

12-DPC-02

保存本

データベース・サービス実態調査

平成13年 3 月

財団法人 データベース振興センター

KEIRIN



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

はじめに

データベース・サービスの発展のためには、データベースの整備はもとより、流通体制の確立などを含め、利用者の立場に立った総合的な視点が肝要です。

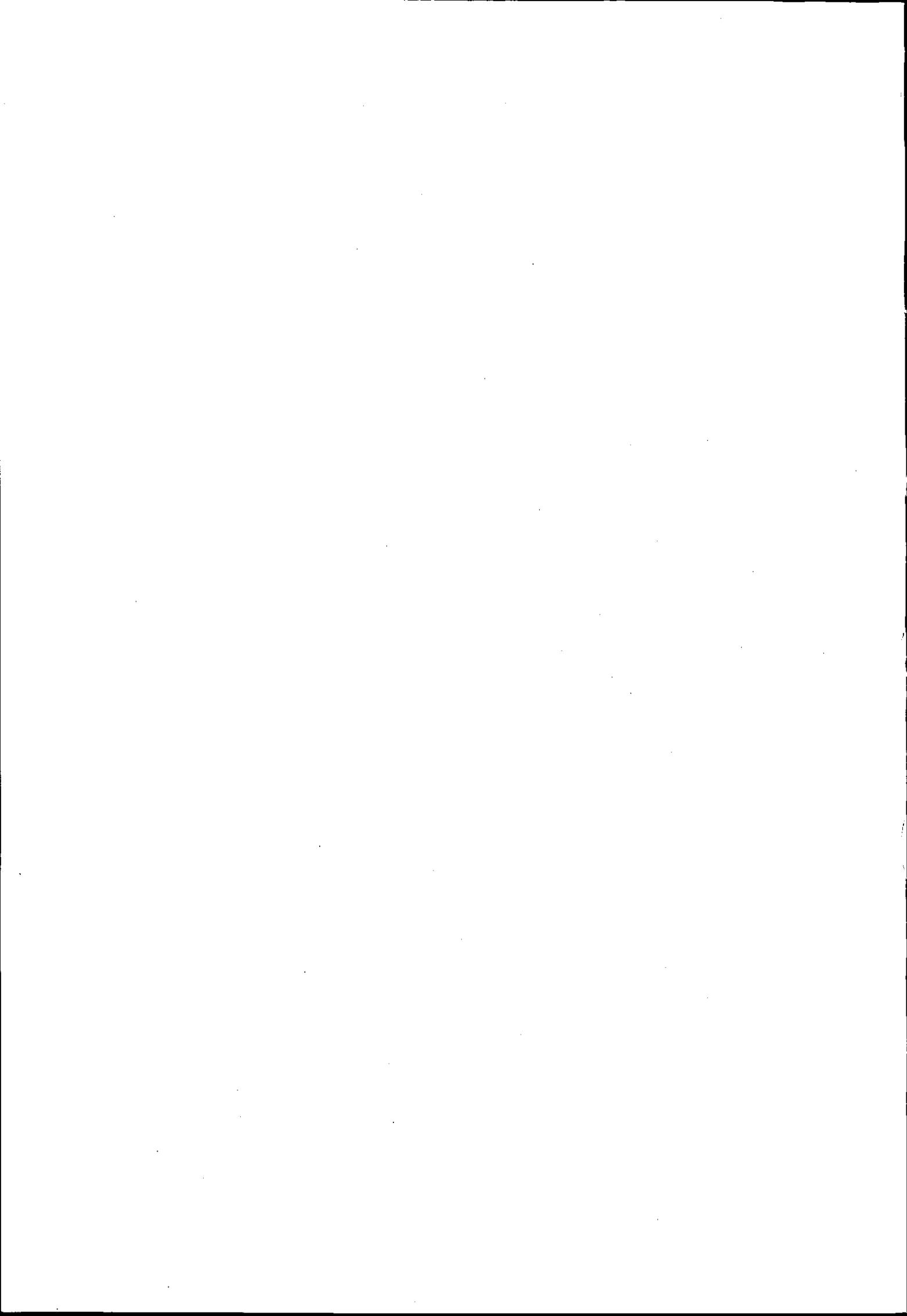
本調査は、こうした点に鑑み、データベース利用の現状および利用者の問題意識を明らかにし、さらにはデータベース・サービス業の動向を把握することにより、わが国のデータベースの整備促進および同産業の振興に資することを目的としたものです。

本調査は(財)日本情報処理開発協会に委託して実施し、とりまとめたものですが、広く関係各位のご参考になれば幸いです。

最後に、アンケートにご回答いただいた方々をはじめ、経済産業省、(財)日本情報処理開発協会など、本調査にご協力いただいた関係者の皆様に、心より感謝の意を表します。

平成 13 年 3 月

財団法人 データベース振興センター
理事長 羽 鳥 光 俊



目 次

1. 調査の概要	
1.1 調査目的	1
1.2 調査期間	1
1.3 調査対象	1
1.4 調査方法	1
1.5 回答企業数	1
1.6 調査内容	1
2. 商用データベースの利用と現状	
2.1 調査方法と概要	3
2.2 利用実績と予定	6
2.3 利用の多い商用データベースの種類と内容	13
2.4 データベースの利用形態	20
2.5 料金問題と利用上の問題点	21
2.6 データベースの利用者	26
2.7 今後の利用予定	27
2.8 CD-ROM, DVD の利用	31
2.9 インハウス・データベース	34
3. データベース・サービスの現状	
3.1 データベース・サービス事業者の属性	43
3.2 データベース・サービスの位置づけ	48
3.3 データベース・サービスの売上高	50
3.4 期待するメディア	56
3.5 データベースの流通	58
3.6 データベース構築上の問題	59
3.7 公的データの活用	60

3.8 データベースで提供しているデータの種類 (テキスト, 画像, 映像など)	64
3.9 CD-ROMによるデータベース提供	67
4. インターネットとデータベース・サービス	
4.1 ユーザーにおける利用の現状	71
4.2 ベンダーにおけるサービス提供の状況	78
「付属資料」の部	
(1)「データベース・サービス実態調査(ユーザー編)」調査票	83
(2)「データベース・サービス実態調査(ベンダー編)」調査票	95

1. 調査の概要

1.1 調査目的

わが国のデータベース・サービスの利用状況を把握すると共に、データベース・サービスに対するユーザーの問題意識を整理する。さらに、データベース・サービス業に関する動向を把握し、データベース・サービス産業の振興施策等に資する。

1.2 調査期間

2000年10月1日～10月26日

1.3 調査対象

ユーザー編については、上場企業の構成比率に基づく一般企業および教育・研究機関、調査機関、官公庁など公共サービスを合わせた2,674機関、ベンダー編については「データベース台帳総覧」掲載のベンダー企業189機関に調査票を送付した。

1.4 調査方法

郵送によるアンケート調査

1.5 回答企業数

- (1) データベース・サービス実態調査（ユーザー編）……………634社（回収率23.7%）
- (2) データベース・サービス実態調査（ベンダー編）……………108社（回収率57.1%）

1.6 調査内容

(1) データベース・サービス実態調査（ユーザー編）

今回の調査では、会社概要、データベースの利用状況と今後の見通し、利用形態、商用データベースの種類と利用分野、公的データの利用、料金や利用上の問題点、今後の利用方向、インハウス・データベースと社内情報システム、EC(電子商取引)の実施状況、インターネットとデータベースの利用、CD-ROM、DVDの利用と予定等について調査した。

(2) データベース・サービス実態調査（ベンダー編）

データベース・サービス業については、会社概要、データベースのサービス形態、売上高(国産、海外製)、伸び率予測、期待するメディア、不安・懸念事項などを調査した。さらに、プロデューサーに対しては、提供方法、構築上の問題点、公的デ

ータの活用等についても調査し、また、プロデューサーあるいはディストリビューターに対しては、画像などデータの種類、マルチメディアの位置づけ、CD-ROM、DVD化されたデータベース、インターネットを使ったデータベース提供、及び料金徴収方式等を調査した。

なお、調査内容の詳細については、付属資料の調査票を参照されたい。

2. 商用データベースの利用と現状

要約

本章では、企業、公的機関などにおけるデータベース・ユーザーを対象とした「データベース・サービス実態調査（ユーザー編）」の集計結果をもとに、商用データベースの利用状況とユーザーの意識について概説した。

「データベース・サービス実態調査（ユーザー編）」は1985年より毎年実施しており、今回で16年目になる。2000年度の調査は、2000年10月1日から10月26日にわたって行われた。調査票は国内の企業、教育・研究機関、公共団体などへ2,674通発送し、634の有効回答（回収率23.7%）が寄せられた。

調査対象の72.1%が商用データベース・サービスを利用し、1999年度に利用が増えたとする企業と減少した企業が共に増加した。2000年度の見通しはやや増加する傾向にあるが、厳しい経営環境の下で費用の節減を図るユーザーも多い。

利用する部門で最も多いのは調査部門で上位に研究、特許、企画といった部門が並んだ。利用データベースシステムでは「日経テレコン」、データベースファイルでは、「COSMOS2」が今回トップであった。利用データベースの分野では、企業情報などビジネス経済関係が上位にきており、政府関係のデータの利用も多く、今後は個人向けのデータベースも伸びてくると思われる。

データベースに対する感想では、更新頻度と正確さが要求され、操作性、機能の面からはコマンドの統一、検索速度などが求められている。

オフライン・データベースであるCD-ROM、DVDの利用では特許関係と事典類が上位を占めている。

2.1 調査方法と概要

集計・分析するにあたっては、従業員数による企業規模別分類基準を図表2-1のとおり、業種グループ別分類基準を図表2-2のとおり定めている。

従業員数による企業規模別の構成比は、大企業が59.6%、中小企業が17.4%、公共サービスが23.0%となっている。公共サービス以外で業種別にみると、「情報処理・情報提供業」（14.2%）、「石油・化学工業」（10.1%）、「その他製造業」（9.9%）、「機械器具製造業」（9.8%）、「その他対事業所サービス」（7.3%）と続いている。第2次産業の合計では39.6%、第3次産業では同34.5%となっている。また、地域別では首都圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）が53.0%、その他地域が47.0%である。

業種	中小企業	大企業	公共サービス
建設業, 石油・化学工業, 鉄鋼・非鉄・金属製品製造業, 機械器具製造業, その他製造業, その他	300人以下	300人より多い	
商業	100人以下	100人より多い	
金融・保険業, 情報処理・情報提供業, 新聞・出版業, 放送・通信業, その他事業所サービス	50人以下	50人より多い	
公共サービス			

図表2-1 従業員数による企業規模別分類基準

業種グループ		含まれる業種(日本標準産業分類の業種分類)
第2次産業	1. 建設業	建設業
	2. 石油・化学工業	医薬品製造業, 石油業, 化学工業
	3. 鉄鋼・非鉄・金属製造業	鉄鋼業, 非鉄金属・金属製品製造業
	4. 機械器具製造業	電気機器・輸送用機器・一般機器・精密機器製造業
	5. その他製造業	食品工業, 繊維・紙・パルプ業, ガラス・土石製品, その他製造業
第3次産業	6. 商業	卸業, 商社業, 小売業, 飲食業
	7. 金融・保険業	金融業, 証券業, 保険業
	8. 情報処理・情報提供業	情報処理サービス・ソフトウェア, 情報提供業
	9. 新聞・出版業	新聞業, 出版業
	10. 放送・通信業	放送業, 通信業
	11. その他対事業所サービス	不動産, 運輸・倉庫, 電力・ガス, シンクタンク, 広告, その他サービス業
12. 公共サービス	学校その他教育機関, 病院その他医療機関, 調査・研究機関, 組合・諸団体, 政府・地方公共団体	
13. その他	農・林・水産業, 鉱業, その他	

図表2-2 業種グループ別分類基準

		回答件数		データベースを 現在使っている		データベースを 以前使っていた		データベースを 使っていない	
		件数	構成比 (%)	件数	構成比 (%)	件数	構成比 (%)	件数	構成比 (%)
規模別	1. 中小企業	110	17.4	64	58.2	5	4.5	41	37.3
	2. 大企業	378	59.6	295	78.0	5	1.3	78	20.6
	3. 公共サービス	146	23.0	98	67.1	4	2.7	44	30.1
業種別	1. 建設業	36	5.7	26	72.2	1	2.8	9	25.0
	2. 石油・化学工業	64	10.1	60	93.8	0	0.0	4	6.3
	3. 鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	26	4.1	12	46.2	0	0.0	14	53.8
	4. 機械器具製造業	62	9.8	45	72.6	2	3.2	15	24.2
	5. その他製造業	63	9.9	47	74.6	0	0.0	16	25.4
	6. 商業	34	5.4	20	58.8	0	0.0	14	41.2
	7. 金融・保険業	26	4.1	20	76.9	0	0.0	6	23.1
	8. 情報処理・情報提供業	90	14.2	61	67.8	4	4.4	25	27.8
	9. 新聞・出版業	20	3.2	18	90.0	2	10.0	0	0.0
	10. 放送・通信業	3	0.5	3	100.0	0	0.0	0	0.0
	11. その他対事業所サービス	46	7.3	37	80.4	1	2.2	8	17.4
	12. 公共サービス	146	23.0	98	67.1	4	2.7	44	30.1
	13. その他	18	2.8	10	55.6	0	0.0	8	44.4
地域別	1. 首都圏	336	53.0	254	75.6	12	3.6	70	20.8
	2. その他	298	47.0	203	68.1	2	0.7	93	31.2
合 計		634	100.0	457	72.1	14	2.2	163	25.7

図表2-3 回答企業の概要

2.2 利用実績と予定

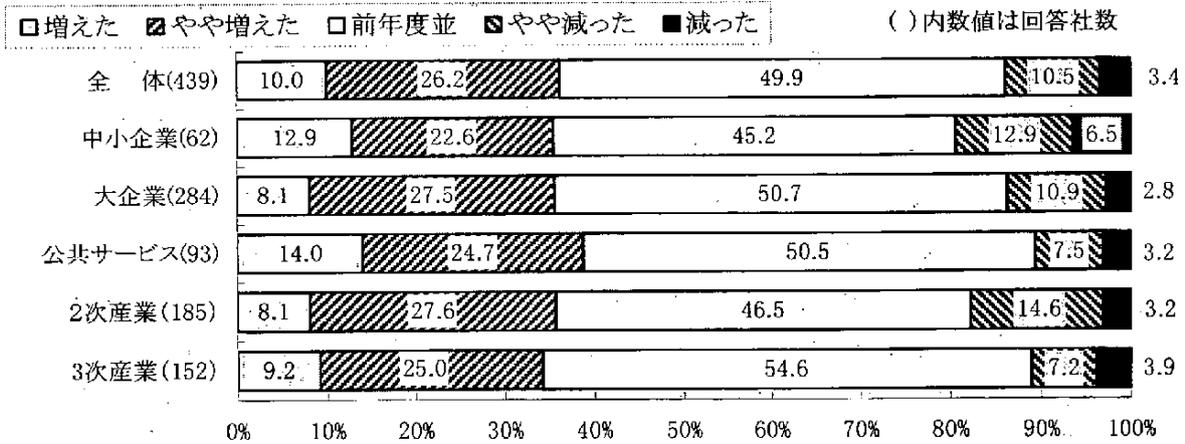
(1) 1999年度の商用データベースの利用の状況

商用データベースを利用している企業は全回答企業のうち 72.1%であり、以前使っていた企業は 2.2%、利用経験のない企業は 25.7%である（図表 2-3）。前回調査に比べ、データベースを利用している企業の割合は 1.1 ポイント上昇し、前回は引き続き 70%を超えている。また利用していない企業の割合も前回に比べ減少していることから、今やデータベースは企業活動の必要不可欠のツールとして当然のごとく受け入れられている。

ユーザーの利用金額ベースでのデータベース利用実績について見ると、利用企業 457 社のうち、439 社が回答しており、1999年度のデータベースの利用実績をその前年（1998年度）と比較すると、全体で 49.9%のユーザーが「前年度並」としており、「やや増えた(20%未満)」が 26.2%とこれに続いている。比較的大きく「増えた(20%以上)」は、10.0%で、利用が増加したユーザーは合わせて 36.2%になり、前回調査の 34.1%から 2.1 ポイント上回った。利用が「減った」「やや減った」とするユーザーは合わせて 13.9%で、前回調査の 12.7%を 1.2 ポイント上回り、利用増大と減少ユーザーが別れる傾向が出てきている。企業規模別では、中小企業で「減った」「やや減った」との回答が 20%近くあり、景気回復のあしどりが定まっていないと感じられる折から、中小企業の経営環境の厳しさの一端がデータベース利用にも影響を与えているものと見られる。一方、公共サービスでは利用増大ユーザーの比率が 38.7%と他のグループより大きく、また利用減少ユーザーの割合も 10.7%と最も小さく、このグループが活発に利用していることが認められる（図表 2-4）。

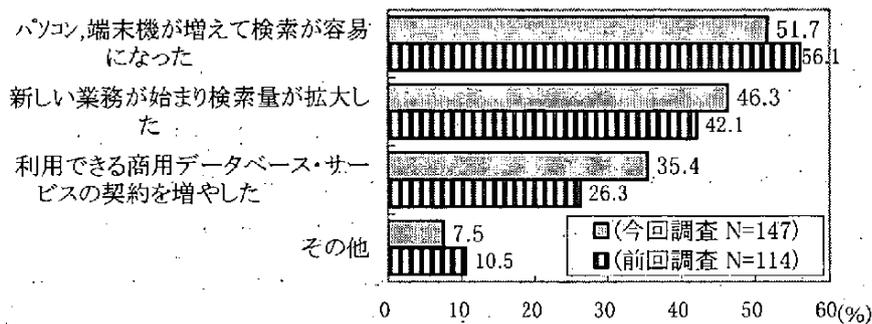
これに対し、産業別では第 3 次産業は第 2 次産業と比べて「前年度並」とするユーザーの割合が高く、利用の状況はやや足踏み状態にあると見られる。第 2 次産業では、「前年度並」が 46.5%とわずかであるが半数を割り、利用増大ユーザーと減少ユーザーが第 3 次産業よりはっきり分かれている（図表 2-4）。

1999年度は、前年度(1998年度)に比べて



図表2-4 1999年度商用データベース利用の状況(対前年度比)

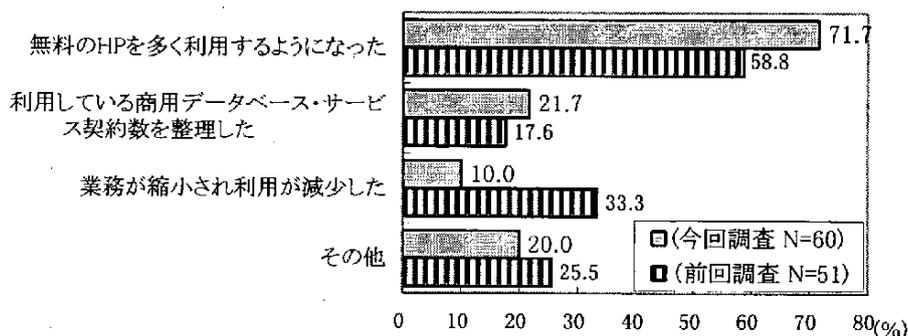
データベース利用の変化に対する理由を図表2-5、図表2-6で見ると、まず前出の「増えた」とするユーザー159社中147社が答えているが、最も多かった理由は「パソコン、端末機が増えて検索が容易になった(51.7%)」ことが挙げられている。「新しい業務が始まり検索量の増大(46.3%)」につながったとの見方が多く、「利用できる商用データベースサービスの契約数を増加(35.4%)」させたことも回答の1/3以上を占め、前回調査から割合が最も伸びている項目である。この設問は複数の回答を求めているので全体的には、これらの理由が重なったの結果ととらえることができる。



図表2-5 1999年度商用データベース利用増加の理由

一方、データベース利用が減少した理由も聞いているが、「減った」「やや減った」と回答のあった内訳は、「無料のホームページ(HP)を多く利用するようになった」が71.7%と7割強の回答率を示し、前回調査より12.9ポイントの大幅アップとなっている。また、2、3位の「利用している商用データベースサービス契約

数の整理(21.7%)」「業務が縮小され、利用が減少(10.0%)」は前回調査と順位が逆転しており、データベース利用の要因としての業務の縮小は一段落したと見られようか。また、「その他」にも2割のユーザーが回答し、その具体的な記述を拾って見ると、予算・費用の削減と社内データベース化が主な理由として挙げられている。したがってデータベースの利用度については金額ベースでの変化と、検索内容、利用体制など質的側面も見て行く必要がある。「無料のHPを多く利用」の回答率の高さは、従来の有料データベースの代替として十分機能していると思われ、データベースそのものに対するアクセス頻度は依然高いと考えられる。ちなみに利用の多い具体的な無料HP名では、PubMed、特許電子図書館等が挙げられており、また通商産業省(経済産業省)、総務庁(総務省)のHP等公的機関の情報の需要が高いことも見受けられた。



図表2-6 1999年度商用データベース利用減少の理由

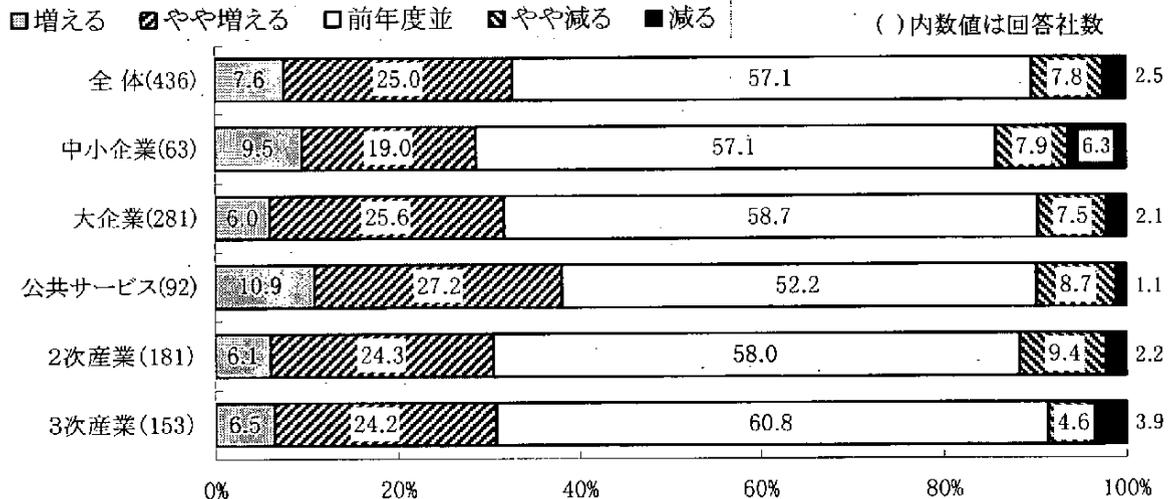
(2) 2000年度の商用データベースの利用見通し

さらに、2000年度の利用の見込みを前年度との比較で見ると、57.1%のユーザーは「前年度並」としており、前述の1998～1999年度の割合より高くなっている。「増える(20%以上)」と「やや増える(20%未満)」を合わせると32.6%で、「減る(20%以上)」「やや減る(20%未満)」の計10.3%を大きく上回っている。ユーザー全体の傾向としては、利用増大グループ(増える、やや増える)が前回調査(30.8%)より1.8ポイントほど上昇したことも考え合わせると、2000年度の利用の見通しは1998～1999年度よりわずかながら回復の兆しが見えると思われる。

ユーザーの規模別で見ると、中小企業は「減る(20%以上)」「やや減る(20%未満)」の割合が合わせて14.2%で、前回調査の17.2%より3ポイント減らしているが、大企業、公共サービスの10%以下に比べるとやや高くなっており、依然として中小企業におけるデータベース関係の経費の抑制がより厳しい環境にあると推測できる。

企業規模、産業別の両方の視点から見て公共サービスは利用増大グループの比率が38.1%と明らかに他のグループを離れており、データベース利用の成長は公共サービスの伸びに支えられる様相を見せている(図表2-7)。

2000年度は、前年度(1999年度)に比べて

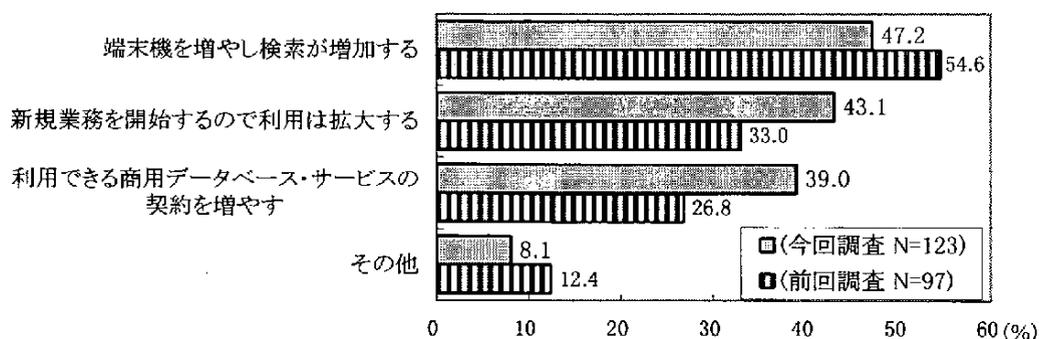


図表2-7 2000年度商用データベース利用の見通し(対前年度比)

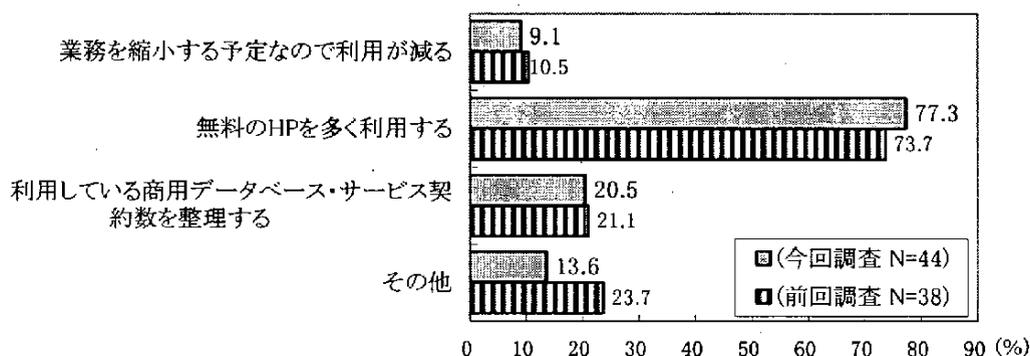
図表2-8、図表2-9は2000年度のデータベース利用の増える、あるいは減る理由の分布を示している。「増える(20%以上)」「やや増える(20%未満)」の合計である142社中、理由について123社が回答している。複数回答で得られたうち、増える理由のトップは、前回調査で半数以上を占めた「パソコン、端末機を増やし検索が増加する(47.2%)」で、続いて「新規業務を開始するので利用は拡大する(43.1%)」が挙げられ、3位には「利用できる商用データベース・サービスの契約数を増やす(39.0%)」が挙げられている。理由の上位3項目の差は前回調査に比べてかなり縮まっており、特に1位の「パソコン、端末機を増やす」などの利用環境の整備、拡充面の要件はクリアされつつあり、代わって直接利用増大につながる「新規業務…」「データベース契約…」の要因が伸びたものと思われる。「その他(8.1%)」の中で具体的な記述を見ると「書誌購読の代わりに」「調査需要の伸び」「契約料の値上がり」などがあり、また「インターネットでの利用者層の拡大」により有料のデータベースの利用も伸びたとする記述もあり、インターネットの無料HPが利用減少の要因としているのとは対照的である。

これに対し、減る理由を回答したユーザーは44社で、その77.3%にあたる34社は「無料のHPを多く利用する」と答えており、前回調査を3.6ポイント上回っているものの、全体的には前回調査の傾向とあまり変化はない。経費の節減と共に

HPのデータベースを利用する、いわゆるインターネットによるデータベース利用の状況は今後ますます続くであろう。また「その他(13.6%)」の記述の中では、「社内データベースの利用」が注目され、後述するインハウス・データベースの拡充、利用増大の傾向とも符合する。



図表2-8 2000年度商用データベース利用の増加見通しの理由



図表2-9 2000年度商用データベース利用の減少見通しの理由

(3) 部門別利用状況

金額ベースでみた部門別のデータベースの利用について、上位3部門までの選択方式で得た回答比率の結果は図表2-10の通りである。全業種の合計で利用率の多い部門は、「調査部門」(20.4%)、「研究部門」(18.6%)、「特許部門」(13.6%)、「企画部門」(13.0%)、「営業部門」(12.5%)と続く。この5位以内の順位と割合では、前回調査の結果と比べて「企画」「研究」部門が上昇し、「調査」「特許」「営業」部門は下降したが、下げ幅はいずれも1ポイントに満たず、上昇した「企画」「研究」部門の上げ幅も0.3、0.2ポイントとほとんど前回と同様の傾向を示したと見てよく、利用する部門に大きな変化は見られない。また今回新設した「環境」「法務部

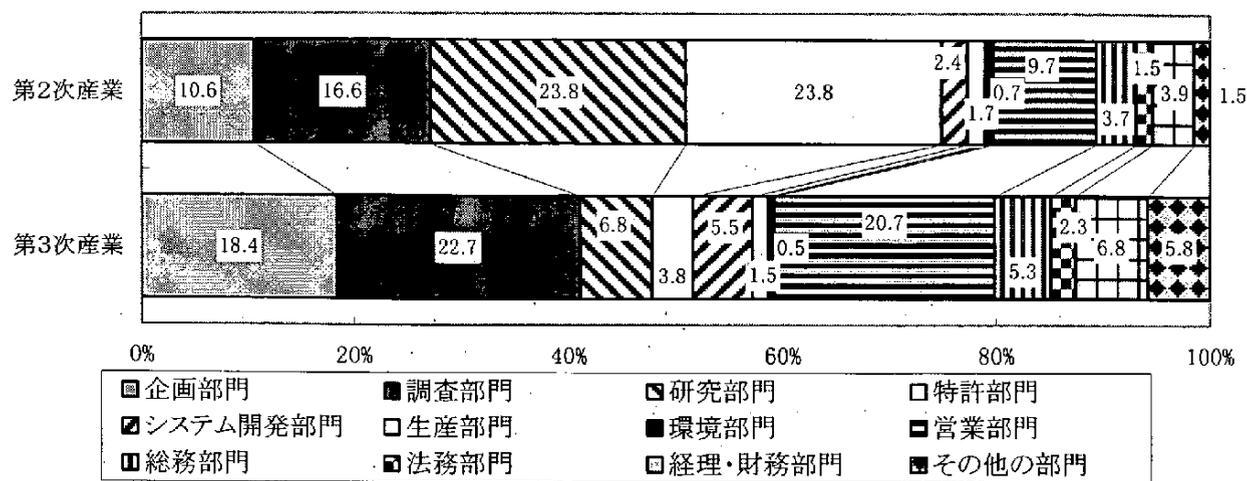
門」の利用率は、それぞれ0.5%、1.7%と最も低い結果に終わっている。

第2次産業では前々回調査の30.5%から前回調査の23.3%と大きく後退した「研究部門」と前回調査でも上昇している「特許部門」が同率(23.8%)でトップに並び、「調査」「企画」部門が続いている(図表2-11)。また個々の業種のうち「石油・化学工業」における「研究部門」の利用率は27.5%と第2次産業の中でも最も高い。反対に第3次産業は「調査部門」(22.7%)と「営業部門」(20.7%)での利用率が高く、「企画部門」も第2次産業の2倍近い利用率(18.4%)を示し、第3位に上がっている。業種別にみると、第3次産業のうち「調査部門」では「新聞・出版業」の32.5%がトップで、「営業部門」の利用が高い業種は、回答の少ない「放送・通信業」を除き「商業」の32.6%がトップであり、以下、「金融・保険業」(29.2%)、「情報処理・情報提供業」(20.5%)と続いている。

業 種	回答 件数	利 用 部 門 (社数比:%)											
		企画	調査	研究	特許	システム 開発	生産	環境	営業	総務	法務	経理・ 財務	その他
建設業	26	12.5	11.1	18.1	12.5	2.8	2.8	1.4	22.2	8.3	1.4	4.2	2.8
石油・化学工業	59	7.6	22.2	27.5	26.9	0.0	1.8	0.6	7.6	1.2	1.2	1.2	2.3
鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	12	13.8	17.2	13.8	24.1	3.4	3.4	3.4	6.9	6.9	3.4	3.4	0.0
機械器具製造業	45	13.6	15.2	21.2	24.2	4.5	2.3	0.8	6.1	3.8	0.8	7.6	0.0
その他製造業	47	9.8	13.5	27.1	25.6	3.0	0.0	0.0	9.8	3.8	2.3	3.8	1.5
商業	18	13.0	13.0	4.3	4.3	6.5	0.0	0.0	32.6	8.7	2.2	13.0	2.2
金融・保険業	20	22.9	18.8	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	29.2	4.2	0.0	14.6	8.3
情報処理・情報提供業	60	14.7	24.4	7.7	2.6	8.3	1.9	1.3	20.5	8.3	2.6	4.5	3.2
新聞・出版業	16	22.5	32.5	0.0	0.0	5.0	5.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	20.0
放送・通信業	3	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	28.6
その他対事業所サービス	37	22.0	24.0	12.0	9.0	4.0	1.0	0.0	12.0	2.0	4.0	7.0	3.0
公共サービス	93	8.5	25.9	28.4	5.5	1.5	2.0	0.0	5.0	3.5	0.5	2.0	17.4
その他	10	13.3	23.3	16.7	13.3	3.3	3.3	0.0	6.7	3.3	6.7	3.3	6.7
合 計	446	13.0	20.4	18.6	13.6	3.3	1.7	0.5	12.5	4.2	1.7	4.5	5.8
前年度合計	412	12.7	20.8	18.4	14.0	4.0	0.9	—	13.3	3.7	—	4.6	7.7

(—)は前回不調査項目

図表2-10 業種別利用部門



図表2-11 第2次産業, 第3次産業の商用データベース利用部門構成比

2.3 利用の多い商用データベースの種類と内容

(1) 利用の多いシステムとデータベース

利用金額の多いサービス・システムとよく利用するデータベースについて上位5位までを選択したランキングは図表2-12、図表2-13のとおりである。

サービスシステムで最も利用されているのは、「日経テレコン」で、次いで「JOIS」「PATOLIS」「DIALOG」「COSMOS」となっており、前回調査と比べ前回5位の「@nifty」は7位に下がり、「COSMOS」が前回の6位から1つ順位を上げている。そのほか6位～15位で順位の変動があったのは、「G-Search」(前回7位→今回6位)、「NACSIS-IR」(同12位→11位)、「QUICK」(同16位以下→13位)であるが、「QUICK」が大きく躍進した以外は、10位の「ELNET」以下の回答率が一けた台で、全体としては前回までの傾向を引き継いで大きな変化はなかった。図表2-12 以外に挙げられたものとしては、「BRANDY」「MAIN」「ロイター・ビジネス・ブリーフィング」「JACICNET」「DOW JONES INTERACTIVE」などが続いている。

