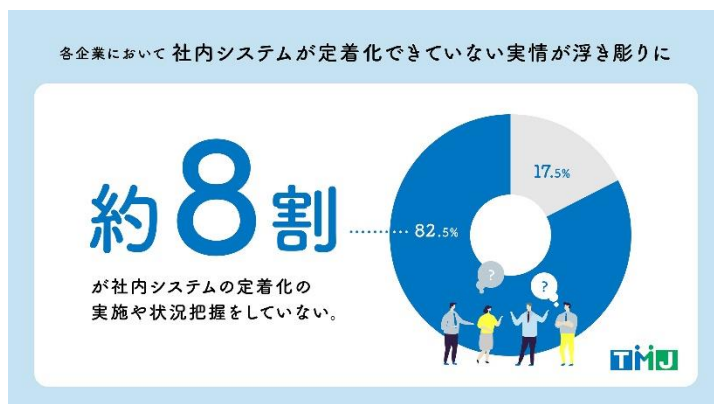


「職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査」を公開
約8割が社内システムの定着化の実施、状況を把握をしていないと回答
各企業において社内システムが定着化できていない実情が浮き彫りに
 ～個人利用でも、デジタルサービスの定着と普及に向けて、サポートやガイダンスを求める声が多いと判明～

コールセンター・バックオフィス（事務処理センター）の構築・運営を行うセコムグループの株式会社TMJ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：丸山 英毅、以下TMJ）は、ビジネスパーソン800名を対象に、「職場・プライベートでのデジタルサービス活用に関する調査」を実施いたしました。

社内システム、ソフトウェアの利用状況と定着化の実態を調べたところ、約8割（82.5%）が社内システムの定着化を図るための施策の実施をしていない、状況を把握をしていないと回答しました。また、個人の利用でも、デジタルサービスの定着と普及に向けて、サポートやガイダンスを求める声が多いことも分かりました。本調査の結果から、各企業において社内システムが定着化できていない実情が浮き彫りとなり、デジタルアダプション※1の現状と浸透するために求められていることを発表します。

※1デジタルアダプション：システムやソフトウェアなどのデジタル活用・定着化を目指す用語



■ 調査結果サマリー

TOPICS 1：社内システム、ソフトウェアの利用状況と定着化の実態

役職が高い人ほど、システム・ソフトウェアを活用できている人が増える傾向に。
 約4割強（43.9%）の人が「社内システム・ソフトウェアを利用している」と回答。

約7割（69.1%）の人が「利用している社内システム・ソフトウェアに不満がある」と回答。
 一方、「業務効率や業務環境改善に役立ててみたい人」が約7割強（74.6%）。

約8割（82.5%）の人が「社内システムの定着化を実施していない、状況を把握していない」と回答。
 また、「デジタルアダプション※1関連のサービス活用をしている人」は14.3%と低い。

TOPICS 2：個人で利用しているデジタルサービスの利用状況と定着化の実態

個人利用で最も多いデジタルサービスは、「インターネットショッピング」が67.9%でトップ。
 インターネットバンキングは年配層に、音楽・動画配信は若年層での利用が多い傾向に。

約6割強（61.4%）の人が「今後のデジタルサービスの利用機会が増える」と回答。
 約6割強（62.8%）の人が「デジタルサービスが中心になってくる分野などが増える」と回答。

約4割強（41.9%）の人は、個人の利用でも、デジタルサービスの定着と普及に向けて
 「サービスを安心安全に利用できるようにサポートやガイダンスの要望がある」という結果に。

調査概要

※本リリース内容の転載にあたりましては、

出典として「TMJ調べ」という表記をお使い頂けますようお願い申し上げます。

- 調査対象 全国の20～50代の男女 | 800名
 - 調査期間 2023年3月27日(月)～3月29日(水)
 - 調査方法 インターネット調査
- ※図表の構成比(%)は小数点第2位以下を四捨五入しています。

