

県内企業デジタル化実態調査  
報告書

令和4年2月16日

奈良県

# 目次

I. 調査の概要 .....	1
II. 調査結果の概要 .....	6
第1章 デジタル化の脅威 .....	7
(1) デジタル化の影響 .....	7
(2) デジタル化の取組状況 .....	9
(3) デジタル化推進への経営者の関与 .....	10
(4) デジタル化の進展によるビジネスの展望 .....	11
第2章 デジタル化にかかる職場環境 .....	13
1 インターネットとPC機器の利用 .....	13
(1) インターネットの接続状況 .....	13
(2) PC機器等の利用状況 .....	16
(3) PC機器等の支給状況 .....	17
2 インターネットによる情報発信 .....	18
(1) ホームページの開設状況 .....	18
(2) ホームページの開設理由 .....	19
3 クラウドサービス .....	21
(1) クラウドサービスの利用状況 .....	21
(2) クラウドサービスの利用内容 .....	23
(3) クラウドサービスを利用している理由 .....	25
(4) クラウドサービスの効果 .....	27
(5) クラウドサービスを利用しない理由 .....	28
4 テレワーク .....	30
(1) テレワークの導入状況 .....	30
(2) テレワークの導入時期 .....	32
(3) 新型コロナウイルス感染症終息後のテレワークの継続意向 .....	33
(4) テレワークを利用する従業員の割合 .....	34
(5) テレワークの導入目的 .....	35
(6) テレワークの効果 .....	37
(7) テレワークを導入しない理由 .....	38
(8) テレワーク普及のために必要な要素 .....	40
5 情報通信ネットワークの安全対策 .....	42
(1) 過去1年間のセキュリティ被害 .....	42
(2) データセキュリティやウイルスへの対応状況 .....	44

第3章 デジタル化推進人材の育成・確保.....	46
(1) デジタル化推進にかかる人材の状況 .....	46
(2) 不足している人材 .....	47
(3) 人材確保の手段 .....	49
第4章 データの収集・利活用 .....	51
(1) データの収集・利活用状況.....	51
(2) I o TやA Iなどのシステムの導入状況 .....	52
(3) システムの導入目的.....	53
(4) システムの導入効果.....	54
(5) システム導入により解決したい課題 .....	54
(6) システムを導入しない理由 .....	55
(7) システムの導入を検討しない理由 .....	56
(8) システム導入に関する相談先 .....	57
第5章 デジタル化推進支援.....	59
(1) デジタル化推進に必要な支援策.....	59
(2) 必要とする技術 .....	61
第6章 D X推進指標.....	63
(1) 目標「ビジョン」の共有.....	63
(2) 目標実現に向けた仕組みの構築・実践.....	65
(3) 挑戦を継続できる仕組みの構築・実践.....	66
(4) デジタル化推進体制の構築・実践.....	68
(5) デジタル化に必要な人材の育成・確保に向けた取組.....	70
(6) ビジネスモデルや業務プロセス改革への取組.....	72
(7) 既存I Tシステムの見直しへの認識と取組 .....	74

# I . 調査の概要

# 県内企業デジタル化実態調査の概要

## 1 調査の目的等

本調査は、奈良県内製造業等の事業者のデジタル化の実態及びニーズを把握し、県内産業の将来を見据えた技術支援を効果的に進めていくための基礎資料を得ることを目的とする。

## 2 調査の概要

①調査対象（中小機構 法人検索システムから抽出（令和3年6月10日時点））

（ア）地理的範囲 奈良県全域

（イ）調査対象者 奈良県内に本社を有する製造業等

日本標準産業分類の中分類のうち次の業種

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、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

（ウ）調査対象数 2,007社（全数調査）

②調査方法：郵送による調査票の送付、郵送またはWebフォームによる回答

はがきと架電による返信依頼をそれぞれ1回実施

③調査期間

令和3年7月13日～8月6日

④調査項目

県内企業におけるインターネット及びその接続回線の利用状況、情報発信の状況、クラウドサービスの利用状況、テレワークの導入状況、情報通信ネットワークの安全対策、デジタル化推進人材の確保、IoT・AIなどによるデジタルデータの収集及び利活用状況、デジタル技術の導入に関する課題、DX推進状況、会社概要など

### 3 回収状況

発送数	無効数	有効 回答数	有効回収率	
			郵送	Webフォーム
2,007	222	733	470	263
有効回収率 41.1%				

1) 無効数：宛先不明のため返却された件数及び白紙などで無効とした件数

2) 有効回収率：有効回答数 ÷ (発送数 - 無効数) × 100

#### 回答企業属性

資本 金規 模	1000万円未満	148
	1000～2000万円未満	344
	2000～5000万円未満	135
	5000万円～3億円未満	47
	3億円以上	21
	無回答	38
	全体	733

売上 高 営 業 利 益 率	20%以上	68
	10～20%未満	68
	5～10%未満	84
	0～5%未満	280
	▲5～0%未満	32
	▲10～▲5%未満	70
	無回答	131
全体	733	

年 間 売 上 高 規 模	3000万円以下	129
	3000万円超～1億円以下	176
	1億円超～2億円以下	109
	2億円超～5億円以下	118
	5億円超	143
	無回答	58
全体	733	

		回収数	送付数	回収率
業 種	食品・飲料製造等	84	199	42.2%
	繊維工業	73	483	33.7%
	木材・家具製品製造	44		
	紙加工・印刷	46	322	30.4%
	化学・プラスチック・ゴム製品	92		
	皮革製品	6		
	窯業・土石製品	23	130	36.9%
	鉄鋼・非鉄金属	25		
	金属製品製造	73	208	35.1%
	機械器具製造	78	297	26.3%
	その他の製造業	74	140	52.9%
	情報通信業関係	64	228	28.1%
	その他の業種	92	-	-
無回答	21	-	-	
全体	733	2007	36.5%	

従 業 者 規 模	3人以下	145
	4～9人	165
	10～19人	154
	20～29人	63
	30～49人	73
	50～99人	61
	100人～299人	29
	300人以上	4
	無回答	39
	全体	733

※複数回答可

※送付数は調査対象リスト情報から算出

#### 4 集計結果の留意事項

- (1) 集計結果は比率（百分比（%））で表わしている。
- (2) 比率はすべて、各項目の無回答を含む集計対象総数（集計対象を限定する場合はその該当対象数）に対する百分比（%）で表わしている。
- (3) 各質問の集計企業数は（n= ）として示している。
- (4) 複数の回答をすることができる設問では、百分比（%）の合計は 100%を超える。
- (5) 百分比（%）は、原則として小数第 2 位を四捨五入し小数第 1 位までを表示している。このため、個々の比率の合計が全体を示す数値と一致しない場合がある。
- (6) 統計表における産業区分は以下のとおりである。業種は、日本標準産業分類（平成 25 年 10 月改定）（平成 26 年 4 月 1 日施行）における中分類に基づく。下表における大分類、中分類は、奈良県が地域の産業特性に合わせて本調査のために独自に設定したものである。

大分類	中分類	業種
食品・飲料等製造	食品・飲料製造等	09 食料品製造業、10 飲料・たばこ・飼料製造業
繊維関係製品	繊維工業	11 繊維工業
	木材・家具製品製造	12 木材・木製品製造業（家具を除く）13 家具・装備品製造業
	紙加工・印刷	14 パルプ・紙・紙加工品製造業、15 印刷・同関連業
化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	化学・プラスチック・ゴム製品	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
	皮革製品	20 なめし革・同製品・毛皮製造業
鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	窯業・土石製品	21 窯業・土石製品製造業
	鉄鋼・非鉄金属	22 鉄鋼業、23 非鉄金属製造業
金属製品製造	金属製品製造	24 金属製品製造業
機械器具製造	機械器具製造	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
その他の製造業	その他の製造業	32 その他の製造業
情報通信業関係	情報通信業関係	37 通信業、39 情報サービス業、40 インターネット附属サービス業、41 映像・音声・文字情報制作業

(7) 分類項目の誤差率

分類項目	集計企業数	標本誤差	
従業者規模	～3人	145	8.2%
	4～9人	165	7.7%
	10～19人	154	7.9%
	20～29人	63	12.4%
	30～49人	73	11.5%
	50～99人	61	12.7%
	100人～	33	17.3%
	全体	733	3.6%

分類項目	集計企業数	標本誤差	
業種	食品・飲料等製造	84	10.8%
	繊維関係製品	162	7.7%
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	10.0%
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	14.3%
	金属製品製造	73	11.5%
	機械器具製造	70	11.8%
	その他の製造業	74	11.5%
	情報通信業関係	52	13.7%
	全体	733	3.6%

※集計対象層が全企業（733件）である場合の標本比率の誤差率である。また、標本誤差の信頼区間の幅は1.96（信頼度95%）である。算出式は下記のとおり。

$$\text{標本率の標本誤差} = K \times \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}$$

P=回答比率（誤差が最大となる0.5として算出）

K=信頼区間の幅

n=標本数

## Ⅱ. 調査結果の概要

## 第1章 デジタル化の脅威

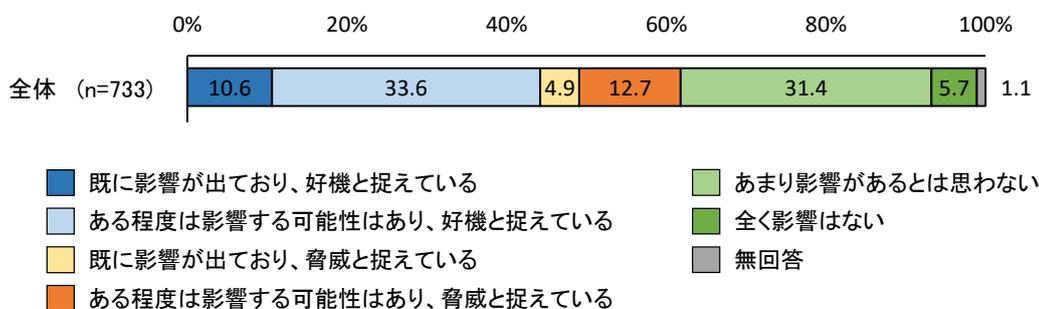
### (1) デジタル化の影響

デジタル化の進展が与える影響については、「既に影響が出ており、好機と捉えている」が10.6%、「ある程度は影響する可能性はあり、好機と捉えている」が33.6%で、合計44.2%が好機と捉えている。「既に影響が出ており、脅威と捉えている」は4.9%、「ある程度は影響する可能性はあり、脅威と捉えている」は12.7%で、合計17.6%が脅威と捉えており、「好機と捉えている」計を大きく下回る。また、「あまり影響があるとは思わない」が31.4%、「全く影響はない」が5.7%で、合計37.1%が影響はないとしている。(図表1-1 参照)

従業者規模別にみると、「好機と捉えている」計は、30人以上の企業で5割以上と高くなっている。3人以下の企業では、「好機と捉えている」計が35.2%と低いが、「脅威と捉えている」計も低く、「影響はない」計が高くなっている。

業種別にみると、「好機と捉えている」計は、情報通信業関係で69.2%と最も高く、次いで、その他の製造業で52.7%、食品・飲料等製造で50.0%となっている。化学・プラスチック・ゴム・皮革製品では28.9%と低い。「好機-脅威」のスコア差は、情報通信業関係で+55.8ポイント、その他の製造業で+40.5ポイント、金属製品製造で+34.4ポイント、食品・飲料等製造で+32.1ポイントと好機が大きく上回る。一方、繊維関係製品は+5.6ポイントとなっている。いずれの業種においても、好機が脅威を上回る結果となっている。(図表1-2 参照)

図表1-1 デジタル化の影響（全体）



図表 1-2 デジタル化の影響（従業者規模別、業種別）

単位：%

	集計企業数	(A) 好機と捉えている			(B) 脅威と捉えている			(C) 影響はない	無回答			(A-B) 好機 - 脅威	
		る既に、好機と捉えている	可と捉えている	ある程度はあり、好機	る既に、脅威と捉えている	可と捉えている	ある程度はあり、脅威		はあまり影響があると	全く影響はない			
全体	733	44.2	10.6	33.6	17.6	4.9	12.7	37.1	31.4	5.7	1.1	+26.6	
従業者規模	3人以下	145	35.2	9.0	26.2	13.7	3.4	10.3	49.0	36.6	12.4	2.1	+21.5
	4～9人	165	43.0	12.1	30.9	19.4	3.6	15.8	37.6	35.2	2.4	-	+23.6
	10～19人	154	40.9	7.8	33.1	18.1	5.8	12.3	39.6	33.8	5.8	1.3	+22.8
	20～29人	63	42.8	9.5	33.3	23.8	7.9	15.9	31.8	30.2	1.6	1.6	+19.0
	30～49人	73	60.3	17.8	42.5	15.1	5.5	9.6	24.7	19.2	5.5	-	+45.2
	50～99人	61	55.7	13.1	42.6	24.6	6.6	18.0	19.6	18.0	1.6	-	+31.1
	100人以上	33	57.6	6.1	51.5	18.2	6.1	12.1	24.2	21.2	3.0	-	+39.4
業種	食品・飲料等製造	84	50.0	10.7	39.3	17.9	1.2	16.7	32.2	28.6	3.6	-	+32.1
	繊維関係製品	162	34.6	9.3	25.3	29.0	12.3	16.7	35.8	32.1	3.7	0.6	+5.6
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	28.9	6.2	22.7	13.4	3.1	10.3	54.6	46.4	8.2	3.1	+15.5
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	43.8	4.2	39.6	20.9	2.1	18.8	35.4	25.0	10.4	-	+22.9
	金属製品製造	73	49.3	4.1	45.2	15.0	2.7	12.3	34.2	30.1	4.1	1.4	+34.3
	機械器具製造	70	37.1	5.7	31.4	20.0	2.9	17.1	41.4	34.3	7.1	1.4	+17.1
	その他の製造業	74	52.7	8.1	44.6	12.2	-	12.2	35.2	31.1	4.1	-	+40.5
	情報通信業関係	52	69.2	34.6	34.6	13.4	11.5	1.9	17.3	15.4	1.9	-	+55.8

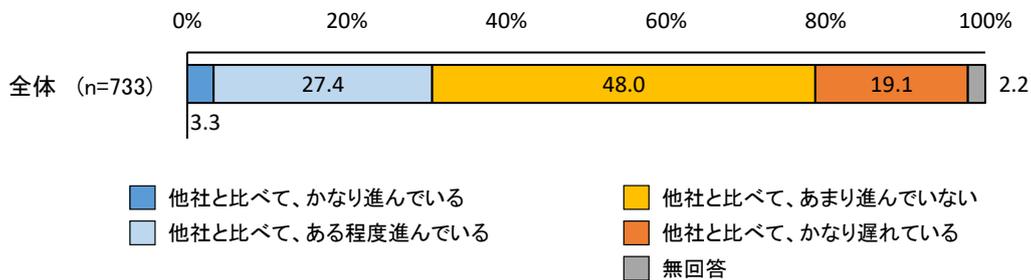
## (2) デジタル化の取組状況

デジタル化の取組状況を見ると、「他社と比べて、かなり進んでいる」が3.3%、「他社と比べて、ある程度進んでいる」が27.4%で、合計30.7%が進んでいるとしている。「他社と比べて、あまり進んでいない」は48.0%、「他社と比べて、かなり遅れている」は19.1%で、合計で67.1%が遅れているとしており、「進んでいる」計を倍以上上回っている。(図表1-3参照)

従業者規模別にみると、「進んでいる」計は、20~29人の企業で42.9%と最も高い一方、100人以上の企業で24.2%と最も低い。

業種別にみると、「進んでいる」計は、情報通信業関係で67.3%と特に高く、次いで金属製品製造で32.8%となっている。その他の業種はいずれも2割台となっている。(図表1-4参照)

図表1-3 デジタル化の取組状況（全体）



図表1-4 デジタル化の取組状況（従業者規模別、業種別）

	集計企業数	進捗状況						無回答	
		進んでいる	他社と比べて、かなり進んでいる	他社と比べて、ある程度進んでいる	進んでいない	他社と比べて、あまり進んでいない	他社と比べて、かなり遅れている		
全体	733	30.7	3.3	27.4	67.1	48.0	19.1	2.2	
従業者規模	3人以下	145	29.6	6.2	23.4	66.2	37.9	28.3	4.1
	4~9人	165	27.2	2.4	24.8	70.9	52.1	18.8	1.8
	10~19人	154	32.5	3.9	28.6	66.3	45.5	20.8	1.3
	20~29人	63	42.9	1.6	41.3	54.0	41.3	12.7	3.2
	30~49人	73	34.2	2.7	31.5	63.0	54.8	8.2	2.7
	50~99人	61	32.7	1.6	31.1	67.2	55.7	11.5	-
	100人以上	33	24.2	-	24.2	75.8	60.6	15.2	-
業種	食品・飲料等製造	84	29.8	1.2	28.6	70.3	54.8	15.5	-
	繊維関係製品	162	24.1	1.9	22.2	73.5	45.1	28.4	2.5
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	21.6	-	21.6	74.3	48.5	25.8	4.1
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	20.9	2.1	18.8	77.1	50.0	27.1	2.1
	金属製品製造	73	32.8	2.7	30.1	64.4	49.3	15.1	2.7
	機械器具製造	70	27.2	4.3	22.9	70.0	50.0	20.0	2.9
	その他の製造業	74	28.4	1.4	27.0	70.3	56.8	13.5	1.4
	情報通信業関係	52	67.3	19.2	48.1	32.6	28.8	3.8	-

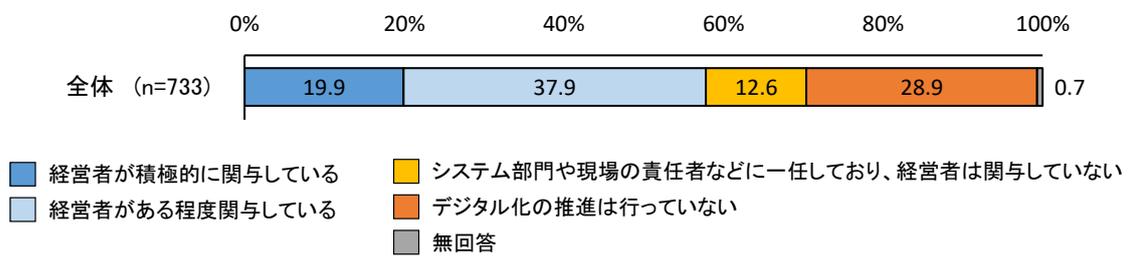
### (3) デジタル化推進への経営者の関与

デジタル化推進への経営者の関与をみると、「経営者が積極的に関与している」が19.9%、「経営者がある程度関与している」が37.9%で、合計57.8%が関与している。(図表1-5参照)

従業者規模別にみると、「経営者が関与している」計は、50人以上99人の企業で75.4%と最も高く、100人以上の企業(66.6%)、20~29人の企業(65.1%)と続いている。一方、3人以下の企業では48.9%と最も低く、「デジタル化の推進は行っていない」が39.3%と高い。

業種別にみると、「経営者が関与している」計は、情報通信業関係で84.6%と特に高く、食品・飲料等製造が66.7%で続いている。(図表1-6参照)

図表1-5 デジタル化推進への経営者の関与(全体)



図表1-6 デジタル化推進への経営者の関与(従業者規模別、業種別)

		単位: %						
	集計企業数	経営者が関与している	経営者が関与している		システム部門や現場の責任者などに一任しており、経営者は関与していない	デジタル化の推進は行っていない	無回答	
			経営者が積極的に関与している	経営者がある程度関与している				
全体	733	57.8	19.9	37.9	12.6	28.9	0.7	
従業者規模	3人以下	145	48.9	18.6	30.3	9.7	39.3	2.1
	4~9人	165	60.0	18.8	41.2	10.3	29.1	0.6
	10~19人	154	55.9	19.5	36.4	11.0	33.1	-
	20~29人	63	65.1	22.2	42.9	14.3	20.6	-
	30~49人	73	61.7	24.7	37.0	16.4	21.9	-
	50~99人	61	75.4	19.7	55.7	14.8	9.8	-
	100人以上	33	66.6	24.2	42.4	24.2	9.1	-
業種	食品・飲料等製造	84	66.7	26.2	40.5	8.3	25.0	-
	繊維関係製品	162	56.8	17.9	38.9	6.8	35.8	0.6
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	51.6	16.5	35.1	12.4	34.0	2.1
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	41.7	14.6	27.1	27.1	31.3	-
	金属製品製造	73	56.2	13.7	42.5	16.4	27.4	-
	機械器具製造	70	60.0	15.7	44.3	15.7	22.9	1.4
	その他の製造業	74	56.7	13.5	43.2	13.5	29.7	-
	情報通信業関係	52	84.6	55.8	28.8	5.8	9.6	-

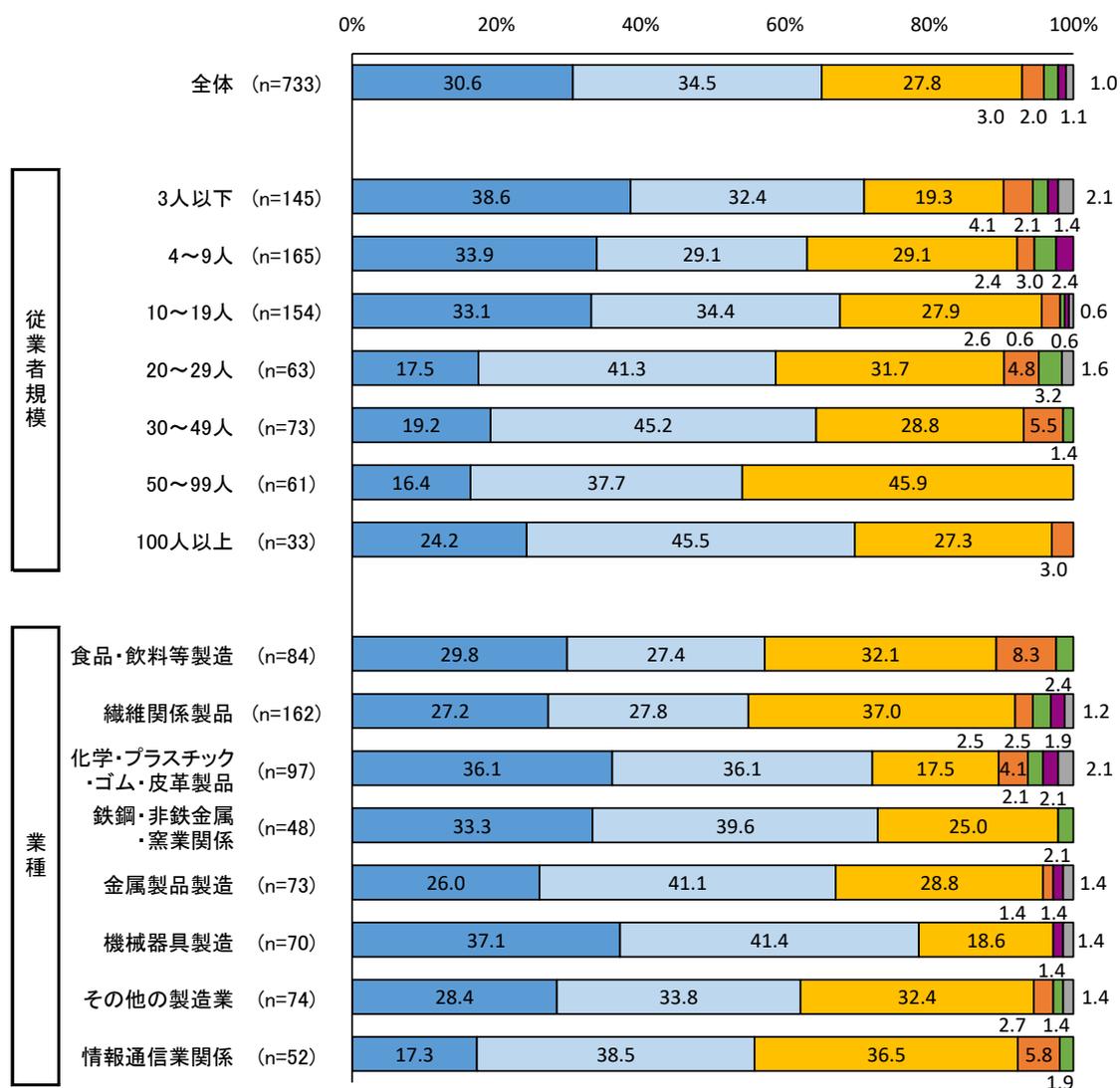
#### (4) デジタル化の進展によるビジネスの展望

デジタル化の進展によるビジネスの展望をみると、「既存ビジネスにおいて、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%で最も高く、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。

従業者規模別にみると、9人以下の企業では「既存ビジネス自体は変わらない」が3割台で最も高く、10～19人の企業では「既存ビジネス自体は変わらない」と「既存ビジネスにおいて、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3割台で拮抗している。20～29人、30～49人、100人以上の企業では「既存ビジネスにおいて、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4割台で最も高く、50～99人の企業では「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4割台で最も高い。

業種別にみると、食品・飲料等製造、繊維関係製品では「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」が最も高くなっており、化学・プラスチック・ゴム・皮革製品では「既存ビジネス自体は変わらない」と「既存ビジネスにおいて、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」が同率で高くなっている。その他の業種では「既存ビジネスにおいて、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」が最も高い。また、「既存ビジネス自体は変わらない」は、情報通信業関係で17.3%と特に低くなっている。(図表1-7参照)

図表 1-7 デジタル化の進展によるビジネスの展望（全体、従業者規模別、業種別）



- 既存ビジネス自体は変わらない
- 既存ビジネスにおいて、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
- 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
- 現在のビジネスモデルを抜本的に変革する必要がある(顧客チャネル/サプライチェーンの改革など)
- 現在のビジネスに拘らず、全く異なる新しいビジネスを創造する必要がある
- その他
- 無回答

## 第2章 デジタル化にかかる職場環境

### 1 インターネットとPC機器の利用

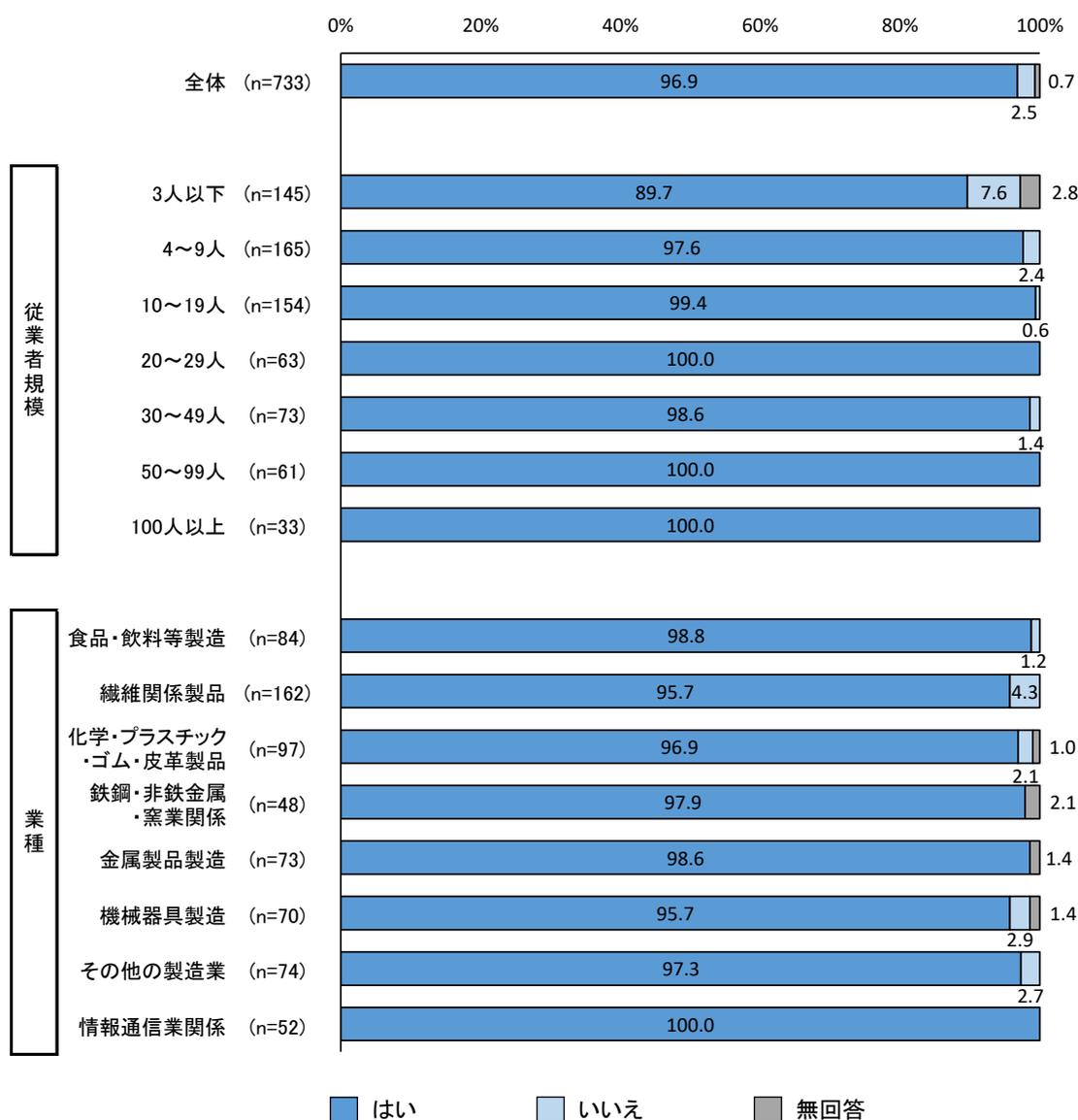
#### (1) インターネットの接続状況

インターネットへの接続率は96.9%と大半を占める。

従業者規模別にみると、3人以下の企業では、接続率が89.7%と9割未満であるが、その他の規模では97%以上となっている。

業種別にみると、情報通信業関係で接続率が100.0%と最も高い。一方、繊維関係製品、機械器具製造で95.7%と最も低い。(図表2-1参照)

