

平成 14 年度

茨城県内中小企業における
情報化実態調査報告書

平成 15 年 3 月

財団法人茨城県中小企業振興公社

はじめに

21世紀を迎えて、経済社会活動における情報技術（IT；information technology）を活用しようとの動きは世界的な広がりを見せております。社会を支えるシステム全般がITにより変わる、という意味では、まさに産業革命以来の大変革期にあるといえます。

このような中、ビジネス分野では、実績をもつ既存企業のIT化が活発化し、電子商取引導入も進んで参りました。企業経営にとって、様々な情報を迅速かつ効率よく収集し、効果的に活用することは常に重要な課題です。特に現在は、パソコン・通信機器などによる情報の収集・発信に代表される各種のITツールを駆使した企業経営が日常的になってきていると言っても過言ではありません。このことは、情報産業に限らず、幅広く全ての産業において、情報技術の進展と無縁でいられなくなっていることであり、加速する情報化の流れに積極的に対応することが、企業の存立に欠かせない要素であると言えます。

本調査は、今後の中小企業の情報化促進に寄与ための基礎データとするために、県内中小企業の情報化の現状・取り組み・活用・今後の情報化の方向などの県内中小企業の情報化についてアンケート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、御多忙にもかかわらず御協力いただきました各企業の皆様方並びに御寄稿いただいたITコーディネーター 鹿子幡 庸雄氏に対しまして厚くお礼申し上げます。

平成15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 県内中小企業の情報化実態調査	1
I 調査概要	1
II 調査結果	1
1 企業概要	1
2 情報化の現状	3
3 情報化の取り組みについて	6
4 情報化の活用について	9
5 今後の情報化について	16
6 いばらきブロードバンドネットワークについて	18
7 自由意見	19
III 調査票	22
第2章 平成14年度調査結果を踏まえた専門家の意見	27

第1章 県内中小企業の情報化実態調査

第1章 県内企業の情報化実態調査

I 調査概要

1 調査目的

情報技術（IT；information technology）が急速に進展し、企業にとってITを利活用することは、その発展に不可欠な要素と言え、ITを積極的に利用し経営改善に取り組んでいる企業も増加している。

本調査は、県内中小企業の情報化の現状や計画、要望等について把握し、今後の中小企業の情報化促進に寄与するために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 3,000社

（公社が所有している企業情報データベースから小売業・サービス業の各800社、製造業・建設業・飲食業の各400社、卸売業の200社を無作為に抽出した。）

3 調査期間

平成15年2月～3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 849社

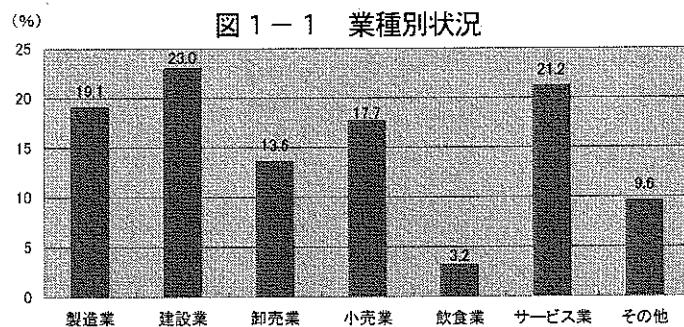
回答率 28.3%

II 調査結果

1. 企業概要

(1) 業種別状況（有効回答 831社）

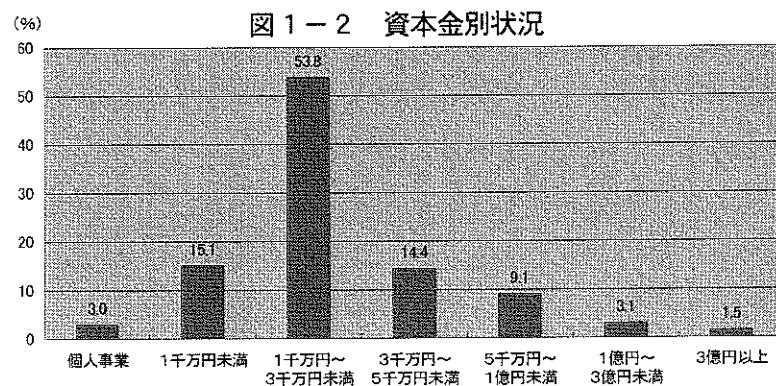
回答企業を業種別でみると「建設業」が23.0%と最も高く、次いで「サービス業」が21.2%，「製造業」が19.1%，「小売業」が17.7%，「卸売業」が13.6%，「飲食業」が3.2%，「その他」が9.6%となっている。



※当グラフは合計で107.4%となるが、これは一部のアンケート回答企業が複数の業種を行っているためである。

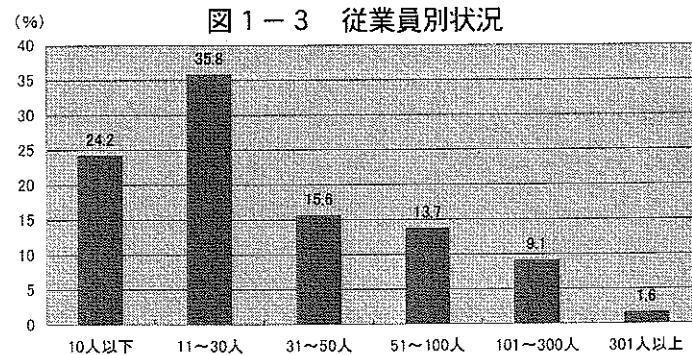
(2) 資本金別状況 (有効回答 827社)

回答企業を資本金別で見ると「1千万円～3千万円未満」が53.8%と最も高く、次いで「1千万円未満」が15.1%、「3千万円～5千万円未満」が14.4%、「5千万円～1億円未満」が9.1%、「1億円～3億円未満」が3.1%、「個人事業」が3.0%、「3億円以上」が1.5%となっている。



(3) 従業員別状況 (有効回答 827社)

回答企業を従業員別で見ると「11人～30人」が35.8%と最も高く、次いで「10人以下」が24.2%、「31人～50人」が15.6%、「51人～100人」が13.7%、「101人～300人」が9.1%、「301人以上」が1.6%となっている。



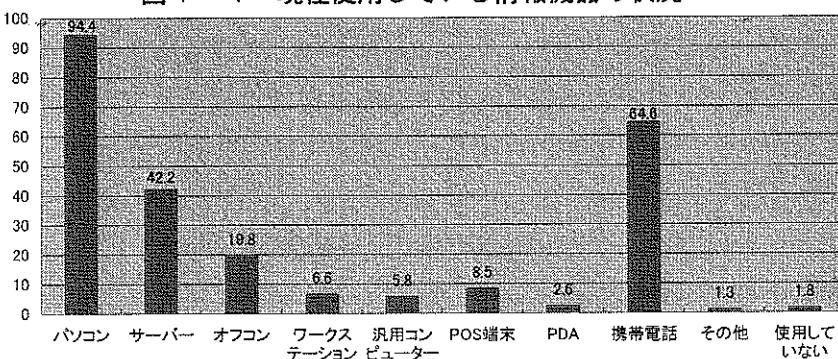
2. 情報化の現状

(1) 現在使用している情報機器の状況（有効回答 839社）<複数回答可>

県内中小企業に現在使用している情報機器は「パソコン」が94.4%と最も高く、次いで「携帯電話」が64.6%、「サーバー」が42.2%、「オフコン」が19.8%、「POS端末」が8.5%、「ワークステーション」が6.6%、「汎用コンピューター」が5.8%、「PDA」が2.6%、「その他」が1.3%、「使用していない」が1.8%となっている。パソコン導入は一般化されていると言える。

- ※ サーバー：インターネットで見ることができる情報が入っているコンピューター
- ※ オフコン：一般事務処理に用いられる中規模コンピューター
- ※ ワークステーション：画像処理機能と通信機能をもった高性能コンピューター
- ※ 汎用コンピューター：事務処理など広い範囲の仕事ができるよう設計されている大型コンピューター
- ※ POS端末：ホストコンピューターと結ばれ、販売時点での情報管理を行うための端末
- ※ PDA：スケジュール管理、電子メール機能等を搭載した携帯用の情報端末

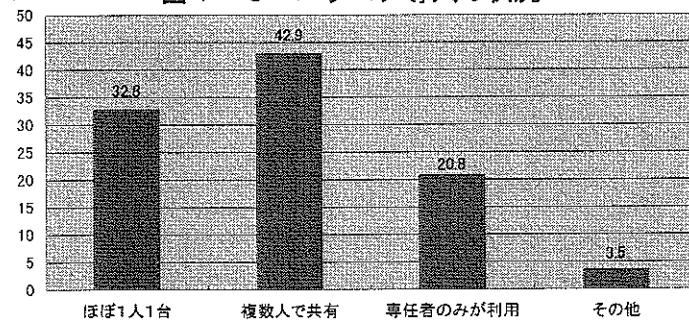
図1-4 現在使用している情報機器の状況



(2) パソコン導入の状況（有効回答 816社）

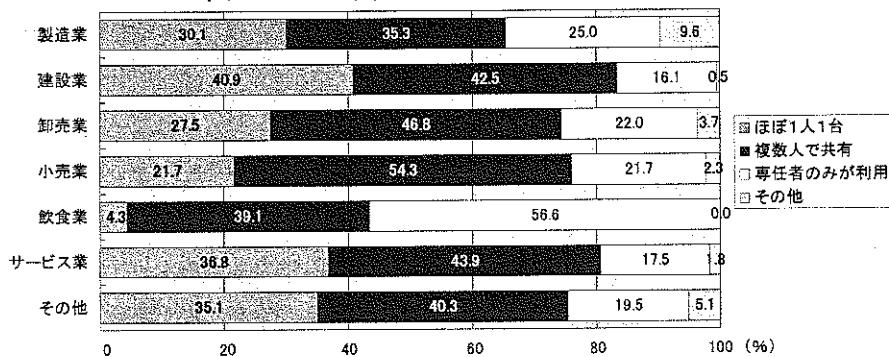
県内中小企業のパソコンの導入状況については、「複数人で共有」が42.9%と最も高く、次いで「ほぼ1人1台」が32.8%、「専任者のみが利用」が20.8%、「その他」が3.5%となっている。各企業の業種や作業内容の違いによるパソコンの必要度合いもあるが、まだまだ1人1台の導入とはなっていない。

図1-5 パソコン導入の状況



業種別のパソコンの導入状況については、「ほぼ1人1台」導入している割合は建設業が40.9%と最も高く、次いでサービス業が36.8%，製造業が30.1%，卸売業が27.5%，小売業が21.7%，飲食業が4.3%となっており、業種により業務上のパソコンの必要度合いに差が出ていると言える。

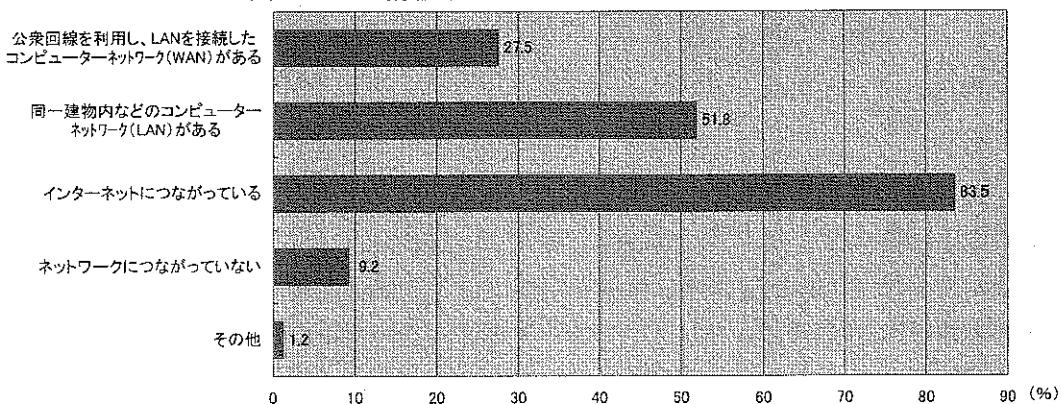
図1-6 業種別のパソコン導入の状況



(3) 情報ネットワーク接続方法の状況（有効回答 811社）<複数回答可>

県内中小企業の情報ネットワーク接続方法の状況については、「インターネットにつながっている」が83.5%と最も高く、次いで「同一建物内などのコンピューターネットワーク（LAN）がある」が51.8%，「公衆回線を利用し、LANを接続したコンピューターネットワーク（WAN）がある」が27.5%，「公衆回線を利用し、LANを接続したコンピューターネットワーク（WAN）がある」が27.5%，「ネットワークにつながっていない」が9.2%，「その他」が1.2%となっている。インターネットの利用は一般化されており、また、社内のLAN構築やさらにその上位のWAN構築もある程度は普及していると言える。

