

2020 年 12 月 18 日

株式会社電通デジタル

## 日本企業の DX はコロナ禍で加速するも 推進の障壁は DX 人材の育成 -日本企業のデジタルトランスフォーメーション調査 2020 年版を発表-

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、株式会社日経 BP コンサルティングに委託し、「日本における企業のデジタルトランスフォーメーション調査（2020 年度）」を実施しました。一部調査結果を発表します。

なお、ホワイトペーパーはこちらのフォームから無料ダウンロードが可能です。

URL：[https://pages2.dentsudigital.co.jp/dx\\_survey\\_2020](https://pages2.dentsudigital.co.jp/dx_survey_2020)

### <本調査結果の考察>

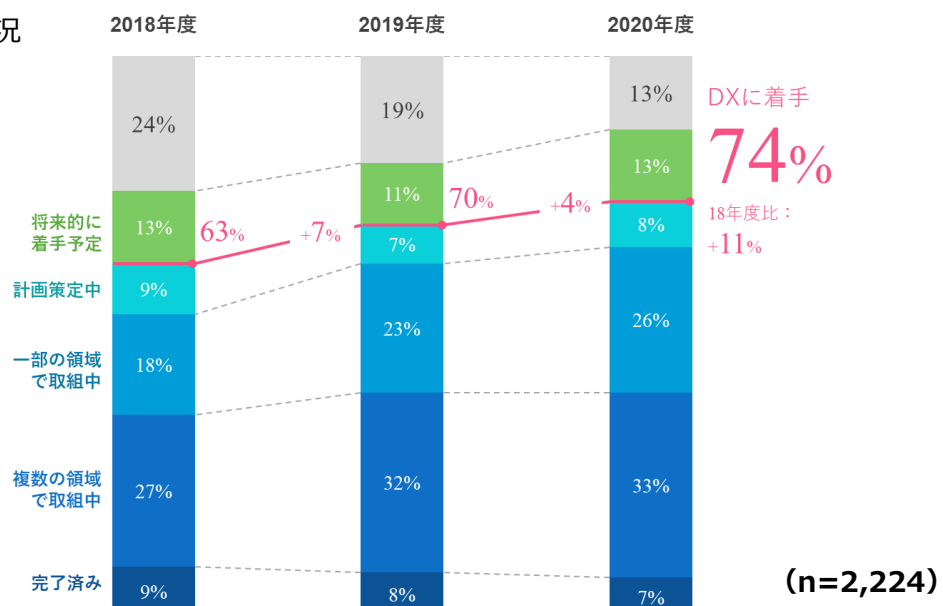
今回の調査結果から、日本企業の 74%がデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）に着手しており、昨年比で+4%の拡大となりました。新型コロナウイルス感染症の影響による DX 推進への影響については、DX に着手している企業の約半数で DX 推進が「加速」した一方で、「中断/減速」は企業の 1/4 にとどまり、コロナ禍での環境が日本企業の DX を後押ししている現状が伺えます。加速した領域として、「業務の効率化」「既存事業の短期的改善」が TOP2 にあがる一方、「中期的なビジネス変革」も 3 位となっており、短期の改善と中期の変革との両輪での推進を模索しているようです。また、DX 推進の障壁について、一昨年、昨年で TOP だった「コスト」を抜いて「スキル・人材不足」が最も多くなり、DX 加速を迫られているものの、人材の育成が経営課題となっていることが浮き彫りとなりました。

### <主な調査結果>

#### ①DX に着手している企業は 74%

（2019 年度から 4%、2018 年度から 11%増加）

Q.DX の取り組み状況



②昨年比で「業務プロセスや業務システムの先進化」は引き続き推進しているが、微増しているのは「ビジネスモデルの変革進化」「デジタル時代に対応する事業ドメインへの進化変革」。DXを基点にしたビジネストランスフォーメーション（以下、BX）への注力領域が目立つ

