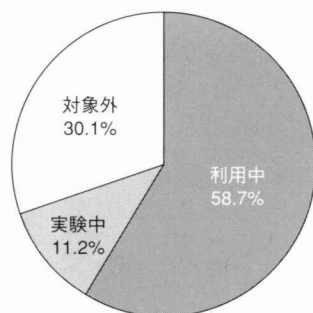


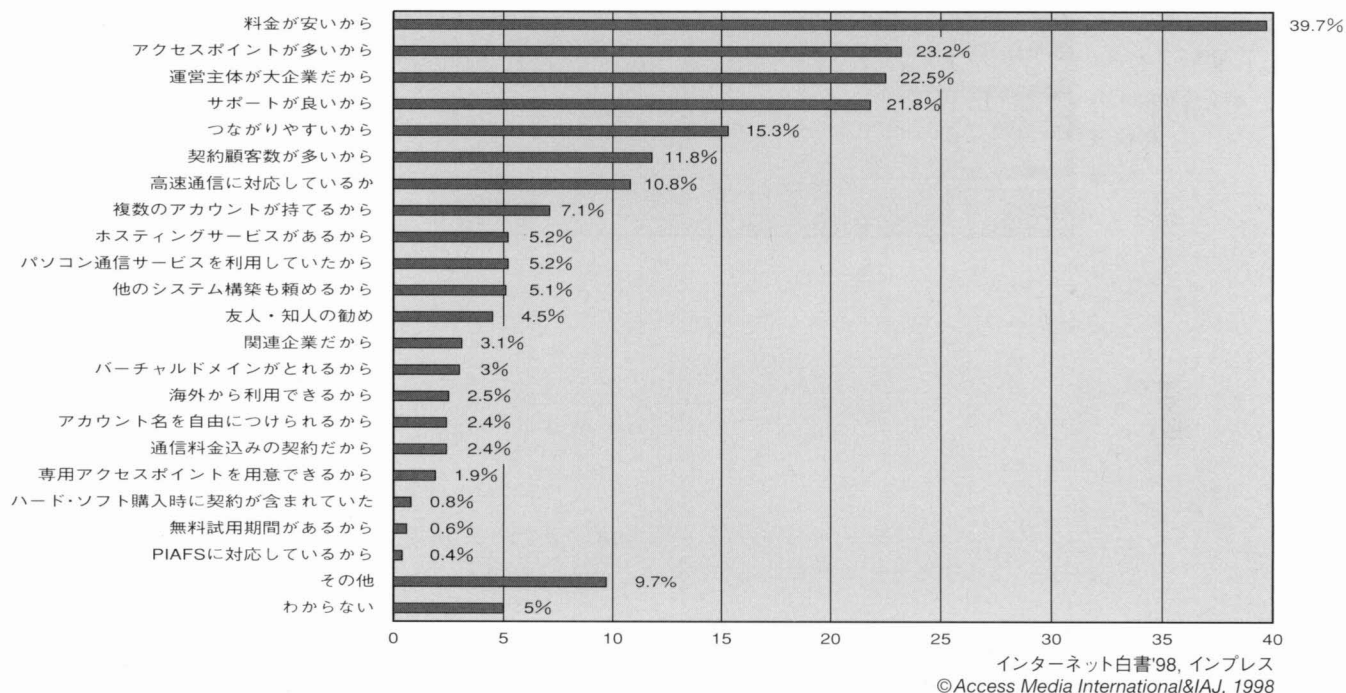
第2章 企業 ▶ 69.9%の企業がインターネット利用に積極的

資料1-2-1-a インターネット技術の利用状況（企業）
N=1,885インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998資料1-2-1-b インターネット技術の利用状況（従業員規模別）
*対象外とは「計画中」「利用予定はない」「わからない」

従業員数	利用中 1,106社	実験中 212社	対象外 567社
全体	58.7%	11.2%	30.1%
0-9人	13.1%	3.8%	83.1%
10-49人	53.7%	6.0%	40.3%
50-99人	27.4%	9.7%	62.8%
100-499人	71.1%	19.2%	9.7%
500-999人	75.9%	11.6%	12.5%
1,000-4,999人	85.5%	13.2%	1.0%
5,000-9,999人	71.4%	20.4%	8.2%
10,000人以上	94.1%	0.0%	5.9%
わからない	34.4%	11.2%	59.8%

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-2 インターネットプロバイダー選択理由（企業）N=1,318



解説

1-2-1 インターネット技術の利用状況

「企業のインターネット利用実態調査」では3,981事業所に対して質問票を郵送し、対象事業所の属する企業1,885社からの回答を得ている。

社内の利用範囲の大小に関わらず、現在何らかの形でインターネット技術を利用している企業は全体の58.7%を占め、昨年の33.6%から大きく成長した。さらに実験中を含めると69.9%となった。

本調査の対象者の多くが企業の情報システム、あるいはネットワーク担当のマネージャークラスである。中小企業の企業には社内に情報システム担当をおいていないことも多いため、これを考慮すれば、日本国内の企業全体の実状を見るためには、上記の数字より割り引いたものとして認識しなければならないだろう。

