

平成27年
通信利用動向調査報告書
(企業編)

総務省 情報通信国際戦略局

平成27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、統計法(平成19年法律第53号)に基づく一般統計調査である。この調査により、企業における情報通信ネットワークの構築状況及び情報通信サービス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19年11月改訂)上の産業分類との比較</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>建設業</td> <td>「D 建設業」</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>「E 製造業」</td> </tr> <tr> <td>運輸業</td> <td>「H 運輸業, 郵便業」</td> </tr> <tr> <td>卸売・小売業</td> <td>「I 卸売業, 小売業」</td> </tr> <tr> <td>金融・保険業</td> <td>「J 金融業, 保険業」</td> </tr> <tr> <td>不動産業</td> <td>「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)</td> </tr> <tr> <td>サービス業、その他</td> <td>「A 農業, 林業」、「B 漁業」、「C 鉱業, 採石業, 砂利採取業」、 「F 電気・ガス・熱供給・水道業」、「G 情報通信業」、 「K 不動産業, 物品賃貸業」のうち中分類「70 物品賃貸業」、 「L 学術研究, 専門・技術サービス業」、「M 宿泊業, 飲食サービス業」、 「N 生活関連サービス業, 娯楽業」、「O 教育, 学習支援業」、 「P 医療, 福祉」、「Q 複合サービス事業」 及び「R 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19年11月改訂)上の産業分類との比較	建設業	「D 建設業」	製造業	「E 製造業」	運輸業	「H 運輸業, 郵便業」	卸売・小売業	「I 卸売業, 小売業」	金融・保険業	「J 金融業, 保険業」	不動産業	「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)	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19年11月改訂)上の産業分類との比較																
建設業	「D 建設業」																
製造業	「E 製造業」																
運輸業	「H 運輸業, 郵便業」																
卸売・小売業	「I 卸売業, 小売業」																
金融・保険業	「J 金融業, 保険業」																
不動産業	「K 不動産業, 物品賃貸業」(中分類「70 物品賃貸業」を除く)																
サービス業、その他	「A 農業, 林業」、「B 漁業」、「C 鉱業, 採石業, 砂利採取業」、 「F 電気・ガス・熱供給・水道業」、「G 情報通信業」、 「K 不動産業, 物品賃貸業」のうち中分類「70 物品賃貸業」、 「L 学術研究, 専門・技術サービス業」、「M 宿泊業, 飲食サービス業」、 「N 生活関連サービス業, 娯楽業」、「O 教育, 学習支援業」、 「P 医療, 福祉」、「Q 複合サービス事業」 及び「R 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	事業所母集団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	5,140企業															
調査方法	郵送及びオンライン(メール)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28年1～2月																

(2)調査事項

- ・インターネット及びその接続回線の利用状況
- ・インターネットによる情報発信の状況
- ・電子商取引(広告を含む)の実施状況
- ・無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況
- ・クラウドコンピューティングの利用状況
- ・テレワークの導入状況
- ・従業員へのICT(IT)教育の実施状況
- ・情報通信ネットワークの安全対策
- ・情報通信ネットワークの利用上の問題点

3 回収状況

発送数	無効数 ¹⁾	有効回答数	有効回収率 ²⁾
5,140	1,676	1,845	53.3%

1) 宛先不明のため返却された件数及び白紙などで無効とした件数

2) 有効回答数÷(発送数－無効数)

産業	建設業	316
	製造業	311
	運輸業	311
	卸売・小売業	306
	金融・保険業	160
	不動産業	141
	サービス業、その他	300
	計	1,845

従業者規模	100-299人	1,330
	300-999人	349
	1,000-1,999人	69
	2,000人以上	97
	計	1,845

地方	北海道	80
	東北	101
	北関東	62
	南関東	659
	北陸	56
	甲信越	75
	東海	212
	近畿	280
	中国	102
	四国	49
	九州・沖縄	169
	計	1,845

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意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、「事業所母集団データベース」及び「平成 26 年通信利用動向調査(企業)」の有効回答(合計 2,136)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		0.20268	8.94249	0.61333	0.78970	0.07786	0.09639	2.01014
東北		0.24179	2.06730	0.45973	1.53639	0.12711	0.22245	1.62883
北関東		0.27907	1.77007	0.66290	1.27403	0.11864	0.26694	1.71657
南関東		0.30587	1.77430	0.60190	1.31312	0.15782	0.21706	2.55966
北陸		0.19279	1.31563	0.54024	0.88980	0.15571	0.15571	1.64057
甲信越		0.17328	1.72918	0.54723	1.12594	0.08898	0.10381	2.03171
東海		0.24609	1.62179	0.57620	1.15293	0.18537	0.14088	1.99666
近畿		0.28601	1.52656	0.57570	1.57126	0.15571	0.19703	1.87570
中国		0.27647	1.54778	0.53650	1.04329	0.10169	0.17796	1.42146
四国		0.20020	2.29123	0.54659	0.84531	0.13347	0.26694	1.15303
九州・沖縄		0.24025	1.39972	0.61544	1.36930	0.11122	0.15127	2.44291

(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「経済センサスー基礎調査」(左記調査創設前は「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年以降においても「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、宮城、秋田、山形、福島)

北関東(茨城、栃木、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(岐阜、静岡、愛知、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(徳島、香川、愛媛、高知)

九州・沖縄(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、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	2.8%	5.5%
	運輸	2.7%	5.3%
	卸売・小売	2.8%	5.5%
	金融・保険	3.3%	6.5%
	サービス業・その他(計)	2.3%	4.6%
	不動産	3.7%	7.2%
	サービス業、その他	2.9%	5.6%
全体		1.1%	2.2%
地方	北海道	5.4%	10.6%
	東北	4.9%	9.5%
	北関東	6.2%	12.2%
	南関東	1.9%	3.7%
	北陸	6.5%	12.8%
	甲信越	5.6%	11.0%
	東海	3.4%	6.6%
	近畿	2.9%	5.7%
	中国	4.8%	9.5%
	四国	7.0%	13.7%
	九州・沖縄	3.8%	7.4%
全体		1.1%	2.2%

分類項目		標準誤差	標本誤差
資本金	1,000万円未満	5.8%	11.3%
	1,000万円～3,000万円未満	2.4%	4.8%
	3,000万円～5,000万円未満	3.3%	6.5%
	5,000万円～1億円未満	2.4%	4.7%
	1億円～5億円未満	2.4%	4.8%
	5億円～10億円未満	6.8%	13.4%
	10億円～50億円未満	4.4%	8.6%
	50億円以上	4.0%	7.8%
全体		1.1%	2.2%
従業者規模	100～299人	1.3%	2.6%
	300以上計	2.2%	4.2%
	300～999人	2.6%	5.1%
	1000～1999人	5.9%	11.6%
	2000以上	4.9%	9.6%
全体		1.1%	2.2%

※集計対象が全企業(1,845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。

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

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

平成27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	通信網の構築状況	1
1	インターネットの利用	1
第2章	インターネットによる情報発信	4
1	ホームページの活用	4
2	ソーシャルメディアサービスの活用	5
第3章	電子商取引	7
1	電子商取引の導入	7
2	一般消費者への販売モデル	9
3	インターネットを利用した広告の導入	10
第4章	ICTを利用したシステムやツールの導入	13
第5章	クラウドコンピューティング	15
第6章	テレワーク	19
1	テレワークの導入	19
2	テレワークの形態	21
3	テレワークを利用している従業員の割合	21
4	テレワークの導入目的	22
5	テレワークの効果	23
6	テレワークを導入しない理由	24
第7章	ICT教育	25
第8章	情報通信ネットワークの安全対策	26
1	情報通信ネットワーク利用で受けた被害	26
2	データセキュリティへの対応	29
3	セキュリティポリシーの規定内容	31
4	個人情報保護対策の実施	34
5	情報通信ネットワーク利用上の問題点	36

第 1 章 通信網の構築状況

1 インターネットの利用

(1) インターネットの利用状況

インターネットを利用している企業の割合は 99.9%となっており、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。(図表 1-1 参照)。

図表 1-1 インターネット利用状況の推移



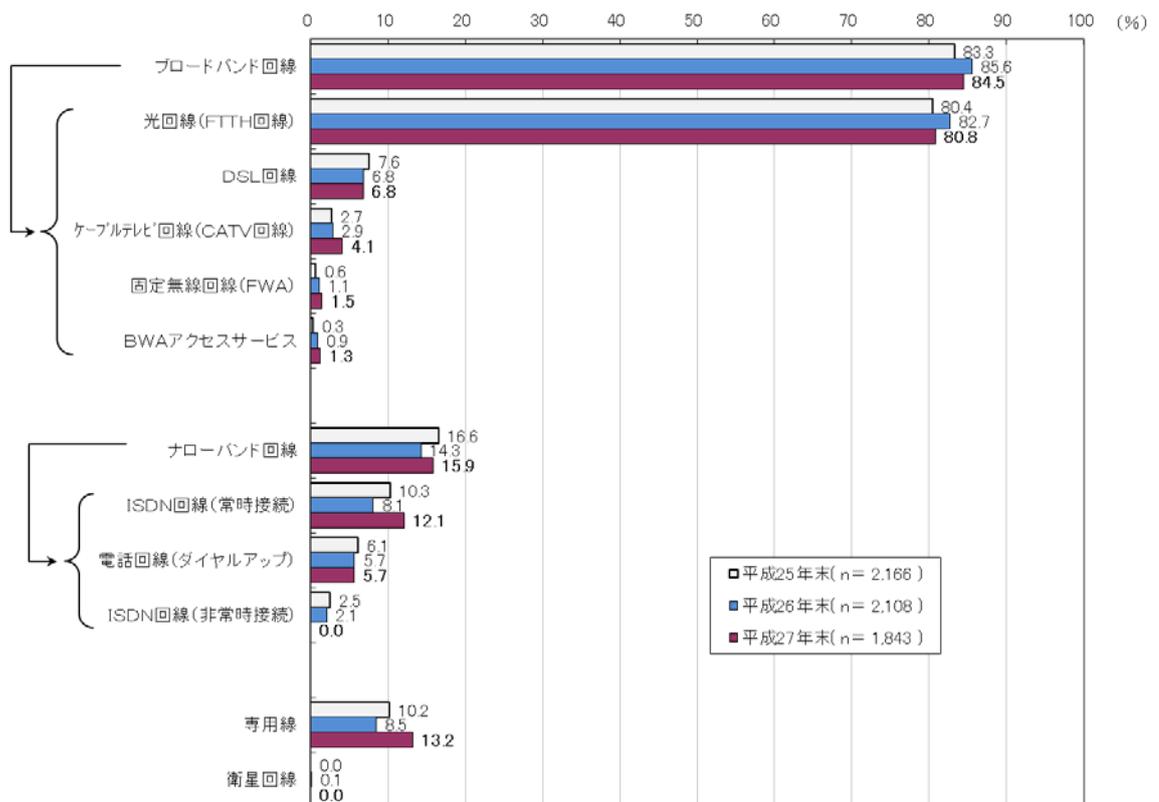
※平成 22 年末までは「全社的に利用している」と「一部の事業所又は部門で利用している」を「利用している」、
「利用していないが、今後利用予定がある」と「利用していないし、今後も必要ない」を「利用していない」として再集計した

(2) インターネットの接続形態

インターネット利用企業の接続形態をみると、「光回線（F T T H回線）」の割合が80.8%と最も高く、次いで「専用線」（13.2%）、「I S D N回線（常時接続）」（12.1%）などとなっている（図表 1-2 参照）。

産業別や従業者規模別にみると、全ての層で「光回線（F T T H回線）」が圧倒的に高くなっている（図表 1-3 参照）。

図表 1-2 インターネット接続形態の推移



(注)「その他」、「無回答」を表示していない

図表 1-3 属性別インターネット接続形態(平成 27 年末)

単位: %

	集計企業数	インターネットの接続形態											
		ナローバンド回線 (再掲)	電話回線 (ダイヤルアップ)	ISDN回線	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)	BWAアクセスサービス	DSL回線	専用線	その他	無回答
全体	1,843	15.9	5.7	12.1	84.5	4.1	80.8	1.5	1.3	6.8	13.2	1.5	1.5
[産業分類]													
建設業	316	12.6	5.3	9.3	90.0	4.0	87.9	0.9	1.6	9.4	13.7	1.1	2.7
製造業	311	11.7	5.4	7.9	83.2	4.7	79.5	1.0	1.8	4.8	17.0	2.4	0.9
運輸業	311	17.9	5.8	15.2	86.3	2.3	82.3	0.4	1.7	10.4	10.3	0.0	2.9
卸売・小売業	306	14.6	4.9	12.2	85.7	3.0	83.9	1.9	1.3	6.3	14.2	0.6	2.2
金融・保険業	160	15.8	3.9	14.6	72.2	2.8	70.2	2.4	1.4	16.8	42.5	1.6	1.1
サービス業・その他(計)	439	19.8	6.6	14.7	84.0	4.8	78.9	2.0	0.9	7.1	9.1	1.7	1.0
[従業者規模]													
100~299人	1,328	16.3	6.4	11.8	86.8	4.4	82.4	1.6	1.4	6.1	8.9	1.1	1.4
300人以上計	515	14.8	3.9	12.9	78.0	3.1	76.1	1.1	1.1	8.8	24.8	2.6	1.8
300~499人	214	14.4	4.4	12.3	84.2	2.6	82.0	1.7	0.4	8.7	15.9	3.8	1.5
500~999人	135	14.3	3.6	13.0	77.8	5.6	76.5	0.5	2.0	9.5	24.1	1.3	3.3
1000~1999人	69	14.9	2.5	14.0	83.1	0.3	81.0	0.0	1.1	4.7	22.3	0.5	1.6
2000人以上	97	16.6	3.8	13.6	58.2	2.2	56.7	1.6	1.4	10.8	51.4	2.7	0.0

第2章 インターネットによる情報発信

1 ホームページの活用

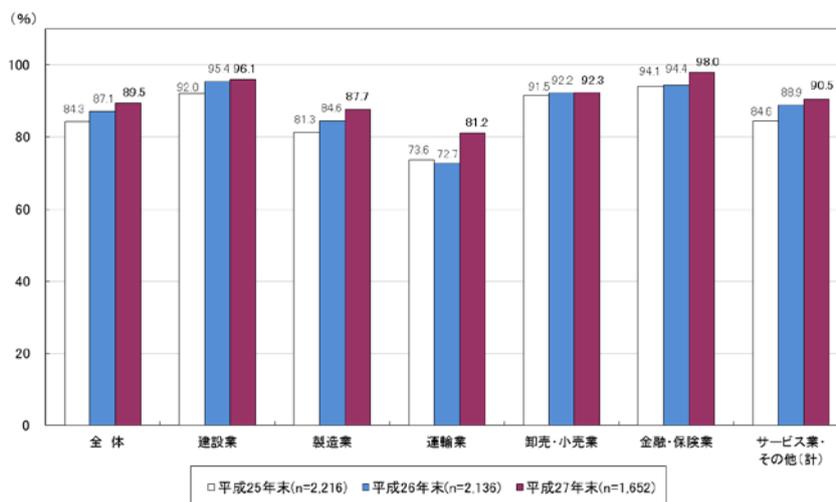
(1) ホームページの開設状況

自社のホームページを開設している企業の割合は89.5%と、前年（平成26年末）の87.1%より2.4ポイント上昇となっている。

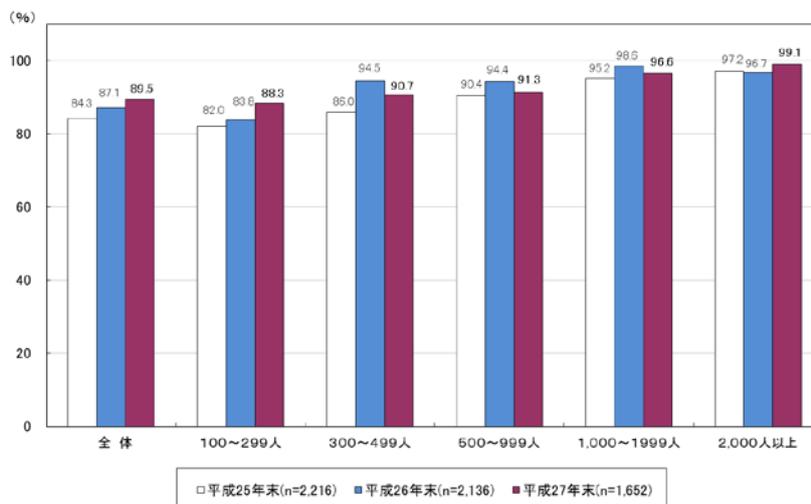
産業別にみると、「金融・保険業」（98.0%）、「建設業」（96.1%）、「卸売・小売業」（92.3%）「サービス業・その他」（90.5%）でそれぞれ9割を上回っている（図表2-1参照）。

