

はじめに

近年、インターネットを業務に活用する企業は、業種や規模を問わず急速に増えてきています。

本調査は、このような状況の下、県内企業のインターネット利用状況を把握し、今後の企業経営の参考にしていただくために実施したものです。

この報告書が、中小企業の方々が情報化に取り組むにあたって何らかのお役に立てれば幸いです。

最後になりましたが、本調査にご協力いただきました各企業の皆様方に対しまして、厚くお礼を申し上げます。

平成14年3月

財団法人 栃木県産業振興センター
理事長 平間 幸男

目 次

． 調 査 概 要	1
． 調 査 結 果	5
1．インターネットの利用状況について	
（1）インターネットの利用状況	5
（2）インターネットの接続環境	8
（3）インターネットの利用目的	9
（4）今後のインターネットの活用促進項目	10
（5）インターネット利用の効果	11
（6）インターネット利用上の問題点	12
（7）業務上におけるインターネットの重要度	13
（8）インターネット利用開始の検討状況	16
（9）インターネットを利用しない理由	16
2．ホームページの開設状況について	
（1）ホームページ開設状況	17
（2）自社ホームページへの月間アクセス件数	20
（3）ホームページのPR方法	23
（4）ホームページ開設の効果	22
（5）ホームページを運営する上での問題点	23
（6）ホームページ開設の予定	24
3．情報化全般について	
（1）IT投資による成果	25
（2）IT化を進める上での問題点	28
（3）今後のIT化への取り組み	29
． 調 査 票	32

． 調 査 概 要

1．調査目的

県内企業のインターネット利用状況を把握し、今後の企業経営の参考に資することを目的とするものである。

2．調査時期

平成14年2月

3．調査方法

郵送によるアンケート方式

4．調査対象企業

県内中小企業 1,500社（アトランダムに抽出）

5．調査票回収状況

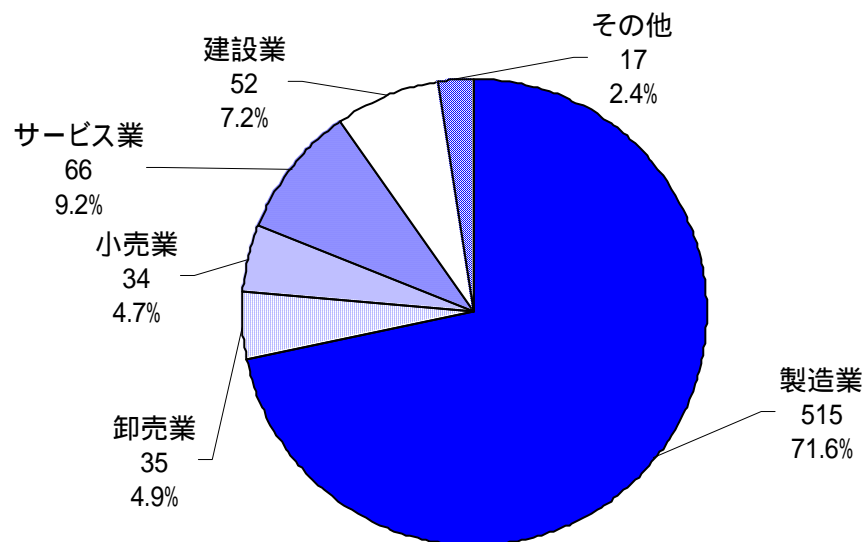
- | | |
|-------------|-------|
| (1) 有効回答企業数 | 719社 |
| (2) 有効回答率 | 47.9% |

6．端数処理

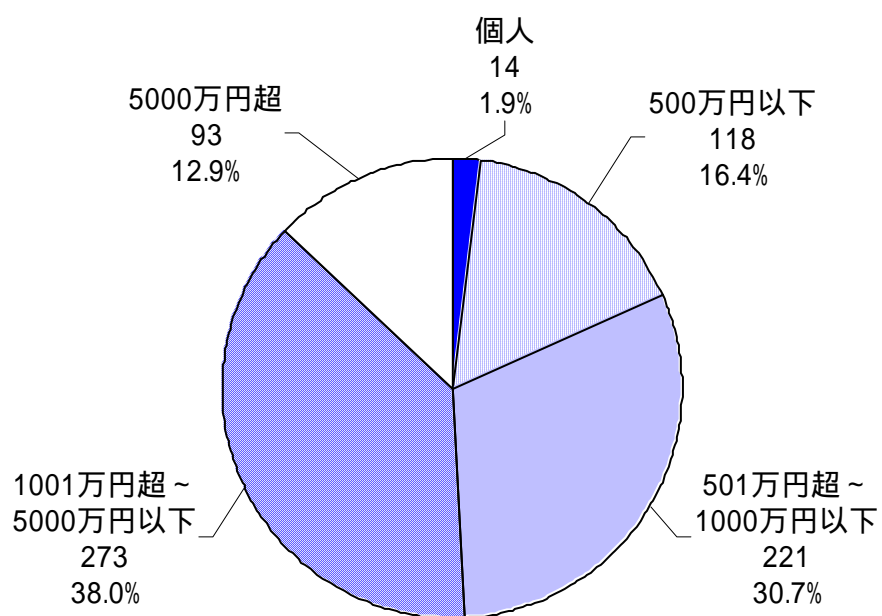
各調査項目の集計で、構成比（%）は端数処理（四捨五入）の関係で100%にならないことがある。

