茨城県内中小企業における

インターネット利用実態調査報告書

（平成２０年度）

平成２１年３月

財団法人 茨城県中小企業振興公社

目　　次

Ⅰ　調査要領 1
1　調査目的 1
2　調査対象 1
3　調査項目 1
4　調査方法 1
5　調査時点 1
6　回答状況 1

Ⅱ　回答企業の概要 2
1　業種別 2
2　資本金別 2
3　従業員数別 2

Ⅲ　調査結果概要 3

Ⅳ　調査結果 5
1　インターネット利用状況 5
（1）インターネット利用率 5
（2）業種別インターネット利用率 5
（3）インターネットの利用目的 6
（4）通信回線 7
（5）セキュリティ対策 7
（6）セキュリティ対策の内容 7
（7）通信量 8
（8）通信量が増えた理由 8
（9）通信量が減った理由 9
（１０）インターネットを利用していない理由 9
2　自社ホームページ開設状況 9
（1）自社ホームページ開設率 9

（２）活用方法 10
（３）開設効果 11
（４）更新頻度 11
（５）１か月平均アクセス数 12
（６）アクセス数増加対策 12
（７）自社ホームページを開設していない理由 13
３　受注業務におけるインターネット活用状況 13
（１）受注業務におけるインターネット活用方法 13
（２）年間売上高に占める電子商取引の割合 14
４　発注業務におけるインターネット活用状況 14
（１）発注業務におけるインターネット活用方法 14
（２）年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合 15
５　インターネット以外のＩＴ活用状況 15
（１）インターネット以外のＩＴ活用率 15
（２）インターネット以外のＩＴ活用内容 15
（３）インターネット以外のＩＴを活用しない理由 16

Ⅰ　調査要領

１　調査目的

県内中小企業のインターネット等の利用動向を把握し，中小企業の情報化支援の充実に資する。

２　調査対象

県内中小企業　３，０００社

（当公社が保有している企業情報データベースの業種別構成比率に応じて無作為抽出）

３　調査項目

別添調査票のとおり

４　調査方法

郵送によるアンケート方式

５　調査時点

平成２０年１１月１日現在

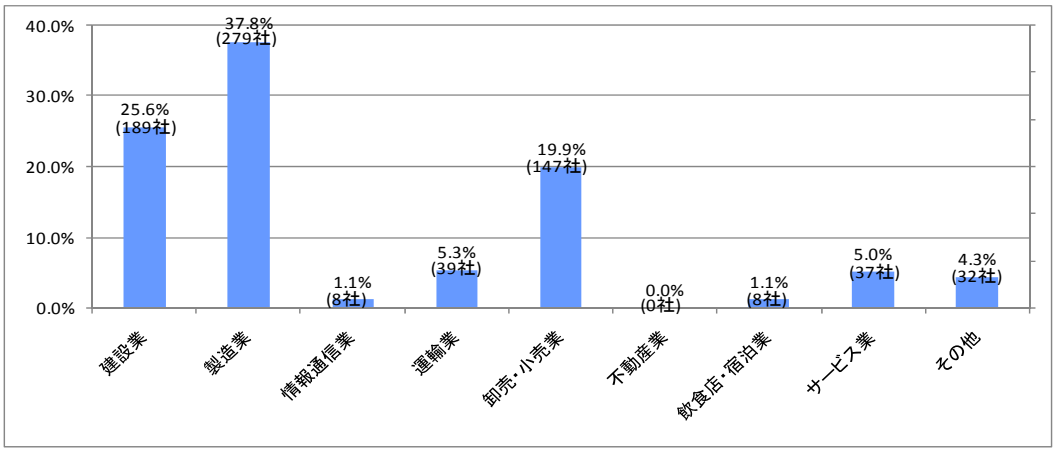
６　回答状況

回答数　７３９社（回答率　２４．６％）

Ⅱ　回答企業の概要

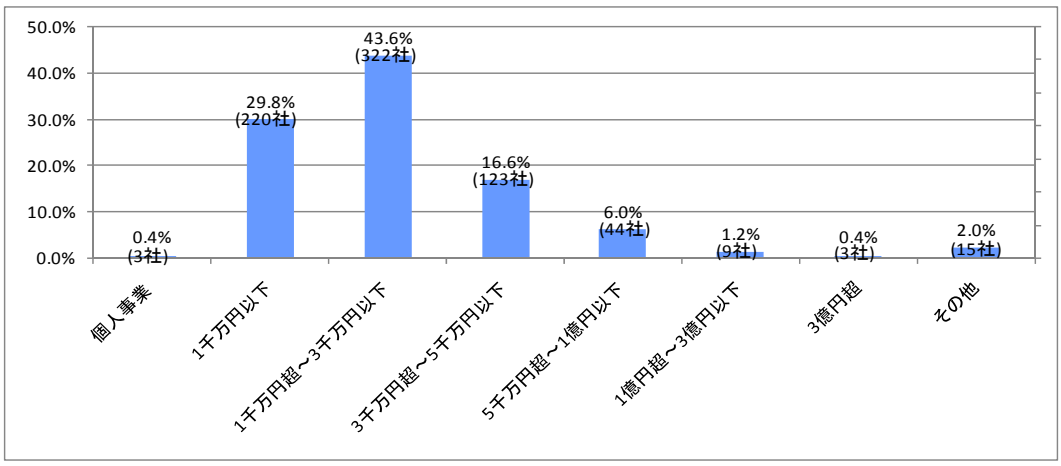
1　業種別

製造業，建設業，卸売業・小売業の 3 業種で全体の 83.3%を占める。



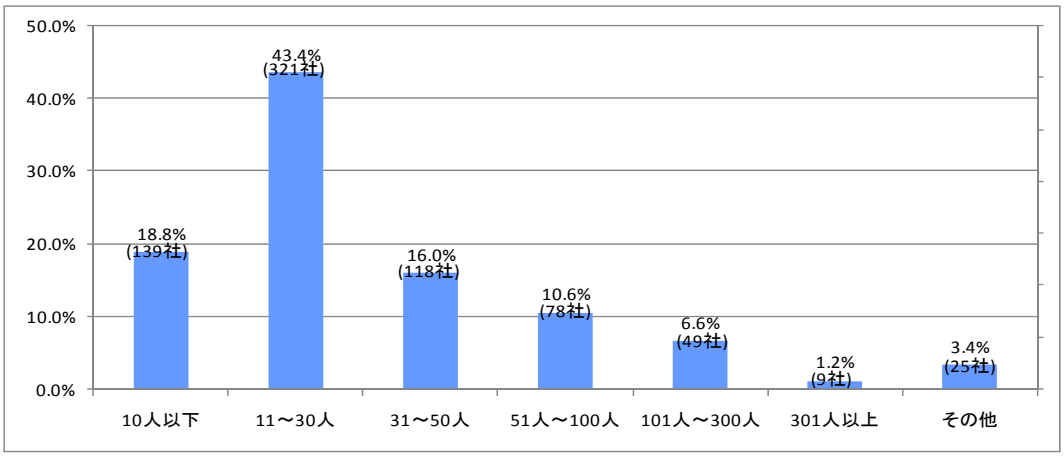
2　資本金別

5 千万円以下が全体の 90.4%を占める。



3　従業員数別

100 人以下が 88.8%を占める。



Ⅲ　調査結果概要

１　インターネット利用状況

【県内中小企業のインターネット利用率は９割超で推移】

県内中小企業のインターネットの利用率は，前年比 0.5 ポイント増の 95.8%で，業種によるインターネット利用率に大きな差はなく，全ての業種で高い利用率で推移した（最も利用率の低い運輸業でも 87.2%の利用率）。

本調査回答企業の約９割が従業員数 100 人以下の規模であるため，単純比較はできないが，従業員数 100 人以上の企業の全国平均は 98.7%（総務省平成１９年通信利用動向調査）となっている。

【受発注業務にインターネットを活用する企業が５割を突破】

受発注業務にインターネットを活用している企業は前年比 10.9 ポイント増の 52.3%へ増加し，初めて５割を超えた。

【光ファイバーの利用がＡＤＳＬ利用を上回る】

ブロードバンド回線（光ファイバー，ＡＤＳＬ，ＣＡＴＶ）を利用している企業は 87.5%（前年比 2.5 ポイント増）と微増で推移しているが，インターネット利用企業における光ファイバーの利用率が前年比 7.9 ポイント増の 43.8%へと増加する一方，ＡＤＳＬ回線は前年比 4.1 ポイント減の 42.8%へと減少し，光ファイバー利用がＡＤＳＬ利用を初めて上回り，光ファイバーへの移行が進展する結果となった。

利用頻度の増加や大容量データの取り扱い等による通信量の増加が要因の一つであると考えられる。

なお，ブロードバンド環境にない企業も依然 12.5%あるが，前年比 2.5 ポイント減と減少傾向にある。

【セキュリティ対策の実施率は９割超で推移】

セキュリティ対策を実施している企業は 94.7%と前年比 3.8 ポイント増加した。

【6 割超の企業で通信量が増加】

通信量が増えた企業は 61.5%で，その理由として約８割の企業が利用頻度の増加を挙げている。

２　自社ホームページ開設状況

【自社ホームページの開設率は５割超で推移】

自社ホームページを開設している企業は 54%（前年比 1.1 ポイント増）であり，そのうち，９割超が自社のＰＲ目的に利用している。

【7 割を超える企業が自社ホームページの効果を実感】

自社ホームページの開設効果があったとする企業は7割を超えており,その有効性が窺える。
特に「自社製品等に対する照会・問合せが増えた」企業は43.7%と前年比10ポイント増で大きく伸びた。
一方，特に効果がないとした企業も29%で前年比横ばいで推移している。

【頻繁に更新できない企業が過半数を占める】

更新できている企業で最も多い更新頻度は，四半期に１回の25.7%であり，更新できていない企業も26.3%と多いことが窺える。
週に１回以上更新している企業は14.3%と少ない結果となった。

３　受注業務におけるインターネット活用状況

【自社ホームページで製品等をPRしている企業が5割超】

自社ホームページ上で製品等をＰＲしている企業が前年比14.2ポイント増の53.7%と増加し，次いで「インターネット上の受発注ネットワークへの登録」が40.9%（同9.2ポイント増）で続く。自社ホームページに受注を受け付ける機能がある企業も24.6%（同4.1ポイント増）と増加した。