従業者規模別にみると、従業者規模の大きい企業ほど開設している企業の割合が高い傾向がある（図表2-2参照）。

図表 2-1 産業別ホームページ開設状況の推移



図表 2-2 従業者規模別ホームページ開設状況の推移



2 ソーシャルメディアサービスの活用

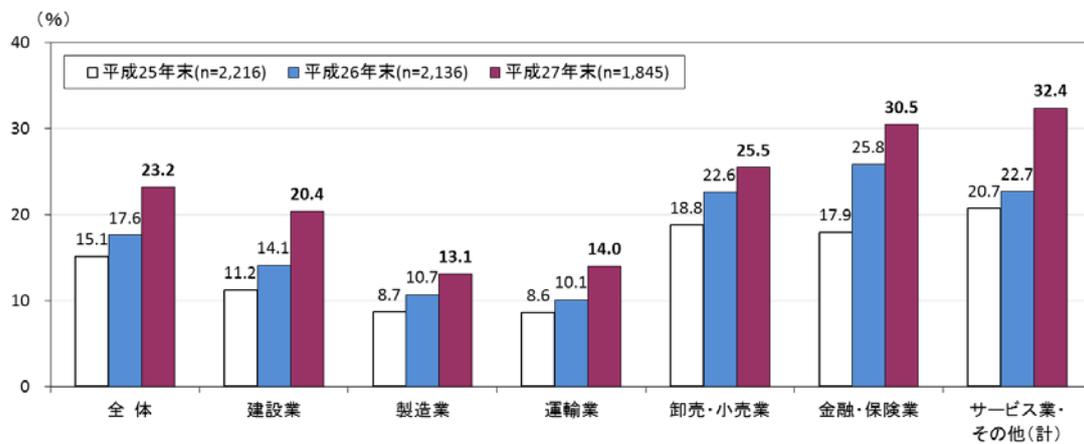
(1) ソーシャルメディアサービスの活用状況

インターネット利用企業のうち、ソーシャルメディアサービスを活用している企業の割合は23.2%と、前年の17.6%から5.6ポイント上昇となっている。

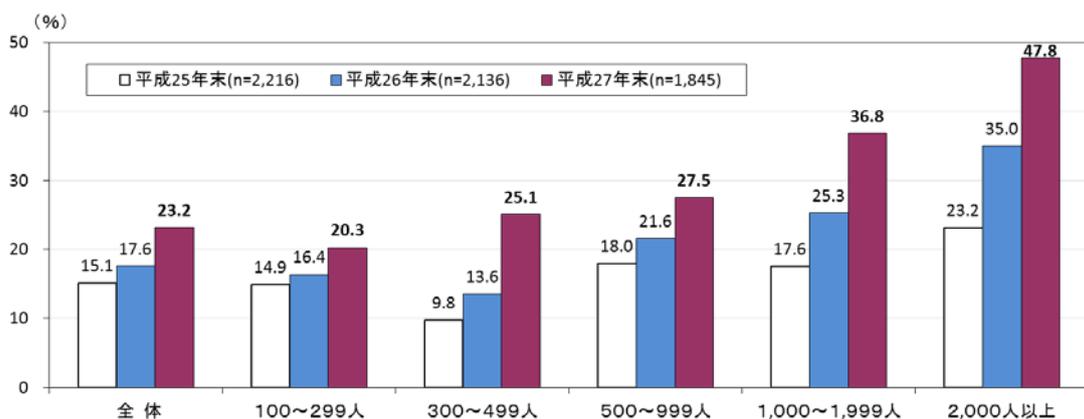
産業別にみると、「サービス業・その他（計）」(32.4%)及び「金融・保険業」(30.5%)でそれぞれ3割を上回っている（図表 2-3 参照）。

従業者規模別でみると、従業者規模の大きなところほど活用している企業の割合が高い傾向となっている（図表 2-4 参照）。

図表 2-3 産業別ソーシャルメディアサービス活用状況の推移



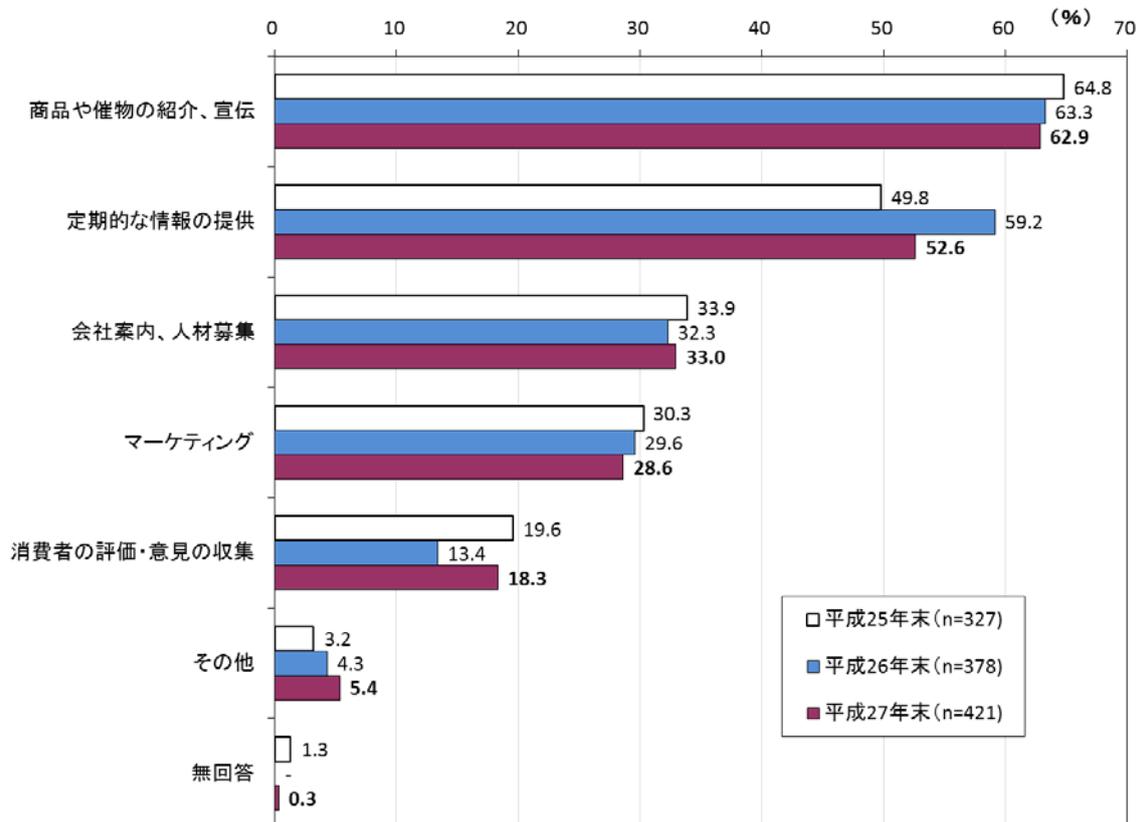
図表 2-4 従業者規模別ソーシャルメディアサービス活用状況の推移



(2) ソーシャルメディアサービスの活用目的・用途

ソーシャルメディアサービスを活用している企業の活用目的や用途をみると、「商品や催物の紹介、宣伝」が62.9%、「定期的な情報の提供」が52.6%と高くなっている（図表 2-5 参照）。

図表 2-5 ソーシャルメディアサービスの活用目的・用途の推移

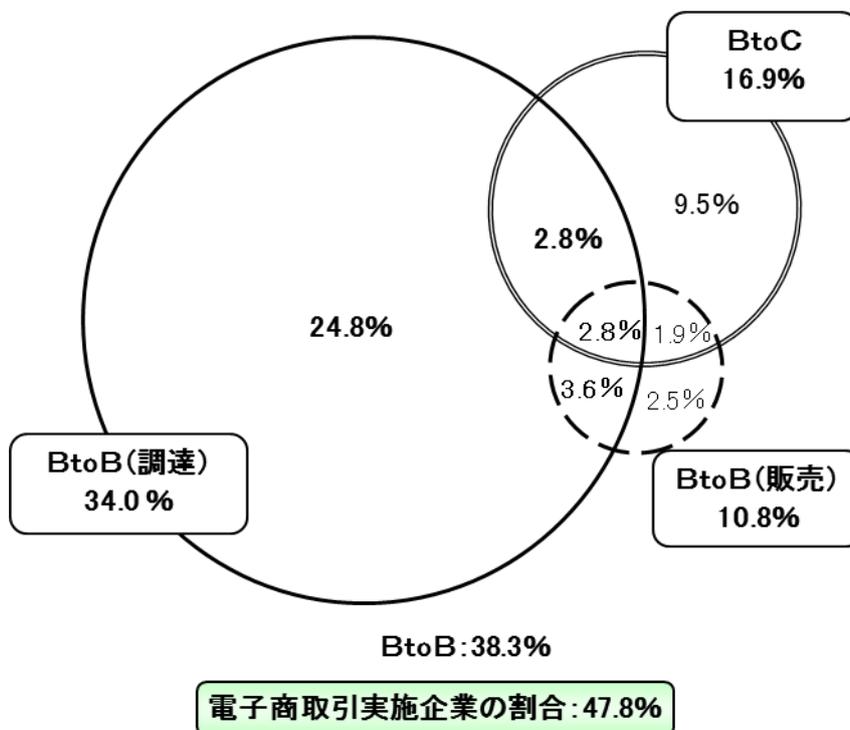


第3章 電子商取引

1 電子商取引の導入

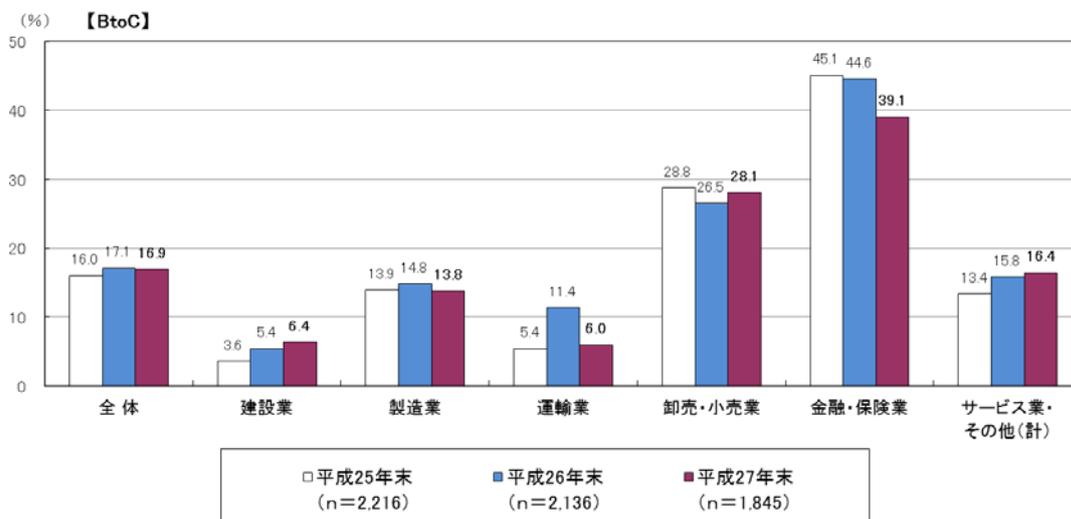
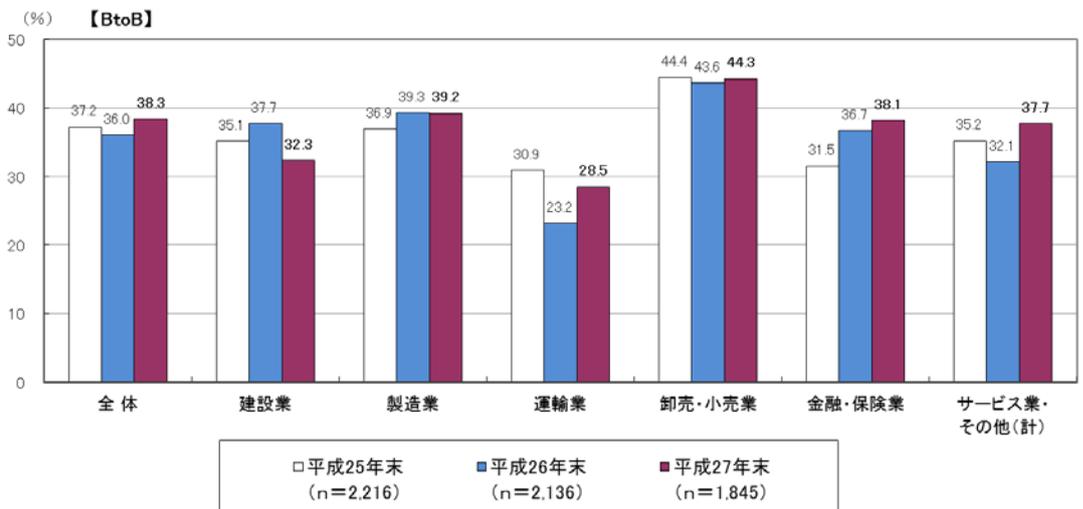
電子商取引実施を実施（インターネットを利用して企業向けの販売、企業からの調達、一般消費者向けの販売のいずれかを実施）している企業の割合は、47.8%（前年比 1.6 ポイント増）となっている。下図はその構成で、企業からの調達（B to B（調達））を実施している企業が 34.0%、企業への販売（B to B（販売））を実施している企業が 10.8%で、調達と販売のいずれかを行っている企業（B to B 実施率）は 38.3%、一般消費者向け販売を行っている企業（B to C）は 16.9% となっている（図表 3-1 参照）。

図表 3-1 電子商取引の構造(平成 27 年末)



産業別のB to B（企業間取引）及びB to C（企業と一般消費者の取引）の実施状況の推移を産業別にみると、B to Bでは「運輸業」及び「サービス業・その他」の割合が、B to Cでは「建設業」及び「卸売業・小売業」が前年より上昇している（図表 3-2 参照）。

図表 3-2 B to B 及び B to C の実施状況の推移



2 一般消費者への販売モデル

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企業の販売モデルをみると、「電子商店（自社サイト）」が63.2%と最も高く、次いで「電子商店（電子モールへの出店）」（37.5%）などとなっている。

