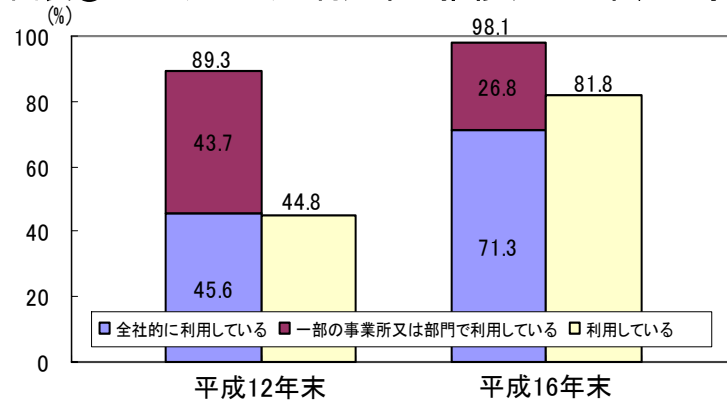


Ⅲ 企業のICT利用

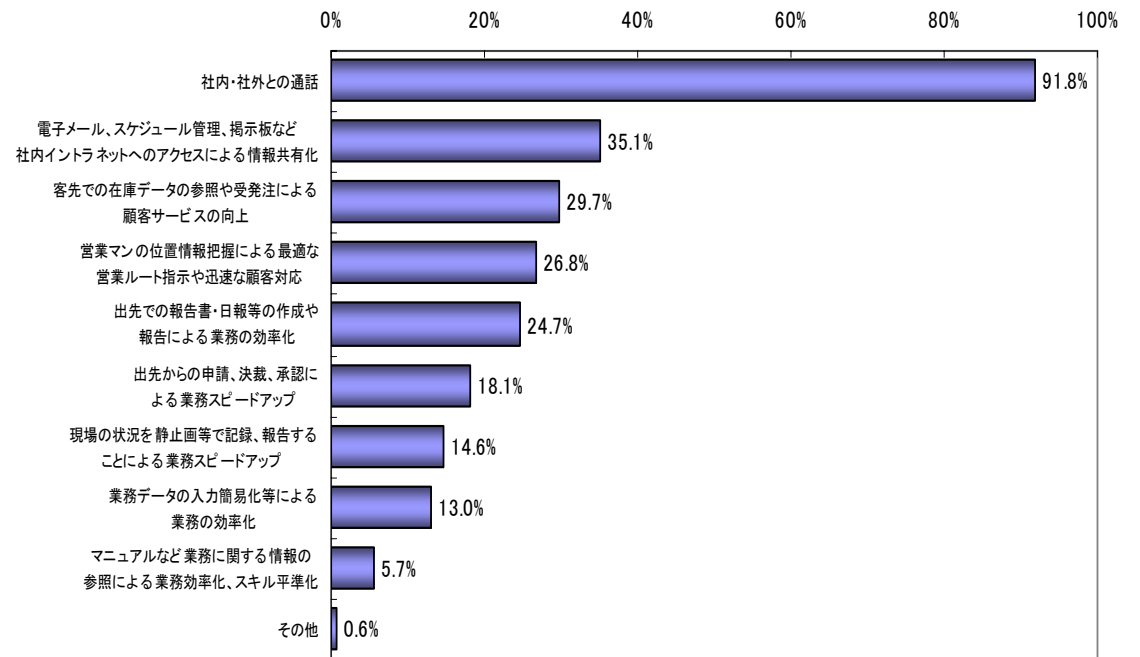
1-1 企業のICT利用の深化（インターネット利用、企業通信網構築等）

- ◆ 企業のインターネット利用率は98.1%。ほとんどの企業でインターネットを利用
- ◆ 企業内通信網の構築率は89.5%、企業間通信網の構築率は59.0%
- ◆ 企業の携帯電話の利用率は65.8%。利用形態は、単に通話にとどまらず、社内イントラネットへのアクセスなど多様な形態で利用

