

## 【報告書】

# DX・デジタル化に関するアンケート 調査および分析結果

～事業目的～

大津商工会議所会員企業のDXに対する理解度、現在の取組状況、期待する成果等に関する調査を行い、会員企業のDX化促進に向けての対応方針や支援策の検討、市・県への要望を行う上での実態把握を行う

2024年3月15日

滋賀県中小企業診断士協会 DX研究部会

主担当：浅井 志郎 副担当：萩敏夫

# 調査要領

## 調査期間

2024年1月10日～1月31日

## 調査対象

1,783社（2024年1月1日現在の会員数）

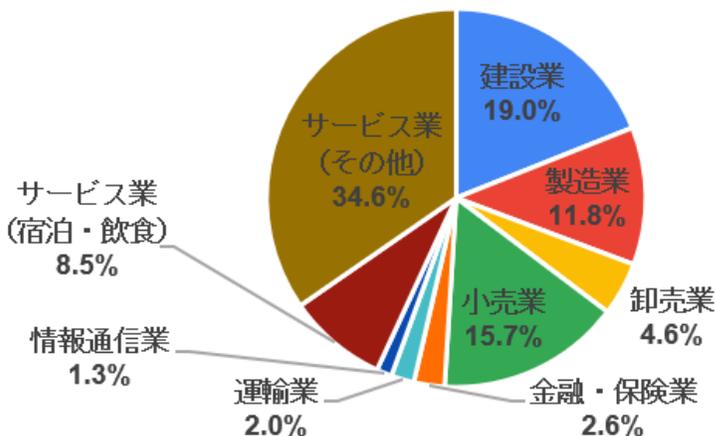
## 回答数

153社（回答率：8.6%）

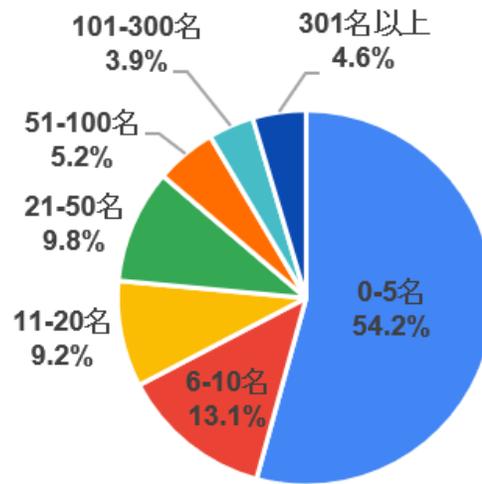
## 調査方法

会議所報(冊子)に返信用封筒を同封して送付  
会議所報(電子メール)に入力フォームへのURLを配布

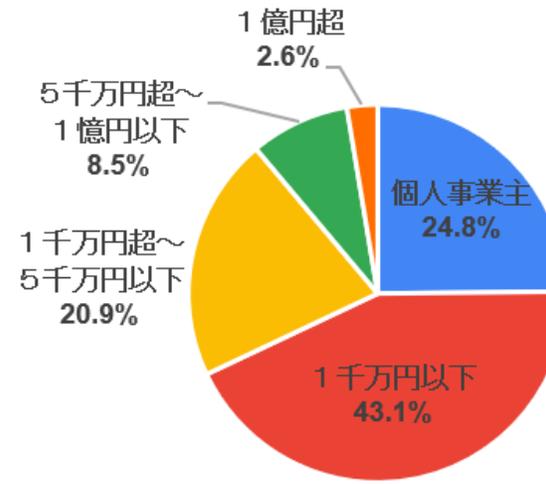
### 業種



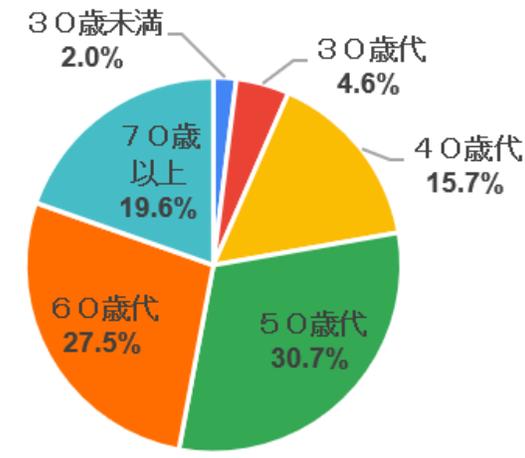
### 従業員数



### 資本金



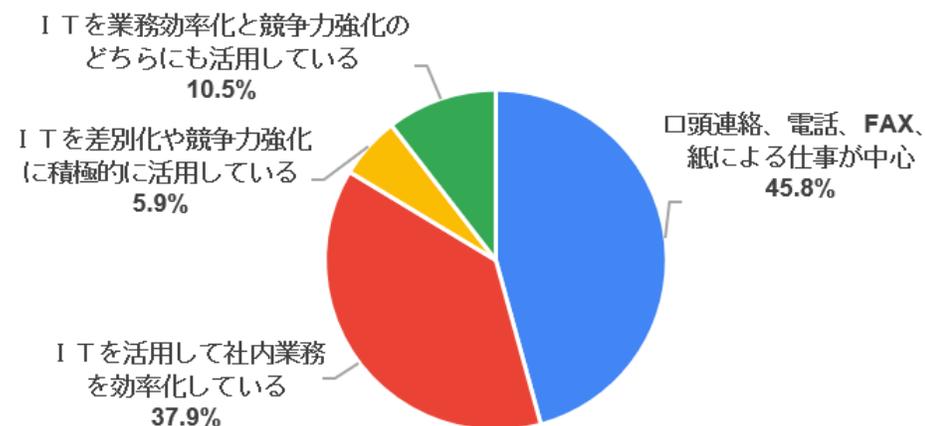
### 経営者の年齢



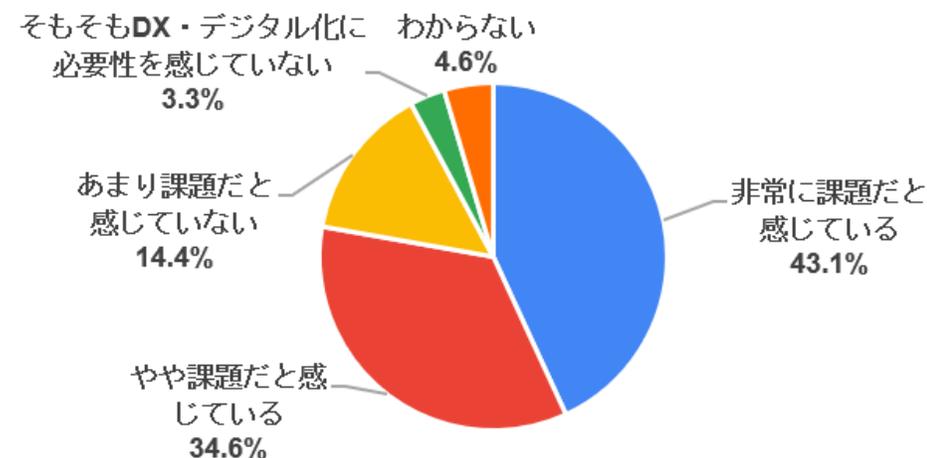
# 1. DX・デジタル化の状況(導入・活用)