産業別にみると、「運輸業」、「金融・保険業」を除いた全ての産業で「電子商店（自社サイト）」が5割を上回っている。一方、「金融・保険業」では「オンライントレード」が34.5%と、他の産業に比較して高くなっている（図表 3-3参照）。

図表 3-3 属性別一般消費者への販売モデル(平成 27 年末)

単位：%

	集計企業数	インターネット販売の方法					
		電子商店 (自社サイト)	電子商店 (電子モールへの 出店)	販売仲介	オンライントレード	その他	無回答
全体	299	63.2	37.5	7.8	1.2	10.2	0.9
[産業分類]							
建設業	20	53.1	27.6	14.7	-	28.0	-
製造業	42	74.6	33.1	4.4	-	4.7	-
運輸業	19	44.3	15.2	9.9	5.0	25.7	-
卸売・小売業	85	55.9	48.8	5.8	-	6.1	2.5
金融・保険業	63	29.3	1.7	12.6	34.5	23.5	1.7
サービス業・その他(計)	70	68.2	35.0	11.3	0.2	14.5	-
不動産業	22	41.3	21.6	12.5	5.3	29.9	-
サービス業、その他	48	69.3	35.5	11.2	-	13.9	-
[従業者規模]							
100~299人	177	57.6	42.3	7.4	0.8	10.7	1.3
300人以上計	122	75.1	27.5	8.8	2.2	9.2	0.2
300~499人	30	65.0	28.3	4.6	1.5	12.8	-
500~999人	24	87.0	30.2	-	1.3	8.4	-
1,000~1,999人	25	64.7	34.2	12.9	2.8	8.7	-
2,000人以上	43	80.0	20.9	18.1	3.1	6.8	0.5

3 インターネットを利用した広告の導入

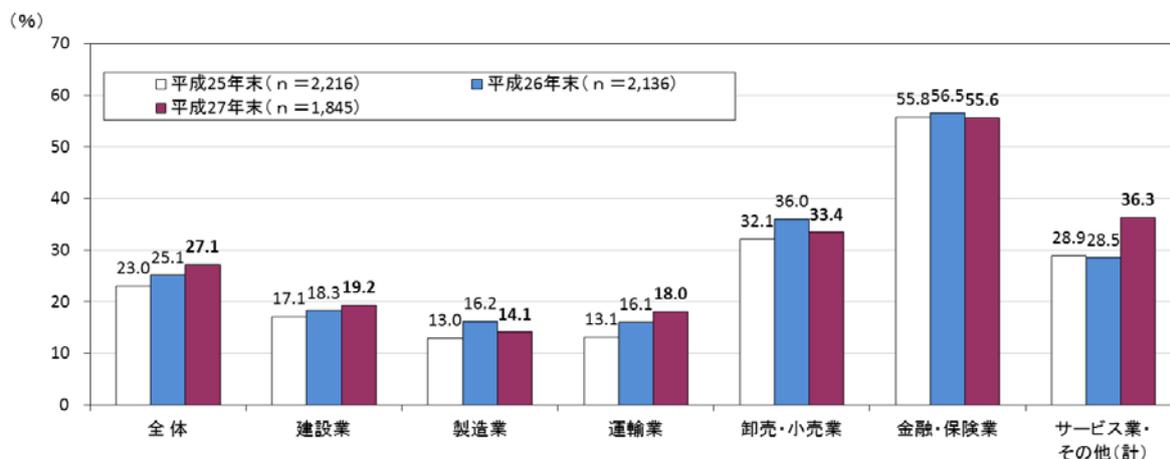
(1) インターネットを利用した広告の導入

インターネットを利用した広告を行っている企業の割合は27.1%となっている。

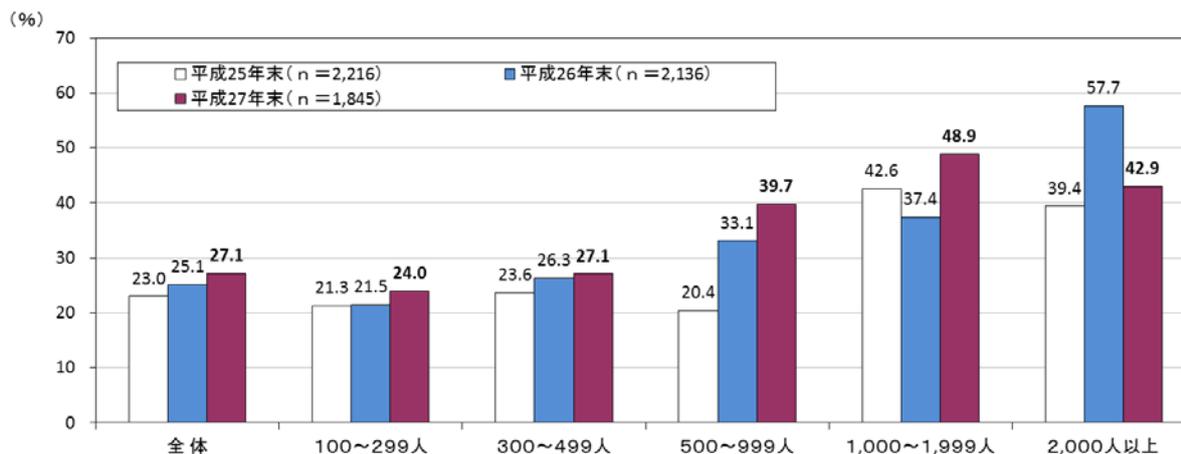
産業別にみると、「金融・保険業」が55.6%と最も高く、次いで「サービス業・その他（計）」（36.3%）、「卸売・小売業」（33.4%）などとなっている（図表 3-3 参照）。

従業員規模別にみると、「1,000～1,999人」が48.9%と最も高く、次いで「2,000人以上」（42.9%）、「500～999人」（39.7%）などとなっている（図表 3-4 参照）。

図表 3-4 産業別インターネットを利用した広告の導入状況の推移

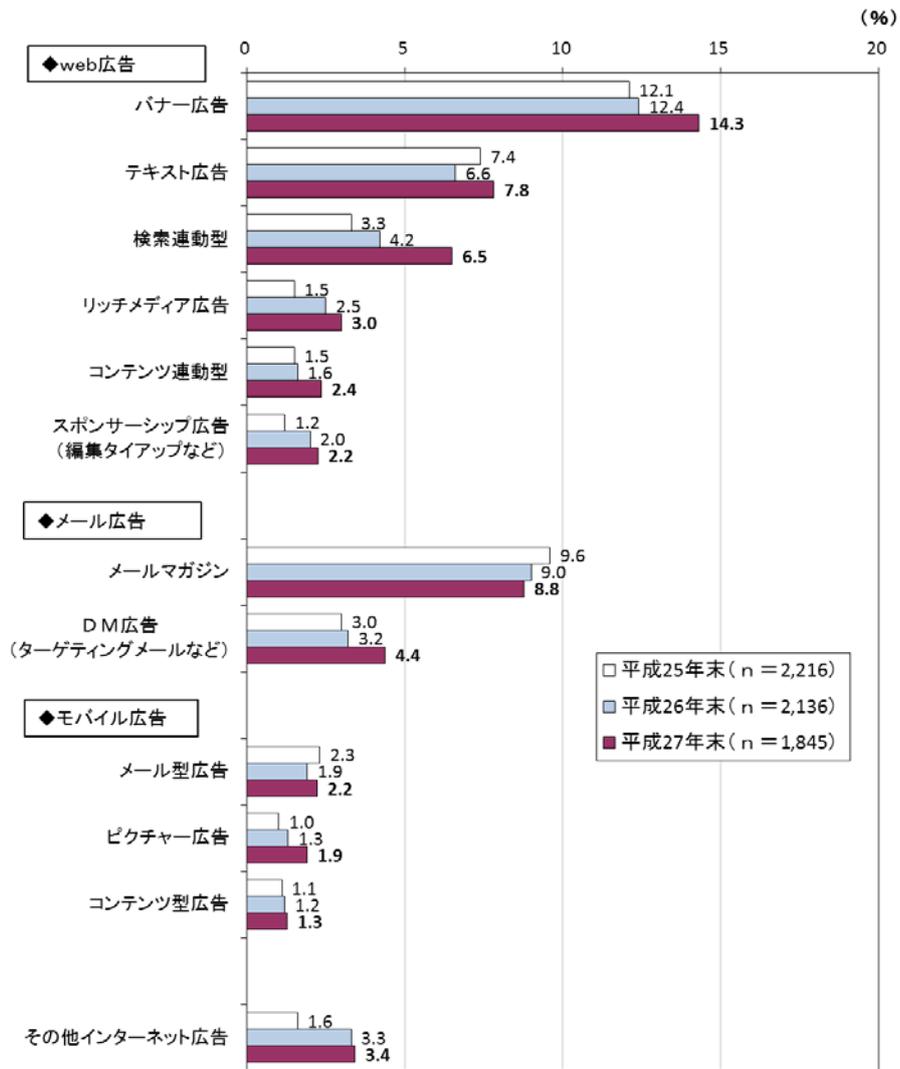


図表 3-5 従業員規模別インターネットを利用した広告の導入状況の推移



広告の種類別にみると、「バナー広告」の割合が14.3%と最も高く、次いで「メールマガジン」(8.8%)、「テキスト広告」(7.8%) などとなっている(図表 3-6 参照)。

図表 3-6 インターネットを利用した広告の種類別導入状況の推移



(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っている企業の理由をみると、「広範囲に情報発信できる」の割合が73.9%と最も高く、次いで「広告費が安い」(29.7%)、「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」(28.1%)などとなっている。

産業別にみると、いずれの産業も「広範囲に情報発信できる」が最も高くなっている。

また、「金融・保険業」では「個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能」が5割近くとなっており、他の産業よりも高くなっている(図表 3-7 参照)。

図表 3-7 産業別インターネットを利用した広告を行う理由(平成 27 年末)

単位: %

	集計企業数	インターネット広告を行う理由				
		広告効果を把握しやすい	広告費が安い	個々の消費者のニーズに合わせた広告が可能	広範囲に情報発信できる	無回答
全体	532	22.4	29.7	28.1	73.9	5.2
[産業分類]						
建設業	60	27.4	24.8	29.9	75.3	4.2
製造業	44	11.3	30.9	15.2	75.5	7.2
運輸業	56	21.8	22.9	14.4	76.7	5.3
卸売・小売業	103	22.2	29.2	25.0	66.6	4.5
金融・保険業	90	42.2	38.0	44.8	77.8	3.2
サービス業・その他(計)	179	24.5	30.4	34.7	76.5	5.1
不動産業	73	33.8	35.3	44.7	71.6	3.0
サービス業、その他	106	23.9	30.1	34.1	76.8	5.3

第4章 ICTを利用したシステムやツールの導入

ICTツール（①電子タグ、②非接触型ICカード、③新ネットワーク機能追加機器、④GPS、携帯電話などの位置情報確認機能）のいずれかを導入している企業の割合は48.6%となっている。

ツール別にみると、「非接触型ICカード」が29.7%、「新ネットワーク機能追加機器」が28.5%と高く、次いで「GPS、携帯電話などの位置情報確認機能」（13.8%）、「電子タグ」（5.7%）となっている。

産業別にみると、ICTを利用したシステムやツールを導入している企業は「金融・保険業」が75.0%と最も高くなっている。また、「運輸業」は「GPS、携帯電話などの位置情報確認機能」が6割を上回っており、他の産業と比較して高くなっている（図表4-1参照）。

従業者規模別にみると、従業員規模の大きい企業ほど導入している割合も高い傾向となっている（図表4-2参照）。

図表 4-1 産業別ICTを利用したシステムやツールの導入状況(平成27年末)

単位: %

	集計 企業数	無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況						
		い ず れ か の シ ス テ ム や ツ ー ル を 導 入	無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況				何 も 導 入 し て い な い	無 回 答
			① 電 子 タ グ を 導 入	② 非 接 触 型 I C カ ー ド を 導 入	③ 新 ネ ッ ト ワ ー ク 機 能 追 加 機 器 を 導 入	④ G P S 、 携 帯 電 話 な ど の 位 置 情 報 確 認 機 能		
全体	1,845	48.6	5.7	29.7	28.5	13.8	50.5	0.9
[産業分類]								
建設業	316	42.7	2.4	24.1	22.2	17.5	55.7	1.5
製造業	311	53.3	11.3	38.7	35.9	6.2	46.7	-
運輸業	311	62.9	4.9	19.3	26.7	45.8	35.1	2.0
卸売・小売業	306	48.1	5.2	27.6	26.2	13.4	50.9	1.0
金融・保険業	160	75.0	11.0	65.8	32.5	22.1	24.3	0.7
サービス業・その他(計)	441	40.9	2.0	26.0	25.1	10.5	57.9	1.2
不動産業	141	59.1	2.6	43.0	36.1	21.5	38.1	2.8
サービス業、その他	300	40.1	2.0	25.3	24.6	10.0	58.8	1.1

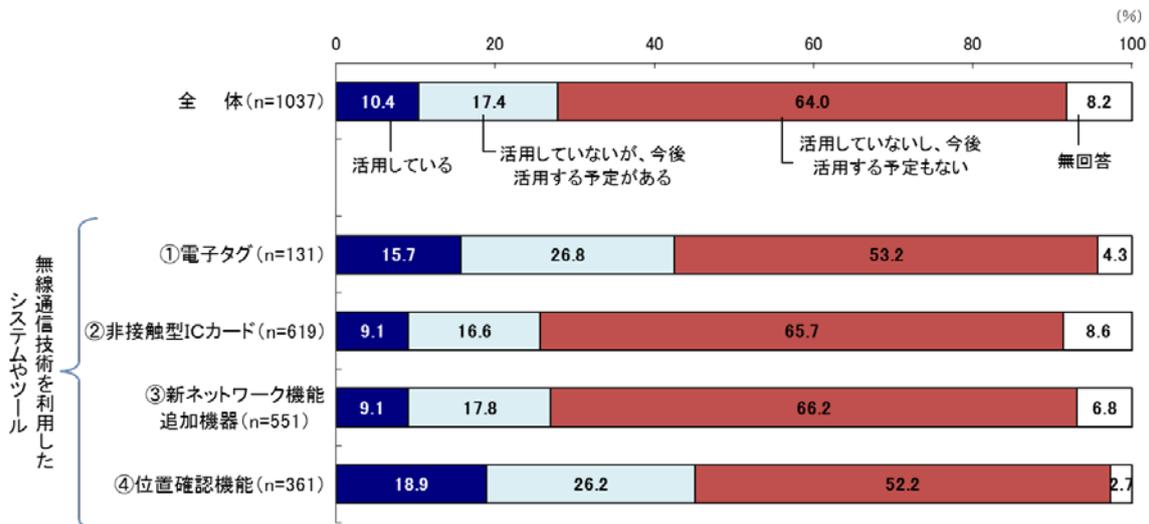
図表 4-2 従業者規模別ICTを利用したシステムやツールの導入状況(平成 27 年末)

