

「情報化に関するアンケート」結果より

情報化を中核とした経営戦略の再構築を

荘銀総合研究所研究員 齋藤 亜紀

本格的な情報化時代を迎え、企業の経営戦略の再構築が求められている。荘銀総合研究所は県内企業を対象に情報化対応のアンケート調査を行った。

本格化する情報化投資

世界経済は、高成長を続ける米国経済が牽引し、緩やかながら安定した拡大傾向を維持している。インターネットを核にした通信・情報需要がその原動力である。

IT（情報技術）革命を背景にした情報・通信需要は、経営の効率化、生産性向上および物価の抑制を通じて世界経済を活性化させる役割を担っていると見る見方が強い。インターネット取引の拡大に対応した企業の情報・通信関連の投資は活発である。

我が国も、半導体、パソコン、携帯電話等の情報通信関連産業を中心に景気回復の兆しが見えてきた。バブル崩壊以後停滞を続けていたが、ようやくIT革命に経済再生の活路を見いだし、官民ともに情報化投資に本格的に乗り出した（図1）。

「平成十一年版通信白書」（郵政省）によれば、平成十年度の我が国のEC（電子商取引）市場規模は二兆五千九百七十九億円である。うち最終消費財市場は千六百六十五億円であるが、B to B（企業間商取引）である原材料取引市場は二兆四千三百十四億円以上の規模とされる。

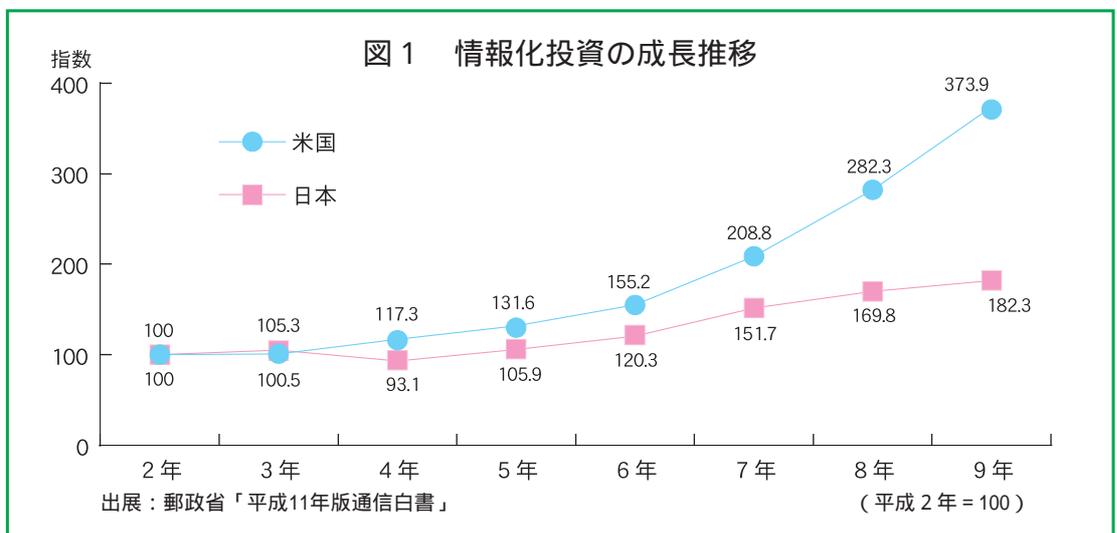
B to B市場は、今後も急速に拡大していくものとみられ、二〇〇三年には六十八兆円の市場規模に成長するとの予測もある。

我が国における情報化投資は、EC市場の成長とともに拡大していくものと思われる。

積極的な情報化への取り組み

このような全国的な情報化投資の盛り上がり

図1 情報化投資の成長推移



EC（電子商取引）とはインターネットなどネットワーク環境において、取引から資金決済まで同時に処理するシステム。個人と企業、企業と企業間の商取引や決済などを電子化して行う。