図1-7 情報ネットワーク接続方法の状況



(4) 利用している回線サービスの状況（有効回答 802社）<複数回答可>

県内中小企業の利用している回線サービスの状況については、「ISDN」が63.2%と最も高く、次いで「一般公衆回線」が34.8%，「ADSL」が33.2%，「専用回線」が16.1%，「光ファイバー」が3.6%，「IP-VPN」が2.4%，「CATV」が2.1%，「その他」が0.4%となっている。従来の企業利用回線の主流であるISDNがまだ多いが、今後ADSLや光ファイバー等の接続可能地域が増加すれば、費用対効果の面で有利なADSLや光ファイバー等が普及していくことが予想される。

※I S D N：サービス統合デジタル網のこと。普通のデータだけでなく、音声や画像などの情報もすべてデジタル信号化して伝送するネットワーク。64kbpsの伝送速度が主流。

※一般公衆回線：普通電話回線のこと。56kbpsの回線速度が主流。

※A D S L：非対称デジタル加入者線のこと。既存の電話線を使って高速なデジタルデータ通信をする通信技術のこと。上りの伝送速度を最大16～640kbpsとし、下りの伝送速度を最大1.5～12Mbps確保できる。

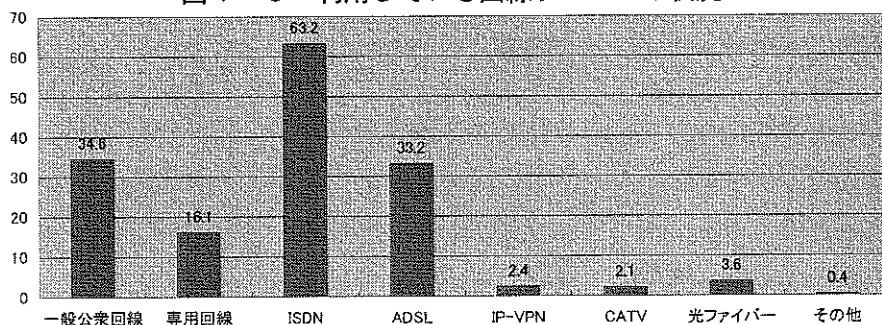
※専用回線：通信事業者からユーザーの独占的に貸し出される回線。伝送速度は契約内容に応じて変えられ、64kbps～1Gbpsと幅広い。

※光ファイバー：光通信においてデジタル伝送路となるケーブルまたはその回線。伝送速度は契約内容に応じて変えられる。最大伝送速度は、100Mbps。

※I P-V P N：インターネットを利用した仮想施設網のこと。企業がインターネットを介して自社のネットワークと同じ使い勝手で、通信業者のサービスを利用できるようなネットワークを指す。

※C A T V：ケーブルテレビの意味。視聴者宅まで光ファイバーや同軸ケーブルを用いた広域帶有線で主にテレビ番組送信する通信形態。附帯サービスとして、光ファイバー・同軸ケーブルを用いたプロバイダーサービスを実施している場合がある。

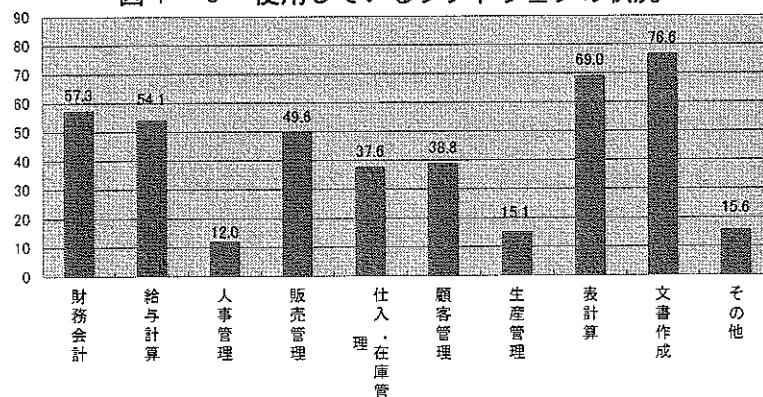
(%) 図1-8 利用している回線サービスの状況



(5) 使用しているソフトウェアの状況 (有効回答 800社) <複数回答可>

県内中小企業の使用しているソフトウェアの状況については、「文書作成」が76.6%と最も高く、次いで「表計算」が69.0%，「財務会計」が57.3%，「給与計算」が54.1%，「販売管理」が49.6%，「顧客管理」が38.8%，「仕入・在庫管理」が37.6%，「その他」が15.6%，「生産管理」が15.1%，「人事管理」が12.0%となっている。半数以上の企業が文書作成、表計算、財務会計、給与計算のソフトウェアを使用しており、約半数の企業が販売管理のソフトウェアを使用していることから、業務へのソフトウェアの活用は一般的になってきていると言える。

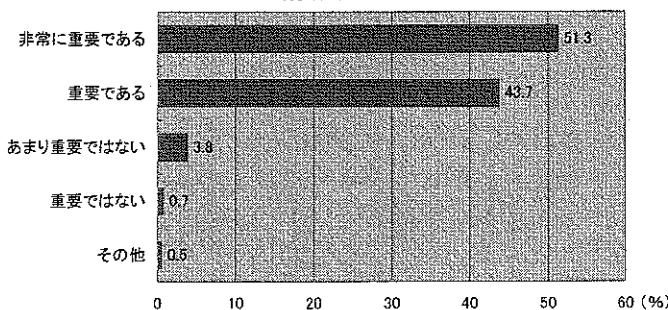
(%) 図1-9 使用しているソフトウェアの状況



(6) 情報化の重要性について（有効回答 820社）

県内中小企業における情報化の重要性を認識状況については、「非常に重要である」が51.3%と最も高く、次いで「重要である」が43.7%，「あまり重要ではない」が3.8%，「重要ではない」が0.7%，「その他」が0.5%となっている。「非常に重要である」「重要である」と答えた企業は合わせて95.0%となり、情報化の重要性は十分認識していると言える。

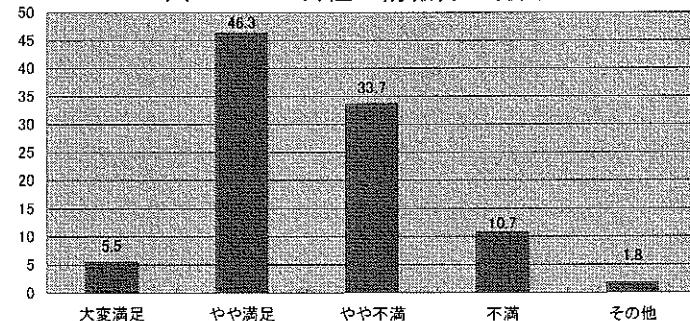
図1-10 情報化の重要性



(7) 自社の情報化の現状について（有効回答 813社）

県内中小企業における情報化の現状の満足度については、「やや満足」が48.3%と最も高く、次いで「やや不満」が33.7%，「不満」が10.7%，「大変満足」が5.5%，「その他」が1.8%となっている。「大変満足」「やや満足」と答えた企業は合わせて53.8%とあり、反面「不満」「やや不満」と答えた企業は合わせて44.4%とあることから、自社の情報化の現状を十分と認識している企業と不十分と認識している企業とが2極化していると言える。

図1-11 自社の情報化の現状

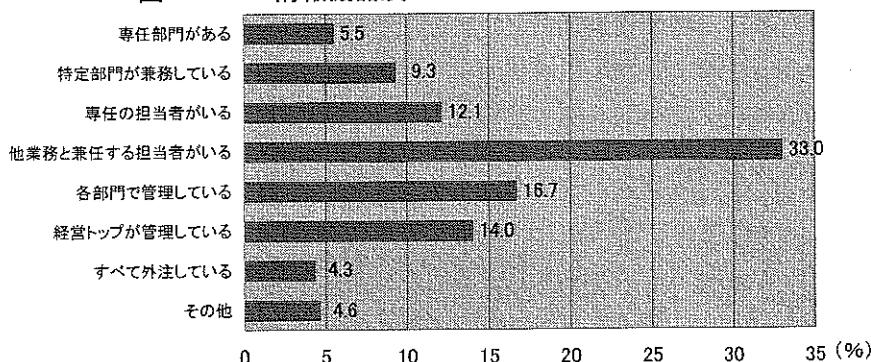


3. 情報化への取り組みについて

(1) 情報機器及びシステムの管理運用体制（有効回答 807社）

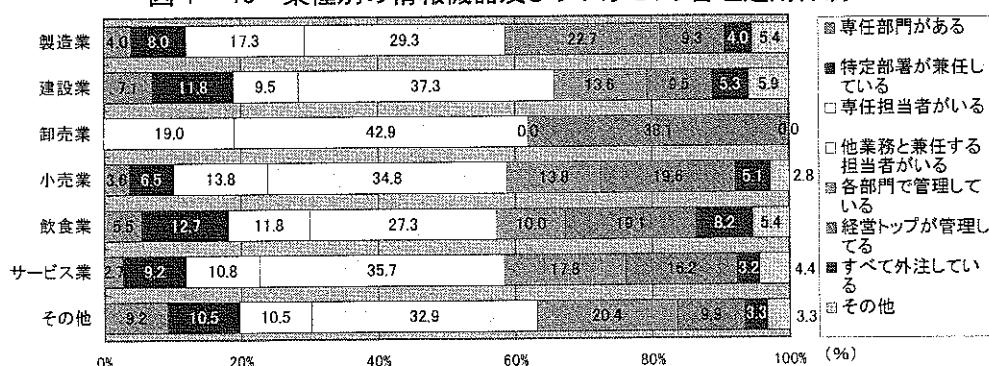
県内中小企業における情報機器及びシステムの管理運用体制について、「他業務と兼任する担当者がいる」が33.0%と最も高く、次いで「各部門で管理している」が16.7%，「経営トップが管理している」が14.0%，「専任の担当者がいる」が12.1%，「特定部門が兼務している」が9.3%，「専任部門がある」が5.5%，「すべて外注している」が4.8%，「その他」が4.6%となっている。「他業務と兼任する担当者がいる」「専任の担当者がいる」と答えた企業は合わせて45.1%となり、半数近くの企業が情報機器及びシステムの管理運用に特定の担当者を置いていることになる。

図 1-12 情報機器及びシステムの管理運用体制



業種別の情報機器及びシステムの管理運用体制については、「専任部門がある」割合は建設業が7.1%と最も高く、次いで飲食業が5.5%，製造業が4.0%，小売業が3.6%，サービス業が2.7%，卸売業が0%となっており、各業種に占める割合が低く業態による差がほとんど出ておらず、「専任担当者がいる」割合も同様な傾向である。また、「他業務と兼任する担当者がいる」割合は卸売業が42.9%と最も多く、次いで建設業が37.3%等となっており、業種別の大きな差がでていないことから、「専任部門」「専任担当者」を置かないことが全業種の共通の傾向であると言える。

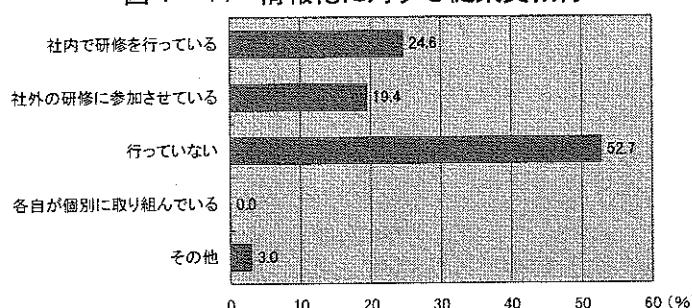
図 1-13 業種別の情報機器及びシステムの管理運用体制



(2) 情報化に対する従業員教育 (有効回答 818社)

県内中小企業における情報化に対する従業員教育について、「行っていない」が52.7%と最も高く、次いで「社内で研修を行っている」が24.6%、「社外の研修に参加させている」が19.4%、「その他」が3.3%、「各自が個別に取り組んでいる」が0%となっている。「社内で研修を行っている」「社外の研修に参加させている」と答えた企業は合わせて44.0%となり、半数近くの企業が情報化に対する何らかの従業員教育を実施していると言える。

