

ホームページ開設実態調査報告書

平成13年3月

財団法人 茨城県中小企業振興公社
中小企業情報センター

はじめに

近年、情報化が急速に進展する中で、中小企業においても情報技術を利用し経営改善に取り組む企業が増加しております。特に、インターネットの普及は急速に進んでおり、ホームページの開設などにより、企業のPRを行いイメージアップや広報を図るだけでなく、電子商取引など積極的な取り組みを行う企業もあり、その活用は多岐にわたってきております。

本調査は、今後の中小企業の情報化を推進するための基礎データとするために、県内中小企業のホームページ開設状況を含めたインターネット活用状況をアンケートやヒアリング調査したものを取りまとめたものです。各企業並びに関係機関の皆様方の業務推進に少しでも参考になれば幸いです。

最後に本調査に際し、御多忙中にもかかわらず御協力いただきました各企業の皆様方に対しまして厚くお礼申し上げます。

平成13年3月

財団法人 茨城県中小企業振興公社

理事長 角田 芳夫

目 次

第1章 インターネット利用の現状	1
第2章 県内ホームページ開設実態アンケート調査	7
Ⅰ 調査概要	7
Ⅱ 調査結果	7
1 企業概要	7
2 インターネット利用状況	9
3 インターネット活用状況	13
4 自由意見	14
Ⅲ 調査票	16
第3章 県内企業ホームページ開設効果ヒアリング調査	19
Ⅰ 製造業 A社 (M市)	19
Ⅱ 小売業 B社 (M市)	20
Ⅲ 製造業 C社 (H市)	21
Ⅳ 情報サービス・調査業 D社 (H市)	22
Ⅴ 情報サービス・調査業 E社 (H市)	23
Ⅵ 建設業 F社 (T市)	24
Ⅶ 製造業 G社 (T市)	25
Ⅷ 製造業 H社 (T市)	26
Ⅸ 小売業 I社 (T村)	27
X 一般飲食店 J社 (M町)	28
第4章 県内企業ホームページアドレス	29

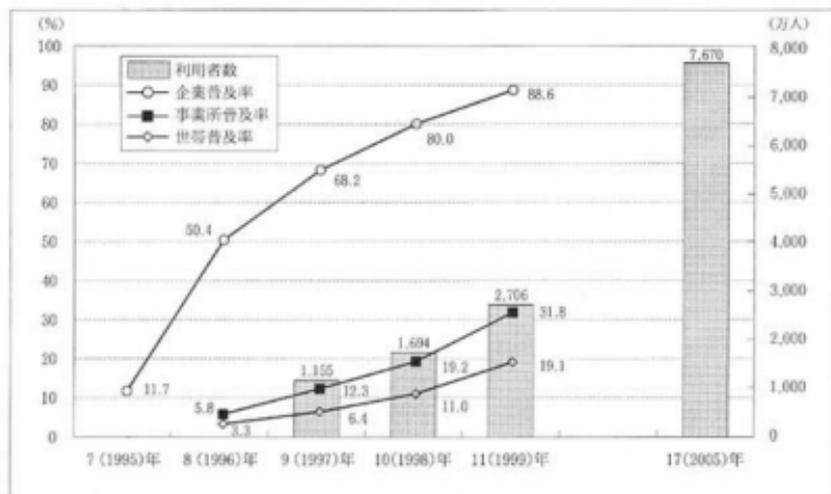
第1章 インターネット利用の現状

第1章 インターネット利用の現状

1 インターネットの普及

近年の情報技術の進展に伴い、コンピュータネットワーク基盤の整備も大きく進展している。特にパソコンの世帯普及率が3割近くまで達し、携帯電話端末の急速な普及や通信回線の高速・大容量化や使用料金の低価格化等と併せ、インターネットの普及率が飛躍的に伸びている。平成12年の通信白書によると平成5年に商業利用開始されて以来、わずか6年後の平成11年時点のインターネット世帯普及率は19.1%、事業所普及率31.8%、企業普及率88.6%、利用人口は約2,706万人となり、平成17年には7,670万人に達するものと推定されている（図1-1）。

図1-1 我が国におけるインターネットの普及状況



資料：「平成12年版 通信白書」（郵政省）

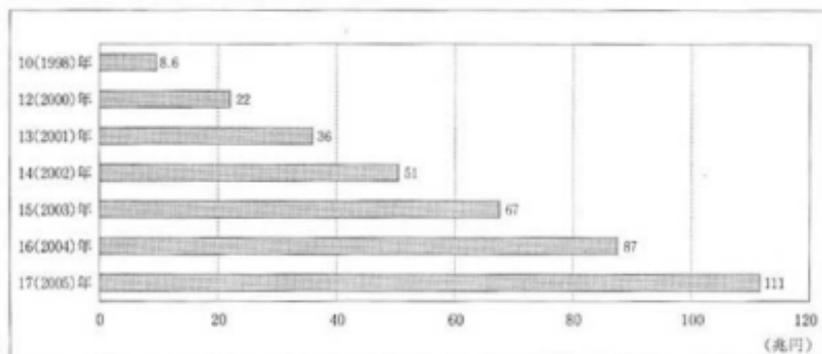
- 1 「インターネット利用者」には、パソコンのほか、携帯電話端末、携帯情報端末、家庭用ゲーム機器、インターネット接続用機器を設置したテレビ受像器のうちいずれか一つを用いている人を含む。
 - 2 事業所は全国の（郵便業及び通信業を除く。）従業員数5人以上の事業所。
 - 3 企業は全国の（農業、林業、漁業及び鉱業を除く。）従業員数300人以上の企業。
- 「通信利用動向調査」（郵政省）、「生活の情報化調査」により作成。

2 増加する電子商取引

(1) 企業間取引の状況

インターネット上での取引、いわゆる電子商取引はインターネットの普及に伴い急増しており、平成13年1月に発表された経済産業省と民間調査機関等の共同調査によると、平成12年の企業間(BtoB)の市場規模は約22兆円と推計され、平成10年の前回調査以降2年間で2.5倍、年率60%の急成長を遂げている。同市場は平成17年(2005年)には約110兆円になると推計され、今後5年間で約5倍に拡大すると見込まれている(図1-2)。

図1-2 企業間(BtoB)電子商取引規模



資料：「平成12年度電子商取引に関する市場規模実態調査」(経済産業省、電子商取引推進協議会、アクセンチュア)

また、同報告書によるとBtoB市場では、電子情報機器や自動車関連品目を取扱う電子商取引先進産業が予想を上回るスピードで急拡大し全体を牽引している一方で、化学品、紙・事務用品、電気・ガス等の分野では平成10年(1998年)の前回調査で想定した以上の遅れをとっており、企業間商取引でのインターネット活用度において、産業間格差が鮮明になってきていることが明らかになった(表1-1、図1-3)。今後、電子商取引先進産業がインターネットの活用により国際競争力をより高めていくのに対し、取組みの遅れた産業の競争力が低下する“産業間デジタルデバイド”が進行していく恐れが指摘されている。

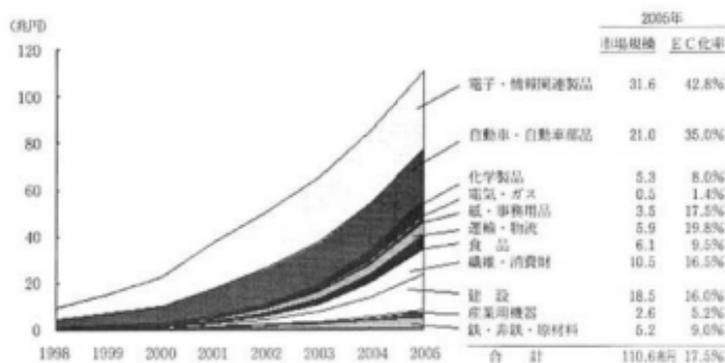
表1-1 品目別企業間電子商取引市場規模

品名	前回調査				今回調査	
	1998年		2000年		2000年	
	市場規模(円)	EC化率	市場規模(円)	EC化率	市場規模(円)	EC化率
① 電子・情報関連製品	4兆3,000億	8.4%	8兆5,000億	15.0%	12.0兆	21.1%
② 自動車	3兆3,000億	7.4%	6兆8,000億	14.0%	7兆3,000億	15.0%
③ 化学製品	90億	0.0%	1,800億	0.3%	240億	0.0%
④ 電気・ガス		0.0%	800億	0.3%		0.0%
⑤ 紙・事務用品	100億	0.1%	2,700億	1.5%	160億	0.1%
⑥ 運輸・物流	260億	0.1%	2,700億	1.0%	2,900億	1.1%
⑦ 食品	3,700億	0.6%	9,700億	1.5%	6,800億	1.1%
⑧ 繊維・消費財	3,100億	0.5%	4,800億	0.8%	5,800億	1.0%
⑨ 建設	110億	0.0%	8,800億	0.8%	2,700億	0.2%
⑩ 産業用機器	600億	0.1%	2,100億	0.5%	1,100億	0.3%
⑪ 鉄・非鉄・原材料	2,300億	0.4%	6,600億	1.2%	3,800億	0.7%
合計	8.6兆	1.5%	19.2兆	3.4%	21.6兆	3.8%