図表2-1 インターネットの接続状況(全体、従業者規模別、業種別)

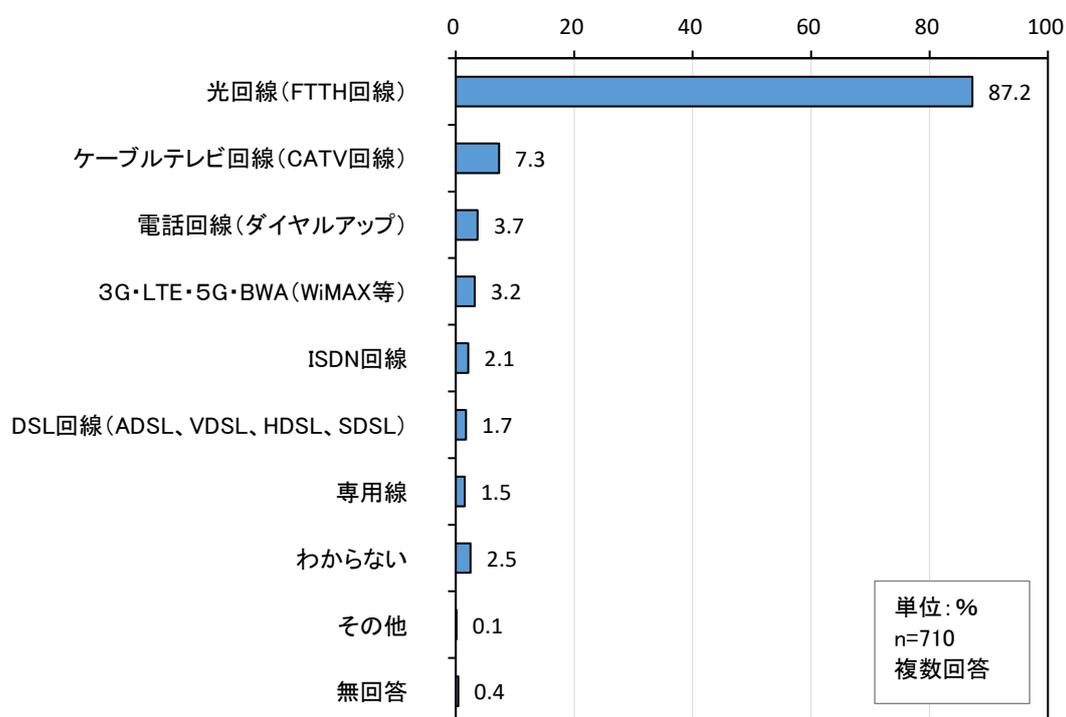


インターネットの接続回線をみると、「光回線（F T T H回線）」が87.2%と圧倒的多数を占めている。「ケーブルテレビ回線（C A T V回線）」が7.3%で続いている。（図表2-2参照）

従業者規模別にみると、9人以下の企業では「ケーブルテレビ回線（C A T V回線）」が13%台とやや高めになっている。

業種別にみると、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係では、「光回線（F T T H回線）」が76.6%と低く、「ケーブルテレビ回線（C A T V回線）」が14.9%と高くなっている。（図表2-3参照）

図表2-2 インターネットの接続回線（全体）





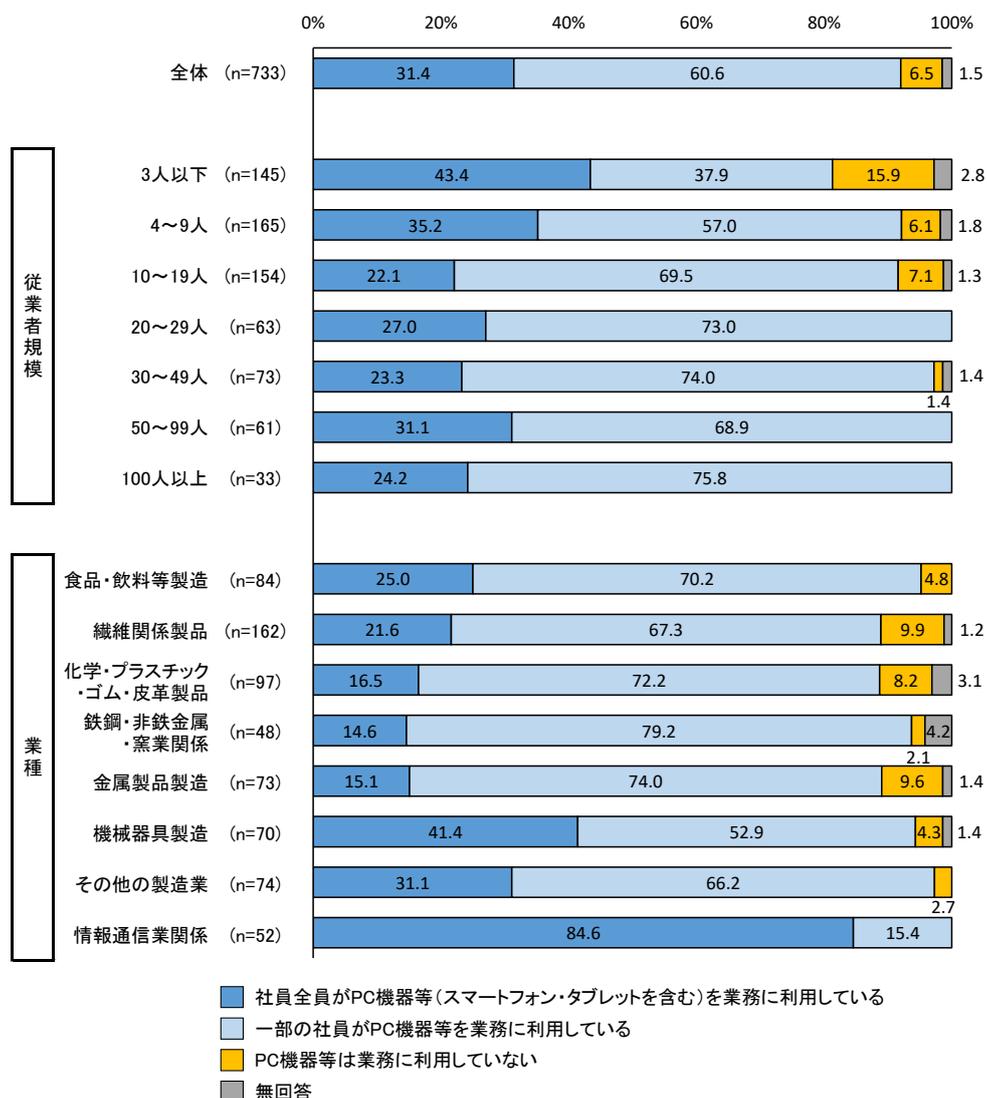
## (2) PC機器等の利用状況

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

従業者規模別にみると、3人以下の企業では、「社員全員がPC機器等（スマートフォン・タブレットを含む）を業務に利用している」が43.4%と高いが、「PC機器等は業務に利用していない」も15.9%と他層に比べて高い。10人以上の企業では、「一部の社員がPC機器等を業務に利用している」が7割弱～7割半となっている。

業種別にみると、情報通信業関係では「社員全員がPC機器等（スマートフォン・タブレットを含む）を業務に利用している」が84.6%と非常に高い。他に、機械器具製造、その他の製造業では「社員全員がPC機器等（スマートフォン・タブレットを含む）を業務に利用している」が高めだが、その他の業種では「一部の社員がPC機器等を業務に利用している」が7割弱～約8割を占めている。（図表2-4参照）

図表2-4 PC機器等の利用状況（全体、従業者規模別、業種別）



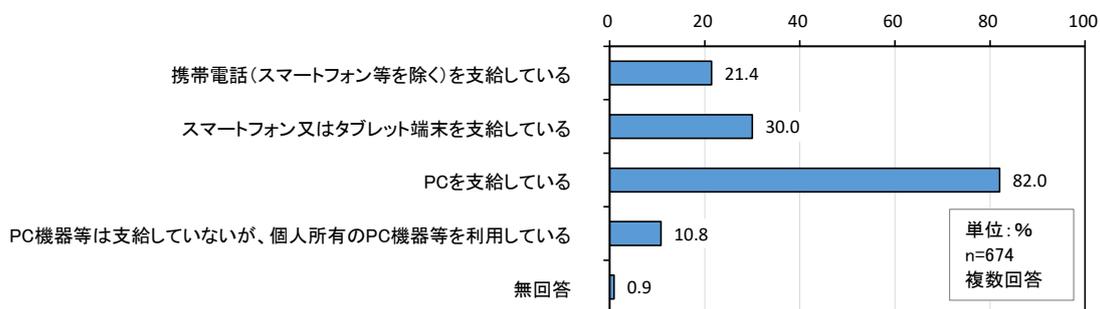
### (3) PC機器等の支給状況

PC機器等の支給状況を見ると、「PCを支給している」が82.0%で最も高く、次いで「スマートフォン又はタブレット端末を支給している」(30.0%)、「携帯電話(スマートフォン等を除く)を支給している」(21.4%)となっている。(図表2-5参照)

従業者規模別にみると、いずれの機器も規模が大きくなるほど支給率が高くなる傾向であるが、3人以下の企業の「スマートフォン又はタブレット端末を支給している」のみ例外で、支給率が36.4%となっており比較的高い傾向にある。

業種別にみると、いずれの機器も機械器具製造業で最も支給率が高くなっている。(図表2-6参照)

図表2-5 PC機器等の支給状況(全体)



図表2-6 PC機器等の支給状況(従業者規模別、業種別)

		単位:%					
		集計企業数	携帯電話(スマートフォン等を除く)を支給している	スマートフォン又はタブレット端末を支給している	PCを支給している	スマートフォン又はタブレット端末を個人所有のPC機器等を利用している	無回答
全体		674	21.4	30.0	82.0	10.8	0.9
従業者規模	3人以下	118	13.6	36.4	68.6	18.6	0.8
	4~9人	152	15.1	11.8	76.3	17.1	0.7
	10~19人	141	17.0	19.9	88.7	7.8	0.7
	20~29人	63	25.4	36.5	82.5	7.9	0.0
	30~49人	71	23.9	40.8	87.3	4.2	1.4
	50~99人	61	41.0	52.5	96.7	3.3	0.0
	100人以上	33	48.5	60.6	97.0	0.0	3.0
業種	食品・飲料等製造	80	21.3	21.3	73.8	22.5	0.0
	繊維関係製品	144	19.4	30.6	79.9	11.8	2.1
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	86	22.1	30.2	81.4	9.3	1.2
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	45	17.8	20.0	88.9	4.4	0.0
	金属製品製造	65	24.6	24.6	87.7	6.2	0.0
	機械器具製造	66	27.3	36.4	93.9	7.6	0.0
	その他の製造業	72	25.0	36.1	79.2	11.1	0.0
	情報通信業関係	52	17.3	34.6	84.6	7.7	0.0

## 2 インターネットによる情報発信

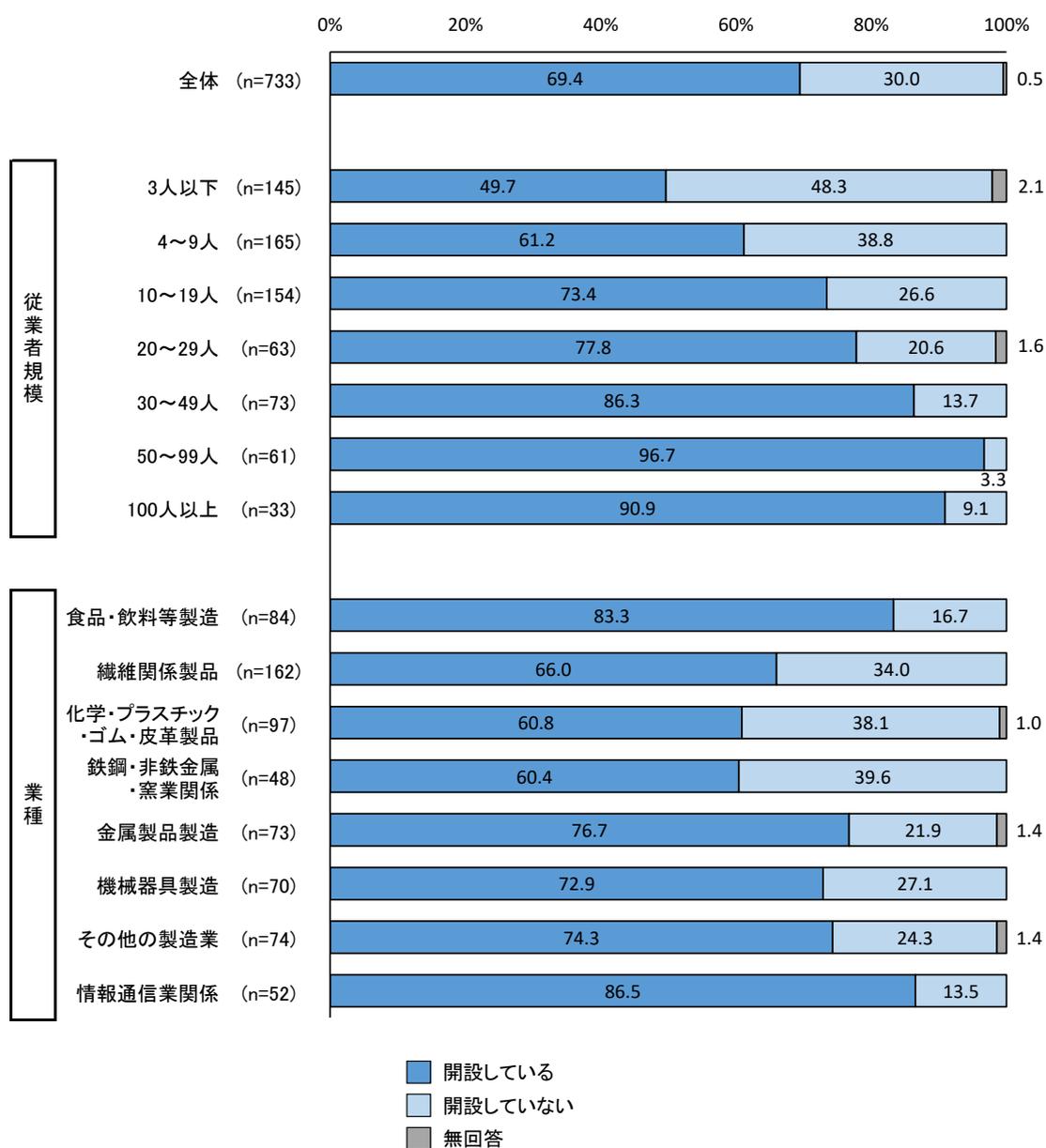
### (1) ホームページの開設状況

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

従業者規模別にみると、規模が大きくなるほど開設している割合が高い傾向だが、最も高いのは 50～99 人で 96.7%となっている。

業種別にみると、最も開設している割合が高いのは情報通信業関係 (86.5%)、次いで食品・飲料等製造 (83.3%) となっている。一方、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係、化学・プラスチック・ゴム・皮革製品は、60%台と低い。(図表 2-7 参照)

図表 2-7 ホームページの開設状況 (全体、従業者規模別、業種別)



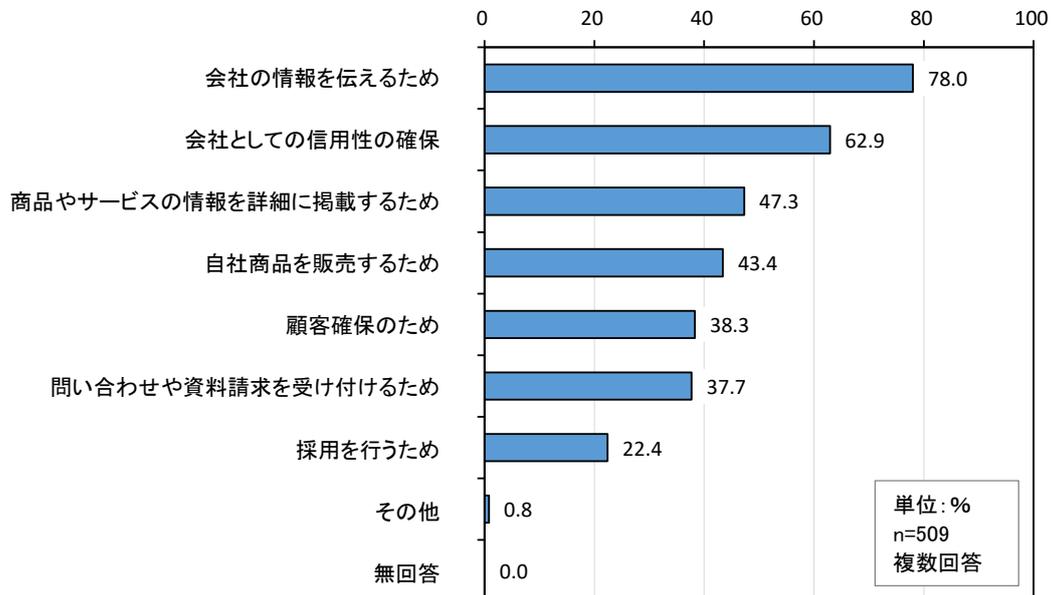
## (2) ホームページの開設理由

ホームページの開設理由をみると、「会社の情報を伝えるため」が78.0%で最も高く、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。(図表2-8参照)

従業員規模別にみると、「会社の情報を伝えるため」「会社としての信用性の確保」は、概ね規模が大きくなるほど高くなる傾向である。

業種別にみると、機械器具製造で「会社としての信用性の確保」が51.0%と低く、食品・飲料等製造で「自社商品を販売するため」が57.1%と高くなっている。(図表2-9参照)

図表2-8 ホームページの開設理由（全体）



図表 2-9 ホームページの開設理由（従業者規模別、業種別）

単位：％

		集計企業数	会社の情報を伝えるため	会社としての信用性の確保	商品やサービスを詳細に掲載するための情報	自社商品を販売するため	顧客確保のため	問い合わせや資料請求を受け付けるため	採用を行うため	その他	無回答
全体		509	78.0	62.9	47.3	43.4	38.3	37.7	22.4	0.8	0.0
従業者規模	3人以下	72	69.4	51.4	40.3	43.1	33.3	38.9	5.6	1.4	0.0
	4～9人	101	73.3	57.4	48.5	52.5	38.6	38.6	12.9	2.0	0.0
	10～19人	113	76.1	61.1	50.4	38.9	38.1	38.9	15.9	0.9	0.0
	20～29人	49	81.6	75.5	46.9	34.7	44.9	34.7	34.7	0.0	0.0
	30～49人	63	85.7	60.3	52.4	47.6	46.0	44.4	39.7	0.0	0.0
	50～99人	59	84.7	79.7	44.1	47.5	37.3	33.9	25.4	0.0	0.0
	100人以上	30	93.3	83.3	50.0	33.3	36.7	40.0	60.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	70	74.3	57.1	50.0	57.1	40.0	37.1	14.3	1.4	0.0
	繊維関係製品	107	75.7	72.9	45.8	43.9	39.3	33.6	23.4	0.0	0.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	59	84.7	66.1	47.5	39.0	44.1	44.1	20.3	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	29	82.8	75.9	37.9	34.5	37.9	51.7	24.1	0.0	0.0
	金属製品製造	56	83.9	62.5	39.3	35.7	42.9	32.1	32.1	1.8	0.0
	機械器具製造	51	76.5	51.0	58.8	37.3	35.3	45.1	37.3	0.0	0.0
	その他の製造業	55	81.8	61.8	47.3	47.3	32.7	23.6	12.7	0.0	0.0
	情報通信業関係	45	82.2	66.7	53.3	37.8	35.6	33.3	22.2	0.0	0.0

### 3 クラウドサービス

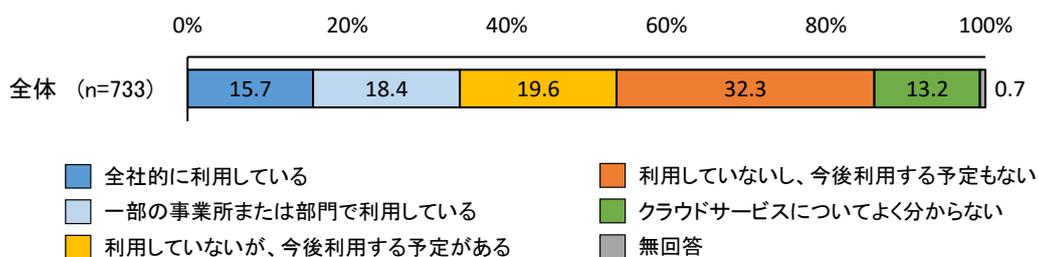
#### (1) クラウドサービスの利用状況

クラウドサービスの利用状況を見ると、「全社的に利用している」が15.7%、「一部の事業所または部門で利用している」が18.4%となっており、合計34.1%が利用している。一方、「利用していないが、今後利用する予定がある」が19.6%、「利用していないし、今後利用する予定もない」が32.3%で、合計51.9%となっており、「使用している」計を上回っている。「クラウドサービスについてよく分からない」も13.2%みられた。(図表2-10参照)

従業員規模別にみると、「利用している」計は規模が大きいほど高くなっており、100人以上の企業では66.7%であるが、3人以下の企業では22.7%にとどまっている。

業種別にみると、「利用している計」は、情報通信業関係では65.4%と高いが、その他の業種では3割半ばとなっている。(図表2-11参照)

図表2-10 クラウドサービスの利用状況（全体）



図表2-11 クラウドサービスの利用状況（従業者規模別、業種別）

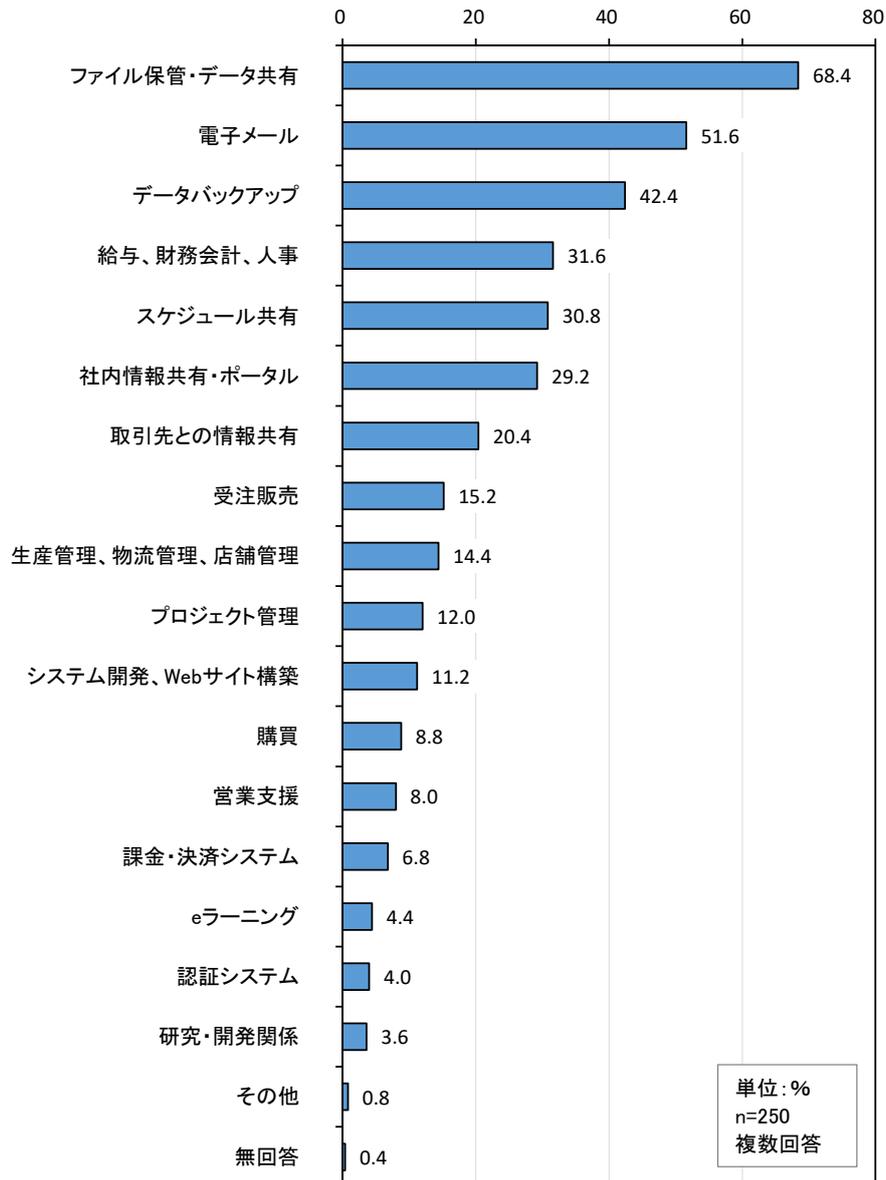
単位：%

	集計企業数	利用している	利用している		利用していない	利用している		利用していない	クラウドサービスに利用していない	無回答
			全社的に利用している	一部の部門で利用している		利用している	利用していない			
全体	733	34.1	15.7	18.4	51.9	19.6	32.3	13.2	0.7	
従業者規模	3人以下	145	22.7	11.7	11.0	56.5	11.7	44.8	20.0	0.7
	4～9人	165	28.4	13.9	14.5	55.2	18.2	37.0	16.4	-
	10～19人	154	30.5	14.3	16.2	55.2	23.4	31.8	14.3	-
	20～29人	63	33.4	17.5	15.9	54.0	27.0	27.0	11.1	1.6
	30～49人	73	46.6	13.7	32.9	47.9	27.4	20.5	5.5	-
	50～99人	61	54.1	14.8	39.3	41.0	21.3	19.7	4.9	-
	100人以上	33	66.7	39.4	27.3	33.4	15.2	18.2	-	-
業種	食品・飲料等製造	84	35.7	13.1	22.6	53.6	23.8	29.8	10.7	-
	繊維関係製品	162	32.8	9.3	23.5	50.6	17.3	33.3	16.0	0.6
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	26.8	10.3	16.5	60.8	17.5	43.3	11.3	1.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	27.1	8.3	18.8	54.2	14.6	39.6	18.8	-
	金属製品製造	73	27.4	8.2	19.2	61.6	21.9	39.7	9.6	1.4
	機械器具製造	70	37.1	20.0	17.1	55.7	24.3	31.4	7.1	-
	その他の製造業	74	33.8	18.9	14.9	43.3	20.3	23.0	21.6	1.4
	情報通信業関係	52	65.4	42.3	23.1	34.7	21.2	13.5	-	-

## (2) クラウドサービスの利用内容

クラウドサービスの利用内容をみると、「ファイル保管・データ共有」が68.4%で最も高く、次いで「電子メール」(51.6%)、「データバックアップ」(42.4%)、「給与、財務会計、人事」(31.6%)、「スケジュール共有」(30.8%)、「社内情報共有・ポータル」(29.2%)となっている。(図表2-1 2参照)

図表2-1 2 クラウドサービスの利用内容 (全体)



