

実態調査でみる 企業のインターネット利用動向

矢野 さよみ ● アクセスメディア インターナショナル株式会社

導入が進むIP電話、ブログとRSSも浸透の兆し 利用業務が拡大するも、ウェブサイトは予算不足

第3部ではインターネットを利用する企業の実態を詳しく把握するため、2005年に引き続きインフラの導入、管理、運用担当者とウェブサイトの管理運営担当者（兼任も可）に内容を分けて聞いた結果を紹介する。

■ 3-1 通信回線とISP

■ 光ファイバーが着実に浸透。ISPシェアは変動せず

企業のインターネット接続回線は2005年初めて「光ファイバー」が「ADSL」を上回り、2006年も伸びが続いている。

中小規模から普及が始まった「光ファイバー」だが、2005年から2006年にかけては5,000人以上の大規模企業において倍増している。この規模での競合は「デジタル専用線」や「広域（メトロ）イーサネットサービス」などである。2005年までは「光ファイバー」はあくまでもサブ回線で、主な通信回線としての「デジタル専用線」や「広域（メトロ）イーサネットサービス」の地位は安泰にみえたが、大企業がメインで利用する回線としても「光ファイバー」が着実に浸透している。また、これに伴い最大通信速度は100Mbps以上「1Gbps以下」（最近の法人向けの光回線サービスの主流）の企業が12.9%と急激に伸びている。

企業の今後1年以内の回線採用意向は「予定はない」が全体の8割を超え低く、回線の見直しや乗り換え需要は当面あまり見込めないといえる。

企業の年間通信コストは、当然ながら従業員規模により異なるが、1-49人規模では50万円未満が、5,000人以上の規模では1,000万円以上が大多数を占める。2005年の傾向と比べると、小規模ではさらにコストが小さく、大規模ではさらにコストが大きくなる傾向がみられ、業態やニーズの違いによる格差の広がりが推測される。

企業の通信コストを「固定電話」「携帯電話」「IP電話」「インターネット」「それ以外」に大別し、回線別にそのコスト比率を聞いた結果、2005年との比較では固定電話や携帯電話のコストが10%以上減少する一方、「IP電話」や「インターネット」のコストが増加する傾向がみられる。

次年度の通信コスト全体の予算傾向をみると、やや増加傾向が読み取れるが、2005年との比較では「増加の予定」も「減少の予定」も増えており、良くも悪くも様子見の状

態から脱却し、はっきりとしたコスト方針が打ち出された感がある。特に企業規模が大きくなるほど「増加の予定」も「減少の予定」も比率が高く、「今年度並み」は約4割と今までになく動きが顕著といえる。

企業の契約しているISPは2005年同様「OCN（NTTコミュニケーションズ）」のトップは変わらず、順位に大きな変化はないが、主要なISPとして伸びている「Yahoo! BB」と「KDDIネットワーク&ソリューションズ」がやや目立つ結果となった。逆にやや順位を落としているのは「DION（KDDIインターネットサービス）」や「ぶらら」で、法人向けサービスの充実を求めた乗り換えによるものとみられる。

■ 3-2 IP電話とモバイルネットワーク

■ IP電話利用率49.0%、リモートアクセスは制限傾向

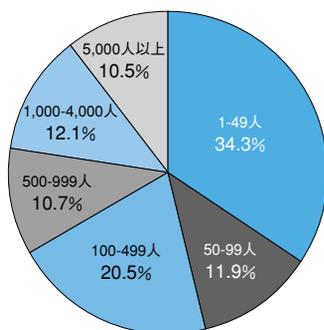
企業におけるIP電話の利用率はこれまで徐々に増加してきたが、2005年から2006年にかけては26.1%から49.0%と倍増している。インターネット利用企業の約半数には何らかの形で導入されていることになり、かなり定着してきたとみられる。企業規模別でも導入率に大きな差はなく、規模によらずIP電話の導入メリットが認知された結果であるといえるだろう。IP電話の利用歴は「2年以上」と長い企業が増える一方、1年以内の比率も高くなっており、現在導入の真ただ中にあるとみてよいだろう。