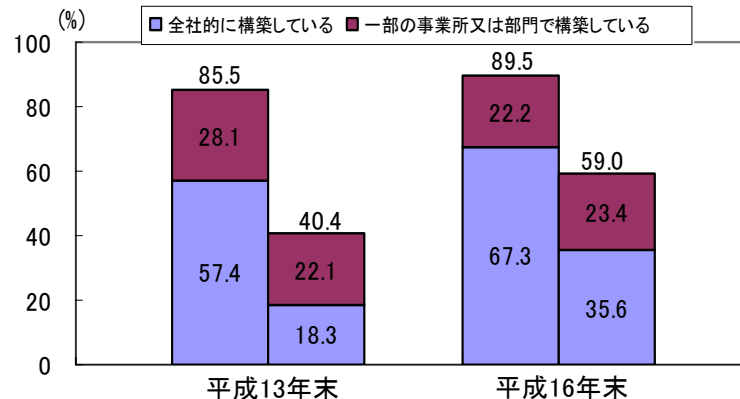
図表① インターネット利用率の推移(左:企業、右:事業所)



図表③ 企業における携帯電話の利用用途(複数回答)



図表② 企業内／企業間通信網の構築率の推移(左:企業内通信網、右:企業間通信網)



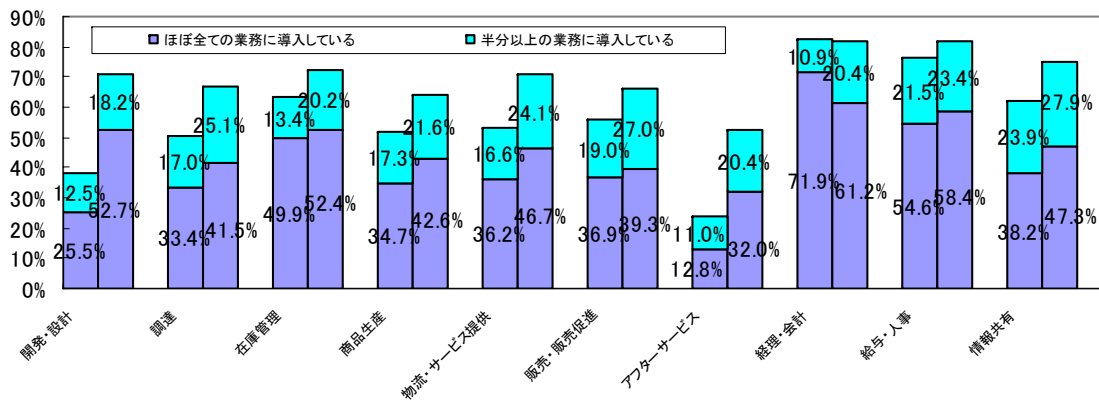
図表①、② 「通信利用動向調査」により作成

図表③ (出典) 「企業のICT活用現状調査」(ウェブ調査)

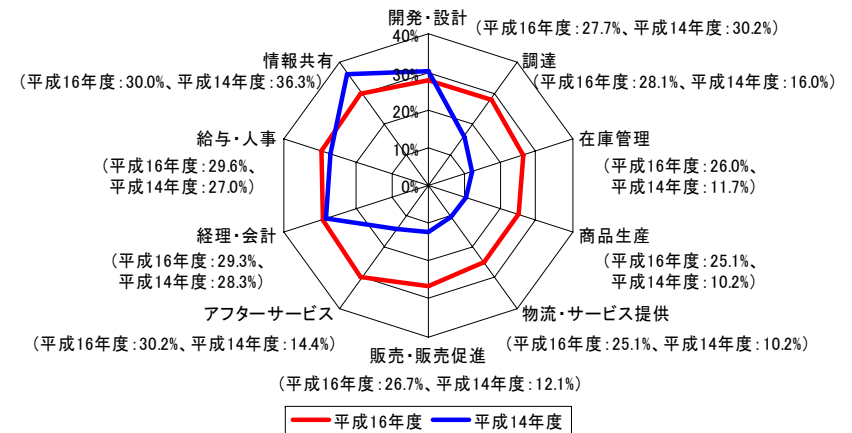
1-2-1 企業のICT利用の深化（情報システムの導入）

◆ 情報システムの導入はほぼすべての業務で進展。また、アプリケーションソフトはオーダーメイドソフトが減少する一方、パッケージソフトが増大。さらに、情報システムの企業間の連携が進展