図表2-13 クラウドサービスの利用内容（従業者規模別、業種別）

単位：%

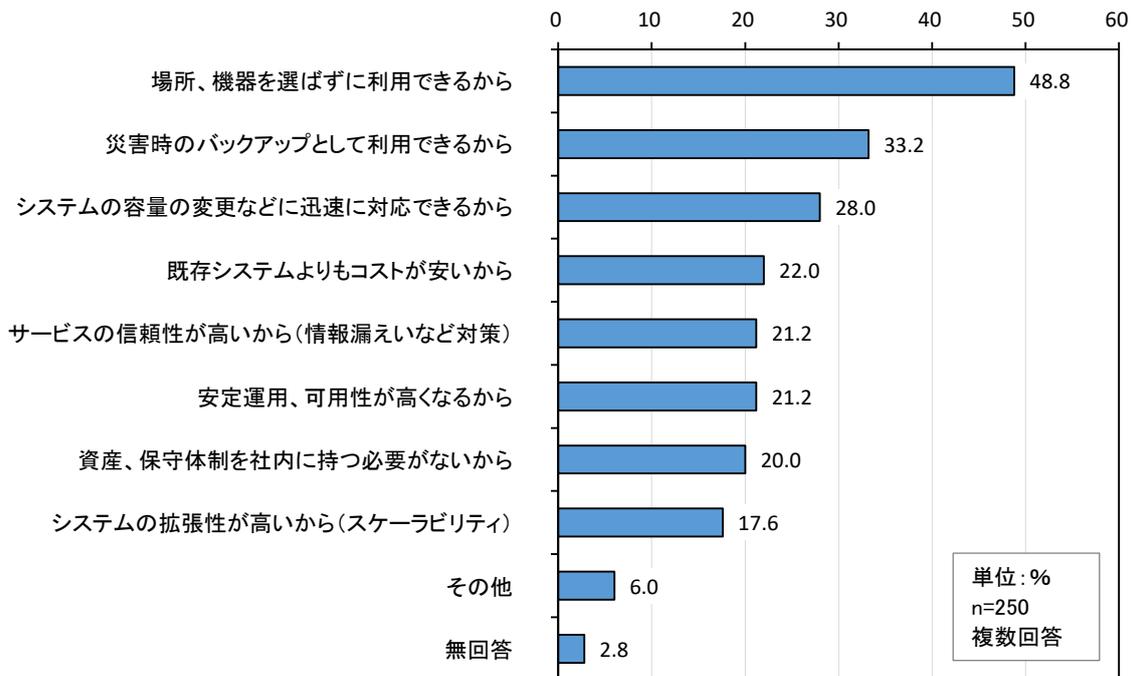
	集計企業数	ファイル共有	電子メール	データバックアップ	給与、財務会計、人事	スケジュール共有	社内情報共有・ポータル	取引先との情報共有	受注販売	生産管理、物流管理、店舗管理	プロジェクト管理	システム開発、Webサイト構築	購買	
全体	250	68.4	51.6	42.4	31.6	30.8	29.2	20.4	15.2	14.4	12.0	11.2	8.8	
従業者規模	3人以下	33	69.7	66.7	51.5	9.1	33.3	18.2	24.2	18.2	6.1	15.2	27.3	12.1
	4～9人	47	74.5	48.9	42.6	38.3	27.7	25.5	31.9	25.5	10.6	14.9	10.6	12.8
	10～19人	47	70.2	51.1	51.1	42.6	23.4	31.9	27.7	14.9	21.3	4.3	12.8	12.8
	20～29人	21	61.9	47.6	47.6	23.8	38.1	38.1	19.0	9.5	28.6	14.3	4.8	0.0
	30～49人	34	70.6	55.9	38.2	29.4	17.6	26.5	11.8	11.8	17.6	14.7	8.8	5.9
	50～99人	33	60.6	51.5	24.2	39.4	48.5	33.3	6.1	15.2	9.1	15.2	6.1	3.0
	100人以上	22	59.1	40.9	50.0	40.9	36.4	40.9	18.2	9.1	13.6	9.1	4.5	13.6
業種	食品・飲料等製造	30	56.7	56.7	50.0	30.0	33.3	23.3	20.0	36.7	16.7	16.7	10.0	16.7
	繊維関係製品	53	67.9	52.8	35.8	41.5	24.5	26.4	24.5	20.8	17.0	7.5	5.7	7.5
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	26	69.2	50.0	50.0	38.5	23.1	7.7	15.4	11.5	11.5	7.7	0.0	7.7
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	13	61.5	53.8	30.8	30.8	38.5	23.1	15.4	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0
	金属製品製造	20	70.0	35.0	35.0	40.0	15.0	20.0	15.0	15.0	35.0	0.0	5.0	10.0
	機械器具製造	26	65.4	57.7	50.0	30.8	34.6	34.6	19.2	3.8	19.2	11.5	7.7	15.4
	その他の製造業	25	76.0	56.0	36.0	24.0	28.0	44.0	8.0	12.0	12.0	4.0	0.0	4.0
	情報通信業関係	34	73.5	47.1	47.1	23.5	44.1	35.3	32.4	8.8	2.9	35.3	47.1	5.9

	集計企業数	営業支援	ム課金・決済システム	eラーニング	認証システム	研究・開発関係	その他	無回答	
全体	250	8.0	6.8	4.4	4.0	3.6	0.8	0.4	
従業者規模	3人以下	33	3.0	12.1	6.1	0.0	18.2	0.0	0.0
	4～9人	47	8.5	8.5	6.4	10.6	2.1	0.0	0.0
	10～19人	47	10.6	8.5	6.4	4.3	0.0	0.0	0.0
	20～29人	21	19.0	4.8	4.8	4.8	9.5	0.0	0.0
	30～49人	34	5.9	5.9	2.9	2.9	0.0	2.9	0.0
	50～99人	33	3.0	0.0	0.0	3.0	0.0	3.0	0.0
	100人以上	22	9.1	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	30	13.3	13.3	3.3	6.7	3.3	0.0	0.0
	繊維関係製品	53	3.8	5.7	3.8	0.0	3.8	0.0	0.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	26	3.8	0.0	0.0	11.5	0.0	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	13	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	金属製品製造	20	10.0	5.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0
	機械器具製造	26	3.8	7.7	0.0	0.0	3.8	3.8	0.0
	その他の製造業	25	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業関係	34	11.8	14.7	5.9	2.9	8.8	0.0	0.0

### (3) クラウドサービスを利用している理由

クラウドサービスを利用している理由をみると、「場所、機器を選ばずに利用できるから」が48.8%で最も高く、次いで「災害時のバックアップとして利用できるから」(33.2%)、「システムの容量の変更などに迅速に対応できるから」(28.0%)となっている。(図表2-14参照)

図表2-14 クラウドサービスを利用している理由(全体)



図表 2-15 クラウドサービスを利用している理由（従業者規模別、業種別）

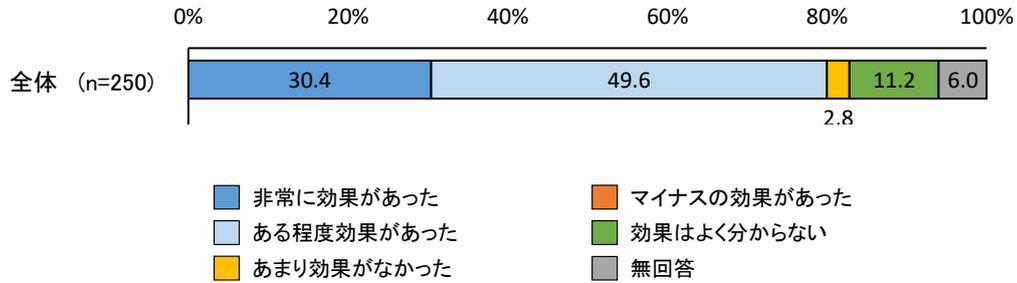
単位：％

		集計企業数	利用所、機器を選ばずに利用できるから	災害時のバックアップとして利用できるから	システム容量の変更などに迅速に対応できるから	既存システムよりもコストが安いから	サービス信頼性が高いから（情報漏えい対策）	安定運用、可用性が高くなるから	資産、保守体制を社内を持つ必要がないから	システム拡張性が高いから（スケールアップ）	その他	無回答
全体		250	48.8	33.2	28.0	22.0	21.2	21.2	20.0	17.6	6.0	2.8
従業者規模	3人以下	33	54.5	27.3	30.3	18.2	24.2	15.2	30.3	18.2	6.1	3.0
	4～9人	47	48.9	27.7	31.9	29.8	23.4	21.3	17.0	23.4	8.5	2.1
	10～19人	47	53.2	40.4	29.8	17.0	29.8	25.5	21.3	17.0	4.3	4.3
	20～29人	21	57.1	47.6	23.8	19.0	9.5	23.8	9.5	9.5	4.8	4.8
	30～49人	34	50.0	38.2	20.6	23.5	26.5	14.7	23.5	17.6	2.9	0.0
	50～99人	33	42.4	21.2	24.2	9.1	12.1	21.2	12.1	21.2	9.1	6.1
	100人以上	22	31.8	36.4	36.4	36.4	22.7	36.4	27.3	9.1	4.5	0.0
業種	食品・飲料等製造	30	46.7	26.7	20.0	26.7	20.0	23.3	20.0	16.7	10.0	0.0
	繊維関係製品	53	37.7	32.1	30.2	22.6	28.3	24.5	24.5	15.1	5.7	5.7
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	26	50.0	46.2	19.2	19.2	19.2	15.4	19.2	11.5	0.0	3.8
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	13	61.5	15.4	38.5	7.7	7.7	30.8	15.4	15.4	0.0	7.7
	金属製品製造	20	45.0	30.0	25.0	20.0	25.0	20.0	10.0	20.0	5.0	0.0
	機械器具製造	26	38.5	42.3	42.3	19.2	11.5	11.5	19.2	15.4	19.2	3.8
	その他の製造業	25	56.0	44.0	20.0	8.0	28.0	24.0	8.0	12.0	8.0	4.0
	情報通信業関係	34	61.8	23.5	32.4	20.6	32.4	23.5	32.4	38.2	0.0	0.0

#### (4) クラウドサービスの効果

クラウドサービスの効果をみると、「非常に効果があった」が30.4%、「ある程度効果があった」が49.6%で、合計80.0%が効果があったとしている。(図表2-16参照)

図表2-16 クラウドサービスの効果(全体)



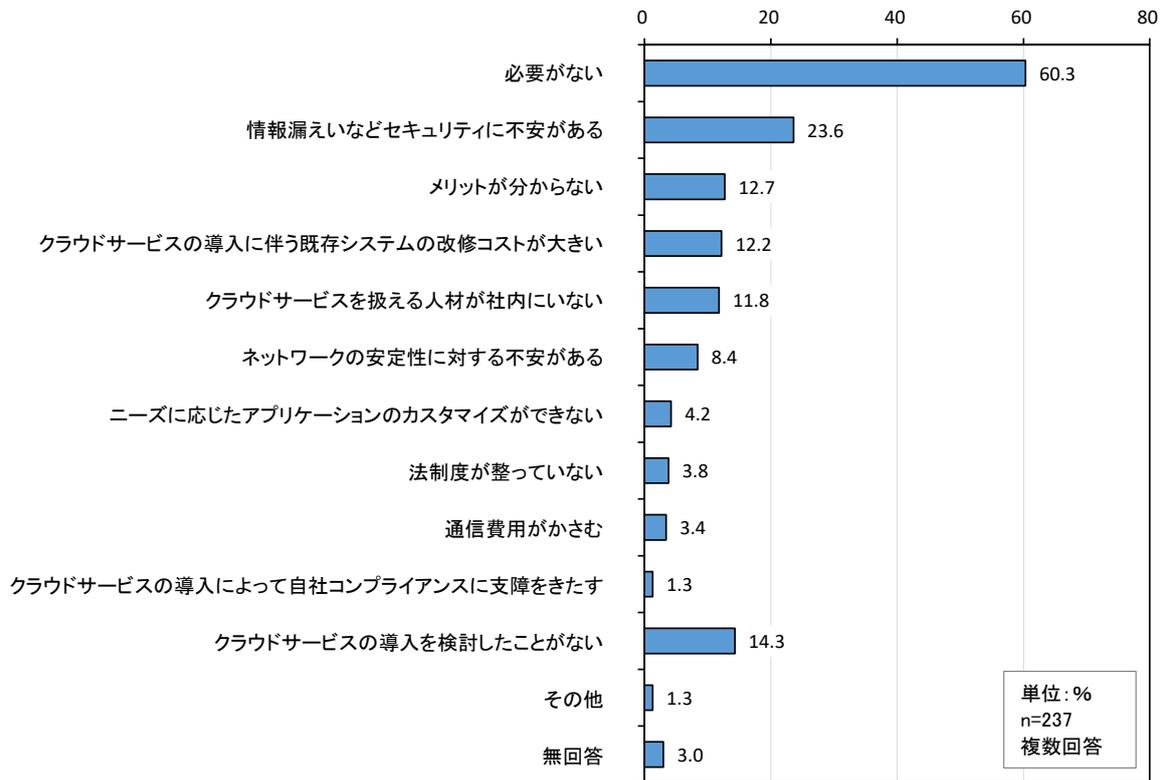
図表2-17 クラウドサービスの効果(従業者規模別、業種別)

		集計企業数	効果があつた	非常に効果があつた	ある程度効果があつた	あまり効果がなかつた	マイナスの効果があつた	効果はよく分からない	無回答
全体		250	80.0	30.4	49.6	2.8	-	11.2	6.0
従業者規模	3人以下	33	78.8	36.4	42.4	12.1	-	6.1	3.0
	4~9人	47	76.6	31.9	44.7	2.1	-	12.8	8.5
	10~19人	47	85.1	36.2	48.9	-	-	6.4	8.5
	20~29人	21	80.9	47.6	33.3	4.8	-	4.8	9.5
	30~49人	34	82.4	20.6	61.8	2.9	-	14.7	-
	50~99人	33	81.8	24.2	57.6	-	-	9.1	9.1
	100人以上	22	90.9	22.7	68.2	-	-	9.1	-
業種	食品・飲料等製造	30	80.0	30.0	50.0	3.3	-	13.3	3.3
	繊維関係製品	53	75.5	20.8	54.7	1.9	-	13.2	9.4
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	26	80.8	30.8	50.0	-	-	11.5	7.7
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	13	69.3	23.1	46.2	7.7	-	15.4	7.7
	金属製品製造	20	85.0	35.0	50.0	-	-	10.0	5.0
	機械器具製造	26	80.7	26.9	53.8	-	-	11.5	7.7
	その他の製造業	25	72.0	12.0	60.0	8.0	-	20.0	-
	情報通信業関係	34	85.3	44.1	41.2	5.9	-	2.9	5.9

### (5) クラウドサービスを利用しない理由

クラウドサービスを利用しない理由をみると、「必要がない」が60.3%で特に高くなっている。次いで、「情報漏えいなどセキュリティに不安がある」(23.6%)、「メリットが分からない」(12.7%)、「クラウドサービスの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい」(12.2%)となっている。(図表2-18参照)

図表2-18 クラウドサービスを利用しない理由(全体)



図表2-19 クラウドサービスを利用しない理由（従業者規模別、業種別）

単位：％

	集計企業数	必要がない	情報漏えいなどセキュリティに不安がある	メリットが分からない	導入に伴う既存システムの改修コストが大きい	クラウドサービスの導入に不安がある	ネットワークの安定性に対する不安がある	ニーズに応じたアプリケーションがでない	法制度が整っていない	
全体	237	60.3	23.6	12.7	12.2	11.8	8.4	4.2	3.8	
従業者規模	3人以下	65	66.2	16.9	9.2	4.6	13.8	9.2	6.2	3.1
	4～9人	61	60.7	23.0	16.4	9.8	14.8	1.6	3.3	4.9
	10～19人	49	75.5	22.4	16.3	4.1	6.1	14.3	0.0	2.0
	20～29人	17	41.2	29.4	11.8	35.3	5.9	11.8	11.8	0.0
	30～49人	15	46.7	33.3	13.3	13.3	13.3	20.0	6.7	6.7
	50～99人	12	33.3	41.7	0.0	41.7	8.3	8.3	0.0	0.0
	100人以上	6	0.0	83.3	0.0	83.3	33.3	0.0	16.7	33.3
業種	食品・飲料等製造	25	52.0	28.0	4.0	32.0	8.0	0.0	4.0	4.0
	繊維関係製品	54	59.3	22.2	14.8	14.8	13.0	9.3	1.9	3.7
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	42	61.9	21.4	19.0	4.8	11.9	11.9	7.1	4.8
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	19	47.4	31.6	15.8	10.5	5.3	0.0	0.0	0.0
	金属製品製造	29	72.4	31.0	17.2	6.9	17.2	20.7	6.9	0.0
	機械器具製造	22	63.6	31.8	4.5	4.5	4.5	13.6	4.5	0.0
	その他の製造業	17	52.9	17.6	5.9	17.6	29.4	0.0	5.9	0.0
	情報通信業関係	7	71.4	28.6	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3

	集計企業数	通信費用がかさむ	導入に伴うセキュリティに不安がある	クラウドサービスの導入を検討したことがない	その他	無回答	
全体	237	3.4	1.3	14.3	1.3	3.0	
従業者規模	3人以下	65	1.5	0.0	13.8	1.5	3.1
	4～9人	61	3.3	0.0	13.1	1.6	4.9
	10～19人	49	2.0	2.0	14.3	0.0	2.0
	20～29人	17	5.9	5.9	17.6	0.0	5.9
	30～49人	15	0.0	0.0	26.7	0.0	0.0
	50～99人	12	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0
	100人以上	6	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	25	4.0	0.0	8.0	0.0	4.0
	繊維関係製品	54	7.4	0.0	16.7	1.9	3.7
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	42	0.0	2.4	23.8	0.0	4.8
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	19	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0
	金属製品製造	29	0.0	6.9	10.3	0.0	0.0
	機械器具製造	22	4.5	0.0	13.6	4.5	4.5
	その他の製造業	17	5.9	0.0	23.5	0.0	0.0
	情報通信業関係	7	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0

## 4 テレワーク

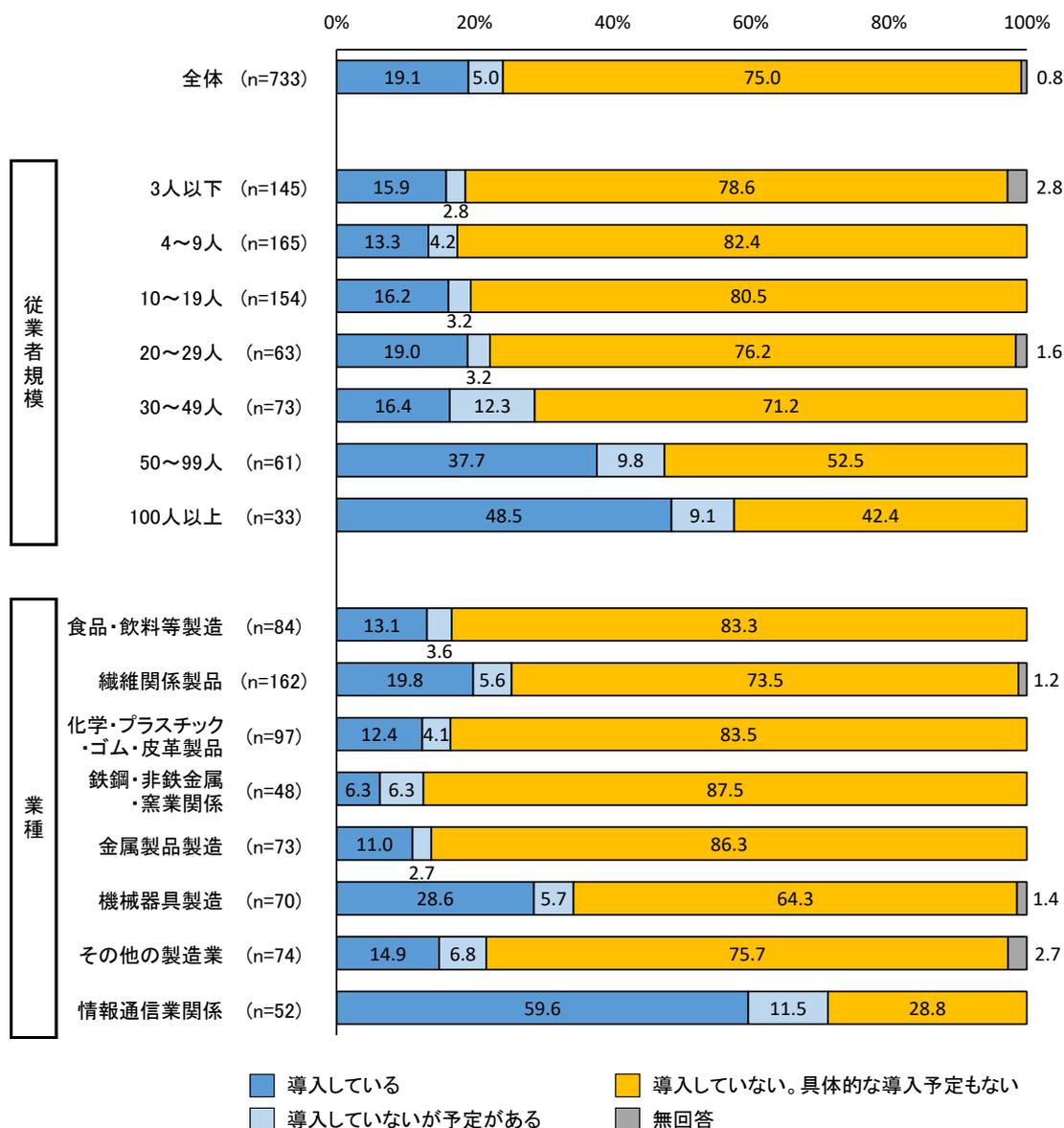
### (1) テレワークの導入状況

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%と約2割で、「導入していない。具体的な導入予定もない」が75.0%と多数を占めている。

従業者規模別にみると、49人以下の企業では導入率は2割未満だが、50～99人の企業では37.7%、100人以上の企業では48.5%と高くなっている。

業種別にみると、導入率は情報通信業関係で59.6%と特に高く、次いで機械器具製造で28.6%、その他の業種では2割未満となっている。特に、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係では6.3%と低い。(図表2-20参照)

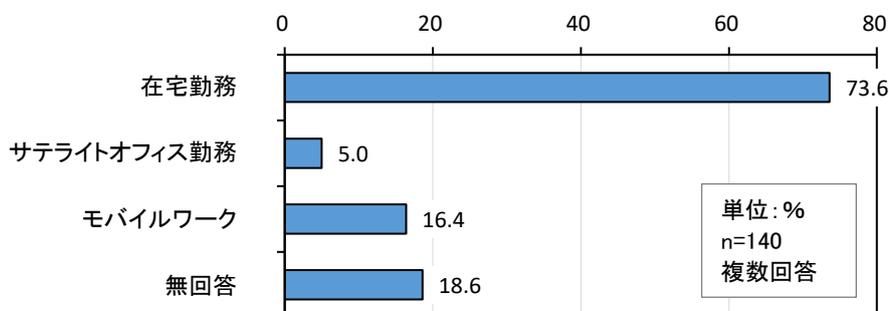
図表2-20 テレワークの導入状況（全体、従業者規模別、業種別）



テレワークの導入形態をみると、「在宅勤務」が73.6%で圧倒的に高く、次いで「モバイルワーク」が16.4%となっている。(図表2-2 1 参照)

業種別にみると、「在宅勤務」は情報通信業関係で83.9%と高い。(図表2-2 2 参照)

図表2-2 1 テレワークの導入形態（全体）



図表2-2 2 テレワークの導入形態（従業者規模別、業種別）

		集計企業数	在宅勤務	サテライトオフィス勤務	モバイルワーク	無回答
全体		140	73.6	5.0	16.4	18.6
従業者規模	3人以下	23	69.6	8.7	30.4	17.4
	4~9人	22	72.7	9.1	13.6	18.2
	10~19人	25	72.0	4.0	24.0	16.0
	20~29人	12	83.3	0.0	0.0	16.7
	30~49人	12	75.0	0.0	8.3	25.0
	50~99人	23	69.6	4.3	17.4	17.4
	100人以上	16	81.3	6.3	6.3	18.8
業種	食品・飲料等製造	11	63.6	27.3	27.3	18.2
	繊維関係製品	32	68.8	0.0	12.5	25.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	12	75.0	0.0	0.0	25.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	3	100.0	0.0	33.3	0.0
	金属製品製造	8	75.0	0.0	25.0	12.5
	機械器具製造	20	70.0	5.0	30.0	20.0
	その他の製造業	11	81.8	9.1	9.1	18.2
	情報通信業関係	31	83.9	9.7	19.4	6.5

単位: %

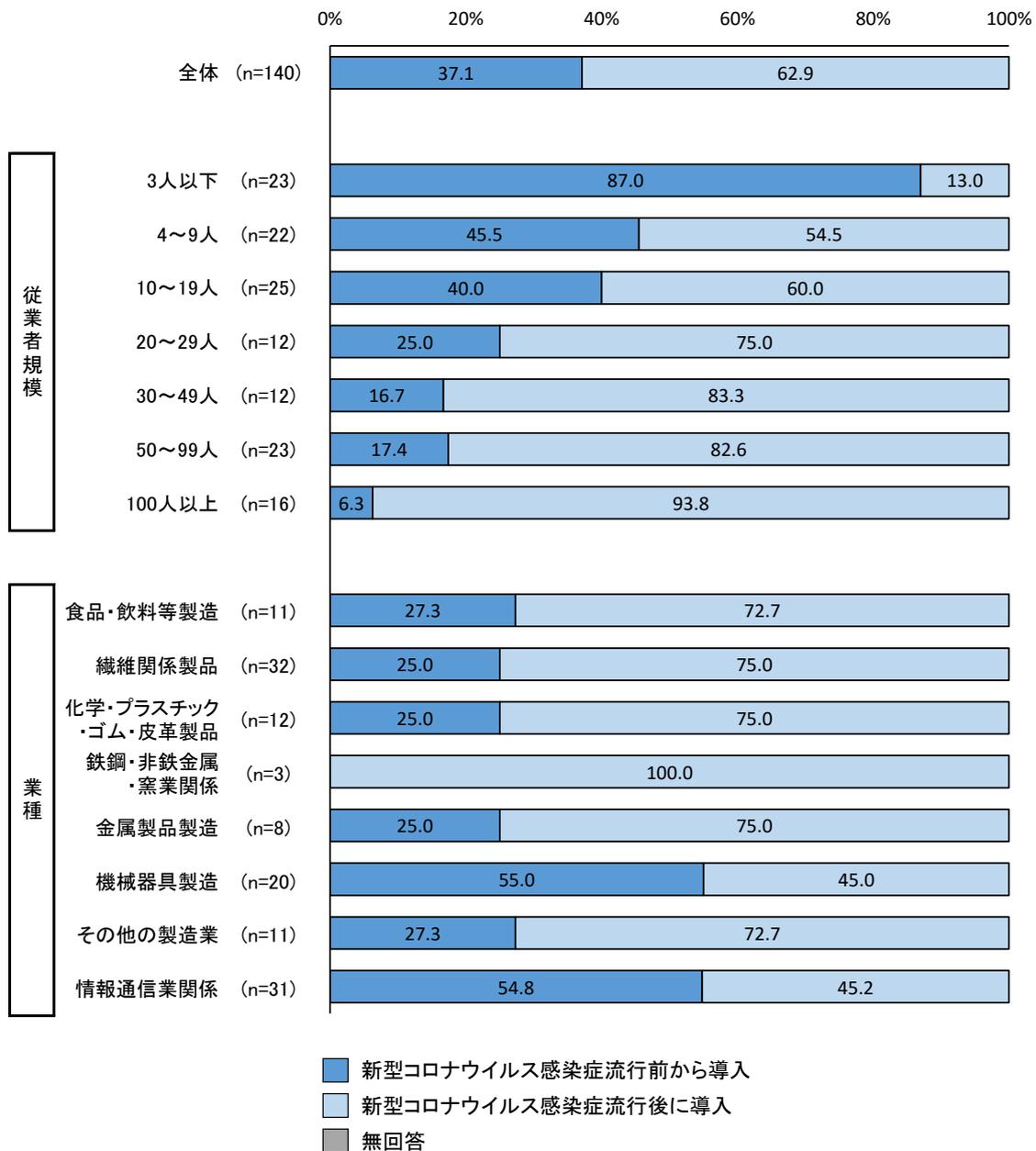
## (2) テレワークの導入時期

テレワークの導入時期をみると、「新型コロナウイルス感染症流行後に導入」が62.9%と、「新型コロナウイルス感染症流行前から導入」の37.1%を上回っている。

従業者規模別にみると、「新型コロナウイルス感染症流行後に導入」は、規模が大きいほど高くなっている。

業種別にみると、機械器具製造、情報通信業関係で「新型コロナウイルス感染症流行前から導入」が高く、半数以上を占める。(図表2-23参照)

