2022 年 3 月

滋賀県内企業動向調査［特別項目］～DX に向けたデジタル化の取り組みについて～

７割超の企業がデジタル化に取り組む
課題は「デジタル人材がいない/足りない」が５割弱

㈱滋賀銀行のシンクタンクである㈱しがぎん経済文化センター（大津市、取締役社長 北川正義）は、「滋賀県内企業動向調査」（2022 年 1 - 3 月期）のなかで「**特別項目：DX に向けたデジタル化の取り組みについて**」を実施し、結果がまとまりましたので公表いたします。

【調査概要】

・調　査　名：滋賀県内企業動向調査（2022 年 1 - 3 月期）
　　［特別項目：DX に向けたデジタル化の取り組みについて］
・調 査 時 期：2022 年 2 月 1 日～22 日
・調 査 方 法：郵送または FAX による配布、回収
・調査対象先：滋賀県内に本社を置く企業および県外からの進出企業 893 社
・有効回答数：303 社（有効回答率 34%）うち製造業 130 社、非製造業 173 社

【調査結果の要旨】

１．取り組んでいるデジタル化は「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」が５割（図１）

・現在、自社で取り組んでいるデジタル化についてたずねた（複数回答）。全体では「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」（51.5%）が最も高く、次いで「人事・労務・会計部門のデジタル化」（47.2%）となった。一方、「特に取り組んでいない」（19.1%）は約２割。

２．７割超がデジタル化に取り組んでいる（図２）

・デジタル化の取り組み方針についてたずねた。全体では「全社的に取り組んでいる」（47.0%）が最も高く、「部署単位で取り組んでいる」（29.3%）と合計すると、76.3%の企業がデジタル化に取り組んでいる。「取り組んでいない」は 23.7%。

３．７割の企業で経営者がデジタル化に関与（図３）

・デジタル化に対する経営者の関与度についてたずねた。全体では、「経営者がある程度関与している」が 38.5%で最も高く、次いで多い「経営者が積極的に関与している」（32.2%）と合計すると、70.7%の企業で経営者は何らかの形でデジタル化に関与している。「デジタル化に取り組んでいないので、経営者の関与も担当部門もない」は 20.6%。

４．デジタル化の必要性を感じたきっかけは「経営課題の解決、経営目標の達成のため」が６割（図４）

・デジタル化の必要性を感じたきっかけについてたずねた（複数回答）。全体では「経営課題の解決、経営目標の達成のため」（61.1%）が突出して高く、次いで「新型コロナの影響に対応するため」（34.8%）となった。「デジタル化の必要性を感じていない」は 12.5%。

（次ページに続く）

５．５割の企業でデジタル化により一定以上の成果（図５）

・これまでのデジタル化の取り組みによる成果についてたずねた。全体では「ある程度成果が出ている」（44.0%）が４割超を占めて最も高く、「十分に成果が出ている」（6.7%）との合計は 50.7%となり、５割の企業は一定以上の成果を得ている。「特に取り組んでいないので、成果は関係ない」は 18.3%。

６．デジタル化の課題は「デジタル人材がいない/足りない」が５割弱（図６）

・デジタル化に関する課題についてたずねた（複数回答）。全体では「デジタル人材がいない/足りない」（47.2%）が最も高く、次いで「組織の IT リテラシーが不足している」（34.7%）、「アナログな文化・価値観が定着している」（33.3%）となった。「デジタル化に取り組んでおらず、課題はない」は 13.5%。

７．DX に向けたデジタル化の取り組みの目的、製造業は「生産・製造プロセスの効率化」、非製造業は「業務プロセスの効率化」（図７・８）

DX に向けたデジタル化の取り組みを進めるにあたっての目的を、14 の選択肢の中から重視している順に第１位～第３位まで一つずつ選択してもらった。

・製造業の第１位は、「⑨生産・製造プロセスの効率化」（32.5%）が突出して高く、次いで高い「⑩業務プロセス（生産・製造を除く）の効率化」（22.2%）と合わせると５割超を占めた。

