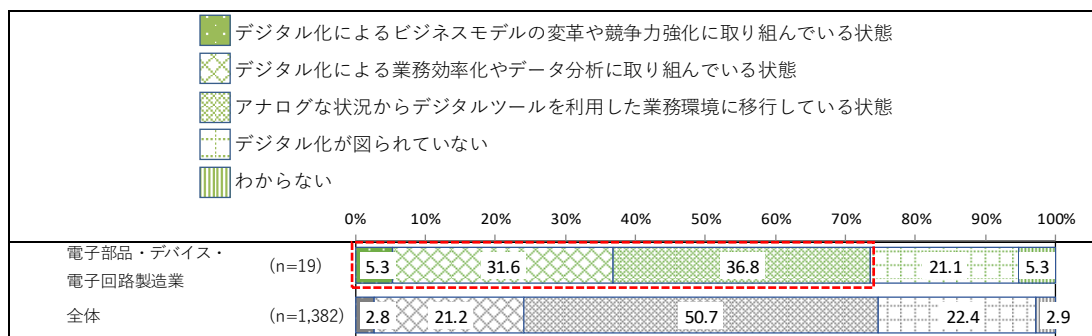
イ 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化やDXへの取組は全体と同程度であるが、特にデジタル化による業務効率化等に取り組む割合が多い。
- ・一方、本県における下請分業構造のため、全体と比較して、「競争上の優位性確立」を見据えている割合は総じて低く、意識がデジタル化による生産性向上に留まっているものと推測される。

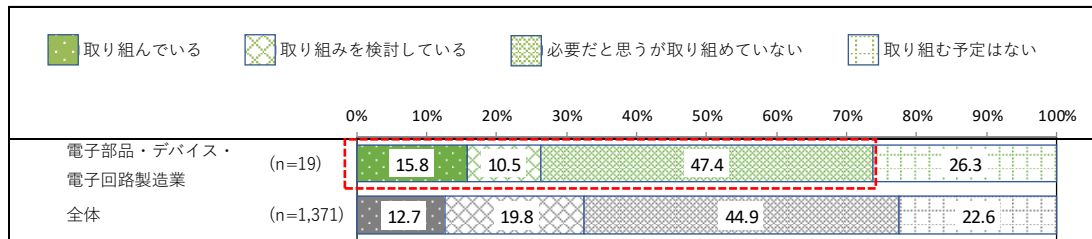
(ア) デジタル化の取組状況 (P.42-P.43 参照)

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合は73.7%となっている。



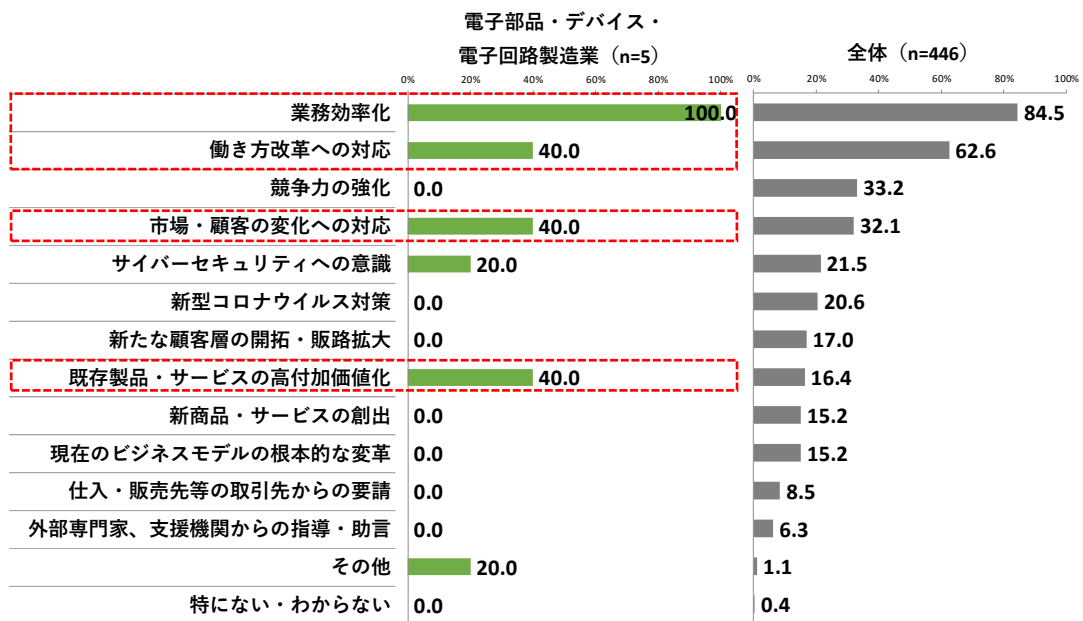
(イ) DX推進の取組状況 (P.45-P.46 参照)

DXの必要性を認識している割合 (DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計) は73.7%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P.47-P.48 参照)

DX推進に「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者がDXに推進に取り組む主な理由・目的としては、全ての者が「業務効率化」(100.0%)を挙げており、次いで「働き方改革への対応」(40.0%)、「市場・顧客の変化への対応」(40.0%)及び「既存製品・サービスの高付加価値化」(40.0%)と回答している。



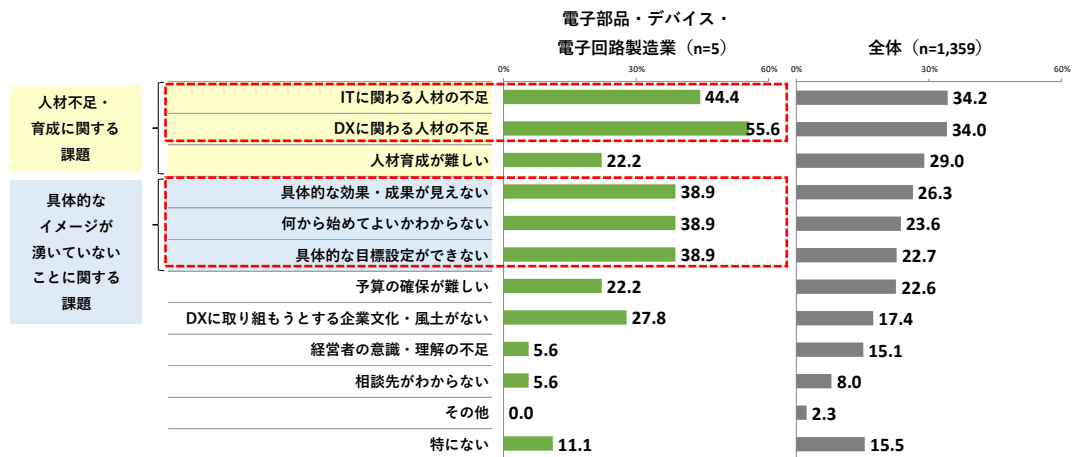
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は『人材不足に関する課題』と『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』のどちらも高く、また本県における下請分業構造のため、「取り組もうとする企業文化・風土がない」ことも課題であり、多面的な支援が必要と推測される。

<DX推進の取組にあたっての課題（業種別）> (P.52-P.53 参照)

「DXに関わる人材の不足」(55.6%)、「ITに関わる人材の不足」(44.4%)といった『人材不足・育成に関する課題』、及び「具体的な効果・成果が見えない」(38.9%)、「何から始めてよいかわからない」(38.9%)、「具体的な目標設定ができない」(38.9%)といった『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

- DX推進に取り組んでいる企業
 - ・管理部門の効率化や環境問題への対応を目的に、業務で使用する資料のデジタル化や電子印鑑の導入にグループ全体で取り組んでいる。
 - ・取組により、使用する紙の量を3分の2程度まで減らすことができた。また、ISOなどの申請が電子申請できるようになり、業務の効率化にもつながった。
 - ・取組を進めるにあたって、システムの導入する際の従前からある社内システムとの連動や、取引先との調整が課題であった。
 - ・導入した当初は、目的に反して業務が増加してしまったこともあったが、修正を繰り返してうまく機能するようになった。

- DX推進に取り組めていない企業
 - ・人材に余裕がなく、デジタル化に取り組むための時間を作ることができていない。
 - ・DXに取り組むためには、デジタル化を推進できる人材が必要。また、同様の業種における先進事例の情報や設備投資に対する助成があると取組につながる。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

株式会社プリケン（埼玉県、プリント配線基板の設計・製造）

当社は1981年にプリント基板の専門メーカーとして創立、設計～製造まで一貫して自社生産している。創業時より量産ではなく開発型の試作分野に特化しており、短納期・多品種・小ロット製造が特徴。

<取組概要>

最新の製造設備を自前で保有しているため、他社の追随を許さない短納期を強みとしており、注文を受けてから1日で納品するような超特急案件にも対応している。

顧客に注文品の進捗状況（約20工程）をWEB上でリアルタイムに見せるシステムを提供するなど、顧客価値を優先する社風がある。全体最適化に向けて設備の稼働状況の見える化は、安価なシングルボードコンピュータの一種であるラズベリーパイによる自前のIoT設備により推進している。

【参照】中小規模製造業の製造分野におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）のための事例調査報告書

（独立行政法人情報処理推進機構）※(株)東京商工リサーチ作成

- ① 生産設備の自社保有により、短納期・多品種・小ロット生産を可能にしている
- ② 注文品の進捗状況をリアルタイムに確認できるシステムを提供し、顧客価値を向上
- ③ 全体最適化に向けて、自前のIoT設備を構築し、稼働状況の見える化を推進している

④ 建設業

ア 建設業の概況

- ・平成28年（2016年）経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、9.9%を占めており、5番目に多い。従業員数では、10.2%を占める。
- ・新型コロナの影響による受注の減少や工期の延長などにより、マイナスの影響を受けている。建設業は慢性的な人手不足が続いており、防災という観点からも働き方改革等を通じた業務効率化に取り組む必要がある。

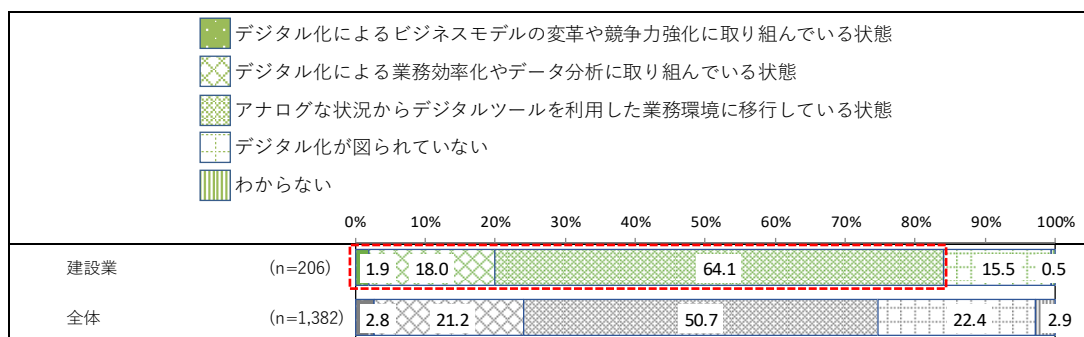
イ 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化への取組は全体より高く、DXに向けて「取り組みを検討している」割合も高いなど、DX推進に関するニーズは高い。
- ・全体と同様に、DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合が低く、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

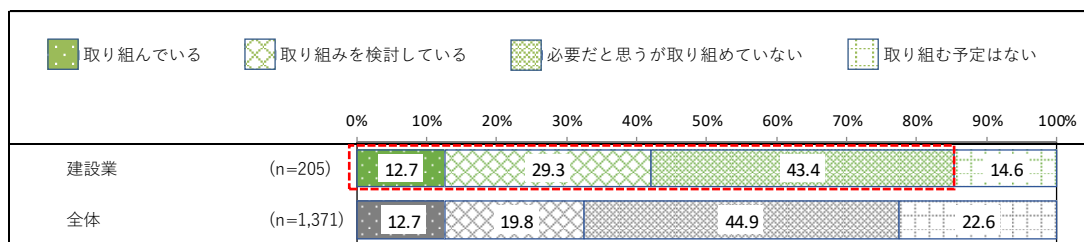
(ア) デジタル化の取組状況（P42-P43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合は84.0%となっている。



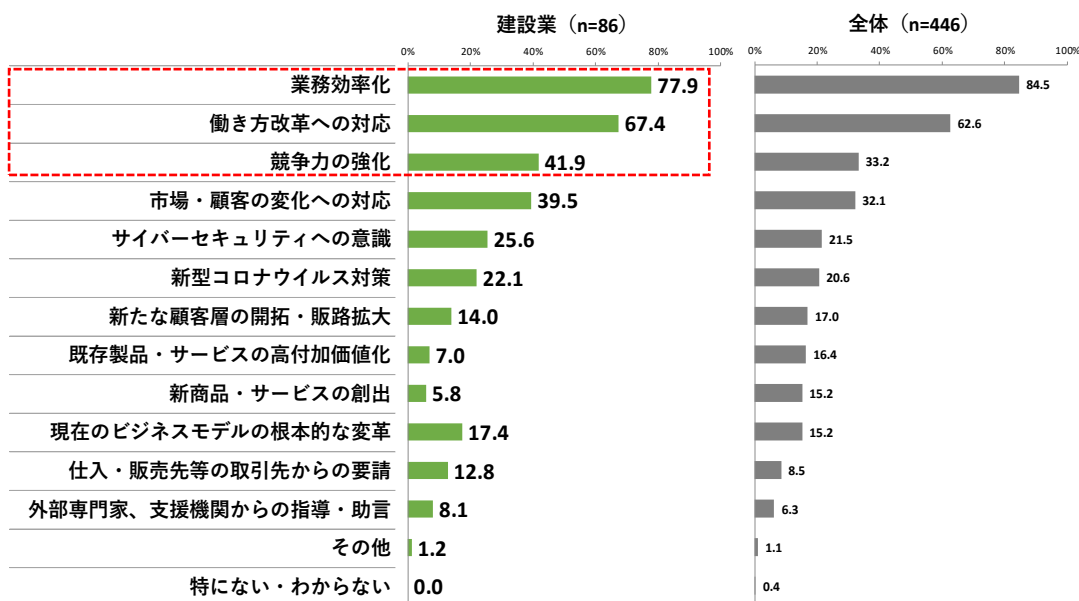
(イ) DX推進の取組状況（P45-P46 参照）

DXの必要性を認識している割合（DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計）は85.4%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P.47-P.48 参照)

DXに「取り組みを検討している」と回答した者がDXに取り組む主な理由・目的の割合は、「業務効率化」(77.9%)が最も高く、次いで「働き方改革への対応」(67.4%)、「競争力の強化」(41.9%)の順となっている。



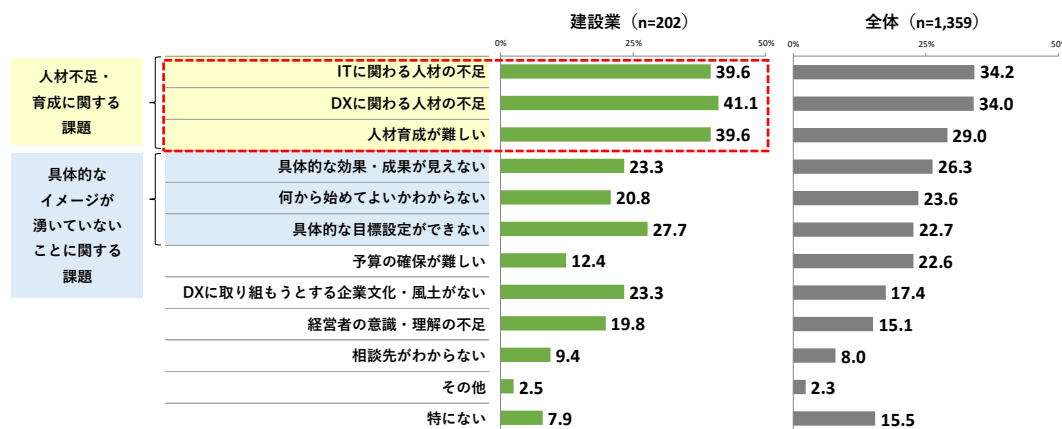
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は『人材不足に関する課題』が特に大きいですが、これはITやDXに限った話ではなく業種全体に係る人手不足問題に起因するものと推測される。また業界特有の下請分業構造のため、「取り組もうとする企業文化・風土がない」ことも課題であり、多面的な支援が必要と推測される。

< DX推進の取組にあたっての課題 (業種別) > (P.52-P.53 参照)

「DXに関わる人材の不足」(41.1%)、「ITに関わる人材の不足」(39.6%)、「人材育成が難しい」(39.6%)といった『人材不足・育成に関する課題』の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

○ DX推進に取り組んでいる企業

- ・車両、重機、燃料、資材等を管理するシステムや工事の進捗を管理するシステムを自社開発し、運用している。
- ・取組により、車両や重機の配置や在庫管理の適正化につながっている。
- ・取組を進めるにあたっては、現場で使用する従業員の教育が課題であった。
- ・経営者が必要性を認識し、DXに取り組むうえでのビジョンを持ち、それを従業員に説明し納得したうえで、取組を進めたことが成功要因。

○ DX推進に取り組めていない企業

- ・国が推進するICT施工に取り組むため、ドローンを活用しているが、人材不足により、現在使用できるのは一人の従業員のみであり、取組が進んでいない。
- ・DXを推進するためには、人材を育成、確保する必要がある。また、取組を進めるための相談先がわからないことも課題である。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

株式会社あめりか屋（京都府、総合建設業）

当社は新型コロナの感染拡大をキッカケに、IT化推進委員会を組織。委員会を中心に社内の課題を洗い出し、優先順位ごとに「松」「竹」「梅」に分類。優先順に取り組を一つずつ着実に進めたことで、DXが順調に推進されている。

人材確保が大きな課題である建設業界において、DXを通じて働き方改革や効率的な仕事を実現していくことは、中小建設会社にとって有効な手段と考えている。

<取組概要>

2018年にIT化は進められていたが、2020年の新型コロナ感染拡大により業務変革の危機感を持ち、全社的なIT化に向けて、若手社員と外部専門家によるIT化推進委員会を発足。全社的な課題を「松」「竹」「梅」の優先順位に分類し、松：主にハード面の整備 ⇒ 竹：主にソフト面の整備 ⇒ 梅：さらなる効率化等の順に一つずつ取組を実施。

DXを一挙に進めず社員の順応・成長を含めて着実に取り組んだこと、コロナ禍により社内全体がDXの必要性を認識していたこと、わからないことを質問できる環境が整備されていることがDXが順調に推進している主な要因としている。

【参照】関西DX推進プラットフォーム事業ホームページ

（（一財）関西情報センター） ※(株)東京商工リサーチ作成

2022-01-13

★ : 進捗必須
赤字 : 定例の議題

【IT化推進プロジェクト】優先順位付け 施策リスト

松	<ul style="list-style-type: none">• iPad・スマホの活用促進• PC環境改善 (マルチモニター・SSD化)• GoogleDriveによるファイル同期 (PC・iPad・スマホ)• iPadタッチペンの活用 (GoodNotes+ファイル同期)• 新役員&若手へのIT研修• Webカメラによる現場管理• 本社のネット環境改善
竹	<ul style="list-style-type: none">• ドローンでの現場写真撮影• 営業報告のIT化• チャットツール(Slack)の活用促進• リモート接続の環境構築• Web会議の全社導入• 顧客への現場写真の提供@認証付ホームページ• 勤怠管理のIT化• ファイル共有の仕組み(簡単くらうど保管の代替)• CCUS導入• 現場写真の仕組み化• 電子契約
梅	<ul style="list-style-type: none">• 現場事務所での書類の単純化• 現場事務所のネット環境• Zoomによるプレゼン• 現場のWebマップ表示 (Googleマイマップ)• タイピングスキルの向上

あめりか屋では明確に優先順位を設定してIT化を進めている。(提供：株式会社あめりか屋)

⑤ 卸売業、小売業

ア 卸売業、小売業の概況

- ・平成28年（2016年）経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、27.2%を占めており、全産業中最も多い。従業員数では、22.5%を占める。

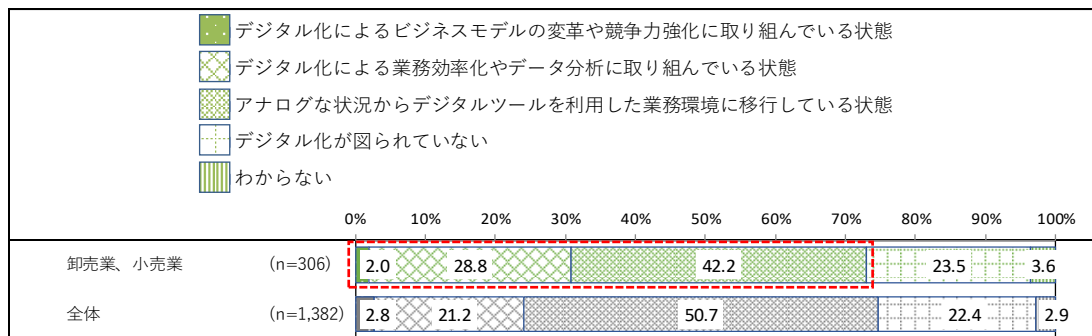
イ 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化やDXへの取組は全体よりやや高く、DX推進に係るニーズは高い。
- ・全体と比較すると、DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合が高いものの十分に浸透しているとは言えず、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

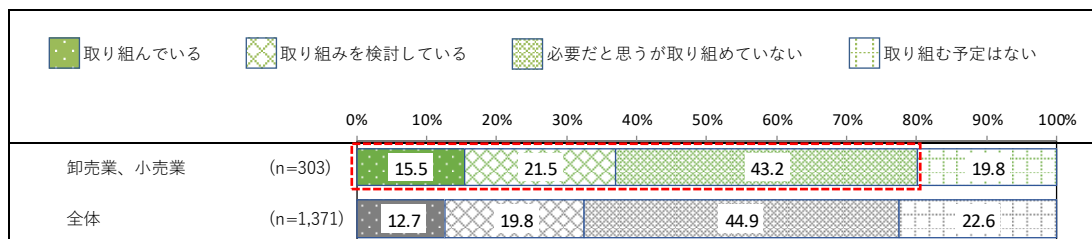
(ア) デジタル化の取組状況（P.42-P.43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合は73.0%となっている。



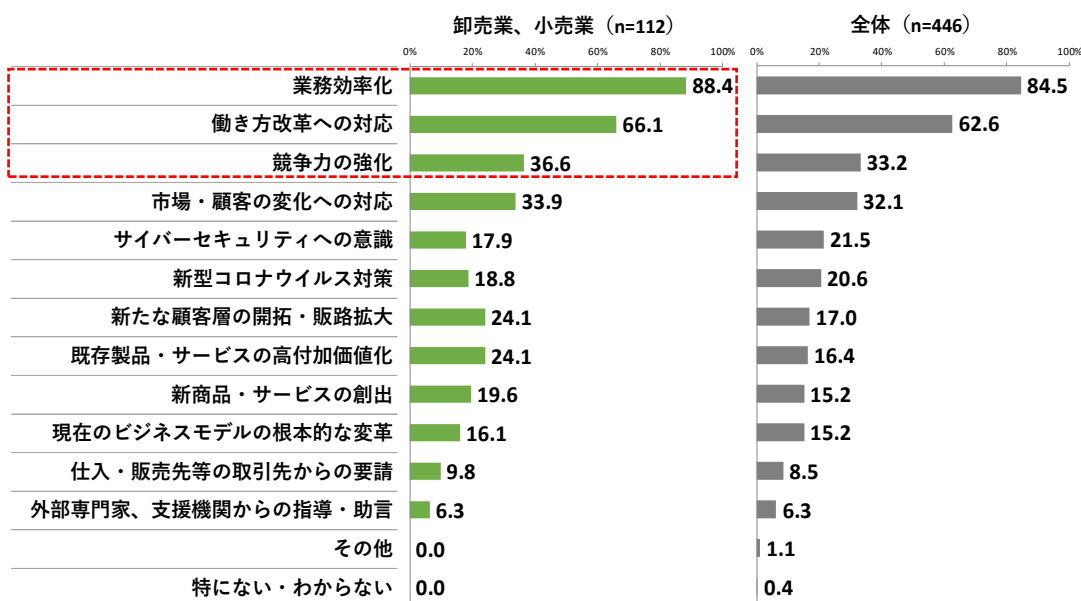
(イ) DX推進の取組状況（P.45-P.46 参照）

DXの必要性を認識している割合（DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計）は80.2%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的（P.47-P.48 参照）

DXに「取り組みを検討している」と回答した者がDXに取り組む主な理由・目的の割合は、「業務効率化」（88.4%）が最も高く、次いで「働き方改革への対応」（66.1%）、「競争力の強化」（36.6%）の順となっている。



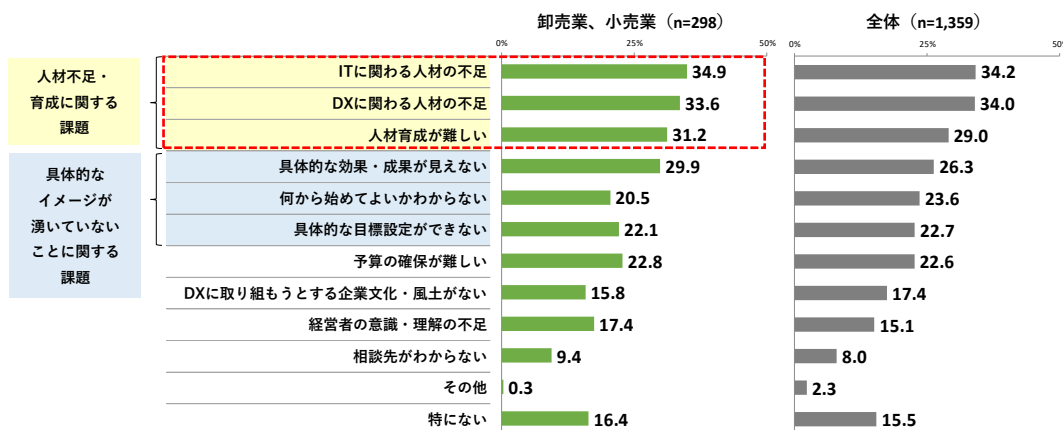
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は『人材不足に関する課題』、次いで『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』が高いなど、全体の傾向と大きな差は見られない。

< DX推進の取組にあたっての課題 (業種別) > (P.52-P.53 参照)

