

県内中小企業における IT 導入の状況について

近年、IT(情報技術)という言葉が新聞や雑誌、あるいはテレビなどで、目にしない日はありません。IT は時代の流れであり、中小企業においても、ビジネスにおけるいわゆる「IT」の有効活用が重要な経営課題の一つとなりつつあります。

福岡県におきましても、県内中小企業のホームページ開設を支援し、インターネットを活用した商取引を促進するためのプラットフォームとして「**電腦商社 - F タウン -**」を構築し、その機能の向上に取り組んでいます。

このような状況のなか、県では、県内中小企業の IT 導入に関する現状を把握し、その結果を今後の中小企業振興策等により一層反映させるためアンケート調査を実施しました。

刊行物 「平成 12 年度 福岡県の経済」の中から、第三部を抜粋
編集・発行 福岡県商工部商工政策課 092 - 643 - 3415
(参考)福岡県の経済(各種データを収集・分析)
第一部 全国と福岡県の社会経済情勢
第二部 福岡県の商工業
第三部 県内中小企業の IT 導入状況に関する特集

1) 調査の概要

平成13年1月、県内中小企業3,300社を対象にアンケート調査を実施した。

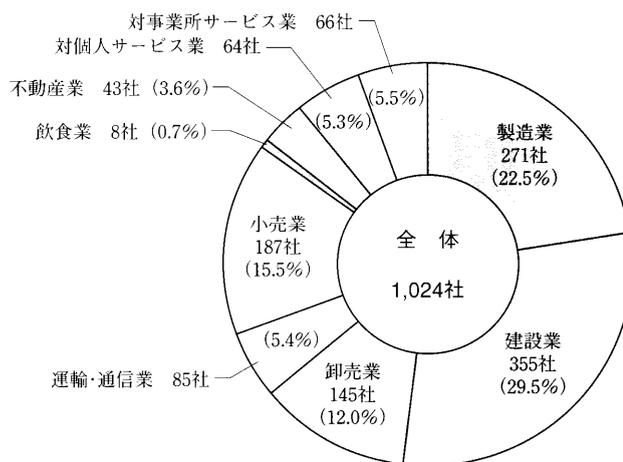
アンケートに対する有効回答は1,204社、有効回答率は36.5%となった。

回答企業は、業種別では、建設業29.5%、製造業22.5%、小売業15.5%が上位を占め、規模別では、小規模企業が全体の53.5%と半数を上回った。

アンケート回答者の内訳 (図 -1-1)

業種別

業種	企業数
製造業	271
建設業	355
卸売業	145
運輸・通信業	65
小売業	187
飲食業	8
不動産業	43
対個人サービス業	64
対事業サービス業	66
全体	1,204



規模別

回答中小企業	1,204	(100%)
うち小規模企業数	644	(53.5%)

中小企業の定義

	製造業 建設業 その他の業種	卸売業	小売業	サービス業
中小企業	従業員300人以下又は 資本金3億円以下	従業員100人以下又は 資本金1億円以下	従業員50人以下又は 資本金5000万円以下	従業員100人以下又は 資本金5000万円以下
うち小規模企業	従業員20人以下	従業員5人以下	同左	同左

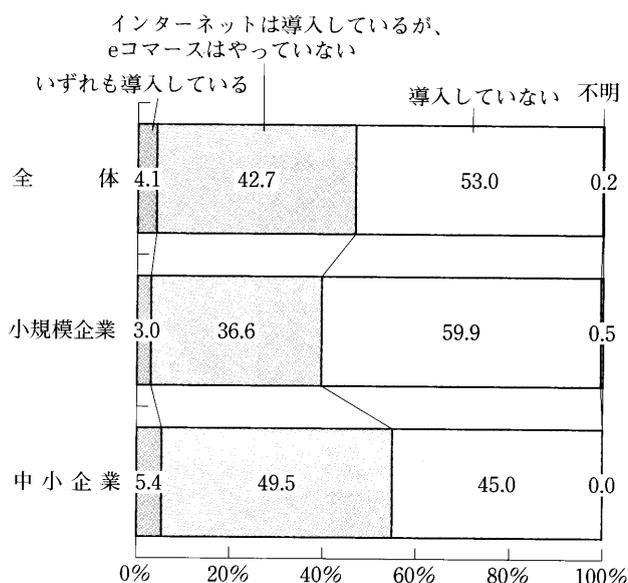
2) インターネット、eコマースの導入状況

インターネット、eコマースを「いずれも導入している」(4.1%)、「インターネットは導入しているが、eコマースはやっていない」(42.7%)となんらかの導入をしている企業が46.8%であるのに対し、「導入していない」と答えた企業が53.0%と半数を上回った。