・非製造業の第１位は、「⑩業務プロセス（生産・製造を除く）の効率化」（19.3%）が最も高く、次いで「③既存の商品・サービスの質の向上」（11.7%）となった。

以上

【調査結果の詳細】

人口減による国内市場の縮小や労働力人口の減少、さらに新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）による事業継続の危機等の課題に直面し、改めてデジタル化やデジタルトランスフォーメーション（DX）の重要性が高まっている。今回の特別項目では、DX に向けたデジタル化に対する県内企業の取り組みについてたずねた。

※デジタル化…アナログ・物理データをデジタルデータ化して効率化を図ったり、個別業務やプロセスを自動化したりすること。

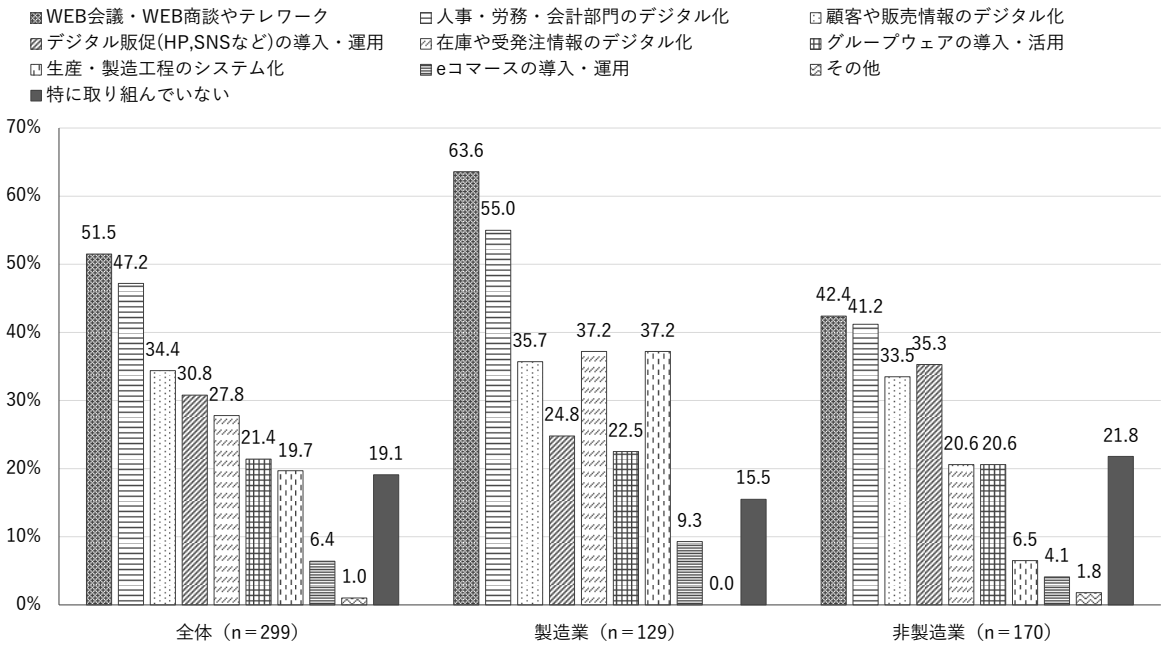
※DX…企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

１．取り組んでいるデジタル化は「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」が５割（図１）

・現在、自社で取り組んでいるデジタル化についてたずねた（複数回答）。全体では「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」（51.5%）が最も高く、次いで「人事・労務・会計部門のデジタル化」（47.2%）となった。一方、「特に取り組んでいない」（19.1%）は約２割。

・業種別では、製造業は「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」（63.6%）が最も高く６割を超え、次いで「人事・労務・会計部門のデジタル化」（55.0%）となった。この２項目が突出して高い。また、「在庫や受発注情報のデジタル化」「生産・製造工程のシステム化」（ともに 37.2%）は非製造業（それぞれ 20.6%、6.5%）を大きく上回った。非製造業も「WEB 会議・WEB 商談やテレワーク」（42.4%）が最も高く、次いで「人事・労務・会計部門のデジタル化」（41.2%）となったが、いずれも製造業に比べ低い。「デジタル販促（HP,SNS など）の導入・運用」（35.3%）は製造業（24.8%）を 10.5 ポイント上回った。