順位	サービスシステム名	回答件数	回答率(%)
1	日経テレコン	223	51.3
2	JOIS	191	43.9
3	PATOLIS	153	35.2
4	DIALOG	126	29.0
5	COSMOS	102	23.4
6	G-Search	91	20.9
7	@nifty	88	20.2
8	STN International	86	19.8
9	TSR	54	12.4
10	ELNET	32	7.4
10	NICHIGAI-ASSIST	32	7.4
12	NACSIS-IR	29	6.7
13	QUICK	21	4.8
14	BIGLOBE	17	3.9
15	NEEDS	17	3.9
:	:	:	:
:	:	:	:

図表2-12 回答件数順に見た利用金額の多いシステム(N=435:複数回答)

これを企業規模別に見てみると、大企業においては上位5位までは全体の利用順位と同じであった。しかし、中小企業では1位が「JOIS」、以下「日経テレコン」「PATOLIS」「DIALOG」「COSMOS」となっており、「日経テレコン」の順位が2位に下がっている。また、公共サービスでは、上から「日経テレコン」「JOIS」

「NACISIS-IR」「DIALOG」「G-Search」の順となっており、全体の利用順位で12位の「NACISIS-IR」が上位にランクされているのが特徴的である。

業種別では、「日経テレコン」はほぼ全業種にわたって満遍なく利用されているが、「JOIS」「PATOLIS」「DIALOG」は第2次産業における利用率が第3次産業より圧倒的に高く、「COSMOS」「@nifty」は逆に第3次産業の方が高い。なお、「その他」での記述があったデータベース・サービスシステム名では「Bloomberg」「ProQuest」「InfoStream」「DNA」「SCISearch」「DRUG」「NRI サイバーパテントデスク」などが複数件挙げられている。

利用頻度の高いデータベース（ファイル）の1位は「COSMOS2」「JICST 科学技術文献ファイル」「日経新聞記事データベース」、以下「特許・実用新案ファイル」「TSR」とランクされている。前回調査の順位と比べると、「COSMOS2」（前回3位→今回1位）、「JICST 科学技術文献ファイル」（同2位→2位）、「日経新聞記事データベース」（同1位→3位）、「特許・実用新案ファイル」（同4位→4位）、と1位と3位の順位が入れ替わっており、前回調査で伸びた「COSMOS2」が躍進してきている。

今回15位までに入ったデータベースの内容を見てみると、企業・財務情報や新聞記事など経済関係のデータベースが多く占められており、また特許、商標に関するものやこれに近い化学、医薬関係のデータベースも多く挙げられているのが分かる。図表2-13以外に挙げられたものとしては、「INPADOC」「毎日新聞記事データベース」「BIOSIS」「QUICK-IS」「読売新聞記事データベース」などが続いている。

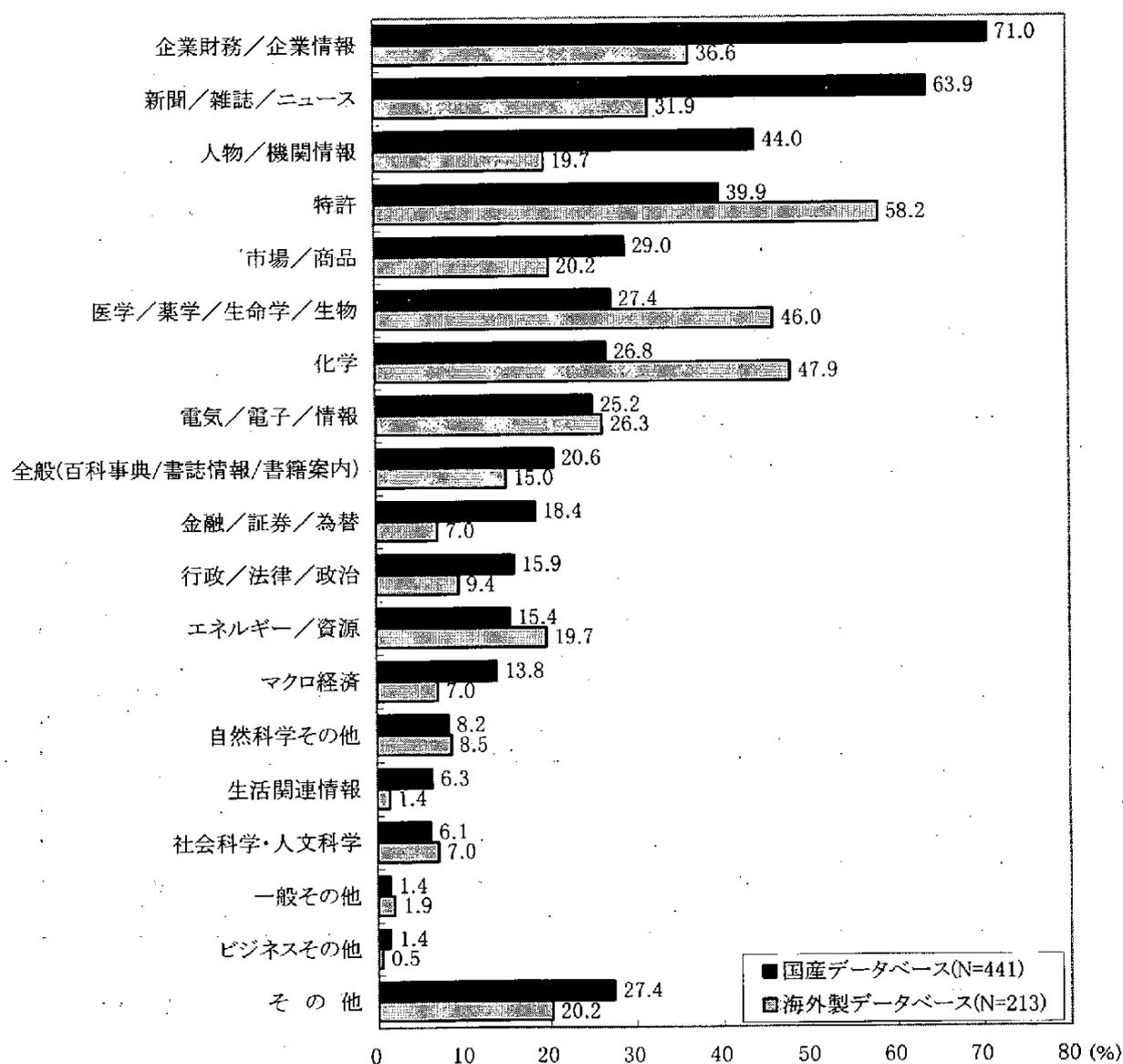
順位	データベース名	回答 件数	回答率 (%)
1	COSMOS2(帝国データバンク企業情報)	181	42.4
2	JICST 科学技術文献ファイル	172	40.3
3	日経新聞記事データベース	158	37.0
4	特許・実用新案ファイル	141	33.0
5	TSR(東京商工リサーチ企業情報)	127	29.7
6	CA	65	15.2
7	WPI	64	15.0
8	MEDLINE	41	9.6
9	朝日新聞記事データベース	36	8.4
10	日経-WHO'S WHO	33	7.7
11	REGISTRY	30	7.0
11	WHO	30	7.0
11	商標ファイル	30	7.0
14	JICST 医中誌国内医学文献ファイル	26	6.1
14	日経財務データ	26	6.1
:	:	:	:
:	:	:	:

図表2-13 利用回数の多いデータベース(N=427:複数回答)

規模別にみても、データベース利用順位は中小企業、大企業共 5 位までは全体の順位と同じであるが、教育、研究など公的機関が多い公共サービスでは「JICST 科学技術文献ファイル」が 1 位で、続いて「日経新聞記事データベース」「TSR」「COSMOS2」の順である。

(2) よく利用するデータベースの分野

次に、ユーザーがよく利用するデータベースの対象分野についてみる(図表 2-14)。



図表2-14 よく利用するデータベースの分野(複数回答)

国産データベースについては、「企業財務/企業情報」の71.0%が前回調査に続きトップ、次いで、「新聞/雑誌/ニュース」の63.9%、「人物/機関情報」の44.0%、「特許」の39.9%と続き、この上位4種の対象分野は前回調査と同じ順位であり、回答率の変動も大きくなく-1.7~0.8ポイントほどの範囲に止まっている。

一方、海外製データベースについては、「特許」の58.2%（前回調査1位）、「化学」の47.9%（同3位）、「医学/薬学/生命学/生物」の46.0%（同2位）、「企業財務/企業情報」の36.6%（同4位）、「新聞/雑誌/ニュース」の31.9%（同5位）、と続き、海外製データベースの比率が年々落ちてきていることも影響してか、回答率は日本製データベースのものに比べてやや大きく変動しており、特に「新聞/雑誌/ニュース」は前回調査より8.9ポイントダウンしている。また前回調査よりプラスの幅が大きかったものでは、「特許」の5.7ポイント増が最高であった。

図表2-14に示すように、利用率が高い項目ほど国産、海外製の利用率の格差が顕著になっている傾向が見てとれる。「企業財務/企業情報」「新聞/雑誌/ニュース」「人物/機関情報」などは利用者ニーズからして国産が重用され、「特許」や「化学」「医学/薬学/生命学/生物」などの自然科学系のデータベースでは海外製が優位である。企業あるいは公的な研究機関にとっては、海外からのこの種の研究情報の入手は必要不可欠であり、また海外製のデータベースの内容が充実していることもあり、例年この傾向は顕著である。

(3) 利用しているデータのタイプ

ユーザーが現在利用しているデータのタイプ、今後利用を増やしたいデータのタイプについて、オンライン/オフライン別に集計した。

	現在利用している				今後利用したい・利用を増やしたい			
	オンライン (N=415)		オフライン (CD-ROMなど) (N=223)		オンライン (N=299)		オフライン (CD-ROMなど) (N=111)	
	回答件数	割合(%)	回答件数	割合(%)	回答件数	割合(%)	回答件数	割合(%)
テキスト	408	98.3	194	87.0	198	66.2	79	71.2
数値データ	215	51.8	106	47.5	164	54.8	61	55.0
画像(動画含む)	97	23.4	69	30.9	162	54.2	51	45.9
マルチメディア	16	3.9	14	6.3	87	29.1	30	27.0
その他	5	1.2	6	2.7	6	2.0	3	2.7

図表2-15 現在利用している/今後利用を増やしたいデータのタイプ(複数回答)

図表2-15に示すとおり、現在利用しているデータのタイプはオンライン、オフライン共「テキスト」「数値データ」「画像」「マルチメディア」の順となってお

り、前回調査と同じである。前回調査に比べオンライン利用では「テキスト」のみ利用率が伸びているが、わずか 0.9 ポイント増加しただけで、「数値データ」「画像」「マルチメディア」の減少も 1 ポイントに満たないほどで前回とほとんど同じとみてよい。これに反してオフライン利用では「テキスト」「数値データ」の前回調査と比べた伸びが大きく、それぞれ 3.2、8.6 ポイント増加している。オフラインの利用率がオンラインの利用率に比べて高い「画像データ」は回線容量の問題もあり、前回調査と同様に 7 ポイント以上の差がでている。

今後利用したい、あるいは利用を増やしたいとする回答では、オンライン、オフライン共「テキスト」「数値データ」「画像」「マルチメディア」の順で、前回調査で 2 位と期待感の高かった「画像」が 3 位に下がっており、「画像」の利用意向はオンラインでの利用が 5 割以上あるものの、その利用に対する方向が定まっていないうように見える。「マルチメディア」のオンラインの現状では利用率が若干減少してはいるが、利用への期待感は「画像」と同様に潜在して高いと思われる。

(4) 利用を望んでいるデータのタイプ別具体例

今後利用したいデータのタイプ別にその具体例を記述してもらった（図表 2-16）。

テキストデータとしては、「官報、発表資料、案内」が最も多く、以下、「政府(自治体等を含む)の統計、報告書、判例、法令」、企業業界団体等の「企業情報、発表資料、製品案内」「統計、報告書、論文」「新聞、雑誌、書籍、事典類」などが挙げられている。数値データとしては、「政府の統計、報告書、判例、法令」が最も多く、次いで「企業の統計、報告書、論文」「企業情報、発表資料、製品案内」「官報、発表資料、案内」「経済、市場、市況」「物質・物性データ」などが挙げられた。テキストおよび数値データでは、やはり公的データへのニーズが高いことが分かる。

一方、画像データとしては、「TV、映画、コンピューター、娯楽、広告」が最も多く、個人向けのコンテンツの需要が台頭してきていると見られる。次いで「新聞、雑誌、書籍、事典類」「ヘルプ情報等その他」「特許、商標、規格」が挙げられ、これらは政府・自治体や企業・業界団体の発する情報以外の範ちゅうに属しているものも多く、前回調査の結果と大きく異なっている。マルチメディアデータとしては全体で 15 種のコンテンツの具体的記述があり、「TV、映画、コンピューター、娯楽、広告」「新聞、雑誌、書籍、事典類」が 3 件ずつ挙がっており、やはり個人向けのコンテンツの色彩が強いと考えられる。

(複数回答 N=134, 数値は回答社数)

		文字データ (テキスト)	数値データ	画像(動画を含む)	マルチメディア	合計
立政府、 機関、 自治体、 国	統計, 報告書, 判例, 法令	20	47	2	1	70
	官報, 発表資料, 案内	22	11		1	34
	技術・研究データ	5	2	1	1	9
	その他	2	1			3
	小計	49	61	3	3	116
企業、 業界団体等	統計, 報告書, 論文	10	20	2	1	33
	企業情報, 発表資料, 製品案内	18	16	2	1	37
	経済, 市場, 市況	7	8	1	1	17
	技術・研究データ	3	1	3	1	8
	物質・物性データ	2	6	2	1	11
	小計	40	51	10	5	106
特許, 商標, 規格		9		5		14
新聞, 雑誌, 書籍, 事典類		12	2	8	3	25
地図, 地理			1	1		2
TV, 映画, 絵画, コンピューター, 娯楽, 広告		4	1	9	3	17
ヘルプ情報等 その他		9	4	7	1	21
合計		123	120	43	15	301

図表2-16 データのタイプ別, 利用を望んでいるデータベースのコンテンツ

(5) 公的データの利用について

公的データ(行政機関などの公的機関が作成, 公表しているデータ)を扱うデータベースの利用について調査した。図表2-17に示す通り, 「利用している」企業は340社で, 商用データベースを使用している企業(457社)の74.4%に上っており, 前回調査(67.3%)に比べ7.1ポイント増と利用が着実に拡大している。データの種類は大別して「文字データ(テキスト)」と「数値データ」とに分けられるが, 「利用している」, あるいは「今後利用したい」共に「文字データ」の回答が高い。

現在利用している公的データのうち, 「テキスト」の中では, 「特許情報」の63.5%が群を抜いている。特に第2次産業の利用率88.2%が全体をけん引しているが, 第3次産業においても特許情報の利用は45.5%と文字データの中では「政府白書, 委員会, 審議会資料」に次いで高い利用を示している。「数値データ」の中では, 「企業関連」データの利用率が45.9%と最も高い。表に掲げていない詳細

な分析によると、逆に第3次産業の利用率（60.4%）が第2次産業（40.4%）を圧倒的に引き離している。なお今回調査では新たに文字データのグループに「地方公共団体資料」を追加し、従来の「政府白書関係」「政府委員会資料」を統合して「政府白書、委員会、審議会資料」としているため政府関係のデータの数値を比較するには注意を要する。

現在公的データを利用していないが、今後は利用したいとする回答をみると、前回調査同様、「テキスト」では「官報」（44.7%）、「数値データ」では「企業関連」（43.8%）がトップであった。また「テキスト」で新設した「地方公共団体資料」は「官報」に次いで2位にランクされているのが注目される。

現在利用している「テキスト」でトップの「特許情報」は24.7%と「その他」を除く全項目中で今後の利用意向が最も低くなっているため、現在での利用が飽和状態を示していると思われる。

	利用している(N=340)		今後利用したい(N=235)		
	回答件数	割合(%)	回答件数	割合(%)	
文字データ (テキスト)	政府白書、委員会、審議会資料	152	44.7	83	35.3
	政府記者発表資料	91	26.8	67	28.5
	官報	126	37.1	105	44.7
	判例集など	78	22.9	91	38.7
	都市計画データ(地図情報含む)	21	6.2	79	33.6
	特許情報	216	63.5	58	24.7
	地方公共団体資料	57	16.8	93	39.6
	その他	5	1.5	7	3.0
	合計	313	92.1	211	89.8
数値データ	人口・雇用・労働	102	30.0	71	30.2
	国民経済・景気・金融	104	30.6	81	34.5
	国際収支・貿易	55	16.2	71	30.2
	産業一般	126	37.1	95	40.4
	企業関連	156	45.9	103	43.8
	その他	3	0.9	8	3.4
	合計	216	63.5	165	70.2

図表2-17 公的データを扱うデータベースの利用(複数回答)

2.4 データベースの利用形態

データベースの利用形態を以下の4種に区分し、利用金額をベースとした利用率を調査した。

- ①インターネットによるものを除く、オンライン・データベース・サービスの利用
- ②インターネットによるデータベースの利用
- ③CD-ROM, DVDによるオフライン・サービスの利用
- ④その他のオフライン・サービスの利用

図表2-18に示す通り、1999年の実績は①の海外製データベース利用が高く、逆に②では国産データベース利用が高くなっている。1998年との比較では、①が国産、海外製共減少し、②の「インターネット」での利用が急激に伸びており、さらに2000年の利用予定でもこの傾向が続き、特に国産ではその比率がほとんど並ぶほどに接近していくものと見られる。

オフライン・データベースの実績については、1999年より③の国産のものが伸びているが今回より「DVD」も対象に加えたので、この分の増加が若干影響を及ぼしたのではないかと思われる。また2000年の見通しでは③は横ばい状態であるとみられ、④のオフライン(その他)については、前回調査より減少し、将来においても漸減する傾向が見てとれる。

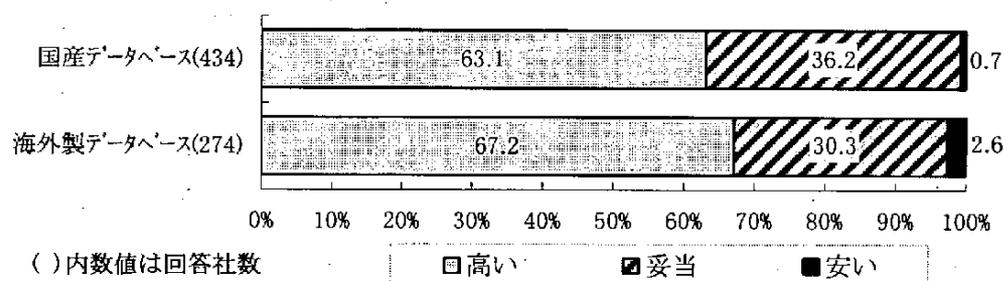
	1998年実績(%)		1999年実績(%)		2000年予定(%)	
	国産 (N=355)	海外製 (N=159)	国産 (N=364)	海外製 (N=175)	国産 (N=360)	海外製 (N=174)
①商用オンライン (インターネットによるものを除く)	59.8	65.8	45.5	57.0	41.9	53.3
②インターネットによる 商用オンライン	26.2	20.2	37.0	28.3	41.4	32.9
③商用オフライン: CD-ROM, DVD	9.2	12.7	12.8	12.8	12.9	12.2
④商用オフライン: その他	4.9	1.4	4.7	1.9	3.7	1.6

図表2-18 商用データベース利用形態の割合平均

2.5 料金問題と利用上の問題点

(1) 料金問題

商用データベース全体の利用料金についての感想は、国産データベースについて「高い」と回答した企業が63.1%、「妥当」と回答した企業が36.2%、「安い」と回答した企業が0.7%という結果になった。これに対し海外製データベースについては、「高い」「妥当」「安い」がそれぞれ67.2%、30.3%、2.6%と「高い」と「安い」が国産のものよりやや多く出ている(図表2-19)。



図表2-19 商用データベース利用料金に対する全般的な感想

図表2-20によりデータベースの項目分野別にみても、利用料金が「高い」と感じられているものは、国産データベースでは「企業財務/企業情報」(72.5%)、「人物/機関情報」(61.0%)、「特許」(59.1%)、「市場、商品」(58.8%)、「医学/薬学/生命学/生物」(57.6%)、海外データベースでは「企業財務/企業情報」(65.3%)、「特許」(65.0%)、「化学」(60.9%)、「市場、商品」(54.5%)の順であった。カテゴリー分類でみると、国産データベースでは「ビジネス」(55.5%)が「自然科学」(52.5%)よりも「高い」と感じられており、海外製データベースでは「自然科学」(54.9%)と「ビジネス」(54.6%)の差はほとんどなく、前回調査で1位、2位にあった「特許」「化学」を国産データベースと同じく、「企業財務/企業情報」が抜いてトップになっていることから、「ビジネス」情報に関しても次第に海外まで範囲を広げて収集するユーザーが多くなってきているのであろう。

さらに料金について「高い」と「安い」と感じたユーザーの割合の差をみると、国産データベース、海外製データベース共上位の分野では、ほぼ「高い」割合の大きい順に「高い」-「安い」の差も並んでいる。したがってユーザーの利用料金に対する感じ方はおおむね一致していると見てよい。

次にユーザーにとって情報利用料金の望ましい課金体系(支払い方法)を図表2-21で見ると、全体では「従量制」が最も支持を得ており、特に大口ユーザーが多いと見られる大企業の回答がほかのグループを抑えている。また大企業は当然のことながら、「大口利用者割引」にも多く回答を寄せている。

順位	対象分野	データベース利用料金を高いと感じているユーザー				「高い」-「安い」のポイント差	
		国産データベース		海外製データベース		国産	海外製
		回答社数	割合(%)	回答社数	割合(%)	データベース	データベース
1	企業財務/企業情報	227	72.5	77	65.3	70.9	60.2
2	人物/機関情報	133	61.0	45	47.9	57.8	40.5
3	特許	136	59.1	102	65.0	56.5	59.9
4	市場/商品	94	58.8	48	54.5	56.3	47.7
5	医学/薬学/生命学/生物	91	57.6	63	50.0	53.8	37.3
6	化学	83	51.2	81	60.9	48.7	55.6
7	マクロ経済	61	48.4	25	42.4	42.8	32.2
8	電気/電子/情報	64	48.1	44	50.6	45.8	43.7
9	金融/証券/為替	61	46.9	26	43.3	42.3	31.6
10	社会科学・人文科学	36	46.2	23	47.9	43.6	35.4
11	エネルギー/資源	54	45.8	34	42.5	42.4	32.5
12	新聞/雑誌/ニュース	121	42.6	42	38.2	37.3	30.9
13	生活関連情報	45	42.5	17	27.9	35.9	9.9
14	行政/法律/政治	55	40.7	22	29.7	36.3	16.2
15	全般(百科事典/書誌情報/書籍案内)	66	38.2	25	32.9	29.0	18.4

図表2-20 データベース対象分野別利用料金に対する感想

「定額制」を望む回答は、公共サービスが最も多く、予算等の制約上この体系が支持されるのも容易に推測でき、全体系の中で最高の回答率を示している。中小企業については大企業と同じく「従量制」が最も高く、次いで「定額制」の順であるが、「使っただけ」という料金体系が一番納得のいく方法であると見ているようだ。

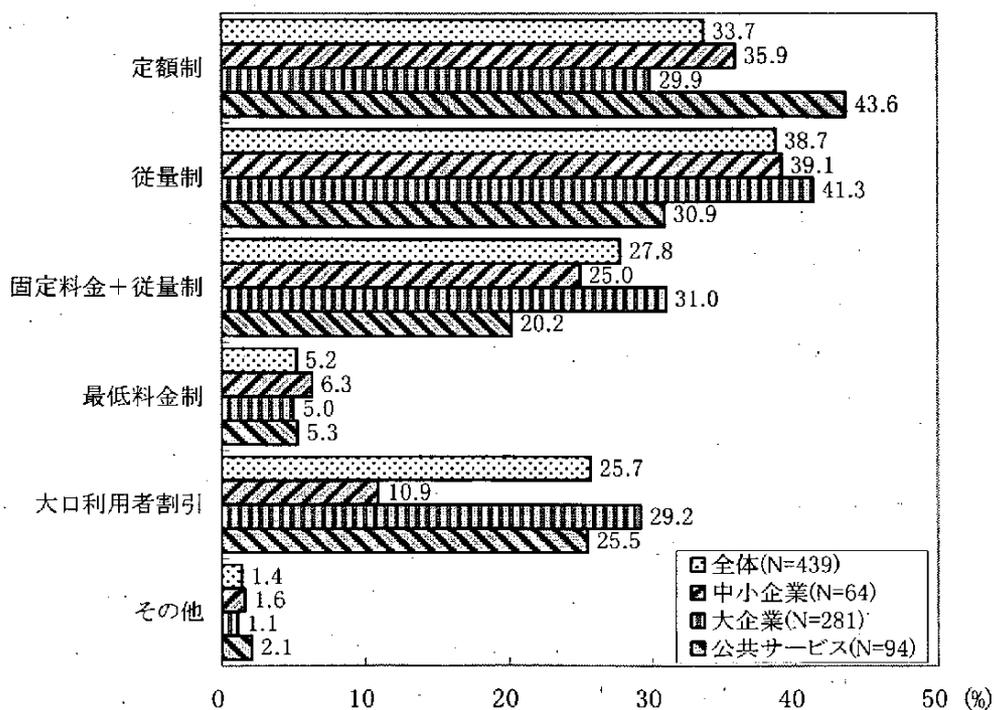
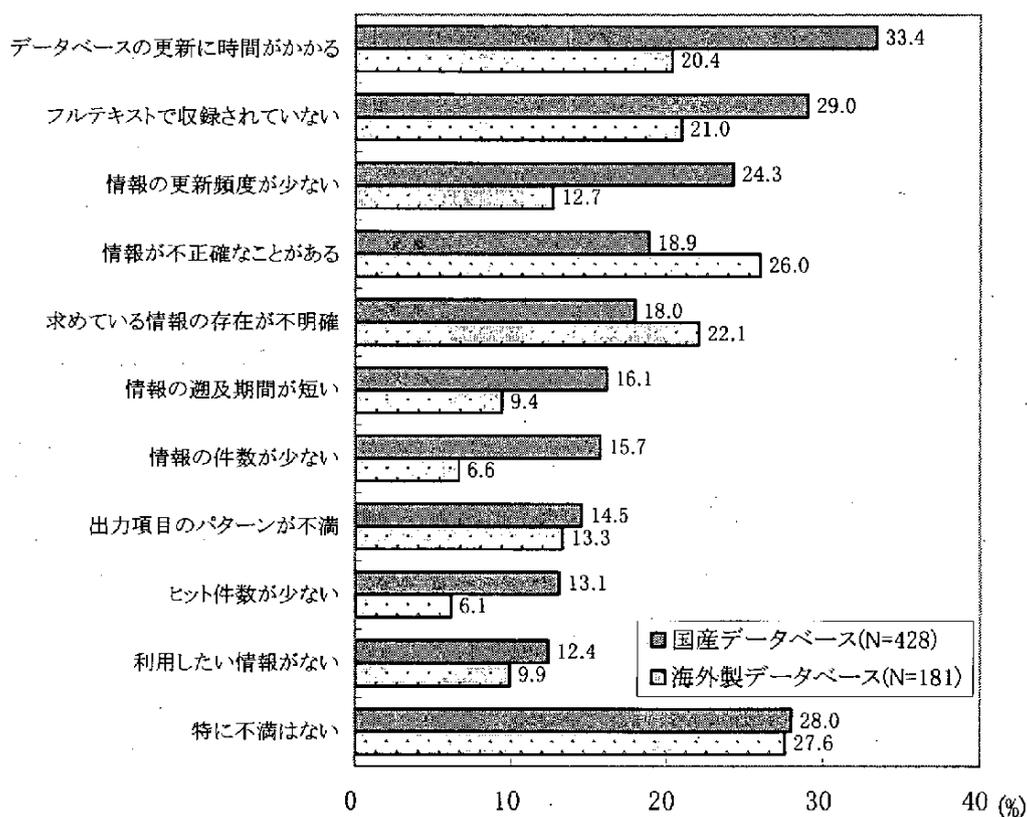


図2-21 望ましい情報利用料金の課金体系

(2) 収録情報に対する感想

データベースに収録されている情報に対する感想についてみると、国産データベースでは「データベースの更新に時間がかかる」「フルテキストで収録されていない」「情報の更新頻度が少ない」が上位に挙げられており、ユーザー側では常に最新情報の入手や詳しい内容の情報に対するニーズが最も高いことがわかる(図表2-22)。逆に海外製データベースにおいてはこれらの項目が筆頭には挙げられていないことを考えると、国産データベースの場合、情報の鮮度にまだ問題が残っているようだ。



図表2-22 収録情報に対する感想(複数回答)

海外製データベースでは、前回調査と同じく「特に不満はない」とする回答が27.6%とトップであるが、前回の38.5%より約10ポイント減少し逆に国産データベースが前回調査の22.1%から5.9ポイントアップし、今回はわずかながら国産データベースに対する不満がないとする回答率が上回っていることは、データベースの内容や質の面において海外製データベースに迫ってきていると思われる。しかしながら海外製データベースの利用者、及び利用情報もある程度固定化され、「平成11年度データベース台帳総覧」を見ると、海外製データベースの登録数も減少していることから利用自体が少なくなってきたのではないかと考えられるので、今回

調査の結果からだけでは断定できない。海外製データベースでは、順に「情報が不正確なことがある」(26.0%)、「求めている情報の存在が不明確」(22.1%)、「フルテキストで収録されていない」(21.0%)、が続き、海外情報に対するユーザーニーズは、まずは情報の正確さと所在の明確化にあるといえ、国産のデータベースより問題が多いとみられる。これに対して国産データベースと海外製データベースの回答率の差が顕著で、国産データベースに問題がある項目は図表2-22の上位3項目及び「情報の件数が少ない」と「ヒット件数が少ない」の項目である。

(3) コマンド、機能・操作性に関する問題点

商用データベース・サービスのコマンドあるいは機能・操作性に関する問題点について調査した。図表2-23に示す通り、前回調査同様、「コマンドが不統一なので使いにくい」がトップで他の項目を大きく引き離している。次いで、「統一シソーラスが欲しい」「通信速度が遅い(検索結果の送信時などに時間がかかる)」「キーワードが不足している」「検索速度が遅い」「あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい」と続いている。

問 題 点	第2次産業 ユーザー平均 (N=155) (%)	第3次産業 ユーザー平均 (N=119) (%)	全体(N=358)		前回調査 全体 (N=337) (%)
			(%)	前回比 (ポイント)	
コマンドが不統一なので使いにくい	54.2	45.4	51.4	-3.5	54.9
統一シソーラスが欲しい	39.4	16.0	27.4	1.6	25.8
通信速度が遅い(検索結果の送信時などに時間がかかる)	23.9	25.2	24.3	0.6	23.7
キーワードが不足している	17.4	27.7	22.3	1.5	20.8
検索速度が遅い(検索している時間がかかりすぎる)	25.8	20.2	22.1	-4.3	26.4
あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい	22.6	23.5	20.4	-1.0	21.4
自然語(フリーターム)を検索言語として使いたい	23.9	16.0	19.6	0.6	19.0
全文検索の機能がない	23.9	17.6	19.3	1.8	17.5
1次情報の入手が困難	18.7	17.6	17.6	6.6	11.0
ダウンロードができない	18.1	20.2	17.3	-0.2	17.5
接続手順が煩わしい	13.5	16.0	15.6	-1.9	17.5
複数ファイルの横断検索ができない	14.2	14.3	15.1	0.9	14.2
図面や商標の表示ができない	11.6	9.2	11.2	-3.6	14.8
ゲートウェイ機能が欲しい	11.0	7.6	10.9	-1.9	12.8
Webでの検索システムがない	11.0	9.2	10.9	2.0	8.9
検索結果のメール配信ができない	10.3	10.1	10.3	0.5	9.8
特定キーワードのファイル別、もしくはデータベース別の出現頻度が参照できる機能が欲しい	10.3	9.2	8.7	-2.0	10.7
HTML形式での出力ができない	4.5	6.7	5.0	0.0	5.0
ドメインアクセスの機能がない	0.6	0.8	1.4	0.5	0.9
PDFファイル化されていない	15.5	7.6	11.7		
アブストラクト(抄録)が表示できない	3.9	4.2	4.2		
その他	3.2	0.8	2.0	-1.9	3.9

図表2-23 商用データベースのコマンドまたは機能・操作性に関する指摘

「コマンドの不統一」は、データベースごとに各々のコマンドを入力しなければならないことからユーザーはかなり煩わしさを感じており、毎回問題点の筆頭に挙げられているが、前回調査より下がった項目の中では3番目であり、徐々に改善されてきつつあるとも見られる。また前回より追加された、主にインターネット検索に関連した問題点のうち「全文検索の機能がない」は、今回も回答率が高く22項目中8番目に挙げられている。

前回調査との比較で、「検索速度が遅い」の不満は、最も回答率が大きく下がった項目で、システムの性能アップなどにより解消の方向に向かっていると見られるが、「通信速度が遅い」点が前回調査と比べほぼ同率であったことから見ればデータベース検索の外的な環境がまだまだ十分に整っていないとも考えられ、今回の結果からだけで判断することは難しい。

第2次産業と第3次産業で極端に回答率に差があった項目は、「統一シソーラスが欲しい」と「キーワードが不足している」で前者は第2次産業が、後者は第3次産業が多く回答している。

その他の回答には、「テキストでの高速検索機能も欲しい」「類似語を含んだピックアップ機能」「検索が長時間にわたる時の残り時間の表示」「ガイドが充実していない」「設定がややこしい」などが挙げられている。

2.6 データベースの利用者

ここでは、社内でのデータベースの利用方法についての調査結果をみている。図表2-24に示す通り、「情報を必要とする人が自分で検索する」という回答が最も多く72.5%、次いで「データベース検索担当部門に依頼する」が31.0%、「専門的な検索のみ社内のサーチャーに依頼」が22.0%と続いている。「情報を必要とする人が自分で検索する」という回答率は年々上昇する傾向にあり、ネットワーク化によるアクセスポイントの増加、個人の検索技術やシステム操作性の向上などの要因が多分に寄与していると思われる。また「外部の代行業者に依頼する」は5.1%と最も低く前回調査よりも下がっている。

