

2021年10月29日

各 位

愛媛大学データサイエンスセンターとデータ活用に関する共同調査を実施しました！

株式会社伊予銀行（頭取 三好 賢治）と株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）は、このたび愛媛大学データサイエンスセンター（略称CDSE、センター長 平野 幹）と県内企業のデータ活用に関する共同調査としてアンケートを実施しましたので、下記のとおりお知らせします。

今後、愛媛大学データサイエンスセンターとの連携により、調査結果で確認できたデータ活用に関する地域・地元企業の課題解決やデータ人材の育成など様々な取組みを行ってまいります。

記

【調査概要】（調査月報 IRC Monthly 11月号より抜粋）

| 項 目 | 内 容 |
|----------|----------------------------|
| 目 的 | 県内企業のデータ活用の現状や課題に関する基礎資料収集 |
| アンケート対象先 | 愛媛県内に事業所を置く法人：5,000社 |
| 回答状況 | 有効回答企業：811社、有効回答率：16.2% |

- ・ 従業員数10人未満の小さな企業はデータを活用している割合が低い。
- ・ 業績が好調な企業ほど、データ活用を行う環境や体制を構築している割合が高い。業績は様々な要因に左右されるが、データ活用が業績に貢献する可能性が考えられる。
- ・ データ活用の課題は「人材やノウハウの不足」が多い。一方で、人材の採用や育成、ノウハウ取得に向けた取組みを行っている企業は少ない。
- ・ データ活用によって改善したい項目としては、「売上・シェア拡大」が最も多い。一方で、業績や事業価値の向上に向けたデータ活用は費用対効果が分からないなど、活用のイメージがつかみづらく、取組みの障壁となっていることがうかがえる。
- ・ 人口減少をはじめとする経営環境の変化に対応するには、勘や経験だけに頼らないデータに基づく業務の遂行や意思決定が必要であり、特にデータ活用による事業価値向上への取組みが重要となる。引き続きデータ活用の必要性や、どのような活用の仕方が有効であるか情報発信していきたい。

【愛媛大学データサイエンスセンター 概要】

| 項 目 | 内 容 |
|---------|---|
| 所 在 地 | 愛媛県松山市文京町3番 |
| 設 立 | 2020年4月1日 |
| 代 表 者 | センター長 平野 幹 |
| 構 成 員 数 | 68名 |
| 業 務 内 容 | ICT・DS・AIリテラシー教育の実施、セミナー、シンポジウムの開催、地域ステークホルダーと協働したデータ利活用の推進などデータ・AI利活用に係る教育・研究・社会連携活動 |

以 上

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社いよぎん地域経済研究センター（担当：渡辺） TEL (089) 931-9705

はじめに

人口減少による国内市場縮小への対応は、企業が直面する最大の課題だ。経営環境の変化で、これまでのやり方や戦略が通用しない場面が増えることが想定される。企業が生き残っていくためには、勘や経験だけに頼らないデータに基づく業務の遂行や意思決定が必要であり、特にデータ活用による売上拡大やビジネスモデルの変革に向けた事業価値向上への取り組みが重要になる。

今回、伊予銀行と愛媛大学データサイエンスセンター（CDSE）と共同で、県内企業を対象にデータ活用の現状や課題に関する基礎調査としてアンケートを実施した。実施主体と役割は以下の通り。

| 実施主体 | 役割 |
|----------------------|--|
| いざぎん地域経済研究センター | <ul style="list-style-type: none"> ●アンケート設計 ●アンケート集計・分析 ●レポート作成 |
| 伊予銀行 | <ul style="list-style-type: none"> ●アンケート対象先の抽出 ●アンケート設計 ●レポート作成に係る助言 |
| 愛媛大学 データサイエンスセンター | <ul style="list-style-type: none"> ●アンケート設計 ●レポート作成に係る助言 |

