

(2021年度)

「デジタル化への取り組み」に関する調査報告書

1. 調査目的：事業所のデジタル化への取り組みおよび推進状況（社内意識、体制）について調査し、実態を把握・分析することにより、今後の支援策の検討に活用する。
2. 調査期間：2021年9月29日～10月22日
3. 調査方法：対象事業所へアンケート調査票を郵送・Eメールにて送付、回収し、集計・分析した。
4. 調査対象先：姫路商工会議所・姫路市商工会の会員事業所

(回答率)

調査事業所数	回答事業所数	回答率
		19.8%

(回答事業所の業種別構成比)

	構成比	事業所数
全体	100.0%	1,150
建設業	19.7%	226
製造業	18.3%	211
卸売業	9.7%	112
小売業	12.3%	141
サービス業	21.4%	246
その他	18.6%	214
情報通信業	1.1%	13
運輸業	4.2%	48
金融・保険業	1.5%	17
不動産業	3.3%	38
飲食・宿泊業	5.0%	58
医療・福祉	2.3%	27
教育・学習支援業	1.1%	13

(回答事業所の規模別構成比)

	構成比	事業所数
全体	100.0%	1,150
小規模	63.3%	728
中規模	32.6%	375
大規模	4.1%	47

【小規模】

「1～5人」

：情報通信業、卸売業、小売業、
飲食・宿泊業、医療・福祉、
教育・学習支援業、サービス業

「1～20人」

：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【中規模】

「6～50人」

：小売業、飲食・宿泊業

「6～100人」

：情報通信業、卸売業、医療・福祉、教育・
学習支援業、サービス業

「21～300人」

：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【大規模】

：上記【小規模】【中規模】を除く区分。

目次

I. 調査概要

1. 調査の背景.....	1
2. 調査結果の概要.....	2

II. 調査結果

1. デジタル化の進み具合（新型コロナウイルス感染症の発生前から現在にかけて、概ね3年以内の取り組み）.....	3
2. デジタル化に取り組むきっかけ.....	5
3. デジタル化に向け新たに導入したもの.....	7
4. デジタル化に向けた資金確保の手段.....	9
5. デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響.....	11
（クロス集計）デジタル化の進み具合との関係.....	12
6. デジタル化に取り組むうえで得た効果.....	15
7. デジタル化に対する社内の意識.....	17
（クロス集計）デジタル化の進み具合との関係.....	18
8. デジタル化を主体的に進めている担当者.....	21
（クロス集計）デジタル化に対する社内の意識との関係.....	22
9. 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）の育成・確保にむけた取り組み.....	23
10. デジタル化に取り組むうえでの課題.....	25
11. デジタル化における相談先（支援先）.....	27
（クロス集計）デジタル化を主体的に進めている担当者との関係.....	29
12. 今後利用したい支援内容.....	31

III. まとめ.....

33

資料編（回答事業所の属性、クロス集計、調査票）.....

34

I. 調査概要

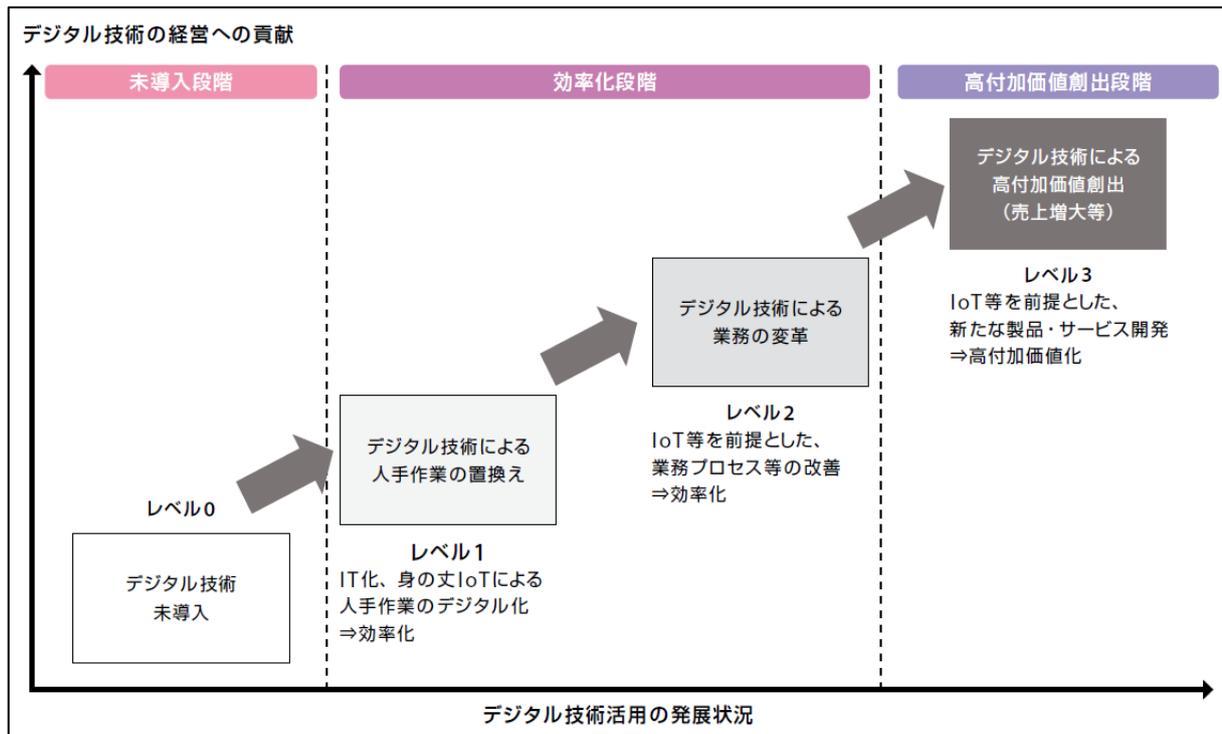
1. 調査の背景

「労働生産性の国際比較2021」（公益財団法人日本生産性本部）によると、日本の時間当たり労働生産性はOECD加盟38カ国中23位、1人当たり労働生産性はOECD加盟38カ国中28位と低い。日本のGDP規模は世界3位ではあるが、労働生産性の向上が課題と言える。

また、昨今、新型コロナウイルス感染症の影響により企業を取り巻く経営環境はますます厳しさを増している。慢性的な人手不足に加え、海外企業との競争激化や部品供給の混乱、原油高を始めとした資源価格の高騰などの課題に直面している。

政府は、2021年9月1日にデジタル庁を設立した。デジタル庁は、来るべきデジタル社会の整備に向けた司令塔として、未来志向のデジタル・トランスフォーメーション（DX）を推進し、官民によるインフラ構築を今後5年で作り上げることを目標に掲げている。これには、国際社会で進むデジタル化を前提とした新たな社会の姿やビジネス環境に対応しなければ、グローバル経済競争に勝ち残れないという政府の危機意識が背景にある。

本調査は、当地事業所のデジタル化の推進と支援を目的に、下記フロー図の「効率化段階（レベル1、レベル2）」を参考として、デジタル化を「従来行っていた業務、作業方法などについて、デジタル技術を活用することにより、業務の効率化や生産性の向上に取り組むこと」と定義づけ、デジタル化に対する取り組みや推進状況などについての実態を把握するためのアンケート調査を実施した。



出典

「中小製造業のデジタル技術を活用した“稼ぐ力”の創造に関する取組事例集及びチェックリスト」
経済産業省 関東経済産業局（2020）

2.調査結果の概要

(1) デジタル化の進捗状況

デジタル化の進捗状況については、47.7%が社内のデジタル化が進んでいるとの回答だった。取り組んだきっかけは、約3割が「感染症への対応（勤務体制の見直し等）」だった。新たに導入したツール・システムは、感染防止、非接触関連ツール・システムの導入が上位となった。

(2) デジタル化に向けた資金確保、業績上の影響、効果

デジタル化に向けた資金確保の手段は、約4割が「補助金・助成金の利用」としており、資金確保において重要な手段であることを示している。デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響は、約4割が「プラスの影響」を感じている。さらには、デジタル化の進捗状況との関係を見ると、デジタル化が進んでいる事業所は、進んでいない事業所に比べて、全ての規模・業種において「プラスの影響」を感じている割合が高い。デジタル化に取り組むうえで得た効果は、約半数が「社内業務の効率化」としており、デジタル化への対応により業務改善に寄与している。

(3) デジタル化に対する社内の意識

デジタル化に対する社内の意識として、「アナログな文化・価値観が残っている」（34.7%）、「積極的に取り組む意識はあるものの定着していない」（24.2%）の合計の約6割がデジタル化の意識が定着していない結果となった。さらには、「アナログな文化・価値観が残っている」とする事業所は、64.6%が「担当者がいない」としており、デジタル化への取り組みが進んでいないことを示している。

(4) デジタル化に取り組むうえでの課題

デジタル人材育成・確保の取り組みは、約7割が「特に何も行っていない」としている。このことから、デジタル化に取り組むうえで、まずは、「デジタル人材の確保や育成」が必要と考える。その他の課題としては、「明確な目的・目標が定まっていない」（27.3%）、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」（23.2%）と続く。これらの課題に対し、デジタル化における相談先（支援先）を質問すると、24.1%が「相談相手はいない」と回答している。

(5) 今後利用したい支援内容

今後利用したい支援内容は、「支援制度（補助金、助成金等）の活用」（58.8%）、「活用事例の紹介」（24.8%）、「研修会、講習会の参加」（17.7%）、「相談対応」（11.4%）などを希望しており、きめ細かな支援によりデジタル化への後押しが必要と考える。

II. 調査結果

1. デジタル化の進み具合（新型コロナウイルス感染症の発生前から現在にかけて、概ね3年以内の取り組み）

デジタル化の進み具合について、全体では、「やや進んだ」（41.6%）の割合が最も高く、「あまり進んでいない」（34.5%）、「全く進んでいない」（16.1%）と続いている。

規模別に見ると、大規模、中規模で「やや進んだ」が過半数を占める。一方、小規模では、「あまり進んでいない」（36.3%）、「全く進んでいない」（21.3%）の割合が大規模、中規模よりも高い。

業種別に見ると、卸売業（45.5%）、製造業（42.2%）建設業（41.6%）では「やや進んだ」の割合が高い。一方、サービス業（38.2%）、小売業（36.9%）では「あまり進んでいない」の割合が高い。

図 1-1 デジタル化の進み具合

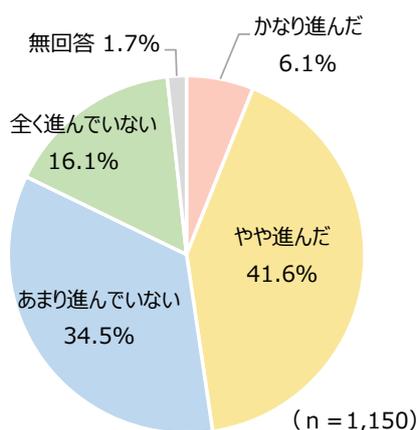


図 1-2

規模別／構成比

(単位：%)

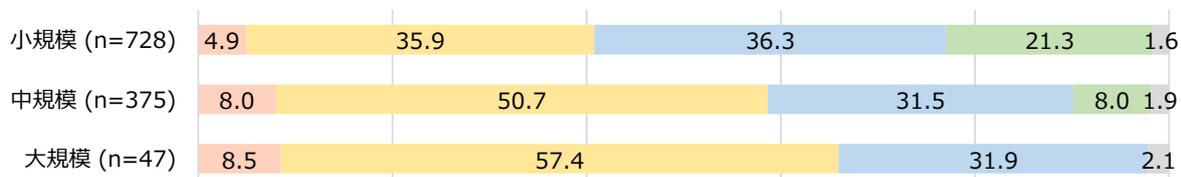
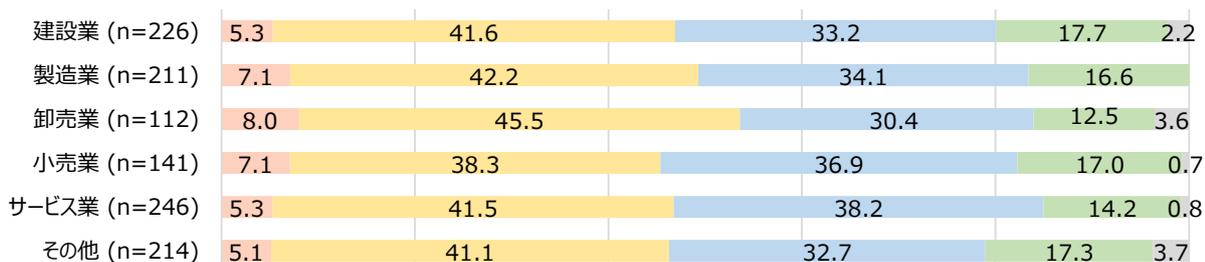


図 1-3

業種別／構成比

(単位：%)



■ かなり進んだ ■ やや進んだ ■ あまり進んでいない ■ 全く進んでいない ■ 無回答

(空白)

2.デジタル化に取り組むきっかけ（複数回答）

デジタル化に取り組むきっかけについて、「感染症への対応（勤務体制の見直し等）」（30.7%）の割合が最も高く、「経営課題の解決、経営目標の達成」（26.3%）、「取引先から要望・要請があった」（22.1%）と続いている。一方で、「特にきっかけはない」の割合は26.5%。

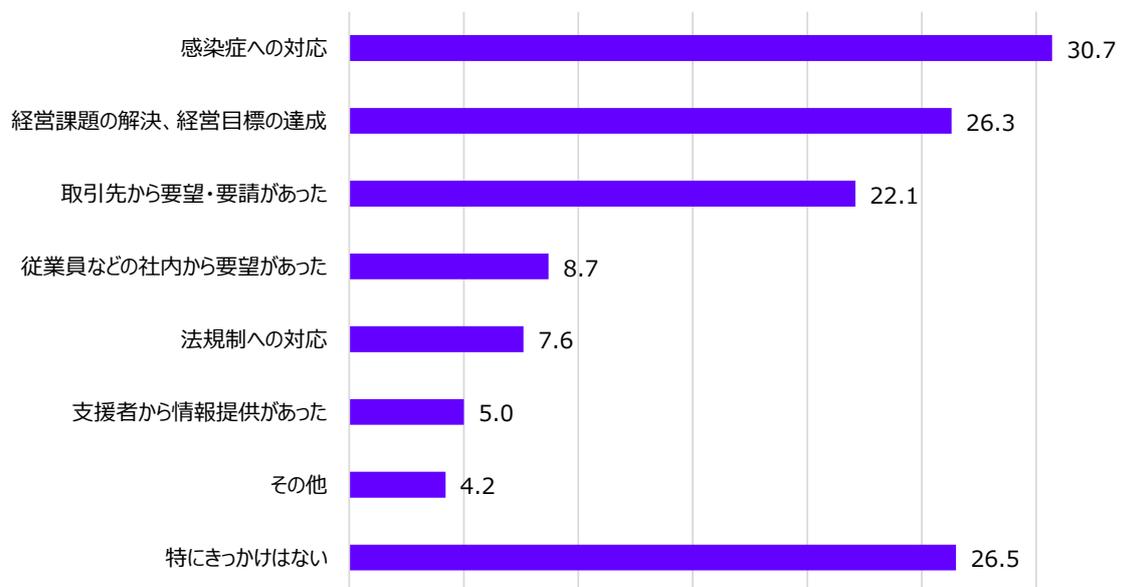
規模別に見ると、大規模・中規模では「感染症への対応（勤務体制の見直し等）」（68.1%、39.7%）の割合が高く、中規模・小規模では「取引先から要望・要請があった」（26.4%、20.6%）の割合が高い。

業種別に見ると、サービス業（32.5%）、卸売業（30.4%）では「感染症への対応（勤務体制の見直し等）」の割合が高く、製造業（34.1%）では「経営課題の解決、経営目標の達成」の割合が高い。卸売業は、他業種に比して総じて回答率が高い。

表 2 デジタル化に取り組むきっかけ (n=1,150)

デジタル化に取り組むきっかけ	件数	回答率
感染症への対応（勤務体制の見直し等）	353	30.7%
経営課題の解決、経営目標の達成	302	26.3%
取引先から要望・要請があった	254	22.1%
従業員などの社内から要望があった	100	8.7%
法規制への対応（個人情報保護法等）	87	7.6%
支援者（支援機関等）から情報提供があった	57	5.0%
その他	48	4.2%
特にきっかけはない	305	26.5%

図 2-1 デジタル化に取り組むきっかけ (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 2-2

規模別／回答率

(単位：%)

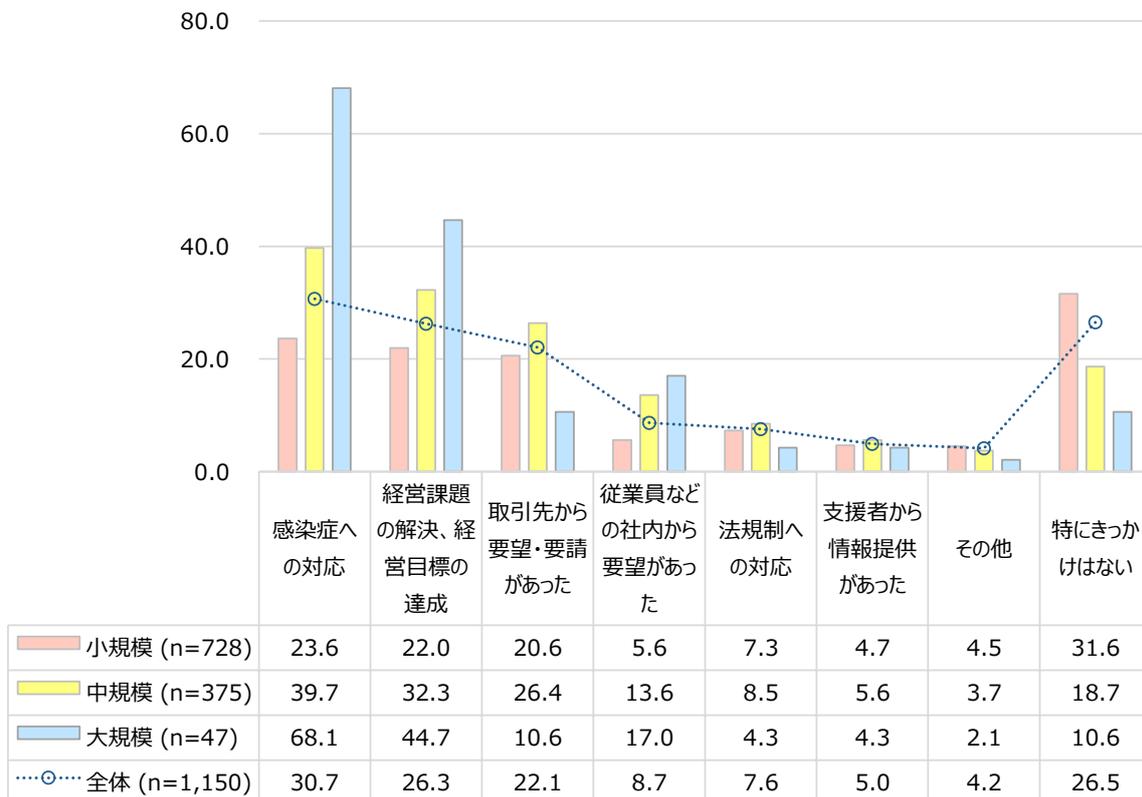
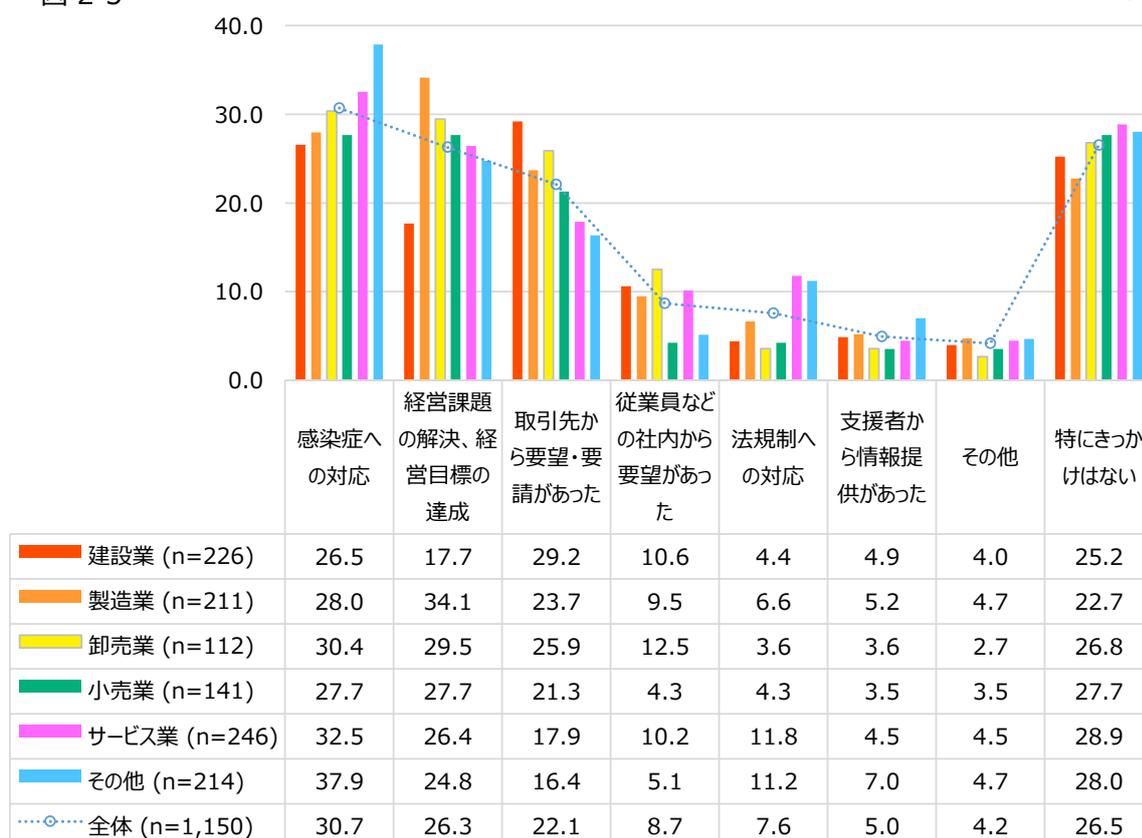


図 2-3

業種別／回答率

(単位：%)



3.デジタル化に向け新たに導入したもの（複数回答）

回答率の上位を見ると、「オンライン会議設備の導入」（34.0%）、「ネットワーク環境の設備（Wi-Fi 等）」（30.8%）、「オンライン決済、ネットバンキング等の導入」（30.5%）、「ペーパーレス化の推進（電子化、経理処理 等）」（30.3%）となっており、上位4項目は、コロナ禍により感染防止、非接触の観点から新たに導入していることを示している。

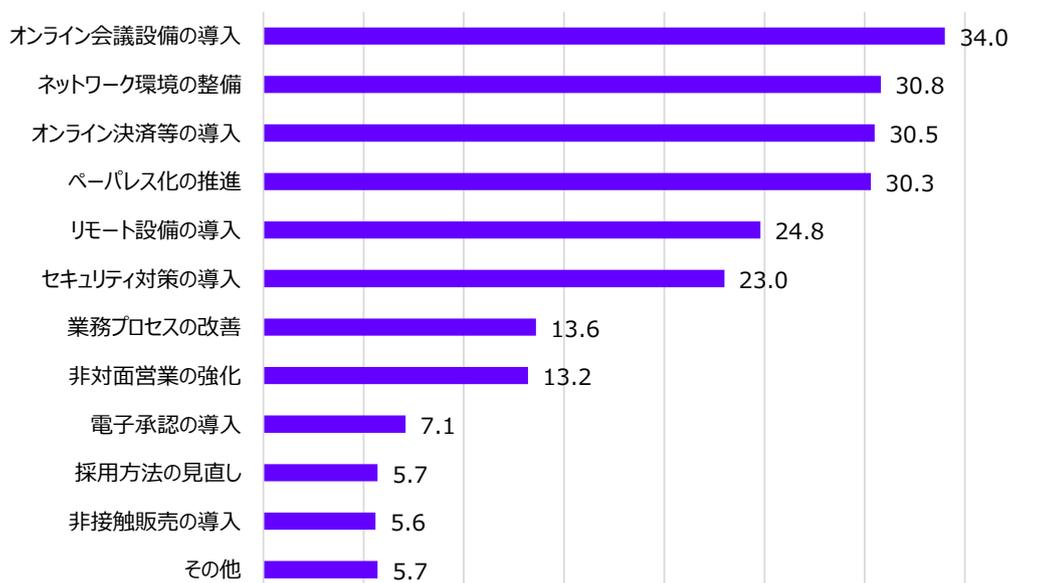
規模別に見ると、「オンライン会議設備の導入」では、大規模における回答率は76.6%と約8割で新たに導入が進んでいる。規模が大きくなるにつれ、新たに導入したものの回答が多く、総じて回答率が高い。