今回は企業導入が進んだことを受け、IP電話については詳細についても聞いている。IP電話のサービスは主に「ISPや通信会社が提供しているサービスを利用」しており、「Skype」（スカイプ）や「その他」の利用は9%程度にとどまっている。企業の場合はサポートや回線保証などの問題もあり、すでに契約しているISPや通信会社のサービスを利用する傾向が強いと推測される。企業規模別にみると、大企業ほど国際電話など「遠隔地の事業所を結ぶ内線電話としての利用」が伸びており、国際あるいは遠隔通話料の削減に寄与している様子がうかがわれる。それを裏付けるように、導入企業のIP電話導入理由または期待効果は「外線通話料の削減」や「拠点間通話料金の削減」の比率が高く、これらは企業規模によらず最も期待、あるいは評価されている。

第3部 調査対象および調査方法

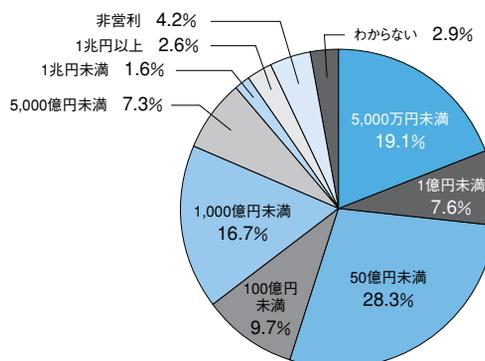
| | |
|----------|--|
| 調査対象 | 企業におけるネットワーク、インフラ、ウェブサイトの導入、管理、運用担当者 |
| 対象地域 | 全国 |
| 調査手法 | インタラクティブウェブ調査 |
| サンプリング | メールメディア登録者へのメール配信によるアンケートサイトへの誘導 アクセスメディアインターナショナルの保有する登録者および各社アンケート パネルからの条件抽出によるメール配信、アンケートサイトへの誘導 |
| 調査実施分析機関 | アクセスメディアインターナショナル株式会社 |
| 最終有効回答数 | 1,518 サンプル |
| 調査期間 | 2006年4月21日～4月28日 |

回答企業のプロフィール 従業員規模 N = 1,518



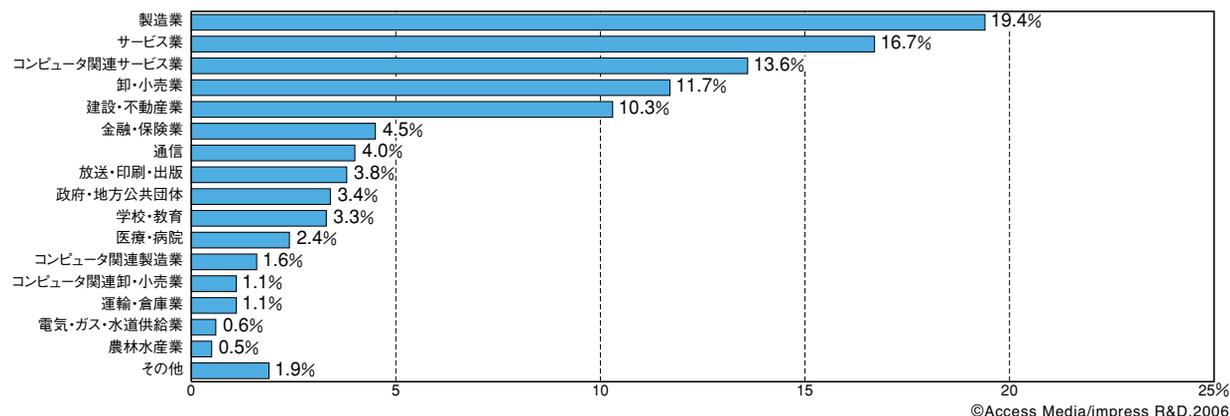
©Access Media/impress R&D,2006

回答企業のプロフィール 年間売り上げ N = 1,518



©Access Media/impress R&D,2006

回答企業のプロフィール 業種 N = 1,518



©Access Media/impress R&D,2006

IP電話非利用企業に、非利用理由を聞いたところ、「システム導入費用がかかるから」（複数回答：31.4%）、「携帯電話を主に利用しているから」（25.4%）といった理由が挙げられたが、Skypeのように新たなシステム導入費用がかからないサービスも用意されており、認知が広がれば、このような非導入企業も採用する可能性は出てくるとみられる。