「ITに関わる人材の不足」(34.9%)、「DXに関わる人材の不足」(33.6%)、「人材育成が難しい」(31.2%)といった『人材不足・育成に関する課題』の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

- DX推進に取り組んでいる企業
 - ・クラウド型車両管理システムを導入し、車両管理及び業務管理に取り組んでいる。
 - ・取組により、位置情報、走行履歴、安全運転診断等ができるようになり、効率的な車両の運用が可能となり、コスト削減につながっている。
 - ・取組を進めるにあたっては、従業員がシステムを適切に使用できるようになるまで、時間がかかることが課題であった。
 - ・経営者自らが積極的に進めたことが成功要因。

- DX推進に取り組めていない企業
 - ・業務管理や顧客管理のためのシステムの導入に必要な初期投資やランニングコストが課題となり、取り組めていない。
 - ・DXに取り組むためには、システム導入費用に対する助成や導入までのサポートが必要である。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

株式会社ハマヤ（京都府、手芸用品の卸小売及び、小売店様向け販売管理システム）

当社は長年、“超アナログ”な手法で業務を行っていたが、2016年9月にDXをスタート。6年間で業績を大幅に伸ばし、いまはその経験を活かして、他社のDXをコンサルティングする新事業も始めている。

<取組概要>

Googleのスプレッドシートを活用し、様々な社内システムを構築。それまで手作業で行っていた受発注管理や販売管理、会計管理などをシステム化することで業務革新を果たした。これらの取組みにより削減された作業時間は年間5,760時間にのぼり、人件費換算では約570万円分に相当する。その他、自社ECサイトに出品する在庫数の一部自動化などにより、ヒューマンエラーの防止や労力削減を果たしている。

また、DXにより生産性が向上しリソースに余裕が生まれたことで、新ブランドの立ち上げに繋がっている。さらに、自社の経験を活かしてDXコンサルティングの事業も開始し2年で30社ほどの実績を有する。

【参照】関西DX推進プラットフォーム事業ホームページ

（（一財）関西情報センター）※(株)東京商工リサーチ作成



⑥ 宿泊業、飲食サービス業

ア 宿泊業、飲食サービス業の概況

- ・平成 28 年（2016 年）経済センサス活動調査によると、本県における事業所数では、13.9%を占めており、2 番目に多い。従業員数では、8.3%を占める。
- ・新型コロナの影響による人流の減少、営業時間の短縮や休業を余儀なくされたことなどにより、大きなマイナスの影響を受けた。事業継続にあたっては、接触回避、混雑回避のための取組が求められた。

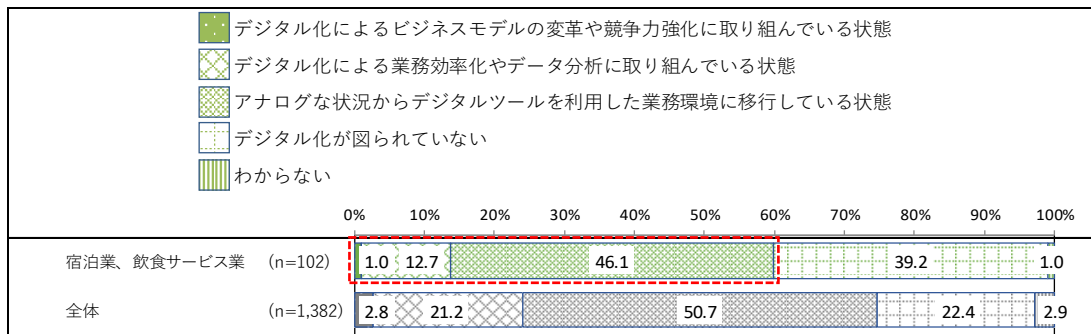
イ 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化への取組は全体より低くなっているものの、DXの必要性を認識している割合は全体と大きな差はないことから、DX推進に係るニーズは高い。
- ・全体と同様に、DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合が低く、DX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要。

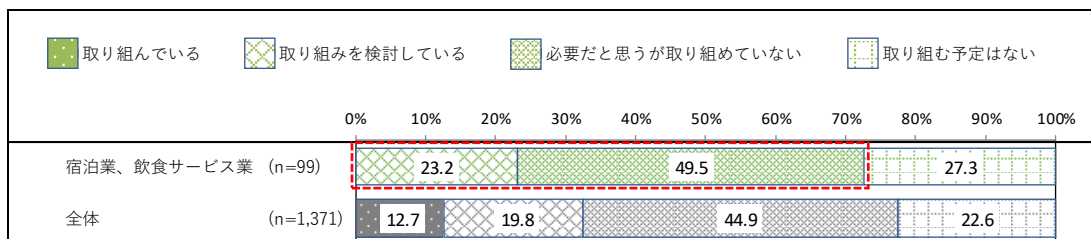
(ア) デジタル化の取組状況（P42-P43 参照）

「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合は59.8%となっている。



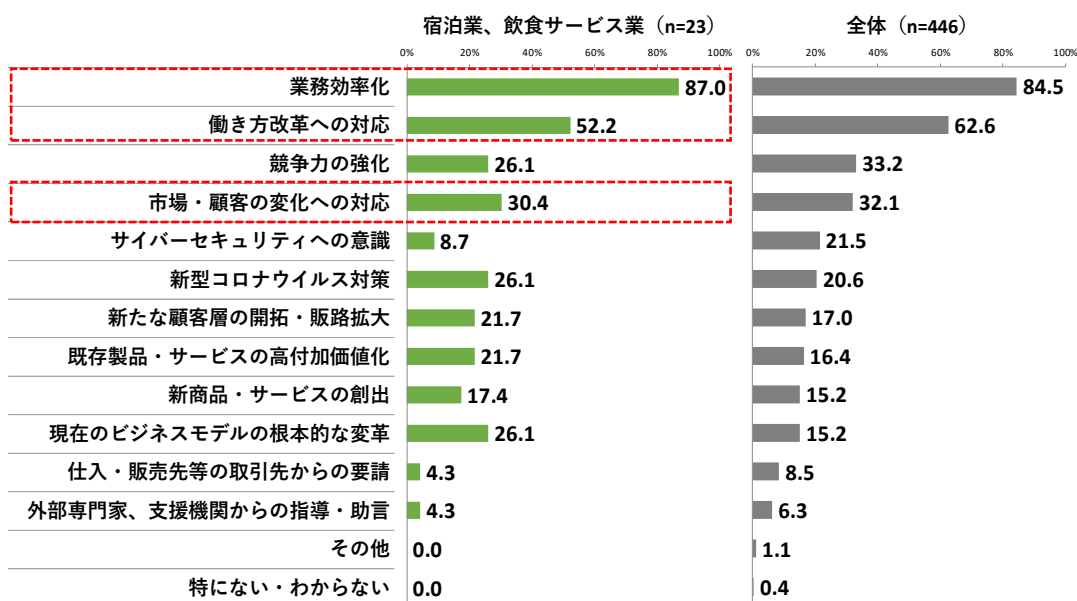
(イ) DX推進の取組状況（P45-P46 参照）

DXに「取り組んでいる」と回答した者はなかった。DXの必要性を認識している割合（DXに「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計）は72.7%となっている。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P.47-P.48 参照)

DXに「取り組みを検討している」と回答した者がDXに取り組む主な理由・目的の割合は、「業務効率化」(87.0%)が最も高く、次いで「働き方改革への対応」(52.2%)、「市場・顧客の変化への対応」(30.4%)の順となっている。



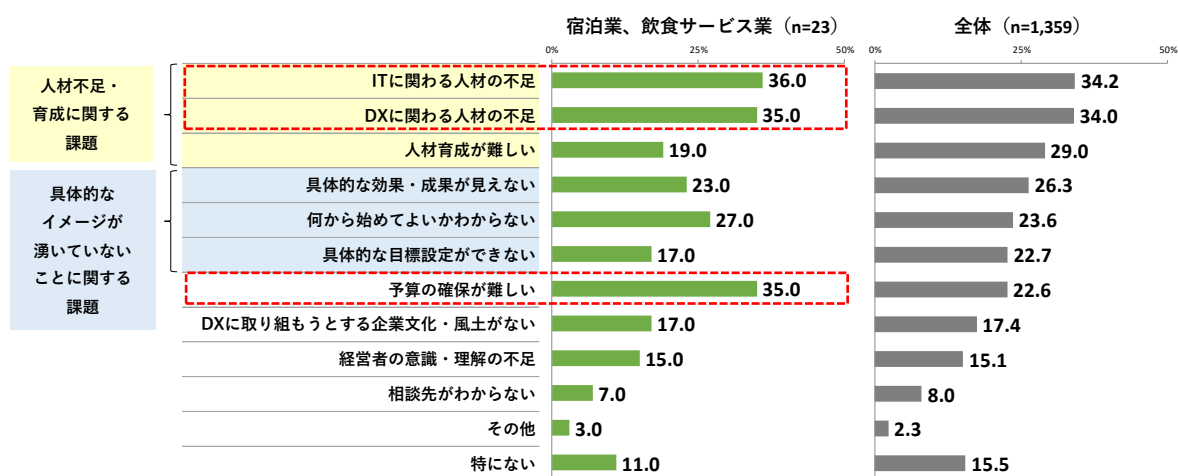
ウ DX推進に取り組むための課題

《 要旨 》

- ・DX推進の取組にあたっての課題は『人材不足に関する課題』及び「予算の確保が難しい」が高くなっており、宿泊業、飲食サービス業は、新型コロナによる大きな影響を受けた業種の1つでもあることから、DX等の新たな取組のための資金や人材が不足しているため、必要性は理解しつつも、取組に着手できていないと推測される。

<DX推進の取組にあたっての課題(業種別)> (P.52-P.53 参照)

「ITに関わる人材の不足」(36.0%)、「DXに関わる人材の不足」(35.0%)といった『人材不足・育成に関する課題』、及び「予算の確保が難しい」(35.0%)と回答した者の割合が高い。



エ ヒアリング調査結果

○ DX推進に取り組んでいる企業

- ・大浴場等の混雑状況をスマートフォン等でリアルタイムに確認できるシステムや多言語に対応したA I コンシェルジュを導入している。
- ・取組により、新型コロナの感染防止のための混雑回避やインバウンド需要への対応による人材不足の解消につながったほか、他社との差別化による競争力強化にもつながっている。
- ・取組を進めるにあたっては、DXを推進することができる人材の確保が課題であった。
- ・取組を進めるために必要な知識、技術を有している企業と連携して取り組んだことが成功要因。

○ DX推進に取り組めていない企業

- ・高齢の従業員が多く、PC等の操作に不慣れであること等が課題となり取り組めていない。
- ・DXに取り組むためには、社員のスキル向上が必要である。また、さらに進めるためには、システム等の導入費用に対する助成が必要と考えている。

オ 中堅・中小企業等におけるDXに関する先進事例

株式会社クリスポ（東京都、飲食業）

当社はカスタムチョップドサラダ専門店「CRISP SALAD WORKS（クリスポ・サラダワークス）」を運営する企業。順調に業績を伸ばす一方、現場はオペレーションを回すことで精一杯という状況となっていた。こうした課題に対し、公式モバイルオーダーアプリを導入したことで、顧客の満足度・来店頻度の向上、充実した接客が実現した。

<取組概要>

当時、アメリカのスターバックスが導入を開始して話題を集めたオーダーシステムに注目し、公式モバイルオーダーアプリ「クリスポAPP」を全店に導入。また一部の商業施設内等の店舗を除き完全キャッシュレス化も実施したことにより、注文や決済のストレスが軽減した。

これらの取組により、待ち時間短縮による顧客の満足度・来店頻度の向上が得られた。また、現場スタッフの作業時間も1日あたり90分間軽減し、顧客とより温かなコミュニケーションをとる余裕が生まれ、当初目指していた人へフォーカスした接客が実現しやすくなった。売上面でも、店頭注文と比較して、アプリ注文では顧客単価が8%アップしたという。

【参照】2020年度版中小企業白書（中小企業庁）※(株)東京商工リサーチ作成



店舗での接客時の様子

(4) 従業員数別の分析結果

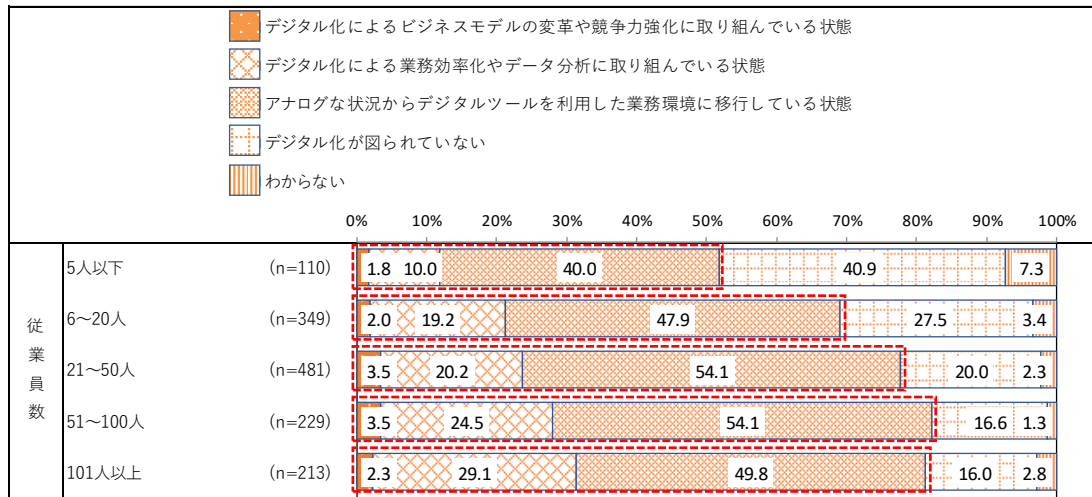
① 調査結果に基づくDX推進の取組状況

《 要旨 》

- ・デジタル化の取組状況及びDX推進の取組状況はいずれも、従業員数の規模が大きいほど高くなっており、従業員数の規模が大きいほどDX推進に係るニーズが高い傾向にある。
- ・DXが本来目的としている「競争上の優位性確立」を見据えている者の割合は全ての従業員数の規模で低くなっており、従業員数の規模によらずDX推進の意義・効果・目指す姿などについて意識を統一することが重要である。

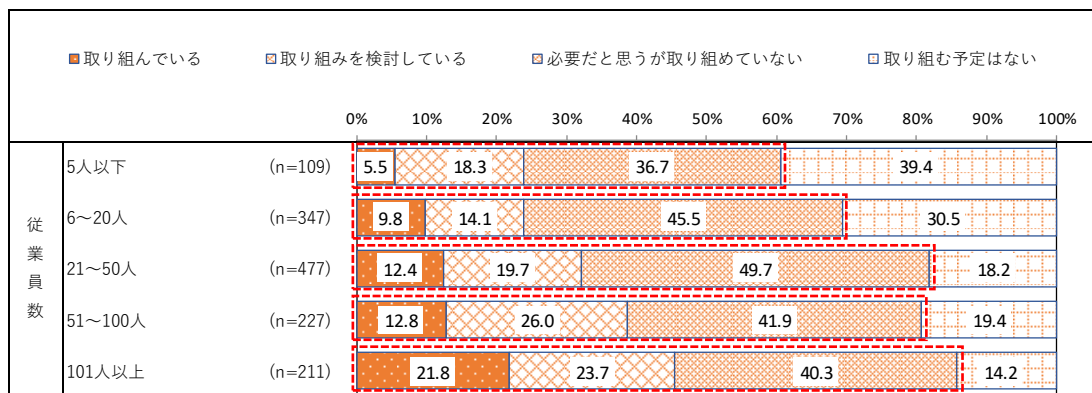
(ア) デジタル化の浸透状況 (P42-P43 参照)

従業員数の規模が大きいほど「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」を含め、デジタル化に取り組んでいる者の割合が高い。



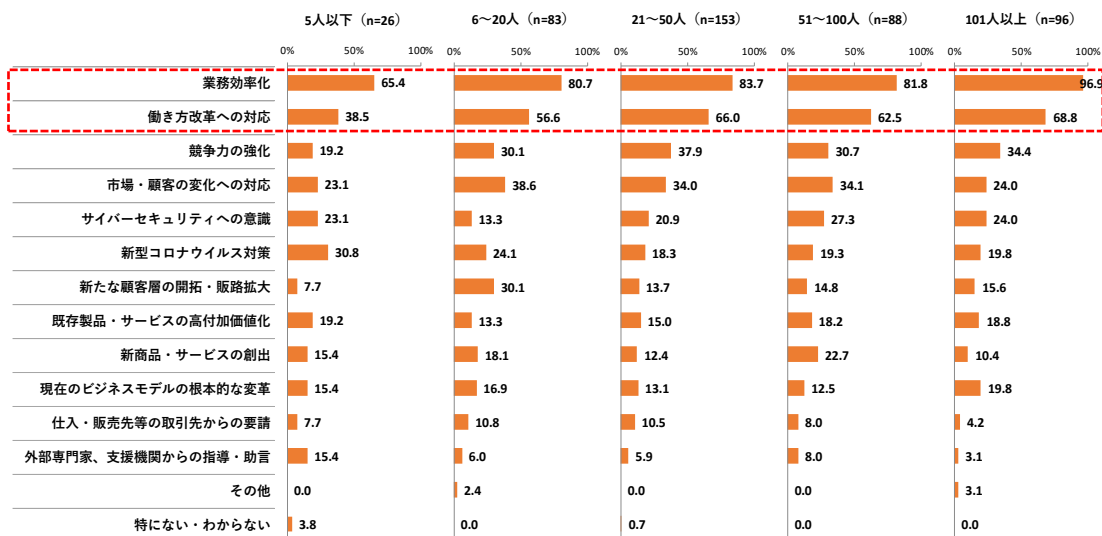
(イ) DX推進の取組状況 (P45-P46 参照)

従業員数の規模が大きいほどDXの必要性を認知している割合(DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」「必要だと思うが取り組めていない」の計)が高い。



(ウ) DX推進に取り組む主な理由・目的 (P47-P48 参照)

DXに「取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答した者がDXに取り組む主な理由・目的の割合は、全ての従業員数の規模で「業務効率化」が最も高く、次いで「働き方改革への対応」となっている。



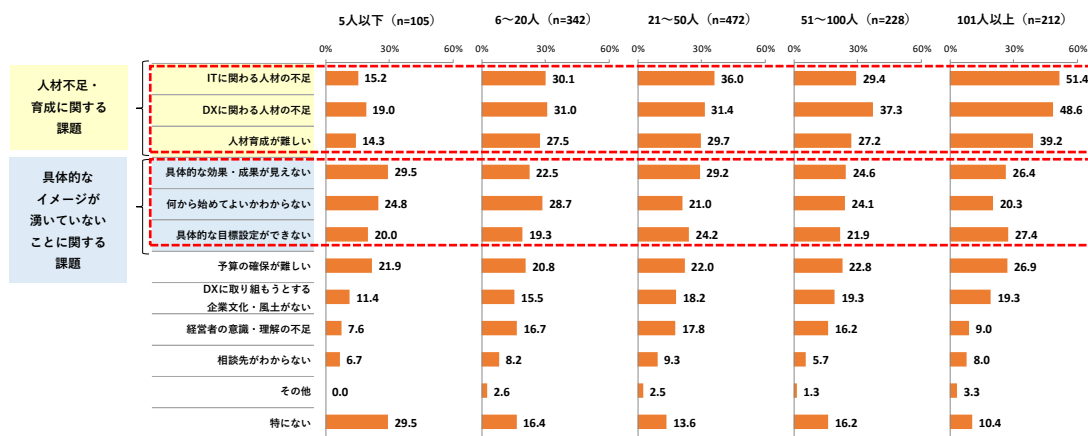
② DXに取り組むための課題

《要旨》

- ・従業員数の規模が大きいほど『人材不足・育成に関する課題』の群が高く、従業員数の規模が小さいほど『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の群の方が高くなる傾向にある。

<DX推進の取組にあたっての課題(従業員数別)> (P52-P53 参照)

従業員数の規模が大きいほど『人材不足・育成に関する課題』の群が高く、従業員数の規模が小さいほど『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の群の方が高くなる傾向にある。



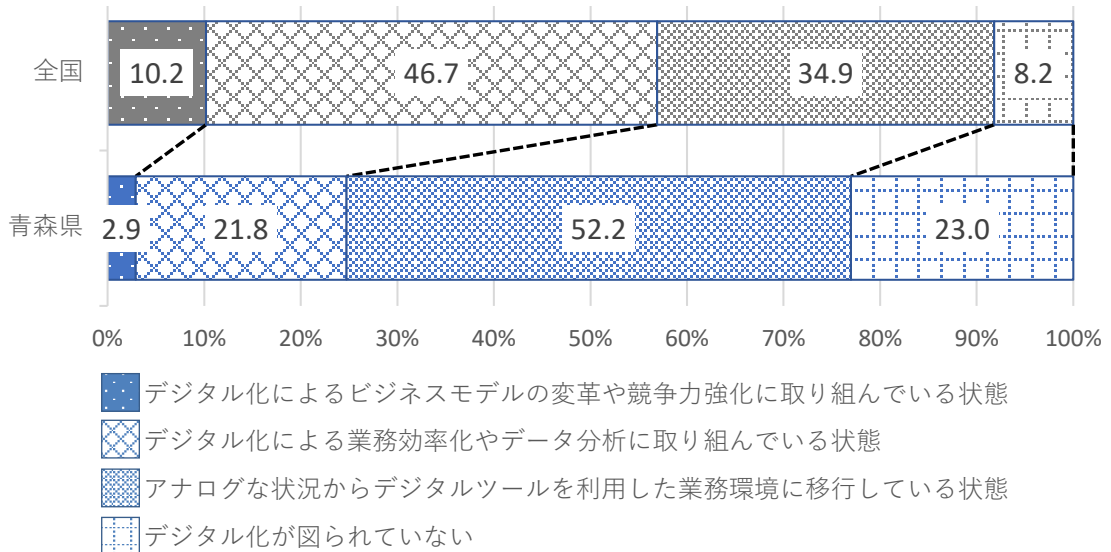
(5) 取組状況別の分析結果

① デジタル化の取組状況 (問5)

- ・全体として「デジタル化に取り組んでいる」(「デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態」+「デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態」+「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態」の合計)と回答した割合は76.9%となっており、全国(91.8%)と比べ取組が進んでいない。
- ・業種別では、「デジタル化に取り組んでいる」と回答した割合について繊維工業が35.3%となっており、他の業種に比べ取組が進んでいない。また、宿泊業、飲食サービス業(59.8%)についても他の業種に比べ取組が進んでいない。
- ・従業員数別では、従業員数5人以下において「デジタル化に取り組んでいる」と回答した割合が51.8%となっており、従業員数の規模が小さいほど取組が進んでいない。

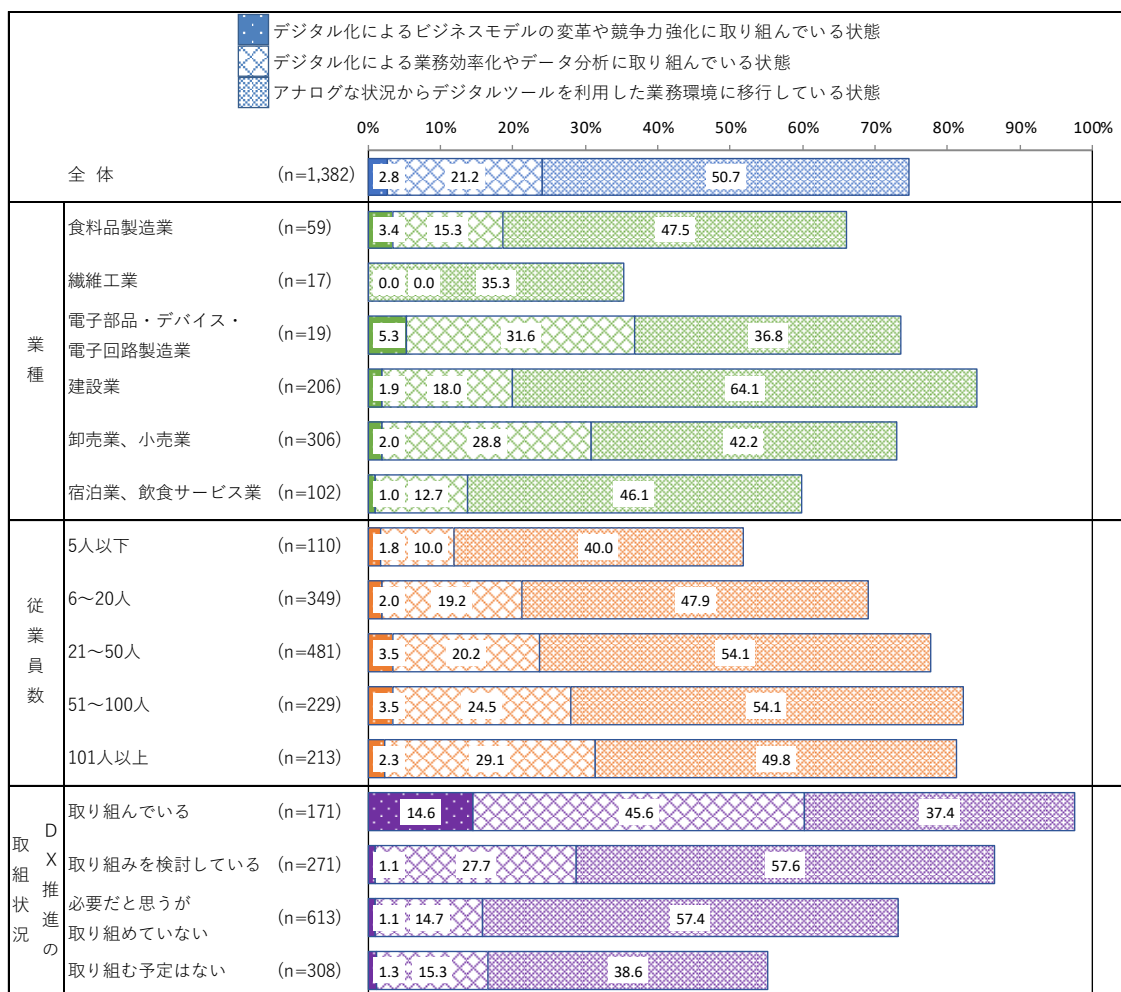
【全国比較】 デジタル化の浸透状況

※全国調査の集計結果に合わせ、「わからない」を除外して集計している。



(全国) 2022年版 中小企業白書 (中小企業庁)

