

平成20年4月18日

## 平成19年「通信利用動向調査」の結果

総務省では、この度、平成19年末時点の世帯及び企業における情報通信サービスの利用状況、情報通信機器の保有状況等について調査した「通信利用動向調査」の結果を取りまとめました。

今回の調査結果のポイントは、下記のとおりであり、また、概要は別添のとおりです。

### 【調査結果のポイント】

#### <インターネット等の普及状況>

##### ○ インターネット利用における光回線利用世帯がDSL回線利用世帯を初めて超過

インターネットの利用者数は、8,811万人に達し、人口普及率は69.0%。世帯のブロードバンド回線利用における光回線の利用率が27.2%から31.3%へと増加する一方、DSL回線は27.7%から18.9%へと減少し、光回線利用世帯がDSL回線利用世帯を初めて超過し、光回線への移行が進展。

また、個人のインターネット利用端末については、携帯電話・PHS等の移動端末からの利用者数が前年末から201万人増加（2.8%増）して推計7,287万人となった。ワンセグ放送対応、フルブラウザ対応といった移動端末の高機能化により、パソコンでなくとも音声や動画といった大容量コンテンツの利用が容易に行えるようになったことなどが原因の一つであると考えられる。[p1、2、4、5]

#### <世帯におけるICT利用の進展>

##### ○ 非接触型電子マネーの保有率が倍増

非接触型電子マネーの保有率は、前年の10.7%から倍増して21.5%。ICカードを利用する非接触型電子マネーのうち約半数が「ICカード乗車券と一体のもの」であり、特に首都圏において普及が進展。[p15、16]

### ＜企業におけるICT利用の進展：新規事項＞

#### ○ ICTの利用やICTに関する組織的取組みが進んでいる企業ほど高い労働生産性

ASP・SaaSを利用している企業は12.6%。ASP・SaaSの利用、情報化投資の実施、情報戦略統括役員（CIO）の設置、従業員に対するICT教育の実施といった項目について、企業の労働生産性を比較してみると、ICTの利用が進んでいる、ICTに関する組織的取組みを行っている企業の方が労働生産性が高いという結果が得られた。[p20～26]

### ＜安心・安全への取組＞

#### ○ フィルタリングソフト・サービスは、携帯電話において利用が進展

フィルタリングソフト・サービスについて「よく知っている」又は「聞いたことはある」世帯は、パソコンのフィルタリングソフトが77.7%、携帯電話のフィルタリングサービスが63.3%。子供の使用する機器における利用状況については、パソコンが12.9%、携帯電話が21.6%であり、携帯電話で利用が進んでいる。[p29]

## 【調査概要】

通信利用動向調査は、世帯（全体・構成員）、事業所及び企業を対象とし、統計報告調整法に基づく承認統計として平成2年から毎年実施（企業調査は、平成5年に追加し平成6年を除き毎年実施。世帯構成員調査は、平成13年から実施。なお、事業所調査については、今回は実施していない）。

	世帯調査	企業調査
調査時期	平成20年1月	
対象地域	全 国	
属性範囲・ 調査の単位数	20歳以上（平成19年4月1日現在）の世帯主 がいる世帯及びその構成員	常用雇用者規模100人以上の企業（農業、林業、 漁業、鉱業及び公務を除く。）
サンプル数	6,256世帯	2,850企業
有効回答数（率）	3,640世帯（12,574人）（58.2%）	2,158企業（75.7%）
調査事項	情報通信サービスの利用状況、情報通信機器の保有状況等	
対象の 選定方法	無作為抽出 （地方及び都市規模を層化基準とした層化二 段抽出）	無作為抽出 （業種及び常用雇用者数を層化基準とした系 統抽出）
調査方法	郵送による調査票の配布及び回収	

連絡先：情報通信政策局総合政策課情報通信経済室

（担当：鈴木課長補佐、水田係長）

電話：（直通）03-5253-5744

（FAX）03-5253-5721

# 平成19年通信利用動向調査の結果

## 目 次

### 1 インターネット等の普及状況

(1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）	1
(2) インターネット利用率（個人及び企業）	3
(3) ブロードバンド回線利用者数（個人）	4
(4) インターネット接続回線の種類（世帯）	5
(5) インターネット接続回線の種類（企業）	6
(6) IP電話の普及状況（世帯）	6
(7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）	7
(8) 情報通信機器の普及状況（世帯）	8
(9) 端末配備状況（企業）	9
(10) ユビキタス関連ツールの普及率（企業）	10

### 2 世帯におけるICT利用の進展状況

(1) インターネットの利用目的（個人）	12
(2) インターネットの利用頻度（個人）	13
(3) インターネットによる商品・サービスの購入状況（個人）	14
(4) インターネットで購入する理由（個人）	14
(5) 非接触型電子マネーの利用状況（個人）	15
(6) ファイル交換ソフトの使用状況（世帯）	17

### 3 企業におけるICT利用の進展状況

(1) 電子商取引の実施状況	18
(2) ホームページの開設率	19
(3) ビジネスブログ、SNSの開設率	19
(4) ASP・SaaSの利用状況	20
(5) 3D仮想空間における企業活動の状況	21
(6) インターネットを利用した広告の実施状況	22
(7) 情報化投資の実施状況	23
(8) 情報化投資における効果の程度	23
(9) 情報戦略統括役員(CIO)の設置状況	25
(10) 従業員に対するICT教育の実施状況	26

### 4 安全・安心への取組状況

(1) インターネット利用で感じる不安（世帯）	27
(2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）	28
(3) フィルタリングソフト・サービスの認知状況、利用状況（世帯）	29
(4) 情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）	30
(5) セキュリティ対策の実施状況（企業）	31
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	32

# 1 インターネット等の普及状況

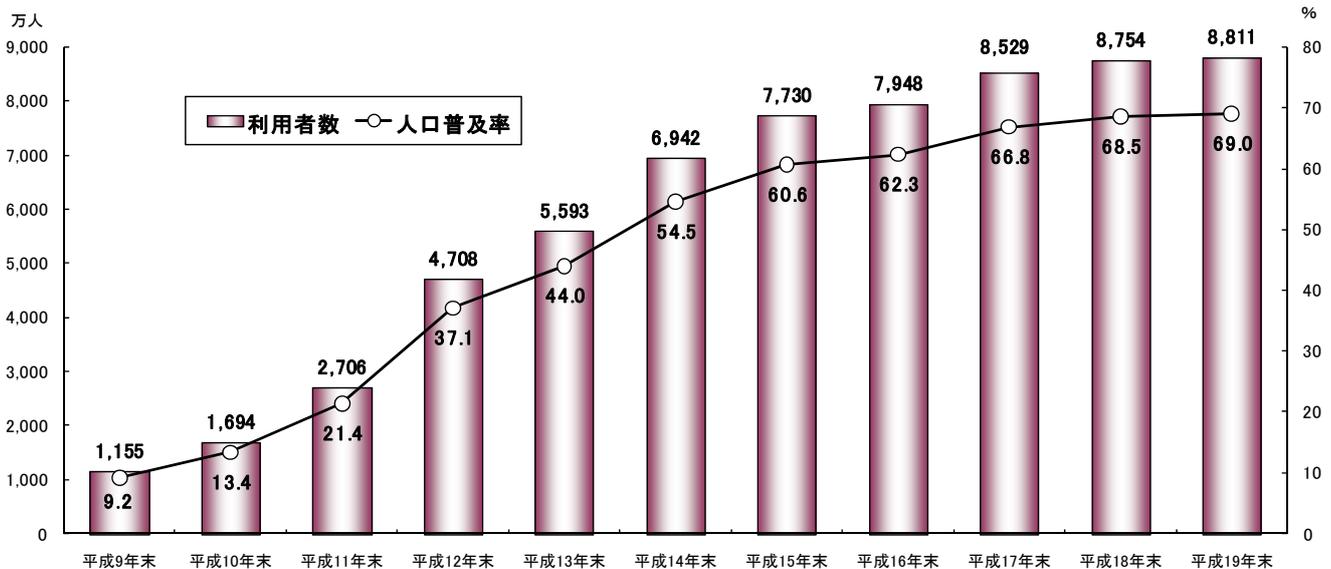
## (1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）

過去1年間にインターネットを利用したことのある人は推計で8,811万人に達し、前年に比べ57万人増(0.7%増)と微増。人口普及率は69.0%となった。

個人がインターネットを利用する際に使用する端末については、携帯電話等の移動端末での利用者が201万人増加(2.8%増)して推計7,287万人となったのに対し、パソコンからの利用者は、推計7,813万人と242万人の減少(3.0%減)。

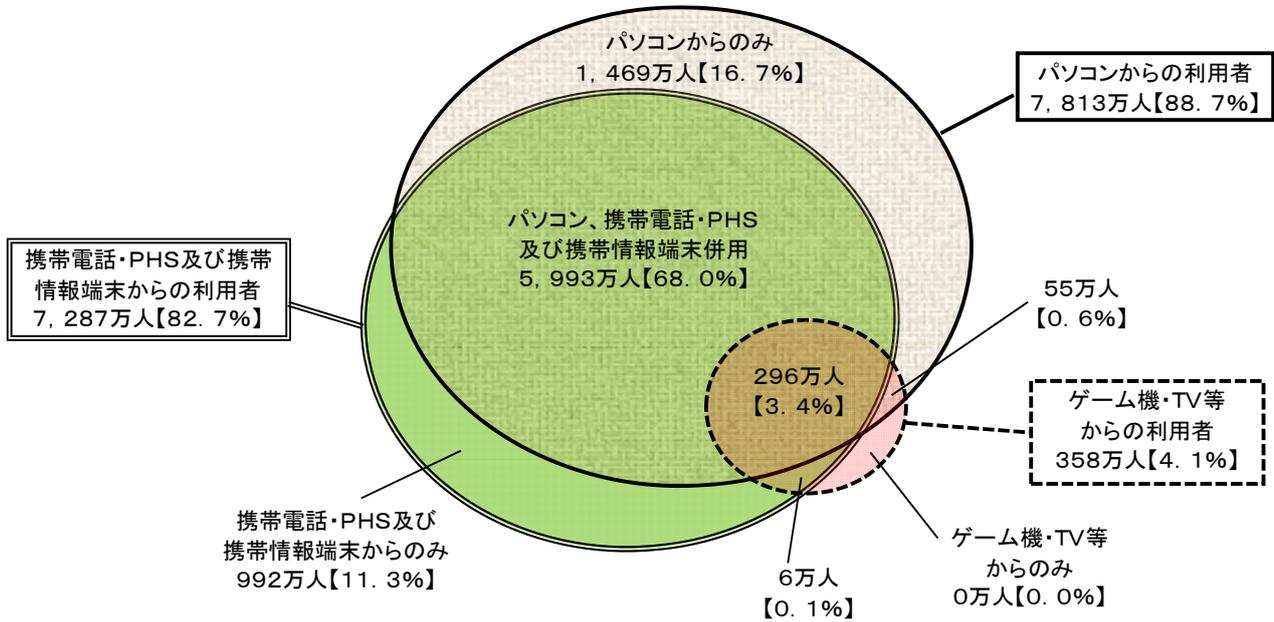
また、携帯電話等の移動端末のみでの利用者が前年から304万人増加(44.2%増)して推計992万人となる一方、パソコンのみでの利用者は158万人減少(9.7%減)し1,469万人となった。

インターネット利用者数及び人口普及率の推移(個人)

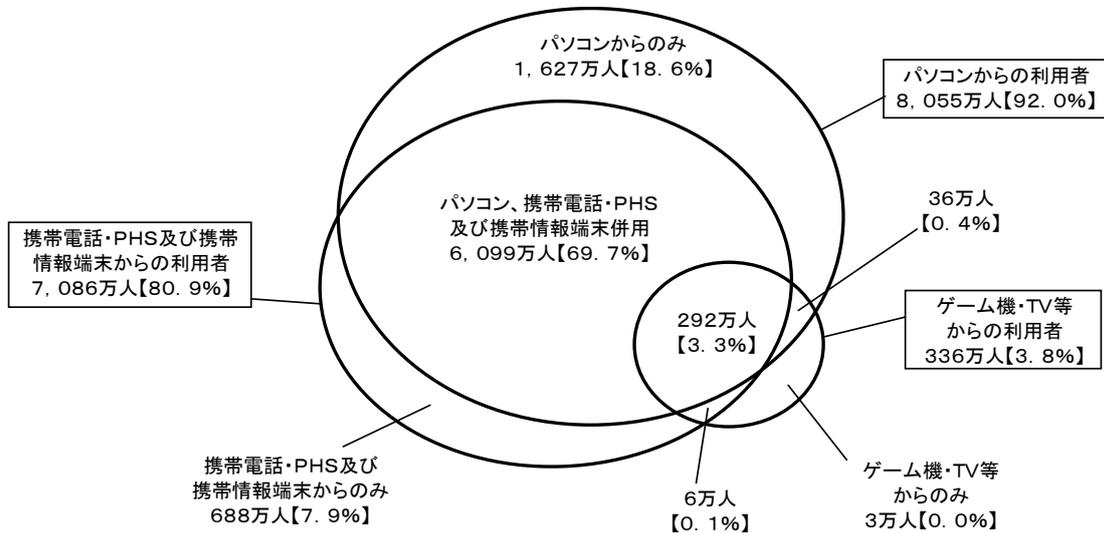


- (注) ①インターネット利用者数(推計)は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム機等あらゆるものを含み(当該機器を所有しているか否かは問わない)、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
- ②人口普及率(推計)は、本調査で推計したインターネット利用人口8,811万人を、平成19年10月の全人口推計値1億2,769万人(国立社会保障・人口問題研究所『我が国の将来人口推計(中位推計)』)で除したものの。
- ③平成9～12年末までの数値は「通信白書」から抜粋。平成13～19年末の数値は、通信利用動向調査における推計値
- ④調査対象年齢については、平成11年調査まで15～69歳であったが、その後の高齢者及び小中学生の利用増加を踏まえ、平成12年度調査は15～79歳、平成13年調査以降は6歳以上に拡大したため、これらの調査結果相互間では厳密な比較はできない。

## インターネット利用端末の種類（個人）（平成19年末）



## (参考) 平成18年通信利用動向調査におけるインターネット利用端末の種類（個人）



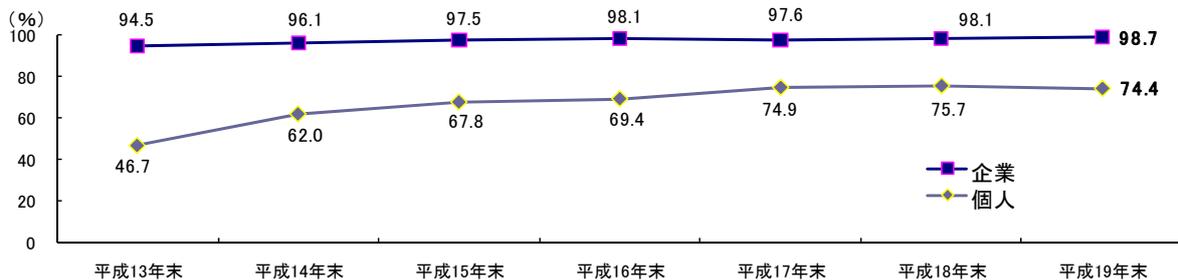
## (2) インターネット利用率（個人及び企業）

インターネットの個人利用率は、74.4%となり、ほぼ横ばい。企業利用率も98.7%と、ほぼ横ばいの状態が継続。

世代間のインターネットの個人利用率を見ると、13歳から40代で9割を超えているが、高齢になるほど利用率が低い。

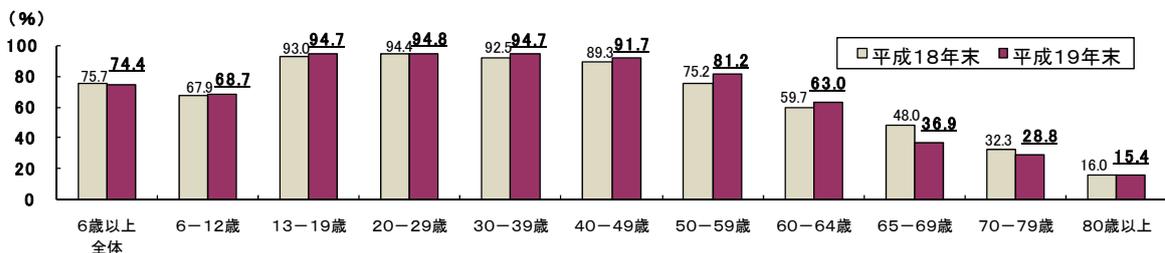
地域間のインターネットの個人利用率を見ると、南関東が80.8%と突出しているのに対し、九州・沖縄及び東北はそれぞれ69.9%及び66.8%と10ポイント以上の格差が生じている。

