

「企業を対象とした電子情報サービス 利用の実態調査」報告書

平成 20 年 3 月



財団法人 日本情報処理開発協会



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://www.ringring-keirin.jp/>



はじめに

本報告書は、財団法人日本情報処理開発協会が財団法人日本自転車振興会の補助金を受けて実施した平成19年度情報化推進に関する調査研究等補助事業「電子情報サービスに関する調査研究並びに普及促進」の一環として取りまとめられたものです。

データベースを核とした電子情報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、電子情報サービス利用の現状及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、わが国の電子情報サービス整備促進及び同産業の振興に資することを目的としたものです。

本調査は株式会社日経リサーチに委託して実施し、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、本調査にご協力頂いた関係者の皆様に、心より感謝の意を表します。

平成20年3月

財団法人 日本情報処理開発協会

< 目次 >

1. 調査の概要.....	1
1.1 調査の名称.....	1
1.2 調査目的.....	1
1.3 調査期間.....	1
1.4 調査方法.....	1
1.5 調査対象.....	1
1.6 回答企業数.....	1
1.7 調査内容.....	1
2. 企業における電子情報サービスの利用状況（ユーザー編）.....	3
2.1 概要.....	3
2.2 商用データベースの利用状況.....	6
2.2.1 2006年度の商用データベースの利用状況.....	6
2.2.2 2007年度の利用見通し.....	8
2.2.3 部門別利用状況.....	10
2.3 利用している商用データベースの種類と内容.....	11
2.3.1 利用の多い商用データベースの種類と内容.....	11
2.3.2 よく利用する商用データベースの分野とデータタイプ.....	13
2.3.3 商用データベースの媒体別利用比率.....	14
2.3.4 商用データベースの媒体別利用分野.....	14
2.3.5 オフィスでのデータベースの利用.....	16
2.4 料金と利用上の問題点.....	17
2.4.1 利用料金と課金体系.....	17
2.4.2 収録情報に関する感想.....	19
2.4.3 商用および無料データベースの機能・操作性に関する問題点.....	20
2.5 期待するメディアと無料データベースの利用状況.....	22
2.5.1 期待するメディア.....	22
2.5.2 無料データベースの分野別利用頻度.....	23
2.6 今後の利用予定.....	24
2.6.1 今後進めたいデータベースの利用方法.....	24
2.6.2 今後の商用データベース利用目的.....	25
2.6.3 ビジネス情報を調べるために利用する情報源.....	26
2.6.4 今後利用したい商用データベース.....	27
2.6.5 今後のオフィスにおける情報取得手段としてのデータベース利用.....	28

2.7 社内データベースの利用状況	29
2.7.1 所有・検討中の社内データベース	29
2.7.2 社内データベースの構築体制	31
2.7.3 社内データベースの運用体制	33
2.7.4 社内データベースの利用者の範囲	35
2.7.5 社内データベースの現状課題と今後の方向性	36
2.8 内部統制、個人情報保護等の影響について	38
2.8.1 日本版S O X法施行の影響度	38
2.8.2 商用データベースの2次利用についての対応	38
2.8.3 個人情報保護に対する取り組み状況	39
2.8.4 顧客情報流出に関する具体的な取り組み内容	40
3. 企業における電子情報サービスの利用状況（ベンダー編）	41
3.1 概要	41
3.2 データベースサービス事業者の業種・サービス形態	42
3.2.1 業種	42
3.2.2 サービス形態	43
3.2.3 企業概要（資本金、年間売上高、従業員数）	45
3.3 課金と収入	47
3.4 データベースサービスの売上高	49
3.4.1 総売上高に占めるデータベース売上高	49
3.4.2 データベース売上高の対前年比伸び率	50
3.4.3 データベース売上高の国産と海外製の比率	51
3.4.4 データベースの提供方法（媒体）別の売上高比率	52
3.4.5 媒体別の拡大・縮小見込み	53
3.4.6 流通事業者経由の売上高比率	54
3.4.7 今後3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	55
3.4.8 今後3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	56
3.5 提供情報の概要と比率	57
3.5.1 提供情報の内容	57
3.5.2 提供情報の構成比率と拡大・縮小見込み	59
3.5.3 提供データの方式	61
3.5.4 コンテンツを提供している媒体	62
3.5.5 媒体別の売上高上位分野	63
3.6 データベースサービスのコスト構造	64
3.7 期待するメディア	66

3.8 不安・問題点	67
3.8.1 データベース事業を進めていく上での不安・懸念	67
3.8.2 データベース構築上の問題点	69
3.8.3 無料のデータベースサービスの脅威度	72
3.9 内部統制や個人情報保護等の影響について	73
3.9.1 日本版S O X法施行の影響度	73
3.9.2 個人情報保護法施行のビジネスへの影響度	74
3.9.3 無料のデータベースサービスの今後について	75
3.9.4 データベースの2次利用についての対応	76

付属資料の部

(1)「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ユーザー編）」調査票 ..	77
(2)「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ベンダー編）」調査票 ..	93

1. 調査の概要

1.1 調査の名称

「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ユーザー編）」

「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ベンダー編）」

1.2 調査目的

企業を対象とした電子情報サービス、主にわが国のデータベースサービスの利用の現状を明らかにし、電子情報サービスに対するユーザーの問題意識を整理するとともに、データベースサービス業に関する動向を把握することにより、電子情報の整備・促進、電子情報産業の振興施策などに資する。

1.3 調査期間

2008 年 1 月～2008 年 2 月

1.4 調査方法

郵送によるアンケート調査

1.5 調査対象

ユーザー編については、一般企業、教育・研究機関、調査機関、公共サービス機関など計 5,779 の企業・機関を調査対象とした。

他方、ベンダー編については、（財）データベース振興センター（*1）発行「データベース台帳総覧」（平成 17 年 10 月版）に掲載されているベンダー企業および主要な情報提供事業者、インターネットプロバイダーなどを基に、新たにデータベースサービスを開始した企業を追加した上で重複を除く 521 社に調査票を送付した。

1.6 回答企業数

ユーザー編・・・678 社（回収率 11.7%）

ベンダー編・・・96 社（回収率 18.4%）

1.7 調査内容

（1）ユーザー編

回答企業（機関）の概要、商用・無料データベースの利用の有無と今後の意向、商用データベースの利用実績・見通しとその理由、利用頻度が高い商用データベース、商用データベースの媒体別利用状況、利用している商用データベースのデータ

（*1）（財）データベース振興センターは 2006 年 3 月に解散し、（財）日本情報処理開発協会データベース振興センターとして、事業を継続している。

タイプ、商用データベースの媒体別利用分野、オフィスでのデータベースサービス利用者、利用料金・課金体系、データベースの機能・操作性に関する感想、商用データベースの分野別利用頻度、社内データベースの構築・運用体制、日本版SOX法(※)の影響、商用データベースの2次利用など。

(2) ベンダー編

回答企業の概要、所属業種、サービス形態、収入源と課金方法、データベースサービスの売上高(総売上高に対する比率、伸び率の実績と見通し)、提供情報の分野、提供データのタイプ、情報の提供媒体、コスト構造、期待するメディア、今後への不安・懸念事項、日本版SOX法の影響、提供データベースの2次利用など。

※ 通称「日本版 SOX 法」：内部統制の確立とその証明を企業に求める「財務報告に係る内部統制の評価及び監査の基準案」。同内容は証券取引法から改名された金融商品取引法に盛り込まれ、2006年6月成立した。2008年(平成20年)4月1日以後に開始する事業年度から適用。

2. 企業における電子情報サービスの利用状況（ユーザー編）

本章では、企業、公的機関などを対象とした「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ユーザー編）」（以下、本調査）の集計結果を基に、商用データベースサービスの利用状況や感想、今後の利用意向などについて概説する。

2.1 概要

（財）日本情報処理開発協会 データベース振興センターが 2008 年 1 月に実施した本調査は、一般企業、教育・研究機関、調査機関、公共サービス機関など 5,779 社を対象に実施された。調査方法は、郵送によるアンケート調査であり、最終的な回答件数は、678 社（回収率・11.7%）であった。

なお、以下で「今回」と記す場合、それは 2008 年 1 月に実施された調査（郵送によるアンケート調査）を指し、その調査対象時期は直近の決算期（2006 年度）を想定している。同様に、「前回」とは 2006 年 11 月～2007 年 2 月に実施されたインターネットによる調査（同 2005 年度）を指す。

集計・分析にあたっては、企業規模および業種グループの分類基準を次のように設定している。

- ① 従業員数による企業規模分類基準（表 2-1）
- ② 業種グループの分類基準（表 2-2）

また、回答のあった 678 社のうち、商用データベース（*1）あるいは無料データベース（*2）の利用状況について回答があった 672 社について集計・分析をしている。

（*1）商用データベースとは、国産・海外製の別なく有料のデータベースを指す。

（*2）無料データベースとは、具体的には次ぎのようにものを指す。

- ・無料の会員制データベースサービス（会員登録必要）
- ・検索エンジン（Yahoo!、Google、Infoseek、goo 等）
- ・公的機関（行政、団体等）のホームページ
- ・民間企業が提供するホームページ
- ・無料配布されたオフラインメディア（CD-ROM、DVD 等、但し、有料の雑誌の付録は含まない）

表 2-1 従業員数による企業規模の分類基準

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(農・林・水産業, 鉱業, 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, 情報処理業, 情報提供業, 新聞・出版業, 放送・通信業, 不動産業, 運輸・倉庫, 電力・ガス, その他サービス業	50人以下	50人より多い	
公共サービス			

表 2-2 業種グループの分類基準

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
第3次産業	6	商業	卸売業, 小売業
	7	金融・保険業	金融業, 証券業, 保険業
	8	情報処理業	情報処理サービス・ソフトウェア業
	9	情報提供業	情報提供業
	10	新聞・出版業	新聞業, 出版業
	11	放送・通信業	放送業, 通信業
	12	不動産業	不動産業
	13	運輸・倉庫, 電力・ガス	運輸・倉庫, 電力・ガス
	14	その他サービス業	飲食業, 宿泊業, 対事業所サービス, シンクタンク, 広告, その他サービス業
	15	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
	16	その他	農・林・水産業, 鉱業, その他

従業員数による企業規模別の構成比は、大企業が38.0%、中小企業が43.0%、公共サービスが19.0%となっている。今回の調査で回答件数の多かった業種は公共サービス以外で業種別に見ると「その他サービス業」(12.2%)、「商業」(11.8%)、「建設業」(10.6%)、「その他製造業」(10.6%)と続いている(表2-3)。

表 2-3 回答企業の概要

		回答件数		商用データベース、無料データベースのどちらも利用		商用データベースのみを利用		無料データベースのみを利用		外部データベースは利用していない	
		件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
企業規模別	中小企業	278	43.0	105	37.8	10	3.6	116	41.7	47	16.9
	大企業	246	38.0	145	58.9	8	3.3	67	27.2	26	10.6
	公共サービス	123	19.0	76	61.8	2	1.6	38	30.9	7	5.7
業種別	建設業	71	10.6	29	40.8	2	2.8	32	45.1	8	11.3
	石油・化学工業	29	4.3	23	79.3	2	6.9	2	6.9	2	6.9
	鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	22	3.3	15	68.2	0	0.0	4	18.2	3	13.6
	機械器具製造業	69	10.3	32	46.4	3	4.3	29	42.0	5	7.2
	その他製造業	71	10.6	32	45.1	4	5.6	21	29.6	14	19.7
	商業	79	11.8	36	45.6	3	3.8	25	31.6	15	19.0
	金融・保険業	16	2.4	11	68.8	1	6.3	2	12.5	2	12.5
	情報処理業	24	3.6	16	66.7	0	0.0	7	29.2	1	4.2
	情報提供業	4	0.6	3	75.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0
	新聞・出版業	9	1.3	7	77.8	1	11.1	1	11.1	0	0.0
	放送・通信業	5	0.7	3	60.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0
	不動産業	8	1.2	4	50.0	0	0.0	4	50.0	0	0.0
	運輸・倉庫、電力・ガス	46	6.8	11	23.9	1	2.2	19	41.3	15	32.6
	その他サービス業	82	12.2	39	47.6	2	2.4	30	36.6	11	13.4
	公共サービス	123	18.3	76	61.8	2	1.6	38	30.9	7	5.7
	その他	14	2.1	2	14.3	1	7.1	8	57.1	3	21.4
合計		672	100.0	339	50.4	23	3.4	224	33.3	86	12.8

2.2 商用データベースの利用状況

2.2.1 2006 年度の商用データベースの利用状況

2006 年度に商用データベースを利用していた企業は、全回答企業（672 社、無回答企業を除く）の 53.9%(362 社)である。

うち商用データベースと無料データベースの両方を利用していた企業の割合は 50.4%、商用データベースのみを利用していた企業は 3.4%である。（表 2-3）

2006 年度の商用データベースの利用実績（年間利用金額）が前年（2005 年）度と比べて増加したか減少したかについては、ユーザー全体の 73.5%が「前年並み」と回答しており、「増えた」という回答は 21.9%となっている（図 2-1）。

商用データベース利用の対前年度増減の理由については、「増えた」ことの理由としては、「パソコン、端末機が増えて検索が容易になった」の回答率が 43.2%で最も高く、次いで「新しい業務が始まり検索量が拡大した」の 39.2%、「利用できる商用データベースサービスの契約数を増やした」31.1%が挙げられている（図 2-2）。

データベースの利用が「減った」ことの理由では、「無料のホームページを多く利用するようになった」が 43.8%と最も多かった。次に「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」が 31.3%で 1998 年以来高水準となっている。また、「業務が縮小され利用が減少した」は 25.0%だった（図 2-3）。

利用している商用データベースサービスの契約数の増減が、利用状況の増減の理由となっていることが伺える。

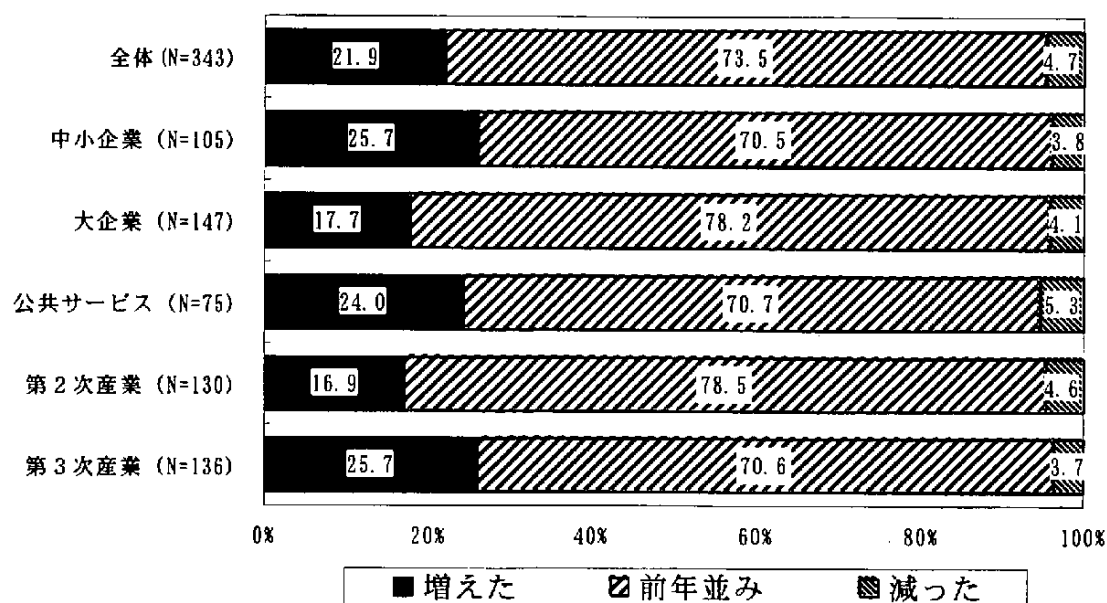


図 2-1 2006 年度商用データベース利用状況（対前年比）

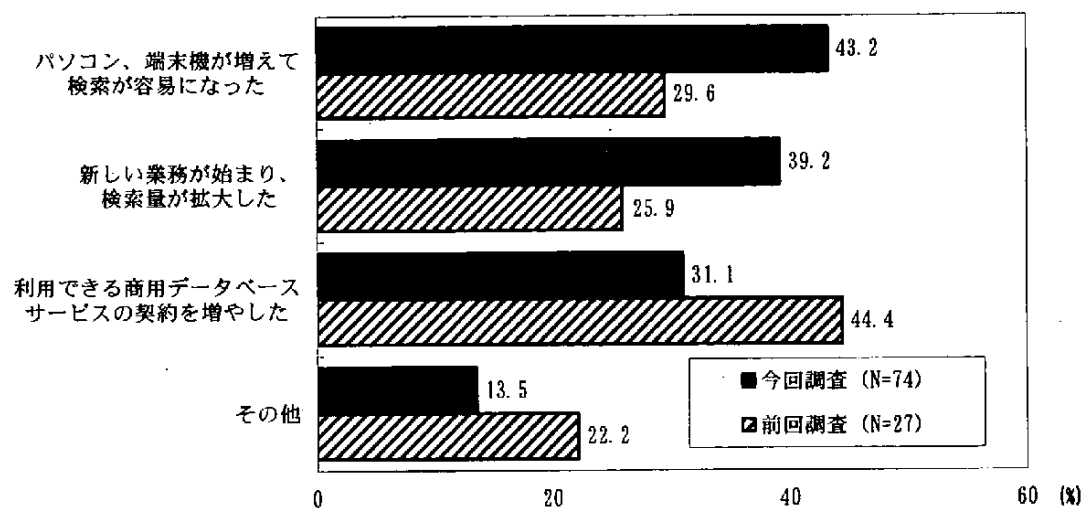


図 2-2 2006 年度の商用データベースの利用増加理由

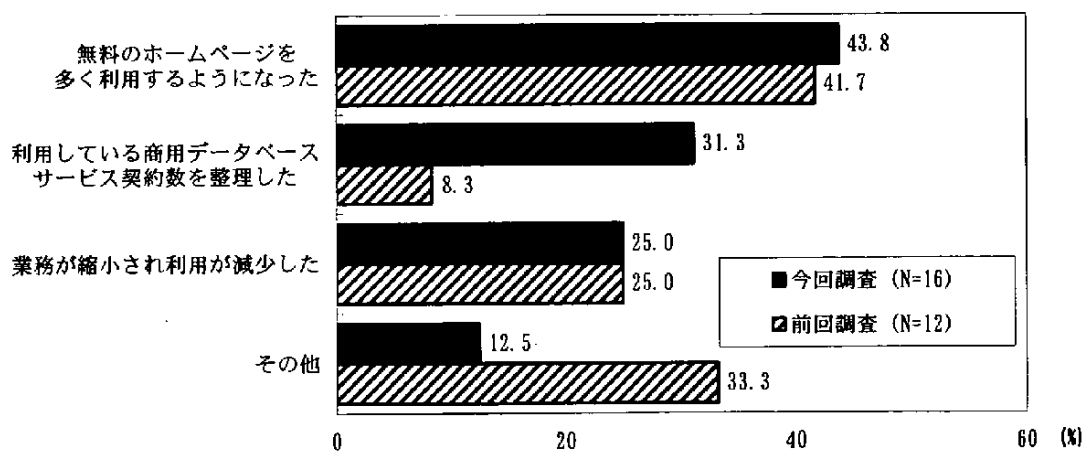


図 2-3 2006 年度の商用データベース利用の減少理由

2.2.2 2007 年度の利用見通し

2007 年度の商用データベースの利用見通しについて、対前年（2006 年）度比増減で見込みをみると、全体で「増える」「前年並み」への回答率はそれぞれ 18.1%、76.7%であるのに対し、「減る」は 5.2%となった（図 2-4）。

商用データベース利用見通しの対前年度増減理由について見ると、「増える」理由としては、「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」への回答率が 38.7%で最も高く、次いで「新しい業務が始まり、検索量が拡大する」の 33.9%、「パソコン、端末機を増やし、検索が増加する」の 29.0%の順であった（図 2-5）。

他方、データベース利用が「減る」理由について、回答率が最も高いのは「無料のホームページを多く利用する」の 50.0%となっている（図 2-6）。

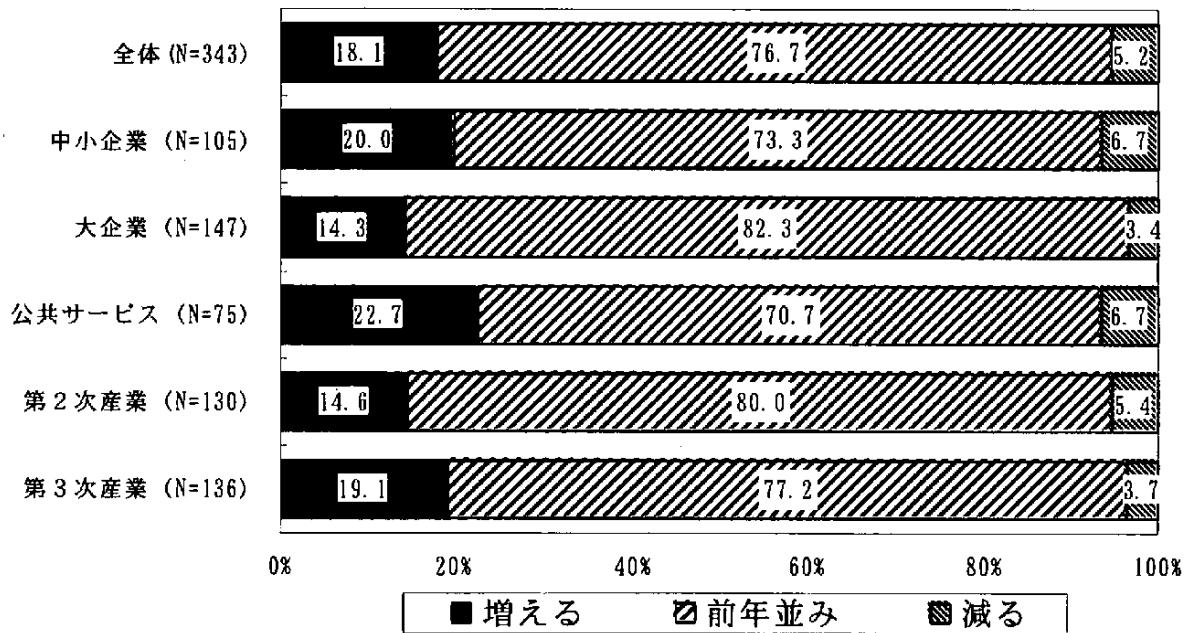


図 2-4 2007 年度の商用データベース利用の見通し（対前年度比）

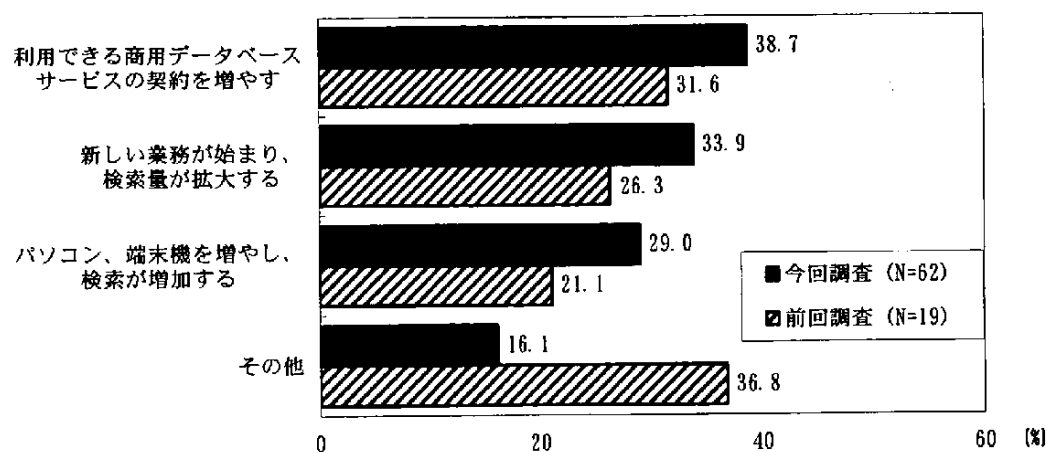


図 2-5 2007 年度の商用データベース利用の増加見通し理由

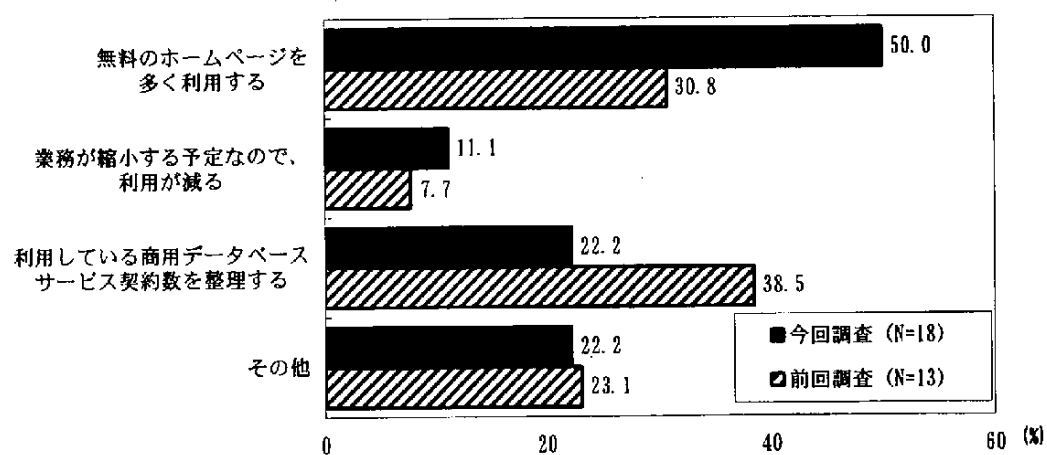


図 2-6 2007 年度の商用データベース利用の減少見通し理由

2.2.3 部門別利用状況

商用データベースの利用状況を部門別に見ると、全業種平均で、利用率が高い部門は「調査部門」の43.7%を筆頭に、「営業部門」の43.4%、「研究部門」の31.9%、「経理財務部門」の28.6%の順である（表2-4）。

表 2-4 商用データベースの部門別利用状況

	回答 件数	企画 部門 (%)	調査 部門 (%)	研究 部門 (%)	特許 部門 (%)	シス テム 開発 部門 (%)	生産 部門 (%)	環境 部門 (%)	営業 部門 (%)	総務 部門 (%)	法務 部門 (%)	経理 財務 部門 (%)	その 他の 部門 (%)
建設業	26	19.2	42.3	3.8	3.8	0.0	11.5	3.8	73.1	38.5	3.8	50.0	23.1
石油・化学工業	21	14.3	47.6	81.0	57.1	4.8	0.0	4.8	47.6	9.5	4.8	23.8	0.0
鉄鋼・非鉄・金属 製品製造業	14	35.7	14.3	14.3	21.4	7.1	14.3	0.0	78.6	42.9	7.1	50.0	0.0
機械器具製造業	33	30.3	45.5	39.4	45.5	6.1	0.0	3.0	33.3	30.3	9.1	36.4	12.1
その他製造業	33	21.2	45.5	30.3	33.3	0.0	9.1	6.1	63.6	18.2	12.1	33.3	6.1
商業	37	24.3	32.4	2.7	0.0	8.1	0.0	0.0	75.7	40.5	13.5	54.1	16.2
金融・保険業	12	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	83.3	8.3	25.0	25.0	41.7
情報処理業	16	50.0	25.0	18.8	6.3	12.5	0.0	0.0	56.3	56.3	12.5	37.5	18.8
情報提供業	4	75.0	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0
新聞・出版業	7	42.9	85.7	42.9	0.0	0.0	14.3	0.0	42.9	14.3	0.0	0.0	28.6
放送・通信業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	66.7
不動産業	4	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0	50.0	25.0	0.0	0.0
運輸・倉庫、電力・ ガス	12	25.0	8.3	8.3	0.0	16.7	0.0	0.0	25.0	50.0	16.7	50.0	16.7
その他サービス業	41	31.7	48.8	22.0	12.2	9.8	4.9	2.4	36.6	26.8	7.3	24.4	12.2
公共サービス	74	24.3	59.5	63.5	13.5	4.1	5.4	0.0	1.4	14.9	8.1	5.4	37.8
その他	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計・平均	339	28.0	43.7	31.9	17.1	6.2	4.7	1.8	43.4	27.4	9.4	28.6	19.2

2.3 利用している商用データベースの種類と内容

2.3.1 利用の多い商用データベースの種類と内容

商用データベースのオンラインサービスで最も利用されているのは、「COSMOSNET2000」である。これに、「日経テレコン 21」、「JDream II」、「TSR-VAN2」、「@nifty」と続いている。前回調査と比べて、順位の入れ替わりはあるものの基本的に上位に大きな変動はないものの、電子入札などの普及の影響が今回調査では「官報情報検索サービス」が13位となっている点が注目される（表 2-5）。

データベースサービスでは、トップは「COSMOS2」であり、以下、「TSR」、「日経新聞記事データベース」「JSTPlus」などが挙っている。

データベースファイルについても前回調査と比べて、順位の入れ替わりはあるものの上位に大きな変化は認められない（表 2-6）。

表 2-5 利用の多いオンラインサービス (N=300, 複数回答)

順位	サービスシステム名	回答件数	回答率 (%)
1	COSMOSNET2000 (帝国データバンク)	82	27.3
2	日経テレコン 21 (日本経済新聞社)	47	15.7
3	JDream II (科学技術振興機構)	27	9.0
3	TSR-VAN2 (東京商工リサーチ)	27	9.0
5	@nifty (ニフティ)	21	7.0
6	iJAMP (時事通信社)	11	3.7
7	STN (化学情報協会)	9	3.0
8	BIGLOBE (NEC)	8	2.7
8	PATOLIS (パトリス)	8	2.7
10	GeNii (国立情報学研究所)	7	2.3
11	G-Search (ジー・サーチ)	6	2.0
11	ISI Web of Knowledge (トムソンコーポレーション)	6	2.0
13	DIALOG (ジー・サーチ)	4	1.3
13	ELNET (エレクトロニック・ライブラリー)	4	1.3
13	QUICK (QUICK)	4	1.3
13	Engineering Village (エルゼビア・ジャパン)	4	1.3
13	SciFinder Scholar (化学情報協会)	4	1.3
13	官報情報検索サービス (国立印刷局)	4	1.3

表 2-6 利用の多いデータベースサービス (N=271,複数回答)

順位	データベースファイル名	回答件数	回答率 (%)
1	COSMOS2 (帝国データバンク企業情報)	94	34.7
2	TSR (東京商工リサーチ企業情報)	33	12.2
3	日経新聞記事データベース	25	9.2
4	JSTPlus	14	5.2
5	Web of Science (トムソンコーポレーション)	12	4.4
6	PATOLIS 特許・実用新案・商標・意匠ファイル	11	4.1
7	CA/CA/Plus/CA-SEARCH	10	3.7
8	朝日新聞記事データベース	8	3.0
9	JAMP	6	2.2
10	医学中央雑誌	5	1.8
11	日経BP雑誌記事データベース	4	1.5

2.3.2 よく利用する商用データベースの分野とデータタイプ

分野とデータタイプの関係をみると、すべての分野で「文字データ」が最もよく利用されている。「ビジネス」分野においては、「数値データ」の利用率が他分野と比較して高く、特に「企業財務／企業情報」で顕著である。一方、「映像」（動画）の利用率が全体的に前回より伸びており、特に「一般」分野の「新聞／雑誌／ニュース」で4.0%、「生活関連情報」分野で3.9%となったことが注目される（表2-7）。

表 2-7 よく利用している商用データベースの分野とデータタイプ (%)

データタイプ 分野		回答 件数	文字 データ	数値 データ	画像	音楽・ 音声	映像 (動画)	その他
一般	新聞／雑誌／ニュース	202	84.2	30.7	33.2	0.0	4.0	0.5
	人物／機関情報	156	72.4	23.7	18.6	0.0	1.3	0.0
	行政／法律／政治	147	72.1	26.5	12.9	0.0	0.0	0.7
	百科事典／書誌情報／書籍案内	138	63.8	18.8	22.5	0.0	1.4	1.4
生活関連情報		102	39.2	19.6	19.6	1.0	3.9	0.0
自然科学・技術	特許	158	67.1	25.9	24.7	0.0	0.6	0.0
	医学／薬学／生命学／生物	138	48.6	21.7	18.1	0.0	0.7	0.0
	化学	140	51.4	28.6	18.6	0.0	0.7	0.0
	電気／電子／情報	138	51.4	28.3	23.2	0.7	1.4	0.7
	建設（土木／建築）	131	48.1	28.2	23.7	0.0	2.3	0.8
	エネルギー／原子力／資源／環境／公害	131	48.1	26.7	20.6	0.0	1.5	0.0
	機械／金属／素材	125	45.6	23.2	16.0	0.0	0.8	0.0
社会科学・人文科学		119	38.7	17.6	12.6	0.0	0.8	0.0
ビジネス	企業財務／企業情報	256	89.1	69.5	12.1	0.0	0.0	0.0
	マクロ経済／市場／商品	130	56.2	51.5	15.4	0.8	0.0	0.8
	金融／証券／為替	141	53.9	48.2	8.5	0.0	0.7	1.4
	各種産業情報	139	64.7	43.2	20.9	0.0	0.7	0.7
その他		45	13.3	6.7	4.4	2.2	2.2	0.0

2.3.3 商用データベースの媒体別利用率

ユーザーがよく利用している商用データベースの利用媒体をみると、2006 年度実績で、オンラインでは「インターネット パソコン向け」が 86.7%で最も多く、オフラインでは「CD-ROM/DVD」が 5.7%で最も多い。この傾向は 2007 年度（見込み）もほとんど変わらない（表 2-8）。

表 2-8 商用データベースの媒体別利用率（利用金額ベース） (%)

利用媒体		利用媒体 (詳細項目)	2006 年度	2007 年度予定
			N=267	N=266
オンライン	インターネット	パソコン向けサービス	86.7	86.4
		携帯電話、PDA 向け	0.5	0.5
		その他	0.1	0.2
	インターネット 以外	公衆回線	1.1	1.1
		専用回線	3.2	3.2
	その他		0.3	0.3
オフライン		CD-ROM/DVD	5.7	6.0
		MT	1.1	1.1
		その他	1.2	1.2
合計			100.0	100.0
オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括 でダウンロードするサービスの全体利用料に占める利用割合			N=161	N=156
			21.5	21.6

2.3.4 商用データベースの媒体別利用分野

ユーザーが現在よく利用している商用データベースの分野を利用媒体ごとに回答してもらった。商用データベースの主要な利用媒体はオンラインでは「インターネット（パソコン向け）」であり、オフラインでは「CD-ROM/DVD」である。このことを反映してユーザーからの回答もこれら 2つの媒体に集中している。「インターネット（パソコン向け）」で最もよく利用されている分野は「企業・財務情報」であり、62.0%のユーザーが活用している。次いで、「新聞／雑誌／ニュース」（33.6%）、「科学技術／特許」（21.8%）、「経済／ビジネス」、「法律・法規・判例／税・税務情報」、「医・薬学／バイオ／化学」（いずれも 17.4%）という順位である（表 2-9）。