図表2-23 テレワークの導入時期（全体、従業者規模別、業種別）



### (3) 新型コロナウイルス感染症終息後のテレワークの継続意向

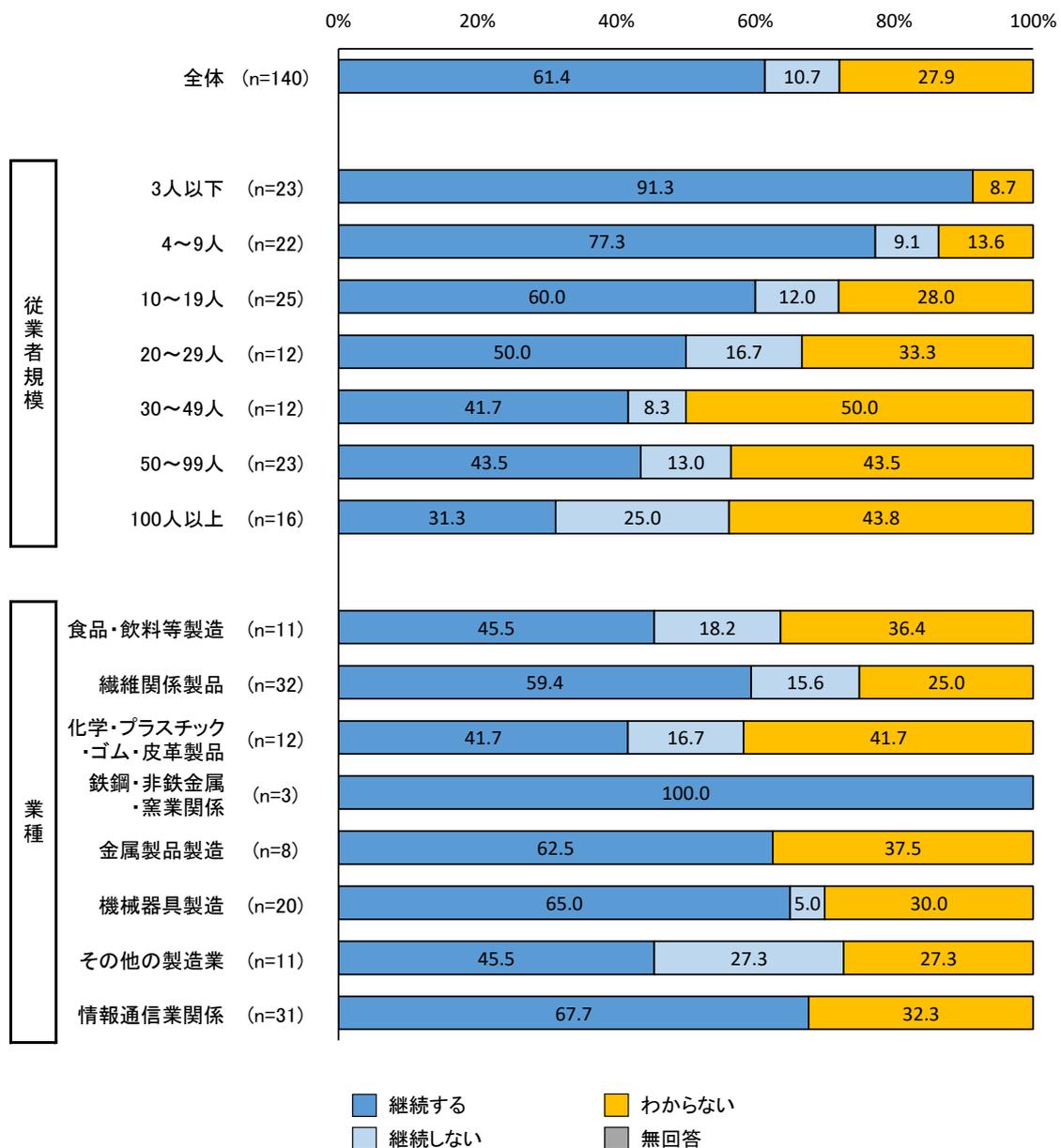
新型コロナウイルス感染症終息後のテレワークの継続意向をみると、「継続する」が61.4%で最も高く、次いで「わからない」が27.9%となっている。「継続しない」については、10.7%と約1割にとどまった。

従業者規模別にみると、「継続する」は、規模が小さいほど高くなっている。

業種別にみると、「継続する」は、情報通信業関係、機械器具製造で高く、6割半となっている。

(図表2-24参照)

図表2-24 新型コロナウイルス感染症終息後のテレワークの継続意向  
(全体、従業者規模別、業種別)

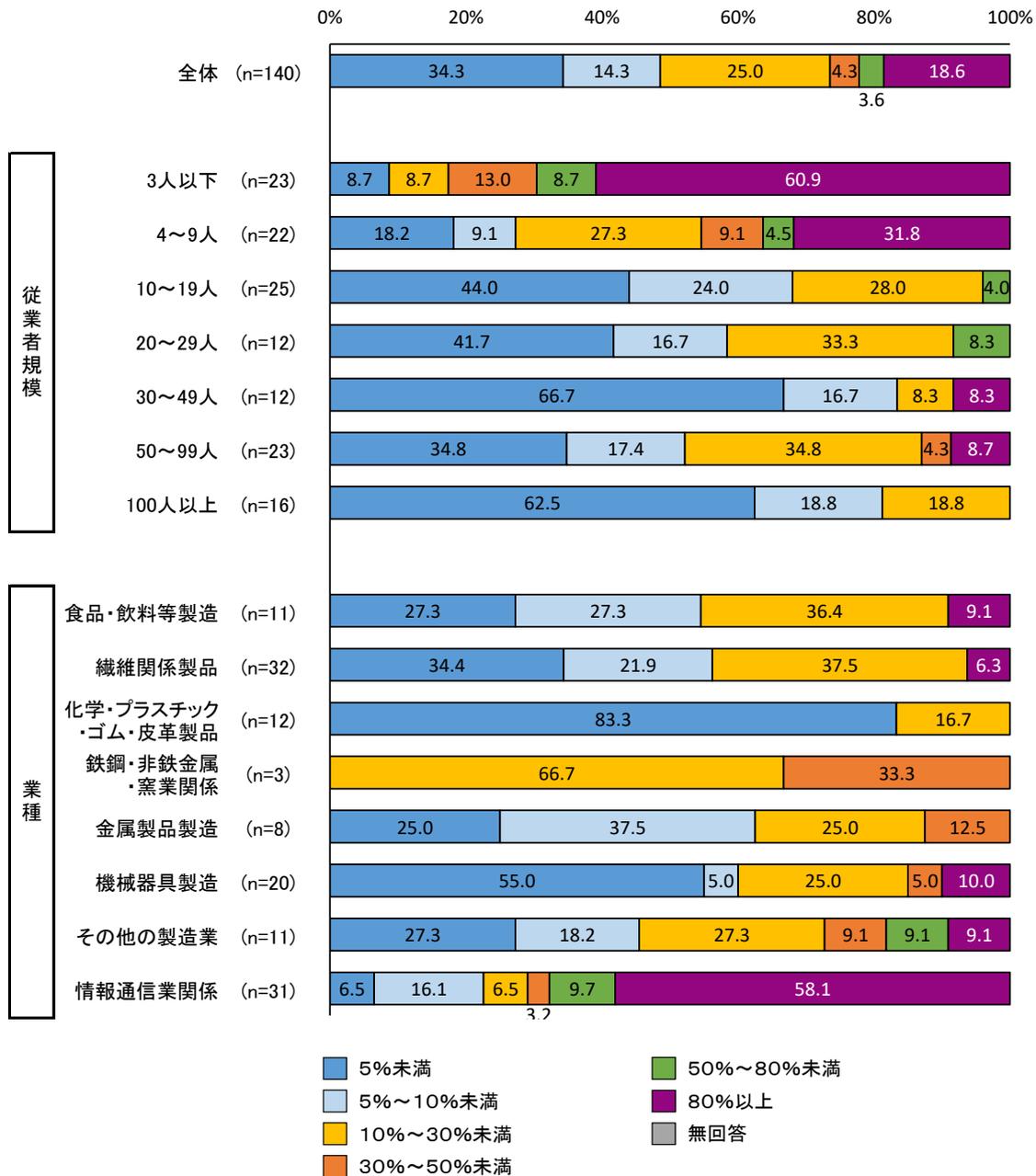


#### (4) テレワークを利用する従業員の割合

テレワークを利用する従業員の割合をみると、「5%未満」が34.3%で最も高く、次いで「10%～30%未満」(25.0%)、「80%以上」(18.6%)となっている。

業種別にみると、「80%以上」は、情報通信業関係で58.1%と突出して高い。(図表2-25参照)

図表2-25 テレワークを利用する従業員の割合(全体、従業員規模別、業種別)

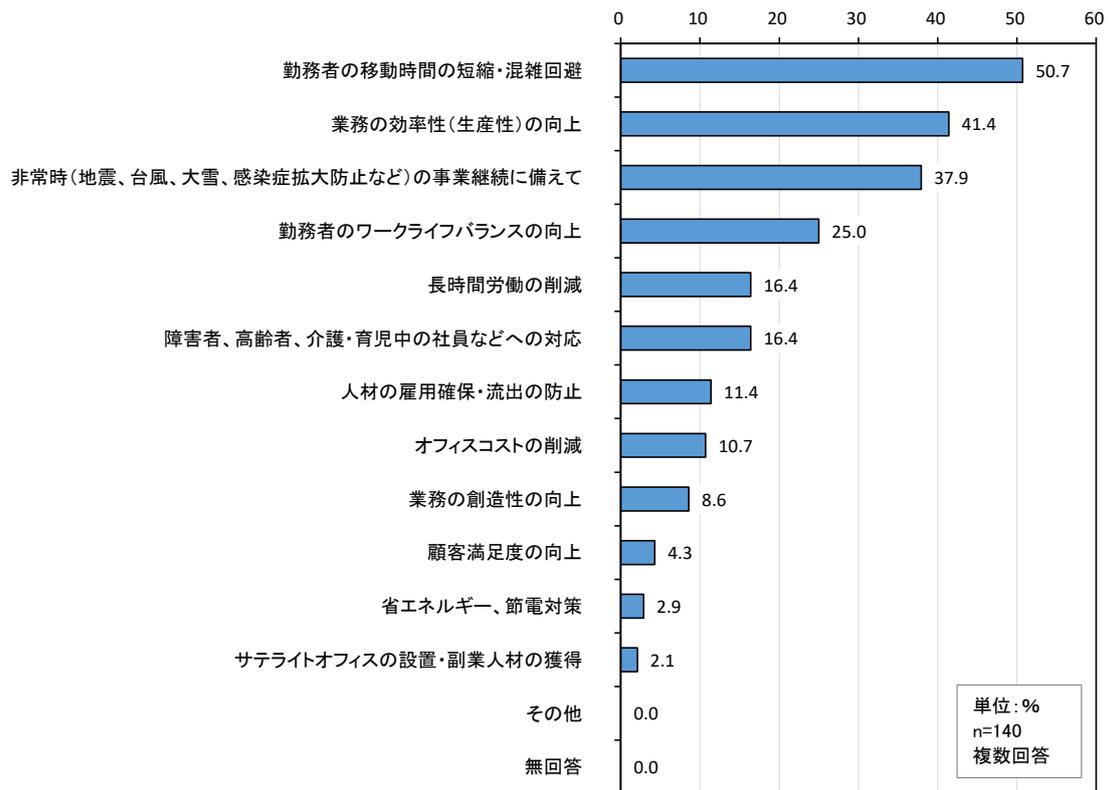


### (5) テレワークの導入目的

テレワークの導入目的は、「勤務者の移動時間の短縮・混雑回避」が50.7%で最も高く、次いで、「業務の効率性(生産性)の向上」(41.4%)、「非常時(地震、台風、大雪、感染症拡大防止など)の事業継続に備えて」(37.9%)となっている。(図表2-26参照)

業種別にみると、情報通信業関係では「オフィスコストの削減」(38.7%)、「勤務者のワークライフバランスの向上」(35.5%)も高くなっている。(図表2-27参照)

図表2-26 テレワークの導入目的(全体)



図表 2-27 テレワークの導入目的（従業員規模別、業種別）

単位：%

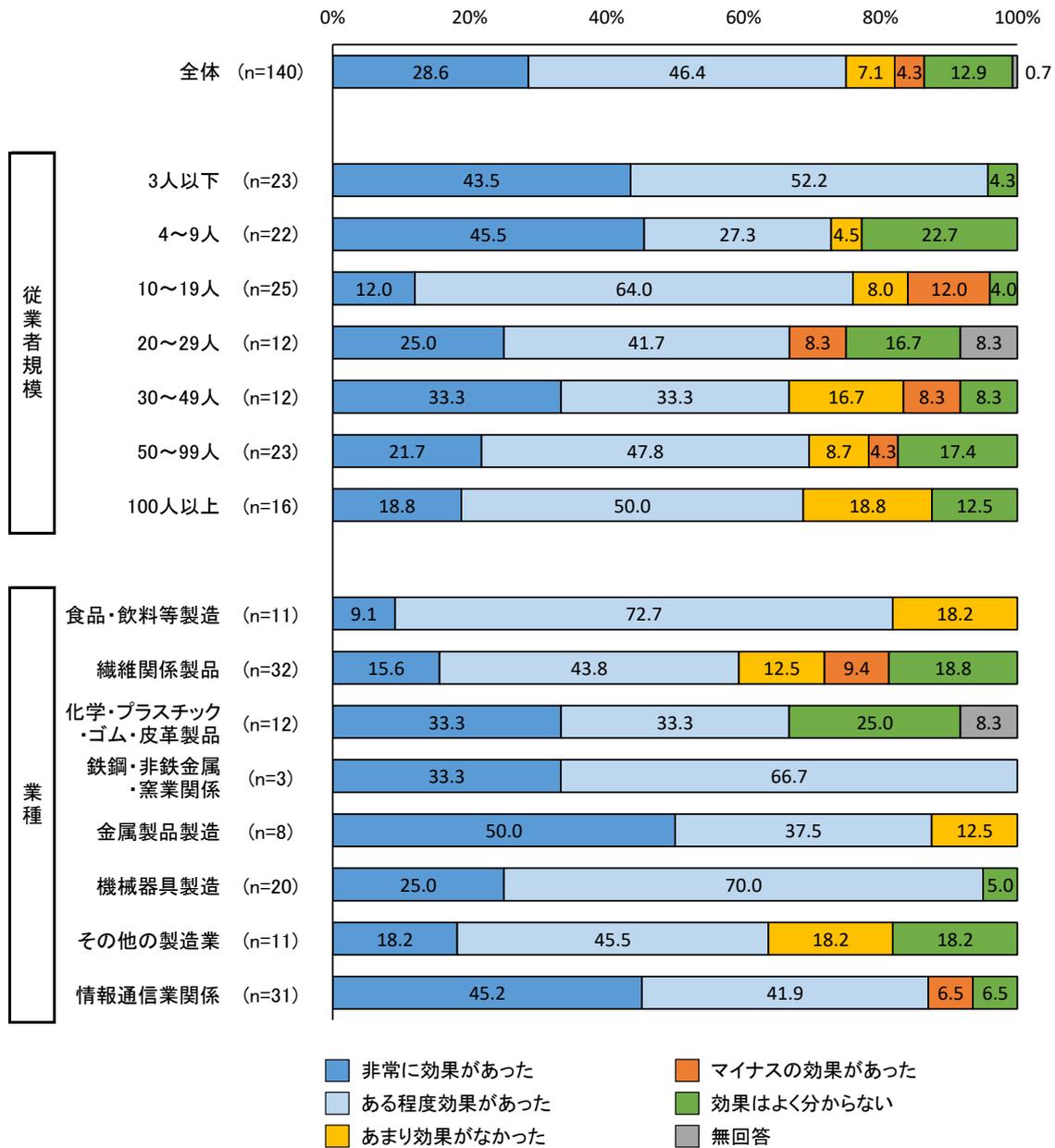
	集計企業数	混雑回避 勤務者の移動時間の短縮・	業務の効率性（生産性）の 向上	非常時（地震、台風、大 雪、感染症拡大防止など） の事業継続に備えて	勤務者のワークライフバラ ンスの向上	長時間労働の削減	障害者、高齢者、介護・育 児中の社員などへの対応	止人材の雇用確保・流出の防	オフィスコストの削減	業務の創造性の向上	顧客満足度の向上	省エネルギー、節電対策	サテライトオフィスの設 置・副業人材の獲得	その他	無回答	
全体	140	50.7	41.4	37.9	25.0	16.4	16.4	11.4	10.7	8.6	4.3	2.9	2.1	0.0	0.0	
従業員規模	3人以下	23	73.9	56.5	26.1	30.4	21.7	13.0	8.7	39.1	26.1	13.0	8.7	8.7	0.0	0.0
	4～9人	22	54.5	50.0	31.8	31.8	36.4	27.3	27.3	18.2	13.6	0.0	9.1	4.5	0.0	0.0
	10～19人	25	32.0	44.0	36.0	20.0	8.0	12.0	16.0	4.0	4.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20～29人	12	66.7	25.0	41.7	8.3	16.7	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30～49人	12	66.7	33.3	41.7	25.0	8.3	25.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50～99人	23	43.5	26.1	43.5	26.1	13.0	4.3	8.7	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100人以上	16	37.5	31.3	56.3	18.8	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	11	45.5	36.4	18.2	9.1	18.2	0.0	27.3	9.1	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0
	繊維関係製品	32	53.1	46.9	21.9	18.8	18.8	21.9	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	0.0	0.0	0.0
	化学・プラスチック ・ゴム・皮革製品	12	41.7	25.0	66.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属 ・窯業関係	3	66.7	66.7	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	金属製品製造	8	50.0	37.5	37.5	62.5	25.0	25.0	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	機械器具製造	20	45.0	55.0	45.0	10.0	10.0	5.0	5.0	5.0	5.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他の製造業	11	45.5	27.3	36.4	27.3	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業関係	31	58.1	45.2	32.3	35.5	22.6	12.9	12.9	38.7	12.9	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0

### (6) テレワークの効果

テレワークの効果を見ると、「非常に効果があった」が 28.6%、「ある程度効果があった」が 46.4%で、合計 75.0%が効果があったとしている。「マイナスの効果があった」が 4.3%みられた。

業種別にみると、「非常に効果があった」は情報通信業関係で 45.2%と高い一方、繊維関係製品で 15.6%と低い。(図表 2-28 参照)

図表 2-28 テレワークの効果（全体、従業員規模別、業種別）

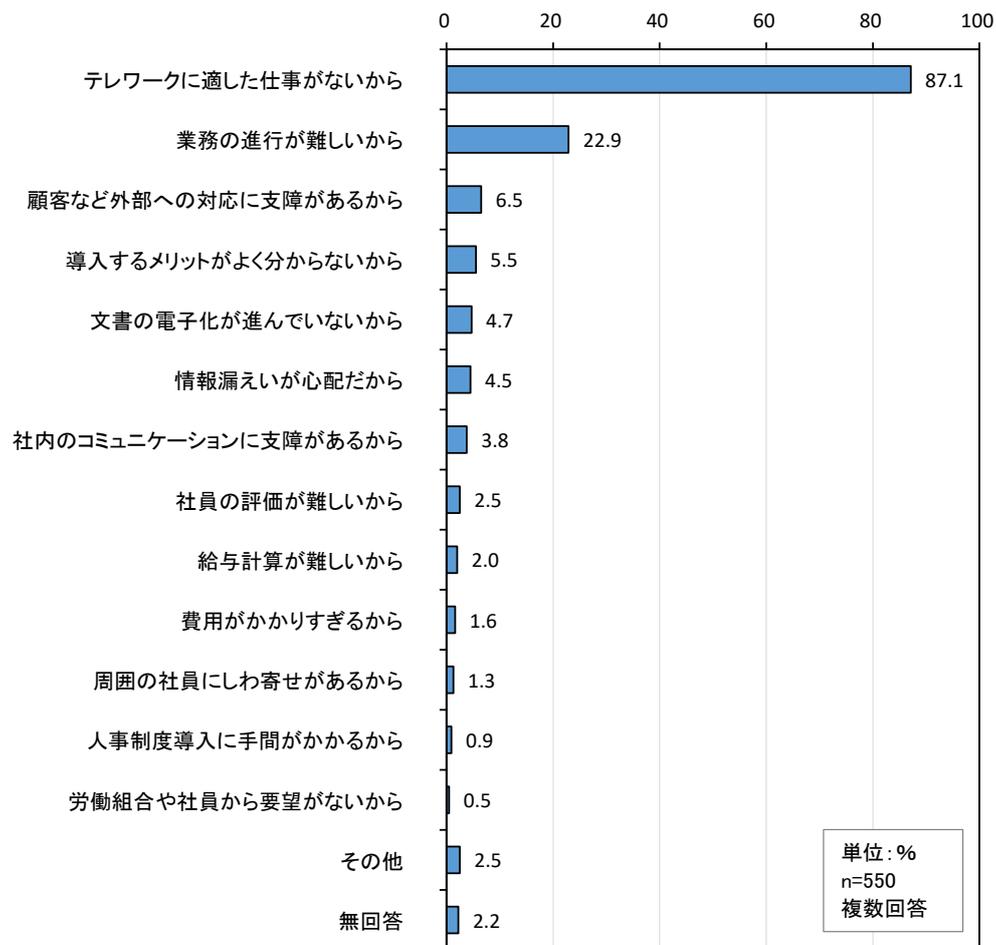


### (7) テレワークを導入しない理由

テレワークを導入しない理由をみると、「テレワークに適した仕事がないから」が87.1%で圧倒的に高く、次いで「業務の進行が難しいから」が22.9%となっている。(図表2-29参照)

業種別にみると、金属製品製造で「テレワークに適した仕事がないから」が特に高くなっている。(図表2-30参照)

図表2-29 テレワークを導入しない理由(全体)



図表2-30 テレワークを導入しない理由（従業者規模別、業種別）

単位：%

		集計企業数	テレワークに適した仕事がないから	業務の進捗が難しいから	顧客など外部への対応に支障があるから	顧客など外部への対応に支障があるから	導入するメリットがよく分からないから	文書の電子化が進んでいないから	情報漏えいへの心配	社内コミュニケーションに支障があるから	社員の評価が難しいから	給与計算が難しいから
全体		550	87.1	22.9	6.5	5.5	4.7	4.5	3.8	2.5	2.0	
従業者規模	3人以下	114	84.2	14.9	3.5	4.4	0.9	2.6	0.9	0.9	0.9	
	4～9人	136	90.4	19.9	5.9	5.9	5.1	3.7	1.5	2.2	1.5	
	10～19人	124	91.1	30.6	8.9	5.6	6.5	4.0	3.2	3.2	1.6	
	20～29人	48	79.2	33.3	6.3	8.3	8.3	4.2	8.3	4.2	6.3	
	30～49人	52	84.6	17.3	5.8	0.0	5.8	7.7	9.6	1.9	1.9	
	50～99人	32	87.5	43.8	9.4	6.3	6.3	6.3	9.4	3.1	3.1	
	100人以上	14	78.6	14.3	21.4	7.1	7.1	28.6	7.1	14.3	7.1	
業種	食品・飲料等製造	70	87.1	21.4	8.6	4.3	2.9	7.1	5.7	1.4	2.9	
	繊維関係製品	119	89.9	25.2	5.9	6.7	8.4	4.2	5.0	2.5	0.8	
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	81	91.4	24.7	1.2	2.5	1.2	1.2	6.2	1.2	1.2	
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	42	88.1	31.0	14.3	7.1	4.8	9.5	2.4	7.1	11.9	
	金属製品製造	63	95.2	22.2	3.2	1.6	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	
	機械器具製造	45	86.7	24.4	8.9	2.2	4.4	8.9	8.9	6.7	2.2	
	その他の製造業	56	83.9	19.6	7.1	8.9	1.8	3.6	1.8	1.8	1.8	
	情報通信業関係	15	80.0	20.0	13.3	6.7	0.0	6.7	6.7	13.3	0.0	

		集計企業数	費用がかかりすぎるから	周囲の社員に迷惑があるから	人事制度導入に手間がかかるから	労働組合や社員から要望がないから	その他	無回答
全体		550	1.6	1.3	0.9	0.5	2.5	2.2
従業者規模	3人以下	114	1.8	1.8	0.9	0.9	5.3	4.4
	4～9人	136	1.5	0.7	0.7	0.0	2.2	1.5
	10～19人	124	4.0	0.0	0.8	0.8	0.8	0.0
	20～29人	48	0.0	2.1	0.0	0.0	2.1	4.2
	30～49人	52	0.0	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9
	50～99人	32	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	100人以上	14	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	70	1.4	2.9	0.0	0.0	2.9	2.9
	繊維関係製品	119	0.0	2.5	0.8	0.0	4.2	0.8
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	81	1.2	0.0	0.0	1.2	2.5	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	42	4.8	2.4	2.4	0.0	0.0	0.0
	金属製品製造	63	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0
	機械器具製造	45	4.4	2.2	0.0	0.0	2.2	0.0
	その他の製造業	56	1.8	0.0	1.8	1.8	0.0	5.4
	情報通信業関係	15	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0

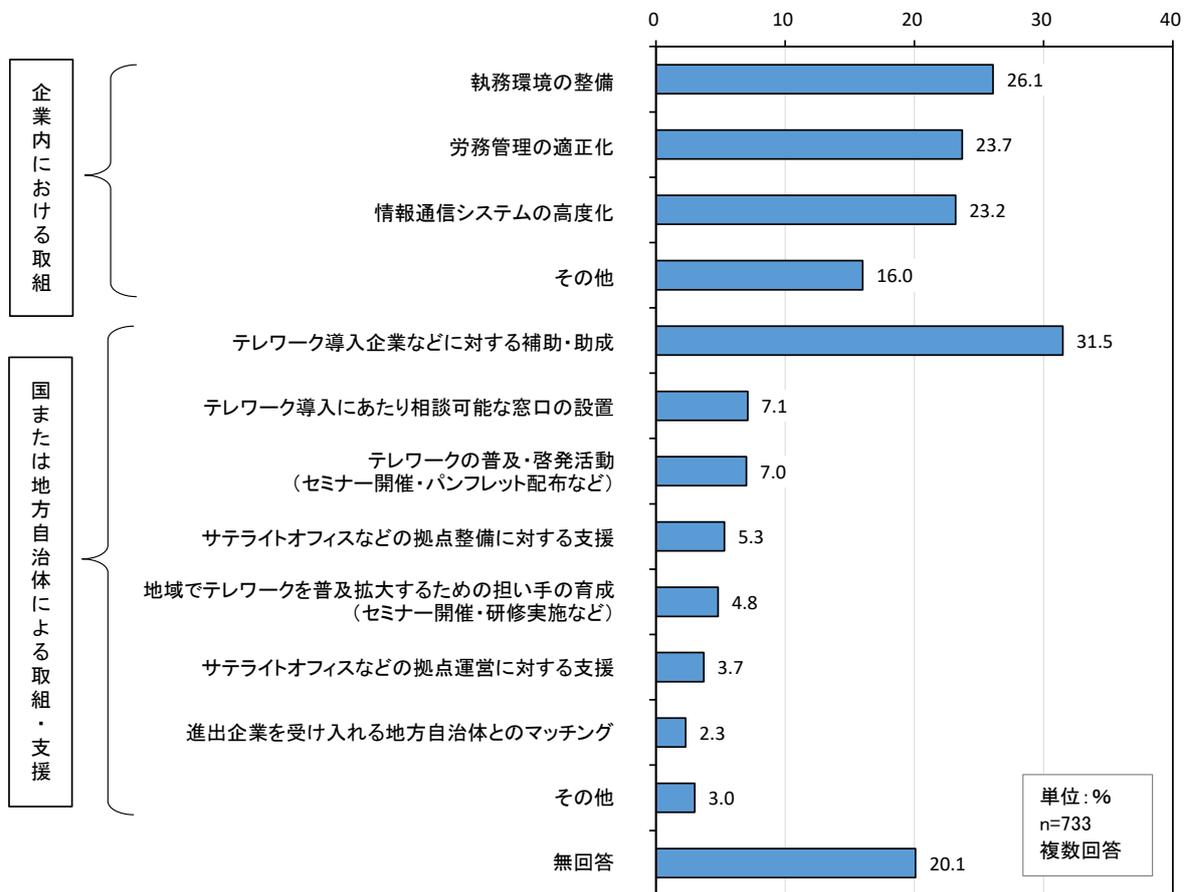
### (8) テレワーク普及のために必要な要素

テレワーク普及のために必要な要素をみると、「テレワーク導入企業などに対する補助・助成」が31.5%で最も高く、次いで「執務環境の整備」(26.1%)、「労務管理の適正化」(23.7%)、「情報通信システムの高度化」(23.2%)となっている。「テレワーク導入企業などに対する補助・助成」以外は、『企業内における取組』が上位に並んだ。(図表2-3 1 参照)

