

48-R004

# インフォメーション・ユーティリティに 関する報告書(1)

(北海道における民間企業の情報需要調査)

昭和49年 3 月



財団法人 日本情報処理開発センター

JIPDEC

48  
R004

この報告書は、日本自転車振興会から競輪収益の一部である機械工業振興資金の補助を受けて、昭和48年度に実施した「インフォメーション・ユーティリティに関する調査」の成果をとりまとめたものである。

## 序

わが国における情報化の進展にはめざましいものがあり、拡大の一途をたどっていますが、近年その進展に新しい局面の展開が期待されております。

これは、今までの一企業あるいは一団体内といった単体の内部での情報の利用から、さらに大きな広がりをもった、広域において発生する情報を総合的に利用する効果を目的とするものと考えられます。

このような状況にあって、情報化の進展における次の段階といわれる「必要なときに必要な情報を必要な場所で自由に取得できるサービス」いわゆるインフォメーション・ユーティリティの出現が期待されております。しかし、この要請を満たすためには一企業、一団体のみでは非常に困難であるため、生活情報を含め、現代社会においてどのような情報が必要とされているか、どのようにすれば、サービスできるかなどの調査研究は非常に緊要なことと考えられます。

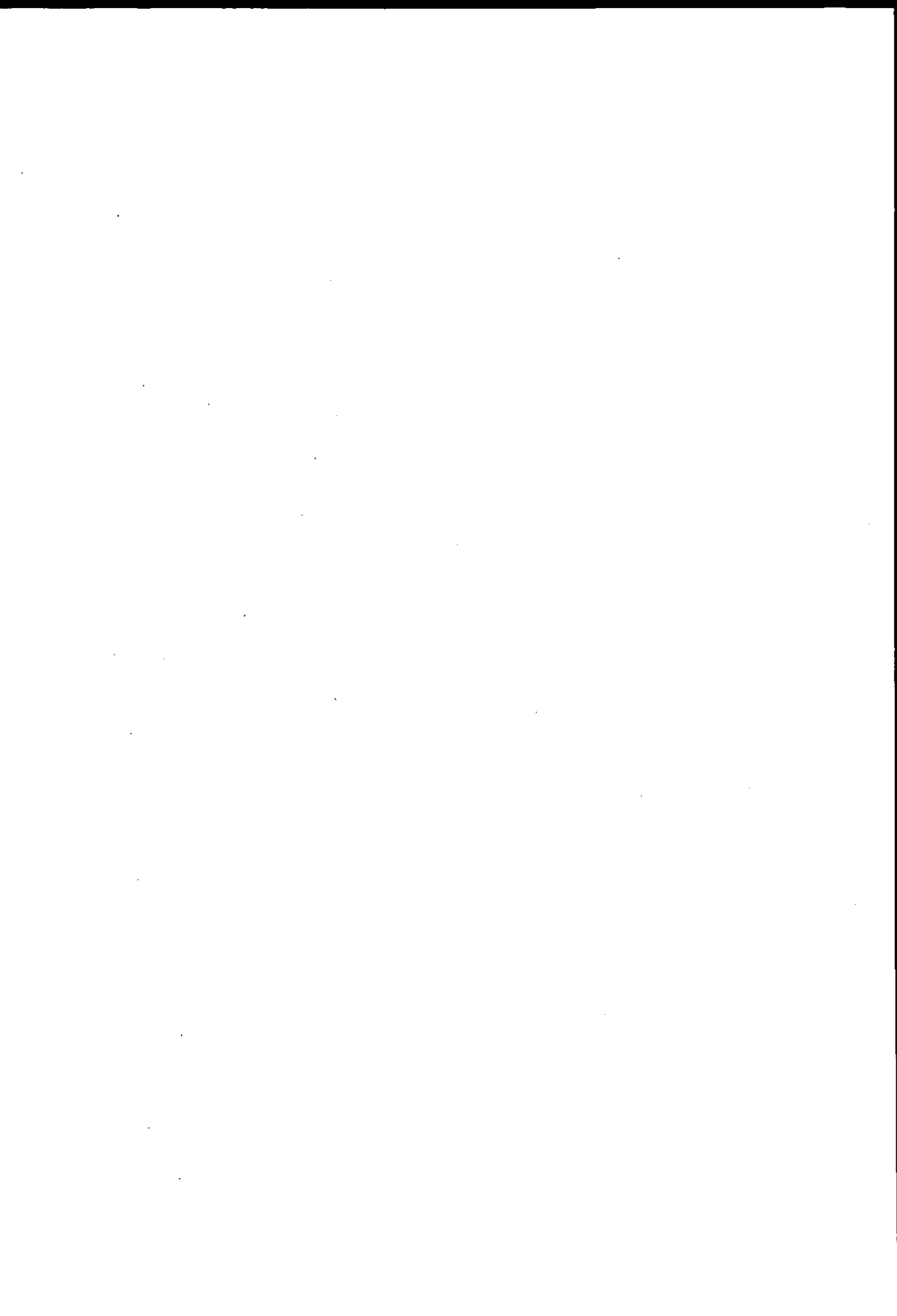
当財団では、このため、地域における情報のニーズを特に民間企業を中心に調査することとし、北海道を例にとり、同調査を北海道情報システム調査会に委託いたしました。

本報告書は同調査会より提出されたものをまとめ、紹介するものです。

昭和49年3月

財団法人 日本情報処理開発センター

会長 難 波 捷 吾



## は し が き

社会経済の発展にともない産業界、行政機関における情報化は急速に進行しておりますが、現状の情報流通は大都市に集中する傾向にあり、情報の地域格差を解消することが緊急の要件とされております。また生活の向上に係わる地域情報に対する需要も高まりつつあります。

これらの地域情報化の問題を解決するには1企業、1団体における情報化を推し進めるのではなく、その地域、または全国的視野において関連機関が相互に分担し、補完し合い、有機的な連携をもちながら、推進することではないかと考えられます。

それにはキー・ステーションとなる地域においても、それに対処する公共的共同利用の推進ということが、まず、必要になつてくると考えます。

最近、この地域情報化への構想が各地域で活発に研究されております。しかし、具体的な方法論はほとんど見当たらないというのが現状であります。

このため、当調査会では、財団法人日本情報処理開発センターが進めている「地域情報ネットワーク等に関する調査研究」の一環として北海道地域をケーススタディとして地域情報システム調査委員会を設けて実施いたしました。

本年度の調査は北海道地域における情報ニーズの把握に重点をおいて行なわれ、中間的な報告書として公表することといたしました。今後はネットワーク形成上の問題、情報処理方式の問題などについてさらに具体的な調査研究を継続する予定としております。

本調査報告書の上梓にあたり、調査、分析に当られた地域情報システム調査委員会会長谷部委員長はじめ委員各位ならびに、アンケート調査、面接調査に貴重など意見をいただいた企業の店のご協力に対し厚くお礼申し上げますとともに、本報告書が各地域の方々のご参考になり、かつわが国の地域情報化の進展につながることを期

待しております。

昭和49年3月

北海道情報システム調査会

会長 佐 藤 健 二

## 地域情報システム調査委員会構成

( 5 0 音順敬称略 )

委員長	長谷部 亮 一	小樽商科大学教授
委 員	安 達 健 治	北海道商工観光部商工振興課長
	飯 田 哲	北海道情報調査会事務局長
	稲 月 実	北海道情報広報センター組織開発部長
	加 藤 恒 男	北海道電気通信局データ通信部総括担当調査役
	清 田 初 二	北海道電力㈱企画部調査課長
	黒 田 重 雄	北海道大学経済学部助教授
	清 水 文 男	㈱電通北海道支社マーケティング部長
	末 武 高	札幌市経済局商工観光部中小企業指導センター所長
	鈴 木 崇 正	札幌通商産業局産業振興課長
	高 木 茂	札幌通商産業局総務部情報対策室長
	田 辺 芳 一	(前)北海道拓殖銀行調査部次長
	長 尾 昭 哉	北海道大学経済学部教授
	羽 豆 領 治	札幌商工会議所企画調査部次長
	林 正 宏	北海道銀行企画部調査役
	久 次 智 雄	小樽商科大学教授
	古 里 英 一	北海道生産性本部開発部長
	三 浦 良 一	北海道大学教授
	吉 岡 道 夫	北海道情報広報センター企画部長
事務局長	広 田 和 夫	札幌商工会議所常務理事





# 目 次

はじめに—— 情報化社会の地域格差と地域特性 ——	1
I. 調査の方法について	5
1. 調査のねらい	5
2. 調査対象と回収状況	7
3. 調 査 事 項	9
4. 集計のための分類	11
II. 情報の必要性について	17
1. 全 般 的 な 考 察	17
2. 行 政 情 報	26
3. 経 済 情 報	32
4. 人口・労働力情報	38
5. 流 通 情 報	44
6. 地 域 開 発 情 報	49
III. 情報の必要性について（続）	53
1. 交 通 情 報	53
2. 産 業 技 術 情 報	56
3. 環 境 情 報	59
4. 所 在 情 報	63
5. 各 種 統 計 情 報	66
6. そ の 他 の 情 報	80
IV. 情報の収集について	83
1. 情報の入手先と形態	83

2. 情報入手の難易 .....	91
3. 収集専門部門の有無 .....	95
4. 自社調査の有無 .....	96
5. 収集のための費用 .....	97
V. 情報の処理・利用について .....	109
1. 利 用 目 的 .....	109
2. 利 用 度 .....	112
3. 整理・保管体制 .....	116
4. コンピューターの利用状況 .....	118
おわりに——地域情報センターへの示唆—— .....	120

## は　じ　め　に

### ——情報化社会の地域格差と地域特性——

最近における社会経済の高度化・多様化にともない、各種の情報がさまざまな分野において増大しており、これに対応して情報処理技術の開発が急速に進められているが、これまでの情報化の進展は、その多くが首都圏あるいは関西地区など、大都市地域にかたよっている傾向にある。

いわゆる情報化社会の特質を、情報の重要性にたいする利用者の認識と、大量情報の発生ならびにその顕在化との、累積的な相互作用としてとらえるならば、大都市および大都市地域では、ますますその相互作用が積み重ねられ、情報化の立ち遅れている地域をより一層ひき離すであろう。したがって一方には、大量の情報集積とその有効利用、他方には、未発掘の潜在的な情報源とその重要性にたいする認識の欠如、あるいは有効な利用手段の欠如といった、情報の地域格差が拡大していくことになる。

集積量と利用度の相関を前提にするかぎり、情報の地域格差は不可避免的に発生し、所得や資産の地域格差よりも、一層増幅された形であらわれざるをえない。もちろん、情報伝送技術の開発にともなう、全国ネットワークの整備による、格差解消への方向をも見落してはならないであろう。しかしそれは現在のところ、回線容量の問題、あるいは回線構成の複雑化、その経済性の問題よりして、きわめて限られた範囲において期待されるにすぎない。

情報それ自体の性格からいって、もともと地域的な特異性が少なく、したがって中央集中が可能であり、集中によって有効な処理と利用が促進されるものもある。だがそれとは逆に、はじめから地域的な特異性をもっている情報、あるいは利用において地域的な特性を要請される情報があり、さらにまた、需要者へのサービスの面で、地域的な特殊性への配慮が必要とされるものもある。これらは、地域格差の

解消という、いわば消極的な対応策を越えて、地域社会の特性に適合しうる情報収集・処理・サービスのシステムを構成して、地域における情報化を強力に推進するという、積極的な課題をわれわれに投げかけるのである。

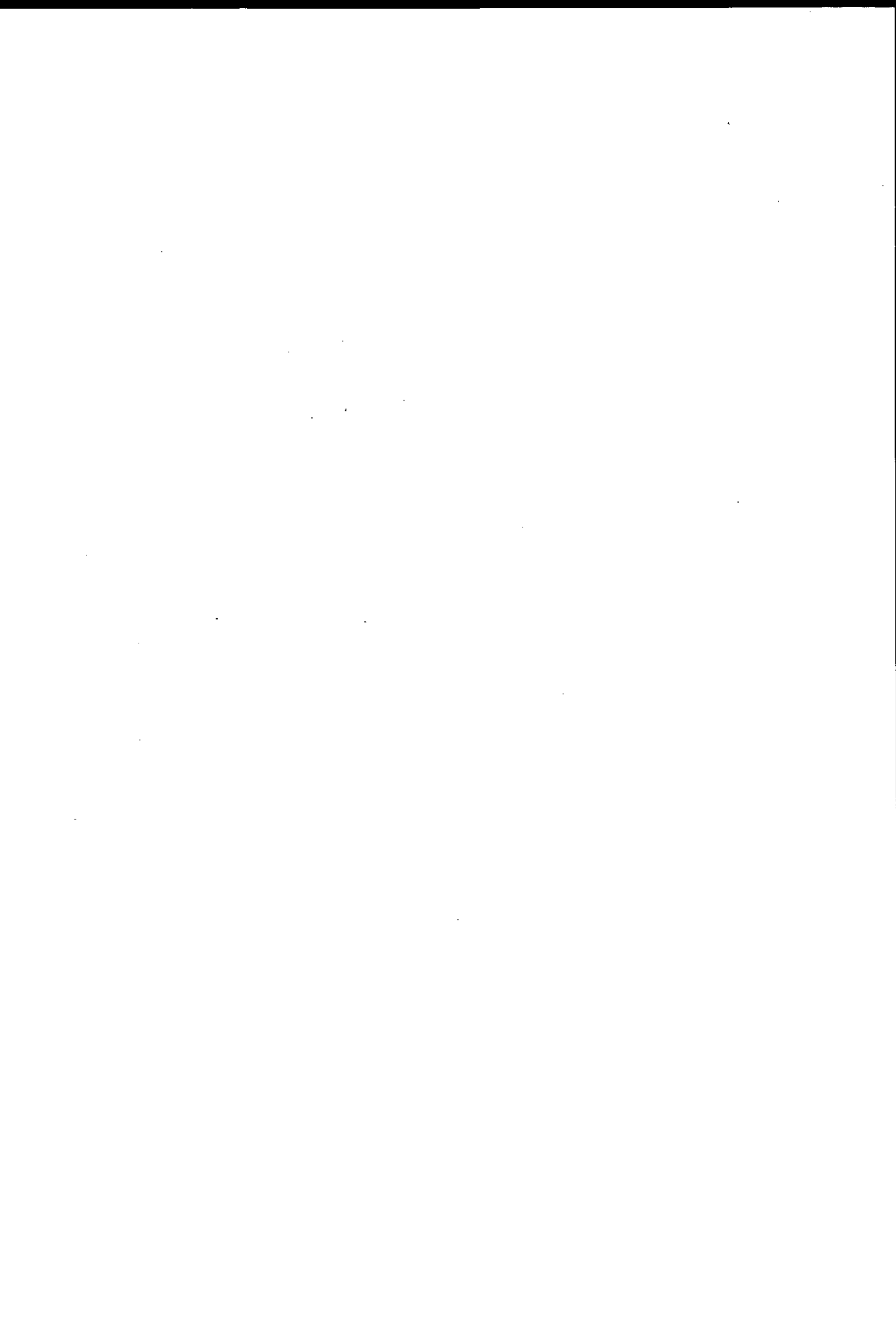
閉鎖的な地域主義は、もとより情報化時代に逆行するものであり、地域格差の存在を軽視することは、非現実的な展望におちいるであろう。それらを十分に留意した上で、なお情報の地域特性にかんする強調は、情報化社会の特質である利用と情報量の相互作用そのものから、必然的に導き出されるのである。情報需要が地域によって異なるとすれば、加工基準もその利用者の地域性によって異なり、利用者の要求内容によって決定されるべきであろう。すなわち、情報の種類および流通、優先順位、蓄積・加工・提供の方法など情報処理方式においても、地域の特性を生かしたものでなければならない。

地域における情報化を強力に推しすすめるためには、その中核的な地位をしめ、中枢的機能を発揮すべき、情報処理の専門的な機関の設置が必要不可欠である。しかし、この情報処理の専門機関が効率的な機能を発揮するには、既存の関連機関との間に、相互に分担し補完しあうネットワークを形成しなければならないし、また全国的な総合システムの一構成機関として、各地域の専門センターと密接な連携を確保すべきであろう。その連携によりはじめて、地域特性を生かしながら情報の地域格差を解消する方向に前進することが期待されよう。

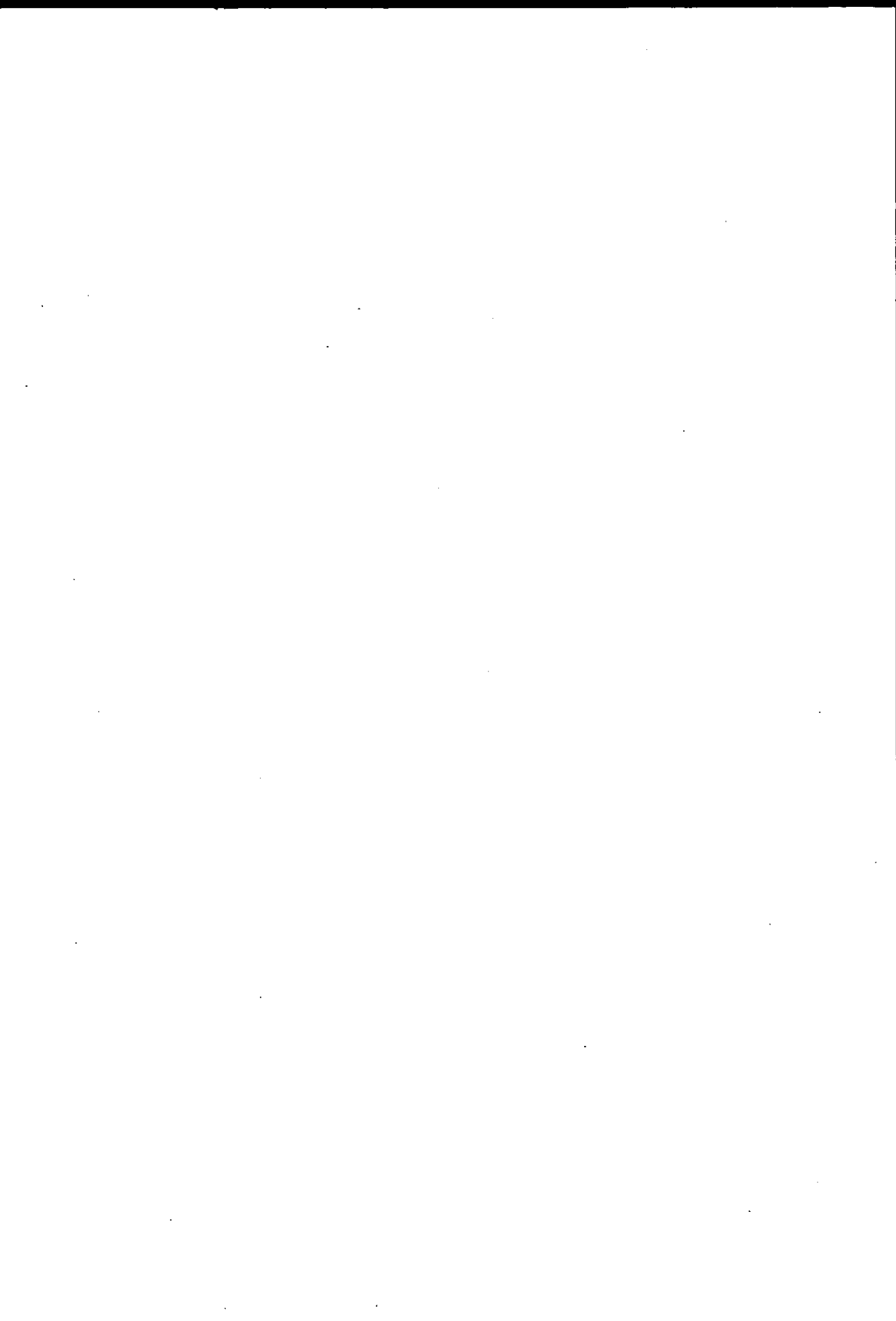
このような意味においてわれわれは、北海道地域における情報処理および情報の利用にかんする調査・研究をおこない、新しい地域情報システムを開発し、地域情報処理の発展に寄与すべく、「地域情報ネットワーク等にかんする調査研究」というプロジェクトを企画し、第1の課題として、北海道における情報需要の地域性を明らかにし、第2の課題として、北海道における情報ネットワーク形成のあり方を検討しようとした。

これら2つの課題にたいする接近は、同時並行的に実施される予定であった。

第2の課題にかんしては、まず北海道内における主要な一次情報提供機関について、その定期刊行物の配布方法と利用状況、および二次情報への経路などを中心に調査を進めていったのであるが、実際に、第1の課題の調査結果にかかわるところが多く、暫定的な覚書の段階にとどまり、まだ全体的なまとまりに到達していない。本報告は、第1の課題の主要部分である、民間企業における情報需要の実態調査をとりまとめたものである。



# I. 調査の方法について





# I 調査の方法について

## 1. 調査のねらい

北海道における情報利用にかんする実態調査としては、すでに北海道情報科学調査研究会が、45年度から3回にわたって実施している。今回の調査は、一方では、既存の調査結果と関連させ、情報需要の実態についてより一層掘りさげるとともに、他方では、従来おこなわれなかった地域別の集計分析を試み、かつできるだけ中小企業をも含む幅の広いものにしようと企てた。

45年度の調査は、年商額10億円以上の地場企業、年商額200億円以上の道外企業の出先事業所、および官公庁・研究機関など、799カ所を対象としておこなわれ、回収率は22.3%であった。集計分析のための分類としては、第2次産業・第3次産業・官公庁等という業種別と、官公庁等をも含めた地場・道外別が採用されたが、規模別ならびに道内地域別の分析はおこなわれていない。調査の内容は、情報利用の現状、情報センターの必要性、今後の情報利用の動向などにかんするものであった。

北海道情報科学調査研究会の第2回目の調査は、46年度に実施され、従業員50人以上の製造業897企業を対象にし、上記第1回調査の内容と類似のものを、製造業にふさわしく産業技術情報などに重点をおいて、掘りさげている。回収率は28.7%であり、集計分析にあたって、製造業のなかの中分類業種別と、従業員による規模別分類が採用され、ここでも道内地域別はとられなかった。

第3回目は47年度におこなわれ、情報センターに期待されるサービスなどを中心に調査され、対象は上記第1回調査ならびに第2回調査における回答企業および回答機関、合計517カ所に限定され、その回収率は65.6%であった。このときの集計分析のための分類は、官公庁・研究機関・民間企業という、機関種別のみである。

今回の調査では、必要情報の内容、情報源、収集のための費用などについて、かなり細目に立ちいることも企画されたが、調査対象として中小規模の企業をも含むことを考慮し、回答が比較的容易なように、いく分あいまいさを残す形に落ちついた。情報の企業内における加工・処理については、回答担当者がかならずしも当該企業の情報処理専門部門ではない、この種のアンケート調査になじまぬものと判断し、別の機会、たとえば今回の調査をもとにして、情報処理の専門担当者を直接対象にするような調査を企てる方が、有効適切であろうと考えた。

また、予定される情報センターにたいして、どのような種類のサービスを期待し、どのような形態での提供を希望し、かつどのような程度の協力をするかという問題については、あるべき情報センターの体制や機能にかんする構想が、明確にうち出されぬかぎり、実効ある回答を望みえないであろう。今回の調査は、この問題への接近を目標としながら、いわばその前段階にとどまらざるをえない。

従来対象に含められていた官公庁、および大学・研究機関などを、今回の調査対象から除いたのは、ひとつには時間的制約にもよるが、それらの諸機関における情報の利用や処理は、民間企業とは全く異質なものであり、したがって総括的に集計分析することはもちろん、単純に比較対照することさえ、かならずしも実際に意味のある結果をもたらさぬと考えたためである。さらに、これらの諸機関へアンケート調査票を送付する場合、通常の文書処理のルートにおいて取扱われるならば、かならずしも当該機関の情報利用にかんする実態、あるいは要望が適確に回答されるとはかぎらない。ここでもやはり、企画担当部門とか、情報処理担当部門とか、あるいは情報利用に関心をもつ研究者とかを、直接対象にした検討が必要であろう。

注)

北海道情報科学調査研究会による北海道地域情報利用実態調査報告書は下記のとおり。

第1回 「北海道地方における情報利用の現状と動向」昭和46年3月

第2回 「北海道企業における情報活動の現状と動向」昭和47年3月

第3回 「北海道における情報サービスの方向」 昭和48年3月

## 2. 調査対象と回収状況

調査対象の選定は、事務処理上の問題をも考慮して、各市における商工会議所の名簿を手がかりに、代表的な企業を有意抽出するという方針をとった。

まず、北海道内にある40会議所のうち主要15会議所に限定し、さらに人口10万人以上都市および地域的な関係を勘案して、最終的には札幌市、函館市、小樽市、旭川市、稚内市、北見市、室蘭市、苫小牧市、帯広市、釧路市が選ばれた。この10市における各層の代表的な企業を、おおよそ600程度選定することにした。ただし、製造業については従業員50人未満の階層、卸売・小売業とサービス業などについては、従業員20人未満の階層を省いた。