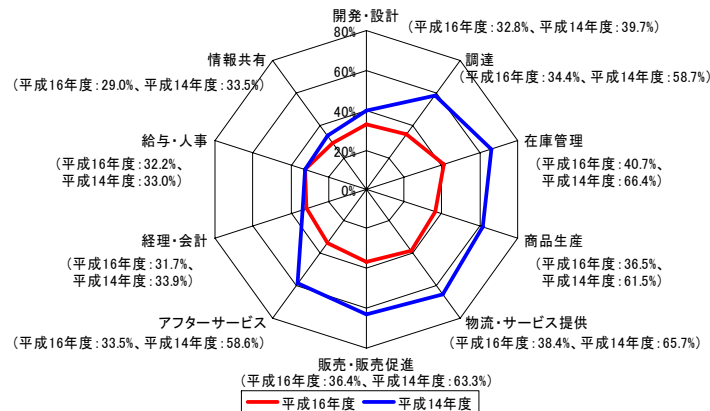
図表① 情報システムの業務別導入状況の推移
(左:平成14年度、右:平成16年度)



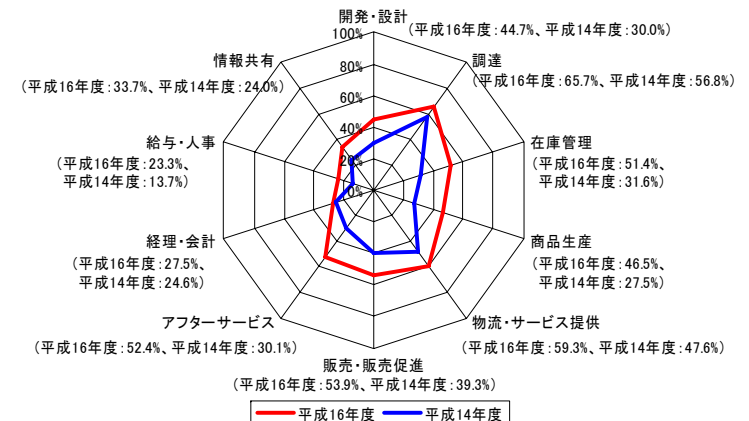
図表② 情報システムのアプリケーションソフト
(パッケージソフト利用)



図表③ 情報システムのアプリケーションソフト
(オーダーメイドソフト利用)



図表④ 情報システムの企業間での接続状況



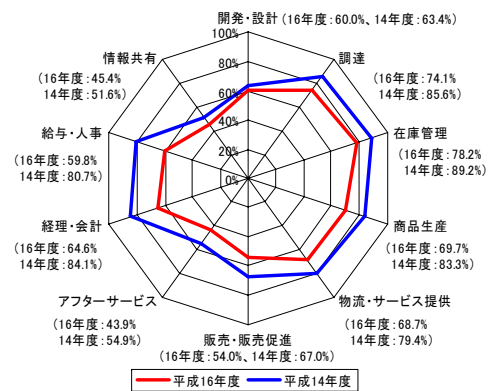
注:平成14年度の日本企業調査は、郵送調査

(出典)「企業のICT活用現状調査」(ウェブ調査)

