

3. DX への取り組み状況

3. DX への取り組み状況

3.1 DX への取り組み状況

- DX への取り組みは、会員顧客企業および中規模一般企業で進んでいる
- 小規模一般企業では、取り組んでいる割合が低く（経年変化を含め）、「必要と考えていない」割合も4割となっている

3.1.1 DX への取り組み状況

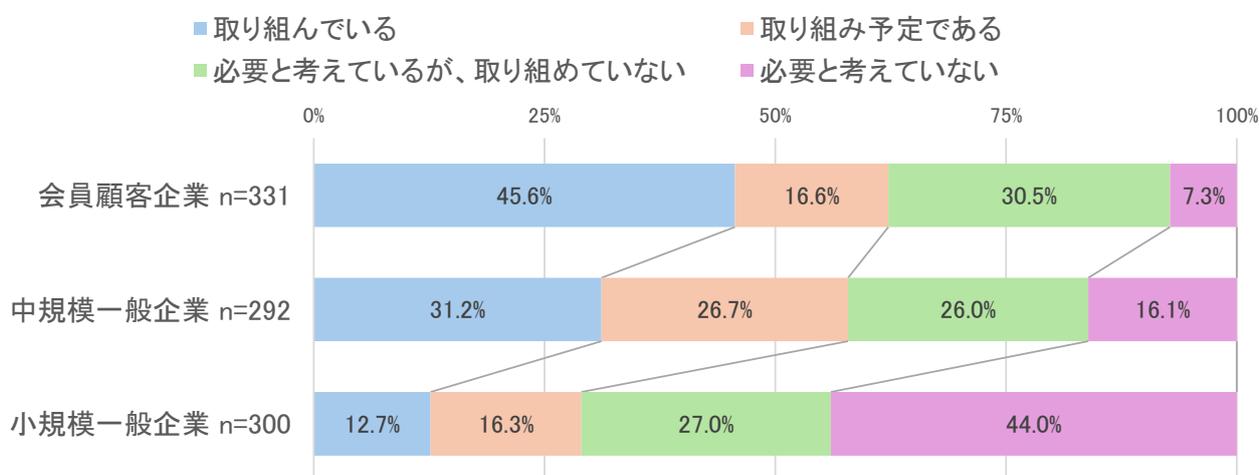


図 3.1-1 DX への取り組み状況

企業群別でみた DX への取り組み状況は図 3.1-1 の通りである。

会員顧客企業および中規模一般企業では、「取り組んでいる」「取り組み予定である」の合計は5割を超えている。他方で、小規模一般企業では「取り組んでいる」「取り組み予定である」の合計は29.0%であり、「必要と考えていない」が44.0%であった。

3.1.2 DX への取り組み 経年変化

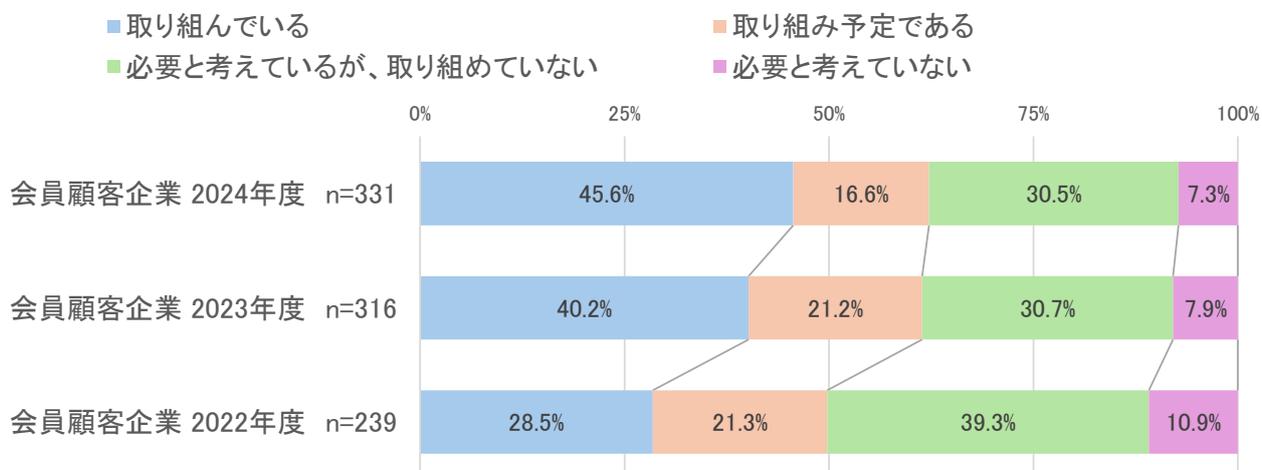


図 3.1-2 会員顧客企業の DX への取り組み状況の変化

会員顧客企業の DX への取り組み状況の変化は図 3.1-2 の通りである。

「取り組んでいる」割合は、前年度から 5.4 ポイント増加しており、過去 3 年度でも着実に取り組みが進んでいる。

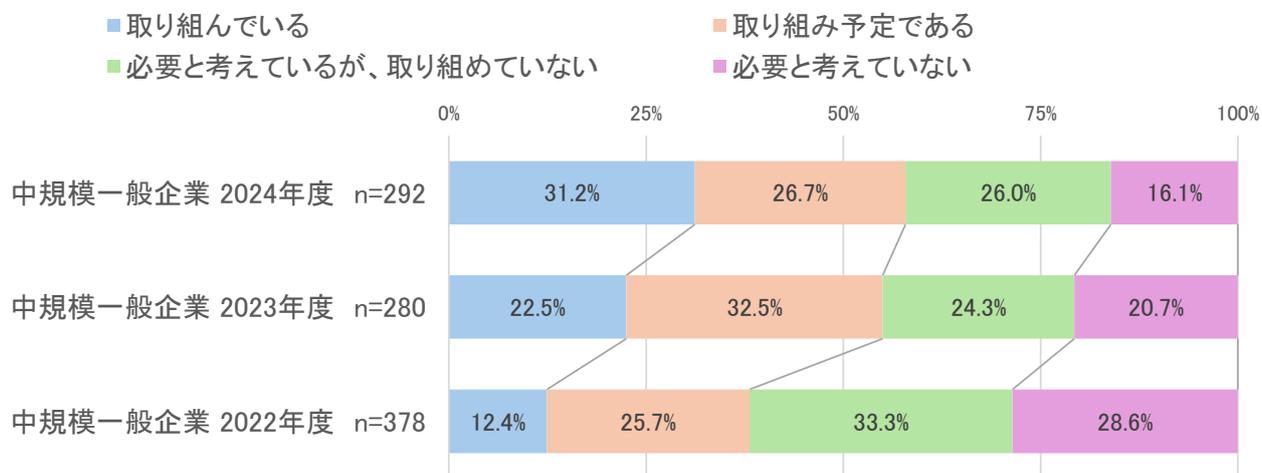


図 3.1-3 中規模一般企業の DX への取り組み状況の変化

中規模一般企業の DX への取り組み状況の変化は図 3.1-3 の通りである。

「取り組んでいる」割合は、前年度から 8.7 ポイント増加しており、「必要と考えていない」割合も 4.6 ポイント減少していることから、中規模一般企業でも DX への取り組みが進展している。

3. DX への取り組み状況

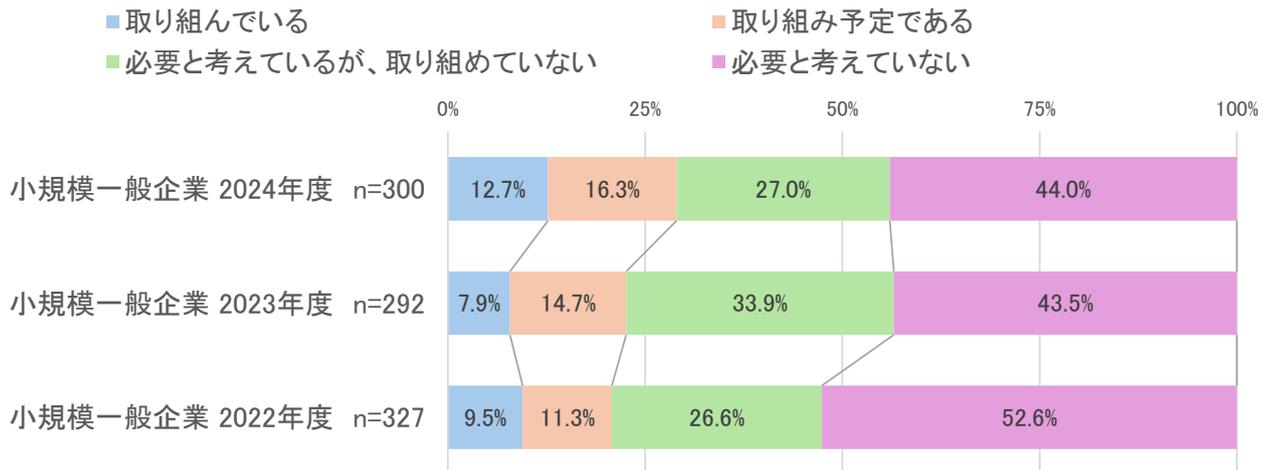


図 3.1-4 小規模一般企業の DX への取り組み状況の変化

小規模一般企業の DX への取り組み状況の変化は図 3.1-4 の通りである。

「取り組んでいる」「取り組み予定である」を合計した割合は今年度調査で 25%を超えたものの、「必要と考えていない」割合も 44.0%の高い水準で変化していない。

3.1.3 DX 推進に取り組みはじめてからの経過年数

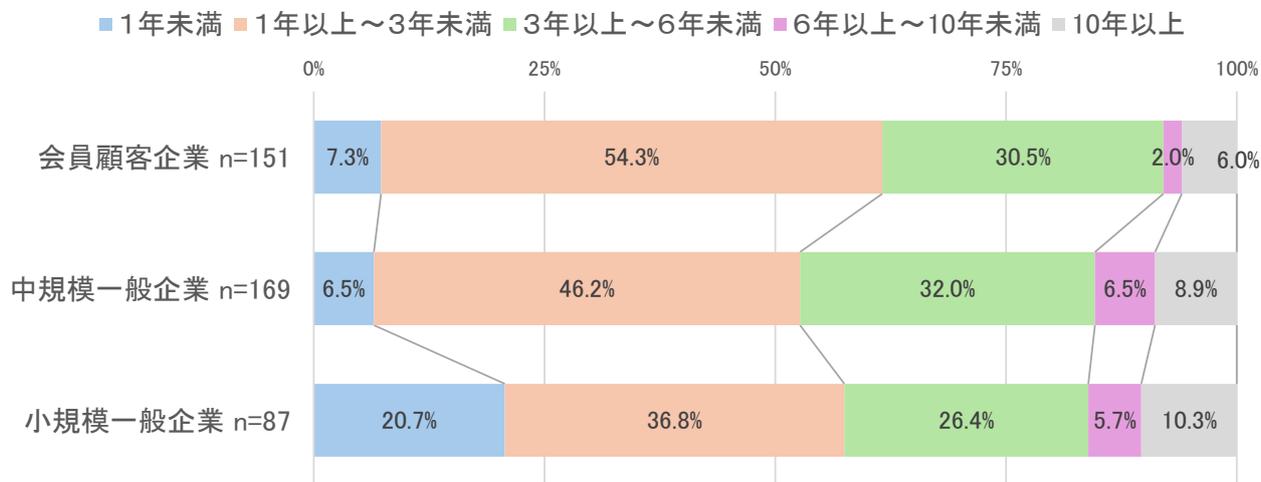


図 3.1-5 DX 推進に取り組みはじめてからの経過年数

DX 推進に取り組みはじめてからの経過年数を企業群別にみたものが図 3.1-5 である。

いずれの企業群においても、「1年以上～3年未満」（会員顧客企業（54.3%）、中規模一般企業（46.2%）、小規模一般企業（36.8%）との回答割合が高い結果である。

