

DX 推進に関する調査
報告書

2025 年 3 月
宇都宮商工会議所

目次

1. 調査概要	3
(1) 目的	3
(2) 期間	3
(3) 対象	3
(4) 回答事業者数	3
(5) 調査方法	3
(6) 協力機関	3
2. 調査結果概要	4
(1) 現状と課題	4
(2) 調査結果	5
(3) まとめと提言	7
3. 調査結果	8
(1) 事業者の属性情報	8
資本金	8
従業員数(代表者・役員・パート・アルバイト除く)	8
中小規模(資本金×従業員数)	9
業種	9
直近3年間の売上傾向	10
直近3年間の利益傾向	10
増収増益(売上傾向×利益傾向)	10
(2) 事業者のDX導入・非導入の状況	11
広義のDX化の進み具合について	11
本来のDX化を目指した取り組みについて	12
本来のDX化の推進に向けて期待する支援施策(複数回答可)	13
(3) DX導入済み事業者の状況	14
広義のDX化に取り組んだきっかけ(複数回答可)	14
広義のDXはどのようなことから始めたか(複数回答可)	15
広義のDX化を進める体制について	15
広義のDX化にどれくらいの期間取り組んでいるか	16
広義のDX化にどれくらい投資をしてきたか	16
本来のDX化の具体的な取り組みについて(複数回答可)	17
本来のDX化に期待する成果・効果について(複数回答可)	18
本来のDX化の取組成果について	19
本来のDX化を推進するに当たっての課題について(複数回答可)	19
(4) DX非導入事業者の状況	20
業種別の本来のDX化の取り組み状況	20
本来のDX化を進めない・進められない理由	21
本来のDX化の推進に向けて期待する支援施策(DX導入と非導入の比較)	22
DXに取り組めない理由と期待する支援施策の相関	23
(5) DX導入済み事業者の成功事例(事業者ヒアリング)	24
(参考)調査票	27

1. 調査概要

(1) 目的

当商工会議所が行った令和5年度の調査結果から、DXを推進したい事業者が多いものの、実際に進んでいない現状が明らかになった。本年度は全事業者におけるDXの取組状況などを把握するとともに、DXの実現に向けた課題や期待する支援施策などについて調査することで、今後の支援施策の検討や政策提言などに反映する。

(2) 期間

2024年12月19日(木)～2025年1月24日(金)

(3) 対象

当商工会議所の役員・議員及び部会役員・評議員(423事業所)を主な調査対象とした。

(4) 回答事業者数

130事業者(回答率30.7%)

(5) 調査方法

- ・メールやFAXにて依頼し、FAXまたはオンラインで回答
- ・当商工会議所ホームページに掲載し、オンラインで回答

(6) 協力機関

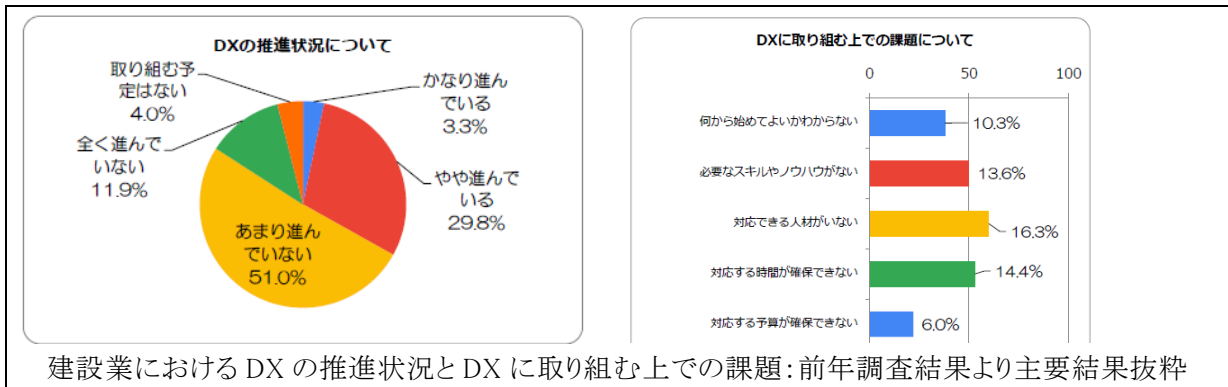
須田経営相談所
一般社団法人栃木県中小企業診断士会 企業内診断士研究会(ティフ研)

2. 調査結果概要

(1) 現状と課題

中小・小規模事業者では、人手不足や高齢化が叫ばれ、働き方を見直す必要性に迫られている。DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、単にデジタル技術を活用して利便性を確保することだけではなく、業務プロセス全体の効率化や、業務の自動化を推進し、ビジネスモデルの変革を目指すもので、最新技術やツールの導入によって、生産性の向上、人手不足の解消や熟練技術の承継などの効果が期待される。また、DX はニーズの不確実性が高く、自社の事業内容にあうか不明確な状況下で進められているケースも多く見受けられるため、自社の必要性を十分に検討し、柔軟かつ迅速に対応していくことが求められる。

前回の当商工会議所が行った令和5年度の調査結果「建設業におけるDX(デジタルトランスフォーメーション)推進に関する調査<2023年8月>」から、DXを推進したい事業者が多いものの、実際に進んでいない現状であることが判明した。進まない原因は「時間がない」「お金がない」「人材が足りない」と、後回しになりがちな理由が多く、真の課題は別にあると仮説を立てた。そこで、建設業に限らず全事業者におけるDXへの理解や取り組みの進捗状況を把握すると共に、取り組むための課題や期待する支援施策を改めて調査することで、DX推進の一步を事業者が踏み出せるような、今後の対応方針を検討するための基となるデータを提供することを目的とする。



本調査で前提となるDXの定義について、経済産業省はDXを「売上・利益の増加、新しいビジネスの立ち上げなど、デジタルを活用して企業や組織の変革を通じた成長を目指すもの」としており、デジタル活用の4段階のフェーズを示している。本調査は同定義に準じ、デジタル活用の4段階のフェーズにおける段階4をDX化、段階2から段階4までを含むデジタル活用段階を広義のDX化、とする。

段階1: アナログ	広義のDX化		
	段階2: デジタル化	段階3: IT化	段階4: DX化
紙や電話を使用するアナログ業務が中心 (例) ・受発注をFAXや電話のみで実施 ・勤怠管理として出勤簿に判子を押印	業務標準化・業務効率化による事務負担軽減・コスト削減を図る (例) ・顧客との連絡手段をFAXから電子メールに切り替え	ITツールやインフラを活用し、業務効率化を図る (例) ・在庫情報システムによる在庫量・発注量の管理 ・顧客管理システムによる効率的な営業活動の促進	デジタル化によるビジネスモデル・働き方の変革や競争力強化、データ活用による販路拡大や新商品開発を実施 (例) ・蓄積されたデータを活用した販路拡大や新商品の開発による付加価値の向上

DX化に向けたデジタル活用の4段階のフェーズ: 経済産業省の掲示情報を基に筆者作成

(2) 調査結果

まずアンケート回答事業者の業種分布は比較的満遍なく回答数がある中で、5割超の事業者が「資本金 5,000 万円以下」かつ「従業員数 50 人以下」であり、6割超の事業者が「売上・利益ともに増加傾向」である。本調査では、事業者の規模や収益状況の傾向で、資本金 5,000 万円以下かつ従業員数 50 人以下の事業者を「中小規模」、売上・利益ともに増加傾向の事業者を「増収増益」、と分類する。

	増収増益である	増収増益でない	総計	
中小規模である	35%	22%	56%	注) 中小規模：資本金 5,000 万円以下かつ従業員数 50 人以下 増収増益：売上・利益ともに増加傾向
中小規模でない	27%	17%	44%	
総計	62%	38%	100%	

中小規模ならびに増収増益で分類した事業者の属性：本年調査結果より関連結果抜粋

次に事業者の DX 導入・非導入の状況は、全体平均で1割弱の事業者が DX 化まで進展している。一方で、3割弱の事業者が広義の DX 化まで進展していない。事業者の多くが「経理・財務」や「本業の効率化・業務改善」の分野で広義の DX 化まで進展しているが、3割強の事業者が「マーケティング」や「営業」の分野で広義の DX 化まで進展しておらず、同分野で DX 化の進展状況に差がある。

しかしながら、マーケティング・営業分野まで DX 化を進展している9割が増収増益の事業者で、4割が中小規模の事業者である。中小規模の事業者は DX 化まで進展していない群が多いが、中小規模の事業者でも DX 化を進展させている事業者は増収増益であり好機がある。

	DX化	広義のDX化	DX化×増収増益である	DX化×中小規模である
①人事・労務	9%	76%	83%	33%
②経理・財務	11%	91%	86%	29%
③法務	5%	53%	100%	17%
④マーケティング	12%	70%	87%	40%
⑤営業	11%	67%	93%	43%
⑥本業の効率化・業務改善	12%	82%	87%	33%
⑦その他	8%	58%	80%	50%
総計	9%	71%	88%	35%

分野毎の DX 化・広義の DX 化進展状況と DX 化事業者の属性：本年調査結果より関連結果抜粋

6割強の事業者は DX 化を目指して取り組みを進めている。5割超の中小規模の事業者は DX 化の取り組みを進めていないが、DX 化の取り組みを進めている事業者の方が増収増益の割合が高い。増収増益でない事業者や中小規模の事業者は DX 化への取り組みに課題を抱えている。

DX 化推進に期待する支援施策は、「補助金・助成金」が多く、次に「研修制度」「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」「導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催」がある。中小規模の事業者は「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」「専門家の派遣」を顕著に求めている。増収増益の事業者は「ベンダーやツール等情報の提供」を顕著に求めている。

	全体	増収増益である	中小規模である
DX化の取り組みを進めている	63%	68%	47%
上記回答以外	37%	33%	53%

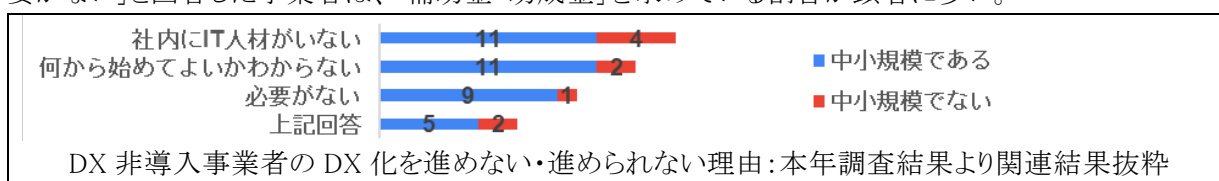
DX 化の取り組み状況と各事業者の属性：本年調査結果より関連結果抜粋

最後に DX 導入済み事業者と DX 非導入事業者のそれぞれの状況に着目すると、DX 化の取り組みを進めている DX 導入済み事業者は、規模や収益状況によらず「本業の効率化・業務改善」などを「自発的」に「自社組織」で進めているが、外部を活用している事業者は少ない。中小規模の事業者は、DX導入の期間が「3 年以下」と短く予算も「500 万円以下」と少ない。増収増益の事業者は、「テレワーク」「RPA 導入」など業務効率化による人手不足の解消や「顧客データの一元管理」「IoT活用」など現場データ利活用による生産性向上や熟練技術の承継に資する取り組みや、期待する成果・効果を「新規顧客の開拓」「顧客接点の強化」などマーケティング・営業分野までゴール設定ができています。しかし、総じて DX 人材の確保が課題であり、中小規模の事業者は予算確保や効果測定も課題である。