### 個人及び企業におけるインターネット利用率

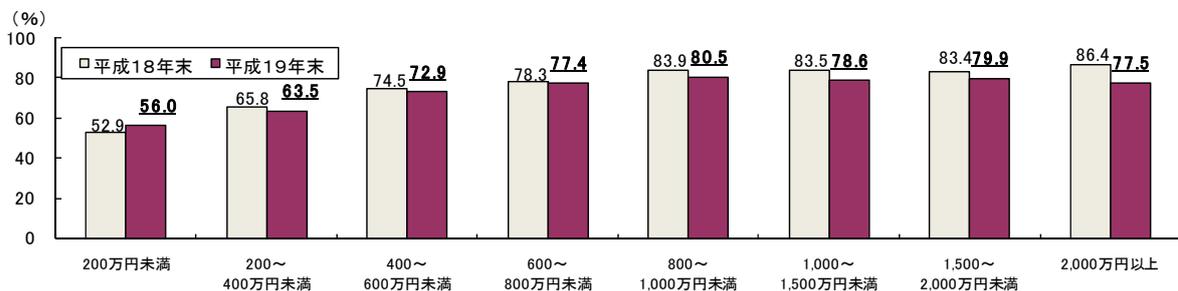


### 属性別のインターネット利用率（個人）

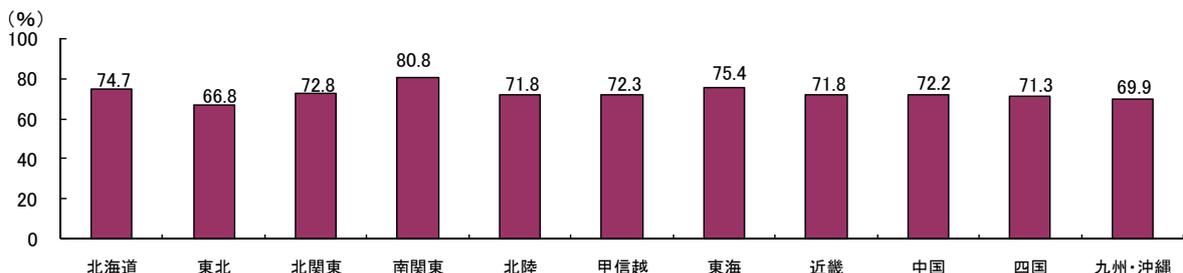
#### ○世代別



#### ○所属世帯年収別



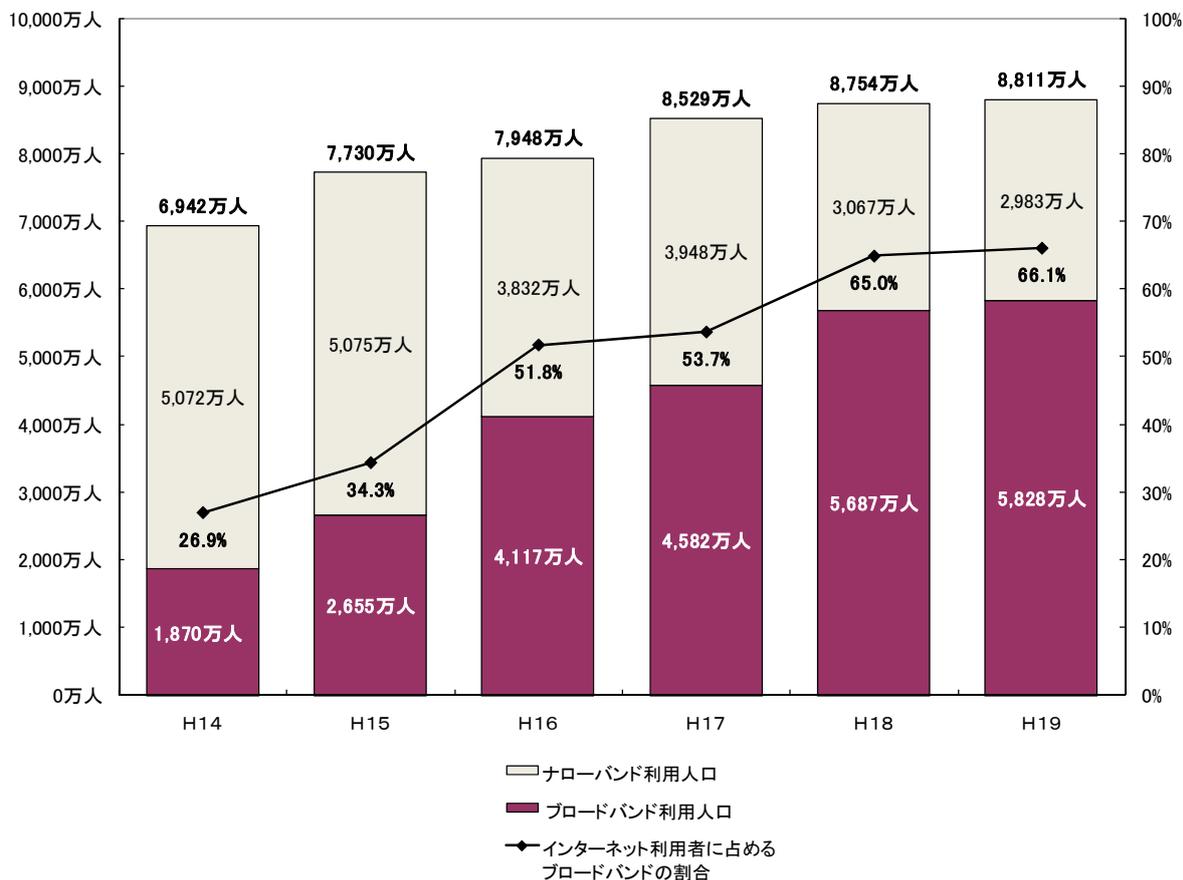
#### ○地域別（平成19年末）



### (3) ブロードバンド回線利用者数（個人）

ブロードバンド回線の利用者数は、推計5,828万人で、前年から141万人の増加(2.5%増)。インターネット利用者に占める割合は、66.1%となった。

ブロードバンド回線及びナローバンド回線の利用者数（推計）の推移（個人）



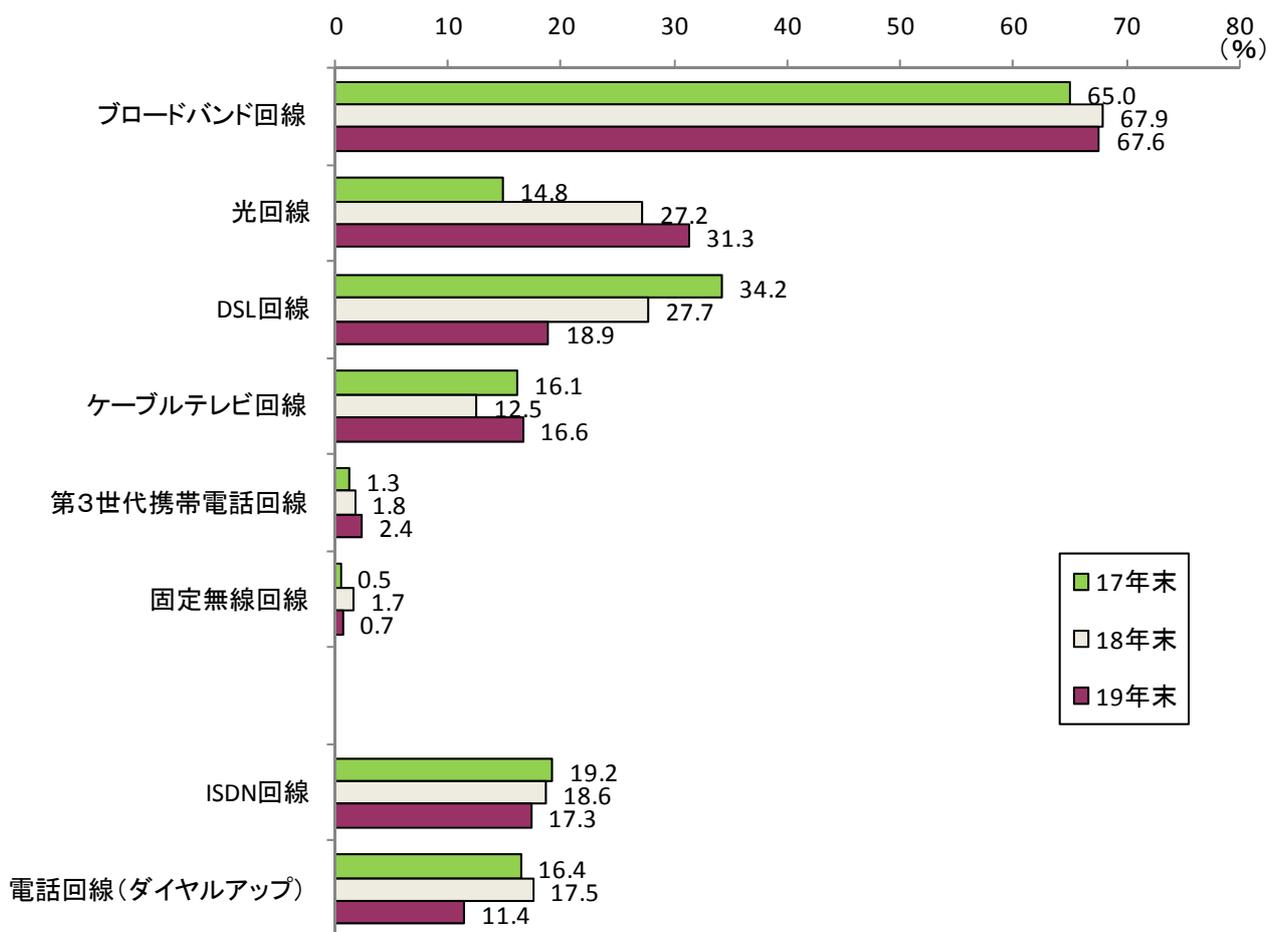
ブロードバンド利用人口は、PCからのインターネット利用者7,813万人（本調査推計）に、PCからのインターネット利用における利用場所（自宅、職場及び学校）の各割合（本調査結果）を乗じて算出した各場所における利用者数に、それぞれ対応するブロードバンド利用率を乗じて算出。  
 なお、各場所におけるブロードバンド利用率は以下を使用した。

- 自宅：本調査結果（世帯構成員編）
- 職場：本調査結果（企業編）
- 学校：文部科学省「学校における情報教育の実態等に関する調査」結果から

#### (4) インターネット接続回線の種類（世帯）

世帯におけるブロードバンド回線の割合は、67.6%と、ほぼ横ばいである。その内訳は、光回線の利用率が27.2%から31.3%と4.1ポイント増加する一方、DSL回線は27.7%から8.8ポイント減少して18.9%となり、光回線がDSL回線を上回った。

自宅パソコンのインターネット接続回線の種類（世帯）（複数回答）



(注) ①集計対象は「自宅」の「パソコン」からのインターネット利用世帯

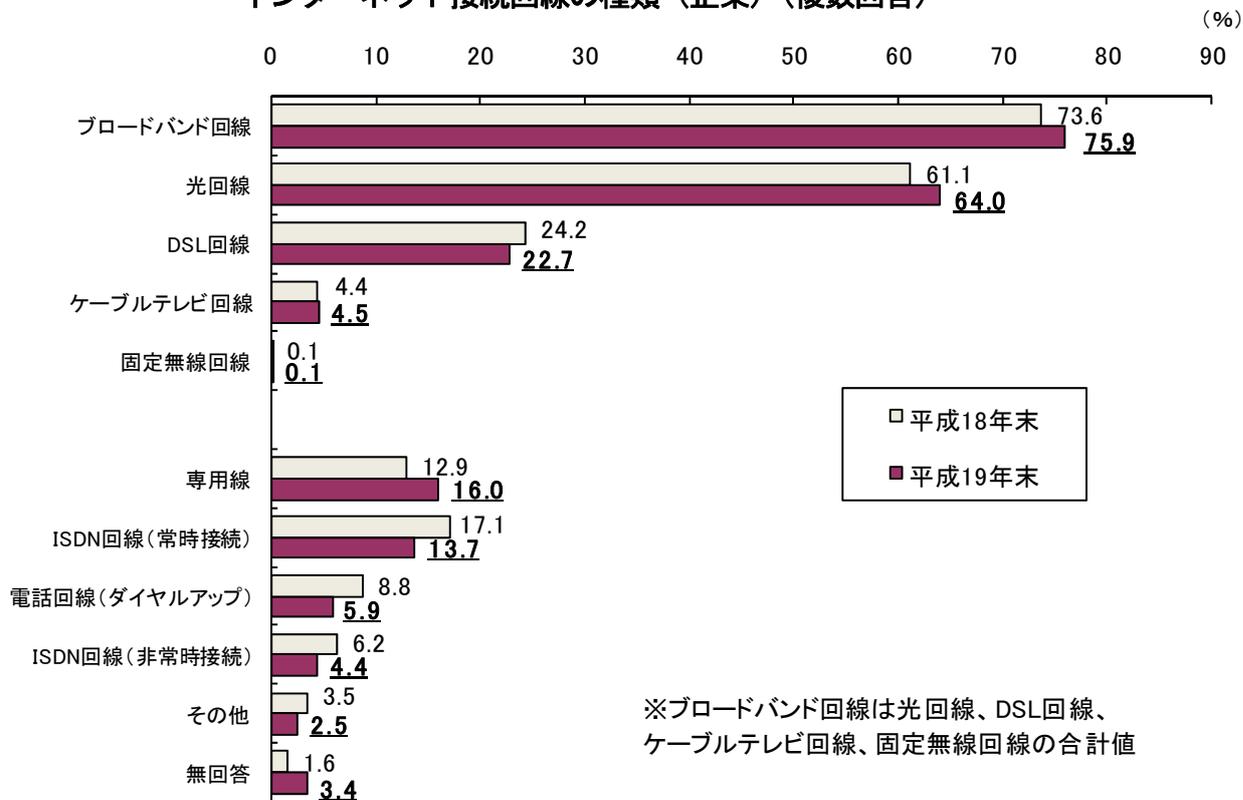
②「ブロードバンド回線」は、DSL回線、ケーブルテレビ回線、光回線、第三世代携帯電話回線（パソコンに接続して使う場合のみ）及び固定無線回線

③「ナローバンド回線」には、上記以外に携帯電話回線、PHS回線等がある

### (5) インターネット接続回線の種類（企業）

企業におけるブロードバンド回線の割合は、75.9%で前年と比べて2.3ポイント増加した。また、光回線が64.0%と2.9ポイント増加し、DSL回線は22.7%と1.5ポイントの減少。

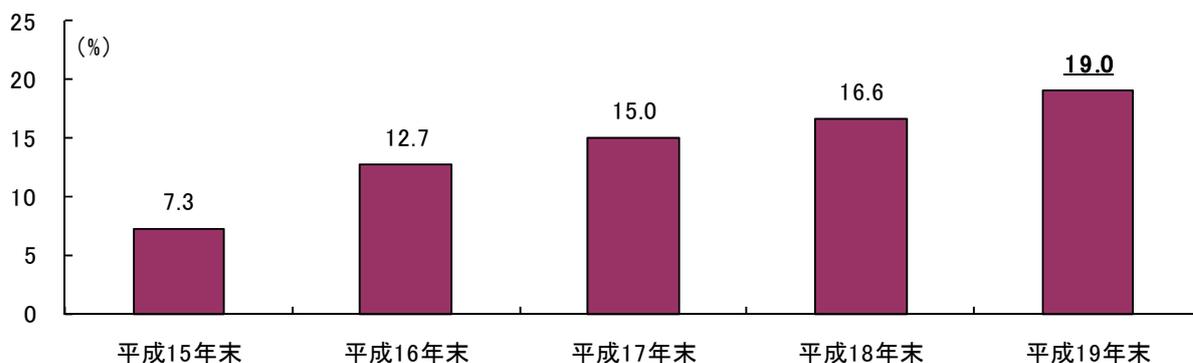
インターネット接続回線の種類（企業）（複数回答）



### (6) IP電話の普及状況（世帯）

IP電話の世帯普及率は、19.0%で前年と比べて2.4ポイント増加で、約2割の世帯に普及した。

IP電話の普及率（世帯）（平成19年末）



## (7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）

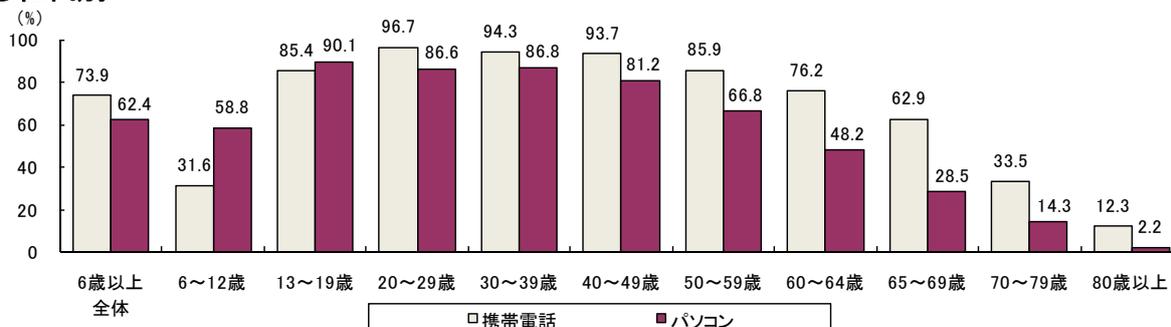
全体では、携帯電話の個人利用率(73.9%)がパソコンの個人利用率(62.4%)を11.5ポイント上回っているが、世代別に見ると6～12歳では大差でパソコン利用率が上回っている。

携帯電話の個人利用率は、20代～40代では9割を超えており、60代後半でも約6割。一方、パソコンの個人利用率は、13歳～40代では8割を超えるが、50代で66.8%、60代前半で48.2%、60代後半では28.5%に落ち込んでおり、操作に相応の知識が必要なパソコンは、携帯電話以上に世代間で格差が大きい。

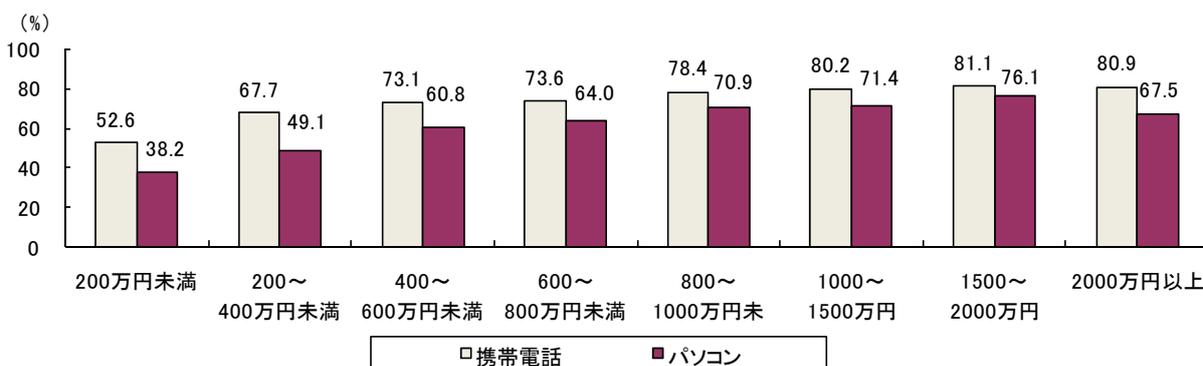
地域別の携帯電話及びパソコンの個人利用率を見ると、南関東で80.6%及び71.5%と突出しており、これに対し東北は、それぞれ65.9%及び50.5%と15ポイント以上の格差が生じている。