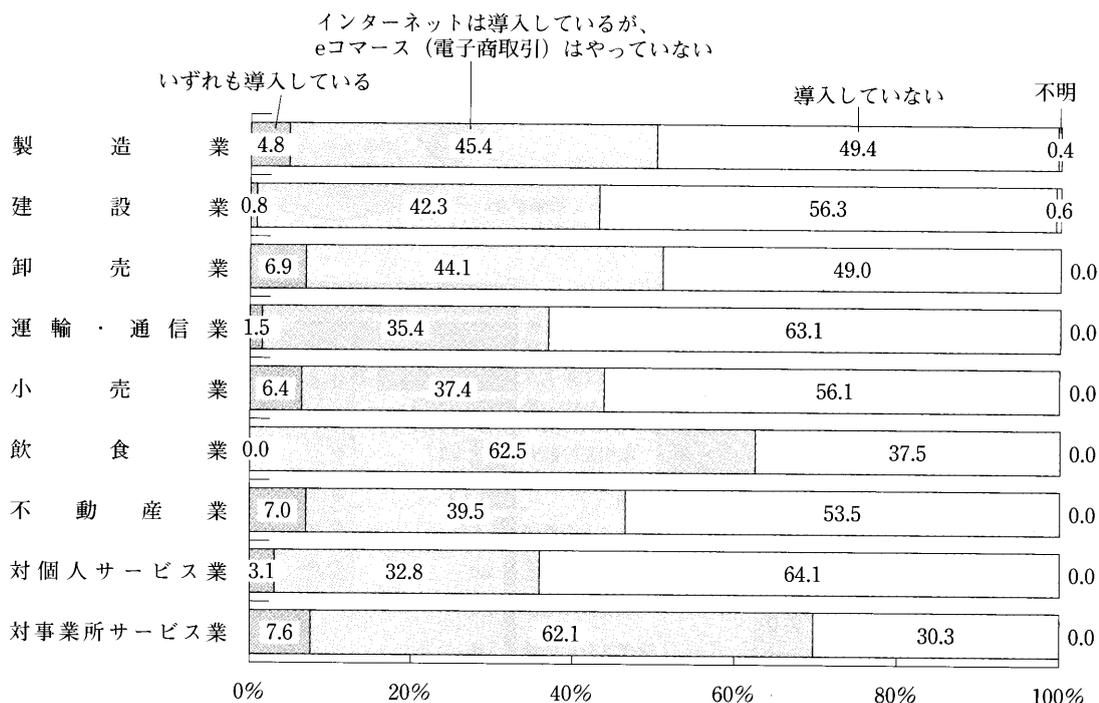
インターネット、eコマースの導入状況(図 -2-1) (規模別の内訳)

	企業数
いずれも導入している	49
インターネットは導入しているが、eコマースはやっていない	514
導入していない	638
不明	3
全体	1,204

(回答企業数=1,204)



(業種別の内訳)



3) 導入の目的、及び効果について

導入目的については、「一般的な情報収集」が73.5%で最も多く、「取引先との電子メール等による情報交換」(47.6%)、「ホームページによる自社製品・サービス・技術等のPR」(29.7%)と続いている。

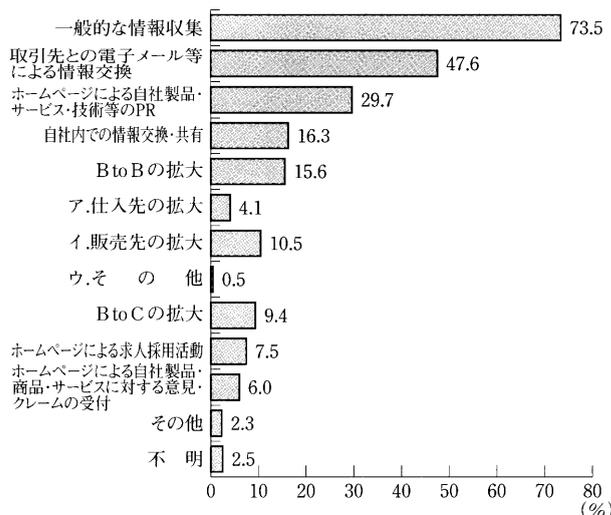
また、その効果については、「大いに効果がある」「ある程度効果がある」を合わせて44.9%と約半数近い回答があった反面、「今のところまだ何ともいえない」とした企業も35.5%にのぼった。