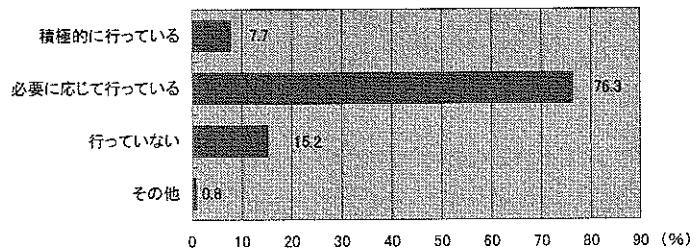
図 1-14 情報化に対する従業員教育



(3) 情報化投資の実施状況（有効回答 818社）

県内中小企業における情報化投資の実施状況について、「必要に応じて行っている」が76.3%と最も高く、次いで「行っていない」が15.2%、「積極的に行っている」が7.7%、「その他」0.8%となっている。「積極的に行っている」「必要に応じて行っている」と答えた企業は合わせて84.0%となり、大部分の企業が何らかの情報化投資を実施していることになる。

図1-15 情報化投資の実施状況

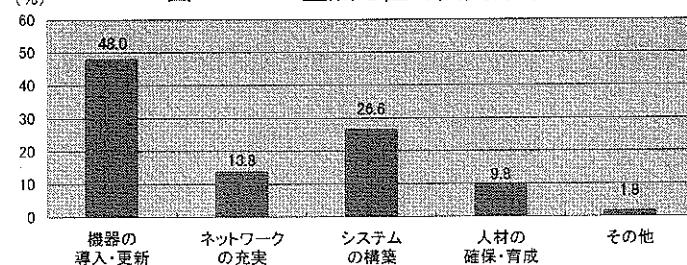


(4) 重点を置く投資分野（有効回答 673社）

〔※前記(3)で「積極的に行っている」あるいは「必要に応じて行っている」と回答された企業
が当問を回答〕

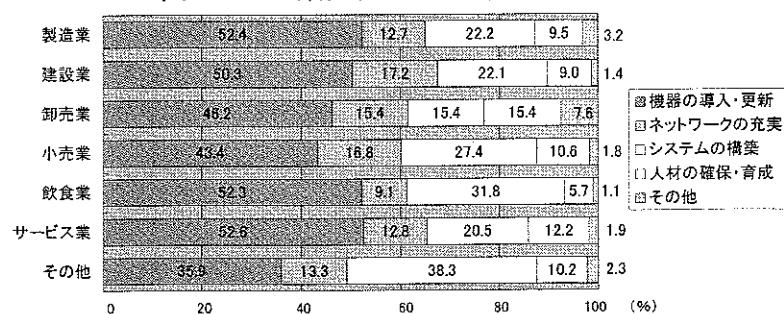
県内中小企業において重点を置く投資分野については、「機器の導入更新」が48.0%と最も高く、次いで「システムの構築」が26.6%、「ネットワークの充実」が13.8%、「人材の確保・育成」が9.8%、「その他」が1.8%となっている。企業の投資分野の関心は「機器の導入更新」が最も高く、既存の機器が次第に機能等で不足してきていることが窺える。また、「システムの構築」の関心も低くないことから、業務の円滑化には情報化システムが必要と判断していることが窺える。

図1-16 重点を置く投資分野



業種別の重点を置く投資分野については、「機器の導入更新」の割合はサービス業が52.6%と最も高く、次いで製造業が52.4%，飲食業が52.3%，建設業が50.3%，卸売業が46.2%，小売業が43.4%となっており、全業種で最も重点を置く投資分野と言える。

図1-17 業種別の重点を置く投資分野

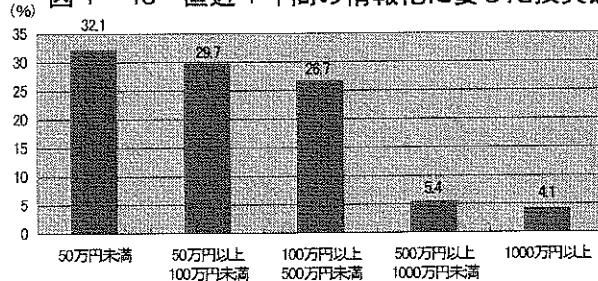


(5) 直近1年間の情報化に要した投資額 (有効回答 684社)

〔※前記(3)で「積極的に行ってている」あるいは「必要に応じて行っている」と回答された企業
が当問を回答〕

県内中小企業において直近1年間で情報化に要した投資額については、「50万円未満」が32.1%と最も高く、次いで「50万円以上100万円未満」が29.7%、「100万円以上500万円未満」が28.7%、「500万円以上1000万円未満」が5.4%、「1000万円以上」が4.1%となっている。「50万円未満」「50万円以上100万円未満」と答えた企業は合わせて61.8%となり、半数以上の企業が情報化に要する年間投資額を100万円以内としていることになる。

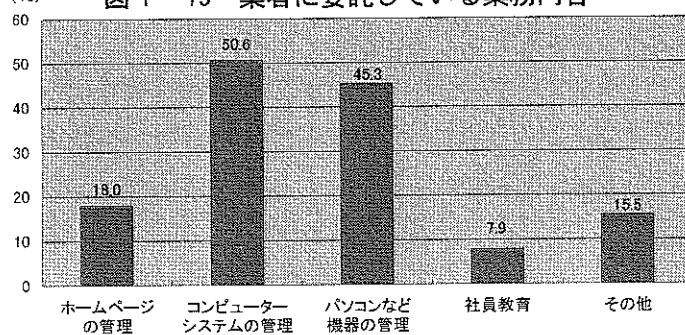
図1-18 直近1年間の情報化に要した投資額



(6) 業者に委託している業務内容 (有効回答 673社) <複数回答可>

県内中小企業において業者に委託している業務内容について、「コンピューターシステムの管理」が50.6%と最も高く、次いで「パソコンなどの機器の管理」が45.3%、「ホームページの管理」が18.0%、「その他」が15.5%、「社員教育」が7.9%となっている。「コンピューターシステムの管理」「パソコンなどの機器の管理」と答えた企業は合わせて95.9%となり、大部分の企業は、高度な専門知識を要するものについて、専門業者に委託していると言える。

図1-19 業者に委託している業務内容

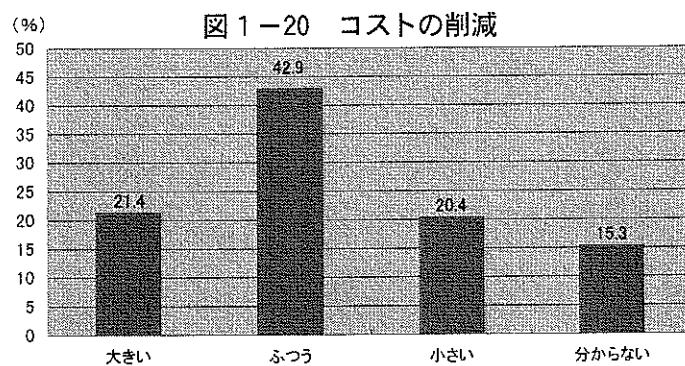


4. 情報化の活用について

(1) 情報化により得られた効果

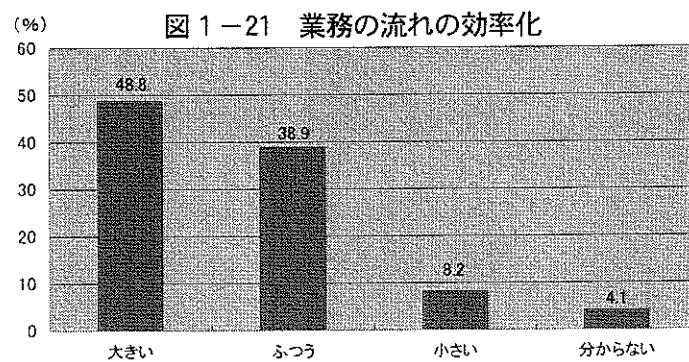
①コストの削減 (有効回答 771社)

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「コストの削減」の度合いについては、「ふつう」が42.9%と最も高く、次いで「大きい」が21.4%、「小さい」が20.4%、「分からぬ」が15.3%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて64.3%となり、半数以上の企業が情報化により何らかのコスト削減があったと言える。



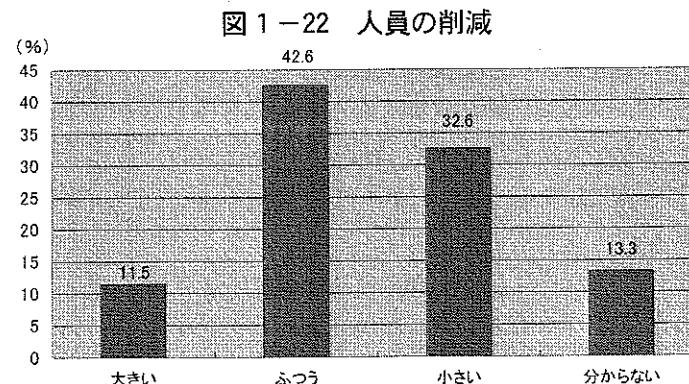
②業務の流れの効率化（有効回答 773社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「業務の流れの効率化」の度合いについては、「大きい」が48.8%と最も高く、次いで「ふつう」が38.9%、「小さい」が8.2%、「分からない」が4.1%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて87.7%となり、大部分の企業が情報化により何らかの業務の流れが効率化されたと言える。



③人員の削減（有効回答 768社）

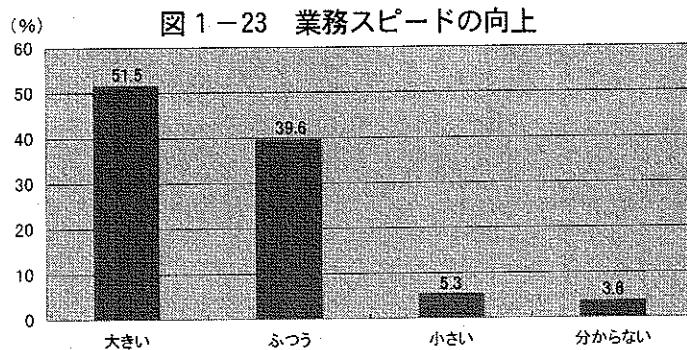
県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「人員の削減」の度合いについては、「ふつう」が42.6%と最も高く、次いで「小さい」が32.6%、「分からない」が13.3%、「大きい」が11.5%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて54.1%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの人員削減が可能となったと言える。



④業務スピードの向上（有効回答 778社）

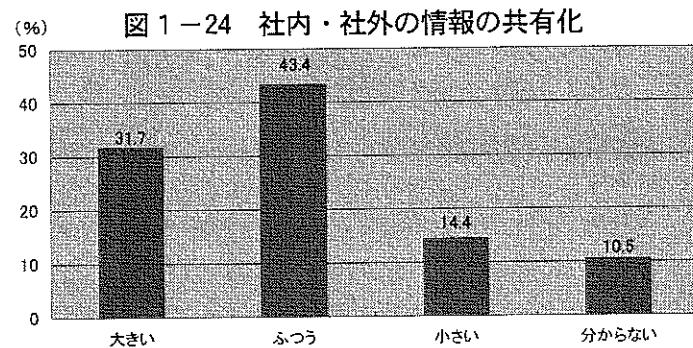
県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「業務スピードの向上」の度合いに

については、「大きい」が51.5%と最も高く、次いで「ふつう」が39.6%、「小さい」が5.3%、「分からぬ」が3.6%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて91.1%となり、大部分の企業が情報化により何らかの業務スピードの向上が可能となったと言える。



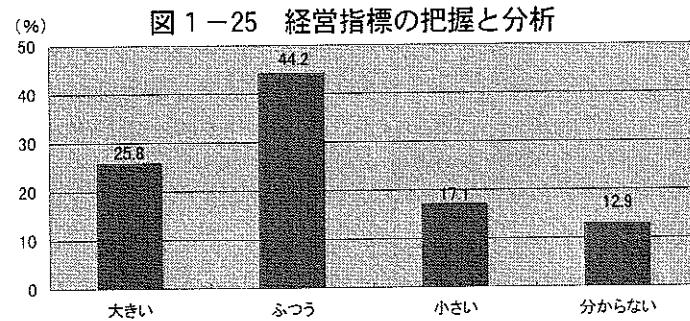
⑤社内・社外の情報共有化（有効回答 769社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「社内・社外の情報共有化」の度合いについては、「ふつう」が43.4%と最も高く、次いで「大きい」が31.7%、「小さい」が14.4%、「分からぬ」が10.5%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて75.1%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの社内・社外の情報の共有化が可能となったと言える。