Q.DXの取り組み領域（昨年対比増加TOP3）

上位

1位

ビジネスモデルの  
変革進化



2位

業務プロセスや  
業務システムの先進化



3位

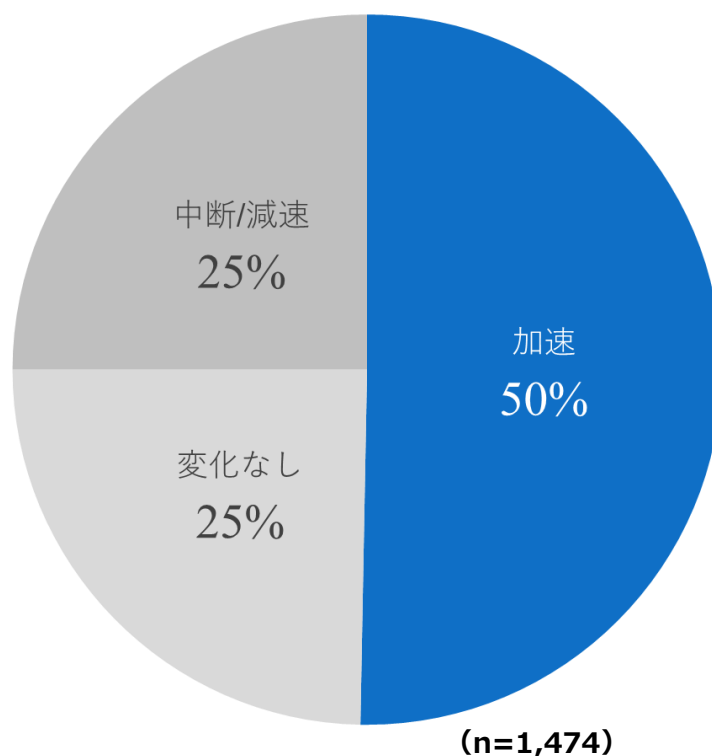
デジタル時代に対応する  
事業ドメインへの進化変革



(n=1,938)