TOPIC 1 社内システム、ソフトウェアの利用状況と定着化の実態

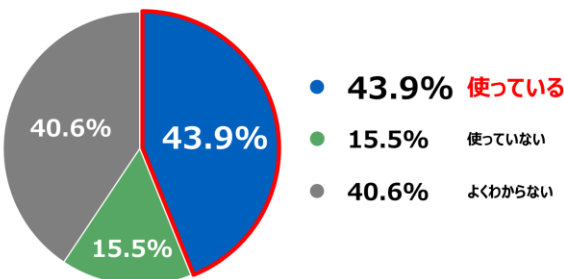
役職が高い人ほど、システム・ソフトウェアを活用できている人が増える傾向に。

約4割強(43.9%)の人が「社内システム・ソフトウェアを利用している」と回答。

お勤め先でどのような分野でシステム・ソフトウェアを利用していますかと聞いたところ、**利用している(43.9%)が最も多く、よくわからない(40.6%)、使っていない(15.5%)**と回答しました【図1】。また、よくわからないと回答している人を役職別の割合で見ると、一般職員(77.5%)が多く、次に、課長代理・係長・主任クラス(15.0%)、課長クラス(3.7%)となりました。**役職が高い人ほどわからないという回答が低くなっており、一般職員は社内のシステムやソフトウェアについて理解できていないことがあると推察されます**【図2】。

【図1】

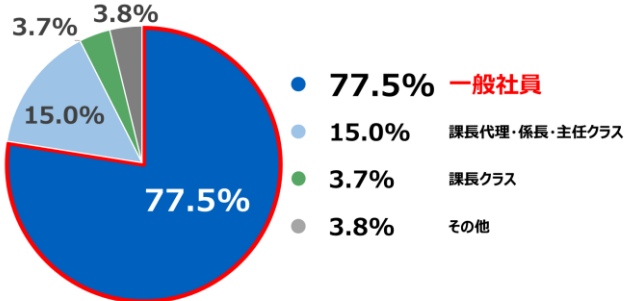
Q.お勤め先では、どのような分野でシステム・ソフトウェアを利用していますか。(複数回答)



株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=800)

【図2】

Q.お勤め先では、どのような分野でシステム・ソフトウェアを利用していますか。
※「よくわからない」と回答した人の役職別の割合

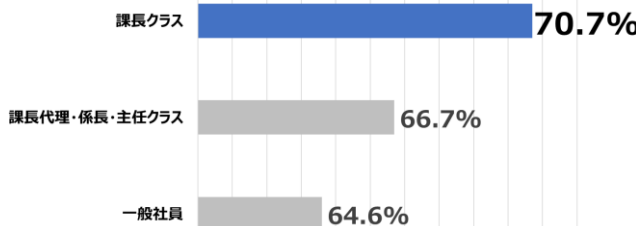


株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=325)

さらに、お勤め先で利用しているシステム・ソフトウェアの活用状況を役職別で見ると、一般職員(64.6%)、課長代理・係長・主任クラス(66.7%)、課長クラス(70.7%)となり、**役職が上がるほどシステム・ソフトウェアを活用できている(活用できている+どちらかといえば活用できている)割合が多く、システム・ソフトウェアを活用できている人が増える傾向にあることも分かりました**【図3】。

【図3】

Q.お勤め先で利用しているシステム・ソフトウェアの活用状況をお知らせください。
※「活用できている」「どちらかといえば活用できている」と回答した人の役職別の割合



株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=351)

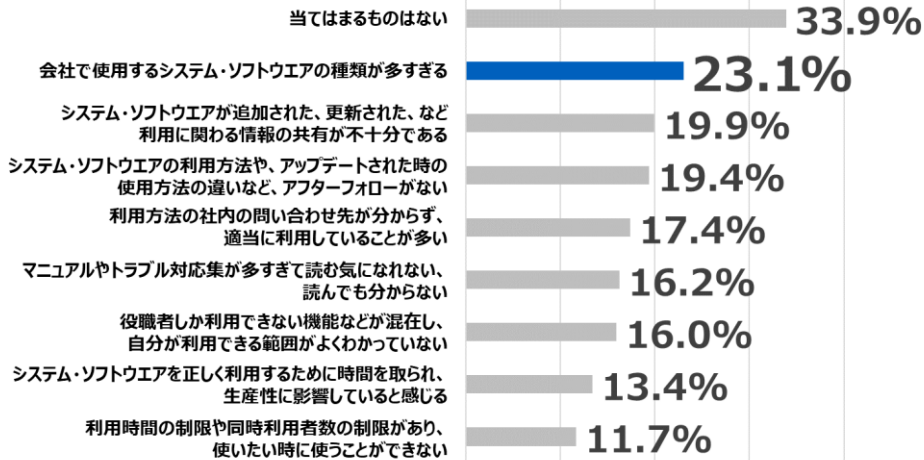
約7割（69.1%）の人が「利用している社内システム・ソフトウェアに不満がある」と回答。

