

県内企業デジタル化実態調査 ポイント

<調査概要>

- ・奈良県内の製造業等の企業を対象として令和3年度に実施。通信サービスの利用状況、デジタル化の実態、デジタル化人材の確保状況、DX推進状況などを調査。(調査票を郵送により配布し、郵送又はオンラインにより回収)
- ・調査は、奈良県内に本社を有する製造業等(以下の業種)の全事業者が対象(2007社)

日本標準産業分類のうち次の業種

大分類E 製造業の全て

(09 食料品製造業、10 飲料・たばこ・飼料製造業、11 繊維工業、12 木材・木製品製造業(家具を除く) 13 家具・装備品製造業、14 パルプ・紙・紙加工品製造業、15 印刷・同関連業、16 化学工業、17 石油製品・石炭製品製造業、18 プラスチック製品製造業、19 ゴム製品製造業、20 なめし革・同製品・毛皮製造業、21 窯業・土石製品製造業、22 鉄鋼業、23 非鉄金属製造業、24 金属製品製造業、25 はん用機械器具製造業、26 生産用機械器具製造業、27 業務用機械器具製造業、28 電子部品・デバイス・電子回路製造業、29 電気機械器具製造業、30 情報通信機械器具製造業、31 輸送用機械器具製造業、32 その他の製造業)

及び大分類G 情報通信業の一部

(37 通信業、39 情報サービス業、40 インターネット附随サービス業、41 映像・音声・文字情報制作業)

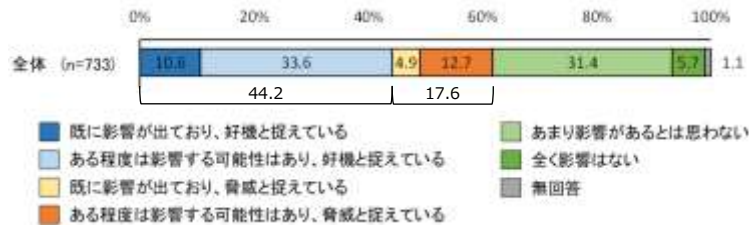
今回の要点

- 県内企業のデジタル化の推進について、「経営者が積極的/ある程度関与している」が57.8%、「システム部門などに一任している」が12.6%となり、これらの計70.4%の企業が何らかのデジタル化推進に取り組んでいる。しかし、自社の事業方針にデジタル化に関する方針・目標が含まれている企業は14.1%であった。
- デジタル化の進展による既存ビジネスへの影響について、「好機と捉えている」企業が44.2%となり、「脅威と捉えている」企業の17.6%を上回る。一方で、約4割の企業は「影響がない」とした。
- デジタル化推進人材の状況について、31.5%の企業ではデジタル化推進人材が不足しており、「足りている」とした企業は22.8%にとどまった。一方、「社内には必要がない」は27.6%、「わからない」は17.2%となった。
- 社内効率化などのためにIoTやAIのシステムを導入している（導入予定を含む）企業は、8.4%にとどまった。「導入について検討していない」企業は56.1%と半数以上となった。また、「検討したが、未導入」は12.0%あり、その理由は、「コスト（導入・運営）がかかる」が52.3%、「システムが自社に適合しない」が36.4%、「使いこなす人材がない」が33.0%となった。
- デジタル化推進に必要な支援策は、「補助金」が42.8%と最も高く、「技術的なアドバイス」が25.6%、「初心者向け技術セミナー」が15.6%、「経営的な相談」が13.0%と続いた。
- 県内企業が必要とする技術分野は、「サーバ構築・ネットワークセキュリティ」、「AI技術」、「デジタルものづくり」、「画像処理」、「3DCAD設計」、「解析・シミュレーション」が上位となった。