しかしながら、そうであったとしても回答企業の69.9%がイン

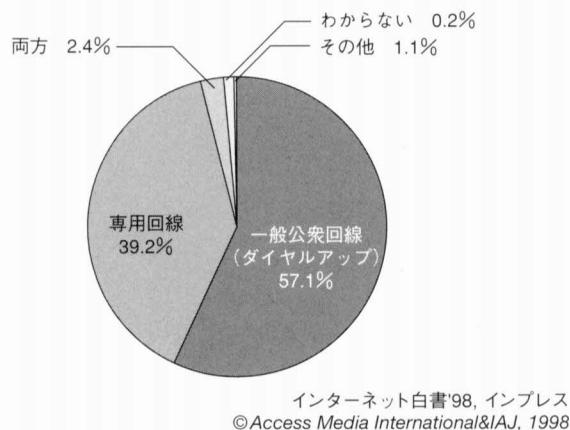
ターネット技術の利用に積極的であるという結果は、今後のインターネット関連市場に大きな影響力を持つといわざるを得ない。

1-2-2 インターネットプロバイダー選択理由

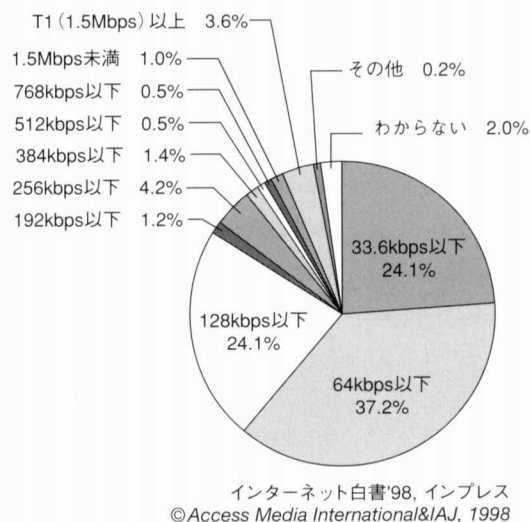
プロバイダー選択理由で最も多いのは「料金が安いから」（39.7%）である。次いで「アクセスポイントが多い」（23.2%）、「運営主体が大企業」（22.5%）、「サポートがいいから」（21.8%）2位以降の上位は接近している。

上位2位までについてはコストや品質に関係する項目であり、個人のプロバイダー選択理由と同様だが、企業としてはサポートや複数アカウントが持てる点、他のシステムの構築も頼めるといったプロバイダーの総合的なユーザー企業バックアップ力を理由として選んでいる。また、個人ユーザーでも昨年に比較して急増した「運営主体が大企業」という理由が3位に挙げられている点

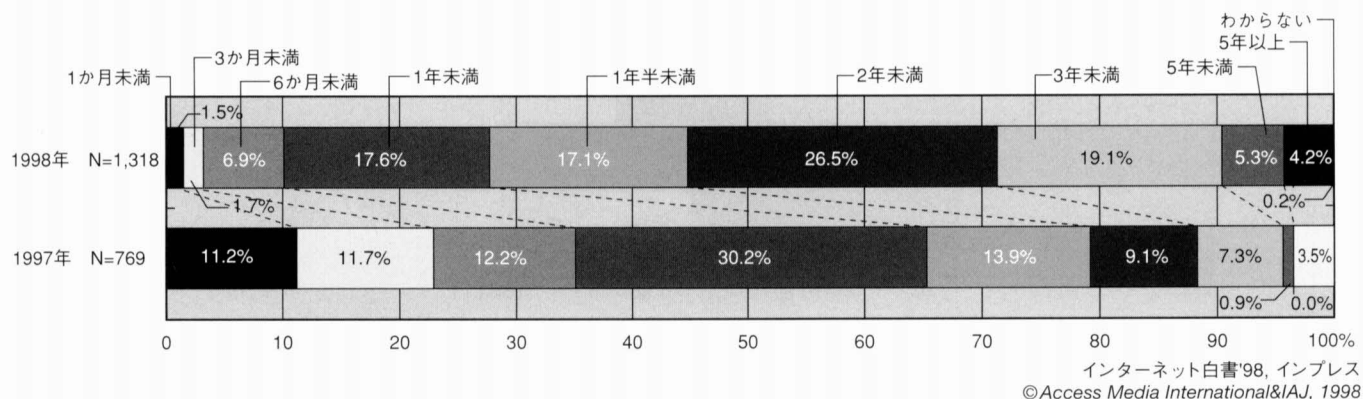
半数以上の企業がダイヤルアップで利用

資料1-2-3 インターネットプロバイダーとの接続方法 (企業)
N=1,318

資料1-2-4 通信速度 (企業) N=1,318



資料1-2-5 インターネットの利用歴 (企業1997-1998年)



解説

が今回の特徴ともいえる。これはプロバイダー参入企業が急増し各プロバイダーのサービス内容の多様化が拡大したこと、また、昨年の大手サービスプロバイダーのサービス中止をはじめ、プロバイダーの淘汰がすでに始まっていることなどから、利用者にとっても運営主体の安全性、信頼性を選択の基準にする姿勢が強まったのだと推察できる。

