

IT利活用が中小企業にもたらすものは①

－カギを握る中小IT企業の躍進－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

石井 聡史

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

信金中央金庫 地域・中小企業研究所上席主任研究員

鉢嶺 実

(キーワード) 万能ツール、モバイル、クラウドサービス、ビッグデータ、ITリテラシー

(視 点)

2013年6月、第2次安倍内閣が「世界最先端IT国家創造宣言」を閣議決定してから早くも1年が経過した。この宣言では、日進月歩のITを成長の原動力と位置づけ、経済成長を加速させていくことを狙いとしている。世界最高水準の高速・大容量通信網を備えたわが国の経済社会においては、既存産業とITの融合により、新ビジネスを創出したり、さらにはITそのものがまったく新しい産業を創出するものとしても期待されている。

そこで本稿では、今回より数回にわたって、成長の原動力として注目されるIT業界の時代的変遷や他業態との融合のなかでのITの利活用などを概観し、全国で活躍する中小IT企業の事例を交えながら、今後、中小企業にとってITの利活用がもたらす可能性について考察していきたい。

(要 旨)

- わが国のITは、時代の流れとともに活用範囲を拡大し、現在もなお進化を続けている。また、世界最高水準に整備された高速・大容量通信網を背景に、「ビッグデータ」の活用などの新しい取組みも始まっている。
- ITの利活用は、企業の業務効率化を推進するだけでなく、都市部と地方部の垣根をなくし、販路をグローバルに拡大させる可能性を秘めている。クラウドサービスの普及などにより、中小企業にとってもITをビジネスに応用しやすい環境が整いつつあり、ITリテラシー（使いこなす能力）の重要性も一段と増してきている。
- 巨大な市場規模を誇るIT産業は、既存産業との融合で新ビジネスの創出に貢献している。また、ITを媒介として複数の異業種・産業の間を結びつけて新産業を創出する動きも出てきており、国による後押しも始まっている。
- IT産業では、大企業のみならず中小IT企業もその担い手として全国各地で活躍している。雇用創出などに貢献する地域のIT企業についても、今後の躍進が期待される。

1. IT業界の時代的変遷と新たな試み

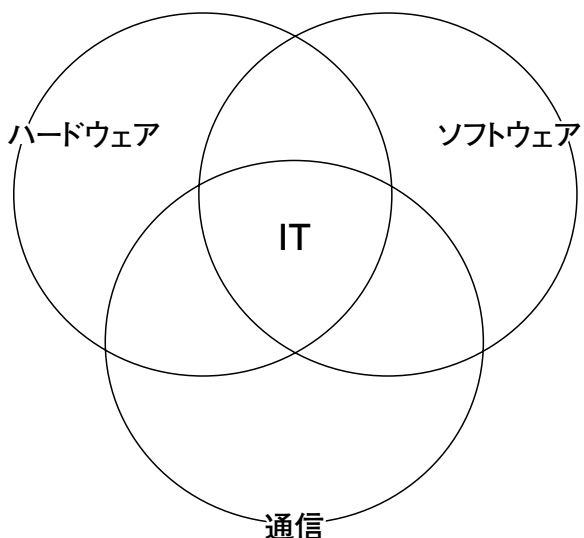
(1) 3つの要素が構成するIT

我々の日常の生活のなかに、ITはあふれている。今や誰もがもっている携帯電話のような目に見えるものから、電子マネー（Suicaなど）のような目に見えないものまで、さまざまなものが存在している。

ITとは、「Information Technology」の略で、日本語では「情報技術」である。最近では、この情報技術に「通信」も含めた「ICT = Information Communication Technology」と呼ばれることもある。

基本的にITの構成要素は、①コンピュータ・周辺機器などの「ハードウェア」、②アプリケーションなどの「ソフトウェア」、③

図表1 ITを構成する要素



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

音声・データの「通信」、の3つの要素に集約できる（図表1）。これら3つの要素の組み合わせさせたITは、既存のビジネスと融合し、例えばインターネットバンキングやネット動画閲覧などに代表されるような社会をより便利にする“万能ツール”と認識されている。

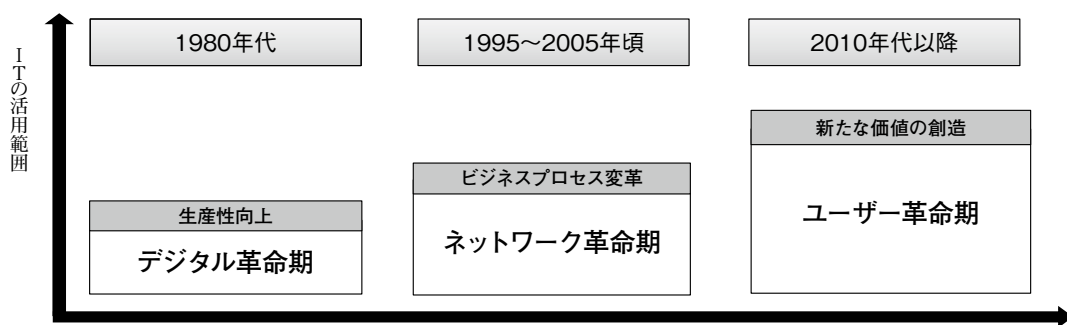
(2) 進化を続けるIT分野の時代的変遷

1960年代に米国で世界初の大型コンピュータが発売されたことを契機に、IT分野は一貫して急速に技術革新を続けてきた。その流れを大きく分類すると、①パソコン(PC)が台頭し、小型化・高性能化が進んだ1980年代の「デジタル革命期」、②インターネットの普及とともにネットワークのブロードバンド^{(注)1}化が進んだ1990年代半ばから2000年代半ばの「ネットワーク革命期」、③クライアントサーバーシステム^{(注)2}からクラウドサービス^{(注)3}への移行、モバイル通信の高速化などで、よりユーザーフレンドリーになった2010年代以降の「ユーザー革命期」に大別することができる（図表2）。

