

付注

付注1 ICTの経済分析に関する調査（日本の情報通信産業の範囲）

本調査におけるICT産業の市場規模（国内生産額）の推計は、次のモデルに基づき行った。

表. 日本の情報通信産業の範囲

情報通信産業の範囲	情報通信産業連関表の部門
1. 通信業	
郵便・信書便	郵便・信書便
固定電気通信	固定電気通信 その他の電気通信
移動電気通信	移動電気通信
電気通信に付帯するサービス	その他の通信サービス
2. 放送業	
公共放送	公共放送
民間放送	民間テレビジョン放送・多重放送 民間ラジオ放送 民間衛星放送
有線放送	有線テレビジョン放送 有線ラジオ放送
3. 情報サービス業	
ソフトウェア	ソフトウェア業
情報処理・提供サービス	情報処理サービス 情報提供サービス
4. インターネット附随サービス業	
インターネット附随サービス	インターネット附随サービス
5. 映像・音声・文字情報制作業	
映像情報制作・配給	映像情報制作・配給業
新聞	新聞
出版	出版
ニュース供給	ニュース供給
6. 情報通信関連製造業	
通信ケーブル製造	通信ケーブル・光ファイバケーブル
有線通信機械器具製造	有線電機通信機器
無線通信機械器具製造	携帯電話機 無線電気通信機器（除携帯電話機）
ラジオ・テレビ受信機・ビデオ機器製造	ラジオ・テレビ受信機・ビデオ機器
電気音響機械器具製造	電気音響機器
電子計算機・同付属装置製造	パーソナルコンピュータ 電子計算機本体（除パソコン） 電子計算機付属装置
磁気テープ・磁気ディスク製造	磁気テープ・磁気ディスク
事務用機械器具製造	事務用機器
情報記録物製造	情報記録物製造業
7. 情報通信関連サービス業	
情報通信機器賃貸業	電子計算機・同関連機器賃貸業 事務用機械器具（除電算機等）賃貸業 通信機械器具賃貸業
広告業	広告
印刷・製版・製本業	印刷・製版・製本
映画館・劇場等	映画館、劇場・興行場
8. 情報通信関連建設業	
電気通信施設建設	電気通信施設建設
9. 研究	
研究	研究

※（注）「1. 通信業（郵便・信書便除く）」～「5. 映像・音声・文字情報制作業」が、日本標準産業分類における「情報通信業」にほぼ相当。

付注2 ICTの日本国内における経済貢献および日本と諸外国のIoTへの取組状況に関する国際企業アンケート

1) 調査概要

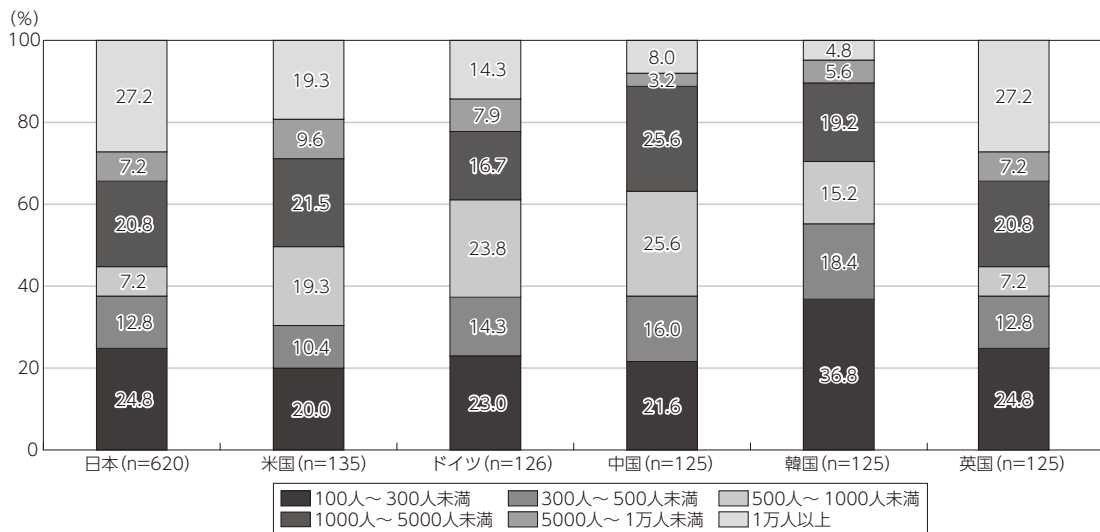
本アンケート調査では、我が国を含む主要6か国における企業を対象に、自社のIoT導入状況や今後の導入意向、IoTの導入による効果、IoTの進展に係る課題を把握するとともに、国際比較を通じて我が国産業・企業の課題について抽出することを目的として実施した。また、国内企業については、ICTの経済貢献についてより深く調査するため、IoTにとどまらない、広範囲におけるICTの利活用状況やICTへの投資状況に関する設問を追加した。具体的には製品・サービスや業務プロセスにおけるICTの利活用だけでなく、ICTによる労働力強化、インバウンド需要の取り込み、イノベーション創出等、複数存在するICTの経済貢献経路それぞれについて現在の取組状況や今後の意向を尋ねた。