なお、導入効果があったと回答した企業は、具体的な効果として「一般的な情報収集」(73.5%)、次いで「取引先との電子メール等による情報交換」(60.9%)、「自社内での情報交換・共有」(28.9%)、「ホームページによる自社製品・サービス・技術等のPR」(21.7%)等を挙げほぼ導入目的に準じた回答となっている。

導入の目的(複数回答)(図 -3-1)

種類	企業数	%
一般的な情報収集	414	73.5
取引先との電子メール等による情報交換	268	47.6
ホームページによる自社製品・サービス・技術等のPR	167	29.7
自社内での情報交換・共有	92	16.3
BtoBの拡大	88	15.6
BtoCの拡大	53	9.4
ホームページによる求人・採用活動	42	7.5
ホームページによる自社製品・商品サービスに対する意見・クレームの受付	34	6.0
その他	13	2.3
不明	14	2.5

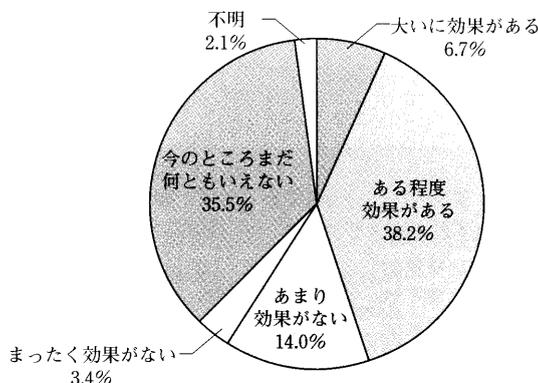
(回答企業数=563)



導入効果について(図 -3-2)

種類	企業数
大いに効果がある	38
ある程度効果がある	215
あまり効果がない	79
まったく効果がない	19
今のところまだ何ともいえない	200
不明	12
合計	563

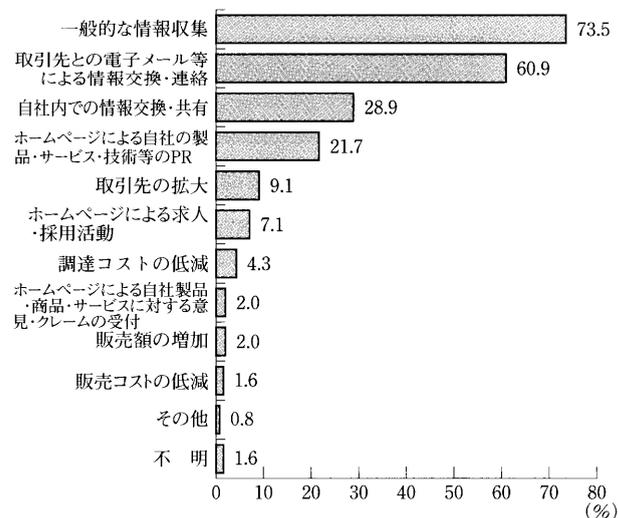
(回答企業数=563)



導入効果があった点(複数回答)(図 -3-3)

種類	企業数	%
一般的な情報収集	186	73.5
取引先との電子メール等による情報交換・連絡	154	60.9
自社内での情報交換・共有	73	28.9
ホームページによる自社製品・サービス・技術等のPR	55	21.7
取引先の拡大	23	9.1
ホームページによる求人・採用活動	18	7.1
調達コストの低減	11	4.3
ホームページによる自社製品・商品・サービスに対する意見・クレームの受付	5	2.0
販売額の増加	5	2.0
販売コストの低減	4	1.6
その他	2	0.8
不明	4	1.6

(回答企業数=253)



4) ホームページの開設について

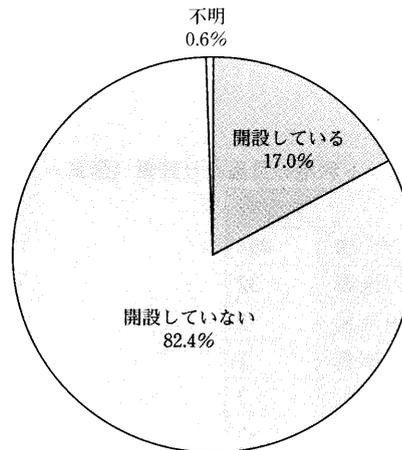
ホームページを「開設している」企業17.0%に対し、「開設していない」企業が82.4%と大きく上回っている。

ホームページの更新回数は年単位が51.7%と最も多く、年1~2回の更新が全体の約4割を占める。

ホームページの開設有無(図 - 4 - 1)