単位: %

集計企業数	無線通信技術を利用したシステムやツールの導入状況							何も導入していない	無回答
	いずれかのシステムやツールを導入	①電子タグを導入	②非接触型ICカードを導入	③新ネットワーク機能追加機器を導入	④GPS、携帯電話などの位置確認機能を導入				
[従業者規模]									
100～299人	1,330	42.9	4.7	22.7	25.9	12.0	56.1	0.9	
300人以上計	515	64.1	8.5	48.8	35.8	18.8	35.1	0.8	
300～499人	214	55.9	5.9	36.3	25.6	18.1	43.4	0.7	
500～999人	135	61.0	5.9	48.1	39.7	11.6	37.4	1.6	
1,000～1,999人	69	75.1	11.7	61.3	46.3	26.9	24.3	0.5	
2,000人以上計	97	83.4	17.1	74.6	48.9	27.1	16.6	-	
2,000～2,999人	31	66.0	9.3	56.3	35.5	16.5	34.0	-	
3,000～4,999人	30	94.1	16.6	79.5	62.9	28.9	5.9	-	
5,000人以上	36	81.2	22.3	79.7	40.4	31.3	18.8	-	

ICTを利用したシステムやツールを導入している企業のうち、システムやツールで収集した情報を分析して、商品開発やマーケティング等へ「活用している」企業の割合は10.4%、「活用していないが、今後活用する予定がある」は17.4%、「活用していないし、今後活用する予定もない」は64.0%となっている(図表 4-3 参照)。

図表 4-3 ICTを利用したシステムやツールからの情報分析の活用状況(平成 27 年末)



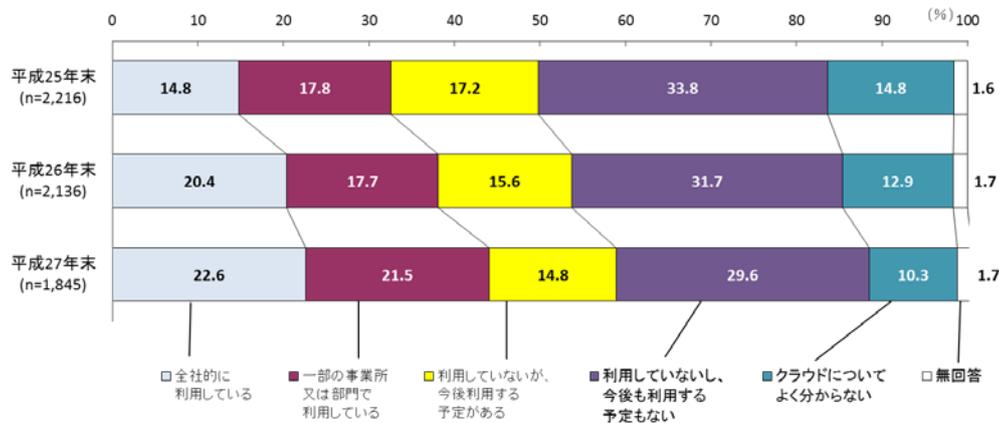
第5章 クラウドコンピューティング

(1) クラウドコンピューティングの利用状況

クラウドコンピューティング（以下「クラウド」という。）を「全社的に利用している」企業の割合は22.6%、「一部の事業所又は部門で利用している」は21.5%となっており、それらを合わせたクラウド利用企業の割合は44.0%と年々上昇している。一方で、「クラウドサービスについてよく分からない」は年々低下している（図表5-1参照）。

産業別にみると、「金融・保険業」の割合が57.0%と過半数の企業がクラウドを利用している（図表5-2参照）。

図表 5-1 クラウドの利用状況の推移



図表 5-2 産業別クラウドの利用状況(平成27年末)

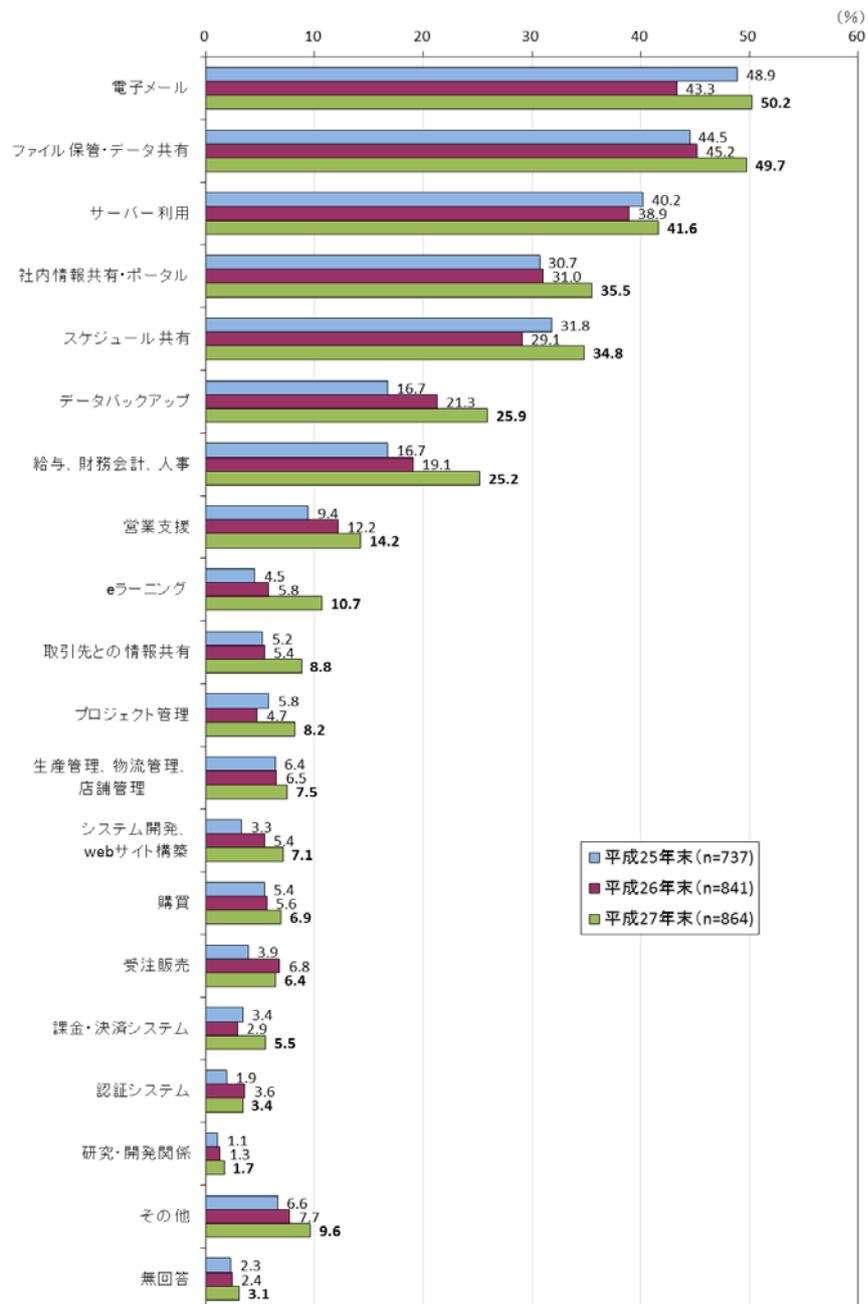
単位: %

	集計企業数	クラウドサービスの利用状況							無回答
		利用している	全社的に利用している	で一部の事業所又は部門	利用していない	後利用していないが、今	い後も利用しないし、今	分らないクラウドサービスについてよく	
全体	1,845	44.0	22.6	21.5	44.4	14.8	29.6	10.3	1.2
[産業分類]									
建設業	316	49.1	26.2	22.9	42.8	19.6	23.2	5.7	2.4
製造業	311	43.0	22.2	20.8	49.0	17.9	31.0	7.0	1.0
運輸業	311	43.2	19.1	24.2	45.7	12.7	33.0	9.8	1.2
卸売・小売業	306	48.3	27.8	20.6	40.8	13.8	27.0	10.1	0.8
金融・保険業	160	61.4	32.8	28.6	37.4	10.4	27.0	1.2	-
サービス業・その他(計)	441	41.3	20.0	21.3	43.1	13.1	30.0	14.1	1.6
不動産業	141	59.1	38.2	20.9	26.9	12.5	14.4	12.2	1.8
サービス業、その他	300	40.6	19.2	21.4	43.8	13.1	30.6	14.1	1.6

(2) 利用しているクラウドの内容

クラウド利用企業が具体的に利用しているサービスの内容をみると、「電子メール」が50.2%、「ファイル保管・データ共有」が49.7%と約半数が利用している（図表 5-3 参照）。

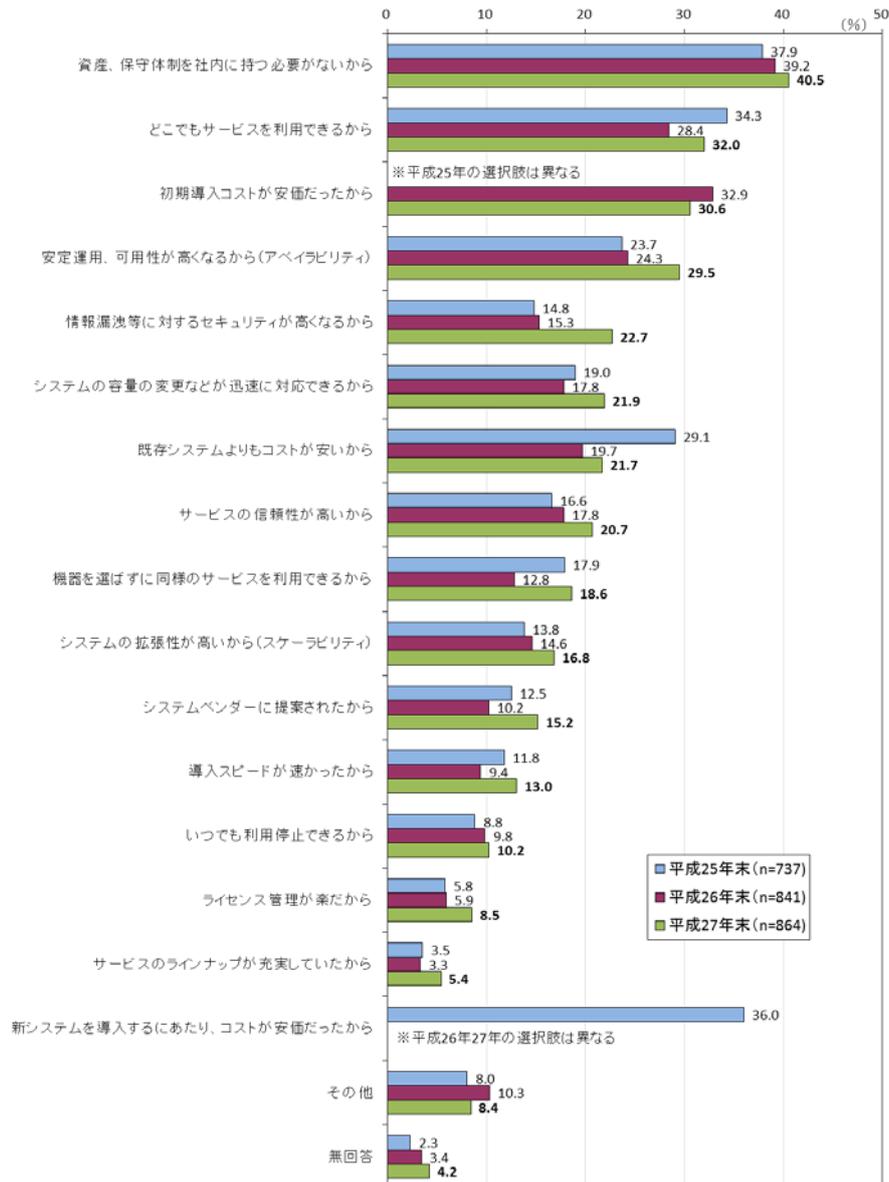
図表 5-3 クラウドの利用内容の推移



(3) クラウドを利用している理由

クラウド利用企業の利用している理由をみると、「資産、保守体制を社内に持つ必要がないから」が40.5%と最も高く、次いで「どこでもサービスを利用できるから」(32.0%)、「初期導入コストが安価だったから」(30.6%)となっている。(図表 5-4 参照)。

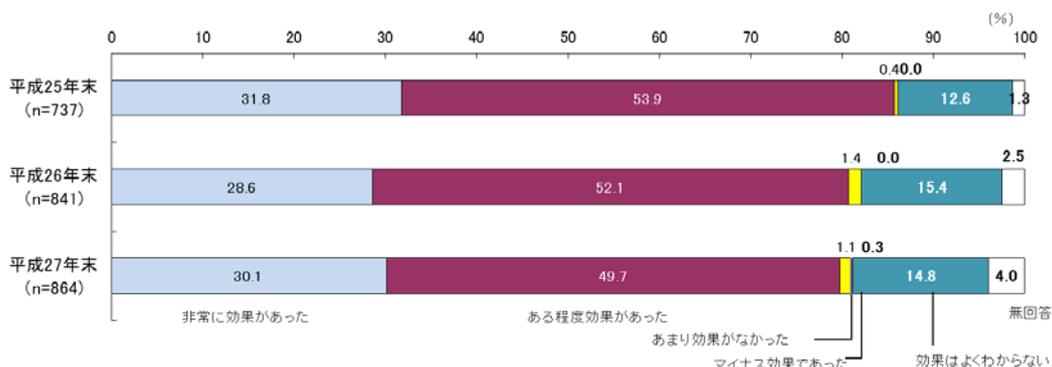
図表 5-4 クラウドを利用している理由の推移



(4) クラウドの利用効果

クラウドの利用目的に対し、「非常に効果があった」企業の割合が30.1%、「ある程度効果があった」が49.7%となっており、両者を合わせると効果があった企業の割合は79.8%となっている（図表 5-5 参照）。

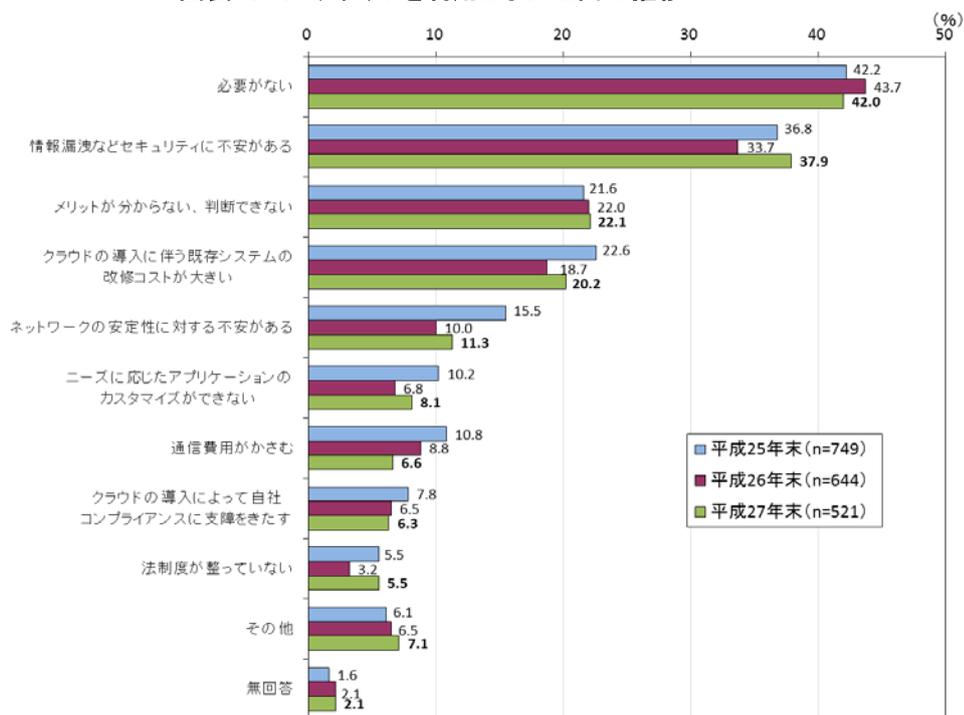
図表 5-5 クラウドの利用効果の有無の推移



(5) クラウドを利用しない理由

クラウドを利用していない企業の理由をみると、「必要がない」の割合が42.0%、「情報漏洩などセキュリティに不安がある」が37.9%と高く、次いで「メリットが分からない、判断できない」(22.1%)、「クラウドの導入に伴う既存システムの改修コストが大きい」(20.2%) などとなっている（図表 5-6 参照）。