【年間売上高に占める電子商取引の割合10%超の企業が増加】

年間売上高に占める電子商取引の割合が10%以上を占める企業が28.1%（前年比6.8ポイント増）と増加した。
一方，実績がなかった企業も17.7%（同2ポイント増）と微増した。

４　発注におけるインターネット活用状況

【発注先の検索が5割超】

発注（調達）先を検索している企業が前年比30.2ポイント増の54.5%と大きく伸びた。次いで「インターネットショッピングモールから調達している」が36.1%（同20.6ポイント増），「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」が30.9%（同4.4ポイント増）と続く。

【年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合が全体的に増加】

年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合「5%未満」が59%（前年比5.2ポイント増）と半数を占め，次いで「10%以上」が19.7%（同8.9ポイント増），「5%以上10%未満」が10.3%（同3.5ポイント増）となった。

５　インターネット以外のＩＴ活用方法

【社内ＬＡＮの整備率が6割超】

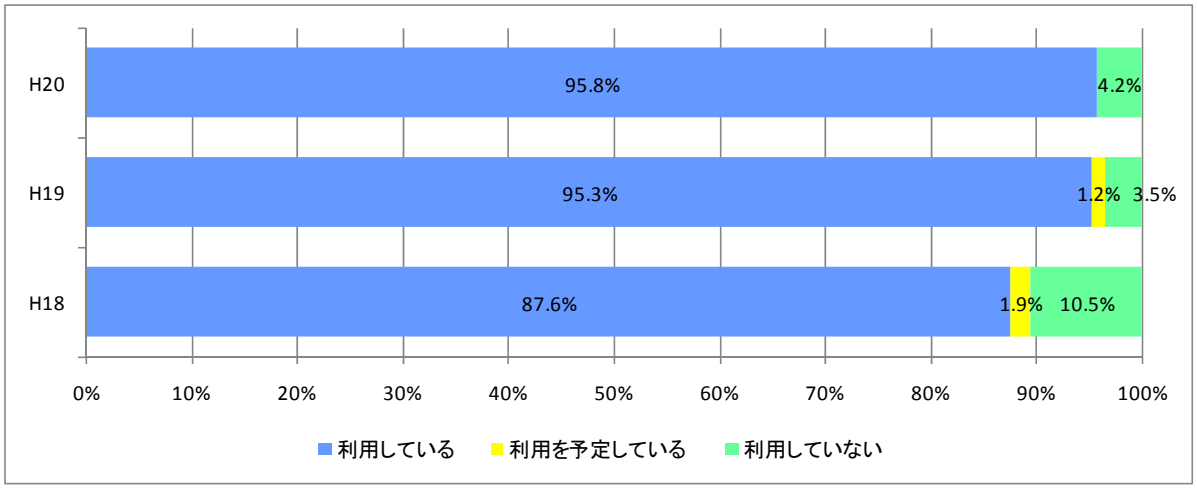
インターネット以外でＩＴを活用している企業は76.6%あり，社内ＬＡＮが65.5%，販売管理・顧客管理が55%，企業会計が53.7%の企業で整備・導入されている。
ＩＴを活用し，業務効率化を図る上でもさらなる進展が望まれる。

Ⅳ　調査結果　　※集計は設問毎の有効回答数（未回答等を除く）の割合

１　インターネット利用状況

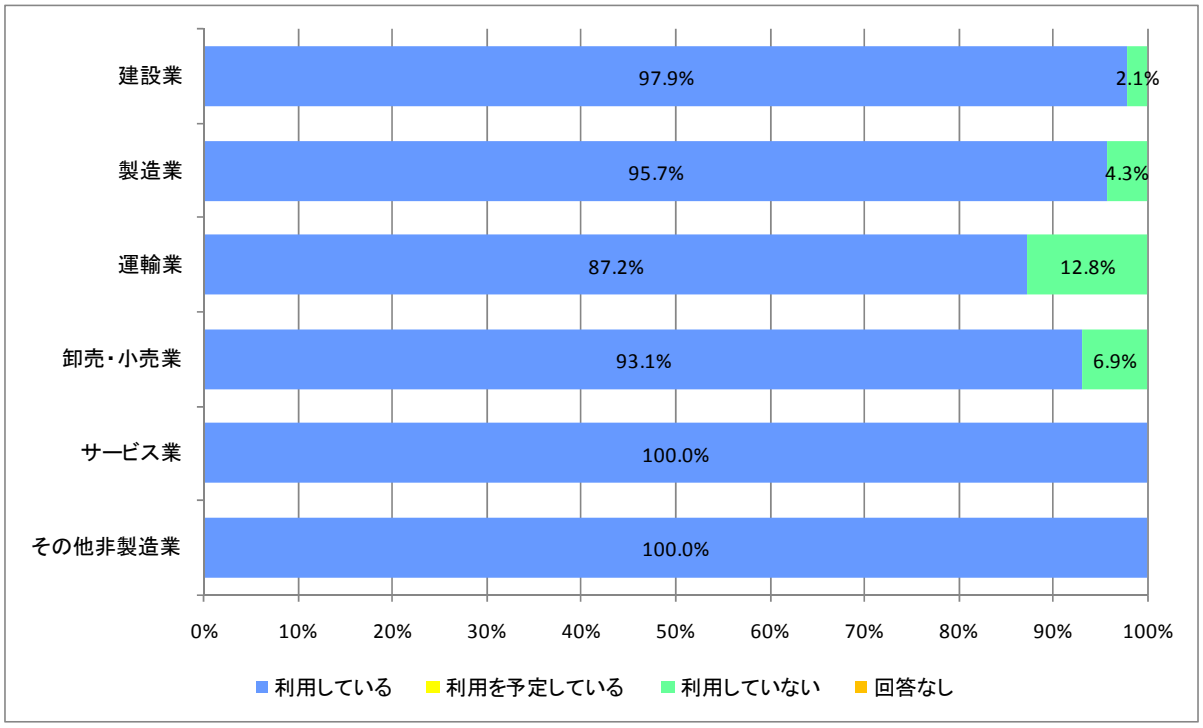
（１）インターネット利用率

インターネットを「利用している」県内中小企業は 95.8%（前年比 0.5 ﾎﾟｲﾝﾄ増）で横ばいで推移した。



（２）業種別インターネット利用率

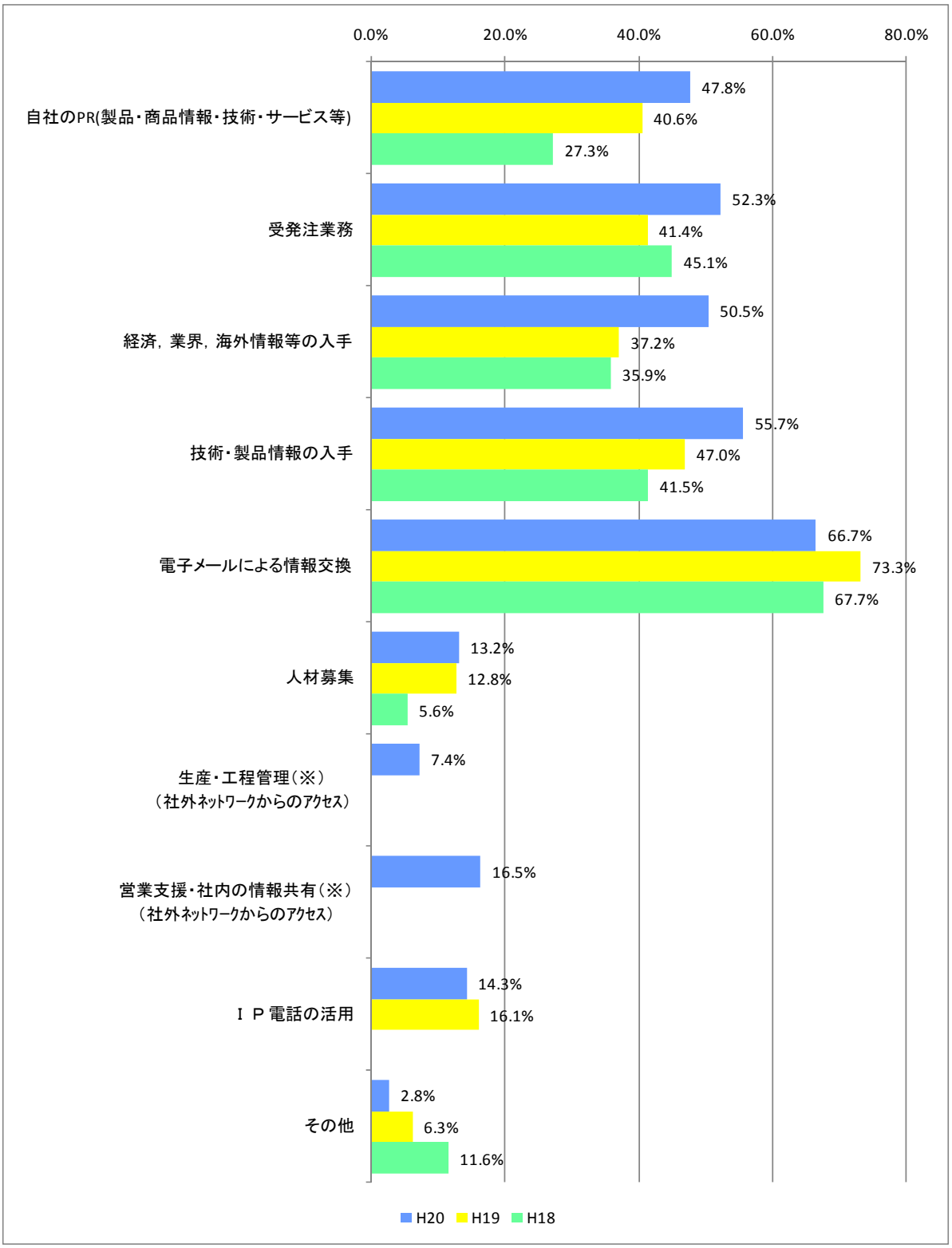
最も利用率の低い運輸業で 87.2%（前年比 2.3ﾎﾟｲﾝﾄ減）であるが，その他の業種によるインターネット利用率は 93.1%～100%と大きな差異はなく，高い利用率となっている。



（３）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 66.7%（前年比 6.6 ポイント減）と最も高い利用率となった。