図2 情報機器の導入状況

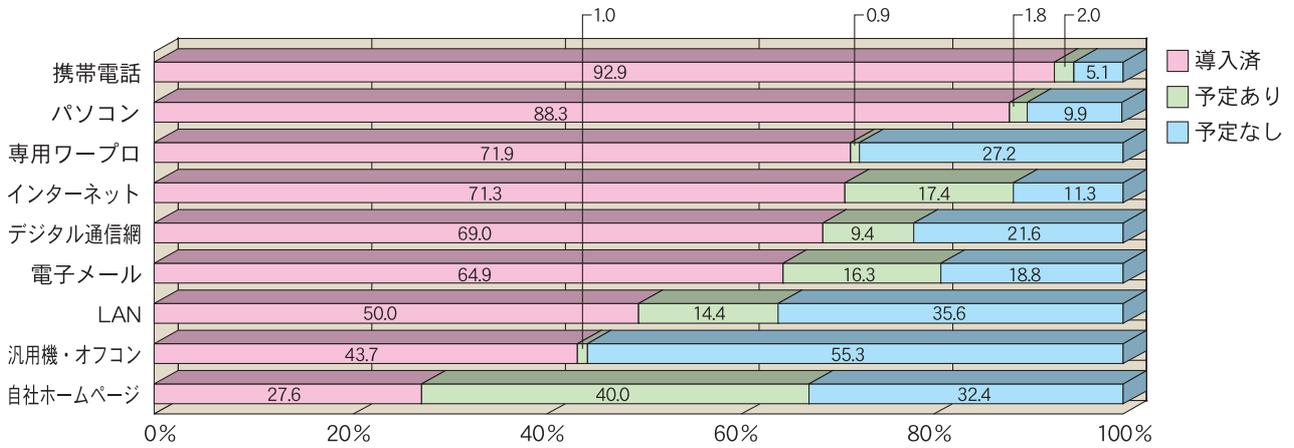
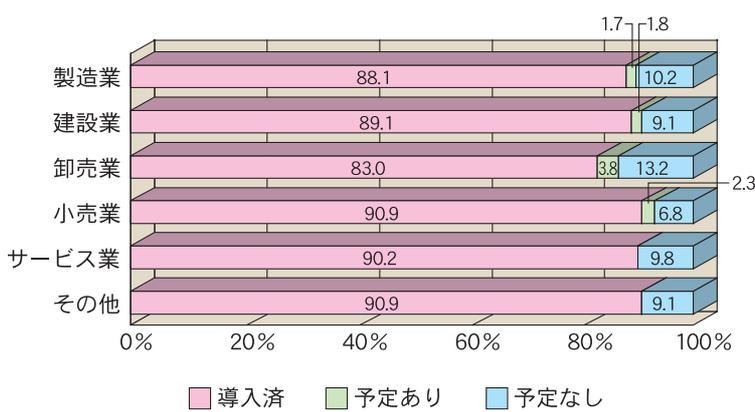


図3 パソコンの業種別導入率



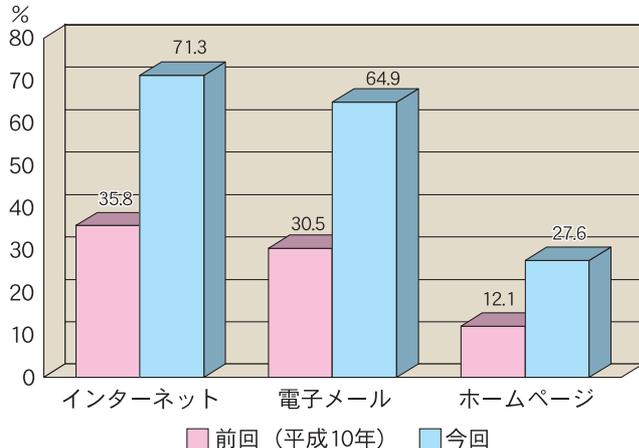
りの中で、県内企業の情報化の現状、および今後の動向を把握するため、当研究所では今年二月、県内一千社を対象にアンケート調査を実施した（有効回答三百六十八社、回答率三六・八％）。

情報関連機器の導入状況を見ると、「携帯電話」、「パソコン」、「インターネット」、「電子メール」は、六〇％を越える導入率となっている（図2）。

なかでも、携帯電話の導入率は九二・九％と企業内外における情報伝達ツールとして定着している。

次いでパソコンが八八・三％であり、業種

図4 導入状況の比較



別にみてもほとんど差はない（図3）。パソコンは携帯電話とともに企業における情報機器の主流となっている。

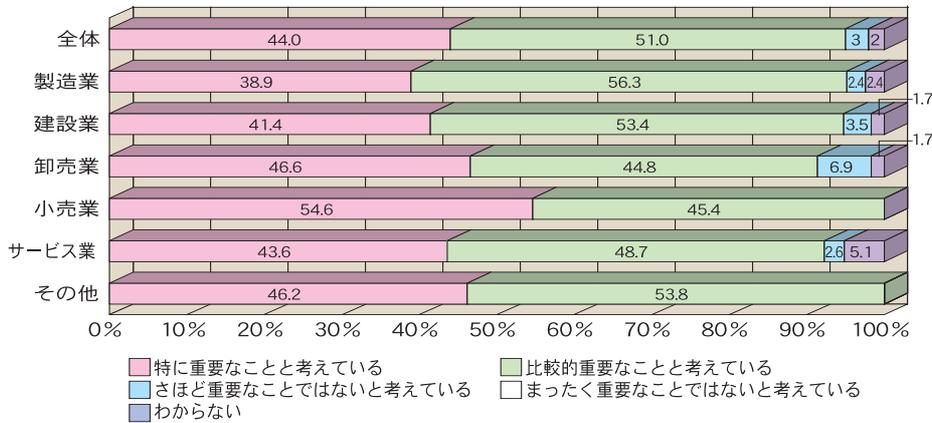
また、六四・九％の企業が既に電子メールを利用しており、「今後電子メールの導入を予定している」と合わせると、八〇％に達する。取引先とのコミュニケーションツールとして需要が高い。