③新型コロナによるDXの取り組みへの影響については、半数が「加速」と回答。従前から推進していたDXの必要性が一気に増し、加速した様子が伺える

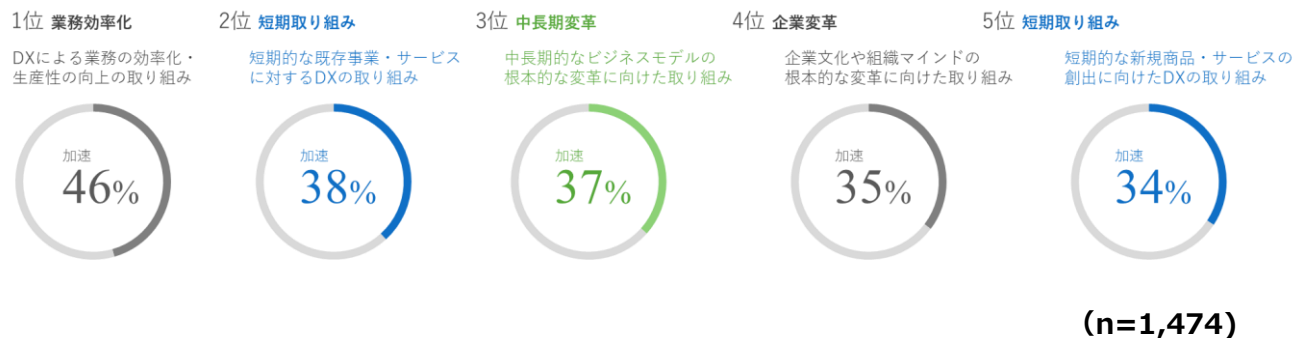
Q.新型コロナによるDX推進に対する影響



※取り組み領域別の推進度合いを指数化して算出

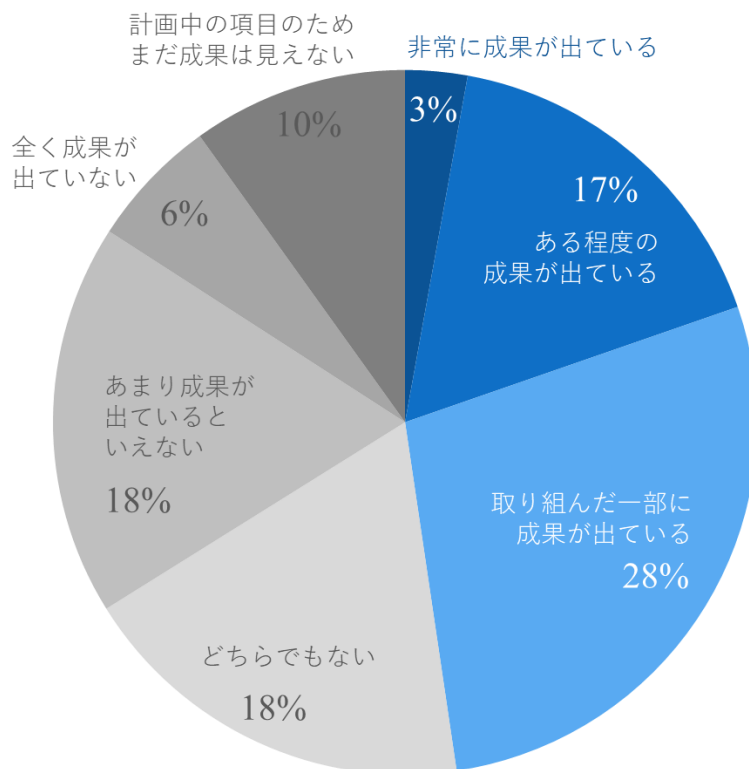
④コロナ禍において、ハイブリッドで進む DX。加速した領域は「業務の効率化・生産性の向上」が TOP、「短期的な既存事業・サービス」が 2 位に続く。一方で、中期的な BX への取り組みも同様に加速しており、短期の改善と中期の変革との両輪での推進傾向が伺える

Q. 新型コロナによる DX の取り組みの推進スピードの変化 (TOP5)



⑤全体の約 5 割が、「DX で成果が出ている」と回答。  
ただし、約 3 割は「取り組んだ一部に成果が出ている」であり、限定的な成果が目立つ

Q.DX の成果



(n=1,474)

※取り組み領域別の成果度合いを指数化して算出

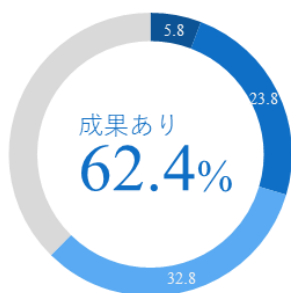
⑥領域別では、「デジタル全社戦略の策定と実行」「IT 基盤の構築やソリューションの導入」で成果が出ている企業が多い。一方で、「イノベーション文化」「顧客体験向上」をテーマとした、顧客に新たな価値を提供する領域では苦戦していることが伺える