業種別に見ると、製造業・卸売業では、他業種に比して総じて回答率が高く、デジタル化による社内整備が進んでいる。

表 3 デジタル化に向け新たに導入したもの (n=1,150)

デジタル化に向け新たに導入したもの	件数	回答率
オンライン会議設備の導入	391	34.0%
ネットワーク環境の整備（Wi-Fi 等）	354	30.8%
オンライン決済、ネットバンキング等の導入	351	30.5%
ペーパーレス化の推進（電子化、経理処理 等）	349	30.3%
テレワークなどリモート設備の導入	285	24.8%
セキュリティ対策の導入（ウイルス対策ソフト 等）	264	23.0%
業務プロセスの改善（見える化、自動化 等）	156	13.6%
非対面営業の強化（オンライン営業ツール 等）	152	13.2%
電子承認（電子印鑑）の導入	82	7.1%
採用方法の見直し（オンライン面接 等）	65	5.7%
非接触販売の導入（ECサイト 等）	64	5.6%
その他	65	5.7%

図 3-1 デジタル化に向け新たに導入したもの (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 3-2

規模別／回答率

(単位：%)

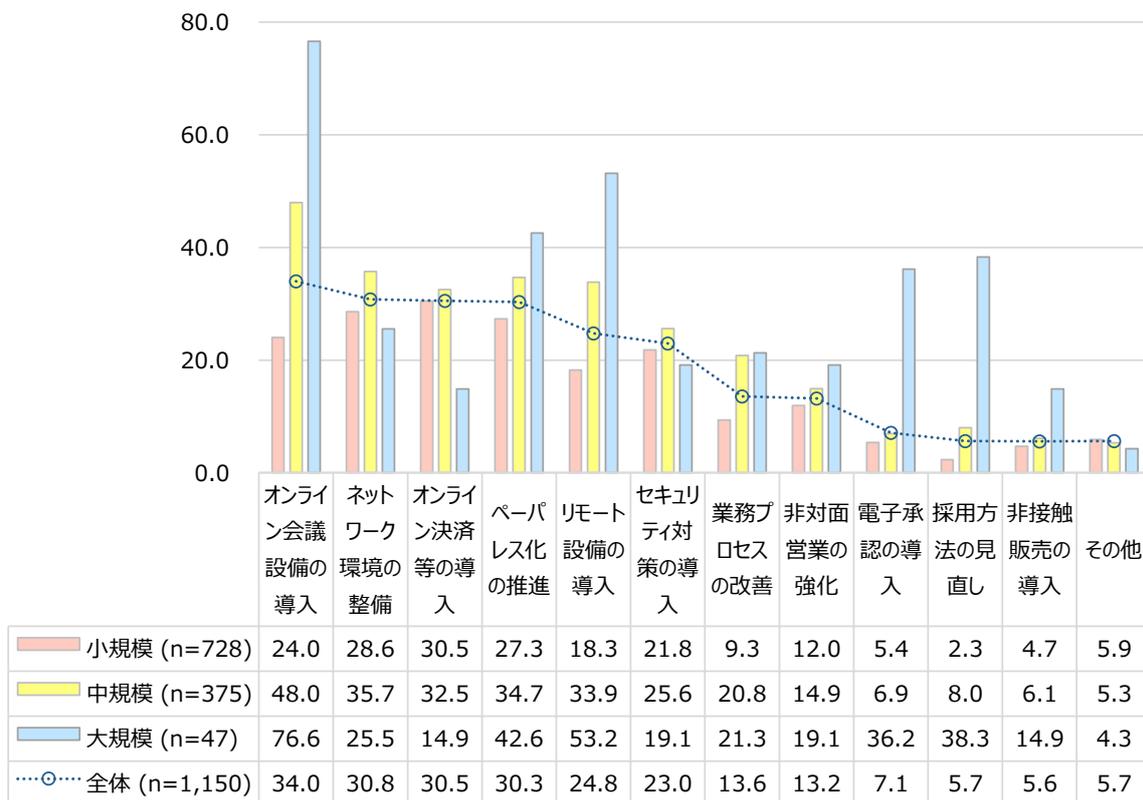
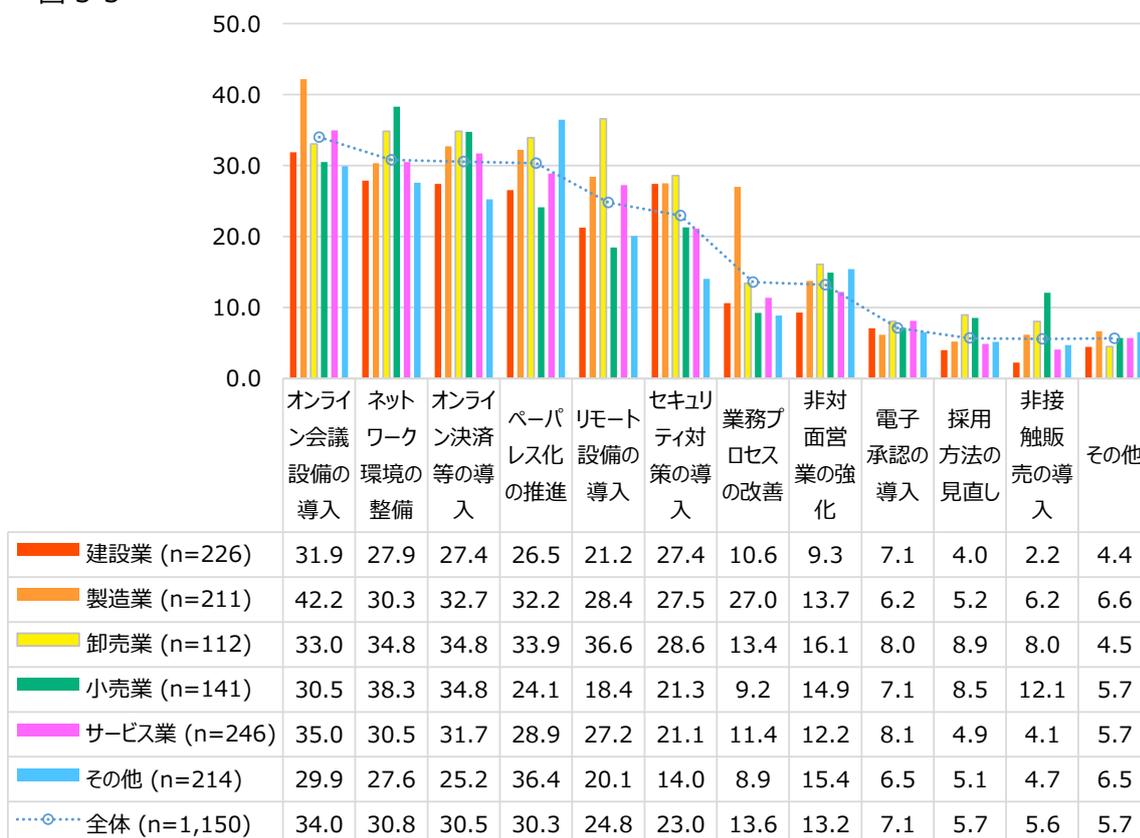


図 3-3

業種別／回答率

(単位：%)



4.デジタル化に向けた資金確保の手段（複数回答）

デジタル化に向けた資金確保の手段について、「自己資金」（66.4％）の割合が最も高く、「補助金・助成金を利用」（40.8％）、「金融機関からの借入」（10.3％）と続いている。

規模別に見ると、大規模では「自己資金」（87.2％）の割合が高く、中規模では「補助金・助成金を利用」（52.5％）の割合が高い。その他、中規模・小規模では「金融機関からの借入」（11.5％、10.2％）の割合が高く、自己資金以外の部分を、補助金・助成金の利用、金融機関からの借入により対応しているケースが想定される。

業種別に見ると、サービス業（71.5％）、卸売業（71.4％）では「自己資金」の割合が高く、製造業（49.8％）、建設業（41.6％）では「補助金・助成金を利用」の割合が他業種よりも高い。

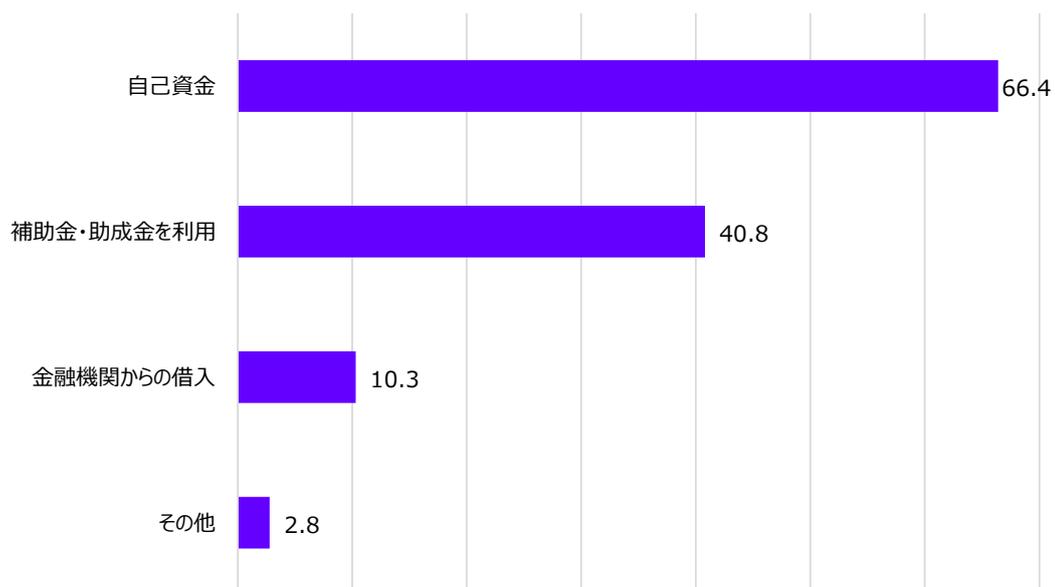
表 4 デジタル化に向けた資金確保の手段 (n=1,150)

デジタル化に向けた資金確保の手段	件数	回答率
自己資金	764	66.4%
補助金・助成金を利用	469	40.8%
金融機関からの借入	119	10.3%
その他	32	2.8%

図 4-1

デジタル化に向けた資金確保の手段

(n=1,150) 単位：％



規模別・業種別

図 4-2

規模別／回答率

(単位：%)

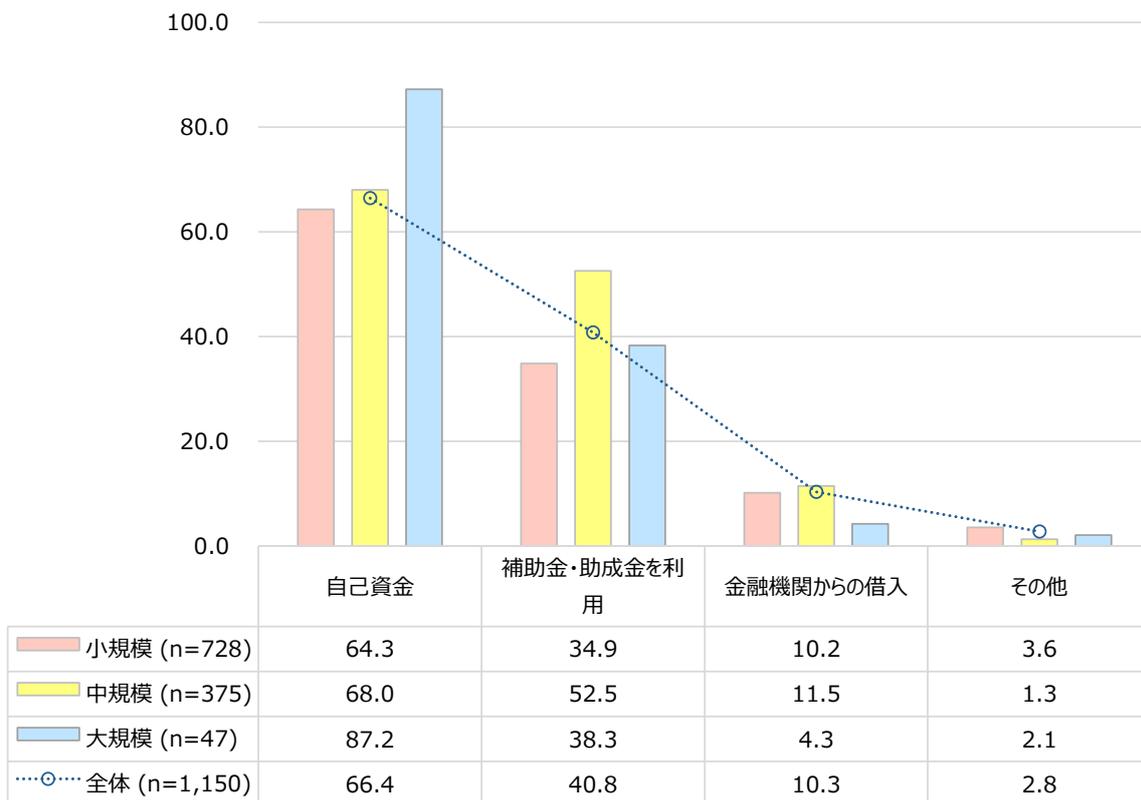
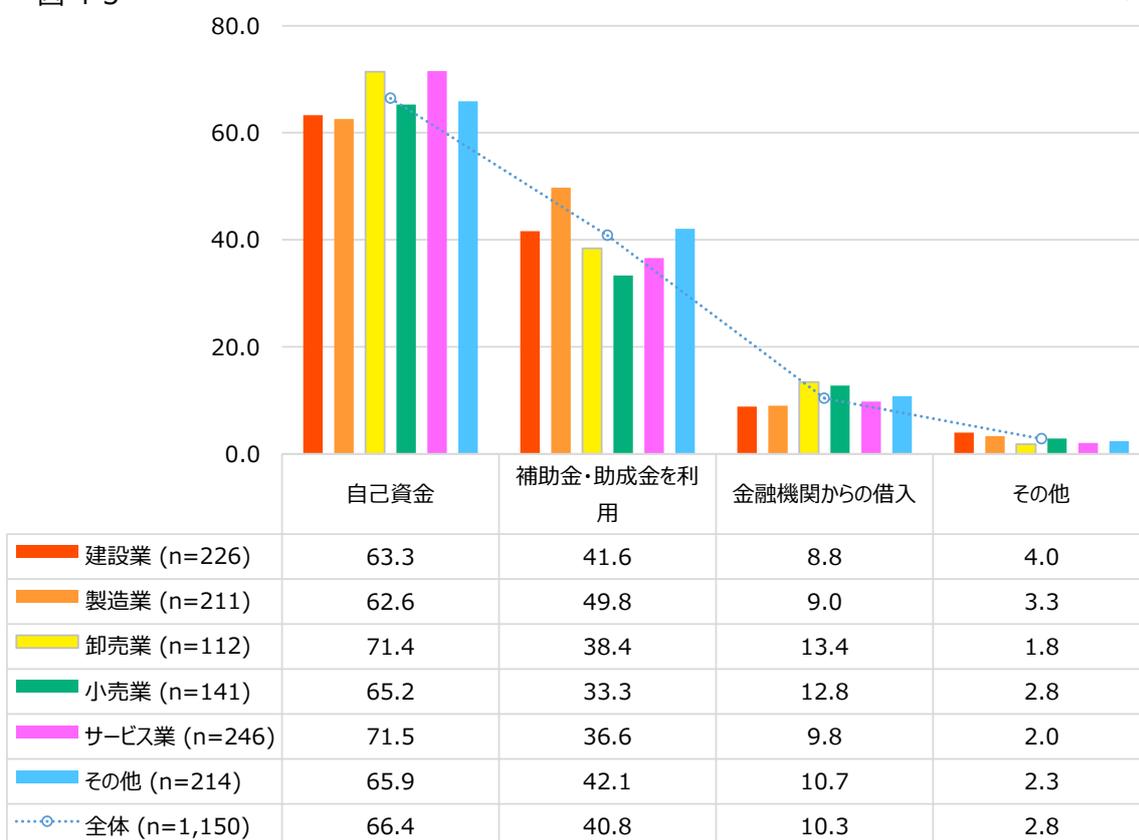


図 4-3

業種別／回答率

(単位：%)



5. デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響

デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響について、「大きくプラスの影響」と「ある程度プラスの影響」と回答した割合を合計すると、36.6%となる。

規模別に見ると、大規模・中規模では「大きくプラスの影響」と「ある程度プラスの影響」と回答した割合を合計すると、4割を超える。一方で、小規模では「どちらとも言えない」（56.3%）の割合が高い。

業種別に見ると、製造業・卸売業では「大きくプラスの影響」、「ある程度プラスの影響」の合計がほぼ同率で他業種より高い割合を示している。

「デジタル化の進み具合」と「デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響」の関係を見ると、デジタル化が進んでいる事業所は、進んでいない事業所に比べて、全ての規模・業種において「プラスの影響」の割合が高い。

図 5-1 デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響

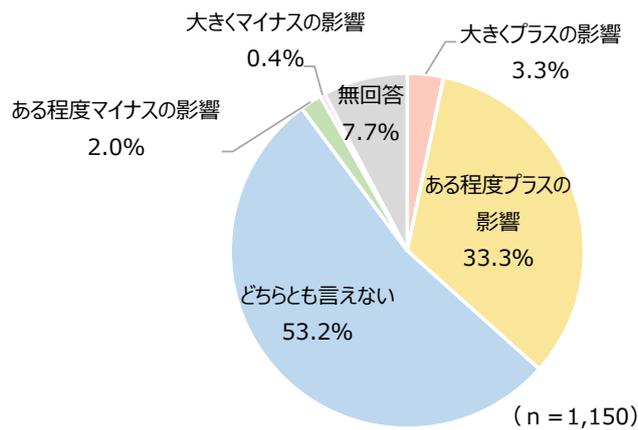


図 5-2

規模別／構成比

(単位：%)

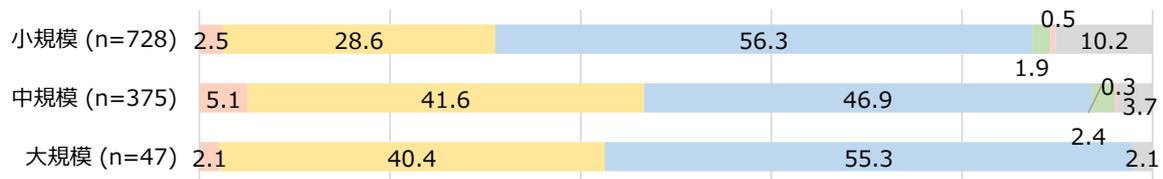
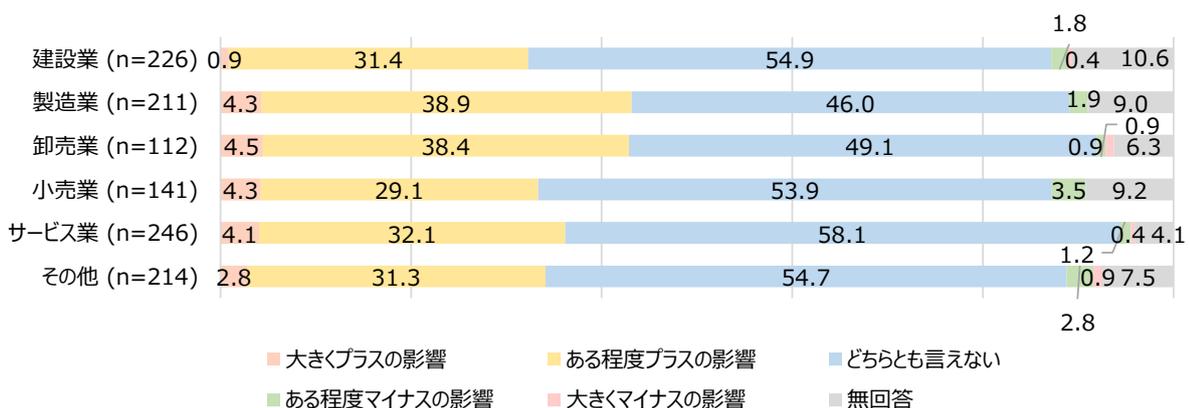


図 5-3

業種別／構成比

(単位：%)



デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

図 5-4 デジタル化の進み具合／デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係

全体 (n=1,130 ※無回答を除く)

(単位：%)

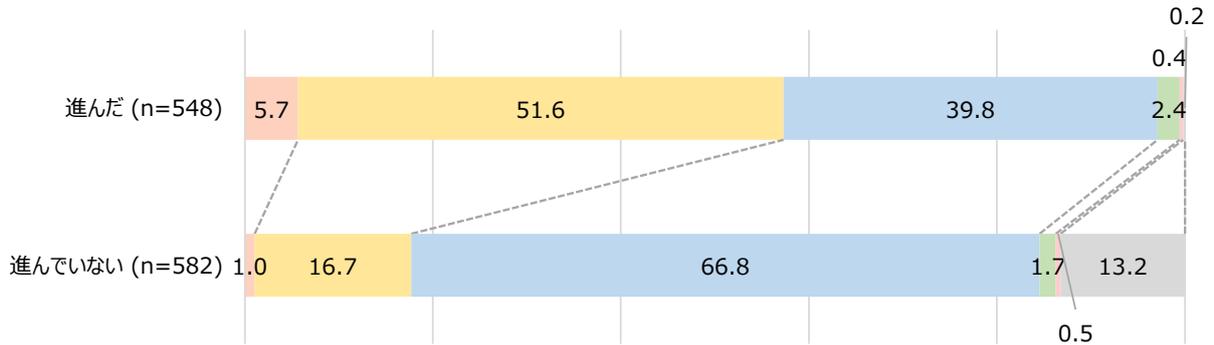
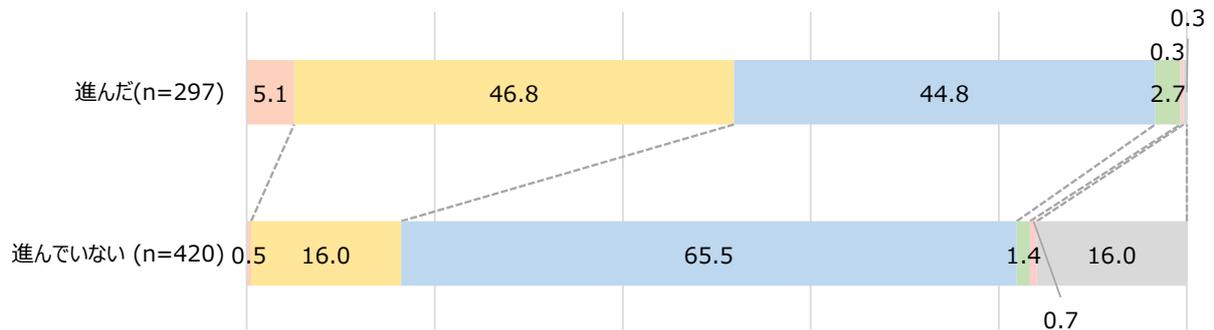


図 5-5 規模別／比較

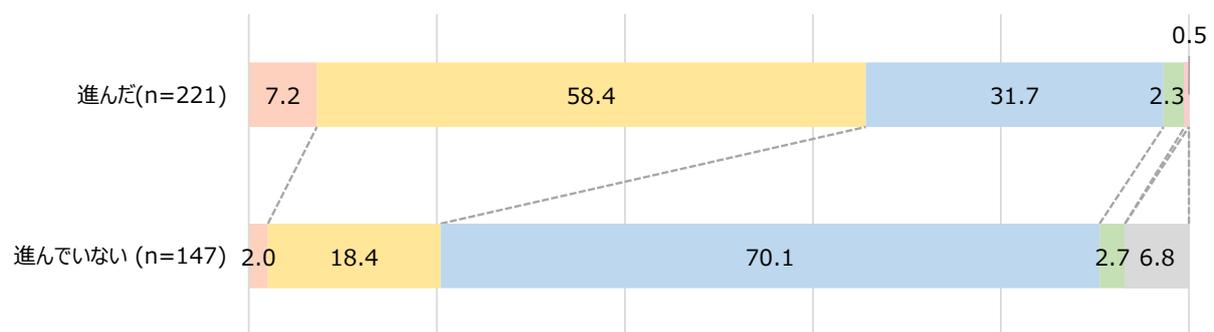
小規模 (n=717 ※無回答を除く)

(単位：%)