図表 5-6 クラウドを利用しない理由の推移



第6章 テレワーク

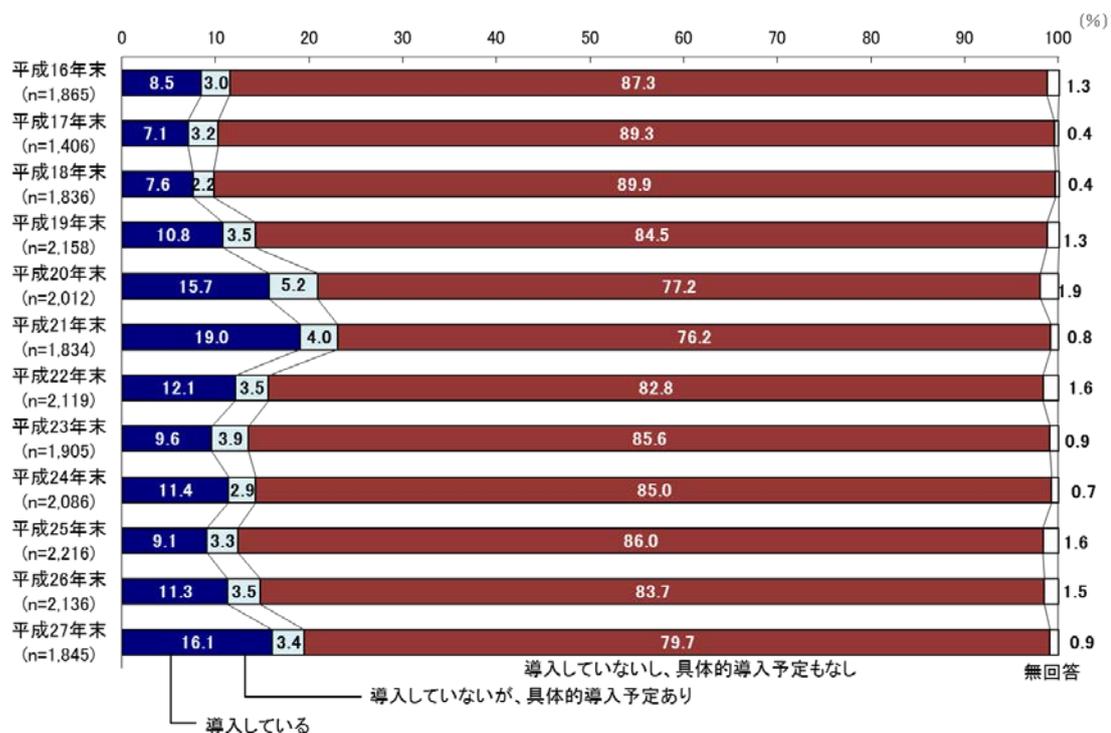
1 テレワークの導入

テレワークの導入状況を見ると、「導入している」企業の割合が16.1%となっており、前年の11.3%より4.8ポイント上昇となっている（図表6-1参照）。

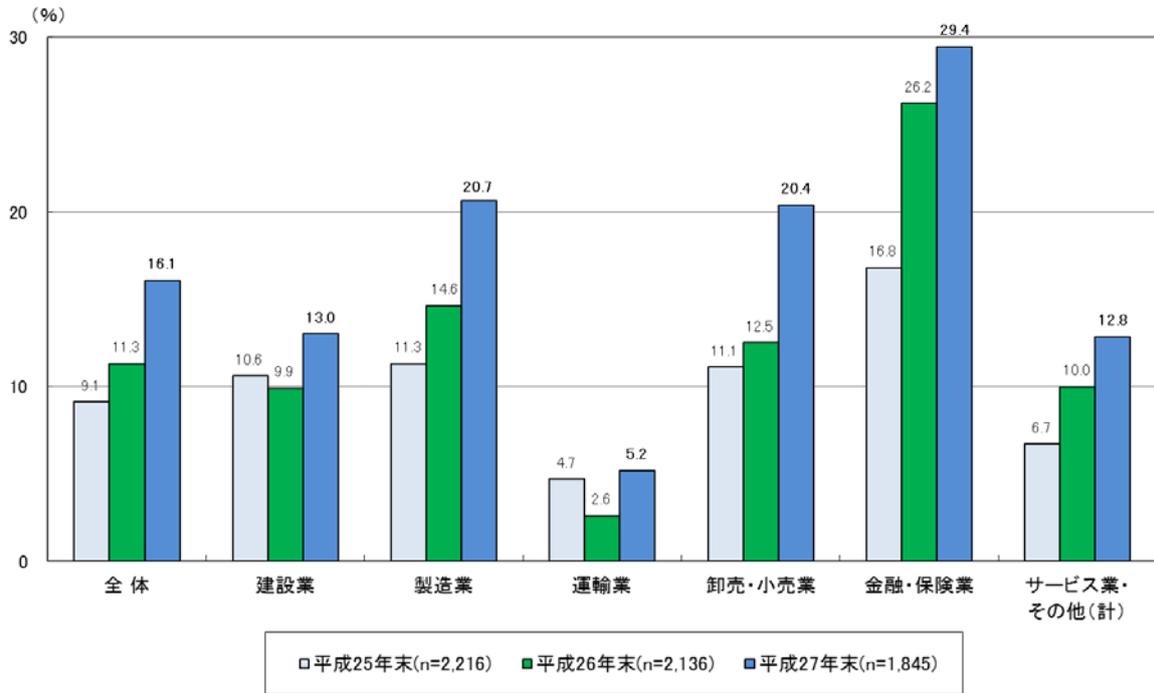
産業別にみると、「金融・保険業」が29.4%と最も高くなっている（図表6-2参照）。

従業員規模別にみると、「1,000～1,999人」、「2,000人以上」が30%以上と高くなっているが、1,000人未満の各階層では3割を下回っている（図表6-3参照）。

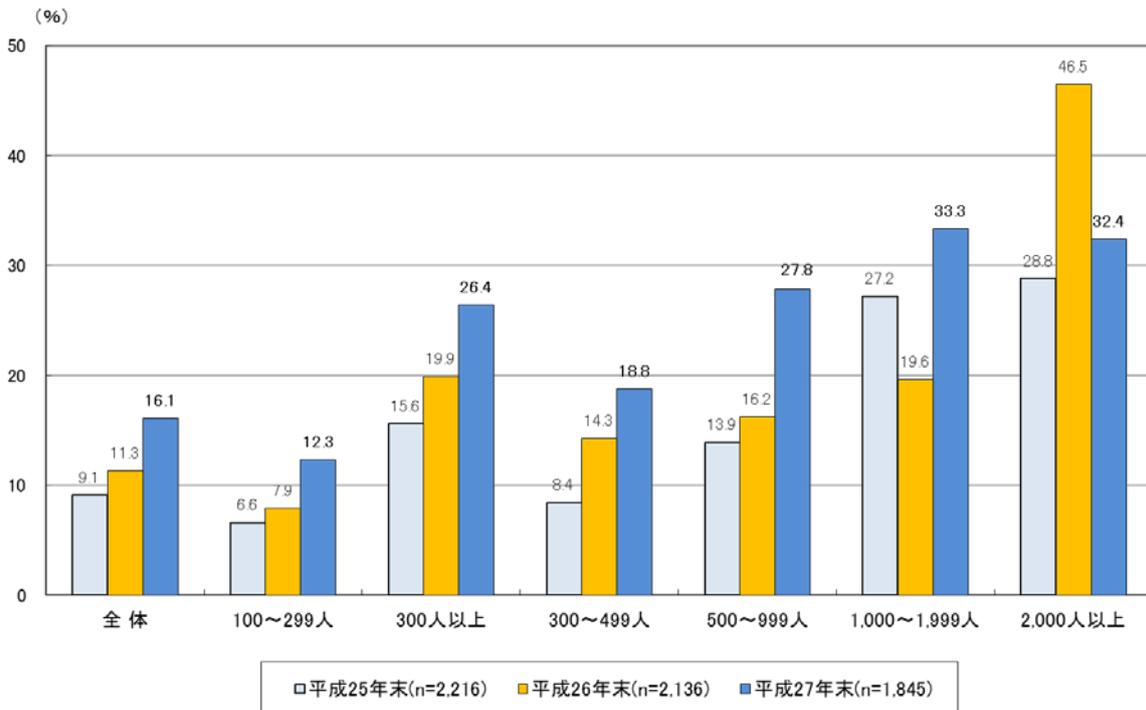
図表 6-1 テレワークの導入状況の推移



図表 6-2 産業別テレワーク導入状況の推移



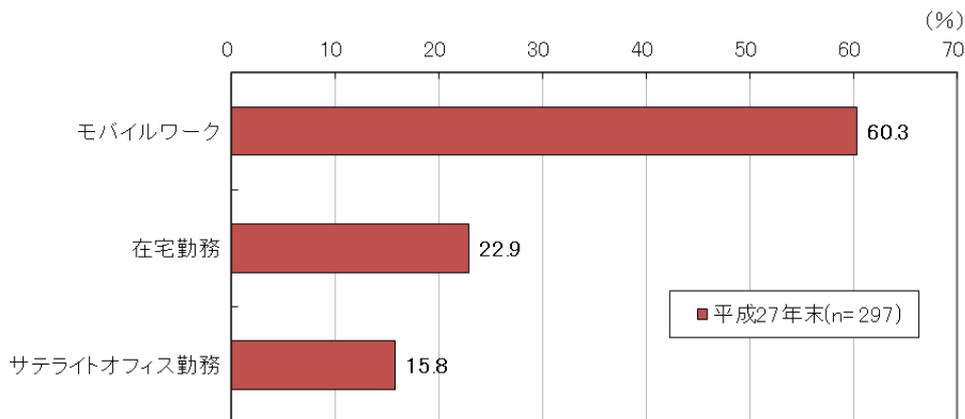
図表 6-3 従業者規模別テレワーク導入状況の推移



2 テレワークの形態

テレワーク導入企業のテレワークの導入形態をみると、「モバイルワーク」の割合が60.3%と最も高く、次いで「在宅勤務」(22.9%)、「サテライトオフィス勤務」(15.8%)となっている(図表6-4 参照)。

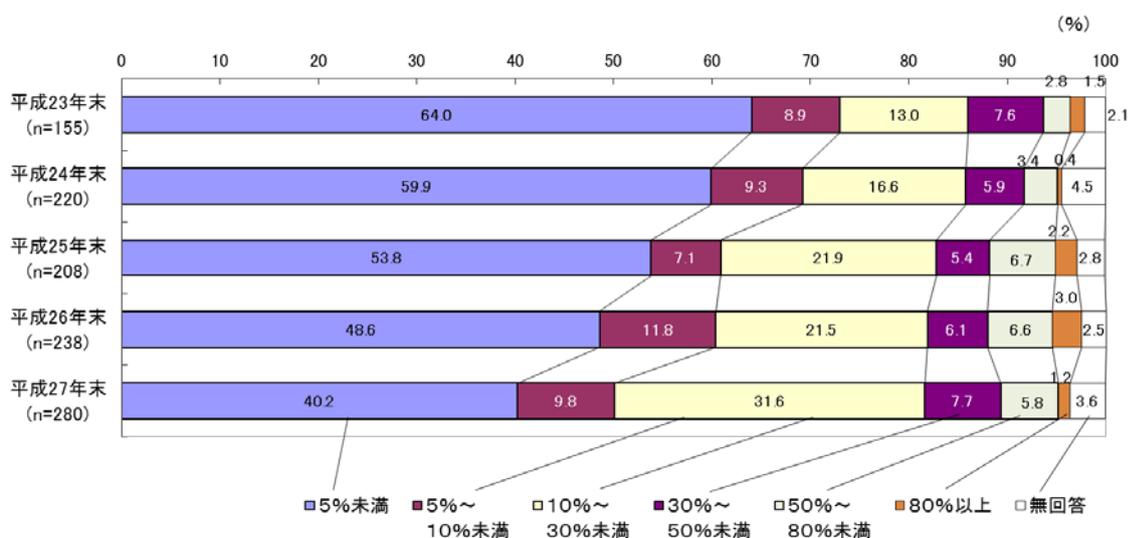
図表 6-4 テレワークの導入形態(平成 27 年末)



3 テレワークを利用している従業員の割合

テレワーク導入企業の実際にテレワークを利用している従業員の割合をみると、「5%未満」の割合が40.2%と最も高いものの、前年の48.6%から8.4ポイント低下しており、代わりに「10%~30%未満」が31.6%と前年の21.5%から10.0ポイント上昇している。(図表6-5 参照)。

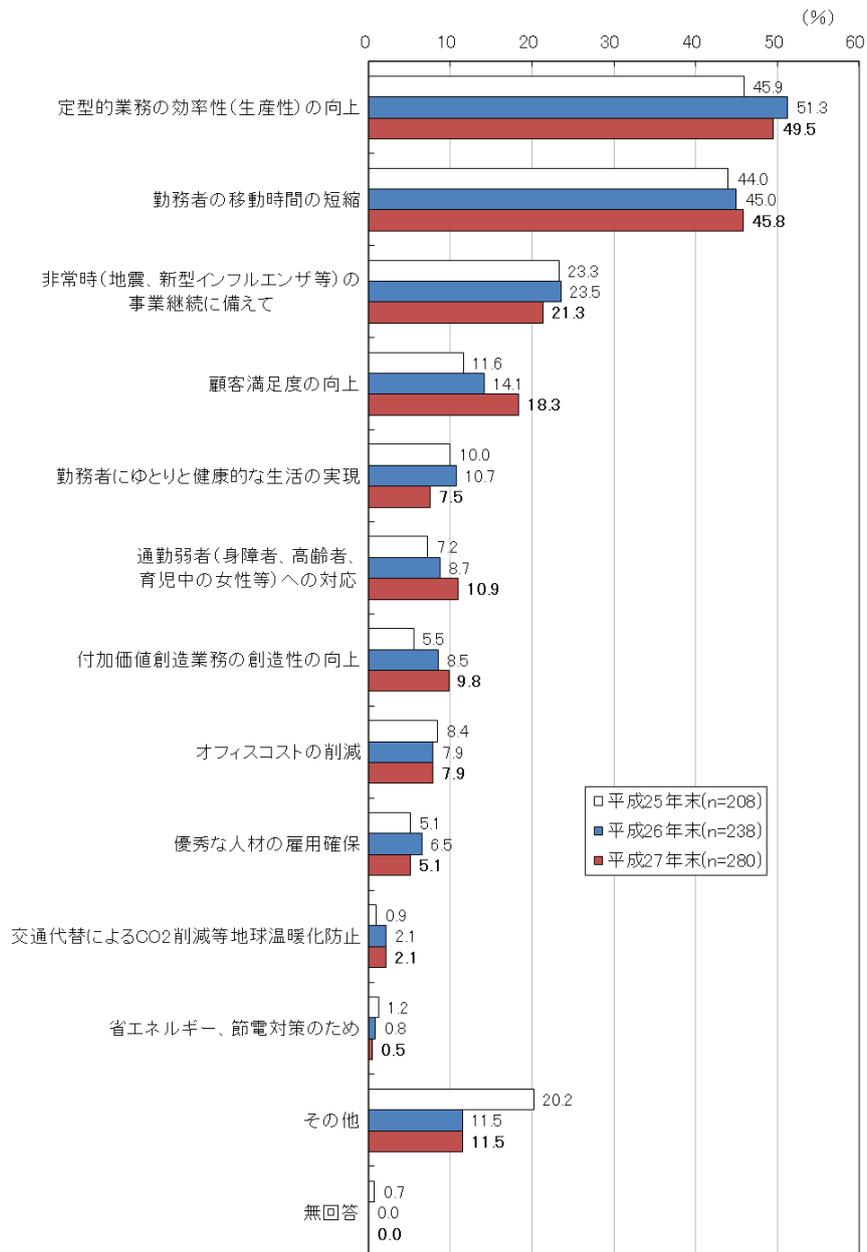
図表 6-5 テレワークを利用している従業員の割合の推移



4 テレワークの導入目的

テレワーク導入の企業の導入目的をみると、「定型的業務の効率性（生産性）の向上」の割合が49.5%、「勤務者の移動時間の短縮」が45.8%と高くなっている（図表 6-6 参照）。