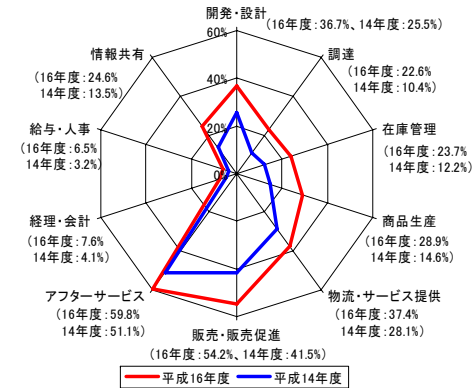
1-2-2 企業のICT利用の深化(情報システムの導入目的、導入効果等)

- ◆ 情報システムの導入目的は「コスト削減・業務効率化」から「売上拡大・高付加価値化」へと変化
- ◆ 情報システム投資の効果発揮に向けた取組は、「投資対効果の検証」、「情報システム運用に合わせた組織・制度改革」などの点で進展
- ◆ 情報システム導入の効果があったとする企業が増大

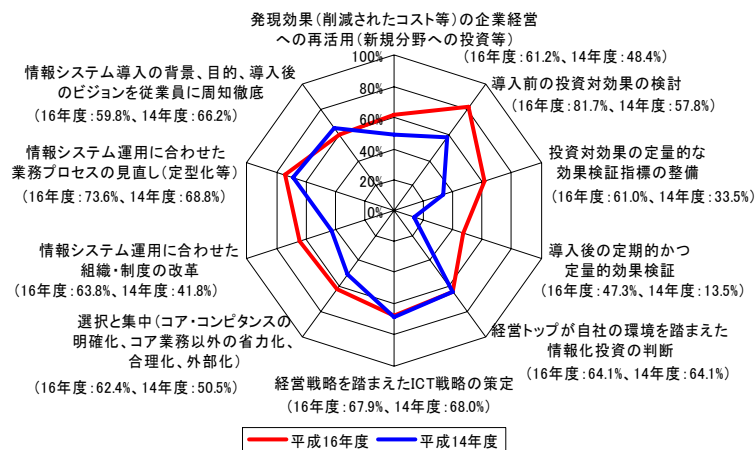
図表① 情報システムの導入目的
(コスト削減・業務効率化)



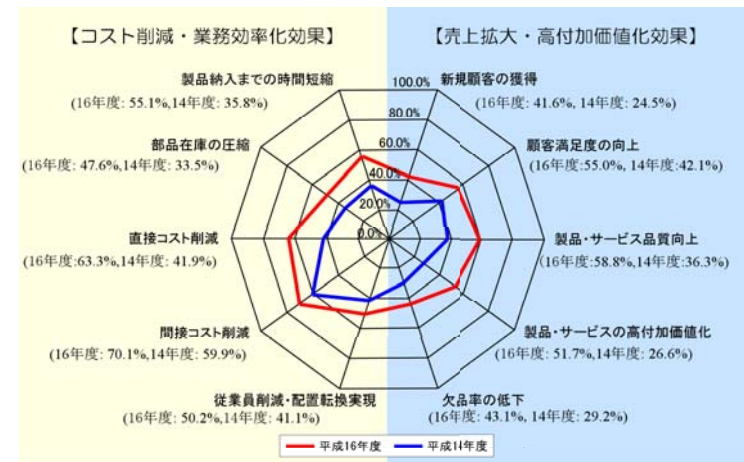
図表② 情報システムの導入目的
(売上拡大・高付加価値化)