従業者規模別にみると、100人以上の企業では「労務管理の適正化」が60.6%と最も高くなっている。また、「テレワーク導入企業などに対する補助・助成」「執務環境の整備」は50人以上の企業で相対的に高い。

業種別にみると、情報通信業関係で「情報通信システムの高度化」が50.0%と最も高くなっている。(図表2-3 2 参照)

図表2-3 1 テレワーク普及のために必要な要素（全体）



図表2-32 テレワーク普及のために必要な要素（従業者規模別、業種別）

単位：％

	集計企業数	企業内における取組				
		執務環境の整備	労務管理の適正化	の情報通信システム	その他	
全体	733	26.1	23.7	23.2	16.0	
従業者規模	3人以下	145	20.0	12.4	23.4	16.6
	4～9人	165	22.4	20.0	17.6	18.8
	10～19人	154	27.9	21.4	26.6	16.2
	20～29人	63	28.6	33.3	23.8	15.9
	30～49人	73	26.0	32.9	19.2	24.7
	50～99人	61	39.3	31.1	29.5	6.6
	100人以上	33	48.5	60.6	27.3	6.1
業種	食品・飲料等製造	84	32.1	35.7	34.5	13.1
	繊維関係製品	162	27.8	24.1	13.6	17.3
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	23.7	18.6	17.5	20.6
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	35.4	25.0	16.7	12.5
	金属製品製造	73	17.8	23.3	17.8	17.8
	機械器具製造	70	22.9	21.4	30.0	15.7
	その他の製造業	74	25.7	27.0	20.3	13.5
	情報通信業関係	52	30.8	21.2	50.0	5.8

	集計企業数	国または地方自治体による取組・支援									無回答
		助業テレワークなどに導入する補	窓あてのテレワーク相談可能な設置	ドフリット配布	ミナ開発活動へのハン	テレワークの普及	にスサライオト整備	研（セミナ）開催・	めを普及拡大するた	地を普及拡大するた	
全体	733	31.5	7.1	7.0	5.3	4.8	3.7	2.3	3.0	20.1	
従業者規模	3人以下	145	26.9	8.3	6.2	9.7	5.5	6.2	4.1	0.7	26.2
	4～9人	165	27.3	5.5	6.7	4.2	3.6	4.2	3.0	3.6	21.8
	10～19人	154	31.2	5.2	5.2	3.2	3.9	2.6	2.6	2.6	19.5
	20～29人	63	33.3	7.9	7.9	4.8	9.5	4.8	1.6	6.3	12.7
	30～49人	73	28.8	11.0	6.8	5.5	4.1	0.0	1.4	2.7	12.3
	50～99人	61	49.2	4.9	8.2	4.9	6.6	1.6	0.0	3.3	14.8
	100人以上	33	57.6	15.2	15.2	9.1	3.0	6.1	0.0	3.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	84	36.9	6.0	4.8	3.6	1.2	3.6	2.4	3.6	10.7
	繊維関係製品	162	35.8	7.4	8.0	5.6	4.3	1.9	2.5	1.9	21.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	17.5	7.2	13.4	1.0	5.2	0.0	1.0	7.2	22.7
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	37.5	6.3	4.2	2.1	6.3	0.0	2.1	2.1	20.8
	金属製品製造	73	27.4	5.5	4.1	2.7	1.4	2.7	0.0	1.4	32.9
	機械器具製造	70	31.4	2.9	5.7	5.7	4.3	2.9	2.9	1.4	24.3
	その他の製造業	74	32.4	12.2	5.4	4.1	5.4	4.1	0.0	1.4	18.9
	情報通信業関係	52	38.5	7.7	9.6	25.0	7.7	13.5	5.8	1.9	7.7

## 5 情報通信ネットワークの安全対策

### (1) 過去1年間のセキュリティ被害

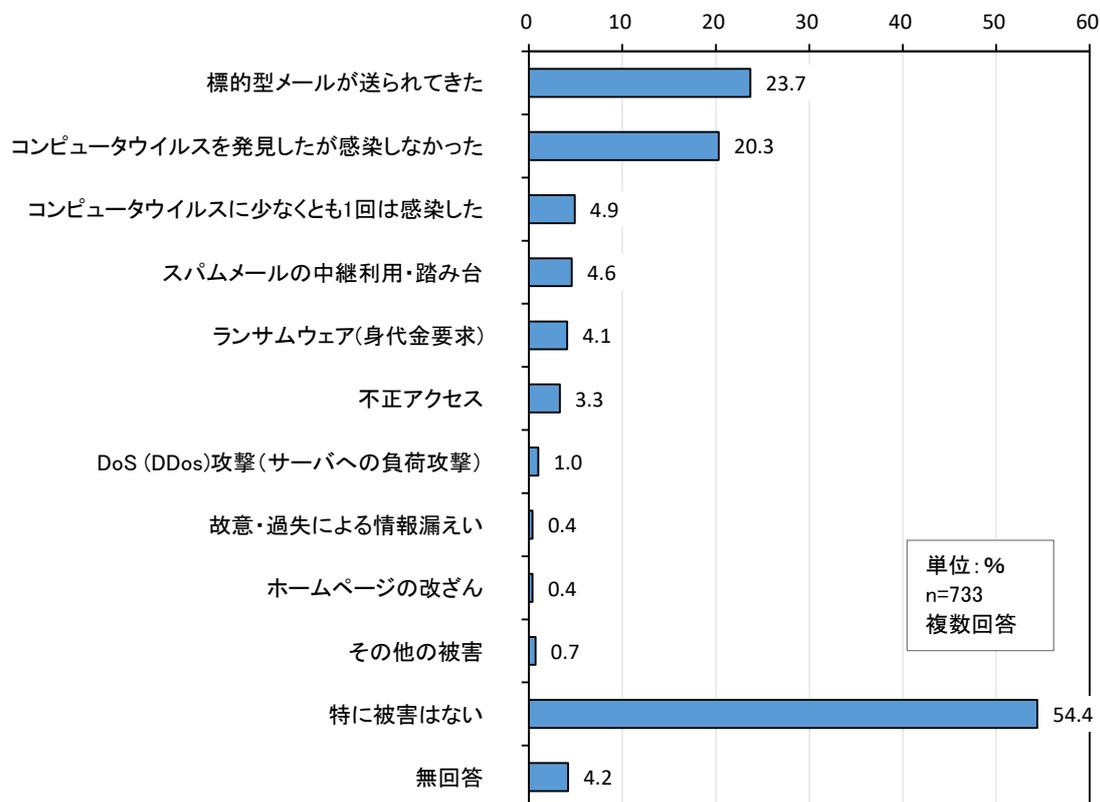
過去1年間のセキュリティ被害については、「特に被害はない」が54.4%で最も多い。被害を受けた内容としては、「標的型メールが送られてきた」が23.7%、「コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった」が20.3%となっている。「何らかの被害を受けた」は合計で41.4%である。

(図表2-33参照)

従業者規模別にみると、30～49人、50～99人の企業では「何らかの被害を受けた」計が5割以上と高い。

業種別にみると、情報通信業関係で「何らかの被害を受けた」が57.7%と高い。(図表2-34参照)

図表2-33 過去1年間のセキュリティ被害（全体）



図表2-34 過去1年間のセキュリティ被害（従業者規模別、業種別）

単位：%

	集計企業数	何らかの被害を受けた	標的型メールが送られてきた	発見した感染しなかつた	少なくとも1回は感染した	コンピュータウイルスに	スパムメールの中継利用・踏み台	ランサムウェア（身代金要求）	不正アクセス	攻撃（サーバへの負荷攻撃）	DOS（DDoS）	ホームページの改ざん	故意・過失による情報漏えい	その他の被害	特に被害はない	無回答
全体	733	41.4	23.7	20.3	4.9	4.6	4.1	3.3	1.0	0.4	0.4	0.7	54.4	4.2		
従業者規模	3人以下	145	31.0	20.7	16.6	3.4	3.4	5.5	3.4	1.4	0.0	0.0	62.8	6.2		
	4～9人	165	37.0	20.6	18.2	4.8	4.8	2.4	1.2	0.6	0.0	0.6	58.8	4.2		
	10～19人	154	42.9	27.3	19.5	1.9	6.5	1.3	3.2	1.3	1.3	0.0	52.6	4.5		
	20～29人	63	46.0	23.8	19.0	7.9	3.2	6.3	3.2	0.0	1.6	1.6	50.8	3.2		
	30～49人	73	54.8	30.1	28.8	6.8	2.7	11.0	5.5	1.4	0.0	0.0	43.8	1.4		
	50～99人	61	52.5	31.1	29.5	4.9	6.6	1.6	1.6	0.0	0.0	1.6	47.5	0.0		
	100人以上	33	42.4	24.2	24.2	9.1	3.0	6.1	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	57.6	0.0	
業種	食品・飲料等製造	84	47.6	28.6	27.4	1.2	4.8	4.8	1.2	1.2	1.2	1.2	0.0	48.8	3.6	
	繊維関係製品	162	38.9	22.8	17.9	8.0	4.9	1.2	4.3	0.0	0.6	0.0	0.6	56.8	4.3	
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	42.3	30.9	19.6	4.1	2.1	5.2	4.1	0.0	1.0	0.0	1.0	54.6	3.1	
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	29.1	18.8	20.8	0.0	2.1	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	4.2	
	金属製品製造	73	43.9	17.8	24.7	2.7	4.1	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	53.4	2.7	
	機械器具製造	70	47.1	28.6	14.3	10.0	5.7	4.3	4.3	1.4	0.0	1.4	0.0	52.9	0.0	
	その他の製造業	74	35.1	14.9	20.3	4.1	4.1	0.0	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0	56.8	8.1	
	情報通信業関係	52	57.7	34.6	28.8	5.8	9.6	13.5	7.7	3.8	0.0	0.0	0.0	42.3	0.0	

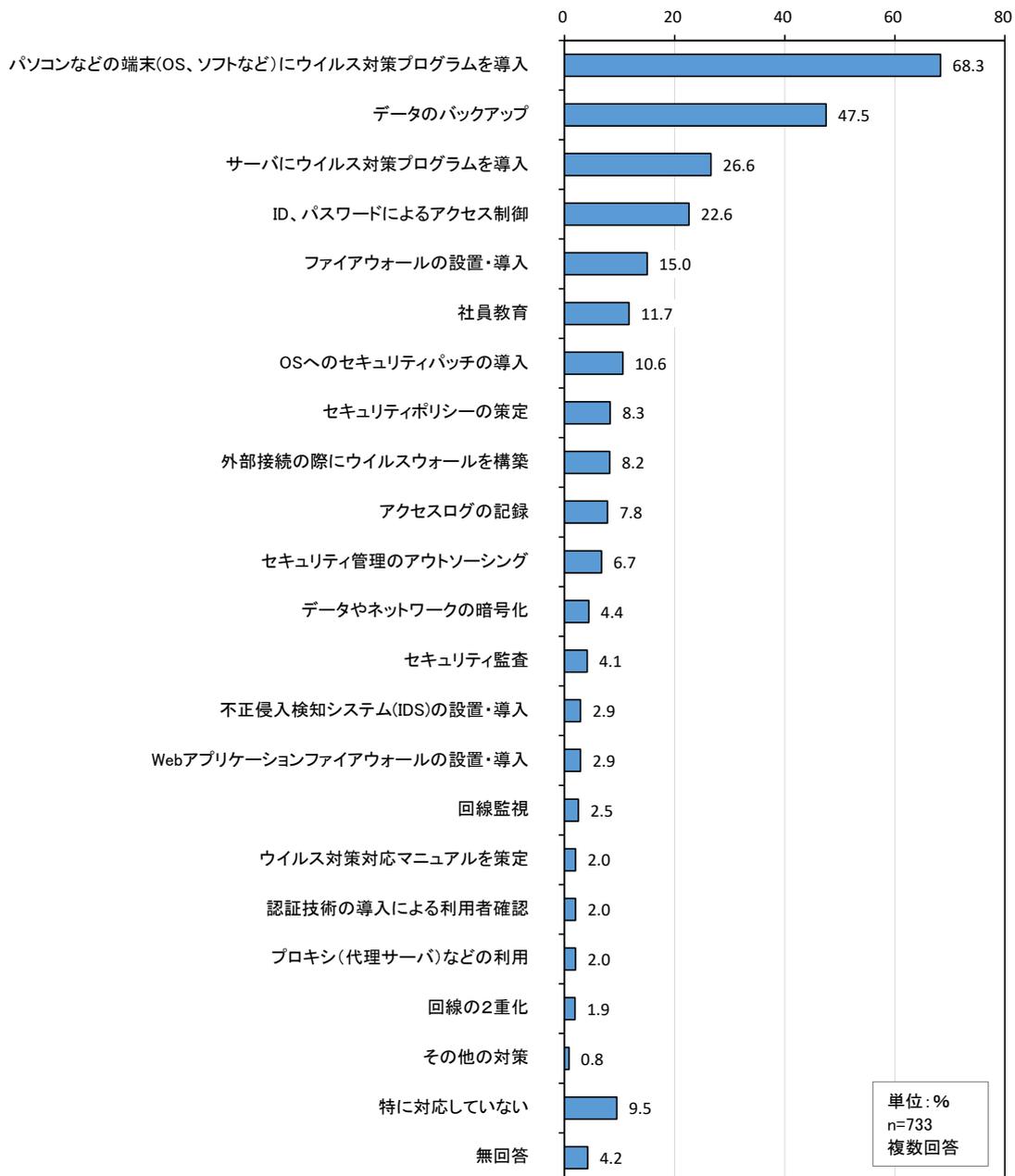
## (2) データセキュリティやウイルスへの対応状況

データセキュリティやウイルスへの対応状況をみると、「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%で最も高く、次いで「データのバックアップ」（47.5%）、「サーバにウイルス対策プログラムを導入」（26.6%）、「ID、パスワードによるアクセス制御」（22.6%）となっている。（図表 2-3 5 参照）

従業者規模別にみると、3人以下、4～9人の企業では、各対策とも取組率が低めである。

業種別にみると、上位項目では大きな差はみられないが、情報通信業関係では中位項目でも取組率が高めとなっている。（図表 2-3 6 参照）

図表 2-3 5 データセキュリティやウイルスへの対応状況（全体）



図表2-36 データセキュリティやウイルスへの対応状況（従業者規模別、業種別）

単位：%

	集計企業数	パソコンなどの端末（OS、プログラムなど）にウイルス対策	データのバックアップ	サーバにウイルス対策プログラムを導入	ID、パスワードによるアクセス制御	ファイアウォールの設置・導入	社員教育	OSへのセキュリティパッチの導入	セキュリティポリシーの策定	外部接続の際にウイルスウォールを構築	アクセスログの記録	セキュリティ管理のアウトソーシング	データやネットワークの暗号化	
全体	733	68.3	47.5	26.6	22.6	15.0	11.7	10.6	8.3	8.2	7.8	6.7	4.4	
従業者規模	3人以下	145	61.4	32.4	9.0	18.6	7.6	4.1	11.0	5.5	2.1	2.8	0.7	4.1
	4～9人	165	65.5	47.3	17.0	15.8	10.9	9.7	10.3	6.1	6.1	4.2	5.5	1.8
	10～19人	154	74.7	54.5	24.7	23.4	16.2	12.3	5.8	5.8	9.7	9.1	11.7	5.8
	20～29人	63	73.0	50.8	30.2	19.0	14.3	6.3	9.5	3.2	14.3	6.3	9.5	1.6
	30～49人	73	71.2	49.3	42.5	24.7	17.8	20.5	13.7	8.2	9.6	8.2	6.8	2.7
	50～99人	61	77.0	62.3	50.8	37.7	27.9	19.7	13.1	18.0	19.7	14.8	4.9	4.9
	100人以上	33	75.8	63.6	78.8	48.5	42.4	30.3	33.3	33.3	12.1	30.3	3.0	15.2
業種	食品・飲料等製造	84	78.6	51.2	27.4	28.6	17.9	14.3	11.9	8.3	8.3	7.1	7.1	3.6
	繊維関係製品	162	64.8	48.8	22.2	14.8	15.4	11.7	6.2	6.2	9.9	5.6	5.6	4.9
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	63.9	49.5	26.8	21.6	12.4	8.2	7.2	8.2	6.2	6.2	4.1	2.1
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	68.8	52.1	27.1	8.3	10.4	2.1	4.2	2.1	2.1	0.0	4.2	0.0
	金属製品製造	73	75.3	49.3	24.7	16.4	12.3	4.1	9.6	2.7	9.6	4.1	4.1	1.4
	機械器具製造	70	64.3	50.0	32.9	27.1	15.7	14.3	17.1	11.4	12.9	14.3	10.0	4.3
	その他の製造業	74	70.3	54.1	31.1	24.3	16.2	6.8	9.5	4.1	6.8	5.4	8.1	1.4
	情報通信業関係	52	78.8	59.6	36.5	46.2	23.1	38.5	34.6	30.8	11.5	21.2	9.6	21.2

	集計企業数	セキュリティ監査	不正侵入検知システム（IDS）の設置・導入	Webアプリケーションファイアウォールの設置・導入	回線監視	ウイルス対策対応マニュアルを策定	確認技術の導入による利用者の教育	プロキシ（代理サーバ）などの利用	回線の2重化	その他の対策	特に対応していない	無回答	
全体	733	4.1	2.9	2.9	2.5	2.0	2.0	2.0	1.9	0.8	9.5	4.2	
従業者規模	3人以下	145	1.4	2.8	3.4	1.4	0.7	0.7	1.4	2.1	1.4	20.7	7.6
	4～9人	165	4.2	0.6	0.6	1.2	1.2	1.8	0.0	0.0	0.6	12.1	4.8
	10～19人	154	3.2	4.5	4.5	2.6	0.6	0.6	0.6	3.2	0.6	4.5	3.2
	20～29人	63	3.2	1.6	0.0	4.8	3.2	1.6	1.6	1.6	0.0	7.9	1.6
	30～49人	73	9.6	4.1	1.4	4.1	2.7	1.4	4.1	0.0	0.0	2.7	0.0
	50～99人	61	6.6	3.3	4.9	3.3	8.2	8.2	6.6	3.3	1.6	3.3	0.0
	100人以上	33	9.1	9.1	12.1	6.1	6.1	9.1	12.1	9.1	0.0	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	84	3.6	6.0	2.4	6.0	2.4	3.6	2.4	3.6	0.0	8.3	2.4
	繊維関係製品	162	4.3	0.6	3.7	1.2	1.9	0.0	1.9	1.2	0.6	13.6	3.1
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	97	7.2	5.2	2.1	3.1	2.1	2.1	2.1	2.1	1.0	10.3	4.1
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	48	0.0	2.1	4.2	0.0	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0	6.3	4.2
	金属製品製造	73	4.1	2.7	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	2.7	5.5
	機械器具製造	70	7.1	4.3	5.7	7.1	2.9	4.3	2.9	2.9	2.9	10.0	0.0
	その他の製造業	74	1.4	1.4	2.7	2.7	1.4	1.4	1.4	1.4	0.0	5.4	6.8
	情報通信業関係	52	9.6	3.8	7.7	5.8	9.6	7.7	1.9	5.8	0.0	3.8	0.0

### 第3章 デジタル化推進人材の育成・確保

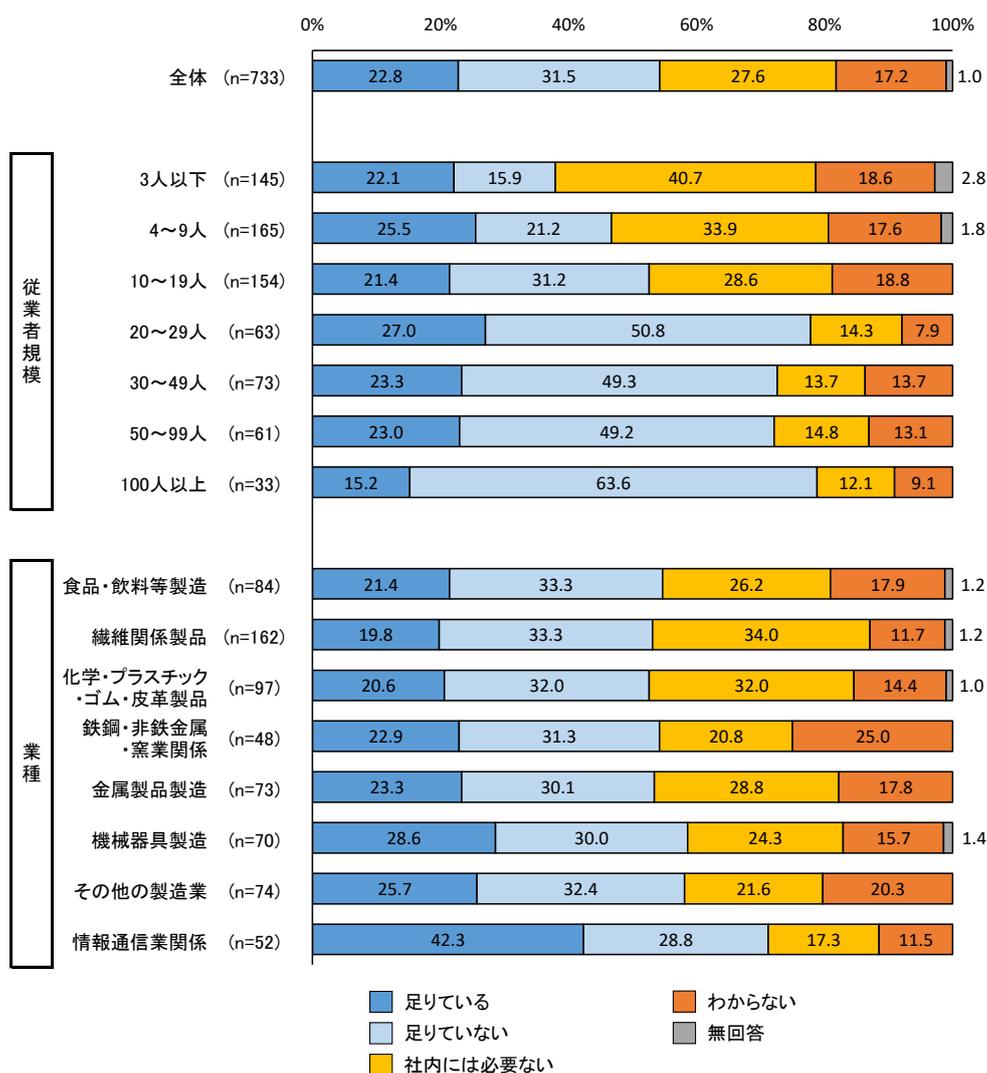
#### (1) デジタル化推進にかかる人材の状況

デジタル化推進にかかる人材の状況について、「足りていない」が31.5%で最も高く、「社内には必要ない」が27.6%で続いている。「足りている」は22.8%となっている。また、「わからない」も17.2%みられた。

従業者規模別にみると、「足りている」はいずれの規模でも2割台となっているが、100人以上の企業でのみ15.2%と低くなっている。19人以下の企業では「社内には必要ない」が相対的に高く、20人以上99人以下の企業では「足りていない」が約半数となっている。100人以上の企業では「足りていない」が63.6%と高い。

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」が高めである。(図表3-1参照)

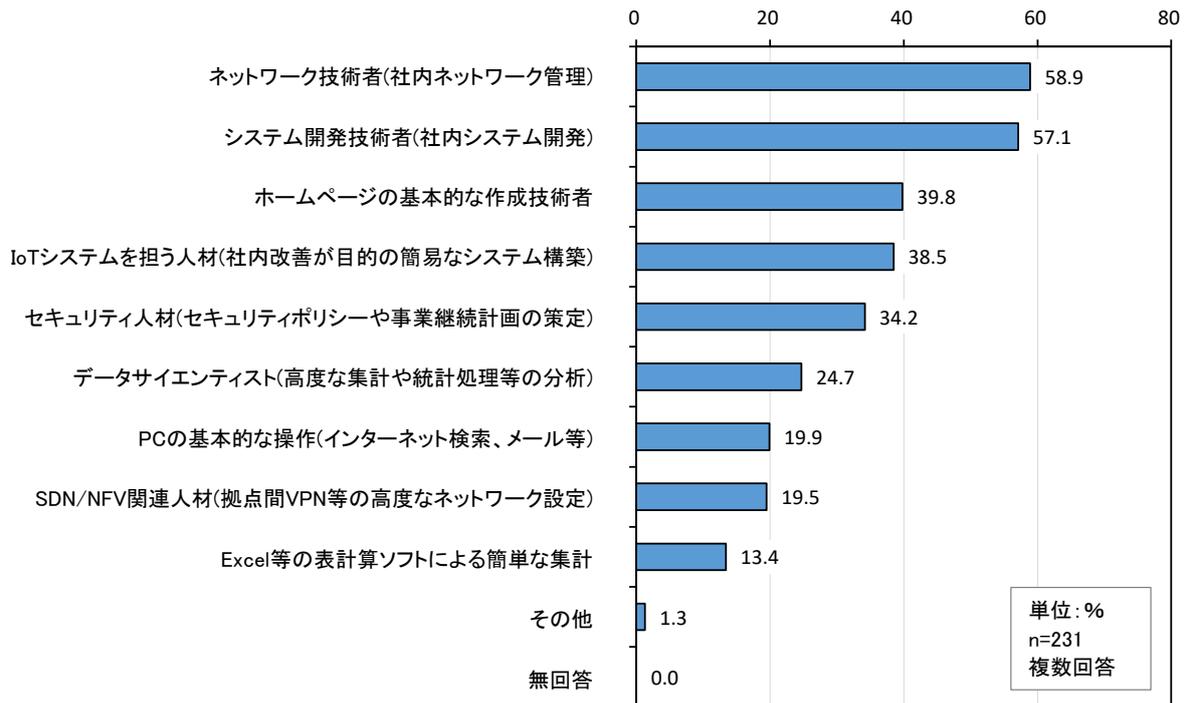
図表3-1 デジタル化推進にかかる人材の状況（全体、従業者規模別、業種別）



## (2) 不足している人材

デジタル化推進人材が「足りていない」と回答した企業において、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%で上位となっている。以下、「ホームページの基本的な作成技術者」(39.8%)、「IoTシステムを担う人材(社内改善が目的の簡易なシステム構築)」(38.5%)、「セキュリティ人材(セキュリティポリシーや事業継続計画の策定)」(34.2%)と続いている。(図表3-2参照)

図表3-2 不足している人材(全体)