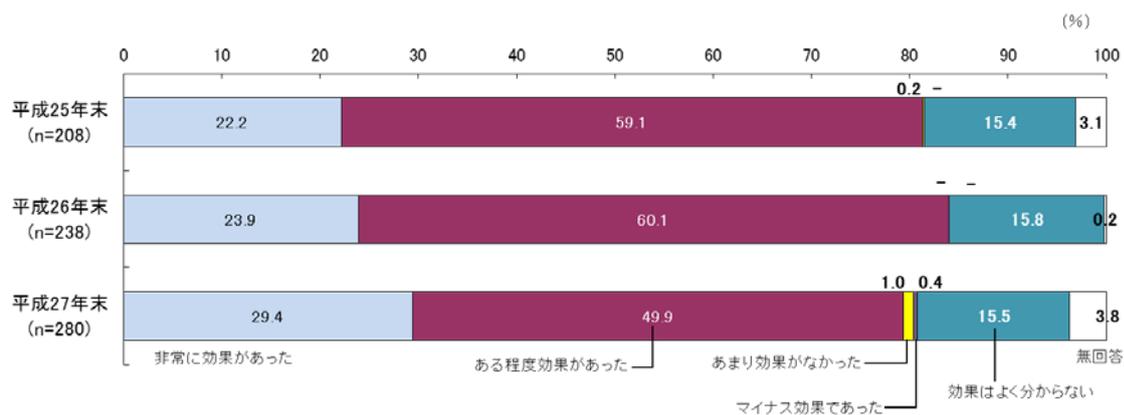
図表 6-6 テレワークの導入目的の推移



5 テレワークの効果

テレワーク導入企業の導入目的に対する効果の有無をみると、「非常に効果があった」企業の割合が 29.4%、「ある程度効果があった」が 49.9%と、両者を合わせると効果があった企業の割合は 79.4%となっている（図表 6-7 参照）。

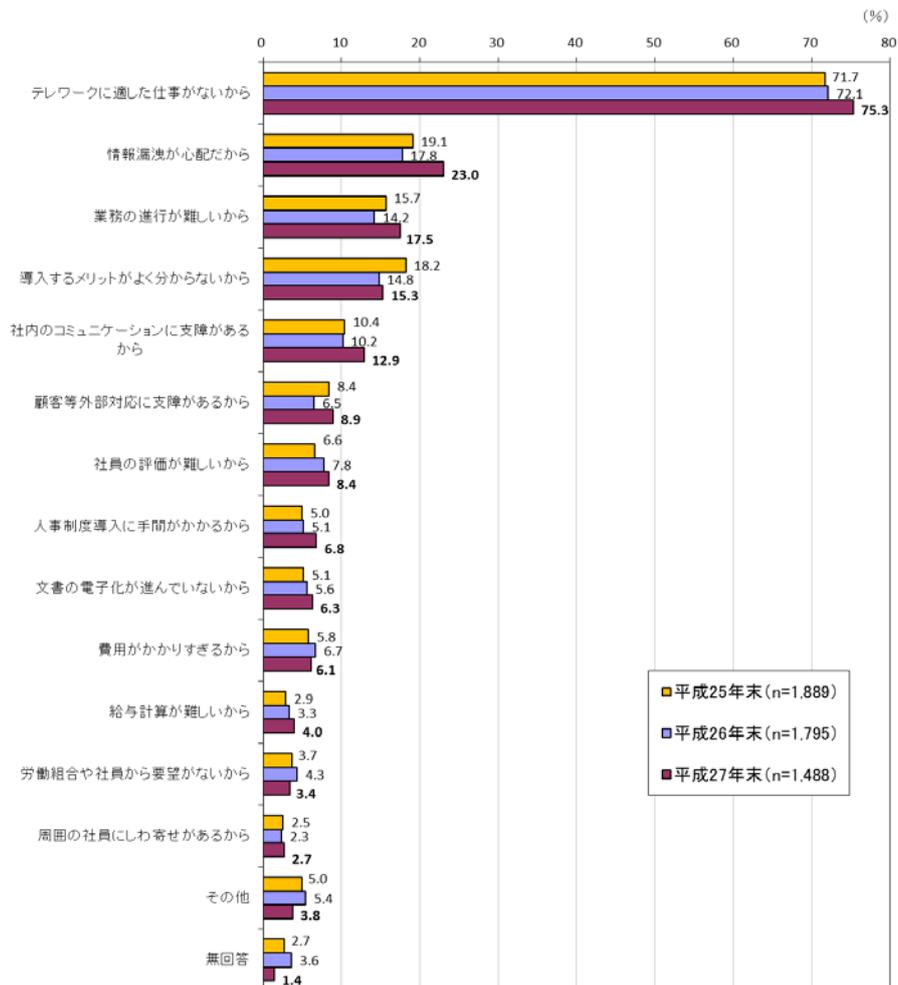
図表 6-7 テレワークの効果の推移



6 テレワークを導入しない理由

テレワークを導入しておらず、導入予定もない企業の理由をみると、「テレワークに適した仕事がないから」が75.3%と最も高く、次いで「情報漏洩が心配だから」(23.0%)、「業務の進行が難しいから」(17.5%)、「導入するメリットがよく分からないから」(15.3%)などとなっている(図表 6-8 参照)。

図表 6-8 テレワークを導入しない理由の推移

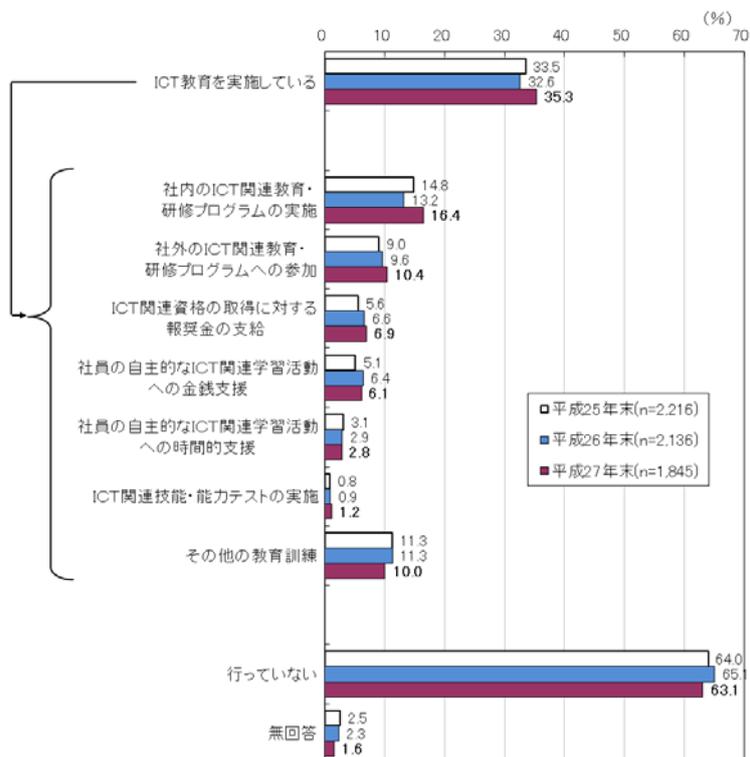


第7章 ICT教育

従業員のために何らかのICT教育を実施している企業の割合は35.3%となっている。

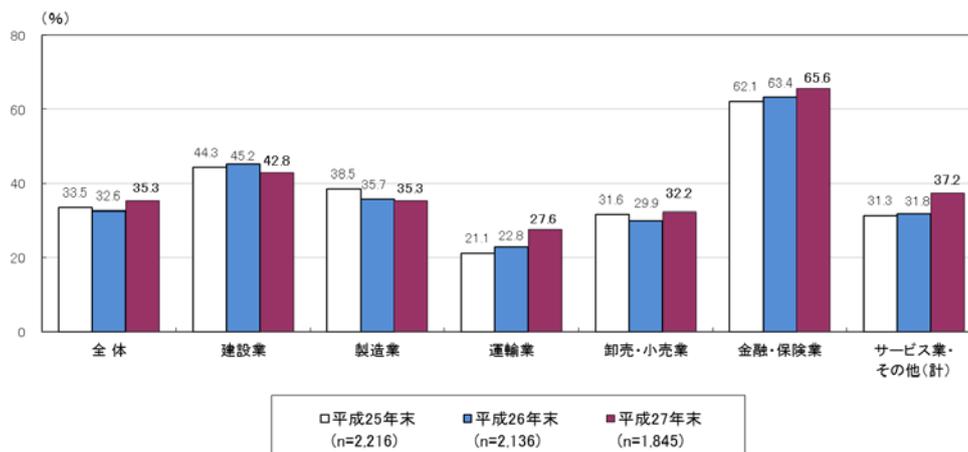
ICT教育の内容をみると、「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」が16.4%と最も高く、次いで「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」(10.4%) などとなっている(図表7-1 参照)。

図表 7-1 ICT教育の実施状況の推移



産業別にみると、ICT教育を実施している企業の割合は「金融・保険業」が65.6%と最も高くなっている。(図表7-2 参照)。

図表 7-2 産業別ICT教育の実施状況の推移



第8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) 情報通信ネットワーク利用の際に発生したセキュリティ侵害

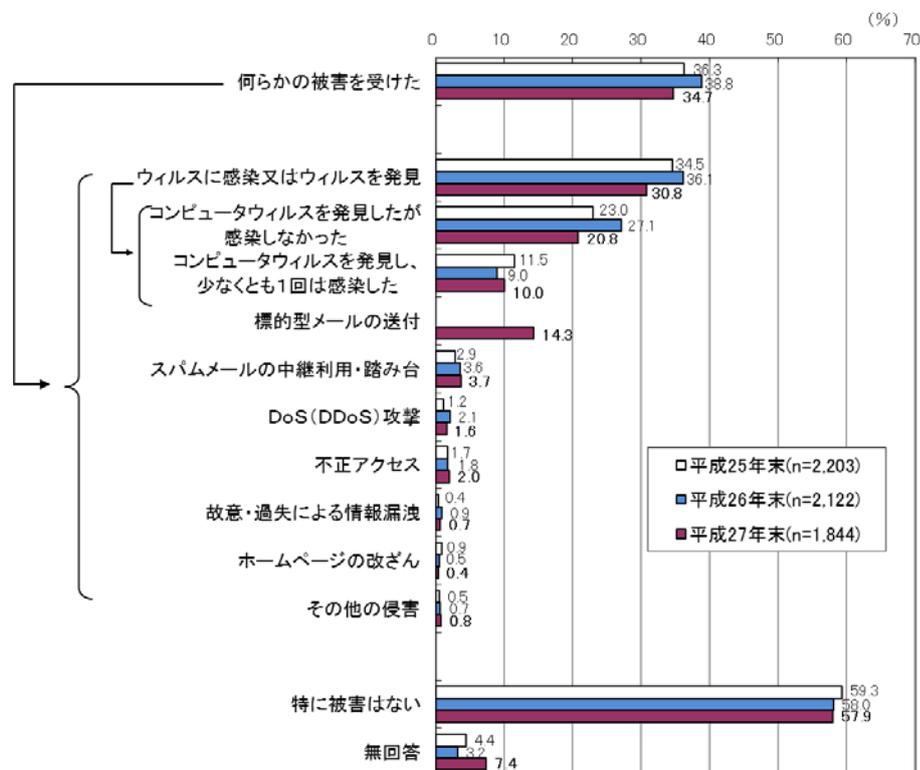
情報通信ネットワーク¹を利用している企業のうち、コンピュータウイルスへの感染や不正アクセス、スパムメールの中継利用など何らかの被害を経験した企業の割合は 34.7%となっている。

被害の内容をみると、「ウイルスに感染又はウイルスを発見」した企業の割合が 30.8%となっている。また、「コンピュータウイルスを発見したが感染しなかった」は 20.8%、「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」10.0%となっている。また、「標的型メールの送付」は 14.3%となっている（図表 8-1 参照）。

産業別にみると、何らかの被害を受けた企業の割合は「金融・保険業」が 49.6%と最も高く、次いで「建設業」（47.0%）、「製造業」（43.9%）となっている。

従業者規模別にみると、規模が大きいほど「ウイルスを発見」の割合が高い傾向となっている（図表8-2 参照）。

図表 8-1 過去1年間に情報ネットワーク利用で受けた被害の推移



¹ 企業内・企業間通信網やインターネット等をいう。以下同じ。

図8-2 属性別情報通信ネットワーク利用に関するセキュリティ侵害状況(平成27年末)

単位: %

	集計企業数	情報通信ネットワークの利用の際に発生したセキュリティ侵害									
		何らかの被害を受けた	情報通信ネットワークの利用の際に発生したセキュリティ侵害					不正アクセス	スパムメールの中継利用・踏み台	特に被害はない	無回答
			標的型メールの送付	ウイルスを発見又は感染	コンピュータが感染しなかった	コンピュータウイルスに感染した	コンピュータウイルスに感染しなかった				
全体	1,844	34.7	14.3	30.8	20.8	10.0	2.0	3.7	57.9	7.4	
[産業分類]											
建設業	316	47.0	17.7	42.8	24.5	18.2	2.1	6.8	47.5	5.5	
製造業	311	43.9	15.2	37.8	25.7	12.1	1.6	4.7	49.7	6.4	
運輸業	311	26.2	9.9	22.3	11.8	10.6	0.7	3.2	65.8	8.0	
卸売・小売業	306	34.0	12.4	31.9	21.4	10.5	1.4	4.9	58.9	7.1	
金融・保険業	160	49.6	22.7	40.7	28.4	12.3	6.8	2.0	43.0	7.4	
サービス業・その他(計)	440	28.1	15.2	25.2	18.4	6.8	3.0	2.1	63.4	8.5	
不動産業	140	37.9	18.2	34.9	20.3	14.6	0.8	6.0	53.1	9.0	
サービス業、その他	300	27.7	15.1	24.8	18.3	6.5	3.1	1.9	63.9	8.5	
[従業者規模]											
100~299人	1,329	29.7	10.8	25.6	17.6	8.0	0.8	3.8	63.9	6.4	
300人以上計	515	48.5	24.0	45.2	29.7	15.5	5.4	3.6	41.2	10.3	
300~499人	214	41.2	20.8	38.3	29.1	9.2	3.4	4.4	47.5	11.3	
500~999人	135	49.1	20.8	45.6	26.5	19.1	5.3	2.2	44.4	6.5	
1,000~1,999人	69	41.1	36.1	36.8	16.6	20.2	0.9	1.1	41.0	17.9	
2,000人以上計	97	71.9	29.4	68.5	45.3	23.2	14.1	5.8	19.1	9.0	
2,000~2,999人	31	77.8	34.2	77.8	57.9	19.9	14.6	1.2	16.3	5.9	
3,000~4,999人	30	78.1	19.5	77.4	54.1	23.3	8.6	7.4	21.2	0.6	
5,000人以上	36	61.2	38.0	52.7	27.7	24.9	20.2	6.7	18.2	20.5	