図表③ 情報システム投資の効果発揮に向けた取組



図表④ 情報システム導入の効果



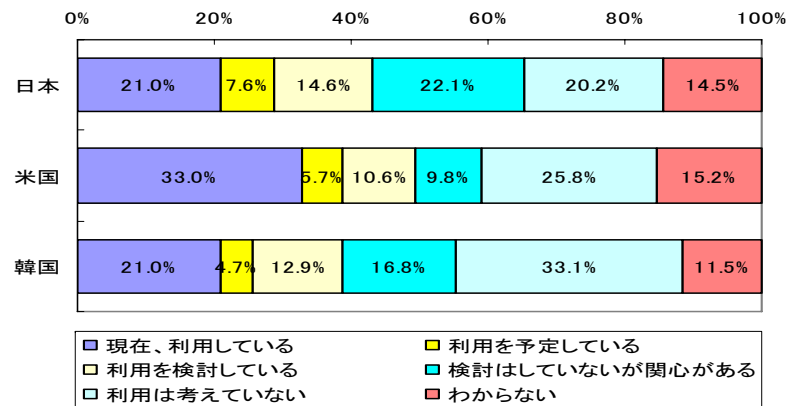
注:平成14年度の日本企業調査は、郵送調査

(出典)「企業のICT活用現状調査」(ウェブ調査)

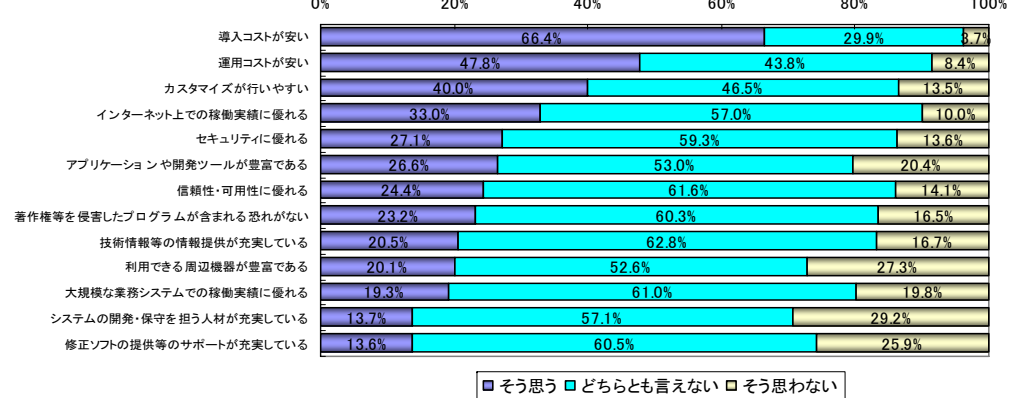
1-3 企業のICT利用の深化（オープンソースソフトウェア、メインフレームのオープン化）

- ◆ サーバー用OSでのOSS(オープンソースソフトウェア)利用は、米国が33.0%と最も高く、日韓は21.0%。OSSに対しては、「導入・運用コストの安さ」、「カスタマイズの柔軟性」などの点で高い評価。他方、「開発・保守体制」、「サポート体制」などの点で評価が低い
- ◆ メインフレームシステムのオープン化は、日米韓とも取組が進展。日本は相対的にメインフレームとオープンとの併用が高い。メインフレームの継続利用理由は「運用の安定性」、「既存ソフトウェア資産の活用」