### 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）（平成19年末）

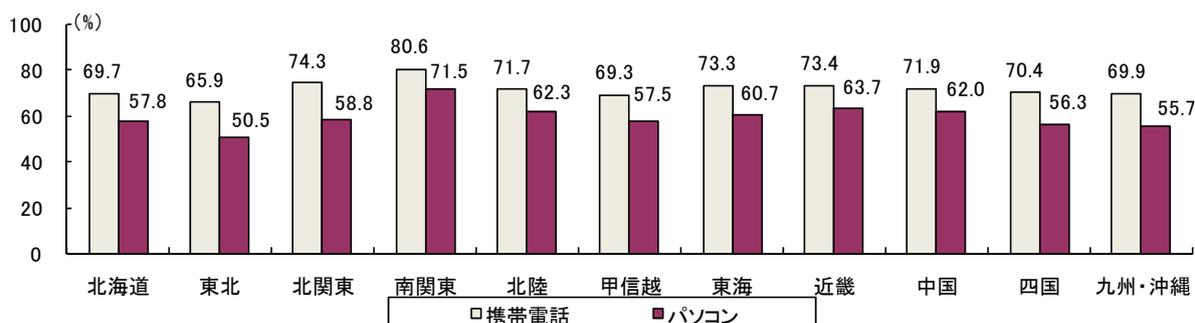
#### ○世代別



#### ○所属世帯年収別（平成19年末）



#### ○地域別（平成19年末）



※北関東は茨城、栃木、群馬、南関東は埼玉、千葉、東京、神奈川、北陸は富山、石川、福井、甲信越は新潟、長野、山梨、東海は静岡、愛知、岐阜、三重、近畿は京都、大阪、奈良、兵庫、和歌山である。

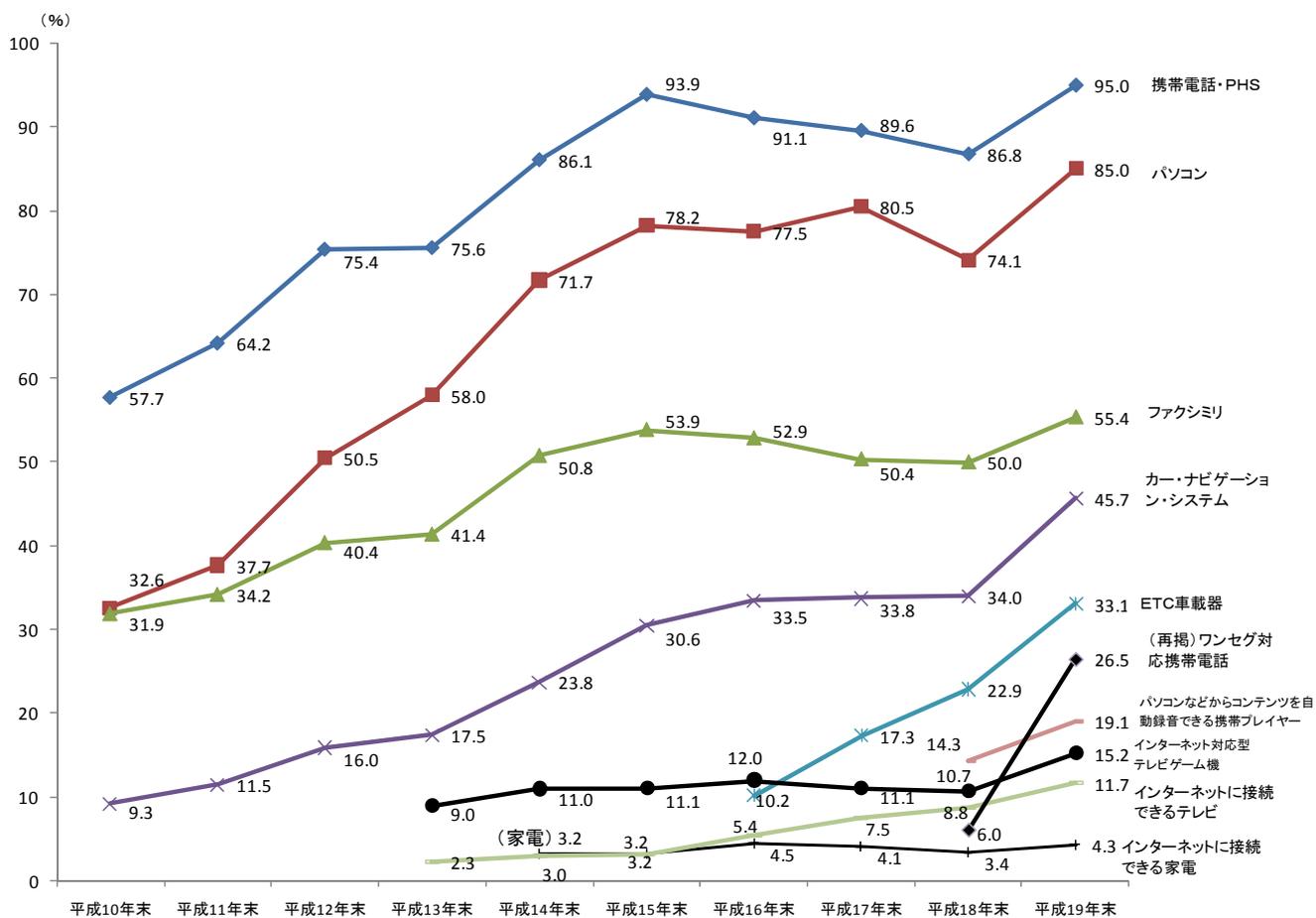
## (8) 情報通信機器の普及状況（世帯）

「携帯電話・PHS」及び「パソコン」の世帯保有率は、それぞれ95.0%及び85.0%と大半の世帯に普及。

「カー・ナビゲーション・システム」及び「ETC 車載器」の世帯保有率は、それぞれ45.7%及び33.1%と前年に比べて10ポイント以上増加し、自動車の情報化が進展。

「ワンセグ対応の携帯電話」は、前年と比べて20.5ポイント増加し、26.5%の世帯が保有。

### 情報通信機器の保有率の推移（世帯）

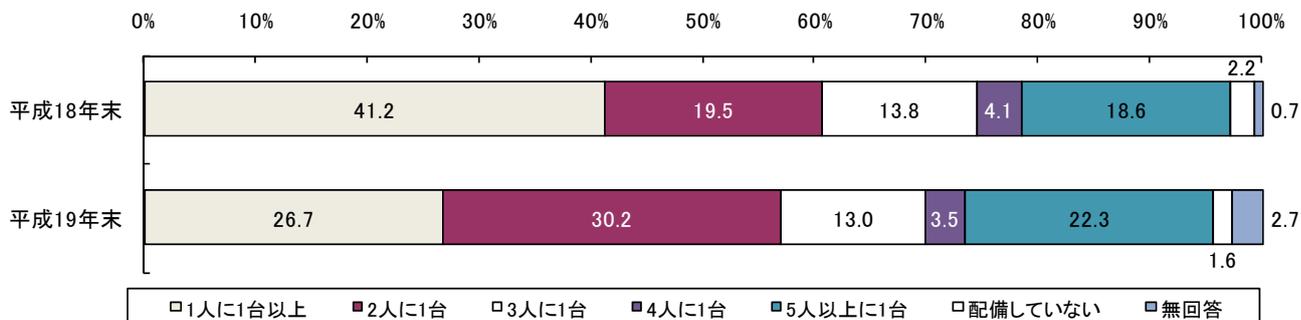


(注) インターネット対応型テレビゲーム機及びインターネットに接続できるテレビは平成13年から、インターネットに接続できる家電は平成14年から、ETC車載器は平成16年から、パソコンなどからコンテンツを自動録音できる携帯プレイヤー及びワンセグ対応携帯電話は平成18年からの調査項目。

(9) 端末配備状況（企業）

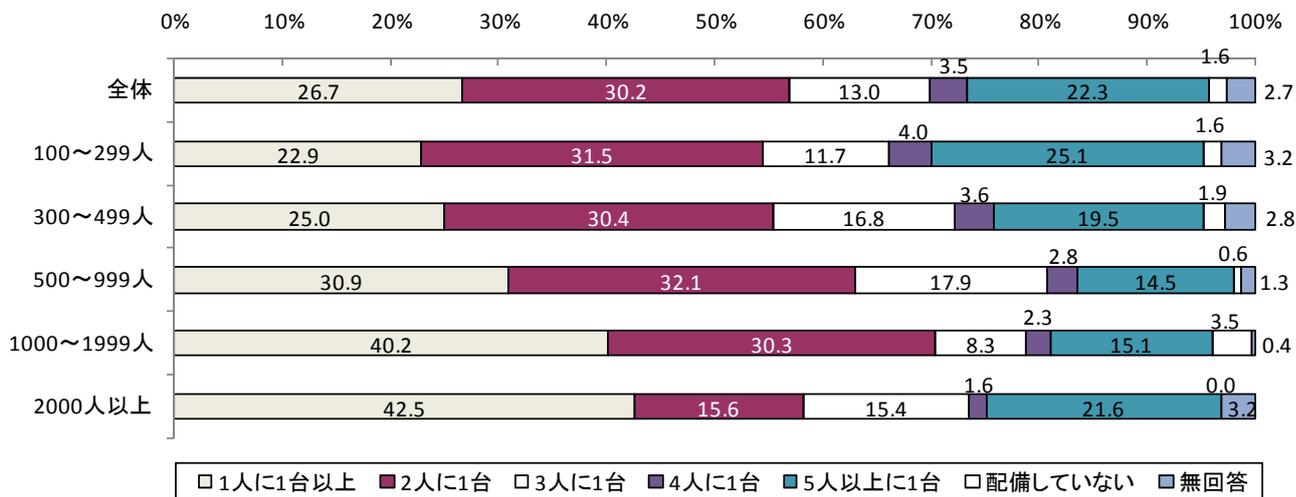
企業内・企業間通信網又はインターネットに接続している端末の配備状況については、「2人に1台」が30.2%と最も多い。「2人に1台」以上の端末を配備している企業の割合は、全体の約6割。従業員規模が1000人以上の企業では、「1人に1台以上」が4割を超えている。

端末配備状況（企業）（平成19年末）



(注) 平成18年調査では、選択肢が「1人に1台以上」、「2人に1台」、「3人に1台」、「4人に1台」、「5人以上に1台」及び「配備していない」であるのに対し、平成19年調査では、「1人に1台以上(100%以上)」、「2人に1台(50~99%)」、「3人に1台(30~49%)」、「4人に1台(25~29%)」、「5人以上に1台(25%未満)」及び「配備していない(0%)」と、選択肢にパーセンテージが示されているため、両年度を厳密に比較することはできない(例えば、100人の従業員数に対して端末が90台配備されているような場合、平成18年調査の選択肢では、ほぼ全員に配備しているとみなして「1人に1台以上」を選択する回答者もいると考えられるからである)。

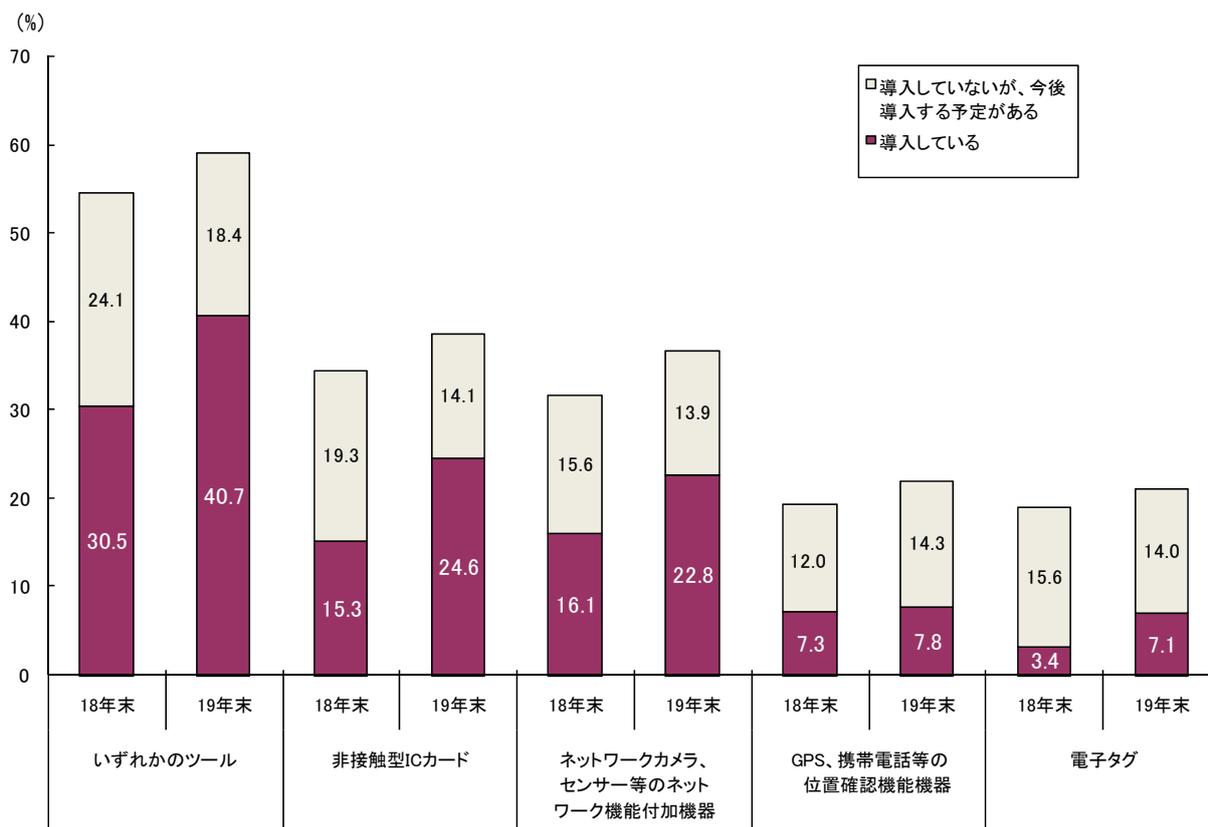
端末配備状況（企業）（従業員規模別）（平成19年末）



### (10) ユビキタス関連ツール<sup>※</sup>の普及率（企業）

いずれかのユビキタス関連ツールを導入している企業は、40.7%で前年に比べて10.2ポイント増加した。また、すべてのツールで1割を超える企業が「今後導入する予定がある」と回答しており、さらに普及が進むものと考えられる。

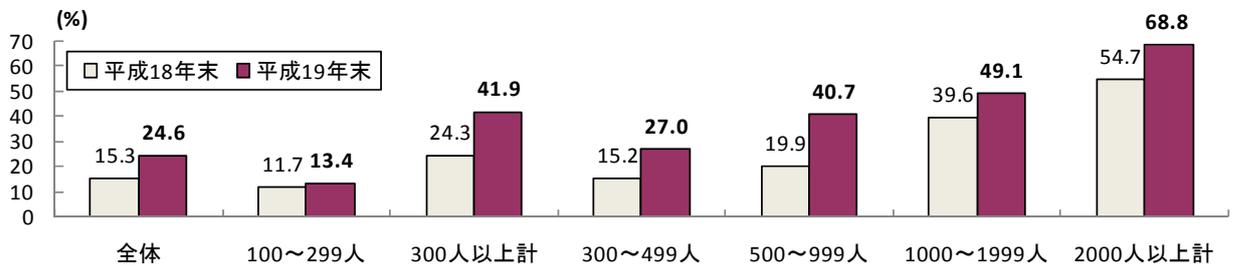
#### ユビキタス関連ツールの普及率（企業）



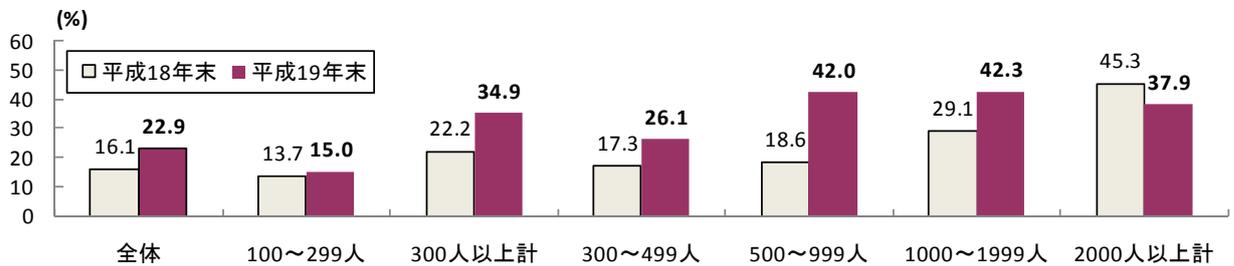
(※) ここでは、電子タグ(RFIDタグ)、非接触型ICカード、ネットワークカメラ、センサー等のネットワーク機能付加機器、GPS等の位置確認機能機器など、次世代の通信機器を備えたビジネスツールの総称を「ユビキタス関連ツール」としている。

