

## 特別調査事項（インターネット等の利用状況）

### インターネットを巡る環境

- ・ 「情報通信白書（平成15年版）」（総務省）によれば、インターネットの利用者数は6,942万人（平成14年12月末）であり、人口普及率は54.5%と初めて50%を超え、2人に1人以上がインターネットを利用している。

また、「平成14年通信利用動向調査」（総務省）でインターネットの普及状況を見ても、平成14年末で、事業所普及率が79.1%と高い普及率を示しており、企業にとっては経営の能率化や生産性の向上などを図る上での重要な手段となっていることがうかがえる。

- ・ 埼玉県では、県内中小企業におけるIT活用の現状、電子商取引の実施の目的や課題を把握するため、四半期経営動向調査（平成15年9月調査）の特別調査事項として調査を実施した。

「インターネット等の利用状況」に関する調査は、平成12年9月調査、平成13年9月調査及び平成14年9月調査でも実施しています。

本文中に関する数値については、グラフのほかアンケート調査集計表40頁以下を参照してください。

## 1 概 況

インターネットの導入（接続）状況については、導入している企業が70.4%と全体の7割に達し、導入予定とする企業を含めると、県内中小企業の概ね4社に3社がインターネットを導入していることとなる。

ホームページの開設状況については、開設している企業が36.0%と前回調査に比べわずかに増加した。また、開設予定とする企業が減少し、開設していない企業がわずかに増加している。開設していない企業は前回調査に続き50%を超える結果となった。

電子商取引の実施状況については、実施している企業が全体の10.8%と、実施率は低いものの、調査開始以来、初めて10%を超えた。

業種別にみると、製造業（13.5%）、非製造業（9.4%）ともに実施率が前回調査を上回り、製造業では初めて10%を超える結果となった。

それぞれの業種の内訳をみると、製造業の「電気機械器具」（23.4%）と非製造業の「情報サービス業」（25.0%）の2業種で20%を超える実施率となった。

電子商取引の実施目的は、全体で見ると「効率化」を挙げる企業が最も多く、次いで「時間を選ばず取引できる」、「顧客サービスの向上」と続いている。

業種別にみると、製造業で「効率化」が最も多く、次いで「顧客サービスの向上」、「新規取引先の開拓、商圏の拡大」が上位を占めている。

非製造業では「効率化」が最も多く、次いで「時間を選ばず取引できる」、「経費節減」、「顧客サービスの向上」が上位を占めている。

電子商取引の課題は、「ハッカー・ウイルスなどに不安」、「情報の漏洩に不安」、「代金の決済方法に不安」が上位を占めており、多くの企業が電子商取引というシステムに対して不安を抱いている様子がうかがえる。