「デジタル革命期」のITでは、ごく限定された機能・性能のなかでの生産性向上を目的としたデータ処理しかできなかったが、「ネットワーク革命期」に入りパソコンがインターネットの端末として利用されることが多くなるにつれ、企業が販路拡大や知名度向

(注)1. ADSL、光ファイバー回線などによってネットワーク通信の高速・大容量化が可能となったこと
2. システムを「クライアント (=個人用コンピュータ)」と「サーバー」に分担し、相互に連携させて運用する仕組み。基本的に、自社で保有するサーバーを介してサービスを利用する。
3. 従来は、自前のコンピュータ・サーバーで管理・利用していたソフトウェアやデータなどを、インターネットを介して必要に応じて利用するサービス。ソフトウェアやデータのありか（インターネット上）を雲 (=クラウド)に見立てたことからこのように呼ばれている。

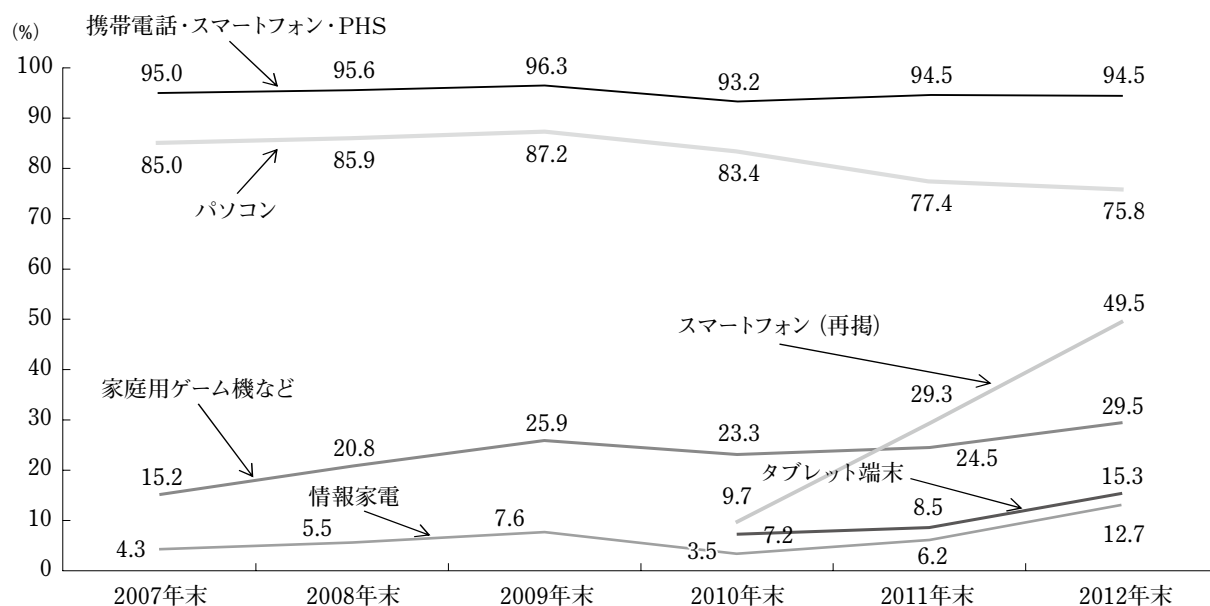
図表2 IT業界の沿革と時代背景



経済状況 社会状況	バブル景気 日米貿易摩擦 企業へのパソコンの普及	ITバブル ブロードバンド化 1家に1台のパソコンの時代へ	デフレ 高速モバイル通信環境 ネット接続端末1人1台の時代へ
主な コンピューター技術	第四世代コンピュータ パソコンの台頭 通信の規制緩和	携帯電話の普及 インターネットの普及 クライアントサーバーシステム	スマートフォンの普及 クラウドコンピューティング
主なIT基盤	SIS 差別化のためのシステム	インターネット (ウェブ1.0) ERP、CRM、SCM、 windowsの普及	ウェブ2.0 ビッグデータ ソーシャルメディア

(備考) 総務省「平成25年版情報通信白書」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表3 主な情報通信端末の世帯別利用状況



(備考) 総務省『平成25年版情報通信白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

上のために自社ホームページをもつようになるなど、ビジネスプロセスそのものにも大きな変革がもたらされてきた。こうした流れを経て今日ではインターネット接続ツールが

PCからスマートフォンやタブレットといったモバイル端末へと急速に変化し (図表3)、全てのユーザーが、1人1台のインターネット接続端末を保有し、常に世界中の情報にア

アクセスできる時代となった。1人ひとりのユーザー同士がネット上でつながることによって、ビジネスのみならず生活面でも新たな価値を創造し続ける、まさに「ユーザー革命期」と呼ぶべき時代が到来している。