道外企業の出先事業所は、その大多数が札幌市に集中しており、札幌商工会議所の調べによると、47年5月現在で約3,100社、このうち従業員50人以上の製造業と、同じく20人以上の卸売・小売業およびサービス業などは、429社をかぞえるのであるが、これからおおよそ200程度を有意抽出することにした。実際には、表1-1に示すとおり、231企業が選出された。

調査時点を昭和48年11月26日現在とし、各企業からの調査票の回収は、同年12月25日をもって締切った。回収状況は、表1-1のようになっており、全体としての回収率は42.1%であった。ところが、郵送遅延その他の理由により、締切り後もひきつづき調査票の回収が進み、原稿執筆の段階では、回収率58.0%に達している。時間的な関係から、12月25日までの分に限って、集計分析をおこなわざるをえなかったが、全体にかんする再集計については、他日を期したい。回答を寄せられた各企業のご協力にたいし、心から謝意を表する次

第である。

表 1 - 1

# 調 査 対 象 数 と 回 収 状 況

項目 \ 規模別			対 象 数	回 収 数	回 収 率 (%)
札	幌	市	2 9 2	1 2 9	4 4. 2
函	館	市	2 3	1 0	4 3. 5
小	樽	市	2 5	1 0	4 0. 0
旭	川	市	2 7	9	3 3. 3
稚	内	市	2 6	1 2	4 6. 2
北	見	市	2 6	1 3	5 0. 0
室	蘭	市	2 1	1 0	4 7. 6
苫	小 牧	市	2 7	1 6	5 9. 3
帯	広	市	3 1	1 7	5 4. 8
釧	路	市	2 6	8	3 0. 8
道	外 企 業		2 3 1	8 4	3 6. 4
合 計			7 5 5	3 1 8	4 2. 1

### 3. 調 査 事 項

調査項目は大きく4つに分かれ、第1は経営的事項についてであり、地場企業にたいしては、設立年月、道内・道外・海外別の需給構成、需要開拓の現況と予定などを問い、また道外企業の出先事業所にたいしては、事業所開設年月、道内事業所数および主な所在地、全国での主な事業所数、道内分取引高の割合、道内取引にかんする評価などを問い、参考資料とした。経営的事項と情報需要との関連を考察するためには、もっと詳細な設問が必要であろうが、これはあくまでも参考資料にとどまり、その一部分のみが集計分類に際して利用されている。

地場企業と道外企業とで設問を区別したのは、上記の経営的事項についてだけであり、情報にかんする諸項目については、同一の質問がなされる。なおこの調査で取扱う情報は、主として外部情報であり、かつ特殊のインフォーマルな情報を除くことを、冒頭に断っている。

第2の調査事項は、情報の必要性についてであり、ここでは「貴社（事業所）ではどのような情報を必要としていますか」と問い、1.行政情報、2.経済情報、3.人口・労働力情報、4.流通情報、5.地域開発情報、6.交通情報、7.産業技術情報、8.環境情報、9.所在情報、10.各種統計情報、それぞれについて(1)もっと欲しい、(2)今で十分だ、(3)必要としない、という3つの回答のいずれかを求め、(1)および(2)の回答にたいしては、さらにどのような内容のものを必要としているか、あるいは利用しているかと尋ね、たとえば行政情報については6項目、経済情報については12項目、各種統計情報としては30項目につき、回答（複数回答も可）を求める。

上記の(1)(2)(3)の区別は、(3)が必要でなくしたがって利用もしていない、(2)は必要であり利用しているが、もっと欲しいとは思わぬという意味において、必要度が相対的に低い、(3)は必要の度合いが相対的に高い、という含意をもっている。なお、11番目の事項として、上記10種類の情報以外のものについて、ただ単

に必要かどうかを尋ねることにしている。

第3の調査事項は、情報の収集についてであって、まず情報源を入手先別・形態別に調べる。入手先としては、(1)諸官公庁、(2)一般新聞・雑誌社、(3)専門新聞・雑誌社、(4)業界新聞・雑誌社、(5)文献、(6)各業界の組合または協会、(7)研究機関またはコンサルタント、(8)関連業者、(9)消費者およびその団体、(10)その他、とし、類似の調査でかなりの高率をしめる新聞・雑誌関係を、一般・専門・業界の3つに分けている。形態としては、記録情報を「刊行物」、非記録情報を「聞きとり」ということにした。

つぎに、情報収集の難易と、それが困難な場合の理由、さらに情報の利用度と、それが低い場合の原因について質問している。これらは、情報の種類によって異なるはずであるから、第2の調査事項で掲げた10種類の情報ごと、および上記の情報源ごとに尋ねるべきであろうが、調査票がひじょうに煩雑になることを避け、ここでは収集する側の体制についての概況と、全般的な問題点のみに触れることにした。4番目は、情報を収集するための専門担当部門設置の有無である。

5番目の質問は、情報収集のための費用にかんするもので、費目区分として、刊行物購入費、団体への加入費、委託調査費、その他（たとえば自社調査など）とし、情報収集のための直接的経費に限定し、期間を最近1年間と限った。また金額については、できるだけ回答しやすいように配慮し、10万円未満、10万円以上50万円未満、50万円以上100万円未満、100万円以上300万円未満、300万円以上500万円未満、500万円以上1,000万円未満、1,000万円以上という、おおまかな7区分を採用した。

第4の調査事項は、情報の処理・利用についてであるが、今回の調査の重点は、必要な情報の種類と内容およびその収集におかれ、処理段階あるいは利用段階における諸問題は、むしろ付随的に・参考的なものであり、次回の調査にたいする足がかりといった意味をもつ。したがって、調査項目もごく絞って、情報の全般

的な利用目的、収集情報の整理・保管体制、コンピューターの利用状況、過去1年間に於ける社内スタッフによる自社調査の有無、その種類と概算費用、などにとどめた。

#### 4. 集計のための分類

調査票の回収状況は、前出表1-1のとおりであるが、集計にあたって、これを業種別、規模別、地域別にそれぞれ分類し、地域別については、複数の分け方を試み、さらに経営的事項による分類を付加した。

まず業種別分類であるが、回答企業および事業所を、日本標準産業分類によって区分けすると、表1-2のようになる。これをさらに、同表右欄に示すようにまとめあげ、建設業を含む製造業86、商業171、サービス業その他61とする。

つぎに規模別分類であるが、中小企業基本法の規定などを参考にして、製造業と商業の分類基準を区別することにし、建設業を含む製造業については、従業員100人未満を小規模、100人以上300人未満を中規模、300人以上を大規模とした。商業とサービス業その他については、50人未満を小規模、50人以上100人未満を中規模、100人以上を大規模とした。なおすでに述べたように、製造業などは50人未満を、また商業などでは20人未満のものを、あらかじめ調査対象から除いてある。業種別分類と規模別分類の組み合わせは、表1-3に示すとおりであり、規模別集計に際して使用した区分けは、同表下欄のように、小規模110、中規模102、大規模106となる。

地域別の分類については、表1-1にあるように、まず地場企業と道外企業に分けられる。調査対象の選定にかんして述べたとおり、ここで道外企業の出先事業所は、札幌市に設置されたものに限られているから、それと対比するという観点からしても、また道内における地域区分の観点からしても、当然札幌市がひと

つの地域として選ばれる。したがって、札幌市以外の9市は、これを総まとめにして、たとえば「札幌市以外の地域」と名づけることができよう。

これら9市と札幌市との距離、あるいは位置的な関係を、簡略な形で図示すると、おおよそ図-1のようにあらわすことができる。ここで時間距離というのは、各市から国鉄を利用して札幌へ行く場合の所要時間であり、特急のうち最も短い時間のもの、特急がない区間については、急行もしくは普通のうち所要時間の最も短いものを選び、それらを線分の長さで示してある。乗り換え連絡のための時間は省いた。この時間距離でみると、札幌市を中心とする特急110分圏、すなわち札幌市、小樽市、苫小牧市、旭川市、室蘭市をひとつの地域として扱い、その他の5市と区別することもできよう。適当な名称がないので、誤解されるおそれもあるが、前者をかりに「道央地域」とよび、後者を「道央以外の地域」とよぼう。

さらに、地場企業の経営的事項にかんする質問のうち、市場別需要について、「道内市場だけで十分」と答えた企業群と、「道内市場だけでは不十分」で、かつ「すでに道外市場へ進出している」ものと、「道外市場へ積極的に進出したい」と答えたものをあわせた企業群を考えることが可能である。道外企業の出先事業所群と比較すべきものは、上記のような所在地別の地域区分ではなくて、こうした取扱い市場の広狭による分類であるということもできよう。「道内市場だけで十分」と答えた企業は、業務の性格上「進出の余地はない」もの、道外市場について「情報不足でわからない」もの、あるいは進出を「検討している」ものなどを含んでいるが、これらを一括して「道内市場企業」とし、「すでに進出している」と答えた企業に、積極的に進出したいと考えているものをあわせて、「道外進出企業」とよぶことにする。

地域別分類による回収調査票の数は、表1-4のとおりであり、また経営的事項による分類でのそれは、表1-5のとおりである。



表 1 - 2

## 業 種 別 分 類

産 業 分 類	回 収 数	集 計 分 類
建 設 業	7	8 6
製 造 業	7 9	
卸 売 業	1 3 7	1 7 1
小 売 業	3 4	
金 融 ・ 保 險 業	1 6	6 1
不 動 産 業	4	
運 輸 ・ 通 信 ・ 公 益 事 業	2 0	
サ ー ビ ス 業	2 2	

表 1 - 3

## 規 模 別 分 類

業 種 \ 規 模	小	中	大	計
建 設 業 を 含 む 製 造 業	3 8	3 6	1 2	8 6
商 業	5 9	5 3	5 9	1 7 1
サ ー ビ ス 業 そ の 他	1 3	1 3	3 5	6 1
計	1 1 0	1 0 2	1 0 6	3 1 8

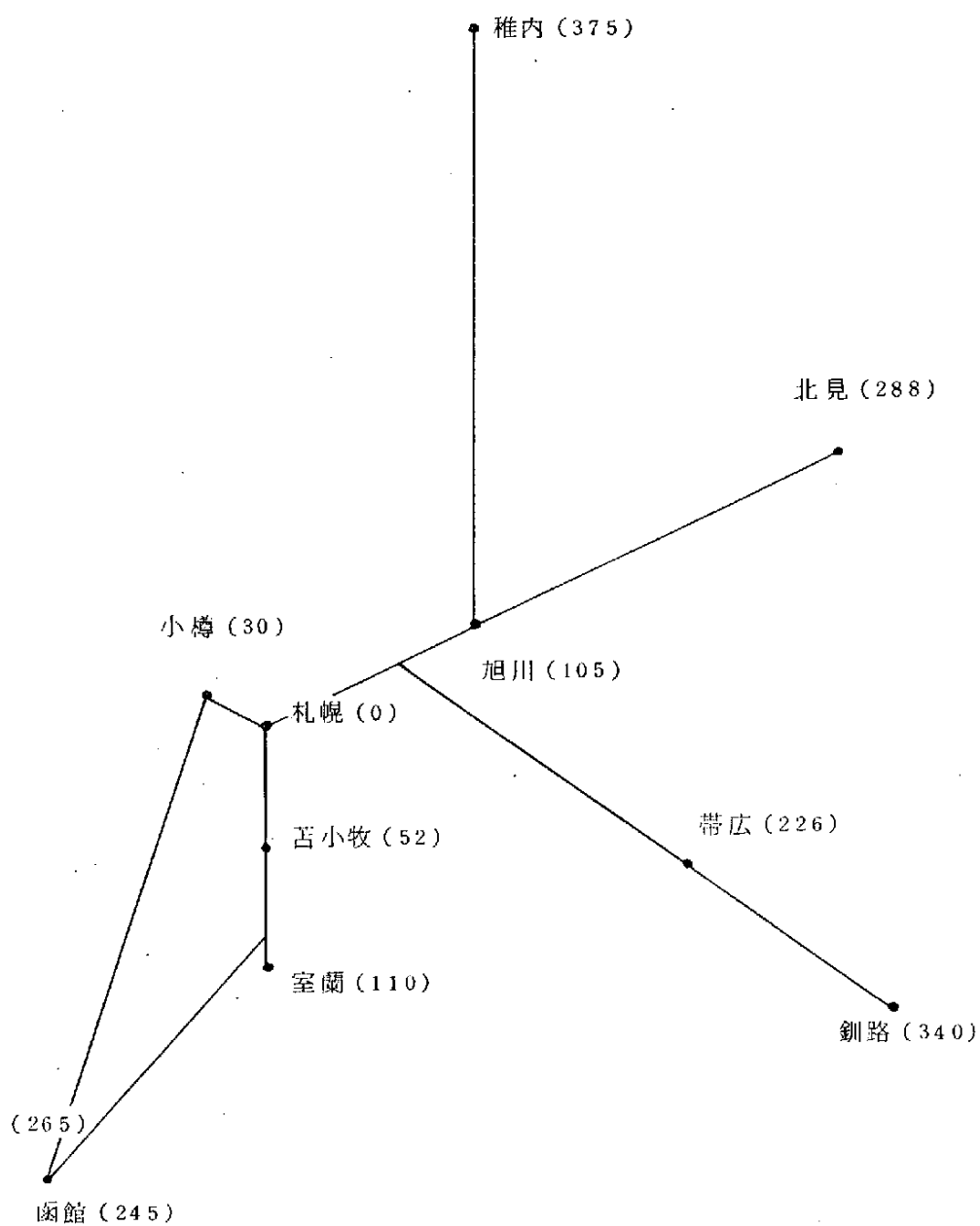


図 - 1 時間距離 (国鉄, 単位分)

表1-4

## 地 域 別 分 類

			回 収 数	分 類 そ の 1	分 類 そ の 2
札 幌 市			1 2 9	1 2 9	「道央地域」 1 7 4
小 樽 市			1 0	「札幌市以外 の 地 域」 1 0 5	
苫 小 牧 市			1 6		
旭 川 市			9		
室 蘭 市			1 0		
帯 広 市			1 7		
函 館 市			1 0		「道央以外の 地 域」 6 0
北 見 市			1 3		
釧 路 市			8		
稚 内 市			1 2		
道 外 企 業			8 4	8 4	8 4

表1-5

## 経 営 面 で の 分 類

	回 収 数
道 外 企 業	8 4
地 場 企 業	
道 内 市 場 企 業	1 0 5
道 外 進 出 企 業	9 2
そ の 他	3 7
計	3 1 8



## Ⅱ. 情報の必要性について



## Ⅱ 情報の必要性について

### 1. 全般的な考察

必要度が比較的高いと考えられる10種類の情報について、それらの必要の度を全体的にとりまとめてみると、表Ⅱ-1のようになる。同表に示した%は、各情報項目ごとの「もっと欲しい」「今で十分だ」「必要としない」および無回答の構成比であり、横の合計が100%になるものである。

「もっと欲しい」という回答をみると、80%をこえる「経済情報」が特に多く、つぎに60%代の「地域開発情報」「流通情報」「人口・労働力情報」「行政情報」「各種統計情報」のグループと、40～50%の「環境情報」「産業技術情報」「交通情報」「所在情報」のグループに分けることができよう。「今で十分だ」という回答については、30%をこえる「各種統計情報」をのぞき、18～26%の範囲に集中している。「必要としない」という回答は、おおよそのところ「もっと欲しい」と逆の関係になっており、それに「回答なし」を加えると一層はつきりする。

北海道情報科学調査研究会が47年9月に実施した「情報利用実態調査」の、民間企業にかんする集計(264企業)によれば、経済情報を必要とする回答は70%に近く、人口・労働力情報、流通情報、地域開発情報、および各種統計情報はいずれも50%台で、行政情報は50%をわずかながら下回っており、これに「将来必要である」という回答を加えると、経済情報は85%に、行政情報は76%となり、上記のその他の諸情報はすべて80%前後に上がる。今回の調査は、必要性の度を「もっと欲しい」「今で十分だ」という形でとらえたものであるが、全体的な傾向はほぼ同じとはいえ、必要度はさらに高まっていると考えられる。

ただ「各種統計情報」について、「今で十分だ」とする企業が31.8%もあるのは、どのように解釈すべきであろうか。それは、需要が十分に満たされているのか、あるいは必要度が実際に低いのか、それとも素材のままのデータでは十分に利用しきれぬためなのか、統計情報の内容に立ちいって検討しなければならない問題であろう。

必要な情報の種類について、業種間の差異はかなりきわ立っている。表Ⅱ-2は、建設業を含む製造業、商業（卸売・小売業）、サービス業その他という業種ごとに、前表と同じ回答別構成比を計算したものである。「もっと欲しい」という回答についての順位で比較すると、製造業などでは第1位が「経済情報」、第2位が「人口・労働力情報」、第3位には「流通情報」と「産業技術情報」がはいる。ところが商業では1位「経済情報」、2位「流通情報」、3位「地域開発情報」という順序になり、そしてサービス業その他においては、1位が「地域開発情報」、2位「経済情報」、3位が「人口・労働力情報」ということになる。どの業種でも、1位の情報種類は80%をこえる高率である。「もっと欲しい」率の最低は、製造業などでは48.8%の「交通情報」、商業では36.3%の「所在情報」、サービス業その他では「産業技術情報」であって、それは27.9%と特に低い。

企業規模別にみると、表Ⅱ-3のように、「もっと欲しい」が最も多いのは、すべての規模をつうじて「経済情報」であり、「行政情報」「人口・労働力情報」「流通情報」「地域開発情報」「各種統計情報」が、小規模では50~60%、中規模および大規模では60~70%というグループを形成し、その他の情報は各規模ともさらに一段低い率になるという、全体的な特徴は共通している。しかし、「人口・労働力情報」「地域開発情報」「交通情報」「環境情報」「各種統計情報」は、規模が大きくなるにしたがって、「もっと欲しい」率が高くなり、「産業技術情報」を除き、



総じて企業規模の拡大にともない、情報の必要度は高まっているとみられる。

総数にかんする考察で問題とされた「各種統計情報」も、「今で十分だ」という率は、規模が大きくなるにしたがって下がり、また「必要としない」率も同様に、規模とともに明らかに低下している。

地域別ではどうか。表Ⅱ－４あるいはこれに表Ⅱ－５の道外企業をいれて比較すると、「もっと欲しい」という回答が、「経済情報」について最高であることは共通しているが、第２位は、札幌市および道央地域では「人口・労働力情報」、札幌市以外の地域あるいは道央以外の地域では「流通情報」、そして道外企業では「地域開発情報」となる。注目すべきことは、「行政情報」が道央地域で第３位に、また札幌市以外の地域でも３・４位になりながら、道央以外の地域では５０％を下まわる低率になっていることであり、それは「行政情報」の需要が、札幌市をとりまく特急１１０分圏で特に多いことを意味する。道央以外の地域では、「人口・労働力情報」への需要も相対的に低率であり、「環境情報」へのそれが比較的高率になっている。

「今で十分だ」という回答は、どの地域についても「各種統計情報」が高率をしめるが、札幌市以外の地域では、「産業技術情報」や「環境情報」も３０％を越え、道央以外の地域では、「人口・労働力情報」や「産業技術情報」も３０％に達しており、道外企業では「交通情報」も３０％を越えている。また、「必要としない」企業が３０％を越えるのは、札幌市以外の地域および道央以外の地域において「所在情報」、道外企業については「産業技術情報」と「所在情報」である。ただし、この調査での道外企業は、札幌市所在のものに限定されていることを注意しなければならない。

経営面での分類については、表Ⅱ－５のとおりであるが、道外市場へ進出または積極的に進出しようとしている地場企業は、道内市場だけで十分な地場企業

にくらべて、すべての情報について必要度が高くなっており、その差異は特に、「流通情報」「産業技術情報」および「所在情報」において、きわ立っている。「所在情報」は、前記の地域別でも、経営的な分類についても、すべて「もっと欲しい」という回答率が最低だが、道内市場企業では30%をわっている。道外企業の特徴は、地域別の比較においてすでに触れたところでもあるが、道外進出地場企業にくらべ、「経済情報」と「地域開発情報」が若干高く、「人口・労働力情報」「交通情報」「産業技術情報」「所在情報」などについて、特に低くなっている。

道内市場で十分な企業は、全般的に情報の必要度が低く、「今で十分だ」と回答した企業の割合が30%を越え、あるいはほとんど30%近くになっている情報は、7種類にもおよんでいるのである。

表Ⅱ-1

## 情報の種類と必要度

(%)

区 分 項 目	も っ と 欲 し い	今 で 十 分 だ	必 要 と し な い	回 答 し な い
行政情報	61.9	23.6	10.1	4.4
経済情報	81.1	18.6	0.3	—
人口・労働力情報	64.8	25.2	6.3	3.8
流通情報	65.4	24.5	9.8	0.3
地域開発情報	68.2	21.7	10.1	—
交通情報	48.4	24.2	20.1	7.2
産業技術情報	49.1	25.8	22.6	2.5
環境情報	52.8	25.5	20.1	1.6
所在情報	40.9	26.1	28.6	4.4
各種統計情報	61.0	31.8	3.4	3.8

表Ⅱ-2

## 情報の種類と必要度（業種別）

（%）

業種別 項目	製造業など				商 業				サービス業その他			
	もっと 欲しい	今、で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今、で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今、で 十分だ	必要と しない	回 答 な し
行政情報	68.6	17.4	10.5	3.5	59.6	23.4	12.3	4.7	59.0	32.8	3.3	4.9
経済情報	80.2	19.8	—	—	84.2	15.8	—	—	73.8	24.6	1.6	—
人口・労働力情報	77.9	17.4	—	4.7	59.6	26.9	8.8	4.7	60.7	31.1	8.2	—
流通情報	69.7	26.7	3.5	—	69.6	22.2	7.6	0.6	47.5	27.9	24.6	—
地域開発情報	62.5	29.5	8.0	—	66.1	19.9	13.5	0.6	80.3	14.8	3.3	1.6
交通情報	48.8	27.9	19.8	3.5	45.6	22.2	21.6	10.5	55.7	24.6	16.4	3.3
産業技術情報	69.7	22.1	8.1	—	46.2	21.1	28.1	4.7	27.9	44.3	27.9	—
環境情報	64.8	27.3	8.0	—	47.4	21.6	26.9	4.1	49.2	32.8	18.0	—
所在情報	52.3	20.9	23.3	3.5	36.3	25.7	32.7	5.3	37.7	34.4	24.6	3.3
各種統計情報	66.3	27.9	5.8	—	61.4	31.0	1.8	5.8	52.5	39.3	4.9	3.3

表Ⅱ-3

## 情報の種類と必要度（規模別）

（%）

規模別 項目	小規模				中規模				大規模			
	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回 答 な し
行政情報	54.5	18.2	12.7	14.5	65.4	24.3	10.3	—	63.2	27.4	6.6	2.8
経済情報	81.8	18.2	—	—	77.5	22.5	—	—	84.0	15.1	0.9	—
人口・労働力情報	58.2	23.6	10.0	8.2	62.7	26.5	6.9	3.9	72.9	25.2	1.9	—
流通情報	63.6	24.5	10.9	0.9	66.7	26.5	6.9	—	66.0	22.6	11.3	—
地域開発情報	60.9	28.1	10.0	0.9	70.6	17.6	9.8	2.0	73.6	18.9	7.5	—
交通情報	33.6	29.1	20.0	17.3	53.9	20.6	24.5	1.0	58.5	22.6	16.0	2.8
産業技術情報	47.3	27.3	20.9	4.5	56.9	15.7	24.5	2.9	43.4	34.0	22.6	—
環境情報	48.2	30.9	15.5	5.5	52.4	21.4	26.2	—	57.5	23.6	18.9	—
所在情報	39.1	30.0	26.4	4.5	37.3	25.5	32.4	4.9	46.2	22.6	27.4	3.8
各種統計情報	54.5	35.5	4.5	5.5	61.8	30.4	3.9	3.9	67.0	29.2	1.9	1.9