		情報を必要とする人が自分で検索		同じ部門内の担当者に依頼		データベース検索担当部門に依頼		専門的な検索のみ社内サーチャーに依頼		さまざまなパターンがある		外部の代行業者に依頼		その他	
		件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
規模別	中小企業 (N=61)	42	68.9	17	27.9	15	24.6	7	11.5	7	11.5	0	0.0	2	3.3
	大企業 (N=292)	205	70.2	53	18.2	97	33.2	82	28.1	53	18.2	21	7.2	1	0.3
	公共サービス (N=98)	80	81.6	15	15.3	28	28.6	10	10.2	9	9.2	2	2.0	1	1.0
業種別	第2次産業 (N=188)	114	60.6	44	23.4	69	36.7	71	37.8	39	20.7	14	7.4	0	0.0
	第3次産業 (N=155)	125	80.6	20	12.9	38	24.5	17	11.0	19	12.3	6	3.9	3	1.9
合計 (N=451)		327	72.5	85	18.8	140	31.0	99	22.0	69	15.3	23	5.1	4	0.9
前回調査 合計 (N=417)		286	68.6	73	17.5	143	34.3	85	20.4	47	11.3	29	7.0	7	1.7

図表2-24 社内でのデータベースの利用方法(複数回答)

企業規模別にみると、大企業は中小企業に比べ「データベース検索担当部に依頼」「専門的な検索のみ依頼」の回答率が高く、専門の部署に余裕を持ってサーチャーを抱えている企業が多いと見られる大企業の有利さが表れている。「同部門の担当者に依頼」については前回調査では大企業が高かったが、今回は中小企業の方がかなり大企業との差を広げて高くなっていることは特異な傾向である。

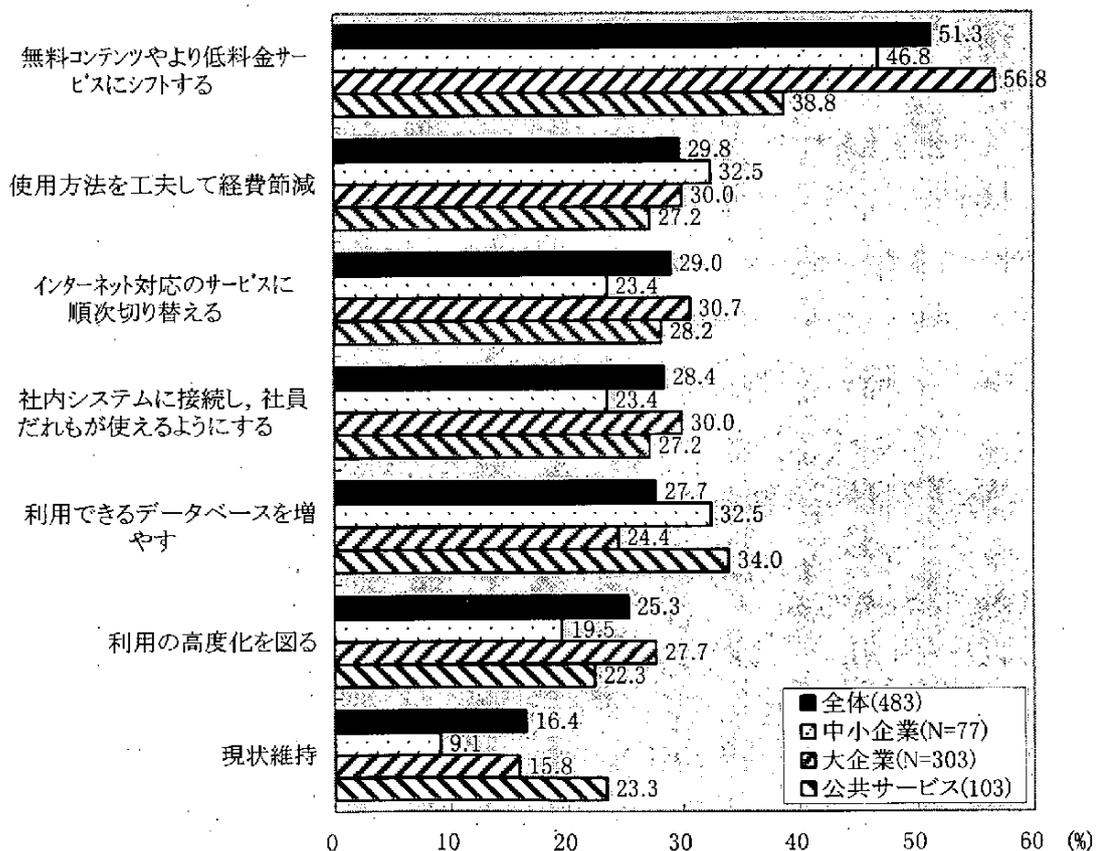
業種別にみると、第3次産業においては「自分で検索する」と「データベース検索担当部門に依頼」との回答率の差が著しく開いているのに比べて、第2次産業の場合では、回答率の差はかなり近づいているのが特徴的である。

2.7 今後の利用予定

(1) 今後の利用の方向

商用データベースの利用方法について今後どのような方向に進めたいかという調査をした。その結果、大企業、中小企業共に「無料コンテンツやより低料金のサービスにシフトする」が前々回、前回調査に引き続いてトップであったが、中小企業では、46.8%と前回調査より13ポイント近く下げられており、代わって「利用できるデータベースを増やす」(32.5%, 前回18.2%)積極策に転じているようにも見える。全体では前者がなお5割近くの回答率をあげているので、企業においてはコスト削減の方向を指向しているのは間違いない(図表2-25)。また、「使用方法を工夫して経費節減」が次いで2位となり、あくまでもコストパフォーマンスを追求するという姿勢がうかがえる。

公共サービスにおいては、トップの「無料コンテンツやより低料金のサービスにシフトする」に次いで「利用できるデータベースを増やす」が2位に挙げられている。



図表2-25 今後進めたいデータベースの利用方法(複数回答)

全体では前回 11.7%であった「現状維持」(16.4%)が若干増加しているのは、経費節減策などデータベースの利用対策が一段落したユーザーが増えてきたためであろうか。

なお、前回より項目に加えた「インターネット対応のサービスに順次切り替える」は、全体で 29.0% (前回 28.4%) と 3 位につけ、今後も「無料コンテンツやより低料金のサービスにシフトする」と共にますます伸びることが予想される。

(2) 今後の利用可能性

現在商用データベースを利用していない企業 174 社に対して、今後の利用の可能性を調査したところ、「1年以内に利用予定」は 2.3%、「2, 3年以内に利用する可能性が高い」は 21.8%となっており、合わせると 24.1%であった。これは前回調査と比較してみると、約 12 ポイント減とかなり落ちているが、前回調査での前々回との比較では 7.9 ポイント増と上昇しており、一定していない。

(3) 今後利用したいデータベース

今後利用したいデータベースの分野について調査した。現在すでに利用している企業 381 社、現在は利用していないが利用意向のある企業 46 社に分けて示したのが図表 2-26 である。

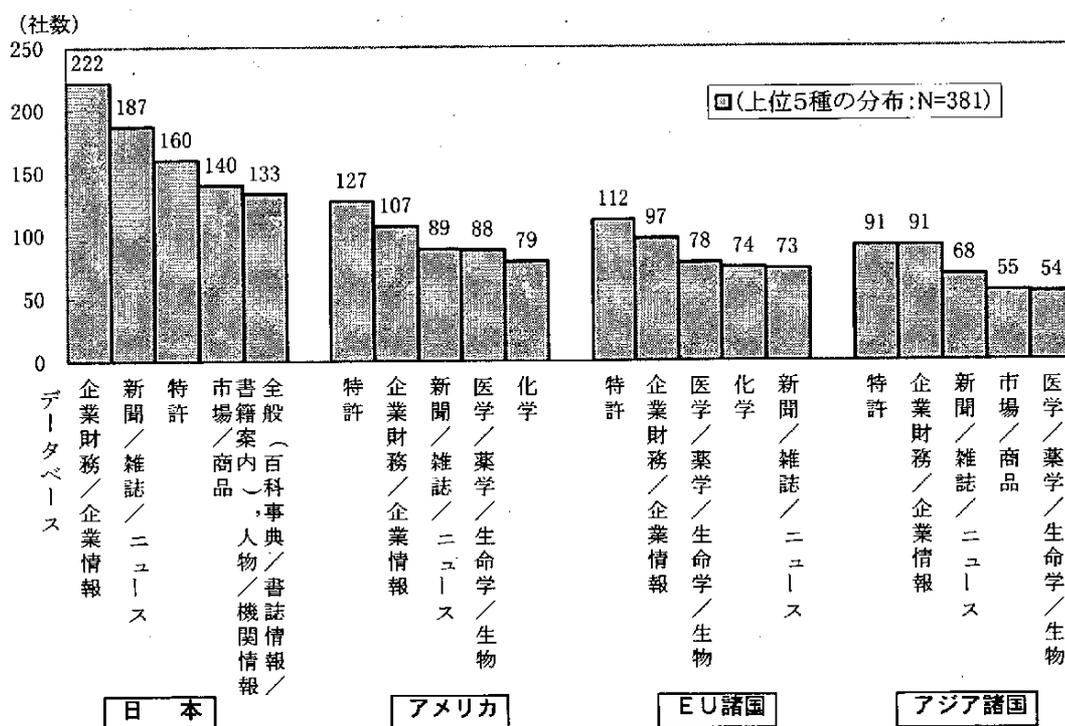
	データベースを 利用中 (%:N=381)	データベースを 今後利用したい (%:N=46)
企業財務/企業情報	66.1	56.5
新聞/雑誌/ニュース	54.1	41.3
特許	49.9	30.4
市場/商品	41.7	43.5
人物/機関情報	39.1	10.9
全般(百科事典/書誌情報/書籍案内)	35.2	39.1
行政/法律/政治	29.9	39.1
医学/薬学/生命学/生物	29.7	13.0
化学	27.8	8.7
電気/電子/情報	26.0	32.6
マクロ経済	23.1	15.2
金融/証券/為替	19.9	13.0
エネルギー/資源	18.6	15.2
生活関連情報	17.3	8.7
社会科学・人文科学	8.9	8.7

図表2-26 今後利用したい商用データベース分野(複数回答)

現在利用している企業における今後の利用ニーズのランキングは「企業財務/企業情報」の 66.1%、「新聞/雑誌/ニュース」の 54.1%、「特許」の 49.9%の順であ

る。前回調査と比較して、上位5位で変動があったのは今回4位の「市場/商品」と同5位の「人物/機関情報」が入れ替わっただけで、前々回調査では今回の順位と同じでありその差もほとんどない。「データベースを今後利用したい」グループでは、「利用中」のグループで上位を占めた「特許」「人物/機関情報」よりも「全般(百科辞典/書誌情報/書籍案内)」「行政/法律/政治」および「電気/電子/情報」が上位にランクされている。

収録情報の対象地域別(日本, アメリカ, EU諸国, アジア諸国)にみると、日本を対象としたデータベースを利用したいとする回答が全分野にわたって多く(88.5%), 次いでアメリカ地域(57.7%)のデータベースがややEU諸国(ヨーロッパ地域)(54.1%)のデータベースを上回っているという傾向にある。なお今回調査では前回までその他地域に含まれていた「アジア諸国」を独立させ、同様に今後の利用意向を聞いているが、EU諸国に次いであまり差がなく(48.3%)支持されている。利用ニーズが高い分野を図表2-27で見ると、「企業財務/企業情報」「新聞/雑誌/ニュース」「特許」が日本を対象としているデータベースの要望の高い順で、アメリカ, EU諸国, アジア諸国を対象としたものでは「特許」が最も多くなっている。総じて日本を対象としたものでは、ビジネス, 経済関係のデータベースの情報の利用ニーズが高く、アメリカ, EU諸国を対象にしたものでは「医学/薬学/生命学/生物」「化学」がベスト5に入ってきているように、自然科学系データベース利用のニーズがビジネス, 経済分野に劣らず高いことが分かる。



図表2-27 収録地域別利用希望の高いデータベース

次に、今後商用データベースの利用を予定している企業（46社）の、日本地域を対象としたデータベースについて分野別のニーズを見ると「企業財務/企業情報」の56.5%（前回調査65.5%）、「市場/商品」の43.5%（同45.5%）、「新聞/雑誌/ニュース」の41.3%（同43.6%）、「全般（百科辞典/書誌情報/書籍案内）」および「行政/法律/政治」が39.1%（同34.5%）の順となり、順位も前回調査とまったく同じであった。

また、今後どのようなデータベース・サービスが利用できればよいと考えているかについて記述してもらったところ、55社より具体的な希望・意見などが58件寄せられ、データベースの分野及びコンテンツに関するもの24件、検索手法、機能に関するもの23件、データベース・サービスの料金、課金体系等に関するもの11件であった。そのうち主なものを紹介すると、「データベースの分野及びコンテンツに関するもの」では官公庁など「公的な情報」と「特許訴訟情報」「倒産速報」「各種アンケート調査結果」など特殊な領域のデータベースがサービスされることを要望する記述が目立った。「検索手法、機能に関するもの」については、「複数のデータベース間の横断検索」を期待する声が多く、「高速検索」「検索手順の簡便化」「自然言語をもっと利用できること」「画像の検索、表示」「インターネット上で異なるデータベースを1つのユーザーインターフェースで検索できるシステム」なども複数の回答を得ている。「データベース・サービスの料金、課金体系等」に関する意見ではほとんどが利用料金に関連するもので、「出来るだけ安く」をはじめ、「検索式の長期無料保存が可能」「公設データベースの無料化」「定額で低額なドメインアクセスサービス」などが挙げられた。

2.8 CD-ROM, DVDの利用

商用データベースのオフライン利用での代表的な媒体の1つがCD-ROMである。また今回調査から、近年大容量メディアのなかでもDVDの製品が普及し始めてきたことも考慮してCD-ROMと同一グループの媒体として取り上げ、調査項目に加えている。CD-ROM、あるいはDVD化された商用データベースを利用している企業は、回答615社のうち40.8%と前回調査より3.8ポイント増加しているが、今回調査に加えたDVDの分も多少はあると見られる。

企業規模別にみると、大企業が44.1%と中小企業の24.1%を大きく上回っている。産業別の利用率では、第2次産業が46.7%と最も高く、次いで公共サービスの45.1%、第3次産業の32.9%の順となっている。また、業種別では、「石油・化学工業」の75.0%が圧倒的に高く、次いで「機械器具製造業」(46.7%)、「新聞・出版業」(45.0%)と続いている。

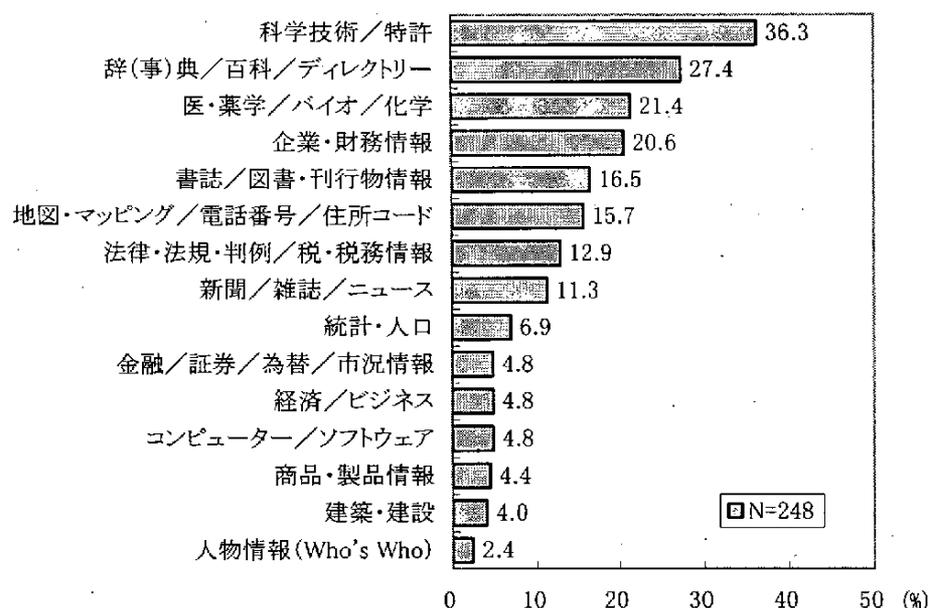
(1) 利用している情報の分野

CD-ROM, DVD化されたデータベースで利用率の高い分野を示したのが図表2-28である。最も利用率が高いのが「科学技術/特許」で、次いで「辞(事)典/百科/ディレクトリー」「医・薬学/バイオ/化学」の順となっている。図表2-29で見られるように、オンライン・サービスではそれほど利用率の高くない「辞(事)典/百科/ディレクトリー」あるいは「書誌/図書・刊行物情報」がCD-ROM, DVDにおいて多く利用されているところはCD-ROMの特質をよく表しているといえる。逆に、オンライン・サービスでの利用が高い「企業財務/企業情報」や「新聞/雑誌/ニュース」などは速報性が重視されるため、記録性に重点をおくCD-ROM, DVDでの利用はそれほど高くない。「その他」の分野では特許に関連するものが数件挙がっている。

また、利用しているCD-ROM, DVDのデータベース数(タイトル数)では、「辞(事)典/百科/ディレクトリー」が延べ227タイトル(利用企業1社当り3.4タイトル)がトップであった。次いで「医・薬学/バイオ/化学」が延べ201タイトル(同4.0タイトル)、以下「科学技術/特許」が延べ160タイトル(同1.9タイトル)、「書誌/図書・刊行物情報」が延べ108タイトル(同2.8タイトル)、「地図・マッピング/電話番号/住所コード」が延べ98タイトル(同2.6タイトル)と続いている。

1社当たりの平均利用CD-ROM, DVDタイトル数は全体で6.6で、前回調査に比べ0.9タイトル減少している。これを企業規模別にみると、中小企業の4.6タイトルに対し大企業は4.5タイトルとほとんど差がない。前回では大企業が中小企業を平均で2.0タイトル上回っていたが、今回は両者共減少しておりDVDを対象に入れたものの利用企業の割合が伸びただけでタイトル数の増加には繋がっていない。

ないようである。ただ、公共サービスでは今回調査で前回の平均 10.1 タイトルから同 12.6 タイトルとかなり増えているのが注目される。



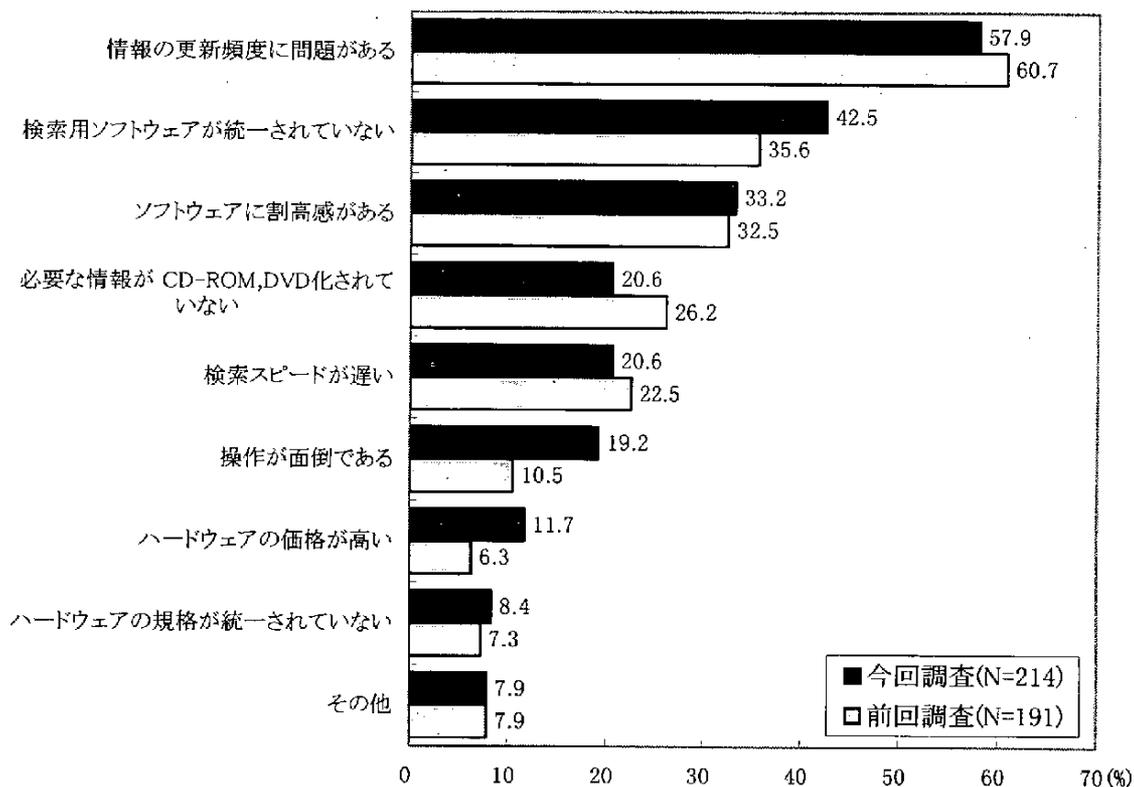
図表2-28. 現在よく利用しているCD-ROMデータベースの分野(複数回答)

(2) 利用に関して不便な点

CD-ROM,DVD を利用する際に不便だと感じる点については、「情報の更新頻度に問題がある」が 57.9%と最も多く、前回調査に比べ 2.8 ポイント減少した(図表2-29)。CD-ROM,DVD データベースには編集などの制作工程や流通工程の期間があるため更新頻度に難があるのはやむを得ない面もあるが、オンライン・サービスでの鮮度の高い情報の入手に慣れたユーザーにとってはやはり不便を感じるであろう。前回調査に比べ回答率に大きな動きがあったのが、「検索用ソフトウェアの不統一」(前回調査比 6.9 ポイント増)、「操作が面倒」(前回調査比 8.7 ポイント増)、「ハードウェアの価格が高い」(同 5.4 ポイント増)であった。「検索用ソフトウェアの不統一」には個々のマニュアルなどを参照しなければならないという欠点も含まれるとみられ、「操作が面倒」もこれに類する問題点でもであろう。「ハードウェアの価格が高い」は DVD の出現も若干影響している面もであろうが、回答数自体は少ないので今回の調査結果だけから断定するのは難しい。

その他の回答としては、「CD-ROM の数量が多く管理が困難である」「対応するサーバーの環境が CD-ROM の増加に追いつかない、容量不足」「コンテンツの質にバラツキ」「検索システム、機能の不備」「パソコンの発展により将来的にそのまま利用可能かどうか心配」「ネットワーク利用に関する規格、仕様の不統一」「ネッ

トワーク化に対する料金が割高」「知りたい分野の情報がない」などが挙げられている。



図表2-29 CD-ROM,DVDを利用して不便な点(複数回答)

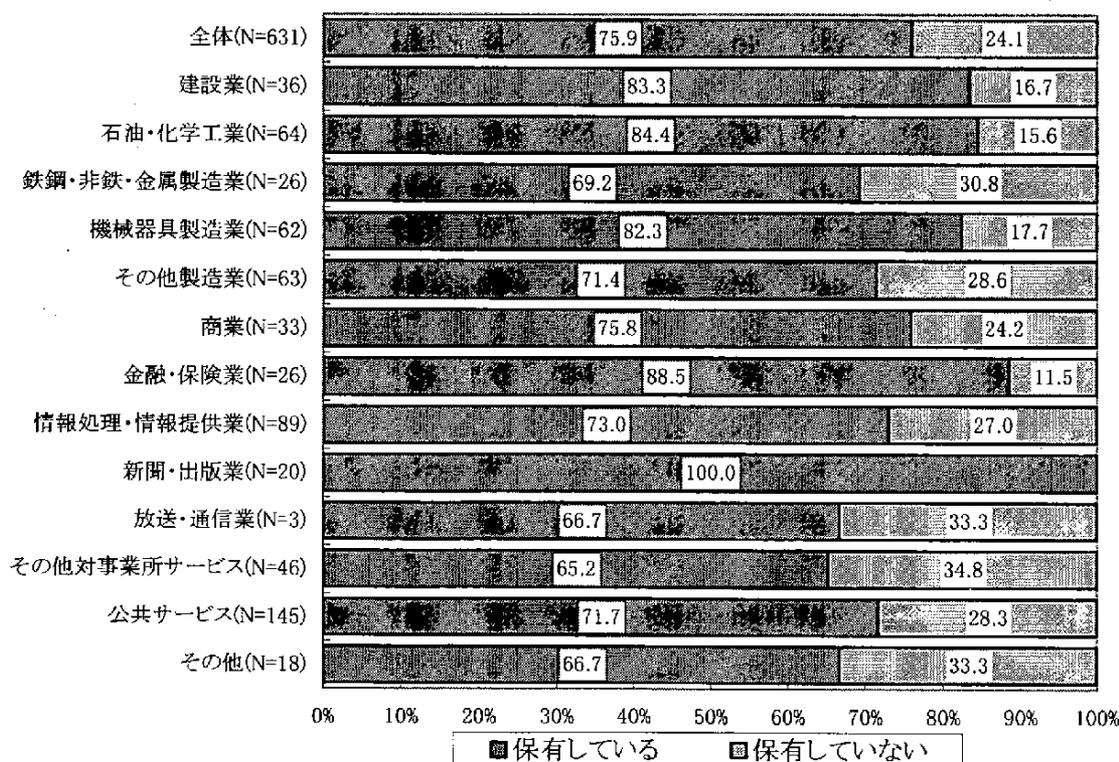
2.9 インハウス・データベース

(1) インハウス・データベースの利用状況

インハウス・データベース(企業内データベース)を「持っている」という回答は全体で631社のうち479社、75.9%であり、前回調査と比較すると7.2ポイントと大幅に増加した(図表2-30)。企業規模別では、大企業が前回調査比10.0ポイント、中小企業が同1.0ポイント、公共サービスが同4.2ポイントと中小企業がやや速度は遅いものの、いずれも伸びたことで全体としてはかなり高い伸びとなっている。イントラネットの普及が一段と進んだことが影響している。

	1999年度				2000年度			
	中小企業 (N=107)	大企業 (N=355)	公共サービス (N=126)	合計 (N=588)	中小企業 (N=109)	大企業 (N=377)	公共サービス (N=145)	合計 (N=631)
持っている	49.5	74.9	67.5	68.7	50.5	84.9	71.7	75.9
持っていない	50.5	25.1	32.5	31.3	49.5	15.1	28.3	24.1

図表 2-30 インハウス・データベースの保有状況



図表2-31 インハウス・データベースの業種別保有状況

また、業種別に見てみると、インハウス・データベースを持っている割合が高い業種は「新聞・出版業」「金融・保険業」「石油・化学工業」「建設業」「機械器具製造業」と続いている(図表2-31)。産業別では、第2次産業が78.9%と第3次産業の76.0%を上回っているが、前回調査ではその差が5.8ポイントあったものが、今回は2.9ポイントにまで縮まっている。

インハウス・データベースの適用業務を高い順に見ると、「顧客管理」の46.6%がトップ、次いで「販売(営業)管理」の41.1%、「経理・財務管理」の37.4%、「人事管理」の37.2%、と続く(図表2-32)。前回調査と比べると、「販売(営業)管理」が2.9ポイント上げ、公共サービスでの5割近い「図書・資料情報」の適用率が影響して全体で5位に上がってきているのが、注目される。

	回答数	顧客管理		販売(営業)管理		経理・財務管理		人事管理		図書・資料情報		在庫管理		技術情報	
		件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
中小企業	53	34	64.2	33	62.3	20	37.7	14	26.4	15	28.3	22	41.5	14	26.4
大企業	316	163	51.6	150	47.5	139	44.0	150	47.5	88	27.8	109	34.5	101	32.0
公共サービス	101	22	21.8	10	9.9	17	16.8	11	10.9	50	49.5	2	2.0	14	13.9
建設業	30	20	66.7	9	30.0	15	50.0	19	63.3	9	30.0	4	13.3	17	56.7
石油・化学工業	52	16	30.8	22	42.3	18	34.6	17	32.7	20	38.5	21	40.4	23	44.2
鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	18	5	27.8	9	50.0	12	66.7	8	44.4	2	11.1	13	72.2	2	11.1
機械器具製造業	49	24	49.0	26	53.1	21	42.9	28	57.1	20	40.8	26	53.1	28	57.1
その他製造業	44	19	43.2	28	63.6	16	36.4	17	38.6	14	31.8	19	43.2	21	47.7
第2次産業合計	193	84	43.5	94	48.7	82	42.5	89	46.1	65	33.7	83	43.0	91	47.2
商業	25	15	60.0	20	80.0	12	48.0	13	52.0	1	4.0	18	72.0	0	0.0
金融・保険業	22	21	95.5	5	22.7	8	36.4	11	50.0	2	9.1	3	13.6	0	0.0
情報処理・情報提供業	65	43	66.2	37	56.9	25	38.5	25	38.5	12	18.5	7	10.8	13	20.0
新聞・出版業	20	9	45.0	7	35.0	5	25.0	3	15.0	4	20.0	6	30.0	0	0.0
放送・通信業	2	2	100.0	2	100.0	2	100.0	2	100.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0
その他対事業所サービス	30	16	53.3	11	36.7	18	60.0	14	46.7	14	46.7	8	26.7	5	16.7
第3次産業合計	164	106	64.6	82	50.0	70	42.7	68	41.5	34	20.7	42	25.6	18	11.0
公共サービス	101	22	21.8	10	9.9	17	16.8	11	10.9	50	49.5	2	2.0	14	13.9
その他	12	7	58.3	7	58.3	7	58.3	7	58.3	4	33.3	6	50.0	6	50.0
合計	470	219	46.6	193	41.1	176	37.4	175	37.2	153	32.6	133	28.3	129	27.4

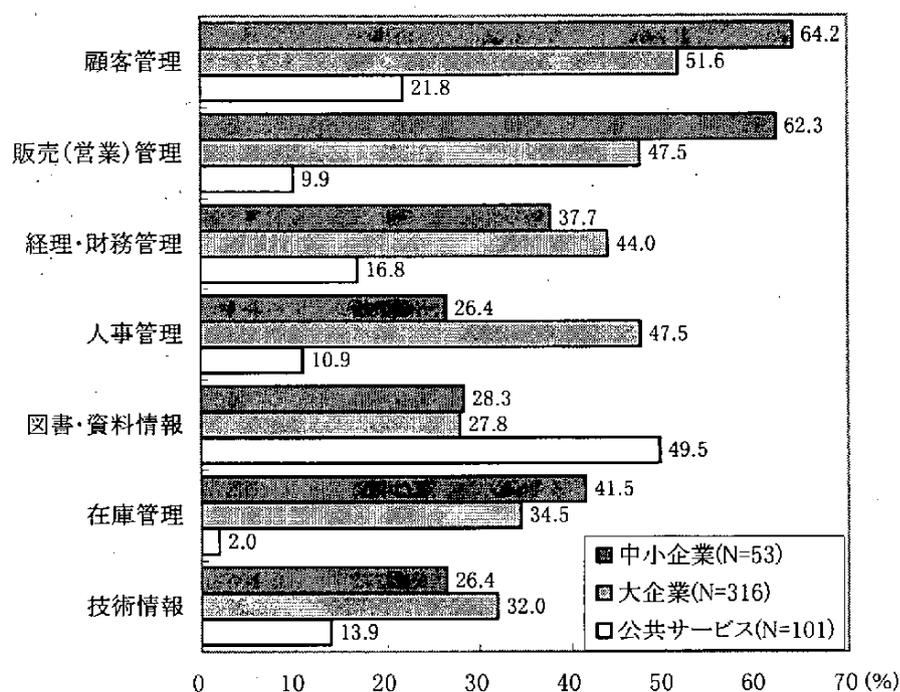
図表2-32 インハウス・データベースの主な適用業務(複数回答)

産業別にそれぞれの特徴を見てみると、「顧客管理」では、第3次産業が64.6%と第2次産業の43.5%を上回っており、「在庫管理」「技術情報」では、当然のことながら第2次産業が第3次産業を大きく上回っている。

個別業種で見ると、回答が2社の放送・通信業を除いて「顧客管理」では金融・保険業が95.5%と飛びぬけており、全適用業務の中でも適用率が最も高い。次いで、建設業(66.7%)、情報処理・情報提供業(66.2%)、商業(60.0%)と続いている。

「販売(営業)管理」では商業(80.0%)、その他製造業(63.6%)、情報処理・情報提供業(56.9%)が高い。「販売(営業)管理」「人事管理」および「経理・財務管理」においては、第2次産業と第3次産業の差は小さい。また今回調査で大きく伸びた「図書・資料情報」では、第2次産業が第3次産業を大きく上回っており、その差は13ポイントに達している。

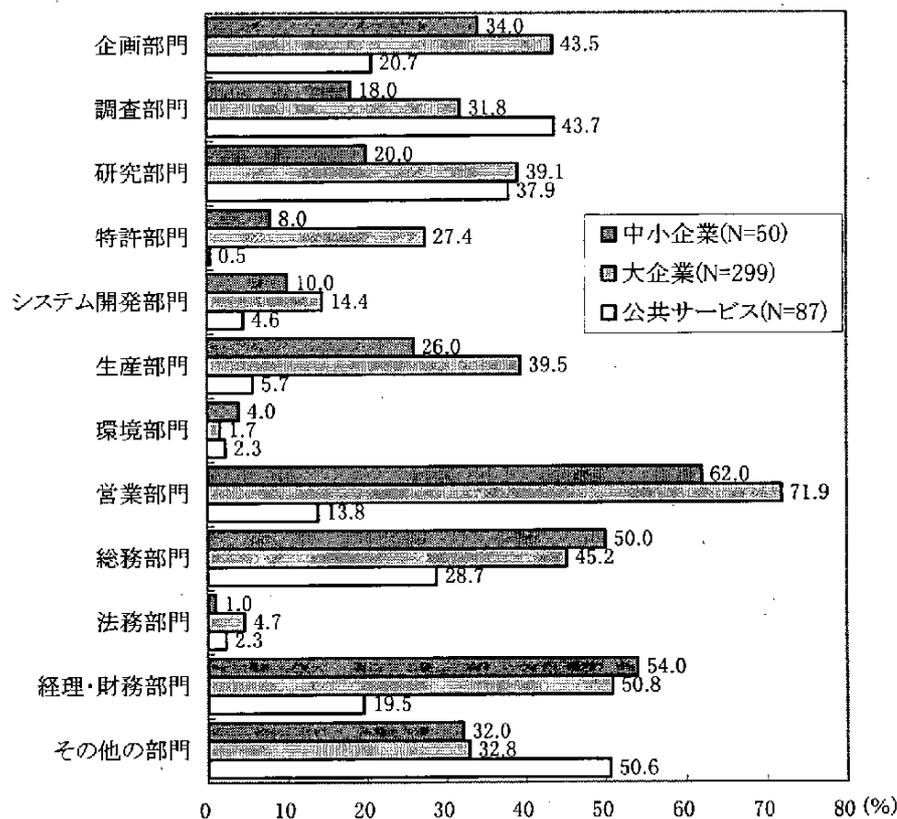
これを企業規模別に見たのが図表2-33である。多くの項目で大企業の業務の適用率が中小企業のそれを上回っているが、トップの「顧客管理」、2位の「販売(営業)管理」、6位の「在庫管理」などでは、中小企業の適用率が勝っており、これらの業務では中小企業が検討している様子が見て取れる。大企業の適用率が中小企業のそれと大きくかけ離れているのは、「人事管理」(21.1ポイント差)、「販売(営業)管理」(14.8ポイント差)、「顧客管理」(12.6ポイント差)などであり、企業規模によりインハウス・データベースの利用目的、保有に違いがあることがわかる。