1. データ活用に関するアンケート

アンケートの概要や企業属性は以下の通り。

| 調査実施内容 | |
|----------|--|
| 1. 調査対象 | 愛媛県内に事業所を置く法人 5,000社 (伊予銀行取引先で、所定の条件指定を行って抽出した法人) |
| 2. 調査方法 | 郵送によるアンケート方式 |
| 3. 調査時期 | 2021年8月 |
| 4. 回答状況 | 有効回答企業 811社 有効回答率 16.2% |
| 企業属性 | |
| 1. 所在地 | 東予：288社 (35.6%) 中予：382社 (47.2%) 南予：140社 (17.3%) |
| 2. 部門 | 製造業：197社 (24.4%) 非製造業：611社 (75.6%) |
| 3. 従業員規模 | 10人未満：286社 (35.9%) 10～30人未満：288社 (36.1%) 30～100人未満：163社 (20.5%) 100人以上：60社 (7.5%) |

注1：企業属性の割合は不明分を除いて算出。

注2：企業属性の割合は小数点第二位以下四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある（以下、グラフの割合についても同様）

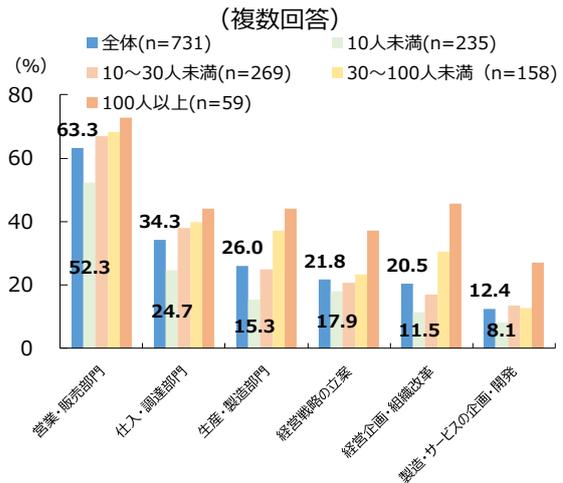
～データ活用している業務領域～

データ活用している業務領域は「営業・販売部門」が63.3%と最も多かった（図表-1）。続く「仕入・調達」、「生産・製造」は、業務の特性上、製造業の割合が高い。一方、「経営戦略の立案」、

「経営企画・組織改革」、「製品・サービスの企画・開発」など、経営の意思決定や事業価値向上に向けた活用割合は製造・非製造ともに低い。今後はこうした領域で活用していくことが課題となる。

従業員規模別にみると、「10人未満」の企業はそれ以上の規模に比べ、業務への活用割合が低い傾向がある。

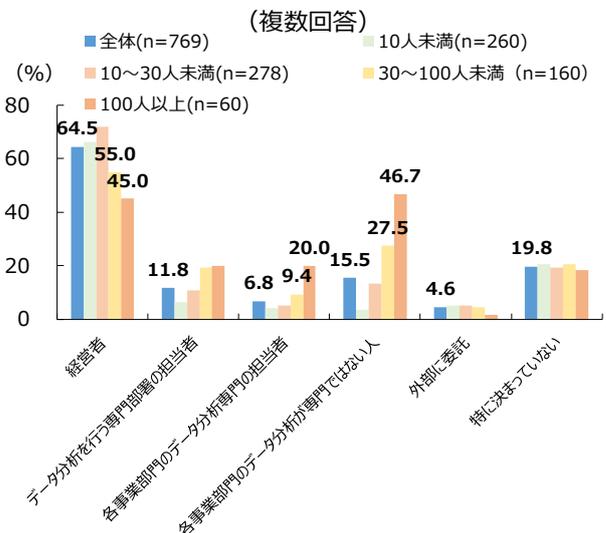
図表-1 データ活用している業務領域



～データ分析の主担当者～

データの分析を主に行うのは「経営者」が64.5%と最も多い（図表-2）。従業員規模別ではどの規模でも経営者の割合は高いが、30人以上を境に経営者の割合が低下し、専門・非専門はあるが、各事業部門の担当者がデータ分析を担う傾向にある。一定規模を超えると、経営者だけで分析を担うのは難しくなるとみられる。