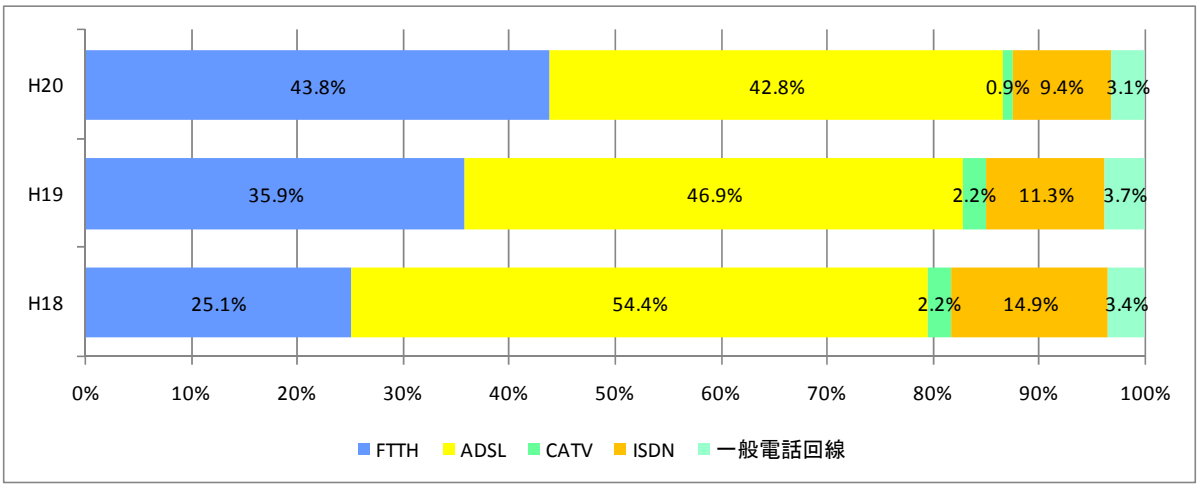
次いで「技術・製品情報の入手」が 55.7%（同 8.7 ポイント増），「受発注業務」が 52.3%（同 10.9 ポイント増），「経済，業界，海外情報等の入手」が 50.5%（同 13.3 ポイント増）と続く結果となった。



（４）通信回線

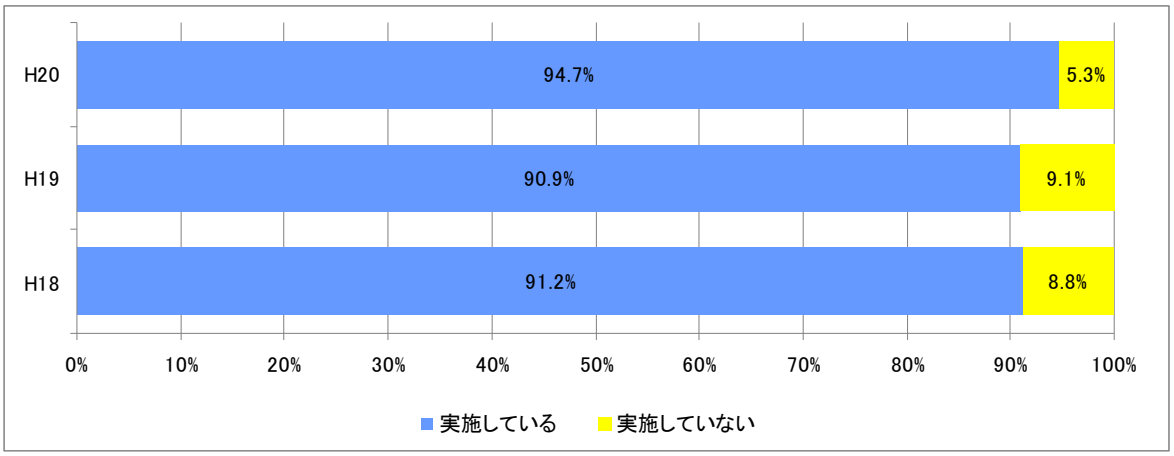
ブロードバンド回線（ＦＴＴＨ（光ファイバー），ＡＤＳＬ，ＣＡＴＶ）を利用している県内中小企業は 87.5%（前年比 2.5 ﾎﾟｲﾝﾄ増）と微増で推移した（ナローバンド回線（ＩＳＤＮ，一般電話回線）の割合は 12.5%（同 2.5 ポイント減）と減少傾向）。

内訳を見ると，インターネット利用企業における「ＦＴＴＨ」利用が 43.8%に増加（同 7.9 ﾎﾟｲﾝﾄ増）し，「ＡＤＳＬ」利用の 42.8%（同 4.1 ﾎﾟｲﾝﾄ減）を初めて上回る結果となった。



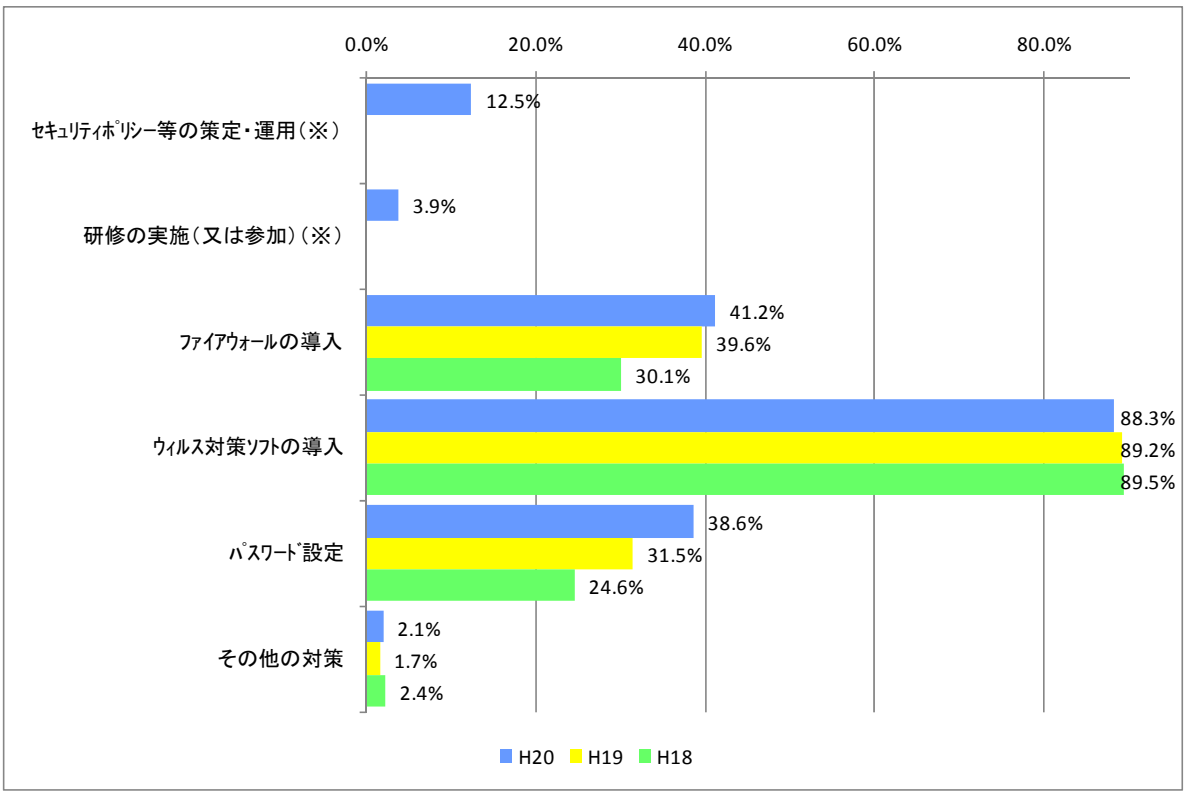
（５）セキュリティ対策

セキュリティ対策を「実施している」県内中小企業は 94.7%（前年比 3.8 ポイント増）へ増加した。



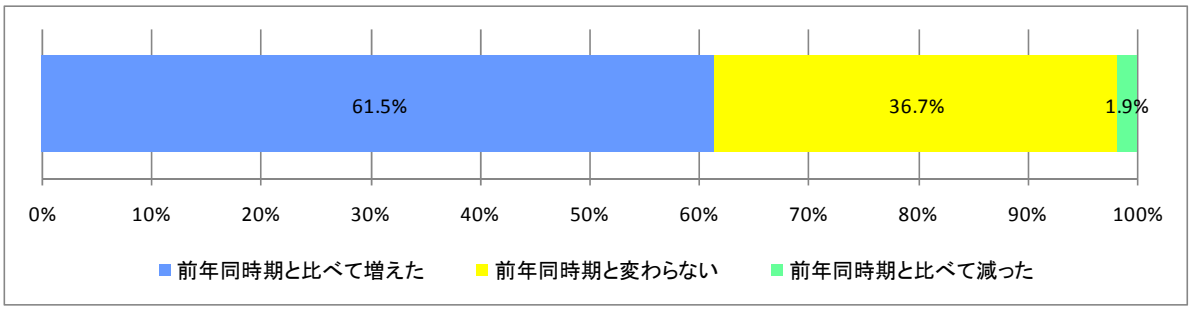
（６）セキュリティ対策の内容

セキュリティ対策を実施している企業に，その内容を聞いたところ（複数回答），昨年同様，「ウィルス対策ソフトの導入」が 88.3%と最も多く，次いで「ファイアウォールの導入」が 41.2%，パソコンへの「パスワード設定」が 38.6%と続く結果となった（いずれも横ばいで推移）。



