

平成20年通信利用動向調査の結果（概要）

目 次

1 インターネット等の普及状況	
(1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）	1
(2) インターネット利用率（個人）	3
(3) インターネット利用率（企業）	4
(4) インターネット接続回線の種類（世帯）	5
(5) インターネット接続回線の種類（企業）	6
(6) 情報通信機器の普及状況（世帯）	7
(7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）	8
2 個人・世帯におけるICT利用の進展状況	
(1) インターネットの利用目的（個人）	9
(2) インターネットにより購入した商品・サービス（個人）	11
(3) インターネットで購入する理由（個人）	11
(4) 非接触型電子マネーの利用状況（個人）	12
(5) IP電話の普及状況（世帯）	13
(6) 地上デジタルテレビ放送対応の受信機の保有状況等（世帯）	13
3 企業におけるICT利用の進展状況	
(1) ビジネスブログ、SNSの開設率	14
(2) テレワーク	14
(3) ユビキタス関連ツールを利用したサービス・システムの導入率	15
(4) 電子商取引の実施状況	15
(5) インターネットを利用した広告の実施状況	16
(6) 情報戦略統括役員(CIO)の設置状況	17
(7) 従業員に対するICT教育の実施状況	17
4 安全・安心への取組状況	
(1) インターネット利用で感じる不安（世帯）	18
(2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）	19
(3) フィルタリングソフト・サービスの認知状況、利用状況（世帯）	20
(4) インターネット、企業内LAN等を利用する上での問題点（企業）	21
(5) セキュリティ対策の実施状況（企業）	22
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	23

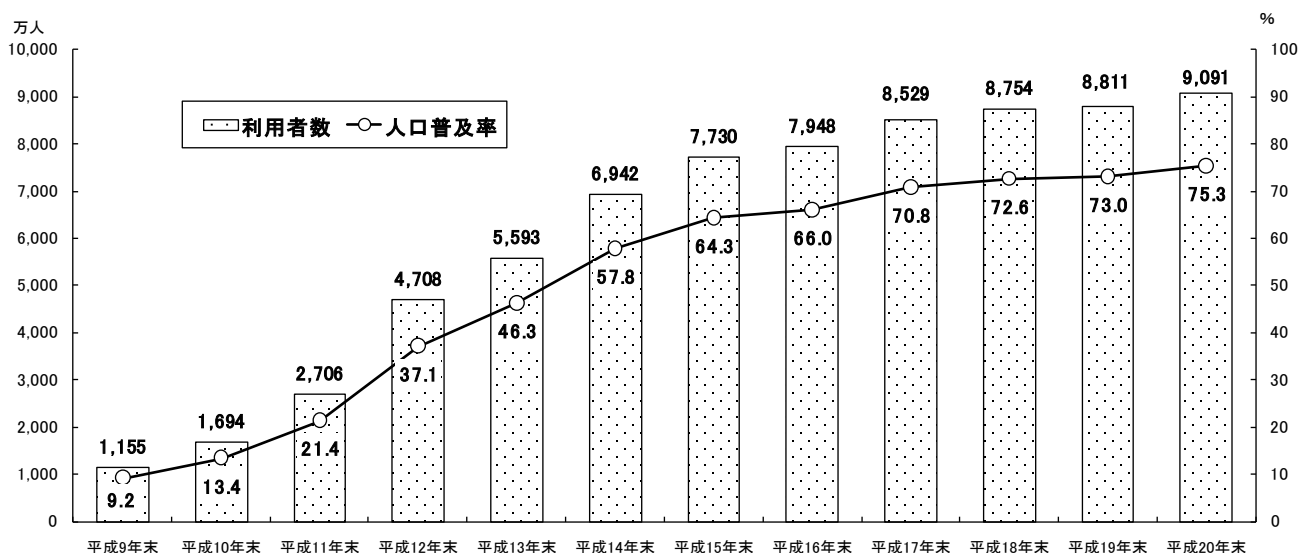
1 インターネット等の普及状況

(1) インターネット利用者数及び人口普及率（個人）

過去1年間にインターネットを利用したことのある人は推計で9,091万人と、前年に比べ280万人の増加。人口普及率は75.3%となった。

個人がインターネットを利用する際に使用する端末（「パソコン」「携帯電話・PHS等」「ゲーム機・TV等」）を見ると、それぞれ前年に比べて利用者数が増加しているが、特に、「ゲーム機・TV等」からのインターネット利用者が209万人増（対前年比58.4%増）と急速に拡大している。

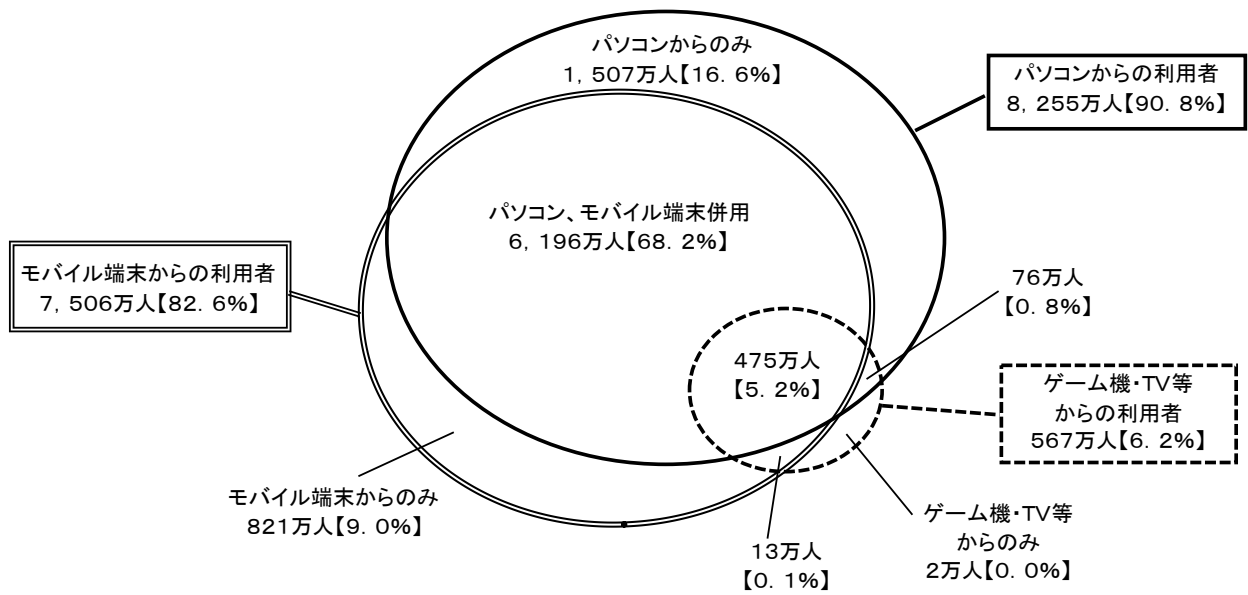
インターネット利用者数及び人口普及率の推移（個人）



(注)

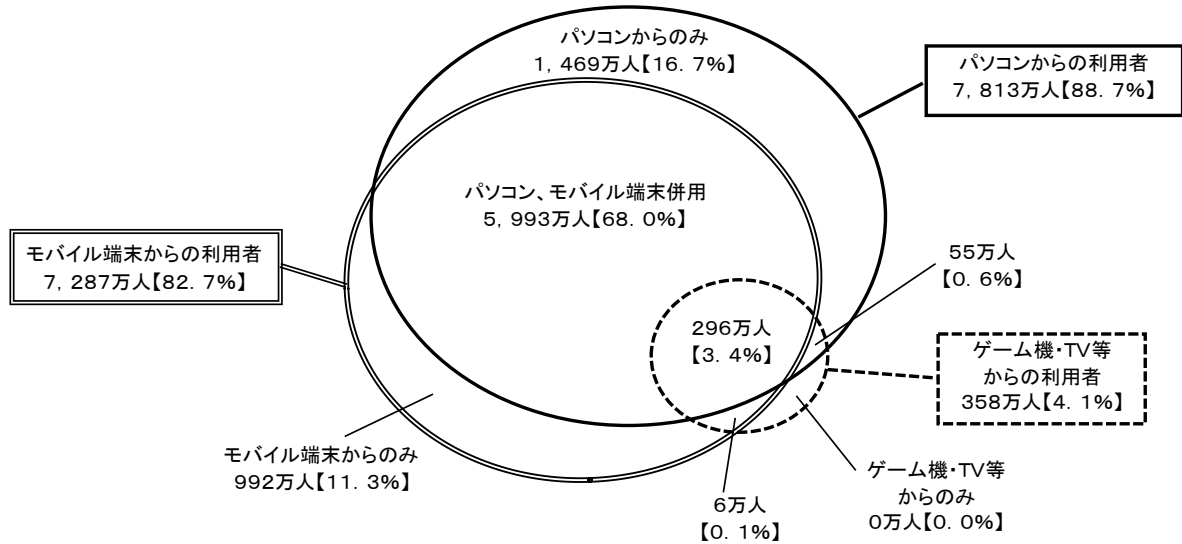
- ① 平成9～12年末までの数値は「通信白書（現情報通信白書）」から抜粋。
- ② インターネット利用者数（推計）は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム机等あらゆるものを含み（当該機器を所有しているか否かは問わない）、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
- ③ 平成13年末以降のインターネット利用者数は、各年における6歳以上の推計人口（国勢調査結果及び生命表等を用いて推計）に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出（平成14～19年末については、世代別に算出して合計）
- ④ 平成13年末以降の人口普及率（推計）は、③により推計したインターネット利用人口を国勢調査及び生命表を用いて推計した各年の6歳以上人口で除したもの。
- ⑤ 調査対象年齢については、平成11年末まで15～69歳、平成12年末は15～79歳、平成13年末以降は6歳以上。