会員顧客企業ならびに中規模一般企業においては、「1年以上～6年未満」の割合が高い。小規模一般企業では、「1年未満」（20.7%）の割合も高い結果である。

3.2 DX に取り組む、または取り組もうとする背景

- DX に取り組む、または取り組もうとする背景にある経営課題は、「生産性向上」、「収益性向上」、「人材の確保・育成」の割合が高い

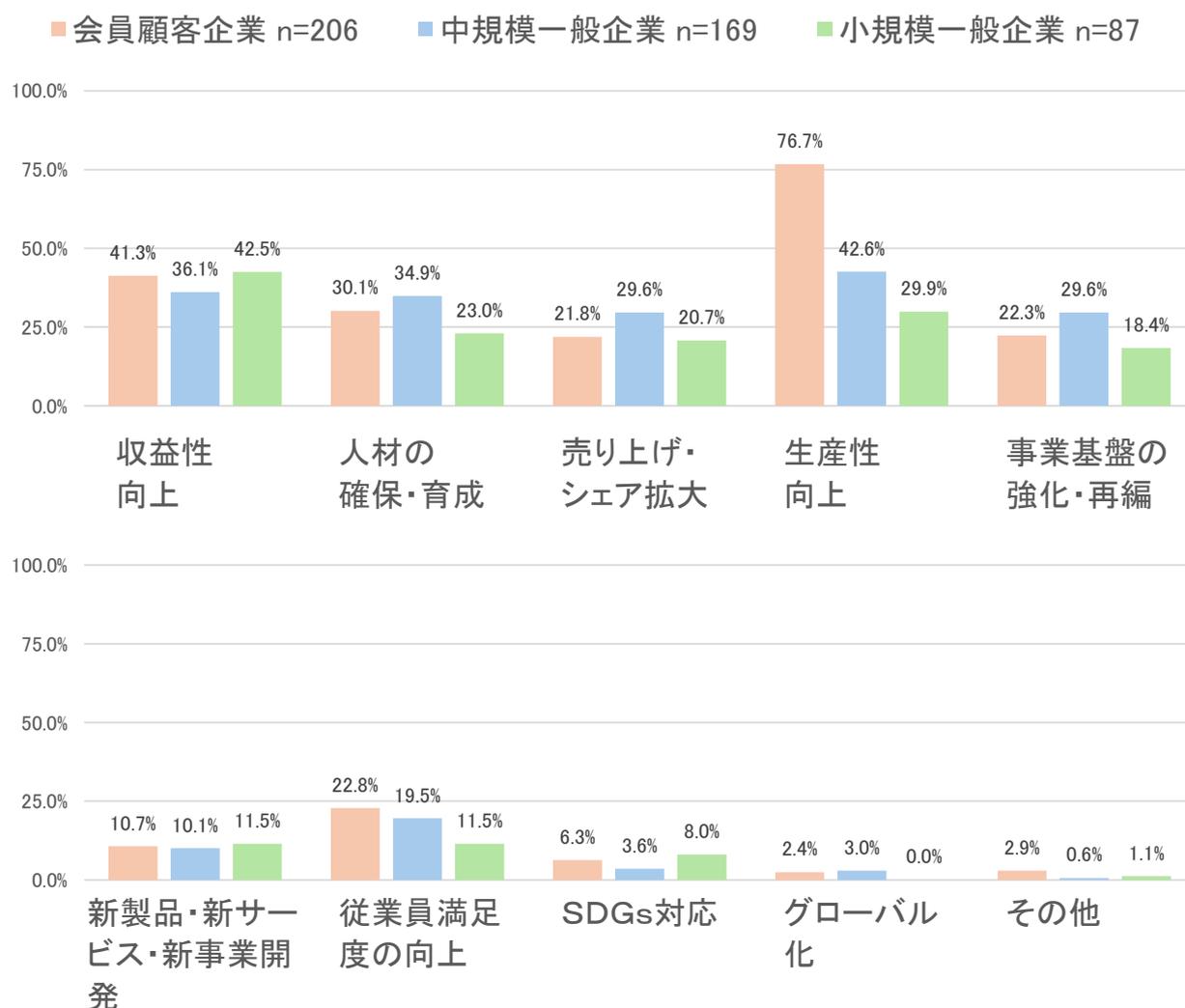


図 3.2-1 DX に取り組む、または取り組もうとする背景にある経営課題

DX に取り組む、または取り組もうとする背景にある経営課題の結果が図 3.2-1 である。

会員顧客企業では、「生産性向上」（76.7%）、「収益性向上」（41.3%）、「人材の確保・育成」（30.1%）の順であった。中規模一般企業では、「生産性向上」（42.6%）、「収益性向上」（36.1%）、「人材の確保・育成」（34.9%）の順であった。小規模一般企業では、「収益性向上」（42.5%）、「生産性向上」（29.9%）、「人材の確保・育成」（23.0%）の順であった。

表 3.2-1 DX に取り組む、または取り組もうとする背景にある経営課題 会員顧客企業 業種別

	製造業 n=42	サービス業 n=25	建設業 n=16	情報通信業 n=50	卸・小売業 n=31	その他 n=42
収益性向上	40.5%	52.0%	43.8%	34.0%	58.1%	31.0%
人材の確保・育成	26.2%	32.0%	31.3%	34.0%	25.8%	31.0%
売り上げ・シェア拡大	14.3%	16.0%	12.5%	28.0%	38.7%	16.7%
生産性向上	85.7%	68.0%	75.0%	72.0%	77.4%	78.6%
事業基盤の強化・再編	19.0%	16.0%	6.3%	26.0%	12.9%	38.1%
新製品・新サービス・新事業の開発	7.1%	12.0%	12.5%	12.0%	12.9%	9.5%
従業員満足度の向上	19.0%	20.0%	12.5%	22.0%	25.8%	31.0%
SDGs対応	2.4%	8.0%	6.3%	4.0%	6.5%	11.9%
グローバル化	0.0%	4.0%	6.3%	2.0%	0.0%	4.8%
その他	4.8%	4.0%	6.3%	0.0%	0.0%	4.8%

会員顧客企業において、DX に取り組む、または取り組もうとする背景にある経営課題を業種別でまとめた結果が表 3.2-1 である。

「生産性向上」については、どの業種でも高い結果でありおよそ 7 割以上の水準にある。「従業員満足度の向上」の割合が高いのは、「その他」と「卸・小売業」であった。

3.3 DX 関連費用と推進体制

- 会員顧客企業の DX 関連費用では、「300-1000 万円未満」の割合が高い
- 小規模一般企業における DX 関連費用は「30 万円未満」の割合が高い
- DX 推進体制では、会員顧客企業と中規模一般企業では「IT システム部門が主導」、小規模一般企業では「社長、会長、経営企画部門が主導」の割合が高い

3.3.1 DX 関連費用

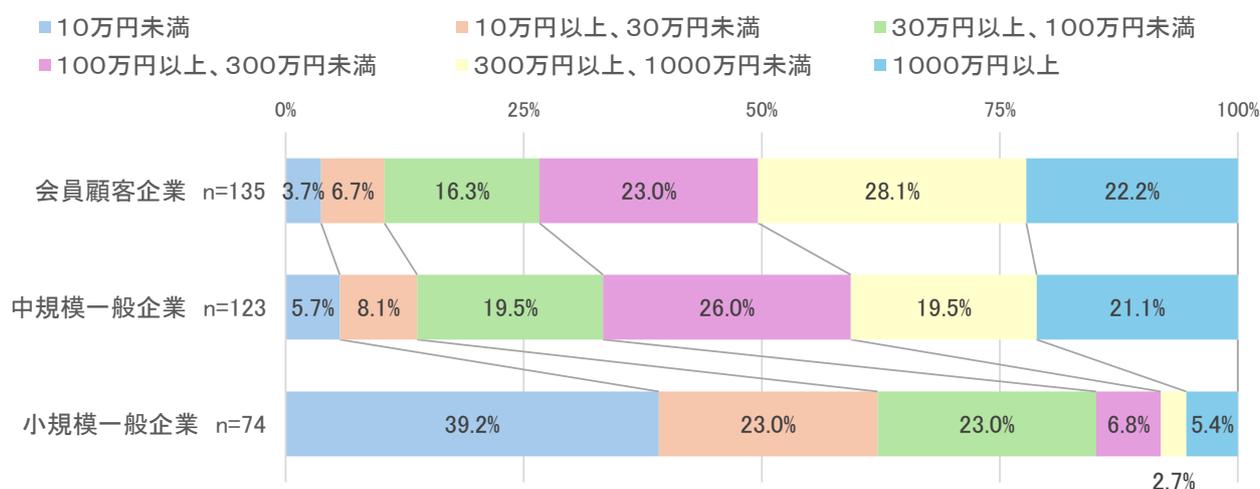


図 3.3-1 DX 関連費用

今年度の DX 関連費用の結果は図 3.3-1 である。

会員顧客企業および中規模一般企業においては、「30 万円未満」の回答が 10%程度であり、他の区分が 20%程度の均等な結果であった。他方で、小規模一般企業では、「30 万円未満」の回答が 62.2%であり、「100 万円未満」では 85.1%の水準となっていた。