図表 2-33 企業規模別インハウス・データベースの主な適用業務(複数回答)

インハウス・データベースの利用部門については、「営業部門」での利用が59.2%でトップ、次いで「経理・財務部門」(45.0%)、「総務部門」(42.4%)、「企画部門」(37.8%)「研究部門」(36.7%)と続き、「商用データベース・サービスの利用」でも述べたように、「企画部門」の利用がインハウスデータベースでも前年より増えてきており、今回「総務部門」を抜いてランクを上げている。これを企業規模別にみたのが図表2-34である。大企業と中小企業で利用格差が著しいのが「特

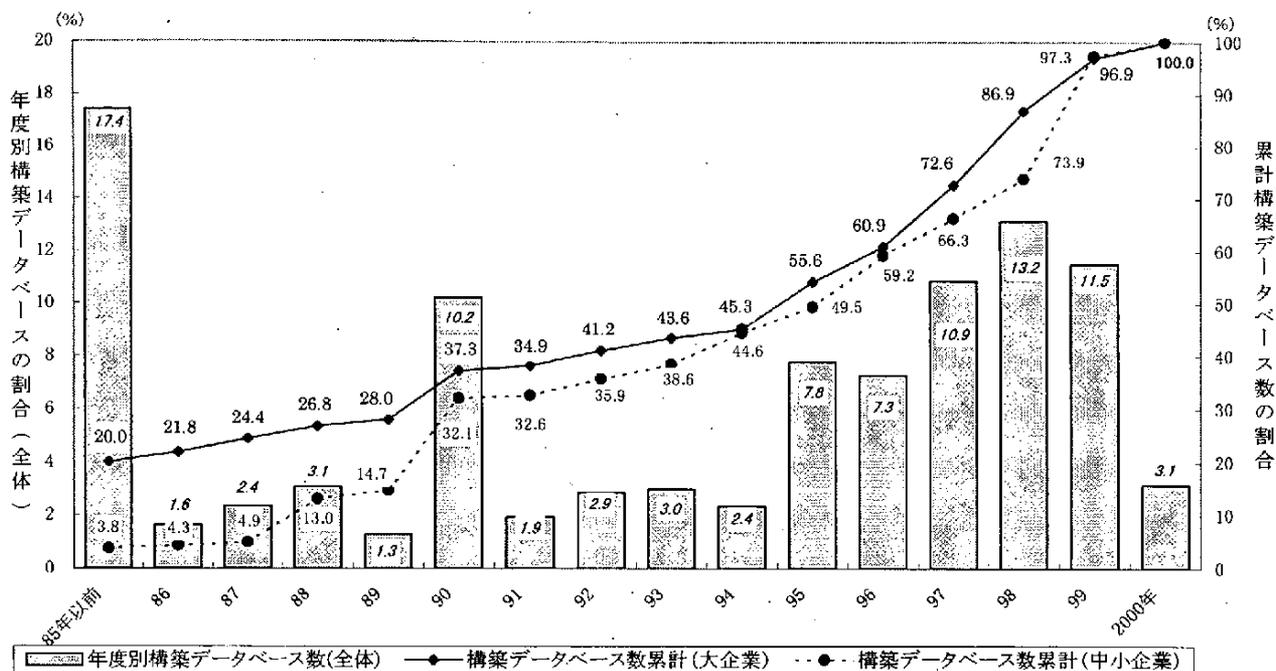
許部門」(19.4 ポイント差), 「研究部門」(19.1 ポイント差), 「調査部門」(13.8 ポイント差), 「生産部門」(13.5 ポイント差)で, いずれも大企業の利用率が大きく上回っている。今回調査で伸びている「企画部門」もその差が9.5 ポイントとやはり大企業がリードしており, 他部門に比べ比較的差が大きい。



図表 2-34 企業規模別インハウス・データベースの利用部門(複数回答)

インハウス・データベースの構築年度について集計したものが図表 2-35 である。これを見ると, インハウス・データベースの構築時期は 1998 年が最も多く, 延べ件数 1,397 件のうち 13.2%を占めている。

企業規模別に構築時期の推移を見ると, 大企業では 1990 に一度構築のピークがあり, その後下火になり, 1995 年に再び 1990 年の水準にまで回復した後は順調に構築が進むという軌跡を辿っている。一方, 中小企業でも大企業と同様に 1990 年に構築のピークを迎え, 1994 年~1995 年にかけて急激に構築気運が高まり, 1998~1999 年にかけても新たな躍進が見られる。



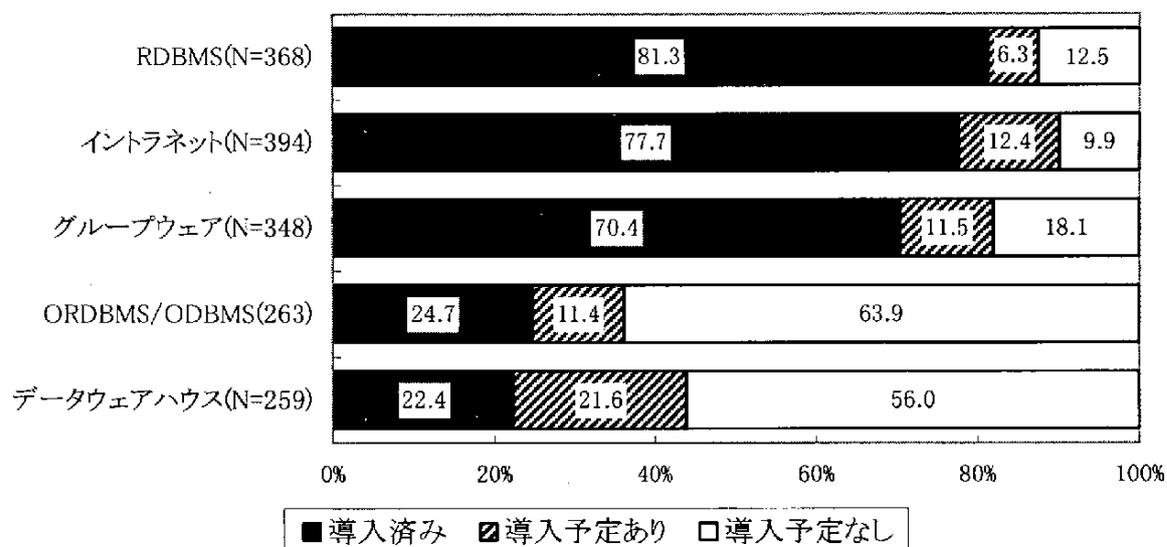
図表 2-35 インハウス・データベースの構築年度別割合とその合計

(2) インハウス・データベースの格納状況とアクセス環境

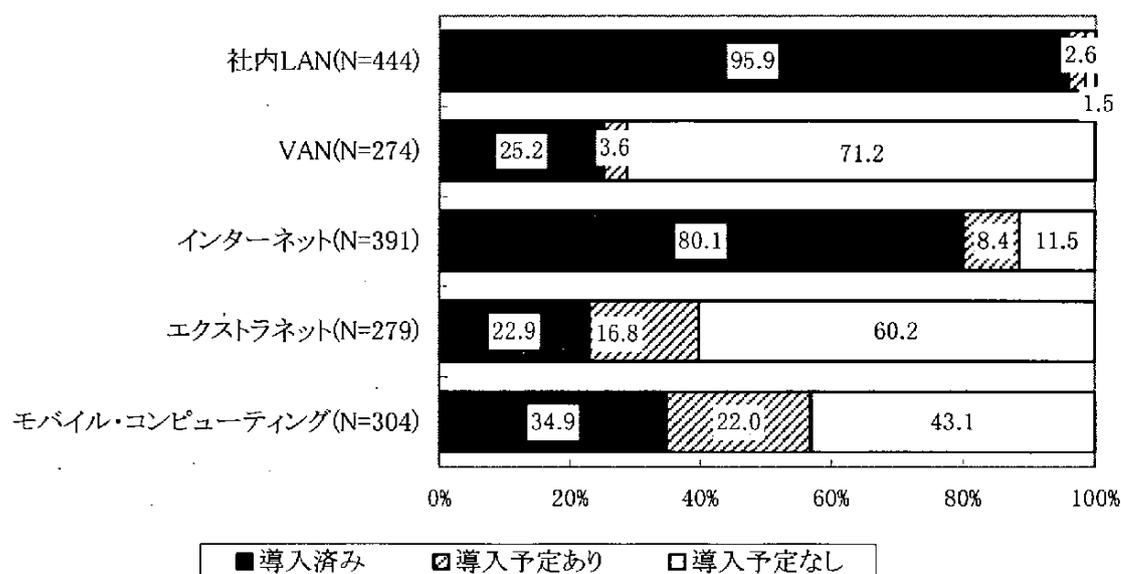
インハウス・データベースの格納状況については、図表 2-36 に示すとおり、「RDBMS」は回答企業 368 社のうち 81.3%の企業が導入済みと回答している。前回調査に比べ 1.3 ポイント増となっており、導入率はトップを維持している。次いで、「イントラネット」が同 14.4 ポイント増の 77.7%、「グループウェア」が同 5.3 ポイント増の 70.4%となっており、導入が順調に進んでいることがわかる。さらに、この両者は導入予定までを含めると「RDBMS」と肩を並べるまでになり、今後の期待の高さを感じさせる。一方、出現してから久しい「データウェアハウス」では、導入率が 22.4%と前回調査から 0.1 ポイント減で、足踏み状態がここ数年続いており、本格的な普及にはまだ遠い。ただ、導入予定ありとの回答は 5 項目中最も高いことから、今後の伸びが注目される。

次に、インハウス・データベースへのアクセス環境として使っている社内通信システムについては、「社内 LAN」が 95.9%でトップであった(図表 2-37)。「社内 LAN」でのアクセス手段は前回、前々回調査より着実に増加し、ほとんどの回答企業において社内 LAN が整備されていると見てよい。「インターネット」も前回調査比 4.3 ポイント増の 80.1%と急激に伸びており、回答の 8 割を超える企業が利用している。導入率では「社内 LAN」「インターネット」についで 3 位の「モバイル・コンピューティング」は、34.9%で前回調査比 5.1 ポイント増とアクセス

手段の中で最も伸びており、さらに導入予定も22.0%と高く、両者を合わせると5割以上のユーザーが積極的な意向を示している。モバイル・コンピューティングの高まりにより、屋外から携帯情報端末経由で自社のデータベースにアクセスし、利用する形態が既に普及期に入っていると見てよい。



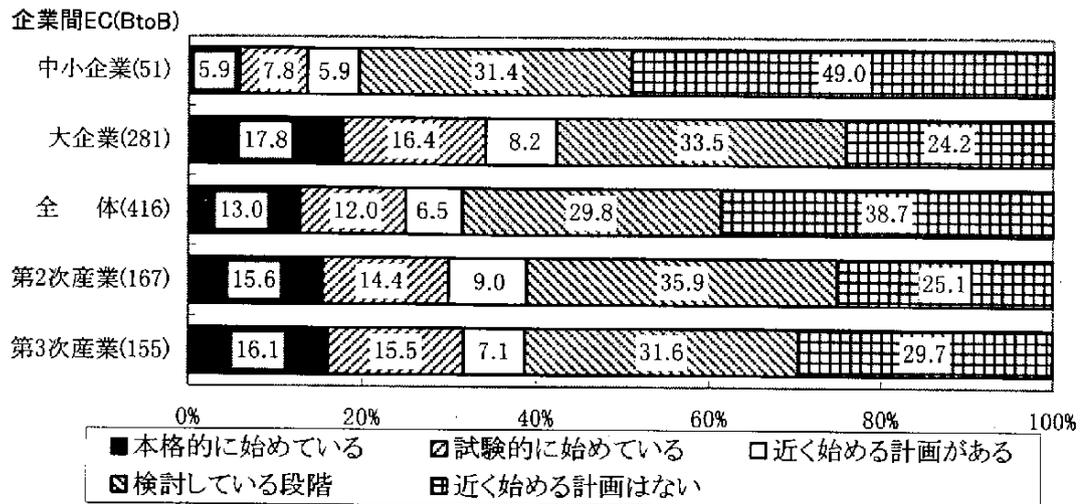
図表 2-36 インハウス・データベースの格納状況



図表 2-37 インハウス・データベースのアクセス環境

(4) EC(電子商取引)の実施状況

今回はじめて調査を行った EC(電子商取引)の実施状況について述べる。設問の構成は、企業同志で行う EC(BtoB)と、企業が消費者を対象に行う EC(BtoC)の現在の実施、あるいは実施の意向を聞いている。



図表 2-38 企業間EC(BtoB)の実施状況

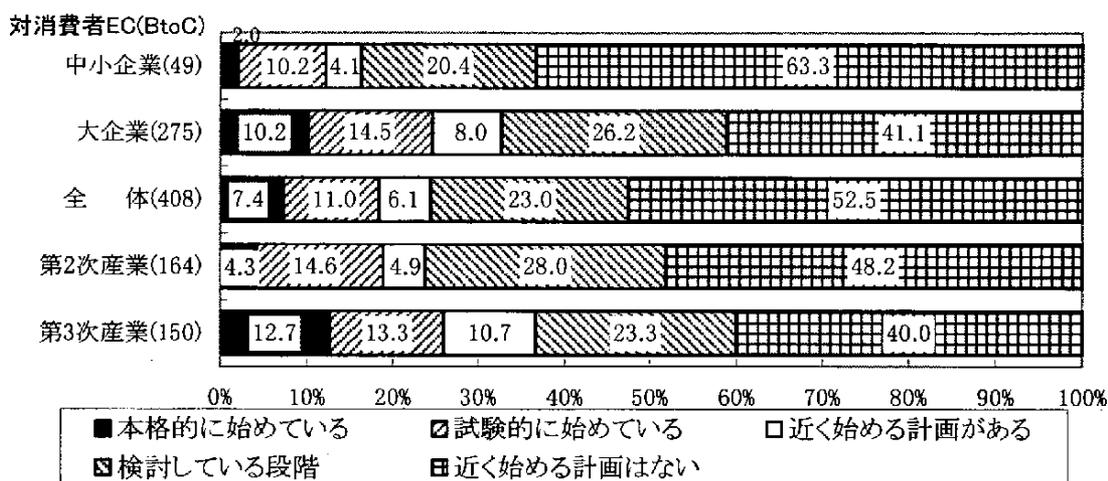
対企業の取引である BtoB を「本格的に始めている」と回答した企業・団体は、全体では 13.0%だった。「試験的に始めている」の 12.0%を合わせると 25.0%で、日本でも BtoB が離陸したといえる。「近く始める計画がある」の 6.5%までを合計すると 31.5%になる。「検討している段階」は 29.8%だった(図表 2-38)。

同様に図表 2-38 で企業規模別に見ると、「本格的に始めている」企業は大企業で 17.8%、中小企業では 5.9%とかなり両者の間で格差が出ている。さらに、「試験的に始めている」「近く始める計画がある」までを含めたグループを「BtoB の推進派」と見れば、その割合は中小企業で 19.6%、大企業で 42.4%となっており、やはり大企業の意欲が中小企業に勝っている。また「近く始める計画はない」との EC への取り組みが未だ浅い回答は、中小企業で 49.0%、大企業で 24.2%、全体で 38.7%と 4 割近い企業が挙げられており、今後の短期的な予想では大企業先行型の流れになると見られる。

対消費者の取引である BtoC を「本格的に始めている」と回答した企業・団体は、全体では 7.4%と 1 割に満たない状況で、BtoB の半分程度である。「試験的に始めている」は 11.0%で、実施率は合計 18.4%。「近く始める計画がある」は 6.1%で、ここまでを合計すると 24.5%になる。「検討している段階」は 23.0%である(図表 2-39)。

同じくこれを図表 2-39 の企業規模別の状況に目を向けてみると、BtoB の状況

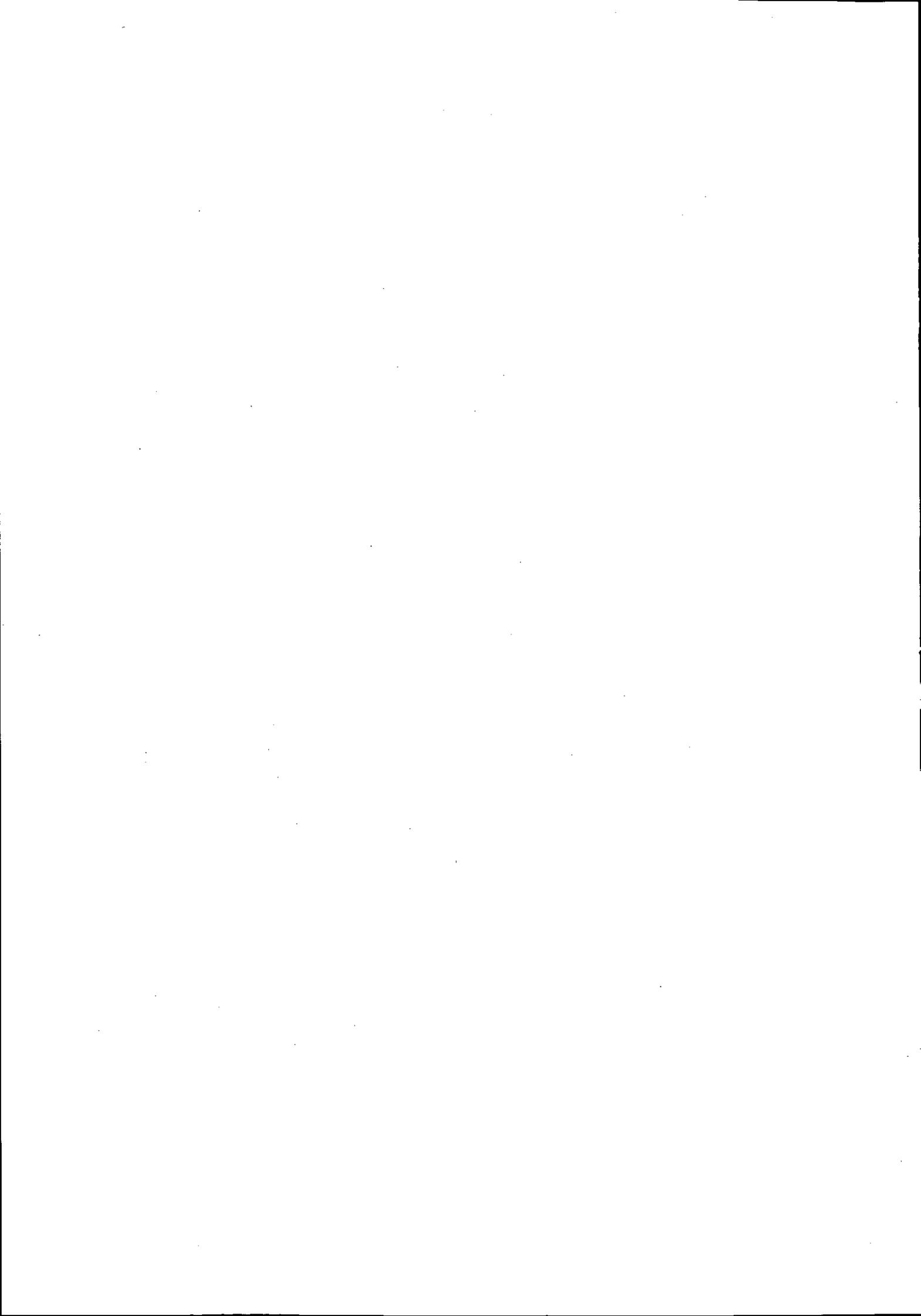
よりも遅れており、「本格的に始めている」が中小企業で2.0%、大企業では10.2%と格差が大きい。企業間ECの場合と同様に「試験的に始めている」「近く始める計画がある」までを含めた「BtoC推進派」は中小企業16.3%、大企業では32.7%と企業間ECより低くなっている。したがってBtoBが先行し、ある程度実績を上げて後、BtoCへの取り組みも進んで行くものと思われる。



図表 2-39 対消費者EC(BtoC)の実施状況

産業別に見ると、BtoBでは実施、及び実施の計画状況についてあまり目立った差はないが、BtoCでは、「本格的に始めている」のは第3次産業が12.7%と第2次産業の4.3%を大きく上回っており、「試験的に始めている」「近く始める計画がある」までを入れても第3次産業は13ポイント近く第2次産業を引き離している。BtoB、BtoCの比較的進んでいる(本格的に始めている)と見られる業種は、BtoBでは機械器具製造業(34.1%)、商業(28.0%)が挙げられ、BtoCでは商業(29.2%)、新聞・出版業(20.0%)などが挙げられる。

ECでは自社で構築したいいわゆるインハウス・データベースを如何に有効に利用するかが問われ、特にBtoCでの消費者に対するワントゥワン・マーケティングやデータマイニングの手法を駆使できる顧客データベースの整備が決め手となるだけに、今後ECの普及が新たなインハウス・データベースの発展を促すことが予想されよう。



3. データベース・サービスの現状

要約

この調査は、2000年10月に「平成11年度データベース台帳総覧」の収録企業等189社を対象として、1999年度における商用データベースの提供実績などについてアンケート方式で実施し、有効回答は108社(回収率57.1%)であった。

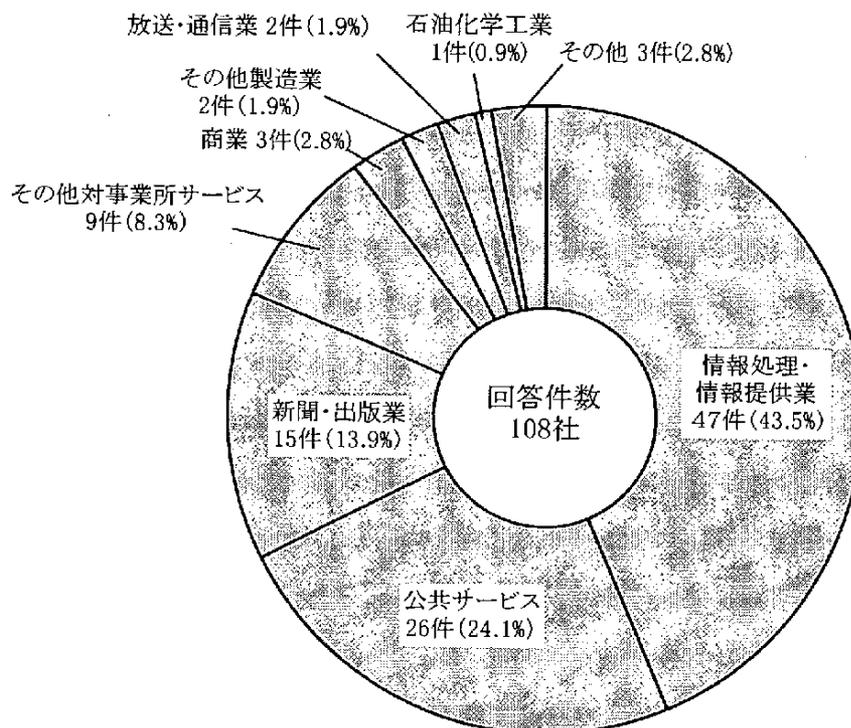
本章では、データベースサービスに関連した事業者を対象とした「データベース・サービス実態調査(ベンダー編)」の集計結果をもとに、データベース・サービスの提供状況と今後の動向について概説した。

回答企業108社の半数以上は現在主力業務ではないとしながらも、将来は半数以上が主力業務としていく意向がある。データベースの売上高の9割以上は国産製で占められ、海外製データベースは需要が落ちてきている。業界全体では景気回復の遅れのためか概して売り上げの伸びが低い。データベースの提供を媒体別に見ると「オンライン」が首位であるが、「インターネット」が急迫しており、遠からず逆転すると見られる。期待されるメディアではインターネット関連の携帯型メディアで個人向けに提供できるものや、コンテンツも生活、レジャー、娯楽面の内容が増えてきている。厳しい経営環境下で信頼性の高い、安価な公的データを取り入れ、コストの削減を図り、また「画像、映像」等の新たなデータベースの提供に期待をかける事業者の苦心が随所に表れている。

3.1 データベース・サービス事業者の属性

(1) 業種

今回の調査によれば、データベース・サービス事業者の一般的業種は、「情報処理・情報提供業」が43.5%、次いで「公共サービス」が24.1%であった。「公共サービス」には、調査・研究機関等も含まれる。ほかには、新聞・出版業、シンクタンクや広告などの対事業所サービス業などが続いている。数値的には少ないが、商業、その他製造業、放送・通信分野などの企業から回答が得られたことから、さまざまな業種がデータベース・サービス業に参入していることがわかる(図表3-1)。



(注1):「その他製造業」は、食品工業、繊維・紙・パルプ業、ガラス・土石製品、印刷業、その他製造業を含む。
 (注2):「商業」は、卸業、商社業、小売業、飲食業を含む。
 (注3):「その他対事業所サービス」は、不動産、運輸・倉庫、電力・ガス、シンクタンク、広告、その他サービス業を含む。

図表 3 - 1 回答企業の業種分布

(2) サービス業態

データベース・サービスの業態には、以下のような様々な形態がある。

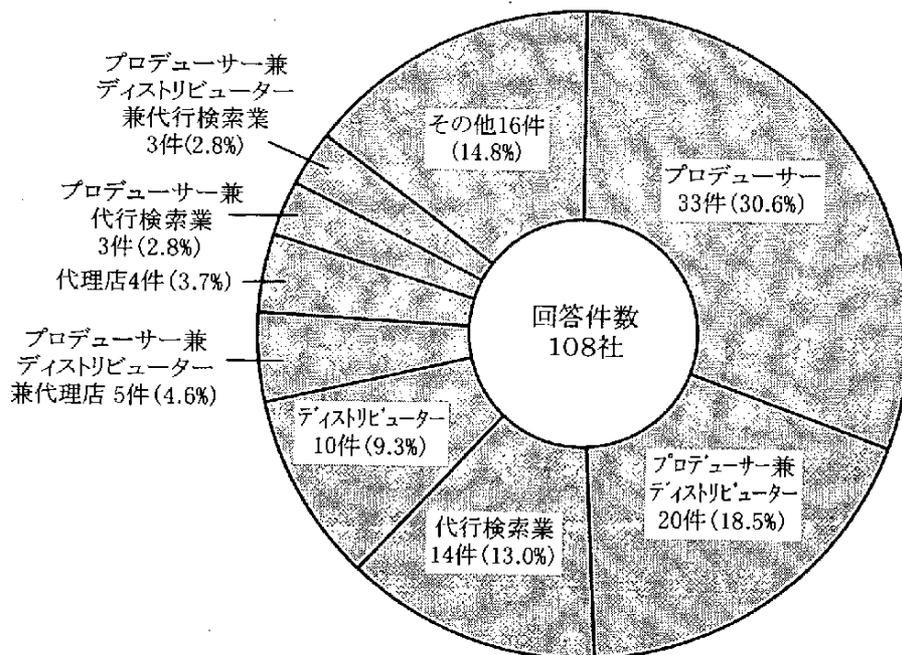
- ①データベースを作成するプロデューサー
- ②データベースの流通を担うディストリビューター
- ③顧客の要請に応じてデータベースを検索し、情報を提供する代行検索業（インフォメーション・ブローカー）
- ④プロデューサーやディストリビューターの権利業務や販売業務を代行する代理店
- ⑤他のディストリビューターのホストに接続して広範なデータベースへのアクセスを提供するゲートウェイ

データベース・サービス企業には、こうした多様な業態の 1 つを専門的に行う専業社と複数の業態を行う兼業社がある。

回答 108 社の業態分布をみると、最も多いのは、「プロデューサー」で 30.6%、次いで「プロデューサー兼ディストリビューター」で 18.5%となっている（図表 3 - 2）。「プロデューサー兼ディストリビューター」という兼業形態が多いのは、わが国データベース業の特色でもある。次いで、「代行検索業」の 13.0%となっている。

なお、専業／兼業を含めて重複カウントすると、①プロデューサー75社、②デ

イストリビューター47社, ③代行検索業 28社, ④代理店 19社, ⑤ゲートウェイ7社となる。なお今回より業態に加えた「インターネットプロバイダー」は5社であった。



図表3-2 回答企業のサービス業態分布

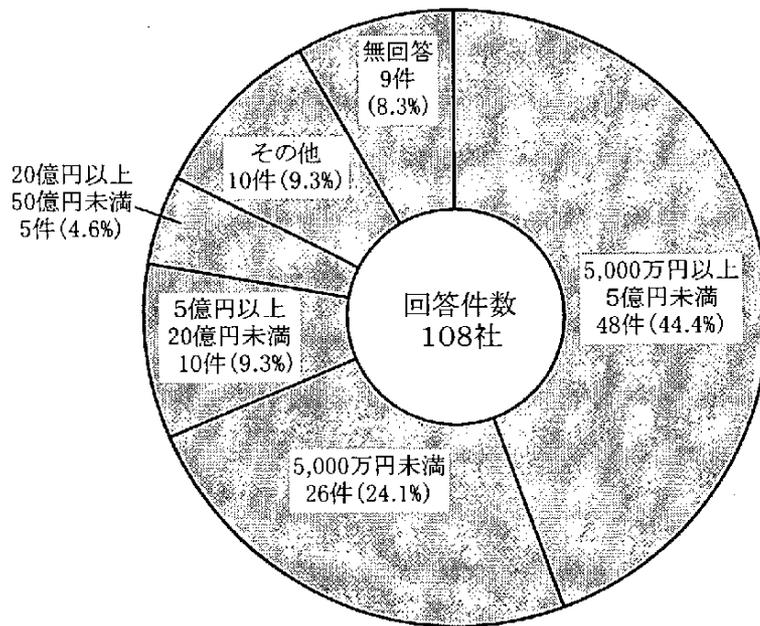
(3) その他（資本金、年商、従業員）

回答企業の資本金規模分布は、最も多いのが「5,000万円以上5億円未満」の44.4%である。次いで、「5,000万円未満」の24.1%であり、両者を合わせると約7割を占める（図表3-3）

回答企業の年商規模では、「10億円以上50億円未満」が27.8%、以下、「100億円以上500億円未満」(20.4%)、「1億円以上5億円未満」(13.0%)、と続き、この3クラスで全体の6割強を占める（図表3-4）。

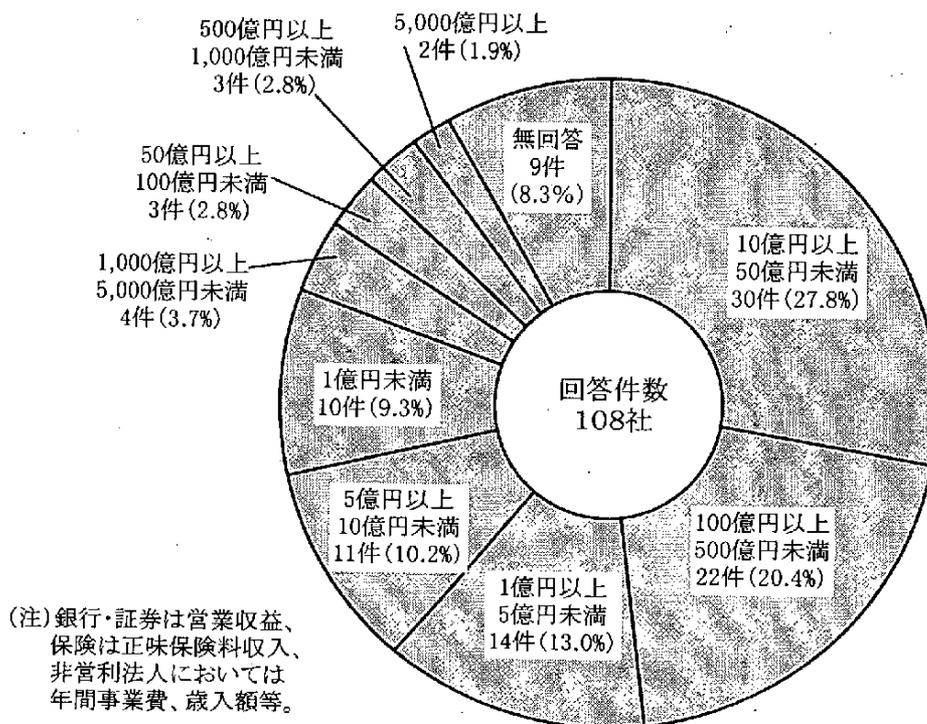
なお、ここでいう年商規模とは、回答企業の主業務を含む総売上高であり、データベースそのものの売上高ではない。

回答企業の従業員規模分布をみると、「20人以上50人未満」が17.6%、「50人以上100人未満」が16.7%、「300人以上1,000人未満」が15.7%と続いているが、「500人以上1万人未満」と「5人未満」の構成比がひとけた台である以外は10%台で、従業員規模による構成比分布は均一的であるといえる（図表3-5）。すなわち、大企業や中小企業など多様な従業員規模の企業がデータベース業に参入していることがわかる。