	経営課題解決のために自発的に	社内で推進組織を編成している
DX化の取り組みを進めている	59%	77%

DX 導入済み事業者の広義の DX 化に取り組むきっかけと体制：本年調査結果より関連結果抜粋

DX 化の取り組みを進めていない DX 非導入事業者は、「社内に IT 人材がない」「何から始めてよいかわからない」「必要がない」の理由で DX 化を進めないか進められない。中小規模の事業者は「何から始めてよいかわからない」「必要がない」が顕著である。業種別に見るといわゆる接客業の DX への後ろ向きさが全国規模の調査と比較しても際立っている。期待する施策については、「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」「専門家の派遣」が DX 導入済み事業者と比べ割合が多い。DXの「必要がない」と回答した事業者は、「補助金・助成金」を求めている割合が顕著に多い。



DX 導入済み事業者の成功事例のから、アンケート調査結果を裏付ける事例が得られた。

事業者の成功事例から共通している点は、「代表や経営陣が推し進める」、「計画を立てて実行する」、「本来の目的から離れない」、「専門家の力を使って一緒に進める」ことであった。

DXを推進するにあたり、自社の事業基盤の再構築が必要だと考えに至り、代表者や経営陣が主導するとともに、計画を策定し実行したことで成功に導くことができたことがヒアリングからうかがえた。「業務の棚卸し」、「補助金を通じた事業計画策定」など自社の事業を見直す時間を設けたことで、目的や次に取り組むべきことが明確となった。

計画を立てた時には目的を定め、その目的から逸れずにITを導入していることがヒアリングからうかがえた。導入後には効果があるか必ず検証し、効果が見込めないものについてはやめるというスタンスも共通していた。

中小・小規模事業者は特に社内にDX人材が少ないことが多く、特に、成功事例の小規模事業者2社はDX専門の担当者がいるわけではなく、総務担当者や会社役員がIT担当をしている。そのため、外部の専門家を上手く活用し、IT導入を進めていた。また、IT導入にあたっては専門家任せではなく、IT担当者に専門家が伴走しながら導入を進めていた。

(3) まとめと提言

DX化に取り組む事業者は中小規模の事業者でも増収増益である。増収増益でない事業者や中小規模の事業者はDX化への取り組みに課題があるが、DX導入は事業者に有効な手段の1つである。

DX化への取り組みに課題を抱える事業者に対し、補助金・助成金も当然必要だが、補助金・助成金の入り口として外部の専門家派遣やベンダー・ツール等情報提供含め支援機関の相談窓口が重要な機能であるため機能強化を図り、さらに相談窓口の入り口としてセミナーや研修も有効である。

DX化に取り組みながら成果を感じていない事業者は効果測定が十分にできておらず、総じてDX人材の確保も十分にできていない。それにもかかわらず外部を活用している事業者が少ないことから、外部活用により事業者の課題を克服できるような支援機関や専門家の役割が重要である。

DX化は自社の事業基盤への取り組みに留まらず、業務効率化による人手不足の解消や現場データ活用による生産性向上や熟練技術の承継に資する取り組みまで具体化することや、本業の効率化・業務改善のみならずマーケティング・営業分野までゴール設定することが増収増益に繋がる。

中小規模の事業者は自社でDX化のゴール設定や課題展開ならびにDX人材確保が難しいため、支援機関によるDX人材の外部活用から社内のDX人材育成まで支援できる体制が必要であり、事業者の段階的な取り組みを支える継続的な伴走支援の体制も整備する必要がある。

DX化に取り組めていない事業者には自発的に取り組む啓蒙活動が課題であり、他社の導入事例や効果をまとめて紹介する支援機関や専門家によるプッシュ型の周知活動が有効である。業種別に着目すると、接客業におけるDX事例集や専門家派遣など手厚い支援が必要である。

DX推進事業者の成功事例から、DX非導入事業者の理由として挙げられていた「社内にIT人材がない」、「何から始めてよいかわからない」「必要がない」の点は、次のように取り組むことを提言する。

「社内にIT人材がない」点については、経営層が主導して推し進め、外部専門家を活用することである。成功事例では、社内の経理業務をIT化する際に税理士に協力してもらい、経理業務の棚卸しから導入までのサポートを受けたことで、業務効率化につながっている。地域企業にとって喫緊の経営課題である人手不足対策については、IT人材の獲得を自社だけの力で言うことは難しいため、「外部専門家と一緒に進める」ことが解決につながるものとする。

「何から始めてよいかわからない」点については、まず事業計画を立てることが有効である。事業計画を立てる際には必ず目的や目標を定め、計画の最終ゴールを設定することが重要である。DX化が目的ではなく、計画を達成するためにDXを推進することが重要である。成功事例でも「人手不足を解消するため」、「社内の業務を効率化したい」など目的を定めたいうえで行動していたため、「自社はこれからどのようにしていきたいか」から始めることが重要であるとする。

「必要がない」点については、成功事例にある代表や経営陣が推し進める点と正に相反しており、DX化に対する経営層へのマインドセットが必要である。それにはDX化の意義や効果ならびに成功事例をプッシュ型で伝えていき経営層の理解を醸成することこそが重要であるとする。

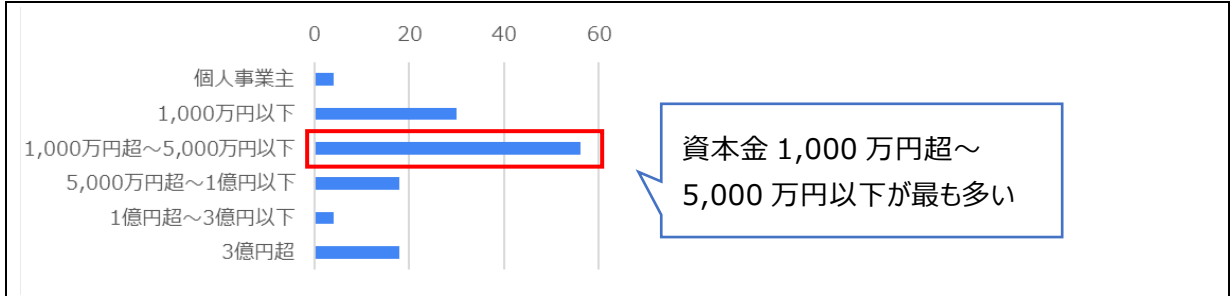
DX推進にあたり大切なことは事業計画を立てその計画に基づいて進めることであり、シンプルな結論ではあるが、それすら実行する「時間がない」、「お金がない」、「人材が足りない」と感じているのではないだろうか。しかしながら、今後も人手不足をはじめ、原材料高騰など経営環境は厳しくなることが想定され、前期と同じ利益を確保するためには、売上向上が必要である。

DX推進事業者は業務効率化し、得た時間で新たな事業の取り組みを計画するなど、経営に余裕ができ、売上向上と経費削減の両面ができていたことが今回の調査で分かった。導入にはもちろん「時間」と「お金」は重要となるが、特に人材面については外部専門家を活用することが早期解決の糸口となるため、当商工会議所においても、支援機関として事業計画策定支援や専門家の活用支援などにより、事業者に寄り添った伴走支援を行っていく。

3. 調査結果

(1) 事業者の属性情報

資本金

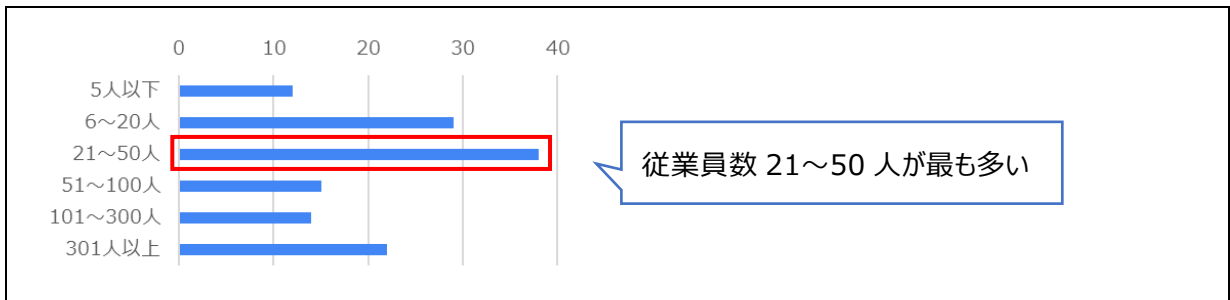


資本金	売上増加傾向	売上減少傾向	利益増加傾向	利益減少傾向	増収増益である	増収増益でない
個人事業主	4	2	2	1	3	1
1,000万円以下	30	20	10	15	15	14
1,000万円超～5,000万円以下	56	44	12	42	14	40
5,000万円超～1億円以下	18	7	11	8	10	7
1億円超～3億円以下	4	4	4	4	4	4
3億円超	18	16	2	15	3	14
総計	130	93	37	85	45	80

資本金 1,000 万円超～5,000 万円以下が最も多い。資本金 5,000 万円以下の群は売上や利益の減少傾向の群も多く、増収増益でない群は資本金が小さい事業者ほど多い。

アンケート回答事業者群は、資本金 5,000 万円以下と 5,000 万円超とで中小規模の事業者とそうでない事業者に大きく分類できる。

従業員数（代表者・役員・パート・アルバイト除く）



従業員数	売上増加傾向	売上減少傾向	利益増加傾向	利益減少傾向	増収増益である	増収増益でない
5人以下	12	3	9	1	3	2
6～20人	29	22	7	15	15	20
21～50人	38	32	6	42	14	28
51～100人	15	11	4	8	10	9
101～300人	14	9	5	4	8	6
301人以上	22	16	6	15	3	13
総計	130	93	37	85	45	80

従業員数 21～50 人が最も多い。従業員数 50 人以下の群は売上や利益の減少傾向の群も多く、増収増益でない群は資本金が小さい事業者ほど多い。

アンケート回答事業者群は、従業員数 50 人以下と 50 人超とで中小規模の事業者とそうでない事業者に大きく分類できる。

中小規模（資本金×従業員数）

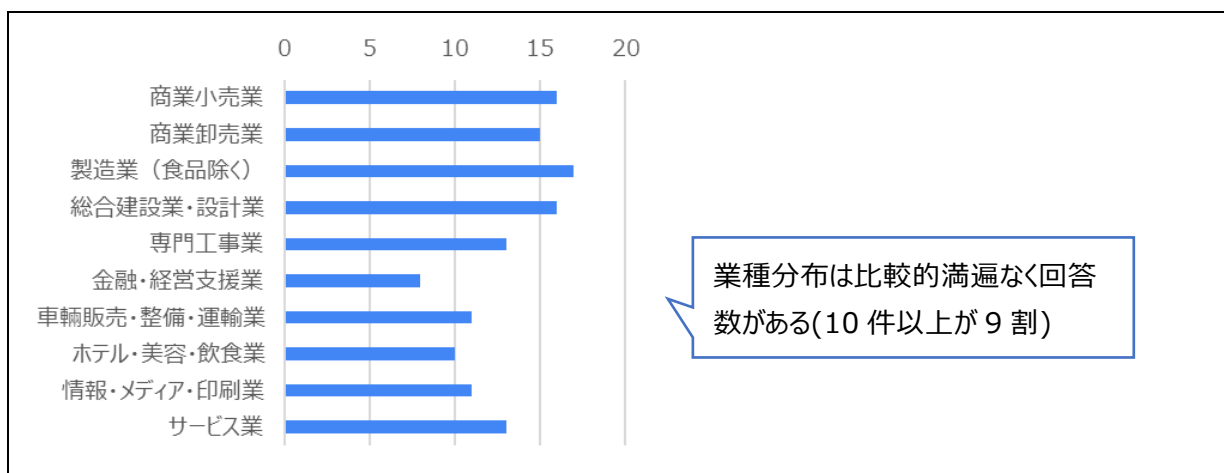


資本金×従業員数	50人以下	50人超	総計		増収増益である	増収増益でない	総計
5,000万円以下	73	17	90	中小規模である	45	28	73
5,000万円超	6	34	40	中小規模でない	35	22	57
総計	79	51	130	総計	80	50	130

