

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

光ファイバー、無線LAN、IP電話が着実に浸透した2005年 コスト環境が厳しい中、ウェブサイトは売り上げ貢献を目指す

2005年の企業調査においては企業内のネットワーク担当者が細分化していることを鑑み、インフラについての導入、管理、運用担当者とウェブサイトの管理運営の担当者に内容を分けて聞いている。

「3-1 通信回線とISP」から「3-5 リスクマネジメント」までと「3-7 インターネットの利用効果と課題」はインフラに関する担当者、「3-6 企業ウェブサイト」についてはウェブサイト担当者に聞いている。ただし兼任も多く、今回の回答者の約3分の1（34.4%）がネットワークインフラおよびウェブサイトを兼任して担当していることから、所属企業のプロフィールについては全有効回答の1,470サンプルでまとめている。

■ 光ファイバーが主流になった通信回線

企業の利用しているインターネット接続回線は、今年初めて「光ファイバー」が「ADSL」を上回った。従来、中小規模企業で普及が活発な「光ファイバー」だが、2004年から2005年にかけてはどのような企業規模でも倍増しており、5,000人以上の大規模企業まで普及が進んでいる。これは法人向けのサービスの低価格化と内容の充実が大きな要因とみられる。ただし、メインで利用しているインターネット接続回線に限れば、大規模企業の主流は「広域（メトロ）イーサネットサービス」と「デジタル専用線」であることに変わりはない。「光ファイバー」の台頭にともない、最大通信速度も一気に100Mbpsを超える企業が全体の約6割を占めることになった。

企業の契約しているISPは昨年と同傾向で、「OCN（NTTコミュニケーションズ）」がトップで抜き出ている。2位、3位は「DION（KDDIインターネットサービス）」と「@nifty」だが、複数回答では「DION（KDDIインターネットサービス）」が2位に、最も主要なISPとしては「@nifty」が2位にあげられており、その差は僅差である。

企業の年間通信コストは規模により異なり、1-49人規模では50万円未満が、5,000人以上の規模では300万円以上が主流を占める。また、通信コスト予算の増減見込みは規模にかかわらず、「今年度並み」が約8割、「増加の予定」が15%程度と楽ではない。特に5,000人以上の大規模企業では増加

予定が7.3%と低く、厳しい状況がうかがえる。

今回は企業の全体的な通信費における回線別コストの比率を聞いているが、固定電話が41.9%に対して、インターネットは21.1%、携帯電話は33.6%となっており、この3つが企業の通信コストを3分している。IP電話は急速に普及してきているが、他の通信手段より導入率が低いうえ、IP電話同士や事業所間の通信費がかからないことなどから通信コストとしては極端に低いのが特色である。

■ 確実に浸透するIP電話とモバイルネットワーク

IP電話の利用については2004年の22.4%から26.1%と着実に浸透している。また昨年に比べ、利用予定も増加しており、企業におけるIP電話導入メリットが認知されつつあることがうかがえる。IP電話は大規模企業先行で導入が始まったが、規模別で見ると現在では規模に関係なく導入が進んでいることがわかる。すでに利用している企業の利用歴はこの1年半以内がほとんどで、ごく最近の導入である。IP電話は企業内の事業所間通話のみならず、公衆網として固定電話に代わる外線通話料の削減が主な目的となっており、通信費のさらなる削減のため、今後も普及が期待されている。

企業における携帯電話は通信コストでもみたように、すでに通信費全体の3分の1を占める重要な手段となっている。法人契約率も昨年の66.3%から68.4%と着実に増加し、約7割の企業が法人契約サービスを利用していることになる。契約事業者は「NTTドコモ」が全体の約8割に上るが、複数契約率も約10%増加しており、昨年との比較では特に「au」の増加が目立つ。

今年は初めて企業のモバイルセントレックス導入についても聞いている。モバイルセントレックスはいわゆる企業内無線電話を携帯電話に置き換えるサービスで、2004年夏以降、携帯電話各社により本格的にサービスが開始されている。すでに導入しているのは5.7%と一部にとどまっているが、5,000人以上の大規模企業では26.8%が「すでに導入している」と回答しており、メリットが認知されれば急速に普及する兆しもみえる。最も期待されるのは「固定電話と携帯電話の二重投資の回避」であり、モバイルセントレックスは携帯電話の法人契約が一般化したことでさらなる通信コストの削

