

横浜市景況・経営動向調査
第117回（特別調査）

特別調査

「市内企業のデジタル化実施状況調査」

横浜経済の動向(令和3年6月)

第117回横浜市景況・経営動向調査報告(特別調査)

横浜市経済局

【調査の概要】

- 1. 目的・内容:** 横浜市の経済・産業政策の効果的な展開に必要な企業動向・ニーズを早期かつ的確に把握するために、市内企業を対象にアンケート調査及びヒアリング調査を一連の「景況・経営動向調査」として、四半期毎に年4回(6月、9月、12月、3月)実施しています。
- 2. 調査対象:** 市内企業1,000社
回収数372社(回収率:37.2%)

()内は調査対象企業数

	市内本社企業				合計
	大企業	中堅企業	中小企業	うち小規模企業	
製造業	5 (18)	8 (18)	135 (389)	54 (150)	148 (425)
非製造業	18 (44)	67 (159)	139 (372)	25 (87)	224 (575)
合計	23 (62)	75 (177)	274 (761)	79 (237)	372 (1,000)

※規模別の定義は以下の通りです。

- 大企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が10億円以上の企業
- 中堅企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が以下の基準に該当する企業
製造業や卸売業、小売業、サービス業以外の非製造業：3～10億円未満
卸売業：1～10億円未満
小売業、サービス業：5千万～10億円未満
- 中小企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が上記中堅企業の基準未満の企業
- 小規模企業・・・中小企業のうち、常時雇用する従業員数が以下の基準に該当する企業
製造業：20人以下
卸売業、小売業、サービス業：5人以下
卸売業及び小売業、サービス業以外の非製造業：20人以下

業種の分類

- ・製造業(9分類)：食料品等、繊維・衣服等、印刷、石油・化学等、鉄鋼・金属等、一般機械、電機・精密等、輸送用機械、その他製造業
- ・非製造業(9分類)：建設業、運輸・倉庫業、卸売業、小売業、飲食店・宿泊業、不動産業、情報サービス業、対事業所サービス業、対個人サービス業

3. 調査時期: 令和3年6月実施

4. その他: 図表中の構成比は小数点第2位を四捨五入し表記しており、表示上の構成比を合計しても100%にならない場合があります。

目次

調査結果の概要	2
特別調査結果 ―市内企業のデジタル化実施状況について―	6
調査票	21

第 117 回横浜市景況・経営動向調査（令和 3 年 6 月実施）（特別調査）

調査結果のまとめ

【市内企業のデジタル化実施状況について】

- ・全産業の約3分の2の企業が、デジタル化について「実施している」と回答
- ・デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについては「人材育成・人材確保」が、特に課題だと考えることについては「対応できる人材が少ない」が最も多く、人材面の課題解決が重要
- ・デジタルトランスフォーメーション(DX)の認知度は約7割で、既に実施し成果を上げている企業の約8割が「経営トップ自らによる変革の推進」に取り組んでいる

【ポイント】

- 現在のデジタル化の実施状況について、全産業では「実施している」(67.7%)が最も多かった。
- デジタル化の実施・推進にあたり、全産業では、特に重要だと考えることについて「人材育成・人材確保」(51.8%)、また、特に課題だと考えることについては「対応できる人材が少ない」(61.7%)が最も多く、人材面の課題解決の重要性が明確となった。
- デジタルトランスフォーメーション(DX)について、全産業では「知っている」(67.2%)が約7割に対し、「知らない」(30.9%)が約3割となった。また、既に実施し成果を上げている企業による具体的な取組では「経営トップ自らによる変革の推進」(81.8%)が最も多かった。

【調査対象】 市内企業1,000社（回収数：372社、回収率：37.2%）

【調査時期】 令和3年5月7日～6月8日（調査票回答期間及びヒアリング調査期間）

※調査票回答期間は令和3年5月7日～5月21日

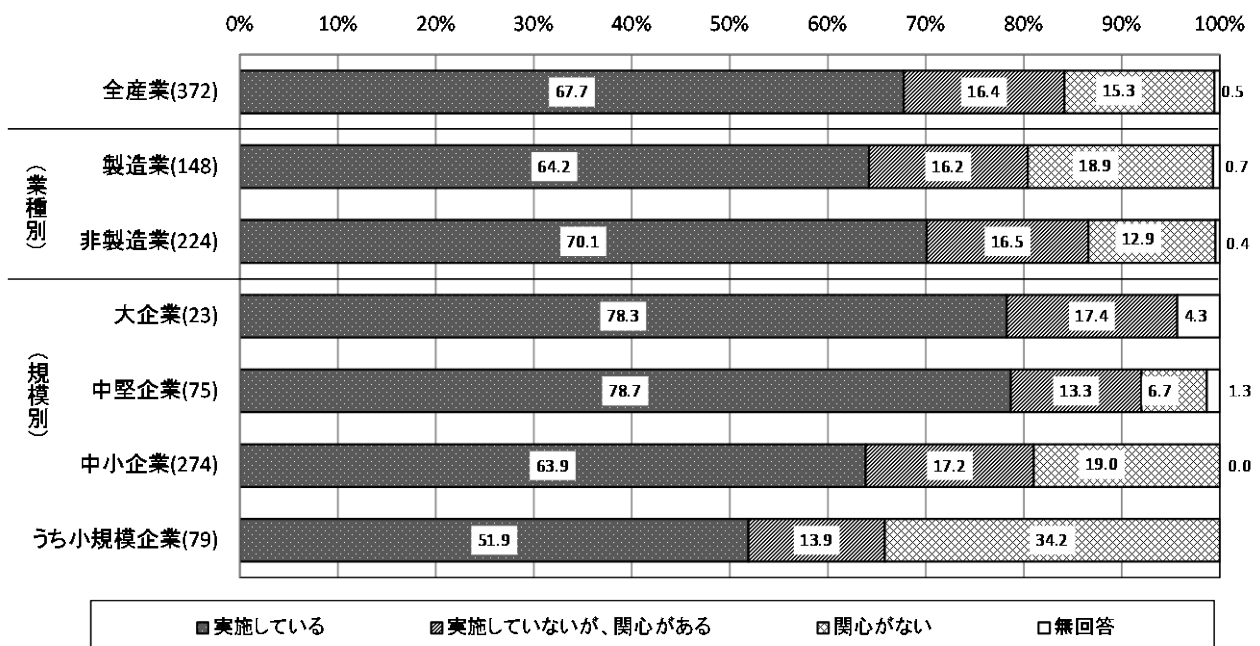
特別調査の概要

—市内企業のデジタル化実施状況について—

1 現在のデジタル化の実施状況

- 現在のデジタル化の実施状況について、全産業では「実施している」(67.7%)が最も多かった。
- 業種別にみると、「実施している」が製造業(64.2%)、非製造業(70.1%)ともに最も多かった。
- 規模別にみると、全ての規模で「実施している」が最も多く、大企業(78.3%)、中堅企業(78.7%)、中小企業(63.9%)、うち小規模企業(51.9%)と、規模が小さくなると割合が減少している。

図表1 現在のデジタル化の実施状況（単一回答）【全産業・業種別・規模別】

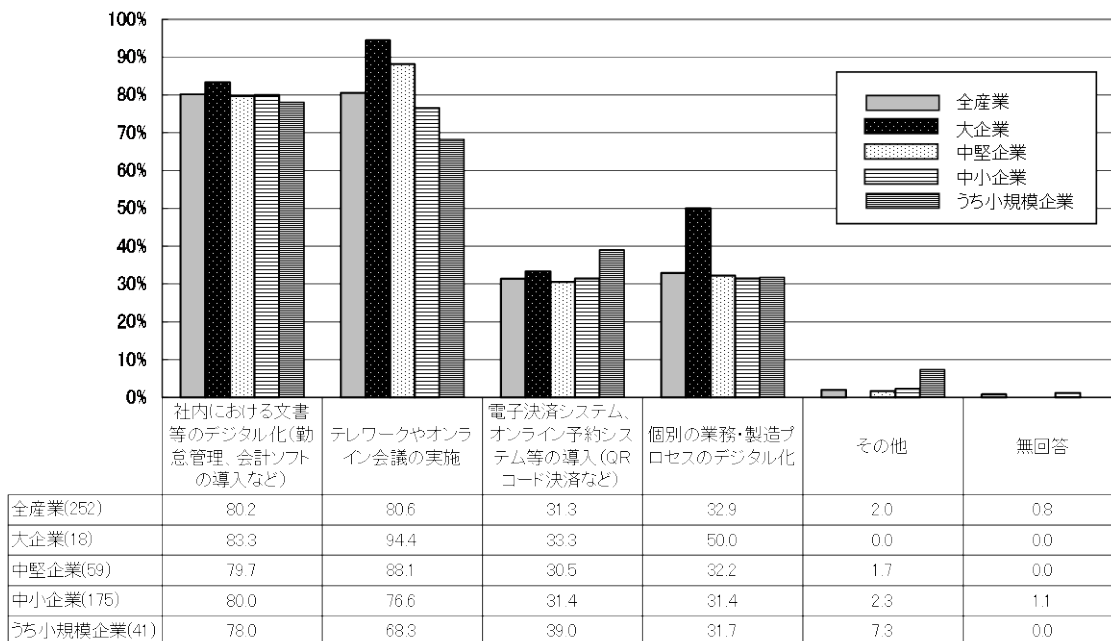


<現在のデジタル化の実施状況について、「実施している」と回答した企業のみ>

2 実施しているデジタル化の具体的内容について

- 実施しているデジタル化の具体的な内容について、全産業では「テレワークやオンライン会議の実施」(80.6%)と「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」(80.2%)がほぼ同率で8割を超えた。
- 規模別にみると、大企業(94.4%)、中堅企業(88.1%)では「テレワークやオンライン会議の実施」が最も多くなっており、中小企業(80.0%)、うち小規模企業(78.0%)では「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」が最も多かった。

図表2 実施しているデジタル化の具体的内容について(複数回答) 【全産業・規模別】

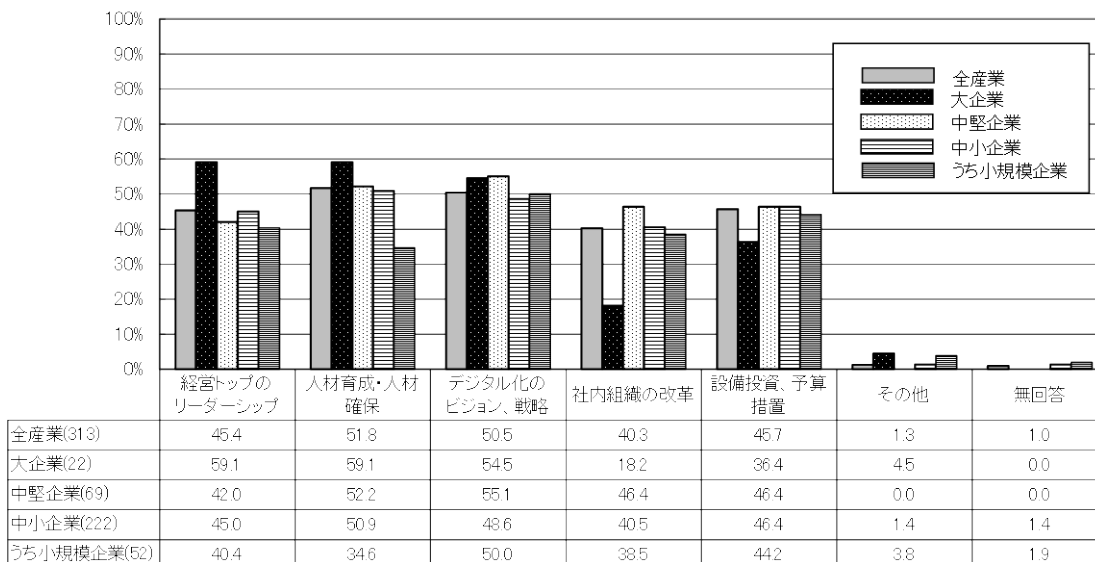


<現在のデジタル化の実施状況について、「実施している」、もしくは「実施していないが、関心がある」と回答した企業のみ>

3 デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて

- デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて、全産業では「人材育成・人材確保」(51.8%)が最も多く、次いで「デジタル化のビジョン、戦略」(50.5%)、「設備投資、予算措置」(45.7%)となった。
- 規模別にみると、大企業では「経営トップのリーダーシップ」(59.1%)と「人材育成・人材確保」(59.1%)が同率で最も多かった。中堅企業では「デジタル化のビジョン、戦略」(55.1%)が最も多く、中小企業では「人材育成・人材確保」(50.9%)、うち小規模企業では「デジタル化のビジョン、戦略」(50.0%)が最も多かった。