(2) 標的型メールの被害状況について

標的型メールが送付された企業の被害内容をみると、「標的型メールが社員の端末に到達した」割合は67.3%（「コンピュータウイルスに少なくとも1回は感染した」(20.2%) + 「コンピュータウイルスへの感染はなかった」(47.1%)）で、「端末に到達する前に阻止した」は31.3%となっている。（図表 8-3 参照）

図表 8-3 属性別標的型メールの被害(平成 27 年末)

単位: %

	集計企業数	標的型メールの被害				
		標的型メールが社員の端末に到達した	コンピュータウイルスに少なくとも1回は感染した	コンピュータウイルスへの感染はなかった	端末に到達する前に阻止した	無回答
全体	274	67.3	20.2	47.1	31.3	1.3
[産業分類]						
建設業	54	67.7	30.5	37.1	30.7	1.7
製造業	47	63.3	17.3	46.0	36.7	-
運輸業	31	70.3	26.3	44.0	29.7	-
卸売・小売業	37	62.6	13.9	48.6	35.2	2.2
金融・保険業	36	62.0	9.0	53.0	38.0	0.0
サービス業・その他(計)	69	72.5	23.4	49.1	25.3	2.2
不動産業	26	69.9	16.1	53.8	25.6	4.5
サービス業、その他	43	72.6	23.8	48.8	25.3	2.1
[従業者規模]						
100~299人	150	62.5	16.2	46.3	35.3	2.3
300人以上計	124	73.3	25.1	48.2	26.5	0.2
300~499人	43	72.7	14.7	58.0	27.3	-
500~999人	27	83.7	34.6	49.1	16.3	-
1,000~1,999人	19	57.4	17.8	39.6	41.5	1.1
2,000人以上	35	75.6	39.6	35.9	24.4	-

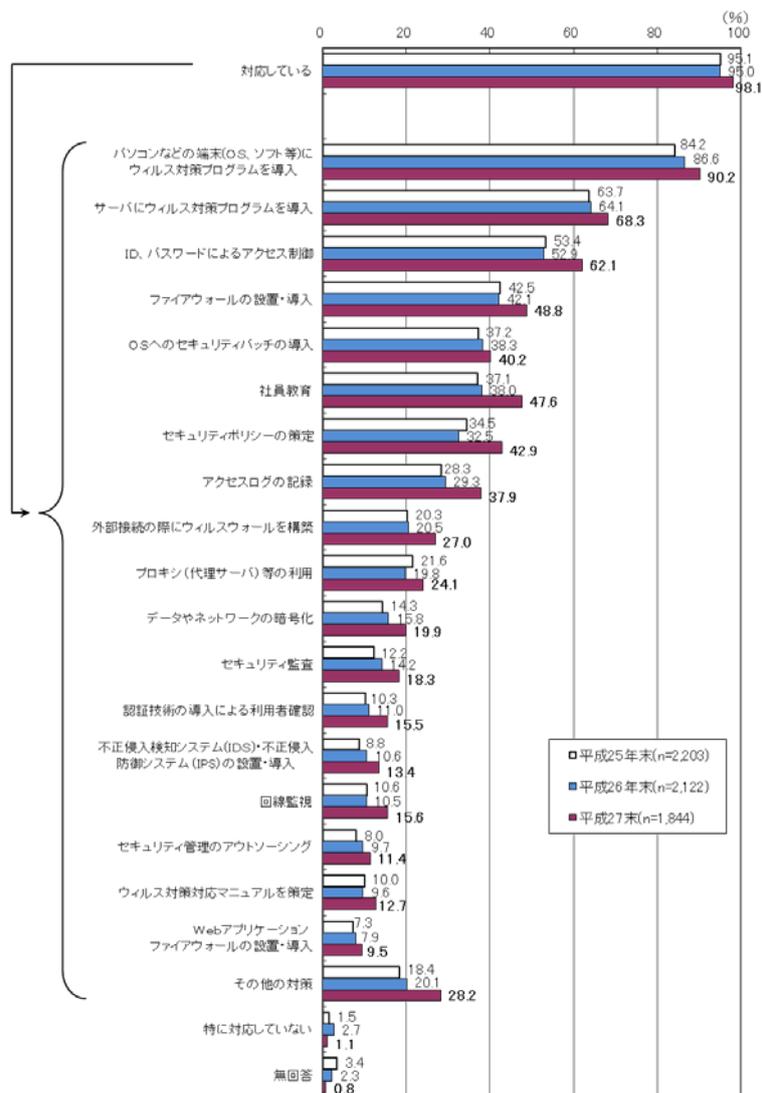
2 データセキュリティへの対応

情報通信ネットワークを利用している企業のデータセキュリティへの対応状況をみると、何らかの対応をしている企業の割合は98.1%となっている。

具体的な対応をみると、「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」が90.2%と最も高く、次いで「サーバにウィルス対策プログラムを導入」（68.3%）、「ID、パスワードによるアクセス制御」（62.1%）、「ファイアウォールの設置・導入」（48.8%）などとなっている（図表 8-4 参照）。

産業別にみると、全ての産業で「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」が最も高くなっている。また、「金融・保険業」では上位6項目までの対策で8割を上回っている（図表 8-5 参照）。

図表 8-4 データセキュリティへの対応状況の推移



図表 8-5 産業別データセキュリティへの主な対応状況(平成 27 年末)

単位: %

	集計企業数	データセキュリティやウィルスへの対応状況						
		パソコン等への導入	サーバーなどにウィルス対策プログラムを導入	IDS、パスイテネーションによるアクセス制御	ファイアウォールの設置・導入	社員教育	セキュリティポリシーの策定	OSへのセキュリティパッチの導入
全体	1,844	90.2	68.3	62.1	48.8	47.6	42.9	40.2
[産業分類]								
建設業	316	93.1	75.7	61.2	54.0	51.1	42.0	43.6
製造業	311	90.9	77.4	61.0	53.9	50.6	43.5	46.3
運輸業	311	85.9	56.8	52.2	39.4	35.8	29.3	29.2
卸売・小売業	306	90.8	66.3	59.6	49.7	38.6	40.5	41.4
金融・保険業	160	96.5	85.2	93.1	83.3	80.9	91.2	76.9
サービス業・その他(計)	440	89.7	63.8	66.1	44.9	52.0	45.9	35.9
不動産業	140	92.0	73.8	78.7	64.9	61.6	67.6	59.3
サービス業、その他	300	89.6	63.4	65.5	44.0	51.6	44.9	34.9
[従業者規模]								
100~299人	1,329	88.5	63.7	56.8	42.8	41.1	35.1	32.5
300人以上計	515	94.8	80.9	76.5	65.4	65.5	64.4	61.5
300~499人	214	95.4	78.1	72.0	54.2	54.9	54.0	52.7
500~999人	135	92.7	77.8	77.5	68.0	69.0	62.8	63.7
1,000~1,999人	69	95.1	86.8	74.0	70.4	69.5	71.3	62.8
2,000人以上計	97	96.7	89.5	88.6	87.3	84.8	89.7	80.2
2,000~2,999人	31	98.9	86.2	83.7	92.8	65.5	79.1	68.2
3,000~4,999人	30	100.0	94.9	90.2	91.6	96.3	95.3	86.6
5,000人以上	36	91.4	85.1	89.5	79.2	82.6	89.5	79.9

3 セキュリティポリシーの規定内容

(1) ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定

セキュリティポリシーを策定している企業のソーシャルメディアサービスの利用に関する規定の有無をみると、規定を設けている企業の割合は55.5%と、前年の58.0%から2.5ポイント低下となっている。

規定の内容をみると、「業務に関する書き込みを禁止」(32.5%)及び「業務中の利用を禁止」(30.3%)がともに3割を上回っている。一方で、「特段の規定は設けていない」は39.0%となっている。

産業別にみると、規定を設けている企業は「金融業・保険業」65.3%、「サービス業、その他(計)」が61.5%と6割を宇上回っている。

従業員規模別にみると、規定を設けている企業は「2,000人以上」が72.7%と7割を上回っている(図表8-6参照)。

図表 8-6 属性別ソーシャルメディアサービスの利用に関する規定状況(平成27年末)

単位: %

	集計企業数	ソーシャルメディアサービスの利用規定							
		設けている	止企業名の公開を禁	務企 づ業 け名 の公 開を 義	込業 み務 をに 禁関 止す る書 き	止業 務中 の利 用を 禁	けそ ての 他の 利用 を設	て特 いな い規 定は 設け	無回答
全体	847	55.5	9.1	1.0	32.5	30.3	18.4	39.0	5.5
[産業分類]									
建設業	132	56.5	10.5	1.3	34.2	32.1	19.2	36.5	7.0
製造業	132	58.4	6.7	0.8	32.7	36.9	16.3	38.0	3.6
運輸業	92	32.6	7.5	0.0	17.2	18.0	6.4	61.9	5.5
卸売・小売業	121	45.8	4.8	1.9	26.1	17.6	19.0	47.4	6.7
金融・保険業	146	65.3	11.8	1.5	45.5	32.6	24.9	32.1	2.7
サービス業・その他(計)	224	61.5	13.2	0.9	37.1	33.6	21.2	32.2	6.3
不動産業	92	50.3	5.8	1.4	32.2	21.5	26.5	41.4	8.3
サービス業、その他	132	62.2	13.6	0.9	37.5	34.3	20.9	31.6	6.2
[従業者規模]									
100~299人	497	51.4	6.9	0.2	26.4	26.3	18.7	41.7	6.9
300人以上計	350	61.6	12.4	2.3	41.6	36.3	18.0	35.0	3.3
300~499人	121	57.6	9.4	0.1	31.0	39.2	15.5	39.9	2.4
500~999人	83	61.9	20.4	4.8	49.6	36.7	16.4	35.1	3.0
1,000~1,999人	56	52.4	15.7	3.3	33.3	26.9	6.0	42.6	5.0
2,000人以上	90	72.7	6.2	2.4	53.6	36.2	30.2	23.1	4.1

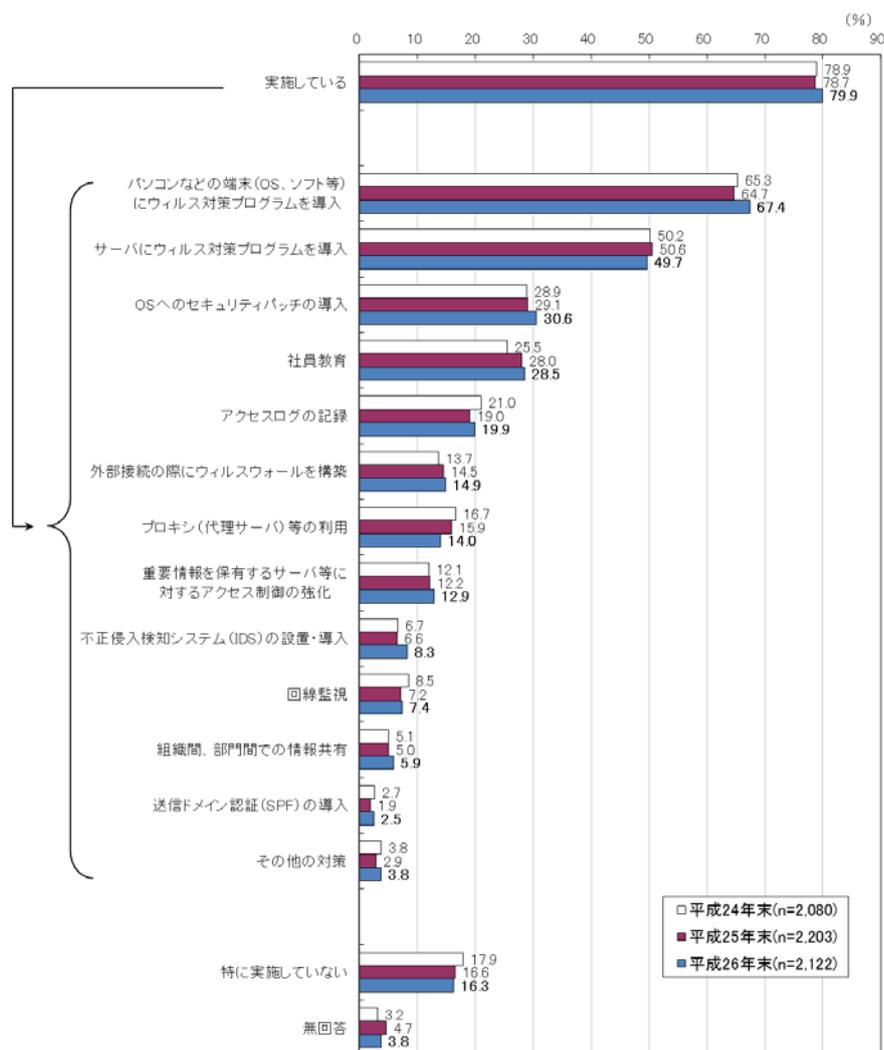
(2) 標的型メールへの対策内容

情報通信ネットワークを利用している企業の標的型メールへの対策状況をみると、対策を実施している企業の割合は79.9%となっている。

対策内容をみると、「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」が67.4%で最も高く、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」（49.7%）、「OSへのセキュリティパッチの導入」（30.6%）、「社員教育」（28.5%）などとなっている。一方、「特に実施していない」は16.3%となっている（図表 8-7 参照）。

産業別にみると、「金融・保険業」が98.6%と、9割を上回っている。また、対策内容は、全ての産業で「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」が最も高くなっている（図表 8-8 参照）。

図表 8-7 標的型メールへの対策内容の推移



図表 8-8 産業別標的型メールへの対策内容(上位5位)(平成 27 年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率	
【全体】	1,844	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 75.8	サーバにウイルス対策プログラムを導入 56.4	社員教育 39.4	OSへのセキュリティパッチの導入 34.2	アクセスログの記録 26.9	88.2	
産業	建設業	316	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 79.2	サーバにウイルス対策プログラムを導入 61.9	社員教育 41.9	OSへのセキュリティパッチの導入 36.9	アクセスログの記録 29.3	92.1
	製造業	311	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 79.2	サーバにウイルス対策プログラムを導入 64.3	社員教育 42.9	OSへのセキュリティパッチの導入 40.2	アクセスログの記録 28.9	92.7
	運輸業	311	社員教育 69.1	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 46.2	サーバにウイルス対策プログラムを導入 29.0	OSへのセキュリティパッチの導入 24.8	外部接続の際にウイルスウォールを構築 17.1	82.6
	卸売・小売業	306	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 74.1	サーバにウイルス対策プログラムを導入 54.8	OSへのセキュリティパッチの導入 33.8	社員教育 31.7	プロキシ(代理サーバ)等の利用 21.4	86.5
	金融・保険業	160	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 87.1	サーバにウイルス対策プログラムを導入 74.9	社員教育 74.5	アクセスログの記録 70.6	OSへのセキュリティパッチの導入 68.4	98.6
	サービス業・その他(計)	440	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 75.3	サーバにウイルス対策プログラムを導入 52.4	社員教育 42.4	OSへのセキュリティパッチの導入 30.5	アクセスログの記録 29.4	86.2

