

関東経済産業局 DX推進セミナー

DX実態調査から見えてきた 課題と乗り越え方

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
2026年3月4日



The better the question. The better the answer. The better the world works.



Shape the future
with confidence

バリューアップDXの成功に好影響をもたらす要素を把握すべく、全国の中堅・中小企業を対象にDX推進状況に関する調査を実施

調査概要

企業アンケート調査

- **対象者**

以下のいずれかに該当する日本国内の中堅・中小企業（※）

- 経済産業省「DX認定制度」認定事業者
- 経済産業省「DXセレクション」（2023, 2024年度）受賞企業
- 「TOKOKU DX大賞」、「埼玉DX大賞」、「北九州DX大賞」受賞企業
- 「ITコーディネータ協会」表彰企業

- **有効回答数：367件（うち中堅・中小企業363件）**

- **実施方法：Webアンケートを作成し、対象事業者に向け回答を依頼**



ヒアリング調査

- **対象者**

上記企業のうち外部支援者を活用した企業を外部支援者から紹介

- **実施内容**

外部支援者の選び方、効果的な関与、支援範囲の決め方、DXの成果・手ごたえ、戦略策定内容等についてヒアリング

バリューアップDXに取り組むにあたり、より成功の確度を高めるためのポイントが挙げられる

ポイント

01 バリューアップDXの理解

02 経営者の関与