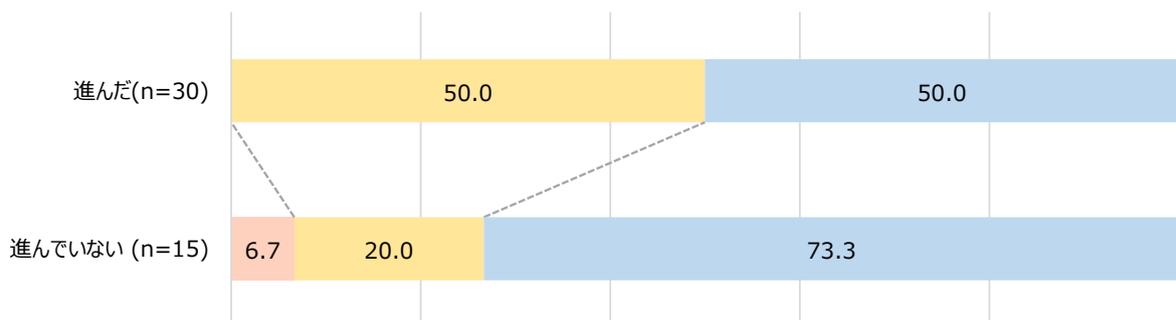
中規模 (n=368 ※無回答を除く)

(単位：%)



大規模 (n=45 ※無回答を除く)

(単位：%)



■ 大きくプラスの影響
 ■ ある程度プラスの影響
 ■ どちらとも言えない
■ ある程度マイナスの影響
 ■ 大きくマイナスの影響
 ■ 無回答

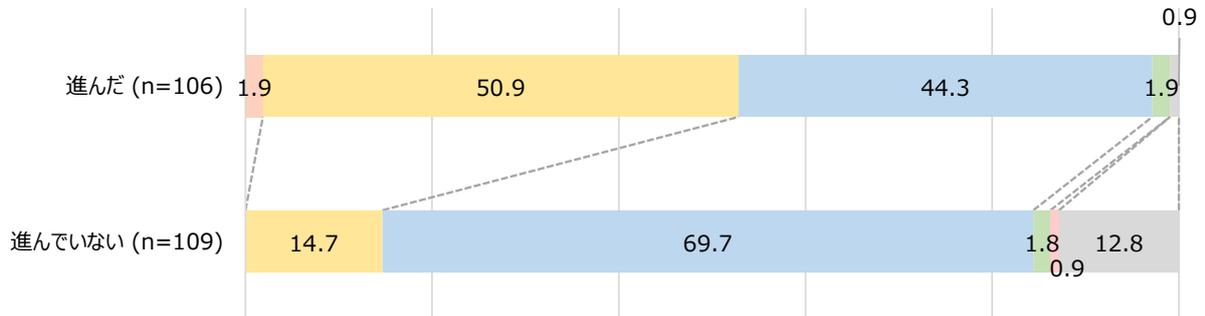
デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

図 5-6

業種別／比較

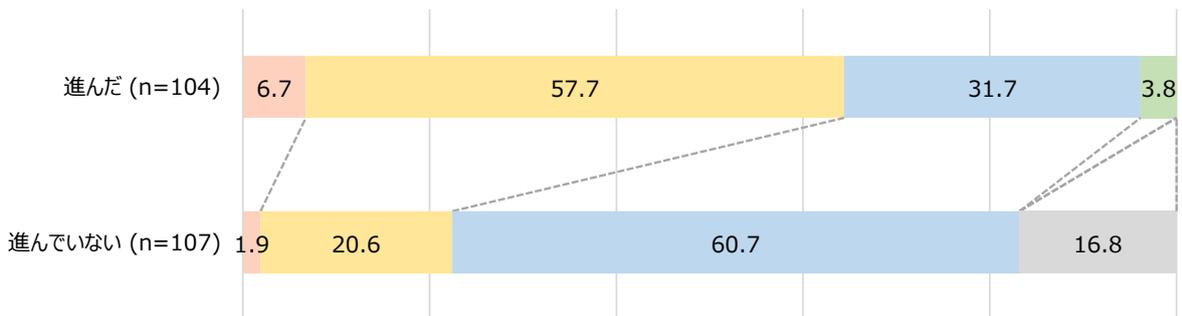
建設業 (n=215 ※無回答を除く)

(単位：%)



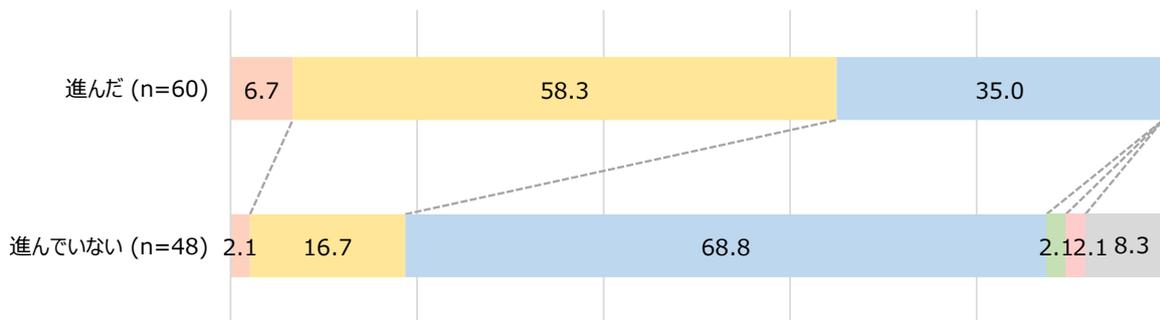
製造業 (n=211)

(単位：%)



卸売業 (n=108 ※無回答を除く)

(単位：%)

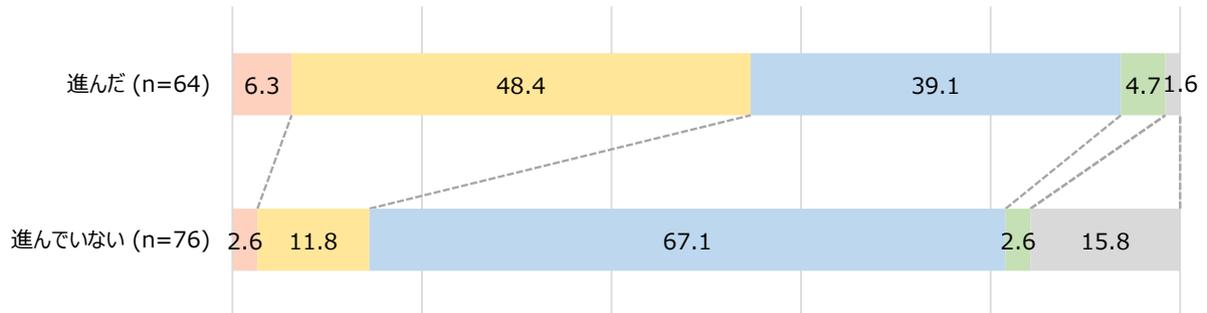


■ 大きくプラスの影響
 ■ ある程度プラスの影響
 ■ どちらとも言えない
■ ある程度マイナスの影響
 ■ 大きくマイナスの影響
 ■ 無回答

デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

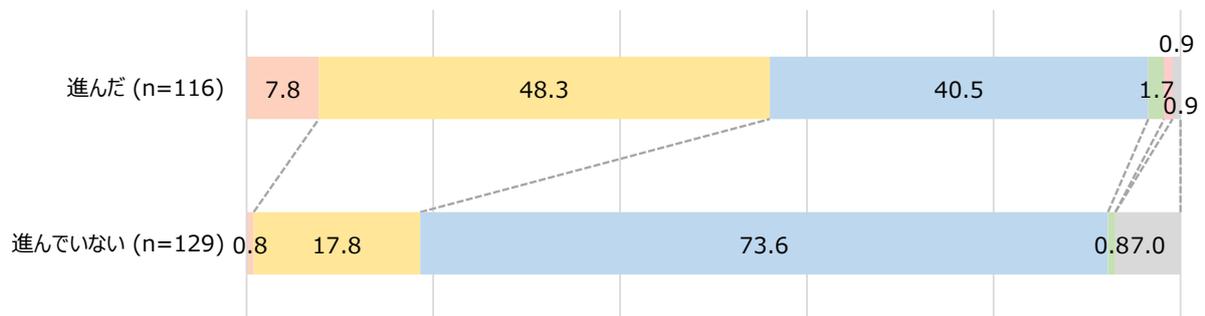
小売業 (n=140 ※無回答を除く)

(単位：%)



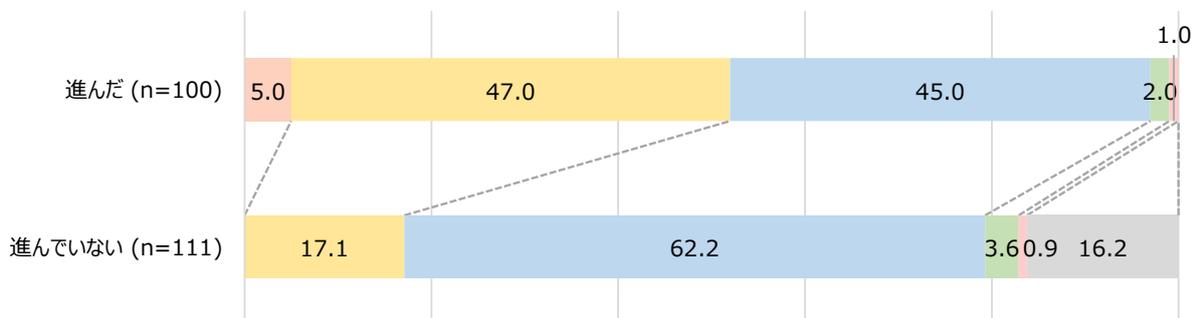
サービス業 (n=245 ※無回答を除く)

(単位：%)



その他 (n=211 ※無回答を除く)

(単位：%)



■ 大きくプラスの影響
 ■ ある程度プラスの影響
 ■ どちらとも言えない
■ ある程度マイナスの影響
 ■ 大きくマイナスの影響
 ■ 無回答

6.デジタル化に取り組むうえで得た効果（複数回答）

デジタル化に取り組むうえで得た効果について、「社内業務の効率化」（49.9％）の割合が最も高く、「コスト削減」（23.9％）、「働き方の改革（標準化、脱属人化等）」（18.4％）、「顧客満足度向上」（15.2％）と続いている。「特に効果はない」（24.6％）にとどまり、全体の約8割が何らかの効果を得ている。

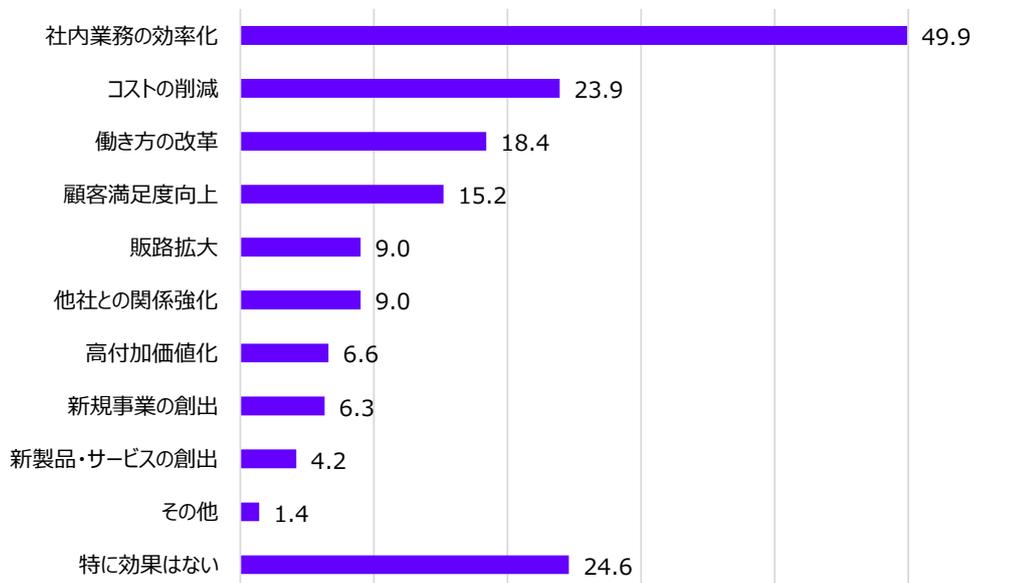
規模別に見ると、回答率上位3項目（「社内業務の効率化」、「コスト削減」、「働き方の改革（標準化、脱属人化等）」）は、規模が大きくなるにつれ回答率が高い。

業種別に見ると、製造業・卸売業では回答率上位3項目で他業種よりも総じて高い効果を得ている。小売業（24.8％）では「顧客満足度向上」の割合が高い。

表 6-1 デジタル化に取り組むうえで得た効果 (n=1,150)

デジタル化に取り組むうえで得た効果	件数	回答率
社内業務の効率化	574	49.9%
コストの削減	275	23.9%
働き方の改革（標準化、脱属人化等）	212	18.4%
顧客満足度向上	175	15.2%
既存の製品・サービスの販路拡大	104	9.0%
他社との関係強化	103	9.0%
既存の製品・サービスの高付加価値化	76	6.6%
新規事業の創出	72	6.3%
新製品・サービスの創出	48	4.2%
その他	16	1.4%
特に効果はない	283	24.6%

図 6-1 デジタル化に取り組むうえでの得た効果 (n=1,150) 単位：％



規模別・業種別

図 6-2

規模別／回答率

(単位：%)

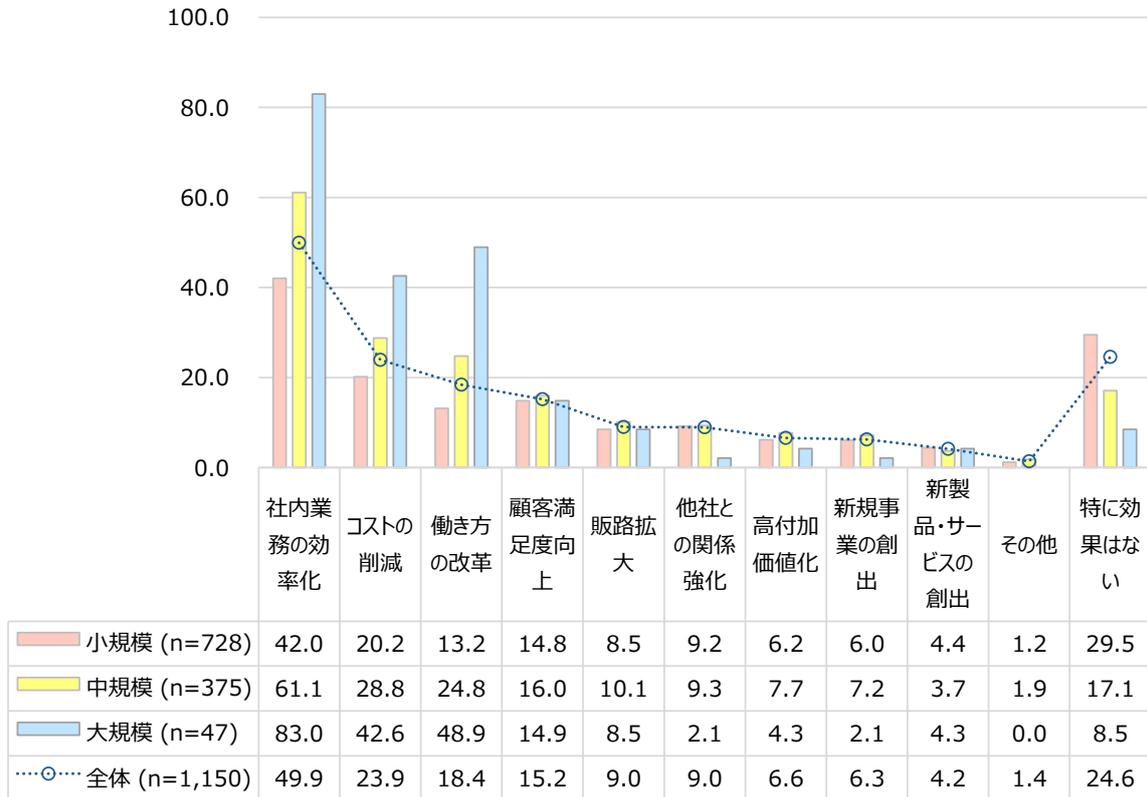
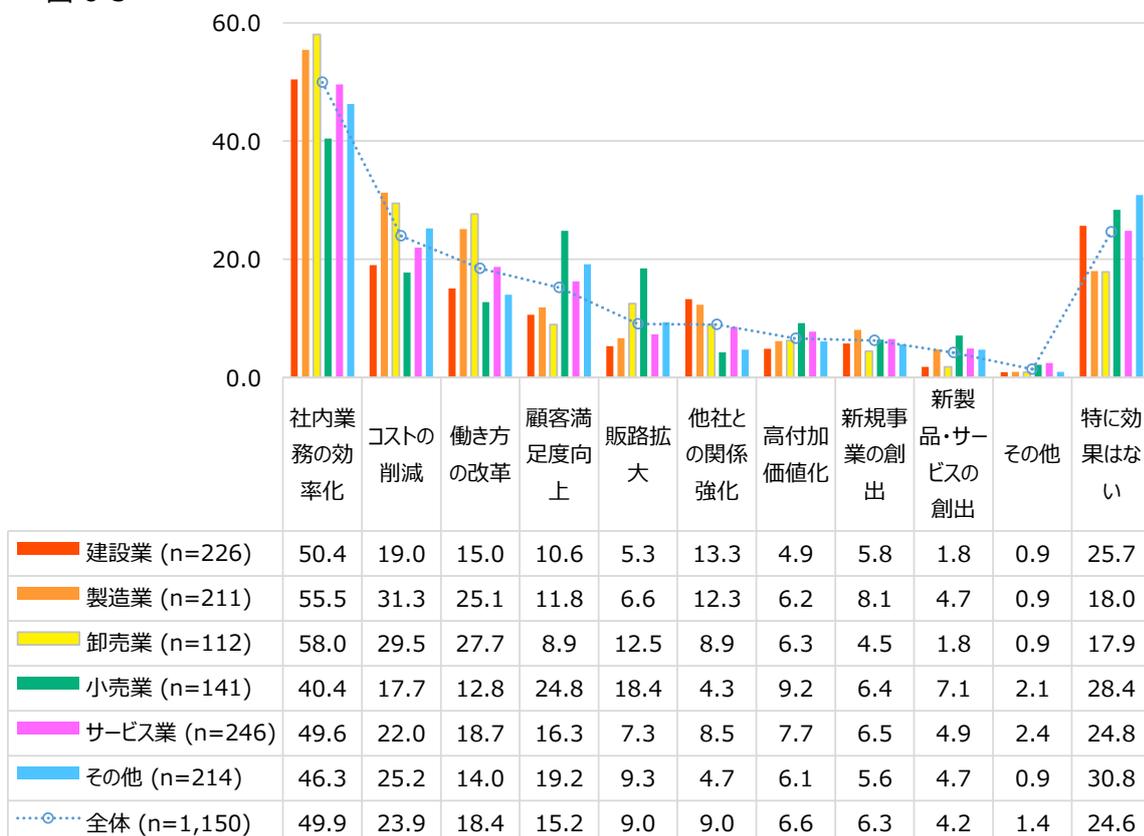


図 6-3

業種別／回答率

(単位：%)



7.デジタル化に対する社内の意識

デジタル化に対する社内の意識について、「全社的に積極的に取り組む文化が定着している」と「積極的に取り組む意識が一部定着しつつある」と回答した割合を合計すると、38.1%となる。

規模別に見ると、規模が大きくなるにつれ「全社的に積極的に取り組む文化が定着している」、「積極的に取り組む意識が一部定着しつつある」とする割合が高い。

業種別に見ると、製造業・サービス業では「全社的に積極的に取り組む文化が定着している」、「積極的に取り組む意識が一部定着しつつある」の合計が同率（40.7%）で他業種より高い割合を示しているが、「アナログな文化・価値観が残っている」とする回答数も一定数見られる。

「デジタル化の進み具合」と「デジタル化に対する社内の意識」との関係を見ると、デジタル化が進んでいる事業所は、進んでいない事業所に比べて、全ての規模・業種においてデジタル化に対する意識が定着している。

図 7-1 デジタル化に対する社内の意識

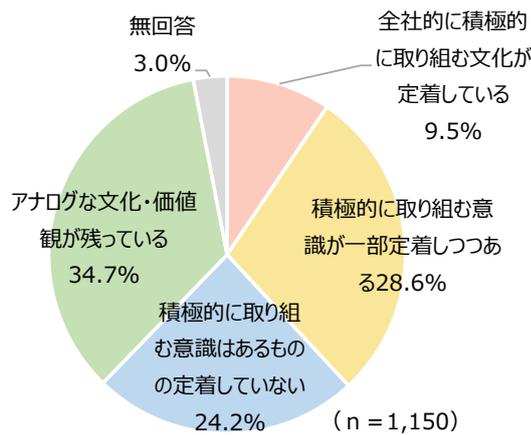


図 7-2

規模別／構成比

(単位：%)

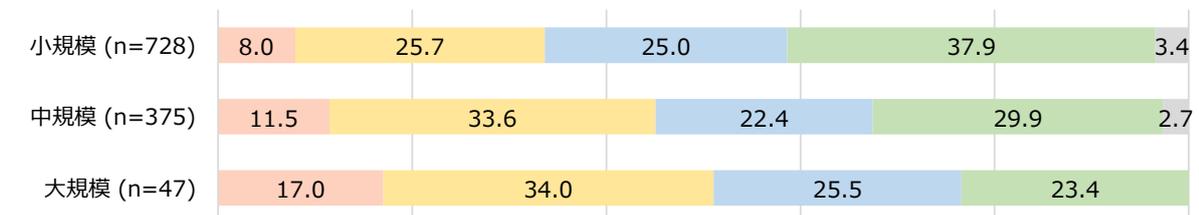
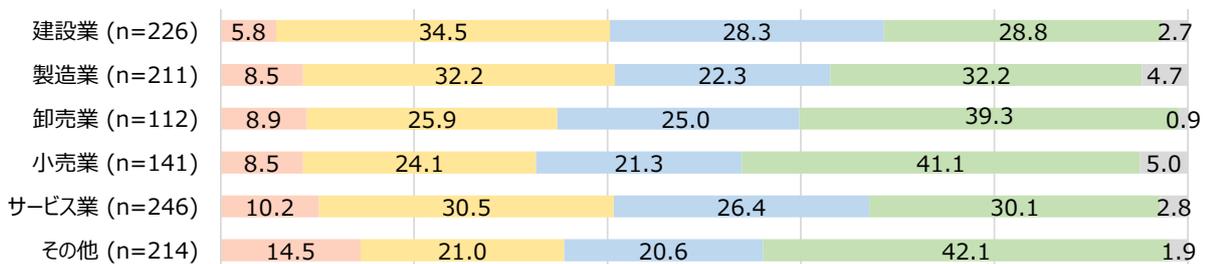


図 7-3

業種別／構成比

(単位：%)



■ 全社的に積極的に取り組む文化が定着している
 ■ 積極的に取り組む意識が一部定着しつつある
 ■ 積極的に取り組む意識はあるものの定着していない
 ■ アナログな文化・価値観が残っている
 ■ 無回答

デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

図 7-4 デジタル化の進み具合／デジタル化に対する社内の意識との関係

全体 (n=1,130 ※無回答を除く)

(単位：%)

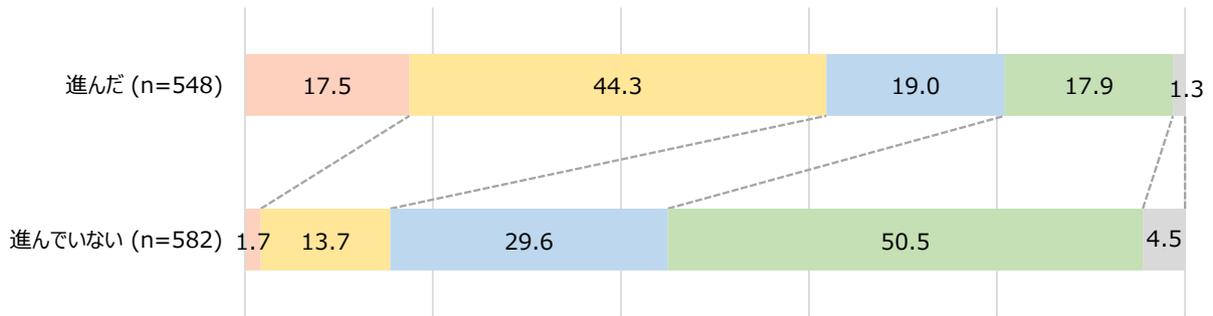
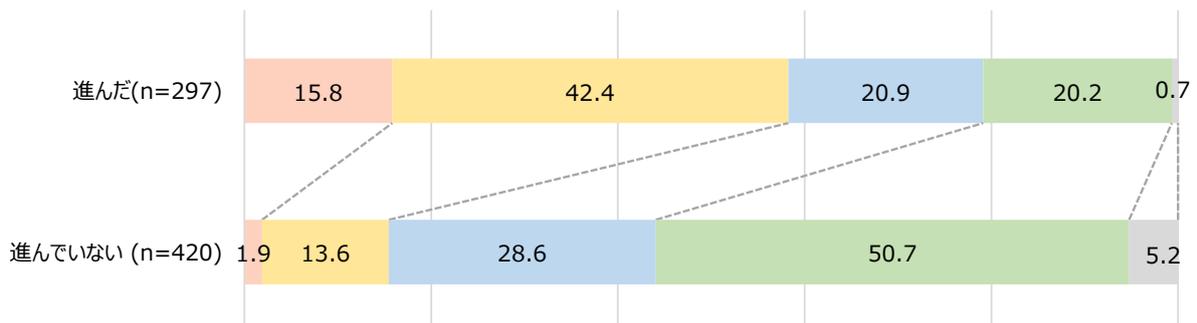