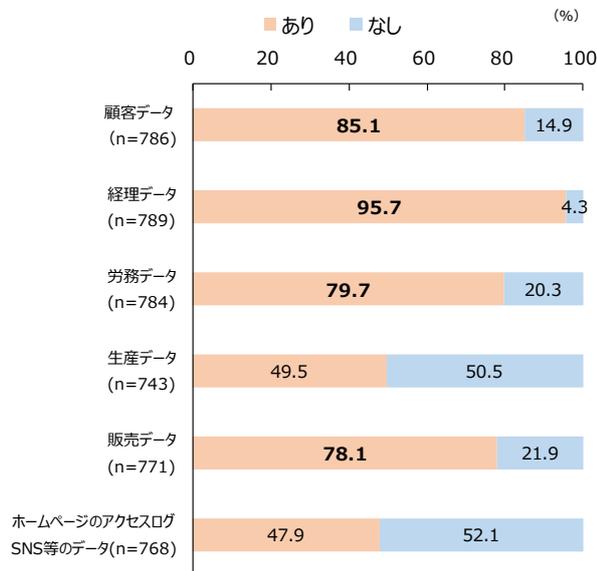
図表-2 データ分析を主に行う担当者



～データの保有状況～

データの保有状況を見ると、「顧客」「経理」「労務」「販売」は「あり」が8割近くかそれ以上を占める（図表－3）

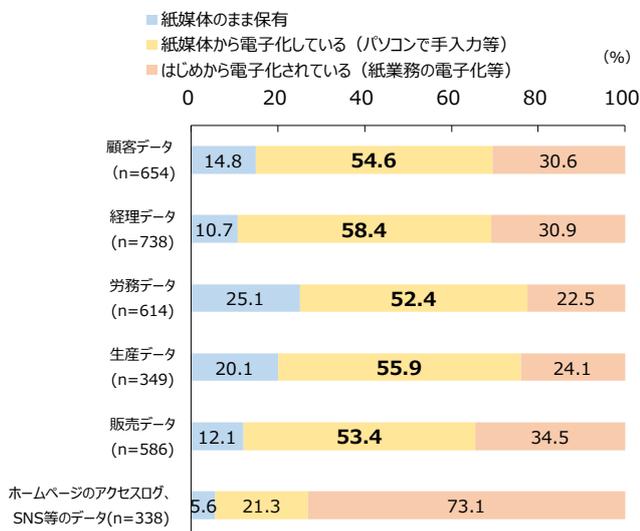
図表－3 データの保有状況



～データ化の状況～

データ保有企業のデータ化の状況を見ると、「ホームページのアクセスログ、SNS等のデータ」を除き、全体的に「紙媒体から電子化している」（パソコンで手入力等）割合が5割超と高い（図表－4）。紙に記録した情報をExcelや基幹システムに入力するやり方が主流のようだ。