一方、「業務効率や業務環境改善に役立ててみたい人」が約7割強（74.6%）。

お勤め先でシステム・ソフトウェアを利用している人と回答した人を対象に、会社で利用しているシステム・ソフトウェアについて当てはまる気持ちを聞いたところ、約7割（69.1%）が何かしら不満を持っていることがわかりました。そして、不満に関する選択肢の中から「会社で使用するシステム・ソフトウェアの種類が多すぎる」（23.1%）が最も多い回答となりました【図4】。

【図4】

Q.会社で利用しているシステム・ソフトウェアについて、
あなたのお気持ちに当てはまるもの、または近いものをお知らせください。
(複数回答)

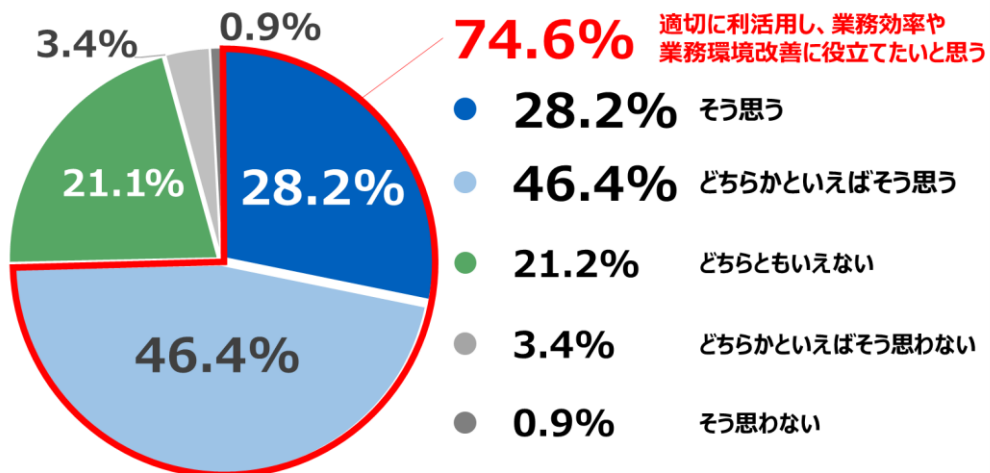


株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=351)

また、会社で利用しているシステム・ソフトウェアを使用する目的について聞いたところ、業務効率や業務環境改善に役立てたい人（そう思う+どちらかといえばそう思う）は74.6%となりました【図5】。

【図5】

Q.会社で利用しているシステム・ソフトウェアについて、
「適切に利活用し、業務効率や業務環境改善に役立てたい」か、
あなたのお気持ちに当てはまるもの、または近いものをお知らせください。



株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=351)

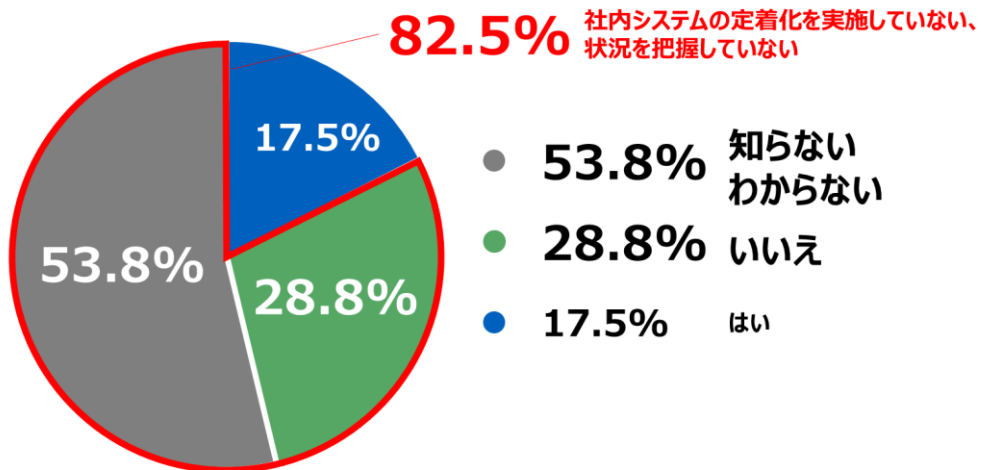
約8割(82.5%)の人が「社内システムの定着化を実施していない、状況を把握していない」。