図 7-5 規模別／比較

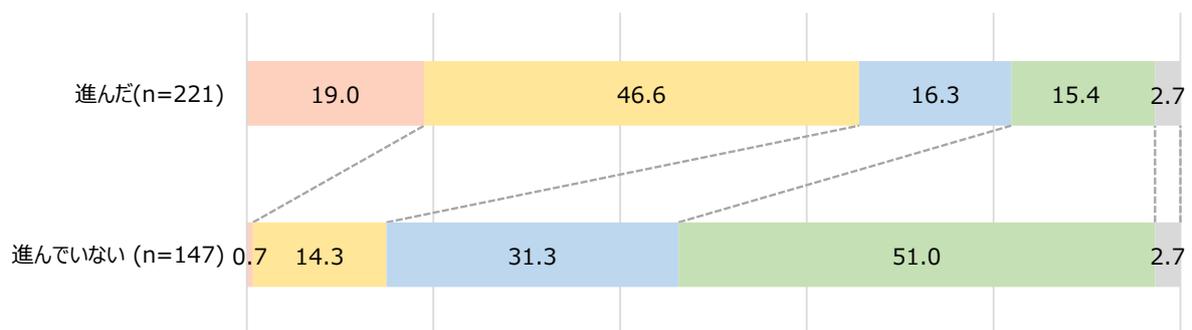
小規模 (n=717 ※無回答を除く)

(単位：%)



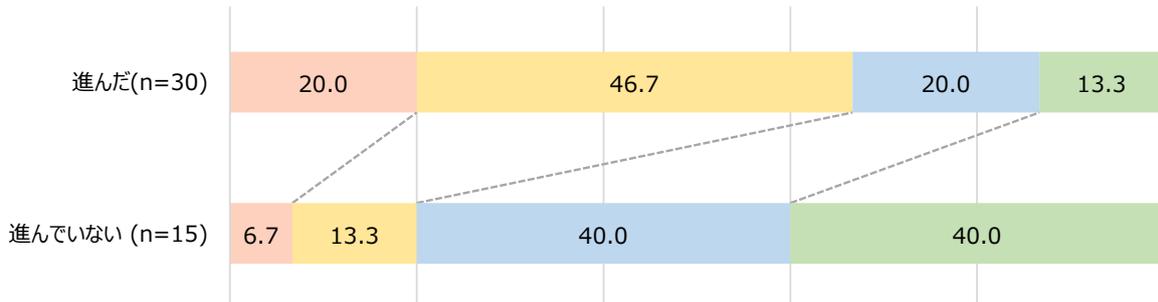
中規模 (n=368 ※無回答を除く)

(単位：%)



大規模 (n=45 ※無回答を除く)

(単位：%)



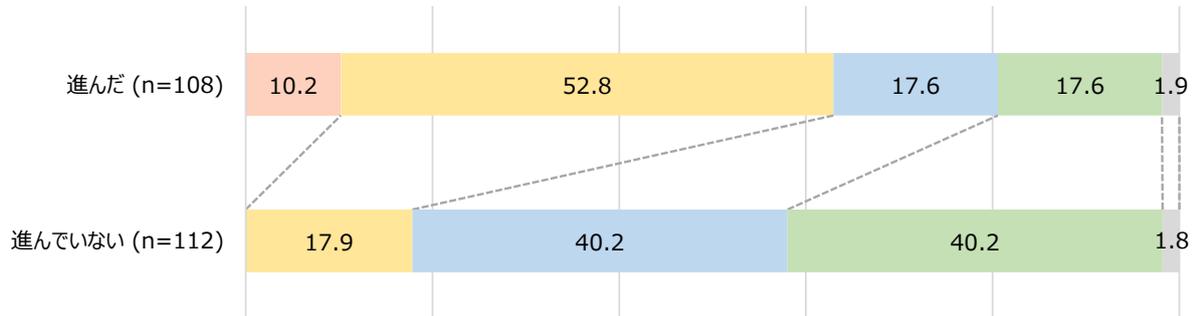
■ 全社的に積極的に取り組む文化が定着している
 ■ 積極的に取り組む意識が一部定着しつつある
 ■ 積極的に取り組む意識はあるものの定着していない
 ■ アナログな文化・価値観が残っている
 ■ 無回答

デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

図 7-6 業種別／比較

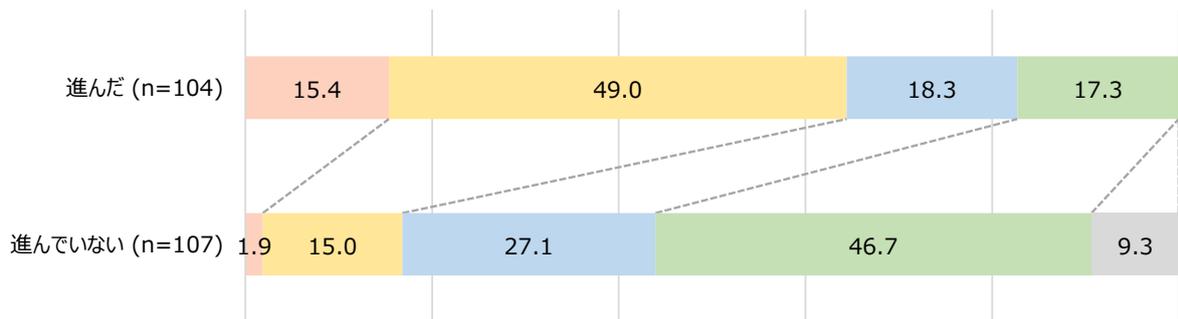
建設業 (n=220 ※無回答を除く)

(単位：%)



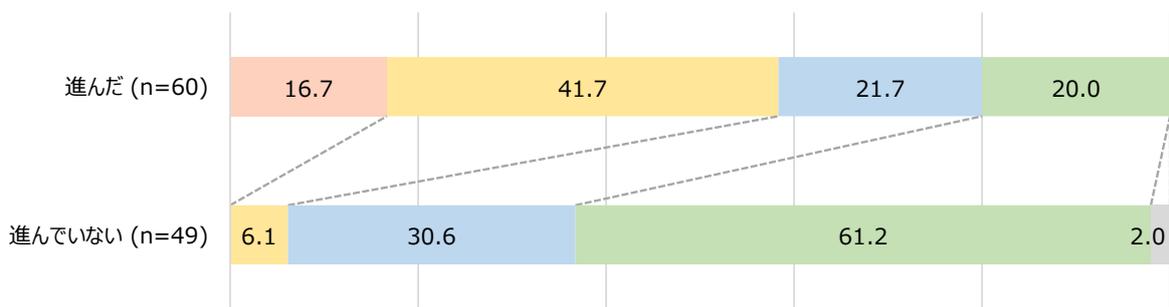
製造業 (n=211)

(単位：%)



卸売業 (n=109 ※無回答を除く)

(単位：%)

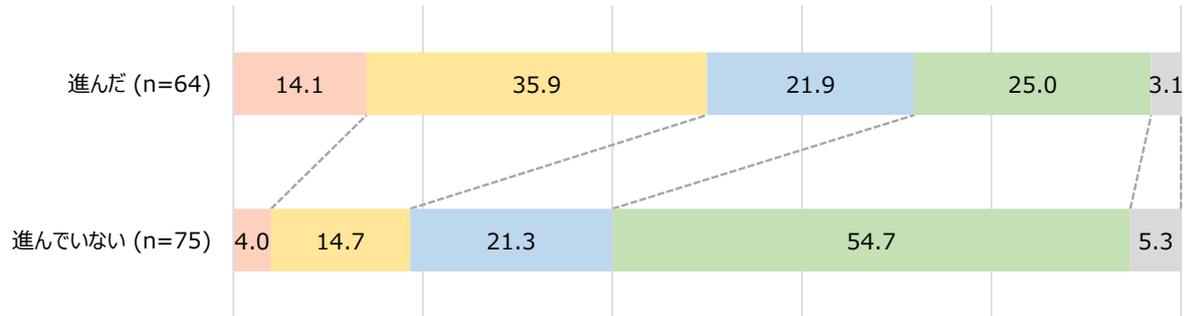


- 全社的に積極的に取り組む文化が定着している
- 積極的に取り組む意識が一部定着しつつある
- 積極的に取り組む意識はあるものの定着していない
- アナログな文化・価値観が残っている
- 無回答

デジタル化の進み具合との関係（クロス集計）

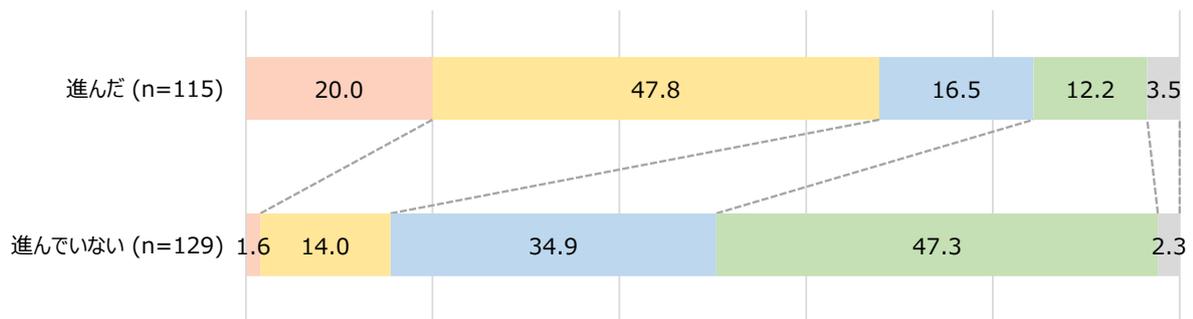
小売業 (n=139 ※無回答を除く)

(単位：%)



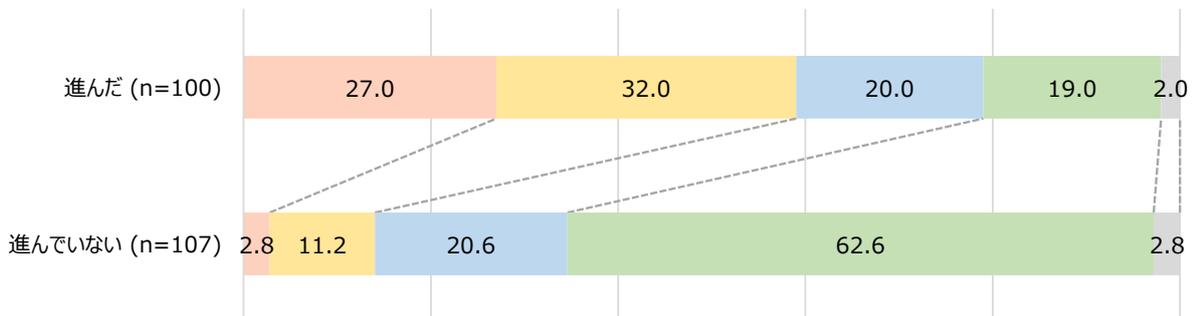
サービス業 (n=244 ※無回答を除く)

(単位：%)



その他 (n=207 ※無回答を除く)

(単位：%)



■ 全社的に積極的に取り組む文化が定着している
 ■ 積極的に取り組む意識が一部定着しつつある
 ■ 積極的に取り組む意識はあるものの定着していない
 ■ アナログな文化・価値観が残っている
 ■ 無回答

8.デジタル化を主体的に進めている担当者

デジタル化を主体的に進めている担当者について、全体では、「経営者が取り組んでいる」(41.3%)の割合が最も高く、「担当者はいない」(27.7%)、「現場の責任者や一般職員などが取り組んでいる」(17.0%)と続いている。

規模別に見ると、大規模では「情報システム担当者などが取り組んでいる」(46.8%)の割合が高く、中規模・小規模では「経営者が取り組んでいる」(38.9%、44.0%)とする割合が高い。

業種別に見ると、サービス業・小売業では「経営者が取り組んでいる」(47.2%、43.3%)で他業種より高い割合を示している。

図 8-1 デジタル化を主体的に進めている担当者

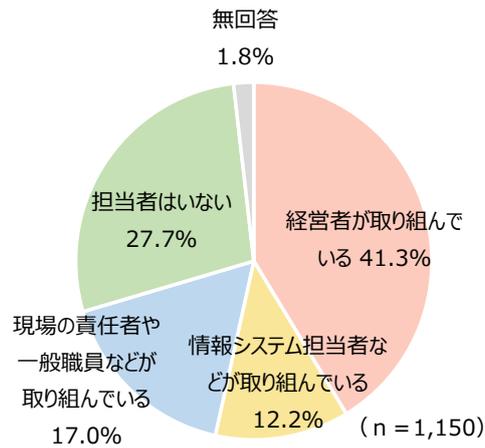


図 8-2

規模別／構成比

(単位：%)

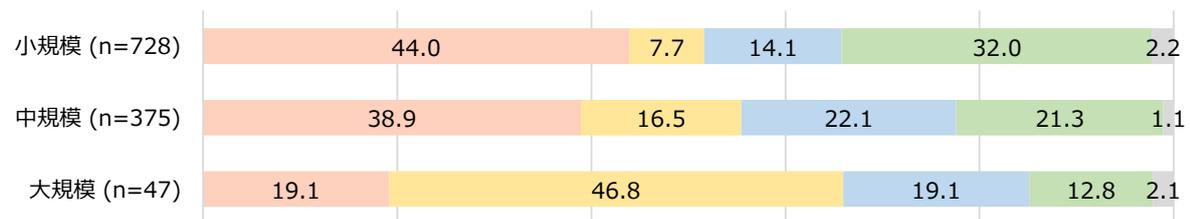
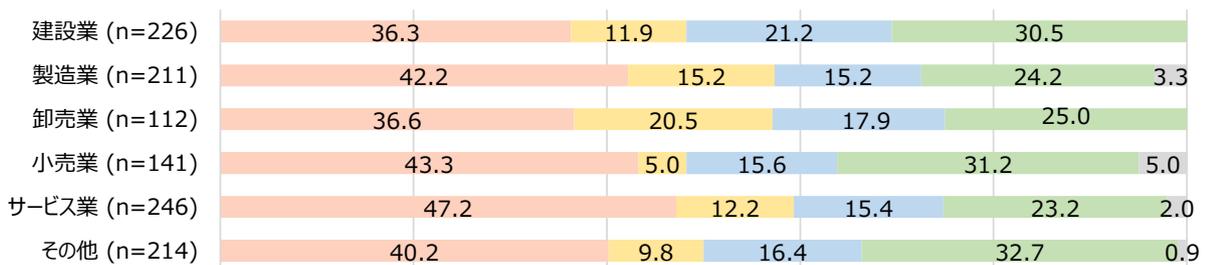


図 8-3

業種別／構成比

(単位：%)



■ 経営者が取り組んでいる
 ■ 情報システム担当者などが取り組んでいる
■ 現場の責任者や一般職員などが取り組んでいる
 ■ 担当者はいない
■ 無回答

デジタル化に対する社内の意識との関係（クロス集計）

「デジタル化を主体的に進めている担当者」と「デジタル化に対する社内の意識」との関係を見ると、経営者、情報システム担当者、現場責任者や一般職員などが主体的に取り組んでいる事業所（全社的に定着＋一部定着）は、過半数が社内の意識としてデジタル化へ取り組む意識が高い。一方、アナログな文化・価値観が残っている事業所は、64.6%が「担当者がいない」と回答しており、デジタル化への取り組みが進んでいないことを示している。

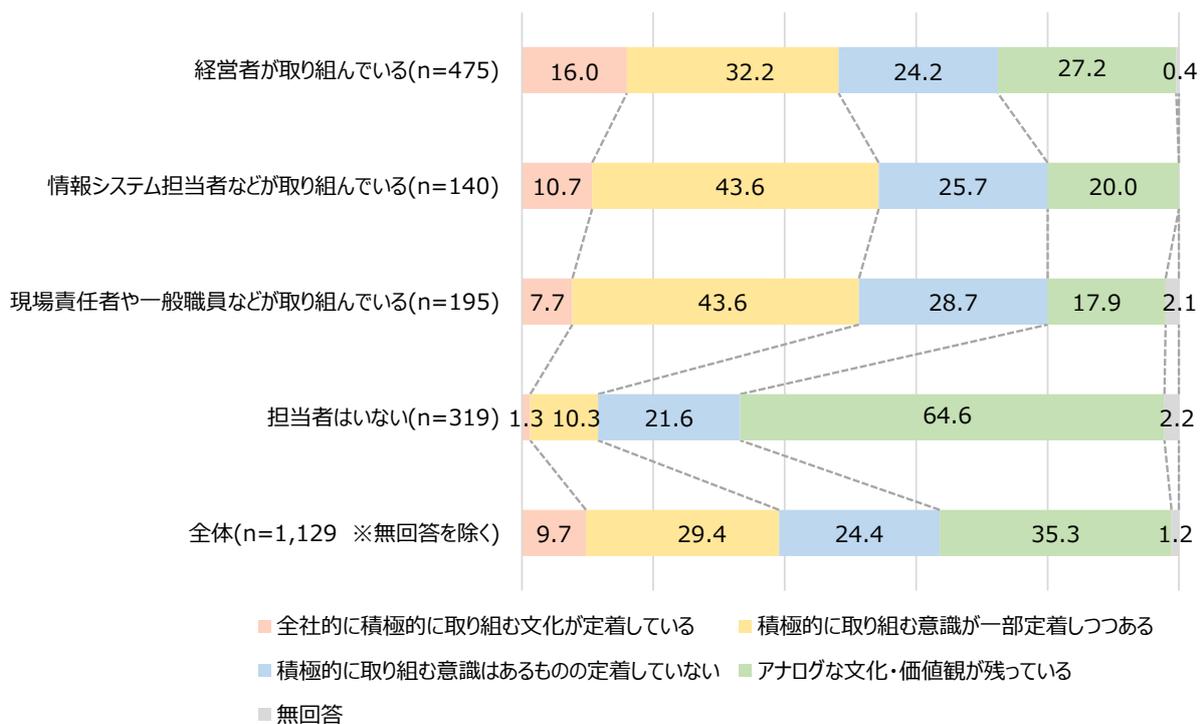
表 8 デジタル化に対する社内の意識との関係

デジタル化に対する社内の意識との関係	全社的に定着	一部定着	定着していない	アナログ文化・価値観	無回答
経営者が取り組んでいる(n=475)	16.0%	32.2%	24.2%	27.2%	0.4%
情報システム担当者などが取り組んでいる(n=140)	10.7%	43.6%	25.7%	20.0%	0.0%
現場責任者や一般職員などが取り組んでいる(n=195)	7.7%	43.6%	28.7%	17.9%	2.1%
担当者がいない(n=319)	1.3%	10.3%	21.6%	64.6%	2.2%
全体(n=1,129 ※無回答を除く)	9.7%	29.4%	24.4%	35.3%	1.2%

図 8-4

デジタル化に対する社内の意識との関係

(単位：%)



9.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）の育成・確保にむけた取り組み（複数回答）

デジタル人材の育成・確保に向けた取り組みについて、「社内・社外研修の充実」（17.6%）の割合が最も高く、「資格取得の推奨・補助」（7.0%）、「社内の配置転換」（4.8%）と続いている。一方で、「特に何も行ってない」の割合は69.1%。

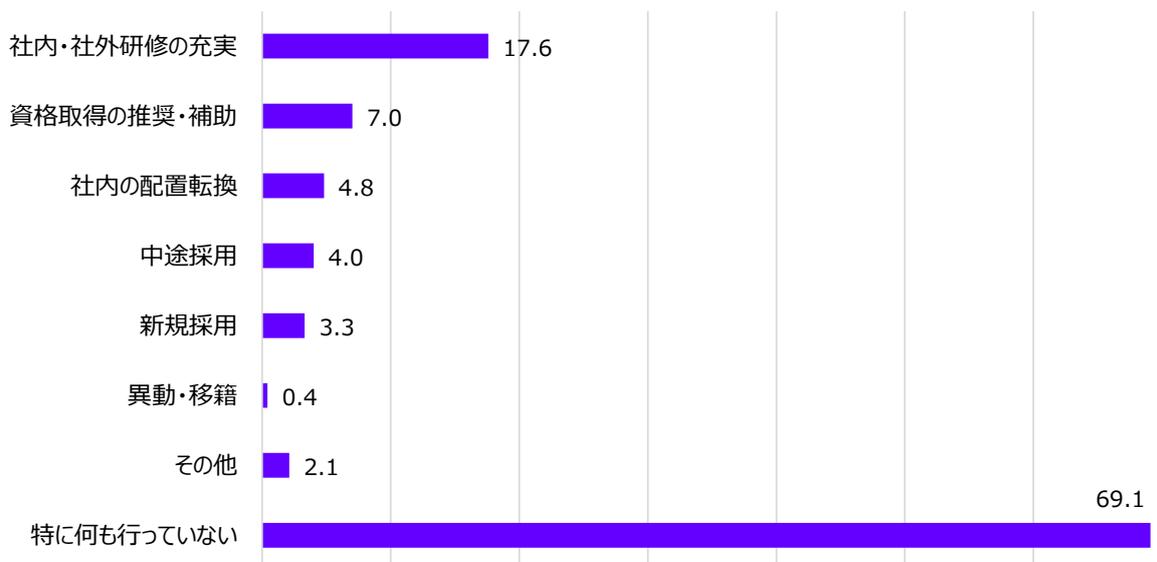
規模別に見ると、規模が大きくなるにつれ回答率が高く、小規模では「特に何も行ってない」（74.5%）の割合が高い。

業種別に見ると、サービス業（22.0%）、製造業（21.3%）では「社内・社外研修の充実」の割合が高く、建設業（11.1%）では「資格取得の推奨・補助」の割合が他業種よりも高い。

表 9-1 デジタル人材の育成・確保に向けた取り組み (n=1,150)

デジタル人材の育成・確保に向けた取り組み	件数	回答率
社内・社外研修の充実	202	17.6%
資格取得の推奨・補助	81	7.0%
社内の配置転換	55	4.8%
デジタル人材の中途採用	46	4.0%
デジタル人材の新規採用	38	3.3%
関連会社からの異動・移籍	5	0.4%
その他	24	2.1%
特に何も行ってない	795	69.1%

図 9-1 デジタル人材の育成・確保に向けた取り組み (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 9-2

規模別／回答率

(単位：%)