図表－4 データ化の状況

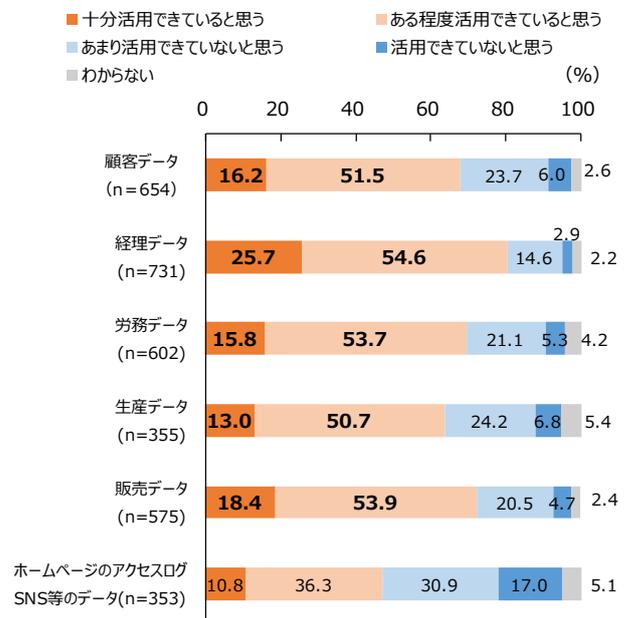


～データの活用状況～

データの活用状況を見ると、「顧客」「経理」「労務」「生産」「販売」は「活用できていると思う」（「十分活用できていると思う」と「ある程度活用できていると思う」の合計）の割合が半数を超えた（図表－5）。企業からは決算資料の作成など、業務の遂行・効率化でデータを活用しているとの声が多かった。一方、「活用できていない」と回答した企業へのヒアリングでは、「販売データをもとに新規開拓や商品開発を行うなど企業が成長していくための取組みが行えていない」などの声が聞かれた。業務効率化を目的とする場合と、事業価値向上を目的とする場合で、活用の実感に違いがみられた。

「顧客」「経理」「労務」「生産」「販売」をデータ化の状況別にみると、データをはじめから電子化している企業ほど、活用できていると答える傾向がみられた（図表－6）。

図表－5 データの活用状況

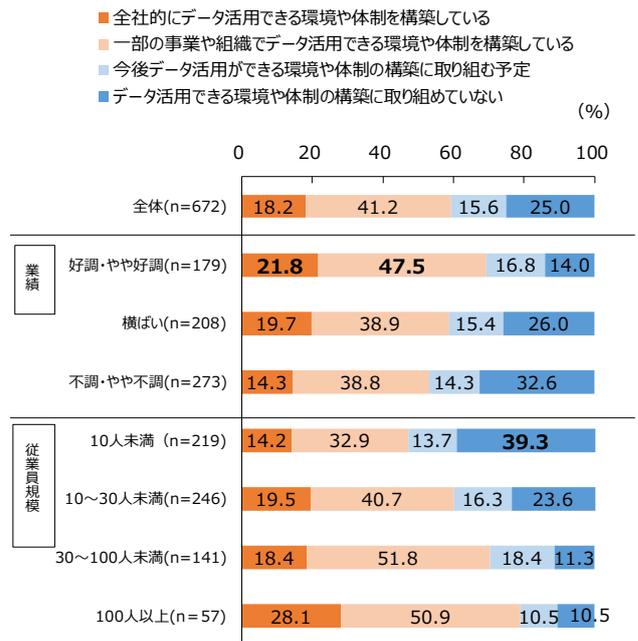


図表－ 6 データ化の状況と活用状況の関係

単位：%

| データの種類 | データ化の状況 | 活用できていると思う (十分活用できている+ ある程度活用できている) | 活用できていないと思う (あまり活用できていない+ 全く活用できていない) | わからない |
|--------|--------------------------|---|---|-------|
| 顧客データ | 紙媒体のまま保有 (n=91) | 39.6 | 51.6 | 8.8 |
| | 紙媒体から電子化して いる(n=352) | 73.9 | 25.0 | 1.1 |
| | はじめから電子化され ている(n=198) | 71.7 | 26.3 | 2.0 |
| 経理データ | 紙媒体のまま保有 (n=72) | 52.8 | 33.3 | 13.9 |
| | 紙媒体から電子化して いる(n=423) | 82.5 | 16.5 | 0.9 |
| | はじめから電子化され ている(n=226) | 85.8 | 13.3 | 0.9 |
| 労務データ | 紙媒体のまま保有 (n=140) | 42.1 | 44.3 | 13.6 |
| | 紙媒体から電子化して いる(n=316) | 75.6 | 23.7 | 0.6 |
| | はじめから電子化され ている(n=138) | 85.5 | 13.0 | 1.4 |
| 生産データ | 紙媒体のまま保有 (n=62) | 33.9 | 48.4 | 17.7 |
| | 紙媒体から電子化して いる(n=193) | 69.9 | 29.5 | 0.5 |
| | はじめから電子化され ている(n=83) | 80.7 | 18.1 | 1.2 |
| 販売データ | 紙媒体のまま保有 (n=63) | 39.7 | 47.6 | 1.3 |
| | 紙媒体から電子化して いる(n=305) | 76.1 | 22.6 | 0.0 |
| | はじめから電子化され ている(n=198) | 77.8 | 22.2 | 2.8 |