企業の法人向け携帯電話サービスの契約率は2004年以来65～68%程度で推移しており、ほとんど変化はない。

法人向け携帯電話サービスの契約事業者は「NTTドコモ」

が最も多く79.6%（複数回答）。次いで「au/KDDI」が52.9%、「ボーダフォン」が20.4%となっている。今後、通信会社の再編や番号ポータビリティの実施などが法人契約にも影響を与えるとみられるが、個人向けサービスに比べ、どの通信会社も決定的な優位性を持っているとはいえないので、ここ1～2年の動向からは目が離せない状況だろう。

企業におけるモバイルセントレックスは2005年から注目しているトピックのひとつである。これはいわゆる企業の内線電話を携帯電話に置き換えるというサービスで、2004年以

実態調査でみる 企業のインターネット利用動向

降、携帯電話会社からさまざまなサービスが提供されている。2005年と比較すると、導入済み企業は5.7%から11.4%と数値は大きくないものの、倍増している。従業員規模別では、大規模企業ほど導入が進んでおり、5,000人以上の企業ではすでに34.1%に導入されている。モバイルセントレックス導入、または導入予定のシステムはNTTドコモの「PASSAGE DUPLÉ」が過半数（複数回答）を占め最も多く、先にみた契約携帯電話会社の傾向と一致する。

モバイルセントレックスの導入により、最も期待されているのは「固定電話と携帯電話の二重投資の回避」であり、さらなる通信コストの削減が目的であることは明白である。

2006年の企業のIP-VPNとインターネットVPNの利用は、2005年と比較すると微増にとどまっている。大企業においてはいずれのVPNの導入率も高く、すでに普及の最初の波はおさまった状況にあるとみられる。また、安価で導入しやすいインターネットVPNのほうが企業規模には左右されない傾向である。今後は中規模企業における伸びが期待できるが、緩やかな伸びに落ち着くだろう。

社内ネットワークに社外からのリモートやモバイルユーザーからのアクセスを許可しているかどうかについては、2005年よりやや少なく47.3%である。2005年より大幅に増えたのは「リモートアクセスやモバイルユーザーはいない」という回答で、7.2%から15.2%への増加である。回答者の所属企業の業態や規模にそれほど大きな差はないことから、セキュリティの一環として、企業が社内ネットワークに対するリモートアクセスやモバイルユーザーを制限する傾向があることも推測される。規模別でみると、中小規模より大企業において接続許可率が高いが、後でみる「取り組んでいるセキュリティ対策」では大企業において「リモートアクセス制限」が上位に挙げられており、担当者としては両者のバランスをとるのが悩みどころといえそうである。

■ 3-3 サーバーのアウトソーシング

■ 選択時に重視するのは「コスト」と「セキュリティ」

企業のデータセンターやレンタルサーバーなどのアウトソーシングの利用は全体の48.7%で、それ以外の約半数は自社でサーバーを運用している。

「共用ホスティング」、「専用ホスティング」、「ハウジング」の3つがアウトソーシングの主流で、この傾向はここ3年間変わっていない。規模により、「共用ホスティング」と「専用ホスティング」の比率は異なり、500人規模を境に「専用」が「共用」を逆転し、比率が高くなる。また、「ハウジング」の比率は4,999人規模までは規模に比例して徐々に比率が高くなるが、5,000人以上の規模では逆に下がって

いる。従業員規模別では500-999人規模で1社当たり1.33種類と全体平均の1.13を上回り、最もアウトソーシングの比率が高いことがわかる。

アウトソーシングの利用目的は、2005年同様「社外向けウェブサーバーの運用・管理」（63.0%）や「メールサーバーの運用・管理」（48.5%）がメインだが、「社内向けウェブサーバー（イントラネット、VPN）の運用・管理」や「ストリーミングサーバーの運用・管理」など、それ以外の用途が今年はやや伸びている。

また、データセンターやレンタルサーバーの年間利用コストは2005年に比べやや縮小してみえる。提供事業者間の競争により、価格競争に入ったということや、利用企業側のコストが抑えられたためというのが要因として考えられる。