7. 回答企業（719社）の内訳

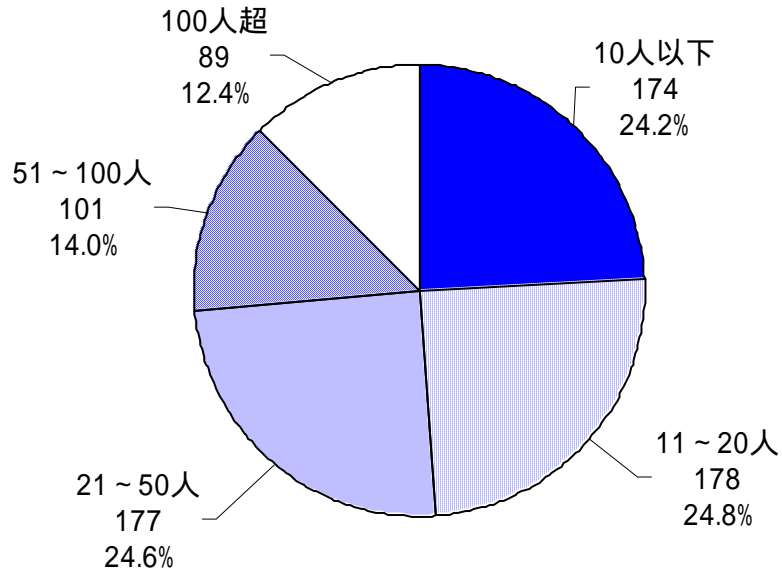
(1) 業種別構成



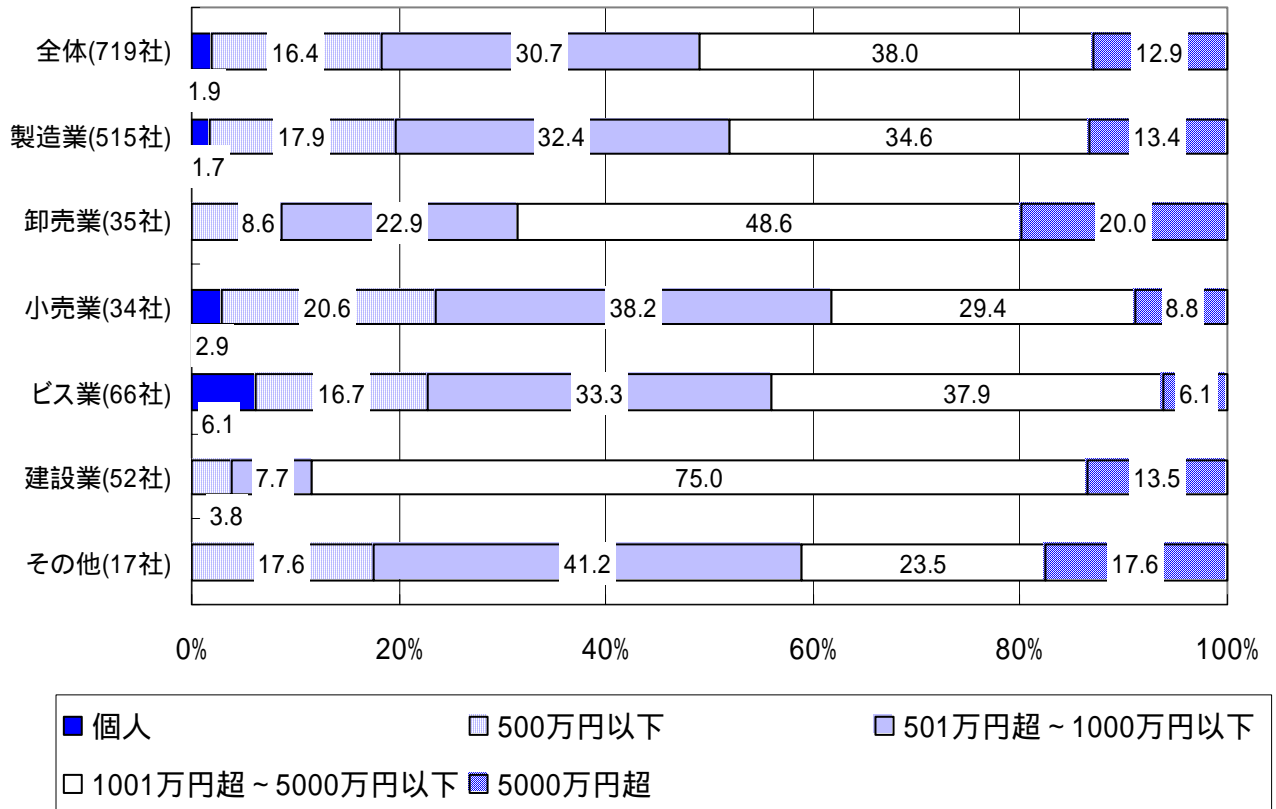
(2) 資本金別構成



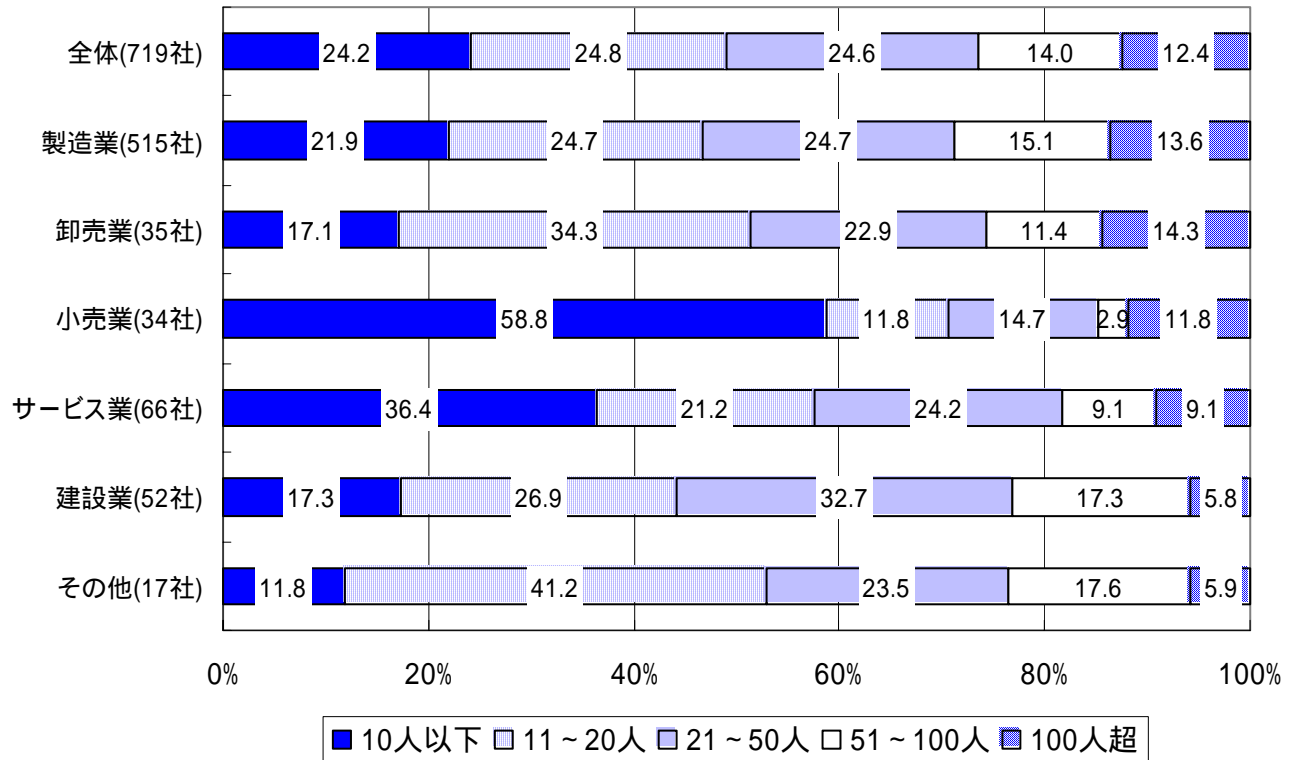
(3) 従業員規模別構成



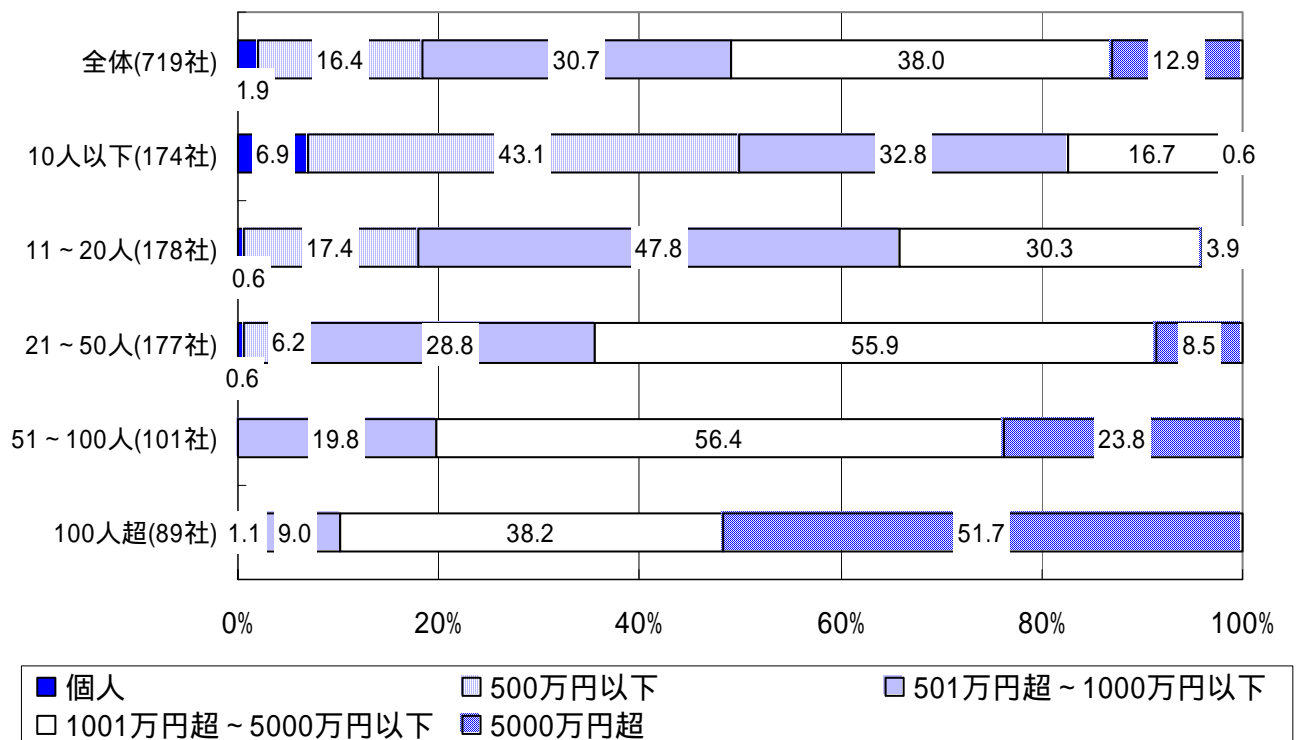
(4) 業種別に見た資本金別構成



(5) 業種別に見た従業員規模別構成



(6) 従業員規模別に見た資本金別構成



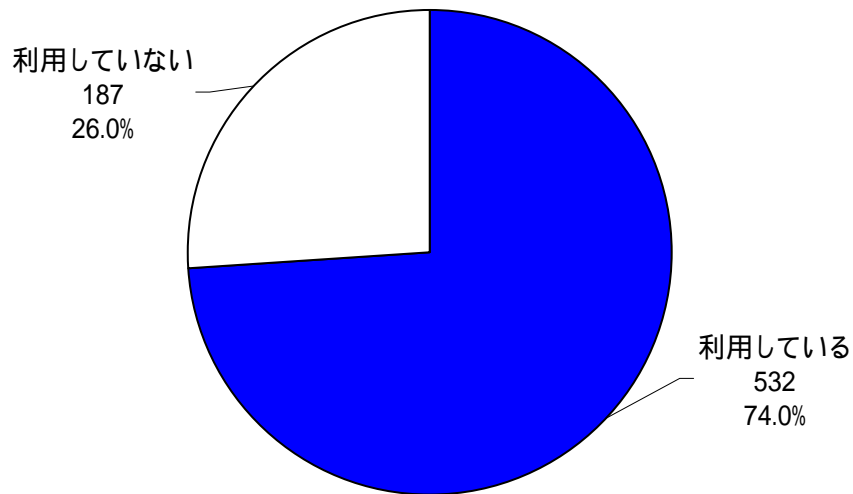
調査結果

1. インターネットの利用状況について

(1) インターネットの利用状況

インターネットの利用状況について質問したところ、「利用している」との回答が74.0%、「利用していない」との回答が26.0%となっている。

図 1 - 1 インターネットの利用状況

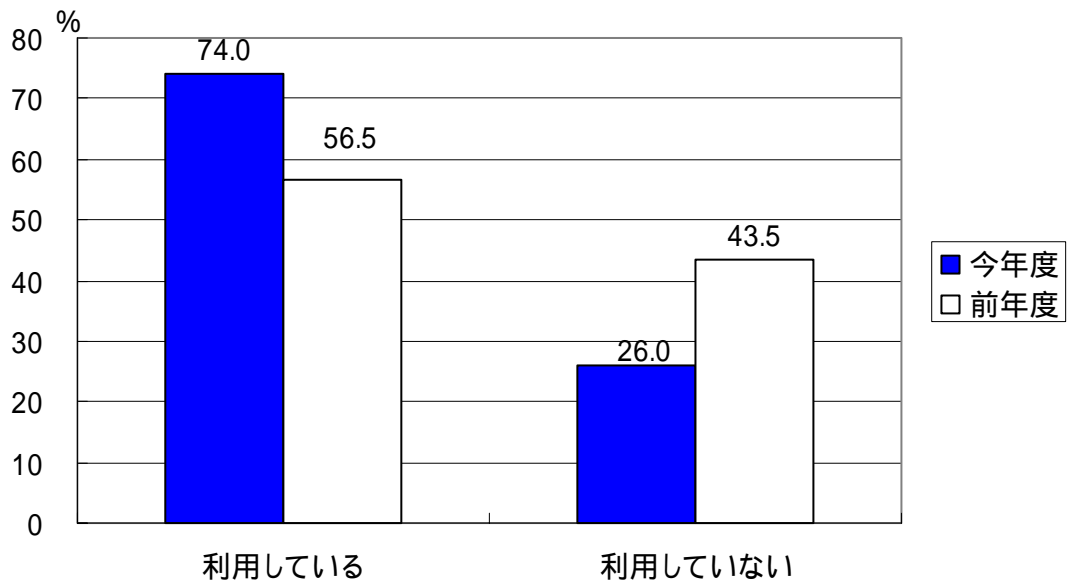


インターネットの利用状況（対前年度比較）

【注：対前年度とは、平成13年2月に行った「中小企業における情報化推進状況調査」を指す。】

インターネットの利用率は、前年度と比較して「利用している」と回答した企業の割合が17.5%高くなっている。

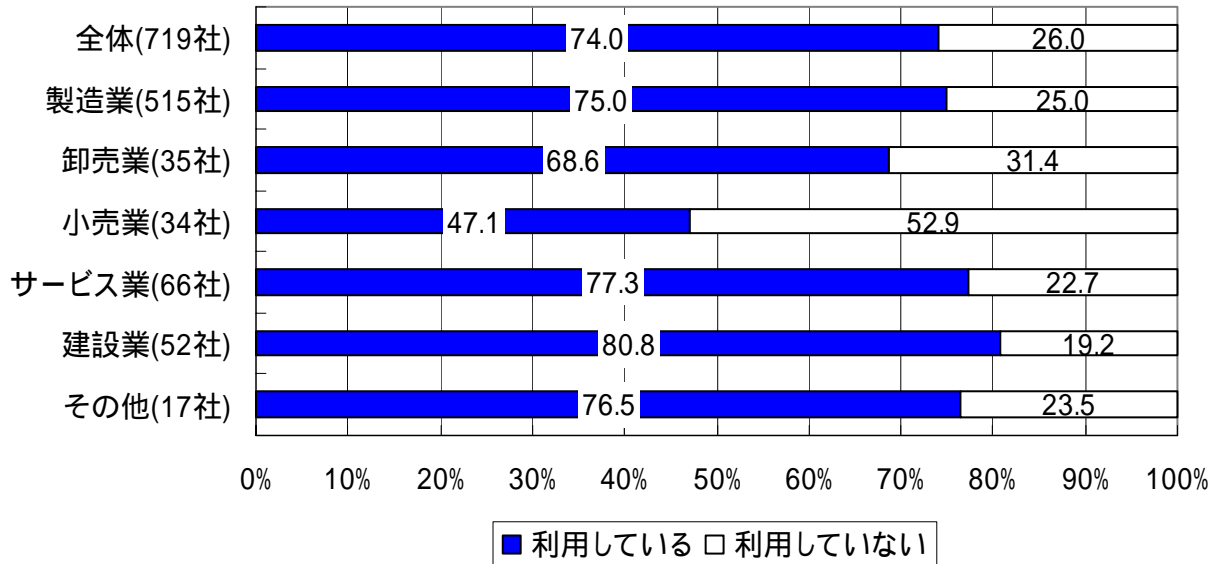
図 1 - 2 インターネットの利用状況(対前年度比較)



業種別に見たインターネットの利用状況

インターネットの利用率は、「建設業」(80.8%)が最も高く、続いて「サービス業」(77.3%)、「その他」(76.5%)、「製造業」(75.0%)、「卸売業」(68.6%)、「小売業」(47.1%)の順となっている。

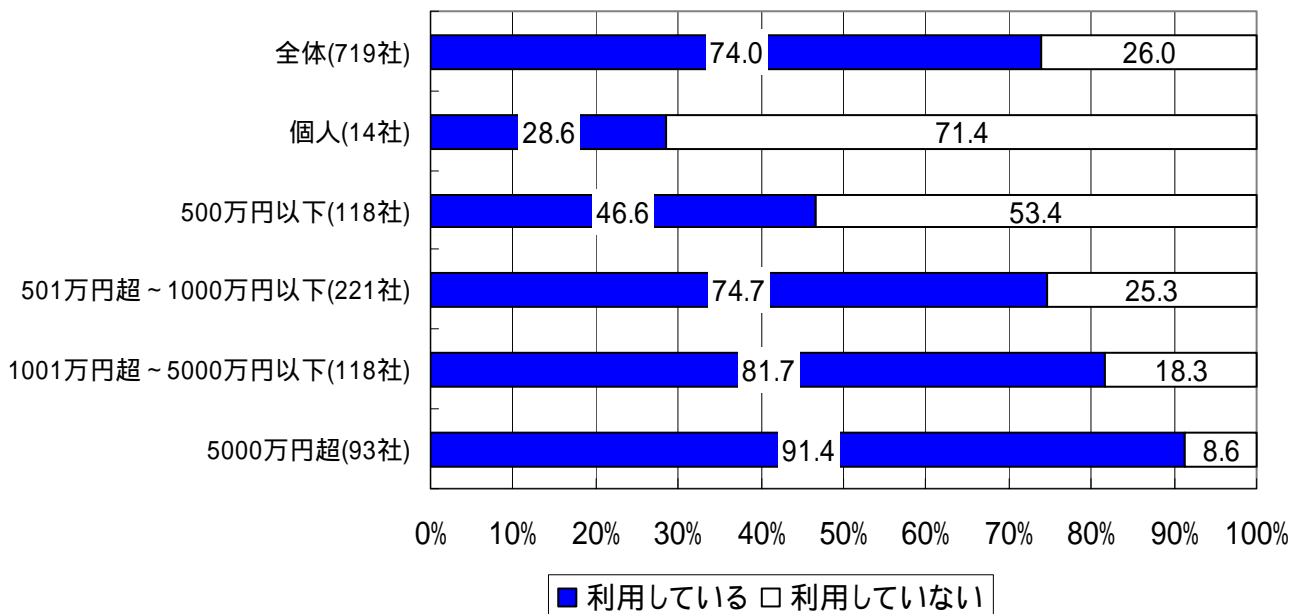
図 1 - 3 業種別に見たインターネットの利用状況



資本金別に見たインターネットの利用状況

資本金の大きな企業ほど、インターネット利用率が高くなっている。

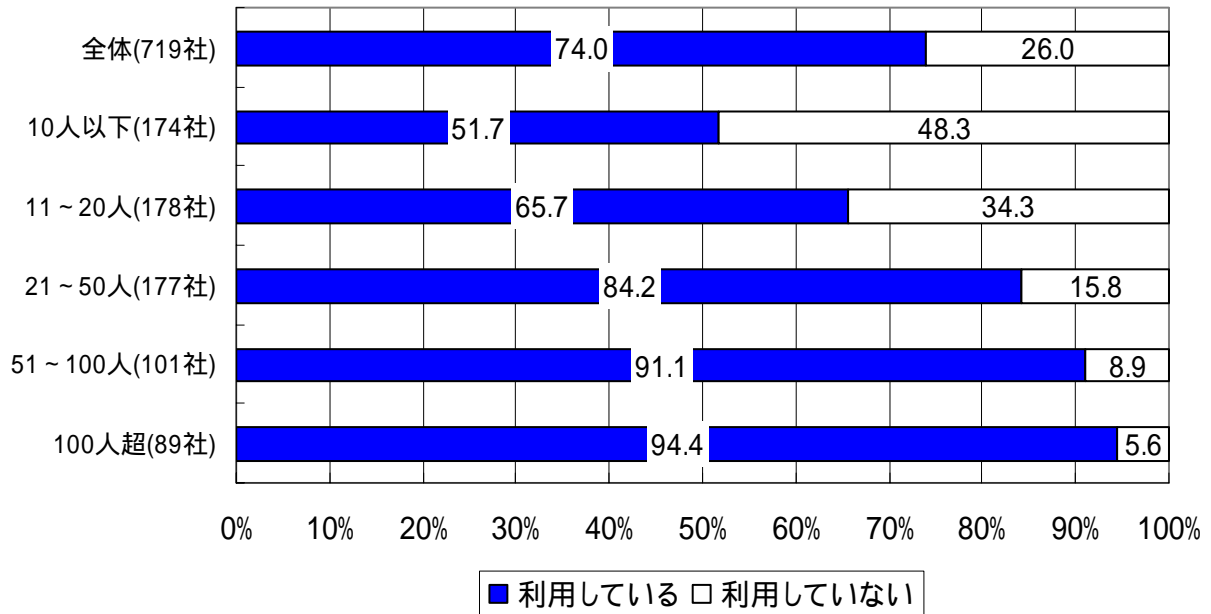
図 1 - 4 資本金別に見たインターネットの利用状況



従業員規模別に見たインターネットの導入状況

従業員規模が大きな企業ほど、インターネット利用率が高くなっている。

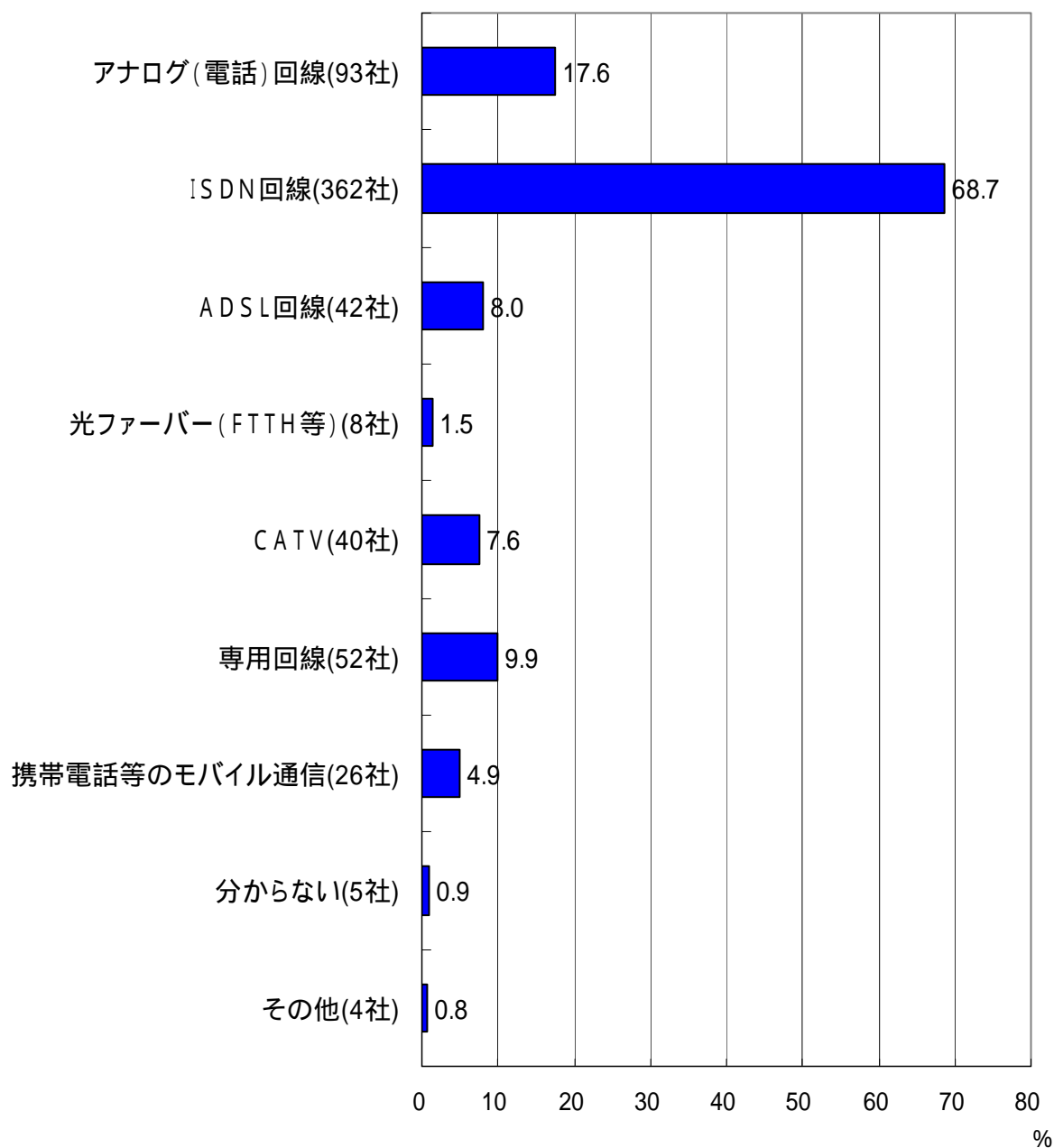
図 1 - 5 従業員規模別に見たインターネットの利用状況



(2) インターネットの接続環境(複数回答)