Q.領域別の DX の成果

■ 非常に成果が出ている ■ ある程度の成果が出ている ■ 取り組んだ一部に成果が出ている

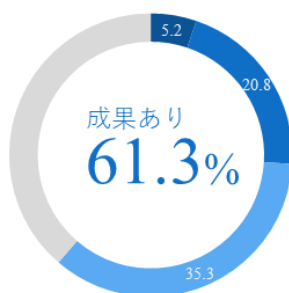
上位  
1位

デジタル全社戦略の  
策定と実行



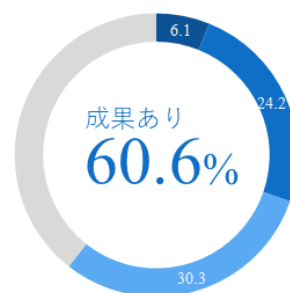
2位

IT基盤の構築や  
ソリューションの導入



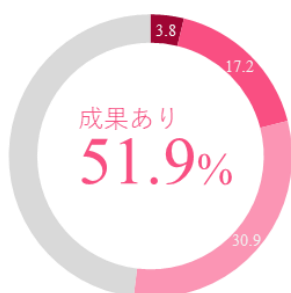
3位

デジタル時代に対応する  
事業ドメインへの進化変革



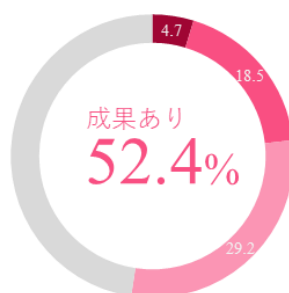
下位  
1位

イノベーション文化の  
醸成や推進



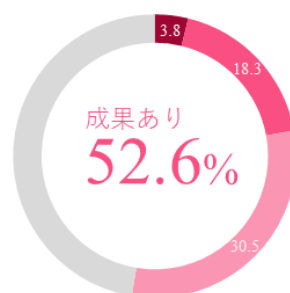
2位

顧客体験向上のための  
マーケティング革新・高度化



3位

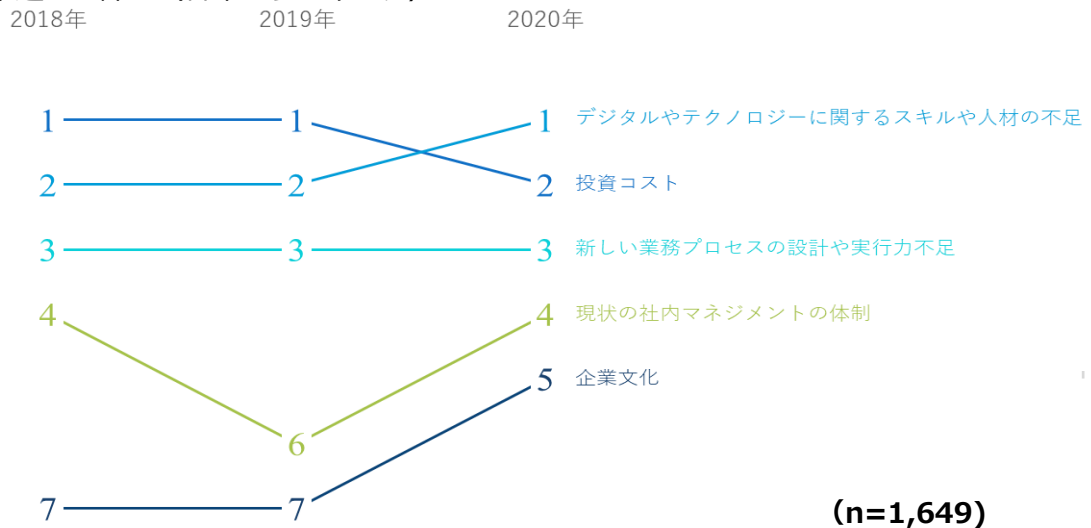
顧客にとって新しい価値を  
創造するためのビジネス  
パートナーとのアライアンス



(n=1,474)

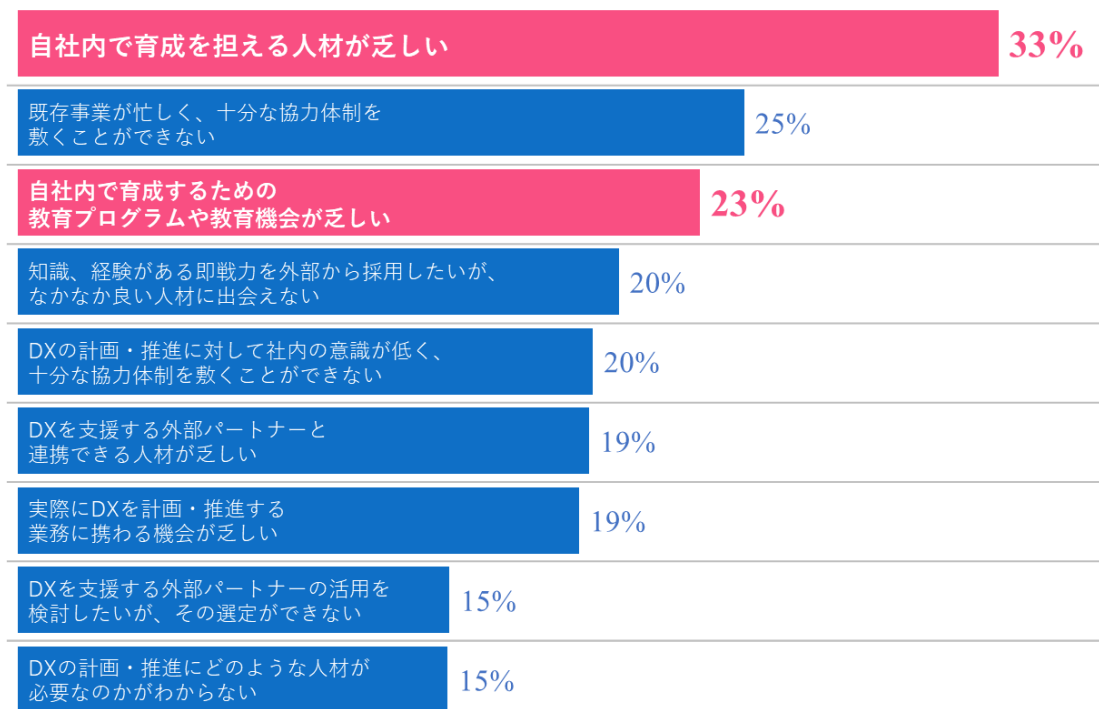
⑦DXの推進上の障壁は、2018、2019年ともに「コスト」がTOPだったが、今年は「スキルや人材不足」がTOPとなった