表 2-9 利用媒体別にみた商用データベース利用分野（複数回答）

（％）

		オンライン				オフライン		
		インターネット		インターネット以外				
		パソコン向け	携帯電話・PDA向け	公衆回線	専用回線	CD-ROM/DVD	MT	その他
一般	オーディオ・ビジュアル／ゲーム・娯楽	0.9	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービスガイド・案内情報	2.2	1.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	辞（事）典／百科／ディレクトリー	5.6	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0
	学習教材	0.3	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
	書誌／図書・刊行物情報	7.8	0.3	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0
	人物情報（Who's Who）	8.1	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
	新聞／雑誌／ニュース	33.6	1.9	0.3	0.9	5.9	0.0	0.3
	政治／行政	6.9	0.3	0.0	0.3	0.3	0.0	0.0
	健康／スポーツ	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ビジネス	金融／証券／為替／市況情報	14.6	0.6	0.6	0.6	1.6	0.0	0.0
	規格	1.2	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0
	企業・財務情報	62.0	0.3	0.9	1.9	7.2	0.0	0.6
	経済／ビジネス	17.4	0.6	0.3	0.6	1.9	0.9	0.0
	商品・製品情報	12.1	0.0	0.3	0.6	2.2	0.0	0.0
	パーツカタログ	2.5	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
	地図・マッピング／電話番号／住所コード	8.4	0.9	0.3	0.0	2.2	0.6	0.0
	統計・人口	3.1	0.0	0.0	0.0	2.5	0.3	0.0
	不動産	3.4	0.3	0.3	0.3	0.9	0.3	0.3
	法律・法規・判例／税・税務情報	17.4	0.0	0.3	0.6	2.5	0.0	0.0
自然科学・技術	医・薬学／バイオ／化学	17.4	0.0	0.9	0.3	1.9	0.3	0.0
	宇宙／地球／海洋／水産	0.9	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0
	エネルギー／資源／環境	6.9	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
	気象・気候	3.4	0.9	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0
	科学技術／特許	21.8	0.0	1.2	0.3	3.4	0.6	0.0
	コンピューター／ソフトウェア	6.5	0.0	0.3	0.0	1.6	0.0	0.0
	建築・建設	6.9	0.3	0.3	0.3	1.9	0.0	0.0
	数学／農業・農学	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	材料・素材	6.2	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
人文・社会科学	教育／宗教	1.2	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
	芸術・文化／文学・歴史	0.9	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
	言語・用語	0.9	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
	社会科学・心理学	1.2	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
	図書館・情報科学	0.9	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
	地理	0.3	0.3	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
その他		0.6	1.6	0.3	0.3	0.9	0.0	0.0

2.3.5 オフィスでのデータベースの利用

オフィスでのデータベース利用についてたずねたところ、図 2-7 に示す結果が得られた。「情報を必要としている人が自分で検索する」への回答率が最も高く、74.3%を占めた。他項目を大きく引き離していることから、この方法がオフィスでの主流であると言える。以下、「データベース検索担当部門に依頼する」(24.2%)、「専門的な検索は社内のサーチャーに依頼し、簡単な検索は自分で行う」(15.1%)、「同じ部門内の担当者に依頼する」(14.2%)、「以上の組み合わせで、どれが主とはいえない」(9.4%)と続く。

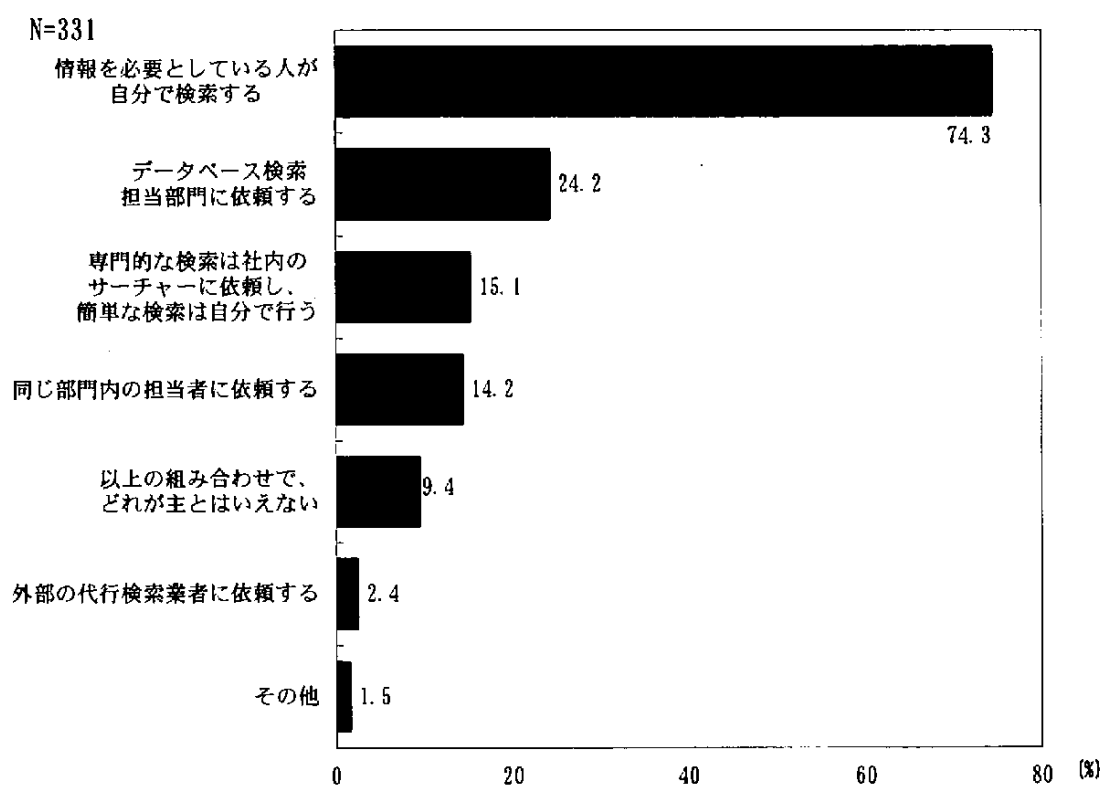


図 2-7 オフィスでのデータベースの利用

2.4 料金と利用上の問題点

2.4.1 利用料金と課金体系

商用データベース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は、「高い」への回答率が48.9%、「妥当」が50.8%、「安い」が0.3%となっている。これに対して海外製データベースでは、「高い」と感じているユーザーの割合が、「妥当」と感じているユーザーより多くなっている。(図2-8)。

データベース利用の課金体系では、全体では「固定料金+従量制」が最も多く49.1%、次いで「定額制」が37.7%となっている。ここ数年この傾向は変わらないが、徐々に比率が高くなっている。また、前回同様、予算的な制限のある公共サービスにおいて「定額制」の割合が高い(62.0%)。(図2-9)

ユーザーにとって望ましい課金体系を見ると、全体では「定額制」が46.9%で最も多く、「固定料金+従量制」(23.6%)、「従量制」(21.1%)がこれに続く。

ここで現状の課金体系と望ましい課金体系の回答結果を対比すると、「定額制」を46.9%のユーザーが希望しているにもかかわらず、実際にこの方式で支払っているのは37.7%と低い。これに対し、「従量制」と「固定料金+従量制」では逆に希望の割合を現状の割合が上回っている。企業規模別でも、同様の傾向がみられる(図2-10)。

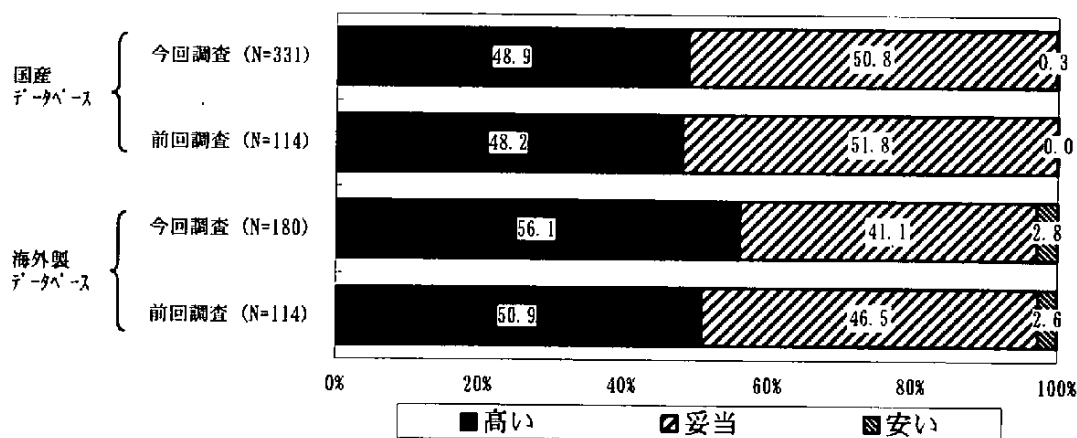


図 2-8 商用データベースの利用料金に関する感想

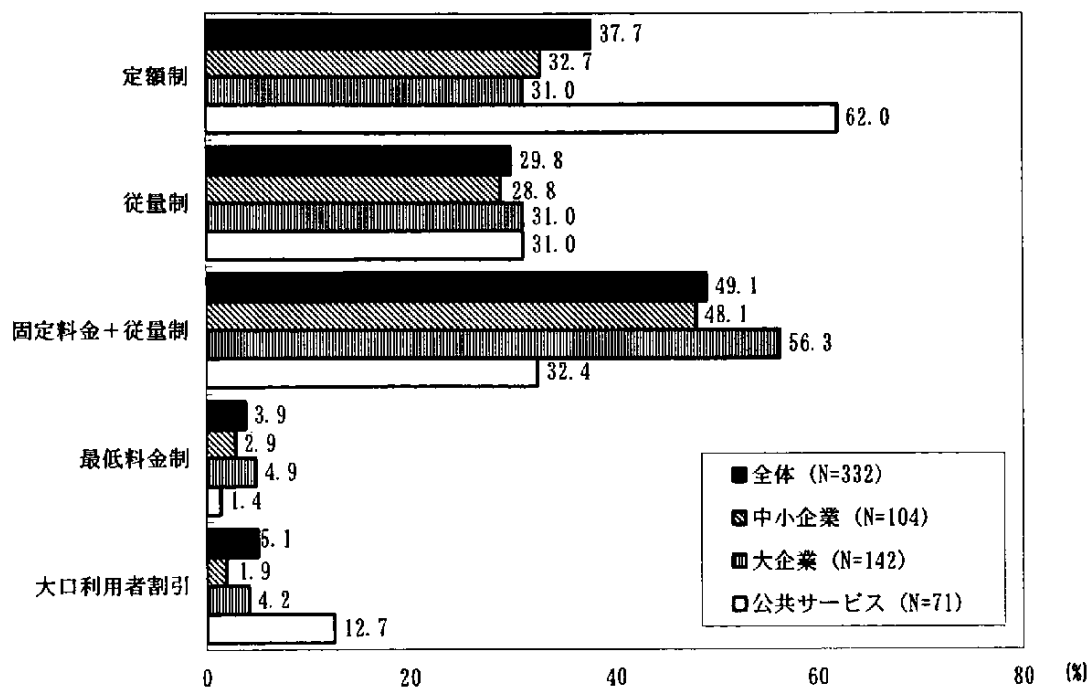


図 2-9 データベース利用の課金体系

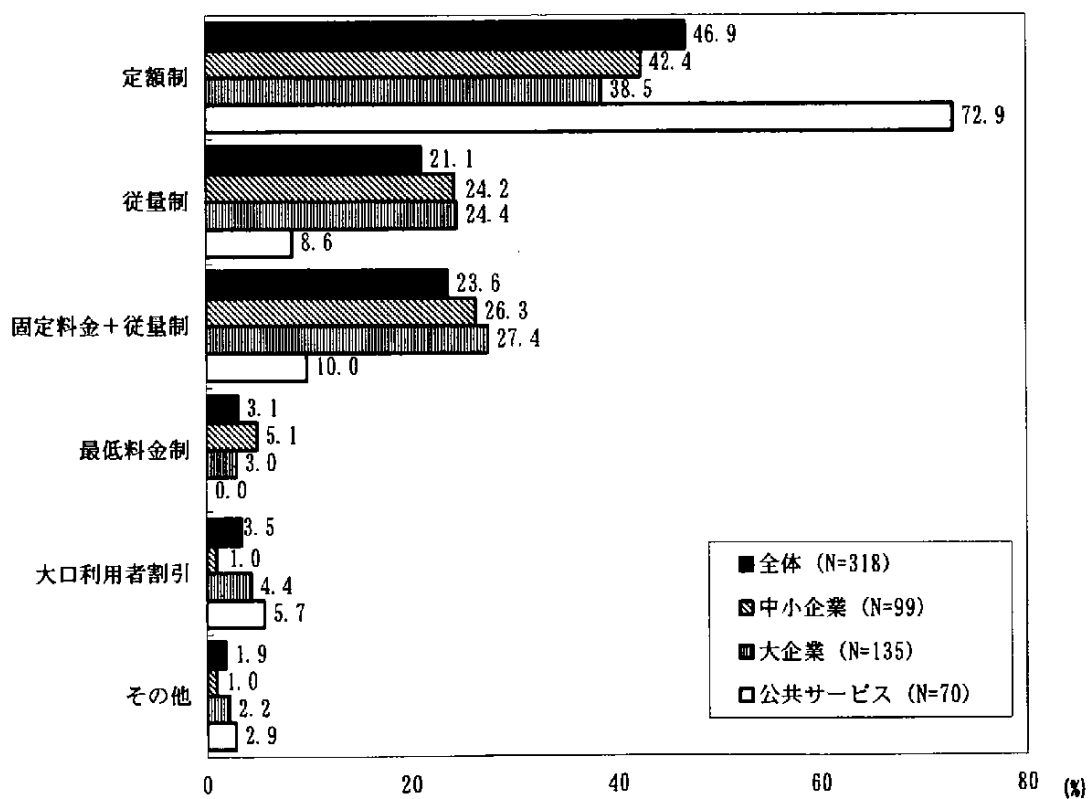


図 2-10 データベース利用における望ましい課金体系

2.4.2 収録情報に関する感想

商用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は、国産データベースについては、「特に不満はない」が58.9%に達している。各種の不満への回答率は、「情報の件数が少ない」(11.5%)「情報の更新頻度が少ない」(10.4%)「求めている情報の存在が不明確」(9.0%)「情報に不正確なことがある」(8.5%)、などとなっている。海外製データベースに関しては、「利用したい情報がない」の回答率が26.3%と国産に比べ20ポイント以上高くなっている(図2-11)。

無料データベースの収録情報に対する感想(不満)をみると、商用データベースと同様に「特に不満はない」(42.9%)が最も多い。それ以外では、「情報に不正確なことがある」(31.0%)、「求めている情報の存在が不明確」(22.5%)、「情報の更新頻度が少ない」(15.6%)、「フルテキスト(全文)で収録されていない」(11.3%)が上位となっている(図2-12)。

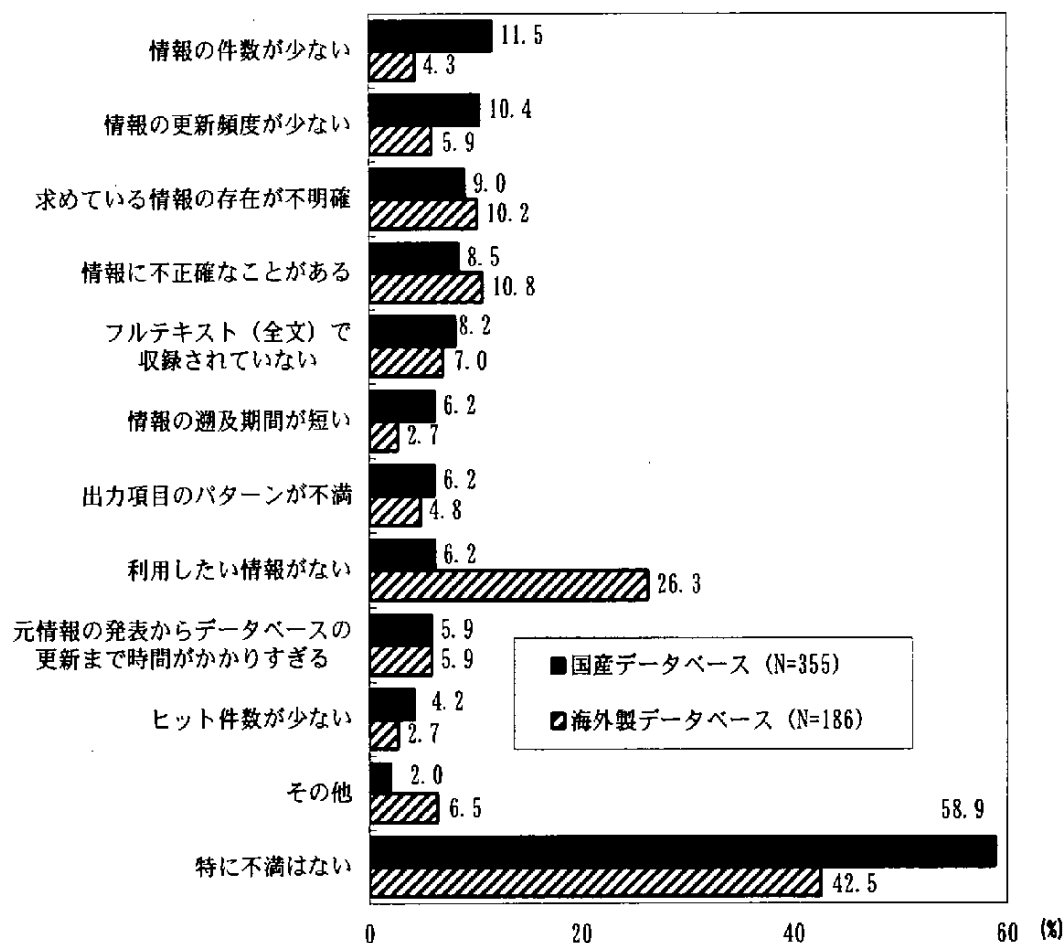


図 2-11 商用データベースの収録情報に関する感想

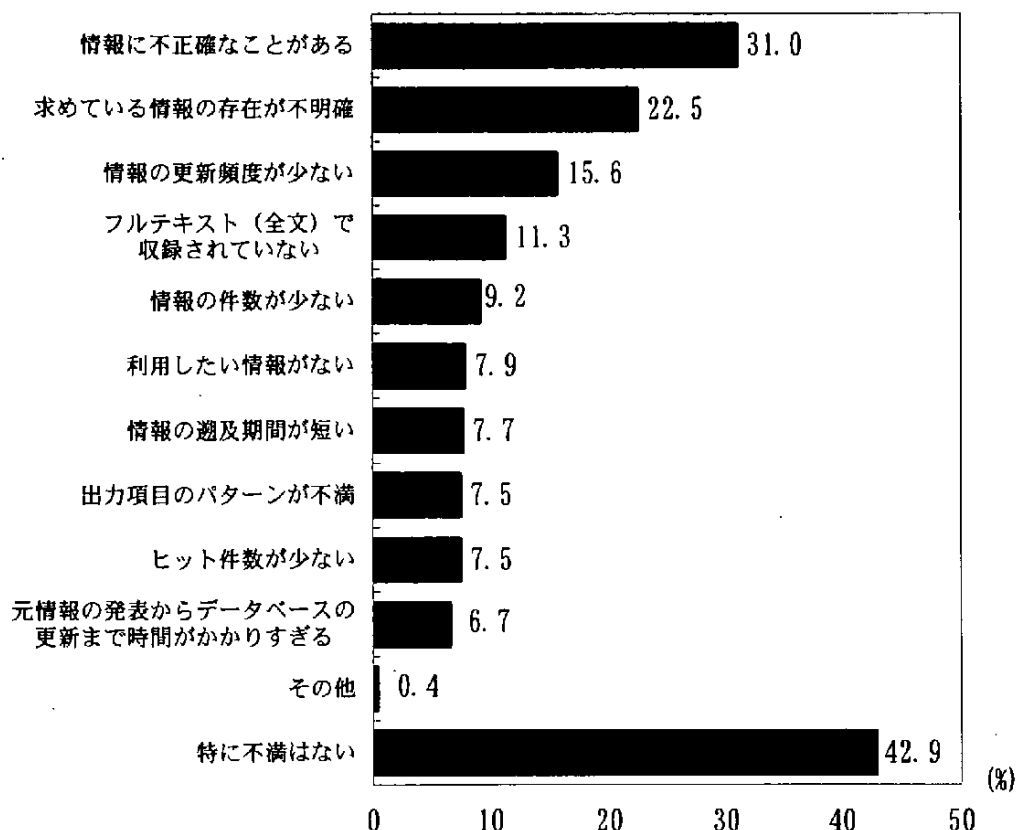


図 2-12 無料データベースの収録情報に関する感想 (N=480)

2.4.3 商用および無料データベースの機能・操作性に関する問題点

商用および無料データベースのコマンド機能・操作性に関する問題点をユーザーに指摘してもらった。

商用データベースについては、全体では「コマンドが不統一なので使いにくい」への回答率が15.3%で最も多く、次いで「接続手順がわずらわしい」(9.8%)、「1次情報の入手が困難」「複数ファイルの横断検索ができない」(いずれも6.6%)、「ダウンロードができない」(5.2%)の順となっている。

産業別にみると、第2次産業では「コマンドが不統一なので使いにくい」の回答率が第3次産業に比べ高い。逆に第3次産業の回答率が第2次産業より高いのは、「ダウンロードができない」などである。

一方、無料データベースについては、「あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい」が12.9%でトップであり、次いで「キーワードが不足している」(10.5%)が続いている(表2-10)。

表 2-10 商用及び無料データベースの機能・操作性に関する問題点（複数回答）（%）

問題点	商用データベース			無料データベース全体 (N=487)
	第2次産業 (N=141)	第3次産業 (N=128)	全体 (N=347)	
特に問題点はない	56.7	58.6	54.8	52.6
コマンドが不統一なので使いにくい	14.9	10.9	15.3	5.3
接続手順がわずらわしい	9.9	10.2	9.8	2.9
一次情報の入手が困難	6.4	4.7	6.6	9.7
複数ファイルの横断検索ができない	7.1	5.5	6.6	4.9
ダウンロードができない	3.5	8.6	5.2	6.4
統一シソーラス（類語辞書）が欲しい	4.3	3.1	4.9	5.3
あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい	5.0	3.9	4.9	12.9
概念検索ができない	5.7	3.1	4.6	5.5
キーワードが不足している	5.7	4.7	4.6	10.5
Gateway 機能が欲しい	2.8	3.1	4.0	1.2
自然語（フリーターム）を検索言語として使いたい	2.1	3.9	4.0	4.5
通信速度が遅い	4.3	3.1	3.7	5.5
検索速度が遅い	2.8	3.1	3.2	6.0
全文検索の機能がない	2.8	3.1	2.9	4.3
PDFファイル化されていない	2.1	3.1	2.6	5.5
アブストラクト（抄録）が表示できない	2.1	0.8	1.7	1.6
特定キーワードのファイル・データベース別出現頻度参照機能が欲しい	2.1	0.0	1.4	2.9
HTML 形式での出力ができない	1.4	1.6	1.2	0.2
ウェブでの検索システムがない	0.7	0.8	0.6	1.0
検索結果のメール配信ができない	0.7	0.8	0.6	1.2
図面や商標の表示ができない	0.0	0.8	0.6	1.0
その他	2.8	1.6	2.9	1.2

2.5 期待するメディアと無料データベースの利用状況

2.5.1 期待するメディア

オフィスにおける情報取得の媒体、手段あるいはサービスの中で、今後拡大が期待されるものを見てみると、上位 5 項目は、「携帯電話向け情報サービス」(49.3%)、「ポータルサイト・検索エンジン」(42.7%)、「公衆無線 LAN」(26.0%)、「個別企業・団体のホームページ」(25.2%)「電子政府サイト」(22.6%) となった(図 2-13)。

また、本調査では、ここ数年は上位にあった「ブログ(Weblog)」が順位を下げている。

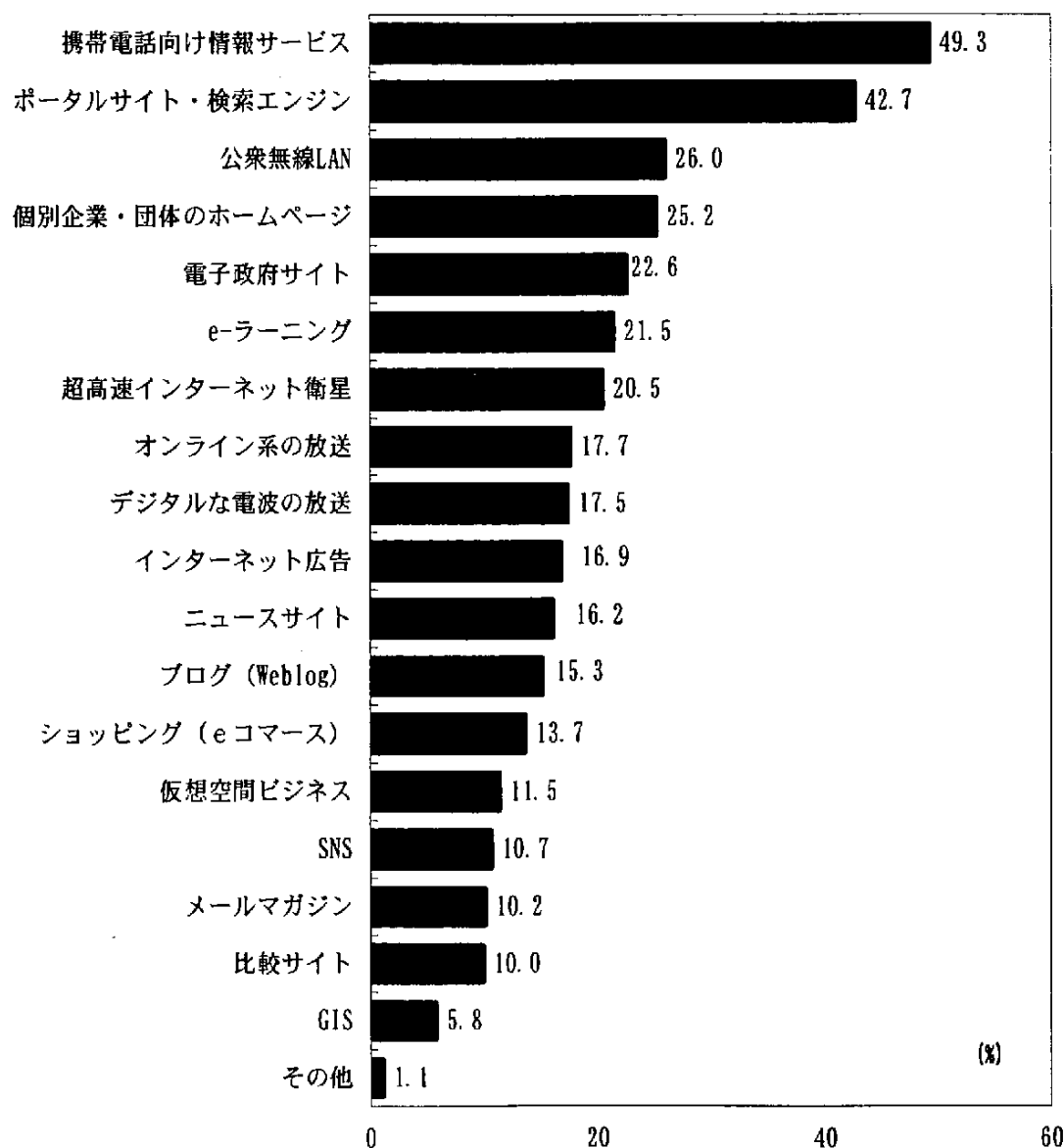


図 2-13 期待するメディア

2.5.2 無料データベースの分野別利用頻度

無料データベースの利用頻度を分野別にたずねた。「ほぼ毎日」への回答率が高い上位のカテゴリーを上げると、「新聞／雑誌／ニュース」(57.4%)が他を大きく引き離し、「ウェブ検索など URL」(37.3%)、「地図・交通・旅行・天気」(21.9%)、「行政／法律／政治」(15.9%)、「企業財務／企業情報」(14.9%)、「百科事典／書誌情報／書籍案内」(14.6%)と続いている(図 2-14)。

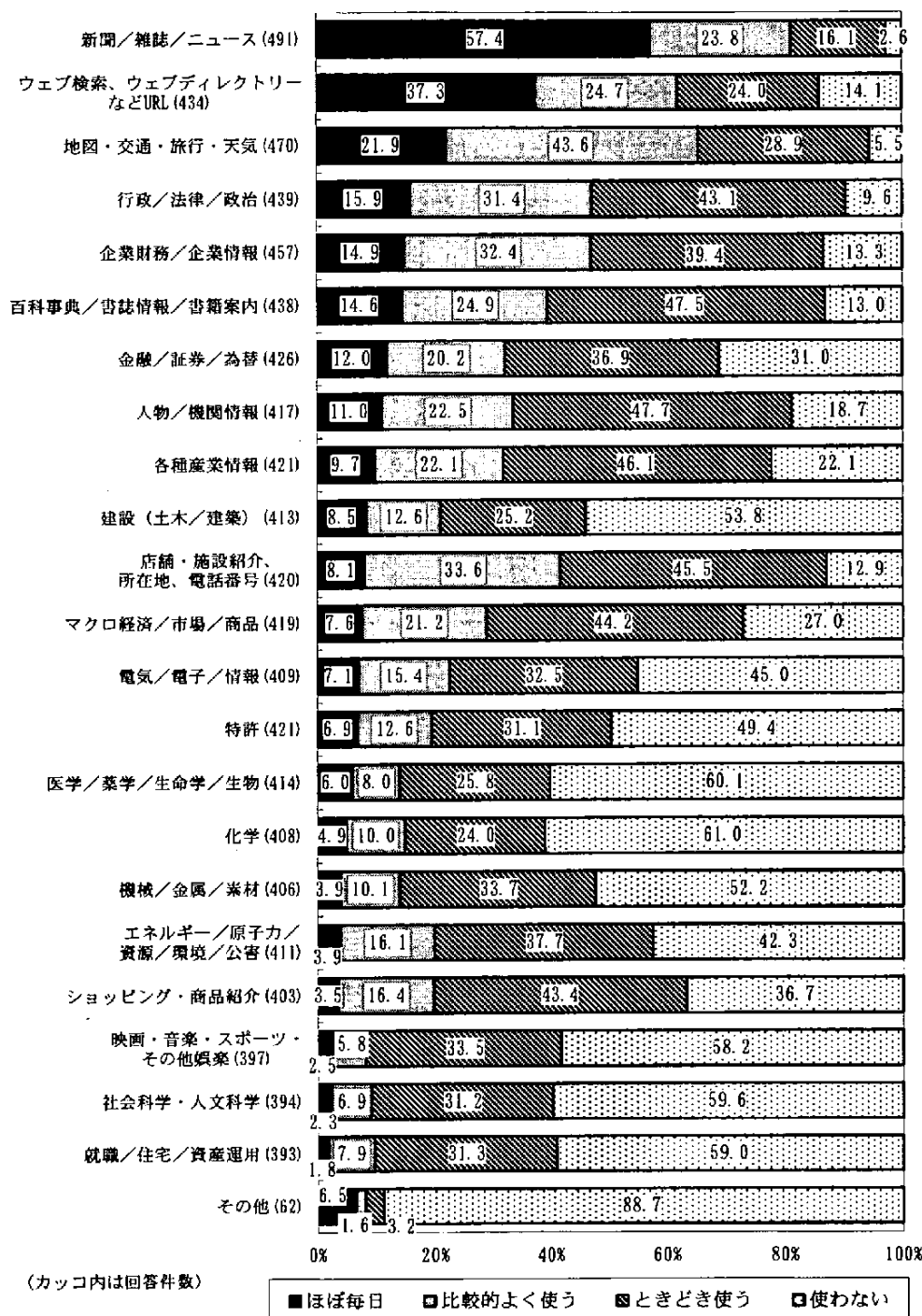


図 2-14 無料データベースの分野別利用頻度

2.6 今後の利用予定

2.6.1 今後進めたいデータベースの利用方法

商用データベースの利用方法の方向性を見てみると、全体では「現状程度（現状程度としたい）」の回答率が33.2%で最も高く、以下、「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（図りたい）」（32.6%）、「使用方法を工夫して、経費削減を図る（図りたい）」（28.2%）、「利用できるデータベースを増やす（増やしたい）」（20.5%）などが続いている（図2-15）。

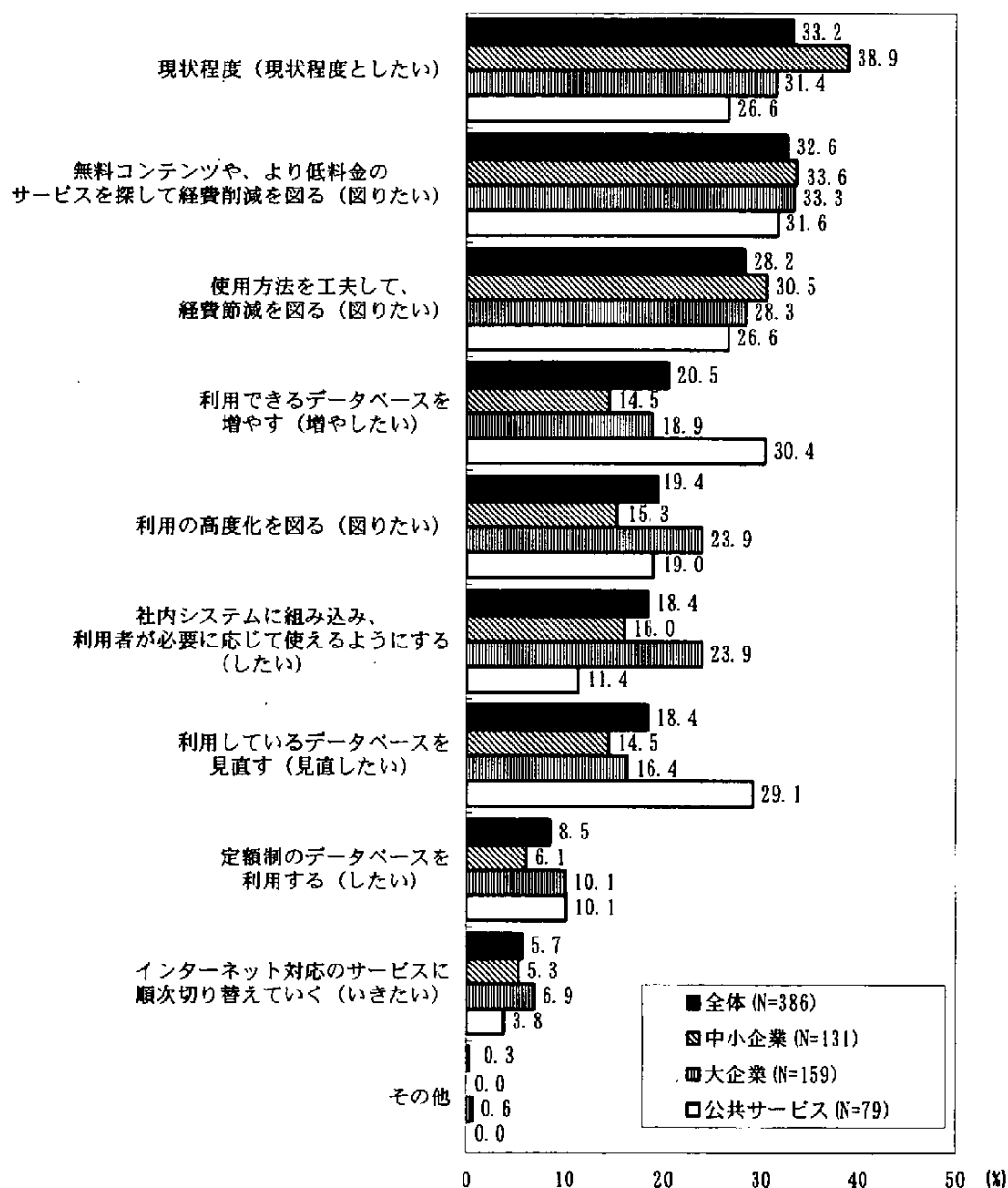


図 2-15 今後進めたいデータベースの利用方法

2.6.2 今後の商用データベース利用目的

今後の商用データベースの利用目的について複数回答で答えてもらったところ、図2-16の結果が得られた。

「業界動向など日々の営業活動に必要な情報を収集するため」への回答率が最も高く、5割以上を占めた。2位の「信用調査を行うため」も5割弱であった。以下、「競合企業や関連業界の情報を確認し、自社と比較分析するため」(31.1%)、「取引先企業・競合企業の事業動向の背景や目的を調べるため」(29.8%)、「企画書やプレゼンテーション資料作成上の基礎資料を収集するため」(25.9%)と続いている。