現在のアウトソーシング選択理由のトップは2005年と同じ「運用コストが安いので」（34.9%）だが、2位以下の傾向には、変化がみられる。2006年の2位は2005年の7位からアップした「セキュリティ対策がしっかりしているので」。3位には2005年同様「安全性（耐震・防火等）が高いので」。4位には2005年2位の「初期コストが安いので」。5位には2005年12位の「大規模・大容量回線なので」が入っている。運用コストの低価格化とともにセキュリティに関するニーズの高まりや基本的な容量への期待もいまだ高いことなどがみてとれる。

また、データセンターやレンタルサーバー会社の提供する付加価値サービスで、最も評価が高いのは「アクセス解析」（82.8%）、次いで「ウイルスブロック」（65.5%）、「独自ドメイン名管理」（58.6%）、「SSL」（51.7%）、「監視サービス」（51.7%）などが挙げられた。ここまですべて50%以上の評価を得た上位5項目となっている。80%を超える「アクセス解析」はすでに定番サービスといえそうだが、今後サービス事業者の競争が激しくなれば、こうした付加価値サービスが乗り換えニーズを喚起する可能性もある。

いずれにしても、アウトソーシングサービス事業者の選択理由や付加価値サービス評価は企業のサーバー運用方針を反映したものとみることができ、興味深い。

アウトソーシングのひとつであるASPの利用率は2004年に12.2%、2005年に14.1%、2006年19.6%と着実に増加している。ハードウェアに比べ予算化が難しいとみられ時間がかかったが、一定の地位を確立しつつあるようにみえる。サービス内容が多岐にわたるため、サーバーのアウトソーシングほど提供事業者の競争は激しくはないものの、企業のASP年間利用コストは減少しており、コスト削減のニーズに応えたサービス展開が定着してきた理由の1つと考えられる。

■ 3-4 社内ネットワーク

■ 2割がイントラネットでブログを開設

社内LANの構築状況については、2005年に99%に達し、2006年は99.4%と、すでに行き渡った状態が維持されている。しかも、従業員規模が50人以上の企業では100%であり、1-49人の規模のみで98.1%であるということを前提にみていきたい。

LAN構築企業における「無線LANを全社的に導入している」比率は29.6%で全体の約3割に当たり、2005年と同率だった。「一部に導入済み」を含めれば企業の57.4%が無線LANをすでに導入していることになる。2004年から2005年にかけて、企業の無線LAN導入は劇的に伸びたが、その反動か2005年から2006年にかけてはほとんど変わっていない。

企業内で利用可能なインターネット接続ハードウェアの比率を、導入されているすべてのハードウェア台数を100%として聞いている。「100%」という回答が全体の過半数を占める一方、従業員規模による差異もみられる。当然ながら99人以下の小規模企業ではこの「100%」の比率が高く6割を超え、100-999人の中規模企業では3、4割程度と低い。これらのインターネット利用機器の内訳は96.0%の「デスクトップパソコン」と90.1%「ノートブックパソコン」が主流だが、ここ数年ではPDAや専用端末、その他の機器（WS、NC、カーナビ、トレーディング専用端末、TVゲーム機等）の利用率も上がっており、インターネット利用機器が徐々に拡大していることを示している（いずれも複数回答）。

企業におけるイントラネットの導入については、2005年（59.7%）とほぼ同様の59.6%の導入率であった。2005年まで徐々に増加してきたイントラネット導入だが、ここに来て落ち着いた様相をみせている。

イントラネットについては、今回初めてブログやRSSといった新しいコミュニケーションサービスを採用しているかどうかを聞いている。約8割が「いずれも利用していない」と回答しているが、約2割は「ブログ」を、13%は「RSS」を、2.5%は「SNS」を開設していると回答しており（複数回答）、一部の企業はイントラネットにもコミュニケーション系の利用目的を持たせている。特に5,000人以上の大企業ではいずれの開設率も相対的に高く、積極的な運用姿勢がうかがえる。

企業の従業員に対するメールアカウント発行比率（全従業員数をベースにした%）は全体の約半数が「100%」と回答しているが、この数値は2005年よりやや低い。これを従業員規模別でみると、大規模企業における「100%」の比率が高く、2005年と比較すると中規模や小企業における「100%」の比率がやや下がっている。後のリスクマネジメント

トの項でみるように、中規模企業において「メールの利用制限」などもセキュリティ対策のひとつとして強化している傾向がみられ、こうしたことが、従業員へのメールアカウントの発行に影響していると考えられる。