## ユビキタス関連ツールの普及状況（企業）（従業員規模別）

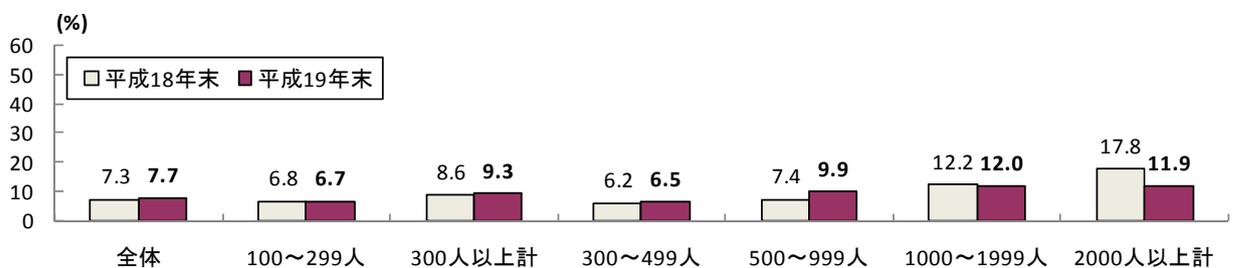
### 非接触型ICカードの普及率



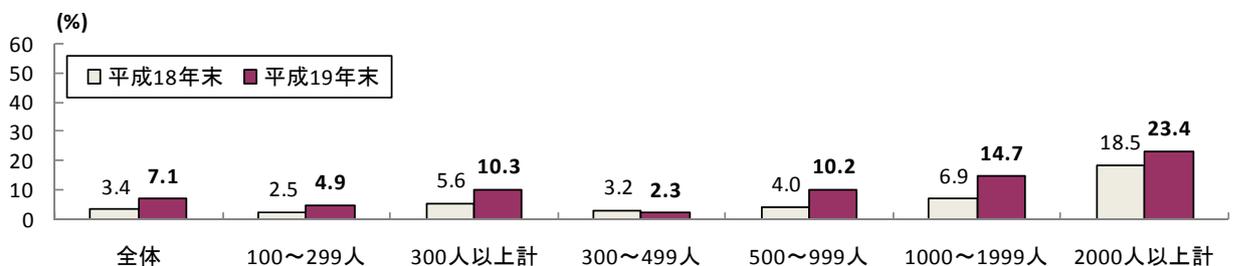
### ネットワークカメラ、センサー等のネットワーク機能付加機器の普及率



### GPS、携帯電話などの位置確認機能機器の普及率



### 電子タグの普及率

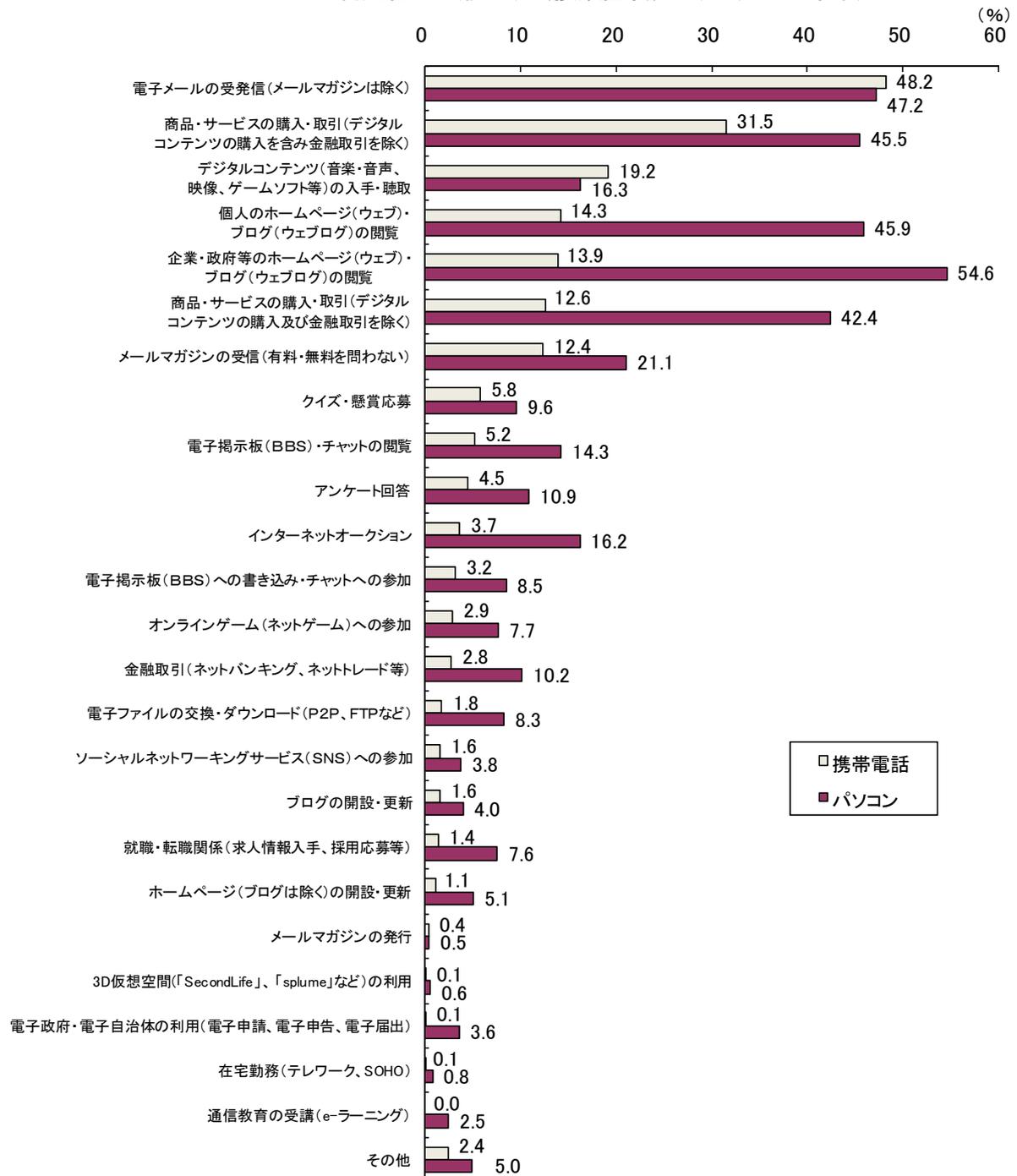


## 2 世帯におけるICT利用の進展状況

### (1) インターネットの利用目的（個人）

インターネットの利用目的については、携帯電話では「電子メールの受発信」が48.2%と最も高い。一方、パソコンでは「企業・政府等のホームページ(ウェブ)・ブログ(ウェブログ)の閲覧」が54.6%と最も高い。

インターネットの利用目的（個人）（複数回答）（平成19年末）

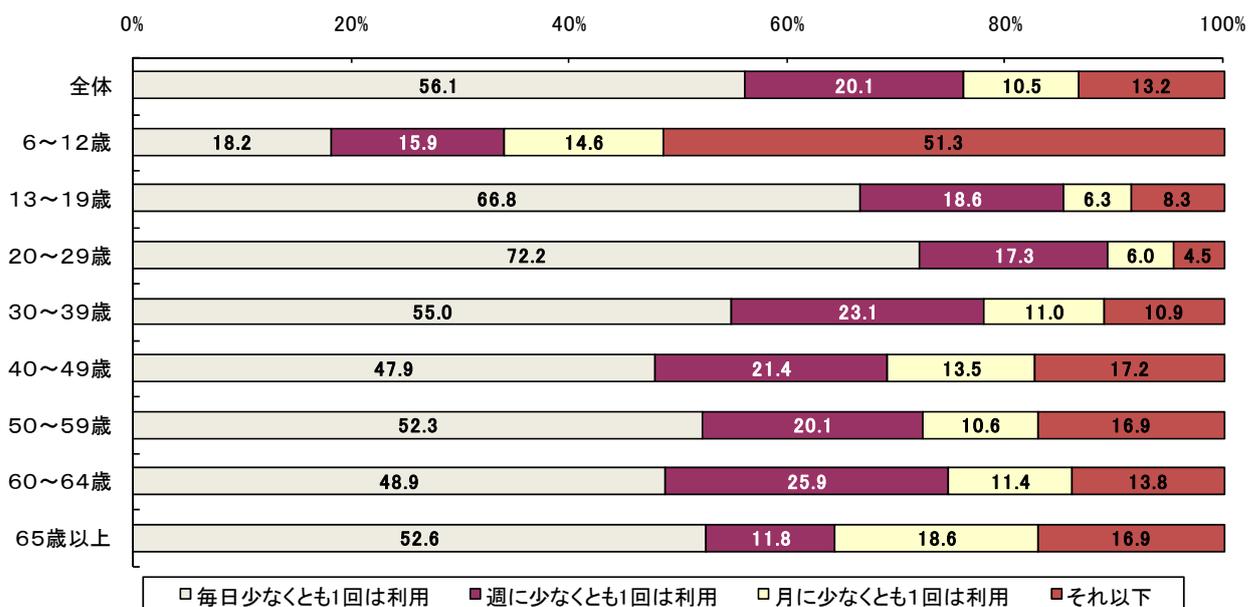


## (2) インターネットの利用頻度（個人）

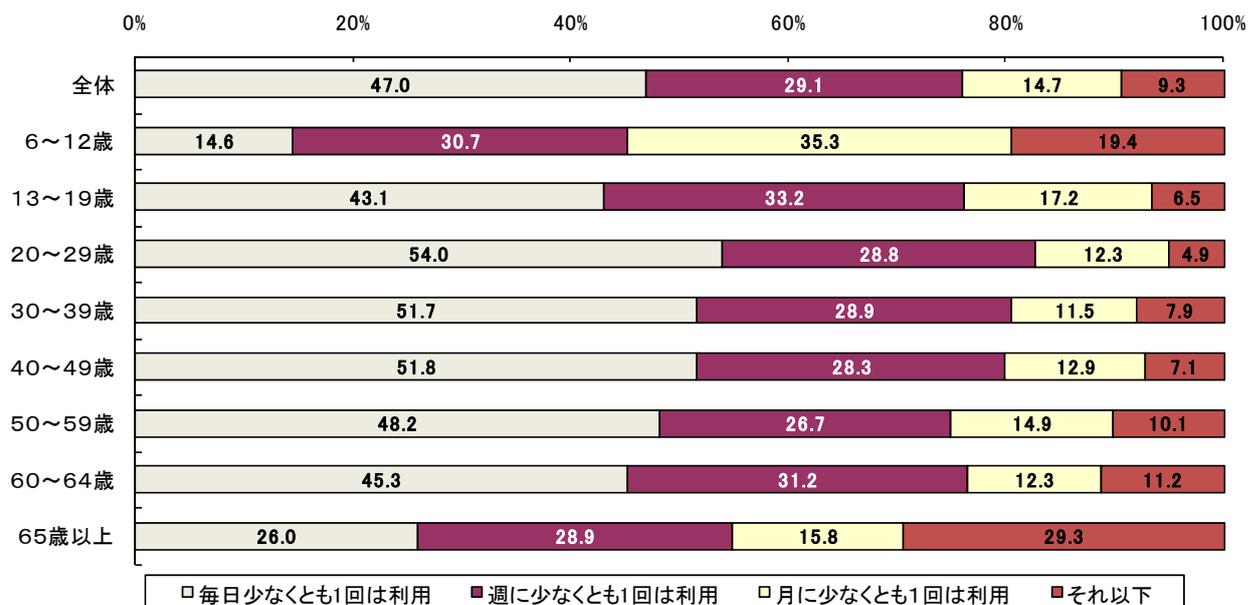
インターネット利用者のうち「毎日少なくとも1回は利用」する者の割合を世代別に見ると、40代を除き、携帯電話からの利用頻度がパソコンのそれを上回っている。また、「6～12歳」では、パソコンを週一回利用する者、月一回利用する者がそれぞれ3割を超えており、携帯電話に比べると利用頻度が高くなっている。

### インターネットの利用頻度（個人）（平成19年末）

#### ○携帯電話



#### ○パソコン



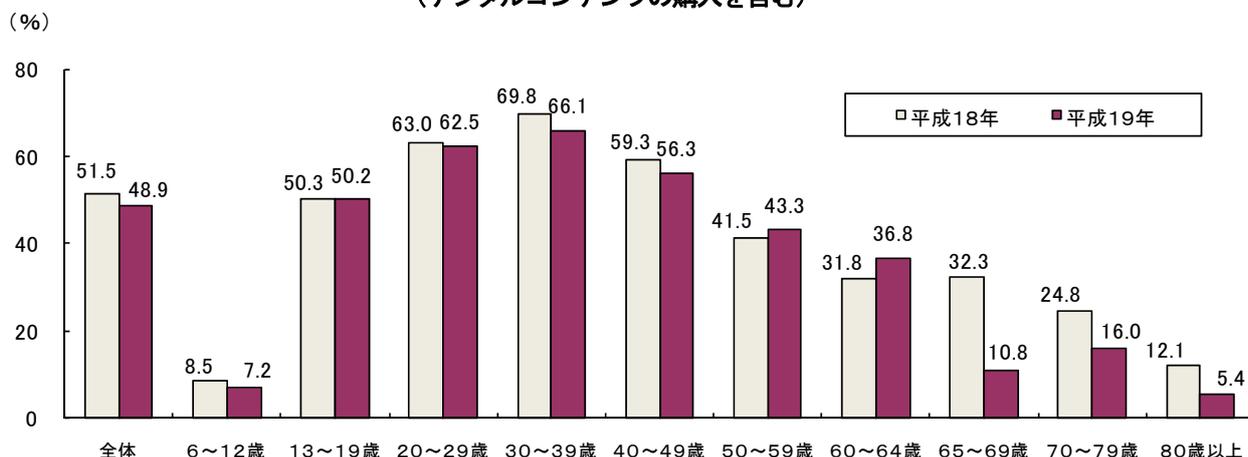
(注) 各グラフとも無回答者を除いて集計。四捨五入のため各年齢の合計は100%にならない。

### (3) インターネットによる商品・サービスの購入状況（個人）

インターネットにより商品等を購入したことがある人の割合は全体で48.9%と、前年に比べ2.6ポイント減少している。

#### インターネットによる商品・サービスの購入状況（個人）

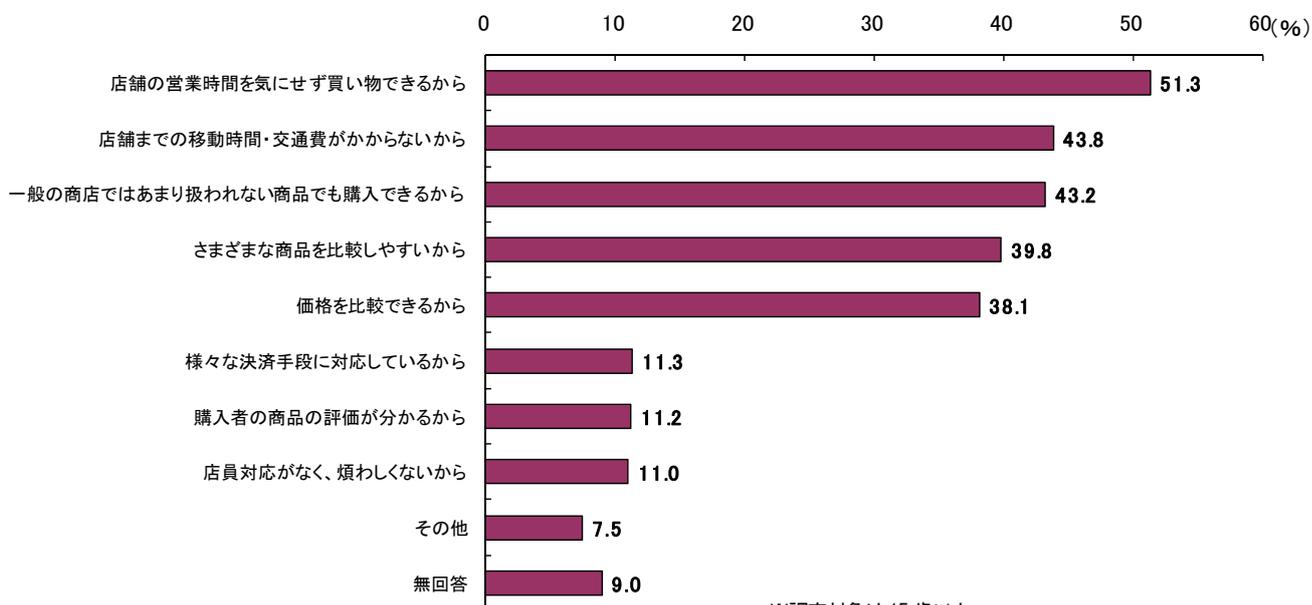
（デジタルコンテンツの購入を含む）



### (4) インターネットで商品を購入する理由（個人）

インターネットで商品を購入する理由として、「店舗の営業時間を気にせず買い物できる」、「店舗までの移動時間・交通費がかからない」を挙げている人がそれぞれ51.3%、43.8%と多かったことから、電子商取引の利用者は、時間・空間の制約のなさを第一の利点として挙げている。また、商品の種類の多さや商品の比較や価格の比較が容易にできることに対しても大きなウェイトを置いている。

#### インターネットで商品を購入する理由（個人）（複数回答）（平成19年末）



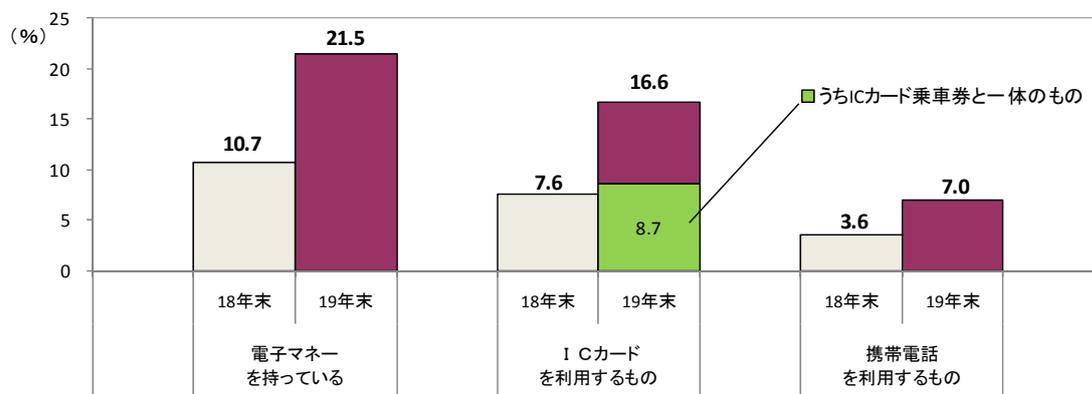
※調査対象は15歳以上

### (5) 非接触型電子マネーの利用状況（個人）

非接触型電子マネーの保有率は、21.5%で前年に比べて倍増している。非接触型電子マネーの形態は、「ICカードを利用するもの」が16.6%で、「携帯電話を利用するもの」は、7.0%である。また、「ICカードを利用するもの」の約半数が「ICカード乗車券と一体のもの」である。

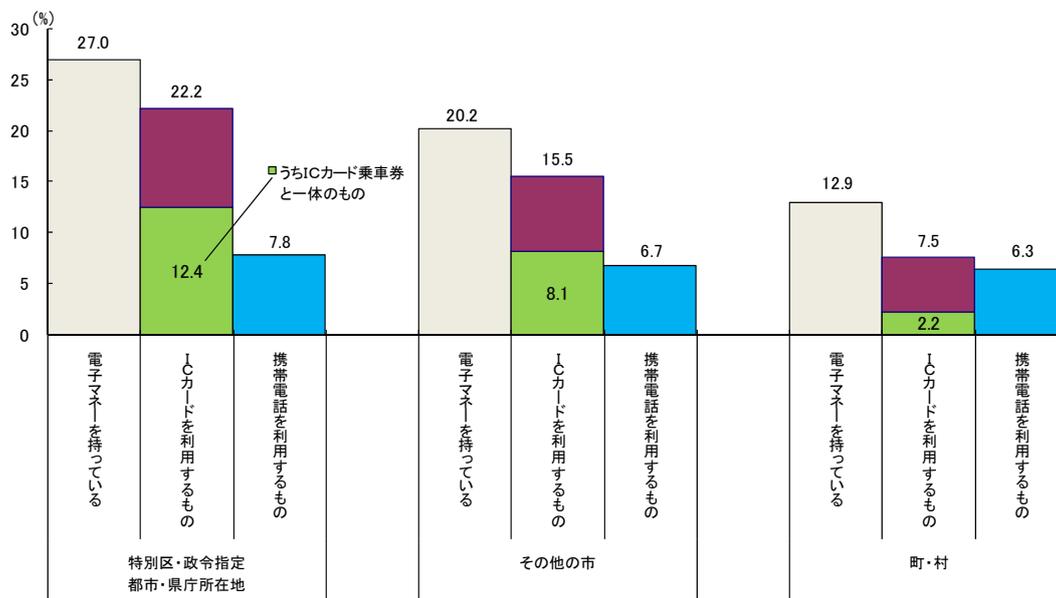
都市規模別、地域別に見ると、南関東で約4割の人が非接触型電子マネーを保有しており、突出している。また、「ICカードを利用するもの」は、保有率にバラツキが見られるのに対し、「携帯電話を利用するもの」は、差があまりない。