図１　自社で取り組んでいるデジタル化（業種別）〔複数回答〕



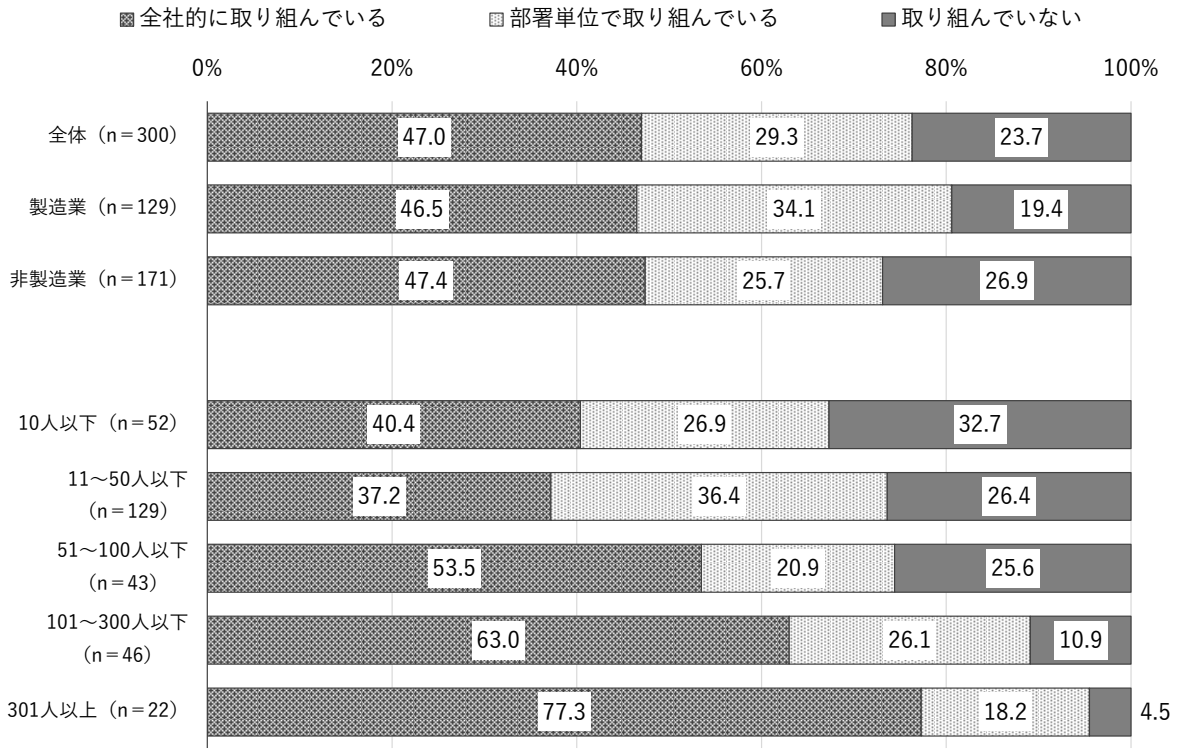
２．７割超がデジタル化に取り組んでいる（図２）

・デジタル化の取り組み方針についてたずねた。全体では「全社的に取り組んでいる」(47.0%) が最も高く、「部署単位で取り組んでいる」（29.3%）と合計すると、76.3%の企業がデジタル化に取り組んでいる。「取り組んでいない」は 23.7%。

・業種別でみると、「全社的に取り組んでいる」は製造業、非製造業ともにほとんど差は無いが、「取り組んでいない」は非製造業（26.9%）が製造業（19.4%）を 7.5 ポイント上回った。

・従業員数別でみると、規模が大きい企業ほど「全社的に取り組んでいる」割合が高くなる傾向にある。「部署単位で取り組んでいる」と合計すると、［101～300 人以下］（89.1%）は約９割となり、［301 人以上］（95.5%）は９割を超えた。