1-2-3 インターネットプロバイダーとの接続方法

企業における接続方法でも一般公衆回線によるダイヤルアップが57.1%と主流になっている。専用回線は約4割の企業が採用しており、専用回線、一般公衆回線の両方を利用している企業はわずか2.4%である。

1-2-4 通信速度

企業における通信速度で最も多いのは、「64kbps以下」の37.2%である。次いで同率で「33.6kbps」、「128kbps」（それぞれ24.1%）、「256kbps」（4.2%）となっている。

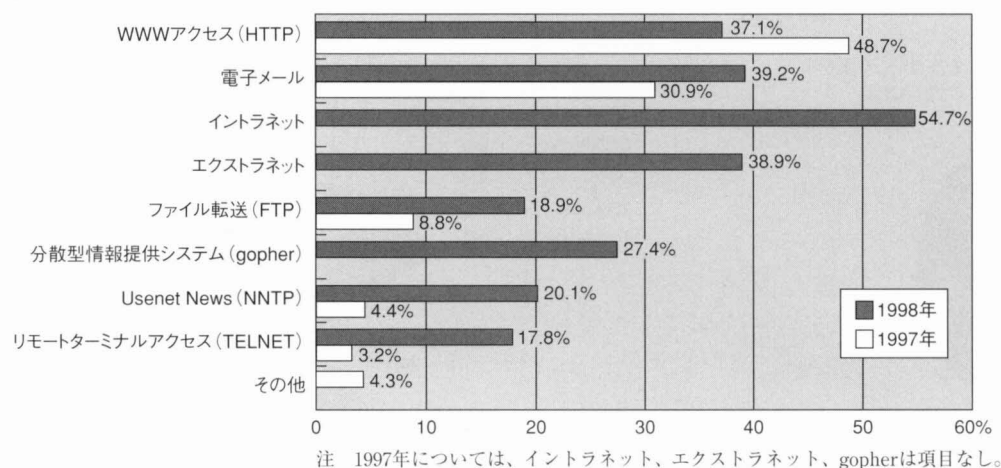
ここに数表はないが、従業員規模別では当然ながら10,000人以上の規模で「1.5Mbps未満」（10,000人以上の規模のうち16.7%）「1.5Mbps以上」（18.8%）の利用率が高く、10,000人未満の規模では33.6～128kbpsが主流となっている。

1-2-5 インターネットの利用歴

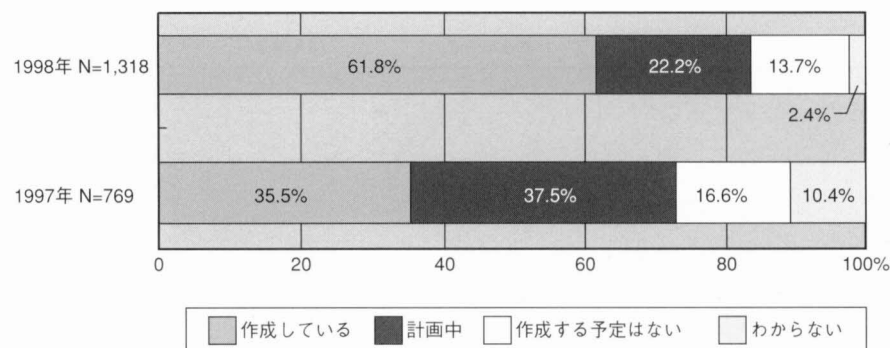
インターネット利用歴で最も多いのは「2年未満」の26.5%、次いで「3年未満」の19.1%と続く。昨年最も多かった「1年未満」

第2章 企業 ▶ 企業のウェブサイトは昨年の約1.7倍

資料1-2-6 社内での平均利用率（企業1997-1998年）



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-7 自社ウェブサイト（ホームページ）作成有無
（企業1997-1998年） N=1,318

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

（1997年30.2%）は今年17.6%となっており、1年未満の合計でも27.7%（1997年79.2%）となり、昨年と比較すればインターネットの企業導入が一段落したとみるのが妥当であろう。

1-2-6 社内での平均利用率

インターネットの利用内容をその機能面から見て、利用対象となる従業員数全体を100%とした場合の現在の平均利用率を聞いた。

最も多いのは、今回初めて聞いた「イントラネット」の54.7%である。イントラネットの構築有無については後で述べるが、すでに構築済みの企業が27.6%であり、イントラネット導入企業においてこれを利用できる従業員の平均54.7%が現在利用中ということである。昨年のイントラネット/エクストラネット/分散型情報提供システムを含まない平均利用率でトップだった「WWWア