資料：「平成12年度電子商取引に関する市場規模実態調査」（経済産業省、電子商取引推進協議会、アクセンチュア）

図1-3 品目別企業間電子商取引市場規模の推移

BtoBセグメント別電子商取引市場規模推移

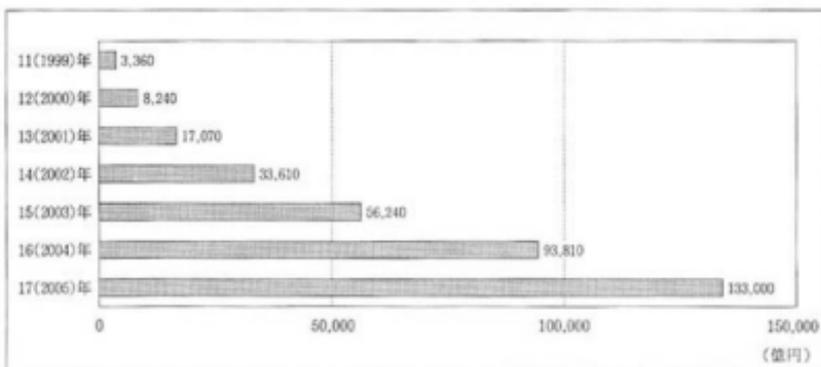


資料：「平成12年度電子商取引に関する市場規模実態調査」（経済産業省、電子商取引推進協議会、アクセンチュア）

(2) 企業消費者間取引の状況

企業と消費者間（BtoC）の電子商取引については、企業間取引に比べ市場規模は小さいが、携帯電話端末の急速な普及にともない市場は急増しており、前記の報告書によれば、平成12年のBtoC市場規模は8,240億円と推計され、今後5年間で約16倍の拡大が見込まれ、平成17年には13.3兆円規模に達すると推計されている（図1-4、表1-2）。

図 1-4 企業消費者間 (BtoC) 市場規模の推移



資料：「平成12年度電子商取引に関する市場規模実態調査」（経済産業省、電子商取引推進協議会、アクセンチュア）

表 1-2 品目別企業消費者間市場規模

商品・サービス セグメント	前 回 調 査				今 回 調 査	
	1999年		2000年		2000年	
	市場規模 (円)	E C 化率 ^{※1}	市場規模 (円)	E C 化率	市場規模 (円)	E C 化率
① POおよび関連製品	510億	3.60%	890億	5.96%	910億	6.07%
② 旅行	230億	0.16%	710億	0.47%	610億	0.40%
③ エンタテインメント	30億	0.02%	90億	0.05%	590億	0.35%
④ 書籍・音楽	70億	0.30%	140億	0.53%	200億	0.75%
⑤ 衣類・アクセサリ	140億	0.09%	240億	0.15%	270億	0.17%
⑥ ギフト商品	15億	0.03%	60億	0.10%	40億	0.07%
⑦ 食料品	170億	0.06%	350億	0.11%	330億	0.11%
⑧ 趣味・雑貨・家具	100億	0.08%	210億	0.16%	220億	0.16%
⑨ 自動車	860億	0.90%	2,000億	2.08%	2,020億	2.12%
⑩ 不動産	880億	0.20%	2,170億	0.40%	1,760億	0.33%
⑪ その他物品販売	100億	0.05%	230億	0.11%	540億	0.25%
⑫ 金 融	170億	0.20%	390億	0.50%	440億	0.56%
⑬ サービス	85億	0.01%	250億	0.02%	310億	0.03%
不動産を除く合計	2,480億	0.10%	5,560億	0.21%	6,480億	0.25%
合 計	3,360億	0.11%	7,730億	0.25%	8,240億	0.26%
(内 デジタルコンテンツ) ^{※2}	—	—	—	—	500億	—

注：※1 E C化率=各セグメントにおける、累計消費支出に占める電子商取引支出の割合

※2 各商品のサービスセグメントにおける内数として含まれている。デジタルコンテンツの市場規模を合計した参考値

資料：「平成12年度電子商取引に関する市場規模実態調査」（経済産業省、電子商取引推進協議会、アクセンチュア）

3 中小企業のインターネット活用

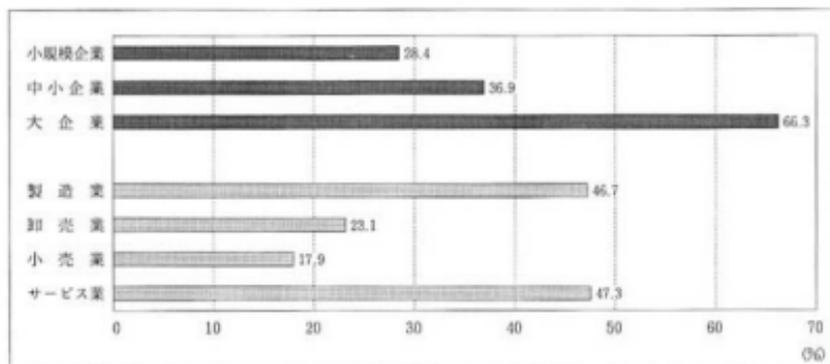
(1) インターネット活用の現状

中小企業における情報技術活用の現状は、平成12年中小企業白書によると、パソコンは製造業で55.7%が導入済みであり、電子メールにおいては中小企業の58.1%が活用し、ホームページの

開設は36.9%が行っている。

中小企業においては、インターネットを上手に活用すれば日本のみならず、世界に向けた情報発信が可能であり、強力な情報ツールとなり得る。このため自社PRのためのホームページ作成状況は、規模や業種で差が見られるものの中小企業においても製造業やサービス業では約半数がホームページを作成している状況にある（図1-5）。

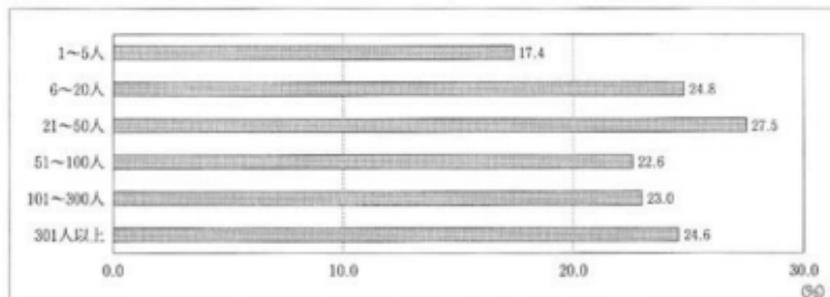
図1-5 ホームページを作成している企業の割合



資料：「平成12年中小企業白書」（中小企業庁）

また、インターネットを利用した企業間ネットワークを導入している企業割合は、企業規模による大きな差はみられない。インターネットは、相対的に安価でオープンなシステムであり、中小企業がネットワークを進めるにあたっては主要な手段になりつつあるといえる（図1-6）。

図1-6 インターネットを利用する企業間ネットワークの導入割合



資料：「平成12年中小企業白書」（中小企業庁）

② 県内の中小企業の動向

県内中小企業においてもインターネットは急速に普及している。第2章の県内中小企業へのアンケート調査結果によると、インターネットを利用している企業は66.7%あり、昨年度調査時に比べ、26.7ポイント上昇している。また、今後利用を予定している企業も多く、さらに普及が進むことがうかがえる(図2-4)。

インターネットの活用状況は、情報の収集といった単純な利用から、ホームページ等により積極的に自社の情報を発信する利用が増えてきている。さらに、割合は少ないが、受発注業務、電子商取引といった、より高度な利用が増えている(図2-6)。インターネットの普及が進むに従い、自社のホームページのアクセスが増加し、製品の問い合わせや引き合いなどのホームページ開設効果を実感している企業が増えていることがうかがえる(図2-8)。

しかし、第3章の企業へのヒアリング調査からは、具体的な売上増を実感するまでの企業は少なく、「今まで足で出向いても受け入れられなかった大企業からも受注があり、取引が出来るようになったことはいろんな意味で大きい。」といった意見や「県外や海外からの引き合いが増加した」といった企業もあるが、多くの企業においては、ホームページを「取引を開始するきっかけづくりの1つの手段」としてとらえており、インターネットで全てが解決出来るまでは考えていない。あくまで、インターネットは業務をサポートするツールの一つと位置づけている企業が多いようである。

また、インターネットの活用については、セキュリティ面での不安を覗かせ活用に消極的な企業がある一方、NCネットワーク、日経ビジネス等の受注ネットワークに参加し、積極的な活用をしている企業も見受けられた。

総じて、インターネットの普及は進んでいるが、インターネットを活用するという意味では企業間格差が大きくなっており、いわゆる「デジタル・デバイド」が拡大していると思われる。

先に見てきたように今後、企業間や企業消費者間での電子商取引の市場規模が拡大していくことが予想されており、県内中小企業にとっても、受発注などでのインターネットの活用に的確に対応することが求められよう。