図２　デジタル化の取り組み方針（業種別、従業員数別）



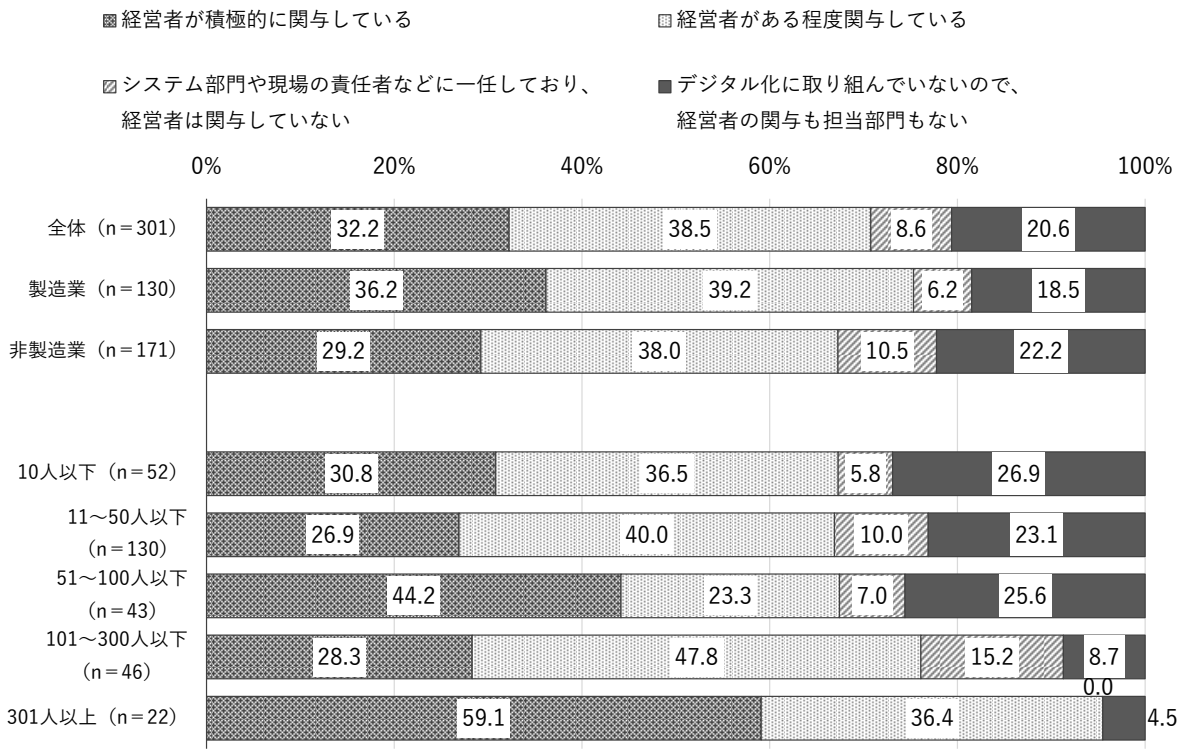
３．７割の企業で経営者がデジタル化に関与（図３）

・デジタル化に対する経営者の関与度についてたずねた。全体では、「経営者がある程度関与している」が 38.5%で最も高く、次いで多い「経営者が積極的に関与している」（32.2%）と合計すると、70.7%の企業で経営者は何らかの形でデジタル化に関与している。「デジタル化に取り組んでいないので、経営者の関与も担当部門もない」は 20.6%。

・業種別でみると、経営者が「積極的に関与している」も「ある程度関与している」も製造業が非製造業を上回った。合計すると、経営者がデジタル化に関与しているのは、製造業が 75.4%、非製造業が 67.2%となった。

・従業員数別でみると、100 人以下の 3 区分では、経営者がデジタル化に関与している割合はいずれも 7 割弱で差はないが、[101～300 人以下]（76.1%）では 7 割超、[301 人以上]（95.5%）では 9 割超と高くなっている。特に［301 人以上］では「経営者が積極的に関与している」（59.1%）が約 6 割を占めた。