インターネット利用端末の種類（個人）（平成20年末）



(※) モバイル端末：携帯電話、PHS及び携帯情報端末（PDA）を指す。

(参考) 平成19年通信利用動向調査におけるインターネット利用端末の種類（個人）



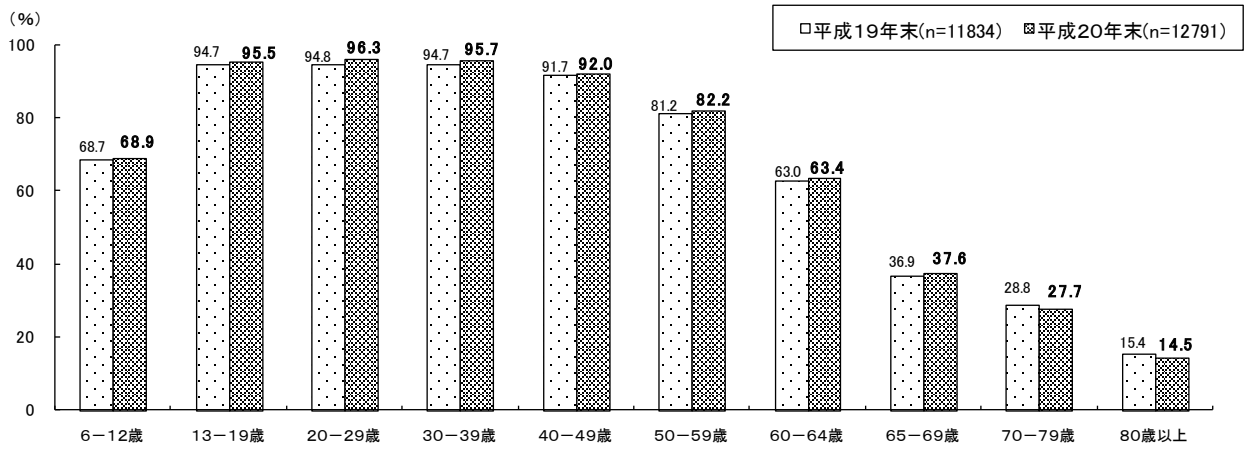
(2) インターネット利用率（個人）

インターネットの世代別の個人利用率を見ると、13歳～40歳代までは9割を超えているが、60歳以上になると、利用率が低くなっている。

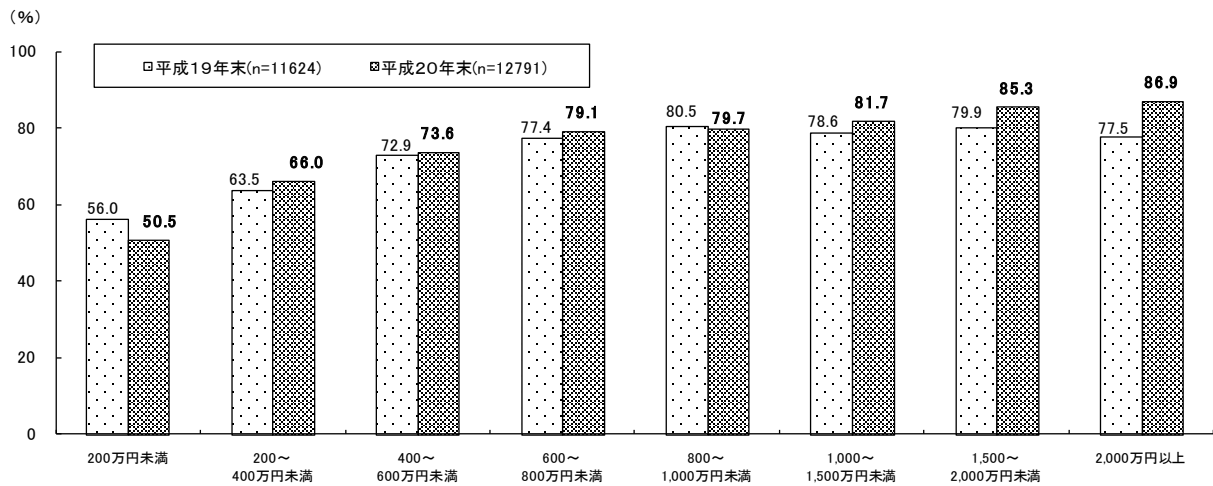
また、所属世帯年収別にみると、低所得者ほどインターネットの利用率が低くなっている。

属性別のインターネット利用率（個人）

○世代別



○所属世帯年収別

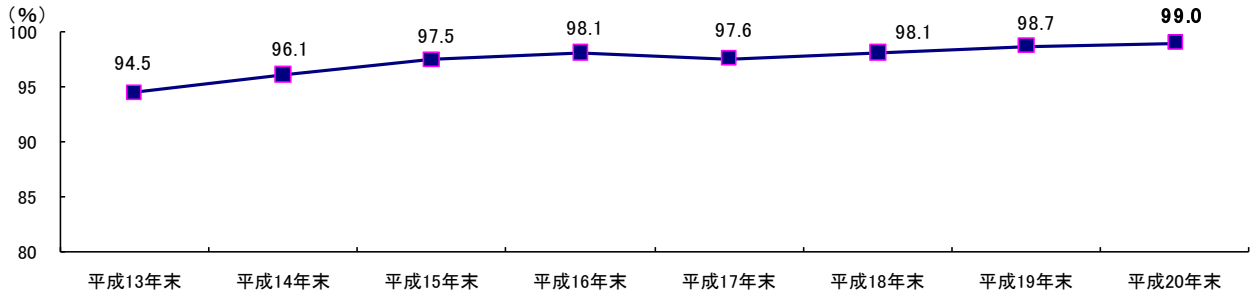


(3) インターネット利用率(企業)

企業のインターネット利用率は、全体で99.0%。

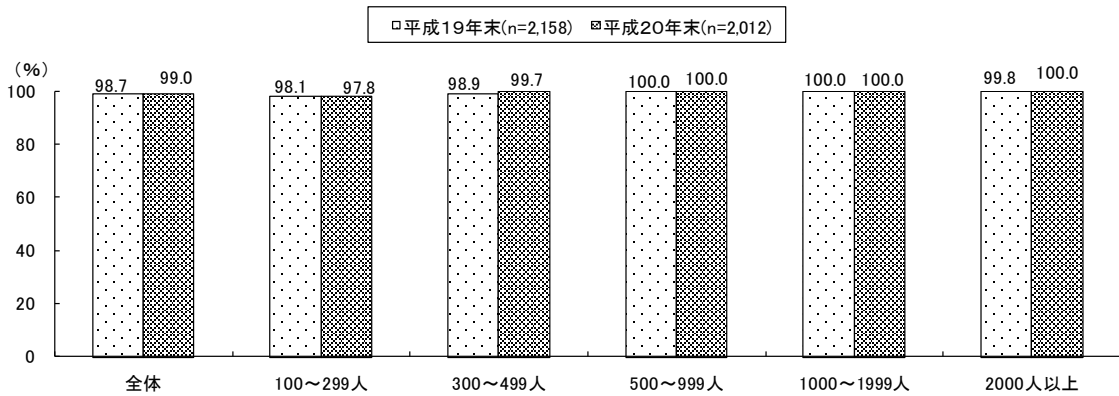
従業員規模別に見ると、500人以上の企業で100%である一方、300人未満の企業では、利用率が全体よりも低くなっている。