非接触型電子マネーの保有率（個人）複数回答

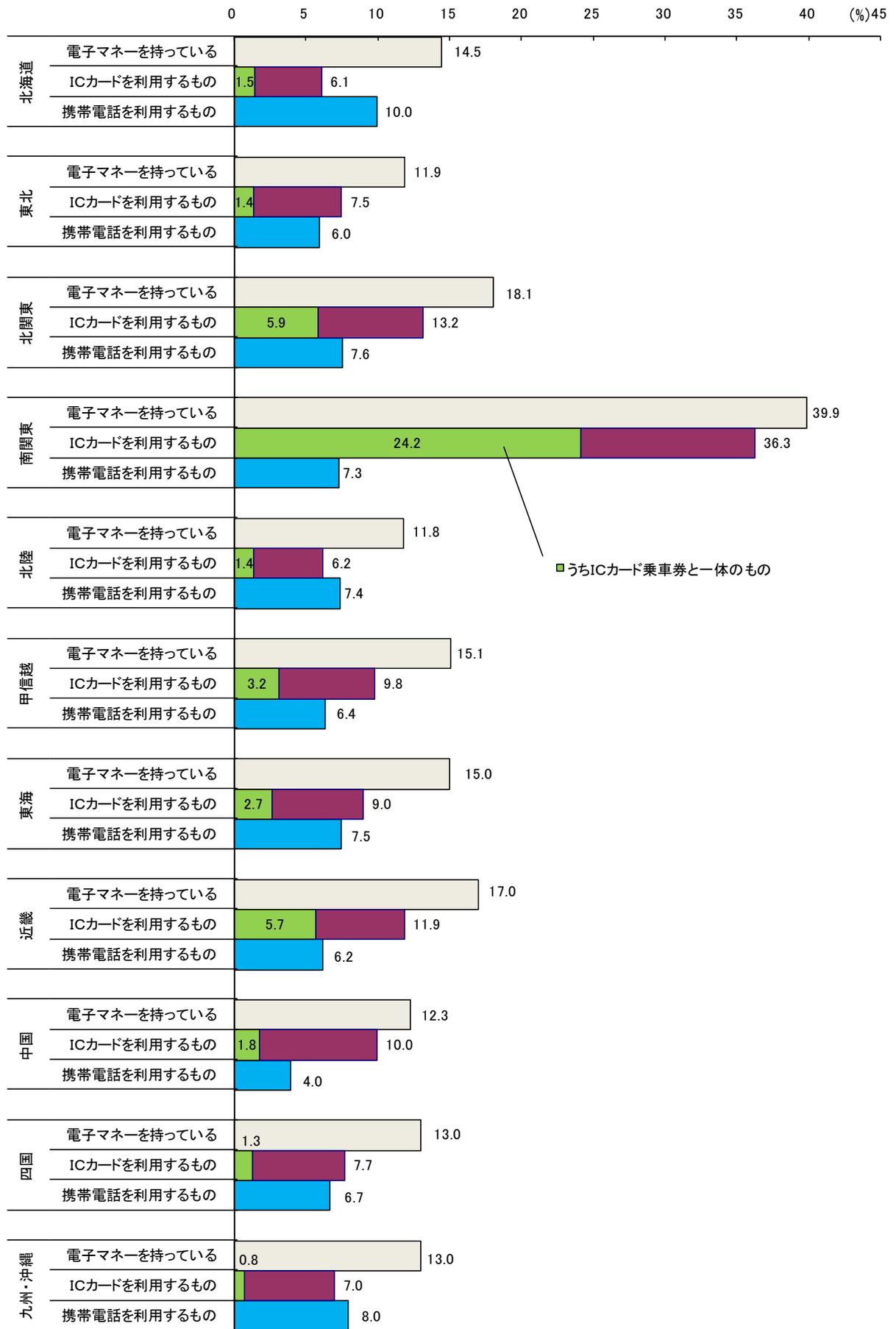


(注)「うちICカード乗車券と一体のもの」は平成18年は調査していない

### ○都市規模別（平成19年末）



## ○地域別（平成19年末）

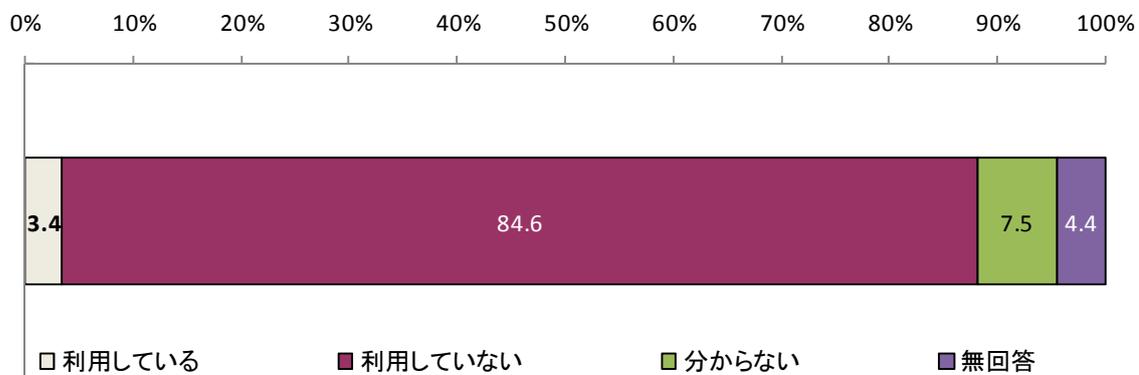


※北関東は茨城、栃木、群馬、南関東は埼玉、千葉、東京、神奈川、北陸は富山、石川、福井、甲信越は新潟、長野、山梨、東海は静岡、愛知、岐阜、三重、近畿は京都、大阪、奈良、兵庫、和歌山である。

(6) ファイル交換ソフトの使用状況（世帯）

「ウイニー」や「シェア」などのファイル交換ソフトの世帯における使用状況は、3.4%と低い。

ファイル交換ソフトの使用状況（世帯）（平成19年末）

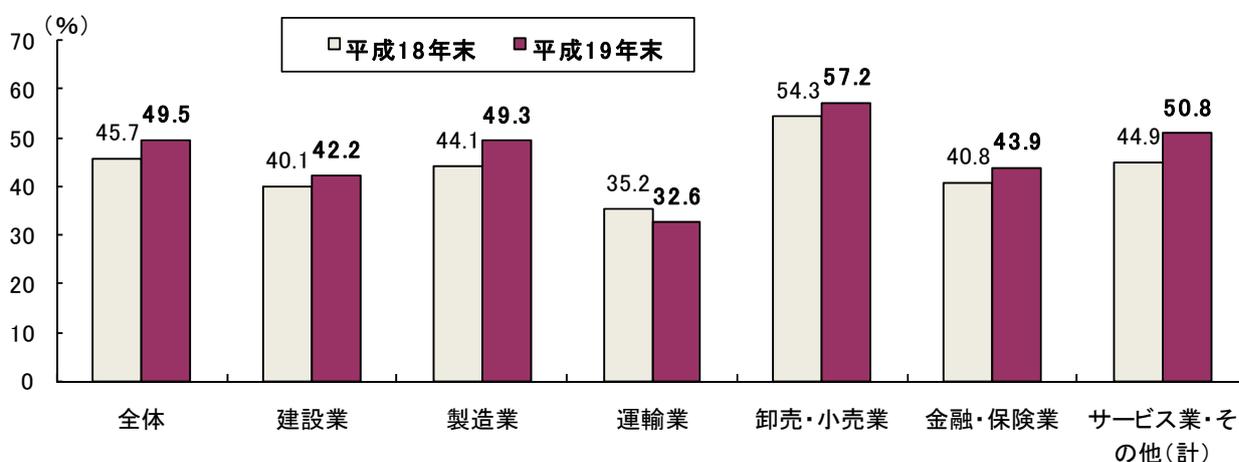


### 3 企業におけるICT利用の進展状況

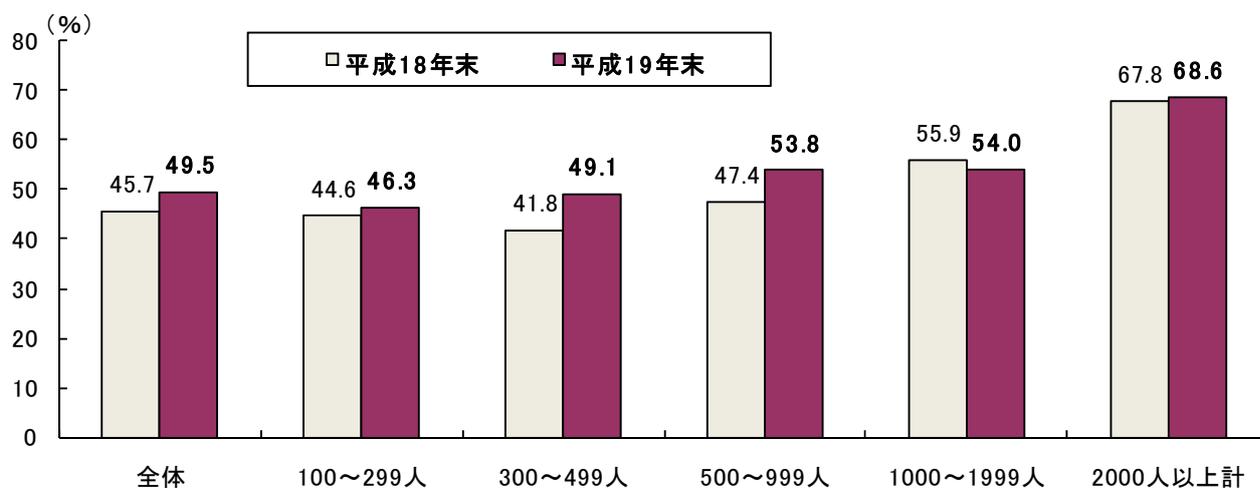
#### (1) 電子商取引の実施状況（企業）

電子商取引（インターネットを利用した調達・販売）を実施している企業の割合は、49.5%で前年に比べて3.8ポイント増加した。運輸業を除き、すべての業種で前年より増加している。従業員規模別にみると、特に「300～499人」及び「500～999人」の企業がそれぞれ7.3ポイント増、6.4ポイント増と大きく増加。

電子商取引の実施状況（企業）（業種別）



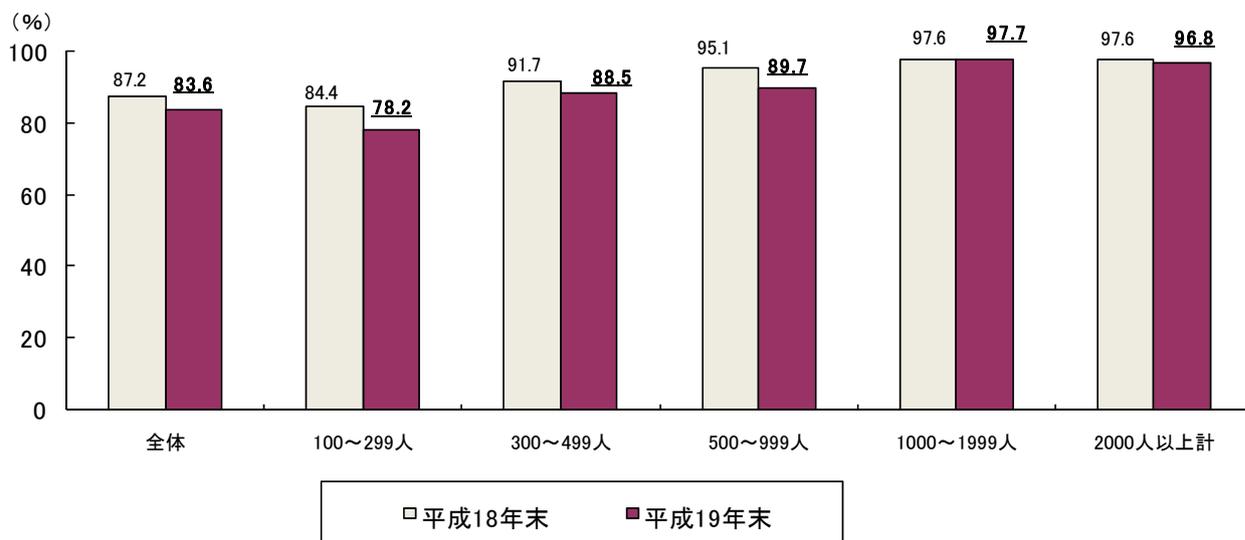
電子商取引の実施状況（企業）（従業員規模別）



## (2) ホームページの開設率（企業）

ホームページを開設している企業の割合は、83.6%で前年に比べて3.6ポイント減少した。「100～299人」の比較的小規模の企業でも8割近い企業が開設しており、企業の情報発信手段として広く普及。

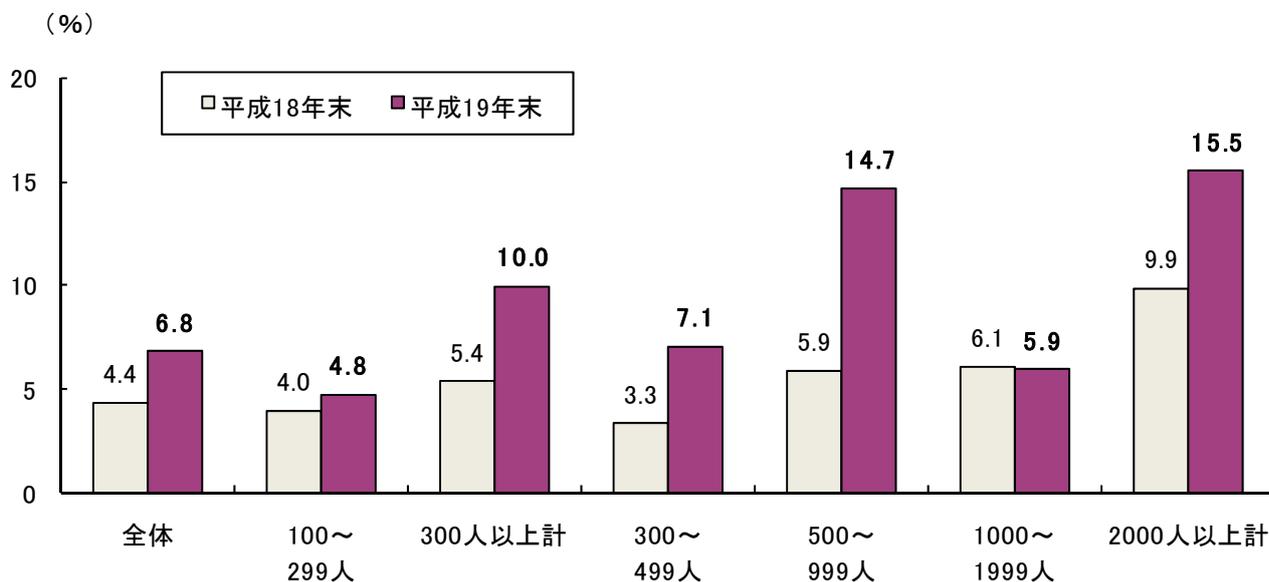
ホームページの開設率（企業）



## (3) ビジネスブログ、SNSの開設率（企業）

ビジネスブログ、SNSを開設している企業の割合は、6.8%で前年に比べて2.4ポイント増加した。「Web2.0」の特色である「利用者参加」が可能な消費者発信型メディアを企業活動に利用する動きが進展している。

ビジネスブログ、SNSの開設率（企業）（従業員規模別）（平成19年末）

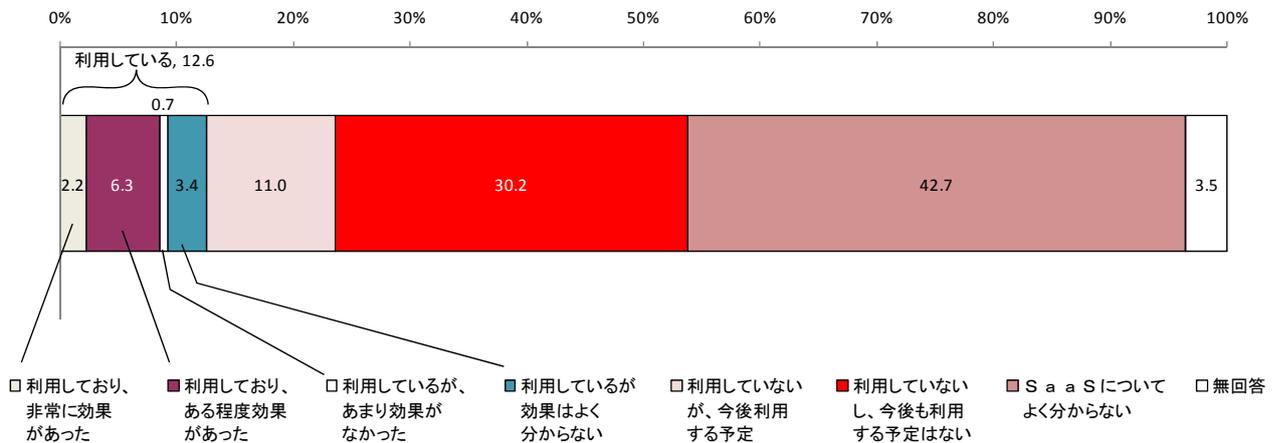


#### (4) ASP・SaaSの利用状況（企業）

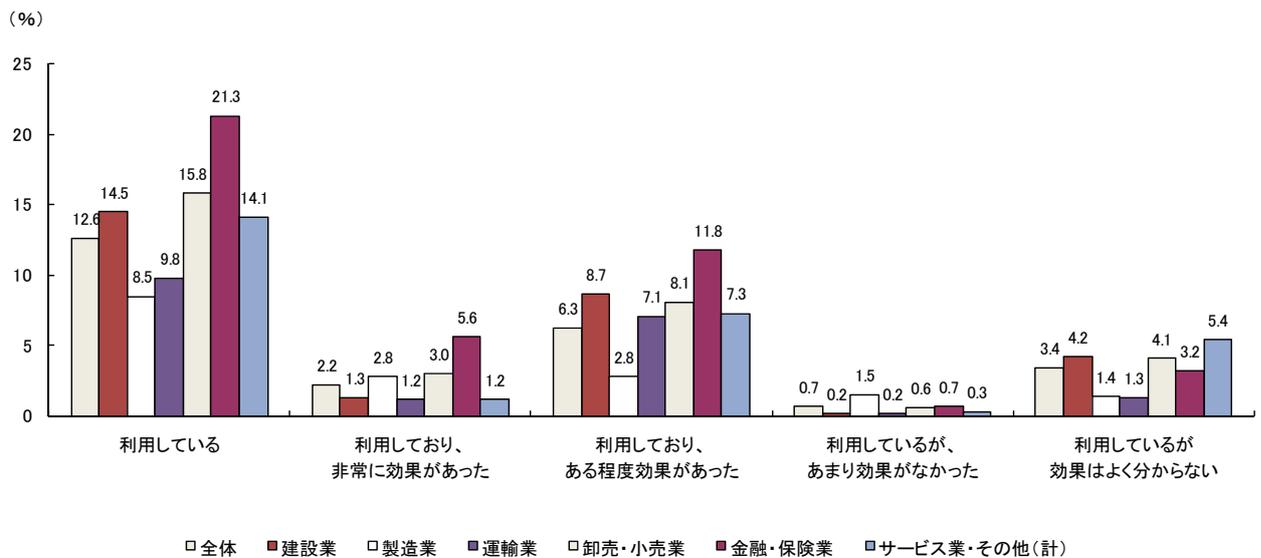
ASP・SaaS を利用している企業の割合は12.6%であり、そのうち約7割の企業が効果があったと回答。業種別では卸売・小売業及び金融・保険業で利用割合が高い。