図表3-3 不足している人材（従業者規模別、業種別）

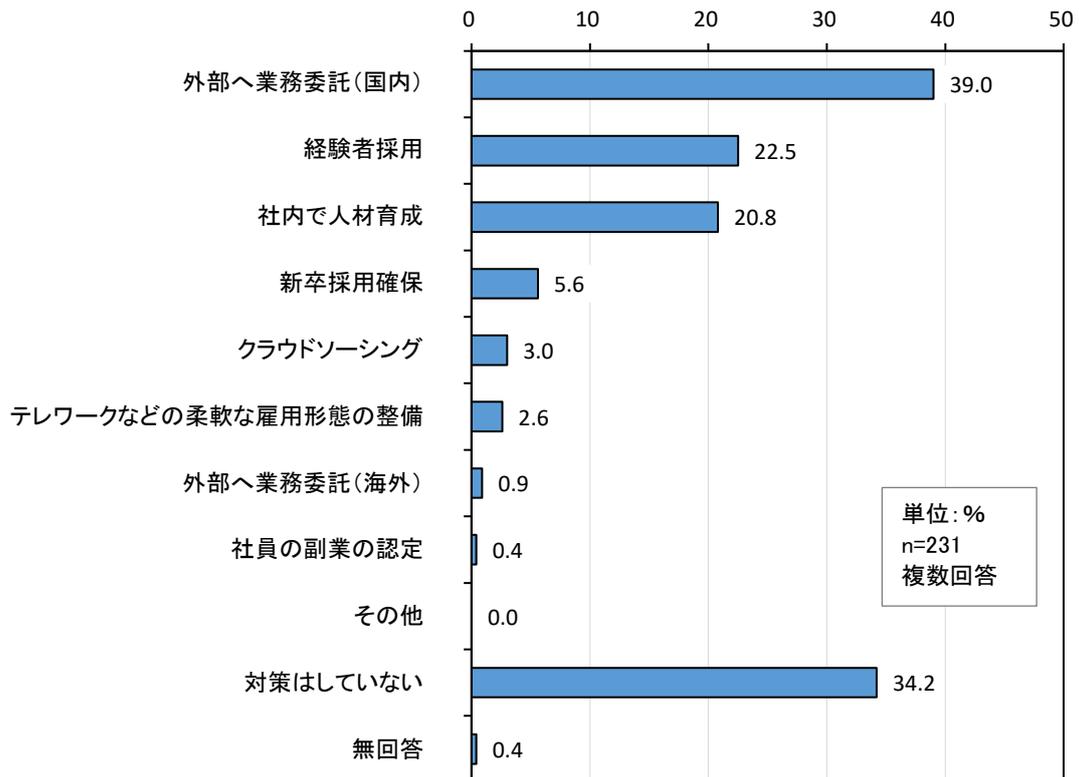
単位：％

		集計企業数	ネットワーク技術者（社内管理）	システム開発技術者（社内）	ホームページの基本的な作成技術者	IoTシステムを担う人材（社内改善が目的の簡易なシステム構築）	セキュリティ人材（セキュリティポリシーや事業継続計画の策定）	データサイエンティスト等（高度な集計や統計処理等の分析）	PCの基本的な操作（インターネット検索、メール等）	SDN/NFV関連人材（拠点間VPN等の高度なネットワーク設定）	Excel等の表計算ソフトによる簡単な集計	その他	無回答
全体		231	58.9	57.1	39.8	38.5	34.2	24.7	19.9	19.5	13.4	1.3	0.0
従業者規模	3人以下	23	69.6	56.5	34.8	8.7	39.1	17.4	30.4	17.4	17.4	0.0	0.0
	4～9人	35	42.9	37.1	62.9	37.1	34.3	14.3	17.1	14.3	20.0	2.9	0.0
	10～19人	48	45.8	56.3	45.8	29.2	22.9	22.9	22.9	12.5	14.6	2.1	0.0
	20～29人	32	68.8	62.5	40.6	53.1	43.8	40.6	25.0	28.1	18.8	0.0	0.0
	30～49人	36	55.6	58.3	36.1	47.2	36.1	30.6	16.7	19.4	8.3	0.0	0.0
	50～99人	30	66.7	56.7	20.0	43.3	40.0	20.0	10.0	13.3	6.7	3.3	0.0
	100人以上	21	85.7	85.7	28.6	47.6	28.6	23.8	19.0	33.3	9.5	0.0	0.0
業種	食品・飲料等製造	28	60.7	50.0	39.3	42.9	32.1	21.4	21.4	17.9	21.4	0.0	0.0
	繊維関係製品	54	59.3	61.1	40.7	40.7	29.6	18.5	25.9	16.7	9.3	3.7	0.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	31	58.1	58.1	32.3	48.4	35.5	38.7	22.6	32.3	19.4	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	15	60.0	53.3	40.0	26.7	26.7	13.3	6.7	13.3	13.3	0.0	0.0
	金属製品製造	22	59.1	68.2	31.8	50.0	36.4	45.5	31.8	22.7	22.7	0.0	0.0
	機械器具製造	21	52.4	33.3	38.1	52.4	38.1	19.0	19.0	19.0	9.5	0.0	0.0
	その他の製造業	24	62.5	58.3	62.5	25.0	41.7	16.7	25.0	16.7	20.8	4.2	0.0
	情報通信業関係	15	53.3	73.3	46.7	13.3	40.0	40.0	6.7	26.7	0.0	0.0	0.0

### (3) 人材確保の手段

また、デジタル化推進人材が「足りていない」と回答した企業における人材確保の手段をみると、「外部へ業務委託（国内）」が39.0%で最も高く、次いで「経験者採用」（22.5%）、「社内で人材育成」（20.8%）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。（図表3-4 参照）

図表3-4 人材確保の手段（全体）



図表 3-5 人材確保の手段（従業者規模別、業種別）

単位：％

		集計企業数	内外部へ業務委託（国内）	経験者採用	社内で人材育成	新卒採用確保	クラウドソーシング	テレワークなどの柔軟な雇用形態の整備	外部へ業務委託（海外）	社員の副業の認定	その他	対策はしていない	無回答
全体		231	39.0	22.5	20.8	5.6	3.0	2.6	0.9	0.4	0.0	34.2	0.4
従業者規模	3人以下	23	34.8	13.0	13.0	4.3	0.0	4.3	0.0	4.3	0.0	56.5	0.0
	4～9人	35	31.4	11.4	20.0	2.9	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0
	10～19人	48	27.1	22.9	18.8	2.1	2.1	4.2	2.1	0.0	0.0	45.8	0.0
	20～29人	32	37.5	18.8	25.0	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0
	30～49人	36	61.1	27.8	16.7	13.9	2.8	0.0	2.8	0.0	0.0	19.4	0.0
	50～99人	30	53.3	26.7	33.3	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0
	100人以上	21	28.6	42.9	19.0	14.3	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0
業種	食品・飲料等製造	28	46.4	39.3	14.3	3.6	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	繊維関係製品	54	48.1	22.2	25.9	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0	0.0	27.8	0.0
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	31	32.3	29.0	22.6	3.2	3.2	3.2	3.2	0.0	0.0	35.5	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	15	6.7	13.3	20.0	26.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
	金属製品製造	22	31.8	22.7	13.6	13.6	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	36.4	0.0
	機械器具製造	21	47.6	9.5	33.3	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	その他の製造業	24	50.0	29.2	16.7	4.2	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0
	情報通信業関係	15	46.7	33.3	26.7	0.0	6.7	13.3	0.0	6.7	0.0	26.7	0.0

## 第4章 データの収集・利活用

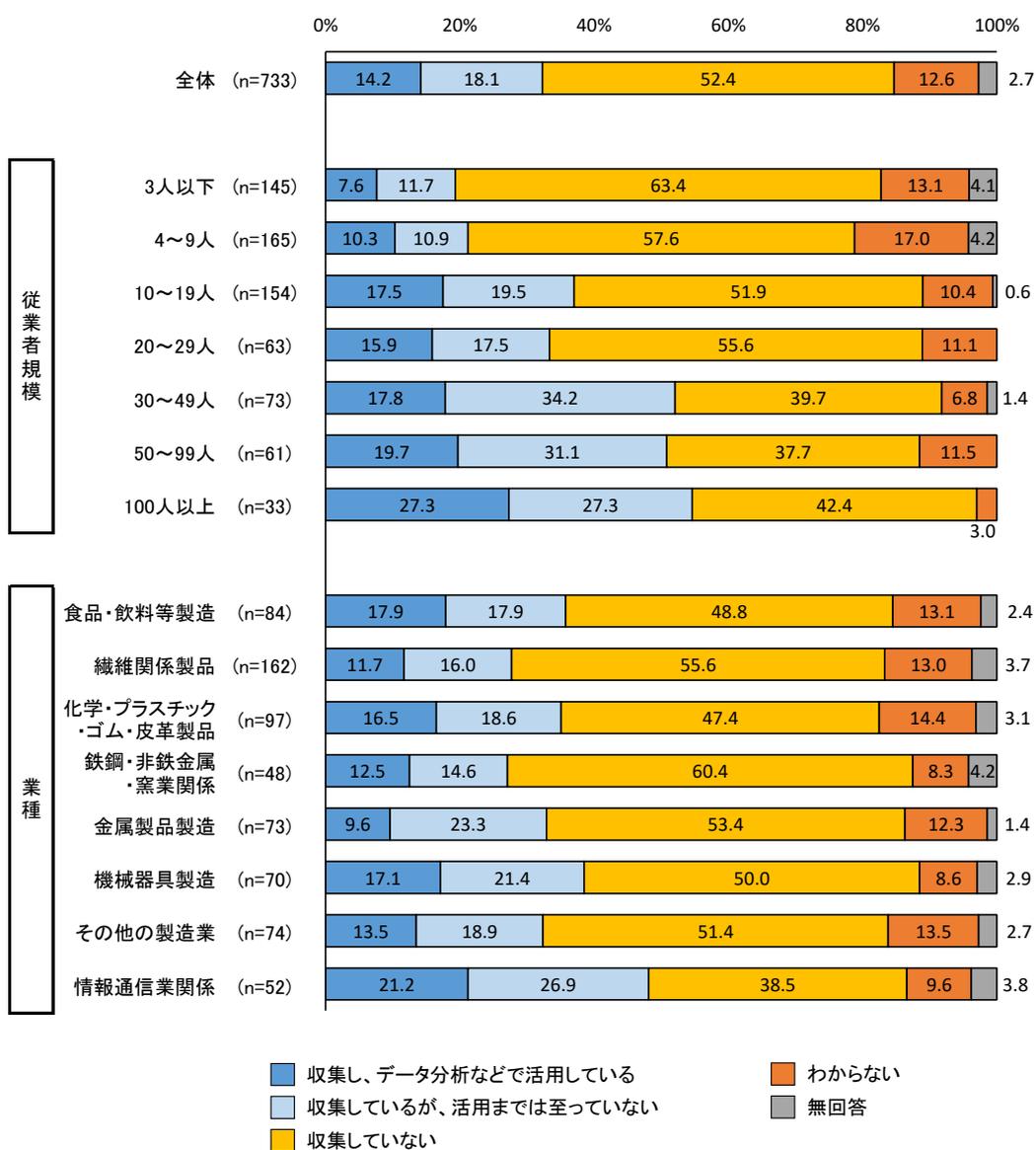
### (1) データの収集・利活用状況

データの収集・利活用状況をみると、「収集していない」が52.4%と半数以上を占める。「収集しているが、活用までは至っていない」が18.1%で続いており、「収集し、データ分析などで活用している」のは14.2%にとどまる。

従業者規模別にみると、利活用率、収集率とも、概ね規模が大きくなるほど、高くなる傾向。

業種別にみると、「収集し、データ分析などで活用している」のは、情報通信業関係で21.2%と最も高く、次いで食品・飲料等製造で17.9%、機械器具製造で17.1%となっている。(図表4-1参照)

図表4-1 データの収集・利活用状況（全体、従業者規模別、業種別）

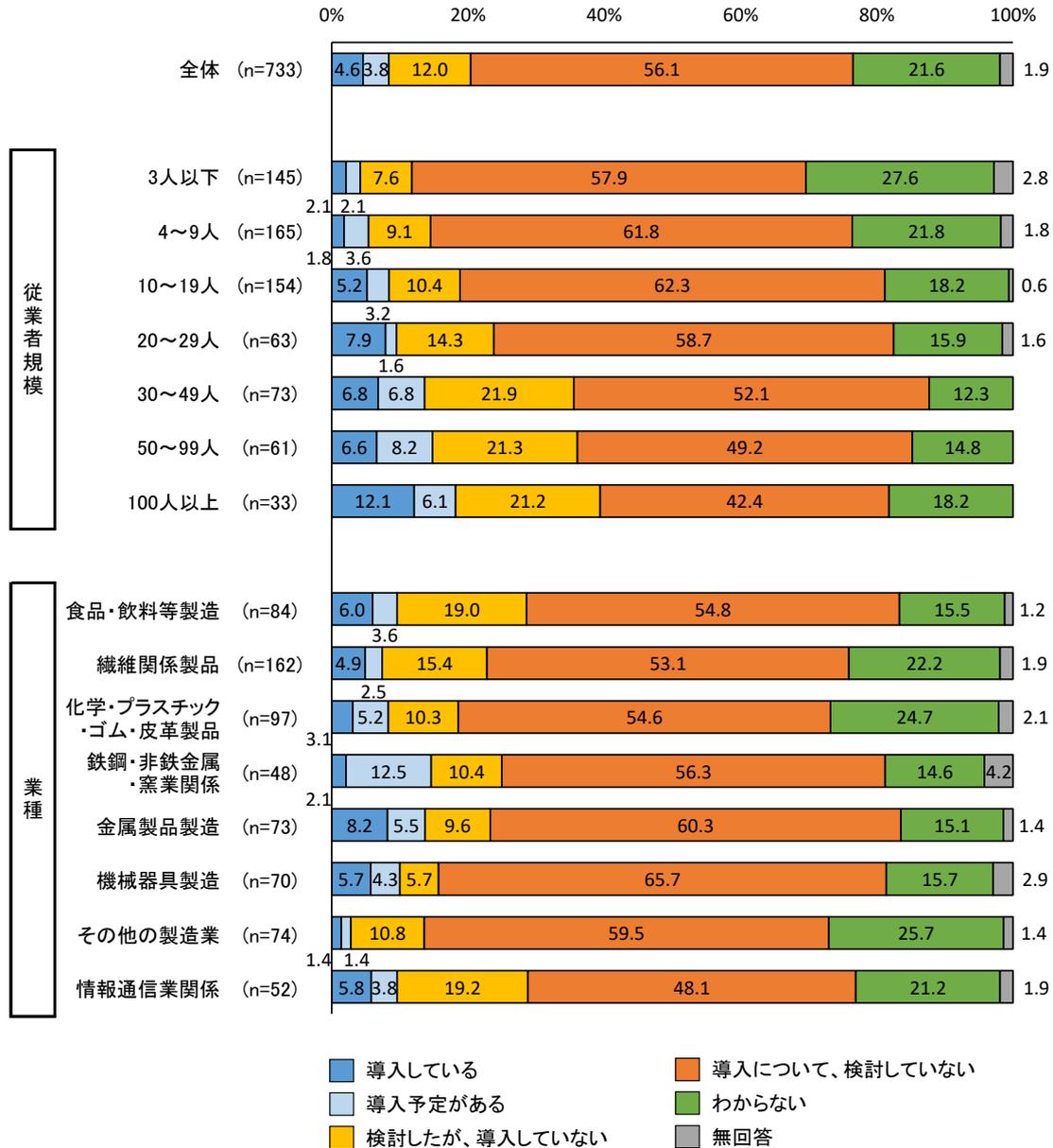


## (2) I o TやA Iなどのシステムの導入状況

I o TやA Iなどのシステムの導入状況を見ると、「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。

従業者規模別にみると、導入+導入予定を足すと、概ね規模が大きくなるほど、高くなる傾向。業種別にみると、導入率は金属製品製造で8.2%と最も高い。(図表4-2参照)

図表4-2 I o TやA Iなどのシステムの導入状況 (全体、従業者規模別、業種別)

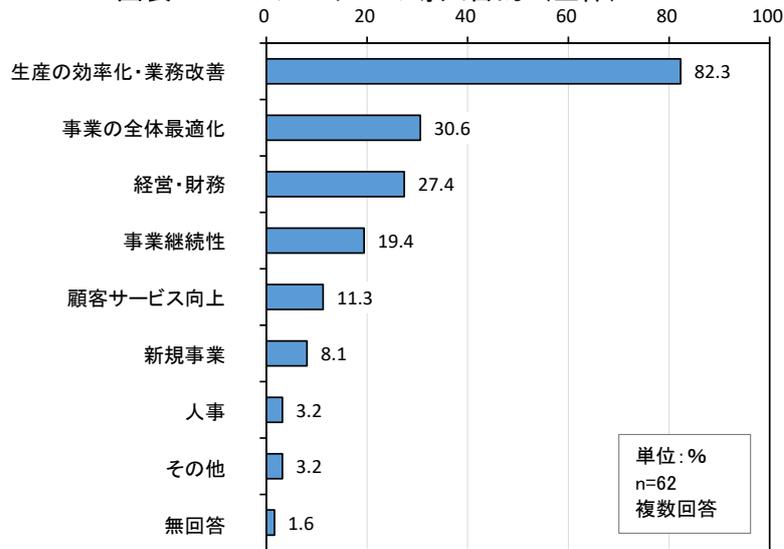


### (3) システムの導入目的

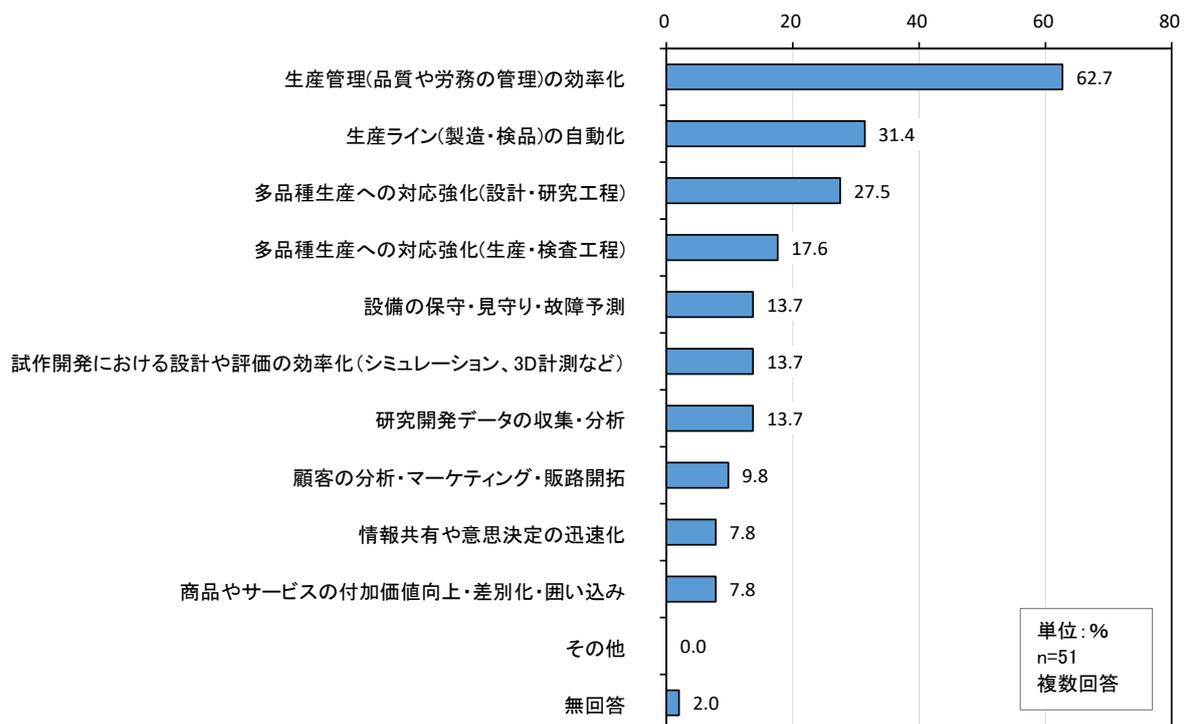
「導入している」「導入予定がある」と回答した企業において、システムの導入目的は、「生産の効率化・業務改善」が82.3%と特に高く、次いで「事業の全体最適化」(30.6%)、「経営・財務」(27.4%)となっている。(図表4-3参照)

また、「生産の効率化・業務改善」と回答した企業における具体的な導入内容について、「生産管理(品質や労務の管理)の効率化」が62.7%と特に高く、次いで「生産ライン(製造・検品の自動化)」(31.4%)、「多品種生産への対応強化(設計・研究工程)」(27.5%)となっている。(図表4-4参照)

図表4-3 システムの導入目的(全体)



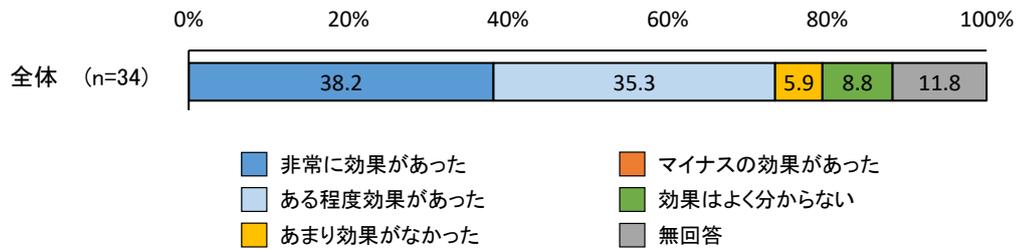
図表4-4 システムの導入内容(全体)



#### (4) システムの導入効果

「導入している」と回答した企業におけるシステムの導入効果を見ると、「非常に効果があった」が38.2%、「ある程度効果があった」が35.3%で、合計73.5%が効果があったとしている。(図表4-5 参照)

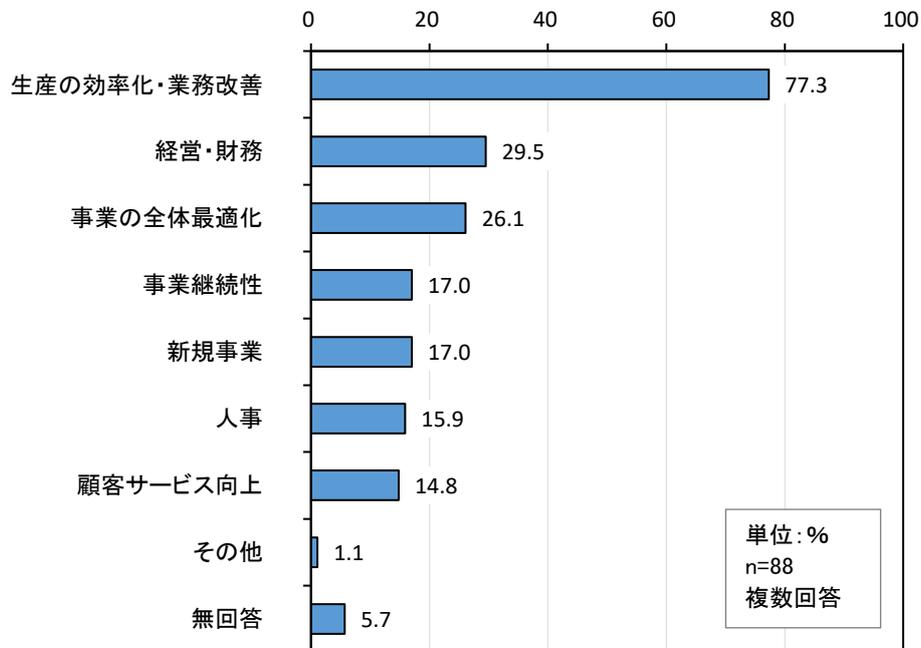
図表4-5 システムの導入効果 (全体)



#### (5) システム導入により解決したい課題

「検討したが、導入していない」と回答した企業において、システム導入により解決したい課題を見ると、「生産の効率化・業務改善」が77.3%で特に高く、次いで「経営・財務」(29.5%)、「事業の全体最適化」(26.1%)となっている。(図表4-6 参照)

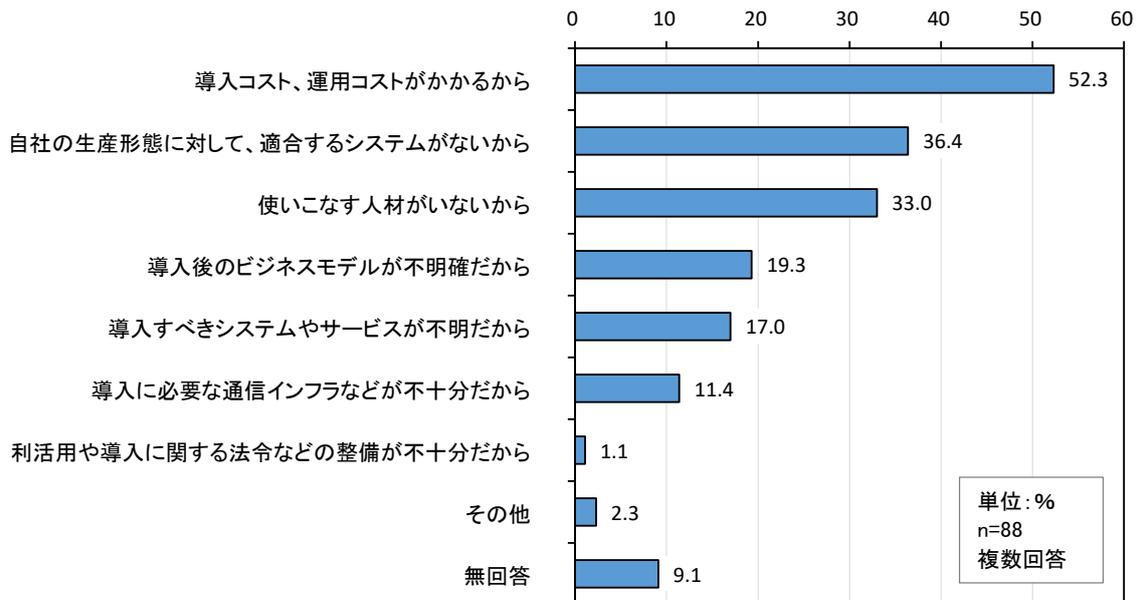
図表4-6 システム導入により解決したい課題 (全体)



### (6) システムを導入しない理由

「検討したが、導入していない」と回答した企業において、システムを導入しない理由をみると、「導入コスト、運用コストがかかるから」が52.3%で最も高く、次いで「自社の生産形態に対して、適合するシステムがないから」(36.4%)、「使いこなす人材がないから」(33.0%)となっている。(図表4-7参照)

図表4-7 システムを導入しない理由(全体)



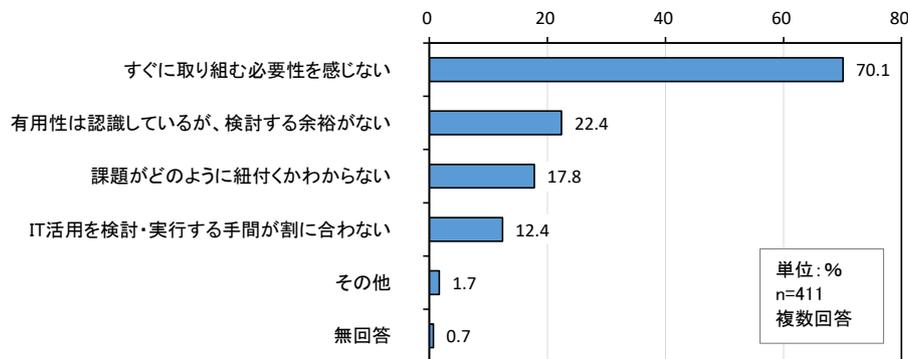
### (7) システムの導入を検討しない理由

「導入について、検討していない」と回答した企業において、検討をしてしない理由をみると、「すぐに取り組む必要性を感じない」が70.1%で圧倒的に高く、「有用性は認識しているが、検討する余裕がない」が22.4%で続いている。(図表4-8参照)

従業員規模別にみると、30～49人の企業では、「すぐに取り組む必要性を感じない」が47.4%と低く、「有用性は認識しているが、検討する余裕がない」「課題がどのように紐付くかわからない」が相対的に高くなっている。

業種別にみると、食品・飲料等製造、その他の製造業、情報通信業関係で「有用性は認識しているが、検討する余裕がない」が3割強と高くなっている。(図表4-9参照)

図表4-8 システムの導入を検討しない理由（全体）



図表4-9 システムの導入を検討しない理由（従業員規模別、業種別）

		集計企業数	要 す ぐ に 感 じ な 組 む 必 要 性 を 感 じ な い	余 り が な い 検 討 す る に 足 ら な い	有 用 性 は 認 識 し て い る が 、 検 討 す る 余 裕 が な い	紐 付 く か ど の よ う に な ら な い	課 題 が ど の よ う に 紐 付 く か わ ら な い	実 行 す る 手 間 が 割 に あ わ な い	I T 活 用 を 検 討 し な い	そ の 他	無 回 答
全体		411	70.1	22.4	17.8	12.4	1.7	0.7			
従業員規模	3人以下	84	77.4	19.0	11.9	8.3	3.6	0.0			
	4～9人	102	64.7	22.5	18.6	15.7	1.0	2.0			
	10～19人	96	78.1	16.7	16.7	14.6	0.0	1.0			
	20～29人	37	70.3	24.3	16.2	13.5	0.0	0.0			
	30～49人	38	47.4	42.1	31.6	13.2	5.3	0.0			
	50～99人	30	70.0	23.3	23.3	3.3	0.0	0.0			
	100人以上	14	71.4	35.7	14.3	14.3	0.0	0.0			
業種	食品・飲料等製造	46	56.5	32.6	19.6	10.9	0.0	0.0			
	繊維関係製品	86	66.3	19.8	23.3	9.3	1.2	1.2			
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	53	73.6	18.9	17.0	11.3	1.9	0.0			
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	27	88.9	18.5	18.5	14.8	0.0	0.0			
	金属製品製造	44	81.8	20.5	11.4	13.6	2.3	0.0			
	機械器具製造	46	73.9	17.4	19.6	17.4	2.2	0.0			
	その他の製造業	44	63.6	34.1	15.9	11.4	4.5	2.3			
	情報通信業関係	25	64.0	32.0	16.0	12.0	0.0	4.0			