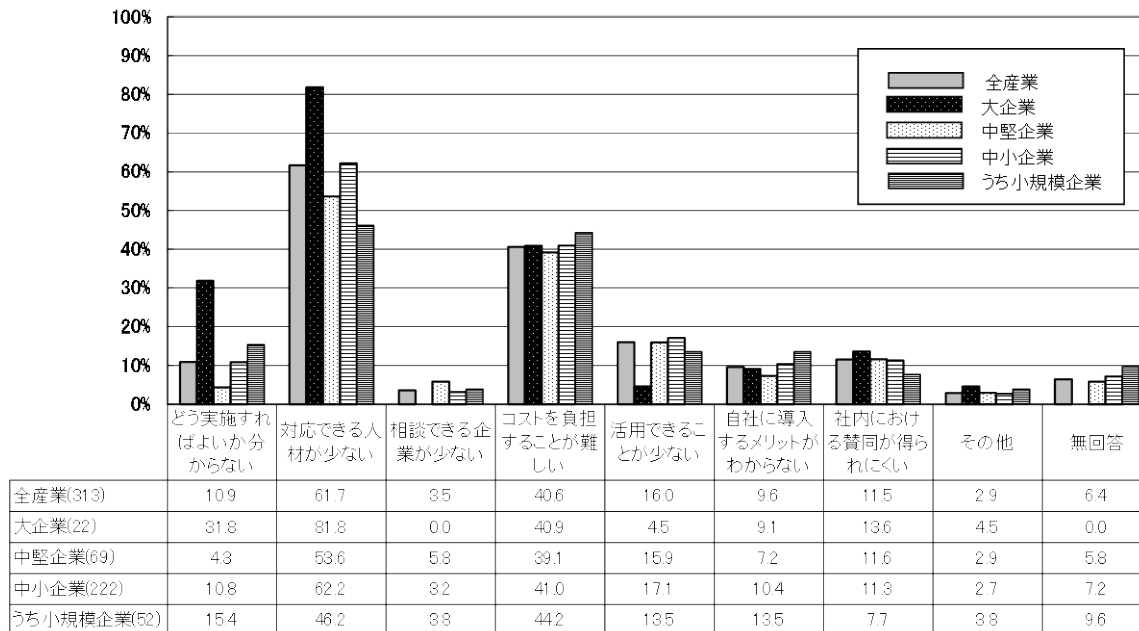
図表3 デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて(複数回答) 【全産業・規模別】



4 デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて

- デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて、全産業では「対応できる人材が少ない」(61.7%)が最も多く、次いで「コストを負担することが難しい」(40.6%)、「活用できることが少ない」(16.0%)となった。
- 規模別にみても、大企業(81.8%)、中堅企業(53.6%)、中小企業(62.2%)、うち小規模企業(46.2%)のいずれにおいても「対応できる人材が少ない」が最も多かった。

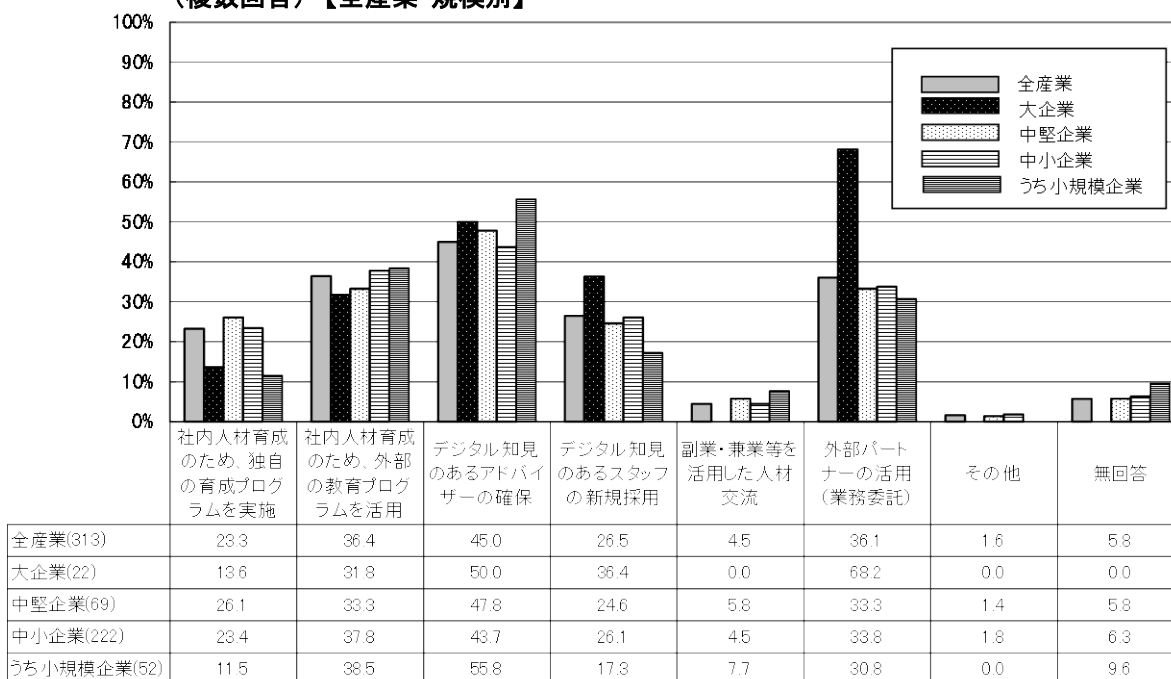
図表4 デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて(複数回答)【全産業・規模別】



5 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて

- デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて、全産業では「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」(45.0%)が最も多く、次いで「社内人材育成のため、外部の教育プログラムを活用」(36.4%)、「外部パートナーの活用(業務委託)」(36.1%)となった。
- 規模別にみると、大企業では「外部パートナーの活用(業務委託)」(68.2%)が最も多く、中堅企業(47.8%)、中小企業(43.7%)、うち小規模企業(55.8%)では「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」が最も多かった。

図表5 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として、望ましいと考えるものについて(複数回答)【全産業・規模別】

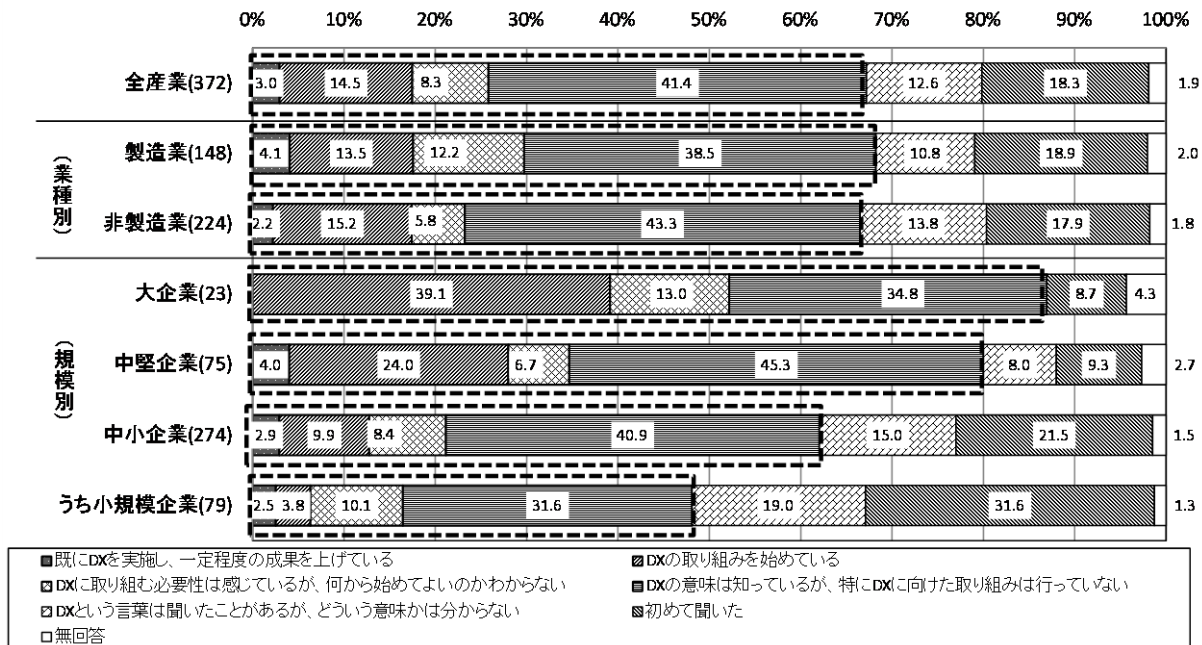


6 デジタルトランスフォーメーション (DX) の認知度について

- デジタルトランスフォーメーション (DX) の認知度について、全産業では「知っている」(67.2%)が7割に対し、「知らない」(30.9%)が約3割となった。
- 業種別にみると、製造業(68.3%)、非製造業(66.5%)が「知っている」と回答、一方、製造業(29.7%)、非製造業(31.7%)が「知らない」となった。
- 規模別にみると、大企業(86.9%)、中堅企業(80.0%)、中小企業(62.1%)、うち小規模企業(48.1%)が「知っている」と回答しており、規模が大きいほど認知度が高い結果となった。

※デジタルトランスフォーメーション (DX) とは 企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

図表6 デジタルトランスフォーメーション(DX)の認知度について (単一回答)【全産業・業種別・規模別】

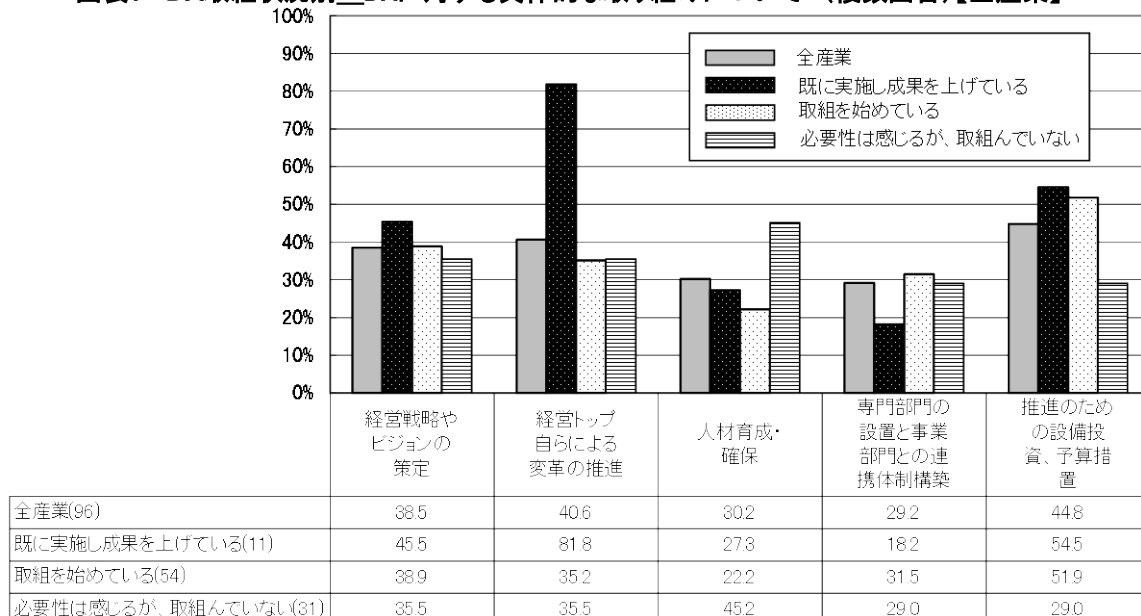


は「知っている」の回答範囲

7 DX取組状況別 DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について

- DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について、既に実施し成果を上げている企業では「経営トップ自らによる変革の推進」(81.8%)、取組を始めている企業では「推進のための設備投資、予算措置」(51.9%)、必要性は感じているが、取組んでいない企業では「人材育成・確保」(45.2%)が最も多かった。

図表7 DX取組状況別 DXに対する具体的な取り組みについて (複数回答)【全産業】



—市内企業のデジタル化実施状況について—

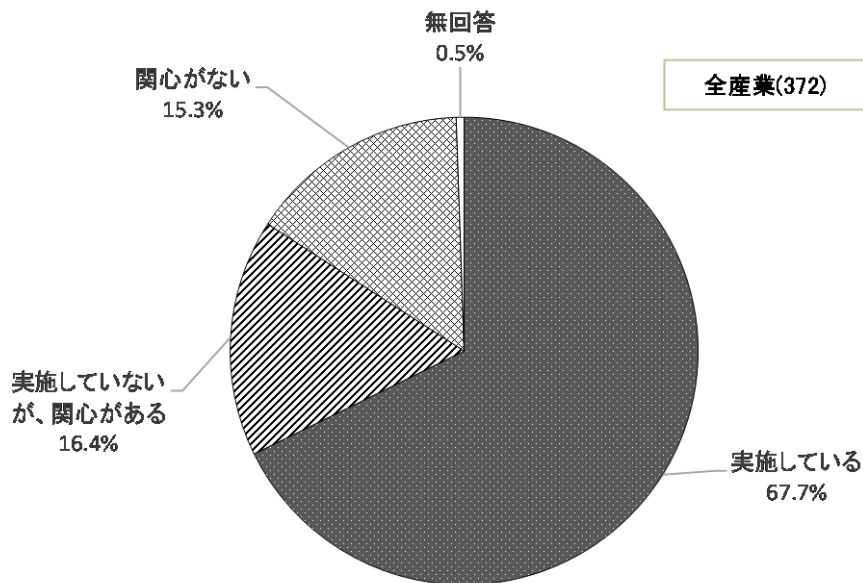
1 現在のデジタル化の実施状況

現在のデジタル化の実施状況について、全産業では「実施している」(67.7%)が最も多かった。次いで「実施していないが、関心がある」(16.4%)と「関心がない」(15.3%)はほぼ同率となった。