3. DX への取り組み状況

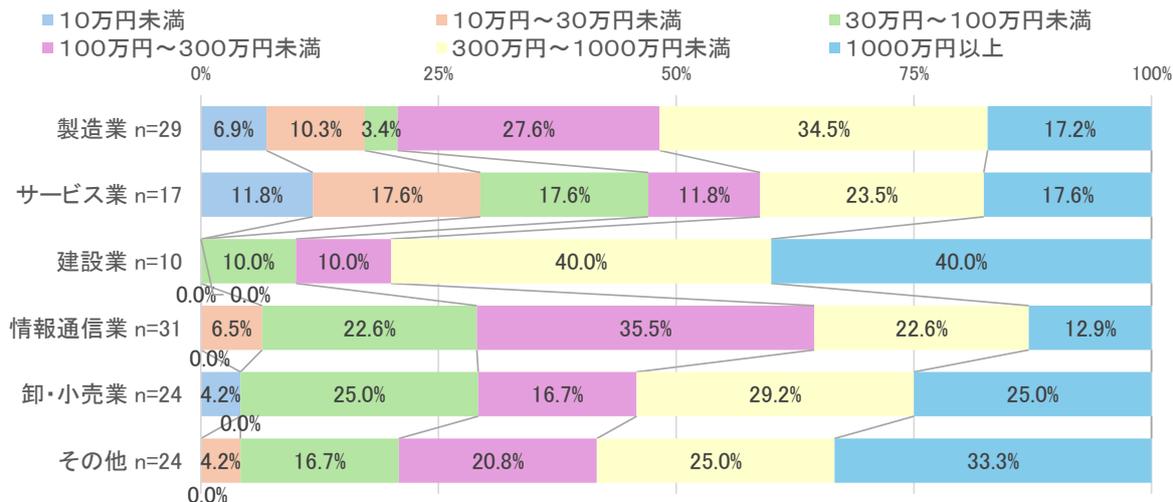


図 3.3-2 会員顧客企業の業種別 DX 関連費用

会員顧客企業の結果を業種別で見ると（図 3.3-2）、いずれの業種においても「300-1000 万円未満」の割合が高く 20%から 40%の割合であった。

3.3.2 DX 推進体制

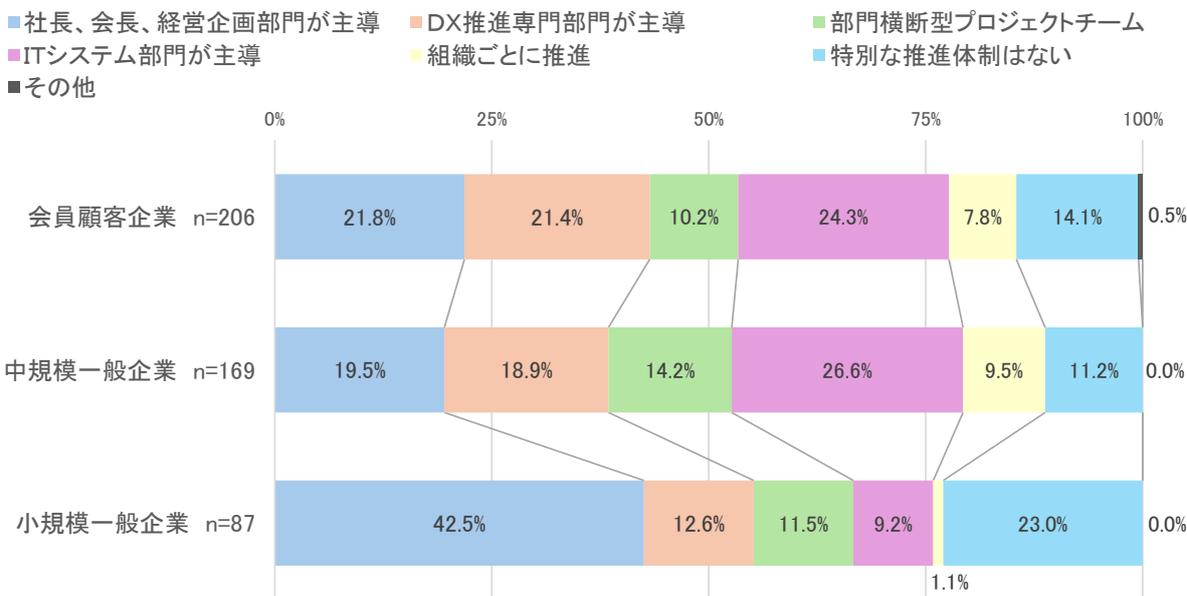


図 3.3-3 DX 推進体制

DX 推進体制の結果は図 3.3-3 通りであった。

会員顧客企業では、「IT システム部門が主導」（24.3%）、「社長、会長、経営企画部門が主導」（21.8%）、「DX 推進専門部門が主導」（21.4%）の順であった。中規模一般企業においては、「IT システム部門が主導」（26.6%）、「社長、会長、経営企画部門が主導」（19.5%）、「DX 推進専門部門が主導」（18.9%）の順であった。小規模一般企業においては、「社長、会長、経営企画部門が主導」（42.5%）、「特別な推進体制はない」（23.0%）、「DX 推進専門部門が主導」（12.6%）の順であった。

3.4 DXに必要なスキル

- DXに必要なスキルの確保では、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」、中規模一般企業では「自社で育成」、小規模一般企業では「不要」の割合が高い
- 人工知能開発（機械学習）におけるDXに必要なスキルの確保では、「不要」との回答の割合が高い

3.4.1 プロジェクト管理

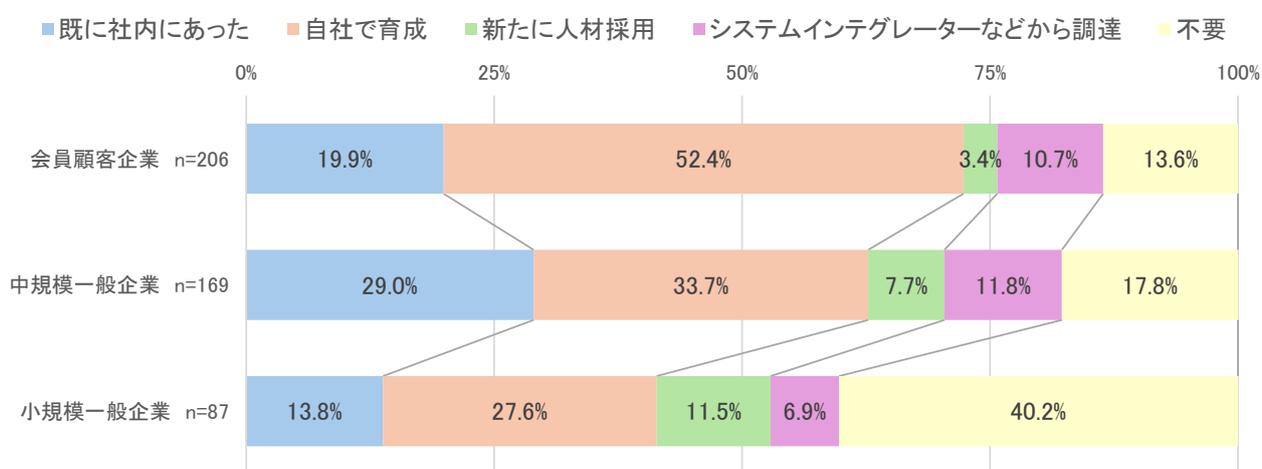


図 3.4-1 DXに必要なスキルの確保：プロジェクト管理

プロジェクト管理におけるDXに必要なスキルの確保では（図 3.4-1）、会員顧客企業では「自社で育成」（52.4%）、中規模一般企業では「自社で育成」（33.7%）、小規模一般企業では「不要」（40.2%）であった。

3.4.2 ビジネスアーキテクチャ設計

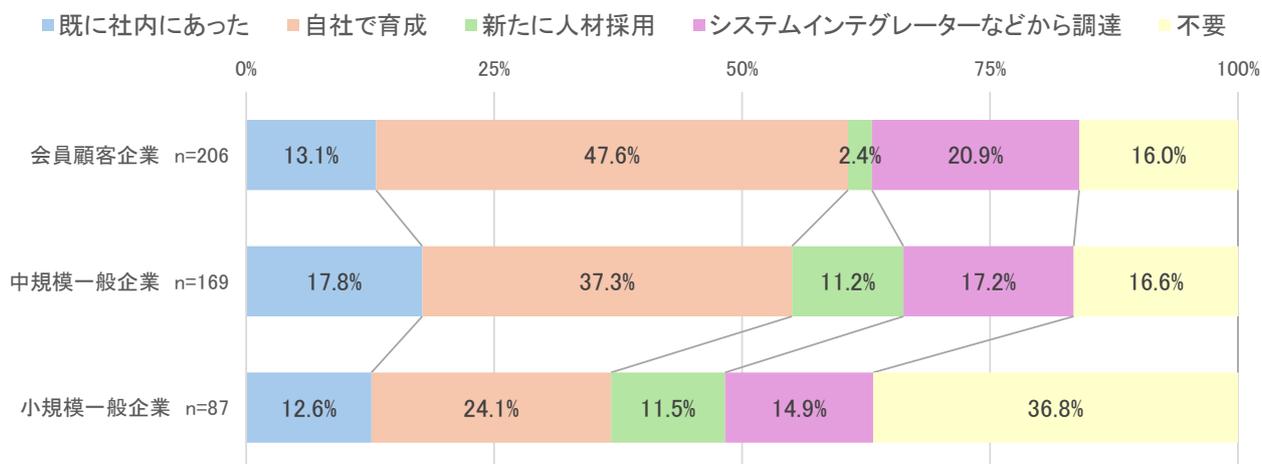


図 3.4-2 DXに必要なスキルの確保：ビジネスアーキテクチャ設計

ビジネスアーキテクチャ設計におけるDXに必要なスキルの確保では（図3.4-2）、会員顧客企業では「自社で育成」（47.6%）、中規模一般企業では「自社で育成」（37.3%）、小規模一般企業では「不要」（36.8%）であった。

3.4.3 デザイン（サービス・UI・UX・グラフィック）

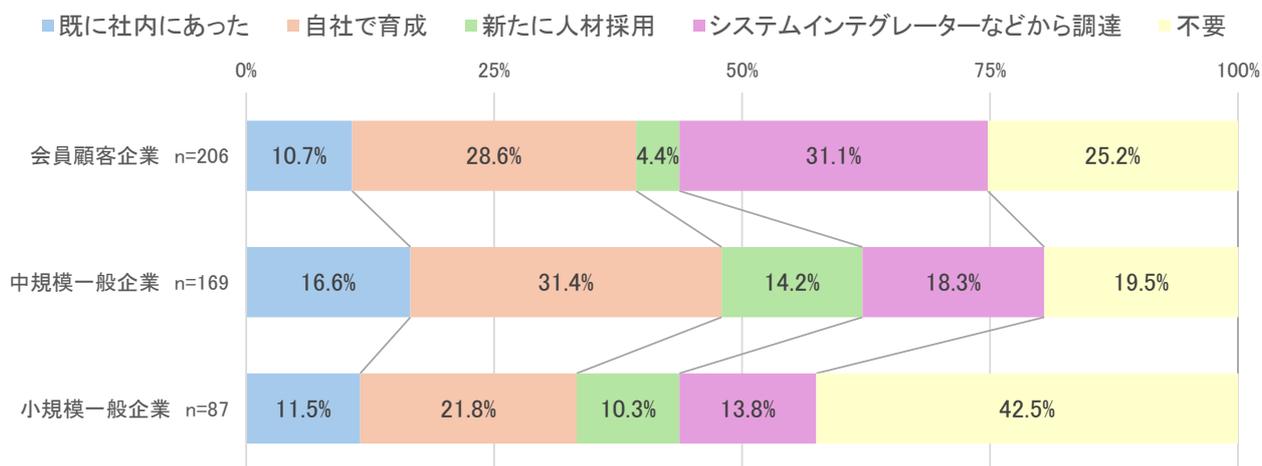


図 3.4-3 DXに必要なスキルの確保：デザイン（サービス・UI・UX・グラフィック）

デザイン（サービス・UI・UX・グラフィック）におけるDXに必要なスキルの確保では（図3.4-3）、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」（31.1%）、中規模一般企業では「自社で育成」（31.4%）、小規模一般企業では「不要」（42.5%）であった。