I デジタル化の脅威

デジタル化の進展による 既存ビジネスへの影響

「好機と捉えている」(44.2%)企業が「脅威と捉えている」企業(17.6%)を上回っている。



デジタル化の取組状況

「かなり/ある程度進んでいる」は計30.7%、「あまり進んでいない/かなり遅れている」は計67.1%となっている。



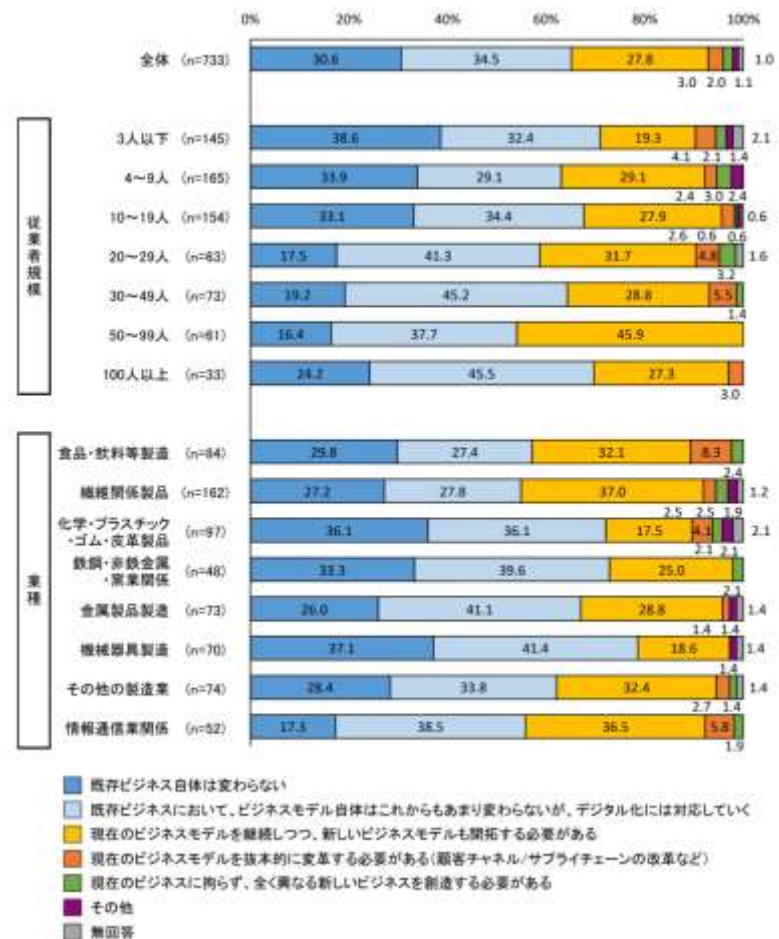
デジタル化の推進と体制(経営者の関与)

「経営者が積極的/ある程度関与している」が57.8%、「システム部門や現場の責任者などに一任している」が12.6%となり、これらを合わせた計70.4%の企業において、デジタル化推進に取り組んでいる。一方「デジタル化の推進を行っていない」という回答は28.9%となった。



今後のビジネスの展望

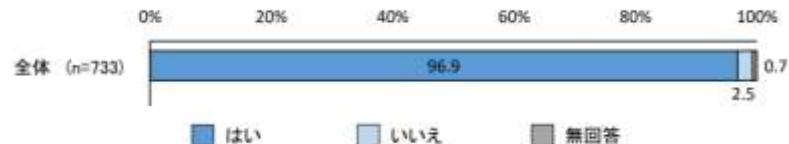
「ビジネスモデル自体はこれからもあまり変わらないが、デジタル化には対応していく」が34.5%と最も高く、次いで「既存ビジネス自体は変わらない」が30.6%、「現在のビジネスモデルを継続しつつ、新しいビジネスモデルも開拓する必要がある」が27.8%となっている。



2 デジタル化にかかる職場環境(インターネット)