インターネット利用率の推移 (企業)



属性別のインターネット利用率 (企業)

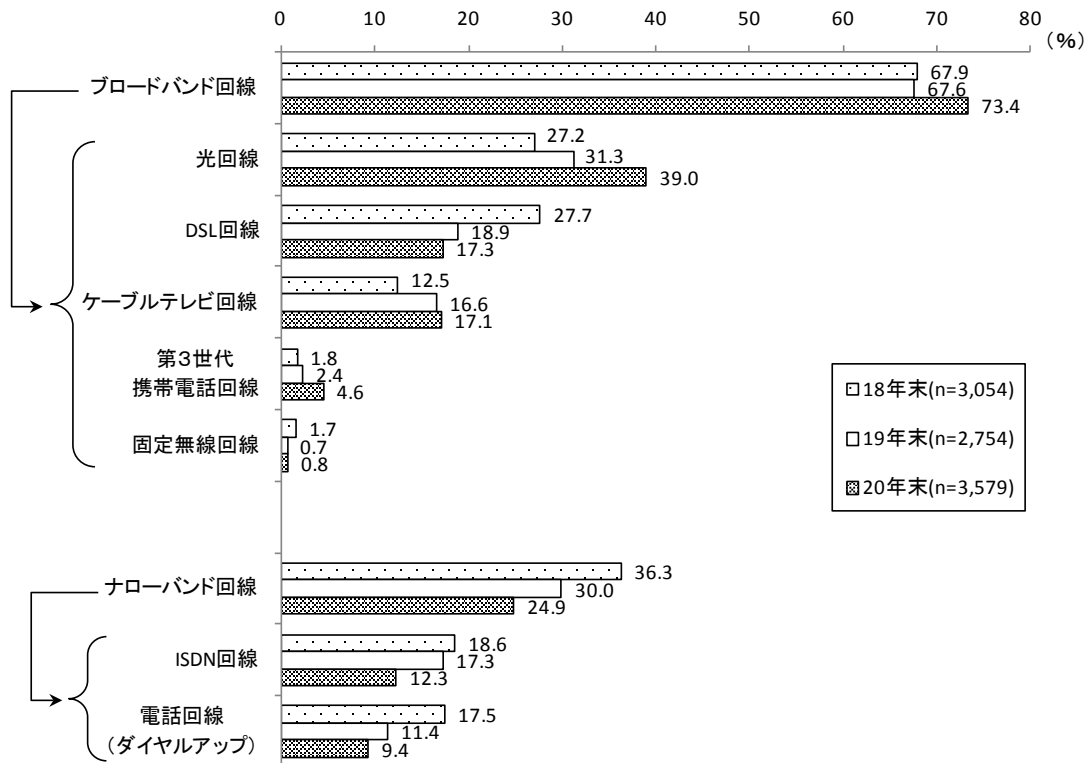
○従業員規模別



(4) インターネット接続回線の種類（世帯）

世帯におけるブロードバンド回線の割合は、73.4%と、前年から5.8ポイントの増加。そのうち、光回線の利用率が前年の31.3%から7.7ポイント増の39.0%と増加しており、光回線によるブロードバンド化が進展している。

自宅パソコンのインターネット接続回線の種類（世帯）（複数回答）

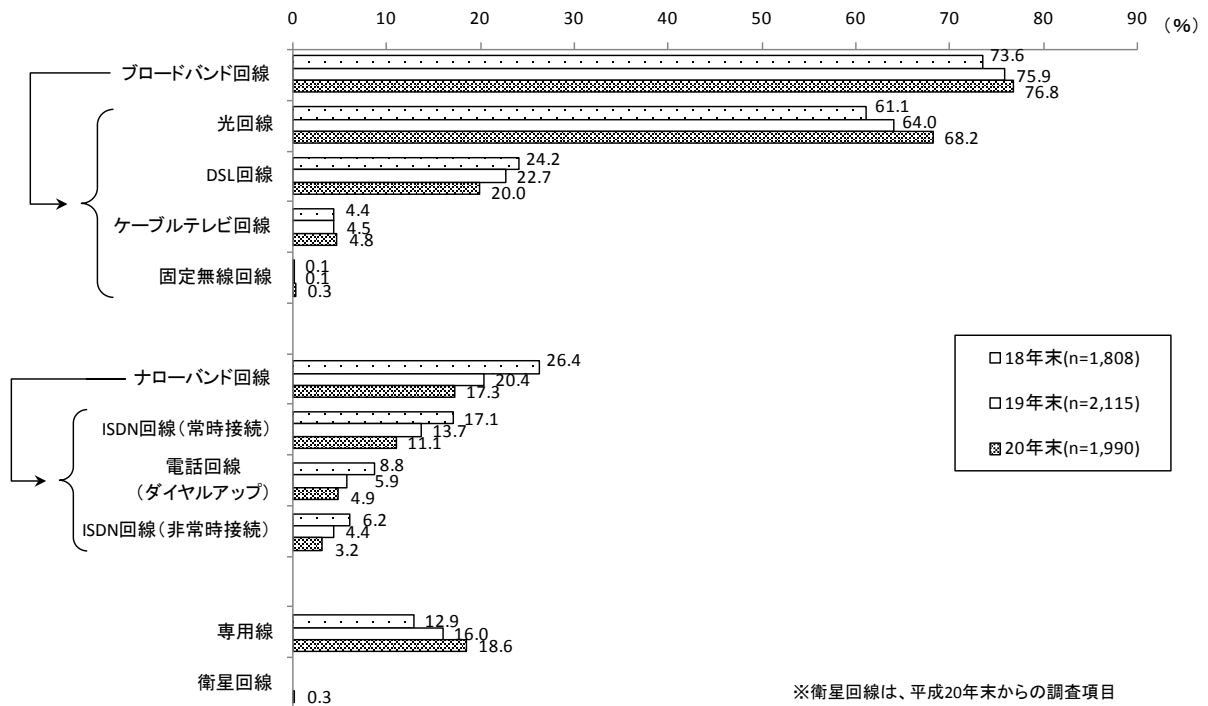


- (注) ①集計対象は「自宅」の「パソコン」からのインターネット利用世帯
 ②「ブロードバンド回線」は、DSL回線、ケーブルテレビ回線、光回線、第三世代携帯電話回線（パソコンに接続して使う場合のみ）及び固定無線回線
 ③「ナローバンド回線」には、上記以外に携帯電話回線、PHS回線等がある

(5) インターネット接続回線の種類（企業）

企業におけるブロードバンド回線の割合は、76.8%で前年から0.9ポイントの増加。そのうち、光回線の利用率が前年から4.2ポイント増の68.2%と増加し、光回線によるブロードバンド化が着実に進展。