前回の調査（平成十年六月）と比較すると、「インターネット」は三五・五ポイント、「電子メール」は三四・四ポイント、「ホームページ」は一五・五ポイント増加し、企業の情報化の急速な進展がうかがえる（図4）。

情報への取り組みについて「特に重要」または「比較的重要」と答えた企業は九〇%を超えている。また「特に重要」は、小売業で高いことに注目したい(図5)。

このように、高い情報機器の導入率と情報化における意識の高さは、企業の情報化推進の積極的な姿勢の表れといえる。

図5 情報化への取り組み



「資金と人」が課題

情報化を推進する際の課題では、「導入時の資金面での負担が大きい」が四六・一%、「情報機器を使う人材が不足している」が四四・九%である(図6)。

図6 推進化の問題(複数回答)

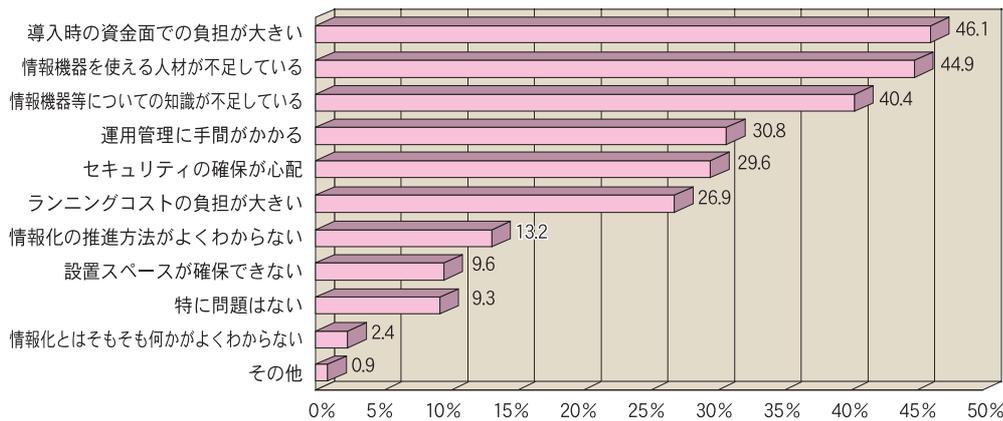
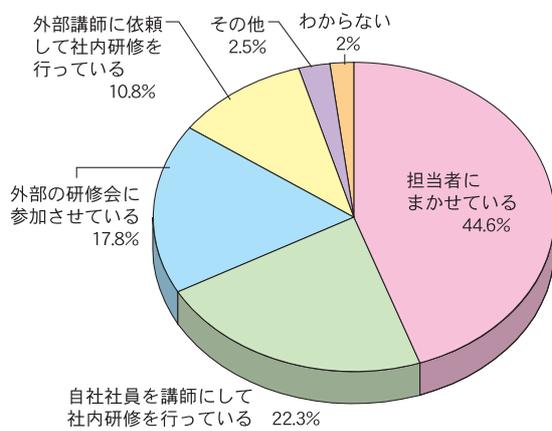