また、ASP・SaaS を利用している企業の労働生産性は638万円であり、利用していない企業の564万円に比べ74万円高くなっている。

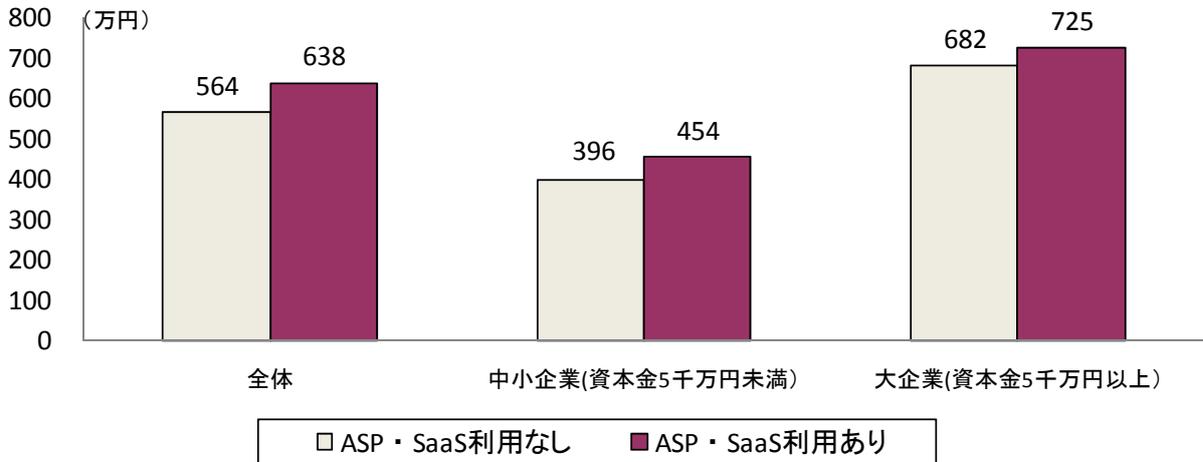
ASP・SaaS の利用状況（企業）（平成19年末）



#### ○業種別（平成19年末）



### ASP・SaaSの利用と労働生産性（企業）（平成19年）

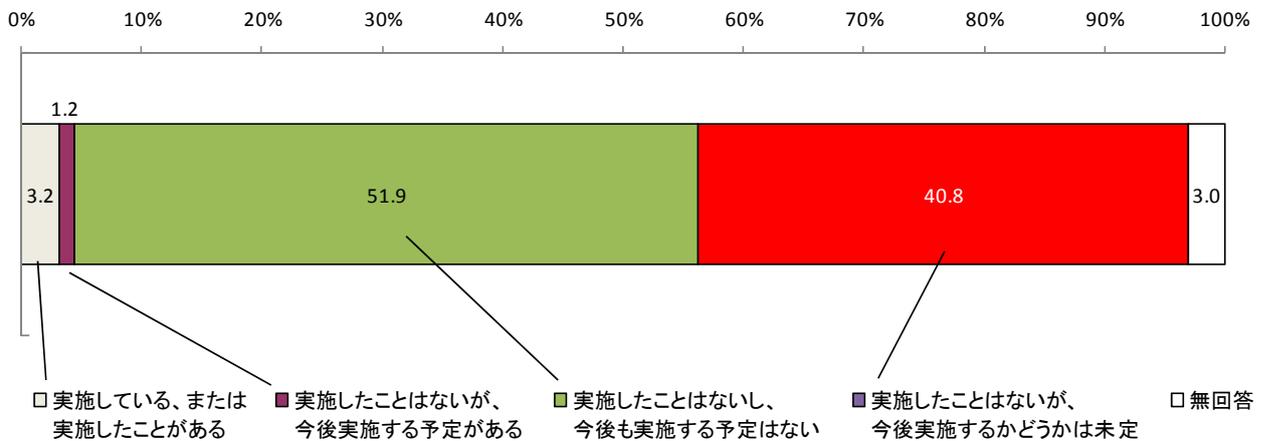


※1 ここでいう労働生産性は従業員1人当たり付加価値額  
 ※2 付加価値額は営業利益+人件費  
 ※3 営業利益、人件費、資本金及びSaaSの利用が無回答のものを除いて集計  
 ※4 労働生産性が1億円以上のものは外れ値とみなし、除いて集計

### (5) 3D仮想空間における企業活動の状況（企業）

インターネット上の3D仮想空間において企業活動を「実施している、または実施したことがある」企業の割合は、3.2%であり、「今後実施する予定がある」と合わせても4.4%にとどまっている。

### 3D仮想空間における企業活動の状況（企業）（平成19年末）

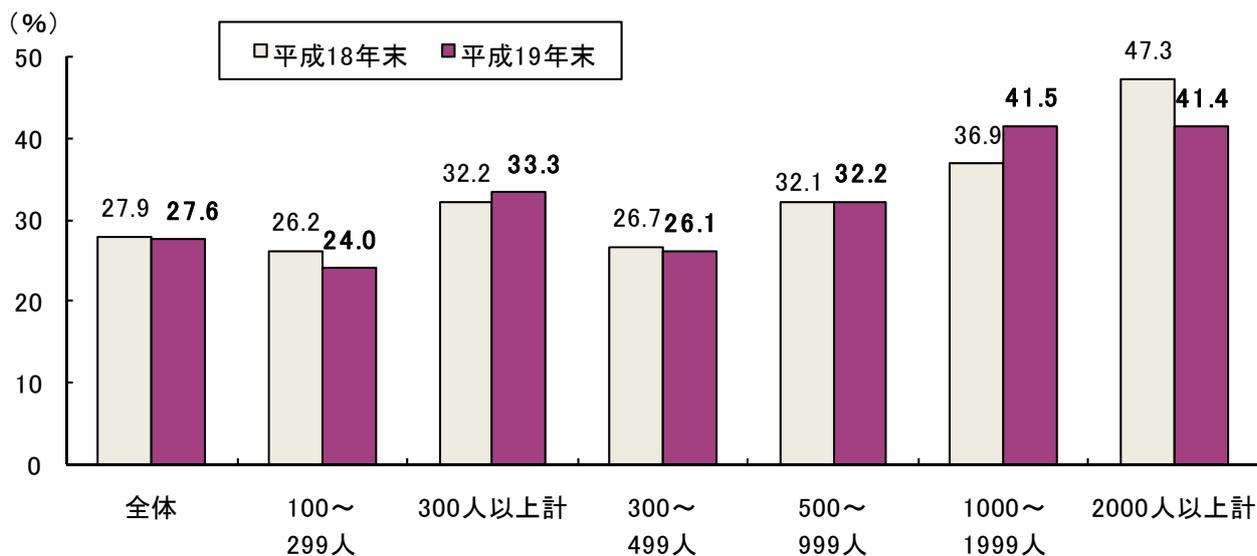


### (6) インターネットを利用した広告の実施状況（企業）

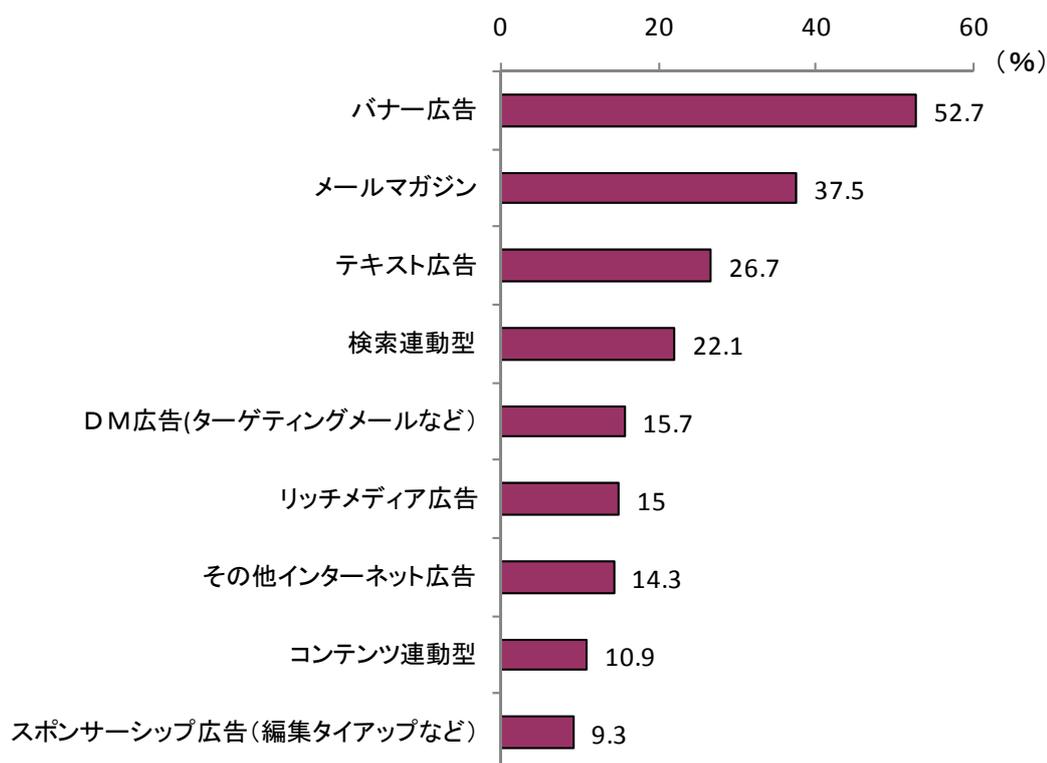
インターネットを利用した広告を実施している企業は、27.6%とほぼ横ばい。

また、従業員規模が大きくなるほど実施割合が高くなる傾向にあり、「1000人以上」の企業では約4割の企業が実施している。行った広告の種類では、「バナー広告」が52.7%と最も多く、次いで「メールマガジン」(37.5%)、「テキスト広告」(26.7%)の順。

#### インターネット広告の実施率（企業）（従業員規模別）



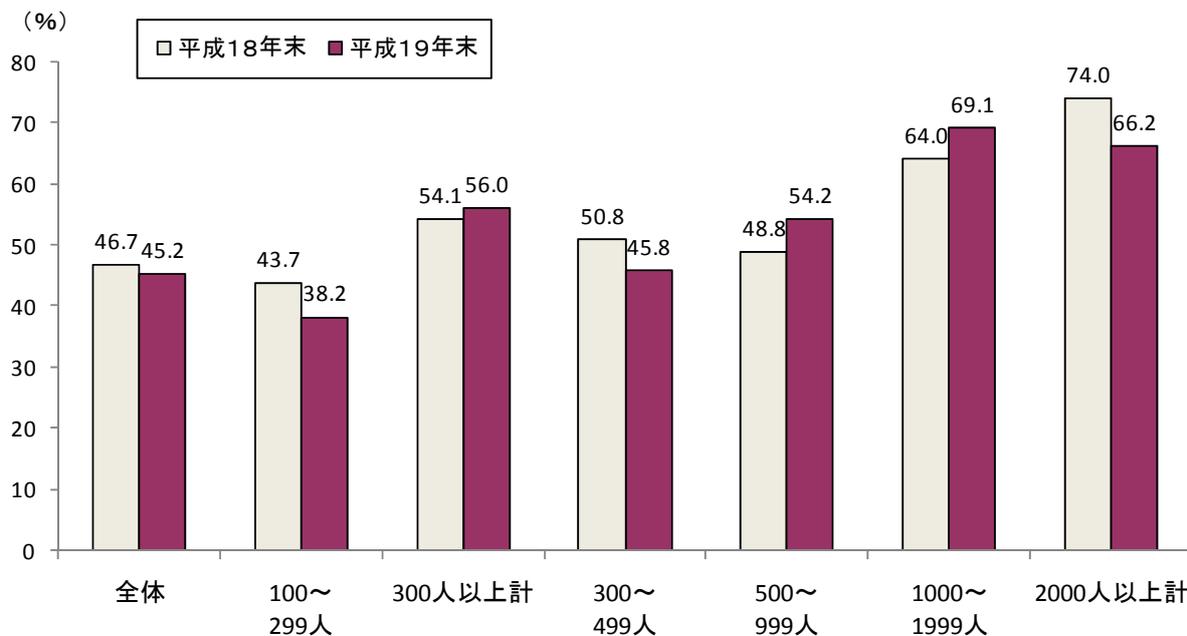
#### 実施したインターネット広告の種類（企業）（複数回答）（平成19年末）



### (7) 情報化投資\*の実施状況(企業)

過去3年間に情報化投資を行った企業の割合は、45.2%で前年に比べて1.5ポイント減少した。これを従業員規模別で見ると、規模が大きくなるほど実施割合が高くなる傾向にある。

情報化投資の実施状況(企業)(従業員規模別)



(※) ここでの情報化投資とは、情報通信ネットワーク、ユビキタス関連ツール、インターネットの機能・サービス(例:ブログ、SNS)への投資をいう。

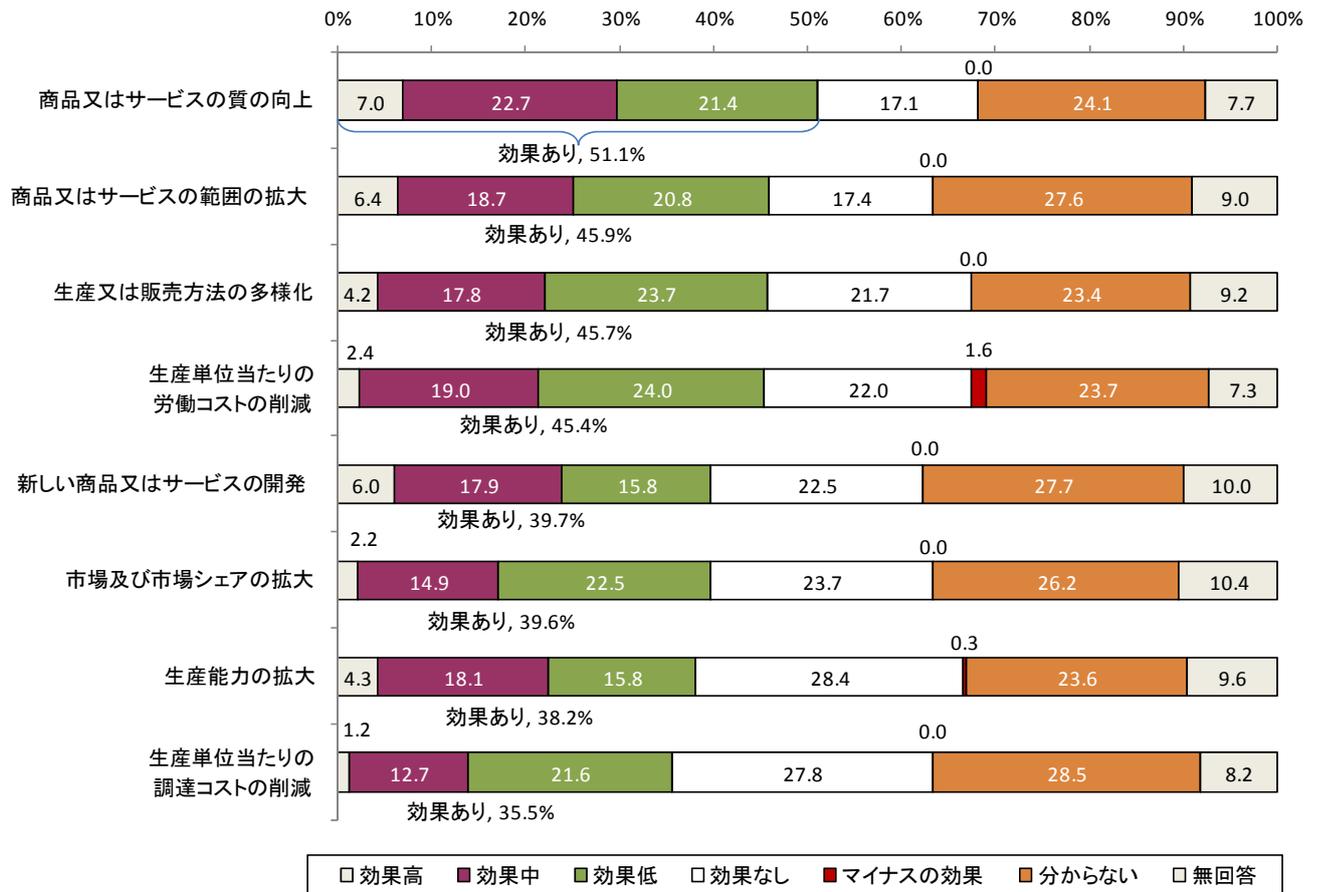
### (8) 情報化投資における効果の程度(企業)

各項目の「効果あり(効果高、効果中、効果低)」を比べると、「商品又はサービスの質の向上」が最多の51.1%、以下「商品又はサービスの範囲の拡大」(45.9%)、「生産又は販売方法の多様化」(45.7%)、「生産単位当たりの労働コストの削減」(45.4%)の順。