インターネットの接続環境については、「ISDN回線」が68.7%と最も高く、次いで「アナログ(電話)回線」(17.6%)、「専用回線」(9.9%)、「ADSL回線」(8.0%)、「CATV」(7.6%)、「携帯電話等のモバイル通信」(4.9%)、「光ファイバー(FTTH等)」(1.5%)の順となっている。

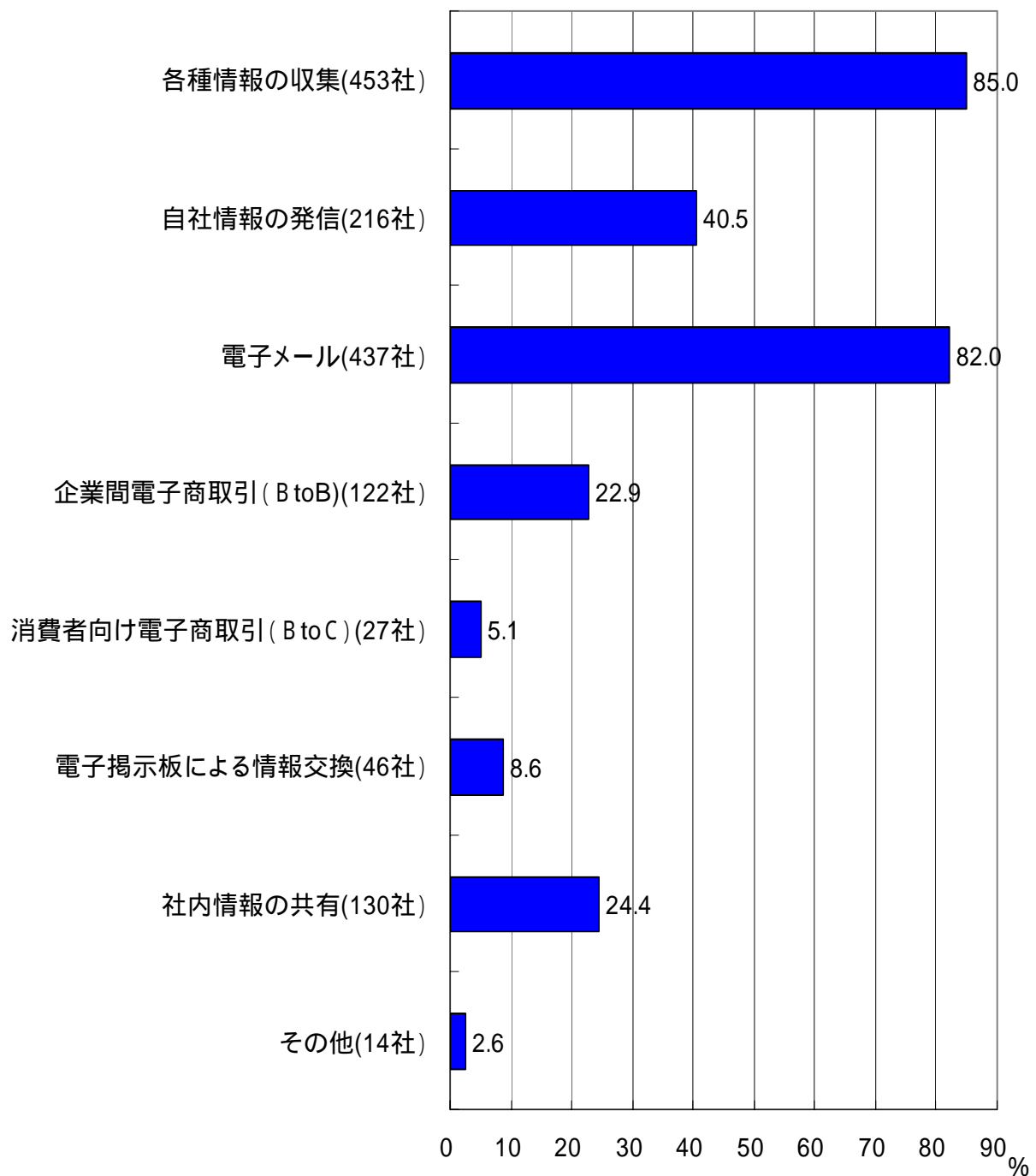
図2 インターネットの接続環境(複数回答)



(3) インターネットの利用目的(複数回答)

インターネットの利用目的としては、「各種情報の収集」が85.0%と最も高く、次いで、「電子メール」(82.0%)、「自社情報の発信」(40.5%)、「社内情報の共有」(24.4%)、「企業間電子商取引(BtoB)」(22.9%)、「電子掲示板による情報交換」(8.6%)、「消費者向け電子商取引(BtoC)」(5.1%)の順となっている。

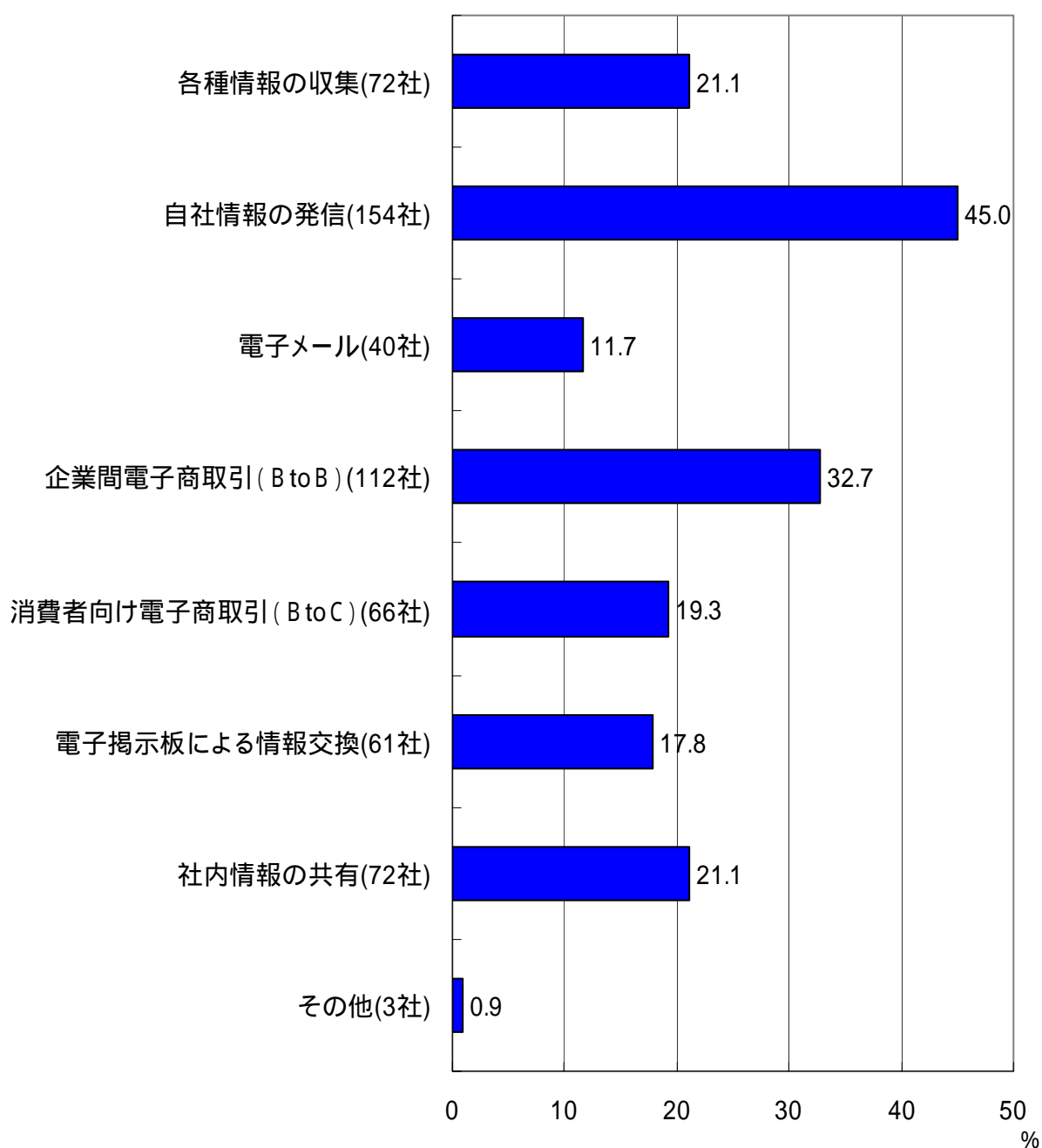
図3 インターネットの利用目的(複数回答)



(4) 今後のインターネットの活用促進項目(2つ以内回答)

今後、インターネットの活用を促進していきたいものとしては、「自社情報の発信」が45.0%と最も高く、次いで、「企業間電子商取引(BtoB)」(32.7%)、「各種情報の収集」(21.1%)、「社内情報の共有」(21.1%)、「消費者向け電子商取引(BtoC)」(19.3%)、「電子掲示板による情報交換」(17.8%)、「電子メール」(11.7%)の順となっている。

図4 今後のインターネットの活用促進項目(2つ以内回答)

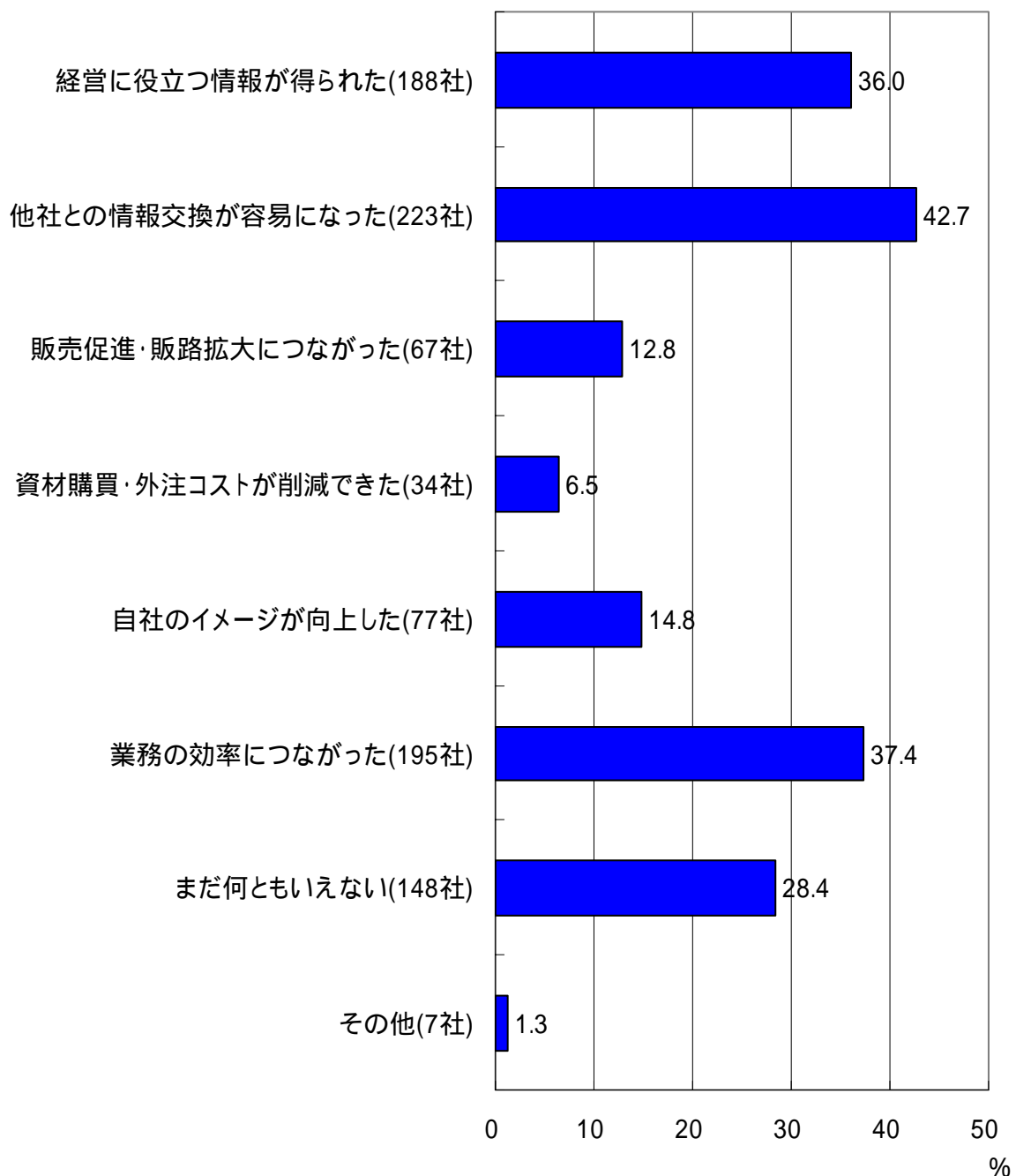


(5) インターネット利用の効果 (複数回答)

インターネット利用による効果としては、「他社との情報交換が容易になった」が 42.7% と最も高く、次いで、「業務の効率につながった」(37.4%)、「経営に役立つ情報が得られた」(36.0%)、「まだ何ともいえない」(28.4%)、「自社のイメージが向上した」(14.8%)、「販売促進・販路拡大につながった」(12.8%)、「資材購買・外注コストが削減できた」(6.5%) の順となっている。

また、前年度の回答と比較すると、「販売促進・販路拡大につながった」という回答する企業の割合が高くなっている。

図 5 インターネット利用の効果 (複数回答)

