

実態調査でみる企業のインターネット利用動向

柴谷 大輔 ●株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 チーフリサーチャー

ウェブ2.0関連サービスの利用増加は落ち着く SaaSの利用率は上昇しつつあるものの、企業の本格導入は次年度以降

第8部では企業のインターネット利用動向として、ウェブサイトに関する調査とネットワーク、情報インフラに関する調査の結果を収録している。それぞれの担当者を調査対象にすることにより、実態に合った結果を把握できるよう努めている。詳細は後述する調査概要を参照していただきたいが、前半部分(8-1～8-2に掲載)には、ウェブサイトに関する調査として企業におけるウェブサイトの企画および制作・運用・管理、およびオンラインマーケティング担当者を対象に1534サンプルを集計している。後半部分(8-3～8-10に掲載)には、ネットワーク、情報インフラに関する調査として企業におけるネットワークやそれに付随するソフトウェア・サービスの導入、管理、運用担当者を対象に2565サンプルを集計している。

企業調査の結果をまとめると、第7部の個人利用動向と同様に目立った動きはみられない。昨年の調査では利用率が上昇していたSNS、ブログ、WebAPIなどウェブ2.0関連サービスの伸びも落ち着いた状況となっている。市場の拡大が見込まれているSaaS(Software as a Service)の利用もまだ急激な拡大には至っていない。また、GDPが戦後最大の下落率を記録するなど深刻な世界同時不況は、通信コストや情報セキュリティ投資など次年度のコスト削減に対して強く影響している。

ウェブ担当者が情報システム部門から幅広い部署に ウェブサイトの年間コストはやや減少

企業のウェブサイトの主な用途は、ここ数年と同様に「会社概要の掲載・告知(地図含む)」(79.2%)や「製品・サービス情報の掲載・告知」(78.0%)である。これは、モバイルサイトでも同じ傾向である。モバイルサイトを「すでに開設している」比率は20.5%と昨年からわずかに減少している。

ウェブサイトの担当部門は、これまで常にトップだった「情報処理・情報システム部門」が大きく低下した。担当部門は多岐にわたっており、企業によって担当は幅広い部門に分散していることがわかる。ウェブ専門となる「ウェブ制作・管理・運用部門」は2.3ポイント増加の6.4%となっ

た。一方、社外などへのアウトソーシング状況では、自社で担当している企業が多いが、コンテンツの制作や運用などを中心に、ウェブサイト制作会社にアウトソーシングしている場合もみられる。

ウェブサイトの予算を確保している企業は45.6%であり、ここ数年傾向は変わっていない。規模が大きな企業ほどウェブサイトに予算を確保している比率が高く、当然のことながら年間コストも増加する傾向にある。ただし、全体では年間コストが「10万円未満」や「50万円未満」の低価格帯の比率がやや上昇しており、年間コストは減少している。

アクセス誘導対策はSEOが中心 行動ターゲティング広告の利用率は21.1%

マーケティングやアクセス誘導対策、セキュリティ対策などウェブビジネスにおいてアクセス解析は重要であるが、自社のウェブサイトに関してアクセス記録の収集・解析を行っている企業は60.8%であり、昨年とほぼ同じである。大企業ほど実施比率が高く、不定期ではなく定期的に行っている。

ウェブサイトの効果の判断指標は、基本的な指標である「PV」(38.1%)やコンバージョンに関する指標の「商品・サービスの販売額や成約数」(25.4%)、「資料請求数」(21.1%)が上位に挙げられている。

実施しているアクセス誘導対策は、「SEO」(36.2%)や「紙メディアからの誘導」(21.1%)、「キーワード広告の出稿」(20.9%)を実施している企業が多い。一方、担当者が最も効果が高いと思うアクセス誘導対策では「SEO」(18.2%)や「キーワード広告の出稿」(7.9%)、「メールマガジンの配信」(7.6%)、「紙メディアからの誘導」(5.5%)の順である。SEO以外は、実際の対策とは順位が大きく異なっており、オンラインで行う項目が上位を独占している。

