

c. 利用目的

各種情報の収集 88.1%と電子メール 69.5%が圧倒的に多く、利用形態が情報収集と電子メールに特化されている結果となった。次いで多いのは自社情報の発信 24.1%となっている。

業種別や、従業員規模別、経営者の年齢別でも同様の傾向を示しており、インターネットで行える各種機能を利用していない。まだ業務革新の第一段階にあると思われ、もっと活用の幅を広げるための啓発や支援が必要である。