- 【図1】 各社の現時点でのDX・デジタル化の状況を調査したところ、45.8%の企業はアナログな業務が中心であることがわかった。他方、約半数企業は業務効率化のためにITを活用しているが、競争力強化に活用している企業は16.4%にとどまった。
- DX・デジタル化は業務効率化だけでなく、差別化や競争力強化にも繋がるものであるが、8割以上の企業は差別化や競争力の強化にDX・デジタル化を活用することができておらず、潜在的なメリットを活かしきれていない可能性がある。そのため、差別化や競争力強化を目的としたIT活用事例やノウハウを共有することで、企業全体のDX・デジタル化を促進できる可能性がある。
- 【図2】 各社のDX・デジタル化の推進に対する課題認識を調査したところ、7割以上の企業がDX・デジタル化に課題を感じていることが判明した。一方、必要性を感じていない企業は少数だが存在し、DX・デジタル化に対する意識は企業間で大きく差があることも浮き彫りになった。
- DX・デジタル化は中小企業にとって重要な課題であり、程度に差はあるものの、多くの企業が推進に課題を抱えていると言える。そのため、DX・デジタル化というテーマは関心の高いテーマとして取り扱う必要があると考える。また、必要性を感じていない企業は、競争力低下などのリスクを認識する必要があり、課題認識の乏しい企業への啓蒙活動や成功事例の共有による注意喚起も重要となると考える。

【図1】 DX・デジタル化の状況



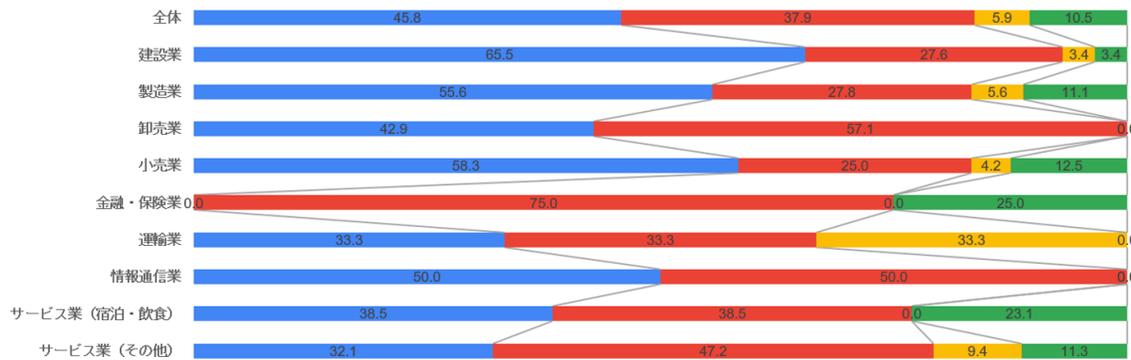
【図2】 DX・デジタル化の推進に対する課題認識



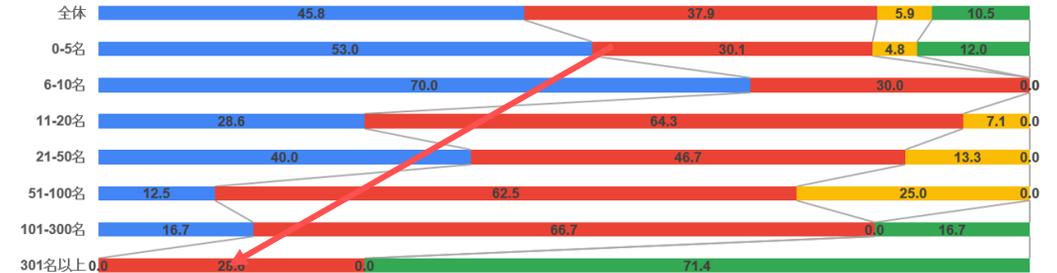
# 1. DX・デジタル化の状況(導入・活用レベル)

- 【図3】 DX・デジタル化の状況を企業属性ごとに見ると、業種別では建設業・製造業・小売業で「口頭連絡、電話、FAX、紙による仕事」が中心である企業が多く、金融・運送・サービス業ではこの割合が少ないことが判明した。【図4・5】 従業員規模別や資本金別のグラフから、企業規模が大きくなるにつれてDX・デジタル化が進んでいる傾向があることが判明した。【図6】 経営者の年齢別のグラフからは、30代の経営者を除いて概ね半数が「口頭連絡、電話、FAX、紙による仕事」が中心である企業であることがわかった。
- DX・デジタル化の状況は企業が大きくなるにつれ進展する傾向があり、経営者の年齢は影響が少ないことがわかったが、業種によっても異なることがわかった。セミナー等を開催する際は、対象企業の規模を中心に適切なテーマを選定すると効果的であると考えられる。