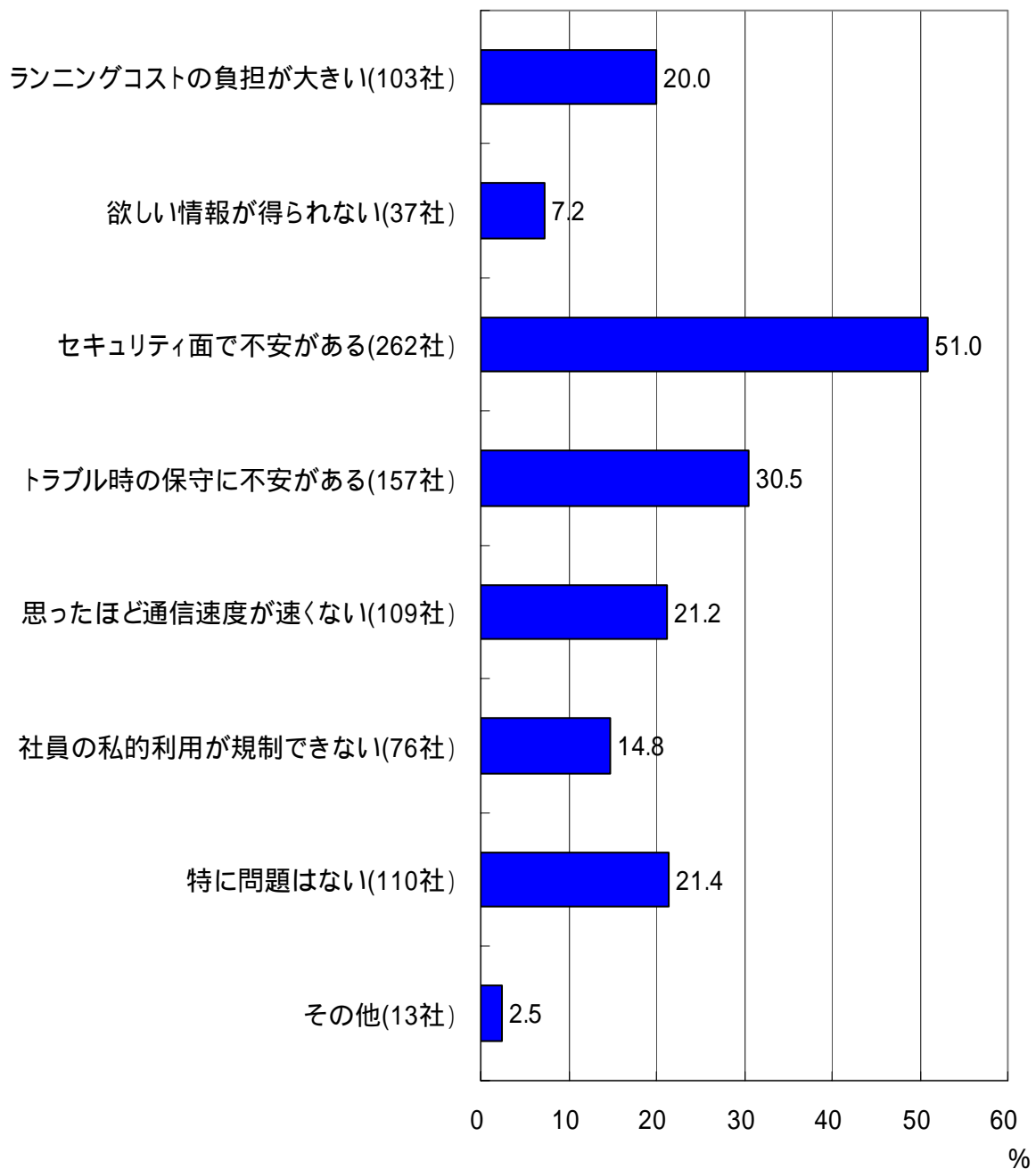


(6) インターネット利用上の問題点(複数回答)

インターネット利用上の問題点については、「セキュリティ面で不安がある」が 51.0%と最も高く、次いで、「トラブル時の保守に不安がある」(30.5%)、「特に問題はない」(21.4%)、「思ったほど通信速度が速くない」(21.2%)、「ランニングコストの負担が大きい」(20.0%)、「社員の私的利用が規制できない」(14.8%)、「欲しい情報が得られない」(7.2%)の順となっている。

また、前年度の回答と比較すると、「セキュリティ面で不安がある」と回答する企業の割合が高くなっている。

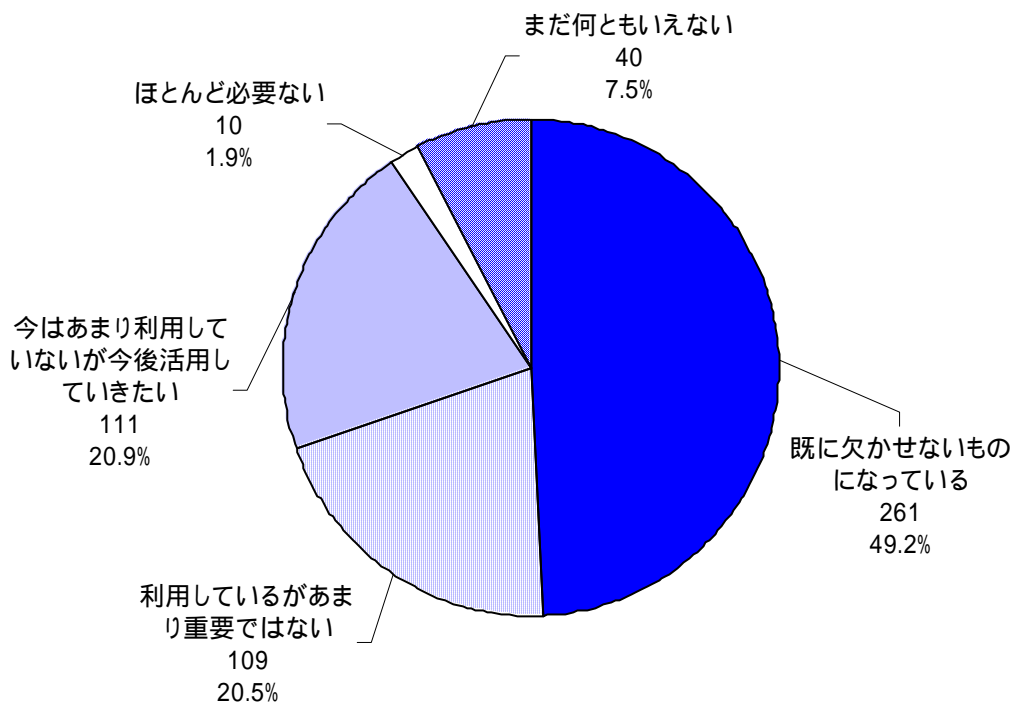
図6 インターネット利用上の問題点(複数回答)



(7) 業務上におけるインターネットの重要度

業務上においてインターネットはどの程度重要であるかを尋ねたところ、「既に欠かせないものになっている」との回答が、49.2%と最も多く、次いで、「今はあまり利用していないが今後活用していきたい」(20.9%)、「利用しているがあまり重要ではない」(20.5%)、「まだ何ともいえない」(7.5%)、「ほとんど必要ない」(1.9%)の順となっている。

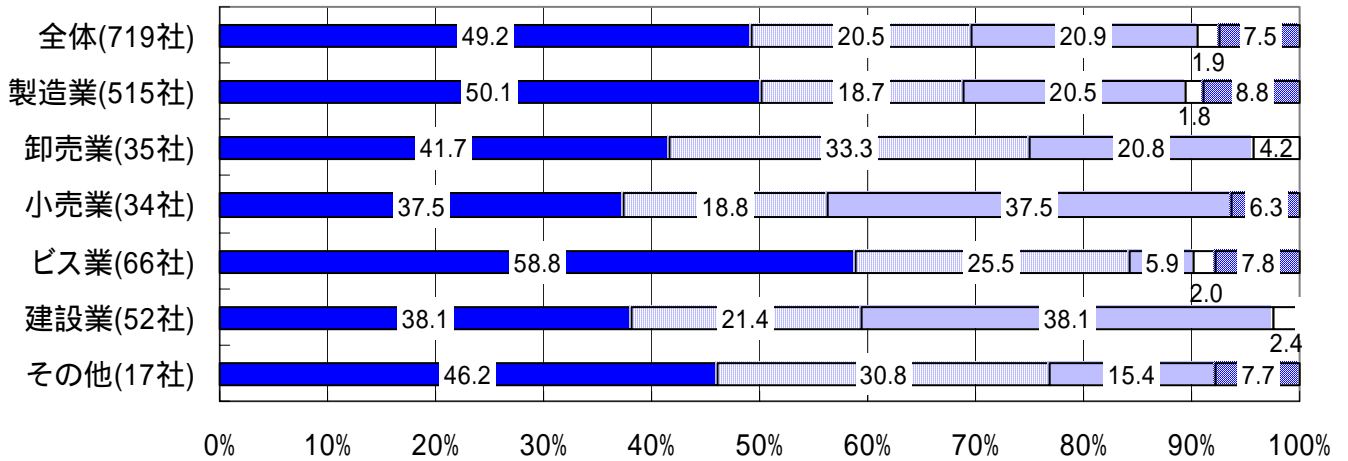
図7 - 1 業務上におけるインターネットの重要度



業種別に見た業務上におけるインターネットの重要度

「既に欠かせないものになっている」との回答では、「サービス業」(58.8%)、「製造業」(50.1%)、卸売業(41.7%)の割合が高く、「今はあまり利用していないが今後活用していきたい」との回答は、「建設業」(38.1%)、「小売業」(37.5%)の割合が高くなっており、概ね全業種において、インターネットが重要になってきていると思われる。

図7-2 業種別に見た業務上におけるインターネットの重要度

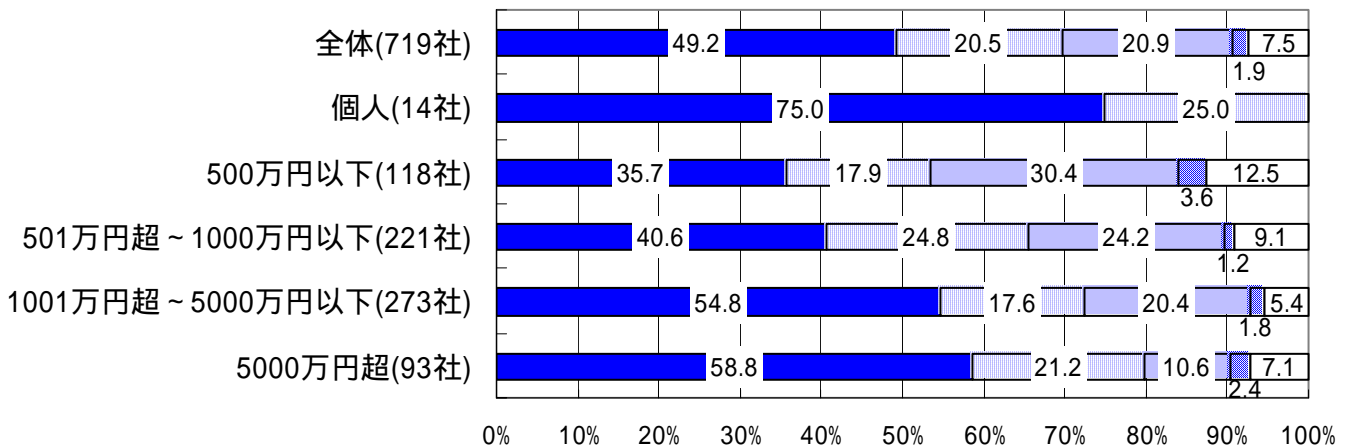


■ 既に欠かせないものになっている □ 利用しているがあまり重要ではない
 □ 今はあまり利用していないが今後活用していきたい □ ほとんど必要ない
 ■ まだ何ともいえない

資本金別に見た業務上におけるインターネットの重要度

個人を除いては、資本金の大きな企業ほど、業務上においてインターネットが既に欠かせないものになっていると回答した企業の割合が高くなっている。

図7-3 資本金別に見た業務上におけるインターネットの重要度

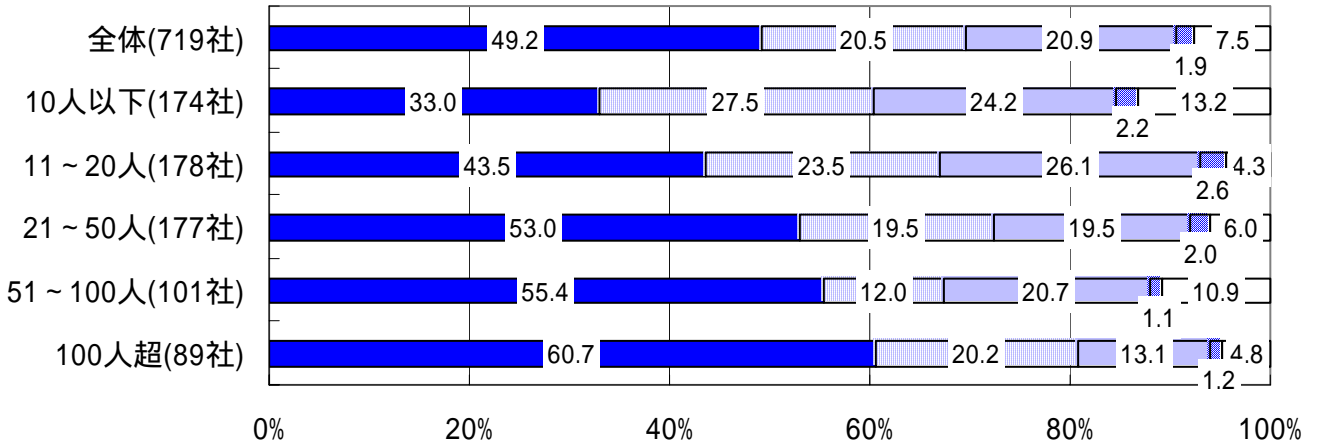


■ 既に欠かせないものになっている □ 利用しているがあまり重要ではない
 □ 今はあまり利用していないが今後活用していきたい □ ほとんど必要ない
 □ まだ何ともいえない

従業員規模別に見た業務上におけるインターネットの重要度

従業員規模が大きな企業ほど、業務上においてインターネットが既に欠かせないものになっていると回答した企業の割合が高くなっている。

図 7 - 4 従業員規模別に見た業務上におけるインターネットの重要度

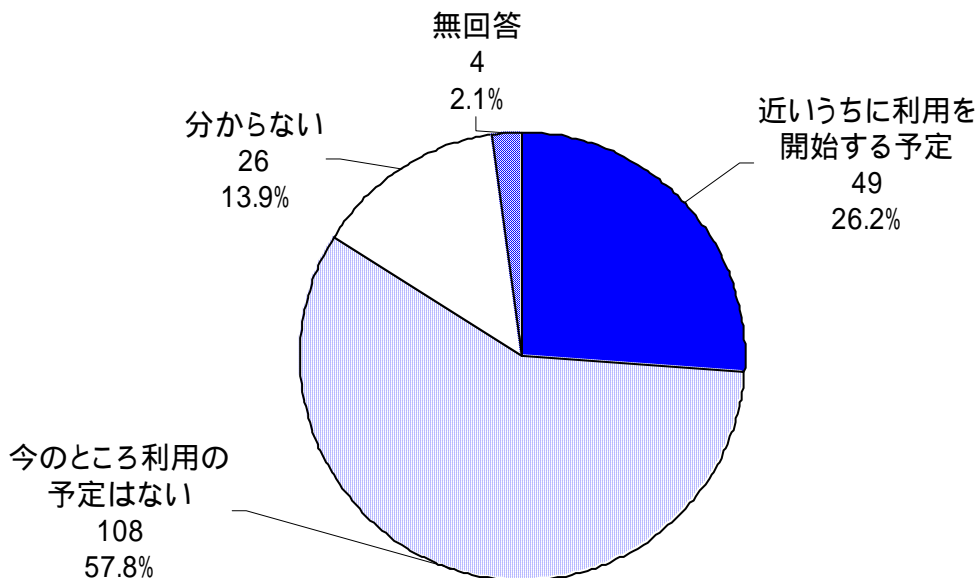


- 既に欠かせないものになっている
- 利用しているがあまり重要ではない
- 今はあまり利用していないが今後活用していきたい
- ほとんど必要ない
- まだ何ともいえない

(8) インターネット利用開始の検討状況

「インターネットを利用していない」と回答した企業 187 社に対し、インターネット利用開始の検討状況について尋ねたところ、「近いうちに利用を開始する予定」と回答した企業が 26.2%、「今のところ利用の予定はない」が 57.8%、「分からない」が 13.9%となっている。