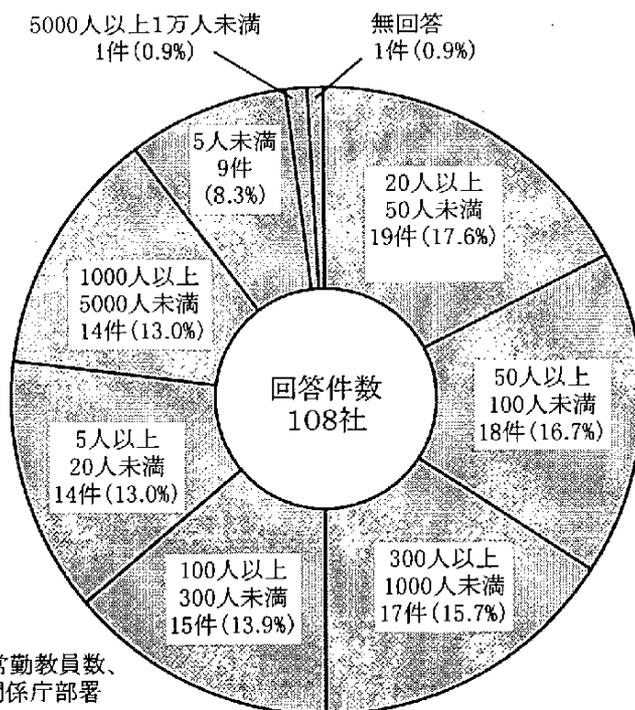
(注) 非営利法人においては、基金、出資金等

図表3-3 回答企業の資本金分布



(注) 銀行・証券は営業収益、
保険は正味保険料収入、
非営利法人においては
年間事業費、歳入額等。

図表3-4 回答企業の年商規模分布

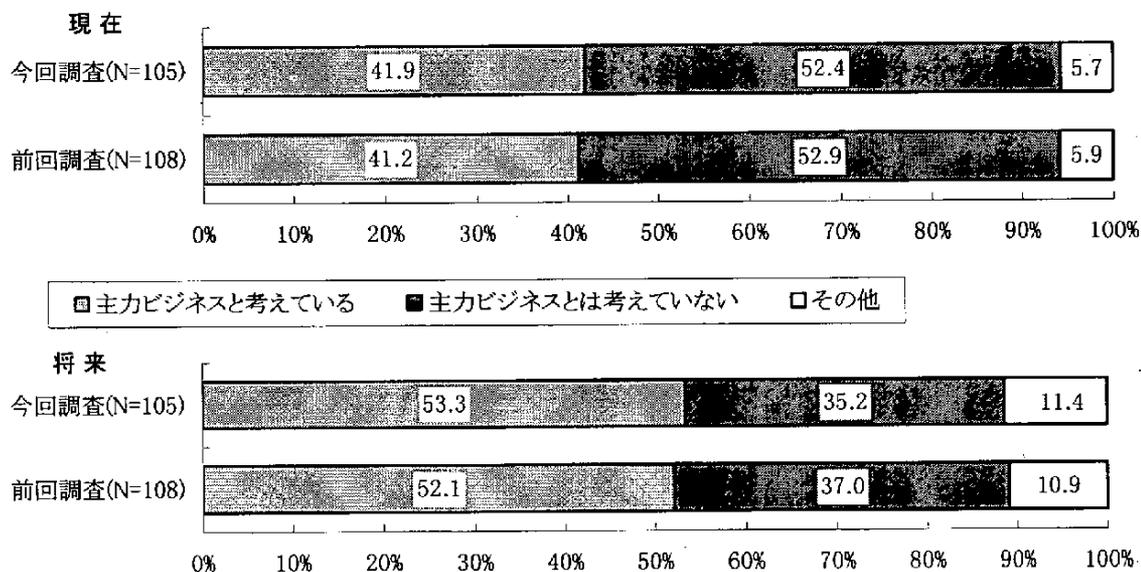


(注)学校の場合は常勤教員数、
官庁の場合は関係庁部署
の定員数。

図表 3 - 5 回答企業の従業員数分布

3.2 データベース・サービスの位置づけ

兼業が多いデータベース・サービス業者に自社におけるデータベース・サービス業務の位置づけを質問した。「現在主力ビジネスと考えている」と回答したベンダーは41.9%である(図表3-6)。一方、「将来主力ビジネスと考えている」と回答したベンダーは53.3%と、現在に比べて上昇が見込まれており、前回の調査(1999年10月)においては、現在41.2%、将来52.1%と現在を主力とする見方がわずかに上がったものの、ほとんど前回調査と変わりなく、近年の傾向としてはやや減少気味である。これらの要因として、社会・経済的に明るい見通しが立てにくい状況によるものか、あるいはデータベース・サービス業そのものに起因するのかは判断し難いが、経年的に見てマインド自体が通商産業省が2000年12月に発表した「特定サービス産業実態調査・情報サービス編(特サビ実態調査)」で参入企業が減少したこともデータベース・サービス業の経営環境が厳しくなっているとの見方もできよう。

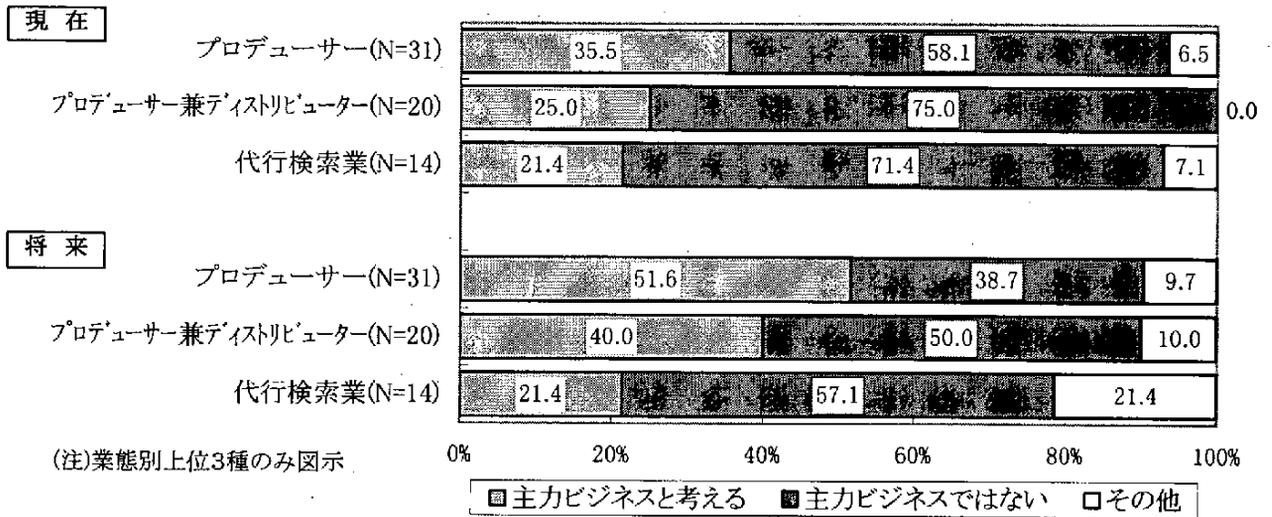


図表3-6 データベース・サービスの位置づけ

業態別にこれらの位置づけの意識を見てみると、「現在主力ビジネス」という回答は、プロデューサーがトップで35.5%、将来も51.6%と増加している(図表3-7)。プロデューサー兼ディストリビューターにおいては現在が25.0%で、将来が40.0%とプロデューサーと同様に大きく増加している。代行検索業においては、現在、将来共21.4%と変わらず、先行きに期待感を持っていないようである。

また、業態系統別(それ自体の業態のみ、もしくは他業態との兼業を含めた複合業態別)について見てみると、「主力ビジネス」と考える回答はプロデューサー系(現在39.7%→将来54.8%)、ディストリビューター系(現在50.0%→将来63.0%)に

において高い将来見通しをしている一方、代行検索業系(現在 46.4%→将来 46.4%) が横ばいの状況を示している。このように、データベース業に対する将来見通しは業態によってかなりの意識の相違が見られる。



図表3-7 現在・将来のデータベース・サービスの位置づけ

3.3 データベース・サービスの売上高

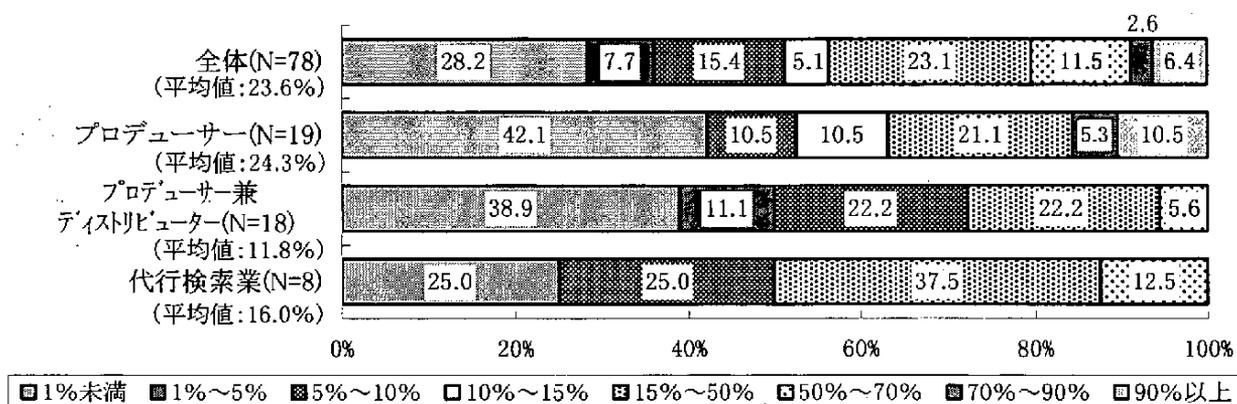
データベース業の売上高に関する公式統計資料としては、「特サビ実態調査」の中にカテゴライズされている。それによると1999年のわが国のデータベース・サービス業の売上高は2683億円（対前年比7.8%減）であった。

ここでは、上記統計による実数の売上高とは別の観点から、データベース・サービス業の動向と今後5年間の展望とを分析してみたい。視点としては、次に挙げる6項目である。

- ①回答企業の総売上高に占めるデータベース・サービス売り上げ割合
- ②データベース売上高の国産データベースと海外データベースの売上高比率
- ③データベース提供方法別の売上高比率（オンライン、インターネット、CD-ROM、MO・DVD、MT、その他）
- ④データベース売上高の対前年比伸び率
- ⑤今後5年間のデータベース売上高年間平均伸び率予測（企業レベル）
- ⑥今後5年間のデータベース売上高年間平均伸び率予測（業界レベル）

(1) 総売上高に占めるデータベース売上高

前項の主力ビジネスかどうかを問う設問がデータベース事業者にとっての主観的な事業性・将来性を測る指標とすれば、この売上高比率はよりその客観的な現状を示す重要な指標となる。



図表3-8 総売上高に占めるデータベースの売上高比率分布

図表3-8に示すとおり、総売上高に対する割合平均は23.6%であり、前回調査より2.8ポイントマイナスとなった。売上高比率の社数の分布を見ると、最も多いのは「1%未満」の28.2%、以下「15~50%」の23.1%、「5~10%」の15.4%、

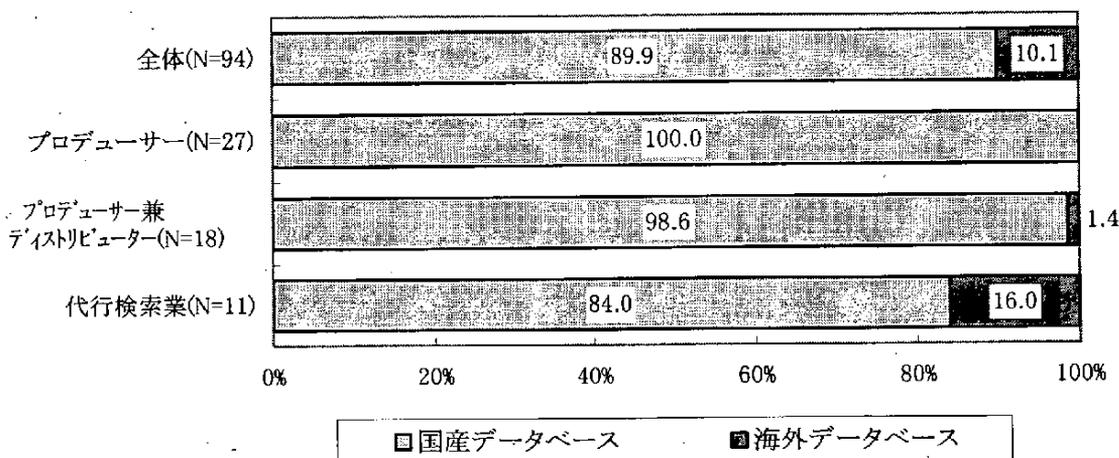
「50～70%」の11.5%、「1～5%」の7.7%と続いている。10%未満の合計は、51.3%となり前回調査より2.5ポイント増加と売上構成の面からもデータベース・サービス事業が主力業務から離れる傾向が見て取れる。

業態別に社数の構成比を見ると、プロデューサーの売上高比率のうち、10%未満の構成比が例年よりもその比率を下げているが52.6%と5割以上を占めている。また、プロデューサー兼ディストリビューターにおいても、10%未満の構成比が前年の57.9%から72.2%に達していることも全体の比率の低下に影響している。

(2) データベース売上高の国産と海外の比率

データベース売上高に占める国産データベースの売上高比率は、89.9%と前回調査(87.8%)と比べてやや上昇している(図表3-9)。海外データベースの平均は10.1%であるが、その売上高比率も10%未満のベンダーが79.8%と偏りも大きく、限られたベンダーにおける売り上げが多いといえる。1988年に調査を開始して以来、国産の売上高比率はほとんど85%以上を維持しており、「データベース台帳総覧」の収録企業各社にとって国産データベースが売上高の主力であることには変わりはない。海外製の需要がやや後退気味なのに対して、国産データベースの需要は緩やかではあるが伸長しており、サービス・メニュー次第で潜在需要はまだ多いといえる。

業態別に国産の売上の割合を見ると、プロデューサーの100%は当然として、プロデューサー兼ディストリビューターで98.6%(前回調査99.3%)、代行検索業で84.0%(同73.1%)となっている。



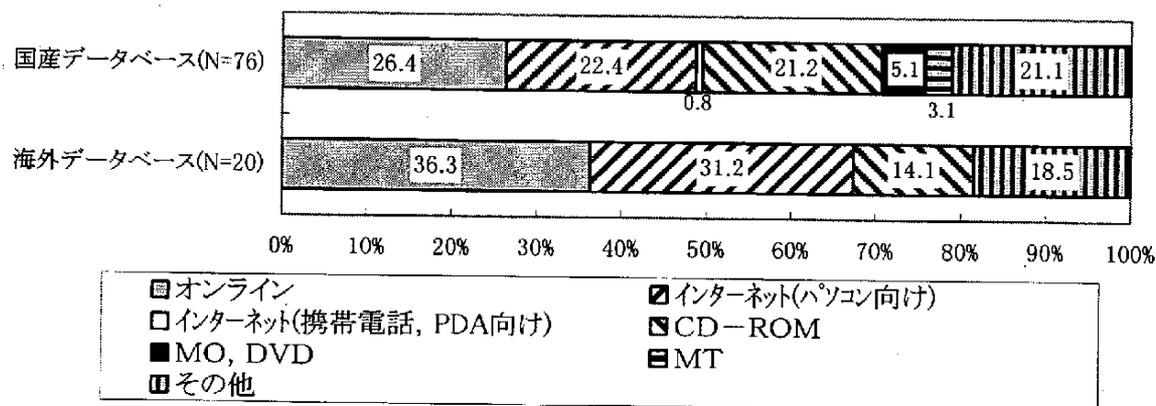
図表3-9 データベースの売上高構成比(国産・海外)

(3) データベースの提供方法別売上高比率

ここでは、データベースの提供方法別に売上高の割合について見てみる。前回の提供方法の区分は、①オンライン②インターネット③CD-ROM④MT・MO・DVD など⑤その他の5区分であったが、今回調査よりモバイルコンピューティングの普及を受けて「インターネット」を「パソコン向け」と「携帯電話、PDA向け」に分け、また「MT・MO・DVD」を「MO・DVD」と「MT」に分離させて調査・集計している。

図表3-10に示すとおり、国産/海外データベース共例年どおりオンラインがトップとなっており、国産データベースについては、数年前まで50%前後で推移していたものが「インターネット」の出現によって、今回は26.4%と前年の32.1%に比べ大幅にダウンし、インターネットは「パソコン向け」と「携帯電話、PDA向け」を合わせると前年の17.3%から5.9ポイント増の23.2%とオンラインに肉薄するまでに伸びている。一方、「CD-ROM」では前回調査に比べ0.3ポイント増の21.2%とほとんど変わらず、かつてのような大きな伸長は見られないが、20%台は維持している。また、MO・DVDは5.1%で今回分離させたMTと合わせても8.2%と前年の12.1%を下回っている。

海外データベースにおいては、例年、国産よりもオンライン比率が高かったが、今回は36.3%と前回調査の42.2%より大きく減少し、代わって国産と同様にインターネットが31.2%と大きく伸びてきている。前回まで増加傾向にあったCD-ROM、MO・DVDなどは今回調査では減少に転じ、インターネットの増加分に戻ってしまったと見られる。

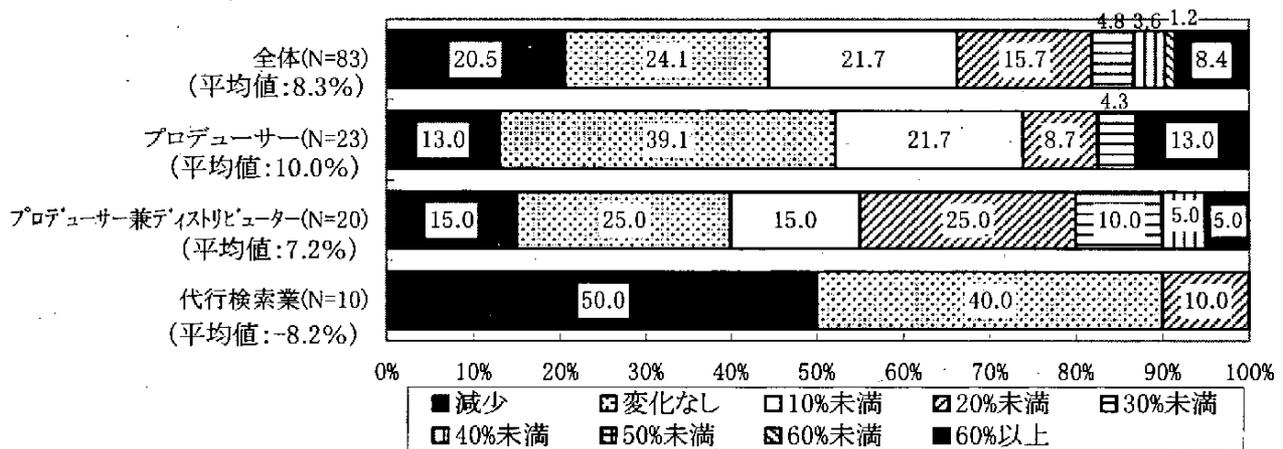


図表3-10 提供方法別のデータベース売上高比率

(4) データベース売上高の対前年比伸び率

今回調査の回答 83 社におけるデータベース売上高の対前年比伸び率の平均は 8.3%であった(図表 3-11)。前回調査の 12.2%よりさらに減少し、前々回から 2 年続けて下がっているのは、いまだ景気の回復が思わしくないことの影響もあると見られよう。対前年比伸び率が「減少」したベンダーの割合は前回調査よりもわずかに減少(21.3%→20.5%)したものの、10%以上の 2 桁(けた)成長となったベンダーの割合が前回に引き続いて減少(39.8%→33.8%)したことが売上高伸び率を押し下げている大きな要因となっている。

回答社数が 10 社以上の業態について伸び率を見ると、プロデューサーが 10.0% (前回 20.7%)、プロデューサー兼ディストリビューターが 7.2% (同 5.3%)、代行検索業は減収で、-8.2% (同-6.8%) となり、プロデューサー、代行検索業は前回調査よりダウンしている。



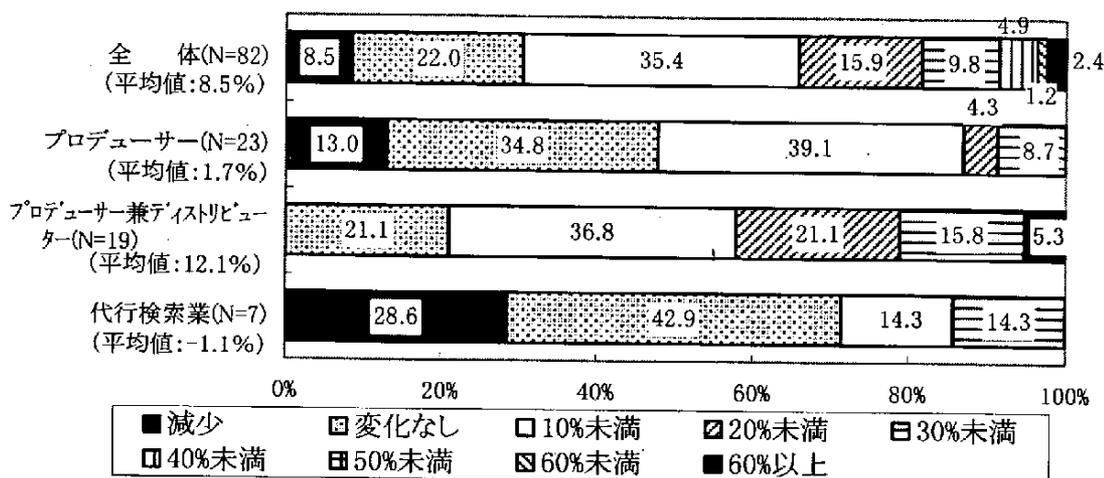
図表 3-11 データベース売上高の対前年比伸び率分布

(5) 今後 5 年間のデータベース売上高年間平均伸び率予測 (自社レベル)

自社における今後 5 年間のデータベースの売上高がどのくらい伸びるかを予測してもらったところ、回答 82 社の平均は年率 8.5%であった(図表 3-12)。これは前回より 7 ポイントもの大幅減となっており、これまでのように不況下においても高い成長を期待することが難しくなっており、今後の見通しに不安感を抱くベンダーが多くなってきたといえる。

平均伸び率の分布を見ると、「10%未満」の安定的な成長を見込んでいるベンダーが 35.4%と 1/3 強を占め最も多いが、「減少」「変化なし」を除いた「成長」すると回答したベンダーの割合は 69.5%と前回調査の 69.1%とほぼ同じで、全体的に

は依然として続く経済環境の厳しさの中でデータベース事業の飛躍的な伸びが期待出来ない状況にあるといえる。業態別に見ると、プロデューサーは「成長」が52.2%(前回調査 70.3%)、プロデューサー兼ディストリビューターは78.9%(同54.6%)、代行検索業に至っては28.5%(同54.6%)となっており、特に代行検索業は事業を続ける企業も減ってきており、きわめて悲観的な見通しをたてている。インターネットからのデータベースへのアクセスが一般的になってきたことや、エンドユーザーコンピューティングによる利用形態の変化、また経費節減による外部への支出の抑制などにより、ベンダーにとって今後ますます事業環境は厳しくなることが予想される。

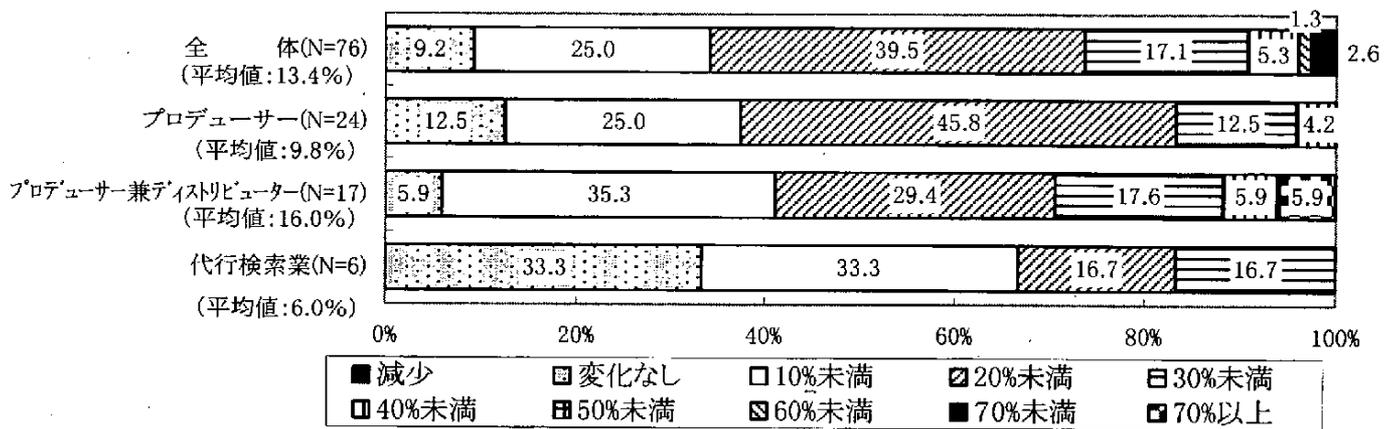


図表3-12 今後5年間のデータベース売上高年間伸び率予測分布(自社レベル)

(6) 今後5年間のデータベース売上高年間平均伸び率予測 (業界レベル)

ここでは、業界全体の売上高の予測を回答してもらった。76社の回答の平均は13.4%であり、前回調査と比較して8.2ポイント減っている(図表3-13)。

業態別に見ると、プロデューサーが9.8%、プロデューサー兼ディストリビューターが16.0%、代行検索業が6.0%で、代行検索業(専業)の回答が6件とかなり減少しており、例年の数値より誤差が大きくなっていると思われる。前項の自社レベルの場合と同様に「減少」「変化なし」を除いた「成長」回答の割合について前回と今回の調査結果を比較して見ると、プロデューサーが90.8%→87.5%、プロデューサー兼ディストリビューターが85.0%→94.1%、代行検索業72.8%→66.7%となっており、プロデューサー兼ディストリビューターのみ前年より増えているのに対し、プロデューサー、代行検索業はダウンし、専業ベンダーの予測が厳しい状況のようである。

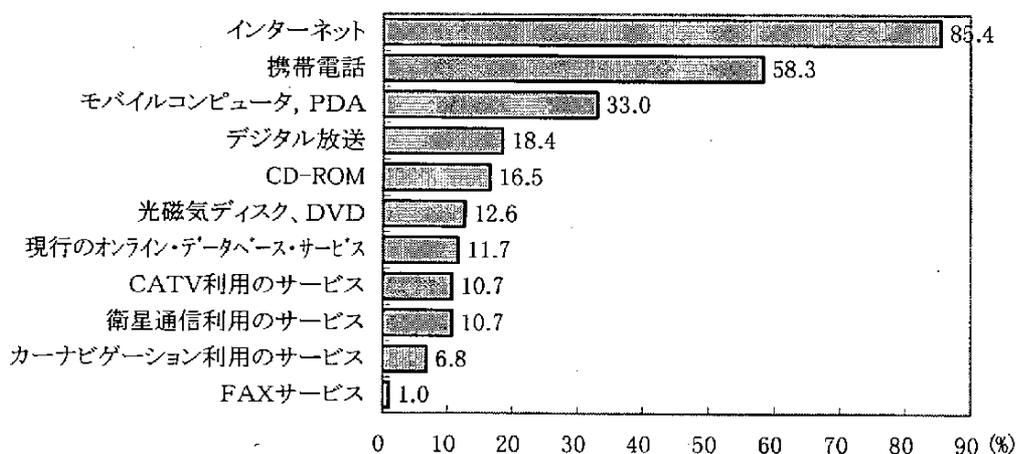


図表3-13 今後5年間のデータベース売上高の年間伸び率予測分布(業界レベル)

3.4 期待するメディア

(1) 期待するメディア

今後最も成長が見込まれるデータベースの提供メディアは、ほぼ普及期が過ぎた「インターネット」であり、今回調査においては10ポイントほど下降し、85.4%となっているが、2位以下を大きく離してのトップであることには変わりなく、依然として高い期待が寄せられている（図表3-14）。なお前回調査まで「今後5年間」という予測の期間に範囲を設けて回答してもらっていたが、今回調査ではその条件を外し、将来の実現時期についてやや曖昧さを残し、回答者のよりフリーな予想を期待した設問に変えている。したがって前回調査の分布と今回調査のそれとを比較することは難しい。また選択肢のメディア項目の入れ替えもっており、「個人向け携帯型情報機器」は「携帯電話」と「モバイルコンピューター、PDA」に分け、「デジタル放送」「カーナビゲーション利用のサービス」を新たに加え、「パソコン通信によるデータベース利用」及び「新たに登場するパッケージ媒体」を削除している。2位、3位に挙げられたのは「携帯電話」「モバイルコンピューター、PDA」で、いずれも「インターネット」利用のためのツールの色彩が濃く、上位3位までインターネット関連メディアと見てよい。新規調査対象メディアの「デジタル放送」は18.4%で4位、同じく「カーナビゲーション利用のサービス」は6.8%で10位となっており、「デジタル放送」は2000年12月から放送を開始しており、本調査期間がその直前であったため話題が先行した部分も多分にあると思われる。



図表3-14 今後最も成長が期待されるメディア(N=103:複数回答)

オフライン系メディアの「CD-ROM」「光磁気ディスク(MO), DVD」は「携帯電話」が上位に入った影響で前回調査から見れば5, 6位と順位を下けているが、オフライン系の大容量記憶媒体として両者を同一カテゴリーと見れば依然として有

望なメディアであることは間違いない。「携帯電話」「モバイルコンピューター、PDA」といったいわゆる個人向け、あるいは消費者向けが主流のメディアへの期待が高まっていることから、ベンダーは「ネット接続可能なモバイル機器」を主体に個人向けのサービスに焦点をあて始めているようだ。

(2) 今後、有望な提供データタイプ

今後のデータベース・サービスで有望と思われるサービス内容については、回答が30社あり、そのうちの26社に具体的なデータのタイプとコンテンツの記述が寄せられた。データタイプとしては延べ48件挙がっており、そのうち最も多かったのは「文字データ」(33.3%)で、以下「画像」(29.2%)、「マルチメディア」(20.8%)、「数値データ」(14.6%)の順であった。

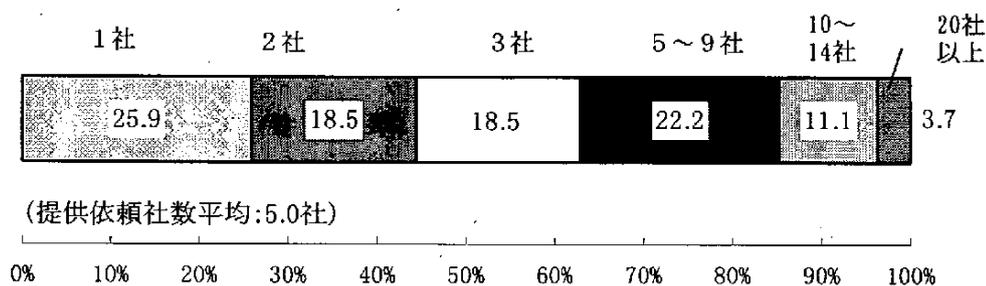
データタイプ別にそれぞれ具体的な内容を見ると、文字データとしては「政府の統計・各種資料・報告書」「企業情報」「商品・新製品情報」「新聞記事」「技術論文・文献情報」「百科事典」「特許」「消費者情報」「電話帳」「スポーツ、生活情報」、画像データとしては「商品・新製品情報」「テレビ番組、ビデオ」「スポーツ情報」「CM情報」「実験・研究データ」「地図」「写真集」、マルチメディアデータとしては「テレビ・映画番組、CM情報」「ゲーム」「音楽」「報道写真」「金融商品紹介」「教育」「生活レジャー情報」、数値データとしては「政府各種統計データ」「商品・製品データ」「企業情報、資産管理情報」などが挙げられている。全体的に画像、マルチメディアにTV、映画、CM、スポーツなど個人向け生活、またはレジャー関係のコンテンツが各々のメディアの特性を生かして挙げられる傾向がある。

3.5 データベースの流通

データベースの流通（ディストリビューション）方法は、プロデューサーが構築・流通を一貫して行う場合と、流通を他社に依頼する場合とがある。前者の場合が業態でいう「プロデューサー兼ディストリビューター」である。

今回、回答のあったプロデューサー71社のうち、88.7%が「自社でサービス（提供）している」企業で、残りの11.3%は自分のところではサービスせず、「他社に依頼」していることになる。また「自社でサービスし、他社にも依頼」する企業の比率は28.2%であった。この数値からもわかるとおり、わが国では多くのプロデューサーがディストリビューターも兼ねている傾向が高い。

他社に依頼している場合の平均提供依頼社数は5.0社と、前回調査（4.0社）よりも平均で1社増えている。これを分布で見ると、前回調査で1位の「5社以上10社未満」に代わって「1社」に依頼しているという回答が最も多く25.9%となっているが、「20社以上」という回答も3.7%あったため全体の平均を上げる結果となった（図表3-15）。

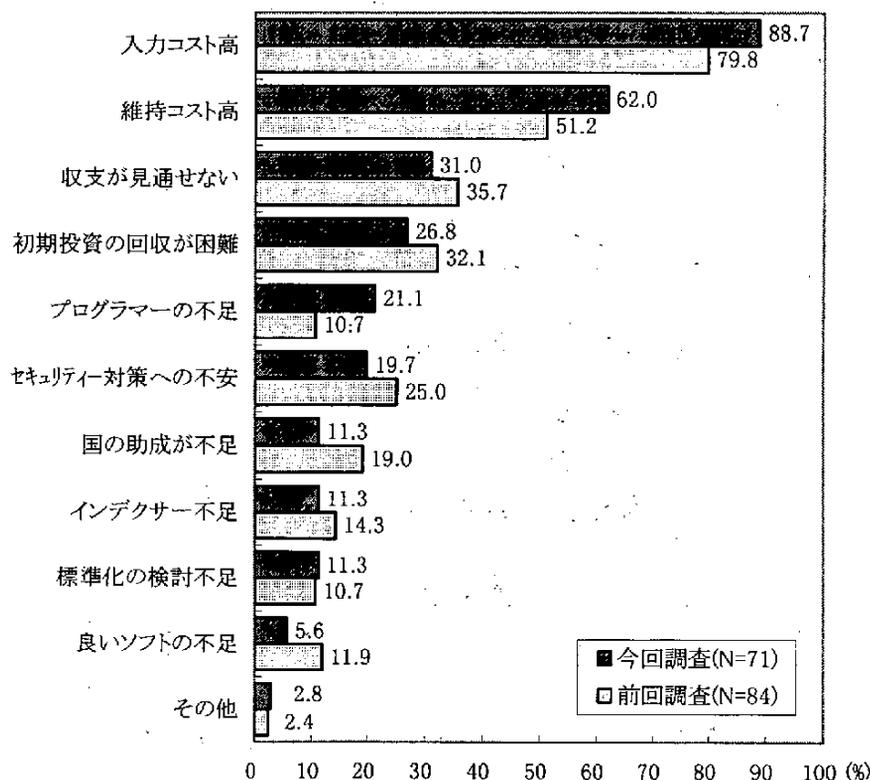


図表3-15 プロデューサーが依頼しているディストリビューター数(N=27)

3.6 データベース構築上の問題

プロデューサーに対してデータベースを構築する上での問題点について回答してもらったところ、図表3-16に示すとおり、コストにかかわる問題意識が高く、前回調査と同じく上位4位までをコスト問題が占めている。ただ前回と比べて「収支が見通せない」「初期投資の回収が困難」の2項については若干減少しているのは前述したように、データベースの売上高が前年に比べて伸びが低く、特にプロデューサーの経営環境が厳しくなっている状況から、新規のデータベース構築の計画そのものがあまり検討されていないのではないかという予想も出来る。したがって現在サービスしているデータベースのコストに係わる「入力コスト」「維持コスト」の問題がより切実に感じられるようである。「セキュリティ対策への不安」は今回は減少したが、世間のコンピューター・ウイルス被害の増加や不正アクセスによる侵入事件が頻発している現状を考えると、減少の結果にはほかの要因が含まれていると見られ、今回の結果だけでは判断できないと思われる。