(3) 「ユーザー革命期」を支える「クラウドサービス」

「ユーザー革命期」の到来で、ユーザーがいつでもどこでもネットにアクセスできるようになるなか、インターネット経由でこれまでより高度なサービス提供を受けることを可能にする「クラウドサービス」が注目されている。「クラウドサービス」の主な特徴は、①ソフトウェアやデータをインターネット上（＝雲の上＝クラウド）で管理することにより、いつでもどこでもインターネット経由でデータやファイルにアクセスできること、②自らのPC等の容量が小さくても、インターネット上にデータやファイルを保存できること、③特定のPC等が壊れてもインターネット上に保存したデータやファイルは、別のPC等からアクセスしてとりだすことができること、である。そのため、ビジネスに必要なデータやファイル等を高額で大型の独自サーバーで管理する必要がなくなる。中小企業・小規模事業者においても、より安価でビジネスへのITの利活用を行うことが容易になり、新たなサービスの展開や業務の効率

化、顧客満足度の向上など、IT利活用によるビジネス拡大の機会を高めることができる。今後のIT利活用のキーテクノロジーとなる「クラウドサービス」の普及・拡大は、「ユーザー革命期」のトピックスの一つとみられ、その動向は今後も各方面から一段と注目されていくことになろう。

(4) 今後の有効活用が期待される「ビッグデータ」

「クラウドサービス」等の普及によりITの利活用の幅が広がっていくなか、いわゆる「ビッグデータ」の有効活用が注目されている。「ビッグデータ」とは、インターネット利用が一般化するなかで、多種多様な場面で生成・蓄積された大量のデータのことである。例えば、顧客との過去の取引履歴、生産データベース、ソーシャルメディア（フェイスブック^{(注)4}やツイッター^{(注)5}）でのやりとりなどのさまざまなデータが挙げられるが、データ量が膨大なだけに、十分に活用しきれないケースも多いといわれている。

この「ビッグデータ」をあらためて分析・活用し、新たな付加価値を創出しようとする動きがここに来て急速に拡大している。例えば、流通業界では、従来のPOSデータ（販売時点の顧客属性などのデータ）分析に、SNS上の口コミ投稿やスマートフォンの位置情報の利用など加えた「ビッグデータ」を、

(注)4. インターネット上で情報発信を行ったり、ユーザー同士が交流するサービス。実名でサービスを利用することが特徴となっている。

5. 「ツイート」と称される最大140文字の短文をインターネット上に投稿することで、情報発信を行ったり、ユーザー同士のコミュニケーションを図るサービス

「O2O^(注6)」や「オムニチャネル^(注7)」に活用し、ポイントカードを共有する企業間での顧客誘引の連携や、顧客一人ひとりに合わせたパーソナルクーポンの発行による販売促進など、さらに一歩進んだマーケティング活動に取り組み動きが広がっている。このほかにも、活用しきれていない「ビッグデータ」の、より踏み込んだ分析によって、異変の察知や、判断の精度向上、将来の予測など、さまざまなことが可能になるといわれており、今後はさまざまな分野での「ビッグデータ」の活用が期待されている。「ユーザー革命期」の“副産物”ともいえる「ビッグデータ」の有効活用は、わが国の経済社会を根底から変えていく“万能

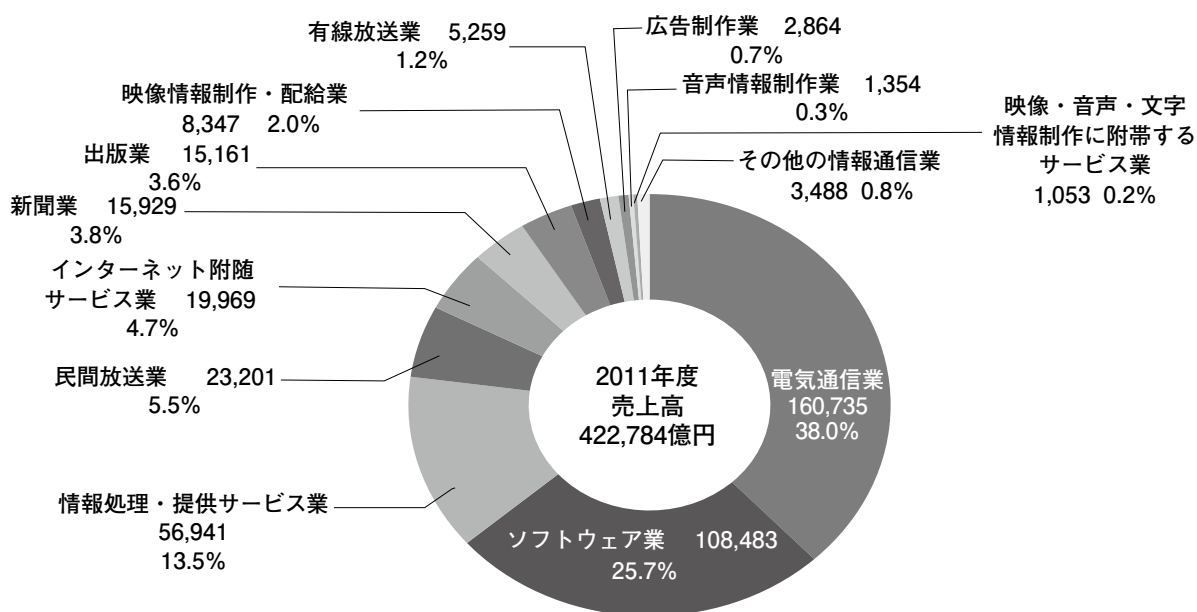
ツール”の一つとして、今後ますます重要性を増していくことになりそうだ。

2. IT業界の経済動向と変化を続ける活動実態

(1) 情報通信産業の市場規模は42兆円超

総務省の「情報通信白書」によれば、2011年度情報通信産業の売上高（市場規模）は、42兆円を超え（**図表4**）、私たちの生活で身近な国内外食産業の市場規模（約24兆円^(注8)）と比べても、その2倍近くにも及ぶ巨大市場を形成している。なお情報通信白書の調査は、資本金3,000万円以上のみを対象としているため、中小零細企業を含めた市場規模は