インターネット接続回線の種類（企業）（複数回答）

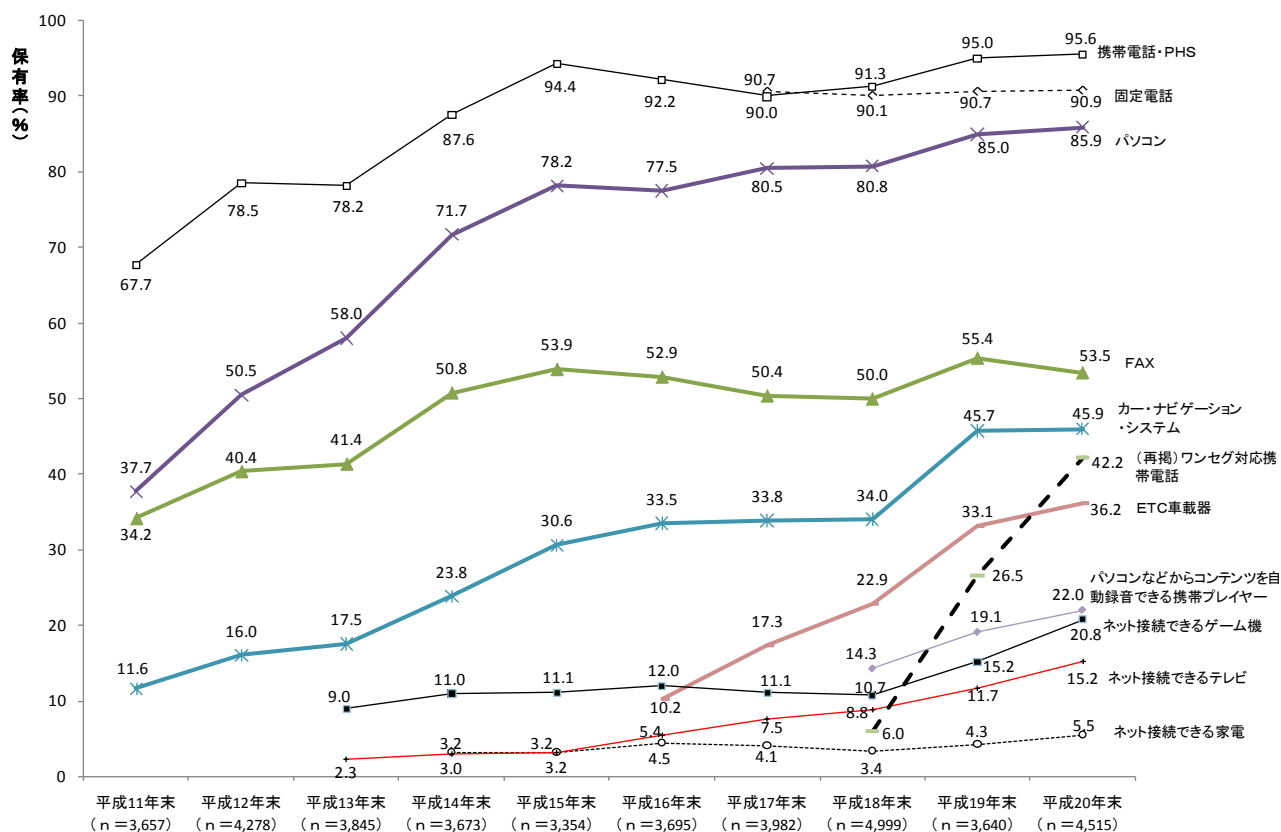


(6) 情報通信機器の普及状況（世帯）

情報通信機器の普及状況を機器別に見ると、「携帯電話・PHS」及び「パソコン」の世帯普及率は、それぞれ95.6%及び85.9%と大半の世帯に普及。特に「ワンセグ対応携帯電話」は、前年から15.7ポイント増の42.2%と、大幅に増加。

また、「ネット接続できるゲーム機」が、前年から5.6ポイント増の20.8%と、2割の世帯に普及している。

情報通信機器の普及率の推移（世帯）



(注) ネット接続できるゲーム機及びネット接続できるテレビは平成13年から、ネット接続できる家電は平成14年から、ETC車載器は平成16年から、固定電話は平成17年から、パソコンなどからコンテンツを自動録音できる携帯プレイヤー及び(再掲)ワンセグ対応携帯電話は平成18年からの調査項目。

(7) 携帯電話及びパソコンの利用率（個人）

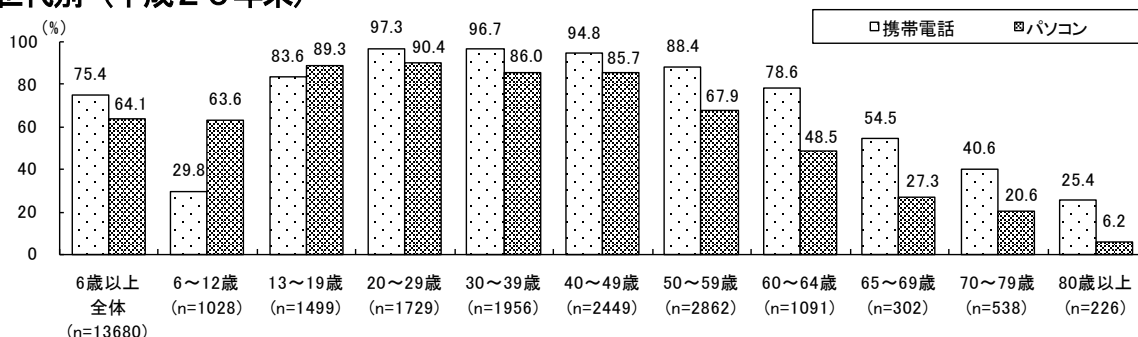
携帯電話及びパソコンの個人利用率を見ると、携帯電話(75.4%)がパソコン(64.1%)を11.3ポイント上回っている。

世代別では、携帯電話の個人利用率は、20代～40代で9割を超えており、60代後半でも5割強である。一方、パソコンの個人利用率は、13歳～40代で8割を超えるが、60代後半では27.3%に落ち込んでおり、携帯電話よりも価格が高く、操作にも相応の知識が必要なパソコンは、携帯電話以上に世代間で格差が大きい。

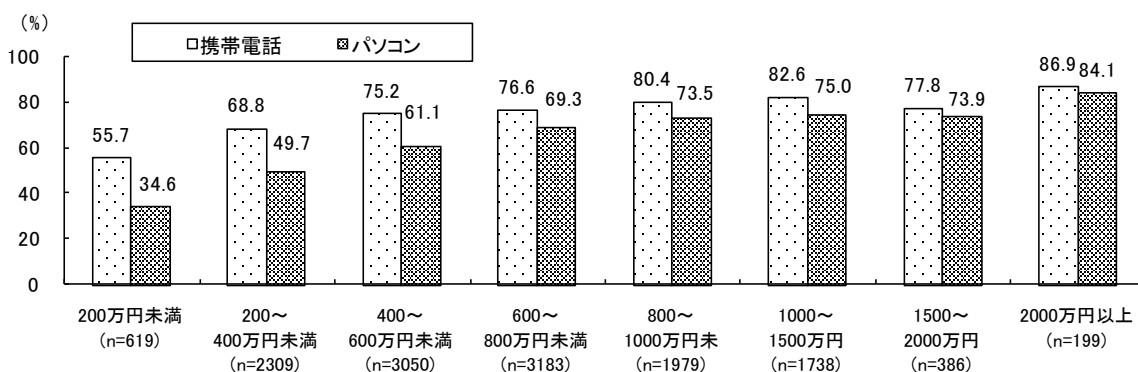
また、所属世帯年収別に見ると、低所得世帯で、携帯電話とパソコンの利用率の差が大きい。