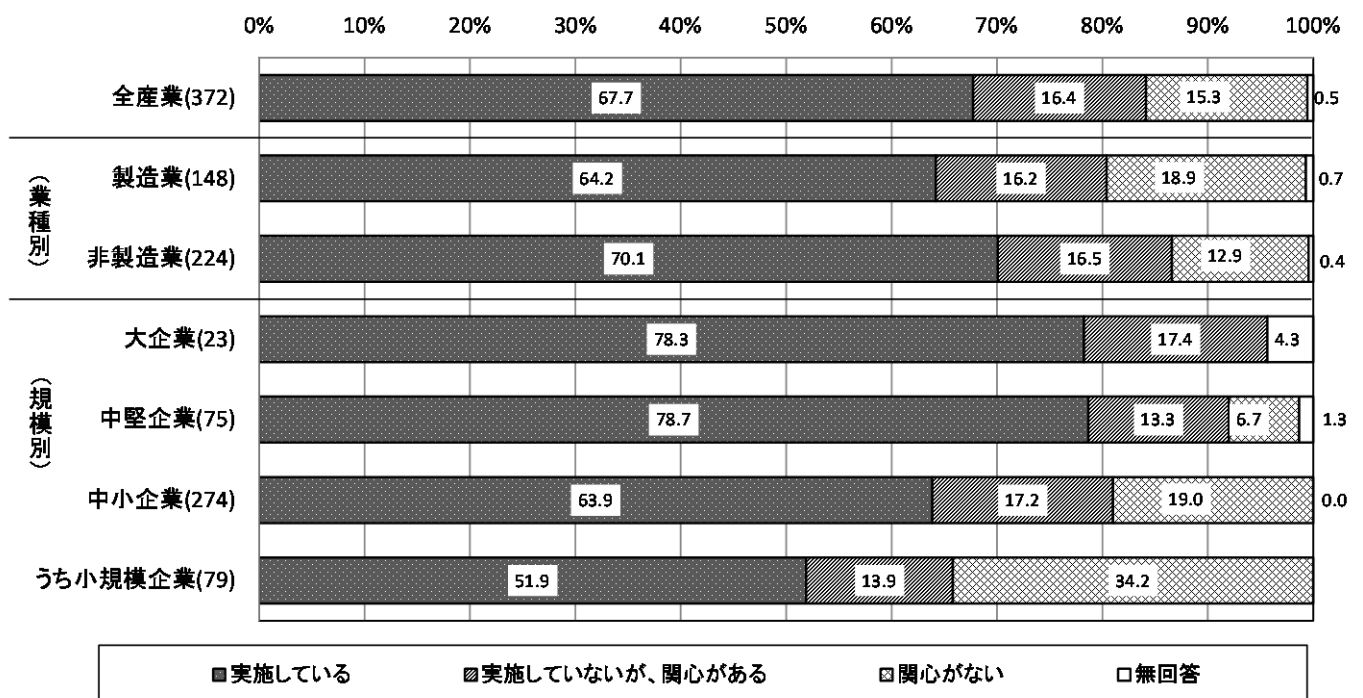
業種別にみても、「実施している」が最も多く、製造業(64.2%)、非製造業(70.1%)となった。製造業では、「関心がない」(18.9%)、「実施していないが、関心がある」(16.2%)となった。一方、非製造業は「実施していないが関心がある」(16.5%)、「関心がない」(12.9%)となった。

規模別にみても、全ての規模で「実施している」が最も多く、大企業(78.3%)、中堅企業(78.7%)、中小企業(63.9%)、うち小規模企業(51.9%)では、規模が小さくなると「実施している」の割合が減少する傾向がみられた。

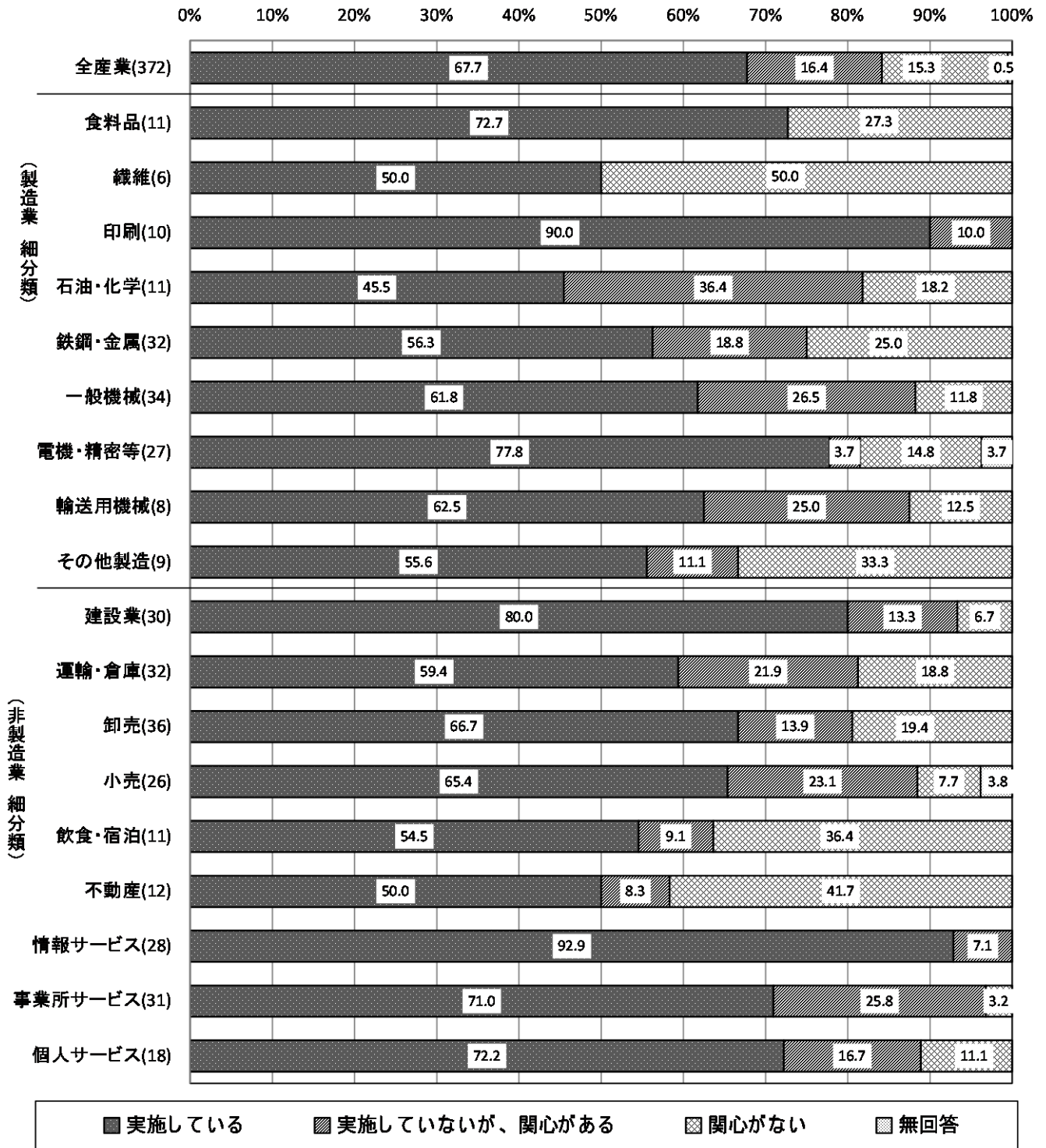
図表1-1 現在のデジタル化の実施状況（単一回答）【全産業】



図表1-2 現在のデジタル化の実施状況（単一回答）【全産業・業種別・規模別】



図表1-3 現在のデジタル化の実施状況（単一回答）【全産業・業種別】



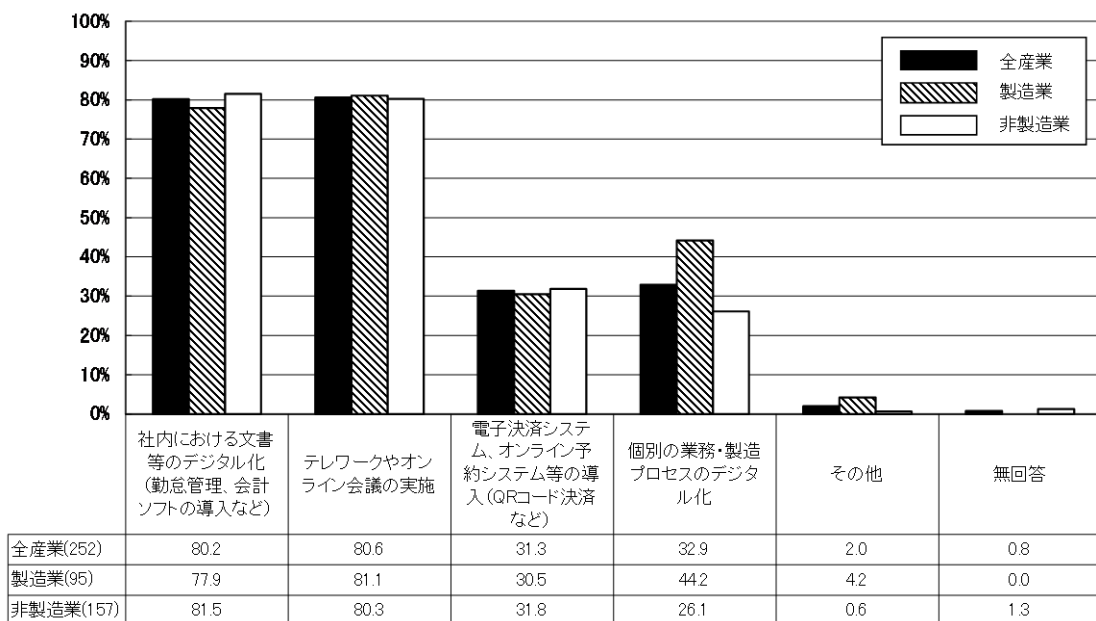
2 実施しているデジタル化の具体的内容について

実施しているデジタル化の具体的内容について、全産業では「テレワークやオンライン会議の実施」(80.6%)と「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」(80.2%)がほぼ同率で8割を超えており、次いで「個別の業務・製造プロセスのデジタル化」(32.9%)、「電子決済システム・オンライン予約システムなどの導入(QRコード決済など)」(31.3%)となった。

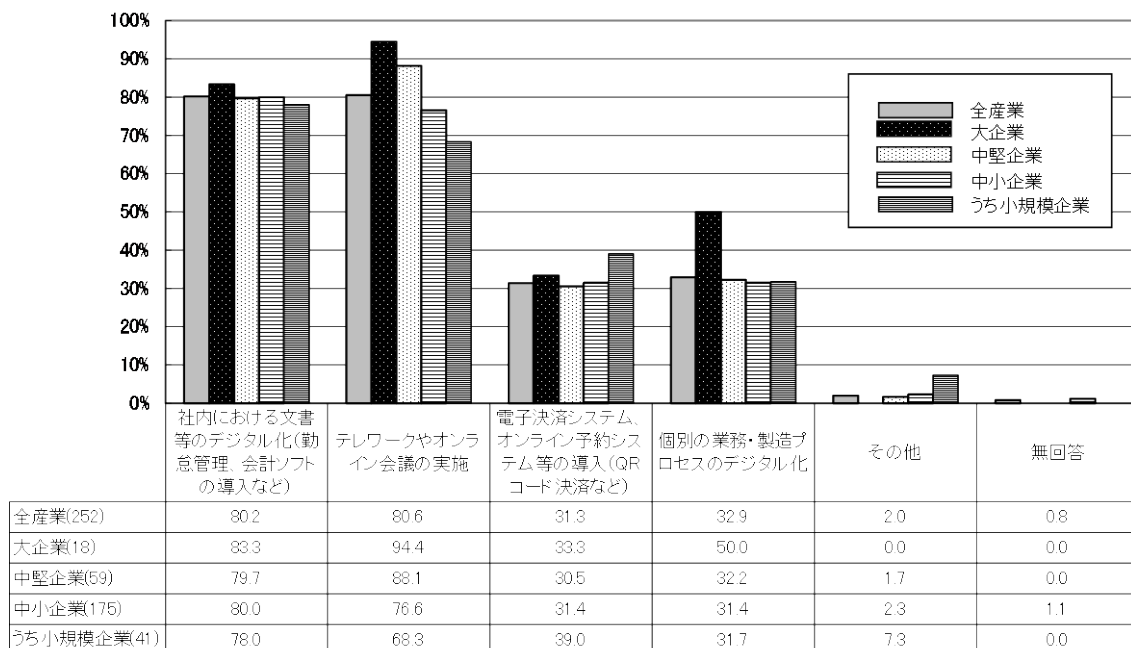
業種別にみると、製造業では「テレワークやオンライン会議の実施」(81.1%)が最も多く、次いで「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」(77.9%)となった。一方、非製造業では「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」(81.5%)が最も多く、次いで「テレワークやオンライン会議の実施」(80.3%)となった。また「個別業務・製造プロセスのデジタル化」(26.1%)は製造業と比較して18.1ポイント差をつけた。

規模別にみると、大企業(94.4%)、中堅企業(88.1%)では「テレワークやオンライン会議の実施」が最も多く、中小企業(80.0%)、うち小規模企業(78.0%)では「社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など)」が最も多かった。