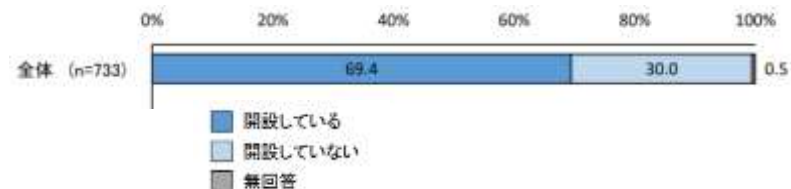
インターネットの接続状況

インターネットへの接続率は96.9%と大半を占める。



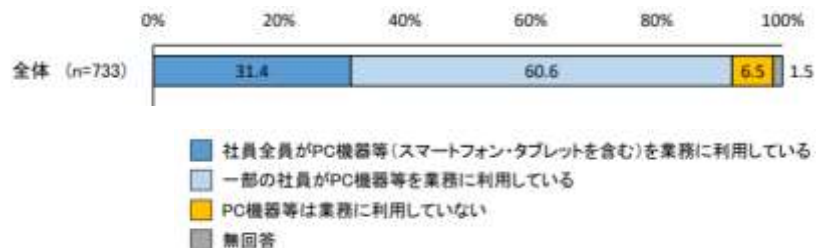
ホームページの開設状況

ホームページを開設している企業は69.4%となっており、開設していない企業(30.0%)を大きく上回っている。



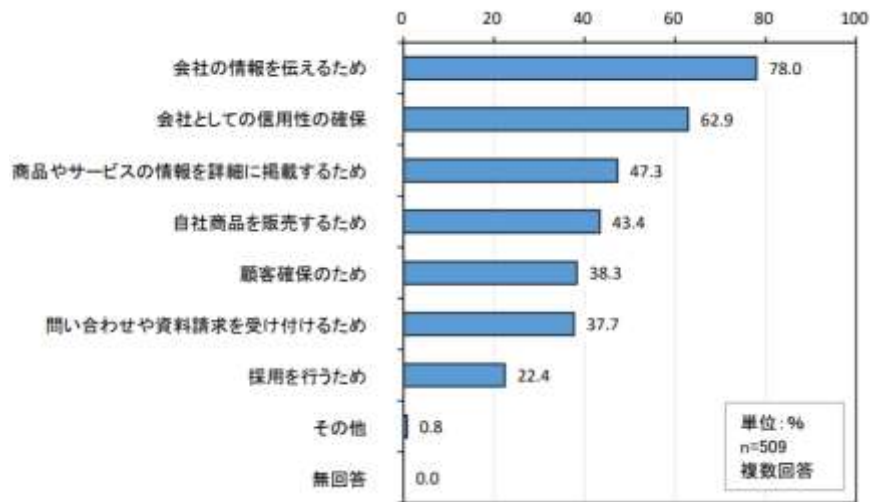
PC機器等の利用状況

PC機器等(スマートフォン・タブレットを含む)の利用状況を見ると、「一部の社員が業務に利用している」が60.6%と最も高く、次いで「社員全員が業務に利用している」が31.4%となっている。



ホームページの開設理由

「会社の情報を伝えるため」が78.0%と最も高く、次いで「会社としての信用性の確保」(62.9%)、「商品やサービスの情報を詳細に掲載するため」(47.3%)となっている。