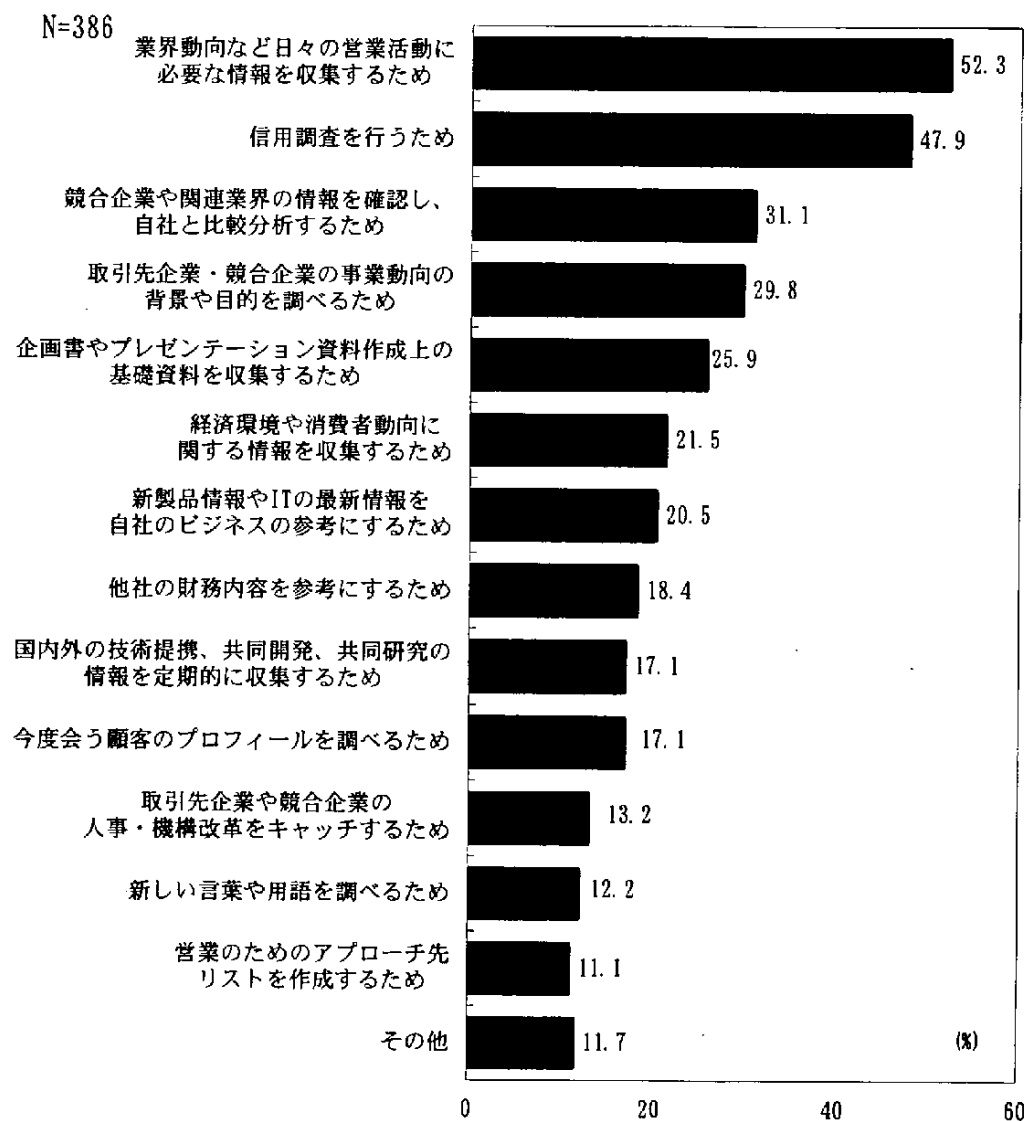


図 2-16 今後の商用データベース利用目的

2.6.3 ビジネス情報を調べるために利用する情報源

2.6.2 の利用目的のためにどの情報源を利用するか複数回答でたずねた（図 2-17）。

「無料の検索サイト」への回答率が最も高く、55.0%であった。「その企業のホームページ」も 54.8%を占めている。以下、「総合系の無料情報サイト」（41.3%）、「企業関連情報専門の有料ビジネス情報サイト」（40.2%）、「官公庁のホームページ・刊行物」（38.9%）が上位となっている。

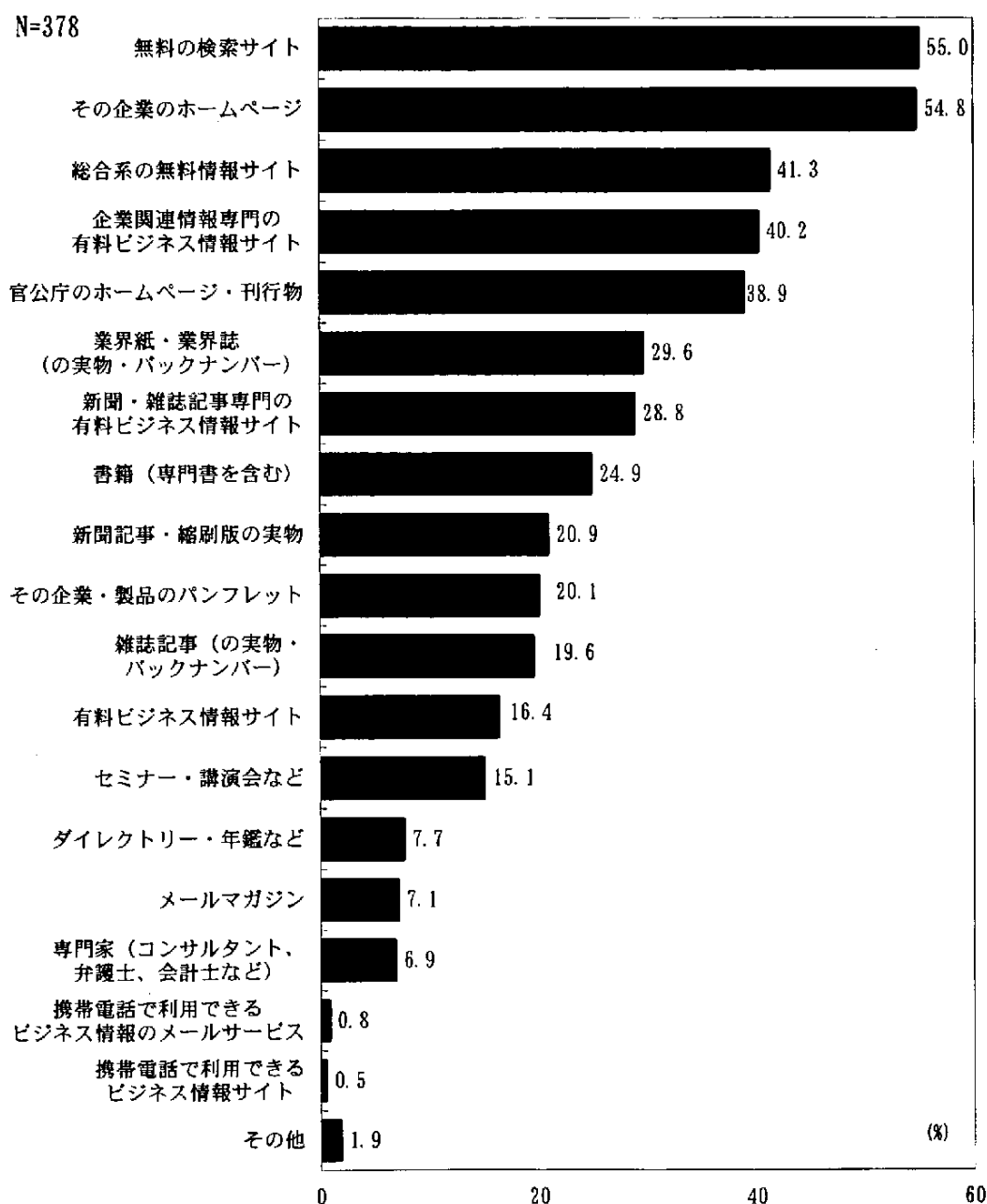


図 2-17 ビジネス情報を調べるために利用する情報源

2.6.4 今後利用したい商用データベース

今後利用したい商用データベースについてたずねた。

利用したい分野をみると、「企業財務／企業情報」が 69.7%でトップ、次いで「新聞／雑誌／ニュース」が 61.4%となっている（図 2-18）。

今後利用したい商用データベースのデータの収録地域では、すべての分野で「日本」が最も高い回答率であったが、「特許」、「化学」などは「欧米諸国」、「アジア諸国」への回答が 3 割前後であり、専門的な分野では海外収録のデータベースの利用意向もあることがうかがえる（表 2-11）。

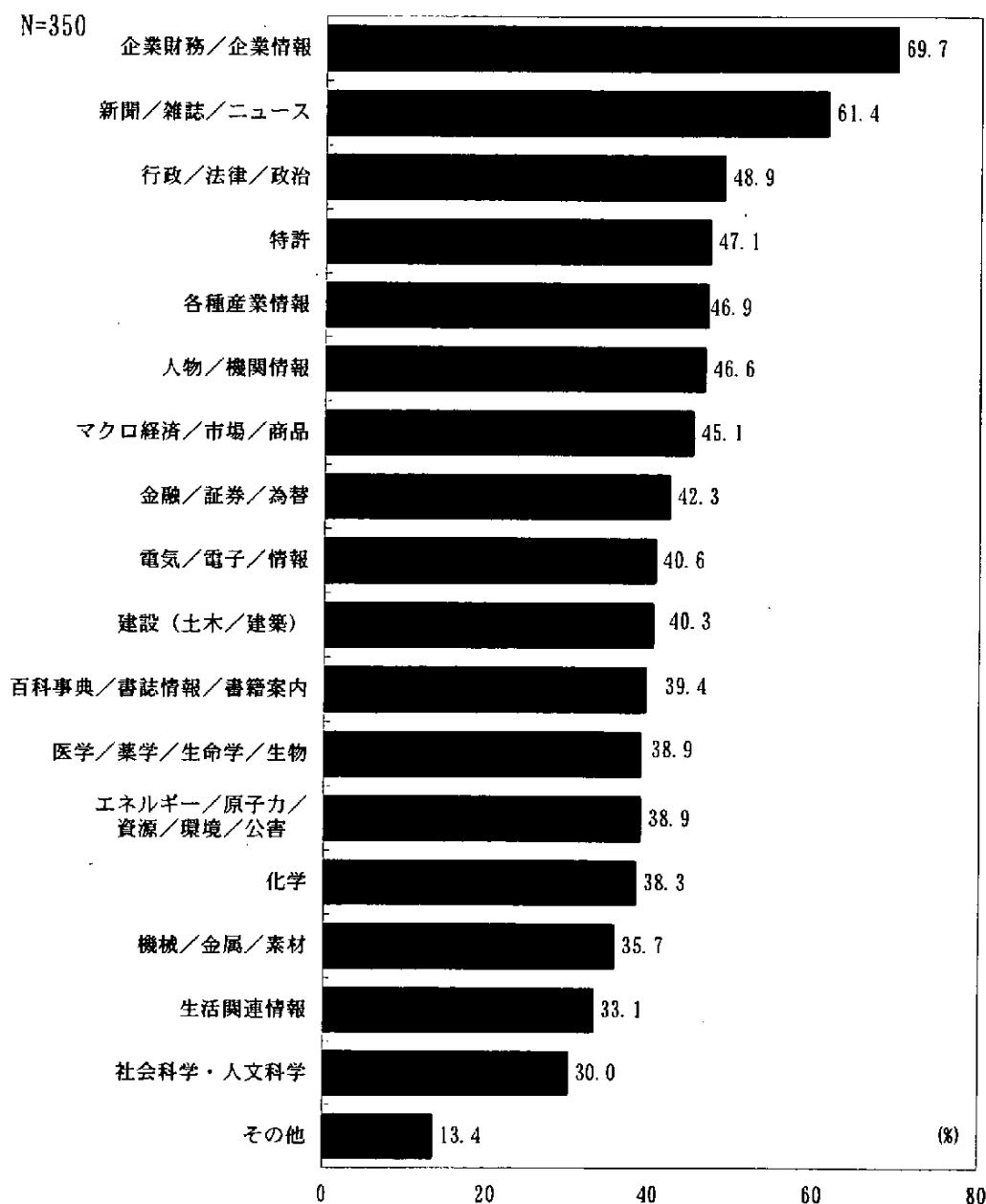


図 2-18 今後利用したい商用データベース

表 2-11 今後利用したい商用データベースのデータの収録地域 (%)

分野 \ 地域		回答 件数	日本	欧米諸国	アジア 諸国	よくわか らない
一般	新聞／雑誌／ニュース	215	76.7	18.1	23.7	16.3
	人物／機関情報	163	66.3	13.5	16.6	28.8
	行政／法律／政治	171	74.3	13.5	17.0	22.8
	百科事典／書誌情報／書籍案内	138	63.8	15.9	13.0	34.8
生活関連情報		116	53.4	6.0	9.5	43.1
自然科学・技術	特許	165	66.7	33.9	29.1	26.7
	医学／薬学／生命学／生物	136	48.5	29.4	15.4	46.3
	化学	134	53.0	32.1	20.1	43.3
	電気／電子／情報	142	57.7	25.4	16.2	40.1
	建設（土木／建築）	141	56.7	9.9	7.8	41.1
	地球／原子力／資源／環境／公害	136	55.9	22.1	16.2	40.4
	機械／金属／素材	125	56.0	21.6	14.4	42.4
社会科学・人文科学		105	39.0	16.2	14.3	59.0
ビジネス	企業財務／企業情報	244	84.4	14.8	19.7	12.3
	マクロ経済／市場／商品	158	64.6	16.5	22.8	29.7
	金融／証券／為替	148	61.5	15.5	19.6	35.8
	各種産業情報	164	67.7	15.2	20.7	28.0
その他		47	17.0	4.3	4.3	83.0

2.6.5 今後のオフィスにおける情報取得手段としてのデータベース利用

今後のオフィスにおける情報取得手段としてのデータベース利用について図2-19に示した。商用データベースでは「変わらない」(50.5%)が最も多かった。一方、無料データベースの利用が「増える」(「大幅に増える」+「やや増える」)との回答が75.5%と7割を超えている。

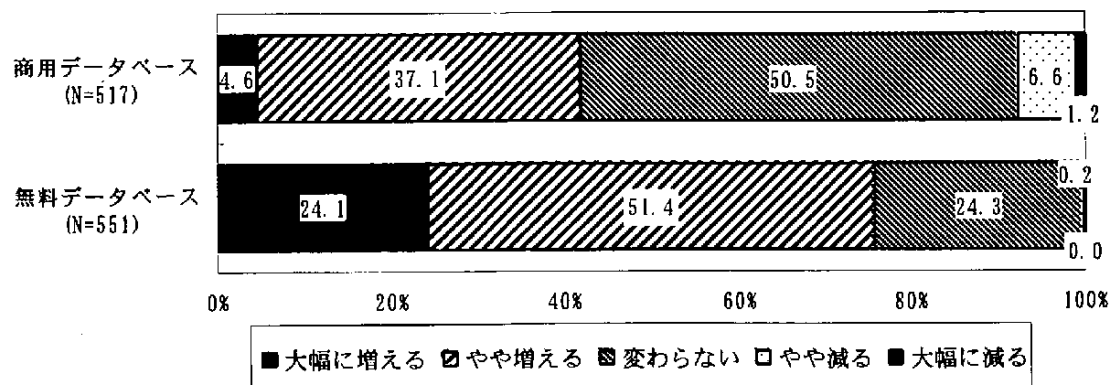


図 2-19 今後のオフィスにおける情報取得手段としてのデータベース利用

2.7 社内データベースの利用状況

2.7.1 所有・検討中の社内データベース

現在構築・購入しているデータベースでは、「経理・財務管理 DB」(69.7%)、「顧客管理 DB」(57.4%)、「販売(営業)管理 DB」(57.3%)、「人事管理 DB」(54.3%) が上位項目となっている。将来あらたに構築・購入する、検討するデータベースをみると、「総合文書管理 DB」(20.4%) が最も多く、次いで「電子申請 DB」(19.2%) となっている(図 2-20)。

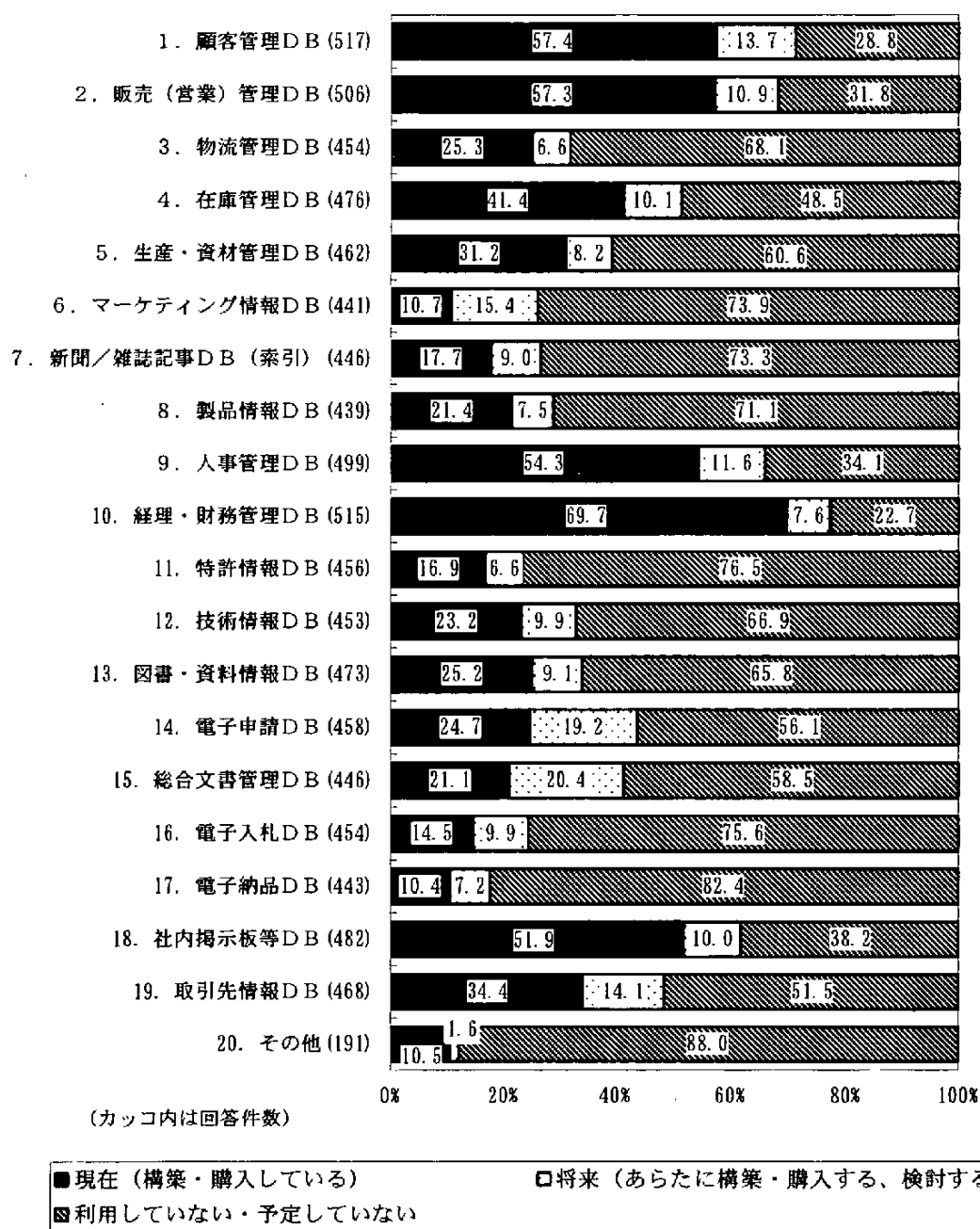


図 2-20 所有・検討中の社内データベース

さらに社内データベースを主に利用している部門をみると、社内全般で多く利用されているデータベースは「社内掲示板等DB」(75.8%)であった。「顧客管理DB」、「販売(営業)管理DB」は営業部門で多く、「生産・資材管理DB」は生産部門、「人事管理DB」は総務部門、「経理・財務管理DB」は経理・財務部門で高い回答率となっている。

表 2-12 社内データベースの主な利用部門

	回答件数	社内全般(%)	企画部門(%)	調査部門(%)	研究部門(%)	特許部門(%)	開発部門(%)	生産部門(%)	環境部門(%)	営業部門(%)	総務部門(%)	法務部門(%)	経理・財務部門(%)	その他の部門(%)
顧客管理DB	348	25.3	4.6	0.0	0.3	0.0	0.6	0.9	0.0	55.5	7.5	0.0	2.9	2.6
販売(営業)管理DB	328	22.0	4.0	0.3	0.3	0.0	0.9	0.9	0.0	63.7	3.0	0.0	4.0	0.9
物流管理DB	134	20.9	3.0	0.0	0.7	0.0	0.7	22.4	0.0	27.6	6.0	0.0	1.5	17.2
在庫管理DB	233	23.2	3.0	0.0	1.3	0.0	0.9	26.2	0.0	25.8	5.6	0.0	4.7	9.4
生産・資材管理DB	168	20.8	1.8	0.0	0.6	0.0	1.8	56.5	0.0	4.2	3.6	0.0	3.0	7.7
マーケティング情報DB	97	16.5	26.8	4.1	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	43.3	1.0	0.0	2.1	4.1
新聞/雑誌記事DB	110	44.5	14.5	8.2	6.4	0.0	0.9	0.9	0.0	3.6	13.6	0.9	0.9	5.5
製品情報DB	118	30.5	8.5	0.0	5.1	0.0	3.4	11.9	0.0	32.2	0.8	0.0	0.8	6.8
人事管理DB	310	10.3	2.6	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.6	73.5	1.3	1.9	9.0
経理・財務管理DB	377	10.1	1.9	0.0	0.5	0.0	0.3	0.3	0.0	0.3	14.3	0.0	71.9	0.5
特許情報DB	95	12.6	4.2	1.1	24.2	37.9	0.0	6.3	0.0	1.1	7.4	2.1	1.1	2.1
技術情報DB	135	20.7	3.7	2.2	31.1	1.5	5.9	18.5	0.0	3.7	0.7	0.0	0.0	11.9
図書・資料情報DB	149	39.6	6.0	4.7	14.8	1.3	1.3	4.7	0.0	2.7	7.4	0.0	0.0	17.4
電子申請DB	168	39.3	3.6	0.0	3.0	0.0	3.6	1.8	0.0	9.5	26.2	0.0	8.3	4.8
総合文書管理DB	163	59.5	2.5	0.6	1.8	0.0	2.5	0.6	0.0	0.6	25.8	0.6	1.8	3.7
電子入札DB	97	10.3	2.1	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	51.5	16.5	0.0	7.2	10.3
電子納品DB	66	16.7	3.0	0.0	1.5	0.0	3.0	33.3	0.0	25.8	1.5	0.0	1.5	13.6
社内掲示板等DB	281	75.8	3.6	0.0	1.1	0.0	3.6	0.0	0.0	2.5	11.0	0.0	0.7	1.8
取引先情報DB	204	35.8	2.0	0.5	0.5	0.0	1.0	3.4	0.0	32.8	10.3	0.0	8.3	5.4

2.7.2 社内データベースの構築体制

社内データベースの構築体制について見てみると、「各部単位で構築」よりも「専門部門が一括して構築」への回答数がやや多かった（図 2-21）。

各部単位で構築している場合と専門部門が一括して構築している場合に分けて、社内で構築しているか、アウトソーシングしているかの割合を表 2-13 に示した。

各部単位で構築している比率が高いのは「マーケティング」（77.5%）「研究・開発」（76.1%）などとなった。

一方、専門部門が一括して構築しているのは「情報システム」（59.8%）であった。また、専門部門が一括して構築している場合、アウトソーシングの比率が高い傾向がみられる。特に「経理部門」、「アフターサービス・保守部門」では、アウトソーシングの比率が8割を超えている。

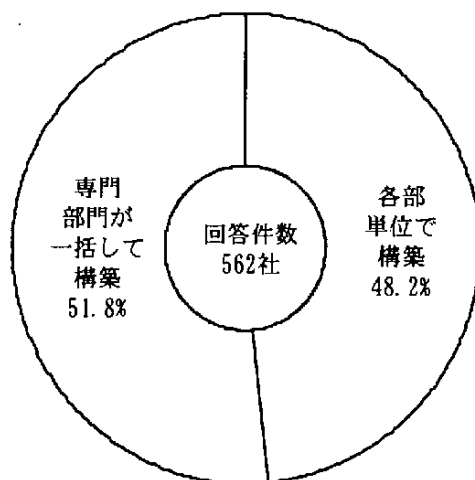


図 2-21 社内データベースの構築体制

表 2-13 社内データベースの構築体制（部門別）

	各部単位で構築				専門部門が一括して構築			
	回答件数	全て社内 で構築 (%)	一部 アウトソー シング (%)	全て アウトソー シング (%)	回答件数	全て社内 で構築 (%)	一部 アウトソー シング (%)	全て アウトソー シング (%)
経理	217 (74.8%)	37.3	30.4	32.3	73 (25.2%)	19.2	39.7	41.1
監査	62 (72.9%)	41.9	30.6	27.4	23 (27.1%)	30.4	47.8	21.7
情報システム	121 (40.2%)	43.8	37.2	19.0	180 (59.8%)	28.3	45.6	26.1
研究・開発	83 (76.1%)	61.4	27.7	10.8	26 (23.9%)	30.8	42.3	26.9
生産	83 (74.1%)	54.2	26.5	19.3	29 (25.9%)	24.1	48.3	27.6
物流	69 (75.0%)	43.5	30.4	26.1	23 (25.0%)	21.7	39.1	39.1
法務部	52 (75.4%)	59.6	21.2	19.2	17 (24.6%)	29.4	35.3	35.3
経営企画部	72 (68.6%)	68.1	25.0	6.9	33 (31.4%)	39.4	42.4	18.2
総務部	137 (60.9%)	60.6	20.4	19.0	88 (39.1%)	34.1	30.7	35.2
営業・販売	144 (72.7%)	56.3	20.1	23.6	54 (27.3%)	27.8	38.9	33.3
マーケティング	55 (77.5%)	61.8	23.6	14.5	16 (22.5%)	25.0	50.0	25.0
顧客管理	135 (75.0%)	62.2	14.8	23.0	45 (25.0%)	26.7	42.2	31.1
人事部	138 (75.0%)	52.2	21.7	26.1	46 (25.0%)	26.1	43.5	30.4
アフターサービス・保守	81 (75.0%)	45.7	27.2	27.2	27 (25.0%)	7.4	48.1	44.4
その他	36 (56.3%)	52.8	22.2	25.0	28 (43.8%)	32.1	28.6	39.3

※「各部単位で構築」の構成比と「専門部門が一括して構築」の構成比の合計は100%となる。

また、「各部単位で構築」にある「全て社内構築」の構成比と「一部アウトソーシング」の構成比、「全てアウトソーシング」の構成比の合計は100%となる。「専門部門が一括して構築」も同様となっている。

2.7.3 社内データベースの運用体制

社内データベースの運用体制について見てみると、「各部単位で運用」(55.9%)のほうが「専門部門が一括して運用」(44.1%)より回答数が多かった(図2-22)。

各部単位で運用している場合と専門部門が一括して運用している場合に分けて、社内で運用しているか、アウトソーシングしているかの割合を表2-14に示した。

各部単位で運用しているのは「マーケティング」(81.7%)、「アフターサービス・保守」(81.6%)、「顧客管理(81.5%)」などの部門が多かった。専門部門が一括して運用しているのは「情報システム部門」で51.2%と高い回答率であった。

しかし、構築に比べて運用では「全て社内で運用」への回答率が高く、構築はアウトソーシングするが、運用は社内で行うケースが多いと推察できる。

「各部単位で運用」では「全て社内で運用」が圧倒的に多く、「すべてアウトソーシング」の割合が小さいことが特徴点である。

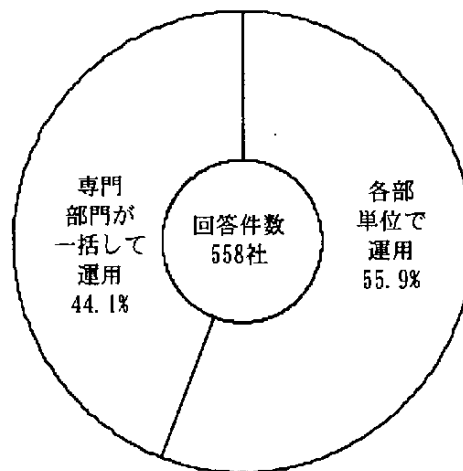


図 2-22 社内データベースの運用体制

表 2-14 社内データベースの運用体制（部門別）

	各部署単位で運用				専門部門が一括して運用			
	回答件数	全て社内 で運用 (%)	一部 アウトソー シング (%)	全て アウトソー シング (%)	回答件数	全て社内 で運用 (%)	一部 アウトソー シング (%)	全て アウトソー シング (%)
経理	248 (80.5%)	71.0	22.6	6.5	60 (19.5%)	56.7	25.0	18.3
監査	70 (77.8%)	70.0	18.6	11.4	20 (22.2%)	55.0	40.0	5.0
情報システム	142 (48.8%)	59.2	34.5	6.3	149 (51.2%)	47.0	41.6	11.4
研究・開発	92 (80.7%)	77.2	20.7	2.2	22 (19.3%)	63.6	36.4	0.0
生産	97 (78.9%)	76.3	19.6	4.1	26 (21.1%)	53.8	34.6	11.5
物流	81 (79.4%)	70.4	22.2	7.4	21 (20.6%)	57.1	23.8	19.0
法務部	59 (79.7%)	69.5	22.0	8.5	15 (20.3%)	46.7	46.7	6.7
経営企画部	85 (73.9%)	80.0	18.8	1.2	30 (26.1%)	63.3	33.3	3.3
総務部	169 (70.1%)	81.1	15.4	3.6	72 (29.9%)	62.5	27.8	9.7
営業・販売	180 (78.6%)	78.9	17.2	3.9	49 (21.4%)	69.4	22.4	8.2
マーケティング	67 (81.7%)	70.1	26.9	3.0	15 (18.3%)	53.3	40.0	6.7
顧客管理	154 (81.5%)	84.4	12.3	3.2	35 (18.5%)	65.7	28.6	5.7
人事部	161 (81.3%)	78.3	16.8	5.0	37 (18.7%)	62.2	32.4	5.4
ITサービス・保守	93 (81.6%)	55.9	23.7	20.4	21 (18.4%)	42.9	38.1	19.0
その他	45 (66.2%)	75.6	22.2	2.2	23 (33.8%)	65.2	26.1	8.7

※「各部署単位で運用」の構成比と「専門部門が一括して運用」の構成比の合計は100%となる。

また、「各部署単位で運用」にある「全て社内での運用」の構成比と「一部アウトソーシング」の構成比、「全てアウトソーシング」の構成比の合計は100%となる。「専門部門が一括して運用」も同様となっている。

2.7.4 社内データベースの利用者の範囲

社内データベースの利用者の範囲についてたずねたところ、図 2-23 の結果となった。「自社内のみで利用」の方が、「社外も含め利用」と比較すると「はい」という回答が多く、社内データベースは自社内のみでの利用が主流であることがうかがえる。

内訳をみると、「自社内のみで利用」の場合は「自部署で共有・関連部署で共有」が 90.0% となった。一方、「社外も含め利用」の場合は「自社及び関連会社で利用」が 36.2% であった。

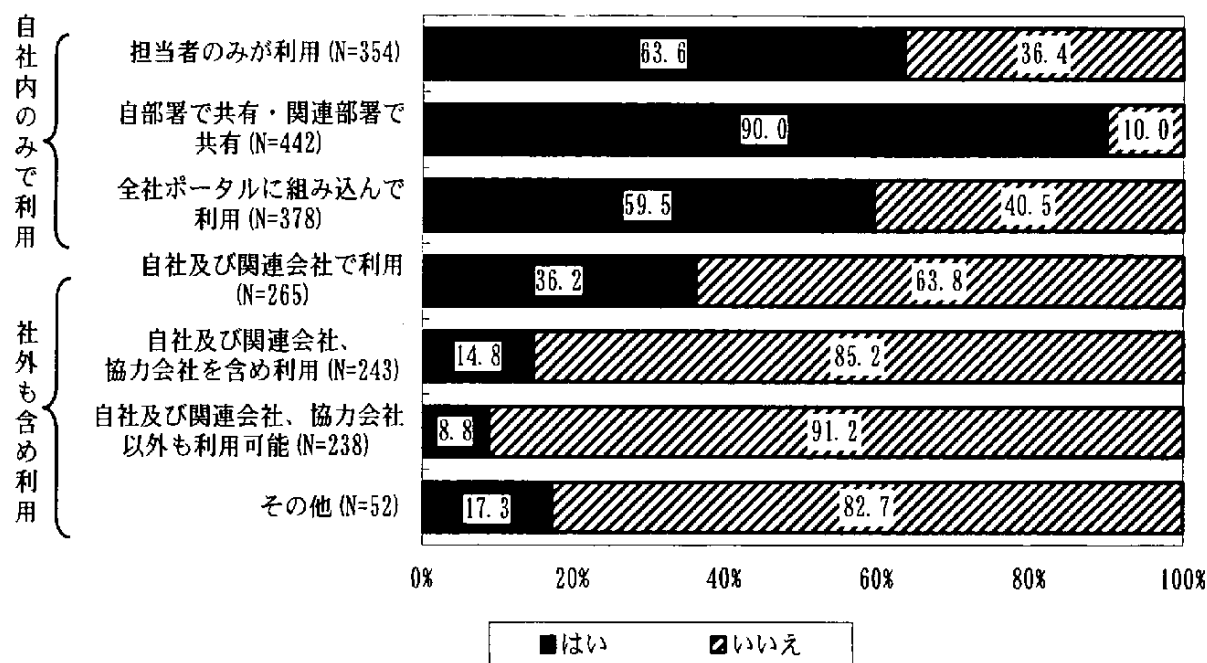


図 2-23 社内データベースの利用者の範囲

2.7.5 社内データベースの現状課題と今後の方向性

社内データベースの構築・運用の現状の課題としては、図 2-24 に示すように、「構築・運用にコストがかかる」(61.8%)、「スタッフが確保できない」(47.9%) の回答率が高くなっている。予算・人の面での課題を抱えている現状がうかがえる。以下、「セキュリティに不安がある」(32.6%)、「構築やメンテナンスのスケジュールが厳しい」(32.5%)、「ハード・ソフト・ネットワークのスペックが非力」(20.0%) と続いている。