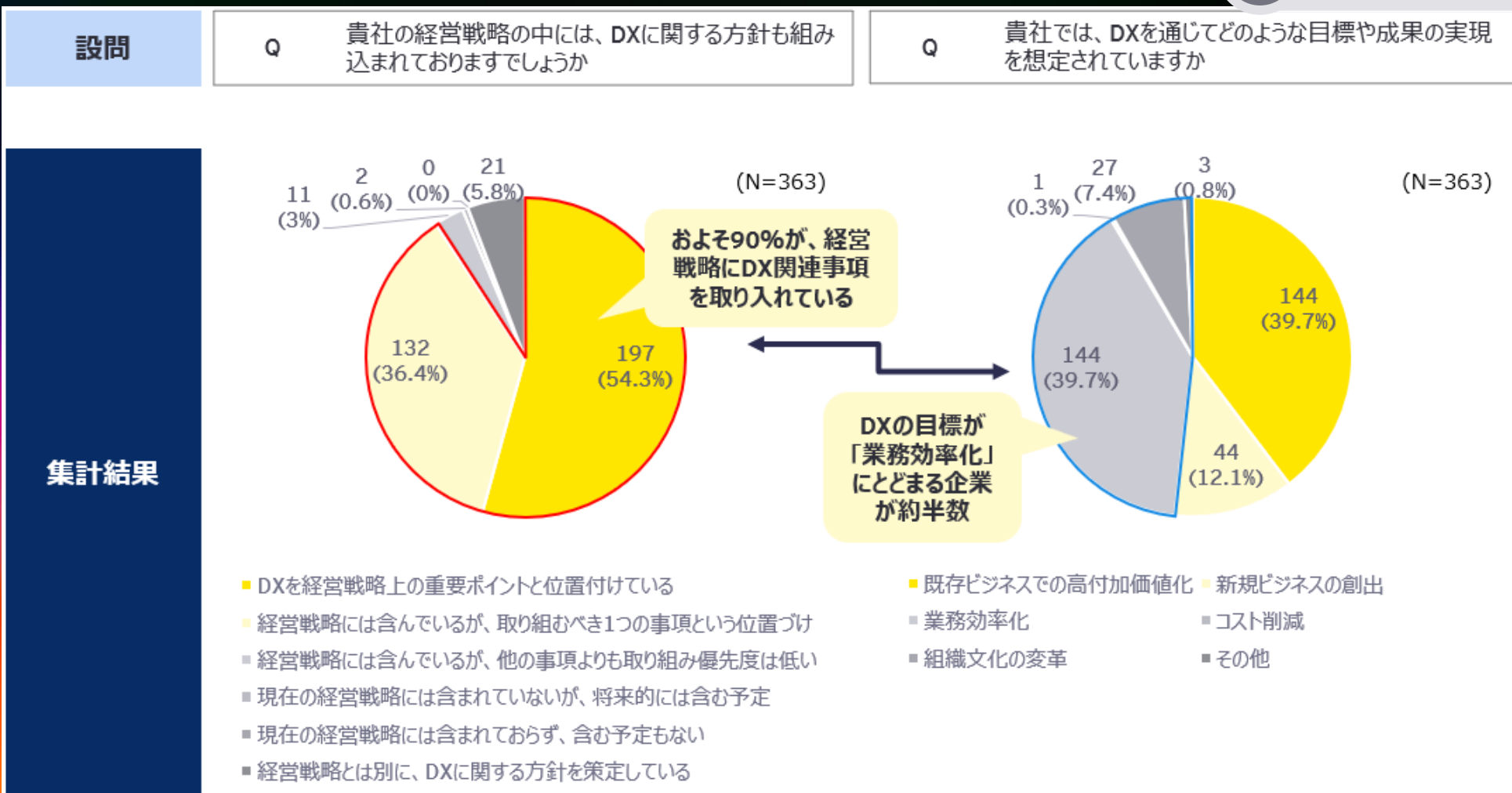
03 外部支援の活用

04 その他の成功要素

約9割の企業が経営戦略にDX方針を取り入れている一方、約半数が業務効率化・コスト削減を目標に掲げており、バリューアップに至っていない

アンケート調査結果

01 バリューアップDXの理解





バリューアップを意識した経営ビジョン・戦略に照らして目的を設定し、実現に向けた計画を策定するプロセスが不可欠

ヒアリング調査結果

01

バリューアップDX
の理解

DXに取り組む 企業の声	 <p>目的が曖昧で効率化の話に終始しがち ITツールや効率化の話に終始し、事業視点での“何を価値として高めていくのか”が議論しきれなかった</p>  <p>効率化だけに偏りDXの成果が頭打ちに DX推進を“業務効率化だけの話”にしてしまうと、途中で頭打ちになる</p>
-----------------	---

示唆

バリューアップを意識した経営ビジョン・戦略に基づき、DXの目的を明確にすることが重要

▼架空企業（製造業、BtoB）の経営理念（例）：お客様に個別最適な製品を提供

	成功例	よくある失敗例
目的	顧客価値の最大化	ツール導入そのものが目的化
導入ツール	顧客データ統合ツールの導入	顧客データ統合ツールの導入
現場の変化	顧客に合わせて、適時・適切な製品を提供できるようになった	統合データを業務効率化にしか使わなかった ・顧客の基本情報が見やすくなったレベルにとどまる
成功要因/ 失敗要因	活用シナリオを先に設計し、顧客価値に結びつける計画を整えた	目的を定めないうまま統合基盤を導入し、活用シナリオや業務設計が欠如