本金 5,000 万円以下かつ従業員数 50 人以下(=中小規模)の事業者割合は 5 割超である。増収増益の事業者の比率はほぼ変わらない。

中小規模の事業者と中小規模ではない事業者とで層別分析すると本調査の傾向を捉えやすい。

業種



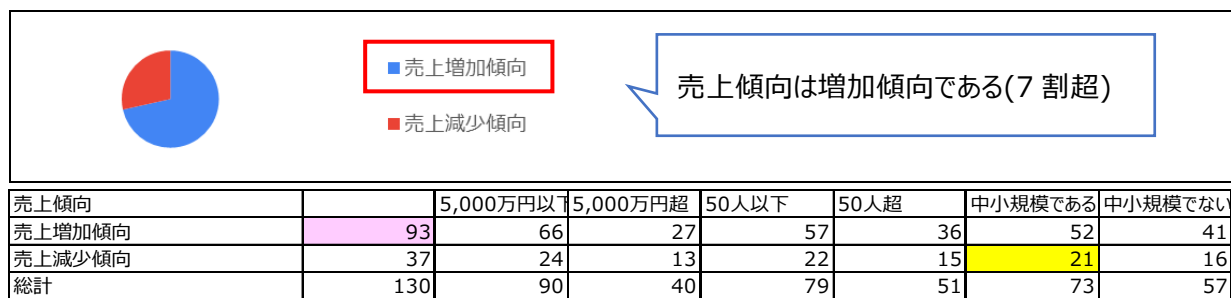
業種		中小規模である	中小規模でない	増収増益である	増収増益でない
商業小売業	16	11	5	7	9
商業卸売業	15	8	7	14	1
製造業（食品除く）	17	7	10	7	10
総合建設業・設計業	16	13	3	9	7
専門工事業	13	12	1	11	2
金融・経営支援業	8		8	7	1
車輛販売・整備・運輸業	11	3	8	6	5
ホテル・美容・飲食業	10	7	3	4	6
情報・メディア・印刷業	11	6	5	5	6
サービス業	13	6	7	10	3
総計	130	73	57	80	50

※業種別の分類は、当商工会議所 10 部会に合わせている。

業種分布は比較的満遍なく回答数がある(10 件以上が 9 割(平均 13、分散 8.0、標準偏差 2.8))。業種分布は層別でも大きな偏りもない(金融・経営支援業を除く)。

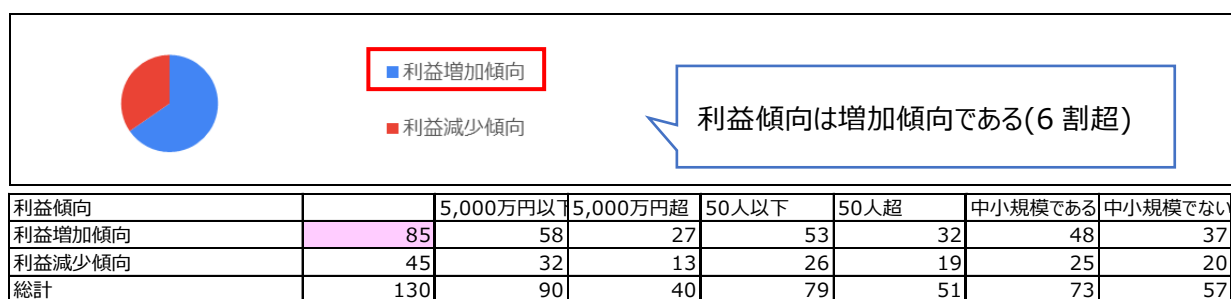
本調査は業界全体の傾向を捉えられる。

直近3年間の売上傾向



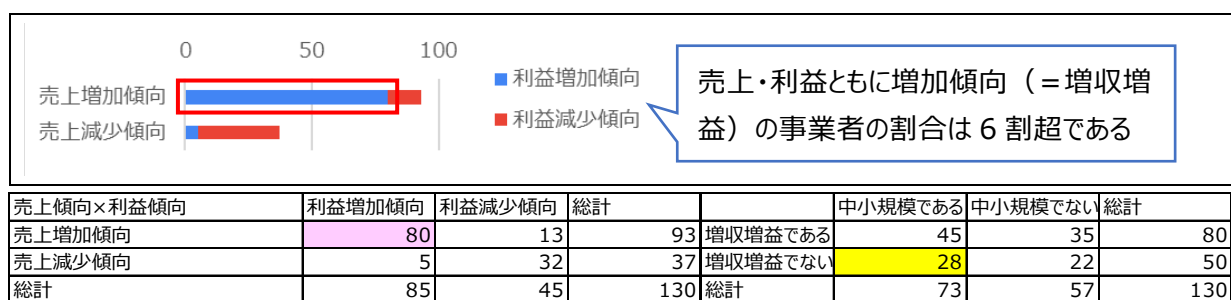
売上傾向は増加傾向である(7割超)。中小規模の事業者の方が、売上減少傾向が若干多い。
全体的に売上傾向は増加傾向であるが、中小規模の事業者は売上が厳しい面も見られる。

直近3年間の利益傾向



利益傾向は増加傾向である(6割超)。利益傾向は規模に寄らず変わらない。
全体的に利益傾向は増加傾向であるが、規模に寄らず売上傾向と比べ利益傾向は低調である。

増収増益 (売上傾向 × 利益傾向)

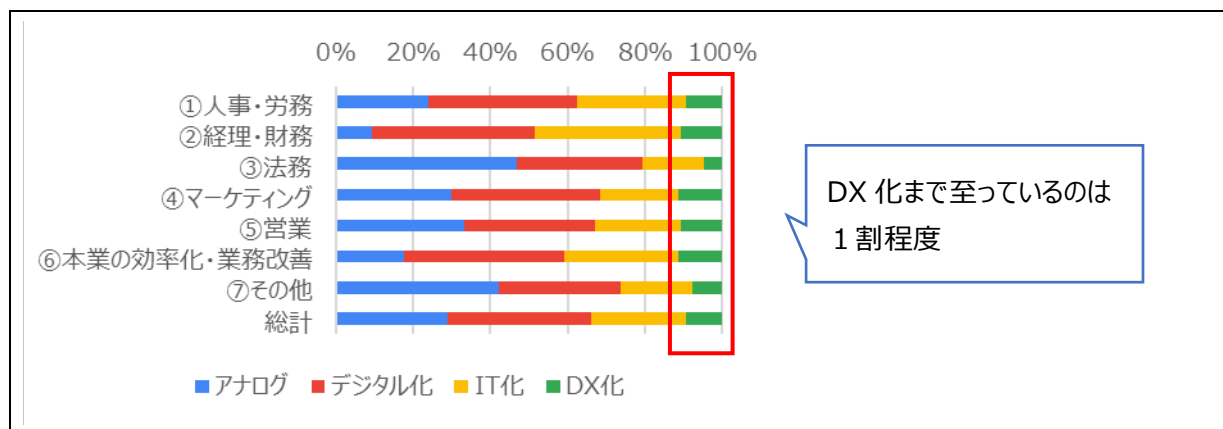


売上・利益ともに増加傾向 (= 増収増益) の事業者の割合は6割超である。中小規模の事業者の比率はほぼ変わらない。

増収増益の事業者と増収増益ではない事業者とで層別分析すると本調査の傾向を捉えやすい。

(2) 事業者の DX 導入・非導入の状況

広義の DX 化の進み具合について



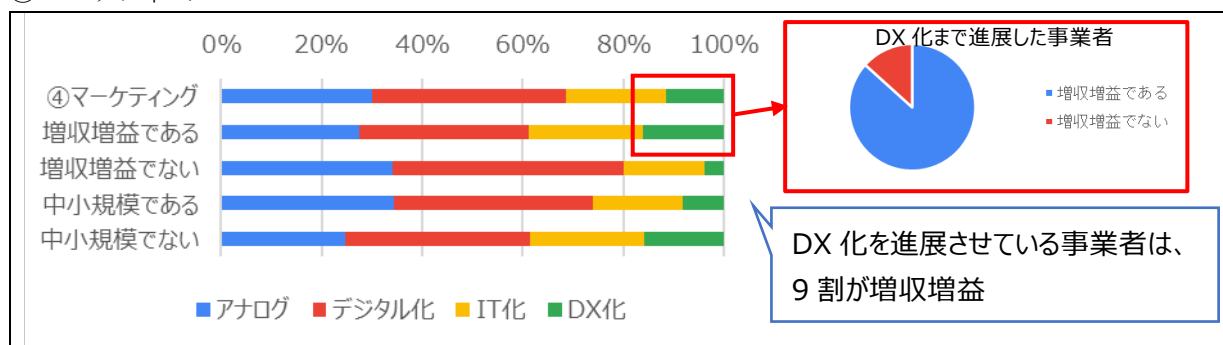
行ラベル	アナログ	デジタル化	IT化	DX化
①人事・労務	31	50	37	12
②経理・財務	12	55	49	14
③法務	61	42	21	6
④マーケティング	39	50	26	15
⑤営業	43	44	29	14
⑥本業の効率化・業務改善	23	54	38	15
⑦その他	55	41	24	10
総計	264	336	224	86

DX 化の進展は全体平均で 1 割である。一方で、IT 化まで至っていない事業者も 6 割超ある。「経理・財務」や「本業の効率化・業務改善」で DX 化や IT 化が進んでいる。「マーケティング」や「営業」も DX 化が進む一方でアナログの事業者も 3 割超である。

DX 化の進展が見られる分野があるものの、「マーケティング」や「営業」などで IT 化までも進んでいない事業者もまだまだ多い(先進的な事業者との差がある)。

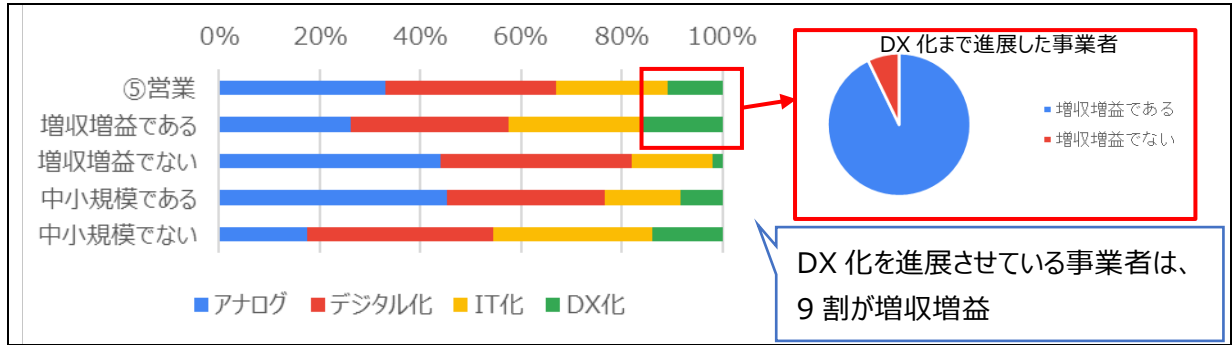
「マーケティング」と「営業」の分野に着目しさらに分析した結果が以下の通りである。