キーワード広告については、利用企業の6割が効果があると認識しており、重要なアクセス誘導対策となっていることがわかる。

市場が拡大しつつある行動ターゲティング広告に注目すると、利用率は5.5%、認知度は65.1%となった。大企業ほど利用率、認知度ともに高くなる傾向がみられる。また、クロスメディア型広告にすでに取り組んでいるのは全体で19.2%となった。クロスメディア型広告とはテレビCMや雑誌広告、ネット広告、新聞などさまざまな媒体を組み合わせることにより相乗効果を生み出し、より高い効果をねらう広告手法である。従業員規模の大きい企業ほど広告費用も必然的に高くなることもあり、大企業ほどクロスメディア型広告を取り入れており、今後の導入意向も高い。ただし、本調査はウェブ担当者を対象としており、必ずしも広告担当者ではないことに留意されたい。

特定電子メール法改正の認知は6割 中小企業を中心に未対策企業が多い

迷惑メール対策の強化のため2008年12月に特定電子メール法が改正された。これにより、広告宣伝メールの送信について、「オプトイン方式」が導入され、受信者の事前の同意が必要となっている。すでに悪質なケースに対しては行政処分が行われているが、この改正を認知しているのは63.0%にとどまっている。

また、同法に対する対策では、「まだオプトイン方式に変更できていない」企業も多く、中小企業で3割程度、全体で2割程度存在している。

ウェブ2.0関連サービスの利用は落ち着いた状態に フィードは7.5%、SNSは8.3%、ブログは22.1%

フィードによる情報配信サービスを提供している企業は全体で7.5%と昨年より減少している。第7部に掲載したように消費者の利用状況も上昇しておらず、フィード利用は進んでいない。

また、他社によって公開されているWebAPIの利用状況では、利用している企業が14.9%である。利用率は上昇しておらず、認知度自体も向上していない。

WebAPIは、インターネットにより外部のサービスが提供するAPIを呼び出して、その処理結果やデータを活用できる点が大きな特長であり、検索サービスや地図、商品データベースなどが代表的である。2008年の調査では、前年から2倍以上の大幅な伸びを見せていたが、今年は落ち着いた状況となった。

ウェブサイトに開設しているコンテンツとしてSNSを利用している比率は8.3%となり、ブログは22.1%である。昨年と比較すると両者ともやや比率を下げている。両サ-

ビスとも、企業のプロモーション活動などのひとつとして認知が広がり、普及が拡大してきたが、維持し効果を上げるのは容易ではないことに加え、積極的な会社にはある程度広がったとも考えられ、こちらも落ち着いた状態となった。なお、従業員規模別にみるとSNSは大企業ほど開設率が高く、ブログは1～9人の小規模な企業や1000人以上の大企業で開設率が高い。

ウェブサイトには宣伝・広報、売り上げ効果を期待 人材不足、予算不足が課題

企業のウェブサイトの効果や今後期待する効果では、「宣伝、広報効果、ブランド認知」や「売り上げに対する直接効果」などが上位で、この傾向は例年通りである。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」や「ユーザビリティやアクセシビリティ、ウェブデザインの向上」「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」などであり、昨年から大きな変化はみられず、集客のための項目が上位である。

一方、ウェブサイト活用の際の障害では、「専任の人材を置く余裕がない」や「担当者が不足している」「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」が挙げられており、予算不足や人材不足が課題となっている。

39.3%がウェブサイトでECを実施 B2C好調とは反対にB2Bは下降傾向

ウェブサイトでECを行っている企業は全体の39.3%で昨年とほぼ同じである。内訳をみると、B2C市場の好調さの影響もあってか、B2Bに比べてB2Cを行っている企業のシェアが増加している。特に、大企業ほどECに取り組んでいる比率が高い。