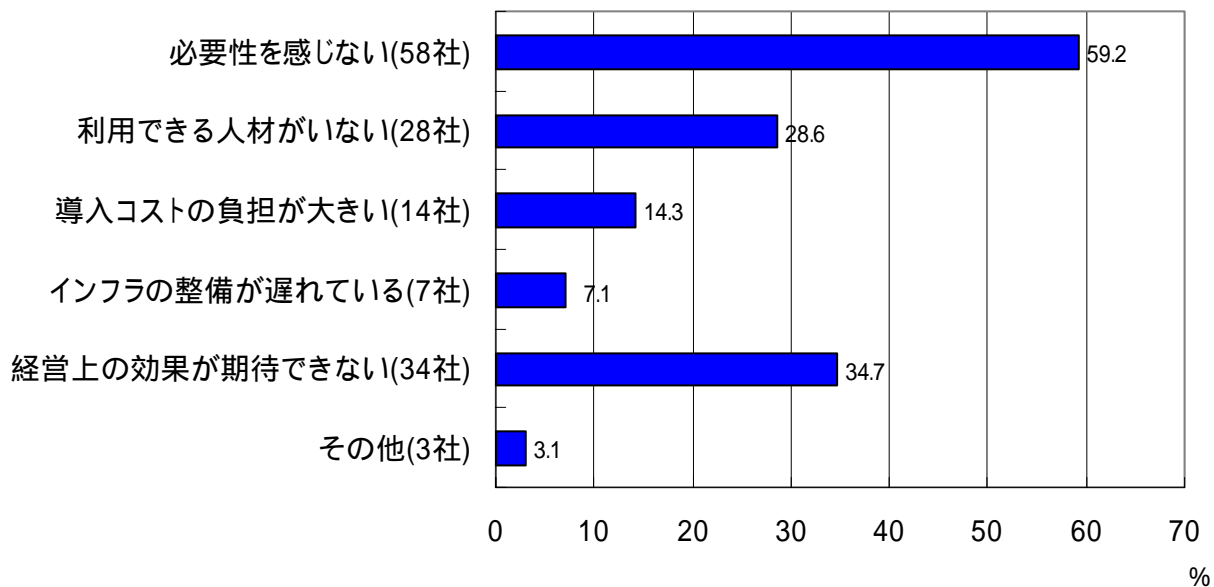
図 8 インターネット利用開始の検討状況



(9) インターネットを利用しない理由（複数回答）

「今のところ利用の予定はない」と回答した企業 108 社に対し、インターネットを利用しない理由について尋ねたところ、「必要性を感じない」59.2%と最も高く、次いで、「経営上の効果が期待できない」(34.7%)、「利用できる人材がない」(28.6%)、「導入コストの負担が大きい」(14.3%)、「インフラの整備が遅れている」(7.1%)の順となっている。

図 9 インターネットを利用しない理由（複数回答）

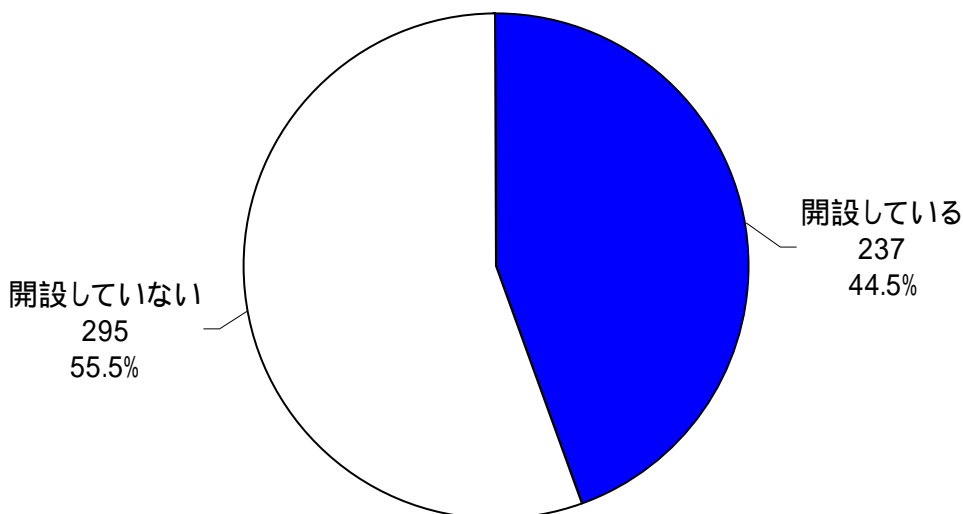


2. ホームページの開設状況について

(1) ホームページの開設状況

インターネットを利用していると回答した企業 532 社に対し、ホームページの開設状況について質問したところ、「開設している」との回答が 44.5%、「開設していない」との回答が 55.5%となっている。

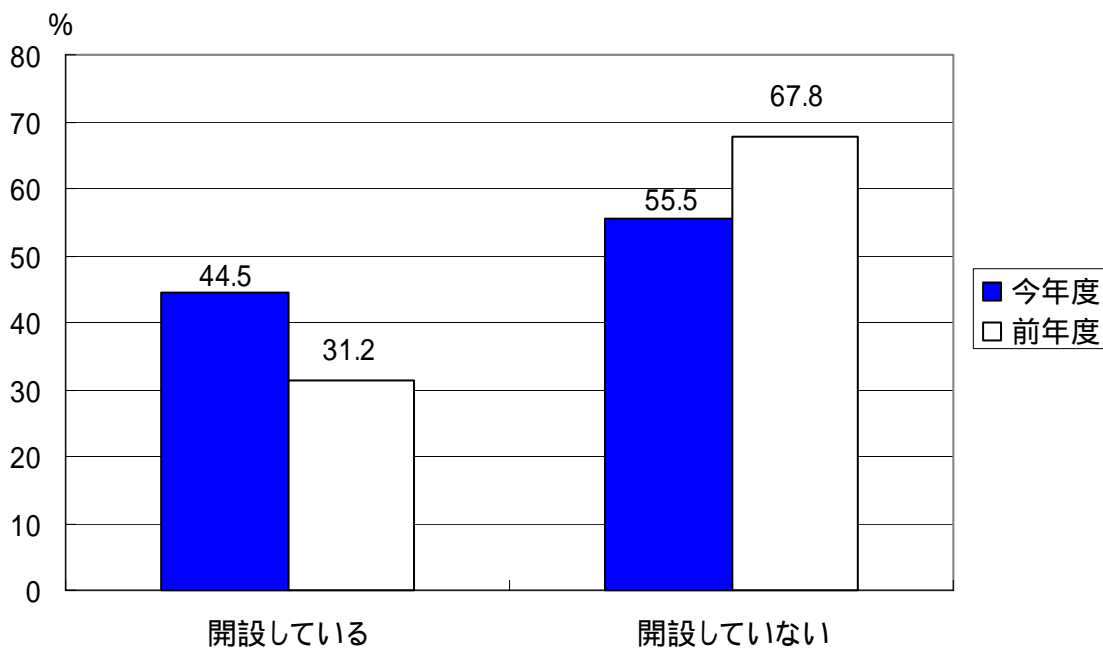
図 10 - 1 ホームページの開設状況



ホームページの開設状況（対前年度比較）

ホームページの開設率は、前年度と比較して「開設している」と回答した企業の割合が 13.3% 高くなっている。

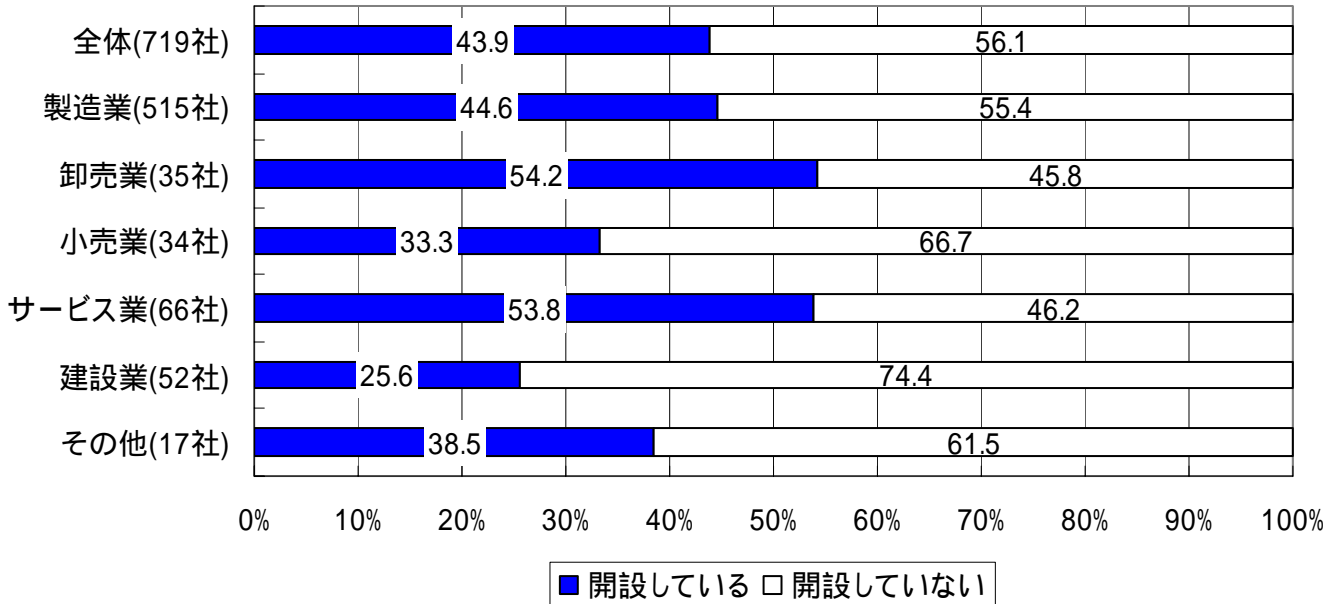
図 10 - 2 ホームページの開設状況（対前年度比較）



業種別に見たホームページの開設状況

ホームページの開設率は、「卸売業」(54.2%)が最も高く、次いで、「サービス業」(53.8%)、「製造業」(44.6%)、「小売業」(33.3%)、「建設業」(25.6%)の順となっている。

