

中小企業経営者の実態

FOR SOCIAL VALUE

—BLUE REPORT— *mini*

2月号

新しいビジネスの在り方①

DXと中小企業

(実施期間 2020年8月6日～2021年1月15日)

2021年2月5日

フォーバルグループ編集

＜アンケート内容と結果＞

Q. デジタルトランスフォーメーション（DX）について、ご存知ですか？

・良く知っている	27社 (4.5%)	
・ある程度知っている	104社 (17.3%)	
・あまり知らない	194社 (32.3%)	
・知らない	275社 (45.8%)	(n=600)

Q. 「知っている」と回答された方に質問です。 貴社では、DXに向けた取り組みが必要だと思いますか？

・とても必要だと思う	54社 (41.2%)	
・ある程度必要だと思う	63社 (48.1%)	
・あまり必要だと思わない	11社 (8.4%)	
・必要ではない	3社 (2.3%)	(n=131)

Q. 「必要だと思う」と回答された方に質問です。 DXに向けて取り組んでいることはありますか？

・すでに取り組んでいる	44社 (37.6%)	
・取り組みを検討している	34社 (29.1%)	
・必要だと思うが取り組めていない	39社 (33.3%)	(n=117)

デジタルトランスフォーメーション（DX）への中小企業の意識や取り組み

1月18日、菅義偉首相は施政方針演説において、「次の成長の原動力」として「グリーン」と「デジタル」を掲げました。「グリーン」は世界的な潮流になりつつある脱炭素化を日本でも積極的に進めていくこと、「デジタル」は文字通り、国を挙げたデジタル化の推進のことです。

