

# 産業ＩＴ化実態調査報告書

2004年3月

石川県



## 目 次

1 . 調査の背景と目的 .....	1
2 . 調査のフレームワークと調査結果概要 .....	2
(1) 調査のフレームワーク .....	2
(2) 調査結果概要 .....	3
3 . 回答企業のプロフィール .....	5
(1) 回答企業の業種別・規模別マトリクス .....	5
業種分類 .....	5
資本金内訳（従業員規模別） .....	6
資本金規模内訳（業種別） .....	7
従業員規模内訳（業種別） .....	8
売上高内訳（従業員規模別） .....	9
売上高内訳（業種別） .....	10
過去3年間の売上高推移（業種別） .....	11
過去3年間の収益高の推移（業種別） .....	12
4 . 本県産業におけるIT化の現状 .....	13
(1) パソコンの導入状況 .....	13
業種別パソコン導入状況 .....	13
パソコン導入状況（従業員規模別） .....	14
パソコンを導入していない理由 .....	15
パソコンの使用目的 .....	15
ソフトウェアの構築方法 .....	16
(2) ネットワークの活用状況 .....	17
パソコンの運用環境 .....	17
ネットワーク化の現状 .....	17
企業内・企業間ネットワーク構築の目的 .....	19
ネットワーク化を行っていない理由 .....	19
セキュリティ被害状況 .....	20
被害時の復旧方法 .....	20
電子メールアドレスの保有状況 .....	21
インターネットの利用環境 .....	22
電子メールの活用状況 .....	23
グループウェアの導入状況 .....	24
グループウェアの利用業務 .....	24
グループウェアの構築方法 .....	25
グループウェアの運用方法 .....	25
モバイル環境の構築・利用 .....	26
モバイル機器の導入目的 .....	26
(3) ホームページの状況 .....	27
ホームページの開設状況 .....	27

ホームページの開設方法（サーバ） .....	27
ホームページの開設方法（コンテンツ） .....	28
メールの活用方法 .....	28
Web サイトの活用方法 .....	29
ホームページの更新頻度 .....	30
携帯 Web の対応状況 .....	30
ホームページ開設の成果 .....	31
ホームページが成果を上げていない理由 .....	31
5 . 本県産業における I T 化の推進体制について .....	33
( 1 ) 企業内の体制作り .....	33
社内の情報化の責任者 .....	33
I T 活用状況 .....	33
I T 化に関する課題 .....	34
I T 化に関する社内人材育成・教育状況 .....	35
I T 化推進のための人材育成策（業種別） .....	36
I T 化推進のための人材育成策（従業員規模別） .....	36
I T 化推進に必要としている人材 .....	37
I T 化推進に不足しているスキル .....	37
対外的な取引における電子化について .....	38
I T 部門や情報システム部門の設置状況 .....	38
( 2 ) I T 化投資について .....	39
I T 化の投資について .....	39
I T 化投資の方向性（業種別） .....	40
I T 化投資の方向性（従業員規模別） .....	40
I T 化への取組みについての意識 .....	41
I T 化投資を行ってきた主な部門 .....	41
今後 I T 化投資を重点的に行いたい主な部門 .....	42
6 . 本県産業における I T 化の課題 .....	44
( 1 ) I T 化の問題点 .....	44
今後 I T 化推進のために必要なこと .....	44
これまで進めてきた I T 化の問題点 .....	45
これまで進めてきた I T 化の問題点（従業員別） .....	47
( 2 ) I T 化に要求される外部支援 .....	48
今後の I T 化に必要な外部支援 .....	48
今後の I T 化に必要な外部支援（従業員規模別） .....	50
( 3 ) 現状の支援事業や機関について .....	51
I T 化推進のための機関の認知度 .....	51
7 . 県内 I T 関連産業の現状 .....	54
( 1 ) I T 関連産業のフレームワーク .....	54
I T 関連産業の内訳 .....	54
従業員規模別資本金内訳 .....	54

従業員規模別売上高内訳 .....	55
(2) IT関連産業の現状 .....	56
受注における市場の割合 .....	56
研究開発状況 .....	56
特許保有企業 .....	57
知的財産管理について .....	57
(3) ソフトウェア・システム開発の現状 .....	58
開発分野 .....	58
業種別受注状況 .....	58
部門別受注状況 .....	59
自社製品の有無 .....	59
自社製品の市場における割合 .....	59
社内開発の割合 .....	60
再発注先選定の要因 .....	60
有資格者の報奨金制度 .....	61
年間教育訓練経費 .....	61
年間研修受講人数 .....	62
業務拡大のための課題 .....	62
人材不足の職種 .....	63

付録資料A . アンケート調査票

付録資料B . その他回答項目一覧、略語（英文字）集

## 1. 調査の背景と目的

近年、情報通信技術（ＩＴ）を活用した社会構築が騒がれている中で、将来に向けて成長・発展していくために、ＩＴを活用することによりもたらされる経営効果に対する認識が広まりつつあります。

石川県では平成１２年度に、その認識の状況や産業のＩＴ化の実態を把握するため、金沢大学の協力のもと、中小企業を中心に幅広い範囲を対象にして調査を行いました。

その報告書の中では、パソコンやインターネットの普及状況といった基本的な調査に加え、企業内のＩＴ化の推進体制や投資の方向性、ＩＴ化に要求される外部支援、既存の支援事業や機関への関心度等、企業経営者がＩＴ化をどう感じているのか、何を課題としているのかを明確にすることに重点を置きました。また、新たに「ＩＴ関連産業」を定義付けるための調査項目を設け、石川県独自の観点から、情報産業の実態把握を試みました。

前回の「産業ＩＴ化実態調査」から３年が経過し、その間にはブロードバンド等の情報通信技術の高度な発達、ＰＣ等の機器の廉価化もあり、ＩＴ化への状況が変化しております。

本報告書では、前回調査からの経年比較や、(財)全国中小企業情報化促進センターが実施した全国調査との比較を行い、石川県内の産業ＩＴ化の現状を把握することを目的として作成致しました。

この報告書が、県内の各種団体が行う企業の情報化支援活動に際して参考としていただければ幸いです。

本調査にあたって、アンケート調査にご協力いただきました、多くの企業の皆様に厚く御礼を申し上げます。

平成１６年３月

石川県商工労働部産業政策課

## 2. 調査のフレームワークと調査結果概要

### (1) 調査のフレームワーク

本調査では、石川県内の企業約 5,000 社に対して、アンケートを実施した。対象企業や回収率等については、以下のとおりである。

調査対象：県内企業	5,004 社
（内訳） 製造業	1,603 社
建設業	537 社
運輸業	443 社
卸売業	883 社
小売業	914 社
サービス業	605 社
計	4,985 社（不着 19 通）

調査方法：書面郵送

実施期間：平成 15 年 10 月下旬 調査票発送  
平成 15 年 11 月下旬 調査票回収

回収数：1,016 社  
回収率：20.4%（1,016/4,985）

また、全国比較の参考とした（財）全国中小企業情報化促進センター（NIC）の調査結果は以下のとおりである。

調査対象：全国 30,000 社  
回収数：4,900 社  
有効回答数：4,767 社  
有効回収率：15.9%

## (2) 調査結果概要

### IT化の目的は？

PC導入による事務作業の効率化という最も取り組みやすい分野からIT活用がなされてきたため、結果として、資料作成・経理給与業務・販売管理という非生産部門での導入は、積極的に行われてきた。社内ネットワークを構築して、インターネットにもアクセスできる環境を持つ企業も6割を超え、約半数の企業が自社ホームページを保有している。

県内企業がIT化への取り組みを積極的に行ってきたことは間違いのない事実だが、今一度、自分たちが取り組んできたIT化の対象を見つめ直す時期がきているようである。自分たちが構築したネットワークは、スムーズに部門間で働いているのだろうか？それは、日々のオペレーションにおける意思決定に役立っているのだろうか？インターネットを介した電子決済を効果的に利用できないのだろうか？そもそも、IT化を促進することによる目的はどこに置くのだろうか？（作業の省力化によるオペレーションコストの削減？売上げ増加？顧客満足度の増加？取引会社との連携強化？）

パソコンの使用目的は、県内企業それぞれに固有の目的はあるのだが、企業として取り組むIT化のアウトプットとは何かについても考えなければならない。そのことによって、初めて目指すべき目標の設定が可能であり、熟度管理することによって、IT化の効果をより定量的に判断することができる。

### より積極的な活用を・・・

インターネットの恩恵は情報収集/発信やe-mailによるコミュニケーションだけでなく、ネットワークを通じてさまざまな電子決済を行えることも挙げられる。しかし、県内企業は全国レベルほどインターネットを使った受発注手続きや入金・振込み・照会等の電子決済機能を活用していないことがわかる。

また、全体の半数以上の県内企業がホームページを開設済みであるにもかかわらず、メーリングリスト等を活用した自社の紹介等を行っている企業は1割程度である。これも、データベースを活用した顧客管理が十分できていないためと推測される。

### IT化投資は減速していない

この3年間(2001～2004年)における県内企業は、同期間における非常に厳しさを強いられた景気状況にもかかわらず積極的にIT化投資を行ってきたことがわかる。

- PC導入企業は96.5% (前回比7.2ポイントアップ)
- インターネットに接続している企業は62.9% (前回比16.0ポイントアップ)
- 企業あたりの保有メールアドレス数も増加 (社員全員保有は23.5%)
- 半数の企業がホームページを開設済み (前回比7.7ポイントアップ)
- 社内情報化責任者の明確化 (IT部門や情報システム部門の責任者が担当 = 32.5% / 前回比18.1ポイントアップ)

これらの結果はいずれも全国値を若干上回る数字であり、県内企業が社内IT化のために適宜投資しつづける姿勢を保持してきたことがわかる。現状の投資レベルを維持していきたいと回答する企業も58.1%であり、ほぼ全国レベルの投資意欲を見せている。



## IT関連人材教育の重要性

IT化に関する人材育成については、OJT及び個人の向上心任せであり、マネジメントが社員のITスキルのレベルを管理も把握もしていない企業がほとんどである。その結果として、「基礎的なPC/アプリケーション知識の不足」「PCスキルの個人差が大きい」という課題がIT化を推進するうえで大きな課題となっている。しかし、これらの課題については、体系化された基礎的な研修を受講させることによって、解決可能なものばかりである。

一方、県内企業が必要としている人材は、「保守・運用者」「ネットワーク管理者」「セキュリティ管理者」であり、不足しているスキルは「セキュリティスキル」「ネットワーク構築」という結果が出ている。これについても、個人の向上心や自主性に任せる中で、自然発生的に適任者がでてくるのを待つタイプの人材ではなく、適任と思われる人材のスキルを管理し、計画的に教育することによって育てる必要がある。

## IT化の体制作りと、その支援体制作り

県内企業におけるIT化体制作りは、IT化責任者を据えるなどの変化を見せてはいるが、依然としてIT化に関する人材育成はOJT及び個人の向上心任せであり、計画的・目的別に社員のITスキル管理を行っている企業は少なく、ハードやソフトに適宜投資を行ってはいいても、IT化対応を牽引する人材に対しての適宜投資についての概念が欠落していることがわかる。

その結果として、社内ネットワークがより整備されており、情報共有や情報電子化が進んでいるにもかかわらず、マネジメントのIT化に対する評価は「効果が見えない」「システムを生かす業務改善ができない」「人材が育たない」というものが圧倒的に多い。また、企業規模が大きくなればなるほど、以上に述べたことを問題視している。

特に、大規模な企業におけるIT化は、マネジメントや業務オペレーションが業務改善を伴って、結合されてこそ、恩恵を享受できるものであり、そのための戦略的な体制作りが必要である。

一方、調査結果においても、県内企業は「企業のIT化に関わる専門性の高い相談・アドバイス機能の充実」「講習会・セミナーなどスキルアップ機会の充実」を、今後のIT化推進のために必要な最重要項目としている。今後、県内企業が継続してIT化を推進できるような支援体制作りをしていく必要があることがわかる。

### 3. 回答企業のプロフィール

#### (1) 回答企業の業種別・規模別マトリクス

##### 業種分類

回答企業の業種内訳は、表 1 及び図 1 のとおりである。また、業種を「その他」と回答した企業については、その業務内容を「総務省産業分類一覧」を参照に、いずれかの業種へ振り分けた。

発送に対する業種毎の回収率は、製造業では 24.0%、建設業では 30.2%、運輸業では 12.4%、卸売業では 15.5%、小売業では 13.1%、サービス業では 26.0%である。

表 1. 回答企業の業種大分類

製造業	385 37.9%
建設業	162 15.9%
運輸業	55 5.4%
卸売業	137 13.5%
小売業	120 11.8%
サービス業	157 15.5%
計	1016 100.0%

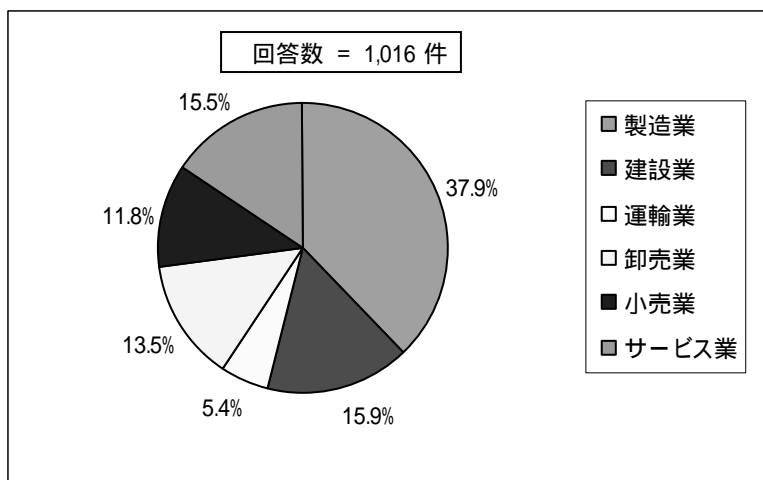


図 1. 回答企業の業種大分類

## 資本金内訳（従業員規模別）

資本金内訳（従業員規模別）は、表2及び図2のとおりである。

表2．資本金内訳（従業員規模別）

	1,000万円未満	1,000万円超～ 5,000万円以下	5,000万円超～ 1億円以下	1億円超～ 3億円以下	3億円超	無回答	計
1～4人	10 1.0%	21 2.1%	1 0.1%	1 0.1%	0 0.0%	8 0.8%	41 4.0%
5～9人	28 2.8%	110 10.8%	0 0.0%	2 0.2%	0 0.0%	5 0.5%	145 14.3%
10～19人	12 1.2%	214 21.1%	3 0.3%	2 0.2%	3 0.3%	4 0.4%	238 23.4%
20～49人	7 0.7%	234 23.0%	23 2.3%	2 0.2%	7 0.7%	3 0.3%	276 27.2%
50～99人	2 0.2%	96 9.4%	18 1.8%	7 0.7%	8 0.8%	1 0.1%	132 13.0%
100～199人	0 0.0%	45 4.4%	19 1.9%	11 1.1%	5 0.5%	0 0.0%	80 7.9%
200～299人	1 0.1%	12 1.2%	9 0.9%	7 0.7%	6 0.6%	0 0.0%	35 3.4%
300人以上	0 0.0%	6 0.6%	11 1.1%	8 0.8%	27 2.7%	1 0.1%	53 5.2%
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	16 1.6%	16 1.6%
計	60 5.9%	738 72.6%	84 8.3%	40 3.9%	56 5.5%	38 3.7%	1016 100.0%

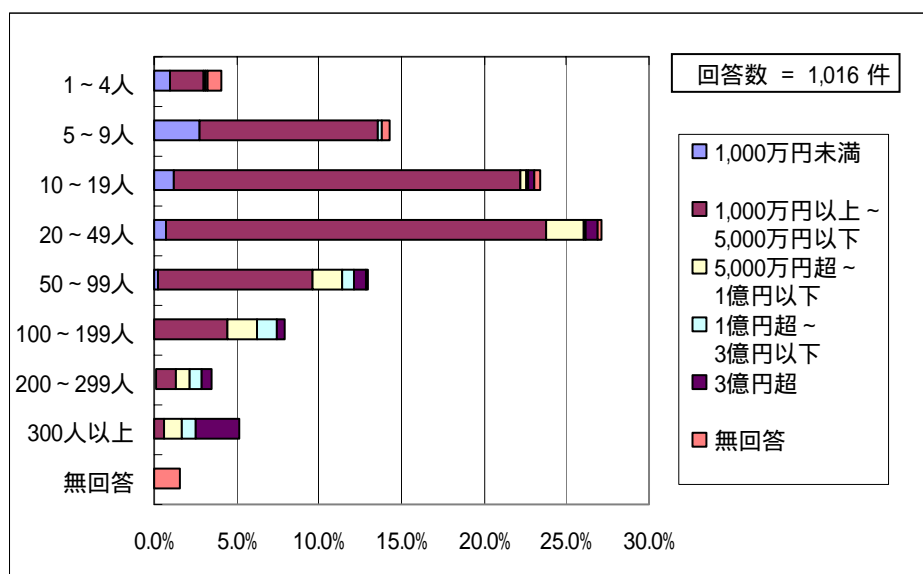


図2．回答企業の業種大分類

### < 従業員規模 >

20人以上～49人以下の企業が最も多く、全体の27.2%である。次に多いのは10人以上～19人以下の企業で、全体の23.4%である。また、49人以下の企業が全体の68.9%を占める。

### < 資本金規模 >

資本金1,000万円以上～5,000万円以下の企業が最も多く、全体の72.6%である。また、資本金5,000万円以下の企業が、全体の78.5%を占める。

### 資本金規模内訳（業種別）

資本金規模内訳（業種別）は、表3及び図3のとおりである。

表3．資本金規模内訳（業種別）

	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	計
1,000万円未満	11 1.1%	2 0.2%	5 0.5%	6 0.6%	18 1.8%	18 1.8%	60 5.9%
1,000万円以上～ 5,000万円以下	287 28.2%	136 13.4%	40 3.9%	102 10.0%	86 8.5%	96 9.4%	747 73.5%
5,000万円超～ 1億円以下	38 3.7%	13 1.3%	2 0.2%	12 1.2%	6 0.6%	13 1.3%	84 8.3%
1億円超～ 3億円以下	12 1.2%	2 0.2%	4 0.4%	6 0.6%	5 0.5%	11 1.1%	40 3.9%
3億円超	28 2.8%	8 0.8%	3 0.3%	4 0.4%	1 0.1%	12 1.2%	56 5.5%
無回答	9 0.9%	1 0.1%	1 0.1%	7 0.7%	4 0.4%	7 0.7%	29 2.9%
計	385 37.9%	162 15.9%	55 5.4%	137 13.5%	120 11.8%	157 15.5%	1016 100.0%

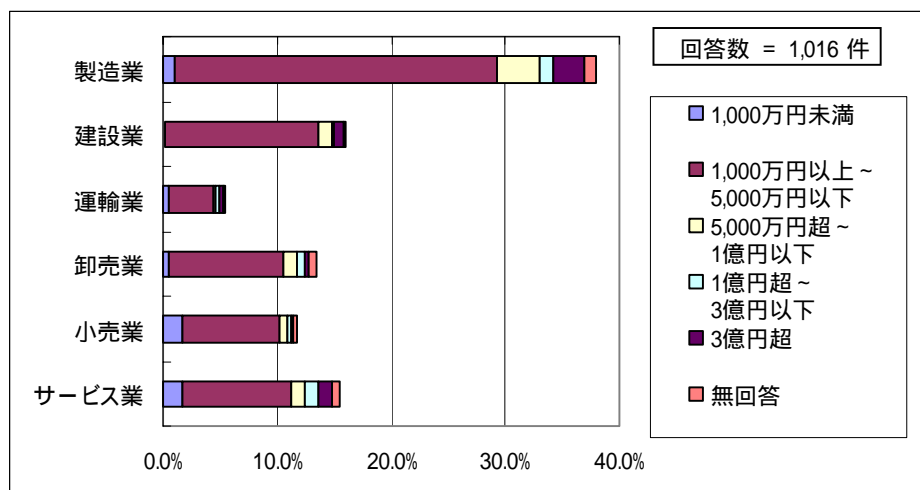


図3．資本金規模内訳（業種別）

全体では資本金 1,000 万円以上～5,000 万円以下の製造業が最も多く、全体の 28.2%である。次に多いのは資本金 1,000 万円以上～5,000 万円以下の建設業で、全体の 13.4%である。

各業種とも、資本金 1,000 万円以上～5,000 万円以下の企業が占める割合が高い。

## 従業員規模内訳（業種別）

従業員規模内訳（業種別）は、表 4 及び図 4 のとおりである。

表 4 . 従業員規模内訳（業種別）

	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	計
1～4人	9 0.9%	4 0.4%	2 0.2%	6 0.6%	7 0.7%	13 1.3%	41 4.0%
5～9人	22 2.2%	18 1.8%	5 0.5%	36 3.5%	38 3.7%	26 2.6%	145 14.3%
10～19人	86 8.5%	52 5.1%	10 1.0%	30 3.0%	31 3.1%	29 2.9%	238 23.4%
20～49人	119 11.7%	56 5.5%	20 2.0%	27 2.7%	23 2.3%	31 3.1%	276 27.2%
50～99人	58 5.7%	21 2.1%	8 0.8%	18 1.8%	6 0.6%	21 2.1%	132 13.0%
100～199人	41 4.0%	3 0.3%	6 0.6%	8 0.8%	6 0.6%	16 1.6%	80 7.9%
200～299人	15 1.5%	0 0.0%	1 0.1%	4 0.4%	3 0.3%	12 1.2%	35 3.4%
300人以上	30 3.0%	6 0.6%	3 0.3%	3 0.3%	3 0.3%	8 0.8%	53 5.2%
無回答	5 0.5%	2 0.2%	0 0.0%	5 0.5%	3 0.3%	1 0.1%	16 1.6%
計	385 37.9%	162 15.9%	55 5.4%	137 13.5%	120 11.8%	157 15.5%	1016 100.0%

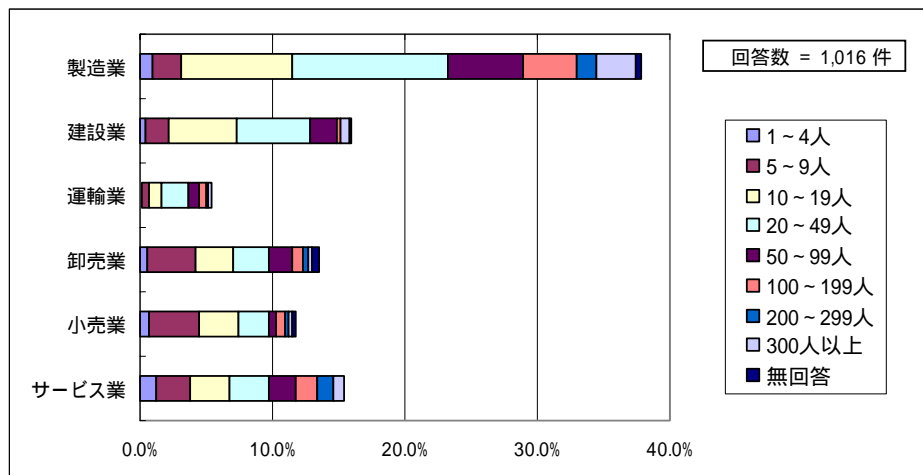


図 4 . 従業員規模内訳（業種別）

全体では、20人以上～49人以下の製造業が最も多く、全体の11.7%である。次に多いのは10人以上～19人以下の製造業で、全体の8.5%である。3番目に多いのは50人以上～99人以下の製造業で、全体の5.7%である。各業種とも、50人未満の企業が占める割合が高く、全体における50人未満の企業の割合は68.9%である。

## 売上高内訳（従業員規模別）

売上高内訳（従業員規模別）は、表 5 及び図 5 のとおりである。

表 5 . 売上高内訳（従業員規模別）

	5,000万円未満	1,000万円以上 ～ 1億円未満	1億円以上 ～ 5億円未満	5億円以上 ～ 10億円以下	10億円以上 ～ 50億円以下	50億円以上 ～ 100億円以下	100億円以上	無回答	計
1～4人	21 2.1%	13 1.3%	6 0.6%	0 0.0%	1 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	41 4.0%
5～9人	18 1.8%	39 3.8%	75 7.4%	6 0.6%	2 0.2%	0 0.0%	1 0.1%	4 0.4%	145 14.3%
10～19人	4 0.4%	18 1.8%	151 14.9%	44 4.3%	17 1.7%	1 0.1%	0 0.0%	3 0.3%	238 23.4%
20～49人	6 0.6%	8 0.8%	104 10.2%	83 8.2%	69 6.8%	5 0.5%	0 0.0%	1 0.1%	276 27.2%
50～99人	0 0.0%	2 0.2%	21 2.1%	29 2.9%	74 7.3%	6 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	132 13.0%
100～199人	0 0.0%	0 0.0%	4 0.4%	8 0.8%	53 5.2%	10 1.0%	5 0.5%	0 0.0%	80 7.9%
200～299人	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%	1 0.1%	15 1.5%	13 1.3%	5 0.5%	0 0.0%	35 3.4%
300人以上	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 0.6%	15 1.5%	31 3.1%	1 0.1%	53 5.2%
無回答	1 0.1%	2 0.2%	2 0.2%	2 0.2%	6 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	3 0.3%	16 1.6%
計	50 4.9%	82 8.1%	364 35.8%	173 17.0%	243 23.9%	50 4.9%	42 4.1%	12 1.2%	1016 100.0%

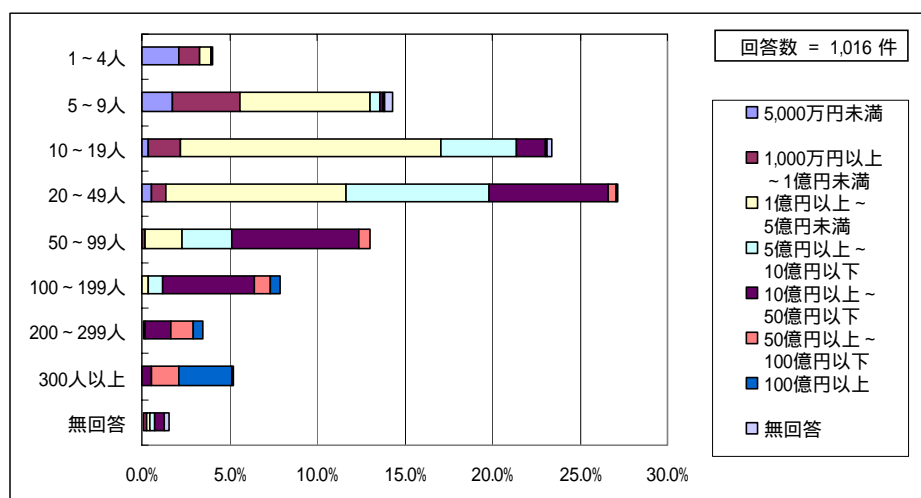


図 5 . 売上高内訳（従業員規模別）

全体では、売上高 1 億円以上～5 億円未満の企業が最も多く、全体の 35.8%である。また、売上高 10 億円未満の企業は、全体の 65.8%を占める。

従業員規模別では、10 人以上～19 人以下で売上高 1 億円以上 5 億円未満の企業が最も多く、全体の 14.9%である。次に多いのは 20 人以上～49 人以下で売上高 1 億円以上 5 億円未満の企業で、全体の 10.2%である。また、50 人未満の企業においては、売上高 1 億円以上 5 億円未満の企業が占める割合は高い。

## 売上高内訳（業種別）

売上高内訳（業種別）は、表 6 及び図 6 のとおりである。

表 6．売上高内訳（業種別）

	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	計
5,000 万円未満	10 1.0%	4 0.4%	6 0.6%	2 0.2%	6 0.6%	22 2.2%	50 4.9%
1,000 万円以上 ～ 1 億円未満	28 2.8%	6 0.6%	7 0.7%	8 0.8%	11 1.1%	22 2.2%	82 8.1%
1 億円以上～ 5 億円未満	142 14.0%	47 4.6%	23 2.3%	40 3.9%	56 5.5%	56 5.5%	364 35.8%
5 億円以上～ 10 億円以下	67 6.6%	44 4.3%	6 0.6%	18 1.8%	17 1.7%	21 2.1%	173 17.0%
10 億円以上～ 50 億円以下	51 9.1%	92 5.0%	9 0.9%	45 4.4%	19 1.9%	27 2.7%	243 23.9%
50 億円以上～ 100 億円以下	18 1.8%	3 0.3%	2 0.2%	15 1.5%	4 0.4%	8 0.8%	50 4.9%
100 億円以上	22 2.2%	6 0.6%	1 0.1%	9 0.9%	4 0.4%	0 0.0%	42 4.1%
無回答	6 0.6%	1 0.1%	1 0.1%	0 0.0%	3 0.3%	1 0.1%	12 1.2%
計	385 37.9%	162 15.9%	55 5.4%	137 13.5%	120 11.8%	157 15.5%	1016 100.0%

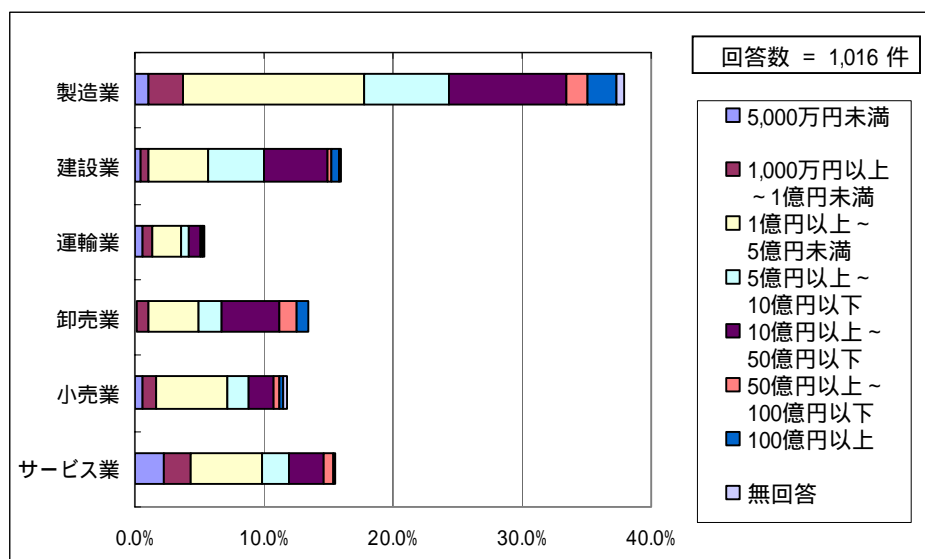


図 6．売上高内訳（業種別）

全体では、売上高 1 億円以上～5 億円未満の製造業が最も多く、全体の 14.0%である。次に多いのは、売上高 10 億円以上～50 億円未満の製造業が最も多く、全体の 9.1%である。

各業種とも、売上高 1 億円以上～5 億円未満の企業が占める割合は高い。

### 過去3年間の売上高推移（業種別）

過去3年間の売上高推移（業種別）は、表7及び図7のとおりである。

表7. 過去3年間の売上高推移（業種別）

	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	全体
増加(10%以上)	25 2.5%	3 0.3%	2 0.2%	10 1.0%	5 0.5%	17 1.7%	62 6.1%
やや増加(6~9%の範囲)	70 6.9%	6 0.6%	7 0.7%	20 2.0%	12 1.2%	19 1.9%	134 13.2%
横ばい(+5%)	136 13.4%	39 3.8%	18 1.8%	50 4.9%	41 4.0%	48 4.7%	332 32.7%
やや減少(-6~-9%の内)	70 6.9%	49 4.8%	13 1.3%	39 3.8%	44 4.3%	36 3.5%	251 24.7%
減少(-10%以上)	78 7.7%	64 6.3%	13 1.3%	18 1.8%	16 1.6%	34 3.3%	223 21.9%
無回答	6 0.6%	1 0.1%	2 0.2%	0 0.0%	2 0.2%	3 0.3%	14 1.4%
計	385 37.9%	162 15.9%	55 5.4%	137 13.5%	120 11.8%	157 15.5%	1016 100.0%