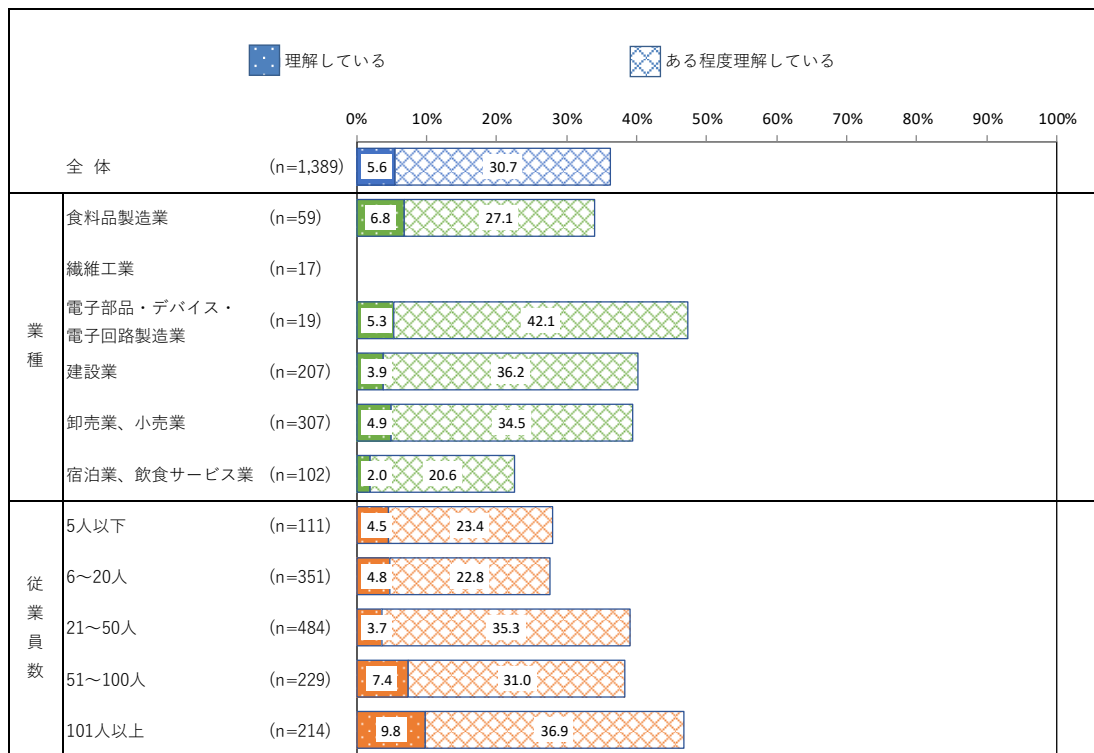
【抜粋】 デジタル化に取り組んでいると回答した割合



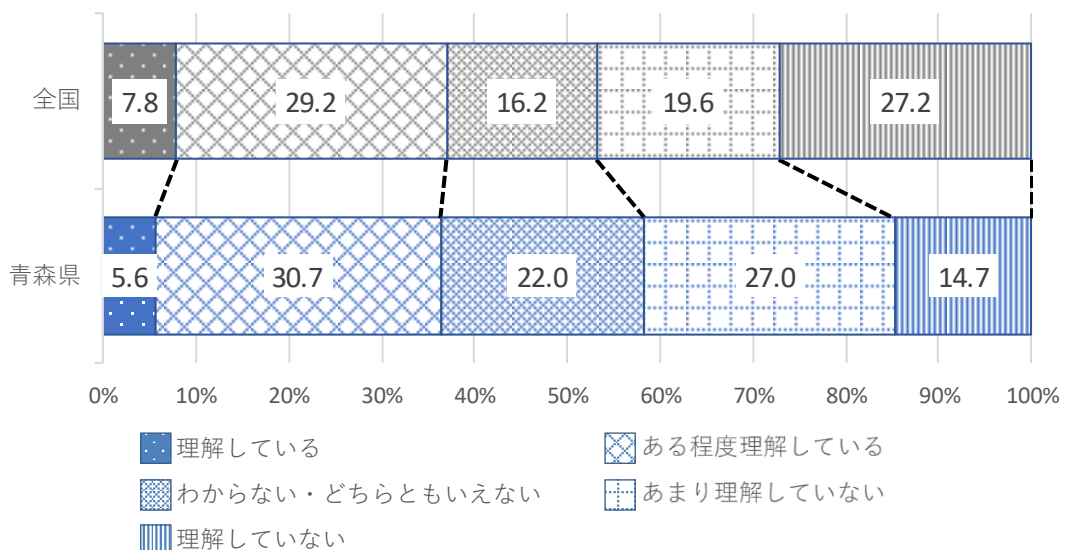
② DX推進についての理解度（問6）

- ・全体では、『理解している（計）（「理解している」+「ある程度理解している」の合計）』は36.3%となっており、全国との差は小さい。
- ・業種別では、電子部品・デバイス・電子回路製造業において『理解している』割合が高いが、繊維工業において『理解している』との回答がなく、宿泊業、飲食サービス業も『理解している』割合が低い。
- ・従業員数別では、規模が小さいほど『理解している』割合が低くなる傾向にある。

【抜粋】DX推進について「理解している」及び「ある程度理解している」と回答した割合



【全国比較】DXについての理解度

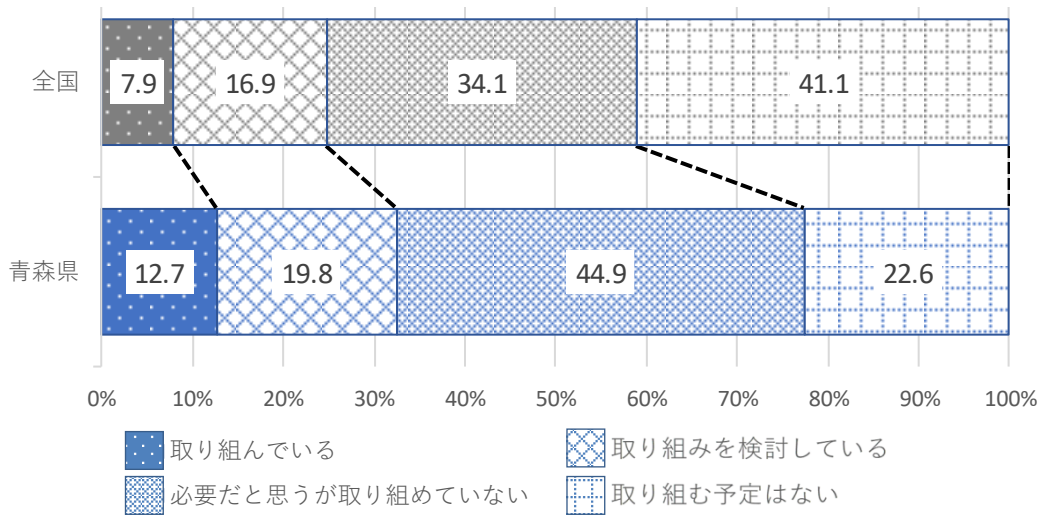


(全国) 中小企業のDX推進に関する調査 (令和4年5月 (独) 中小企業基盤整備機構)

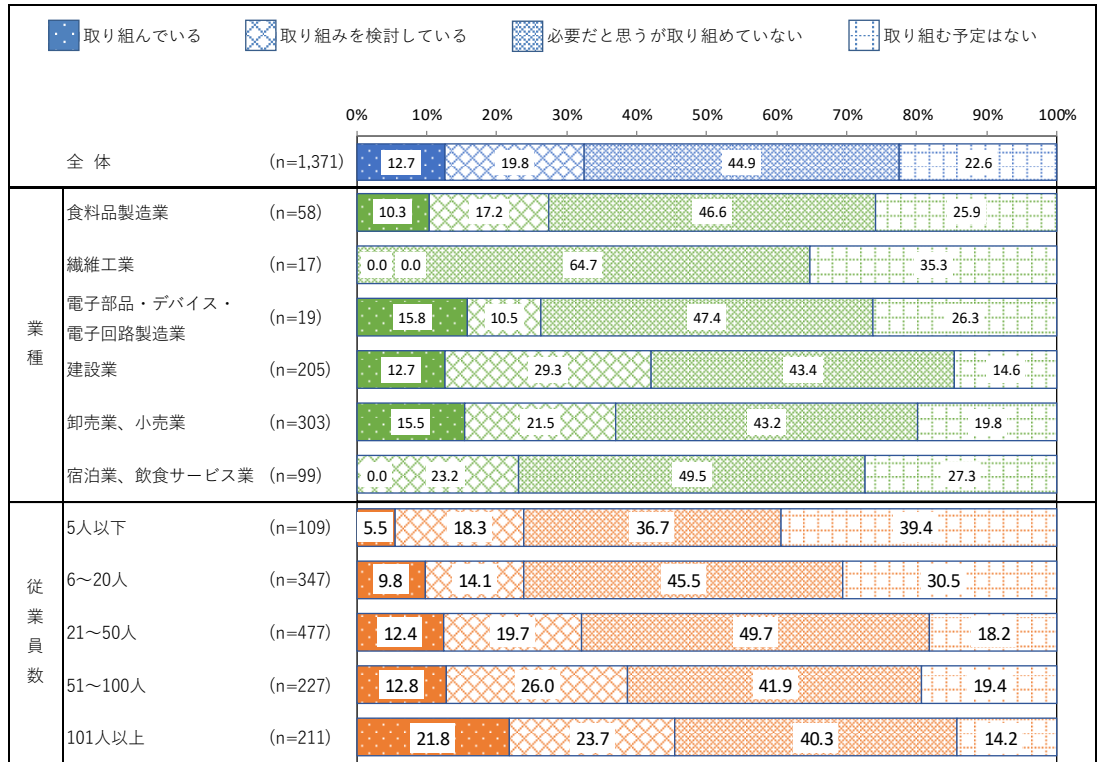
③ DX推進の取組状況（問8）

- ・全体では、「取り組んでいる」は12.7%となっているが、全国（7.9%）と比較すると高い。
また、「取組みを検討している」は19.8%、「必要だと思うが取り組めていない」は44.9%となり、「取り組んでいる」と合計すると77.4%の企業がDX推進の必要性について認識しており、これは全国（58.9%）よりも高い。
- ・業種別では、繊維工業及び宿泊業、飲食サービス業において「取り組んでいる」との回答がなく、繊維工業において「必要だと思うが取り組めていない」と回答した割合が64.7%と高い。一方で、DX推進の必要性の認識している（「取り組んでいる」+「取組みを検討している」+「必要だと思うが取り組めていない」の合計）割合は、建設業が最も高い。
- ・従業員数別では、従業員数の規模が大きいほどDX推進の必要性の認識している割合が高い。一方で、従業員数の規模が小さいほどDXに取り組んでいる割合が低い。

【全国比較】DX推進の取組状況

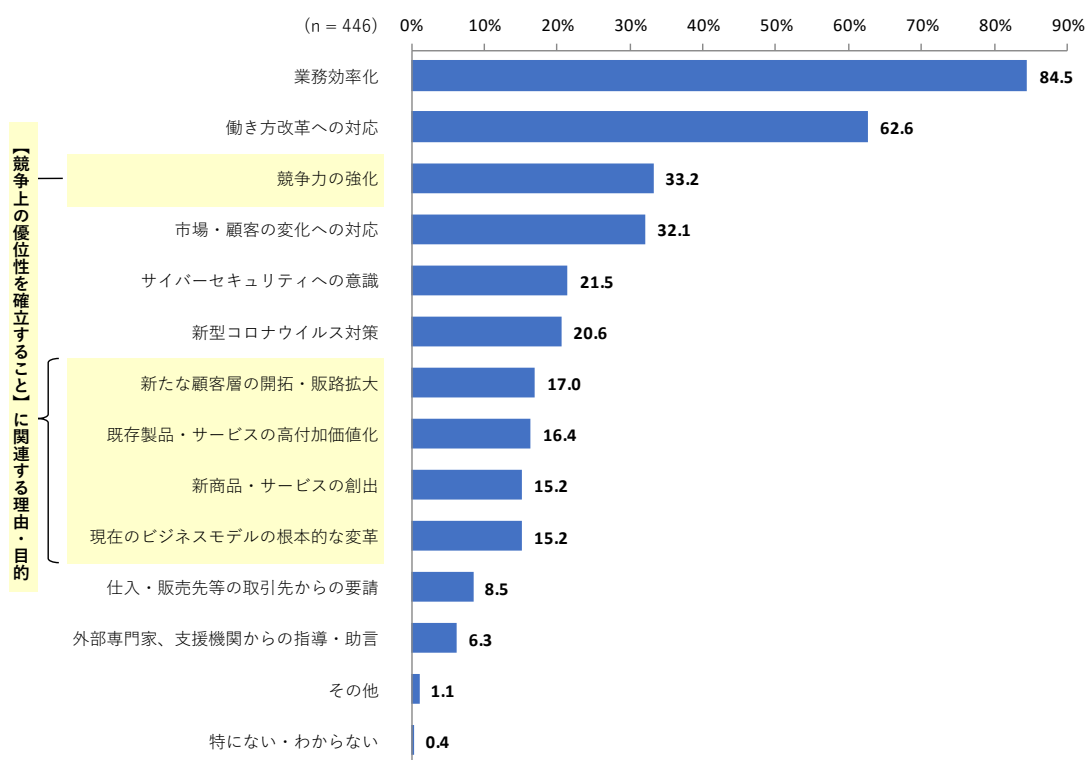


（全国）中小企業のDX推進に関する調査（令和4年5月（独）中小企業基盤整備機構）

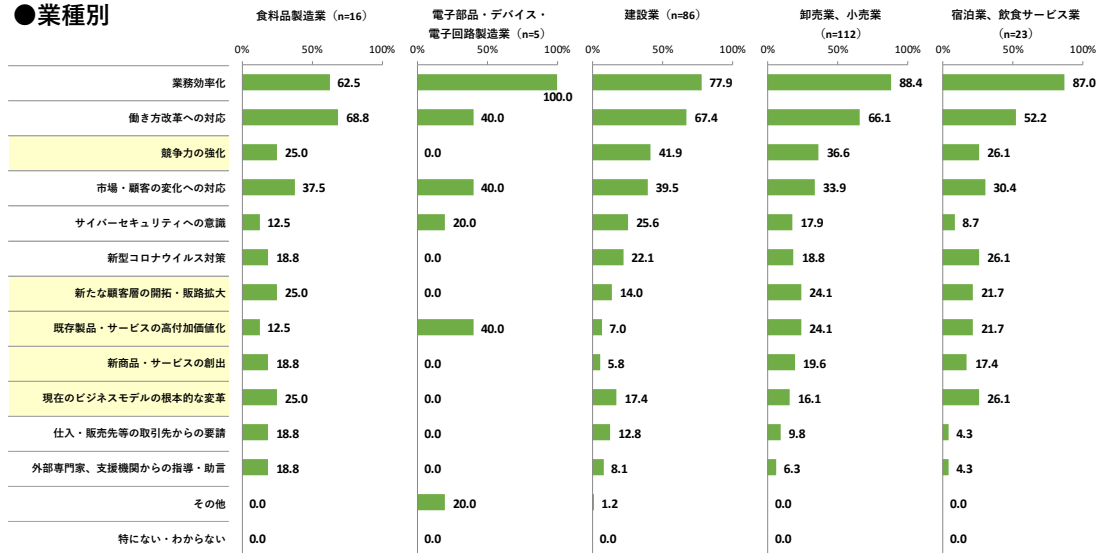


④ DX推進に取り組む主な理由・目的（問8-1）

- ・全体では、業務効率化（84.5%）、働き方改革への対応（62.6%）を理由・目的としている割合が高いが、DXの定義となっている「競争上の優位性を確立すること」に関連する理由・目的（競争力の強化、高付加価値化、新商品・サービスの創出等）を理由・目的とする割合は3割程度に留まっている。
- ・「競争上の優位性を確立すること」に関連したDX推進の取組について業種別で回答割合を比較したところでは、建設業（41.9%）及び卸売業、小売業（36.6%）において「競争力の強化」が高く、食料品製造業（25.0%）及び宿泊業、飲食サービス業（26.1%）において「現在のビジネスモデルの根本的な変革」が高い。
- ・「競争上の優位性を確立すること」に関連したDX推進の取組について従業員数別で回答割合を比較したところでは、従業員数21～50人（37.9%）において「競争力の強化」が高く、従業員数6～20人（30.1%）において「新たな顧客層の開拓・販路拡大」が高い。

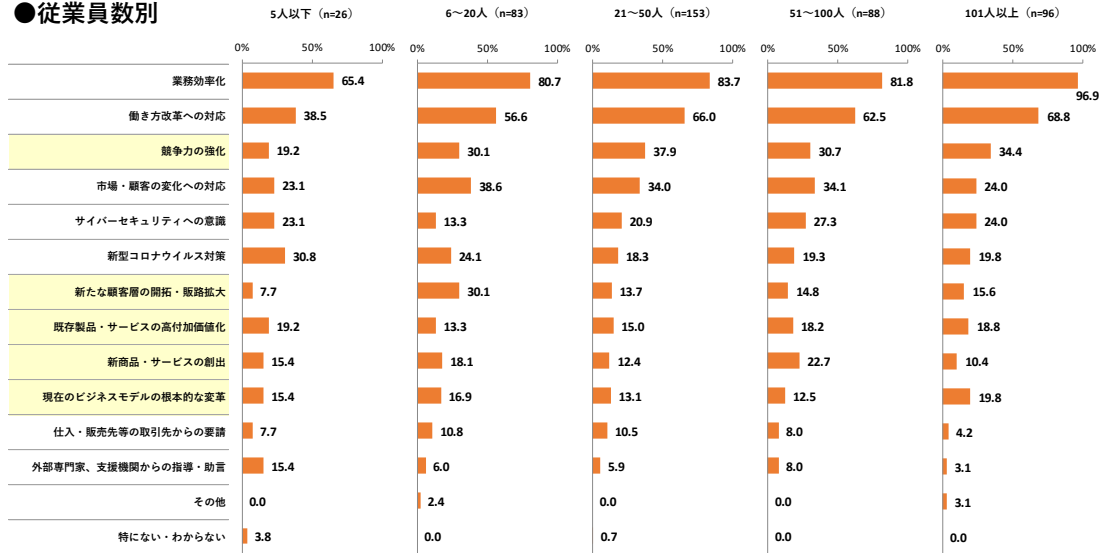


●業種別



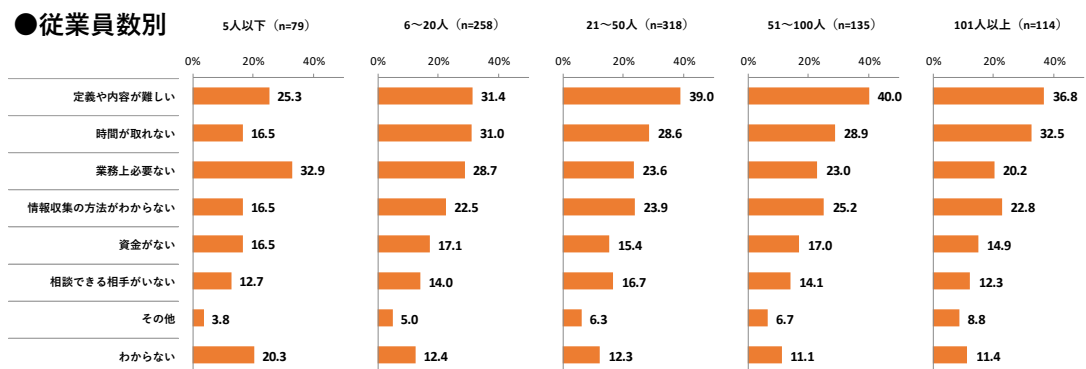
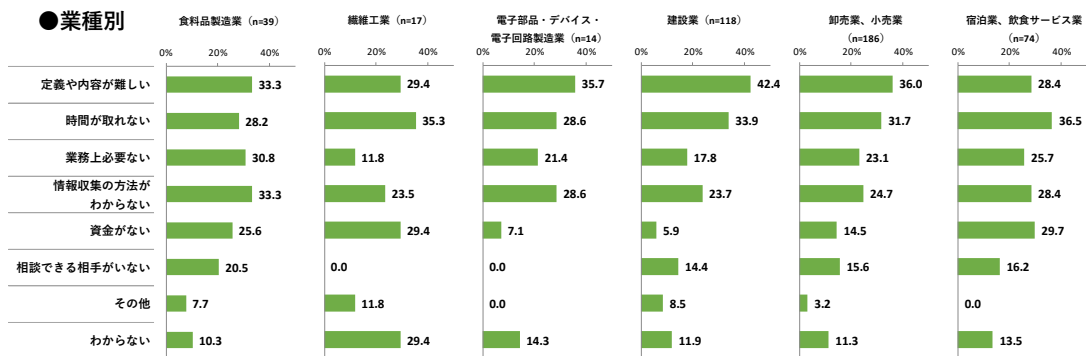
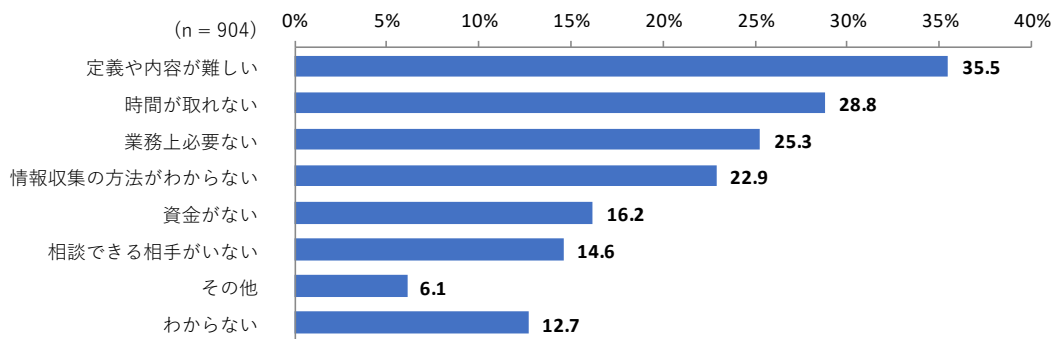
※繊維工業は回答が0件のため図表を割愛、電子部品・デバイス・電子回路製造業は回答が少数のため参考程度とされたい。

●従業員数別



⑤ DX推進に取り組めていない理由、取り組む予定はない理由（問8-4）

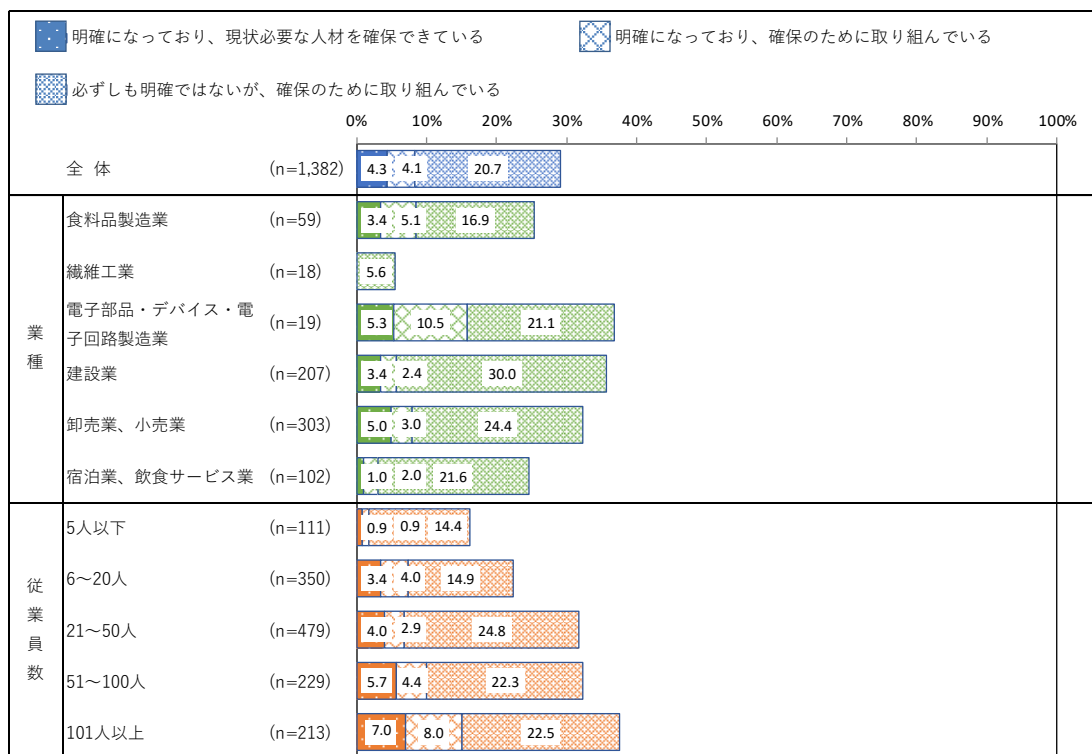
- ・全体では、「定義や内容が難しい（35.5%）」、「時間が取れない（28.8%）」、「業務上必要ない（25.3%）」及び「情報収集の方法がわからない（22.9%）」の順となっている。
- ・業種別では、すべての業種において「定義や内容が難しい」及び「時間が取れない」と回答した割合が3割程度となっている。一方で、繊維工業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、建設業、卸売業、小売業では、「業務上必要ない」が低い傾向にあり、その他の実務的な課題が高い。宿泊業、飲食サービス業では、「時間が取れない」が高い。
- ・従業員数別では、従業員数5人以下において「業務上必要ない」が高い。