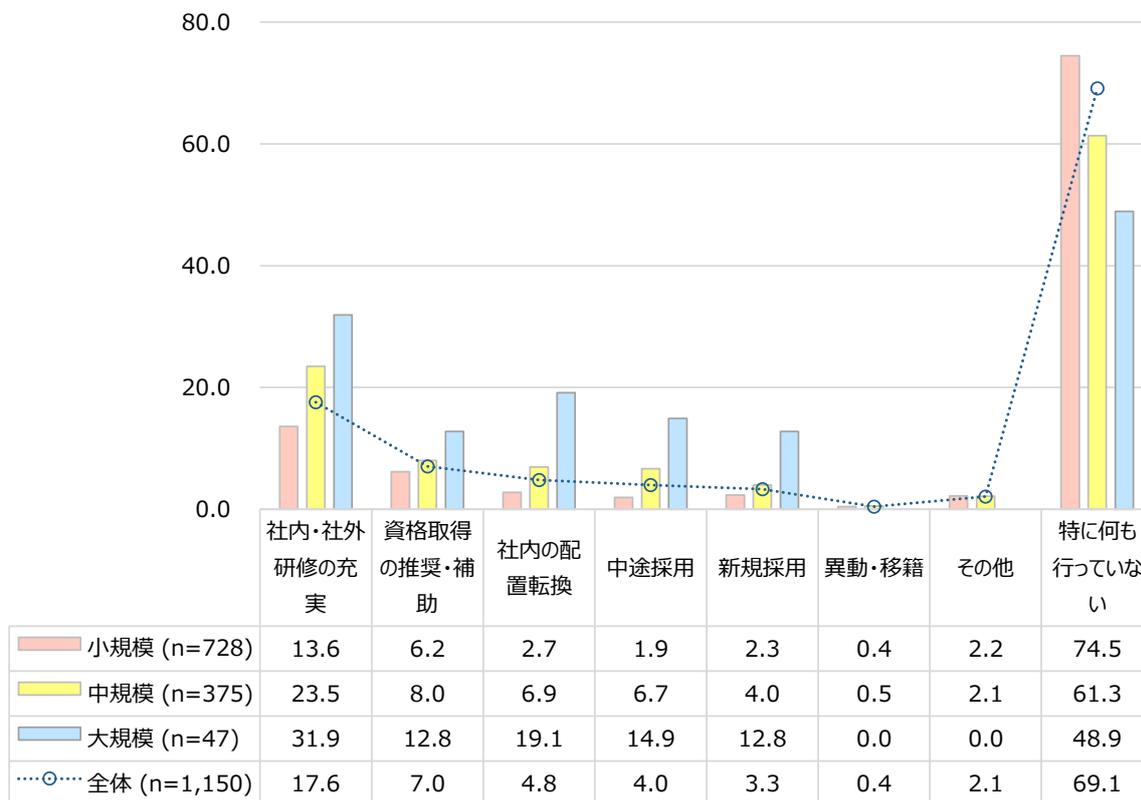
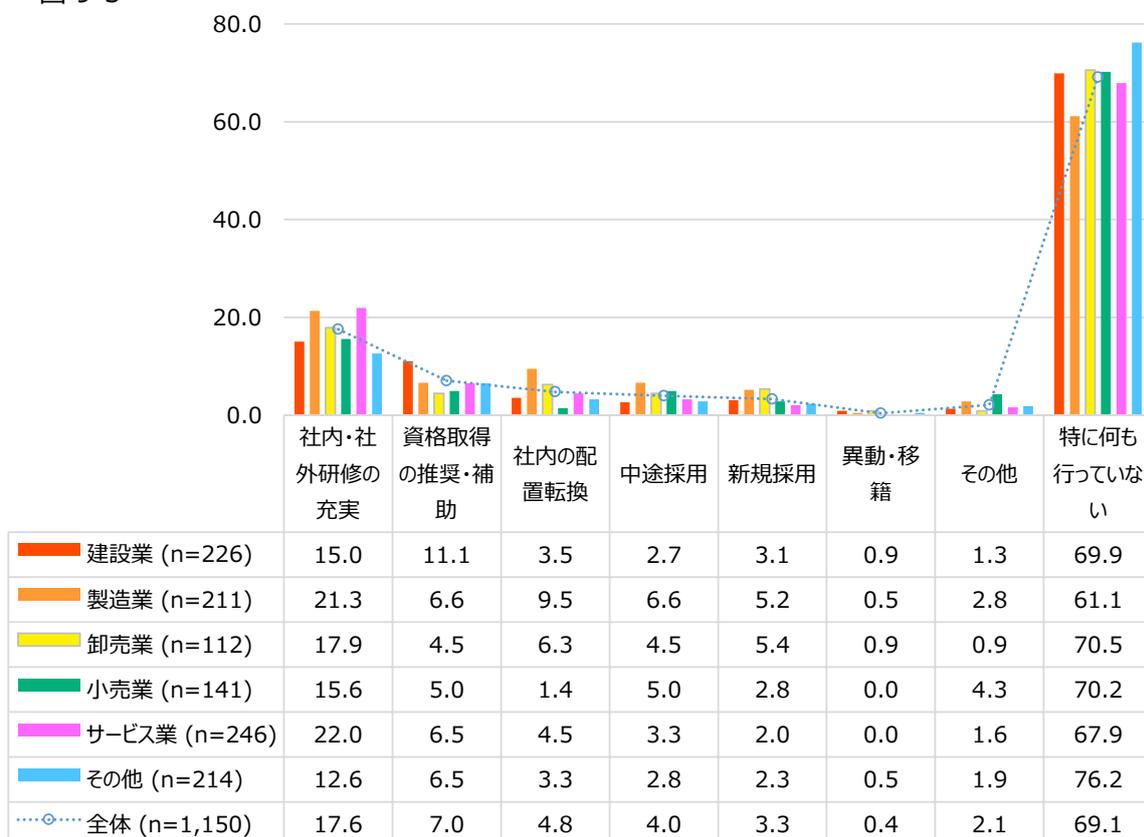


図 9-3

業種別／回答率

(単位：%)



10.デジタル化に取り組むうえでの課題（複数回答）

デジタル化に取り組むうえでの課題について、「デジタル人材の確保や育成」（31.7%）の割合が最も高く、「明確な目的・目標が定まっていない」（27.3%）、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」（23.2%）と続いている。一方で、「特に課題はない」の割合は18.1%。

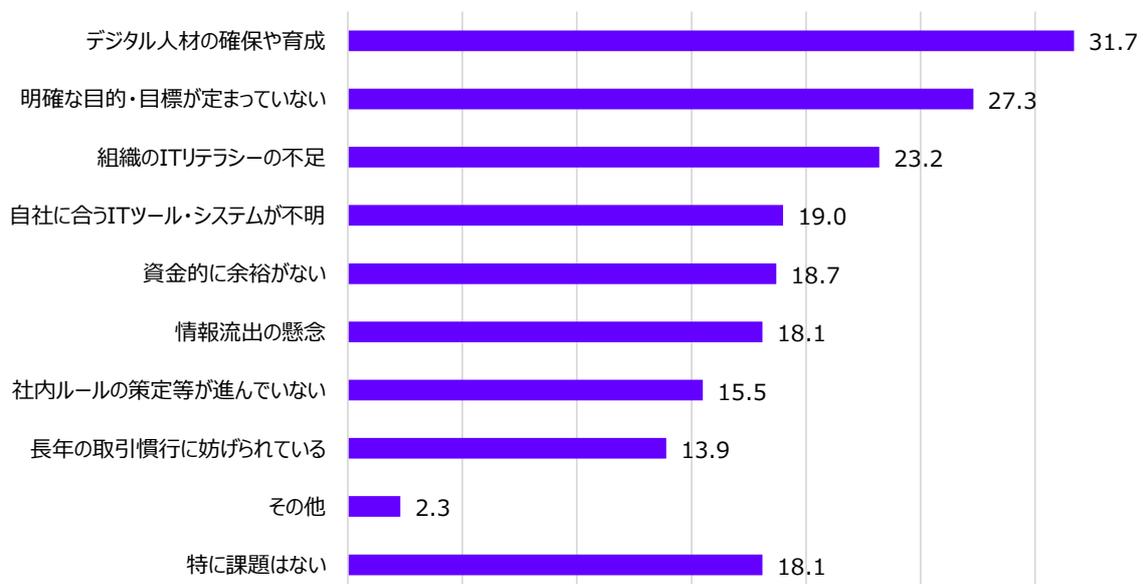
規模別に見ると、大規模・中規模では「デジタル人材の確保や育成」、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」といった人材面での課題の割合が高く、小規模では「明確な目的・目標が定まっていない」、「資金的に余裕がない」といったデジタル化に取り組む目的・目標や資金面における課題の割合が高い。

業種別に見ると、製造業では各回答において高い割合を示している。

表 10-1 デジタル化に取り組むうえでの課題 (n=1,150)

デジタル化に取り組むうえでの課題	件数	回答率
デジタル人材の確保や育成	364	31.7%
明確な目的・目標が定まっていない	314	27.3%
組織のITリテラシー（活用能力）の不足	267	23.2%
自社に合うITツール・システムが不明	218	19.0%
資金的に余裕がない	215	18.7%
情報流出の懸念（セキュリティ不安）	208	18.1%
社内ルールの策定や見直しが進んでいない	178	15.5%
長年の取引慣行に妨げられている	160	13.9%
その他	26	2.3%
特に課題はない	208	18.1%

図 10-1 デジタル化に取り組むうえでの課題 (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 10-2

規模別／回答率

(単位：%)

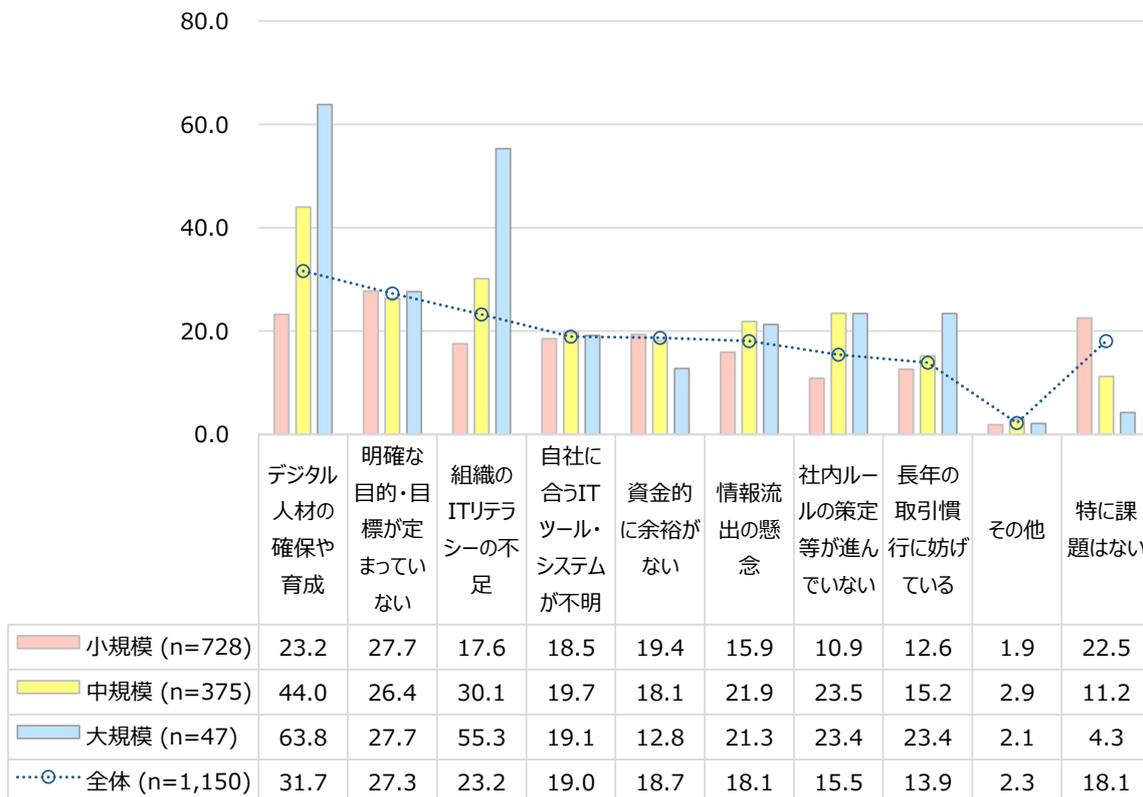
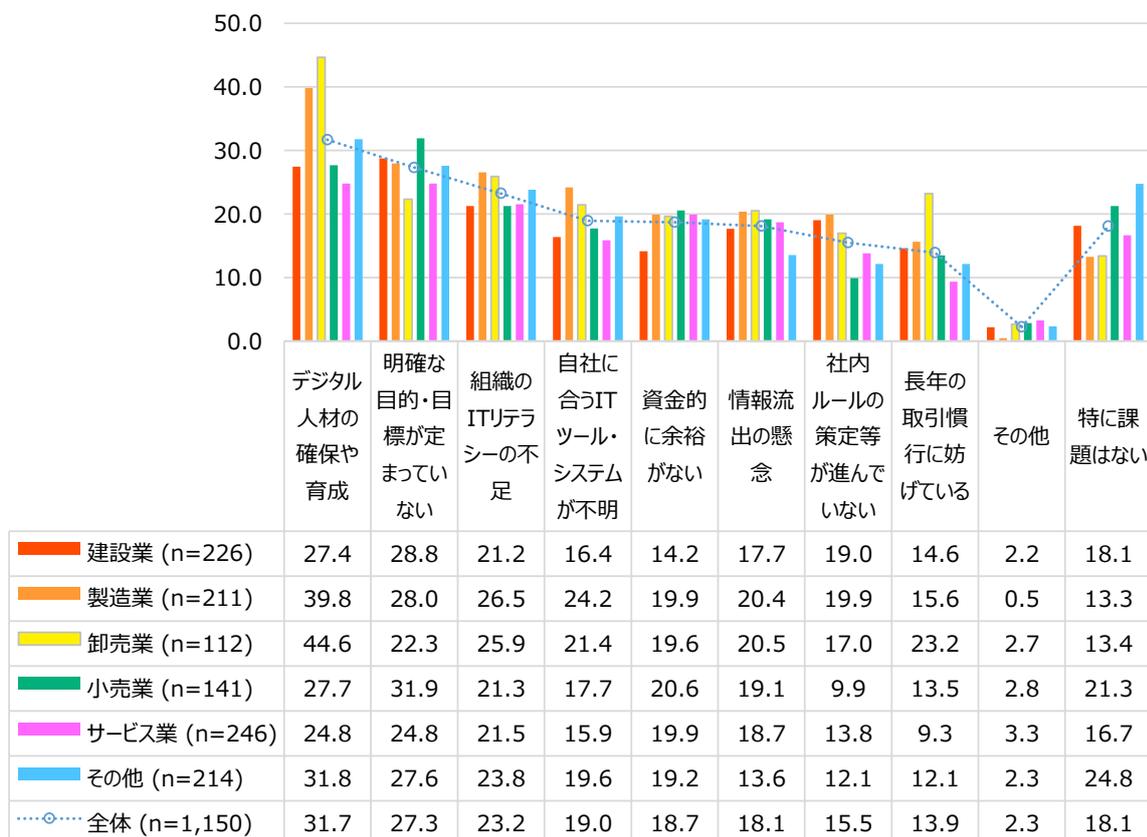


図 10-3

業種別／回答率

(単位：%)



11. デジタル化における相談先（支援先）（複数回答）

デジタル化における相談先（支援先）について、「ITベンダー・販売会社」（26.0%）の割合が最も高く、「取引先・親会社」（21.7%）、「中小企業診断士・公認会計士・税理士等」（18.5%）と続いている。

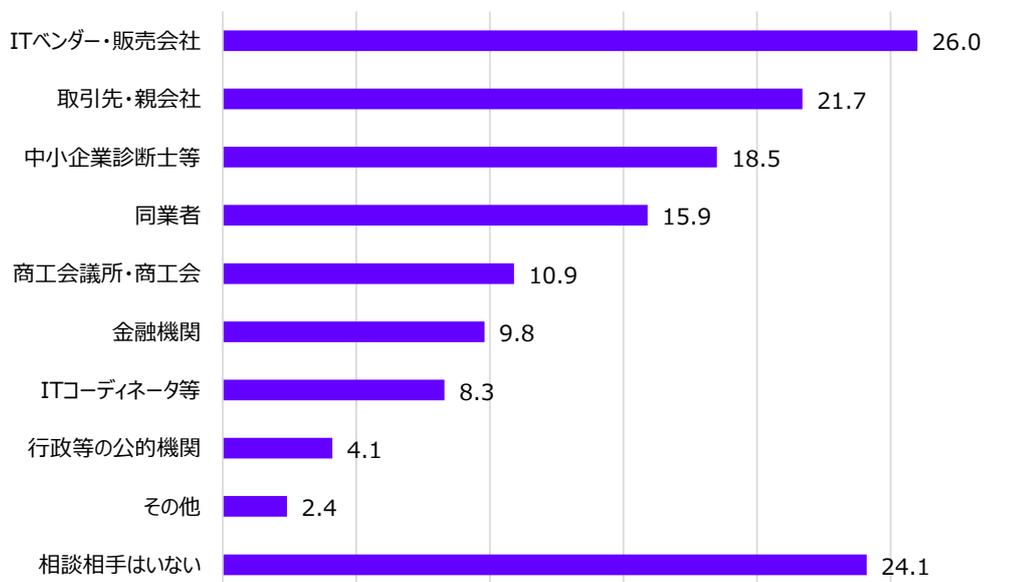
規模別に見ると、大規模では「ITベンダー・販売会社」、中規模では「ITベンダー・販売会社」、「取引先・親会社」、小規模では「取引先・親会社」、「中小企業診断士・公認会計士・税理士等」、「同業者」が主な相談先（支援先）となっている。小規模では「相談相手はいない」（29.0%）の割合が最も高い。

業種別に見ると、業種ごとに様々な相談先（支援先）があるが、特に製造業・卸売業では「ITベンダー・販売会社」の割合が高い。小売業では「相談相手はいない」（30.5%）の割合が最も高い。

表 11-1 デジタル化における相談先（支援先） (n=1,150)

デジタル化における相談先（支援先）	件数	回答率
ITベンダー・販売会社	299	26.0%
取引先・親会社	249	21.7%
中小企業診断士・公認会計士・税理士等	213	18.5%
同業者	183	15.9%
商工会議所・商工会	125	10.9%
金融機関	113	9.8%
ITコーディネータ・ITコンサルタント	95	8.3%
行政等の公的機関	47	4.1%
その他	28	2.4%
相談相手はいない	277	24.1%

図 11-1 デジタル化における相談先（支援先） (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 11-2 規模別／回答率 (単位：%)

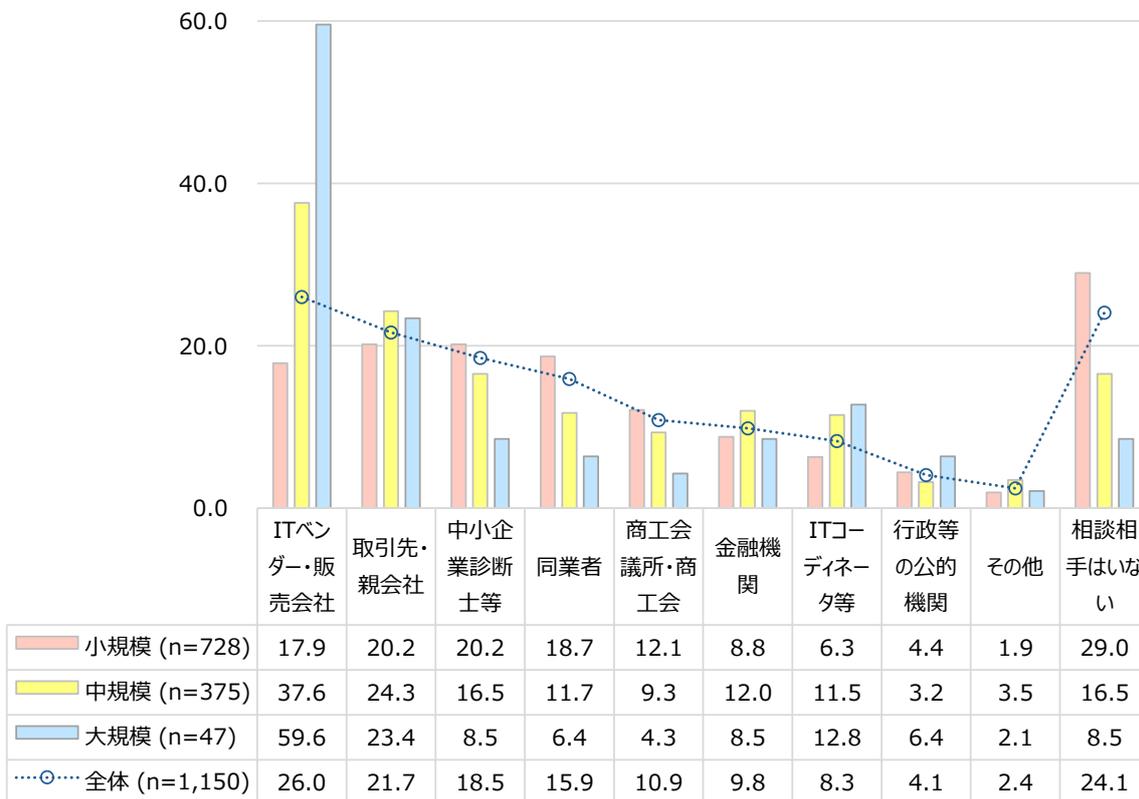
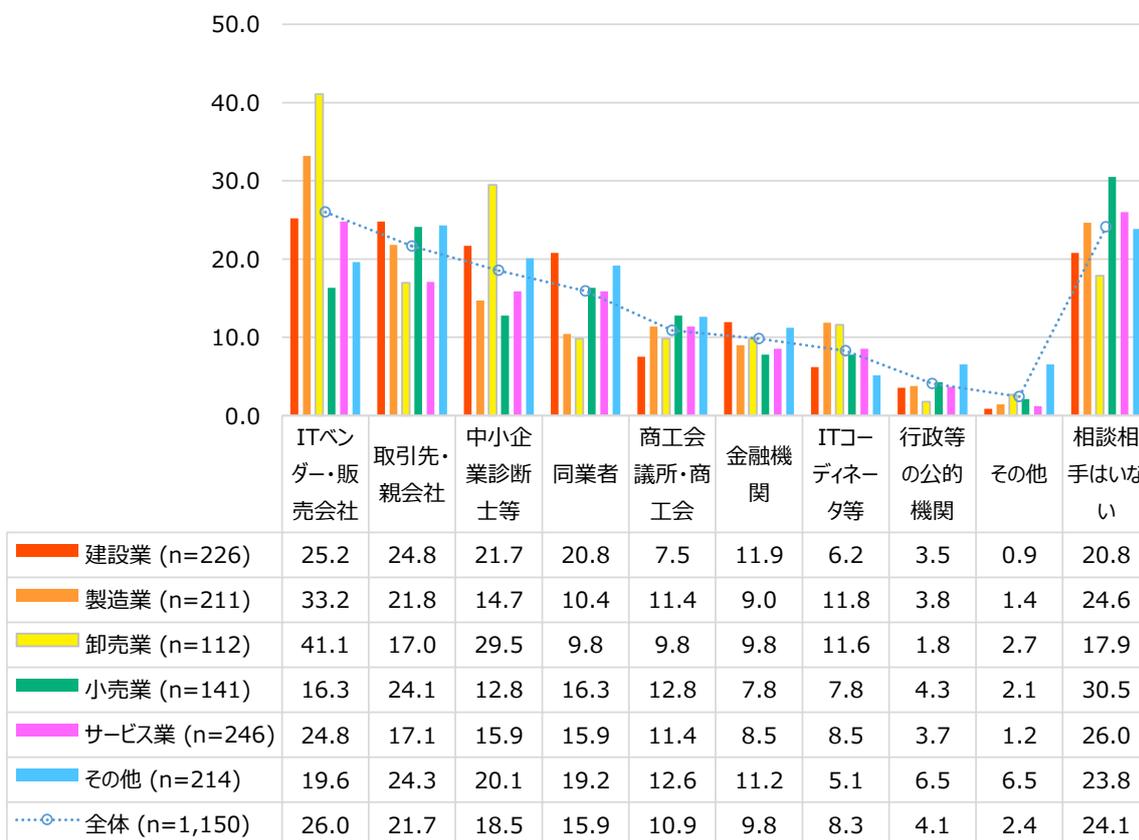


図 11-3 業種別／回答率 (単位：%)



デジタル化を主体的に進めている担当者との関係（クロス集計）

「デジタル化における相談先（支援先）」と「デジタル化を主体的に進めている担当者」との関係を見ると、「経営者が取り組んでいる」と回答した事業所は、「行政等の公的機関」（61.7%）、「商工会議所・商工会」（52.8%）、「同業者」（47.0%）と回答した割合が高い。次に、「情報システム担当者などが取り組んでいる」と回答した事業所は、「ITベンダー・販売会社」（23.1%）、「ITコーディネータ・ITコンサルタント」（22.1%）、「金融機関」（17.7%）と回答した割合が高い。続いて、「現場責任者や一般職員などが取り組んでいる」と回答した事業所は、「取引先・親会社」（23.3%）、「同業者」（21.9%）、「ITコーディネータ・ITコンサルタント」（20.0%）と回答した割合が高い。一方、「担当者はいない」と回答した事業所では、「相談相手はいない」（42.6%）と回答した割合が目立つ。