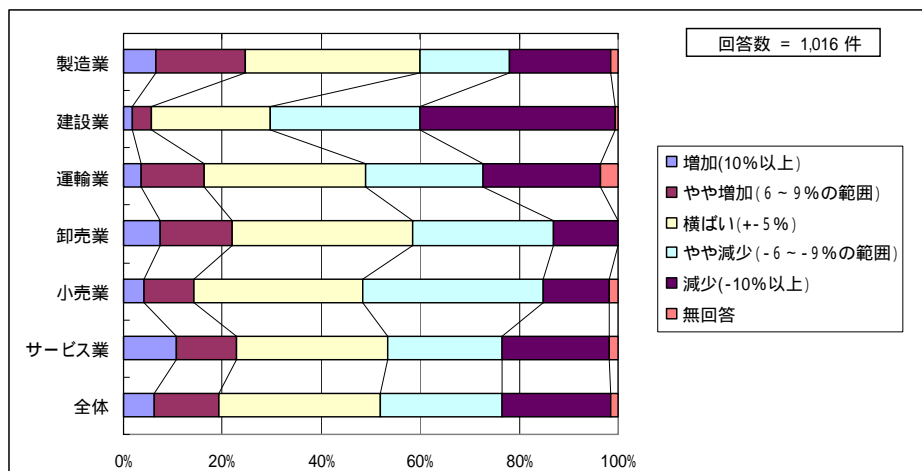


図7. 過去3年間の売上高推移（業種別）

全体では、過去3年間の売上高推移が「横ばい」と回答した企業の割合が多く32.7%であるが、「やや減少」と回答した企業を「減少」と回答した企業に加えると、その割合は46.6%となり「横ばい」を大きく上回る数字となる。

業種別に見ると、建設業だけが他業種と比べてとりわけ売上推移が落ち込んでおり、製造業においては、他業種ほど売上高が落ち込んでいない。



### 過去3年間の収益高の推移（業種別）

過去3年間の収益高の推移（業種別）は、表8及び図8のとおりである。

表8．過去3年間の収益高の推移（業種別）

	製造業	建設業	運輸業	卸売業	小売業	サービス業	全体
増加(10%以上)	35 3.4%	3 0.3%	2 0.2%	9 0.9%	3 0.3%	15 1.5%	67 6.6%
やや増加(6～9%の範囲)	49 4.8%	5 0.5%	13 1.3%	21 2.1%	10 1.0%	17 1.7%	115 11.3%
横ばい(+/-5%内)	131 12.9%	46 4.5%	19 1.9%	53 5.2%	39 3.8%	55 5.4%	343 33.8%
やや減少(-6～-9%の範囲)	81 8.0%	40 3.9%	9 0.9%	30 3.0%	42 4.1%	28 2.8%	230 22.6%
減少(-10%以上)	76 7.5%	59 5.8%	9 0.9%	22 2.2%	20 2.0%	36 3.5%	222 21.9%
無回答	13 1.3%	9 0.9%	3 0.3%	2 0.2%	6 0.6%	6 0.6%	39 3.8%
計	385 37.9%	162 15.9%	55 5.4%	137 13.5%	120 11.8%	157 15.5%	1016 100.0%

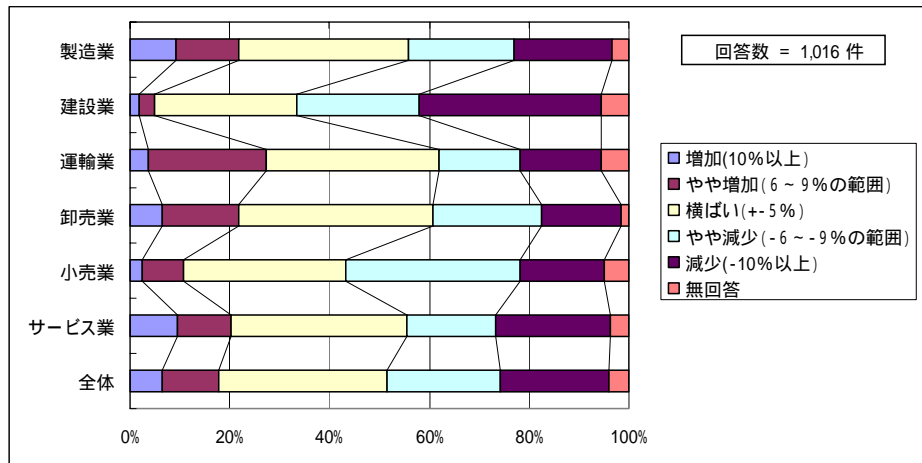


図8．過去3年間の収益高の推移（業種別）

#### 4. 本県産業におけるIT化の現状

この章では、製造業、建設業、運輸業、卸売業、小売業、サービス業の6業種1,016件について分析を行った。(5章及び6章についても同様である。)

##### (1) パソコンの導入状況

##### 業種別パソコン導入状況

業種別パソコン導入状況は、図9のとおりである。

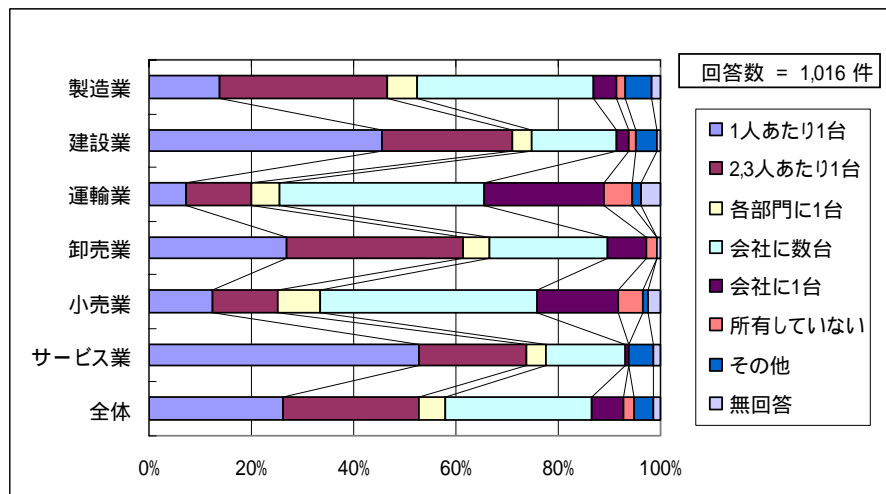


図9. 業種別パソコン導入状況

##### <産業全体>

会社に1台でもパソコンを導入している企業は「その他」を含め全体の96.5%であり、前回調査結果(89.3%)より7.2ポイント増加している。導入形態としては「1人あたり1台」「2,3人あたり1台」「会社に数台」がほぼ均等に多い。一方で、パソコンを導入していない企業は全体の2.1%であり、前回調査結果(9.5%)より7.4ポイント減少している。

総括すると、前回調査時よりもパソコンを導入している企業の割合が増加しており、導入台数においても増加している。積極的にIT化の設備投資を行っていることが分かる。

「その他」は、回答項目以外の形でパソコンを導入している企業である。(以下同様)

##### <全国>

会社に1台でもパソコンを導入している企業は「その他」を含め全体の97.5%であり、石川県内企業におけるパソコン導入企業の割合とほとんど変わらない。導入形態としては、「社内に数台」が33.5%と最も多く、次に「1人1台(21.8%)」「2,3人あたり1台(21.9%)」と同列で多い。したがって、企業あたりのパソコン導入台数という視点で比較すると、石川県内企業の導入台数は全国値を上回ると推測される。

##### <業種別>

##### 製造業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の96.6%であり、前回調査結果(88.9%)より7.7ポイント増加している。導入形態は「会社に数台」(34.6%)と「2,3人あたり1台」(32.7%)が均等に多く、この傾向は前回調査と変わらない。一方で、パソコンを導入していない企業は1.8%であり、前回調査結果(10.0%)より8.2ポイント減少している。

##### 建設業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の98.2%である。そのうち、最も多い導入形態は「1人あたり1台」であり、全体の45.7%である。一方で、パソコンを導入していない企業は1.2%である。

##### 運輸業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の90.9%であり、前回調査結果(89.2%)より1.7ポイン

ト増加している。そのうち、最も多い導入形態は「会社に数台」(40.0%)であり、前回時に最も多かった「会社に1台」より積極的に導入していることが伺える。一方で、パソコンを導入していない企業は7.3%であり、前回調査結果(9.7%)より2.4ポイント減少している。

#### 卸売業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の97.1%である。そのうち、最も多い導入形態は「2,3人あたり1台」であり、全体の34.3%である。一方で、パソコンを導入していない企業は2.2%である。

#### 小売業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の92.5%である。そのうち、最も多い導入形態は「会社に数台」であり、全体の42.5%である。一方で、パソコンを導入していない企業は5.0%である。

前回調査においては卸・小売業として集計されていたため、卸売・小売業を合計した数値にて経年比較を行うと次のようになる。

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の94.9%であり、前回調査結果(89.6%)より5.3ポイント増加している。そのうち、多い導入形態は「会社に数台」(32.3%)と「2,3人あたり1台」(24.1%)であり、前回時に2極化した「会社に1台」「2,3人あたり1台」に比べて導入台数が増加していることが分かる。一方で、パソコンを導入していない企業は3.5%であり、前回調査結果(8.9%)より5.4ポイント減少している。

#### サービス業

会社に1台でもパソコンを導入している企業は、全体の98.7%であり、前回調査結果(90.3%)より8.4ポイント増加している。導入形態は「1人あたり1台」(52.9%)が飛び抜けて多く、前回調査時に2極化した「1人あたり1台」「2,3人あたり1台」と比べてさらにIT化設備投資が行われたことが分かる。一方で、パソコンを導入していない企業は0.0%であり、前回調査結果(9.7%)より9.7ポイント減少している。これは産業全体の中でも最もパソコンを活用している業種であると言える。

### パソコン導入状況(従業員規模別)

パソコン導入状況(従業員規模別)は、図10のとおりである。

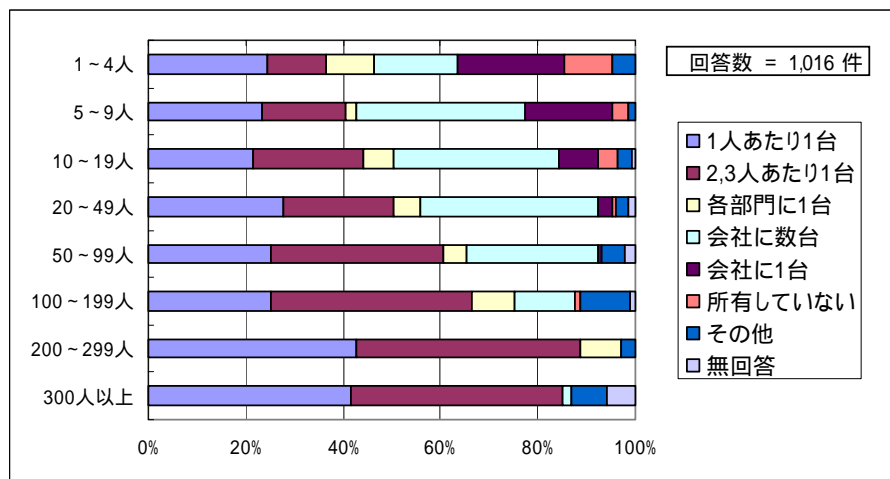


図10. パソコン導入状況(従業員規模別)

従業員数50人未満の企業では、「会社に数台」(34.1%)という回答が最も多く、「1人あたり1台」(24.6%)も次に多い回答であった。前回は「会社に1台」という回答が最も多いことを考えると、従業員規模が小さい企業におけるパソコン導入台数が確実に増加していることが分かる。従業員数が200人以上の企業においては、「1人あたり1台」と「2,3人あたり1台」の合計が86.4%を占めており、前回調査よりも増加している。従業員規模の大きい企業においては、ほとんどの社員がパソコンを利用できる環境が整備されていることが分かる。

## パソコンを導入していない理由

パソコンを導入していない理由は、図 11 のとおりである。

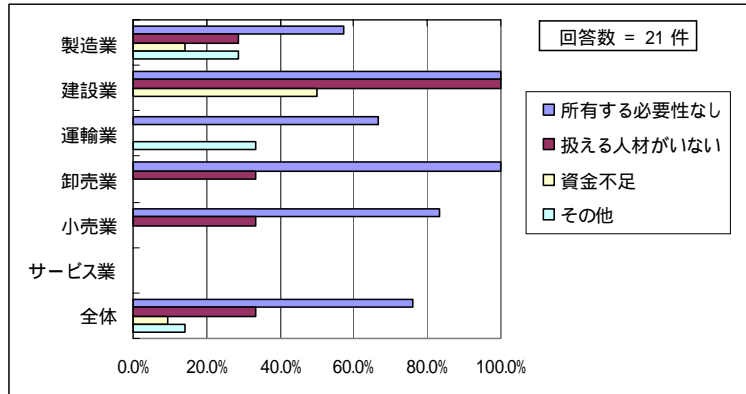


図 11 . パソコンを導入していない理由

パソコンを導入していないと回答した 21 社（前回調査では 115 社）の内、最も多い理由が「導入しなくても業務可能である」であり、次に「扱える人材がない」である。パソコン未導入企業の殆どが 20 人未満の企業であり、特に製造・小売業で多いことから、業務オペレーションがシンプルであり就労者が比較的高齢であるものと推測される。

## パソコンの使用目的

パソコンの使用目的は、図 12 のとおりである。

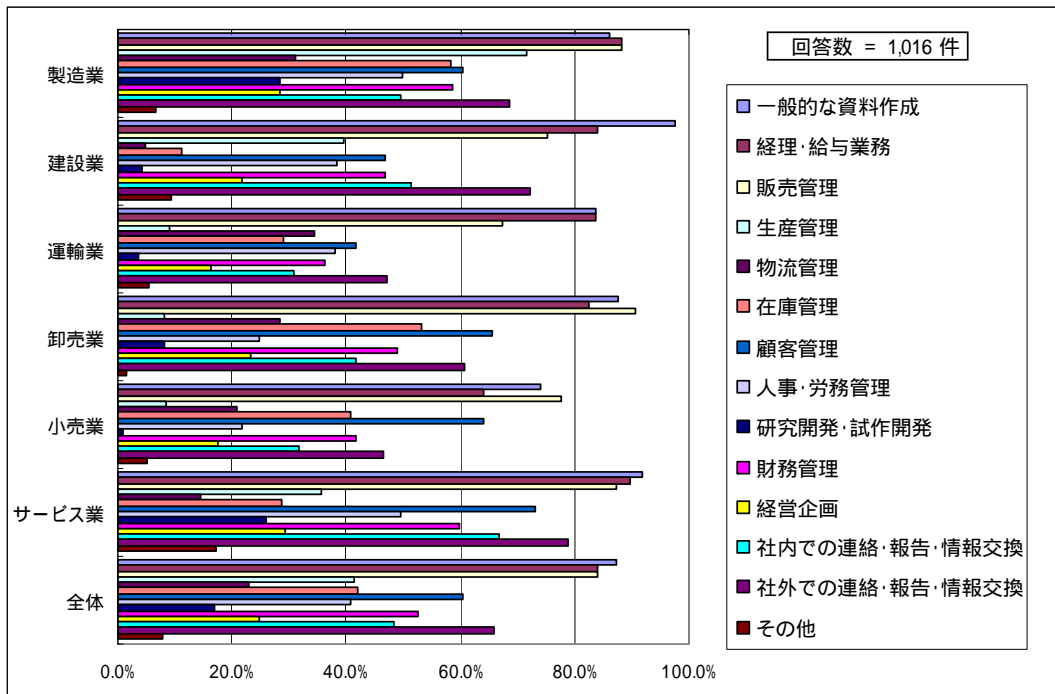


図 12 . パソコンの使用目的

< 産業全体 >

「一般的な資料作成」(87.4%)、「経理・給与業務」(84.0%)、「販売管理」(84.0%) が同列で前回同様に最も多い回答であり、パソコンの使用目的は「事務処理」中心であることが分かる。

### <業種別>

各業種とも前回同様に「一般的な資料作成」「経理・給与業務」「販売管理」が最も多い。それ以外の使用目的については業種別に特色が現れている。製造業では「生産管理」(71.7%)、建設業では「社外での連絡・報告・情報交換」(72.2%)、運輸・卸売・小売・サービス業では「顧客管理」の利用が多い。また、社内外における情報伝達手段としての利用も多いことから、メールが広く活用されていることが分かる。

### <全国>

「一般的な資料作成」(85.2%)、「経理・給与業務」(80.9%)、「販売管理」(66.0%)の順で高く、県内企業の傾向と同じである。また、県内企業における「顧客管理」「在庫管理」という分野についての活用度は、全国平均と比べて「やや低い」という結果が伺える。

## ソフトウェアの構築方法

ソフトウェアの構築方法は、図13のとおりである。

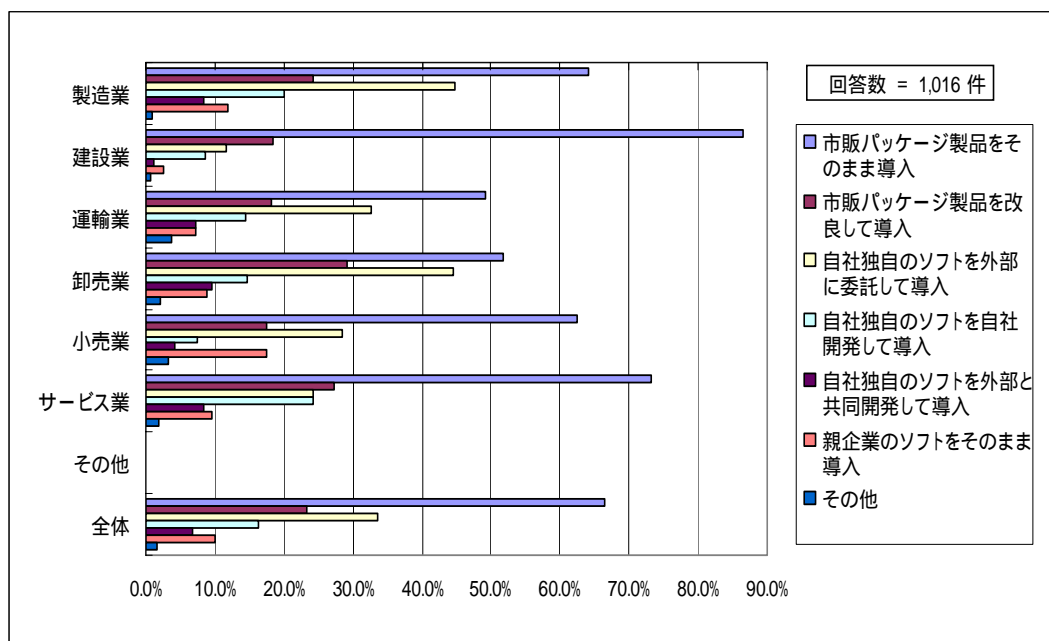


図13. ソフトウェアの構築方法

### <産業全体>

「市販パッケージ製品をそのまま導入」と回答した企業が最も多く、全体の66.4%である。次に多いのは、「自社独自のソフトを外部に委託して導入」の33.7%である。「市販パッケージ製品を改良して導入」の企業も全体の23.3%を占める。

### <業種別>

製造・運輸・卸売業における「自社独自のソフトを外部に委託して導入」の割合は他業種に比べると比較的高いことが分かる(それぞれ44.7%、32.7%、44.5%)。建設業においては「市販パッケージ製品をそのまま導入」の割合が他のソフトウェア構築方法に比べて圧倒的に高い。建設業界においては、官公庁への電子納品対応が急速に迫られているため、市販ソフトウェアにおいて汎用性の高いソフトが広く利用できる状況にあり、厳しい経営状況の下で独自ソフトを開発するよりは、市販ソフトを活用するほうが導入コストを安くできることも大きな要因であると推測される。

## (2) ネットワークの活用状況

### パソコンの運用環境

パソコンの運用環境は、図 14 のとおりである。

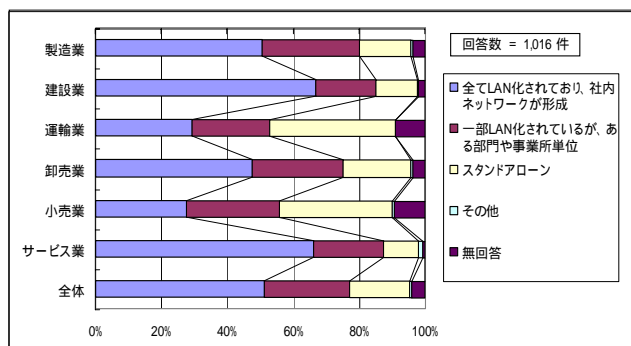


図 14 . パソコンの運用環境

#### < 産業全体 >

「全てLAN化されており、社内ネットワークが形成」と回答している企業が最も多く、全体の51.2%である。次に多いのは、「一部LAN化されているが、ある部門や事業所単位」の25.8%である。「スタンドアローン」と回答した企業は18.5%である。全体的に7割以上の企業が何らかのネットワークを構築してパソコン運用していることが分かる。

#### < 業種別 >

建設・サービス業は他の業種に比べて「全てLAN化されており、社内ネットワークが形成」の割合が非常に高いことが分かる(それぞれ66.7%、66.2%)。社内ITインフラ整備に対してのマインドが高く、それに対して、運輸・小売業における社内インフラ整備は他業種に比べて非常に遅れており、「スタンドアローン」で運用している割合も非常に高い。しかし、この結果は運輸・小売業におけるインフラ整備のマインドが他業種に比べて低いことを反映しているというよりは、業務フローの内容が他業種と違うため、特に業務上必要ではないためではないかと推測される。

#### < 全国 >

「全てLAN化されており、社内ネットワークが形成(38.3%)」「スタンドアローン(30.8%)」「一部LAN化されているが、ある部門や事業所単位(29.9%)」の順に高い結果であり、県内企業のパソコン運用環境は全国平均より高いレベルで利用されているようである。

## ネットワーク化の現状

ネットワーク化の現状は、図 15 のとおりである。

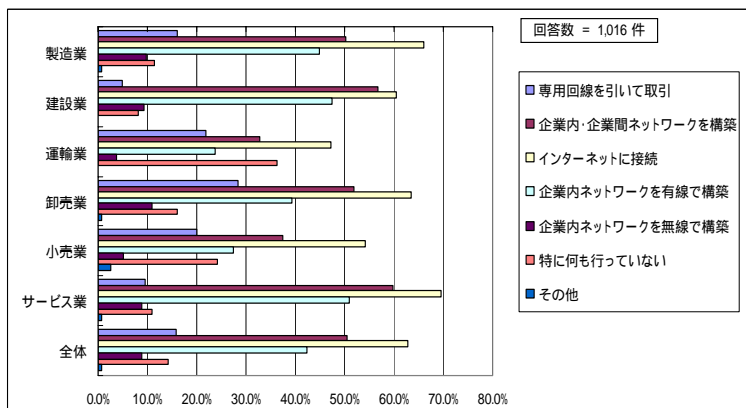


図 15 . ネットワーク化の現状

### <産業全体>

「インターネットに接続」と回答している企業が最も多く、全体の62.9%である。これは前回調査結果の46.9%より16.0ポイント増加しており、インターネット接続環境が非常に整ってきていると考えられる。また、「企業内・企業間ネットワークを構築」と回答している企業は、全体の50.5%であり、前回調査結果の31.5%より19.0ポイント増加している。

全体の40%以上の企業が「企業内ネットワークを有線で構築」と回答したが、「企業内ネットワークを無線で構築」と回答した企業は10%に満たなかった。これは、無線環境を構築する上での技術的な問題や情報セキュリティ上の問題が考えられる。また、有線にてネットワーク構築を早期に済ませてしまった企業においては、あえて無線環境に移行するために設備投資を行うほどのメリットを享受できないのではないかと考えられる。

### <業種別>

製造・運輸・小売業における「インターネットに接続している企業」と「企業内・企業間ネットワークを構築している企業」の回答率の差が他業種に比べて若干大きく見えるが、前回調査結果に比べるとその差はずっと縮まっていることが分かる。これは、産業全体において確実に社内ネットワークが整備されてきていることを反映している。特に、建設業においては「インターネットに接続している企業」と「企業内・企業間ネットワークを構築している企業」の回答率の差が他業種に比べて極めて小さく、インターネットに接続した企業内・企業間ネットワークが高度に構築されていることが分かる。

### <全国>

「インターネットに接続(61.3%)」「企業内ネットワークを有線で構築(28.8%)」「企業内・企業間ネットワークを構築(24.4%)」の順で高い結果であり、県内企業のインターネット接続状況は、ほぼ全国並である。

次に従業員規模別にネットワーク化の現状を見てみると、図16の通りである。

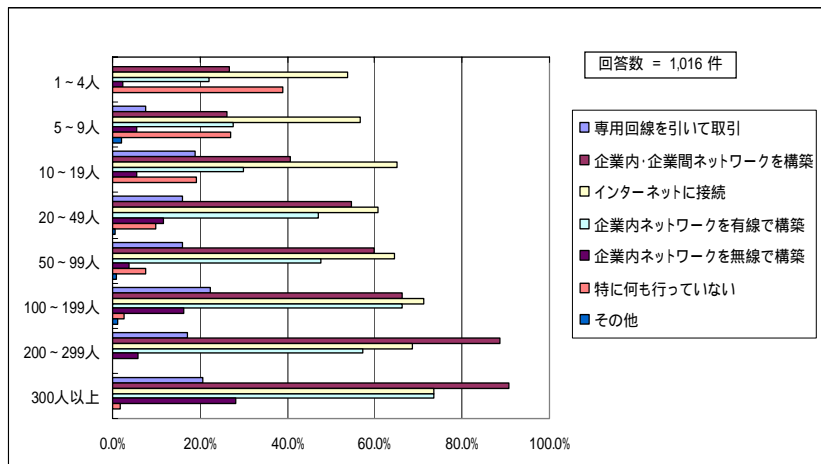


図16. 従業員規模別ネットワーク化の現状

従業員数10人以上の企業においては6割以上が「インターネットに接続」と回答。100人以上の企業規模においては7割以上。10人未満の企業についても、5割以上が「インターネットに接続」と回答している。全ての企業規模において、前回調査結果より「インターネットに接続している企業」の割合は増加している。「企業内・企業間ネットワークを構築している企業」についても、全企業規模において総体的にその割合が伸びているが、特に200人以上の企業においては約9割の企業が「企業内・企業間ネットワークを構築」と回答。従業員規模が10~19人の企業における「企業内・企業間ネットワークを構築した企業」の割合も40.8%であり、これは前回調査結果の約2倍の増加率である。また、従業員規模300人以上の企業では約3割が無線にてネットワーク構築をしている。総括すると、従業員規模に関係なく全企業がIT化の流れに即したネットワーク整備に設備投資を行っていると言える。



## 企業内・企業間ネットワーク構築の目的

企業内・企業間ネットワーク構築の目的は、図 17 のとおりである。

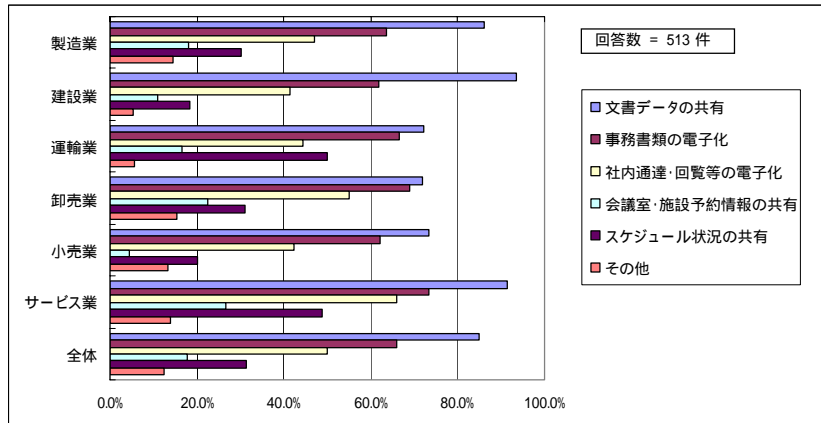


図 17. 企業内・企業間ネットワーク構築の目的

「企業内・企業間ネットワークを構築」と回答した企業（513社）のうち、その目的として最も多い回答は、「文書データの共有」の84.8%である。次に多いのは、「事務書類の電子化」の65.9%であり、3番目に多いのは、「社内通達・回覧等の電子化」の50.1%である。この順位は前回調査結果と同様であり、企業がネットワーク構築を行う目的において大きな変化は起きていないことが分かる。しかし、運輸・サービス業において約5割の企業が「スケジュール状況の共有」と回答しており、この割合は他業種より大きく秀でているだけでなく、前回調査結果の数値よりも大きく伸びている。前回調査時に比べて、さらに業種ニーズに適したネットワーク活用を試みようとする企業の姿勢が伺える。

## ネットワーク化を行っていない理由

ネットワーク化を行っていない理由は、図 18 のとおりである。

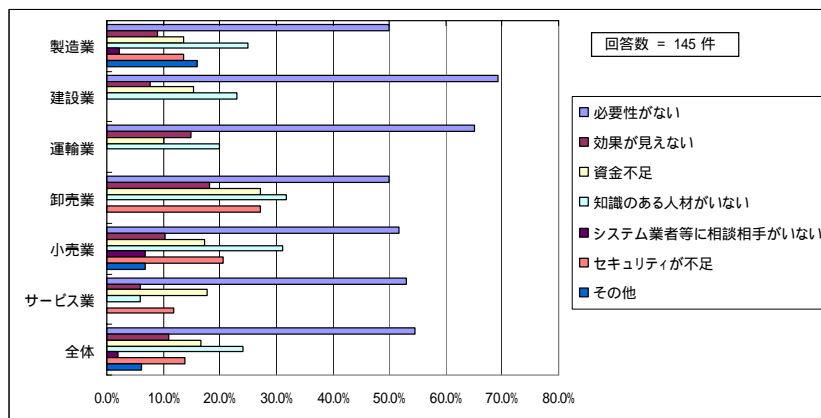


図 18. ネットワーク化を行っていない理由

「ネットワークに関しては特に何も保有・構築していない」と回答した企業（145社）のうち、その理由として最も多い回答は、「必要性がない」の54.5%で、前回調査結果（45.7%）より8.8ポイント増加している。次に多いのは、「知識のある人材がない」の24.1%で、前回調査結果（31.4%）より7.3ポイント減少している。「資金不足」と回答した企業の割合も若干ではあるが前回調査結果よりも減少している。逆に、「セキュリティが不足」と回答した企業の割合はやや増加しているが、ネットワーク化を行わない重要な理由にはならない程度である。



## セキュリティ被害状況

セキュリティ被害状況は、図 19 のとおりである。

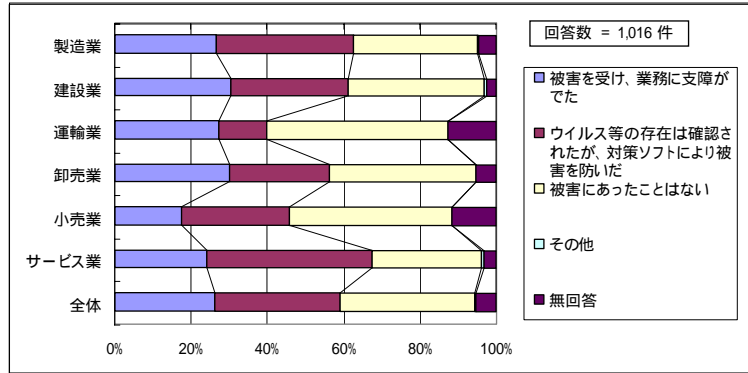


図 19 . セキュリティ被害状況

「被害にあったことはない」と回答した企業が最も多く、全体の 35.2%である。次に多いのは、「ウイルス等の存在は確認されたが、対策ソフトにより被害を防いだ」の 32.9%であり、3 番目に多いのは「被害を受け、業務に支障が出た」の 26.2%である。

業種別に見てもほぼ同じ傾向であり、全体の 59.1%が何らかの原因でウイルスとの接触があることになる。運輸業が全業種の中でもウイルス接触の機会が一番少なく、40.0%である。この結果は運輸業が全業種の中で最も「インターネットに接続している企業」の割合が低い(47.3%)事実を如実に反映していると言える。つまり、インターネット接続していればウイルスと接触する機会が発生する事実をこの結果は裏付けている。

< 全国 >

「被害にあったことはない(47.9%)」「ウイルス等の存在は確認されたが、対策ソフトにより被害を防いだ(29.1%)」「被害を受け、業務に支障が出た(22.3%)」という結果であり、県内企業がウイルス等と接触した機会は全国値よりもやや高いが、被害にあったことのない企業の割合は逆に全国値よりもやや低い。つまり、県内企業は全国値を上回るレベルでウイルス対策を行っていると思われる。