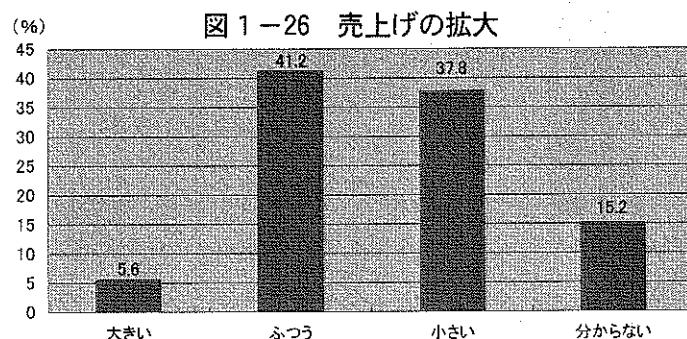
⑥経営指標の把握と分析（有効回答 772社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「経営指標の把握と分析」の度合いについては、「ふつう」が44.2%と最も高く、次いで「大きい」が25.8%、「小さい」が17.1%、「分からぬ」が12.9%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて70.0%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの経営指標の把握と分析が可能となったと言える。



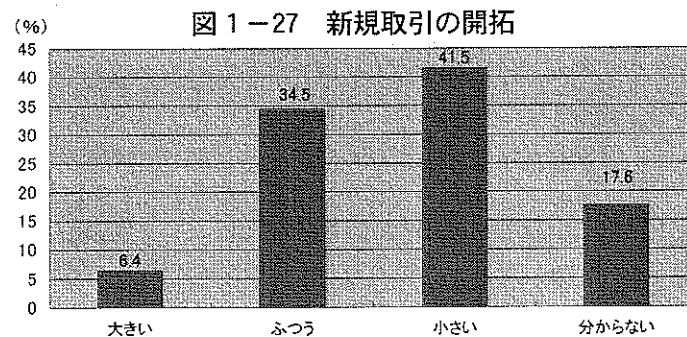
⑦売上の拡大（有効回答 770社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「売上げの拡大」の度合いについては、「ふつう」が41.2%と最も高く、次いで「小さい」が37.8%、「分からぬ」が15.2%、「大きい」が5.8%となっている。「小さい」「分からぬ」と答えた企業は合わせて53.0%となり、半数以上の企業が情報化は必ずしも売上げの拡大に繋がらないと実感していると言える。



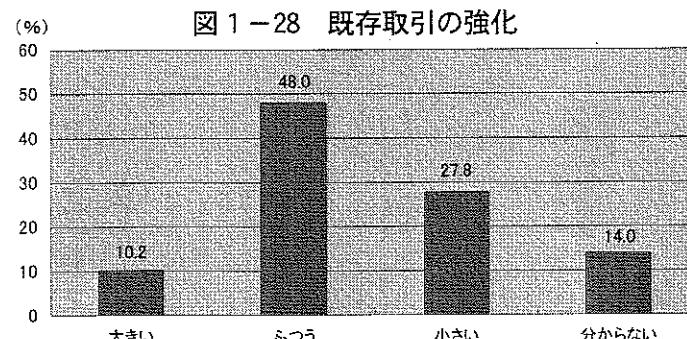
⑧新規取引の開拓（有効回答 769社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「新規取引の開拓」の度合いについては、「小さい」が41.5%と最も高く、次いで「ふつう」が34.5%、「分からぬ」が17.6%、「大きい」が6.4%となっている。「小さい」「分からぬ」と答えた企業は合わせて59.1%となり、半数以上の企業が情報化は必ずしも新規取引の開拓には繋がらないと実感していると言える。



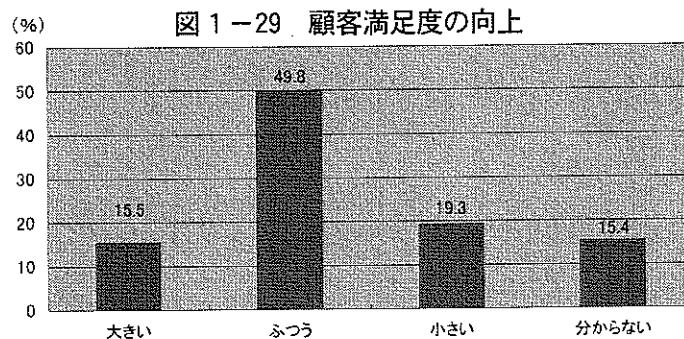
⑨既存取引の強化（有効回答 765社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「既存取引の強化」の度合いについては、「ふつう」が48.0%と最も高く、次いで「小さい」が27.8%、「分からぬ」が14.0%、「大きい」が10.2%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて58.2%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの既存取引との強化が可能となったと言える。



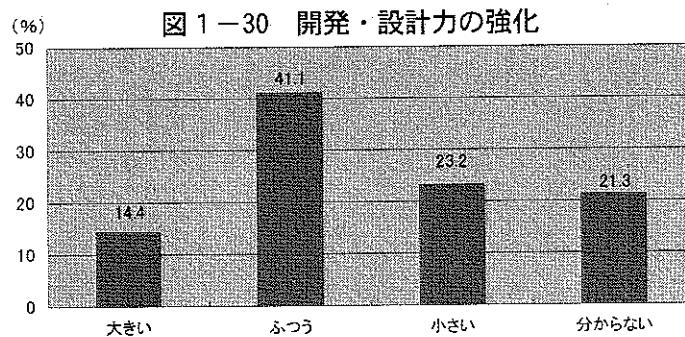
⑩顧客満足度の向上（有効回答 767社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「顧客満足度の向上」の度合いについては、「ふつう」が49.8%と最も高く、次いで「小さい」が19.3%、「大きい」が15.5%、「分からない」が15.4%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて65.3%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの顧客満足度の向上が可能となったと言える。



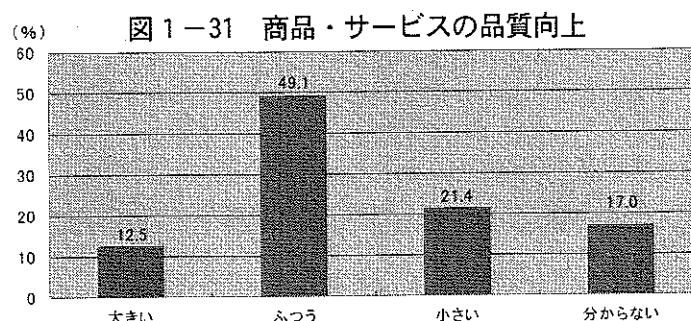
⑪開発・設計力の強化（有効回答 749社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「開発・設計力の強化」の度合いについては、「ふつう」が41.1%と最も高く、次いで「小さい」が23.2%、「分からない」が21.3%、「大きい」が14.4%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて55.5%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの開発・設計力の強化が可能となったと言える。



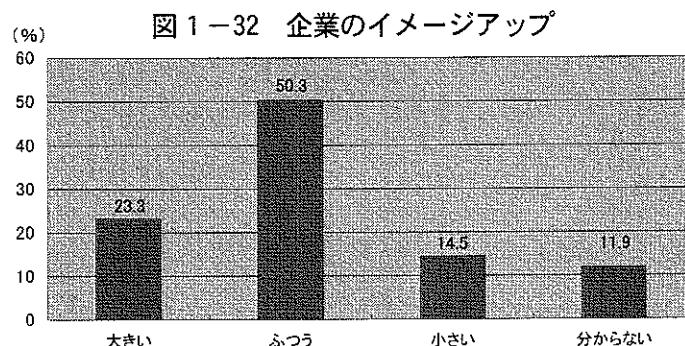
⑫商品・サービスの品質向上（有効回答 757社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「商品・サービスの品質向上」の度合いについては、「ふつう」が49.1%と最も高く、次いで「小さい」が21.4%、「分からない」が17.0%、「大きい」が12.5%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて61.6%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの商品・サービスの品質向上が可能となったと言える。



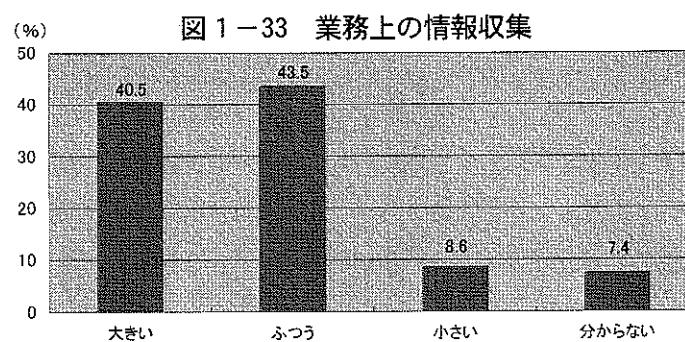
⑬企業のイメージアップ（有効回答 764社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「企業のイメージアップ」の度合いについては、「ふつう」が50.3%と最も高く、次いで「大きい」が23.3%、「小さい」が14.5%、「分からぬ」が11.9%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて73.6%となり、半数以上の企業が情報化により何らかの企業のイメージアップが可能となったと言える。



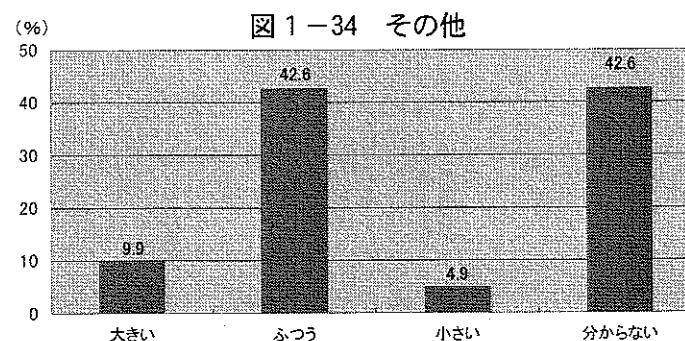
⑭業務上の情報収集（有効回答 768社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「業務上の情報収集」の度合いについては、「ふつう」が43.5%と最も高く、次いで「大きい」が40.5%、「小さい」が8.6%、「分からぬ」が7.4%となっている。「大きい」「ふつう」と答えた企業は合わせて84.0%となり、大部分の企業が情報化により何らかの業務上の情報収集が向上したと言える。



⑮その他（有効回答 61社）

県内中小企業において情報化により得られた効果のうち、「その他」の効果度合いについては、「ふつう」と「分からぬ」が42.6%と最も高く、次いで「大きい」が9.9%、「小さい」が4.9%となっている。

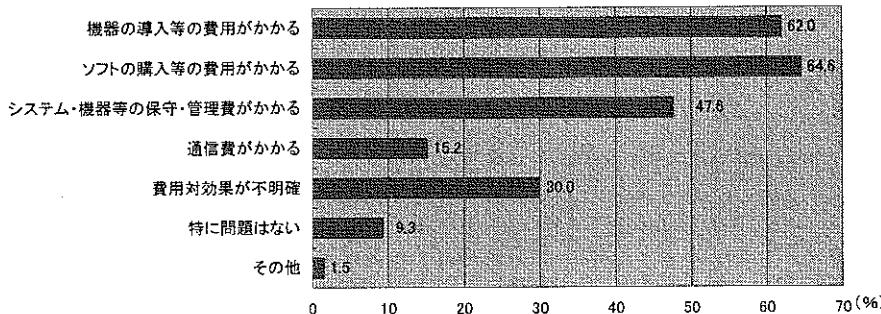


(2) 情報化を進める上での課題・問題点

①コスト面（有効回答 807社）<複数回答可>

県内中小企業者における情報化を進める上でのコスト面での課題・問題点については、「ソフトの購入等の費用がかかる」が64.6%と最も高く、次いで「機器の導入等の費用がかかる」が62.0%、「システム・機器等の保守・管理費がかかる」が47.6%、「費用対効果が不明確」が30.0%、「通信費がかかる」が15.2%、「特に問題はない」が9.3%、「その他」が1.5%となっている。機器の導入（更新）と共に伴なうソフトの購入等の費用や保守・管理費用が情報化を進めるうえでのコスト面での大きな課題・問題点と言える。