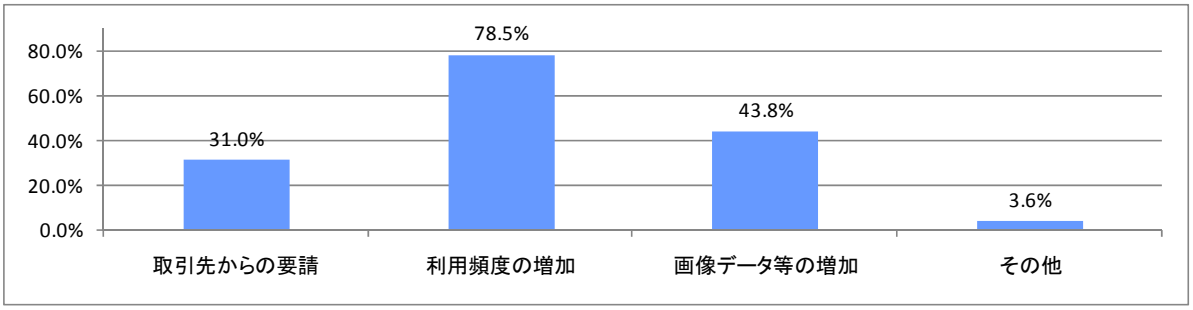
（７）通信量（※）

通信量については，「前年同時期と比べて増えた」が 61.5%，「前年同時期と比べて変わらない」が 36.7%，「前年同時期と比べて減った」が 1.9%であった。



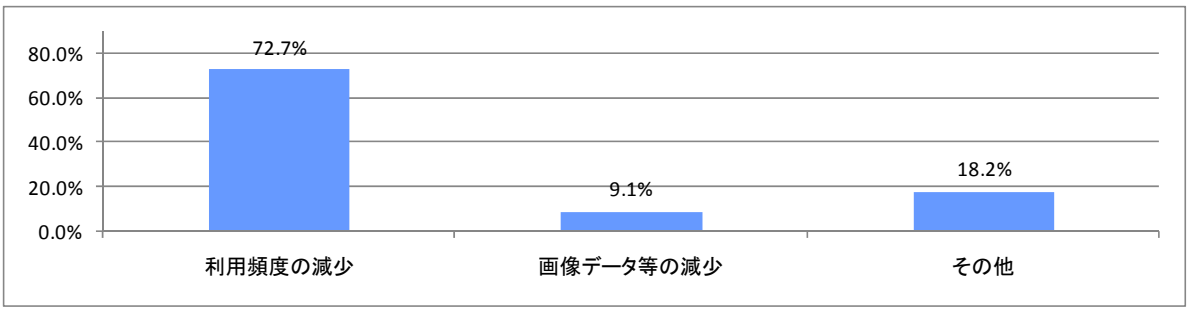
（８）通信量が増えた理由（※）

通信量が増えたと回答した企業に，その理由を聞いたところ（複数回答），「利用頻度の増加」が 78.5%と最も多く，次いで「画像データ等の増加」が 43.8%，「取引先からの要請」が 31%と続く結果となった。



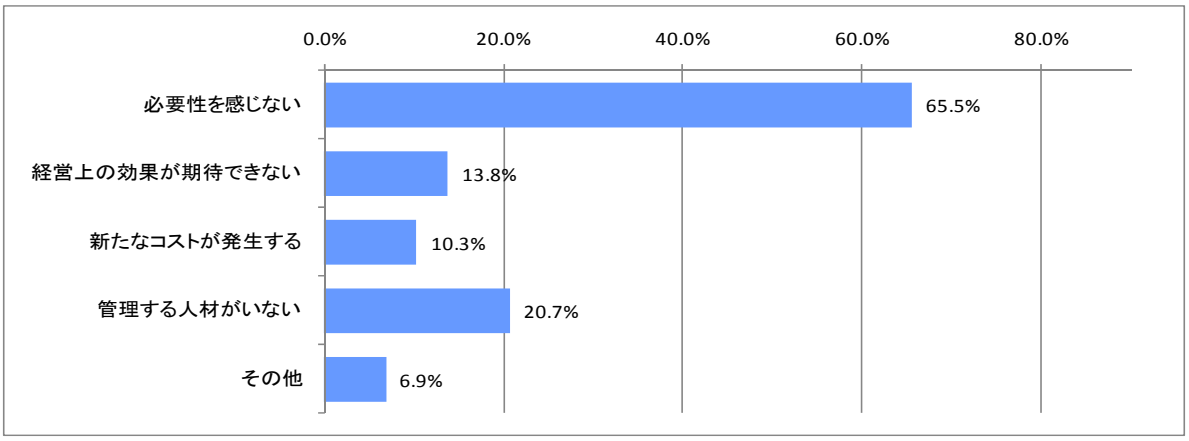
（９）通信量が減った理由（※）

通信量が減ったと回答した企業に，その理由を聞いたところ（複数回答），「利用頻度の減少」が 72.7%と最も多い結果となった。



（１０）インターネットを利用していない理由

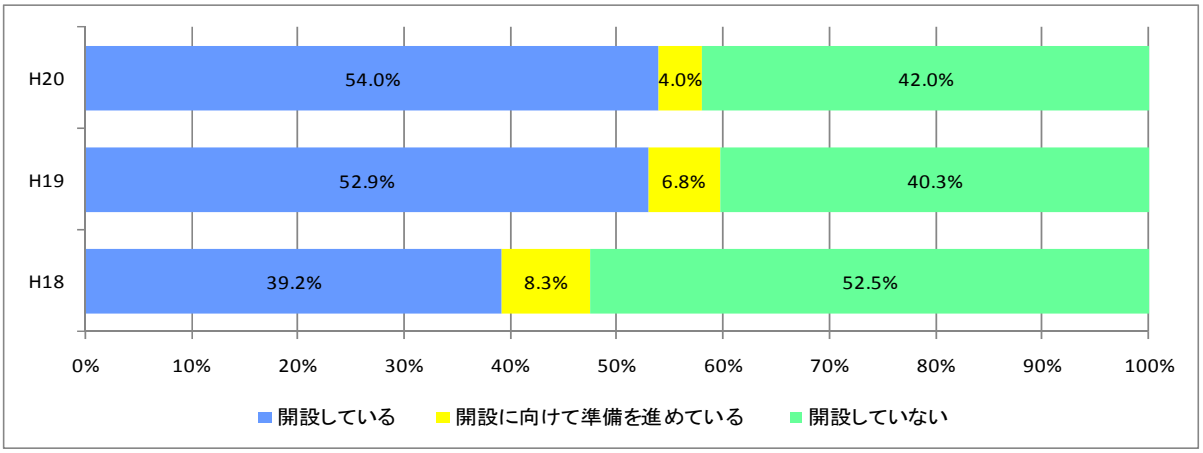
インターネットを利用していないと回答した企業に，その理由を聞いたところ（複数回答），「必要性を感じない」が 65.5%と最も多く，次いで「管理する人材がいない」が 20.7%，「経営上の効果が期待できない」が 13.8%と続く結果となった。