④マーケティング



	①アナログ	②デジタル化	③IT化	④DX化
④マーケティング	39	50	26	15
増収増益である	22	27	18	13
増収増益でない	17	23	8	2
中小規模である	25	29	13	6
中小規模でない	14	21	13	9

⑤営業

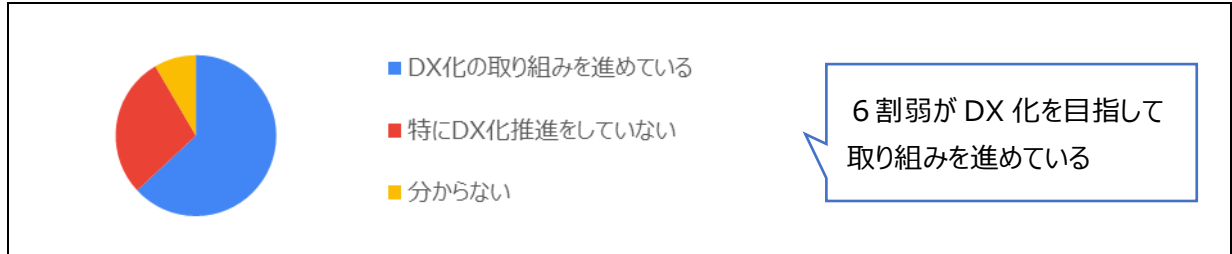


	①アナログ	②デジタル化	③IT化	④DX化
⑤営業	43	44	29	14
増収増益である	21	25	21	13
増収増益でない	22	19	8	1
中小規模である	33	23	11	6
中小規模でない	10	21	18	8

「マーケティング」や「営業」の分野までDX化を進展させている事業者は、9割が増収増益である。その事業者の4割は中小規模の事業者である。

中小規模の事業者はIT化まで進んでいない群がまだまだ多いが、中小事業者の事業者でもDX化を進展させている事業者は増収増益であり好機がある。

本来のDX化を目指した取り組みについて



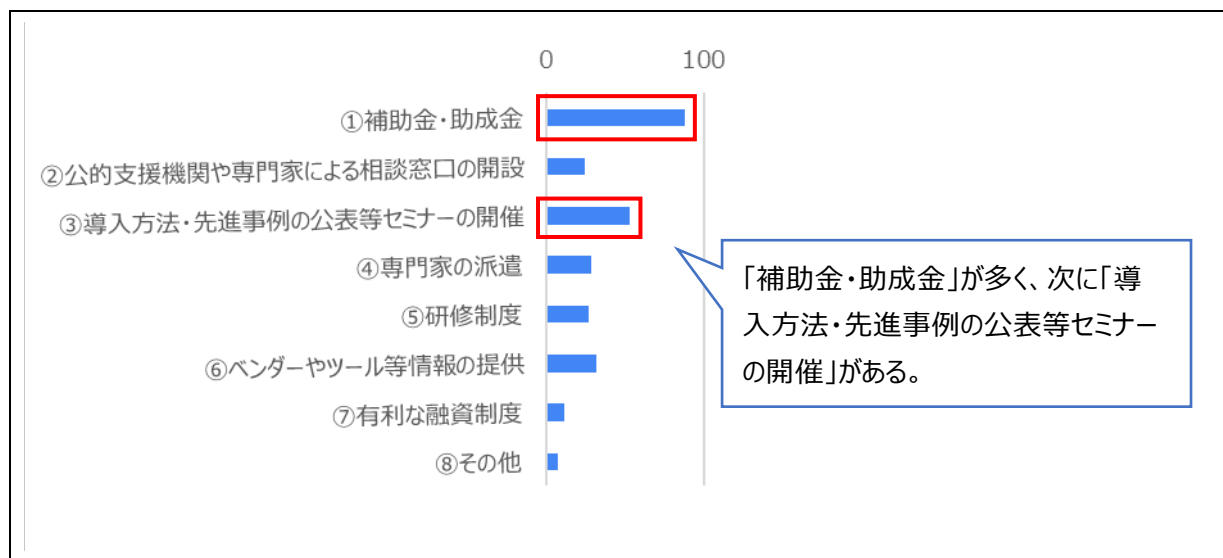
本来のDX化を目指した取り組み		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
DX化の取り組みを進めている	82	54	28	34	48
特にDX化推進をしていない	37	21	16	29	8
分からない	11	5	6	10	1
総計	130	80	50	73	57

6割強の事業者はDX化を目指して取り組みを進めている。

層別に見ると、中小規模の事業者の5割超がDX化の取り組みを進めてられていない。DX化の取り組みを進めている事業者の方が増収増益の割合が高い。

増収増益でない事業者(特に中小規模の事業者)はDX化への取り組みに課題を抱えている。

本来のDX化の推進に向けて期待する支援施策（複数回答可）



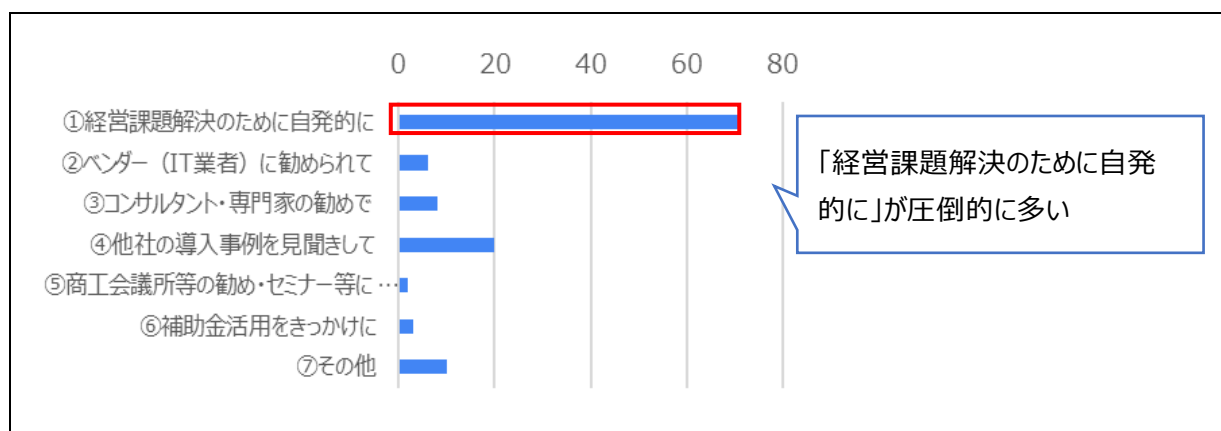
DX化推進に期待する支援施策		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①補助金・助成金	88	55	33	52	36
②公的支援機関や専門家による相談	25	13	12	19	6
③導入方法・先進事例の公表等セミ	53	31	22	23	30
④専門家の派遣	29	21	8	18	11
⑤研修制度	27	17	10	11	16
⑥ベンダーやツール等情報の提供	32	23	9	16	16
⑦有利な融資制度	12	7	5	4	8
⑧その他	8	4	4	7	1
総計	274	171	103	150	124

DX化推進に期待する支援施策は、「補助金・助成金」が多く、次に「導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催」がある。中小規模の事業者は「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」や「専門家の派遣」を顕著に求めている。増収増益の事業者は「ベンダーやツール等情報の提供」を顕著に求めている。

補助金・助成金も当然必要だが、その入り口として支援機関によるセミナーが最も適しており、さらに中小規模向けには、相談窓口、専門家派遣も手厚くし、さらに研修制度やベンダーやツール等の情報提供など多様なメニューを用意することが肝要である。

(3) DX 導入済み事業者の状況

広義のDX化に取り組んだきっかけ（複数回答可）

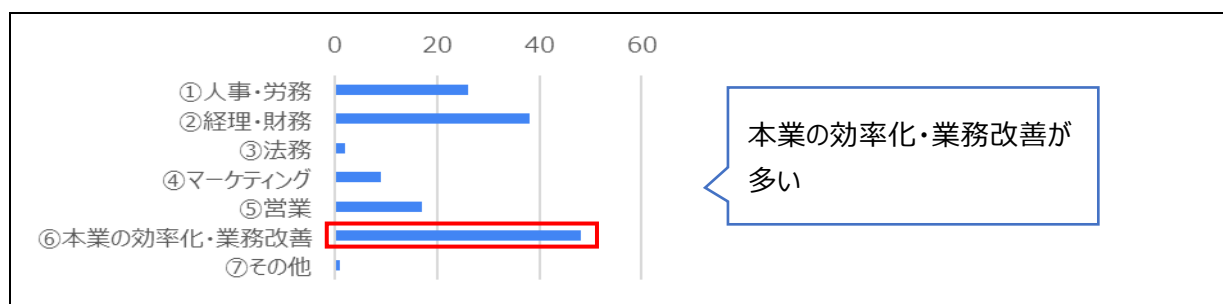


広義のDX化に取り組んだきっかけ		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①経営課題解決のために自発的に	71	48	23	27	44
②ベンダー（IT業者）に勧められて	6	5	1	2	4
③コンサルタント・専門家の勧めで	8	5	3	4	4
④他社の導入事例を見聞きして	20	15	5	8	12
⑤商工会議所等の勧め・セミナー等に	2	2	0	2	0
⑥補助金活用をきっかけに	3	1	2	0	3
⑦その他	10	4	6	4	6
総計	120	80	40	47	73

広義のDX化に取り組んだきっかけは、「経営課題解決のために自発的に」が圧倒的に多く、次は「他社の導入事例を見聞きして」である。「その他」は「親会社の意向」(7件)が多い。自発的に取り組むのは中小規模でない事業者が多い。他社事例の導入事例に倣うのは増収増益の事業者が多い。補助金活用をきっかけにするのは中小規模でない事業者のみである。

取り組んでいる事業者は規模、収益状況によらず自発的であるため、自発的にできない事業者への啓蒙が課題である。従って、支援機関や専門家によるプッシュ型の周知活動、例えば他社の成功事例や効果をまとめたものを紹介、が有効となる。

広義のDXはどのようなことから始めたか（複数回答可）

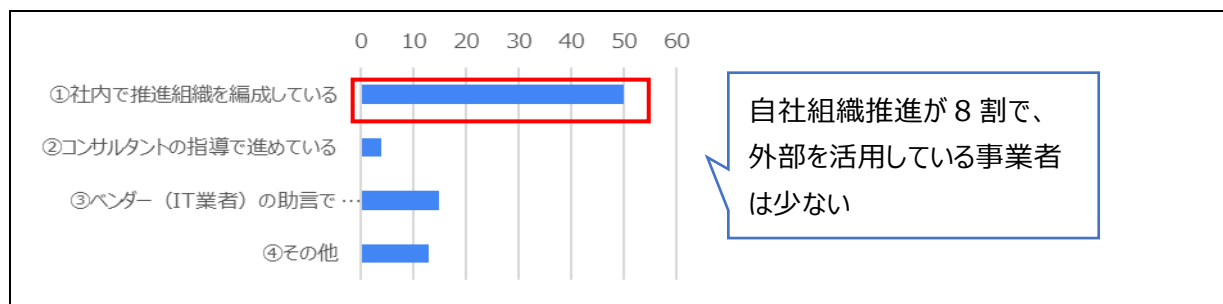


広義のDX化を始めた業務	件数	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①人事・労務	26	17	9	8	18
②経理・財務	38	24	14	16	22
③法務	2	2	0	0	2
④マーケティング	9	6	3	5	4
⑤営業	17	11	6	7	10
⑥本業の効率化・業務改善	48	33	15	18	30
⑦その他	1	1	0	0	1
総計	141	94	47	54	87