クセス」（1997年48.7%、1998年37.1%）を抜いてイントラネットの利用が広範にわたっていることがわかる。

また今年の2位は「電子メール」でこれは昨年より8.3ポイント増加している。

僅差の「エクストラネット」も今年初めての項目であるが、導入している企業の38.9%で利用されていることになる。

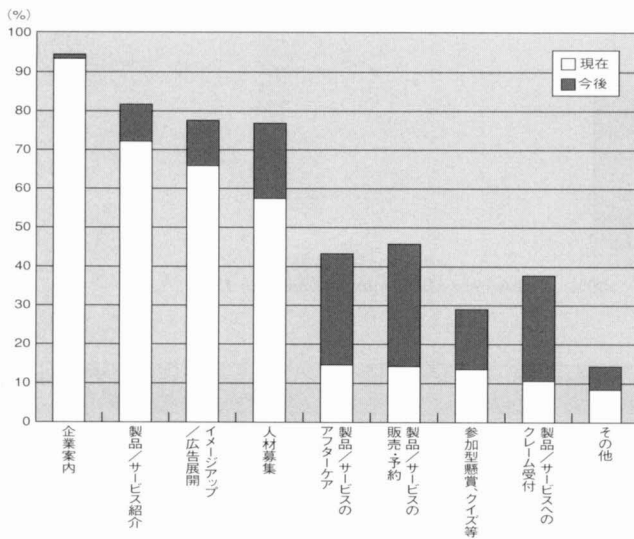
1-2-7 企業ウェブサイト（ホームページ）作成有無

現在自社のウェブサイト（ホームページ）を「作成している」企業はインターネット利用企業全体の61.8%にも上る。昨年と比べると約1.7倍に増加しており、昨年予測されたとおり着実に作成企業が増えている。

すでに作成している企業が増加した分、ウェブサイト（ホームページ）作成を「計画中」（22.2%）の企業は当然昨年より減少し

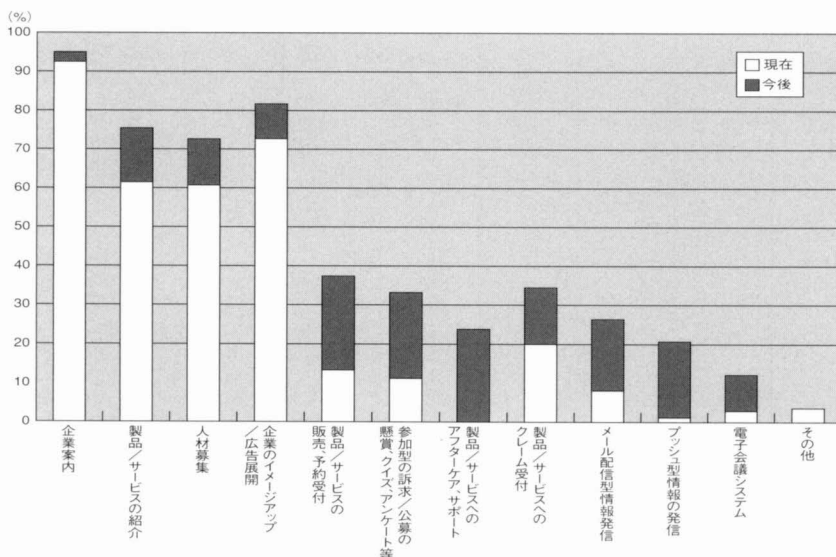
ウェブの内容は企業案内が中心

資料1-2-8-a 自社ウェブサイトによる情報発信内容 現在・今後（企業）1997年 N=273



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

図1-2-8-b 自社ウェブサイトによる情報発信内容 現在・今後（企業）1998年 N=814



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

ているが、「作成する予定はない」（13.7%）と明確に否定的な意見も同時に減少しており、近い将来インターネットを何らかの形で利用する企業にとっては比較的安全に情報発信が可能であることや直接的な商取引を前提に9割方作成されると予測できる。

1-2-8 自社ウェブサイト（ホームページ）による情報発信内容（現在・今後）

現在ウェブサイト（ホームページ）を作成している814社の回答者に対して、現在発信している情報内容と、今後発信予定の情報内容についてきた。

現在発信している情報で最も多いのは、昨年同様「企業案内」で92.5%。次いで昨年は3位の「企業のイメージアップ/広告展開」（72.7%）、昨年は2位の「製品/サービスの紹介」（61.5%）となっている。

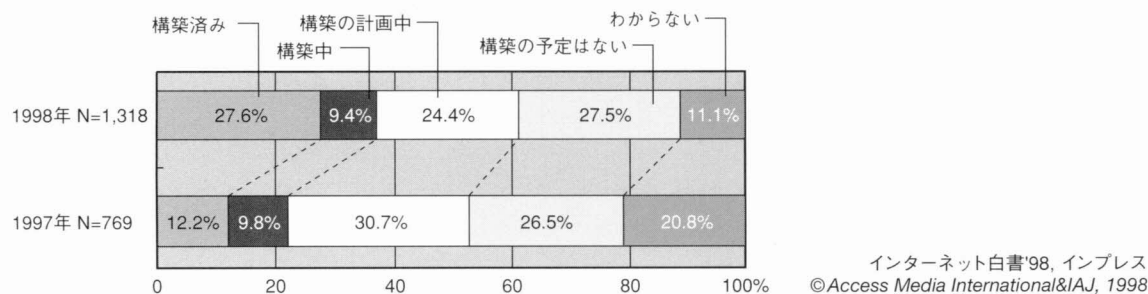
今後発信する予定の情報としては、「製品/サービスの販売・予約受付」が24.1%で最も多く、「製品/サービスへのアフターケア・サポート」の23.8%と続く。3位、4位には今年初めて聞いた「プッシュ型情報の配信」（19.5%）や「メール配信型情報発信」（18.3%）が入っている。