### (8) システム導入に関する相談先

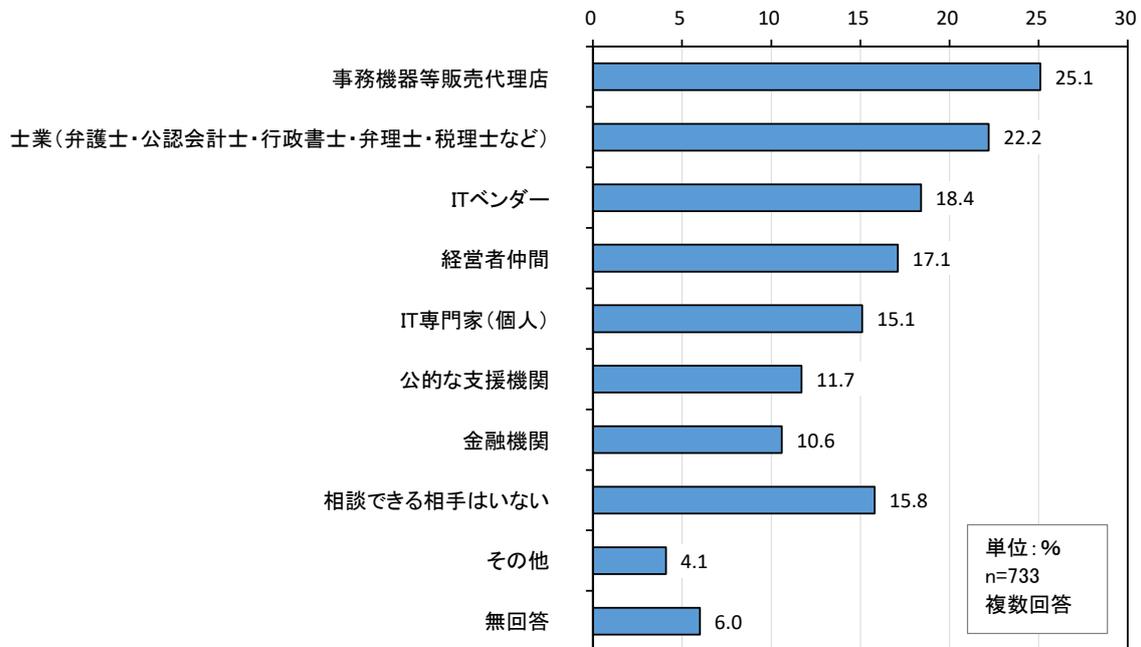
システム導入に関する相談先をみると、「事務機器等販売代理店」が25.1%で最も高く、次いで「士業(弁護士・公認会計士・行政書士・弁理士・税理士など)」(22.2%)、「ITベンダー」(18.4%)となっている。(図表4-10参照)

従業者規模別にみると、「士業(弁護士・公認会計士・行政書士・弁理士・税理士など)」は29人以下の企業で高めとなっている。また、「ITベンダー」は、企業規模が大きくなる傾向。

業種別にみると、情報通信業関係では「事務機器等販売代理店」が低い一方、「ITベンダー」「経営者仲間」「IT専門家(個人)」が高くなっている。また、食品・飲料等製造では、「公的な支援機関」が高く3位にあがっているのが特徴。

システムの導入状況別にみると、導入・導入予定、検討したが未導入の企業では「ITベンダー」が約3割で最も高い。(図表4-11参照)

図表4-10 システム導入に関する相談先(全体)



図表 4-11 システム導入に関する相談先（従業者規模別、業種別、システム導入状況別）

単位：％

		集計企業数	事務機器等販売代理店	士業（弁 士・行政書士・弁 理士など）	ITベンダー	経営者仲間	IT専門家（個人）	公的な支援機関	金融機関	相談できる相手はいない	その他	無回答
全体		733	25.1	22.2	18.4	17.1	15.1	11.7	10.6	15.8	4.1	6.0
従業者規模	3人以下	145	13.8	21.4	8.3	24.8	14.5	6.9	5.5	22.8	6.9	6.9
	4～9人	165	26.7	26.1	7.9	14.5	17.0	12.1	9.7	23.0	3.6	4.2
	10～19人	154	26.0	28.6	14.3	19.5	15.6	11.0	13.0	11.7	3.2	3.9
	20～29人	63	36.5	22.2	20.6	12.7	11.1	20.6	19.0	12.7	1.6	9.5
	30～49人	73	26.0	17.8	32.9	26.0	15.1	17.8	11.0	9.6	0.0	4.1
	50～99人	61	41.0	6.6	47.5	0.0	23.0	11.5	6.6	4.9	3.3	3.3
	100人以上	33	24.2	9.1	54.5	15.2	6.1	12.1	15.2	15.2	6.1	6.1
業種	食品・飲料等製造	84	27.4	16.7	17.9	21.4	14.3	20.2	11.9	9.5	4.8	3.6
	繊維関係製品	162	26.5	25.9	19.1	17.9	18.5	15.4	13.6	14.8	0.6	6.8
	化学・プラスチック ・ゴム・皮革製品	97	23.7	27.8	14.4	15.5	14.4	7.2	10.3	19.6	3.1	3.1
	鉄鋼・非鉄金属 ・窯業関係	48	29.2	20.8	14.6	10.4	8.3	8.3	12.5	16.7	2.1	8.3
	金属製品製造	73	27.4	21.9	16.4	8.2	16.4	11.0	13.7	13.7	4.1	12.3
	機械器具製造	70	22.9	20.0	30.0	8.6	8.6	15.7	2.9	17.1	4.3	7.1
	その他の製造業	74	28.4	28.4	17.6	13.5	10.8	8.1	12.2	23.0	2.7	2.7
	情報通信業関係	52	11.5	15.4	23.1	32.7	32.7	5.8	5.8	11.5	9.6	3.8
システム 導入状況※	導入・導入予定	62	24.2	11.3	29.0	11.3	16.1	9.7	8.1	9.7	1.6	21.0
	検討したが未導入	88	29.5	14.8	31.8	22.7	23.9	14.8	11.4	6.8	4.5	2.3
	検討していない	411	26.8	26.8	17.8	16.3	14.6	13.9	11.9	15.8	3.2	2.7

※社内の効率化などのために導入するIoTやAIを利用したシステム

## 第5章 デジタル化推進支援

### (1) デジタル化推進に必要な支援策

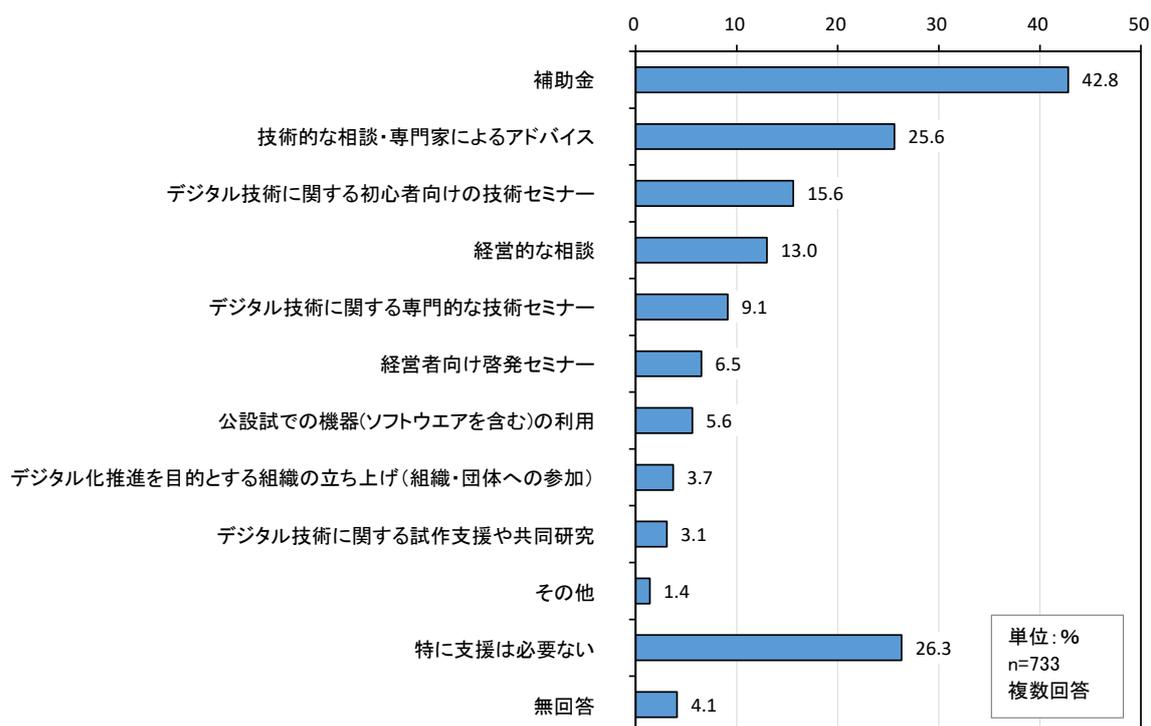
デジタル化推進に必要な支援策については、「補助金」が42.8%で最も高く、次いで「技術的な相談・専門家によるアドバイス」(25.6%)、「デジタル技術に関する初心者向けの技術セミナー」(15.6%)となっている。(図表5-1参照)

従業者規模別にみると、100人以上の企業で「技術的な相談・専門家によるアドバイス」「デジタル技術に関する初心者向けの技術セミナー」が特に高くなっている。

業種別にみると、情報通信業関係では「補助金」が特に高くなっている。

システムの導入状況別にみると、導入・導入予定、検討したが未導入の企業は「補助金」が5割強で高い。また、検討したが未導入の企業では「技術的な相談・専門家によるアドバイス」も38.6%と高くなっている。(図表5-2参照)

図表5-1 デジタル化推進に必要な支援策（全体）



図表5-2 デジタル化推進に必要な支援策（従業員規模別、業種別、システム導入状況別）

単位：％

	集計企業数	補助金	技術的な相談・ アドバイザーによる	デジタル技術に関する 初心的な技術セミナー	経営的な相談	デジタル技術に関する専門 的な技術セミナー	経営者向け啓発セミナー	公設試での機器（ソフトウ エアを含む）の利用	デジタル化推進を目的とす る組織の立ち上げ（組織・ 団体への参加）	デジタル技術に関する試作 支援や共同研究	その他	特に支援は必要ない	無回答	
全体	733	42.8	25.6	15.6	13.0	9.1	6.5	5.6	3.7	3.1	1.4	26.3	4.1	
従業員規模	3人以下	145	39.3	17.2	11.0	13.1	6.9	6.9	3.4	1.4	2.8	0.7	33.8	3.4
	4～9人	165	38.8	23.6	12.1	13.3	4.8	4.8	6.7	3.0	1.2	2.4	30.9	3.0
	10～19人	154	41.6	27.9	18.2	18.2	9.1	7.1	3.9	6.5	3.2	0.6	26.0	3.2
	20～29人	63	49.2	31.7	17.5	14.3	14.3	4.8	4.8	6.3	6.3	1.6	23.8	4.8
	30～49人	73	53.4	26.0	17.8	13.7	11.0	9.6	11.0	4.1	2.7	0.0	15.1	1.4
	50～99人	61	52.5	32.8	19.7	4.9	16.4	11.5	8.2	1.6	4.9	1.6	19.7	3.3
	100人以上	33	48.5	48.5	36.4	3.0	21.2	3.0	9.1	6.1	6.1	0.0	9.1	0.0
業種	食品・飲料等製造	84	42.9	22.6	14.3	19.0	9.5	7.1	8.3	0.0	3.6	1.2	20.2	2.4
	繊維関係製品	162	39.5	26.5	11.7	14.2	6.2	4.3	1.9	5.6	2.5	0.6	28.4	5.6
	化学・プラスチック ・ゴム・皮革製品	97	44.3	22.7	16.5	13.4	10.3	9.3	5.2	3.1	0.0	0.0	28.9	5.2
	鉄鋼・非鉄金属 ・窯業関係	48	43.8	20.8	31.3	8.3	8.3	8.3	6.3	4.2	4.2	2.1	31.3	6.3
	金属製品製造	73	43.8	30.1	28.8	12.3	9.6	6.8	8.2	2.7	2.7	0.0	27.4	2.7
	機械器具製造	70	35.7	17.1	22.9	11.4	15.7	8.6	5.7	2.9	4.3	4.3	30.0	1.4
	その他の製造業	74	45.9	29.7	20.3	10.8	9.5	5.4	12.2	1.4	4.1	2.7	24.3	6.8
	情報通信業関係	52	59.6	26.9	5.8	15.4	23.1	11.5	9.6	7.7	7.7	0.0	13.5	1.9
システム 導入状況	導入・導入予定	62	51.6	30.6	22.6	6.5	14.5	9.7	8.1	3.2	6.5	1.6	17.7	3.2
	検討したが未導入	88	52.3	38.6	20.5	15.9	13.6	8.0	10.2	3.4	3.4	2.3	12.5	1.1
	検討していない	411	41.1	26.3	16.1	13.6	9.7	6.8	5.4	3.4	3.2	0.5	28.7	1.9

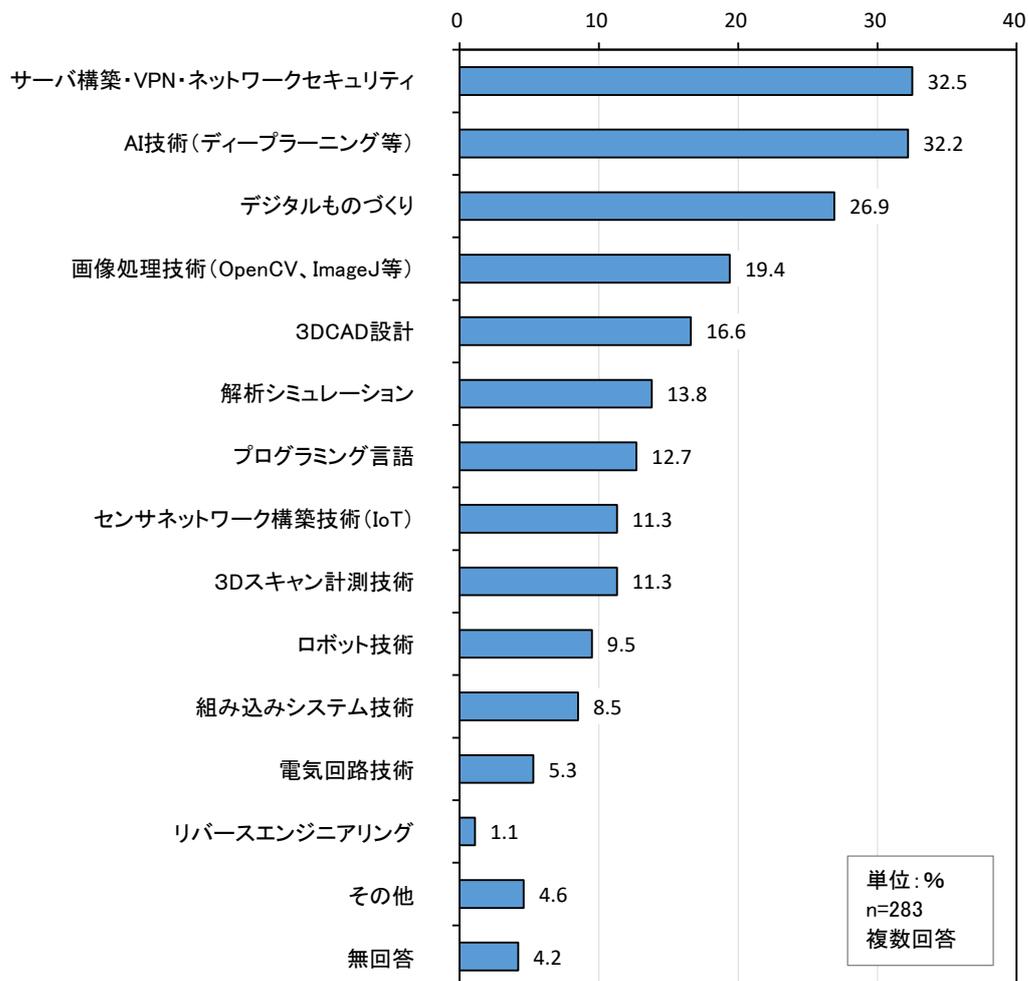
## (2) 必要とする技術

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）」と回答した企業において、具体的に必要な技術を見ると、「サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ」（32.5%）と「AI技術（ディープラーニング）」（32.2%）が上位となっており、次いで「デジタルものづくり」（26.9%）となっている。（図表5-3参照）

業種別にみると、食品・飲食等製造及び化学・プラスチック・ゴム・皮革製品、情報通信関係では、「サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ」、繊維関係製品では、「AI技術」、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係では「サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ」・「3DCAD設計」、その他製造では、「デジタルものづくり」・「3DCAD設計」、機械器具製造では、「デジタルものづくり」の割合が高い。

システムの導入状況別にみると、導入・導入予定の企業は「AI技術（ディープラーニング等）」が48.5%で最も高く、「解析シミュレーション」「プログラミング言語」も21.2%と高めとなっている。検討したが未導入の企業は、「サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ」が48.9%で最も高く、「デジタルものづくり」が34.0%で続く。（図表5-4参照）

図表5-3 必要とする技術（全体）



図表5-4 必要とする技術（従業者規模別、業種別、システム導入状況別）

単位：％

		集計企業数	サーバ構築・VPN・ネットワークセキュリティ	AI技術（ディープラーニング等）	デジタルものづくり	画像処理技術（OpenCV、ImageJ等）	3DCAD設計	解析シミュレーション	プログラミング言語	センサネットワーク（IoT）	3Dスキャン計測技術	ロボット技術	組み込みシステム技術	電気回路技術	リバーエンジニアリング	その他	無回答
全体		283	32.5	32.2	26.9	19.4	16.6	13.8	12.7	11.3	11.3	9.5	8.5	5.3	1.1	4.6	4.2
従業者規模	3人以下	43	30.2	34.9	30.2	11.6	16.3	14.0	20.9	18.6	11.6	7.0	14.0	9.3	0.0	2.3	4.7
	4～9人	60	21.7	31.7	21.7	21.7	18.3	6.7	8.3	6.7	11.7	10.0	5.0	5.0	1.7	3.3	6.7
	10～19人	63	23.8	28.6	34.9	19.0	17.5	19.0	11.1	9.5	12.7	12.7	6.3	1.6	0.0	6.3	1.6
	20～29人	28	35.7	42.9	42.9	25.0	14.3	17.9	21.4	14.3	7.1	17.9	10.7	7.1	3.6	10.7	3.6
	30～49人	34	32.4	35.3	20.6	23.5	26.5	8.8	14.7	5.9	17.6	5.9	8.8	5.9	0.0	5.9	2.9
	50～99人	26	53.8	30.8	15.4	30.8	11.5	15.4	15.4	11.5	7.7	7.7	7.7	3.8	0.0	0.0	0.0
	100人以上	21	61.9	28.6	19.0	4.8	4.8	14.3	0.0	23.8	9.5	4.8	9.5	9.5	4.8	0.0	4.8
業種	食品・飲料等製造	32	34.4	25.0	21.9	21.9	0.0	21.9	12.5	12.5	0.0	3.1	12.5	6.3	0.0	9.4	0.0
	繊維関係製品	55	32.7	43.6	27.3	12.7	5.5	12.7	7.3	10.9	1.8	1.8	7.3	1.8	1.8	5.5	1.8
	化学・プラスチック・ゴム・皮革製品	32	34.4	28.1	31.3	18.8	3.1	9.4	6.3	12.5	6.3	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・窯業関係	20	45.0	25.0	20.0	15.0	45.0	30.0	10.0	20.0	35.0	10.0	5.0	5.0	0.0	5.0	5.0
	金属製品製造	37	13.5	29.7	27.0	24.3	45.9	13.5	8.1	5.4	35.1	24.3	2.7	8.1	2.7	2.7	8.1
	機械器具製造	30	30.0	13.3	36.7	16.7	16.7	3.3	23.3	20.0	13.3	10.0	13.3	16.7	3.3	6.7	0.0
	その他の製造業	30	36.7	20.0	40.0	16.7	40.0	10.0	10.0	6.7	13.3	13.3	10.0	13.3	0.0	3.3	3.3
	情報通信業関係	25	52.0	48.0	20.0	32.0	4.0	8.0	24.0	8.0	8.0	12.0	8.0	4.0	0.0	0.0	4.0
システム導入状況	導入・導入予定	33	30.3	48.5	30.3	21.2	18.2	21.2	21.2	12.1	15.2	15.2	9.1	0.0	0.0	6.1	3.0
	検討したが未導入	47	48.9	31.9	34.0	19.1	19.1	19.1	10.6	12.8	8.5	19.1	6.4	4.3	2.1	0.0	2.1
	検討していない	165	32.1	30.3	24.8	19.4	17.0	10.3	13.3	12.7	12.7	7.9	9.7	7.9	1.2	4.8	2.4

## 第6章 DX推進指標

本章では、経済産業省が策定した「DX推進指標」の一部についての質問を設定した。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付きの機会を提供することを目的として、策定された指標である。

(経済産業省. [https://www.meti.go.jp/policy/it\\_policy/dx/dx.html](https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/dx/dx.html) 参照 2021-10-18)

### (1) 目標「ビジョン」の共有

社内において、事業環境の変化に迅速に対応するため、データと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について、79.4%が「目標が提示されていない」としている。部分的にでも取組が進められているのは、合計で7.0%となっている。

従業員規模別にみると、50～99人、100人以上の企業では、「目標が明確に提示され、一部の部門での取組が目標に整合的に進められている」が1割前後と高くなっている。

業種別にみると、情報通信業関係で「目標が明確に提示され、一部の部門での取組が目標に整合的に進められている」が11.5%と高くなっている。

デジタル化の影響別にみると、好機とした企業では「目標が提示されていない」が73.1%と低くなっている。(図表6-1参照)



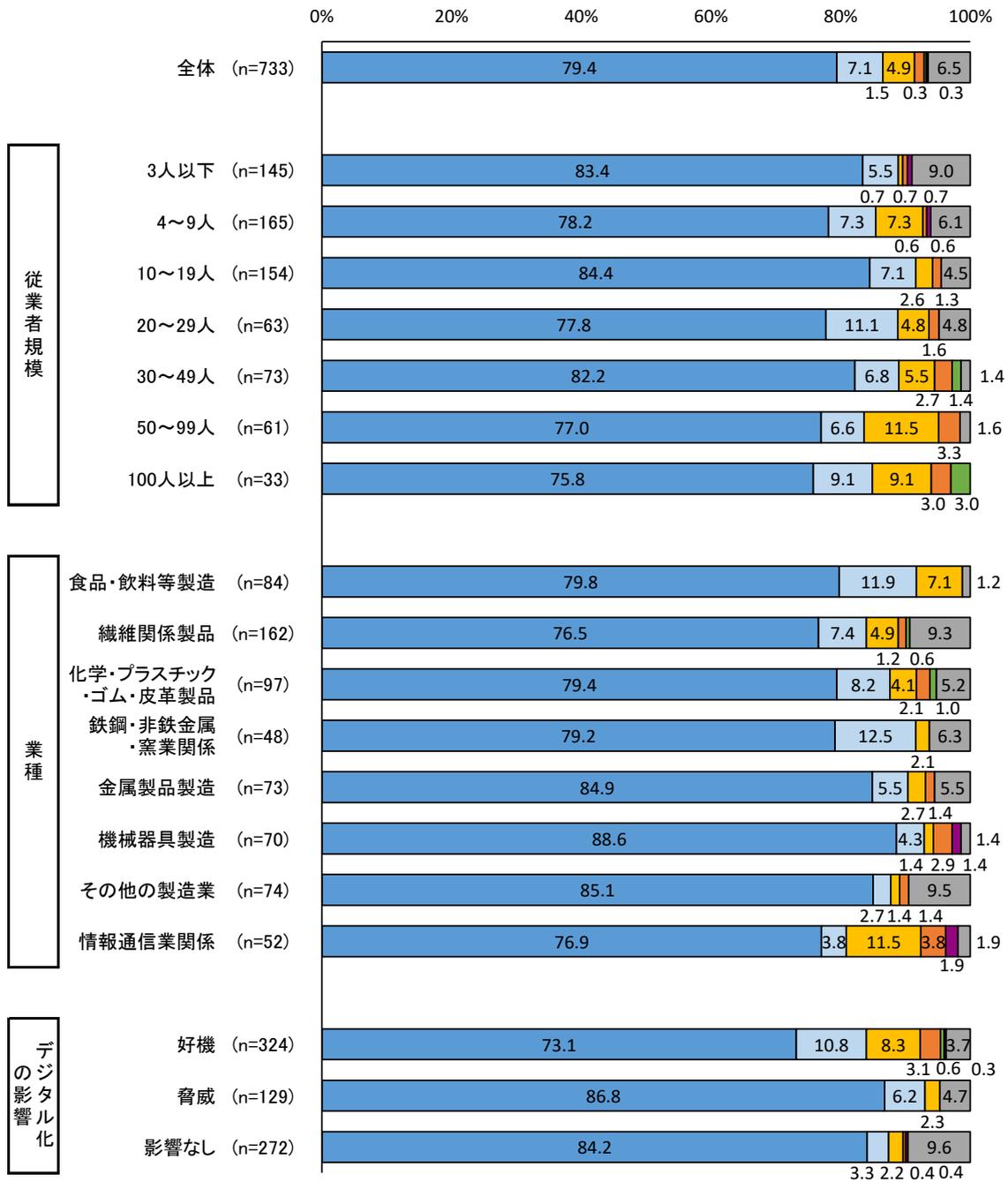
### デジタル化とDXについて

本アンケートでは、県内ものづくり企業のデジタル化の実態を把握するため第1章から第5章で「デジタル化」の状況について、第6章では「DX」の状況について調査しました。

「デジタル化」とはアナログ情報をコンピュータで処理できるデジタルデータに変換することを意味します。近年では組込み型の小型コンピュータが、ほぼ全ての電化製品に搭載されるようになり、通信機能を備えたものも数多くなっています。「IT化」「ネットワーク化」

「クラウド化」「モバイルファースト」など、その時代の技術革新と共に様々な言葉で「デジタル化」は表現されてきました。しかし、本質的な意味合いはどれも同じで、業務や生活においてコンピュータを用いて行う効率化の手法です。では「DX」とはどういう意味でしょう。一番の大きな違いは、デジタル化の進展により、急速に変化を始めた社会構造への対応を目的としているところです。「デジタル化」は目の前の業務を効率化しますが、「DX」は変化していく先を見据えた対応(改革)とも言えます。企業活動においては、商習慣の変化や顧客の嗜好の変化などのマーケティング的な要素(攻めのDX)、組織の在り方、意思決定の方法、働き方改革、人材確保などの社内改革(守りのDX)を進めるため、全社的に「デジタル化社会」と向き合うことが「DX」の第一歩となります。

図表6-1 目標「ビジョン」の共有（全体、従業員規模別、業種別、デジタル化の影響別）

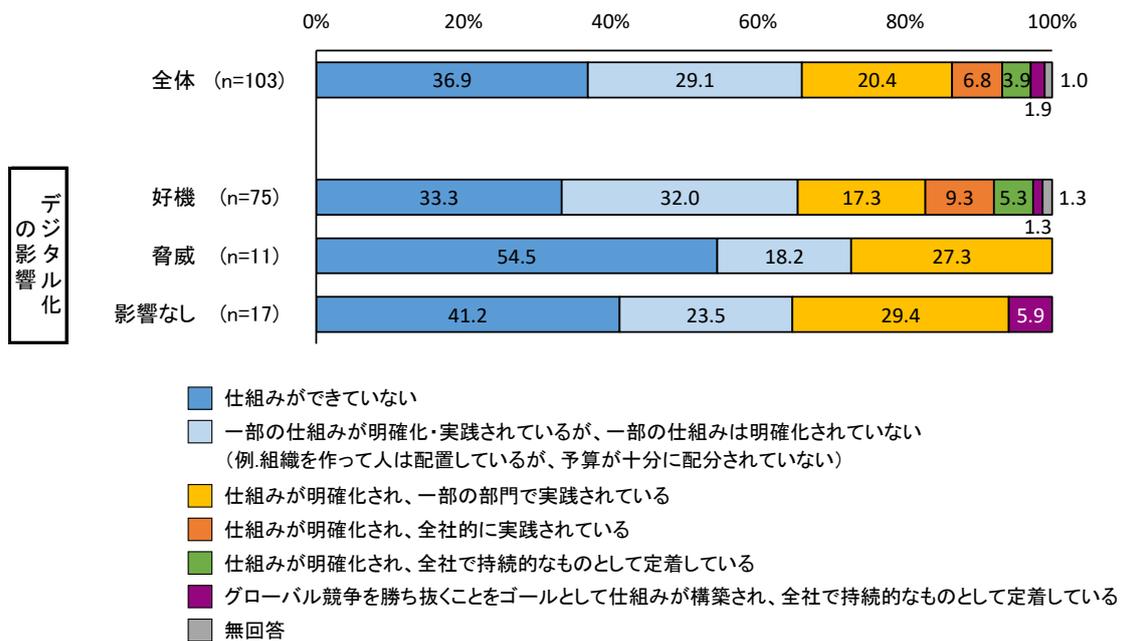


- 目標が提示されていない
- 目標は提示されているが、現場の取組は目標に紐づいて行われていない
- 目標が明確に提示され、一部の部門での取組が目標に整合的に進められている
- 目標が明確に提示され、全社での取組が目標に整合的に進められている
- 目標が明確に提示され、全社での取組が、目標の達成度合いで評価するモニタリングの仕組みにより、持続的に進められている
- 目標がグローバル競争を勝ち抜くことができるものとなっており、全社での取組が、グローバル競争で勝ち抜くとの認識の共有の下に、持続的に進められている
- 無回答