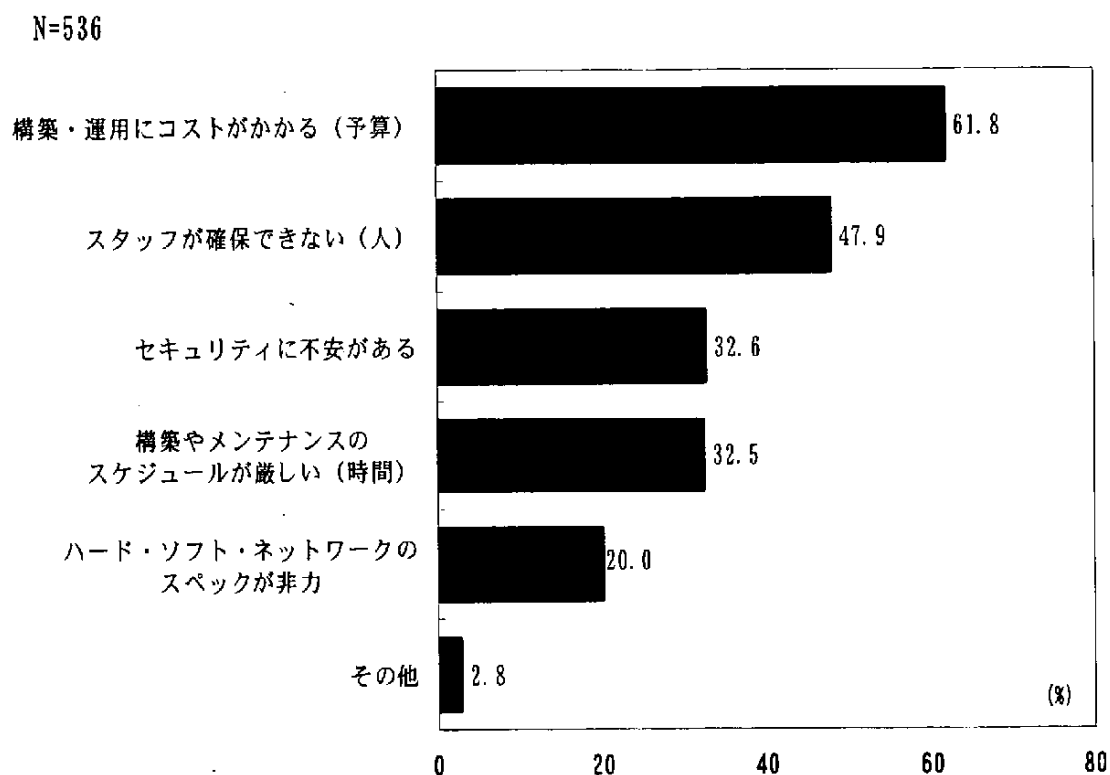


図 2-24 社内データベースの現状課題

今後の方向性として、既存システムの有効活用においては、「既存の社内データベースを統合したい」が50.0%で最も多く、次いで「既存のデータベースのデータを高度に分析し、有用な情報を得たい」の41.7%となっている。

作りたいシステムのイメージは、「個人情報の流出が危惧されるので、セキュリティをしっかりしたい」が75.2%を占めた。

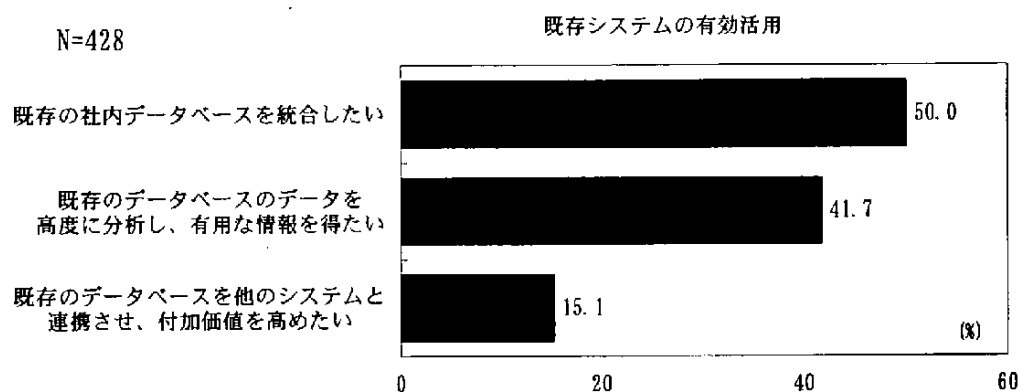


図 2-25 社内データベースの今後の方向性（既存システムの有効活用）

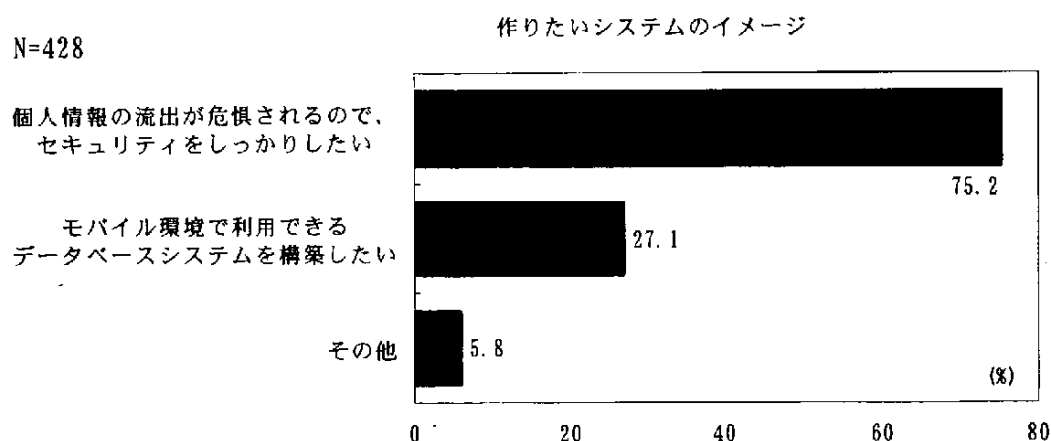


図 2-26 社内データベースの今後の方向性（作りたいシステムのイメージ）

2.8 内部統制、個人情報保護等の影響について

2.8.1 日本版 SOX 法施行の影響度

日本版 SOX 法施行のビジネスやシステムへの影響について答えてもらったところ、図 2-27 に示す結果が得られた。ビジネス、システム両面で「変わらない」が多いものの、プラスの影響とマイナスの影響を比較すると、システム面でのマイナスの影響がやや大きいことが伺える。

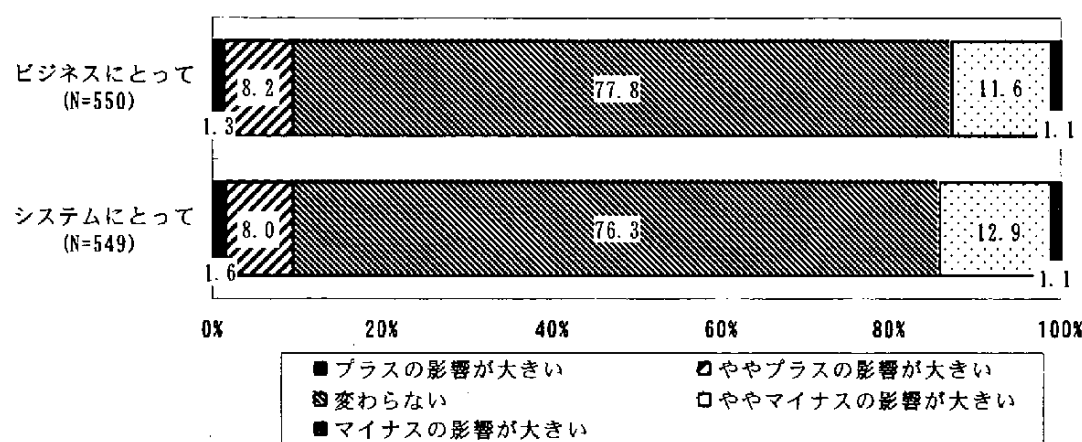


図 2-27 日本版 SOX 法施行の影響度

2.8.2 商用データベースの2次利用についての対応

商用データベースの2次利用について、正規のルールに基づいて利用料金を支払っているかどうかを尋ねたところ、「特に何も制限は設けていない」との回答が41.6%で最も多かった。

一方、「2次利用は認めていない」が36.5%あるが、「事前に利用申請書を受け付けている」(7.9%)「適正な利用料金を徴収している」(5.0%)「引用を入れるように要請している」(7.5%)といったルールに基づいた対応は、3つあわせても約2割程度となっている(図2-28)。

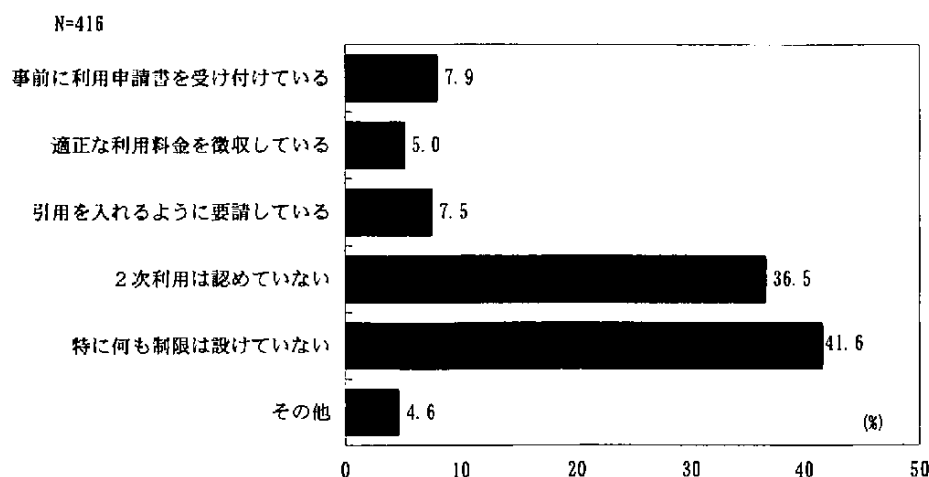


図 2-28 商用データベースの2次利用についての対応

2.8.3 個人情報保護に対する取り組み状況

個人情報保護に対する取り組みでは、「現在取り組みは行っていないが、今後検討する予定である」が最も多く、33.5%であった（図 2-29）。次いで、「認証規格取得への取組はないが独自に専門の部署を設置し対応している」（26.4%）となっている。認証規格を取得している企業はまだ少数だが、今後増えることが予想される結果となった。

プライバシーマーク取得年では、2004 年以降取得する企業が増えていることがわかる（図 2-30）。図 2-31 をみると、2005 年に ISMS を取得した企業が多くなっている。

N=564

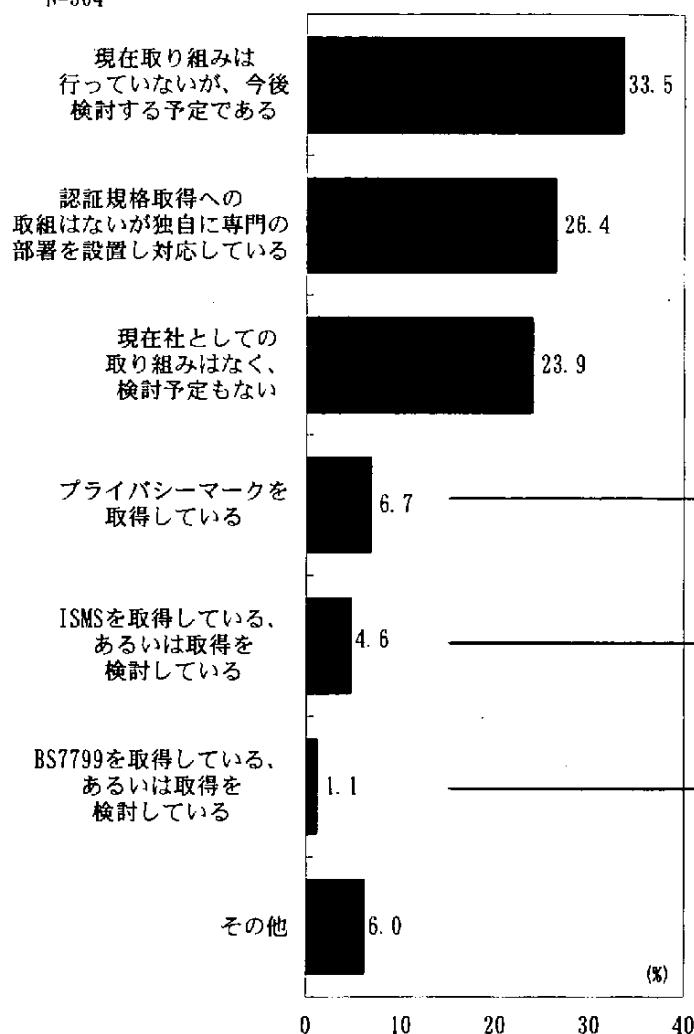


図 2-29 個人情報保護に対する取り組み状況

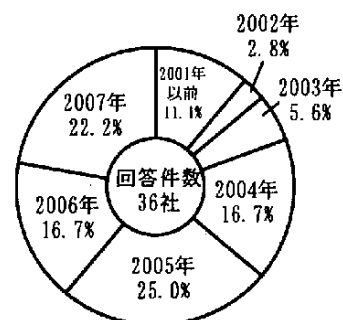


図 2-30 プライバシーマーク取得年

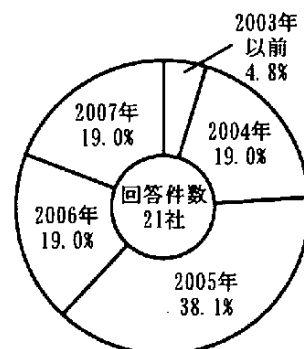


図 2-31 ISMS取得年

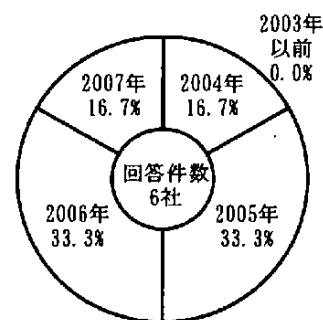


図 2-32 BS7799取得年

2.8.4 顧客情報流出に関する具体的な取り組み内容

図2-33は、顧客情報流出に関する具体的な取り組みに回答のあった56社に複数回答形式でたずねた結果である。「情報が格納されているデータベースへのアクセス制限を設けている」への回答率は96.4%と高く、ほとんどの企業でアクセス制限を設けていることがわかる。以下、「ノートPC等のモバイル機器の外部使用を制限している」(62.5%)、「データベースへのアクセスに関してユーザ、日時等を記録し保存する」(58.9%)、「データベースの運用部門の権限保有者を限定配置している」(53.6%)が上位項目となっている。

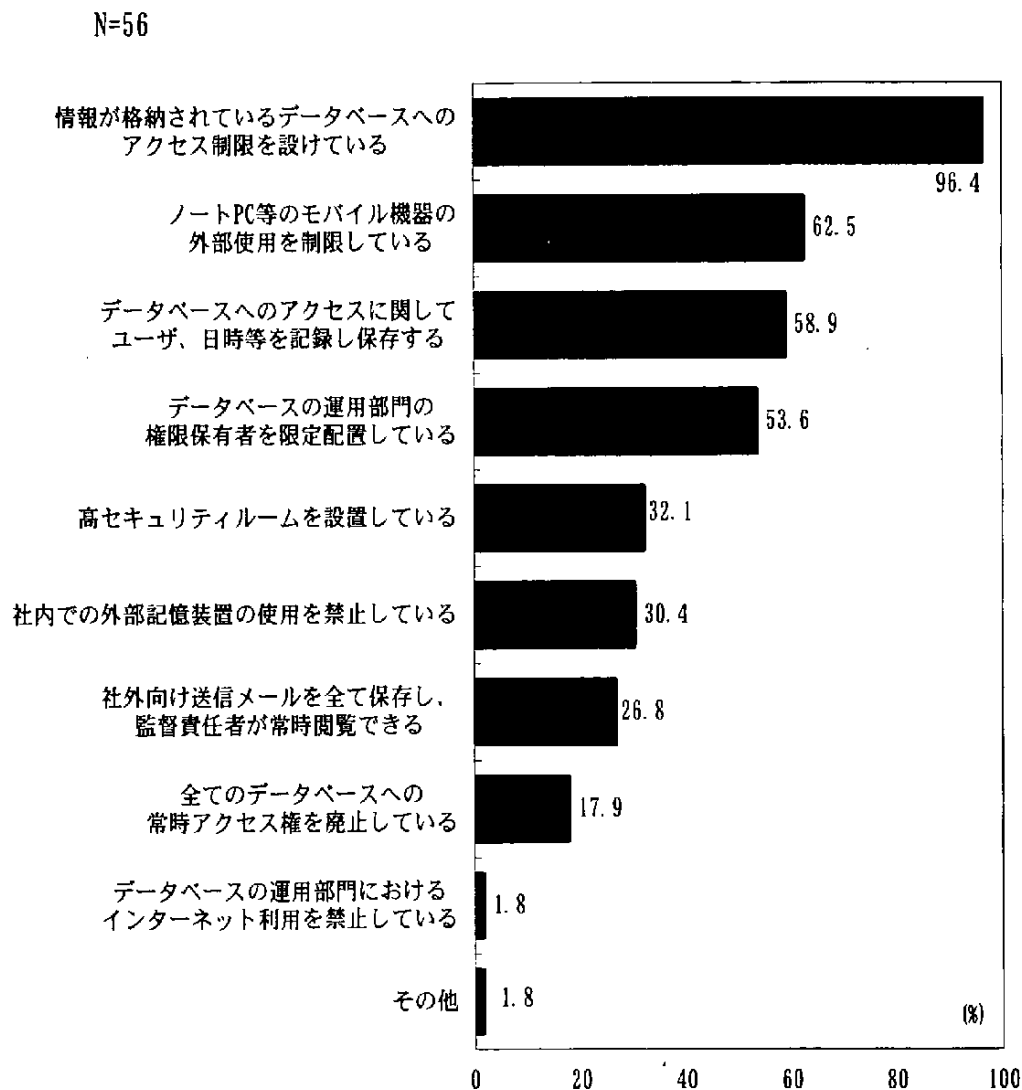


図 2-33 顧客情報流出に関する具体的な取り組み内容

3. 企業における電子情報サービスの利用状況（ベンダー編）

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「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ベンダー編）」（2008 年 1 月実施）の集計結果を基に、データベースサービスの提供状況と今後の動向などについて概説する。

3.1 概要

本調査は、(財)データベース振興センター^(※1)発行「データベース台帳総覧」（平成 17 年 10 月版）に掲載されているベンダー企業および主要な情報提供事業者、インターネットプロバイダーなどを基に、新たにデータベースサービスを開始した企業を追加した上で重複を除く 521 社を対象に実施された。調査方法は、郵送によるアンケート調査であり、最終的な回答件数は 96 社（回収率 18.4%）であった。

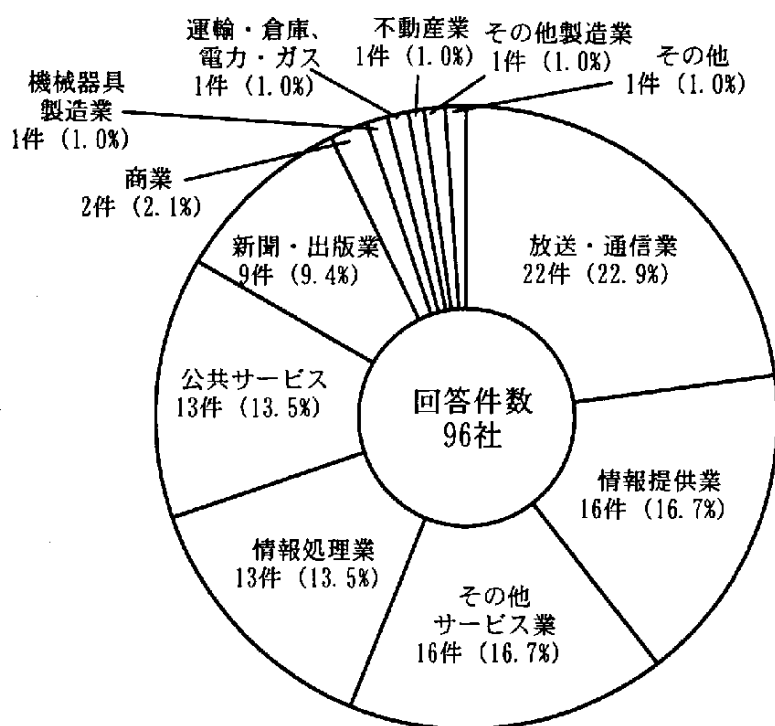
なお、以下で「今回」と記す場合、それは 2008 年 1 月に実施された本調査を指し、その調査対象時期は直近の決算期（2006 年度）を想定している。同様に、「前回」とは 2005 年 9～10 月に実施された調査（同 2004 年度）を、「前々回」は 2004 年 10 月実施の調査（同 2003 年度）を指す。

(※1) (財)データベース振興センターは 2006 年 3 月に解散し、(財)日本情報処理開発協会データベース振興センターとして、事業を継続している。

3.2 データベースサービス事業者の業種・サービス形態

3.2.1 業種

調査に回答したデータベースサービス事業者が属する業種としては、「放送・通信業」が22.9%、次いで「情報提供業」と「その他サービス業（飲食業、宿泊業、対事業所サービス、シンクタンク、広告、その他サービス業）」が16.7%であった。これら3業種で全体の5割以上を占めている。また、「情報処理業」と「公共サービス」（調査・研究機関が含まれる）もそれぞれ13.5%であり、これに「新聞・出版業」が9.4%で続いている（図3-1）。以上に挙げた6業種で全体の92%に達する。



(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、小売業を含む。

(注3) 「その他サービス業」は、飲食業、宿泊業、対事業所サービス、シンクタンク、広告、その他サービス業を含む。

図 3-1 回答企業の業種分布

3.2.2 サービス形態

データベースサービス業には、次のような様々なサービス形態がある。

- ・プロデューサー（データベースの作成機関。第三者に提供することを目的に情報を収集・蓄積し、データベースを構築している事業者）
- ・ディストリビューター（プロデューサーから委託されたデータベースを自らのシステムを通じて第三者に提供している事業者）
- ・インターネットプロバイダー（インターネット接続提供業者。顧客のコンピューターをインターネットに接続する業務を行う事業者）
- ・ショッピングサイト・オークションサイト
- ・検索・ポータルサイト（検索エンジンやリンク集を核として、ウェブ上のアドレス情報を提供する事業者）
- ・その他インターネットによる情報提供（ただし自社情報の開示、自社商品・サービスの広告、解説などを除く）
- ・代行検索業（顧客の要請に応じ、データベースの選択、ファイルの選択、検索式の作成、検索の実行、検索結果の評価などの業務を代行、および検索コンサルティングなどを行う事業者）
- ・代理店（データの権利者ないしプロデューサーの著作権事務を代理する者、又はディストリビューターの営業事務を代理する事業者）

データベースサービス企業には、こうした多様なサービス形態の1つを専門的に行う専業事業者と、複数業態を行う兼業事業者とがある。

図3-2は、事業者のサービス形態を答えたもらった結果である（複数回答）。「プロデューサー」が39.0%（32社）で最も多く、以下は「その他インターネットによる情報提供」が36.6%（30社）「ディストリビューター」が30.5%（25社）、「インターネットプロバイダー」が26.8%（22社）となっている。

回答企業のサービス形態を専門事業者ごとに分布をみると（図3-3）、「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8.5%「その他インターネットによる情報提供」が12.2%、「インターネットプロバイダー」が17.1%となっている。

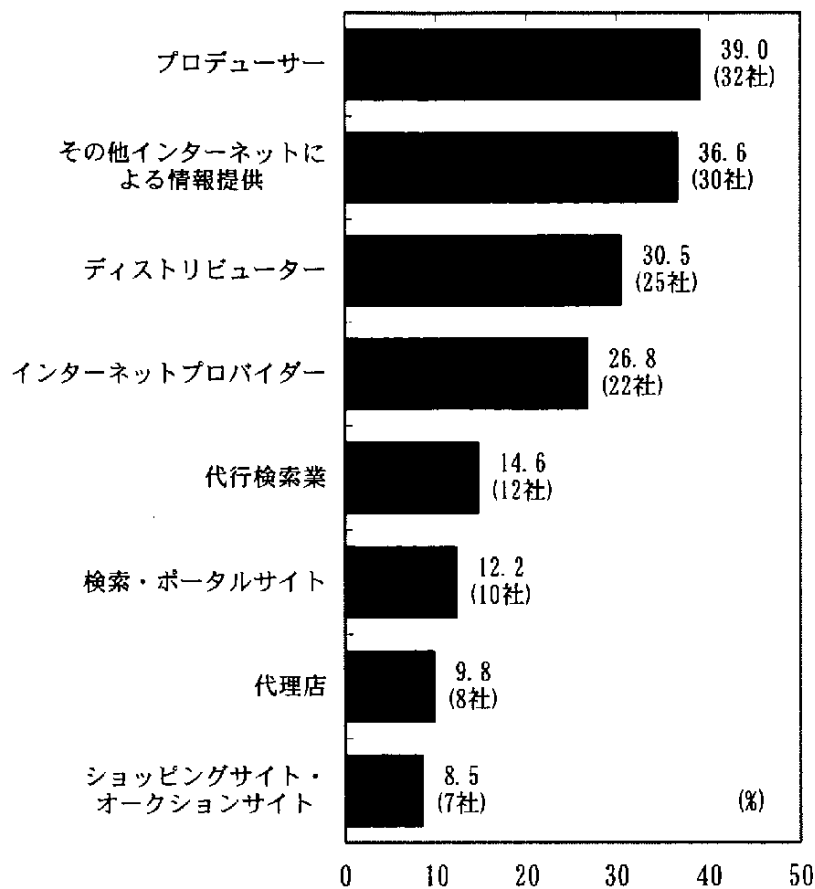
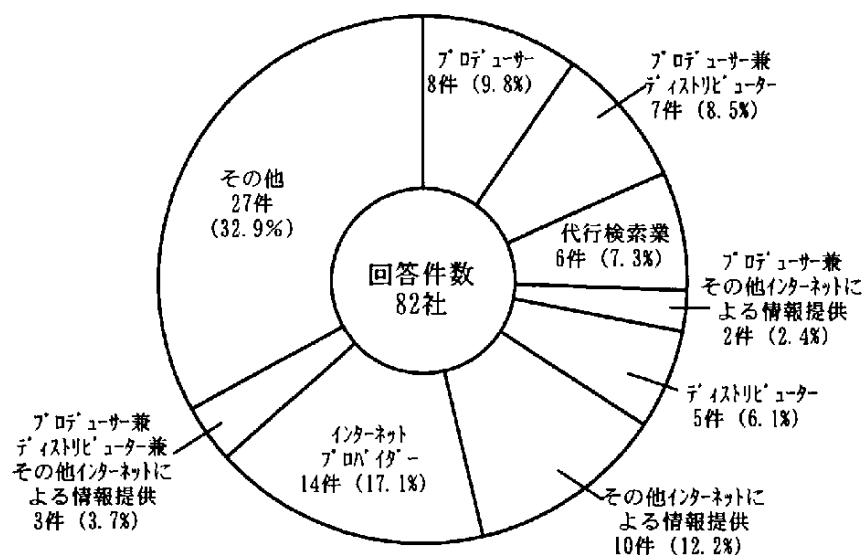


図 3-2 回答企業のサービス形態分布① (N=82、複数回答)

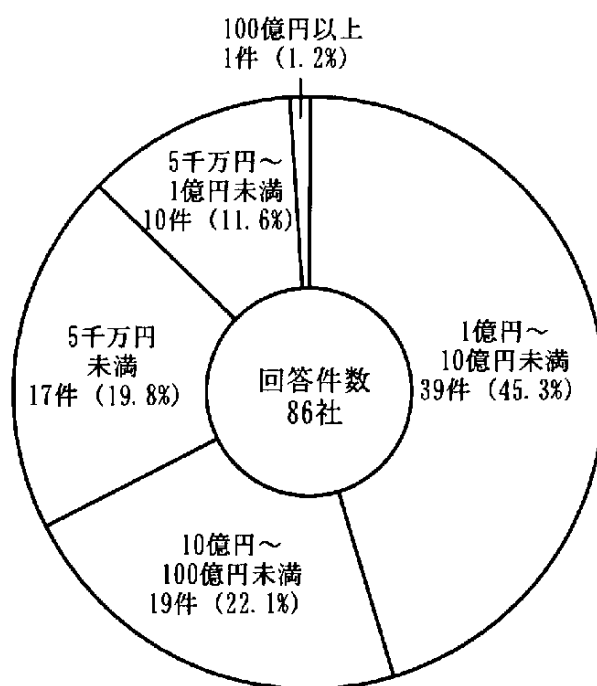


(注)「情報提供サービスは行っていない」と回答した14社を除く。

図 3-3 回答企業のサービス形態分布②

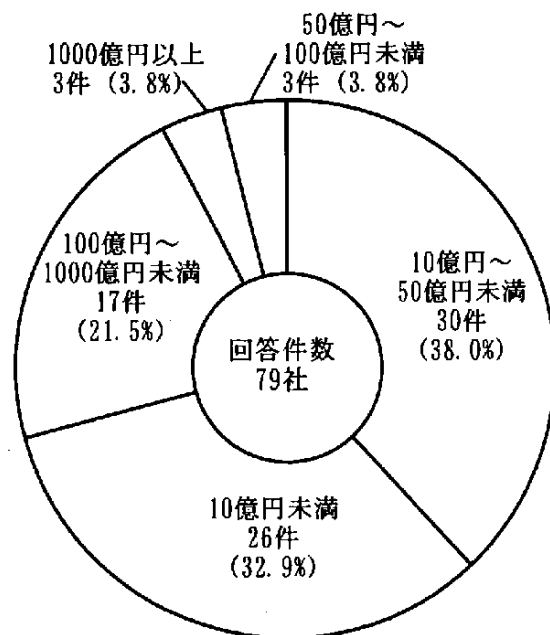
3.2.3 企業概要（資本金、年間売上高、従業員数）

回答企業の資本金の分布で最も多いのは「1 億円以上 10 億円未満」の 45.3%であり、次いで「10 億円以上 100 億円未満」の 22.1%となっている。両方で全体の 7 割弱を占めている（図 3-4）。次に、年間売上高（回答企業の主業務を含む総売上高であり、データベース売上高だけとは限らない）の分布について「10 億円以上 50 億円未満」が 38.0%を占めており、以下、「10 億円未満」の 32.9%、「100 億円以上 1000 億円未満」の 21.5%、「1000 億円以上」の 3.8%、「50 億円以上 100 億円未満」の 3.8%が続いている。売上高 50 億円未満の企業で全体の約 70%が占められている（図 3-5）。さらに、従業員数の分布をみると、最も多いのは「50 人未満」の 40.9%であり、次いで「50 人以上 100 人未満」の 25.0%、「100 人以上 500 人未満」の 20.5%、「1000 人以上」の 9.1%、「500 人以上 1000 人未満」の 4.5%となっている（図 3-6）。従業員数 100 人未満の企業が全体の 6 割以上を占めている。



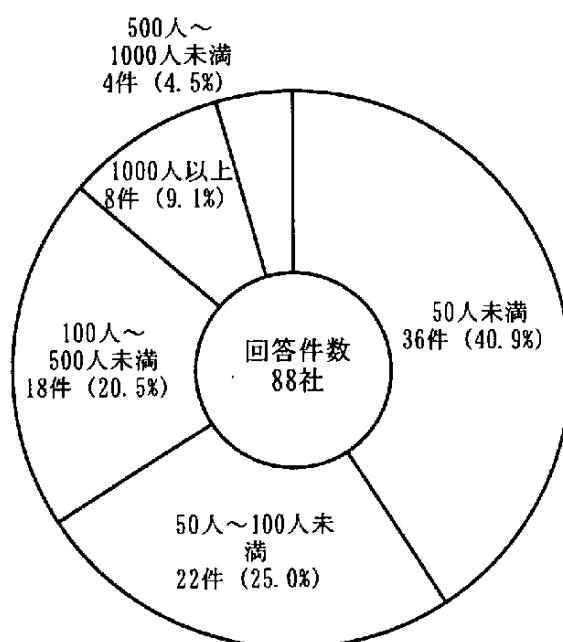
注) 非営利法人においては、基金、出資金等

図 3-4 回答企業の資本金分布



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

図 3-5 回答企業の年間売上高分布



(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 3-6 回答企業の従業員数分布

3.3 課金と収入

各事業者の料金徴収体制の現状を、利用者、経費の財源、課金方法および請求方法という4つの側面からたずねた結果が図3-7である（複数回答形式）。

利用者に関する回答結果をみると、前回調査と同じく「契約・登録などで特定した利用者」への回答率が最も高い。回答率（77.3%）は前回の73.7%からやや増加した。2位が「不特定の利用者」である点も前回と同様である。3位の「ディストリビューターに提供している」は前回の13.1%から12.2ポイント増加し、25.3%であった。

経費の財源については、「電子媒体の情報料収入」への回答率が56.2%と最も多いが、前回の66.7%から10.5ポイント減少した。「電子媒体以外の収入」が前回調査から17.9ポイント増となったほか、「プロバイダー料金など他の電子媒体事業の収入」が同15.8ポイント増、「電子媒体の広告料」が同10ポイント増など、他の選択肢への回答率が高まっている。この結果から、データベースサービス事業者には、経費財源を情報料収入以外に求める動きが浸透しているとみられる。「収入はない（公共機関・ボランティアなど）」の回答率は1割に満たず少ない。

課金方法では、前回に引き続き「定額制」がトップで、回答率は75.0%である。次いで「固定料金＋従量制」（55.4%）、「従量制」（37.5%）となっている。「大口利用者割引」は2割程度の企業で採用されており、ユーザー数の多い大企業でのデータベースの利用が増えていることが推察される。

料金の請求方法でも傾向は前回と同様であり、最も多くの回答が寄せられたのは「請求書」（92.6%）であり、以下「クレジットカードなど」（29.6%）、「商品（CD-ROM、DVDなど）の購入代の形式」（7.4%）が続いている。前回調査では「請求書」への回答率は68.7%であったが、今回は23.9ポイント増加した。また、「クレジットカードなど」は13.4ポイント増加している。一方、「商品（CD-ROM、DVDなど）の購入代の形式」への回答率は約7ポイント減少している。

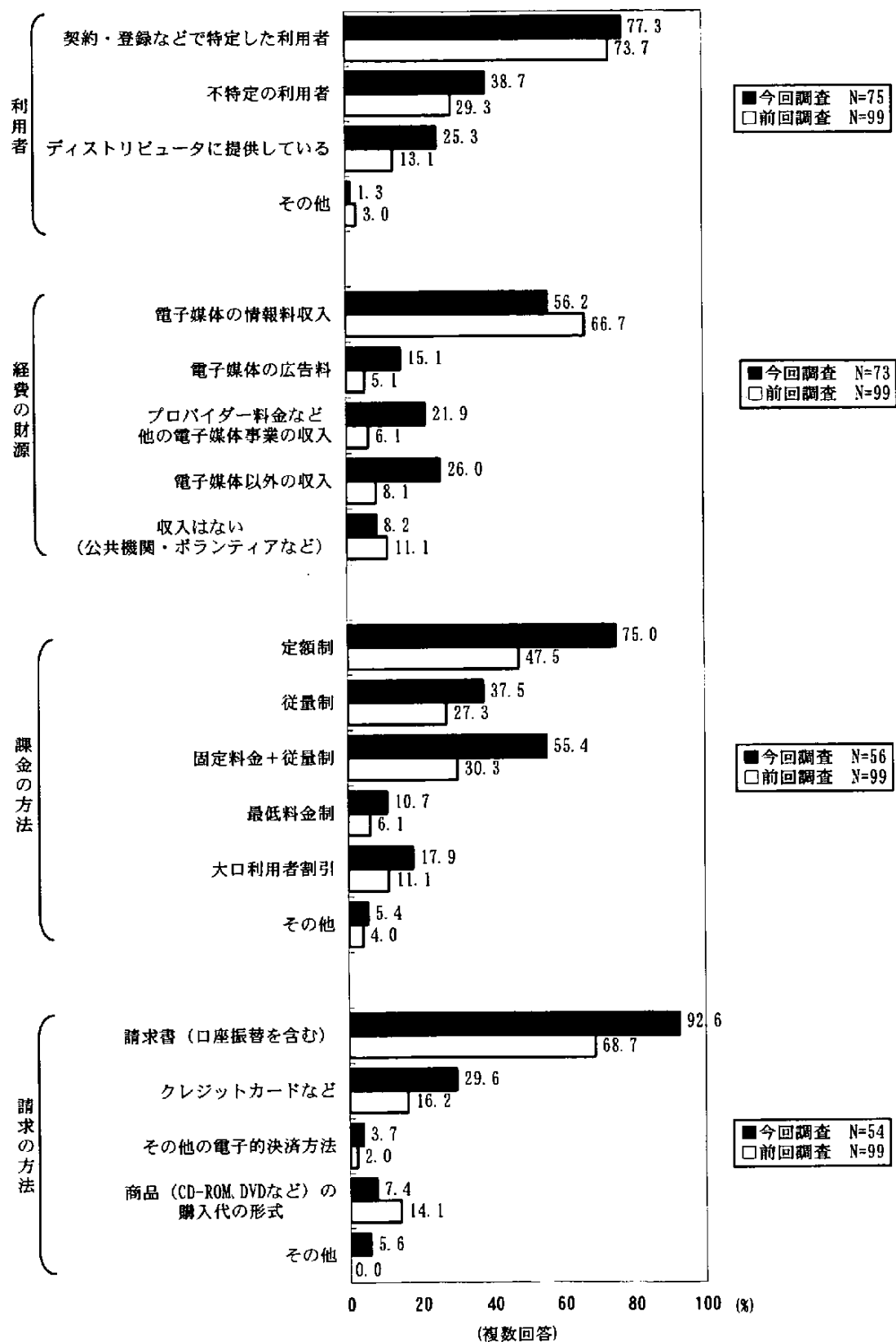


図 3-7 料金徴収体制の現状

3.4 データベースサービスの売上高

3.4.1 総売上高に占めるデータベース売上高

図 3-8 に示しているように、各企業の総売上高に対するデータベース売上高の比率の平均値は全体で 29.5%であり、前回調査の 35.7%よりも 6.2 ポイント減少している。売上高比率の社数分布をみると、最も比率が大きいのは「1%未満」の 30.4%となっている。以下、「15~50%未満」の 19.6%、「5~10%未満」「50~70%未満」「90%以上」の 10.9%と続いている。

同じ図で業態別をみると、プロデューサーの場合、売上高比率が平均 9.1%であり、プロデューサー兼ディストリビューターにおいては、29.9%、プロデューサー兼その他インターネットによる情報提供では 35.0%、代行検索業では 17.7%であった。

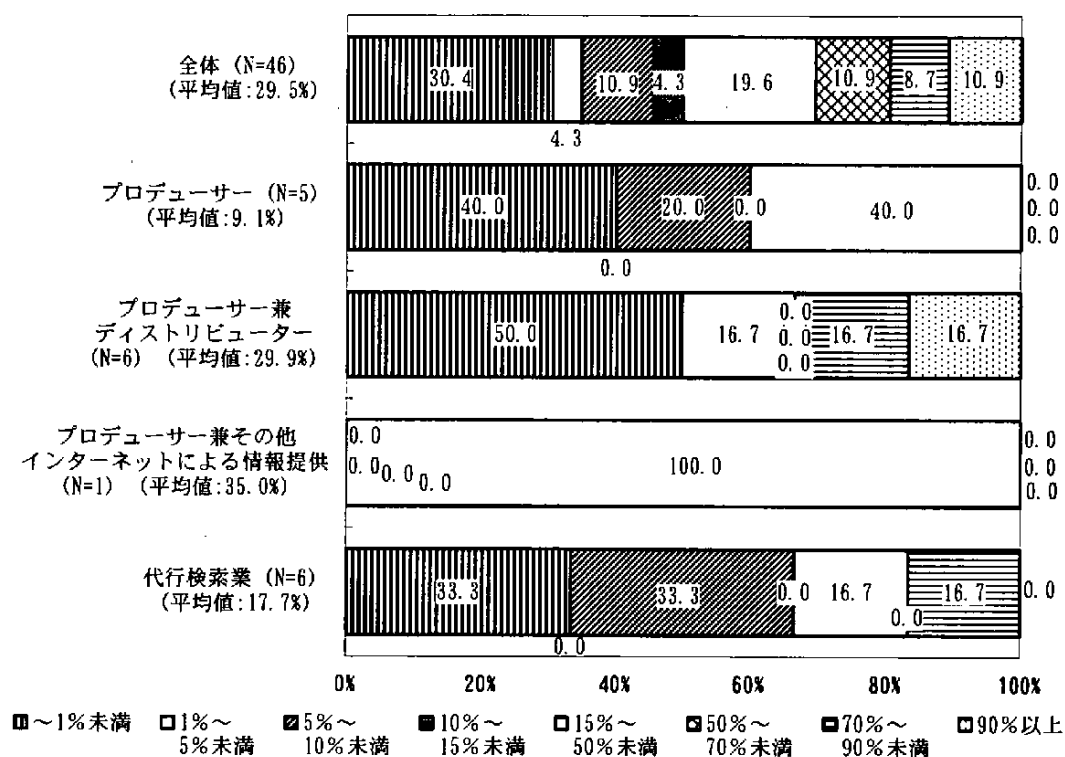


図 3-8 総売上高に占めるデータベース売上高比率の分布

3.4.2 データベース売上高の対前年比伸び率

データベース売上高の対前年比伸び率に関する質問には今回、45 企業から回答が寄せられた。それに基づく、売上高伸び率の平均値は 3.7%となり、前回調査の 14.8%に比べて 11.1 ポイント減少している（図 3-9）。なお、前々回の同比率は 9.5%であった。

業態ごとの伸び率をみると、プロデューサーがマイナス 6.7%（前回調査 12.5%）、プロデューサー兼ディストリビューターが 1.7%（同 16.3%）となっており、伸び率の低下が認められる。

なお、今回の伸び率は前回に比べて大幅ダウンとなっているが、サンプル数の制約など特殊要因が作用している可能性もあり、引き続き注意深く観察していく必要がある。

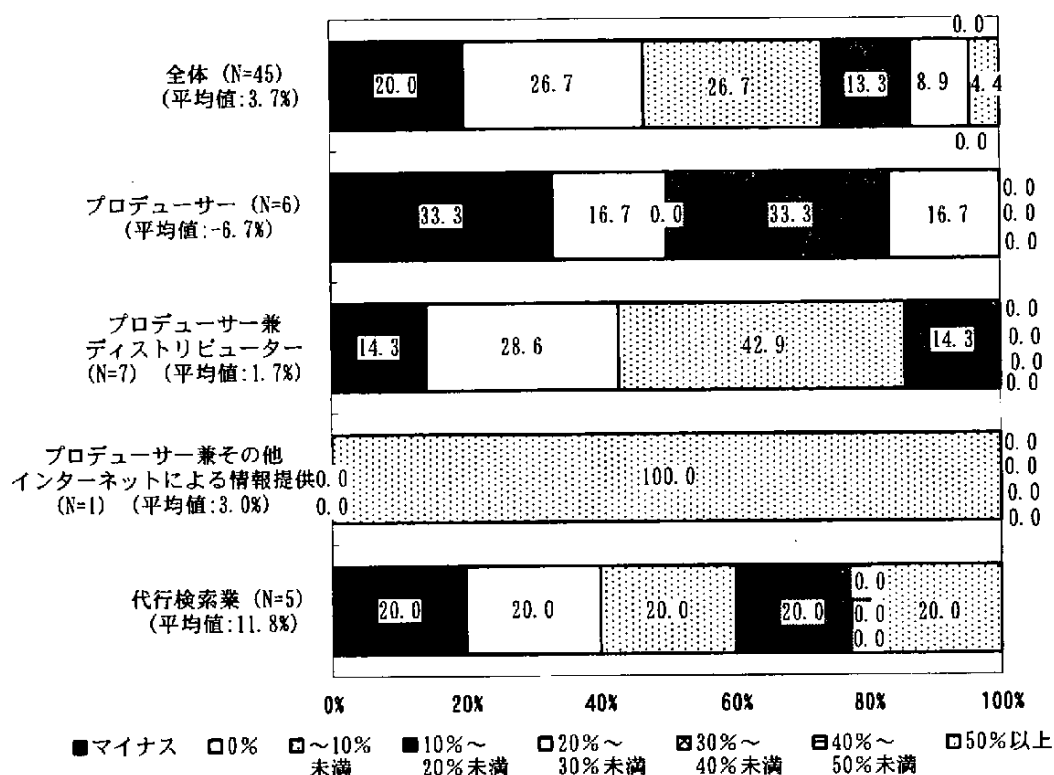


図 3-9 データベース売上高の対前年比伸び率の分布

3.4.3 データベース売上高の国産と海外製の比率

データベースの売上高に占める国産データベースの売上高比率は、全体で 81.3%と前回調査（86.5%）から約 5%低下した（図 3-10）。他方、海外製データベースの比率は全体で 19.1%である。1980 年代末から一貫して続いている「おおよそ国産 85%、海外製 15%」という構成比から今回は、やや海外製が多い結果となった。

業態別の国産・海外製比率をみると、プロデューサーは国産データベースの比率が 100%だった。プロデューサー兼ディストリビューターの国産比率も、86.4%と高いシェアを有している。また、プロデューサー兼その他インターネットによる情報提供では国産は 97.5%を占めた。他方、代行検索業では、国産の比率が 37.5%と低くなっている。

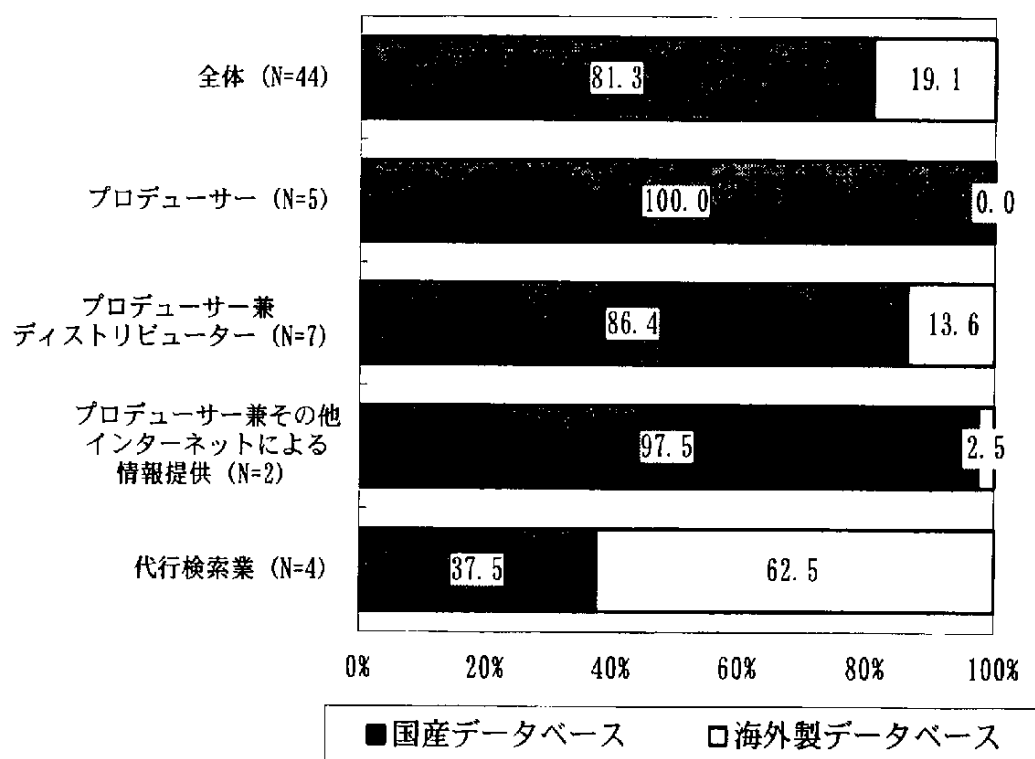


図 3-10 国産、海外製データベースの売上高構成比

3.4.4 データベースの提供方法（媒体）別の売上高比率

企業が自社のデータベースの提供手段として用いている媒体ごとの売上高比率をみる（表 3-1）。

まず、国産データベースについては、オンライン媒体である「インターネット（パソコン向け）」がトップの 61.6%を占めている。次いで、オフライン媒体である「CD-ROM/DVD」が 19.9%で続いている。インターネットとインターネット以外のオンライン媒体（「公衆回線」、「専用回線」など）を合わせたオンライン媒体全体のシェアを計算すると、今回は 75.1%、前回は 62.4%、前々回は 59.6%である。ここから、依然としてオンライン媒体が主流を占めつつ、特にインターネットがその比率を徐々に高めている様子が伺える。

他方、オフライン媒体全体の比率は 2 割強であるが、その大半は「CD-ROM/DVD」（19.9%）で、前回調査（29.0%）から 9.1 ポイント低下しているが、依然として主要提供媒体の一角を占めている。

表 3-1 提供方法（媒体）別の売上高構成比

(%)

提供媒体		提供媒体 (詳細項目)	国産 データベース (N=34)	海外製 データベース (N=10)
オンライン	インターネット	パソコン向け	61.6	53.7
		携帯電話、PDA 向け	3.4	3.0
		その他	0.0	0.0
	インターネット以外	公衆回線	0.0	0.0
		専用回線	4.4	0.3
		その他	5.7	19.5
オフライン		CD-ROM/DVD	19.9	13.5
		MT	0.6	0.0
		その他	4.3	10.0

海外製データベースにおいては、インターネットを含むオンライン媒体が 76.5%を占め、前回調査（68.0%）から 8.5 ポイント増加した。インターネットを除くオンライン媒体の比率が今回 19.8%と、前回調査の 11.0%より 8.8 ポイント増加している。

なお、「オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括でダウンロードするサービスの全売上高に占める割合」を尋ねた。国産データベースについては 29 件の回答があり、回答の平均値は 20.1%だった。海外製については、具体的な数値の回答はなかった。

3.4.5 媒体別の拡大・縮小見込み

回答企業に、今後において拡大あるいは縮小が見込まれるデータ提供媒体を選択してもらったところ、表 3-2 の結果が得られた。

まず、オンライン媒体をみると、今後最も拡大することが見込まれているのは「インターネット（パソコン向け）」の 21 件であり、次いで「携帯電話、PDA 向け」の 4 件となっている。反対に縮小が見込まれているのは「インターネット以外（専用回線）」の 2 件となったが、回答のあったサンプル数が少ないため、参考値としてとどめておく。

他方、オフライン媒体では、今後拡大・今後縮小ともに「CD-ROM/DVD」への回答が最も多い（拡大 5 件、縮小 10 件）。オンライン媒体では今後拡大、今後縮小のそれぞれに該当する媒体が明確に分かれているのに対して、オフライン媒体では今後拡大、今後縮小の両方で同一媒体（「CD-ROM/DVD」）が挙げられている。「CD-ROM/DVD」に関しては、画像を含む多様で大容量の情報を取り扱うことができる DVD には拡大という回答が寄せられ、他方、DVD と比較して容量の少ない CD は縮小という回答が寄せられた可能性がある。DVD ドライブを標準搭載したパソコンや DVD レコーダーの普及により、記録メディアとしての DVD への期待は高まっており、今後の動向がさらに注目されると言えよう。

なお、「オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括でダウンロードするサービス」についても今後拡大・今後縮小見込みを尋ねた。その結果、今後拡大への回答は 4 件、今後縮小への回答は 0 件であった。

表 3-2 データ提供媒体別の拡大・縮小見込み

(件数)

提供媒体		提供媒体 (詳細項目)	合 計	今後拡大	今後縮小
オンライン	インターネット	パソコン向け	21	21	0
		携帯電話、PDA 向け	5	4	1
		その他	0	0	0
	インターネット以外	公衆回線	1	0	1
		専用回線	3	1	2
		その他	1	1	0
オフライン		CD-ROM/DVD	15	5	10
		MT	2	1	1
		その他	4	3	1

	合 計	今後拡大	今後縮小
オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括でダウンロードするサービス	4	4	0

3.4.6 流通事業者経由の売上高比率

「データベースサービス売上高のうち、ディストリビューターなどデータベース流通事業者を経由した売上高が占める割合」を尋ねた。これに回答した 42 企業の平均値を求めたところ、データベースサービス売上高全体の 24.0%が流通事業者経由であるとの結果が得られた（図 3-11）。

これを業態別にみると、プロデューサーが 27.8%で、プロデューサー兼ディストリビューター（12.4%）とプロデューサー兼その他インターネットによる情報提供（10.0%）は、比較的低めの比率となっている。ただし、サンプル数の制約など特殊な要因が作用している可能性もあり、参考値としてとどめておく。

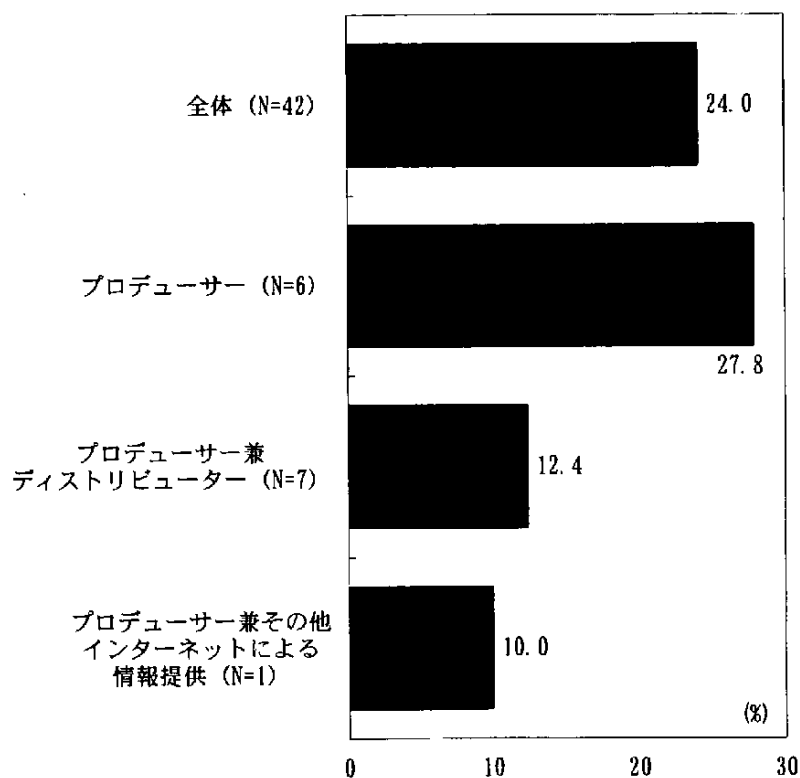


図 3-11 流通事業者経由でのデータベース売上高の比率

3.4.7 今後3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）

各企業に、今後3年間で自社のデータベースの売上高がどのくらい伸びるかを年間平均伸び率で予測してもらったところ（図3-12）、回答企業52社のうち売上高が増えると回答した企業は48.1%を占め、中でも年率で20%以上の伸びを見込んでいる企業は13.5%である。他方、売上高が横ばいとの回答は34.6%、減少するとの回答は17.3%となっている。前回調査では、売上高が増えると答えた企業は44.9%、年率20%以上の売上高増を見込んだ企業は13.0%であった。前回に比べて今回は、プラス成長予測の割合は3ポイントほど増加し、年率20%以上の成長予測の割合はほとんど変化がみられなかった。

業態別にみると、プロデューサーでは増えるとする割合が50.0%（前回調査40.0%）となっており、前回から約10ポイント増加した。また、プロデューサー兼ディストリビューターの割合は57.1%（前回35.7%、前々回41.2%）、プロデューサー兼その他インターネットによる情報提供業は50.0%（前回33.3%）と、いずれもプラス成長の割合が増加しているが、サンプル数が少ないため、参考値としてとどめておく。

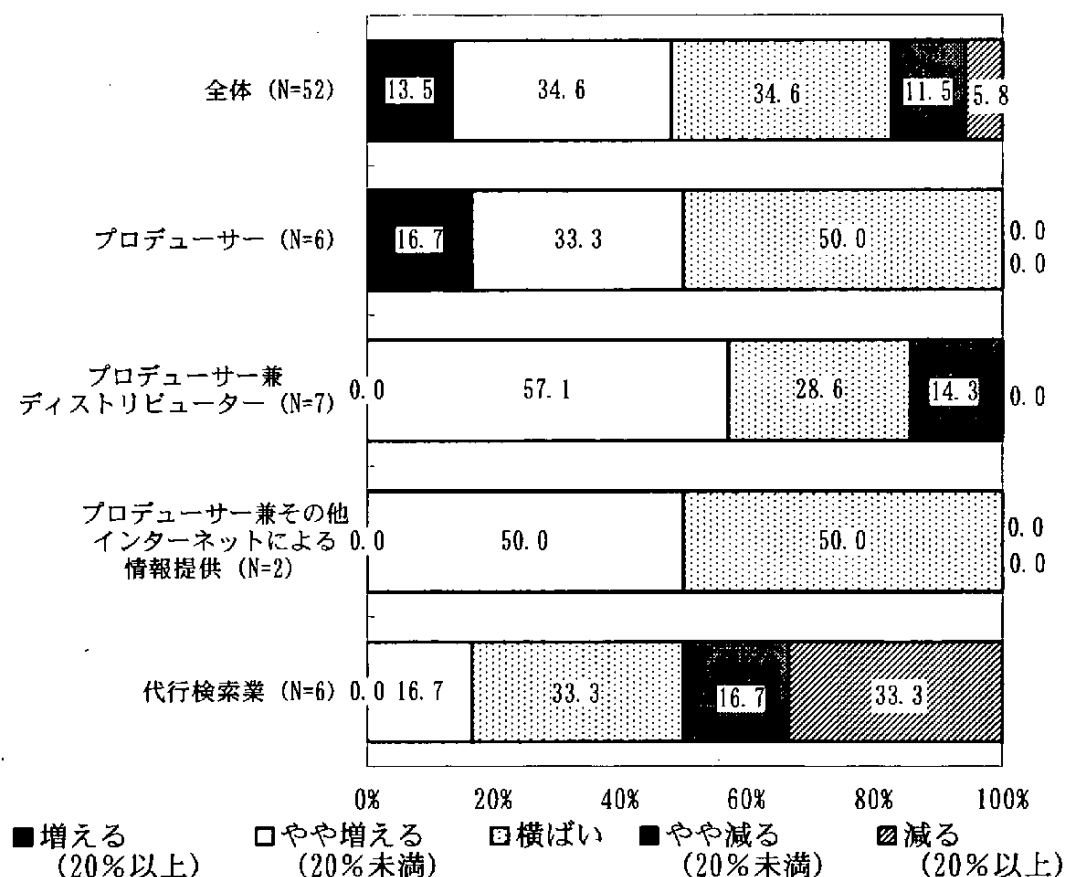


図 3-12 今後3年間のデータベース売上高の年間平均伸び率予測分布（自社レベル）

3.4.8 今後3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）

続いて、各企業に今後3年間における業界全体でのデータベース売上高の年間平均伸び率を予測してもらった（図3-13）。回答企業50社のうち売上高が増えると回答した企業は60.0%（前回調査54.7%、前々回調査59.5%）で、中でも年率20%以上の伸びを見込む企業は10.0%（前回7.8%、前々回8.1%）という結果である。前述の自社レベルでの予測と同様に、ここでも伸び率の見通しは上昇傾向がみられる。

業態別にみると、プロデューサーでは増えるとする割合が66.7%（前回調査50.0%、前々回45.5%）となっており、前回から16.7ポイント増加した。また、プロデューサー兼ディストリビューターでは71.4%（前回38.5%、前々回47.1%）と大幅に増加しているが、サンプル数が少ないため、参考値としてとどめておく。

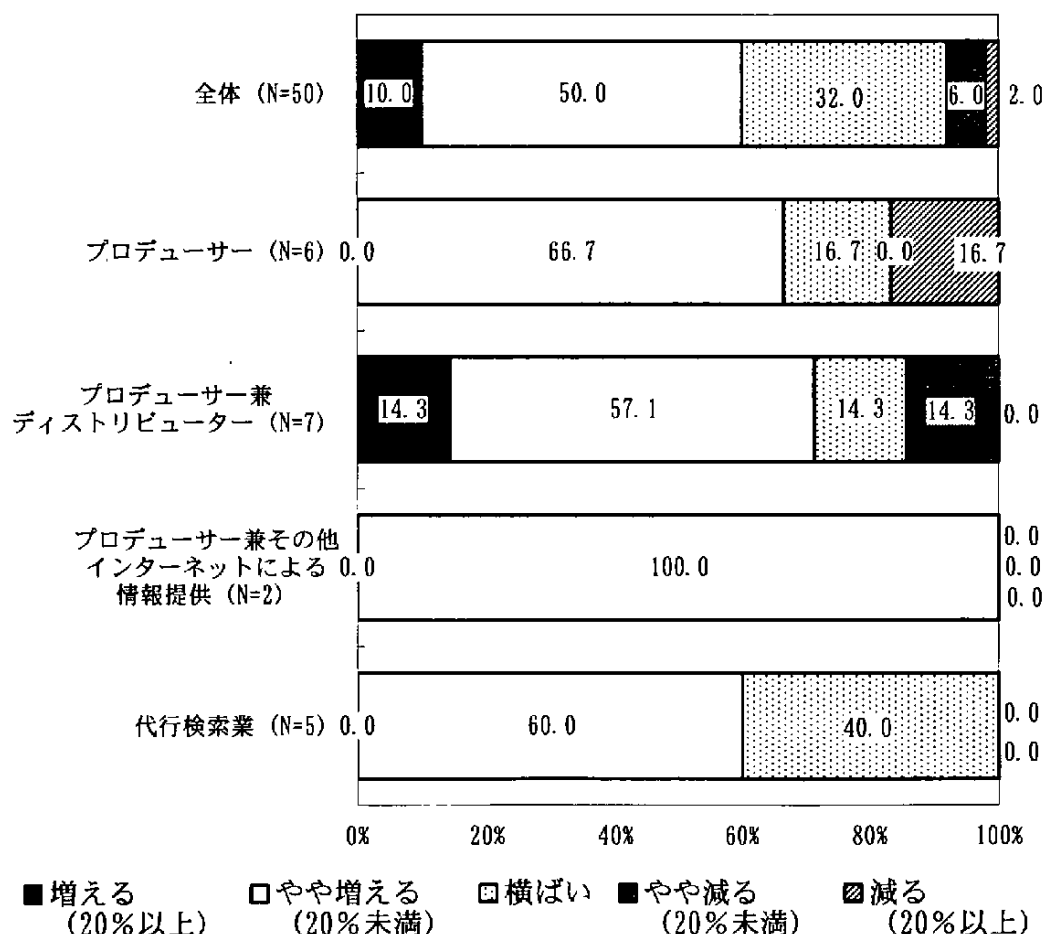


図 3-13 今後3年間のデータベース売上高の年間平均伸び率予測分布（業界レベル）

なお、自社レベルと業界レベルの伸び率を比較すると、プラス成長を予測する企業の割合では業界レベルの方が約12ポイント高いが、一方で、年率20%以上の高い伸びを見込んでいる企業の割合では自社レベルの方が3.5ポイント高くなっている。一部の事業者は、業界全体の成長よりも速いペースでの成長を見込んでいることが推察される。

3.5 提供情報の概要と比率

3.5.1 提供情報の内容

データベース事業者がいま提供している情報の内容を、有償、無償データベースそれぞれについて複数回答形式で答えてもらったところ、図 3-14 の結果が得られた。

まず、有償データベースサービスでは、「新聞／雑誌／ニュース」への回答件数が 26 件で最も多く、うち「有償で提供」が 17 件であった。次いで「企業財務／企業情報」の回答件数が 17 件、「特許」が 16 件と続く。「特許」では、「有償で提供」が 15 件となっている。プロ向けで専門性の高い情報は有償で提供されている。

一方、無償データベースサービスでは、「地図・交通・旅行・天気」や「映画・音楽・スポーツ・その他娯楽」、「店舗・施設紹介、所在地、電話番号」といった日常生活に密着した情報が有償データベースと比較すると上位に挙がっている。こうした情報は、主に個人ユーザーを対象としており、対価を払って情報を購入してもらうことの難しさを示している。

「新聞／雑誌／ニュース」や「企業財務／企業情報」は有償、無償両方のデータベースサービスで登場している。背景には、無償データベースで必要情報へのアクセスを試み、それで入手できない場合、必要ならば対価を支払って当該情報を購入するという、利用者の行動パターンや、利用内容や情報を制限した簡易版の無償データベースの提供を新規ユーザー獲得のためのプロモーション活動に利用しているベンダー企業の姿があると推察される。

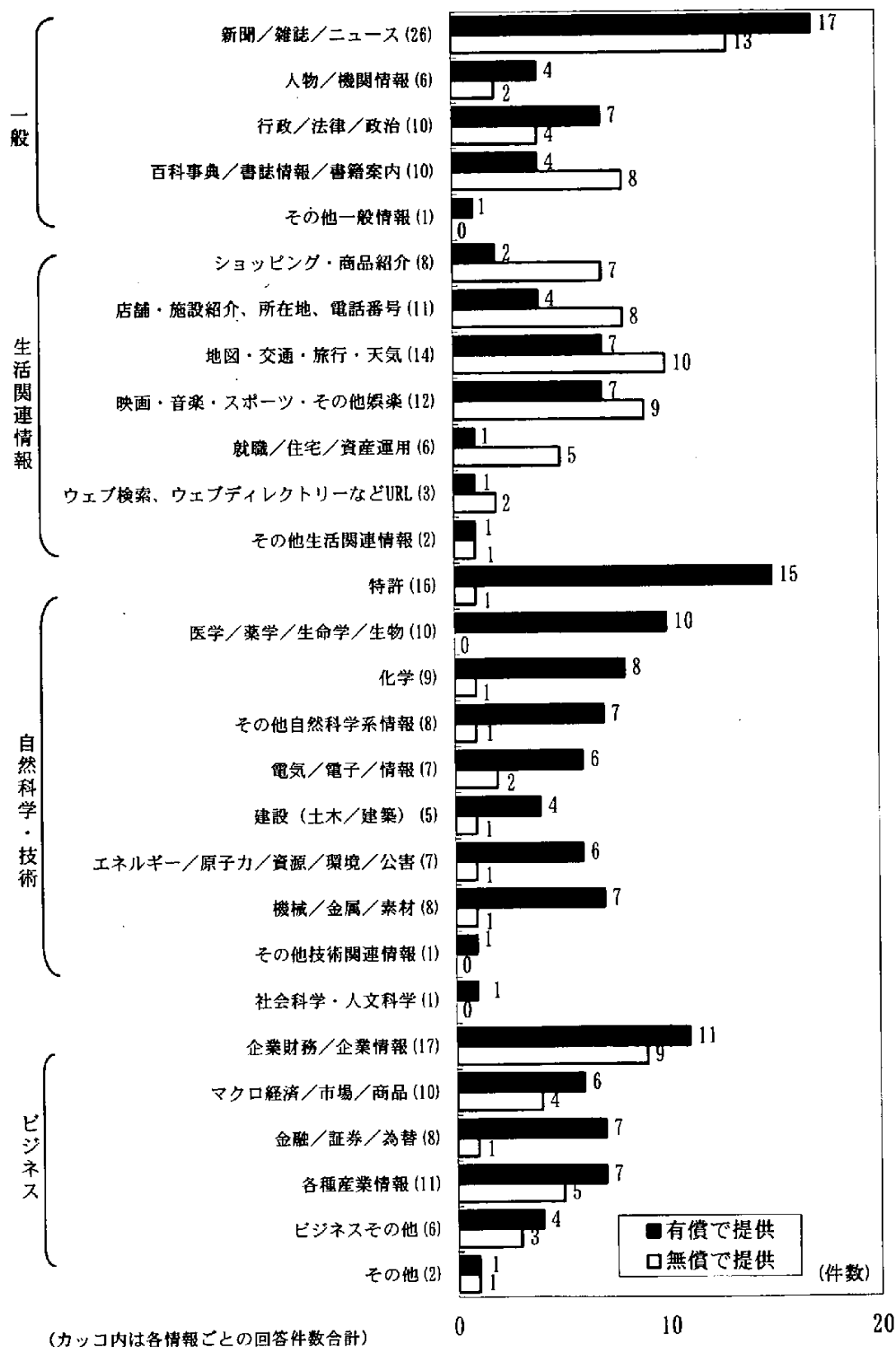


図 3-1-4 現在提供している情報の内容（有償・無償、複数回答）

3.5.2 提供情報の構成比率と拡大・縮小見込み

有償、無償を問わず、提供情報の分野別構成比（売上高あるいは利用者数などに基づくシェア。合計を100%としたときの分野別パーセンテージ）を回答してもらい、単純平均した結果が表3-3である。最も大きなシェアを有しているのは「自然科学・技術」の26.6%であり、「一般」の24.5%、「生活関連情報」の24.3%、「ビジネス」の23.6%、と続いている。

ただし、前回調査と比較すると「自然科学・技術」は8.8ポイント減となる一方、「生活関連情報」は8.9ポイント増加している。個人ユーザー向けの情報提供が増えていることを伺わせる結果となっている。

表 3-3 提供情報の構成比率

(構成比 %)

		今回調査 (N=48)	前回調査 (N=58)
一般	新聞／雑誌／ニュース	24.5	25.9
	人物／機関情報		
	行政／法律／政治		
	百科事典／書誌情報／書籍案内		
	その他一般情報		
生活関連情報	ショッピング・商品紹介	24.3	15.4
	店舗・施設紹介、所在地、電話番号		
	地図・交通・旅行・天気		
	映画・音楽・スポーツ・その他娯楽		
	就職／住宅／資産運用		
	ウェブ検索、ウェブディレクトリーなど URL		
	その他生活関連情報		
自然科学・技術	特許	26.6	35.4
	医学／薬学／生命学／生物		
	化学		
	その他自然科学系情報		
	電気／電子／情報		
	建設（土木／建築）		
	エネルギー／原子力／資源／環境／公害		
	機械／金属／素材		
	その他技術関連情報		
社会科学・人文科学		0.0	0.2
ビジネス	企業財務／企業情報	23.6	19.6
	マクロ経済／市場／商品		
	金融／証券／為替		
	各種産業情報		
	ビジネスその他		
その他		1.0	3.4
合計		100.0	100.0

さらに、有償、無償を問わず、今後において拡大あるいは縮小が見込まれる情報分野を選択してもらった（表 3-4）。「今後拡大」への回答状況をみると（ただし回答件数が 5 件以上の項目に限る）、「一般」では「新聞／雑誌／ニュース」、「生活関連情報」では「地図・交通・旅行・天気」、「映画・音楽・スポーツ・その他娯楽」、「ビジネス」では「企業財務／企業情報」への回答がそれぞれ高い。

表 3-4 提供情報の拡大・縮小見込み

(件数)

		回答件数 合計	今後拡大	今後縮小
一般	新聞／雑誌／ニュース	14	12	2
	人物／機関情報	2	1	1
	行政／法律／政治	2	1	1
	百科事典／書誌情報／書籍案内	5	4	1
	その他一般情報	0	0	0
生活 関連 情報	ショッピング・商品紹介	4	3	1
	店舗・施設紹介、所在地、電話番号	5	4	1
	地図・交通・旅行・天気	7	6	1
	映画・音楽・スポーツ・その他娯楽	6	5	1
	就職／住宅／資産運用	3	3	0
	ウェブ検索、ウェブディレクトリーなど URL	1	1	0
	その他生活関連情報	2	1	1
自然 科学 ・ 技術	特許	6	3	3
	医学／薬学／生命学／生物	2	2	0
	化学	1	1	0
	その他自然科学系情報	0	0	0
	電気／電子／情報	2	2	0
	建設（土木／建築）	1	1	0
	エネルギー／原子力／資源／環境／公害	1	1	0
	機械／金属／素材	2	2	0
	その他技術関連情報	0	0	0
社会科学・人文科学		0	0	0
ビ ジ ネ ス	企業財務／企業情報	9	9	0
	マクロ経済／市場／商品	2	0	2
	金融／証券／為替	1	1	0
	各種産業情報	3	3	0
	ビジネスその他	1	1	0
その他		1	1	0

3.5.3 提供データ的方式

現在、データベース事業者が提供しているデータの形式を複数回答形式で答えてもらったところ、図3-15の結果が得られた。最も多く提供されているデータ形式は文字データの「テキスト形式ファイル」であり、回答率は78.5%に達している。次いで、数値データの「表計算、カンマ区切りなど加工分析可能なデータファイル」(44.6%)、「BMP・JPGなどの画像ファイル」(41.5%)の順で回答率が高い。

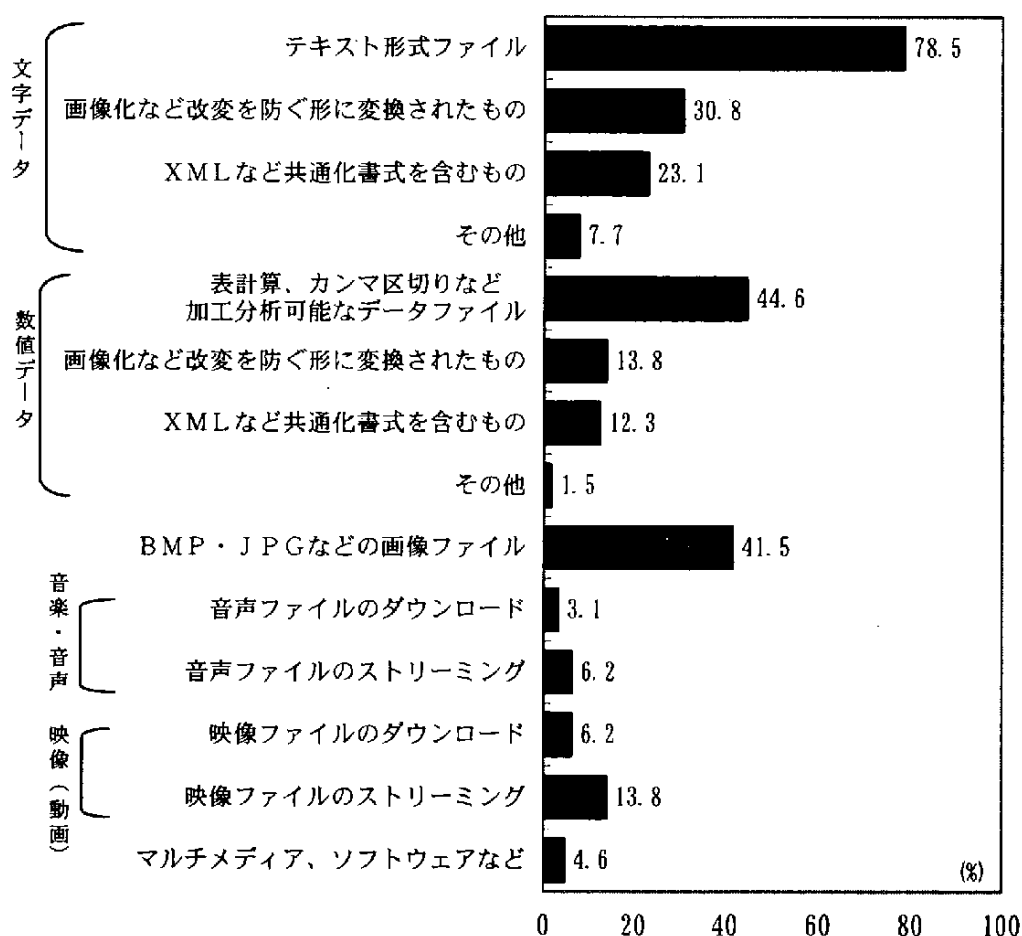


図 3-15 現在提供している情報の形式 (N=65、複数回答)

各データ形式の内容を概観すると、「文字データ」では「テキスト形式」のほか「画像化など改変を防ぐ形に変換されたもの」(30.8%)、「XMLなど共通化書式を含むもの」(23.1%)といった状況である。また、「数値データ」では「表計算、カンマ区切りなど加工分析可能なデータファイル」のほか、「画像化など改変を防ぐ形に変換されたもの」(13.8%)、「XMLなど共通化書式を含むもの」(12.3%)となっており、文字データに比べて遅れているが、数値データのXML化も拡大の動きがみられる。また、「映像ファイルのストリーミング」(13.8%)も進展している。

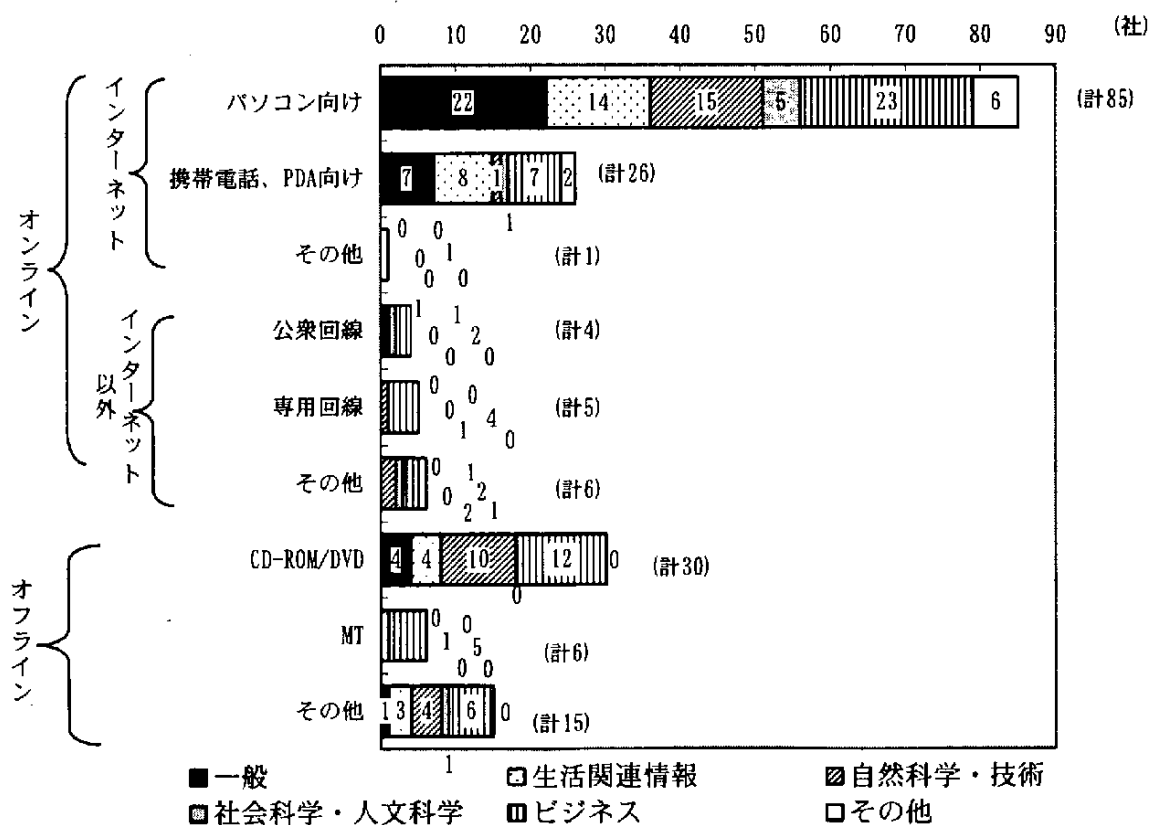
3.5.4 コンテンツを提供している媒体

図3-16には、オンライン、オフラインの別に、コンテンツの提供媒体とその分野別内訳を示している。

オンラインでは「インターネット（パソコン向け）」でのコンテンツ提供が最も多く、全分野を合わせると延べ85社に達している。その分野別内訳をみると、「ビジネス」が延べ23社、「一般」が延べ22社、「自然科学・技術」が延べ15社、「生活関連情報」が延べ14社となっている。次いで回答が多かったのは「携帯電話、PDA向け」（延べ26社）であり、その分野別内訳は「生活関連情報」が延べ8社、「一般」と「ビジネス」が延べ7社であった。

一方、オフラインでは、「CD-ROM/DVD」の延べ30社がトップであり、内訳は「ビジネス」が延べ12社、次いで「自然科学・技術」が延べ10社、「一般」と「生活関連情報」がいずれも延べ4社であった。オンラインの「インターネット（パソコン向け）」と同様に、比較的バランスの取れた分野構成となっている。

なお、オンラインおよびオフラインの延べ社数を比較すると、オンラインの延べ127社に対してオフラインは延べ51社となっており、前回調査と比べてオフラインの割合は減少している。



(注) 各媒体で提供している分野を複数回答。その回答数を積み上げているため、単位は「延べ社数」。

図 3-16 コンテンツの提供媒体別の分野別提供社数

3.5.5 媒体別の売上高上位分野

オンライン、オフライン別に、コンテンツ提供媒体ごとに売り上げが多い分野を、上位5つまで挙げてもらった。さほど多くの回答が得られなかったが、5社以上から回答された売上高上位分野を列挙すると、表3-5のようになる。

5社以上の回答があったのはオンラインの「インターネット（パソコン向け）」のうち、「新聞／雑誌／ニュース」で12社、「科学技術／特許」で9社、「企業・財務情報」で8社、「人物情報（Who'sWho）」で5社と、オフラインの「CD-ROM/DVD」のうち、「科学技術／特許」で5社であった。

表 3-5 媒体別の売上高上位分野

媒体区分		回答社数
オンライン（インターネット・パソコン向け）		
	新聞／雑誌／ニュース	12
	科学技術／特許	9
	企業・財務情報	8
	人物情報（Who'sWho）	5
オフライン（CD-ROM/DVD）		
	科学技術／特許	5

3.6 データベースサービスのコスト構造

データベースの構築、維持管理、サービス提供等にかかる経費（人件費、外注費、管理費などからなる）の内訳をみると、図 3-17 にあるとおり、「データ入力」（21.0%）が最大の費目となっている。以下、「データ収集」（20.8%）、「分析・加工」（12.3%）、「システム設計」（10.9%）、「ハード・ソフトリース料等」（10.7%）、「プログラム開発」（10.5%）と続いている。システム設計やプログラム開発などの開発関連経費よりも、データ入力、収集、加工といった維持・更新経費の方のウェイトが大きいというコスト構造は前回調査と基本的に変わっていない。

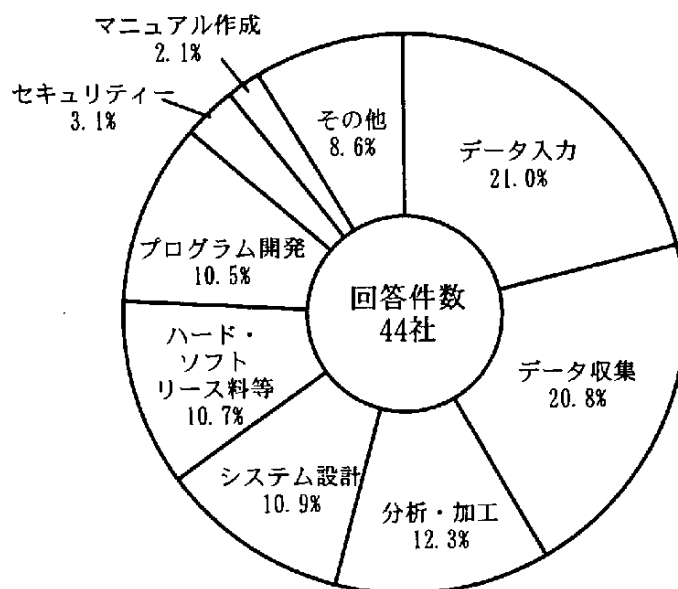


図 3-17 データベース構築、維持管理、サービス提供等にかかる経費の内訳

続く図3-18は、データベース経費全体に占める外注費、人件費それぞれの比率の分布を示している。外注費の比率では「0%」が10社で最も多く、「90%以上」(6社)がこれに続いている。前回調査では10%未満(0%を含む10%未満)が3社であり、外注費の比率が10%未満の企業が大幅に増えている。

一方の人件費では「90%以上」への回答が9社で最も多い。次いで「0%」、「10%未満」、「20%以上30%未満」および「80%以上90%未満」の5社となっている。

前回調査と比較すると外注費および人件費の比率は10%未満が増えている。

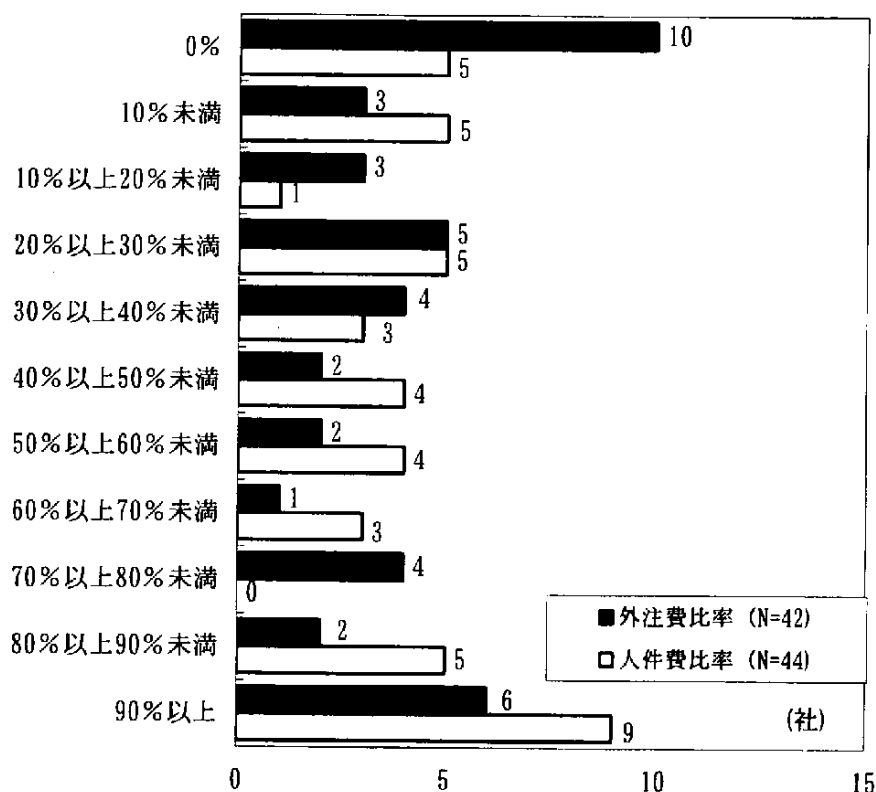


図 3-18 データベース経費全体における人件費率と外注費率の分布

なお、各企業からの外注費、人件費比率の回答に基づいてそれぞれの平均値を求めると、外注費は36.6%(前回38.6%)、人件費は46.6%(前回調査57.4%)となり、前回から今回にかけて外注費、人件費ともに比率が下がっていることが伺える。

さらに今回の調査では総売上高に占めるデータベース経費比率をたずねたところ、「10%以下」への回答が最も多く、52.8%であった。平均比率は19.0%となっている。

3.7 期待するメディア

情報提供の媒体、手段、サービスとして今後拡大すると期待する項目を複数回答方式で答えてもらったところ、図 3-19 の結果が得られた。

「携帯電話向け情報サービス」への回答が 76.8%で最も多く、他項目を大きく引き離していることから、モバイル向けサービスへの期待の高さがうかがえる。以下、「ポータルサイト・検索エンジン」(36.6%)、「デジタル放送・ブロードバンド放送」(32.9%)、「公衆無線 LAN」(29.3%)、「インターネット広告」(26.8%)、「ブログ (Weblog)」(25.6%)と続いている。

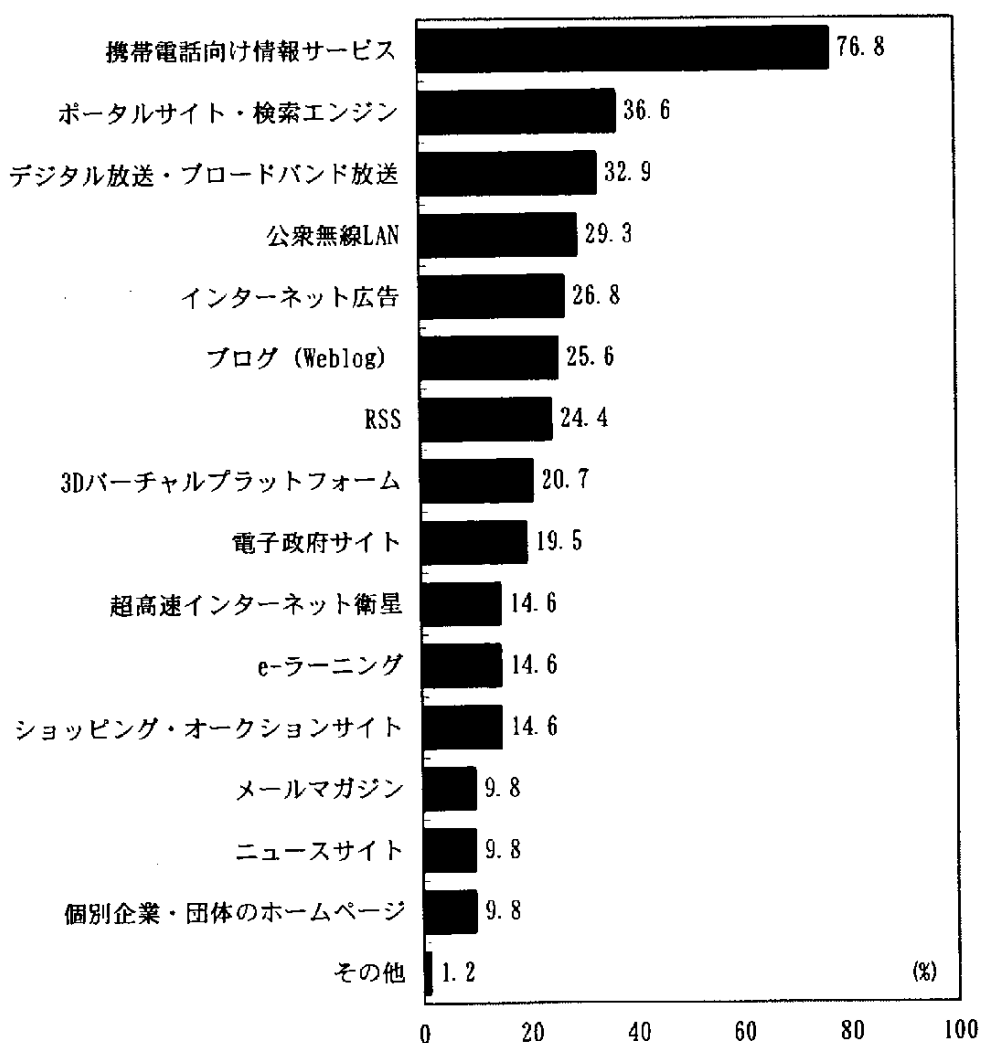


図 3-19 今後拡大すると期待するメディア (N=82、複数回答)

3.8 不安・問題点

3.8.1 データベース事業を進めていく上での不安・懸念

インターネット関連事業を含むデータベース事業を進めていく上での不安・懸念について複数回答形式で答えてもらったところ、図 3-20 に示しているように、(ア)「データベース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る」への回答率が 44.7%で最も高かった。これへの回答率は前回調査に比べて 3.6 ポイント高くなっている。2 位は(イ)「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 36.5%である。3 位は(ウ)「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」の 31.8%、4 位は(エ)「個人情報・機密情報など、漏えいの恐れがある」、(オ)「サービス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」が同率の 30.6%で並んでいる。

前回調査での 1 位~5 位は(ア)、(ウ)、(エ)、(オ)および「公的機関がデータ・情報を原則無料でサービスし民業圧迫の恐れがある」であった。上位の顔ぶれは今回とさほど変わらないが、(イ)は前回調査と比較して 7 ポイント増加しており、データベースの知的財産権保護への関心が高まっていることを伺わせる結果となった。

また、同じ図 3-20 でデータベースプロデューサーの回答率を前回調査と比較してみた。全体集計でトップの(ア)については、75.0% (前回調査比 37.5 ポイント増)と回答率が顕著に高くなっている。ここから、データベース販売者が商用データベースの売れ行きについて大きな不安を抱いていることが分かる。同じことが、全体集計で 6 位の「公的機関がデータ・情報を原則無料でサービスし民業圧迫の恐れがある」についてもいえる。この問題に対するプロデューサーの回答率は、37.5% (前回調査比 12.5 ポイント増)と 4 割弱を占め、無料サービスによる商用データベースの売り上げ圧迫への深刻な懸念を表していると考えられよう。

他方、全体集計で 4 位の(オ)について、プロデューサーの 37.5% (前回調査比 12.5 ポイント増)が回答を寄せている。全体集計の回答率は 30.6%にとどまっていることから、コスト面への関心の高さを伺わせる。

その他の項目では、プロデューサーの 25.0%が「従来の提供チャンネルとの調整が難しい」と回答を寄せており、IT技術の進展に合わせて新サービスを提供することと従来からのサービス維持のはざまで悩んでいる姿が推察される。

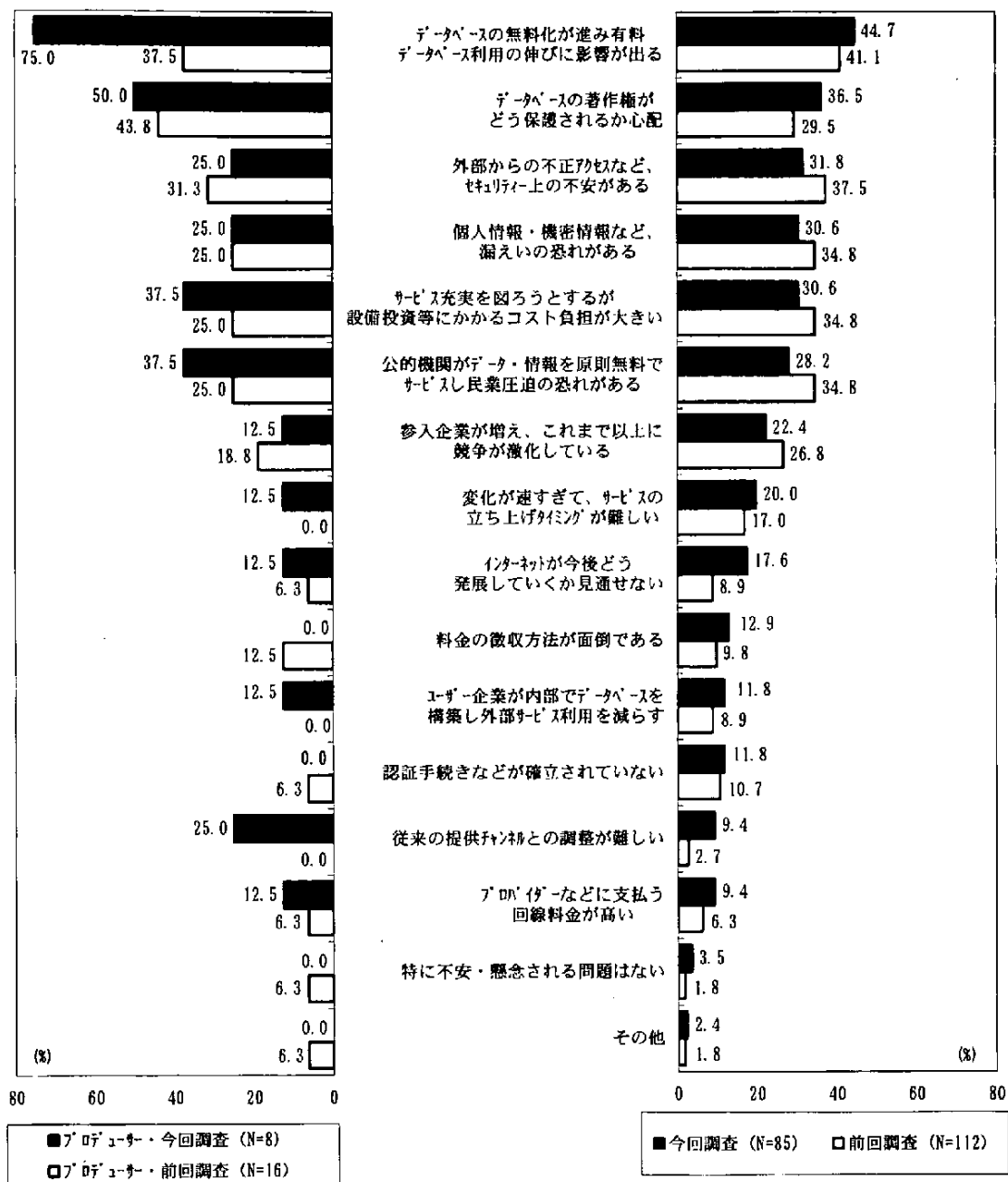


図 3-20 データベース事業を進めていく上での不安・懸念

3.8.2 データベース構築上の問題点

各企業より、データベースを構築する上での問題点を複数回答形式で答えてもらったところ、図3-21に示しているとおり、「データの収集、入力などの構築作業にコストと時間がかかる」への回答率が68.5%でトップとなっている。以下、「構築後のメンテナンスコストが負担になる」(43.8%)、「セキュリティ対策への不安」(27.4%)、「収支が見通せない」(21.9%)、「プログラマーなどのシステム開発担当者が不足」(20.5%)、「初期投資が大きく回収困難」(19.2%)が続いている。

図から分かるように、上位項目は前回から大きな変動はみられず、依然としてコストに絡む問題は重大であると推察できる。

「セキュリティ対策への不安」の回答率は、前々回が36.0%、前回が25.0%で、今回は27.4%となった。前々回の上昇には情報漏えい事件の頻発といった社会的背景があったと察せられる。他方、前回の低下には、個人情報保護法の施行を契機とした社会一般へのセキュリティ意識の浸透などが影響している可能性がある。ただし、個人情報の流出などセキュリティを脅かす事件・事故は依然として少なからず発生しており、「セキュリティ対策への不安」への回答率が今回上昇したことからも関心の高さが伺える。

なお、前回調査よりも回答率が特に高かったのは、「データの収集、入力などの構築作業にコストと時間がかかる」(前回50.9%→今回68.5%)であり、17.6ポイント上昇した。また、「プログラマーなどのシステム開発担当者が不足」(前回13.4%→今回20.5%)、「インデクサーなどのデータ作成者が不足」(前回1.8%→今回9.6%)が前回調査に比べて増加した。団塊の世代の大量退職もあり、労働人口の減少は大きな課題となっており、人手不足に対する問題意識は高いと見られる。

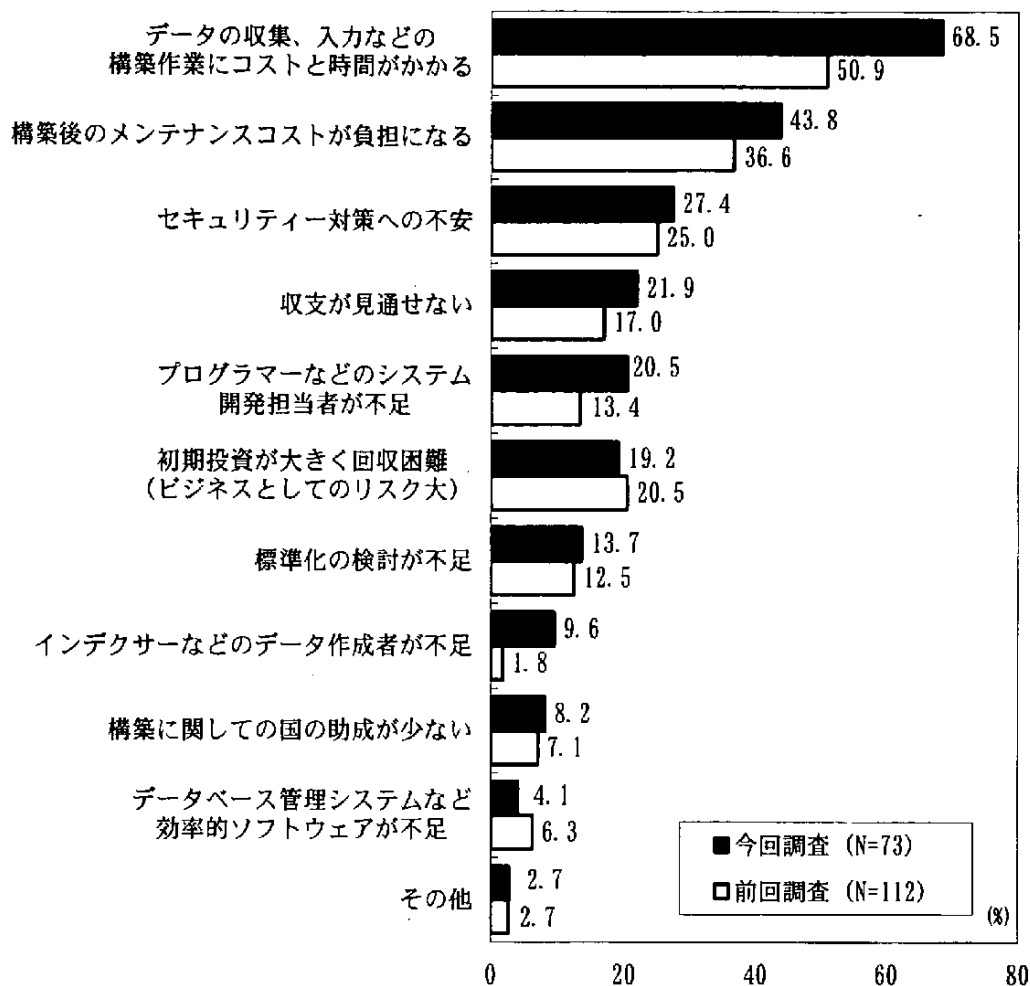
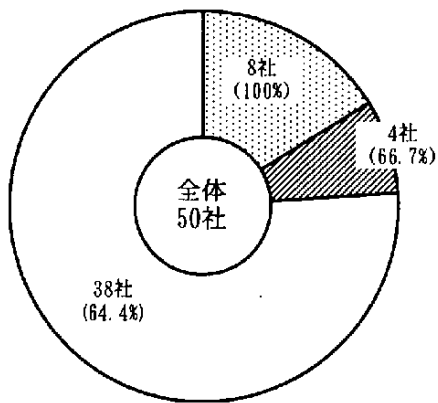


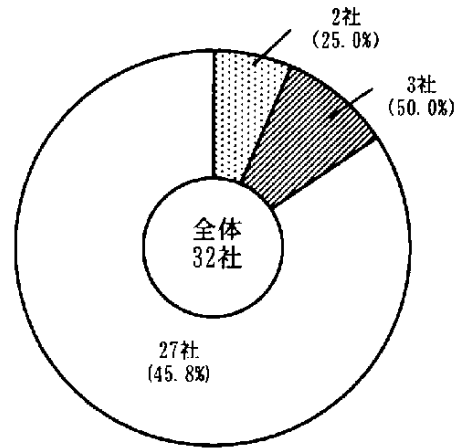
図 3-21 データベース構築上の問題点

次に、これらを業態別にみると図 3-22 のとおりである。「データの収集、入力などの構築作業にコストと時間がかかる」では 50 社が回答し、そのうちプロデューサーが 8 社（業態別企業の 100%）、プロデューサー兼ディストリビューターが 4 社（同 66.7%）となった。同様に「構築後のメンテナンスコストが負担になる」（回答 32 社）をみるとプロデューサーが 2 社（同 25.0%）であるのに対し、プロデューサー兼ディストリビューターが 3 社（同 50.0%）となっている。「初期投資が大きく回収困難」（回答 14 社）ではプロデューサーの 2 社（同 25.0%）に対し、プロデューサー兼ディストリビューターは 1 社（同 16.7%）であった。さらに、「収支が見通せない」（回答 16 社）ではプロデューサーが 2 社（同 25.0%）であるのに対し、プロデューサー兼ディストリビューターが 2 社（同 33.3%）となっている。