今後の展開としては提供する製品/サービス関連の実務的な利用が多くなると予測されるが、今後に対する積極的な利用の姿勢の一方で、新しい技術が次々に登場するインターネットの現状での利用形態には満足していないことが読み取れる。

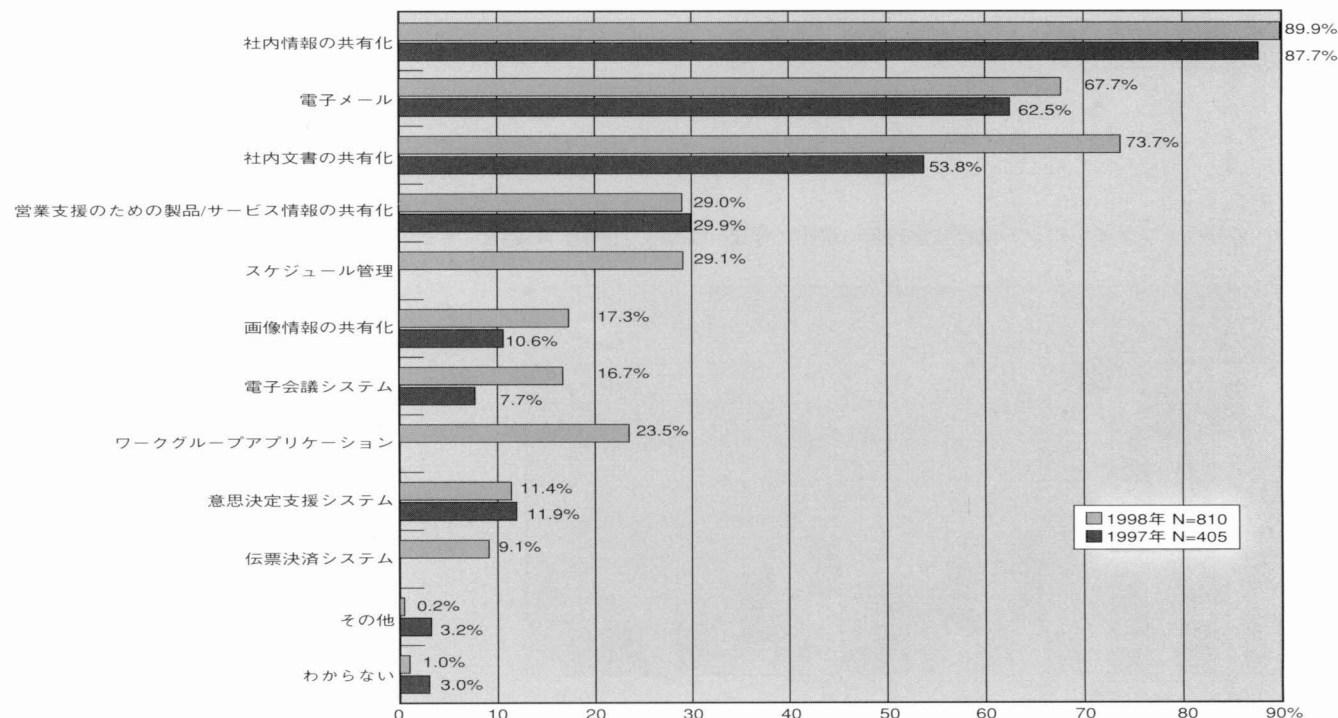
企業においては、一般的にインターネットのインタラクティブ性は充分認識されており自社のウェブサイト（ホームページ）に積極的にそれを取り入れようという姿勢が伺われる一方で、まだ確定されないインターネット上の技術への取り組みに悩んでいるようにもとれる。

第2章 企業 ▶イントラネット構築済みは昨年の2.3倍

資料1-2-9 イントラネット構築の有無(企業 1997-1998年)



資料1-2-10 イントラネット構築の目的(企業 1997-1998年)



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-2-9 イントラネット構築の有無

イントラネットの構築については、「すでに構築済み」の企業が27.6%、「構築中」が9.4%、「構築の計画」が24.4%となっている。昨年と比較してみると、「既に構築済み」の企業が(1997年12.2%)1年で約2.3倍に増加しているのがわかる。現在「構築中」についても構築済み企業が大幅に増えたにも関わらず、昨年とほとんど変わらない。(1997年9.8%、1998年9.4%) 前回の調査で実際には1997年度がイントラネットの利用元年となりそうであると推測したが、ある程度裏付けられる結果となった。

1-2-10 イントラネット構築の目的

ここではイントラネット構築済みから構築を計画中の810社に対して、その目的をきいた。

イントラネットの構築の目的としては、昨年同様「社内情報の共有化」が最も高く89.9%を占める。次いで「社内文書の共有化」が73.7%、「電子メール」が67.7%といずれも昨年より高くなっている。