表. 調査設計

項目	概要																																																																
調査対象	以下の国に本社を置く従業員数100名以上の企業（ICT利活用産業を含むICT関連産業（注1）に属する企業）に勤める社員（ただし、経営や技術開発、製品開発、生産管理に携わる者に限る） ・日本、米国、ドイツ、英国、中国、韓国																																																																
調査方法	対象国におけるアンケート調査会社モニターへのウェブアンケート																																																																
抽出方法	1. モニターのうち、ICT利活用産業を含むICT関連産業（注1）に属し、従業員数100名以上の企業に勤める人をスクリーニングした。 注1:																																																																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>業種名（大分類）</th> <th>業種名（小分類）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>農林水産業・鉱業</td> <td>農林水産業、鉱業</td> </tr> <tr> <td>エネルギー・インフラ</td> <td>建設、電力・ガス・熱供給、水道、その他エネルギー・インフラ</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>飲食品、繊維製品、パルプ・紙・木製品、化学製品 / 石油・石炭製品 / プラスチック・ゴム、窯業・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、機械（はん用、生産用、業務用）、電子部品・電気機械（家電など）、輸送機器（自動車など）、その他製造業（除く情報通信関連製造）</td> </tr> <tr> <td>商業・流通</td> <td>小売業、卸売業、金融・保険、不動産、運輸、郵便、その他商業・流通</td> </tr> <tr> <td>サービス業、その他</td> <td>サービス業（除く情報通信関連サービス業）、研究、教育、医療・福祉</td> </tr> <tr> <td>情報通信業</td> <td>通信、放送、ソフトウェア、情報処理サービス・情報提供サービス、インターネット付随サービス、映像・音声・文字情報制作（制作・配給、新聞、出版、ニュース供給など）、情報通信関連製造業（有線・無線通信機器、パソコンなど）、情報通信関連サービス業（広告、印刷、映画館など）</td> </tr> </tbody> </table>	業種名（大分類）	業種名（小分類）	農林水産業・鉱業	農林水産業、鉱業	エネルギー・インフラ	建設、電力・ガス・熱供給、水道、その他エネルギー・インフラ	製造業	飲食品、繊維製品、パルプ・紙・木製品、化学製品 / 石油・石炭製品 / プラスチック・ゴム、窯業・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、機械（はん用、生産用、業務用）、電子部品・電気機械（家電など）、輸送機器（自動車など）、その他製造業（除く情報通信関連製造）	商業・流通	小売業、卸売業、金融・保険、不動産、運輸、郵便、その他商業・流通	サービス業、その他	サービス業（除く情報通信関連サービス業）、研究、教育、医療・福祉	情報通信業	通信、放送、ソフトウェア、情報処理サービス・情報提供サービス、インターネット付随サービス、映像・音声・文字情報制作（制作・配給、新聞、出版、ニュース供給など）、情報通信関連製造業（有線・無線通信機器、パソコンなど）、情報通信関連サービス業（広告、印刷、映画館など）																																																		
業種名（大分類）	業種名（小分類）																																																																
農林水産業・鉱業	農林水産業、鉱業																																																																
エネルギー・インフラ	建設、電力・ガス・熱供給、水道、その他エネルギー・インフラ																																																																
製造業	飲食品、繊維製品、パルプ・紙・木製品、化学製品 / 石油・石炭製品 / プラスチック・ゴム、窯業・土石製品、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、機械（はん用、生産用、業務用）、電子部品・電気機械（家電など）、輸送機器（自動車など）、その他製造業（除く情報通信関連製造）																																																																
商業・流通	小売業、卸売業、金融・保険、不動産、運輸、郵便、その他商業・流通																																																																
サービス業、その他	サービス業（除く情報通信関連サービス業）、研究、教育、医療・福祉																																																																