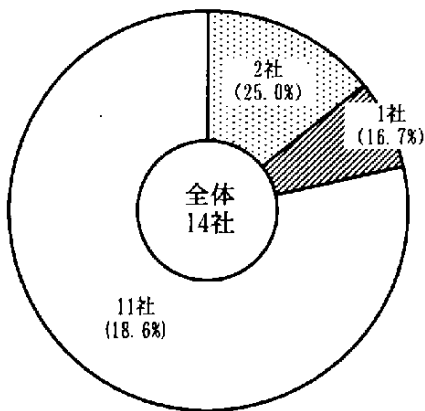
「データの収集、入力などの構築作業に
コストと時間がかかる」



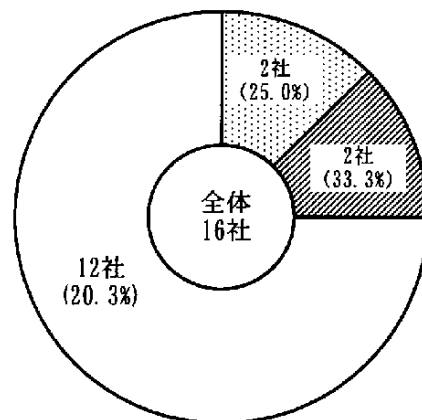
「構築後のメンテナンスコストが負担になる」



「初期投資が大きく回収困難」



「収支が見通せない」



■ プロデューサー
 ■ プロデューサー兼ディストリビューター
 □ その他

(注) カッコ内は今回調査の回答業態別企業のうち、設問に答えた企業の割合。

図 3-22 データベース構築上の問題点 (業態別)

3.8.3 無料のデータベースサービスの脅威度

ベンダー各社に、インターネットなどを通じて提供される無料のデータベース（利用者には課金しない）サービスは脅威となっているか答えてもらった。結果は、図 3-23 に示しているとおり、「どちらともいえない」への回答率が 43.2%で最も高く、「やや脅威に感じる」(22.2%)、「大変脅威に感じる」(13.6%)と続いている。

3 割以上の企業が無料のデータベースサービスを脅威に感じているという結果となった。一方、脅威を感じていない企業（「あまり脅威に感じない」・12.3%+「全く脅威に感じない」・8.6%）は、2 割程度となっている。

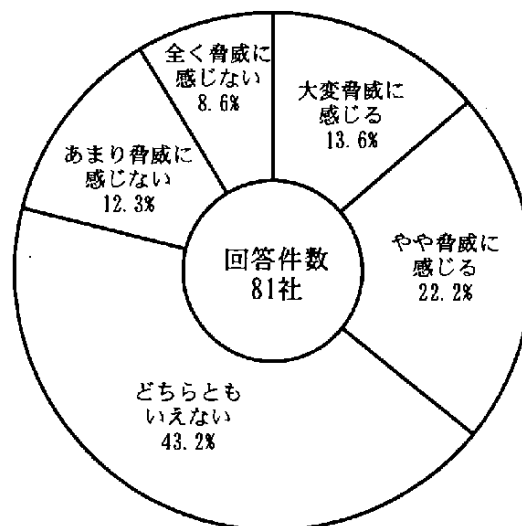


図 3-23 無料のデータベースサービスの脅威度

3.9 内部統制や個人情報保護等の影響について

3.9.1 日本版 SOX 法施行の影響度

各企業に、日本版 SOX 法の施行がどのように影響したか、ビジネス面とシステム面についてたずねたところ、図 3-24 に示す結果となった。

ビジネスに関しては、「変わらない」が 71.8%で最も多く、以下「ややプラスの影響が大きい」(12.9%)と「ややマイナスの影響が大きい」(12.9%)が同率で続く。プラスの影響への回答は 14.1%、マイナスへの影響も 14.1%であり、同率の結果となった。

システムへの影響については、ビジネス同様「変わらない」(78.8%)が最も多かったが、「ややマイナスの影響が大きい」(17.6%)の回答率が高い。プラスに影響したと回答した企業は 2.4%にとどまった。日本版 SOX 法は、システム面においてはややマイナスの影響が大きいことが伺える。

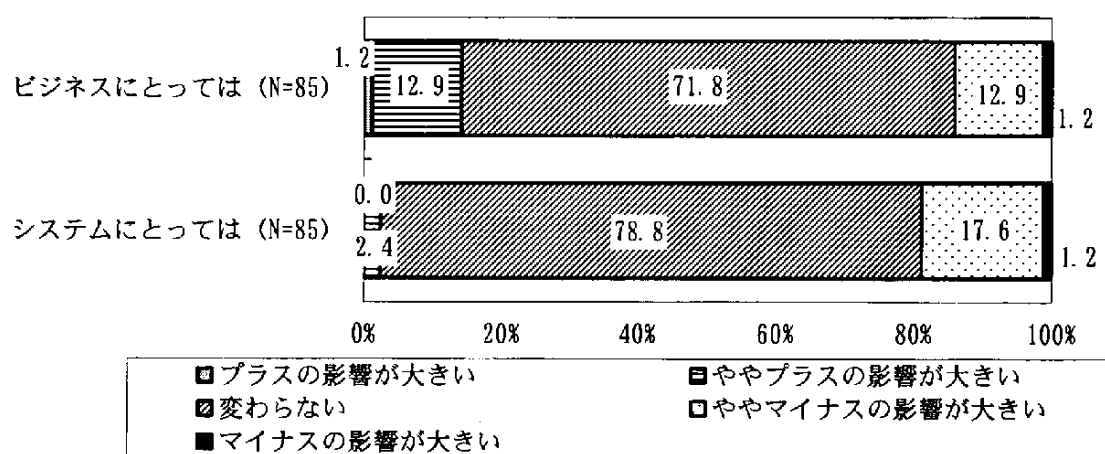


図 3-24 日本版 SOX 法施行の影響度

3.9.2 個人情報保護法施行のビジネスへの影響度

個人情報保護法の施行は、ビジネスにとってどのような影響があったか答えてもらったところ、図3-25に示す結果が得られた。

マイナスの影響が大きいと回答した企業は37.5%（「ややマイナスの影響が大きい」・34.1%＋「マイナスの影響が大きい」・3.4%）で、プラスの影響が大きいと回答した企業は14.7%（「ややプラスの影響が大きい」・10.2%＋「プラスの影響が大きい」・4.5%）を上回った。「変わらない」と回答した企業は、47.7%となった。

個人情報保護法の施行によるビジネスへの影響をプラス面とマイナス面で比較するとマイナスと感じている企業の割合が、プラスと感じている企業の2倍以上あり、マイナス面の方がより大きいと認識されている。

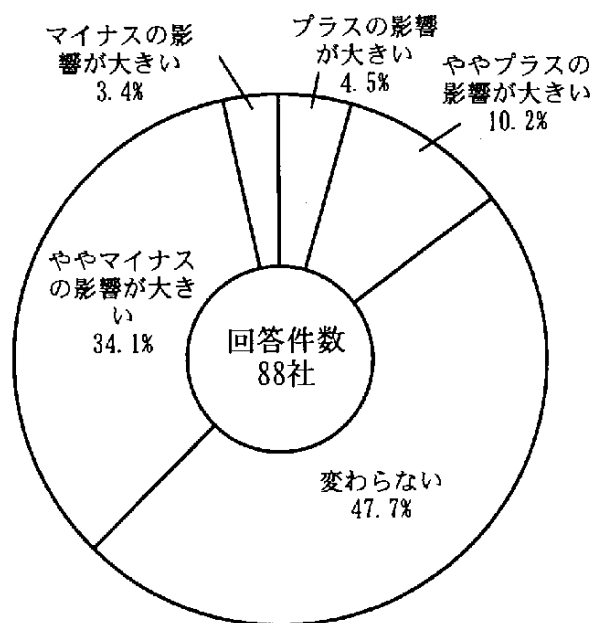


図 3-25 個人情報保護法施行のビジネスへの影響度

3.9.3 無料のデータベースサービスの今後について

図 3-26 は、インターネットなどを通じて提供される無料データベースサービスの今後についてたずねた結果を示したものである。

「やや増えていく」への回答率が最も多く、60.9%を占めた。「大幅に増えていく」は 20.7%であり、増えていくと予想する企業は 81.6%を占めた。以下、「変わらない」(14.9%)、「やや減っていく」(3.4%)と続いている。減っていくと回答した企業は 3.4%にとどまった。今後無料データベースサービスはさらに増加すると考えられているようだ。

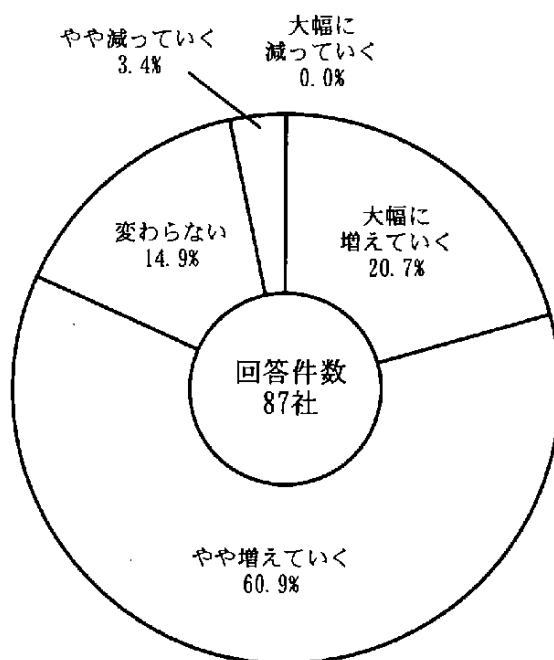


図 3-26 無料のデータベースサービスの今後について

3.9.4 データベースの2次利用についての対応

データベースの2次利用への対応について、図3-27に示す結果が得られた（複数回答）。

「2次利用は認めていない」が37.1%で最も多く、以下、「適正な利用料金を徴収している」（32.9%）、「事前に利用申請書を受け付けている」（25.7%）、「引用を入れるように要請している」（17.1%）と正規のルールに則った運用を要請しており、「特に何も制限は設けていない」（14.3%）と回答したベンダーは少ない。ユーザー側の調査（38頁参照）では、「特に何も制限は設けていない」が41.6%という結果になっており、ベンダーとユーザーの間には2次利用について大きな意識の違いがあることが伺える。

また、データベースを利用者が不正に2次利用した場合の対応を複数回答形式で答えてもらったところ、図3-28のような結果となった。

「必ず、事前に承諾書をとるようにしている」と「利用の差し止め要請をした」の回答率がいずれも37.9%と4割近くが厳格な対応をしている。一方、不正利用に対しての「特に何も制限は設けていない」と回答したベンダーも27.3%あり、不正利用に対しての対応が依然として課題になっていることが伺える。

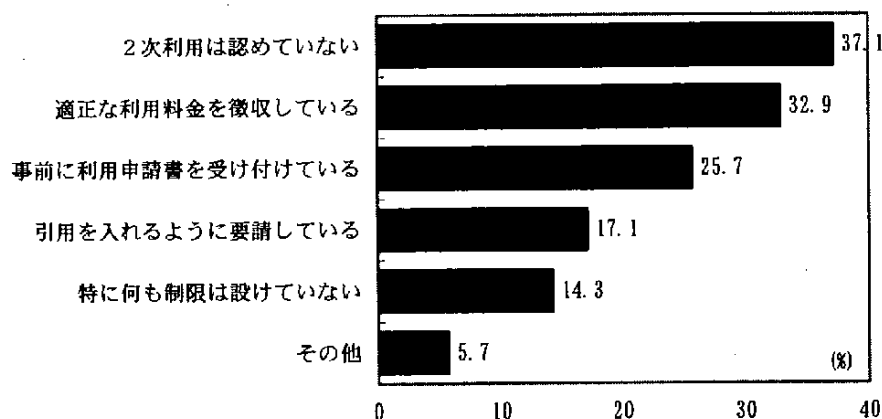


図 3-27 データベースの2次利用についての対応 (N=70、複数回答)

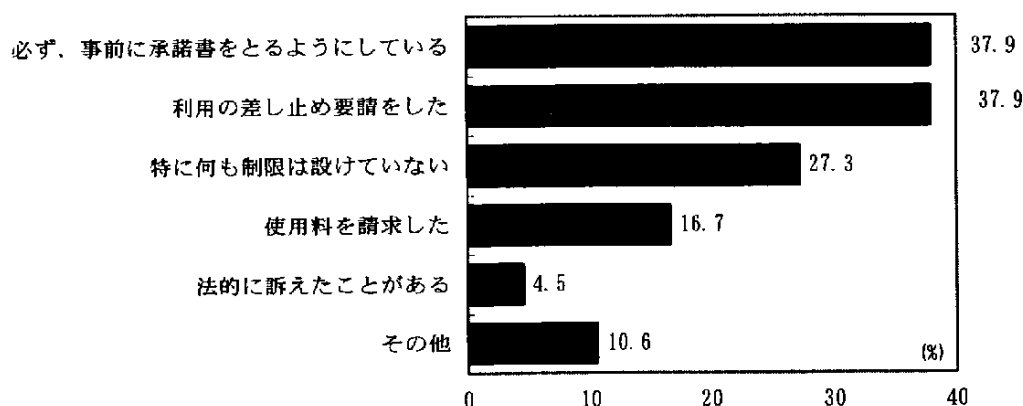


図 3-28 データベースを利用者が不正に2次利用した場合の対応 (N=66、複数回答)

付属資料の部

(1)「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ユーザー編）」調査票

(2)「企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査（ベンダー編）」調査票

2008 年版「電子情報サービス」 資料
企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査

2008 年 1 月 財団法人日本情報処理開発協会
データベース振興センター

本調査は財団法人日本情報処理開発協会データベース振興センターが、株式会社日経リサーチに委託して実施しているものです。

- ◆当センターではデータベースを「電子媒体及びこれらに変わる手段で検索可能にした情報の集合体」と位置づけ、インターネットをはじめ、情報を検索する手段全般について、利用者の方々の状況をお尋ねしています。
- ◆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（ただし自由回答については、回答者が特定できないように整形した上で、報告書に掲載することがあります）。集計結果及び分析結果については、研究報告書としてまとめると共に、年刊書「電子情報サービス（データベース白書改題）」に掲載いたします。
- ◆「ご回答者氏名」等の個人情報をご記入いただくのは、ご回答いただきました内容について不明な場合、電話等で簡単に確認させていただくためです。その他の目的には一切使用いたしませんので、ご了承ください。
- ◆ご回答いただきました調査票は 2008 年 1 月 21 日（月）までにご返送いただけますようお願いいたします。

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社日経リサーチ 社会経済調査グループ 電話 03-5296-5128 FAX 03-5296-5107
平日 10:00～17:00 （電子情報サービス利用の実態調査 担当 森、坂井）



日経リサーチは'99年8月に財団法人日本情報処理開発協会より、個人情報を適切に取り扱っている企業に付与されるプライバシーマークの付与認定を受けています。

— 日本経済新聞グループの総合調査会社 —

株式会社日経リサーチ

〒101-0048 東京都千代田区神田司町 2-2-7
パークサイド 1 ビル 社会経済調査グループ
TEL 03-5296-5128 担当：坂井、森
FAX 03-5296-5107 調査 No07-523-0074

★ご回答いただくにあたって、貴社及びご回答者についてご記入をお願い致します。

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					e-mail:					
資本金（非営利法人においては、基金、出資金等）	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	円			
最近1年の年商（売上高）	兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	円			
〔 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 〕											
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。 〕	十	万	千	百	十	人					

※ 上記のうち、資本金、年商、従業員数につきましては、2006 年 4 月 1 日以降、最も直近に終了した事業年度でご回答ください。

基礎調査

貴社の主力業種

貴社の主力業種

問1. 貴社の主力業種グループを、下記の表から1つ選択して番号でご回答ください。

番号	業種グループ	含まれる業種
01	建設業	建設業
02	石油・化学工業	医薬品製造業、石油業、化学工業
03	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
04	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
05	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
06	商業	卸業、小売業
07	金融・保険業	金融業、証券業、保険業
08	情報処理業	情報処理サービス・ソフトウェア業
09	情報提供業	情報提供業
10	新聞・出版業	新聞業、出版業
11	放送・通信業	放送業、通信業
12	不動産業	不動産業
13	運輸・倉庫、電力・ガス	運輸・倉庫、電力・ガス
14	その他サービス業	飲食業、宿泊業、対事業所サービス、シンクタンク、広告、その他サービス業
15	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
16	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。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。

商用データベース／無料データベースの利用

問2. 貴社では外部の商用データベース（※1）あるいは無料データベース（※2）（MT、CD-ROMなどのオフラインデータベースを含む）を利用していますか。該当する番号を1つ選び、○印をお付けください。

1	商用データベース、無料データベースのどちらも利用している
2	商用データベースのみを利用している
3	無料データベースのみを利用している ※商用データベースを利用しない理由をご記入下さい。
4	外部のデータベースは利用していない ※外部のデータベースを利用しない理由をご記入下さい。

（※1）商用データベース…ここでは、国産・海外製の別なく有料のデータベースを指します。

（※2）無料データベース…例として、以下のものがあげられます。

- 無料の会員制データベースサービス（会員登録必要）
 - 検索エンジン（Yahoo、Google、Infoseek、goo等）
 - 公的機関*（行政、団体等）のホームページ
 - 民間企業が提供するホームページ
 - 無料配布されたオフラインメディア（CD-ROM、DVD等）
- （但し、有料の雑誌の付録は含みません）

今後の商用データベースの利用について

問3. 今後の商用データベースの利用について、該当する番号に1つ○印をお付けください。

1	継続して利用する
2	将来利用する予定である
3	利用する予定は全くない

→ 2. とお答えの方は問11にお進みください。

→ 問2で3. とお答えの方は問14にお進みください。

→ 3. とお答えの方は → 問2で4. とお答えの方は問19にお進みください。

商用データベースの利用状況と今後の見直し

商用データベースの利用状況と今後の見直し

問 4. 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見直しについてご回答ください。

- (1) 2006 年度の商用データベースの年間利用金額は前年度 (2005 年度) に比べ、どうでしたか。ア) 増減の傾向より、該当する番号に○印を1つお付けください。また、「増えた」(1)、あるいは「減った」(3)と回答された方は、イ) 増減の理由より該当する番号に○印をお付けください。(○はいくつでも)

ア) 増減の傾向

増えた	1	前年並み	2	減った	3
-----	---	------	---	-----	---

イ) 増減の理由

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	1	減った理由	業務が縮小され利用が減少した	1
	新しい業務が始まり、検索量が拡大した。	2		無料のホームページを多く利用するようになった ()	2
	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	3		利用している商用データベースサービス契約数を整理した	3
	その他 (具体的に)	4		その他 (具体的に)	4

- (2) 2007 年度の商用データベースの年間利用金額は前年度 (2006 年度) に比べ、どのような見直しですか。ア) 増減の傾向より、該当する番号に○印を1つお付けください。また、「増える」(1)、あるいは「減る」(3)と回答された方はイ) 増減の理由より該当する番号に○印をお付けください。(○はいくつでも)

ア) 増減の傾向

増える	1	前年並み	2	減る	3
-----	---	------	---	----	---

イ) 増減の理由

増える理由	パソコン、端末機を増やし、検索が増加する	1	減った理由	業務が縮小する予定なので、利用が減る	1
	新しい業務が始まり、検索量が拡大する	2		無料のホームページを多く利用する	2
	利用できる商用データベースサービスの契約を増やす	3		利用している商用データベースサービス契約数を整理する	3
	その他 (具体的に)	4		その他 (具体的に)	4

- (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3つ選び、下の該当する番号に○印をお付けください。

利用	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
3つを選択	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

- (4) 2006 年度で利用頻度の高かった商用データベースサービス上位5つのオンラインサービス名とデータベースサービス名を、次頁の表1、2より選び、番号でお答えください。また、「その他」のときは具体名をご記入ください。

(例)

オンラインサービス(表1より選択)		
	2	5 (99のときは具体名も記入)
第1位		
第2位		
第3位		
第4位		
第5位		

(例)

データベースサービス(表2より選択)		
	0	7 (99のときは具体名も記入)
第1位		
第2位		
第3位		
第4位		
第5位		

表1 オンラインサービス一覧

01	@nifty	(ニフティ)
02	BIGLOBE	(NEC)
03	BRANDY	(トムソンコーポレーション)
04	COSMOSNET2000	(帝国データバンク)
05	DataStar	(ジー・サーチ)
06	DIALOG	(ジー・サーチ)
07	Dow Jones Interactive	(Factiva)
08	e-InfoStream	(日本電子計算)
09	ELNET	(エレクトロニック・ライブラリー)
10	G-Search	(ジー・サーチ)
11	JASIC NET	(日本建設情報総合センター)
12	iJAMP	(時事通信社)
13	JAPICDOC	(日本医薬情報センター)
14	JJJI web	(時事通信社)
15	JDream II	(科学技術振興機構)
16	LEX/DB インターネット	(TKC)
17	LexisNexis	(レクシスネクシス)
18	GeNii	(国立情報学研究所)
19	NEEDS	(日本経済新聞デジタルメディア)
20	NICHIGAI/WEBService	(日外アソシエーツ)
21	PATOLIS	(パトリス)
22	Questel-Orbit	(パトリス)
23	QUICK	(QUICK)
24	REUTERS Business Briefing	(Factiva)
25	STN	(化学情報協会)
26	TSR-VAN2	(東京商工リサーチ)
27	日経テレコン21	(日本経済新聞デジタルメディア)
99	その他	

表2 データベースサービス一覧

01	BIOSIS Previews	(DataStar, Dialog, STN International, @niftyなど)
02	BOOKPLUS	(NICHIGAI/WEBなど)
03	BRANDY	(トムソンコーポレーション)
04	CA/CA Plus/CA-SEARCH	(STN International, Dialog, Questel・Orbitなど)
05	CLAIMS/IFI	(STN International, Dialog, Questel・Orbitなど)
06	COMPENDEX	(DataStar, Dialog, STN International, @niftyなど)
07	COSMOS2 (帝国データバンク企業情報)	(COSMOSNET, G-Search, 日経テレコンなど)
08	ELMOR	(ELNET)
09	EMBASE	(DataStar, Dialog, STN International, @niftyなど)
10	INPADOC	(STN International, Dialog, Questel・Orbitなど)
11	Inspec	(DataStar, Dialog, STN International, @niftyなど)
12	JAMP	(iJAMP)
13	JMEDPlus	(JOIS, 日経テレコン, G-Search)
14	JSTPlus	(JOIS, 日経テレコン, G-Search)
15	MEDLINE	(DataStar, Dialog, STN International, @niftyなど)
16	NTIS	(Dialog, STN International, @niftyなど)
17	PATOLIS特許・実用新案・商標・意匠ファイル	(PATOLIS, 日経テレコン)
18	QUICK	(QUICK)
19	Registry	(STN International)
20	TKC法律情報データベース	(TKC, 日経テレコン, G-Search, @niftyなど)
21	TRADEMARKSCAN	(G-Searchなど)
22	TSR (東京商工リサーチ企業情報)	(TSR-VAN, 日経テレコン, G-Searchなど)
23	WHO	(NICHIGAI/WEB, G-Searchなど)
24	Derwent WPI	(STN International, Dialog, Questel・Orbitなど)
25	朝日新聞記事データベース	(asahi.com Perfect, 日経テレコン, G-Searchなど)
26	明日の新薬	(e-InforStream)
27	医学中央雑誌	(医学中央雑誌刊行会, e-InfoStream)
28	日経BP雑誌記事データベース	(日経テレコン, G-Search, @niftyなど)
29	日経POS情報	(NEEDS, 日経テレコン)
30	日経WHO'S WHO	(NEEDS, 日経テレコン)
31	日経財務データ	(NEEDS, 日経テレコン)
32	日経新聞記事データベース	(日経テレコン, G-Search, @niftyなど)
33	日経総合経済ファイル	(NEEDS, 日経テレコン)
34	毎日新聞記事データベース	(日経テレコン, G-Search, @niftyなど)
35	読売新聞記事データベース	(日経テレコン, G-Search, @niftyなど)
99	その他	

商用データベースの利用媒体の割合

問 5. 商用データベースの利用媒体の割合について、2006 年度実績と 2007 年度予定を利用金額ベースで（％）ご記入ください（ネットワークから取得後にオフラインで利用するデータベースはオンライン利用とします）。
また、大容量ファイルを一括でダウンロードするサービスをご利用の場合は、その全利用料に占める利用割合（％）もあわせてご記入ください。

利用媒体		2006年度実績		2007年度予定	
オンライン	1. パソコン向けサービス		％		％
	2. 携帯電話、PDA向け		％		％
	3. その他(具体的に) []		％		％
	4. 公衆回線		％		％
	5. 専用回線		％		％
	6. その他(具体的に) []		％		％
オフライン	7. CD-ROM/DVD		％		％
	8. MT		％		％
	9. その他(具体的に) []		％		％
合 計		1 0 0	％	1 0 0	％
オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括でダウンロードするサービスの全利用料に占める利用割合			％		％

商用データベースのタイプと種類

よく利用する商用データベースの分野とデータタイプ

問 6. よく利用する商用データベースの分野およびそのデータタイプについて、該当する番号に○印をお付けください(○はそれぞれひとつ以上いくつでも)。

データタイプ		文字 データ (*1)	数値 データ (*2)	画像 (*3)	音楽・ 音声 (*4)	映像 (動画) (*5)	その他 (*6)	利用 しない
分野								
(例) 1. 新聞/雑誌/ニュース		①	②	③	4	5	6	7
一般	1. 新聞/雑誌/ニュース	1	2	3	4	5	6	7
	2. 人物/機関情報	1	2	3	4	5	6	7
	3. 行政/法律/政治	1	2	3	4	5	6	7
	4. 百科事典/書誌情報/書籍案内	1	2	3	4	5	6	7
	5. 生活関連情報	1	2	3	4	5	6	7
自然科学・技術	6. 特許	1	2	3	4	5	6	7
	7. 医学/薬学/生命学/生物	1	2	3	4	5	6	7
	8. 化学	1	2	3	4	5	6	7
	9. 電気/電子/情報	1	2	3	4	5	6	7
	10. 建設(土木/建築)	1	2	3	4	5	6	7
	11. エネルギー/原子力/資源/環境/公害	1	2	3	4	5	6	7
	12. 機械/金属/素材	1	2	3	4	5	6	7
	13. 社会科学・人文科学	1	2	3	4	5	6	7
ビジネス	14. 企業財務/企業情報	1	2	3	4	5	6	7
	15. マクロ経済/市場/商品	1	2	3	4	5	6	7
	16. 金融/証券/為替	1	2	3	4	5	6	7
	17. 各種産業情報	1	2	3	4	5	6	7
	18. その他 []	1	2	3	4	5	6	7

(*1) 元が文字データで、表示上画像などに変換されたもの、文書データで図表、グラフなどが一体となったものはここに含みます。

(*2) 数表などタイトル、表頭、表側、注記などがあるもの、文書中のものでも本文と一体化されていない数表はここに含みます。電話番号など意味のない記号列としての数値情報は文字情報とします。

(*3) 写真、イラスト、地図、天気図など画像をコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の飾りなど主たるコンテンツでないものは含みません。

(*4) 音楽など音響データをコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の効果音や音声案内など主たるコンテンツでないものは含みません。

(*5) 動画データそのものをコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の効果音や案内など主たるコンテンツでないものは含みません。

(*6) マルチメディア、またはソフトウェアをコンテンツとしたもの等を含みます。

問7. 商用データベースを媒体別にみた場合、どの分野のデータベースをご利用になっていますか。

利用媒体			1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
オンライン	インターネット	1. パソコン向け					
		2. 携帯電話、PDA向け					
	インターネット 以外	3. 公衆回線					
		4. 専用回線					
オフライン	5. CD-ROM/DVD						
	6. MT						
7. その他(具体的に)							

〔一般〕 01 オーディオ・ビジュアル／ゲーム・娯楽 02 サービスガイド・案内情報 03 辞（事）典／百科／ディレクトリー 04 学習教材 05 書誌／図書・刊行物情報 06 人物情報（Who's Who） 07 新聞／雑誌／ニュース 08 政治／行政 09 健康／スポーツ	〔自然科学・技術〕 20 医・薬学／バイオ／化学 21 宇宙／地球／海洋／水産 22 エネルギー／資源／環境 23 気象・気候 24 科学技術／特許 25 コンピューター／ソフトウェア 26 建築・建設 27 数学／農業・農学 28 材料・素材
〔ビジネス〕 10 金融／証券／為替／市況情報 11 規格 12 企業・財務情報 13 経済／ビジネス 14 商品・製品情報 15 パーツカタログ 16 地図・マッピング／電話番号／住所コード 17 統計・人口 18 不動産 19 法律・法規・判例／税・税務情報	〔人文・社会科学〕 29 教育／宗教 30 芸術・文化／文学・歴史 31 言語・用語 32 社会科学・心理学 33 図書館・情報科学 34 地理 99 その他

オフィスでのデータベース利用

1	情報を必要としている人が自分で検索する
2	同じ部門内の担当者に依頼する
3	データベース検索担当部門に依頼する
4	専門的な検索は社内の検索担当部門のサーチャーに依頼し、簡単な検索は自分で行う
5	以上の組み合わせで、どれが主とはいえない
6	外部の代行検索業者に依頼する
7	その他（具体的に）〔 〕

利用料金および課金体系について

商用データベースの情報利用料金について

問 9. 商用データベースの情報利用料金（通信料金を除く）について、全体的にどのように感じていますか。国産、海外製の別にそれぞれ該当する番号1つに○印をお付けください。

1. 国産データベース	1. 高い	2. 海外製データベース	1. 高い
	2. 妥当		2. 妥当
	3. 安い		3. 安い

情報利用料金の課金体系について

問 10. 情報利用料金の課金体系についておたずねします。

(1) 現状の課金体系は次のどれですか。該当する番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

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
現 状	1	2	3	4	5	6

(2) 貴社にとって望ましい課金体系は次のどれですか。該当する番号に1つ○印をお付けください。

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
望ましい体系	1	2	3	4	5	6

商用データベースの今後の利用意向について

今後の商用データベースについて

問 11. 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。該当する番号を3つまで選択し、○印をお付けください。

1	利用できるデータベースを増やす（増やしたい）
2	利用しているデータベースを見直す（見直したい）
3	社内システム（社内LAN、社内ポータルなど）に組み込み、利用者が必要に応じて使えるようにする（したい）
4	利用の高度化を図る（図りたい）
5	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（図りたい）
6	インターネット対応のサービスに順次切り替えていく（いきたい）
7	使用方法を工夫して、経費節減を図る（図りたい）
8	定額制のデータベースを利用する（したい）
9	現状程度（現状程度としたい）
10	その他（具体的に） []

問 12. 貴社では今後、どのような目的で商用データベースを利用することが多いと思いますか。(〇はいくつでも)

1	業界動向など日々の営業活動に必要な情報を収集するため
2	経済環境や消費者動向に関する情報を収集するため
3	企画書やプレゼンテーション資料作成上の基礎資料を収集するため
4	新製品情報やIT(情報技術)の最新情報を自社のビジネスの参考にするため
5	国内外の技術提携、共同開発、共同研究などの情報を定期的に収集するため
6	競合企業や関連業界の情報を確認し、自社と比較分析するため
7	新しい言葉や用語を調べるため
8	取引先企業・競合企業の事業動向(合併・持ち株会社設立・事業撤退など)の背景や目的を調べるため
9	取引先企業や競合企業の人事・機構改革をキャッチするため
10	今度会う顧客のプロフィールを調べるため
11	他社の財務内容を参考にするため
12	信用調査を行うため
13	営業のためのアプローチ先リストを作成するため
14	その他(具体的に:)

問 12-附問 1. 問 12 でお答えいただいたビジネス情報を調べるために、以下のどの情報源を利用することが多いと思いますか。(〇はいくつでも)

1	新聞・雑誌記事専門の有料ビジネス情報サイト
2	企業関連情報専門の有料ビジネス情報サイト
3	総合系(新聞・雑誌記事/企業関連情報)の無料情報サイト
4	有料ビジネス情報サイト
5	無料の検索サイト
6	その企業のホームページ
7	その企業・製品のパンフレット
8	新聞記事・縮刷版の実物
9	雑誌記事(の実物・バックナンバー)
10	業界紙・業界誌(の実物・バックナンバー)
11	書籍(専門書を含む)
12	ダイレクトリー・年鑑など
13	官公庁のホームページ・刊行物
14	セミナー・講演会など
15	専門家(コンサルタント、弁護士、会計士など)
16	メールマガジン
17	携帯電話で利用できるビジネス情報サイト
18	携帯電話で利用できるビジネス情報のメールサービス
19	その他(具体的に:)

今後利用したい商用データベース(分野/地域別)

問 13. 今後利用したい商用データベースとサービスについてご回答ください。

(1) 今後利用したい商用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番号に〇印をお付けください(〇はいくつでも)。

また、欧米諸国、アジア諸国とご回答された方で、特に希望する国名があれば、ご記入ください。

分野		日本	欧米諸国	アジア諸国	特に希望する国名	よくわからない
例)	1.新聞/雑誌/ニュース	1	2	3	中国	4
一般	1.新聞/雑誌/ニュース	1	2	3		4
	2.人物/機関情報	1	2	3		4
	3.行政/法律/政治	1	2	3		4
	4.百科事典/書誌情報/書籍案内	1	2	3		4
	5.生活関連情報	1	2	3		4
自然科学・技術	6.特許	1	2	3		4
	7.医学/薬学/生命学/生物	1	2	3		4
	8.化学	1	2	3		4
	9.電気/電子/情報	1	2	3		4
	10.建設(土木/建築)	1	2	3		4
	11.エネルギー/原子力/資源/環境/公害	1	2	3		4
	12.機械/金属/素材	1	2	3		4
ビジネス	13.社会科学・人文科学	1	2	3		4
	14.企業財務/企業情報	1	2	3		4
	15.マクロ経済/市場/商品	1	2	3		4
	16.金融/証券/為替	1	2	3		4
	17.各種産業情報	1	2	3		4
	18.その他(具体的に:)	1	2	3		4

(2) 商用データベースに望むサービス

どんなサービスがあったらよいと思いますか。利用目的や利用方法など具体的にお書きください。

無料データベースについて

※問 2. で「2. 商用データベースのみを利用している」とご回答の方は問 15 に、「4. 外部のデータベースは利用していない」とご回答の方は、問 19 にお進みください。

無料データベースの利用頻度（分野別）

問 14. 無料で提供されているデータベースサービスの分野別の利用及び利用頻度について、該当する番号に○印をお付けください（分野ごとに○は1つだけ）。

分野		利用頻度(分野ごとに○は1つ)			
		ほぼ毎日	比較的よく使う	ときどき使う	使わない
(例)	7.地図・交通・旅行・天気	☒	2	3	4
一般	1.新聞／雑誌／ニュース	1	2	3	4
	2.人物／機関情報	1	2	3	4
	3.行政／法律／政治	1	2	3	4
	4.百科事典／書誌情報／書籍案内	1	2	3	4
生活関連情報	5.ショッピング・商品紹介	1	2	3	4
	6.店舗・施設紹介、所在地、電話番号	1	2	3	4
	7.地図・交通・旅行・天気	1	2	3	4
	8.映画・音楽・スポーツ・その他娯楽	1	2	3	4
	9.就職／住宅／資産運用	1	2	3	4
	10.ウェブ検索、ウェブディレクトリーなどURL	1	2	3	4
自然科学・技術	11.特許	1	2	3	4
	12.医学／薬学／生命学／生物	1	2	3	4
	13.化学	1	2	3	4
	14.電気／電子／情報	1	2	3	4
	15.建設(土木／建築)	1	2	3	4
	16.エネルギー／原子力／資源／環境／公害	1	2	3	4
	17.機械／金属／素材	1	2	3	4
ビジネス	18.社会科学・人文科学	1	2	3	4
	19.企業財務／企業情報	1	2	3	4
	20.マクロ経済／市場／商品	1	2	3	4
	21.金融／証券／為替	1	2	3	4
	22.各種産業情報	1	2	3	4
23.その他(具体的に) []		1	2	3	4