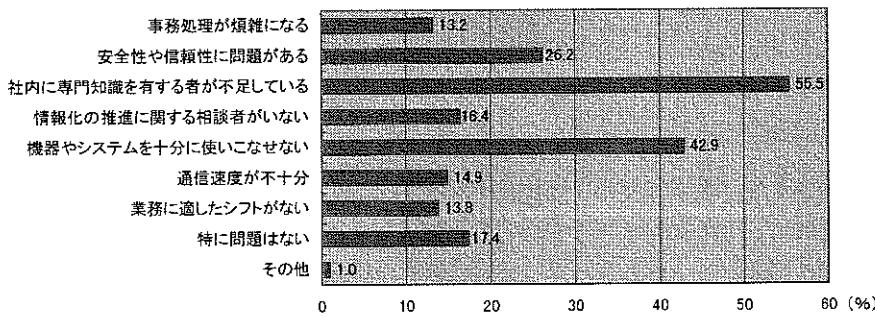
図1-35 コスト面



②運用面（有効回答 805社）<複数回答可>

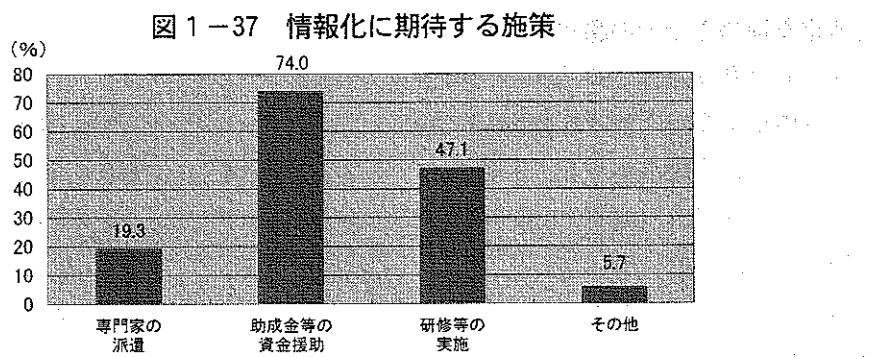
県内中小企業者における情報化を進める上での運用面での課題・問題点については、「社内に専門知識を有する者が不足している」が55.5%と最も高く、次いで「機器やシステムを十分に使いこなせない」が42.9%、「安全性や信頼性に問題がある」が26.2%、「特に問題がない」が17.4%、「情報化の推進に関する相談者がいない」が16.4%、「通信速度が不十分」が14.9%、「業務に適したソフトがない」が13.8%、「事務処理が繁雑になる」が13.2%、「その他」が1.0%となっている。「社内に専門知識を有する者が不足している」「機器やシステムを十分に使いこなせない」が他の回答と比較して高く、情報化に対応できる人材がまだまだ不足していることが窺える。

図1-36 運用面



(3) 情報化に期待する施策（有効回答 731社）<複数回答可>

県内中小企業者において、期待する行政機関が実施する情報化施策については、「助成金等の資金援助」が74.0%と最も高く、次いで「研修等の実施」47.1%、「専門家の派遣」が19.3%、「その他」が5.7%となっている。資金と社員に対する研修の要望が高いと言える。

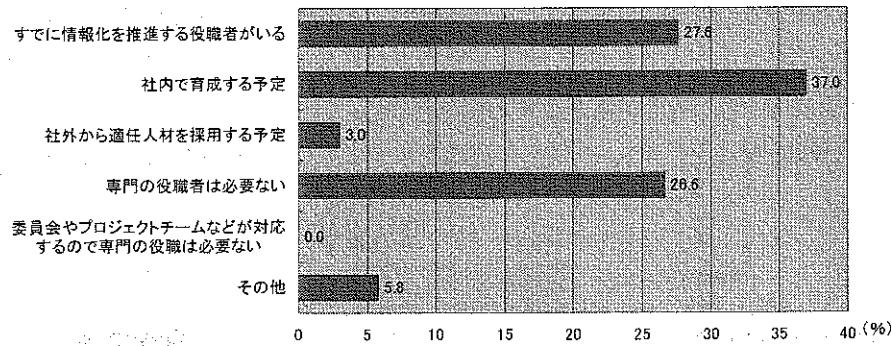


5. 今後の情報化について

(1) 情報化を推進する担当者（有効回答 797社）

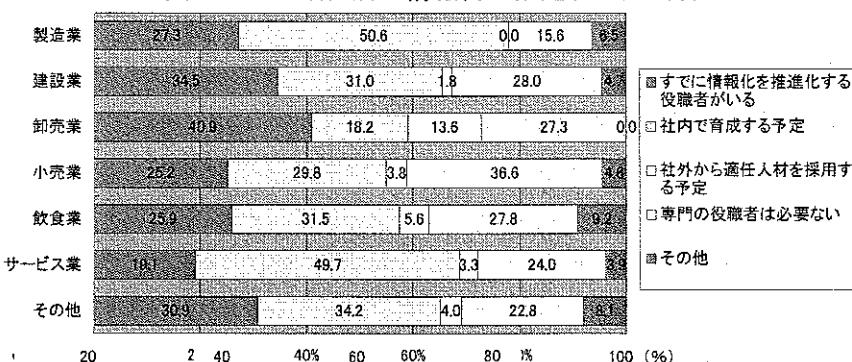
県内中小企業者における情報化推進の担当者の状況については、「社内で育成する予定」が37.0%と最も高く、次いで「すでに情報化を推進する役職者がいる」が27.6%、「専門の役職者は必要ない」が26.6%、「その他」が5.8%、「社外から適任人材を採用する予定」が3.0%、「委員会やプロジェクトチームなどが対応するので専門の役職者は必要ない」が0%となっている。「すでに情報化を推進する役職者がいる」「社内で育成する予定」と答えた企業は合わせて64.6%となり、半数以上の企業が情報化を推進する担当者の必要性を感じ、担当者を実際に配置もしくは配置予定としている。

図1-38 情報化を推進する担当者



業種別の「情報化を推進する担当者」の状況については、「すでに情報化を推進する役職者がいる」「社内で育成する予定」の合計割合は製造業が77.9%と最も高く、次いで建設業が65.5%，サービス業が59.8%，卸売業が59.1%，飲食業が57.4%，小売業が55.0%と全業種の半数以上の企業が情報化推進を進めつつあると言える。反面、「専門の役職者は必要ない」の割合は、小売業が36.6%と最も高く、製造業が5.6%と最も低いことから、業種により「情報化を推進する担当者」の内容に差があると言える。

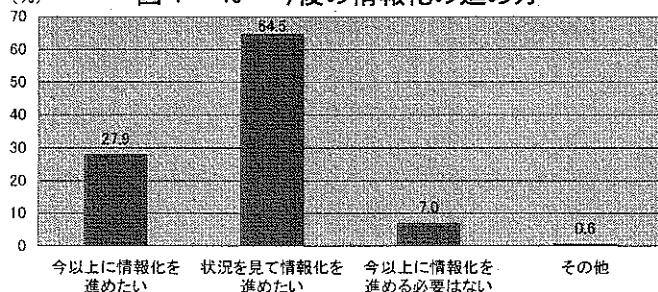
図1-39 業種別の情報化を推進する担当者



(2) 今後の情報化の進め方 (有効回答 815社)

県内中小企業者における今後の情報化の進め方については、「状況を見て情報化を進めたい」が64.5%と最も高く、次いで「今以上に情報化を進めたい」が27.9%，「今以上に情報化を進める必要がない」が7.0%，「その他」が0.6%となっている。「今以上に情報化を進めたい」「状況を見て情報化を進めたい」と答えた企業は合わせて92.4%となり、大部分の企業が今後情報化を進める必要性を感じていると言える。

図1-40 今後の情報化の進め方

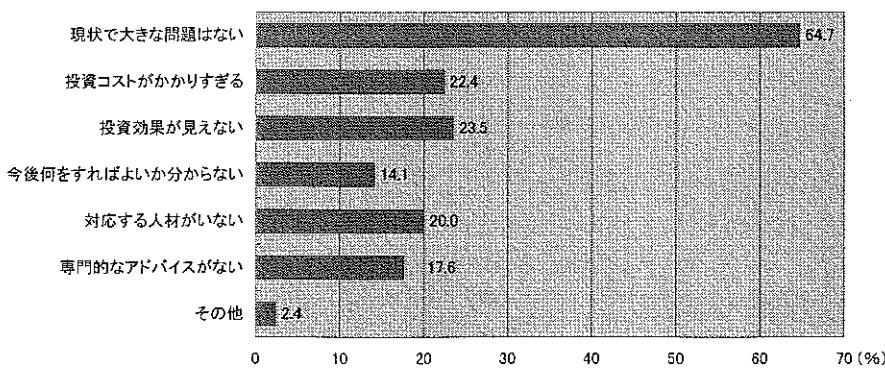


(3) (2)で「今以上に情報化を進める必要がない」と答えた理由 (有効回答 85社)

<複数回答可>

「今以上に情報化を進める必要がない」と答えた理由について、「現状で大きな問題はない」が64.7%と最も高く、次いで「投資効果が見えない」が23.5%，「投資コストがかかりすぎる」が22.4%，「対応する人材がいない」が20.0%，「専門的なアドバイスがない」が17.6%，「今後何をすればよいか分かららない」が14.1%，「その他」が2.4%となっている。

図1-41 「今以上に情報化を進める必要がない」と答えた理由

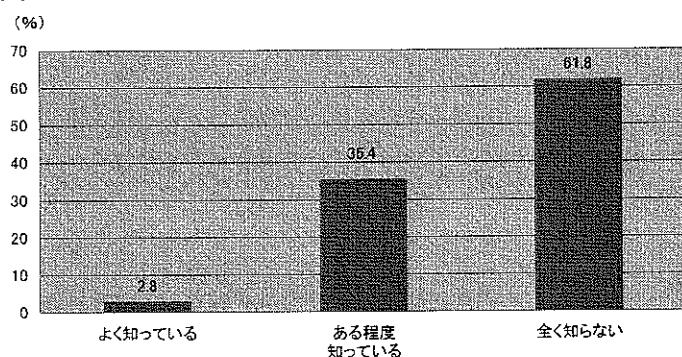


6. いばらきプロードバンドネットワークについて

(1) いばらきプロードバンドネットワークの知名度（有効回答 815社）<複数回答可>

茨城県では平成15年度4月の供用開始をめざして、ITネットワーク社会づくりの基礎となる大容量情報通信基盤「いばらきプロードバンドネットワーク」の整備を進めているが、県内中小企業者における「いばらきプロードバンドネットワーク」の知名度について、「全く知らない」が61.8%と最も高く、次いで「ある程度知っている」が35.4%，「よく知っている」が2.8%となっている。「全く知らない」と答えた企業は61.8%であり、今後より一層のいばらきプロードバンドネットワークのPRが必要と言える。

図1-42 いばらきプロードバンドネットワークの知名度



7. 本調査に係る意見・感想

<input type="radio"/>	調査によってD町のような辺境にも光ファイバーとか、せめてADSL等が安く導入できるようになればいいと思います。(D町 建設業)
<input type="radio"/>	私のSSでは元売のPOSをしているが、税務署に申告する売上、経費、仕入等の総合したSOFTがなく、まだ使い方も習ってないので今後パソコンの使い方などを習いたいです。私は62才です。(S村 小売業)
<input type="radio"/>	まだまだ情報化の導入が遅れています。出来るだけ早くおいついで行くつもりです。(H町 小売業)
<input type="radio"/>	具体的な支援内容について十分承知できていない面があります。今後とも何卒よろしくお願ひいたします。(M市 建設業)
<input type="radio"/>	運送業で私共の様な規模では、今の機器を上手に使う事で十分で(というか精一杯で)次の情報通信基盤を確立する様な余裕はない現状です。(S町 サービス業)
<input type="radio"/>	ブロードバンドネットワークの情報が分からず。(S町 建設業)
<input type="radio"/>	業務上の提出書類をインターネットで行政へ提出できるようになればいいですね。(I市 建設業)
<input type="radio"/>	情報化の必要はわかるが能力がついていけない。(S町 卸売業)
<input type="radio"/>	IT化するにあたり、当社に合う相談業務を受けていただける機関がございましたらご指導していただきたい。(T市 小売業)
<input type="radio"/>	中小企業にとって情報化したいが資金面が…という発想が多いと思われます。アンケートが反映される事を期待します。(K市 卸売業)
<input type="radio"/>	14年12月までオフコンを使用してきましたが、パソコンに切り替えて、驚く程のスピードには感心しています。状況を見ながら適任人材を育成していきたいと思っております。(S町 その他)
<input type="radio"/>	社外からの情報調達はあまり必要ない会社です(社長が朝刊3紙をほぼ読破し、社内に伝えてくれるから)。事務部門のIT化もほぼ完了し、これからは製造工程をどこまでIT化できるか、の研究をしています。よって「いばらきブロードバンドネットワーク」に似たホームページはいくつかあるし、それらも毎回入ってくると仕事に差しつかえる為、受信OFFにしている状況で、今後も、こちらから入ってくる(調べることがあるとき)事はあっても、自動で送信されるのは断る方向です。(S町 製造業)
<input type="radio"/>	安価なコストのブロードバンドにしてほしい。ヤフーの場合は無理が走ってサービスの人数不足で、かつ音声通話はdigitalだがfusion communicationsにかなり劣る。(? サービス業)
<input type="radio"/>	当社としてもITの推進についてはここ2年間取り組んできました。今後も検討を重ねステップしていくことを考えています。(T市 建設業)
<input type="radio"/>	このアンケートの集計をして何が分かり、又何をしてくれるのが目的なのか、知りたいです。(E町 飲食業・サービス業)
<input type="radio"/>	短期間で機器を使いこなせるように費用が安い講習等を設けてほしい。(I市 卸売業)
<input type="radio"/>	人材育成(パソコン関係)に強い人がいないため、人材育成に力を入れたい。(Y町 製造業)
<input type="radio"/>	同業他社の情報化担当との交流が無いため独自の考え方で情報化を進めているのが現状である。各種の活性化のためには交流による向上を進める事により競争原理が働き良いものが生まれるのではないか。(A町 サービス業)
<input type="radio"/>	調査を行うだけでなく、その結果をわかりやすく公表してほしい。他社の導入実態や事例なども公表してほしい。(H市 卸売業)
<input type="radio"/>	当社は未だコンピュータシステムを導入しておりません。今のIT社会では珍しいかもしれないですが、是非情報化支援施策の実施を願っております。(T市 サービス業)
<input type="radio"/>	研修、専門家派遣をお願いしたい。(T市 小売業)