情報通信業	通信、放送、ソフトウェア、情報処理サービス・情報提供サービス、インターネット付随サービス、映像・音声・文字情報制作（制作・配給、新聞、出版、ニュース供給など）、情報通信関連製造業（有線・無線通信機器、パソコンなど）、情報通信関連サービス業（広告、印刷、映画館など）																																																																
調査期間	2016年2月～3月																																																																
本調査有効回答数	<table border="1"> <thead> <tr> <th>産業</th> <th>日本</th> <th>米国</th> <th>ドイツ</th> <th>英国</th> <th>中国</th> <th>韓国</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>農林水産業・鉱業</td> <td>47</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>エネルギー・インフラ</td> <td>134</td> <td>36</td> <td>37</td> <td>36</td> <td>36</td> <td>36</td> <td>362</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>129</td> <td>28</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>261</td> </tr> <tr> <td>商業・流通</td> <td>103</td> <td>26</td> <td>21</td> <td>21</td> <td>21</td> <td>21</td> <td>213</td> </tr> <tr> <td>サービス業、その他</td> <td>129</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>16</td> <td>209</td> </tr> <tr> <td>情報通信業（ICT企業）</td> <td>78</td> <td>29</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>26</td> <td>211</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>620</td> <td>135</td> <td>126</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>125</td> <td>1256</td> </tr> </tbody> </table>	産業	日本	米国	ドイツ	英国	中国	韓国	合計	農林水産業・鉱業	47							エネルギー・インフラ	134	36	37	36	36	36	362	製造業	129	28	26	26	26	26	261	商業・流通	103	26	21	21	21	21	213	サービス業、その他	129	16	16	16	16	16	209	情報通信業（ICT企業）	78	29	26	26	26	26	211	合計	620	135	126	125	125	125	1256
	産業	日本	米国	ドイツ	英国	中国	韓国	合計																																																									
	農林水産業・鉱業	47																																																															
	エネルギー・インフラ	134	36	37	36	36	36	362																																																									
	製造業	129	28	26	26	26	26	261																																																									
	商業・流通	103	26	21	21	21	21	213																																																									
	サービス業、その他	129	16	16	16	16	16	209																																																									
	情報通信業（ICT企業）	78	29	26	26	26	26	211																																																									
合計	620	135	126	125	125	125	1256																																																										
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的属性（従業員数、売上高等） ・IoTの導入状況や導入による効果（現在、将来*の見込み） ・IoTに係る標準化への取組状況やその狙い ・IoTの進展に伴う自社組織の変化や他社との連携の変化 ・IoTの導入に係る課題 以下国内企業のみ設問 <ul style="list-style-type: none"> ・製品・サービスや業務プロセスにおけるICTの利活用状況やICTへの投資状況（現在、将来*の見込み） ・ICTの利活用による労働生産性の変化 ・ICTを活用した労働力強化への取組状況や雇用への影響 ・ICTを活用したインバウンド需要の取り込みに関する取組状況 ・イノベーション創出のため活用していきたいICTの種類 *本調査における「将来」は2020年ごろを想定																																																																