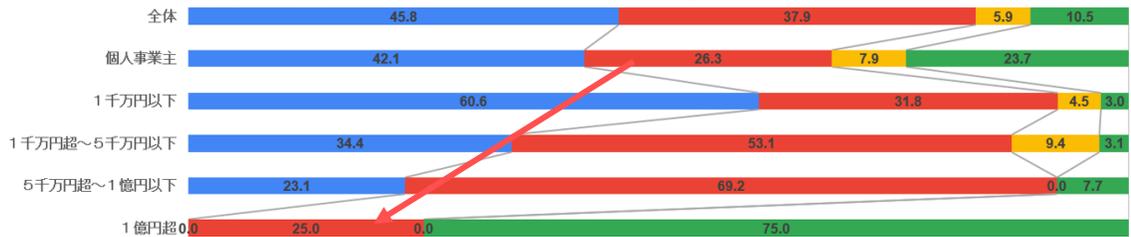
【図3】 業種別 DX・デジタル化の状況



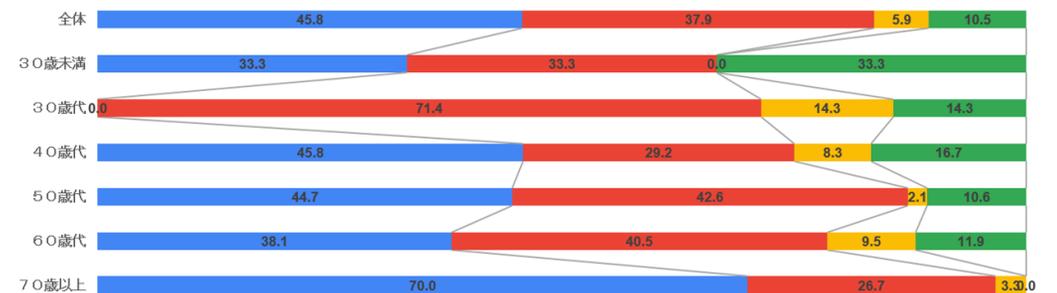
【図5】 従業員規模別 DX・デジタル化の状況



【図4】 資本金別 DX・デジタル化の状況



【図6】 経営者の年齢別 DX・デジタル化の状況

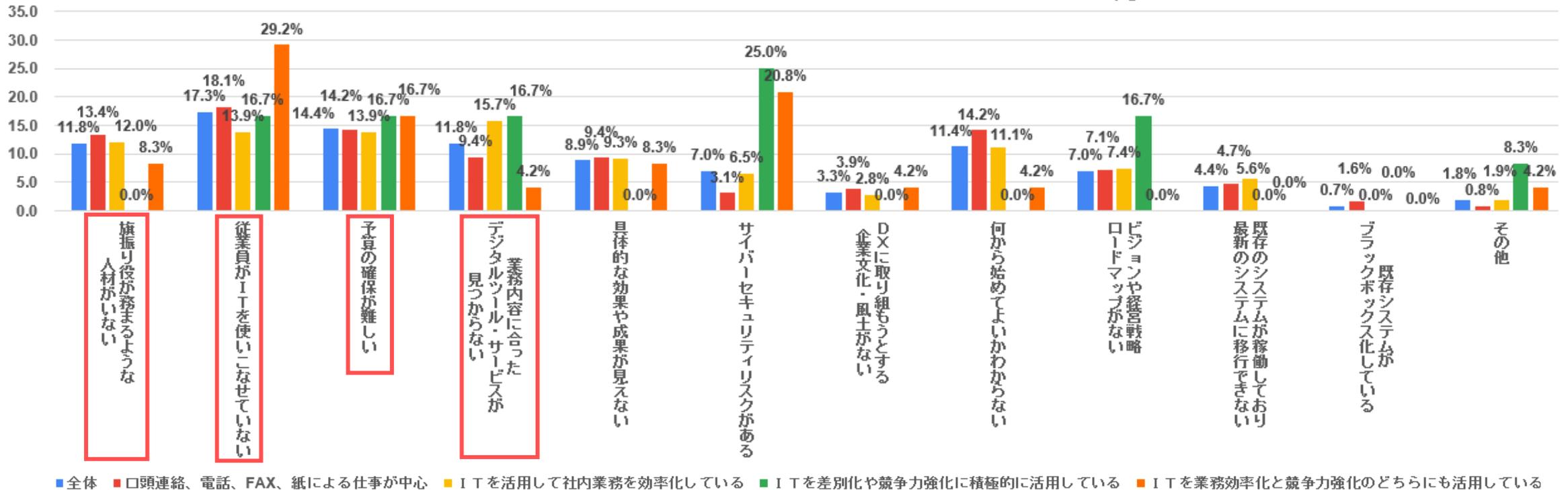


■ 口頭連絡、電話、FAX、紙による仕事を中心  
■ ITを活用して社内業務を効率化している  
■ ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している  
■ ITを業務効率化と競争力強化のどちらにも活用している

## 2. DX・デジタル化の課題

- 【図7】 DX・デジタル化の課題に関して、最も多かったのは「従業員がITをつかいこなせていない(17.3%)」「旗振り役が務まるような人材がない(11.8%)」という人材面に関する課題であった。次いでコスト面での課題である「予算の確保が難しい(14.4%)」が続いた。また「業務内容にあったデジタルツール・サービスが見つからない(11.8%)」という情報面での課題も上位となった。
- 人材・資金・情報など、DX・デジタル化の課題は重層的であることがさらに課題を複雑化している様相がみてとれる。また、ITを業務効率化と競争力強化のどちらにも活用している企業においても「デジタルツール・サービスは見ついているものの、従業員がつかいこなせていない」などの課題があることが見て取れる。DX・デジタル化の状況を踏まえつつ個社に合った解決策が必要と考える。

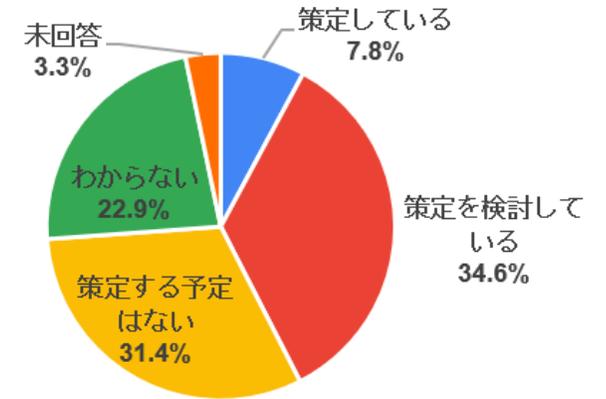
【図7】 DX・デジタル化の課題 (複数回答)



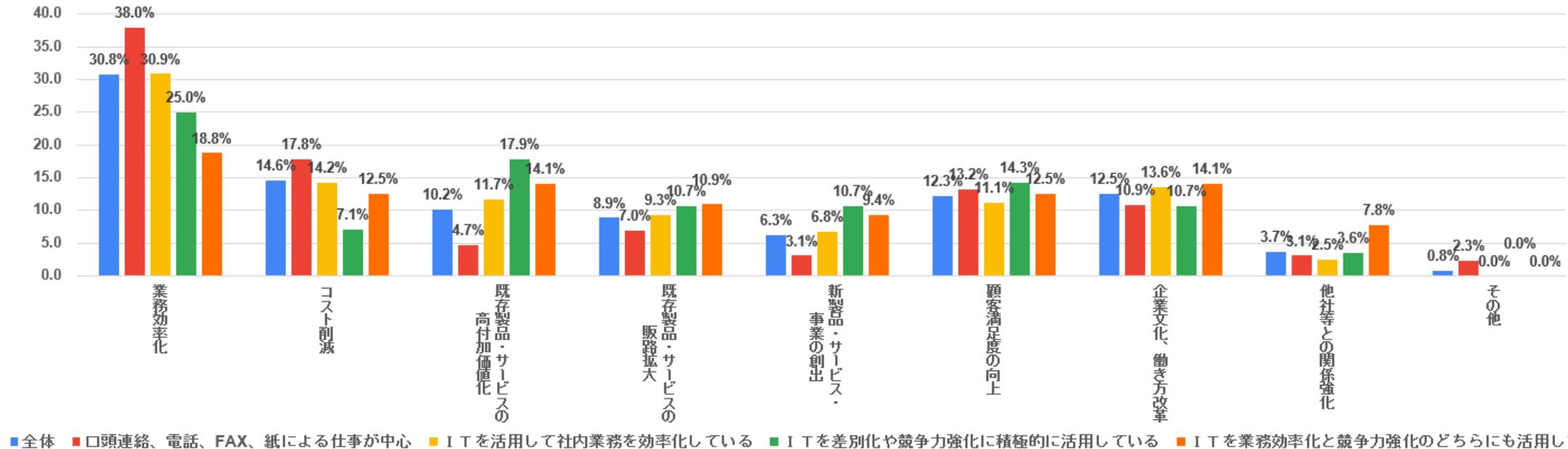
# 3. DX・デジタル化の計画・目的

- 【図8】 DX・デジタル化の計画・戦略策定状況について、策定もしくは策定を検討している割合が42.4%であるが、策定している企業は7.8%にとどまる。【図9】 DX・デジタル化の目的として、多くの企業がDX・デジタル化を業務効率化やコスト削減に活用しようとして姿勢がみてとれる。一方、顧客満足度向上や企業文化改革など、多様な目的で活用を模索する企業も存在することが見て取れる。
- DX・デジタル化の目的は「業務効率化」が最多ではあるものの、多岐に渡ることが判明した。そのため、各種の目的を達成するためには、(企業理念に基づいた)より上位の戦略策定が重要であり、より個々の企業に沿った支援が必要となる。よって、戦略策定に関する個別相談や目的別セミナーの開催で、企業のDX・デジタル化をより支援できると思われる。