また、「デジタルアダプション関連のサービス活用をしている人」は、14.3%と低い。

会社で社員が利用するシステム・ソフトウェアについて、利用促進・定着化を図るための施策を実施しているか聞いたところ、はい(17.5%)、いいえ(28.8%)、知らない・わからない(53.8%)と回答しました。82.5%(いいえ+知らない・わからない)の人は、社内システム・ソフトウェアの利用促進・定着化に向けた取り組みが進んでおらず、システム導入にとどまっていることが推測されます。この結果から、各企業において社内システムが定着化できていない実情が浮き彫りとなりました【図6】。

【図6】

Q.会社では、社員が利用するシステム・ソフトウェアについて、利用促進・定着化を図るための施策を実施していますか？

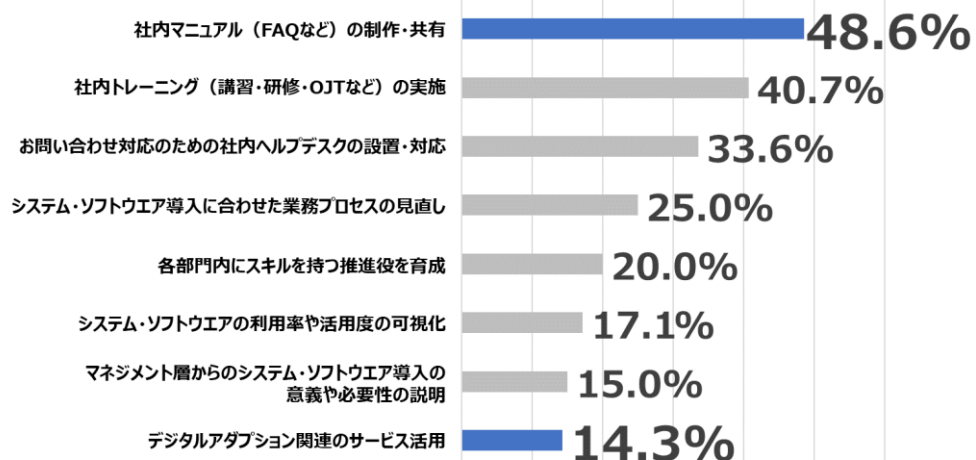


株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=800)

会社で社員が利用するシステム・ソフトウェアについて、利用促進・定着化を図るための施策を実施しているに「はい」と回答した方を対象に、どのような施策を実施していますか聞いたところ、社内マニュアル(FAQなど)の制作・共有(48.6%)が最も多く、デジタルアダプション^{※1}関連のサービス活用(14.3%)が最も少ない回答となりました【図7】。システム・ソフトウェアの利用促進・定着化を図るための施策は、利用方法に関する取り組みが上位にあがっており、外部サービスを使うまでに至っていないことが分かりました。