第2章 県内ホームページ開設実態アンケート調査

第2章 県内ホームページ開設実態アンケート調査

I 調査概要

1 調査目的

本調査は、情報化が急速に進展し、中小企業においてもITを利用し経営改善に取り組む企業が増加している中で、県内中小企業のホームページ開設状況を含めたインターネット活用状況を調査し、今後の中小企業の情報化を推進するための基礎データとすることを目的とする。

2 調査対象

県内中小企業 2,000社

(公社の事業所情報データベースから業種の構成比率に応じて無作為抽出した。)

3 調査期間

平成13年1月～2月

4 調査方法

郵送によるアンケート調査

5 調査票回収状況

回答企業 328社

回答率 16.4%

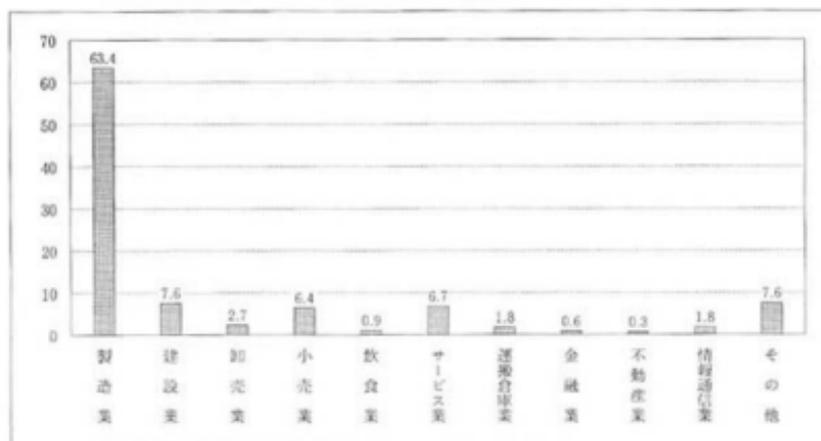
II 調査結果

1 企業概要

(1) 業種別状況

回答企業を業種別で見ると「製造業」が63.4%と最も多く、次いで「建設業」が7.6%、「サービス業」が6.7%、「小売業」が6.4%、「卸売業」が2.7%、「運輸倉庫業」と「情報通信業」がそれぞれ1.8%となっている。

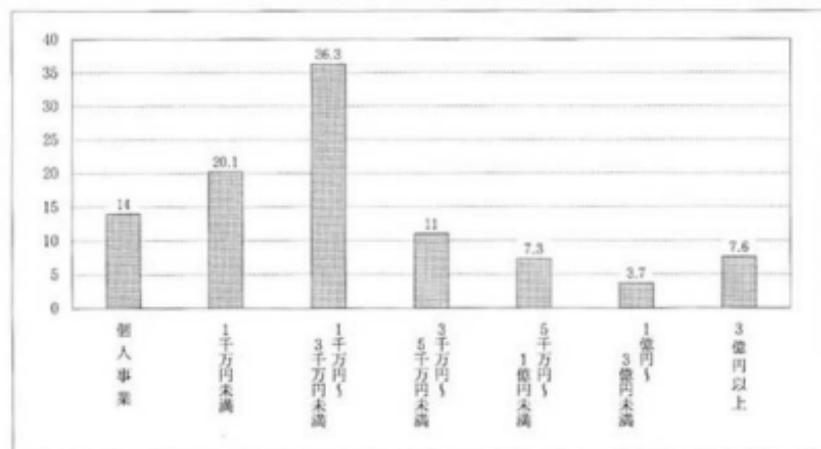
図2-1 業種別状況



(2) 資本金別状況

回答企業を資本金別で見ると「1千万円～3千万円未満」が36.3%、「1千万円未満」が20.1%、「個人企業等」が14.0%、「3千万円～5千万円未満」が11.0%、「3億以上」が7.6%、「5千万円～1億円未満」が7.3%となっている。

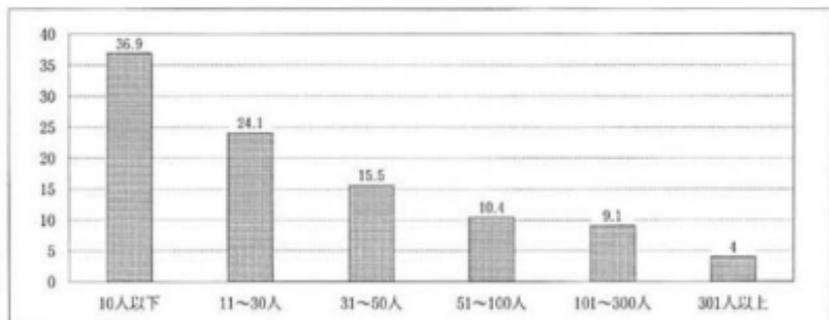
図2-2 資本金別状況



③ 従業員別状況

回答企業を従業員規模別で見ると「10人以下」が36.9%と最も多く、次いで「11人以上～30人未満」が24.1%、「31人以上～50人未満」が15.5%、「51人以上～100人未満」が10.4%となっている。

図2-3 従業員別状況

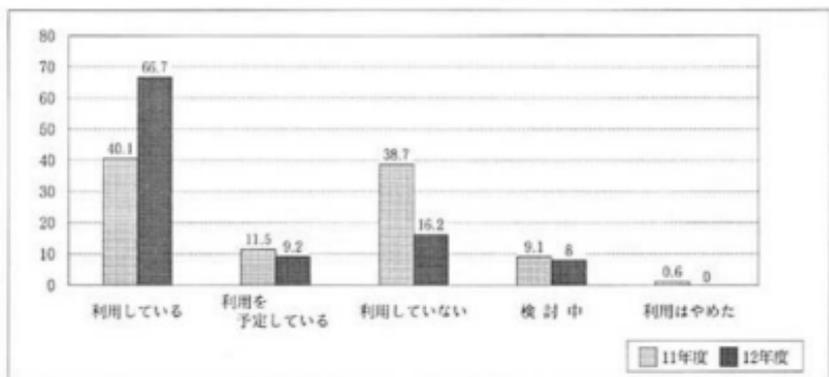


2 インターネット利用状況

(1) インターネット利用実態

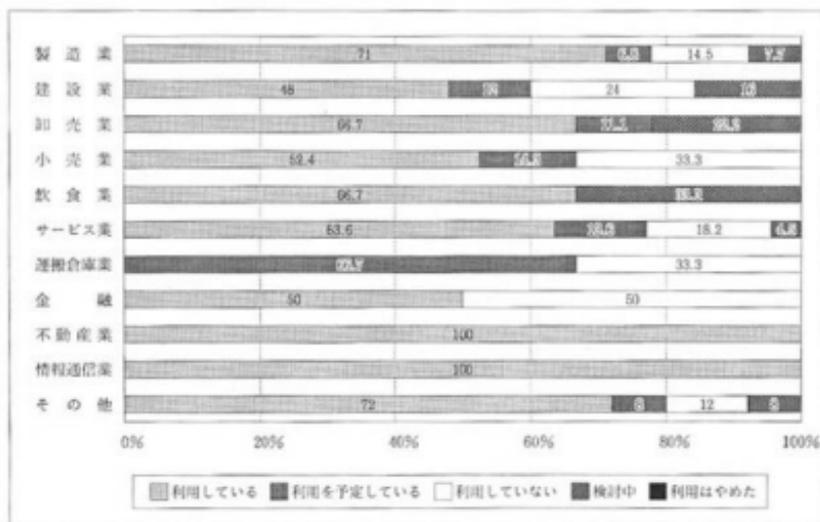
インターネットを利用している企業は66.7%あり、昨年度調査時に比べ、26.6ポイント上昇している。また、「今後利用を予定している」が9.2%、「検討中」が8.0%あり、インターネットが急速に企業の中に普及し、今後もさらに普及が進むことがうかがえる。

図2-4 インターネット利用実態



業種別の利用状況を見てみると、「情報通信業」と「不動産業」が100%の利用をしているほか、「製造業」が71.0%、「卸売業」と「飲食業」がそれぞれ66.7%、「サービス業」が63.6%の利用している。逆に、「運輸倉庫業」では利用企業がなく、「建設業」では48.0%、「金融業」では50.0%、「小売業」では52.4%の利用となっている。