2) 回答者が所属する企業の概要

図. 従業員



付注3 GDPに現れないICTの社会的厚生への貢献に関する調査研究のアンケート調査

本アンケート調査は、ICTサービス利用状況から消費者がどの程度非貨幣的価値（消費者余剰や時間の節約）を感じているのかを計測することを目的として実施した。

表. 調査設計

項目	概要																					
調査方法	ウェブアンケート調査																					
調査時期	2016年3月																					
対象者	20歳以上70歳未満の男女																					
対象者の選定方法	ウェブアンケート調査会社が保有するモニターを対象に年代別の男女比が均等になるように割り付けを行った。																					
回収数および回答者属性	<p style="text-align: center;">性年代別の回収割合</p> <table border="1"> <caption>性年代別の回収割合</caption> <thead> <tr> <th>年代 (n)</th> <th>男性 (%)</th> <th>女性 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体 (n=2,723)</td> <td>50.3</td> <td>49.7</td> </tr> <tr> <td>20代 (n=532)</td> <td>49.6</td> <td>50.4</td> </tr> <tr> <td>30代 (n=541)</td> <td>50.3</td> <td>49.7</td> </tr> <tr> <td>40代 (n=542)</td> <td>50.0</td> <td>50.0</td> </tr> <tr> <td>50代 (n=550)</td> <td>50.2</td> <td>49.8</td> </tr> <tr> <td>60代 (n=558)</td> <td>51.4</td> <td>48.6</td> </tr> </tbody> </table>	年代 (n)	男性 (%)	女性 (%)	全体 (n=2,723)	50.3	49.7	20代 (n=532)	49.6	50.4	30代 (n=541)	50.3	49.7	40代 (n=542)	50.0	50.0	50代 (n=550)	50.2	49.8	60代 (n=558)	51.4	48.6
年代 (n)	男性 (%)	女性 (%)																				
全体 (n=2,723)	50.3	49.7																				
20代 (n=532)	49.6	50.4																				
30代 (n=541)	50.3	49.7																				
40代 (n=542)	50.0	50.0																				
50代 (n=550)	50.2	49.8																				
60代 (n=558)	51.4	48.6																				
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ICTサービスの利用状況（利用の有無、支払っている金額 等） ICTサービスの利用理由（有料化されても利用を続ける理由、有料化されても使いたくなるサービス・機能 等） レビューについて（読む際に重視する点、書き込みの理由、商品購入につながった経験 等） 時間の節約について 属性（職業、年収、世帯構成 等） 																					

付注

付注4 IoT時代における新たなICTへの各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究のアンケート調査