## 被害時の復旧方法

被害時の復旧方法は、図 20 のとおりである。

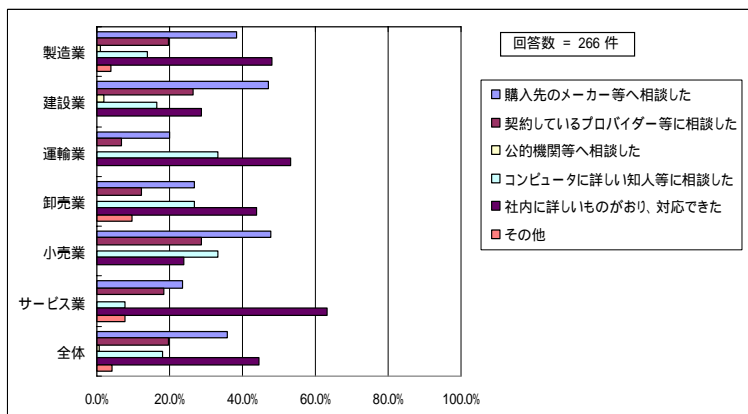


図 20 . 被害時の復旧方法

「被害を受け、業務に支障がでたことがある」と回答した企業(266社)のうち、「社内に詳しいものがあり、対応できた」と回答した企業が最も多く、44.4%である。次に多いのは、「購入先のメーカー等へ相談した」の 35.7%

であり、3番目に多いのは、「契約しているプロバイダ等に相談した」の19.6%である。「公的機関等へ相談した」と回答した企業はほとんどない。

業種別に見ると、建設・小売業において「社内に詳しいものがあり、対応できた」と回答した企業の割合は他業種よりも15~20ポイントも低い。特に建設業は全業種中で最もネットワークが整っている業種であるにもかかわらず、社内に詳しいものが少なく、購入先のメーカーや業者に大きく依存している状況が分かる。

<全国>

「社内に詳しいものがあり、対応できた(41.8%)」「購入先のメーカー等へ相談した(41.7%)」「契約しているプロバイダ等に相談した(20.0%)」の順で高く、県内企業における被害時の復旧方法とほぼ同じ傾向である。

## 電子メールアドレスの保有状況

電子メールアドレスの保有状況は、図21のとおりである。

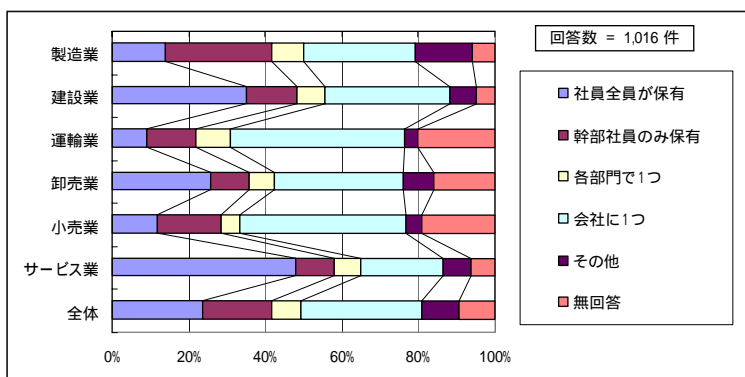


図21. 電子メールアドレスの普及状況

<産業全体>

「会社に1つ」と回答した企業が最も多く、全体の31.7%であるが、前回調査結果と比較すると、その割合はかなり減少している。次に多いのは「社員全員が保有」で、全体の23.5%である。この割合は前回調査結果に比べて増加している。

<全国>

「会社に1つ」と回答した企業が最も多く、全体の40.3%である。次に多いのは「社員全員が保有」の22.0%であり、3番目に多いのは「幹部社員のみ保有」の17.7%である。県内企業の電子メール保有傾向は全国調査における結果と同じである。

<業種別>

### 製造業

製造業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、79.2%(その他を含めない)である。普及の形態としては、「会社に1つ」という回答が最も多く、29.1%であり、前回調査結果(44.5%)より15.4ポイント減少している。幹部社員に優先的にメールアドレスを持たせる傾向である。

### 建設業

建設業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、88.3%である。普及の形態としては、「社員全員が保有」という回答が最も多く、35.2%である。しかし、次に多いのは「会社に1つ」で、32.7%であり、依然として「会社で1つのメールアドレスを利用している企業」も多い。

### 運輸業

運輸業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、76.4%である。普及の形態としては、「会社に1つ」という回答が圧倒的に多く、45.5%であり、全業種中で最も高い割合である。

### 卸売業

卸売業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、75.9%である。普及の形態としては、「会社に1つ」という回答が最も多く、33.6%である。しかし、「社員全員が保有」も2番目に圧倒的に

多く、25.6%であり、業務上必要な社員にはメールアドレスを持たせる傾向である。

#### 小売業

小売業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、76.7%である。普及の形態としては、「会社に1つ」という回答が圧倒的に多く、43.3%である。

#### サービス業

サービス業全体のうち、電子メールアドレスを会社に1つでも保有している企業は、86.6%である。普及の形態としては、「社員全員が保有」という回答が最も多く、47.8%である。この割合は全業種の中でも飛び抜けており、業務上において社員全員がメールアドレスを保有する必要性の高い業種であると考えられる。インターネットに接続している割合も全業種の中で最も多く、社外コミュニケーションツールとしてメールを非常に活用していると推測される。

### インターネットの利用環境

インターネット利用環境は、図22のとおりである。

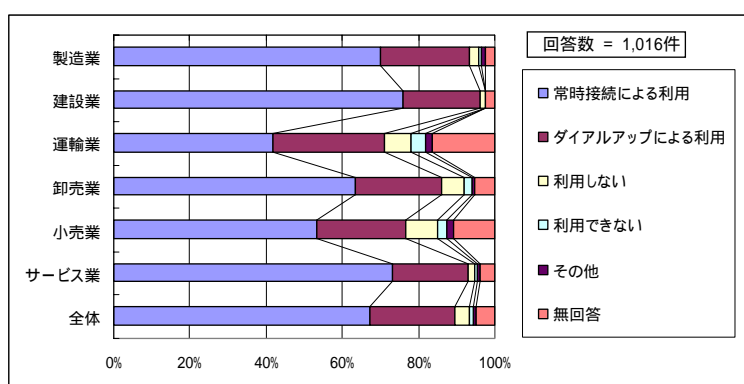


図22. インターネット利用環境

「常時接続による利用」と回答している企業が最も多く、全体の67.1%である。「ダイヤルアップによる利用」は全体の22.4%であるが、これらの企業が常時接続サービスを利用できない状況であるためにダイヤルアップ接続を利用しているのかは本調査では不明である。インターネットを「利用できない」と回答した企業は全体のわずか1.2%である。

#### < 全国 >

「常時接続による利用」と回答している企業が最も多く全体の64.3%であり、次に多いのは「ダイヤルアップによる利用」の27.2%である。全国値を若干上回る割合の県内企業が常時接続にてインターネットを利用している。

## 電子メールの活用状況

電子メールの活用状況は、図 23 のとおりである。

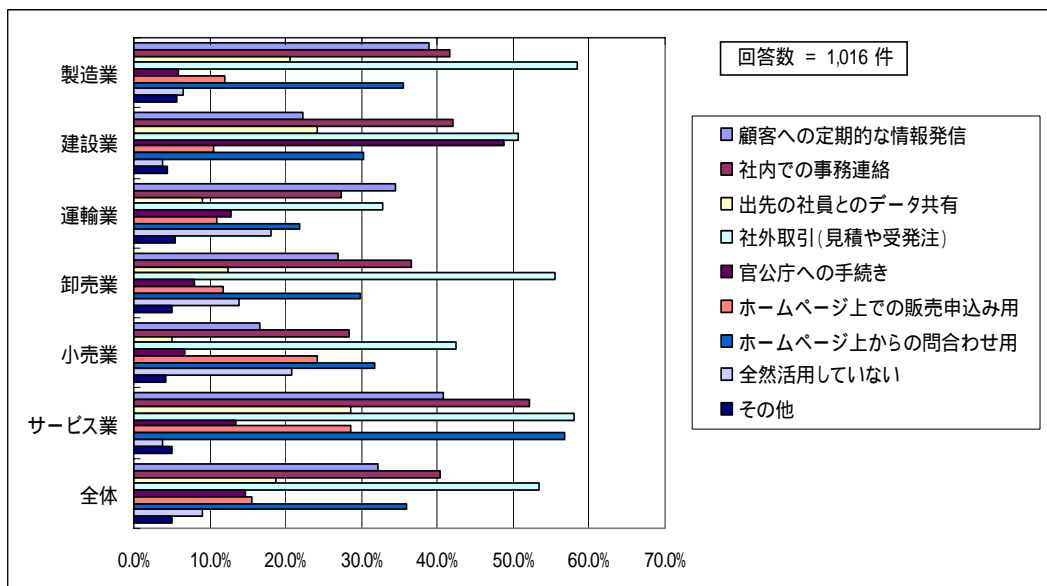


図 23 . 電子メールの活用状況

### < 産業全体 >

電子メールの活用状況として最も多い回答は、「社外取引（見積や受発注）」で、全体の 53.4%である。次に多いのは、「社内での事務連絡」で、全体の 40.3%である。3 番目に多いのは、「ホームページ上からの問い合わせ用」で、全体の 36.0%である。前回調査では、「社外取引（見積や受発注）」（33.3%）、「ホームページ上からの問い合わせ用」（29.0%）、「顧客への定期的な情報発信」（24.7%）という順位で電子メールが活用されていた。特に、「社内での事務連絡」については前回調査において 6 番目の利用状況であったが、今回の調査では 2 番目に多く利用されている。これは社内にメールアドレスを保有する従業員数が前回調査時よりも確実に増加していることを反映している。全体的に電子メール活用状況の割合が前回調査よりも伸びているので、産業全体においてパソコンが一段と普及し、相互にインターネットを活用して業務を遂行していると考えられる。「全然活用していない」という回答は、全体の 9.0%であり、前回調査結果の約半分にまで減少している。

### < 業種別 >

全業種において、「社外取引（見積や受発注）」という回答が最も多い。また、建設業は他業種より飛び抜けて「官公庁への手続き」が多く、48.8%の企業が利用している。サービス業では、「ホームページ上からの問い合わせ用」という回答が他業種に比べて格段に多く、他の活用方法においても総じて高い数字を示している。

## グループウェアの導入状況

グループウェアの導入状況は、図 24 のとおりである。

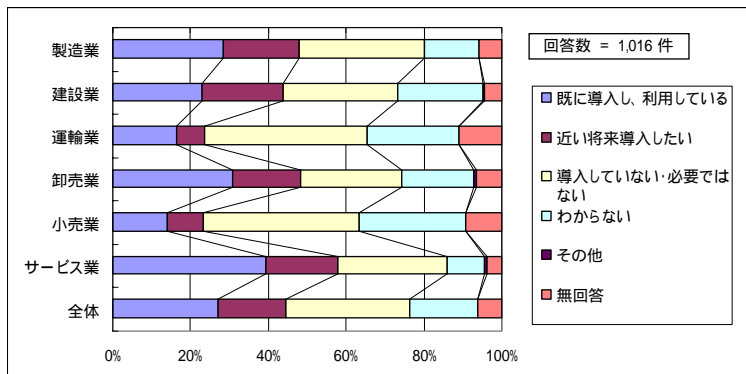


図 24 . グループウェアの導入状況

回答は2極化しており、「導入していない・必要でない」が全体の31.9%、「既導入し、利用している」が全体の27.2%である。「近い将来導入したい」と回答した企業も全体の17.4%いるが、ほとんどの企業がグループウェア導入についての必要・不必要の一応の判断を下している。今回の調査サンプルにおいては、従業員規模20人以下の企業が全体の41.7%であり、小規模事業所が多いという特性も、この結果に影響を与えていると推測される。

業種別に見ると、サービス業におけるグループウェア導入度の高さが目立つ(39.5%)。逆に、運輸・小売業におけるグループウェア導入度は、他業種に比べてかなり低いようである。

< 全国 >

「導入していない・必要でない(39.0%)」「既導入し、利用している(19.9%)」という結果であり、県内企業のグループウェア導入度は全国値よりもやや高いことが分かる。

## グループウェアの利用業務

グループウェアの利用業務は、図 25 のとおりである。

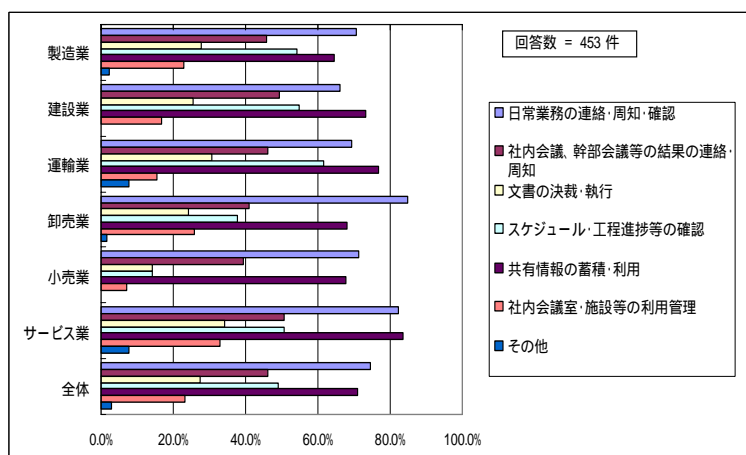


図 25 . グループウェアの利用業務

「グループウェアを既導入し、利用している」「グループウェアを近い将来導入し、利用したいと考えている」と回答した企業(453社)のうち最も多い回答は、「日常業務の連絡・周知・確認」の74.4%である。「共有情報の蓄積・利用」も70.9%と同じく高い回答である。グループウェアの利用業務については、ほぼこの2つに

特化している。

< 全国 >

「日常業務の連絡・周知・確認 (80.8%)」「共有情報の蓄積・利用 (67.8%)」という結果であり、その他の回答傾向も含めて県内企業のグループウェア利用傾向は全国結果とほぼ同じであることが分かる。

### グループウェアの構築方法

グループウェアの構築方法は、図 26 のとおりである。

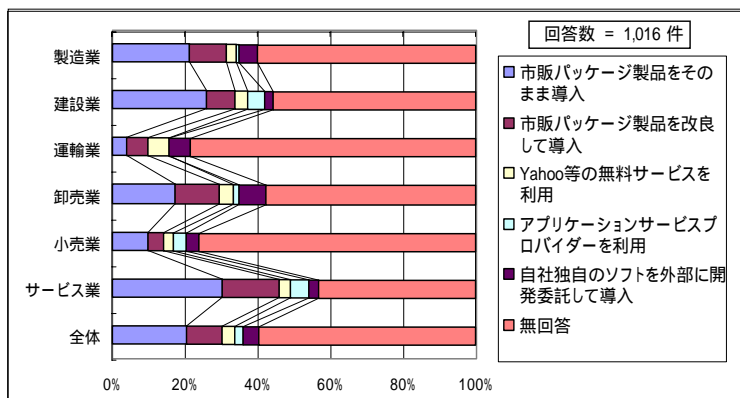


図 26 . グループウェアの構築方法

「市販パッケージ製品をそのまま導入」と回答した企業が圧倒的に多く、全体の 19.0%である。次に多いのは「市販パッケージ製品を改良して導入」の 9.1%であり、大多数のグループウェア導入企業は「市販パッケージ製品」を利用した構築であることが分かる。何らかの形で「自社独自のグループウェアを導入」している企業は全体の 7.4%であり、それほど多くはない。

業種別に見ても、ほぼ同じ傾向である。卸売業における「自社独自のグループウェアを導入」している企業の割合は 11.0%で、他業種よりもやや多い。

### グループウェアの運用方法

グループウェアの運用方法は、図 27 のとおりである。

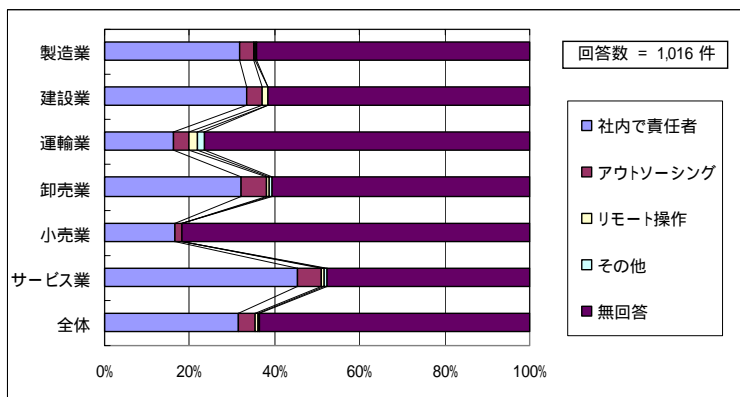


図 27 . グループウェアの運用方法

「社内で責任者」と回答した企業が最も多く、全体の 31.5%である。次に多いのは「アウトソーシング」で、3.9%であり、グループウェアを導入している企業のほとんどが社内で責任者を設けてその運用を行っていることが分かる。業種別に見ても、ほぼ同じ傾向である。

## モバイル環境の構築・利用

モバイル環境の構築・利用は、図 28 のとおりである。

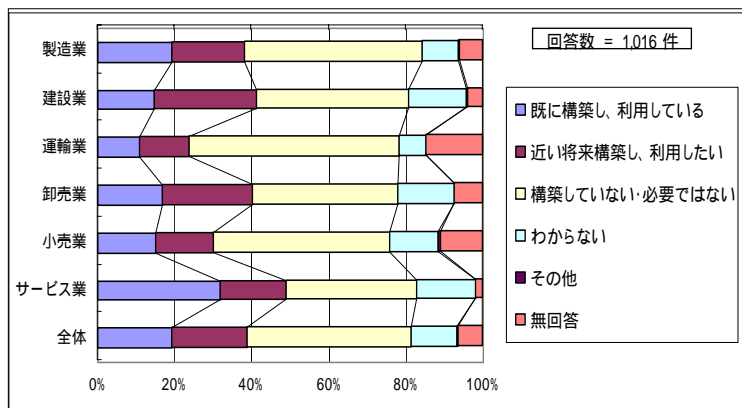


図 28 . モバイル環境の構築・利用

「構築していない・必要でない」と回答した企業が圧倒的に多く、全体の 42.4%である。「既に構築し、利用している」と回答した企業は、全体の 19.2%であり、これに「近い将来構築し、利用したい」と回答した企業を合計すると、全体の 38.9%になり、ほぼ 2 極化した回答である。

業種別に見ると、サービス業における「モバイル環境の構築・利用」の割合が他業種よりも高いことが分かる。

< 全国 >

「構築していない・必要でない (41.9%)」「既に構築し、利用している (13.6%)」「近い将来構築し、利用したい (27.5%)」という結果である。県内企業のモバイル環境構築・利用状況は全国調査結果よりやや高いことが分かる。

## モバイル機器の導入目的

モバイル機器の導入目的は、図 29 のとおりである。

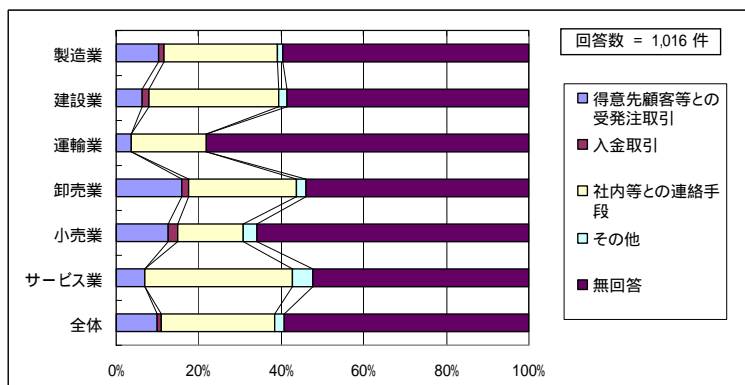


図 29 . モバイル機器の導入目的

「社内等との連絡手段」と回答した企業が最も多く、全体の 27.4%である。次に多いのは、「得意先顧客等との受発注取引」の 9.8%である。また、「入金取引」と回答した企業は、全体のわずか 1.2%である。

業種別に見ると、卸売業における「得意先顧客等との受発注取引」と回答した企業が 16.1%で、他業種よりも多い。



### (3) ホームページの状況

#### ホームページの開設状況

ホームページの開設状況は、図 30 のとおりである。

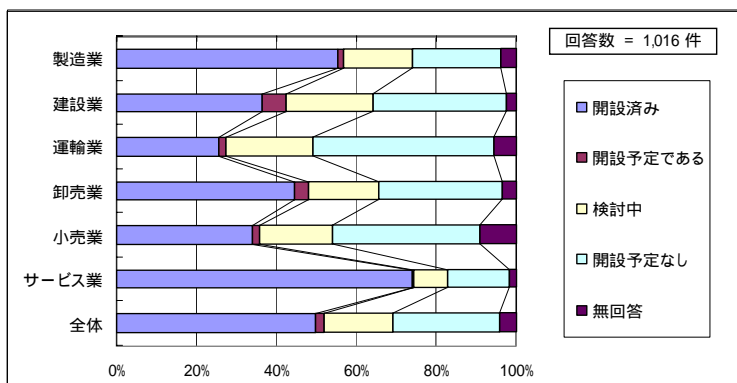


図 30 . ホームページの開設状況

「開設済み」と回答した企業は全体の 49.7% であり、前回調査結果 (42.0%) より 7.7 ポイント増加した事が分かる。しかし、「開設予定である」「検討中」と回答した企業の割合が前回調査よりも全体的にかなり減少している。今後、ホームページを新規開設していく企業の数は減少傾向にある。

業種別に見ると、サービス業における「ホームページ開設済み企業」の割合が他業種よりもきわめて高い。前回調査結果でも、全業種においてほぼ同じ割合であった。

#### ホームページの開設方法 (サーバ)

ホームページの開設方法 (サーバ) は、図 31 のとおりである。

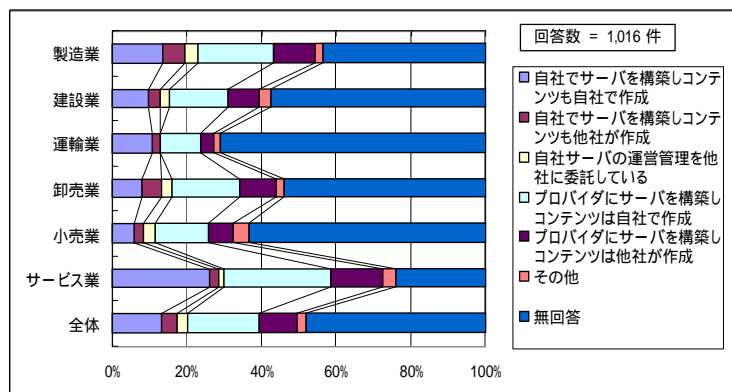


図 31 . ホームページの開設状況 (サーバ)

#### < 産業全体 >

「プロバイダにサーバを構築しコンテンツは自社で作成」と回答した企業が最も多く、全体の 19.3% である。次に多いのは、「自社でサーバを構築しコンテンツも自社で作成」の 13.1% である。3 番目に多いのは「プロバイダにサーバを構築しコンテンツは他社が作成」で、全体の 9.9% である。前回調査では、「プロバイダにサーバを構築しコンテンツは自社で作成」、「プロバイダにサーバを構築しコンテンツは他社が作成」、「自社でサーバを構築しコンテンツも自社で作成」という順位で回答が多かった。ホームページ開設方法は、より自社管理により行われる傾向である。

#### < 業種別 >

製造業とサービス業においては、「プロバイダにサーバを構築しコンテンツは自社で作成」と回答した企業の割合が高い。



## ホームページの開設方法（コンテンツ）

ホームページの開設方法（コンテンツ）は、図 32 のとおりである。

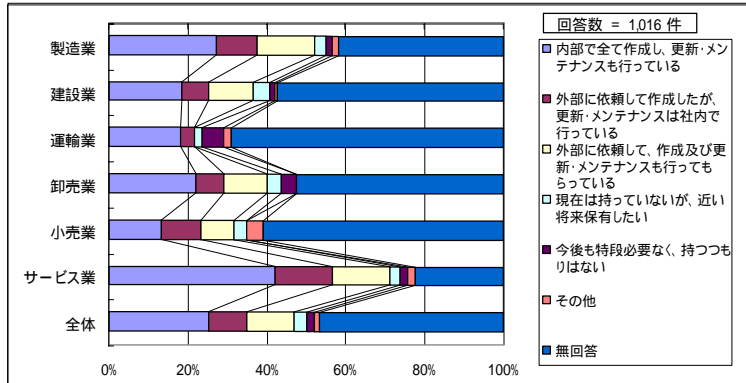


図 32 . ホームページの開設状況（コンテンツ）

### < 産業全体 >

「内部で全て作成し、更新・メンテナンスも行っている」と回答した企業が最も多く、全体の 25.3%である。その数字に「外部に依頼して作成したが、更新・メンテナンスは社内で行っている」を加えると、全体の 34.8%が自社でコンテンツの更新・メンテナンスをしていることになる。「外部に依頼して、作成及び更新・メンテナンスも行ってもらっている」と回答した企業は、全体の 12.1%である。

### < 業種別 >

製造業及びサービス業における「自社でコンテンツの更新・メンテナンスをしている企業」の割合は他業種に比べて高い。

## メールの活用方法

メールの活用方法は、図 33 のとおりである。

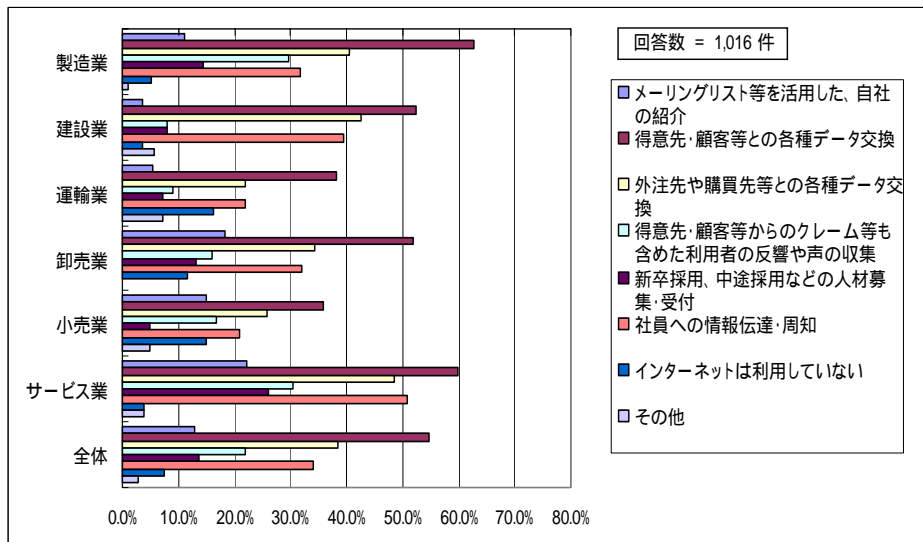


図 33 . メール活用方法

### < 産業全体 >

「得意先・顧客等との各種データ交換」と回答した企業が最も多く、全体の 54.6%である。次に多いのは「外注先や購買先等との各種データ交換」の 38.5%、3 番目に多いのは「社員への情報伝達・周知」の 34.2%である。一方、「メールリスト等を活用した自社の紹介」や「新卒採用、中途採用などの人材募集・受付」は、どちらも全体の 1 割程度の企業しか活用していない。

<業種別>

業種別に見ても、ほぼ同じ傾向であるが、製造業とサービス業において「得意先・顧客等からのクレーム等も含めた利用者の反響や声の収集」と回答した企業の割合が他業種よりも多い。また、サービス業においては「社員への情報伝達・周知」と回答した企業の割合が51.0%であり、これも他業種よりも抜き出ている。

### Web サイトの活用方法

Webサイトの活用方法は、図34のとおりである。

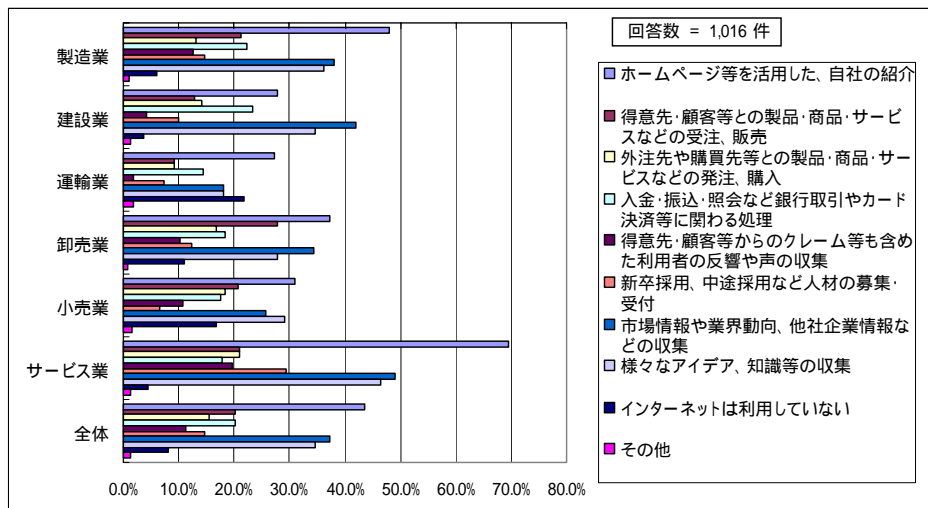


図34. ウェブサイトの活用方法

<産業全体>

「ホームページ等を活用した自社の紹介」と回答した企業が最も多く、全体の43.5%である。2番目に多いのは「市場情報や業界動向、他社企業情報などの収集」の37.3%であり、3番目に多いのは「様々なアイデア・知識等の収集」の34.5%である。つまり、情報発信・収集を主要な目的としてWebサイトを利用していることがわかる。一方、「得意先・顧客等との製品・商品サービスなどの発注、販売」や「外注先や購買先等との製品・商品・サービスなどの発注、購入」など、インタラクティブなシステムを利用した業務の省力化という目的でWebサイトを活用している企業の割合はかなり低い。Webサイトを持つ企業の多くが自社にてコンテンツの更新・メンテナンスを行っている事実を考えると、社内におけるコンテンツ管理をしている人材のスキルが、複雑なインタラクティブシステムを構築できるほどに至ってはいないのではないかと推測される。

<業種別>

業種別に見ても、ほぼ同じ傾向であるが、自社ホームページを構築している割合は、「サービス業(69.4%)」「製造業(48.1%)」「卸売業(37.2%)」「小売業(30.8%)」の順番で多い。

<全国>

「ホームページ等を活用した自社の紹介(40.3%)」「市場情報や業界動向、他社企業情報などの収集(36.9%)」「様々なアイデア・知識等の収集(32.0%)」の順で高い回答であり、基本的には県内企業のウェブサイト活用方法は全国傾向とほぼ同じである。

しかし、「得意先・顧客等との製品・商品・サービスなどの受注、販売(24.3%)」「入金・振込・照会など銀行取引やカード決済等に関わる処理(24.0%)」「外注先や購買先等との製品・商品・サービスなどの発注、購入(19.5%)」などウェブサイトを利用した電子決済に関する活用において、県内企業は全国結果よりも低い活用状況であることも分かる。

### ホームページの更新頻度

ホームページの更新頻度は、図 35 のとおりである。

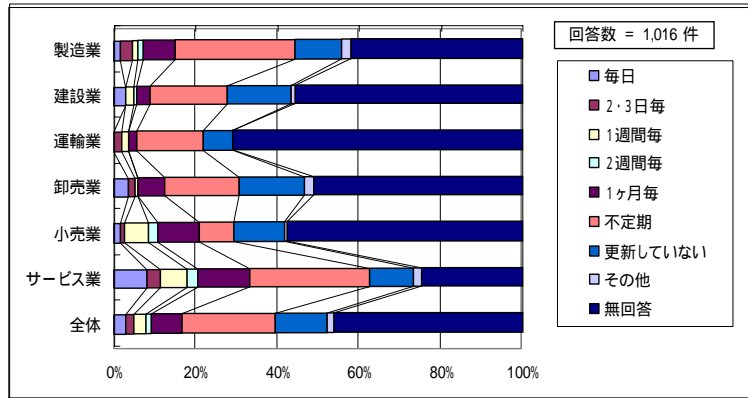


図 35 . ホームページの更新頻度

「不定期」と回答した企業が最も多く、全体の 21.5%である。次に多いのは「更新していない」の 12.3%であり、3 番目に多いのは「1 ヶ月毎」の 7.6%である。逆に、1 ヶ月未満毎の更新頻度を実行している企業は全体の 1 割程度である。約半分の県内企業がホームページ開設済みではあるが、その更新頻度は決して高くない。この低いホームページメンテナンス状況が少なからず効果の度合いに反映されていることは間違いのないであろう。