B2Cに着目すると、企業全体の売り上げに占めるB2Cの売り上げ比率は「4%以下」が25.1%と最も高いものの、昨年から7.4ポイントも低下している。反対に「10～14%」が5.9ポイント増えるなど、ユーザーのECへの意向の高まりを受け、ECの売上比率は上昇している。また、次年度の売り上げ見込みでも「増加する」という企業が「減少する」を上回っている。

一方、B2Bでは不況の影響もあり、来年度のB2Bの売り上げは「減少する」が「増加する」を上回っている。その結果、次年度の売り上げ予測の平均値では今年度比93%程度と、減少が見込まれている。

実態調査でみる 企業のインターネット利用動向

40.6%の企業がサーバーをアウトソーシング データセンターの乗り換え意向が強まる

データセンターやレンタルサーバーなどいずれかにサーバーをアウトソーシングしている比率は40.6%となった。昨年は42.9%であったことから、やや減少となっている。特に乗り換えが容易な共用レンタルサーバーの利用率が24.5%と昨年から3ポイント低下している。

レンタルサーバーとデータセンターの利用目的は、両者とも「社外向け企業情報ホームページ/メールサーバー」がトップで、「自社向け情報システム」が2位である。データセンターではコンテンツサイトも40.0%と高い。

レンタルサーバーの満足点では、「月額費用が安価であること」や「ディスク容量が十分にあること」が上位2位であり、コストと容量を評価していることがうかがえる。一方、データセンターの満足点では、「運用コストが安いこと」の42.3%がトップであり、コストが重視されていることがうかがえる。次いで、「耐震・免震や防火などの安全性が高いこと」の24.8%、「設備が整っていること」が21.6%となっている。

データセンターやレンタルサーバーの乗り換え予定をみると、データセンターでは「移転/統合する可能性あり」は23.5%、移転を検討中もしくは可能性がある企業は合計で38.2%となり、昨年調査より7.1ポイント増加している。データセンターの移転にはコストや労力がかかり移転は容易ではないが、オフィスの賃料と同様に月額料金が低下すれば長期的にはコスト削減につながるため、コスト削減などの理由から移転や統合ニーズは高まっていると言える。一方、レンタルサーバーの乗り換え意向は、昨年よりわずかに減少の19.1%となった。不況の影響もあってか、コストの削減を理由に挙げる企業が50.4%から64.7%へと大きく上昇している。

イントラのウェブ2.0化は停滞 Q&Aコミュニティの開設意向は25%

社内用のウェブサイトであるイントラネットの導入率は37.3%と昨年と変わらず、開設意向は昨年より低下し9.3%である。開設しているコンテンツも「掲示板」や「電子メール」「スケジュール管理」「事務連絡」など多少の増減はみられるが、上位の項目も昨年と同じであり、目立った動きはみられない。「Q&Aコミュニティ」や「ブログ」「SNS」といったウェブ2.0系のコンテンツの伸びも止まっている。今後の開設意向では、Q&Aコミュニティが25.9%とやや高めである。

SaaSの認知度が65.1%に上昇 Salesforceの利用率は2.6%

SaaSとは、従来パッケージソフトとして流通させていたものをネットワーク上で行うソフトウェアの配布形態である。ユーザー企業はシステムの開発や運用業務から開放され、コストを圧縮することが可能となる。また、導入までの期間が短いことやカスタマイズの容易性も企業のニーズに適している。

さて、SaaSが注目され始めてすでに数年が経ち、いよいよ普及段階に入るかと期待されている。本調査の結果では、SaaS/ASPの認知度は昨年から6.8ポイント増加の65.1%となり、利用率も6.9%から8.3%となって、認知度、利用率ともに確実に上昇している。また、SaaSの代表的なサービスとして取り上げられることの多いSalesforceの導入率は2.6%、Google Appsの導入率は1.9%となっている。しかしながら、利用意向のある企業は全体の9.5%にとどまっており、本格的に企業導入が進むのはもう少し先となりそうだ。