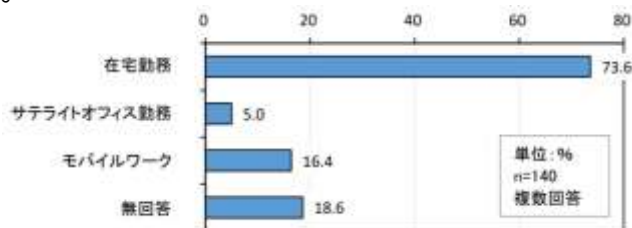
2 デジタル化にかかる職場環境（テレワーク）

テレワークの導入状況

テレワークの導入状況を見ると、「導入している」企業は19.1%で、「導入していない。具体的な導入予定もない」が75.0%となっている。

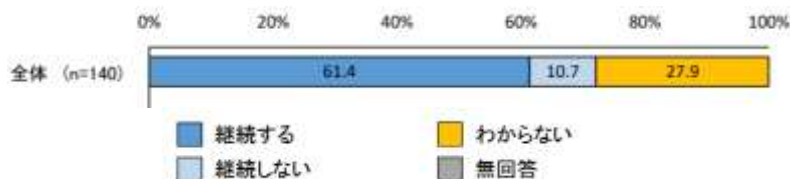


テレワークを導入している140社のうち、導入形態は、「在宅勤務」が73.6%と最も高く、次いで「モバイルワーク」が16.4%となっている。



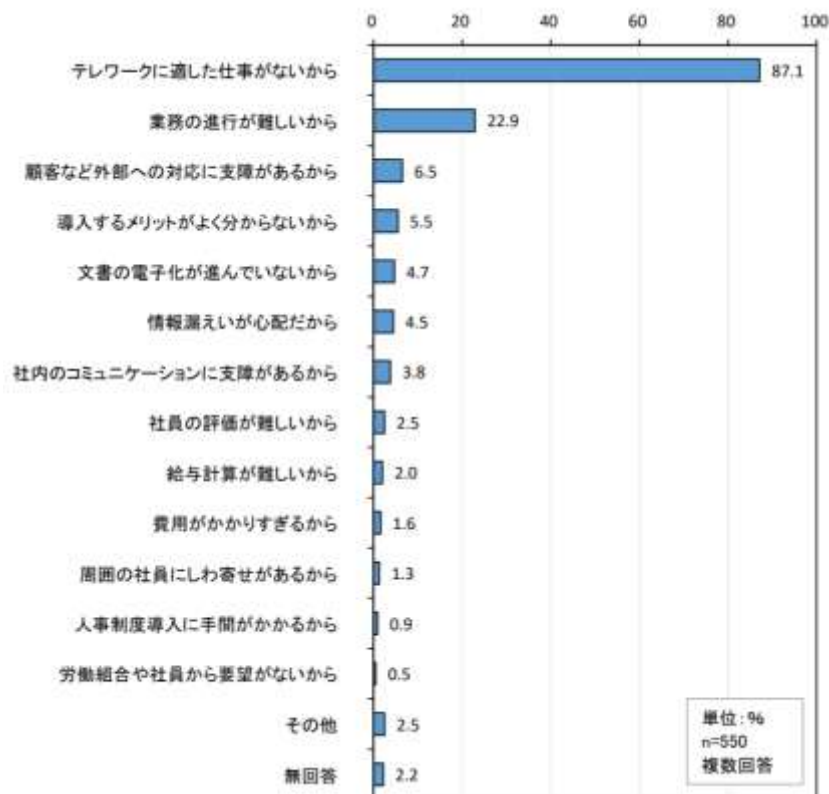
新型コロナウイルス感染症終息後の継続意向

「継続する」が61.4%と最も高く、次いで「わからない」が27.9%、「継続しない」については、10.7%となっている。



テレワークを導入しなかった理由

「導入していない。具体的な導入予定もない」と回答した550社のうち、導入しない理由は、「テレワークに適した仕事がないから」が87.1%と圧倒的に高く、次いで「業務の進行が難しいから」が22.9%となっている。