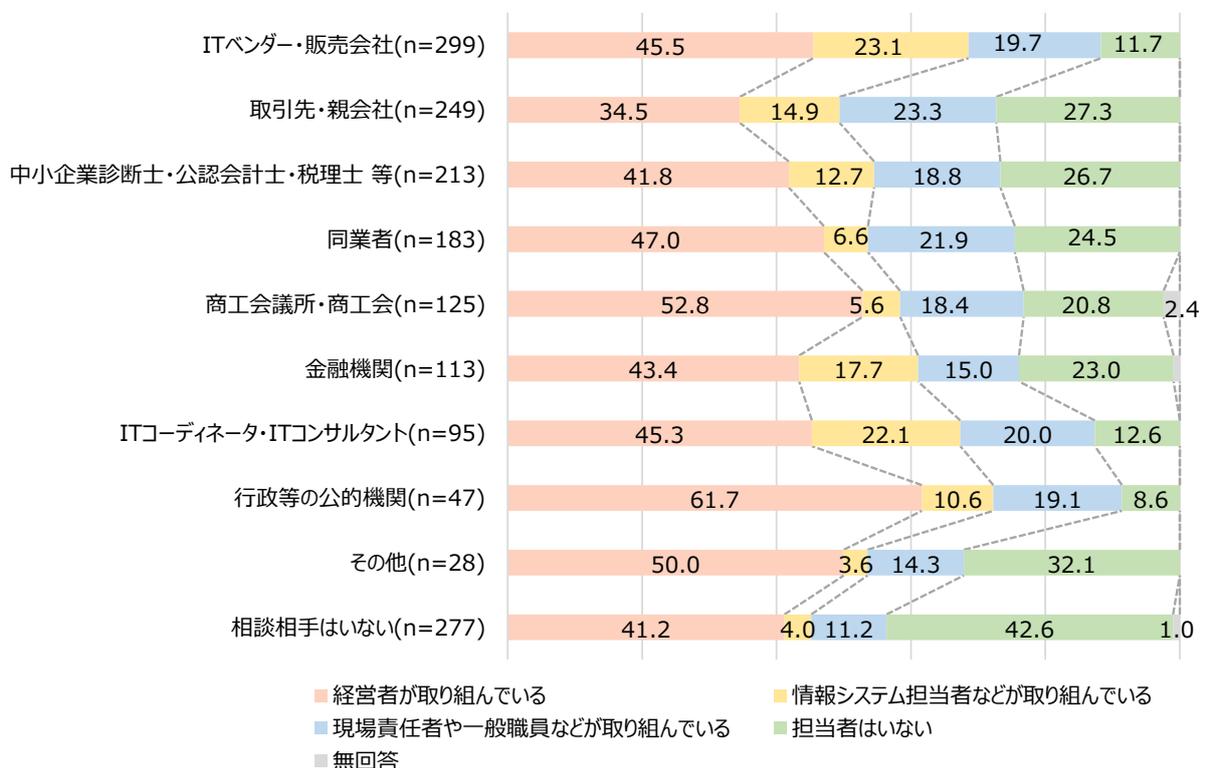
表 11-2 デジタル化を主体的に進めている担当者との関係

デジタル化を主体的に進めている担当者との関係	経営者	情報システム担当者	現場責任者一般職	担当者はいない	無回答
ITベンダー・販売会社(n=299)	45.5%	23.1%	19.7%	11.7%	0.0%
取引先・親会社(n=249)	34.5%	14.9%	23.3%	27.3%	0.0%
中小企業診断士・公認会計士・税理士 等(n=213)	41.8%	12.7%	18.8%	26.7%	0.0%
同業者(n=183)	47.0%	6.6%	21.9%	24.5%	0.0%
商工会議所・商工会(n=125)	52.8%	5.6%	18.4%	20.8%	2.4%
金融機関(n=113)	43.4%	17.7%	15.0%	23.0%	0.0%
ITコーディネータ・ITコンサルタント(n=95)	45.3%	22.1%	20.0%	12.6%	0.0%
行政等の公的機関(n=47)	61.7%	10.6%	19.1%	8.6%	0.0%
その他(n=28)	50.0%	3.6%	14.3%	32.1%	0.0%
相談相手はいない(n=277)	41.2%	4.0%	11.2%	42.6%	1.0%

図 11-4

デジタル化を主体的に進めている担当者との関係

(単位：%)



(空白)

12. 今後利用したい支援内容（複数回答）

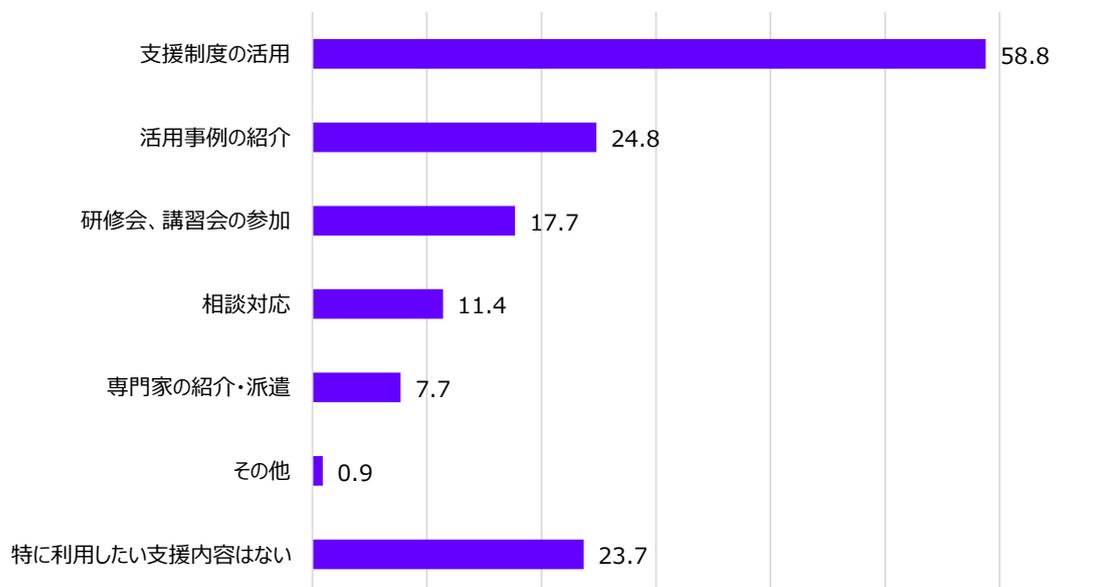
今後利用したい支援内容について、「支援制度（補助金、助成金等）の活用」（58.8%）の割合が最も高く、「活用事例の紹介」（24.8%）、「研修会、講習会の参加」（17.7%）と続いている。一方で、「特に利用したい支援内容はない」の割合は23.7%。

規模・業種別ともに、約6割が「支援制度（補助金、助成金等）の活用」を希望している。小規模では、約3割が「特に利用したい支援内容はない」と回答している。

表 12 今後利用したい支援内容 (n=1,150)

今後利用したい支援内容	件数	回答率
支援制度（補助金、助成金等）の活用	676	58.8%
活用事例の紹介	285	24.8%
研修会、講習会の参加	204	17.7%
相談対応	131	11.4%
専門家の紹介・派遣	89	7.7%
その他	10	0.9%
特に利用したい支援内容はない	272	23.7%

図 12-1 今後利用したい支援内容 (n=1,150) 単位：%



規模別・業種別

図 12-2

規模別／回答率

(単位：%)

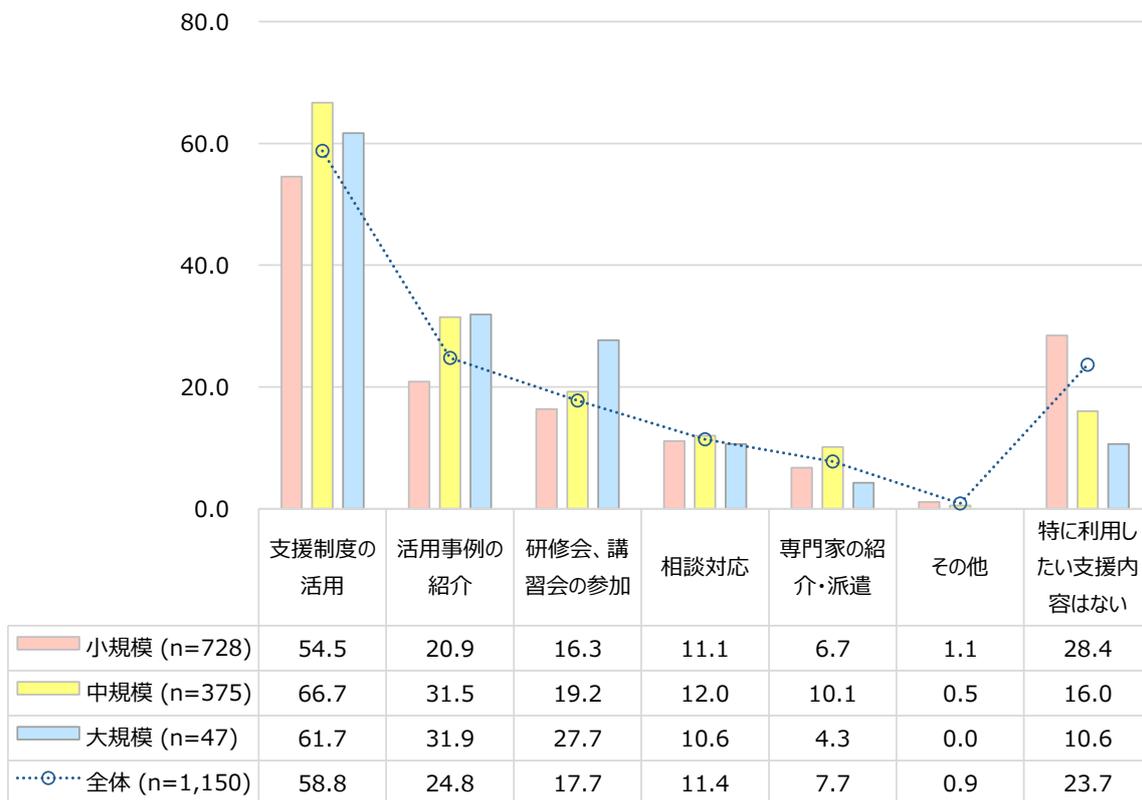
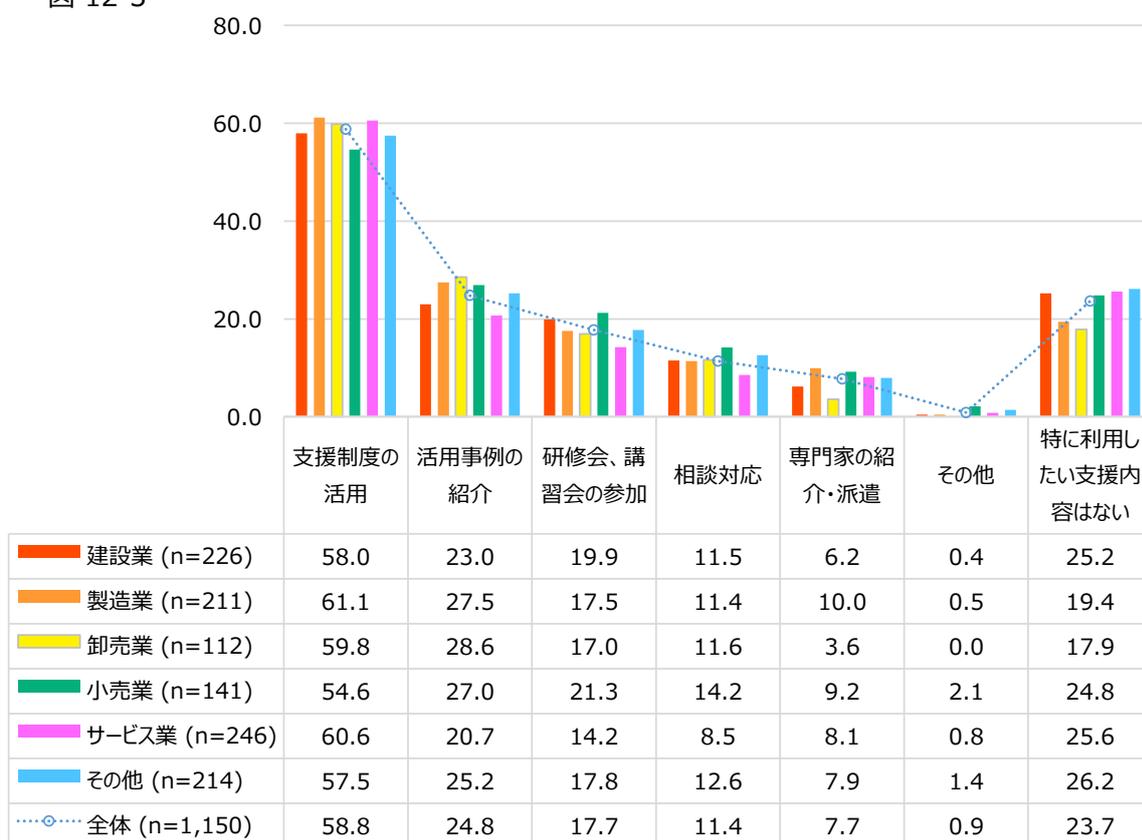


図 12-3

業種別／回答率

(単位：%)



Ⅲ. まとめ

1. デジタル化を事業方針に明確化、社内の意識改革を実施

デジタル化の方針・目標を自社の事業方針において明確にし、社内の意識改革を行うことが重要である。デジタル化は、全社的・経営的な視点から自社の課題整理などを行い、社内や生産現場の個別作業などの対応可能なものから段階的に進めていくことが必要である。これらの対応として、当地でデジタル化を進めている中小企業の事例を発掘し、同業種の事例や身近な事例の紹介を行うなどの社内の意識改革を醸成するきっかけづくりが必要と考える。

2. 当地事業所のデジタル化推進に向けて

(1) デジタル人材育成・確保への対応

デジタル人材育成は、「社内・社外研修の実施」、「情報処理技術者試験などの資格取得」が中心であるが、デジタルは対象範囲が広く、日々変化することから、継続的な育成が必要である。当所では、デジタル化に関連したセミナーとして、「姫路市中小企業デジタル化推進セミナー」などを開催している。社内のデジタル化を推進する人材育成に寄与するべく、今後も当地事業所のニーズに沿ったセミナーを開催していく。また、人材確保は、ハローワークなどの人材採用・確保を行う支援機関と連携しながら、人材不足解消に向け当地事業所へ情報提供を行っていく。

(2) 適切なツール・システムの導入

デジタル化を具体的に進める際に、限られた人的資源、費用などを考慮して、ツール・システムの能力、役割を理解したうえで、適切に活用する必要がある。「自社に合うITツール・システムが不明」とする事業所においては、事前の情報収集として、公的支援機関の支援メニューや専門的な知識を有するITベンダーなどを活用して、自社の体制や業務に応じたツール・システムの導入を目指す必要がある。

(3) 補助金・助成金などの支援制度の周知、継続的な支援

社内のデジタル化をサポートする補助金・助成金は、IT導入補助金、姫路市産業デジタル化補助金などが募集された。ウィズコロナ・ポストコロナを見据え、事業所にとって、申請手続きの簡素化や使い勝手の良い、申請ハードルが低い補助金・助成金の支援により、今後も、新たな挑戦に対し後押しすることが必要である。また、パソコン、タブレットなどのハード面だけではなく、デジタル人材育成の観点から研修費用や資格取得費用などのソフト面においても対応できる補助金・助成金の支援拡充が必要と考える。当所としては、当地事業所に対し、補助金・助成金などの支援制度の周知や申請書・計画書の作成に対するアドバイスなどを継続して行っていく。

(4) 相談先（支援先）の活用

相談先（支援先）に関する質問に対して、「相談相手はいない」とする事業所へは、当商工会議所内の姫路ものづくり支援センター（姫路市と共同設置）に配置するITコーディネータによる相談窓口などを活用することが必要と考える。

3. 最後に

支援機関やITベンダーなどと連携し、当地事業所の多岐にわたる経営課題に対して、きめ細かなアドバイスをし、取り組み段階（未導入段階、効率化段階、高付加価値創出段階【P1.フロー図参照】）に応じたデジタル化支援を行っていく。

資料編

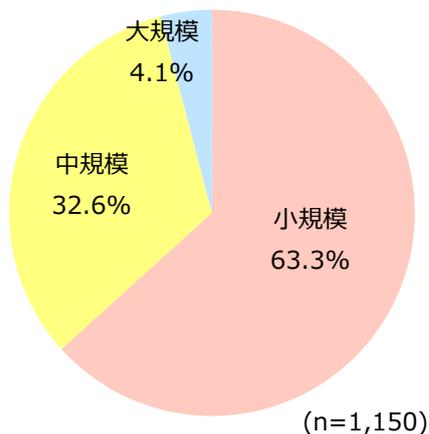
回答事業所の属性（規模・業種）

回答事業所の属性

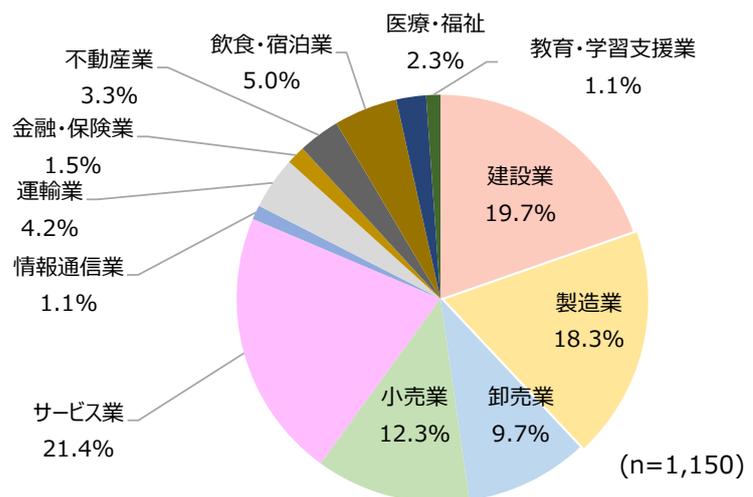
上段：件数 下段：構成比

業種別／規模別	小規模	中規模	大規模	全体 (n=1,150)
建設業(n=226)	195 86.3%	30 13.3%	1 0.4%	226 19.7%
製造業(n=211)	133 63.0%	71 33.6%	7 3.3%	211 18.3%
卸売業(n=112)	36 32.1%	70 62.5%	6 5.4%	112 9.7%
小売業(n=141)	93 66.0%	37 26.2%	11 7.8%	141 12.3%
サービス業(n=246)	139 56.5%	98 39.8%	9 3.7%	246 21.4%
その他(n=214)	132 61.7%	69 32.2%	13 6.1%	214 18.6%
情報通信業(n=13)	8 61.5%	5 38.5%	0 0.0%	13 1.1%
運輸業(n=48)	30 62.5%	15 31.3%	3 6.3%	48 4.2%
金融・保険業(n=17)	13 76.5%	1 5.9%	3 17.6%	17 1.5%
不動産業(n=38)	36 94.7%	2 5.3%	0 0.0%	38 3.3%
飲食・宿泊業(n=58)	29 50.0%	24 41.4%	5 8.6%	58 5.0%
医療・福祉(n=27)	9 33.3%	16 59.3%	2 7.4%	27 2.3%
教育・学習支援業(n=13)	7 53.8%	6 46.2%	0 0.0%	13 1.1%
全体(n=1,150)	728 84.9%	375 43.8%	34 4.0%	1,150 100.0%

(1) 規模



(2) 業種

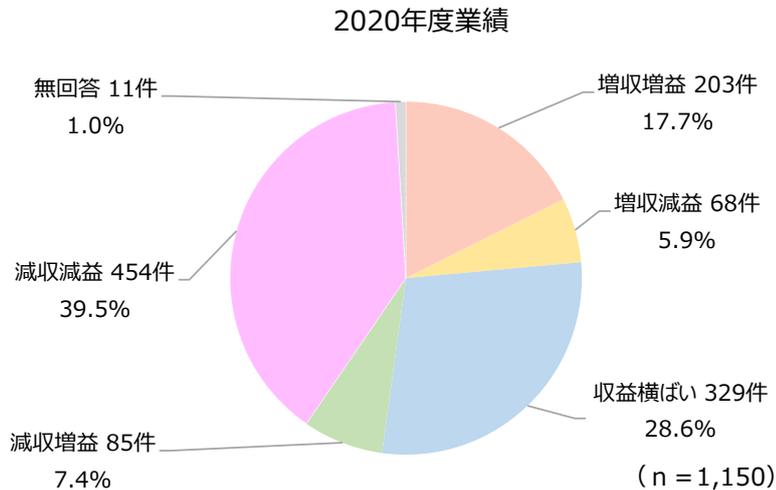


回答事業所の属性（2020年度業績）

2020年度の業績について、「増収増益」と回答した割合は17.7%、「増収減益」が5.9%、「収益横ばい」が28.6%、「減収増益」が7.4%、「減収減益」が39.5%となっている。

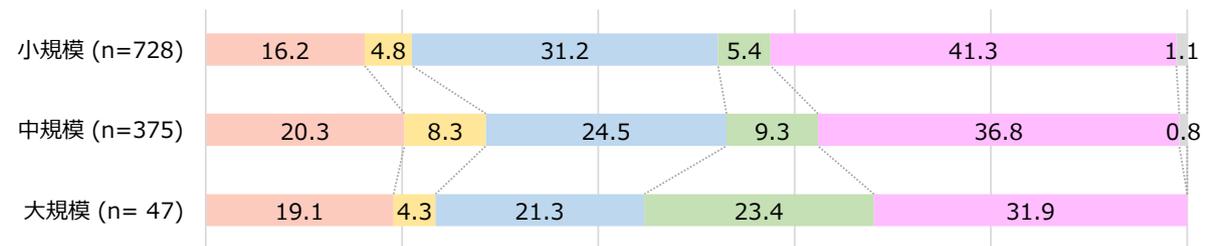
規模別では、中規模で、「増収増益」の割合が高い。

業種別に見ると、「増収増益」と回答した割合が高い上位業種は、小売業（18.4%）、卸売業（17.9%）、サービス業（17.9%）となっている。一方、「減収減益」と回答した業種では、製造業（46.9%）、小売業（46.8%）が高い割合を示している。



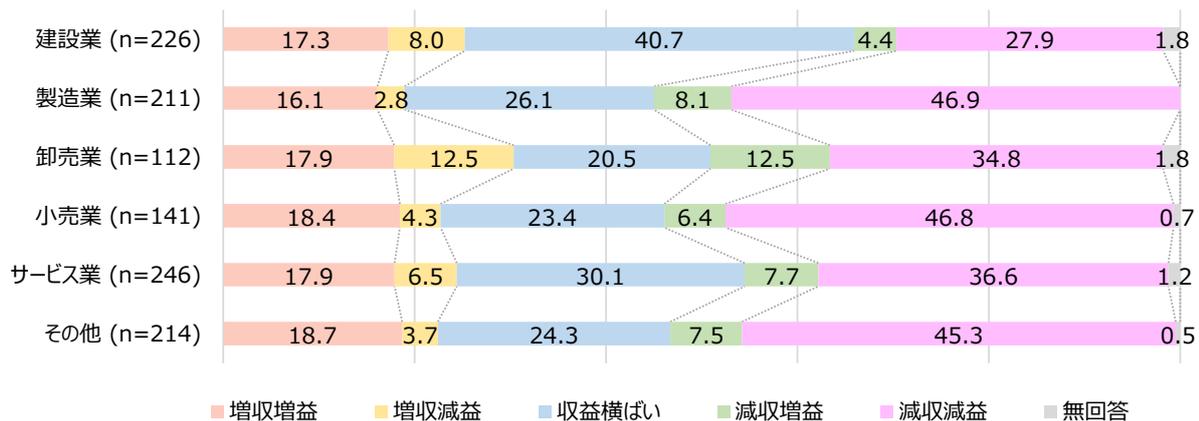
規模別／回答率

(単位：%)



業種別／回答率

(単位：%)

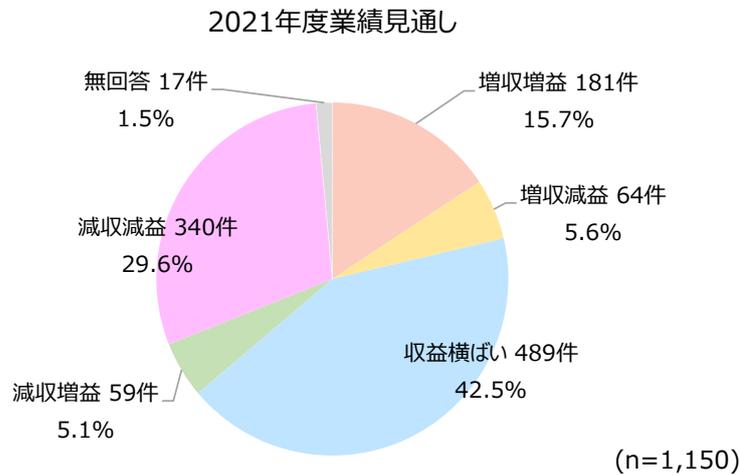


回答事業所の属性（2021年度業績見通し）

2021年度業績見通しについて、「増収増益」と回答した割合は15.7%、「増収減益」が5.6%、「収益横ばい」が42.5%、「減収増益」が5.1%、「減収減益」が29.6%となっている。

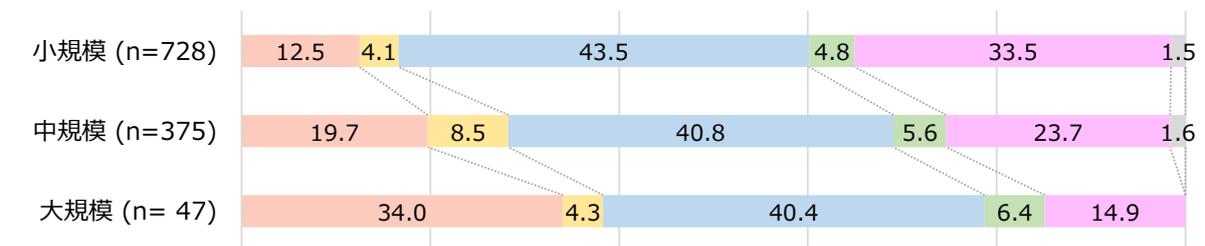
規模別では、規模が大きくなるにつれ、「増収増益」の割合が高い。

業種別に見ると、「増収増益」と回答した割合が高い上位業種は、製造業（19.9%）、卸売業（17.9%）となっている。一方、「減収減益」と回答した業種では、小売業（37.6%）、建設業（28.3%）が高い割合を示している。