### 携帯 Web の対応状況

携帯 Web の対応状況は、図 36 のとおりである。

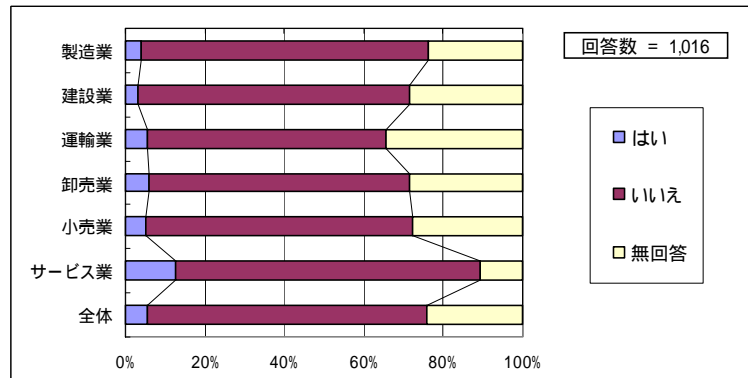


図 36 . 携帯 Web の対応状況

「いいえ」と回答した企業が圧倒的に多く、全体の 70.3%である。最も携帯 Web を活用している「サービス業」でも 12.7%の活用率であり、全業種的に携帯 Web にはほとんど対応していないと考えられる。

## ホームページ開設の成果

ホームページ開設の成果は、図 37 のとおりである。

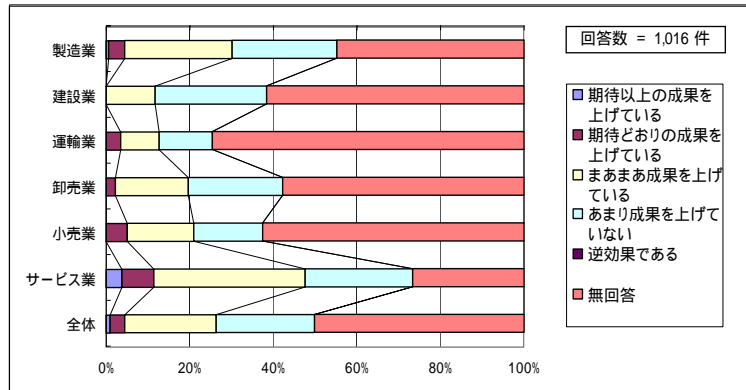


図 37 . ホームページ開設の成果

### < 産業全体 >

「あまり成果を上げていない」と回答した企業が最も多く全体の 23.4%である。「まあまあ成果を上げている」と回答した企業は全体の 21.9%である。前回調査では「あまり成果を上げていない」という回答が「まあまあ成果を上げている」を大きく上回っていた。一方、今回の調査において「期待以上の成果を上げている」または「期待通りの成果を上げている」と回答した企業は、全体のわずか 4.5%であり、前回調査とこの数字は変わらない。

### < 業種別 >

サービス業において、「期待以上の成果を上げている」「期待通りの成果を上げている」と回答した企業の割合が他業種に比べてやや高い。一方、建設業において、「期待以上の成果を上げている」「期待通りの成果を上げている」と回答した企業はない。

## ホームページが成果を上げていない理由

ホームページが成果を上げていない理由は、図 38 のとおりである。

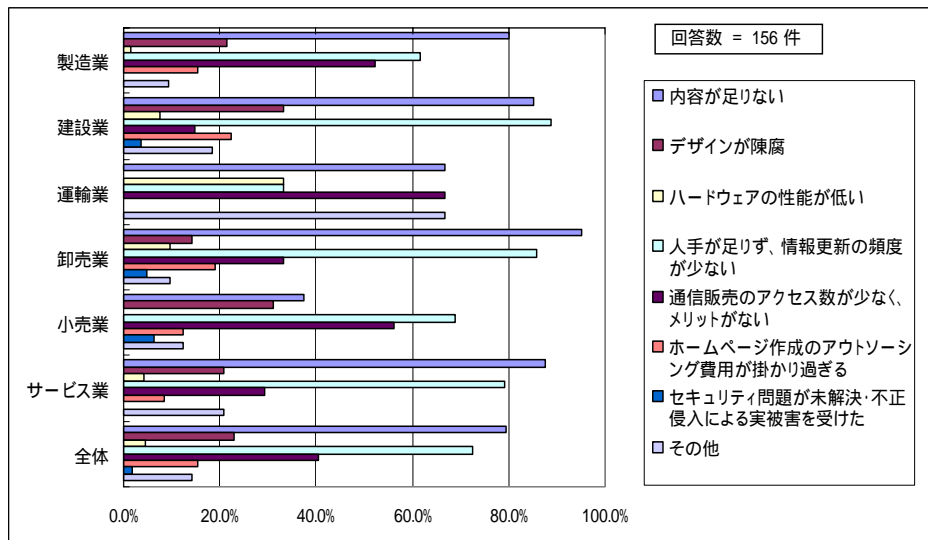


図 38 . ホームページが成果を上げていない理由

「あまり成果は上げていない」「逆効果である」と回答した企業（156社）のうち、最も多い理由は「内容が足りない」の 79.5%であり、前回結果（47.0%）を 32.5ポイントも上回った。その次に多いのは「人手が足りず、

情報更新の頻度が少ない」の 72.4%であり、これも前回結果（43.6%）を 28.8 ポイントも上回った。3 番目に多い「通信販売のアクセス数が少なく、メリットがない」（40.4%）も、前回は大きく上回る数字である。コンテンツの充実度やアクセス数の少なさが問題視されている点においては前回と同じであり、発信内容の充実が課題になっていると推測される。実際に、県内企業のホームページ更新頻度が少ないことは図 35 が示すとおりであるが、自社のホームページをたくさんの人に見てもらうために、どのような努力や工夫をしているのかについても見つめ直す必要があると考えられる。

## 5. 本県産業におけるIT化の推進体制について

### (1) 企業内の体制作り

#### 社内の情報化の責任者

社内の情報化の責任者は、図 39 のとおりである。

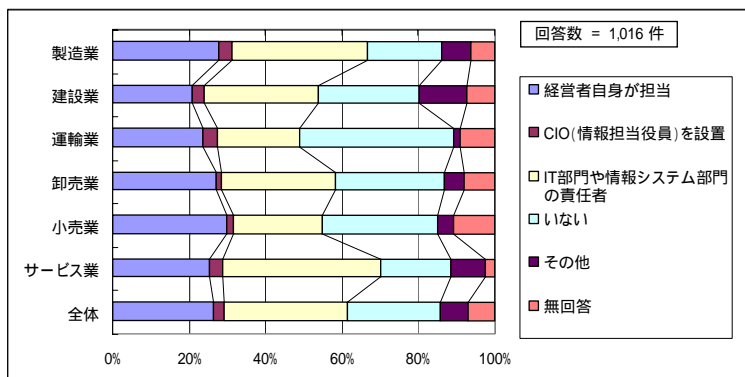


図 39. 社内の情報化の責任者

「IT部門や情報システム部門の責任者」と回答した企業が最も多く、全体の32.5%である。次に多いのは「経営者自身が担当」の26.3%であり、3番目に多いのは「いない」の24.0%である。前回調査では「経営者自身が担当」(31.8%)、「いない」(27.9%)、「IT部門や情報システム部門の責任者」(14.4%)の順位で回答が多かった。明らかに、前回調査時に比べて企業内におけるIT化推進の責任者が明確化してきており、その責務自体が経営者以外の者に移行していく傾向にある。

#### IT活用状況

IT活用状況は、図 40 のとおりである。

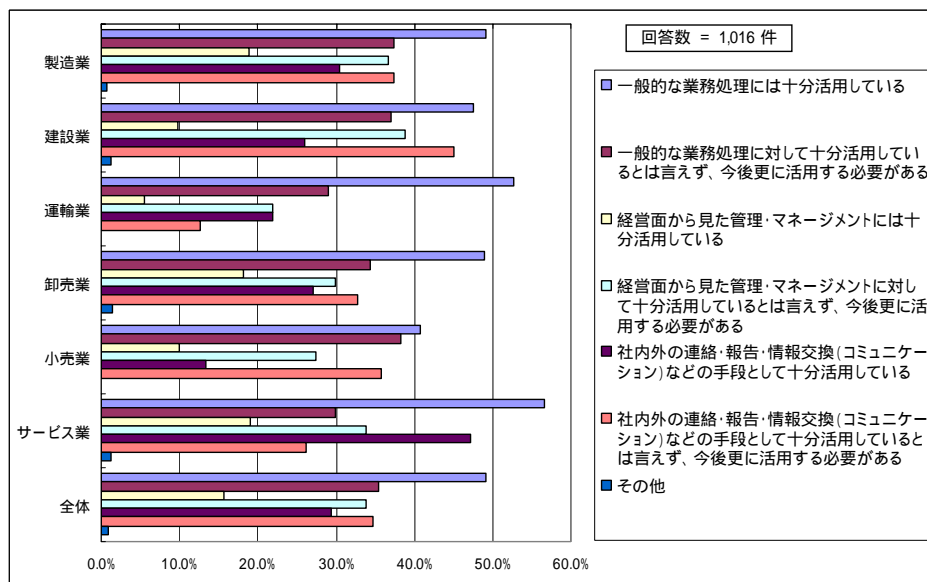


図 40. IT活用状況

一般的な業務処理には「十分活用している」と回答した企業は全体の49.2%であり、「十分活用しているとは言えない」(35.4%)を13.8ポイント上回っている。「一般的な業務処理」という目的においてITを上手く活用している企業が多いようであるが、十分活用できてない企業も少なからず存在していると推測される。

経営面から見た管理・マネジメントに対して「十分活用している」と回答した企業は 15.6%であり、「十分活用しているとは言えない」(33.8%)を 18.2 ポイントも下回っている。「管理・マネジメント」方面において IT が十分活用できている企業はかなり少ないようであり、活用する必要があると感じている企業が多い。

社内外の連絡・報告・情報交換(コミュニケーション)などの手段として「十分活用している」と回答した企業は全体の 29.3%であり、「十分活用しているとは言えない」(34.7%)を 5.4 ポイントも下回っている。「コミュニケーション手段」という目的において、IT を上手く活用している企業はかなりいるようだが、それ以上に「更に活用したい」と考えている企業も多い。

総括すると、ほとんどの企業の IT 管理責任者は自社における IT 活用状況に対して十分に満足している訳ではなく、何かしらの課題を抱えており、より上手く運用したいと思っていると推測される。唯一ポジティブなポイントがネガティブを上回った「一般的な業務処理」は、いわゆるオフラインもしくはスタンドアローンのパソコンでも実行可能な簡易作業がほとんどである。

<全国>

「一般業務処理には十分活用(48.0%)」「一般業務処理には十分活用しているとはいえない(41.3%)」であり、県内企業における IT 活用状況の評価は全国値よりもやや高い。その他の活用状況についても、ほぼ全国値と同様であるが、県内企業の評価は全国値よりもやや高いと推測される。

### IT化に関する課題

IT化に関する課題は、図 41 のとおりである。

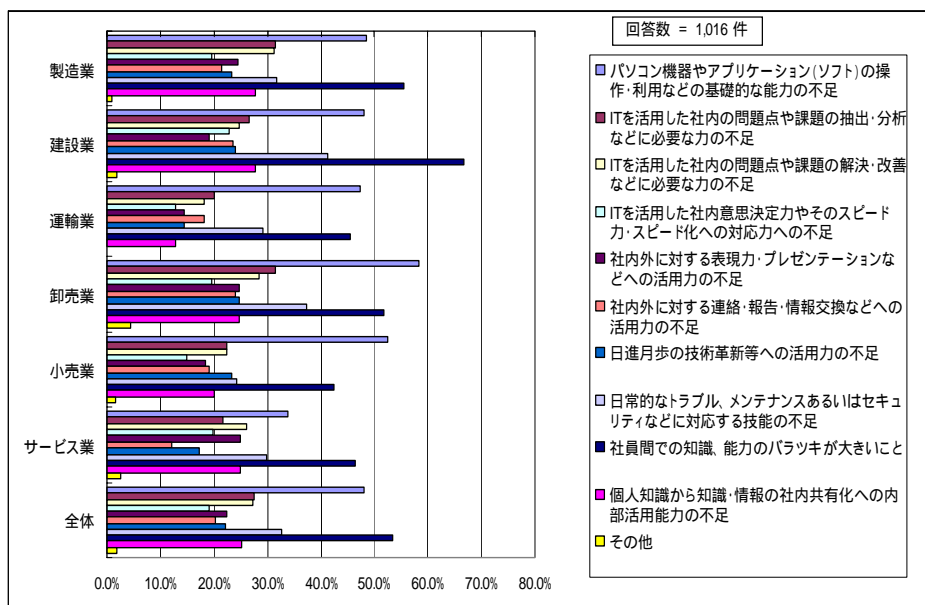


図 41 . IT化に関する課題

「社員間での知識、能力のバラツキが大きいこと」と回答した企業が最も多く、全体の 53.3%である。その次に多いのは「パソコン機器やアプリケーション(ソフト)の操作・利用などの基礎的な能力の不足」の 47.9%であり、3 番目におおいは「日常的なトラブル、メンテナンスあるいはセキュリティなどに対応する技能の不足」の 32.7%である。

「知識、能力のバラツキ」については、社員の IT スキルアップを OJT に大きく依存しているところにあると思われる。社員個々人の自発性にまかせれば、当然その学習された知識や能力にバラツキは出るであろう。マネジメントがもっと社員の教育方法についてや、社員の IT スキルのレベルについて管理するべきと思われる。

「操作・利用などの基礎的な能力の不足」を課題と上げる企業も相当数あるようだが、これについては社内においてきちんとした研修制度を確立していない企業が多いことが原因であると推測される。なぜなら、パソコン



やアプリケーションの基礎的な操作・利用方法は研修という手段によって簡単に習得可能だからである。

「日常的なトラブル、メンテナンスあるいはセキュリティなどに対応する技能」については、広範囲な知識が要求されるため、個人差が最も顕著に出てくる課題であると考えられるが、通常業務を遂行する上で社員全員が習得しておくべき技能とも言い切れない。例えば、組織におけるトラブルシューティングのための手順書の整備や、トラブル時の組織におけるバックアップ体制を系統立てて確立するなど、方法はいろいろあるのではないだろうか。

<全国>

「社員間での知識、能力のバラツキが大きいこと（59.2%）」「パソコン機器やアプリケーション（ソフト）の操作・利用などの基礎的な能力の不足（49.0%）」「日常的なトラブル、メンテナンスあるいはセキュリティなどに対応する技能の不足（34.7%）」の順で高く、県内企業が持つ課題の傾向とほぼ合致する。全国規模で同様のIT化に関する課題をかかえていることが分かる。

### IT化に関する社内人材育成・教育状況

IT化に関する社内人材育成・教育状況は、図42のとおりである。

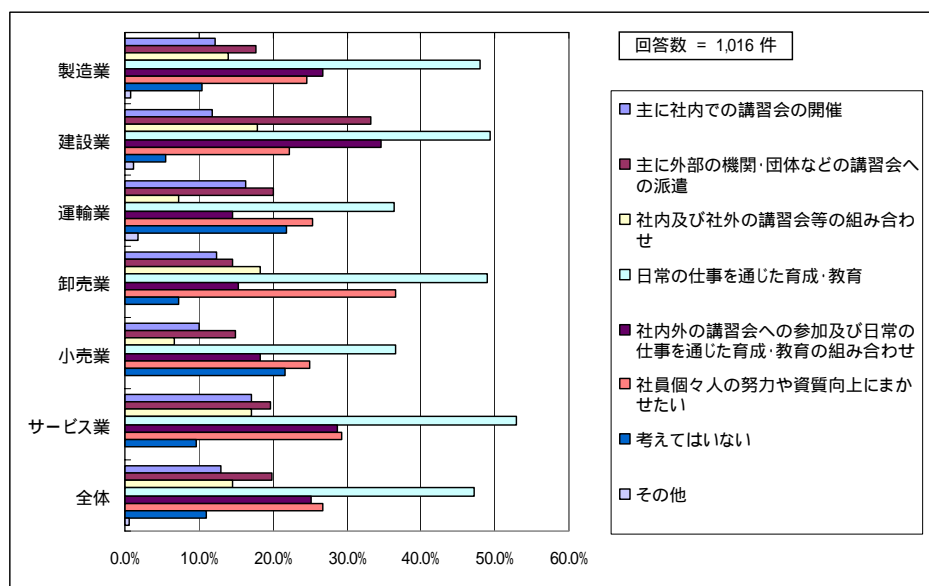


図42. IT化に関する社内人材育成・教育状況

「日常の仕事を通じた育成・教育」と回答した企業が圧倒的に多く、全体の47.1%である。その次に多いのは、「社員個々人の努力や資質向上に任せたい」の26.7%であり、3番目に多いのは「社内外の講習会への参加及び日常の仕事を通じた育成・教育の組み合わせ」の25.1%である。以上の回答に共通することとして、多くの企業が「OJTを通して社員自身の自助努力による人材教育」を期待していることが分かる。一方、何かしらの講習会を通して人材教育を行うと回答した企業は2割を切っており、決して多いとは言えない。計画的なIT人材教育プログラムを策定している企業が少ないことから、社員の能動的学習に頼りすぎている結果として、多くの企業が「社員間での知識、能力のバラツキが大きいこと」という共通した課題を持つことになったと考えられる。

<全国>

「日常の仕事を通じた育成・教育（51.5%）」「社員個々人の努力や資質向上に任せたい（29.1%）」「社内外の講習会への参加及び日常の仕事を通じた育成・教育の組み合わせ（22.6%）」という結果であり、県内企業の社内人材育成・教育状況と同じ傾向にある。人材育成方法についても、全国共通で同じ課題を持っていることが分かる。



## IT化推進のための人材育成策（業種別）

IT化推進のための人材育成策は、図43のとおりである。

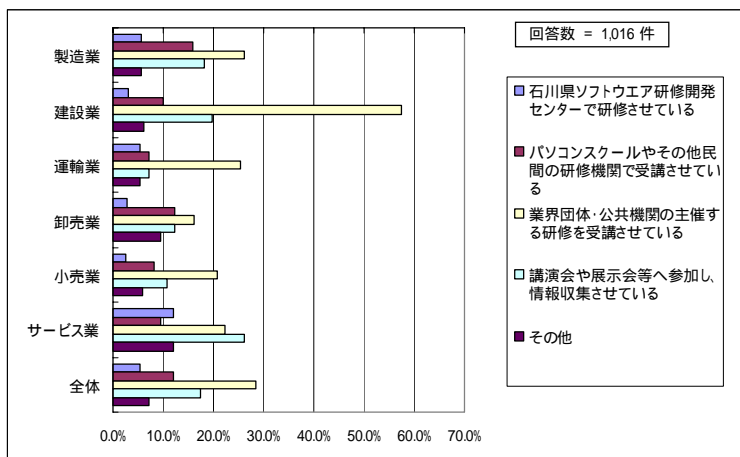


図43．IT化推進のための人材育成策

「業界団体・公共機関の主催する研修を受講させている」と回答した企業が最も多く、全体の28.5%である。その次に多いのは「講演会や展示会等へ参加し、情報収集させている」の17.4%であり、3番目に多いのは「パソコンスクールやその他民間の研修期間で受講させている」の12.1%である。

「業界団体・公共機関主催の研修会」が最も多い理由は、建設業の57.4%が「受講させている」と回答したからである。建築業については、2003年度より国土交通省を始めとする公共工事発注機関が電子入札及び電子納品の試験運用を開始しており、その大改革に対応する必要があったのである。事実、建設業界団体では活発な電子入札や電子納品に対応するためのセミナーが多数行われており、大多数の建設業者がこれらのセミナーに参加したと推測される。建設業の「業界団体・公共機関主催の研修会に参加」という突出した回答を除けば、業種別による人材育成策の違いはほとんど見られない。

石川県ソフトウェア研修開発センター、パソコンスクール、その他民間研修機関等を利用している企業が、IT人材育成のために直接的な「投資」を行っている県内企業であると言えるが、その割合はそれほど多くはない。

## IT化推進のための人材育成策（従業員規模別）

IT化推進のための人材育成策（従業員規模別）は、表9のとおりである。

表9．IT化推進のための人材育成策（従業員規模別）

	1～4人	5～9人	10～19人	20～49人	50～99人	100～199人	200～299人	300人以上
石川県ソフトウェア研修開発センターで研修させている	2.4%	3.4%	2.1%	4.3%	5.3%	6.3%	14.3%	30.2%
パソコンスクールやその他民間の研修機関で受講させている	2.4%	8.3%	8.0%	12.7%	15.2%	13.8%	34.3%	18.9%
業界団体・公共機関の主催する研修を受講させている	14.6%	24.8%	28.6%	34.1%	27.3%	23.8%	28.6%	34.0%
講演会や展示会等へ参加し、情報収集させている	9.8%	12.4%	13.4%	14.9%	15.2%	25.0%	40.0%	47.2%
その他	14.6%	9.7%	3.8%	7.6%	6.1%	6.3%	11.4%	11.3%

全業種において最も多い人材育成策である「業界団体・公共機関主催の研修会を受講」については、従業員規模に関係なく相当の割合の企業が参加している。一方、「講演会や展示会等への参加」に関しては、明らかに従業員規模と正比例して参加企業の割合が増加する傾向がみえる。

「石川県ソフトウェア研修開発センター、パソコンスクール、その他民間の研修機関を利用」と回答した企業については、従業員規模200人以上の企業において格段に高い割合を示している。「従業員規模200人以上」と

というサイズが目安として、IT人材育成に対して活発に「投資」する意欲と余裕がある企業の割合が高くなると考えられる。

### IT化推進に必要としている人材

IT化推進に必要としている人材は、図44のとおりである。

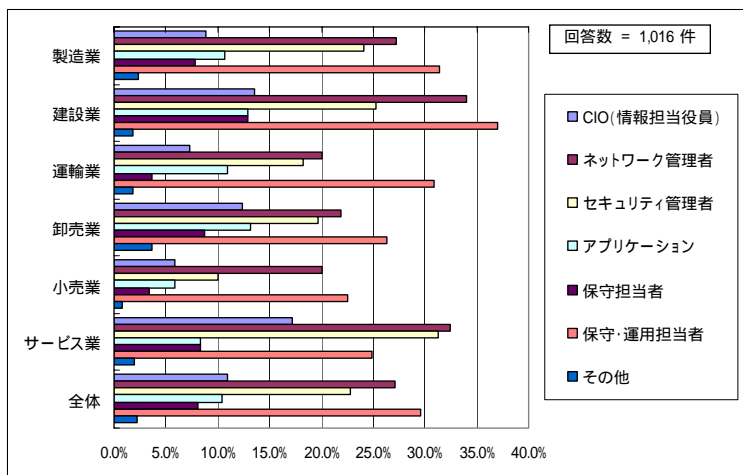


図44. IT化推進に必要としている人材

「保守・運用担当者」と回答した企業が最も多く、全体の29.5%である。その次に多いのは「ネットワーク管理者」の27.2%であり、3番目に多いのは「セキュリティ管理者」の22.8%である。一方、「CIO」や「アプリケーション」と回答した企業は、全体の1割程度にである。「保守・運用担当者」に関しては、その業務を外注するとダイレクトに年間ランニングコストが固定費として加算されるため、経営者としてはできるだけ自社において確保しておきたい人材であると推測される。建設業における「保守・運用担当者」「ネットワーク管理者」のニーズが、他業種に比べてやや高い。

### IT化推進に不足しているスキル

IT化推進に不足しているスキルは、図45のとおりである。

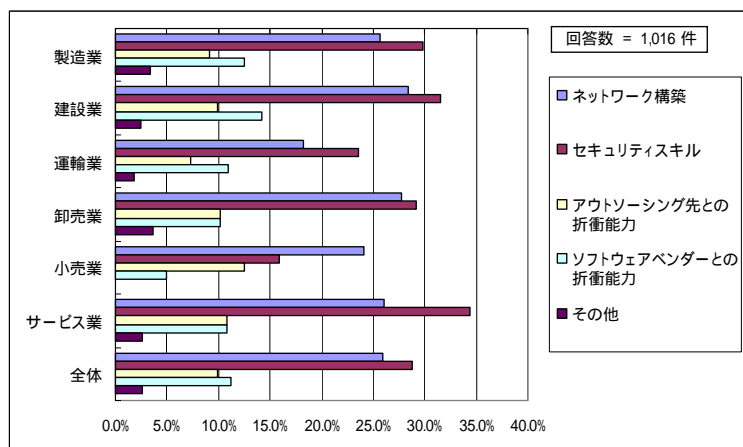


図45. IT化推進に不足しているスキル

「セキュリティスキル」と回答した企業が最も多く、全体の28.7%であり、その次に多いのは「ネットワーク構築」の25.9%である。全業種において、不足しているスキルとしてはこの2つが突出したものとなっている。

また、サービス業において「セキュリティスキル」と回答した企業の割合が、他の業種よりも多い。

### 対外的な取引における電子化について

対外的な取引における電子化については、図 46 のとおりである。

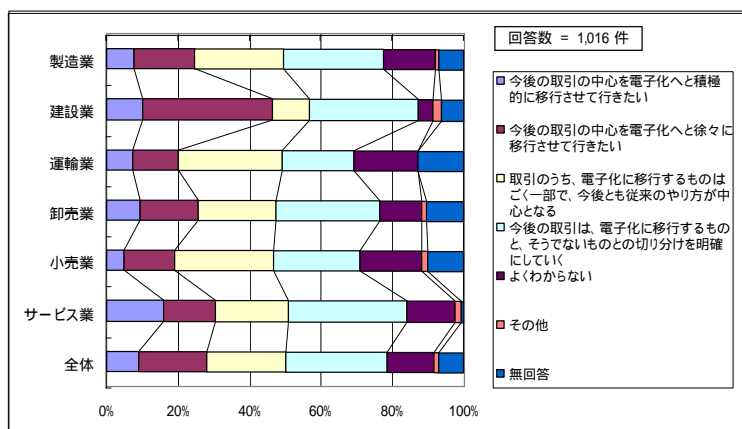


図 46 . 対外的な取引における電子化

「今後の取引は、電子化に移行するものと、そうでないものとの切り分けを明確にしていく」と回答した企業が最も多く、全体の 28.3%である。その次に多いのは「取引のうち、電子化に移行するものはごく一部で、今後とも従来のやり方が中心となる」の 22.1%であり、3 番目に多いのは「今後の取引の中心を電子化へと徐々に移行させていきたい」の 19.0%である。

サービス業は、他の業種に比べて「今後の取引の中心を電子化へ」という積極的な考えを持つ企業の割合が高い。一方、建設業の「取引の中心を電子化へと徐々に移行」と回答した割合は、他業種と比較して飛び抜けて多い。

< 全国 >

「電子化に移行するものと、そうでないものとの切り分けを明確にしていく (27.9%)」「取引のうち、電子化に移行するものはごく一部で、今後とも従来のやり方が中心となる (23.2%)」「今後の取引の中心を電子化へと徐々に移行させていきたい (22.8%)」という結果であり、県内企業における対外取引電子化の傾向は全国とほぼ同じである。

### IT部門や情報システム部門の設置状況

IT部門や情報システム部門の設置状況は、図 47 のとおりである。

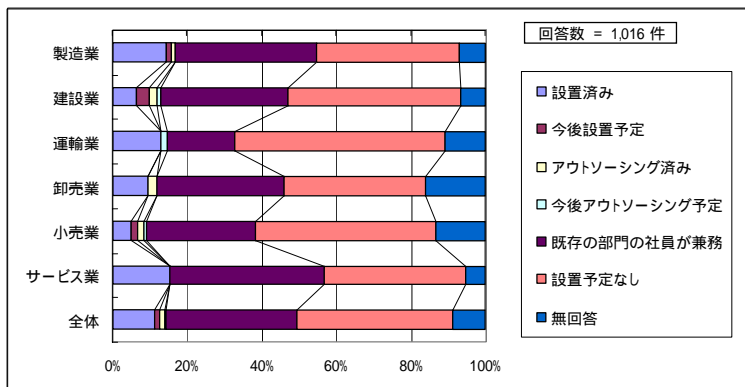


図 47 . IT部門や情報システム部門の設置状況

IT部門や情報システム部門を設置済みの企業は全体の 11.3%であり、前回調査結果 (6.5%) より 4.8 ポイン

ト増加しているが、全体的に見ると依然として少ない。

一方、「設置予定なし」と回答した企業は最も多く、全体の41.7%であるが、前回調査結果(63.7%)よりは22.0ポイントも減っている。逆に、「既存の部門の社員が兼務」と回答した企業は全体の35.1%であり、前回調査結果(18.2%)より16.9ポイントも増えている。企業の組織形態をできるだけ変更することなくIT部門対応を行っている傾向にある。一方、「設置済み」と回答した企業は全体の11.3%である。

業種別に見ても、この傾向は変わらない。また、「アウトソーシング済み」と回答した企業は、全業種を通して極めて少ないことも分かる。

## (2) IT化投資について

### IT化の投資について

IT化の投資については、図48のとおりである。

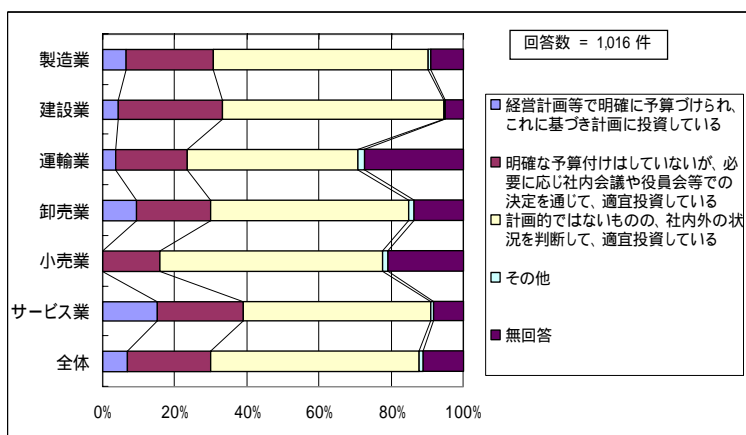


図48 . IT化の投資

「計画的ではないものの、社内外の状況を判断して、適宜投資している」と回答した企業が最も多く、全体の57.6%であり、その次に多いのは「明確な予算付けはしていないが、必要に応じ社内会議や役員会等での決定を通じて、適宜投資している」の23.1%である。IT化の投資については、数年先の予測も難しい分野であるだけに明確な予算付けは困難であり、結果としてリアルタイムに状況判断をしながらその決定を下していると推測される。一方、「経営計画等で明確に予算づけられ、これに基づき計画的に投資している」と回答した企業の割合は非常に少ないが、その中でも「サービス業」は他業種に比べてやや高い。

<全国>

「計画的ではないものの、社内外の状況を判断して、適宜投資している(60.3%)」「明確な予算付けはしていないが、必要に応じ社内会議や役員会等での決定を通じて、適宜投資している(30.2%)」という結果であり、県内企業におけるIT化投資施策は全国のそれと同じ傾向である。

## IT化投資の方向性（業種別）

IT化投資の方向性（業種別）は、図 49 のとおりである。

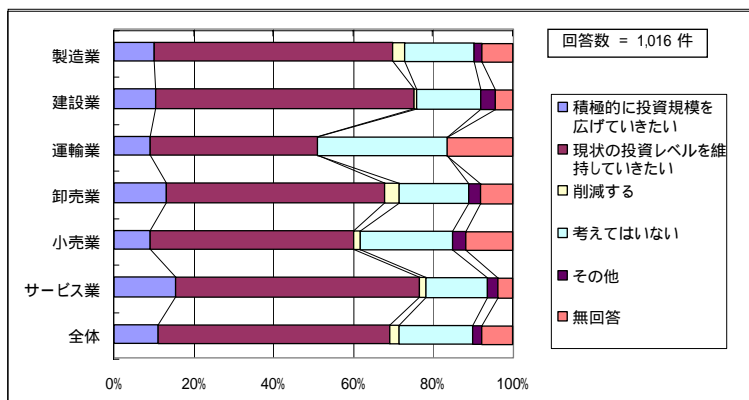


図 49 . IT化投資の方向性（業種別）

「現状の投資レベルを維持していきたい」と回答した企業が圧倒的に多く、全体の 58.1% である。その次に多いのは「考えてはいない」の 18.4% であり、3 番目に多いのは「積極的に投資規模を広げていきたい」の 11.2% である。全業種において、この傾向は変わらない。

前回調査においても「現状の投資レベルを維持していきたい」と回答した企業が最も多く、その割合も今回の調査結果と同等レベルを示している。企業の投資意欲のレベルは衰えていないと推測される。

< 全国 >

「現状の投資レベルを維持していきたい (61.9%)」「考えてはいない (19.0%)」「積極的に投資規模を広げていきたい (15.8%)」という結果である。県内企業における IT 化に関する投資の展望は、全国の傾向と同じであるが、全国値の方が投資意欲はやや高いことが分かる。