3.4.4 システム設計

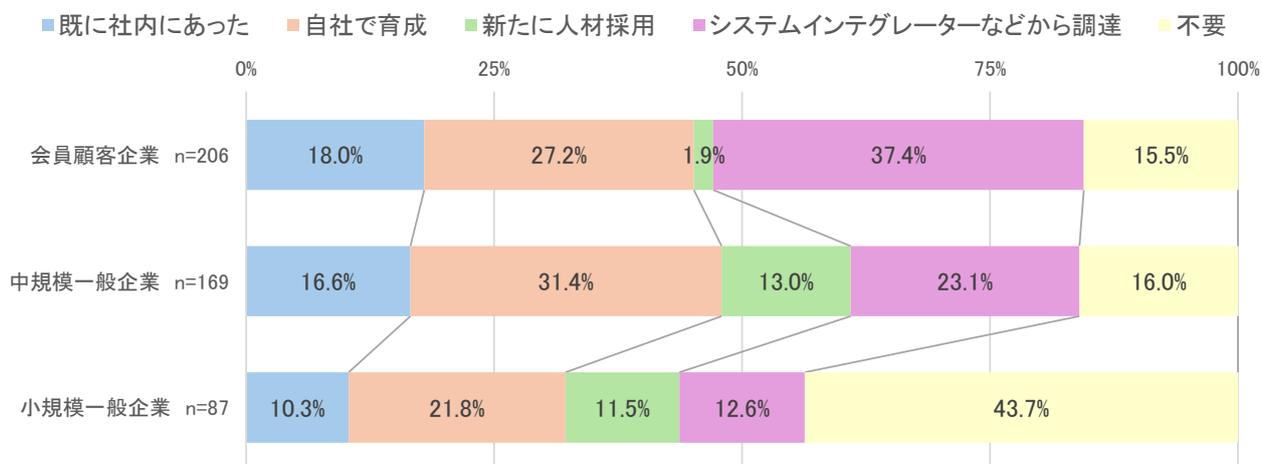


図 3.4-4 DXに必要なスキルの確保：システム設計

システム設計におけるDXに必要なスキルの確保では（図 3.4-4）、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」（37.4%）、中規模一般企業では「自社で育成」（31.4%）、小規模一般企業では「不要」（43.7%）であった。

3.4.5 プログラミング

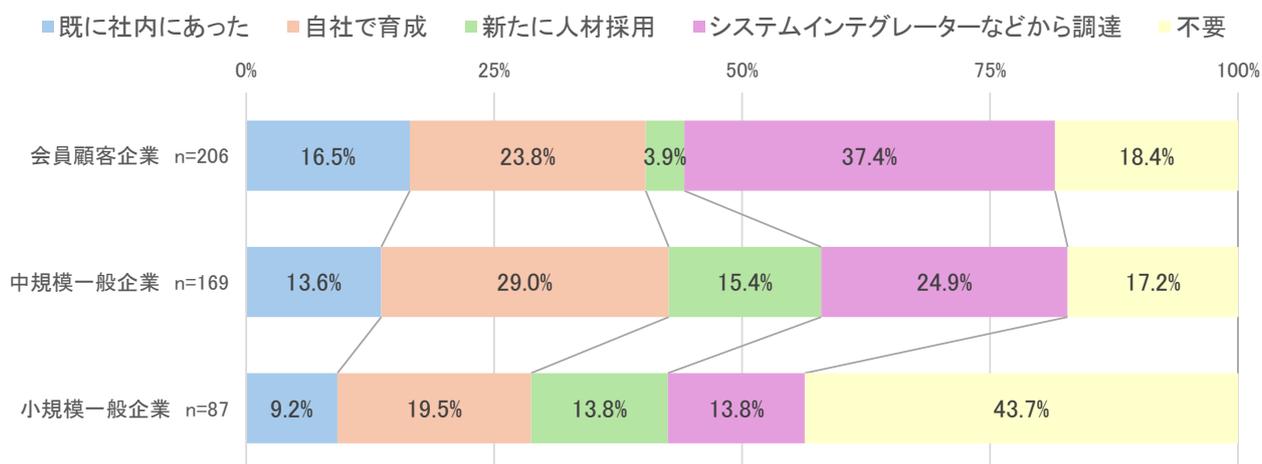


図 3.4-5 DXに必要なスキルの確保：プログラミング

プログラミングにおけるDXに必要なスキルの確保では（図 3.4-5）、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」（37.4%）、中規模一般企業では「自社で育成」（29.0%）、小規模一般企業では「不要」（43.7%）であった。

3.4.6 データセキュリティ設計

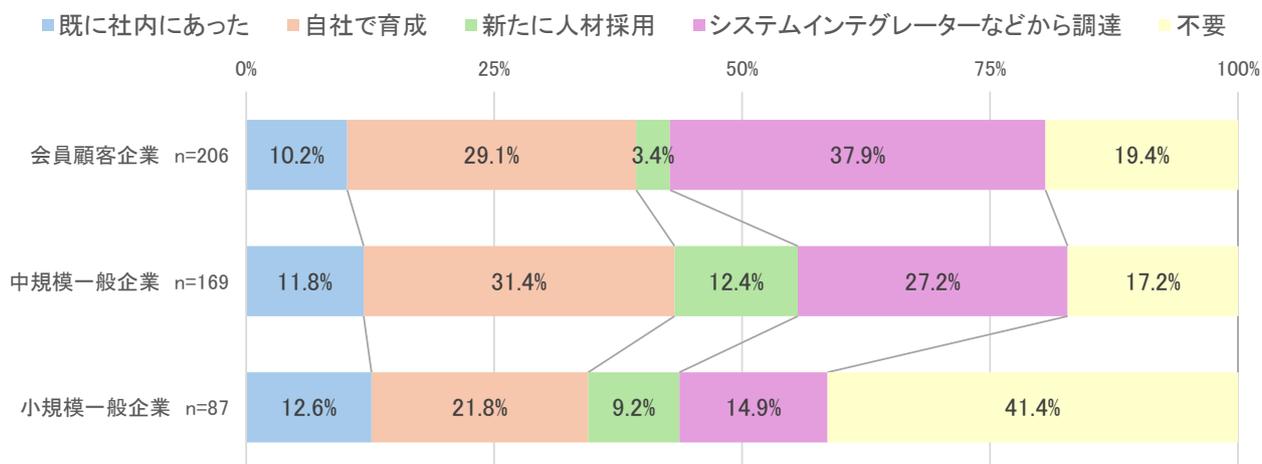


図 3.4-6 DXに必要なスキルの確保：データセキュリティ設計

データセキュリティ設計におけるDXに必要なスキルの確保では（図 3.4-6）、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」（37.9%）、中規模一般企業では「自社で育成」（31.4%）、小規模一般企業では「不要」（41.4%）であった。

3.4.7 データサイエンス

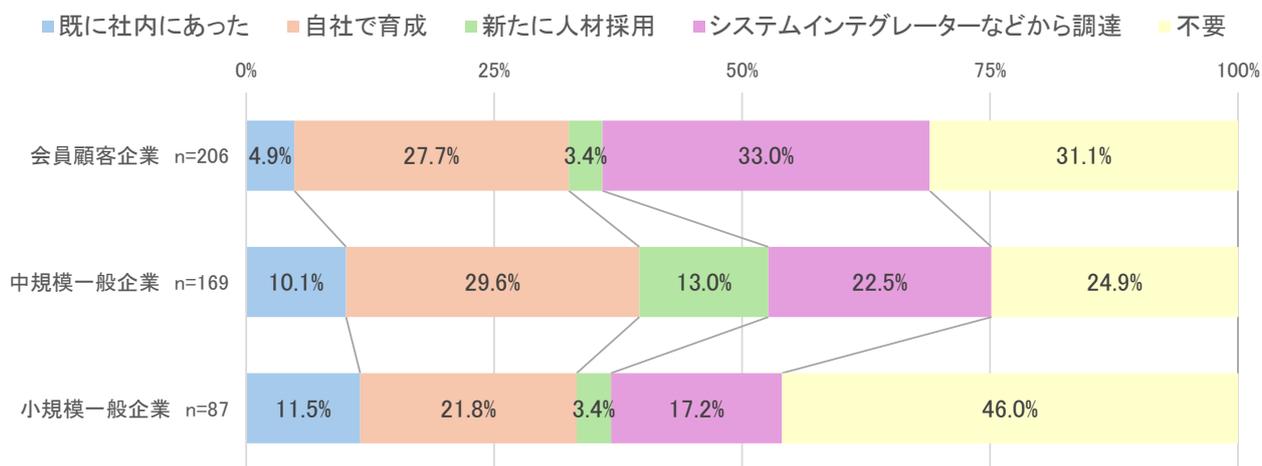


図 3.4-7 DXに必要なスキルの確保：データサイエンス

データサイエンスにおけるDXに必要なスキルの確保では（図 3.4-7）、会員顧客企業では「システムインテグレーターなどから調達」（33.0%）、中規模一般企業では「自社で育成」（29.6%）、小規模一般企業では「不要」（46.0%）であった。