【図7】

Q.会社では、社員が利用するシステム・ソフトウェアについて、利用促進・定着化を図るためにどのような施策を実施していますか？

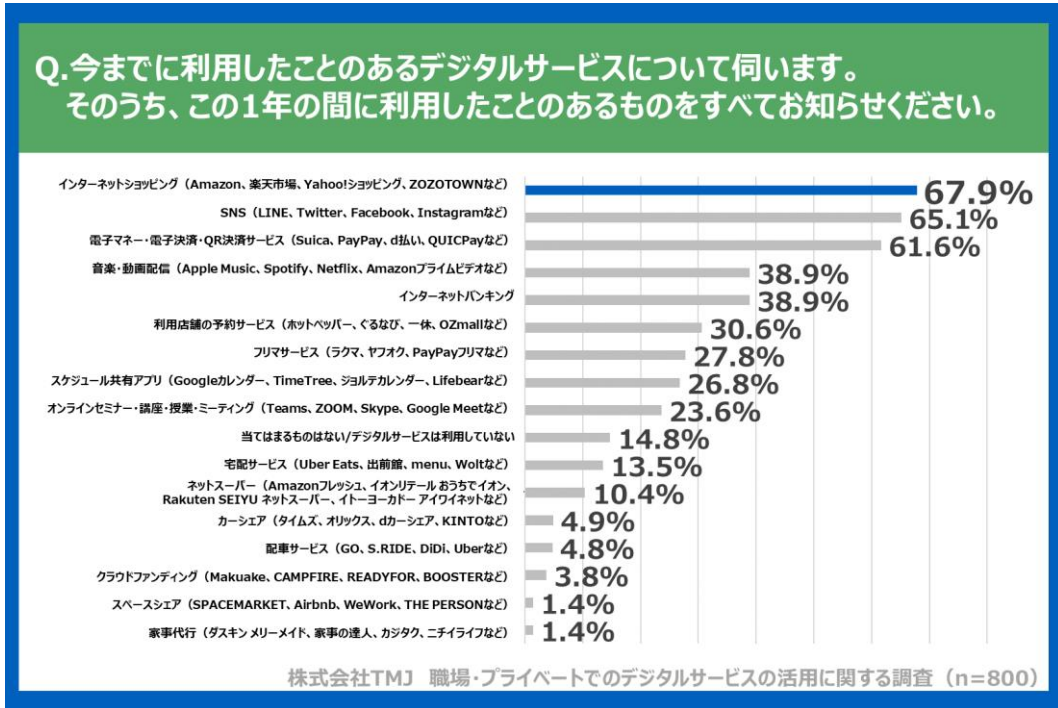


株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=140)

個人利用で最も多いデジタルサービスは、「インターネットショッピング」が67.9%でトップ。
インターネットバンキングは年配層に、音楽・動画配信は若年層での利用が多い傾向に。

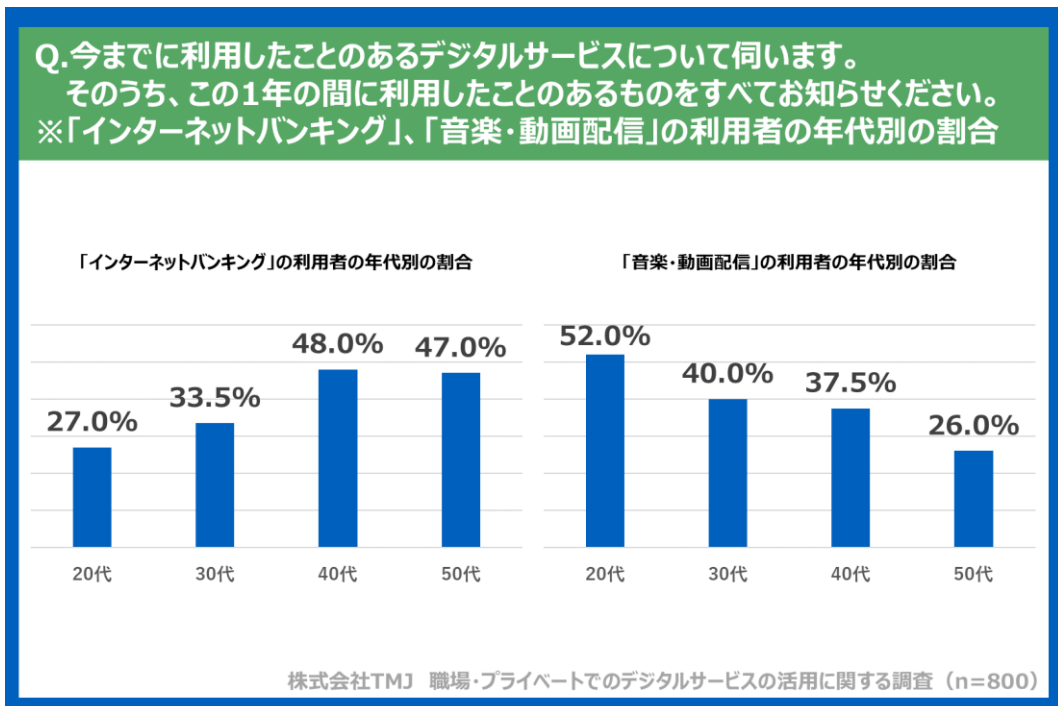
プライベートで利用しているデジタルサービスの利用状況と定着化の実態についても調査を実施。直近1年間で利用したことのあるデジタルサービスについて聞いたところ、**1位：インターネットショッピング（67.9%）、2位：SNS（65.1%）、3位電子マネー・電子決済・QR決済サービス（61.6%）**と回答しました【図8】。