## IT化投資の方向性（従業員規模別）

IT化投資の方向性（従業員規模別）は、図 50 のとおりである。

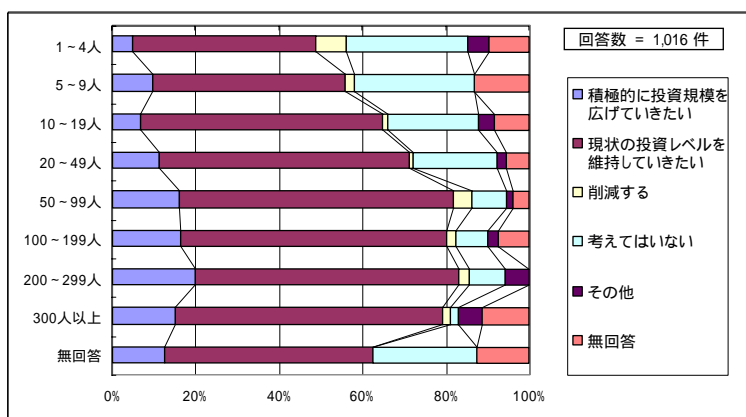


図 50 . IT化投資の方向性（従業員規模別）

「積極的に投資規模を広げていきたい」と回答した企業は、従業員規模 50 人以上の企業において、その割合が高くなる。最も割合が高いのは、「従業員規模 200~299 人」の 20.0% である。「考えてはいない」と回答した企業は、従業員規模 49 人以下の企業において、その割合が高くなる。特に割合が高いのは、「従業員規模 9 人以下の企業」であり 29% である。「現状の投資レベルを維持していきたい」と回答した企業の割合は全体的に多い

が、従業員規模が大きくなるほど、その割合はゆるやかに高くなる。「削減する」と回答した企業の割合は、従業員の規模に関係なくほとんど同じである。

前回調査では、従業員規模に大きく比例して「現状の投資レベルを維持」と回答する企業の割合が高くなっており、大規模企業と小規模企業の回答結果の乖離が非常に大きかったが、今回の調査では、その乖離が一気に縮まった。

### IT化への取組みについての意識

IT化への取組みについての意識は、図 51 のとおりである。

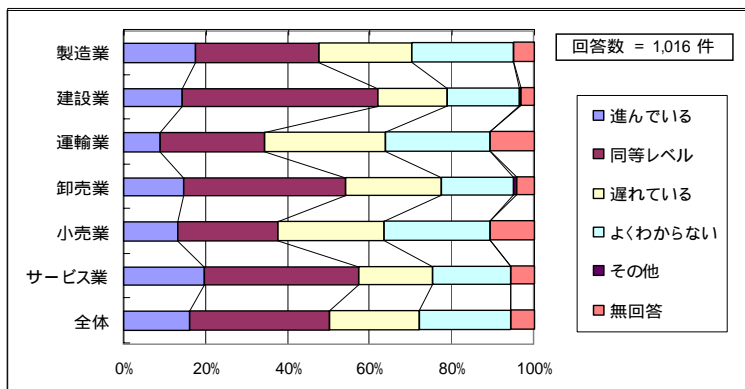


図 51 . IT化への取組みについての意識

「同等レベル」と回答した企業が最も多く、全体の 34.3%である。次に多いのは「遅れている」「よくわからない」の 21.9%である。「進んでいる」と回答した企業は、全体の 16.0%である。

業種別に見ても、この傾向は基本的に変わらない。「進んでいる」と回答した割合が最も高いのは「サービス業」、最も低いのは「運輸業」であり、その差は 10.6 ポイントある。また、建設・卸売・サービス業においては「同等レベル」と回答した割合が他の業種よりも比較的多い。

< 全国 >

「同等レベル (32.2%)」「遅れている (27.6%)」「よくわからない (24.7%)」「進んでいる (15.4%)」という順で高い回答であった。県内企業が持つ IT化への取組み意識と同じである。

### IT化投資を行ってきた主な部門

IT化投資を行ってきた主な部門は、図 52 のとおりである。

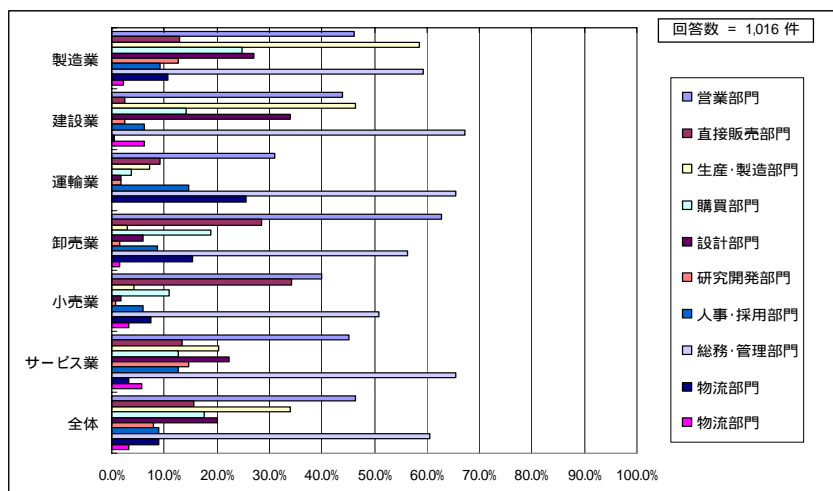


図 52 . IT化投資を行ってきた主な部門

<産業全体>

「総務・管理部門」と回答した企業が最も多く、全体の60.4%である。その次に多いのは「営業部門」の46.4%であり、3番目に多いのは「生産・製造部門」の34.0%である。

<業種別>

- 製造業

最も多い回答は、「生産・製造部門」で、全体の52.8%である。次に多いのは「営業部門」の39.2%であり、3番目に多いのは「総務・管理部門」の24.9%である。

- 建設業

最も多い回答は、「営業部門」で、全体の43.2%である。次に多いのは「生産・製造部門」の42.6%であり、3番目に多いのは「総務・管理部門」の37.7%である。

- 運輸業

最も多い回答は、「総務・管理部門」と「営業部門」で、全体の36.4%である。次に多いのは「直接販売部門」の39.2%である。

- 卸売業

最も多い回答は、「営業部門」で、全体の59.1%である。次に多いのは「総務・管理部門」の34.3%であり、3番目に多いのは「直接販売部門」の26.3%である。

- 小売業

最も多い回答は、「営業部門」で、全体の40.8%である。次に多いのは「直接販売部門」の37.5%であり、3番目に多いのは「総務・管理部門」の31.7%である。

- サービス業

最も多い回答は、「営業部門」で、全体の56.7%である。次に多いのは「総務・管理部門」の31.2%であり、3番目に多いのは「生産・製造部門」の18.5%である。

製造・建設業は、「生産・製造部門」「設計部門」へIT化投資を行っている割合が、他の産業と比較して非常に高い。「営業部門」のIT化投資については、卸売業での割合が最も高い。「直接販売部門」については、卸売・小売業での割合が高い。「購買部門」については、製造・卸売業での割合が高い。「研究開発部門」については、製造・サービス業での割合が高い。「物流部門」については、運輸業での割合が高い。

以上より、「業種」と「IT化投資する部門」の間には当然の相関関係が成り立っていることが分かる。

**今後IT化投資を重点的に行いたい主な部門**

今後IT化投資を重点的に行いたい主な部門は、図53のとおりである。

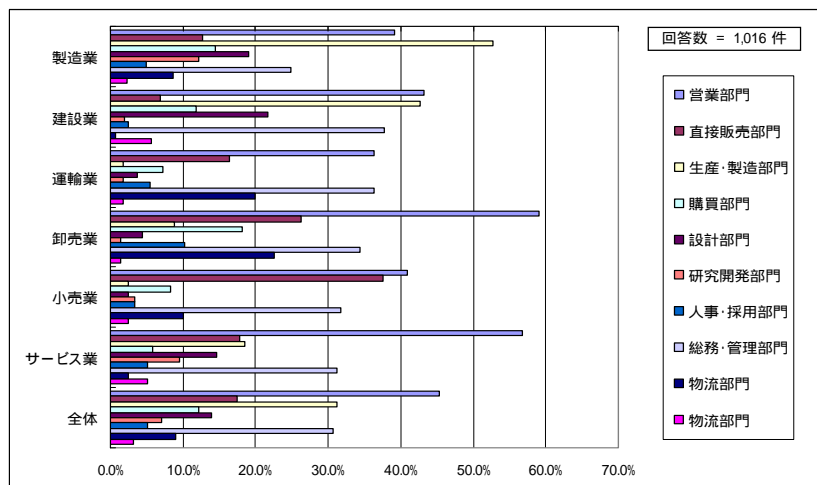


図53. 今後IT化投資を重点的に行いたい主な部門

基本的に全ての業種において、「IT化投資を行ってきた部門」と「今後IT化投資を重点的にやりたい部門」はほぼ一致していることが分かる。業種として特化せざるをえない部門には、今後も重点的に行うということであると推測される。

「営業部門に投資を重点的にやりたい」と回答した企業が最も多く、全体の45.3%であり、前回調査(35.8%)を9.5ポイント上回っている。次に多いのは「生産・製造部門」の31.2%であり、前回調査(18.7%)より12.5ポイント高い。しかし、回答企業のほとんどが製造・運輸業であるため、この2業種における割合を見ると49.7%である。3番目に多いのは「総務・管理部門」の30.6%であり、前回調査(19.2%)より11.4ポイント高い。一般的に「重点的投資を行いたい」と回答する企業の割合が増加していることが分かる。

業種別に見ても、IT化投資を重点的に行う部門の優先順位は前回調査におけるそれと、ほぼ変わっていない。



## 6. 本県産業におけるIT化の課題

### (1) IT化の問題点

#### 今後IT化推進のために必要なこと

今後IT化推進のために必要なことは、図54のとおりである。

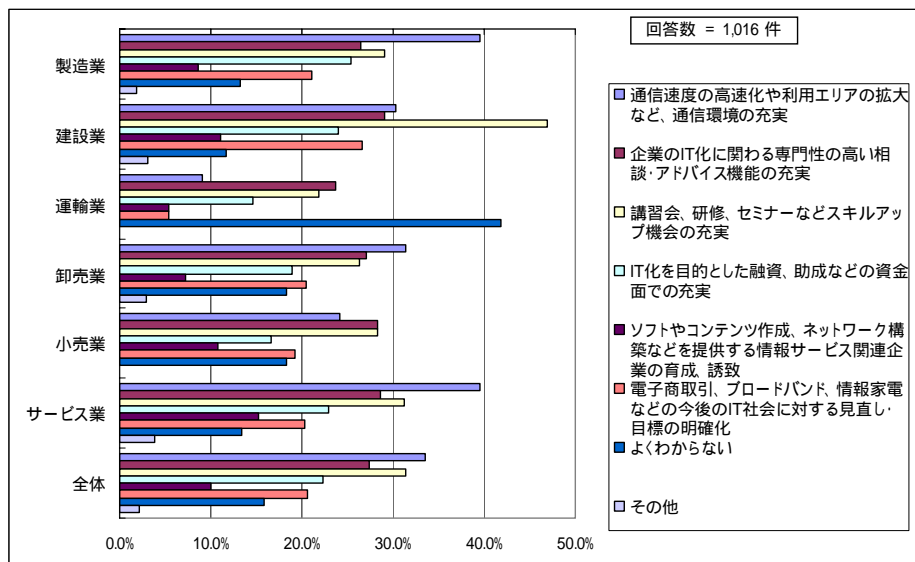


図54. 今後IT化推進のために必要なこと

「通信速度の高速化や利用エリアの拡大など、通信環境の充実」と回答した企業が最も多く、全体の33.5%である。その次に多いのは「講習会、研修、セミナーなどスキルアップ機会の充実」の31.4%であり、3番目に多いのは「企業のIT化に関わる専門性の高い相談・アドバイス機能の充実」の27.4%である。

「常時接続によるインターネット利用」をしている企業が全体の約7割を占めている訳だが(図22参照)、その通信環境についてはかなり不満があるらしい。「スキルアップ機会の充実」については、多くの企業が社内人材育成を「OJTを通じた社員自身の自助努力による人材教育」に依存している(図42)という現状の課題を大きく反映した結果だと推測する。「IT化に関わる専門性の高い相談・アドバイス機能の充実」については、自社のIT化への取り組み状況について「よく分からない・遅れている」と回答した企業が全体の4割を超える(図51)実態を反映していると考えられる。もっと効率的・効果的なIT化を望む企業が多い表れであると言える。こちらの回答企業の割合は、前回調査においては一番高いものでもあった。

業種別に見ても、「IT化推進のために必要なこと」の傾向についてはほぼ同じである。建設業における「スキルアップ機会の充実」と回答した企業の割合が他業種より突出している。全業種中で最も電子化対応を早急に迫られているため、社員自身の自助努力に任せられないという背景があるからであろう。また、運輸業で「よくわからない」と回答した企業の割合も飛びぬけて多い。

<全国>

「講習会、研修、セミナーなどスキルアップ機会の充実(37.6%)」「企業のIT化に関わる専門性の高い相談・アドバイス機能の充実(37.2%)」の順で高い結果となる。特に突出した回答があるわけでもないが、IT化推進のために必要なことの傾向は、県内企業も全国もほぼ同じ傾向にて課題をもっていると考えられる。

## これまで進めてきたIT化の問題点

これまで進めてきたIT化の問題点は、図 55-1（産業全体）・図 55-2～7（業種別）のとおりである。

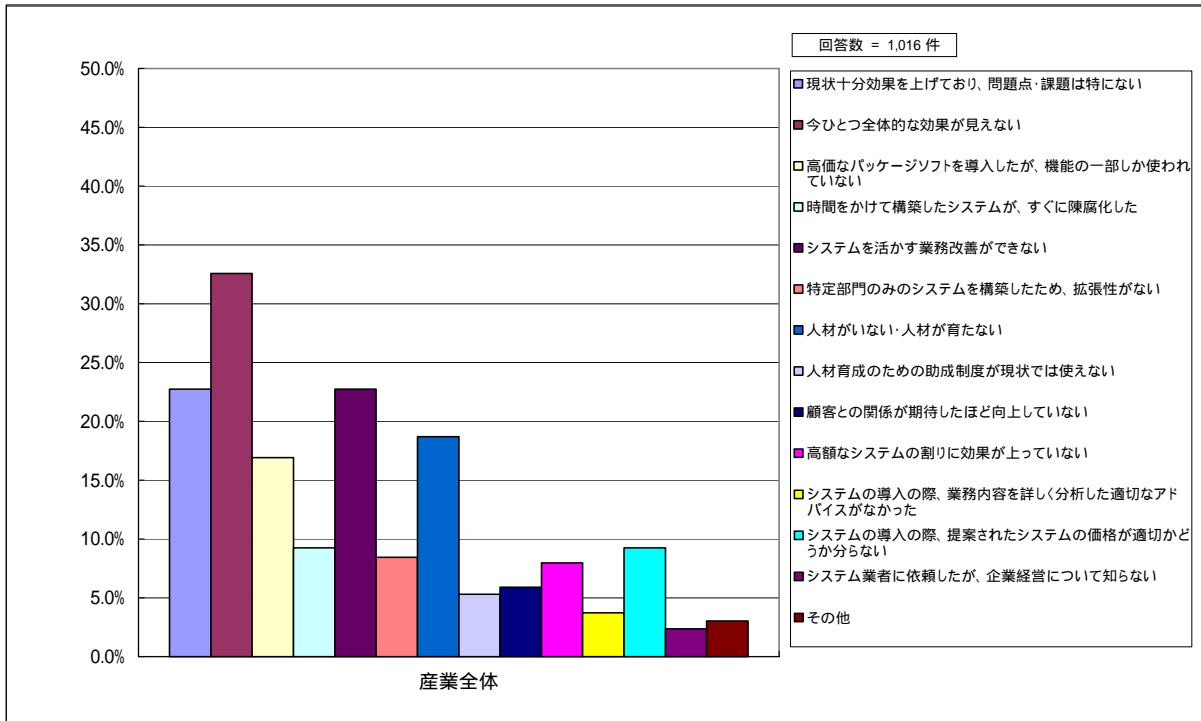


図 55-1 . これまで進めてきたIT化の問題点（産業全体）

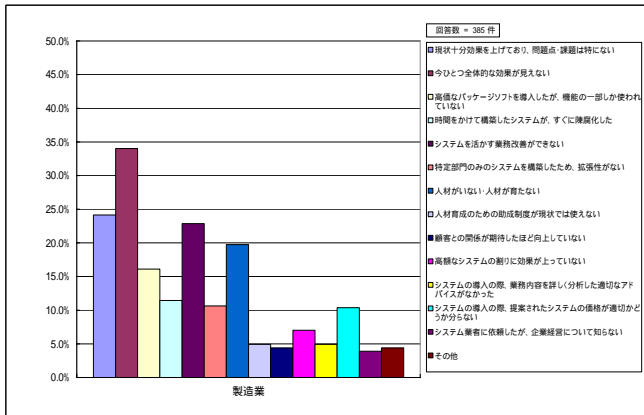


図 55-2 . これまで進めてきたIT化の問題点（製造業）

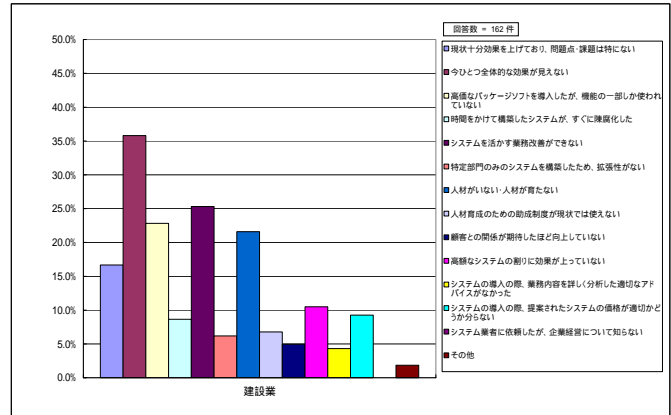


図 55-3 . これまで進めてきたIT化の問題点（建設業）

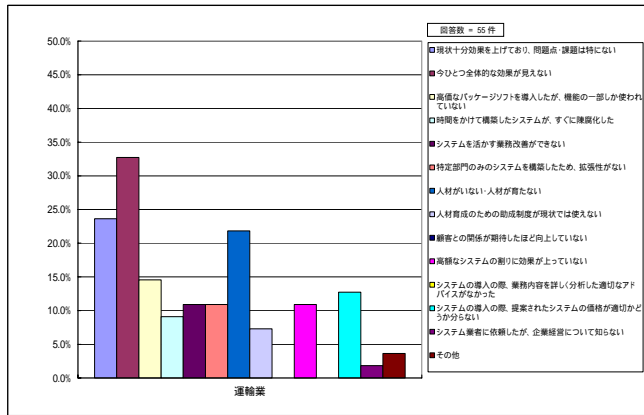


図 55-4. これまで進めてきた IT 化の問題点 (運輸業)

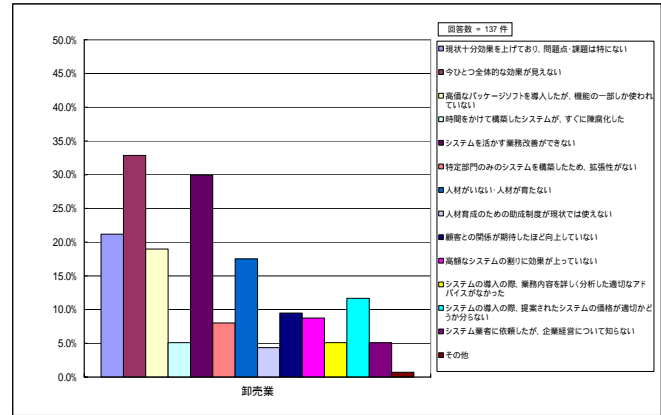


図 55-5. これまで進めてきた IT 化の問題点 (卸売業)

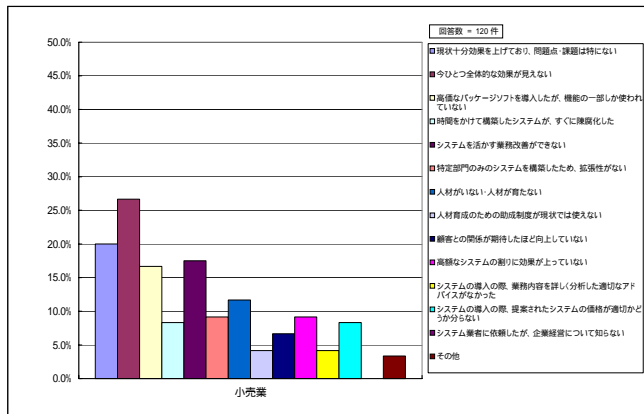


図 55-6. これまで進めてきた IT 化の問題点 (小売業)

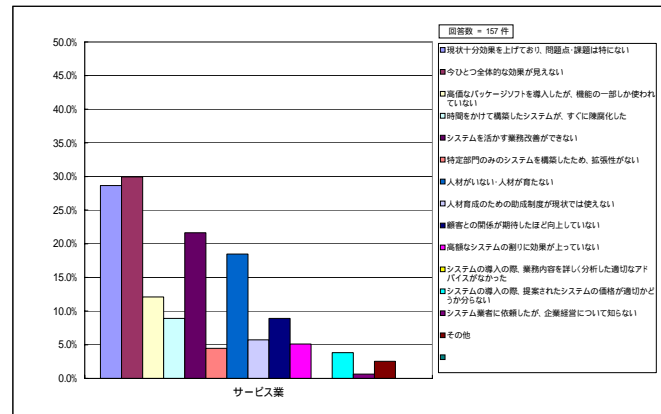


図 55-7. これまで進めてきた IT 化の問題点 (サービス業)

全業種共通に「今ひとつ全体的な効果が見えない」と回答した企業が最も多く、全体の 32.6%であり、前回調査 (17.6%・前回 3 位) より 15.0 ポイントも高い。次に多いのは「現状十分効果を上げており、問題点・課題は特になし」「システムを活かす業務改善ができない」の 22.7%であり、3 番目に多いのは「人材がいない・人材が育たない」の 18.7%である。「問題点・課題は特になし」を除く上記問題点の全ては、「専門性の高い相談・アドバイスを受ける」「講習会、研修、セミナーを通じたスキルアップ」等により対応することが十分可能であり、「今後 IT 化推進のために必要なこと」(図 54)における上位回答群とも一致する。

前回調査においては、「システムを活かす業務改善ができない (21.4%)」「人材がいない・育たない (19.7%)」「全体的に効果が見えない (17.6%)」「十分効果を上げている (14.2%)」の順に回答の割合が高かった。「現状十分効果を上げており、問題点・課題は特になし」と回答した企業の割合が前回調査より 8.5 ポイント多くなっている点も高く評価できる。

業種別に見ても、問題点の傾向はほぼ同じである。

## これまで進めてきたIT化の問題点（従業員別）

表 10．これまで進めてきたIT化の問題点（従業員別）

	1～4人	5～9人	10～19人	20～49人	50～99人	100～199人	200～299人	300人以上
現状十分効果を上げており、問題点・課題は特でない	24.4%	20.7%	23.5%	24.6%	19.7%	18.8%	34.3%	24.5%
今ひとつ全体的な効果が見えない	24.4%	24.1%	25.6%	36.2%	40.9%	42.5%	37.1%	35.8%
高価なパッケージソフトを導入したが、機能の一部しか使われていない	12.2%	15.9%	19.3%	15.6%	21.2%	15.0%	14.3%	11.3%
時間をかけて構築したシステムが、すぐに陳腐化した	12.2%	4.1%	6.7%	8.7%	9.1%	18.8%	8.6%	24.5%
システムを活かす業務改善ができない	4.9%	17.2%	16.0%	23.9%	34.1%	26.3%	31.4%	32.1%
特定部門のみのシステムを構築したため、拡張性がない	4.9%	6.2%	7.6%	10.9%	12.1%	6.3%	2.9%	9.4%
人材がいない・人材が育たない	12.2%	14.5%	16.8%	21.7%	18.2%	25.0%	17.1%	17.0%
人材育成のための助成制度が現状では使えない	2.4%	5.5%	4.6%	6.5%	5.3%	5.0%	2.9%	5.7%
顧客との関係が期待したほど向上していない	4.9%	6.2%	8.4%	5.1%	4.5%	7.5%	0.0%	5.7%
高額なシステムの割りに効果が上っていない	2.4%	9.0%	7.6%	7.2%	6.8%	12.5%	14.3%	9.4%
システムの導入の際、業務内容を詳しく分析した適切なアドバイスがなかった	0.0%	3.4%	3.4%	4.7%	2.3%	5.0%	0.0%	7.5%
システムの導入の際、提案されたシステムの価格が適切かどうか分らない	4.9%	4.8%	4.2%	12.3%	12.1%	13.8%	14.3%	15.1%
システム業者に依頼したが、企業経営について知らない	0.0%	0.7%	1.3%	2.2%	3.0%	7.5%	5.7%	1.9%
その他	7.3%	0.0%	2.5%	3.6%	3.0%	3.8%	2.9%	7.5%

これまで進めてきたIT化の問題点を従業員別に見ると、表10のとおりである。従業員規模の大きい企業ほど、「今ひとつ全体的な効果が見えない」「システムを活かす業務改善ができない」と回答した割合が高く、前回でも同様の傾向があった。特に、「今ひとつ全体的な効果が見えない」と回答した従業員規模50人以上の企業の割合は前回調査と比べて格段に増えている。経営者及びIT化責任者の「見えてこないIT効果」に対する不満や苛立ちが大きく反映されている。一定規模以上の企業においては、外部教育機関やITコンサルティング会社を交えて、経営戦略と密接に連動する企業IT化戦略プランを組み立てることが急務であると推測される。

基本的には、前回調査における同様のIT化の問題点×従業員別マトリックスと比較してみてもほとんど変化していないことが分かった。

(2) IT化に要求される外部支援  
 今後のIT化に必要な外部支援

今後のIT化推進において必要な外部支援は、図 56-1（産業全体）、図 56-2～7 のとおりである。

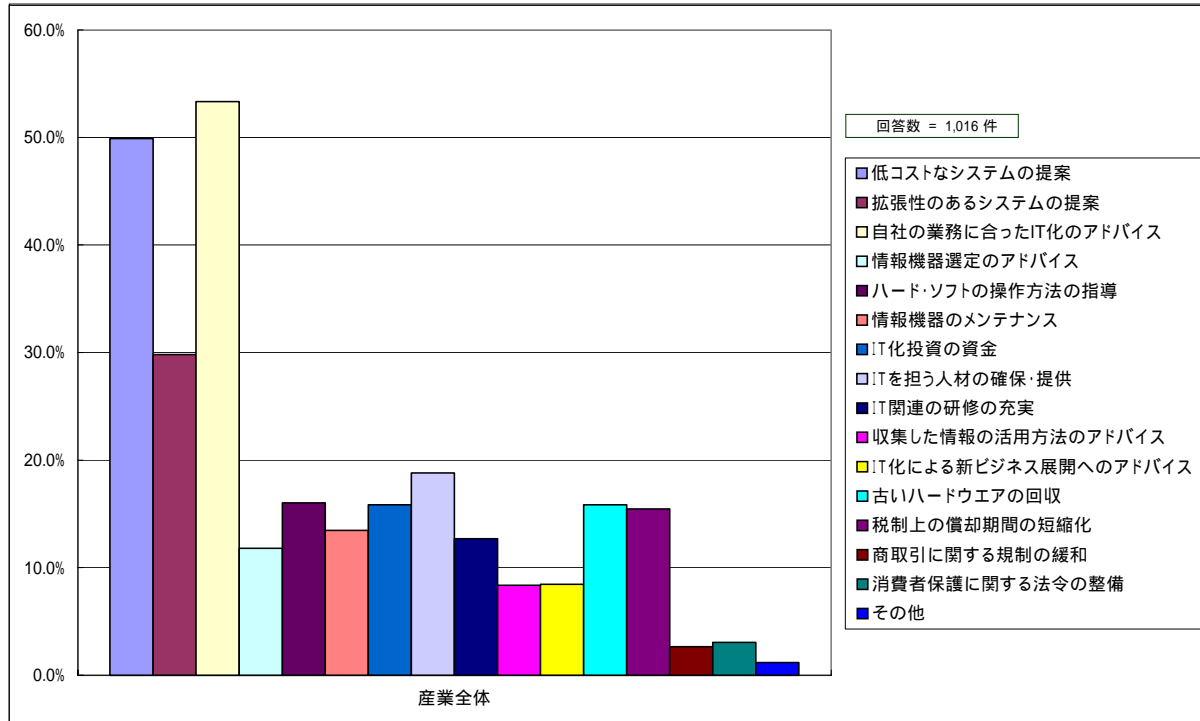


図 56-1．今後のIT化に必要な外部支援（産業全体）

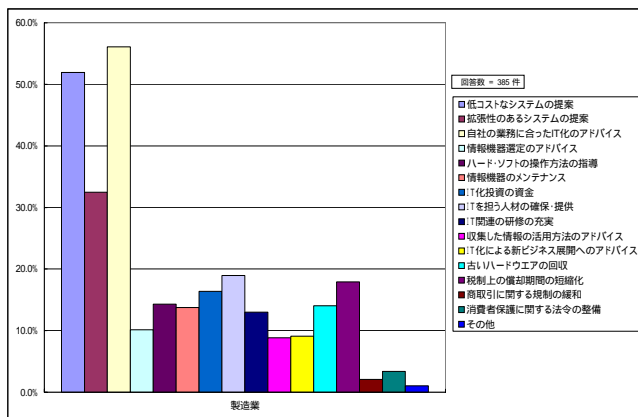


図 56-2．今後のIT化に必要な外部支援（製造業）

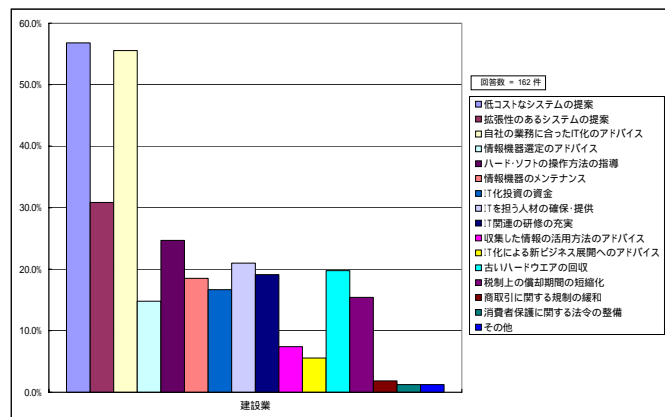


図 56-3．今後のIT化に必要な外部支援（建設業）

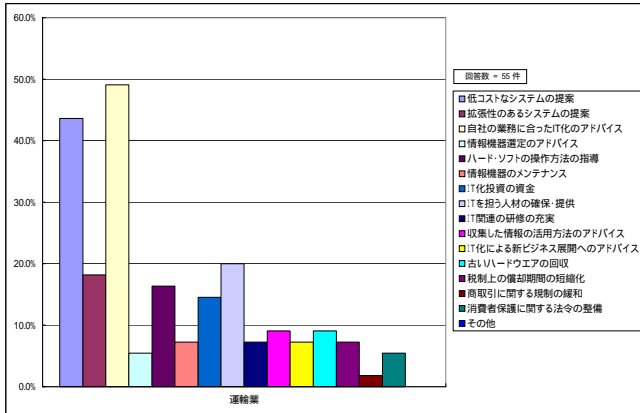


図 56-4 . 今後の IT 化に必要な外部支援（運輸業）

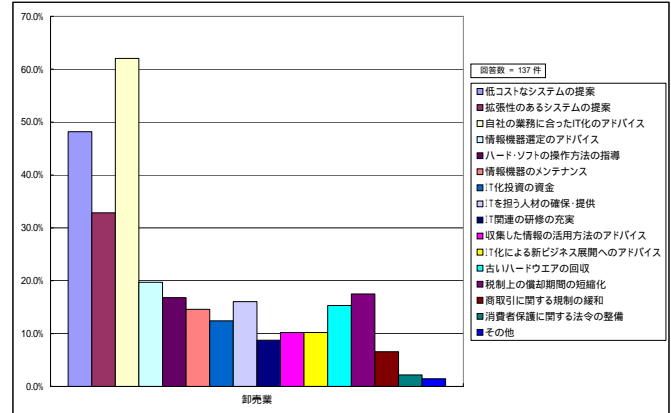


図 56-5 . 今後の IT 化に必要な外部支援（卸売業）

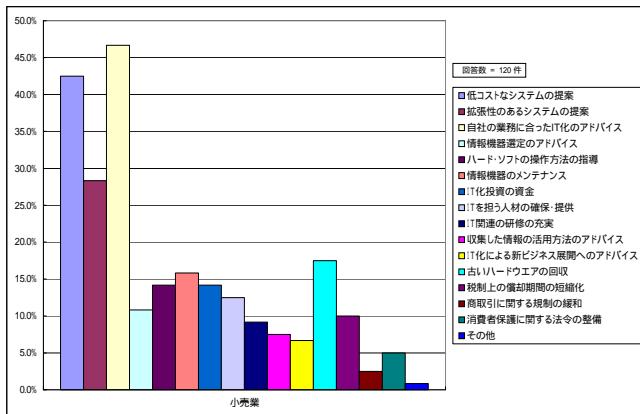


図 56-6 . 今後の IT 化に必要な外部支援（小売業）

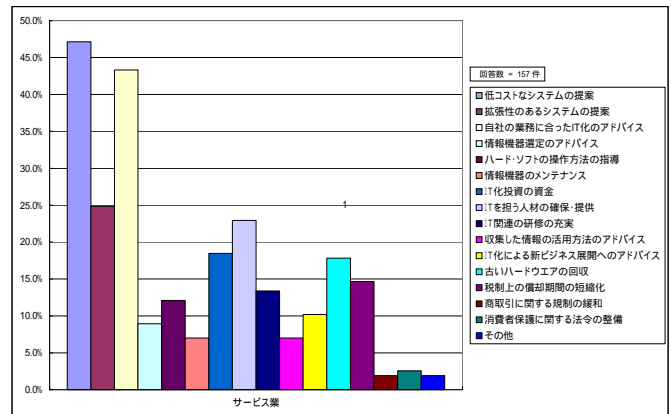


図 56-7 . 今後の IT 化に必要な外部支援（サービス業）

産業全体で見ると、「自社の業務に合った IT 化のアドバイス」が最も多く 53.3%であり、次に多いのは「低コストなシステムの提案」の 49.9%である。この 2 つの回答のみが突出しており、前回調査と同様の結果となった。