3.4.8 生成AI利活用

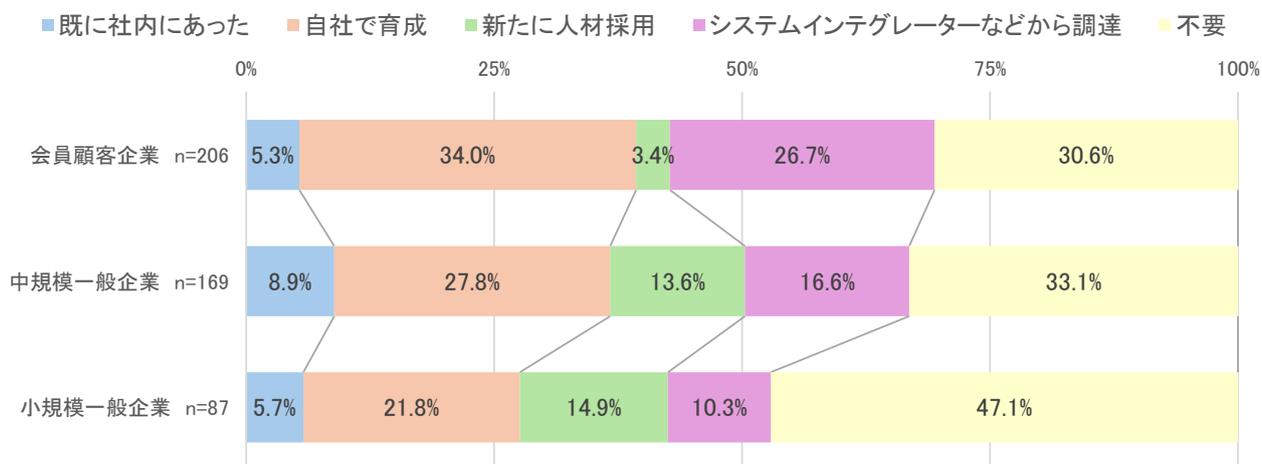


図 3.4-8 DXに必要なスキルの確保：生成AI利活用

生成AI利活用におけるDXに必要なスキルの確保では（図3.4-8）、会員顧客企業では「自社で育成」（34.0%）、中規模一般企業では「不要」（33.1%）、小規模一般企業では「不要」（47.1%）であった。

3.4.9 人工知能開発（機械学習）

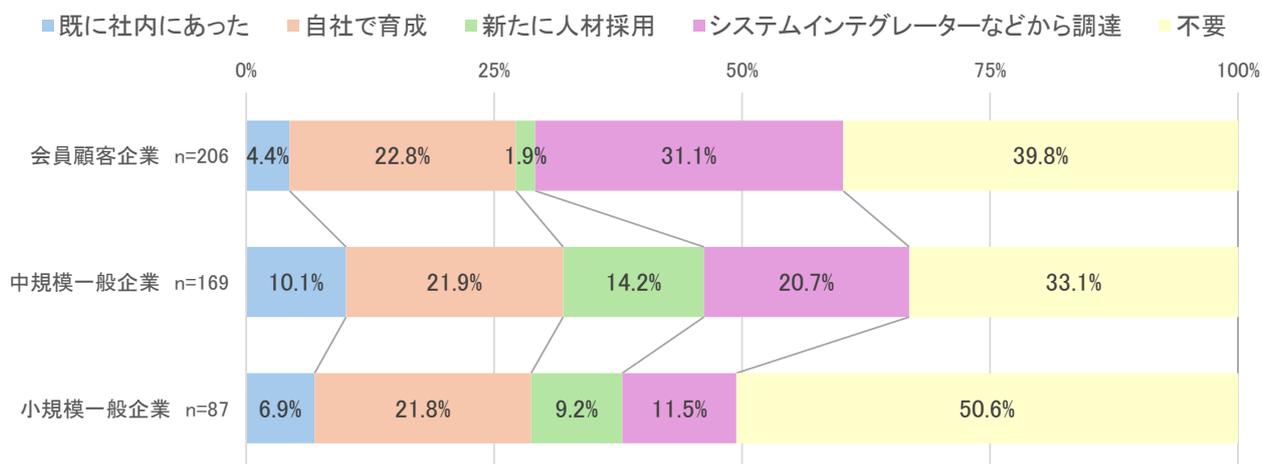


図 3.4-9 DXに必要なスキルの確保：人工知能開発（機械学習）

人工知能開発（機械学習）におけるDXに必要なスキルの確保では（図3.4-9）、会員顧客企業では「不要」（39.8%）、中規模一般企業では「不要」（33.1%）、小規模一般企業では「不要」（50.6%）であった。

3.5 DX 推進の状況

- DX のために導入したデジタル技術は、「クラウド」と「生成 AI」の割合が高い
- DX に取り組む目的は、「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」ための最も多い
- DX への取り組み（または取り組み予定）スピードでは、特に変化はしていない

3.5.1 導入したデジタル技術

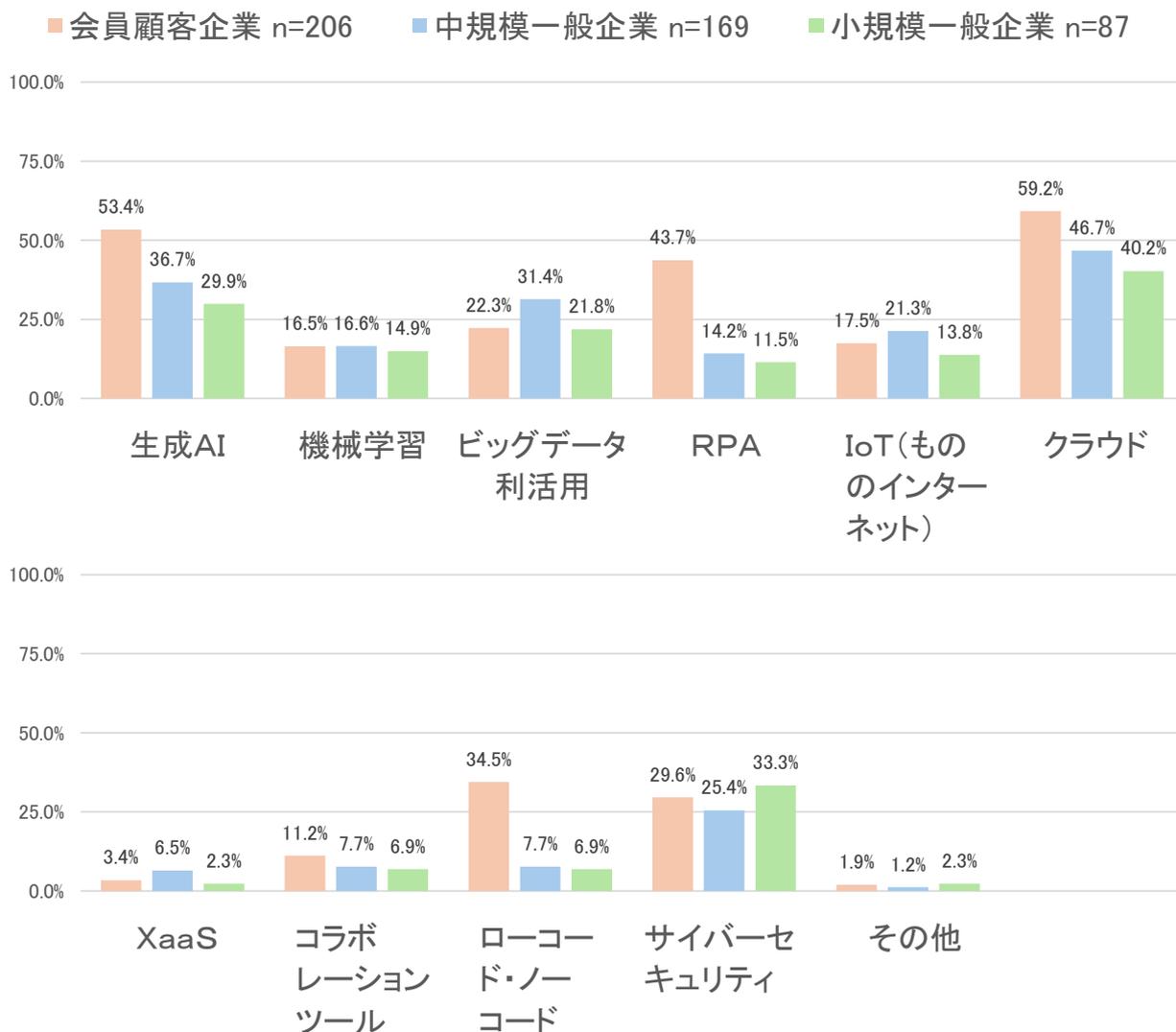


図 3.5-1 導入したデジタル技術

DX のために導入した（または導入しようとしている）デジタル技術の結果は図 3.5-1 である。導入したデジタル技術としては、会員顧客企業、中規模一般企業、小規模一般企業ともに「クラウド」と「生成 AI」の割合が高い。

3.5.2 DX に取り組む目的

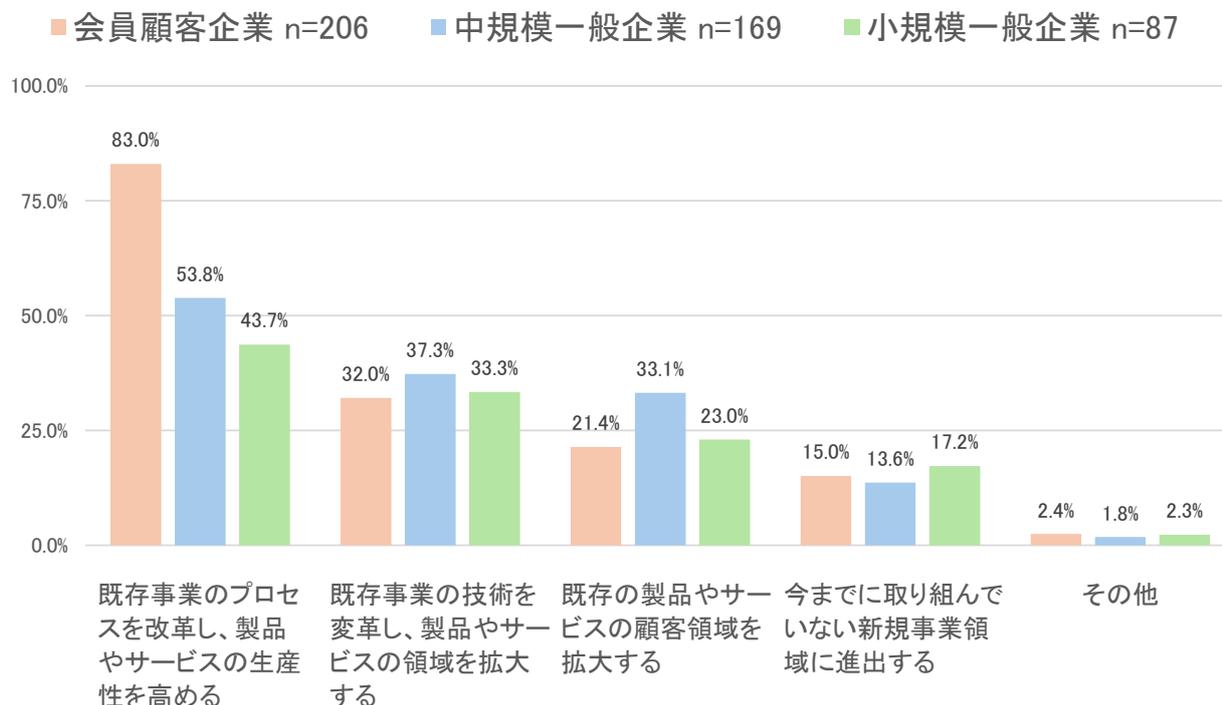


図 3.5-2 DX に取り組む目的

DX に取り組む目的の結果は図 3.5-2 の通り。

DX に取り組む目的として、「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」との回答割合が高く、会員顧客企業の 83.0%、中規模一般企業の 53.8%、小規模一般企業の 43.7% と 4 割以上が目的としてあげている。