利用率を従業員別にみると、300人以上の企業では10.2%、5000人以上の企業では14.9%であり、規模の大きい企業ほど利用率が高い。

利用目的は、「財務・会計」「人事・給与」「教育・Eラーニング」「営業支援」などが上位である。業務アプリケーションから企業間コラボレーションなど国内で利用可能なSaaSは幅広く、利用目的も多岐にわたっている。一方、ASP/SaaS利用企業のサービスに対する満足度（満足とやや満足の合計）は、55.2%となり、昨年の50.1%から上昇し、利用企業の満足度も向上している。

国内で利用可能なSaaS製品もようやく増加し、各ITベンダーも本腰を入れてSaaS事業を強化し始めている。利用意向はまだ高くないが、SaaS導入による効果などが広く認識されれば、大企業だけでなく中小企業も含めてSaaSが一気にブレイクすることもありえるだろう。

依然 Windows XP が主流 2009 年末には Windows 7 がリリース予定

主に利用している社内クライアントPCのOSは、「Windows XP Professional」が59.1%、「Windows XP Home Edition」が16.9%である。Windows Vistaは合計で8.5%にとどまっており、まだ移行は進んでいないと言える。

一方、Windows Vistaの後継となるWindows 7のRC版のダウンロードが始まり、2009年末には製品版がリリース

ス予定である。中小企業のXPからの移行を支援するために、仮想環境でXPが稼動する「Windows XP mode」なども提供される予定だ。次年度以降、徐々にWindow 7のシェアが上昇すると見込まれる。

企業内のLAN構築率をみると、「構築済み/構築中」は76.8%となり、その中で無線LANを導入している企業は、全社と一部を合わせて58.1%と、昨年の調査結果とほぼ同じである。導入企業が感じている効果は、「利用者の利便性」が54.3%で最も高く、「社内のレイアウト変更や人事異動時の柔軟性や配線コストの削減」が36.7%である。反対に、無線LANを導入しない理由をみると、「セキュリティが確保できないから」が53.5%で最も高く、「特にメリットを感じないから」が39.5%で続いている。

セキュリティ対策に自信がない層は25.3% 情報セキュリティ関連投資額は減少傾向

企業のセキュリティ被害の有無をみると、「被害にあったことがある」は27.3%で2年連続で減少している。企業におけるセキュリティ対策の強化が功を奏しているとみられるが、社員数の多い大企業ほど被害に遭遇した比率が高くなる傾向である。被害の内容は、「内部の人間によるウイルス感染」が最も高い。

具体的に取り組んでいるセキュリティ対策は、「ウイルス対策と教育」の61.8%、「セキュリティ・個人情報保護体制・教育」の52.8%が高く、昨年同様に主に社員への教育を重視していることがわかる。

一方、今後新たにに取り組む予定のセキュリティ対策では「特になし」「わからない」が合計で56.3%を占めているが、具体的な対策では、端末にデータを保存できないため個人情報などの漏洩対策に効果的な「シンクライアントの導入」がトップとなっている。

取り組んでいるセキュリティ対策の効果についてみると、「非常に自信がある」「やや自信がある」を合わせると25.3%となり、自信がない層の28.2%を下回っている。多様化する攻撃への対策やヒューマンエラーに起因する情報漏洩なども多く自信がない企業も多い。

セキュリティ対策の一環であるインターネットやメールなどの私的利用の制限の状況では、ウェブ閲覧は43.3%、メールの送受信は39.6%、インスタントメッセージは37.5%の企業が制限を行っているが、特に制限はしていないという企業が半数程度である。