【図8】



また年代別で見ると、**インターネットバンキング**は、20代（27.0%）、30代（33.5%）、40代（48.0%）、50代（47.0%）と**年配層での利用が多く**、一方、**音楽・動画配信**は、20代（52.0%）、30代（40.50%）、40代（37.5%）、50代（26.0%）と**若年層での利用が多い**結果となりました【図9】。

【図9】



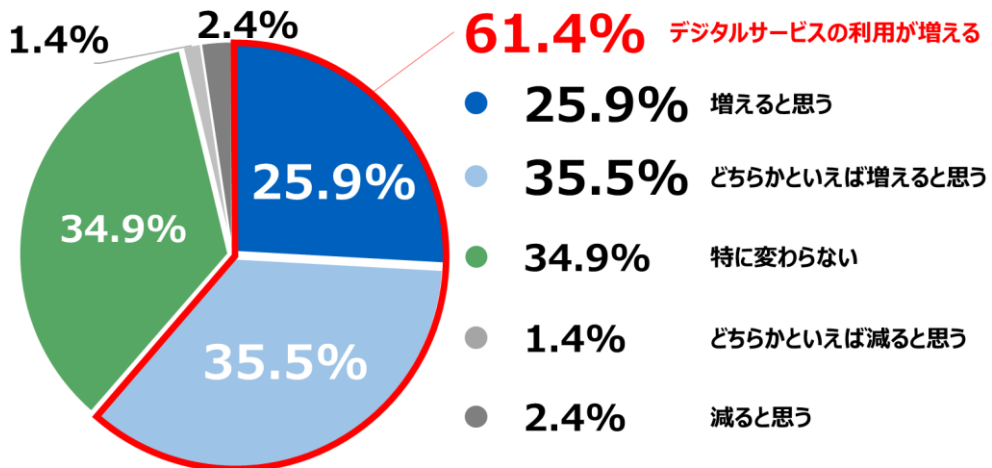
■ 約6割強（61.4%）の人が「今後のデジタルサービスの利用機会が増える」と回答。

約6割強（62.8%）の人が「デジタルサービスが中心になってくる分野などが増える」と回答。

さまざまなデジタルサービスを総合的にみた場合、今後あなたご自身のデジタルサービスの利用は増えると思うか聞いたところ、**61.4%で増える（増えると思う+どちらかといえば増えると思う）が最も多く**、特に変わらないが34.9%、減る（どちらかといえば減ると思う+減ると思う）が3.8%となりました【図10】。