業種別に見ても、同様の傾向が見られる。

## 今後のIT化に必要な外部支援（従業員規模別）

今後のIT化に必要な外部支援を従業員規模別に見ると、表11のとおりである。

表11．今後のIT化に必要な外部支援（従業員規模別）

	1～4人	5～9人	10～19人	20～49人	50～99人	100～199人	200～299人	300人以上
低コストなシステムの提案	56.1%	44.8%	46.2%	51.1%	58.3%	41.3%	48.6%	67.9%
拡張性のあるシステムの提案	31.7%	22.1%	27.7%	33.3%	28.8%	35.0%	20.0%	45.3%
自社の業務に合ったIT化のアドバイス	39.0%	44.8%	49.2%	60.5%	56.1%	52.5%	68.6%	58.5%
情報機器選定のアドバイス	9.8%	11.7%	10.5%	15.6%	6.8%	7.5%	2.9%	17.0%
ハード・ソフトの操作方法の指導	12.2%	17.2%	18.9%	17.4%	13.6%	8.8%	25.7%	3.8%
情報機器のメンテナンス	17.1%	11.7%	11.8%	17.8%	13.6%	12.5%	5.7%	5.7%
IT化投資の資金	9.8%	11.0%	15.1%	21.4%	15.2%	16.3%	14.3%	7.5%
ITを担う人材の確保・提供	7.3%	10.3%	16.0%	23.2%	20.5%	25.0%	20.0%	24.5%
IT関連の研修の充実	14.6%	14.5%	11.8%	13.8%	9.1%	10.0%	14.3%	15.1%
収集した情報の活用方法のアドバイス	4.9%	6.2%	5.5%	9.4%	9.8%	6.3%	14.3%	17.0%
IT化による新ビジネス展開へのアドバイス	4.9%	7.6%	7.1%	10.5%	9.8%	6.3%	5.7%	11.3%
古いハードウェアの回収	24.4%	15.2%	14.3%	17.4%	13.6%	15.0%	8.6%	22.6%
税制上の償却期間の短縮化	12.2%	13.1%	9.7%	21.4%	18.2%	10.0%	8.6%	24.5%
商取引に関する規制の緩和	2.4%	2.1%	0.8%	5.4%	0.8%	0.0%	0.0%	7.5%
消費者保護に関する法令の整備	4.9%	4.1%	2.5%	4.0%	1.5%	1.3%	2.9%	1.9%
その他	7.3%	0.7%	0.4%	0.4%	3.0%	1.3%	0.0%	1.9%

どの規模の企業においても「自社の業務に合ったIT化のアドバイス」「低コストなシステムの提案」が高い回答率となっている。前回調査と比べても、この傾向は変わっていない。むしろ、50人以下の規模の企業においては大幅に回答率のポイントが増加している。

また、50人以上の企業においては、前回調査同様に「ITを担う人材の確保・提供」が高い回答率となっているが、回答率のポイントはやや下がっている。300人以上の企業における「拡張性のあるシステムの提案」と回答した企業の割合は45.3%であり、前回調査比10.7ポイントも高くなっている。全般的に、従業員規模別に見る回答の傾向は前回調査とほとんど変わっていない。「低コストシステム」「IT化のアドバイス」「人材確保」の3つが前回調査に引き続き、必要な外部支援となっている。

(3)現状の支援事業や機関について  
**IT化推進のための機関の認知度**

県内におけるIT化推進のための機関の認知度は、表12のとおりである。

表12. IT化推進のための機関の認知度

	すでに活用している	知っているが活用していない	知らないで情報がほしい	知らないし興味もない	無回答
石川県産業創出支援機構	126 12.4%	469 46.2%	132 13.0%	162 15.9%	127 12.5%
石川県ソフトウェア 研修開発センター	107 10.5%	469 46.2%	144 14.2%	161 15.8%	135 13.3%
石川県工業試験場	99 9.7%	548 53.9%	114 11.2%	131 12.9%	124 12.2%
北陸IT研究開発支援センター	12 1.2%	353 34.7%	215 21.2%	256 25.2%	180 17.7%
いしかわクリエイトラボ	19 1.9%	377 37.1%	185 18.2%	257 25.3%	178 17.5%

石川県産業創出支援機構 (ISICO) について

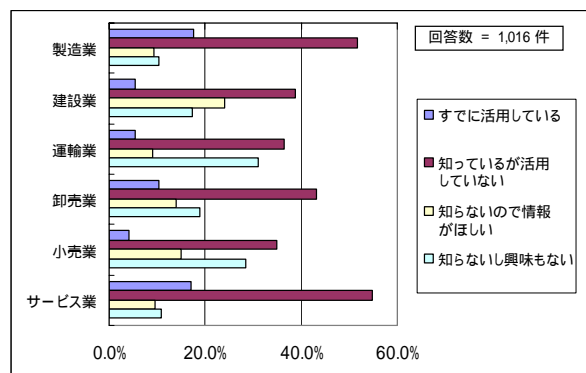


図57. ISICOについて

図57のとおり、ISICOを「活用している企業」は全体の12.4%であり、前回調査(5.5%)より6.9ポイント高くなっている。また、「知っているが活用していない」という企業は、全体の46.2%であり、前回調査(29.0%)より17.2ポイント高くなっている。一方、「知らないし興味もない」という企業は、全体の15.9%であり、前回調査(19.9%)より4.0ポイント下がっている。県内産業全体におけるISICOの認知度は58.9%で2番目に高く、活用企業の割合もゆるやかな増加傾向にある。

業種別に見てみると、製造・サービス業における「すでに活用している」と回答した企業の割合が他の業種に比べて高く、「知っているが活用していない」と回答した企業の割合も50%を超える。また、小売・運輸業において「知らないし興味もない」と回答した企業の割合が、他の業種に比べて高い。



## 石川県ソフトウェア研修開発センターについて

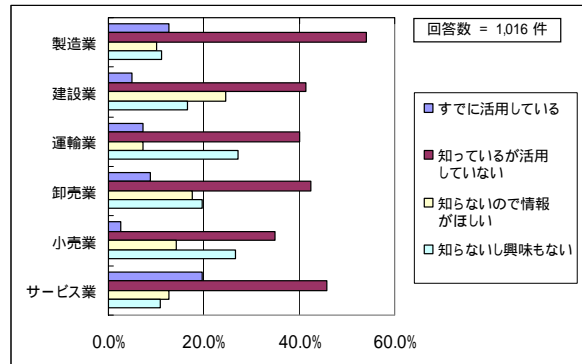


図 58 . 石川県ソフトウェア研修開発センターについて

図 58 のとおり、石川県ソフトウェア研修開発センターを「活用している」企業は全体の 10.5%であり、前回調査 (5.6%) より 4.9 ポイント高くなっている。また、「知っているが活用していない」という企業は、全体の 46.2%であり、前回調査 (26.8%) より 19.4 ポイント高くなっている。一方、「知らないし興味もない」という企業は、全体の 15.8%であり、前回調査 (20.0%) より 4.2 ポイント下がっている。県内産業全体における石川県ソフトウェア研修開発センターの認知度は 56.7%で 3 番目に高く、活用企業の割合もゆるやかな増加傾向にある。

業種別に見てみると、サービス業で「すでに活用している」と回答した企業の割合が他の業種に比べて高く、製造業において「知っているが活用していない」と回答した企業の割合が最も高い。また、建設業で「知らないで情報がほしい」と回答した企業の割合が 30.2%と、他の業種に比べて最も高い。

## 石川工業試験場について

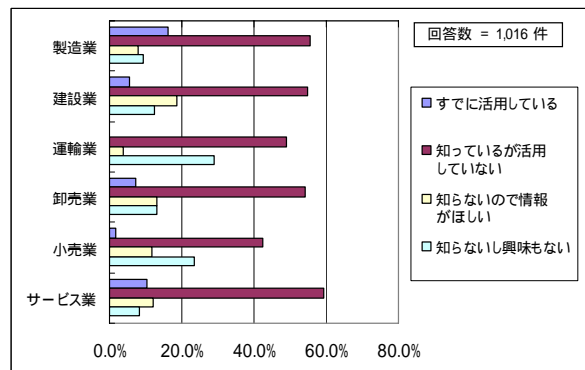


図 59 . 石川工業試験場について

図 59 のとおり、石川工業試験場を「活用している企業」は全体の 9.7%であり、3 番目に多い。また、「知っているが活用していない」という企業は全体の 53.9%であり、今回の調査で最も高い。一方、知らないし興味もないという企業は全体の 12.9%であり、全 IT 化推進機関中で最も低い。県内産業全体における石川工業試験場の認知度は 63.7%と最も高いが、活用している企業の割合は I S I C O や石川県ソフトウェア研修開発センターと比べると非常に低い。

業種別に見てみると、製造業で「すでに活用している」と回答した企業の割合が他の業種に比べてやや高い。また、小売・運輸業において「知らないし興味もない」と回答した企業の割合が、他の業種に比べて高い。

## 北陸 I T 研究開発支援センターについて

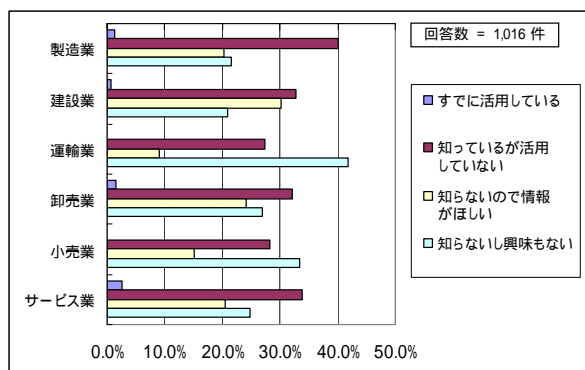


図 60 . 北陸 I T 研究開発支援センターについて

図 60 のとおり、北陸 I T 研究開発支援センターを「活用している企業」は全体の 1.2%であり、最も低い。「知っているが活用していない」という企業は全体の 34.7%であり、同じく今回の調査で最も低い。一方、知らないし興味もないという企業は全体の 25.2%であり、全 I T 化推進機関中で最も高い。県内産業全体における北陸 I T 研究開発支援センターの認知度も 35.9%と最も低い。

業種別に見てみると、小売・運輸業において「知らないし興味もない」と回答した企業の割合が、他の業種に比べて高い。

## いしかわクリエイトラボについて

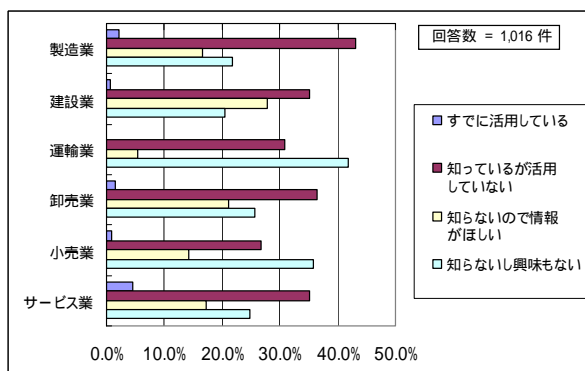


図 61 . いしかわクリエイトラボについて

図 61 のとおり、いしかわクリエイトラボを「活用している企業」は全体の 1.9%であり、極めて低い。「知っているが活用していない」という企業は全体の 37.1%であり、2 番目に低い。一方、知らないし興味もないという企業は全体の 25.3%であり、全 I T 化推進機関中で最も高い。県内産業全体におけるいしかわクリエイトラボの認知度も 39.0%と 2 番目に低い。

業種別に見てみると、小売・運輸業において「知らないし興味もない」と回答した企業の割合が、他の業種に比べて高い。

## 7. 県内IT関連産業の現状

この章では、石川県内のIT関連産業を抽出し、分析を行った。分析対象となったIT関連産業の総数は175社であり、前回調査より52社増えている。IT関連の売上げがあると回答した企業をサンプル対象とした(例：電気・電子機器製造、情報処理サービス、出版・印刷、映像・音楽、デザイン、広告、通信サービス、コンサルティング等)

### (1) IT関連産業のフレームワーク

#### IT関連産業の内訳

IT関連産業に分類された企業を従来の大分類で見ると、表13のとおりに分類される。

表13. IT関連産業の内訳

製造業	63	36.0%
建設業	17	9.7%
運輸業	2	1.1%
卸売業	20	11.4%
小売業	11	6.3%
サービス業	62	35.4%
計	175	100%

製造・サービス業の割合が共に最も多いサンプルとなったが、前回調査に比べると、製造業の割合が大きく伸びた。

#### 従業員規模別資本金内訳

IT関連産業の従業員規模別資本金内訳は、表14及び図62のとおりである。

表14. IT関連産業の従業員規模別資本金内訳

	1,000万円未満	1,000万円以上 ～ 5,000万円以下	5,000万円超～ 1億円以下	1億円超～ 3億円以下	3億円超	無回答	計
1～4人	3 1.7%	3 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	8 4.6%
5～9人	5 2.9%	20 11.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	26 14.9%
10～19人	1 0.6%	30 17.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%	33 18.9%
20～49人	2 1.1%	46 26.3%	5 2.9%	0 0.0%	3 1.7%	0 0.0%	56 32.0%
50～99人	0 0.0%	14 8.0%	2 1.1%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	17 9.7%
100～199人	0 0.0%	3 1.7%	4 2.3%	3 1.7%	1 0.6%	0 0.0%	11 6.3%
200～299人	0 0.0%	2 1.1%	1 0.6%	3 1.7%	2 1.1%	0 0.0%	8 4.6%
300人以上	0 0.0%	0 0.0%	5 2.9%	2 1.1%	7 4.0%	0 0.0%	14 8.0%
無回答	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	2 1.1%
計	11 6.3%	119 68.0%	17 9.7%	9 5.1%	15 8.6%	4 2.3%	175 100.0%

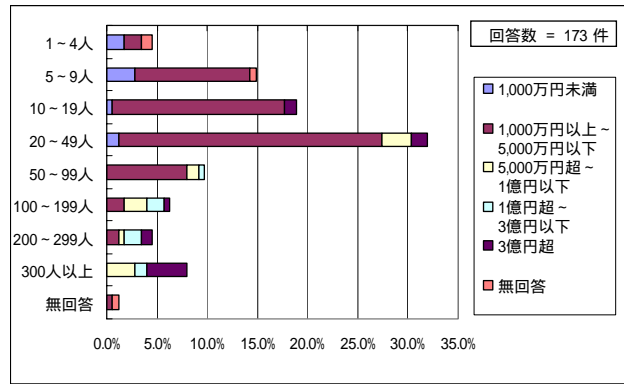


図 62 . I T 関連産業の従業員規模別資本金内訳

全体では、資本金 1,000 万円以上～5,000 万円未満の企業が最も多く全体の 68.0%であり、前回調査（61.8%）より 6.2 ポイント増えている。また、従業員規模では、20 人以上～49 人以下の企業が最も多く全体の 32.0%であり、前回調査（22.8%）より 9.2%増えている。前回調査と比較して、資本金 5,000 万円未満・49 人以下の企業の割合が大きく伸びていることが分かり、I T 関連産業へ積極的に参画している県内企業の取組みが伺える。

### 従業員規模別売上高内訳

I T 関連産業の従業員規模別売上高内訳は、表 15 及び図 63 のとおりである。

表 15 . I T 関連産業の従業員規模別売上高内訳

	5,000万円未満	1,000万円以上～1億円未満	1億円以上～5億円未満	5億円以上～10億円以下	10億円以上～50億円以下	50億円以上～100億円以下	100億円以上	無回答	計
1～4人	5 2.9%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 4.6%
5～9人	5 2.9%	9 5.1%	9 5.1%	1 0.6%	1 0.6%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	26 14.9%
10～19人	0 0.0%	3 1.7%	20 11.4%	5 2.9%	4 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	33 18.9%
20～49人	1 0.6%	1 0.6%	29 16.6%	13 7.4%	10 5.7%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	56 32.0%
50～99人	0 0.0%	2 1.1%	1 0.6%	7 4.0%	7 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 9.7%
100～199人	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	7 4.0%	3 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	11 6.3%
200～299人	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	6 3.4%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	8 4.6%
300人以上	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	6 3.4%	6 3.4%	0 0.0%	14 8.0%
無回答	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%
計	12 6.9%	17 9.7%	61 34.9%	26 14.9%	39 22.3%	12 6.9%	7 4.0%	1 0.6%	175 100.0%

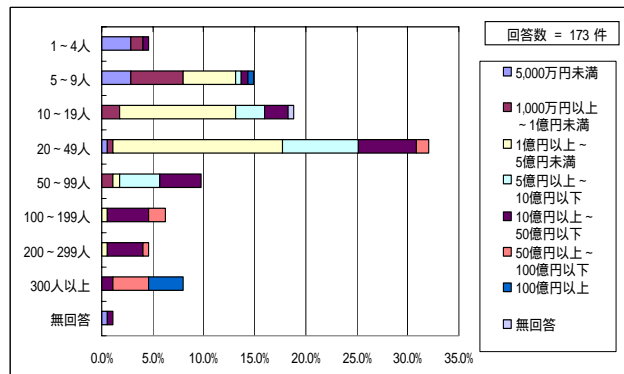


図 63 . I T 関連産業の従業員規模別売上高内訳

全体では売上高 1 億円以上～5 億円未満の企業が最も多く、全体の 34.9%である。売上高 1 億円以上～10 億円未満の企業は全体の 49.7%であり、前回調査（42.3%）より 7.4 ポイント増えている。また、売上高 10 億円未満の企業は全体の 66.3%であり、前回調査（70.7%）より 4.4 ポイント下がっている。IT 関連産業の総体的な売上高が伸びていることが伺える。

## (2) IT 関連産業の現状 受注における市場の割合

受注における市場の割合は、図 64 のとおりである。

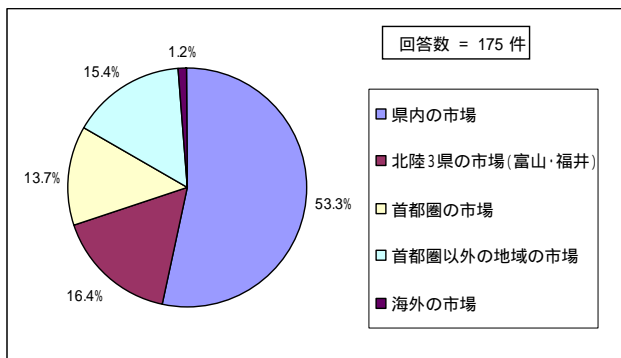


図 64 . 受注における市場の割合

「県内の市場」と回答した企業の割合が最も多く、全体の 53.3%である。次に多いのは「北陸 3 県の市場（富山・福井）」の 16.4%であり、3 番目に多いのは「首都圏以外の地域の市場」の 15.4%である。一方、「首都圏の市場」「海外の市場」と回答した企業は全体の 14.9%である。前回調査においても、「全て県内からの受注」「5 割以上が県内からの受注」と回答した企業が全体の 49.5%であり、IT 関連産業の受注が県内受注中心であるという傾向は変わっていない。IT 関連産業のサンプルが増えており、その総体的な売上げも伸びているという結果より、県内における IT 関連需要が前回調査時より増えている。

## 研究開発状況

県内 IT 関連産業の研究開発状況は、図 65 のとおりである。

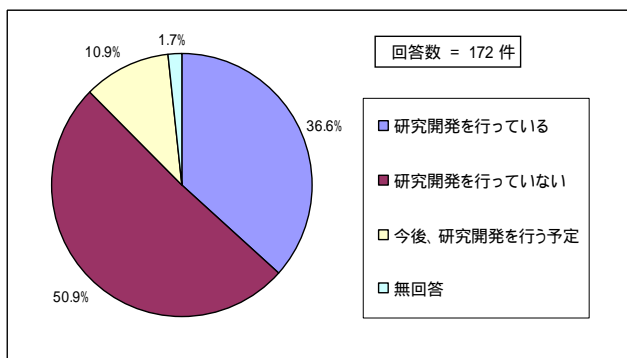


図 65 . 県内 IT 関連産業の研究開発状況

最も多い回答は「研究開発を行っていない」で全体の 50.9%である。次に多いのは「研究開発を行っている」の 36.6%である。前回調査では、年間研究開発費が 1,000 万円未満という回答が最も多かった。半数を超える IT

IT関連企業が「研究開発を行っていない」という結果から考えると、新技術を応用した商品開発を中長期的なビジネス戦略の中で実施している企業は少ないと推測される。しかし、資本金1,000万円以上～5,000万円未満の企業が68.0%を占める今回の調査サンプルを考えると、県内IT関連企業のほとんどが、莫大な研究開発費を投資できるほどの資金余力があるとは極めて考えにくい。意欲的に研究開発を推し進めたいと考える県内IT関連企業に対して、どのような支援・育成ができるかは、大きな課題である。

### 特許保有企業

IT関連特許の保有状況については、表16及び表17のとおりである。

表16. IT関連特許保有企業数表

	特許数	企業数
現状	1件	8
	2件	5
	3件	1
	6件	1
	7件	1
	8件	1
	15件	1
	40件	1
	2003年度申請	1件
	2件	4
	4件	1

表17. ビジネスモデル特許保有企業数

	特許数	企業数
現状	1件	3
	2件	1
	3件	1
	6件	0
2003年度申請	1件	2
	2件	2

IT関連特許を保有している企業は18社であり、IT関連産業全体の10.3%である。2003年度に特許申請した企業は13社であり、IT関連産業全体の7.4%である。県内IT関連企業の事業規模及び低い研究開発費という現状をそのまま反映した数字となっている。

ビジネスモデル特許を保有している企業は5社であり、IT関連産業全体の2.9%である。2003年度にビジネスモデル特許申請した企業は4社であり、IT関連産業全体の2.3%である。前回調査では、ビジネスモデル特許を保有している企業は4社であり、ビジネスモデル特許を申請した企業は10社であった。県内IT関連企業数は増えており、IT関連需要も前回調査時(2000年)より増えているが、特許保有・申請状況はほとんど変化していない。

### 知的財産管理について

県内IT関連産業における知的財産管理部門の設置状況は、図66のとおりである。

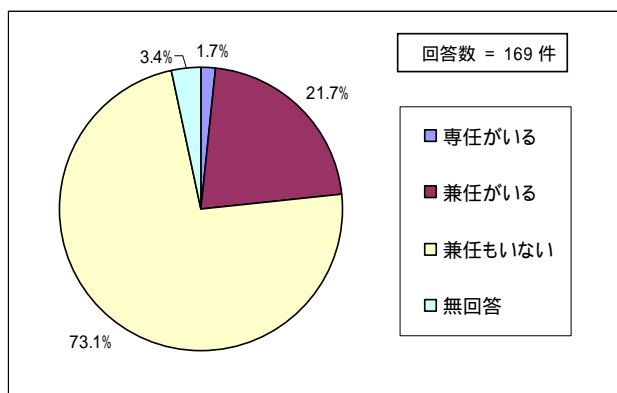


図66. 知的財産管理部門の設置状況

知的財産部関連部門の専任がいる企業はわずか3社であり、IT関連産業全体の1.7%である。前回調査では8社(6.5%)であったので、専任から兼任等に組織変更した企業がたまたまと思われる。兼任がいる企業は38社であり、IT関連産業全体の21.7%である。知的財産部関連部門については、県内IT関連産業の規模を考慮すると、

専任を配置できる企業は極めて限られてくるため、兼任による対応は当然と推測される。兼任もいない企業が73.1%を占めているが、県内IT関連産業の育成のためにも、知的財産に関する勉強会等の支援が課題である。

### (3)ソフトウェア・システム開発の現状

#### 開発分野

開発しているソフトウェアやシステムに取り入れている概念としては、図67のとおりである。

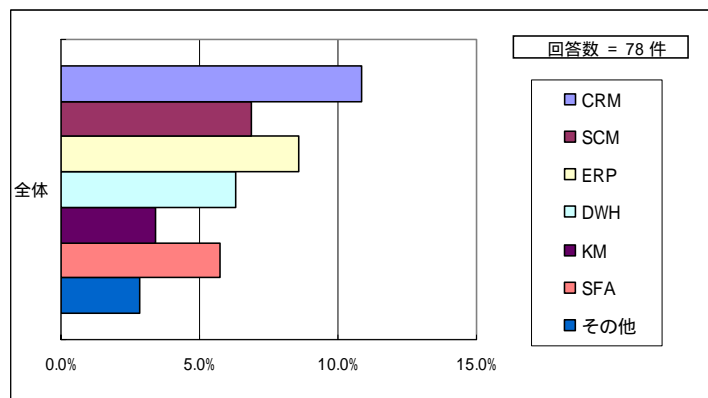


図 67 . 開発しているソフトウェア・システムの開発概念

総回答数 78 件の中で、「CRM」と回答した企業が前回調査結果と同様に最も多く、19 件（10.9%）である。その次に多いのは「ERP」の 15 件（8.6%）であり、3 番目に多いのは「SCM」の 12 件（6.9%）である。図 71 の結果より、これら基幹ソフトウェアのエンドユーザーの半分は県内企業であると推測することができる。一部の県内企業が高度な経営システムの IT 化を推進している実態がよくわかる。

#### 業種別受注状況

業種別受注状況については、図 68 のとおりである。

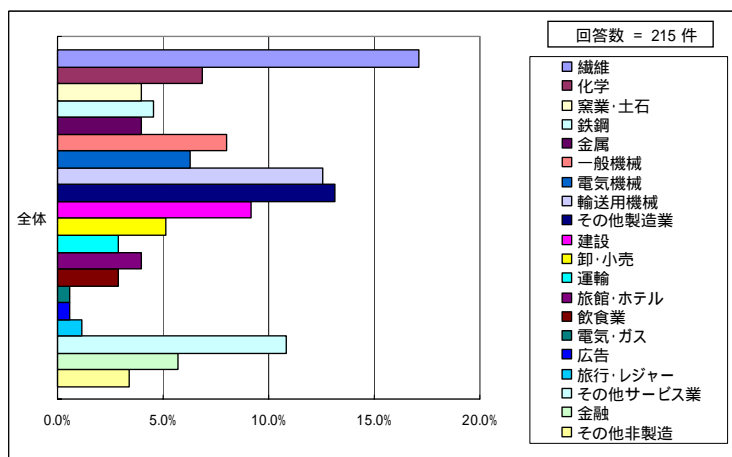


図 68 . 業種別受注状況

「繊維業からの受注が多い」と回答した企業が最も多く、30 件（17.1%）である。その次に多いのは「輸送用機械」の 22 件（12.6%）である。「県内製造業全体」とした場合、その件数は 134 件（62.3%）に達することが分かり、製造業が前回調査結果と同様に県内 IT 需要を支えているという構造が分かる。製造業以外では、サービス業や建設業からの受注が比較的多い。

## 部門別受注状況

部門別受注状況については、図 69 のとおりである。

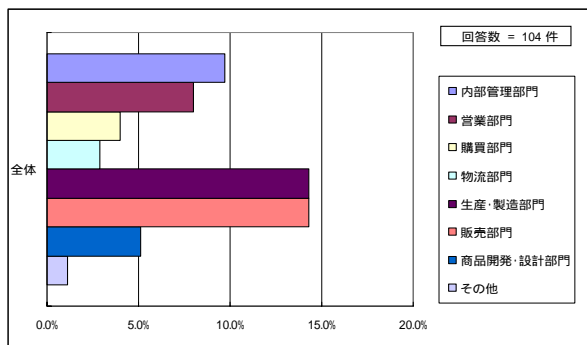


図 69 . 部門別受注状況

「生産・製造部門」「販売部門」と回答した企業が最も多く 25 件（14.3%）であり、その次に多いのは「内部管理部門」の 17 件（9.7%）である。前回調査では「生産・製造部門」「内部管理部門」「販売部門」という順位で高く、県内 IT 企業における部門別受注状況の変化は前回調査時よりほとんど変化はないことが分かる。

## 自社製品の有無

自社製品の有無については、図 70 のとおりである。

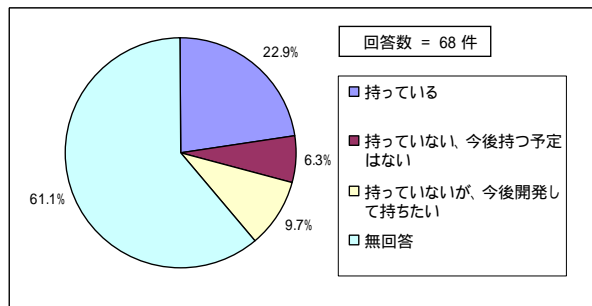


図 70 . 自社製品の有無

県内 IT 関連企業 175 社のうち、「持っている」と回答した企業が 40 社（22.9%）である。また、「持っていないが、今後開発して持ちたい」と回答した企業が 17 社（9.7%）ある。県内 IT 関連企業の約 3 割が、自社開発意欲のある企業であると推測される。

## 自社製品の市場における割合

自社製品の市場における割合については、図 71 のとおりである。

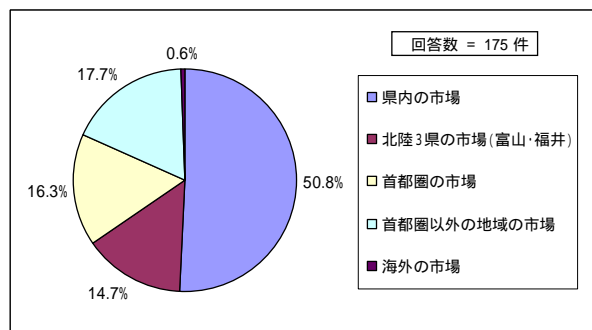


図 71 . 自社製品の市場における割合



「県内の市場」という回答が最も多く、全体の50.8%である。次に多いのは「首都圏以外の地域の市場」の17.7%であり、3番目に多いのは「首都圏の市場」の16.3%である。

### 社内開発の割合

受注のうち、再発注を行わずに社内で開発を行う割合を見てみると、図72のとおりである。

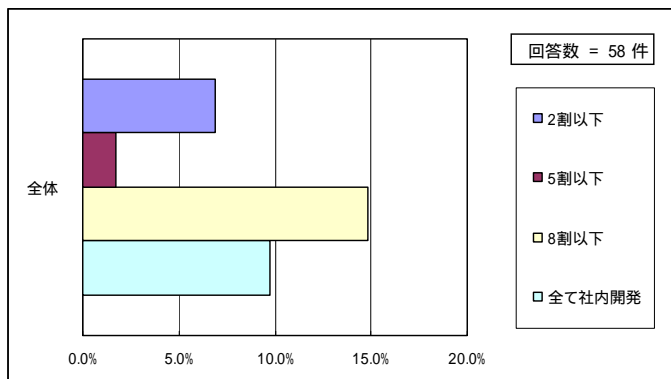


図72. 社内開発の割合

「受注のうち、8割以下が社内開発」という企業が最も多く、26社(14.9%)である。一方、「全て社内開発」という企業は17社(9.7%)である。前回調査では、「全て社内開発」と回答した企業が最も多く17社(28.3%)であり、次に多いのは「8割以下が社内開発」の14社(23.3%)である。