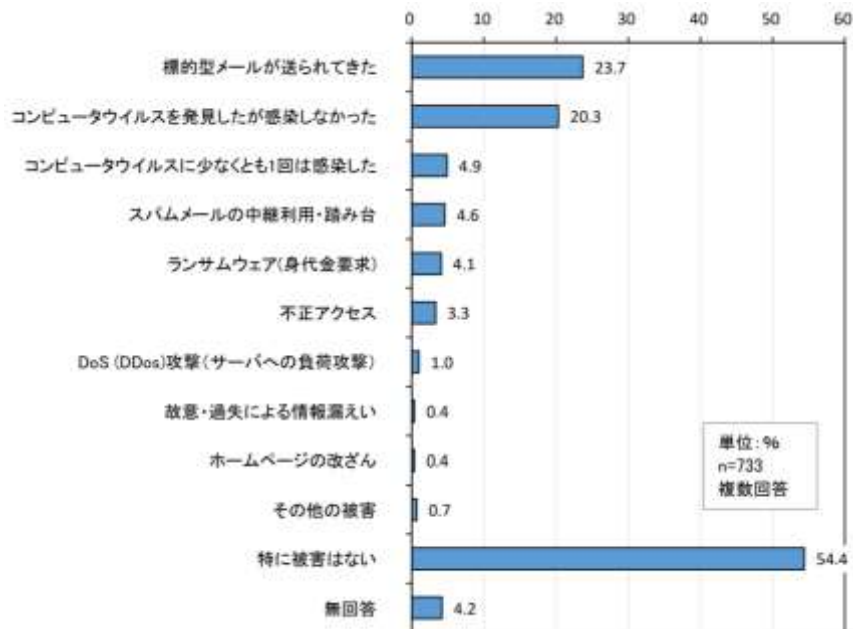


2 デジタル化にかかる職場環境（情報セキュリティ）

過去1年間のセキュリティ被害

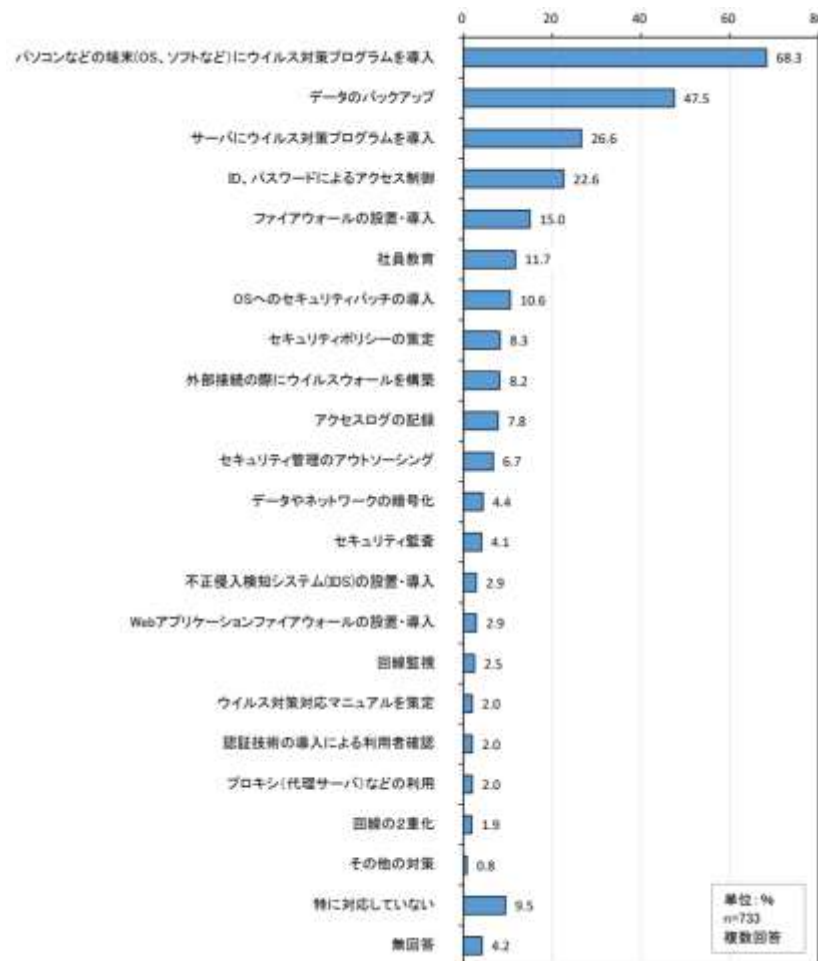
過去1年間のセキュリティ被害については、「特に被害はない」が54.4%と最も高い。

一方「何らかの被害を受けた」企業は41.4%となっている。被害の内容としては、「標的型メールが送られてきた」23.7%、「コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった」20.3%の割合が高い。



情報セキュリティ対策の状況

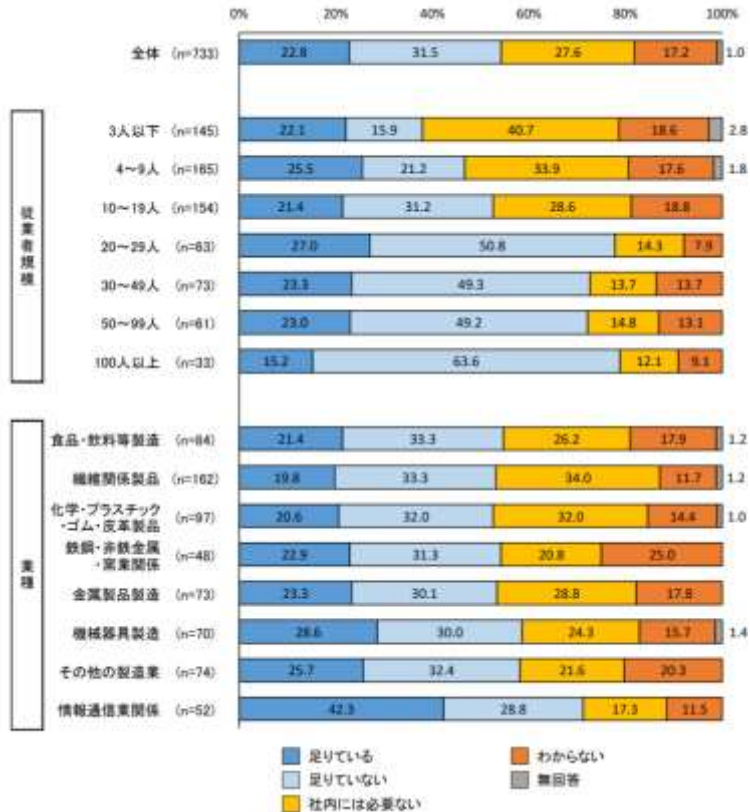
「パソコンなどの端末(OS、ソフトなど)にウイルス対策プログラムを導入」が68.3%と最も高く、次いで「データのバックアップ」47.5%となっている。