	企業数
開設している	205
開設していない	992
不明	7
合計	1,204

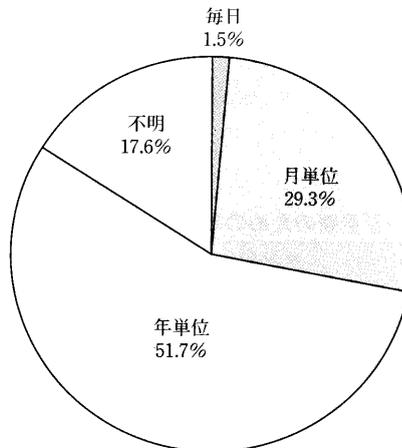
(回答企業数=1,204)



ホームページの更新回数について(図 - 4 - 2)

	企業数
毎日	3
月単位	60
年単位	106
不明	36
合計	205

(回答企業数=205)



月単位の回数

月単位	企業数	%
月に1回	32	15.6
月に2回	12	5.9
月に3回	3	1.5
月に4回	6	2.9
月に5回以上	6	2.9
不明	1	0.5
合計	60	29.3

年単位の回数

年単位	企業数	%
年に1回	51	24.9
年に2回	30	14.6
年に3回	14	6.8
年に4回	5	2.4
年に5回以上	3	1.5
不明	2	1.0
合計	106	51.7

(パーセントは総数205に対する割合)

5) 必要経費について

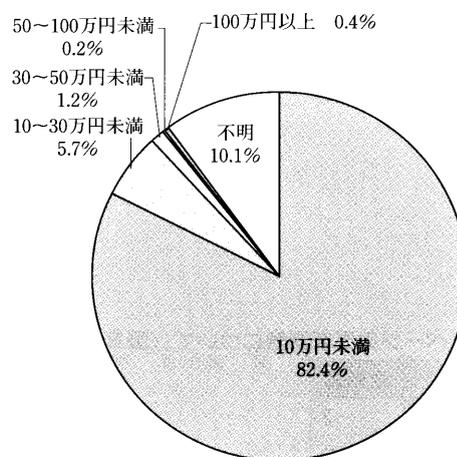
インターネット利用に対する月当たりの経費については、「10万円未満」が8割以上(82.4%)を占め最も多く、次いで「10～30万円未満」(5.7%)、「30～50万円未満」(1.2%)となっている。

また、ホームページ更新のための年間経費は、「5万円未満」が20.0%で最も多く、次いで「10～15万円未満」(14.1%)、「5～10万円未満」(9.8%)、「20～30万円未満」(6.3%)と続いている。なお、「不明・なし」が約4割(42.4%)を占めている。

インターネット利用の月当たり経費(図 -5-1)

	企業数
10万円未満	464
10～30万円未満	32
30～50万円未満	7
50～100万円未満	1
100万円以上	2
不明	57
合計	563

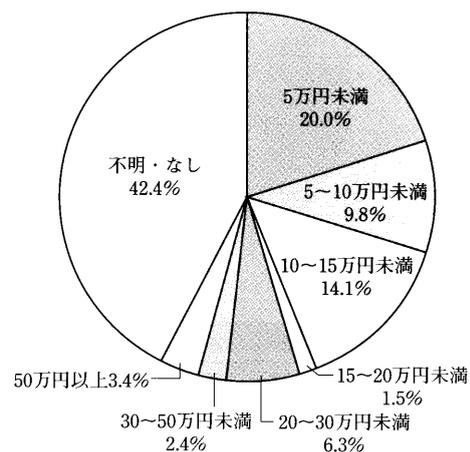
(回答企業数=563)



ホームページ更新のための年間経費(図 -5-2)

	企業数
5万円未満	41
5～10万円未満	20
10～15万円未満	29
15～20万円未満	3
20～30万円未満	13
30～50万円未満	5
50万円以上	7
不明・なし	87
合計	205

(回答企業数=205)



6) IT導入・活用のための公的機関等の支援策

今後のIT導入・活用のための公的機関等の支援策については、コンピュータ等設備の導入、更新のための資金的支援」が46.6%で最も多く、次いで「社内の情報に対する人材育成のための研修」(27.3%)、「ホームページ作成のための支援」(24.3%)、「情報化のための人材派遣によるアドバイス」(23.3%)の順となっている。

IT導入・活用のための支援策(複数回答)(図 -6-1)

種 類	企業数	%
コンピュータ等設備の導入、更新のための資金的支援	561	46.6
社内の情報に対する人材育成のための研修	329	27.3
ホームページ作成のための支援	293	24.3
情報化のための人材派遣によるアドバイス	280	23.3
その他	26	2.2
不 明	277	23.0

(回答企業数=1,204)

