第１章　調査の視点

■調査の目的

本調査におけるデジタル化とは、「デジタル技術を活用し、業務・生産プロセスの改善を図ること」とする。昨今注目を浴びているデジタルトランスフォーメーション（DX）はこうしたデジタル化の取り組みの先にある概念であり、経済産業省が公表した「DX レポート２」（詳細は第３章）では、ビジネスモデルの変革や企業文化・風土の変革といった本来の意味での DX に取り組んでいる企業は全国でも 10%に満たないことが指摘されている。本調査では、係る現状を踏まえ、地方の中堅・中小企業が一足飛びに DX に取り組むのは現実的ではないとの認識に基づき、東北圏[1]企業のデジタル化の取り組みの実態把握と課題の深掘りに焦点を当て、東北圏の中堅・中小企業が競争力強化（付加価値向上、生産性向上など）の手段として、デジタル技術をより一層活用していくための方策を検討していく。また、昨今のデジタル技術は、革新のスピードが速く、自社単独で活用することが難しくなっているため、IT ベンダー・システムインテグレーター、デジタルツール提供会社などのサポート企業[2]によるデジタル技術の活用支援、およびデジタル技術を用いたプロジェクトや事業を共に進めるといった活動を推進する方策、さらには、デジタル技術を活用するユーザー企業とサポート企業の活動を支える行政・支援機関の支援策も検討する。

これらの検討をもとに、東北圏企業のデジタル化推進（とその先にある DX の実現）に向けた方策を、ユーザー企業向け、サポート企業向け、行政・支援機関向けに各々提言することを目的とする。

■過去の調査で明らかとなったデジタル化に関する４つの共通課題

企業のデジタル化は、東北圏のみならず、全国的にみても未だ発展途上にあるのが現状である。これまで、経済産業省や中小企業庁などが、「DX レポート」や「中小企業白書」などにおける調査を通して、デジタル化に関する課題を明らかにしている。これら過去の調査で示された課題は、４つの共通課題に類型化できる（図表　１－１）。