【図10】

Q.さまざまなデジタルサービスを総合的にみた場合、今後あなたご自身のデジタルサービスの利用（分野は不問）は増えると思いますか。

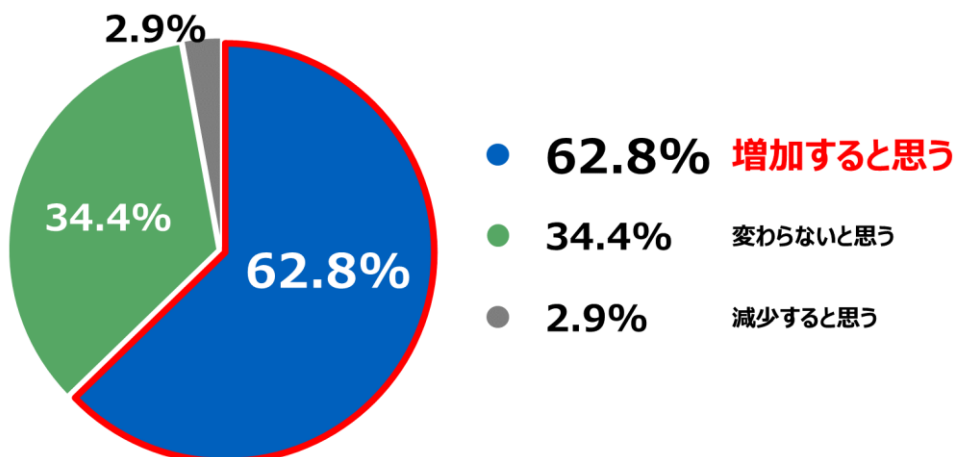


株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査（n=800）

また、今後、一般生活の中で、デジタルでのサービスが中心になってくる分野や場面、シーンなどは増加すると思うか聞いたところ、**増加する（62.8%）が最も多く**、変わらない（34.4%）、減少する（2.9%）という結果になりました【図11】。

【図11】

Q.今後、一般生活の中で、デジタルでのサービスが中心になってくる分野や場面、シーンなどは増加すると思いますか。



株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査（n=800）

■ 約4割強（41.9%）の人は、個人の利用でも、デジタルサービスの定着と普及に向けて

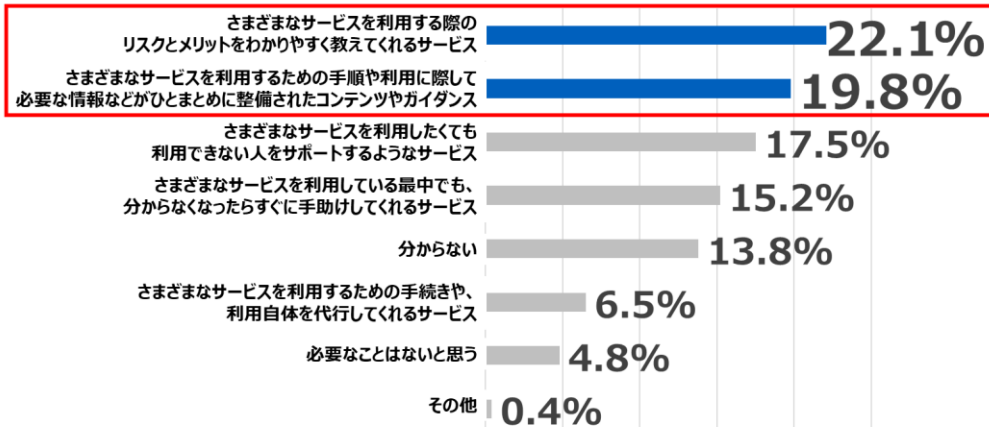
「サービスを安心安全に利用できるようにサポートやガイダンスの要望がある」という結果に。

今後、一般生活の中で、デジタルでのサービスが普及、定着するためには、どのようなことが必要だと感じるか聞いたところ、「さまざまなサービスを利用する際のリスクとメリットをわかりやすく教えてくれるサービス」（22.1%）が最も多い回答となりました。次いで、「さまざまなサービスを利用するための手順や利用に際して必要な情報などがひとまとめに整備されたコンテンツやガイダンス」（19.8%）、「さまざまなサービスを利用したくても利用できない人をサポートするようなサービス」（17.5%）という結果になりました。この結果から、個人の利用でも、デジタルサービスの定着と普及に向けて、約4割強（41.9%）の人が「サービスを安心安全に利用できるようにサポートやガイダンスの要望がある」ことが分かりました【図12】。

【図12】

Q. 今後、一般生活の中で、デジタルでのサービスが普及、定着するためには、どのようなことが必要だと感じますか。いくつでもお知らせください。
(複数回答)

サービスを安心安全に利用できるようにサポート・ガイダンスの要望がある **41.9%**



株式会社TMJ 職場・プライベートでのデジタルサービスの活用に関する調査 (n=800)