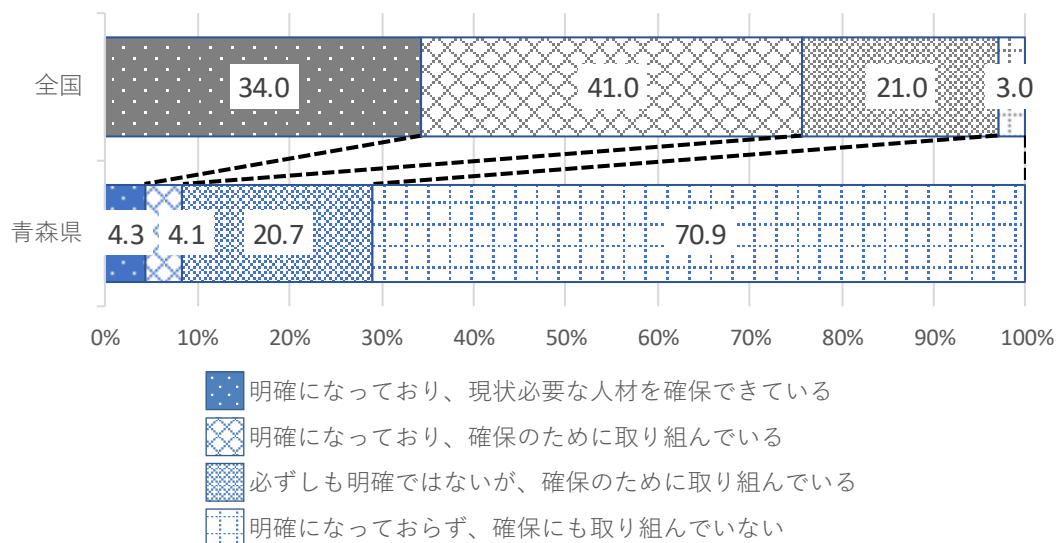
⑥ DX・デジタル化を推進するための人材の確保のための取組（問11）

- ・全体では、『人材確保に取り組んでいる（「明確になっており、現状必要な人材を確保できている」+「明確になっており、確保のために取り組んでいる」+「必ずしも明確ではないが、確保のために取り組んでいる」の合計）』は29.1%となっている。全国と比較すると、本県の人材確保の取組が遅れているように見えるが、全国調査は調査対象が上場企業に限定されたものであるため一概には比較できない点には注意が必要である。ただし、上場企業がこれらの取組を積極的に進めていることには変わりなく、今後の経営や付加価値向上・競争力強化に向けてDXが重要な役割を担う可能性があることを示唆している。
- ・業種別では、繊維工業は特に取組が進んでいない。電子部品・デバイス・電子回路製造業、建設業及び卸売業、小売業はいずれも『人材確保に取り組んでいる』が高い。
- ・従業員数別では、規模が小さいほど人材確保の取組が進んでいない。

【抜粋】『人材確保に取り組んでいる』企業の割合



【全国比較】DX・デジタル化を推進するための人材の認識と確保のための取組

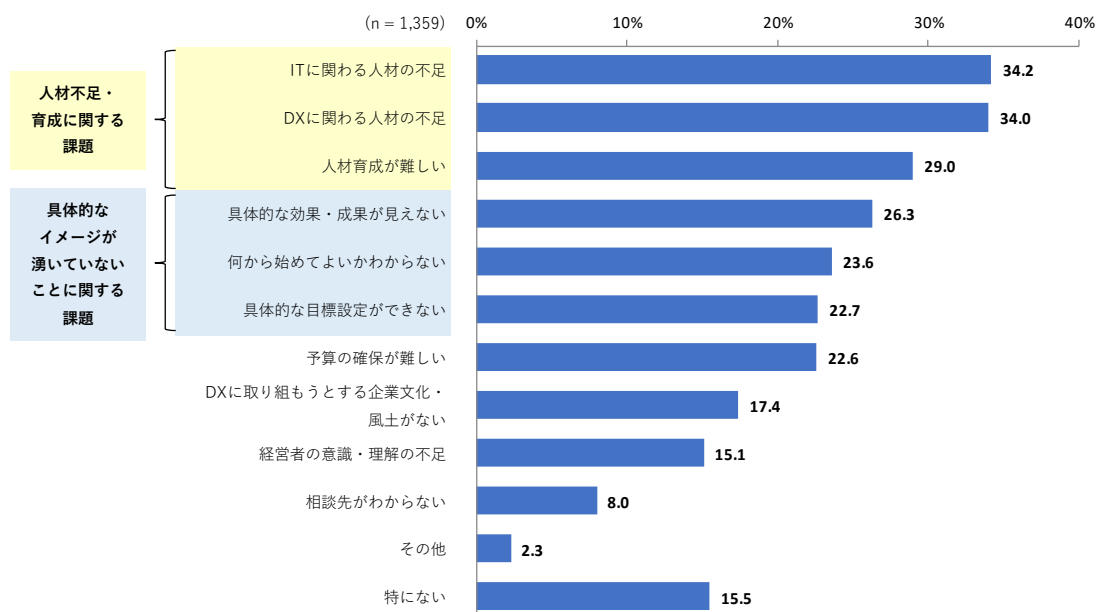


(全国) デジタルトランスフォーメーション調査 2022 (経済産業省)

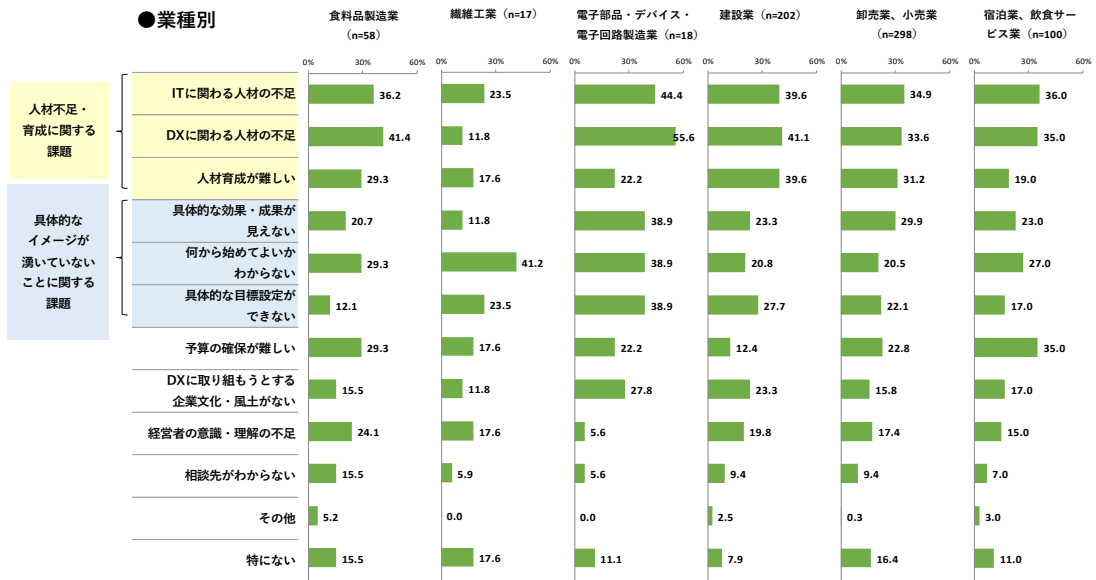
※調査対象は東京証券取引所の国内上場会社 (一部、二部、マザーズ、JASDAQ)

⑦ DX推進の取組にあたっての課題（問14）

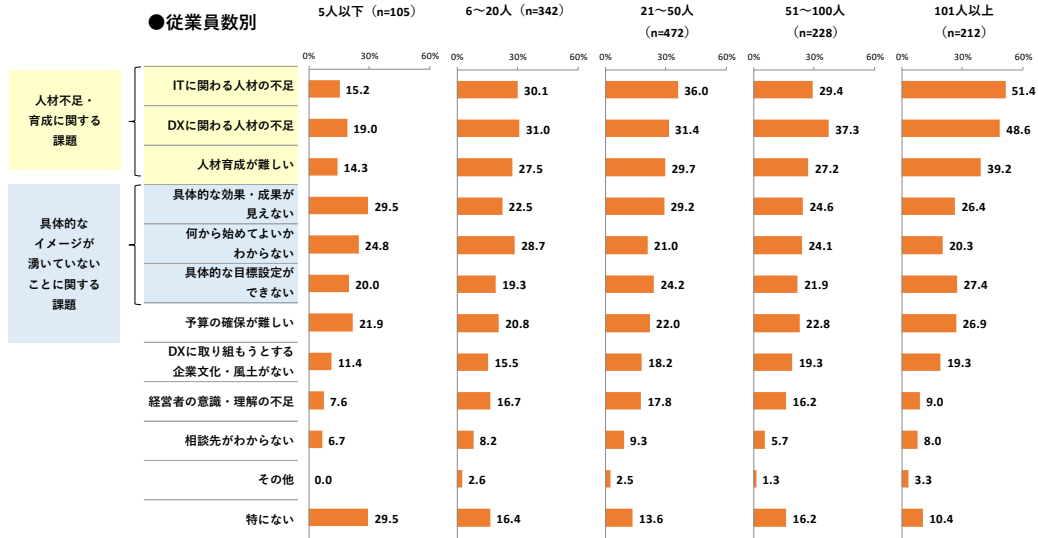
- ・全体では、『人材不足・育成に関する課題（「ITに関わる人材の不足」、「DXに関わる人材の不足」、「人材育成が難しい」）』が上位となっている。次いで、推進にあたって『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題（「具体的な効果・成果が見えない」、「何から始めてよいかわからない」、「具体的な目標設定ができない」）』が続いている。
- ・業種別に『人材不足・人材育成に関する課題』についてみると、食料品製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、建設業、卸売業、小売業及び宿泊業、飲食サービス業が高い。また、繊維工業では「何から始めてよいかわからない」が41.2%と特に高くなるなど『人材不足・人材育成に関する課題』よりも高い傾向にある。その他、食料品製造業及び宿泊業、飲食サービス業では「予算の確保が難しい」が高い。
- ・従業員数別では、規模が大きいほど『人材不足・人材育成に関する課題』の方が高く、規模が小さいほど『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』の方が高くなる傾向がみられる。
- ・DX推進の取組状況別では、『人材不足・人材育成に関する課題』は「取り組む予定はない」以外では総じて高い。『具体的なイメージが湧いていないことに関する課題』は「必要だと思うが取り組めていない」で特に高い傾向がみられ、DX推進の取組が進むにつれて低くなっている。「取り組む予定はない」では「特にない」が高くなっているが、これは課題が特にないということではなく課題を検討する段階に至っていないことが推測される。



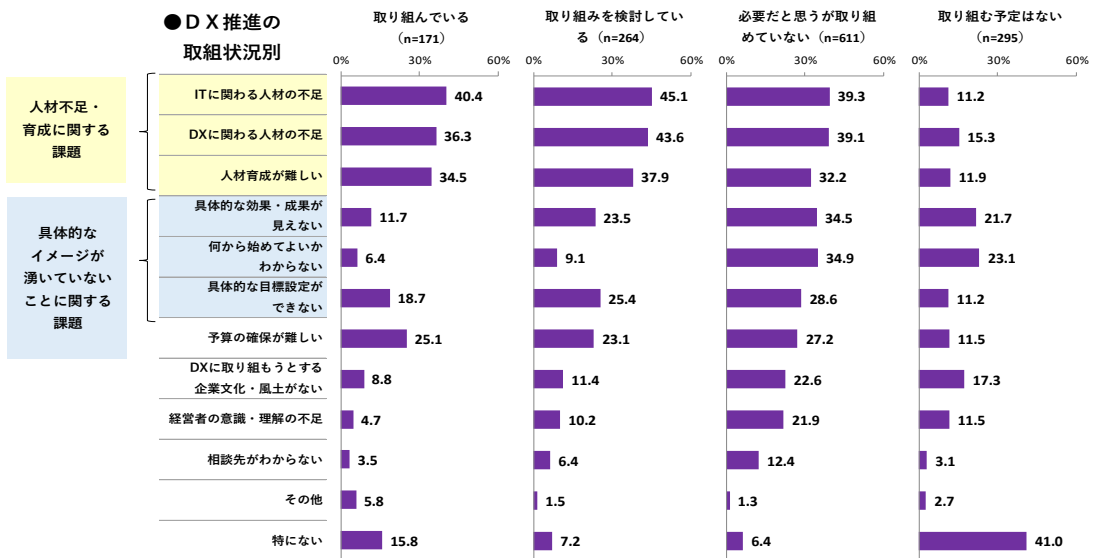
●業種別



●従業員数別

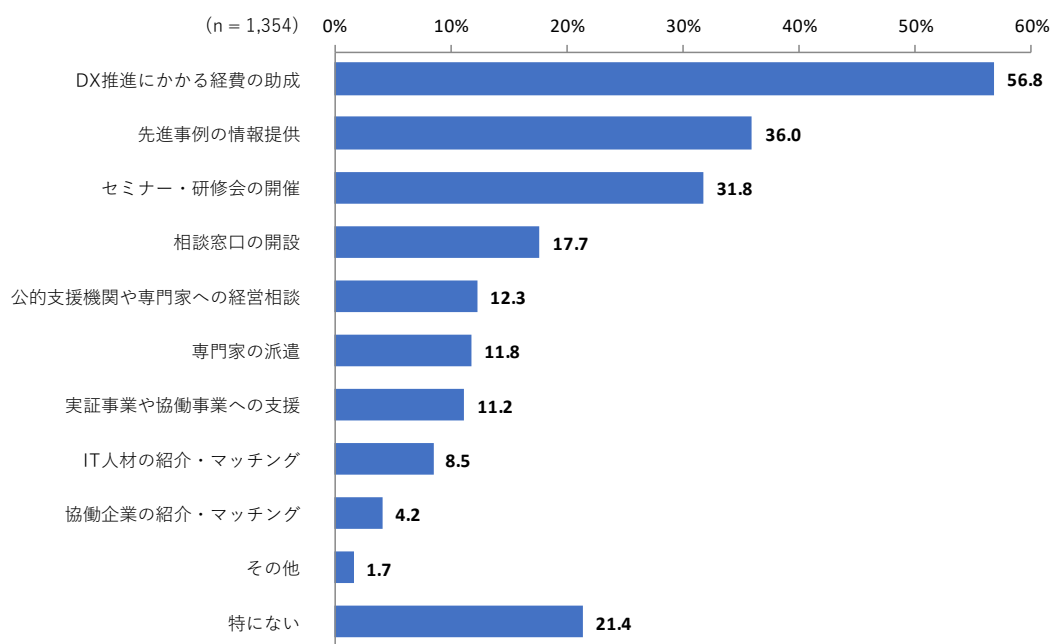


●DX推進の取組状況別

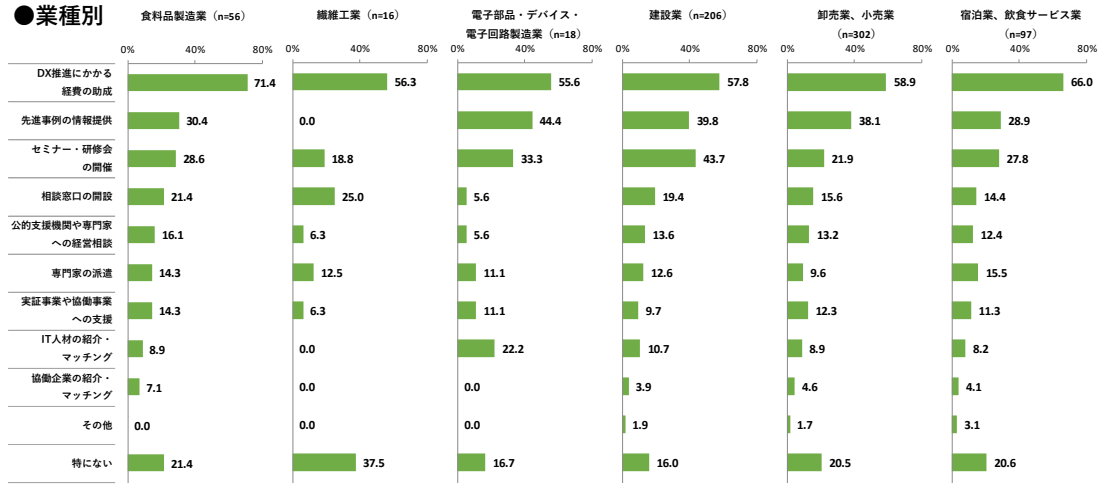


⑧ DX推進に関する行政支援のニーズ（問15）

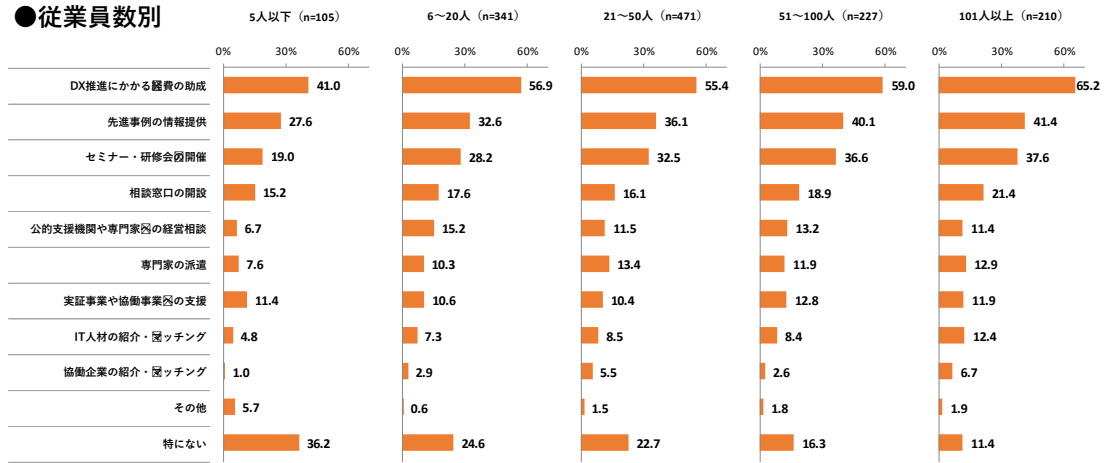
- ・全体では、「DX推進にかかる経費の助成」が56.8%と最も高く、次いで「先進事例の情報提供（36.0%）」、「セミナー・研修会の開催（31.8%）」となっている。
- ・業種別では、繊維工業は多くの項目で回答割合が低く、「特にない」の割合が高い。繊維工業は、DX推進の取組が進んでいないことから、支援を検討する段階に至っていない企業も多いことが推測される。それ以外の業種では、全体と同様の傾向となっている。
- ・従業員数別では、規模が大きいほどすべての項目の回答割合が高い。これは、規模が大きいほどDX推進の取組が進んでいることから、推進に係る課題や支援ニーズが明確化しているためと考えられる。
- ・DX推進の取組状況別にみると、「取り組む予定はない」で「特にない」が突出して高く、それ以外の項目は低い。それ以外の取組状況では、全体と同様の傾向となっている。



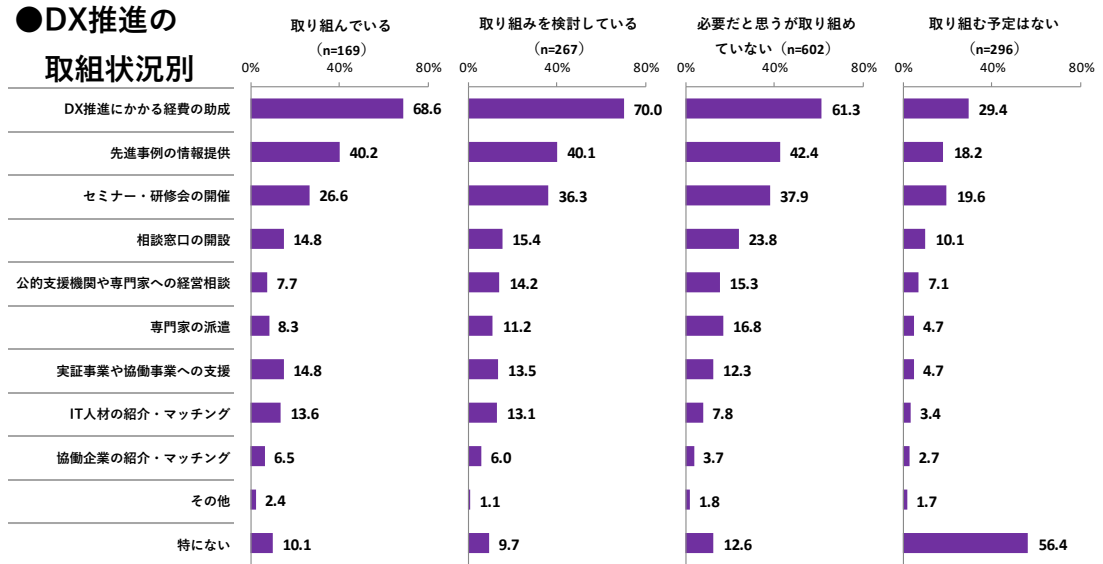
●業種別



●従業員数別



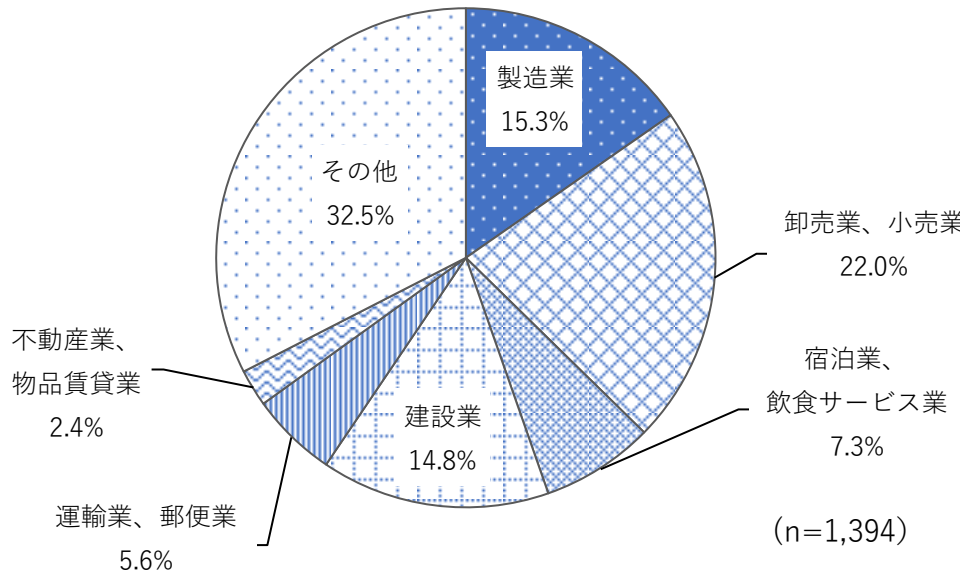
●DX推進の取組状況別



Ⅲ アンケート集計結果

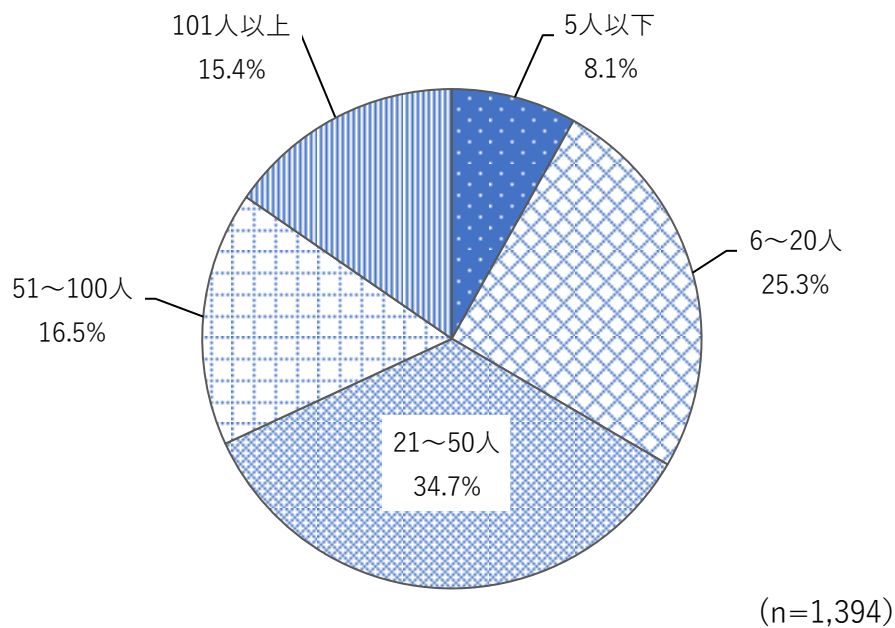
問1 主たる業種

「卸売業、小売業」が22.0%と最も高く、次いで「製造業」が15.3%、「建設業」が14.8%となっている。



問2 従業員数

「21～50人」が34.7%と最も高く、次いで「6～20人」が25.3%、「51～100人」が16.5%となっている。



問3 経営状況

【全体】

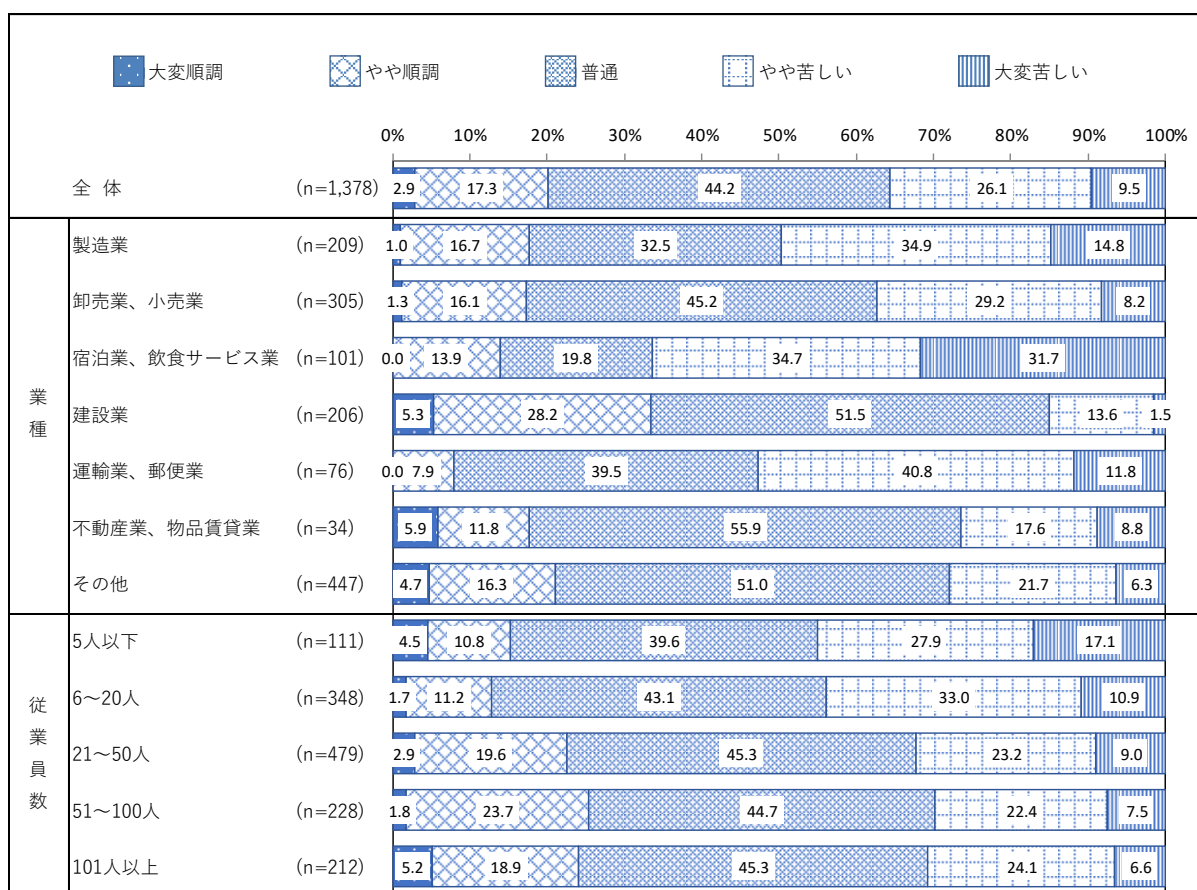
「普通」が44.2%と最も高く、次いで「やや苦しい」が26.1%、「やや順調」が17.3%となっている。なお、『順調（計）（「大変順調」と「やや順調」の合計）』は20.2%、『苦しい（計）（「やや苦しい」と「苦しい」の合計）』は35.6%となっている。