２　自社ホームページ開設状況

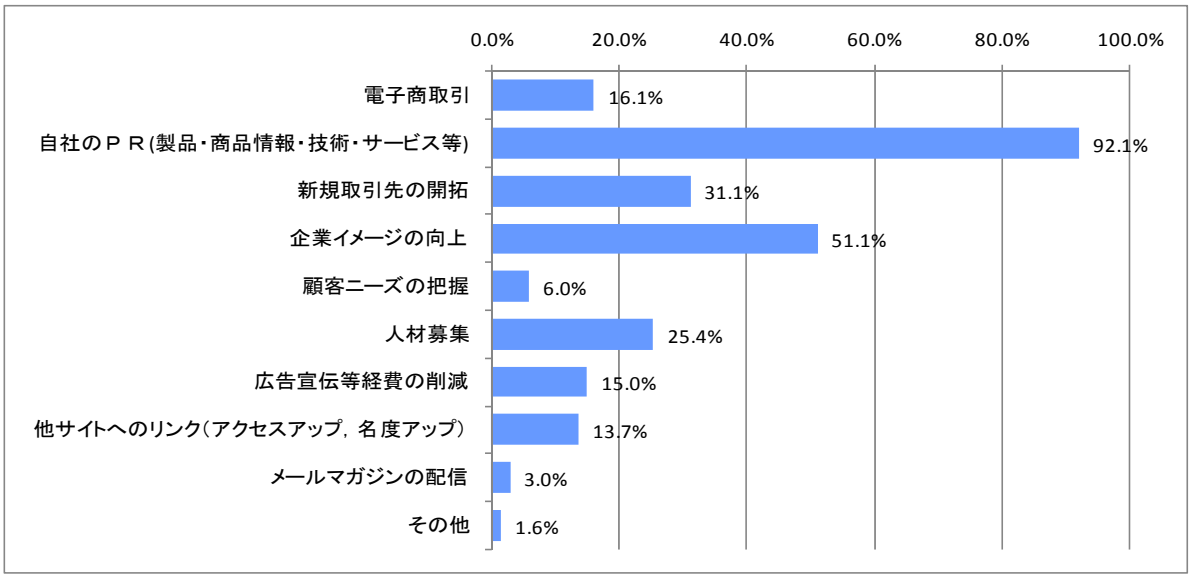
（１）自社ホームページ開設率

自社ホームページを「開設している」企業は 54%（前年比 1.1 ﾎﾟｲﾝﾄ増）で横ばいで推移した。

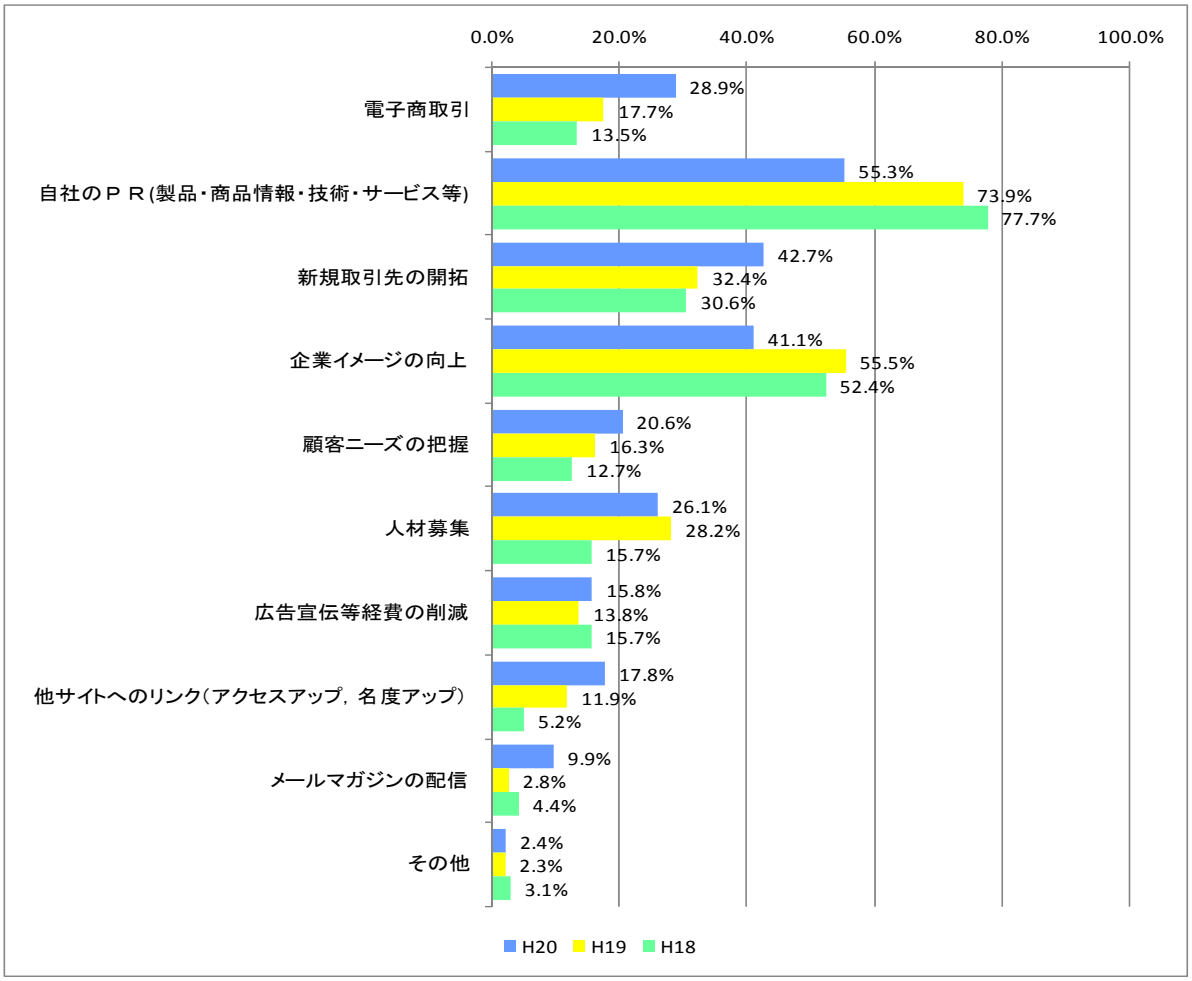


（２）活用方法（※）

現在の自社ホームページの活用方法については，「自社のＰＲ」が 92.1%で最も多く，次いで「企業イメージの向上」が 51.1%，「新規取引先の開拓」が 31.1%と続く結果となった。



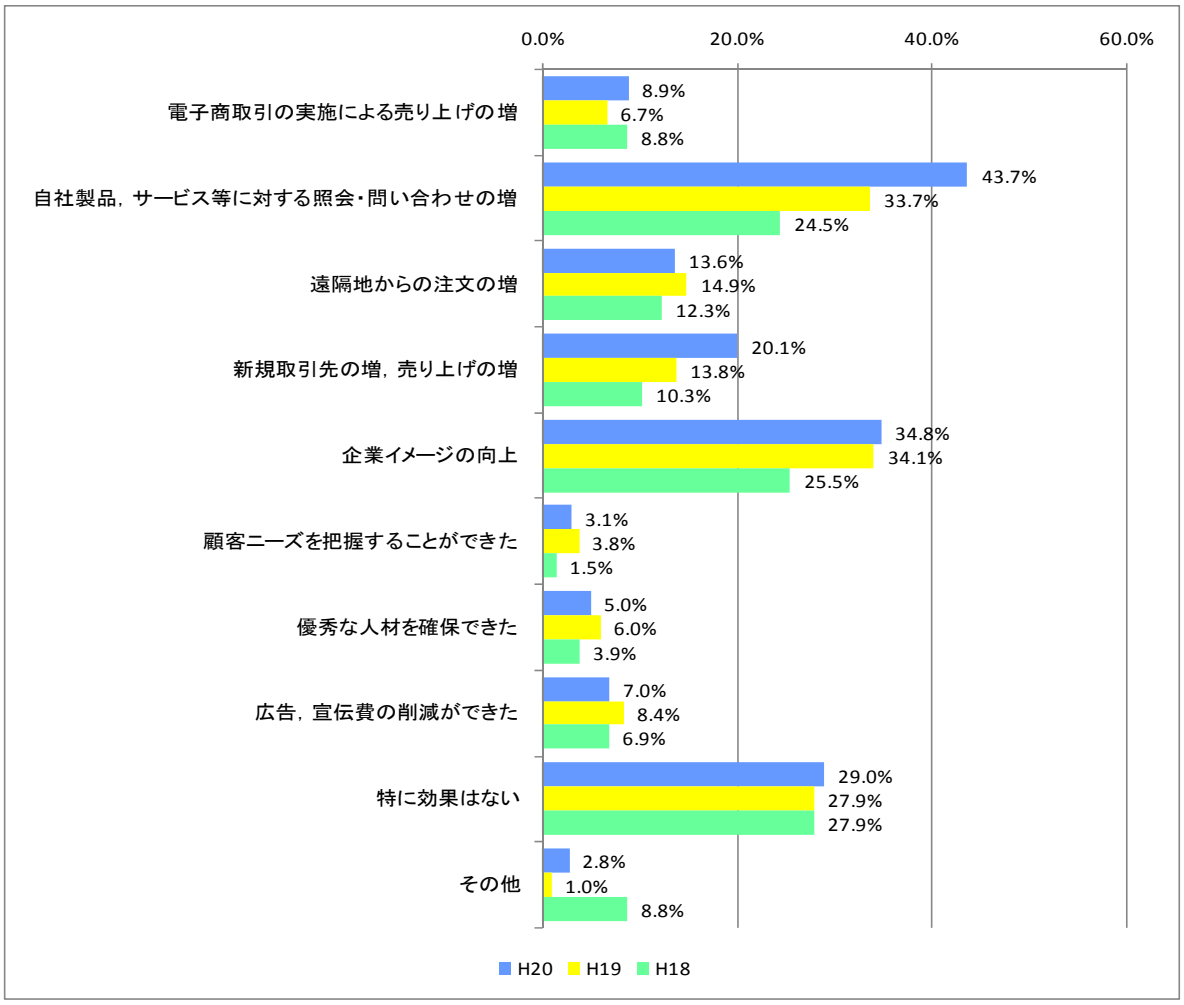
自社ホームページの今後の活用方法は,「自社のＰＲ」が 55.3%(前年比 18.6 ポイント減),次いで「新規取引先の開拓」が 42.7%（同 10.3 ポイント増),「企業イメージの向上」が 41.1%（同 14.4 ポイント減),「電子商取引」が 28.9%（同 11.2 ポイント増）と続く結果となった。



（３）開設効果

自社ホームページの開設効果があったとする企業は７割を超えており，その内容は，「自社製品やサービス等に対する照会・問い合せの増」が 43.7%（前年比 10 ポイント増）と最も多く，次いで「企業イメージの向上」が 34.8%（同 0.7 ポイント増），「新規取引先の増，売り上げの増」が 20.1%（同 6.3 ポイント増）と続く結果となった。

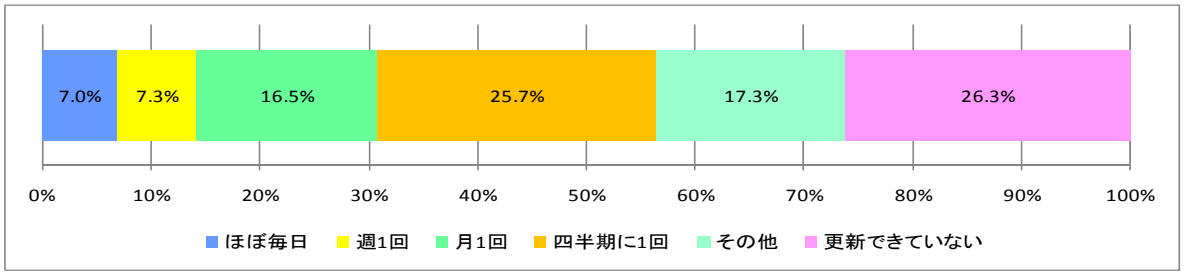
一方，「特に効果はない」とした企業も 29%（同 1.1 ポイント増）と横ばいで推移している。



（４）更新頻度（※）

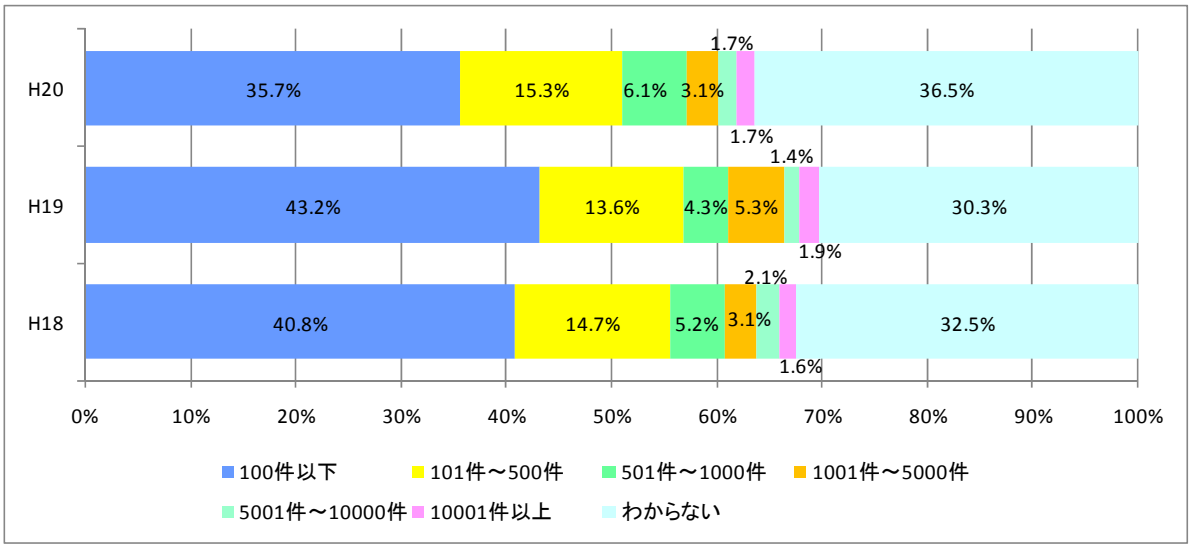
自社ホームページの更新頻度については，「更新できていない」が 26.3%で最も多く，次いで「四半期に１回」が 25.7%で続いている。