企業が自社名や自社製品・サービスのブランド名などのドメインを取得するのは、小規模企業を除いて一般的になっており、特に自社名でのドメイン取得が定着している。ドメイン取得率自体の伸びは止まっているが、自社ドメインもブランドドメインも取得数は伸びている。

特に大企業における取得数は多くなっており、自社名ドメインについては5,000人以上の規模で「6個以上」が44.4%を占める。自社ブランドについては、さらに取得数が増え、5,000人以上の規模で「6個以上」が55.0%、1,000-4,999人規模でも51.5%と半数以上の企業でかなりのドメインを取得していることがわかる。

■ 3-5 リスクマネジメント

■ 中小企業が新たな不正アクセスの対象に

企業のインターネット利用における被害（実害の出た）経験は61.9%と多い。しかし、2004年の69.2%、2005年の74.9%に比べれば徐々に低くなっている。ここ数年のウイルスによる情報流出被害や個人情報漏えいなどの表立った警鐘に対し、セキュリティ対策がようやく功を奏してきたことがうかがえる結果といえる。

実際の被害内容では、相変わらず「ウイルス感染」や「ワーム系悪質プログラム被害」の比率が高く、2005年目立っていた不正アクセスによる被害はやや減少している。

従業員規模別の特徴をみると、名前が売れており、接続端末が絶対的に多い大企業で被害が多い傾向は例年変わらないものの、500-999人の中規模企業で「不正アクセスによるウイルス感染」や「不正アクセスによるサーバーダウン」、「不正アクセスによる踏み台のための侵入」などが多く、外部からのアタックに弱いことがわかる。

また今回は初めて情報漏えい、盗み見の被害経験のある企業に「人的な行為による情報漏えいやデータ盗難」などの行為にあったことがあるかどうか聞いている。サンプルは小さいため参考程度にとどめたいが、約半数（47.6%）が人的な行為による被害に遭ったことがあると回答している。

これらのリスクを回避するためのセキュリティ対策をみると、セキュリティポリシーを「策定している」（59.9%）が企業の大半がようやく浸透してきた。セキュリティポリシーの策定については大企業において95.7%という高い比率になっている。一方49人以下の小企業では相変わらず3分の1程度にとどまっており、企業規模による差が非常に大きい施策で

実態調査でみる 企業のインターネット利用動向

あることがわかる。具体的に取り組んでいるセキュリティ対策としては「ウイルス対策と教育」(76.2%)、「セキュリティ・個人情報保護体制・教育」(60.5%)といった社内教育系が上位を占める傾向が強いが、細かい対策それぞれについても数値は低くなく、広い範囲のセキュリティ対策に関心が寄せられていることが読み取れる(複数回答)。

IT関連保険について、ここでは自社の損害賠償や個人情報漏洩などによる他者への損害賠償、その両方をカバーする賠償などについて聞いている。現状では上記の3種を合わせて19.3%が加入していると回答している。特に5,000人以上の大企業では加入率が高く、39.1%が加入している。2005年とは聞き方がやや異なるため、単純な比較はできないがIT関連保険の加入状況は増加しているとみられ、今後も規模の大きな企業からこの傾向は続くと推測される。

■ 3-6 企業ウェブサイト

■ 運用コストは年100万円、アクセス誘導はSEO

企業におけるウェブサイトの用途は例年通り、主に「会社概要の掲載・告知」(83.3%)や「製品・サービス情報の掲載・告知」(73.8%)である。ウェブサイトの担当部門は「情報処理・システム部門(情報システム管理など)」(21.5%)や「社長室や経営企画部門(新規事業開発など)」(14.8%)が相変わらず上位に位置しているが、2005年ほどの特徴はなく、「営業・マーケティング部門(営業・営業企画・マーケティング・販売・顧客窓口など)」(13.3%)や「総務人事法務部門(法務・総務・人事・労務・採用など)」(10.9%)に分散化しているようである。ウェブサイトは回答企業の半数強に年間予算がなく、3年間傾向が変わっていない。特に99人以下の中小企業で予算があるのは25~35%にとどまっている。一方、100人以上の企業になると、大半の企業で予算がついている。ウェブサイトの制作や運用管理コストの規模は年間100万円程度が中心である。

