

NEWS RELEASE

2023 年 4 月 5 日
株式会社三菱総合研究所
三菱総研DCS株式会社

日本企業の DX 推進状況調査結果【2023 年度版】を公表 DX の突破口 3つの課題と処方箋を提言

株式会社三菱総合研究所(代表取締役社長:藪田健二、以下 MRI)と三菱総研DCS株式会社(代表取締役社長:松下岳彦、以下 DCS)は、売上高 100 億円以上の国内民間企業を対象とした「DX 推進状況調査」を実施し、両社の経験も踏まえこのたびレポート「DX の突破口」をまとめました。調査で明らかになった、日本企業が DX 推進するための 3 つの課題と処方箋を本日公表します。

1. 背景

MRI は [2021 年 12 月の調査結果](#)を踏まえ、DX の成果が限定的である状況を乗り越えるために「DX リスタート」を提唱しました。その後、DX 進展度 3 段階のうちビジネス変革段階(第三段階)に至る企業は増加している一方で、業務改善段階(第二段階)にとどまる企業との二極化が広がりつつあります。本年は、ビジネス変革まで進まない要因は何か、変革に成功した企業はその課題をどのように解決したのか、という点にフォーカスして MRI と DCS 共同による調査を実施しました。

2. 調査結果

デジタルによる業務改善段階にとどまる企業(以下「改善企業」と、ビジネス変革段階に至る企業(以下「変革企業」)のそれぞれの回答割合を比較した結果、3つの課題が明らかになりました。また、三菱総研グループがご支援したお客様の課題解決事例に基づき3つの処方箋を導きました。

課題①ビジョン・KPI の策定とアップデート <ビジョンに至る道筋>

- DX の取り組み状況に対する回答で、「ビジョンを計画通りに実行」(改善企業 21%/変革企業 58%)と「KPI を設定してモニタリング」(改善企業 26%/変革企業 57%)に大きな差

【処方箋】ビジョン策定のポイント

- ・ CDO(Chief Digital Officer)の任命や DX 推進部署の設置など、推進責任を明確化。全社がビジョン策定に参画し、各部署が「自分事」とする
- ・ ビジョンに至る道筋を変革領域として定める。例えば、ビジネスモデルやオペレーション、システムといった領域で取り組みのステップごとに計画を具体化
- ・ 定めた計画の到達度を測る指標を目的にあわせて設計・設定し、データ計測によるモニタリングを実施。その過程で改めて課題を抽出、状況に応じビジョンや指標をアップデートする

課題②データやファクトを重視した判断 <データ駆動型意思決定>

- DX 成功要因に対する回答で「データやファクトを重視した判断」に大きな差(改善企業 32%/変革企業 48%)
- 収益や業務品質の向上に直結する、「主要事業の意思決定」におけるデータ活用が進展(昨年調査対比 6pt増)

【処方箋】データやファクトを重視した判断を組織に根付かせるポイント

- ・ データ活用を目的化しない。ビジネス課題を起点に、その解決に必要なデータのみを収集・活用
- ・ ビジネス課題は、多くの人々がメリットを感じる具体的なテーマとする。例えば、組織にとって最重要である売上・利益増に関すること、社員共感を得やすい業務負担軽減に関すること等。
- ・ いきなり大構想を掲げず、基幹系等「今あるデータ」の可視化から着手。関係者議論の共通土台として活用を習慣化

課題③DX 投資を実現する階層間の連携 <組織の変革>

- 投資増額をした企業の 74%が、DX 成功要因に対する回答で「経営層の危機意識」をあげた
- DX 投資状況に対する回答で「ビジョンに沿って DX 投資増額を実現した」に大きな差(改善企業 14% / 変革企業 51%)

【処方箋】DX 投資増額に繋げる組織変革のポイント

- ・ 経営層は DX の先に飛躍的な事業成長があることを強く意識し、そこに至るステップには前例のない規模の投資が必要であると認識する
- ・ 更に、現場の取り組みを後押しし、「失敗」は「検証・学習」と捉えて迅速に軌道修正
- ・ 現場実務者はビジョンの実行と KPI のモニタリングによって投資効果や進捗を可視化し経営層へ共有