図３　デジタル化に対する経営者の関与度（業種別、従業員数別）

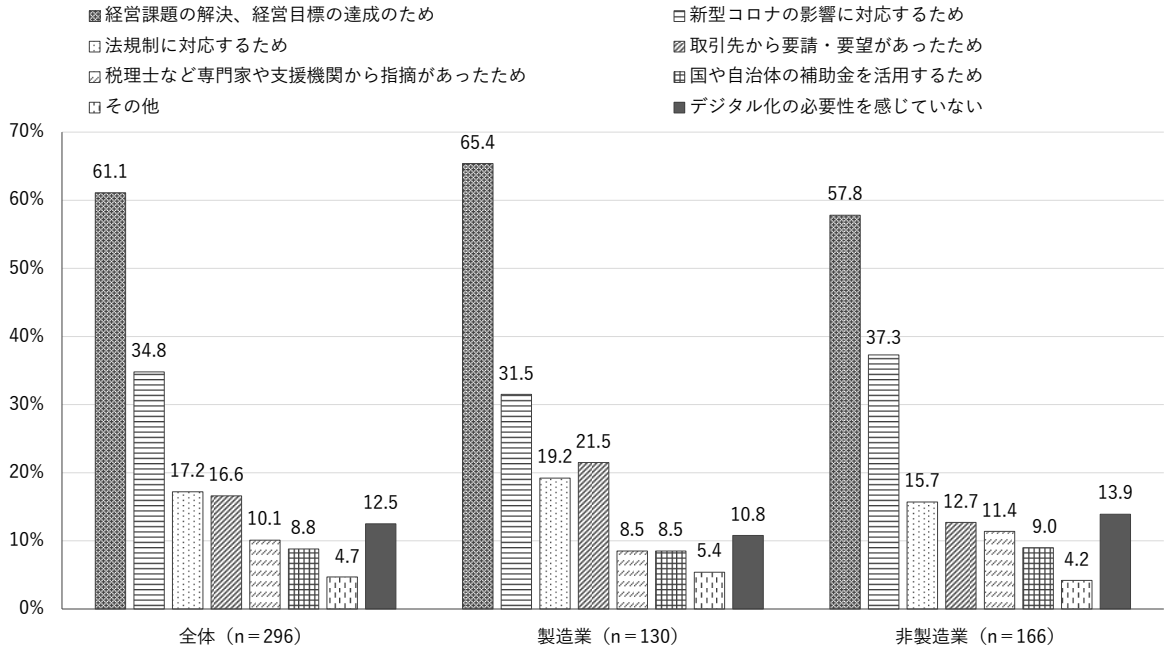


４．デジタル化の必要性を感じたきっかけは「経営課題の解決、経営目標の達成のため」が６割（図４）

・デジタル化の必要性を感じたきっかけについてたずねた（複数回答）。全体では「経営課題の解決、経営目標の達成のため」（61.1%）が突出して高く、次いで「新型コロナの影響に対応するため」（34.8%）となった。「デジタル化の必要性を感じていない」は 12.5%。

・業種別でみると、製造業、非製造業ともに「経営課題の解決、経営目標の達成のため」（それぞれ 65.4%、57.8%）が突出して高く、次いで「新型コロナの影響に対応するため」（それぞれ 31.5%、37.3%）となった。製造業は「取引先から要請・要望があったため」（21.5%）が非製造業（12.7%）を 8.8 ポイント上回った。

図４　デジタル化の必要性を感じたきっかけ（業種別）〔複数回答〕

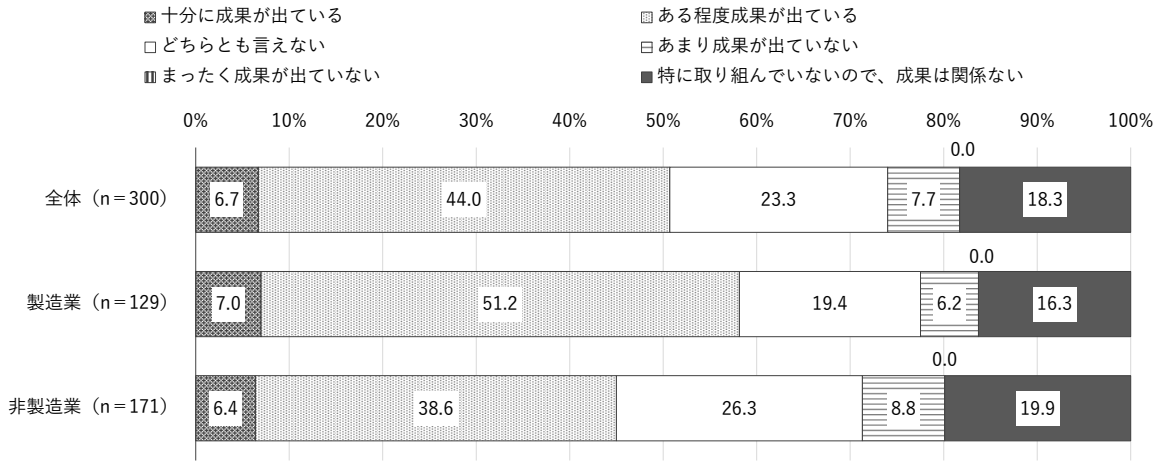


５．５割の企業でデジタル化により一定以上の成果（図５）

・これまでのデジタル化の取り組みによる成果についてたずねた。全体では「ある程度成果が出ている」（44.0%）が４割超を占めて最も高く、「十分に成果が出ている」（6.7%）との合計は 50.7%となり、５割の企業は一定以上の成果を得ている。「特に取り組んでいないので、成果は関係ない」は 18.3%。