また、「飲食店」や「建設業」で「電子商取引を実現するためのノウハウがわからない」が上位に挙げられている。

## 2 インターネットの導入(接続)状況について

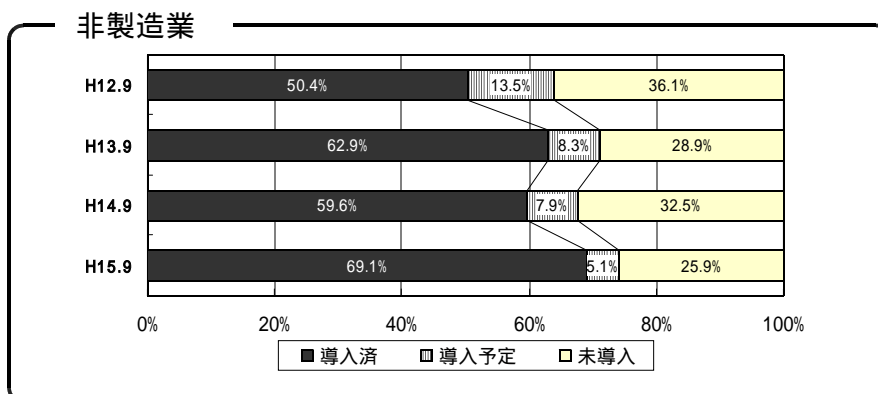
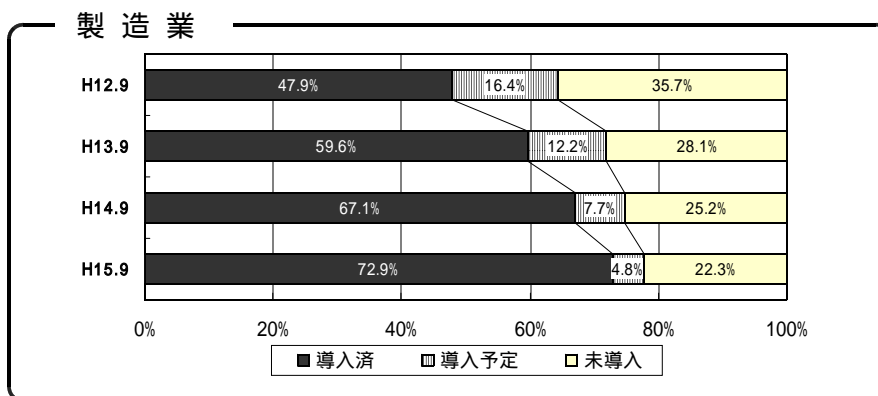
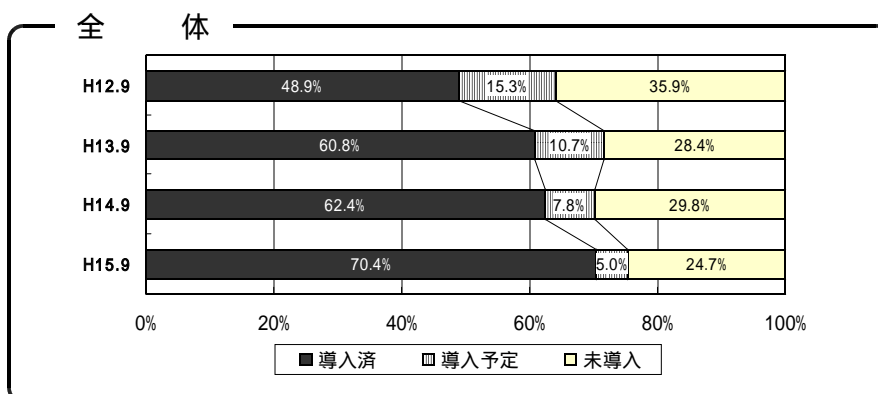
インターネットの導入状況は、導入している企業が全体で70.4%と全体の7割に達した。一方、導入予定とする企業は5.0%、導入していない企業は24.7%とわずかに減少した。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに7割程度の導入率となっている。

製造業の内訳(40頁参照)をみると、「電気機械器具」(85.7%)及び「一般機械器具」(85.3%)の2業種で85%を超える高い導入率を示している。一方、「パルプ・紙・紙加工品」では54.0%と導入率が最も低く、他の業種に比べやや低い水準となっている。

非製造業の内訳(40頁参照)をみると、「情報サービス業」(98.9%)及び「医療業」(85.8%)の2業種で85%を超える高い導入率を示し、次いで「サービス業」(77.3%)、「卸売・小売業」(66.6%)、「飲食店」(55.4%)、「建設業」(54.6%)の順となっている。