減を狙う導入担当者と、携帯電話各社の法人契約を増加させたい思惑がみごとにマッチするサービスであるといえる。しかしながら、提供各社により、そのサービス内容や方式が異なるため、多額のインシヤルコストがかかる場合もあり、採算性や投資効率を考える担当者にとっては悩みどころであり、現状では「検討中」という企業が28.4%みられる。

昨年に引き続きIP-VPNとインターネットVPNの利用についても聞いている。昨年と比べると両方とも企業の約3分の1に浸透し、着実に増加している様子が見えてくる。両者は

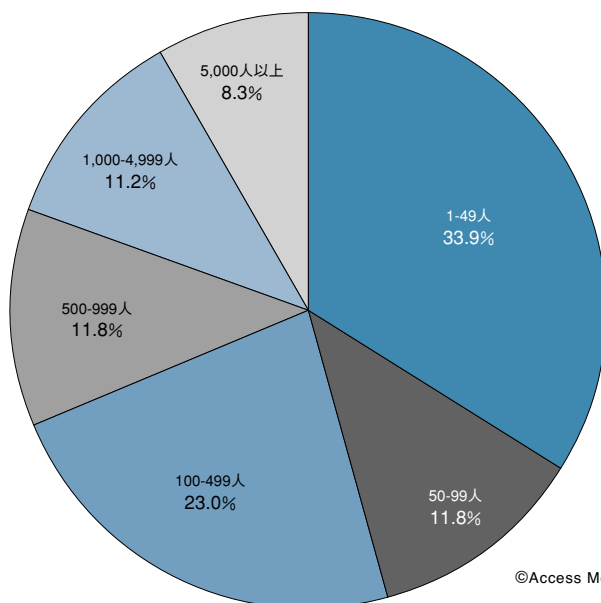
併用されるケースも多いため、利用比率も同程度になっていると考えられる。特に規模が大きいほど利用率は高く、500人以上の規模であれば両者とも過半数が利用している。また、「利用を計画中」という比率も昨年に比べやや増えていることから、今後もう少し増加が期待できる。

自社内のネットワークに社外からのモバイルリモートアクセスを許可しているかどうかを聞いたところ、部分的な許可を含め、53.1%が許可していることがわかる一方、「許可していない」あるいは「リモートアクセスやモバイルユーザーはい

第3部 企業利用動向の調査対象および調査方法

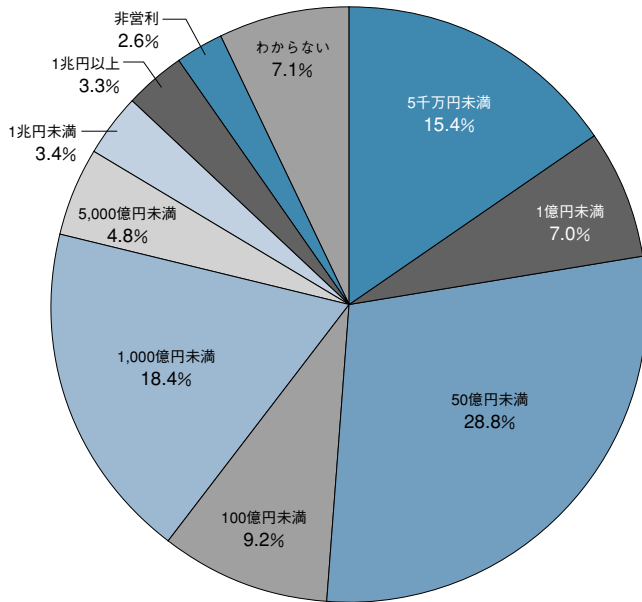
調査対象	企業におけるネットワーク、インフラ、ウェブサイトの導入、管理、運用担当者
対象地域	全国
調査手法	インタラクティブウェブ調査
サンプリング	メールメディア登録者から企業の役員、管理職者を抽出、メール配信によるアンケートサイトへの誘導 インプレス、アクセスメディアインターナショナルの保有する登録者に対するアンケートサイトへの誘導
調査実施分析機関	アクセスメディアインターナショナル株式会社
最終有効回答数	1,470サンプル
調査期間	2005年4月8日～4月18日

回答企業のプロフィール 従業員規模 N=1,470



今回回答しているインターネット利用企業の従業員規模は、「1-49人」が33.9%、「50-99人」が11.8%、「100-499人」が23.0%という構成である。5,000人以上の企業も8.3%あり、各調査結果はこの規模別に比較している。