次いで、「既存事業の技術を変革し、製品やサービスの領域を拡大する」が 3 割以上、「既存の製品やサービスの顧客領域を拡大する」が 2 割以上の割合で目的としてあげている。

3.5.3 「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」行動

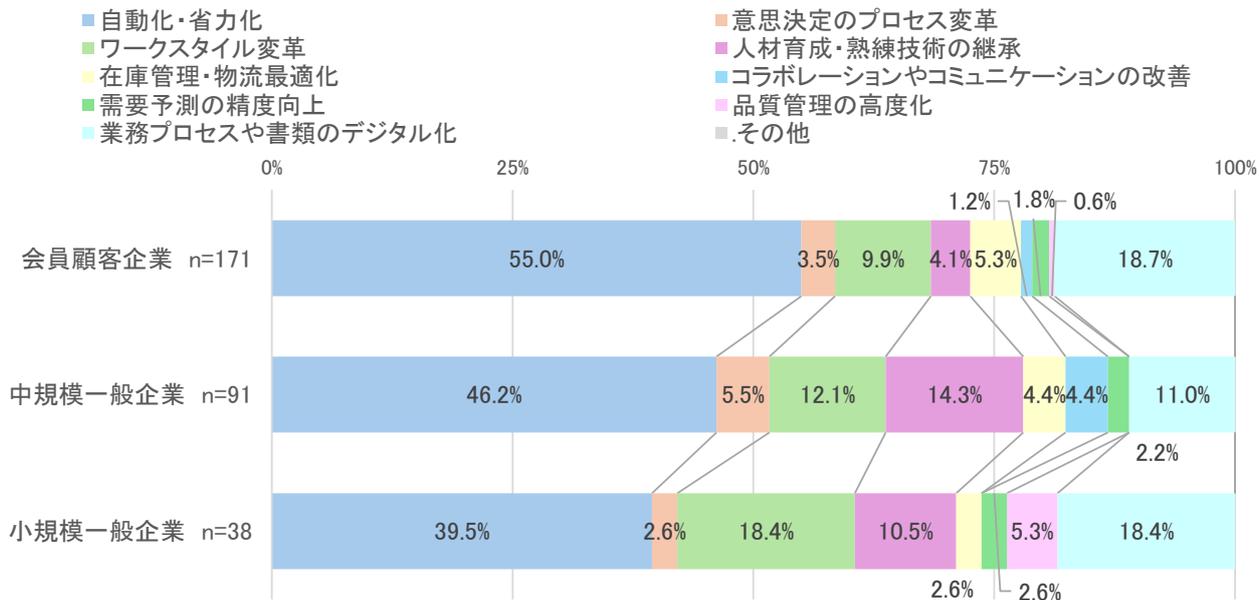


図 3.5-3 「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」行動

「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」行動では（図 3.5-3）、「自動化・省力化」があげられている。

3.5.4 「既存事業の技術を変革し、製品やサービスの領域を拡大する」行動

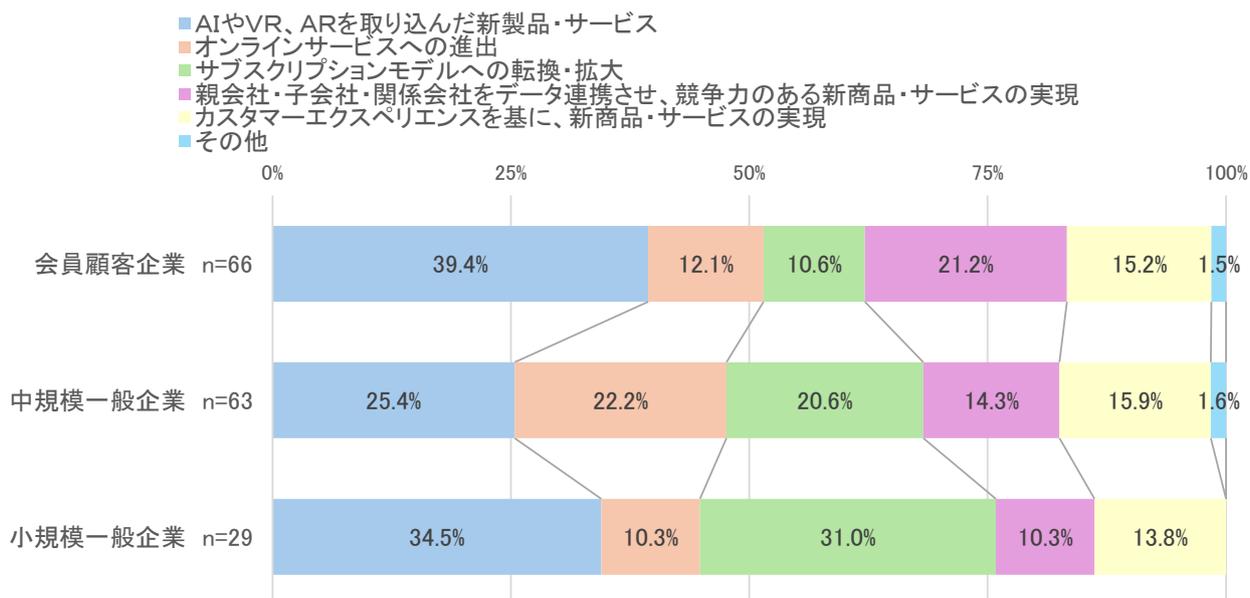


図 3.5-4 「既存事業の技術を変革し、製品やサービスの領域を拡大する」行動

「既存事業の技術を変革し、製品やサービスの領域を拡大する」行動では（図 3.5-4）、「AI や VR、AR を取り込んだ新製品・サービス」があげられている。

3.5.5 「既存の製品やサービスの顧客領域を拡大する」行動

- B2B型のデジタルマーケティング
- AIやARを活用した商品提案
- 店頭・店内販売からデリバリー販売への進出
- 流通業者を通さずに、ネット経由で一人一人の顧客に最適な商品やサービスを提案
- デジタルコンシューマーやカスタマーエクスペリエンスの取り込み
- サプライチェーンのデジタル化
- 小規模店向けキャッシュレスシステム
- SFAやCRM、MAなどを活用した顧客接点の変革
- メタバースで製品やサービスの体験機会提供
- その他



図 3.5-5 「既存の製品やサービスの顧客領域を拡大する」行動

「既存の製品やサービスの顧客領域を拡大する」行動では（図 3.5-5）、会員顧客企業及び小規模一般企業では「AI や AR を活用した商品提案」、中規模一般企業では「B2B 型のデジタルマーケティング」があげられている。

3.5.6 DX への取り組み、または取り組み予定の変化

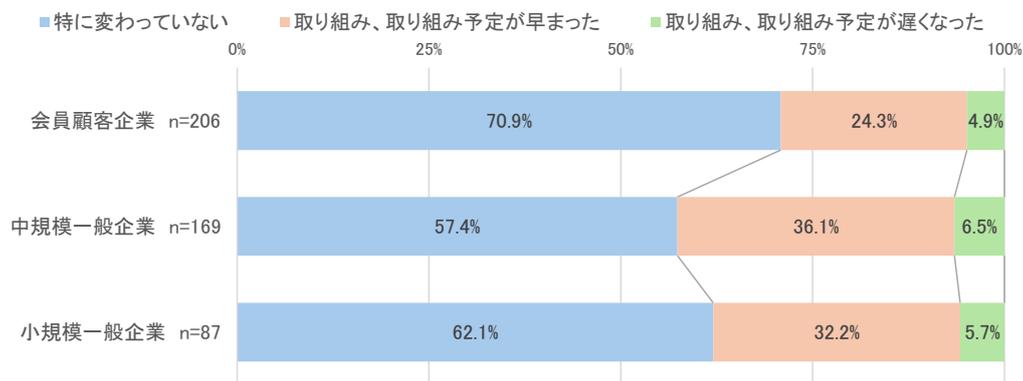


図 3.5-6 DX への取り組み、または取り組み予定の変化

DX への取り組み、または取り組み予定の変化では（図 3.5-6）、「特に変わっていない」の回答が多くあげられている。

3.5.7 DX への取り組み、または取り組み予定が早まった理由

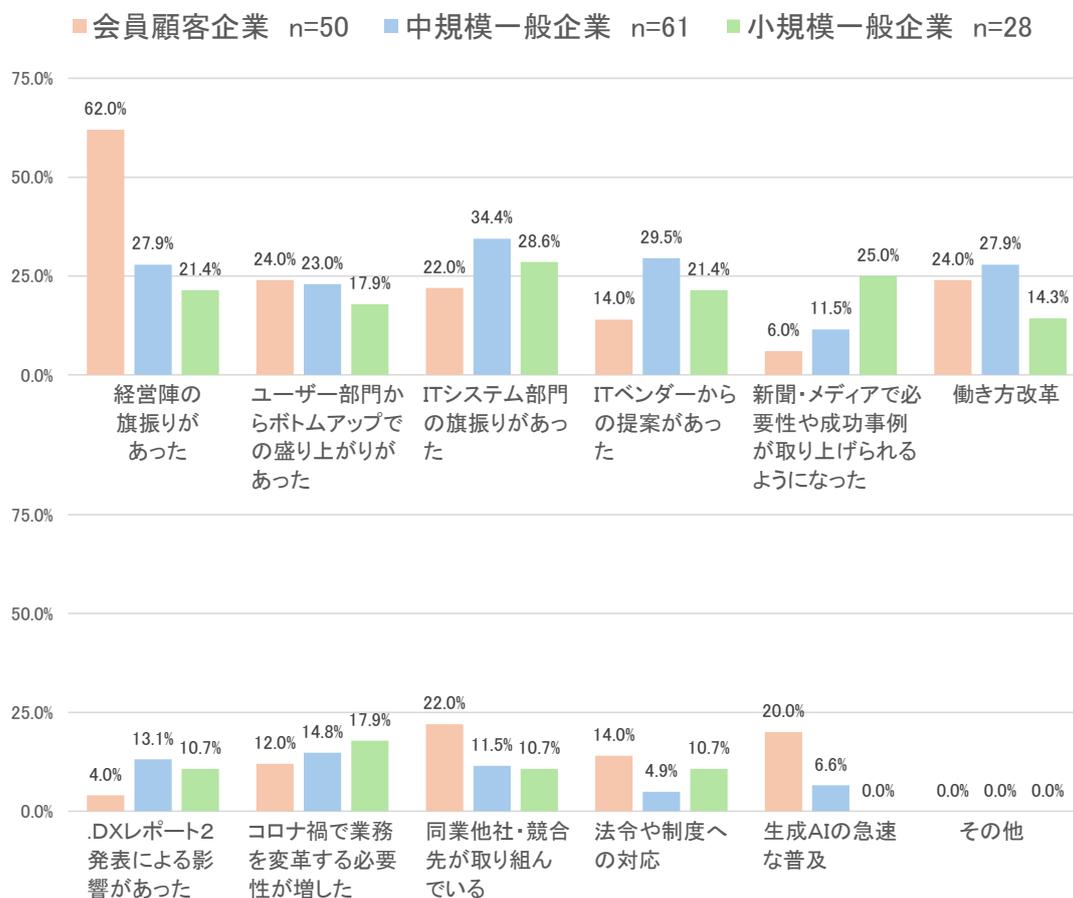


図 3.5-7 DX への取り組み、または取り組み予定が早まった理由

DX への取り組み（または取り組み予定）が早まった企業に対し、その理由を聞いたところ（図 3.5-7）、会員顧客企業では「経営陣の旗振りがあった」（62.0%）、中規模一般企業では「IT システム部門の旗振りがあった」（34.4%）、小規模一般企業では「IT システム部門の旗振りがあった」（28.6%）があげられていた。