携帯電話及びパソコンの利用率（個人）

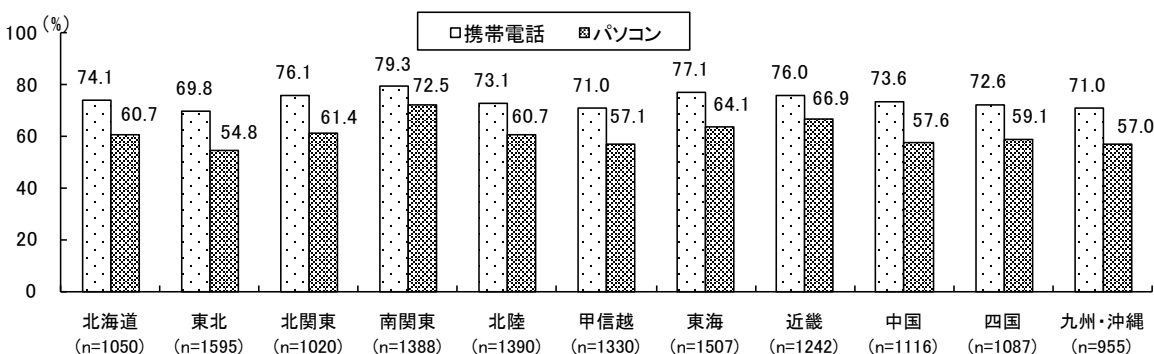
○世代別（平成20年末）



○所属世帯年収別（平成20年末）



○地域別（平成20年末）



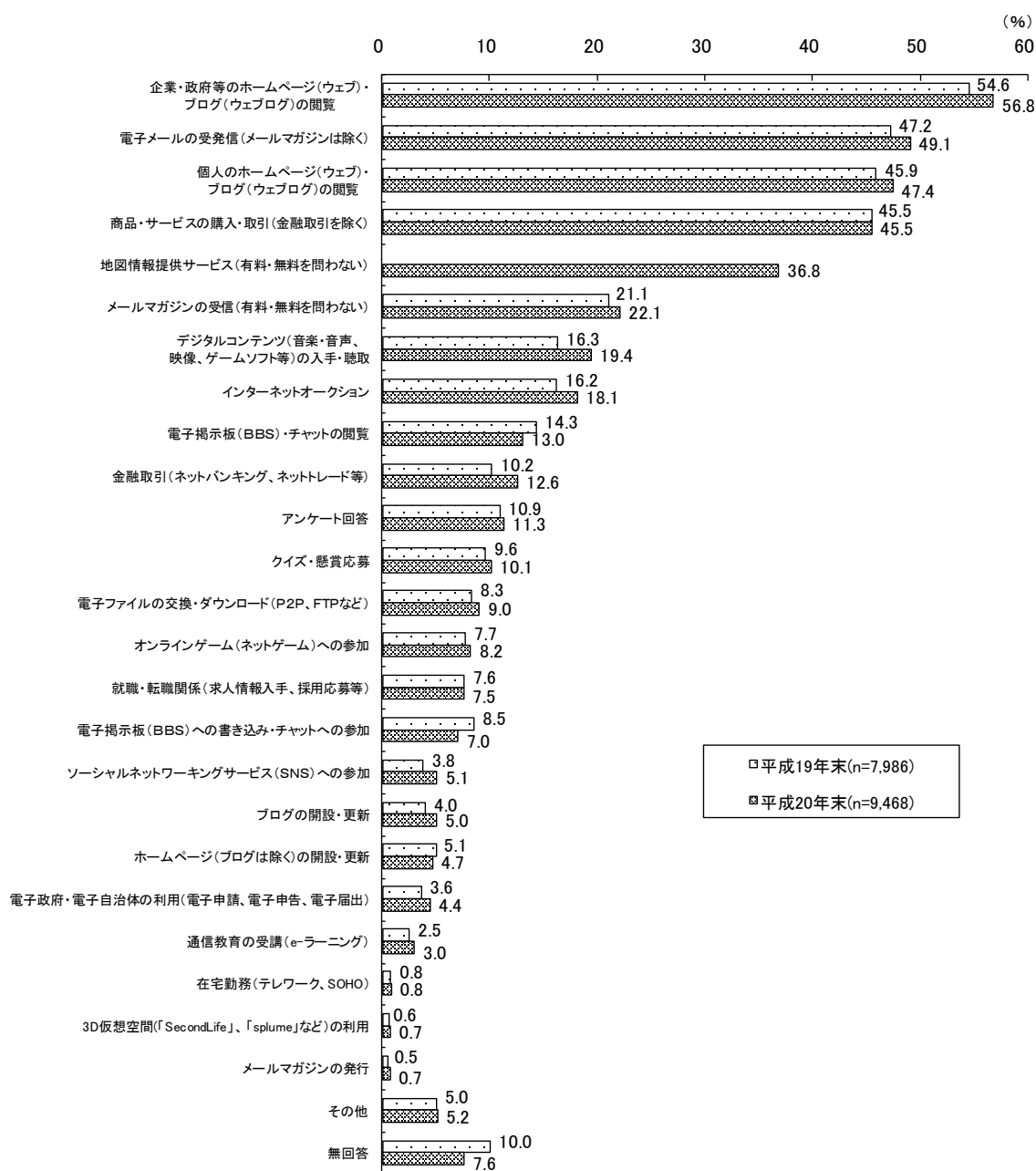
※北関東は、茨城、栃木、群馬、南関東は、埼玉、千葉、東京、神奈川、北陸は、富山、石川、福井、甲信越は、新潟、長野、山梨、東海は、静岡、愛知、岐阜、三重、近畿は、滋賀、京都、大阪、奈良、兵庫、和歌山である。

2 個人・世帯におけるICT利用の進展状況

(1) インターネットの利用目的（個人）

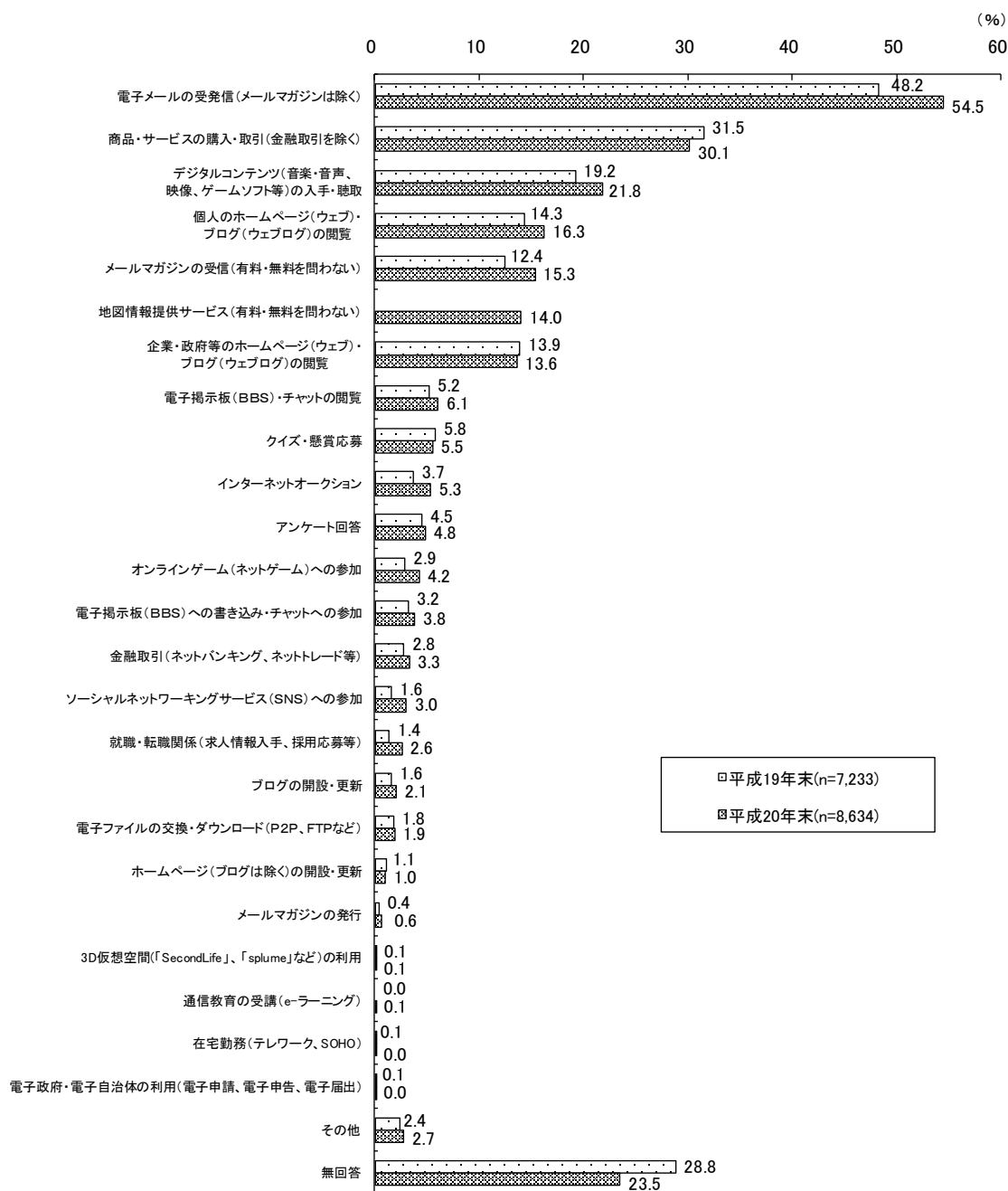
インターネットの利用目的については、パソコンからの利用は「企業・政府等のホームページ(ウェブ)・ブログ(ウェブログ)の閲覧」が56.8%と最も高い。一方、携帯電話からの利用は「電子メールの受発信」が54.5%と最も高くなっており、機器の特性に応じた利用を行っていることがうかがえる。