・業種別でみると、製造業は「ある程度成果が出ている」（51.2%）が５割を占めて非製造業（38.6%）を上回った。「十分に成果が出ている」との合計でも、製造業（58.2%）が非製造業（45.0%）を上回った。

図５　デジタル化の取り組みによる成果（業種別）



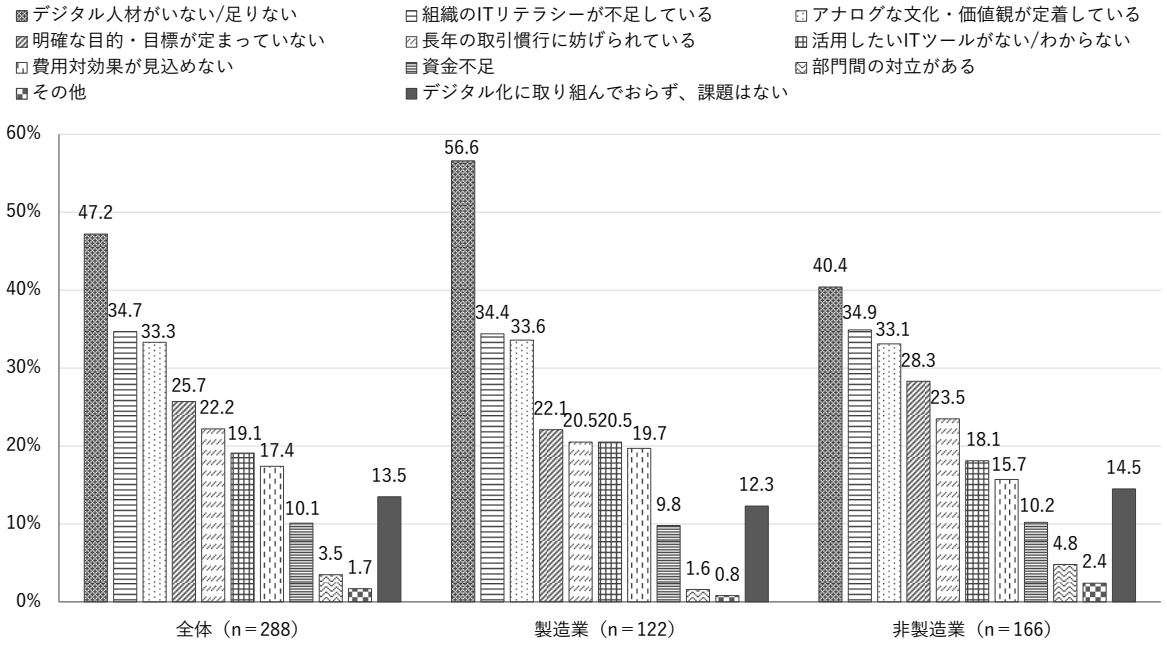
６．デジタル化の課題は「デジタル人材がいない/足りない」が５割弱（図６）

・デジタル化に関する課題についてたずねた（複数回答）。全体では「デジタル人材※がいない/足りない」(47.2%) が最も高く、次いで「組織の IT リテラシー※が不足している」(34.7%)、「アナログな文化・価値観が定着している」(33.3%) となった。「デジタル化に取り組んでおらず、課題はない」は 13.5%。

・業種別でみると、製造業は「デジタル人材がいない/足りない」(56.6%) が突出して高く、非製造業（40.4%）を 16.2 ポイント上回った。非製造業は「明確な目的・目標が定まっていない」(28.3%) が製造業（22.1%）を 6.2 ポイント上回った。