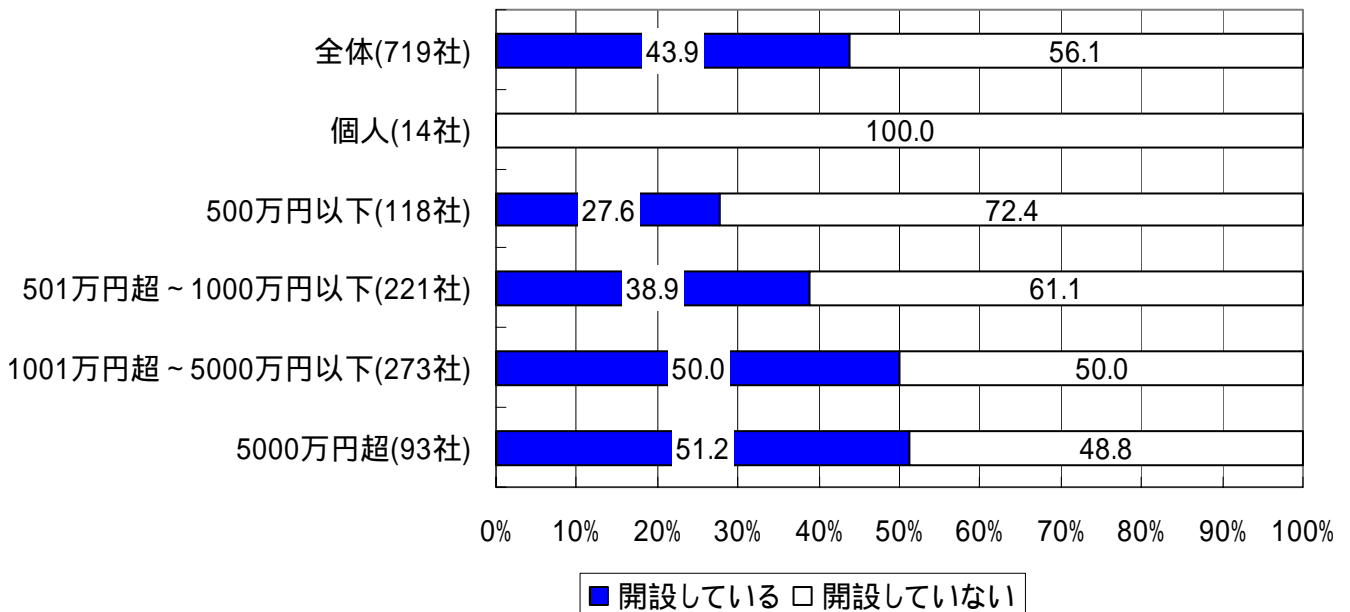
図 10 - 3 業種別に見たホームページの開設状況



資本金別に見たホームページの開設状況

資本金の大きな企業ほど、ホームページ開設率が高くなっている。

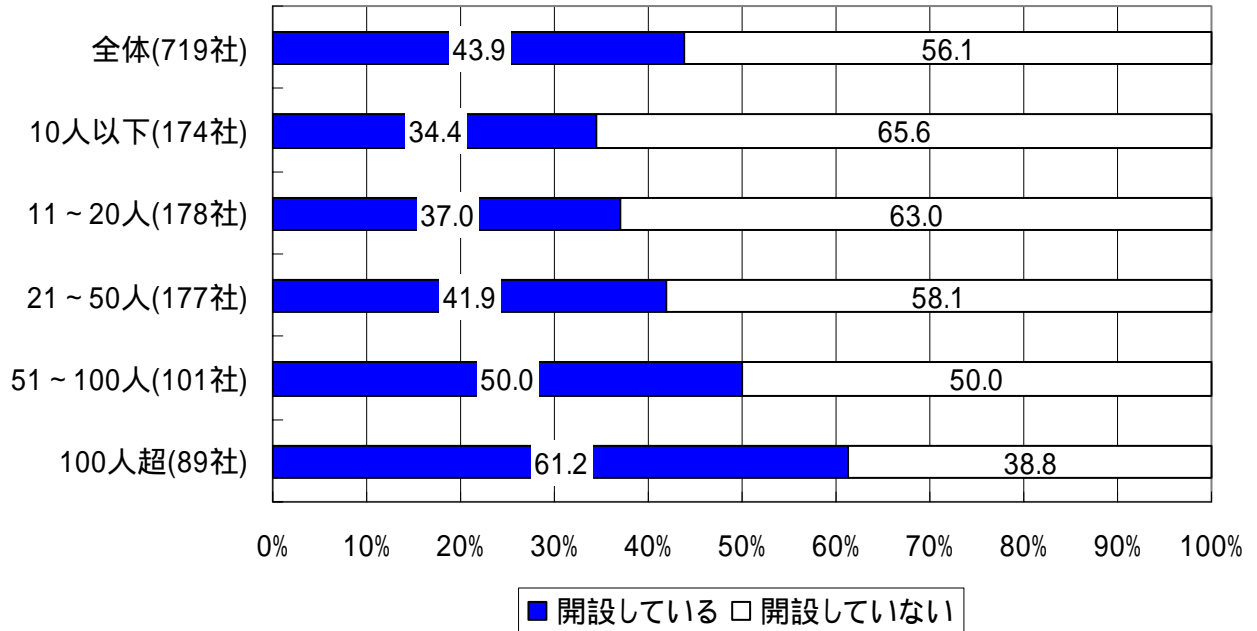
図 10 - 4 資本金別に見たホームページの開設状況



従業員規模別に見たホームページの開設状況

従業員規模が大きな企業ほど、ホームページ開設率が高くなっている。

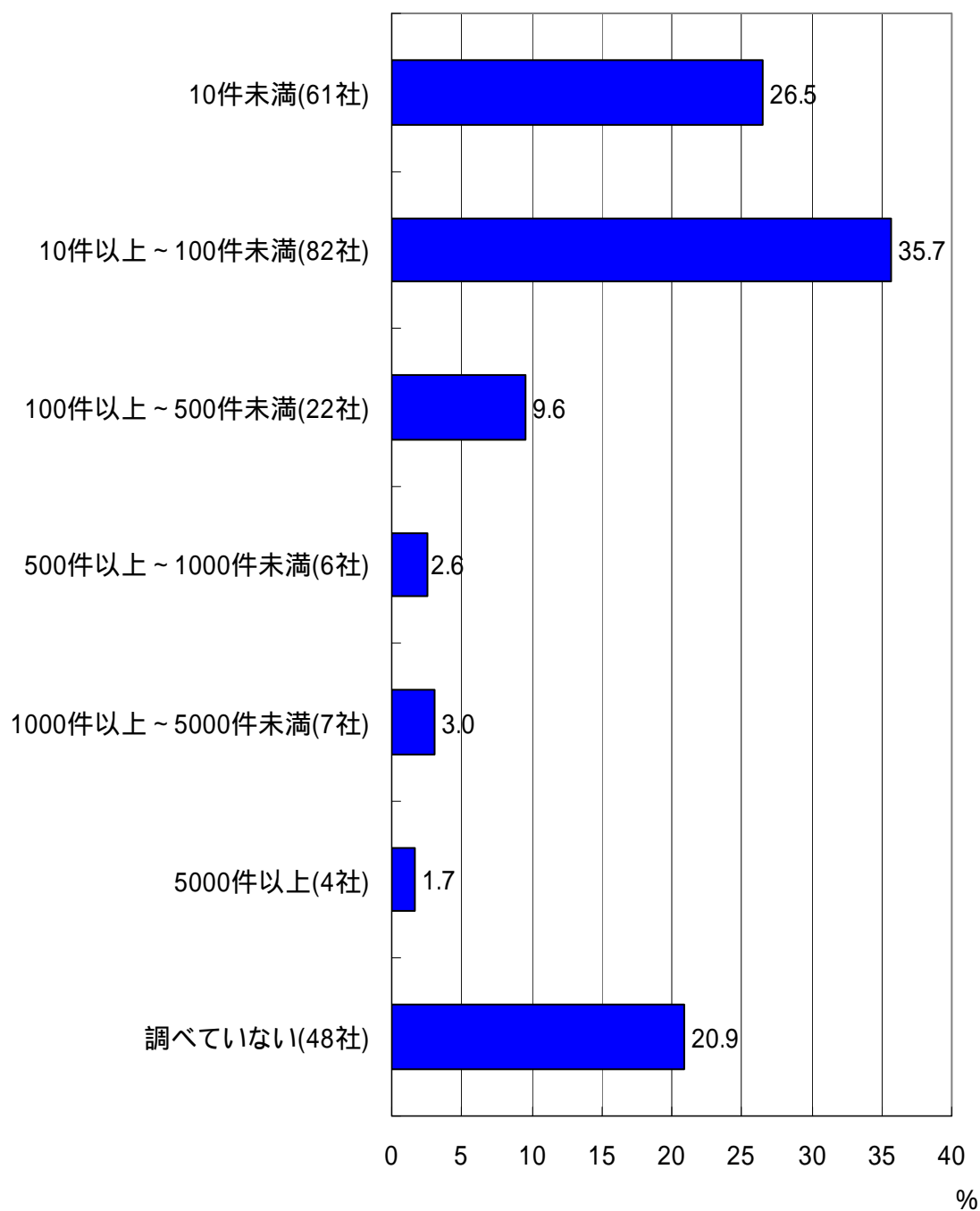
図 10 - 5 従業員規模別に見たホームページの開設状況



(2) 自社ホームページへの月間アクセス件数

自社ホームページへの月間アクセス件数については、「10件以上～100件未満」が35.7%と最も高く、次いで「10件未満」(26.5%)、「調べていない」(20.9%)、「100件以上～500件未満」(9.6%)、「1000件以上～5000件未満」(3.0%)、「500件以上～1000件未満」(2.6%)、「5000件以上」(1.7%)の順となっている。

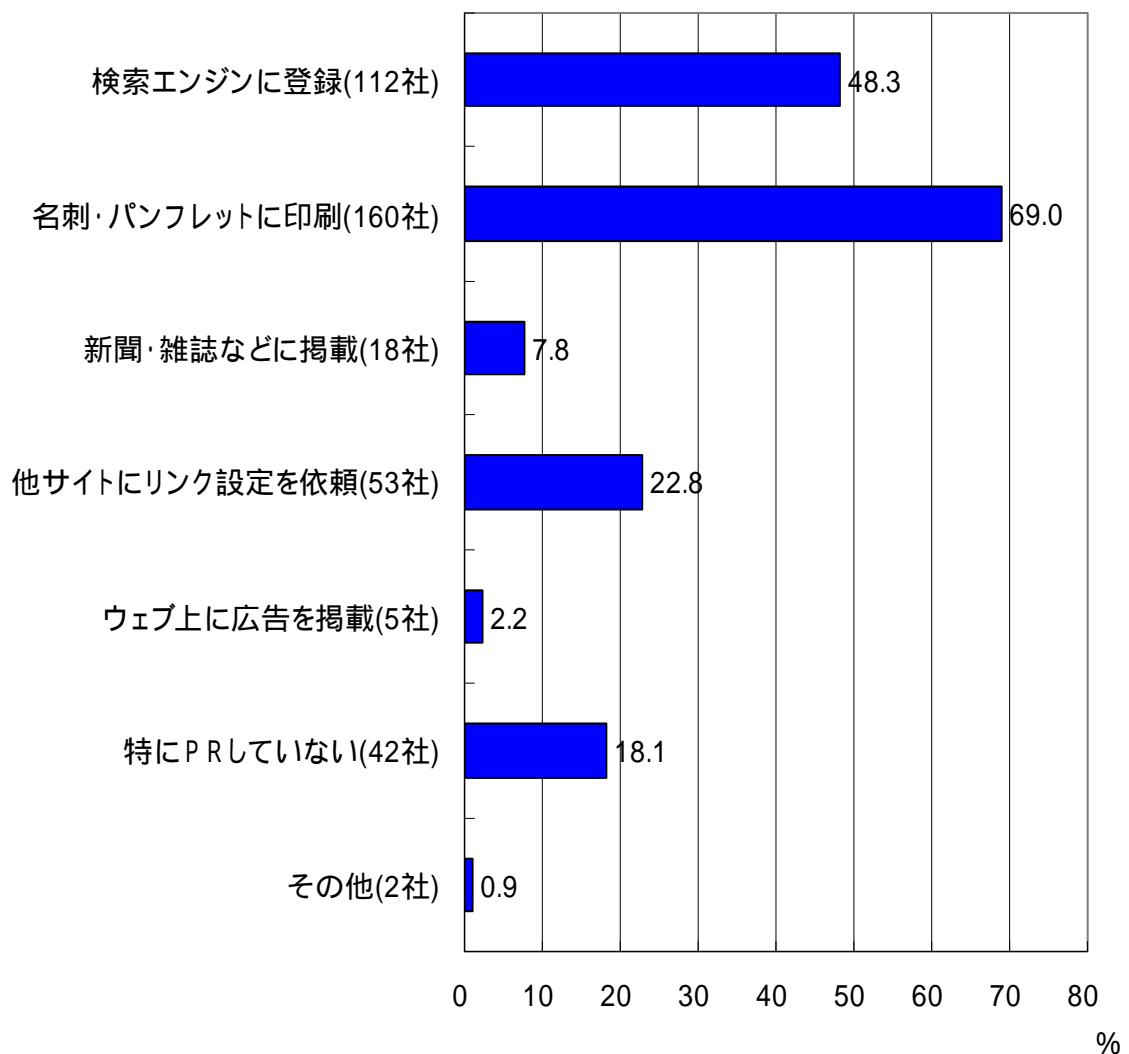
図 1 1 自社ホームページへの月間アクセス件数



(3) ホームページのPR方法(複数回答)

ホームページのPR方法としては、「名刺・パンフレットに印刷」が69.0%と最も高く、次いで、「検索エンジンに登録」(48.3%)、「他サイトにリンク設定を依頼」(22.8%)、「特にPRしていない」(18.1%)、「新聞雑誌などに掲載」(7.8%)、「ウェブ上に広告を掲載」(2.2%)の順となっている。

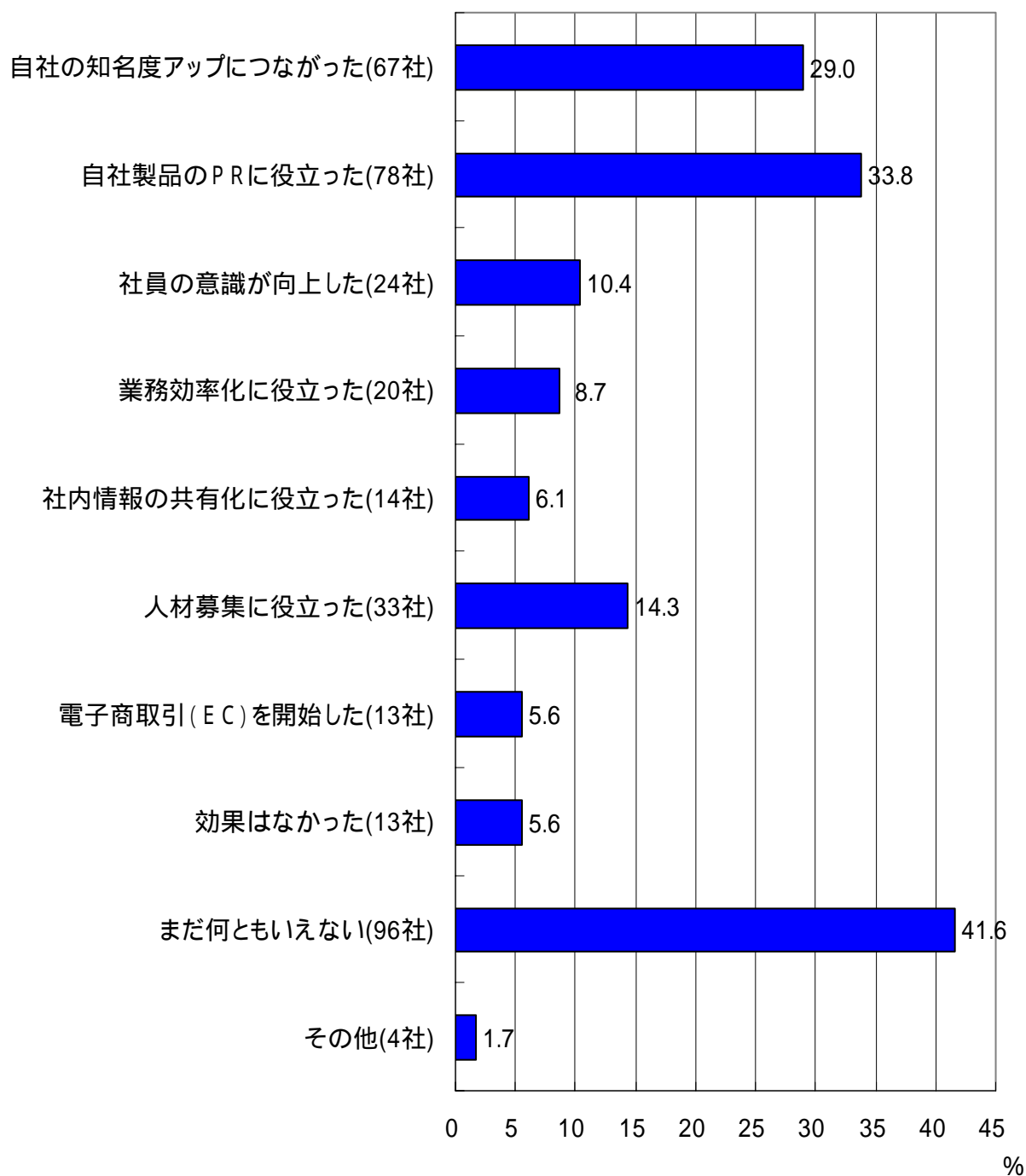
図12 ホームページのPR方法(複数回答)



(4) ホームページ開設の効果(複数回答)

ホームページ開設の効果としては、「まだ何ともいえない」が41.6%と最も高く、次いで、「自社製品のPRに役立った」(33.8%)、「自社の知名度アップにつながった」(29.0%)、「人材募集に役立った」(14.3%)、「社員の意識が向上した」(10.4%)、「業務効率化に役立った」(8.7%)、「社内情報の共有化に役立った」(6.1%)、「電子商取引(EC)を開始した」(5.6%)、「効果はなかった」(5.6%)の順となっている。

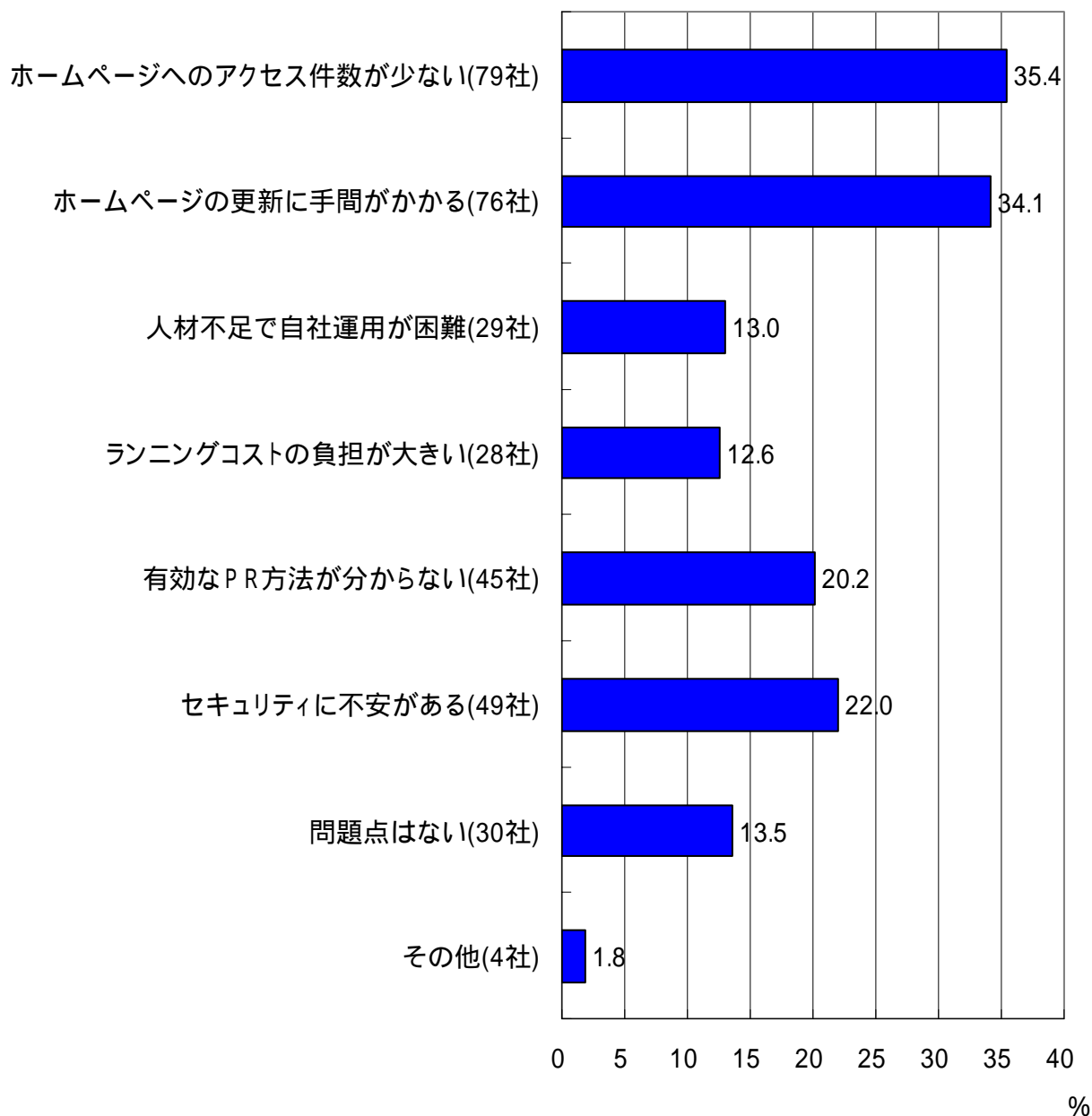
図13 ホームページ開設の効果(複数回答)