図表4 情報通信産業の市場規模



(備考) 総務省『平成25年版情報通信白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(注)6. ネット上（オンライン）から、ネット外の実地（オフライン）での行動へと促す施策や、オンラインでの情報接触行動をもってオフラインでの購買行動に影響を与えるような施策

7. 実店舗やオンラインストアをはじめとするあらゆる販売チャネルや流通チャネルを統合すること

8. 一般社団法人 日本フードサービス協会「平成25年外食産業市場規模推計」より

さらに大きいと想定され、IT産業はわが国経済社会の中で極めて大きなウエイトを占める業界の一つであることがわかる。

(2) 建設業界にたとえられるIT業界

IT業界は、新しい業界といわれているが、とりわけ受託開発型のIT企業の場合、大手IT企業が受託した案件を下請けの中小IT企業が請け負う多重層的な受注構造や、扱っている商品・サービス内容で、ある程度の棲み分けもみられるという業界構造は、わが国産業界の中でも長い歴史を誇る建設業界と類似しているともいわれている（図表5）。

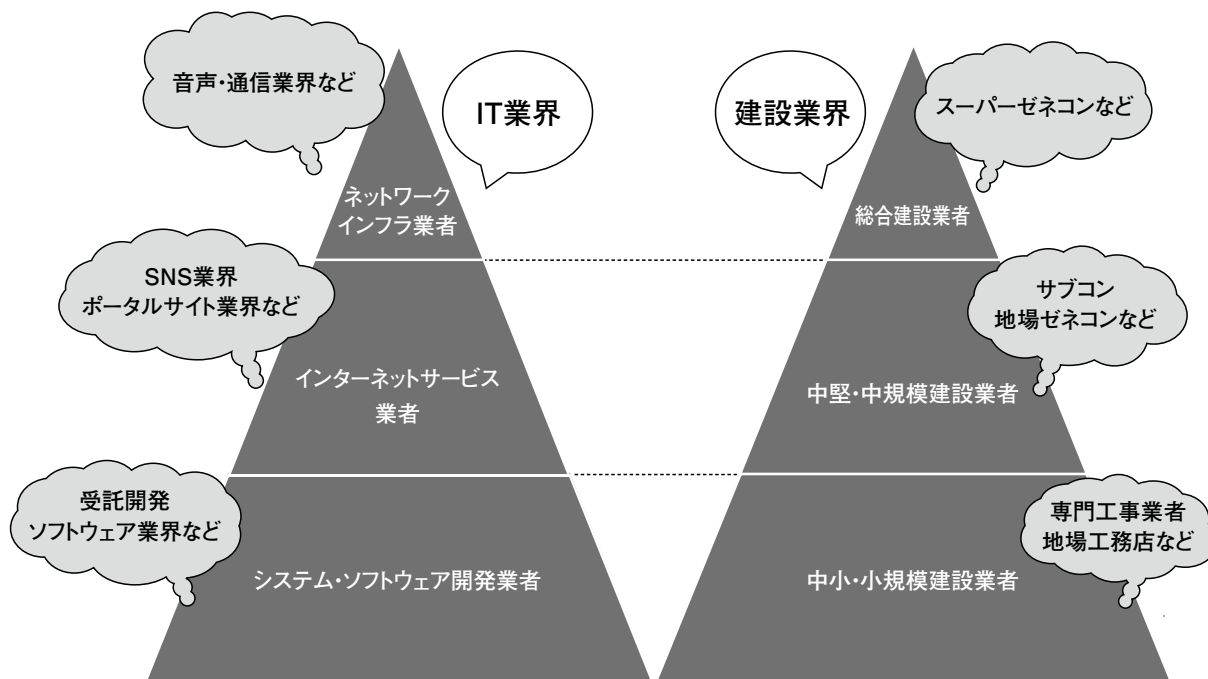
ただし、下請けIT企業のなかには、高い

技術力を有し、インターネット等を通じてエンドユーザーと直接的な接点を有するような中小IT企業もある。オープンソース^{(注)9}の普及によるシステム開発費の低下や、スマートフォン向けアプリケーションソフトの販売プラットフォーム（環境）の充実などを背景に、「ユーザー革命期」とよばれるような今日の状況のなかで、急激な成長を遂げ、業界構造にも劇的な変化をもたらしているようなケースもみられる。

(3) 既存産業と“融合”することで新たな価値を生み出すIT業界

ITは、ITそのものだけで付加価値を生んで

図表5 IT業界と建設業界の構造比較



(備考) 1. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 本図は、業界の受注構造をイメージしたもので、それぞれ各層に属する事業者の規模は必ずしも一致しない。

(注)9. ソフトウェアの設計図にあたるソースコードを、インターネットなどを通じて無償で公開し、誰でもそのソフトウェアの改良、再配布が行えるようにすること

いくというよりは、むしろ既存の産業・サービスと“融合”することで、生産性を向上させたり、ひいては新しいビジネスを生み出している。例えば、ネットショッピングなどに代表されるeコマース事業では、食品・服飾・旅行など既存業態で扱ってきたさまざまな商品・サービスを新たにインターネット経由で購入することもできるようにしたことで、電子商取引という新しい市場を創出した。こうした流れは、技術を提供するIT企業と、商品やサービスを提供する既存事業者の双方に利益をもたらしており、地方に立地する中小企業の地理的不利の解消や販路拡大、ひいては地域活性化にまでつながるような事例も増えてきている。