情報セキュリティに関する基本方針であるセキュリティポリシーはおおよそ半数が策定しており、規模が大き

くなるほど策定率は高まる傾向にある。5000人以上の企業では策定している企業がほとんどである。

これら情報セキュリティ関連に対する投資額は「5万円未満」が16.8%で最も高く、「10万円未満」が9.8%、「50万円未満」が11.4%となるなど、あまり費用をかけていない企業が多く、当然ではあるが小規模な企業ほど投資額は低い。次年度の情報セキュリティ関連投資額は「増加の予定」が5.2ポイント減少の10.6%となり、「減少の予定」の15.1%を下回っており、不況の影響が表れている。

IP電話利用率は46.8%で昨年から微増 OCNとNTT東西のひかり電話が上位

IP電話の利用率は46.8%となり、昨年の44.3%からわずかに増加している。利用しているIP電話では、「ISPが提供する050で始まる電話番号を使用したサービスを利用」が27.1%、「光電話（光ファイバー）サービスを利用」が26.4%で、どちらも昨年より上昇している。利用形態をみると、「同一事業所内の内線電話としての利用」と「遠隔地の事業所を結ぶ内線電話としての利用」「公衆網としての利用」のいずれも3割で昨年と変わっていない。ただし、小規模な企業では複数の事業所がない場合や社員数が少ないこともあり、公衆網としての利用が主目的となっているが、大企業ほど遠隔地や同一事業所内での内線電話として利用している比率が高くなる傾向がみられる。

利用している事業者は「OCNドットフォンオフィス」（NTTコミュニケーションズ）が19.4%でトップを維持、以下、「ひかり電話」（NTT東日本）の16.7%、「ひかり電話」（NTT西日本）の13.9%と続いており、NTTグループのサービスが上位を独占している。

光(FTTH)のシェアがさらに上昇 回線事業者、ISPともにNTTグループが圧倒的

企業が利用している主なインターネットの通信回線では、「光(FTTH)」が52.9%と昨年からさらに比率が上昇し、「ADSL」が23.3%、「デジタル専用線」が7.6%で続いている。従業員規模に関係なく光(FTTH)の比率が最も高いが、中小企業では6割前後とさらに高い。一方、大企業では帯域幅が大きい「デジタル専用線」の比率も高くなる。すでにナローバンドの企業は皆無である。

今後1年以内に採用したい通信回線では「追加・変更する予定はない」が70.3%で最も高く、多くの企業は現状の通信回線を維持し、当面新たな通信回線を利用しない意向を示している。

実態調査でみる 企業のインターネット利用動向

NGNの商用サービスが開始され、高い信頼性を売りにする企業向けのサービスも開始されているが、利用率は0.1%、今後の意向でも0.8%となっており、まだ普及にはしばらく時間がかかるだろう。

契約しているインターネット接続回線の最大通信速度（帯域幅）は、光（FTTH）が増加したこともあり、光（FTTH）の標準的な帯域幅である「100Mbps以下」が31.3%で最も高く、それ以上の帯域幅となる「1Gbps以下」が9.6%で続いている。また、企業の運営上重要となる帯域保証サービスは「利用していない」が43.6%と高く、ベストエフォート型との併用も含めた利用率は24.4%であり、昨年からやや低下している。

企業が契約している最も主要なISPは、例年と同じく「OCN(NTTコミュニケーションズ)」が30.1%で最も高く、他のISPを大きく引き離している。

企業が利用している通信回線の提供会社は、光とADSLともにNTT東西が圧倒的である。光回線ではNTT東西の合計で78.9%、ADSLはNTT東西で60.8%を占めている。ただし、ADSLでは中小企業を中心に「Yahoo!BB」を利用している場合も多く、全体で18.2%を占めている。

外出先などでパソコンや専用端末からインターネットに接続するために契約しているモバイル通信提供会社では、いずれかの会社と契約している比率は42.8%となり、契約している中では「NTTドコモ」が24.8%で最も高い。

