

## 第2節 インターネット企業利用の実態調査

インターネットを導入した企業が、実際のところどう利用しているのか、その実態はなかなか把握が難しい。国際大学GLOCOMでは1996年1月、企業のインターネット担当者を対象にオンライン調査を行った。以下にその要約を紹介する。

この調査は、メーリングリストを利用してオンラインで調査票を送って実施したもので、1月16日までの9日間で72件の回答を得ることができた。短期間で、しかも限られた相手にしか送付していないので、量的には決して網羅的なものとはいえないが、それでもサンプルとして考えれば、実際に実務でインターネットを利用している状況はかなりの確に伝わってくるだけのものとなった。

回答企業・組織のプロファイルだが、地域別では東北から沖縄まで全国21都府県だったが、東京が圧倒的に多く、半数近くを占めた。業種的には、企業が53社、非営利組織が自治体を含めて19組織だった。企業では、情報サービス・コンピューター関連が14社ともっとも多く、メーカーとメーカー関連の研究所がこれに続いた。

コンピューター関連の企業が多いのは当然だが、その他の業種でも、出版、広告、不動産、金融、一般のメーカーも含まれ、インターネットの利用の広がりがわかる。規模別では、大手企業が16社、大手の関連子会社が9社に対して、中小企業・ベンチャー企業が26社を数え、新しい展開が進んでいることがうかがえた。カタカナや横文字の名前で、ニュービジネスをめざしているところも目立った。

### インターネットの用途

最近では、WWWによるホームページに注目が集まっているが、案外に地道に、通常の業務に電子メールを活用しているところが多い。インターネット導入の狙いは「社外の情報収集と社内の情報共有。E-mailの利用による通信のコストダウンとペーパーレス推進」(京都リサーチパーク)、「海外情報のへのアクセス、学術情報の入手で非常に役立った」(大鵬薬品工業/埼玉)、「国内外との電話・FAXに代わる通信手段として導入した。…輸入商品の注文や納期の確認、クレームなど広い範囲にわたって利用している」(アルカディア/大阪)といった声がそれを裏付ける。「通信販売の広告宣伝の1つとして導入、新規顧客の獲得を狙った。新しいメディアなので無限のマーケットがある。反面、事例や統計に乏しくすべてが手探り状態」(P・R・M/東京)というコメントもあった。

実際の利用形態別では、「電子メールで外部とのコミュニケーション」が、もっとも多かった。WWWでの情報収集も9割近い利用率だが、自らの情報発信となると、企業広報的なもので6割、製品情報などになると、さらに下がる(図1)。

### 本格利用に移行が進む

どのくらい本格的に業務利用を考えているのかを調べたが、本格的な業務利用に取り組むところが多かった。「すでに本格的な業務利用を開始している」が3割を超え、「実験段階から本格的利用への移行期にある」は、過半数を超えた。合わせて全体の8割以上となり、「とりあえず状況を調べている」は2割にも満たない(図2)。

### 満足度は高い

インターネットを企業組織内に導入した結果について、当事者自身はどう評価しているのだろうか。その「満足度」は、「大変満足している」という回答は、さすがに一割強にとどまったものの、「比較的満足している」という回答が45%ほどもあり、合わせると6割近くが満足し、「普通」が2割程度で、直接「不満」を覚えている担当者の数はかなり少ないことがわかった(図3)。

### 最大の不満は料金、社内ネットも負担に

インターネットの業務利用の第一線にいる担当者たちにとって、何が最も重大な問題点なのかを聞いてみた(図4)。圧倒的に強いのが料金面での不満だ。NTTやNCCなどの第一種通信事業者に対する不満が最も強く、唯一過半数を超えた。インターネットのプロバイダーの接続料金に対する不満がこれに続く。料金面に対しての不満が強いのは、日本の料金が米国やアジアなどの諸国と比較しても相当割高であるという認識が利用者企業にも浸透していることを示している。

続いて、「社内ネット(LAN)の運用・管理に必要となる経費と人的な負担」を指摘する声が「セキュリティの不安」と同程度存在することは注目に値する。実際に業務でのインターネットへの依存度が上がるほど、ネットワーク管理者にかかる負担も増す。インターネットは「コネクションレス」で、常時つながっていることが前提として要求される。文字通り24時間365日、ネットワークは順調に動いていて当たり前であり、システムにトラブルがあれば、日曜祭日でも、誰かが出勤して復旧させなければたちまち業務に支障が出る。ネットワークの管理だけは長時間労働を余儀なくされる。

### 運用管理者はボランティア？

自前のLANを運用し、それを専用線でインターネットに接続させている多くの企業では、ネットワークの運用管理者は、たいてい過重な負荷に耐え、「ボランティア精神」を発揮してネットワークのお守りを続けている。往々にして、社内での理解が十分ではなく、いきおいストレスも溜まる。

これらの点は、一般ユーザーとしてインターネットを使う分にはほとんど気がつかないことであり、また一般ユーザーが無理に気がつかなくてよいことでもある。しかし、企業組織としてインターネットを導入し、会社全体で利用しようと

する時には、こうしたネットワークの運用に伴う負荷について正しく認識・理解しておくことが重要と考えられる。「インターネットブーム」に踊らされて、インターネット導入を決めたまではよくても、肝腎の利用・運用体制に十分な資源を投下しなければ、結局インターネットの真の価値を享受することは難しい。

### 運用管理者の大半は他の業務と兼務

こうした企業にインターネットの専任担当者がどこまで配備されているかという点、まだ辛い状況が見られる。過半数が「ゼロ」と答え、2人以上いるところは2割程度になる。それも、インターネットを本業としている企業も入れての数字だから、実際には、熱心な担当者でも「専任」というより、他の業務と兼務で取り組んでいることが圧倒的に多い(表1)。