※デジタル人材…IT ツールの活用や情報システムの導入を企画・推進・運用する人材のこと
※リテラシー…原義は「読み書きできる能力」。デジタル分野では「情報技術（IT）を利用し、使いこなすスキル」を指す

図６　デジタル化に関する課題（業種別）〔複数回答〕



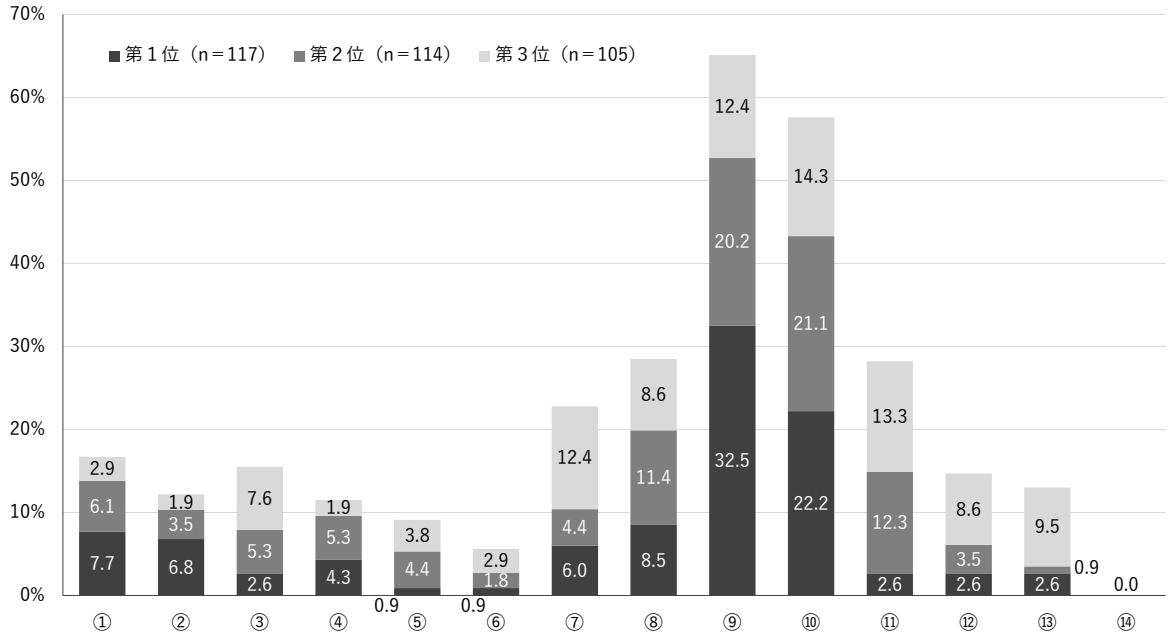
7．DX に向けたデジタル化の取り組みの目的、製造業は「生産・製造プロセスの効率化」、非製造業は「業務プロセスの効率化」（図７・８）

DX に向けたデジタル化の取り組みを進めるにあたっての目的を①～⑭の中から重視している順に第１位～第３位まで一つずつ選択してもらった。

・製造業の第１位は、「⑨生産・製造プロセスの効率化」（32.5%）が突出して高く、次いで高い「⑩業務プロセス（生産・製造を除く）の効率化」（22.2%）と合わせると５割超を占めた。第２位でもこの２項目はそれぞれ２割を占めて高く、第３位までの合計でも突出して高くなった（それぞれ⑨65.1%、⑩57.6%）。
・第３位までの合計では、次いで「⑧経営判断の効率化・高度化」（28.5%）と「⑪社内の働き方改革」（28.2%）が高かった。
・なお、①～⑭に該当がなく、［⑮特に重視している項目はない］を選択した割合は、7.1%となった（全回答数 126 に占める割合）。

