

2021年11月22日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

会社員 2,000 人に聞いた企業の DX 化の実態

DX の「認知」は 61%ある一方、「内容の理解」は 29%と低い結果に
理解不足・人材不足の課題から、外部の事業者への相談ニーズが多くみられる

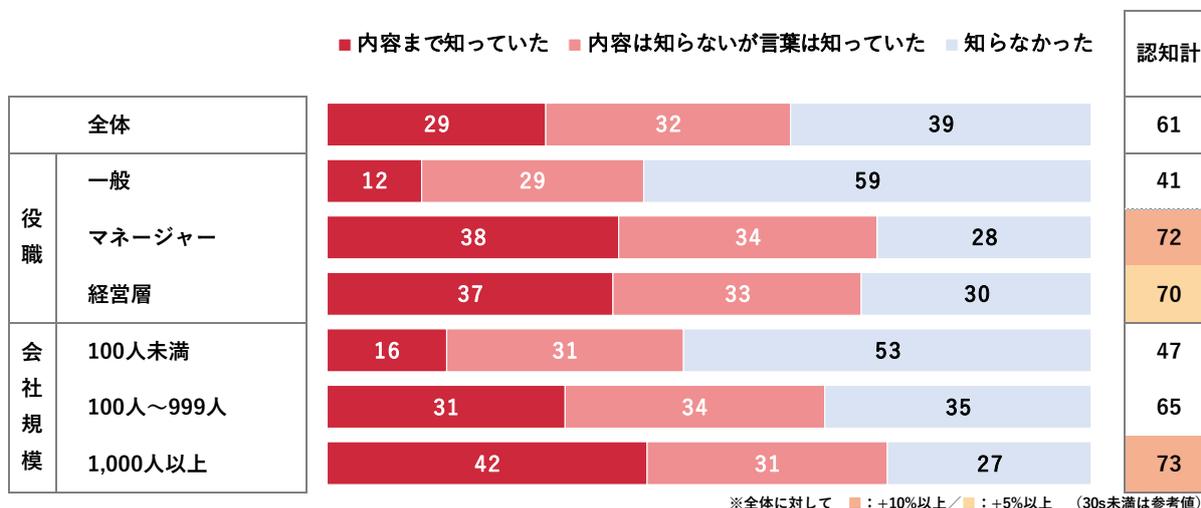
共通ポイントサービス「Ponta (ポインタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング (本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」) は、企業の DX (デジタルトランスフォーメーション/Digital Transformation) 化への取り組みの実態を聴取した「DXに関する調査」(実施期間：2021年9月17日～9月22日)の結果をご報告いたします。

【調査結果詳細】

DX の認知は高いものの、内容の理解はまだ低い結果に

DX の認知は 61%となった。そのうち、「内容まで知っていた」は 29%と内容の理解は低い。役職別に認知を比較すると、経営層が 70%、マネージャーが 72%と半数を上回るのに対して、一般は 41%と、役職によって大きな隔たりがみられた。