現場の入力負担
だけが増え、成果
が生まれない

バリューアップを見据えた計画的・段階的な取り組みが成功の鍵

01

バリューアップDX
の理解

複数企業で見られた 取り組みプロセス	製造業企業（加工、 <u>BtoB</u> ）	自動車整備業（ <u>BtoB</u> 、 <u>BtoC</u> ）
業務効率化	顧客から見積もりを受領後、過去の類似案件を探る単純業務をAIでデジタル化 →業務効率化により、人と金に余力が生じる	作業場にカメラを設置し、ナンバー認識による整備開始/終了の自動把握システムを導入 →業務効率化とともに、社員の改善意識とデジタルリテラシーが強化
次フェーズに向けたアクション	生産性向上に向けて、人・金を投入	社内システムの統合
既存ビジネスの高度化	従来は人手で行っていた検査工程に、代替となるAI検査機を導入 → 供給体制の強化（歩留まり向上） による売上げ拡大と相まって人と金に余力が生じる	社内で分断された情報を統合し、サービス利用履歴等を管理することで、顧客に適時・適切な提案を行うことを目指している → 顧客ニーズに合ったサービスの提供 を目指す
次フェーズに向けたアクション	AI検査機の外販に向けて、人・金を投入	社外ステークホルダーとの連携促進
新規ビジネスの創出	自社の生産性向上、歩留まり向上のために、AI検査機を導入。自社のデータ、ノウハウが蓄積し、AI検査機自体を商材として外販を計画 → 異分野への進出 を目指す	整備開始/終了の自動把握システムの外販を企図 → 異分野への進出 を目指す