図7 担当者の育成方法



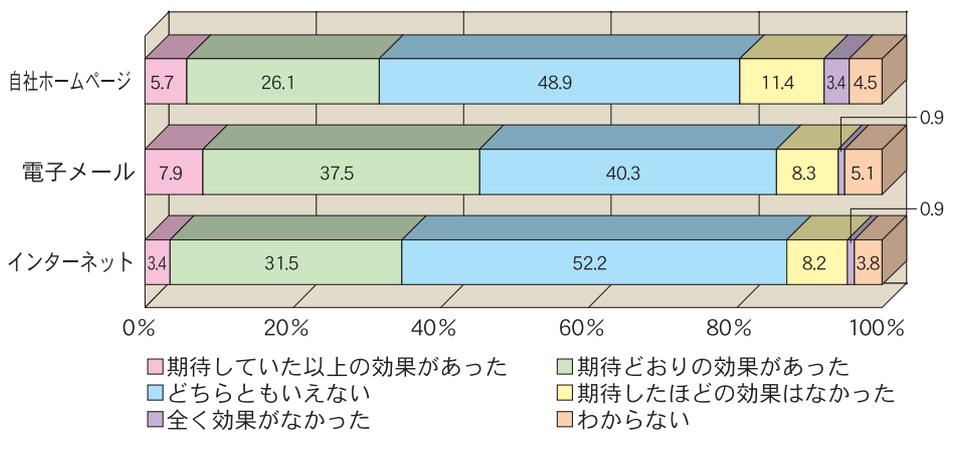
資金と人材が情報化推進上の大きな障害となっていることがうかがえる。

例えば、情報機器を外部委託によりシステムとして本格的に導入する場合、その負担は大きい。情報機器の導入効果に対する経営者の価値観の問題もあるが、いずれにせよ資金面の負担が最大の課題といえる。

人材面では、前回の調査において「人材不足」は三〇・〇%であったが、今回は一四・九%増加し、状況はさらに深刻化している。また、この人材不足を補うため外部に委託すれば、資金面の負担につながることもなる。

情報化における担当者の育成方法は「担当者に任せている」が四四・六%で高い。人材の確保が情報化推進のもうひとつの課題といえる。

図8 導入の効果



既に「インターネット・電子メール・自社ホームページ」を利用している企業の導入効果を見ると、三〇%以上の企業が「何らかの効果があった」と答えている。しかしながら半数近くの企業は「どちらともいえない」とみている(図8)。

これらの導入に対する効果を確認するにはやや時間が必要と思われる。

今後はネットワークの活用

今後、企業の情報化への取り組みは、さらに事務処理の効率化・省力化を進めていく事と同時に、「ネットワークを活用」し、より高度な情報化に積極的に取り組んでいくという二つが中心になろう(図9)。

ネットワークの活用の例としてはインターネットによる情報ツールの拡大、電子メールでの情報交換、企業PR等が挙げられる。さらにそこから新しいビジネスチャンスが生まれる可能性もある。

経営戦略の再構築へ

県内経済も情報通信関連を中心に景気の回復感が広がっており、県内企業の情報化への取り組みも積極的である。

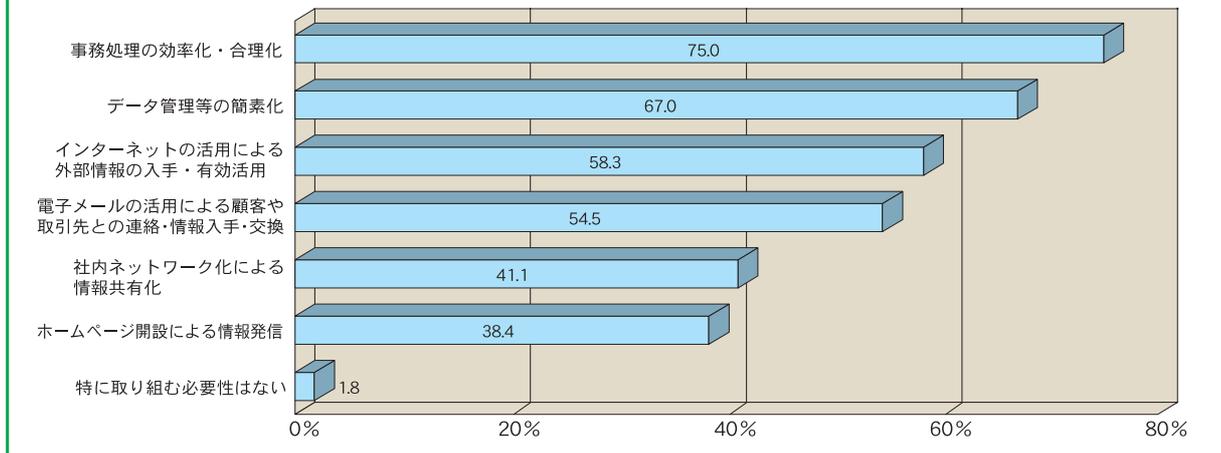
本格的なインターネット社会の構築を前に、ネットインフラの整備や規制緩和および各種優遇税制の促進を期待したい。

EC市場を中核としたいいわゆるネットビジネスは、今後急速に拡大するであろう。

一方では、インターネットの活用によって既存のようなグループ企業、関連企業といった従来からの系列関係で守られてきた、いわば安定した企業間取引は薄らぎ、業態を超えた企業間取引が本格化する事も考えられる。企業を取り巻く経営環境が年々厳しさを増す中、情報化に対する取り組みが今後の企業経営を大きく左右する。

県内企業にとっても情報化投資が今後の生き残りの力ぎである。情報化の目的を明確化し、事務の効率化だけでなく、組織、企業

図9 今後取り組みたいこと(複数回答)



間の関係等を含めた経営戦略の再構築が求められていることは間違いない。