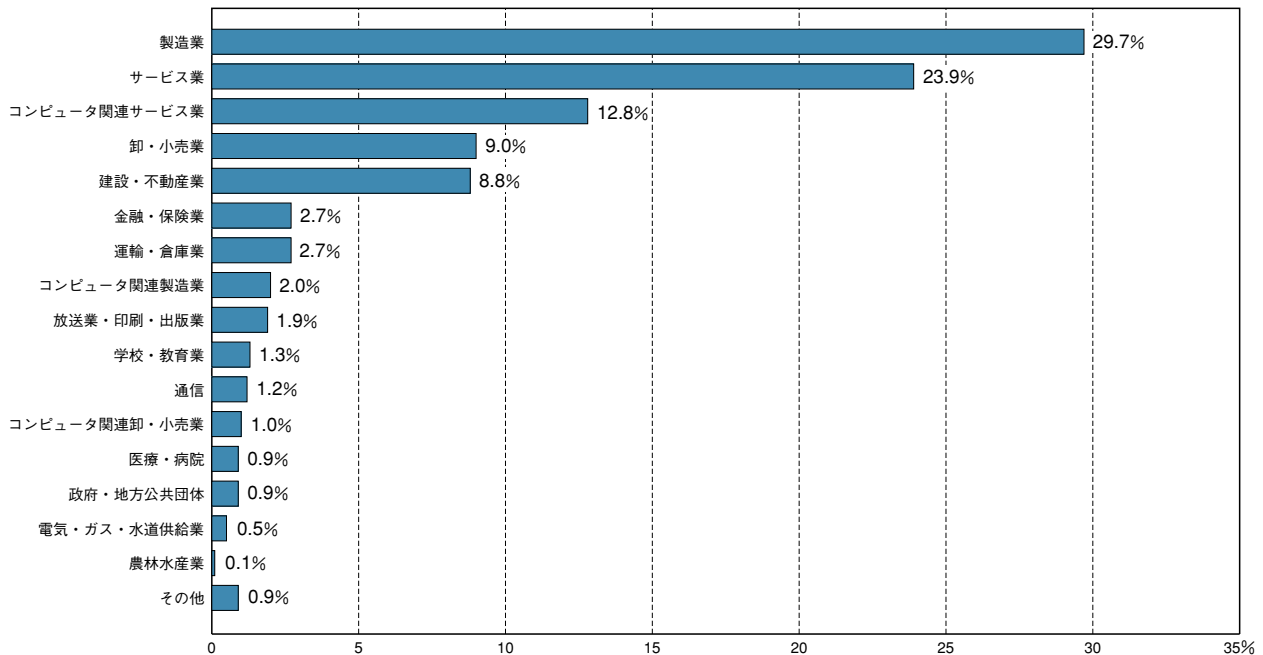
回答企業のプロフィール 年間売り上げ N=1,470



売り上げ規模は、1億円以上「50億円未満」が28.8%と最も多い。次いで100億円以上「1,000億円未満」が18.4%、「5千万円未満」が15.4%と続く。

©Access Media/impress,2005

回答企業のプロフィール 業種 N=1,470



©Access Media/impress,2005

主力業務は、今年も製造業がトップだが、昨年の23.9%から29.7%と伸びた。2位は「サービス業」23.9%。昨年の11.0%から倍増し、昨年2位の「コンピュータ関連サービス業」と順位が入れ変わった。

ない」とする企業が46.9%みられる。昨年と比較するとモバイル・リモートアクセス率はやや増加の傾向である。

今年はさらに、モバイル・リモートアクセスユーザーに許可している社内ネットワークの接続設備を具体的に聞いたところ、最も多いのは「閉域IP接続サービスのアクセスポイントを利用」しているケースであった。

■ 競争が激しいサーバーのアウトソーシング

データセンターやレンタルサーバーなどの利用は全体の50.2%で、それ以外の約半数は自社サーバーを利用している。アウトソーシングの利用内容は「共用ホスティング」「専用ホスティング」「ハウジング」の順で多く、この傾向は昨年と同傾向である。

従業員規模別で上位の利用サービスを見ると、「ハウジング」はあまり規模に影響されないものの、「共用ホスティング」は規模が小さいほど利用率が高く、500人以上の規模になると「専用ホスティング」が「共用ホスティング」を上回る。これは予算規模やセキュリティ意識が影響していると推測できる。