図表2-1 実施しているデジタル化の具体的内容について(複数回答) 【全産業・業種別】



図表2-2 実施しているデジタル化の具体的内容について(複数回答) 【全産業・規模別】



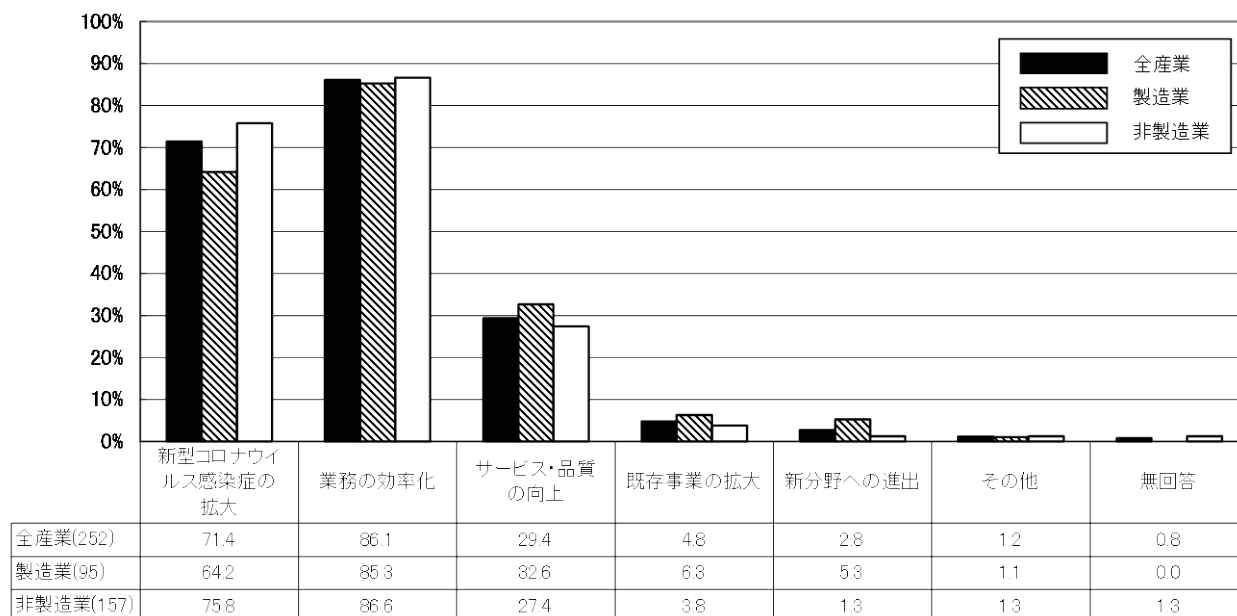
3 デジタル化を実施したきっかけについて

デジタル化を実施したきっかけについて、全産業では「業務の効率化」(86.1%)が最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症の拡大」(71.4%)となった。

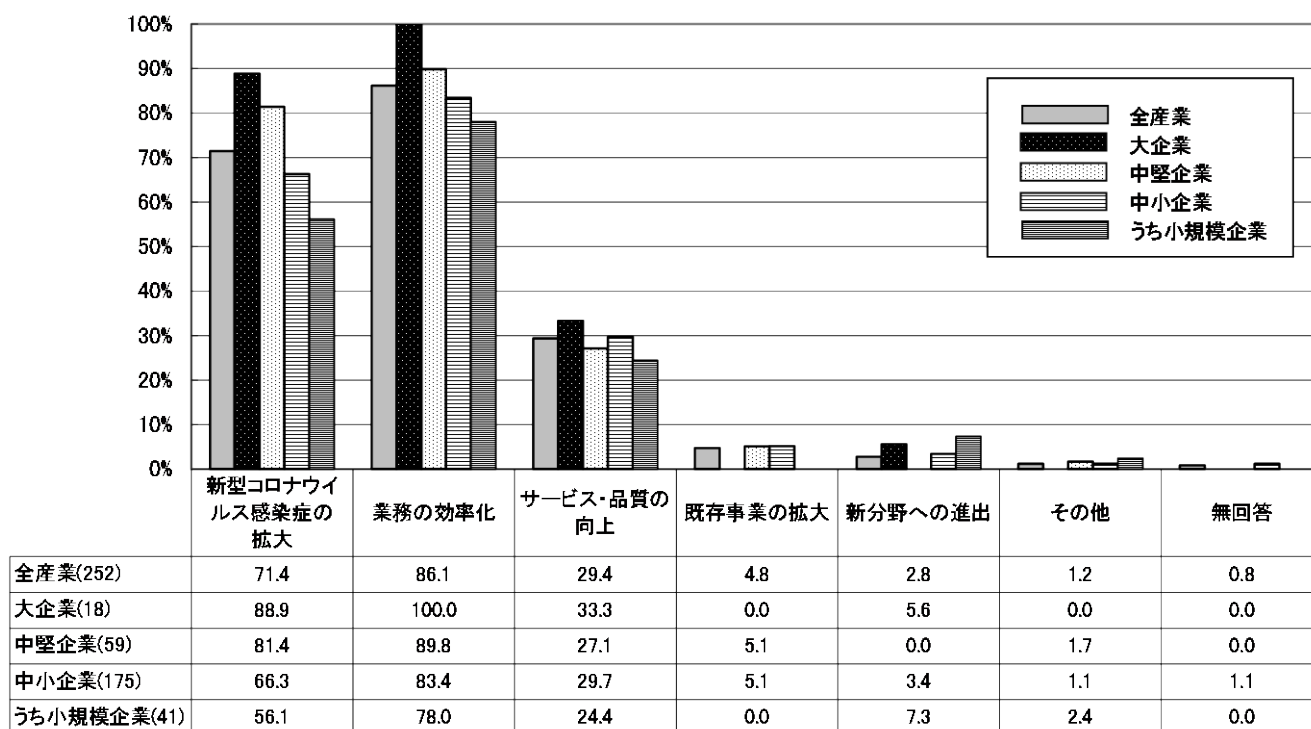
業種別にみても、「業務の効率化」が製造業(85.3%)、非製造業(86.6%)ともに最も多い。また、「新型コロナウイルス感染症の拡大」が製造業(64.2%)、非製造業(75.8%)とも2番目となった。

規模別にみても、大企業(100.0%)、中堅企業(89.8%)、中小企業(83.4%)、うち小規模企業(78.0%)のいずれにおいても「業務の効率化」が最も多かった。

図表3-1 デジタル化を実施したきっかけについて(複数回答)【全産業・業種別】



図表3-2 デジタル化を実施したきっかけについて(複数回答)【全産業・規模別】



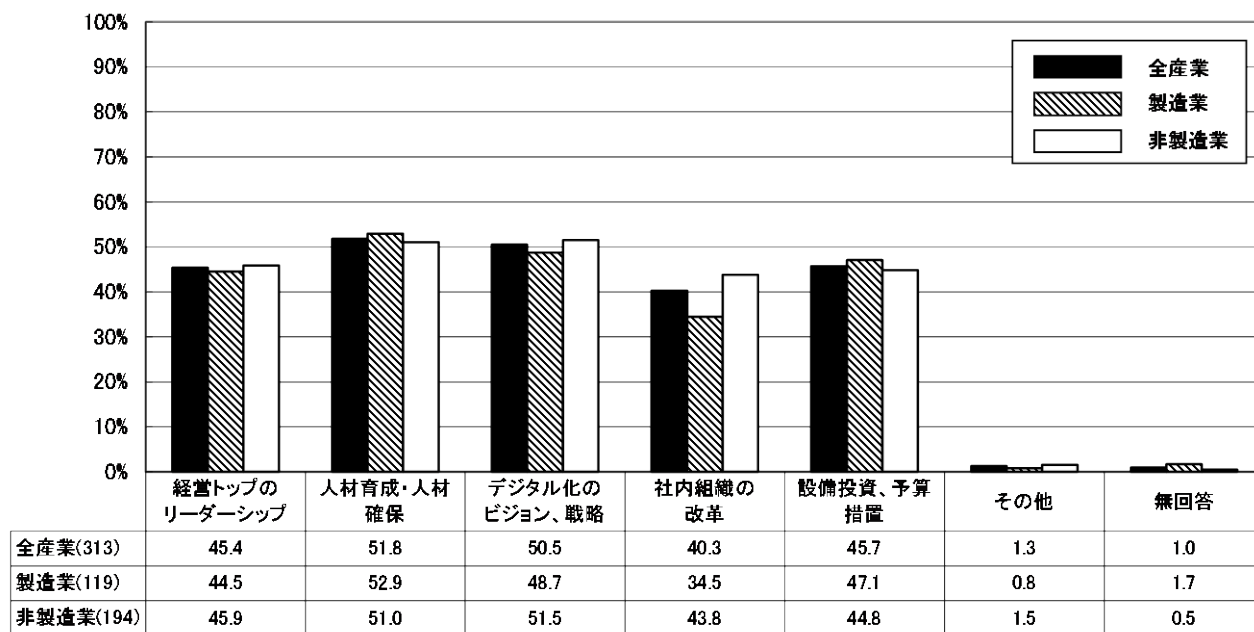
4-1 デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて

デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて、全産業では「人材育成・人材確保」(51.8%)が最も多く、次いで「デジタル化のビジョン、戦略」(50.5%)、「設備投資、予算措置」(45.7%)となった。

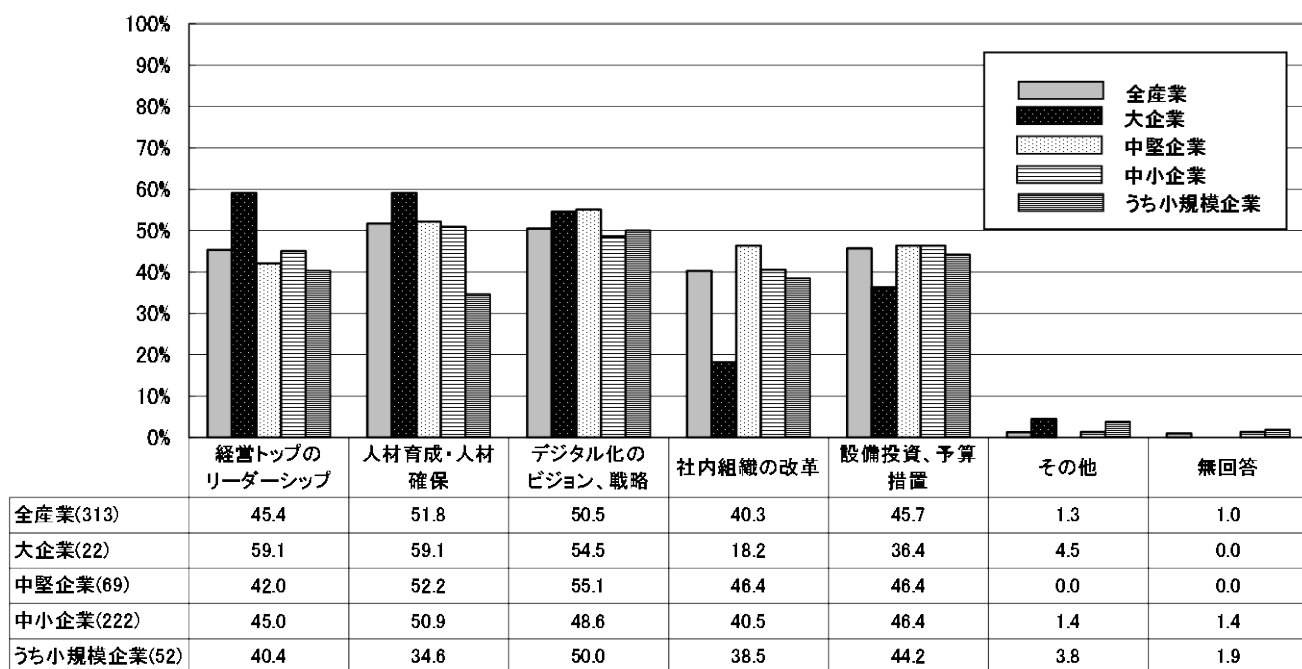
業種別では製造業でみると、「人材育成・人材確保」(52.9%)が最も多く、次いで「デジタル化のビジョン、戦略」(48.7%)、「設備投資、予算措置」(47.1%)となった。非製造業では「デジタル化のビジョン、戦略」(51.5%)が最も多く、次いで「人材育成・人材確保」(51.0%)、「経営トップのリーダーシップ」(45.9%)となった。

規模別にみると、大企業では「経営トップのリーダーシップ」と「人材育成・人材確保」(59.1%)が同率で最も多かった。中堅企業では「デジタル化のビジョン、戦略」(55.1%)が最も多く、中小企業では「人材育成・人材確保」(50.9%)、うち小規模企業では「デジタル化のビジョン、戦略」(50.0%)が最も多かった。