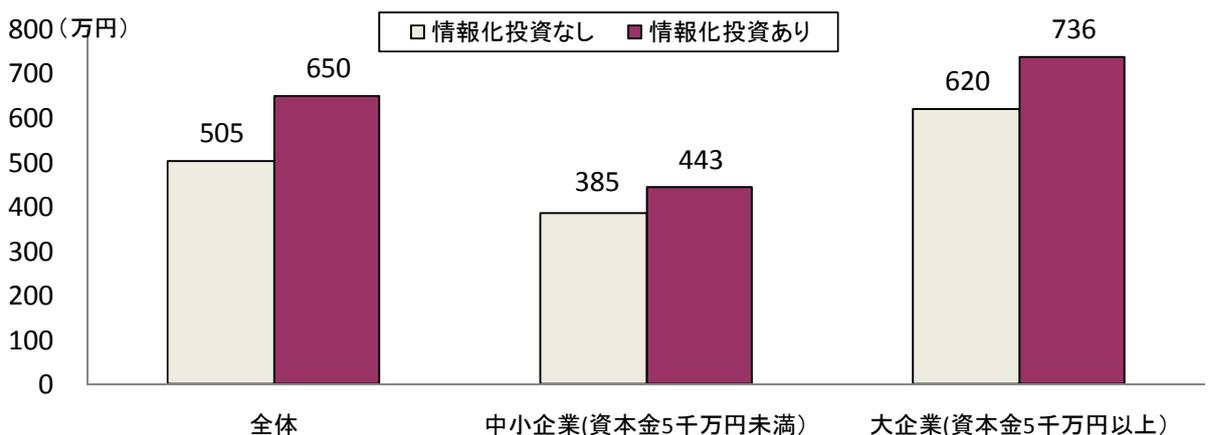
また、「効果あり」の内訳をみると、「効果高」は「商品又はサービスの質の向上」の7.0%が最も高く、次いで「商品又はサービスの範囲の拡大」(6.4%)、「新しい商品又はサービスの開発」(6.0%)の順。

また、情報化投資を実施している企業の労働生産性は、650万円であり、実施していない企業の505万円に比べ、145万円高くなっている。

## 情報化投資における効果の程度（企業）（平成19年末）



## 情報化投資の実施と労働生産性（企業）（平成19年）



※1 ここでの労働生産性は従業員1人当たり付加価値額

※2 付加価値額は営業利益+人件費

※3 営業利益、人件費、資本金及び情報化投資の実施が無回答のものを除いて集計

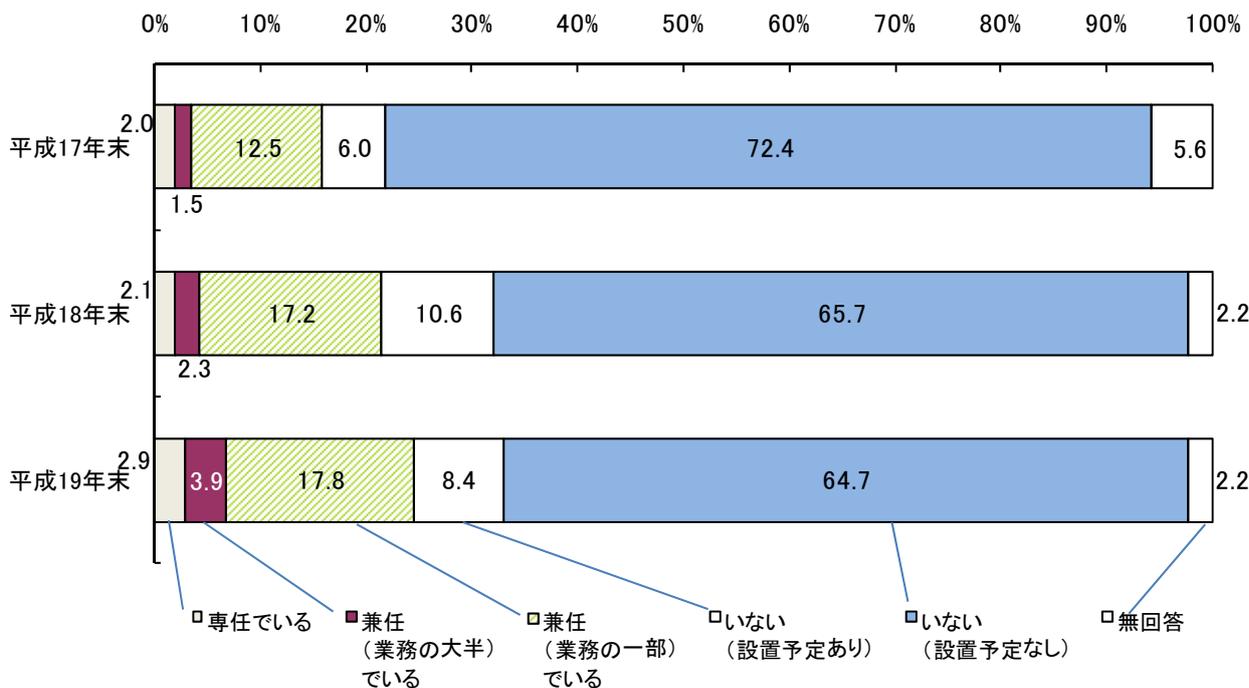
※4 労働生産性が1億円以上のものは外れ値とみなし、除いて集計

(9) 情報戦略統括役員(CIO\*)の設置状況 (企業)

「専任」のCIOを設置している企業は、2.9%で依然、少ないが、兼任も含めると24.6%と約4分の1の企業が設置している。

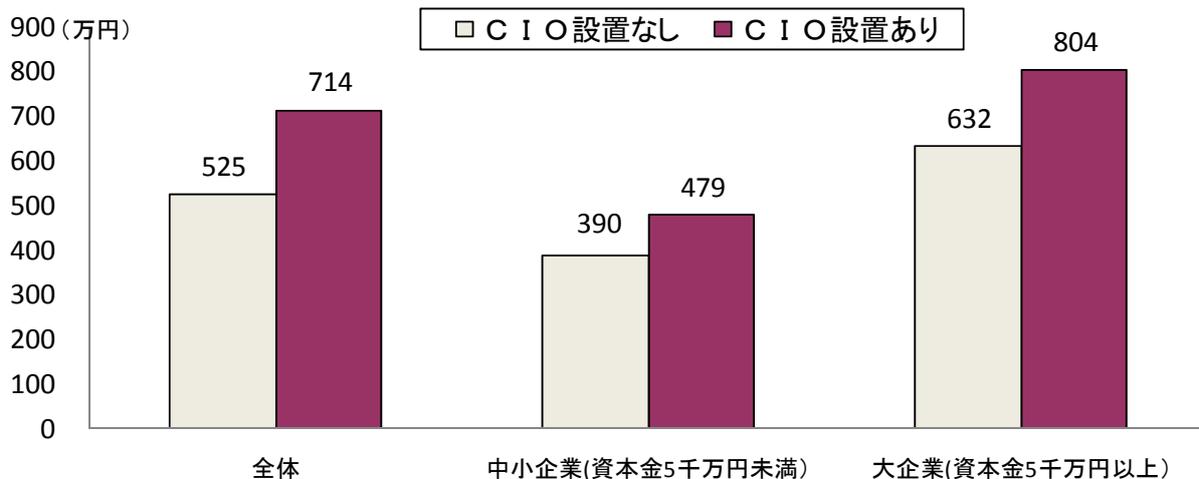
また、CIOを設置している企業の労働生産性は、714万円であり、設置していない企業の525万円に比べ、189万円高くなっている。

情報戦略統括役員 ( C I O ) の設置状況の推移 (企業)



(※) CIOとは、情報通信戦略と経営戦略を調整・統括する役員(Chief Information Officer)

C I O の設置と労働生産性 (企業) (平成19年)



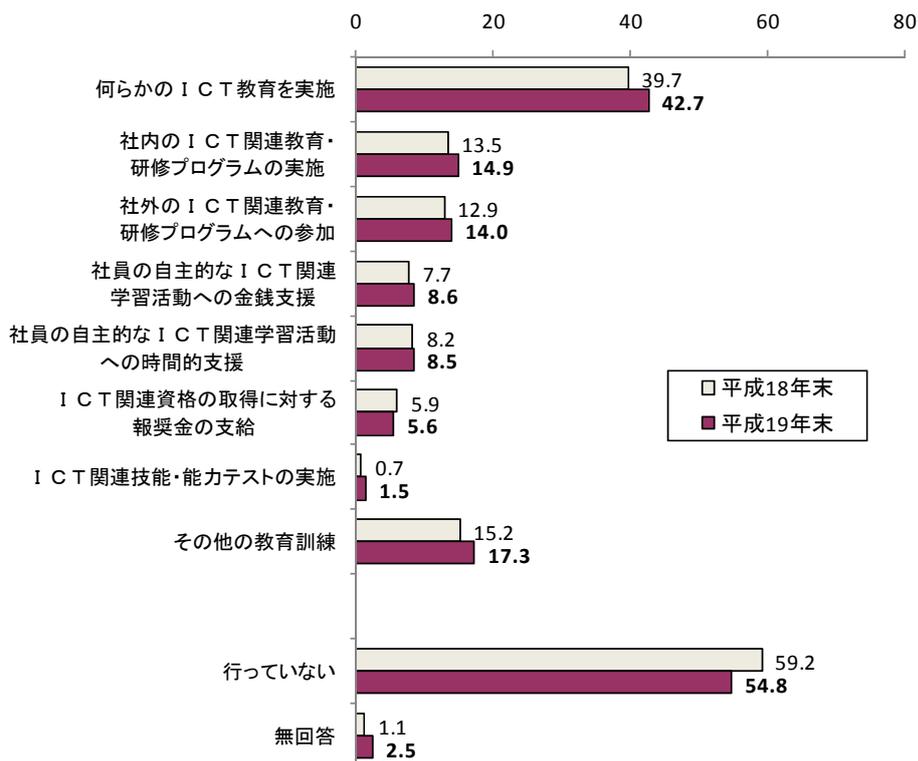
※1 ここでいう労働生産性は従業者1人当たり付加価値額  
 ※2 付加価値額は営業利益+人件費  
 ※3 営業利益、人件費、資本金及びCIOの設置が無回答のものを除いて集計  
 ※4 労働生産性が1億円以上のものは外れ値とみなし、除いて集計

### (10) 従業員に対するICT教育の実施状況（企業）

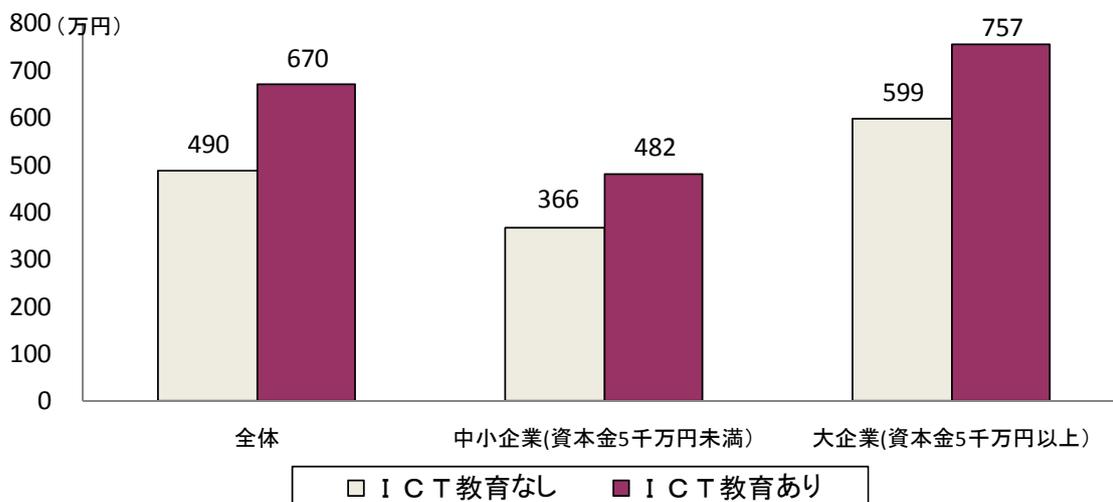
従業員に対するICT教育を実施している企業は、42.7%と前年と比べて3.0ポイント増加した。主な対策は、「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」(14.9%)が最も多く、次いで「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」(14.0%)となっている。

また、従業員に対するICT教育を実施している企業の労働生産性は、670万円であり、実施していない企業の490万円に比べ、180万円高くなっている。

#### 従業員に対するICT教育の実施状況(企業)



#### 従業員に対するICT教育の実施と労働生産性（企業）



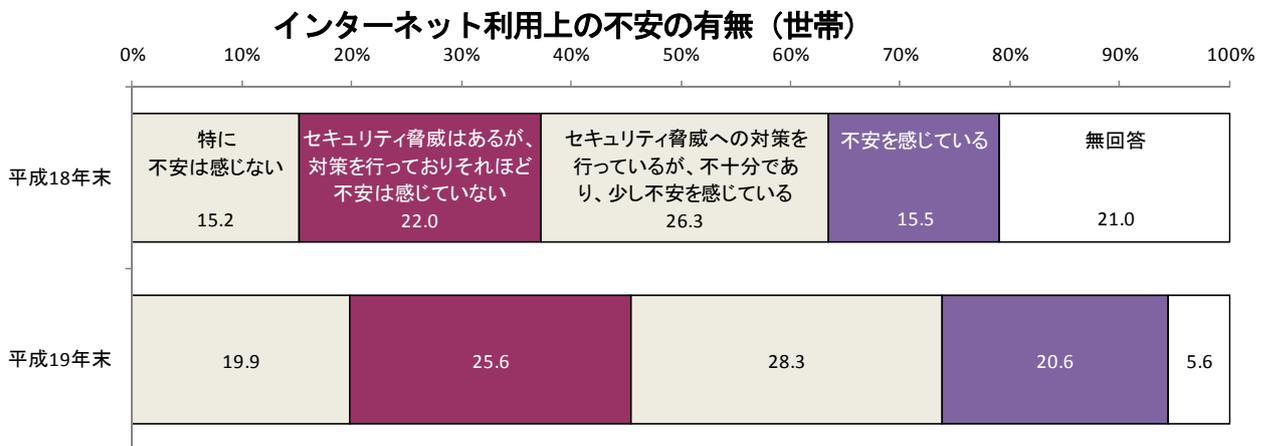
※1 ここでいう労働生産性は従業員1人当たり付加価値額  
 ※2 付加価値額は営業利益+人件費  
 ※3 営業利益、人件費、資本金及び従業員のためのICT教育の実施が無回答のものを除いて集計  
 ※4 労働生産性が1億円以上のものは外れ値とみなし、除いて集計

## 4 安全・安心への取組状況

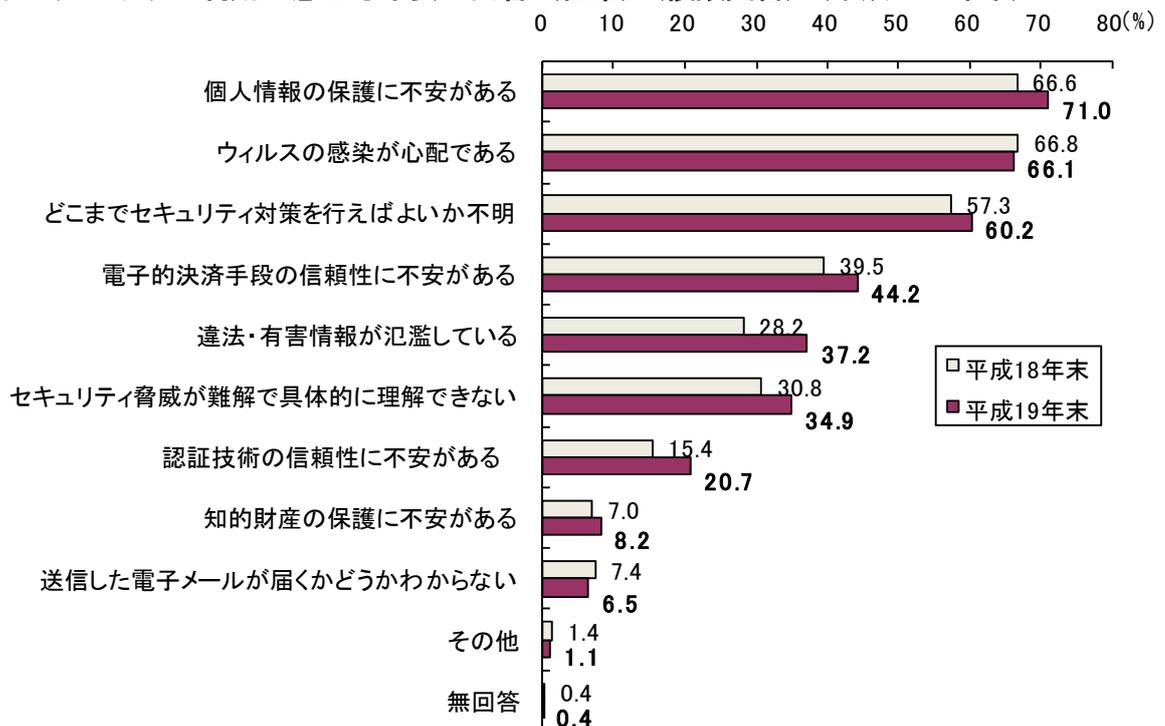
### (1) インターネット利用で感じる不安（世帯）

インターネットを利用して感じる不安については、「特に不安は感じない」は、前年と比べて4.7ポイント増加して19.9%に、「対策を行っておりそれほど不安は感じていない」は、3.6ポイント増加して25.6%となったが、「対策を行っているが、不十分であり、少し不安を感じている」及び「不安を感じている」も前年からそれぞれ2.0ポイント、5.1ポイントの増加となっている。

不安の内容としては、7割(71.0%)を超える世帯が、「個人情報の保護に不安がある」を挙げており、次いで「ウィルスの感染が心配である」(66.1%)、「どこまでセキュリティ対策を行えばよいか不明」(60.2%)などとなっている。



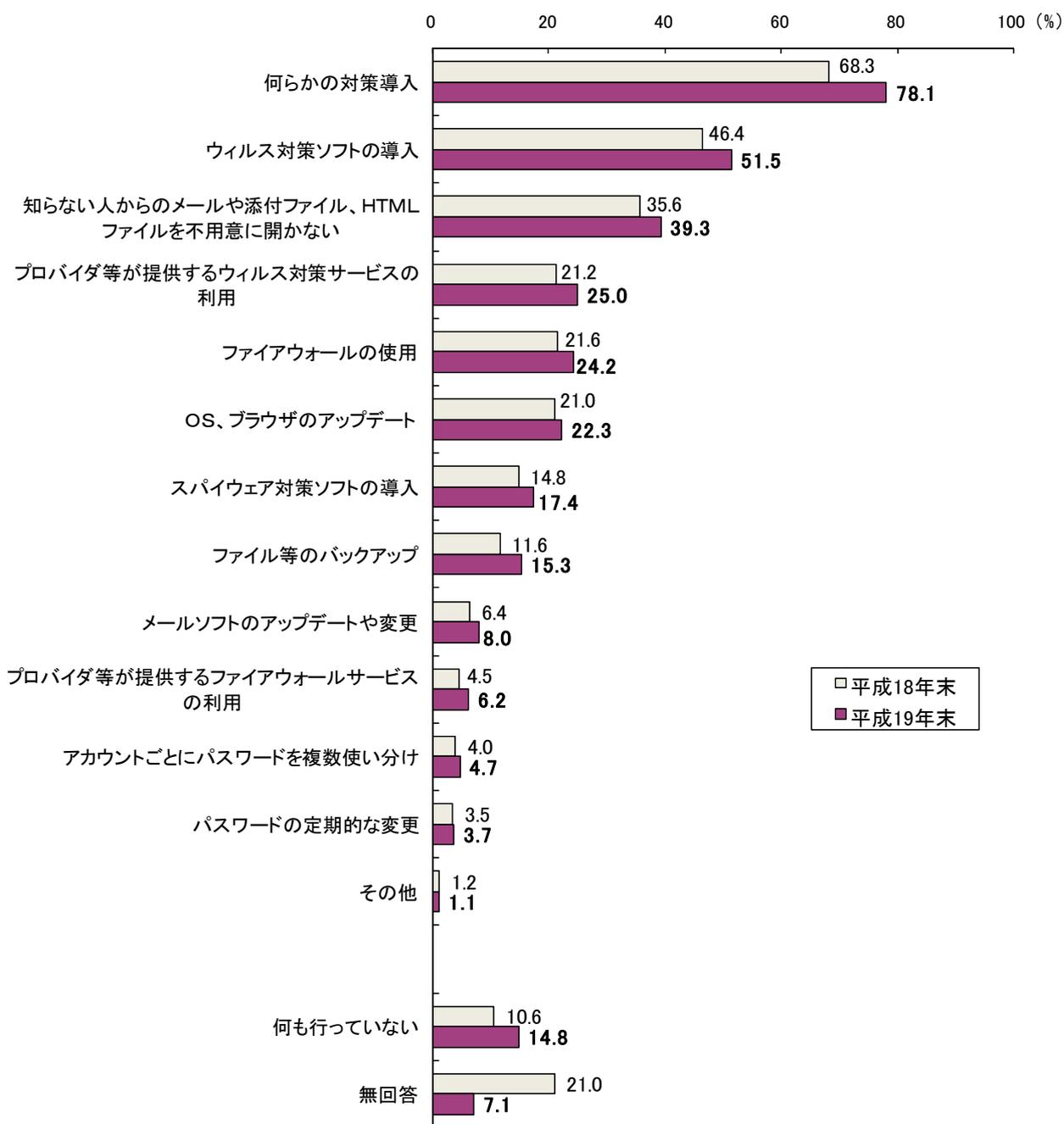
### インターネット利用で感じる不安の内容（世帯）（複数回答）（平成19年末）



## (2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）

何らかのセキュリティ対策を実施している世帯の割合は、78.1%で前年と比べて9.8ポイント増加した。主な対策としては、5割(51.5%)を超える世帯が「ウイルス対策ソフトの導入」を挙げており、次いで、「知らない人からのメールや添付ファイル、HTMLファイルを不用意に開かない」(39.3%)などとなっている。また、いずれの対策も前年より実施率が上昇している。

### セキュリティ対策の実施状況（世帯）（複数回答）

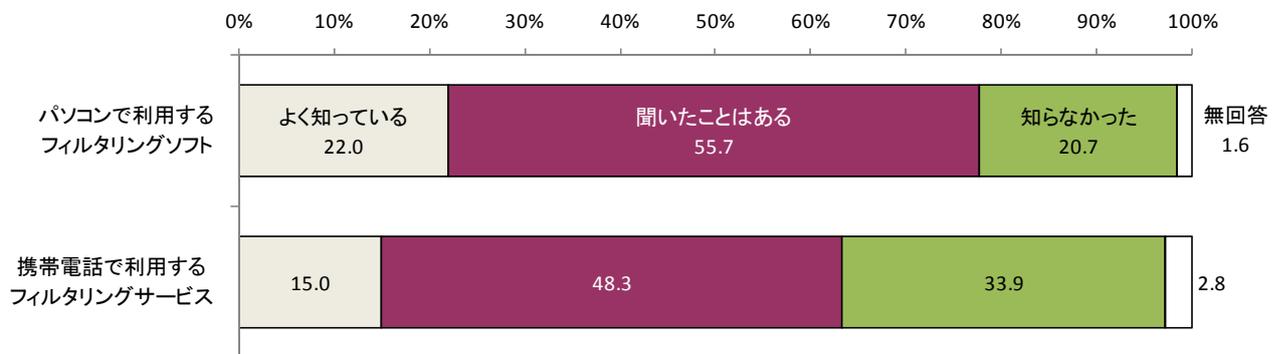


### (3) フィルタリングソフト・サービスの認知状況、利用状況（世帯）

18歳未満の子供がいる世帯におけるフィルタリングソフト・サービスについては、「よく知っている」、「聞いたことがある」を合わせると、パソコンで利用するフィルタリングソフトでは、約8割の世帯で、携帯電話で利用するフィルタリングサービスでは、約6割の世帯で認知されている。

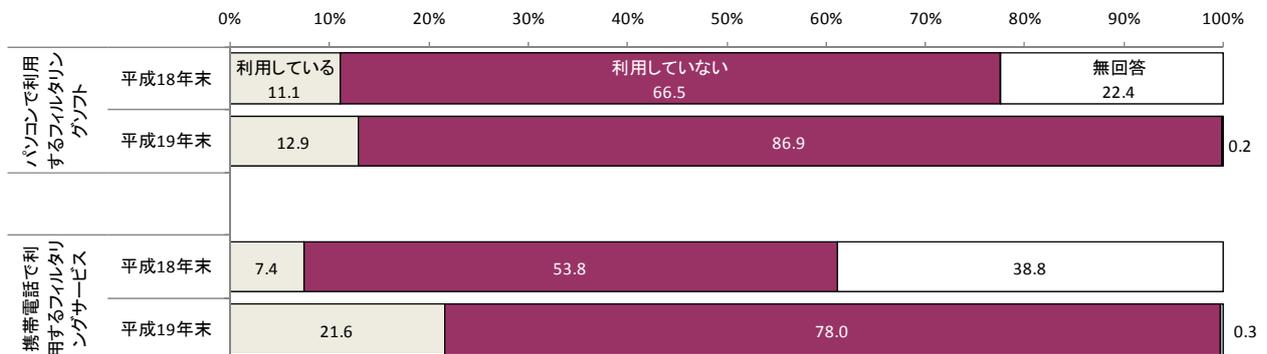
フィルタリングソフト・サービスの利用状況については、パソコンでは12.9%の世帯が利用しているのに対し、携帯電話では21.6%となっており、前年に比べて利用が進んでいる。

#### フィルタリングソフト・サービスの認知状況（世帯）（平成19年末）



（対象は、18歳未満の子供がいる世帯）

#### 18歳未満の子供の使用するパソコン又は携帯電話でのフィルタリングソフト・サービスの利用状況（世帯）

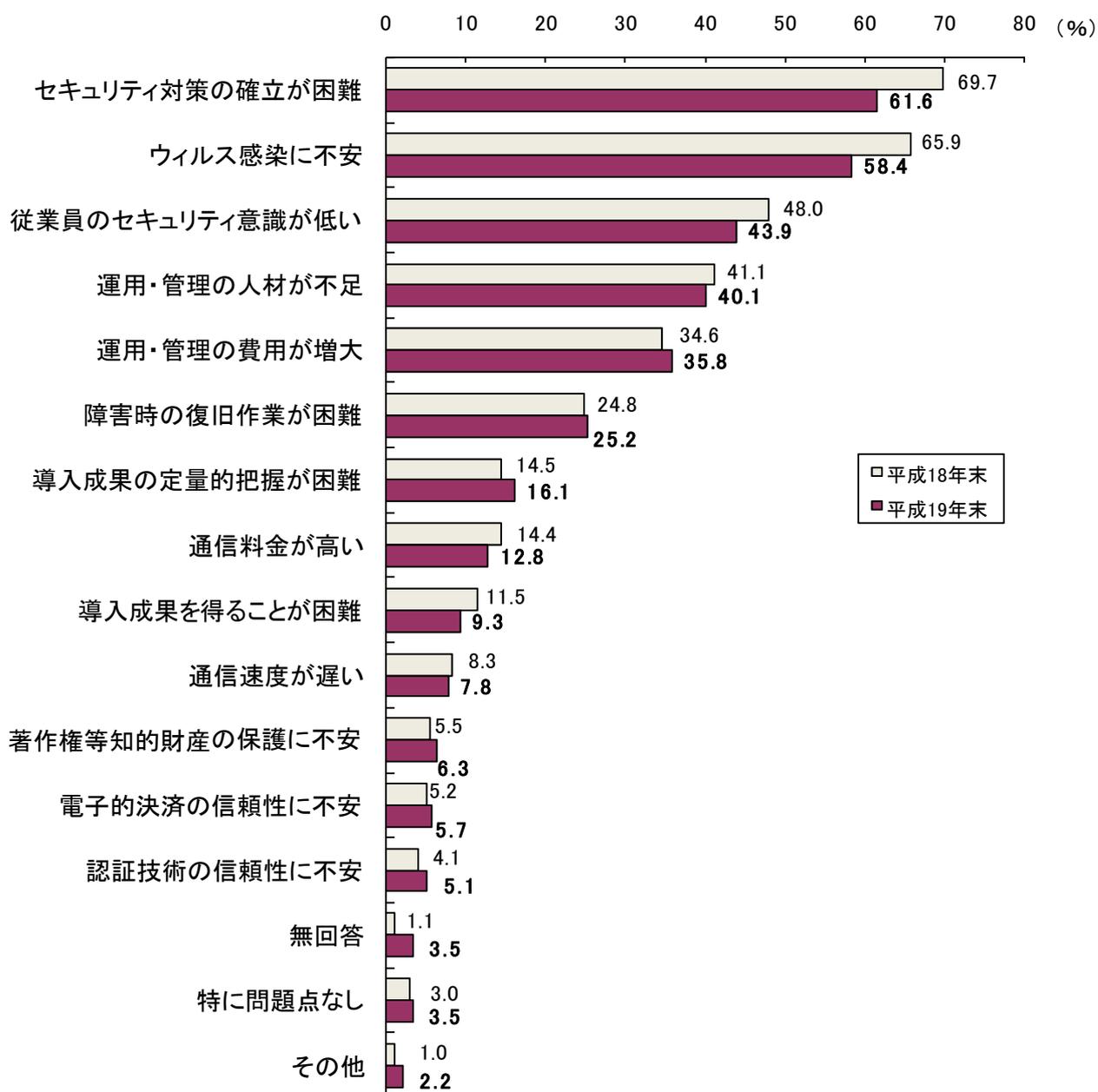


（対象は、パソコンまたは携帯電話でインターネットを利用する18歳未満の子供がいる世帯。平成18年末の数値は、平成19年末の集計対象条件に合わせて再集計している。）

#### (4) 情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）

情報通信ネットワークの利用上の問題点として、約6割の企業が「セキュリティ対策の確立が困難」及び「ウィルス感染に不安」を挙げており、前年同様に「セキュリティ関連」が上位を占めている。また「従業員のセキュリティ意識が低い」、「運用・管理の人材が不足」など、人材面の問題を挙げる企業も多い。

情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）（複数回答）

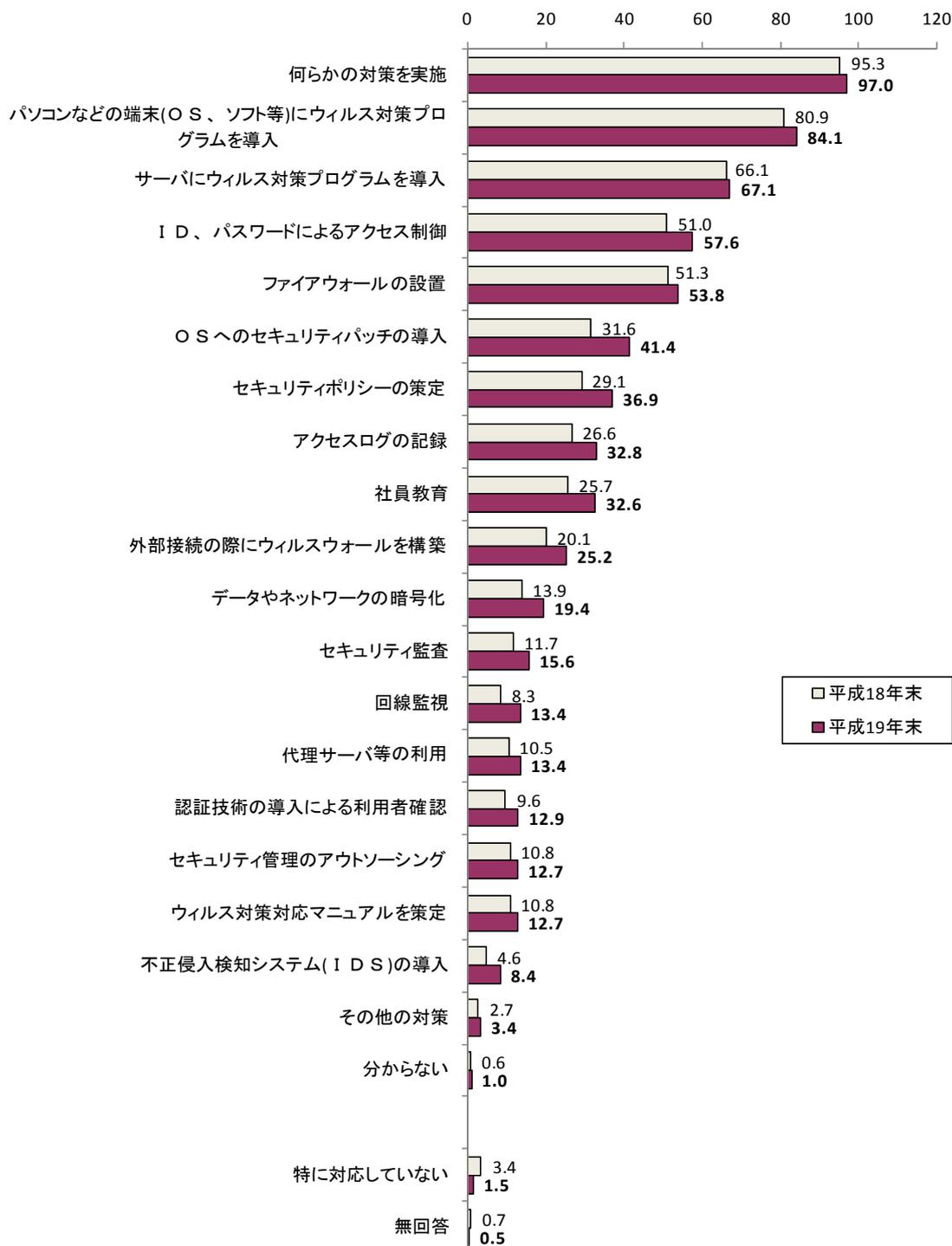


## (5) セキュリティ対策の実施状況（企業）

情報通信ネットワーク利用企業のうち何らかのセキュリティ対策を実施している企業の割合は、前年より1.7ポイント増加して97.0%となっている。

主な対策としては、8割(84.1%)を超える企業が「端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」を挙げており、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」(67.1%)、「ID、パスワードによるアクセス制御」(57.6%)などとなっている。

セキュリティ対策の実施状況（企業）（複数回答）

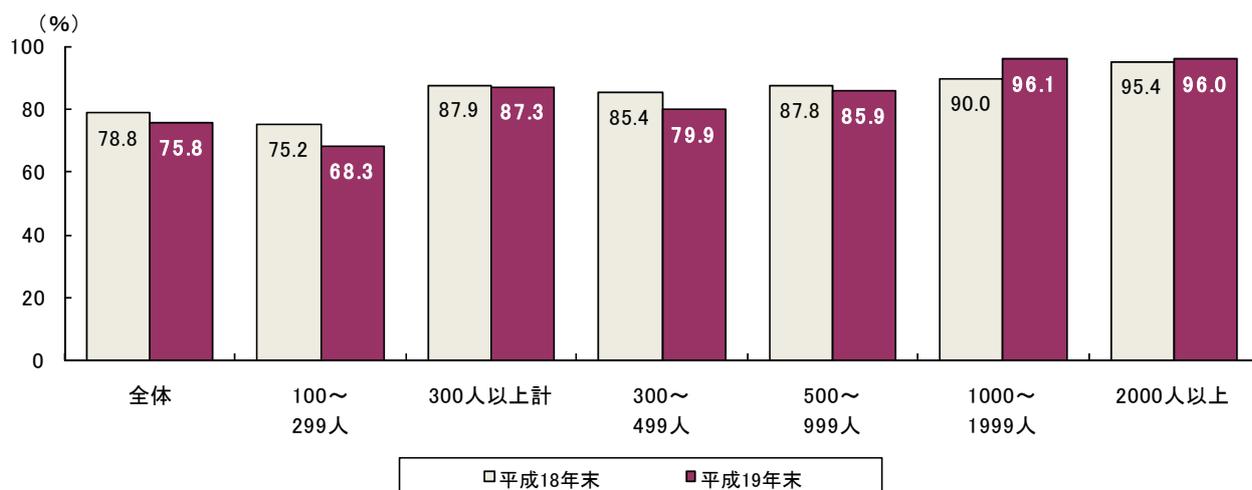


## (6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）

情報通信ネットワーク利用企業のうち何らかの個人情報保護対策を実施している企業の割合は、前年より3.0ポイント減少して75.8%となっている。

主な対策としては、約5割(47.0%)の企業が「社内教育の充実」を挙げており、次いで「個人情報保護管理責任者の設置」(39.2%)、「プライバシーポリシーの策定」(30.4%)、「必要な個人情報の絞り込み」(26.7%)などとなっている。

### 従業員規模別の個人情報保護対策の実施率(企業)



### 個人情報保護対策の実施状況（企業）（複数回答）