我が国のICTの利用実態やIoT時代に提供される新たなICTサービスの需要を中心に諸外国との比較を目的としたウェブアンケートを実施した。調査の概要を下記に示す。

調査方法	インターネットアンケート調査																																														
調査時期	2016年2月																																														
対象	日本、米国、英国、韓国、ドイツ、中国の6か国の生活者。 20代～60代の男女。																																														
対象の選定方法	アンケート調査会社が保有するモニターから、年代別（20代、30代、40代、50代、60代）、及び性別（男女）で抽出を行った。																																														
回収数	<p>年齢（20、30、40、50、60代）、性別（男女）で各100件ずつ、各国で合計1,000件のサンプル回収を行った。 対象とする年齢・性別で目標回収数に達しなかった場合は、近い年齢・性別で回収を行い、合計1,000件となるようにした。</p> <p>各国における回収数は下記の通りである。</p> <p><日本、米国、英国、ドイツ、韓国></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年代</th> <th>男性</th> <th>女性</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20-29</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>30-39</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>40-49</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>50-59</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>60-69</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>500</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">1,000</td> </tr> </tbody> </table> <p><中国></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年代</th> <th>男性</th> <th>女性</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20-29</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>30-39</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>40-49</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>50-59</td> <td>100</td> <td>113</td> </tr> <tr> <td>60-69</td> <td>117</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>517</td> <td>483</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">1,000</td> </tr> </tbody> </table>	年代	男性	女性	20-29	100	100	30-39	100	100	40-49	100	100	50-59	100	100	60-69	100	100	合計	500	500	1,000		年代	男性	女性	20-29	100	100	30-39	100	100	40-49	100	100	50-59	100	113	60-69	117	70	合計	517	483	1,000	
年代	男性	女性																																													
20-29	100	100																																													
30-39	100	100																																													
40-49	100	100																																													
50-59	100	100																																													
60-69	100	100																																													
合計	500	500																																													
1,000																																															
年代	男性	女性																																													
20-29	100	100																																													
30-39	100	100																																													
40-49	100	100																																													
50-59	100	113																																													
60-69	117	70																																													
合計	517	483																																													
1,000																																															

主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本属性（年齢、職業、世帯構成 等） ・IoT時代の新たなICTサービス（フィンテック、シェアリングエコノミー、自動走行車、ウェアラブルデバイス、スマートホーム、サービスロボットの認知・関心・利用状況、利用しない理由 等） ・スマホ定着期のICT利用（主な機器の利用状況、主なICTサービスの利用率、各種メディア利活用状況、ネットショッピング 等） ・公共ICTサービス（医療・教育サービスの認知度・利用意向・利用しない理由、パーソナルデータの提供 等） ・海外から見た日本のICTや文化（日本除く）（日本の印象、情報収集手段 等）
留意事項	・アンケート会社の登録モニターを対象とした。国や性年代によっては、インターネット普及が途上である、モニターの登録者数が少ないなどの要因によって、対象者の特性や回答に偏りが生じている可能性がある。

付注5 在留外国人及びソーシャルネットワークサービス利用者のICT利用状況に関する調査研究（アンケート概要）

調査方法	ウェブアンケート調査												
調査期間	2016年2月												
対象者	日本に1年以上居住している外国人（特別永住者は除く） 割り付けは次のとおり。 先進国出身者：205人 それ以外の国の出身者：331人 主な属性とのクロス集計は次のとおり。												
	単位： 人（上段） %（下段）	全 体	性 別	女 性	男 性	年 齢 層 別	18 ～ 24 歳	25 ～ 29 歳	30 ～ 34 歳	35 ～ 39 歳	40 ～ 44 歳	45 ～ 49 歳	50 歳 以上
全 体		536 100.0%		270 50.4%	266 49.6%		28 5.2%	132 24.6%	124 23.1%	111 20.7%	71 13.2%	34 6.3%	36 6.7%
国 別	先進国	205 100.0%		90 43.9%	115 56.1%		13 6.3%	35 17.1%	36 17.6%	44 21.5%	31 15.1%	22 10.7%	24 11.7%
	それ以外	331 100.0%		180 54.4%	151 45.6%		15 4.5%	97 29.3%	88 26.6%	67 20.2%	40 12.1%	12 3.6%	12 3.6%
滞 在 年 数 別	1年以上～2年未満	64 100.0%		30 46.9%	34 53.1%		10 15.6%	29 45.3%	14 21.9%	6 9.4%	2 3.1%	3 4.7%	—
	2年以上～3年未満	65 100.0%		33 50.8%	32 49.2%		8 12.3%	32 49.2%	13 20.0%	6 9.2%	3 4.6%	1 1.5%	2 3.1%
	3年以上～5年未満	97 100.0%		49 50.5%	48 49.5%		5 5.2%	36 37.1%	27 27.8%	17 17.5%	7 7.2%	3 3.1%	2 2.1%
	5年以上～10年未満	150 100.0%		69 46.0%	81 54.0%		1 0.7%	33 22.0%	50 33.3%	37 24.7%	18 12.0%	6 4.0%	5 3.3%
	10年以上～15年未満	80 100.0%		42 52.5%	38 47.5%		2 2.5%	—	17 21.3%	33 41.3%	21 26.3%	4 5.0%	3 3.8%
	15年以上	80 100.0%		47 58.8%	33 41.3%		2 2.5%	2 2.5%	3 3.8%	12 15.0%	20 25.0%	17 21.3%	24 30.0%
※割合は、国別の類型ごと、滞在年数別の類型ごとに（横方向に見て）性別、年齢層別それぞれの構成比													
主な調査項目	在留外国人の情報通信機器・サービスの利用状況、在留外国人の人的交流、在留外国人の情報収集・情報発信等												