【業種別】

『順調（計）』は<建設業>で33.5%と高くなっている。一方、『苦しい（計）』は<宿泊業、飲食サービス業>で66.4%、<運輸業、郵便業>で52.6%といずれも過半数となっている。

【従業員数別】

『順調（計）』は従業員数が多いほど高くなる傾向となっている。一方、『苦しい（計）』は従業員数が少ないほど高くなる傾向となっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	大変順調	やや順調	普通	やや苦しい	大変苦しい
全 体		1,378 100.0	40 2.9	239 17.3	609 44.2	359 26.1	131 9.5
業 種	製造業	209 100.0	2 1.0	35 16.7	68 32.5	73 34.9	31 14.8
	卸売業、小売業	305 100.0	4 1.3	49 16.1	138 45.2	89 29.2	25 8.2
	宿泊業、飲食サービス業	101 100.0	- -	14 13.9	20 19.8	35 34.7	32 31.7
	建設業	206 100.0	11 5.3	58 28.2	106 51.5	28 13.6	3 1.5
	運輸業、郵便業	76 100.0	- -	6 7.9	30 39.5	31 40.8	9 11.8
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	2 5.9	4 11.8	19 55.9	6 17.6	3 8.8
	その他	447 100.0	21 4.7	73 16.3	228 51.0	97 21.7	28 6.3
	従 業 員 数	5人以下	111 100.0	5 4.5	12 10.8	44 39.6	31 27.9
6~20人		348 100.0	6 1.7	39 11.2	150 43.1	115 33.0	38 10.9
21~50人		479 100.0	14 2.9	94 19.6	217 45.3	111 23.2	43 9.0
51~100人		228 100.0	4 1.8	54 23.7	102 44.7	51 22.4	17 7.5
101人以上		212 100.0	11 5.2	40 18.9	96 45.3	51 24.1	14 6.6

問4 経営環境の変化に対応するために実施している取組

【全体】

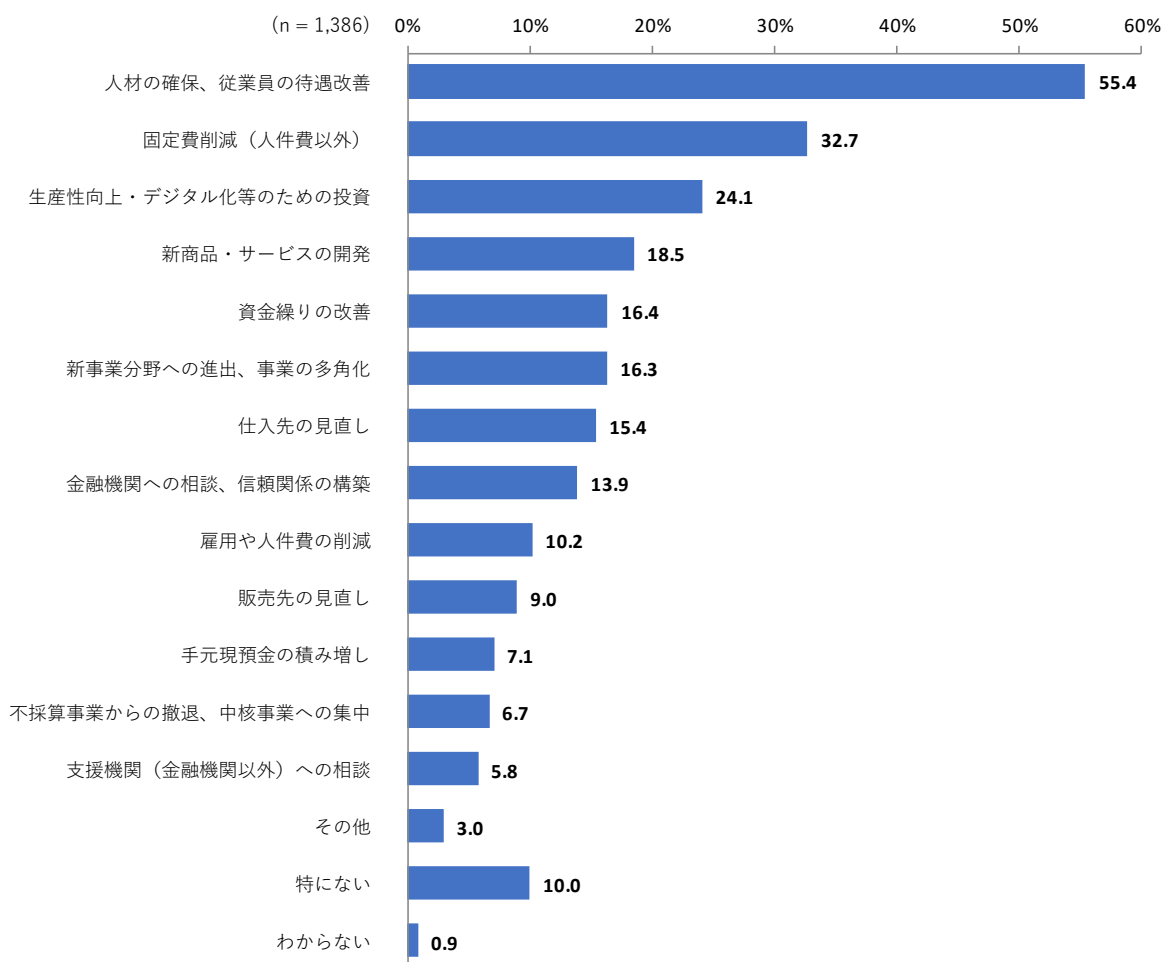
「人材の確保、従業員の待遇改善」が55.4%と最も高く、次いで「固定費削減（人件費以外）」が32.7%、「生産性向上・デジタル化等のための投資」が24.1%となっている。また、「特にない」は10.0%となっている

【業種別】

「生産性向上・デジタル化等のための投資」は<建設業>で38.6%と高く、一方<宿泊業、飲食サービス業>で17.0%、<運輸業、郵便業>で10.4%と低くなっている。

【従業員数別】

「生産性向上・デジタル化等のための投資」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	人材の確保、 従業員の待 遇改善	固定費削減 (人件費以 外)	生産性向上・ デジタル化等 のための投 資	新商品・サー ビスの開発	資金繰りの改 善	新事業分野 への進出、事 業の多角化	仕入先の見 直し	金融機関へ の相談、信類 関係の構築	
全体	1,386	768	453	334	256	227	226	213	193	
	-	55.4	32.7	24.1	18.5	16.4	16.3	15.4	13.9	
業種	製造業	212	96	76	60	62	35	32	36	25
		-	45.3	35.8	28.3	29.2	16.5	15.1	17.0	11.8
	卸売業、小売業	306	149	107	68	79	61	67	65	52
		-	48.7	35.0	22.2	25.8	19.9	21.9	21.2	17.0
	宿泊業、飲食サービス業	100	43	44	17	40	28	21	36	25
		-	43.0	44.0	17.0	40.0	28.0	21.0	36.0	25.0
	建設業	207	158	47	80	14	27	37	30	41
		-	76.3	22.7	38.6	6.8	13.0	17.9	14.5	19.8
運輸業、郵便業	77	39	21	8	6	18	9	7	21	
	-	50.6	27.3	10.4	7.8	23.4	11.7	9.1	27.3	
不動産業、物品賃貸業	33	16	8	7	6	5	6	4	6	
	-	48.5	24.2	21.2	18.2	15.2	18.2	12.1	18.2	
その他	451	267	150	94	49	53	54	35	23	
	-	59.2	33.3	20.8	10.9	11.8	12.0	7.8	5.1	
従業員数	5人以下	110	20	30	15	20	17	13	15	7
		-	18.2	27.3	13.6	18.2	15.5	11.8	13.6	6.4
	6~20人	351	161	116	56	79	68	50	72	58
		-	45.9	33.0	16.0	22.5	19.4	14.2	20.5	16.5
	21~50人	483	294	143	130	87	92	88	78	79
		-	60.9	29.6	26.9	18.0	19.0	18.2	16.1	16.4
51~100人	230	155	77	69	38	26	41	27	29	
	-	67.4	33.5	30.0	16.5	11.3	17.8	11.7	12.6	
101人以上	212	138	87	64	32	24	34	21	20	
	-	65.1	41.0	30.2	15.1	11.3	16.0	9.9	9.4	

	調査数	雇用や人件 費の削減	販売先の見 直し	手元現預金 の積み増し	不採算事業 からの撤退、 中核事業へ の集中	支援機関(金 融機関以外) への相談	その他	特にな	わからない	
全体	1,386	142	125	98	93	81	42	138	12	
	-	10.2	9.0	7.1	6.7	5.8	3.0	10.0	0.9	
業種	製造業	212	34	34	13	17	15	8	16	4
		-	16.0	16.0	6.1	8.0	7.1	3.8	7.5	1.9
	卸売業、小売業	306	26	44	26	18	15	7	26	5
		-	8.5	14.4	8.5	5.9	4.9	2.3	8.5	1.6
	宿泊業、飲食サービス業	100	22	3	4	7	16	-	8	-
		-	22.0	3.0	4.0	7.0	16.0	-	8.0	-
	建設業	207	9	18	20	9	13	2	14	-
		-	4.3	8.7	9.7	4.3	6.3	1.0	6.8	-
運輸業、郵便業	77	6	5	5	10	5	5	8	-	
	-	7.8	6.5	6.5	13.0	6.5	6.5	10.4	-	
不動産業、物品賃貸業	33	2	2	2	5	2	2	5	-	
	-	6.1	6.1	6.1	15.2	6.1	6.1	15.2	-	
その他	451	43	19	28	27	15	18	61	3	
	-	9.5	4.2	6.2	6.0	3.3	4.0	13.5	0.7	
従業員数	5人以下	110	9	7	9	7	7	6	31	3
		-	8.2	6.4	8.2	6.4	6.4	5.5	28.2	2.7
	6~20人	351	38	44	17	19	22	7	43	2
		-	10.8	12.5	4.8	5.4	6.3	2.0	12.3	0.6
	21~50人	483	42	50	46	25	30	13	36	3
		-	8.7	10.4	9.5	5.2	6.2	2.7	7.5	0.6
51~100人	230	32	18	12	18	16	10	15	2	
	-	13.9	7.8	5.2	7.8	7.0	4.3	6.5	0.9	
101人以上	212	21	6	14	24	6	6	13	2	
	-	9.9	2.8	6.6	11.3	2.8	2.8	6.1	0.9	

問5 デジタル化の浸透状況

【全体】

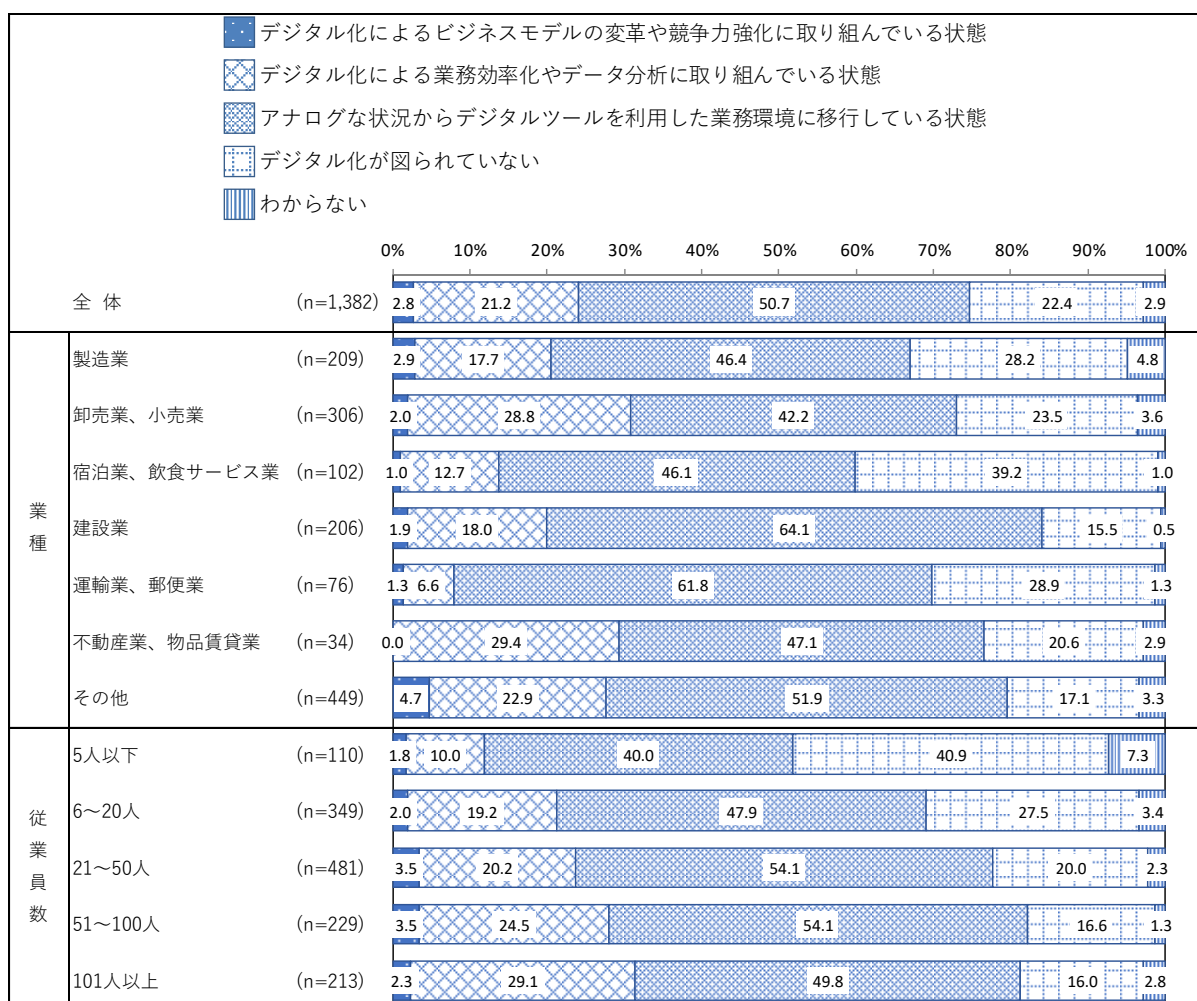
「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態（作業単位でのデジタル化：電子メールや会計業務の電子処理等、業務でデジタルツールを利用）」が50.7%と最も高く、次いで「デジタル化が図られていない（紙や口頭による業務が中心）」が22.4%、「デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態（業務・部門単位でのデジタル化：売上・在庫・顧客情報等をシステム管理し、業務フローの見直しを実施）」が21.2%となっている。

【業種別】

「デジタル化が図られていない（紙や口頭による業務が中心）」は<宿泊業、飲食サービス業>で39.2%と高く、一方<建設業>で15.5%と低くなっている。

【従業員数別】

「デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態（業務・部門単位でのデジタル化：売上・在庫・顧客情報等をシステム管理し、業務フローの見直しを実施）」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態	デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態	アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態	デジタル化が図られていない	わからない
全体		1,382 100.0	39 2.8	293 21.2	701 50.7	309 22.4	40 2.9
業種	製造業	209 100.0	6 2.9	37 17.7	97 46.4	59 28.2	10 4.8
	卸売業、小売業	306 100.0	6 2.0	88 28.8	129 42.2	72 23.5	11 3.6
	宿泊業、飲食サービス業	102 100.0	1 1.0	13 12.7	47 46.1	40 39.2	1 1.0
	建設業	206 100.0	4 1.9	37 18.0	132 64.1	32 15.5	1 0.5
	運輸業、郵便業	76 100.0	1 1.3	5 6.6	47 61.8	22 28.9	1 1.3
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	- -	10 29.4	16 47.1	7 20.6	1 2.9
	その他	449 100.0	21 4.7	103 22.9	233 51.9	77 17.1	15 3.3
	従業員数	5人以下	110 100.0	2 1.8	11 10.0	44 40.0	45 40.9
6~20人		349 100.0	7 2.0	67 19.2	167 47.9	96 27.5	12 3.4
21~50人		481 100.0	17 3.5	97 20.2	260 54.1	96 20.0	11 2.3
51~100人		229 100.0	8 3.5	56 24.5	124 54.1	38 16.6	3 1.3
101人以上		213 100.0	5 2.3	62 29.1	106 49.8	34 16.0	6 2.8

問6 DXについての理解度

【全体】

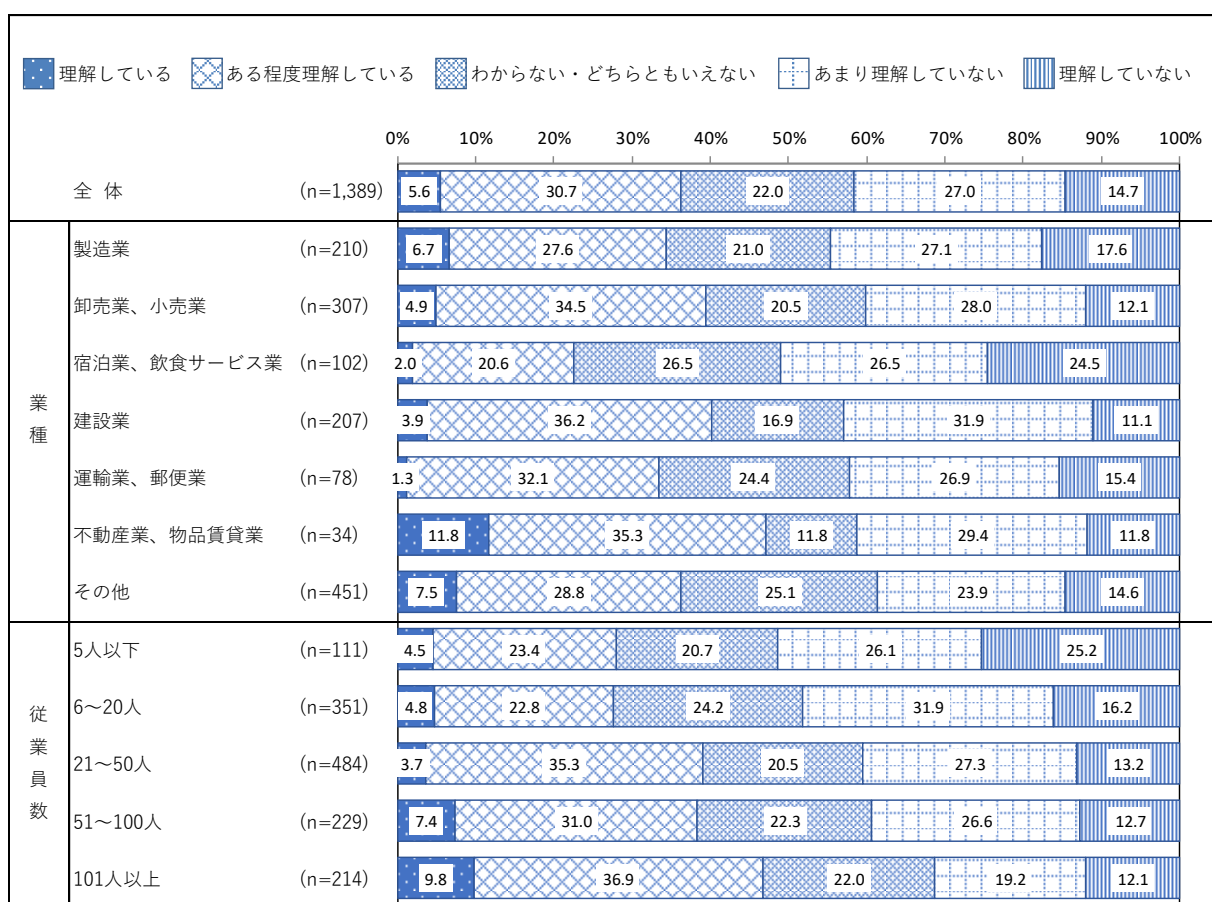
「ある程度理解している」が30.7%と最も高く、次いで「あまり理解していない」が27.0%、「わからない・どちらともいえない」が22.0%となっている。

【業種別】

「ある程度理解している」は<建設業>で36.2%と高く、一方で<宿泊業、飲食サービス業>で20.6%と低くなっている。

【従業員数別】

「ある程度理解している」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	理解している	ある程度理解している	わからない・どちらともいえない	あまり理解していない	理解していない
全 体		1,389 100.0	78 5.6	427 30.7	305 22.0	375 27.0	204 14.7
業 種	製造業	210 100.0	14 6.7	58 27.6	44 21.0	57 27.1	37 17.6
	卸売業、小売業	307 100.0	15 4.9	106 34.5	63 20.5	86 28.0	37 12.1
	宿泊業、飲食サービス業	102 100.0	2 2.0	21 20.6	27 26.5	27 26.5	25 24.5
	建設業	207 100.0	8 3.9	75 36.2	35 16.9	66 31.9	23 11.1
	運輸業、郵便業	78 100.0	1 1.3	25 32.1	19 24.4	21 26.9	12 15.4
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	4 11.8	12 35.3	4 11.8	10 29.4	4 11.8
	その他	451 100.0	34 7.5	130 28.8	113 25.1	108 23.9	66 14.6
	従 業 員 数	5人以下	111 100.0	5 4.5	26 23.4	23 20.7	29 26.1
6～20人		351 100.0	17 4.8	80 22.8	85 24.2	112 31.9	57 16.2
21～50人		484 100.0	18 3.7	171 35.3	99 20.5	132 27.3	64 13.2
51～100人		229 100.0	17 7.4	71 31.0	51 22.3	61 26.6	29 12.7
101人以上		214 100.0	21 9.8	79 36.9	47 22.0	41 19.2	26 12.1

問7 DXに関する情報収集の頻度

【全体】

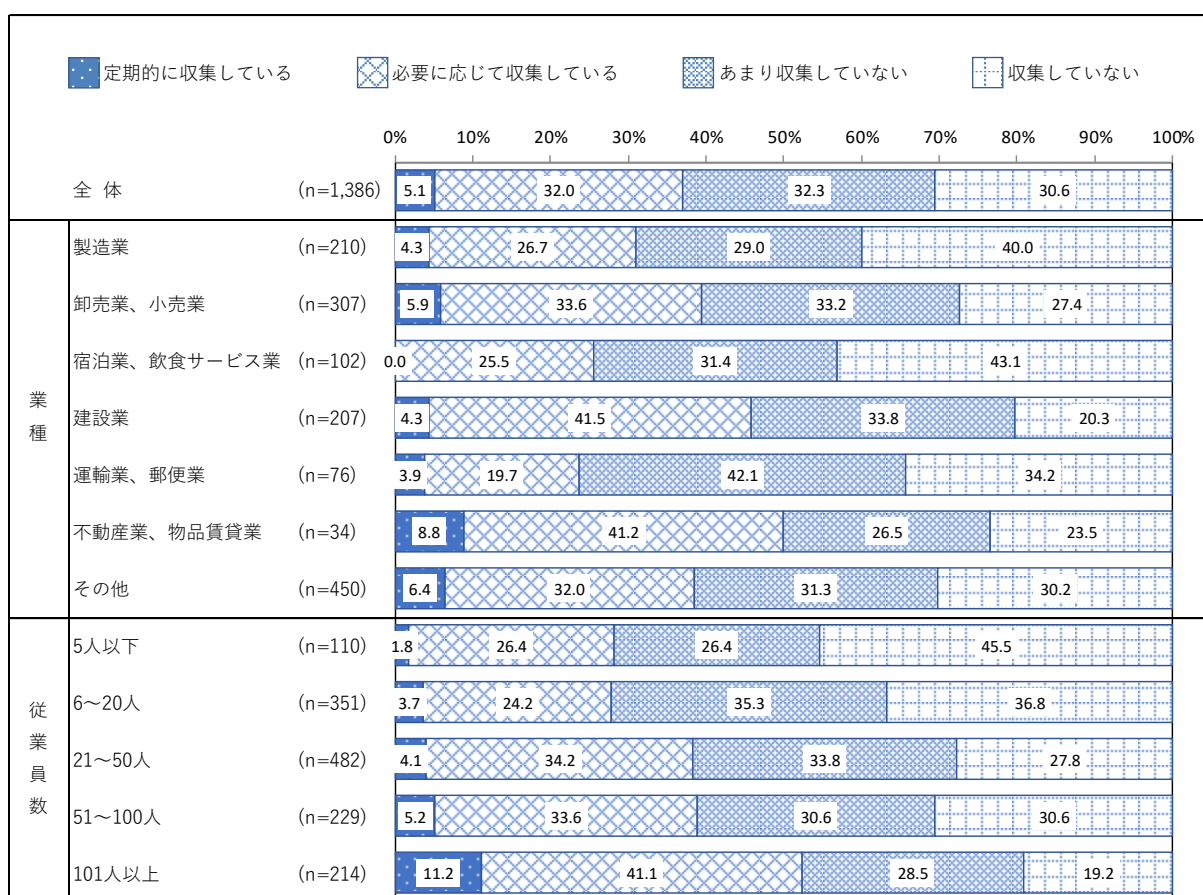
「あまり収集していない」が32.3%と最も高く、次いで「必要に応じて収集している」が32.0%、「収集していない」が30.6%となっている。