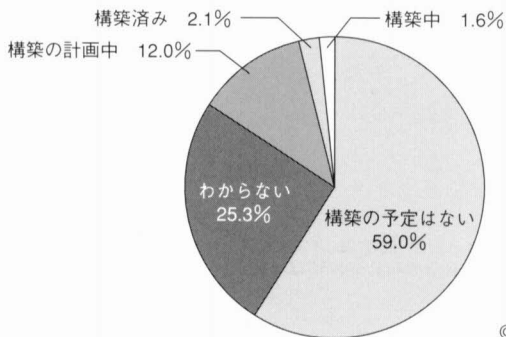
この1年で社内の情報共有化やコミュニケーションに関してはかなり進歩したといえるが、いまだ企業の直接的な経済活動(ビジネス)に結びつくような目的は上位に挙げられていない。ようやくこの1年で実質的にイントラネットの利用ができる状況が整ったことを考慮すれば、今後急激に浸透したり、変化する可能性も高いと考えるべきである。

1-2-11 エクストラネット構築の有無

今年初めてエクストラネット(VPNを含む)についてインターネット技術を利用している企業全体に聞いた。

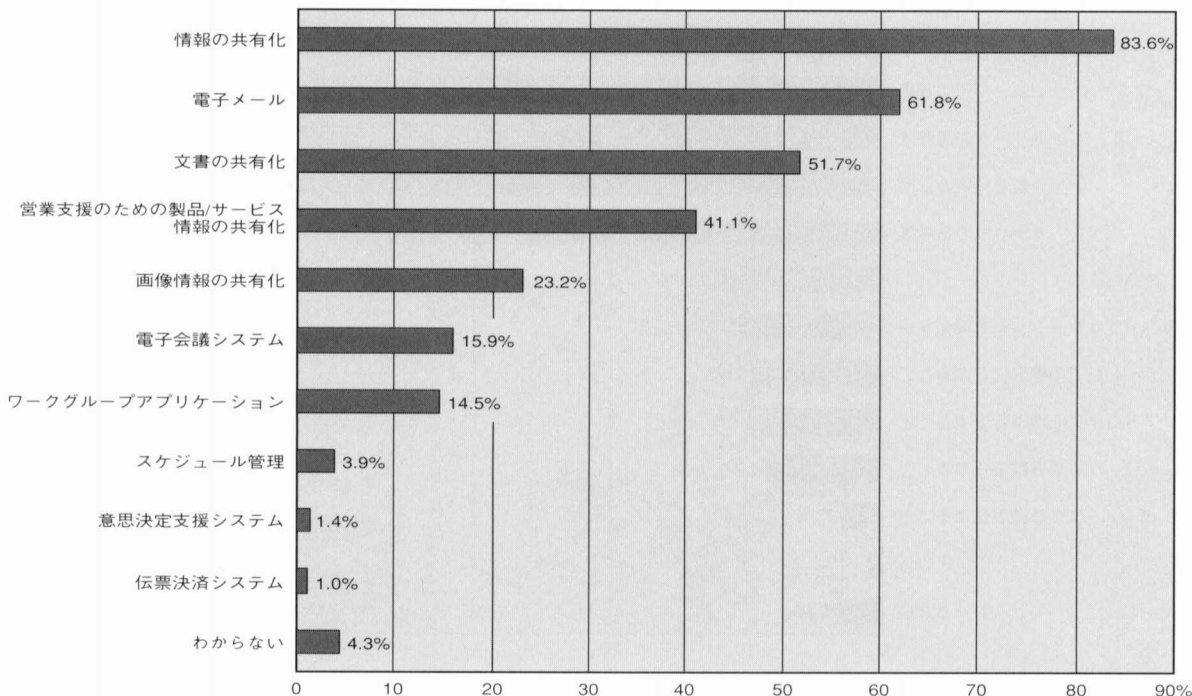
エクストラネット構築済みはわずか2.1%

資料1-2-11 エクストラネット構築の有無（企業）N=1,318



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-12 エクストラネット構築の目的（企業）N=207



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

エクストラネットの構築については、すでに「構築済み」が2.1%とイントラネットに比べると極端に低くなっている。「構築中」(1.6%)、「構築の計画」(12.0%)まで含めても15.7%に過ぎない。このレベルは昨年のイントラネットの構築状況より低いものではあるが、昨年イントラネットが急速に普及したように、すでに企業内でインターネット、イントラネットなどのインフラが整備されたところでは、この1年でブレイクする可能性を秘めている。

1-2-12 エクストラネット構築の目的

ここではエクストラネット構築済みから構築を計画中の207社に対して、その目的を聞いた。

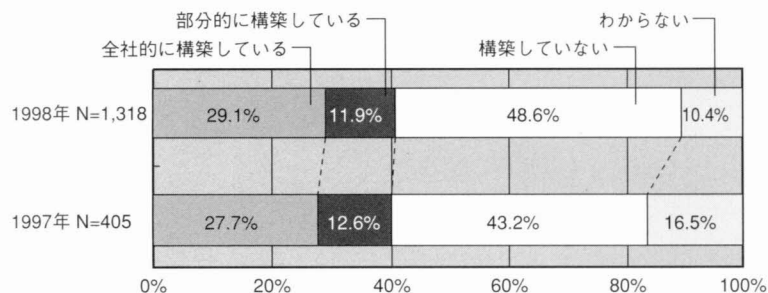
エクストラネットの構築の目的としては、イントラネット同様「情報の共有化」が最も高く83.6%を占める。次いで「電子メール」