付注6-1 ICTの進歩が雇用と働き方に及ぼす影響に関する調査研究（日米就労者アンケート概要）

1) 調査の概要

本アンケート調査は、日米の就労者を対象に、人工知能（AI）を中心とするICTの進歩が雇用と働き方に及ぼす影響等を検証するために実施した。

表. 調査設計

項 目	概要		
調 査 方 法	インターネットアンケート調査		
本調査の調査対象	日米2か国のインターネットアンケート調査会社の登録モニターの中から、機械化可能性が高いとされる職業および機械化可能性が低いとされる職業に従事する就労者をサンプリングし、調査対象とした。		
抽 出 方 法	<p>既往研究（※）において自動化の影響を受けやすいとされた因子を持ち、人工知能（AI）の雇用を減らす側面（雇用代替効果）が強く発現する可能性がある職業を「機械化可能性が高いとされる職業」、人工知能（AI）の雇用を減らす側面（雇用代替効果）が弱く発現する可能性がある職業を「機械化可能性が低いとされる職業」と分類した。</p> <p>雇用を減らす側面（雇用代替効果）の発現の強さやサンプルの出現率等について考慮しつつ、機械化可能性が高いとされる職業として、①事務員、②運転手、③生産・建設現場スタッフ、④飲食店スタッフの4つの職業を、また、機械化可能性が低いとされる職業として、①医師・薬剤師、②教職員、③システムエンジニア、④看護・介護スタッフの4つの職業を選定した。</p> <p>※野村総合研究所と英オックスフォード大学マイケル A. オズボーン准教授等との共同研究（2015年）</p>		
調 査 期 間	日本時間、米国時間のそれぞれ2016年3月4日（金）から2016年3月7日（月）		
本調査有効回答数	機械化可能性が高いとされる職業	機械化可能性が低いとされる職業	
	日本	553	553
	米国	551	554
主 な 調 査 項 目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的属性（性別、年代、従業員規模等） ・職場への人工知能（AI）導入による影響 ・人工知能（AI）への対応 ・新しい働き方（テレワーク、シェアリングエコノミー、デジタルファブリケーション）の認知・実施意向 		

2) 回答者の概要

図. 性別

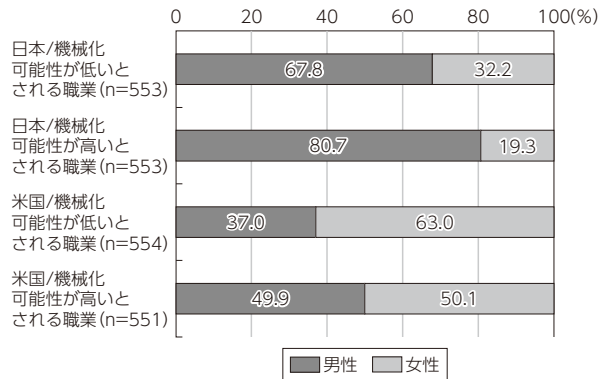
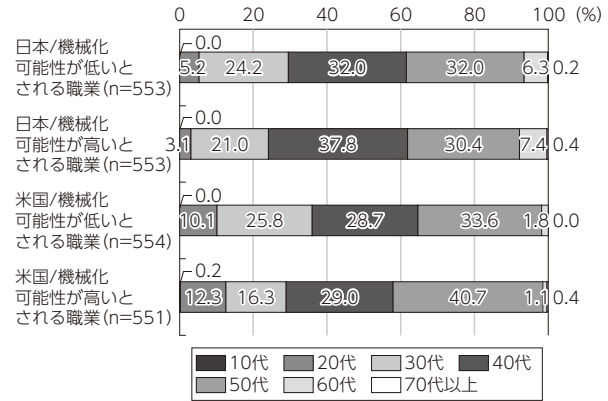