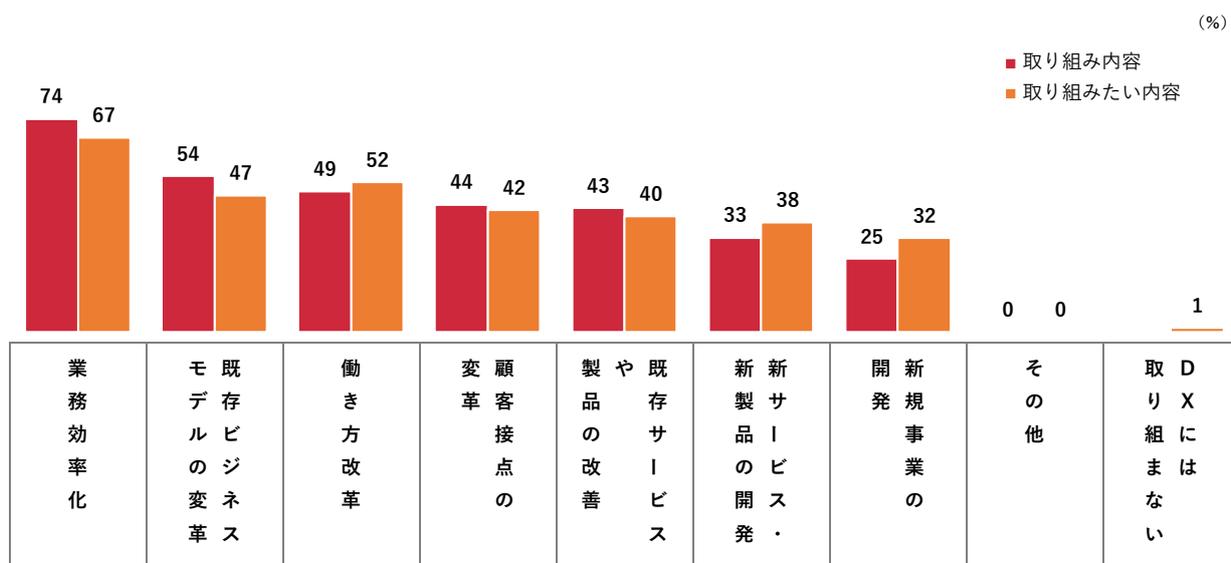
▼DX の認知/理解



取り組んでいる内容、取り組みたい内容ともに「業務効率化」がトップ

DX に取り組んでいる内容は「業務効率化」が74%でトップ、次いで「既存ビジネスモデルの変革」「働き方改革」が50%前後で続く。今後取り組みたい内容でも「業務効率化」が67%でトップ、次いで「働き方改革」「既存ビジネスモデルの変革」が続く。また、「働き方改革」「新サービス・新製品の開発」「新規事業の開発」は、今後の意向が現状を上回り、需要性が確認できた。