<input type="radio"/>	コンピュータシステム及び関連機器もどんどん新しくなっていくので、コスト面でも活躍する人材面でも、追いついてくのに大変な現状です。是非支援施策を強化して頂きたいと思います。 (T市 建設業)
<input type="radio"/>	茨城県がＩＴ構築の中でどの程度ネットワークが組み込めるのか又、どれについての利用方法、運営方法の計画が不明確である。情報公開によりどこまでをネットの中で行うか、又基本的計画が一般社会にはわかりづらい点が多い。(T市 建設業)
<input type="radio"/>	自分はあまり地域の情報等をインターネットで見ることがありません。ＴＶ等のメディアを通して情報が発信されたらよいと思います。又この調査は一般に公表されるのですか? (S町 製造業)
<input type="radio"/>	現場員全員が操作出来るように社内教育を施したい。(K町 建設業)
<input type="radio"/>	何のために?皆勝手に勝手に競争→おかしい。全国統一の標準化を望みます。(M市 建設業)
<input type="radio"/>	インフラの整備と通信コストの低減をお願いしたいです。(T村 製造業)
<input type="radio"/>	官民の競合によりコストの低減・信頼性の向上を期待する。(H市 建設業)
<input type="radio"/>	情報化の時代だと思います。積極的に早急に進めたいと思っています。(A町 建設業)
<input type="radio"/>	この地区はADSLもPHSもない、ランニングコストがかかるので(メーカーの)入る予定も全くないらしい。情報ぐらいは過疎になってもらいたくない。(A町 小売業)
<input type="radio"/>	色々な財団・社団等があって、何がどれをやってるのか、又相談したらいいのかわからない。 (Y市 サービス業)
<input type="radio"/>	(いばらきブロードバンドネットワークの)名前を知っている程度である。今我が社にあるパソコンでは必要なデーターが半分位である。これをなんとかしたいと考えている。 (T市 サービス業)
<input type="radio"/>	経営者の知識度以上にＩＴ化が進むと会社運営にマイナスであっても、その部門に支配されてしまい、急に方針を変えられなくなってしまう。担当者が生意気になってしまい、手が付けられなくなります。(Y市 卸売業)
<input type="radio"/>	光回線に期待しています。(K市 飲食業・サービス業)
<input type="radio"/>	セキュリティ一面での強化を望む。(H市 小売業)
<input type="radio"/>	特定の業種の仕事のため、メーカー、支店とは直接ですので他社とはなにもない。支店等すべて作成しているので、ただ見るととりあえず報告程度です。(M市 建設業)
<input type="radio"/>	今後の取引形態等を見直している段階ですので、何とも抽象的な御回答しか差し上げられません。業種別の回答項目が設定されていた方が良いと思います。(M市 卸売業)
<input type="radio"/>	こういった調査を活かし、いろいろな情報がほしい。(M市 その他)
<input type="radio"/>	当社の場合、パソコン等の操作知識があまりないので情報化について積極的でない。 (S町 サービス業)
<input type="radio"/>	光通信の充実を図ってほしい。潮来市では当社は旧牛堀地区でＮＴＴの高速通信未整備地区で予定もされていない地区となっていて、都市部より本当は早く整備をすべき地区なのに常に後にとなっており、中小企業の振興のため早期充実を行って下さい。(I市 小売業)
<input type="radio"/>	(いばらきブロードバンドネットワークに)一般企業が参加するに当たり、どのようにすればいいのか、方法／コスト?又は参加できないのか?全国で2番目と云うが名前だけが先に走っている。優先順位が官庁と云った感じがする。(M市 小売業)
<input type="radio"/>	先日、(いばらきブロードバンドネットワークの)説明会を開きに参加しましたが、光ファイバーをAPまで自力でつなげなければならないということは費用がかかりすぎる。また、インターネットに接続できないとのことで中小企業にとつてはあまり意味がないような気がする。 (H市 建設業)
<input type="radio"/>	関連機器に対する費用について資金援助の検討をお願いしたい。(T市 建設業)

<input type="radio"/>	(いばらきブロードバンドネットワークは) もう少し大々的にアピールした方がよいのでは? 世間一般の認知度はけっこう低いです。(S市 サービス業)
<input type="radio"/>	(情報化の) ランニングコストがまだ中小企業として高すぎる。(M市 小売業)
<input type="radio"/>	不必要的コピー等の費用が多くなっていると思いますが、他社の方ではどうでしょうか。その辺の調査もして欲しかった。(M市 サービス業)
<input type="radio"/>	会社にいばらきブロードバンドネットワークの説明書が送られるとよい。何がよくなるかを具体的にすべきだと思う。(M市 建設業)
<input type="radio"/>	(情報化の) 費用が高く、現状から変更は出来ない。(I町 製造業)
<input type="radio"/>	パソコンもインターネットも、現在は事務処理の道具としての利用程度にとどまっており、効果的に活用し、経営の変革をと願ってはおりますが、人材・コスト・どうすれば効果があらわれるのか具体的に考えられません。現在それ程の仕事量がないのが一番の問題であります。(T市 建設業)
<input type="radio"/>	(情報化が) 必要な事はよくわかるがなかなか頭がついて行きにくい。(R市 卸売業・小売業)
<input type="radio"/>	情報化推進の目的は何か。一般的な必要論ではなく、必然性となると個々の企業や業種、業界によって全く異なってくるのではないか…? また情報の特質は何かを明確にする必要があると思う。(S市 製造業)
<input type="radio"/>	いばらきブロードバンドネットワークと中小企業の接点が今ひとつわからない。(M市 サービス業)
<input type="radio"/>	結果に対する今後の展望を広く知らしめてほしい。(M市 その他)
<input type="radio"/>	アンケート等はインターネットから出来るように希望します。(H市 製造業)
<input type="radio"/>	日本全体で通信速度が同様に普及していないと送る方は問題ないが受ける方が大変になる為、光ケーブル通信とモバイルの環境(PHS)が同じ速度で開発していく様に思っています。(今回の調査意見でなく申し訳ありません)(H市 製造業)
<input type="radio"/>	情報化を目指す一方で、コスト面のスキルの面など解決しなくてはならない問題も数多く残されている。(M市 その他)
<input type="radio"/>	問15は第1に行政機関の内部(データ量や内容)が十分に利用できるものにして欲しい。(T市 製造業)
<input type="radio"/>	(いばらきブロードバンドネットワークは) 公共性の強いネットワークで今後に期待しています。施設状況・利用状況にとどまらず、職員間のネットワークの充実にも力を入れてください。(Y町 その他)
<input type="radio"/>	HIT VAN、回線数等の問題等いろいろあり、ISDNで十分。(H市 製造業)
<input type="radio"/>	(いばらきブロードバンドネットワークは) テレビでは見た事はありますが、詳しくとなるとわかりません。(T市 建設業)
<input type="radio"/>	IT化については、大変重要と感じていますが、勉強不足と導入方法がよく解かりません。更につかいこなせないもどかしさが解決できなくています。定着するまでの長期的な指導方法があると助かります。(M市 サービス業)
<input type="radio"/>	県における牛肉トレサビリティーにおいての指導又情報の向上をお願いします。(M市 小売業)
<input type="radio"/>	情報化を進めるに当たって、地域別(インフラ)、要求項目別に具体的な情報提供をしていただきたい。(A町 製造業)

III 調査票

情報化実態調査票

貴社の概要等についてご記入ください。以下、該当する□にレ印を記入してください。

企業名							
所在地	〒						
業種	<input type="checkbox"/> 製造業	<input type="checkbox"/> 建設業	<input type="checkbox"/> 卸売業	<input type="checkbox"/> 小売業	<input type="checkbox"/> 飲食業	<input type="checkbox"/> サービス業	<input type="checkbox"/> 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				

※情報化とは、経営におけるコンピューターシステム及びその関連機器の導入及び情報の加工・活用を意味します。

【情報化の現状について】

問1 現在使用している情報機器について該当するものにレ印をつけてください。(レ印はいくつでも)

- | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> ①パソコン | <input type="checkbox"/> ②サーバー | <input type="checkbox"/> ③オフコン | ⇒問2へ |
| <input type="checkbox"/> ④ワークステーション | <input type="checkbox"/> ⑤汎用コンピューター | <input type="checkbox"/> ⑥POS端末 | |
| <input type="checkbox"/> ⑦PDA | <input type="checkbox"/> ⑧携帯電話 | <input type="checkbox"/> ⑨その他 () | |
- ⑩使用していない ⇒問6へ

- ※) サーバー；インターネットで見ることができる情報が入っているコンピューター
- ※) オフコン；一般事務処理に用いられる中規模コンピューター
- ※) ワークステーション；画像処理機能と通信機能をもった高性能コンピューター
- ※) 汎用コンピューター；事務処理など広い範囲の仕事ができるよう設計されている大型コンピューター
- ※) POS端末；ホストコンピューターと結ばれ、販売時点での情報管理を行うための端末
- ※) PDA；スケジュール管理、電子メール機能等を搭載した携帯用の情報端末

問2 パソコンの導入状況について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ①ほぼ1人1台 | <input type="checkbox"/> ②複数人で共有 |
| <input type="checkbox"/> ③専任者のみが利用 | <input type="checkbox"/> ④その他 () |

問3 情報ネットワークの接続方法について該当するものにレ印をつけてください。(レ印はいくつでも)

- ①公衆回線を利用し、LANを接続したコンピューターネットワーク(WAN)がある

- ②同一建物内などのコンピューターネットワーク（LAN）がある
③インターネットにつながっている
④ネットワークにつながっていない
⑤その他（ ）

問4 情報ネットワークについて該当するものにレ印をつけてください。（レ印はいくつでも）

- ①一般公衆回線 ②専用回線 ③ISDN
④ADSL ⑤IP-VPN ⑥CATV
⑦光ファイバー ⑧その他（ ）

※) 専用回線；利用者が電機通信事業者から借りて専用に利用できる回線
※) ISDN；電話・faxなどサービスを一つの回線を介して利用できる、デジタル総合サービス網
※) ADSL；上り回線に比べ下り回線の通信が高速である、非対称デジタル加入者線
※) IP-VPN；開放されたネットワークの中で、特定のユーザーだけが利用できる通信網、仮想閉域網
※) CATV；双方向通信が可能で、回線は電話・インターネットにも用いられる有線テレビ
※) 光ファイバー；グラスファイバーを用いて光信号を減衰させることなく送ることができる

問5 使用しているソフトウェアについて該当するものにレ印をつけてください。（レ印はいくつでも）

- ①財務会計 ②給与計算 ③人事管理
④販売管理 ⑤仕入・在庫管理 ⑥顧客管理
⑦生産管理 ⑧表計算 ⑨文書作成
⑩その他（ ）

問6 情報化の重要性について該当するものにレ印をつけてください。（レ印は1つだけ）

- ①非常に重要である ②重要である ③あまり重要ではない
④重要ではない ⑤その他（ ）

問7 自社の情報化の現状について該当するものにレ印をつけてください。（レ印は1つだけ）

- ①大変満足 ②やや満足 ③やや不満
④不満 ⑤その他（ ）

【情報化への取り組みについて】

問8 情報機器およびシステムの管理運用体制について該当するものにレ印をつけてください。
(レ印は1つだけ)

- ①専任部門がある ②特定部門が兼務している
③専任の担当者がいる ④他業務と兼任する担当者がいる
⑤各部門で管理している ⑥経営トップが管理している
⑦すべて外注している ⑧その他（ ）

問9 情報化に対する従業員教育について該当するものにレ印をつけてください。（レ印は1つだけ）

- ①社内で研修を行っている ②社外の研修に参加させている
③各自が個別に取り組んでいる ④行っていない
⑤その他（ ）

問10 情報化投資の実施状況について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- ①積極的に行っている ⇒問11へ
②必要に応じて行っている ⇒問11へ
③行っていない ⇒問12へ
④その他 () ⇒問12へ