広義のDX化を始めた業務は、「本業の効率化・業務改善」が多く、「経理・財務」「人事・労務」と続く。全体を通して中小規模でない事業者が多い中、「マーケティング」は中小規模の事業者が多い。

本業の効率化が求められているので、事業者の業種に対応でき専門家のDX支援が欠かせない。一方で、人事・労務や経理・財務はDX化のメニューがある程度共通化できるため、マニュアルや事例集の整備が有効となる。

広義のDX化を進める体制について

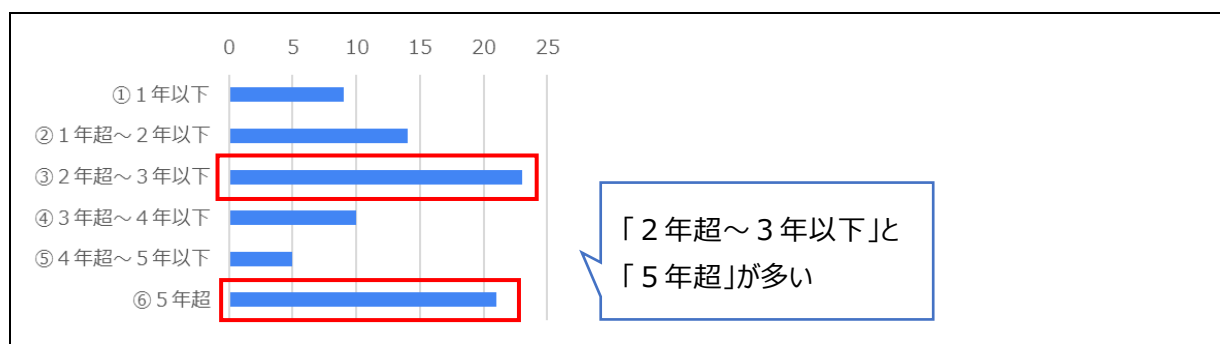


広義のDX化の体制	件数	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①社内で推進組織を編成している	50	34	16	20	30
②コンサルタントの指導で進めている	4	3	1	2	2
③ベンダー（IT業者）の助言で進めて	15	8	7	7	8
④その他	13	9	4	5	8
総計	82	54	28	34	48

広義のDX化の体制は、「社内で推進組織を編成している」が多い。「その他」は「本社主導」「経営者主導」「部門・個人主導」が多い。自社組織推進が8割で、外部を活用している事業者は少ない。「ベンダー（IT業者）の助言で進めている」の事業者は、増収増益でない割合が他と比較して多い。

全体を通しては、自社組織推進が多く一部はベンダー主導で進めているが、いずれも増収増益でない事業者が一定数いることから、DX化のゴール設定や課題展開ができておらずDX化の効果が期待通り得られていない可能性がある。外部の専門家を上手く活用できる体制や支援が求められる。

広義のDX化にどれくらいの期間取り組んでいるか

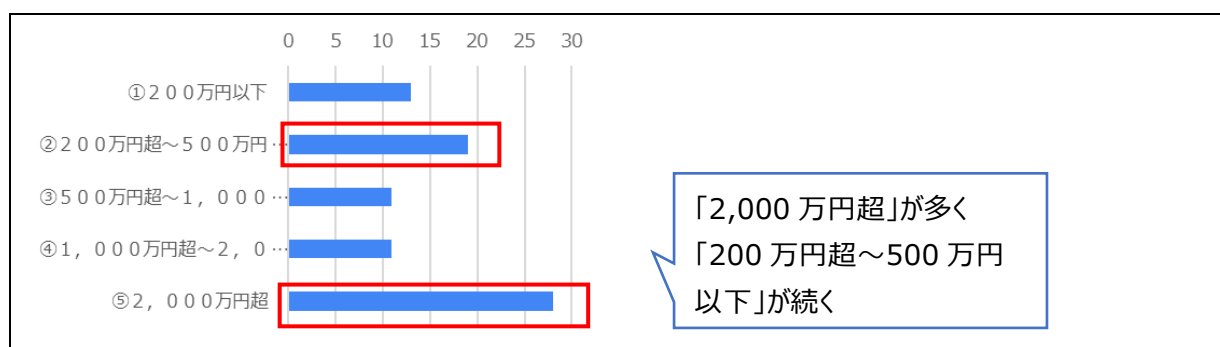


広義のDX化の期間	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
① 1年以下	9	8	7	2
② 1年超～2年以下	14	8	6	8
③ 2年超～3年以下	23	16	10	13
④ 3年超～4年以下	10	5	7	3
⑤ 4年超～5年以下	5	2	1	4
⑥ 5年超	21	15	3	18
総計	82	54	34	48

広義のDX化の期間は、「2年超～3年以下」と「5年超」が多い。平均年数は3.5年となる。2年以下は中小規模の事業者が多く、4年超は中小規模でない事業者が多い傾向がある。DXの期間が1年でも収益に貢献していることがわかるが、2年超や5年超でも収益に貢献している。

中小規模の事業者のDX推進期間は短い傾向があるので、中小規模の事業者がDX推進を継続できるように、開始時だけでなく継続的な伴走支援の体制も整備する必要がある。

広義のDX化にどれくらい投資をしてきたか

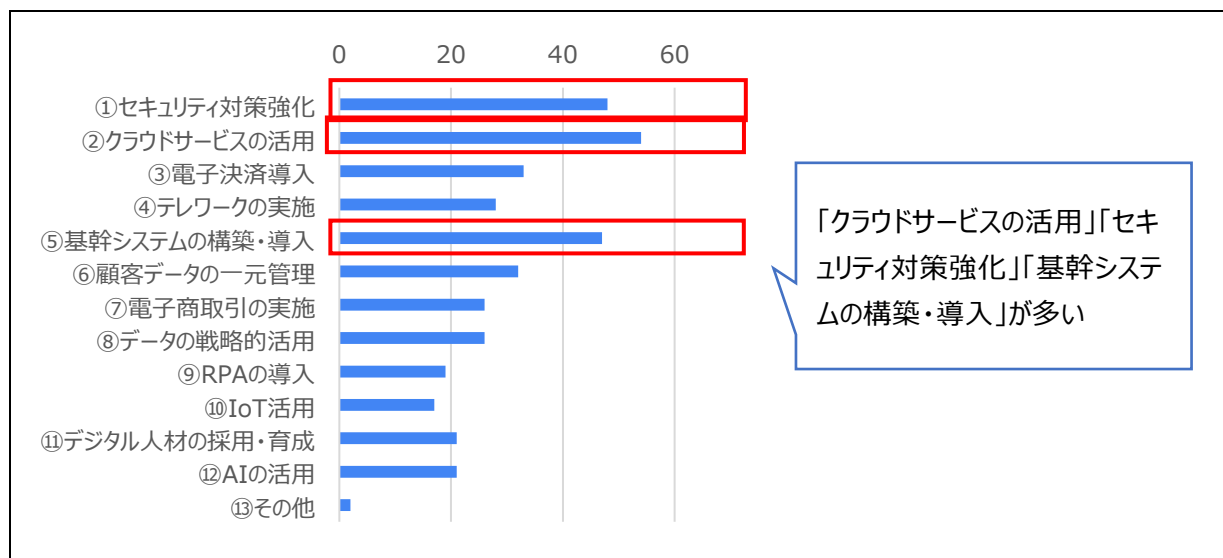


広義のDX化への投資	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
① 200万円以下	13	10	11	2
② 200万円超～500万円以下	19	13	9	10
③ 500万円超～1,000万円以下	11	4	5	6
④ 1,000万円超～2,000万円以下	11	9	5	6
⑤ 2,000万円超	28	18	4	24
総計	82	54	34	48

広義のDX化への投資は、「2,000万円超」が多く「200万円超～500万円以下」が続く。平均金額は1200万円程度になる。「2000万円超」は中小規模でない事業者が多く、「200万円以下」は中小規模の事業者が顕著に多い。

DX化への費用をかけられない中小規模の事業者と、DX化への費用をかけられる中小規模でない事業者と、それぞれ段階的で異なる支援メニューが必要となる。

本来の DX 化の具体的な取り組みについて（複数回答可）

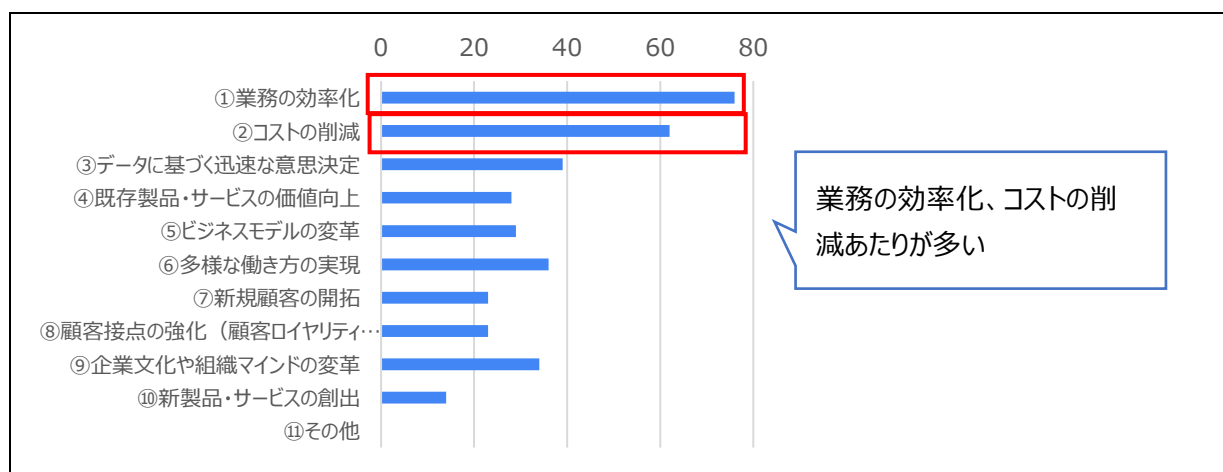


本来のDX化の具体的な取り組み		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①セキュリティ対策強化	48	30	18	24	24
②クラウドサービスの活用	54	37	17	28	26
③電子決済導入	33	19	14	19	14
④テレワークの実施	28	22	6	14	14
⑤基幹システムの構築・導入	47	34	13	23	24
⑥顧客データの一元管理	32	23	9	20	12
⑦電子商取引の実施	26	18	8	11	15
⑧データの戦略的活用	26	17	9	14	12
⑨RPAの導入	19	15	4	4	15
⑩IoT活用	17	14	3	6	11
⑪デジタル人材の採用・育成	21	12	9	6	15
⑫AIの活用	21	14	7	9	12
⑬その他	2	1	1	1	1
総計	374	256	118	179	195

本来の DX 化の具体的な取り組みは、「クラウドサービスの活用」「セキュリティ対策強化」「基幹システムの構築・導入」が多い。増収増益である事業者が実施している具体的な取り組みは、「テレワークの実施」「基幹システムの構築・導入」「顧客データの一元管理」「RPA の導入」「IoT 活用」が多い。「その他」は、社のペーパーレス化・請求書の電子化である。

クラウドサービス・セキュリティ・基幹システムの DX 化など自社の事業基盤への取り組みに留まらず、顧客データや IoT 活用など現場データ利活用に資する取り組みや、テレワークや RPA 導入など人手不足解消に資する取り組みが、増収増益に繋がっていると推察される。