図表4-1 デジタル化の実施・推進にあたっての重要事項について（複数回答）【全産業・業種別】



図表4-2 デジタル化の実施・推進にあたっての重要事項について（複数回答）【全産業・規模別】

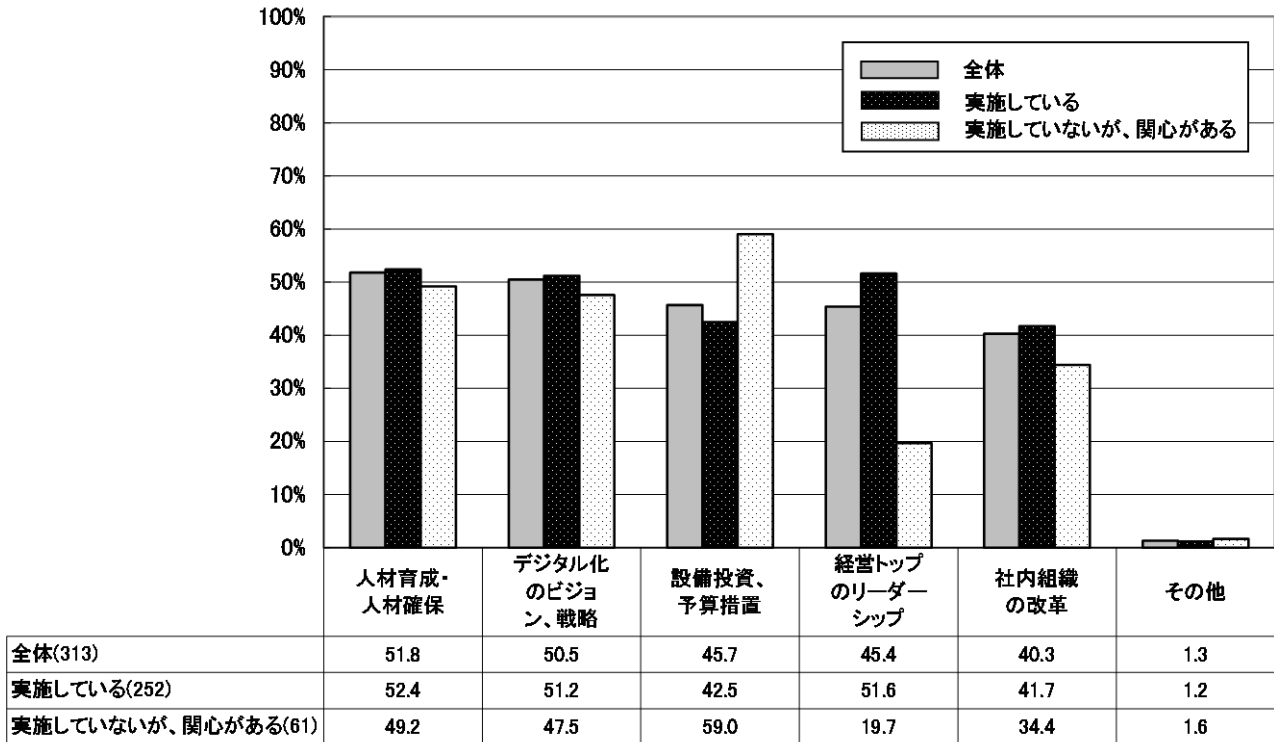


4-2 実施状況別_デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて

デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることについて、既に実施している企業では「人材育成・人材確保」(52.4%)が最も多く、次いで「経営トップのリーダーシップ」(51.6%)、「デジタル化のビジョン、戦略」(51.2%)となった。

実施していないが、関心がある企業では、「設備投資、予算措置」(59.0%)が最も多く、次いで「人材育成・人材確保」(49.2%)、「デジタル化のビジョン、戦略」(47.5%)となった。

図表4-3 実施状況別_デジタル化の実施状況×実施・推進していくうえでの重要事項（複数回答）【全産業】



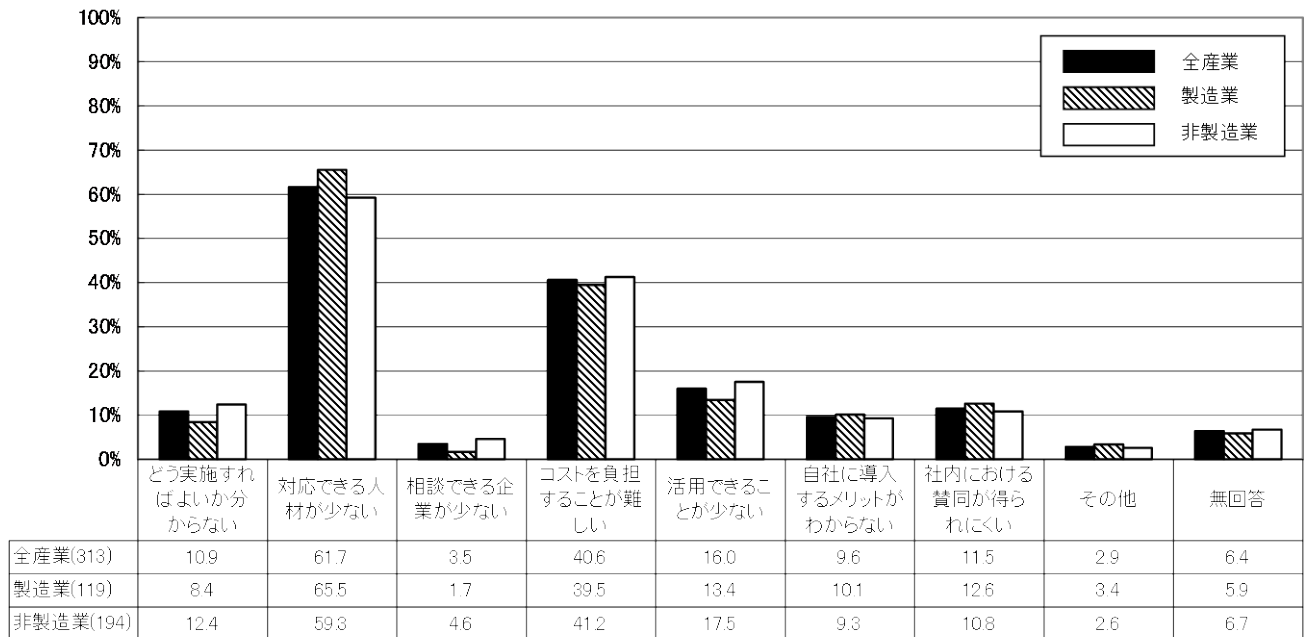
5-1 デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて

デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて、全産業では「対応できる人材が少ない」(61.7%)が最も多く、次いで「コストを負担することが難しい」(40.6%)、「活用できることが少ない」(16.0%)となった。

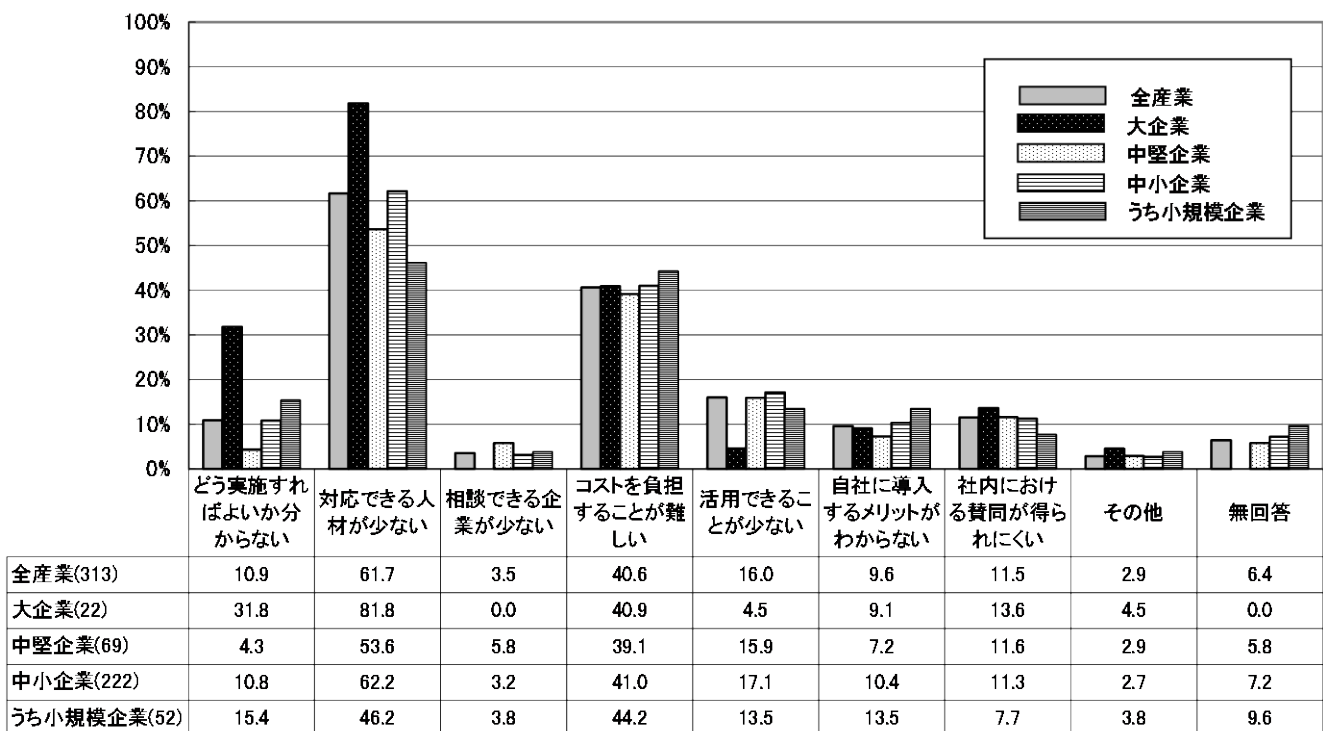
業種別にみても同様に、「対応できる人材が少ない」が製造業(65.5%)、非製造業(59.3%)とも最も多く、次いで「コストを負担することが難しい」が製造業(39.5%)、非製造業(41.2%)、「活用できることが少ない」が製造業(13.4%)、非製造業(17.5%)となった。

規模別にみても、大企業(81.8%)、中堅企業(53.6%)、中小企業(62.2%)、うち小規模企業(46.2%)のいずれにおいても「対応できる人材が少ない」が最も多かった。

図表5-1 デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて（複数回答）【全産業・業種別】



図表5-2 デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて（複数回答）【全産業・規模別】

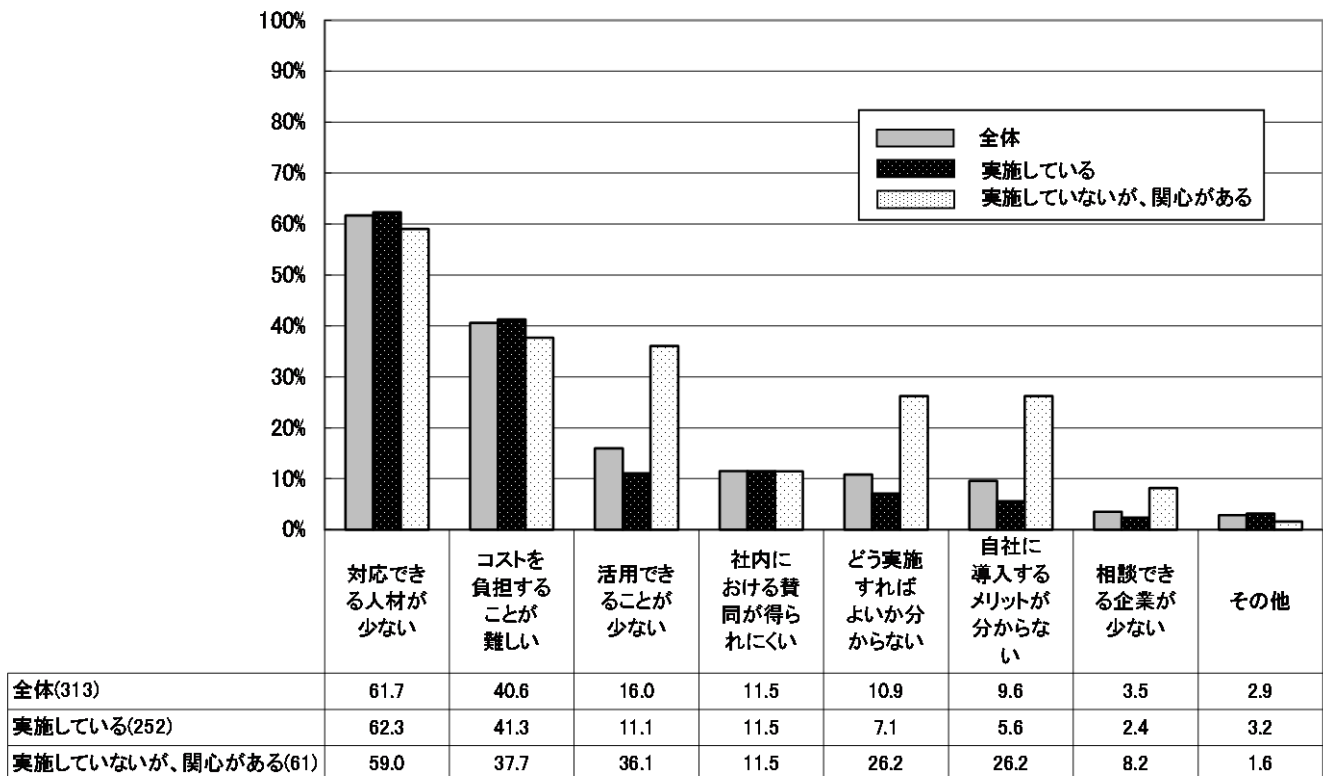


5-2 実施状況別__デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて

デジタル化の実施・推進にあたり、特に課題だと考えることについて、既に実施している企業では「対応できる人材が少ない」(62.3%)が最も多く、次いで「コストを負担することが難しい」(41.3%)、「社内における賛同が得られにくい」(11.5%)となった。

実施していないが、関心がある企業では、「対応できる人材が少ない」(59.0%)が最も多く、次いで「コストを負担することが難しい」(37.7%)、「活用できることが少ない」(36.1%)となった。