１つ目の共通課題は、予算確保である。過去の調査では、デジタル化推進の際の資金不足や、IT 導入における費用対効果が不明であることが課題と分析されている。

２つ目の共通課題は、組織・体制づくりである。過去の調査では、ビジョン・戦略や、デジタル化推進における明確な目的・目標が定まっていないことが課題と分析されている。

３つ目の共通課題は、人材・知識・ノウハウ蓄積である。過去の調査では、組織の IT リテラシー不足やデジタル化に関係する人材不足と教育の不十分さが指摘されている。

４つ目の共通課題は、デジタル化を共に進めるパートナー探しや選択についてである。過

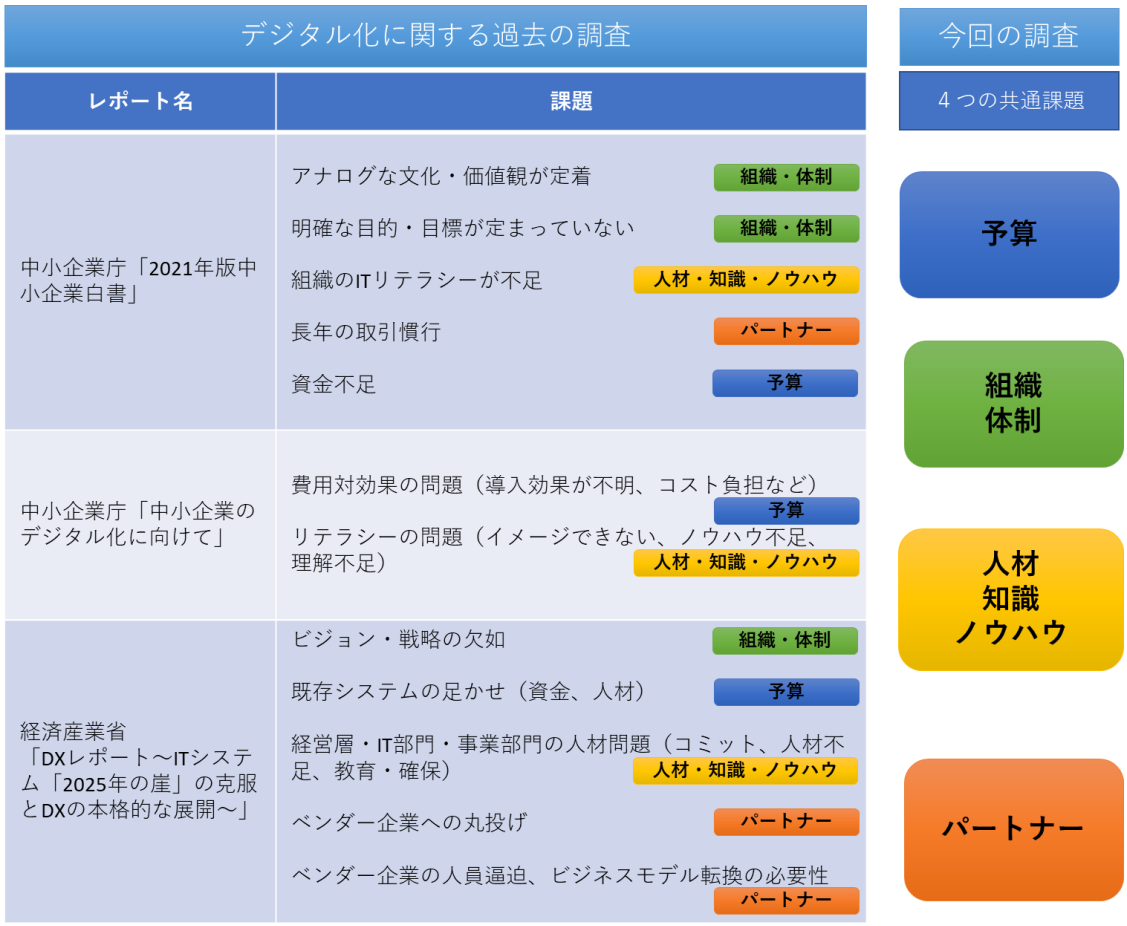
[1] 東北圏は東北６県（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）と新潟県の７県を指し、以下本報告書中で同様に用いる

[2] 以下、本報告書中でデジタル技術を通してユーザー企業の支援を行う IT ベンダーやシステムインテグレーターといった企業を総称する際には「サポート企業」を用いる。また、システムインテグレーターは「SIer」と表記する

去の調査では、長年の取引慣行が新たなデジタル化の障壁となっていることや、パートナーにデジタル化の業務を「丸投げ」することによる責任関係や作業分担の不明確さが指摘されている。

以上から、本調査にあたっては、この４つの共通課題の本質や課題発生の原因などを明確にした上で、課題解決に向けた方策の提示を目指す。

図表　１－１　デジタル化に関する過去の調査と今回の調査で留意する４つの共通課題



資料）中小企業庁「2021 年版中小企業白書」、中小企業庁「中小企業のデジタル化に向けて」、経済産業省「DX レポート～IT システム「2025 年の崖」の克服と DX の本格的な展開～」より東北活性研作成

■本調査における５つの分析とフロー

そこで本調査では、以下の５つの分析から、東北圏の中堅・中小企業の競争力強化を推進するために求められる方策を検討し、提示する（図表 １－２）。なお、ユーザー企業とサポート企業に対する分析の際には、「デジタル化に関する４つの共通課題」の深掘りと、その解決に向けた施策の抽出に留意するものとする。

①ユーザー企業とサポート企業の事業、および両者のマッチングやプロジェクトを支える行政・民間支援機関へのヒアリング調査から、４つの共通課題を中心とした両者の課題に対処する方法について整理する。