パソコンからのインターネット利用機能・サービス（個人） （複数回答）



※「地図情報提供サービス」は、平成19年末は調査していない

携帯電話からのインターネット利用機能・サービス（個人） （複数回答）



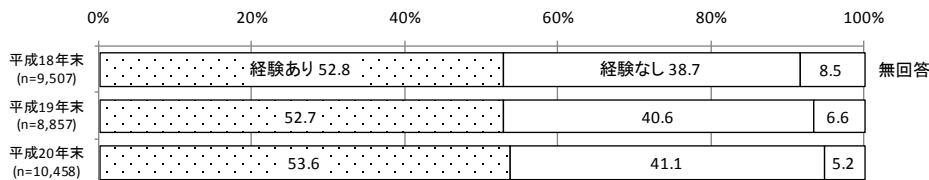
※「地図情報提供サービス」は、平成19年末は調査していない

(2) インターネットにより購入・取引した商品・サービス（個人）

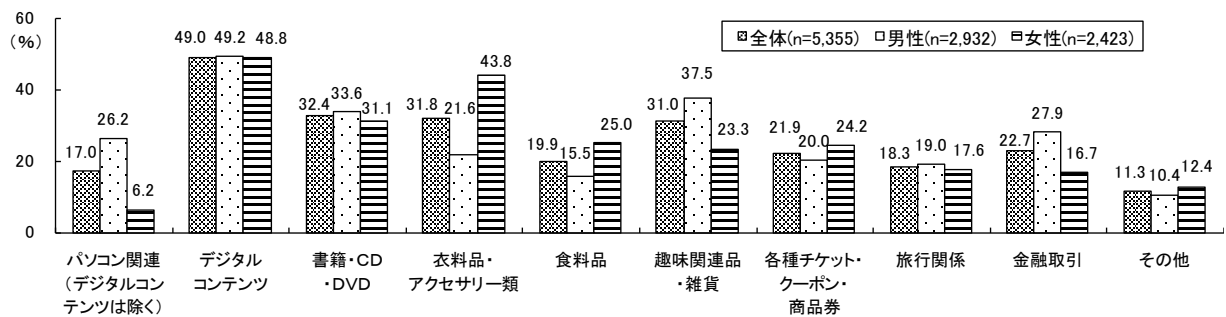
インターネットにより商品等の購入や金融取引をしたことのある人の割合は、53.6%（対前年0.9ポイント増）。購入・取引した商品・サービスをみると、男女ともに約半数がデジタルコンテンツを購入している。デジタルコンテンツ以外では、男性は「趣味関連品・雑貨」（37.5%）、女性は「衣料品・アクセサリ類」（43.8%）が突出して多くなっている。

インターネットにより購入・取引した商品・サービス（個人）

○インターネットによる商品等購入・金融取引経験（対象：インターネット利用者）



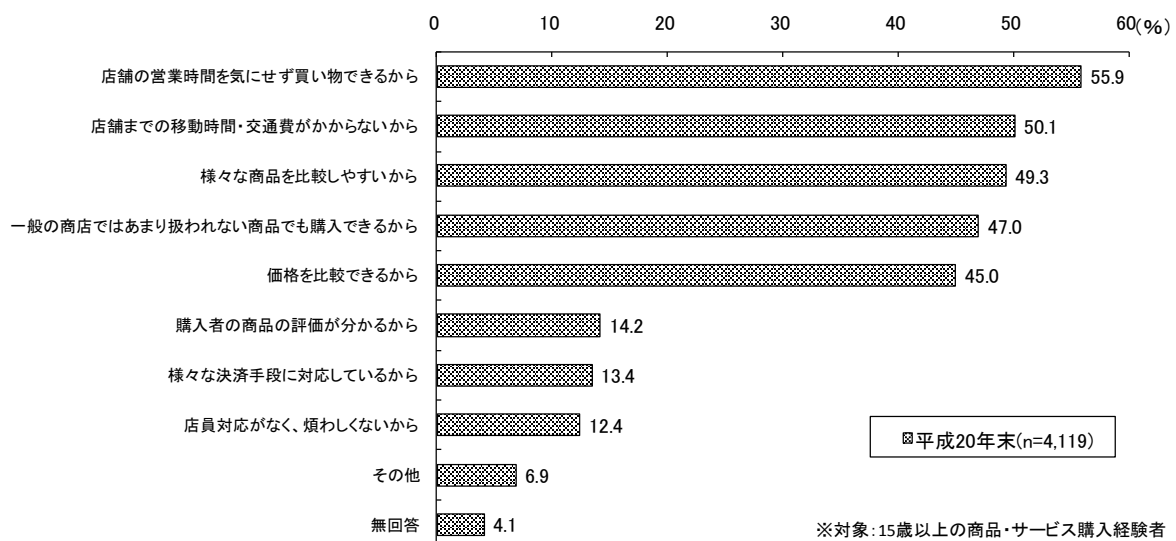
○インターネットにより購入・取引した商品・サービス（平成20年末）（複数回答）（対象：15歳以上の商品・サービス購入経験者及び金融取引経験者）



(3) インターネットで商品を購入する理由（個人）

インターネットで商品を購入する理由として、過半数の人が「店舗の営業時間を気にせず買い物できるから」（55.9%）、「店舗までの移動時間・交通費がかからないから」（50.1%）を挙げ、時間・空間の制約のなさを利点として挙げている。

インターネットで商品を購入する理由（個人）（複数回答）（平成20年末）



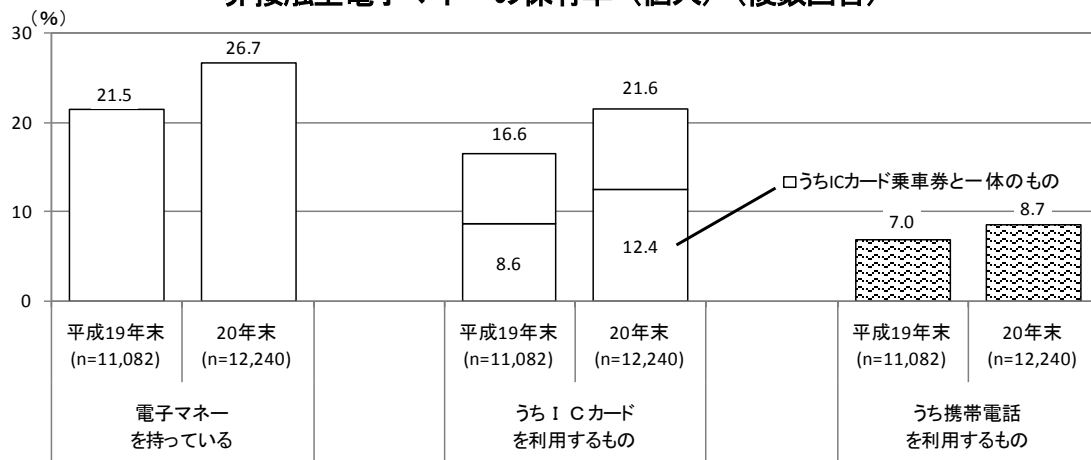
(4) 非接触型電子マネーの利用状況（個人）

非接触型電子マネーの保有率は26.7%と、4人に1人が保有。非接触型電子マネーの形態は、「ICカードを利用するもの」が21.6%で、「携帯電話を利用するもの」は、8.7%である。また、「ICカードを利用するもの」の半数強が「ICカード乗車券と一体のもの」である。

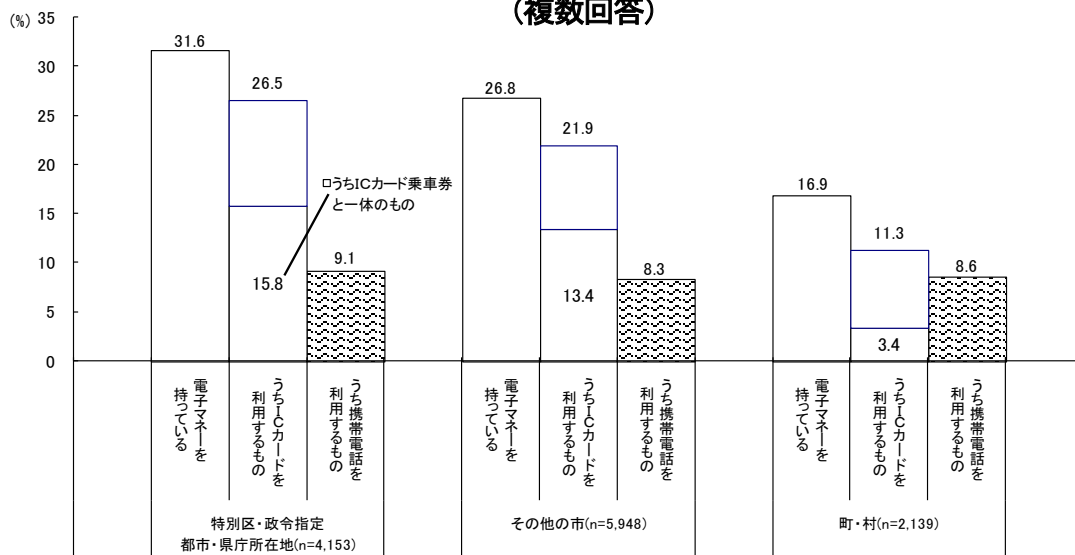
都市規模別に見ると、「ICカードを利用するもの」は、都市部ほど保有率が高いが、「携帯電話を利用するもの」は、差がほとんどない。