図2-5 業種別のインターネット利用状況

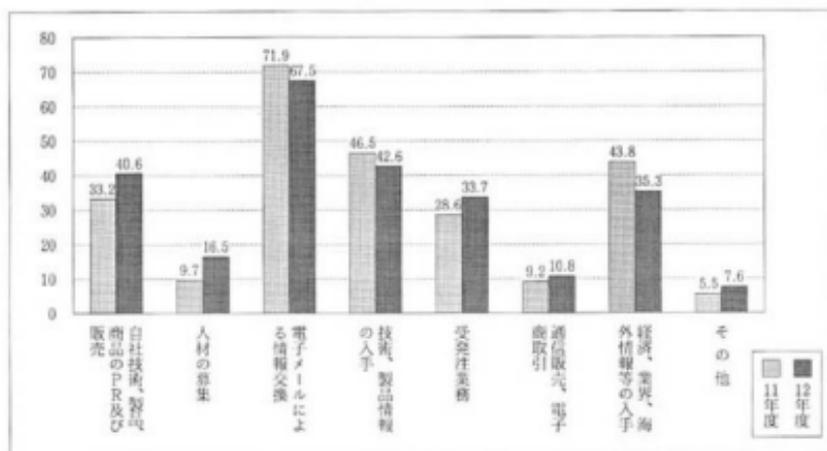


(2) インターネットの利用目的

インターネットの利用目的は、「電子メールによる情報交換」が67.5%と高く、「技術・製品情報の入手」が42.6%、「自社技術・製品・商品のPR及び販売」が40.6%、「経済・業界・海外情報等の入手」が35.3%、「受発注業務」が33.7%の順になっている。利用目的が低いものでは「通信販売・電子商取引」が10.8%、「人材の募集」が16.5%となっている。

昨年度調査時に比べ利用目的の順位や比率に大きな違いは見られないが、細かく見ると「電子メールによる情報交換」が4.4ポイント、「技術・製品情報の入手」が3.9ポイント、「経済・業界等の情報の入手」が8.5ポイントそれぞれ低くなっており、逆に「受発注業務」が5.1ポイント、「自社技術製品等のPR及び販売」が7.4ポイント、「人材の募集」が6.8ポイント、「通信販売・電子商取引」が1.6ポイントそれぞれ高くなっているなど、単純に情報を収集や情報交換する目的からより積極的なインターネットを活用する目的にシフトしていることがうかがえる。

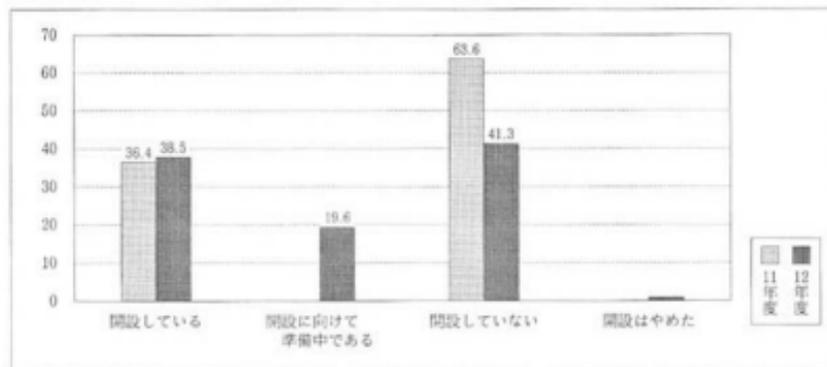
図2-6 インターネットの利用目的



(3) ホームページ開設状況

ホームページを開設状況は、「開設していない」と回答した企業が41.3%あるが、昨年調査時に比べ、22.3ポイント減少した。また、「開設している」と回答した企業は38.5%であり、昨年度調査時に比べ、2.1ポイント増加しているにとどまっている。しかし、「開設に向けて準備中である」と回答した企業が19.6%あり、今後自社ホームページを持つ企業が急速に増加していくものと予想される。

図2-7 ホームページ開設状況



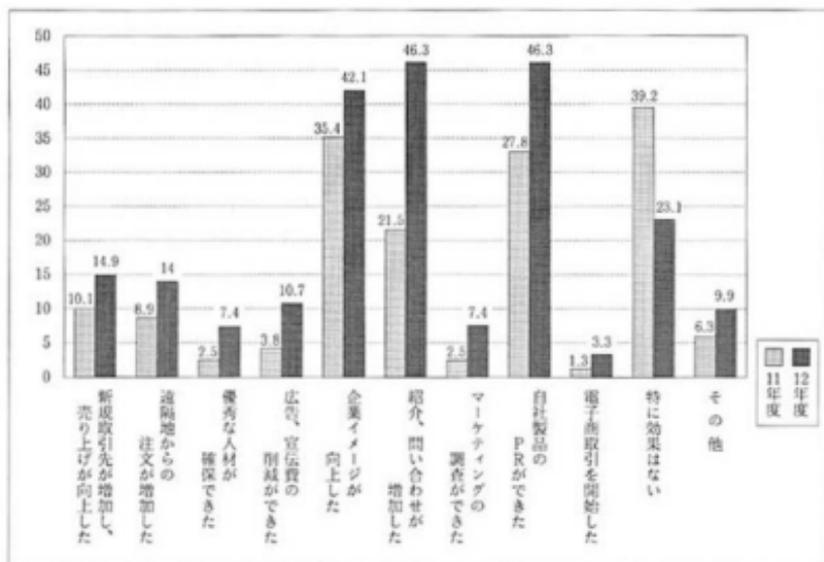
(4) ホームページ開設効果

ホームページの開設効果としては、「特に効果はない」と回答した企業は23.1%あるが、「照会、問い合わせが増加した」と回答した企業が46.3%、「自社製品のPRができた」が同じく46.3%、「企業イメージが向上した」が42.1%と高くなっている。以下「新規取引先が増加し、売上が向上した」が14.9%、「遠隔地からの注文が増加した」が14.0%、「広告、宣伝費の削減ができた」が10.7%、「優秀な人材が確保できた」が7.4%、「マーケティングの調査ができた」が7.4%、「電子商取引を開始した」が3.3%となっている。

昨年度調査時に比べると、「特に開設効果がない」と回答した企業が大きく16.1ポイントの低下をしている。また、「照会、問い合わせが増加した」と回答した企業が24.8ポイント大きく増加しており、効果があったとする各設問のポイントが増加している。これは、インターネットの普及が大きく進むにしがたい、問い合わせが増加するなどホームページの開設効果が何らかの形で現れているが、新規取引先の開拓や売上の向上などに企業の利益に直接結びつく効果を実感している企業はまだ少ないということがうかがえる。

10.1

図2-8 ホームページ開設効果

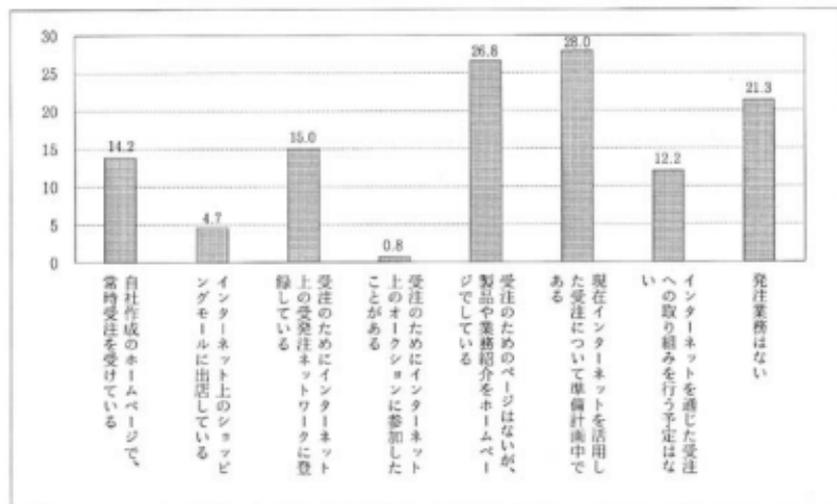


3 インターネット活用状況

(1) 受注におけるインターネット活用状況

受注活動におけるインターネット活用状況を見てみると、「現在インターネットを活用した受注について準備計画中である」と回答した企業が28.0%と最も多く、インターネットの普及とともに積極的な取り組みを予定している企業が多くなっている。また、「受注のためにインターネット上のネットワークに登録している」が15.0%、「自社のホームページで常時受注を受け付けている」が14.2%あり、既に何らかのインターネットを使った受注の取り組みをしている企業も多い。逆に「インターネットを通じた受注への取り組みを行う予定がない」という企業も12.2%あり、ホームページをもっている企業でも「受注のためのページはないが、製品や業務紹介をホームページでしている」だけの企業が26.8%あった。

図2-9 受注におけるインターネット利用状況

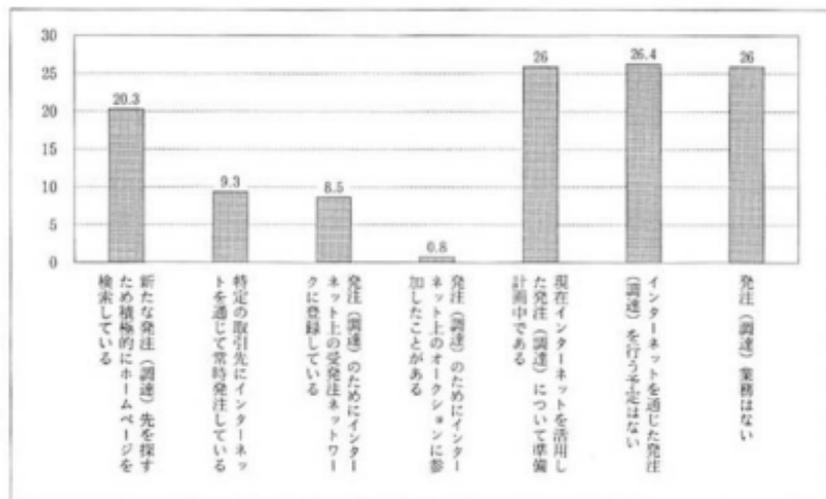


(2) 発注におけるインターネット活用状況

発注活動におけるインターネット活用状況を見てみると、「インターネットを通じた発注を行う予定はない」と回答した企業が26.4%あるが、逆に「現在インターネットを活用した発注について準備計画中である」と回答している企業も同程度の26.0%あり、インターネットの普及を考慮し、今後積極的な取り組みをしていく予定の企業も多い。また、現状では「新たな発注先を探すため積極的にホームページを検索している」という企業が20.3%ある。「特定の取引先にインターネットを通じて常時発注している」(9.3%)、「発注のためにインターネット上