図. 年代



付注 6-2 ICTの進化が雇用と働き方に及ぼす影響に関する調査研究 (有識者アンケート概要)

本アンケート調査は、国内の研究者などを対象に、人工知能 (AI) の進化が雇用と働き方に及ぼす影響等を検証するために実施した。

表. 調査設計

項目	概要				
調査方法	インターネットアンケート調査				
本調査の調査対象	人工知能 (AI) を専門とする研究者や人工知能 (AI) 以外の ICT を専門とする研究者、ICT 産業の従事者からなる「ICT 分野の専門家」と、経済学・社会学を専門とする研究者や雇用を専門とする研究機関の従事者からなる「非 ICT 分野の専門家」の 2 つに分けて、それぞれを調査対象とした。				
抽出方法	総務省が設置している情報通信審議会とその下部組織である情報通信技術分科会 ITU 部会の構成員のうち有識者アンケートへの協力が得られた構成員 (ICT 分野の専門家) のほか、大学・研究機関のホームページ等より、人工知能 (AI) や、雇用・労働生産性と ICT との関係等を専門領域・分野とする ICT 分野の専門家及び非 ICT 分野の専門家をサンプリングし、調査対象とした。				
	<table border="1"> <tr> <td>ICT 分野の専門家</td> <td>非 ICT 分野の専門家</td> </tr> <tr> <td>46</td> <td>29</td> </tr> </table>	ICT 分野の専門家	非 ICT 分野の専門家	46	29
ICT 分野の専門家	非 ICT 分野の専門家				
46	29				
調査期間	2016年3月4日 (金) から 2016年3月21日 (月)				
本調査有効回答数	<table border="1"> <tr> <td>ICT 分野の専門家</td> <td>非 ICT 分野の専門家</td> </tr> <tr> <td>21</td> <td>6</td> </tr> </table>	ICT 分野の専門家	非 ICT 分野の専門家	21	6
ICT 分野の専門家	非 ICT 分野の専門家				
21	6				
	有効回収率 36.0%				
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 我が国の課題解決における人工知能 (AI) の寄与度 人工知能 (AI) の活用が望ましい分野 人工知能 (AI) が一般化する時代に重要な能力 				

付注 7 みんなで考える情報通信白書 (ウェブアンケート概要)

本アンケート調査は、ICT が実現する様々なボーダーレスコミュニケーションに対するインターネット利用者の意見を収集するために実施した。

表. 調査設計

項目	概要
調査方法	インターネットアンケート調査
本調査の調査対象	国内インターネットアンケート調査会社の登録モニターの中から、テーマとするボーダーレスコミュニケーションの経験者をサンプリングし、調査対象とした。
抽出方法	インターネットアンケートパネル登録者に対して予備アンケートを実施し、「海外在住の家族・知人・友人と連絡をとることがある」という条件に該当する人を調査対象とした。 回答は先着順とし、年齢、性別、居住地等の条件は設けなかった。
調査期間	2016年4月22日 (金) ~ 23日 (土)
本調査有効回答数	100票
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> 基本的属性 (性別、年齢) 海外在住の家族・知人・友人とのコミュニケーション方法や変化の状況 外国人の知り合いとのコミュニケーション方法や変化の状況 これらについてのエピソード 自動翻訳に対する意見 利用者と会話するインテリジェントな機器・サービスに対する意見 自動走行車・コネクテッドカーに対する意見