経営戦略の中にDXの方針を組み入れており、経営陣が主体的に関与している企業ほど、バリューアップの到達率が高い傾向にある

アンケート調査結果

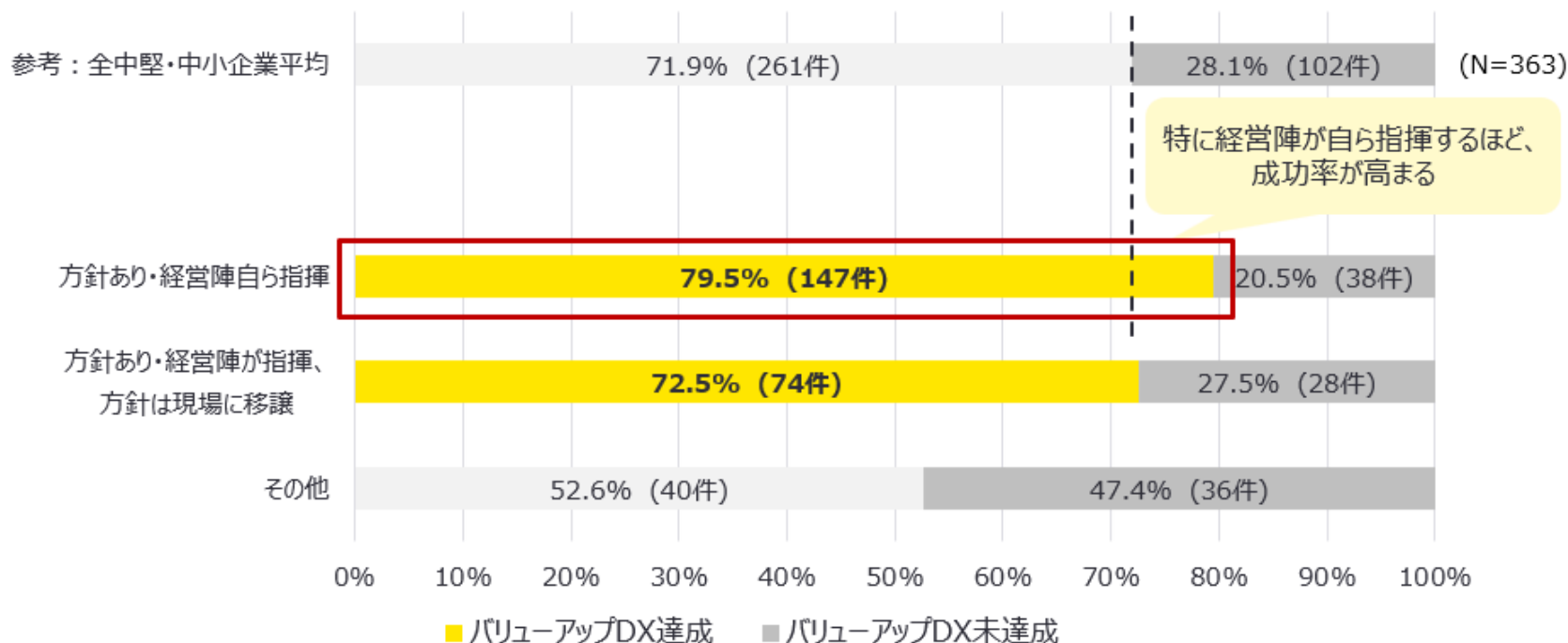
02 経営者の関与

設問

Q 貴社の経営戦略の中には、DXに関する方針も組み込まれておりますでしょうか

Q DX推進に対する貴社経営陣の関与度合についてお聞かせください

集計結果



経営ビジョン、戦略策定等の上流工程の支援がバリューアップに到達に大きく貢献したという声がヒアリングできている

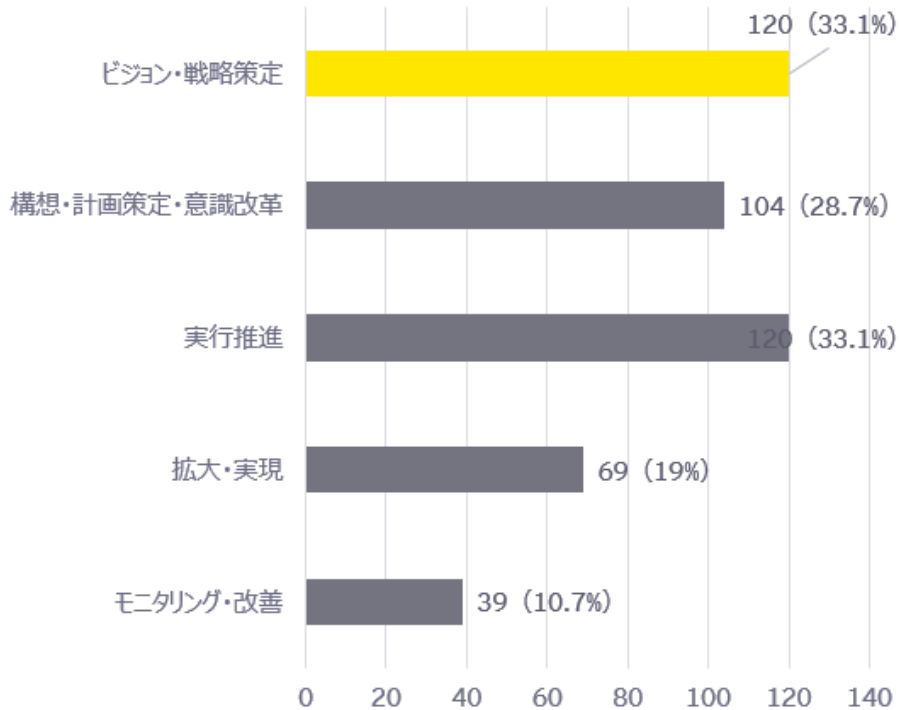
アンケート調査結果

経営ビジョン、戦略策定などの意思決定フェーズ（＝上流工程）の支援を受けている企業が多数確認できた

設問

Q DX推進において、どのようなフェーズで外部の支援者を活用しましたか

集計結果



ヒアリングでは上流工程での外部支援者の支援により、バリューアップDXに到達に大きく貢献したという声が確認できた

▼ 支援者による壁打ちにより経営ビジョンを整理・言語化



製造業

これまで頭の中で描いていたビジョンを言語化することができず、伝えることができていなかったが、支援者と壁打ちをする中で、整理され、助言を受けながら経営ビジョンへと言語化できた。これにより、社内への理解促進につながっている。