3.6 DX の成果

- DX に取り組んだ成果については、会員顧客企業および中規模一般企業では「今後の成果が見込まれる」の割合が高い

3.6.1 会員顧客企業

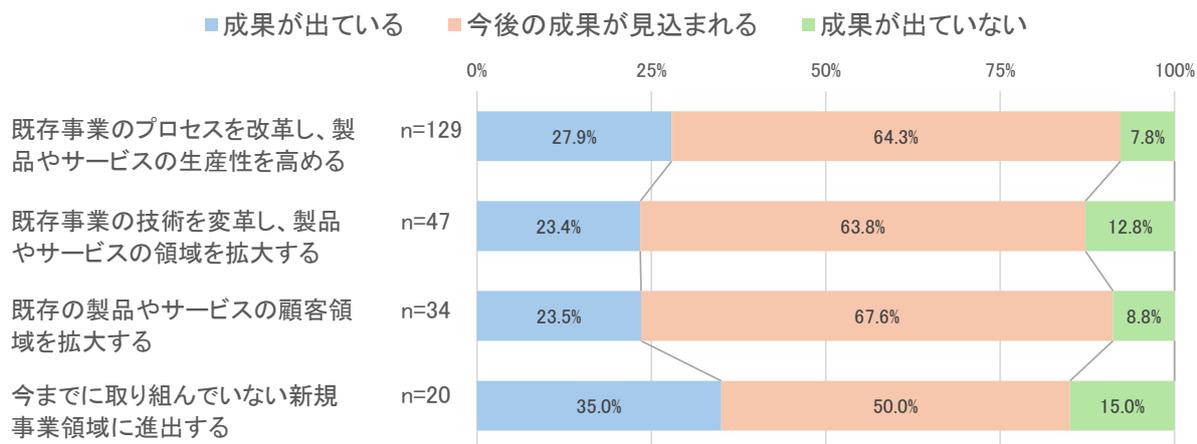


図 3.6-1 会員顧客企業の DX の成果

DX に取り組んだ成果について、会員顧客企業の回答結果が図 3.6-1 である。すべての項目において、「今後の成果が見込まれる」との回答が 5 割を超えていた。

3.6.2 中規模一般企業

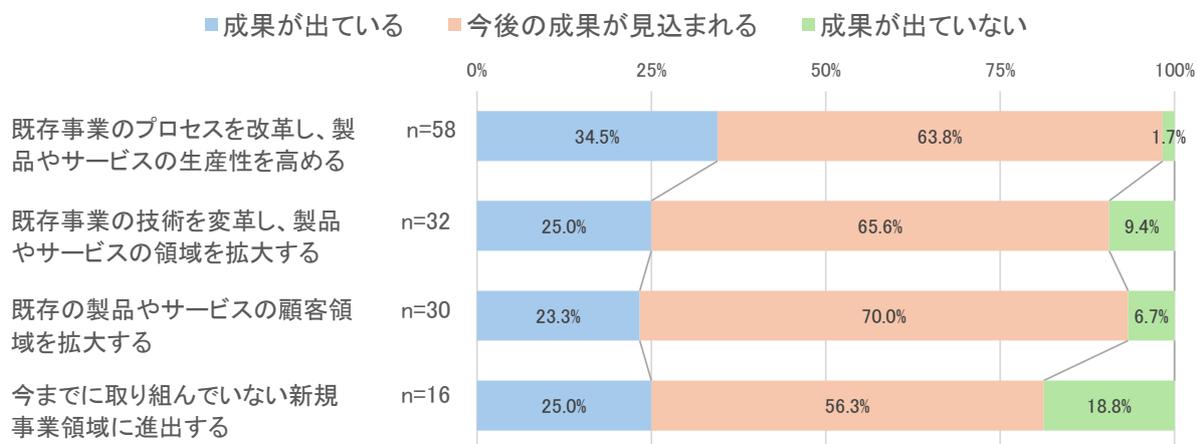


図 3.6-2 中規模一般企業の DX の成果

DX に取り組んだ成果について、中規模一般企業の回答結果が図 3.6-2 である。すべての項目において、「今後の成果が見込まれる」との回答が 5 割を超えていた。

3.6.3 小規模一般企業

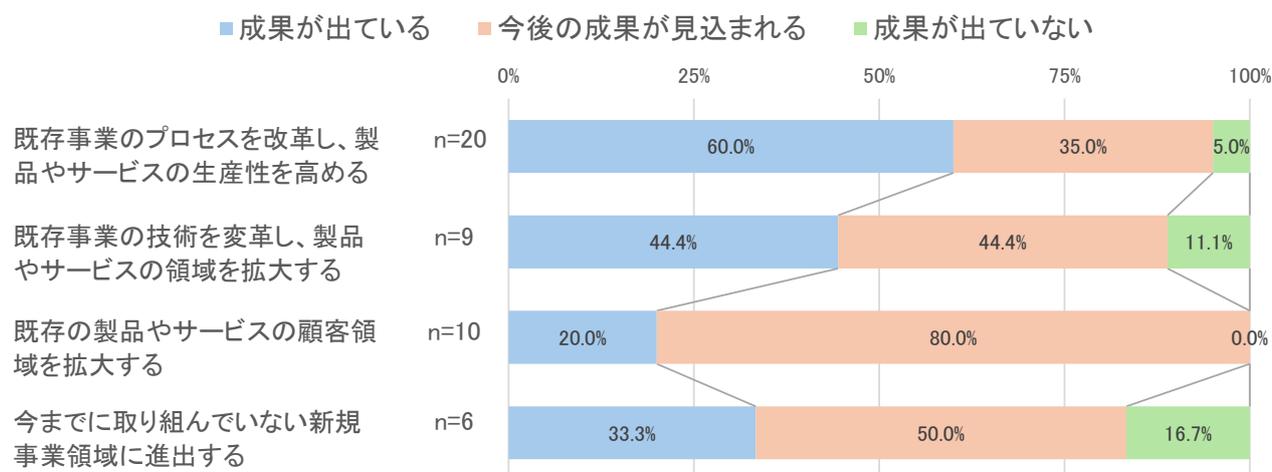


図 3.6-3 小規模一般企業の DX の成果

DX に取り組んだ成果について、小規模一般企業の回答結果が図 3.6-3 である。「既存事業のプロセスを改革し、製品やサービスの生産性を高める」ではく成果が出ている>、「既存の製品やサービスの顧客領域を拡大する」と「今までに取り組んでいない新規事業領域に進出する」ではく今後の成果が見込まれる>との回答が 5 割を超えていた。

3.7 DX に取り組めていない背景

(DX について「必要と考えているが、取り組めていない」企業)

- DX を推進する際の妨げは「初期投資費用の確保」と「デジタル技術で業務プロセスに適用できる人材の確保」の割合が高い
- DX を推進する際に IT ベンダーに期待することは「会社、業務を理解した上での提案」の割合が高い
- 興味を持っているデジタル技術は「生成 AI」の割合が高い