<インターネットの導入(接続)状況>



前回調査から、「建設業」、「専門サービス業」及び「洗濯・理容・美容業」を調査対象に追加

### 3 ホームページの開設状況について

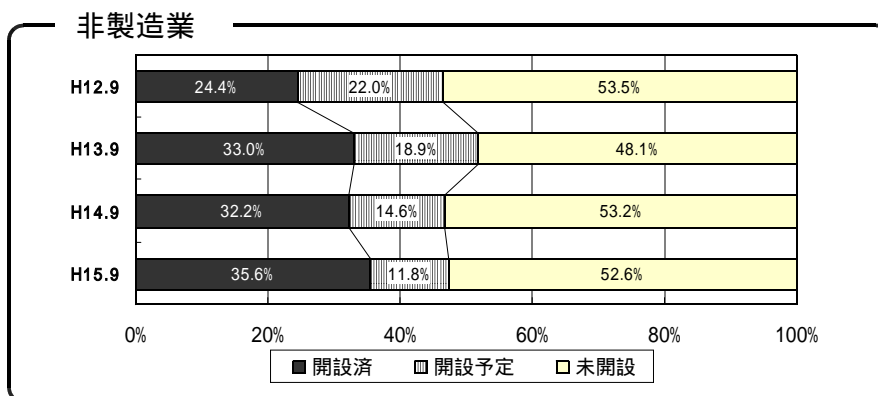
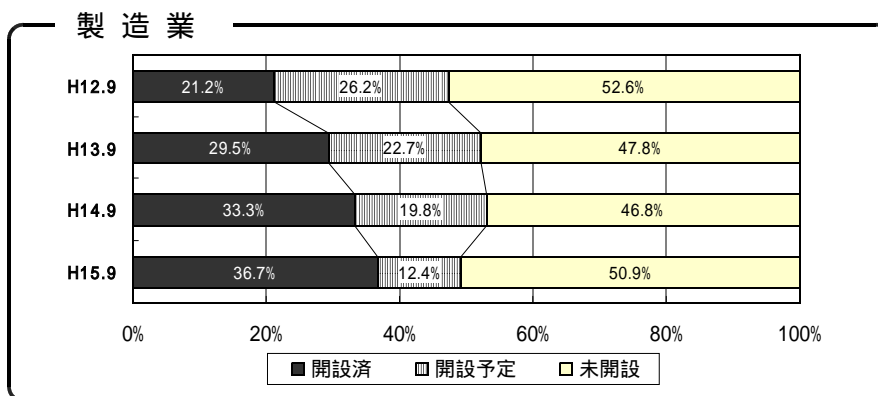
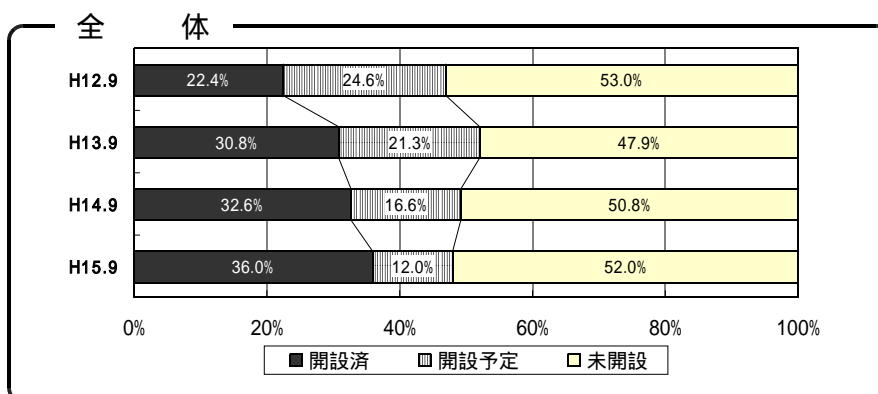
ホームページの開設状況は、開設している企業が全体で36.0%と、前回調査に比べわずかに増加している。また、開設予定としている企業は減少する一方、開設していないとする企業が増加しており、その割合は前回調査に続き50%を超える結果となった。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに35%程度の開設率となっている。

製造業の内訳(41頁参照)をみると、「輸送用機械器具」(48.4%)、「金属製品」(46.7%)、「一般機械器具」(46.4%)及び「電気機械器具」(46.0%)の4業種で45%を超える開設率を示している。一方、「衣服その他の繊維製品」(25.0%)、「家具・装備品」(25.9%)及び「パルプ・紙・紙加工品」(27.0%)の3業種では30%を下回る開設率となっている。

非製造業の内訳(41頁参照)をみると、「情報サービス業」(78.5%)、「医療業」(51.2%)の2業種で50%を超える開設率を示しているが、「建設業」では18.3%と、他の業種に比べ低い開設率となっている。