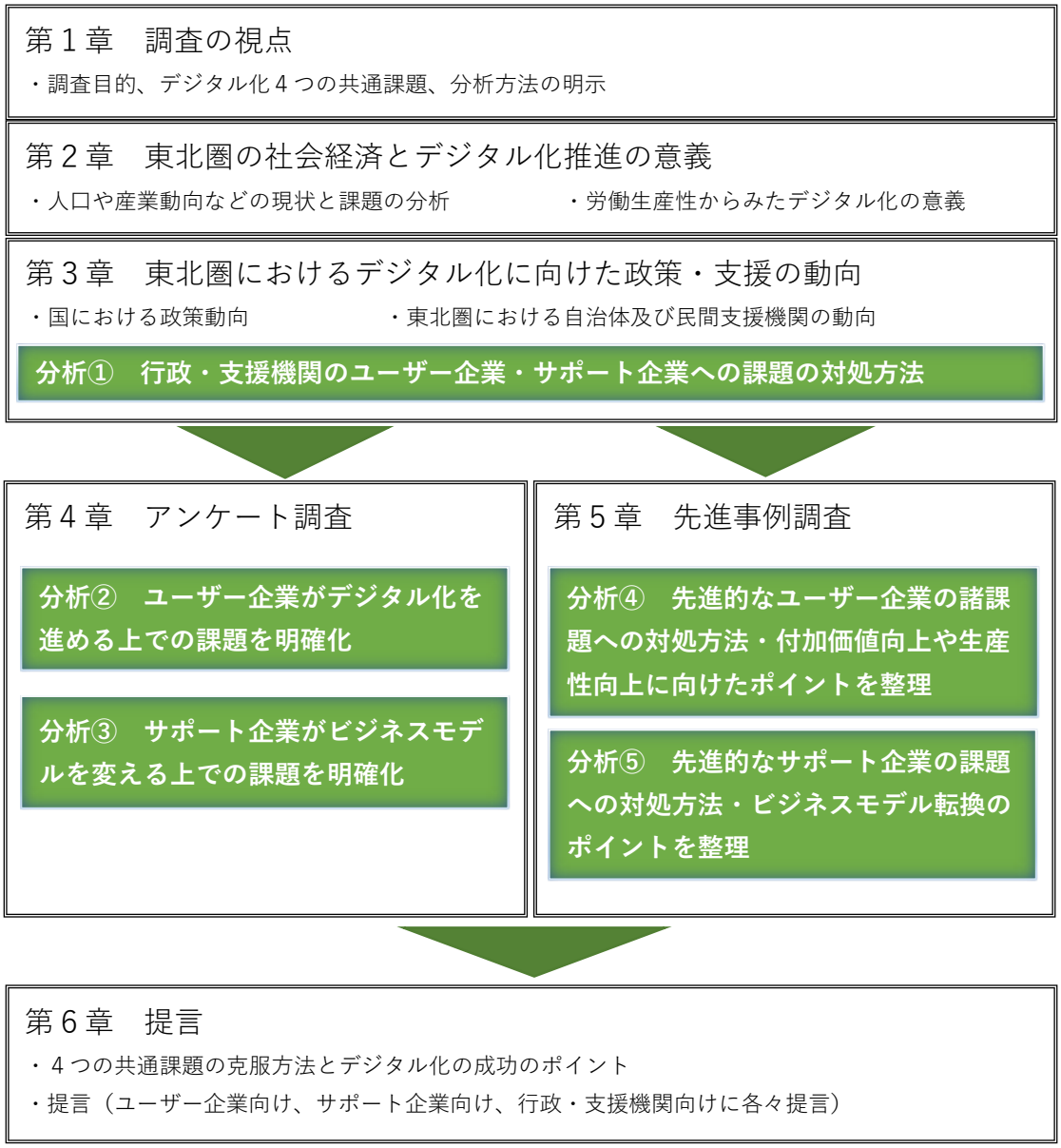
②東北圏のユーザー企業を対象としたアンケート調査から、デジタル化の取り組み状況やツール・データの利活用状況、デジタル化が企業経営に与えた影響、４つの共通課題の深掘り、必要な支援策などを定量的に把握し、ユーザー企業がデジタル化を進める上での課題を明らかにする。

③東北圏に営業拠点を持つサポート企業を対象としたアンケート調査から、ユーザー企業支援におけるビジネスモデルの変化とその必要性、主な業務（支援）内容、協業の現状などを定量的に把握し、サポート企業がビジネスモデルを変える上での課題などを明らかにする。また、ユーザー企業とサポート企業がお互いに考える自社の課題と相手の課題を比較して両者の意識のずれを明確にすることで、両者が取引を進める上での課題も合わせて明らかにする。

④アンケート調査回答結果などから、東北圏でデジタル化が進んでいる企業や取り組みの成果が出ている企業を先進的なユーザー企業として抽出し、ヒアリング調査（先進事例調査）を行い、４つの共通課題を中心とした諸課題への対処方法や、デジタル化による付加価値向上・生産性向上に向けたポイントなどを整理する。

⑤アンケート調査回答結果などから、東北圏でユーザー企業に対してデジタル化を効果的に支援している企業を先進的なサポート企業として抽出し、ヒアリング調査（先進事例調査）を行い、課題への対処方法や、ユーザー企業の付加価値向上・生産性向上に資するビジネスモデルへ転換する上でのポイントなどを整理する。

図表　１－２　本調査のフロー



資料）東北活性研作成