前回調査より増加が著しかったのはプログラマーの「人材不足」で前々回調査から増加しており、人的資源の確保も企業にとっては「コスト」とともに重要な課題といえる。



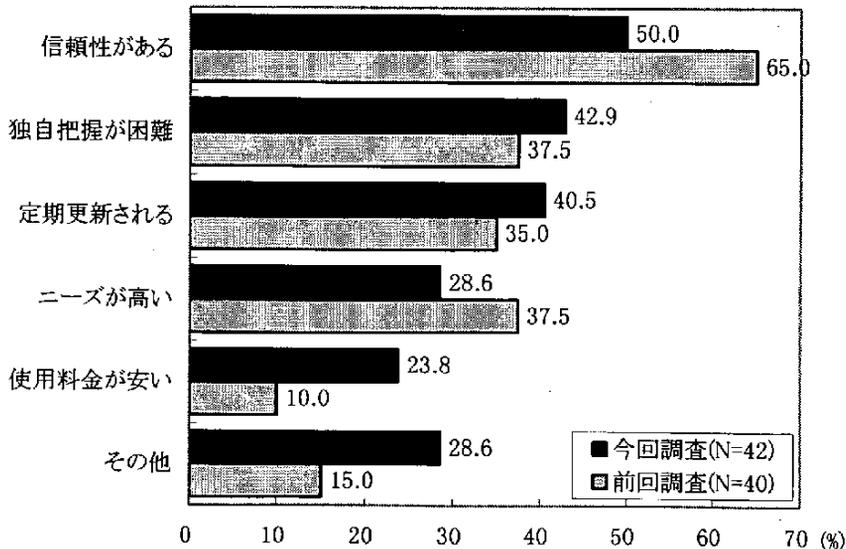
図表3-16 データベース構築上の問題意識(複数回答)

3.7 公的データの活用

政府などの公的機関が作成、公表している統計情報および文献資料（白書、審議会答申、法令集など）は、信頼性も高く、重要な情報源となっている。これら公的データをソースデータとして「利用している」プロデューサーは、回答のあった74社のうち59.5%であった。これを業態別に見ると、プロデューサー兼ディストリビューターでは19社の回答のうち、「利用している」が63.2%であるのに対し、プロデューサー専業33社の回答は54.5%とやや低くなっている。

利用している理由の分布を見ると、前回調査の順位とほぼ同様であるが、トップの「データに信頼性がある」（50.0%）は前回よりかなりポイントを下げている。今回増加した2,3位の「調査対象の規模など、独自調査ではとても把握できないデータである」「毎年あるいは一定期間ごとに更新される」との差が縮まっている。（図表3-17）。「ニーズが高い」は「データに信頼性がある」と共に今回調査では回答率が減少した項目で、その幅もかなり大きい。代わって今回最も伸びた項目が「使用料金が安い」で、インターネットによる公的データの無料提供や、公的機関の情報公開の流れが浸透しつつあることなどを裏付けるものであろうか。

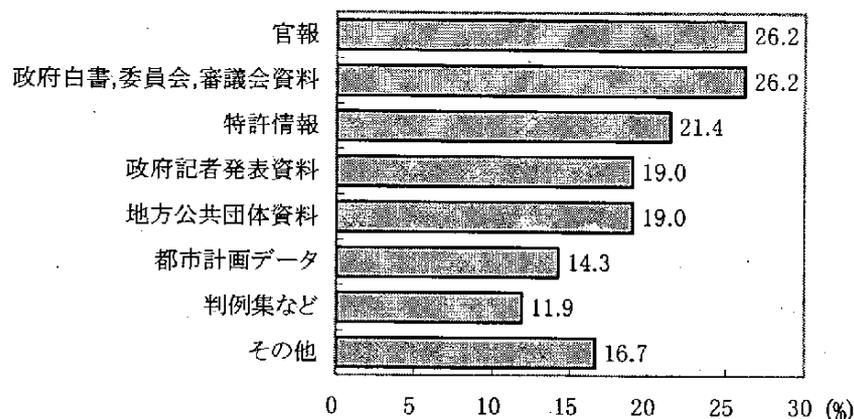
「その他」の具体的な記述としては、「更新が早い」「カバレッジが高い」「唯一のデータソース」「公的データ入手の他によい方法がない」などが挙がっており、これらは、選択肢にある項目と関連が深いもので、公的データの有用性は十分認識されていると見てよい。



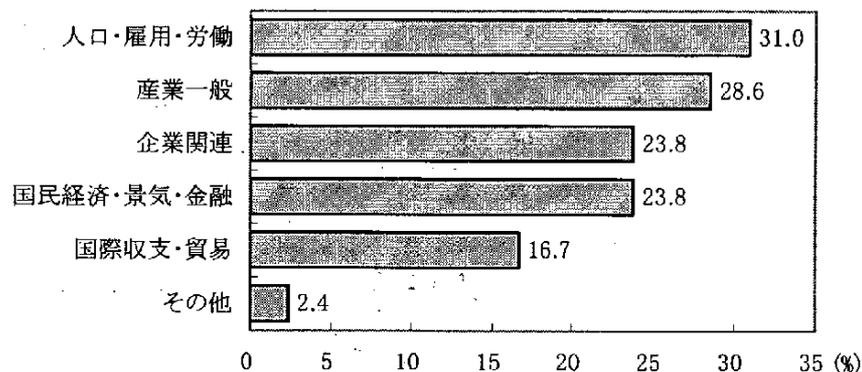
図表3-17 公的データを利用する理由(複数回答)

どのような公的データを利用しているかについては、文字データでは、「官報」「政

府白書、委員会、審議会資料」(26.2%)が同率で並び、政府関係のデータが重要視されているのは変わらない。次いで「特許情報」が挙がり、ニーズの高さを表わしている。なお今回調査では「地方公共団体資料」を取り入れているが、19.0%と地方の公的なデータのニーズも高いことが見て取れる(図表3-18)。また、数値データとしては、図表3-19に示すように「人口・雇用・労働」(31.0%)が前回1位の「産業一般」に代わって最も高いが、前々回はこの逆であり、両者のニーズの差はほとんどないといえる。「企業関連」「国民経済・景気・金融」は同率で23.8%と今回も高率を維持している。



図表3-18 現在利用している公的データ[文字データ](N=42:複数回答)



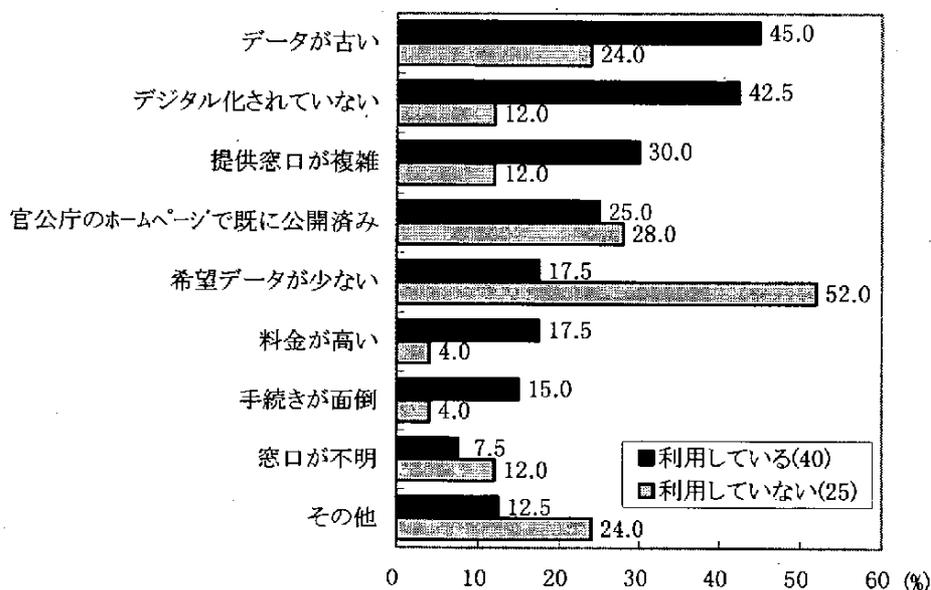
図表3-19 現在利用している公的データ[数値データ](N=42:複数回答)

現在は利用していないが、今後利用したいというベンダーの回答については、文字データでは今回新たに取り上げた「地方公共団体資料」が47.6%と半数近くの回答率を示してトップにきており、新たな地方のデータに対する今後のニーズの高まりを予感させる。「官報」「都市計画データ」「特許情報」も1/3のベンダーの回答があり、これらも「現在利用」ベンダーと同様にニーズが十分あると見られる。数値データで

は、どの項目も回答社数が1～3社であり、回答の分布に特徴的な傾向は見いだせない。

公的データを「利用する上での問題点」、また「利用しない理由」として同じ質問をそれぞれのグループに問いかけたところ、利用しているベンダーのグループでは「公開・提供される時期が遅い（データが古い）」が45.0%と前回に引き続き1位で、次に差がなく「利用したい公的データの提供形態が紙媒体でデジタル化されていない」（42.5%）が2位に入っている。3位の「提供窓口が複雑」（30.0%）まで、やはり利用ベンダーの経験上からの実感としてとらえられている項目が多く出ているといえる。今回、インターネット利用の一般化がもたらす影響を見る意味で「官公庁のホームページで既に公開済み」を新たに項目として追加し、回答状況を見ると1/4のベンダーの支持があった。これによって公的データの作成者である官公庁が無料で提供するため、データベース専門業者が加工し、有料のデータベースとして提供する経営的な基盤が危うくなることに懸念を表明しているといえ、今後もこの問題に注目していく必要があると思われる。「希望データが少ない」という不満は、「官公庁のホームページで既に公開済み」が入ったためか、前回の21.6%からやや減少し17.5%となっている。

一方、未利用グループの最大の理由は、52.0%と唯一半数以上の回答を示した「希望データが少ない」に集中し、利用を試みるが、「いいもの」が見つからないという状況と見られ、今回も3番目に挙げられた「データが古い」（24.0%）と共にデータの内容、質の面を最重要視していることがわかる。



図表3-20 公的データ利用上の問題点、理由
(利用ベンダー N=40, 未利用ベンダー N=25; 複数回答)

他の項目は 2 番目に今回新規項目の「官公庁のホームページで既に公開済み」(28.0%) が挙げられた以外は概して低かった(図表 3-20)。

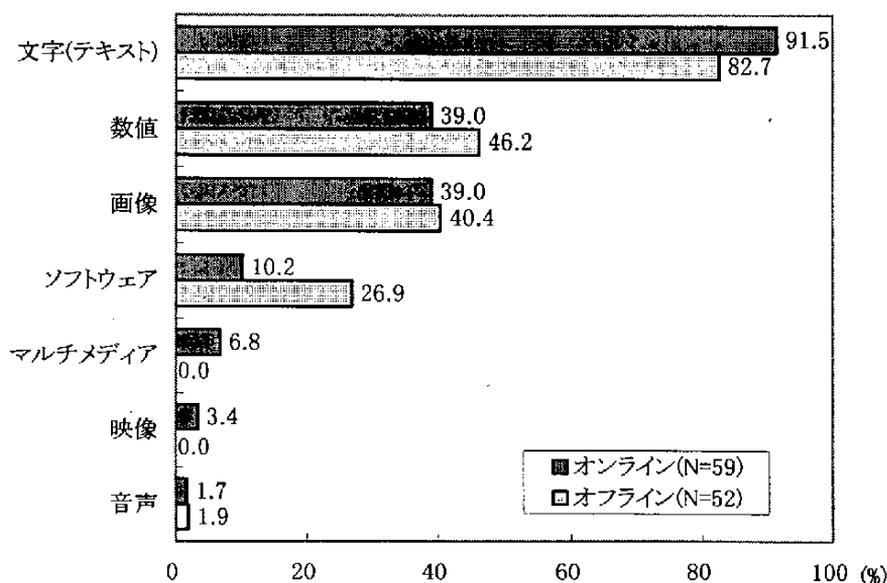
3.8 データベースで提供しているデータの種類（テキスト、画像、映像など）

(1) 提供中のデータ

現在、インターネットを含むオンラインで提供しているデータは、図表3-21に示すとおり、「テキスト」(91.5%)が断然多く、次いで「数値」と「画像(静止画・イメージ・写真など)」(39.0%)が同率で挙げられている。「ソフトウェア」は前回と同じく4位だがややポイントを下げている。全体として前年と同じ傾向が続いている。

オフラインで提供しているデータも同様に、「テキスト」(82.7%)、「数値」(46.2%)、「画像(静止画・イメージ・写真など)」(40.4%)の順位となっている。前回「マルチメディア」「映像」がそれぞれ8.8%、13.2%と前々回に比べ増加の傾向にあったものが、今回調査では回答がなく、CD-ROM、DVDなど大容量媒体が出回っている今日の趨勢(すうせい)にそぐわない結果となっている。これはベンダー全体のサンプルが少ないこともあり、今回調査のみ特別な回答の分布が出ていると見られる。

オンラインとオフラインを比較すると、提供比率の乖離が最も大きかったのが「ソフトウェア」で16.7ポイントもの差が生じている。もともと一般のソフトウェアの流通自体オフラインが一般であり、最近でこそオンライン流通が増え始めているが、今回の調査ではデータベース系ソフトウェアについて、オンライン比率がやや下がりオフライン比率がほとんど変わらないという結果で、この状況も今回調査のみの特異な例と見られる。

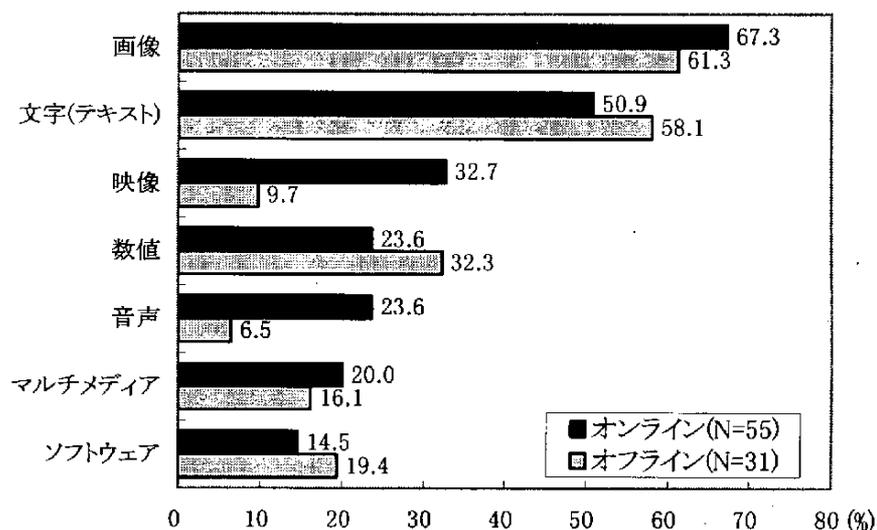


図表3-21 現在提供しているデータの種類(複数回答)

(2) 提供予定のデータ

今後、提供したいデータあるいは提供を増やしたいデータとしては、オンライン／オフライン共、「画像（静止画・イメージ・写真など）」が前回の「テキスト」を抜いてトップに立った。またオンラインでの「映像」データのサービスに対する意欲が今回は高く（前回調査より 17.9 ポイント増）、デジタル放送の開始に呼応しているかのようなのである（図表 3-22）。「画像（静止画・イメージ・写真など）」と「テキスト」の順位の逆転は前回調査でも起こっており、今後もデータベースの分野、利用者層などの変化によっては変動することが予想されよう。

そのほかに、オンラインで「音声」が前回より 10.5 ポイント増、「テキスト」が同じく 14.7 ポイント減、「数値」が同じく 10.8 ポイント減が変動幅の大きかったデータタイプである。また「映像」「音声」ではオン／オフラインでの回答率に著しい開きがあり、前回調査とかなり異なった結果が表れているので、この結果から今後の傾向をつかむのは難しい。



図表3-22 今後提供したい(提供を増大したい)データの種類(複数回答)

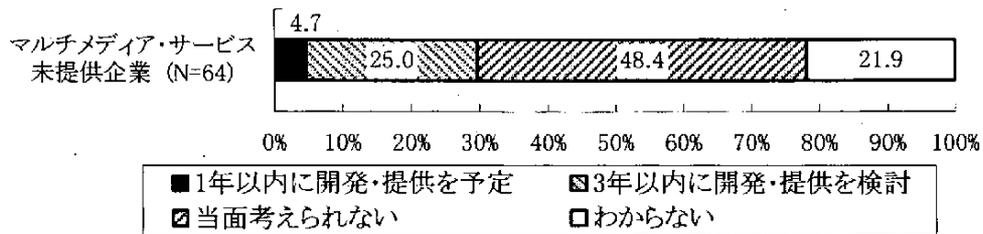
(3) マルチメディアサービスの位置づけ

マルチメディアサービスの位置付けについては、前回調査で 13 社あったものが今回は 4 社のみ「現在サービスを行っている」との回答であったので、今回の回答の偏りがここでも見られ、4 社の意向のみで判断することはできない。

一方、現在マルチメディア・データを提供していないベンダーが今後をどのように考えているかについては、前回調査と同様、「当面、考えられない」の 48.4% がトップで約半数が否定的見解を示している（図表 3-23）。また、「1 年以内に開発・提供を予定している」と回答したベンダーが前回調査では 1.3% であったもの

が、今回調査では4.7%の回答があった。「3年以内ぐらいには、開発・提供が考えられる」も25.0%と前回及び前々回とほとんど変わっていない。

総じて、マルチメディア・サービスの提供に関しては、提供意向のいずれも最近の3年間の傾向が大きく変わっていないことから、費用対効果に照らし合わせたユーザーニーズの有無や開発コストなどの事業採算性の観点から、ベンダーにおいていまだ厳しい見方が続いていると見てよい。



図表3-23 マルチメディア・サービスに対する今後の意向

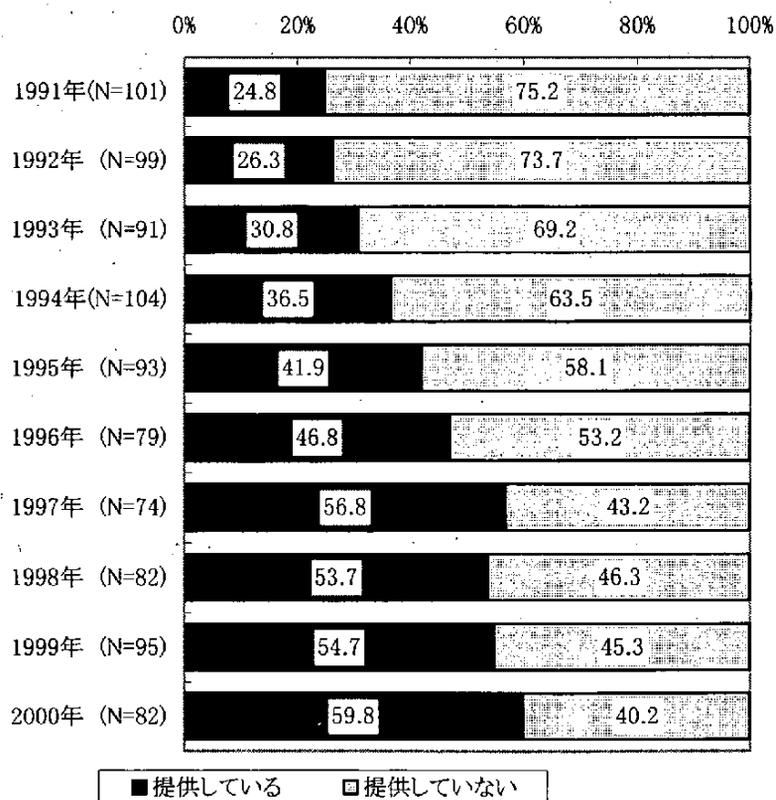
3.9 CD-ROMによるデータベース提供

(1) 提供の有無

図表3-24に示すとおり、現在、CD-ROM、DVD化されたデータベースを提供しているベンダーは59.8%で、前回調査よりさらに伸びて6割近くまでに達し、傾向としては増加していると見てよい。

業態別で見ると、プロデューサー兼ディストリビューターは回答20社のうち65.0%が、また、プロデューサー企業は回答28社のうち64.3%がCD-ROM化されたデータベースを提供している。

膨大な情報量をコンパクトな形で提供できるCD-ROM、DVDはマルチメディアに適した記憶媒体である。ただ、前項設問におけるマルチメディア・サービスに対するベンダーの意向が消極的で、逡巡している感もあることもあり、必ずしもCD-ROMやDVDにとって追い風となっているわけではないが、図表3-24にもあるとおり、依然高い評価を受けている。



図表3-24 CD-ROM化されたデータベース提供の有無

(2) CD-ROM, DVD データベースの分野

CD-ROM, DVD 化されたデータベースの提供ベンダー数を図表3-25の大分類で見ると、「ビジネス」で30社、次いで「自然科学・技術」の22社、「一般」の16社、「人文・社会科学」1社、「その他」の2社となっている。前回調査と比較すると、「ビジネス」1社、「自然科学・技術」8社、「一般」3社、「人文・社会科学」2社、「その他」1社と全分野で減少という結果であった。

詳細分類で増加した種類を見てみると、4社以上増加したものはなく、「科学技術/特許」の3社が最高で、以下「人物情報」「商品・製品情報」「地図・マッピング/電話番号/住所コード」「数学/農業・農学」が2社増、「書誌/図書・刊行物情報」「金融/証券/為替/市況情報」「教育/宗教」がそれぞれ1社増であった。

今後の提供予定を見ると、大分類では「一般」「ビジネス」「自然科学・技術」の順であり、詳細分類では「新聞/雑誌/ニュース」「人物情報」「書誌/図書・刊行物情報」と前回より予定社数で12社増えた「一般」分野の種類が上位にランクされている。

提供しているタイトル数の延べ数は421タイトルで、前回調査から100タイトル増加している(図表3-26)。CD-ROM, DVD を提供するベンダーの割合は減少したが、提供タイトル数は前回調査に比べて3割以上の伸びを示している。大分類で見ると、「ビジネス」「自然科学・技術」「一般」「その他」「人文・社会科学」の順となっている。

詳細分類で見ると、「地図・マッピング/電話番号/住所コード」が122タイトル、「材料・素材」の101タイトル、「科学技術/特許」の69タイトルが突出しており、次いで「法律・法規, 判例/税・税務情報」の37タイトル、「辞(事)典/百科/ディレクトリー」の15タイトル、以下「医・薬学/バイオ/化学」が13タイトル、「統計・人口」が11タイトルと続いている。

今後の提供予定を見ると、「材料・素材」の101、「サービスガイド・案内情報」の99、「新聞/雑誌/ニュース」の61タイトルが圧倒しており、特に「サービスガイド・案内情報」が提供予定で挙がってきているのは、個人、または消費者向けの種類が今後増えてくることを予感させる。

	現在提供中 (N=49)	今後の予定 (N=22)
〔一般〕	16	17
オーディオ・ビジュアル／ゲーム・娯楽	0	0
サービスガイド・案内情報	0	1
辞(事)典／百科／ディレクトリー	4	1
CAI	0	0
書誌／図書・刊行物情報	5	3
人物情報(Who's Who)	3	4
新聞／雑誌／ニュース	4	7
デスクトップ	0	1
ナビゲーション	0	0
〔ビジネス〕	30	10
金融／証券／為替／市況情報	1	0
規 格	0	0
企業・財務情報	4	1
経済／ビジネス	3	1
商品・製品情報	5	1
パーツカタログ	0	1
地図・マッピング／電話番号／住所コード	8	2
統計・人口	4	2
不動産	0	0
法律・法規, 判例／税・税務情報	5	2
〔自然科学・技術〕	22	4
医・薬学／バイオ／化学	7	2
宇宙／地球／海洋／水産	0	0
エネルギー／資源／環境	0	0
気象・気候	0	0
科学技術／特許	7	0
コンピューター／ソフトウェア	1	0
建築・建設	2	0
数学／農業・農学	2	0
材料・素材	3	2
〔人文・社会科学〕	1	0
教育／宗教	1	0
芸術・文化／文学・歴史	0	0
言語・用語	0	0
社会科学／心理学	0	0
図書館・情報科学	0	0
地図・地理	0	0
〔その他〕	2	0
合 計	71	31

図表3-25 CD-ROM化されたデータベースの提供状況(企業数)

	現在提供中 (N=49)	今後の予定 (N=22)
〔一般〕	31	172
オーディオ・ビジュアル／ゲーム・娯楽	0	0
サービスガイド・案内情報	0	99
辞(事)典／百科／ディレクトリー	15	1
CAI	0	0
書誌／図書・刊行物情報	8	3
人物情報(Who's Who)	3	5
新聞／雑誌／ニュース	5	61
デスクトップ	0	3
ナビゲーション	0	0
〔ビジネス〕	194	21
金融／証券／為替／市況情報	3	0
規 格	0	0
企業・財務情報	7	2
経済／ビジネス	5	3
商品・製品情報	9	1
パーツカタログ	0	1
地図・マッピング／電話番号／住所コード	122	6
統計・人口	11	4
不動産	0	0
法律・法規、判例／税・税務情報	37	4
〔自然科学・技術〕	193	106
医・薬学／バイオ／化学	13	5
宇宙／地球／海洋／水産	0	0
エネルギー／資源／環境	0	0
気象・気候	0	0
科学技術／特許	69	0
コンピューター／ソフトウェア	5	0
建築・建設	3	0
数学／農業・農学	2	0
材料・素材	101	101
〔人文・社会科学〕	1	0
教育／宗教	1	0
芸術・文化／文学・歴史	0	0
言語・用語	0	0
社会科学／心理学	0	0
図書館・情報科学	0	0
地図・地理	0	0
〔その他〕	2	0
合 計	421	299

図表3-26 CD-ROM化されたデータベースのタイトル数(延べ件数)

4. インターネットとデータベース・サービス

要約

本章では、インターネットを介したデータベースサービスの利用と提供の状況に関して「データベース・サービス実態調査」のユーザー編およびベンダー編の集計結果を基に概説した。

インターネットのユーザーは、本調査回答企業634社のうち620社がホームページの利用について回答しているところから、97.8%とほぼ全数が利用しているといえる。

インターネットでのデータベース検索はユーザーの3割まで伸びたが、インターネットの主たる利用目的は、電子メールとホームページからの情報入手である。

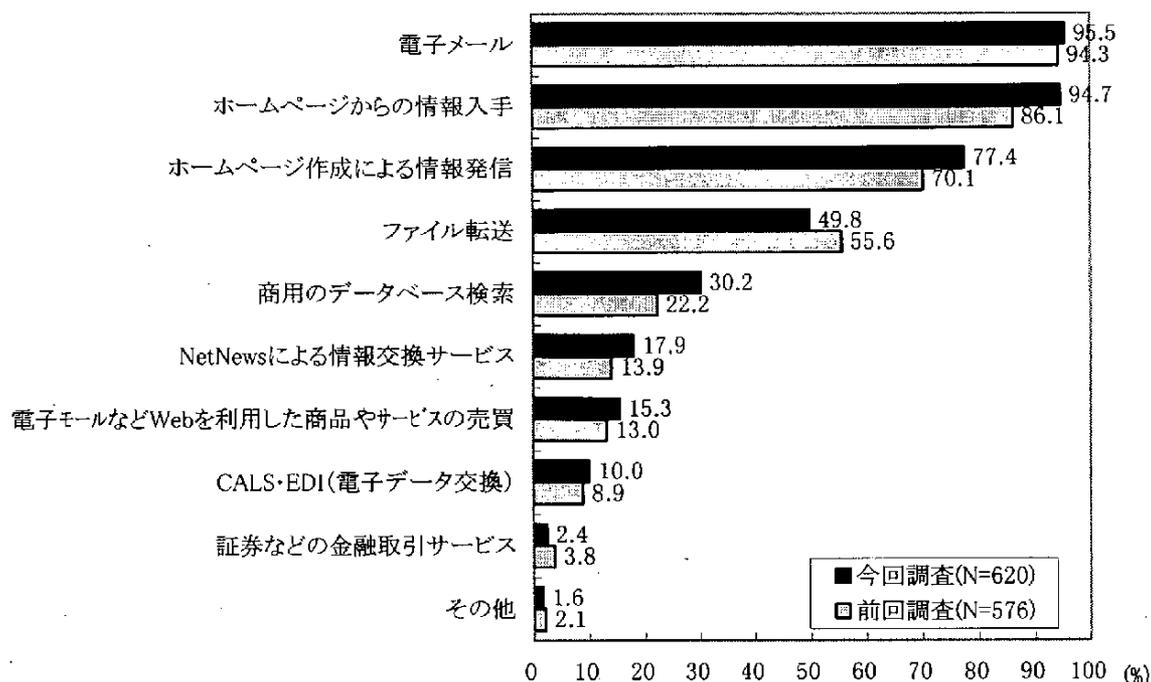
インターネットでのデータベース・サービスに参入しているベンダーは6割弱で将来は3/4程度のベンダーがサービスを実施すると見られる。利用しているデータベースでは、日経テレコンがトップでJOIS, DIALOG, PATOLISなどが上位を占めている。ユーザーが今後期待するサービスでは、電子メールを利用したニュース配信、携帯電話やPDA向け情報サービスなどが有力と見られるが、ベンダー側ではあまり乗り気ではないようで、従来からのWebを利用した文字・数値・音声・動画・静止画等の情報サービスの拡充に力を注ぎ、設備投資やコストの面から、また無料HPの増加、あるいはセキュリティ対策の問題などから、新規のメニューを提供していく積極性は高くないと見られる。インターネットでの被害経験はウイルスや不正アクセスなどあったものの実害はあまりなかったようである。

4.1 ユーザーにおける利用の現状

(1) 利用の目的と内容

インターネットを利用する目的については、インターネットを利用している回答企業620社のうち、「電子メール」が95.5%、次いで差がなく「ホームページからの情報入手」が94.7%と大半を占め、3位の「ホームページ作成による情報発信」が77.4%と他を圧倒している。特に「ホームページからの情報入手」は前回調査より大きく増加し、「電子メール」と共に9割を超えてこの2つの目的がインターネット利用の最大のものといえる。「商用データベース検索」を目的とするものは前回調査の22.2%から8ポイント上げて30.2%であった(図表4-1)。「電子メール」は、企業内の通信・連絡などネットワークのインフラ整備を第1の目的にインターネットの導入を図るケースが多いことを示し、「ホームページからの情報入手」は、2.2(1)の商用データベース・サービス利用の減少理由の項でも見たように「無料のホーム

ページ」が商用データベースの代わりをなし得るほどコンテンツが充実してきている証拠でもある。



図表4-1 インターネット利用目的の前回調査との比較

インターネットから「商用のデータベース」を検索する場合の利用するシステム名を記入してもらったところ、図表4-2のように「日経テレコン21」52社（39.4%）、「JOIS」（JOIS-Webを含む）30社（22.7%）、「DIALOG」（DIALOG-Webを含む）28社（21.2%）、「PATOLIS」20社（15.2%）、「STN」18社（13.6%）、「G-Search」16社（12.1%）、などが上位に挙げられ、全体で132社から261件のデータベース名の回答があった。

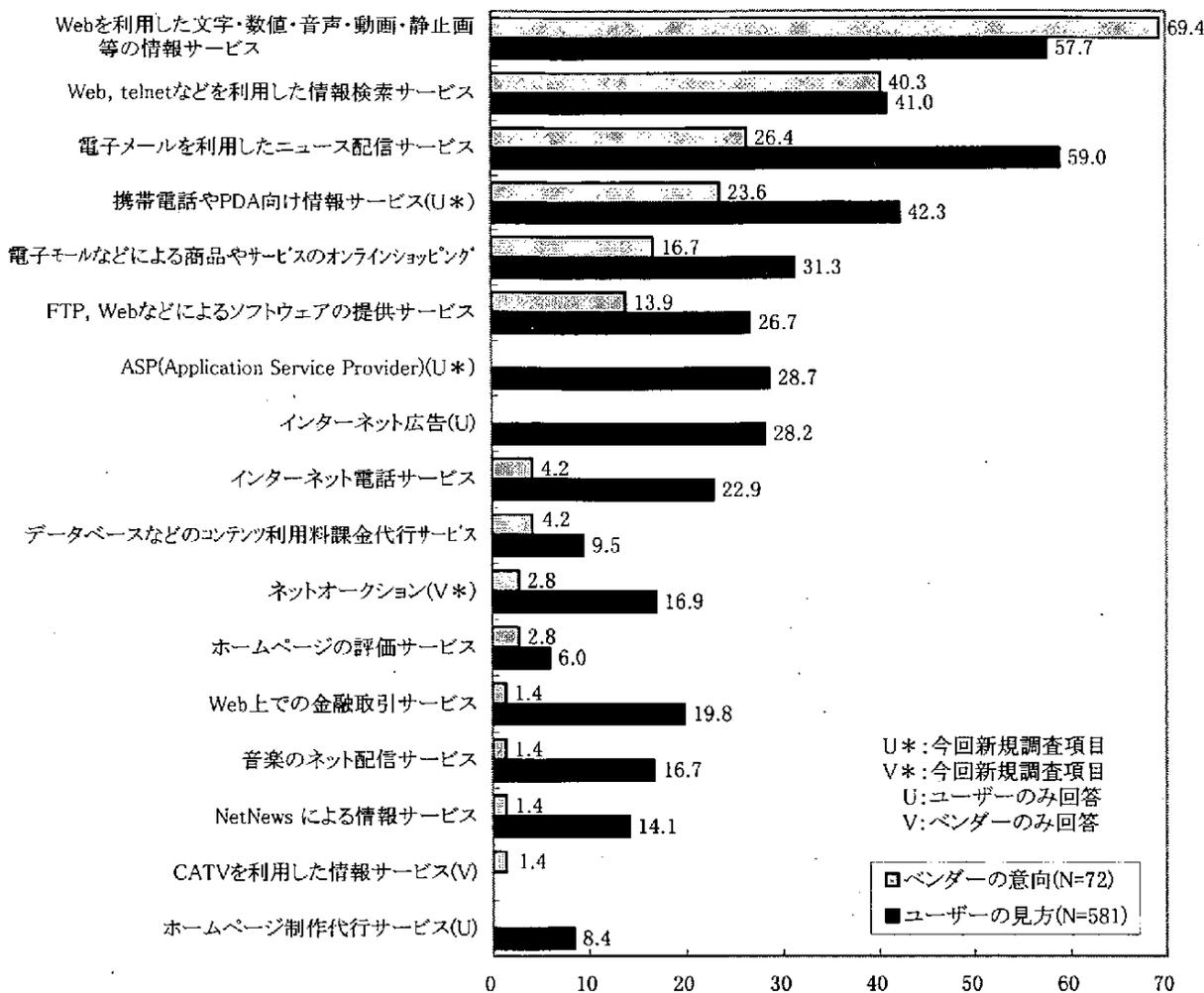
インターネットを利用したデータベース・サービスにユーザーはどのようなものを期待するのか、またベンダーはどのようなサービスの市場を有望だと考えているのかについて、ほぼ同様の内容で調査を行い、サービスを受けるユーザーと提供するベンダーの比較を見たものが図表4-3である。今回の調査では、ユーザー側に「携帯電話やPDA向け情報サービス」、「ASP(Application Service Provider)」の2項目を、さらにベンダー側には、「ネットオークション」を新たに選択肢に加え、刻々と変化し、また多様化するインターネットでのサービスメニューに対応している。