【図8】 DX・デジタル化の計画・戦略策定状況



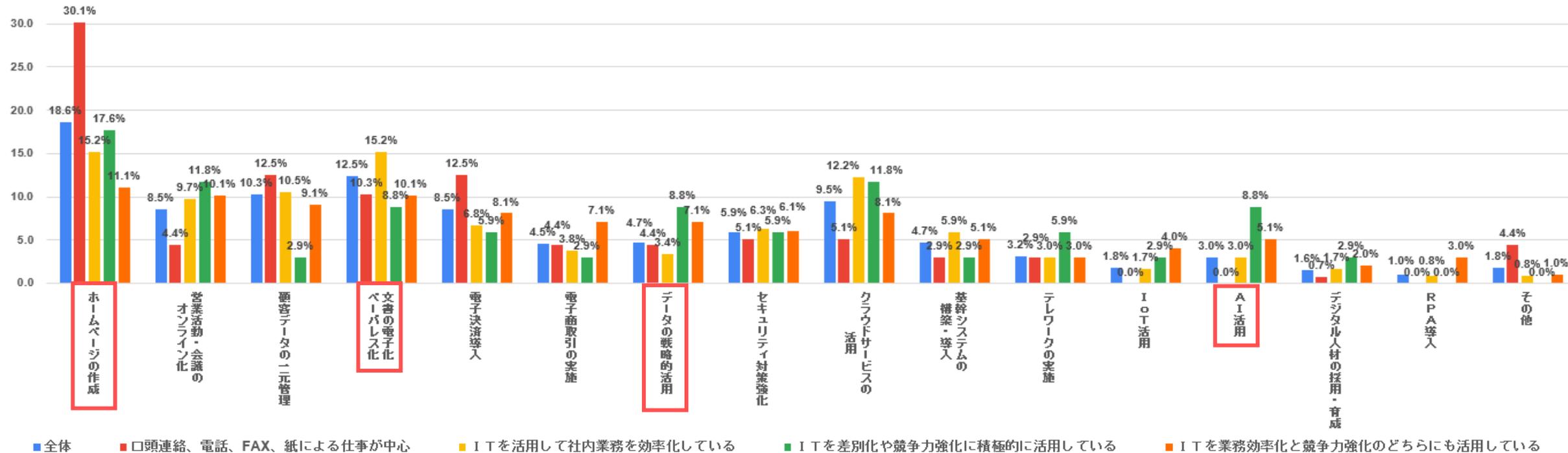
【図9】 DX・デジタル化の目的 (複数回答)



# 4. DX・デジタル化の具体的な取組内容

- 【図10】 DX・デジタル化の具体的な取組内容に関して、「ホームページ作成(18.6%)」「文書の電子化・ペーパーレス化(12.5%)」など、初歩的な取り組みが多数を占める。一方、「データの戦略的活用(4.7%)」「AI活用(3.0%)」など、先進的な取り組みも一部実施されている。
- ホームページの作成に関しては、DX・デジタル化が進んでいる企業ほど具体的取組として挙げる企業が少ないことが判明した。この点は、質問の解釈として「現在注力している具体的取組」と伝わった可能性があり、質問に関する解釈が一定となるアンケート内容であったかを検証されることを推奨する。一方で、DX・デジタル化を進めるにあたり初歩的な取り組みに終始している様相が見て取れるため、DX・デジタル化の状況に合わせつつも、一步先を行く具体的な取組事例の提供で、DX・デジタル化を次の段階に移行できると考えられる。

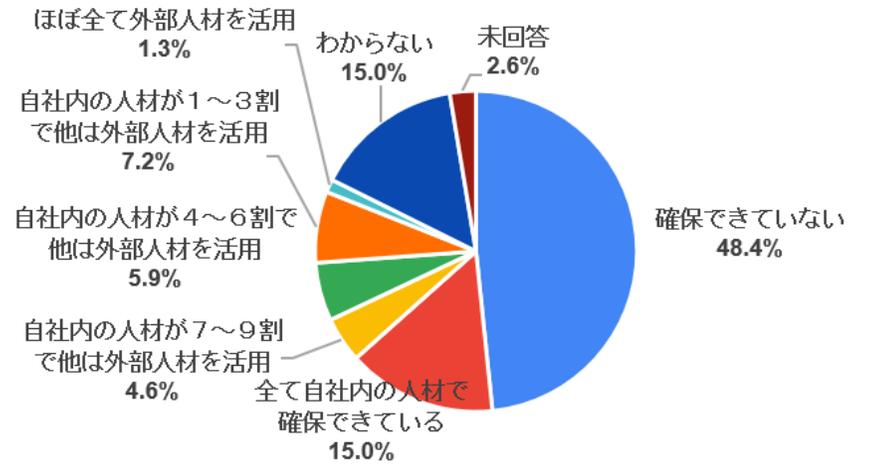
【図10】 DX・デジタル化の具体的な取組内容 (複数回答)



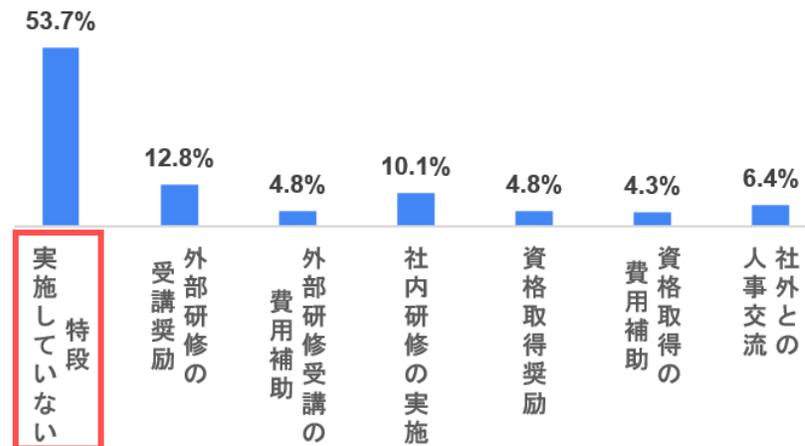
# 5. デジタル人材について

- 【図11】 デジタル人材の確保状況から、約半数の企業が社内のデジタル人材不足に悩んでおり、自社内だけで人材を確保できている企業は少数であることがわかった。デジタル人材不足に悩む約半数の企業は【図13】 デジタル人材の育成に関する取組において、「特段実施していない(53.7%)」に相当すると読み解ける。なお、【図12】 デジタル人材確保の方法に関して「既存社員の育成(32.0%)」が最も多いが、確保する予定がないもしくは未定が約半数に達する。
- デジタル人材の確保ができている約半数の企業においては、【図12】 より「既存社員の育成」という方向性をとる企業が最も多く、育成方法は【図13】 より多岐に渡ることが判明した。そのため、人材育成・確保に関するセミナーや個別相談には潜在的なニーズがあると考えられる。支援の際は、社内人材育成が業務効率化や生産性向上に貢献するのみならず、企業の長期的な競争力強化につながることを訴求すると効果的であると考えられる。