3 デジタル化推進人材の育成・確保

デジタル化推進人材の状況

全体としては、「足りていない」が31.5%と最も高く、次いで「社内には必要ない」が27.6%となっている。
 従業員規模別にみると、19人以下の企業では「社内には必要ない」が相対的に高い。
 業種別にみると、情報通信業関係では「足りている」が42.3%と高い。繊維関係製品、化学・プラスチック・ゴム・皮革製品では「社内には必要ない」が高くなっている。



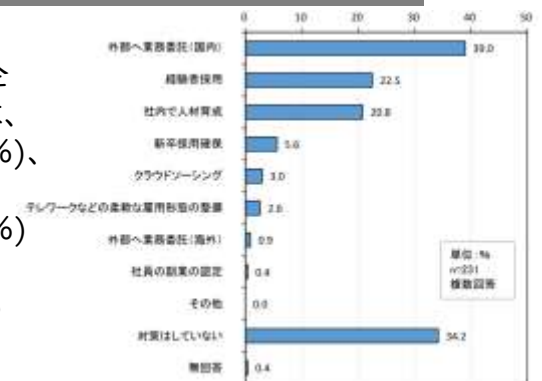
不足しているデジタル化推進人材

デジタル化推進人材が「足りていない」と回答した企業のうち、不足している人材は、「ネットワーク技術者(社内ネットワーク管理)」が58.9%、「システム開発技術者(社内システム開発)」が57.1%と上位となっている。



人材確保の手段

「足りていない」と回答した企業のうち、人材確保の手段は、「外部へ業務委託」(39.0%)、「経験者採用」(22.5%)、「社内で人材育成」(20.8%)が上位となっている。
 一方、「対策はしていない」も34.2%と多くみられた。



4 データの収集と利活用

IoTやAIなどのシステムの導入状況

「導入について、検討していない」が56.1%と半数以上を占める。「導入している」は4.6%にとどまっており、「導入予定がある」も3.8%と低くなっている。



検討したが未導入の理由(複数回答) (n=88)

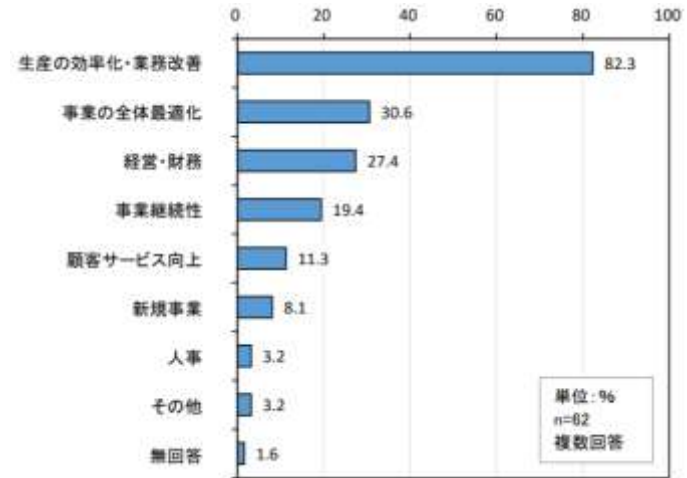
順位①コスト(導入・運営)がかかる	52.3%
②システムが自社に適合しない	36.4%
③使いこなす人材がない	33.0%
④導入後のビジネスモデルが不明確	19.3%
⑤導入すべきシステムやサービスが不明	17.0%

検討していない理由(複数回答) (n=411)

順位①必要性を感じない	70.1%
②検討する余裕がない	22.4%
③課題がどう紐づくかわからない	17.8%
④実行する手間が割に合わない	12.4%

システムの導入目的

「導入している」「導入予定がある」と回答した企業において、システムの導入目的は、「生産の効率化・業務改善」が82.3%と最も高く、次いで「事業の全体最適化」(30.6%)、「経営・財務」(27.4%)となっている。