表Ⅱ-4

## 情報の種類と必要度（地域別）

（％）

地域別 項目	札幌市				札幌市以外の地域				道央地域				道央以外の地域			
	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回答 なし	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回答 なし	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回答 なし	もっと 欲しい	今で 十分だ	必要と しない	回答 なし
行政情報	63.6	26.4	10.1	—	63.8	17.1	7.6	11.4	69.0	20.1	10.9	—	48.3	28.3	3.3	20.0
経済情報	82.9	17.1	—	—	76.2	23.8	—	—	80.5	19.5	—	—	78.3	21.7	—	—
人口・労働力 情報	73.6	21.7	4.7	—	59.0	25.7	3.8	11.4	73.6	21.3	5.2	—	48.3	30.0	1.7	20.0
流通情報	66.7	21.7	10.1	1.6	67.6	26.7	5.7	—	65.5	24.1	9.8	0.6	71.7	23.3	5.0	—
地域開発情報	69.0	18.6	12.4	—	63.8	26.7	9.5	—	67.8	20.7	11.5	—	63.3	26.7	10.0	—
交通情報	58.9	23.3	15.5	2.3	41.9	19.0	21.0	18.1	55.7	24.7	17.8	1.7	38.3	11.7	18.3	31.7
産業技術情報	59.7	20.9	16.3	3.1	44.8	33.3	21.0	1.0	54.6	25.3	17.8	2.3	48.3	30.0	20.0	1.7
環境情報	55.8	24.8	17.8	1.6	49.5	30.5	19.0	1.0	51.1	28.7	18.4	1.7	58.3	23.3	18.3	—
所在情報	45.0	25.6	22.5	7.0	41.0	23.8	32.4	2.9	45.4	25.9	24.1	4.6	36.7	21.7	35.0	6.7
各種統計情報	65.1	28.7	4.7	1.6	59.0	31.4	1.0	8.6	63.2	29.9	3.4	3.4	60.0	30.0	1.7	8.3

表Ⅱ－５

## 情報の種類と必要度（経営面での分類）

<div>経営面別</div> <div>項 目</div>	道 内 市 場 企 業				道 外 進 出 企 業				道 外 企 業			
	もっと 欲しい	今 で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今 で 十分だ	必要と しない	回 答 な し	もっと 欲しい	今 で 十分だ	必要と しない	回 答 な し
行政情報	5 4.3	3 2.4	1 2.4	1.0	6 6.3	2 7.2	6.5	—	5 7.1	2 7.4	1 3.1	2.4
経済情報	7 4.3	2 5.7	—	—	8 3.7	1 6.3	—	—	8 4.5	1 4.3	1.2	—
人口・労働力情報	6 1.9	2 9.5	8.6	—	7 6.1	2 3.9	—	—	5 8.3	2 9.8	1 1.9	—
流通情報	5 6.2	2 9.5	1 3.3	1.0	7 5.0	2 1.7	3.3	—	6 0.7	2 6.2	1 3.1	—
地域開発情報	6 0.0	2 6.7	1 2.4	1.0	7 0.7	1 9.6	9.8	—	7 2.6	2 0.2	7.1	—
交通情報	5 3.3	2 0.0	2 4.8	1.9	5 9.8	2 6.1	1 4.1	—	4 0.5	3 2.1	2 6.2	1.2
産業技術情報	4 1.9	3 1.4	2 2.9	3.8	6 5.2	2 3.9	1 0.9	—	3 8.1	2 3.8	3 4.5	3.6
環境情報	4 4.8	3 0.5	2 2.9	1.9	5 6.5	2 9.3	1 4.1	—	5 2.4	2 0.2	2 5.0	2.4
所在情報	2 9.5	2 9.5	3 6.2	4.8	5 4.3	1 8.5	2 1.7	5.4	3 4.5	2 9.8	3 3.3	2.4
各種統計情報	5 6.2	3 5.2	5.7	2.9	6 4.1	3 1.5	4.3	—	5 7.1	3 6.9	4.8	1.2

## 2. 行政情報

行政情報について「もっと欲しい」と回答した企業が、全体の61.9%をしめ、「今で十分だ」と回答した企業が、全体の23.6%をしめていることは、すでに表Ⅱ-1で示した。これらの企業について、どのような行政情報を必要としているか、あるいは利用しているかを問うと、表Ⅱ-6のような結果がえられる。この%はいうまでもなく、企業数にたいする回答の割合であり、回答は複数回答である。

行政統計資料よりも、行政動向にかんする情報のほうが高い必要度をもっており、地域区分としては、北海道全体、全国、道内地域ブロック、市町村の順になる。統計資料の必要度が低いのは、動向よりも入手が遅れること、利用しにくい表章をとっていることなどの理由と思われるが、規模別やその他の分類ではどうか。また、北海道全体の行政動向についての関心が高いのは当然であるが、地域別にみた場合はどうなっているであろうか。

まず、表Ⅱ-7の規模別に観察すると、行政統計資料の必要度は、規模が大きくなるにしたがって高くなっており、また行政の動向にかんする情報については、小規模および中規模はともに、「もっと欲しい」ものとして「道」と「全国」とが同じで、「今で十分だ」をいれると「道」がやや多くなり、大規模では「道」が高率で、しかも「地域ブロック」が「全国」より若干高くなっている。

つぎに、表Ⅱ-8の地域別および経営面での分類別でみると、地場企業については、どの地域でも「道」より「全国」が多く、道外企業では逆に、「道」の方がかなり多く、「全国」は「地域ブロック」より少ない。すなわち、全体にかんする表Ⅱ-6で「道」が最も多かったのは、上記の地場企業の特徴と、



道外企業の特徴が総合された結果なのである。道外企業で、「地域ブロック」が「全国」より多いのは、かならずしも大規模企業の特徴と合致するものでない。大規模企業では、「地域ブロック」にかんする需要が高まって、「全国」のそれを越えたのであり、道外企業では、「全国」にかんする需要が、「地域ブロック」のそれとともに低いというべきであろう。

ただし地場企業を、道内市場で十分な企業と道外市場へ進出する企業に分けると、前者では「道」の方が多く、後者では「全国」の方が多くなっている。対応する市場の性格から考えて、当然の差異といえよう。

表Ⅱ－6

## 行政情報

(%)

項 目	回 答	も　　っ　　と 欲　し　い	今　　で 十　分　だ	合　　計
行政統計資料		19.8	10.4	30.2
行政の動向		42.8	13.2	56.0
全　　国		25.8	5.7	31.4
道		30.2	7.5	37.7
地域ブロック		16.4	5.7	22.0
市　町　村		14.2	3.8	17.9
そ　の　他		3.5	0.9	4.4

表Ⅱ-7

## 行政情報(規模別)

(%)

項 目 \ 規 模 別	小	中	大
も っ と 欲 し い			
行政統計資料	15.5	16.8	26.4
行政の動向	40.9	40.2	44.3
全 国	26.4	26.2	23.6
道	26.4	26.2	36.8
地域ブロック	10.9	13.1	24.5
市 町 村	8.2	14.0	19.8
そ の 他	2.7	3.7	3.8
今 で 十 分 だ			
行政統計資料	10.0	10.3	10.4
行政の動向	12.7	12.1	14.2
全 国	5.5	4.7	6.6
道	6.4	6.5	9.4
地域ブロック	5.5	2.8	8.5
市 町 村	3.6	0.9	6.6
そ の 他	2.7	4.7	1.9

表Ⅱ - 8

## 行政情報（地域別，経営分類別）

（%）

地域経営 項 目	札幌市	札幌市以外 地域	道 央 地 域	道央以外 地域	道内市場 企業	道外進出 企業	道外企業
もっと欲しい							
行政統計資料	24.8	16.2	21.8	18.3	16.2	26.1	16.7
行政の動向	45.0	38.1	44.8	33.3	—	—	44.0
全 国	30.2	29.5	32.2	23.3	18.1	29.5	14.3
道	29.5	26.7	31.0	20.0	22.9	23.8	35.7
地域ブロック	15.5	18.1	16.1	18.3	8.6	16.3	15.5
市町村	14.7	16.2	16.7	11.7	10.5	13.0	10.7
その他	4.7	1.9	4.0	1.7	2.9	3.3	3.6
今で十分だ							
行政統計資料	8.5	13.3	8.0	18.3	13.3	12.0	9.5
行政の動向	14.7	11.4	13.2	13.3	—	—	13.1
全 国	7.8	7.6	8.0	6.7	7.6	7.6	—
道	7.8	6.7	8.0	5.0	11.4	7.6	8.3
地域ブロック	3.9	2.9	3.4	3.3	3.8	4.3	11.9
市町村	4.7	1.9	3.4	3.3	4.8	4.3	4.8
その他	3.1	1.9	2.3	3.3	12.4	1.1	4.8

表Ⅱ－９

## 行政情報（業種別）

（％）

項 目	業 種 別		
	製造業など	商 業	サービス業その他
も っ と 欲 し い			
行政統計資料	2 6. 7	1 6. 4	1 9. 7
行政の動向	5 0. 0	3 8. 6	4 2. 6
全 国	3 7. 2	2 0. 5	2 4. 6
道	3 2. 6	2 8. 6	3 1. 1
地域ブロック	1 7. 4	1 5. 8	1 6. 4
市 町 村	1 5. 1	1 2. 9	1 6. 4
そ の 他	3. 5	2. 3	6. 6
今 で 十 分 だ			
行政統計資料	9. 3	8. 8	1 6. 4
行政の動向	9. 3	1 1. 7	2 3. 0
全 国	4. 7	4. 7	9. 8
道	4. 7	8. 8	8. 2
地域ブロック	1. 2	5. 8	1 1. 5
市 町 村	1. 2	3. 5	8. 2
そ の 他	2. 3	2. 9	4. 9

### 3. 経 済 情 報

経済情報にたいする必要度は、他の種類の情報にくらべて、きわめて高いものであることは、表Ⅱ-1で観察したとおりである。81.1%の企業がもっと欲しいと望み、18.6%の企業が今で十分だと答えているが、それら99.7%の企業に、どのような経済情報を必要としているか、あるいは利用しているかを問い、まとめあげたものが表Ⅱ-10である。

50%近い企業が「道内景気の動向」について「もっと欲しい」と答え、つぎは「商品の需要動向」であり、「今で十分だ」も含めると、この2つの動向にかんする情報を必要とし利用している企業は、50%以上ということになる。そして、「金融機関の融資情報」「消費者動向」「仕入・販売価格の動き」「同業者の営業方針」の順でこれにつづく。

必要な経済情報の種類は、業種別にみると当然いちじるしい差異がある。表Ⅱ-11は、もっと欲しいと答えた企業についてのみ、業種別に集計し、業種別の企業数にたいする回答の%を示したものであるが、商業では、1位「道内景気の動向」、2位「商品の需要動向」が群を抜き、3位は「消費者動向」、つづいて「仕入・販売価格の動き」となる。しかし製造業などでは、1位「仕入・販売価格の動き」、2位「商品の需要動向」のつぎに、「道内景気の動向」と「金融機関の融資情報」がくる。サービス業その他では、1位に高率の「道内景気の動向」がくることは商業と同じであるが、2位はかなり下って「税務・制度融資などの政府施策」、および「消費者動向」となり、つづいて「金融機関の融資情報」がくる。

規模別にみた場合、表Ⅱ-12から明らかなように、「道内景気の動向」や「商品の需要動向」は、どの規模においても上位かつ高率であるが、特に注目

すべきことは、「金融機関の融資情報」の必要度に顕著な規模格差がみられ、規模が小さくなるほど、その必要度が目立って高くなることである。それとは逆に、

「海外や全国の景気動向」の必要度は、「海外や全国の景気動向」の必要度は、全般的にあまり高くはないが、規模が大きくなるにしたがって、着実に高まる。

表Ⅱ-13の地域別では、道央地域特に札幌市で「道内景気の動向」が高く、札幌市以外の地域および道央以外の地域では、「商品の需要動向」の方が明らかに高く、そして「仕入・販売価格の動き」が「道内景気の動向」を若干越える。また札幌市と道央地域では、2位「商品の需要動向」のつぎに、かなり高い率で「同業者の営業方針」がつづく。これらは、企業競争の態様にかんする地域的な差異を反映するものであろう。

経営面の分類では、道外企業の70%が「道内景気の動向」をもっと欲しいと考えていることが、際立った特徴であり、道外進出企業は「商品の需要動向」を、道内市場で十分な企業は「道内景気の動向」の方を最も望んでいる。

なお、ここでとり上げた経済情報と、後出の各種統計情報のなかの経済統計情報との違いを、注意する必要がある。その点については後に触れることにしよう。

表Ⅱ-10

## 経 済 情 報

(%)

項 目 \ 区 分	も っ と 欲 し い	今 で 十 分 だ
金 融 機 関 の 融 資 情 報	3 3.3	7.2
新 製 品 の 開 発 や 発 表	2 5.5	5.0
同 業 者 の 経 営 方 針	3 2.7	6.0
商 品 の 需 要 動 向	4 3.1	6.9
仕 入 ・ 販 売 価 格 の 動 き	3 3.0	7.2
道 内 景 気 の 動 向	4 9.1	9.4
海 外 や 全 国 の 景 気 動 向	2 3.0	3.8
政府施策（税務、制度融資など）	2 5.8	6.3
消 費 者 動 向	3 3.3	6.0
生 産 状 況	2 3.6	4.1
商 品 市 況	2 2.3	3.8
そ の 他	0.9	0.3



表Ⅱ-11

## もっと欲しい経済情報（業種別）

（%）

業種別 項 目	製 造 業 な ど	商 業	サービス業 そ の 他
金 融 機 関 の 融 資 情 報	3 6. 0	3 2. 2	3 2. 8
新 製 品 の 開 発 や 発 表	3 2. 6	2 6. 9	1 1. 5
同 業 者 の 営 業 方 針	3 3. 7	3 3. 3	2 9. 5
商 品 の 需 要 動 向	3 8. 4	5 2. 6	2 3. 0
仕 入 ・ 販 売 価 格 の 動 き	4 4. 2	3 6. 3	8. 2
道 内 景 気 の 動 向	3 6. 0	5 3. 8	5 4. 1
海 外 や 全 国 の 景 気 動 向	2 5. 6	2 2. 2	2 1. 3
政 府 施 策	3 1. 4	1 9. 9	3 4. 4
消 費 者 動 向	2 5. 6	3 6. 8	3 4. 4
生 産 状 況	2 9. 1	2 4. 0	1 4. 8
商 品 市 況	2 3. 3	2 5. 7	1 1. 5
そ の 他	—	1. 8	1. 6

表Ⅱ-12

## もっと欲しい経済情報（規模別）

（%）

項 目	規模別		
	小	中	大
金融機関の融資情報	45.5	31.4	22.6
新製品の開発や発表	28.2	21.6	26.4
同業者の営業方針	31.8	31.4	34.9
商品の需要動向	40.9	41.2	47.2
仕入・販売価格の動き	30.0	38.2	31.1
道内景気の動向	50.0	45.1	51.9
海外や全国の景気動向	20.0	22.5	26.4
政府施策	26.4	27.5	23.6
消費者動向	30.0	28.4	41.5
生産状況	24.5	28.4	17.9
商品市況	23.6	18.6	24.5
その他	0.9	1.0	0.9

表Ⅱ-13

## もっと欲しい経済情報（地域別，経営分類別）

（％）

地域経営 項 目	札幌市	札幌以外 地 域	道 央 地 域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
金融機関の融資情報	41.1	24.8	35.6	28.3	34.3	30.4	32.1
新製品の開発や発表	31.8	20.0	27.6	23.3	21.0	29.3	22.6
同業者の営業方針	43.4	23.8	40.2	18.3	30.5	30.4	27.4
商品の需要動向	46.5	36.2	41.4	43.3	37.1	48.9	46.4
仕入・販売価格の動き	35.7	35.2	35.1	36.7	36.2	31.5	26.2
道内景気の動向	52.7	27.6	43.7	35.0	43.8	34.8	70.2
海外や全国の景気動向	24.8	19.0	24.7	15.0	17.1	26.1	25.0
政 府 施 策	27.1	24.8	28.2	20.0	24.8	23.9	25.0
消 費 者 動 向	35.7	25.7	32.8	26.7	26.7	34.8	39.3
生 産 状 況	26.4	23.8	25.3	25.0	20.0	23.8	19.0
商 品 市 況	26.4	21.0	24.1	23.3	18.1	31.5	17.9
そ の 他	2.3	1.0	1.7	1.7	1.0	1.1	1.2

#### 4. 人口・労働力情報

人口・労働力情報にかんして、「もっと欲しい」「今で十分だ」とする企業にたいし、さらにその人口・労働力情報の種類として、人口動態、労働市況、労働力構成、賃金・給与動向などについて、全国にかんするもの、北海道全体にかんするもの、北海道内の市町村よりも広い地域ブロックにかんするもの、市町村にかんするもののどれを、必要としあるいは利用しているかを尋ねた。

結果は表Ⅱ－１４に示すとおり、賃金・給与動向にいちじるしくかた寄り、つづいて労働市況、人口動態、労働力構成の順になる。これは、最近における労働力需給のひっ迫を反映するものであり、規模別（表Ⅱ－１５）にみても、業種別（表Ⅱ－１６）にみても、また地域別（表Ⅱ－１７）にみても、全く共通な傾向といえるであろう。

情報の地区別については、「道内」が最も多く、そのつぎが労働関係では「全国」、人口動態では「市町村」ということになる。中規模企業や小規模企業においても、全国にかんする賃金・給与動向の情報をかなり望んでいることは、注目値いしよう。ただ、「道内」にたいする「全国」の比で、その要求度をはかってみると、業種別ではサービス業その他、地域別では札幌市以外の地域、および表Ⅱ－１８の道内市場だけで十分な企業においては、あまり高いとはいえない。

また、「地域ブロック」という中間的な広さにかんする関心は、全般的にあまり高いものではないが、「道内」にたいする比でその度合いを調べてみると、たとえば賃金・給与動向について、業種別では製造業など、地域別では札幌市が、やや目立つ高さであると考えられる。

表Ⅱ-14

## 人口・労働力情報

(%)

地区別		全 国	道 内	地域ブロック	市 町 村
項 目					
もっと欲しい	64.8				
人 口 動 態	28.0	10.1	20.4	14.2	15.4
労 働 市 況	34.9	16.4	23.6	11.0	7.9
労 働 力 構 成	21.7	9.4	15.1	6.9	6.6
賃金・給与動向	58.5	32.7	46.2	19.2	17.6
そ の 他	0.9				
今で十分だ	25.2				
人 口 動 態	10.1	1.9	4.7	3.1	1.9
労 働 市 況	11.0	2.8	4.7	2.5	2.8
労 働 力 構 成	7.9	1.9	5.3	1.6	1.3
賃金・給与動向	19.8	7.6	12.3	5.7	4.4
そ の 他	0.6				

表Ⅱ－１５

## もっと欲しい人口・労働力情報（規模別）

（％）

項目	規模別	小	中	大
人口動態について		23.6	24.5	35.5
全	国	10.0	8.8	11.2
道	内	14.5	20.6	26.2
地域ブロック		6.4	13.7	22.4
市	町	7.3	13.7	25.2
市	村			
労働市況について		32.7	25.5	45.8
全	国	16.4	7.8	24.3
道	内	20.9	15.7	33.6
地域ブロック		10.0	5.9	16.8
市	町	6.4	4.9	12.1
市	村			
労働力構成について		19.1	17.6	28.0
全	国	10.0	9.8	8.4
道	内	11.8	11.8	21.5
地域ブロック		5.5	6.9	8.4
市	町	8.2	2.9	8.4
市	村			
賃金・給与動向について		57.3	52.9	64.5
全	国	33.6	32.4	31.8
道	内	38.2	43.1	57.0
地域ブロック		18.2	20.6	18.7
市	町	13.6	17.6	21.5
市	村			

表Ⅱ-16

## もっと欲しい人口・労働力情報（業種別）

（％）

項 目	業種別	製 造 業	商 業	サービス業
		な ど		そ の 他
人 口 動 態 に つ い て		2 9.1	2 6.3	3 1.1
全 国		1 2.8	8.2	1 1.5
道 内		1 8.6	2 1.1	2 1.3
地 域 ブ ロ ッ ク		9.3	1 5.2	1 8.0
市 町 村		7.0	1 7.5	2 1.3
労 働 市 況 に つ い て		5 1.1	2 6.9	3 4.4
全 国		2 3.3	1 2.3	1 8.0
道 内		2 7.9	2 1.1	2 4.6
地 域 ブ ロ ッ ク		1 2.8	1 1.1	8.2
市 町 村		8.1	7.0	9.8
労 働 力 構 成 に つ い て		2 3.3	1 9.3	2 6.2
全 国		1 5.1	4.7	1 4.8
道 内		1 5.1	1 4.6	1 6.4
地 域 ブ ロ ッ ク		1 1.6	5.3	4.9
市 町 村		7.0	5.3	9.8
賃 金 ・ 給 与 動 向 に つ い て		7 2.1	5 5.0	4 9.2
全 国		4 6.5	2 9.8	2 1.3
道 内		5 2.3	4 3.9	4 4.3
地 域 ブ ロ ッ ク		2 9.1	1 5.2	1 6.4
市 町 村		1 9.8	1 0.5	1 9.7

表Ⅱ-17

## もっと欲しい人口・労働力情報（地域別）

（％）

項 目	地 域 別	札幌市	札幌以外 地 域	道外企業
人口動態について		30.2	22.9	31.0
全	国	14.0	5.7	9.5
道	内	20.2	12.4	31.0
地域	ブロック	12.4	11.4	20.2
市	町 村	10.9	12.4	26.2
労働市況について		36.4	35.2	32.1
全	国	15.5	9.5	26.2
道	内	20.9	22.9	28.6
地域	ブロック	11.6	7.6	14.3
市	町 村	7.8	7.6	8.3
労働力構成について		24.0	20.0	20.2
全	国	11.6	6.7	9.5
道	内	14.0	13.3	19.0
地域	ブロック	6.2	7.6	7.1
市	町 村	5.4	7.6	7.1
賃金・給与動向について		65.9	57.1	48.8
全	国	41.1	20.0	35.7
道	内	46.5	44.8	47.6
地域	ブロック	25.6	15.2	14.3
市	町 村	16.3	17.1	20.2



表Ⅱ－１８

## もっと欲しい人口・労働力情報（経営分類）

（％）

項 目 \ 経 営 別	全 国	道 内	地域ブロック	市 町 村
道 内 市 場 で 十 分				
人 口 動 態	2.9	11.4	4.8	8.6
労 働 市 況	2.9	14.3	4.8	5.7
労 働 力 構 成	3.8	7.6	5.7	6.7
賃 金 ・ 給 与 動 向	15.2	30.5	14.3	11.4
道 外 市 場 へ 進 出				
人 口 動 態	7.6	10.9	5.4	6.5
労 働 市 況	16.3	27.2	7.6	5.4
労 働 力 構 成	12.0	13.0	4.3	3.3
賃 金 ・ 給 与 動 向	30.4	42.4	12.0	8.7

## 5. 流 通 情 報

流通情報をもっと欲しいと考える企業は65.4%，今で十分だというもの24.5%，必要としないものが9.8%であることは、すでに表Ⅱ-1において考察した。どのような流通情報を必要とし、あるいは利用しているかについては、表Ⅱ-19のとおりである。

「需給動向」が最も多く、「流通状況」がこれにつぎ、さらに「輸送状況」「流通機構」「在庫状況」がほぼ並列的につづく。必要な流通情報の種類は、業種によって当然異なるであろう。もっと欲しいと回答した企業について、業種別に示すと表Ⅱ-20のように、どの業種も第1位は「需給動向」であるが、第2位は製造業などでは「在庫状況」、商業およびサービス業その他では「流通状況」となり、商業における「流通状況」はかなり高率である。サービス業その他では、各種類とも相対的に低率であるが、表Ⅱ-2で明らかなように、この業種では「もっと欲しい」がもともと低く、また「必要としない」ものが相当高かった。業種の性格からいって、当然のことであろう。

「需給動向」が他の種類の流通情報を抜いて、第1位をしめるということは、地域別にみるとかならずしも当てはまらない。表Ⅱ-21によると、札幌市では明らかにそうであり、第2位の「流通状況」は「輸送状況」と並ぶ。道央地域では、「需給動向」は1位であるが相対的に低下し、札幌市以外の地域では、「流通状況」の方が「需給動向」よりも高くなり、「流通機構」が高まってくる。そして道央以外の地域では、この傾向がさらに強まるのである。これは、流通関係諸情報の必要性にかんする地域差であると同時に、流通問題そのものの地域差をも反映していると思われる。もちろん情報不足の解消が、問題解決へのひとつの手がかりでもあろう。

規模別，および経営面での分類については，特につけ加えることはない。参考までに，表Ⅱ－２２で規模別の集計結果を，表Ⅱ－２３で経営面での分類別結果を掲げておく。

表Ⅱ－１９

## 流 通 情 報

(%)

項 目 \ 区 分	も っ と 欲 し い	今 で 十 分 だ
流 通 機 構	2 4. 2	4. 4
流 通 状 況	2 9. 9	8. 5
流 通 政 策	1 9. 5	3. 8
在 庫 状 況	2 4. 2	7. 2
需 給 動 向	3 7. 7	1. 9
輸 送 状 況	2 5. 8	8. 2
そ の 他	0. 6	1. 6