そのデジタル化については、デジタルトランスフォーメーション（DX）への取り組みに注目が集まっています。直訳すると「デジタル技術による変革」を意味するDXは、単にIT化・デジタル化を進めるだけでなく、そのデータや技術の活用を通して経営基盤やビジネスモデル、企業文化なども変革していくことを意味しています。国や大企業だけの話ではなく、中小企業も無関係ではいられない大きな変化の波がすでに起きています。

新型コロナウイルス感染症への対策としても注目されるデジタル技術ですが、DXの取り組みについては、中小企業はどのように考え、取り組んでいるのでしょうか。このレポートは、中小企業のDXの認知や取り組みの状況を把握することにより、現状の課題について検証したものです。

デジタルトランスフォーメーション（DX）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（経済産業省）

1. デジタルトランスフォーメーション（DX）の認知度

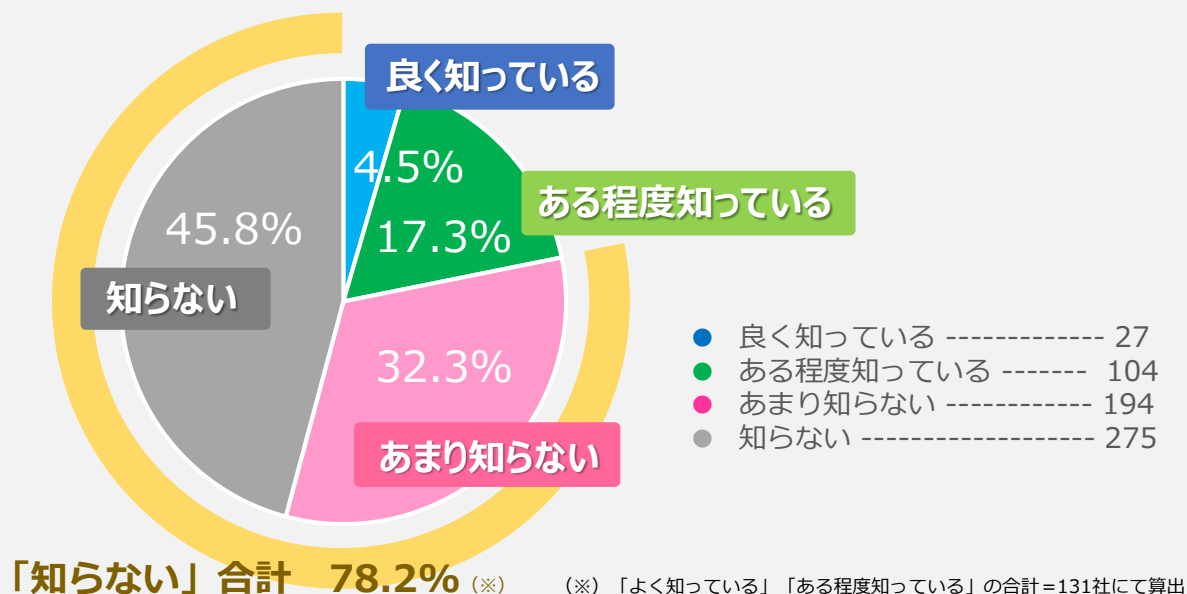
デジタルトランスフォーメーション（DX）の言葉が使われ始めたのはこの数年、2018年頃からである。経済産業省が発表した「デジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するためのガイドライン」（2018）により少しずつその言葉が普及し始め、いまや企業のデジタル化への動きを示すものとしてイメージされることが多くなった。しかし、DXのXが意味する「トランスフォーメーション（変革・革新）」の通り、自社の経営資源とデジタル技術を融合させて、時代の変化に合わせた新しい事業、新しい価値を創造することが必要とされている。その背景に、デジタル技術がさらに普及し、それを前提とする競争社会においては、DXを意識した経営をしなければ企業も生き残ることができなくなるという問題意識がある。