システム導入の効果

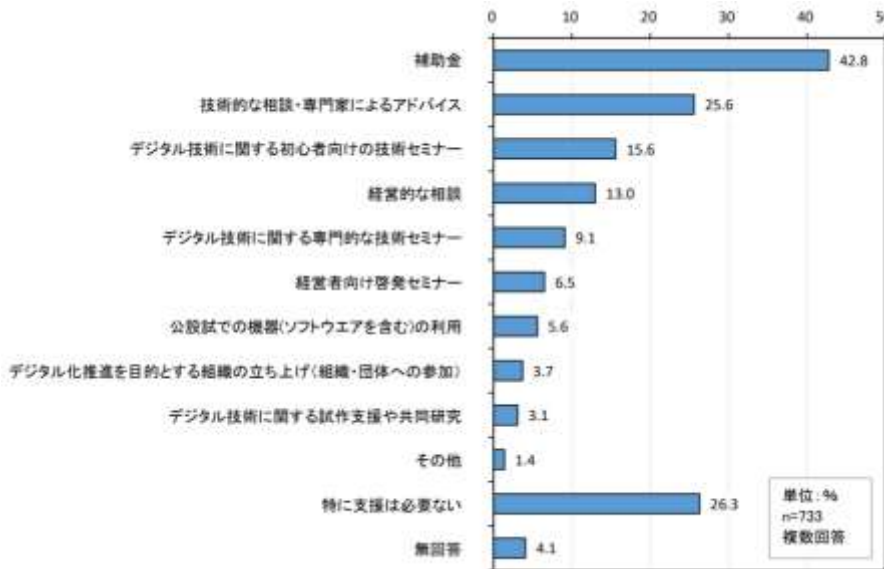
「導入している」と回答した企業のうち、「非常に効果があった」、「ある程度効果があった」が計73.5%となっている。



5 デジタル化推進支援

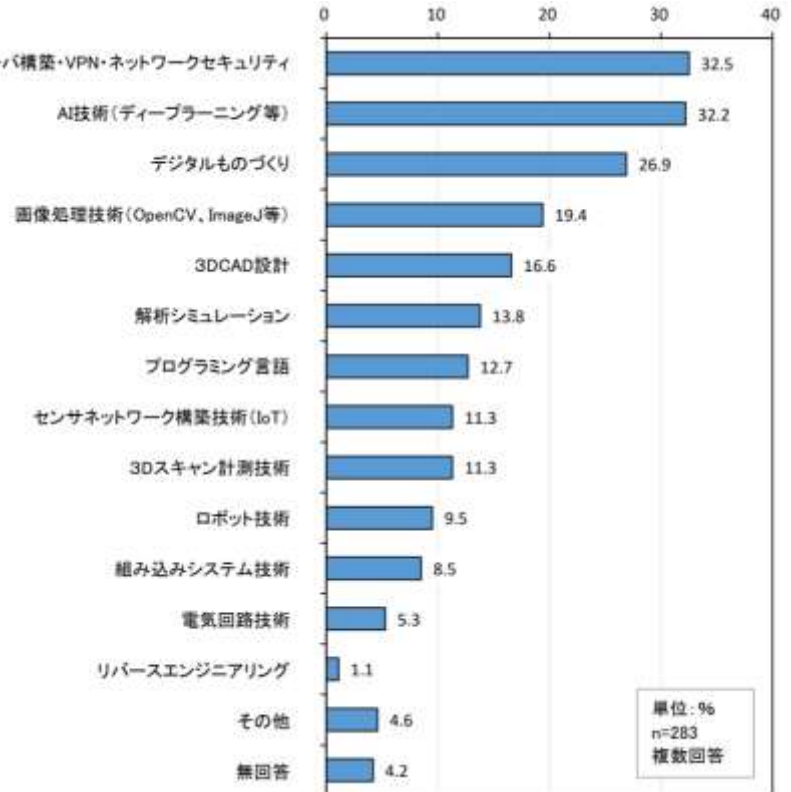
デジタル化推進に必要な支援策

「補助金」が42.8%と最も高く、次いで「技術的な相談・専門家によるアドバイス」(25.6%)、「デジタル技術に関する初心者向けの技術セミナー」(15.6%)となっている。



デジタル化推進に必要な技術

デジタル化推進に必要な支援策で、「技術的支援(「技術的な相談・専門家によるアドバイス」、「公設試で機器の利用」、「技術セミナー」、「試作支援や共同研究」)」と回答した企業のうち、必要な技術は、「サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ」(32.5%)、「AI技術(ディープラーニング等)」(32.2%)、「デジタルものづくり」(26.9%)の割合が高い。