の受発注ネットワークに登録している」(8.5%)という企業は少数であった。

図2-10 発注におけるインターネット活用状況



4 主な自由意見

○ インターネットの時代になることは分かっているが、具体的にどう進めるか分からずに、個人的利用にとどめている現状です。	(S市 製造業)
○ 他の企業のインターネットへの取組、HPの成功・失敗事例等をお知らせください。	(T村 小売業)
○ パソコンについて、まだ購入したばかりで、理解できていないため、パソコンについての講習や、インターネットでの活用法など詳しく知りたい。	(S町 小売業)
○ ホームページについては、将来的に開設希望ですが、現状では、開設技術や人材の配置が難しいため未開設。しかし、様々なホームページを見るだけでも非常に勉強になる。会社などからは「Eメール」だけでも情報提供をしていただきたい。	(K市 建設業)
○ 私共は二次加工であり、インターネットは業務に必要がない。	(I町 製造業)
○ インターネットプロバイダーの利用料や電話料を値下げしてほしい。回線を高速にして利用したい。	(I市 運輸倉庫業)
○ インターネット受・発注は今後行うつもりだが、通信費用が高いと思われるので料金が下がって来たら(月額5000円まで)考える。	(I市 製造業)

○	ホームページによる受注は今のところないが、仕事に関する問い合わせは毎週数回ある。仲間のところでは受注の8割近くになってきたところもあり今後期待される。 (K村 製造業)
○	インターネットの使用は便利な点ばかり強調されているが、お金が実感を伴わないでAからBに移動し、自己責任がさらに問われる時代になる。 (K町 運輸倉庫業)
○	ホームページ作成等の技術的な支援を計画してほしい。 (T村 製造業)
○	魅力のあるホームページするには何が必要か現在検討中。資料又は技術的な相談ののっていただけるところがあれば教えてほしい。 (M市 小売業)
○	特定の取引先との受発注をインターネットで行っている。 (H市 製造業)
○	Eメールは仕事をしていく中で必要不可欠な存在になりました。それほどメールでのやりとりをしながら仕事をしています。 (U市 製造業)
○	最近、当社のホームページに掲載中のオリジナル商品がコピーされていることが中国で発見された。堂々と香港の貿易フェアに出品され、輸出商談に出されている。従って、これからは、新製品を紹介する場を限定せざるを得ない。インターネットは危険である。 (S町 製造業)
○	HPを見て問い合わせがあったのは数件。これからどのように展開していけば良いのかわからない。 (U町 製造業)
○	ホームページに技術データをのせることを検討している。 (M市 製造業)
○	ホームページ作成、メンテ、アクセスしてもらう為の方法等の専門知識が皆無のため、機械は持っているが、利用が困難である。アドバイザー等、安価に教授頂ける機関を照会して欲しい。 (H市 製造業)
○	インターネットに関し関心を持っていますが、先走りしている感じがするので、周りを見てから考える。 (I町 製造業)
○	ホームページを作ればいいというものではない。製造業においては安定受注が第一の要件であるが不特定多数が相手のホームページでは要求と合わない。 (T町 製造業)
○	ホームページをどのような位置づけで開設するべきかを苦慮している。社員募集や製品紹介を中心にして、受注のページを加えることを目指している。 (K町 サービス業)

Ⅲ 調査票

ホームページ開設実態調査票

i 貴社の概要等についてご記入ください。 以下、該当する□に印☒又は☑してください。

企業名			
所在地	〒		
業種	<input type="checkbox"/> 1.製造業 <input type="checkbox"/> 2.建設業 <input type="checkbox"/> 3.卸売業 <input type="checkbox"/> 4.小売業 <input type="checkbox"/> 5.飲食業 <input type="checkbox"/> 6.サービス業 <input type="checkbox"/> 7.運輸倉庫業 <input type="checkbox"/> 8.金融 <input type="checkbox"/> 9.不動産業 <input type="checkbox"/> 10.情報通信業 <input type="checkbox"/> 11.その他		
資本金	<input type="checkbox"/> 個人事業 <input type="checkbox"/> 1千万円未満 <input type="checkbox"/> 1千万円～3千万円未満 <input type="checkbox"/> 3千万円～5千万円未満 <input type="checkbox"/> 5千万円～1億円未満 <input type="checkbox"/> 1億円～3億円未満 <input type="checkbox"/> 3億円以上		
従業員数	<input type="checkbox"/> 10人以下 <input type="checkbox"/> 11～30人 <input type="checkbox"/> 31～50人 <input type="checkbox"/> 51～100人 <input type="checkbox"/> 101～300人 <input type="checkbox"/> 301人以上		
連絡先	電話		FAX
	E-mail		御担当者名

ii インターネット利用状況、利用目的、ホームページ設置状況について

問1 貴社はインターネットを利用していますか。

- ①利用している。
②利用を予定している。
③利用していない。
④検討中。
⑤利用はやめた。

問2 貴社はインターネットをどのような目的で利用していますか。

- ①自社技術・製品・商品のPR及び販売
②人材の募集。
③電子メールによる情報交換
④技術、製品情報の入手
⑤受発注業務
⑥通信販売・電子商取引
⑦経済、業界、海外情報等の入手
⑧その他

問3 貴社はホームページを開設していますか。また、開設した時期はいつですか。

- ①開設している。(開設時期 平成 年 月から) → 問4、問5、問6、問7、問8へ

- ②開設に向け準備中である。→ 問7、問8へ
- ③開設していない。→ 問7、問8へ
- ④開設はやめた。→ 問7、問8へ

問4、問5、問6は問2で①と答えられた方にお尋ねします。

問4 貴社のホームページのURLを教えてください。

URL：

問5 当会社では、県内中小企業の情報発信を支援しており、企業のホームページとリンクを張ることを進めておりますが、貴社のホームページアドレスを当会社のホームページから発信することを希望しますか。

- ①希望する。
- ②希望しない。

問6 ホームページを開設してどのような効果がありましたか。(複数回答可)

- ①新規取引先が増加し、売り上げが向上した。
- ②遠隔地からの注文が増加した。
- ③優秀な人材が確保できた。
- ④広告、宣伝費の削減ができた。
- ⑤企業イメージが向上した。
- ⑥紹介、問い合わせが増加した。
- ⑦マーケティングの調査ができた。(顧客ニーズをつかめた。)
- ⑧自社製品のPRができた。
- ⑨電子商取引を開始した。
- ⑩特に効果はない。
- ⑪その他 ()

iii 貴社の受注におけるインターネット活用状況等をお尋ねします。

問7 貴社の受注のためのインターネット活用状況をお教えてください。(複数回答可)

受注には、貴社における、商品、製品、資材、部材、原材料等の販売、サービス、加工作業等の役務の提供、物件の製造、建設等を全て含みます。

- ①自社作成のホームページで、常時受注を受け付けている。
- ②インターネット上のショッピングモールに出店している。
- ③受注のためにインターネット上の受発注ネットワークに登録している。
- ④受注のためにインターネット上のオークションに参加したことがある。
- ⑤受注のためのページはないが、製品や業務紹介をホームページでしている。

- ⑥現在インターネットを活用した受注について準備計画中である。
- ⑦インターネットを通じた受注への取り組みを行う予定はない。
- ⑧受注業務はない。

iv 貴社の発注(調達)におけるインターネット活用状況等をお尋ねします。

問8 貴社の発注(調達)のためのインターネット活用状況をお教えてください。(複数回答可)

受注(調達)には、貴社における、商品、製品、資材、部材、原材料等の購入、サービス、加工作業等の役務の提供依頼、物件の製造発注、建設発注等を全て含みます。

- ①新たな発注(調達)先を探すため積極的にホームページを検索している。
- ②特定の取引先にインターネットを通じて常時発注している。
- ③発注(調達)のためにインターネット上の受発注ネットワークに登録している。
- ④発注(調達)のためにインターネット上のオークションに参加したことがある。
- ⑤現在インターネットを活用した発注(調達)について準備計画中である。
- ⑥インターネットを通じた発注(調達)を行う予定はない。
- ⑦発注(調達)業務はない。

問9 その他ご意見、ご感想をご自由にご記入ください。

[]