4割が社内ネットワークへの接続を許可 次年度の通信コストは削減方向

リモートアクセスによる社内ネットワーク接続許可状況は、いずれかの担当者に接続を許可している比率が40.0%と昨年とほぼ同じ結果である。外出中や出張中の社員のメールチェックやイントラへのアクセス、在宅勤務などへの対応のためリモートアクセスを許可している企業は昨年まで増加してきたが、今年は落ち着いた状態となった。従業員規模別では、大企業ほど接続を許可している比率が高くなっている。リモートアクセスを許可している企業のうち、携帯電話での社内ネットワークの接続許可状況をみると、「許可していない」が45.2%と半数近くとなる。ただし、規模が大きな企業では許可している比率は高く、300人以上の企業では4割以上である。

一方、年間の通信コスト（固定電話通信費、携帯電話・PHS等の移動体端末通信費、IP電話料金、インターネット接続回線料金を含む）の総額は「50万円未満」が

17.5%で最も高く、「100万円未満」が10.4%で続いている。50万円未満の合計が昨年から2ポイント上昇し34.2%となり、やや通信コストは減少している。当然のことながら規模に比例してコストは高くなる傾向にある。年間通信コストの内訳は、「固定電話」が29.0%、「携帯電話」が20.3%、「インターネット」18.8%の順であり、昨年とほとんど変わらず、電話の費用が半分以上である。

次年度の通信予算の増減見込みでは、「今年度並み」が28.1%で最も高いが、「減少の予定」が23.5%と昨年の16.0%から大幅に上昇しており、通信コスト削減の方向に動いている。

社内情報化の課題や障害は人材や予算不足 古いシステムを変更できない大企業も

担当者の抱える社内情報化の障害・課題では、「専任の人材を置く余裕がない」(32.0%)、「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」(31.2%)、「サーバーを運用できるノウハウを持つ人材が社内にはいない」(19.5%)などが挙げられている。「専任の人材を置く余裕がない」は中小企業で高いが、コスト削減ほどの規模の企業でも課題となっている。まだ、「古いシステムがあり、変更できない」は大企業に多い特徴である。

こうした中、今後取り組みたい技術やインフラでは、「インターネット接続速度（通信帯域）の向上」が31.6%で最も高いが、昨年よりはやや低下している。以下、「ハードウェアスペックの向上」(23.7%)、「ファイアウォール、アンチウイルスなどセキュリティ強化」(20.6%)などであり、順位に変動はみられない。

IPv6の導入率は3.7%

導入しない理由は「メリットがよくわからない」

IPv4のアドレス枯渇問題に対応すべく開発されたIPv6であるが、「すでに導入している」比率は3.7%と昨年に引き続き低い水準であり、今後の導入意向も増加していない。ただし、規模が大きな企業ほど導入率、導入意向ともに高まる傾向にある。

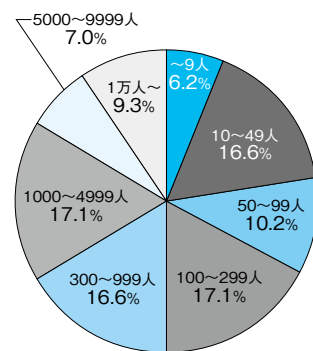
導入する予定がない企業の理由をみると、「メリットがよくわからない」が49.3%で最も高く、次いで「費用がかかる」が33.4%、「やり方がわからない、対応できる技術者がいない」が21.8%の順となっている。「費用がかかる」は昨年から大幅に上昇しており、多くの企業でコスト削減が厳しい中、費用をかけて対応するまでのメリットが見出せていないのが現状と言える。

企業のウェブサイトに関する調査概要(8-1、8-2に掲載)