(5) ホームページを運営する上での問題点 (複数回答)

ホームページを運営する上での問題点としては、「ホームページへのアクセス件数が少ない」が35.4%と最も高く、次いで、「ホームページの更新に手間がかかる」(34.1%)、「セキュリティに不安がある」(22.0%)、「有効な PR 方法が分からない」(20.2%)、「問題点はない」(13.5%)、「人材不足で自社運営が困難」(13.0%)、「ランニングコストの負担が大きい」(12.6%)の順となっている。

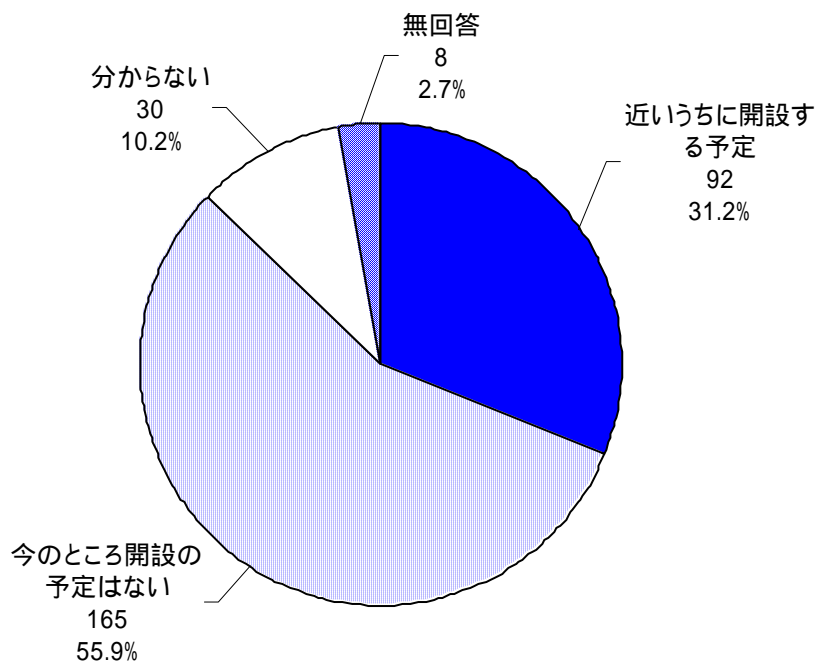
図 1 4 ホームページを運営する上での問題点 (複数回答)



(6) ホームページ開設の予定

「ホームページを開設していない」と回答した企業 295 社に対し、ホームページ開設の予定について尋ねたところ、「近いうちに開設する予定」と回答した企業が 31.2%、「今のところ開設の予定はない」が 55.9%、「分からない」が 10.2%となっている。

図 15 ホームページ開設の予定

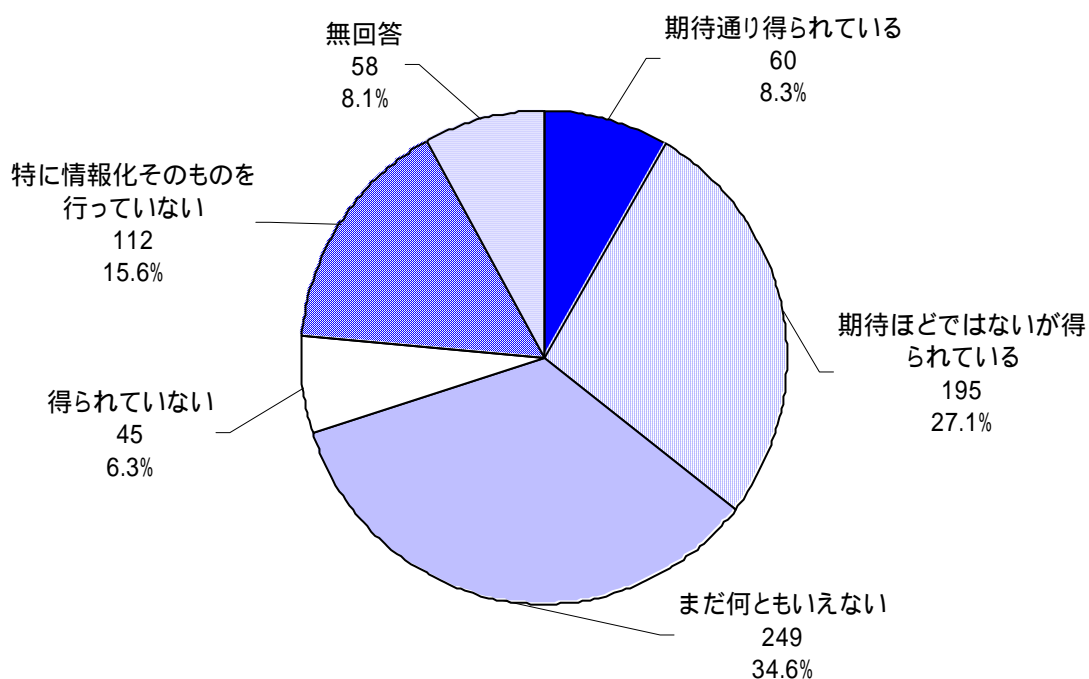


3 . IT（情報技術）について

(1) IT 投資による成果

自社で、IT 投資に見合った成果が得られていると思うか尋ねたところ、「期待どおり得られている」(8.3%)と「期待ほどではないが得られている」(27.1%)と回答した企業が 35.4%あり、「得られていない」の 6.3%を大きく上回った。その他、「まだ何ともいえない」(34.6%)、「特に情報化そのものを行っていない」(15.6%)となっている。

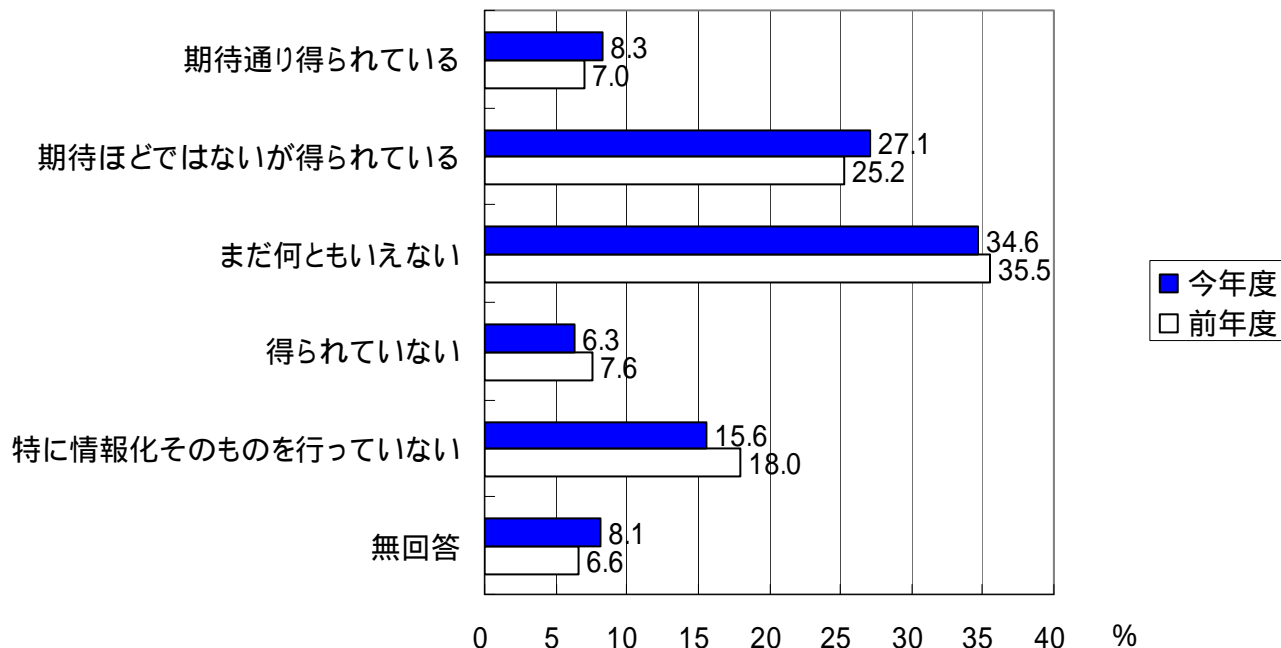
図 1 6 - 1 IT 投資による成果



IT 投資による成果（対前年度比較）

IT 投資による成果について、前年度の回答と比較すると、「期待通り得られている」及び「期待ほど得られていないが得られている」と回答した企業の割合が高くなっている。一方、「得られていない」及び「特に情報化そのものを行っていない」と回答した企業の割合は低くなっている。

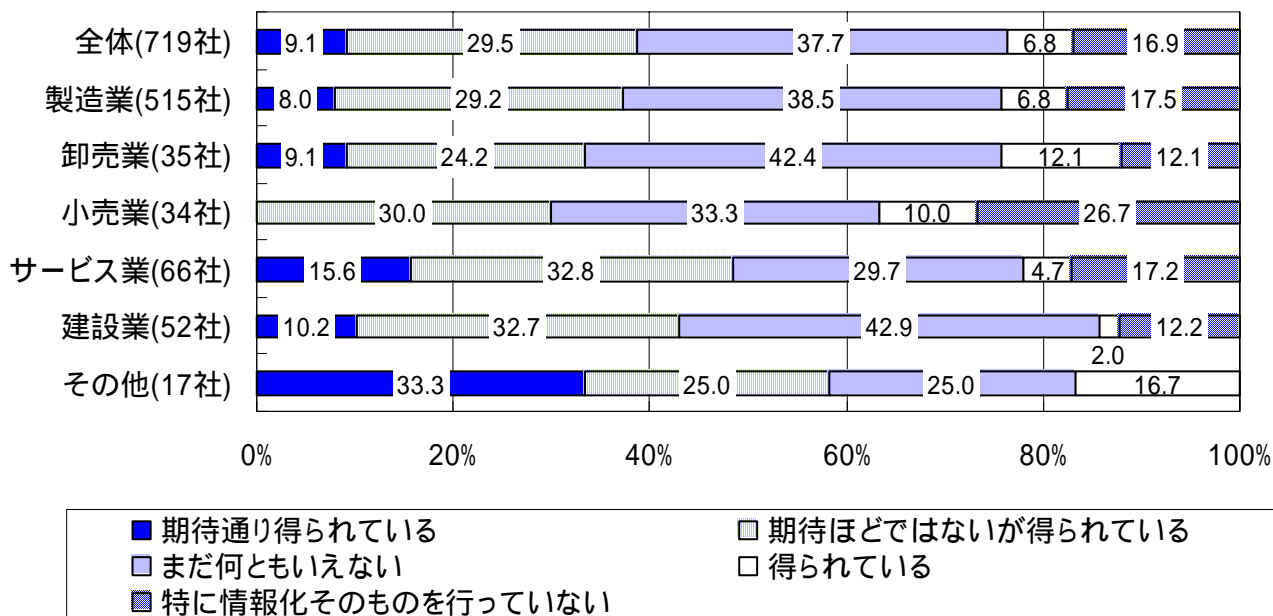
図 1 6 - 2 IT 投資による成果（対前年度比較）



業種別に見た IT 投資による成果

IT 投資による成果について、「期待通り得られている」及び「期待ほど得られていないが得られている」と回答した企業の割合は、「サービス業」（48.4%）が最も高く、続いて「建設業」（42.9%）、「製造業」（37.2%）、「卸売業」（33.3%）、「小売業」（30.0%）の順となっている。