本来のDX化に期待する成果・効果について（複数回答可）

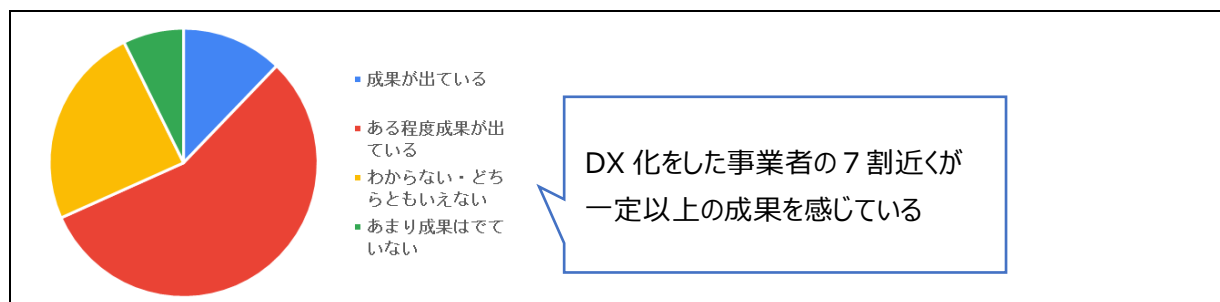


本来のDX化に期待する成果・効果について		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①業務の効率化	76	51	25	43	33
②コストの削減	62	41	21	36	26
③データに基づく迅速な意思決定	39	24	15	16	23
④既存製品・サービスの価値向上	28	20	8	15	13
⑤ビジネスモデルの変革	29	20	9	13	16
⑥多様な働き方の実現	36	24	12	17	19
⑦新規顧客の開拓	23	17	6	11	12
⑧顧客接点の強化（顧客ロイヤリティ向上）	23	17	6	11	12
⑨企業文化や組織マインドの変革	34	22	12	14	20
⑩新製品・サービスの創出	14	10	4	3	11
⑪その他	0	0	0	0	0
総計	364	246	118	179	185

本来のDX化に期待する成果・効果については、「業務の効率化」や「コストの削減」があり、さらに「データに基づく迅速な意思決定」が続いた。「新規顧客の開拓」「顧客接点の強化」などを期待する成果・効果に挙げている事業者は、増収増益である事業者の割合が他と比較して高い。

DX化に期待する成果・効果を業務の効率化やコストの削減のみならず、新規顧客の開拓や顧客接点の強化などのような営業・マーケティング分野までゴール設定できている事業者は増収増益に繋がっている。

本来のDX化の取組成果について

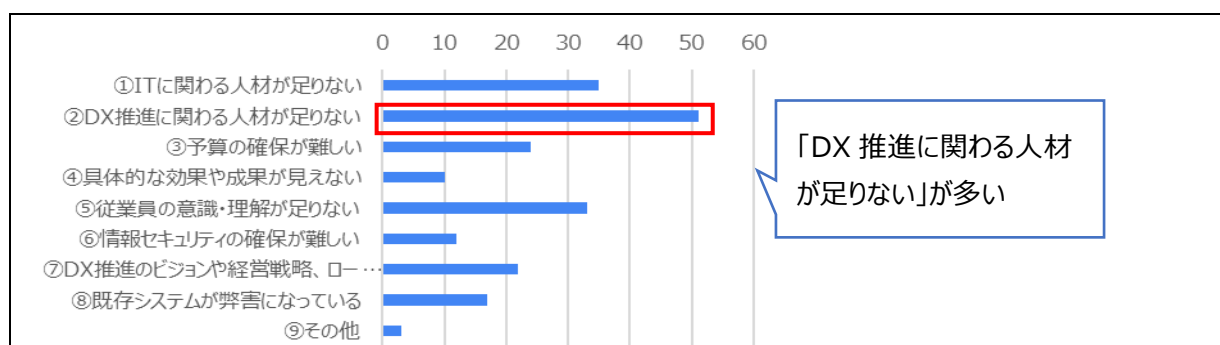


本来のDX化（前項第4段階）の取組成果	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
成果が出ている	10	0	5	5
ある程度成果が出ている	46	17	24	22
わからない・どちらともいえない	20	12	8	15
あまり成果はでていない	6	3	5	1
総計	82	54	49	33

DX化の取り組みを進めている事業者の7割近くが一定以上の成果を感じている。取り組み成果が「わからない・どちらとも言えない」と回答した事業者も、増収増益である事業者が6割ほどいる。同回答は中小規模の事業者が多く、DX化の進展が進んでいない事業者が多い。

成果がわからない事業者が一定数いることを考えると、中小規模の事業者やDXの取り組み中の事業者において効果測定も課題となっており、この点で支援機関や専門家の役割が重要になってくる。

本来のDX化を推進するに当たっての課題について（複数回答可）



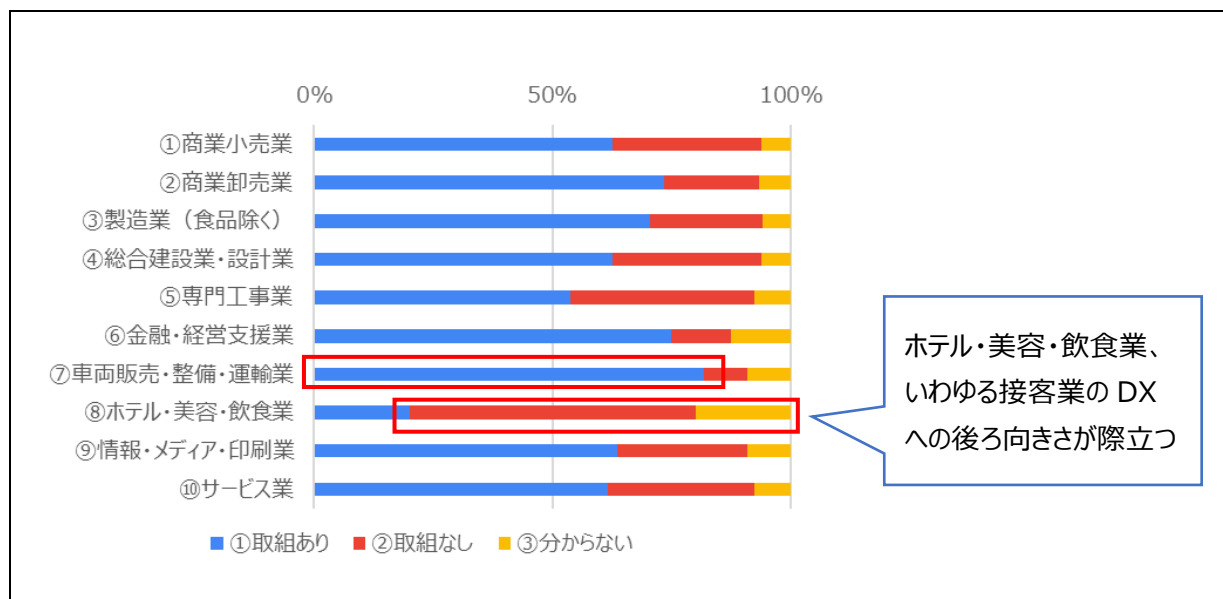
本来のDX化を推進するにあたっての課題	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①ITに関わる人材が足りない	35	17	18	17
②DX推進に関わる人材が足りない	51	32	29	22
③予算の確保が難しい	24	13	11	18
④具体的な効果や成果が見えない	10	6	4	7
⑤従業員の意識・理解が足りない	33	21	12	17
⑥情報セキュリティの確保が難しい	12	6	6	5
⑦DX推進のビジョンや経営戦略、ロー...	22	13	9	11
⑧既存システムが弊害になっている	17	11	6	11
⑨その他	3	2	1	2
総計	207	121	86	117

本来のDX化を推進するにあたっての課題については「DX推進に関わる人材が足りない」が多い。次に「ITに関わる人材が足りない」「従業員の意識・理解が足りない」とあり、総じてIT・DX人材の確保が規模によらず課題となっている。中小規模の事業者は、予算の確保や効果測定も課題である。

事業者はIT・DX人材の確保が課題となっている。特に中小規模の事業者は新規採用も難しい状況であることから、まずはDX人材の外部活用を第一に考え、DX推進から社内の人材育成までをできるように、支援機関や専門家による支援体制が必要である。

(4) DX 非導入事業者の状況

業種別の本来の DX 化の取り組み状況



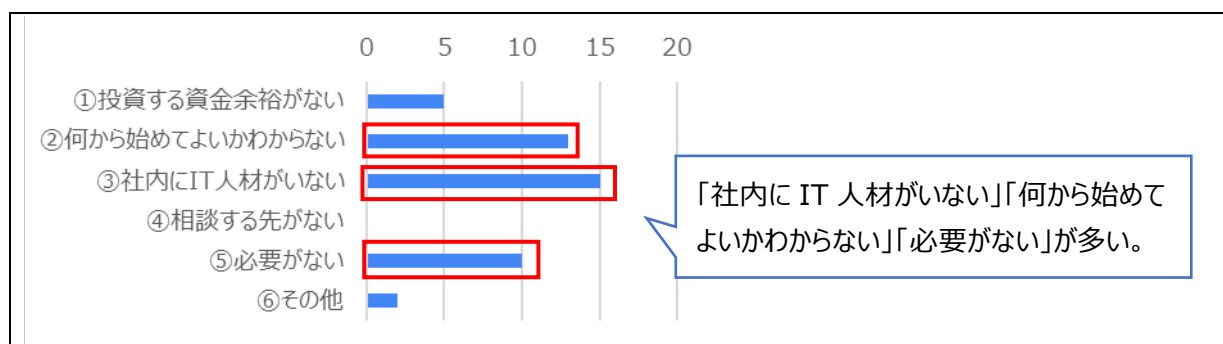
業種別の本来のDX化の取組状況	①取組あり	②取組なし	③分からない	総計
①商業小売業	10	5	1	16
②商業卸売業	11	3	1	15
③製造業(食品除く)	12	4	1	17
④総合建設業・設計業	10	5	1	16
⑤専門工事業	7	5	1	13
⑥金融・経営支援業	6	1	1	8
⑦車両販売・整備・運輸業	9	1	1	11
⑧ホテル・美容・飲食業	2	6	2	10
⑨情報・メディア・印刷業	7	3	1	11
⑩サービス業	8	4	1	13
総計	82	37	11	130

※業種別の分類は、当商工会議所 10 部会に合わせている。

ホテル・美容・飲食業の「取組なし」と「わからない」を合わせて 8 割となり、いわゆる接客業の DX への後ろ向きさが際立つ結果となった。これは、本調査独自の傾向で、例えば中小企業基盤整備機構が実施の「中小企業の DX 推進に関する調査(2024 年)」においては、宿泊・接客業の取組なしは、6 割程度あり、他の業種と比べても突出しているわけではない。詳細に内訳を分析すると、「取組なし」は全て中小規模の飲食、美容、クリーニング業の事業者である。一方で、「取組なし」が少ないのが車両販売・整備・運輸業であるが、中小規模の自動車整備業の事業者のみ「取組なし」の割合が多い。

接客業は、特に中小規模の事業者について、顧客とのコミュニケーションと DX による機械的対応がマッチしないとの誤解が生じている可能性がある。また、業種問わず中小規模の事業者は DX に取り組んでいない傾向にあるので、支援機関は接客業や中小規模の事業者向けの DX 事例集を用意するとともに、適切な専門家を派遣すべきである。