図表5-3 実施状況別__デジタル化の推進に向けて、特に課題だと考えることについて（複数回答）【全産業】



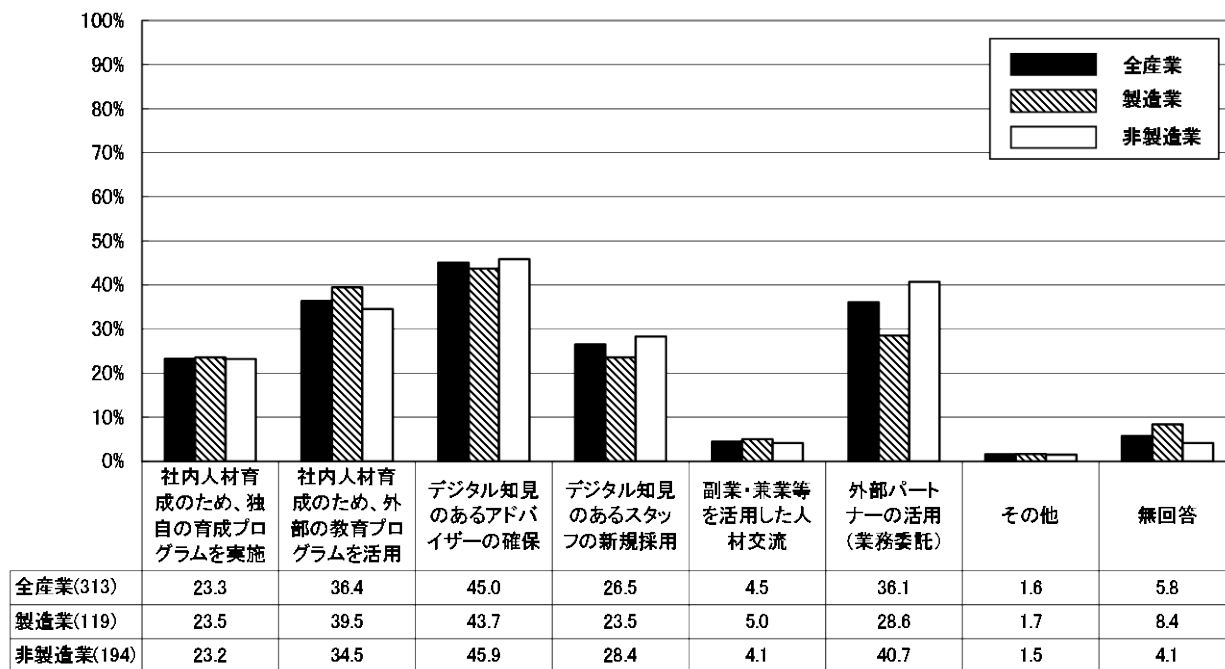
6-1 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて

デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて、全産業では「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」(45.0%)が最も多く、次いで「社内人材育成のため、外部の教育プログラムを活用」(36.4%)、「外部パートナーの活用(業務委託)」(36.1%)となった。

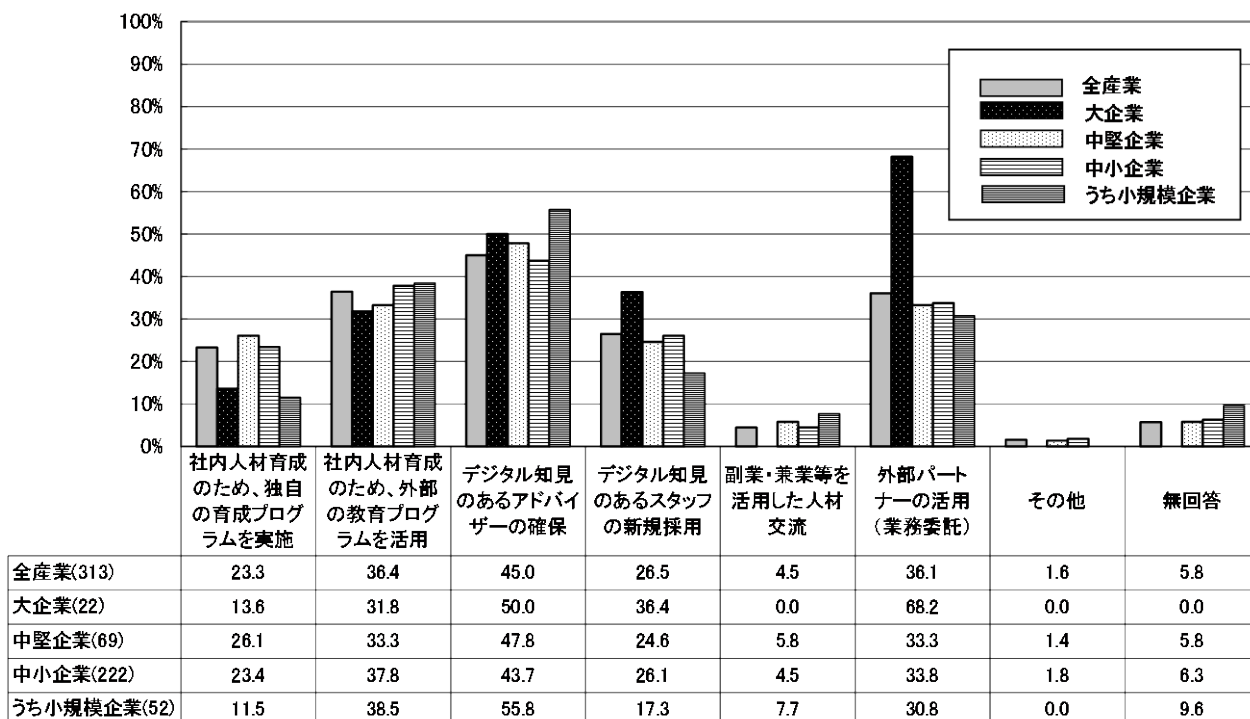
業種別にみると、「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」が製造業(43.7%)、非製造業(45.9%)とも最も多く、次いで製造業では「社内人材育成のため、外部の教育プログラムを活用」(39.5%)、非製造業では「外部パートナーの活用(業務委託)」(40.7%)となった。

規模別にみると、大企業では「外部パートナーの活用(業務委託)」(68.2%)が最も多く、中堅企業(47.8%)、中小企業(43.7%)、うち小規模企業(55.8%)では「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」が最も多かった。

図表6-1 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として、望ましいと考えるものについて(複数回答)【全産業・業種別】



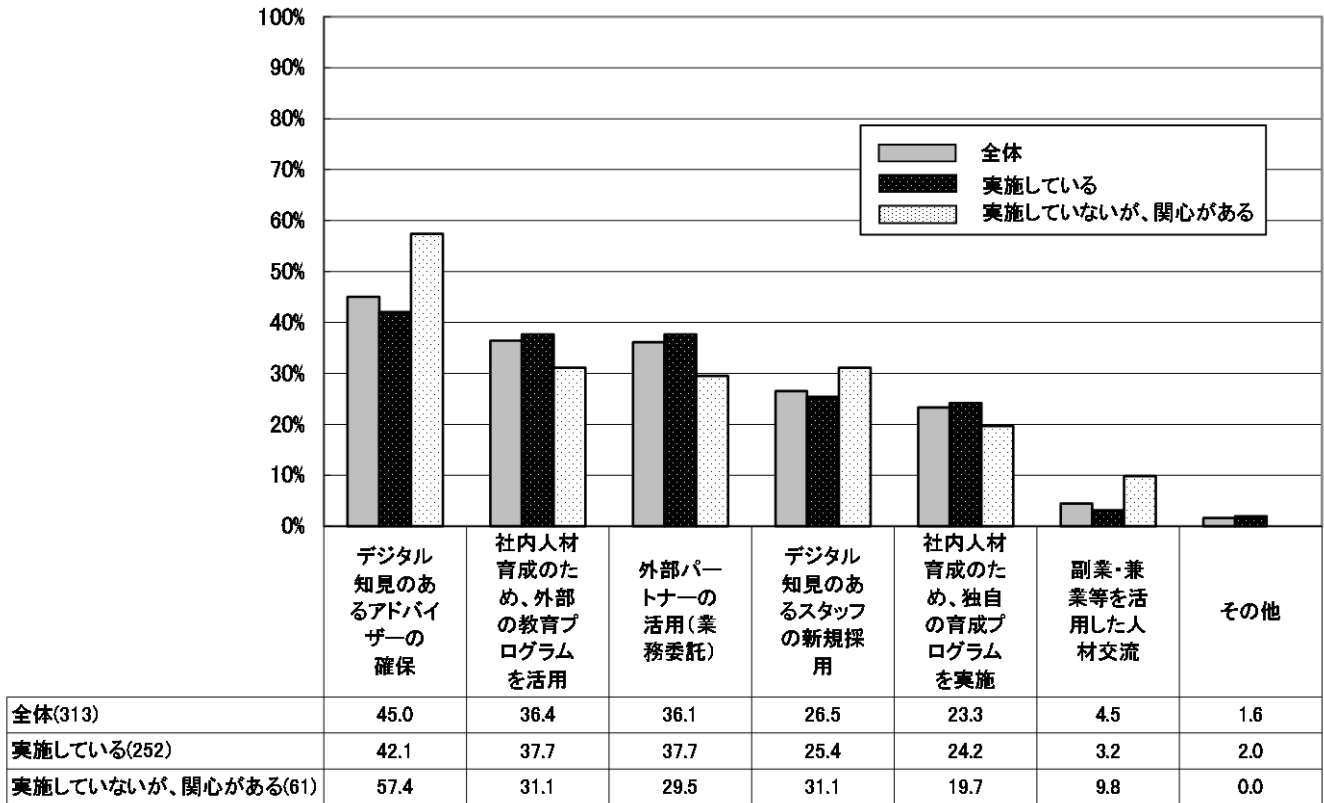
図表6-2 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として、望ましいと考えるものについて(複数回答)【全産業・規模別】



6-2 実施状況別_デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて

デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として望ましいと考えるものについて、「デジタル知見のあるアドバイザーの確保」が既に実施している企業(42.1%)、実施していないが、関心がある企業(57.4%)がともに最も多く、次いで既に実施している企業では「社内人材育成のため、外部の教育プログラムを活用」、「外部パートナーの活用(業務委託)」(37.7%)が同率で続き、実施していないが、関心がある企業では「外部パートナーの活用(業務委託)」(31.1%)となった。

図表6-3 実施状況別_デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として、望ましいと考えるものについて(複数回答)【全産業】



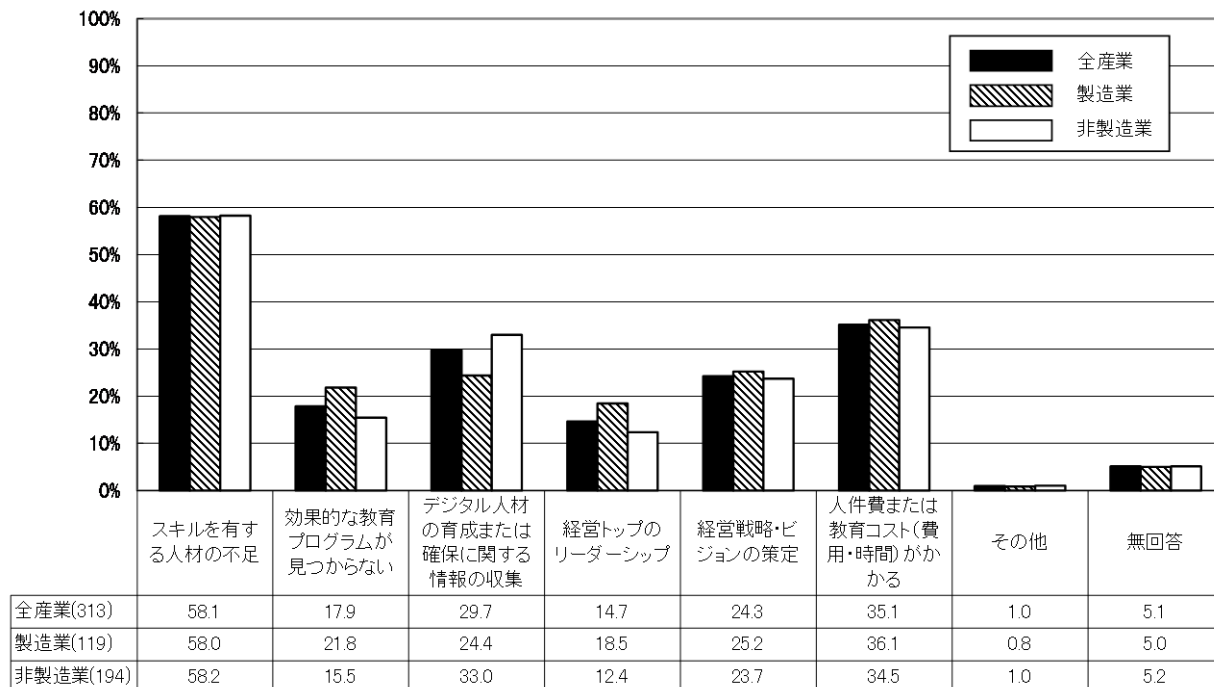
7-1 デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について

デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について、全産業では「スキルを有する人材の不足」(58.1%)が最も多く、次いで「人件費または教育コスト(費用・時間)がかかる」(35.1%)、「デジタル人材の育成または確保に関する情報の収集」(29.7%)となった。