4 個人情報保護対策の実施

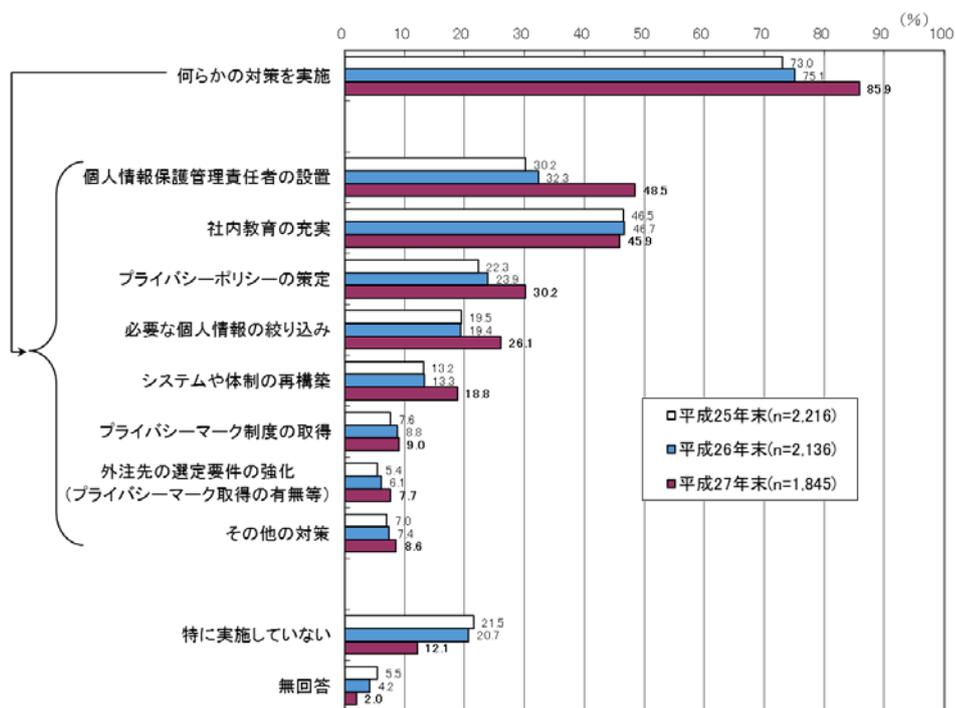
個人情報保護対策の状況を見ると、何らかの対策を実施している企業の割合は85.9%となっている。

対策内容を見ると、「個人情報保護管理責任者の設置」が48.5%と最も高く、「社内教育の充実」が次いで(45.9%)、「プライバシーポリシーの策定」(30.2%)、「必要な個人情報の絞り込み」(26.1%)などとなっている(図表 8-9 参照)。

産業別にみると、「金融・保険業」が99.3%とほぼすべての企業で対策を実施している。また、「金融・保険業」の対策内容をみると、「個人情報保護管理責任者の設置」(89.8%)及び「社内教育の充実」(85.4%)で8割を上回っている(図表 8-10 参照)。

従業者規模別にみると、300人以上の各階層で9割を上回っている(図表 8-11 参照)。

図表 8-9 個人情報保護対策の実施状況の推移

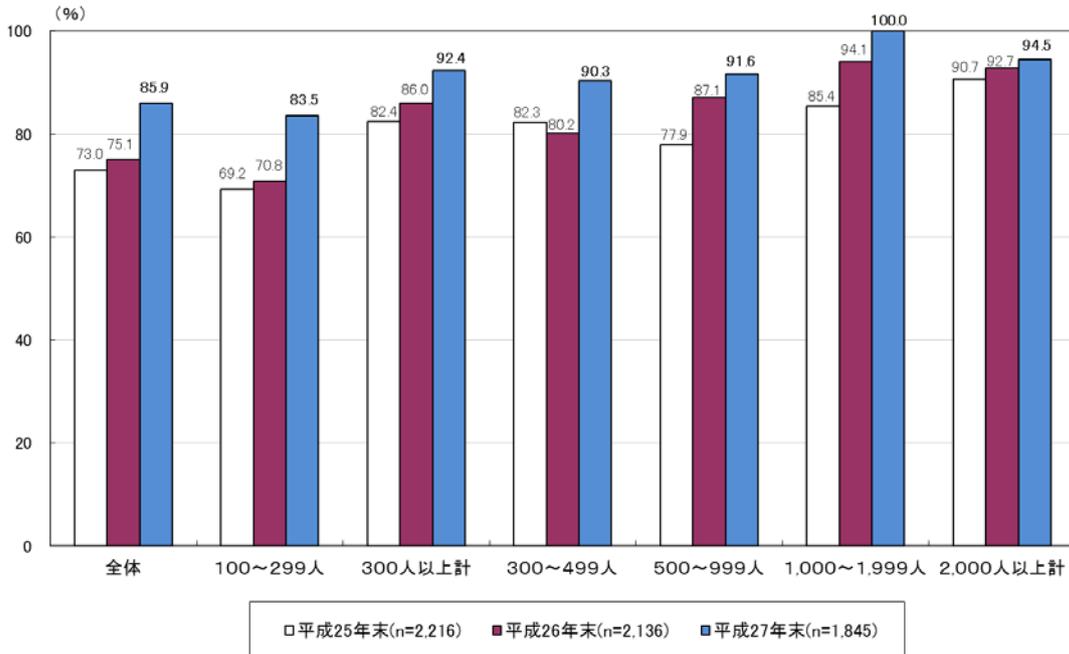


図表 8-10 属性別個人情報保護対策の実施状況(上位5位)(平成27年末)

単位: %

	n	1位	2位	3位	4位	5位	対策実施率	
【全体】	1,845	プライバシーマーク制度の取得 48.5	プライバシーポリシーの策定 45.9	個人情報保護管理責任者の設置 30.2	必要な個人情報の絞り込み 26.1	システムや体制の再構築 18.8	85.9	
産業	建設業	316	プライバシーマーク制度の取得 47.1	プライバシーポリシーの策定 44.2	個人情報保護管理責任者の設置 23.2	必要な個人情報の絞り込み 21.0	システムや体制の再構築 20.6	80.2
	製造業	311	個人情報保護管理責任者の設置 40.0	社内教育の充実 37.9	必要な個人情報の絞り込み 29.0	プライバシーポリシーの策定 23.7	システムや体制の再構築 17.1	84.1
	運輸業	311	個人情報保護管理責任者の設置 41.9	社内教育の充実 39.8	プライバシーポリシーの策定 20.9	必要な個人情報の絞り込み 17.2	システムや体制の再構築 17.2	84.0
	卸売・小売業	306	社内教育の充実 43.0	個人情報保護管理責任者の設置 41.0	プライバシーポリシーの策定 26.0	必要な個人情報の絞り込み 24.5	システムや体制の再構築 14.4	84.4
	金融・保険業	160	個人情報保護管理責任者の設置 89.8	社内教育の充実 85.4	プライバシーポリシーの策定 75.7	必要な個人情報の絞り込み 54.1	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) 49.1	99.3
	サービス業・その他(計)	441	個人情報保護管理責任者の設置 60.2	社内教育の充実 54.5	プライバシーポリシーの策定 39.6	必要な個人情報の絞り込み 26.8	システムや体制の再構築 22.0	89.1

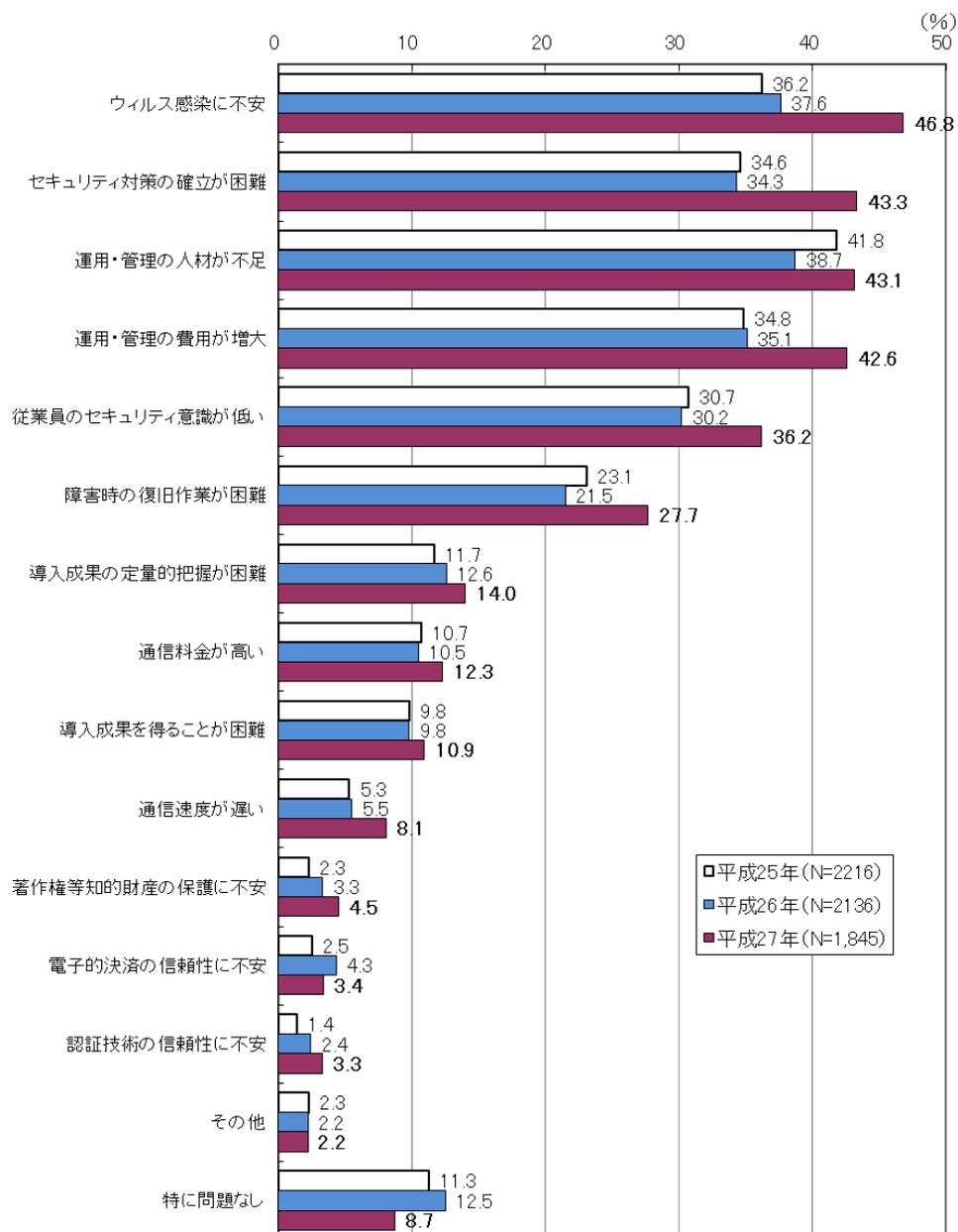
図表 8-11 従業者規模別個人情報保護対策の実施状況の推移



5 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における利用上の問題点をみると、「ウイルス感染に不安」(46.8%)、「セキュリティ対策の確立が困難」(43.3%)、「運用・管理の人材が不足」(43.1%)、「運用・管理の費用が増大」(42.6%)で4割を上回っている(図表 8-12 参照)。

図表 8-12 情報通信ネットワークの利用上の問題点の推移



産業別、従業者規模別にみると、順位に違いはあるものの、「運用・管理の人材が不足」「ウイルス感染に不安」「運用・管理の費用が増大」「セキュリティ対策の確立が困難」「従業員のセキュリティ意識が低い」を上位5項目に挙げている層が多くなっている（図表 8-13 参照）。

図表 8-13 属性別情報通信ネットワークの利用上の問題点(上位5位)(平成 27 年末)

単位：％

		n	1位	2位	3位	4位	5位
【全体】		1,845	ウイルス感染に不安 46.8	セキュリティ対策の確立が困難 43.3	運用・管理の人材が不足 43.1	運用・管理の費用が増大 42.6	従業員のセキュリティ意識が低い 36.2
産業	建設業	316	ウイルス感染に不安 47.6	セキュリティ対策の確立が困難 44.2	運用・管理の人材が不足 43.6	運用・管理の費用が増大 42.4	従業員のセキュリティ意識が低い 42.1
	製造業	311	ウイルス感染に不安 49.4	運用・管理の費用が増大 46.4	運用・管理の人材が不足 44.4	セキュリティ対策の確立が困難 43.6	従業員のセキュリティ意識が低い 37.0
	運輸業	311	運用・管理の人材が不足 44.5	ウイルス感染に不安 41.8	従業員のセキュリティ意識が低い 38.1	運用・管理の費用が増大 34.8	セキュリティ対策の確立が困難 33.4
	卸売・小売業	306	ウイルス感染に不安 46.3	セキュリティ対策の確立が困難 45.8	運用・管理の人材が不足 43.7	運用・管理の費用が増大 40.1	従業員のセキュリティ意識が低い 39.5
	金融・保険業	160	セキュリティ対策の確立が困難 54.0	運用・管理の人材が不足 51.1	運用・管理の費用が増大 50.8	ウイルス感染に不安 50.6	障害時の復旧作業が困難 26.9
	サービス業・その他(計)	441	ウイルス感染に不安 46.1	セキュリティ対策の確立が困難 43.9	運用・管理の費用が増大 42.9	運用・管理の人材が不足 40.9	従業員のセキュリティ意識が低い 33.1
	従業者規模	100～299人未満	1,330	ウイルス感染に不安 46.6	運用・管理の人材が不足 42.6	セキュリティ対策の確立が困難 42.1	運用・管理の費用が増大 39.6
300人以上		515	運用・管理の費用が増大 50.8	ウイルス感染に不安 47.2	セキュリティ対策の確立が困難 46.7	運用・管理の人材が不足 44.6	従業員のセキュリティ意識が低い 38.9
300～499人		214	運用・管理の費用が増大 50.3	ウイルス感染に不安 48.5	運用・管理の人材が不足 44.5	セキュリティ対策の確立が困難 44.4	従業員のセキュリティ意識が低い 38.5
500～999人		135	セキュリティ対策の確立が困難 43.5	運用・管理の費用が増大 39.8	運用・管理の人材が不足 39.7	ウイルス感染に不安 38.2	従業員のセキュリティ意識が低い 31.3
1,000～1,999人		69	運用・管理の費用が増大 54.7	セキュリティ対策の確立が困難 49.1	従業員のセキュリティ意識が低い 46.4	ウイルス感染に不安 44.1	運用・管理の人材が不足 39.8
2,000人以上		97	運用・管理の費用が増大 67.9	ウイルス感染に不安 61.0	セキュリティ対策の確立が困難 56.4	運用・管理の人材が不足 55.9	従業員のセキュリティ意識が低い 47.8