本来のDX化を進めない・進められない理由

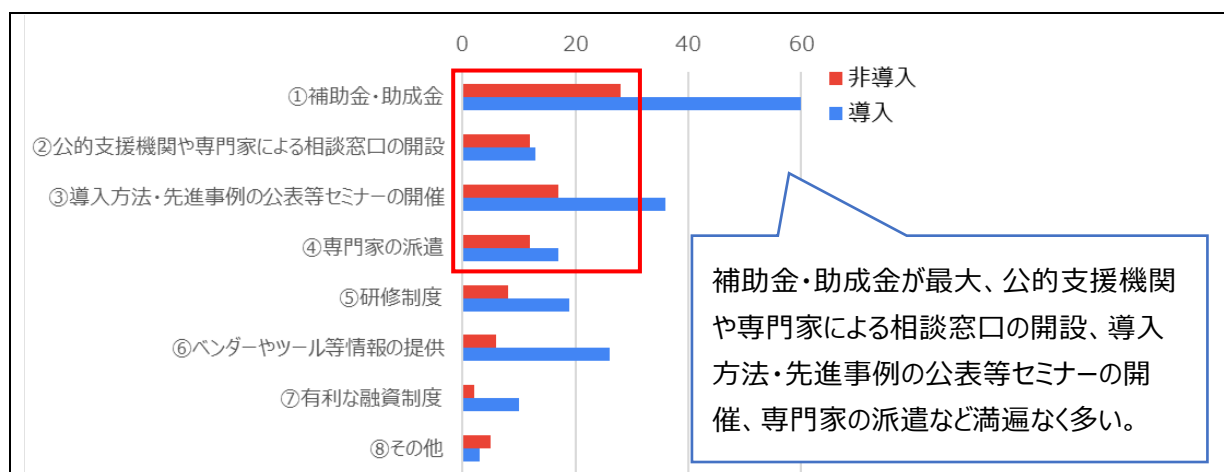


DX化を進めない・進められない理由		増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①投資する資金余裕がない	5	1	4	4	1
②何から始めてよいかわからない	13	7	6	11	2
③社内にIT人材がない	15	8	7	11	4
④相談する先がない	0	0	0	0	0
⑤必要がない	10	6	4	9	1
⑥その他	2	2		1	1
総計	45	24	21	36	9

DX化を進めない・進められない理由は、「社内にIT人材がない」「何から始めてよいかわからない」「必要がない」が多い。中小規模の事業者は「何から始めてよいかわからない」「必要がない」が顕著である。

非導入事業者は、特に中小規模の事業者ほど、DX化のゴール設定や課題展開が出来ておらず、この部分に支援機関による支援(IT人材含む)が必要である。

本来のDX化の推進に向けて期待する支援施策（DX導入と非導入の比較）



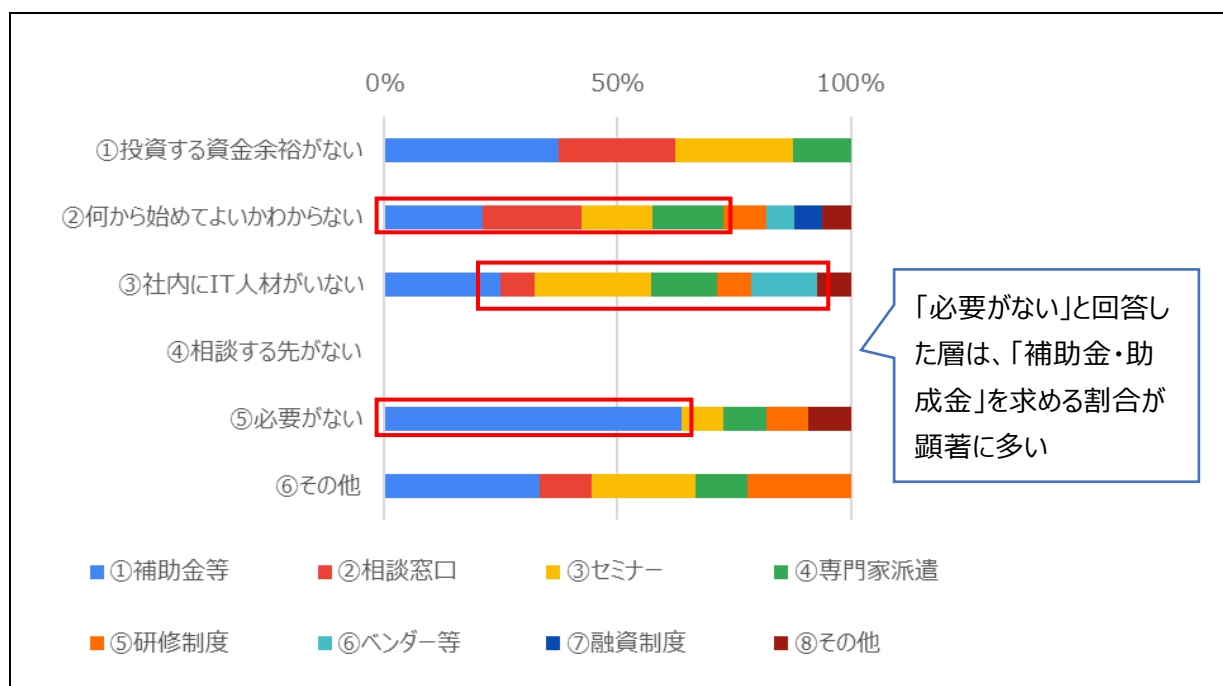
DX化推進に期待する支援策	非導入	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①補助金・助成金	28	15	13	25	3
②公的支援機関や専門家による相談窓口の開設	12	6	6	11	1
③導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催	17	11	6	12	5
④専門家の派遣	12	8	4	9	3
⑤研修制度	8	6	2	5	3
⑥ベンダーやツール等情報の提供	6	5	1	4	2
⑦有利な融資制度	2	1	1	2	0
⑧その他	5	2	3	5	0
総計	90	54	36	73	17

DX化推進に期待する支援策	導入	増収増益である	増収増益でない	中小規模である	中小規模でない
①補助金・助成金	60	40	20	27	33
②公的支援機関や専門家による相談窓口の開設	13	7	6	8	5
③導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催	36	20	16	11	25
④専門家の派遣	17	13	4	9	8
⑤研修制度	19	11	8	6	13
⑥ベンダーやツール等情報の提供	26	18	8	12	14
⑦有利な融資制度	10	6	4	2	8
⑧その他	3	2	1	2	1
総計	184	117	67	77	107

DX化推進に期待する支援施策を、DX導入済み事業者との回答を比較してDX非導入事業者の回答を見た場合、非導入事業者は「補助金・助成金」が3割を占める点は導入事業者と同様だが、「導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催」だけでなく、「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」や「専門家の派遣」の割合が多い。中小規模の事業者は「公的支援機関や専門家による相談窓口の開設」を求める傾向が顕著である。増収増益の事業者は「研修制度」や「ベンダーやツール等情報の提供」を顕著に求めている。

補助金・助成金も当然必要だが、特に非導入事業者に対しては、支援機関による相談窓口から、セミナー開催、専門家の派遣まで、幅広くメニューを用意することが求められる。中でも、特に相談窓口が最初の入り口として重要な機能を果たすことになっているので、支援機関は相談窓口の強化を図る必要がある。

DX に取り組めない理由と期待する支援施策の相関



DXに取り組めない理由と期待する支援施策の相関	①補助金等	②相談窓口	③セミナー	④専門家派遣	⑤研修制度	⑥ベンダー等	⑦融資制度	⑧その他
①投資する資金余裕がない	3	2	2	1	0	0	0	0
②何から始めてよいかわからない	7	7	5	5	3	2	2	2
③社内にIT人材がない	7	2	7	4	2	4	0	2
④相談する先がない								
⑤必要がない	7	0	1	1	1	0	0	1
⑥その他	3	1	2	1	2	0	0	0

「何から始めてよいかわからない」と回答した層は、非導入事業者全体の傾向とほぼ一致している。一方で、「社内に IT 人材がない」と回答した層は、「相談窓口」の割合が少なく「ベンダー等の提供」の割合が多い。「必要がない」と回答した層は、「補助金・助成金」を求める割合が顕著に多い。

IT 人材不足を感じている事業者に対しベンダー等の提供や DX の必要がないと感じている事業者に対し補助金等の支援は、事業者が DX 化のゴール設定や課題展開ができていないかをまず重要視し、支援機関は DX 手段や補助金ありきの誤った DX 導入とならないよう必要な支援をすべきである。

事例①

株式会社フカサワ



守りのシステム管理から攻めのシステム管理へ

当社は 1946 年に創業し、主に工場で使用される段ボールやテープ等の梱包資材の販売をしている。今回は、自社の取り組みについて、IT 担当の奥野副本部長へ話を伺った。

◆企業概要

所属部会
商業卸部会

資本金
32,000 万円

従業員
104 名

所在地
宇都宮市元今泉

◆コロナをきっかけに進んだ IT 化

当社ではコロナ前から IT 化を目指しており、コロナ禍に入ると社内の IT 化が急速に進んだと IT 担当の奥野副本部長は言う。

社長からの指示もあり、まずはテレワークができるよう環境を整備した。グループウェア、Web 会議、チャットツールなどのコミュニケーションツールから導入し、社内になくとも情報伝達や相互コミュニケーションが取れる体制を整えた。現在テレワークの機会は減ったものの、導入したコミュニケーションツールは定着している。

◆すぐやめられるものから始め、システムのいいとこどりする

新たに IT ツールを導入する際に必要なことは、小さく始めることである。システムの導入には時間と費用がかかるため、当社に必要最低限のシステムを導入し初期コストを抑えた。低コストであればすぐにやめても会社としてのダメージは少ないため、気軽に始めることができた。

情報の一元化については、CSV データで互換性を得られるレベルのシステムを導入できれば、中小企業は十分に、費用対効果を得られると奥野副本部長は語る。

社内のシステムが全て一元化され管理されることが望ましいが、中小企業では導入コストに対する効果が得られにくいことや失敗した時にやめることができないため、様々なシステムのいいとこどりすることで、低コストでの社内 IT 化が進んだ。

◆守りのシステム管理から攻めのシステム管理へ

これまで IT 担当の業務は社内サーバーの管理やシステム関連の緊急時対応など、社内データを守る管理が中心であった。IT 化の推進にあたり情報をクラウド化したことで既存業務が減り、社内の DX 化に取り組むことが可能となった。

当社では特に営業に関する点について DX 化が進んでいる。名刺のデータ化や包装・梱包ライン 自動化.com の起ち上げなどでお客様に新たな価値を与え、新規受注につながり会社の売上が向上している。IT 担当の業務は社内を守るためのシステム管理センターから売上に繋がる攻めのシステム管理センターへとシフトしている。

◆さらに攻めたシステム管理へ

今後は AI の発展を見据え、AI を活用した営業強化を目指す。年間 4 万点を超える商品を取り扱う当社にとって、AI の導入は商品管理の効率化と適切な商品販売の最適化につながる。これにより、売上のさらなる向上を図り会社の繁栄を実現していく。

事例②

有限会社東花製菓



IT化でアナログ部分に力を入れる

当社は1964年に豆菓子製造・販売業として創業し、2代目が1991年に「東花ホテル」としてホテル・旅館業を始める。現在は3代目の代表を中心に、主に家族で運営している街の旅館である。今回は、自社の取り組みについてIT担当の飯野専務取締役役談話を伺った。