3.7.1 DX を推進する際の妨げ

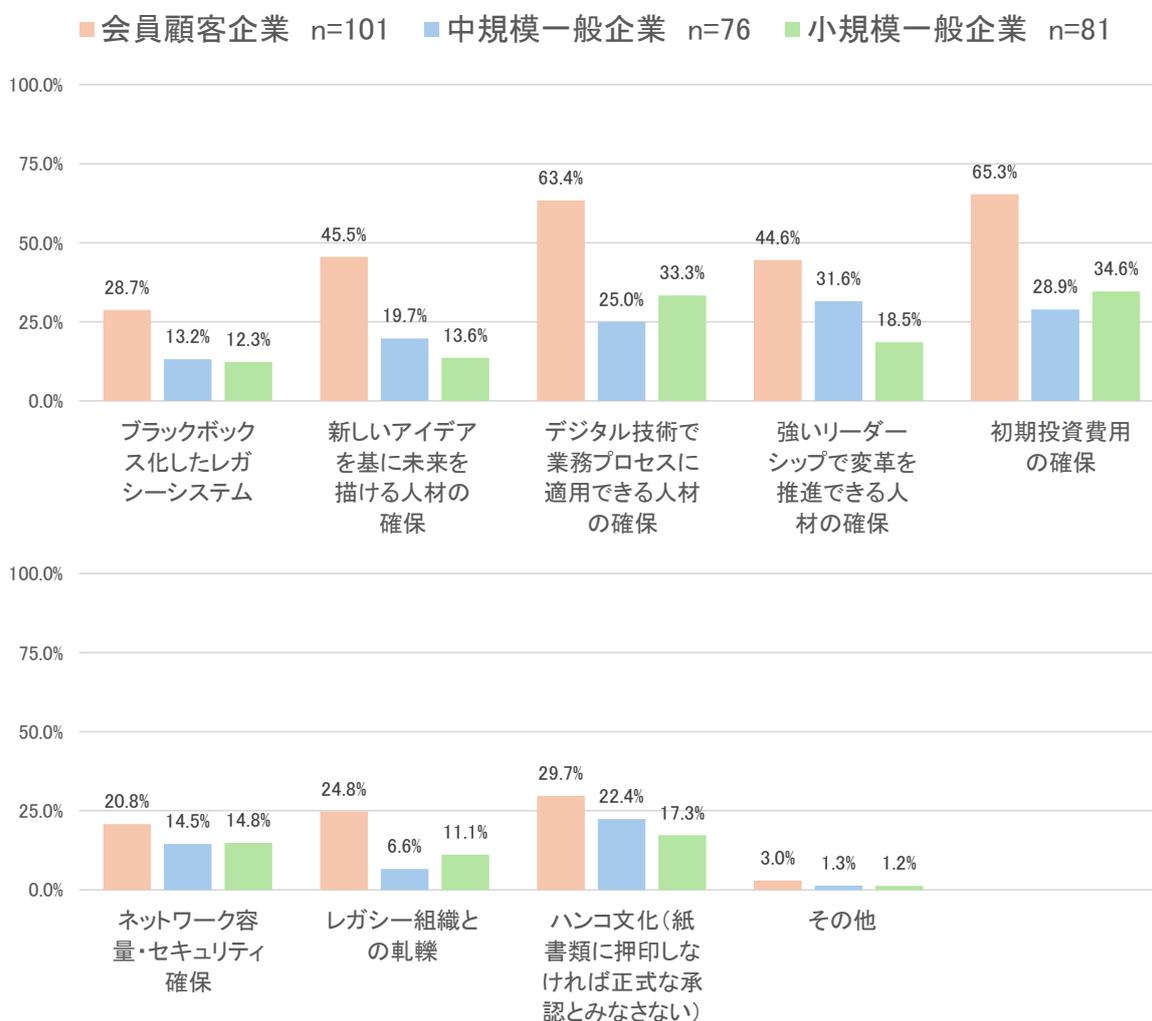


図 3.7-1 DX を推進する際の妨げ

DX について「必要と考えているが、取り組めていない」企業において、DX を推進する際の妨げの結果が図 3.7-1 である。会員顧客企業では、「初期投資費用の確保」(65.3%)と「デジタル技術で業務プロセスに適用できる人材の確保」(63.4%)があげられている。中規模一般企業では「強いリーダーシップで変革を推進できる人材の確保」(31.6%)、小規模一般企業では「初期投資費用の確保」(34.6%)があげられている。

3.7.2 DX を推進する際に、ITベンダーに期待すること

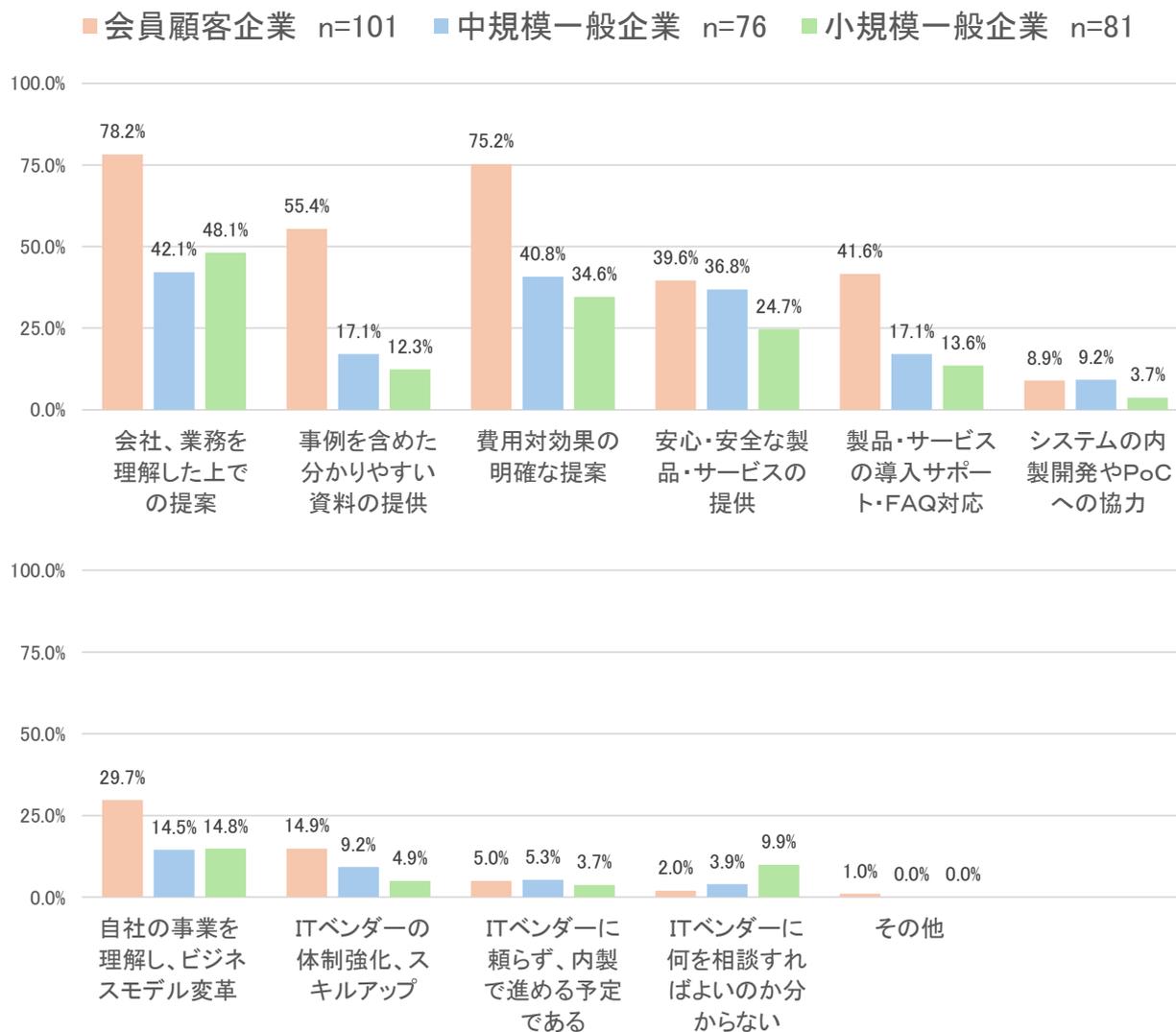


図 3.7-2 DX を推進する際に IT ベンダーに期待すること

DX について「必要と考えているが、取り組めていない」企業において、DX を推進する際に IT ベンダーに期待することの結果が図 3.7-2 である。

会員顧客企業では、「会社、業務を理解した上での提案」(78.2%)、「費用対効果の明確な提案」(75.2%) があげられている。中規模一般企業では、「会社、業務を理解した上での提案」(42.1%)、「費用対効果の明確な提案」(40.8%) があげられている。小規模一般企業では、「会社、業務を理解した上での提案」(48.1%)、「費用対効果の明確な提案」(34.6%) があげられている。

3.7.3 興味を持っているデジタル技術

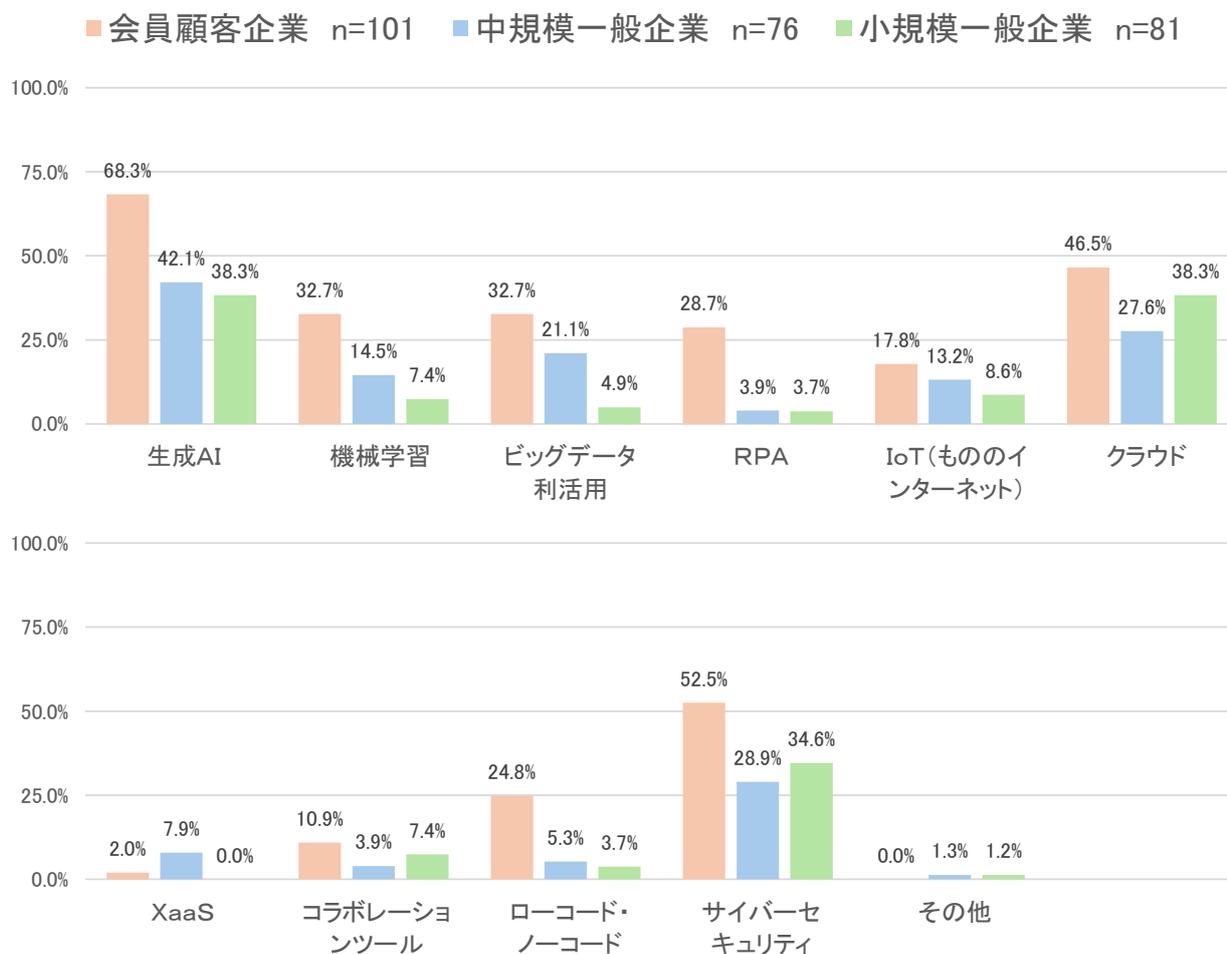


図 3.7-3 興味を持っているデジタル技術

DX について「必要と考えているが、取り組めていない」企業において、興味を持っているデジタル技術の結果が図 3.7-3 である。

会員顧客企業では、「生成 AI」(68.3%)、「サイバーセキュリティ」(52.5%)、「クラウド」(46.5%)があげられている。中規模一般企業では、「生成 AI」(42.1%)、小規模一般企業では、「生成 AI」と「クラウド」(ともに 38.3%)があげられている。