調査対象	企業におけるウェブサイトの企画および制作・運用・管理、およびオンラインマーケティング担当者
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	NTTレゾナント株式会社gooリサーチの保有するアンケートパネルから条件抽出によるメール配信、アンケートサイトへの誘導。サンプルは、ウェブサイト解説している企業の業種別・雇用者規模別・雇用者数構成比(推計値)に可能な限り整合するように抽出。
有効サンプル数	有効回答数1534
調査期間	予備調査:2009年4月15日(水)～ 本調査:2009年4月22日(木)～2009年4月30日(木)

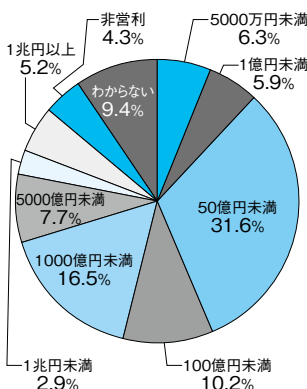
回答企業のプロフィール

従業員規模



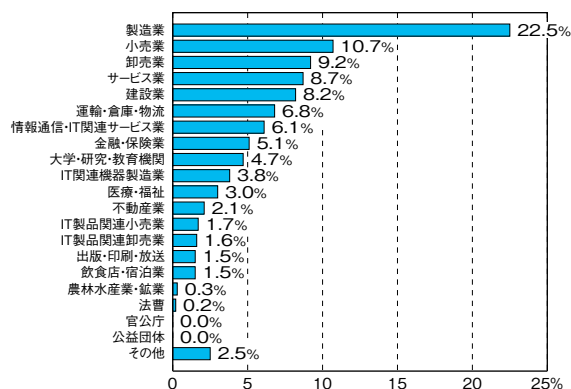
回答企業のプロフィール

売り上げ規模



回答企業のプロフィール

業種

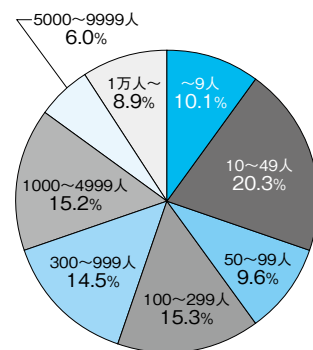


企業のネットワーク、情報インフラに関する調査概要(8-3～8-10に掲載)

調査対象	企業におけるネットワークやそれに付随するソフトウェア・サービスの導入、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	NTTレゾナント株式会社gooリサーチの保有するアンケートパネルから条件抽出によるメール配信、アンケートサイトへの誘導。サンプルは、インターネットを利用している企業の業種別・雇用者規模別・雇用者数構成比(推計値)に可能な限り整合するように抽出。
有効サンプル数	有効回答数2565
調査期間	予備調査:2009年4月15日(水)～ 本調査:2009年4月22日(水)～2009年4月29日(水)

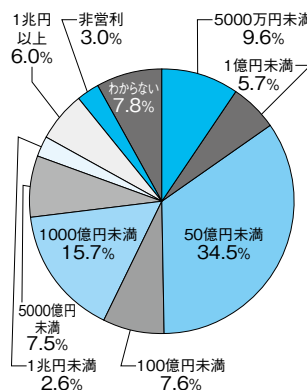
回答企業のプロフィール

従業員規模



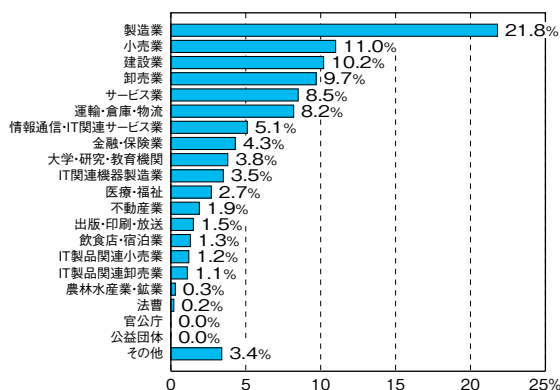
回答企業のプロフィール

売り上げ規模



回答企業のプロフィール

業種





[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