運営するウェブサイトの誘導対策のためのアクセス記録の収集・解析状況は全体の68.0%が行っており、例年の傾向とほぼ同じである。また、アクセス解析ソフトについては「ホスティング会社などの提供する解析ツール」を利用しているケースが約4割と多く、こうしたところにアウトソーシングが効いている。

具体的な誘導対策としては、「紙メディア(雑誌広告やチラシ)にURLを記載して誘導」(49.9%)や「SEO」(42.3%)などが上位に挙げられている。ただし、担当者が「最も投資効果が高いと思うアクセス誘導対策」(単数回答)をみると、順位が入れ替わり「SEO」(39.5%)が「紙メディアにURLを記載して誘導」(16.6%)を大幅に上回っている。

また、「検索連動型広告の出稿」(14.0%)も3位に登場している。これらのことから、実際に行われているのはメディアミックスの効果を狙ったものが多いものの、担当者が投資効果を認めているのは「SEO」や「検索連動型広告」などオンライン検索を利用した誘導であることが明確になっている。

その他の誘導や広告関連への取り組みをまとめてみると、「コンテンツ連動型広告」を「すでに利用している」企業は7.0%、認知率は60.0%。電話と連動した「ペーパーコール広告」については利用率が3.8%、認知率は42.1%とごく一部に限られている。企業規模でみると、いずれについても1,000人以上5,000人未満で相対的に利用率が高い。

ちなみに、自社ウェブサイトへのGoogle AdSense掲載について、現在「掲載している」企業は7.9%。500人以上1,000人未満の企業で掲載しているケースが相対的に多い。

今回は企業の社外向けウェブサイトにおけるコミュニケーションサービスとして、どのようなものを利用しているか聞いている。これは社内向けのイントラネットでも聞いている項目である。「いずれも利用していない」が75.5%で大半はコミュニケーションサービスを開設していない一方、24.5%は「ブログ」(16.3%)、「RSS」(9.1%)、「SNS」(0.5%)とブログを中心に導入の兆しがみえる。

従業員規模別でみると、100人未満の小企業と5,000人以上の大企業で「ブログ」が相対的に高い。また、5,000人以上では「RSS」導入が40.0%と高い点が特徴的で、RSSを利用したマーケティング展開などに取り組んでいる企業も出てきていることが推測される。

2005年4月から施行された個人情報保護法だが、企業の外部向けウェブサイトとその企業の「個人情報保護方針」を掲載しているのは全体の41.3%である。しかし従業員規模別でみると100人以上999人の中規模企業では6割前後、1,000人以上の大企業ではすでに8割前後が「掲げている」としており、この規模への浸透は1年で順調に進んだといえる。それに対し、1-49人規模では21.5%、50-99人規模では40.9%と大企業と小企業の格差は大きい。ウェブサイトの内容にもよるが、1-49人規模の企業では今後も「掲げる予定はない」が約4割みられ、この規模における個人情報保護方針掲載はあまり望めない。

今回初めてCMS(コンテンツマネジメントシステム)の導入について聞いているが、導入しているのは全体の9.3%にとどまっている。CMSといっても、ツールをサーバーにインストールするタイプや、ASP型、独自開発によるHTML自動生成ソフトなど多岐にわたるうえ、ウェブサイトの規模やデザインなどにより、そのニーズも大きく異なる。しかし、

比較的規模の大きなウェブサイトの運用ニーズが高いことは間違いなさだろう。企業規模別でも、1,000人以上で利用率が高く、今後の導入予定も高いことがわかる。

企業の外部向けウェブサイト上でECを行っているのは回答企業のうち45.0%で、2005年の26.2%から大幅に増えている。主に投資意欲が回復した1,000人以上の大企業における増加の影響が大きい。そのうち「B2CもB2Bも行っている」企業が過半数（51.9%）を占める。同様に2005年と比較すると「B2Bのみ行っている」企業が12.8%から20.1%と増加していることがわかる。EC実施企業のうち約8割が取り組んでいる「B2C」の全社の売り上げに対する比率は10%未満が約4割を占める。ちなみに次年度のB2Cの売り上げ増減見込みは「増加する」が全体の約6割を占め期待できる。増加予測は今年度比平均で130%とみられる。EC取り組み企業の増加傾向を考えれば、今後競争が厳しくなることは当然といえる。