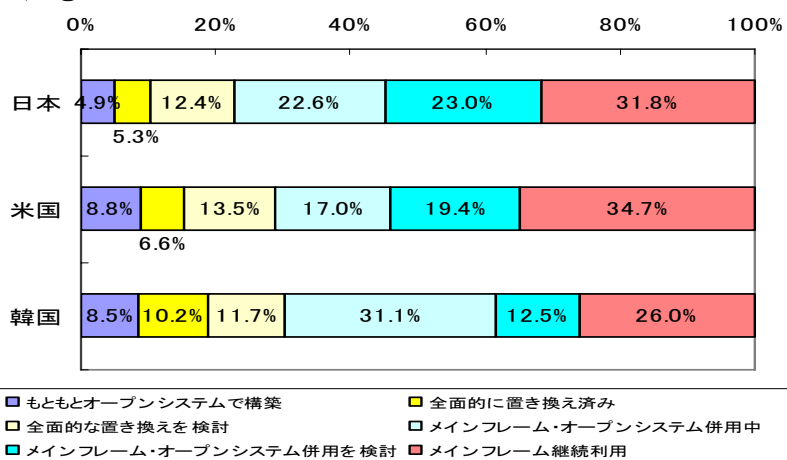
図表① サーバー用OSでのOSSの利用状況



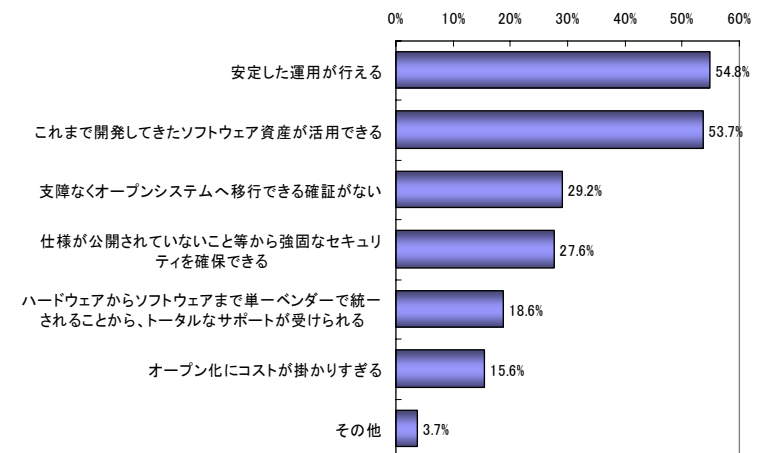
図表② OSSの特徴



図表③ メインフレームのオープン化の状況



図表④ メインフレームの継続利用理由(複数回答)

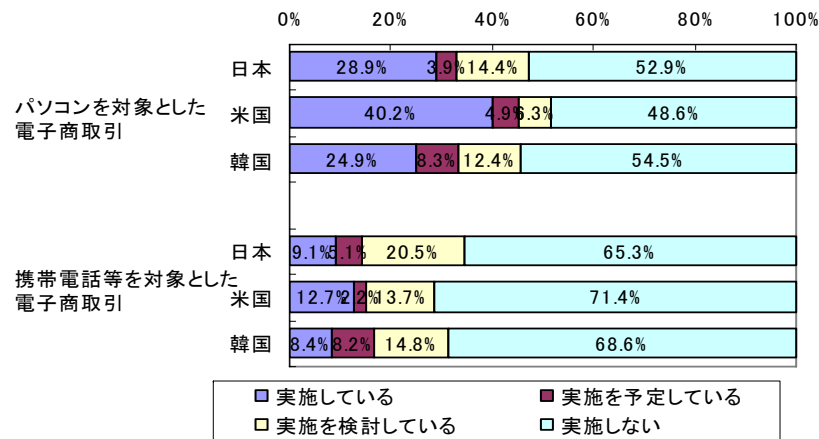


(出典)「企業のICT活用現状調査」(ウェブ調査)