アウトソーシングの利用目的は主に「社外向けウェブサーバーの運用・管理」「メールサーバーの運用・管理」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「B2C」「B2B」など課金にかかわるようなサービスの運用・管理もアウトソーシングするケースが若干増加している点は興味深い。アウトソーシングによる運用コストの低価格化とともに、安全性に対する信頼性、サポートなどのサービス内容が徐々に向上しているとみられ、今後サービス事業者の競争が激しくなる一方、アウトソーシングの利用が増えることが予測される。

回線などの品質保証サービスであるSLAについての利用は増えていない。利用している回線品質が全体に向上しているため、あえてSLAの利用率が上がっていないということも考えられるが、企業の担当レベルの意識としてSLAを強く意識して利用したいとは考えていないようである。

データサーバーやレンタルサーバーの年間利用コストは、100万円未満が全体の約7割を占め、あまり高額になっていない。業種による差もあるとみられるが、規模が大きいほど年間利用コストも当然ながら大きい。

ソフト面のアウトソーシングであるASPの利用については全体の14.1%と、サーバーのアウトソーシングほど活用されていない。この傾向は昨年と大きな変化はなく、「利用予定がない」比率が76.5%を占める。ホスティングやレンタルサーバーといったハードウェア回りのサービスは競争が激化しているのに比べ、ASPの市場はサービス内容が多岐に渡ること

もあり、競争化には至っていない。その中ではASPの利用目的で今年初めて1位にあげられた「eコマース（B2C、B2B）」が注目株といえる。インターネットにおけるコマースのノウハウがようやくここに来て蓄積され、ASPとして企業の利用が拡大した結果、これまで最も一般的だった「グループウェア」を抜いたということである。「eコマース」は直接企業の営業利益につながる点で、今後も伸びる可能性が高い。

■ 無線化が進む社内ネットワーク

社内LANの構築有無については本白書で毎年聞いている基本的な設問である。インターネット利用企業のLAN「構築済み」は全体の99.0%にのぼる。

また、LAN構築企業のうち無線LANを導入しているのは、「全社的に導入済み」と「一部に導入済み」を合わせ57.6%と昨年よりやや増えている。特に、昨年主流だった「一部に導入済み」から、今年は「全社的に導入済み」（2004年10.7% → 2005年29.6%）が大幅に増加していることから、この1年で企業内での無線化がかなり進んだことがわかる。

企業内でインターネットが利用可能なハードウェアの比率は導入ハードウェア台数をベースとするどの程度になるかを聞いたところ、昨年36.2%だった「100%」という回答は今回始めて52.9%と、半数を超えた。規模別で見ると、99人以下の小規模企業と5,000人以上の大規模企業の両極で「100%」インターネットを利用できるのが半数を超えている。

また、インターネット利用可能な機器は複数回答で99.2%の「デスクトップパソコン」と94.5%の「ノートブックパソコン」が主流だが、携帯電話も47.6%と増加してきている。

企業内の社員向けウェブサイト（イントラネット）の導入については約6割の企業が導入している。と同時に、従業員に対するメールアカウントの発行比率（全従業員に対する%）が「100%」の企業も58.0%とイントラネット導入率と同等である。

従業員規模別では1-49人の小規模と5,000人以上の大規模企業で「100%」の比率が高い点が特徴となっている。

自社名や製品・サービス、ブランド名などのドメインネームの取得は当然のこととなっており、特に自社名ドメインの取得は9割近い。昨年との比較でも着実に増加しており、「取得していない」比率が減少する傾向がみられる。また、ドメインネームの平均取得数も増加傾向で、大規模企業ほど取得ドメイン数も多い。

■ 被害の増加につれリスクマネジメント対策が進む

インターネットの利用におけるセキュリティ被害（アタックの痕跡は含まず、実害の出た場合）については74.9%が経

験している。比較的大規模企業の被害経験が多いものの、企業規模により大差がつくというほどではなく、どの企業にとっても他人事ではない状況が読み取れる。被害の内容からみると、5,000人以上の大規模企業では「不正アクセスによるウイルス感染」の比率が他の規模に比べ特に高い。大規模企業では、名前が知られているため外部からの不正アクセスの対象になりやすいということが相対的に被害を多くしているとみられる。