<ホームページの開設状況>



前回調査から、「建設業」、「専門サービス業」及び「洗濯・理容・美容業」を調査対象に追加

## 4 電子商取引の実施状況等について

### (1) 電子商取引の実施状況

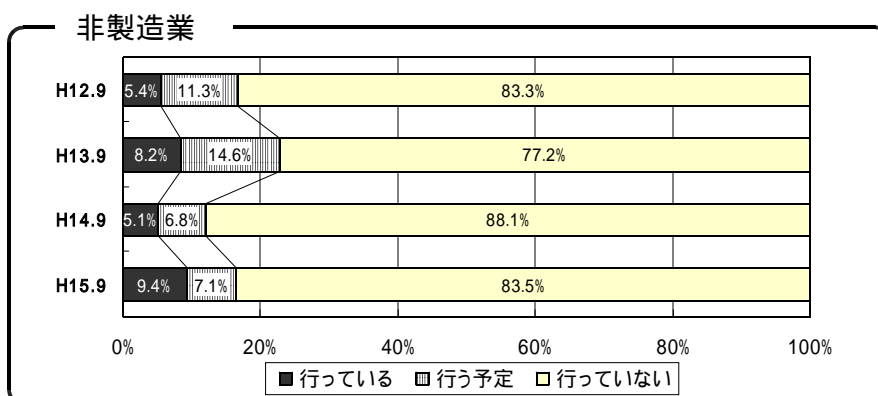
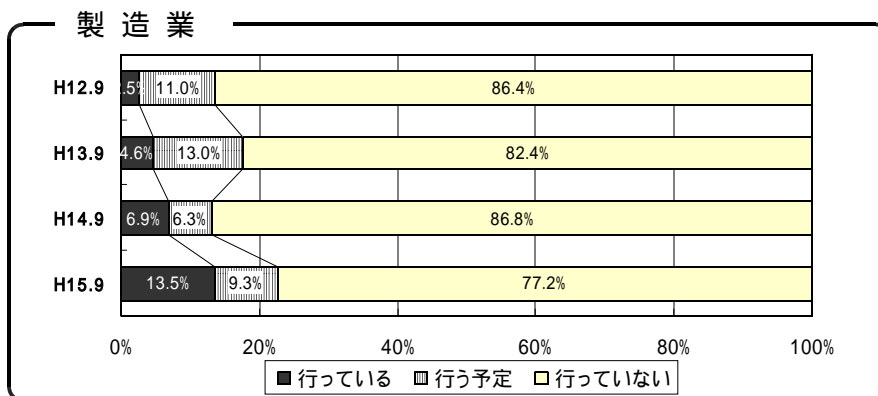
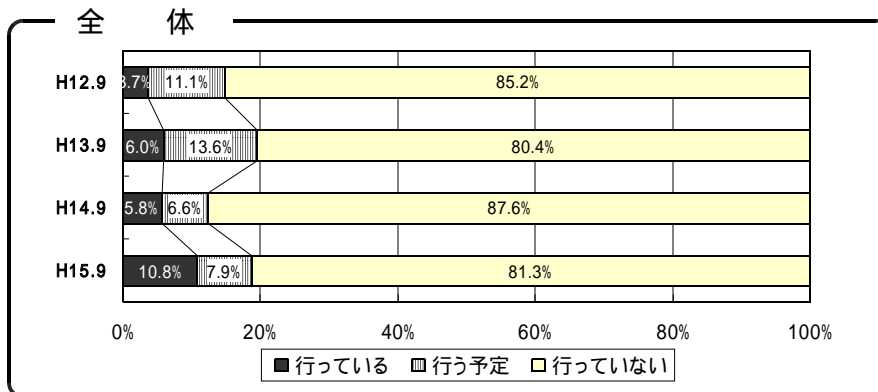
電子商取引の実施状況は、実施している企業が全体で10.8%と、実施率は低いものの、初めて10%を超える結果となった。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに実施率が前回調査を上回り、製造業では、初めて10%を超える実施率となった。

製造業の内訳(42頁参照)をみると、最も実施率が高い「電気機械器具」(23.4%)で20%を上回り、次いで「出版・印刷」(17.9%)が続いており、最も低い「家具・装備品」では実施率が3.6%となっている。

非製造業の内訳(42頁参照)をみると、「情報サービス業」(25.0%)が実施率が最も高く、次いで「卸売・小売業」(14.9%)、「サービス業」(9.4%)、「医療業」(6.7%)、「飲食店」(3.1%)、「建設業」(2.4%)の順となっている。