調査レポートをご希望の方は、下記フォームにアクセスのうえ必要事項をご入力ください。折り返しダウンロード用 URL をご案内いたします。

調査レポート「「DX の突破口」課題と処方箋 “業務改善”を“ビジネス変革”に導く 3 つのポイント」
を申し込む

【レポート内容・構成】

(1) デジタルビジネス変革に至るための注力ポイント

- ・ 変化が速く不確実性の高い現在において、飛躍的な成長を実現するために必要な取り組み

(2) ビジネス変革

- ・ デジタル技術を活用して顧客体験や顧客価値、ビジネスモデルを変革(トランスフォーメーション)
- ・ 経済産業省選定の DX 銘柄企業の事業をもとに当社独自の 5 類型としてビジネス変革を整理

(3) 日本企業におけるデジタル化の進展

- ・ デジタル化の3段階に関する、進展状況 (前年比較)
(「デジタイゼーション」⇒「デジタライゼーション」⇒「デジタル・トランスフォーメーション」)

(4) DX ビジョンの重要性

- ・ ビジョン策定状況と DX の推進課題のクロス集計

(5) 業界別のデータ活用の進展度

- ・ 経営上の意思決定をデータに基づいて行う「データ駆動経営」の進展度
- ・ 各業界における、データ駆動経営の実現で目指す今後の姿

(6) DX の投資状況

- ・DX 投資の状況と増額企業の成功要因

(7) 調査結果から分かった改善企業と変革企業の違い

- ・様々な切り口からの改善企業と変革企業の調査回答結果を比較

(8) ビジネス変革を起こすための 3 つのポイント(解説および成功事例の紹介)

- ・ビジョン・KPI 策定とアップデート
- ・データやファクトを重視した判断
- ・DX 投資を実現する階層間の連携



【参考】調査概要

(1) 調査時期:2022 年 12 月

(2) 調査方法:Web アンケート

(3) 調査対象:

対象企業:直近 1 年間の売上が 100 億円以上の企業の 1,000 社

回答者:自社内のデジタル化・DX の取り組みに参与している従業員

表 1 | 勤務先企業の直近 1 年間売り上げ

	N	%
100億円以上500億円未満	279	27.9
500億円以上1000億円未満	152	15.2
1000億円以上5000億円未満	201	20.1
5000億円以上1兆円未満	142	14.2
1兆円以上	226	22.6
合計	1,000	100.0

表 2 | 勤務先企業の業種

	N	%
建設業	94	9.4
製造業	200	20.0
電気、ガス、熱供給、水道業	100	10.0
情報通信業	150	15.0
運輸、郵便業	120	12.0
卸売業、小売業	150	15.0
金融、保険業	150	15.0
不動産、物品賃貸業	36	3.6
合計	1,000	100.0

表 3 | 回答者の役職

	N	%
役員クラス	64	6.4
部長クラス	298	29.8
課長・次長クラス	333	33.3
係長・主任クラス	176	17.6
一般社員	129	12.9
合計	1,000	100.0

本件に関するお問い合わせ先

株式会社三菱総合研究所

〒100-8141 東京都千代田区永田町二丁目 10 番 3 号

【内容に関するお問い合わせ】

デジタル・トランスフォーメーション部門 統括室 協業推進グループ

デジタルマーケティングチーム 杉江祐一郎、平島海

メール：service@mri.co.jp

【報道機関からのお問い合わせ】

広報部

メール：media@mri.co.jp

三菱総研DCS株式会社

〒140-8506 東京都品川区東品川四丁目12番2号

【内容に関するお問い合わせ】

事業推進部門

営業推進部 マーケティンググループ 今給黎このみ

メール：eisui@dcs.co.jp

【報道機関からのお問い合わせ】

広報部

メール：kouhou@dcs.co.jp