また、今回は初めて企業のセキュリティポリシーの策定（セキュリティ上、保護すべき対象範囲と対策手段および管理運営方法についての方針を文書化したもの）の有無について聞いている。すでに「策定している」のは57.7%を占め、企業のセキュリティ意識も以前より向上していると見受けられる。一方、38.2%は「策定していない」。セキュリティポリシーは従業員規模が大きいほど策定されており、500人以上の規模になれば、8割以上の企業で「策定している」。1-49人の小規模では、策定している企業が少数派で33.2%にすぎない。

セキュリティポリシーの策定有無にかかわらず、企業が実際に取り組んでいるセキュリティ対策について聞いたところ、最も多いのは被害も多かった「ウイルス対策と教育」(65.0%)。次いで、「個人情報保護体制・教育」(24.5%)「無線LANのセキュリティ強化」(23.9%)などがあげられている。

また、データセンターやISPなどから提供されているウイルスブロックサービスの利用率は45.5%と昨年の32.3%から大きく増加している。最近企業向け保険サービスのひとつとして確立されたネットワーク保険サービス（不正アクセスやコンピュータウイルスにより破壊されたデータの修復費用やネットワーク関連の事故、損害を補償するサービス）の加入は全体的には9.7%と少ないながら、大規模企業ほど加入率は上昇し、5,000人以上の規模では42.7%にのぼる。

本調査の実施が個人情報保護法施行の2005年4月にぶつかったこともあるが、ネットワークセキュリティ対策や情報管理については十分とはいえないものの、各企業とも真剣に取り組みを開始している様子が見えてきた結果となった。

■ 予算は少ないが売りに貢献したい企業ウェブサイト

今回の調査では、ネットワークのインフラ担当者とウェブサイトの運用担当者に対して内容により明確に設問を分けたため、グラフ内のN数はインフラ関連とウェブサイト関連の結果では異なることに留意されたい。また、回答者の約3分の1は両者の兼任である。

企業にとってのウェブサイトの概要をみると、用途は主に「会社概要の掲載・告知」(85.0%)の場であり、「製品・サービス情報の掲載・告知」(72.7%)の場である。ま

た、ウェブサイトの担当者は「情報処理・システム部門」(29.6%)や「社長室や経営企画部門」(17.3%)、「広報宣伝部門」(16.6%)に所属している。

個人レベルでは昨年より急速に普及しているブログだが、今回は企業でこのブログをウェブサイトを活用しているかどうかを聞いている。

基本的には個人日記の形態がベースであるため、現状では小規模企業を中心に「活用している」のは2.8%にすぎない。しかしながら、「活用することを計画中」や「活用することを予定している」という回答が合わせて約4割みられることから、ブログに対する関心の高さはうかがえる。

さらにウェブサイト運営のための年間予算については過半数が「予算はない」(53.5%)と回答しており、この傾向は昨年とほぼ同様である。予算はあまりないものの、規模や業種によって異なるが、100万円を中心に年間数十万円～数百万円がかけられている。

企業の運営するウェブサイトの誘導対策として、アクセス記録の収集・解析などを行っているかどうかについては「定期的に行っている」(44.1%)または「不定期に行っている」(29.2%)と大多数の企業が行っている一方、現状では行っていない企業も2割以上存在する。

また、自社ウェブサイトへの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」(50.9%)することが最も一般的で、質の異なるメディアとのシナジーがトップにあげられている。また、昨年より伸びが大きいのは「SEO（検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整）」(44.8%)である。さらに、「会員登録してもらった人へのメールマガジンの配信」(32.6%)や「キーワード広告の投稿（Google等のアドワーズ広告）」(21.6%)なども上位にあげられており、誘導対策は多様化している。一方、「特に何もしていない」企業も約2割みられる。

これに対し、ウェブサイト担当者が最も投資効果が高いと評価している誘導対策は「SEO（検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整）」で、先に1位にあげられていた「紙メディア（雑誌広告やチラシ）にURLを記載して誘導」を上回っているのが印象深い。

個人情報保護法が2005年4月に施行されたが、企業のウェブサイトはこの個人情報保護に関する方針を掲載しているのは3分の1である。また、「掲げる予定がある」のもほぼ同率存在し、調査時期がちょうど4月上旬であったことが多少影響を与えているかもしれない。昨年に比べるといずれも増加しており、特に大企業ほど、企業の個人情報の取り扱いに対する責任については認知が浸透してきている。しかし、一方で全体の28.8%は「掲げる予定はない」と回答しており、