問10で「積極的に行っている」あるいは「必要に応じて行っている」と回答された方のみお答えください

問11 1)重点をおく投資分野について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- ①機器の導入・更新 ②ネットワークの充実 ③システムの構築
④人材の確保・育成 ⑤その他 ()

2)直近の1年間で情報化に要した投資額について、該当するものにレ印をつけてください。

(レ印は1つだけ)

- ①50万円未満 ②50万円以上100万円未満 ③100万円以上500万円未満
④500万円以上1000万円未満 ⑤1000万円以上

※) 機器・ソフトウェア購入費、システム運用費、人件費等を含む

問12 業者に委託している業務内容について該当するものにレ印をつけてください。(レ印はいくつでも)

- ①ホームページの管理 ②コンピューターシステムの管理
③パソコンなど機器の管理 ④社員教育 ⑤その他 ()

【情報化の活用について】

問13 情報化により得られた効果について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

効 果	大 き い	ふ つ う	小 さ い	分 か ら な い
①コストの削減	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
②業務の流れの効率化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③人員の削減	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④業務スピードの向上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤社内・社外の情報共有化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥経営指標の把握と分析	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑦売上の拡大	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑧新規取引の開拓	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑨既存取引の強化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑩顧客満足度の向上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑪開発・設計力の強化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑫商品・サービスの品質向上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑬企業のイメージアップ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑭業務上の情報収集	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑮その他 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問14 情報化を進める上での課題・問題点について、該当するものにレ印をつけてください。
(レ印はいくつでも)

1) コスト面

- ①機器の導入等の費用がかかる
- ②ソフトの購入等の費用がかかる
- ③システム・機器等の保守・管理費がかかる
- ④通信費がかかる
- ⑤費用対効果が不明確
- ⑥特に問題はない
- ⑦その他 ()

2) 運用面

- ①事務処理が煩雑になる
- ②安全性や信頼性に問題がある
- ③社内に専門知識を有する者が不足している
- ④情報化の推進に関する相談者がいない
- ⑤機器やシステムを十分に使いこなせない
- ⑥通信速度が不十分
- ⑦業務に適したソフトがない
- ⑧特に問題はない
- ⑨その他 ()

問15 行政機関に期待する施策について該当するものにレ印をつけてください。(レ印はいくつでも)

- ①専門家の派遣
- ②助成金等の資金援助
- ③研修等の実施
- ④その他 ()

【今後の情報化について】

問16 情報化推進にあたっての担当者について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- ①すでに情報化を推進する役職者がいる
- ②社内で育成する予定
- ③社外から適任人材を採用する予定
- ④専門の役職者は必要ない予定
- ⑤委員会やプロジェクトチームなどが対応するので専門の役職者は必要ない
- ⑥その他 ()

問17 今後の情報化の進め方について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- ①今以上に情報化を進めたい ⇒問19へ
- ②状況を見て情報化を進めたい ⇒問19へ
- ③今以上に情報化を進める必要はない ⇒問18へ
- ④その他 () ⇒問19へ

問17で「今以上に情報化を進める必要はない」と回答された方のみお答えください

問18 その理由について該当するものにレ印をつけてください。(レ印はいくつでも)

- ①現状で大きな問題はない
- ②投資コストがかかりすぎる
- ③投資効果が見えない
- ④今後何をすればよいのか分からぬ
- ⑤対応する人材がない
- ⑥専門的なアドバイスがない
- ⑦その他 ()

【いばらきブロードバンドネットワークについて】

問19 茨城県では、平成15年4月共用開始をめざし、ITネットワーク社会づくりの基礎となる大容量情報通信基盤の整備を進めています。この「いばらきブロードバンドネットワーク」について該当するものにレ印をつけてください。(レ印は1つだけ)

- ①よく知っている ⇒問20へ
- ②ある程度知っている ⇒問21へ
- ③全く知らない ⇒問21へ

問19で「よく知っている」と回答された方のみお答えください

問20 「いばらきブロードバンドネットワーク」に期待する点がございましたらご記入ください。

問21 本調査に対するご意見・ご感想がございましたらご記入ください。

本調査に御協力いただきありがとうございました。返信用の封筒またはFAX(029-227-2586)にて返信くださいますようお願ひいたします。

第2章 平成14年度調査結果を踏まえた専門家の意見

「企業の情報化の現状と今後の展望及び中小企業への提言」

ITコーディネータ茨城 所属 鹿子幡 康雄
(あい・トウインズ 代表)

1. あなたの会社は、元

気でしょうか？

この様なご時勢の中、日々悩まれている経営者の方々が多いのではないでしようか。

売上確保、資金繰りは言うに及ばず、図1のように悩みは尽きないと思います。二極分化ということも言われてきましたが、今回の調査結果を見る限り、さすがに置いてきぼりで「蚊帳の外」になりつつある企業は少なくなっているように見受けられます。(回収率=約

3割の外数の社長さんが気掛かりですが…)

調査結果をみると予想以上の情報化投資が継続されており、9割近い企業がLANやインターネット接続を利用、4割の企業ではサーバーを活用しているという結果が出ています。では、あなたの会社ではこれほど投資した情報化・IT化が、経営にどの程度貢献しているのでしょうか。

「率直に言って、期待したほどのありがたみは感じない…」というのが本音ではありませんか。

「やはり、ITはバブルだった」のでしょうか？

ところで、あなたの会社では今回の調査にお答えになった(記入された)のは、どなたでしょう。

IT担当者?、情報関係の管理者?、それとも経営者ご自身?。

実は、この点が大変重要で、今回の提言の主題なのです。

2. 情報化・IT化って何だろう

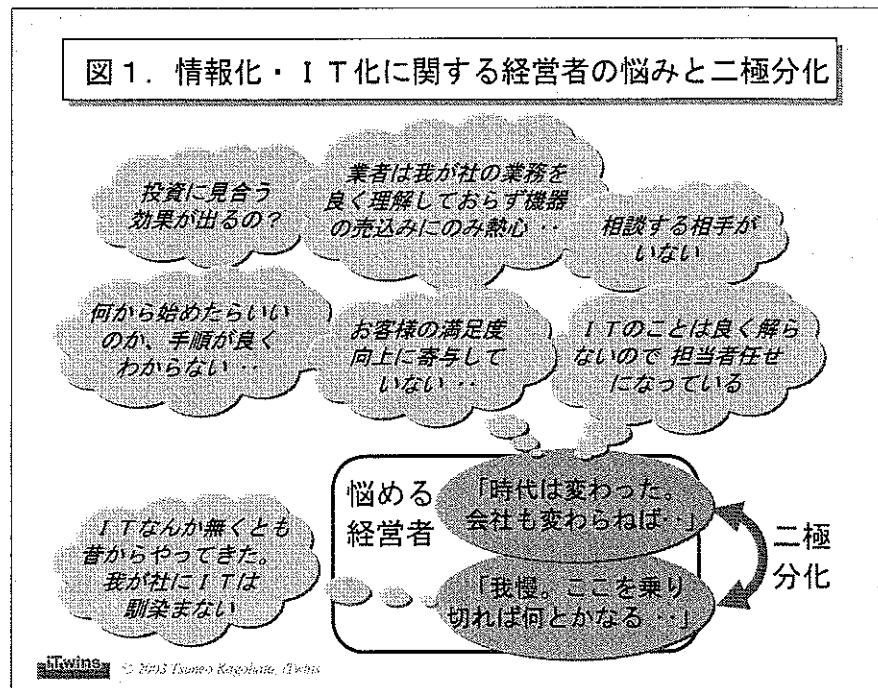
IT化って何でしょうか？

- ・パソコンを導入すること?
- ・LAN(ネットワーク)を組むこと?
- ・インターネットにつなぐこと?
- ・eMailを使うこと?

確かにこれらが無くてはIT化が始まらない部分もあります。しかし、これらはITの本質ではないのです。これらは単なる道具でしかないのです。しかも「打ち出の小槌」ではありません。ですから、セッセと投資しているにも拘わらず、ちっともありがたみが生まれて来ないので。

では、何が足らないのでしょうか。

それは、「情報化・IT化」の推進に当り、経営的な狙いが無いからです。どんなにりっぱな大工道具をそろえたとしても、それだけで家は建ちません。どんな家を建てるかを考える大工さんが必要になるのです。



ITの本質は、「時間」「場所」「質と量」を超える能力を我の中にできる事です。この新たな能力を経営にどう活かすかという視点が必要なのです。ですから、情報化・IT化を担当者に任せておいたのではダメなのです。担当者任せでは、「趣味のパソコン」に成り下がってしまいます。金のかかる道楽息子を抱えるようなものです。

経営トップを含め役員クラスまでを経営者と考えた時、経営者であるあなたは、自社の情報化・IT化にどれだけ拘わっていますか。確かに、「そうはいつても、ITのことなんか分からぬ」とでしょう。しかし、経営者は技術的な事など知る必要はないのです。必要なのは、「ITの本質は何か?」「ITで出来る事は何で、出来ない事は何か?」を理解することなのです。多少の勉強は必要となるでしょうが、経営者であるあなたがこれくらいの勉強をしないとすればそれは怠慢でしょう。(社員に対する背信行為かも分かりません)

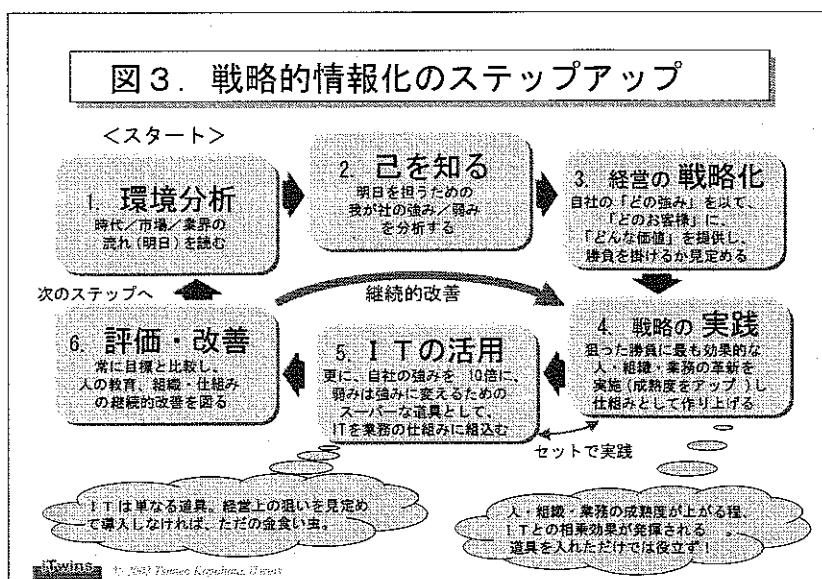
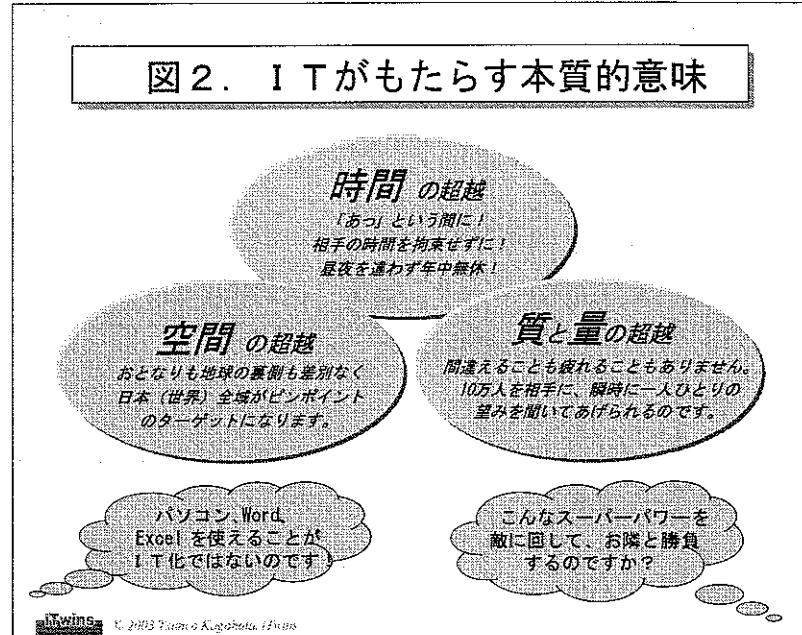
経営上のビジョン(狙い)が決まれば、それをどう実現するかは能力のある人間を見つけ出しあらわせば良いのです。大切なのは、経営者がビジョンを一貫して示し続けることで経営者の狙いを会社の隅々まで浸透させ、この狙いを実現するための「情報化・IT化」を計画・推進させ、更にこれを最後まで見届けることなのです。