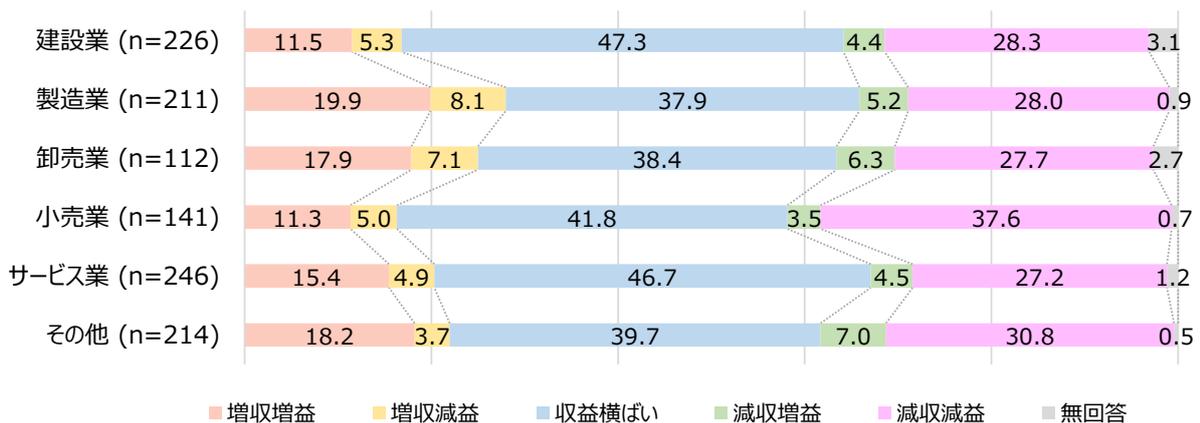
規模別／回答率

(単位：%)



業種別／回答率

(単位：%)

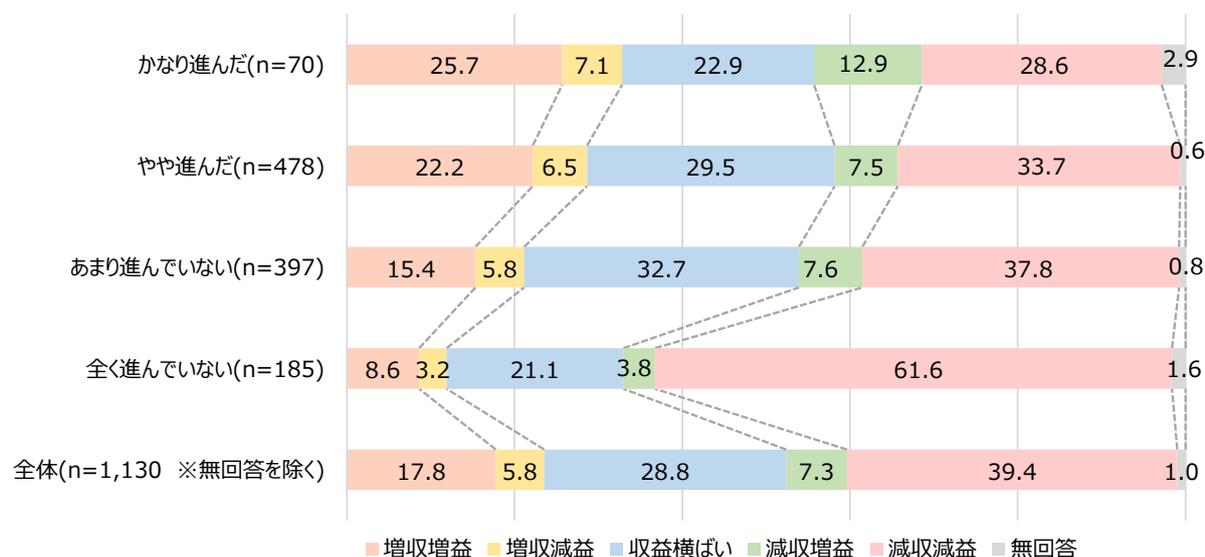


■ 増収増益 ■ 増収減益 ■ 収益横ばい ■ 減収増益 ■ 減収減益 ■ 無回答

「デジタル化の進み具合」と「2020年度業績」との関係（クロス集計）

「デジタル化の進み具合」と「2020年度業績」との関係を見ると、業績が「増収増益」と回答した事業所は、「かなり進んだ」（25.7%）、「やや進んだ」（22.2%）の割合が高い。一方、業績が「減収減益」と回答した事業所は、「全く進んでいない」（61.6%）、「あまり進んでいない」（37.8%）の割合が目立つ。

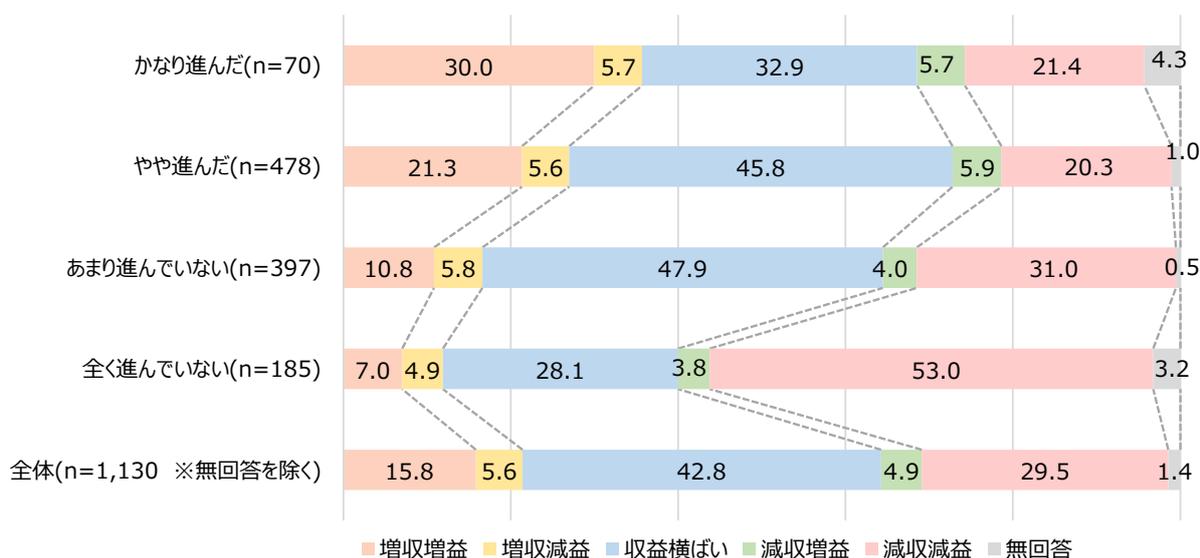
図 1-4 2020年度業績との関係 (単位：%)



「デジタル化の進み具合」と「2021年度業績見通し」との関係（クロス集計）

「デジタル化の進み具合」と「2021年度業績見通し」との関係を見ると、業績が「増収増益」と回答した事業所は、「かなり進んだ」（30.0%）、「やや進んだ」（21.3%）の割合が高い。一方、業績見通しが「減収減益」と回答した事業所は、「全く進んでいない」（53.0%）、「あまり進んでいない」（31.0%）の割合が目立つ。

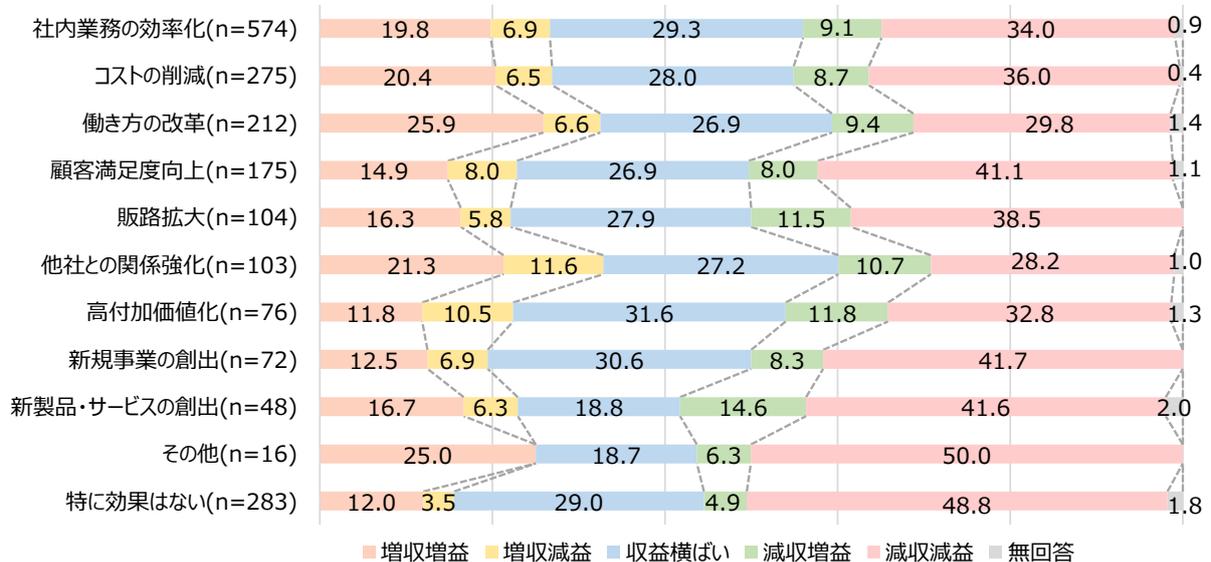
図 1-5 2021年度業績見通しとの関係 (単位：%)



「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「2020年度業績」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「2020年度業績」との関係を見ると、業績が「増収増益」と回答した事業所は、「働き方の改革（標準化、脱属人化等）」（25.9%）、「他社との関係強化」（21.3%）、「コストの削減」（20.4%）の割合が高い。一方、業績が「減収減益」と回答した事業所では、「特に効果はない」（48.8%）の割合が目立つ。

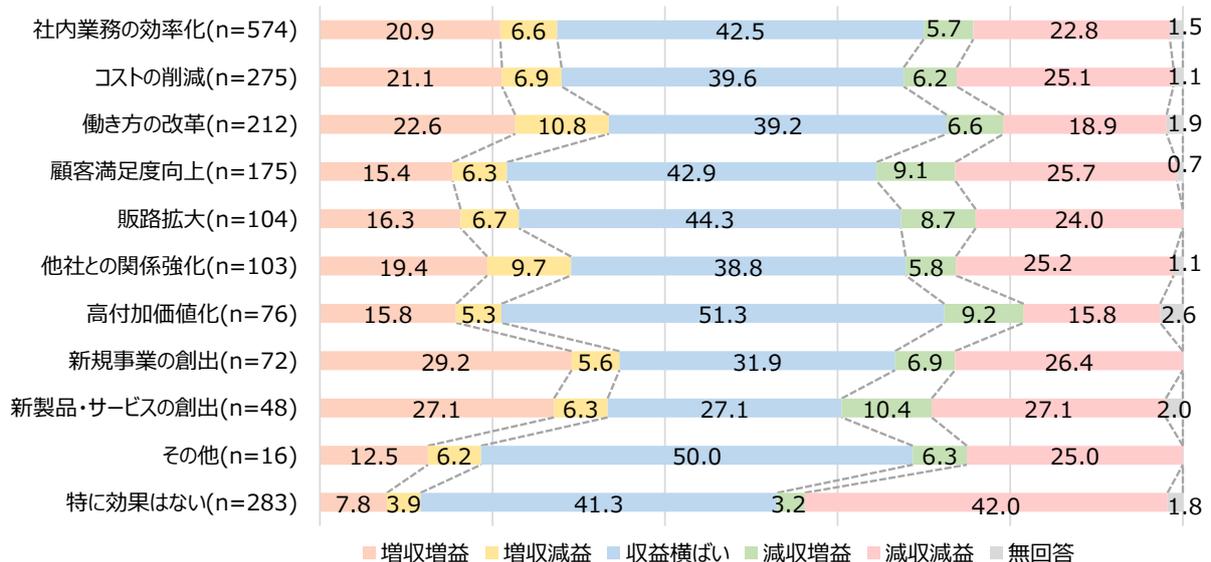
図 6-4 2020年度業績との関係 (単位：%)



「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「2021年度業績見通し」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「2021年度業績見通し」との関係を見ると、業績が「増収増益」と回答した事業所は、「新規事業の創出」（29.2%）、「新製品・サービスの創出」（27.1%）、「働き方の改革（標準化、脱属人化等）」（22.6%）の割合が高い。一方、業績見通しが「減収減益」と回答した事業所では、「特に効果はない」（42.0%）の割合が目立つ。

図 6-5 2021年度業績見通しとの関係 (単位：%)

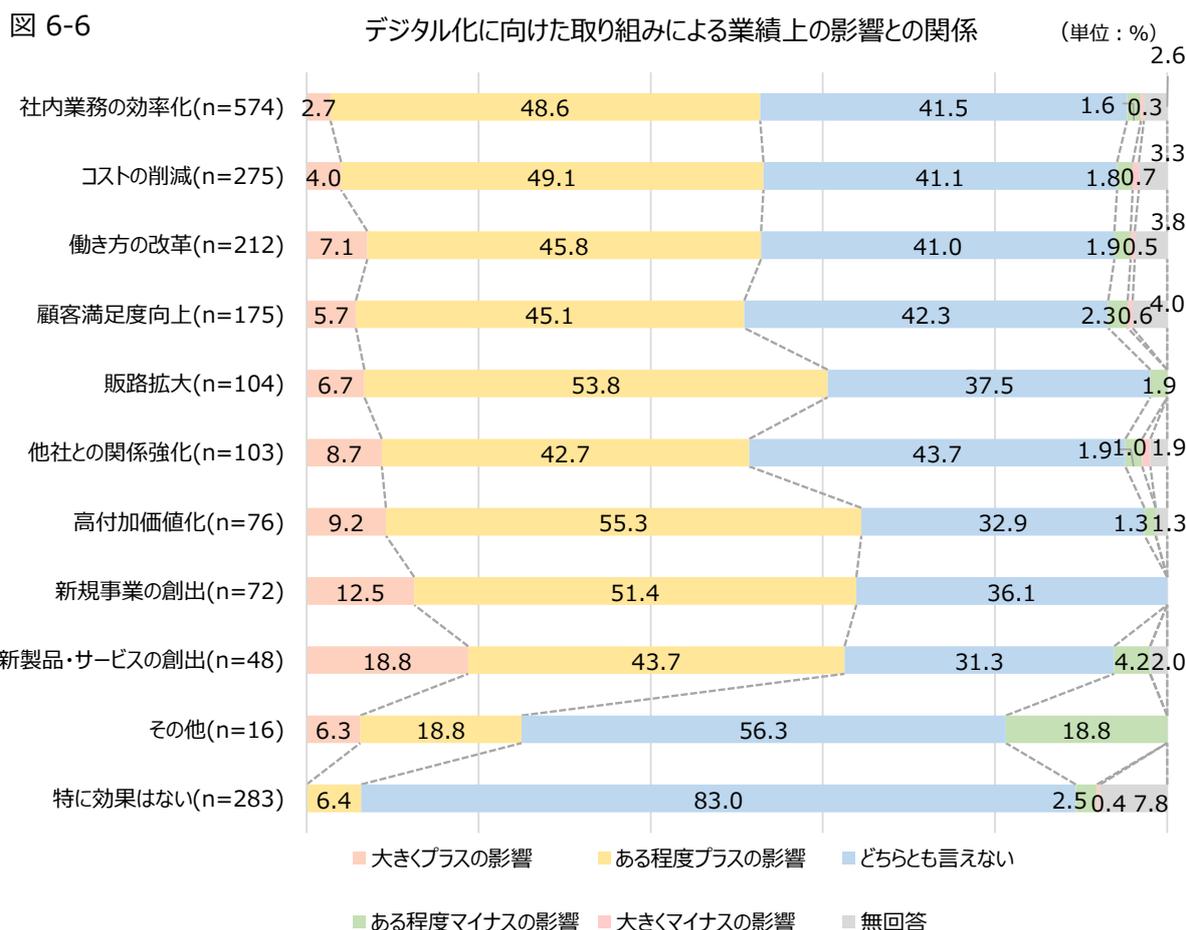


「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえで得た効果」と「デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響」との関係を見ると、「大きくプラスの影響」と「ある程度プラスの影響」と回答した合計では、「既存の製品・サービスの高付加価値化」（64.5%）、「新規事業の創出」（63.9%）、「新製品・サービスの創出」（63.8%）と割合が高く、デジタル化に取り組むことで前向きな事業展開につながっている。一方、「どちらとも言えない」と回答した事業所では、「特に効果はない」（83.0%）の割合が目立つ。

表 6-2 デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係

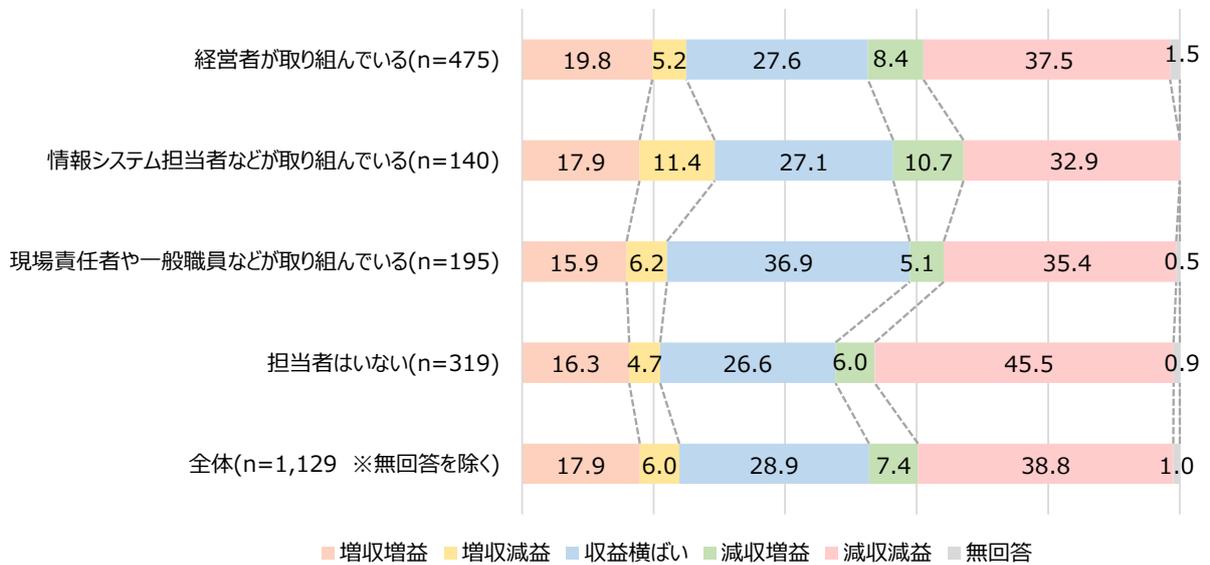
デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係	大きくプラス	ある程度プラス	どちらとも言えない	ある程度マイナス	大きくマイナス	無回答
社内業務の効率化(n=574)	2.7%	48.6%	41.5%	1.6%	0.3%	2.6%
コストの削減(n=275)	4.0%	49.1%	41.1%	1.8%	0.7%	3.3%
働き方の改革(n=212)	7.1%	45.8%	41.0%	1.9%	0.5%	3.8%
顧客満足度向上(n=175)	5.7%	45.1%	42.3%	2.3%	0.6%	4.0%
販路拡大(n=104)	6.7%	53.8%	37.5%	1.9%	0.0%	0.0%
他社との関係強化(n=103)	8.7%	42.7%	43.7%	1.9%	1.0%	1.9%
高付加価値化(n=76)	9.2%	55.3%	32.9%	1.3%	0.0%	1.3%
新規事業の創出(n=72)	12.5%	51.4%	36.1%	0.0%	0.0%	0.0%
新製品・サービスの創出(n=48)	19.1%	44.7%	31.9%	4.3%	0.0%	0.0%
その他(n=16)	6.3%	18.8%	56.3%	18.8%	0.0%	0.0%
特に効果はない(n=283)	0.0%	6.4%	83.0%	2.5%	0.4%	7.8%



「デジタル化を主体的に進めている担当者」と「2020年度業績」との関係（クロス集計）

「デジタル化を主体的に進めている担当者」と「2020年度業績」との関係を見ると、業績が「増収増益」と回答した事業所は、「経営者が取り組んでいる」（19.8%）の割合が高い。一方、業績が「減収減益」と回答した事業所では、「担当者はいない」（45.5%）している割合が目立つ。

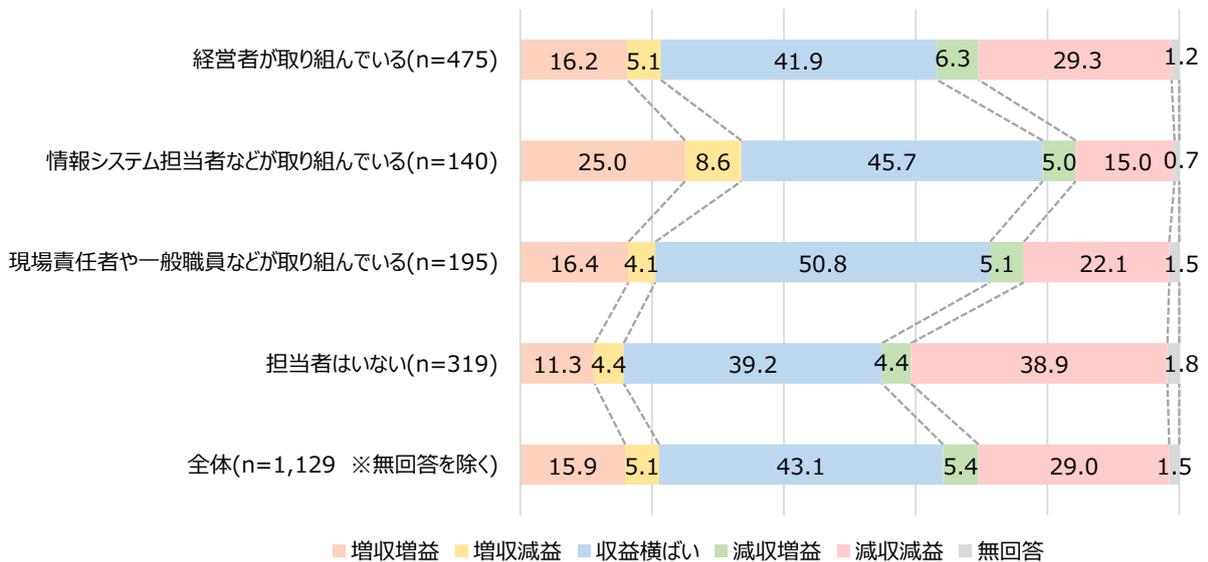
図 8-5 2020年度業績との関係 (単位：%)



「デジタル化を主体的に進めている担当者」と「2021年度業績見通し」との関係（クロス集計）

「デジタル化を主体的に進めている担当者」と「2021年度業績見通し」との関係を見ると、業績見通しが「増収増益」と回答した事業所は、「情報システム担当者などが取り組んでいる」（25.0%）の割合が高く、専門性の高い職員を配置することで、業績見通しにも好影響を及ぼしている。一方、業績見通しが「減収減益」と回答した事業所では、「担当者はいない」（38.9%）としている割合が目立つ。

図 8-6 2021年度業績見通しとの関係 (単位：%)



「デジタル人材の育成・確保に向けた取り組み」と「デジタル化を主体的に進めている担当者」との関係（クロス集計）

「デジタル人材の育成・確保に向けた取り組み」と「デジタル化を主体的に進めている担当者」との関係を見ると、「経営者が取り組んでいる」と回答した事業者は、「デジタル人材の新規採用」（52.6%）、「社内・社外研修の充実」（52.0%）、「資格取得の推奨・補助」（50.6%）と回答した割合が高い。一方、「担当者はいない」と回答した事業所では、「特に何も行ってない」（36.9%）と回答した割合が目立つ。