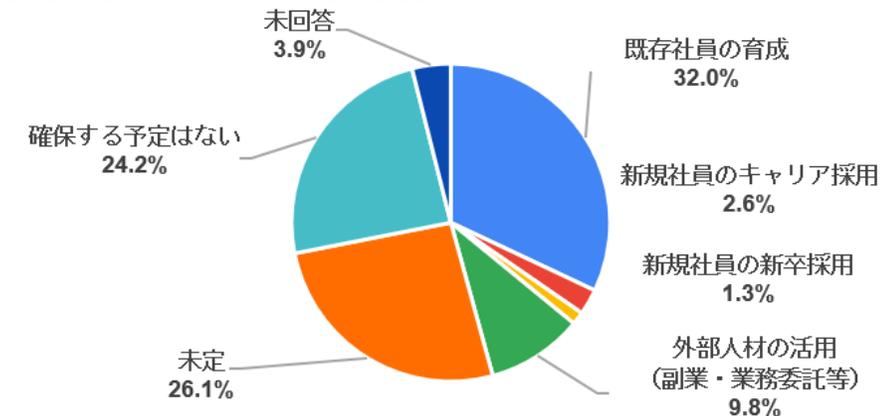
【図11】 デジタル人材の確保状況



【図13】 デジタル人材の育成に関する取組 (複数回答)



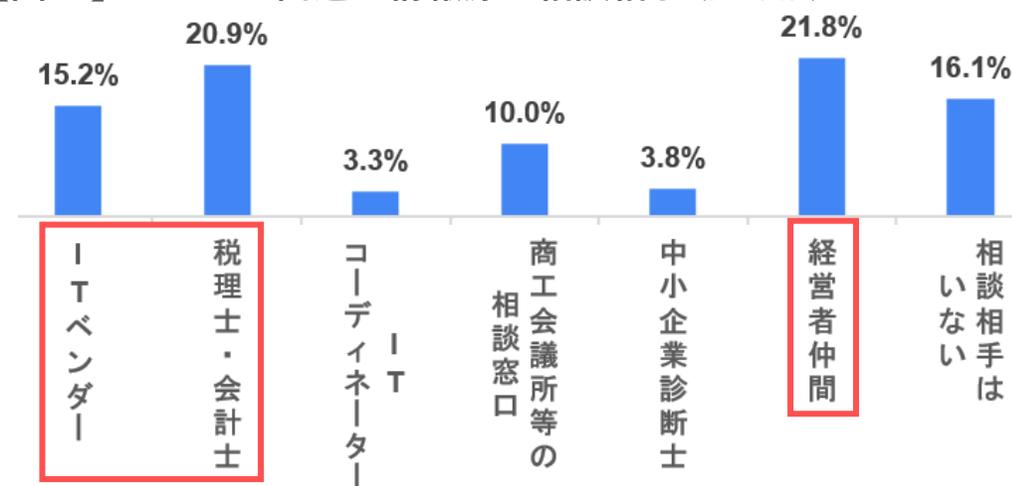
【図12】 デジタル人材確保の方法



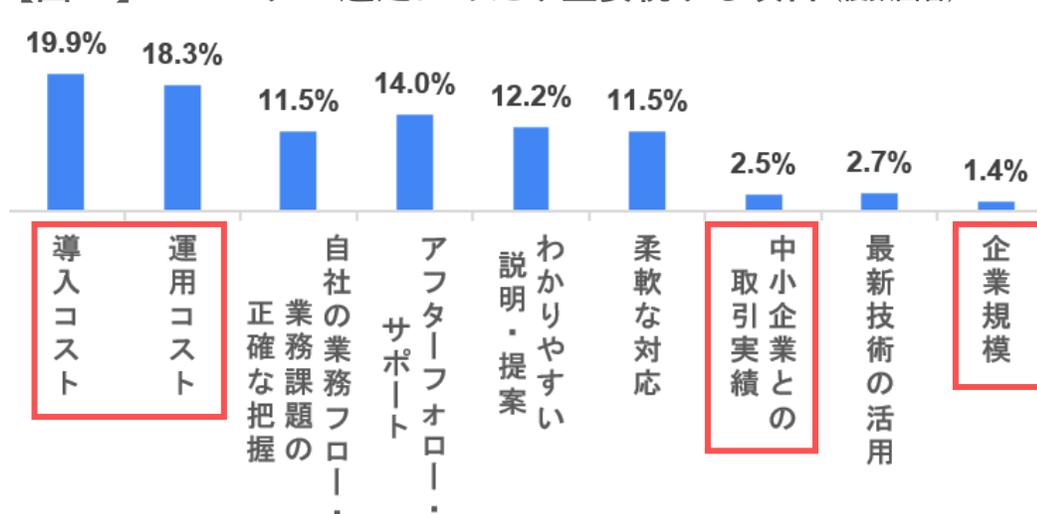
## 5. デジタル人材について/ITベンダーについて

- 【図14】 デジタル関連の情報源・相談相手では、「経営者仲間(21.8%)」「税理士・会計士(20.9%)」「ITベンダー(15.2%)」が上位となった。一方、「相談相手がない(16.1%)」と回答した企業も一定数存在する。【図15】 ITベンダー選定にあたり重要視する項目では、コスト面である「導入コスト(19.9%)」「運用コスト(18.3%)」が上位となった。一方、「企業規模(1.4%)」「中小企業との取引実績(2.5%)」となり、ITベンダー選定時には、企業規模や実績よりもコストと提供されるサービスなど、自社にどのようなメリットがあるかを重視する傾向にあることが判明した。
- 企業は様々な情報源や相談相手を活用しながら、DX・デジタル化を進めていることが見て取れる。それぞれの情報源・相談相手には得手不得手(メリット・デメリット)があり、企業はニーズに合わせて選択する必要がある。なお、導入コストや運用コストは、長期的な視点で検討する必要があると同時に、自社の業務フローや課題を明確に把握し、それに合致したソリューションを検討することが必要となるため、優先事項がコスト偏重になるとDX・デジタル化が失敗する可能性がある。
- 上記の検討を進める上で、多方面の情報が必要となる。また、ITベンダー選定においては企業規模や実績よりも「自社にどのようなメリットがあるか」を重視する傾向にあるため、IT関連業事業者の規模感にとらわれず、幅広く情報提供することが求められている。そのため、専門家による相談窓口や経営支援を基軸に多くの選択肢を与えることでより企業のニーズに合致した支援を行うことができるものと考えられ、企業のDX・デジタル化を促進できるものと思われる。

【図14】 デジタル関連の情報源・相談相手 (複数回答)



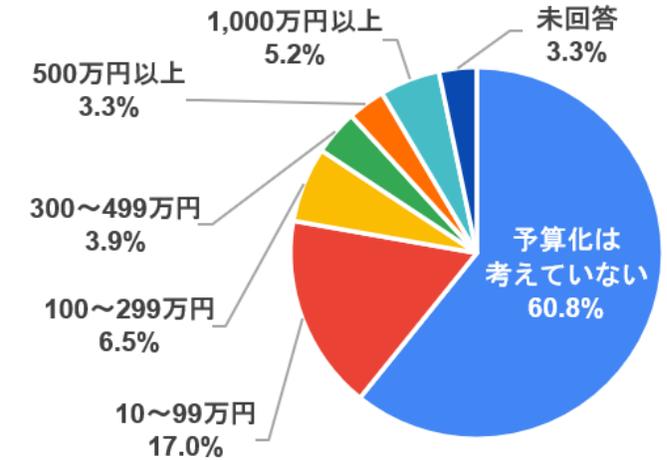
【図15】 ITベンダー選定にあたり重要視する項目 (複数回答)