企業がITを利活用することで、業務の効率化や人件費の削減等をもたらすことはもちろんであるが、活用範囲の拡大によって、今後は新規事業や新サービスの開発など、売上げの増加に直結するような“攻めのITの利活用”がますます増えていくだろう。

中小企業のITへの関心度合いはまだまだ低く、利活用の余地は依然として大きいともいわれているが、グローバル社会となった今、ITをこれまで以上に戦略的に利活用した経営を実践していくことが、今後ますます求められていくことになりそうだ。

なお次章では、IT業界躍進の一翼を担う全国の中小IT企業の活躍事例を紹介する。

3. 日本各地で活躍する中小IT企業の経営事例

(1) 宮崎に1,000人の雇用を創る：株式会社アラタナ（宮崎県宮崎市）

イ. 当社の概要

当社は、「宮崎に1,000人の雇用を創る」をスローガンとして、2007年の創業以来、宮崎を拠点として活躍する中小IT企業である。ネットショップの立上げから、運営の効率化までeコマースに関わる全ての業務をサポートする事業を展開しており、これまでに3,000社を超えるネットショップの支援に携わっている（図表6）。

なかでも、当社の主力商品「カゴラボ」は、オープンソース^{(注)10}のサイト構築システム「EC-CUBE^{(注)11}」をベースに、ネットショップの開発から運用までワンストップでサポートするサービスであり、これまでに累計800店舗で利用されている。

また、もう1つの主力商品「スケッチページ」は、「ネットショップのページ作りをもっと楽しく簡単に」をコンセプトとしたページデザイン作成ツールである。当社は、楽天やYahoo!などの大手ECモール（インターネット上の仮想商店街）から、出店者のページ作成を支援する企業としてパートナー認定^{(注)12}を受けており、「スケッチページ」は、この

(注)10. 脚注9に同じ

11. EC（電子商取引）サイトを構築するためのソフト。これをベースにサイト構築することで、安価だが自由度が低いASP型（パッケージ）と自由度が高いが、高価であるフルクラッチ型（専用開発）の双方の間のような価格を抑えつつ、自由度もある程度高いシステム構築ができる。

12. 例えば楽天の場合、楽天市場RMSパートナープログラムと銘打って、店舗運営に役立つソフトウェアを提供しているソフトウェア開発企業と連携し、楽天市場へ出店している店舗へ、ベストなサービス提供を目指したプログラム。Yahoo!においても、Yahoo! JAPAN コマースパートナーと銘打って、同様の試みを行っている。

図表6 株式会社アラタナ



当社の概要	
社名	株式会社アラタナ
代表	社長 濱渦 伸次 専務 穂満 一成
所在地	宮崎県宮崎市
設立	2007年
従業員数	106人
資本金	282,735千円
業種	EC支援サービス

(備考) (株)アラタナ提供

2社のECモール上でショップを展開する多くの企業に利用されている。

なお、「カゴラボ」や「スケッチページ」は、その優れたサービスから、地元宮崎の商業高校での「電子商取引」の授業にも取り入れられているとともに、楽天大学（大手ECモール「楽天市場」での成功ノウハウを学べる学習ポータルサイト）でも紹介されている。

ロ. 事業の特徴

当社は、宮崎発ベンチャーとして「地元」に徹底的にこだわった経営を行っている。例えば、地方に本社をおく企業でも、企業の成長とともに三大都市圏などに支店や営業所を

図表7 ネットショップ制作事例



(備考) (株)アラタナ提供

おくケースは多いが、当社の拠点は、基本的に宮崎のみである。過去には、東京や福岡への支店開設も行っていたが閉鎖し、現在は全ての業務を宮崎で集中して行っている。これを可能としているのが、電話とSkype^{(注)13}などを利用した「一度も会わない」独特の営業スタイルである。この宮崎に密着した経営スタイルによって、現在106人在籍する当社従業員の半数以上が、地元宮崎県での採用であり、結果的に地元の雇用創出、地域活性化にも貢献している（図表7）。

ハ. 将来の展望

今後は、ネットショップ事業を軸としながらも、ファッション業界の有力メディア「ハニカム^{(注)14}」のECサイト「JUST LIKE HONEYEE^{(注)15}」の運営など、これまでのネットショップ支援事業だけにとどまらない新たな試みも展開している。

(注)13. マイクロソフト社が開発・公開している、音声通話ソフト。インターネットを通じてパソコンや携帯情報端末を接続し、音声通話やテレビ電話、文字によるリアルタイムのコミュニケーション（チャット）を手軽に行なうことができる。

14. 主に男性読者を中心に想定したインターネットファッションメディア。ファッション業界の著名人のブログを集約し、国内最大規模の情報発信力をもつ。

15. <http://store.honeyee.com/>

ITインフラが整い、地方部でも高度なサービスが提供できるようになった今、当社は、顧客・従業員・企業、3者全てが幸せになれる「ハッピートライアングル」をベースに、設立当初からの理念である「宮崎に1,000人の雇用を創る」を実現すべく、一層の成長を目指していく意向である。

(2) 最先端技術で新たな価値を創造する：エコモット株式会社（北海道札幌市）

イ. 会社の概要

当社は、「インターネットが社会インフラとなった今、これからはITをツール（道具）として社会問題にどう活かすか」を考え実行していくことを理念として、2007年の創業以来、「モバイル」を軸としたワイヤレスM2M^{(注)16}を利用して、離れた場所にある人やモノの状況をリアルタイムで確認できる製品やサービスの提供を行っている中小IT企業である（図表8）。

当社は、受託開発業務を行うのではなく、あくまで自社で開発したシステムをユーザーへ直接販売するビジネスモデルを展開している。そのため、札幌市を拠点として事業展開しているものの、「エコモット」の名前は全国で働く北海道出身のIT技術者にも認知されており、UターンやIターンによる“自社開発志向”の人材確保につながっている。

ロ. 企業の特徴

当社の基幹商品は「ゆりもっと」という融

図表8 エコモット株式会社



当社の概要	
社名	エコモット株式会社
代表	入澤 拓也
所在地	北海道札幌市
設立	2007年
従業員数	約40人
資本金	約6億円
業種	各種モバイルネットワークサービス ロードヒーティング遠隔監視業務

(備考) 地域・中小企業研究所撮影

雪・ロードヒーティングの遠隔監視・制御システムである。入澤代表がモバイルコンテンツ制作会社勤務時代に培った「モバイルの通信ネットワーク」のノウハウを活かして、雪国・北海道の地域特有の問題を解決したいという理念の下、開発された商品である。この商品は、「目線に勝るセンサーなし」の観点から、管理者がセンサー反応を通信ネットワーク上の画面で確認できるため、雨などでのセンサー誤作動が発生した場合でもすぐに対処可能である。リアルタイムで変化する状況に合わせて融雪装置の稼働を指示できるため、常時継続稼働の必要がなく、融雪装置で使用する無駄な灯油の使用を大幅に抑えるこ

(注)16. 機械 (machine) と機械 (machine) が、ネットワークを介して相互に通信しあう通信形態を指す言葉。ここで言う「機械」とは、PCやサーバーといったコンピュータだけではなく、工作機械や自動販売機、監視カメラ、空調システムなど広い分野を指している。

図表9 ゆりもっとシステムイメージ



(備考) エコモット(株)提供

とができる。

現在では、この「ゆりもっと」の技術を活用した建設現場の遠隔管理システム「現場ロイド」が売上げの過半を占めるなど、商品・サービスの提供の幅も広がっている。当社の商品群は、燃料の節約や工事現場の安全といった身近なところでITを活用することで、環境問題への対応や、社会貢献に資するものとなっている。

ハ. 将来の展望

当社は、今後も「モバイル」を軸に、市場拡大が見込まれるM2M技術の活用 に注力していく意向である。具体的には、在宅医療における人命救助や建設現場の安全確保など、直接的に人の命を救うシステムの開発も手がけることで、社会問題対応などに一段と注力していく方針である。

(3) コンテンツビジネスにおけるスペシャリスト集団：株式会社エクスチェンジ（東京都港区）

イ. 当社の概要

当社は、映画・音楽・アニメーション・ゲームなどのさまざまなコンテンツ^{(注)17}をコンピュータやモバイル端末、インターネットなどで利用できるようにするサービス（デジタルコンテンツサービス）を中心として、サイト・システム開発業務などを展開している中小IT企業である（図表10）。

例えば、大手パチンコ・パチスロメーカーの実際の機械と全く同じ動作をモバイル端末上で再現できるシミュレーションゲームアプリの開発や運営などを、企画・制作から運用・プロモーションまでトータルでプロデュースするなど、モバイルやインターネットにまつわる顧客のあらゆる要望に応える事業を展開している。

(注)17. 「内容」、「中身」を表す言葉であり、ここでは、いわゆるメディアの「中身」である、文字列・動画・音などの著作物

図表10 株式会社エクステンジ



当社の概要	
社名	株式会社エクステンジ
代表	下山 聡
所在地	東京都港区
設立	2003年
従業員数	約140人（グループ全体）
資本金	約20億円
業種	サイト・システム開発・運営 デジタルコンテンツ開発

(備考) ㈱エクステンジ提供

ロ. 事業の特徴

当社では、顧客企業のニーズの把握から、企画・デザイン・制作・デバック^{(注)18}・運営・保守まで一連の流れを全て自社グループで行っている。同業他社では幅広い業務の一部を外注に委託するケースが一般的ななか、当社では全ての業務に対応し、取引先に対してトータルな視点からの確な提案、サービスを提供する体制を構築している。具体的には、各工程を部署単位で担当するのではなく、下山代表の統括の下、各工程に特化した当社のグループ企業それぞれがスペシャリスト集団として当該業務を担当している。こうした「事業部制ではない分社化」により、通

常よりはるかに早い「スピード感」と高い「責任感」が醸成されており、顧客からのあらゆるニーズに迅速かつワンストップで応えることを可能にしている。

ハ. 将来の展望

今後は、過去に蓄積してきたトータルのプロデュースのノウハウや技術力を活かし、自社開発製品の販売事業を推進していく。具体的には、企業内に蓄積しているさまざまなデータを一元管理し、便利な閲覧機能をもち合わせた「Xchange Enterprise」(図表11)や、ユーザーの写真や映像、音声といった思い出データをクラウドサービスを利用して管理し、年表形式で閲覧できる「THE TIMELINE」など、当社に蓄積したノウハウを集約したオリジナル製品の開発販売にも注力していく意向である。

図表11 Xchange Enterprise



(備考) ㈱エクステンジ提供

(注)18. コンピュータプログラムの誤り（「バグ」と呼ばれる。）を探し、取り除くこと

(4) インターネットで生活を豊かにする：株式会社はてな（京都府京都市）

イ. 当社の概要

当社は、調べたいことをウェブ上の誰かが自分の代わりに調べてくれる「人力検索はてな」^{(注)19}のサービスを2001年に開始して以来、独自のブログサービス「はてなブログ」など、世の中を楽しく・便利にする新しいサービスの発信を次々に行っているITベンチャー企業である（図表12）。

当社では、こうしたユーザー同士の双方向コミュニケーションを取り入れたサービスを10年以上前から展開しており、ユーザー同士がコミュニケーションをとることができる

図表12 株式会社はてな



当社の概要	
社名	株式会社はてな
代表	近藤 淳也
所在地	京都府京都市（本社） 東京都港区（本店）
設立	2001年
従業員数	約80人
資本金	73,000千円
業種	インターネットサービス関連事業

（備考）地域・中小企業研究所撮影

「ソーシャルサービス」の草分け的な企業といえる。

また、当社の技術と「ソーシャルサービス」での強みを活かせるという観点から、同じ京都府出身企業である任天堂とは、サービス開発などの面で協力関係を築いている。

ロ. 事業の特徴

当社のビジネスモデルは、ユーザー参加型のプラットフォーム（環境）の提供である。例えば、当社の主力サービス「はてなブックマーク」^(図表13)は、気になった記事やブログなどにインターネット上でブックマークをすることができるサービスである。個人のPCなどではなく、インターネット上の記事などに対してブックマークを行うので、他者とブックマークを共有することが可能である。共有することによって、ネット上ではどんなニュースが注目されているのか、他のユーザーがどんなページをブックマークして

図表13 はてなブックマーク



（備考）(株)はてな提供

(注)19. ユーザー（特に初心者）が知りたい情報について質問（ウェブ上に入力）すると、ページ探しの得意な別のユーザーがその情報に答えてくれるサービス。検索エンジンと電子掲示板とQ&Aをミックスしたような当社独特のサービス

いるのかなどを客観的・数値的に知ることができる。

また当社では、現場視点でのサービス企画ノウハウを高めるために、得意分野や年齢を問わず当社のエンジニアを集めた2泊3日の「開発合宿」を行っており、「はてなブックマーク」も、この独自の合宿から生まれている。

ハ. 将来の展望

当社の強みであるソーシャルサービスを通じて蓄積したノウハウを活かして、個人ユーザー向けだけではなく法人向けサービスの展開も行っていきたい。また、サービスの拡充に応じて幅広い分野の企業等との連携を模索していく意向である。

4. IT利活用がわが国の経済社会にもたらすものは

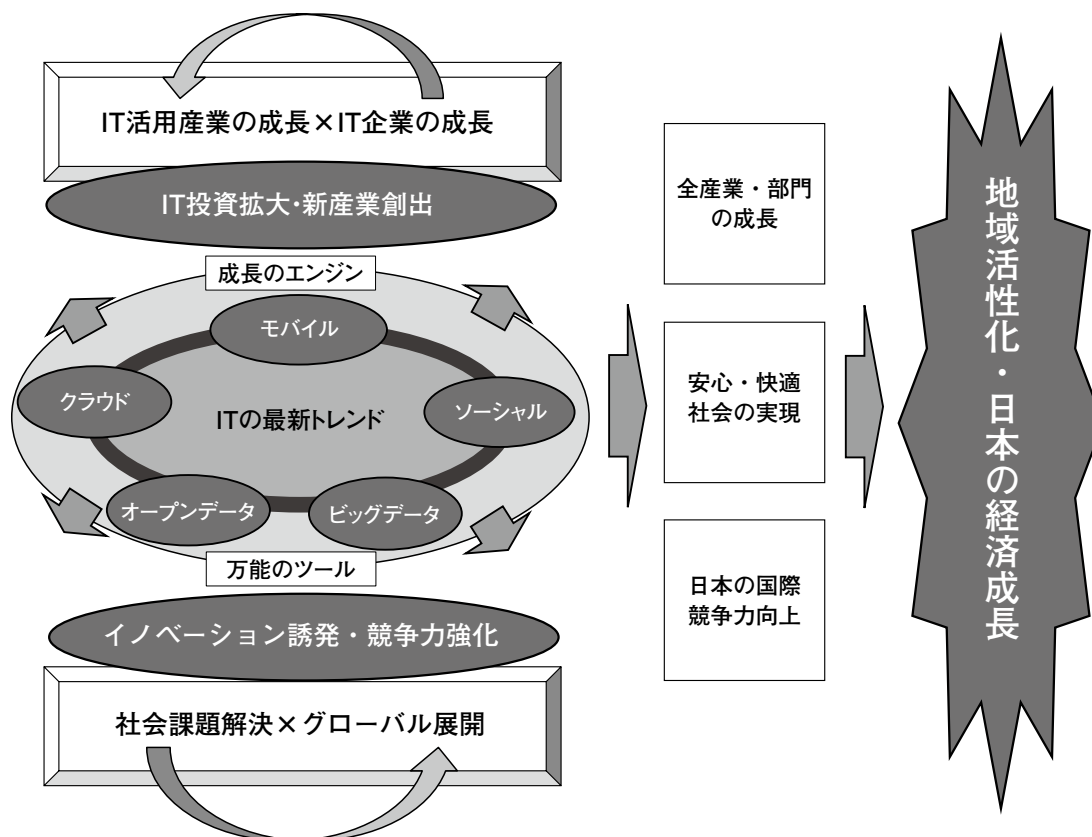
“万能ツール”ともいわれる「IT」には、イノベーションを誘発する力がある。IT企業の成長が、ITを利活用する産業にも成長をもたらし、グローバル化や技術力向上などビジネスの可能性を無限大に広げてくれるだろう。とりわけ、「クラウド」、「モバイル」、「ビッグデータ」などをはじめとする最新のITトレンドの活用は、労働の質的向上をもたらし、今後さらに進んでいく少子高齢化による生産年齢人口減少（労働の量的減少）によるマイナスの影響を軽減するなど、社会問題の解決にも貢献するとともに、他の産業との融合を通じて、新産業・新技術の創出といったイノベーションをもたらし、ひいては