【業種別】

「必要に応じて収集している」は<建設業>で41.5%、<不動産業、物品賃貸業>で41.2%と高く、一方<運輸業、郵便業>で19.7%と低くなっている。

【従業員数別】

「必要に応じて収集している」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	定期的に収集している	必要に応じて収集している	あまり収集していない	収集していない
全 体		1,386 100.0	71 5.1	444 32.0	447 32.3	424 30.6
業 種	製造業	210 100.0	9 4.3	56 26.7	61 29.0	84 40.0
	卸売業、小売業	307 100.0	18 5.9	103 33.6	102 33.2	84 27.4
	宿泊業、飲食サービス業	102 100.0	- -	26 25.5	32 31.4	44 43.1
	建設業	207 100.0	9 4.3	86 41.5	70 33.8	42 20.3
	運輸業、郵便業	76 100.0	3 3.9	15 19.7	32 42.1	26 34.2
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	3 8.8	14 41.2	9 26.5	8 23.5
	その他	450 100.0	29 6.4	144 32.0	141 31.3	136 30.2
従 業 員 数	5人以下	110 100.0	2 1.8	29 26.4	29 26.4	50 45.5
	6～20人	351 100.0	13 3.7	85 24.2	124 35.3	129 36.8
	21～50人	482 100.0	20 4.1	165 34.2	163 33.8	134 27.8
	51～100人	229 100.0	12 5.2	77 33.6	70 30.6	70 30.6
	101人以上	214 100.0	24 11.2	88 41.1	61 28.5	41 19.2

問7-1 DXに関する情報の入手先

【全体】

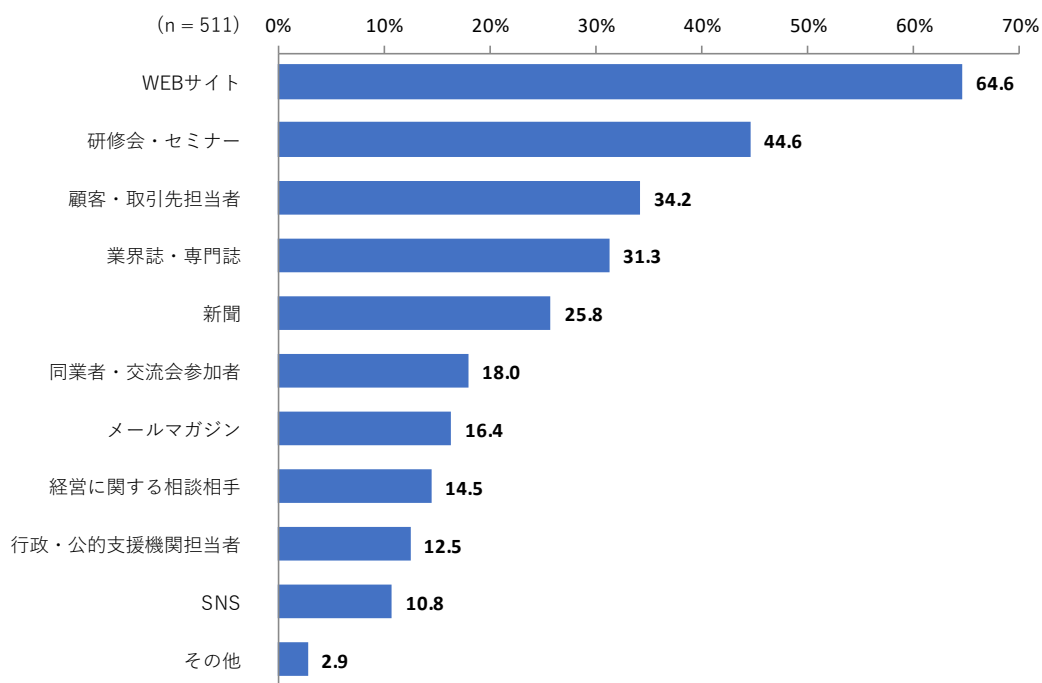
「WEBサイト」が64.6%と最も高く、次いで「研修会・セミナー」が44.6%、「顧客・取引先担当者」が34.2%となっている。

【業種別】

「新聞」は<製造業>で40.6%と高く、一方<宿泊業、飲食サービス業>で19.2%、<建設業>で15.1%と低くなっている。

【従業員数別】

「WEBサイト」は<5人以下>で48.4%と低くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	WEBサイト	研修会・セミナー	顧客・取引先担当者	業界誌・専門誌	新聞	同業者・交流会参加者
全体		511	330	228	175	160	132	92
		-	64.6	44.6	34.2	31.3	25.8	18.0
業種	製造業	64	43	16	21	20	26	7
		-	67.2	25.0	32.8	31.3	40.6	10.9
	卸売業、小売業	121	78	53	44	42	36	27
		-	64.5	43.8	36.4	34.7	29.8	22.3
	宿泊業、飲食サービス業	26	18	5	6	3	5	7
		-	69.2	19.2	23.1	11.5	19.2	26.9
	建設業	93	56	53	31	30	14	16
		-	60.2	57.0	33.3	32.3	15.1	17.2
運輸業、郵便業	18	12	9	6	7	4	2	
	-	66.7	50.0	33.3	38.9	22.2	11.1	
不動産業、物品賃貸業	17	13	5	5	7	4	4	
	-	76.5	29.4	29.4	41.2	23.5	23.5	
その他	172	110	87	62	51	43	29	
	-	64.0	50.6	36.0	29.7	25.0	16.9	
従業員数	5人以下	31	15	3	10	8	10	3
		-	48.4	9.7	32.3	25.8	32.3	9.7
	6~20人	96	68	30	26	24	24	23
		-	70.8	31.3	27.1	25.0	25.0	24.0
	21~50人	184	114	84	63	61	50	35
		-	62.0	45.7	34.2	33.2	27.2	19.0
51~100人	89	54	48	32	31	22	11	
	-	60.7	53.9	36.0	34.8	24.7	12.4	
101人以上	111	79	63	44	36	26	20	
	-	71.2	56.8	39.6	32.4	23.4	18.0	

		調査数	メールマガジン	経営に関する相談相手	行政・公的支援機関担当者	SNS	その他
全体		511	84	74	64	55	15
		-	16.4	14.5	12.5	10.8	2.9
業種	製造業	64	13	6	7	7	1
		-	20.3	9.4	10.9	10.9	1.6
	卸売業、小売業	121	20	23	18	15	6
		-	16.5	19.0	14.9	12.4	5.0
	宿泊業、飲食サービス業	26	4	4	5	4	-
		-	15.4	15.4	19.2	15.4	-
	建設業	93	15	18	12	11	2
		-	16.1	19.4	12.9	11.8	2.2
運輸業、郵便業	18	4	-	2	-	-	
	-	22.2	-	11.1	-	-	
不動産業、物品賃貸業	17	3	2	-	2	1	
	-	17.6	11.8	-	11.8	5.9	
その他	172	25	21	20	16	5	
	-	14.5	12.2	11.6	9.3	2.9	
従業員数	5人以下	31	7	3	4	5	1
		-	22.6	9.7	12.9	16.1	3.2
	6~20人	96	10	15	14	15	4
		-	10.4	15.6	14.6	15.6	4.2
	21~50人	184	32	32	17	23	2
		-	17.4	17.4	9.2	12.5	1.1
51~100人	89	12	11	11	7	1	
	-	13.5	12.4	12.4	7.9	1.1	
101人以上	111	23	13	18	5	7	
	-	20.7	11.7	16.2	4.5	6.3	

問8 DX推進の取組状況

【全体】

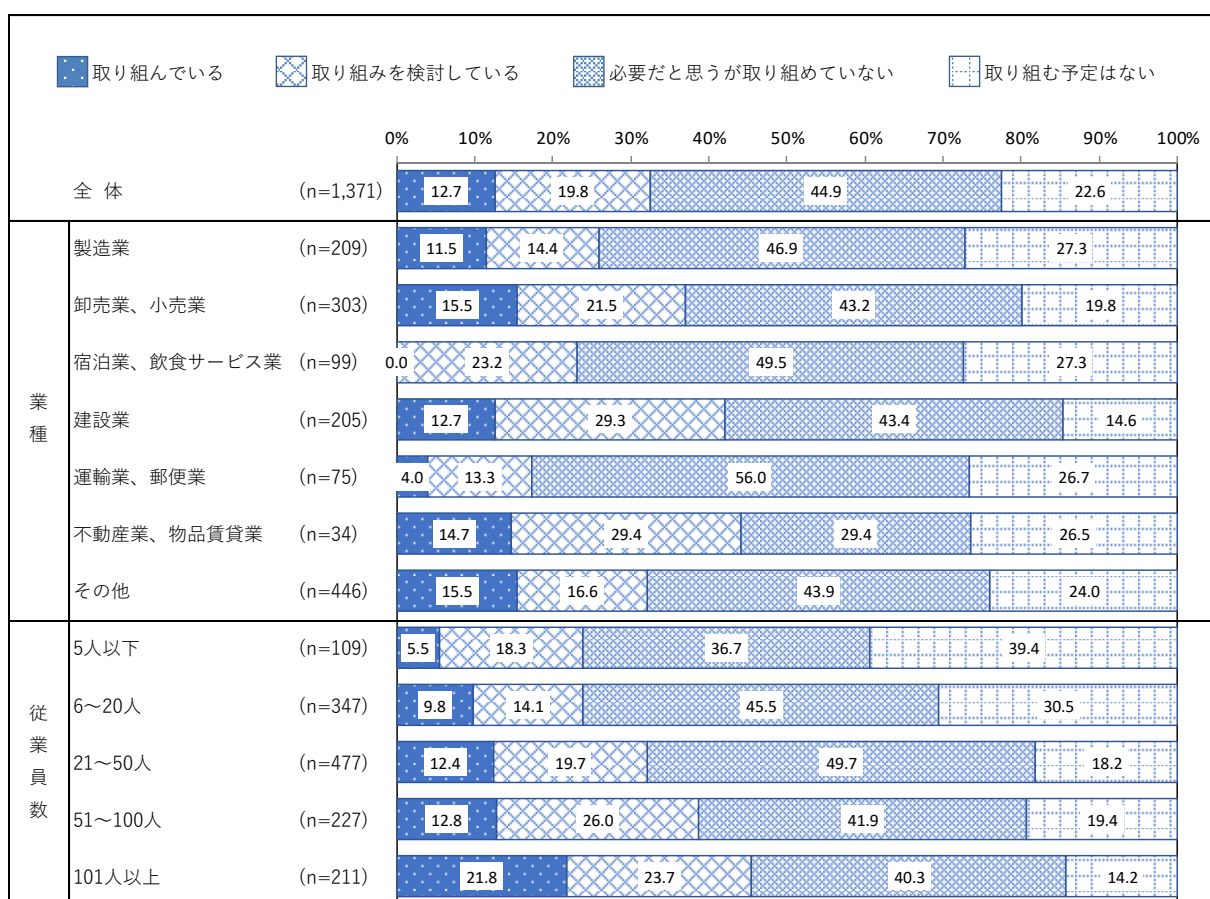
「必要だと思いが取組めていない」が44.9%と最も高く、次いで「取り組む予定はない」が22.6%、「取り組みを検討している」が19.8%となっている。

【業種別】

「必要だと思いが取組めていない」は<運輸業、郵便業>で56.0%と高く、一方<不動産業、物品賃貸業>で29.4%と低くなっている。

【従業員数別】

「取り組んでいる」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	取り組んでいる	取り組みを検討している	必要だと思 うが取り組 めていない	取り組む予 定はない
全 体		1,371 100.0	174 12.7	272 19.8	615 44.9	310 22.6
業 種	製造業	209 100.0	24 11.5	30 14.4	98 46.9	57 27.3
	卸売業、小売業	303 100.0	47 15.5	65 21.5	131 43.2	60 19.8
	宿泊業、飲食サービス業	99 100.0	- -	23 23.2	49 49.5	27 27.3
	建設業	205 100.0	26 12.7	60 29.3	89 43.4	30 14.6
	運輸業、郵便業	75 100.0	3 4.0	10 13.3	42 56.0	20 26.7
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	5 14.7	10 29.4	10 29.4	9 26.5
	その他	446 100.0	69 15.5	74 16.6	196 43.9	107 24.0
従 業 員 数	5人以下	109 100.0	6 5.5	20 18.3	40 36.7	43 39.4
	6～20人	347 100.0	34 9.8	49 14.1	158 45.5	106 30.5
	21～50人	477 100.0	59 12.4	94 19.7	237 49.7	87 18.2
	51～100人	227 100.0	29 12.8	59 26.0	95 41.9	44 19.4
	101人以上	211 100.0	46 21.8	50 23.7	85 40.3	30 14.2

問8-1 DX推進に取り組む主な理由・目的

【全体】

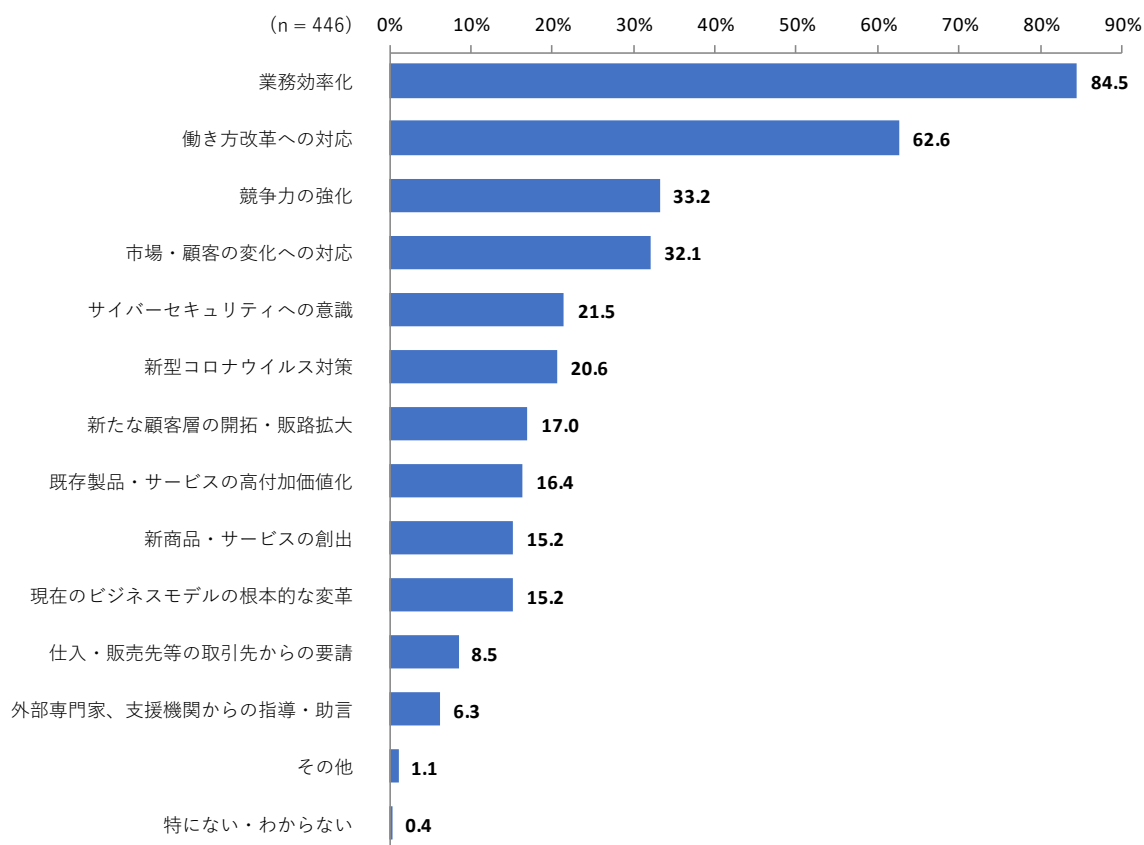
「業務効率化」が84.5%と最も高く、次いで「働き方改革への対応」が62.6%、「競争力の強化」が33.2%となっている。

【業種別】

「働き方改革への対応」は<建設業>で67.4%と高く、一方<製造業>で48.1%と低くなっている。

【従業員数別】

「働き方改革への対応」、「業務効率化」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	業務効率化	働き方改革への対応	競争力の強化	市場・顧客の変化への対応	サイバーセキュリティへの意識	新型コロナウイルス対策	新たな顧客層の開拓・販路拡大
全体		446	377	279	148	143	96	92	76
		-	84.5	62.6	33.2	32.1	21.5	20.6	17.0
業種	製造業	54	43	26	14	16	9	12	7
		-	79.6	48.1	25.9	29.6	16.7	22.2	13.0
	卸売業、小売業	112	99	74	41	38	20	21	27
		-	88.4	66.1	36.6	33.9	17.9	18.8	24.1
	宿泊業、飲食サービス業	23	20	12	6	7	2	6	5
		-	87.0	52.2	26.1	30.4	8.7	26.1	21.7
	建設業	86	67	58	36	34	22	19	12
		-	77.9	67.4	41.9	39.5	25.6	22.1	14.0
運輸業、郵便業	13	11	7	3	2	1	2	2	
	-	84.6	53.8	23.1	15.4	7.7	15.4	15.4	
不動産業、物品賃貸業	15	11	8	7	5	4	4	4	
	-	73.3	53.3	46.7	33.3	26.7	26.7	26.7	
その他	143	126	94	41	41	38	28	19	
	-	88.1	65.7	28.7	28.7	26.6	19.6	13.3	
従業員数	5人以下	26	17	10	5	6	6	8	2
		-	65.4	38.5	19.2	23.1	23.1	30.8	7.7
	6~20人	83	67	47	25	32	11	20	25
		-	80.7	56.6	30.1	38.6	13.3	24.1	30.1
	21~50人	153	128	101	58	52	32	28	21
		-	83.7	66.0	37.9	34.0	20.9	18.3	13.7
51~100人	88	72	55	27	30	24	17	13	
	-	81.8	62.5	30.7	34.1	27.3	19.3	14.8	
101人以上	96	93	66	33	23	23	19	15	
	-	96.9	68.8	34.4	24.0	24.0	19.8	15.6	

		調査数	既存製品・サービスの高付加価値化	新商品・サービスの創出	現在のビジネスモデルの根本的な変革	仕入・販売先等の取引先からの要請	外部専門家、支援機関からの指導・助言	その他	特にない・わからない
全体		446	73	68	68	38	28	5	2
		-	16.4	15.2	15.2	8.5	6.3	1.1	0.4
業種	製造業	54	8	9	7	6	5	1	-
		-	14.8	16.7	13.0	11.1	9.3	1.9	-
	卸売業、小売業	112	27	22	18	11	7	-	-
		-	24.1	19.6	16.1	9.8	6.3	-	-
	宿泊業、飲食サービス業	23	5	4	6	1	1	-	-
		-	21.7	17.4	26.1	4.3	4.3	-	-
	建設業	86	6	5	15	11	7	1	-
		-	7.0	5.8	17.4	12.8	8.1	1.2	-
運輸業、郵便業	13	1	-	-	1	-	-	-	
	-	7.7	-	-	7.7	-	-	-	
不動産業、物品賃貸業	15	4	3	1	1	2	-	-	
	-	26.7	20.0	6.7	6.7	13.3	-	-	
その他	143	22	25	21	7	6	3	2	
	-	15.4	17.5	14.7	4.9	4.2	2.1	1.4	
従業員数	5人以下	26	5	4	4	2	4	-	1
		-	19.2	15.4	15.4	7.7	15.4	-	3.8
	6~20人	83	11	15	14	9	5	2	-
		-	13.3	18.1	16.9	10.8	6.0	2.4	-
	21~50人	153	23	19	20	16	9	-	1
		-	15.0	12.4	13.1	10.5	5.9	-	0.7
51~100人	88	16	20	11	7	7	-	-	
	-	18.2	22.7	12.5	8.0	8.0	-	-	
101人以上	96	18	10	19	4	3	3	-	
	-	18.8	10.4	19.8	4.2	3.1	3.1	-	

問8-2 DX推進の目的に対する成果の状況

【全体】

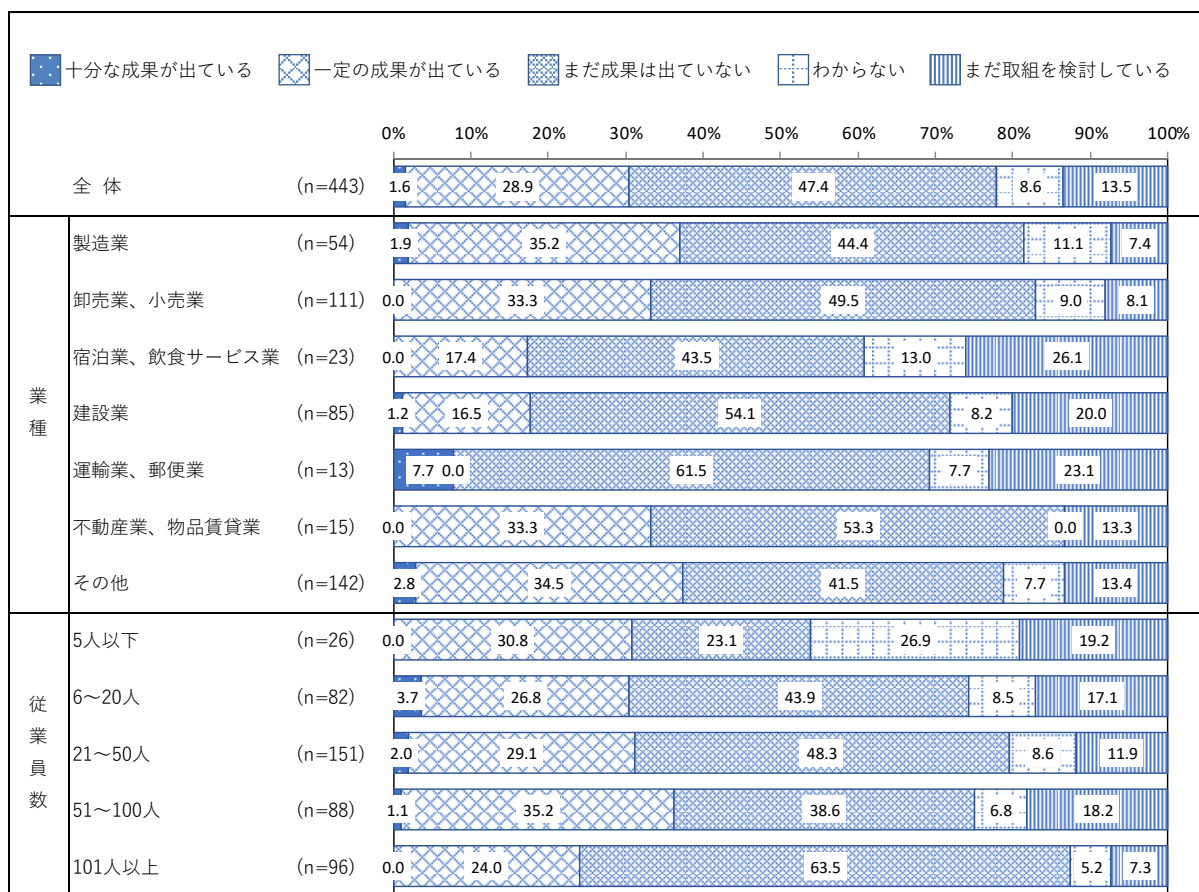
「まだ成果は出ていない」が47.4%と最も高く、次いで「一定の成果が出ている」が28.9%、「まだ取組を検討している」が13.5%となっている。

【業種別】

「一定の成果が出ている」は<製造業>で35.2%、<卸売業、小売業>及び<不動産業、物品賃貸業>で33.3%と高くなっている。

【従業員数別】

「まだ成果は出ていない」は101人以上で63.5%と高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	十分な成果 が出ている	一定の成果 が出ている	まだ成果は 出していない	わからない	まだ取組を検 討している
全 体		443 100.0	7 1.6	128 28.9	210 47.4	38 8.6	60 13.5
業 種	製造業	54 100.0	1 1.9	19 35.2	24 44.4	6 11.1	4 7.4
	卸売業、小売業	111 100.0	- -	37 33.3	55 49.5	10 9.0	9 8.1
	宿泊業、飲食サービス業	23 100.0	- -	4 17.4	10 43.5	3 13.0	6 26.1
	建設業	85 100.0	1 1.2	14 16.5	46 54.1	7 8.2	17 20.0
	運輸業、郵便業	13 100.0	1 7.7	- -	8 61.5	1 7.7	3 23.1
	不動産業、物品賃貸業	15 100.0	- -	5 33.3	8 53.3	- -	2 13.3
	その他	142 100.0	4 2.8	49 34.5	59 41.5	11 7.7	19 13.4
	従 業 員 数	5人以下	26 100.0	- -	8 30.8	6 23.1	7 26.9
6~20人		82 100.0	3 3.7	22 26.8	36 43.9	7 8.5	14 17.1
21~50人		151 100.0	3 2.0	44 29.1	73 48.3	13 8.6	18 11.9
51~100人		88 100.0	1 1.1	31 35.2	34 38.6	6 6.8	16 18.2
101人以上		96 100.0	- -	23 24.0	61 63.5	5 5.2	7 7.3