### 再発注先選定の要因

再発注先の業者を選定する要因については、図73のとおりである。

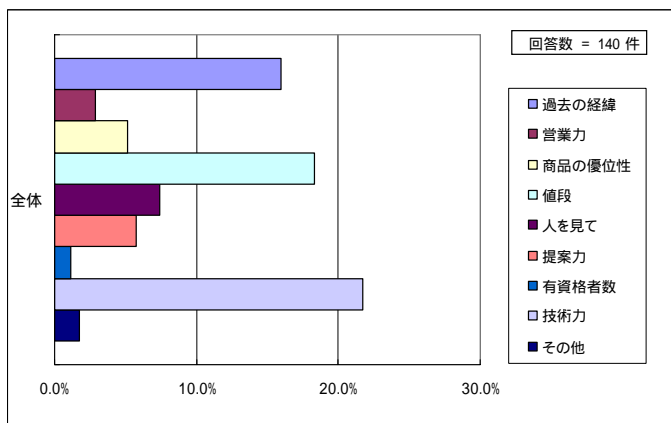


図73. 再発注先選定の要因

「技術力」という回答が最も多く、38社(21.7%)である。次に多いのは「値段」(32社, 18.3%)であり、3番目に多いのは「過去の経緯」(28社, 16.0%)である。再発注先として選ばれるには、競争力のある「技術力」に加えて「値段」及び「実績」が決め手になると考えられる。再発注先として選定されるための技術力を保持するためにも、エンジニアの継続的スキルアップが不可欠である。

### 有資格者の報奨金制度

情報系有資格者への報奨金精度については、図 74 のとおりである。

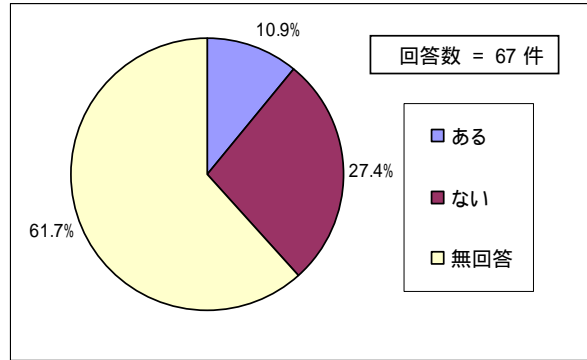


図 74 . 有資格者への報奨金制度の有無

「報奨金制度あり」と回答した企業は 19 社 (10.9%) であり、「報奨金制度なし」と回答した企業は 48 社 (27.4%) である。100 人未満の企業が全体の 8 割を占めるため、明確な報奨金制度を定めていない中小規模の IT 系企業が多いと推測される。

### 年間教育訓練経費

教育訓練における研修等経費については、図 75 のとおりである。

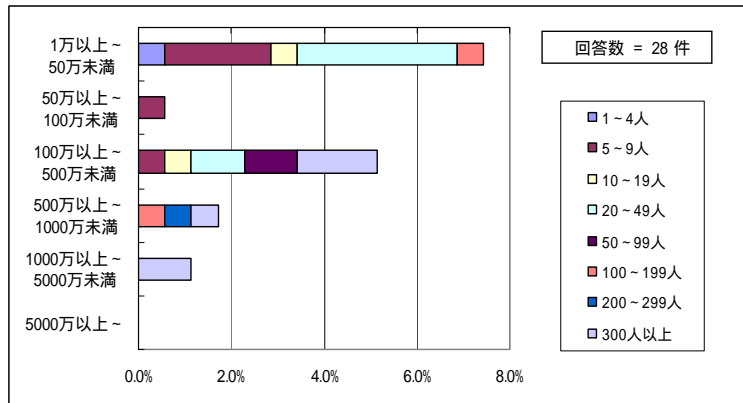


図 75 . 年間教育訓練経費

県内 IT 関連企業 175 社のうち、回答企業が 28 社 (16.0%) である。明らかに、従業員規模と年間教育訓練経費の額は正比例しており、従業員規模が大きいほど年間経費の額も大きくなる傾向が見える。100 人未満の従業員規模においては、500 万円未満の年間研修等経費で各社が教育訓練を行っているようである。一方、100 人以上の従業員規模においては、年間 500 万円以上の研修経費で教育訓練を行っていることが分かる。

## 年間研修受講人数

年間の延べ研修受講人員については、図 76 のとおりである。

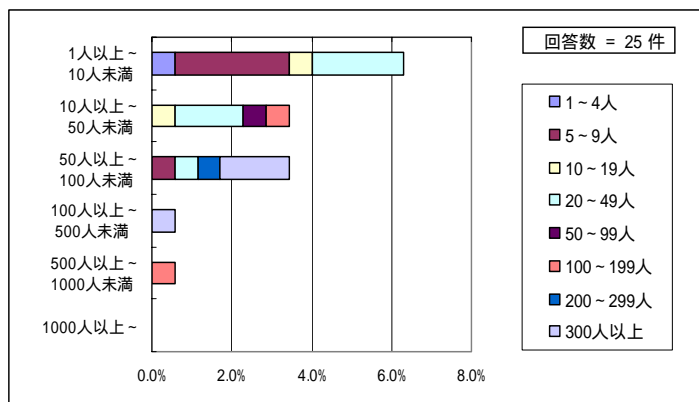


図 76 . 延べ研修受講人員

県内 I T 関連企業の年間教育訓練経費の傾向と同様に、従業員規模と教育訓練における延べ研修受講人員数は正比例しており、従業員規模が大きいほど延べ受講人員数も大きくなる傾向が見える。その中でも、年間延べ教育訓練受講者数が従業員数を上回るほど積極的に教育訓練を実施している企業も 7 社以上ある。

## 業務拡大のための課題

県内 I T 関連企業の業務拡大における課題については、図 77 のとおりである。

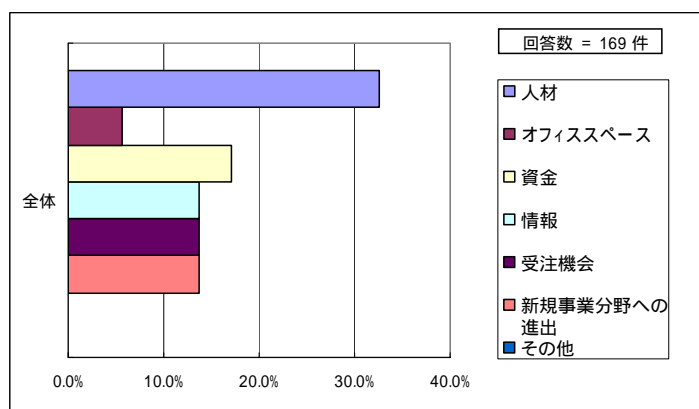


図 77 . 業務拡大のための課題

「人材」と回答した企業が最も多く、57 社（32.6%）であり、次に多いのは「資金」の 30 社（17.1%）である。実に回答企業の 3 割以上が「人材」を業務拡大上の重要課題であるという認識を持っており、「新規事業分野への進出」を含めた業務拡大への牽引役となる優秀な人材を計画的に育成していくことが重要視されていることが浮き彫りになっていると言える。その反面、「資金」が業務拡大上の大きな課題にもなっており、資金不足により人材育成を十分にできないという県内 I T 企業が多いことが分かる。

## 人材不足の職種

県内 I T 関連企業において人材不足の職種については、図 78 のとおりである。

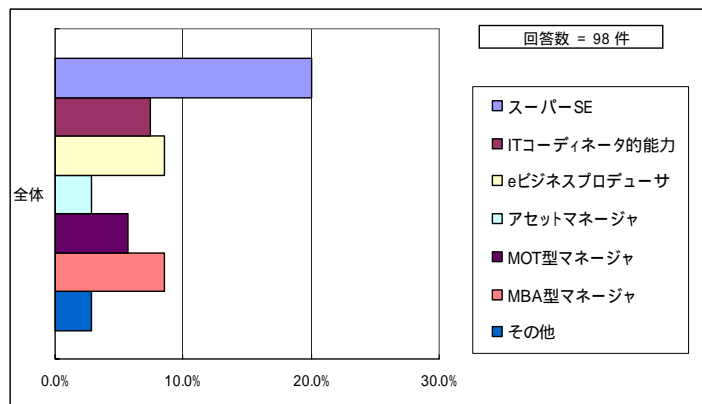


図 78 . 人材不足の職種

「スーパーSE」と回答した企業が最も多く、35社(20.0%)である。次におおいは「e-ビジネスプロデューサ」「MBA型マネージャ」の15社(8.6%)である。これらの職種に共通することは、非常に広範囲なフィールドについて深い専門知識と経験を有し、強力なリーダーシップを発揮できる人材を示している。IT企業経営者はこれら「スーパーマネージャ」的人材が育成されることを強く望んでいると推測される。

付録資料 A

アンケート調査票



■ 最近3年間の収益高のおおむねの推移傾向について、該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |                         |                         |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. 増加している (10%以上)       | 2. やや増加している (6~9%の範囲)   |
| 3. 横ばい (±5%内)           | 4. やや減少している (-6~-9%の範囲) |
| 5. 減少している (-10%をうわまわる減) |                         |

< 貴社のIT化利用環境等についてお伺いします >

問1 現在のパソコンの導入状況についてお伺いします。該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 従業員1名に1台の割合で導入している
2. およそ従業員2、3名に1台の割合で導入している
3. 各部門に1台の割合で導入している
4. 特段の割り当てはなく、社内で数台導入している
5. 社内で1台だけ導入している
6. 所有していない
7. その他 (具体的に: \_\_\_\_\_ )

問1付問 『6. 所有していない』と回答された企業に、その理由についてお伺いします。  
該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

1. 所有する必要がない  
その理由についてお伺いします。該当する番号全てを選んで をつけてください。
  - a. 導入しなくても業務は可能である
  - b. 個人として保有している
  - c. 導入効果がみえない
  - d. モデル変更が頻繁で、導入のタイミングが掴めない
  - e. メーカーやシステム業者等の相談相手がいない
2. 必要性はあると思うが、操作できる人がいない
3. 必要性はあると思うが、予算がない
4. その他の理由がある (具体的に: \_\_\_\_\_ )

問2 パソコンを利用している業務についてお伺いします。該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| 1. 一般的な資料作成            | 2. 経理・給与業務         |
| 3. 販売管理                | 4. 生産管理            |
| 5. 物流管理                | 6. 在庫 (商品、部品等) 管理  |
| 7. 顧客 (得意先、外注先含む) 管理   | 8. 人事・労務管理         |
| 9. 研究開発・試作開発           | 10. 財務管理           |
| 11. 経営企画               | 12. 社内での連絡・報告・情報交換 |
| 13. 社外との連絡・報告・情報交換     |                    |
| 14. その他 (具体的に: _____ ) |                    |

問3 業務で使用するソフトウェアの構築方法はどのように行っていますか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1. 市販パッケージ製品をそのまま導入
- 2. 市販パッケージ製品を改良して導入
- 3. 自社独自のソフトを外部に開発委託して導入
- 4. 自社独自のソフトを自社開発して導入
- 5. 自社独自のソフトを外部と共同開発して導入
- 6. 親企業のソフトをそのまま導入
- 7. その他 ( )

< ネットワークの活用状況についてお伺いします >

問4 パソコンの運用環境についてお伺いします。該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- 1. パソコンは全てLAN ( ) 化されており、社内ネットワークが形成されている
- 2. パソコンは一部LAN化されているが、ある部門や事業所単位でとどまっている
- 3. パソコンは個別に使われている (スタンドアローン ( ) )
- 4. その他 (具体的に: )

LAN【local area network】: 同一敷地 (同一建物) 内などの総合的な情報通信ネットワーク。  
 コンピュータ・ネットワークを基本とし、多様な情報を一括して送受・処理できる。(「デイリー新語辞典」より)  
 スタンドアローン【stand alone】: コンピュータを他のコンピュータと接続せずに利用する形態。(「Yahoo!コンピュータ」より)

問5 貴社のネットワーク化の状況についてお伺いします。該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1. 取引先との間に専用回線を引いている
- 2. 企業内・企業間ネットワーク (イントラネット・エクストラネット ( ) ) を構築している
- 3. インターネットのようなオープンネットワークに接続している
- 4. 企業内ネットワークを有線で構築している
- 5. 企業内ネットワークを無線で構築している  
(無線を利用している理由: )
- 6. ネットワークに関しては特に何も保有・構築していない
- 7. その他 (具体的に: )

イントラネット【intranet】: [イントラは内部の意] インターネットの技術を利用した、組織内の情報通信網。電子メールやブラウザーなどで情報交換を行い、情報の一元化・共有化を図る。(「デイリー新語辞典」より)  
 エクストラネット【extranet】: [エクストラは外の意] 複数の企業・組織のイントラネットを接続し、情報交換や取引に利用するネットワーク・システム。(「デイリー新語辞典」より)

問5 付問 『2. 企業内・企業間ネットワークを構築している』と回答された企業にお伺いします。

構築の目的は何ですか？ 該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1. 作成した文書データの共有
- 2. 事務的な書類の電子化
- 3. 社内通達・回覧等の電子化
- 4. 会議室・施設予約情報の共有
- 5. スケジュール状況の共有
- 6. その他 (具体的に: )



問5 付問 『6 .ネットワークに関しては特に何も保有・構築していない』と回答された企業にお伺いします。  
ネットワーク化を行っていない理由は何ですか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                           |                |
|---------------------------|----------------|
| 1 . 必要性がない                | 2 . 効果が見えない    |
| 3 . 資金不足                  | 4 . 知識のある人材がない |
| 5 . メーカーやシステム業者等の相談相手がいない | 6 . セキュリティが不安  |
| 7 . その他（具体的に：             | ）              |

問6 貴社ではこれまでにウイルスなどによる何らかのセキュリティに関わる被害を受けたことがありますか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |   |   |
|---|---|
| 1 . 被害を受け、業務に支障がでたことがある                         |   |
| 2 . ウイルス等の存在は確認されたが、対策ソフトの事前導入により被害を未然に防いだことがある |   |
| 3 . これまで被害にあったことはない                             |   |
| 4 . その他（具体的に：                                   | ） |

問6 付問 『1 .被害を受け、業務に支障がでたことがある』と回答された企業にお伺いします。具体的な復旧にあたってはどのようなところに相談しましたか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1 . 購入先のメーカーやベンダー等へ相談した   |   |
| 2 . 契約しているプロバイダ等へ相談した     |   |
| 3 . 公的機関等へ相談した            |   |
| 4 . コンピュータに詳しい友人・知人等に相談した |   |
| 5 . 社内に詳しい者がおり、対応できた      |   |
| 6 . その他（具体的に：             | ） |

問7 社内でのメールアドレスの保有状況についてお伺いします。  
該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1 . 社員全員がメールアドレスを保有している   |   |
| 2 . 幹部社員のみ保有している          |   |
| 3 . 各部門で1つ保有している          |   |
| 4 . 会社代表のメールアドレスのみを保有している |   |
| 5 . その他（具体的に：             | ） |

問8 インターネットの利用環境についてお伺いします。該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |                  |   |
|------------------|---|
| 1 . 常時接続による利用    |   |
| 2 . ダイアルアップによる利用 |   |
| 3 . 利用しない（具体的に：  | ） |
| 4 . 利用できない（具体的に： | ） |
| 5 . その他（具体的に：    | ） |

問9 電子メールをどのように活用していますか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| 1. 顧客への定期的な情報発信     | 2. 社内での事務連絡        |
| 3. 出先の社員とのデータ共有     | 4. 社外取引（見積りや受発注）   |
| 5. 官公庁への手続き         | 6. ホームページ上での販売申込み用 |
| 7. ホームページ上からの問合せ用   | 8. 全然活用していない       |
| 9. その他（具体的に： _____） |                    |

問10 グループウェア（ ）の導入状況についてお伺いします。

該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1. 既に導入し、利用している     | 2. 近い将来導入し、利用したいと考えている |
| 3. 導入していない・必要ではない   | 4. わからない               |
| 5. その他（具体的に： _____） |                        |

グループウェア【groupware】：コンピュータネットワークを利用して、複数の人間からなるグループでの情報共有、およびそれらの相互作用を円滑化するソフトウェアの総称。代表的なグループウェアの機能としては、電子会議室、ドキュメントデータベース、電子メール、ワークフロー管理、スケジュール管理などがある。（「アスキーデジタル用語事典」より）

問10 付問 『1. 既に導入し、利用している』『2. 近い将来導入し、利用したいと考えている』と回答された企業にお伺いします。具体的な利用業務（利用したい業務）はどのようなものですか？  
該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1. 日常業務の連絡・周知・確認    | 2. 社内会議、幹部会議等の結果の連絡・周知 |
| 3. 文書の決裁・執行         | 4. スケジュール・工程進捗等の確認     |
| 5. 共有情報の蓄積・利用       | 6. 社内会議室・施設等の利用管理      |
| 7. その他（具体的に： _____） |                        |

問11 グループウェアの構築方法と運用方法について、該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

<構築方法>

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. 市販パッケージ製品をそのまま導入     | 2. 市販パッケージ製品を改良して導入      |
| 3. Yahoo 等の無料サービスを利用    | 4. アプリケーションサービスプロバイダーを利用 |
| 5. 自社独自のソフトを外部に開発委託して導入 | 6. 自社独自のソフトを自社開発して導入     |
| 7. 自社独自のソフトを外部と共同開発して導入 | 8. 親企業のソフトをそのまま導入        |
| 9. その他（具体的に： _____）     |                          |

<運用方法>

- |                     |             |           |
|---------------------|-------------|-----------|
| 1. 社内で責任者           | 2. アウトソーシング | 3. リモート操作 |
| 4. その他（具体的に： _____） |             |           |

問12 貴社では業務遂行のためにモバイル（ ）環境を構築・利用していますか？

該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1. 既に構築し、利用している     | 2. 近い将来構築し、利用したいと考えている |
| 3. 構築していない・必要ではない   | 4. わからない               |
| 5. その他（具体的に： _____） |                        |

モバイル【mobile】：〔可動性の、移動式の、の意〕オフィスや自宅以外の場所から、携帯型パソコン・携帯情報端末（PDA）や携帯電話・PHSなどを使い、ネットワークを通じて情報をやりとりすること。また、それに用いる機器のこと。（「デイリー 新語辞典」より）

問 13 モバイル機器の導入目的は何ですか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 得意先顧客等との受発注取引
2. 入金取引
3. 社内等との連絡手段
4. その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

< ホームページの状況についてお伺いします >

問 14 ホームページを開設していますか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 開設済み
2. 開設予定である（ \_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月）
3. 検討中
4. 開設予定なし

問 15 貴社のホームページの保有状況についてお伺いします。該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

< サーバ >

1. 自社でサーバを構築しコンテンツも自社で作成
2. 自社でサーバを構築しコンテンツは他社が作成
3. 自社サーバの運営管理を他社に委託している（ハウジング）
4. プロバイダにサーバを構築しコンテンツは自社で作成（ホスティング）
5. プロバイダにサーバを構築しコンテンツも他社が作成
6. その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

< コンテンツ >

1. 内部で全て作成し、更新・メンテナンスも行っている
2. 外部に依頼して作成したが、更新・メンテナンスは社内で行っている
3. 外部に依頼して、作成及び更新・メンテナンスも行ってもらっている
4. 現在は持っていないが、近い将来保有したい
5. 今後も特段必要なく、持つつもりはない
6. その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 16 貴社ではメールを利用して行う連絡や文書・データ等の送受信している内容・種類にはどのようなものがありますか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

1. メールングリスト等を活用した、自社の企業情報や製品・商品・サービスなどの紹介
2. 得意先・顧客等との製品・商品・サービスなどの受注、販売、予約受付、各種データ交換等
3. 外注先や購買先等との製品・商品・サービスなどの発注、購入、各種データ交換等
4. 得意先・顧客等からのクレーム等も含めた利用者の反響や声の収集
5. 新卒採用、中途採用など人材の募集・受付
6. 社員への情報伝達・周知
7. インターネットは利用していない
8. その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 17 貴社ではWebサイト( ) (自社サイト・他のサイト)をどのように活用していますか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

1. ホームページ等を活用した、自社の企業情報や製品・商品・サービスなどの紹介
2. 得意先・顧客等との製品・商品・サービスなどの受注、販売
3. 外注先や購買先等との製品・商品・サービスなどの発注、購入
4. 入金・振込・照会など銀行取引やカード決済等に関わる処理
5. 得意先・顧客等からのクレーム等も含めた利用者の反響や声の収集
6. 新卒採用、中途採用など人材の募集・受付
7. 市場情報や業界動向、他社企業情報などの収集
8. 様々なアイデア、知識等の収集
9. インターネットは利用していない
10. その他(具体的に: )

Webサイト: 「ウェブページ」「ホームページ」などともいわれる。「ウェブ」は「ワールド・ワイド・ウェブ(WWW)」の「Web」(原語の意味は「クモの巣」)で巨大なネットワークであるインターネット網の「網」の部分を指しているが、ほとんどインターネットと同義。「サイト」は「登録場所」のこと。(「アスキーデジタル用語事典」より)

問 18 ホームページの更新頻度はどれくらいですか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 毎日
2. 2・3日毎
3. 1週間毎
4. 2週間毎
5. 1ヶ月毎
6. 不定期(おおよそ\_\_\_\_\_間隔)
7. 更新していない
8. その他(具体的に: )

問 19 携帯Webに対応していますか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. はい(携帯Web用のサービス内容: )
2. いいえ

問 20 ホームページ開設の成果について、該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 期待以上の成果を上げている
2. 期待どおりの成果を上げている
3. まあまあ成果を上げている
4. あまり成果を上げていない
5. 逆効果である

問 20 付問 『4. あまり成果を上げていない』『5. 逆効果である』と回答された企業にお伺いします。

その理由は何だとお考えですか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

1. 内容が足りない
2. デザインが陳腐
3. ハードウェアの性能が低い
4. 人手が足りず、情報更新の頻度が少ない
5. 通信販売のアクセス数が少なく、メリットがない
6. ホームページ作成のアウトソーシング費用が掛かり過ぎる
7. セキュリティ問題が未解決・不正侵入による実被害を受けた
8. その他(具体的に: )

< I T化推進体制についてお伺いします >

問 21 社内の情報化の責任者はどなたが担当していますか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- 1 . 経営者自身が担当
- 2 . C I O ( 情報担当役員 ) を設置
- 3 . I T 部門や情報システム部門の責任者
- 4 . いない
- 5 . その他 ( 具体的に : )

問 22 社内の業務遂行の中で、現在の I T 活用状況をどう評価しますか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 一般的な業務処理には十分活用している
- 2 . 一般的な業務処理に対して十分活用しているとは言えず、今後更に活用する必要がある
- 3 . 経営面から見た管理・マネージメントには十分活用している
- 4 . 経営面から見た管理・マネージメントに対して十分活用しているとは言えず、今後更に活用する必要がある
- 5 . 社内外の連絡・報告・情報交換 ( コミュニケーション ) などの手段として十分活用している
- 6 . 社内外の連絡・報告・情報交換 ( コミュニケーション ) などの手段に対して十分活用しているとは言えず、今後更に活用する必要がある
- 7 . その他 ( 具体的に : )

問 23 I T 化に関して、社員の知識・技能等の課題についてどのようにお考えですか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . パソコン機器やアプリケーション ( ソフト ) の操作・利用などの基礎的な能力の不足
- 2 . I T を活用した社内の問題点や課題の抽出・分析などに必要な力の不足
- 3 . I T を活用した社内の問題点や課題の解決・改善などに必要な力の不足
- 4 . I T を活用した社内意志決定力やそのスピード力・スピード化への対応力の不足
- 5 . 社内外に対する表現力・プレゼンテーションなどへの活用力の不足
- 6 . 社内外に対する連絡・報告・情報交換などへの活用力の不足
- 7 . 日進月歩の技術革新等への活用力の不足
- 8 . 日常的なトラブル、メンテナンスあるいはセキュリティなどに対応する技能の不足
- 9 . 社員間での知識、能力のバラツキが大きいこと
- 10 . 個人知識から知識・情報の社内共有化への内部活用能力の不足
- 11 . その他 ( 具体的に : )

問 24 I T 化に関して、貴社では社内人材の育成・教育について今後どのように行っていきたいと考えていますか？該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 主に社内での講習会の開催
- 2 . 主に外部の機関・団体などの講習会への派遣
- 3 . 社内及び社外の講習会等の組み合わせ
- 4 . 日常の仕事を通じた育成・教育
- 5 . 社内外の講習会への参加及び日常の仕事を通じた育成・教育の組み合わせ
- 6 . 社員個々人の努力や資質向上にまかせたい
- 7 . 考えてはいない
- 8 . その他 ( 具体的に : )

問 25 IT化推進のための、現在の人材育成策として、該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

1. 石川県ソフトウェア開発研修センターで研修させている
2. パソコンスクールやその他民間の研修機関で受講させている
3. 業界団体・公共機関の主催する研修を受講させている
4. 講演会や展示会等へ参加し、情報収集させている
5. その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

問 26 IT化を推進していくうえで、必要としている人材、不足しているスキルについてお伺いします。  
該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

<必要としている人材>

- |                     |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|
| 1. C I O（情報担当役員）    | 2. ネットワーク管理者 | 3. セキュリティ管理者 |
| 4. アプリケーション         | 5. 保守担当者     | 6. 保守・運用担当者  |
| 7. その他（具体的に： _____） |              |              |

<不足しているスキル>

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| 1. ネットワーク構築         | 2. セキュリティスキル        |
| 3. アウトソーシング先との折衝能力  | 4. ソフトウェアベンダーとの折衝能力 |
| 5. その他（具体的に： _____） |                     |

問 27 貴社の意識として、今後の対外的な取引をどのような方向へ進めて行こうとお考えですか？  
該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 今後の取引の中心を電子化へと積極的に移行させて行きたい
2. 今後の取引の中心を電子化へと徐々に移行させて行きたい
3. 取引のうち、電子化に移行するものはごく一部で、今後とも従来型のやり方が中心となる
4. 今後の取引は、電子化に移行するものと、そうでないものとの切り分けを明確にしていく
5. よくわからない
6. その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

問 28 独立したIT部門や情報システム部門は設置されていますか？  
該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

1. 設置済み ( \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月)
2. 今後設置予定 ( \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月)
3. アウトソーシング済み ( \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月)
4. 今後アウトソーシング予定 ( \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月)
5. 既存の部門の社員が兼務
6. 設置予定なし

< I T化投資についてお伺いします >

問 29 I T化に関して、貴社ではその投資をどのように行ってきていますか？

該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- 1 . I T化投資は、経営計画等で明確に予算づけられ、これに基づき計画的に投資している
- 2 . I T化投資は、明確な予算付けはしていないが、必要に応じ社内会議や役員会等での決定を通じて、適宜投資している
- 3 . 計画的ではないものの、社内外の状況を判断して、適宜投資している
- 4 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 30 I T化に関する投資は、今後どのように行っていきたいと考えていますか？

該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- 1 . 積極的に投資規模を広げていきたい
- 2 . 現状の投資レベルを維持していきたい
- 3 . 削減する
- 4 . 考えてはいない
- 5 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 31 貴社と同じような規模の企業や同業他社と比較した場合、貴社のI T化への取り組みについて、どのようにお考えですか？該当する番号1つを選んで をつけて下さい。

- 1 . 進んでいる
- 2 . 同等レベル
- 3 . 遅れている
- 4 . よくわからない
- 5 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 32 これまでI T関連投資を行ってきた主な部門はどれですか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 営業部門
- 2 . 直接販売部門
- 3 . 生産・製造部門
- 4 . 購買部門
- 5 . 設計部門
- 6 . 研究開発部門
- 7 . 人事・採用部門
- 8 . 総務・管理部門
- 9 . 物流部門
- 10 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 33 I T関連の投資で、今後重点を置いて行きたい部門はどれですか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 営業部門
- 2 . 直接販売部門
- 3 . 生産・製造部門
- 4 . 購買部門
- 5 . 設計部門
- 6 . 研究開発部門
- 7 . 人事・採用部門
- 8 . 総務・管理部門
- 9 . 物流部門
- 10 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

< I T化の課題・要望等についてお伺いします >

問 34 今後 I T化を進めていくためには、どのようなことが必要とお考えでしょうか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 通信速度の高速化や利用エリアの拡大など、通信環境の充実
- 2 . 企業の I T化に関わる専門性の高い相談・アドバイス機能の充実
- 3 . 講習会、研修、セミナーなどスキルアップ機会の充実
- 4 . I T化を目的とした融資、助成などの資金面での充実
- 5 . ソフトやコンテンツ作成、ネットワーク構築などを提供する情報サービス関連企業の育成、誘致
- 6 . 電子商取引、ブロードバンド、情報家電など今後の I T社会に対する見通し・目標の明確化
- 7 . よくわからない
- 8 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 35 これまで進めてきた I T化について、問題点・課題等がありますか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- 1 . 現状十分効果を上げており、問題点・課題は特にない
- 2 . 今ひとつ全体的に効果が見えない
- 3 . 高価なパッケージソフトを導入したが、機能の一部しか使われていない
- 4 . 時間を掛けて構築したシステムが、すぐに陳腐化した
- 5 . システムを活かす業務改善ができない
- 6 . 特定部門のみのシステムを構築したため、拡張性がない
- 7 . 人材がいない・人材が育たない
- 8 . 人材育成のための助成制度が現状では使えない
- 9 . 顧客との関係が期待した程向上していない
- 10 . 高額なシステムの割に効果が上がっていない
- 11 . システム導入の際、業務内容を詳しく分析した適切なアドバイスがなかった
- 12 . システム導入の際、提案されたシステムの価格が適正かどうか分らない
- 13 . システム業者に依頼したが、企業経営について知らない
- 14 . その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問 36 今後の I T化推進において、どのような外部支援が必要ですか？

該当する番号全てを選んで をつけて下さい。

- |                            |                        |
|----------------------------|------------------------|
| 1 . 低コストなシステムの提案           | 2 . 拡張性のあるシステムの提案      |
| 3 . 自社の業務に合った I T化のアドバイス   | 4 . 情報機器選定のアドバイス       |
| 5 . ハード・ソフトの操作方法の指導        | 6 . 情報機器のメンテナンス        |
| 7 . I T化投資の資金              | 8 . I Tを担う人材の確保・提供     |
| 9 . I T関連の研修の充実            | 10 . 収集した情報の活用方法のアドバイス |
| 11 . I T化による新ビジネス展開へのアドバイス | 12 . 古いハードウェアの回収       |
| 13 . 税制上の償却期間の短縮化          | 14 . 商取引に関する規制の緩和      |
| 15 . 消費者保護に関する法令の整備        |                        |
| 16 . その他（具体的に： _____ )     |                        |



問 37 石川県内において、以下のようなIT化推進のための機関があることをご存知ですか？

各機関等について、<選択肢>より該当する番号1つを選んで下さい。

- 1. (財)石川県産業創出支援機構 ( I S I C O ) ( )
- 2. (株)石川県ソフトウェア研修開発センター ( )
- 3. 石川県工業試験場 ( )
- 4. 北陸IT研究開発支援センター ( )
- 5. いしかわクリエイトラボ ( )

<選択肢>

- a : すでに活用している
- b : 知っているが活用していない
- c : 知らないので詳しい情報がほしい
- d : 知らないし興味もない

問 38 IT化を進めるに関して、公的機関等に何かご要望・ご提言などがあればお聞かせ下さい。

< 情報関連企業対象 >

電気・電子機器製造、情報処理サービス、出版・印刷、映像・音楽、デザイン、広告、通信サービス、コンサルティング等

**【以下の設問は、情報関連の売上がない場合には、お答え頂かなくて結構です】**

問 39 受注について、県内企業と北陸3県（富山・福井）の企業、北陸3県以外の企業の割合はどれくらいですか？

- 1. 県内の市場 ( 約 \_\_\_\_\_ % )
- 2. 北陸3県の市場（富山・福井） ( 約 \_\_\_\_\_ % )
- 3. 首都圏の市場 ( 約 \_\_\_\_\_ % )
- 4. 首都圏以外の地域の市場 ( 約 \_\_\_\_\_ % )
- 5. 海外の市場 ( 約 \_\_\_\_\_ % )

問 40 貴社では、研究開発を行っていますか？該当する番号1つを選んでをつけて下さい。

- 1. 研究開発を行っている
- 2. 研究開発を行っていない
- 3. 今後、研究開発を行う予定

問 41 IT関連特許の保有状況、及び平成14年度の申請状況を教えて下さい。

また、それぞれについて、ビジネスモデル特許の状況も教えて下さい。

- ・特許保有数 \_\_\_\_\_ 件（うちビジネスモデル特許 \_\_\_\_\_ 件）
- ・本年度申請状況 \_\_\_\_\_ 件（うちビジネスモデル特許 \_\_\_\_\_ 件）