図表－ 7 データ活用に向けた環境や体制



～データ活用の課題～

データ活用の課題では、「データ活用を行う人材やノウハウの不足」が46.7%と最も多く、次いで「データが整理できていない」(33.1%)や「データ活用の方針や戦略が定まっていない」(28.6%)が続いた(図表－ 8)。

図表－ 8 データ活用に関する課題

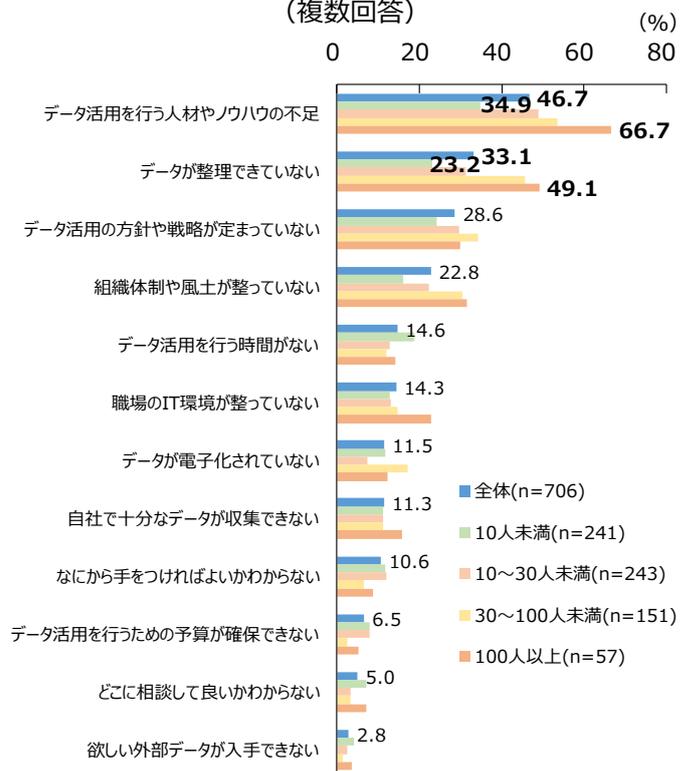
(複数回答)

～データ活用に向けた環境や体制～

データ活用に向けた環境や体制をみると、全体では約6割の企業が「全社的に」または「一部の事業や組織でデータ活用できる環境や体制を構築している」と回答した(図表－ 7)。

昨年一年間の業績別にみると、「好調・やや好調」の企業ほど、全社または一部でデータ活用できる環境や体制を構築している割合が高い。業績は様々な要因に左右されるが、データ活用が業績に貢献する可能性がある。また、業績が好調な企業ほど、データ活用の環境や体制構築に向けた投資が行えると見ることもできよう。