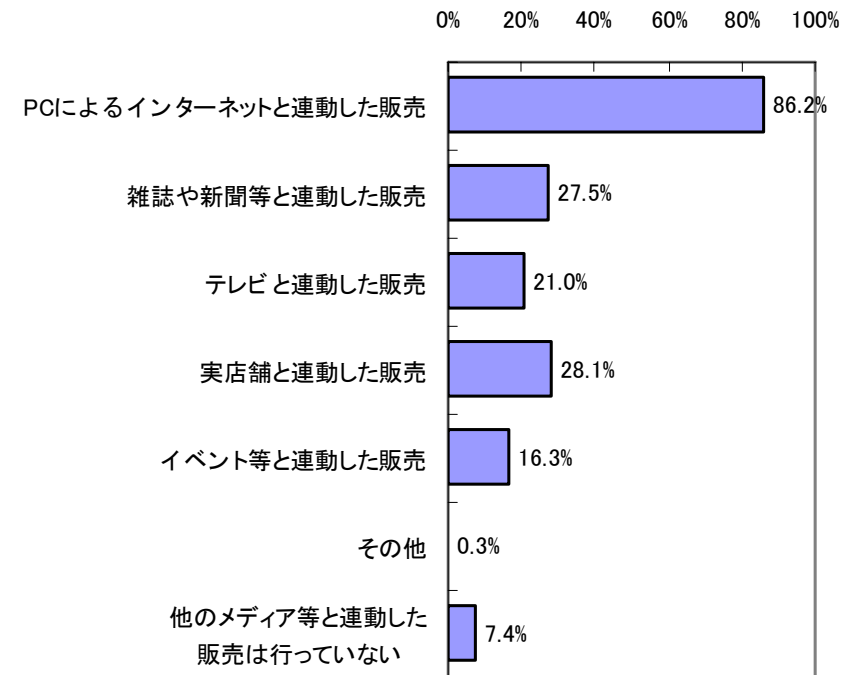
2 電子商取引の拡大

- ◆ B2Cの実施率は、パソコン向けは28.9%、携帯電話等向けは9.1%。携帯電話等向けは今後の実施を予定/検討している企業が多い。また、パソコン向けは米国の実施率が一番高い。B2Cの今後の市場規模予測(03年度を基準とした06年度の市場規模)は、日韓が約3倍であるのに対し、米国は約2倍と予測が低い
- ◆ 携帯電話等向けB2Cの特徴は、雑誌、テレビ等他メディアとの連動販売

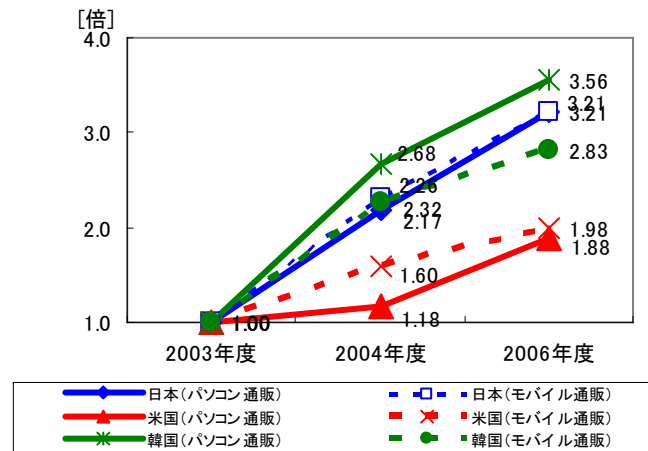
図表① パソコン、携帯電話等を対象とした電子商取引の実施状況



図表③ 携帯電話等を対象とした電子商取引の実施形態(複数回答)



図表② パソコン、携帯電話等を対象とした電子商取引の売上高予測

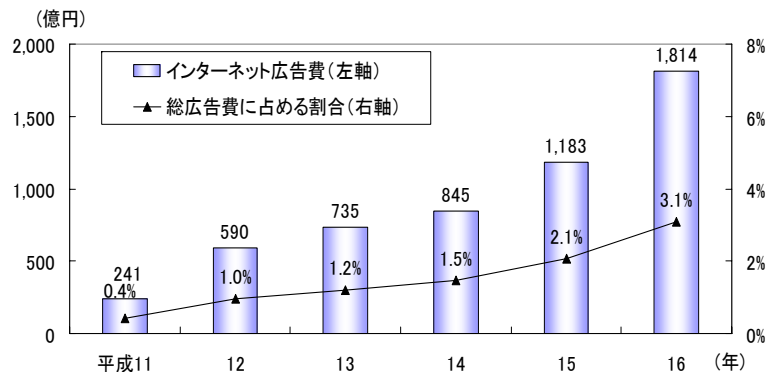


(出典)「企業のICT活用現状調査」(ウェブ調査)