問 42 知的財産管理部門を置いていますか？該当する番号1つを選んでをつけて下さい。

- 1. 専任がいる
- 2. 兼任がいる
- 3. 兼任もいない

【以下の設問は、ソフトウェア・システム開発企業以外は、お答え頂かなくて結構です】

問 43 貴社で開発しているソフトウェアやシステムで、以下の概念を取り入れたものはありますか？  
該当する番号全てを選んでをつけて下さい。

1. CRM (カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)
2. SCM (サプライ・チェーン・マネジメント)
3. ERP (エンタープライズ・リソース・プランニング)
4. DWH (データ・ウェアハウス)
5. KM (ナレッジ・マネジメント)
6. SFA (セールス・フォース・オートメーション)
7. その他 (具体的に: \_\_\_\_\_)

問 44 どのような業種からの受注が多いですか？該当する番号全てを選んでをつけて下さい。  
また、それらの受注システムを<選択肢>から全て選んで下さい。

- |                |                 |                  |
|----------------|-----------------|------------------|
| 1. 繊維 ( )      | 2. 化学 ( )       | 3. 窯業・土石 ( )     |
| 4. 鉄鋼 ( )      | 5. 金属 ( )       | 6. 一般機械 ( )      |
| 7. 電気機械 ( )    | 8. 輸送用機械 ( )    | 9. その他製造業 ( )    |
| 10. 建設 ( )     | 11. 卸・小売 ( )    | 12. 運輸 ( )       |
| 13. 旅館・ホテル ( ) | 14. 飲食業 ( )     | 15. 電気・ガス ( )    |
| 16. 広告 ( )     | 17. 旅行・レジャー ( ) | 18. その他サービス業 ( ) |
| 19. 金融 ( )     | 20. その他非製造 ( )  |                  |

<選択肢>

- a : CRM      b : SCM      c : ERP      d : DWH      e : KM      f : SFA  
g : その他 ( \_\_\_\_\_ )

問 45 どのような部門についての受注が多いですか？  
該当する番号を多い順に2つまで選んでをつけて下さい。

1. 内部管理部門
2. 営業部門
3. 購買部門
4. 物流部門
5. 生産・製造部門
6. 販売部門
7. 商品開発・設計部門
8. その他 (具体的に: \_\_\_\_\_)

問 46 貴社は現在、自社製品をもっていますか？該当する番号1つを選んでをつけて下さい。

1. 自社製品をもっている
2. 自社製品をもっていない、今後も持つ予定はない
3. 自社製品をもっていないが、今後、開発してもちたい

問 46 付問 『1. 自社製品をもっている』と回答された企業に、自社製品の市場及び割合についてお伺いします。

1. 県内の市場 (約 \_\_\_\_\_ %)
2. 北陸3県の市場 (富山・福井) (約 \_\_\_\_\_ %)
3. 首都圏の市場 (約 \_\_\_\_\_ %)
4. 首都圏以外の地域の市場 (約 \_\_\_\_\_ %)
5. 海外の市場 (約 \_\_\_\_\_ %)





**付録資料 B**

**その他回答項目一覧**

アンケート用紙に設けられた「その他」欄の記入内容は以下のとおりである。明らかに重複するものを除き、記入されたとおりの内容である。ただし、公共機関以外に、具体的名称が記入されている場合は、その部分を削除または修正した。

#### 問1 パソコン導入状況

1名に2台以上導入 事務職は1人1台の割合で導入  
事務職等は1人1台、その他部門は数台導入  
事務職は1人に1台、企画部は1人に2台、従業員は5人に1台  
管理職以上全員と各部署に1台 技術、管理部署では1人1台  
事務所1人1台、工場1部門1台 業務部1人1台  
現場監督員は1人1台 職場責任者に各1台  
現場監督者に1台、会社一般総務に2台 間接工5人に対して4台導入  
個人で保有している 各人が個人所有で社所有は5台(全20台)  
業務上の必要に応じて導入 各部門に必要な台数を導入  
社用1台、その他各個人用持込6台 15台保有 社で20台

#### 問1付問 パソコンを導入していない理由

近々所有予定 仕事が減少しているから

#### 問2 パソコンの使用目的

工事成果関連書類 CADによる製図・設計・計算・構造計画等  
品質管理 出荷管理 製品検査 仕入管理 原価管理  
インターネットによる情報収集 写真印刷、画像処理  
広告制作に関わる用途使用、データ通信も含む デザイン業務  
POP作成 Web構築、ノンリニア編集、メールマガジン発行等 スキャニング  
DTP・ホームページ作成 印刷用版下作成  
機械プログラム作成 ソフトウェア開発 開発用・テスト用・メンテ用  
システム開発 自動車修理に関する概要管理  
FDI受注 電子入札、電子納品 配車表の送信、運転管理  
NC加工 社屋の管理 キーパンチ  
技術計算 専門的計算 積算業務 顧客より依頼の計算業務等  
社外からの生産データ 報告書作成(成果品) 請求書作成  
取扱説明書・パンフレット作成 DM等の作成 調剤の計算・記帳・レセプトの作成

#### 問3 ソフトウェアの構築方法

会計事務所のソフト 発注者開発システム使用  
業界のソフトを使用 紙卸業のソフトを導入 メーカー開発ソフトを導入  
仕入先本部開発のソフト利用 基幹系は自社開発、情報系は主にパッケージ  
外部企業ネットに加盟 航空貨物通関情報処理用ソフト導入  
協同組合のソフトを導入 親会社で管理しているのでわからない

#### 問4 パソコンの運用環境

業務用パソコンは全てLAN化されているが、設備付属のものは個別で使用  
社内インフラ構築中 一部顧客とEC接続

#### 問5 ネットワーク化の現状

電話回線にて取引先とデータの交換をしている 仕入れのみEOS発注

取引先と LAN で接続されている 町のホームページに載せている  
交換回線 自宅との間に VPN を構築している  
EDI 個人のパソコンを一部社用としてネットワークに接続して使っている

問5 - 5 無線を利用している理由

配線が不要なため LAN 工事不必要、倉庫内移動しての利用ができるから  
コストが安い 社員間の会議の効率化を図っている  
クライアント等に行うプレゼンテーションや会議などに用いるため  
ノートパソコンの可搬性利用、室内配線の省略のため

問5 付問 企業内・企業間ネットワーク構築の目的

取引先との EDI システム (受注データ送受信、図面情報等) CTI と CRM  
注文書の発行、メール受信 受発注業務  
リモート入力による DB 印刷原稿・校正のやりとりをデータ送信で実施  
在庫情報のエクストラネット化 グループウェア導入  
加工したデータの一時保管 外部からの侵入を防ぐため  
自社開発のグループウェアで自社・グループ間で共有  
販売管理、在庫管理 生産管理 POS のデータ管理 進捗管理  
ISO 最近版管理 基幹、業務データの共有 (物流・販売・受注・在庫等)  
基幹業務ソフトの運用 データ入力したものを一括して処理するため  
インターネット回線の共有化及びメーカーとの VPM 接続のため  
給与データ・営業日報など一部について行っている 地域市況・元売情報の入手  
ホスト接続に LAN を使用しているため 当社品質システムに利用  
社内システムへのアクセス 遠隔からのコントロール  
製造用加工プログラムデータの元管理 資産の共有、事務及び仕事の簡素化及び合理化  
技術データの共有 店舗 POSS データの共有 DTP 制作データの共有・出力  
受注～出荷までの共有 図面の共有 資源の共有 加工データ共有  
親企業ソフトの共有 ソフトの共有 オンライン端末・File・プリンター共有  
生産管理データの共有 作成した画像データの共有 卸元より入荷、請求データの共有  
アプリケーションシステムの DB の活用 場内モニターカメラの他所での利用  
開発に関する各種データ・情報の管理・共有 開発・メンテナンス ソフトウェア開発  
外部情報へのアクセス、開発システムの ASP としての提供  
クライアントサーバ型の業務システムの運用 経費の支払、稟議書の決済  
ホストコンピュータとのオンライン端末としての接続

問5 付問 ネットワーク化を行っていない理由

グループ内 LAN を構築予定 近く構築予定 現場の作業環境が悪い  
ウイルスの被害が心配 市場が大きくない 検討中 推進中

問6 セキュリティ被害状況

ハッキングを受けたが、適切に対応し被害を未然に防いだ  
故障があっても、ウイルスが原因かわからない

問6 付問 被害時の復旧方法

親会社に相談した ワクチンソフトを購入して駆除した 買い換えた  
システム部門が対策した 社内に対応組織・制度がある  
親会社のセキュリティ対策室やウイルス対策専門業者等に相談

問7 電子メールアドレスの保有状況

事務職員のみ全員保有 管理職、事務部門は全員保有  
工事部門技術者全員保有 営業社員を中心にアドレス保有  
営業部・制作デザインスタッフ全員、他各部門1つ 各部門に1個、業務部は1人1つ  
生産現場従事者を除く社員が保有 間接部門社員及びマネージャ社員  
デザイン部、製造部では全員保有 正規雇用者のほぼ全員が所有  
幹部社員及び受注担当者 営業、管理部門全員  
メンテ者以上スタッフ含めTOPまで全て保有 パソコン台数分保有  
配送社員以外全員 正職員の70%保有  
2人で1つのアドレスを保有 社で数人が保有 端末保有している社員全員  
管理職以上全員と各部署に1つ 工務部、CAD、代表アドレス  
社員全員の他に、ネット通販用、問い合わせ用等複数使用 会社代表と経理専用  
会社代表、パソコン用に1つ 会社代表、役員専用の2つ  
会社代表と、個々に携帯のアドレスを保有 会社代表のアドレスの他、図面専用2つ保有 幹部社員、代表アドレス、Webshop用アドレスが存在  
個人として保有 パソコン利用者のみ保有している  
携帯電話のメールアドレス 役職者は全員・一般職は申告制

問8 インターネットの利用環境

プロバイダへの専用回線 個別に使用している  
接続可能になっているが目下使っていない 利用方向で検討中  
社内で個人が常時接続で利用 各自任意利用可としている

問8-3 インターネットを利用しない理由

ウイルスが心配 経費削減のため 効果が見えないため 必要性がない  
環境が整っていない 必然性、利用法、販売戦略が確立されていないため

問9 電子メールの活用状況

関連業者、取引先との業務連絡 メールマガジン等の情報収集  
社外への事務連絡 顧客への情報受発信 FAXの代わり  
CAD(図面等)データの送受信 リクルート  
役所提出書類など 業界の共有利用 新しい販路、仕入先開拓  
デザインの確認、パソコンのエラー障害時の問合せ デザイン校正、打合せ  
協会等の会議出欠返信 DTPデータの入出稿  
添付ファイルにて印刷作成データのやりとり ほぼ全ての情報交換  
整備振興会のネット上(ホームページ)で中古車の在庫を載せている

問10 グループウェアの導入状況

導入しているが利用していない

問10 付問 グループウェアの利用業務

販売管理、在庫管理 海外工場との進捗状況チェック 出退勤管理  
受注一覧表、注文書、納品書作成 OB客管理、追客情報の管理  
図面の共有 回覧板 仕入れ価格データベースへのアクセス  
プライベート分野 輸出入貨物通関物流、在庫管理 CADデータの共有



問 11 グループウェアの構築方法

航空貨物通関情報処理システム導入 詳細はわからない

問 11 グループウェアの運用方法

親企業に委託 通関情報処理システムセンター

問 12 モバイル環境の構築・利用

持っているが活用していない  
テスト的に行ったことはあるが、当社の業務形態に当てはまらない

問 13 モバイル機器の導入目的

外出先での業務処理、連絡手段 グループ企業や社内との連絡手段  
自主事業として 銀行との入出管理  
顧客情報の登録及びメモ代わりに利用 施工管理  
グループウェアに参加。今の効果は遅延の回避が主 医事業務、介護支援等  
外出時のメール確認、資料等の作成送付 プライベート分野  
客先と業務連絡、取引先との業務連絡用。出張時のメール受信 営業日報等  
ホームページアクセス・メール送受信 社員及び派遣社員等の連絡・入出店管理  
顧客との連絡 開発・メンテナンス プレゼン・顧客情報管理

問 15 ホームページの開設状況（サーバ）

本社メーカーに全て依頼 組合にサーバを持ち、各組合員が保有  
システム会社にまかせている 商工会HP中に作成  
バーチャルドメイン：プロバイダのサーバ上の領域を賃借 レンタルサーバ  
サーバ、コンテンツともに他社 ASPにサーバを保持しているが作成の予定は未定  
関連団体 Web ページへの掲載 外部発信用サーバは親会社、コンテンツは自社  
親企業のサーバでコンテンツは外注で作成

問 15 ホームページの開設状況（コンテンツ）

親会社で運用 内部で全て作成したが、現在更新・メンテナンスを行っていない  
メンテナンスは特にしていない システム会社にまかせている  
内部でメンテナンスし、更新は親会社に依頼 作成はしたが更新はしていない  
内部と外部作成のミックス、メンテナンスは原則社内で行っている 今後更新する予定

問 16 メールを活用方法

発注先との連絡、現場との連絡 顧客との連絡 情報収集  
見積書、出来高管理等必要書類 図面、見積等 関連会社との連絡  
異業種間交流 金融機関からの結果報告受信のみ  
外国への必要情報の送信 グループ間の共通情報交換等  
会計事務所への経理情報の交換 同業者との情報交換 社内の連絡事務  
官公庁等との連絡 本部との事務連絡 加入団体からの情報入手  
会議出欠返信、伝達事項 自主研究・個別プロジェクトにMLを運用

問 17 Web サイトの活用方法

部品カタログ、図面等の活用 電子入札、電子納品等に活用予定  
情報検索 案内文書、事務連絡 取扱製品の情報収集

親会社間での Web サイト利用（企業間情報及び統一データ交換） ネットビジネス  
自社情報の公開・ほぼ全ての業務に関する調査対象

問 18 ホームページの更新頻度

親会社で管理しているのでわからない 現在閉鎖中 随時 必要時  
シーズン毎 時々 4～10 月は更新なし・11～3 月は約 2 週間毎

問 18-6 更新頻度が不定期

10 日 3 週間 6 週間 1.5 ヶ月 2 ヶ月 3 ヶ月  
4 ヶ月 5 ヶ月 6 ヶ月 8 ヶ月 1 年 2～3 年  
年に 2～3 回

問 19 携帯 Web のサービス内容

スキーシーズン中の天候、積雪情報 アルバイト情報 求人募集  
転送メール 会社概要、製品案内、事業所案内 グループウェア  
PC 同様のコンテンツ展開 キャリア 3 社用携帯サイト  
フロネットウェブ 運転手への配送指示、変更通知、終了報告

問 20 付問 ホームページが成果を上げていない理由

開設前のため不確定要素が多いから 業種は電子取引になじまない  
効果の把握が困難 消費者と直接つながらない業種のため、アクセス数が少ない  
会社案内、自社製品の紹介のみ程度のものなので期待していない  
官庁の工事のためメリットがいまのところない 顧客への PR が主目的であるため  
定番商品ではないため、売上にはつながらない  
はじめからそれほど効果は期待していない そもそも業種的に効果を期待していない  
一般向きではないため、目立った効果は得られない  
未公開のため、グループ会社（イントラ）からのアクセス数が少ない

問 21 社内の情報化の責任者

経理部 総務部 業務部 製造部 営業部  
技術部 監査部と企画部 宣伝企画課 工事部  
工務部長 建築部長 経理担当が兼務 経営企画部門責任者の兼務  
品質管理部次長 管理部長 ソフト担当者  
役員が兼務 専務、常務 本社 推進委員会  
各事業部で責任者を決めている 専門の部署がなく併任

問 22 IT 活用状況

使える者しか使っていない IT は企業にあったように利用すべきで、IT が全てではない  
必要最小限に まだまだ不十分  
IT の活用が必要だと思えない。理由が従業員のパソコン操作が未熟なため  
経営者に相当の理解力がないと全く意味のないものになりかねない。もっとわかりやすい操作が必要である

問 23 IT に関する課題

多くを本社に委ねており自社の体制が弱い 社内規模になっていない  
企業レベルにあったようにする 専門業種 知識がない  
全体的なレベルアップ 年配者の理解度の不足 均等に共有している  
パート・アルバイト社員の流動性 すべてに関して初心者

当社としての機能発揮として親会社からの指導がある 特に課題はない

問 24 IT化に関する社内人材育成・教育状況

社員が建設 CALS/EC 等のシステムに対応できるように教育したい  
必要に応じて 直接指導 検討中

問 25 IT化推進のための人材育成策

自助努力にまかせている 全てアウトソーシング  
社内研修をしている メーカー開発の研修に参加  
親会社の指導、研修に参加している 希望があれば研修させる  
研修会等の情報は提供しているが自主参加 ベンダーから講師の派遣を依頼  
社内個人間の情報交換 取引基幹がある インターネット等で情報収集  
社内人材に IT コーディネータ資格を取得させている  
民間の出入り業者よりの知識習得 SE 経験者による個別指導  
OJT (シスアド資格者による) グレーブ専門家に依頼  
日常の仕事を通じて教育している 石川県電算センターでの研修に参加  
職員が高齢化しており、育成策なし

問 26 IT化推進に必要としている人材

SE 親会社主導 開発言語、dbMAGIC 具体的なノウハウを得ている人  
業務設計、システム企画ができる人材 足りない部分はアウトソーシング  
事業企画担当者 開発 専任者管理者  
ソフトウェア設計、作成担当 全てをできなくても日常業務をできる担当者  
デザイナー 総合的知識保有者 専門職としては不要

問 26 IT化推進に不足しているスキル

Java 開発、Web アプリケーションの作成スキル  
親会社主導 社内人材育成能力 ネットワークのトラブルに対応できる能力  
具体的なノウハウを得ている人 ベンダーとの折衝能力だけでなく社員に指導できる能力  
新ビジネス創出能力 電子商取引、電子「認証」システム等に関わるスキル  
アプリケーション開発 専任者管理者  
知識、技能等の底上げ IT を利用した時の問題提議能力  
アプリケーション SE データベース構築能力 (自社、業務内容に促した)  
IT 部門に注力するための時間のマネジメント ソフトウェア設計力、作成力

問 27 対外的な取引における電子化について

すでに実行している 電子化にて取引できる業種ではない 親企業次第  
問屋の IT 化が遅れていて情報供給がされていない 十分電子化している  
グループ企業の方針による お客様次第 必要に応じて対応していきたい  
対外的な取引データは親会社のコンピュータを経由して行っている。基本的には現状維持していく

問 29 IT化の投資

投資予定はなし 親会社にて対応 親会社で計画的に投資している  
現在の設備にて十分 必要に応じて

問 30 IT化投資の方向性

国土交通省、石川県の動向による 今後の業務状況次第 現システムの維持

投資は必要だが経営状態により計画できない 必要に応じて対応していきたい  
ロストパフォーマンスを考えた上で投資する 親会社にて対応  
業務革新の一部として捉えておりIT化投資として特別扱いはしない。必要に応じて投資を進めていく。

問 31 IT化への取り組みについての意識

内容により差異あり 進んでいる分野もあれば遅れている分野もある

問 32 IT化を行ってきた主な部門

工事部門 品質管理 情報システム部門 総務・工務部門 経理  
販売促進部門 ユーザ管理 企画開発室 積算部門 営農部門  
全部門 本社 医事業務、介護支援等 工務、CAD 関連  
仕事そのもの(デザイン) 経営者 電話回線によるセキュリティ  
一概に答えられない

問 33 今後IT投資を重点的に行いたい主な部門

現状維持 情報システム部門 経理 施工、メンテナンス部門  
工事部門 全部門 企画開発室 在庫管理等 基幹系システム  
医事業務、介護支援等 制作 品質管理 電子入札  
部門への投資の中心は PC の設置であり、ほぼ完了している。今後はシステム部門が管理するインフラ(サーバ類)の新設、更新が重点となる 一概に答えられない

問 34 今後IT化推進のために必要なこと

資金力の増強 設備構築と社員教育 個人の意識、知識の向上  
会社のしくみが整理されているとIT化は達成される。会社のシステム(仕組み)の整理が先決  
導入コストが高すぎるのでコストを低く抑えたい  
自他共に護衛をされているが使用頻度が少ない もっと安価に  
ハード、ソフト開発費用(業者助成)の低下 業務に直結したものであること  
基礎的な知識の学生を沢山会社へ送り出してほしい  
建設業においてはC1-NETの政府・業界としての方針の明確化。更なるIT投資の優遇措置  
ソフトウェアの共通化、低廉化 学校教育段階での基礎的IT能力の育成  
業務プロセスの見直し、戦略策定アドバイス  
親会社指導型となっており、後のシステム活用が充実させていく  
専門分野でない人でも簡単に操作できる機器の開発を優先してほしい  
必要な技術を必要な時に採用すればよく、環境のせいにするのは経営者として愚

問 35 これまで進めてきたIT化の問題点・課題等

不足している業務の構築 親会社の指導に従って導入していく  
取引先の受注ソフトが高額。そして毎月の費用(保守・専用用紙)も高額  
グループ会社にて統一した導入となっている  
ITインフラを利用すべき。本業の業績が立ち上がらない  
もう一步ステップアップするためのスキル 技術の進歩と追いかけてこの部分がある  
メンテナンス費用がかかりすぎる 使い方が分からない  
一時は導入を考えたが、現在のシステムでは十分対応ができないため、将来的な導入を考えている  
部門別には活用できているが、全体的なつながりに欠けている  
人が扱っていけるハードが出来上がっていない 投資効果がわかる指標  
顧客データ入力等に時間を取れないし、外注化する金もない  
資金不足、システムが高価でカスタマイズできない

人と人との対話（コミュニケーション）が少なくなってきた  
建設 CALS/EC に向けた取り組みができていない  
基本ソフトの変化が早い           セキュリティ・リスク対策が不十分  
IT 化に本格的な取り組みをしていない           誰かがしてくれるという姿勢（自分でしない）  
同規模他社より早く社内ラン、1人1台を確立したものの、システム・機器が陳腐化し大きなコストがかかっている  
OS（Windows）のサポート切れ（Windows98 等の旧式のもの）  
社会全体がそのような雰囲気になっていない（今ひとつ必要にせまられない）  
効果は上がっているが、ハード・ソフトの活用が不十分

問 36 今後の IT 化に必要な外部支援

通信速度の高速化や利用エリアの拡大など           親企業主導の研修  
当団地内の BB インフラ           親会社との連携  
費用対策効果アップのため具体的なオープンシステムを公正に評価する公的機関が必要。この時代にバッチ処理システムに大金を支払っている中小企業が少なくない。  
セキュリティ対応。高信頼性のある使用可能なハード・ソフトの開発  
商品名の音声入力による記述           日々新しいシステムが開発されているので、その情報等

問 38 公的機関等への要望・提言等

IT に関する e-Japan 戦略への理解を推進する施策をドンドン実施して欲しい  
当社がある工場団地でも、高速通信ができる環境を整備してほしい  
IT 化にはお金がかかるが、これはすぐには利益にはなりにくい投資なのでどうしても優先順位は下の方にはる。IT 化に対する助成金など、わかりやすい制度でやってほしい  
従業員向け（個人向けはあったが）の段階ごとの IT 講習（できれば無料か安く）  
今回のアンケート回答者企業へは、毎年年度のセミナースケジュールを送って欲しい  
公的機関によって IT 化のとらえかたが違っていたりする事や認識も薄い様に感じることもある。企業によっては IT 化への移行が進まない所や対応の速度も各々違うのでそのへんも視野に入れて検討して欲しい。どんどん先に進んでいっているようなところもある気がする  
トロンを積極的に支援して誰でも利用、開発できる環境の整備  
会社の規模や能力によりあまりに差があるため、ひとくくりで考えることはできない。全体の底上げを図りつつ、どのように推進するのがいいのか全体像を示して欲しい（どのような地域社会を目指しているのかということ）  
取引先が注文等 IT 化するといえば拒めない。ソフトを購入し、毎月のメンテナンス料を払い専用用紙を買う。全ての取引先がそうだと経費が心配である  
管理者の多くが高年であるためかパソコン自体に未だに恐れをなしている。20 代、30 代の部下たちは難なく当然のごとく使いますが、まだ管理者になれる業務上のスキルが不足している。IT 化も日進月歩で、昨日までやっと覚えたことが明日からはもう時代遅れになっているという具合に困難な面が多いが、何とか時流についていこうと思っている  
IT 化を進める上での教育的施策を強化して欲しい（上級者向けの）  
同企業の IT 化成功例、失敗例の紹介や格安な講習会等のおしらせがあると便利だと思う  
マニア的利用者は数人いるものの IT の重要性を経営の面から理解しているかは疑問。全体的には保守的の志気が低い。こうした側面からの講演会などがもっとあればありがたい  
今の情報機器は進歩が早くてすぐ内容が変わる。インターネットに接続とか今盛んに PR しているが、よく分からない。初心者でも理解できる研修会はあるのですか  
助成金申請を簡素化してもらいたい。また、助成金の上限を上げてもらいたい  
コストパフォーマンスを公正に評価する公的機関が必要ではないか。悪徳 IT ベンダーをやめさせるためにも

新しいソフトの導入を検討してもコストがかなりかかり、現実導入はむずかしい。資金面の援助を中規模施設でも受けられるようにしてほしい

民間にあるパソコン出張メンテナンス等のサービスが必要とされているので、その面でのサポートをしてほしい

FTTH をどんな田舎にも今すぐ持ってきてもらいたい。田舎ほど都会よりも高い情報速度と低い情報コストが必要だと思う

時間がとれないので、出張して頂いて他のスタッフも一緒に学べるといい

経営部門を銀行・税理士に任せるように、Web のことは Web デザイナー・コンテンツ業者に任せてほしい

各機関が行っている業務を一覧できると助かる。また、有償・無償等の明記も

電子納品で図面の提出に問題があると思います。SFX などの共通統一したシステムづくりが進んでいますが、JWW などフリーウェアを利用できるよう考慮してほしい

具体的活用例の提示（導入から運用まで実現可能なものを）

ガイドラインやシステム構築の基準が出来た等のさわり部分だけの講習が多く、具体的にどのように取り組めばよいか分からないので、これらをアドバイスする窓口がほしい

公的機関が中小企業に対して何をして頂けるか知らないが、もっと PR してどの分野で活躍していけばいいのかということを知ってほしい

インフラ整備は二の次。コンピュータは夢のマシンではない。自分の指こそが唯一のインターフェイスであるということへの啓蒙（石川県民には無理だろうが）

機種の類似品、多種多様化における混乱により、迷ってしまうことを行政指導で簡素化できないものか

IT 化による効果の具体的事例の紹介。導入に対する基本データの蓄積の指導（より効果を早く達成させるため）業者の説明はできるの宣伝で、我々のなすべき事が不足

現場を見て公的人材派遣アドバイスを行ってほしい 補助がほしい

公共サービスの IT 化を充実してほしい パソコンを買い換えるときの援助がほしい

新しいソフト導入のための金銭的支援 分かりやすい講習が必要

統一化を図って欲しい 企業内に専任者が育成される支援が必要だと思う

分かりやすい言葉での説明をお願いしたい 制度融資を積極的に使えるように条件の緩和

推進に対しての補助制度の明確化 投資助成制度の拡大

IT 推進への補助を知りたい 無料の研修・講習会を開催してほしい

セキュリティ対策への助成金利制度等があれば助かる 開発助成の拡大

税制上及び助成金についての優遇処置がほしい 税制上の IT 資金の拡大枠

#### 問 43 開発分野

CTI 業種別パッケージソフト 電子自治体、e-Japan

#### 問 44 業種別受注状況

販売仕入管理システム 特定できない 受注開発  
ソフトウェア開発 通信

#### 問 45 部門別受注状況

公共 建設業オーナー 行政事務

#### 問 48 再発注先選定の要因

レベルが低くても誠実な人には教えがいがある。頭が良くてもズル賢い人はダメ  
当社品質システムで判断 納期順守の程度

#### 問 51 付問 人材不足の職種

誠実な人 PG-SE 兵隊

## 略語（英文字）集

- ・ A S P      **【Application Service Provider】**  
ビジネス用のアプリケーションソフトをインターネットを通じて顧客にレンタルする事業者のこと。レンタルアプリケーションを利用すると、ユーザのパソコンには個々のアプリケーションソフトをインストールする必要がないため、企業の情報システム部門の大きな負担となっていたインストールや管理、アップグレードにかかる費用・手間を節減することができる。
- ・ C A L S      **【Commerce At Light Speed】**  
生産者と消費者の間で製品やサービスに関する情報を共有し、設計、製造、調達、決済をすべてコンピュータネットワーク上で行うための標準規格。データの表現形式やデータ交換の手順などを定めた規格群で構成される。米国防総省が資材調達の支援システムとして開発した規格をベースとしている。
- ・ C R M      **【Customer Relationship Management】**  
情報システムを応用して企業が顧客と長期的な関係を築く手法のこと。詳細な顧客データベースを元に、商品の売買～保守サービス、問合せやクレーム対応など、個々の顧客とのすべてのやりとりを一貫して管理することにより実現する。顧客ニーズにきめ細かく対応することで、顧客の利便性と満足度を高め、顧客を常連客として囲い込んで収益率の極大化をはかることを目的としている。
- ・ C T I      **【Computer Telephony Integration】**  
電話やFAXをコンピュータシステムに統合する技術。サポートセンター、お客様相談室など、顧客に電話で対応するコールセンター業務に広く利用されている。最近では顧客データベースと連携したシステムが増えており、顧客のプロフィールや過去の対応履歴、購入履歴などを参照しながら的確なサポートを提供することができるようになっている。
- ・ C 1 - N E T      建設業界のEDIを広く普及させるための電子メール促進ツール。
- ・ D T P      **【Desk Top Publishing】**  
出版物のデザイン・レイアウトをパソコンで行い、電子的なデータを印刷所に持ち込んで出版すること。机上出版。実際には版下の作成までをパソコンで行うことが多い。
- ・ E C      **【Electronic Commerce】**  
インターネットなどのネットワークを利用して、契約や決済などを行う取引形態。ネットワークの種類や取引の内容を限定しない、包括的な意味を持つ言葉である。
- ・ E D I      **【Electronic Data Interchange】**  
商取引に関する情報を標準的な書式に統一して、企業間で電子的に交換する仕組み。受発注や見積、決済、出入荷などに関わるデータを、あらかじめ定められた形式にしたがって電子化し、ネットワークを通じて送受信する。最近ではインターネットの普及に伴い、インターネット標準の技術を取り入れたり、通信経路にインターネットを用いることが増え、業界を超えた標準化、オープン化が進行している。
- ・ E O S      **【Electric Ordering System】**  
企業間のオンライン受発注システム。スーパーマーケットなどの小売店舗の受発注業務の効率化などに使われる。各店舗内で発生する発注、仕入、請求、支払などの各種業務をコンピュー

タで一元管理し、小売店舗の端末から本部・卸売店などへネットワーク経由で発注を行うことにより、迅速かつ正確な発注作業が実現できる。

- ・ F T T H      **【Fiber To The Home】**  
国内の全家庭に光ファイバーを引き、電話、インターネット、テレビなどのサービスを統合して提供する計画。郵政省やN T T が推進している。
  
- ・ J W W      **【JW-CAD for Windows】**  
D O S 版 2 次元汎用 C A D ソフト「JW\_CAD」の Windows 版。自由に線種をカスタマイズできる 2 次元ソフト。
  
- ・ P O S      **【Point Of Sales system】**  
店舗で商品を販売するごとに商品の販売情報を記録し、集計結果を在庫管理やマーケティング材料として用いるシステムのこと。「販売時点管理」などとも訳される。機密な在庫・受発注管理ができるようになるほか、複数の店舗の販売動向を比較したり、天候と売上を重ね合わせて傾向をつかむなど、他のデータと連携した分析・活用が容易になるというメリットがある。
  
- ・ S X F      **【Scadec data eXchange Format】**  
国土交通省の主導で、官民で構成するコンソーシアムが開発した、異なる C A D データの交換に使用する中間ファイル形式で、C A D 交換標準仕様全体を指す。図面の電子納品において標準ファイル仕様として採用するもの。
  
- ・ V P N      **【Virtual Private Network】**  
公衆回線をあたかも専用回線であるかのように利用できるサービス。実際に専用回線を導入するよりコストを抑えられる。



本誌に関するご意見やご要望は、下記宛へお願い致します。

---

2004年3月発行

**産業IT化実態調査報告書**

発行者：石川県商工労働部産業政策課

〒920-8580 石川県金沢市鞍月1丁目1番地

TEL:076-225-1512 E-mail:

(株)石川県ソフトウェア研修開発センター

〒920-8203 石川県金沢市鞍月2丁目1番地

TEL:076-267-8000 E-mail:info@ishikawa-sc.co.jp

本調査の概要につきましては、下記のホームページからご覧頂けます。

URL <http://>

---

ALL Rights Reserved, Copyright 石川県商工労働部産業政策課, (株)石川県ソフトウェア研修開発センター 2004

Printed in Japan