▼ 支援者による議論のファシリテートにより戦略の質が向上



製造業

社内だけで進めると議論が感覚的になりがちだったが、支援を受けたことで議論がロジカルになり、戦略の質が大きく向上した

▼ 複数部署の意見を支援者がくみ取り戦略の質が向上



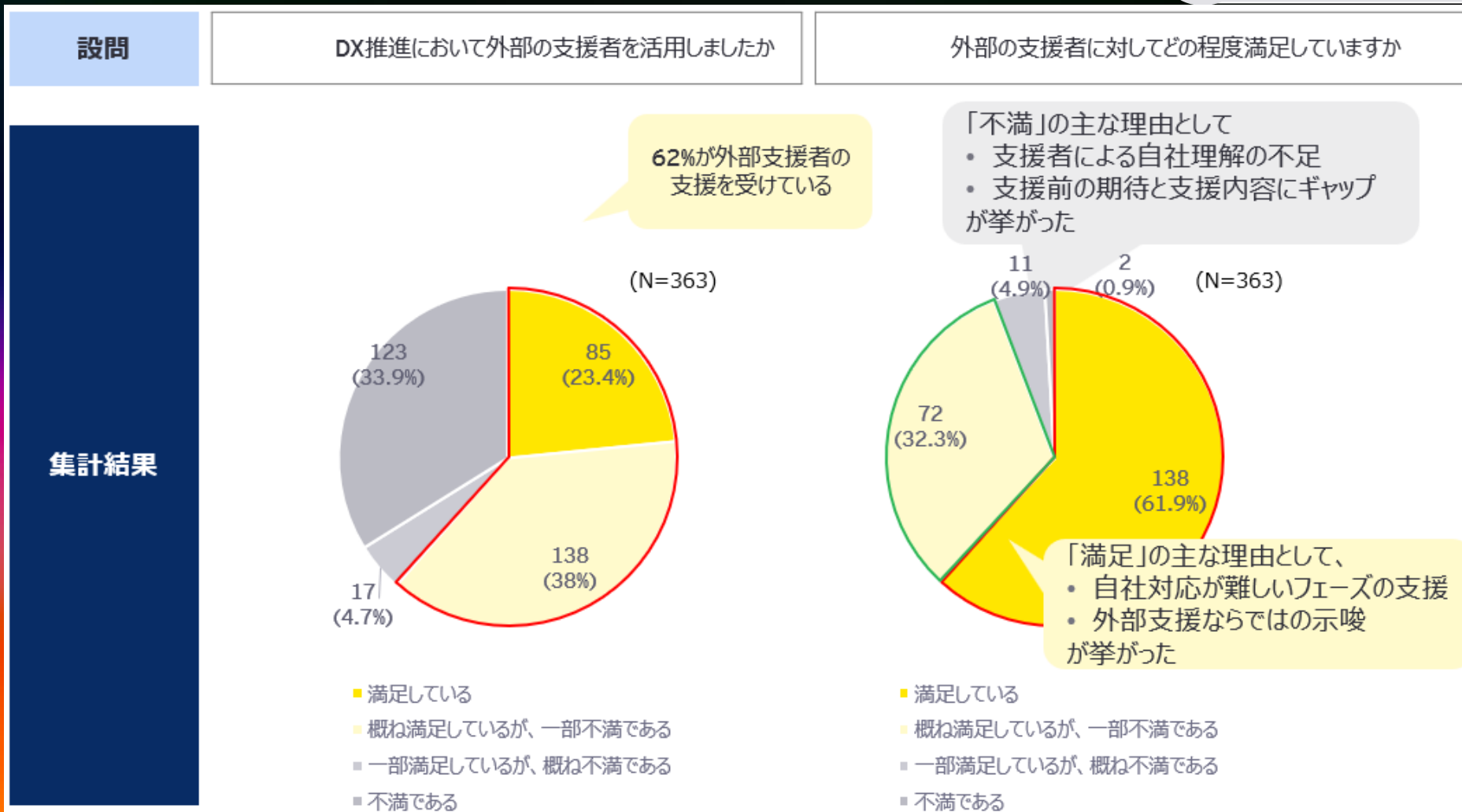
製造業

経営陣の方針理解を踏まえ、リーダー層・実務者と議論を重ねて論点整理や現状分析、優先順位付け、目標設定までを支援いただいたことで、戦略の質が向上

約6割の企業が外部支援者の支援を受けており、支援を受けた企業の9割超が満足している

アンケート調査結果

03 外部支援の活用



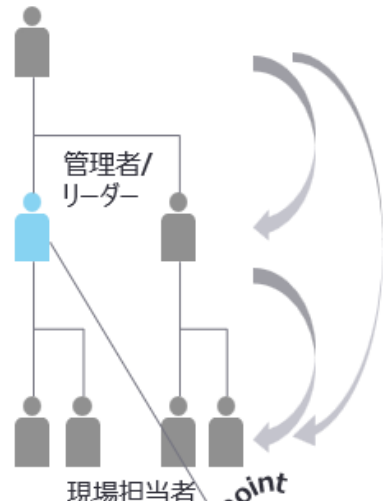
経営者以外の関係者の巻き込みや、外部人材の特徴を捉えた選択においても、バリューアップDXを成功に導く要素になりうる

経営者以外の関係者の巻き込み

- ✓ 経営者がバリューアップを意識した経営ビジョン・戦略を示し、管理者/リーダー層、現場担当者層へ理解を促し、巻き込みが重要
- ✓ 推進のドライブとなりうるキーマンを見つけ、リーダーとすること、少数精鋭でまずは取り組むことも有効

組織構造イメージ

経営者



現場担当者

Point !

推進のドライブとなりうるキーマンを見つけ、リーダーとすること、さらには少数精鋭でまずは取り組むことも有効

Point !

- ✓ 経営者がバリューアップを意識した経営ビジョン・戦略を示し、管理者/リーダー層、現場担当者層へ理解を促し、巻き込みを行う
- ✓ 繰り返しの説明が必要

外部人材の特徴を捉えた選択

04

その他の成功要素

- ✓ 外部人材を活用する際は、地域性は大きな要件とはならず、より自社の課題や状況を理解してくれる外部支援者が望ましい