第3章 県内ホームページ開設効果ヒアリング調査

第3章 県内企業ホームページ開設効果ヒアリング調査

I 製造業

A社 (M市)

企業概要	<p>○業種 製造業</p> <p>○資本金 2千万円</p> <p>○従業員 75名</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○開設時期 平成8年12月頃立ち上げ</p> <p>○作成者 自社(サンプルのHTMLのプログラムを改良して作成)</p> <p>○費用 0円</p> <p>○更新頻度 半年に1度(来期の4月からは頻度を上げていきたい)</p> <p>○特色 社名からだて製品がわかりにくいので、「製品構成」や「どういふ分野に対応できるか」など、作っているものを一目瞭然とわかるようにしている。</p> <p>○改善点 製品に細かい説明を入れ、見た目もやわらかいもので、見ていて楽しい、ゲーム感覚のものを取り入れられたらと考えている。</p>
ホームページの開設効果	<p>載せている製品は定番の物であり、実際のニーズは指示された図面による受注生産(オーダーメイド)が多い。数字的なものははっきりと言えないが、今までで足で出向いても受け入れられなかった大企業からもネットから受注があり、取引が出来るようになったことはいろいろな意味で大きい。これから定期的に取引を継続出来るかどうかはわからないが、ホームページは「きっかけづくり」の一つと考えている。また、国境を越え、海外はスイス、インドからも受注がある。(メールを含む)企業や研究機関から、ホームページに掲載製品に類似したものや、まったく新しい形の製品受注など、平均的に一週間当たり数通の問い合わせがある。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>受注を受けるために、NCネットワークや次城原ネット、IIS-NET、H経ビジネスの受注ネットワーク等の調達を目的とする7、8サイトに登録している。また、利用しているのは無料のサイトだけだが、ホームページのリンクを強れば強るほど訪問者が増えている。</p> <p>発注先を探すときは主にNCネットワークが特化しており、受発注がスピーディであるので、有効的に活用している。</p>
インターネット活用についての意見	<p>既存の取引先がEDI化し、web化しているシステムを使用しているので、取引の関係上使わざるを得ない。活用についてはネットにより工夫し、リンクを広めて、受注拡大をはかっていく。</p>
行政等に対する要望	<p>多くの情報を、メール等を利用して数多く流して欲しい。また、ホームページセミナーなどの研修制度を充実させて欲しい。</p>

II 小売業

B社 (M市)

企業概要	<p>○業種 小売業</p> <p>○資本金 個人事業</p> <p>○従業員 2人</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○開設時期 平成9年頃</p> <p>○作成者 社長の友人がHTMLで作成</p> <p>○費用 0円</p> <p>○更新頻度 月1～2回(新製品入荷時)</p> <p>○特色 地元だけでなく全国展開したいので、リストには力を入れている。</p> <p>○改善点 全面的に、画像を少なく、音も排除してテキストだけにし、「かるく、シンプルで、見やすく」すること。</p>
ホームページの開設効果	<p>海外はスウェーデンから、日本は北海道や九州から受注があり、週1回程度の注文がある。また問い合わせも、2～3日に1回、在庫やレコードの情報についてのメールが送られてくる。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>当社では無料のレコード屋のショッピングモール数社に出店しているが、年々、オークションサイトや業者から商品の掲載の勧誘が増加する傾向にある。受注はメールやファックスを利用している。</p> <p>発注については、ホームページ上である程度見つかるが、当社が扱う商品は該当件数が多いので、逆に絞り込むのに時間がかかる。海外のホームページの場合、専門用語の混じった英文であるため、翻訳ソフトもあまり使えず、理解するのが難しい。海外には、イタリアやフランス、アメリカにメールを使用して3～4件発注したことがある程度である。</p> <p>eBay(イーベイ)や、メールにてやり取りを行う個人のオークションに参加したことがあるが、レアものを落札できると話題性が出るなどの効果がある。しかし、実際その商品の価値と一致しない値段に跳ね上がってしまうときもあり、一長一短である。</p>
インターネット活用についての意見	<p>日本の商品を海外へ発信していきたいと考えている。また、世界中の人が読めるよう、ホームページを英語に対応できるようにしたい。</p> <p>パソコンは業務効率化のために導入したが、効果は期待した程あがっていない。しかし、パソコンでインターネットを利用するようになり、情報の収集発信でその効果を実感している。</p>
行政等に対する要望	<p>パソコンの講習会をランク分けし、年数回実施してほしい。</p> <p>これからIT化と共に英語の知識も必要になってくるので、それに対応する研修も行って欲しい。</p>

Ⅲ 製造業

C社（H市）

企業概要	<p>○業種 製造業</p> <p>○資本金 1,000万円</p> <p>○従業員 21名</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○時期 平成12年4月</p> <p>○作成者 日立市内の民間業者に委託</p> <p>○費用 約10万円。その他、月1回のメンテナンス料として月1万円支払っている。</p> <p>○特色 他社ではあまり類を見ないが、設備における仕事で1分毎の具体的なチャージを公開している。</p> <p>○改善点 新製品等の更新、文字・ページ構成等の変更。</p> <p>○更新頻度 毎月1回</p>
ホームページの開設効果	<p>遠隔地の新規取引先（府中）が1件増加し、月30万円程度の売上増加につながった。また、製品に関する問い合わせも月2、3件はよせられるようになった。</p> <p>求人情報のページも設けてはいるが、今のところ応募はない。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>北関東製造支援サイト・NCネットワーク等の受発注ネットワークに登録しているが、受注に関してはPR的な役割程度であって、特にはっきりとした効果は得られていない。ただ発注先の検索に関しては、情報収集の面で活用出来ているように思う。</p>
インターネット活用についての意見	<p>自社にとってインターネットは、あくまで新規開拓のきっかけ作りであり、情報収集の手段である。販売を主にしている企業に比べると、図面のやりとり等詳細な打ち合わせを要するため、インターネットに全面的に依存するにはかなりの制約があるように思う。</p>
行政等に対する要望	<p>通信環境をもっと整えてもらいたい。例えば有線ブロードの様な光ファイバーを利用できれば、通信費や速度の面で随分向上するのはないか。</p>

IV 情報サービス・調査業

D社（H市）

企業概要	<ul style="list-style-type: none"> ○業種 情報サービス・調査業 ○資本金 1,000万円 ○従業員 43名
ホームページの開設・運営関係	<ul style="list-style-type: none"> ○時期 平成8年10月 ○作成者 社員 ○費用 無料 ○特色 自社の開発技術を反映させている。 ○改善点 他企業や行政等のHP作成を請け負っていて、そちらの方に重点を置いているため、自社HPとしては通常の更新以外特に大きな変更はない。 ○更新頻度 毎日
ホームページの開設効果	<p>ホームページで求人募集したところ、応募が全国からよせられ、昨年5名ほど採用している。</p> <p>また、自社製品（特に名簿管理システム）や、パソコン・プログラム操作方法、HP作成方法等、様々な問い合わせが来るようになった。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>いくつかの受発注ネットワークに登録しており、富山や宮城等遠方からの引き合いがよせられるようになったが取引にはつながっておらず、今のところPR的な効果しか得られていない。</p>
インターネット活用についての意見	<p>今後は開発コストを3分の1程度におさえるため、自社で設計したものを海外で委託生産し、製品化することを検討中なので、インターネットをさらに幅広く活用していきたいと考えている。</p> <p>また、現在委託を受けている建築関係のHP上で、自動見積もりが可能なプログラムを開発中であり、今後ますますネット活用の用途を広げていきたいと考えている。</p>
行政等に対する要望	<p>受発注を広げるための様々な支援を期待したい。また、プログラム開発のための意見・アイデア等を聞かせて欲しい。</p>

企業概要	<ul style="list-style-type: none"> ○業種 情報サービス・調査業 ○資本金 1,000万円 ○従業員 8名
ホームページの開設・運営関係	<ul style="list-style-type: none"> ○時期 平成12年2月頃 ○作成者 社員 ○費用 0円 ○特色 - ○改善点 社屋移転を機に、サーバーを設置、ドメインの取得を予定しており、月々の接続料に約3万円程度の費用を考えている。また、海外からの問い合わせや注文もきているため、英語翻訳ページの作成も予定している。 ○更新頻度 月1～3回(お知らせ追加や製品更新毎)
ホームページの開設効果	<p>以前から山形から大阪まで遠隔地からの注文はあったが、ホームページを開設しさらにアメリカや香港など海外からの注文もくるようになり、新規取引先は1年間で4件増え、売上も倍増、開発依頼もくるようになった。</p> <p>しかし、求人に関しては数件の問い合わせがあったものの、採用には至っていない。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>セキュリティ問題をクリアすれば、ネットを活用した受注や発注ネットワークへの登録も視野に入れているが、現状ではまだ信頼性がないため、それだけに依存出来ないものと考えている。あくまで新規開拓のきっかけになればよいという考えである。</p> <p>ただし発注に関しては、積極的にメール等活用し発注している。</p>
インターネット活用についての意見	<p>会社の最新情報をカラーで常時発信出来るので、メールを中心に、案内兼カタログといったPRとして活用していくつもりである。</p>
行政等に対する要望	<p>技術開発のための融資や資金援助よりも、失敗した時の保険的役割を担って欲しい。(法律関係問題など技術的な保証をして欲しい)</p>