それは中小企業にとっても重要であることは間違いない。これまでIT・デジタル技術の導入による業務効率化を多くの中小企業でも進めてきているが、DXという言葉とともに、企業のIT化・デジタル化の推進によるさらなる効率化、そして新たな価値創造に注目が集まっている。

しかし一方で、これまでの経営基盤やビジネスモデルを変革と言われても実感が持てない、理解が及んでいないという中小企業も多いだろう。国を挙げてデジタル化を進めようとし、さらに企業に対しては積極的にDXの取り組みが求められているが、中小企業がこのDXについてどう考え、取り組もうとしているのか、まずはその現状を把握する必要がある。

Q. デジタルトランスフォーメーション（DX）について、ご存知ですか？

n = 600



ここではまず、中小企業のDXの認知度について聞いている。もっとも多かったのは「知らない」の275社で、全体の45.8%を占めている。「あまり知らない」と合わせると実に78.1%に及んでおり、DXの認知は依然として進んでいないことがわかる。

IT・デジタル技術については多くの企業が導入していても、DXについては言葉として新しいこと、また単に技術の導入のみを意味するものではないことなど、その内容が難しいことも要因として考えられる。政府もDXを重要な取り組みと考えている以上、さらなる理解活動の推進が必要になるだろう。

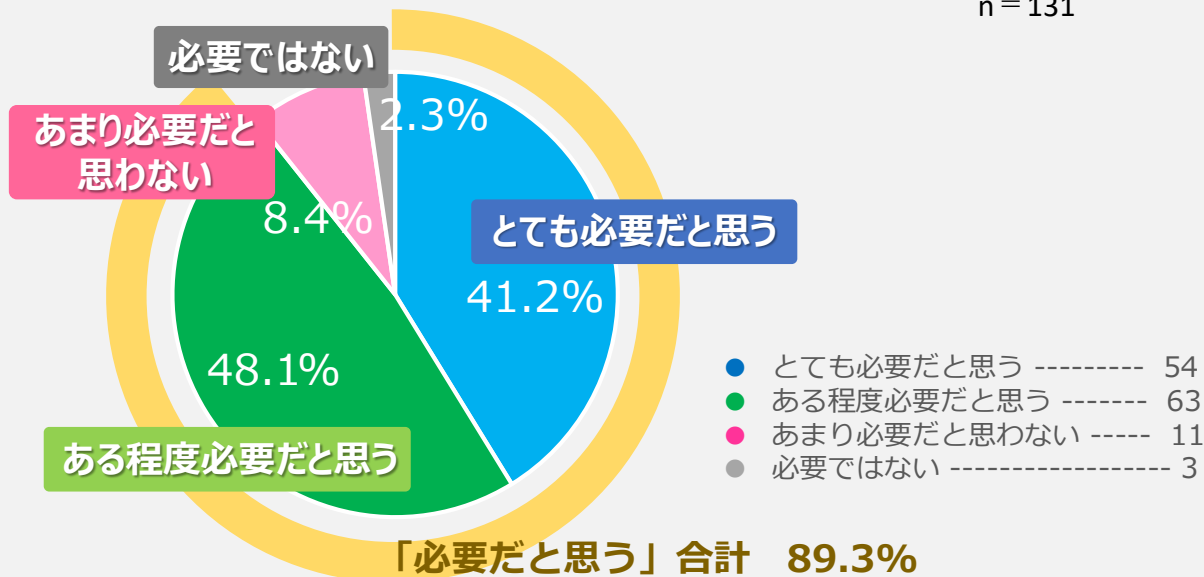
2. デジタルトランスフォーメーション（DX）の必要性への意識

認知が進んでいない状況ではあるが、それでも「知っている」と回答した企業は全体の21.8%に及んだ（「良く知っている」4.5%、「ある程度知っている」17.3%の合計）。「知っている」企業は、このDXについてどのように評価しているのだろうか。「知っている」と回答した企業（131社）に対し、自社でのDXの必要性について聞いた。

もっとも多かったのは「ある程度必要だと思う」の63社（48.1%）、次いで「とても必要だと思う」の54社（41.2%）であった。このように、DXについて「必要だと思う」と回答する企業が圧倒的に多い結果となった（「必要だと思う」合計で89.3%）。認知が進んだ企業の多くが必要だと感じていることから、DXについて知り、理解が進めば、その必要性を多くの企業が意識するようになるのではないかと。認知が進まない今、なぜ必要なのかについて、中小企業に対しこれまで以上に丁寧に伝えていくことが求められる。

Q. 「知っている」と回答された方に質問です。
貴社では、DXに向けた取り組みが必要だと思いますか？

n = 131



3. デジタルトランスフォーメーション（DX）の取り組み状況

まだ新しい概念、新しい言葉であるDXに、中小企業はどの程度取り組んでいるのだろうか。最後に、認知した上で「必要だと思う」と回答した企業（117社）に対し、DXの具体的な取り組み状況について聞いた。

もっとも多かったのは「すでに取り組んでいる」の44社（37.6%）であった。しかし、これはDXを必要だと思っている企業の中での割合であり、全体（600社）の中では7.3%にとどまっている。国を挙げたIT・デジタル化、DXの推進が叫ばれる中、現状ではまだまだDXに取り組む企業は少数派と言えるだろう。

さらに、その取り組み内容はどのようなものなのだろうか。「すでに取り組んでいる」と「取り組みを検討している」と回答した企業78社に対し、その具体的な内容について自由回答にて聞いた。