表Ⅱ－２０

## も っ と 欲 し い 流 通 情 報 ( 業 種 別 )

(%)

項 目 \ 業 種 別	製 造 業 な ど	商 業	サ ー ビ ス 業 そ の 他
流 通 機 構	2 3. 3	2 6. 9	1 8. 0
流 通 状 況	2 2. 1	3 6. 8	2 1. 3
流 通 政 策	1 7. 4	2 2. 2	1 4. 8
在 庫 状 況	2 7. 9	2 5. 1	1 6. 4
需 給 動 向	4 0. 7	3 9. 2	2 9. 5
輸 送 状 況	2 4. 4	2 9. 8	1 6. 4
そ の 他	1. 2	—	1. 6

表Ⅱ－２１

## もっと欲しい流通情報（地域別）

（％）

項目 \ 地域別	札幌市	札幌以外 地	道央地域	道央以外 地
流通機構	21.7	27.6	21.3	33.3
流通状況	27.9	30.5	25.9	38.3
流通政策	20.9	21.0	19.5	25.0
在庫状況	26.4	22.9	25.9	21.7
需給動向	41.9	27.6	36.8	31.7
輸送状況	27.9	21.9	26.4	21.7
その他	1.6	—	1.1	—

表Ⅱ－２２

## もっと欲しい流通情報（規模別）

（％）

項目 \ 規模別	小	中	大
流通機構	26.4	20.6	25.5
流通状況	27.3	24.5	37.7
流通政策	14.5	18.6	25.5
在庫状況	21.8	23.5	27.4
需給動向	32.7	35.3	45.3
輸送状況	20.9	31.4	25.5
その他	0.9	1.0	—

表Ⅱ－２３

## もっと欲しい流通情報（経営分類別）

（％）

項 目 \ 経営別		道内市場企業	道外進出企業	道 外 企 業
流 通 機 構		2 1. 0	2 1. 7	2 3. 8
流 通 状 況		2 4. 8	3 7. 0	3 2. 1
流 通 政 策		1 5. 2	2 6. 1	1 5. 5
在 庫 状 況		1 8. 1	2 8. 3	2 2. 6
需 給 動 向		3 2. 4	4 8. 9	4 4. 0
輸 送 状 況		2 1. 9	3 1. 5	2 7. 4
そ	他	—	1. 1	—

## 6. 地域開発情報

地域開発情報は、68.2%の企業がもっと欲しいと答え、21.7%が今で十分だといっている、必要度の高い情報である。どのような地域開発情報が必要とされ、また利用されているかは、表Ⅱ-24に示される。「地域開発の事業計画」が半数以上をしめ、「地域開発の動向」がこれにつぐ。

すでに述べたように、地域開発情報の必要度は業種間の差異がいちじるしい。サービス業その他では、「もっと欲しい」率が第1位であり、他方製造業などにおいて、その率は第8位にすぎず、「今で十分だ」率は相対的に高かった。表Ⅱ-25でも、そこに掲げられている各種情報の必要度は、サービス業その他においてひじょうに高い。しかし、情報相互の間の相対的な必要度の関係については、「土地利用計画について」を除き、大きな差異を認めがたいようである。

地域別ではどうか。表Ⅱ-26から明らかなように、どの地域でも最高は「地域開発の事業計画」であるが、第2位の「地域開発の動向」の必要度は、札幌市および道央地域で、また道外企業においても相対的に高くなっており、道央以外の地域においては低くなっているといえる。

「地域についての総合情報」の必要度は、全般的にまだあまり高くはないが、サービス業その他では40%に近く、道外市場へ進出する地場企業で相対的に高くなっていることは、注目すべきであろう。

表Ⅱ－２４

## 地 域 開 発 情 報

(%)

項 目	区 分	も っ と	今 で
		欲 し い	十 分 だ
地 域 開 発 の 事 業 計 画		5 1. 3	7. 2
地 域 開 発 の 動 向		3 8. 7	9. 7
地 域 に つ い て の 総 合 情 報		2 8. 0	7. 9
地 域 の 特 殊 性 に つ い て		1 4. 2	1. 9
土 地 利 用 計 画 に つ い て		1 6. 4	2. 8
そ の 他		1. 3	1. 6

表Ⅱ－２５

## も っ と 欲 し い 地 域 開 発 情 報 (業 種 別)

(%)

項 目	業 種 別	製 造 業 な ど	商 業	サ ー ビ ス 業 そ の 他
地 域 開 発 の 事 業 計 画		4 5. 5	4 6. 2	7 2. 1
地 域 開 発 の 動 向		2 9. 5	3 8. 0	5 2. 5
地 域 に つ い て の 総 合 情 報		2 3. 9	2 5. 7	3 9. 3
地 域 の 特 殊 性 に つ い て		1 0. 2	1 4. 0	1 9. 7
土 地 利 用 計 画 に つ い て		1 4. 8	1 2. 3	2 9. 5
そ の 他		1. 1	1. 8	—



表Ⅱ-26

## もっと欲しい地域開発情報（地域別・経営分類別）

（％）

地域経営 項 目	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
地域開発の事業計画	51.9	40.0	47.7	43.3	42.9	46.7	64.3
地域開発の動向	40.3	27.6	39.1	21.7	32.4	35.9	50.0
地域についての総合情報	26.4	26.7	27.0	25.0	19.0	33.7	32.1
地域の特殊性について	14.7	13.3	13.8	15.0	11.4	14.1	14.3
土地利用計画について	18.6	10.5	17.2	8.3	12.4	18.5	20.2
そ の 他	3.1	1.0	2.3	1.7	1.9	—	—

表Ⅱ－２７

## もっと欲しい地域開発情報（規模別）

（％）

項 目 \ 規 模 別	小	中	大
地域開発の事業計画	４５.５	４９.０	５９.４
地域開発の動向	３９.１	３７.３	３９.６
地域についての総合情報	２６.４	２２.５	３４.９
地域の特殊性について	１１.８	８.８	２１.７
土地利用計画について	１１.８	１７.６	１９.８
そ の 他	１.８	—	１.９

### Ⅲ. 情報の必要性について(続)



## II 情報の必要性について（続）

### 1. 交通情報

交通情報の必要度は、この調査でとり上げる10種類の情報のうちではかなり低位にあるが、それでも「もっと欲しい」という回答が、48.4%の企業からなされており、「必要としない」ものは20.1%にすぎない。どのような交通情報を必要とし、または利用しているかは、表Ⅲ-1のとおりである。

必要とする交通情報の種類は、業種別あるいは地域別に当然異なるものであろう。表Ⅲ-2によると、製造業などおよびサービス業その他においては、「交通・道路計画について」の必要度の高さが目立ち、商業においては相対的に低く、「今で十分だ」も含めて比較すると、「交通利用度について」の方が明らかに高くなる。また、製造業などと商業では、「人の動き」よりも「物の動き」の方に関心があり、サービス業その他では反対に、「人の動き」の方により関心が強く、「航空」の必要度も他業種に比較して高い。

表Ⅲ-3で地域別にみると、「交通・道路計画について」の関心は、札幌市の地場企業において特に強いことが判明する。道央以外の地域や道外企業では、「交通利用度について」の必要度とほぼ同程度である。札幌以外の地域あるいは道央以外の地域では、「陸上」の「物の動き」にかんする情報への要望が、比較的大きいといえる。

表Ⅲ-4の規模別は、すでに表Ⅲ-3でみたように、交通情報について「もっと欲しい」と答えた企業が、大規模および中規模では50%を越えているのに、小規模では33.6%とかなり低くなっていることの反映である。

表Ⅱ - 1

## 交 通 情 報

(%)

項 目 \ 区 分	もっと欲しい	今で十分だ
交通・道路計画について	38.0	10.4
交通利用度について	30.2	12.3
人 の 動 き	16.4	5.0
物 の 動 き	23.0	6.3
陸 上	19.5	6.9
海 上	11.3	3.8
航 空	6.6	1.3
そ の 他	0.6	0.6

表Ⅱ - 2

## もつと欲しい交通情報（業種別）

(%)

項 目 \ 業 種 別	製造業など	商 業	サービス業 その他
交通・道路計画について	43.0	31.6	49.2
交通利用度について	26.7	31.0	32.8
人 の 動 き	11.6	14.6	27.9
物 の 動 き	22.1	24.6	19.7
陸 上	19.8	19.9	18.0
海 上	11.6	11.1	11.5
航 空	4.7	5.3	13.1
そ の 他	—	1.2	—

表Ⅱ - 3

## もつと欲しい交通情報（地域別）

(%)

項 目 \ 地 域 別	札 幌 市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道外企業
交通・道路計画について	4 7.3	3 2.4	4 3.1	3 3.3	3 1.0
交通利用度について	3 3.3	2 6.7	3 0.5	3 0.0	2 9.8
人 の 動 き	1 9.4	1 8.1	1 9.0	1 8.3	9.5
物 の 動 き	2 3.3	2 6.7	2 4.1	2 8.3	1 6.7
陸 上	1 7.1	2 5.7	1 9.0	2 6.7	1 5.5
海 上	1 0.9	1 4.3	1 1.5	1 5.0	8.3
航 空	7.8	9.5	8.6	8.3	1.2
そ の 他	0.8	1.0	0.6	1.7	1.2

表Ⅱ - 4

## もつと欲しい交通情報（規模別）

(%)

項目 \ 規 模 別	小	中	大
交通・道路計画について	2 8.2	4 0.2	4 6.2
交通利用度について	2 0.9	2 9.4	4 0.6
人 の 動 き	1 5.5	1 3.7	1 9.8
物 の 動 き	1 7.3	2 1.6	3 0.2
陸 上	1 2.7	2 0.6	2 5.5
海 上	1 0.0	5.9	1 7.9
航 空	5.5	5.9	8.5
そ の 他	0.9	—	0.9

## 2. 産業技術情報

産業技術情報も、回答企業全体については「もっと欲しい」49.1%、「今で十分だ」25.8%、「必要としない」22.6%で、必要度はあまり高くない。けれどもこれは、必要度が特に低いサービス業その他を含むためであって、製造業などだけについていうと、「もっと欲しい」企業は70%に近い。したがって、どのような産業技術情報を必要としているかについても、業種別に分けて観察しなければならない。

表Ⅲ-5では、「商品開発情報」「生産合理化情報」「生産技術情報」の順で必要とされているが、前者は商業において、後の2つは製造業などにおいて特に要求されており、サービス業その他では、上記3情報とも同程度にあまり高くないという違いを、表Ⅲ-6から知ることができる。

産業技術情報が、企業規模の大小にほとんどかわりなく、必要とされていることは注目に値いしよう。表Ⅲ-7にみるとおり、小規模企業において、前記3種の技術情報にたいする必要度は相対的に高く、製造業などのなかで規模別に分けてみても、小規模製造業での技術情報需要はかなり大きいのである。

また表Ⅲ-8にあるように、道外市場へ進出する地場企業が、道内市場だけで十分な企業に比べて、全般的に技術情報需要が大きいことは、きびしい競争条件のもとにおける積極的な意欲のあらわれであろう。

表Ⅲ-9の地域別は、表Ⅲ-4で示された必要度にかんする地域差の反映であって、特につけ加えることはない。



表Ⅱ - 5

## 産 業 技 術 情 報

(%)

項 目 \ 区 分	もっと欲しい	今で十分だ
生 産 技 術 情 報	2 0. 7	7. 2
商 品 開 発 情 報	3 0. 5	1 2. 9
生 産 合 理 化 情 報	2 1. 7	6. 6
特許，登録等についての情報	6. 9	2. 8
ノ ウ ハ ウ の 所 在	8. 5	2. 2
刊 行 物 情 報	8. 5	4. 4
そ の 他	0. 6	3. 1

表Ⅱ - 6

## もつと欲しい産業技術情報（業種別）

(%)

項 目 \ 業 種 別	製造業など	商 業	サービス業 その他
生 産 技 術 情 報	4 7. 7	9. 9	1 3. 1
商 品 開 発 情 報	2 7. 9	3 7. 4	1 4. 8
生 産 合 理 化 情 報	4 3. 0	1 4. 0	1 3. 1
特許，登録等についての情報	1 1. 6	5. 8	3. 3
ノ ウ ハ ウ の 所 在	1 1. 6	8. 8	3. 3
刊 行 物 情 報	1 0. 5	7. 6	8. 2
そ の 他	—	0. 6	1. 6

表Ⅱ－7

## もつと欲しい産業技術情報（規模別）

(%)

項 目 \ 規 模 別	小	中	大
生 産 技 術 情 報	2 4. 5	2 2. 5	1 5. 1
商 品 開 発 情 報	3 0. 0	3 2. 4	2 9. 2
生 産 合 理 化 情 報	2 6. 4	2 0. 6	1 7. 9
特許，登録等についての情報	7. 3	5. 9	7. 5
ノ ウ ハ ウ の 所 在	9. 1	3. 9	1 2. 3
刊 行 物 情 報	4. 5	9. 8	1 1. 3
そ の 他	—	—	1. 9

表Ⅱ－8

## もつと欲しい産業技術情報（経営分類別）

(%)

項 目 \ 経 営 別	道 内 市 場 企 業	道 外 進 出 企 業	道 外 企 業
生 産 技 術 情 報	2 0. 0	2 9. 3	1 1. 9
商 品 開 発 情 報	2 8. 6	4 0. 2	2 9. 8
生 産 合 理 化 情 報	1 8. 1	3 3. 7	1 6. 7
特許，登録等についての情報	4. 8	1 3. 0	2. 4
ノ ウ ハ ウ の 所 在	6. 7	1 0. 9	4. 8
刊 行 物 情 報	6. 7	1 0. 9	7. 1
そ の 他	1. 0	2. 2	—

表Ⅲ－9

## もつと欲しい産業技術情報（地域別）

（％）

項 目 \ 地 域 別	札 幌 市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域
生 産 技 術 情 報	27.9	19.0	27.0	15.0
商 品 開 発 情 報	36.4	23.8	31.0	30.0
生 産 合 理 化 情 報	25.6	21.0	25.3	18.3
特許、登録等についての情報	10.9	5.7	8.6	8.3
ノ ウ ハ ウ の 所 在	10.9	8.6	10.9	6.7
刊 行 物 情 報	8.5	9.5	10.3	5.0
そ の 他	1.6	—	1.1	—

## 3. 環 境 情 報

最近における環境問題の重要性から考えて、環境情報を「もっと欲しい」と答える企業が52.8％、「今で十分だ」とするもの25.5％、「必要としない」ものの20.1％という結果は、全体的にやや低すぎる感じの必要度を示している。

表Ⅲ－10で、必要とされる環境情報の内容をみても、そういった感じをもたざるをえない。

業種別にはどうか。表Ⅲ－11によると、製造業などにおける「公害防止についての情報」がきわ立っており、「公害発生についての情報」も他業種にくらべて多い。北海道情報科学調査研究会が46年11月に、製造業について実施した情報利用実態調査によれば、今後どのような情報を利用したいと思いますかという問いにたいして、公害防止関連技術をあげた企業は30.7％であった。2年後の今回の調査において、「公害防止についての情報」を「もっと欲しい」とする

企業が、同じ業種で39.8%になっていることは、問題の重要性を裏づけるものといえよう。サービス業その他で「自然保護についての情報」の必要度が、他業種にくらべて若干高くなっているものの、この比率それ自体が全体としてまだかなり低いといわなければならない。

地域別には、表Ⅲ-12でみるとおり、札幌市で「公害発生についての情報」需要が比較的多く、また札幌市以外の地域と道央以外の地域をくらべると、その差としての札幌への特急110分圏で、「発生についての情報」需要が少なく、「防止についての情報」需要が比較的多いと考えられる。

表Ⅲ-13の経営分類別には、道外市場へ進出する地場企業での必要度は相対的に高いが、道内市場で十分な地場企業でのそれは相対的に低く、道外企業はその中間に位する。また表Ⅲ-14で、規模別の差異はあまり大きなものとはいえないようである。「住宅関連情報」の必要度が、大規模企業あるいは道外企業においてやや高いのは、環境問題以外の要素が混っているようにも思われる。

表Ⅲ-10

## 環 境 情 報

(%)

項 目 \ 区 分	もっと欲しい	今で十分だ
住 宅 関 連 情 報	26.7	9.4
生 活 環 境 関 係 情 報	20.8	8.8
公 害 発 生 に つ い て の 情 報	17.3	4.4
公 害 防 止 に つ い て の 情 報	25.2	9.1
自 然 保 護 に つ い て の 情 報	6.9	2.5
環 境 政 策	14.8	6.6
そ の 他	1.3	1.3

表Ⅲ－１１

## もつと欲しい環境情報（業種別）

(%)

項 目 \ 業 種 別	製造業など	商 業	サービス業 その他
住 宅 関 連 情 報	27.3	25.7	27.9
生 活 環 境 関 係 情 報	13.6	23.4	23.0
公害発生についての情報	26.1	14.0	13.1
公害防止についての情報	39.8	17.0	26.2
自然保護についての情報	9.1	2.3	16.4
環 境 政 策	19.3	12.3	16.4
そ の 他	2.3	0.6	1.6

表Ⅲ－１２

## もつと欲しい環境情報（地域別）

(%)

項 目 \ 地 域 別	札 幌 市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域
住 宅 関 連 情 報	27.1	23.8	24.7	28.3
生 活 環 境 関 係 情 報	22.5	18.1	20.1	21.7
公害発生についての情報	23.3	9.5	19.0	11.7
公害防止についての情報	21.7	27.6	26.4	18.3
自然保護についての情報	7.0	6.7	8.0	3.3
環 境 政 策	15.5	12.4	16.7	6.7
そ の 他	1.6	1.9	1.7	1.7

表Ⅱ－１３

## もつと欲しい環境情報（経営分類別）

(%)

項 目 \ 経 営 別	道内市場企業	道外進出企業	道 外 企 業
住 宅 関 連 情 報	2 5. 7	2 2. 8	2 9. 8
生 活 環 境 関 係 情 報	1 6. 2	2 5. 0	2 1. 4
公害発生についての情報	1 0. 5	2 1. 7	1 7. 9
公害防止についての情報	2 4. 8	3 1. 5	2 7. 4
自然保護についての情報	3. 8	8. 7	7. 1
環 境 政 策	1 0. 5	2 0. 7	1 6. 7
そ の 他	—	1. 1	—

表Ⅱ－１４

## もつと欲しい環境情報（規模別）

(%)

項 目 \ 規 模 別	小	中	大
住 宅 関 連 情 報	2 5. 5	2 3. 3	3 1. 1
生 活 環 境 関 係 情 報	1 4. 5	1 7. 5	3 0. 2
公害発生についての情報	1 3. 6	1 9. 4	1 8. 9
公害防止についての情報	2 3. 6	2 4. 3	2 7. 4
自然保護についての情報	6. 4	5. 8	8. 5
環 境 政 策	1 1. 8	1 1. 7	2 0. 8
そ の 他	—	1. 9	1. 9

#### 4. 所 在 情 報

所在情報の必要度は、ここでとり上げる10種類の情報のなかで最も低く、「もっと欲しい」が40.9%にとどまり、「必要としない」が28.6%にもおよんでいる。この「必要としない」率が30%を越えているのは、業種別には商業、規模別には中規模、地域別には札幌以外の地域と道央以外の地域、経営分類別には道内市場だけで十分な地場企業と道外企業であり、特に後の3つでは3分の1以上の企業が必要なしとしている。(表Ⅱ-1から表Ⅱ-5までによる。)

必要な所在情報を、人材と企業と商品に分けてみると、表Ⅱ-15から表Ⅱ-19までのようになる。これらのなかで、※印のついている箇所は、「今で十分だ」が「もっと欲しい」よりも多いものであり、※印のついている箇所は、「今で十分だ」が「もっと欲しいか」に全く同じか、あるいはそれにほとんど近いものである。

所在情報の必要度がこのように低いことは、予備調査などから受けた印象と異なり、やや意外という感じもするが、前出の46年に実施した北海道情報科学調査研究会の調査で、今後利用したい情報として、人材の所在5.4%、企業の所在13.6%、商品の所在14.4%という結果からみると、表Ⅱ-16の製造業などにおける各種所在情報の「もっと欲しい」率は、必要度の顕著な上昇といえるかもしれない。

表Ⅱ-15

#### 所 在 情 報

(%)

項目	区分	もっと欲しい	今で十分だ
人 材 の 所 在		16.7	4.4
企 業 の 所 在		17.9	12.9
商 品 の 所 在		21.1	8.2
そ の 他		2.2	2.2

表Ⅲ - 1 6

## もつと欲しい所在情報（業種別）

(%)

業種別 項 目	製造業など	商 業	サービス業 そ の 他
人 材 の 所 在	2 0. 9	1 5. 2	1 4. 8
企 業 の 所 在	2 2. 1	※ 1 4. 0	※※ 2 3. 0
商 品 の 所 在	3 2. 6	1 8. 1	1 3. 1
そ の 他	3. 5	1. 8	1. 6

表Ⅲ - 1 7

## もつと欲しい所在情報（規模別）

(%)

規模別 項 目	小	中	大
人 材 の 所 在	1 6. 4	1 4. 7	1 8. 9
企 業 の 所 在	1 8. 2	※※ 9. 8	2 5. 5
商 品 の 所 在	2 1. 8	1 7. 6	2 3. 6
そ の 他	1. 8	2. 9	1. 9



表Ⅱ－１８

## もつと欲しい所在情報（地域別）

(%)

項 目 \ 地域別	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域
人 材 の 所 在	21.7	10.5	19.5	8.3
企 業 の 所 在	※ 15.5	19.0	17.8	15.0
商 品 の 所 在	24.0	24.8	25.9	20.0
そ の 他	3.1	2.9	2.3	5.0

表Ⅱ－１９

## もつと欲しい所在情報（経営分類別）

(%)

項 目 \ 経営別	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
人 材 の 所 在	10.5	26.1	16.7
企 業 の 所 在	※※ 10.5	19.6	※ 20.2
商 品 の 所 在	16.2	34.8	11.9
そ の 他	1.0	2.2	—

## 5. 各種統計情報

各種統計情報にたいする需要が、他の情報にたいするそれとひじょうに異なるところは、すでに触れたとおり、この情報を「必要としない」企業が3.4%という低率であるにもかかわらず、「今で十分だ」とする企業がかなり多い(31.8%)ため、「もっと欲しい」と回答する企業の割合が60.1%にとどまっていることである。

上記の「もっと欲しい」および「今で十分だ」の両回答企業にたいして、表Ⅲ-20にある29種類の項目のうち、どの統計を必要としまたは利用しているかを問い、それ以外のものについては具体的に記入してもらうことにした。ここで選ばれた29の統計項目は、昭和45年に野村総合研究所が総理府統計局の委託を受けて実施した、統計利用状況と統計にたいする要望調査の結果、利用度が特に高かったものであり、それに北海道の特殊性を考慮して、若干の項目を付加してある。(「統計利用状況と統計に対する要望調査——統計データ・バンクの需要性調査に関する調査研究」昭和46年2月、野村総合研究所刊による。)

表Ⅲ-20の統計項目を、「もっと欲しい」という回答の多い順にあげると、1位は「産業別・職種別賃金」32.7%，2位「人口・世帯数の推移」26.1%，3位「新規学卒者の就職状況」23.3%，4位「企業経営状況指標」，5位「道民所得・総支出関係数値」，6位「消費者物価，小売物価」，これらが20%以上であり、つぎに「卸売物価」「業種別卸・小売店数」などがくる。「今で十分だ」という回答もあわせると，1位から3位までは上記と同じ，4位と5位が入れ替わり，以上が30%を越える項目で，6位と7位は上記と同じであって，「金融関係指標」がそれにつづく。これらの諸項目が，北海道における民間企業によって必要とされ，よく利用される種類の統計ということになろう。

ところで，前記の野村総合研究所の調査によれば，民間企業において利用度の高い統計項目は，製造業品目別・業種別の生産・出荷・在庫が群を抜き，つづい

て品目別家計消費支出、人口・世帯数・世帯人員・世帯有業者数、卸売・小売・消費者物価指数、業種別卸・小売店数・従業員数・販売・在庫という順序になり、表Ⅲ-20の結果とはかなり相違している。同表において、製造業の業種別あるいは品目別生産・出荷・在庫の必要度はかなり低く、また品目別家計消費支出のそれはさらに一層低いのである。

野村総合研究所の調査における民間企業は、東京証券取引所1部・2部上場会社のなかから選出されたものであり、ここでの調査対象とは、企業規模の点で大きな差異があり、さらに業種構成についても、製造業のウエイトが高いように思われる。

それでは北海道の場合、規模の差異は必要統計項目にどのような相違をもたらすであろうか。表Ⅲ-21によると、「もっと欲しい」統計項目の第1位は、規模の大小を問わず「産業別・職種別賃金」であるが、中規模と大規模では「人口・世帯数の推移」がこれと同率であり、「今で十分だ」をいれると、大規模での第1位は後者の方になってしまう。小規模の第2位は「新規学卒者の就職状況」、3位は「企業経営状況指標」であるが、中規模での3位は「道民所得・総支出関係数値」であり、また大規模での3位は「消費購買力指標」となっている。

また業種別に集計してみると、表Ⅲ-22のように、ここでも第1位は、どの業種についても「産業別・職種別賃金」であり、第2位の項目から業種的な差異があらわれる。すなわち製造業などの第2位は「製造業業種別生産・出荷・在庫」、商業においては「人口・世帯数の推移」であって、後者の「もっと欲しい」という回答率は第1位と同じである。サービス業その他では、「もっと欲しい」だけで見ると、「人口・世帯数の推移」と「金融関係指標」がともに第2位として並び、「今で十分だ」をもあわせると、「道民所得・総支出関係数値」が第2位になる。製造業などの3位は「新規学卒者の就職状況」で、これは「今で十分だ」を含めると「製造業業種別生産・出荷・在庫」と同じになり、商業での3位は

「卸売物価」である。

商業やサービス業その他における「人口・世帯数の推移」は、需要指標の役割を果しているものと考えられる。したがって、必要としあるいは利用されている統計情報としては、まず労務や事務管理にそのまま直接役立つような統計項目が、ついで需要にかんする指標が重視されることになる。そして、小規模企業では前者の方に圧倒的にウェイトがかかり、企業規模が大きくなるにしたがい、後者のウェイトが増大する。

いずれにしてもそれらは、種々の加工をほどこすことによって多くの用途に利用される、基礎的な統計データとして需要されるのではなく、必要度もあまり高いものではない。さきに述べた人口・労働力情報のなかで、「賃金・給与動向について」という項目の必要度が最も高く、統計情報で「産業別・職種別賃金」項目が根強く第1位であることとは、明らかに関連がある。だが、前者について「もっと欲しい」企業の割合は58.5%（表Ⅱ-14）であり、後者のそれは32.7%（表Ⅱ-20）にすぎない。つまり、動向はひじょうに必要とされるが、統計そのものはそれほど要求されていない。展望的でかつ入手の早い資料と、回顧的でかつ入手が遅れる資料の違いが、必要度の大きな差をもたらすともいえる。しかしその大きな差異は、企業における基礎的統計データの消化能力にも依存するであろう。

つぎに、地域別に調べてみよう。表Ⅱ-23に示されるとおり、第1位はやはり「産業別・職種別賃金」であるが、札幌市では、「もっと欲しい」という回答で見ると、2位が「人口・世帯数の推移」、3位は「企業経営状況指標」であり、「今で十分だ」をいれると2位と3位が逆転する。札幌市以外の地域では、「もっと欲しい」項目の2位は「卸売物価」で、3位に「人口・世帯数の推移」と「農林水産業品目別生産・出荷」が並ぶが、「今で十分だ」も含めると、「人口・世帯数の推移」と「消費者物価、小売物価」がともに第2位にあがってくる。ま

た札幌市への特急110分圏、すなわちここでの道央地域についてみると、2位と3位は、「新規学卒者の就職状況」と「企業経営状況指標」ということになり、道央以外の地域では、2位が「人口・世帯数の推移」で、3位には「もっと欲しい」項目で「卸売物価」と「業種別卸・小売店数」が並ぶ。

ただし、1位と2位の差は、札幌市にかんしてはきわめて僅かであるが、札幌市以外の地域ではかなり広がる。他方、道央以外の地域においては、1位の高さそのものが低くなる形で、1位と2位の差はそれほど大きくなっていない。つまり、「産業別・職種別賃金」統計の必要度は、札幌市以外の道央地域において、相対的にかなり高いということになる。

地場企業については、上記のように地域によってその必要度の相対的な高さを若干異にすることはいえ、どの地域をとってみても、「産業別・職種別賃金」が第1位であることに変わりはないが、表Ⅲ-24にある道外企業では、「人口・世帯数の推移」が第1位で、「産業別・職種別賃金」は第2位、3位としては「もっと欲しい」だけでは、「消費購買力指標」と「業種別卸・小売販売・在庫」が、また「今で十分だ」をも含めると「道民所得・総支出関係数値」があがってくる。ただし、表Ⅱ-5で明らかのように、各種統計情報について「今で十分だ」と答える企業の割合が、道外企業において特に高く、36.9%にも達していることを注意しなければならない。基礎的な統計データの収集と処理は、もっぱら道外本社に依存するということであろうか。

道内市場で十分な企業と、道外市場へ進出する企業とでは、前者で「人口・世帯数の推移」が第2位をしめしていることを除き、必要度の高い項目はほぼ類似している。第1位がともに「産業別・職種別賃金」、2位もしくは3位に「企業経営状況」が、そして3位もしくは4位ないし5位に、「卸売物価」と「消費者物価、小売物価」がくる。

表Ⅱ－20

## 各種統計情報

(%)

統計項目	回 答	もつと欲しい	今で十分だ
人 口 ・ 世 帯 数 の 推 移		2 6. 1	8. 5
男 女 別 ・ 年 令 別 人 口		1 7. 0	5. 0
人 口 流 出 入 状 況		1 7. 6	6. 6
国 民 所 得 ・ 総 支 出 関 係 数 値		1 1. 3	6. 3
道 民 所 得 ・ 総 支 出 関 係 数 値		2 1. 1	9. 4
市 町 村 民 所 得		1 2. 6	3. 1
財 政 関 係 指 標		8. 8	3. 4
金 融 関 係 指 標		1 7. 9	7. 5
産 業 別 ・ 規 模 別 事 業 所 数		9. 1	4. 1
産 業 別 ・ 就 業 状 態 別 就 業 者 数		7. 2	2. 5
新 規 学 卒 者 の 就 職 状 況		2 3. 3	8. 5
産 業 別 ・ 職 種 別 賃 金		3 2. 7	1 0. 7
農 林 水 産 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷		9. 7	4. 4
製 造 業 業 種 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫		1 2. 9	3. 1
製 造 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫		1 2. 9	4. 4
業 種 別 卸 ・ 小 売 店 数		1 8. 2	4. 4

業種別卸・小売販売・在庫	1 7. 9	4. 1
品 目 別 輸 送 量	5. 6	2. 8
卸 売 物 価	1 9. 8	7. 8
消費者物価・小売物価	2 0. 7	7. 5
企業経営状況指標	2 2. 6	7. 5
消費購買力指標	1 7. 9	5. 3
品目別家計消費支出	9. 4	1. 6
農家経済収支	4. 4	1. 6
住宅着工戸数	1 6. 7	3. 1
住宅種別住宅戸数	1 3. 2	1. 6
生活関連指標	8. 5	1. 9
主要商品輸出入量（額）	7. 8	2. 8
輸 出 入 物 価	6. 6	0. 9
そ の 地	0. 9	1. 9

表Ⅲ - 2 1

## 各種統計情報（規模別）

(%)

統計項目	回 答		も っ と 欲 し い			今 で 十 分 だ		
	規模別		小	中	大	小	中	大
人 口 ・ 世 帯 数 の 推 移			9.1	25.5	35.8	8.2	4.9	12.3
男 女 別 ・ 年 令 別 人 口			10.0	12.7	28.3	2.7	2.9	9.4
人 口 流 出 入 状 況			12.7	15.7	24.5	4.5	3.9	11.3
国民所得・総支出関係数値			8.2	11.8	14.2	6.4	4.9	7.5
道民所得・総支出関係数値			15.5	23.5	24.5	11.8	6.9	9.4
市 町 村 民 所 得			9.1	10.8	17.9	2.7	2.0	4.7
財 政 関 係 指 標			7.3	7.8	11.3	2.7	2.9	4.7
金 融 関 係 指 標			13.6	15.7	24.5	5.5	9.8	7.5
産 業 別 ・ 規 模 別 事 業 所 数			7.3	5.9	14.2	2.7	2.0	7.5
産 業 別 ・ 就 業 状 態 別 就 業 者 数			7.3	3.9	10.4	3.6	1.0	2.8
新 規 学 卒 者 の 就 職 状 況			20.9	21.6	27.4	11.8	7.8	5.7
産 業 別 ・ 職 種 別 賃 金			36.4	25.5	35.8	11.8	11.8	8.5
農 林 水 産 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷			6.4	11.8	11.3	5.5	2.9	4.7
製 造 業 業 種 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫			10.9	13.7	14.2	3.6	2.9	2.8
製 造 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫			8.2	15.7	10.4	4.5	3.9	4.7



業種別卸・小売店数	11.8	16.7	26.4	5.5	2.9	4.7
業種別卸・小売販売・在庫	11.8	14.7	27.4	2.7	6.9	2.8
品目別輸送量	—	7.8	9.4	—	3.9	4.7
卸売物価	17.3	19.6	22.6	10.0	6.9	6.6
消費者物価，小売物価	14.5	17.6	30.2	6.4	6.9	9.4
企業経営状況指標	19.1	18.6	30.2	6.4	5.9	10.4
消費購買力指標	10.0	10.8	33.0	3.6	5.9	6.6
品目別家計消費支出	5.5	4.9	17.9	0.9	1.0	2.8
農家経済収支	2.7	2.9	7.5	—	1.0	3.8
住宅着工戸数	16.4	14.7	18.9	4.5	2.9	1.9
住宅種別住宅戸数	11.8	13.7	14.2	—	2.0	2.8
生活関連指標	4.5	3.9	17.0	1.8	1.0	2.8
主要商品輸出入量（額）	6.4	5.9	11.3	2.7	2.0	3.8
輸出入物価	5.5	5.9	8.5	1.8	—	0.9
その他	—	1.0	1.9	1.8	—	3.8

表Ⅱ-22

## 各種統計情報（業種別）

(%)

統計項目	業種別 回 答	も っ と 欲 し い			今 で 十 分 だ		
		製 造 業 な ど	商 業	サービ ス業 その他	製 造 業 な ど	商 業	サービ ス業 その他
人 口 ・ 世 帯 数 の 推 移		19.8	29.8	24.6	3.5	9.4	13.1
男 女 別 ・ 年 令 別 人 口		14.0	18.1	18.0	1.2	4.1	13.1
人 口 流 出 入 状 況		14.0	20.5	14.8	2.3	7.0	11.5
国民所得・総支出関係数値		15.1	8.2	14.8	1.2	6.4	13.1
道民所得・総支出関係数値		20.9	20.5	23.0	5.8	8.8	16.4
市 町 村 民 所 得		11.6	12.9	13.1	—	2.9	8.2
財 政 関 係 指 標		14.0	6.4	8.2	2.3	2.3	8.2
金 融 関 係 指 標		18.6	15.2	24.6	4.7	7.0	13.1
産 業 別 ・ 規 模 別 事 業 所 数		14.0	5.8	11.5	1.2	3.5	9.8
産 業 別 ・ 就 業 状 態 別 就 業 者 数		9.3	4.1	13.1	1.2	2.3	4.9
新 規 学 卒 者 の 就 職 状 況		26.7	23.4	18.0	7.0	8.8	9.8
産 業 別 ・ 職 種 別 賃 金		43.0	29.8	26.2	9.3	9.9	14.8
農 林 水 産 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷		15.1	7.6	8.2	4.7	4.1	4.9
製 造 業 業 種 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫		27.9	5.8	11.5	5.8	1.2	4.9
製 造 業 品 目 別 生 産 ・ 出 荷 ・ 在 庫		23.3	7.0	14.8	5.8	3.5	4.9

業種別卸・小売店数	8.1	25.1	13.1	1.2	5.8	4.9
業種別卸・小売販売・在庫	10.5	24.6	9.8	1.2	5.8	3.3
品目別輸送量	2.3	5.3	11.5	—	2.9	6.6
卸売物価	15.1	25.7	9.8	7.0	8.8	6.6
消費者物価，小売物価	16.3	24.6	16.4	2.3	8.8	11.5
企業経営状況指標	25.6	23.4	16.4	3.5	7.6	13.1
消費購買力指標	11.6	21.1	18.0	3.5	5.8	6.6
品目別家計消費支出	5.8	9.9	13.1	—	2.3	1.6
農家経済収支	1.2	4.7	8.2	—	1.8	3.3
住宅着工戸数	23.3	12.3	19.7	4.7	3.5	—
住宅種別住宅戸数	18.6	9.9	14.8	2.3	1.8	3.3
生活関連指標	8.1	7.6	11.5	—	1.2	3.3
主要商品輸出入量（額）	9.3	7.6	6.6	—	3.5	4.9
輸出入物価	9.3	5.8	4.9	2.3	1.2	—
その他	1.2	0.6	1.6	—	1.8	4.9

表Ⅱ－２３

## 各種統計情報（地域別）

（％）

統計項目	回 答		も っ と 欲 し い				今 で 十 分 だ			
	地域別		札幌市	札幌以外地域	道 央 域	道央以外地域	札幌市	札幌以外地域	道 央 域	道央以外地域
人口・世帯数の推移			29.5	19.0	25.3	23.3	8.5	7.6	8.6	6.7
男女別・年令別人口			18.6	14.3	17.2	15.0	3.9	6.7	5.2	5.0
人口流出入状況			17.1	18.1	17.2	18.3	5.4	8.6	6.9	6.7
国民所得・総支出関係数値			16.3	8.6	13.2	11.7	7.0	2.9	6.3	1.7
道民所得・総支出関係数値			22.5	16.2	19.5	20.0	10.9	4.8	9.2	5.0
市町村民所得			13.2	14.3	13.8	13.3	3.1	3.8	2.9	5.0
財政関係指標			9.3	9.5	9.8	8.3	6.2	—	4.6	—
金融関係指標			24.0	13.3	20.7	15.0	8.5	3.8	7.5	3.3
産業別・規模別事業所数			10.9	9.5	10.3	10.0	3.1	1.9	2.9	1.7
産業別・就業状態別就業者数			11.6	3.8	9.2	5.0	3.1	2.9	3.4	1.7
新規学卒者の就職状況			25.6	20.0	25.9	15.0	10.1	7.6	9.2	8.3
産業別・職種別賃金			31.0	38.1	36.2	28.3	12.4	11.4	12.6	10.0
農林水産業品目別生産・出荷			5.4	19.0	9.2	18.3	4.7	5.7	5.2	5.0
製造業業種別生産・出荷・在庫			17.8	8.6	14.4	11.7	4.7	2.9	4.0	3.3
製造業品目別生産・出荷・在庫			14.7	12.4	13.2	15.0	5.4	3.8	4.6	5.0

業種別卸・小売店数	17.8	15.2	14.9	21.7	5.4	1.9	4.0	3.3
業種別卸・小売販売・在庫	16.3	15.2	14.9	18.3	4.7	4.8	4.0	6.7
品目別輸送量	5.4	8.6	6.9	6.7	2.3	4.8	3.4	3.3
卸売物価	20.9	20.0	20.1	21.7	8.5	5.7	7.5	6.7
消費者物価，小売物価	23.3	18.1	21.8	18.3	7.0	8.6	7.5	8.3
企業経営状況指標	28.7	17.1	25.9	16.7	10.1	6.7	8.6	8.3
消費購買力指標	19.4	11.4	17.8	10.0	6.2	3.8	4.6	6.7
品目別家計消費支出	9.3	9.5	8.0	13.3	2.3	1.0	1.7	1.7
農家経済収支	2.3	5.7	2.9	6.7	1.6	1.9	1.7	1.7
住宅着工戸数	14.7	18.1	15.5	18.3	5.4	—	4.0	—
住宅種別住宅戸数	14.7	9.5	13.8	8.3	3.1	—	2.3	—
生活関連指標	10.1	7.6	8.6	10.0	1.6	1.9	2.3	—
主要商品輸出入量(額)	5.4	11.4	7.5	10.0	1.6	3.8	2.3	3.3
輸出入物価	8.5	6.7	8.0	6.7	2.3	—	1.7	—
その他	1.6	1.0	1.1	1.7	1.6	1.9	2.3	—

## 各種統計情報（経営分類別）

（%）

統計項目	回 答 経営分類	も っ と 欲 し い			今 で 十 分 だ		
		道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
人 口 ・ 世 帯 数 の 推 移		26.7	19.6	29.8	10.5	9.8	9.5
男 女 別 ・ 年 令 別 人 口		17.1	15.2	17.9	3.8	3.3	4.8
人 口 流 出 入 状 況		16.2	16.3	17.9	9.5	7.6	6.0
国民所得・総支出関係数値		12.4	18.5	7.1	5.7	4.3	9.5
道民所得・総支出関係数値		19.0	20.7	25.0	13.3	7.6	13.1
市 町 村 民 所 得		14.3	10.9	9.5	5.7	2.2	2.4
財 政 関 係 指 標		7.6	9.8	7.1	1.9	6.5	3.6
金 融 関 係 指 標		20.0	22.8	14.3	8.6	6.5	10.7
産業別・規模別事業所数		9.5	8.7	6.0	4.8	3.3	8.3
産業別・就業状態別就業者数		4.8	9.8	4.8	5.7	2.2	1.2
新規学卒者の就職状況		18.1	19.6	23.8	12.4	9.8	7.1
産業別・職種別賃金		29.5	32.6	28.6	15.2	13.0	7.1
農林水産業品目別生産・出荷		4.8	17.4	4.8	4.8	6.5	2.4
製造業業種別生産・出荷・在庫		7.6	19.6	10.7	3.8	6.5	1.2
製造業品目別生産・出荷・在庫		8.6	21.7	10.7	5.7	4.3	3.6

業種別卸・小売店数	1 5.2	1 7.4	2 2.6	4.8	2.2	7.1
業種別卸・小売販売・在庫	1 5.2	1 5.2	2 3.8	7.6	2.2	2.4
品目別輸送量	2.9	7.6	2.4	1.9	4.3	1.2
卸売物価	2 2.9	2 2.8	1 7.9	8.6	1 0.9	9.5
消費者物価，小売物価	2 1.0	2 3.9	2 0.2	1 0.5	8.7	7.1
企業経営状況指標	2 2.9	3 0.4	2 0.2	1 2.4	8.7	4.8
消費購買力指標	1 3.3	1 9.6	2 3.8	6.7	7.6	6.0
品目別家計消費支出	5.7	1 3.0	9.5	1.9	4.3	1.2
農家経済収支	5.7	3.3	6.0	4.8	3.3	1.2
住宅着工戸数	1 7.1	1 2.0	1 7.9	1.9	1.1	3.6
住宅種別住宅戸数	1 1.4	8.7	1 5.5	1.0	2.2	3.6
生活関連指標	7.6	1 2.0	7.1	1.9	1.1	2.4
主要商品輸出入量（額）	1.9	8.7	7.1	1.9	2.2	3.6
輸出入物価	1.9	9.8	3.6	1.0	3.3	—
その他	1.0	2.2	—	1.9	2.2	2.4

## 6. そ の 他 の 情 報

前記の10種類以外の情報にかんしては、表Ⅲ-25に記載の各種情報について、単純に必要なかどうかを尋ねた。その結果は、表Ⅲ-25および表Ⅲ-26のとおりであって、製造業などで特許情報の必要度が高く、サービス業その他で天気予報のそれが高い、という業種的な差異や、道外進出企業で海外情報や特許情報が比較的高い、といった特徴などが見いだされる。また、地域的な差異としては、海外情報と特許情報と判例情報が、札幌市以外の道央地域で相対的に高いということのほか、特に指摘すべきことはない。

表Ⅲ-25

必要とするその他の情報（総数、業種別、規模別）

(%)

区 分	総 数	製 造 業 な ど	商 業	サービ ス業 その他	小	中	大
時 事 情 報	39.6	39.5	39.2	41.0	48.2	28.4	41.5
天 気 予 報	20.1	19.8	17.0	29.5	14.5	17.6	28.3
海 外 情 報	14.2	17.4	11.7	16.4	15.5	10.8	16.0
医 学 情 報	5.3	1.2	8.2	3.3	3.6	3.9	8.5
特 許 情 報	11.6	25.6	7.6	3.3	12.7	11.8	10.4
判 例 情 報	12.3	17.4	7.6	18.0	9.1	14.7	13.2
そ の 他	0.9	—	1.2	1.6	0.9	1.0	0.9

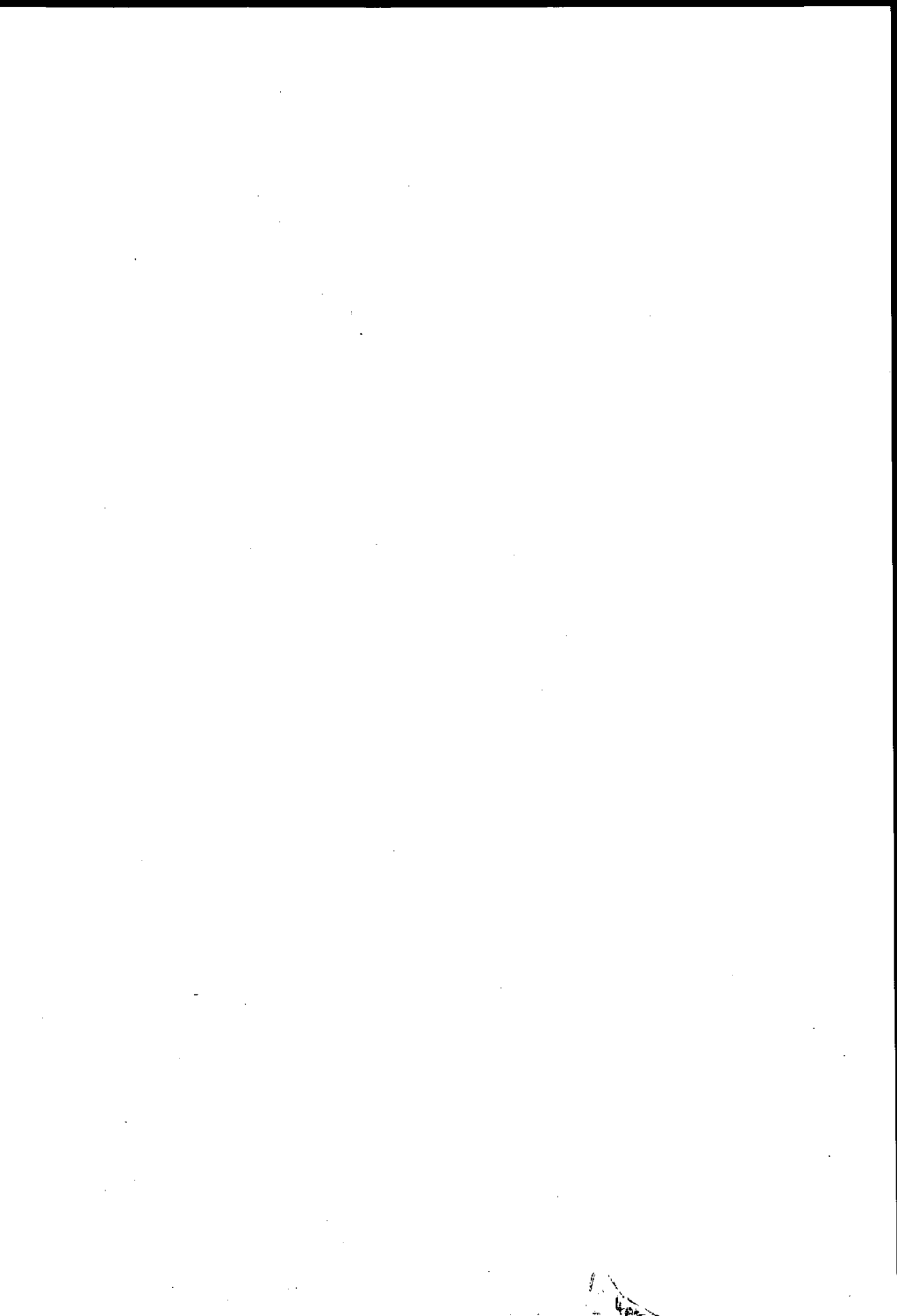


表Ⅱ－２６

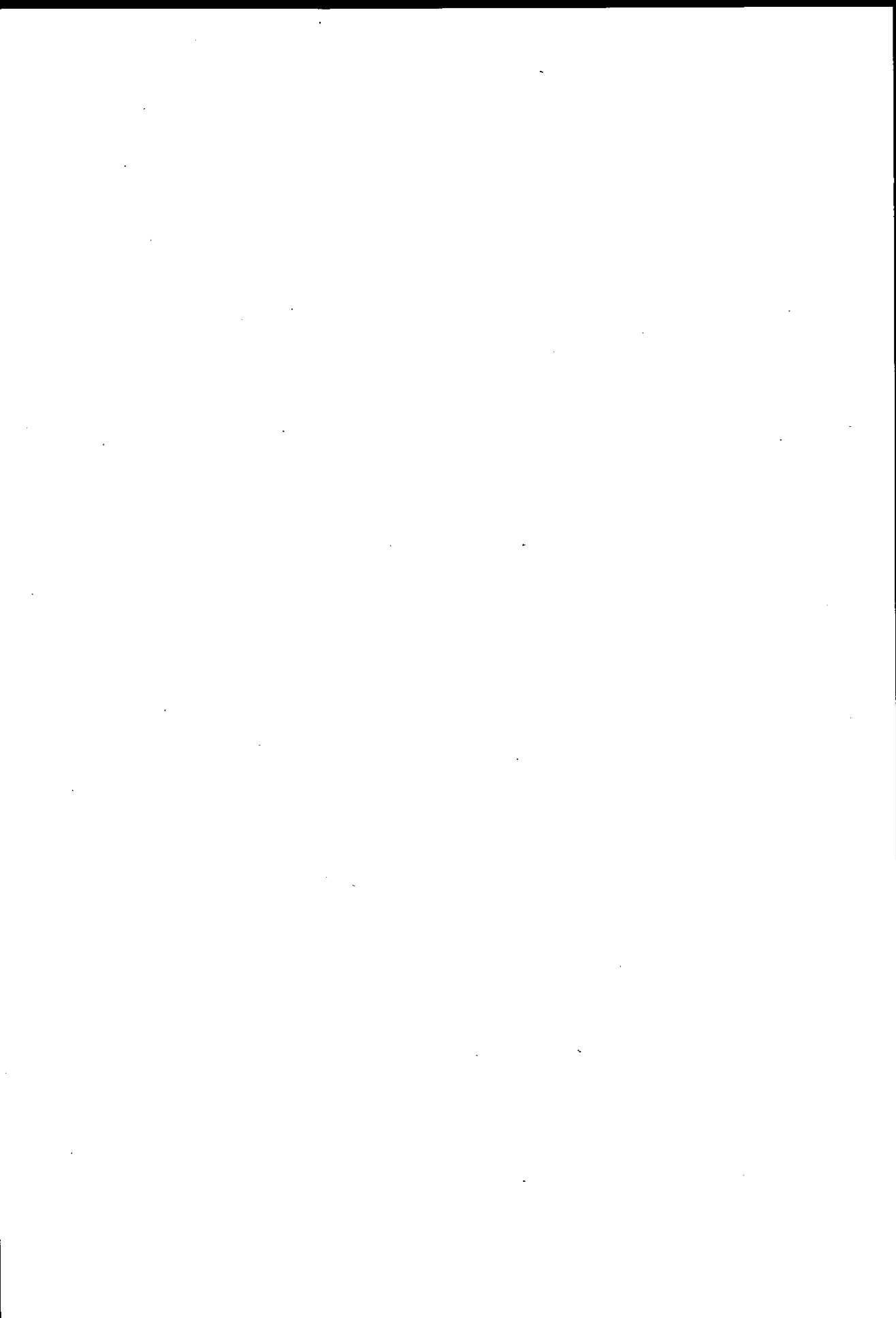
## 必要とするその他の情報（地域別，経営分類別）

(%)

区 分	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
時 事 情 報	4 2.6	4 3.8	4 2.5	4 5.0	4 3.8	4 3.5	2 9.8
天 気 予 報	1 8.6	2 6.7	2 1.3	2 5.0	2 1.9	2 0.7	1 4.3
海 外 情 報	7.0	2 4.8	1 3.8	1 8.3	8.6	1 9.6	1 1.9
医 学 情 報	2.3	3.8	3.4	1.7	—	2.2	1 1.9
特 許 情 報	4.7	2 6.7	1 4.4	1 5.0	9.5	2 2.8	3.6
判 例 情 報	7.0	2 1.9	1 3.8	1 3.3	1 2.4	1 3.0	8.3
そ の 他	1.6	—	1.1	—	—	3.3	1.2



## IV. 情報の収集について



## IV. 情報 の 収 集 に つ い て

### 1. 情報 の 入 手 先 と 形 態

各企業はどのようなところから、どのような形で情報を得ているか。表Ⅳ-1のように入手先を10に分類し、それぞれ刊行物による場合と、聞きとりによる場合とに分けて回答を求めた。この種の調査で、常に高い比率をしめる新聞・雑誌を、ここでは「一般」「専門」「業界」に区分してある。結果は、「業界新聞・雑誌社」の刊行物が84.9%で最も多く、つぎに「一般新聞・雑誌社」の刊行物73.3%、「専門新聞・雑誌社」の刊行物69.8%、「関連業者」からの聞きとりが59.7%、つづいて「各業界の組合・協会」の刊行物、「諸官公庁」の刊行物が50%以上、「各業界の組合・協会」からの聞きとりが50%に近く、他は25%以下になっている。

この回答はいうまでもなく複数回答であるが、刊行物の%を合計すれば418.8となり、聞きとりのそれを合計すれば195.5となる。したがって、刊行物については1企業当たり約4分類の入手先、聞きとりについては1企業当たり約2分類の入手先ということになろう。聞きとりによる入手は、刊行物による入手にくらべて全般的に低率であるが、順位としては、「関連業者」「各業界の組合・協会」のつぎに、「消費者およびその団体」と「諸官公庁」がくる。

より正確には、各情報種類ごとに主な入手先を問うべきであろうが、ここでは煩雑さを避け、総括的な形での質問を採った。すでに述べた各種の情報について、必要度がひじょうに高かった情報項目の特徴から考えて、上記のような入手先へのかたよりが見られることは、きわめて当然の帰結ともいえるであろう。

表Ⅳ-2は企業規模別にとりまとめたものであるが、表Ⅳ-1で考察した全体的な特徴は、おおよそそのまま各規模に当てはまる。ただ、「諸官公庁」の刊行

物については、規模が大きくなるにしたがって、企業割合と順位が明らかに上昇する。小規模では7位にすぎないが、大規模では4位である。また大規模では、中・小規模にくらべて、各入手先の企業割合がおしなべて高くなっており、情報の入手先が広般であることを示している。ちなみに、刊行物の%を合計してみると、小規模378.2，中規模381.3，大規模497.2であり、聞きとりの%を合計してみると、同じく172.8，182.3，232.1ということになる。

業種別には、それぞれの産業活動の特性にもとづき、入手先の順位も依存度も若干異なってくる。表Ⅳ-3にあるように、第1位はどの業種とも「業界新聞・雑誌社」の刊行物であるが、製造業などでは、「専門新聞・雑誌社」の刊行物が2位、「一般新聞・雑誌社」の刊行物は3位となり、つぎに「関連業者」からの聞きとりと「各業界の組合・協会」の刊行物が並ぶ。商業では、1位から4位まで全体の順位と同じであるが、5位以下は50%を下まわり、「各業界の組合・協会」の刊行物や「諸官公庁」の刊行物にたいする依存度も、他の業種にくらべて明らかに低い。サービス業その他においては、「一般新聞・雑誌社」の刊行物は「業界新聞・雑誌社」のそれと並んで1位をしめ、3位の「専門新聞・雑誌社」刊行物のあとに、「諸官公庁」の刊行物がつづき、これに依存する企業の割合は70.5%とかなり高い。

「聞きとり」だけの順位では、各業種とも1位「関連業者」，2位「各業界の組合・協会」となり，3位は製造業などおよびサービス業その他では「諸官公庁」，商業では「消費者およびその団体」である。「消費者およびその団体」からの聞きとりは，一般にあまり高い割合ではないが，商業の場合30%に近い割合をしめている。

表Ⅳ-4で地域別にみた場合，札幌市および道央地域と，道央以外の地域との差は，「関連業者」からの聞きとりと「各業界の組合・協会」刊行物との間で，

4位と5位が入れ替わることを除いて、大きな差異はない。ただ札幌以外の地域で、「諸官公庁」の刊行物にたいする依存度がひじょうに高く、札幌市や道央以外地域のそれをかなりひき離していることは、札幌市以外の道央地域において、「諸官公庁」刊行物の割合がきわ立って高いことを意味する。

地場企業のうちから、道内市場で十分な企業と道外市場へ進出する企業とを抜き出してみると（表Ⅳ-5）、前者は道央以外の地域にかんする特徴に類似し、後者は道外企業のそれに類似していることがわかる。つまり、道外市場へ進出する地場企業や道外企業では、一般紙誌よりも専門紙誌の比重が増し、「関連業者」や「各業界の組合・協会」からの聞きとりにたいする依存度が高まる、という特徴をもっている。

表Ⅳ-1

## 情報 の 入 手 先 と 形 態

( % )

入手先	形 態	形 態		回答総数 の構成比
		刊 行 物	聞きとり	
諸 官 公 庁		5 2.5	2 1.4	1 2.0
一 般 新 聞 ・ 雑 誌 社		7 3.3	3.8	1 2.6
専 門 新 聞 ・ 雑 誌 社		6 9.8	4.4	1 2.1
業 界 新 聞 ・ 雑 誌 社		8 4.9	1 1.0	1 5.6
文 献		2 4.8	2.2	4.4
各 業 界 の 組 合 ・ 協 会		5 3.8	4 9.7	1 6.8
研究機関またはコンサルタント		2 3.3	1 7.9	6.7
関 連 業 者		2 1.1	5 9.7	1 3.2
消 費 者 お よ び そ の 団 体		1 1.9	2 5.1	6.0
そ の 他		3.4	0.3	0.6



表Ⅳ - 2

## 情報の入手先と形態（規模別）

（％）

入手先	規 模		中		大	
	形 態		形 態		形 態	
	刊 行 物	聞 き と り	刊 行 物	聞 き と り	刊 行 物	聞 き と り
諸 官 公 庁	4 0.9	1 6.4	4 9.0	1 9.6	6 7.9	2 8.3
一般新聞・雑誌社	6 9.1	1.8	6 9.6	2.9	8 1.1	6.6
専門新聞・雑誌社	6 5.5	2.7	6 8.6	2.0	7 5.5	8.5
業界新聞・雑誌社	8 1.8	6.4	8 2.4	8.8	9 0.6	1 7.9
文 献	2 0.9	4.5	1 8.6	—	3 4.9	1.9
各 業 界 の 組 合 ・ 協 会	5 0.9	4 7.3	4 9.0	4 9.0	6 1.3	5 2.8
研究機関または コンサルタント	2 0.0	1 7.3	1 4.7	1 4.7	3 4.9	2 1.7
関 連 業 者	1 8.2	5 5.5	2 1.6	5 9.8	2 3.6	6 4.2
消費者およびその 団体	8.2	2 0.9	3.9	2 4.5	2 3.6	3 0.2
そ の 他	2.7	—	3.9	1.0	3.8	—

表Ⅳ - 3

## 情報の入手先と形態（業種別）

（％）

業種 形態 入手先	製造業など		商 業		サービス業その他	
	刊行物	聞きとり	刊行物	聞きとり	刊行物	聞きとり
諸 官 公 庁	5 2.3	2 2.1	4 6.2	1 9.3	7 0.5	2 6.2
一般新聞・雑誌社	6 7.4	2.3	7 2.5	3.5	8 3.6	6.6
専門新聞・雑誌社	6 9.7	2.3	6 7.8	2.9	7 5.4	6.6
業界新聞・雑誌社	7 7.9	1 2.8	8 8.9	8.8	8 3.6	1 4.8
文 献	2 5.6	1.2	2 2.8	2.3	2 9.5	3.3
各業界の組合・協会	5 9.3	5 1.1	4 8.0	4 8.5	6 2.3	5 0.8
研究機関またはコンサルタント	1 9.8	1 7.4	2 0.5	1 8.7	3 6.1	1 6.4
関 連 業 者	1 9.8	5 9.3	2 1.6	5 6.7	2 1.3	6 8.9
消費者およびその団体	1 0.5	1 9.8	1 2.3	2 9.8	1 3.1	1 9.7
そ の 他	2.3	1.2	2.3	—	8.2	—

表Ⅳ - 4

## 情報の入手先と形態（地域別）

（％）

入手先 \ 形態	札幌市		札幌市以外 地域		道央地域		道央以外 地域	
	刊行物	聞きとり	刊行物	聞きとり	刊行物	聞きとり	刊行物	聞きとり
諸官公庁	33.3	24.0	71.4	16.2	51.1	23.0	48.3	13.3
一般新聞・雑誌社	74.4	4.7	67.6	4.8	73.0	4.0	66.7	6.7
専門新聞・雑誌社	70.5	5.4	50.5	1.9	67.8	3.4	60.0	3.3
業界新聞・雑誌社	83.7	14.7	83.8	4.8	82.2	11.5	88.3	6.7
文 献	24.0	1.6	21.0	2.9	24.1	2.3	20.0	1.7
各業界の組合・協会	52.7	52.7	57.1	38.1	54.0	47.7	56.7	41.7
研究機関またはコン サルタント	20.2	17.8	21.9	18.1	22.4	18.4	16.7	16.7
関 連 業 者	27.9	65.1	11.4	49.5	21.8	59.8	16.7	53.3
消費者およびその団 体	10.1	22.5	14.3	20.0	11.5	21.8	13.3	20.0
そ の 他	1.6	2.3	4.8	—	4.0	0.6	—	—

表Ⅳ - 5

## 情報の入手先と形態（経営分類別）

（％）

分類 形態 入手先	道内市場企業		道外進出企業		道 外 企 業	
	刊 行 物	聞きとり	刊 行 物	聞きとり	刊 行 物	聞きとり
諸 官 公 庁	4 2.9	2 1.9	5 5.4	2 1.7	5 8.3	2 3.8
一般新聞・雑誌社	7 5.2	3.8	6 9.6	5.4	7 8.6	1.2
専門新聞・雑誌社	6 3.8	2.9	7 7.2	5.4	8 1.0	7.1
業界新聞・雑誌社	8 4.8	6.7	8 7.0	1 2.0	8 8.1	1 3.1
文 献	1 7.1	1.9	3 3.7	2.2	3 1.0	2.4
各業界の組合・協会	5 7.1	4 2.9	5 5.4	5 6.5	5 1.2	5 9.5
研究機関またはコンサルタント	2 1.0	2 0.0	2 6.1	2 2.8	2 9.8	1 7.9
関 連 業 者	1 9.0	5 2.4	1 5.2	6 5.2	2 2.6	6 4.3
消費者およびその団体	1 0.5	2 1.9	9.8	2 6.1	1 1.9	3 5.7
そ の 他	1.0	1.0	1.1	—	4.8	—

## 2. 情報入手の難易

情報は得やすいでしょうか，という問いにたいし，56.0%の企業が「よくはいる」と答え，40.3%の企業が「なかなか入手できない」と答えている。入手が困難な理由として，表Ⅳ-6にあるような各項目のどれにあたるかを尋ね，複数回答を含めて整理してみると，「なかなか入手できない」の44%に相当するものが，情報収集のためのスタッフがいないことをあげ，同じく33%に相当する答えが，情報の所在がわからないということであった。

規模別には小規模企業の方が，業種別にはサービス業その他で，「よくはいる」という回答の割合が多く（表Ⅳ-7），また道内市場で十分な地場企業でも，「よくはいる」率が若干高い（表Ⅳ-8）。しかし製造業などでは，「よくはいる」と「なかなか入手できない」が同数である。いうまでもなく，「よくはいる」という感じ方は相対的なものであって，同じ入手条件のもとでは，必要とする情報量のより少ない企業の方が，多量の情報を必要とする企業よりも，必要充足の度合いは大きいと考えられる。

いずれにしても，40%前後の企業が「なかなか入手できない」と答えていることは問題である。北海道情報科学調査研究会が46年度におこなった調査では，対象である製造業において，なかなか入手できないと回答した企業は，科学技術情報については16.3%，経営情報については10.9%であったことを想起すると，今回の調査で製造業などの47.7%もが，「なかなか入手できない」としているのは注目すべきことであろう。

46年度の調査で尋ねた入手困難の理由と，今回の調査でとり上げた理由とは，完全に対応するものではないが，表Ⅳ-7の製造業などで特に目立っている項目をあげると，「情報収集のためのスタッフがいない」の22.1%で，この理由は46年度の調査では10%に満たないものであった。この「スタッフがいない」

という理由は、地域別には、道央以外の地域においても目立っている。

「情報の所在がわからない」という項目が、他のグループと比較してやや高率になっているのは、規模別には中規模、地域別には道央以外の地域、経営分類別には道外企業ということになる。

なお、この入手の難易は、後で情報の利用度と関連させて、ふたたびとり上げることにしよう。

表Ⅳ－6

### 情 報 は 得 や す い か

入手の難易とその理由	回 答 割 合 (%)
よくはいる	5 6.0
なかなか入手できない	4 0.3
情報の所在がわからない	1 3.2
情報となる文献がわからない	7.2
情報機関を知らない	8.2
情報収集のためのスタッフがない	1 7.6
情報収集の経費がかかりすぎる	7.8
そ の 他	5.3
回答なし	3.8

表Ⅳ - 7

## 情報は得やすいか（規模別，業種別）

（％）

区 分 \ 規模別・業種別	小	中	大	製造業 な ど	商 業	サービ ス業そ の他
よくはいる	6 1.8	5 2.0	5 3.8	4 7.7	5 6.1	6 7.2
なかなか入手できない	3 5.5	4 3.1	4 2.5	4 7.7	3 9.2	3 2.8
情報の所在がわからない	1 1.8	1 6.7	1 1.3	1 4.0	1 4.6	8.2
情報となる文献がわからない	7.3	7.8	6.6	7.0	7.6	6.6
情報機関を知らない	9.1	6.9	8.5	7.0	9.9	4.9
情報収集のためのスタッ フがいない	2 0.9	1 7.6	1 4.2	2 2.1	1 5.8	1 6.4
情報収集の経費がかかり すぎる	1 0.0	2.0	1 1.3	4.7	1 1.1	3.3
そ の 他	1.8	8.8	5.7	8.1	4.7	3.3
回答なし	2.7	4.9	3.8	4.7	4.7	—

表Ⅳ - 8

## 情報は得やすいか（地域別、経営分類別）

（％）

項 目 \ 地 域 経 営	札幌市	札幌以 外地域	道 央 地 域	道央以 外地域	道内市 場企業	道外進 出企業	道 外 企 業
よくはいる	5 6.6	5 4.3	5 5.7	5 5.0	6 0.0	5 7.6	5 7.1
なかなか入手できない	3 7.2	4 2.9	3 8.5	4 3.3			4 1.7
情報の所在がわからない	1 0.9	1 4.3	1 1.5	1 5.0	1 0.5	1 0.9	1 5.5
情報となる文献がわからない	5.4	7.6	5.7	8.3	2.9	6.5	9.5
情報機関を知らない	4.7	1 2.4	6.3	1 3.3	4.8	9.8	8.3
情報収集のためのスタッフがいらない	1 4.7	2 1.0	1 6.1	2 1.7	1 7.1	1 7.4	1 7.9
情報収集の経費がかかりすぎる	3.9	1 0.5	5.2	1 1.7	7.6	6.5	1 0.7
そ の 他	5.4	5.7	6.3	3.3	4.8	2.2	4.8
回答なし	6.2	2.9	5.7	1.7			1.2



### 3 収集専門部門の有無

情報がなかなか入手できない理由として、収集のためのスタッフがいらないという問題については、すでに触れた。情報を収集するための専門部門を設けているかどうか、また将来設ける予定があるかどうかを調べた結果は、表Ⅳ－9に示すとおりである。ここで「設けていない」というのは、正確には「現在設けていない、かつ将来設ける予定もない」ものである。

専門部門を設けているのは、全体で9.1%にすぎない。小規模および中規模企業では6%を下まわり、道央以外の地域においては5%であって、道内市場で十分な地場企業ではもっと低い。逆に、大規模企業では中・小規模にくらべ、設けている割合も、将来設けたいという割合もきわ立ってはいるが、それでもまだかなり低いといわなければならない。

表Ⅳ－9

### 情報収集の専門部門

(%)

区 分 項 目	設けている	将 来 設 け たい	設 け て い な い	回 答 な し
総 数	9.1	15.0	70.4	3.5
小 規 模	5.5	10.9	73.6	10.0
中 規 模	5.9	12.7	77.5	3.9
大 規 模	15.5	26.4	58.2	—
製 造 業 など	9.3	11.6	75.6	3.5
商 業	7.0	19.3	67.8	5.8
サービス業その他	14.3	18.4	68.3	—
札 幌 市	7.8	19.4	69.0	3.9
札 幌 以 外 地 域	8.6	18.1	69.5	3.8
道 央 地 域	9.2	19.0	69.0	2.9
道 央 以 外 地 域	5.0	18.3	70.0	6.7
道 内 市 場 企 業	3.8	18.1	77.1	1.0
道 外 進 出 企 業	9.8	20.7	68.5	1.1
道 外 企 業	11.9	11.9	73.8	2.4

#### 4 自社調査の有無

過去1年間において、社内スタッフによる調査をしたことがあるかどうかは、表Ⅳ-10のような結果となる。全体では、20.7%の企業が「ある」と回答している。この割合は、前記の情報収集の専門部門を設けている企業の割合を、かなり上まわる。

規模別にみると、企業規模が大きくなるにしたがって、自社調査をした企業の割合は高まり、業種別には、サービス業その他で高く、経営分類別では、道外市場へ進行する地場企業が高い。また地域別にみた場合、道央以外の地域では特に低いといえよう。

表Ⅳ-10

#### 自 社 調 査 の 有 無

(%)

項 目 \ 区 分	あ	る	な	い	回 答 な し
総 数	20.7		77.7		1.6
小 規 模	16.4		77.3		6.4
中 規 模	19.6		80.4		—
大 規 模	25.9		74.1		—
製 造 業 な ど	16.3		82.5		1.2
商 業	19.3		77.8		2.9
サービス業その他	30.6		69.4		—
札 幌 市	22.5		77.5		—
札幌以外地域	16.2		81.0		2.9
道 央 地 域	18.2		78.2		—
道央以外地域	13.3		81.7		5.0
道内市場企業	16.0		84.0		—
道外進出企業	26.1		73.9		—
道 外 企 業	23.8		73.8		2.4

## 5 収集のための費用

最近1年間に、情報収集のためどの程度の費用を使っているかについて、刊行物購入費、団体への加入費、委託調査費、その他（たとえば自社調査などの経費）という4区分で、しかも金額については大まかな幅、すなわち10万円未満、10万円以上50万円未満、50万円以上100万円未満、100万円以上300万円未満、300万円以上500万円未満、500万円以上1,000万円未満、そして1,000万円以上という7段階での回答を求めた。

その結果、刊行物購入費は全体の90.6%の企業が、団体加入費は73.6%の企業が、委託調査費については38.7%、自社調査などその他の費用については30.5%が答えている。無回答のなかには、不詳も含まれているであろうが、最近1年間に、全体の40%近い企業が外部に調査を委託していることになる。4項目とも記入した企業は、全体の14.8%にすぎず、2項目だけの記入が最も多く、しかも刊行物購入費と団体への加入費という組み合わせが最も多いことは、上記の項目別回答率のかたよりから、容易に推測できるであろう。表Ⅳ-11は、費用項目の組み合わせを全企業についてとりまとめたものである。

前記のように、それぞれの費用項目について、7段階の金額区間をとっているもので、金額別の項目組み合わせの可能性は、7の4乗というきわめて多種類のものになる。実際には110種類であったが、そのうち最も多い類型は、刊行物購入費と団体加入費がともに10万円未満という組み合わせで、9.1%の企業がそうであった。つぎが、刊行物購入費と団体加入費がともに10万円以上50万円未満のものであり、以下15番目までの組み合わせを、多い順序に配列してみると、表Ⅳ-12のとおりである。

費目項目ごとの金額分布は、どのようになっているか。まず刊行物購入費については、表Ⅳ-13にあるように、総数では50万円未満のところに71%の企

業が集中している。規模別にみると、この段階へは小規模で80%、中規模で77%、大規模で57%が集まり、分布の状態を一覧すれば、規模が大きくなるにしたがって、刊行物購入費がどのように増大していくかが、明らかに読みとられる。業種別には、商業がやや低水準である。地域別には、表Ⅳ-14のとおり、札幌市および道央地域と比較して、札幌以外の地域と道央以外の地域はやや低い。また、道外市場へ進出する地場企業では、ほぼ大規模企業でのそれに近い分布を示している。

団体への加入費については、無回答が若干多く、50万円未満への集中度は総数で54%にすぎないが、50万円以上の分布は刊行物購入費に類似する。規模別には、中規模と大規模はほとんど差がないようであり、小規模はもちろんこれらより低い。業種別には、やはり商業がやや低くなっている。（以上表Ⅳ-15）地域別にみると、札幌市や道央以外の地域にくらべて、札幌以外の地域および道央地域がやや高く、これは札幌市以外の道央地域が最も高いことを意味する。経営分類別には、道外市場へ進出する地場企業がやや高い。（以上表Ⅳ-16）