■ 総括

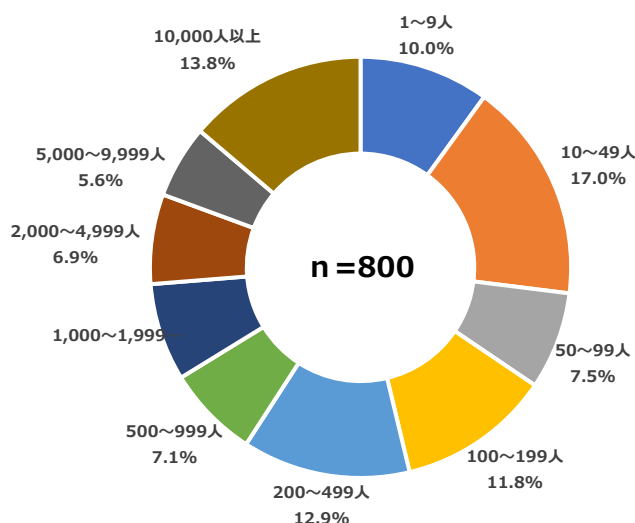
今回の調査結果より、職場業務でのシステムやソフトウェアの利用、日常でのデジタルを介するサービスの利用の中で、企業として、困りごとや問題解決を支援する取り組みは行うものの、実態として利用環境がない、利用が限られている、他の手段も求める声があることがわかりました。

課題としては、従業員・顧客が、自身の利用シーンに沿った解決を、よりわかりやすく、やり易く選択できることが示唆されています。

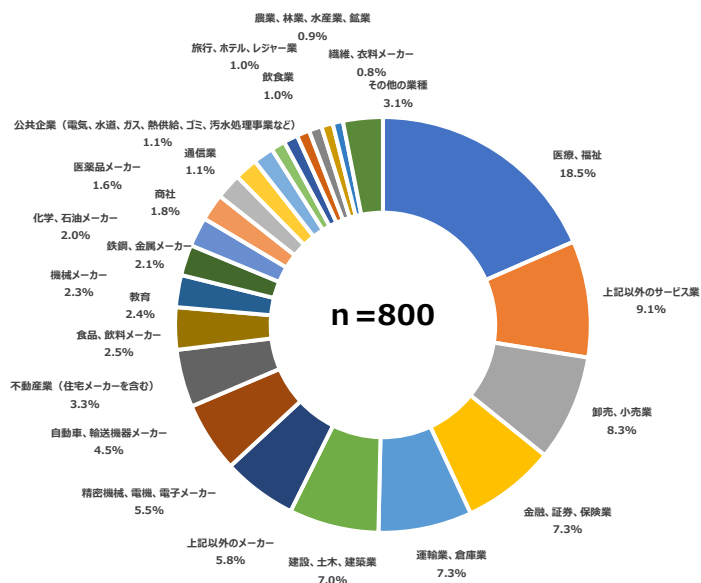
従業員・顧客からの問い合わせや苦情のアクセスを強化することは、着手しやすい改善策のひとつとなります。貴社の従業員、カスタマーの体験価値向上、また担当するサービス組織の改善施策の検討にご活用ください。

回答者の属性情報

<従業員規模>



<勤め先の業種>



株式会社TMJについて

<業務改善ノート> (<https://www.tmj.jp/column/>)

BPO業界における豊富な顧客対応実績から生まれたコミュニケーションのノウハウや効率化のポイントなど、仕事の改善に役立つさまざまな情報をお届けします。

<株式会社TMJ 会社概要> (<https://www.tmj.jp/>)

TMJは、株式会社福武書店（現・株式会社ベネッセコーポレーション）のインハウスコールセンターより独立分社化する形で1992年に設立。世界でも例のない継続型の会員制事業で培った生産管理、品質管理のノウハウを活かし、多種多様なクライアント企業のコールセンターの設計・運営から、調査・分析、人材派遣、人材育成などのサービスを提供しています。2017年には、セコム株式会社の100%子会社となり、より強固で安全性の高いグループネットワークを活かし、クライアントビジネスの成功をサポートします。