◆企業概要

所属部会
環境衛生部会

資本金
1,000万円

従業員
6名

所在地
宇都宮市築瀬町

◆時間をかけたくない部分をIT化

当ホテルは小規模で経営していることから、人手不足でありながら人件費高騰が利益を圧迫しているためIT推進に踏み切った。

ここ数年、チェックインからチェックアウトまで自動化した新たなスタイルのホテルなど、競合他社でDX化が進んでいる。今後は宇都宮市にも参入してくると予測しているが、当ホテルでは1～2か月の比較的長期宿泊する人が多いため、宿泊者との「コミュニケーションによるおもてなし」が一番重要なサービスであると考え、予約サイト情報の一元化、調理の自動化、エアコンのスマホ管理など、時間をかけなくて良いと考える部分からITを推進した。これにより、時間をかけたい部分に力を入れることができたと言っている。

◆IT導入でアナログ部分に力を入れる

IT導入により、予約管理、調理時間、室温管理などの時間が短縮されたことで、事業として大切にしたい宿泊者とのコミュニケーションはアナログのまま維持することができた。具体的な効果は旅館への意見について改善する時間を作ることができる、宿泊者の好みに合わせたメニューを提供できるなど、IT導入してできた時間をコミュニケーションやホテルのサービス向上にあてることができた。

小規模事業者はITやDXを積極的に進めるといよりは、会社として一番優先すべきことはなにか、何を残して何を効率化するか取捨選択することが大切だと飯野専務は語る。

◆補助金の活用で費用負担を軽減

システムの導入には費用がかかるため、使える補助金は全て利用した。現在は、小規模事業者持続化補助金など、小規模事業者でも利用しやすい補助金が充実しているため、導入費用を最小限に抑えて自社のIT化を進めることができた。

また、補助金の申請にあたっては同業の組合や専門家から情報収集を行ったことで採択につながったため、外部の力を使うこともITやDXを推進する上で重要であると飯野専務は語る。

◆効率化してホテルへの投資

今後は、効率化が進み空いた時間をさらなるサービス向上のために使いたい、と飯野専務は語る。IT導入により余裕ができたことで、いままで時間がないなどを理由として後回しにしていたことにも取り組むことができ、ホテルの環境が良くなり、利用者が増えるという好循環につながったため、この好機を活かし、今後も当ホテルへの投資を進めていく。

事例③

株式会社共立



定型業務のデジタル化は必要

株式会社共立は1964年に創業。工場内の管工事や機械器具設置業をおこなっている。IT・DX化の取り組みについて石綱代表取締役と話をつかかった。

◆企業概要

所属部会
専門工事部会

資本金
1,500万円

従業員
15名

所在地
宇都宮市石井町

◆目的を決めて取り組む

当社では経理業務、勤怠管理、スケジュール管理など社内環境中心にIT化している。一方で、元請け会社のやり方に合わせる必要があることから、アナログな部分も残している。「業務を効率化して費用を抑える」ことを目的にIT導入を進めたため、費用対効果が見込めないものについては従来のままにしている。

いろいろな先行事例で、IT化が目的となってしまっていて失敗している事例をきいてきた。当社も30年前ほどからIT化したいと考えていたが、当時は費用対効果が見込めないとおもったため導入しなかった。

◆進めるための準備を入念にする

導入前に必要なことは情報収集と業務の棚卸しである。

情報収集は何をすると失敗するか、何が正しいかを把握するためにおこなう。新聞、書籍、ネットなどのいろいろな媒体から情報を集めた。報道する側に都合の良い情報のみを出している媒体も多いため、1つだけを信用することは危険だ。だから、複数の情報源から情報を得るようにしている。

業務の棚卸しでは、例えば経理業務について、今まで行っていた処理を残したまま、新しく会計ソフトを導入すると効率が悪くなる。同じ業務を2回やることになるからだ。そのため、経理処理の方法から考えるが必要であった。今までの処理を税理士と一緒に1つ1つたしかめて取捨選択し整理をおこなった。

その結果、経理業務のIT導入に半年かかった。それでも、業務時間は半分以下になり、効率化することができた。地味だが大きな経営改善だった。

◆手作業には戻れない

IT化は1日、2日ですぐにできるものではない。導入後に圧倒的に楽になっていると実感する。経理処理の中でインターネットバンキングへの切り替えに最初は抵抗があったが、切り替え後は銀行に行く時間ももたないくらい楽になっている。定型業務はIT化に適している。もはや手作業に戻すことはできない。定型業務の多い経理事務のIT化には大変な効果を感じている。

◆これからはAIが当たり前の時代になる

いまのところ、当社の状況を踏まえDX推進までは考えていない。ただ、情報収集は常に行う。知っていれば、いざという時に経営判断を下せる。いつでも取り組めるよう備えをしておくことが大切である。経理業務のIT導入は経理担当者が変わったタイミングで実行した。事前に情報収集をしていなかったら導入のタイミングを逸したかもしれない。

今後、生成AIはビジネスに必要不可欠になるとみている。特に、今の子どもはAIが生活の一部になる。その世代が大人になると、AIを仕事で使いこなすの当たり前。検索がなくてはならないものになったのと同じように、経営者も、使えない・わからないとは言えない時代になっている。

DX 推進に関する調査 回答用紙



【企業名のご記入および該当箇所に○を付けてください。】

企業名	
資本金	①個人事業主 ②1,000万円以下 ③1,000万円超～5,000万円以下 ④5,000万円超～1億円以下 ⑤1億円超～3億円以下 ⑥3億円超
従業員数 (パート・アルバイト除)	①5人以下 ②6～20人 ③21～50人 ④51～100人 ⑤101～300人 ⑥301人以上
業種	①商業小売業 ②商業卸売業 ③製造業(食品除く) ④総合建設業・設計業 ⑤専門工事業 ⑥金融・経営支援業 ⑦車両販売・整備・運輸業 ⑧ホテル・美容・飲食業 ⑨情報・メディア・印刷業 ⑩サービス業 ⑪その他 ()
直近3年間の売上の傾向	①増加傾向 ②減少傾向
直近3年間の利益の傾向	①増加傾向 ②減少傾向

※前提：本調査で言うDXの定義について

経済産業省は、DXを「売上・利益の増加、新しいビジネスの立ち上げなど、デジタルを活用して企業や組織の変革を通じた成長を目指すもの」としています。デジタル活用の段階は、4段階のフェーズがあるとされています。

	広義のDX化			
	段階1：アナログ	段階2：デジタル化	段階3：IT化	段階4：DX化
紙や電話を使用するアナログ業務が中心 (例) ・受発注をFAXや電話のみで実施 ・勤怠管理として出勤簿に判子を押印	業務標準化・業務効率化による事務負担軽減・コスト削減を図る (例) ・顧客との連絡手段をFAXから電子メールに切り替え	ITツールやインフラを活用し、業務効率化を図る (例) ・在庫情報システムによる在庫量・発注量の管理 ・顧客管理システムによる効率的な営業活動の促進	デジタル化によるビジネスモデル・働き方の変革や競争力強化、データ活用による販路拡大や新商品開発を実施 (例) ・蓄積されたデータを活用した販路拡大や新商品の開発による付加価値の向上	

本調査は、段階4のみをDX化、とし、段階2から段階4までを含むデジタル活用段階を広義のDX化とします。

問 1 貴社における**広義の DX 化**の進み具合において①～⑦の分野について該当する欄にチェックしてください。

分野	DX 化の進み具合（本調査で言うDXの定義を参考にしてください）			
	アナログ	デジタル化	IT 化	DX 化
①人事・労務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
②経理・財務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③法務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④マーケティング	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤営業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥本業の効率化・業務改善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑦その他（上記以外の分野）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問 2 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）を目指した取り組みをしていますか。

①DX 化を目指して取り組みを進めている ②特に DX 推進を目指していない ③わからない

問 2 で①と回答された方は問 4 以降にご回答ください（問 3 は回答不要です）。

問 2 で②③と回答された方は問 3、問 4 のみご回答ください（問 5 以降は回答不要です）。

問 3 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）を進めない・進められない理由は何ですか。

①投資する資金余裕がない ②何から始めてよいかわからない ③社内に IT 人材がない

④相談する先がない ⑤必要がない

⑥その他（)

問 4 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）の推進に向けて期待する支援策についてご回答ください。（複数回答可）

①補助金・助成金 ②公的支援機関や専門家による相談窓口の開設

③導入方法・先進事例の公表等セミナーの開催 ④専門家の派遣

⑤研修制度 ⑥ベンダーやツール等情報の提供 ⑦有利な融資制度

⑧その他（)

問 5 **広義の DX 化**に取り組んだきっかけはどのようなことからですか。(複数回答可)

- ①経営課題解決のため自発的に ②ベンダー (IT 業者) に勧められて ③コンサルタント・専門家の勧めで
④他社の導入事例を見聞きて ⑤商工会議所等の勧め・セミナー等に参加して ⑥補助金活用をきっかけに
⑦その他 ()

問 6 **広義の DX 化**はどのようなことから始めましたか。(複数回答可)

- ①人事・労務 ②経理・財務 ③法務 ④マーケティング ⑤営業 ⑥本業の効率化・業務改善
その他 ()

問 7 **広義の DX 化**はどのような体制で進めていますか。

- ①社内で推進組織を編成している ②コンサルタントの指導で進めている ③ベンダー (IT 業者) の助言で進めている
④その他 ()

問 8 **広義の DX 化**にどれくらいの期間取り組んでいますか。

- ①1 年以下 ②1 年超～2 年以下 ③2 年超～3 年以下
④3 年超～4 年以下 ⑤4 超～5 年以下 ⑥5 年超

問 9 **広義の DX 化**にこれまでどれくらいの投資をしましたか。

- ①200 万円以下 ②200 万円超～500 万円以下 ③500 万円超～1,000 万円以下
④1,000 万円超～2,000 万円以下 ⑤2,000 万円超

問 10 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）の具体的な取り組み内容についてご回答ください。（複数回答可）

- ①セキュリティ対策強化 ②クラウドサービスの活用 ③電子決済導入 ④テレワークの実施 ⑤基幹システムの構築・導入
⑥顧客データの一元管理 ⑦電子商取引の実施 ⑧データの戦略的活用 ⑨RPA（ロボットによる業務自動化）の導入
⑩IoT 活用 ⑪デジタル人材の採用・育成 ⑫AI の活用 ⑬その他()

問 11 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）に期待する成果・効果についてご回答ください。（複数回答可）

- ①業務の効率化 ②コストの削減 ③データに基づく迅速な意思決定 ④既存製品・サービスの価値向上
⑤ビジネスモデルの変革 ⑥多様な働き方の実現 ⑦新規顧客の開拓 ⑧顧客接点の強化（顧客ロイヤリティの向上）
⑨企業文化や組織マインドの変革 ⑩新製品・サービスの創出 ⑪その他()

問 12 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）の取組成果についてご回答ください。

- ①成果が出ている ②ある程度成果が出ている ③わからない・どちらともいえない ④あまり成果はでていない

問 13 本来の **DX 化**（前項第 4 段階）を推進するに当たっての課題についてご回答ください。（複数回答可）

- ①IT に関わる人材が足りない ②DX 推進に関わる人材が足りない ③予算の確保が難しい
④具体的な効果や成果が見えない ⑤従業員の意識・理解がたりない ⑥情報セキュリティの確保が難しい
⑦DX 推進のビジョンや経営戦略、ロードマップがない ⑧既存システムが障害になっている
⑩その他 ()

ご協力ありがとうございました。

※本調査の内容については「DX 推進に関する調査報告会」、行政等への意見・要望および当所での事業化に活用いたします。