表Ⅳ-17と表Ⅳ-18は委託調査費にかんするものであるが、ここでは総数の61%が無回答なため、50万円未満への集中度は31%にとどまる。規模別には、小規模と中規模は類似しているが、大規模ではかなり大きな調査を委託しており、全般的に高水準である。業種別にみると、ここではむしろ商業の方が高く、また数は少ないがサービス業その他で、大きな委託調査を出している。地域別には、100万円以上の委託調査は札幌市に限られ、そしてそのほとんどが、道外市場へ進出する地場企業のものであるといえよう。

自社調査などを含むその他の情報収集費用は、比較的大きい自社調査費と、比較的小さい雑費的経費などが混在しているため、表Ⅳ-19および表Ⅳ-20にみられるとおり、総数でもどの分類別でも、度数集中階層はおしなべて10万円

未満でありながら、分布は全般的に広がっている。これらについては、特に説明をつけ加えることはない。

表Ⅳ－１１

# 費用項目組み合わせの分布

(%)

記入なし	7.2
1項目のみ記入	11.0
刊行物購入費のみ	9.1
それ以外の費用のみ	1.9
2項目記入	39.0
刊行物購入費と団体加入費	32.1
刊行物購入費と委託調査費	4.4
それ以外の組み合わせ	2.5
3項目記入	28.0
刊行物購入費と団体加入費と委託調査費	18.2
刊行物購入費と団体加入費とその他	8.8
それ以外の組み合わせ	0.9
4項目とも記入	14.8

表Ⅳ - 1 2

## 金額区分別費用項目の組み合わせ

費 用 ( 項 目 お よ び 金 額 )				%
刊行物購入	団 体 加 入	委 託 調 査	そ の 他	
10万未満	10万未満	なし	なし	9.1
10万～50万	10万～50万	なし	なし	6.3
10万未満	なし	なし	なし	4.7
10万～50万	10万未満	なし	なし	3.8
10万未満	10万～50万	なし	なし	3.5
10万～50万	なし	なし	なし	3.1
10万～50万	50万～100万	なし	なし	2.5
10万～50万	10万～50万	10万～50万	なし	2.5
10万未満	10万未満	10万未満	10万未満	2.5
10万未満	10万未満	10万未満	なし	2.5
10万～50万	10万～50万	10万未満	なし	2.2
10万～50万	10万～50万	なし	10万～50万	1.9
50万～100万	50万～100万	50万～100万	なし	1.6
50万～100万	50万～100万	なし	なし	1.6
10万～50万	なし	10万～50万	なし	1.6

表Ⅳ - 13

## 刊行物購入費（総数，規模別，業種別）

（％）

項 目 \ 区 分							
	総 数	小	中	大	製 造 業 な ど	商 業	サ ー ビ ス 業その他
回 答 な し	9.4	12.7	6.9	8.5	4.7	14.6	1.6
10万円未満	35.2	43.6	35.3	26.4	36.0	36.8	29.5
10万円以上 50万円未満	35.8	36.4	41.2	30.2	40.7	33.9	34.4
50 " 100 "	11.9	6.4	11.8	17.9	9.3	11.1	18.0
100 " 300 "	4.4	—	3.9	9.4	5.8	2.9	6.6
300 " 500 "	1.6	—	1.0	3.8	1.2	0.6	4.9
500 " 1,000 "	1.2	0.9	—	2.8	2.3	—	3.3
1,000万円以上	0.3	—	—	0.9	—	—	1.6

表Ⅳ - 1 4

## 刊行物購入費（地域別，経営分類別）

（％）

項 目 \ 地域・経営別	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
回 答 な し	1 0.1	5.7	7.5	1 0.0	9.5	8.7	1 1.9
1 0 万円未満	3 4.1	3 7.1	3 4.5	3 8.3	4 1.9	2 7.2	3 4.5
1 0 万円以上 5 0 万円未満	3 8.8	3 4.3	3 8.5	3 1.7	3 5.2	3 8.0	3 3.3
5 0   "   1 0 0   "	7.0	1 6.2	1 0.3	1 3.3	1 0.5	1 0.9	1 4.3
1 0 0   "   3 0 0   "	4.7	4.8	4.0	6.7	2.9	6.5	3.6
3 0 0   "   5 0 0   "	1.6	1.9	2.3	—	—	3.3	1.2
5 0 0   "   1,0 0 0   "	3.1	—	2.3	—	—	4.3	1.2
1,0 0 0 万円以上	0.8	—	0.6	—	—	1.1	—



表Ⅳ - 1 5

## 団体への加入費（総数，規模別，業種別）

（％）

項 目	区 分	総 数	小	中	大	製 造 業 な ど	商 業	サ ー ビ ス 業その他
回 答 な し		2 6.4	3 0.9	2 3.5	3 3.0	1 7.4	3 2.2	2 3.0
1 0 万円未満		2 6.1	3 2.7	2 5.5	2 2.6	2 7.9	2 6.3	2 3.0
1 0 万円以上 5 0 万円未満		2 7.7	2 6.4	3 5.3	2 7.4	3 3.7	2 4.6	2 7.9
5 0    "    1 0 0    "		9.7	7.3	7.8	7.5	9.3	8.8	1 3.1
1 0 0    "    3 0 0    "		6.3	1.8	5.9	4.7	5.8	5.8	8.2
3 0 0    "    5 0 0    "		0.9	—	1.0	1.9	2.3	0.6	—
5 0 0    "    1,0 0 0    "		1.6	0.9	1.0	0.9	1.2	1.8	1.6
1,0 0 0 万円以上		1.2	—	—	1.9	2.3	—	3.3

表Ⅳ - 16

## 団体への加入費（地域別，経営分類別）

（％）

項 目	地 域 ・ 経 営 別						
	札 幌 市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
回 答 な し	2 4.0	2 5.7	2 4.1	2 6.7	2 5.7	2 0.7	3 1.0
10万円未満	2 7.1	2 2.9	2 4.7	2 6.7	2 8.6	2 3.9	2 8.6
10万円以上 50万円未満	2 4.0	3 1.4	2 8.2	2 5.0	2 1.9	3 3.7	2 8.6
50    "    100    "	1 1.6	1 1.4	1 2.1	1 0.0	1 2.4	9.8	4.8
100    "    300    "	8.5	4.8	6.9	6.7	1 0.5	3.3	4.8
300    "    500    "	—	1.9	0.6	1.7	—	2.2	1.2
500    "    1,000    "	1.6	1.9	1.1	3.3	1.0	2.2	1.2
1,000万円以上	3.1	—	2.3	—	—	4.3	—

表Ⅳ - 17

## 委託調査費（総数，規模別，業種別）

（％）

項 目 \ 区 分	総 数	小	中	大	製 造 業 な ど	商 業	サービ ス 業その他
回 答 な し	6 1.3	6 4.5	5 7.8	6 1.3	5 9.3	5 9.6	6 8.9
10 万円未満	1 5.1	1 5.5	1 8.6	1 1.3	1 8.6	1 4.0	1 3.1
10 万円以上 50 万円未満	1 5.7	1 3.6	1 7.6	1 6.0	1 5.1	1 8.1	9.8
50   "   100   "	5.3	5.5	4.9	5.7	4.7	7.0	1.6
100   "   300   "	0.6	0.9	—	0.9	—	0.6	1.6
300   "   500   "	0.9	—	1.0	1.9	2.3	0.6	—
500   "   1,000   "	0.6	—	—	1.9	—	—	3.3
1,000 万円以上	0.3	—	—	0.9	—	—	1.6

表Ⅳ - 18

## 委託調査費（地域別，経営分類別）

(%)

地域・経営別 区 分	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
回 答 な し	6 5.1	6 2.9	6 2.6	6 8.3	6 1.9	5 9.8	5 3.6
10 万円未満	1 6.3	1 2.4	1 6.1	1 0.0	1 7.1	1 5.2	1 6.7
10 万円以上 50 万円未満	1 1.6	2 1.0	1 4.4	2 0.0	1 7.1	1 4.1	1 5.5
50   "   100   "	2.3	3.8	3.4	1.7	2.9	3.3	1 1.9
100   "   300   "	0.8	—	0.6	—	—	3.3	1.2
300   "   500   "	1.6	—	1.1	—	1.0	1.1	1.2
500   "   1,000   "	1.6	—	1.1	—	—	2.2	—
1,000 万円以上	0.8	—	0.6	—	—	1.1	—

表Ⅳ - 19

## 自社調査などその他の費用（総数，規模別，業種別）

（％）

区 分 項 目	総 数	小	中	大	製 造 業 な ど	商 業	サービ ス 業その他
回 答 な し	6 9.5	7 0.9	7 2.5	6 5.1	6 6.3	7 3.1	6 3.9
10 万円未満	1 2.2	1 4.5	1 0.8	1 1.3	1 5.1	1 1.1	1 1.5
10 万円以上 50 万円未満	7.8	7.3	4.9	1 0.4	8.1	6.4	9.8
50   "   100   "	5.3	4.5	4.9	6.6	4.7	7.0	1.6
100   "   300   "	2.8	0.9	3.9	3.8	1.2	1.8	8.2
300   "   500   "	0.6	—	1.0	0.9	1.2	—	1.6
500   "   1,000   "	1.2	1.8	1.0	0.9	2.3	0.6	1.6
1,000 万円以上	0.6	—	1.0	0.9	1.2	—	1.6

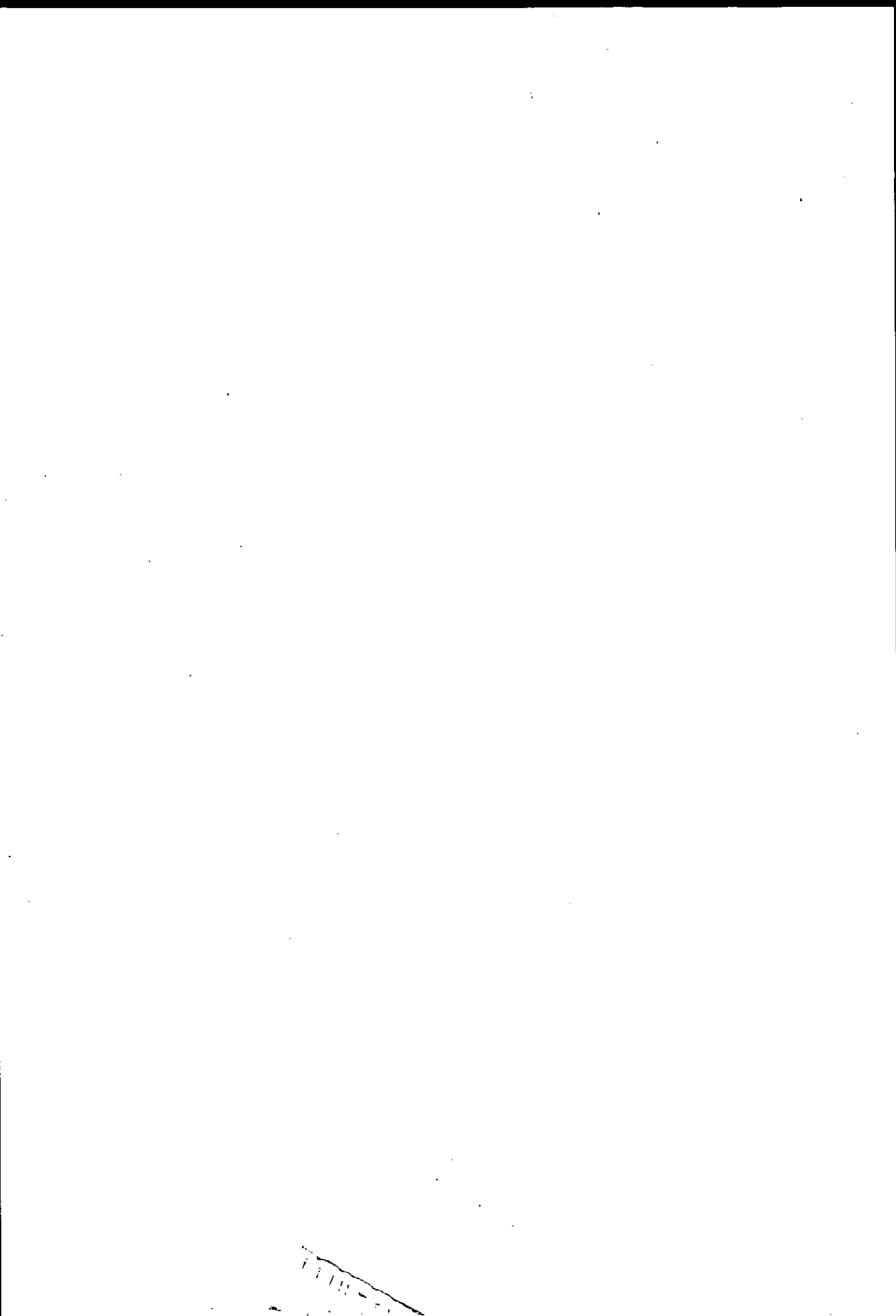
表Ⅳ - 2 0

## 自社調査などその他の費用（地域別，経営分類別）

（％）

区 分	地 域 ・ 経 営 別	札幌市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
回 答 な し		6 2.8	7 5.2	6 6.7	7 3.3	7 0.5	7 2.8	7 2.6
1 0 万円未満		1 5.5	8.6	1 3.2	1 0.0	1 3.3	9.8	1 1.9
1 0 万円以上 5 0 万円未満		9.3	7.6	8.0	1 0.0	5.7	7.6	4.8
5 0   "   1 0 0   "		3.1	7.6	4.6	6.7	5.7	4.3	6.0
1 0 0   "   3 0 0   "		5.4	1.0	4.6	—	2.9	2.2	1.2
3 0 0   "   5 0 0   "		1.6	—	1.1	—	1.0	1.1	—
5 0 0   "   1,0 0 0   "		1.6	—	1.1	—	1.0	1.1	2.4
1,0 0 0 万円以上		0.8	—	0.6	—	—	1.1	1.2

## V. 情報の処理・利用について





## V. 情報の処理・利用について

### 1 利 用 目 的

情報の利用目的は、いうまでもなく情報の種類や内容によって異なる。しかしここでは、種別・内容別に分けることなく、全般的な形での質問を試みた。それは今回の調査が、企業内における情報処理のあり方を主題とするものでなく、あくまで情報収集の問題に重点をおき、その参考資料として、処理と利用についての質問を付加する、という方針をとったためである。

表V-1は、情報をどのように利用しているかという問いにたいする複数回答を、企業数で割ったものである。つまり、71%の企業が「販売促進」に利用すると答え、62%の企業が「企業の長期計画」に利用するといひ、61%が「需要予測」と回答している。ここで「販売促進」というのは、別に設けた「市場拡大」と異なり、既存の市場区域内における販売量の増大を意味する。

情報の利用目的は、業種ごとにいちじるしく異なるであろう。表V-2によれば、製造業などでは、1位「生産の合理化」、2位「需要予測」、3位「労務・人事・事務管理」が、いずれも60%台で、きわめて近接している。しかし商業においては、「販売促進」が84.8%で群を抜き、つぎが「需要予測」となり、またサービス業その他では、1位が「企業の長期計画」で80%に近く、つぎが「労務・人事・事務管理」となっている。

規模別には、表V-3のとおり、どの規模でも「販売促進」が第1位であるが、「企業の長期計画」は、規模が大きくなるにしたがって割合が高くなり、大規模では第2位をしめる。同様に、規模とともに割合が明らかに高まるものとしては、「市場拡大」があり、「商品開発」もそうである。

表V-4で地域別にみると、「販売促進」の第1位は共通しているが、2位の

「企業の長期計画」と「労務・人事・事務管理」との相対的な関係は、札幌市および道央地域と、札幌以外の地域および道央以外の地域で若干異なっている。前者では、「労務・人事・事務管理」は4位にとどまるが、後者では、「企業の長期計画」と同率である。

このような札幌市および道央地域と、札幌以外あるいは道央以外の地域との差異は、道外市場へ進出する地場企業と、道内市場で十分な地場企業との間に、やや拡大した形であらわれている。道外企業の出先事業所は、「販売促進」「需要予測」「市場拡大」の順という、やや特異なパターンを示す。

表 V - 1

### 情 報 の 利 用 目 的

目 的	%
企業の長期計画	6 1.6
需要予測	6 0.7
技術革新	1 7.6
生産の合理化	2 5.8
商品開発	2 8.0
販売促進	7 1.4
労務・人事・事務管理	5 5.7
市場拡大	4 7.8
新規立地	1 9.5
その他	1.9

表 V - 2

## 情報の利用目的（業種別）

（％）

項 目 \ 業 種 別	製 造 業 な ど	商 業	サービス業 そ の 他
企業の長期計画	5 8. 1	5 7. 3	7 8. 7
需要予測	6 1. 6	6 4. 3	4 9. 2
技術革新	4 3. 0	5. 8	1 4. 8
生産の合理化	6 2. 8	9. 4	1 9. 7
商品開発	3 8. 4	2 5. 7	1 9. 7
販売促進	5 8. 1	8 4. 8	5 2. 5
労務・人事・事務管理	6 0. 4	5 0. 9	6 2. 3
市場拡大	3 9. 5	5 2. 6	4 5. 9
新規立地	1 6. 3	1 7. 0	3 1. 1
その他	—	2. 3	3. 3

表 V - 3

## 情報の利用目的（規模別）

（％）

項 目 \ 規 模 別	小	中	大
企業の長期計画	5 0. 9	6 4. 7	6 9. 8
需要予測	5 3. 6	6 6. 7	6 2. 3
技術革新	1 4. 5	2 2. 5	1 6. 0
生産の合理化	2 6. 4	3 2. 4	1 8. 9
商品開発	2 0. 0	2 4. 5	3 9. 6
販売促進	7 0. 0	6 8. 6	7 5. 5
労務・人事・事務管理	5 2. 7	4 9. 0	6 5. 1
市場拡大	3 9. 1	4 3. 1	6 1. 3
新規立地	1 3. 6	1 0. 8	3 4. 0
その他	1. 8	—	3. 8

表 V - 4

## 情報の利用目的（地域別）

（％）

項 目 \ 地 域 別	札 幌 市	札幌以外 地 域	道央地域	道央以外 地 域
企業の長期計画	6 1.2	6 6.7	6 3.2	6 5.0
需要予測	5 6.6	6 3.8	6 0.9	5 6.7
技術革新	2 8.7	8. 6	2 4.1	6. 7
生産の合理化	3 4.1	2 7.6	3 3.9	2 3.3
商品開発	3 4.9	2 9.5	3 3.3	3 0.0
販売促進	6 8.2	6 7.6	6 4.9	7 6.7
労務・人事・事務管理	5 5.8	6 6.7	5 9.2	6 5.0
市場拡大	4 3.4	4 5.7	4 3.1	4 8.3
新規立地	1 9.4	1 7.1	1 9.5	1 0.7
その他	2.3	—	1.7	—

表 V - 5

## 情報の利用目的（経営分類別）

（％）

項 目 \ 経 営 別	道内市場 企 業	道外進出 企 業	道外企業
企業の長期計画	6 4.8	6 3.0	5 6.0
需要予測	5 5.2	6 3.0	6 3.1
技術革新	1 4.3	2 7.2	1 1.9
生産の合理化	2 1.0	4 0.2	1 0.7
商品開発	1 9.0	4 7.8	1 5.5
販売促進	7 5.2	6 7.4	8 1.0
労務・人事・事務管理	6 5.7	5 2.2	4 1.7
市場拡大	3 5.2	4 7.8	5 7.1
新規立地	1 3.3	2 0.7	2 2.6
その他	1.0	1.1	3.6

## 2 利 用 度

Ⅳの2でとりあげた、情報は得やすいかという問いにつづいて、その情報は役に立つかという質問をおこない、表Ⅴ-6のような回答を得た。すなわち、63.5%の企業が役に立つと答え、27.0%がすぐには使えないと答え、6.3%が余り役に立たないといっている。この「すぐには使えない」と「余り役に立たない」という回答者に、その理由をあげてもらったが、実際には複数の理由をあげるものもあり、また理由をあげぬものもあって、理由の合計に過不足が生じている。

それらの理由のうち最も多いものは、表Ⅴ-6および表Ⅴ-7を通じ、すべての分類区分において、「必要な情報が即刻手に入らない」ということである。今回の調査では、「役に立つ」という回答者に、情報利用の問題点を指摘してもらわなかったので、「すぐには使えない」と「余り役に立たない」をあわせても、「即刻手に入らない」という回答割合はあまり高くなってはいないが、北海道情報科学調査研究会が45年度に実施した調査においては、業種別で第2次産業の65%と、第3次産業の70%が、必要な情報が即刻手に入らないという問題点を指摘し、それは他の問題点をはるかに抜いて、きわ立った高率を示している。

ところで、情報入手の難易と情報利用度とは、どのような関連をもっているのだろうか。表Ⅴ-8は、表Ⅳ-6と表Ⅴ-6の総数欄を組み合わせしてみたものである。すなわち、「よくはいる」という企業の21%は、その情報を「すぐには使えない」とか「余り役に立たない」といい、「なかなか入手できない」という企業の51%が、入手したかぎりでは「役に立つ」と考えているのである。

また、「必要な情報が即刻手に入らない」と回答した企業の約3分の1が、入手の難易については「情報収集のためのスタッフがいらない」と答え、同じく約4分の1が「情報の所在がわからない」といい、そして約5分の1が「情報機関を知らない」と答えていることを、つけ加えておこう。

表 V - 6

## 情報の利用度（総数，規模別，業種別）

（％）

項 目 \ 区 分	総 数	小	中	大	製造業 な ど	商 業	サービ ス業そ の他
役に立つ	6 3.5	6 3.6	6 7.0	5 9.4	5 7.5	6 7.3	5 9.7
すぐには使えない	2 7.0	3 1.8	2 3.3	2 9.2	3 3.3	2 4.0	3 2.3
必要な情報が即刻手に入らない	1 3.2	1 2.7	9.7	1 7.0	1 6.1	1 1.1	1 4.5
情報を得ても加工する機能がない	6.9	1 0.0	3.9	6.6	8.0	7.0	4.8
情報の精度に信頼がもてない	8.2	9.1	5.8	1 0.4	5.7	8.2	1 1.3
そ の 他	3.1	2.7	3.9	2.8	4.6	2.3	4.8
余り役に立たない	6.3	3.6	9.7	4.7	9.2	3.5	8.1
必要な情報が即刻手に入らない	2.2	0.9	3.9	1.9	2.3	2.3	1.6
情報を得ても加工する機能がない	0.6	—	1.9	—	—	—	3.2
情報の精度に信頼がもてない	1.6	—	3.9	0.9	3.4	0.6	1.6
そ の 他	1.6	—	2.9	0.9	1.1	1.2	4.8
回 答 な し	3.1	0.9	—	6.6	—	5.3	—

表 V - 7

## 情報の利用度（地域別，経営分類別）

（％）

項 目 \ 地域・経営別	札幌市	札幌以外地域	道 央 地 域	道央以外地域	道内市場企業	道外進出企業	道 外 企 業
役に立つ	6 2.8	6 5.7	6 0.3	7 5.0	6 7.6	6 4.1	6 1.9
すぐには使えない	2 4.8	2 9.5	2 9.3	2 0.0			3 2.1
必要な情報が即刻手に入らない	1 1.6	1 0.5	1 0.9	1 1.7	9.5	1 2.0	1 9.0
情報を得ても加工する機能がない	4.7	8.6	5.7	8.3	8.6	6.5	8.3
情報の精度に信頼がもてない	6.2	7.6	8.0	3.3	8.6	3.3	1 1.9
そ の 他	5.4	2.9	4.0	5.0	1.0	1.1	—
余り役に立たない	7.0	4.8	7.5	1.7			6.0
必要な情報が即刻手に入らない	1.6	1.9	2.3	—	1.0	1.1	3.6
情報を得ても加工する機能がない	0.8	1.0	1.1	—	—	2.2	—
情報の精度に信頼がもてない	2.3	1.9	2.3	1.7	1.0	3.3	—
そ の 他	2.3	1.9	2.9	—	1.9	—	2.4
回 答 な し	5.4	—	2.9	3.3			—

表 V - 8

## 情報入手と難易と利用度

(%)

入 手 利 用	よ く は い る	な か な か は い ら な い	回 答 な し	計
役 に 立 つ	4 2.5	2 0.4	0.6	6 3.5
すぐには使えない	1 0.4	1 5.1	1.6	2 7.0
余り役に立たない	1.6	4.4	0.3	6.3
回 答 な し	1.6	0.3	1.3	3.1
計	5 6.0	4 0.3	3.8	1 0 0.0