運営されている内容にもよるが、十分に行き渡っているとは言い切れない。

ウェブサイトの用途でECを行っている企業のうち、「B2CもB2Bも行っている」企業が47.8%と半数近くにのぼる。昨年との比較ではEC自体の比率は微増であるものの、実際にウェブ上でB2CやB2Bを展開するケースが着実に増えていることがうかがえる結果となった。それを裏付けるように、売り上げ全体に占めるB2Cの比率はやや上がっている。担当者自身の来年度の売り上げ増減見込みもB2C、B2Bともに増加に対する期待が高いことがわかる。

EC実施企業のうちの約6割が取り組んでいるB2Bの種類をみると、「複数対1の販売型（プライベートマーケットプレイス）」のパターンが最も多く、半数を超えている。この形態は特に1,000人未満の中小規模企業で多いのが特徴である。

また、EC実施企業のアフィリエイトプログラム（他のサイトに商品やサービスの広告を入れてもらい、売り上げに応じて報酬を支払う仕組み）導入状況は29.2%が「導入している」、26.5%が「導入する予定がある」と回答しており、昨年以降急増している。このことがB2CやB2Bの着実な増加を牽引しているとも考えられ、ある程度の効果があると推察される。

今回は企業のモバイルに対する取り組みのひとつとして、携帯電話や携帯機器を対象としたモバイルウェブサイトの開設状況を聞いている。すでに「開設している」のは5.5%。「現在開設を計画中」（4.6%）「開設を予定している」（9.0%）を合わせても全体の2割程度にすぎない。開設している企業のモバイルウェブサイトへの期待効果は「PCサイト層とは別の層へのプロモーション展開」（50.9%）や「モバイル向けECサイトのため」（48.5%）などが魅力となっているようである。

一方のモバイルウェブサイト未開設企業に聞いたところ、「QRコードや空メールなどのプロモーションは必要ないから」（69.3%）や「費用対効果がわからない」（59.5%）「PCサイトで十分」（59.4%）が主な理由となっている。

企業がウェブサイト期待する効果は「宣伝・広報効果、ブランド認知」（70.4%）が最も高く、次いで「売り上げに対する直接効果」（41.0%）、「仕入れ・調達、発注に関するコスト、マンパワーに関する効果」（34.1%）、「販売、受注に関するコスト、マンパワーに関する効果」（32.1%）、「カスタマーリレーションシップの向上」（31.9%）などがあげられている。

また、費用対効果を期待して、今後取り組みたいと考える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」（48.8%）、「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」（44.0%）、「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」（30.2%）、「情報更新頻度を上げるためのblogやCMS（コンテンツマネジメントシステム）の導入」（23.0%）などがあげられている。予算が十分でないながらも、なんとか実質的に売り上げに貢献することやユーザビリティの向上など具体策に取り組もうという企業担当者の前向きな姿勢がうかがえる。

■ インターネットの利用効果と課題

今回初めてインターネット技術の業務への活用について具体的に聞いたところ、「販売管理」（50.6%）が最も多く、次いで「マーケティング支援」（48.6%）、「研究・開発」（37.9%）となっている。企業ウェブサイトのみならず、イントラネットの利用も高いことから、IP電話なども含めインターネットの業務活用は多岐に渡っている。

そうした中で、社内情報化の最大の障害や課題は「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」（61.1%）こと。回答者の6割を占め、担当者が厳しい予算、コスト環境にさらされていることがわかる結果となっている。昨年に比べても増加しており、特に大規模企業でこの項目がその他の項目より抜きん出ていることから、担当者にとっては最も切実な問題といえる。また、「専任の人材を置く余裕がない」（45.6%）比率が高いことも回答者自身に兼任者が多いことから裏付けられている。

インターネットを利用することにより、今後期待される効果については、「販売、受注に関するコスト、マンパワーに関する効果」（50.7%）に対して最も期待が高く、次いで「マーケティング、宣伝効果」（46.5%）、「社内活性化、コミュニケーション効果」（38.7%）、「技術・開発効果」（35.6%）となっており、先にみた活用業務やECなどの展開と呼びしている。

昨年との比較では特に販売や売り上げに関する期待の高まりが見受けられ、着実に増加しているEC（B2CやB2Bなど）や販売管理の業務への採用を裏付けている。

予算、コストが厳しい中でも、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昨年と比べ、全体的に高まっており、「ファイヤーウォール、アンチウイルス等セキュリティ強化」や「インターネット接続速度（通信帯域）の向上」などはそれぞれ50%を超えて（複数回答）いる。また、IP電話の採用も49.3%と多い。



[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