問8-3 具体的な成果（回答の一覧を掲載）

業種	従業員数	回答内容
製造業	5人以下	業務効率の改善。
製造業	6~20人	ルーチンワークの効率化。作業工程記録の負担減。
製造業	21~50人	会議や打合せがリモートでできるようになったため、移動時間の短縮及び業務効率化へ繋がった。 本店（八戸）と青森支店、岩手支店で情報共有ができるため、社内コミュニケーションが有効になった。
製造業	21~50人	既存媒体だけでなくSNSへの投稿を実現するなど、顧客への提案材料を増やしている。
製造業	21~50人	業務効率化、サイバーセキュリティ対策。
製造業	51~100人	ミスが、無くなった。
製造業	51~100人	移行期のため、二重のコストがかかる状況。
製造業	101人以上	バックオフィス業務の工数削減。
製造業	101人以上	めいわくメールが多く対応になやんでいる。行政の方で何が策を講じてほしい。デジタル化が本当に信用できるのか不安がいっぱいだ。
製造業	101人以上	記録時間の削減。
製造業	101人以上	業務の見直しや、デジタル改善が、各部門で見られはじめてきた。
卸売業、小売業	6~20人	今年度より、給与明細の電子化を実施。紙の削減(約△240名明細/月)。 封筒への明細袋詰め時間の削減(1明細 1分×240名=△240分/月)が出来、業務効率の改善につながった。
卸売業、小売業	6~20人	昨年より受注業務の一部をインターネットにて行い、結果効率化と顧客利便性の向上に繋がっている。
卸売業、小売業	6~20人	事務作業の生産性向上。
卸売業、小売業	6~20人	社内だけでなく外部とのオンラインによる施工検査、交渉、セミナー受講などが可能になり交通費、接待交際費の縮減と効率化をはかれた。またスケジュール、書類等をクラウド上でやり取りする事が社内に定着し事務作業の効率化と無駄なメールが減った。
卸売業、小売業	21~50人	ホームページからの問い合わせが増えた。
卸売業、小売業	21~50人	顧客、見込み客にDXを提案していく立場なので、先行者利益があり、高付加価値を生み出している。
卸売業、小売業	21~50人	事業展開の方向性を点検できながら進むことが出来そう、新商品展開の何らかの糸口が見いだせそう。
卸売業、小売業	51~100人	社内サーバーをクラウド化していることにより、業務で使用しているシステムやデータのセキュリティの向上と、万が一の場合でも在宅勤務をすることができる体制ができています。出社できないことによる業務の遅れなどが発生しないように取り組んでいる。メインシステムはあらゆる情報があることから、任意の情報を収集・分析できています。
卸売業、小売業	101人以上	顧客（患者）データの蓄積・管理。
卸売業、小売業	101人以上	時間の効率化につながった。
卸売業、小売業	101人以上	時間短縮を図られている。
宿泊業、飲食サービス業	5人以下	総務関係では業務の効率化の成果が出ている。
建設業	21~50人	RPAを利用した定型業務の削減。web請求書発行システム導入による郵税の削減。
建設業	21~50人	クレジット決済を導入しましたが、利用者が多い事におどろきました。導入して良かったです。
建設業	21~50人	テレワーク環境の整備により、在宅勤務が可能となった。
建設業	51~100人	DXの一環として、現場で働く人達の大部屋をフリーアドレス化。小スタジオをその部屋に設置、放送だけでなく、ネット配信にもすぐ対応できるような体制をとった。社員の意識は少しずつ変わってきている。

業種	従業員数	回答内容
建設業	51～100人	お取引先からの問い合わせが増えてきた。
建設業	51～100人	テレワーク環境の整備。お客さまとのリモート面談の試行。
建設業	101人以上	・ドローンの有効活用による業務効率化。 ・建設用タブレット活用による業務効率化及び生産性向上が図られている。
建設業	101人以上	QRコードを活用し、出荷業務を大きく改善した。(あおりDXフォーラム2022で、成果を報告した。)
建設業	101人以上	コンビニ収納(スマホ決済アプリを含む)や、ネットバンキングの口座振替を導入したことで、紙ベース(振込依頼書)から、デジタルデータ(収納データのファイル)へ移行し、よりスピーディーかつタイムリーになり、事務量が減り効率化されました。
運輸業、郵便業	21～50人	県外、地域外の顧客に対するアピールと、保守ができるようになった。
不動産業、物品賃貸業	21～50人	社内業務効率化。新商品企画開発。既存商品改修。
その他	5人以下	業務の効率化と介護記録等の簡素化及び管理については成果が見え始めている。
その他	5人以下	業務標準化によるDX化。
その他	6～20人	業務効率の向上により、残業削減。
その他	6～20人	経理システムのクラウド化、経費精算のクラウド化。
その他	6～20人	社内ミーティングをリモートで行うことで、移動時間が削減できたことで、無理なく定期開催できることにつながっている。
その他	6～20人	社内外の情報が入ることにより、よりよい製品の開発につながっている。
その他	6～20人	手書きからデータ化して伝票作成など。
その他	6～20人	増体重などの成績が売上に反映されている。
その他	6～20人	分折はしているが現在、売上の回復していない状態の為手さぐり状況。
その他	21～50人	「取り組みを検討」段階であり、成果については、今後評価したい。
その他	21～50人	パソコンを20台程度使用しているが、社内にサーバーを設置して、データ共有できるようになった。
その他	21～50人	遠隔操作による風力発電ができています。
その他	21～50人	経費(旅費、通信費、消耗品費等)の削減、情報の社内共有強化、業務の効率化(スピードアップ)。
その他	21～50人	設計・測量業務において、最新の機器の導入やソフトの導入により、競争力の強化に努め一定の成果が出ている。
その他	51～100人	・zoomを利用したリモート会議による出張経費の低減。 ・インターネットFAXによる通信費の削減。 ・FAX受信文書の電子化による業務の効率化。
その他	51～100人	建設現場における業務効率のアップ。
その他	51～100人	数字的に目に見える効果はまだ見えないが、デジタル化を進める中で社員が効率化された成果(時間の余裕等)を付加価値に繋げる意識が出てきたことは、今後良い方向へ向かうのではと期待している。 進捗度合いとしては、ようやくデジタルライゼーションが見えてきたかなという状況。
その他	51～100人	当社は、地元銀行の子会社であり、母体行の方針・施策に準じた対応をしている。
その他	51～100人	保護者、職員への一斉連絡の簡素化。
その他	101人以上	契約件数の増加。固定費改善。
その他	101人以上	社内データベースをWEBデータベース化。
その他	101人以上	転記時間の削減、入力ミス軽減。
その他	101人以上	米国から求められているNIST(情報セキュリティ規格)に対応した社内ルール策定・物理的なセキュリティ機器等の導入を行い運用している。併せて全社でITパスポートの取得に向け研修を行い、ICTリテラシーが高まっている。現在、NIST案件の米軍工事受注に向けて取り組んでおり今後成果が出てくると思われる。 また、社員主体で様々なプロジェクトが立ち上がり、各部署の立場からDX化をはかるため自主的な活動を行っている。

問8-4 DX推進に取り組めていない理由、取り組む予定はない理由

【全体】

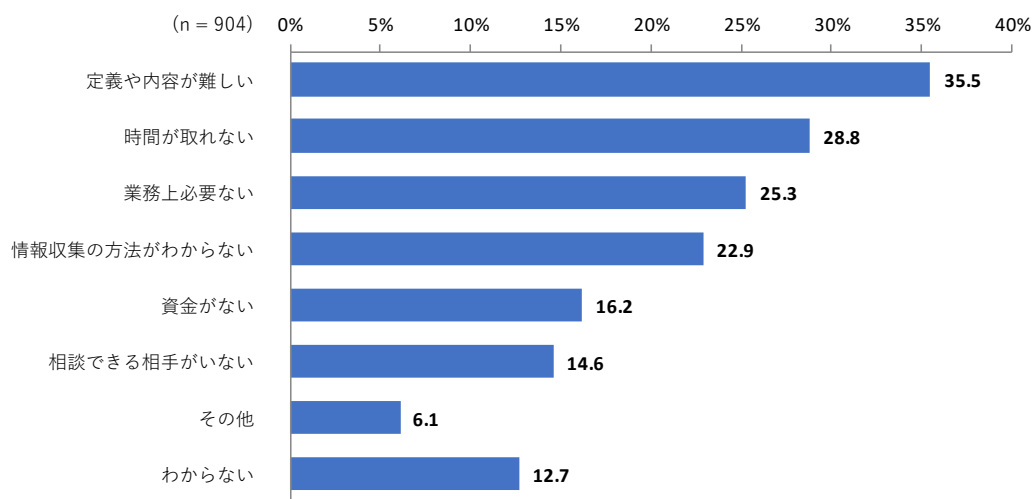
「定義や内容が難しい」が35.5%と最も高く、次いで「時間が取れない」が28.8%、「業務上必要ない」が25.3%となっている。

【業種別】

「定義や内容が難しい」が<建設業>で42.4%、<運輸業、郵便業>で41.7%と高く、一方<宿泊業、飲食サービス業>で28.4%と低くなっている。

【従業員数別】

「業務上必要ない」が<5人以下>で32.9%と高くなっている。



(上段: 件数、下段: %)

	調査数	定義や内容が難しい	時間が取れない	業務上必要ない	情報収集の方法がわからない	資金がない	相談できる相手がいない	その他	わからない	
全体	904	321	260	229	207	146	132	55	115	
	-	35.5	28.8	25.3	22.9	16.2	14.6	6.1	12.7	
業種	製造業	150	47	41	40	38	31	24	5	25
		-	31.3	27.3	26.7	25.3	20.7	16.0	3.3	16.7
	卸売業、小売業	186	67	59	43	46	27	29	6	21
		-	36.0	31.7	23.1	24.7	14.5	15.6	3.2	11.3
	宿泊業、飲食サービス業	74	21	27	19	21	22	12	-	10
		-	28.4	36.5	25.7	28.4	29.7	16.2	-	13.5
	建設業	118	50	40	21	28	7	17	10	14
		-	42.4	33.9	17.8	23.7	5.9	14.4	8.5	11.9
	運輸業、郵便業	60	25	11	20	14	10	9	5	5
		-	41.7	18.3	33.3	23.3	16.7	15.0	8.3	8.3
不動産業、物品賃貸業	18	7	3	4	2	3	-	2	3	
	-	38.9	16.7	22.2	11.1	16.7	-	11.1	16.7	
その他	298	104	79	82	58	46	41	27	37	
	-	34.9	26.5	27.5	19.5	15.4	13.8	9.1	12.4	
従業員数	5人以下	79	20	13	26	13	13	10	3	16
		-	25.3	16.5	32.9	16.5	16.5	12.7	3.8	20.3
	6~20人	258	81	80	74	58	44	36	13	32
		-	31.4	31.0	28.7	22.5	17.1	14.0	5.0	12.4
	21~50人	318	124	91	75	76	49	53	20	39
		-	39.0	28.6	23.6	23.9	15.4	16.7	6.3	12.3
51~100人	135	54	39	31	34	23	19	9	15	
	-	40.0	28.9	23.0	25.2	17.0	14.1	6.7	11.1	
101人以上	114	42	37	23	26	17	14	10	13	
	-	36.8	32.5	20.2	22.8	14.9	12.3	8.8	11.4	

問9 DX推進やデジタルビジネス強化のための部署の有無

【全体】

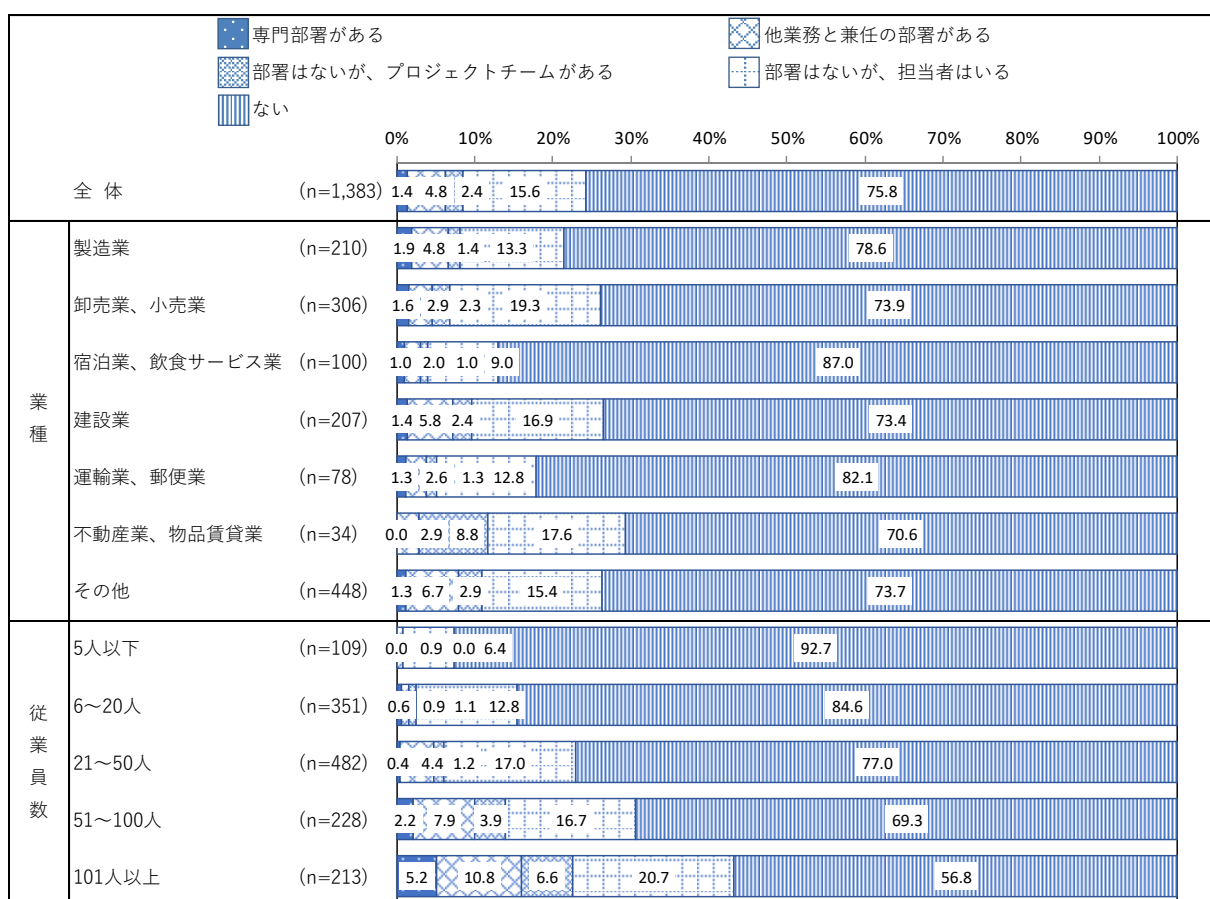
「ない」が75.8%と最も高く、次いで「部署はないが、担当者はいる」が15.6%、「他業務と兼任の部署がある」が4.8%、「他業務と兼任の部署がある」が4.8%、「他業務と兼任の部署がある」が4.8%となっている。

【業種別】

「部署はないが、担当者はいる」が<卸売業、小売業>で19.3%と高く、一方<宿泊業、飲食サービス業>で9.0%と低くなっている。

【従業員数別】

「ない」は従業員数が多いほど低くなっている。<5人以下>で92.7%と高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	専門部署がある	他業務と兼任の部署がある	部署はないが、プロジェクトチームがある	部署はないが、担当者はいる	部署はない
全 体		1,383 100.0	20 1.4	66 4.8	33 2.4	216 15.6	1,048 75.8
業 種	製造業	210 100.0	4 1.9	10 4.8	3 1.4	28 13.3	165 78.6
	卸売業、小売業	306 100.0	5 1.6	9 2.9	7 2.3	59 19.3	226 73.9
	宿泊業、飲食サービス業	100 100.0	1 1.0	2 2.0	1 1.0	9 9.0	87 87.0
	建設業	207 100.0	3 1.4	12 5.8	5 2.4	35 16.9	152 73.4
	運輸業、郵便業	78 100.0	1 1.3	2 2.6	1 1.3	10 12.8	64 82.1
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	- -	1 2.9	3 8.8	6 17.6	24 70.6
	その他	448 100.0	6 1.3	30 6.7	13 2.9	69 15.4	330 73.7
	従 業 員 数	5人以下	109 100.0	- -	1 0.9	- -	7 6.4
6~20人		351 100.0	2 0.6	3 0.9	4 1.1	45 12.8	297 84.6
21~50人		482 100.0	2 0.4	21 4.4	6 1.2	82 17.0	371 77.0
51~100人		228 100.0	5 2.2	18 7.9	9 3.9	38 16.7	158 69.3
101人以上		213 100.0	11 5.2	23 10.8	14 6.6	44 20.7	121 56.8

問10 DX推進のための責任者の配置

【全体】

「配置していない」が83.2%と最も高く、次いで「他業務と兼任の責任者を配置している」が10.0%、「配置していないが今後配置する予定」が5.3%となっている。

【業種別】

「配置していない」が<宿泊業、飲食サービス業>で92.1%と高く、一方<卸売業、小売業>が78.8%、<建設業>で79.7%と低くなっている。

【従業員数別】

「配置していない」は従業員数が多いほど低くなっている。<5人以下>では95.4%と高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	専任の責任者を配置している	他業務と兼任の責任者を配置している	配置していないが今後配置する予定	配置していない
全 体		1,384 100.0	19 1.4	139 10.0	74 5.3	1,152 83.2
業 種	製造業	210 100.0	4 1.9	15 7.1	9 4.3	182 86.7
	卸売業、小売業	306 100.0	3 1.0	41 13.4	21 6.9	241 78.8
	宿泊業、飲食サービス業	101 100.0	- -	5 5.0	3 3.0	93 92.1
	建設業	207 100.0	4 1.9	19 9.2	19 9.2	165 79.7
	運輸業、郵便業	78 100.0	1 1.3	4 5.1	4 5.1	69 88.5
	不動産業、物品賃貸業	33 100.0	- -	6 18.2	- -	27 81.8
	その他	449 100.0	7 1.6	49 10.9	18 4.0	375 83.5
	従 業 員 数	5人以下	109 100.0	1 0.9	4 3.7	- -
6~20人		351 100.0	1 0.3	26 7.4	16 4.6	308 87.7
21~50人		482 100.0	7 1.5	41 8.5	28 5.8	406 84.2
51~100人		229 100.0	4 1.7	27 11.8	15 6.6	183 79.9
101人以上		213 100.0	6 2.8	41 19.2	15 7.0	151 70.9

問11 DX・デジタル化を推進するための必要な人材の明確さ、確保の取組状況

【全体】

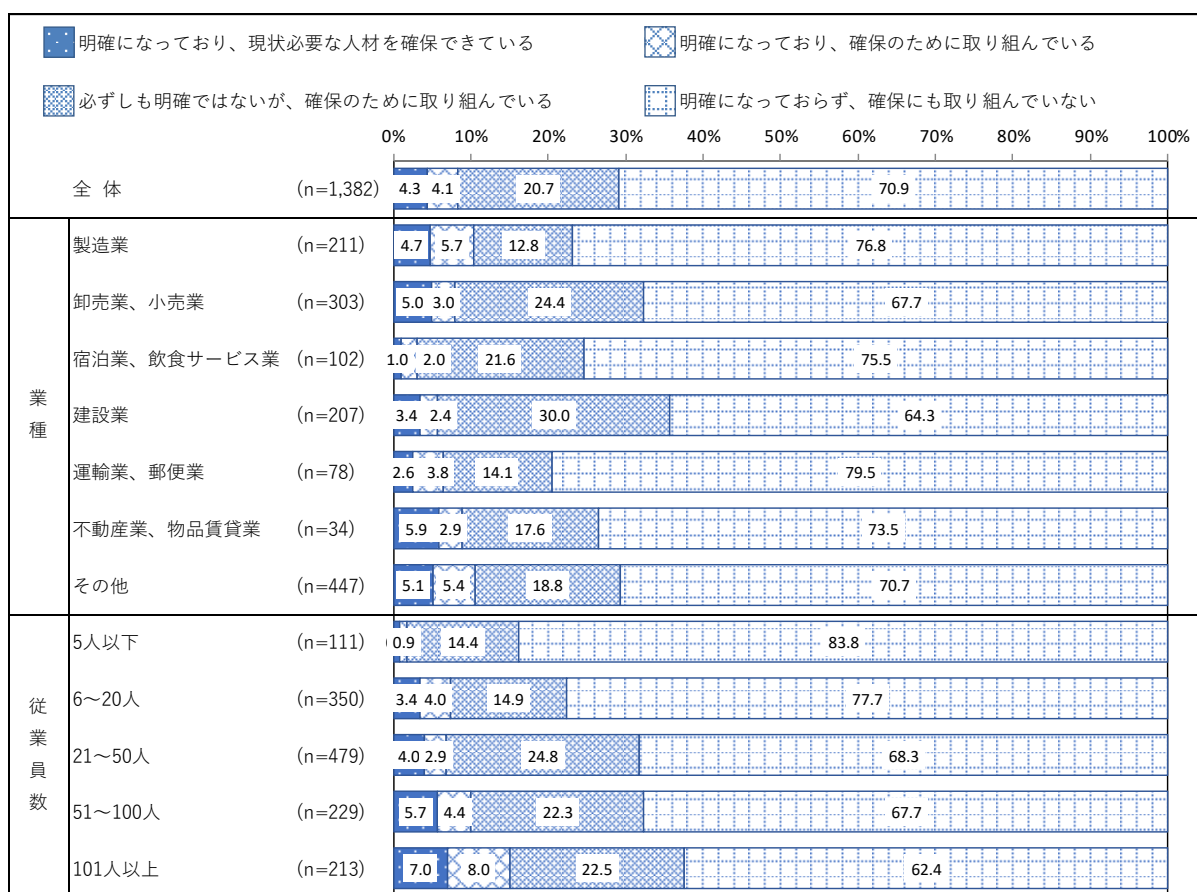
「明確になっておらず、確保にも取り組んでいない」が70.9%と最も高く、次いで「必ずしも明確ではないが、確保のために取り組んでいる」が20.7%、「明確になっており、現状必要な人材を確保できている」が4.3%となっている。

【業種別】

「必ずしも明確ではないが、確保のために取り組んでいる」は<建設業>で30.0%と高くなっている。

【従業員数別】

「明確になっておらず、確保にも取り組んでいない」は従業員数が少ないほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	明確になって おり、現状必 要な人材を確 保できている	明確になって おり、確保の ために取り組 んでいる	必ずしも明確 ではないが、 確保のために 取り組んでい る	明確になって おらず、確保 にも取り組ん でいない
全 体		1,382 100.0	60 4.3	56 4.1	286 20.7	980 70.9
業 種	製造業	211 100.0	10 4.7	12 5.7	27 12.8	162 76.8
	卸売業、小売業	303 100.0	15 5.0	9 3.0	74 24.4	205 67.7
	宿泊業、飲食サービス業	102 100.0	1 1.0	2 2.0	22 21.6	77 75.5
	建設業	207 100.0	7 3.4	5 2.4	62 30.0	133 64.3
	運輸業、郵便業	78 100.0	2 2.6	3 3.8	11 14.1	62 79.5
	不動産業、物品賃貸業	34 100.0	2 5.9	1 2.9	6 17.6	25 73.5
	その他	447 100.0	23 5.1	24 5.4	84 18.8	316 70.7
従 業 員 数	5人以下	111 100.0	1 0.9	1 0.9	16 14.4	93 83.8
	6～20人	350 100.0	12 3.4	14 4.0	52 14.9	272 77.7
	21～50人	479 100.0	19 4.0	14 2.9	119 24.8	327 68.3
	51～100人	229 100.0	13 5.7	10 4.4	51 22.3	155 67.7
	101人以上	213 100.0	15 7.0	17 8.0	48 22.5	133 62.4

問12 DX・デジタル化を推進する人材の獲得・確保で行った(行っている)方法

【全体】

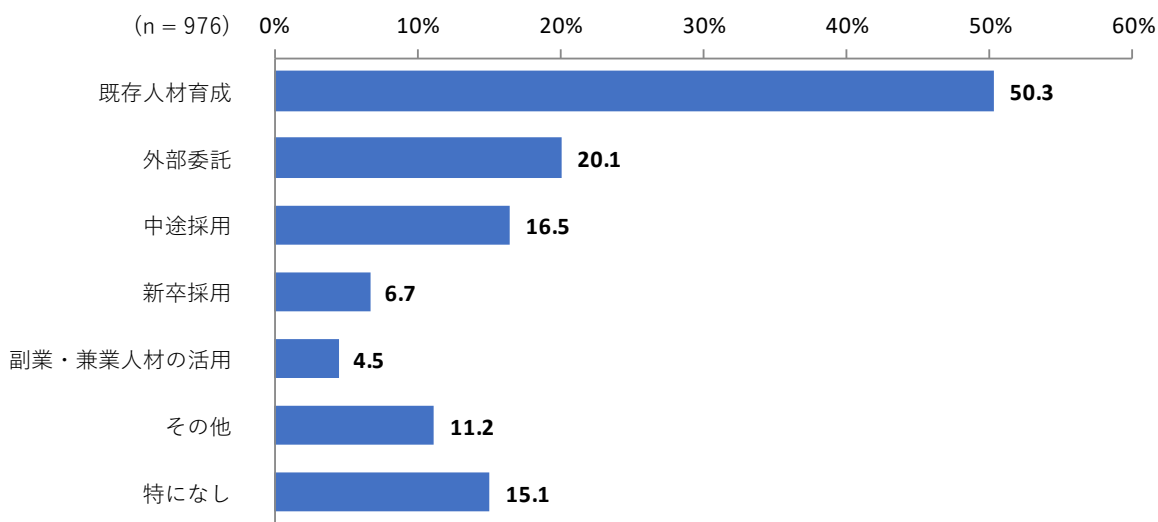
「既存人材育成」が50.3%と最も高く、次いで「外部委託」が20.1%、「中途採用」が16.5%となっている。

【業種別】

「既存人材育成」は<卸売業、小売業>で54.3%、<建設業>で58.6%と高くなっている。

【従業員数別】

「既存人材育成」は<21~50人>で51.9%、<51~100人>で51.2%、<101人以上>で58.4%と高く、一方<5人以下>で34.8%と低くなっている。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	既存人材育成	外部委託	中途採用	新卒採用	副業・兼業人材の活用	その他	特になし
全体	976	491 50.3	196 20.1	161 16.5	65 6.7	44 4.5	109 11.2	147 15.1
業種	製造業	148 48.0	33 22.3	18 12.2	11 7.4	12 8.1	18 12.2	22 14.9
	卸売業、小売業	219 54.3	41 18.7	40 18.3	9 4.1	11 5.0	20 9.1	30 13.7
	宿泊業、飲食サービス業	73 39.7	11 15.1	14 19.2	5 6.8	4 5.5	14 19.2	10 13.7
	建設業	145 58.6	42 29.0	34 23.4	14 9.7	4 2.8	11 7.6	14 9.7
	運輸業、郵便業	46 39.1	8 17.4	7 15.2	2 4.3	3 6.5	7 15.2	6 13.0
	不動産業、物品賃貸業	21 47.6	2 9.5	2 9.5	1 4.8	-	3 14.3	4 19.0
	その他	324 49.1	59 18.2	46 14.2	23 7.1	10 3.1	36 11.1	61 18.8
	従業員数	5人以下	66 34.8	13 19.7	4 6.1	2 3.0	6 9.1	15 22.7
6~20人		237 46.0	43 18.1	27 11.4	11 4.6	14 5.9	29 12.2	42 17.7
21~50人		335 51.9	69 20.6	66 19.7	24 7.2	12 3.6	45 13.4	41 12.2
51~100人		172 51.2	38 22.1	33 19.2	14 8.1	6 3.5	11 6.4	30 17.4
101人以上		166 58.4	33 19.9	31 18.7	14 8.4	6 3.6	9 5.4	22 13.3