※⑮を選択した場合は第１位の回答欄に記入していただいた。図表７の第１位の割合は、全回答数 126 から⑮の回答数９を除いた 117 を母数として算出。

図７　DX に向けたデジタル化の取り組みにあたり重視している項目【製造業】

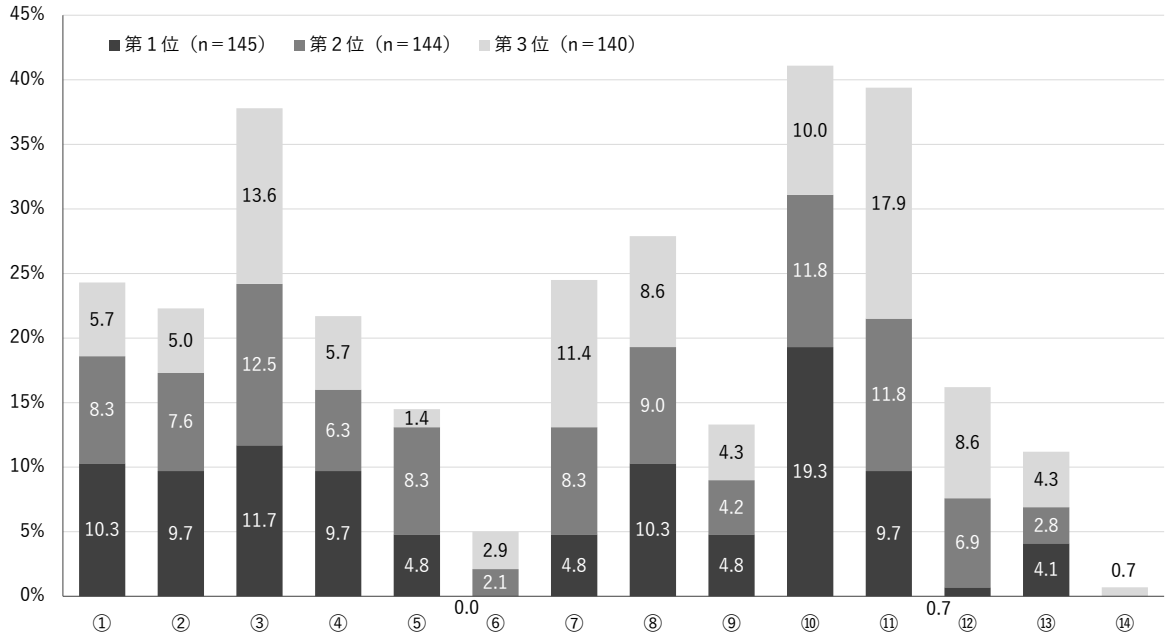


① 新しい事業・ビジネスモデルの創出
② 新しい商品・サービスの創出
③ 既存の商品・サービスの質の向上
④ 新規顧客の開拓
⑤ 既存顧客との関係強化
⑥ サプライチェーン、販売・流通形態の最適化
⑦ 固定費の削減
⑧ 経営判断の効率化・高度化
⑨ 生産・製造プロセスの効率化
⑩ 業務プロセス(生産・製造を除く)の効率化
⑪ 社内の働き方改革
⑫ 情報セキュリティ対策の強化
⑬ 法規制のクリア
⑭ その他

・非製造業の第１位は、「⑩業務プロセス（生産・製造を除く）の効率化」（19.3%）が最も高く、次いで「③既存の商品・サービスの質の向上」（11.7%）となった。第３位までの合計ではこの２項目（それぞれ⑩41.1%、③37.8%）に加えて、「⑪社内の働き方改革」（39.4%）も含めた３項目が突出して高くなった。
・なお、なお、①～⑭に該当がなく、［⑮特に重視している項目はない］を選択した割合は、11.6%で（全回答数 164 に占める割合）、製造業（7.1%）を上回った。

※⑮を選択した場合は第１位の回答欄に記入していただいた。図表８の第１位の割合は、全回答 164 から⑮の回答数 19 を除いた 145 を母数として算出。

図８　DX に向けたデジタル化の取り組みにあたり重視している項目【非製造業】



① 新しい事業・ビジネスモデルの創出
② 新しい商品・サービスの創出
③ 既存の商品・サービスの質の向上
④ 新規顧客の開拓
⑤ 既存顧客との関係強化
⑥ サプライチェーン、販売・流通形態の最適化
⑦ 固定費の削減
⑧ 経営判断の効率化・高度化
⑨ 生産・製造プロセスの効率化
⑩ 業務プロセス(生産・製造を除く)の効率化
⑪ 社内の働き方改革
⑫ 情報セキュリティ対策の強化
⑬ 法規制のクリア
⑭ その他

以上

本調査結果についてのお問い合わせ先：㈱しがぎん経済文化センター
産業・市場調査部　長山（077-526-0005）