VI 建設業

F社 (T市)

企業概要	<p>○業種 建設業</p> <p>○資本金 1,000万円</p> <p>○従業員 6人</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○開設時期 平成9年7月</p> <p>○作成者 市内の民間業者に委託</p> <p>○費用 当初70万円。その他、月2回のメンテナンス料として月4万円支払っている。</p> <p>○特色 他の不動産業者とのネットワークを結び、不動産物件のデータベースを構築している。</p> <p>○改善点 建設業なので、建物建築色を強く出したホームページとしていきたい。</p>
ホームページの開設効果	平成9年にホームページを作ったが、その頃同業者でホームページを作っているところは殆どなかった。このため、他の不動産業者とのネットワークを活かし、不動産物件のデータベース(4,500物件)を作って提供したところ、海外からのメールをはじめ、日に2件程度の問い合わせがあり、実際の金額は把握していないが、売上に貢献しているのは間違いない。
受発注におけるインターネット活用状況	<p>ホームページでは、不動産情報や建築相談などをおこなっているだけであり、メールで問い合わせがあった企業へ資料等を送付している。</p> <p>今後は、本業が建設業であるため、建材等の調達のためのネットワークに入り、発注でも、インターネットを活用していきたいと考えている。</p>
インターネット活用についての意見	電子メール等により顧客に直接情報を送るなど、インターネットを積極的に活用し、自社PRをしていきたいと考えている。特に、ホームページでは建築色を強め、本業の売上に貢献できるようなページにしていきたい。
行政等に対する要望	企業のホームページへのアクセスが増えるような仕掛けを考えて欲しい。

VII 製造業

G社（T市）

企業概要	<ul style="list-style-type: none"> ○業種 製造業 ○資本金 2,000万円 ○従業員 8名
ホームページの開設・運営関係	<ul style="list-style-type: none"> ○開設時期 平成9年 ○作成者 従業員 ○費用 約8万円程度 ○特色 研究成果等のデータが数多く掲載されている ○改善点 英語用のページの作成
ホームページの開設効果	平成9年にホームページを作成させたが、更新をあまりしていないため、ヒット数はこれまで1万件程度である。ホームページからの新規の引き合いは月1、2件程度である。
インターネット活用についての意見	インターネットが急速に普及しており、一般的には、ビジネスとしてどの様に活用するのが課題になっていると思われる。当社としては、エネルギー・環境部門に力を入れており、全国展開を考えており、今後、ホームページを会社の顔として活用したいと考えている。このため、内容の充実と英語のページの作成が課題となっている。当面、ホームページへのアクセスを確保するため、各方面でリンクを張ってもらえるよう努力している。
行政等に対する要望	会社のホームページに県内企業のバナー広告の掲載をおこなうなど、独自色を出すようお願いしたい。

Ⅶ 製造業

H社 (T市)

企業概要	<ul style="list-style-type: none"> ○業種 製造業 ○資本金 1,050万円 ○従業員 9人
ホームページの開設・運営関係	<ul style="list-style-type: none"> ○開設時期 平成2年頃 ○作成者 東京の民間業者に委託 ○費用 開発は70万円程度で、メンテナンス費用として毎月5万円を支払っている。 ○更新頻度 2ヶ月に1回程度 ○特色 広告の場として、技術や情報の公開に力を入れている。 ○改善点 特になし
ホームページの開設効果	<p>当社のホームページでは産業用の応用的技術内容に力を入れて掲載しており、開発した商品の説明や販売はおこなっていないため、売り上げというのは特に把握していない。しかし、商品は代理店に委託して販売も行っているため引き合いはあり、毎日メールで4、5件程度の問い合わせがある。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>問い合わせ等の内容はメールで対応しているが、受注の話になってくるとファックスや郵便などを利用している。</p> <p>発注先の開拓については、以前はインターネットを利用していたが、製品の部品までとなると見つかりにくいので、無料で配布されているメカトロニクス(冊子)を利用することが多い。</p>
インターネット活用についての意見	<p>当社ではホームページを新製品開発のアナウンスや自己主張の発表の場として利用している。ただ、1～2ヶ月くらいで反響がなくなるので逐次新情報を入れていく必要があると思われる。</p> <p>インターネットだけでビジネスを行うことは疑問である。長野の諏訪市では有線情報のやり取りを行っているが、実際ビジネスになっているとは思わない。ホームページは、大手企業はPR、零細企業は情報発信の場だと思う。しかしそれがすべて生きた情報とは言えないというところが難しいところである。</p>
行政等に対する要望	<p>東京の工業技術センターでは予約をしておくと、パソコンについて講習会を無料で聞いてくれ、好きなだけ教えてくれる。そういう「場所づくり」をしてほしい。また、メールを利用して行政の情報発信をしてほしい。メールだとホームページにリンクしているからすぐに内容を見ることができる。</p>

IX 小売業

I社（T村）

企業概要	<p>○業種 小売業（衣料品）</p> <p>○資本金 1,000万円</p> <p>○従業員 12名</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○開設時期 平成13年1月</p> <p>○作成者 日立市の民間業者に委託</p> <p>○費用 当初7万円程度。その他、月2回のメンテナンス料を月1万円支払っている。</p> <p>○特色 販売している衣料品の紹介をメインにしたHPとしている。</p> <p>○改善点 Iモードにも情報を発信していきたい。</p>
ホームページの開設効果	<p>今年の1月に開設して、ホームページを見て、商品の問い合わせが、1カ月に4件ほどがあるが、売上にはつながっていないようだ。</p> <p>ただし、ヤフーのオークションに試しに出品したら反響が多かった。今後、ヤフーなどのポータルサイトから自社のホームページにリンクさせることにより、売上増に繋げていきたいと考えている。</p>
受発注におけるインターネット活用状況	<p>ヤフーのオークションは、顧客の中に、頻繁に利用している人がいて、情報を教えてもらい商品を出品したことがある。費用は無料であり、反響が多く、4品試しに出品したところ、すぐ売れてしまった。</p> <p>今後は、インターネット上の衣料品の問屋に会員として参加し、必要な商品を仕入れることを考えている。費用については、インターネット問屋により、違いがあるが、それほど負担は発生しないと思う。</p>
インターネット活用についての意見	<p>現在、広告費は、月10万円ほどダイレクトメール代として支出している。この費用を、Iモードに情報発信することにより、将来、大きく削減できると考えている。</p> <p>また、現在はIT技術がすぐく進んでおり、アイデアがあれば、すぐに形になる。自社としては、そのアイデアをいかに出していくかが課題である。</p>
行政等に対する要望	<p>規制緩和により通信料金を下げる努力をしてほしい。</p>

X 一般飲食店

J社 (M町)

企業概要	<p>○業種 一般飲食業</p> <p>○資本金 1千万円</p> <p>○従業員 6名</p>
ホームページの開設・運営関係	<p>○開設時期 平成10年</p> <p>○作成者 社長</p> <p>○費用 5万円程度</p> <p>○特色 鴨鍋販売とつくば周辺の地域情報</p> <p>○改善点 アクセスを増やすためにインパクトのあるトップページに改良した。</p>
ホームページの開設効果	鴨鍋の通信販売を行っているが、月1件程度の申し込みしかない。しかし、申込先は、新潟や大阪などの遠隔地が多く、今後、やり方を工夫すれば、全国相手の商売ができると期待している。
受発注におけるインターネット活用状況	現在、大手の検索エンジン数社と無料のリンク掲載会社数社に登録している。また、今後、ホームページへのアクセス確保するため飲食専門のショッピングモール等に出店しようと考えているが、年間60万円程度の費用がかかることがネックになっている。
インターネット活用についての意見	インターネットを使えば、地方の店でも全国相手の商売が出来るという可能性がある。
行政等に対する要望	ショッピングモール等に出店し、成功した事例等を教えて欲しい。