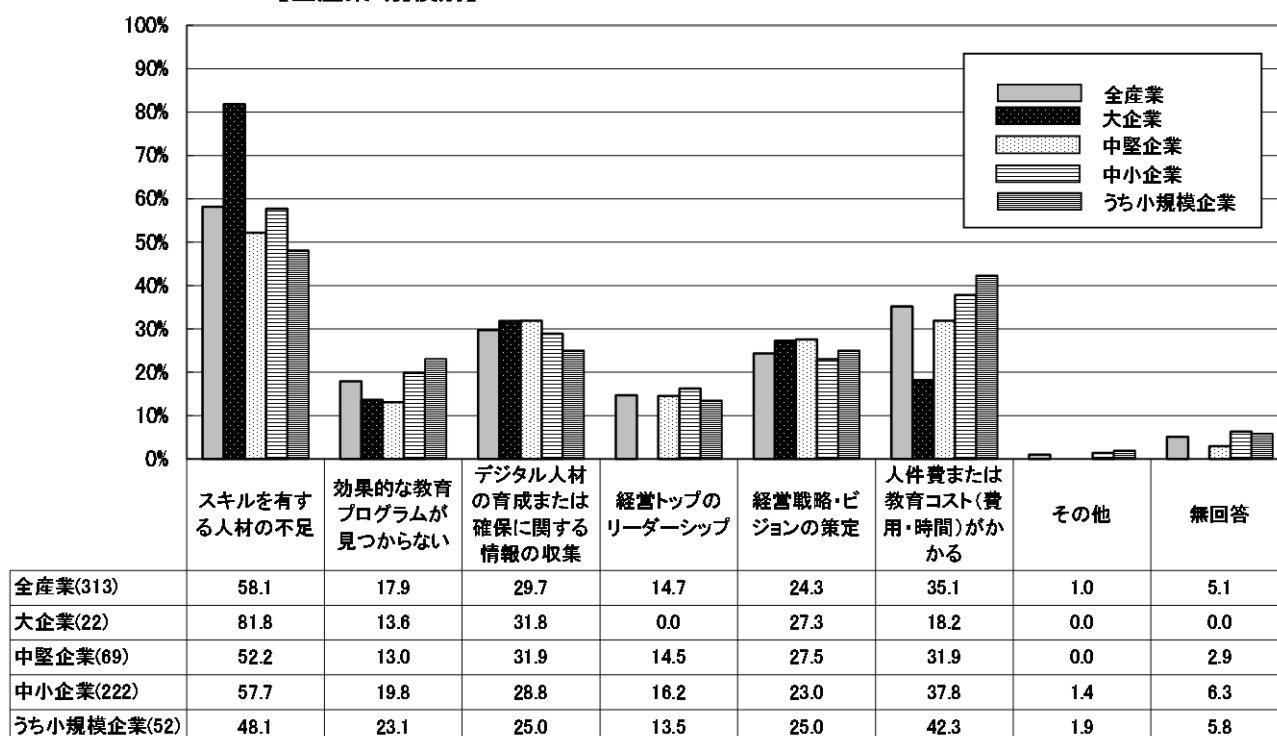
業種別にみても、「スキルを有する人材の不足」が製造業(58.0%)、非製造業(58.2%)で最も多く、次いで製造業(36.1%)、非製造業(34.5%)のいずれも「人件費または教育コスト(費用・時間)がかかる」となった。

規模別にみても大企業(81.8%)、中堅企業(52.2%)、中小企業(57.7%)、うち小規模企業(48.1%)のいずれにおいても「スキルを有する人材の不足」が最も多く、特に大企業では8割以上の企業で回答を得た。

図表7-1 デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について (複数回答) 【全産業・業種別】



図表7-2 デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について (複数回答) 【全産業・規模別】

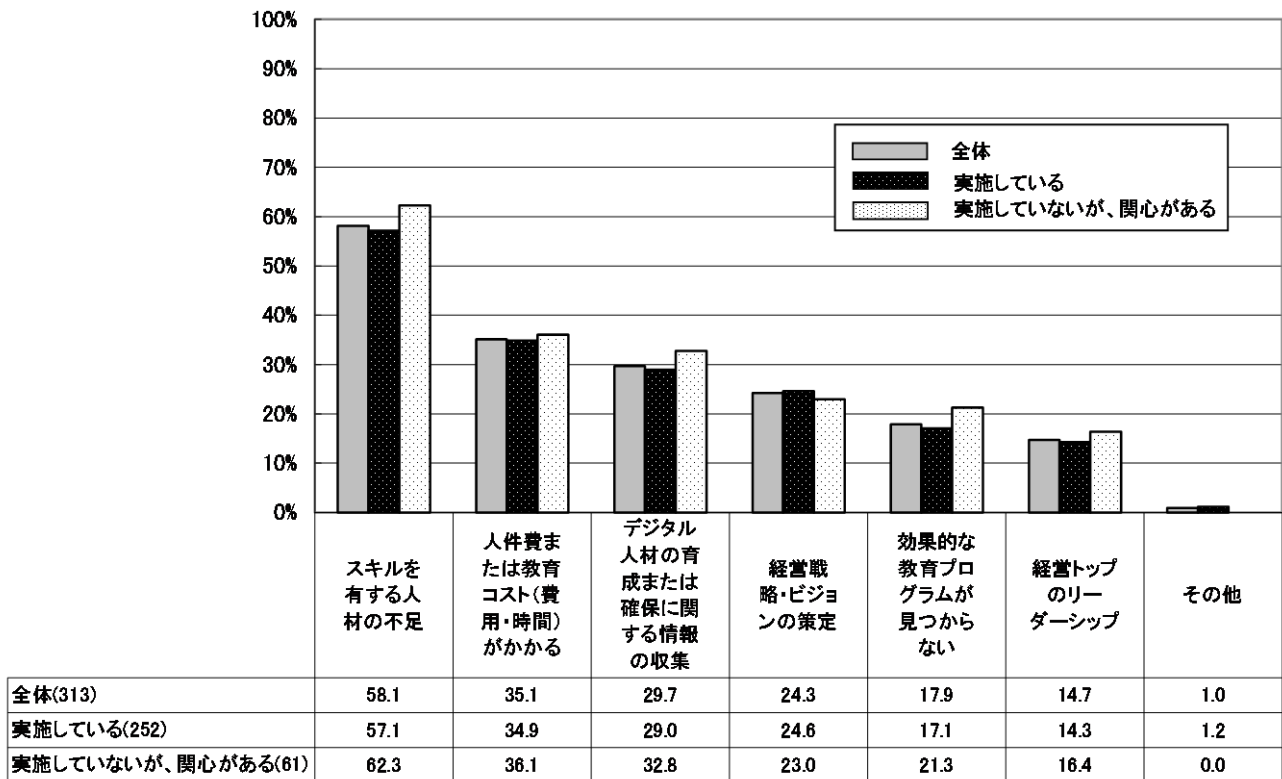


7-2 実施状況別_デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について

デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について、既に実施している企業では「スキルを有する人材の不足」(57.1%)が最も多く、次いで、「人件費または教育コスト(費用・時間)がかかる」(34.9%)、「デジタル人材の育成または確保に関する情報の収集」(29.0%)となった。

実施していないが、関心がある企業では、「スキルを有する人材の不足」(62.3%)が最も多く、次いで、「人件費または教育コスト(費用・時間)がかかる」(36.1%)、「デジタル人材の育成または確保に関する情報の収集」(32.8%)となった。

図表7-3 実施状況別_デジタル化の推進に向けて、望ましい人材の確保・育成における課題について(複数回答)【全産業】



8 デジタルトランスフォーメーション (DX) の認知度について

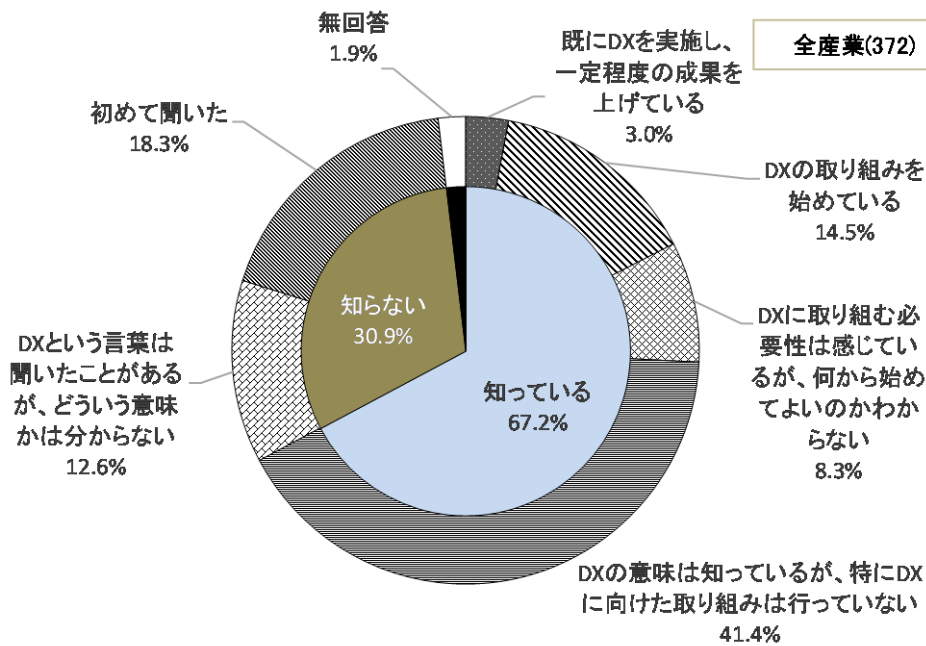
デジタルトランスフォーメーション (DX) の認知度について、全産業では「知っている」(67.2%)が約7割に対し、「知らない」(30.9%)が約3割となった。

業種別にみると、製造業(68.3%)、非製造業(66.5%)が「知っている」と回答、一方、製造業(29.7%)、非製造業(31.7%)が「知らない」となった。

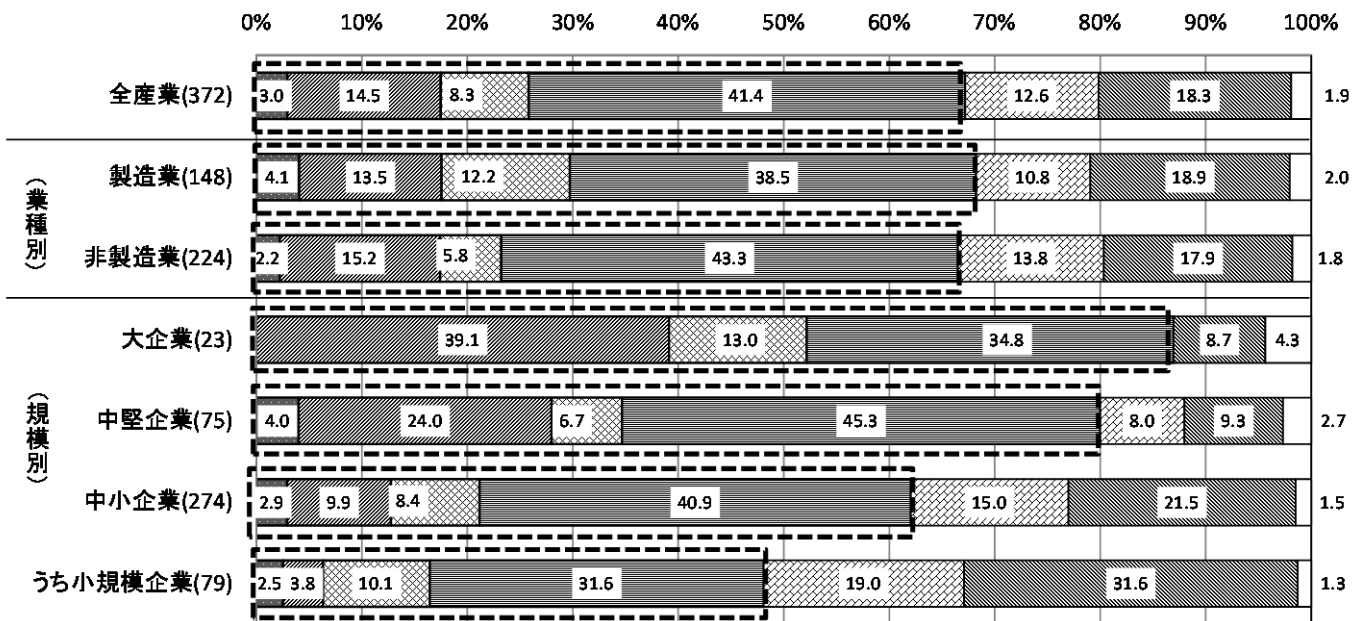
規模別にみると、大企業(86.9%)、中堅企業(80.0%)、中小企業(62.1%)、うち小規模企業(48.1%)が「知っている」と回答しており、規模が大きいほど認知度が高い結果となった。

※デジタルトランスフォーメーション (DX) とは 企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

図表8-1 デジタルトランスフォーメーション(DX)の認知度について (単一回答) 【全産業】



図表8-2 デジタルトランスフォーメーション(DX)の認知度について (単一回答) 【全産業・業種・規模別】



■既にDXを実施し、一定程度の成果を上げている
 ■DXに取り組む必要性は感じているが、何から始めてよいのかわからない
 ■DXという言葉は聞いたことがあるが、どういう意味かは分からない
 □無回答
 ■既にDXを実施し、一定程度の成果を上げている
 ■DXの取り組みを始めている
 ■DXの意味は知っているが、特にDXに向けた取り組みは行っていない
 ■初めて聞いた