頻繁に更新できていない企業が多い結果となった。



（５） １か月平均アクセス数

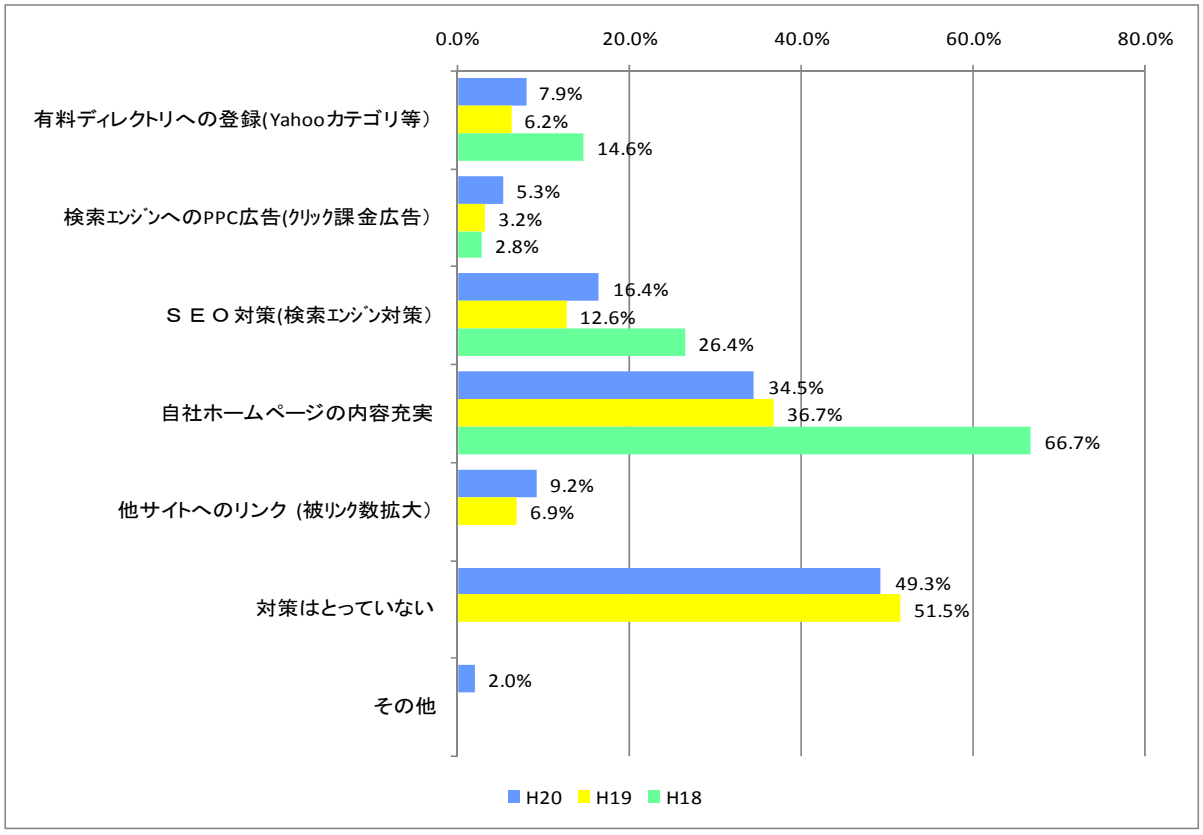
アクセス数については「わからない」が 36.5%で最も多く，次いで「100 件以下」が 35.7%，「101 件～500 件」が 15.3%と続き，アクセス数の多い「1001 件以上」の企業は 6.5%（前年比 2.1 ポイント減）であった。



（６）アクセス数増加対策

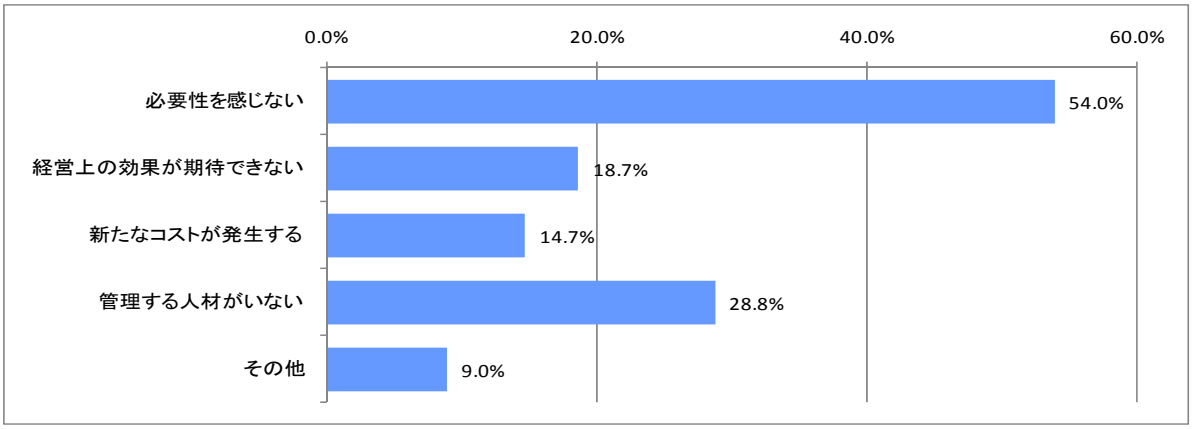
アクセス数増加対策で最も多かったのは，「自社ホームページの内容充実」が 34.5%（前年比 2.2 ポイント減），次いで「ＳＥＯ対策」が 16.4%（同 3.8 ポイント増）が続く。

一方，「対策はとっていない」とする企業は 49.3%（同 2.2 ポイント減）と依然，高い割合で推移している。



（７）自社ホームページを開設していない理由

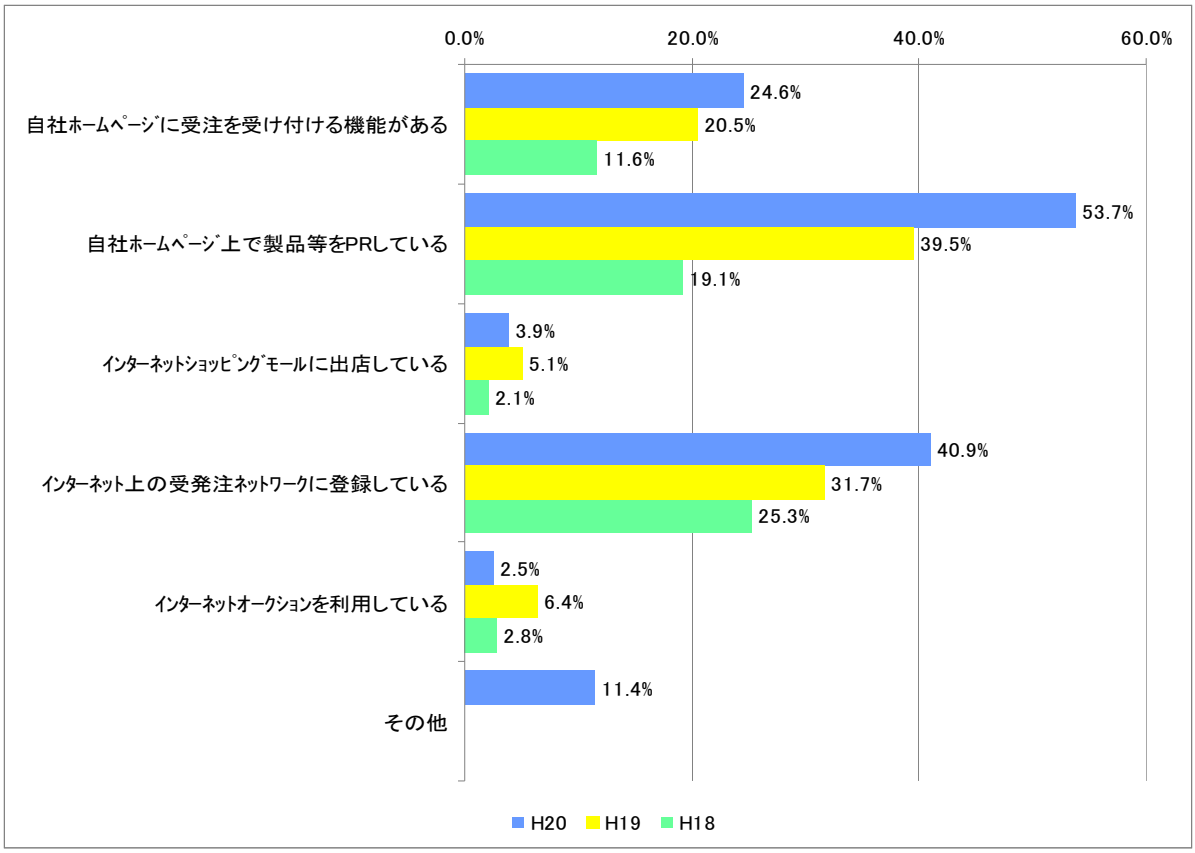
自社ホームページを開設していないと回答した企業に，その理由を聞いたところ（複数回答），「必要性を感じない」が 54%と最も多く，次いで「管理する人材がいない」が 28.8%，「経営上の効果が期待できない」が 18.7%と続く結果となり，インターネットを利用しない理由と同傾向であった。



３　受注業務におけるインターネット活用状況

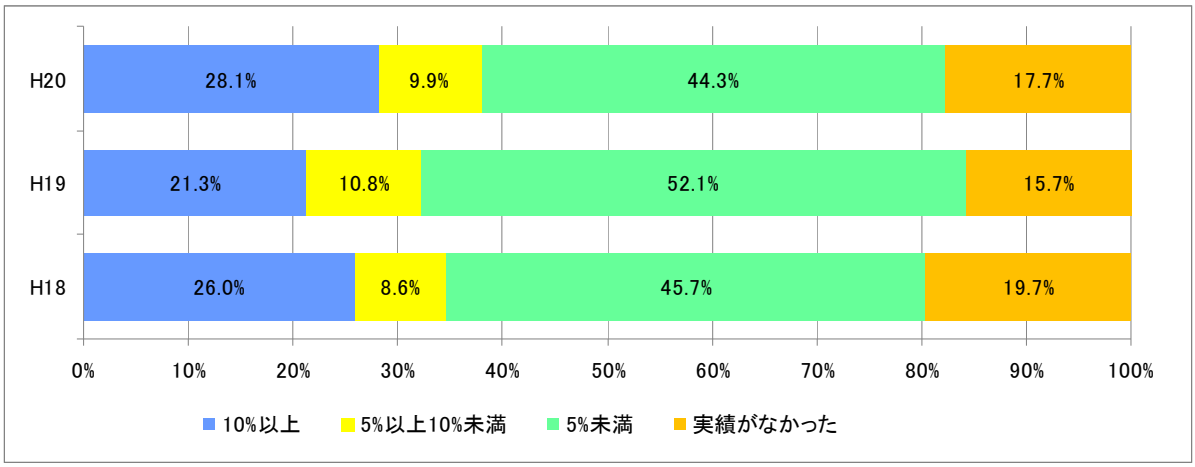
（１）受注業務におけるインターネット活用方法

「自社ホームページ上で製品等をＰＲしている」が 53.7%（前年比 14.2 ポイント増）と最も多く，次いで「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」が 40.9%（同 9.2 ポイント増），「自社ホームページに受注を受け付ける機能がある」が 24.6%（同 4.1 ポイント増）で続いている。