が61.8%、「文書の共有化」が51.7%とここまですべて半数を超えている。これらは情報の共有化やコミュニケーションといったイントラネットと同様の傾向が見られる。一方、4位に挙げられた「営業支援のための製品/サービス情報の共有化」は41.1%と現在のイントラネットにおける29.0%を大幅に超えており、こうした目的にはイントラネットより、エクストラネットが向いているということが読み取れる。

現状では昨年のイントラネットの構築状況と同様の傾向といえるが、企業の外向きの実質的なビジネスサポートにエクストラネットが有効であることが認められつつあるため、そうした認識が高まれば、インフラがすでにある程度整っている企業から急速に構築が進む可能性が見えている。

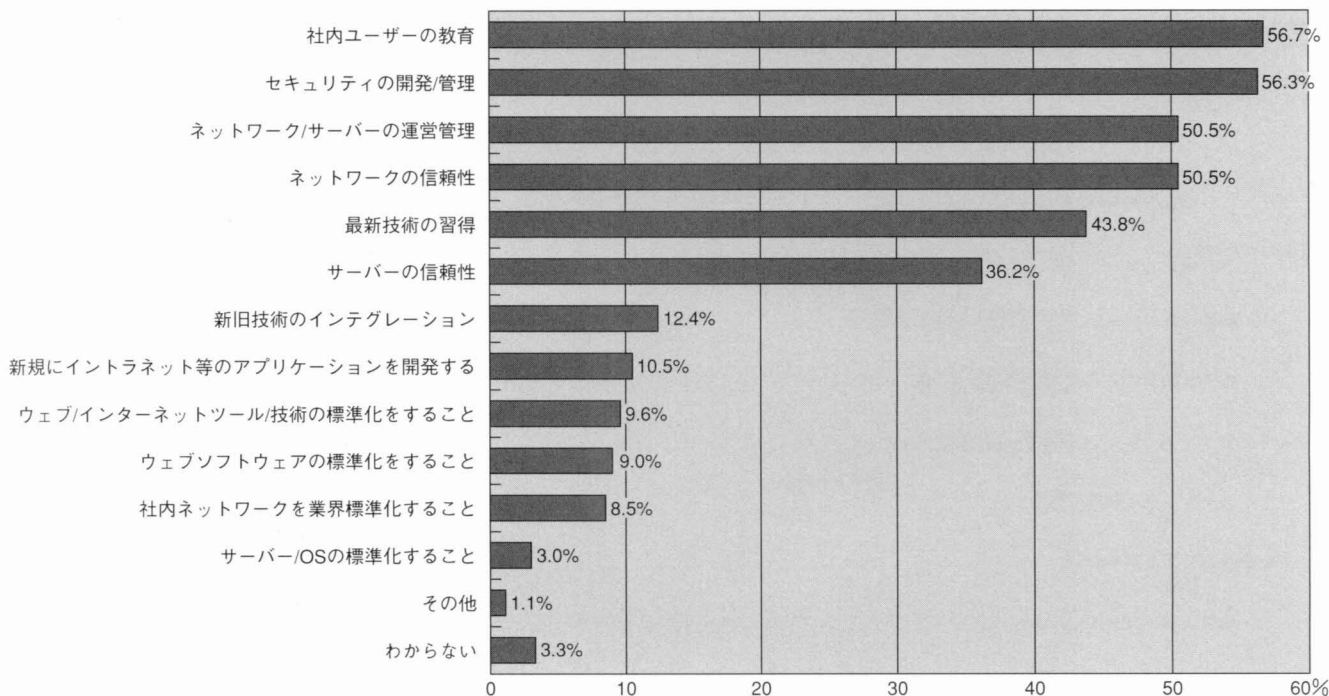
第2章 企業 ▶ ファイヤーウォールの構築は進んでいない

資料1-2-13 ファイヤーウォール構築の有無（企業 1997-1998年）



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-14 今後の課題（企業）N=1,318



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-2-13 ファイヤーウォール構築有無

ファイヤーウォールの構築に関しては、「全社的」あるいは「部分的に構築している」企業が合計で40.9%に対して、「構築していない企業」は46.4%とほぼ2分された結果となった。昨年に比べほぼ同様の結果となったが、「わからない」が減少し、少なくともファイヤーウォールの機能や役割に対する理解が進んだとともいいだろう。

1-2-14 今後の課題

最後に今年は回答者全員に企業にとってのインターネットに関する最大の技術的な課題を複数回答で聞いた。最も多かったのは「社内ユーザーの教育」（56.7%）であり、インターネットの導入により、企業内でのエンドユーザーの増加がネットワークに関わ

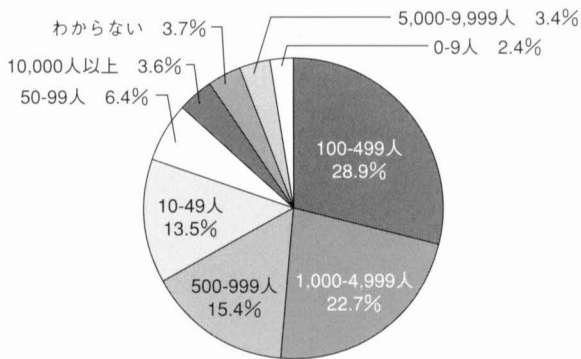
る情報システム担当者を最も悩ませているという状況が明らかにされている。また、僅差で「セキュリティの開発/管理」（56.3%）が挙げられており、先に見たようにファイヤーウォールの浸透の低さからも、企業にとっての大きな課題に挙げられたと見られる。次いで、「ネットワークの信頼性」（50.5%）とここで始めてハードウェアの問題が挙げられている。さらに同率で、「ネットワーク/サーバーの運営管理」（50.5%）と、ここまでの全体の半数を超えている課題である。次の「最新技術の習得」（43.8%）は、日々インターネットの利用技術が開発される中で回答者自身の課題としても挙げられたものと推察でき興味深い。