ユーザー側とベンダー側の思感がほぼ一致しているのは、「Web, telnetなどを利用した情報検索サービス」で双方共4割の支持を得ているが、前回調査より両者共約6ポイントほど下がっている。反対に著しくズレていると見られるのが、「電子メールを利用したニュース配信サービス」「携帯電話やPDA向け情報サービス」

業 種 データベース名	第2次 産 業	第3次 産 業	公 共 サ ー ビ ス	そ の 他	合 計 (社 数)	(%) (N=132)
1 日経テレコン21	22	18	12		52	39.4
2 JOIS	20	4	6		30	22.7
3 DIALOG	18	3	6	1	28	21.2
4 PATOLIS	20				20	15.2
5 STN-on the Web	16		2		18	13.6
6 G-Search	3	9	4		16	12.1
7 @nifty	6	5	1		12	9.1
8 COSMOS(COSMOS2)	1	4	1		6	4.5
9 OCLC-First Search			6		6	4.5
10 Assist(日外アソシエーツ)	2	1	2		5	3.8
11 NACSIS-IR			4		4	3.0
12 NRIサイバーパテントデスク	3	1			4	3.0
13 TSR	2		2		4	3.0
14 朝日新聞DNA			4		4	3.0
15 Dow Jones Interactive	1		2		3	2.3
16 JIP/Infostream	2	1			3	2.3
17 Sci Finder	3				3	2.3
18 Ebsco			2		2	1.5
19 ELISNET	1	1			2	1.5
20 JP-NET	2				2	1.5
21 KIKAKUNET	2				2	1.5
22 PubMed	2				2	1.5
23 医中誌	2				2	1.5
24 各社新聞記事		2			2	1.5
その他	14	7	8	0	29	22.0
合 計	142	56	62	1	261	197.7
構 成 比 (%)	54.4	21.5	23.8	0.4	100.0	

図表4-2 インターネットで利用している商用データベース

「電子モールなどによる商品やサービスのオンラインショッピング」「FTP, Webなどによるソフトウェアの提供サービス」「インターネット電話サービス」などで、ユーザー側はいずれも20%以上の回答がありながら、ベンダー側はおよそ半分の支持しかなく、「電子メールを利用したニュース配信サービス」に至ってはその差が30ポイント以上もあり、この種のサービスの事業化については、消極的で冷めた見方をしているといえよう。双方でトップの「Webを利用した文字・数値・音声・動画・静止画等の情報サービス」はベンダー側が唯一ユーザー側を上回っているサービスで、したがってベンダーの意向としては、ほぼこれに集中して事業の展開を図りたい考えのようである。



図表4-3 インターネットを利用したサービスで有望と思われるものの利用と提供の比較

今回ユーザー調査の新規サービス項目として取り上げた「携帯電話やPDA向け情報サービス」「ASP(Application Service Provider)」はそれぞれ42.3%、28.7%で、ユーザー全体では3位、6位に入る高率を示し、ベンダーよりサービスの多様化への期待が大きいと見られる。

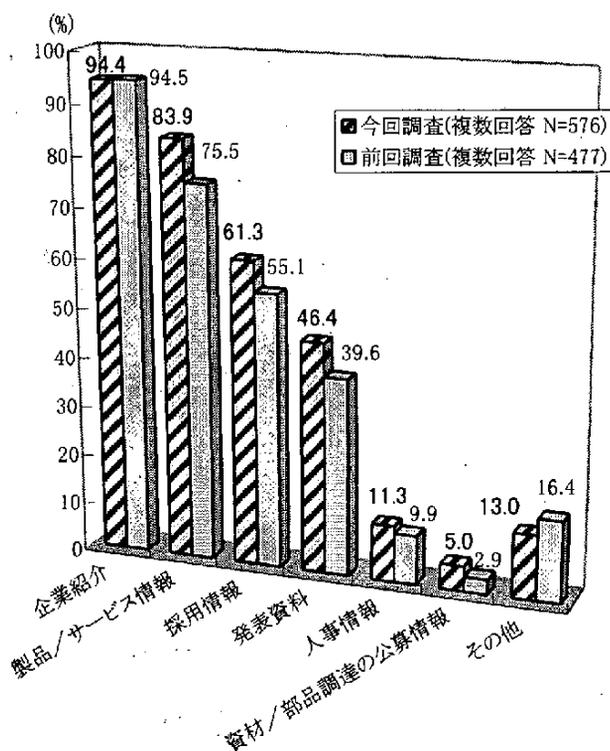
一方ベンダー調査での今回の新規サービス項目である「ネットオークション」は2.8%で、新規事業への参入にはあまり積極的ではないと見られる。

しかしながら、変化の早いインターネット関連のサービスでは、今後ユーザーの期待、またはニーズを的確に掴んで事業化が早々に進展することも考えられるので、この指標については当分見守っていく必要がある。

(2) ホームページの公開

回答企業628社のうち、52社を除いた576社がホームページ(HP)を公開しており、公開率は91.7%であった。図表4-4では、公開情報の内容別にHP公開企業の分

布を示しているが、これを見ると、「企業紹介」がトップでHP公開企業の94.4%にも達している。以下、「製品/サービス情報」(83.9%)「採用情報」(61.3%)「発表資料」(46.4%)「人事情報」(11.3%)と続き、「資材/部品調達」の公募情報は5.0%と最も低かった。「企業紹介」が9割以上を占めているのは当然といえるが、2位以下の公開内容は前回に比べ全て増加しており、インターネット利用者層に対する有効性を認め、企業紹介から情報発信へと利用が年々積極的になってきている結果と見られよう。「その他」として挙げてもらった具体的記述では、「学校紹介」「入試案内」「教育・研究情報」など教育関係が約1/3以上を占め、地方行政関係で「行政情報」「観光」といった内容が挙げられ、全体で公共サービスの発信する内容が7割以上であった。

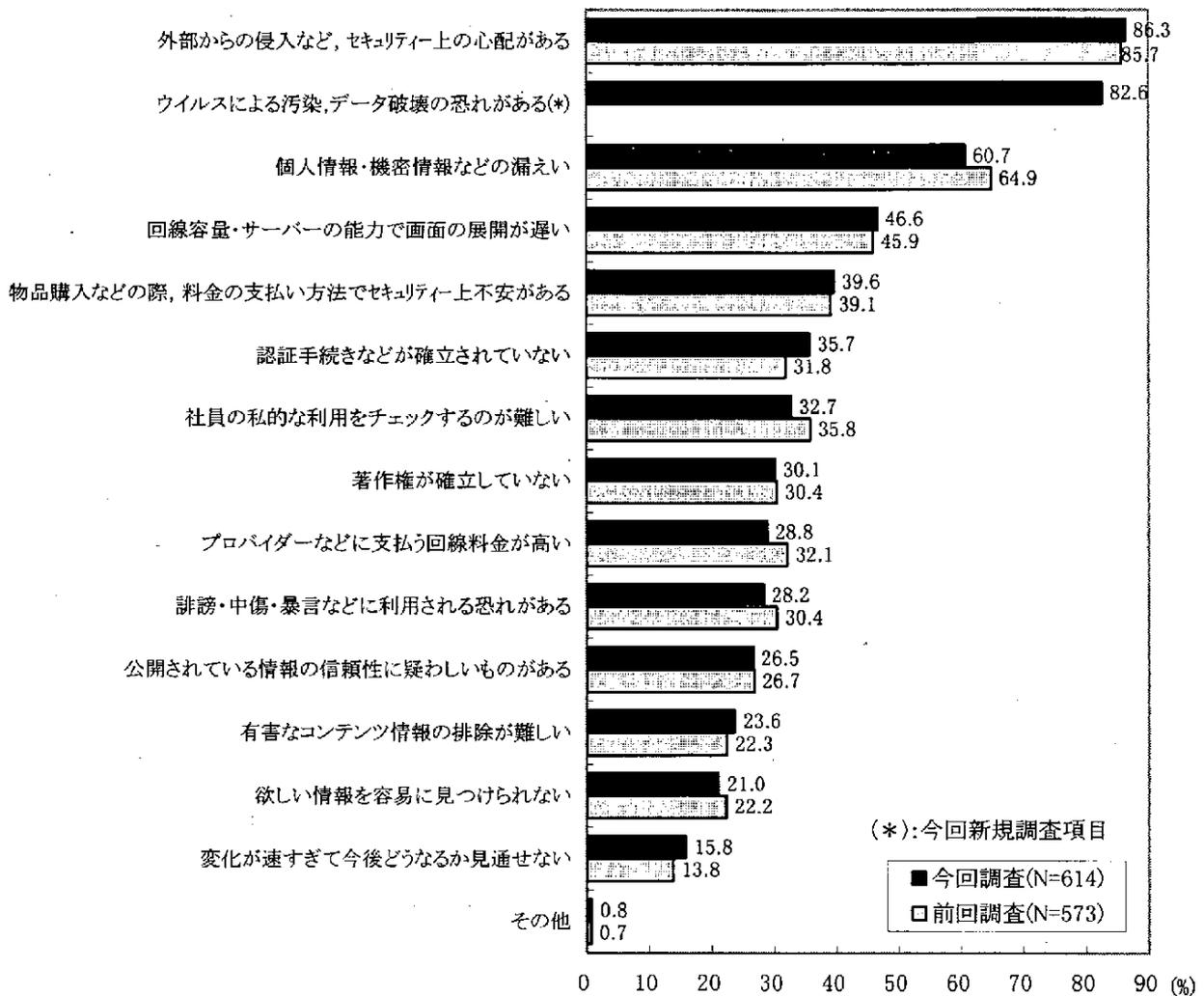


図表4-4 ホームページ公開情報の内容

(3) 利用上の問題点

インターネットを利用する上での問題点について調査したところ(図表4-5)、前回調査同様、「外部からの侵入など、セキュリティー上の心配がある」が86.3%でトップであった。次いで今回新たに加えた「ウイルスによる汚染、データ破壊の恐れがある」が82.6%とトップに差がなかった。この項目は前回調査では「外部からの侵入など、セキュリティー上の心配がある」に一部含まれていたと考えられる

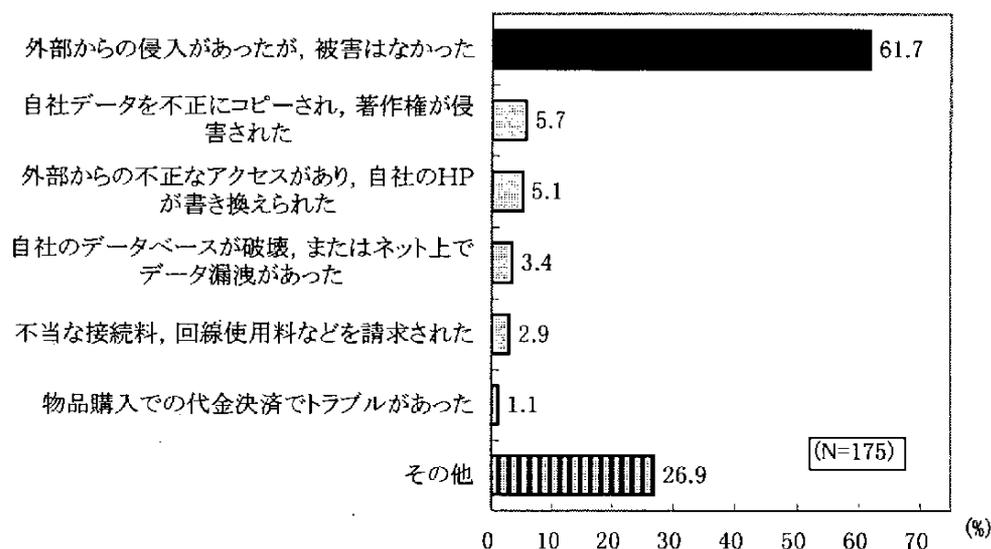
が、新規に単独に加えてもトップと同じように高率を示し、この2項がユーザーにとって重要な課題であるという。続いて、「個人情報・機密情報など、漏えいの恐れがある」も60.7%と依然高く、セキュリティとプライバシー問題がインターネット利用に際して最も心配されていることがわかる。前回調査に比べて問題点の順位に大きな変動はないが「認証手続きなどが確立されていない」が35.7%と順位をやや上げており、今後EC(電子商取引)、オンラインショッピングの発展などインターネット上で種々のサービスが展開される中で、この点もクリアされねばならない問題点の1つといえよう。



図表4-5 インターネット利用上の問題点の前回調査との比較

前回、企業内のインターネットの管理・運用担当者にとって日頃煩わされていると思われることを新たに問題点として取り上げたが、「欲しい情報を容易に見つけれられない」「有害なコンテンツ情報の排除が難しい」「公開されている情報の信頼性に疑わしいものがある」「誹謗（ひぼう）・中傷・暴言などに利用される恐れがある」および「社員の私的な利用をチェックするのが難しい」の5項目は今回いずれも20%以上の回答が寄せられ、これらの状況の改善も難しいようである。

因みにデータベースの利用いかんを問わず、インターネット利用での実際の被害経験について聞いた結果を図表4-6に示している。これを見ると、175社のユーザーが回答しており、インターネット利用企業を620社とすれば約3割のユーザーが経験していることになる。この中で最も多かったのが「外部からの侵入があったが、被害はなかった」の61.7%で、言わば「面白半分」で侵入された経験を持つユーザーが6割強に上り、次いで「自社データを不正にコピーされ、著作権が侵害された」が5.7%で、総じて実際に被害を被ったユーザーは意外に少ないという結果であった。また「その他」（26.9%）で具体的な回答を寄せてきた33件の内容を見ると、「ウイルスの侵入」が17件と半数を超え、次いで「SPAMメール」が11件と1/3に達しており、この2項も「外部からの不正な侵入」と見れば直接的な被害の有無にかかわらず、かなりの不正なアクセスがあったことが認められよう。これ以外では「掲示板に好ましくない書き込み」「自社にとって不利益となる発言」などの記述があった。

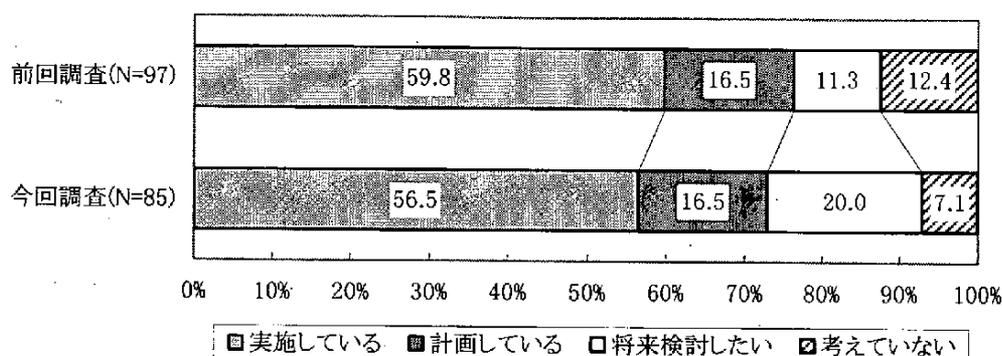


図表4-6 インターネット利用での被害経験

4.2 ベンダーにおけるサービス提供の状況

(1) サービス実施状況

図表4-7に示すとおり、インターネットによるサービスを「実施している」ベンダーは回答85社中48社の56.5%であった。前回調査では59.8%であり、3.3ポイント下落しているが、半数を超えていることに変わりはなく、ベンダーがインターネットでのデータベース・サービス関連事業を本格化させつつあることが分かる。「計画中」の16.5%を含めれば、近い将来、約3/4のベンダーがインターネットを利用したサービスを展開すると見られる。



図表4-7 インターネットを介したデータベース・サービスの実施状況

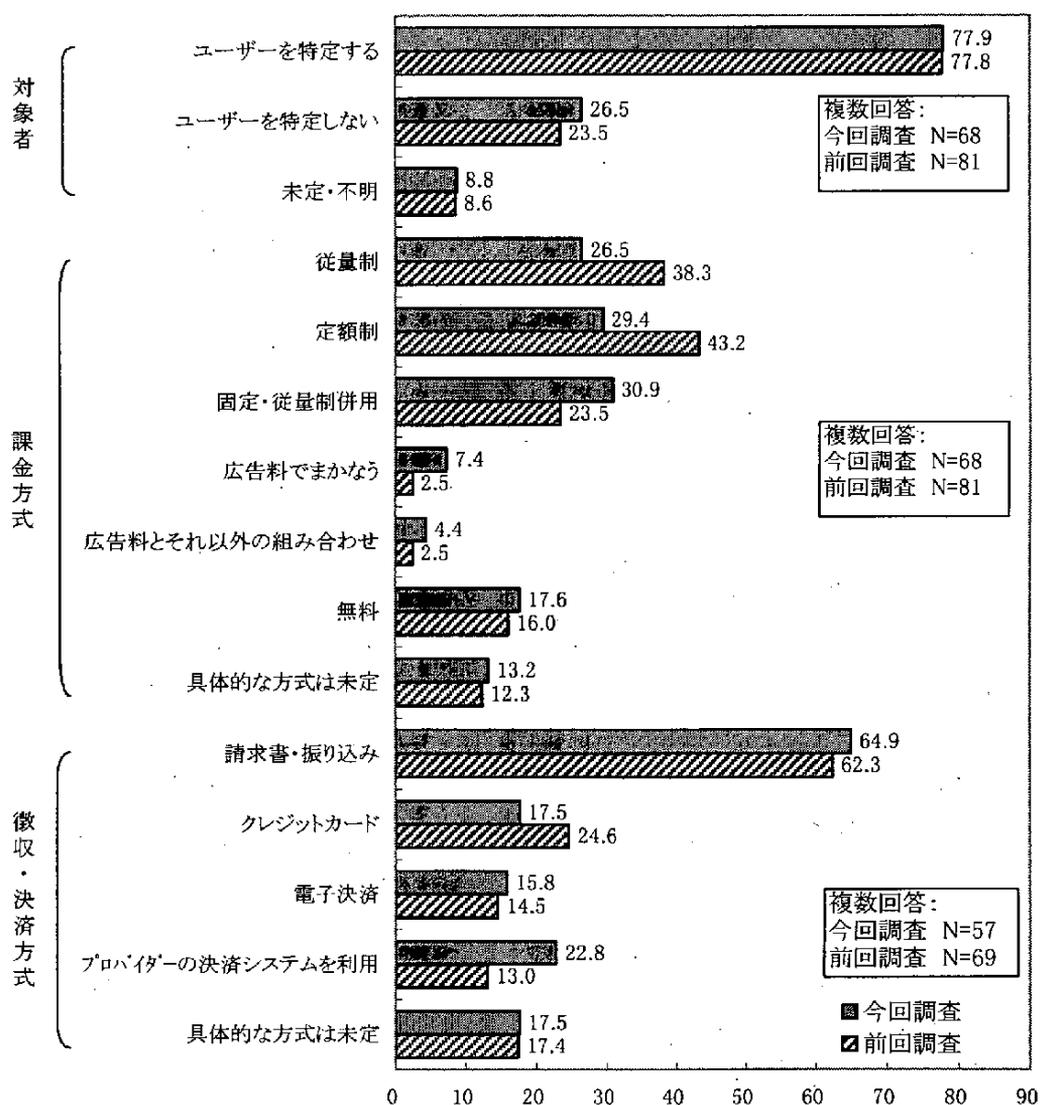
(2) データベース・サービスの種類

インターネットでサービスしているデータベース名を見ると、有料、無料を問わず、一般では、育児、健康、暮らしの統計、書誌・図書の検索、報告書・ビデオの収蔵一覧、スポーツ記事、人物検索、新聞記事・写真データベースなどがあり、産業・経済・ビジネスの分野では、企業情報、財務情報、地域地場産業情報、住宅地図サービス、ピンポイントウエザー、製品PR・電子カタログ情報、イベント情報、マーケットリサーチ、講演者情報、名簿情報、市場予測、生活者アンケート情報、地域進出企業情報、経営者情報など、自然科学・技術では、特許・実用新案、科学技術文献、化学・医学・薬学、工学、建築、原子力、研究者情報、エネルギーデータベースなどのデータベースがあり、その他では、地域の経済、文化、科学技術に関する様々な種類のデータベースも数多く見られた。

今後、インターネットを介したデータベース・サービスが増加することは、ITの流れからしても必然であり、インターネットの特性を生かしたサービス内容と提供形態の優劣が今後の市場競争において優位に立つ決め手となろう。

(3) 料金徴収体制

図表4-8はインターネットを介した料金徴収体制として、「対象者」「課金方式」「徴収・決済方式」の3項目に分け、「実施あるいは計画している」ものを示している。料金徴収の対象者については、最も回答が多かったのが「ユーザーを特定する」で77.9%に上り、これに対し「ユーザーを特定しない」は26.5%であった。課金方式については、注目の「広告でまかなう」「広告料とそれ以外の組み合わせ」などはいずれも低かった。前回調査で1,2位であった「定額制」「従量制」が「固定・従量制併用」(30.9%)に抜かれたがこの3方式はほとんど回答率に差がなく拮抗している。また「無料」(17.6%)という回答も前回(16.0%)よりわずかだが増加していることなどから見ると、ベンダーの中には料金設定を決めかねている、あるいはサービスの種類によって課金方式を変えるようにも見られる。



図表4-8 インターネットを介したデータベース・サービスの料金徴収体制

料金の徴収・決済方式でも「請求書・振込」が群を抜いて高いが、「具体的な方式は未定」としているベンダーが17.5%とかなり多いことから、課金方式の場合と同じくサービスの種類、内容、対象者の規模や層によって複数の方式を採るとも考えられる。SETなどのインターネット上での決済の技術標準が確立され始めているのを受けて、前回では2番目の「クレジットカード」が、今回は3番目に下がり、「プロバイダーの決済システムを利用」する方式（22.8%）が前回の13.0%から大きく伸ばして2番目に上がり、この方式も今後有力な手段となっていくものと見られる。総じて、インターネットによるサービスを開始はしたものの、徴収方式は多くのベンダーが模索しているというのが実情のようである。

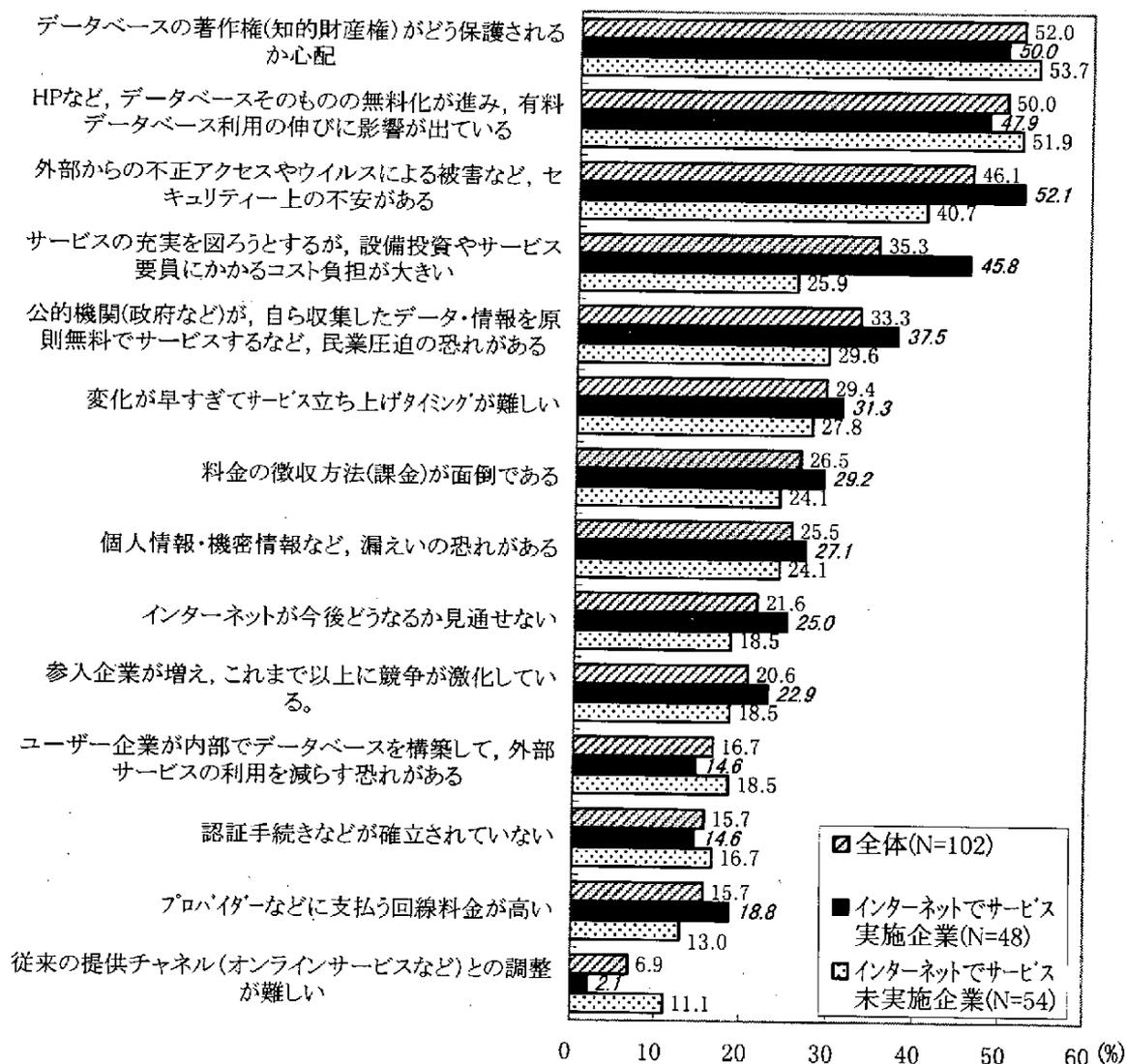
(4) 実施上の問題点

前出の通り、インターネットを介したサービスの実施企業が過半数に達している現在、ベンダー企業（インターネットおよび専用回線でデータベース・サービスを実施している事業者も含めて）にとって抱える不安や問題点も多い。これらの不安や問題点について102社からの回答の状況を図表4-9で示している。全体で最も多かった回答は「データベースの著作権(知的財産権)がどう保護されるか心配」の52.0%で、「HPなど、データベースそのものの無料化が進み、有料データベース利用の伸びに影響が出ている」「外部からの不正アクセスやウイルスによる被害など、セキュリティー上の不安がある」が50.0%、46.1%で2位、3位に挙がっている。インターネットを利用してデータベース・サービス事業を推し進めるベンダーにとっては「インターネットでの無料HPなど、データベースの無料化」が場合によっては阻害要因ともなりかねないというやや皮肉な結果も出ており、また昨今、ウイルスやハッカー騒動に対してマスコミに大きく取り上げられていることなどが回答状況にも多分に影響していると見られる。

インターネットでデータベース・サービスを「実施している」ベンダーと「未実施」ベンダーとの回答を比較して、最もかい離が大きかったのが「サービスの充実を図ろうとするが、設備投資やサービス要員にかかるコスト負担が大きい」（45.8%）で、その格差は約20ポイントあり、当然のことながら「実施している」企業では経験を踏まえ、コストや資金面の解決が当面の課題であることが切実に表れている。「外部からの不正アクセスやウイルスによる被害など、セキュリティー上の不安がある」は次に格差が大きい問題で、「実施している」ベンダーでは、トップ（52.1%）に挙げられている。ホームページの書き換えやデータの改ざんなどの事件が頻発している中で、サービス中の企業にとっては敏感にならざるを得ないのであろう。一方「未実施」ベンダーが抱える問題は、全体の結果と同じく「データベースの著作権(知的財産権)がどう保護されるか心配」（53.7%）、「HPなど、データベースそのものの無料化が進み、有料データベース利用の伸びに影響が出てい

る」(51.9%)の2項目が半数以上の回答を示しており、言い換えれば、これらの問題点が新たなサービスへの進出をためらわせているとも見られる。

また、問題点の中位グループの回答では、「実施している」ベンダーの方が「未実施」ベンダーより高く出ており、サービスの経験に基づいた意見として「料金徴収方法」「公的機関(政府など)の原則無料のサービスによる民業圧迫の恐れ」「インターネットの今後の見通し」などの問題に切実な不安感を抱いていると見られる。

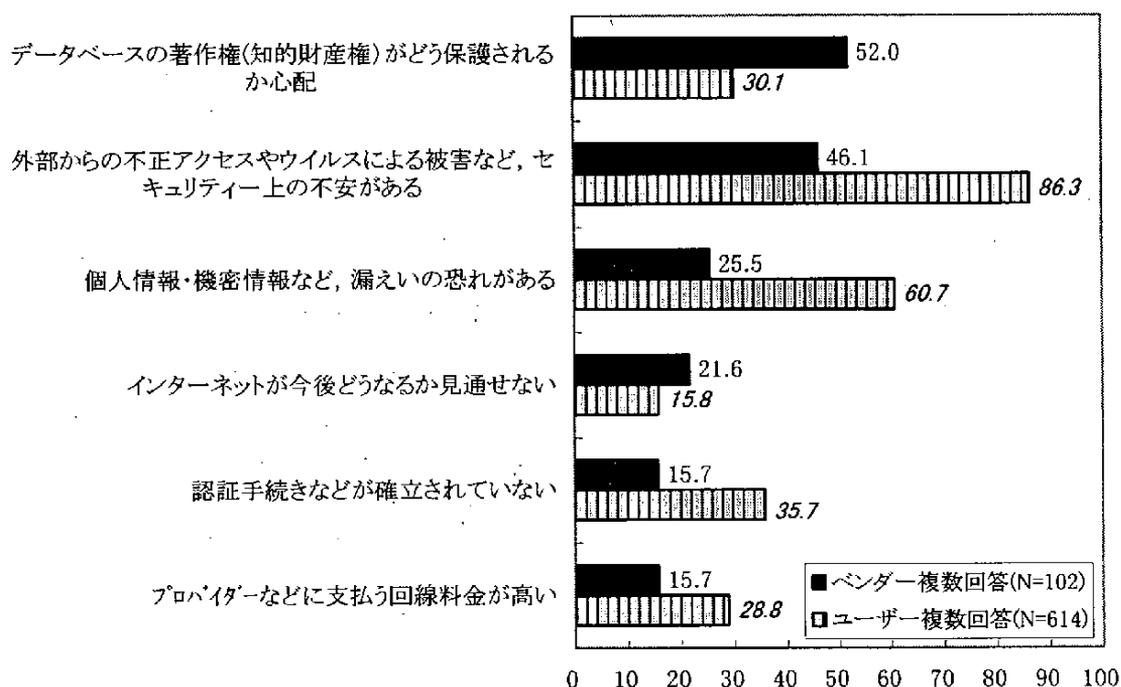


図表4-9 インターネットを介したデータベース・サービスなどの不安と問題

最後に、図表4-5で見たデータベース・ユーザーが利用する上での問題点と、図表4-9のベンダーが抱えるデータベース提供に際しての問題点において、共通する項目を抜き出し、比較した図表4-10について述べてみる。

この図で最も特徴が出ているのは「外部からの不正アクセスやウイルスによる被

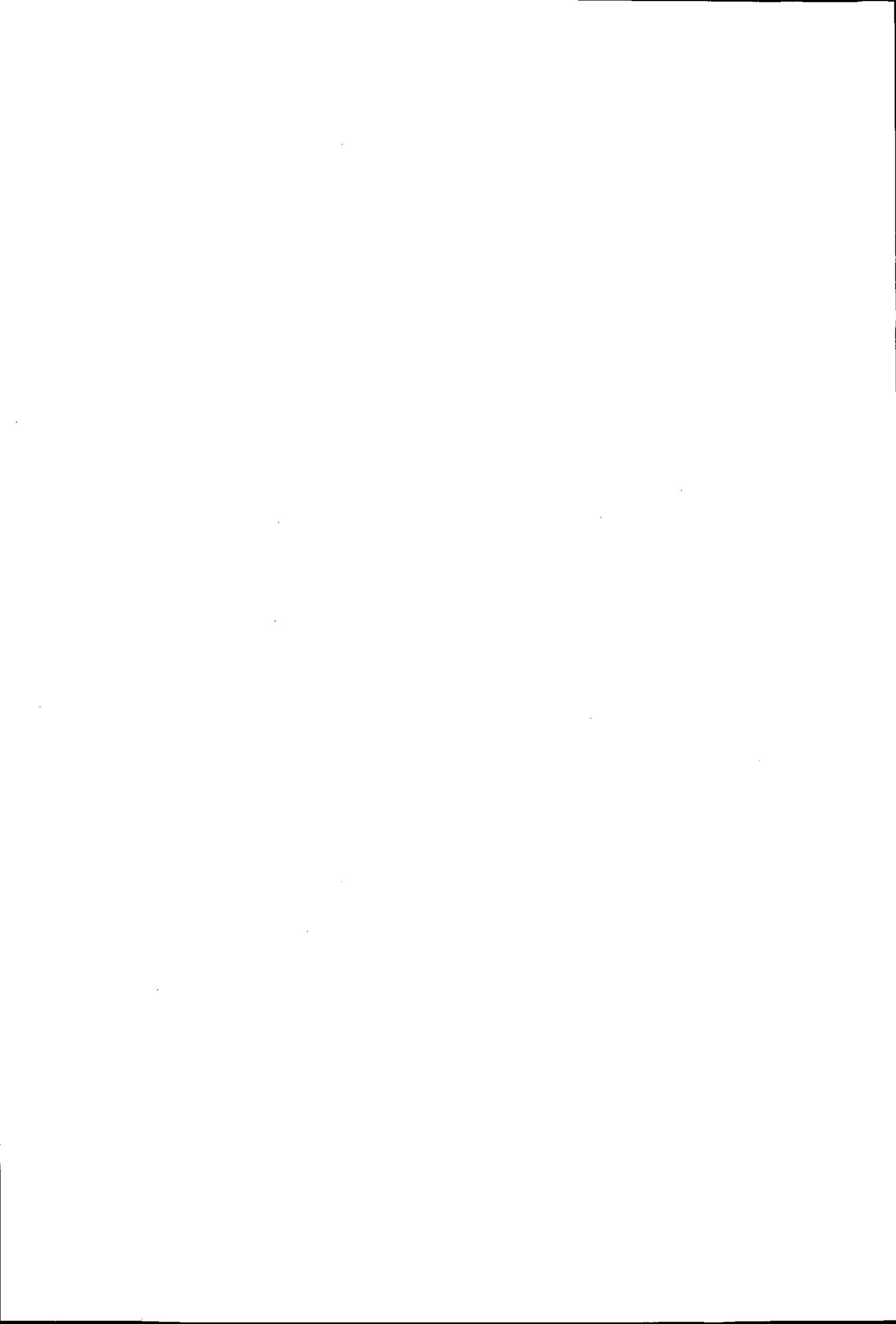
害など、セキュリティー上の不安がある」と「個人情報・機密情報など、漏えいの恐れがある」の2項目がベンダーとユーザーで極端に回答率の差があり、セキュリティー、プライバシーなどに属する事項にユーザーの反応が敏感になっていることが分かる。さらに、「認証手続きなどが確立されていない」もセキュリティーと無縁ではないという点で同類といえ、これもユーザーとベンダーの差が大きい。反対にベンダーの不安感が大きく出ているのが「データベースの著作権(知的財産権)がどう保護されるか心配」で、ベンダーとして商品の「品質、内容」にかかわる基本的な事項に気を使っているといえることができる。