（２）年間売上高に占める電子商取引の割合

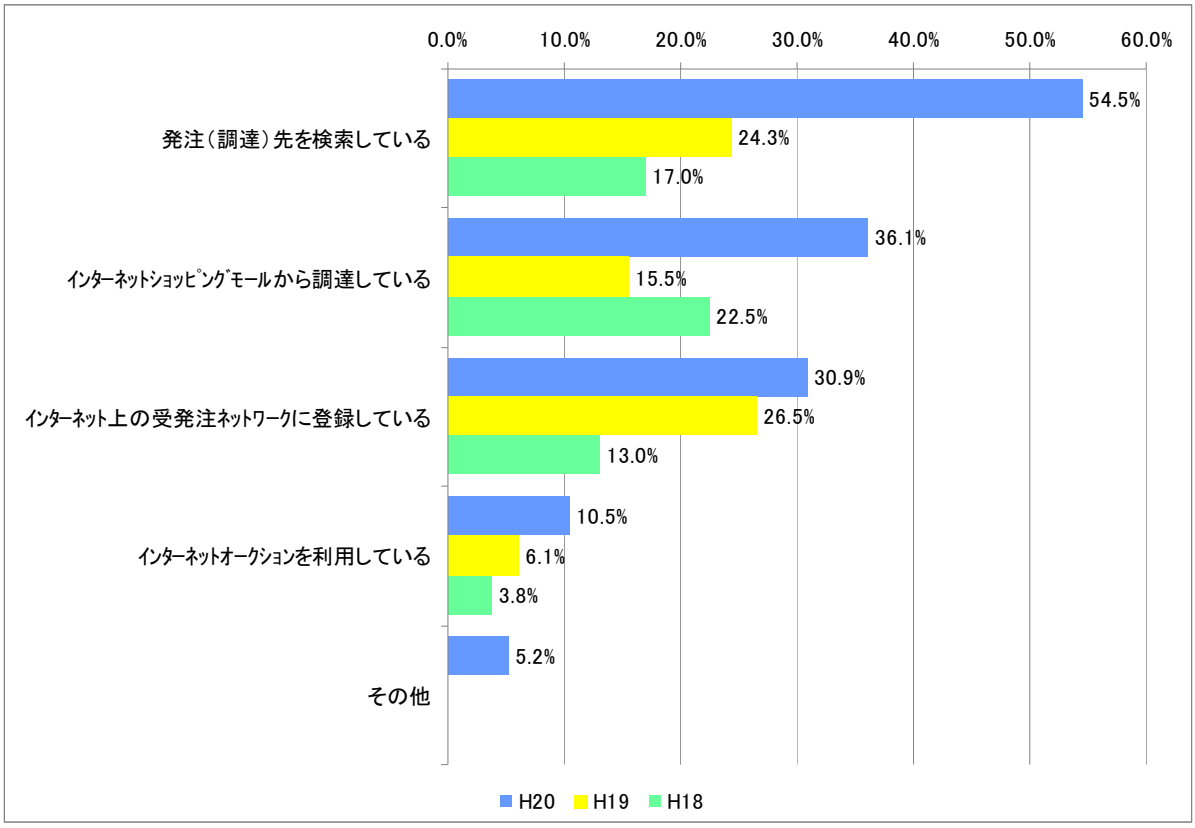
年間売上高の「10%以上」を占める企業が 28.1%（前年比 6.8 ポイント増）と増加した。一方，「実績がなかった」企業も 17.7%（同 2 ポイント増）と微増した。



４　発注業務におけるインターネット活用状況

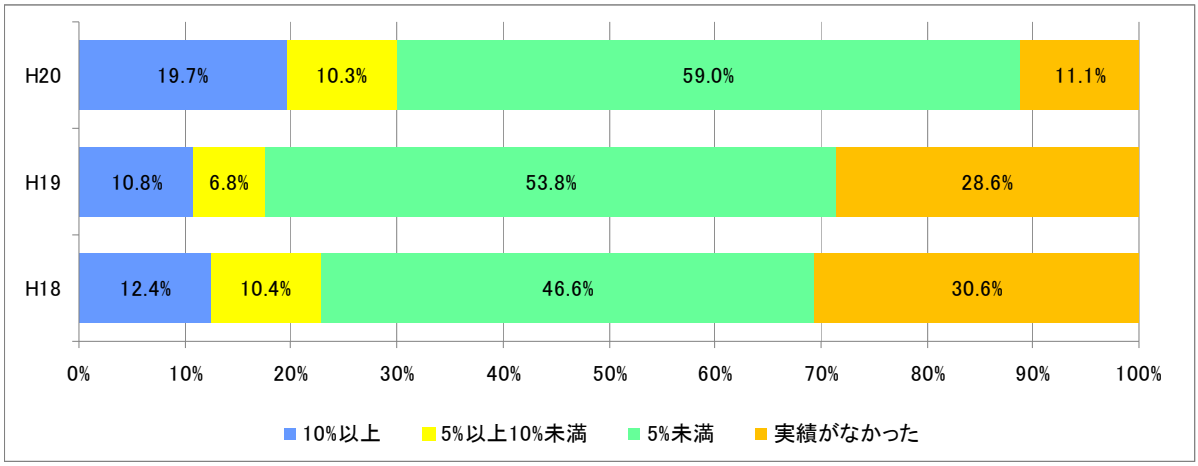
（１）発注業務におけるインターネット活用方法

発注業務におけるインターネット活用方法で最も多いのは，「発注（調達）先を検索している」で 54.5%（前年比 30.2 ポイント増），次いで「インターネットショッピングモールから調達している」が 36.1%（同 20.6 ポイント増），「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」が 30.9%（同 4.4 ポイント増）となった。



（２）年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合

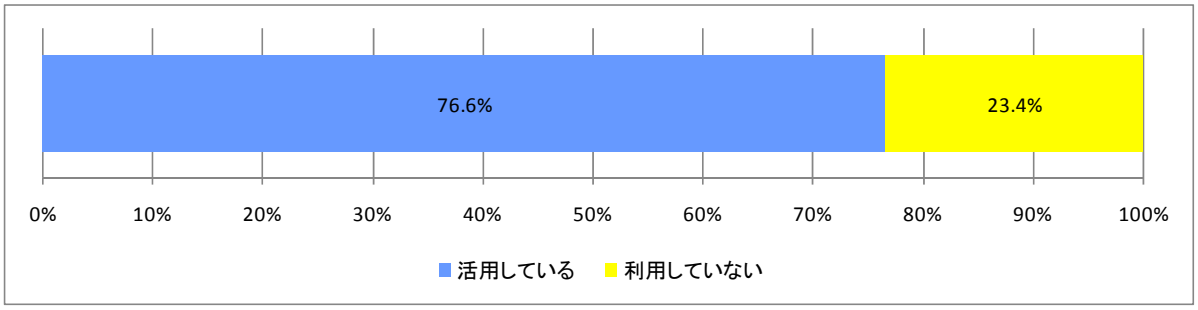
年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合「5%未満」が 59%（前年比 5.2 ポイント増）と半数を占め，次いで「10%以上」が 19.7%（同 8.9 ポイント増），「5%以上 10%未満」が 10.3%（同 3.5 ポイント増）となった。