Q. DX推進上の障壁（各年のランキング）



⑧DXの推進上の障害である「スキルや人材不足」について、具体的には「自社内で育成を担える人材が乏しい」「自社で育成するための教育プログラムや教育機会が乏しい」が上位となり、自社内での育成に関する課題意識が高い

Q.DXに関する人材の課題



(n=1,474)

※小数点以下を省略

電通デジタルは、本調査を受けて DX を加速させる日本企業の状況を踏まえ、DX におけるビジョン構築や新たなビジネス/サービスモデルの導入・カスタマーサクセスの基盤づくり等の各種コンサルティングやソリューションの提供だけでなく、当社のデジタルスキルやノウハウを持つ専門家が企業と伴走することで顧客基点の DX 組織作り支援を行います。また、今後求められる顧客への新たな価値提供を通じ、短期での成果創出と中期的なビジネス変革の両輪を目指します。

〈調査概要〉

- 調査対象者 : 従業員数 500 人以上の国内企業所属者
- 算出用サンプル数 : 3,200 サンプル
- 調査対象者の業種 : 全業種 ※日経 BP グループモニターおよび提携モニターを対象
- 調査対象者の所属 : 経営・社業全般、経営企画・事業開発、営業/営業企画・販売、カスタマーサービス、製品開発、企画・調査・マーケティング、デジタル統括/推進、IT/情報システム、広報/宣伝
- 調査対象者の役職 : 経営者・役員クラス、本部長・事業部長/部長クラス、課長クラス、係長・主任クラス
- 調査時期 : 2020 年 9 月 14 日～9 月 25 日
- 主な調査項目 : ・ DX の取組状況
  - ・ DX の取組領域
  - ・ コロナによる DX 推進への影響
  - ・ コロナによる DX 推進への影響領域
  - ・ DX 推進の成果
  - ・ DX を推進する上での障壁等

以 上

【株式会社電通デジタルについて】 <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、2016 年 7 月に国内電通グループのデジタルマーケティング専門会社として設立しました。デジタルマーケティングの全領域に対して、「コンサルティング」、「開発・実装」、「運用・実行」の機能を持ち、統合的で最先端のマーケティングサービスを提供しています。テクノロジーやデータ、クリエイティブなど各領域のプロフェッショナルが、電通グループ各社との連携によりシナジーを創出し、クライアントの事業成長パートナーとしてビジネスの成功に貢献します。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・横田 TEL : 03-6217-6036

Email : [press@dentsudigital.co.jp](mailto:press@dentsudigital.co.jp)

【本調査データに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ビジネストラנסフォーメーション部門

外山・永田 Email : [dx\\_cus@dentsudigital.co.jp](mailto:dx_cus@dentsudigital.co.jp)