1-2-15 従業員規模

本調査の対象企業の従業員規模を聞いた。
従業員規模をレンジ別で見ると、構成比が高いのは「100から

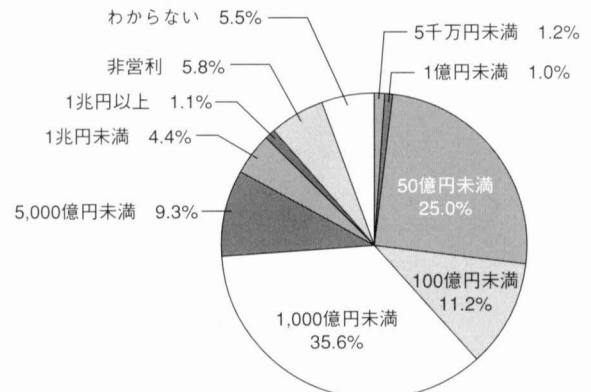
最大の課題は社内利用者の教育

資料1-2-15 従業員規模（企業）N=1,318



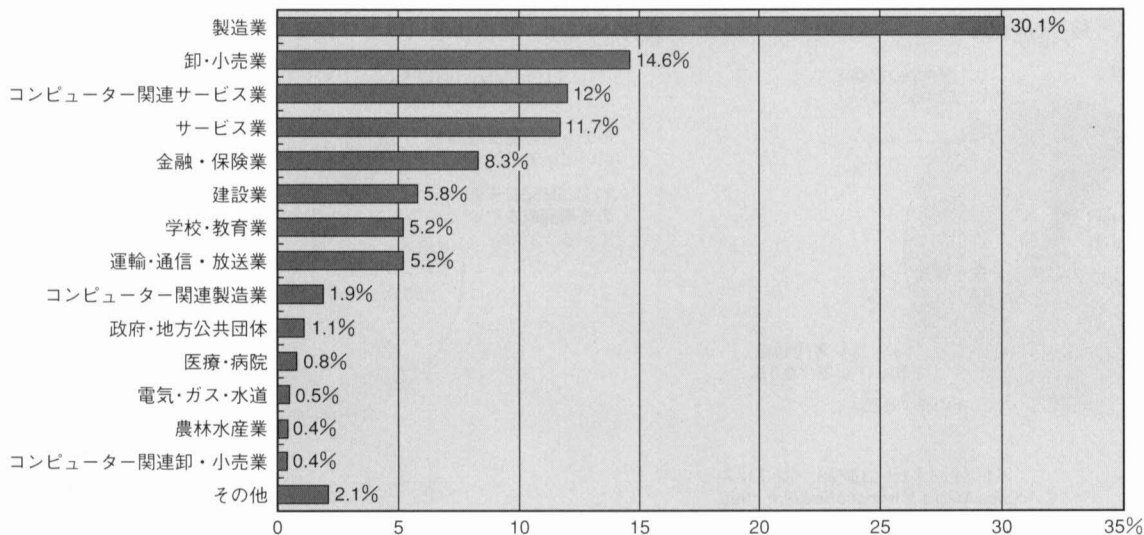
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-16 年間売り上げ高（企業）N=1,318



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-2-17 業種（企業）N=1,318



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

499人」(28.9%)である。次いで「1,000人から4,999人」(22.7%)、「500人から999人」(15.4%)となっているが、500人以上のいわゆる大規模で全体の45.1%を占め大規模よりの結果となっている。なお、昨年は「100人から499人」の規模で27.5%、次いで「10人から49人」が20.3%。全体では500人以上の大規模企業の合計が27.9%と今年より中規模企業が多かった。

1-2-16 年間売り上げ高

本調査の対象企業の年間売り上げ高を聞いた。当然ながらこの金額は対象企業の従業員規模や業種と相関がある。最も構成比が高いのは、「1,000億円未満」(35.6%)、次いで「50億円未満」(25.0%)、「100億円未満」(11.2%)となっている。従業員規模でみたように、昨年と比べると今年は大規模企業にシフトしているため、当然ながら年間売り上げ金額も高めとなっている。

1-2-17 業種

本調査の対象企業の業種を聞いた。

最も構成比が高いのは「製造業」の30.1%、次いで「卸・小売業」の14.6%、「コンピューター関連サービス業」の12.0%、「サービス業」の11.7%、「保険・金融業」の8.3%で全体の7割以上を占めている。この傾向はコンピューター導入業種の構成比率とほぼ傾向が一致しており、情報システム関連予算の大きい業種が上位を占めたと見るべきだろう。



[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的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