問13 DX・デジタル化を推進する人材の獲得・確保ができていない主な理由

【全体】

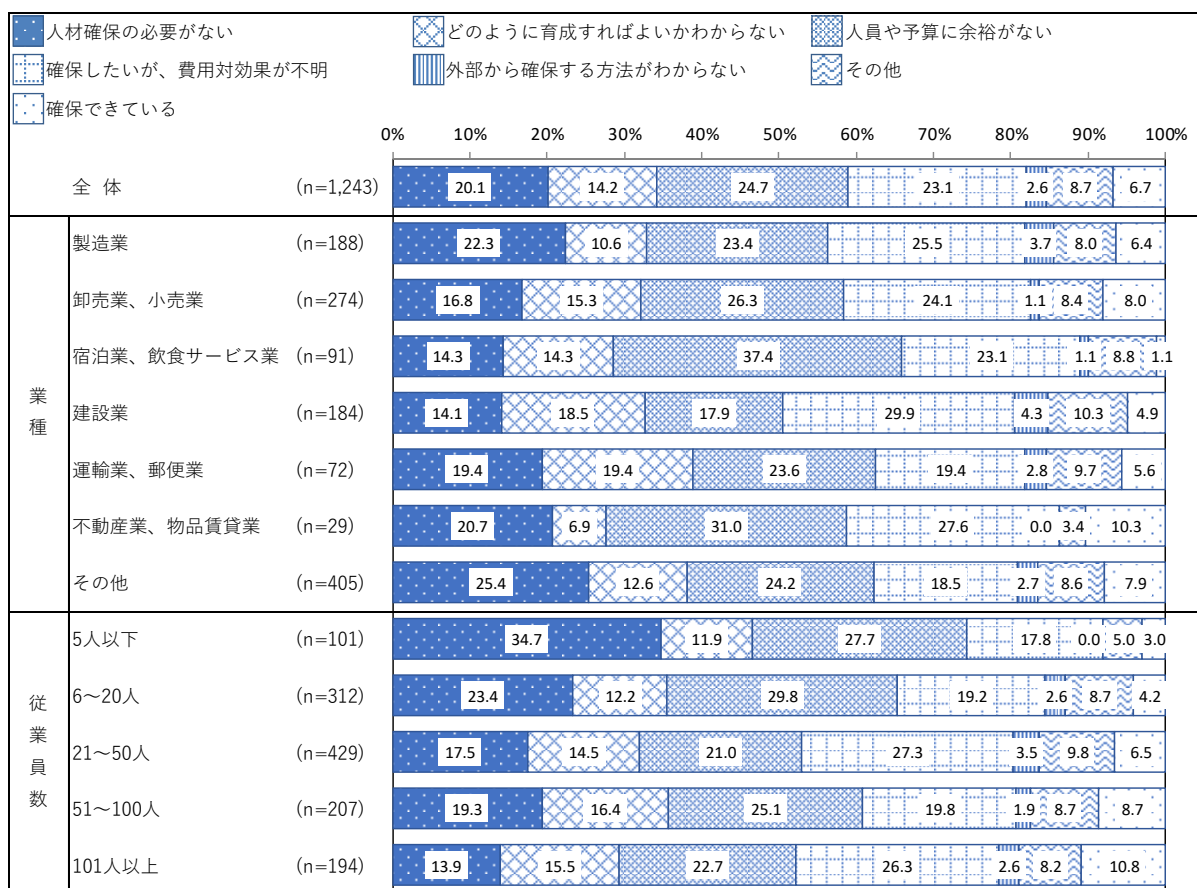
「人員や予算に余裕がない」が24.7%と最も高く、次いで「確保したいが、費用対効果が不明」が23.1%、「人材確保の必要がない」が20.1%となっている。

【業種別】

「人員や予算に余裕がない」は<宿泊業、飲食サービス業>で37.4%、<不動産業、物品賃貸業>で31.0%と高く、一方<建設業>は17.9%と低くなっている。

【従業員数別】

「人材確保の必要がない」は従業員数が少ないほど高い傾向にあり、<5人以下>で34.7%となっている。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	人材確保の 必要がない	どのように育 成すればよい かわからない	人員や予算 に余裕がない	確保したい が、費用対効 果が不明	外部から確保 する方法がわ からない	その他	確保できてい る	
全 体	1,243 100.0	250 20.1	176 14.2	307 24.7	287 23.1	32 2.6	108 8.7	83 6.7	
業 種	製造業	188 100.0	42 22.3	20 10.6	44 23.4	48 25.5	7 3.7	15 8.0	12 6.4
	卸売業、小売業	274 100.0	46 16.8	42 15.3	72 26.3	66 24.1	3 1.1	23 8.4	22 8.0
	宿泊業、飲食サービス業	91 100.0	13 14.3	13 14.3	34 37.4	21 23.1	1 1.1	8 8.8	1 1.1
	建設業	184 100.0	26 14.1	34 18.5	33 17.9	55 29.9	8 4.3	19 10.3	9 4.9
	運輸業、郵便業	72 100.0	14 19.4	14 19.4	17 23.6	14 19.4	2 2.8	7 9.7	4 5.6
	不動産業、物品賃貸業	29 100.0	6 20.7	2 6.9	9 31.0	8 27.6	-	1 3.4	3 10.3
	その他	405 100.0	103 25.4	51 12.6	98 24.2	75 18.5	11 2.7	35 8.6	32 7.9
	従 業 員 数	5人以下	101 100.0	35 34.7	12 11.9	28 27.7	18 17.8	-	5 5.0
6～20人		312 100.0	73 23.4	38 12.2	93 29.8	60 19.2	8 2.6	27 8.7	13 4.2
21～50人		429 100.0	75 17.5	62 14.5	90 21.0	117 27.3	15 3.5	42 9.8	28 6.5
51～100人		207 100.0	40 19.3	34 16.4	52 25.1	41 19.8	4 1.9	18 8.7	18 8.7
101人以上		194 100.0	27 13.9	30 15.5	44 22.7	51 26.3	5 2.6	16 8.2	21 10.8

問14 DX推進の取組にあたっての課題

【全体】

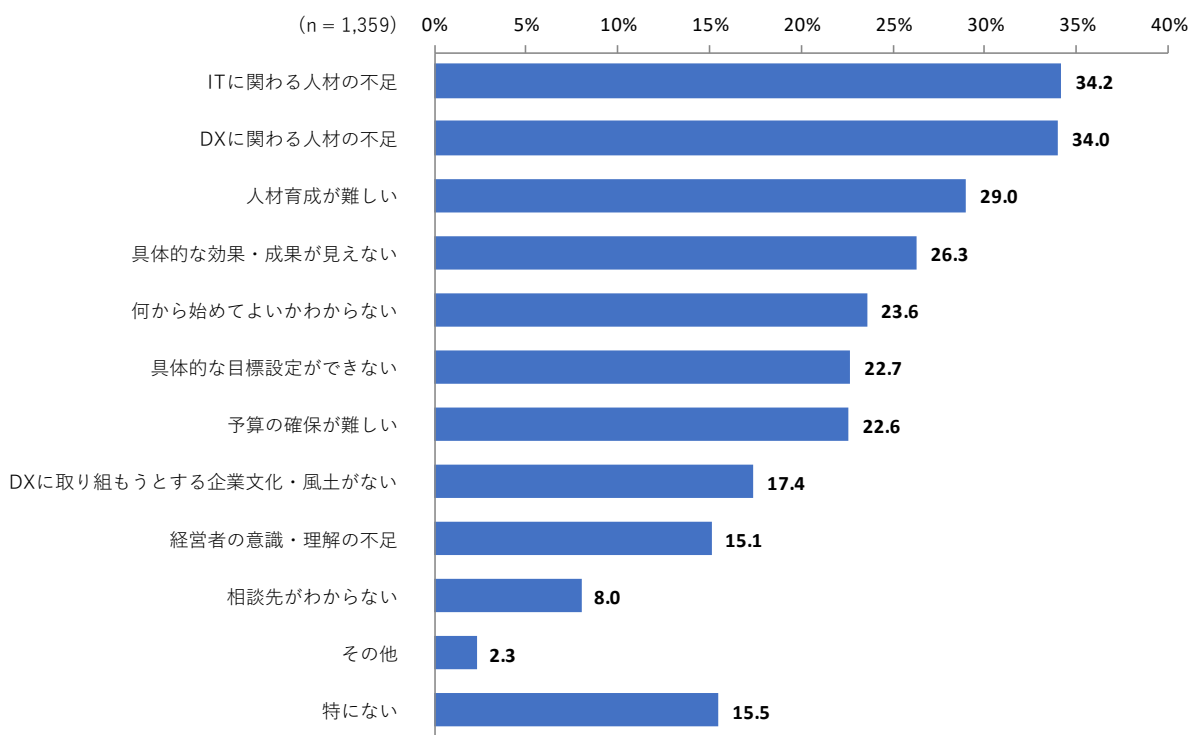
「ITに関わる人材の不足」が34.2%と最も高く、次いで「DXに関わる人材の不足」が34.0%、「人材育成が難しい」が29.0%となっている。

【業種別】

「予算の確保が難しい」は<宿泊業、飲食サービス業>で35.0%と高く、一方<建設業>は12.4%と低くなっている。

【従業員数別】

「DXに関わる人材の不足」は従業員数が多いほど高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	ITに関わる人材の不足	DXに関わる人材の不足	人材育成が難しい	具体的な効果・成果が見えない	何から始めてよいかわからない	具体的な目標設定ができない
全体		1,359	465	462	394	358	321	309
		-	34.2	34.0	29.0	26.3	23.6	22.7
業種	製造業	205	63	60	56	51	61	50
		-	30.7	29.3	27.3	24.9	29.8	24.4
	卸売業、小売業	298	104	100	93	89	61	66
		-	34.9	33.6	31.2	29.9	20.5	22.1
	宿泊業、飲食サービス業	100	36	35	19	23	27	17
		-	36.0	35.0	19.0	23.0	27.0	17.0
	建設業	202	80	83	80	47	42	56
		-	39.6	41.1	39.6	23.3	20.8	27.7
運輸業、郵便業	77	27	26	19	25	27	18	
	-	35.1	33.8	24.7	32.5	35.1	23.4	
不動産業、物品賃貸業	32	12	11	4	7	3	4	
	-	37.5	34.4	12.5	21.9	9.4	12.5	
その他	445	143	147	123	116	100	98	
	-	32.1	33.0	27.6	26.1	22.5	22.0	
従業員数	5人以下	105	16	20	15	31	26	21
		-	15.2	19.0	14.3	29.5	24.8	20.0
	6~20人	342	103	106	94	77	98	66
		-	30.1	31.0	27.5	22.5	28.7	19.3
	21~50人	472	170	148	140	138	99	114
		-	36.0	31.4	29.7	29.2	21.0	24.2
51~100人	228	67	85	62	56	55	50	
	-	29.4	37.3	27.2	24.6	24.1	21.9	
101人以上	212	109	103	83	56	43	58	
	-	51.4	48.6	39.2	26.4	20.3	27.4	

		調査数	予算の確保が難しい	DXに取り組もうとする企業文化・風土がない	経営者の意識・理解の不足	相談先がわからない	その他	特になし
全体		1,359	307	236	205	109	31	210
		-	22.6	17.4	15.1	8.0	2.3	15.5
業種	製造業	205	50	37	34	16	5	30
		-	24.4	18.0	16.6	7.8	2.4	14.6
	卸売業、小売業	298	68	47	52	28	1	49
		-	22.8	15.8	17.4	9.4	0.3	16.4
	宿泊業、飲食サービス業	100	35	17	15	7	3	11
		-	35.0	17.0	15.0	7.0	3.0	11.0
	建設業	202	25	47	40	19	5	16
		-	12.4	23.3	19.8	9.4	2.5	7.9
運輸業、郵便業	77	22	15	11	6	3	12	
	-	28.6	19.5	14.3	7.8	3.9	15.6	
不動産業、物品賃貸業	32	7	4	3	-	-	9	
	-	21.9	12.5	9.4	-	-	28.1	
その他	445	100	69	50	33	14	83	
	-	22.5	15.5	11.2	7.4	3.1	18.7	
従業員数	5人以下	105	23	12	8	7	-	31
		-	21.9	11.4	7.6	6.7	-	29.5
	6~20人	342	71	53	57	28	9	56
		-	20.8	15.5	16.7	8.2	2.6	16.4
	21~50人	472	104	86	84	44	12	64
		-	22.0	18.2	17.8	9.3	2.5	13.6
51~100人	228	52	44	37	13	3	37	
	-	22.8	19.3	16.2	5.7	1.3	16.2	
101人以上	212	57	41	19	17	7	22	
	-	26.9	19.3	9.0	8.0	3.3	10.4	

問15 DXを推進する場合、行政に期待する支援

【全体】

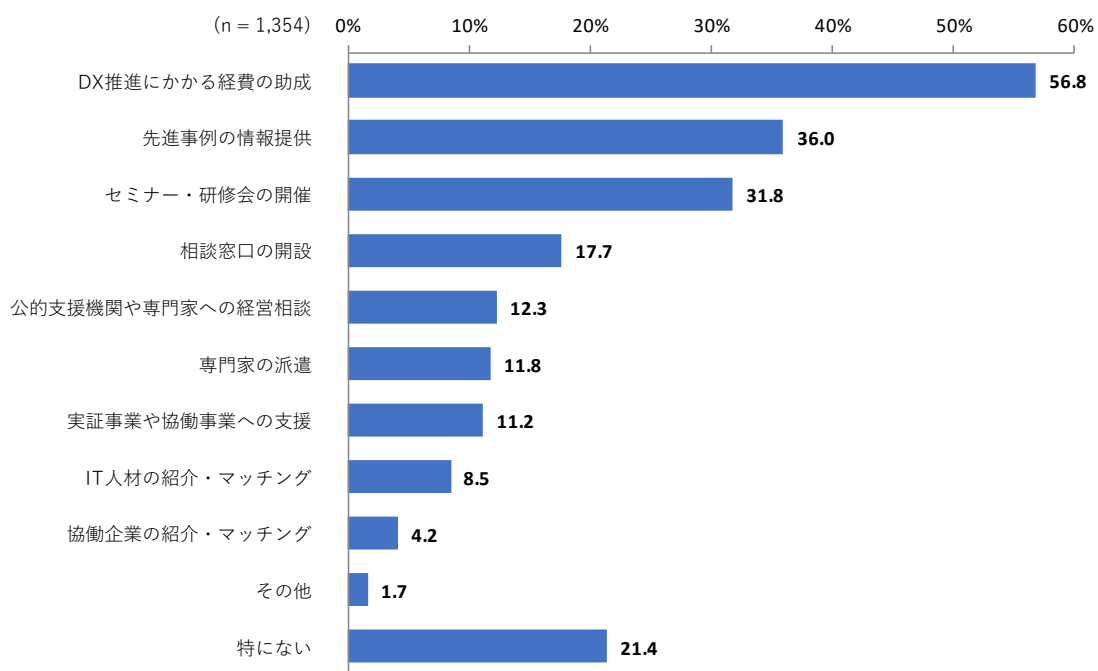
「DX推進にかかる経費の助成」が56.8%と最も高く、次いで「先進事例の情報提供」が36.0%、「セミナー・研修会の開催」が31.8%となっている。

【業種別】

「セミナー・研修会の開催」は<建設業>で43.7%と高く、一方<卸売業、小売業>21.9%、<宿泊業、飲食サービス業>27.8%と低くなっている。

【従業員数別】

「DX推進にかかる経費の助成」は従業員数が多いほど高い傾向にあり、<101人以上>は65.2%となっている。



(上段:件数、下段:%)

		調査数	DX推進にか かる経費の 助成	先進事例の 情報提供	セミナー・研 修会の開催	相談窓口の 開設	公的支援機 関や専門家 への経営相 談	専門家の派 遣
全 体		1,354	769	488	431	240	167	160
		-	56.8	36.0	31.8	17.7	12.3	11.8
業 種	製造業	202	115	68	67	39	22	25
		-	56.9	33.7	33.2	19.3	10.9	12.4
	卸売業、小売業	302	178	115	66	47	40	29
		-	58.9	38.1	21.9	15.6	13.2	9.6
	宿泊業、飲食サービス業	97	64	28	27	14	12	15
		-	66.0	28.9	27.8	14.4	12.4	15.5
	建設業	206	119	82	90	40	28	26
		-	57.8	39.8	43.7	19.4	13.6	12.6
運輸業、郵便業	76	44	23	24	12	9	9	
	-	57.9	30.3	31.6	15.8	11.8	11.8	
不動産業、物品賃貸業	32	20	10	11	2	1	3	
	-	62.5	31.3	34.4	6.3	3.1	9.4	
その他	439	229	162	146	86	55	53	
	-	52.2	36.9	33.3	19.6	12.5	12.1	
従 業 員 数	5人以下	105	43	29	20	16	7	8
		-	41.0	27.6	19.0	15.2	6.7	7.6
	6～20人	341	194	111	96	60	52	35
		-	56.9	32.6	28.2	17.6	15.2	10.3
	21～50人	471	261	170	153	76	54	63
		-	55.4	36.1	32.5	16.1	11.5	13.4
51～100人	227	134	91	83	43	30	27	
	-	59.0	40.1	36.6	18.9	13.2	11.9	
101人以上	210	137	87	79	45	24	27	
	-	65.2	41.4	37.6	21.4	11.4	12.9	

		調査数	実証事業や 協働事業へ の支援	IT人材の紹 介・マッチン グ	協働企業の 紹介・マッチ ング	その他	特にな い
全 体		1,354	151	115	57	23	290
		-	11.2	8.5	4.2	1.7	21.4
業 種	製造業	202	19	16	6	2	50
		-	9.4	7.9	3.0	1.0	24.8
	卸売業、小売業	302	37	27	14	5	62
		-	12.3	8.9	4.6	1.7	20.5
	宿泊業、飲食サービス業	97	11	8	4	3	20
		-	11.3	8.2	4.1	3.1	20.6
	建設業	206	20	22	8	4	33
		-	9.7	10.7	3.9	1.9	16.0
運輸業、郵便業	76	12	3	4	-	19	
	-	15.8	3.9	5.3	-	25.0	
不動産業、物品賃貸業	32	5	2	3	-	8	
	-	15.6	6.3	9.4	-	25.0	
その他	439	47	37	18	9	98	
	-	10.7	8.4	4.1	2.1	22.3	
従 業 員 数	5人以下	105	12	5	1	6	38
		-	11.4	4.8	1.0	5.7	36.2
	6～20人	341	36	25	10	2	84
		-	10.6	7.3	2.9	0.6	24.6
	21～50人	471	49	40	26	7	107
		-	10.4	8.5	5.5	1.5	22.7
51～100人	227	29	19	6	4	37	
	-	12.8	8.4	2.6	1.8	16.3	
101人以上	210	25	26	14	4	24	
	-	11.9	12.4	6.7	1.9	11.4	

デジタル化の取組状況

問5 貴社におけるデジタル化の浸透状況についてお答えください。(○は1つ)

1. デジタル化が図られていない
(紙や口頭による業務が中心)
2. アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態
(作業単位でのデジタル化: 電子メールや会計業務の電子処理等、業務でデジタルツールを利用)
3. デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態
(業務・部門単位でのデジタル化: 売上・在庫・顧客情報等をシステム管理し、業務フローの見直しを実施)
4. デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態
(全社的なデジタル化: システム上で蓄積したデータを活用して販路拡大、新商品開発等を実践)
5. わからない

DX^{*}について

*本調査において、DX（デジタルトランスフォーメーション）とは、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であり、単に、ホームページの作成や会議のオンライン化などのデジタル化を意味するものではありません。

問6 貴社ではDXについてどの程度理解していますか（DXの定義について上記※をお読みください）。

(○は1つ)

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. 理解している | 2. ある程度理解している |
| 3. わからない・どちらともいえない | 4. あまり理解していない |
| 5. 理解していない | |

問7 DXに関する情報収集の頻度についてお答えください。(○は1つ)

- | | |
|---------------|-----------------|
| 1. 定期的に収集している | 2. 必要に応じて収集している |
| 3. あまり収集していない | 4. 収集していない |

問7-1は、問7で「1. 定期的に収集している」または「2. 必要に応じて収集している」と回答された方にお聞きします。

問7-1 DXに関する情報の入手先についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1. WEBサイト | 2. メールマガジン |
| 3. SNS | 4. 業界誌・専門誌 |
| 5. 新聞 | 6. 研修会・セミナー |
| 7. 顧客・取引先担当者 | 8. 経営に関する相談相手 |
| 9. 行政・公的支援機関担当者 | 10. 同業者・交流会参加者 |
| 11. その他 () | |

問8 DX推進の取組状況についてお答えください。(○は1つ)

- | | |
|--------------------|----------------|
| 1. 取り組んでいる | 2. 取り組みを検討している |
| 3. 必要だと思いが取り組めていない | 4. 取り組む予定はない |

問8-1、問8-2、問8-3は、問8で「1. 取り組んでいる」または「2. 取り組みを検討している」と回答された方にお聞きします。

問8-1 DX推進に取り組む主な理由・目的についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. 新型コロナウイルス対策 | 2. サイバーセキュリティへの意識 |
| 3. 働き方改革への対応 | 4. 仕入・販売先等の取引先からの要請 |
| 5. 外部専門家、支援機関からの指導・助言 | 6. 業務効率化 |
| 7. 既存製品・サービスの高付加価値化 | 8. 新商品・サービスの創出 |
| 9. 競争力の強化 | 10. 現在のビジネスモデルの根本的な変革 |
| 11. 市場・顧客の変化への対応 | 12. 新たな顧客層の開拓・販路拡大 |
| 13. その他 () | 14. 特にない・わからない |

問8-2 DX推進の目的に対する成果の状況についてお答えください。(○は1つ)

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. 十分な成果が出ている | 2. 一定の成果が出ている |
| 3. まだ成果は出ていない | 4. わからない |
| 5. まだ取組を検討している | |

問8-3 具体的な成果についてご自由に記載ください。

--

問8-4は、問8で「3. 必要だと思うが取り組めていない」または「4. 取り組む予定はない」と回答された方にお聞きします。

問8-4 DX推進に取り組めていない理由、取り組む予定はない理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. 業務上必要ない | 2. 時間が取れない |
| 3. 情報収集の方法がわからない | 4. 相談できる相手がいない |
| 5. 定義や内容が難しい | 6. 資金がない |
| 7. その他 () | 8. わからない |

問9以降はすべての方にお聞きします。

問9 貴社ではDX推進やデジタルビジネス強化のための部署がありますか。(○は1つ)

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. 専門部署がある | 2. 他業務と兼任の部署がある |
| 3. 部署はないが、プロジェクトチームがある | 4. 部署はないが、担当者はいる |
| 5. ない | |

問10 貴社ではDX推進のための責任者を配置していますか。(○は1つ)

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. 専任の責任者を配置している | 2. 他業務と兼任の責任者を配置している |
| 3. 配置していないが今後配置する予定 | 4. 配置していない |

問 11 DX・デジタル化を推進する人材として、どのような人材が必要か明確になっており、確保のための取組を実施していますか。(○は1つ)

- | |
|------------------------------|
| 1. 明確になっており、現状必要な人材を確保できている |
| 2. 明確になっており、確保のために取り組んでいる |
| 3. 必ずしも明確ではないが、確保のために取り組んでいる |
| 4. 明確になっておらず、確保にも取り組んでいない |

問 12 DX・デジタル化を推進する人材を獲得・確保するために行った、もしくは行っている方法についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|---------------|------------|
| 1. 既存人材育成 | 2. 新卒採用 |
| 3. 中途採用 | 4. 外部委託 |
| 5. 副業・兼業人材の活用 | 6. その他 () |

問 13 DX・デジタル化を推進する人材の獲得・確保ができていない主な理由についてお答えください。(○は1つ)

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 人材確保の必要がない | 2. どのように育成すればよいかわからない |
| 3. 人員や予算に余裕がない | 4. 確保したいが、費用対効果が不明 |
| 5. 外部から確保する方法がわからない | 6. その他 () |
| 7. 確保できている | |

問 14 DX推進の取組にあたっての課題についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. DXに関わる人材の不足 | 2. ITに関わる人材の不足 |
| 3. 人材育成が難しい | 4. 相談先がわからない |
| 5. 予算の確保が難しい | 6. 経営者の意識・理解の不足 |
| 7. DXに取り組もうとする企業文化・風土がない | 8. 具体的な目標設定ができない |
| 9. 具体的な効果・成果が見えない | 10. 何から始めてよいかわからない |
| 11. その他 () | 12. 特になし |

行政に期待する支援

問 15

貴社がDXを推進する場合、行政に期待する支援についてお答えください。(○はいくつでも)

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. DX推進にかかる経費の助成 | 2. 実証事業や協働事業への支援 |
| 3. 先進事例の情報提供 | 4. 公的支援機関や専門家への経営相談 |
| 5. 相談窓口の開設 | 6. 専門家の派遣 |
| 7. セミナー・研修会の開催 | 8. IT人材の紹介・マッチング |
| 9. 協働企業の紹介・マッチング | 10. その他 () |
| 11. 特になし | |

◆ご回答者様情報

社名		所属部署・役職	
氏名		電話番号	

～アンケートは以上です。ご回答ありがとうございました。～
本調査票は 7月29日(金) までに同封の返信用封筒にてご返送をお願いいたします。

令和4年度
青森県中小企業DX実態把握調査
報告書

令和4年11月

調査実施主体

青森県 商工労働部 地域産業課

調査実施機関

 東京商工リサーチ 青森支店