は「知っている」の回答範囲

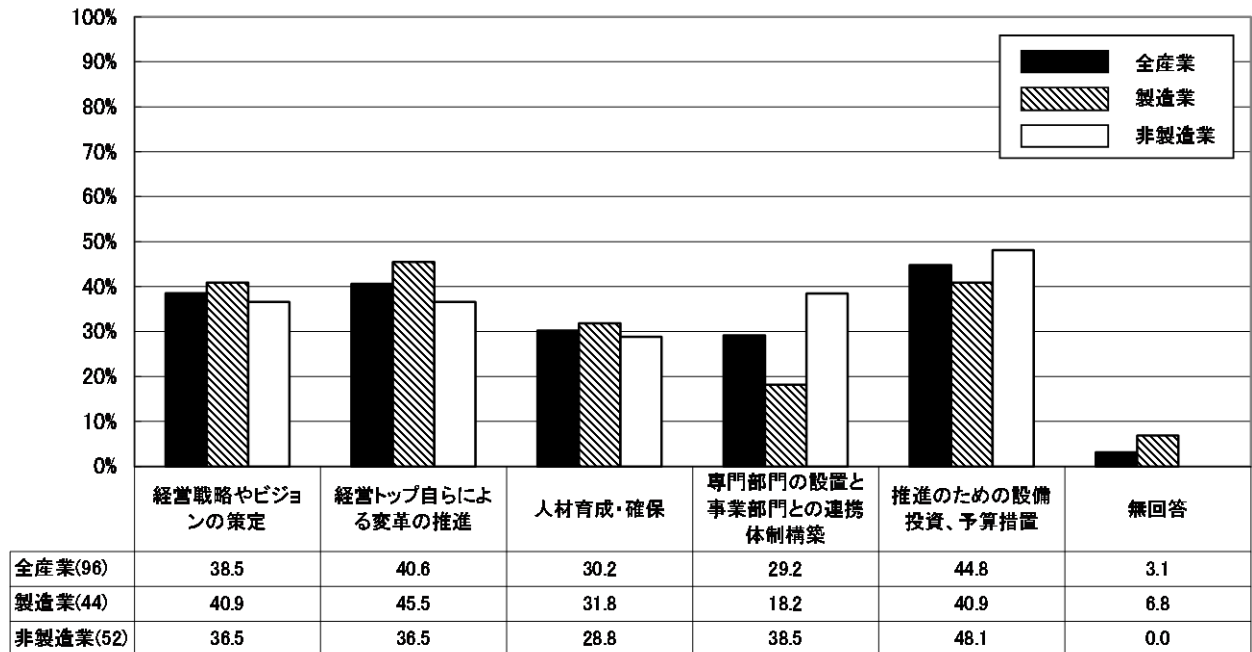
9-1 DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について

DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について、全産業では「推進のための設備投資、予算措置」(44.8%)が最も多く、次いで「経営トップ自らによる変革の推進」(40.6%)、「経営戦略やビジョンの策定」(38.5%)となった。

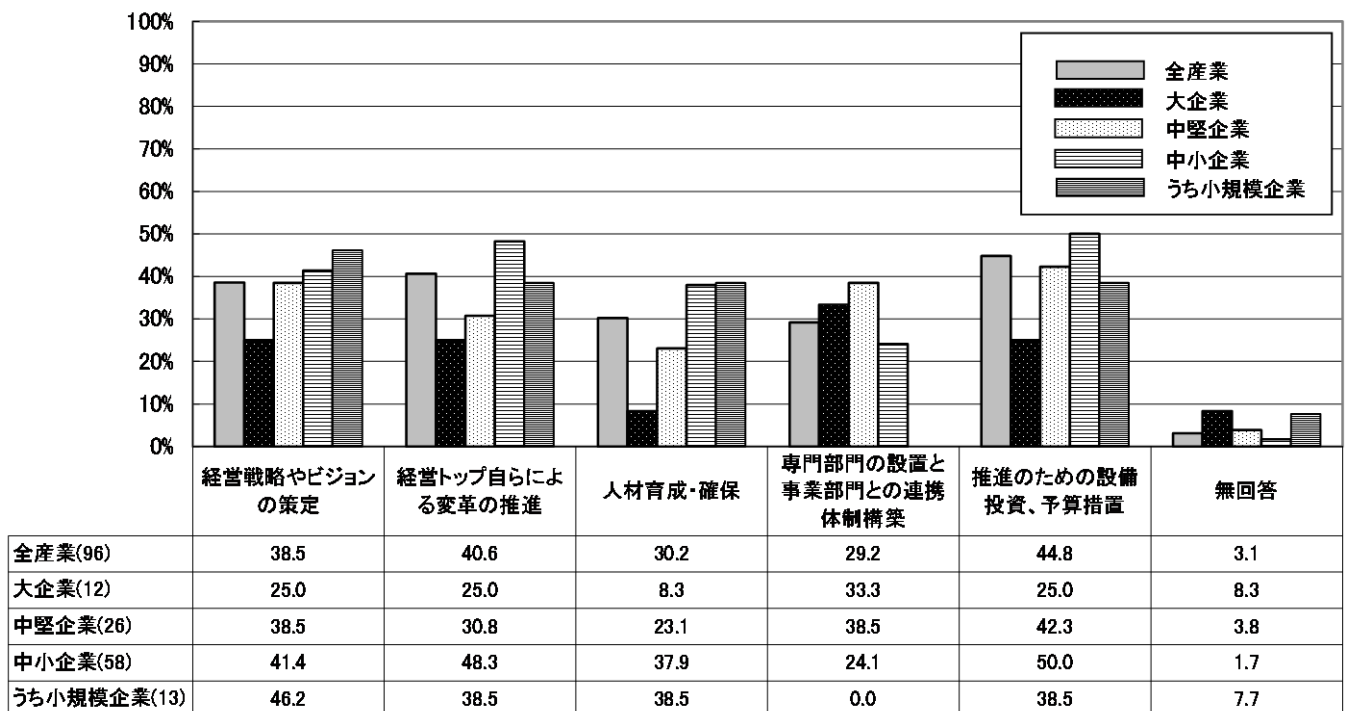
業種別にみると、製造業では「経営トップ自らによる変革の推進」(45.5%)、非製造業では「推進のための設備投資、予算措置」(48.1%)が最も多かった。

規模別にみると、大企業では「専門部門の設置と事業部門との連携体制構築」(33.3%)が最も多かった。中堅企業(42.3%)、中小企業(50.0%)では「推進のための設備投資、予算措置」が最も多く、うち小規模企業では「経営戦略やビジョンの策定」(46.2%)が最も多かった。

図表9-1 DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について（複数回答）【全産業・業種別】



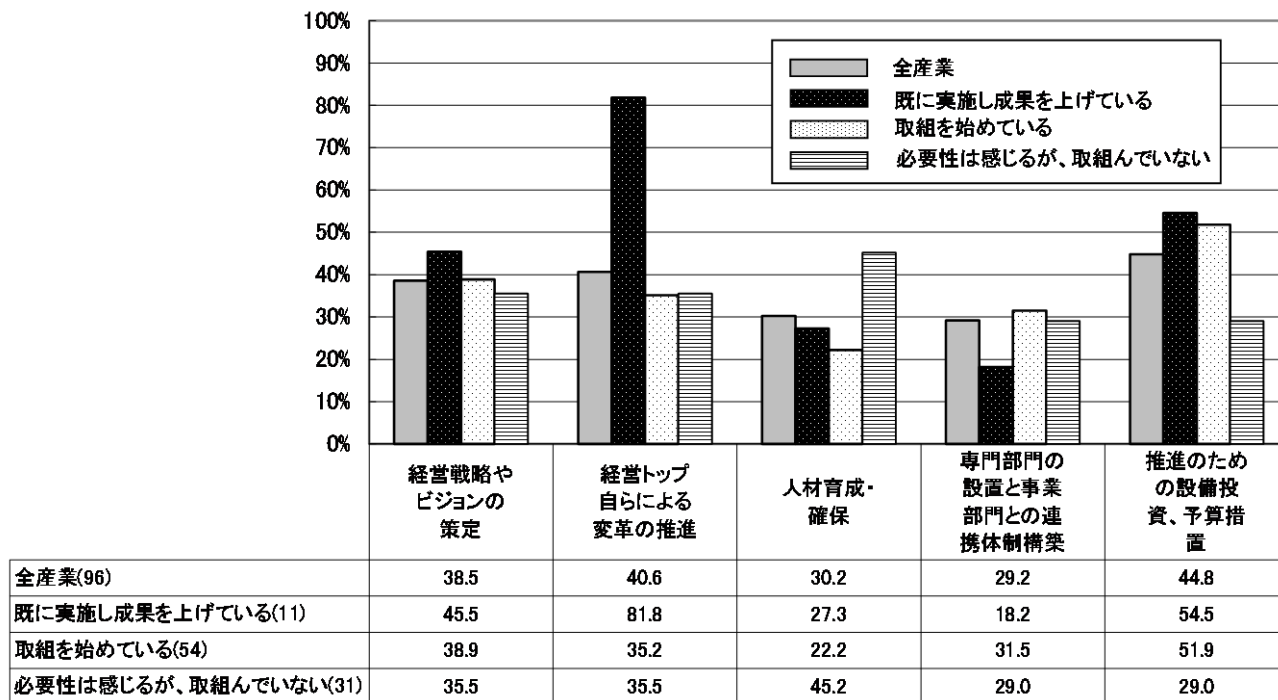
図表9-2 DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について（複数回答）【全産業・規模別】



9-2 DX取組状況別 DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について

DXに向けて実施した具体的な取組、または実施したい取組について、既に実施し成果を上げている企業では「経営トップ自らによる変革の推進」(81.8%)が最も多く、次いで「推進のための設備投資、予算措置」(54.5%)となった。取組を始めている企業では「推進のための設備投資、予算措置」(51.9%)が最も多く、次いで「経営戦略やビジョンの策定」(38.9%)となった。必要性は感じているが、取組んでいない企業では「人材育成・確保」(45.2%)、次いで「経営戦略やビジョンの策定」、「経営トップ自らによる変革の推進」(35.5%)が同率となった。

図表9-3 DX取組状況別 DXに対する具体的な取り組みについて (複数回答)【全産業】



※図表9-3項目名は以下に省略しています

「既にDXを実施し、一定程度の成果を上げている」→「既に実施し成果を上げている」

「DXの取り組みを始めている」→「取組を始めている」

「DXに取り組む必要性は感じているが、何から始めてよいかわからない」→「必要性は感じているが、取組んでいない」

第117回 横浜市景況・経営動向調査(特別調査) 設問内容

～市内企業のデジタル化実施状況調査～

Q1 デジタル化の実施状況について、選択してください。

1. 実施している 2. 実施していないが、関心はある ⇒Q4へ 3. 関心がない ⇒Q8へ

Q2 実施しているデジタル化について、選択してください。○複数回答可○

1. 社内における文書等のデジタル化(勤怠管理、会計ソフトの導入など) 2. テレワークやオンライン会議の実施
3. 電子決裁システム、オンライン予約システム等の導入(QRコード決済など)
4. 個別の業務・製造プロセスのデジタル化 5. その他

Q3 デジタル化を実施したきっかけについて、選択してください。○複数回答可○

1. 新型コロナウイルス感染症の拡大 2. 業務の効率化 3. サービス・品質の向上
4. 既存事業の拡大 5. 新分野への進出 6. その他

Q4 デジタル化の実施・推進にあたり、特に重要だと考えることを選択してください。○複数回答可○

1. 経営トップのリーダーシップ 2. 人材育成・人材確保 3. デジタル化のビジョン、戦略
4. 社内組織の改革 5. 設備投資、予算措置 6. その他

Q5 デジタル化の実施・推進に向けて、特に課題だと考えることを選択してください。○複数回答可○

1. どう実施すればよいか分からない 2. 対応できる人材が少ない 3. 相談できる企業が少ない
4. コストを負担することが難しい 5. 活用できることが少ない 6. 自社に導入するメリットがわからない
7. 社内における賛同が得られにくい 8. その他

Q6 デジタル化の推進に向けて、必要な人材の確保・育成の方法として、望ましいと考えるものを選択してください。○複数回答可○

1. 社内人材育成のため、独自の育成プログラムを実施 2. 社内人材育成のため、外部の教育プログラムを活用
3. デジタル知見のあるアドバイザーの確保 4. デジタル知見のあるスタッフの新規採用
5. 副業・兼業等を活用した人材交流 6. 外部パートナーの活用(業務委託) 7. その他

Q7 デジタル化の推進に向けて望ましい人材の確保・育成における課題について、選択してください。○複数回答可○

1. スキルを有する人材の不足 2. 効果的な教育プログラムが見つからない
3. デジタル人材の育成または確保に関する情報の収集 4. 経営トップのリーダーシップ
5. 経営戦略・ビジョンの策定 6. 人件費または教育コスト(費用・時間)がかかる 7. その他

Q8 デジタルトランスフォーメーション(DX)についてどの程度知っていますか。選択してください。

1. 既にDXを実施し、一定程度の成果を上げている 2. DXの取り組みを始めている
3. DXに取り組む必要性は感じているが、何から始めてよいのかわからない
4. DXの意味は知っているが、特にDXに向けた取り組みは行っていない →アンケートは終了です。
5. DXという言葉は聞いたことがあるが、どういう意味かはわからない →アンケートは終了です。
6. 初めて聞いた →アンケートは終了です。

※デジタルトランスフォーメーション(DX)とは 企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

(DX事例)米国のホームセンター:オンライン販売と従来の店舗販売を統合したモバイルアプリを開発。顧客が来店前に商品をオンラインで検索・購入し、来店後すぐに商品を引き取れるようにした。この結果、収益が7%アップした他、顧客がアプリにより店舗内の商品を簡単に探すことができようになり、店舗内の案内スタッフの業務削減につながった。

Q9 DXに向けて具体的にどのような取組を実施しましたか、または実施したいと考えていますか。○複数回答可○

1. 経営戦略やビジョンの策定 2. 経営トップ自らによる変革の推進 3. 人材育成・確保
4. 専門部門の設置と事業部門との連携体制構築 5. 推進のための設備投資、予算措置

第 117 回横浜市景況・経営動向調査（特別調査）

発 行：横浜市経済局政策調整部企画調整課
〒231-0005 横浜市中区本町 6 丁目 50 番地の 10
電話：045-671-2566 FAX：045-661-0692

調査機関：株式会社帝国データバンク 横浜支店
〒231-0007 横浜市中区弁天通 4 丁目 51 番地
電話：045-641-0232 FAX：045-641-2555