#### < 電子商取引の実施状況 >

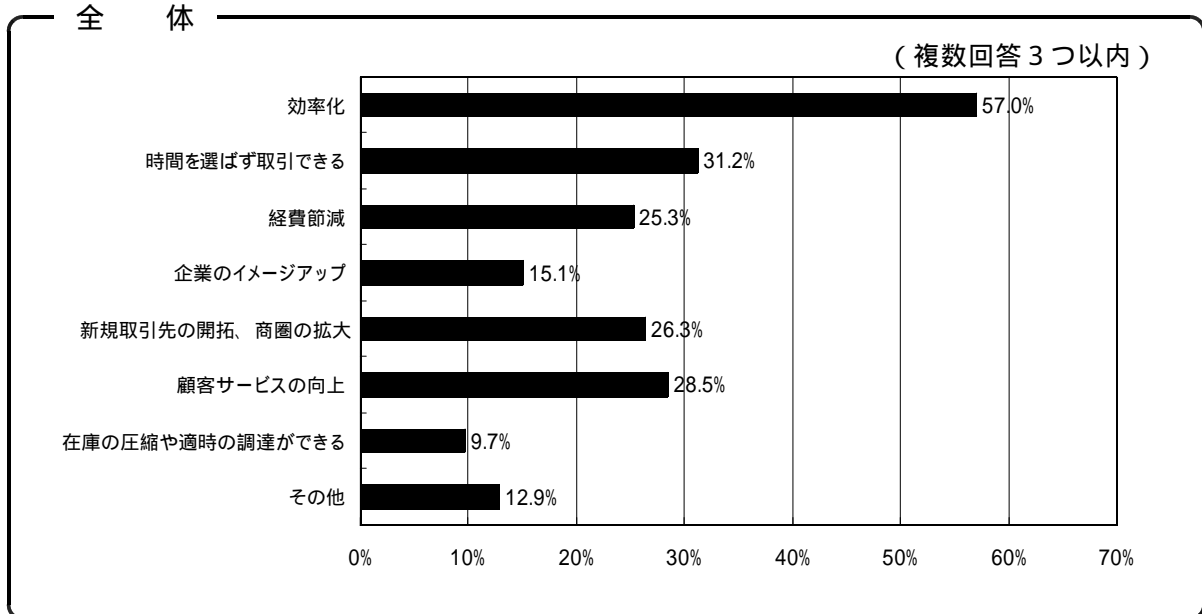


前回調査から、「建設業」、「専門サービス業」及び「洗濯・理容・美容業」を調査対象に追加

## (2) 電子商取引を実施している目的

電子商取引を行っていると回答した企業では、全体で見ると「効率化」を目的とする企業が最も多く、次いで「時間を選ばず取引できる」、「顧客サービスの向上」と続いている。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに、「効率化」を目的とする企業が最も多いほか、製造業で「顧客サービスの向上」、「新規取引先の開拓、商圏の拡大」が続き、また、非製造業では、「時間を選ばず取引できる」、「経費節減」、「顧客サービスの向上」が続いている。



### < 業種別：上位回答 >

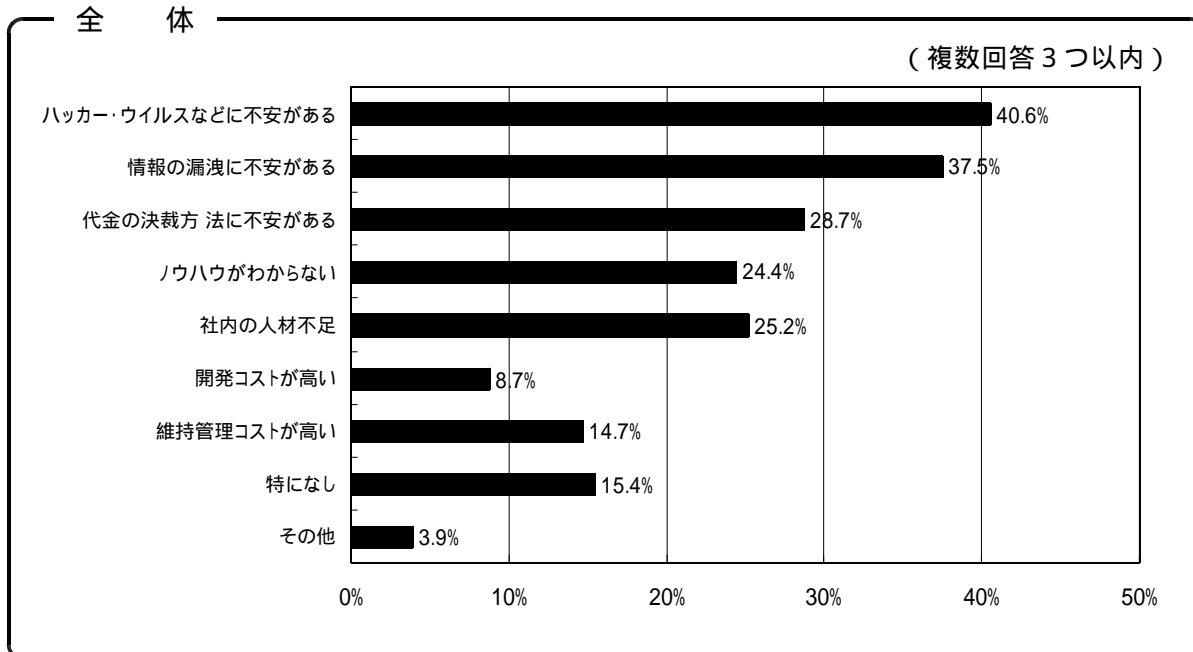
(複数回答3つ以内)