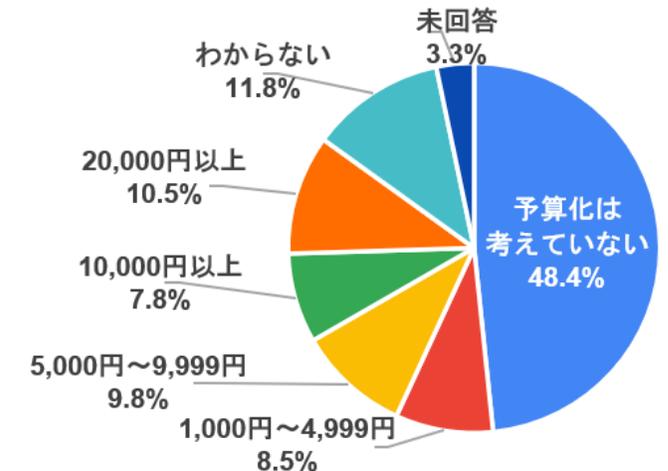
## 6. DX・デジタル化に関わる予算について

- 【図16】 DX・デジタル化の予算上限では「予算化は考えていない(60.8%)」となり、多くの企業が、DX・デジタル化の予算を具体的に検討していないことが判明した。また、予算化している企業でも、「10～99万円(17.0%)」など、比較的低額な予算設定が多いことも把握できた。
- 【図17】 DX・デジタル化のランニングコスト/月に関しても同様に「予算化は考えていない(48.4%)」が最も多くなった。一方、「20,000円以上(10.5%)」と回答した企業も一定数存在することが確認できた。
- DX・デジタル化は、費用対効果を明確にしつつ、段階的に投資することが重要である。また、中小企業向けの補助金や助成金などを活用することで、資金負担を軽減できるため、予算相談や補助金・助成金情報の提供なども行うことで、企業のDX・デジタル化を支援できるものとする。

【図16】 DX・デジタル化の予算上限



【図17】 DX・デジタル化のランニングコスト/月

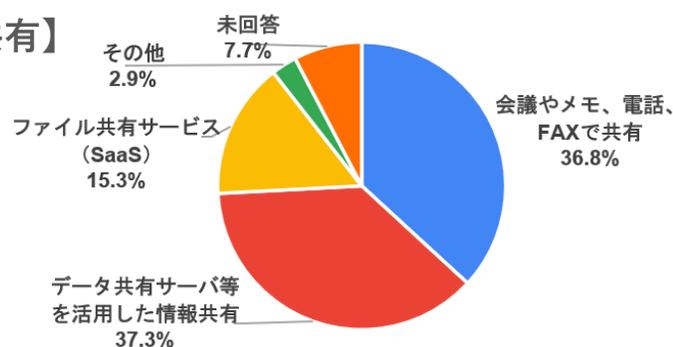


# 7. デジタルツール・サービスの導入・活用状況

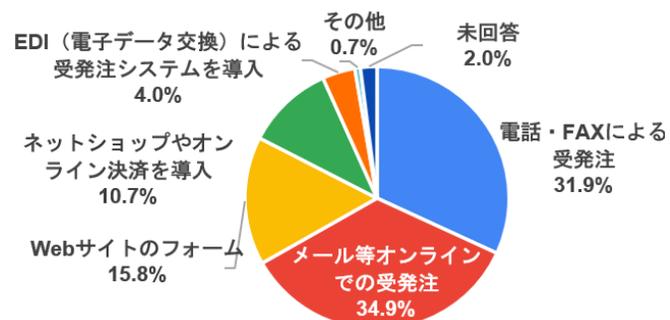
- 【図18】 デジタルサービスの導入・活用状況では、財務会計や顧客管理の分野でデジタルツール・デジタルサービスの導入・活用が進んでいる。一方、情報共有や受発注の分野においては、電話・FAXや手書き伝票など、アナログな方法も依然として多く使われていることがわかる。
- 企業は自社の状況やニーズに合わせて、最適なデジタルサービスを選択することが重要であり、デジタルサービスに関する情報提供や導入支援など環境整備を行うことで、企業のDX・デジタル化を支援できるもと考えられる。

【図18】 デジタルサービスの導入・活用状況 (複数回答)

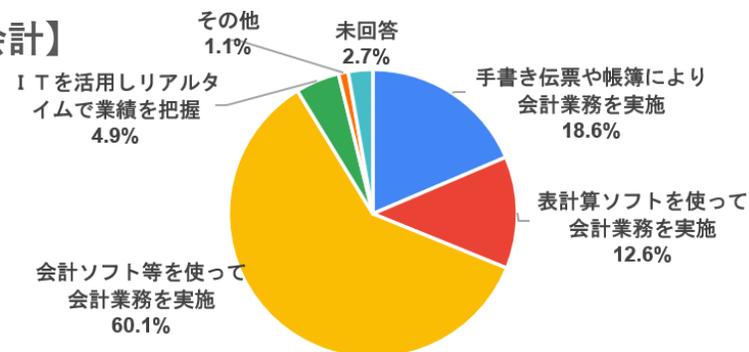
## 【情報共有】



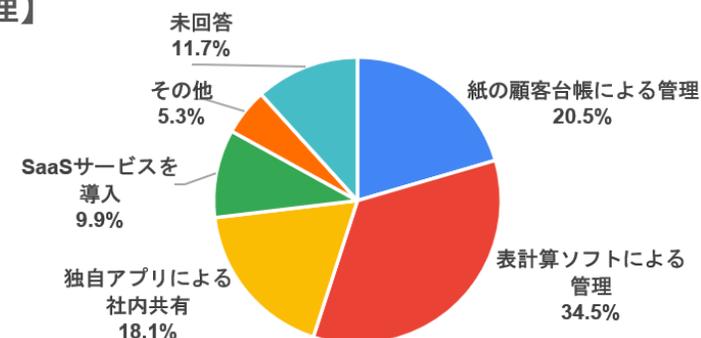
## 【受発注】



## 【財務会計】



## 【顧客管理】



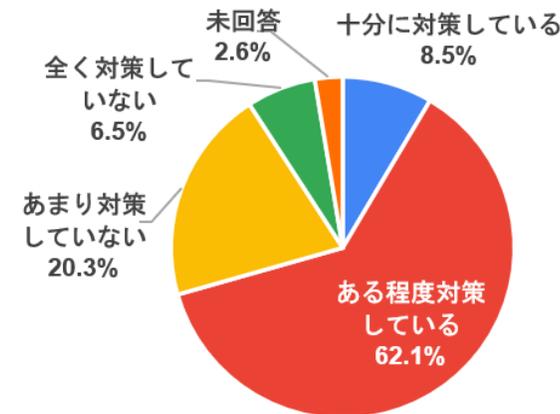
# 8. サイバーセキュリティ対策について

- 【図19】 サイバーセキュリティの対策状況より、約8割の企業がサイバーセキュリティ対策に取り組んでいることがわかる。一方で、「十分な対策している(8.5%)」となり、十分に対策できている企業は1割弱にとどまる。なお、【図20】 サイバーセキュリティに関する具体的対策で、「ウイルス対策ソフトのインストール(43.1%)」「OS/ソフトウェアの定期的なアップデート(30.0%)」となっており、基本的な対策は多く企業で実施されているが、実施されている対策はハード面が大多数であることがわかる。