５　インターネット以外のＩＴ活用状況

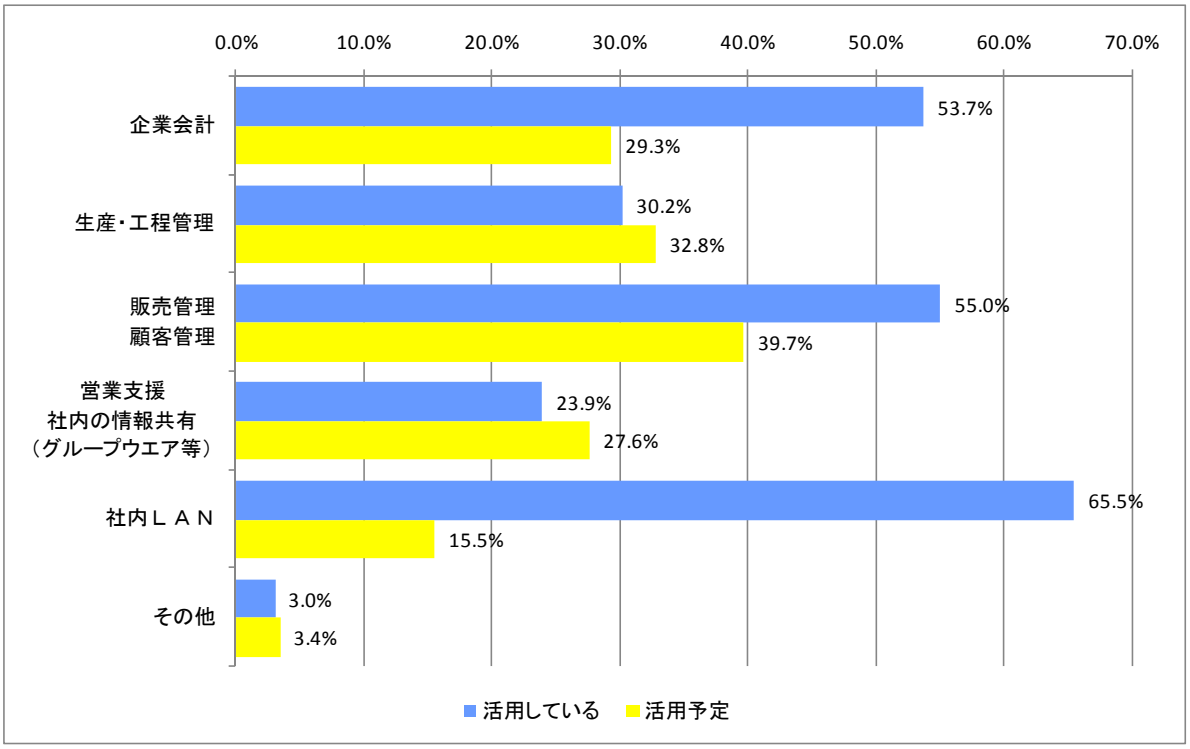
（１）インターネット以外のＩＴ活用率（※）

インターネット以外でＩＴを「活用している」が 76.6%，「利用していない」が 23.4%であった。



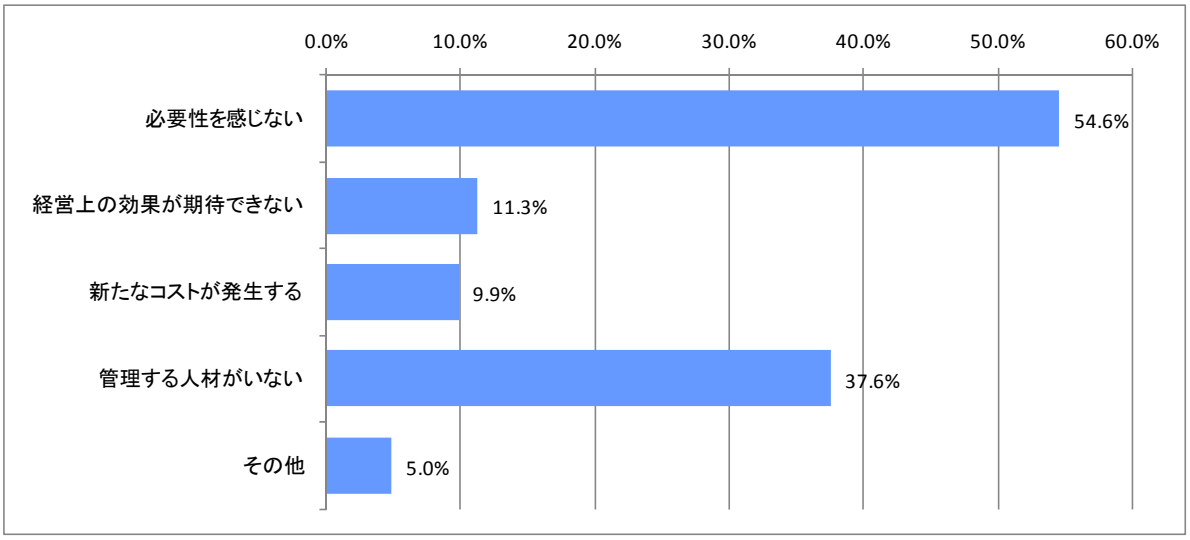
（２）インターネット以外のＩＴ活用内容

「社内ＬＡＮ」が整備されている企業は 65.5%（予定企業 15.5%を加えると 8 割超）で最も多く，次いで「販売管理・顧客管理」への活用が 55%（予定企業 39.7%を加えると 9 割超），「企業会計」への活用が 53.7%（予定企業 29.3%を加えると 8 割超）となった。



（３）インターネット以外のＩＴを活用しない理由

インターネット以外のＩＴを活用していないと回答した企業に，その理由を聞いたところ（複数回答），「必要性を感じない」が 54.6%と最も多く，次いで「管理する人材がいない」が 37.6%，「経営上の効果が期待できない」が 11.3%と続く結果となり，インターネットを利用しない理由，自社ホームページを開設していない理由と同傾向であった。



（参考）

平成20年度「インターネット利用実態調査」調査票

《記入に当たってのご注意とお願い》
1　本調査の記載事項については秘密を厳守し，本調査の目的以外には使用いたしません。
2　回答は，該当する項目の□に✔を付けてください。「複数選択可」以外の項目は，1つのみご記入ください。
（調査時点：平成20年11月1日）
3　本調査票は，同封の返信用封筒(切手不要)又はFAX（029－227－2586）でご返信ください。
※　回答期限：平成20年11月5日（水）

Ⅰ　貴社の概要等について

企　業　名				従業員数	人
所　在　地					
業　　種	□建設業　□製造業　□情報通信業　□運輸業　□卸売・小売業 □不動産業　□飲食店・宿泊業　□サービス業　□その他（　　）				
資　本　金	□個人　□1千万円以下　□1千万円超～3千万円以下　□3千万円超～5千万円以下 □5千万超～1億円以下　□1億円超～3億円以下　□3億円超				
連　絡　先	氏名		電話		
	e-mail		FAX		

Ⅱ　インターネット利用状況

問1　インターネットを利用していますか。

□利用している（問2から問6までの各設問にもお答え下さい。）

（通信回線）
□一般電話回線　□ISDN　□ADSL　□FTTH(光ファイバー回線)　□CATV
□その他（　　）　□わからない

（セキュリティ対策）※複数選択可
□内規（セキュリティポリシー等）を定め，運用している　□研修を実施（又は参加）している
□ファイアウォール（不正アクセスを遮断するシステム）を導入している　□ウィルス対策ソフトを導入している
□パソコンにパスワードを設定している　□その他の対策（　　）
□特にセキュリティ対策は施していない。　□わからない

（通信量）
□前年同時期と比べて増えた（理由を選択（複数選択可））
□取引先からの要請　□利用頻度の増加　□画像データ等の増加
□その他（　　）
□前年同時期と比べて減った（理由を選択（複数選択可））
□セキュリティ上の問題　□利用頻度の減少　□画像データ等の減少
□その他（　　）
□前年同時期と変わらない　□わからない

□利用を予定している（問6の設問にもお答えください。）

□利用していない（理由を以下から選択（複数選択可）のうえ，問6の設問にもお答えください。）

□必要性を感じない　□経営上の効果が期待できない　□新たなコストが発生する
□管理する人材がいない　□その他（　　）

問2　自社ホームページを開設していますか。

□開設している

（URL）　http://

（活用方法）※複数選択可

現在　□電子商取引　□自社のPR(製品・商品情報・技術・サービス等)　□新規取引先の開拓
□企業イメージの向上　□顧客ニーズの把握　□人材募集　□広告宣伝等経費の削減
□他サイトへのリンク（アクセスアップ，知名度アップ）　□メールマガジンの配信
□その他（　　）

将来　□電子商取引　□自社のPR(製品・商品情報・技術・サービス等)　□新規取引先の開拓
□企業イメージの向上　□顧客ニーズの把握　□人材募集　□広告宣伝等経費の削減
□他サイトへのリンク（アクセスアップ，知名度アップ）　□メールマガジンの配信
□その他（　　）

（開設効果）※複数選択可

□電子商取引の実施による売り上げの増　□自社製品，サービス等に対する照会・問い合わせの増
□遠隔地からの注文の増　□新規取引先の増　□売り上げの増　□企業イメージの向上
□顧客ニーズを把握することができた　□優秀な人材を確保できた　□広告，宣伝費の削減ができた
□特に効果はない　□その他（　　）

（更新頻度）

□ほぼ毎日　□週1回　□月1回　□四半期に1回　□その他（　　）　□更新できていない

（1か月平均アクセス数）

□100件以下　□101件～500件　□501件～1,000件　□1,001件～5,000件　□5,001件～10,000件
□10,001件以上　□わからない

（アクセス数増加対策）

□有料ディレクトリへの登録(Yahooカテゴリ等)　□検索ｴﾝｼﾞﾝへのPPC広告(ｸﾘｯｸ課金広告)
□SEO対策(検索ｴﾝｼﾞﾝ対策)　□自社ホームページの内容充実
□他サイトへのリンク（被ﾘﾝｸ数拡大）　□対策はとっていない
□その他（　　）　□わからない

□開設に向けて準備を進めている（平成　　年　　月頃開設予定）

□開設していない

□必要性を感じない　□経営上の効果が期待できない　□新たなコストが発生する
□管理する人材がいない　□その他（　　）

問3　受注のためにインターネットを活用していますか。

□活用している

（内容）※複数選択可

□自社ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞに受注を受け付ける機能がある　□自社ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞ上で製品等をPRしている
□電子ﾒｰﾙで受注を受け付けている　□電子ﾒｰﾙで製品の問い合わせ等に対応している
□ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾓｰﾙに出店している　□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
□ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｵｰｸｼｮﾝを利用している　□その他（　　）

（年間売上高に占める電子商取引の割合）

□実績がなかった　□5%未満　□5%以上～10%未満　□10%以上　□わからない

□インターネットを活用した受注業務を予定している（平成　　年　　月頃予定）

□インターネットを活用した受注業務はない

問4　発注(調達)のためにインターネットを活用していますか。

□活用している

→（内容）※複数選択可

□取引先の受発注ｼｽﾃﾑを活用している　□発注（調達）先を検索している

□電子ﾒｰﾙで発注している　□電子ﾒｰﾙで製品の問い合わせ等を行っている

□ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾓｰﾙから調達している　□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

□ｲﾝﾀｰﾈｯﾄｵｰｸｼｮﾝを利用している　□その他（　　）

→（年間調達（仕入）金額に占める電子商取引の割合）

□実績がなかった　□5%未満　□5%以上～10%未満　□10%以上　□わからない

□インターネットを活用した発注業務を予定している（平成　　年　　月頃予定）

□インターネットを活用した発注業務はない

問5　その他インターネットの活用方法を教えてください。※複数選択可

□経済，業界，海外情報等の入手　□技術・製品情報の入手　□電子メールによる情報交換

□生産・工程管理（社外ﾈｯﾄﾜｰｸからのｱｸｾｽ）　□営業支援・社内の情報共有（社外ﾈｯﾄﾜｰｸからのｱｸｾｽ）

□IP電話の活用　□その他（　　）

Ⅲ　ITの活用

問6　インターネット以外でITを活用していますか。※複数選択可

□活用している

→（内容）※複数選択可

□企業会計　□生産・工程管理　□販売管理・顧客管理

□営業支援・社内の情報共有（グループウエア等）　□社内LAN

□その他（導入分野：　　）

□活用したい・活用する予定がある

→（内容）※複数選択可

□企業会計　□生産・工程管理　□販売管理・顧客管理

□営業支援・社内の情報共有（グループウエア等）　□社内LAN

□その他（導入分野：　　）

□利用していない（理由を選択（複数選択可））

→□必要性を感じない　□経営上の効果が期待できない　□新たなコストが発生する

□管理する人材がいない　□その他（　　）

Ⅳ　その他

当公社に対するご意見・ご要望等がございましたらご記入ください。

質問は以上です。ありがとうございました。

回答先・連絡先

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

電話：029－224－5412　FAX：029－227－2586