3 ICTを利用した新ビジネスの拡大

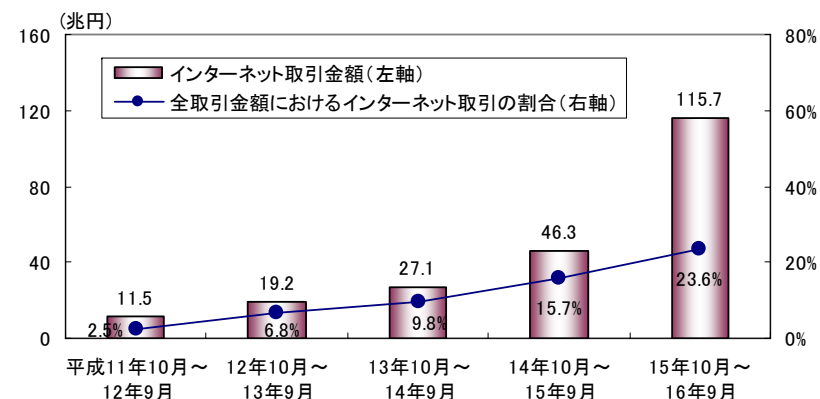
- ◆ インターネットの普及に伴い、インターネットを利用した新ビジネスがこの5年程度で急拡大。インターネット広告は平成16年にラジオ広告を上回り、第4の広告メディアに。全証券取引額に占めるインターネット取引額は約4分の1。インターネット専門銀行の預金残高は2年間(平成13年度～15年度)で約4倍。携帯コンテンツ事業者の売上高は3年で約3倍

図表① インターネット広告費の推移



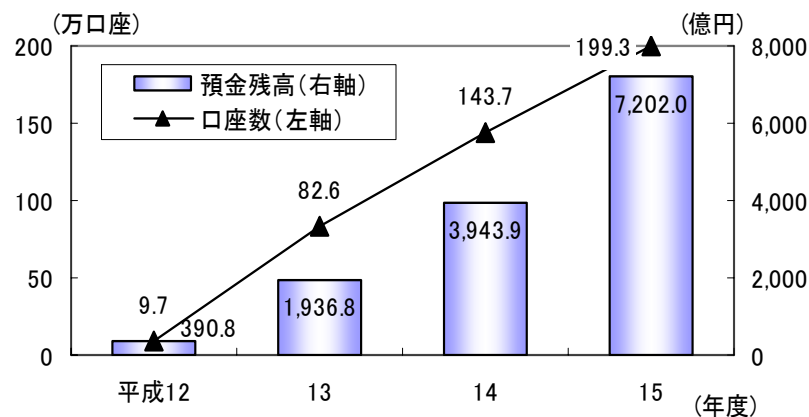
電通資料により作成

図表② インターネット証券取引額の推移

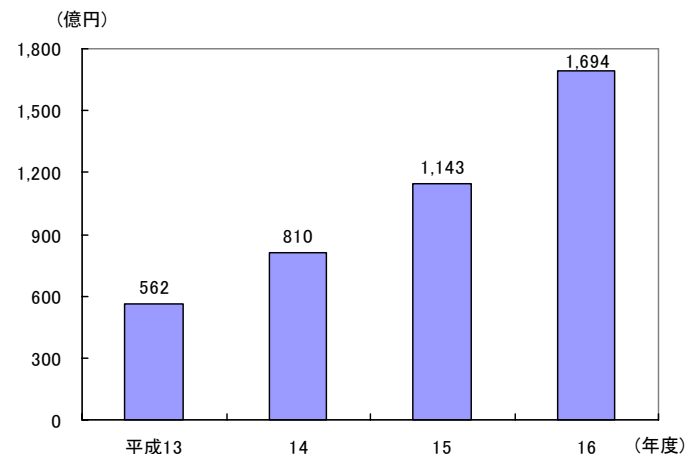


日本証券業協会「インターネット取引に関する調査」により作成

図表③ インターネット専門銀行(大手4行)の預金残高・口座数の推移



図表④ 携帯コンテンツビジネス事業者(大手15社)の売上高推移



図表③、④ 各社資料により作成