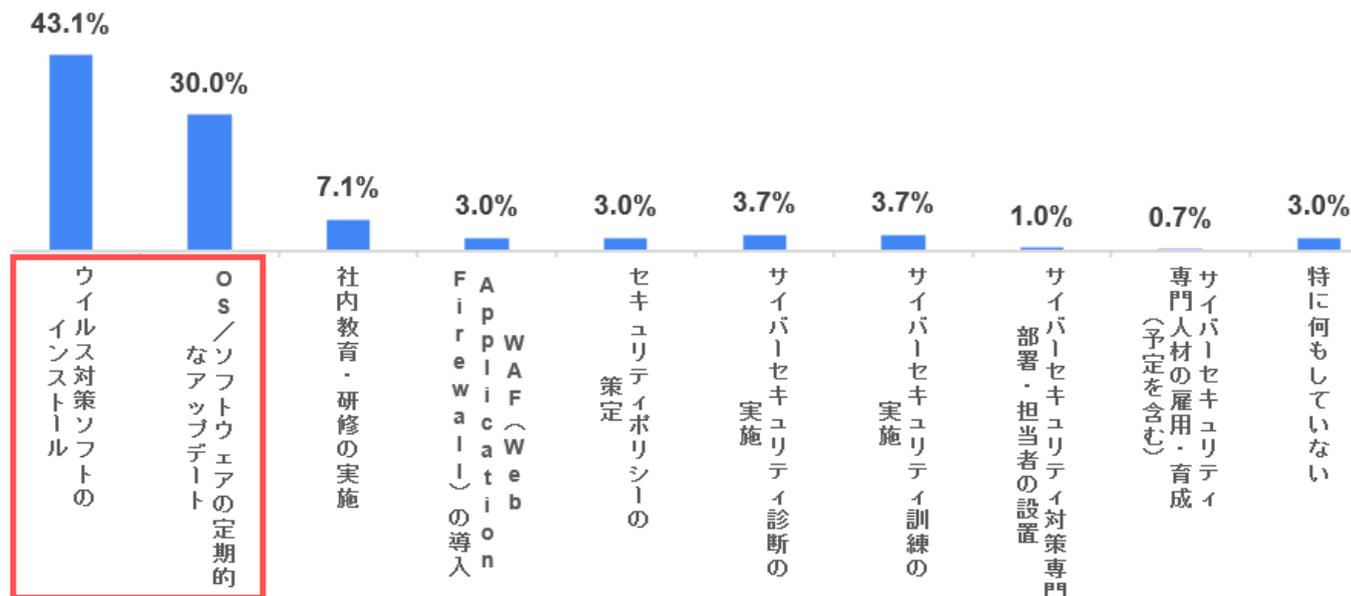
- サイバー攻撃は、近年増加傾向にあり、中小企業も標的となる。被害内容は、情報漏洩、金銭被害、システム停止など様々であり、事業継続に大きな影響を与える可能性があるため、企業はサイバー攻撃を受けた場合に備えて、被害を最小限に抑える対策を講じる必要がある。しかし、対策はハード面（PCやサーバ等）が中心で、ソフト面（社内教育・訓練など）は不十分だと思われる。これらから、サイバーセキュリティに関する課題として、ソフト面の課題が浮き彫りとなった。

- 大津商工会議所様は、サイバーセキュリティーに関する情報発信を日ごろから行っているため、今回のアンケート結果を利用しながらこれらの活動を周知することは企業に喜ばれると考えられる。

【図19】 サイバーセキュリティの対策状況



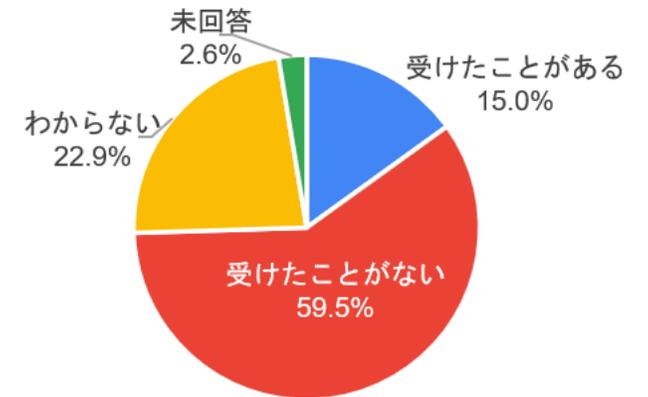
【図20】 サイバーセキュリティに関する具体的対策 (複数回答)



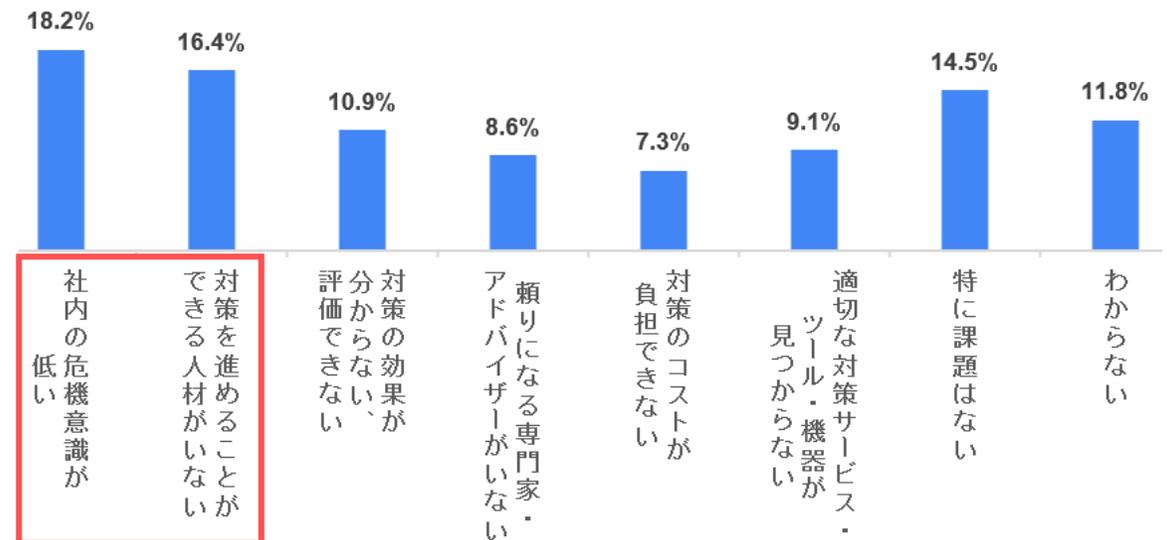
## 8. サイバーセキュリティ対策について

- 【図21】サイバー攻撃の経験では「受けたことがある(15.0%)」となり、中小企業においても一定数サイバー攻撃の経験があることがわかる。【図22】サイバーセキュリティ対策の課題では「社内の危機意識が低い(18.2%)」「対策を進めることができる人材がない(16.4%)」が上位となり、人材面に関する課題が上位となった。一方で「特に課題はない」と回答した企業は14.5%となった。
- サイバー攻撃は近年増加傾向にあり、中小企業も標的となる。そのため、「サイバー攻撃を受けたことがない(59.5%)」という数字は、サイバーセキュリティの専門家の肌感覚では少ないとのコメントを頂いている。なお「社内の危機意識が低い(18.2%)」ため、気が付いていない可能性も考えられる。
- サイバーセキュリティ対策に対して「社内の危機意識が低い」との回答が最多であるため、まずは危機意識の醸成が最重要であり、そのためには「経営層のコミットメント」が求められていると言える。その上で、従業員への教育などソフト面での対策が必要であり、必要に応じて外部支援の積極的な活用も検討すべきであると考えられる。
- 企業は自社の状況やニーズに合わせて、適切なサイバーセキュリティ対策を講じる必要があるが、特にサイバーセキュリティ人材不足を解決するためのソフト面に関する情報提供や導入支援などが求められていると考えられる。