また、EC実施企業の約6割を占めるB2Bの種類をみると、「複数対1の販売型（プライベートeマーケットプレイス）のケースが66.0%（複数回答）と主流になっている。しかし他の「複数対複数の販売型（パブリックeマーケットプレイス）」や「複数対1の仕入れ/調達型（プライベートeマーケットプレイス）」も2005年より増加しており、展開しているB2Bの種類は1社当たり2.10（2005年は1.71）に上る。従業員規模別では1,000人未満の中小企業において「複数対1の販売型」が多い傾向である。

全社の売り上げに対するB2Bの売り上げ比率はB2Cに比べると分散しており、比較的売り上げ貢献度が高い。次年度の売り上げ増減見込みはB2C同様「増加する」（62.3%）と期待が高い。また、増加の場合の今年度比は平均142.3%とB2Cより伸びが期待できる。

B2CとB2B両方を実施しているECに積極的な企業のアフィリエイトプログラム（商品やサービスの広告からの売り上げに応じて報酬を支払う仕組み）導入状況を聞いたところ、約4分の1が「導入している」または「導入の予定がある」と回答しており、残りの約半数が「導入する予定はない」「わからない」と回答している。アフィリエイト導入については現状も含め利用意向はほぼ2分されている。

企業がウェブサイトに対して期待する効果とは、「宣伝・広報効果、ブランド認知」（67.5%）や「売り上げに対する直接効果」（46.1%）などで、この傾向は例年同傾向である。また、費用対効果を期待して今後取り組みたいウェブサイトのための技術やサービスについては「アクセス数向上・集客のための広告対策、ネット上の露出アップ」（58.0%）、「ユーザビリティ（操作性）やアクセシビリティ、ウェブデザインの

向上」（46.7%）、「アクセス解析ツールの導入」（41.3%）、「商品情報などコンテンツ増強のためのデータベース構築」（29.0%）「情報更新頻度を上げるためのブログ利用とCMSの導入」（25.2%）などが挙げられている。回答者1人当たり平均3.16の取り組み項目を挙げており、先にみたようにウェブサイトの予算は決して大きくないが、その中で積極的に模索する担当者の姿勢がうかがえる結果といえる。

■ 3-7 インターネットの利用効果と課題

■ インターネットを業務に利用する範囲が拡大

企業がどのような業務にインターネットを活用しているか聞いたところ、「マーケティング支援」（58.1%）、「販売管理」（51.0%）、「IP電話、インターネット電話（VoIP）」（49.6%）、「グループウェア・コミュニケーション（モバイル、リモートアクセス）」（40.1%）など多岐にわたる。回答者1人当たりの項目は平均5.29と2005年の3.57を大きく上回っており、企業におけるインターネットの業務への利用範囲が拡大しつつあることを示している。

こうした中で、担当者の抱える社内情報化運用の際の障害や課題（複数回答）は「予算が増えない、あるいはコスト削減が厳しい状況である」（62.9%）、「専任の人材を置く余裕がない」（43.1%）、「経営者や決済者がテクノロジーに対する理解がない」（30.1%）などが挙げられている。予算コスト削減を挙げているのは大企業で、「専任の人材を置く余裕がない」は100人未満の小規模企業の特徴である。また、テクノロジーに対する理解がないは100人以上5,000人未満の中規模企業に多い。

インターネットを利用することにより、今後さらに期待できる効果として、「マーケティング、宣伝効果」（66.0%）、「販売、受注に関するコスト、マンパワーに関する効果」（50.4%）、「社内活性化、コミュニケーション効果」（46.6%）などが上位に挙げられており、先にみた活用業務の回答との相関もみられる。従業員規模別で見ると上位の2項目は相対的に5,000人以上の大企業で、「販売、受注に関するコスト、マンパワーに関する効果」は50-99人の小企業で高くなっている。

予算や人材が厳しい中で、今後費用対効果を期待して取り組みたい技術やインフラは「ファイアウォール、アンチウイルス等セキュリティ強化」（61.4%）や「インターネット接続速度」（40.4%）、「リモートアクセス対応」（35.7%）、「IP電話の採用」（33.7%）である。2005年との比較では、6位だった「リモートアクセス対応」が3位へ浮上している。特に50人から500人未満の中小規模企業において、比較的取り組み意向が強い点に注目すべきであろう。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp