

# H19年通信利用動向調査(企業編)の概要

## 1 調査の目的等

本調査は、企業を対象に行った統計報告調整法に基づく承認統計調査である。この調査により、企業における通信ネットワークの構築状況及び情報通信の利用動向を把握し、情報通信行政の施策の策定及び評価のための基礎資料とする。

## 2 調査の概要

### (1)調査の範囲等

調査の範囲	地域	全国															
	企業	<p>以下の産業に属する、常用雇用者が100人以上の企業(事業所本所又は単独事業所)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>調査における産業区分</th> <th>日本標準産業分類(平成14年3月改訂)上の産業分類との比較</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>建設業</td> <td>「E 建設業」</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>「F 製造業」</td> </tr> <tr> <td>運輸業</td> <td>「I 運輸業」</td> </tr> <tr> <td>卸売・小売業</td> <td>「J 卸売・小売業」</td> </tr> <tr> <td>金融・保険業</td> <td>「K 金融・保険業」</td> </tr> <tr> <td>不動産業</td> <td>「L 不動産業」</td> </tr> <tr> <td>サービス業、その他</td> <td>「G 電気・ガス・熱供給・水道業」、「H 情報通信業」、 「M 飲食店、宿泊業」、「N 医療、福祉」、「O 教育、学習支援業」、 「P 複合サービス業」及び「Q サービス業(他に分類されないもの)」</td> </tr> </tbody> </table>	調査における産業区分	日本標準産業分類(平成14年3月改訂)上の産業分類との比較	建設業	「E 建設業」	製造業	「F 製造業」	運輸業	「I 運輸業」	卸売・小売業	「J 卸売・小売業」	金融・保険業	「K 金融・保険業」	不動産業	「L 不動産業」	サービス業、その他
調査における産業区分	日本標準産業分類(平成14年3月改訂)上の産業分類との比較																
建設業	「E 建設業」																
製造業	「F 製造業」																
運輸業	「I 運輸業」																
卸売・小売業	「J 卸売・小売業」																
金融・保険業	「K 金融・保険業」																
不動産業	「L 不動産業」																
サービス業、その他	「G 電気・ガス・熱供給・水道業」、「H 情報通信業」、 「M 飲食店、宿泊業」、「N 医療、福祉」、「O 教育、学習支援業」、 「P 複合サービス業」及び「Q サービス業(他に分類されないもの)」																
客体の 選定方法等	使用名簿	事業所・企業データベース母集団情報															
	選定方法	無作為抽出															
	抽出方法	常用雇用者規模を層化基準とした業種別の系統抽出法															
	抽出数	2,850企業															
調査方法	郵送による調査票の送付・回収、報告者自記入による																
調査時期	平成20年1月																

### (2)調査事項

- ・調査対象企業の属性
- ・通信網やインターネット等の構築・利用状況
- ・電子商取引
- ・テレワークの導入状況、目的、効果
- ・従業員へのICT(IT)教育の状況
- ・情報通信ネットワークの安全対策
- ・企業経営におけるICT(IT)化への取り組みとその効果

### 3 有効回答数(率)

2,158(75.7%)【前回:1,836(61.2%)】

産業	建設業	320
	製造業	391
	運輸業	347
	卸売・小売業	374
	金融・保険業	169
	不動産業	146
	サービス業、その他	411
計		2,158

地方	北海道	167
	東北	170
	北関東	160
	南関東	349
	北陸	172
	甲信越	193
	東海	194
	近畿	236
	中国	171
	四国	164
九州・沖縄	182	
計		2,158

従業者規模	100-299人	1440
	300-999人	519
	1000-1999人	108
	2000人以上	91
計		2,158

### 4 集計結果の留意事項

#### (1) 比重調整について

調査対象の選定においては、産業・従業者規模ごとに企業数を反映させるように配慮した業種別の系統抽出法を採用した。しかし、回収率が産業・従業者規模により異なっており、回収結果の地方別産業構成は母集団と多少の乖離が生じているため、母集団を正しく推計することが困難となる。よって、本調査では、「事業所・企業データベース母集団情報」及び「平成19年通信利用動向調査(企業)」の有効回答(合計2,158)を用いて算出した下記の比重値を回収結果に乘じ、母集団の産業・従業者規模構成と一致する比重調整を行った上で分析している。

#### 【地方・産業別比重値】

地方 \ 産業	建設業	製造業	運輸業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	サービス業、その他
北海道	0.19180	0.39895	0.37629	0.82402	0.13243	0.10595	0.66144
東北	0.28320	1.32090	0.35168	0.96635	0.11654	0.63567	0.89893
北関東	0.18011	0.90209	0.27546	0.60742	0.08324	0.15892	0.54088
南関東	0.95603	6.24164	2.03869	4.53756	0.20461	0.23737	6.02533
北陸	0.11968	0.63723	0.14613	0.31505	0.37081	0.07946	0.31396
甲信越	0.15135	0.74853	0.21968	0.54297	0.15892	0.26486	0.42378
東海	0.43649	2.81360	0.82439	1.33567	0.15450	0.15410	1.59061
近畿	0.40566	2.35157	1.16010	2.71284	0.20467	0.16057	3.12009
中国	0.27590	0.99789	0.33228	0.84094	0.10595	0.21189	0.74456
四国	0.11516	0.70771	0.13644	0.37228	0.12713	0.31784	0.33076
九州・沖縄	0.33492	1.20262	0.88220	1.65275	0.14645	0.28757	1.55335

#### (2) 計数等について

ア 集計結果については、表示単位に満たない部分を四捨五入しているため、個々の比率の合計が全体を示す数値と一致しない場合がある。

イ 本報告書中の「n」は、その質問に対する回収総数(比重調整前の集計数)である。

(3) 時系列での比較について

母集団名簿として使用した「事業所・企業統計調査」の産業分類の変更等による本調査の産業区分等の変更に伴い、時系列での比較については以下のとおり、注意を要する。

ア 「運輸業」については平成 17 年調査までは「運輸・通信業」の数値、「卸売・小売業」については平成 17 年調査までは「卸売・小売業、飲食店」の数値である。

イ 平成 18 年調査までの不動産業は、十分なサンプル数が得られなかったため、報告書中では「サービス業、その他」に含めて分析していたが、時系列比較を容易にするために平成 19 年においても「サービス業、その他」に含めて分析している。

(4) 地方別表章の区分について

統計表における地方区分は以下のとおりである。

北海道

東北(青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島)

北関東(栃木、茨城、群馬)

南関東(埼玉、千葉、東京、神奈川)

北陸(富山、石川、福井)

甲信越(新潟、山梨、長野)

東海(静岡、愛知、岐阜、三重)

近畿(滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)

中国(鳥取、島根、岡山、広島、山口)

四国(香川、徳島、高知、愛媛)

九州・沖縄(福岡、大分、佐賀、長崎、熊本、宮崎、鹿児島、沖縄)

(5) 主な分類項目の誤差率

分類項目		標準誤差	標本誤差
産業	建設	2.6%	5.0%
	製造	2.5%	4.9%
	運輸	2.6%	5.0%
	卸売・小売	2.5%	5.0%
	金融・保険	3.2%	6.3%
	サービス業・その他(計)	2.1%	4.1%
	不動産	3.6%	7.0%
	サービス業、その他	2.4%	4.7%
全体		1.0%	2.1%
地方	北海道	3.6%	7.1%
	東北	3.7%	7.2%
	北関東	3.7%	7.3%
	南関東	2.6%	5.2%
	北陸	3.5%	6.8%
	甲信越	3.4%	6.6%
	東海	3.5%	6.9%
	近畿	3.2%	6.3%
	中国	3.7%	7.2%
	四国	3.6%	7.0%
	九州・沖縄	3.6%	7.1%
全体		1.0%	2.1%

分類項目		標準誤差	標本誤差
資本金	1,000万円未満	6.8%	13.2%
	1,000万円～3,000万円未満	2.3%	4.5%
	3,000万円～5,000万円未満	2.9%	5.6%
	5,000万円～1億円未満	2.3%	4.6%
	1億円～5億円未満	2.3%	4.5%
	5億円～10億円未満	5.4%	10.6%
	10億円～50億円未満	4.1%	8.1%
	50億円以上	3.8%	7.5%
	全体	1.0%	2.1%
従業者規模	100～299人	1.3%	2.5%
	300以上計	1.8%	3.5%
	300～499人	2.7%	5.3%
	500～999人	3.4%	6.7%
	1000～1999人	4.6%	9.1%
	2000以上計	5.0%	9.9%
	2000～2999人	8.0%	15.7%
	3000～4999人	9.3%	18.1%
	5000人以上	9.1%	17.8%
	全体	1.0%	2.1%

※集計対象が全企業(2,158企業)である場合の標本比率の誤差率である。また標本誤差の信頼区間の幅は1.96(信頼度95%)である。算出式は以下のとおり。

$$\text{標本比率の標準誤差} = \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \times \frac{P(1-P)}{n}}$$

$$\text{標本比率の標本誤差} = K \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \times \frac{P(1-P)}{n}}$$

N=母集団数

n=回収数

P=母集団比率(標本比率で代用。誤差が最大となる0.5として算出)

K=信頼区間の幅

# H19年通信利用動向調査報告書(企業編)

## 調査結果の概要

### 目次

第1章	情報通信ネットワーク	1
1	企業通信網の構築	1
2	企業通信網として利用している通信サービス	8
3	社外からの企業通信網への接続	9
4	インターネットの利用	11
5	情報通信ネットワーク端末の使用人数	14
6	ホームページやブログ・SNAの開設	16
7	ASP・SaaSの利用	20
8	インターネット上の3D仮想空間の利用	24
9	ユビキタス関連ツールの導入	25
10	情報通信ネットワーク利用上の問題点	28
第2章	電子商取引	30
1	電子商取引の導入	30
2	電子商取引による販売額	32
3	インターネット販売を行う理由	33
4	インターネットを利用した広告の導入	35
5	電子商取引の問題点	38
第3章	テレワーク	40
1	テレワークの導入	40
2	テレワークを利用している従業員の割合	42
3	テレワークの導入目的	42
4	テレワークの効果	44
第4章	ICT教育	45
第5章	情報通信ネットワークの安全対策	47
1	情報通信ネットワーク利用で受けた被害	47

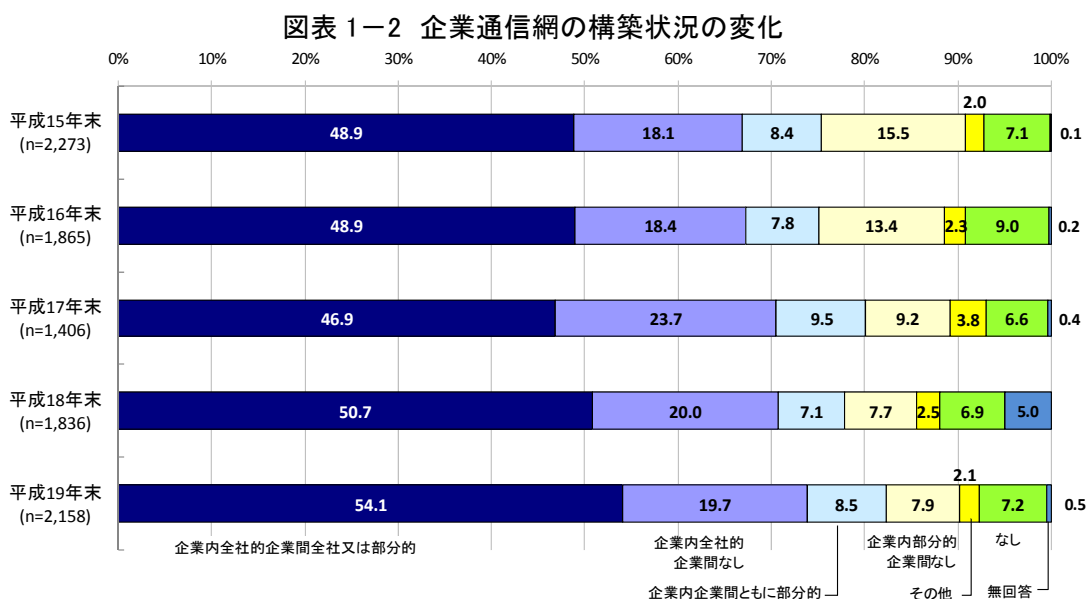
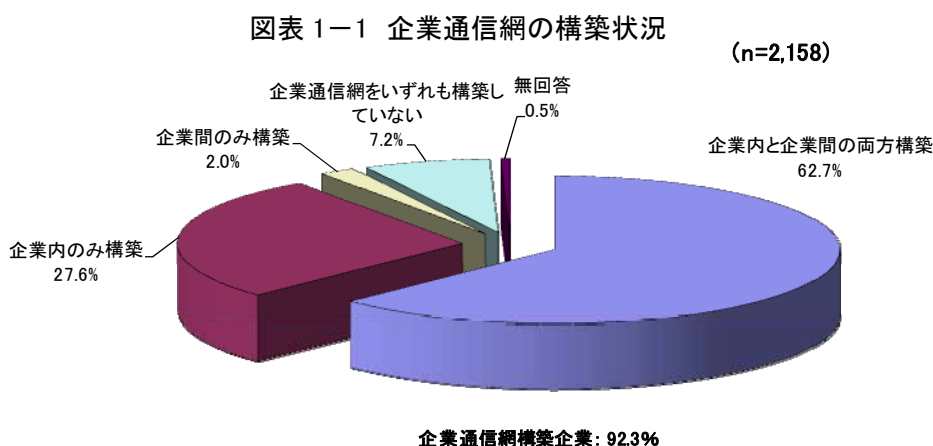
2	データセキュリティへの対応	48
3	個人情報保護対策の実施	51
第6章	ICT利用の進展	53
1	情報化投資の有無	53
2	情報化投資の効果	55
3	社外ネットワークの活用	58
4	CIOの設置	59

# 第1章 情報通信ネットワーク

## 1 企業通信網の構築

### (1) 企業通信網

本調査（平成19年末）が対象とする従業者100人以上の企業のうち、92.3%が企業内通信網<sup>1</sup>ないし企業間通信網<sup>2</sup>を構築している。また、企業内通信網と企業間通信網の両方を構築している企業が62.7%、企業内通信網のみを構築している企業が27.6%であった（図表1-1参照）。これを前年調査（平成18年末）と比べると、企業通信網を構築する企業が88.1%から4.2ポイント上昇し、構築している企業の内訳では、企業内通信網を全社的に構築する企業が70.8%から3.0ポイント増加して73.8%となった（図表1-2参照）。

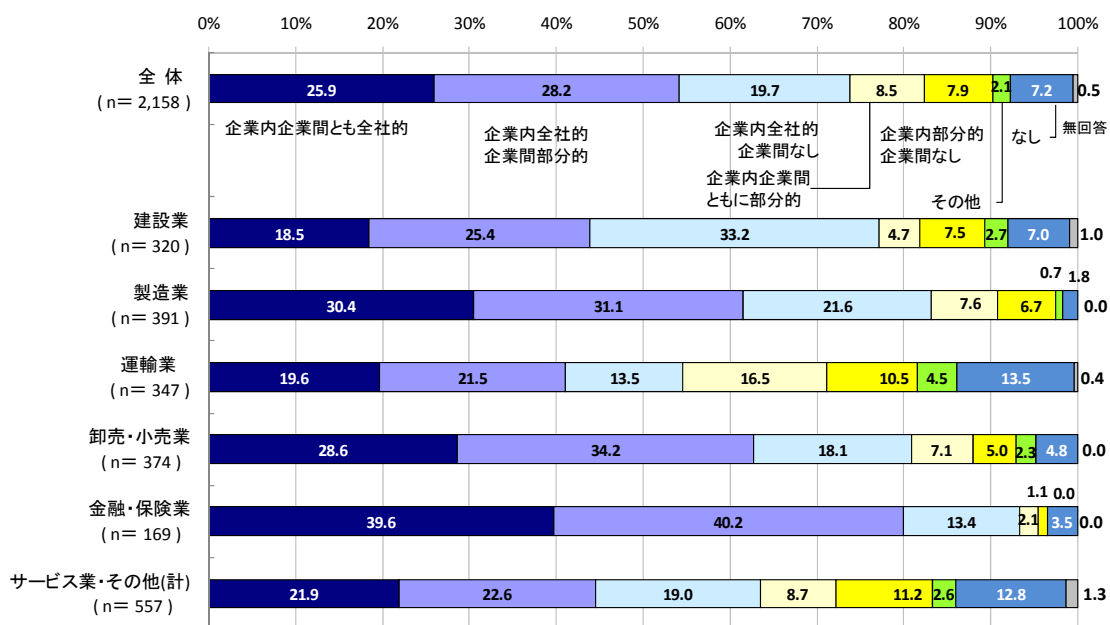


<sup>1</sup> 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指す。

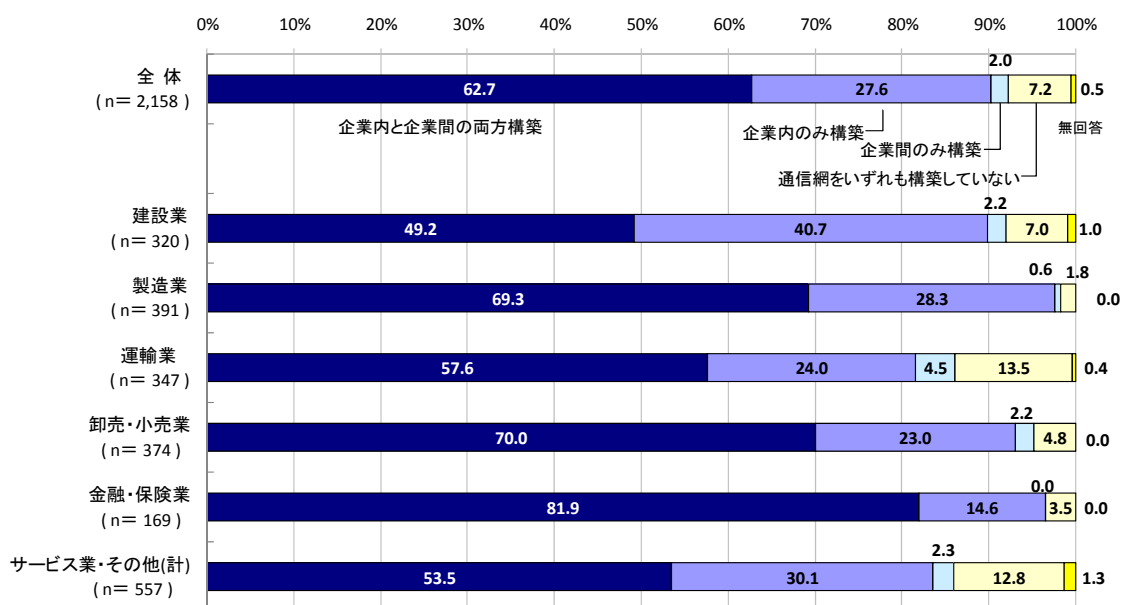
<sup>2</sup> 他企業との通信網を指す。平成16年度以前の調査では、この説明が「WAN」としてあったことから、平成16年度以前と以後を単純に比較できない。

産業別では、「運輸業」と「サービス業・その他（計）」を除く産業で企業通信網の構築割合はいずれも 9 割を超えている。また、企業間通信網の構築割合は、高い順に「金融・保険業」（81.9%）、「卸売・小売業」（72.2%）、「製造業」（69.9%）、「運輸業」（62.1%）である（図表 1-3、図表 1-4 参照）。

図表 1-3 産業別企業通信網の構築状況①

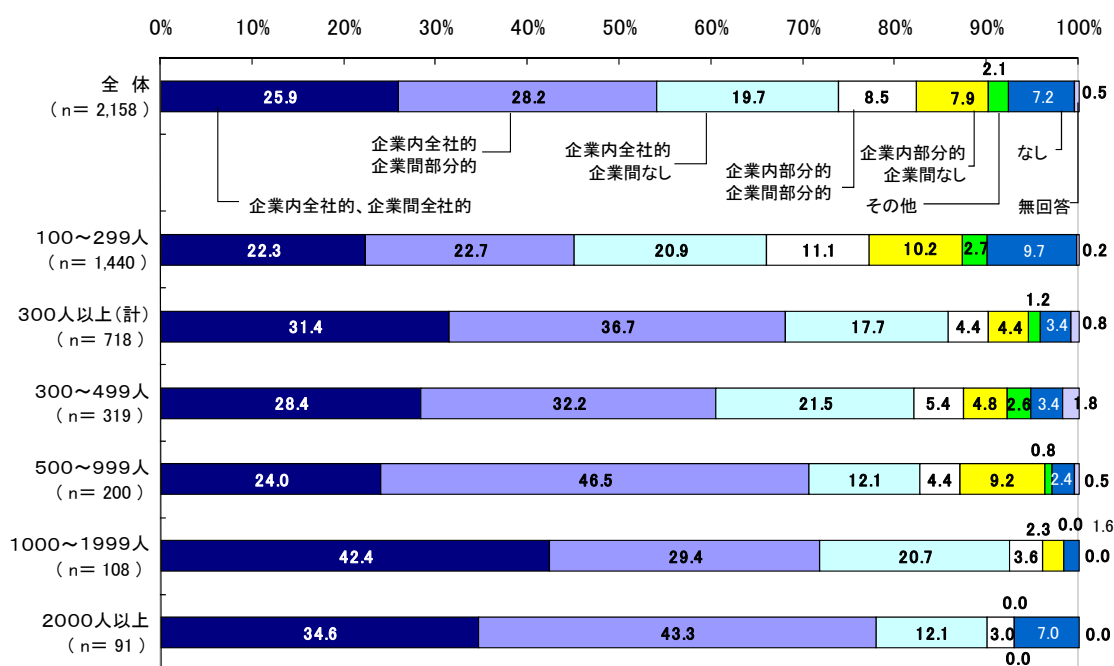


図表 1-4 産業別企業通信網の構築状況②



また、従業員規模別に見ると、企業内通信網及び企業間通信網を全社的に構築する割合は、1000人未満では20%台であるのに対し、「1000～1999人」の企業では42.4%、「2000人以上」では34.6%といずれも3割を超え、企業規模による格差が見られる。ただし、その割合が「500～999人」より「300～499人」で高く、また「2000人以上」より「1000～1999人」で高くなるなど、通信網の普及が進むなか、企業規模による格差は薄れつつあることを示している（図表1-5参照）。

図表 1-5 従業員規模別企業通信網の構築状況



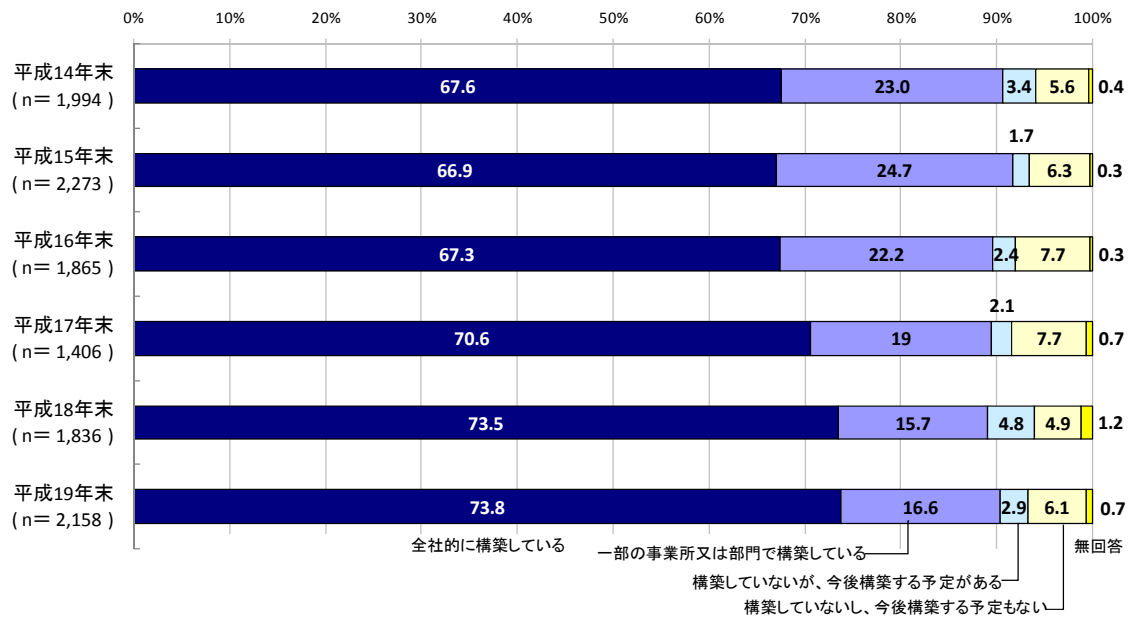


## (2) 企業内通信網

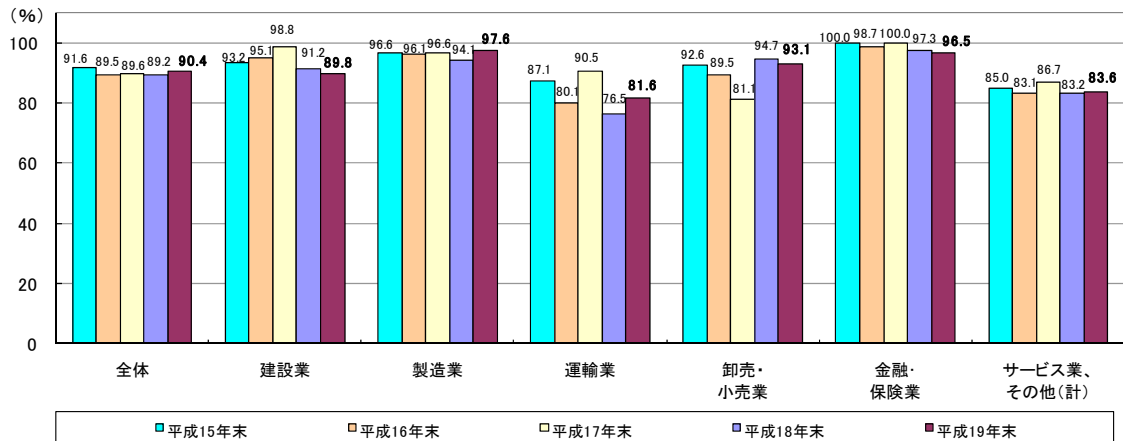
企業内通信網について見ると、本年の普及率は90.4%で、平成14年末時点ではじめて9割を超えて以降、足踏み状態が続いている（図表1-6参照）。

また、産業別では、「運輸業」と「サービス業・その他（計）」が80%台前半で、普及にやや遅れが見られる（図表1-7参照）。また、従業員規模別では、300人以上の企業では90%以上が企業内通信網を構築し、特に「1000～1999人」の企業では98.4%に達しているのに比べると、「100～299人」の企業では87.6%と10ポイント以上の差がある（図表1-8参照）。

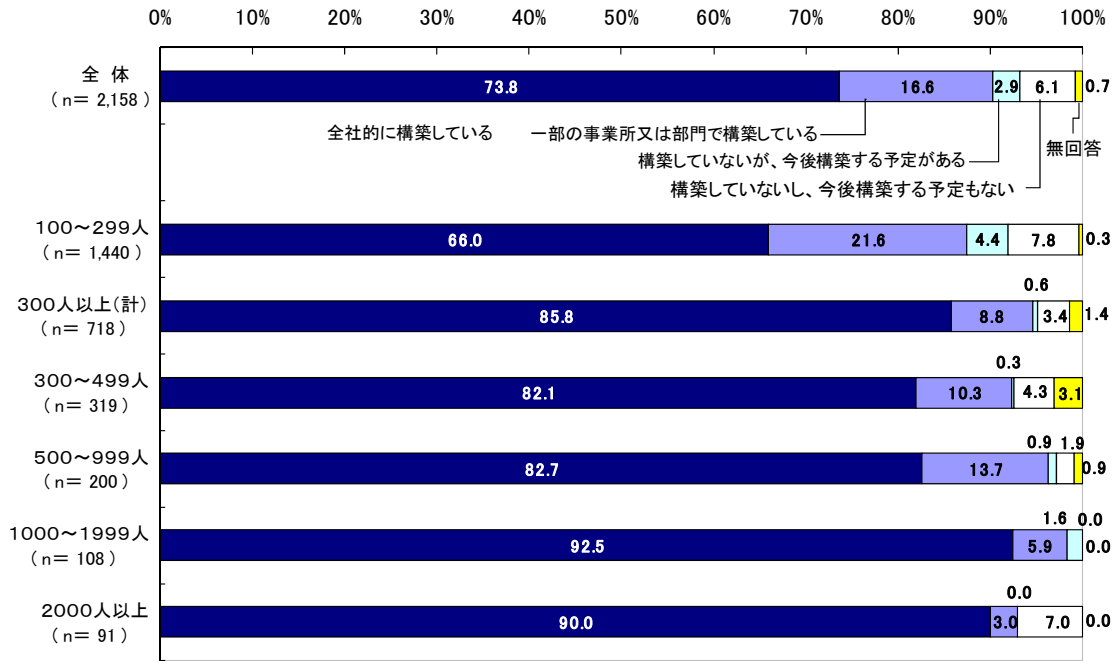
図表1-6 企業内通信網の構築状況



図表1-7 産業別企業内通信網構築率



図表 1-8 従業員規模別企業内通信網の構築状況

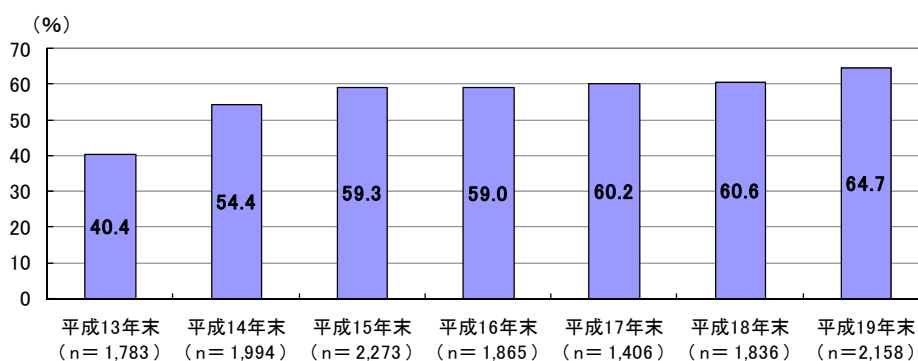


### (3) 企業間通信網

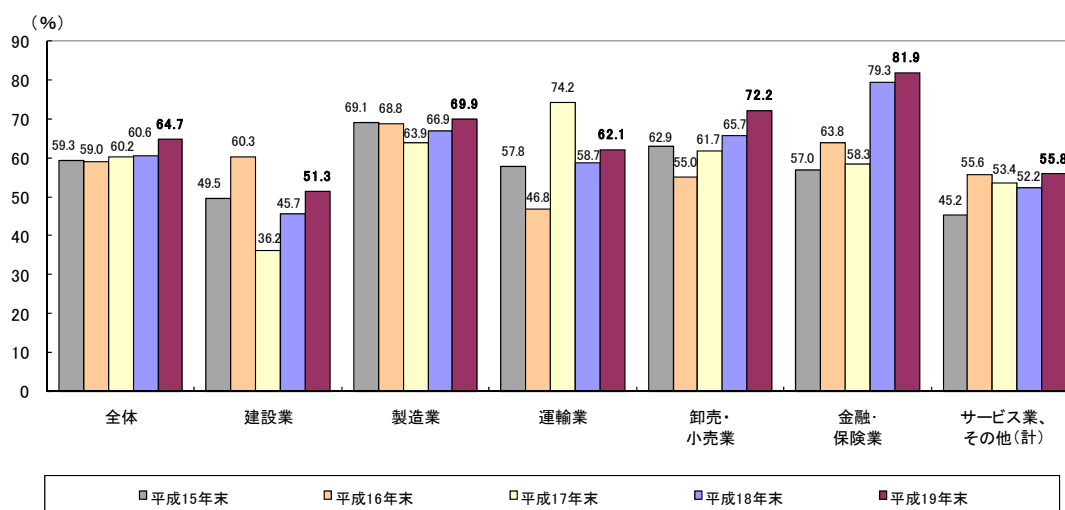
企業間通信網を構築する企業の割合は、平成15年末に約6割に達して以降、横ばい状態が続いていたが、本調査では64.7%と前年から4.1ポイント増加し、4年ぶりに普及に進展が見られた(図表1-9参照)。

産業別では「金融・保険業」(81.9%)、「卸売・小売業」(72.2%)、「製造業」(69.9%)で構築率が比較的高い(図表1-10参照)。また、従業員規模別では、規模が大きい企業ほど構築率が高い(図表1-11参照)。

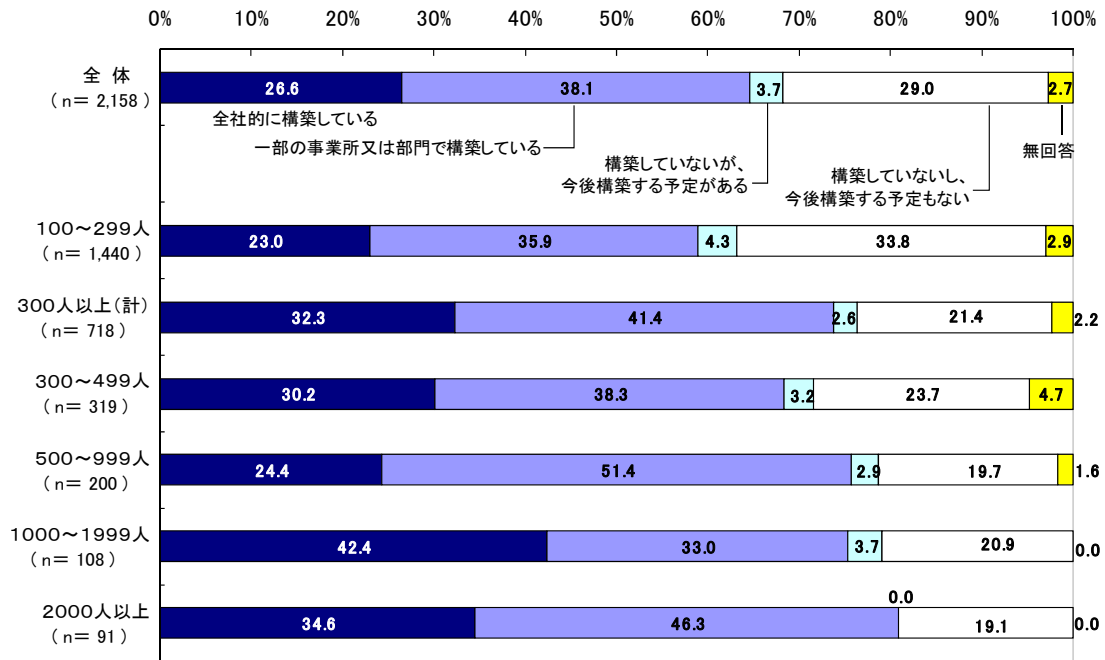
図表1-9 企業間通信網の構築率



図表1-10 産業別企業間通信網の構築率



図表 1-11 従業員規模別企業間通信網の構築状況

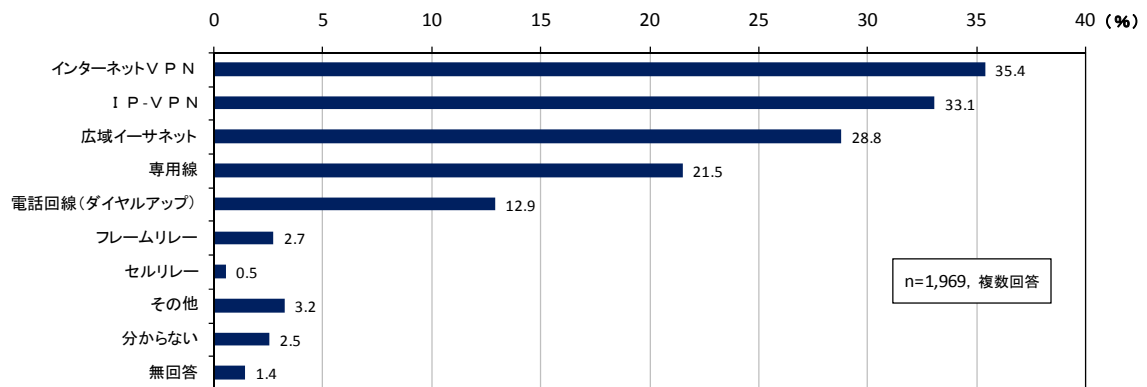


## 2 企業通信網として利用している通信サービス

企業通信網として利用している主な通信サービスの種類（複数回答）は、第1位が「インターネットVPN」（35.4%）、第2位が「IP-VPN」（33.1%）、第3位が「広域イーサネット」（28.8%）、第4位が「専用線」（21.5%）である（図表1-12参照）。

従業者規模別では、規模が大きい程、「IP-VPN」と「専用線」の利用率が高まる傾向が見られ、それとは対照的に「インターネットVPN」は「100～299人」の企業で最も多く利用されている（図表1-13参照）。

図表1-12 企業通信網として利用している通信サービス



図表1-13 属性別企業通信網として利用している通信サービス

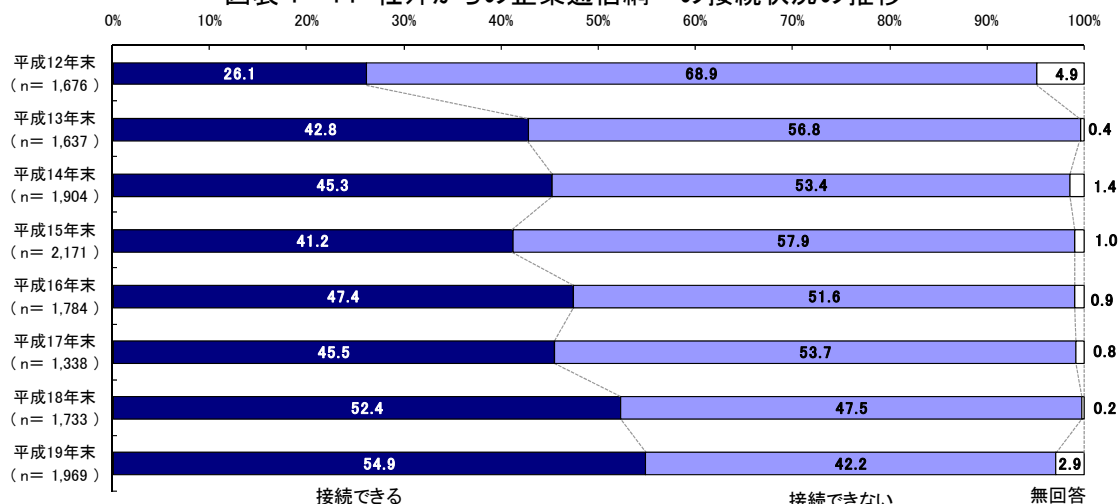
単位: %

	集計企業数	企業通信網の通信サービス									
		広域イーサネット	IP-VPN	インターネットVPN	専用線	フレームリレー	セルリレー	電話回線(ダイヤルアップ)	その他	分からない	無回答
全体	1,969	28.8	33.1	35.4	21.5	2.7	0.5	12.9	3.2	2.5	1.4
〔産業分類〕											
建設業	295	26.9	32.2	42.8	10.8	0.2	-	7.0	1.6	1.9	1.2
製造業	380	33.8	35.2	36.4	20.3	2.3	0.2	9.0	0.8	2.1	0.7
運輸業	292	24.4	23.8	32.5	24.1	0.6	-	18.0	0.1	5.6	3.0
卸売・小売業	355	20.3	38.9	32.2	20.9	4.9	-	16.6	3.8	2.1	2.0
金融・保険業	163	52.2	51.5	23.1	48.8	6.6	3.5	17.1	0.7	0.7	1.2
サービス業・その他(計)	484	31.3	27.9	37.3	22.9	2.0	1.3	13.2	7.0	2.5	1.0
不動産業	136	26.6	41.2	29.0	11.1	1.6	-	5.9	0.8	2.3	1.6
サービス業、その他	348	31.6	27.1	37.8	23.6	2.0	1.3	13.6	7.3	2.6	1.0
〔従業者規模(MA)〕											
100～299人	1,278	25.9	24.3	35.7	17.5	1.8	0.1	11.4	2.3	3.1	1.7
300人以上計	691	33.0	45.8	34.9	27.3	3.9	1.0	15.1	4.6	1.7	0.9
300～499人	305	26.7	36.5	36.3	21.4	2.0	0.0	13.4	3.1	1.9	0.8
500～999人	190	38.5	46.9	32.1	24.1	5.4	4.2	19.8	1.1	3.7	2.8
1000～1999人	107	31.8	53.1	45.6	35.9	6.0	-	13.4	8.3	0.4	-
2000人以上計	89	42.1	57.1	22.4	34.3	3.6	0.1	15.1	7.6	-	-

### 3 社外からの企業通信網への接続

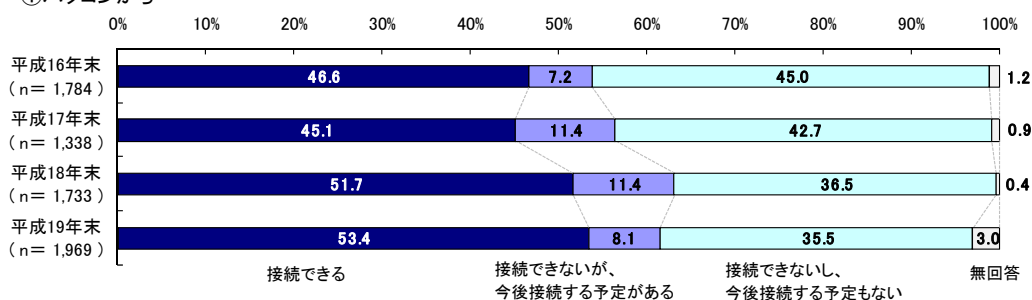
外出先などの社外からパソコン、携帯電話・携帯情報端末（PDA）の端末を介して自社の通信網にアクセスできるかどうかを尋ねたところ、いずれかの方法でアクセスできる企業は企業通信網を構築している企業の54.9%を占め、前年比2.5ポイント増と2年連続で増加となった（図表1-14参照）。また、端末別ではパソコンからアクセスできる企業が53.4%、携帯電話・携帯情報端末（PDA）からアクセスできる企業が21.6%と、社外からのアクセスの手段としては主にパソコンが利用されている。前年比ではそれぞれ1.7ポイント増、5.3ポイント増といずれも増加したが、特に携帯電話・携帯情報端末（PDA）の伸びが顕著である（図表1-15参照）。

図表1-14 社外からの企業通信網への接続状況の推移

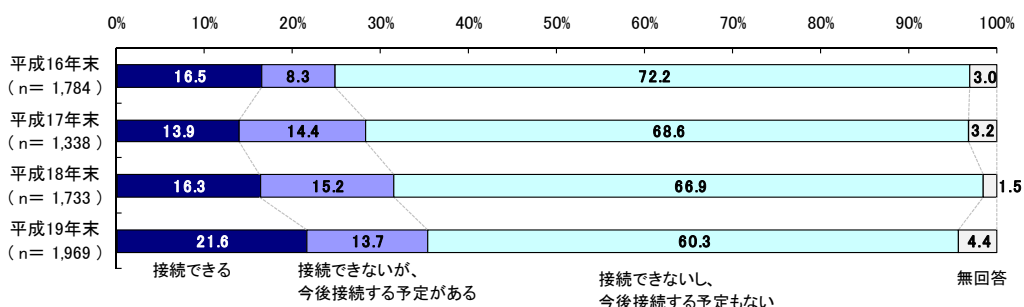


図表1-15 端末別社外からの企業通信網への接続状況の推移

#### ①パソコンから

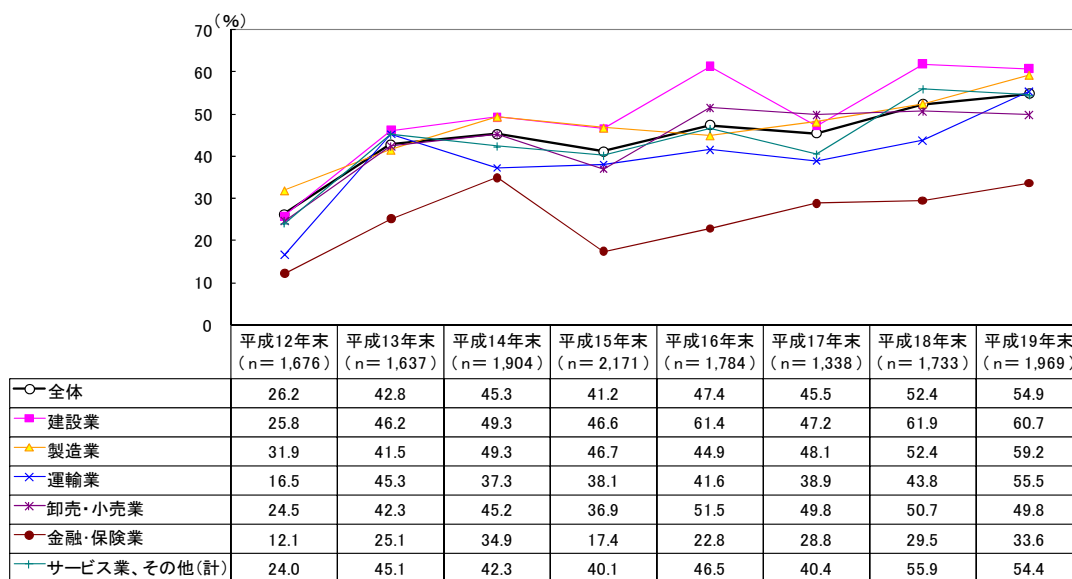


#### ②携帯電話・携帯情報端末(PDA)から

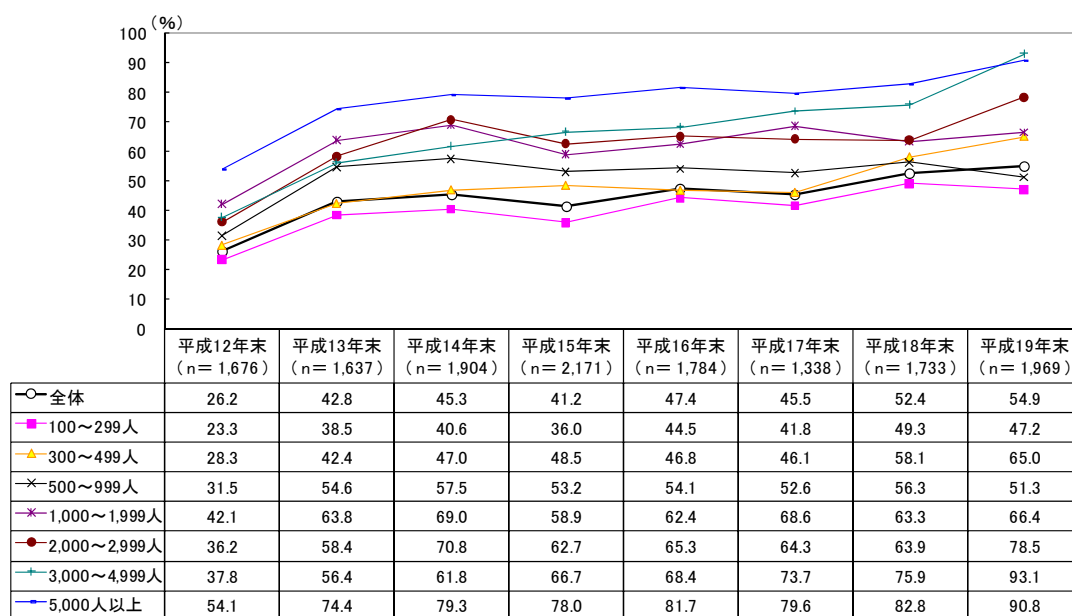


社外からの自社通信網への接続状況を産業別に見ると、「建設業」(60.7%)、「製造業」(59.2%)、「運輸業」(55.5%)、「サービス業・その他(計)」(54.4%)で50%を超えている(図表1-16参照)。また、従業者規模の大きい企業ほど接続率も高い傾向がある(図表1-17参照)。

図表1-16 産業別社外からの企業通信網への接続率の推移



図表1-17 従業者規模別社外からの企業通信網への接続率の推移



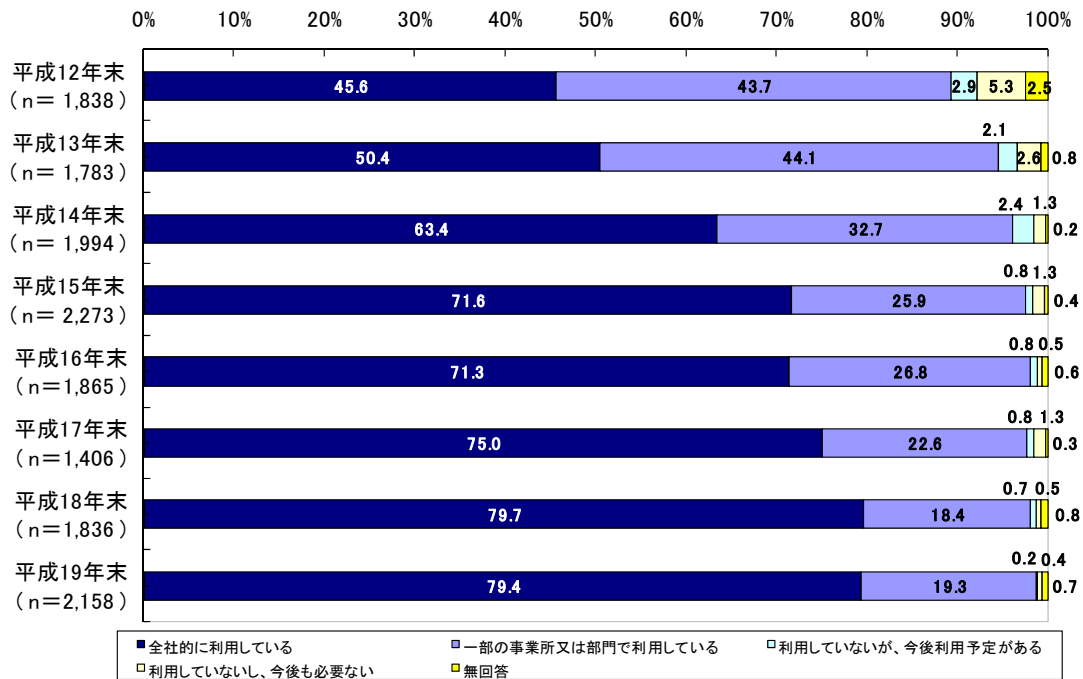
## 4 インターネットの利用

### (1) インターネット利用の有無

インターネットを利用している企業の割合（インターネット利用率）は、平成13年末以降、調査対象企業の90%を超え、ほとんどの企業においてインターネットが活用されている。平成19年末の利用率は前年より0.6ポイント多い98.7%であった

このインターネットを利用している企業の内訳は、「全社的に利用している」が79.4%、「一部の事業所又は部門で利用している」が19.3%で、既に全社的な利用が一般的形態として定着している（図表1-18参照）。

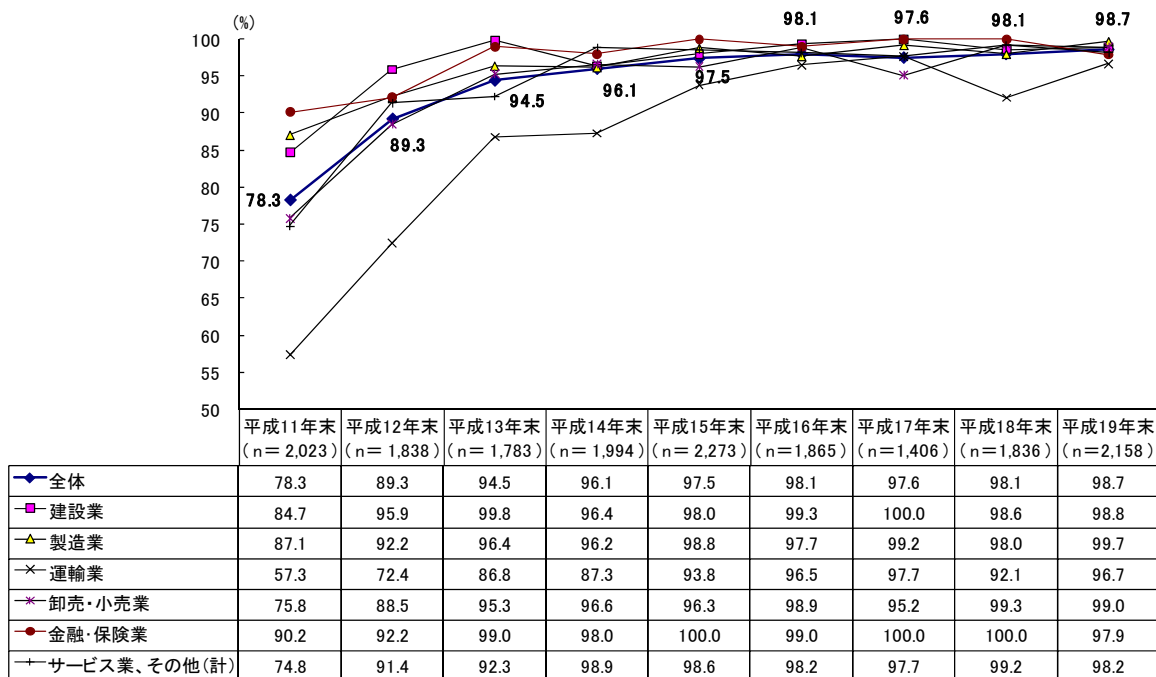
図表 1-18 インターネット利用の有無



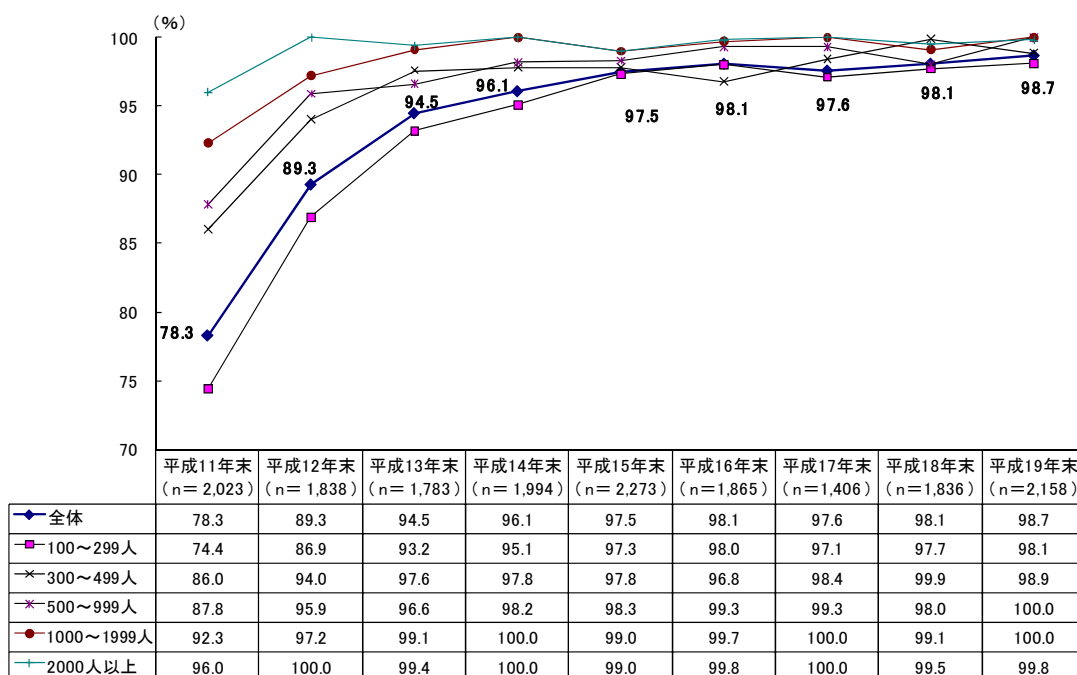


産業や従業者規模による利用格差は、既に平成13年末からほぼ解消されつつあったが、平成15年末にはこれが完全に解消し、平成16年末以降は産業や従業者規模にかかわらずあらゆる企業がインターネットを活用する状況になっている。(図表1-19、図表1-20参照)。

図表1-19 産業別インターネット利用率の推移



図表1-20 従業者規模別インターネット利用率の推移

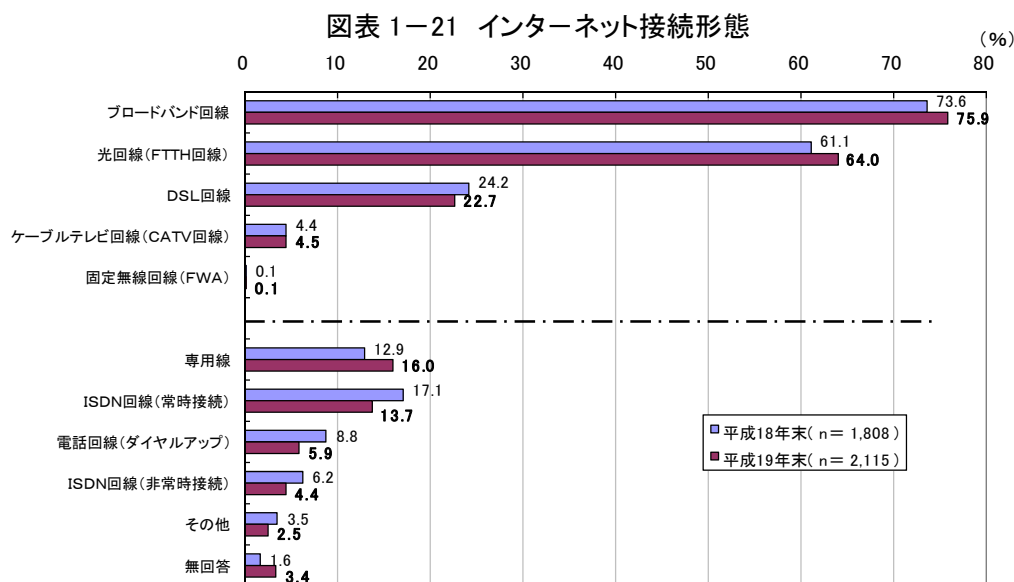


## (2) インターネット接続形態

インターネットを利用している企業について、その接続形態を尋ねたところ、最も一般的な形態は「光回線（FTTH回線）」（64.0%）、「DSL回線」（22.7%）で、次いで「専用線」（16.0%）、「ISDN回線（常時接続）」（13.7%）の順であった（図表1-21参照）。

産業別に見ると、全ての産業で「光回線」が最も多く、次いで「製造業」を除く全ての産業で「DSL回線」が2番目に、製造業では「専用線」が2番目となっている。

また従業者規模別では、全ての規模で「光回線（FTTH回線）」が第1位を占めるが、「DSL回線」と「専用線」については、従業者300人未満では「DSL回線」の方が、また1000人以上では「専用線」の方が多く利用され、その中間の規模では両方がほぼ同程度利用されており、規模による接続形態に違いが見られる（図表1-22参照）。



**図表 1-22 インターネット接続形態**

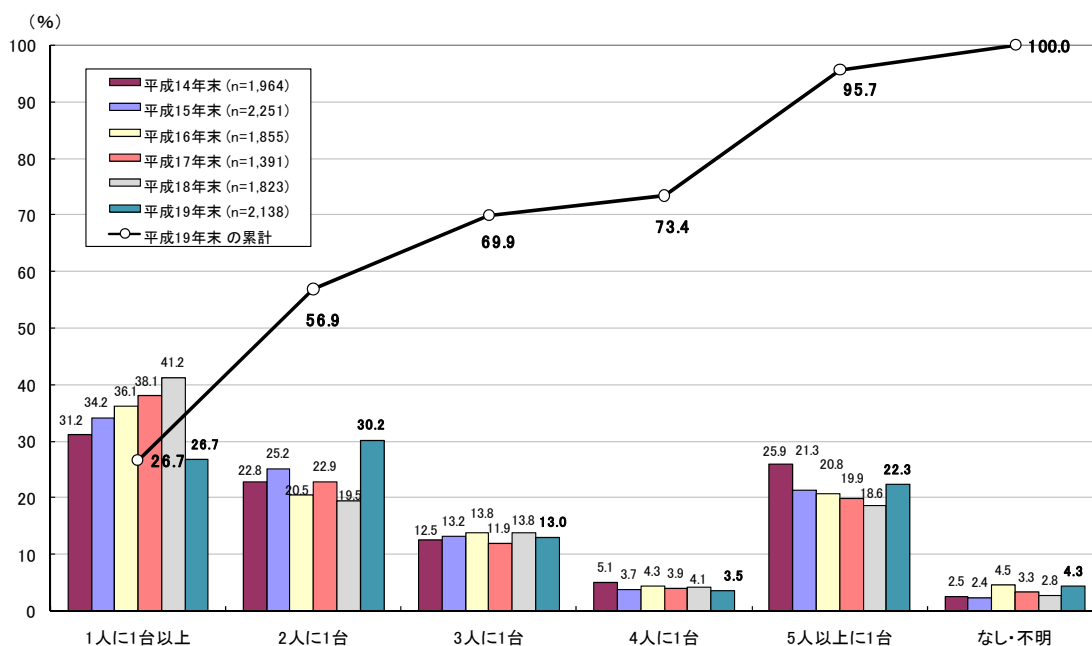
	集計企業数	インターネットの接続形態										
		電話回線 (ダイヤルアップ)	ISDN回線 (非常時接続)	ISDN回線 (常時接続)	ブロードバンド回線 (再掲)	ケーブルテレビ回線 (CATV回線)	光回線 (FTTH回線)	固定無線回線 (FWA)	DSL回線	専用線	その他	無回答
全体	2,115	5.9	4.4	13.7	75.9	4.5	64.0	0.1	22.7	16.0	2.5	3.4
[産業分類]												
建設業	315	10.5	9.2	18.8	89.5	2.9	78.3	0.1	40.2	13.7	1.5	0.6
製造業	389	4.9	4.3	9.6	73.6	5.8	60.3	-	20.3	20.6	2.1	3.0
運輸業	333	6.1	6.0	14.6	76.7	6.6	62.6	0.4	20.2	12.3	0.7	2.8
卸売・小売業	368	7.4	4.8	12.8	80.1	2.0	70.8	0.3	21.5	13.0	2.2	2.2
金融・保険業	166	5.1	6.5	7.8	71.5	2.5	59.9	0.7	30.9	30.5	3.9	1.2
サービス業・その他(計)	544	4.9	2.8	17.6	72.3	4.9	60.4	-	23.5	14.6	3.9	5.5
[従業者規模(MA)]												
100~299人	1,404	5.5	4.8	15.5	78.3	5.2	64.0	0.1	23.5	9.1	2.2	3.6
300人以上計	711	6.5	3.9	10.8	72.2	3.3	64.1	0.1	21.3	26.4	3.0	3.0
300~499人	313	5.3	4.5	9.0	77.2	6.2	65.4	0.2	20.5	21.8	2.9	3.1
500~999人	200	6.8	3.6	12.4	77.4	1.9	67.8	0.1	28.2	27.3	1.6	-
1000~1999人	108	10.0	0.6	15.5	70.2	1.5	65.2	-	13.9	28.3	0.1	-
2000人以上計	90	4.9	6.8	7.7	57.3	0.7	55.5	-	23.5	33.5	7.9	10.1

## 5 情報通信ネットワーク端末の使用人数

企業通信網やインターネットの接続端末1台当たりの使用人数は、「1人に1台以上」が26.7%、「2人に1台」が30.2%、「3人に1台」が13.0%で、1台当たり1人から3人という企業が約7割を占める。前年調査結果に比べると、「1人に1台以上」が14.5ポイントの減少となった（図表1-23参照）<sup>3</sup>。

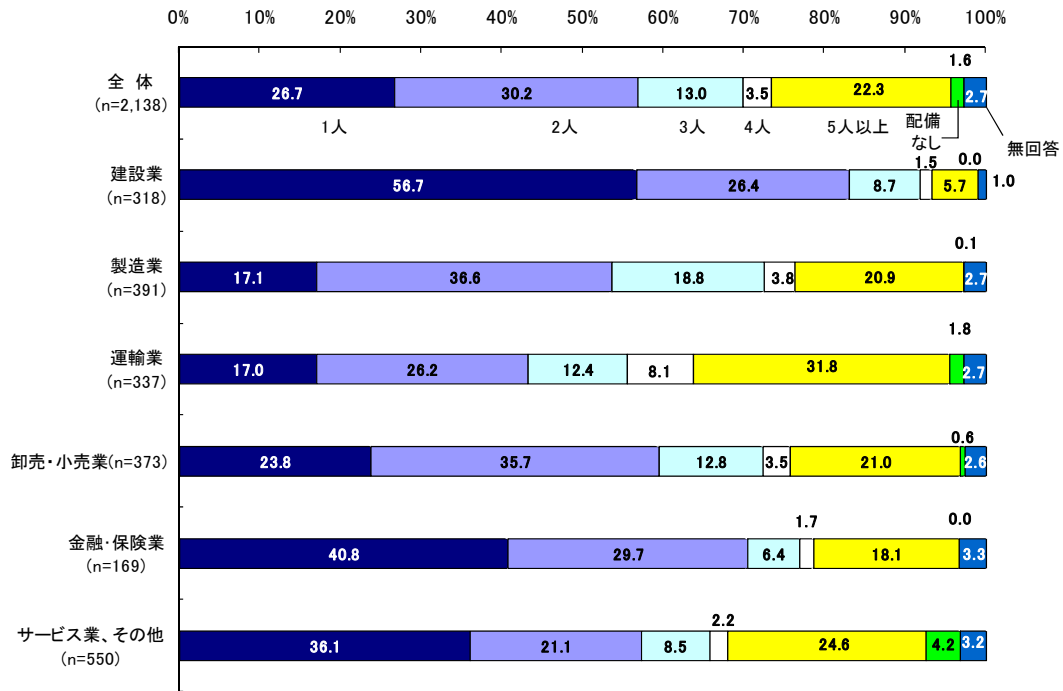
また、産業別に見ると、「建設業」で端末の1人1台化が比較的進んでいる。従業者規模別では大企業ほど1人1台化されている顕著な傾向が見られ、大企業と中小企業では情報環境にまだ格差が残る（図表1-24、図表1-25参照）。

図表1-23 企業通信網またはインターネットの接続端末1台当たり使用人数

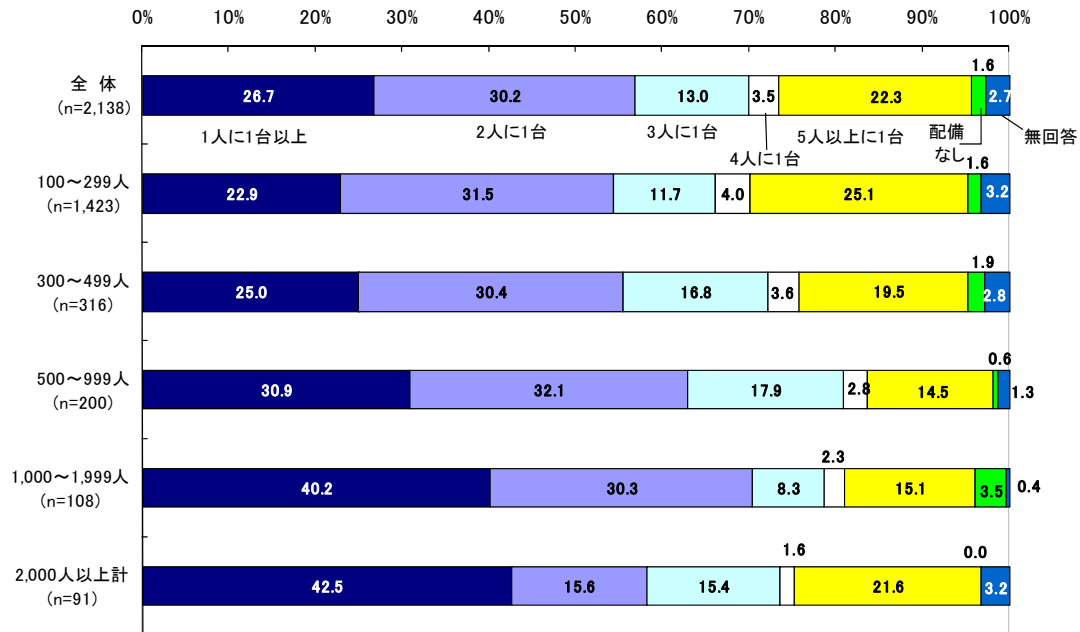


<sup>3</sup> 前年度調査よりも低くなった理由としては、調査票の選択肢の表現の変更が考えられる。昨年度調査では、「1人に1台以上」、「2人に1台」...となっていたところを、本年度調査では「1人に1台以上（100%以上）」、「2人に1台（50～99%）」...に変更したため、回答者がより厳密に回答したことが考えられる。

図表 1-24 産業別企業通信網またはインターネットの接続端末 1 台当たり使用人数



図表 1-25 従業者規模別企業通信網またはインターネットの接続端末 1 台当たり使用人数



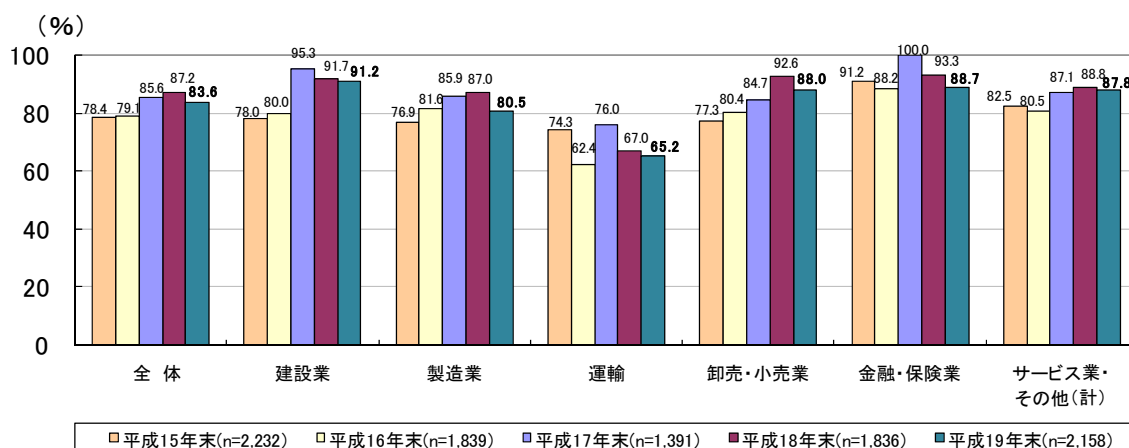
## 6 ホームページやブログ・SNAの開設

### (1) ホームページの開設率

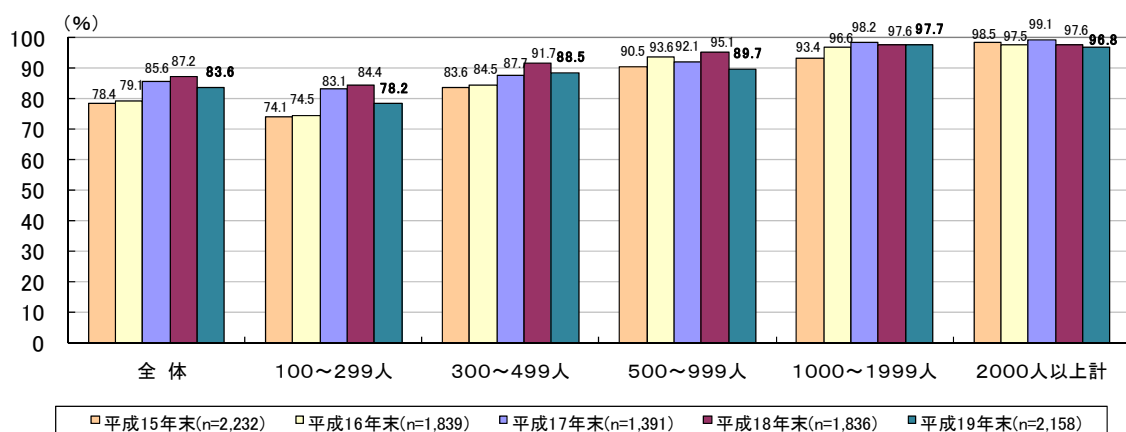
インターネットを利用している企業に自社のホームページ開設の有無を尋ねたところ、ホームページを開設している企業は83.6%であった。

産業別では、「建設業」(91.2%)、「金融・保険業」(88.7%)、「卸売・小売業」(88.0%)、「サービス業・その他(計)」(87.8%)の開設率が比較的高い(図表1-26参照)。また、従業員規模別では、大企業ほど開設率が高まる傾向が見られる(図表1-27参照)。

図表1-26 産業別ホームページ開設率



図表1-27 従業員規模別ホームページ開設率

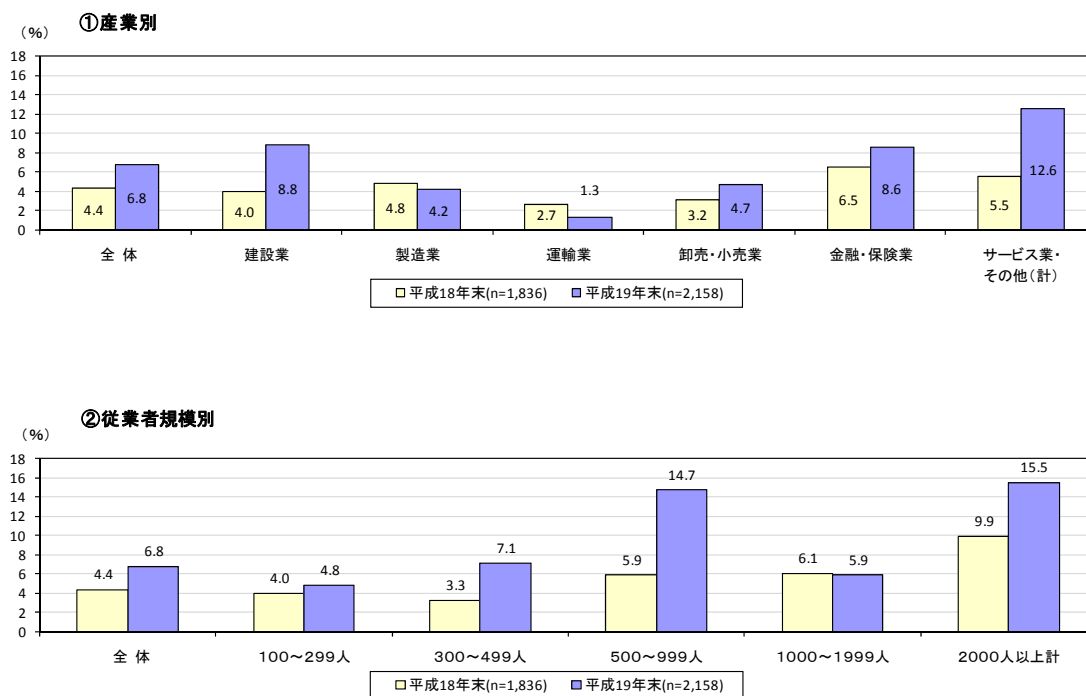


## (2) ビジネスブログ・SNSの開設率

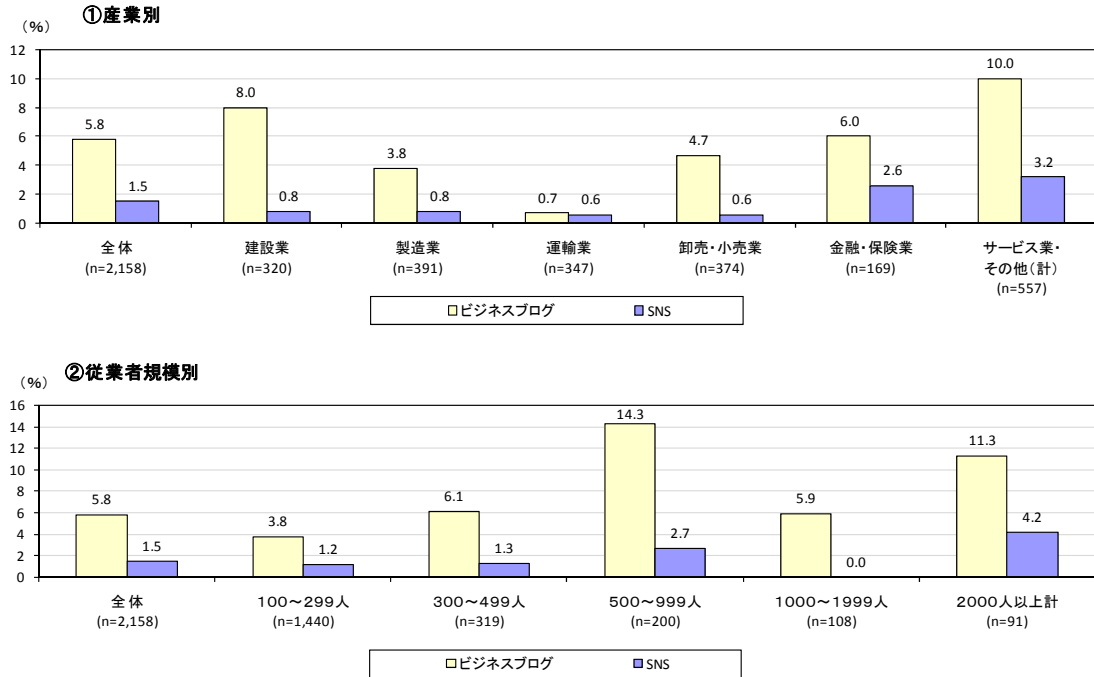
インターネットを利用している企業に自社のビジネスブログ・SNSの開設の有無を尋ねたところ、ビジネスブログ又はSNSのいずれかを開設している企業は、全体の6.8%を占め、前年の4.4%から2.4ポイント増加している。産業別では、「サービス業・その他(計)」(12.6%)、「建設業」(8.8%)、「金融・保険業」(8.6%)で比較的利用が進んでおり、「サービス業・その他(計)」及び「建設業」では前年から倍増している(図表1-28①参照)。また、従業員規模別では、「1000~1999人」を除き大企業ほど開設率が高い傾向が見られ、「2000人以上」の大企業では15.5%の企業が開設している(図表1-28②参照)

なお、ビジネスブログとSNSのそれぞれの開設率は、ビジネスブログが全体で5.8%、SNSが同じく1.5%である。ビジネスブログに比べると、SNSの開設率はまだ低い(図表1-29参照)。

図表1-28 ビジネスブログ・SNSの開設率の推移



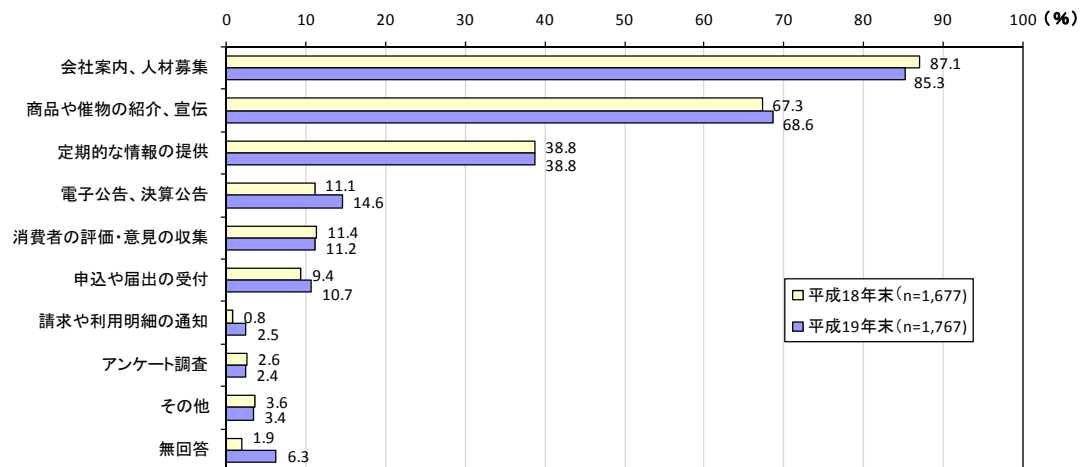
図表 1-29 ビジネスブログとSNSの開設率



(3) ホームページ、ビジネスブログ・SNSの開設目的・用途

自社のホームページやビジネスブログ・SNSを開設している企業に対し、その目的ないし用途を尋ねたところ、最も多い目的・用途は、「会社案内、人材募集」で85.3%の企業が挙げている。次いで、「商品や催物の紹介、宣伝」(68.6%)、「定期的な情報の提供」(38.8%)が多く挙げられており、自社からの情報発信手段としての使い方が一般的である(図表1-30参照)。

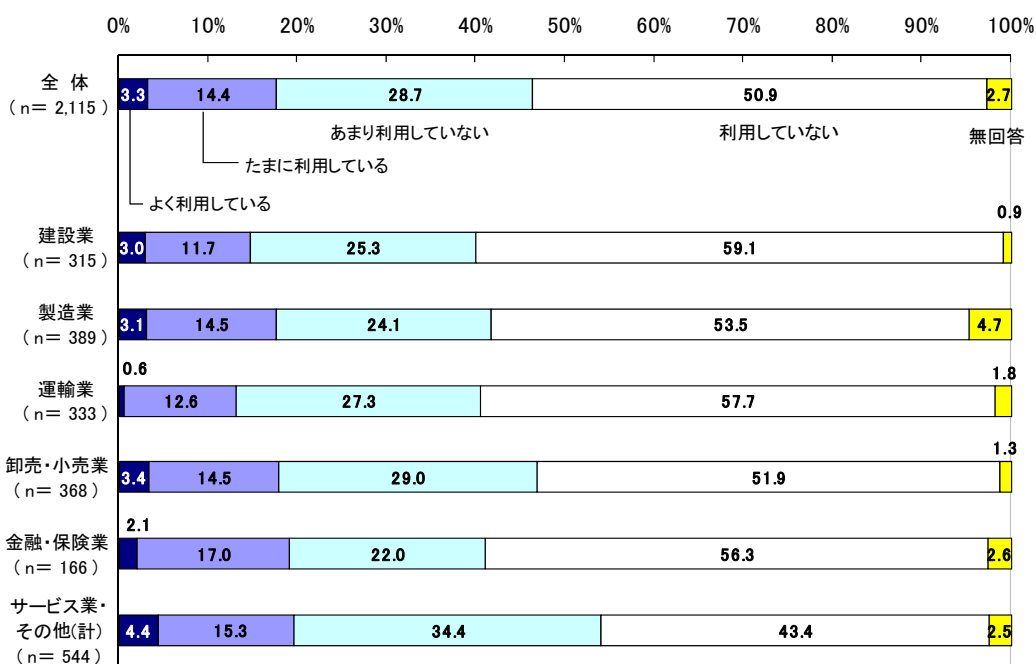
図表 1-30 ホームページやビジネスブログ・SNSの開設目的・用途



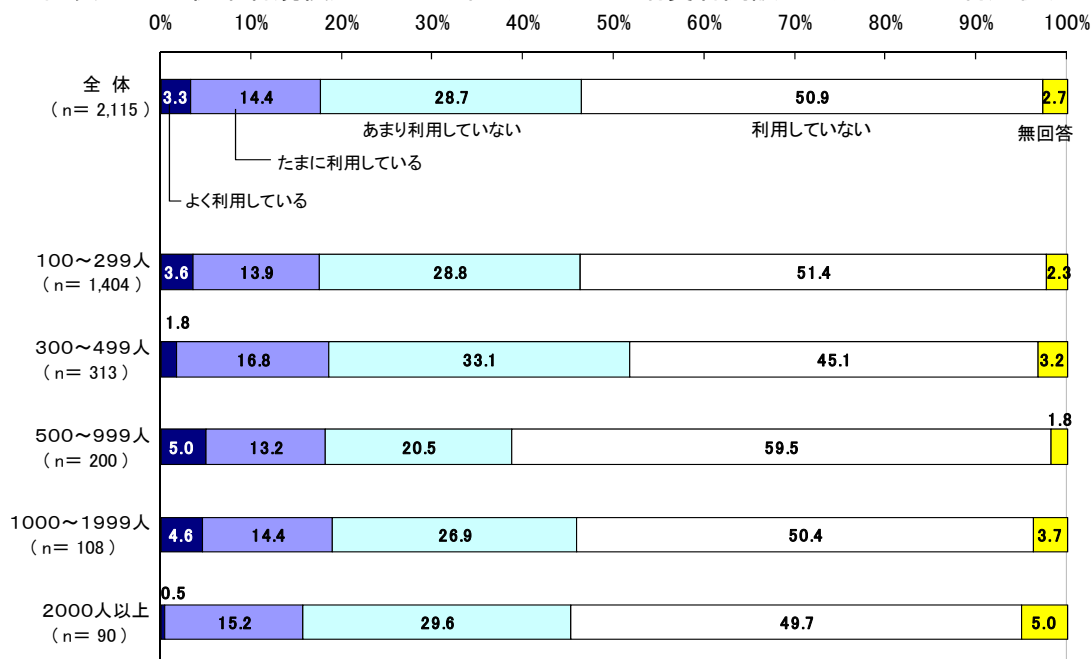
#### (4) 消費者開設のブログ・SNSの利用

インターネット利用企業のうち、マーケティングのために消費者が開設しているブログやSNSを利用している企業は、「よく利用している」(3.3%)、「たまに利用している」(14.4%)を合わせると全体の17.7%を占める。産業別では「サービス業・その他(計)」が19.7%と高率である(図表1-31参照)。一方、従業員規模別では企業規模による明らかな差は見られない(図表1-32参照)

図表 1-31 産業別マーケティングのための消費者開設ブログ・SNSの利用状況



図表 1-32 従業員規模別マーケティングのための消費者開設ブログ・SNSの利用状況



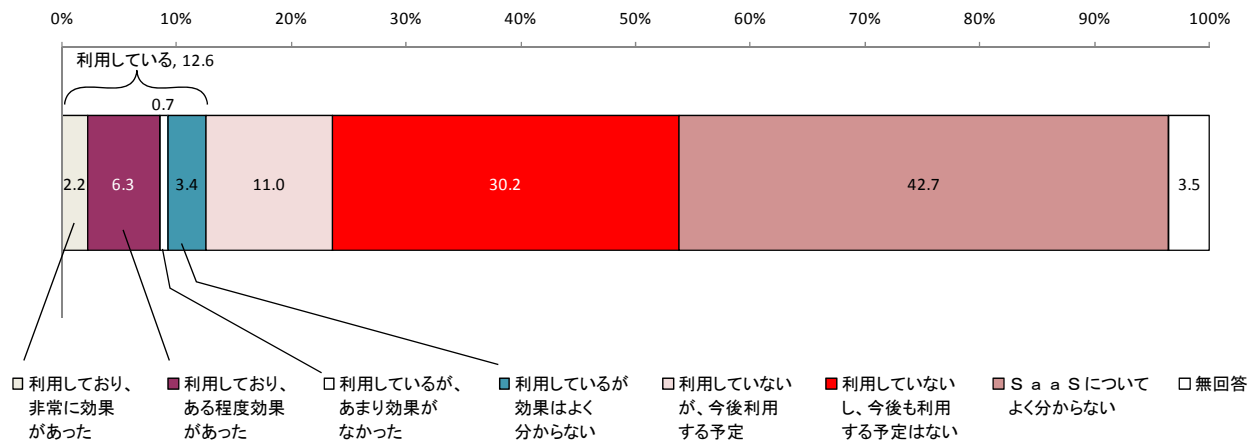


## 7 ASP・SaaSの利用

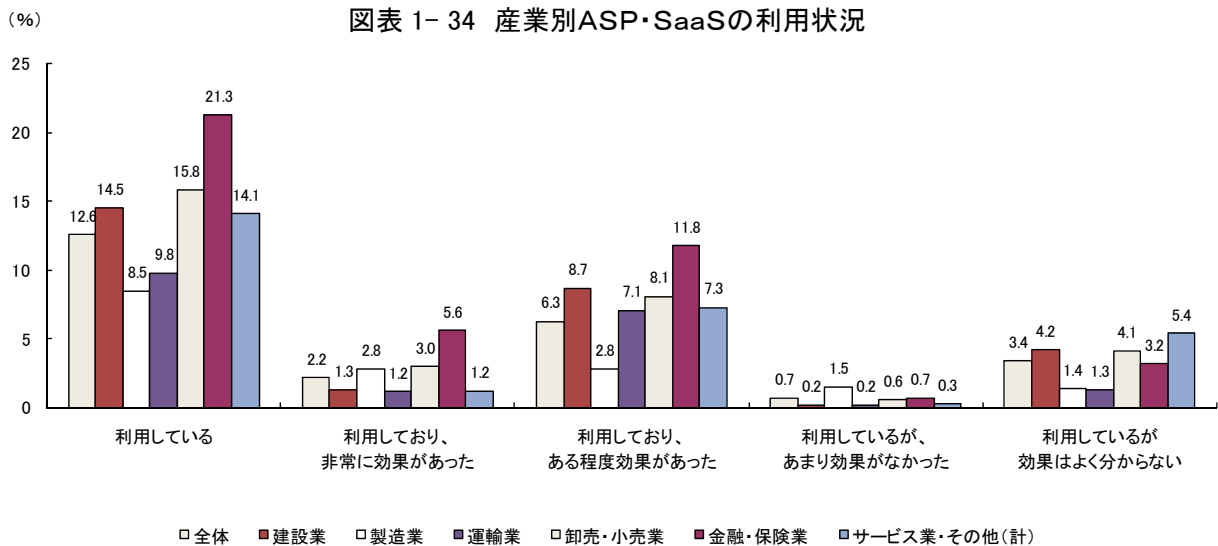
### (1) ASP・SaaSの利用率

すべての企業に対し、ASP<sup>4</sup>が提供するSaaS<sup>5</sup>を利用しているかを尋ねたところ、利用している企業は、全体の12.6%であった(図表1-33参照)。産業別では「金融・保険業」及び「卸売・小売業」の利用率が高い(図表1-34参照)。

図表1-33 ASP・SaaSの利用状況



図表1-34 産業別ASP・SaaSの利用状況



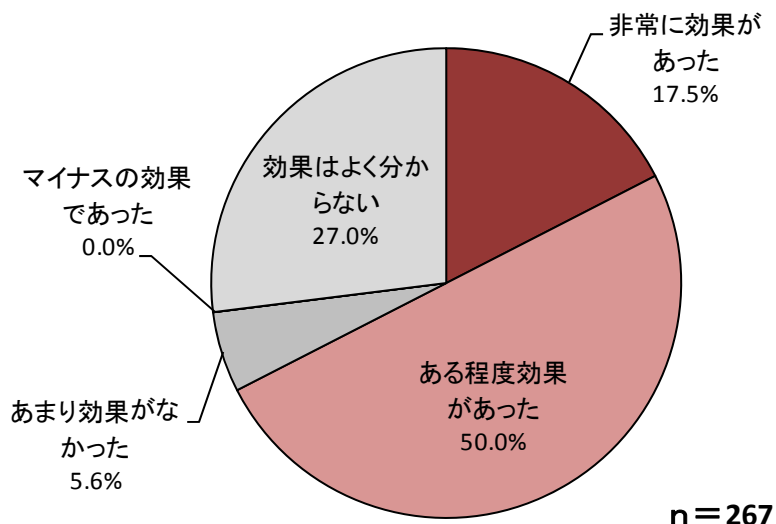
<sup>4</sup> ASP : 「Application Service Provider」の略。

<sup>5</sup> SaaS : 「Software as a Service」の略。

## (2) ASP・SaaSの利用効果

ASP・SaaSの利用企業においては、「非常に効果があった」が17.5%、「ある程度効果があった」が50.0%で、両者を合わせると約3社のうち2社に当たる67.5%が効果を認めている（図表1-35参照）。

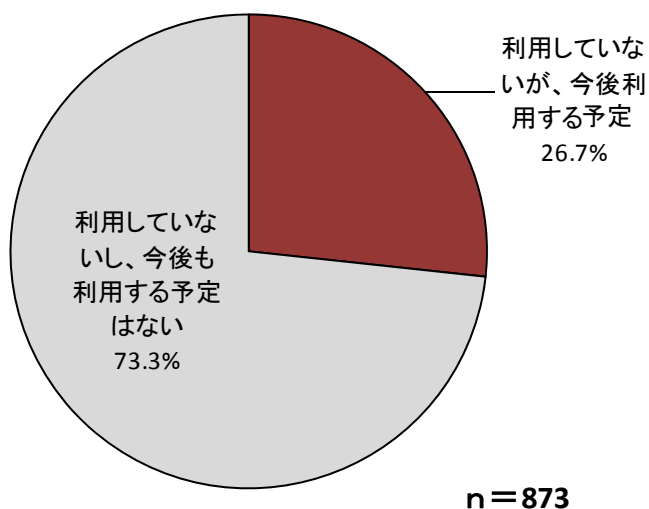
図表1-35 ASP・SaaSの利用効果の有無



## (3) ASP・SaaSの利用意向

ASP・SaaSを利用していない企業においては、今後利用を予定している企業が26.7%であり、今後の普及が期待される（図表1-36参照）。

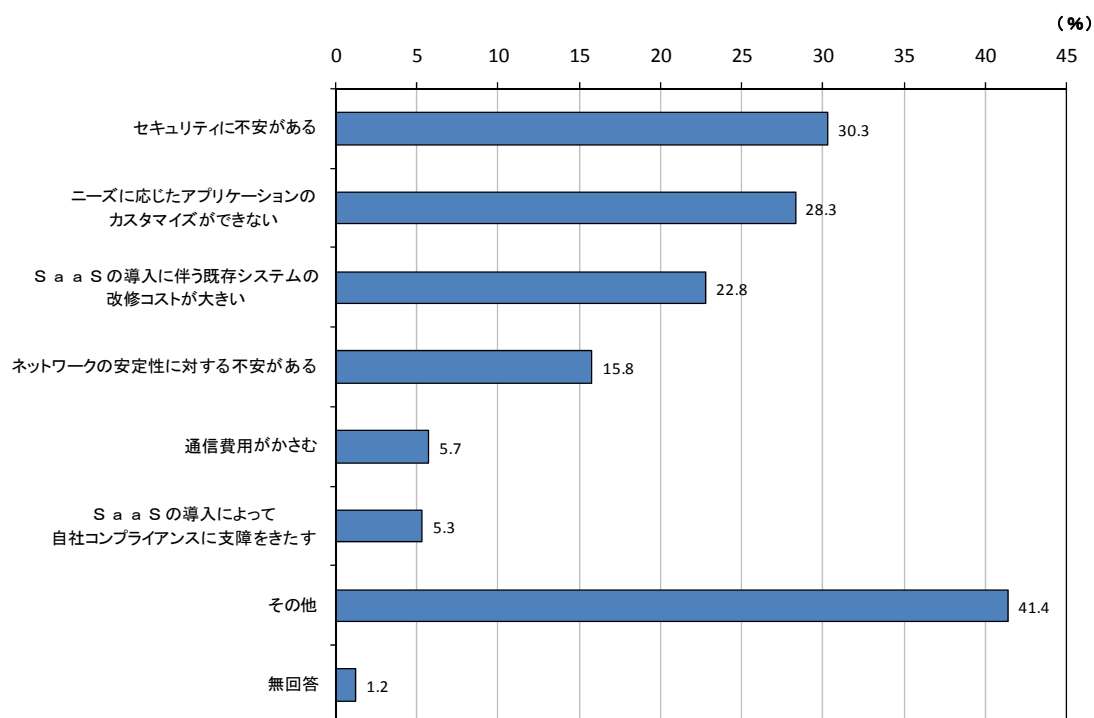
図表1-36 ASP・SaaSの利用意向



#### (4) SaaSを利用しない理由

「SaaSを利用していないし、今後も利用する予定はない」と回答した企業に対し、SaaSを利用しない理由を尋ねたところ、「セキュリティに不安がある」が最多で約3割(30.3%)の企業が挙げている。以下、「ニーズに応じたアプリケーションのカスタマイズができない」(28.3%)、「SaaSの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい」(22.8%)の順となっている(図表1-37参照)。

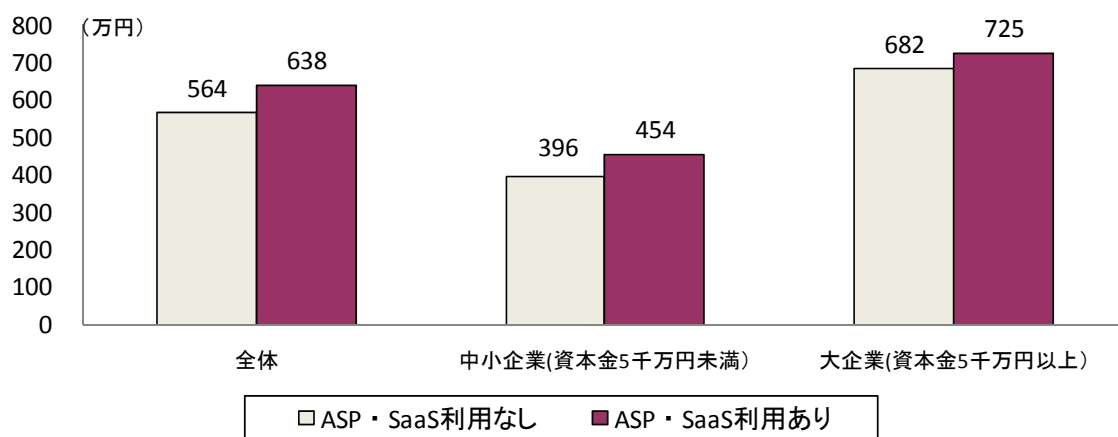
図表1-37 SaaSを利用しない理由



### (5) ASP・SaaSの利用と労働生産性

ASP・SaaSの利用企業とそうでない企業の労働生産性を比較したところ、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564万円に比べて74万円高くなっている（図表1-38参照）。

図表1-38 ASP・SaaSの利用と労働生産性

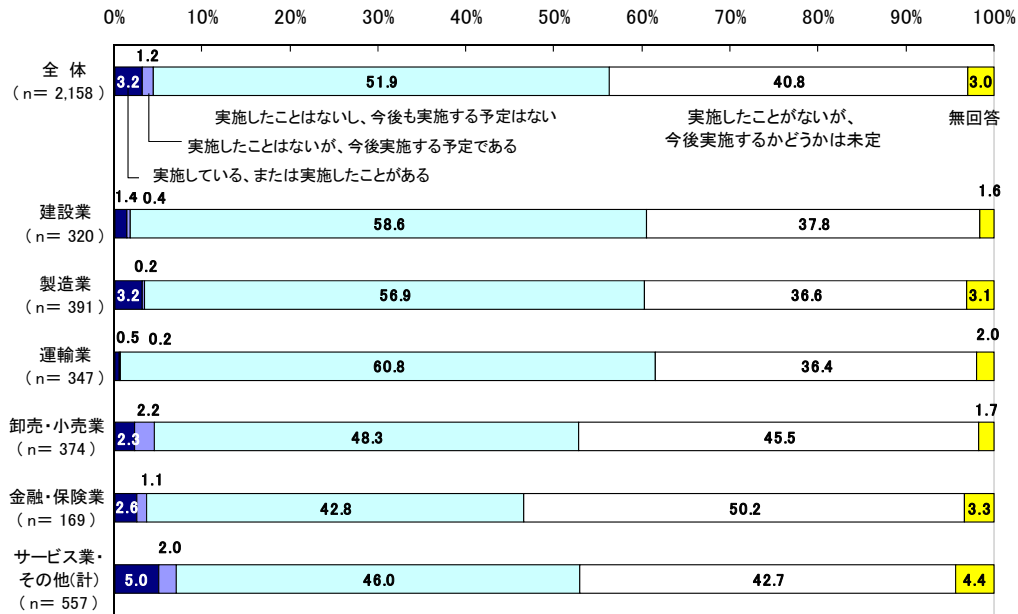


※1 ここでいう労働生産性は従業者1人当たり付加価値額  
※2 付加価値額は営業利益+人件費  
※3 営業利益、人件費、資本金及びSaaSの利用が無回答のものを除いて集計  
※4 労働生産性が1億円以上のものは外れ値とみなし、除いて集計

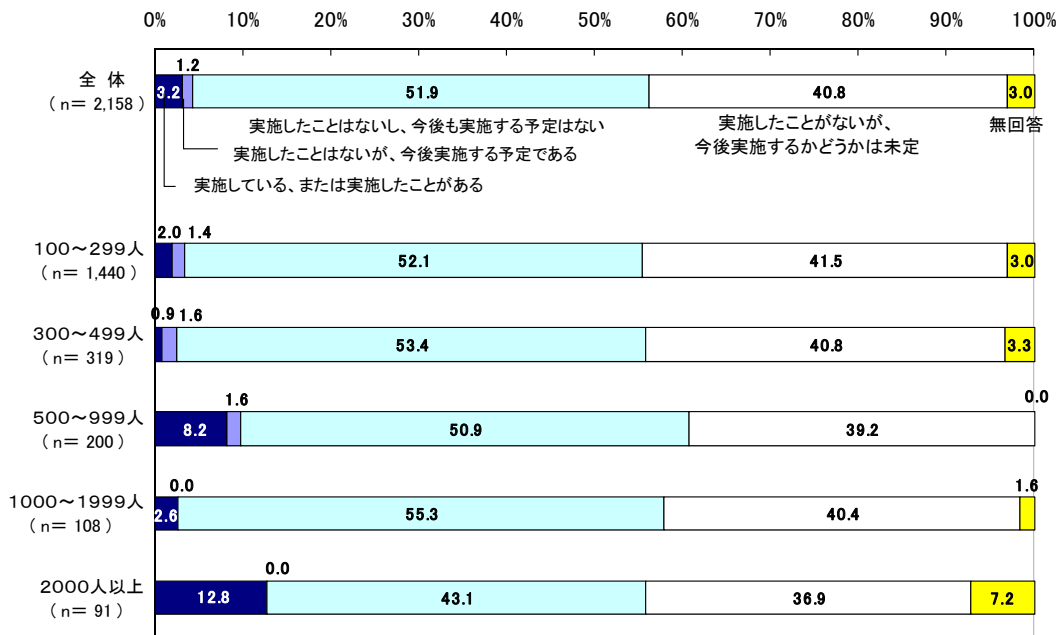
## 8 インターネット上の3D仮想空間の利用

すべての企業に対して、インターネット上の3D仮想空間で支店開設、販売促進活動、PR、イベント開催などの活動の有無を尋ねたところ、「実施している、または実施したことがある」企業は全体の3.2%であった。「サービス業・その他（計）」や2000人以上の企業に限ると、それぞれ5.0%、12.8%の利用率となっているが、全体的にみると、利用はまだ一部の先駆的企業に留まっている（図表1-39、図表1-40参照）。

図表1-39 産業別3D仮想空間の利用状況



図表1-40 従業者規模別3D仮想空間の利用状況



## 9 ユビキタス関連ツールの導入

すべての企業に対し、ユビキタス関連ツールの導入状況について尋ねた。ここでいうユビキタス関連ツールとは、次の①「電子タグ（RFIDタグ）」、②「非接触型ICカード」、③「新たにネットワーク機能が加わった機器（ネットワークカメラ、センサー等）」、④「GPS、携帯電話などの位置確認機能」を指している。

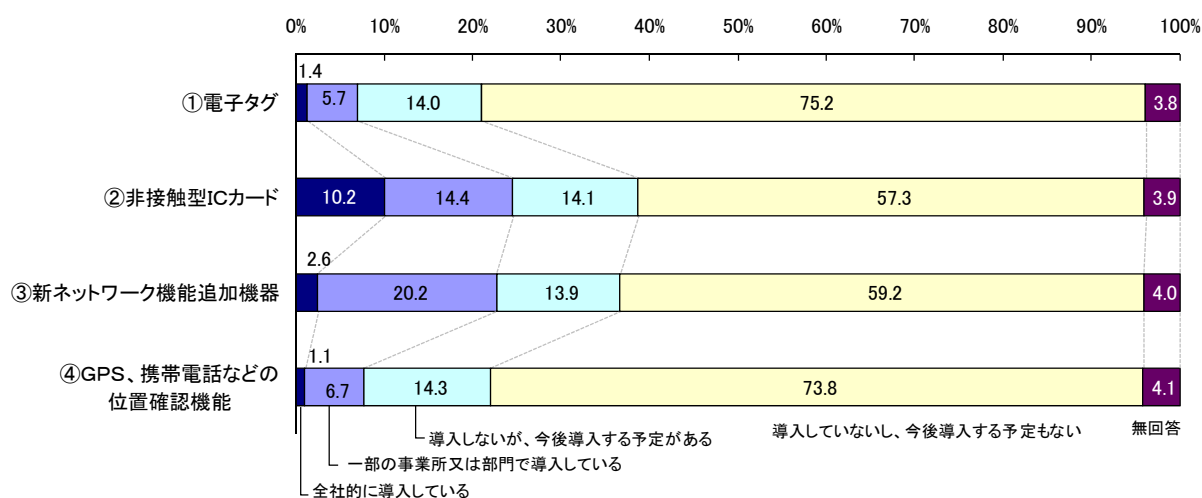
- ・ 「電子タグ」：物の特定による生産管理や在庫管理、物流管理などに利用
- ・ 「非接触型ICカード」：人の認証による入退室管理、キャッシュレス決済などに利用
- ・ 「新たなネットワーク機能が加わった機器」：ネットワークカメラや人感センサーを防犯などに利用
- ・ 「GPS、携帯電話などの位置確認機能」：車両の位置情報に基づく運行管理などに利用

ユビキタス関連ツールとして、上記の①～④のいずれかを全社的あるいは一部の事業所又は部門で導入している企業は、全企業の40.7%を占め、ツール別には「非接触型ICカード」の導入率が最も高く24.6%、次いで「新たなネットワーク機能が加わった機器」(22.9%)、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」(7.7%)、「電子タグ」(7.1%)の順となっている(図表1-41、図表1-42参照)。

また、すべてのツールで10%を超える企業が導入を予定しており、今後の普及が期待される(図表1-41参照)。

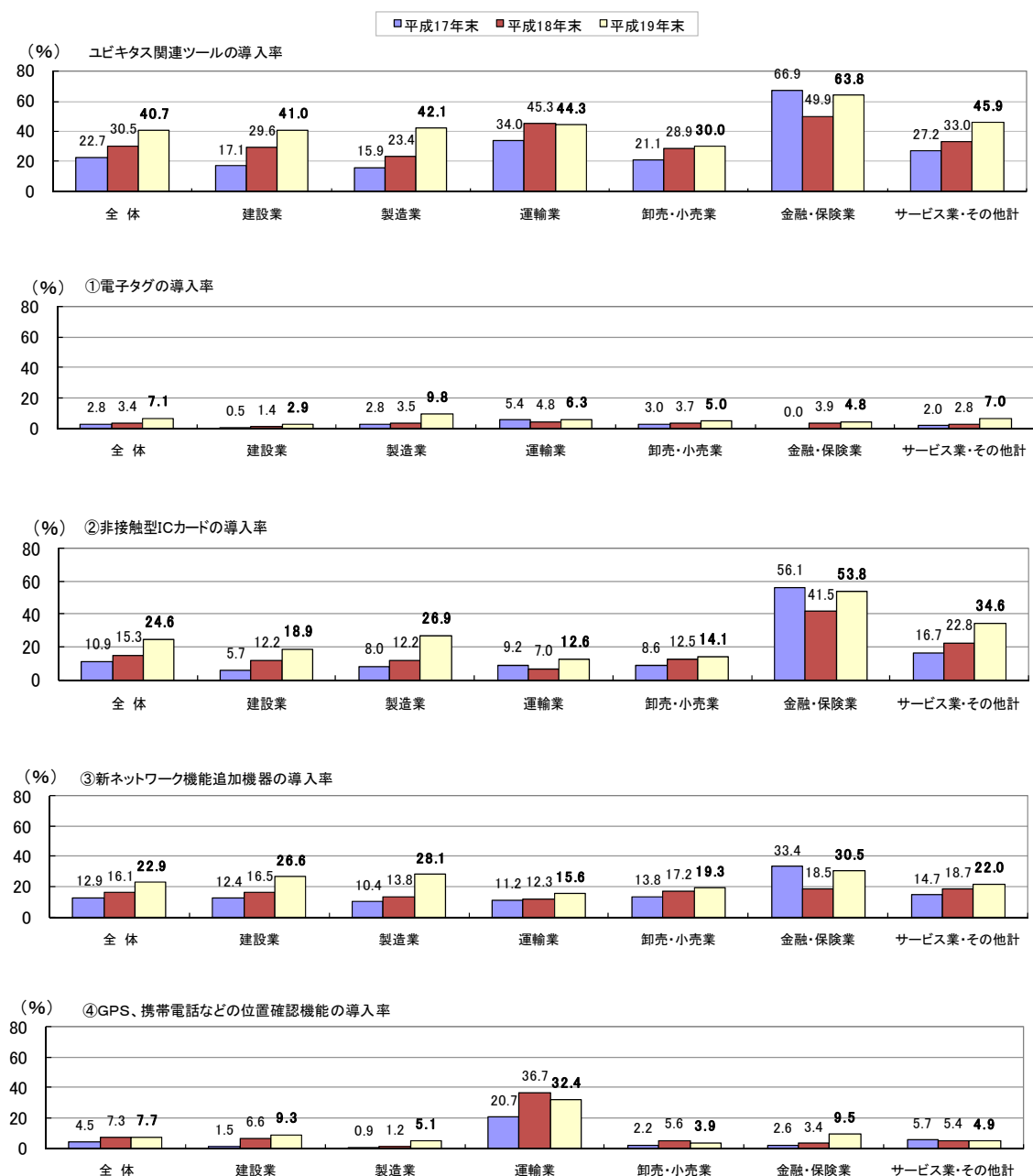
これらの普及率を前年と比較すると、ユビキタス関連ツールを導入する企業は、30.5%から40.7%に10ポイント以上も増え、特に「電子タグ」は3.4%から7.1%に倍増するなど、普及に弾みがついている(図表1-42参照)。

図表 1-41 ユビキタス関連ツールの導入状況

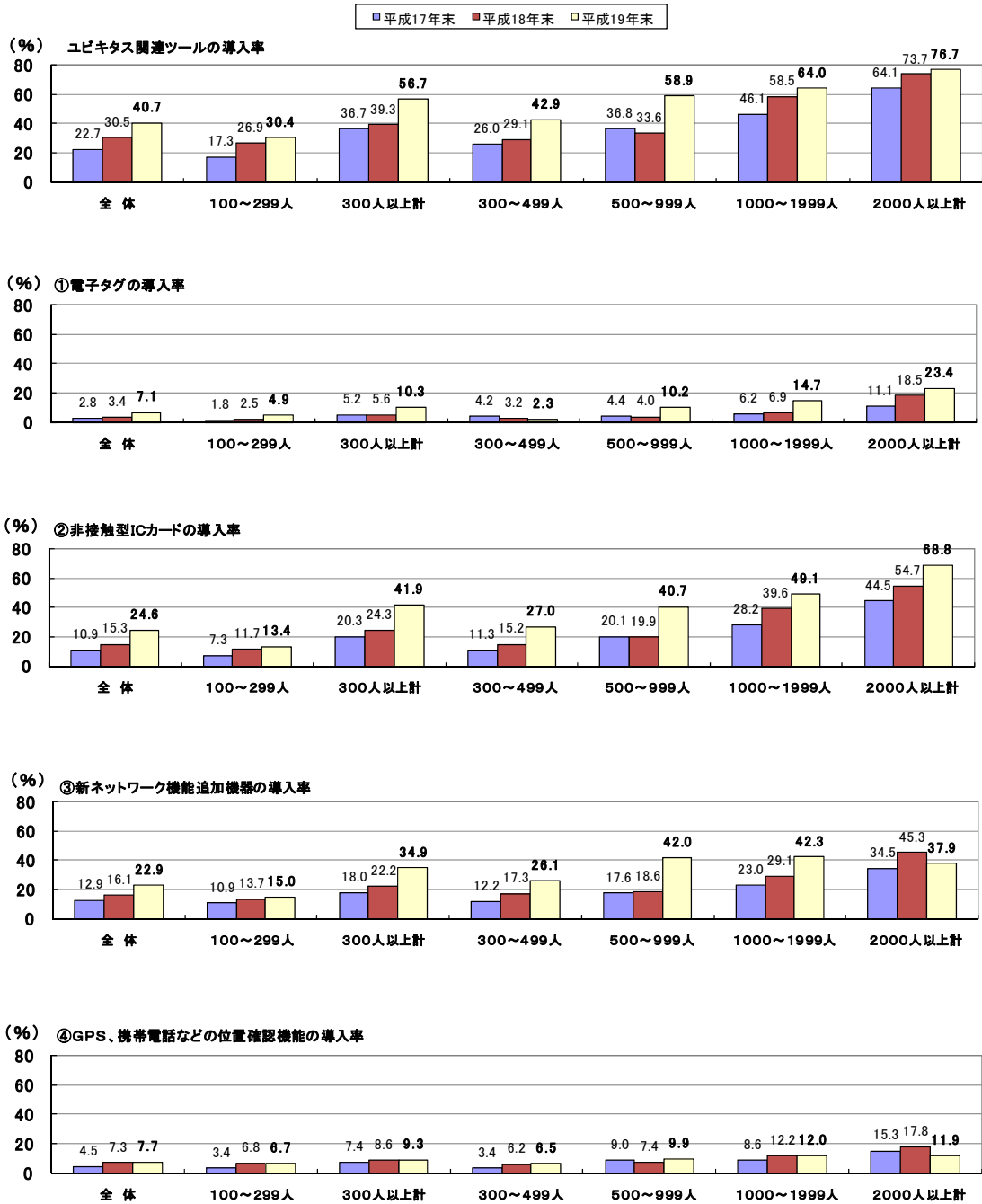


また産業別に見ると、産業によって利用するツールに特徴が見られ、「電子タグ」では「製造業」が9.8%と高く、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」では「運輸業」が32.4%と他を大きく引き離し、「非接触型ICカード」や「新たなネットワーク機能が加わった機器」では「金融・保険業」がそれぞれ53.8%及び30.5%の導入率と突出している。前年と比べると、製造業の伸びがいずれのツールにおいても顕著で、ユビキタス関連ツールを利用する企業は前年の23.4%から42.1%に著増している（図表1-42参照）。従業者規模別では、全てのツールについて大企業ほど導入率が高い傾向が見られる（図表1-43参照）。

図表1-42 産業別ユビキタス関連ツール導入率



図表 1-43 従業者規模別ユビキタス関連ツール導入率





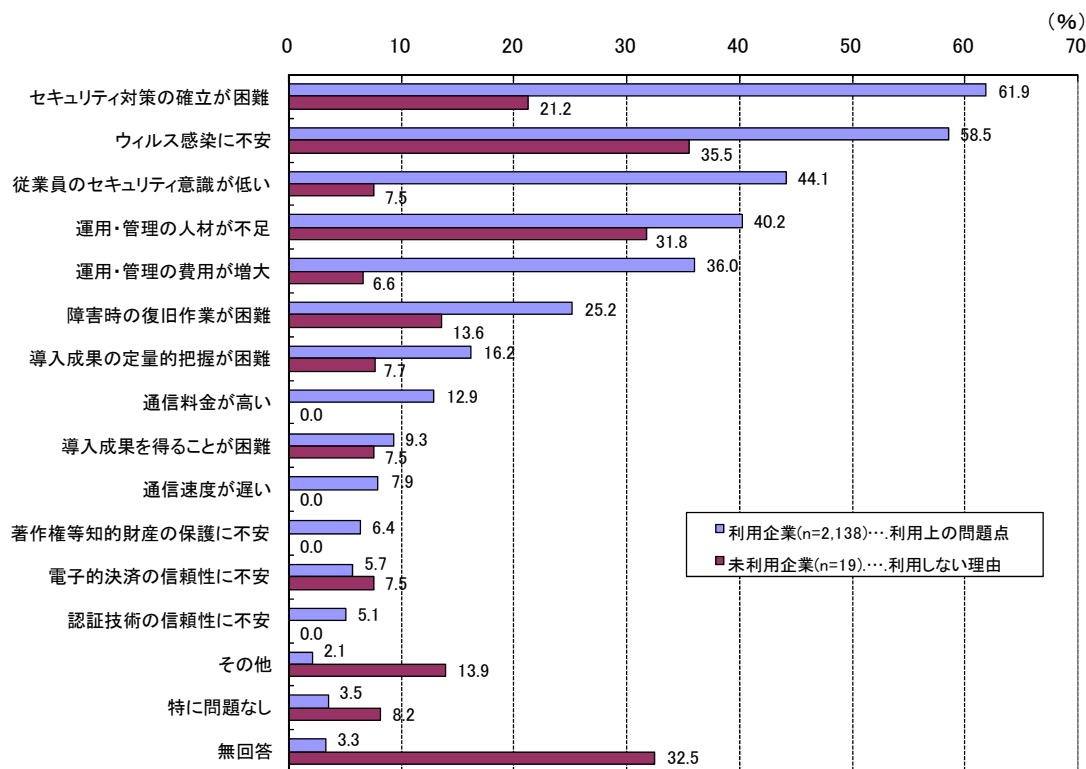
## 10 情報通信ネットワーク利用上の問題点

情報通信ネットワーク（企業通信網及びインターネット網）を利用している企業と利用していない企業に対し、利用企業には利用する上で認識される問題点、未利用企業には、利用を妨げる問題点をそれぞれ尋ねた（複数回答）。

### 利用企業

情報通信ネットワークの利用上の問題点として、第1番目に挙げられたのは「セキュリティ対策の確立が困難」（61.9%）である。次いで「ウイルス感染に不安」（58.5%）、「従業員のセキュリティ意識が低い」（44.1%）が多く挙げられており、セキュリティに対する不安がこれまで同様に利用者の最大の問題となっていることを示している。続いて「運用・管理の人材が不足」（40.2%）、「運用・管理の費用が増大」（36.0%）、「障害時の復旧作業が困難」（25.2%）、「導入成果の定量的把握が困難」（16.2%）を挙げる企業が多く、上記の安全性に加えて人材、コスト、運用管理、導入効果の面についても問題意識が高いことを示している（図表1-44参照）。

図表1-44 情報通信ネットワークの利用上の問題点



## 未利用企業

情報通信ネットワーク未利用企業数がわずか 19 社であるため、統計的意味はほとんどないが、その中で利用を妨げている問題点として多く挙げているのは、「ウイルス感染に不安」、「運用・管理の人材の不足」、「セキュリティ対策の確立が困難」、「障害時の復旧作業が困難」で、セキュリティに対する不安感、運用管理への不安が利用を妨げる要因であることを示唆している（図表 1-44 参照）。

図表 1-45 情報通信ネットワークの利用上の問題点(属性別ランキング)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】	2,158	セキュリティ対策の確立が困難 61.6	ウイルス感染に不安 58.4	従業員のセキュリティ意識が低い 43.9	運用・管理の人材が不足 40.1	運用・管理の費用が増大 35.8
インターネット 利用状況	全社的に利用	セキュリティ対策の確立が困難 63.8	ウイルス感染に不安 59.7	従業員のセキュリティ意識が低い 46.7	運用・管理の人材が不足 40.5	運用・管理の費用が増大 37.2
	一部の事業所又は部門で利用	セキュリティ対策の確立が困難 56.2	ウイルス感染に不安 56.0	運用・管理の人材が不足 40.0	従業員のセキュリティ意識が低い 35.1	運用・管理の費用が増大 32.2
	利用していないが、今後利用予定あり	運用・管理の人材が不足 31.3	ウイルス感染に不安 22.9	導入成果の定量的把握が困難 22.9	セキュリティ対策の確立が困難 21.0	通信料金が高い 21.0
	利用していないし、今後も利用予定なし	運用・管理の人材が不足 43.2	ウイルス感染に不安 41.8	セキュリティ対策の確立が困難 33.8	従業員のセキュリティ意識が低い 21.0	障害時の復旧作業が困難 20.6
産業	建設業	セキュリティ対策の確立が困難 63.6	ウイルス感染に不安 59.6	従業員のセキュリティ意識が低い 54.3	運用・管理の費用が増大 41.4	運用・管理の人材が不足 40.1
	製造業	セキュリティ対策の確立が困難 67.8	ウイルス感染に不安 63.3	従業員のセキュリティ意識が低い 50.7	運用・管理の人材が不足 41.8	運用・管理の費用が増大 39.1
	運輸・通信業	ウイルス感染に不安 53.0	セキュリティ対策の確立が困難 50.8	従業員のセキュリティ意識が低い 42.1	運用・管理の人材が不足 35.6	運用・管理の費用が増大 29.0
	卸売・小売業	セキュリティ対策の確立が困難 62.3	ウイルス感染に不安 60.4	従業員のセキュリティ意識が低い 43.6	運用・管理の人材が不足 39.6	運用・管理の費用が増大 35.2
	金融・保険業	セキュリティ対策の確立が困難 69.6	ウイルス感染に不安 56.2	運用・管理の費用が増大 51.2	運用・管理の人材が不足 39.3	障害時の復旧作業が困難 26.1
	サービス業・その他(計)	セキュリティ対策の確立が困難 57.8	ウイルス感染に不安 53.6	運用・管理の人材が不足 40.4	従業員のセキュリティ意識が低い 37.0	運用・管理の費用が増大 33.7
従業者規模	100~299人未満	セキュリティ対策の確立が困難 62.5	ウイルス感染に不安 59.4	従業員のセキュリティ意識が低い 42.0	運用・管理の人材が不足 41.8	運用・管理の費用が増大 32.4
	300人以上	セキュリティ対策の確立が困難 60.3	ウイルス感染に不安 56.9	従業員のセキュリティ意識が低い 46.9	運用・管理の費用が増大 41.0	運用・管理の人材が不足 37.4
	300~499人	セキュリティ対策の確立が困難 65.3	ウイルス感染に不安 65.0	従業員のセキュリティ意識が低い 56.1	運用・管理の人材が不足 42.5	運用・管理の費用が増大 36.6
	500~999人	セキュリティ対策の確立が困難 46.4	ウイルス感染に不安 43.8	運用・管理の人材が不足 40.5	運用・管理の費用が増大 36.6	従業員のセキュリティ意識が低い 31.8
	1000~1999人	セキュリティ対策の確立が困難 72.3	ウイルス感染に不安 64.0	従業員のセキュリティ意識が低い 52.0	運用・管理の費用が増大 48.0	障害時の復旧作業が困難 29.9
	2000人以上	セキュリティ対策の確立が困難 52.0	運用・管理の費用が増大 48.3	ウイルス感染に不安 46.3	従業員のセキュリティ意識が低い 38.3	運用・管理の人材が不足 35.8

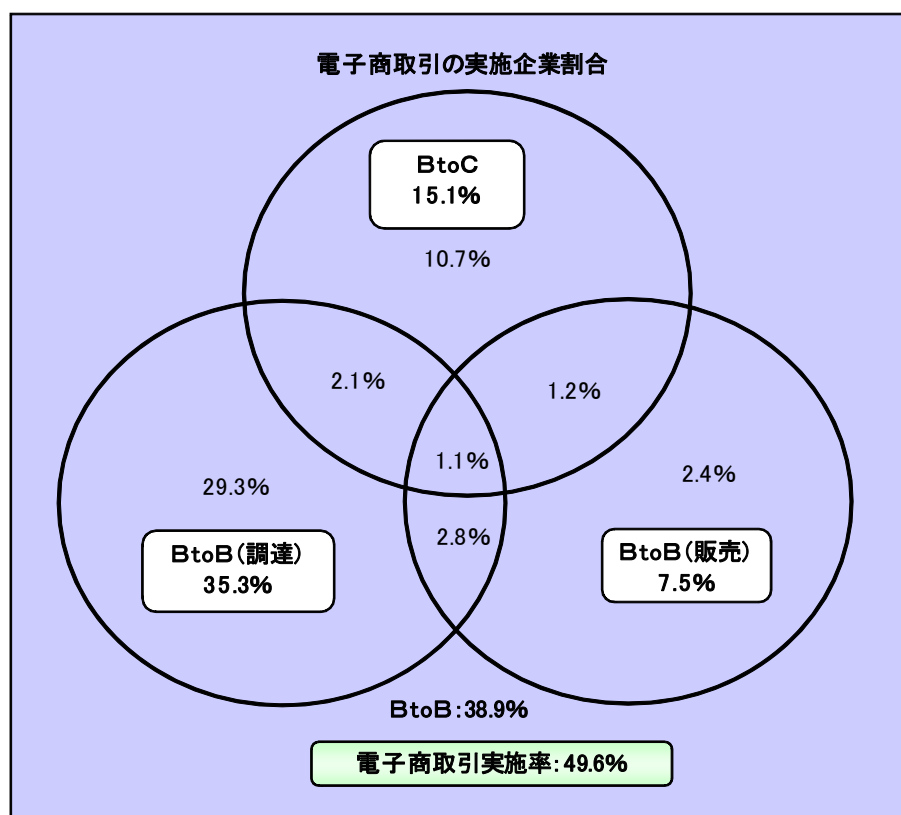
## 第2章 電子商取引

### 1 電子商取引の導入

本調査が対象とするすべての企業に対して、電子商取引（インターネットを利用した調達及び販売<sup>6</sup>）の導入状況を尋ねた。

平成19年末の時点においてインターネットを利用して企業向けの販売、企業からの調達、一般消費者向けの販売のいずれかを実施している企業は全体の49.6%（平成18年末45.7%）で、約半数の企業が電子商取引を行っている。その構成は下図に示すように、企業からの調達を実施している企業が35.3%、企業への販売を実施している企業が7.5%で、調達と販売のいずれかを行っている企業（BtoB実施率）が38.9%、一般消費者向け販売を行っている企業（BtoC実施率）が15.1%となっている。電子商取引を実施している企業で最も多いのは、原材料・部品などの中間財を調達することのみインターネットを活用する企業で29.3%の企業がこれに該当する。次いで一般消費者向けだけに電子商取引を行っている企業が多く、10.7%となっている（図表2-1参照）。

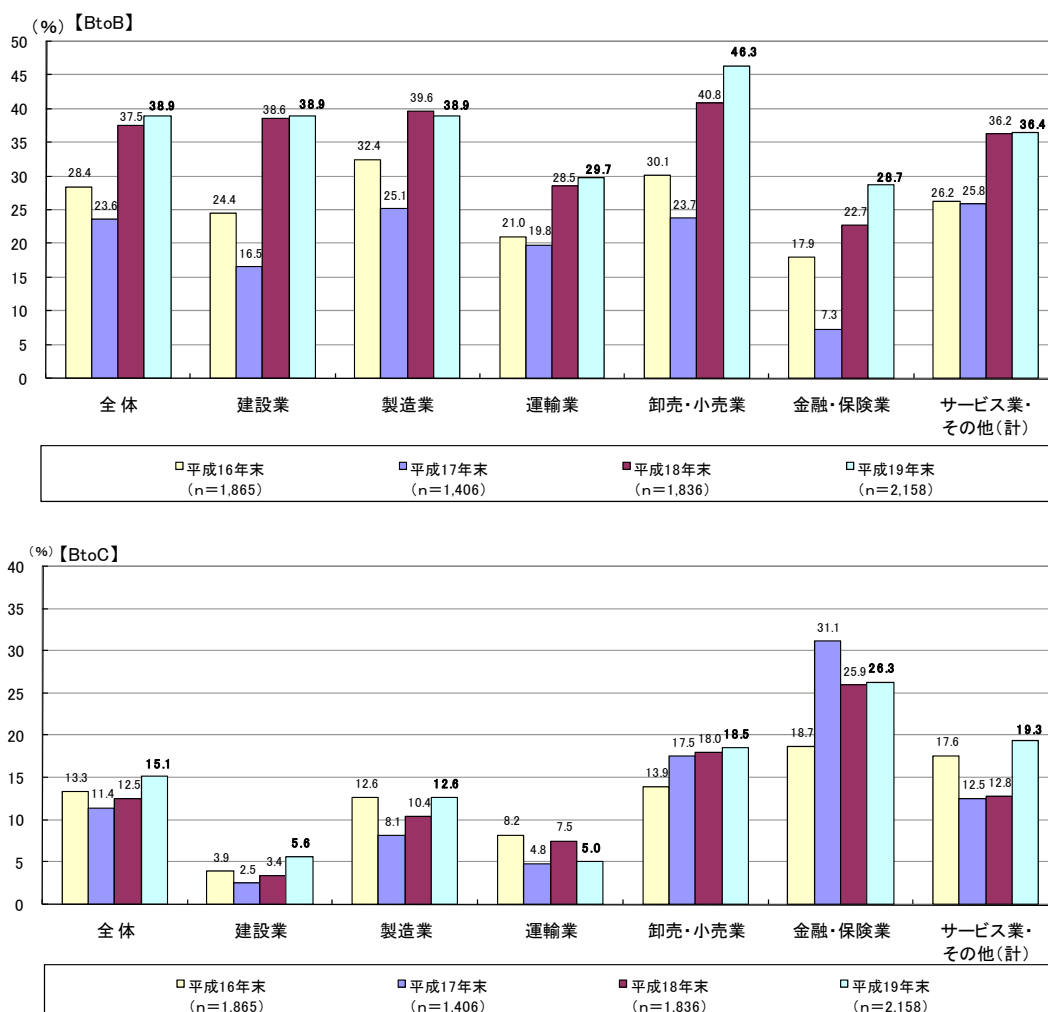
図表2-1 電子商取引の構造



<sup>6</sup> 公衆網のインターネットを用いた調達だけでなく、TCP/IPを用いた調達も含まれる。

産業別のBtoB（企業間取引）及びBtoC（企業と一般消費者の取引）の実施率は、下図に示すとおりである。前年に比べ、BtoBの実施率は「製造業」を除く全ての産業で増加し、またBtoCの実施率でも「運輸業」を除く全ての産業で増加しており、産業全般で普及が進んでいる。BtoBの実施率の高い産業は、「卸売・小売業」で、約半数（46.3%）が実施している。一方、BtoCの実施率では「金融・保険業」が26.3%と高い（図表2-2参照）。

図表 2-2 BtoB 及び BtoC の実施率



## 2 電子商取引による販売額

電子商取引を行っている企業に対し、インターネットで注文を受け付けた販売額とその商品の販売額全体に占める割合（電子販売率）を尋ねた。

電子販売率の分布は、「1%未満」が最多で22.2%を占める。また約半数（46.4%）が5%未満の企業で、無回答を除く平均電子販売率は9.2%となる（図表2-3参照）。産業別で見ると、「金融・保険業」、「サービス業・その他（計）」の電子販売への依存度が高く、20%以上が電子販売という企業が2割近くを占めている（図表2-4参照）。

図表 2-3 電子販売率の推移

	集計企業数（社）	電子販売率（%）												無回答	平均
		1%未満	1%～2%未満	2%～3%未満	3%～5%未満	5%～10%未満	10%～20%未満	20%以上	20%～40%未満	40%～60%未満	60%～80%未満	80%以上			
		平成14年度	338	60.7	1.9	0.2	1.8	2.8	0.2	0.8	-	-	-		
平成15年度	493	41.4	5.5	3.8	3.1	2.8	2.1	4.5	-	-	-	-	-	36.7	5.0
平成16年度	393	13.7	3.9	4.0	1.8	4.8	2.4	13.6	-	-	-	-	-	55.7	18.3
平成17年度	256	19.7	3.1	3.0	2.8	8.3	6.4	13.3	-	-	-	-	-	43.5	14.2
平成18年度	358	0.1	13.1	3.9	1.2	5.0	23.7	11.7	7.6	3.2	0.1	0.8	41.2	11.8	
平成19年度	362	22.2	9.6	5.5	9.1	9.8	5.4	12.5	7.9	1.7	0.3	2.6	25.8	9.2	

(注)1 「電子販売率」=インターネットを利用した販売額/売上高×100

2 平成17年度までの調査票では「インターネットを利用した販売額」を、平成18年では電子販売率が「何割」か、平成19年度はそれが「何%」かを尋ねており、時系列でみる場合には質問の仕方に変更がある点に留意が必要。

図表 2-4 産業別電子販売率(平成19年末)

	集計企業数（社）	電子販売率（%）												無回答	平均
		1%未満	1%～2%未満	2%～3%未満	3%～5%未満	5%～10%未満	10%～20%未満	20%以上	20%～40%未満	40%～60%未満	60%～80%未満	80%以上			
		全体	362	22.2	9.6	5.5	9.1	9.8	5.4	12.5	7.9	1.7	0.3		
[産業分類]															
建設業	21	31.6	29.3	12.6	2.0	16.7	6.5	-	-	-	-	-	-	1.3	2.3
製造業	68	23.4	12.7	8.7	10.9	5.9	4.1	10.6	2.3	0.6	-	7.7	23.7	13.0	
運輸業	27	36.4	24.4	1.4	2.2	3.6	2.8	5.9	3.4	2.5	-	-	23.3	3.7	
卸売・小売業	91	18.4	11.7	4.7	9.6	9.2	6.7	10.3	4.7	4.0	1.0	0.6	29.4	7.8	
金融・保険業	47	4.1	5.9	1.9	8.2	6.9	13.1	18.8	11.8	7.0	-	-	41.0	13.5	
サービス業・その他(計)	108	23.7	2.9	3.8	8.4	13.9	5.0	17.1	15.9	0.2	-	1.0	25.3	8.2	

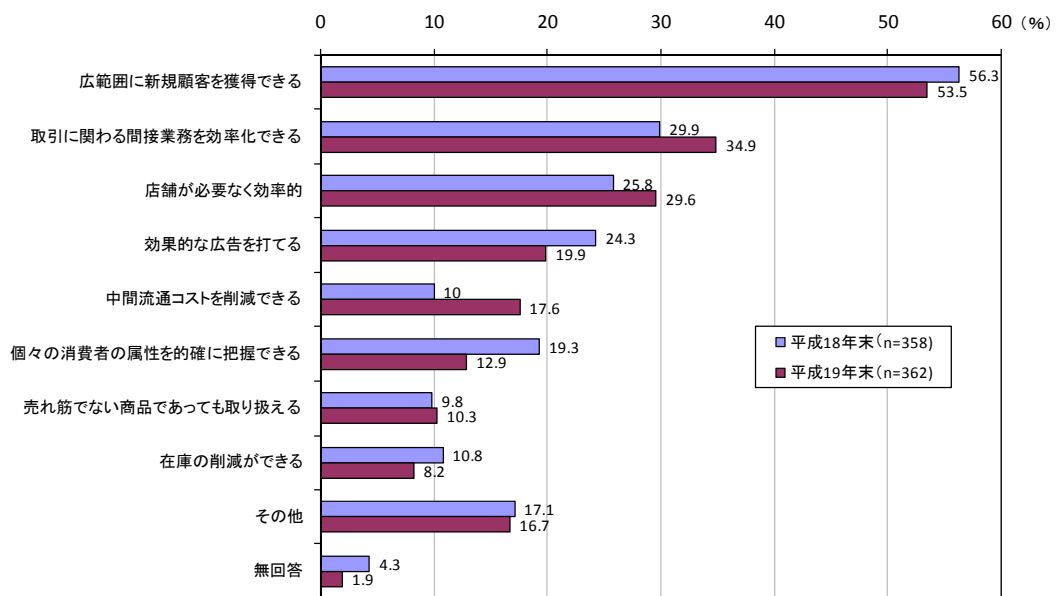
### 3 インターネット販売を行う理由

インターネットを利用して企業または一般消費者に販売を行う企業に対し、そのインターネット販売を行う理由を尋ねた。

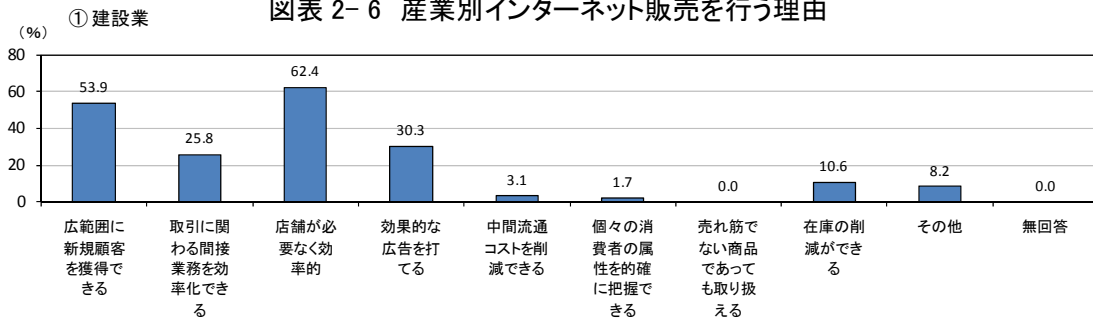
インターネット販売の理由として最も多く挙げられたのは、「広範囲に新規顧客を獲得できる」で53.5%、次いで「取引に係わる間接業務を効率化でできる」(34.9%)、「店舗が必要なく効率的」(29.6%)、「効果的な広告を打てる」(19.9%)、「中間流通コストが削減できる」(17.6%)が続く。企業にとっては、新規顧客の獲得が最大のメリットで、それと併せて効率化が図れることが大きな理由となっている(図表2-5参照)。

産業別では、産業によって選択される理由に違いが見られ、「建設業」では「店舗が必要なく効率的」が第1位、その他の産業では「広範囲に新規顧客を獲得できる」が第1位となっている。また、「建設業」では「効果的な広告が打てる」、「製造業」では「中間流通コストが削減できる」が比較的多く挙げられている(図表2-6参照)

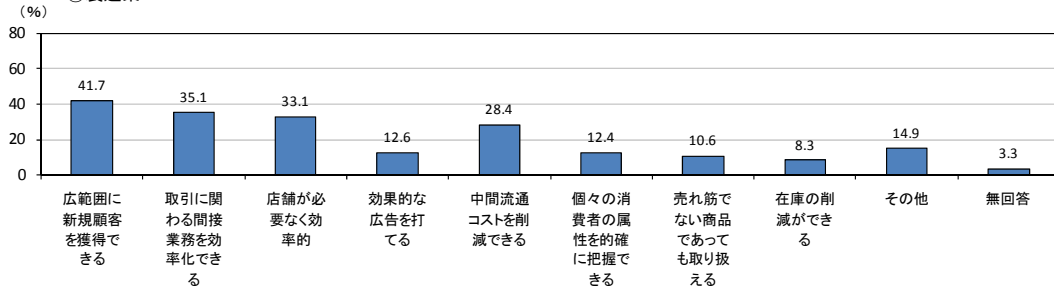
図表 2-5 インターネット販売を行う理由



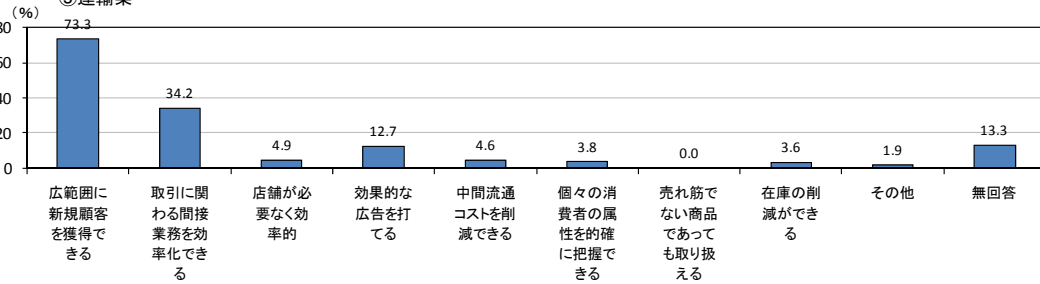
図表 2-6 産業別インターネット販売を行う理由



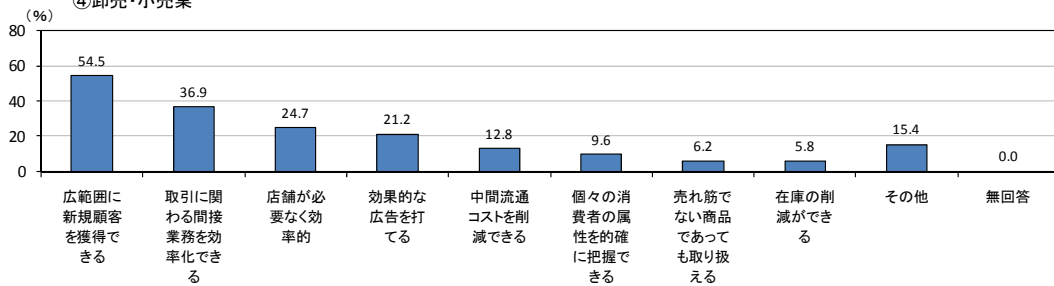
②製造業



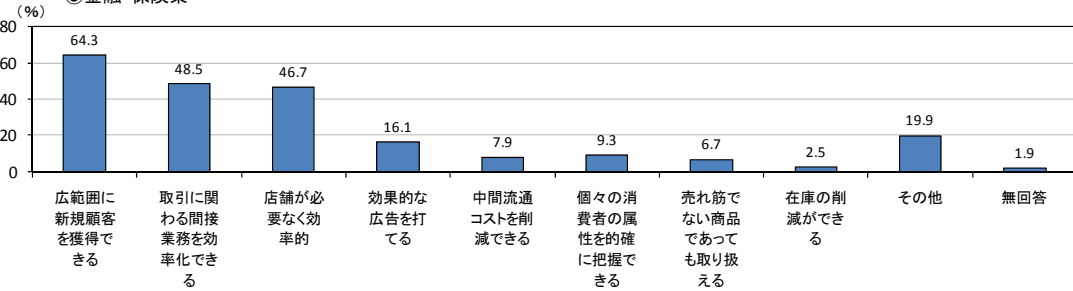
③運輸業



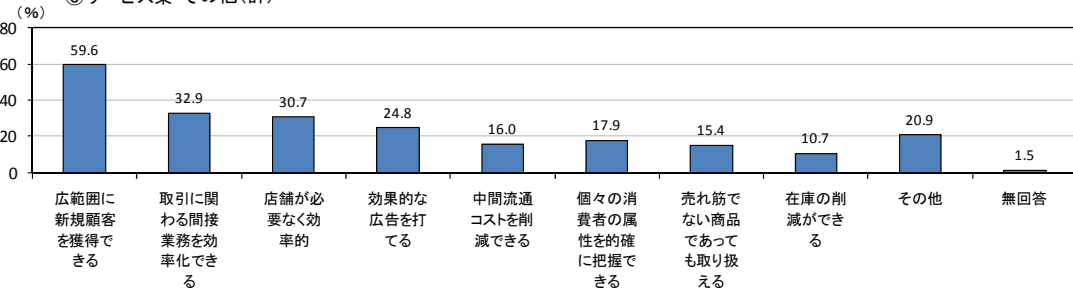
④卸売・小売業



⑤金融・保険業



⑥サービス業・その他(計)



#### 4 インターネットを利用した広告の導入

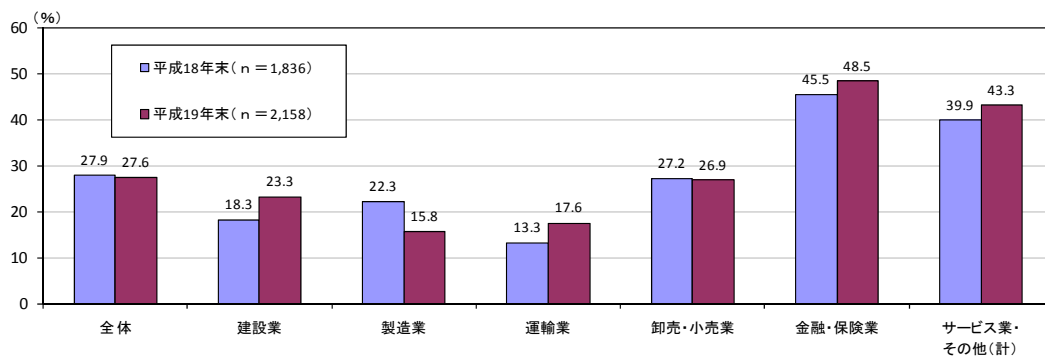
##### (1) インターネットを利用した広告の導入

インターネットを利用した広告は、全体の 27.6%の企業が導入しており、産業別で最も導入率が高いのは「金融・保険業」の 48.5%で、約半数の企業で導入している。次いで「サービス・その他（計）」（43.3%）、「卸売・小売業」（26.9%）の順で導入率が高くなっている（図表 2-7 参照）。

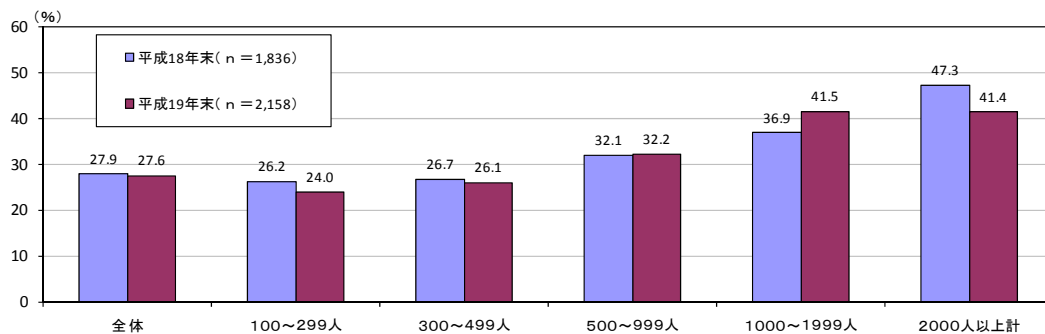
また、従業員規模別では大企業ほど導入率が高くなる傾向が見られ、従業員 1000 以上の企業では 4 割を超えている（図表 2-8 参照）。

広告の種類では、「バナー広告」が 52.7%と最も導入率が高く、次いで「メールマガジン」（37.5%）、「テキスト広告」（26.7%）、「検索連動型」（22.1%）の順で導入されている（図表 2-9 参照）。

図表 2-7 産業別インターネットを利用した広告の導入率

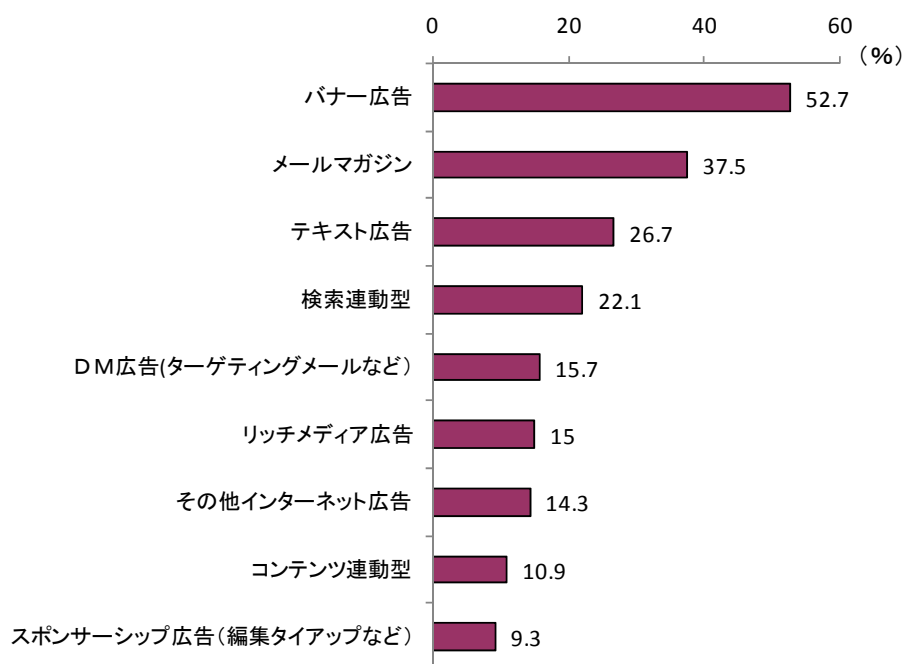


図表 2-8 従業員規模別インターネットを利用した広告の導入率





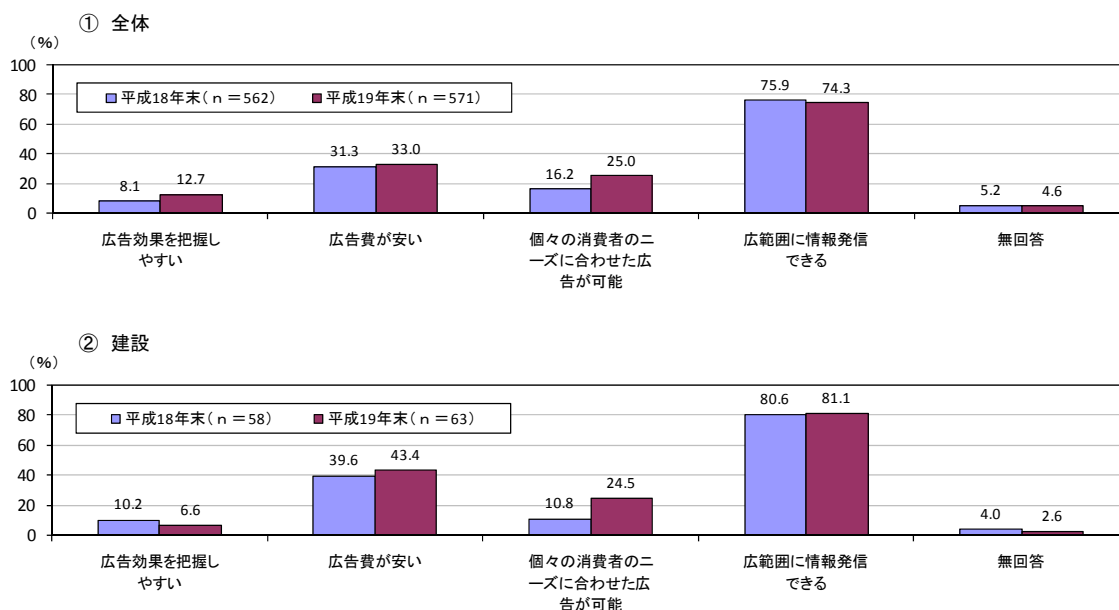
図表 2-9 インターネットを利用した広告の種類別導入率



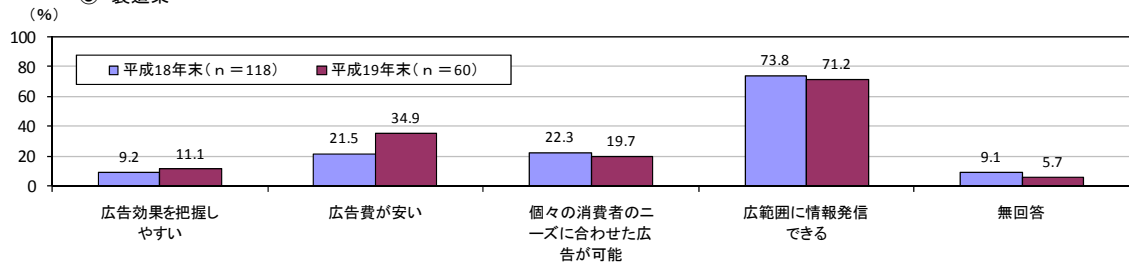
(2) インターネットを利用した広告を行う理由

インターネットを利用した広告を行う企業にその理由を尋ねたところ、最も多く挙げられたのは、「広範囲に情報を発信できる」(74.3%)で、次いで「広告費が安い」(33.0%)、「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」(25.0%)の順であった。また、この順位は全ての産業について同じである(図表 2-10 参照)。

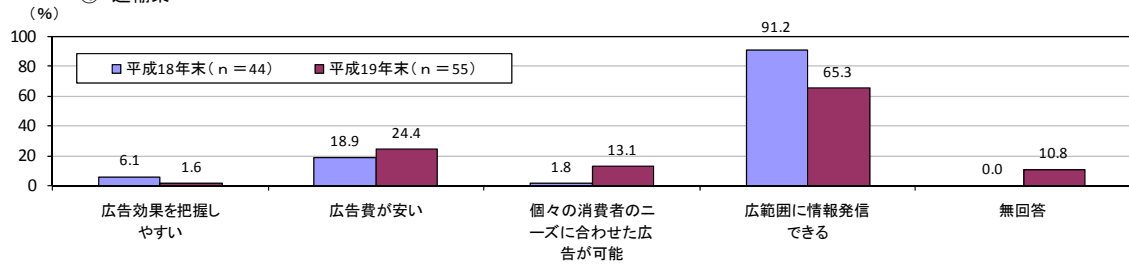
図表 2-10 産業別インターネットを利用した広告を行う理由



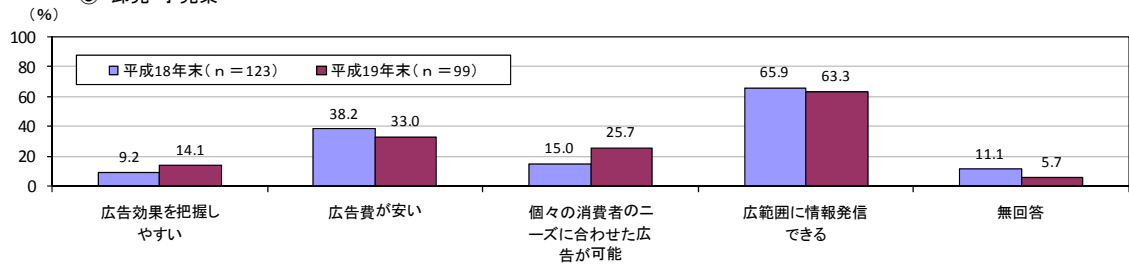
③ 製造業



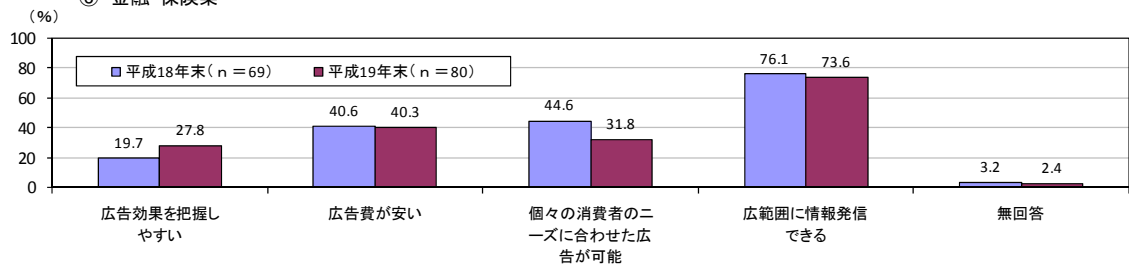
④ 運輸業



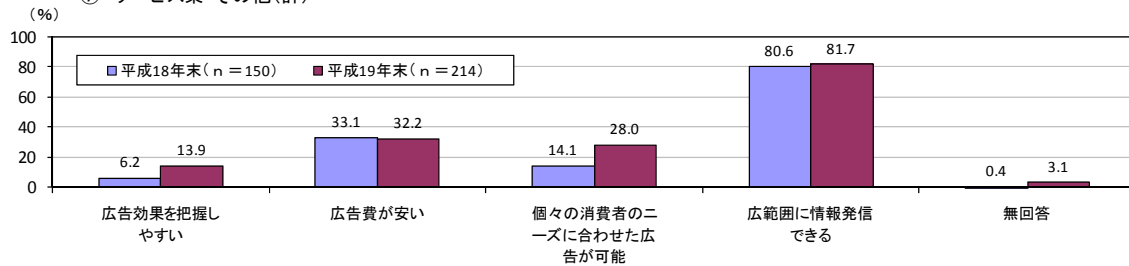
⑤ 卸売・小売業



⑥ 金融・保険業



⑦ サービス業・その他(計)



## 5 電子商取引の問題点

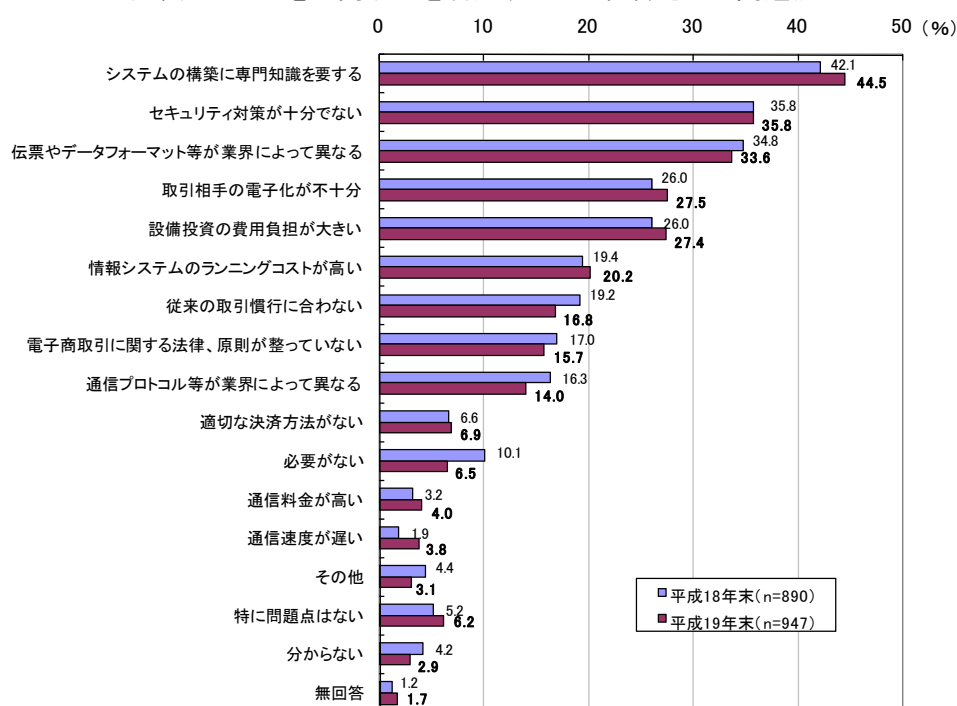
電子商取引を実施している企業に対しては、電子商取引を行っていく上での問題点を、また電子商取引を実施していない企業については、利用を妨げる問題点について尋ねた。

### (1) 電子商取引を行う上で認識される問題点

電子商取引を行っている企業が認識する問題点として、最も多く挙げられたのは「システムの構築に専門知識を要する」(44.5%)、以下「セキュリティ対策が十分でない」(35.8%)、「伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる」(33.6%)、「取引相手の電子化が不十分」(27.5%)、「設備投資の費用負担が大きい」(27.4%)、「情報システムのランニングコストが高い」(20.2%)、「従来の取引慣行に合わない」(16.8%)の順となっている。

前年調査に比べると、理由の順位にほとんど変化が見られないが、「従来の取引慣行に合わない」が前年比 2.4 ポイント減となったほか、「通信プロトコル等が業界によって異なる」(同 2.3 ポイント減)、「電子商取引に関する法律、原則が整っていない」(同 1.3 ポイント減)、「伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる」(同 1.2 ポイント減)と、制度や業界の実施環境を問題視する企業が減少する一方、「システムの構築に専門知識を要する」(同 2.4 ポイント増)、「取引相手の電子化が不十分」(同 1.5 ポイント増)、「設備投資の費用負担が大きい」(同 1.4 ポイント増)、「情報システムのランニングコストが高い」(同 0.8 ポイント増)と、システム構築及び維持に係わる人材不足や費用を問題視する企業が増加している(図表 2-11 参照)。

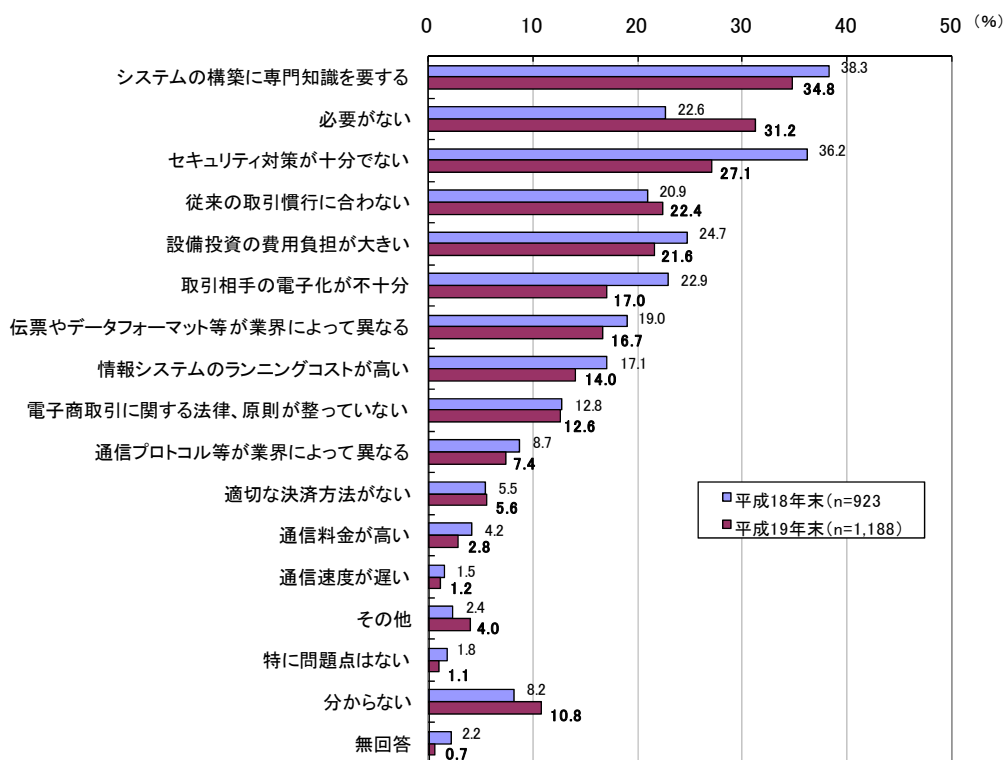
図表 2-11 電子商取引を利用する上で認識される問題点



## (2) 電子商取引の利用を妨げる問題点

電子商取引の未利用者が認識する問題点も利用者が認識する問題点と概ね同じである。未利用者が利用者に比べ強く認識している問題点としては、「従来の取引慣行に合わない」(22.4%)が挙げられる。安全面、人材面、コスト面に加え、まだ利用環境が十分整っていないとの認識が電子商取引を躊躇させる要因の一つであることを示唆している。また、電子商取引を「必要ない」と考える企業も3割(31.2%)を超え、自社のビジネススタイルが電子商取引に馴染まないか、あるいは必要性を感じないことが、電子商取引を実施しない大きな理由となっている(図表2-12参照)。

図表2-12 電子商取引の利用を妨げる問題点



### 第3章 テレワーク

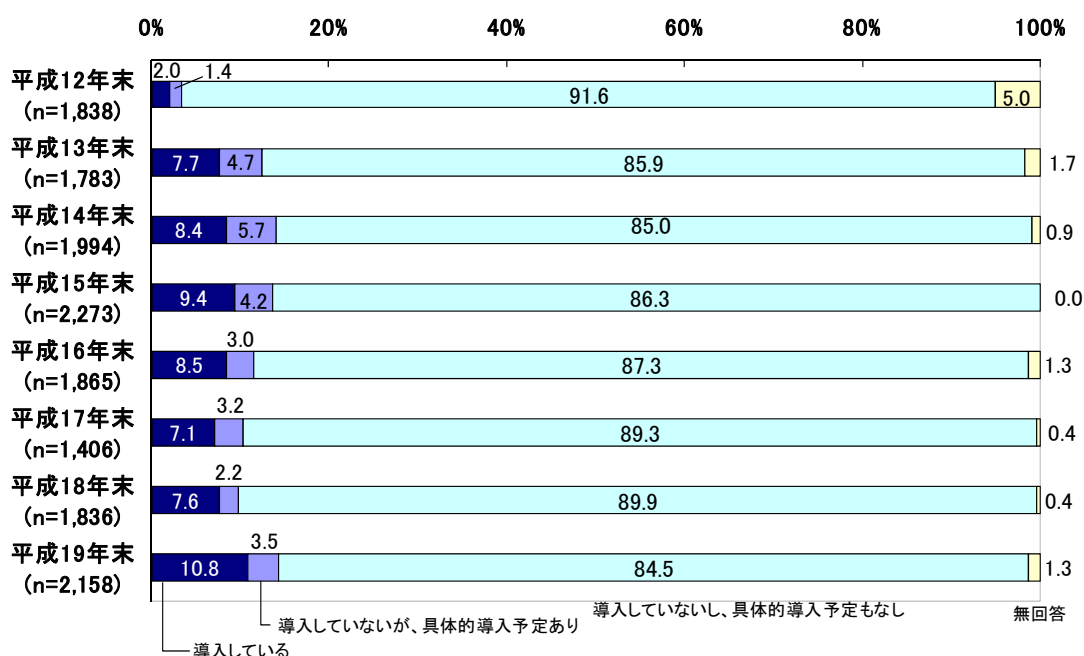
#### 1 テレワークの導入

すべての企業に対し、テレワークの導入状況を尋ねたところ、「導入している」が10.8%、「導入していないが、具体的に導入予定がある」が3.5%、「導入していないし、具体的な導入予定もない」が84.5%であった（図表3-1参照）。

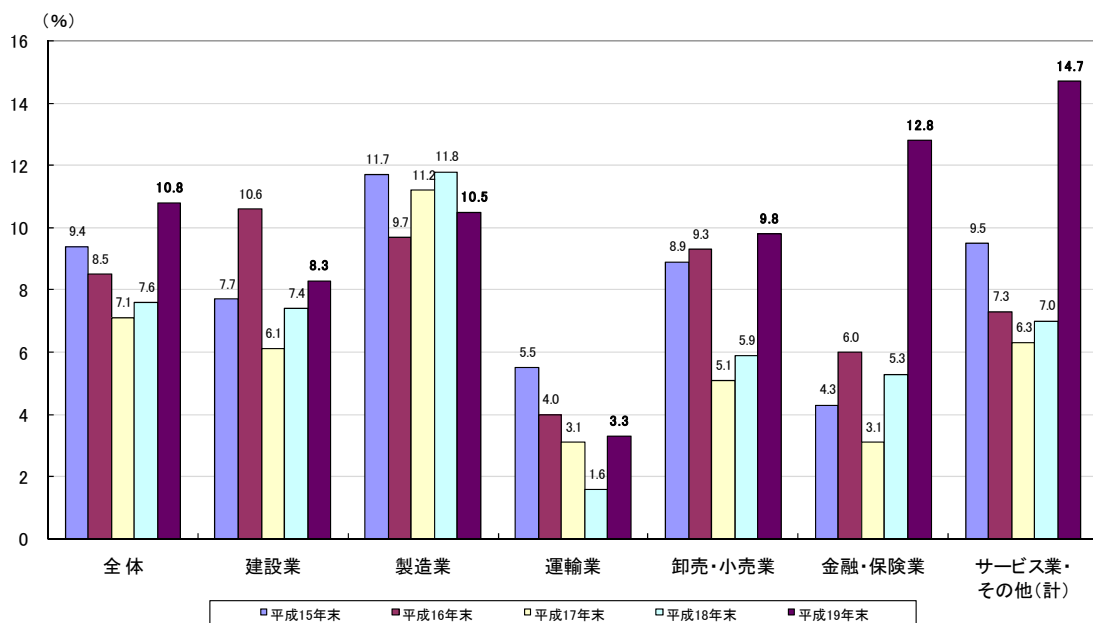
これを過去の推移と比較すると、テレワークの導入企業は、平成12年末の2.0%から平成13年末には7.7%と急増し、平成15年末に9.4%に達した後、やや後退していたが、平成17年末を底に平成18年末には増加に転じ、平成19年末にははじめて1割を突破した（図表3-1参照）。

産業別に見ると、「サービス業・その他（計）」と「金融・保険業」で前年より倍増し、それらの産業では導入率が1割を超えている（図表3-2参照）。また、導入率は従業員規模の大きい企業ほど高い傾向が認められ、300人以上の企業ではほぼ2割の企業が実施している（図表3-3参照）。

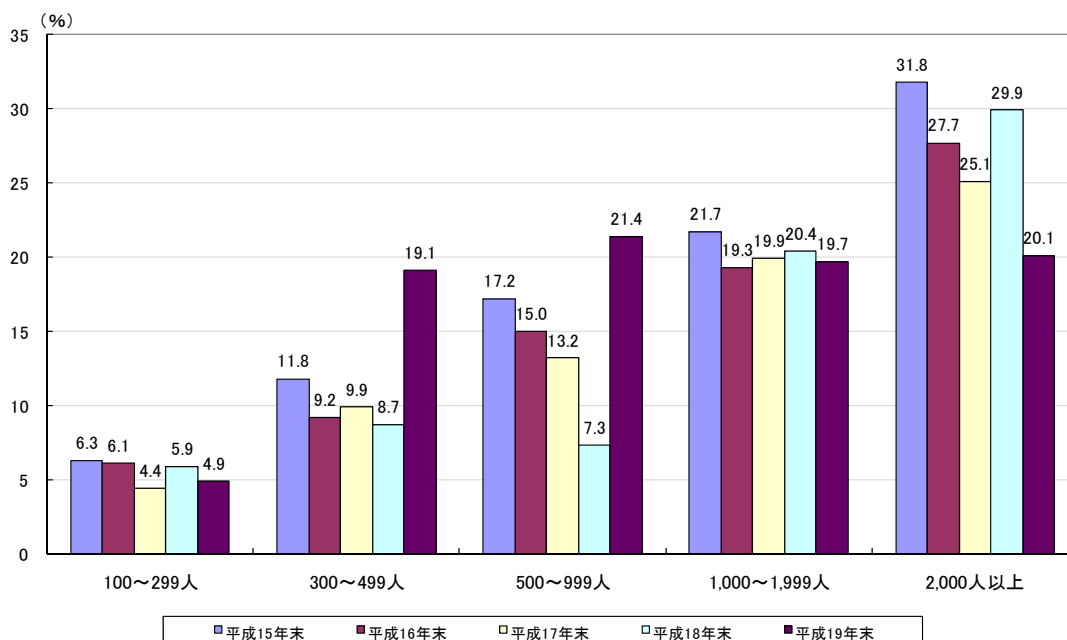
図表3-1 テレワークの導入状況の推移



図表 3-2 産業別のテレワーク導入率の変化



図表 3-3 従業者規模別のテレワーク導入率の変化

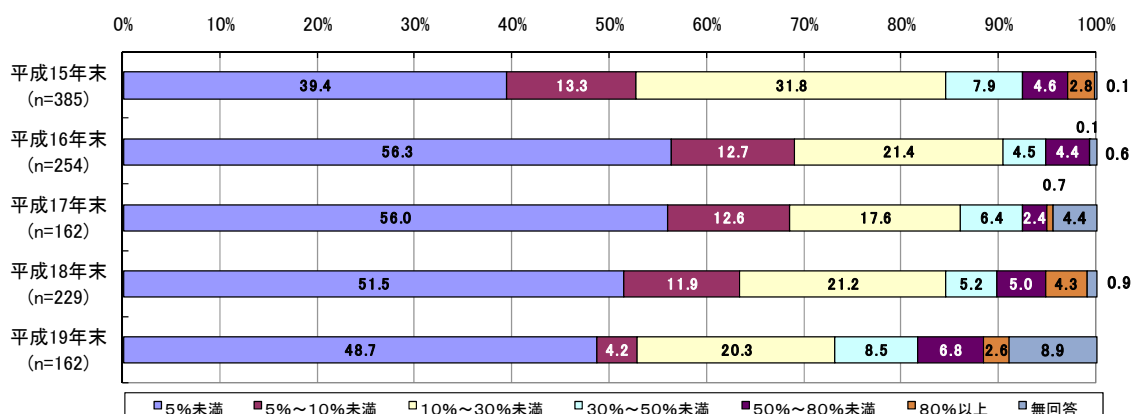


## 2 テレワークを利用している従業員の割合

テレワークを導入している企業（全体の 10.8%）に、実際にテレワークを利用している従業員の割合を尋ねた。

テレワークを利用している従業員の割合は、「5%未満」という企業が約半数（48.7%）を占め、次いで「10%～30%未満」の企業が 20.3%、「30%～50%未満」の企業が 8.5%となっている。30%以上の従業員がテレワークを利用している企業は、17.9%と前年（14.5%）と比べ 3.4 ポイント増となった（図表 3-4 参照）。

図表 3-4 テレワークを利用している従業員の割合



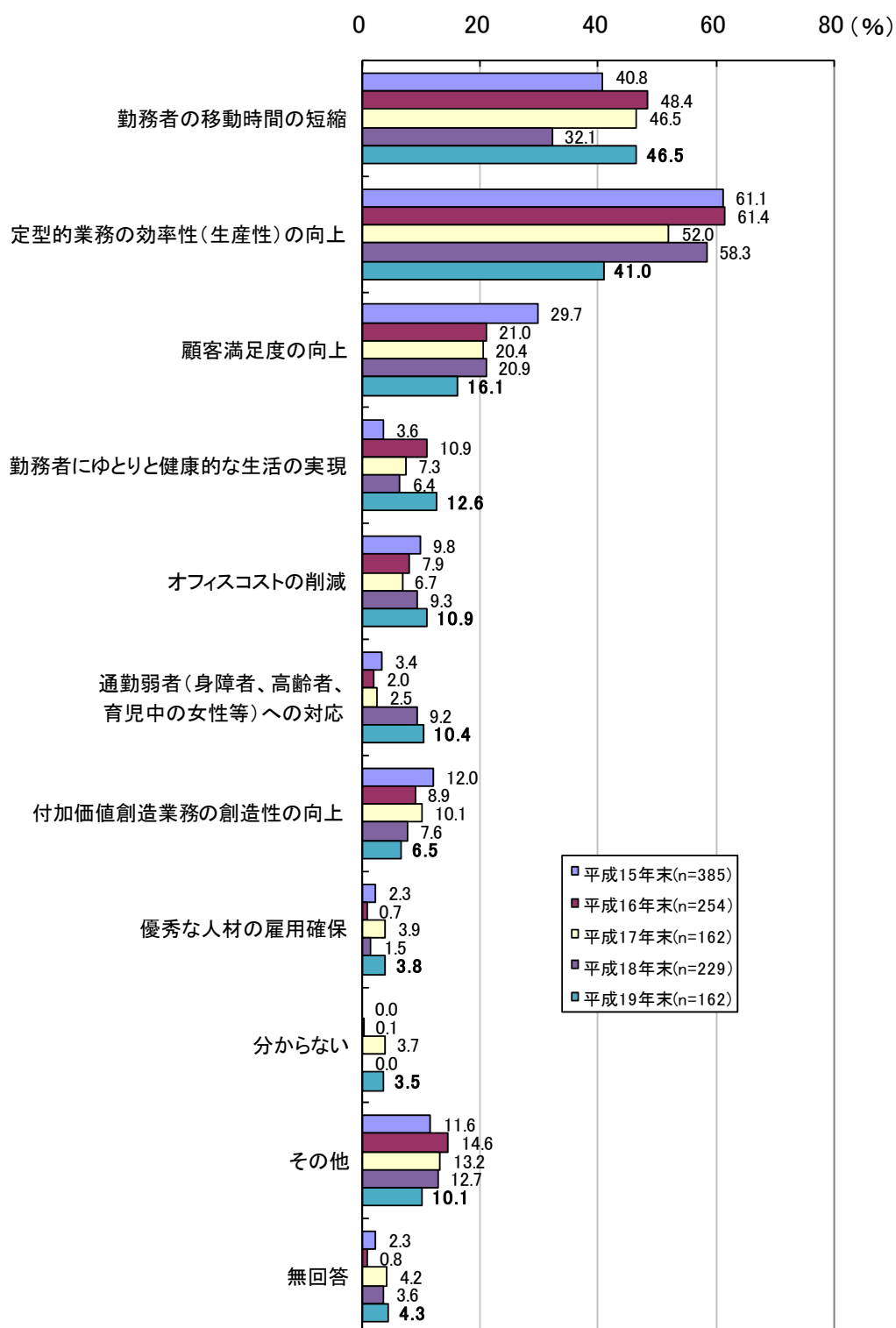
## 3 テレワークの導入目的

テレワークを導入している企業について、その導入目的を尋ねた。

導入目的として最も多いのは、「勤務者の移動時間の短縮」（46.5%）で、初めて第 1 位となった。次いで、「定型的業務の効率性（生産性）の向上」（41.0%）、「顧客満足度の向上」（16.1%）、「勤務者にゆとりと健康的な生活の実現」（12.6%）、「オフィスコストの削減」（10.9%）、「通勤弱者（身障者、高齢者、育児中の女性等）への対応」（10.4%）の順となっている。昨年までと同様に効率化に直結する目的が上位を占め、業務効率化が主目的となっていることを示している。

一方、「勤務者にゆとりと健康的な生活の実現」が前年の 6.4%から 12.6%に、「通勤弱者（身障者、高齢者、育児中の女性等）への対応」が同じく 9.2%から 10.4%に増加するなど、効率一辺倒から従業員の厚生を目的の一つとして挙げる企業も徐々に増えている（図表 3-5 参照）。

図表 3-5 テレワークの導入目的

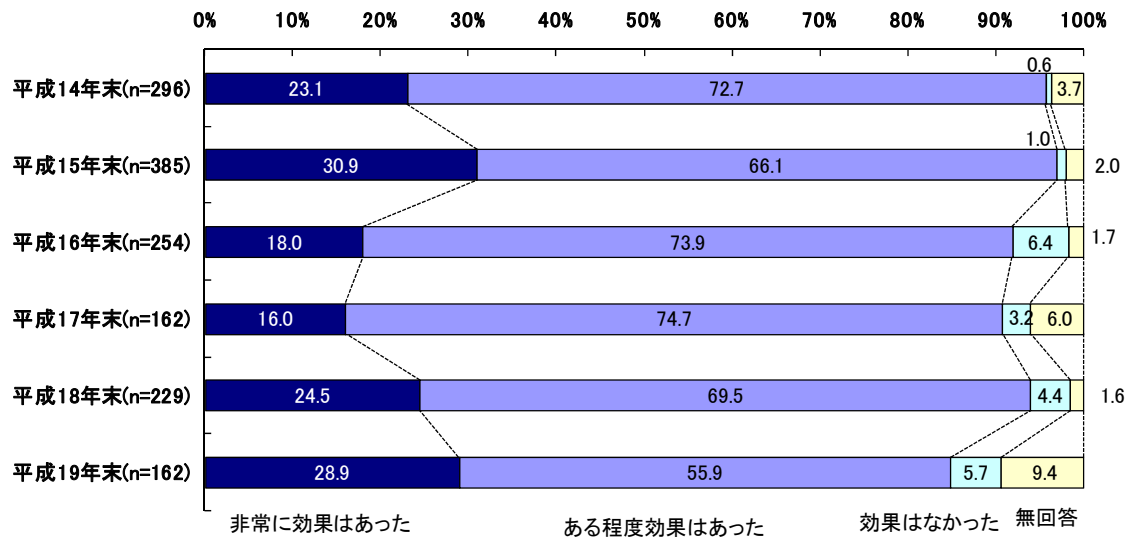




#### 4 テレワークの効果

テレワークを導入している企業に、その導入目的に対する効果の有無を尋ねたところ、「非常に効果はあった」が28.9%、「ある程度効果はあった」が55.9%で、これらを合計すると効果ありと認識する企業が84.8%、反対に「効果はなかった」がわずかに5.7%と、テレワークを導入している企業の大多数が効果を認めている（図表3-6参照）。

図表 3-6 テレワークの効果に対する認識



## 第4章 ICT教育

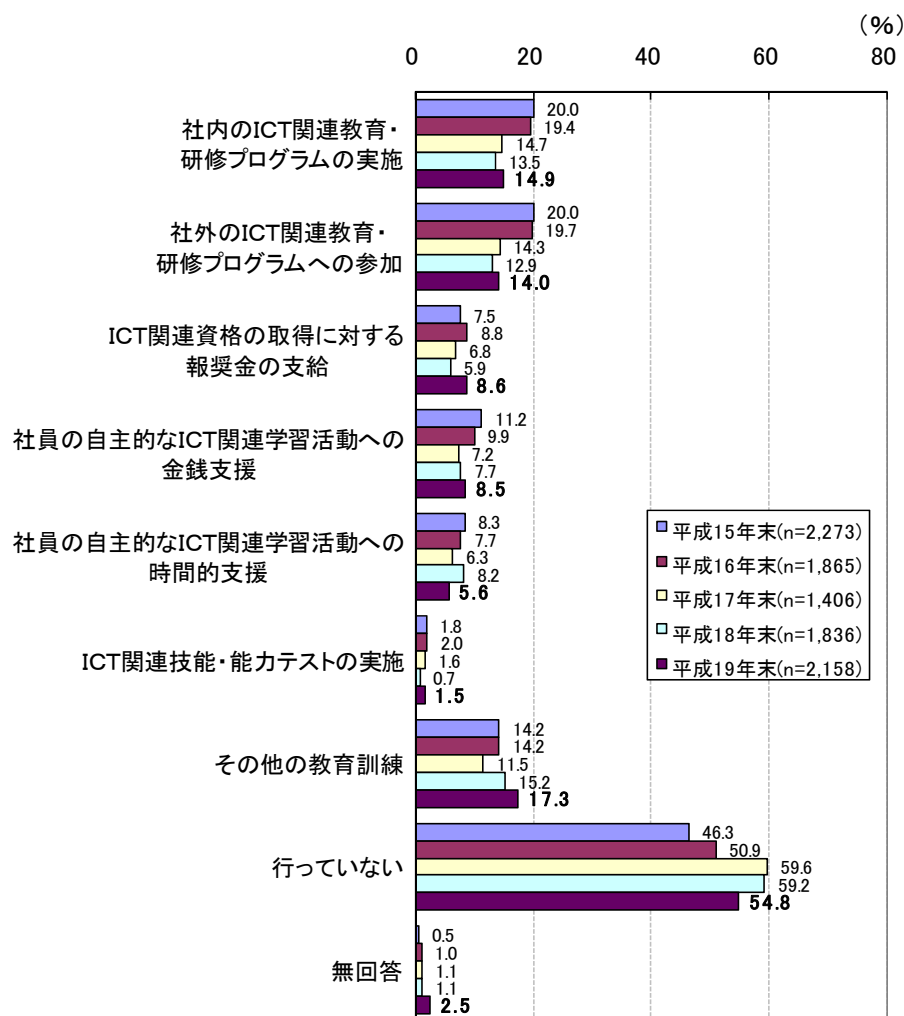
すべての企業に対して、従業員のために行っているICT<sup>7</sup>教育について尋ねた。

何らかのICT教育を実施している企業は、平成14年末の56.3%から4年連続して減少した後、平成18年末には下げ止まりを見せ、平成19年末には前年より3.0ポイント増の42.7パーセントとなり、増加に転じている。

ICT教育の内容を見ると、最も一般的なものは、教育・研修プログラムの実施や参加で、14.9%の企業が「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」を、同じく14.0%の企業が「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」を実施している。

次いで一般的に行われているのは、「ICT関連資格の取得に対する報奨金の支給」(8.6%)や「社員の自主的なICT関連学習活動への金銭支援」(8.5%)、「社員の自主的なICT関連学習活動への時間面での支援」(5.6%)となっている(図表4-1参照)。

図表4-1 ICT教育の状況

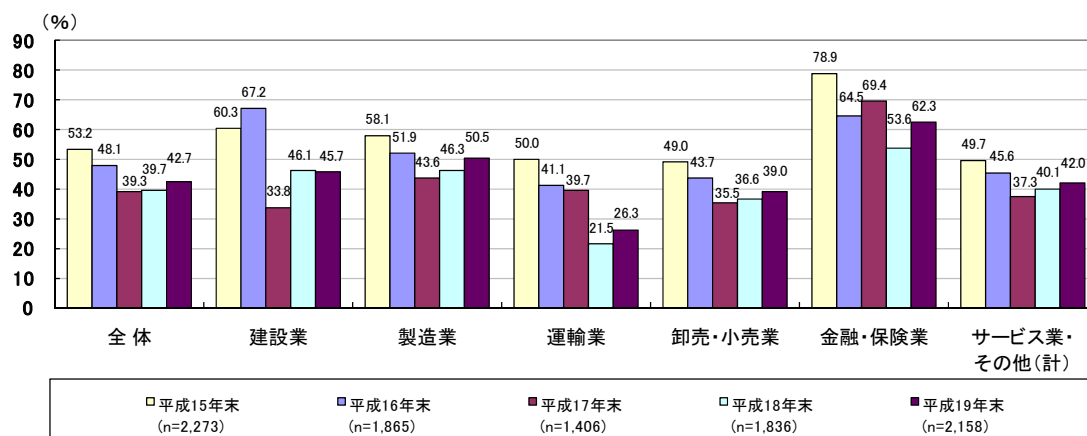


<sup>7</sup> 「ICT」とは、「Information & Communications Technology」(情報通信技術)の略であり、「IT」と同義。

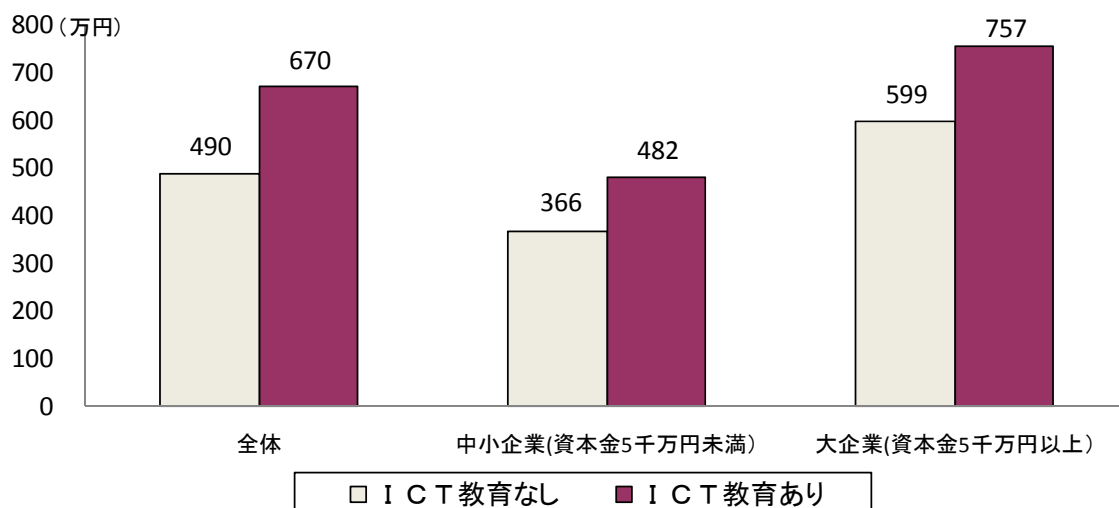
産業別では、「建設業」を除く、その他の産業全般で従業員のICT教育の実施率が前年に比べ上昇している。ただし、実施率が5割を超えているのは、「金融・保険業」と「製造業」だけで、「運輸業」では3割を切っている（図表4-2参照）。

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（図表4-3参照）。

図表4-2 産業別ICT教育実施率



図表4-3 ICT教育の実施と労働生産性



※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

## 第5章 情報通信ネットワークの安全対策

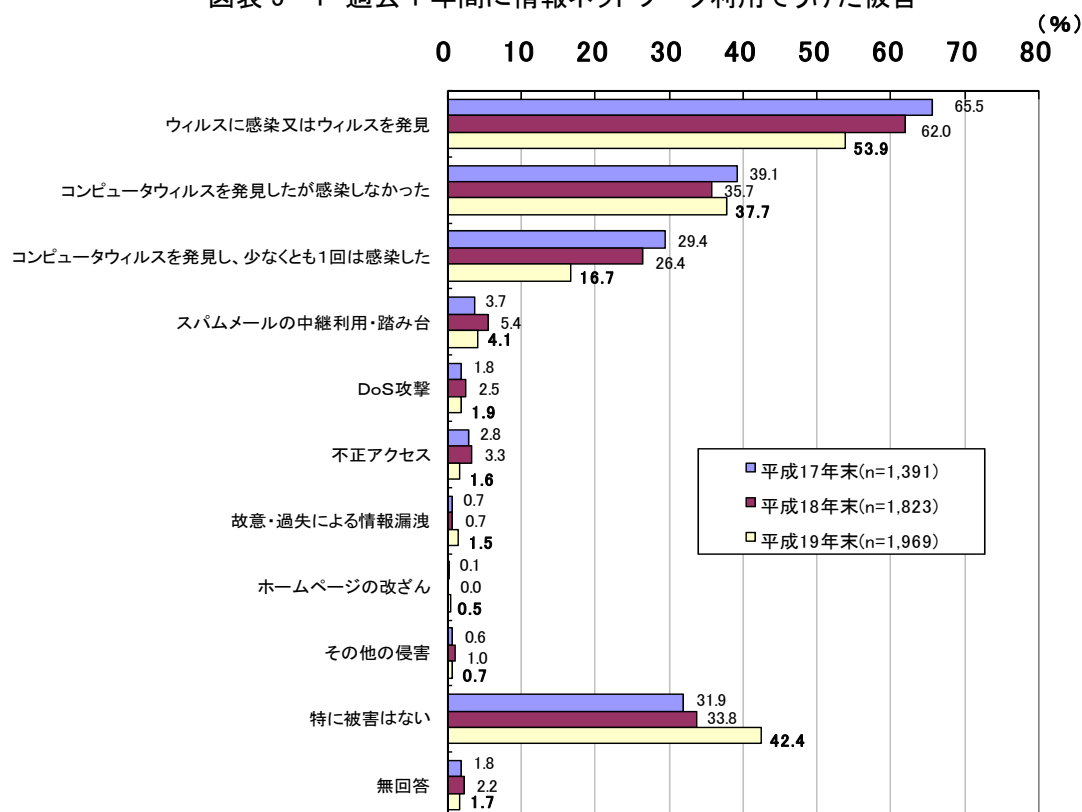
### 1 情報通信ネットワーク利用で受けた被害

#### (1) 被害状況

情報通信ネットワークを利用している企業に対して、過去1年間の情報通信ネットワークの利用で受けた被害状況について尋ねた。コンピュータウィルスへの感染や不正アクセス、スパムメールの中継利用など何らかの被害を経験した企業は、全体の55.9%<sup>8</sup>と前年より8.1ポイント低下し、被害企業は大幅に減少した。

被害の中ではウィルスによるものが圧倒的に多く、「ウィルスに感染又は発見」の被害を受けた企業は53.9%に及んだ。そのうち、「コンピュータウィルスを発見し、少なくとも1回は感染した」企業は16.7%と1割以上の企業が過去1年間にウィルス感染を経験している。続いて多い被害は「スパムメールの中継利用・踏み台」(4.1%)、「D o S 攻撃」(1.9%)、「不正アクセス」(1.6%)である(図表5-1参照<sup>9</sup>)。

図表5-1 過去1年間に情報ネットワーク利用で受けた被害



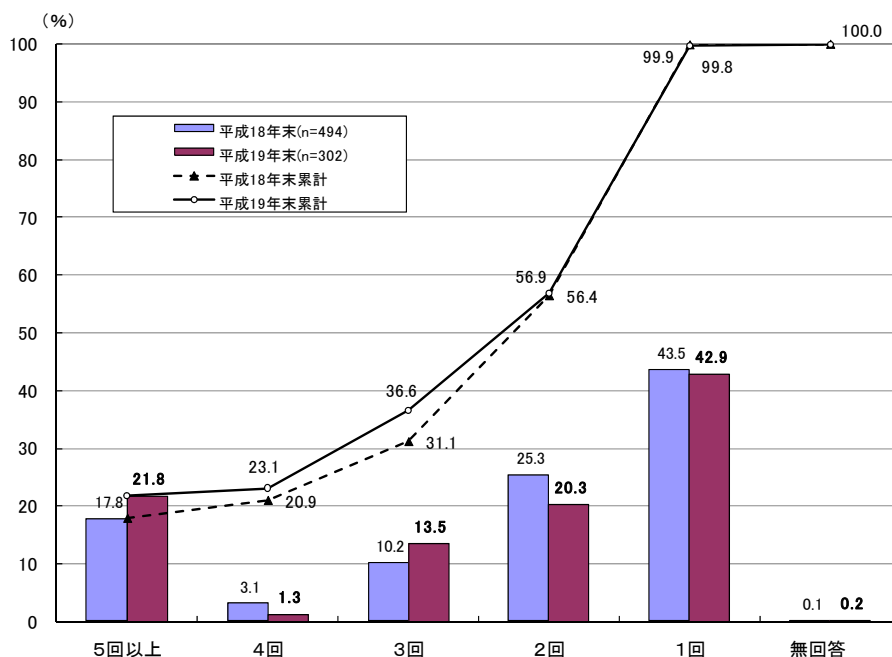
<sup>8</sup> 全体から「特に被害なし」と「無回答」を除いて計算。

<sup>9</sup> 平成17年度調査の選択肢からは「Web上(BBS等)での誹謗中傷等」が無くなり、それは「その他の被害」に含まれる。

## (2) コンピュータウィルスの感染回数

コンピュータウィルスに感染した企業に対し、その感染頻度を尋ねたところ、「1回」が42.9%、「2回」が20.3%、「3回」が13.5%で、1～2回が6割以上（63.2%）を占める。前年と比べると感染回数は微増している（図表5-2参照）。

図表5-2 過去1年間のコンピュータウィルスの感染回数



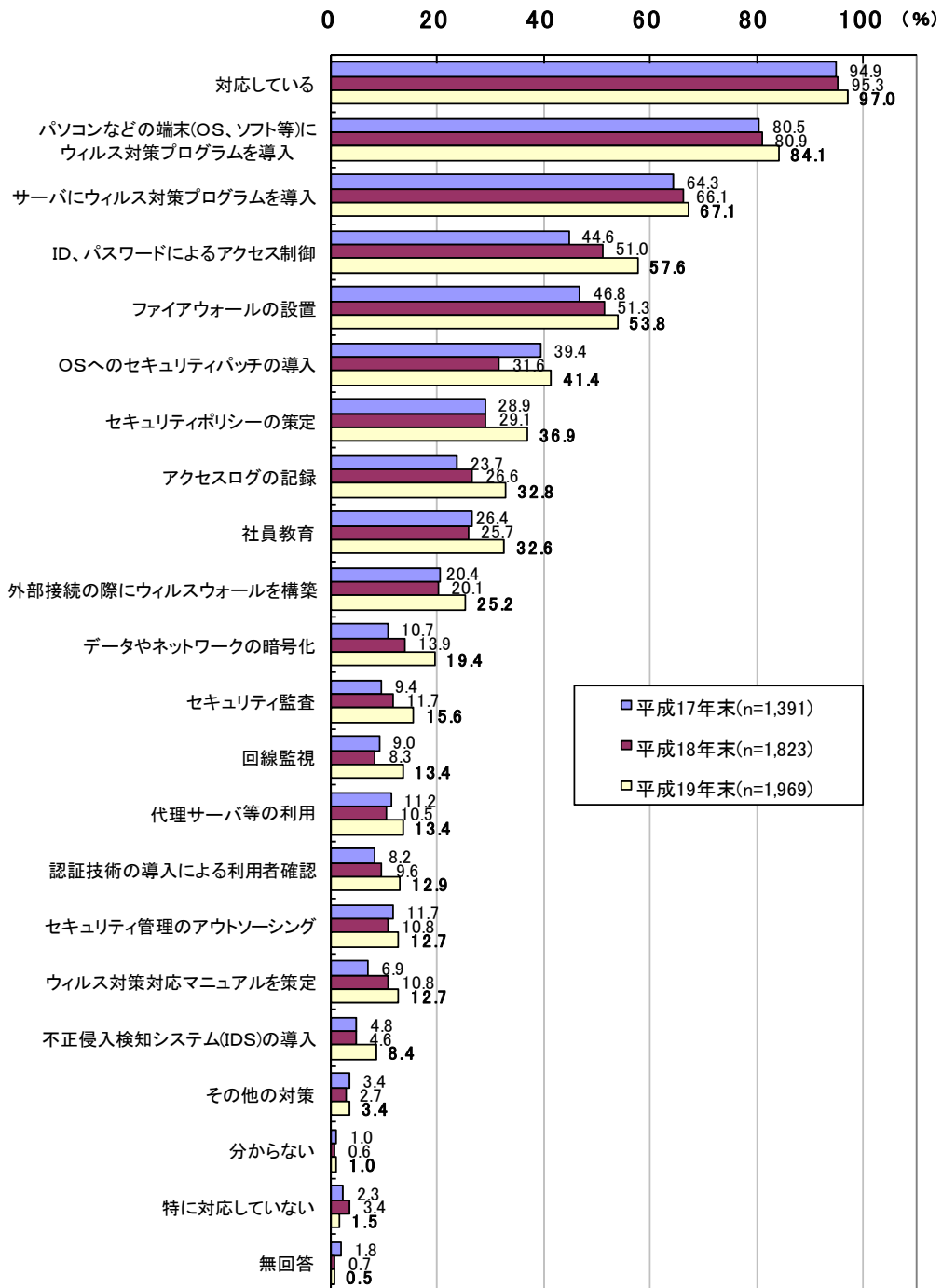
## 2 データセキュリティへの対応

情報通信ネットワークを利用している企業にデータセキュリティへの対応について尋ねた。何らかの対応を実施している企業は、97.0%で昨年（95.3%）より1.7ポイント増加した。

具体的な対応は、「パソコンなどの端末（OS、ソフト等）にウィルス対策プログラムを導入」（84.1%）、「サーバーにウィ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%）、「ファイアウォールの設置」（53.8%）の順で実施されている（図表5-3参照）。

産業別にみると、対策の実施率は、「金融・保険」（98.6%）、「建設業」（98.5%）、「卸売・小売業」（97.7%）、「製造業」（97.6%）が全体の平均97.0%を上回る。産業による対応の違いは、「金融・保険業」を除くと小さい。「金融・保険業」の対応が最も徹底し、ID、パスワードによるアクセス制御、ウィルスチェック、セキュリティポリシー、ファイアウォールの策定等が重層的に実施されている（図表5-4参照）。

図表 5-3 データセキュリティへの対応状況



図表 5-4 産業別データセキュリティへの対応状況

単位：%

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】	1,969	パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 84.1	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	ファイアウォールの設置 53.8	OSへのセキュリティパッチの導入 41.4	97.0
産業	建設業	295 パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 89.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 77.6	ID、パスワードによるアクセス制御 62.8	ファイアウォールの設置 61.6	OSへのセキュリティパッチの導入 47.8	98.5
	製造業	380 パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 81.9	サーバにウイルス対策プログラムを導入 71.2	ファイアウォールの設置 55.3	ID、パスワードによるアクセス制御 53.1	OSへのセキュリティパッチの導入 44.6	97.6
	運輸業	292 パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 73.9	サーバにウイルス対策プログラムを導入 52.5	ID、パスワードによるアクセス制御 44.6	ファイアウォールの設置 41.8	社員教育 24.2	93.5
	卸売・小売業	355 パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 87.8	サーバにウイルス対策プログラムを導入 62.2	ID、パスワードによるアクセス制御 54.8	ファイアウォールの設置 50.5	OSへのセキュリティパッチの導入 36.8	97.7
	金融・保険業	163 ID、パスワードによるアクセス制御 92.9	パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 91.1	サーバにウイルス対策プログラムを導入 80.1	セキュリティポリシーの策定 78.9	ファイアウォールの設置 76.8	98.6
	サービス業・その他(計)	484 パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 85.4	サーバにウイルス対策プログラムを導入 69.1	ID、パスワードによるアクセス制御 66.9	ファイアウォールの設置 56.4	セキュリティポリシーの策定 47.3	96.4

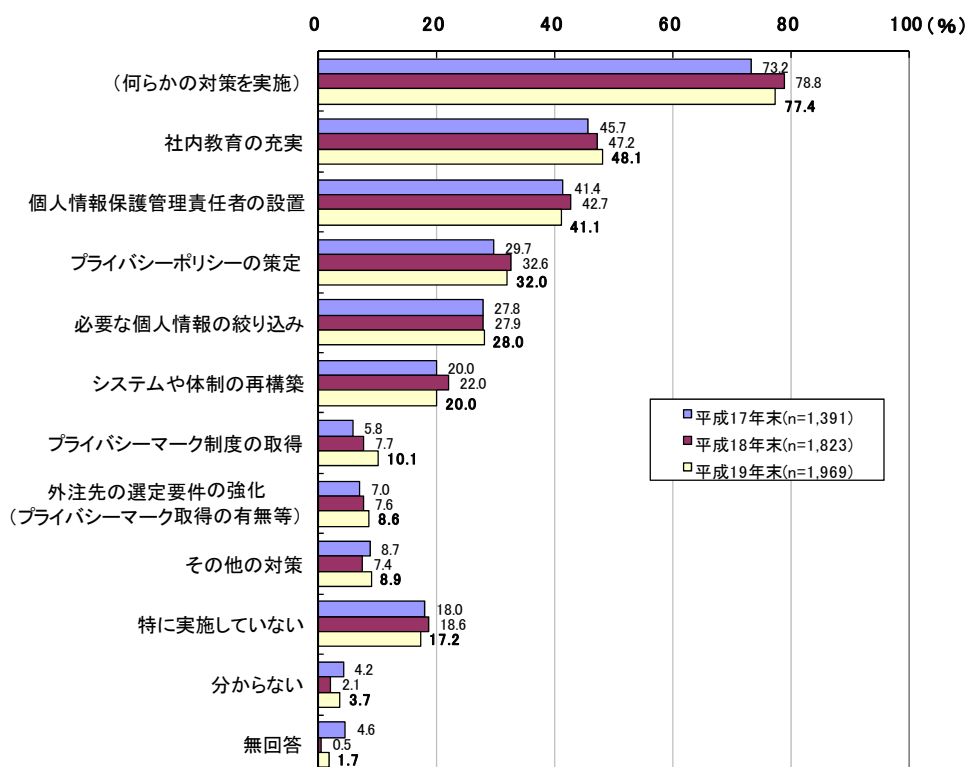
### 3 個人情報保護対策の実施

情報通信ネットワークを利用している企業に、どのような個人情報保護対策を実施しているかを尋ねたところ、個人情報保護のために何らかの対策を実施している企業は 77.4%と7割以上が対策を講じており、前年の78.8%からは1.4ポイントの減少となった。

その対策の具体的内容としては、「社内教育の充実」を挙げる企業が最も多く、48.1%の企業が実施している。続いて挙げられたのは、「個人情報保護管理責任者の設置」(41.1%)、「プライバシーポリシーの策定」(32.0%)、「必要な個人情報の絞り込み」(28.0%)、「システムや体制の再構築」(20.9%)などで、社内的な対策が大部分であるが、「プライバシーマーク制度の取得」(10.1%)、「外注先の選定要件の強化」(8.6%)も増加しており、企業内外にわたって具体的対策を行う企業が徐々に増加しており、個人情報保護対策が次第に浸透しつつあることを示している。(図表5-5 参照)。

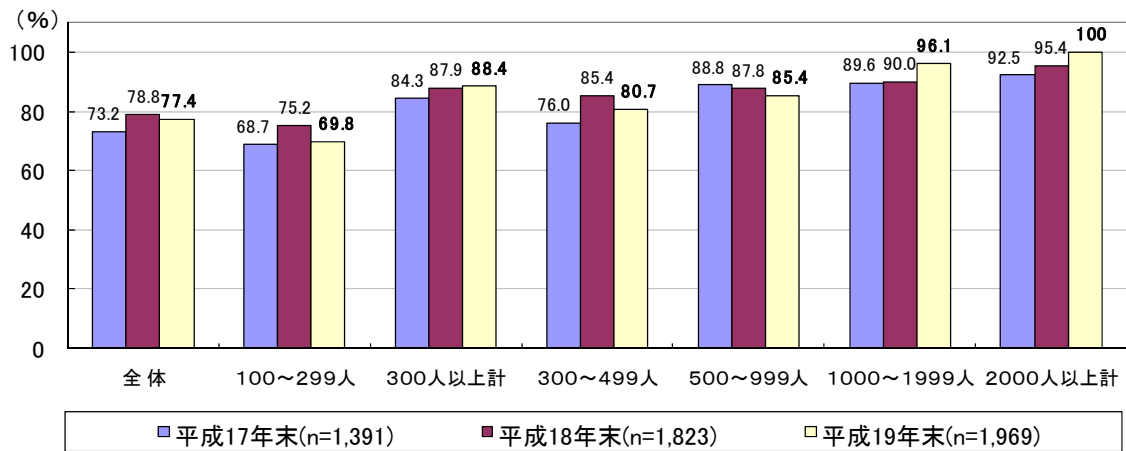
従業員規模別では、大企業ほど実施率が高く、従業員1000人以上の企業では9割を超えている(図表5-6 参照)。また産業別では「金融・保険業」(99.3%)、「サービス業・その他(計)」(90.3%)「卸売・小売業」(78.7%)の対策が比較的進んでいる。特に重要な個人情報を扱うことの多い「金融・保険業」では8割以上の企業が「個人情報保護管理責任者の設置」や「社内教育の充実」を実施しているのに加え、6割以上が「プライバシーポリシーの策定」を行い、5割以上が「必要な個人情報の絞り込み」や「システムや体制の再構築」など、他産業に比べ重層的な厳しい個人情報保護対策を実施している(図表5-7 参照)。

図表 5-5 個人情報保護対策状況





図表 5-6 従業員規模別個人情報保護対策の実施率



図表 5-7 産業別個人情報保護対策状況

単位：%

		n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率
【全体】		1,969	社内教育の充実	個人情報保護管理責任者の設置	プライバシーポリシーの策定	必要な個人情報の絞り込み	システムや体制の再構築	77.4
			48.1	41.1	32.0	28.0	20.0	
産業	建設業	295	個人情報保護管理責任者の設置	社内教育の充実	プライバシーポリシーの策定	必要な個人情報の絞り込み	システムや体制の再構築	75.0
			40.3	40.2	34.2	26.0	17.0	
	製造業	380	社内教育の充実	個人情報保護管理責任者の設置	プライバシーポリシーの策定	必要な個人情報の絞り込み	システムや体制の再構築	66.0
			37.5	28.5	21.6	20.9	12.8	
	運輸業	292	社内教育の充実	個人情報保護管理責任者の設置	必要な個人情報の絞り込み	プライバシーポリシーの策定	システムや体制の再構築	72.0
			48.6	30.9	18.8	18.0	15.6	
	卸売・小売業	355	社内教育の充実	個人情報保護管理責任者の設置	プライバシーポリシーの策定	必要な個人情報の絞り込み	システムや体制の再構築	78.7
		43.0	39.2	33.2	27.8	17.9		
金融・保険業	163	個人情報保護管理責任者の設置	社内教育の充実	プライバシーポリシーの策定	システムや体制の再構築	必要な個人情報の絞り込み	99.3	
		87.9	85.5	65.6	57.3	56.4		
サービス業・その他(計)	484	社内教育の充実	個人情報保護管理責任者の設置	プライバシーポリシーの策定	必要な個人情報の絞り込み	システムや体制の再構築	90.3	
		64.2	58.3	45.4	38.3	30.3		

## 第6章 ICT利用の進展

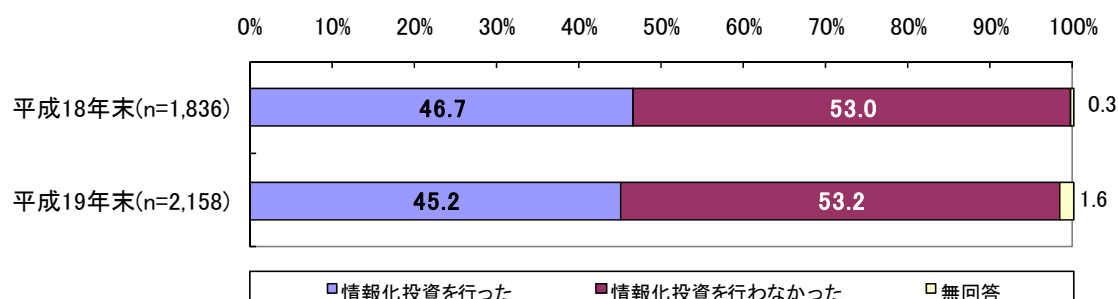
### 1 情報化投資の有無

過去3年間における、企業通信網、ユビキタス関連ツール及びインターネットの機能・サービス（例：ブログ、SNS）に関する情報化投資<sup>10</sup>の有無を尋ねた。

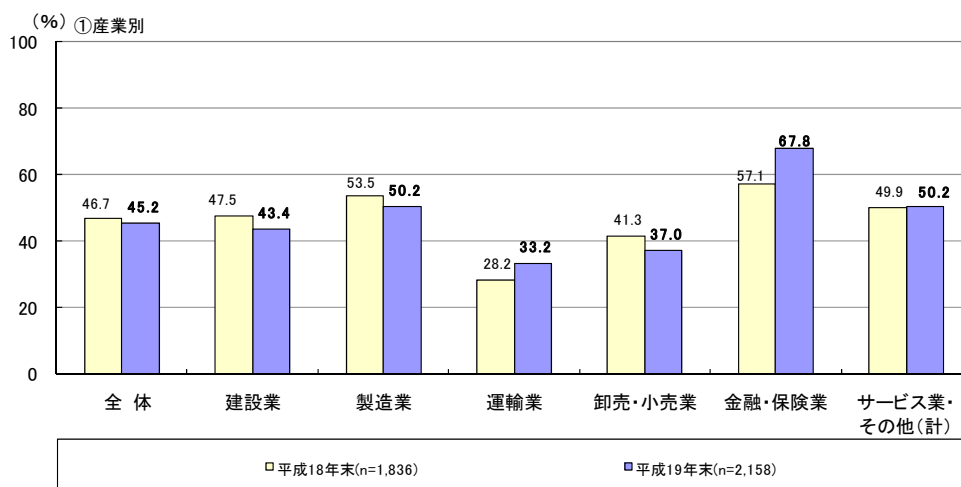
「情報化投資を行った」企業は全体の45.2%で、前年調査に比べると1.5ポイント減少した（図表6-1参照）。

情報化投資を実施している企業割合（実施率）を産業別に比較すると、「金融・保険業」が67.8%と最も高く、次いで「製造業」（50.2%）と「サービス業・その他（計）」（50.2%）と続いている。（図表6-2の①参照）。また、情報化投資の実施と企業規模には関連性が見られ、従業員規模や売上高規模が大きいほど実施率も高い傾向がある（図表6-2の②と③参照）。

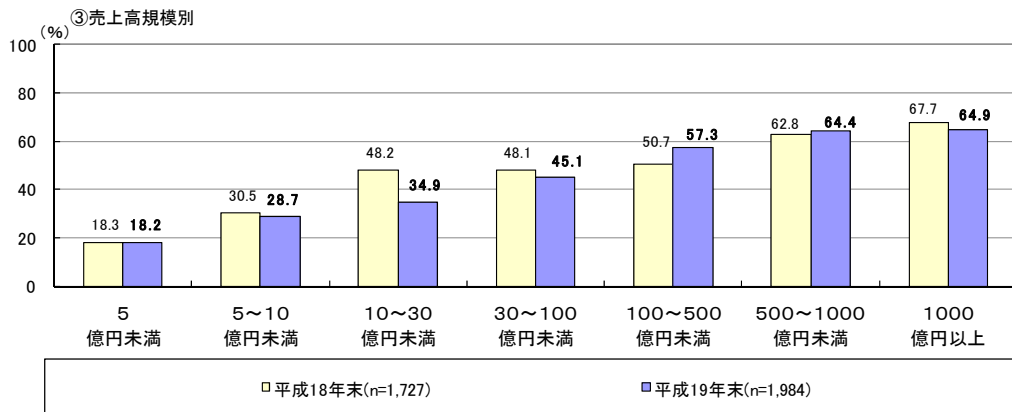
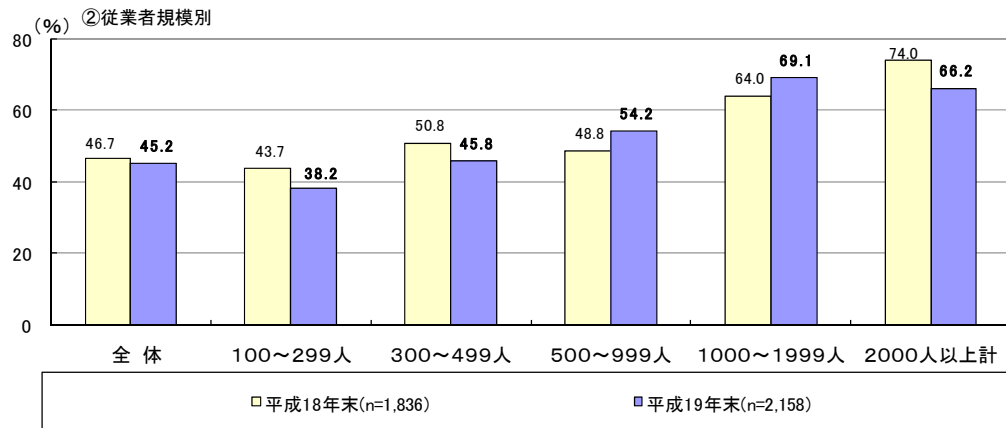
図表6-1 情報化投資の状況



図表6-2 情報化投資の実施率



<sup>10</sup> 本調査は過去3年間における情報通信ネットワーク、ユビキタス関連ツール及びインターネット関連の機能・サービス（例：ブログ、SNS）を対象としており、平成17年度調査までとは対象が異なる。

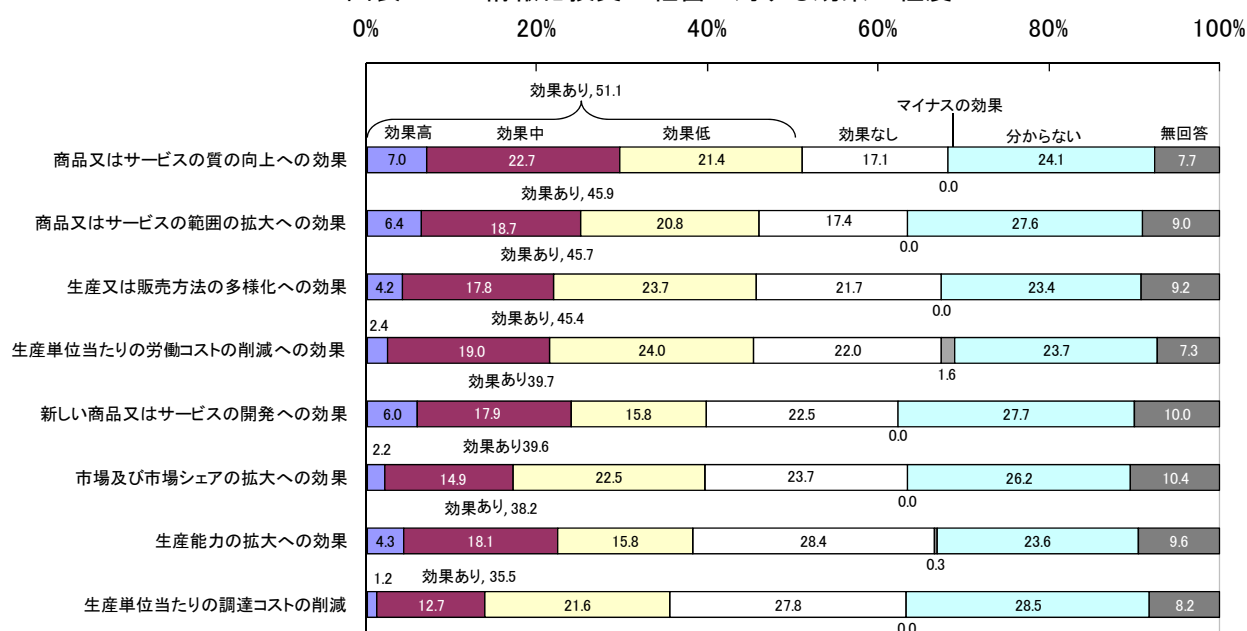


## 2 情報化投資の効果

過去 3 年間に情報化投資を実施した企業に対し、情報化投資が経営に与える効果の程度について、**図表 6-3** に示す幾つかの切り口（項目）から尋ねた。

各項目の質問に対する選択肢は、「効果高」「効果中」「効果低」「効果なし」「マイナスの効果」「分からない」から成っている。この「効果高」「効果中」「効果低」の 3 つを「効果あり」としてまとめると、「効果あり」の割合は、「商品・サービスの質の向上」が 51.1% で最も高い。いずれの項目に対しても 3 割以上の企業が効果を認めているが、比較的高い項目を挙げると、「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%）の順となる（**図表 6-3** 参照）。

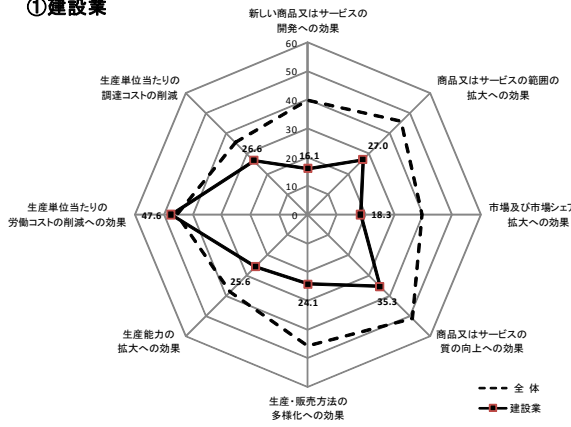
**図表 6-3 情報化投資の経営に対する効果の程度**



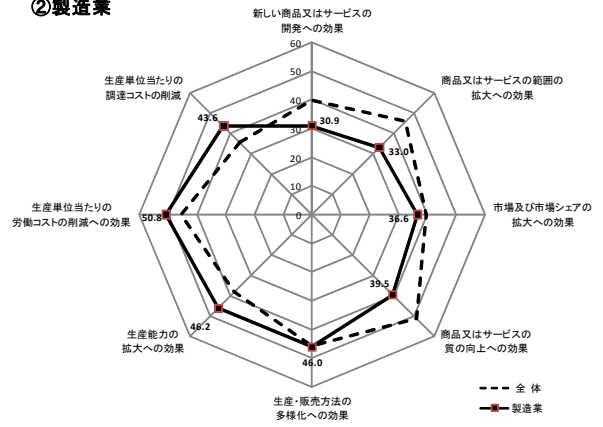
また、情報化投資の効果の現れ方には産業によって違いが見られ、例えば「製造業」では産業平均よりも調達コストや労働コストの削減、生産能力の拡大の面で効果が認識され、同様に「建設業」では労働コストの削減、「運輸業」では商品又はサービスの質の向上、「卸売・小売業」では生産又は販売方法の多様化、「金融・保険業」では新しい商品又はサービスの開発、商品又はサービスの範囲の拡大、商品又はサービスの質の向上の面で効果が比較的高く現われている。「サービス業・その他（計）」では全ての項目にわたって産業平均を上回る（**図表 6-4** 参照）。

図表 6-4 産業別情報化投資の効果を知る割合

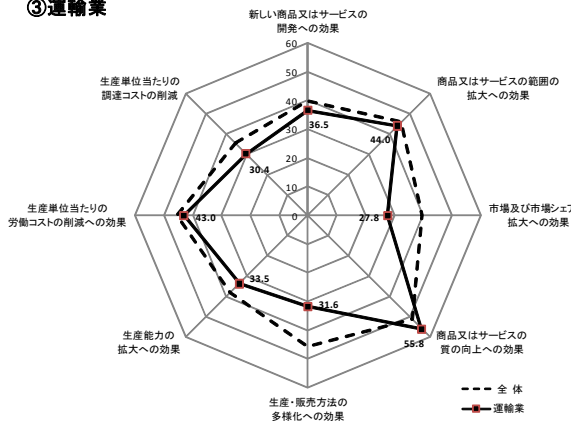
①建設業



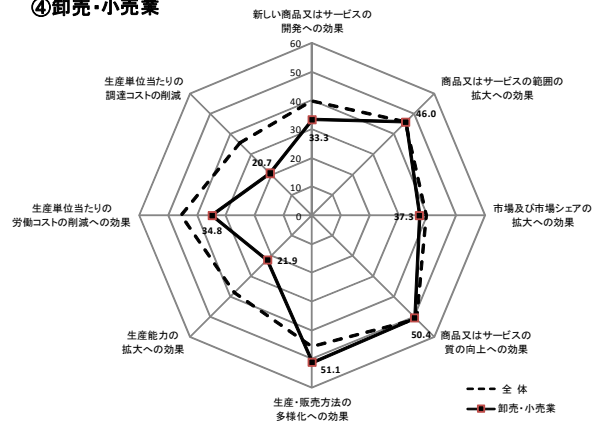
②製造業



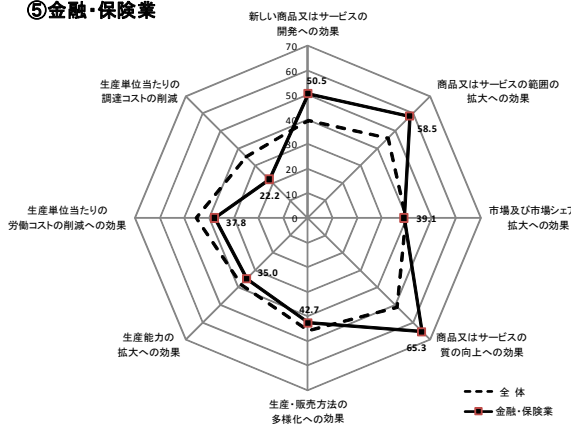
③運輸業



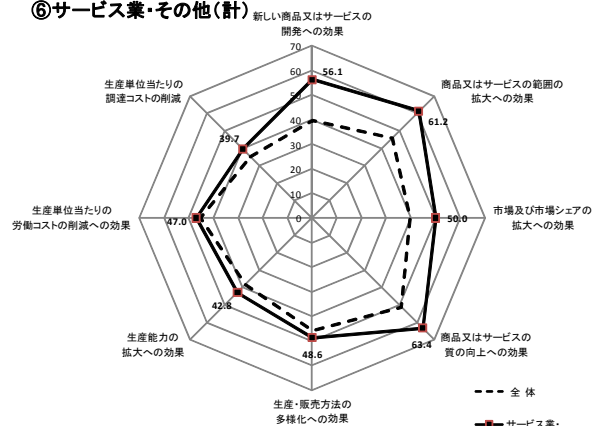
④卸売・小売業



⑤金融・保険業

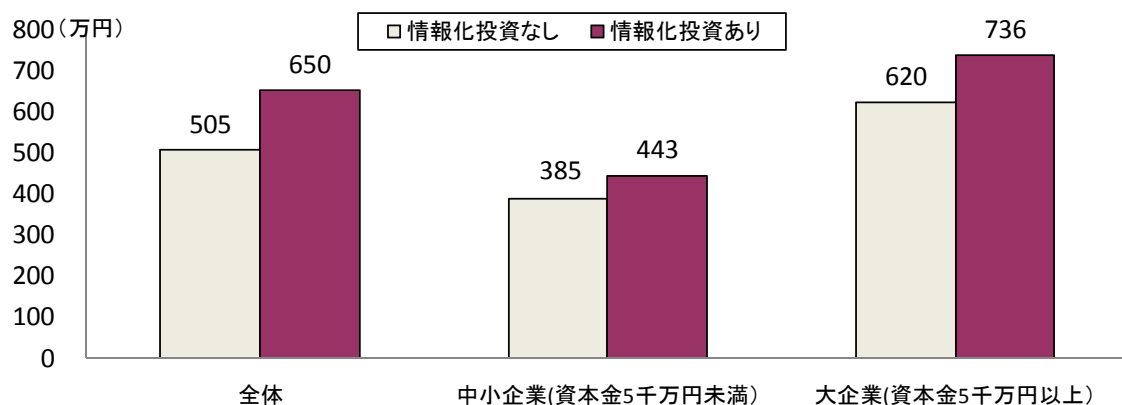


⑥サービス業・その他(計)



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（図表6-5参照）。

図表6-5 情報化投資の実施と労働生産性



※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

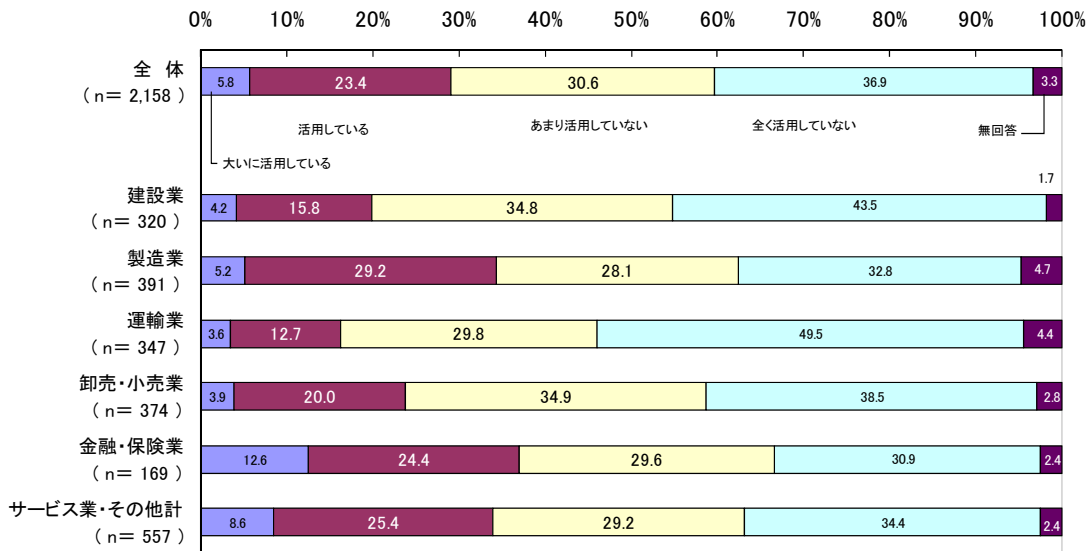
※3 営業利益、人件費、資本金及び情報化投資の実施が無回答のものを除いて集計

※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

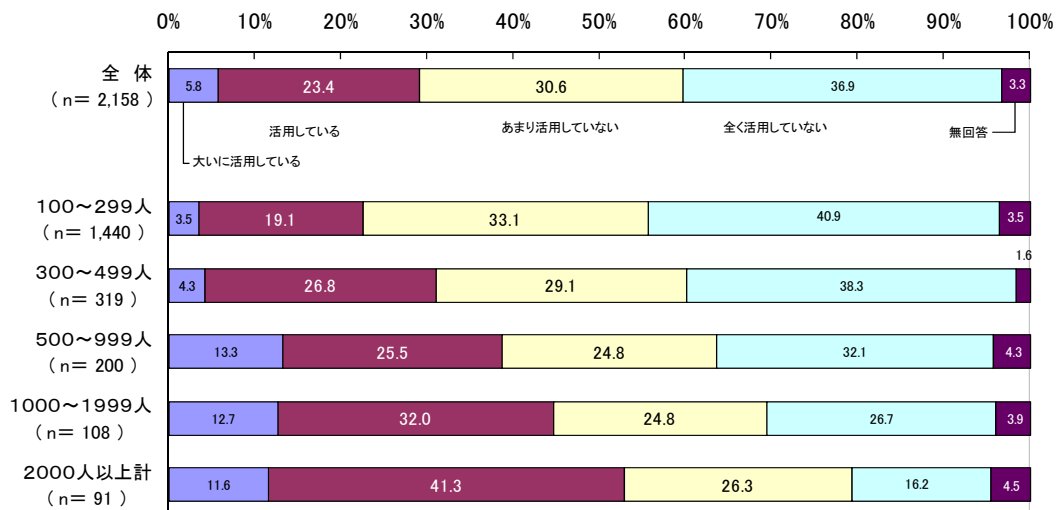
### 3 社外ネットワークの活用

社外とのネットワークを商品やサービスの開発に活用しているか企業に尋ねた。わずかでも活用しているという企業は、産業全体の約6割（59.8%）である。その内訳は、「大いに活用している」が5.8%、「活用している」が23.4%、「あまり活用していない」が30.6%であった。これを産業別に見ると、多少でも社外ネットワークを活用している企業は「金融・保険業」が66.6%で最も高く、以下「サービス業・その他（計）」（63.2%）、「製造業」（62.5%）の順となっている。「大いに活用している」に限定すると、「金融・保険業」（12.6%）が飛び抜けて高い（図表6-6参照）。また、従業員規模別では、大企業ほど社外ネットワークを積極的に活用する傾向があり、従業員2000人以上の企業では約8割が何らかの社外ネットワークを活用している（図表6-7参照）。

図表 6-6 産業別社外ネットワークの活用状況



図表 6-7 産業別社外ネットワークの活用状況



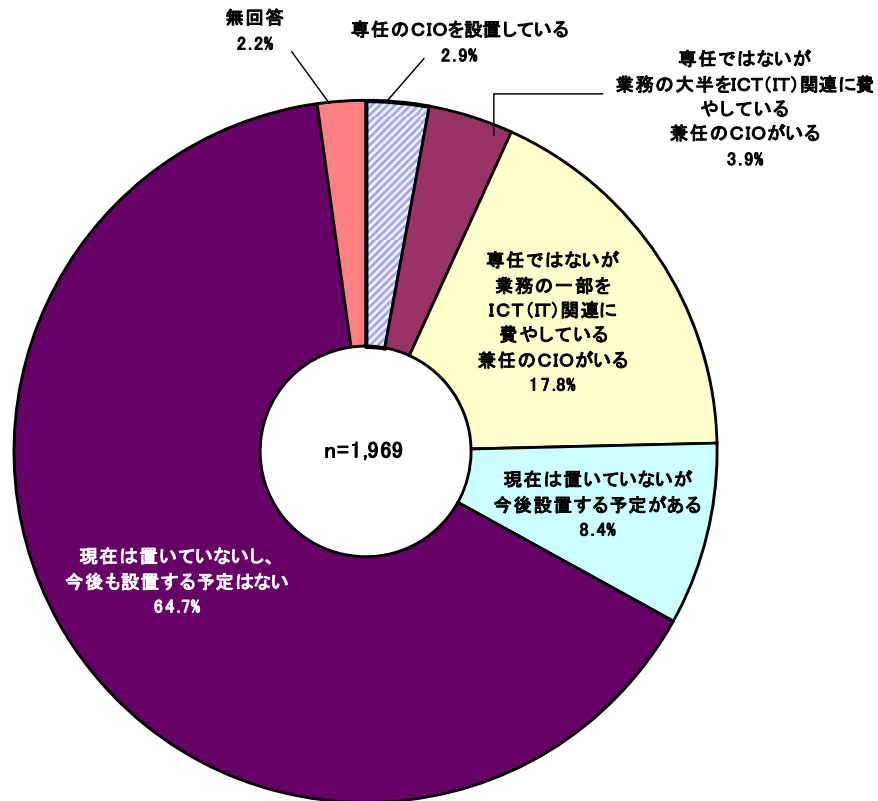
#### 4 C I Oの設置

情報通信ネットワークを利用している企業に対し、C I O<sup>11</sup>設置状況について尋ねた。

C I Oを設置する企業は全体の 2 割台 (24.6%) である。その内訳は「専任のC I O」(2.9%)、「業務の大半をI C T関連に費やしている兼任のC I O」(3.9%)、「業務の一部をI C T関連に費やしている兼任のC I O」(17.8%) となっており、本来の仕事の一部としてC I Oを務めている人がほとんどである。また、今後の意向として、「今後設置する予定あり」とする企業は 8.4% である (図表 6-8 参照)。

これを過去の調査結果と比較すると、C I O設置率は 2 年連続して上昇し、昨年調査からは 3.0 ポイント高くなっている (図表 6-9 参照)。

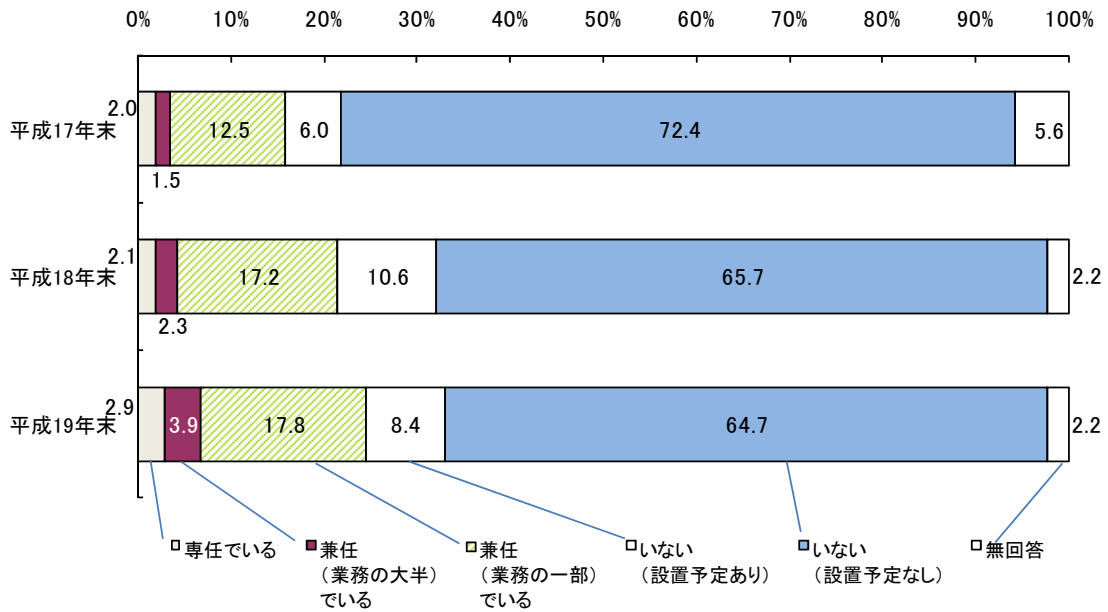
図表 6-8 C I Oの設置状況



<sup>11</sup> C I O : Chief Information Officer

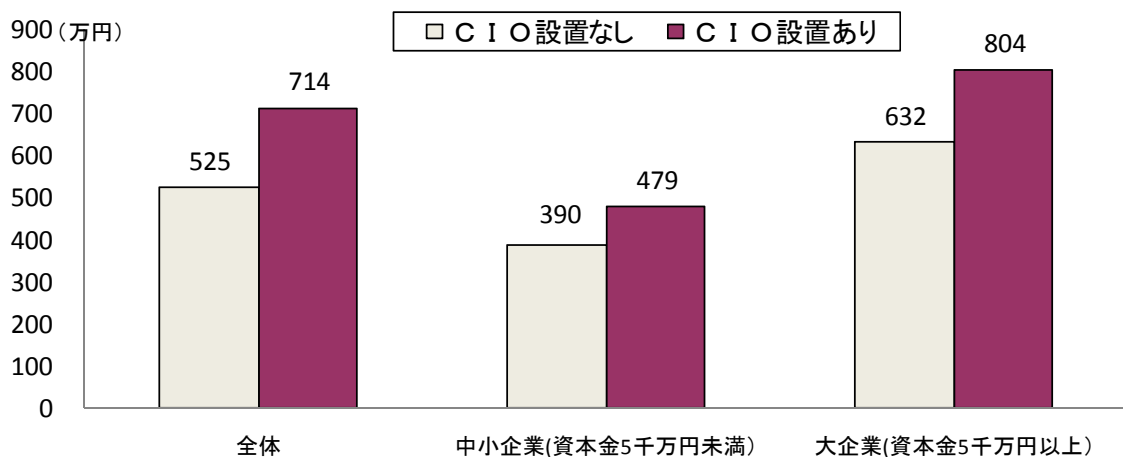


図表 6-9 CIOの設置率の変化



また、C I Oを設置している企業の労働生産性は、7 1 4万円であり、設置していない企業の5 2 5万円に比べ、1 8 9万円高くなっている（図表 6-10 参照）。

図表 6-10 CIOの設置と労働生産性



※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C I O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

秘 総務省 (平成19年) 通信利用動向調査 調査票 <企業用>

◎ この調査は、統計報告調整法に基づく承認を得て実施するものです。  
この調査票は統計作成以外の目的に使用されることはありませんので、ありのままをご記入ください。

(あて名ラベル貼付位置)	この調査票を作成していただいた方の所属部署名	
	この調査票を作成していただいた方のお名前	
	ご連絡先の電話番号	

(記入に当たっては、次の点にご注意ください。)

- 1 特に記載した場合を除き、平成19年12月31日現在でご記入願います。
- 2 調査票の提出先 〒100-8926 東京都千代田区霞が関2-1-2 中央合同庁舎第2号館  
総務省 情報通信政策局 総合政策課情報通信経済室
- 3 調査内容等の照会先
- 4 この調査は、総務省が上記調査機関に委託して実施するものです。

問1 貴社における通信網やインターネット等の構築・利用状況についてお尋ねします。

(1) 貴社ではコンピュータを利用した通信網を構築していますか。該当する番号にそれぞれ1つ〇印を付けてください。

企業通信網	構築状況や今後の構築予定
① 企業内通信網*1	1. 全社的に構築している 2. 一部の事業所又は部門で構築している 3. 構築していないが、今後構築する予定がある 4. 構築していないし、今後構築する予定もない
② 企業間通信網*2	1. 全社的に構築している 2. 一部の事業所又は部門で構築している 3. 構築していないが、今後構築する予定がある 4. 構築していないし、今後構築する予定もない

\*1: 同一構内における通信網や、同一企業内の本社・支社間及び事業所間の通信網のことを指します。

\*2: 他企業との通信網を指します。

(2) (1)で「構築している」(1または2)と回答した企業にお尋ねします。主にどのような通信サービスを利用していますか。

1. 広域イーサネット*1	4. 専用線*4	7. 電話回線(ダイヤルアップ)
2. IP-VPN*2	5. フレームリレー*5	8. その他
3. インターネットVPN*3	6. セルリレー*6	9. 分からない

\*1 LAN規格であるイーサネットで使用されているスイッチングハブを組み合わせて構築した広域ネットワーク・サービス。

\*2 VPNはVirtual Private Networkの略。電気通信事業者の閉域IP網を経由して構築されたセキュリティの高い仮想専用網サービス。

\*3 公衆網であるインターネットを経由して構築された仮想専用網サービス。

\*4 特定区間をダイレクトで結び、専有して利用する通信サービス。

\*5 伝送するデータを可変長の「フレーム」という単位に分割して送受信する通信サービス。

\*6 伝送するデータを固定長の「セル」という単位に分割して送受信する通信サービス。

- (3) パソコン、携帯電話や携帯情報端末(PDA)を利用して、**貴社外から企業内通信網や企業間通信網に接続**できますか。  
**該当する番号にそれぞれ1つ〇印を付けてください。**

使用機器	接続状況や今後の接続予定
① パソコン	1. 接続できる 2. 接続できないが、今後接続する予定がある 3. 接続できないし、今後接続する予定もない
② 携帯電話、 携帯情報端末(PDA)	1. 接続できる 2. 接続できないが、今後接続する予定がある 3. 接続できないし、今後接続する予定もない

- (4) 貴社では、**インターネット(ホームページの閲覧、メール送受信など)**を利用していますか。  
**該当する番号1つに〇印を付けてください。**

1. 全社的に利用している	3. 利用していないが、今後利用する予定がある
2. 一部の事業所又は部門で利用している	4. 利用していないし、今後利用する予定もない

- (5) (4)で「1. 全社的に利用している」及び「2. 一部の事業所又は部門で利用している」と回答した企業にお尋ねします。  
 貴社では、**インターネットにどのような形態で接続**していますか。  
**該当する番号すべてに〇印を付けてください。**

1. 電話回線(ダイヤルアップ)	4. ケーブルテレビ回線(CATV回線)	7. DSL回線
2. ISDN回線(非常時接続)*	5. 光回線(FTTH回線)	8. 専用線
3. ISDN回線(常時接続)*	6. 固定無線回線(FWA)	9. その他

\* 光回線によるISDNは、「5. 光回線(FTTH回線)」に含めてください。

- (6) 企業内通信網や企業間通信網又は**インターネットに接続している端末を、概ね何人に1台の割合で、あるいは従業員数に**  
**対してどのくらいの割合で配備**していますか。**該当する番号1つに〇印を付けてください。**

1. 1人に1台以上(100%以上)	3. 3人に1台(30~49%)	5. 5人以上に1台(25%未満)
2. 2人に1台(50~99%)	4. 4人に1台(25~29%)	6. 配備していない(0%)

- (7) 貴社では、**ホームページ、ビジネスブログ及びSNSを開設**していますか。それぞれ**該当する番号に〇印を付けてください。**

ホームページを開設して	ビジネスブログを開設して	SNSを開設して
1. いる    2. いない	1. いる    2. いない	1. いる    2. いない

- (8) (7)でホームページやビジネスブログ・SNSを開設していると回答した企業にお尋ねします。開設の目的や用途は何ですか。  
**該当する番号すべてに〇印を付けてください。**

1. 商品や催物の紹介、宣伝	4. 会社案内、人材募集	7. 電子公告、決算公告
2. 定期的な情報の提供	5. 申込や届出の受付	8. 消費者の評価・意見の収集
3. 請求や利用明細の通知	6. アンケート調査	9. その他

- (9) 貴社では、マーケティングのために消費者が開設しているブログやSNSなどを利用(閲覧・分析)していますか。

1. よく利用している	3. あまり利用しない
2. たまに利用している	4. 利用していない

(10) 貴社では、ASP(Application Service Provider)が提供するSaaS(Software as a Service)を利用していますか。また、効果はありましたか。利用していない場合、今後利用する予定ですか。

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 利用しており、非常に効果があった    | 5. 利用しているが、効果はよく分からない    |
| 2. 利用しており、ある程度効果があった   | 6. 利用していないが、今後利用する予定     |
| 3. 利用しているが、あまり効果がなかった  | 7. 利用していないし、今後も利用する予定はない |
| 4. 利用しているが、マイナスの効果であった | 8. SaaSについてよく分からない       |

上記(10)で、「7. 利用していないし今後も利用する予定はない」と回答した企業にお尋ねします。SaaSを利用しない理由は何ですか。**該当するすべての番号に○印を付けてください。**

- |                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| 1. SaaSの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい   | 5. ネットワークの安定性に対する不安がある |
| 2. SaaSの導入によって自社コンプライアンスに支障をきたす | 6. セキュリティに不安がある        |
| 3. 通信費用がかさむ                     | 7. その他                 |
| 4. ニーズに応じたアプリケーションのカスタマイズができない  |                        |

(11) 貴社では、インターネット上の3D仮想空間(「Second Life」や「splume」など)で支店開設、販売促進活動、PR、イベント開催などの企業活動を実施していますか、または実施したことがありますか。

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. 実施している、または実施したことがある    | 3. 実施したことはないし、今後も実施する予定はない  |
| 2. 実施したことはないが、今後実施する予定がある | 4. 実施したことはないが、今後実施するかどうかは未定 |

(12) 情報通信ネットワーク(企業内通信網や企業間通信網又はインターネット等)を利用する上で問題と思われる点は何ですか。また、**情報通信ネットワークを利用していない企業については、利用を妨げる問題点**は何ですか。**該当する番号すべてに○印を付けてください。**

- |                   |                  |                     |
|-------------------|------------------|---------------------|
| 1. セキュリティ対策の確立が困難 | 6. ウィルス感染に不安     | 11. 従業員のセキュリティ意識が低い |
| 2. 運用・管理の費用が増大    | 7. 導入成果を得ることが困難  | 12. 通信料金が低い         |
| 3. 運用・管理の人材が不足    | 8. 導入成果の定量的把握が困難 | 13. 通信速度が遅い         |
| 4. 障害時の復旧作業が困難    | 9. 認証技術の信頼性に不安   | 14. その他             |
| 5. 著作権等知的財産の保護に不安 | 10. 電子的決済の信頼性に不安 | 15. 特に問題点なし         |

(13) 貴社では以下の**電子タグ、非接触型ICカード等のいわゆる「ユビキタス関連ツール」**を利用したシステムやサービスを導入していますか。**該当する番号にそれぞれ1つ○印を付けてください。**

ユビキタス関連ツール	導入状況や今後の導入予定
① 電子タグ(RFIDタグ) 例：物の特定による生産管理や在庫管理、物流管理など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
② 非接触型ICカード 例：人の認証による入退室管理、キャッシュレス決済など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
③ 新たにネットワーク機能が加わった機器(ネットワークカメラ、センサー等) 例：ネットワークカメラや人感センサーを利用した防犯など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない
④ GPS、携帯電話などの位置確認機能 例：車両の位置情報に基づく運行管理など	1. 全社的に導入している 2. 一部の事業所又は部門で導入している 3. 導入していないが、今後導入する予定がある 4. 導入していないし、今後導入する予定もない

問2 すべての企業に電子商取引についてお尋ねします。

(1) 貴社では、インターネット\*を利用した調達や販売を行っていますか。該当する番号すべてに○印を付けてください。

1. 企業からインターネットを利用した調達を行っている	3. 一般消費者へインターネットを利用した販売を行っている
2. 企業へインターネットを利用した販売を行っている	4. どれも行ってない

\* ここでは、公衆網のインターネットを用いた調達だけではなく、TCP/IP(インターネットで用いられている通信プロトコル)を用いた調達(TCP/IPの専用線など)が含まれます。

(2) (1)で「2」または「3」に回答した企業にお尋ねします。貴社では、平成18年度の1年間で企業及び一般消費者からインターネットにより注文を受け付けた販売額の、その商品の販売額全体に対する割合は、およそどのくらいでしたか。数字で記入してください。

およそ	%
-----	---

(3) (1)で「2」または「3」に回答した企業にお尋ねします。インターネット販売を行う理由は何ですか。該当するすべての番号に○印を付けてください。

1. 店舗が必要なく効率的	6. 個々の消費者の属性を的確に把握できる
2. 広範囲に新規顧客を獲得できる	7. 効果的な広告を打てる
3. 取引に関わる間接業務を効率化できる	8. 売れ筋でない商品であっても取り扱える
4. 中間流通コストを削減できる	9. その他
5. 在庫の削減ができる	

(4) すべての企業にお尋ねします。電子商取引を利用する上で、問題と思われる点は何ですか。また、電子商取引を利用していない企業については、利用を妨げる問題点は何ですか。該当するすべての番号に○印を付けてください。

1. システムの構築に専門知識を要する	9. 従来の取引慣行に合わない
2. 通信プロトコル等が業界によって異なる	10. 通信速度が遅い
3. 伝票やデータフォーマット等が業界によって異なる	11. 通信料金が高い
4. セキュリティ対策が十分でない	12. 適切な決済方法がない
5. 設備投資の費用負担が大きい	13. 必要がない
6. 情報システムのランニングコストが高い	14. その他
7. 電子商取引に関する法律、原則が整っていない	15. 特に問題点はない
8. 取引相手の電子化が不十分	16. 分からない

(5) すべての企業にお尋ねします。貴社では、インターネットを利用した広告を行っていますか。行っている広告の種類全ての番号に○印を付けてください。行っていない場合は「10. 行っていない」に○印を付けてください。

(Web広告)		
1. テキスト広告※1	2. バナー広告※2	3. リッチメディア広告※3
4. スポンサーシップ広告(編集タイアップなど)	5. 検索連動型	6. コンテンツ連動型
(メール広告)		
7. メールマガジン	8. DM広告(ターゲティングメールなど)	
(その他)		
9. その他のインターネット広告	10. 行っていない	

※1 文字のみで構成されているもの ※2 一般的に長方形で、静止画像や写真が表示されているもの  
※3 マウスの動きに合わせて表示が動いたり、ストリーミング技術で動画を表示したりするような音声や映像を活用しているもの

(6) インターネットを利用した広告を行っている企業にお尋ねします。インターネットを利用した広告を行なう理由は何ですか。当てはまる番号全てに○印を付けてください。

1. 広告効果を把握しやすい	3. 個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能
2. 広告費が安い	4. 広範囲に情報発信できる

問3 すべての企業にテレワークについてお尋ねします。

貴社では、**テレワーク\***を導入されていますか。該当する番号に1つ〇印を付けてください。

1. 導入している      2. 導入していないが、具体的に導入予定がある      3. 導入していないし、具体的な導入予定もない

\* テレワークとは、貴社建物から離れたところに居ながら、通信ネットワークを活用することにより、あたかも貴社建物内で勤務しているような作業環境にある勤務形態のことです。具体的には、社員の作業場所により、在宅勤務、モバイルワーク(営業活動などで外出中に携帯情報端末で作業する場合)やサテライトオフィス(貴社のオフィス以外のオフィスで作業する場合)と呼ばれるものです。

→ 上記で「1. 導入している」に回答した企業にお尋ねします。

① **どのくらいの割合の従業員がテレワークを利用していますか。該当する番号1つに〇印を付けてください。**

1. 5%未満                      3. 10%～30%未満                      5. 50%～80%未満  
2. 5%～10%未満                      4. 30%～50%未満                      6. 80%以上

→ ② 貴社において、**テレワーク導入目的**は次のどれですか。該当する番号すべてに〇印を付けてください。

1. 定型的業務の効率性(生産性)の向上      6. 顧客満足度の向上  
2. 付加価値創造業務の創造性の向上      7. 優秀な人材の雇用確保  
3. 勤務者にゆとりと健康的な生活の実現      8. 通勤弱者(身障者、高齢者、育児中の女性等)への対応  
4. オフィスコストの削減      9. 分からない  
5. 勤務者の移動時間の短縮      10. その他

→ ③ ②で回答したテレワーク導入目的に対して、一般的に**効果**はありましたか。

**該当する番号1つに〇印を付けてください。**

1. 非常に効果はあった                      2. ある程度効果はあった                      3. 効果はなかった

問4 すべての企業に従業員のICT(IT)\*教育のために行っていることについてお尋ねします。

\* 「ICT」とは、「Information & Communications Technology」(情報通信技術)の略であり、「IT」と同義。

貴社で行っているものは次のどれですか。

**該当する番号すべてに〇印を付けてください。**

1. 社内のICT(IT)関連教育・研修プログラムの実施      5. 社員の自主的なICT(IT)関連学習活動への時間的支援  
2. 社外のICT(IT)関連教育・研修プログラムへの参加      6. ICT(IT)関連技能・能力テストの実施  
3. 社員の自主的なICT(IT)関連学習活動への金銭支援      7. その他の教育訓練  
4. ICT(IT)関連資格の取得に対する報奨金の支給      8. 行っていない

問5 情報通信ネットワーク(企業内・企業間通信網やインターネット等)を利用している企業に安全対策についてお尋ねします。

(1) 過去1年間において、情報通信ネットワークの利用の際に1～8に該当する**セキュリティ侵害事案は発生**しましたか。**該当する番号すべてに〇印を付けてください。いずれの被害も受けていない場合は9に〇印を付けてください。**

1. コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった      6. ホームページの改ざん  
2. コンピュータウイルスを発見し、少なくとも1回は感染した      7. 故意・過失による情報漏洩  
3. 不正アクセス\*1      8. その他の侵害  
4. スパムメールの中継利用・踏み台      9. 特に被害はない  
5. DoS攻撃\*2

\*1 企業等のコンピュータシステムに無許可で侵入し、システムに不具合を起こさせたり、不正に利用することなどを意味します。

\*2 メール・サーバーに大量のメールを送ってシステムをダウンさせるなど、サービスを提供させないようにする攻撃。

(2) (1)で「2. コンピュータウイルスを発見し、少なくとも1回は感染した」と回答した企業にお尋ねします。過去1年間において、**何回感染**しましたか。**該当する番号1つに〇印を付けてください。**

1. 1回                      3. 3回                      5. 5回以上  
2. 2回                      4. 4回

(3) 貴社では、**情報通信ネットワークのデータセキュリティやウイルス対策**に関して、**どのように対応**していますか。  
**該当する番号すべて\*1** に○印を付けてください。

- |                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| 1. セキュリティポリシーの策定                     | 11. アクセスログの記録            |
| 2. セキュリティ監査                          | 12. 認証技術の導入による利用者確認      |
| 3. セキュリティ管理のアウトソーシング                 | 13. データやネットワークの暗号化       |
| 4. 社員教育                              | 14. 回線監視                 |
| 5. パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入 | 15. ファイアウォールの設置          |
| 6. サーバにウイルス対策プログラムを導入                | 16. 代理サーバ等の利用            |
| 7. OSへのセキュリティパッチの導入                  | 17. 不正侵入検知システム(IDS)*2の導入 |
| 8. 外部接続の際にウイルスウォールを構築                | 18. その他の対策               |
| 9. ウイルス対策対応マニュアルを策定                  | 19. 分からない                |
| 10. ID、パスワードによるアクセス制御                | 20. 特に対応していない            |

\*1 「3. セキュリティ管理のアウトソーシング」への○印の有無にかかわらず、外部委託又は外部サービスの利用によって、対策の一部を実施している場合も、各選択肢の番号に○印を付けてください。

\*2 IPS(不正侵入防御システム)を含みます。

(4) 貴社では、**個人情報保護**について**どのような対策を実施**していますか。**該当する番号すべてに○印**を付けてください。

- |                   |                                 |
|-------------------|---------------------------------|
| 1. プライバシーマーク制度の取得 | 6. 社内教育の充実                      |
| 2. プライバシーポリシーの策定  | 7. 外注先の選定要件の強化(プライバシーマーク取得の有無等) |
| 3. 個人情報保護管理責任者の設置 | 8. その他の対策                       |
| 4. 必要な個人情報の絞り込み   | 9. 特に実施していない                    |
| 5. システムや体制の再構築    | 10. 分からない                       |

問6 企業経営におけるICT(IT)化への取り組みとその効果についてお尋ねします。

(1) 情報化投資について

① 過去3年間において、貴社の情報通信ネットワーク、ユビキタス関連ツール及びインターネットの機能・サービス(例:ブログ、SNS)に関する情報化投資を行いましたか。  
**該当する番号どちらかに○印**を付けてください。

- |        |           |
|--------|-----------|
| 1. 行った | 2. 行わなかった |
|--------|-----------|

② ①で「1. 行った」に回答した企業にお尋ねします。  
 過去3年間における情報化投資の結果、貴社にもたらされた効果の程度はどのくらいですか。  
**各項目ごとに該当する番号に1つだけ○印**を付けてください。

	効果あり			効果なし	マイナスの効果	分からない
	効果の程度					
	高	中	低			
新しい商品又はサービスの開発	1	2	3	4	5	6
商品又はサービスの範囲の拡大	1	2	3	4	5	6
市場及び市場シェアの拡大	1	2	3	4	5	6
商品又はサービスの質の向上	1	2	3	4	5	6
生産又は販売方法の多様化	1	2	3	4	5	6
生産能力の拡大	1	2	3	4	5	6
生産単位当たりの労働コストの削減	1	2	3	4	5	6
生産単位当たりの調達コストの削減	1	2	3	4	5	6

(2) 貴社では、**社外とのネットワーク\***を商品やサービスの開発に活用していますか。  
**該当する番号1つに○印**を付けてください。

- |              |           |               |              |
|--------------|-----------|---------------|--------------|
| 1. 大いに活用している | 2. 活用している | 3. あまり活用していない | 4. 全く活用していない |
|--------------|-----------|---------------|--------------|

\*外部の企業との間のネットワークに加え、グループ企業との間のネットワーク、外部の個人や研究機関等との間のネットワークなども含みます。

(3) 貴社ではCIO\* (Chief Information Officer)を設置していますか。  
該当する番号1つに○印を付けてください。

- |   |
|---|
| 1. 専任のCIOを設置している                          |
| 2. 専任ではないが業務の大半をICT(IT)関連に費やしている兼任のCIOがいる |
| 3. 専任ではないが業務の一部をICT(IT)関連に費やしている兼任のCIOがいる |
| 4. 現在は置いていないが今後設置する予定がある                  |
| 5. 現在は置いていないし、今後も設置する予定はない                |

\* 情報通信戦略と経営戦略を調整・統括する役員

最後に、貴社の概要についてお尋ねします。

なお、有価証券報告書に回答内容と同様の記入がされている場合は、記入せず該当部分の複写を添付されても差し支えありません。その際は、当該複写の該当箇所がわかるよう下線を引いてください。

F1 貴社の資本金額(出資金・基金の額)は、いくらですか。該当する番号1つに○印を付けてください。

- |                      |                  |                |
|----------------------|------------------|----------------|
| 1. 1,000万円未満         | 4. 5,000万円～1億円未満 | 7. 10億円～50億円未満 |
| 2. 1,000万円～3,000万円未満 | 5. 1億円～5億円未満     | 8. 50億円以上      |
| 3. 3,000万円～5,000万円未満 | 6. 5億円～10億円未満    |                |

F2 貴社の年間売上高\*はどのくらいですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

\* 平成18年度(平成18年4月～平成19年3月の1年間)の売上高を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。

\* 銀行業は経常収益を、生命保険会社は保険料等収入を、損害保険会社は正味収入保険料を記入してください。

F3 貴社の営業利益\*は、いくらですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

\* 平成18年度(平成18年4月～平成19年3月の1年間)の営業利益を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。

\* 銀行業は業務純益を、生命保険会社は基礎利益を、損害保険会社は保険引受利益を記入してください。

F4 貴社における人件費\*は、いくらですか。百万円単位で数字で記入してください。

										百万円
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

\* 平成18年度(平成18年4月～平成19年3月の1年間)の人件費を記入してください。この期間の記入が困難な場合は、最も近接した決算前1年間の金額を記入してください。

F5 貴社の従業者数\*は何人ですか。数字で記入してください。

										人
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

\* 従業者数：平成19年12月1日又はこれに最も近い給与締切日現在の貴社に常時雇用されている者として、臨時・日雇・パートタイマーと呼ばれる者でも、1か月を超える契約の者又は平成19年10、11月にそれぞれ18日以上働き、調査日現在も雇用されている者は該当します。

◎ 質問は以上です。お手数をお掛けいたしますが、同封の返信用封筒にてご返送ください。  
(切手は貼らなくて結構です。)

ご協力ありがとうございました。