▼DX 化の取り組み内容／取り組みたい内容

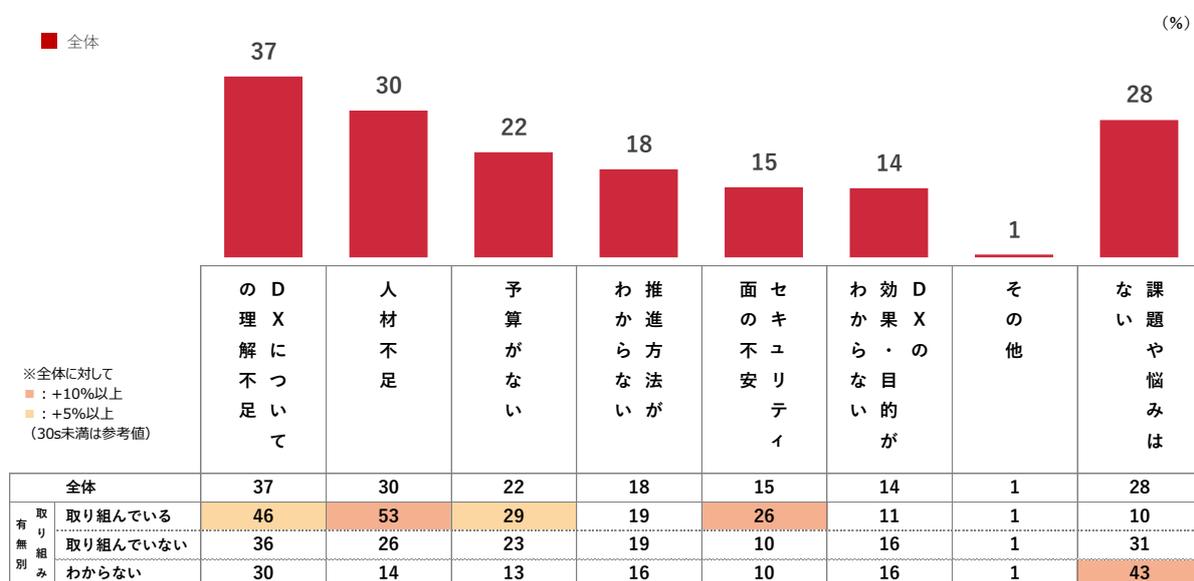


DX 化は「理解不足」「人材不足」から、専門知識を有する外部の事業者への相談ニーズが高い

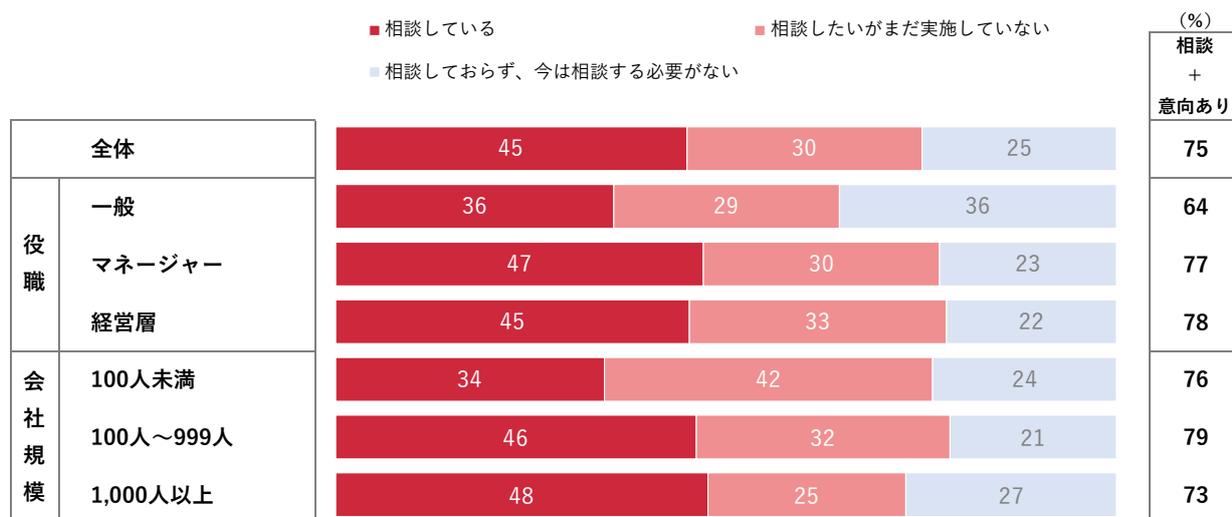
DX 化への取り組みの課題や悩みは「DX についての理解不足」が37%でトップ、次いで「人材不足」「予算がない」と続く。DX に取り組んでいる層においては「人材不足」が50%以上と高い。

また、45%が DX 化に関する相談を外部の事業者にしており、相談意向も含めると75%と高い。企業が DX の理解不足や人材不足に悩んでおり、専門知識を有する外部の事業者への相談を求めていることが読み取れる。

▼DX 取り組みにおける課題や悩み



▼DX化に関する外部への相談有無



【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
 調査期間 : 2021年9月17日～9月22日
 パネル : 「Ponta リサーチ」会員
 (Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
 調査対象 : 年齢 20～60代
 職業 会社員・会社役員
 業種「卸売業、小売業」「金融業、保険業」「宿泊業、飲食サービス業」のいずれか
 有効回答数 : 2,000名

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

【参考】

本調査では、回答者の「役職」を以下のように分別し、分析を実施しています。

役職	経営層	マネージャー	一般
	<ul style="list-style-type: none"> 会長 副会長 代表取締役（社長） 副社長 専務・常務・役員・取締役 クラス 顧問・監査役 クラス 	<ul style="list-style-type: none"> 事業本部長 クラス 部長 クラス 部長代理 クラス 課長 クラス 課長補佐 クラス 係長 クラス 主任・リーダー クラス 支店長・工場長 クラス 	<ul style="list-style-type: none"> 一般社員（正社員）

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>
公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報・コーポレートコミュニケーション部にご連絡をお願い申し上げます。