- ✓ 企業のかかえる課題に応じ、外部支援者の特徴を捉えて、自社にあった相手を選定するのが望ましい

DXに取り組む
企業の声



外部人材を活用する際、地域性は特に意識していない

地域に根差す外部支援者を敢えて選んでおらず、普段から相談している公的機関や金融機関等から紹介を受けた



自社の課題や目指す方向、社内の状況、などを理解してほしい

外部支援者も誰でも良いわけではなく、自社のことを理解していただけないと、期待に添えない結果になることもある

取組の主役は経営者であり、バリューアップDXを意識して経営ビジョン・戦略を策定し、推進する中で外部支援を上手く活用することで成功の確度が一層高まる

ポイント	調査から得られる示唆
01 バリューアップDXの理解	<ul style="list-style-type: none">✓ 経営戦略にDX方針を取り入れている一方で、業務効率化・コスト削減を目標に掲げる傾向にあり、バリューアップの意識が低い✓ バリューアップを意識し、経営ビジョン、戦略策定等に基づき、DXの目的を明確にすることが重要
02 経営者の関与	<ul style="list-style-type: none">✓ 経営陣が主体的に関与している企業ほど、バリューアップの到達率が高い傾向
03 外部支援の活用	<ul style="list-style-type: none">✓ 経営ビジョン、戦略策定等の上流工程で支援をうけた企業が多く、上流工程の支援がバリューアップに到達に大きく貢献✓ 過半数の企業が外部支援を受けており、支援を受けた企業の9割超が満足
04 その他の成功要素	<ul style="list-style-type: none">✓ 経営者だけでなく、管理者/リーダー層、現場担当者層へ理解を促し、巻き込みが重要✓ 推進のドライブとなりうるキーマンを見つけリーダーとすること、少数精鋭でまずは取り組むことも有効

ご清聴ありがとうございます