業種	順位	1 位	2 位	3 位
製造業		効率化(51.2%)	顧客サービスの向上 (28.0%)	新規取引先の開拓・商圏 の拡大(24.4%)
非製造業		効率化(61.5%)	時間を選ばず取引できる (37.5%)	経費節減(28.8%)、 顧客サービスの向上 (28.8%)
建設業		効率化(75.0%)	新規取引先の開拓・商圏の拡大(37.5%) 顧客サービスの向上(37.5%)	
卸売・小売業		効率化(48.9%)	新規取引先の開拓・商圏 の拡大(40.0%)	顧客サービスの向上 (31.1%)
飲食店		効率化(50.0%)、 新規取引先の開拓・商圏の拡大(50.0%)、 顧客サービスの向上(50.0%)		
情報サービス業		時間を選ばず取引でき る(75.0%)	効率化(70.0%)	顧客サービスの向上 (40.0%)
医療業		効率化(87.5%)	時間を選ばず取引できる (62.5%)	経費節減(50.0%)
サービス業		効率化(66.7%)	経費節減(38.1%)	その他(33.3%)

### (3) 電子商取引の課題

電子商取引の課題は、全体でみると「ハッカー・ウイルスなどに不安」、「情報の漏洩に不安」が上位を占めている。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに、「ハッカー・ウイルスなどに不安」、「情報の漏洩に不安」及び「代金の決済方法に不安」を上位に挙げている企業が多い中、非製造業のうち「飲食店」や「建設業」で「電子商取引を実現するためのノウハウがわからない」、また、「卸売・小売業」や「医療業」では「社内の人材不足」が上位に挙げられている。



#### < 業種別：上位回答 >

(複数回答3つ以内)

業種	順位	1 位	2 位	3 位
製造業		ハッカー・ウイルスなどに不安(40.4%)	情報の漏洩に不安がある(33.6%)	代金決済に不安がある(29.3%)
非製造業		ハッカー・ウイルスなどに不安(40.7%)	情報の漏洩に不安がある(39.6%)	代金決済に不安がある(28.3%)
建設業		ハッカー・ウイルスなどに不安(39.0%)	情報の漏洩に不安がある(36.5%)	ノウハウがわからない(34.5%)
卸売・小売業		ハッカー・ウイルスなどに不安(34.1%) 社内の人材不足(34.1%)		代金決済に不安がある(33.5%)
飲食店		ノウハウがわからない(42.1%)	ハッカー・ウイルスなどに不安(31.6%)	代金決済に不安がある(23.7%)
情報サービス業		ハッカー・ウイルスなどに不安(50.0%)	情報の漏洩に不安がある(47.5%)	代金決済に不安がある(31.3%)
医療業		情報の漏洩に不安がある(55.0%)	ハッカー・ウイルスなどに不安(51.3%)	社内の人材不足(22.5%)
サービス業		情報の漏洩に不安がある(45.7%)	ハッカー・ウイルスなどに不安(43.0%)	代金決済に不安がある(21.9%)