## 3 整理・保管体制

入手した情報をどのように整理・保管するかについては、専門部門で集中的に整理する体制，それぞれの部門で整理して保管する体制，現在整理していないが将来整理したいと思っているかどうか，その他という分け方で集計した。設問の不手際のため，「別に整理していない」と「将来整理したいと思っている」との間で，重複回答が若干あったので，その場合は後者の方を採用することにした。結果は表 V - 9に示すとおりである。

「それぞれの部門で整理・保管」する体制をとっているところが，圧倒的に多く，「専門部門で集中的に整理」する仕組みになっているところは，まだきわめて少ない。「別に整理していない」企業が，小規模で4分の1もあり，整理・保管体制にかんする規模差は明らかである。「将来整理したいと思う」を含めて，整理を実施していない企業の割合は，業種別ではサービス業その他で，また道外企業の出先事業所で低い。



表 V - 9

## 情 報 の 整 理 ・ 保 管

( % )

区 分 項 目	専門部門 で集中的 に整理	それぞれ の部門で 整理保管	将来整理 したいと 思う	別に整理 していな い	そ の 他
総 数	4.7	59.8	17.6	17.0	0.9
小 規 模	4.5	50.0	19.1	25.5	—
中 規 模	1.0	64.7	17.6	14.7	2.0
大 規 模	8.5	65.1	16.0	9.4	0.9
製 造 業 など	4.7	55.8	17.4	20.9	1.2
商 業	4.1	59.1	19.9	16.4	0.6
サービス業その他	6.6	67.2	11.5	13.1	1.6
札 幌 市	0.8	58.9	16.3	21.7	2.3
札幌以外地域	5.7	57.1	22.9	14.3	—
道 央 地 域	2.3	60.9	16.1	19.0	1.7
道央以外地域	5.0	50.0	28.3	16.7	—
道内市場企業	2.9	54.3	23.8	19.0	—
道外進出企業	4.3	59.8	16.3	18.5	1.1
道 外 企 業	9.5	64.3	13.1	13.1	—

#### 4 コンピューターの利用状況

参考までに、コンピューターの利用状況について尋ねた。ここでは、いわゆるミニコンを除外するため、プログラム内蔵方式のもので、記憶容量が2,000ビット以上のものに限定した。

表Ⅴ-10によれば、自社所有のものおよび計算センター利用を含め、総数では28.9%がコンピューターを利用していることになる。大規模企業、サービス業その他、道外企業の出先事業所については、利用率はかなり高いといえよう。しかし、ここでのコンピューター利用は、かならずしも外部情報の処理にかんする利用だけでなく、事務的処理を含んでいるので、あくまでも参考資料にとどまる。コンピューターを所有するもの19.8%という比率と、表Ⅳ-9における情報収集専門部門を設けているもの9.1%という比率を、対比してみる必要がある。

表 V - 1 0

## コンピュ－タ－の利用状況

(%)

区 分 項 目	自社所有の ものを利用	計算センタ ーなどを常 時利用	計算センタ ーなどを利 用したこと がある	利 用 し て い な い
総 数	1 9. 8	6. 6	2. 5	6 8. 6
小 規 模	1 0. 9	4. 5	1. 8	7 5. 5
中 規 模	1 5. 4	8. 7	1. 0	7 5. 0
大 規 模	3 3. 0	6. 6	4. 7	5 3. 8
製 造 業 など	3. 5	2. 3	4. 7	8 6. 0
商 業	2 1. 6	9. 4	2. 3	6 3. 7
サービス業その他	3 7. 7	4. 9	—	5 7. 4
札 幌 市	1 4. 0	6. 2	2. 3	7 5. 2
札幌以外地域	1 0. 5	6. 7	2. 9	7 4. 3
道 央 地 域	1 2. 1	7. 5	2. 9	7 4. 7
道央以外地域	1 3. 3	3. 3	1. 7	7 5. 0
道内市場企業	5. 7	1 2. 4	1. 0	8 1. 0
道外進出企業	1 9. 6	—	5. 4	7 3. 9
道 外 企 業	4 0. 0	7. 1	2. 4	5 0. 6

## お　わ　り　に

### 地域情報センターへの示唆

北海道における民間企業の情報需要は、業種的にも地域的にも、また対象とする市場の差や規模の差からみても、きわめて多様な特徴をもっている。しかも、最も強く要望されている情報は、一次情報的な性格のものよりも、そのまま使えるような、加工済みのものであり、マクロ的な情報よりは、むしろ企業の業績に直結する領域のものが、特に重視されている。

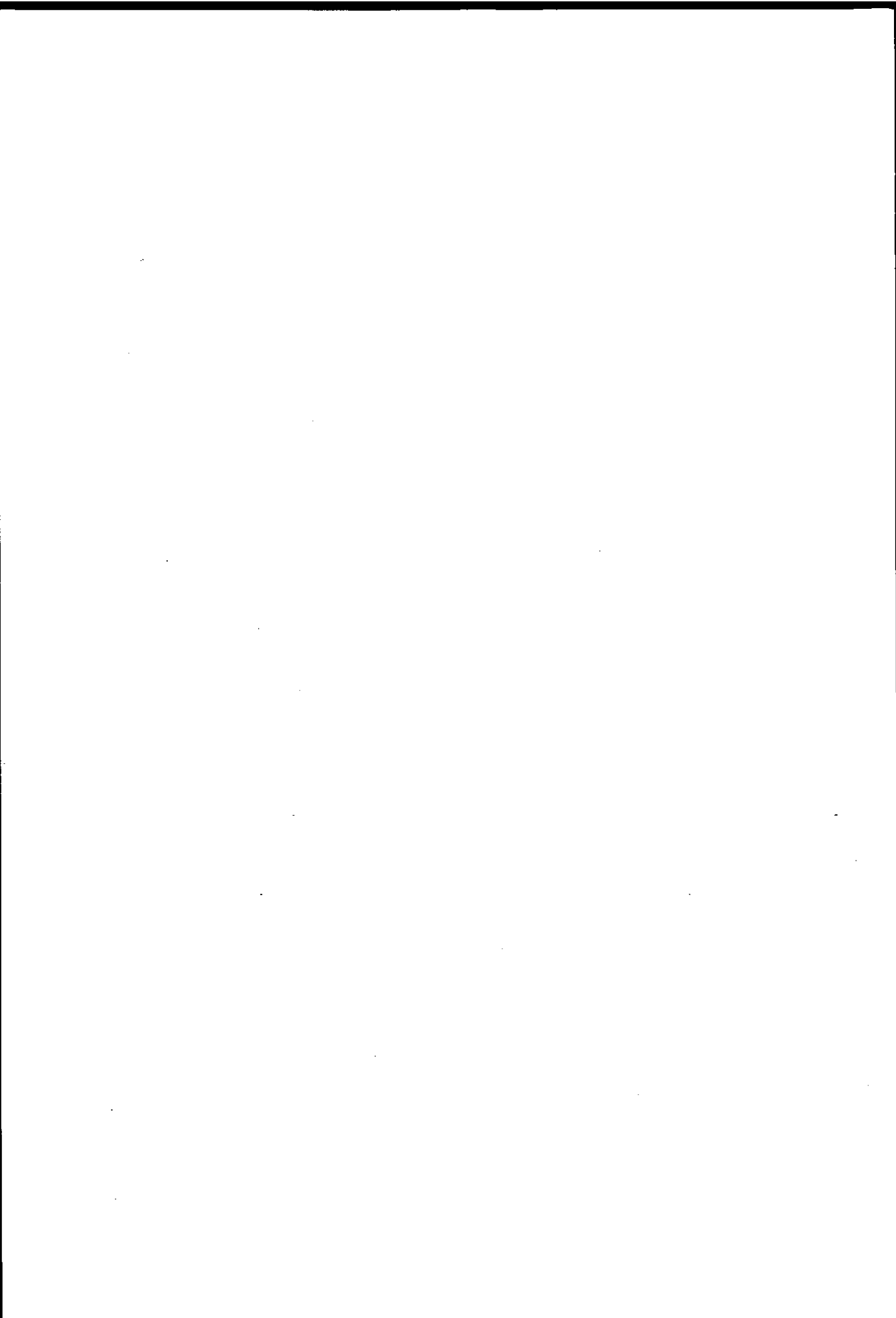
したがって、このような需要に対応する地域情報センターは、大量の情報を集中的かつ迅速に提供する業務よりも、適宜な加工と解説をつけ加え、消化しやすい形にした多種類の情報を、分散的に伝達するという煩雑な業務を受けもたねばならないであろう。と同時に、情報の重要性を啓もうし、その所在を知らせ、さらにその消化能力を育成するという、教育活動を強力におこなう必要がある。

現在のところ、民間企業の情報入手先として最も大きなウェイトをしめるのは、各業界の組合や協会などであるが、情報センターがこれらの役割にたいして、どのように位置づけられうるかは、重要な課題である。そのためには、各業界の組合・協会など諸団体における、情報の収集と処理ならびにその伝達方法などにつき、調査と研究を進めることも必要となろう。

通商産業省が４８年３月末現在で実施した、企業における外部情報の収集と加工にかんする実態調査によれば、産業情報については業界団体からの入手が最も多く、マクロ情報についても企業情報についても、業界団体の果たす役割がきわめて大きいという。しかし同時に、業界団体の問題点として、情報蓄積量が少ないことと、加工度が低い情報しか提供してくれないことを、指摘する企業がともに全体の４割をしめている。（「外部情報の収集および加工に関する実態調査報告」昭和４８年

9月、通商産業省産業政策局企業行動課、による。)

この調査の対象は、東京証券取引所および大阪証券取引所の第1部・第2部上場会社のうち、製造業と電力・ガス事業ならびに鉱業にかんするものであり、企業規模においても地域性についても、全く異なる調査の結果を、そのまま適用することはできないとしても、こうした問題点を、すでに述べてきた必要情報の種類およびその収集にかんする現況と特徴などに、関連させて考慮することは、地域情報センターのあり方にたいする、ひとつの重要な示唆を与えるであろう。



コード



# 情報需要に関する調査票

コード

コード

## 提出期限

昭和48年12月25日

提出部数 1 部

札幌通商産業局

商工部産業振興課

この調査票に関し、下記の事項をご留意の上ご記入下さい。

### 1 本調査票は

経営的事項について (Ⅰ— 1 ～Ⅰ— 5 (出先事業所))  
 (Ⅰ— 1 ～Ⅰ— 3 (地場企業))

情報の必要性について (Ⅱ— 1 ～Ⅱ—11)

情報の収集について (Ⅲ— 1 ～Ⅲ— 5)

情報の処理・利用について (Ⅳ— 1 ～Ⅳ— 4)

等の設問となっております。

### 2 定 義

情報とは企業内部で発生するもの(内部情報)と、そこから取り入れるもの(外部情報)とに分けることが考えられますが、本調査のいう情報とは主として外部情報を指します。また、情報にはフォーマルとインフォーマルな形がありますが、本調査は特殊のインフォーマルの情報を除きます。

### 3 記入方法

(ア) 該当する項目の記号(数字、カナ字)を○印で囲んで下さい。

(イ) ( ) の記入欄を設けてあるものは ( ) 内に必要事項を記入して下さい。

### 4 調査時点

昭和48年11月26日

### 5 本調査票についての疑問点等がありましたら下記までお問合せ下さい。

〒060 札幌市中央区北3条西4丁目 第一合同庁舎

札幌通商産業局 商工部産業振興課 電話 (011) 231-1151 内線 437

業 種	
業 態	

所在地

会社名(事業所名)

資本金 万円 従業員 名

本調査票の内容等について貴事業所の連絡先

課 係 TEL

担当者名

## 1 経営的事項について

1-1 貴社（事業所）の設立はいつですか。

明治  
大正  
昭和

年

月

1-2 貴社（事業所）の仕入、販売（あるいは工事受注、貸出など）の現在の需給の構成（道内外、海外）はどのようになっていますか。次によりお答え下さい。

(1) 仕入の場合

道内 (        ) %                  道外 (        ) %                  海外 (        ) %

(2) 販売の場合

道内 (        ) %        道外 (        ) %        海外 (        ) %

1-3 貴社（事業所）における需要開拓について次の項目にお答え下さい。

(1) 道内市場について (ア) 道内だけで十分

(イ) 道内だけでは不十分

(2) 道外市場について (ア) すでに進出している

(イ) 積極的に進出したい

(ウ) 検討している

(エ) 進出の余地はない

(オ) 情報不足でわからない

(カ) その他

(3) 海外市場について (ア) 輸出している

(イ) 今後輸出したい

(ウ) 検討している

(エ) 情報不足でわからない

(オ) その他

(4) 道外企業と技術あるいは業務提携による市場拡大についてどのように考えていますか。

(ア) 現在提携している

(イ) 条件次第で考えたい

(ウ) 考えてない



コード



## 情報需要に関する調査票

コード

コード

### 提出期限

昭和48年12月25日

提出部数 1 部

札幌通商産業局

商工部産業振興課

この調査票に関し、下記の事項をご留意の上ご記入下さい。

### 1 本調査票は

経営的事項について (I-1 ~ I-5 (出先事業所))  
(I-1 ~ I-3 (地場企業))

情報の必要性について (II-1 ~ II-11)

情報の収集について (III-1 ~ III-5)

情報の処理・利用について (IV-1 ~ IV-4)

等の設問となっております。

### 2 定義

情報とは企業内部で発生するもの(内部情報)と、そこから取り入れるもの(外部情報)とに分けることが考えられますが、本調査のいう情報とは主として外部情報を指します。また、情報にはフォーマルとインフォーマルな形がありますが、本調査は特殊のインフォーマルの情報を除きます。

### 3 記入方法

(ア) 該当する項目の記号(数字、カナ字)を○印で囲んで下さい。

(イ) ( ) の記入欄を設けてあるものは ( ) 内に必要事項を記入して下さい。

### 4 調査時点

昭和48年11月26日

### 5 本調査票についての疑問点等がありましたら下記までお問合せ下さい。

〒060 札幌市中央区北3条西4丁目 第一合同庁舎

札幌通商産業局 商工部産業振興課 電話 (011) 231-1151 内線 437

業 種	
業 態	

所在地

会社名(事業所名)

資本金 万円 従業員 名

本調査票の内容等について貴事業所の連絡先

課 係 TEL

担当者名

Ⅰ 経営的事項について

1-1 貴社の道内における事業所（支店、出張所、営業所、工場）の開設はいつ頃でしたか。

明治  
大正  
昭和

年

月

1-2 貴社の道内における事業所はなんか所にありますか。

- (1) 支 店 (            ) カ所    その主な所在地 (            ) (            ) (            )  
 (2) 出張所 (            ) カ所            "            (            ) (            ) (            )  
 (3) 営業所 (            ) カ所            "            (            ) (            ) (            )  
 (4) 工 場 (            ) カ所            "            (            ) (            ) (            )

1-3 貴社の全国での主な事業所はなんか所ありますか。

- (1) 支 店 ( ) カ所  
(2) 営業所・出張所 ( ) カ所  
(3) 工 場 ( ) カ所

1-4 貴社の本道における取引高は、貴社の総取引高（全国）のどのような割合になっていますか。また、本道取引の構成はどのようになっていますか。

- (1) 全体の取引額に対比し本道はその( ) %ぐらい
- (2) その取引額のうち
- (ア) 本道へ移入するもの ( ) %ぐらい
- (イ) 本道から移出するもの ( ) %ぐらい
- (ウ) 本道で加工するもの ( ) %ぐらい
- (エ) 直接海外へ輸出するもの ( ) %ぐらい

1-5 貴社では本道との取引のなかで本道の取引をどのように評価しておりますか。

- (1) 現在の状況に満足している
- (2) 現在よりも将来に期待している
- (3) 現状には不満を持っている、その主なる点としては、
  - (ア) 相手企業（道内）の体質が弱い
  - (イ) 流通機構の不備
  - (ウ) 情報が不足
  - (エ) その他（具体的に）

## Ⅱ 情報の必要性について

貴社（事業所）ではどのような情報を必要としていますか。

### Ⅱ－１ 行政情報は

- (1) もっと欲しい (2) 今で十分だ (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような行政情報を必要として（利用して）いますか。

- (ア) 行政統計資料 (イ) 行政の動向（A全国、B道、C地域ブロック、D市町村）

- (ウ) その他（具体的に）

### Ⅱ－２ 経済情報は

- (1) もっと欲しい (2) 今で十分だ (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方はお答え下さい。どのような経済情報を必要として（利用して）いますか。特に必要とするものには◎印をおつけ下さい。

- (ア) 金融機関の融資情報

- (キ) 海外や全国の景気動向

- (イ) 新製品の開発や発表

- (ク) 政府施策（税務、制度融資など）

- (ウ) 同業者の営業方針

- (ケ) 消費者動向

- (エ) 商品の需要動向

- (コ) 生産状況

- (オ) 仕入、販売価格の動き

- (カ) 商品市況

- (ク) 道内景気の動向

- (シ) その他（具体的に）

### Ⅱ－３ 人口、労働力情報は

- (1) もっと欲しい (2) 今で十分だ (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような人口、労働力情報を必要として（利用して）いますか。

- (ア) 人口動態について A全国 B道内 C地域ブロック D市町村

- (イ) 労働市況について A全国 B道内 C地域ブロック D市町村

- (ウ) 労働力構成について A全国 B道内 C地域ブロック D市町村

- (エ) 賃金、給与動向について A全国 B道内 C地域ブロック D市町村

- (オ) その他（具体的に）

### Ⅱ－４ 流通情報は

- (1) もっと欲しい (2) 今で十分だ (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような流通情報を必要として（利用して）いますか。

- (ア) 流通機構

- (イ) 需給動向

- (イ) 流通状況

- (ウ) 輸送状況

- (ウ) 流通政策

- (キ) その他（具体的に）

- (エ) 在庫状況

## II-5 地域開発情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1)、(2)に回答の方は、次のどのような地域開発情報を必要として（利用して）いますか。

- |                 |                |
|-----------------|----------------|
| (ア) 地域開発の事業計画   | (エ) 地域の特殊性について |
| (イ) 地域開発の動向     | (オ) 土地利用計画について |
| (ウ) 地域についての総合情報 | (カ) その他(具体的に)  |

[ ]

## R-6 交通情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような交通情報を必要として（利用して）いますか。

- (イ) 交通、道路計画について
- (ロ) 交通利用度について
- (ア) 人の動き (B) 物の動き (C) 陸上 (D) 海上 (E) 航空

(ウ) その他(具体的に) [ ]

## II-7 産業技術情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1)、(2)に回答の方は、次のどのような産業技術情報を必要として（利用して）いますか。

- |             |               |
|-------------|---------------|
| (ア) 生産技術情報  | (オ) ノウハウの所在   |
| (イ) 商品開発情報  | (カ) 刊行物情報     |
| (ウ) 生産合理化情報 | (キ) その他（具体的に） |

(エ) 特許、登録等についての情報

## II-8 環境情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような環境情報を必要として（利用して）いますか。

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| (ア) 住宅関連情報      | (オ) 自然保護についての情報 |
| (イ) 生活環境関係情報    | (カ) 環境政策        |
| (ウ) 公害発生についての情報 | (キ) その他（具体的に）   |

(イ) 公害防止についての情報

## Ⅱ－9 所在情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は次のどのような所在情報を必要として（利用して）いますか。

- (ア) 人材の所在 (ウ) 商品の所在  
(イ) 企業の所在 (エ) その他(具体的に)

[ ]

## Ⅱ—10 各種統計情報は

- (1) もっと欲しい      (2) 今で十分だ      (3) 必要としない

(1), (2)に回答の方は、次のどのような各種統計情報を必要として（利用して）いますか。

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| (ア) 人口・世帯数の推移      | (イ) 業種別卸・小売店数    |
| (イ) 男女別・年齢別人口      | (ロ) 業種別卸・小売販売・在庫 |
| (ウ) 人口流出入状況        | (ハ) 品目別輸送量       |
| (エ) 国民所得・総支出関係数値   | (ニ) 卸売物価         |
| (オ) 道民所得・総支出関係数値   | (ホ) 消費者物価，小売物価   |
| (カ) 市町村民所得         | (ヘ) 企業経営状況指標     |
| (キ) 財政関係指標         | (コ) 消費購買力指標      |
| (ク) 金融関係指標         | (セ) 品目別家計消費支出    |
| (ケ) 産業別・規模別事業所数    | (ソ) 農家経済収支       |
| (コ) 産業別・就業状態別就業者数  | (タ) 住宅着工戸数       |
| (カ) 新規学卒者の就職状況     | (チ) 住宅種別住宅戸数     |
| (ク) 産業別・職種別賃金      | (リ) 生活関連指標       |
| (ス) 農林水産業品目別生産・出荷  | (ニ) 主要商品輸出入量（額）  |
| (セ) 製造業業種別生産・出荷・在庫 | (ホ) 輸出入物価        |
| (ソ) 製造業品目別生産・出荷・在庫 | (ロ) その他（具体的に）    |

[ ]

## Ⅱ-11 その他の情報は

1. 時事情報  
2. 天気予報  
3. 海外情報  
4. 医学情報  
5. 特許情報  
6. 判例情報  
7. その他（具体的に）

[ ]

### Ⅲ 情報の収集について

Ⅲ－１ 貴社（事業所）ではどのようなところから情報を得ていますか。

(1) 諸 官 公 庁	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(2) 一般新聞・雑誌社	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(3) 専門新聞・雑誌社	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(4) 業界新聞・雑誌社	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(5) 文 献	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(6) 各業界の組合、協会	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(7) 研究機関、又はコンサルタント	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(8) 関 連 業 者	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(9) 消費者、およびその団体	A 刊 行 物	B 聞 き と り
(10) その他（具体的に）	A 刊 行 物	B 聞 き と り

Ⅲ—2 情報は得やすいでしょうか。

- (1) よく入る  
(2) なかなか入手できない  
(3) 全然入手できない
- (2), (3)に回答の方は次のどれにあたりますか。

- (ア) 情報の所在がわからない
- (イ) 情報となる文献がわからない
- (ウ) 情報機関を知らない
- (エ) 情報収集のためのスタッフがいない
- (オ) 情報収集の経費がかかりすぎる
- (カ) その他（具体的に）

Ⅲ— 3 その情報は役に立ちますか。

- (1) 役に立つ
- (2) すぐには使えない
- (3) 余り役に立たない
- (2), (3)に回答の方は次のどれにあたりますか。
- (ア) 必要な情報が即刻手に入らない
- (イ) 情報を得ても、それを加工する機能がない
- (ウ) 情報の精度に信頼がもてない
- (エ) その他(具体的に) [ ]

Ⅲ— 4 情報を収集するための専門部門を設けていますか。

- (1) 設けている
- (2) 設けていない
- (3) 将来もうけたい

Ⅲ— 5 現在情報収集のため、どの程度の費用を使っていますか。(最近一年間)

区 分	刊行物購入費	団体への加入費	委託調査費	その他(自社調査)
1. 10万未満				
2. 10万円～50万円未満				
3. 50万円～100万円未満				
4. 100万円～300万円未満				
5. 300万円～500万円未満				
6. 500万円～ 1,000万円未満				
7. 1,000万円以上				

#### Ⅳ 情報の処理・利用について

Ⅳ— 1 貴社（事業所）では情報をどのように利用していますか。

- |              |                |
|--------------|----------------|
| (1) 企業の長期計画に | (6) 販売促進に      |
| (2) 需要予測に    | (7) 労務、人事事務管理に |
| (3) 技術革新に    | (8) 市場拡大に      |
| (4) 生産の合理化に  | (9) 新規立地に      |
| (5) 商品開発に    | (10) その他（具体的に） |

[ ]

Ⅳ— 2 入手した情報をどのようにして整理、保管していますか。

- (1) 専門部門で、集中的に整理している
- (2) それぞれの部門で、整理して保管している
- (3) 別に整理していない
- (4) 将来整理したいと思っている
- (5) その他（具体的に） [ ]

Ⅳ— 3 コンピューターを利用していますか。（但し、コンピューターとはプログラム内蔵方式のもので、記憶容量 2,000 ビット以上のものを指します）

- (1) 利用している（自社保有のもの）
- (2) データーセンター等を常時利用している
- (3) データーセンター等を利用したことがある
- (4) 利用していない

Ⅳ— 4 過去一年間において、社内スタッフによる調査をしたことがありますか。

- (1) ある      (2) ない

(1)に回答の方は、調査の種類および費用について以下にご記入下さい。

(ア) 調査種類（例えば市場調査等）

A [ ]

B [ ]

C [ ]

(イ) 調査費用（総額を概算で）

(                      万円 )







—— 禁 無 断 転 載 ——

昭和 49 年 3 月 発 行

発行所 財団法人 日本情報処理開発センター

東京都港区芝公園3丁目5番8号

機 械 振 興 会 館 内

TEL (434) 8211 (代表)

印刷所 白馬堂印刷株式会社

札幌市中央区北3条西25丁目

TEL (621) 1471 (代)