図表4-10 インターネットを介したデータベース・サービスなどの問題意識の比較

付属資料の部

- (1) 「データベース・サービス実態調査（ユーザー編）」調査票
- (2) 「データベース・サービス実態調査（ベンダー編）」調査票



2001年版 データベース白書資料
データベース・サービス実態調査
(2000年10月)

貴社名 (または団体名)									
所在地	〒								
ご回答者役職名				ご芳名					
ご回答者連絡先電話番号	内線								
資本金 (非営利法人においては、基金、出資金等)	8	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	
最近1年の年商 (銀行・証券は営業収益、保険は正味保険料収入) (非営利法人においては、年間事業費、歳入額等)	15	十兆	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万
従業員数 (学校の場合は常勤教員数、官庁の場合は関係庁部署の) 定員数をご記入下さい。	23	十万	万	千	百	十			

円
円
人

本調査は(財)データベース振興センターが、(財)日本情報処理開発協会に委託して実施しているものです。
 ・本調査におきましては、完全に機密を厳守し、個別データは絶対に公表いたしません。
 ・ご回答を賜りました方へは、後日、本調査の分析結果(大要)をご送付申し上げます(2001年5月頃)。
 ・本調査に関するお問い合わせ先
 (財)日本情報処理開発協会 調査部 電話 03-3432-9382 FAX. 03-3432-9389
 (データベース・サービス実態調査 担当 音田)

基礎調査

問1. 貴社の業種グループを下記の表から選択して番号でご回答下さい。

貴社の主力業種²⁹

No.	業種グループ	含まれる業種
1	建設業	建設業
2	石油・化学工業	医薬品製造業、石油業、化学工業
3	鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	鉄鋼業、非鉄金属・金属製品製造業
4	機械器具製造業	電気機器・輸送用機器・一般機器・精密機器製造業
5	その他製造業	食品工業、繊維・紙・パルプ業、ガラス・土石製品、印刷業、その他製造業
6	商業	卸業、商社業、小売業、飲食業
7	金融・保険業	金融業、証券業、保険業
8	情報処理・情報提供業	情報処理サービス・ソフトウェア、情報提供業
9	新聞・出版業	新聞業、出版業
10	放送・通信業	放送業、通信業
11	その他対事業所サービス	不動産、運輸・倉庫、電力・ガス、シンクタンク、広告、その他サービス業
12	公共サービス	学校その他教育機関、病院その他医療機関、調査・研究機関、組合・諸団体、政府・地方公共団体
13	その他	農・林・水産業、鉱業、その他

(注) 以下の設問は可能な限り全社的な利用の実態についてご回答をお願いするものですが、設問の内容により、貴社全体の状況を把握することが難しい場合には、ご回答者が把握し得る部門のみを対象としてお答え下さっても結構です。

問2. 貴社では商用データベース(MT、CD-ROMなどのオンラインデータベースを含む)を使っていますか。該当する番号に○をおつけ下さい。

使っている	1	32
現在は使っていないが、以前使っていた	2	⇒問10へお進み下さい。
使ったことがない	3	⇒問15へお進み下さい。

利用状況と今後の見通し

問3. 貴社における商用データベースの利用状況と今後の利用の予定についてご回答下さい。

(1) 1999年度の商用データベースの年間利用金額は前年度(1998年度)にくらべ、(番号に○をつけて下さい)

増えた (20%以上)	1	やや増えた (20%未満)	2	前年度並	3	やや減った (20%未満)	4	減った (20%以上)	5	33
----------------	---	------------------	---	------	---	------------------	---	----------------	---	----

⇒ 増えた(1,2)、あるいは減った(4,5)、と回答された方は下欄の該当する「理由」に○をつけてお答え下さい。(いくつでも)

増えた理由	パソコン、端末機が増えて検索が容易になった	36	減った理由	業務が縮小され利用が減少した	41
	新しい業務が始まり、検索量が拡大した	37		無料のHPを多く利用するようになった (よく利用するHP名:)	42
	利用できる商用データベースサービスの契約を増やした	38		利用している商用データベースサービスの契約数を整理した	43
	その他(具体的に:)	39		その他(具体的に:)	44

(2) 今年度(2000年度)の商用データベース利用の見込みは前年度(1999年度)にくらべ、(番号に○をつけて下さい)

増える (20%以上)	1	やや増える (20%未満)	2	前年度並	3	やや減る (20%未満)	4	減る (20%以上)	5	51
----------------	---	------------------	---	------	---	-----------------	---	---------------	---	----

⇒ 増える(1,2)、あるいは減る(4,5)、と回答された方は下欄の該当する「理由」に○をつけてお答え下さい。(いくつでも)

増える理由	パソコン、端末機を増やし検索が増加する	56	減る理由	業務を縮小する予定なので、利用が減る	61
	新規業務を開始するので、利用は拡大する	57		無料のHPを多く利用する	62
	利用できる商用データベースサービスの契約を増やす	58		利用している商用データベースサービスの契約数を整理する	63
	その他(具体的に:)	59		その他(具体的に:)	64

(3) 貴社において商用データベースをよく利用する部門を上位3つまで選び、下の該当欄に○を付けてお答え下さい。

利用部門	企画	調査	研究	特許	システム開発	生産	環境	営業	総務	法務	経理・財務	その他部門
上位3つまで選択												

(4) 貴社における1999年度での利用頻度の高かった上位5種のオンライン・データベースサービスについて、そのサービスシステム名とデータベース名(ファイル名)を、次頁の表1、2より選び、番号でお答え下さい。ただし、「その他」のときは具体名をご記入下さい。

(例)	1	2	(99のときは具体名)
	87	1	
	89	2	
	91	3	
	93	4	
	95	5	

(例)	0	1	(99のときは具体名)
	97	1	
	99	2	
	101	3	
	103	4	
	105	5	

107
B

表1 サービスシステム名一覧

1	BIGLOBE	(NEC)
2	BRANDY	(ブランディ・インターナショナル)
3	COSMOS	(帝国データバンク)
4	DIALOG	(ジー・サーチ)
5	DOW JONES INTERACTIVE	(FACTIVA)
6	ELNET	(エレクトロニック・ライブラリー)
7	G-Search	(ジー・サーチ)
8	JACIC NET	(日本建設情報総合センター)
9	JOIS	(科学技術振興事業団)
10	LEX/DB	(TKC)
11	LEXIS/NEXIS	(レクシス・ネクシス)
12	MAIN	(時事通信社)
13	NACISIS-IR	(国立情報学研究所)
14	NEEDS	(日本経済新聞社)
15	NICHIGAI-ASSIST	(日外アソシエーツ)
16	@nifty	(ニフティ)
17	ORBIT	(日本電子計算)
18	PATOLIS	(日本特許情報機構)
19	QUICK	(QUICK)
20	STN International	(科学技術振興事業団)
21	TSR	(東京商工リサーチ)
22	日経テレコン	(日本経済新聞社)
23	ロイター・ビジネス・プリ・フィン	(FACTIVA)
99	その他	

表2 データベース (ファイル) 名一覧

1	BIOSIS	(DataStar, DIALOG, STN, @nifty など)
2	BOOK	(NICHIGAI-ASSIST など)
3	BRANDY	(BRANDY)
4	CA	(STN)
5	CA-SEARCH	(DIALOG, @nifty, ORBIT)
6	CLAIMS	(DIALOG, Orbit, STN)
7	COMPENDEX	(DataStar, DIALOG, STN, @nifty など)
8	COSMOS 2 (帝国データバンク企業情報)	(COSMOS, G-Search, 日経テレコンなど)
9	ELMOR	(ELNET)
10	EMBASE	(DataStar, DIALOG, STN, @nifty など)
11	INPADOC	(DIALOG, ORBIT, STN, PATOLIS)
12	INSPEC	(DataStar, DIALOG, @nifty, STN など)
13	JICST 医中誌国内医学文献ファイル	(JOIS, 日経テレコン, G-Search)
14	JICST 科学技術文献ファイル	(JOIS, 日経テレコン, G-Search)
15	MEDLINE	(DataStar, DIALOG, JOIS, @nifty など)
16	NTIS	(DataStar, DIALOG, STN, @nifty など)
17	QUICK-IS	(QUICK)
18	REGISTRY	(STN)
19	TSR (東京商工リサーチ企業情報)	(G-Search, TSR-VAN, 日経テレコンなど)
20	WHO	(NICHIGAI-ASSIST, G-Search)
21	WPI	(DIALOG, ORBIT, STN)
22	朝日新聞記事データベース	(G-Search, アサヒ・コム・ネット, 日経テレコンなど)
23	明日の新薬	(G-Search など)
24	商標ファイル	(PATOLIS, 日経テレコン, G-Search)
25	特許・実用新案ファイル	(PATOLIS, 日経テレコン)
26	日経POS 情報	(NEEDS, 日経テレコン)
27	日経 WHO'S WHO	(NEEDS-MT, 日経テレコン)
28	日経財務データ	(NEEDS-BULK, NEEDS-DataGEAR, 日経テレコンなど)
29	日経新聞記事データベース	(G-Search, 日経テレコン)
30	日経総合経済ファイル	(NEEDS-DataGEAR, NEEDS-MT, NEEDS-TS, 日経テレコンなど)
31	毎日新聞記事データベース	(G-Search, 日経テレコンなど)
32	読売新聞記事データベース	(G-Search, 日経テレコンなど)
99	その他	

(5) 貴社または貴部門におけるデータベース・サービスの契約システム数についてご回答下さい。

109

--	--	--

 契約
111

問4. 商用データベースの利用形態の割合について、1999年度実績と2000年度予定を利用金額ベースでご記入下さい。

	1999年度実績				2000年度予定			
	国産DB		海外製DB		国産DB		海外製DB	
商用オンライン・データベース・サービス (インターネットによるものを除く)	112							128
		%		%	%		%	
インターネットによる 商用データベース利用	124							135
		%		%	%		%	
商用オフライン・サービス: (CD-ROM、DVD)	136							147
		%		%	%		%	
商用オフライン・サービス:その他	148							159
		%		%	%		%	
合 計	1	0	0	%	1	0	0	%
					1	0	0	%

商用データベースのデータの種類と利用分野

問5. 現在は、商用データベースでどのようなデータを利用していますか。また今後利用したい、あるいは利用を増やしたいデータはどれですか、該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

		現在利用している		今後利用したい 利用を増やしたい	
		オンライン	オフライン (CD-ROM など)	オンライン	オフライン (CD-ROM など)
文字データ (テキスト)	160				
数値データ	164				
画像 (動画含む)	168				
マルチメディア	172				
その他	176				

問6. 商用データベースについて、今後利用したいコンテンツがあれば、データのタイプ毎にその具体例を、カッコ内にご記入下さい

(例: 官公庁/企業などの発表資料、政府の各種統計資料、レジャー、生活情報など)。

データタイプ	コンテンツの具体例
文字データ (テキスト) 180	{ }
数値データ 181	{ }
画像 (動画含む) 182	{ }
マルチメディア 183	{ }
その他 184	{ }

185
C

問7. よく利用する商用データベースの対象分野について、該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

対 象 分 野		国 産 / 海 外	
		国産データベース	海外製データベース
一 般	全般(百科辞典/書誌情報/書籍案内)	186	
	新聞/雑誌/ニュース	188	
	人物/機関情報	190	
	行政/法律/政治	182	
	生活関連情報	194	
	その他	196	
自然 科学・ 技術	特許	198	
	医学/薬学/生命学/生物	200	
	化学	202	
	電気/電子/情報	204	
	エネルギー/資源	206	
	その他	208	
社会科学・人文科学		210	
ビ ジ ネ ス	企業財務/企業情報	212	
	マクロ経済(国民所得統計/通関統計等)	214	
	市場/商品	216	
	金融/証券/為替	218	
	その他	220	
そ の 他 []		222	

問8. 公的データ(*)を扱うデータベースの利用についておたずねします。該当する欄の番号に○印をおつけ下さい(公的データの種類ごとに択一回答)。

(*)ここでの公的データとは、行政機関などの公的機関が作成、公表している統計情報および文献資料(白書、審議会答申、法令集など)を意味します。

公的データの種類		利 用 の 有 無			
		利用 している	現在利用して いないが、今後 利用したい	利用していない/ 利用が予定 なし	
A. 文字データ (テキスト)	1. 政府白書、委員会、審議会資料	224	1	2	3
	2. 政府記者発表資料	225	1	2	3
	3. 官報	226	1	2	3
	4. 判例集など	227	1	2	3
	5. 都市計画データ(地区情報含む)	228	1	2	3
	6. 特許情報	229	1	2	3
	7. 地方公共団体資料	230	1	2	3
	8. その他 []	231	1	2	3
B. 数値データ	1. 人口・雇用・労働	232	1	2	3
	2. 国民経済・景気・金融	233	1	2	3
	3. 国際収支・貿易	234	1	2	3
	4. 産業一般	235	1	2	3
	5. 企業関連	236	1	2	3
	6. その他 []	237	1	2	3

問12. 貴社にとって望ましい情報利用料金の課金体系は次のどれですか。該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

情報利用料金の課金体系	定額制	従量制	固定料金+従量制	最低料金制	大口利用者割引	その他
321						

326

問13. データベースに収録されている情報の内容に対する感想について、該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)

	国産 / 海外	国産データベース	海外製データベース
特に不満はない	351		
情報が不正確なことがある	353		
情報の更新頻度が少ない	355		
元情報の発表からデータベースの更新まで時間がかかりすぎる	357		
情報の遡及期間が短い	359		
情報の件数が少ない	361		
出力項目のパターンが不満	363		
フルテキスト(全文)で収録されていない	365		
求めている情報の存在が不明確	367		
ヒット件数が少ない	369		
利用したい情報がない	371		
その他(具体的に:	373		

374

問14. 商用データベース・サービスのコマンドあるいは機能・操作性に関する問題点についておたずねします。該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

⇒ 現在利用していない方は問15へお進み下さい。

381	コマンドが不統一なので使いにくい	382	キーワードが不足している
383	統一ソースが欲しい	384	自然語(フリークム)を検索言語として使いたい
385	接続手順が煩しい	386	検索速度が遅い(検索している時間ゆとりすぎる)
387	通信速度が遅い(検索結果の送信時などに時間がかかる)	388	ダウンロードができない
389	Gateway(*1)機能が欲しい	390	特定キーワードのファイル別、もしくはデータベース別の出現頻度が参照できる機能(*2)が欲しい
391	一次情報の入手が困難	392	あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい
393	全文検索の機能がない	394	Webでの検索システムがない
395	HTML形式での出力ができない	396	検索結果のメール配信ができない
397	ドメインアクセスの機能がない	398	図面や商標の表示ができない
399	複数ファイルの横断検索ができない	400	PDFファイル化されていない
401	アブストラクト(抄録)が表示できない	402	その他()

(#1) ここでは、例えば、データベース・システム同士がネットワークで接続され、一方のシステムと契約すれば、他のシステムのデータベースも利用できるような機能を指します。

(#2) DIALOGのDIALINDEXのようなクロスファイルインデックスを指します。

403

F

今後の利用予定

問15. 今後の商用データベースの利用についてお答え下さい(何れかひとつ)。

- 1. 継続して利用する
 - 2. 利用を復活する
 - 3. 近々(1年以内)利用する予定である
 - 4. 将来(2, 3年以内)利用する可能性が高い
 - 5. 利用する予定は全くない
- ⇒ 5とお答えの方は問19へお進み下さい。

411

問16. 商用データベースの利用方法について今後どのような方向に進めたいとお考えですか。該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

420	利用できるデータベースを増やす
421	利用しているデータベースを見直す
422	社内システム(社内LANなど)に接続して、社員だれもが使えるようにする
423	利用の高度化を図る(データをダウンロードして加工処理するなど)
424	インターネットの無料コンテンツや、より低料金のサービスを探して経費削減を図る
425	インターネット対応のサービスに順次切り換えていく
426	使用方法を工夫して、経費削減を図る
427	現状程度
428	その他〔具体的に: _____〕

問17. 今後利用したいデータベースはどのようなものか、分野と対象とするデータの収録地域について該当する欄に○をおつけ下さい(いくつでも)。

対 象 分 野		収 録 地 域				
		日 本	アメリ カ 合衆国	E U 諸 国	アジ ア 諸 国	そ の 他
(例)	市 場 / 商 品		○		○	
一 般	全般(百科辞典/書誌情報/書籍案内) ⁴³⁵					
	新聞/雑誌/ニュース ⁴⁴⁰					
	人物/機関情報 ⁴⁴⁵					
	行政/法律/政治 ⁴⁵⁰					
	生活関連情報 ⁴⁵⁵					
	その他 ⁴⁶⁰					
自 然 科 学 ・ 技 術	特許 ⁴⁶⁵					
	医学/薬学/生命学/生物 ⁴⁷⁰					
	化学 ⁴⁷⁵					
	電気/電子/情報 ⁴⁸⁰					
	エネルギー/資源 ⁴⁸⁵					
	その他 ⁴⁹⁰					
社会科学・人文科学 ⁴⁹⁵						
ビ ジ ネ ス	企業財務/企業情報 ⁵⁰⁰					
	マクロ経済(国民所得統計/通関統計等) ⁵⁰⁵					
	市場/商品 ⁵¹⁰					
	金融/証券/為替 ⁵¹⁵					
	その他 ⁵²⁰					
そ の 他 (_____) ⁵²⁵						

529

問18. 今後どのようなデータベース・サービスができれば良いとお考えですか。ご自由にご記入下さい。

[_____]

530 G

問22. インハウス・データベースへのアクセス環境についておたずねします。以下の通信システム(機能)について該当する欄に○印をおつけ下さい(アクセス環境ごとに択一回答)。

アクセス環境	導入済み	導入予定あり	導入予定なし
社内LAN ⁶⁶¹	1	2	3
VAN ⁶⁶²	1	2	3
インターネット ⁶⁶³	1	2	3
エクストラネット ⁶⁶⁴	1	2	3
モバイル/リモート・コンピューティング ⁶⁶⁵	1	2	3

問23. 貴社のEC(電子商取引)の実施状況についておたずねします。企業を対象としたEC(BtoB)と、消費者を対象としたEC(BtoC)について、該当する欄に○印をおつけ下さい(ECの分類ごとに択一回答)。

ECの分類	実施段階	本格的に始めている	試験的に始めている	近く始める計画がある	検討している段階	始める計画はない
対企業EC(BtoB) ⁶⁷¹		5	4	3	2	1
対消費者EC(BtoC) ⁶⁷²		5	4	3	2	1

インターネットについて

問24. 貴社はインターネットのWebでホームページを公開していますか。公開している情報内容より該当するものに○印をおつけ下さい(いくつでも)。

公開情報の内容	企業紹介	製品/サービス情報	採用情報	発表資料	人事情報	資材/部品調達/公募情報	その他	ホームページを公開していない
⁶⁸⁵								

問25. 「インターネット」をどのような目的で利用していますか、あるいは利用する予定ですか。該当する項目の欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

⁶⁹⁷	電子メール	
⁶⁹⁸	NetNewsによる情報サービス	
⁶⁹⁹	ファイル転送	
⁷⁰⁰	ホームページからの情報入手	
⁷⁰¹	ホームページ作成による情報発信	
⁷⁰²	CALS・EDI	
⁷⁰³	電子モールなどWebを利用した商品やサービスの売買	
⁷⁰⁴	証券などの金融取引サービス	
⁷⁰⁵	商用のデータベース検索 [システム名:]	
⁷⁰⁶	その他 [具体的に:]	

707

J

問26. 「インターネット」を利用した情報サービスなどのうち、次のどれが有望だとお考えですか。該当する項目の欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

708	電子メールを利用したニュース配信サービス
709	NetNewsによる情報サービス
710	インターネット電話サービス
711	Webを利用した文字・数値・音声・動画・静止画等の情報サービス
712	Web、telnetなどを利用した情報検索サービス
713	携帯電話やPDA向け情報サービス
714	電子モールなどによる商品やサービスのオンラインショッピング
715	FTP、Webなどによるソフトウェアの提供サービス
716	Web上での金融取引サービス
717	ホームページの評価サービス
718	データベースなどのコンテンツ利用料課金代行サービス
719	音楽のネット配信サービス
720	ネットオークション
721	インターネット広告
722	ホームページ制作代行サービス
723	ASP(Application Service Provider)
724	その他〔 〕

問27. 「インターネット」を利用する上での問題点について、該当する項目の欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

725	外部からの侵入など、セキュリティ上の心配がある
726	ウイルスによる汚染、データ破壊の恐れがある
727	著作権が確立していないので、不安だ
728	プロバイダーなどに支払う回線料金が高い
729	個人情報・機密情報など、漏洩の恐れがある
730	認証手続きなどが確立されていない
731	物品購入などの際、料金の支払い方法によってはセキュリティ上の心配がある
732	回線容量・サーバーの能力次第で、画面の展開速度が遅すぎる場合がある
733	誹謗・中傷・暴言などに利用される恐れがある
734	有害なコンテンツや情報の排除が難しい
735	社員の私的な利用をチェックするのが難しい
736	欲しい情報を容易に見つけられない
737	公開されている情報の信頼性に疑わしいものがある
738	変化が速すぎて今後どうなるか見通せない
739	その他〔 〕

問28. 現在まで「インターネット」を利用して、実際になんらかの被害に遭われた経験がありますか。該当する項目の欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

741	外部からの侵入があったが、被害はなかった
742	外部からの不正なアクセスがあり、自社のHPが書き換えられた
743	自社のデータベースが破壊、またはネット上でデータ漏洩があった
743	自社データを不正にコピーされ、著作権が侵害された
744	不当な接続料、回線使用料などを請求された
745	物品購入での代金決済でトラブルがあった
746	その他〔 〕

747

K

2001年版 データベース白書資料
データベース・サービス実態調査
(2000年10月)

貴社名 (または団体名)										
所在地	〒									
ご回答者役職名			ご芳名							
ご回答者連絡先電話番号	内線									
資本金 (非営利法人においては、基金、出資金等)	8	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	円 円 人	
最近1年の年商 (銀行・証券は営業収益、保険は正味保険料収入) (非営利法人においては、年間事業費、歳入額等)	15	十兆	兆	千億	百億	十億	億	千万		百万
従業員数 (学校の場合は常勤教員数、官庁の場合は関係庁部署の) 定員数をご記入下さい。	23	十	万	千	百	十				

本調査は(財)データベース振興センターが、(財)日本情報処理開発協会に委託して実施しているものです。
 ・本調査におきましては、完全に機密を厳守し、個別データは絶対に公表いたしません。
 ・ご回答を賜りました方へは、後日、本調査の分析結果(大要)をご送付申し上げます(2001年5月頃)。
 ・本調査に関するお問い合わせ先
 (財)日本情報処理開発協会 調査部 電話 03-3432-9382 FAX. 03-3432-9389
 (データベース・サービス実態調査 担当 音田)

基礎調査

問1. 貴社の業種グループを下記の表から選択して番号でご回答下さい。

貴社の主力業種 ²⁹

No.	業種グループ	含まれる業種
1	建設業	建設業
2	石油・化学工業	医薬品製造業、石油業、化学工業
3	鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	鉄鋼業、非鉄金属・金属製品製造業
4	機械器具製造業	電気機器・輸送用機器・一般機器・精密機器製造業
5	その他製造業	食品工業、繊維・紙・パルプ業、ガラス・土石製品、印刷業、その他製造業
6	商業	卸業、商社業、小売業、飲食業
7	金融・保険業	金融業、証券業、保険業
8	情報処理・情報提供業	情報処理サービス・ソフトウェア、情報提供業
9	新聞・出版業	新聞業、出版業
10	放送・通信業	放送業、通信業
11	その他対事業所サービス	不動産、運輸・倉庫、電力・ガス、シンクタンク、広告、その他サービス業
12	公共サービス	学校その他教育機関、病院その他医療機関、調査・研究機関、組合・諸団体、政府・地方公共団体
13	その他	農・林・水産業、鉱業、その他

サービス形態

問2. 貴社の該当するサービス形態に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

サービス形態 32	プロデューサー	ディストリビューター	インターネット プロバイダー	ゲートウェイ	代行検索業	代理店	37

問3. 貴社におけるデータベース・サービスの位置づけについてどのようにお考えですか。該当する欄に○印をおつけ下さい(現在、将来についてそれぞれひとつずつ)。

		現在	将来
主力ビジネスと考えている	41		
主力ビジネスとは考えていない	43		
その他	45		

データベース・サービスの売上高(1999年度)

問4. 貴社の総売上高(年商)のうち、データベース・サービスの占める割合はおおよそ何%でしょうか。

40 %
53

問5. 貴社のデータベース・サービスの売上高について国産データベースと海外データベースの構成比についてご回答下さい。

国産データベース	52	<input type="text"/>	%
海外データベース	55	<input type="text"/>	%
合計		1 0 0	%

問6. また、提供方法別のおおよその売上高比率をご回答下さい。

(「提供していない」場合は0を、「提供しているが割合が分からない」場合は-をご記入下さい。)

		国産データベース	海外データベース	
オンライン(インターネットを除く)	59	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
インターネット	パソコン向け	65	<input type="text"/>	%
	携帯電話, PDA向け	71	<input type="text"/>	%
CD-ROM	77	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
MO・DVD	83	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
MT	89	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
その他	95	<input type="text"/>	<input type="text"/>	%
合計		1 0 0	1 0 0	%

問7. 1999年度の貴社におけるデータベース・サービス売上高の前年比伸び率はおおよそどの位でしたか。

注) マイナスの場合は数字の前にマイナス記号(-)を付して下さい。

101 %
年率

問8.

(1) 今後5年間に貴社におけるデータベース・サービスの年間売り上げの平均伸び率はおおよそどの位になるとお考えですか。

注) マイナスの場合は数字の前にマイナス記号(-)を付して下さい。

104 %
年率

(2) 今後5年間にデータベース・サービス業界全体の年間売り上げの平均伸び率はおおよそどの位になるとお考えですか。

注) マイナスの場合は数字の前にマイナス記号(-)を付して下さい。

107 %
年率

期待するメディアなど

問9.

- (1) 今後最も成長が期待されるデータベースの提供メディアを3つまで選び、該当欄に○印をおつけ下さい。
(3つ以内で選択)

成長が期待されるデータベースの提供メディア	
111	インターネット ¹¹⁸
112	携帯電話
113	モバイルコンピュータ、PDA ¹¹⁷
114	CD-ROM(CD-I、電子ブックなどを含む)
115	光磁気ディスク(MO)、DVD ¹¹⁸
116	衛星通信利用のサービス
117	CATV利用のサービス ¹¹⁹
118	現行のオンライン・データベース・サービス
119	FAXサービス ¹²⁰
120	カーナビゲーション利用のサービス
121	デジタル放送 ¹²⁰
122	その他(購読)

- (2) 今後、データベース・サービスで有望と思われるコンテンツで、具体的例があれば、提供データのタイプ別に記入下さい(例：政府の審議会報告書、新製品の紹介ビデオ、レジャー、生活情報など)

データタイプ	コンテンツの具体例
文字データ ¹³¹ (テキスト)	
数値データ ¹³²	
画像(動画含む) ¹³³	
マルチメディア ¹³⁴	
その他 ¹³⁵	

- 問10. 今後のデータベース・サービス事業(インターネット関連の事業を含む)を進めていく上で、不安・懸念される事は何ですか。該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)

161	インターネットが今後どう発展していくか見通せない
162	変化が速すぎて、サービスの立ち上げタイミングが難しい
163	参入企業が増え、これまで以上に競争が激化している
164	ユーザー企業が内部でデータベースを構築して、外部サービスの利用を減らす恐れがある
165	HPなど、データベースそのものの無料化が進み、有料データベース利用の伸びに影響が出ている
166	公的機関(政府など)が、自ら収集したデータ・情報を原則無料でサービスするなど、民業圧迫の恐れがある
167	従来の提供チャンネル(オンラインサービスなど)との調整が難しい
168	外部からの不正アクセスやウイルスによる被害などセキュリティ上の不安がある
169	個人情報・機密情報など、漏洩のおそれがある
170	認証手続きなどが確立されていない
171	データベースの著作権(知的財産権)がどう保護されるか心配
172	料金の徴収方法(課金)が面倒である
173	プロバイダーなどに支払う回線料金が高い
174	サービスの充実を図ろうとするが、設備投資やサービス要員にかかるコスト負担が大きい
175	特に不安・懸念される問題はない
176	その他()

(3) 現在どんな公的データをソースデータとして利用していますか。該当する番号に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

データの種類		利用の有無		
		利用している。	現在利用していないが、今後利用したい。	利用していない/利用する予定なし。
A. 文字データ (テキスト)	1. 政府白書、委員会、審議会資料 ²³¹	1	2	3
	2. 政府記者発表資料 ²³²	1	2	3
	3. 官報 ²³³	1	2	3
	4. 判例集など ²³⁴	1	2	3
	5. 都市計画データ(地区情報含む) ²³⁵	1	2	3
	6. 特許情報 ²³⁶	1	2	3
	7. 地方公共団体資料 ²³⁷	1	2	3
	8. その他 [] ²³⁸	1	2	3
B. 数値データ	1. 人口・雇用・労働 ²³⁹	1	2	3
	2. 国民経済・景気・金融 ²⁴⁰	1	2	3
	3. 国際収支・貿易 ²⁴¹	1	2	3
	4. 産業一般 ²⁴²	1	2	3
	5. 企業関連 ²⁴³	1	2	3
	6. その他 [] ²⁴⁴	1	2	3

(4) 公的データを利用されている方は、利用上の問題点として、また利用されていない方は、利用しない理由として、下記の該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

公的データ利用上の問題点/公的データを利用しない理由	
245	ニーズに合ったデータが少ない
246	どこが窓口かわからない
247	提供窓口が省庁別になっており、一本化されていない
248	公的データ利用の手続きが面倒
249	料金が高い
250	利用したい公的データの提供形態が紙媒体でデジタル化されていない
251	公開・提供される時期が遅い(データが古い)
252	既に官公庁のホームページで公開されている
252	その他 []

270

E

貴社がプロデューサー、ディストリビューターあるいはプロバイダーである場合、問14～問16にお答え下さい。

問14. 文字、数値、画像などデータのタイプについてお聞きします。

(1) 貴社の商用データベースでは、どのような種類のデータを提供していますか。現在提供しているデータと今後提供したい、あるいは拡充したいデータを選んで該当欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

		現在提供している		今後提供したい提供を増やしたい	
		オンライン	オフライン (CD-ROM など)	オンライン	オフライン (CD-ROM など)
文字データ(テキスト)	274				
数値データ	275				
画像(静止画・イメージ:写真など)	279				
映像(動画)	283				
音声	287				
マルチメディア	291				
ソフトウェア(検索ソフト、ビューワ など)	295				

(2) (1)でマルチメディア・データを提供している場合、マルチメディア・サービスは、貴社にとってどのような位置づけになりますか。該当する欄に○印をおつけ下さい(いくつでも)。

299	<input type="checkbox"/>	中心的なサービスである
300	<input type="checkbox"/>	部分的なサービスである
301	<input type="checkbox"/>	ごく一部で提供している
302	<input type="checkbox"/>	将来のため実験的に提供している
303	<input type="checkbox"/>	その他 []

(3) (1)でマルチメディア・データを提供していない場合、今後どのようにお考えですか。該当する番号に○印をおつけ下さい(ひとつだけ)。

304	1	1年以内に開発・提供を予定している
	2	3年以内ぐらいには、開発・提供が考えられる
	3	当面、考えられない
	4	分からない

問15. CD-ROM、及びDVD化されたデータベースについてお聞きします。

(1) 現在CD-ROM、DVD化されたデータベースを提供していますか。

[1. はい 2. いいえ]

311

⇒ 2とお答えの方は(4)へお進み下さい。

(2) どのような分野のデータベースをCD-ROM、DVDで提供していますか。次頁の「CD-ROM、DVD分野コード一覧」を参考にして主なものをコードでご記入下さい。また、そのタイトル数をお答え下さい。その他のときのみ具体例を下欄にご記入下さい。

その他(分野コード99のとき)

	分野コード	タイトル数
321	1	
325	2	
329	3	
333	4	
337	5	
	合計	341

(3) 貴社が提供している代表的なCD-ROM、DVDによるデータベース名(タイトル名)をご記入ください(5つまで)。

343

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

350
F

(4) 今後新たなCD-ROM、DVD化されたデータベースを提供する予定があれば、そのデータベースの分野を下記の「CD-ROM、DVD分野コード一覧」を参考にして5つまでコードでご記入下さい。また、そのタイトル数をお答え下さい。その他のときのみ具体例を下欄にご記入下さい。

その他(分野コード99のとき)

	分野コード	タイトル数
351	1	
355	2	
359	3	
363	4	
367	5	
	合計	371

CD-ROM、DVD分野コード一覧

〔一般〕		〔自然科学・技術〕	
1	オーディオ・ビジュアル/ゲーム・娯楽	20	医・薬学/バイオ/化学
2	サービスガイド・案内情報	21	宇宙/地球/海洋/水産
3	辞(事)典/百科/ディレクター	22	エネルギー/資源/環境
4	CAI	23	気象・気候
5	書誌/図書・刊行物情報	24	科学技術/特許
6	人物情報(Who's Who)	25	コンピューター/ソフトウェア
7	新聞/雑誌/ニュース	26	建築・建設
8	政治・行政	27	数学/農業・農学
9	健康・スポーツ	28	材料・素材
〔ビジネス〕		〔人文・社会科学〕	
10	金融/証券/為替/市況情報	29	教育/宗教
11	規格	30	芸術・文化/文学・歴史
12	企業・財務情報	31	言語・用語
13	経済/ビジネス	32	社会科学・心理学
14	商品・製品情報	33	図書館・情報科学
15	パーツカタログ	34	地理
16	地図・マッピング/電話番号/住所コード		
17	統計・人口	99	その他
18	不動産		
19	法律・法規、判例/税・税務情報		

インターネットによるデータベース・サービス

問16. インターネットについてお聞きします。

(1) 貴社ではインターネットを介したデータベース・サービスを実施していますか。番号をご記入下さい。

1. 実施している 2. 計画している
 3. 将来検討したい 4. 考えていない

381

→ 4とお答えの方は、質問終了です。ご協力ありがとうございました。

(2) 貴社がインターネットで提供しているデータベース・サービス名(タイトル名)をご記入ください(5つまで)。

1.
 2.
 3.
 4.
 5.

382

383
G

データベース・サービス実態調査

発行日 平成13年3月

発行 財団法人 データベース振興センター
〒105-0004
東京都港区新橋2丁目13番8号
新橋東和ビル5階
TEL 03-3508-2430

印刷 三協印刷株式会社
〒152-0002
東京都目黒区目黒本町5丁目20番7号
TEL 03-3793-5971