3. だとして、何から考えれば…

「戦略が無くて消滅した会社は多いが、戦略が間違っていて消えた会社はない」と良くいわれます。まず必要なのは経営者のビジョンに基づく「戦略」です。「抜きん出るための他社に無い特徴」を作り上げることです。別な言い方をすれば「我が社は何で勝負するか」をはっきりと意識することです。

「我が社に強みなど無い?!」。何をおっしゃる。強みはあるのです。こんな時代に生き延びて来たのですから! 単に気付いていない、分析が出来ていないだけなのです。

さて、戦略という頭の痛い言葉が出て来ましたが、要は図3のステップを一度じっくり辿ってみれば良いのです。これを実践するには、経営者のレベルで徹底的に議論することも必要でしょう。場合によっては、あなた自身も会社そのものも、これまでの発想を変えねばいけないかも分かりません。「何を以て勝負する



か」が明確になれば、ITの持つ「時間」「場所」「質と量」を超えるという能力がどのように役立つか見て来るはずです。ちなみにこの時、図3に示した経営革新とIT化・情報化とは「セットで実践」するという考え方がとても大切です。旧態依然の仕組みにITを接ぎ木しても下手物が誕生するだけだからです。

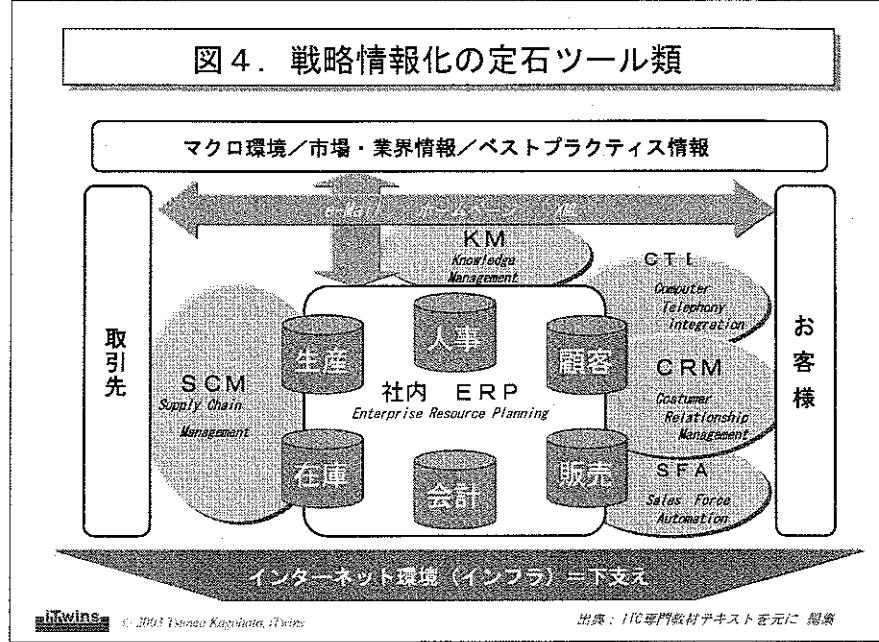
さて、多少大風呂敷を広げてしましましたので、図4に「ITで何ができるか」の典型的なものを示しておきましょう。個々の詳細は市販本に譲るとして、大きな見方についてのみ説明します。まず、図の中心の部分が社内の業務に関する部分です。この部分は、パッケージソフト等の導入により比較的容易に合理化も可能です。この部分は、直接的に売上の増加に寄与する部分では有りませんが、大幅な省力化／リードタイム短縮、情報の共有化など業務改善面での貢献度は大きく、会社の基礎体力や効率を高める面では非常に重要です。但し、この部分では各々の処理を個別に扱うのではなく、それぞれの処理やデータを相互に使い回せるような、有機的に相互に連携した仕組みを目指すことが大切です。櫛の通った一貫した計画が必要です。

一方、ITがその本来の力を発揮するのはその外側の部分です。すなわち、社外の関係先とどのように密接につながり効果的な関係を維持するかを実現する部分です。業種によらずお客様なしの商売など有り得ないでしょう。お客様のニーズを常に的確に掴み、いかに自社の「強み・売り」を以てタイミングの高い価値を、お客様に提供してゆけるかが最終的な勝負になるはずです。

このような状況で考えると、我々中小企業にとって最も戦略的にITを活かすべきは、この図4の右側「CRM = Customer Relationship Management」の部分になるでしょう。お客様に寄り添いそのニーズ・ウォンツを先取りし、独自の高い価値を提供することで、いかにお客様の満足と感動を得続けるか。ここに新たな商売とIT活用のネタが埋もれているに違いありません。製造業であろうと建設業であろうと、全く同じはずです。

4. 例えば、ITを使えばこんなことになるのです

ITの力を徹底的に活かした流通業の例として、オンラインショップ「Amazon.com」（インターネット上の通信販売店）があります。本屋で見つからない本でも、「Amazon.com」ならまず簡単に見つかります。夜中であろうとWeb（インターネット）上で注文すれば、通常は翌日に手元に届いてしまいます。何よりも便利なのは注文品の在庫状況、配送状況が常にWebページを通して見られることです。状況が、「在庫確認→梱包中→配送手配中→配送中」と手に取る様に確認できるので、いつ届くのかとイライラすることもありません。もちろん、個別に配達日時指定も可能ですし、近所のコンビニでの代引き受取りも簡単です。おまけにWeb上の注文画面では、「この本をお求めなら、こんな楽しい関連グッズもあるよ！」と心をくすぐられるような情報を提供してくれます。利用すればするほどこちらの思いを汲取った嬉しさを提供してくれる所以、自然と「またあそこで…となる訳です。世界中の何万人というお客さまを相手に、これらのサービスを人海戦術で（電話やFaxで）個別にや



ろうとしたらどんなことになるか想像してみて下さい。つまり「Amazon.com」は、ITの特質を最大限に活用することで自社の強みを顧客価値に転換し、お客様に「満足と感動」を提供しているのです。

一方、この仕組みを「Amazon.com」の立場から見ると、実はWebを通して「顧客」のニーズ・ウォンツをつぶさに観察出来る仕組みとなっているのです。つまり顧客が「ページをどのように辿っていったか」「どのページに長く留まっていたか」「人気がある商品はどれか」「どのようなキーワードが良く検索されるか」など、お客様のニーズや関心事を具体的に把握出来るのです。これらの情報を戦略的に分析することで、お客様自身も気付いていない無意識な期待にも答えて行く仕組みに作り上げ、増えその価値を高めてゆけるのです。

5. ところで、我が社の「情報化・IT化」はどうしよう

「Amazon.com」の例は、ITが持つ「時間」「空間」「質と量」を超える力を巧みに活かした典型的な例でしょう。我々が一気にこのレベルに到達することは望むべくもありませんが、ここまで出来ないとしても我々が取組める事はいくらでもあるのです。例えば、先に図4で示した「CRM」の第一歩は、お客様のことを良く知ることです。パソコン1台あれば、お客様との取引経緯を蓄積しこれを分析することで、先手を打ったサービスをお客様に提供することも可能です。あるいは身近な携帯メールを使えば、お得意様にタイムリーに特別セールのお知らせをし、喜んで頂く事も簡単です。何か特別なことを考える訳ではないのです。ITの持つ潜在力を理解すれば、その応用は無限に広がります。必要なのは、ITの持つこれらの力をどのように我が社の経営に活かすかを考える事なのです。

さて、ITの持つ力について整理する時に先の図2と図4が役に立ちます。また、戦略的情報化を考える時には、図3のステップが役に立つはずです。あなたもチャレンジしてみる以外にないでしょう。

実は、「情報化・IT化」に取組む時に、もう一つヒントがあります。それは「成熟度」という視点です。「成熟度」には経営を含めた様々な視点がありますが、図5に情報化の視点での主な評価項目を掲げます。成熟度は、以下のように利用することになります。

- (1) まず、自社の現状の成熟度を正しく把握する
- (2) 次に、この自社の成熟度を1つ上げるために、自社に必要な手を打つ
- (3) この(1)(2)を着実に繰り返す

先の例の「Amazon.com」は、成熟度のレベルでいえば4～5でしょう。これはもう、世界のトップレベルの実力です。一方、我々が目指すべき目標は「成熟度3」で十分です。このレベルが達成出来れば、情報を戦略的に活用出来る段階といえます。ここを目指して一歩一歩登つて行く必要があるのです。

成熟度は飛び越しては上がれません（飛び越すと、まず失敗します）。全社を挙げて取組んだとして

図5. 自社の情報化成熟度の評価

①電子情報の活用度合い

具体的な内容	Check
0 紙ベースで情報利用	
1 個人ベースで電子情報利用	
2 部分的に共有して電子情報利用	
3 全社で共有して電子情報利用	
4 知識共有が実現されている	
5 企業間において知識共有	

②人材のIT成熟度

具体的な内容	Check
0 IT知識がわかる人材がない	
1 ある程度のIT知識をわかる人材がいる	
2 IT知識普及を推進する人材がいる	
3 全社レベルで業務にIT活用ができる人材がいる（全社IT管理者）	
4 IT戦略企画ができる人材がいる	
5 ITプラス経営戦略がわかる人材がいる	

③インフラ（下地、基盤）

具体的な内容	Check
0 ITインフラ無し	
1 パソコンの単独利用がされている	
2 部分的な社内ネットワークインフラを活用	
3 全社的なネットワークインフラを活用	
4 全社でインターネットを活用	
5 企業間でネットワークを利用	

④業務の処理手順（企業文化）

具体的な内容	Check
0 文書化されていない	
1 部分的に文書化されている	
2 全体が文書化されている	
3 全社がよく運用されている	
4 例外を含めて継続的な改善を実施している	
5 アライアンスを組む場合も運用している	

も、成熟度を1つ上げるには1年程度の取組みが必要でしょう。成熟度が上がるということは、仕事の仕組みや企業文化、すなわち「人」そのものが変わる必要があるからです。ここにも経営者のビジョンとリーダーシップが必要な理由があります。長期戦になる訳です。一貫したビジョンや方針が無ければ途中で息切れしてしまうのです。成熟度が上がれば、即ち図3にある「セットで実践」が実現出来たことになります。その時には会社は生まれ変わっているのです。

以上、情報化・IT化の取組みについて述べてきましたが、この「情報化・IT化」に一般的な正解はありません。企業毎に生まれも育ちも得意技も違うのですから当然です。他社の成功事例をまねてみても大やけどをするのが落ちでしょう。言うならば、経営者であるあなた自身のビジョンとそれを実現しようとする意志、それ自体が「正解」なのです。まずは、あなたのビジョンに従い、会社の情報化成熟度を一步上げることから始めるのが良いのです。

6. 最後に

日々の業務に追われ、飛び回っている経営者のみなさん、明日の経営資金の心配無しには確かに経営は成り立たません。しかし、このままでは、うまく行ったとして同じ事の繰り返しでしょう。

「棚ぼた」の時代は終わりました。コツコツやれば報われる時代も終わりました。自ら強い意志を以て仕掛けねばならない時代になったのです。今、中小企業である我々もITというかつて無い強烈なパワーを味方に出来るようになりました。自社の特徴・強みを整理し、抜きん出るための戦略を考え、ITを味方にして、お客様に満足と感動を提供してゆくための革新が必要なのです。

政府も年初から始まった「IT優遇税制」をはじめ、さまざまな情報化優遇制度を用意し我々中小企業の後押しをしてくれています。県や地域の商工団体も種々の支援制度を準備しています。また、経営革新や戦略的情報化の推進にあたり不安や人材不足があれば、中小企業振興公社の専門家派遣制度や商工会議所のエキスパートバンクが心強い味方になってくれます。あと必要なのは、経営者であるあなた自身の意志決定のみなのです。

これからは、まさに淘汰の時代でしょう。公立学校や公務員までもが淘汰の波にさらされています。ましてや、民間企業は「何をか言わんや」です。是非とも我々は、「抜きん出る強い意志」を以てチャレンジし、淘汰の波の外側に抜け出したいものです。

図6. まとめ

- 経営者のビジョンとリーダーシップが明日を制す
 - トップのビジョンが全ての始まり（抜きん出る意志）
 - 成熟度UP = 狙いを定めた人・組織・業務の改革が不可欠
 - 少少のコストと相応の時間が絶対必要
経営者は自ら首を突っ込んで、意志決定し続けるべし
- 助っ人を有効活用すべし
 - 自社だけで取り組むには限界あり（人材、ノウハウ）
助っ人を見つけよう（経営革新、戦略情報化に定石あり）
 - 公的支援機関（県中小企業振興公社、商工会議所等）や
信頼できる民間団体など、まずは身近な支援者に相談してみるべし

iTwins © 2003 Turner Keypoint Studios