第4章 県内企業ホームページアドレス

番号	企 業 名	業 種	所 在	HP アドレス
1	アイガ電子工業株式会社	製造業	日上市千石町	http://www.aiga.co.jp
2	株式会社 青山製作所 茨城工場	製造業	ひたちなか市津田	http://www3.ocn.ne.jp/~asi
3	株式会社 あけぼの印刷社	その他	水戸市白梅	http://www.akebono-print.co.jp
4	朝日新聞水戸支局	情報通信業	水戸市大町	http://mytown.asahi.com/ibaraki
5	株式会社 アスカ技研	情報通信業	高萩市高萩	http://www.asagr.co.jp
6	有限会社 飯田製作所	製造業	猿島郡境町	http://www.ito-stn.co.jp
7	株式会社 イガデン	製造業	結城郡石下町	http://www.igaden.com
8	株式会社 池貝ツクバ事業部	製造業	行方郡玉造町	http://www.ikagai.co.jp
9	茨城県醤油工業協同組合	その他	土浦市虫掛町	http://www.ibarakiken.or.jp/ibashou
10	株式会社 茨城製紙	製造業	水海道市大塚戸町	http://www.ibarakiseito.com
11	茨城プレイティング工業株式会社	製造業	北茨城市磯原町	http://www.mito.ne.jp/~plating/index.html
12	株式会社 茨城放送	サービス業	水戸市千波町	http://www.its-radio.com
13	株式会社 上野ワークス	製造業	水海道市中妻町	http://www.uenoworks.co.jp
14	株式会社 内田商会	製造業	土浦市中央	http://www.uchidashokai.com
15	株式会社 SMKエンジニアリング	製造業	北茨城市磯原町	http://www.smk-eng.co.jp
16	株式会社 エリート印刷	製造業	牛久市柏田町	http://www.elite-web.co.jp
17	株式会社 オーケーハウジング	建設業	つくば市天久保	http://www.okhousing.co.jp
18	大阪富士工業株式会社	その他	鹿嶋市新浜	http://village.infoweb.ne.jp/~ofcjk/index.htm
19	株式会社 大友製作所	製造業	高萩市島名	http://www.jedi.or.jp/~otomo
20	株式会社 大貫工業所	製造業	日上市森山町	http://www.obnuki.co.jp
21	有限会社 オーム電器	製造業	東茨城郡小川町	http://www.net-ibaraki.ne.jp/ohmdenki
22	音頭金属株式会社	製造業	岩井市岩井	http://www.ondo-metal.co.jp
23	株式会社 カスミコンピュネットワークス	小売業	つくば市西大橋	http://www.ksumievs.co.jp
24	カプトブラテク株式会社	製造業	東茨城郡茨城町	http://www4.ocn.ne.jp/~kabto
25	株式会社 鴨 亭	飲食業	真壁郡真壁町	http://www.page.sanmet.ne.jp/~charu
26	株式会社 環境還元研究所	製造業	取手市戸頭	http://www.kangen.co.jp
27	株式会社 関東銀行	金融	土浦市中央	http://www.kantobank.co.jp
28	有限会社 北島マシンナイフ	その他	鹿島郡鉾田町	http://www.machine-knife.co.jp
29	協和電子工業株式会社	サービス業	下妻市幸町	http://www.kyowadensi.com
30	呉羽プラスチック株式会社	製造業	新治郡玉里村	http://www.sunshine.ne.jp/~cpkureha

番号	企 業 名	業 種	所 在	HP ア ド レ ス
31	光和商事株式会社 茨城営業所	卸 売 業	新治郡千代田町	http://www.kohwa-shoji.co.jp
32	株式会社 弘 和 電 材 社	製 造 業	稲敷郡河内町	http://www.kowngroup.co.jp
33	有限会社 越 路 金 属	製 造 業	岩井市馬立	http://www.iinet.ne.jp/~rcksj
34	佐藤機械工業株式会社	製 造 業	岩井市大谷口	http://www2.ocn.ne.jp/~gearskk
35	株式会社 沢 平	製 造 業	日立市石名坂町	http://www.jsdi.or.jp/~sawabei
36	三共ユナイト株式会社	製 造 業	東茨城郡美野里町	http://www.sui.co.jp
37	株式会社 シ ャ ル ム	小 売 業	那珂郡東海村	http://www1.ocn.ne.jp/~rain
38	株式会社 真 空 デ バ イ ス	製 造 業	東茨城郡内原町	http://www11.big.or.jp/~device
39	杉崎計器株式会社	製 造 業	稲敷郡新利根町	http://www.cedar.co.jp
40	株式会社 須 藤 鐵 工 所	製 造 業	日立市東大沼町	http://www.hidecnet.ne.jp/~sудо
41	正和薬品株式会社	製 造 業	北茨城市華川町	http://www.mektron.co.jp/~seiwa
42	大 一 工 業 株 式 会 社	製 造 業	筑波郡谷和原村	http://www.daiichi-kk.co.jp
43	大子製菓協業組合	製 造 業	久慈郡大子町	http://www.okukuji.or.jp
44	タイセイポリマー株式会社	製 造 業	結城郡千代川村	http://www.taiseipolymer.co.jp
45	高島通信電設株式会社	情報通信業	水戸市石川	http://www.miho.ne.jp/~takaden
46	高塚建設工業株式会社	建 設 業	結城郡八千代町	http://www.takatsuka.com
47	株式会社 橋光学機械製作所	製 造 業	猿島郡境町	http://www3.ocn.ne.jp/~tacon
48	朝鮮食品工業株式会社	製 造 業	新治郡千代田町	http://www.koreanfood.co.jp
49	辻武塗料株式会社	卸 売 業	水戸市木葉下町	http://www.tsujitake.co.jp
50	株式会社 テ ッ ク	製 造 業	東茨城郡御前山村	http://www.tech-japan.co.jp
51	東京フェライト製造株式会社茨城工場	製 造 業	北茨城市中郷町	http://www.tokyoferrite-ho.co.jp
52	東 べ 精 巧 株 式 会 社	製 造 業	結城市結城	http://tohbe-s.co.jp
53	東洋発條工業株式会社	製 造 業	新治郡玉里	http://member.nifty.ne.jp/~tobatsu
54	中島ソフトウェアエンジニアリング株式会社	情報通信業	ひたちなか市馬渡	http://www.sunshine.ne.jp/~nse01
55	新治商業協同組合	小 売 業	新治郡新治村	http://www.sunpio.or.jp
56	ニダック株式会社 高萩工場	製 造 業	高萩市上手綱	http://www.nidack.com
57	日 木 産 業 株 式 会 社	建 設 業	日立市鮎川町	http://www.nichimoka.co.jp
58	ニ ッ コ ー シ 株 式 会 社	製 造 業	ひたちなか市稲田	http://www.nikkoshi.co.jp
59	日 東 電 気 株 式 会 社	製 造 業	東茨城郡茨城町	http://www.nittocorp.co.jp
60	日本エクシード株式会社	製 造 業	水海道市内守谷町	http://www.nihon-exceed.co.jp

番号	企 業 名	業 種	所 在	HP アドレス
61	日本生薬株式会社 石岡工場	製 造 業	石岡市柏原	http://www.herb-net.co.jp
62	日本ロイヤル株式会社	製 造 業	東茨城郡美野里町	http://www.nloyal.co.jp
63	萩原酒造株式会社	製 造 業	猿島郡境町	http://www.intio.or.jp/tokumasa
64	株式会社 羽生製作所	製 造 業	行方郡北浦町	http://www.hanyu.co.jp
65	株式会社 林 物 産	そ の 他	日立市金沢町	http://www.hayashibussan.co.jp
66	株式会社 ビジネステック	情報通信業	ひたちなか市高場	http://www.busitec.co.jp
67	常陸化工株式会社	製 造 業	常陸太田市新宿町	http://www.hitachi-kakou.com
68	日立建機ロジテック株式会社	製 造 業	土浦市神立町	http://www.hkl.co.jp
69	株式会社 ひたちなかテクノセンター	サービス業	ひたちなか市新光町	http://www.htc.co.jp
70	株式会社 日立ベーク工業所	製 造 業	日立市神峰町	http://www.mito.ne.jp/~kiso/index.html
71	パソコン専門学院ビッグウェーブ	サービス業	猿島郡三和町	http://www.bigWave3.com
72	平沼産業株式会社	製 造 業	水戸市元吉田町	http://www.hiranuma.com
73	株式会社 古橋工芸社	製 造 業	真壁郡真壁町	http://www.mito.ne.jp/~fukukou
74	北進産業株式会社	製 造 業	古河市大山	http://www.hoxin-sg.co.jp
75	株式会社 マイクロネット	サービス業	鹿島郡神栖町	http://www.mnc.co.jp
76	株式会社 前島工業所	製 造 業	新治郡霞ヶ浦町	http://www.kusukusu.co.jp
77	マルイアドバンス株式会社	製 造 業	日立市森山町	http://www.marui-ad.co.jp
78	有限会社 丸 幸 ゴ ム	製 造 業	鹿島郡波崎町	http://www.tcs-net.ne.jp/~marukoh
79	株式会社 水戸京成百貨店	卸 売 業	水戸市泉町	http://www.mitokeisei.co.jp
80	株式会社 水戸理化ガラス	製 造 業	水戸市千波町	http://www.zetspace.or.jp/~mitorika
81	株式会社 港化成工業	製 造 業	鹿島郡旭村	http://www.minatokasei.co.jp
82	メルコジャパン株式会社	製 造 業	ひたちなか市田彦	http://www.melco-susnet.co.jp
83	古田電線株式会社 古河工場	製 造 業	鹿島郡総和町	http://yoshidadensen.co.jp
84	協同組合竜ヶ崎専門店会	そ の 他	竜ヶ崎市上町	http://www.dragon.or.jp
85	ロケットボイラー工業株式会社	製 造 業	土浦市北神立町	http://www.rocketboiler.co.jp
86	R O C K B O T T O M	小 売 業	水戸市南町	http://www.f3bottom.com