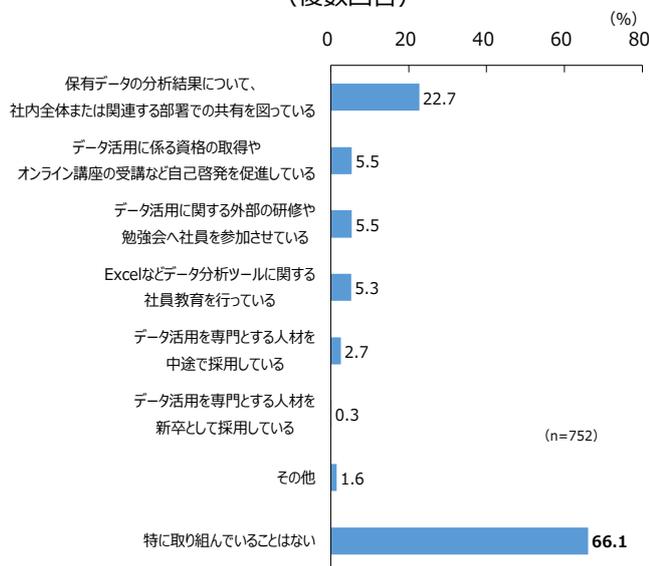
従業員規模別では、「10人未満」の小規模では、データ活用できる環境や体制の構築に取り組めていない」の割合が高い。



従業員規模別では、「100人以上」の規模では、「人材やノウハウの不足」、「データが整理できていない」の割合が高い一方、「10人未満」の規模はこれらの割合が低い。規模の大きい企業ほど課題認識が強い。

人材やノウハウに関して課題を感じる企業が多い一方、「データ活用に係る人材の採用や育成」は、「特に取り組んでいることがない」が66.1%と多い(図表-9)。課題ではあるが、すぐに対応策を講じなくてはいけないほど優先順位は高くないとみられる。

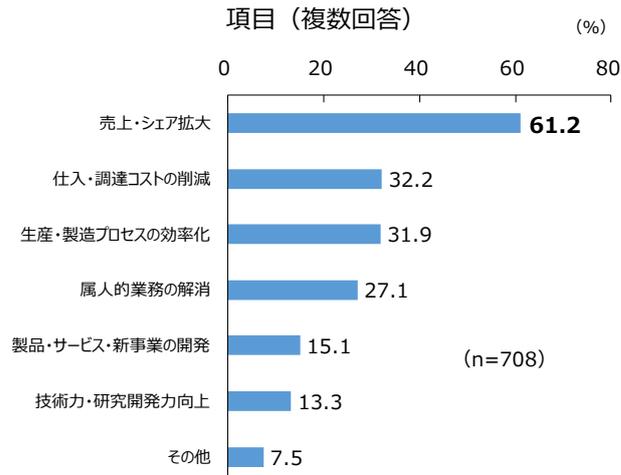
図表-9 データ活用に係る人材採用・育成
(複数回答)



～データ活用によって改善したい項目～

データ活用によって改善したい項目は、「売上・シェア拡大」が最も多かった(図表-10)。データ活用を「売上・シェア拡大」につなげるには、データを日々の業務を行うために使うだけではなく、事業価値向上に向けて利用していくことが重要となる。しかし、企業へのヒアリングから、人材やノウハウの不足に加え、「費用対効果がわからない」など、活用のイメージがつかみづらいことも障壁となっていることがうかがえた。

図表-10 データ活用によって改善を図りたい項目(複数回答)



まとめ

今回の調査で、従業員規模の小さい企業ほどデータ活用の割合が低いことがわかった。また、今後は事業価値向上に向けたデータ活用が重要となるが、費用対効果が分からないことなどが活用の支障となっている可能性がうかがえた。こうしたなか、企業のデータ活用を後押しするには、事例を蓄積・発信するなどして、活用の必要性を啓発していくことなどが重要となるだろう。

データ活用の課題は、人材やノウハウの不足という回答が多い。一方で、人材の採用・育成に取り組む企業は少なかった。人材育成・ノウハウ取得の出発点として、まずはExcelなどの身近なツールの分析手法を学習するなど、データそのものを身近に感じる取り組みから始めてみてもいいかもしれない。

データはヒト、モノ、カネに並ぶ第四の経営資源であり、経営環境が変化するなかで進むべき方向を示し企業を成長させる羅針盤としての役割が期待される。引き続きデータ活用の必要性や、どのような活用の仕方が有効であるか情報発信していきたい。

(渡辺 勇記)