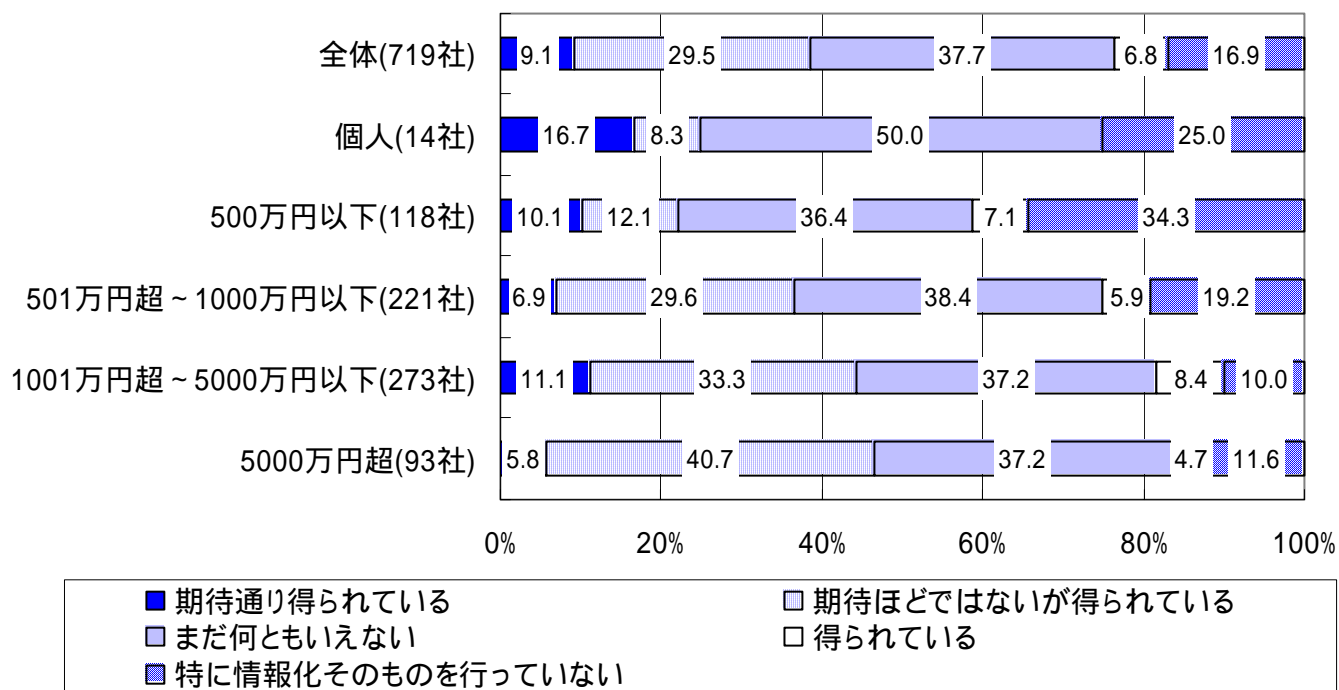
図 1 6 - 3 業種別に見た IT 投資による成果



資本金別に見た IT 投資による成果

個人を除いては、資本金の大きな企業ほど、「期待通り得られている」と及び「期待ほど得られていないが得られている」と回答した割合が高くなっている。

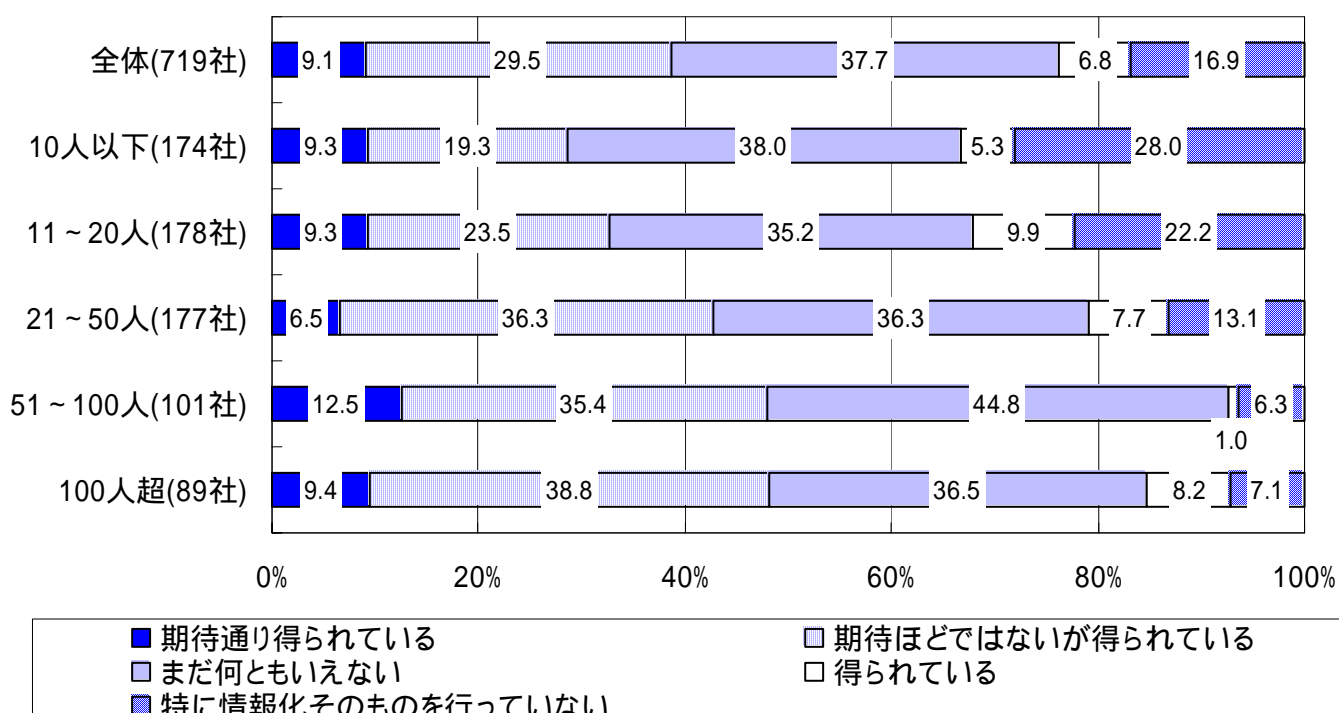
図 1 6 - 4 資本金別に見た IT 投資による成果



従業員規模別に見た IT 投資による成果

従業員規模が大きな企業ほど、「期待通り得られている」と及び「期待ほど得られていないが得られている」と回答した割合が高くなっている。

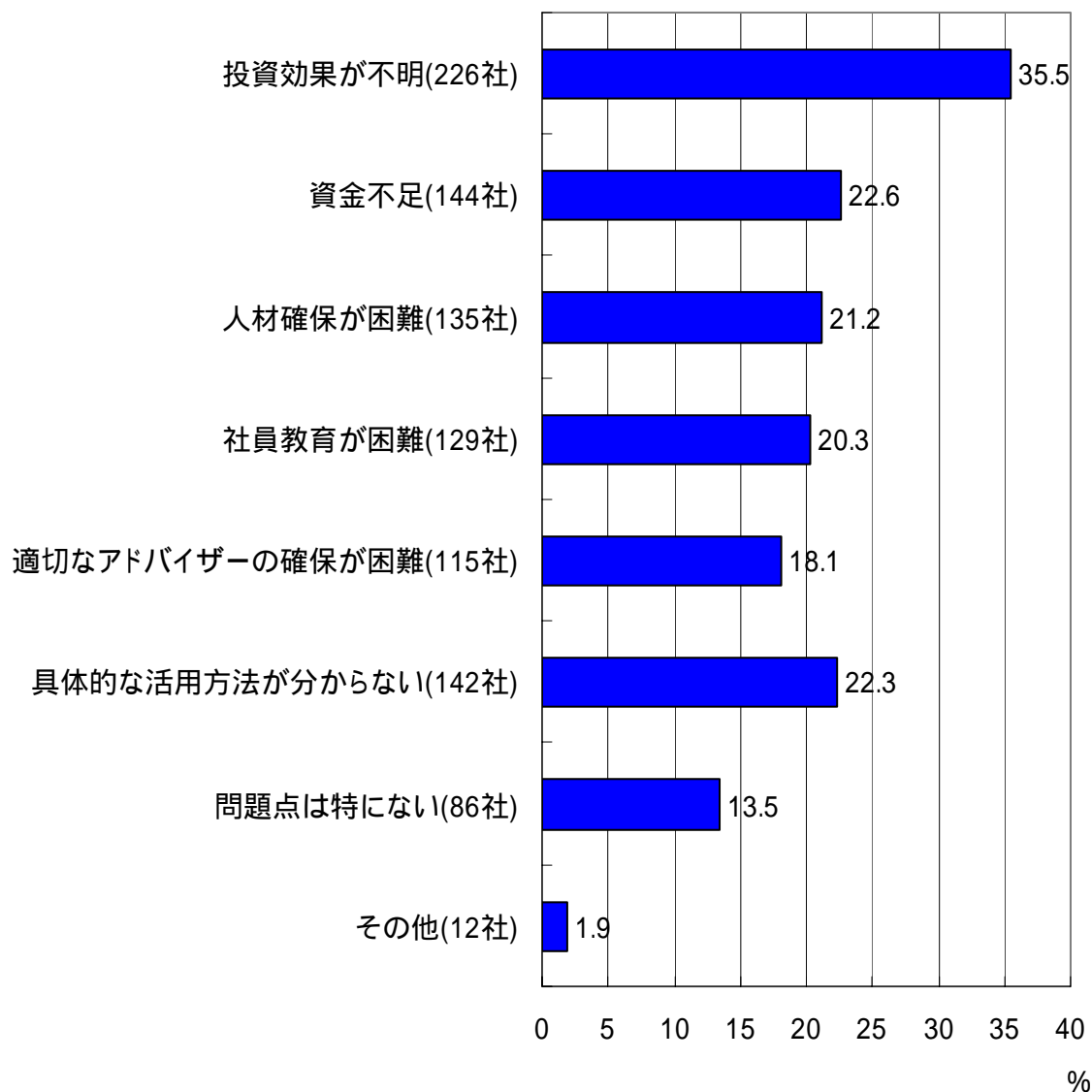
図 1 6 - 5 従業員規模別に見た IT 投資による成果



(2) IT化を進める上での問題点（複数回答）

IT化を進める上での問題点については、「投資効果が不明」が35.5%と最も高く、次いで、「資金不足」(22.6%)、「具体的な活用方法が分からない」(22.3%)、「人材確保が困難」(21.2%)、「社員教育が困難」(20.3%)、「適切なアドバイザーの確保が困難」(18.1%)、「問題点は特にない」(13.5%)の順となっている。

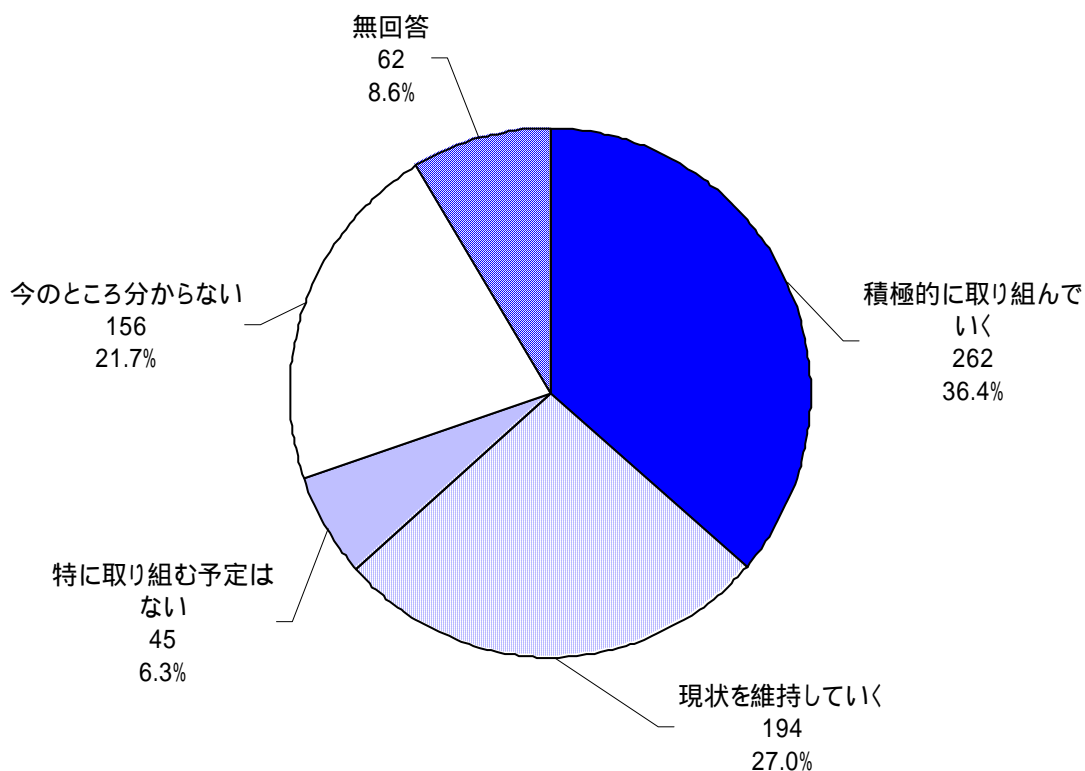
図17 IT化を進める上での問題点（複数回答）



(3) 今後の IT 化への取り組み

今後の IT 化への取り組みについては、「積極的に取り組んでいく」(36.4%)、「現状を維持していく」(27.0%)、「特に取り組む予定はない」(6.3%)、「今のところ分からない」(21.7%)となっている。

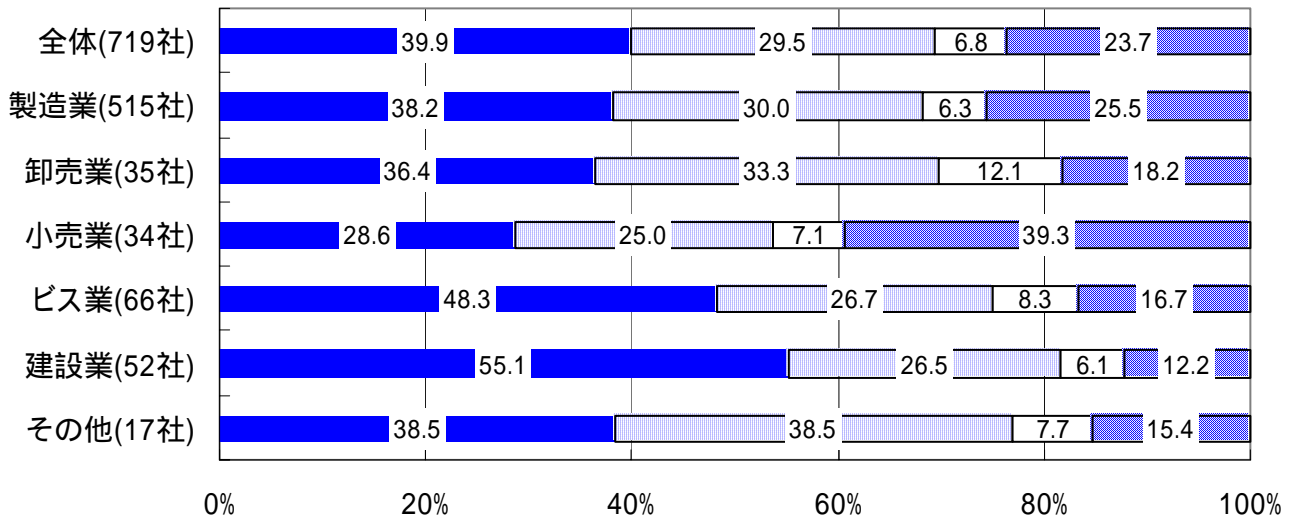
図 18 - 1 今後の IT 化への取り組み



業種別に見た今後の IT 化への取り組み

今後の IT 化への取り組みについて、「積極的に取り組んでいく」と回答した企業の割合は、「建設業」(55.1%) が最も高く、続いて「サービス業」(48.3%)、「製造業」(38.2%)、「卸売業」(36.4%)、「小売業」(28.6%) の順となっている。

図 1 8 - 2 業種別に見た今後の IT 化への取り組み

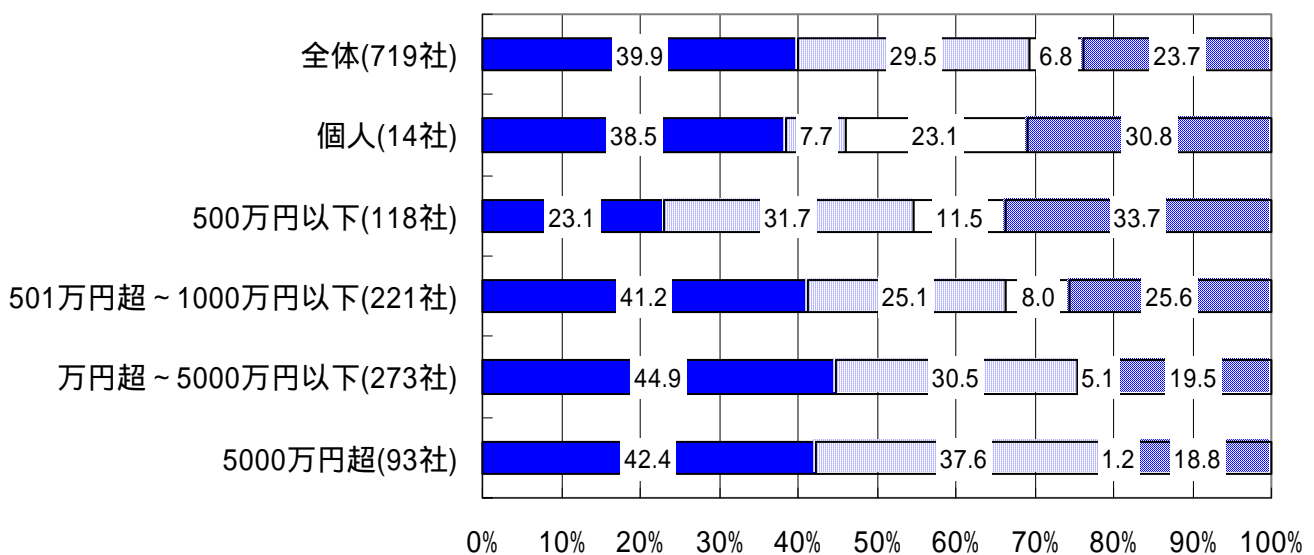


■ 積極的に取り組んでいく □ 現状を維持していく □ 特に取り組む予定はない ■ 今のところ分からない

資本金別に見た今後の IT 化への取り組み

「積極的に取り組んでいく」と回答した企業の割合は、資本金 1001 万円超～5000 万円以下が 44.9% と最も高く、概ね資本金が高い企業ほど「積極的に取り組んでいく」と回答している割合が高くなっている。

図 1 8 - 3 資本金別に見た今後の IT 化への取り組み



■ 積極的に取り組んでいく □ 現状を維持していく □ 特に取り組む予定はない ■ 今のところ分からない

従業員規模別に見た今後の IT 化への取り組み

従業員規模が大きな企業ほど、「積極的に取り組んでいく」と回答した割合が高くなっている。

図 1 8 - 4 従業員規模別に見た今後の IT 化への取り組み