## (2) 目標実現に向けた仕組みの構築・実践

目標の共有ができていると回答した企業のうち、目標の実現に向けて、ビジネスモデルや業務プロセス、企業文化を変革するために組織整理、人材・予算の配分、プロジェクト管理や評価等の仕組みが、経営者のリーダーシップの下、明確化され、実現化されているかについて、「仕組みができていない」が36.9%で最も高く、「一部の仕組みが明確化・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29.1%、「仕組みが明確化され、一部の部門で実践されている」が20.4%と続いている。(図表6-2参照)

図表6-2 目標実現に向けた仕組みの構築・実践（全体、デジタル化の影響別）



### (3) 挑戦を継続できる仕組みの構築・実践

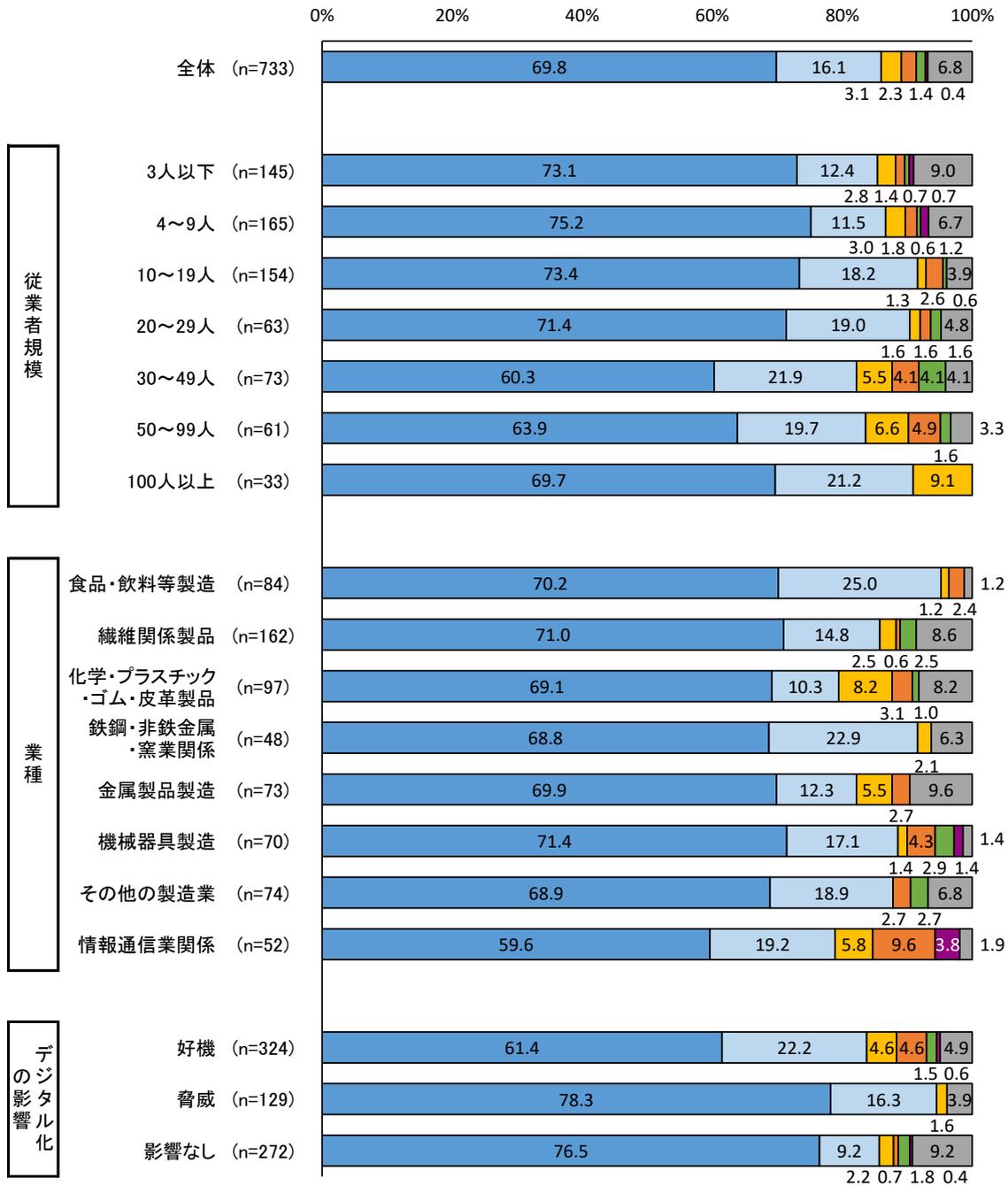
社内において、挑戦を促し失敗から学ぶプロセスをスピーディに実行し、継続できる仕組みが構築できているかについて、「仕組みができていない」が69.8%と多数を占め、「一部の仕組みが実践されているが、一部の仕組みは明確化されていない」が16.1%で続いている。仕組みが明確化され、一部でも実践されている企業は、合計で7.2%となっている。

従業者規模別にみると、仕組みが明確化され、一部でも実践されているのは、30～49人、50～99人の企業で13%台と高くなっている。

業種別にみると、仕組みが明確化され、一部でも実践されているのは、情報通信業関係で19.2%、化学・プラスチック・ゴム・皮革製品、機械器具製造で1割強と高い。

デジタル化の影響別にみると、好機とした企業では一部でも取組がされている割合が33.5%と高くなっている。一方、脅威とした企業、影響なしとした企業では「仕組みができていない」が7割半を超え高い。(図表6-3参照)

図表 6-3 挑戦を継続できる仕組みの構築・実践  
(全体、従業員規模別、業種別、デジタル化の影響別)



- 仕組みができていない
- 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
- 仕組みが明確化され、一部の部門で実践されている
- 仕組みが明確化され、全社的に実践されている
- 仕組みが明確化され、全社で持続的なものとして定着している
- チャレンジの度合いやデリバリースピード等において、グローバルを勝ち抜けるレベルに達している
- 無回答

#### (4) デジタル化推進体制の構築・実践

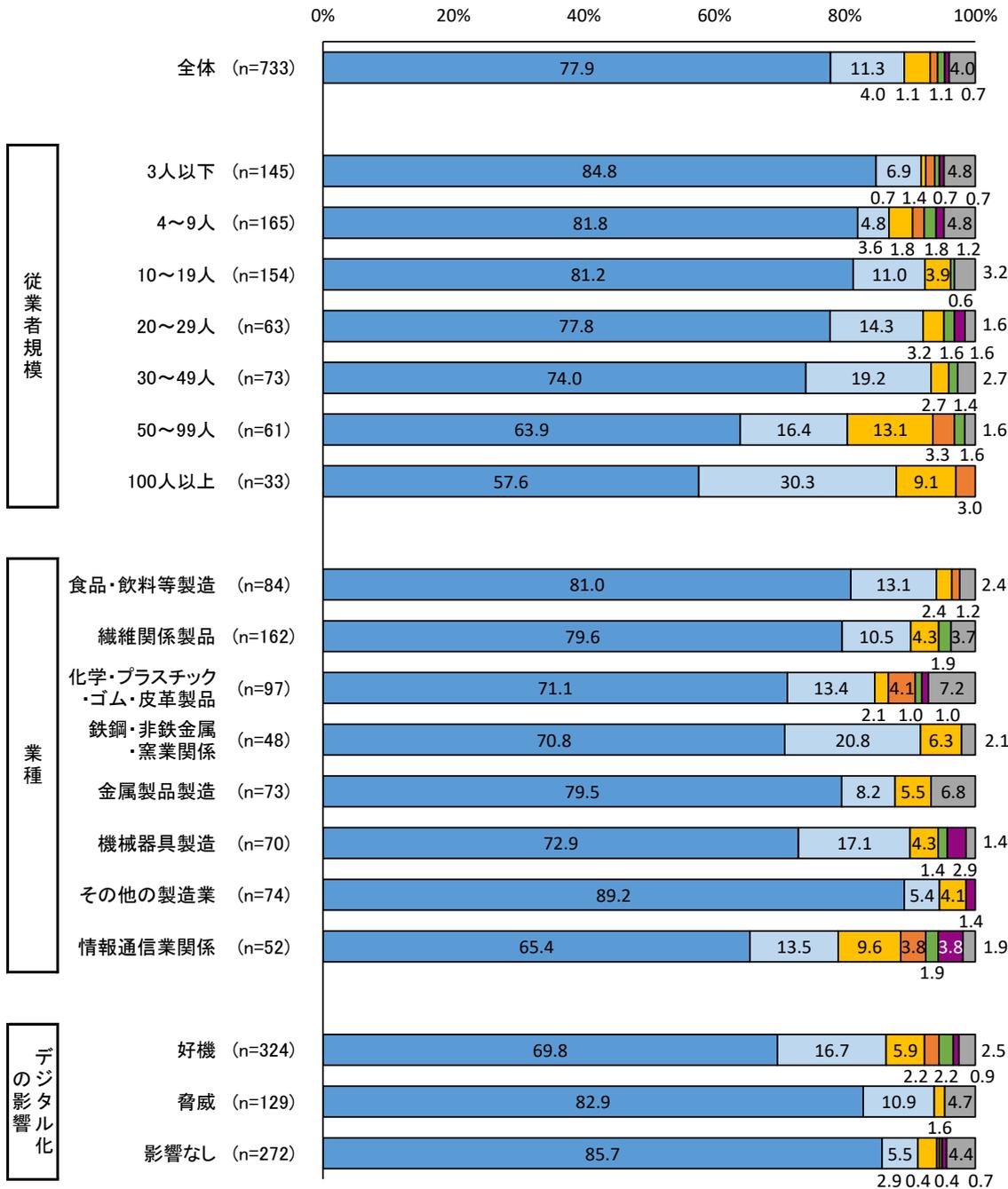
社内において、デジタル化推進を担当する部署や人員とその役割が明確に必要な権限が与えられているかについて、「明確になっていない」が77.9%と多数を占める。一部でも取組がされている企業は、合計で6.9%となっている。

従業者規模別にみると、企業規模が大きくなるほど、「明確になっていない」の割合が低くなっている。

業種別にみると、一部でも取組がされているのは、情報通信業関係で19.1%と高くなっている。

デジタル化の影響別にみると、脅威とした企業、影響なしとした企業では「明確になっていない」が8割を超え高い。(図表6-4参照)

図表 6-4 デジタル化推進体制の構築・実践  
 (全体、従業員規模別、業種別、デジタル化の影響別)



- 明確になっていない
- デジタル化の推進を担当する部署はあるが、人員や予算が不十分であったり、他部門との関係が不明確であるなど、試行錯誤中である
- デジタル化の推進を担当する部署や人員と、その役割が明確で必要な権限が与えられた十分な体制となっており、一部の部門のデジタル化の推進の取組を牽引・支援している
- デジタル化の推進を担当する部署や人員と、その役割が明確で必要な権限が与えられた十分な体制となっており、各部署を巻き込んで、全社的なデジタル化の推進の取組を横串を通す形で牽引・支援している
- デジタル化の推進を担当する部署や人員の活動・成果を継続的に評価する仕組みがあり、全社でのデジタル化の推進の取組が持続的なものとして定着している
- 全社的なデジタル化の推進の取組がグローバル競争を勝ち抜けるレベルで牽引・支援できている
- 無回答

#### (5) デジタル化に必要な人材の育成・確保に向けた取組

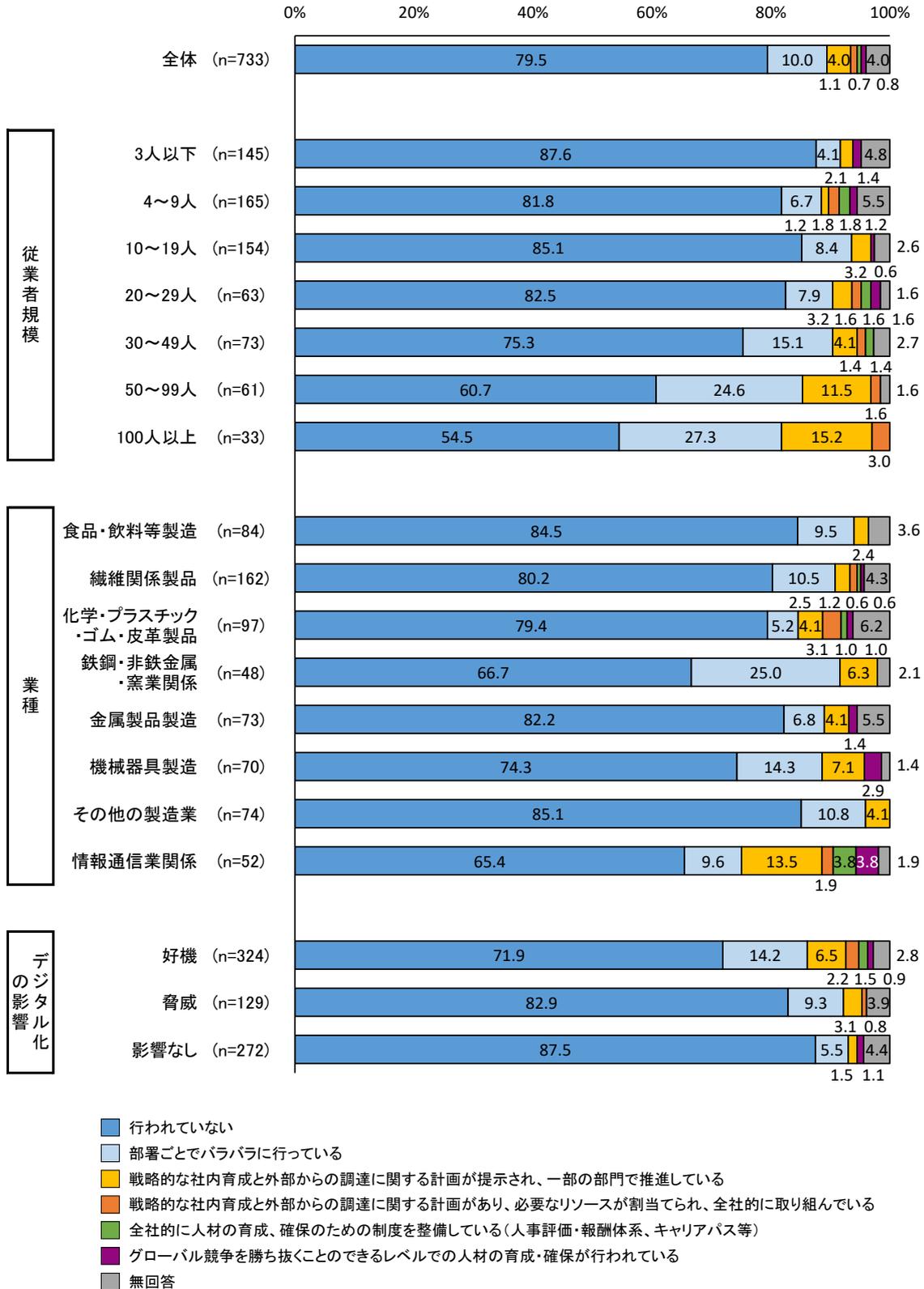
社内において、デジタル化の推進等の新たな取組に必要な人材の育成・確保に向けた取組が行われているかについて、「行われていない」が79.5%と多数を占める。「部署ごとでバラバラに行っている」が10.0%で続いている。

従業者規模別にみると、「行われていない」の割合は企業規模が大きくなるほど、概ね低くなる傾向である。

業種別にみると、「行われていない」の割合は、情報通信業関係、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係で約6割半と低くなっている。

デジタル化の影響別にみると、「行われていない」の割合は、影響なしとした企業で87.5%と特に高い。(図表6-5参照)

図表 6-5 人材の育成・確保に向けた取組  
(全体、従業者規模別、業種別、デジタル化の影響別)



## (6) ビジネスモデルや業務プロセス改革への取組

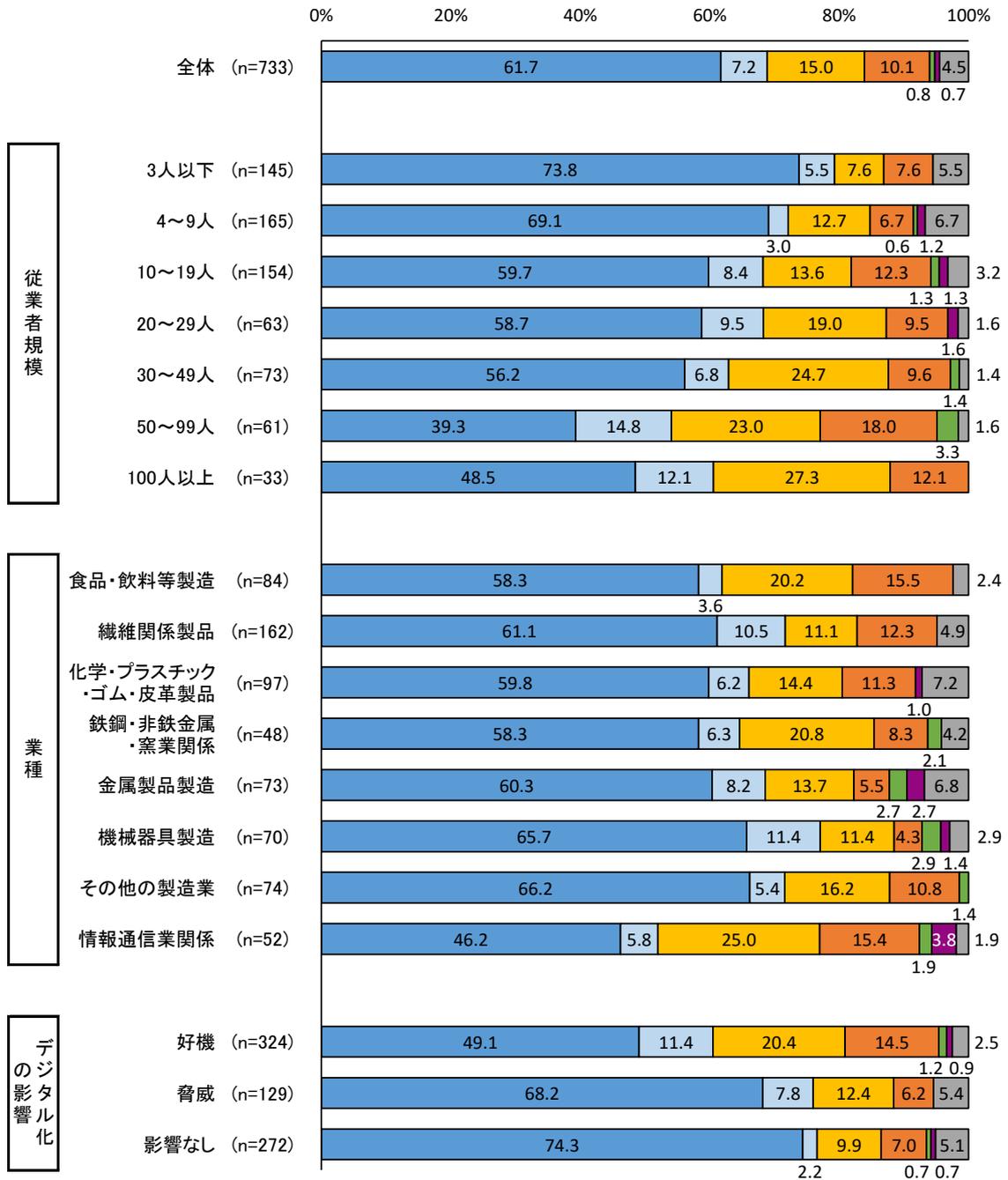
ビジネスモデルや業務プロセスの改革に対して、現場とよく話し合い、経営者自らがリーダーシップを発揮して取り組んでいるかについて、「取組が行われていない」が61.7%と最も多くなっている。次いで、「経営者がリーダーシップを発揮して、一部の部門で改革に向けた取組が進んでいる」が15.0%、「経営者がリーダーシップを発揮し、全社的に改革に向けた取組が進んでいる」が10.1%となっている。

従業者規模別にみると、30人以上の企業では「経営者がリーダーシップを発揮して、一部の部門で改革に向けた取組が進んでいる」が2割半前後と高くなっている。

業種別にみると、「行われていない」は情報通信業関係で46.2%と低い。一方、「経営者がリーダーシップを発揮して、一部の部門で改革に向けた取組が進んでいる」は、情報通信業関係、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係、食品・飲料等製造で2割以上、「経営者がリーダーシップを発揮し、全社的に改革に向けた取組が進んでいる」は、食品・飲料等製造、情報通信業関係で15%台と高くなっている。

デジタル化の影響別にみると、好機とした企業では「取組が行われていない」が49.1%と低い一方、「経営者がリーダーシップを発揮して、一部の部門で改革に向けた取組が進んでいる」(20.4%)、「経営者がリーダーシップを発揮し、全社的に改革に向けた取組が進んでいる」(14.5%)が高くなっている。(図表6-6参照)

図表6-6 ビジネスモデルや業務プロセス改革への取組  
(全体、従業者規模別、業種別、デジタル化の影響別)



- 取組が行われていない
- 現場の課題が発生しており、さらなる経営者のリーダーシップが必要である、あるいは子会社設立等、別のアプローチが必要である
- 経営者がリーダーシップを発揮して、一部の部門で改革に向けた取組が進んでいる
- 経営者がリーダーシップを発揮し、全社的に改革に向けた取組が進んでいる
- 改革に向けた取組について、達成度合いで評価するモニタリングの仕組みにより、全社で持続的なものとして定着している
- 改革に向けた取組が、グローバル競争を勝ち抜くことのできるレベルで持続的に行われている
- 無回答

### (7) 既存 I T システムの見直しへの認識と取組

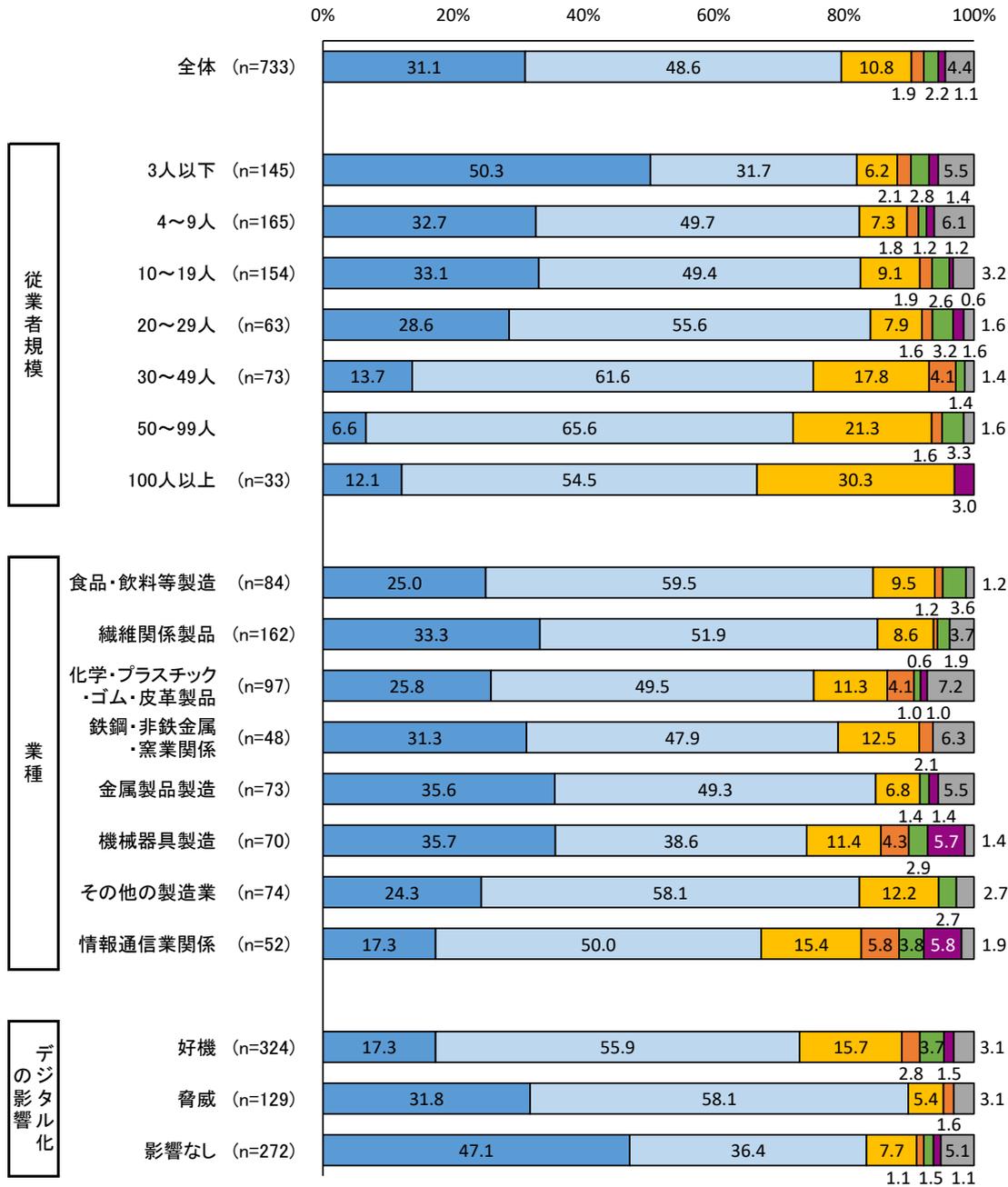
社内の既存の I T システム（財務、会計、受発注、生産管理、情報共有等の基幹システム）にどのような見直しが必要であるかを認識し、必要に応じて対応策（運用方法、人材配置、システム改修等）が講じられているかについて、「認識はしているものの、対応はまだできていない。あるいは、対応は一部できているものの、目標実現のためのものとしては不十分である」が 48.6%で最も多く、次いで「認識していない。I T システムは導入していない」(31.1%)、「既存の I T システムにどのような見直しが必要であるかを十分に認識し、ビジョン実現のためのプランニングがあり、今後実行に移すあるいは実行中である」(10.8%) となっている。

従業員規模別にみると、「認識していない。I T システムは導入していない」は、概ね企業規模が大きくなるほど低くなる傾向。100 人以上の企業では、「既存の I T システムにどのような見直しが必要であるかを十分に認識し、ビジョン実現のためのプランニングがあり、今後実行に移すあるいは実行中である」が 30.3%と高い。

業種別にみると、「認識していない。I T システムは導入していない」は、情報通信業関係でのみ 2 割未満と低くなっている。「既存の I T システムにどのような見直しが必要であるかを十分に認識し、ビジョン実現のためのプランニングがあり、今後実行に移すあるいは実行中である」は、情報通信業関係で 15.4%と最も高く、鉄鋼・非鉄金属・窯業関係で 12.5%、その他の製造業で 12.2%となっている。

デジタル化の影響別にみると、好機とした企業では「認識していない。I T システムは導入していない」は 17.3%と 2 割未満にとどまる。脅威とした企業では「認識はしているものの、対応はまだできていない。あるいは、対応は一部できているものの、目標実現のためのものとしては不十分である」が 58.1%と高い。(図表 6-7 参照)

図表 6-7 既存 IT システムの見直しへの認識と取組  
(全体、従業者規模別、業種別、デジタル化の影響別)



- 認識していない。ITシステムは導入していない
- 認識はしているものの、対応はまだできていない。あるいは、対応は一部できているものの、目標実現のためのものとしては不十分である
- 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十分に認識し、ビジョン実現のためのプランニングがあり、今後実行に移すあるいは実行中である
- 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十分に認識し、ビジョン実現のためのプランニングの下に、全社的に対応がなされた状態である
- 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十分に認識し、全社的に対応がなされ、継続的に改善していく仕組みが定着している
- グローバル競争を勝ち抜く観点から、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十分に認識し、全社的に対応がなされ、継続的に改善している
- 無回答