【図21】サイバー攻撃の経験



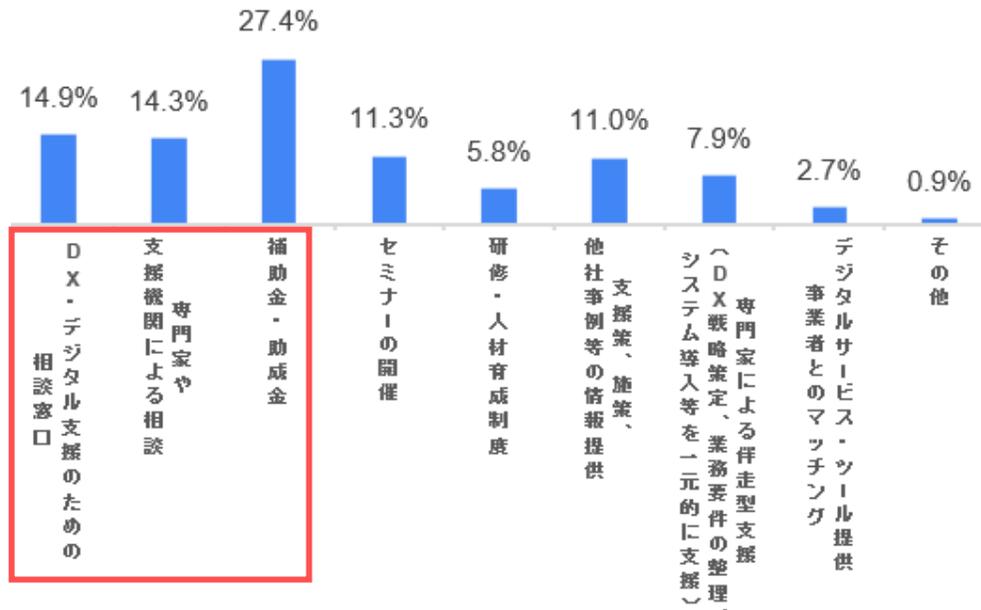
【図22】サイバーセキュリティ対策の課題 (複数回答)



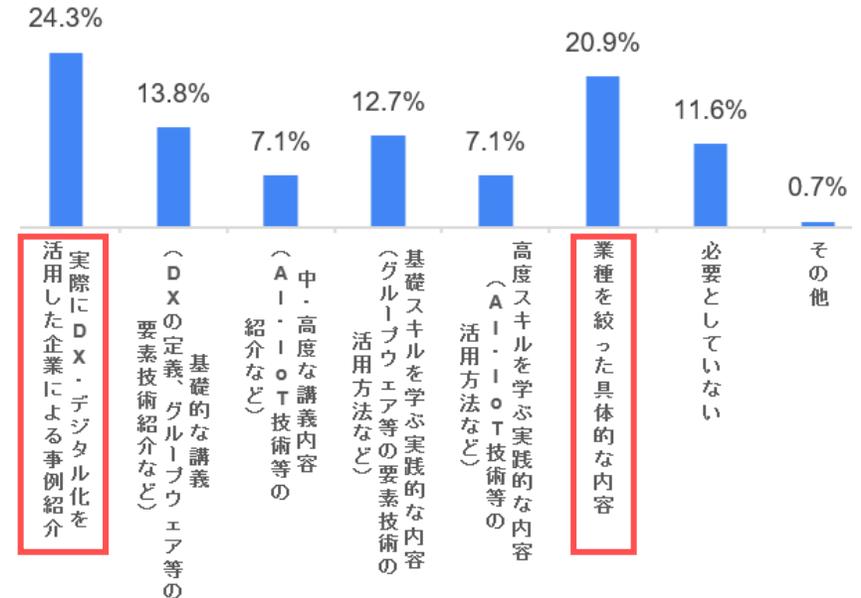
# 9. 支援策等の活用状況について

- 【図23】 DX・デジタル化に向け必要と感じる支援策では、補助金・助成金が27.4%、DX・デジタル支援のための相談窓口が14.9%、専門家や支援機関による相談が14.3%となり、特に補助金や相談に対するニーズが高いことがわかる。また、【図24】参加したいセミナー・講習会等からは、多くの企業が様々な支援策を必要としていることがわかるが、特に「実際にDX・デジタル化を活用した企業による実例紹介(24.3%)」「業種を絞った具体的な内容(20.9%)」など成功事例や実践的な内容に関する関心が高いことがわかる。
- 求められている支援策は「補助金」と「相談」があり、次いで「セミナー開催」であることが判明した。窓口や専門家への相談も企業としてニーズが高いことが示されたため、これらの支援を充実させことで企業のDX・デジタル化を支援できる方向性が示された。なお、セミナーを開催する場合は関心の高いテーマである「実際のDX・デジタル化の事例紹介」「業種を絞った具体的な内容」に関連するものを優先的に企画するのがよい。

【図23】 DX・デジタル化に向け必要と感じる支援策 (複数回答)



【図24】 参加したいセミナー・講習会等 (複数回答)



## 9. 企業の声 / 総括 / 提言

### 【企業の声】

- 業種ごとのDX活用例が知りたい
- 具体的な効果がわからないため、具体的に効果を説明してほしい
- Chat GPTの講習会をお願いしたい
- 社会風潮としてDX化に急速に進んでいるのもわかっているため焦りがあり、情報は収集しておきたい
- 零細企業でDXの優先順位が低く、営業員の確保などが優先事項である
- ITへの投資は、結局のところヒトに時間をかけなければ「宝の持ち腐れ」になると考える
- 建築業に即したソフトウェアなどが高額になり、中小企業では負担ができない
- 一元化した優良で低価格なセット商品を探しているが、なかなか見つからない

### 【総括】

- DX・デジタル化の推進に対する課題認識を調査したところ、**8割以上の企業がDX・デジタル化に課題を感じている**ことが判明した
- DX・デジタル化は**企業が大きくなるにつれ進展する傾向**があり、**経営者の年齢は影響が少ないが業種によっても異なる**ことがわかった
- DX・デジタル化の課題は**「人材・資金・情報」など重層的**であることで、課題が複雑化している様相がみてとれた
- デジタル人材に関しては、**約半数の企業が社内人材の不足に悩んでいる**ことがわかった
- DX・デジタル化の予算化に関して、**概ね半数の企業は予算化を考えていない**ことがわかった
- 約8割の企業がサイバーセキュリティ対策を実施しているが、**ハード面の対策にとどまっている場合が多い**ことがわかった
- DX・デジタル化の目的は**「業務効率化」が最多**ではあるものの、多岐に渡ることが判明した
- DX・デジタル化に関するニーズとして**「補助金・助成金」「相談窓口」「専門家や支援機関による相談」**が高いことがわかった
- セミナーに関しては**「実例紹介」「業種を絞った具体的な内容」**など成功事例や実践的な内容に関する関心が高いことがわかった