わが国経済の成長や地域活性化の原動力となる可能性すら秘めているといえる（図表14）。

信金中央金庫 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得てとりまとめている「全国中小企業景気動向調査」の特別調査（14年4～6月期）から中小企業のIT活用の実態をみると、「IT投資をしていない」と回答した企業は全体の3割強にのぼり、インターネットの活用も進んでいるとはいえない状況にある（図表15）。しかし、前述したとおり、「クラウドサービス」の普及等によってITを安価にビジネスで応用できるようになり、中小企業にとっても、ITの利活用はより身近になったといえる。例えば、自社にまつわる各種情報発信はもちろんのこと、職人の技術のデータ化（見える化）によるスムーズな技能承継、顧客ニーズを分析することによる顧客満足度の向上など、さまざまな効果をもたらし、長期的な経営戦略や新しい分野のビジネス創出も期待できよう。

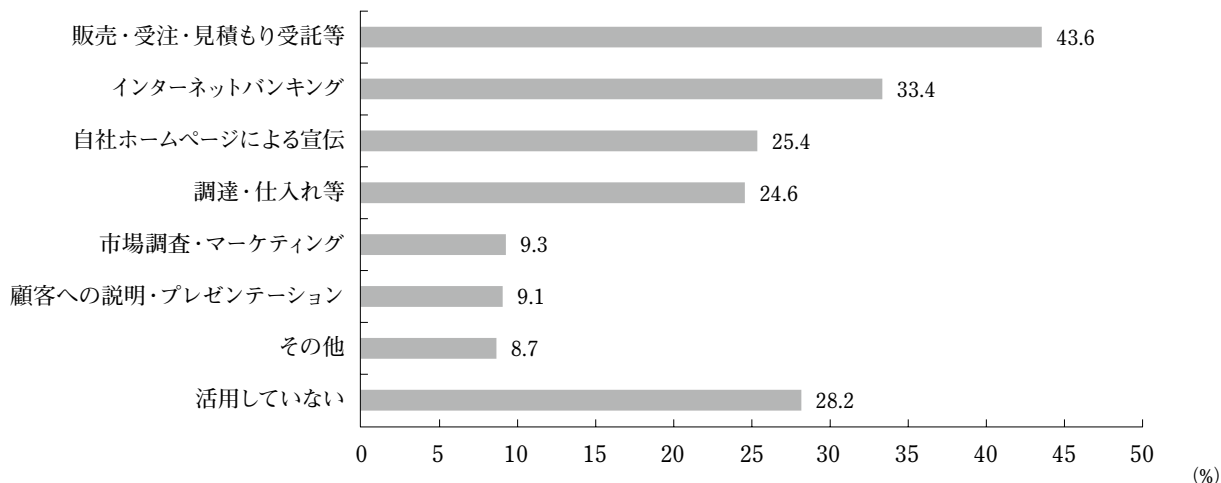
なお、こうした社会インフラとしてのIT業界を支えているのは、グローバルな事業展開を進めている大手IT企業ばかりではなく、地域の経済社会に根ざしたさまざまな業態の中小IT企業もその躍進の大きな原動力となっている。本稿の事例企業でもみられたように、多くの中小IT企業は、人材面では全国それぞれの地域に立脚しつつも、ビジネス面ではその“所在地”を超越して、広域展開しているケースも少なくない。こうした、中小IT企業の躍進は、域外資金の獲得や雇用の創造などを通じて、地域経済の活性化にも多大なる貢

図表14 ITがもたらす成長のイメージ



(備考) 総務省『平成25年版情報通信白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表15 中小企業のインターネット利活用状況（複数回答）



(備考) 信金中央金庫『全国中小企業景気動向調査（14年4～6月期特別調査）』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

献をし得るものであることは想像に難くない。

進める中小企業の対応も含めて、今後のIT業界の動向に注目したい。

ITが地域経済社会の構造を根底から変えていく原動力となりえるのか。IT利活用を

おわりに

地域金融機関は、一般的に「IT＝形のないもの＝何をしているかわかりにくい」という観点からIT企業との取引を敬遠しがちな面もある。

しかし、IT企業は「形のないもの」を扱っているからこそ、通信インフラの整備された状況のなかで、立地の制約を受けず、それぞれの地域に根付いた企業群として定着していく可能性がある。資金需要についても材料の仕入れがないため、資金の必要性が少ない業態である。しかし、日進月歩のIT業界では、新しい技術・サービスを提供・対応し続ける

ために、研究開発にかかる資金需要も存在することから、事業内容、開発の所要期間、必要人員などを理解することが重要であろう。

IT企業サイドも、自社の事業内容が第三者にわかりづらいことを認識し、自社の内容を分かりやすく伝えたいという姿勢をもっている。

したがって、今後、地域金融機関がIT企業に向き合うにあたっては、お互いに理解を深めることでITという目にみえないものの「可視化」を図り、“万能ツール”を創造するIT企業の成長支援に資することで、他産業での利活用の拡大、ひいてはわが国全体の発展につながっていくことを祈念したい。

〈参考文献〉

- ・総務省『情報通信白書』（平成25年版）
- ・三浦優子『30分で行くIT業界』日本実業出版社（2011.3）
- ・野村総合研究所『ITナビゲーター』東洋経済新報社（2011.12）
- ・信金中央金庫 地域・中小企業研究所『全国中小企業景気動向調査』（各年版）
- ・会社四季報『業界地図 2014年版』東洋経済新報社（2013.8）