地域別に見ると、交通機関が発達している南関東で、半数近くの人が非接触型電子マネーを保有している。

非接触型電子マネーの保有率（個人）（複数回答）



都市規模別非接触型電子マネーの保有率（個人）（平成20年末）（複数回答）



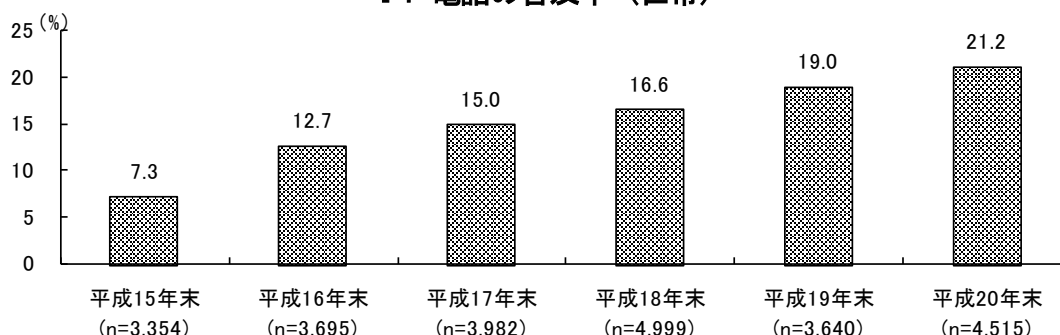
<参考> 地方別非接触型電子マネーの保有率

非接触型電子マネー所有率(%)	北海道 (n=920)	東北 (n=1416)	北関東 (n=929)	南関東 (n=1207)	北陸 (n=1236)	甲信越 (n=1208)	東海 (n=1359)	近畿 (n=1132)	中国 (n=1011)	四国 (n=958)	九州・沖縄 (n=864)
全体	20.5	14.4	25.1	47.4	18.0	14.7	18.8	23.1	14.1	15.8	18.2
携帯電話を利用するもの	11.3	6.8	9.7	9.6	9.5	6.6	8.7	7.8	6.4	8.2	9.3
ICカードを利用するもの	12.7	10.0	19.0	43.8	10.6	11.2	12.6	18.1	9.1	10.0	11.5
うちICカード乗車券と一体のもの	4.3	3.6	8.8	30.7	2.5	3.3	4.9	11.8	1.8	2.5	1.8

(5) IP電話の普及状況（世帯）

IP電話の世帯普及率は、21.2%で前年と比べて2.2ポイント増加し、2割を超えた。

IP電話の普及率（世帯）

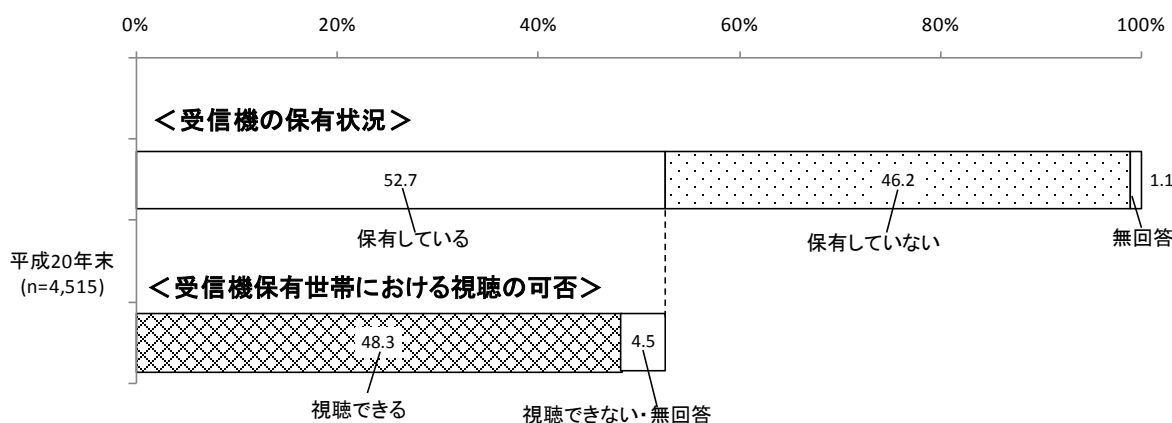


(6) 地上デジタルテレビ放送対応の受信機の保有状況等

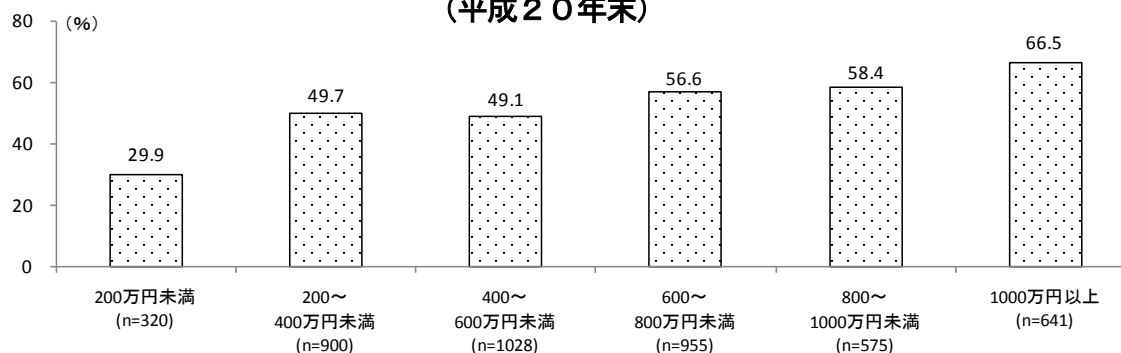
地上デジタルテレビ放送対応の受信機の保有率は52.7%と、過半数の世帯が保有。また、地上デジタルテレビ放送が視聴可能な世帯の割合は48.3%であった。

地上デジタルテレビ放送対応受信機の保有率を世帯年収別にみると、年収1000万円以上の世帯では6割を超えているのに対し、年収200万円未満の世帯では約3割にとどまる。

地上デジタルテレビ放送対応の受信機の保有状況と視聴の可否（世帯）
（平成20年末）



世帯年収別地上デジタルテレビ放送対応の受信機の保有状況（世帯）
（平成20年末）



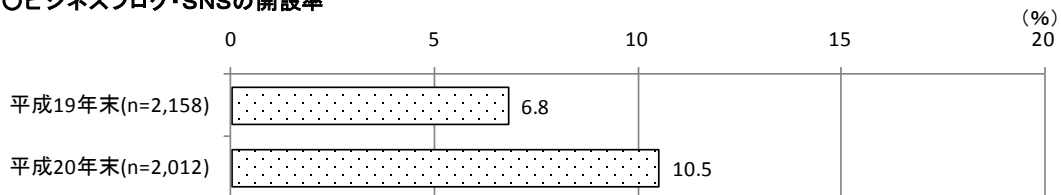
3 企業におけるICT利用の進展状況

(1) ビジネスブログ、SNSの開設率

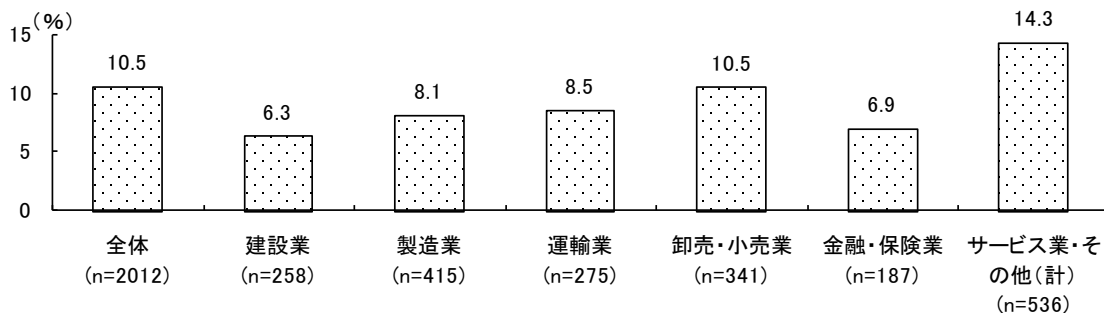
ビジネスブログ、SNSを開設している企業の割合は、10.5%で前年に比べて3.7ポイント増加し、10社に1社が開設。特にサービス業・その他で開設率が高い。