商用および無料データベースについて

商用及び無料データベースの情報内容に対する感想

問 15. 商用（国産・海外製）及び無料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おたずねします。
それぞれのデータベースで該当する欄の番号を3つまで選択し、○印をお付けください。

	商用／無料	商用データベース		無料データベース
		国産データベース	海外製データベース	
		↓	↓	↓
1.特に不満はない		1	1	1
2.情報に不正確なことがある		2	2	2
3.情報の更新頻度が少ない		3	3	3
4.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		4	4	4
5.情報の遡及期間が短い		5	5	5
6.情報の件数が少ない		6	6	6
7.出力項目のパターンが不満		7	7	7
8.フルテキスト(全文)で収録されていない		8	8	8
9.求めている情報の存在が不明確		9	9	9
10.ヒット件数が少ない		10	10	10
11.利用したい情報がない		11	11	11
12.その他(具体的に)		12	12	12
[]				

商用及び無料データベースの機能・操作性

問 16. 商用及び無料データベースサービスのコマンド（入力）機能・操作性に関する問題点についておたずねします。
商用、無料、各々に該当すると思われる番号を下記の回答欄にそれぞれ3つまでご記入ください。

1	特に問題点はない	13	キーワードが不足している
2	コマンドが不統一なので使いにくい	14	自然語（フリーターム）を検索言語として使いたい
3	統一シソーラス（類語辞書）が欲しい	15	検索速度が遅い（検索している時間がかかりすぎる）
4	接続手順がわずらわしい	16	ダウンロードができない
5	通信速度が遅い（結果の表示、画面の切換えなど操作全般に時間がかかる）	17	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（*3）が欲しい
6	Gateway（*1）機能が欲しい	18	あらかじめ出力内容の見当がつけられる機能が欲しい
7	一次情報の入手が困難	19	ウェブでの検索システムがない
8	全文検索の機能がない	20	検索結果のメール配信ができない
9	HTML形式での出力ができない	21	図面や商標の表示ができない
10	概念検索（*2）ができない	22	PDFファイル化されていない
11	複数ファイルの横断検索ができない	23	その他（具体的に）
12	アブストラクト（抄録）が表示できない		[]

回答欄	商用データベースに該当するもの	無料データベースに該当するもの
(3つまで)		

- （*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）検索したい内容を文章として入力すると、その文章に近い内容の情報を探す機能を指します。
（*3）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。

今後拡大すると考える情報取得の媒体、手段、サービス

問 17. オフィスにおいて情報取得の媒体、手段、サービスとして以下の中から今後拡大するとお考えの番号を5つまで選択し、○印をお付けください。

1	携帯電話向け情報サービス
2	公衆無線LAN
3	超高速インターネット衛星 (*1)
4	ポータルサイト・検索エンジン
5	インターネット広告
6	ブログ (Weblog) (*2)
7	メールマガジン
8	eラーニング
9	ニュースサイト
10	ショッピング (eコマース)
11	個別企業・団体のホームページ
12	電子政府サイト
13	G I S
14	比較サイト
15	S N S (*3)
16	仮想空間ビジネス (セカンドライフなど)
17	オンライン系の放送 (ブロードバンド放送など)
18	デジタルな電波の放送 (BS放送・地デジなど)
19	その他 (具体的に) []

(*1) 宇宙開発事業団により進められているインターネットのデータをやり取りできる衛星。

(*2) 日記的なウェブサイト。最近では、ニュース記事やウェブサイトへのリンクを張り、評論を書き加えた記事が時系列に配置されているサイトを指すことが多い。「blog」と省略して呼ばれる。

(*3) ソーシャル・ネットワーキング・サービス (Social Networking Service, SNS)。登録者同士が、趣味や仕事や出身等の共通属性でネットワークを構築で出来る、会員制のサービスのこと (例 mixi など)。

問 18. 今後、オフィスにおける情報取得の手段として、商用データベース及び無料データベースの利用は、どのようになるとお考えですか (○はひとつだけ)。

(1) 商用データベース (○はいずれか1つ)

大幅に増える	やや増える	変わらない	やや減る	大幅に減る
1	2	3	4	5

(2) 無料データベース (○はいずれか1つ)

大幅に増える	やや増える	変わらない	やや減る	大幅に減る
1	2	3	4	5

社内データベースについて

所有／検討中のデータベースについて

問 19. 貴社でお持ち、あるいは検討中の社内データベースについて、該当する業務内容を選び、業務内容と、現在（構築・購入している）・将来（あらたに構築・購入する、あるいは検討する）の別に○印をお付けください（それぞれ1つずつ）。

また、各々のデータベースを主に利用している部門はどこでしょうか。右欄にある利用部門の番号で、1つご記入ください。

各々のデータベース		現在	将来	利用部門	利用していない ・予定していない
(例) 14. 電子申請DB	→	1	②	1	3
1. 顧客管理DB	→	1	2		3
2. 販売(営業)管理DB	→	1	2		3
3. 物流管理DB	→	1	2		3
4. 在庫管理DB	→	1	2		3
5. 生産・資材管理DB	→	1	2		3
6. マーケティング情報DB	→	1	2		3
7. 新聞/雑誌記事DB(索引)	→	1	2		3
8. 製品情報DB	→	1	2		3
9. 人事管理DB	→	1	2		3
10. 経理・財務管理DB	→	1	2		3
11. 特許情報DB	→	1	2		3
12. 技術情報DB	→	1	2		3
13. 図書・資料情報DB	→	1	2		3
14. 電子申請DB	→	1	2		3
15. 総合文書管理DB	→	1	2		3
16. 電子入札DB	→	1	2		3
17. 電子納品DB	→	1	2		3
18. 社内掲示板等DB	→	1	2		3
19. 取引先情報DB	→	1	2		3
20. その他(具体的に)	→	1	2		3

[

0	社内全般
1	企画部門
2	調査部門
3	研究部門
4	特許部門
5	システム開発部門
6	生産部門
7	環境部門
8	営業部門
9	総務部門
10	法務部門
11	経理・財産部門
12	その他の部門

1つ選択

社内データベースの構築体制／運用体制

問 20. 貴社の社内データベースに関する (1) 構築体制および (2) 運用体制について、お伺いします。

(1) 貴社の社内データベースについての構築体制は以下のいずれかですか？

1. 各部署単位で構築				2. 専門部門が一括して構築			
SQ. どのようにして構築していますか？				SQ. どの部門が構築していますか？			
↓				↓			
全て社内 で構築 一部ア ウトソ ーシ ン グ 全てア ウトソ ーシ ン グ				全て社内 で構築 一部ア ウトソ ーシ ン グ 全てア ウトソ ーシ ン グ			
1	経理	→	a	1	経理	→	a
2	監査	→	a	2	監査	→	a
3	情報システム	→	a	3	情報システム	→	a
4	研究・開発	→	a	4	研究・開発	→	a
5	生産	→	a	5	生産	→	a
6	物流	→	a	6	物流	→	a
7	法務部	→	a	7	法務部	→	a
8	経営企画部	→	a	8	経営企画部	→	a
9	総務部	→	a	9	総務部	→	a
10	営業・販売	→	a	10	営業・販売	→	a
11	マーケティング	→	a	11	マーケティング	→	a
12	顧客管理	→	a	12	顧客管理	→	a
13	人事部	→	a	13	人事部	→	a
14	アフターサービス・保守	→	a	14	アフターサービス・保守	→	a
15	その他	→	a	15	その他	→	a

(2) 貴社の社内データベースについての運用体制は以下のいずれですか？

1. 各部署単位で運用				2. 専門部門が一括して運用			
SQ. どのようにして運用していますか？				SQ. どの部門が運用していますか？			
↓				↓			
全て社内 で運用 一部ア ウトソ ーシ ン グ 全てア ウトソ ーシ ン グ				全て社内 で運用 一部ア ウトソ ーシ ン グ 全てア ウトソ ーシ ン グ			
1	経理	→	a	1	経理	→	a
2	監査	→	a	2	監査	→	a
3	情報システム	→	a	3	情報システム	→	a
4	研究・開発	→	a	4	研究・開発	→	a
5	生産	→	a	5	生産	→	a
6	物流	→	a	6	物流	→	a
7	法務部	→	a	7	法務部	→	a
8	経営企画部	→	a	8	経営企画部	→	a
9	総務部	→	a	9	総務部	→	a
10	営業・販売	→	a	10	営業・販売	→	a
11	マーケティング	→	a	11	マーケティング	→	a
12	顧客管理	→	a	12	顧客管理	→	a
13	人事部	→	a	13	人事部	→	a
14	アフターサービス・保守	→	a	14	アフターサービス・保守	→	a
15	その他	→	a	15	その他	→	a

社内データベースの利用範囲

問 21. 貴社の社内データベースの利用者の範囲をおたずねします。それぞれについて該当する欄の番号に○印をお付けください。(○はいくつでも)

		はい	いいえ
ア) 自社内のみで利用	担当者のみが利用	1	2
	自部署で共有・関連部署で共有	1	2
	全社ポータルに組み込んで利用	1	2
イ) 社外も含め利用	自社及び関連会社で利用	1	2
	自社及び関連会社、協力会社を含め利用	1	2
	自社及び関連会社、協力会社以外も利用可能	1	2
	その他 〔 〕	1	2

社内データベースの現状課題と今後の方針について

問 22. 社内データベースを構築・運営する上での現状の課題、ならびに今後目指している方向性等をご記入ください。(○はいくつでも)

(1) 社内データベースの構築・運用の現状課題に関して

1	構築・運用にコストがかかる(予算)
2	構築やメンテナンスのスケジュールが厳しい(時間)
3	スタッフが確保できない(人)
4	ハード・ソフト・ネットワークのスペックが非力 (処理スピード、記憶容量不足、求める機能がない、回線容量不足 など)
5	セキュリティに不安がある
6	その他 〔 具体的に: 〕

上記で答えた「現状課題」に対する対応についてお書きください。

(2) 社内データベースの構築・運用の今後の方向性に関して

ア) 既存システムの有効活用

1	既存の社内データベースを統合したい
2	既存のデータベースをGISなど他のシステムと連携させ、付加価値を高めたい
3	既存のデータベースのデータを高度に分析し、有用な情報を得たい

イ) 作りたいシステムのイメージ

1	モバイル環境で利用できるデータベースシステムを構築したい
2	個人情報の流出が危惧されるので、セキュリティをしっかりとりたい
3	その他(上記以下のシステムを下の枠内にお書き下さい)

(3) データベースソフトについてお伺いします。

社内で利用しているソフトは何をお使いですか

--

(4) 利用者に対する教育についてお伺いします。

研修、勉強会など具体的にどのようなことをされていますか

--

(5) 社内へのPR

社内のシステムについて、どのような形で広めていますか

--

(6) 企業経営への貢献の事例

社内データベースを構築したことで、企業にとってメリットがあったことについて、具体的な事例があれば、ご記入ください

--

内部統制、個人情報保護等の影響について

問 23. 日本版 S O X 法の施行は、貴社がデータベースを利用する点でどのような影響がありましたか (○はひとつだけ)。

(1) 貴社のビジネスにとっては

プラスの影響が大きい	ややプラスの影響が大きい	変わらない	ややマイナスの影響が大きい	マイナスの影響が大きい
1	2	3	4	5

(2) 貴社のシステムにとっては

プラスの影響が大きい	ややプラスの影響が大きい	変わらない	ややマイナスの影響が大きい	マイナスの影響が大きい
1	2	3	4	5

問 24. 商用データベースを 2 次利用する際、どのように対応していますか。 (○はいくつでも)

1	事前に利用申請書を受け付けている
2	適正な利用料金を徴収している
3	引用を入れるように要請している
4	2 次利用は認めていない
5	特に何も制限は設けていない
6	その他 (具体的に:)

問 25. 個人情報保護法への対応として、どのような対応をしていますか。 (○はいくつでも)

(1) 情報保護 (管理) に対する取り組み状況として該当する欄の番号に○を付けてください。 (○はいくつでも)
また、1, 2, 3 をお選びの場合、その具体的な取り組みについて (2) をお答えください。

1	プライバシーマークを取得している。	取得年:		年
2	BS7799を取得している、あるいは取得を検討している (※英国規格協会が定める情報管理認証規格)	取得年:		年
3	ISMSを取得している、あるいは取得を検討している (※経済産業省が定める情報管理認証規格)	取得年:		年
4	特に認証規格取得等への取り組みは無いが、 独自に専門の部署を設置し、対応している			
5	現在、取り組みは行っていないが、今後検討する予定である			
6	現在、社としての取り組みはなく、検討予定もない			
7	その他 ()			

(2) 顧客情報流出に関する具体的な取り組み内容について該当する欄の番号に○を付けてください。 (○はいくつでも)

1	情報が格納されているデータベースへのアクセス制限を設けている
2	全てのデータベースへの常時アクセス権を廃止している
3	データベースへのアクセスに関してユーザ、日時、アクションを記録し、保存している
4	データベースの運用部門の権限保有者を限定配置している
5	高セキュリティルームを設置している
6	ノートPC等のモバイル機器の外部使用を制限している
7	社内での外部記憶装置 (フロッピー、MO、CD-R、USB-DISK 等) の使用を禁止している
8	社外向け送信メールを全て保存し、監督責任者が常時間閲覧できる体制を整備している
9	データベースの運用部門におけるインターネット利用を禁止している
10	その他 ()

問 26. 今後どのような商用データベースサービスができれば良いとお考えですか。自由にご記入ください。

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。なお、ご記入いただきました調査票は、同封しております封筒にお入れいただき（切手不要）、2008年1月21日（月）までにご返送いただけますようお願いいたします。

2008 年版「電子情報サービス」 資料
企業を対象とした電子情報サービス利用の実態調査

2008 年 1 月 財団法人日本情報処理開発協会
データベース振興センター

本調査は財団法人日本情報処理開発協会データベース振興センターが、株式会社日経リサーチに委託して実施しているものです。

◆当センターでは、データベースを「電子媒体及びこれらに変わる手段で検索可能にした情報の集合体」と位置づけ、電子的な媒体を通じて第三者に情報を提供している全ての事業（社内利用のデータベース及び自社の情報（商品、サービス、IR など）のみを提供するデータベースを除く）の状況をお尋ねしています。

◆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（ただし自由回答については、回答者が特定できないように整形した上で、報告書に掲載することがあります）。集計結果及び分析結果については、研究報告書としてまとめると共に、年刊書「電子情報サービス（データベース白書改題）」に掲載いたします。

◆ご回答を賜りました方へは、後日、本調査の分析結果の電子ファイルをご送付申し上げます（2008 年 5 月頃）。

また、ご協力社として、「電子情報サービス」に貴社名（または団体名）を掲載させていただく予定であります。

なお貴社名の掲載をご希望でない場合は以下にチェックをお付けください。

☐ 「電子情報サービス」への掲載を希望しない。

◆「ご回答者氏名」等の個人情報をご記入いただくのは、ご回答いただきました内容について不明な場合、電話等で簡単に確認させていただくためです。その他の目的には一切使用いたしませんので、ご了承ください。

◆ご回答いただきました調査票は 2008 年 1 月 21 日（月）までにご返送いただけますようお願いいたします。

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社日経リサーチ 社会経済調査グループ 電話：03-5296-5128 FAX：03-5296-5107

平日 10:00～17:00

（電子情報サービス利用の実態調査 担当 森、坂井）



日経リサーチは99年8月に財団法人日本情報処理開発協会より、個人情報を適切に取り扱っている企業に付与されるプライバシーマークの付与認定を受けています。

— 日本経済新聞グループの総合調査会社 —

株式会社日経リサーチ

〒101-0048 東京都千代田区神田司町 2-2-7

パークサイド1ビル 社会経済調査グループ

TEL 03-5296-5128 担当：森、坂井

FAX 03-5296-5107 調査 No07-523-0074

★ご回答いただくにあたって、貴社及びご回答者についてご記入をお願い致します。

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	e-mail:						
資本金（非営利法人においては、基金、出資金等）						兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	円
最近1年の年商（売上高） 〔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〕						兆	千億	百億	十億	億	千万	百万	円
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。〕						十	万	千	百	十	一	人	

※上記のうち、資本金、年商、従業員数につきましては、2006 年 4 月 1 日以降、最も直近に終了した事業年度でご回答ください。

基礎調査

貴社の主力業種

問1. 貴社の主力業種グループを、下記の表から1つ選択して番号でご回答ください。 →

番号	業種グループ	含まれる業種
01	建設業	建設業
02	石油・化学工業	医薬品製造業、石油業、化学工業
03	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
04	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
05	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
06	商業	卸業、小売業
07	金融・保険業	金融業、証券業、保険業
08	情報処理業	情報処理サービス・ソフトウェア業
09	情報提供業	情報提供業
10	新聞・出版業	新聞業、出版業
11	放送・通信業	放送業、通信業
12	不動産業	不動産業
13	運輸・倉庫、電力・ガス	運輸・倉庫、電力・ガス
14	その他サービス業	飲食業、宿泊業、対事業所サービス、シンクタンク、広告、その他サービス業
15	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
16	その他	農・林・水産業、鉱業、その他

サービス形態

問2. 貴社のサービス形態について、該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

1	プロデューサー（データベースの作成機関。第三者に提供することを目的に情報を収集蓄積し、データベースを構築している事業者）
2	ディストリビューター（プロデューサーから委託されたデータベースを自らのシステムを通じて第三者に提供している事業者）
3	インターネットプロバイダー（インターネット接続提供者。顧客のコンピュータをインターネットに接続する業務を行う事業者）
4	ショッピングサイト・オークションサイト
5	検索・ポータルサイト（検索エンジンやリンク集を核としてウェブ上のアドレス情報を提供する事業者）
6	その他インターネットによる情報提供（自社情報の開示、自社商品・サービスの広告、解説などを除く）
7	代行検索業（顧客の要請に応じ、データベースの選択、ファイルの選択、検索式の作成、検索の実行、検索結果の評価などの業務を代行、および検索コンサルティングなどを行う事業者）
8	代理店（データの権利者ないしプロデューサーの著作権事務を代理する者、又はディストリビューターの営業事務を代理する事業者）
9	情報提供サービスは行っていない → ※9. とお答えの場合は、問15へお進み下さい。

課金と収入

問 3. 貴社の情報提供では情報提供の対価を利用者から徴収していますか？徴収方法などについてお尋ねします。該当する欄に○印をお付けください。また、「その他」を選択された場合は具体的な内容をご記入ください。

(1) 貴社の提供サービスとして、該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

回答欄	
利用者	1 契約・登録などで特定した利用者
	2 不特定の利用者
	3 ディストリビュータに提供している
	4 その他（具体的に） []
経費の財源	1 電子媒体の情報料収入
	2 電子媒体の広告料
	3 プロバイダー料金など他の電子媒体事業の収入（具体的に） []
	4 電子媒体以外の収入（具体的に） []
	5 収入はない（公共機関・ボランティアなど）

(2) 貴社で有償情報（※1）の提供サービスを行っている場合に、該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。※有償情報の提供サービスを行っていない方は、問 10 にお進みください。

回答欄	
課金方法	1 定額制
	2 従量制
	3 固定料金＋従量制
	4 最低料金制
	5 大口利用者割引
	6 その他（具体的に） []
請求方法	1 請求書（口座振替を含む）
	2 クレジットカードなど
	3 その他の電子的決済方法（具体的に） []
	4 商品（CD-ROM、DVDなど）の購入代の形式
	5 その他（具体的に） []

（※1）有償情報とは、利用者に対して貴社料金体系の中で情報利用料がどの部分かを説明している場合とします。

例えば、インターネットプロバイダーサービスでユーザーのみが利用できる情報を提供していたとしても、一括請求料金で本体価格と情報利用料が区別されていない場合は無償情報とします。

なお、同じ条件でも、オプション料金を支払った利用者だけが利用できるコンテンツがあればオプション部分は有償情報としてください。

データベースサービスの売上高（2006 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。回答欄に比率（%、小数点以下 2 桁まで）でご記入ください。

%

問 5. 2006 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くらいでしたか。マイナスの場合には数字の前にマイナス記号（-）を付してください。

例）1 割増の場合には、「10」%とし、1 割減の場合には「-10」%と記入してください。

%

問 6. 貴社のデータベースサービスの売上高のうち、国産データベースと海外製データベースの構成比について、回答欄に比率（％）でご記入ください。

回答欄			
1. 国産データベース			%
2. 海外製データベース			%
合計	1	0	0%

問 7. 提供媒体別のおおよその売上高比率をご回答ください。

サービスを提供していない場合は「0」を、提供している割合がわからない場合には「-」をご記入ください（オフライン利用のデータベースでもオンラインで配信（ダウンロード）する場合はオンライン利用とします）。また、データベースの更新データや PDF ファイルなど大容量ファイルを一括して提供するサービスを提供している場合は、そのデータベース全体の売上高に占める売上比率もあわせてご記入ください。

さらに、今後拡大、縮小が見込まれる媒体に○を付けてください（○はいくつでも）。

提供媒体(2006 年度実績)			国産データベース		海外製データベース		今後 拡大	今後 縮小
オンライン	インター ネット	1.パソコン向け		%		%	1	2
		2.携帯電話、PDA向け		%		%	1	2
		3.その他(具体的に) []		%		%	1	2
	インター ネット以外	4.公衆回線		%		%	1	2
		5.専用回線		%		%	1	2
		6.その他(具体的に) []		%		%	1	2
オフ ライ ン	7.CD-ROM/DVD			%		%	1	2
	8.MT			%		%	1	2
	9.その他(具体的に) []			%		%	1	2
合 計			1	0 0%	1	0 0%		

オンラインのうち、ネットワークから大容量ファイルを一括でダウンロードするサービスの全売上高に占める提供割合

		%			%	1	2
--	--	---	--	--	---	---	---

問 8. 貴社のデータベースサービスの売上高のうち、ディストリビューター等、データベースの流通事業者を経由した売上高および第三者提供を前提とした提携相手（顧客を含む）への売上高の占める割合はおおよそ何%でしょうか。回答欄に比率（％）でご記入ください。

□ □ □ %

問 9. 今後 3 年間に、貴社におけるデータベースサービスの年間売上高の年平均伸び率は、おおよそどのくらいになるとお考えですか。

また、データベースサービス市場全体の年間売上高の年平均伸び率は、おおよそどのくらいになるとお考えですか。それぞれ該当する番号に○印を 1 つお付けください。

		増える (20%以上)	やや増える (20%未満)	横ばい	やや減る (20%未満)	減る (20%以上)
3年間の年平均 売上高伸び率	貴社	1	2	3	4	5
	市場全体	1	2	3	4	5

情報概要と比率

問 10. 貴社ではどのような分野の情報を提供されていますか。有償、無償別（当該情報の利用に対して課金しているか否か）及び、そのおおよその構成比（％、売上高、利用者数など）をお答えください。また有償、無償を問わず、今後拡大、縮小が見込まれる分野に○を付けてください（○はいくつでも）。

	有償で提供	無償で提供	構成比	今後拡大	今後縮小
一般	1. 新聞／雑誌／ニュース	1	2	1	2
	2. 人物／機関情報	1	2	1	2
	3. 行政／法律／政治	1	2	1	2
	4. 百科事典／書誌情報／書籍案内	1	2	1	2
	5. その他一般情報 []	1	2	1	2
生活関連情報	6. ショッピング・商品紹介	1	2	1	2
	7. 店舗・施設紹介、所在地、電話番号	1	2	1	2
	8. 地図・交通・旅行・天気	1	2	1	2
	9. 映画・音楽・スポーツ・その他娯楽	1	2	1	2
	10. 就職／住宅／資産運用	1	2	1	2
	11. ウェブ検索、ウェブディレクトリーなどURL	1	2	1	2
	12. その他生活関連情報 []	1	2	1	2
自然科学・技術	13. 特許	1	2	1	2
	14. 医学／薬学／生命科学／生物	1	2	1	2
	15. 化学	1	2	1	2
	16. その他自然科学系情報	1	2	1	2
	17. 電気／電子／情報	1	2	1	2
	18. 建設（土木／建築）	1	2	1	2
	19. エネルギー／原子力／資源／環境／公害	1	2	1	2
	20. 機械／金属／素材	1	2	1	2
	21. その他技術関連情報 []	1	2	1	2
	22. 社会科学・人文科学	1	2	1	2
ビジネス	23. 企業財務／企業情報	1	2	1	2
	24. マクロ経済／市場／商品	1	2	1	2
	25. 金融／証券／為替	1	2	1	2
	26. 各種産業情報	1	2	1	2
	27. ビジネスその他 []	1	2	1	2
	28. その他 []	1	2	1	2

1 0 0 %

問 11. 貴社ではどのようなデータタイプの情報（コンテンツ）を提供されていますか。形式ごとに提供している情報内容に該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

	提供している情報	
文字データ(*1)	1 テキスト形式ファイル	(*1) 元が文字データで表示上、画像などに変換されたもの、文書データで図表、グラフなどが一体となったものはここに含みます。
	2 画像化など改変を防ぐ形に変換されたもの	
	3 XMLなど共通化書式を含むもの	
	4 その他(具体的に) []	
数値データ(*2)	5 表計算、カンマ区切りなど加工分析可能なデータファイル	(*2) 数表などタイトル、表頭、表側、注記などがあるもの、文書中のものでも一体化されていない数表はここに含みます。電話番号など意味のない記号列としての数値情報は文字情報とします。
	6 画像化など改変を防ぐ形に変換されたもの	
	7 XMLなど共通化書式を含むもの	
	8 その他(具体的に) []	
画像(*3)	9 BMP・JPGなどの画像ファイル	(*3) 写真、イラスト、地図、天気図など画像をコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の飾りなど主たるコンテンツでないものは含みません。
音楽・音声(*4)	10 音声ファイルのダウンロード	
	11 音声ファイルのストリーミング	(*4) 音楽など音響データをコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の効果音や音声案内など主たるコンテンツでないものは含みません。
映像(動画)(*5)	12 映像ファイルのダウンロード	
	13 映像ファイルのストリーミング	(*5) 動画データそのものをコンテンツとしたもの。ただし、HTML上の効果音や案内など主たるコンテンツでないものは含みません。
その他	14 マルチメディア(*6)、ソフトウェア(*7)など	

(*6) コンピューター上で文字、静止画、動画、音声など、様々な形態の情報を統合して扱うとともに、双方向性（利用者の操作に反応して表示や再生方法に変化が生じること）を持つコンテンツ。
(*7) ソフトウェアをコンテンツとしたもの。

問 12. 貴社ではどのような媒体で情報（コンテンツ）を提供されていますか。該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。「その他」を選択された場合は具体的な内容をご記入ください。

			コンテンツ分野					
			一般	生活関連 情報	自然科学 学・技術	社会科学・ 人文科学	ビジネス	その他
オンライン	インター ネット	1.パソコン向け	1	2	3	4	5	6
		2.携帯電話、PDA向け	1	2	3	4	5	6
		3.その他(具体的に) []	1	2	3	4	5	6
	インター ネット以外	4.公衆回線	1	2	3	4	5	6
		5.専用回線	1	2	3	4	5	6
		6.その他(具体的に) []	1	2	3	4	5	6
オフライン	7.CD-ROM/DVD		1	2	3	4	5	6
	8.MT		1	2	3	4	5	6
	9.その他(具体的に) []		1	2	3	4	5	6

問 13. 各媒体における売上の多い分野を下記の「分野番号一覧表」を参考にして、上位5つまで番号でご記入ください。媒体で「その他」を選択された場合は、具体的な内容をご記入ください。

			1位	2位	3位	4位	5位
オンライン	インター ネット	1.パソコン向け					
		2.携帯電話、PDA向け					
		3.その他(具体的に) []					
	インター ネット以外	4.公衆回線					
		5.専用回線					
		6.その他(具体的に) []					
オフライン	7.CD-ROM/DVD						
	8.MT						
	9.その他(具体的に) []						

〔一般〕		〔自然科学・技術〕	
01	オーディオ・ビジュアル/ゲーム・娯楽	20	医・薬学/バイオ/化学
02	サービスガイド・案内情報	21	宇宙/地球/海洋/水産
03	辞(事)典/百科/ディレクトリー	22	エネルギー/資源/環境
04	学習教材	23	気象・気候
05	書誌/図書・刊行物情報	24	科学技術/特許
06	人物情報(Who's Who)	25	コンピューター/ソフトウェア
07	新聞/雑誌/ニュース	26	建築・建設
08	政治/行政	27	数学/農業・農学
09	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		
18	不動産		
19	法律・法規・判例/税・税務情報	99	その他

サービス負荷

問 14. 貴社のデータベース構築、開発、管理等の状況についてお尋ねいたします。(1)～(3)までの設問にお答えください。

- (1) データベース構築、維持管理、サービス提供などにかかる経費（人件費、外注費、管理費などを含み、社内システム分は可能な範囲で除いてください）を下記の業務に区分し、おおよその構成比をデータベース経費全体を100%としてご記入ください。

	構成比			
1. システム設計				%
2. プログラム開発				%
3. データ収集				%
4. 分析・加工				%
5. データ入力				%
6. マニュアル作成				%
7. ハード・ソフトリース料等				%
8. セキュリティ				%
9. その他(具体的に)				%
				%
合計	1	0	0	%

- (2) 貴社のデータベース経費のうち、人件費、外注費は、おおよそどの程度でしょうか。データベース経費全体を100%として、おおよその比率でご記入ください。(人件費は正社員、アルバイト、派遣社員などを含む。外注費はこれらを除き、開発、メンテナンス、運用などにかかる外注経費)。

データベース経費のうち外注費比率				%
データベース経費のうち人件費比率				%

- (3) 貴社の総売上高（年商）のうち、データベース経費はどの程度を占めますか。おおよその比率（%、小数点以下2桁まで）でお答えください。

総売上高に占めるデータベース経費比率				・			%
--------------------	--	--	--	---	--	--	---

期待するメディアなど

問 15. 情報提供の媒体、手段、サービスとして以下の中から今後拡大するとお考えの項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

1	携帯電話向け情報サービス	
2	公衆無線LAN	
3	超高速インターネット衛星 (*1)	
4	ポータルサイト・検索エンジン	
5	インターネット広告	
6	ブログ (Weblog) (*2)	
7	RSS (Rich (RDF) Site Summary) (*3)	
8	3Dバーチャルプラットフォーム (*4)	
9	メールマガジン	
10	デジタル放送・ブロードバンド放送	
11	e-ラーニング	
12	ニュースサイト	
13	ショッピング・オークションサイト	
14	個別企業・団体のホームページ	
15	電子政府サイト	
16	その他(具体的に)	
	[]	

(*1) 宇宙開発事業団により進められているインターネットのデータをやり取りできる衛星。

(*2) 日記的なウェブサイト。最近では、ニュース記事やウェブサイトへのリンクを張り、評論を書き加えた記事が時系列に配置されているサイトをさすことが多い。「blog」と省略して呼ばれる。

(*3) ウェブサイトの見出しや要約などを記述するXMLベースのフォーマット。多数のウェブサイトの更新情報を効率的に把握することができる。サイトを指定すれば自動的にそのRSS情報を取り込んで更新状況をまとめるソフトなどが開発されている。

(*4) 「セカンドライフ」などに代表されるような仮想空間サービス。

不安・問題点

問 16. 今後データベース事業（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・懸念されることは何ですか。
該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

1	インターネットが今後どう発展していくか見通せない
2	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
3	参入企業が増え、これまで以上に競争が激化している
4	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
5	ホームページなど、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
6	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
7	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
8	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
9	個人情報・機密情報など、漏えいの恐れがある
10	認証手続きなどが確立されていない
11	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
12	料金の徴収方法（課金）が面倒である
13	プロバイダーなどに支払う回線料金が低い
14	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
15	特に不安・懸念される問題はない
16	その他（具体的に） []

問 17. データベースを構築する上で問題となっている点について、該当する項目の番号に○印をお付けください（○はいくつでも）。

1	データの収集、入力などの構築作業にコストと時間がかかる
2	構築後のメンテナンスコストが負担になる
3	初期投資が大きく回収困難（ビジネスとしてのリスク大）
4	標準化の検討が不足
5	データベース管理システムなど効率的ソフトウェアが不足
6	プログラマーなどのシステム開発担当者が不足
7	インデクサーなどのデータ作成者が不足
8	構築に関しての国の助成が少ない
9	セキュリティ対策への不安
10	収支が見通せない
11	その他（具体的に） []

問 18. インターネットなどを通じて提供される無料のデータベース（利用者には課金しない）サービスは、貴社のビジネスにとって脅威となっていますか（○はひとつだけ）。

大変脅威に感じる	やや脅威に感じる	どちらともいえない	あまり脅威に感じない	全く脅威に感じない
1	2	3	4	5

問 18-附問 1. 貴社では、どのような対応策をとっていますか（具体的にお書きください）。

内部統制や個人情報保護等の影響について

問 19. 日本版 S O X 法の施行は、貴社にとってどのような影響がありましたか (○はひとつだけ)。

(1) 貴社のビジネスにとっては、

プラスの影響が大きい	ややプラスの影響が大きい	変わらない	ややマイナスの影響が大きい	マイナスの影響が大きい
1	2	3	4	5

(2) 貴社のシステムにとっては、

プラスの影響が大きい	ややプラスの影響が大きい	変わらない	ややマイナスの影響が大きい	マイナスの影響が大きい
1	2	3	4	5

問 20. また、個人情報保護法の施行は、貴社のビジネスにとってどのような影響がありましたか (○はひとつだけ)。

プラスの影響が大きい	ややプラスの影響が大きい	変わらない	ややマイナスの影響が大きい	マイナスの影響が大きい
1	2	3	4	5

問 21. インターネットなどを通じて提供される無料のデータベース (利用者には課金しない) サービスは、今後どのよう
になっていくとお考えですか (○はひとつだけ)。

大幅に増えていく	やや増えていく	変わらない	やや減っていく	大幅に減っていく
1	2	3	4	5

問 22. 貴社の提供するデータベースの 2 次利用についてどのような対応をされていますか (○はいくつでも)。

1	事前に利用申請書を受け付けている
2	適正な利用料金を徴収している
3	引用を入れるように要請している
4	2 次利用は認めていない
5	特に何も制限は設けていない
6	その他 [具体的]

問 23. 貴社の提供するデータベースを利用者が不正に 2 次利用した場合、どのような対応をされていますか (○はいくつ
でも)。

1	必ず、事前に承諾書をとるようにしている
2	法的に訴えたことがある
3	使用料を請求した
4	利用の差し止め要請をした
5	特に何も制限は設けていない
6	その他 [具体的に:]

ご協力ありがとうございました。なお、ご記入いただきました調査票は、同封しております封筒にお入れ
いただき (切手不要)、2008 年 1 月 21 日 (月) までにご返送いただけますようお願いいたします。

禁 無 断 転 載

平成 20 年 3 月発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会

東京都港区芝公園 3-5-8

機械振興会館内

TEL 03 (3432) 5434

印刷所 有限会社中央プリント

東京都中央区日本橋茅場町 2-3-3

ホンカビル

TEL 03 (3666) 2985