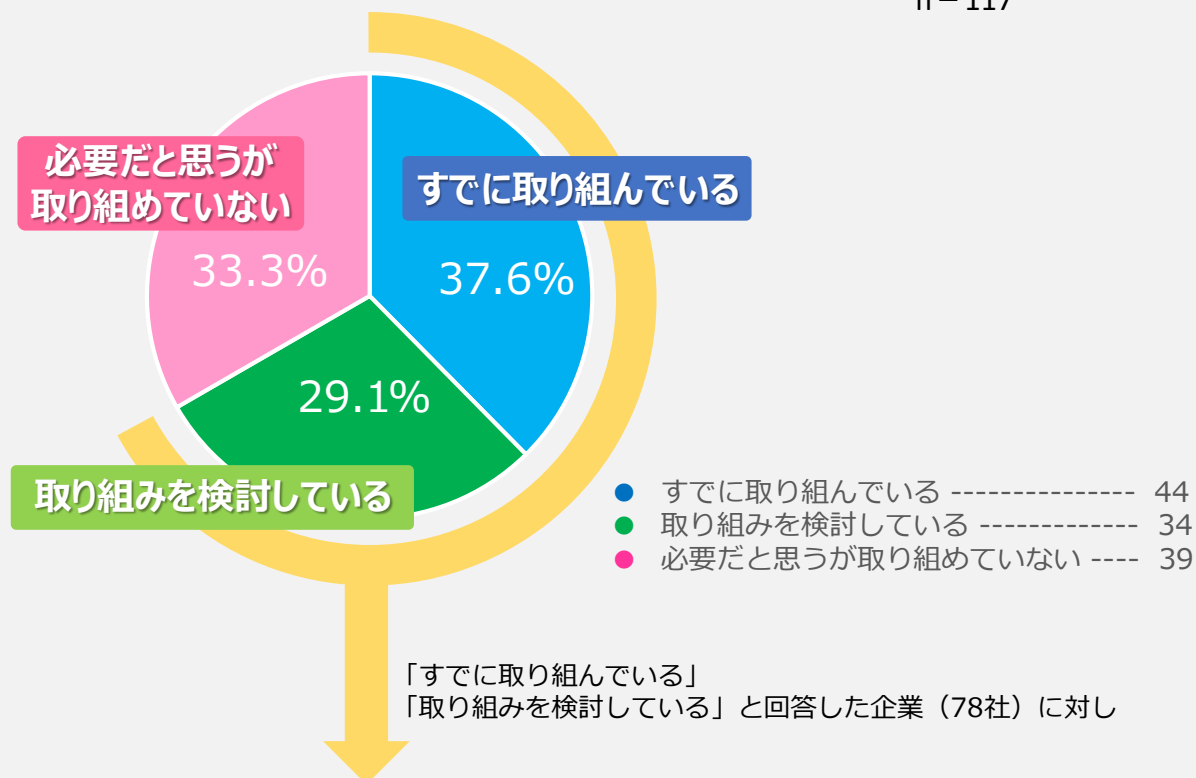
多かったのは「デジタル化・オンライン化」（9社）、「テレワーク」（8社）、「ペーパーレス化」（7社）などであった。さらに同数で「基幹系システムの活用」「クラウド化」「業務の効率化」（すべて6社）が続いた。

DXではデータやデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルを創出することが期待されている。その基本となるのが業務におけるIT・デジタル化の推進であり、まずは足場を固めるところから始めなければならない。DXの考え方が登場して間もないことから、現段階では多くの企業がその足場固めを行っている状況がうかがえる。

しかし今後は、それらのIT・デジタル化の推進により得られたデータの活用やデジタル技術による変革に挑戦していく段階になる。今回の調査では、そうした次のチャレンジに向けた動きも少しずつ見え始めている（「業務でのAI活用」（3社）、「戦略的データ活用」（2社）、「DXに向けた人材育成」（2社）など）。次の時代をにらんだ競争はすでに始まっており、中小企業にもその挑戦が求められている。

Q. 「必要だと思う」と回答された方に質問です。
DXに向けて取り組んでいることはありますか？

n = 117



Q. それは具体的にどんなことですか？ ご自由にお答えください。（※）

順位	回答内容	回答数
1	デジタル化・オンライン化	9
2	テレワーク	8
3	ペーパーレス化	7
4	基幹系システムの活用	6
4	クラウド化	6
6	業務の効率化	6
7	業務のWebの活用	5
8	業務でのAI活用	3
8	顧客へのDXの提案	3
8	コミュニケーションツール活用	3
11	戦略的データ活用	2

順位	回答内容	回答数
11	データ収集	2
11	DXに向けた人材育成	2
11	脱ハンコ	2
11	電子決済導入	2
11	セキュリティ対策強化	2
17	新しい働き方の導入	1
17	電子申請導入	1
17	業務フローの可視化	1
17	VRサービス開発	1
17	RPA導入	1
22	不明	7

（※）回答に複数の記載があったため、回答企業と回答数の合計は一致しない

●アンケート実施概要

実施期間 2020年8月6日～2021年1月15日
回収数 600社
実施主体 株式会社フォーバル

アンケート取得方法 対面・電話・メールによる調査
(感染対策実施の上)
アンケート対象 全国の中小企業経営者