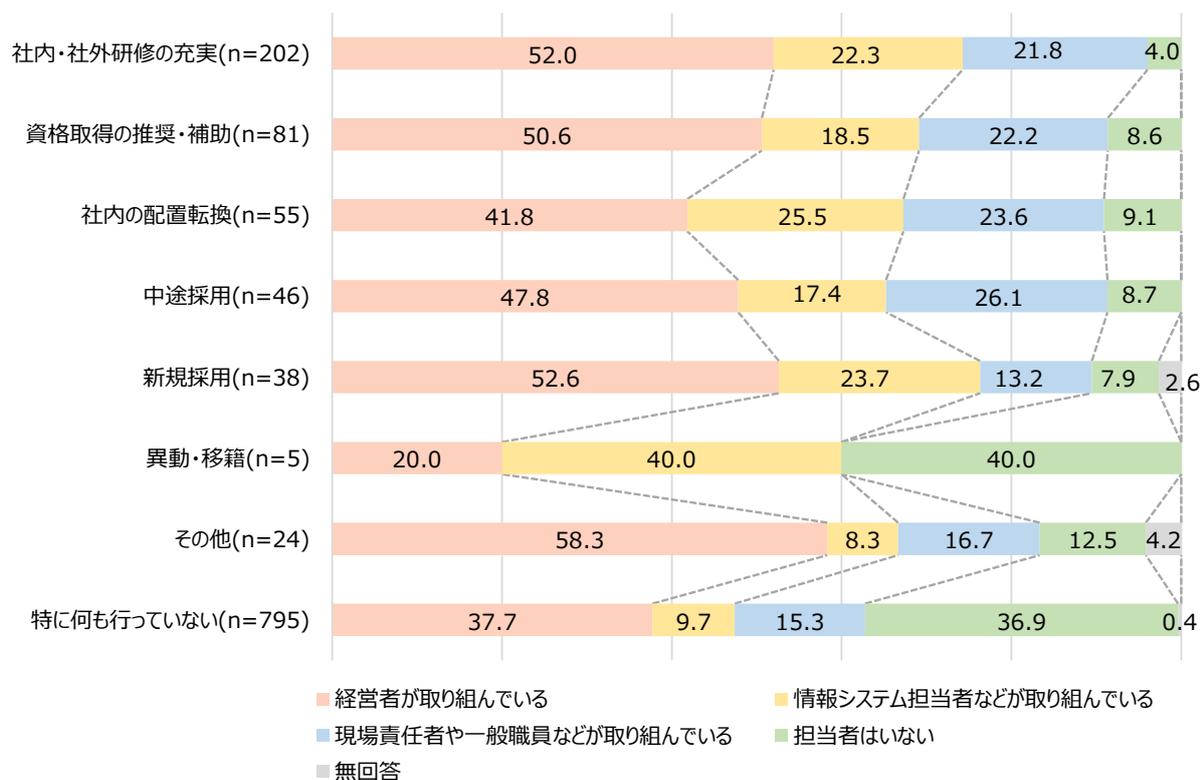
表 9-2 デジタル化を主体的に進めている担当者との関係

デジタル化を主体的に進めている担当者との関係	経営者	情報システム担当者	現場責任者一般職	担当者はいない	無回答
社内・社外研修の充実(n=202)	52.0%	22.3%	21.8%	4.0%	0.0%
資格取得の推奨・補助(n=81)	50.6%	18.5%	22.2%	8.6%	0.0%
社内の配置転換(n=55)	41.8%	25.5%	23.6%	9.1%	0.0%
中途採用(n=46)	47.8%	17.4%	26.1%	8.7%	0.0%
新規採用(n=38)	52.6%	23.7%	13.2%	7.9%	2.6%
異動・移籍(n=5)	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%	0.0%
その他(n=24)	58.3%	8.3%	16.7%	12.5%	4.2%
特に何も行ってない(n=795)	37.7%	9.7%	15.3%	36.9%	0.4%

図 9-4

デジタル化を主体的に進めている担当者との関係

(単位：%)



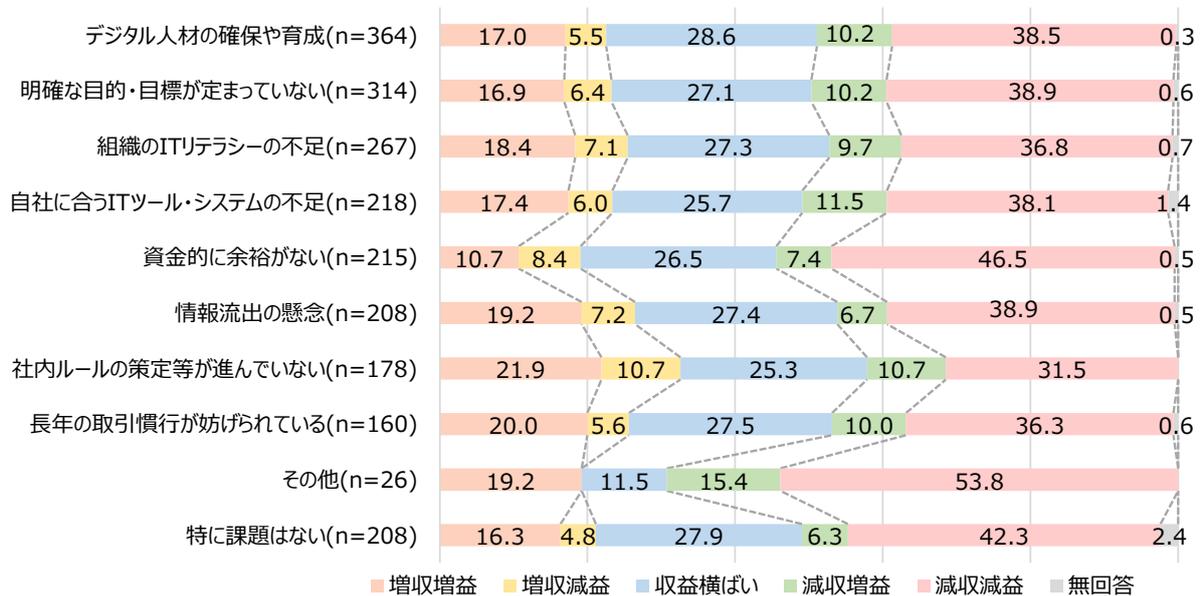
「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「2020年度業績」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「2020年度業績」との関係を見ると、業績が「増収増益」の事業所では、「社内ルールの策定や見直しが進んでいない」（21.9%）、「長年の取引慣行が妨げられている」（20.0%）、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」（18.4%）といった課題の回答の割合が高い。一方、業績が「減収減益」の事業所では、「資金的に余裕がない」（46.5%）、「特に課題はない」（42.3%）、「明確な目的・目標が定まっていない」（38.9%）といった課題の回答の割合が高い。

図 10-4

2020年度業績との関係

（単位：％）



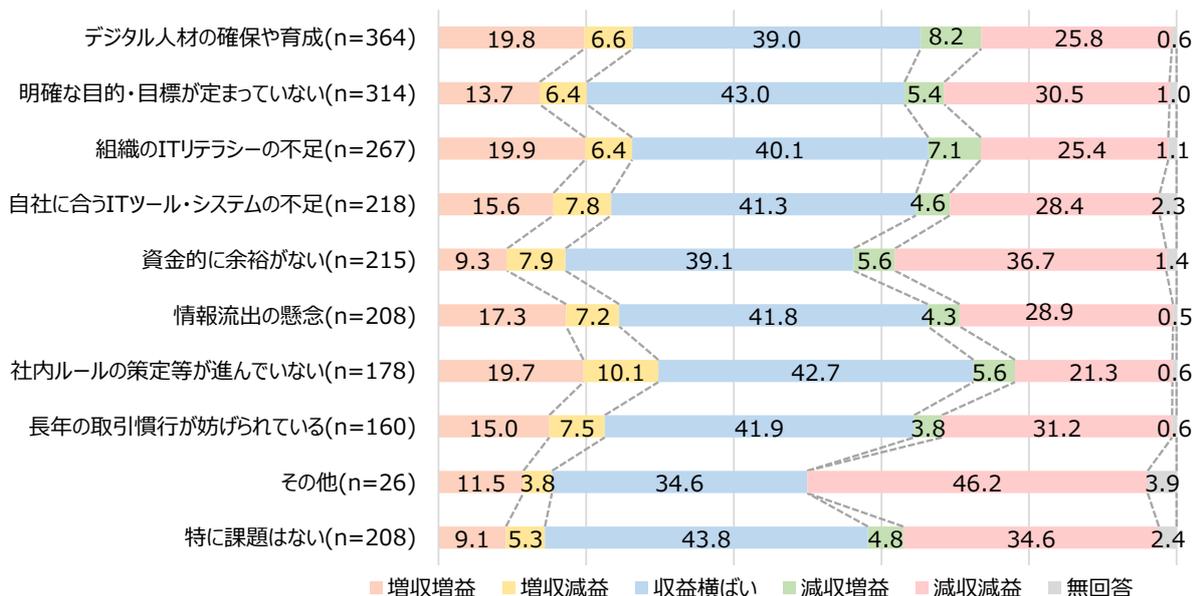
「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「2021年度業績見通し」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「2021年度業績見通し」との関係を見ると、業績見通しが「増収増益」の事業所では、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」（19.9%）、「デジタル人材の確保や育成」（19.8%）、「社内ルールの策定等が進んでいない」（19.7%）といった課題の回答の割合が高い。一方、業績が「減収減益」の事業所では、「資金的に余裕がない」（36.7%）、「特に課題はない」（34.6%）、「明確な目的・目標が定まっていない」（30.5%）といった課題の回答の割合が高い。

図 10-5

2021年度業績見通しとの関係

（単位：％）



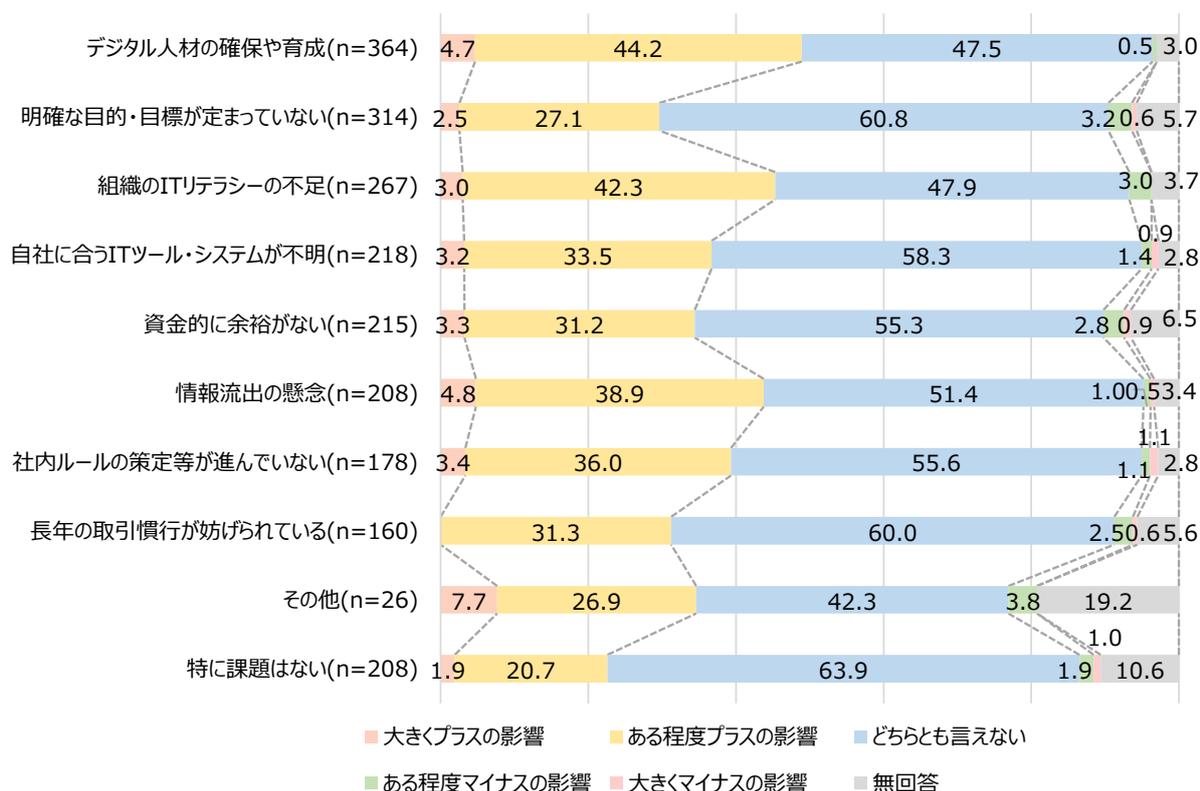
「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響」との関係（クロス集計）

「デジタル化に取り組むうえでの課題」と「デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響」との関係を見ると、「大きくプラスの影響」と「ある程度プラスの影響」と回答した合計では、「デジタル人材の確保や育成」（48.9%）、「組織のITリテラシー（活用能力）の不足」（45.3%）、「情報流出の懸念（セキュリティ不安）」（43.7%）の割合が高い。一方、「どちらとも言えない」と回答した事業所では、「特に課題はない」（63.9%）、「明確な目的・目標が定まっていない」（60.8%）、「長年の取引慣行が妨げられている」（60.0%）の割合が高い。

表 10-2 デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係

デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係	大きくプラス	ある程度プラス	どちらとも言えない	ある程度マイナス	大きくマイナス	無回答
デジタル人材の確保や育成(n=364)	4.7%	44.2%	47.5%	0.5%	0.0%	3.0%
明確な目的・目標が定まっていない(n=314)	2.5%	27.1%	60.8%	3.2%	0.6%	5.7%
組織のITリテラシーの不足(n=267)	3.0%	42.3%	47.9%	3.0%	0.0%	3.7%
自社に合うITツール・システムが不明(n=218)	3.2%	33.5%	58.3%	1.4%	0.9%	2.8%
資金的に余裕がない(n=215)	3.3%	31.2%	55.3%	2.8%	0.9%	6.5%
情報流出の懸念(n=208)	4.8%	38.9%	51.4%	1.0%	0.5%	3.4%
社内ルールの策定等が進んでいない(n=178)	3.4%	36.0%	55.6%	1.1%	1.1%	2.8%
長年の取引慣行が妨げられている(n=160)	0.0%	31.3%	60.0%	2.5%	0.6%	5.6%
その他(n=26)	7.7%	26.9%	42.3%	3.8%	0.0%	19.2%
特に課題はない(n=208)	1.9%	20.7%	63.9%	1.9%	1.0%	10.6%

図 10-6 デジタル化に向けた取り組みによる業績上の影響との関係（単位：％）



MEMO

1. デジタル化について

新型コロナウイルス感染症の拡大によりデジタル化への遅れが顕在化しています。デジタル化とは、従来行っていた業務、作業方法などを、デジタル技術を活用して、業務の効率化や生産性の向上に取り組むことなどを指します。

I. 貴社において概ね3年以内（新型コロナウイルス感染症の発生前から現在にかけて）におけるデジタル化の取り組みについてお伺いします。

問1. 貴社のデジタル化の進み具合（進捗）について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|-----------|----------|--------------|-------------|
| 1. かなり進んだ | 2. やや進んだ | 3. あまり進んでいない | 4. 全く進んでいない |
|-----------|----------|--------------|-------------|

問2. 貴社がデジタル化に取り組むきっかけについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| 1. 感染症への対応（勤務体制の見直し等） | 5. 経営課題の解決、経営目標の達成 |
| 2. 従業員などの社内から要望があった | 6. 法規制への対応（個人情報保護法等） |
| 3. 取引先から要請・要望があった | 7. 特にきっかけはない |
| 4. 支援者（支援機関等）から情報提供があった | 8. その他（ <input type="text"/> ） |

問3. 貴社がデジタル化に向け新たに導入したものについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|--------------------------|---------------------------------|
| 1. オンライン会議設備の導入 | 7. 非対面営業の強化（オンライン営業ツール等） |
| 2. テレワークなどリモート設備の導入 | 8. 業務プロセスの改善（見える化、自動化等） |
| 3. ペーパーレス化の推進（電子化、経理処理等） | 9. 採用方法の見直し（オンライン面接等） |
| 4. 電子承認（電子印鑑）の導入 | 10. セキュリティ対策の導入（ウイルス対策ソフト等） |
| 5. オンライン決済、ネットバンキング等の導入 | 11. ネットワーク環境の整備（Wi-Fi等） |
| 6. 非接触販売の導入（ECサイト等） | 12. その他（ <input type="text"/> ） |

問4. 貴社のデジタル化に向けた資金確保の手段について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---------------|--------------------------------|
| 1. 補助金・助成金を利用 | 3. 自己資金 |
| 2. 金融機関からの借入 | 4. その他（ <input type="text"/> ） |

問5. 貴社におけるデジタル化に向けた取り組みが、業績上どのような影響を及ぼしたかについて、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. 大きくプラスの影響を及ぼした | 4. ある程度マイナスの影響を及ぼした |
| 2. ある程度プラスの影響を及ぼした | 5. どちらとも言えない |
| 3. 大きくマイナスの影響を及ぼした | |

Ⅱ. 貴社におけるデジタル化の推進状況（社内意識、体制）についてお伺いします。

問6. 貴社におけるデジタル化に対する社内の意識について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 1. 全社的に積極的に取り組む文化が定着している | 3. 積極的に取り組む意識はあるものの定着していない |
| 2. 積極的に取り組む意識が一部定着しつつある | 4. アナログな文化・価値観が残っている |

問7. 貴社のデジタル化を主体的に進めている担当者について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. 経営者が取組んでいる | 3. 現場の責任者や一般職員などが取組んでいる |
| 2. 情報システム担当者などが取組んでいる | 4. 担当者はいない |

問8. 貴社のデジタル人材*の育成・確保に向けた取組みについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. 社内・社外研修の充実 | 5. 社内の配置転換 |
| 2. 資格取得の推奨・補助 | 6. 関連会社からの異動・移籍 |
| 3. デジタル人材の新規採用 | 7. 特に何も行っていない |
| 4. デジタル人材の中途採用 | 8. その他（ ） |

※デジタル人材とは、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を指します。

Ⅲ. 貴社においてデジタル化に取り組むうえで得た効果や課題についてお伺いします。

問9. 貴社においてデジタル化に取り組むうえで得た効果について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|------------------------|-------------|
| 1. 社内業務の効率化 | 7. 新規事業の創出 |
| 2. コストの削減 | 8. 他社との関係強化 |
| 3. 働き方の改革（標準化（脱・属人化）等） | 9. 顧客満足度向上 |
| 4. 既存の製品・サービスの高付加価値化 | 10. 特に効果はない |
| 5. 既存の製品・サービスの販路拡大 | 11. その他（ ） |
| 6. 新製品・サービスの創出 | |

問10. 今後貴社がデジタル化に取り組むうえでの課題について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. デジタル人材の確保や育成 | 6. 明確な目的・目標が定まっていない |
| 2. 組織のITリテラシー（活用能力）の不足 | 7. 社内ルールの新設や見直しが進んでいない |
| 3. 資金的に余裕がない | 8. 長年の取引慣行に妨げられている |
| 4. 自社に合うITツール・システムが不明 | 9. 特に課題はない |
| 5. 情報流出の懸念（セキュリティ不安） | 10. その他（ ） |

2. 環境（CO2削減など）への取組みについて

貴社の事業活動における「環境（CO2削減など）」への取組みについてお伺いします。

I. 「省エネ」への取組みについて

「省エネ」への取組みとは、

電力や石油などのエネルギーを効率良く使ったうえで使用量を削減し、その結果として地球温暖化ガス（CO2など）の排出を抑制し、環境保全につながる取組みのことを指します。

問1. 貴社の事業活動における「省エネ」への取組み方針について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1. 大いに取組む必要がある（問2-1へ）
2. 多少、取組む必要がある（問2-1へ）
3. あまり取組む必要はない（問2-2へ）
4. 全く取組む必要はない（問2-2へ）
5. わからない（問2-2へ）

問2. 貴社の取組み方針の理由についてお伺いします。

問2-1. 問1で「1. 大いに取組む必要がある」、「2. 多少、取組む必要がある」と回答した方のみ、その理由について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1. 電気料金などコスト削減の観点から | 6. 環境規制などコンプライアンスの観点から |
| 2. 自社のブランド力、認知度向上につながるから | 7. 企業の社会的責任（CSR）の観点から |
| 3. 新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから | 8. SDGs（国連の持続可能な開発目標）への対応 |
| 4. 取引先の要請に対応せざるを得ないから | 9. 政府方針（2050年カーボンニュートラル）への対応 |
| 5. 消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応 | 10. その他（ ） |

問2-2. 問1で「3. あまり取組む必要はない」、「4. 全く取組む必要はない」、「5. わからない」と回答した方のみ、その理由について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-----------------------|---------------------------|
| 1. 自社へのメリットがない、不明だから | 5. 自社が環境に与える影響は少ないから |
| 2. 業務など多忙で取組む余裕がないから | 6. 環境問題が悪化しても自社への影響は少ないから |
| 3. 取組むためのコスト負担が大きいから | 7. 取組み方法がわからないから |
| 4. 大手企業が取組みすべきことであるから | 8. その他（ ） |

問3. 貴社が現在までに実施した「省エネ」への取組み内容、および、将来実施予定、または継続実施予定の「省エネ」への取組み内容について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

取組み内容	現在	将来・継続	取組み内容	現在	将来・継続
1. 冷暖房の適温設定や不要照明の消灯			10. 食品ロスの削減		
2. LED への更新やセンサーの設置			11. 従業員への環境教育		
3. クールビズやウォームビズ			12. 自社の温室効果ガス排出量の把握		
4. 環境負荷の少ない設備機器の導入			13. 省エネ取組み行動目標の設定		
5. ハイブリッド車や電動車の導入			14. 経営方針などへの盛り込み		
6. 環境負荷の少ない原材料や部品の利用			15. 環境技術への研究・開発、投資促進		
7. 自家発電（太陽光 等）や再生エネ導入			16. 環境配慮型の新製品などの開発・販売		
8. エコアクション 21 や ISO の環境認証取得			17. 特にない		
9. 3R の推進（廃棄物の減量やリサイクル）			18. その他（ ）		

問4. 貴社が実施した「省エネ」への取組みを通して得た効果について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 売上、利益の増加	7. 既存商品・サービスの品質向上
2. 販売管理費等の経費削減	8. 新製品・新サービスの開発
3. 新規販路の開拓	9. 競争優位性の確保
4. 従業員の環境意識の高まり	10. 効果・メリットはない
5. CO2 排出の削減（具体的数値として把握）	11. その他（ ）
6. 企業イメージの向上	

問5. 貴社の「省エネ」への取組みにおける課題について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 売上、利益の増加につながらない	7. 省エネの余地がない(すでに上限まで省エネに取り組んでいる)
2. 事務手続きなどが煩雑である	8. 人員の不足と省エネ教育(エネルギー関連資格取得支援など)
3. 取組むためのノウハウがない	9. 取組みを深化させるための相談先がわからない
4. 取引先企業や従業員の理解が得られない	10. 特に課題はない
5. 企業イメージの向上につながらない	11. その他（ ）
6. 省エネ設備機器への更新が必要	

問9. 問8で回答された「将来的な収益への影響」について、その理由として、**該当する選択肢1つに○を付けてください。**

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. 新規事業の創出が可能である | 5. コストアップの可能性がある |
| 2. 新規特許の取得が可能である | 6. 受注先の動向に左右される |
| 3. 従来品の販売が不可能となる | 7. カーボンニュートラルの実現可能性に疑問 |
| 4. 環境性能とコスト競争力の両立が困難 | 8. その他 () |

問10. 取引先からの要請についてお伺いします。

環境負荷の軽減（CO2 排出抑制など）に関する要請に変化はありましたか。**該当する選択肢1つに○を付けてください。**

- | | | |
|-----------|------------|----------|
| 1. 厳しくなった | 2. 特に変化はない | 3. わからない |
|-----------|------------|----------|

問11. 貴社が、「省エネ」、「脱炭素」に取り組む際に必要と思われる支援について、**該当する選択肢すべてに○を付けてください。**

- | | |
|--------------------------|---------------------------------|
| 1. 省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供 | 7. 企業間連携による取引先からの省エネの情報・技術供与 |
| 2. 同業者の取組み事例の提供 | 8. 省エネを最適化するための講師・アドバイザー派遣 |
| 3. 相談窓口（再エネ・蓄電などの提案） | 9. 日常的なエネルギー管理のノウハウの提供 |
| 4. 省エネ設備等への補助金 | 10. 各種の規制緩和・手続きの迅速化（再エネ設備設置時など） |
| 5. 省エネ・脱炭素に取り組む企業認証制度の拡充 | 11. その他 () |
| 6. 省エネ人材育成のための支援・助成 | |

問12. その他、ご意見ご要望等がありましたら、ご自由にご記入ください。

※アンケート調査は以上で終了です。ご協力、誠にありがとうございました。今後、ご回答いただいた内容をもとに、記載いただいた本人様に、メールまたは電話にて問い合わせをさせていただく場合がありますので、当アンケート用紙を複写・保存していただきますよう、ご協力をお願いします。

2021年度「デジタル化への取り組み」に関する調査報告書

姫路商工会議所 姫路経済研究所

〒670-8505 姫路市下寺町43番地

T E L : 079-223-6555 (直通)

F A X : 079-288-0047

U R L : <https://www.himeji-cci.or.jp/>