月額運用コストは、最高で200万円、平均34万円だった。ただし、回線費と設備の減価償却費や保守契約費が主で、多くは担当者の人件費は別と答えた。大学などの場合、回線費の負担が直接かかってこないため、運用コスト「ゼロ」という回答もあった。大企業の子会社などでも、親会社のLANにつないで利用しているために、直接の経費はわからないという恵まれた回答も少数だがあった。

### サーバーの運用・管理体制

インターネットを利用するためには、電子メールだけでも、どこかに「メールサーバー」というメール管理専用のマシンが必要となる。WWWでホームページによる発信を試みる場合にも同様である。このサーバーを自社内に設置して自分たちで運用・メンテナンスを行なうか、それとも外部の専門業者に外注して、自分たちはより企業内での仕事に専念するののかということも、インターネットを導入する際の重要な決定の一つとなる。

この点、今回の調査では社内に設置している例が圧倒的に多かった(表2)。もちろん、この調査は、回答数も少なく、予備的な調査にすぎない。今後、インターネットを利用する企業が増えるにつれて、より本格的な利用実態調査の必要性をあらためて実感させられた。しかしそれでも、インターネットを本格的に業務に利用し始めている企業が、着実に増加し、そのなかで担当者自身が自らの経験を積んでいること、利用が増えることで情報発信の対象が広がり、結果を出しやすくなってきているといった傾向は明らかに読み取れた。

(会津 泉)

### 第3章インターネットの現状 インターネット企業利用の実態調査

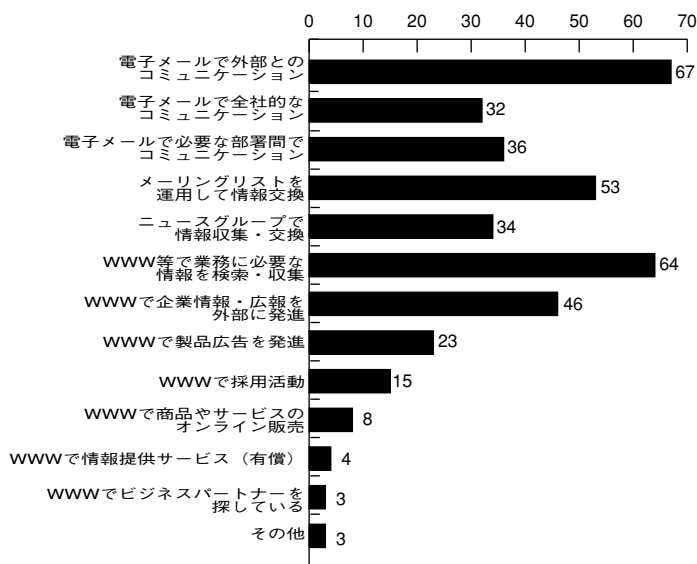


図1 インターネットで利用している主な機能

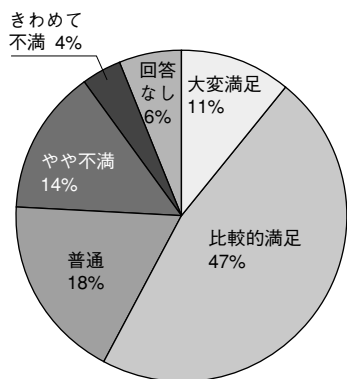


図3 インターネット導入の満足度

専任の人数	件数	%
0	32	55.2%
1	12	20.7%
2	6	10.3%
3	4	6.9%
4	1	1.7%
5	1	1.7%
回答なし	2	3.4%
計	58	100%

表1 インターネットの専任担当者

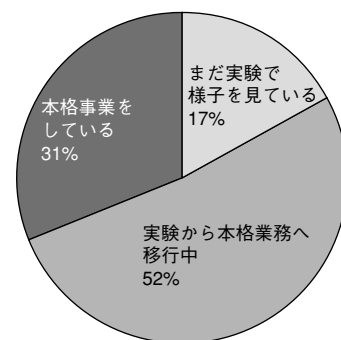


図2 現在の段階

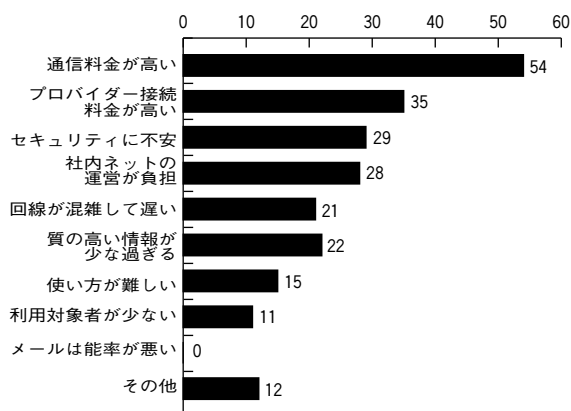
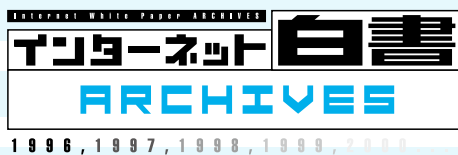


図4 インターネット利用の問題点

サーバーの運用・管理体制	件数	(%)
外部に設置・委託	11	19.0
設置は社内・運用は外部委託	2	3.4
すべて社内	39	67.2
回答なし	6	10.3
合計	58	100%

表2 サーバーの運用・管理体制





## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)