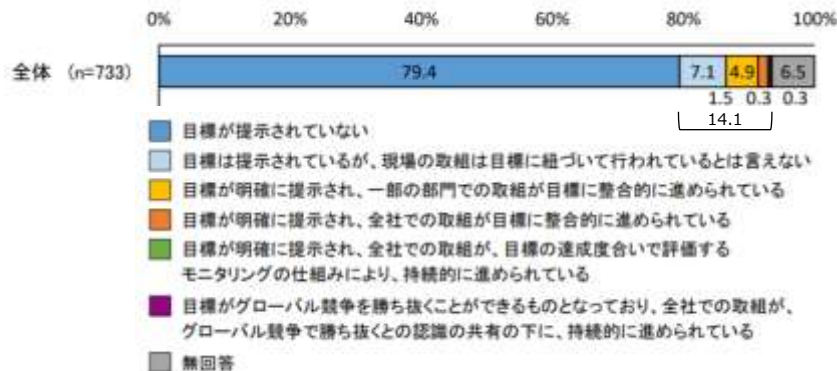


6 DX推進指標

※DX推進指標とは、経営者や社内の関係者がDXの推進に向けた現状や課題に対する認識を共有し、アクションにつなげるための気づきの機会を提供することを目的として、策定された指標のこと
(経済産業省https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/dx/dx.html 参照 2021-10-18)

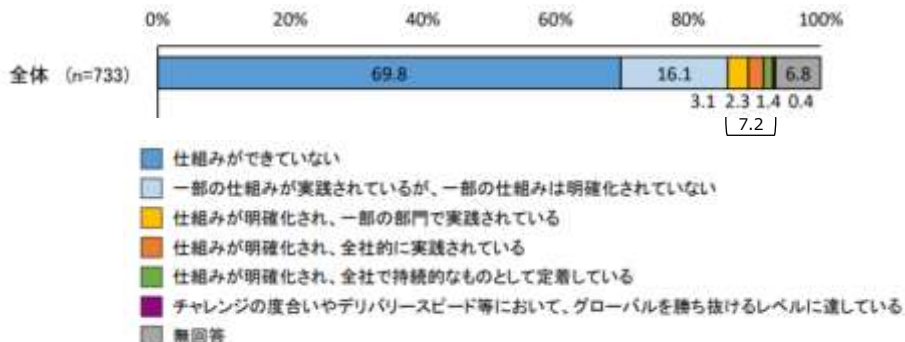
社内において、デジタル技術の活用を検討し、どのような改善を進めていくべきか、目標(ビジョン)の共有ができていないか

「目標が提示されていない」が79.4%と最も高くなっている。一方、「目標が提示されている」は計14.1%となった。



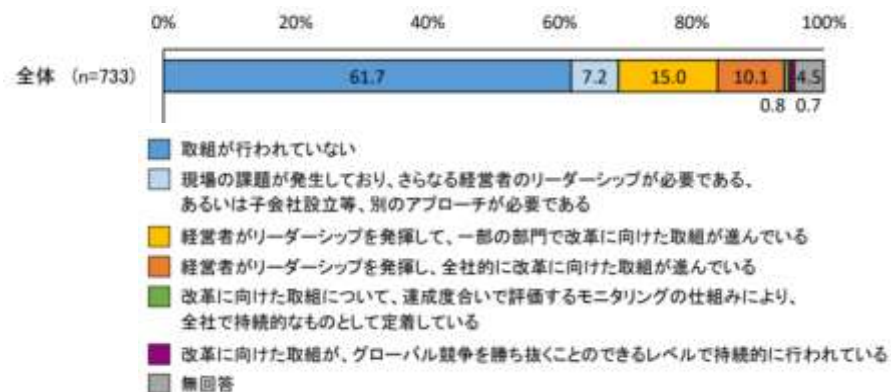
社内において、挑戦を促し失敗から学ぶプロセスをスピーディに実行し、継続できる仕組みが構築できているか

「仕組みができていない」が69.8%と多数を占め、「一部の仕組みが実践されているが、一部の仕組みは明確化されていない」が16.1%で続いている。仕組みが明確化され、一部でも実践されている企業は、合計で7.2%となっている。



ビジネスモデルや業務プロセスの改革に対して、現場とよく話し合い、経営者自らがリーダーシップを発揮して取り組んでいるか

「取組が行われていない」が61.7%と最も高くなっている。



社内の既存のITシステムにどのような見直しが必要であるかを認識し、対応策(運用方法、人材配置、改修等)が講じられているか

「認識はしているものの、対応はまだできていない。」が48.6%で最も高い。