ビジネスブログ、SNSの開設率（企業）

○ビジネスブログ・SNSの開設率



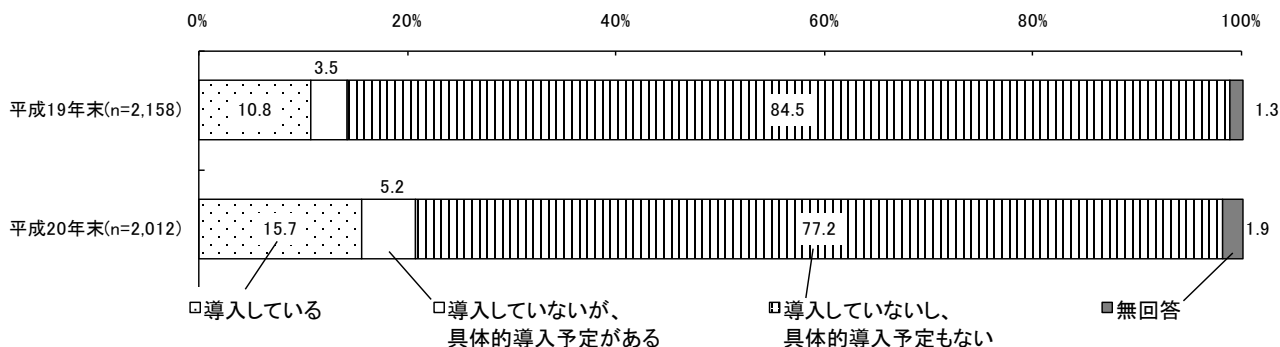
○産業別ビジネスブログ・SNSの開設率（平成20年末）



(2) テレワーク

テレワークを導入している企業は前年から4.9ポイント増加して15.7%となった。「導入していないが、具体的導入予定がある」企業も前年と比べると1.7ポイント増加の5.2%となっており、今後、企業におけるテレワークの導入が増えていくものとみられる。

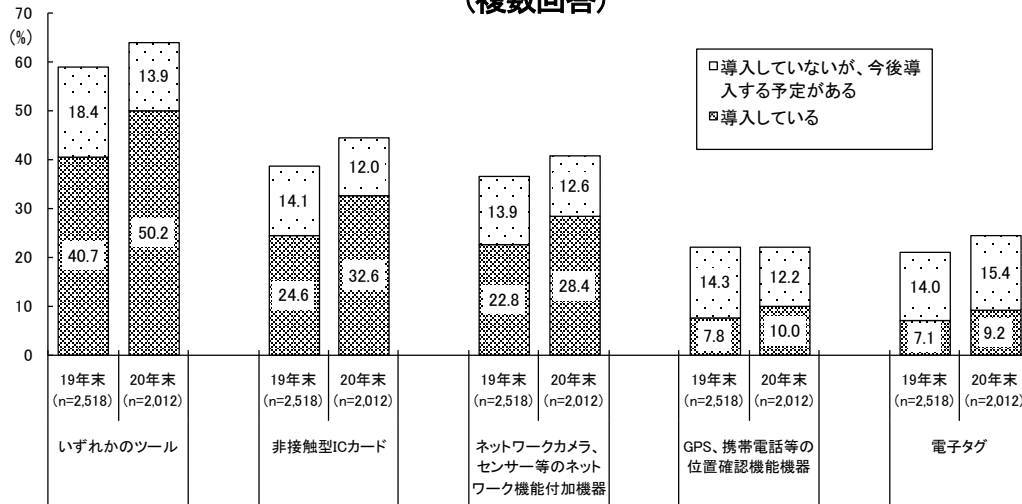
テレワークの導入率（企業）



(3) ユビキタス関連ツール*を利用したサービス・システムの導入率

いずれかのユビキタス関連ツールを利用したサービス・システムを導入している企業は、50.2%と前年に比べて9.5ポイント増加し、2社に1社の割合で導入。また、すべてのツールで1割を超える企業が「今後導入する予定がある」と回答しており、さらにユビキタス化が進んでいくと考えられる。

ユビキタス関連ツールを利用したサービス・システムの導入率（企業）
（複数回答）



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

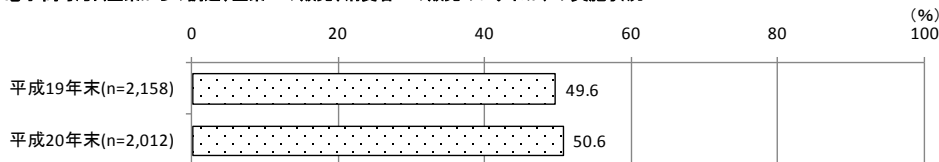
(4) 電子商取引の実施状況

電子商取引(インターネットを利用した調達・販売)を実施している企業の割合は、50.6%で、2社に1社は電子商取引を行っている。業種別に見ると、「製造業」が57.4%と最も実施率が高く、次いで「金融・保険業」の55.7%となっている。

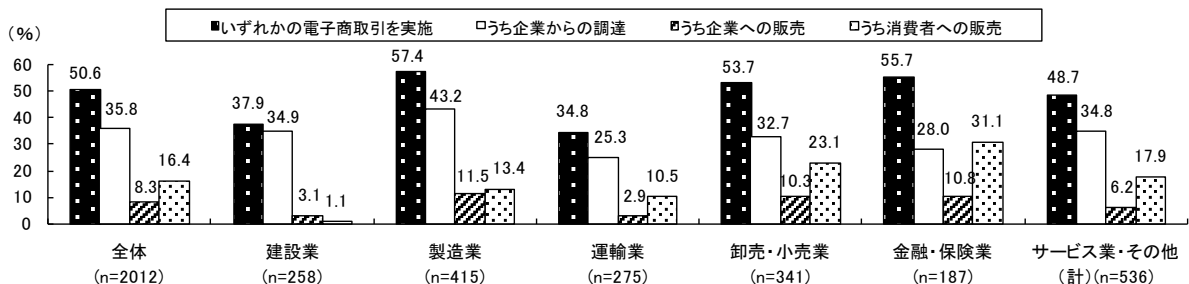
電子商取引の種類別に見ると、企業に対するものは、「製造業」が調達、販売ともにそれぞれ43.2%、11.5%と最も高く、消費者に対するものは、「金融・保険業」が31.1%と最も高い。

電子商取引の実施状況（企業）

○電子商取引(企業からの調達、企業への販売、消費者への販売のいずれか)の実施状況



○産業別電子商取引の実施状況(平成20年末)(複数回答)



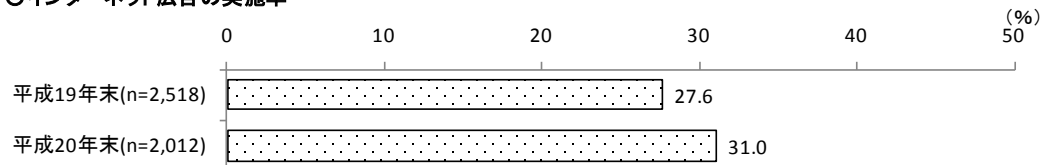
(5) インターネットを利用した広告の実施状況

インターネットを利用した広告を実施している企業は、前年と比較して3.4ポイント増の31.0%となった。産業別では、「金融・保険業」が47.2%と最も実施率が高い。

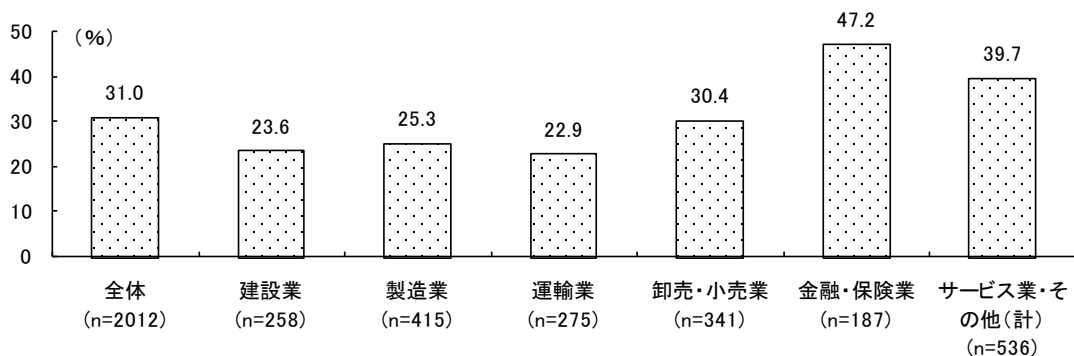
行った広告の種類では、「バナー広告」が45.1%と最も多かったが、前年と比べると7.6ポイントの減。一方、「テキスト広告」が5.3ポイント増の32.0%となっている。

産業別インターネット広告の実施率（企業）

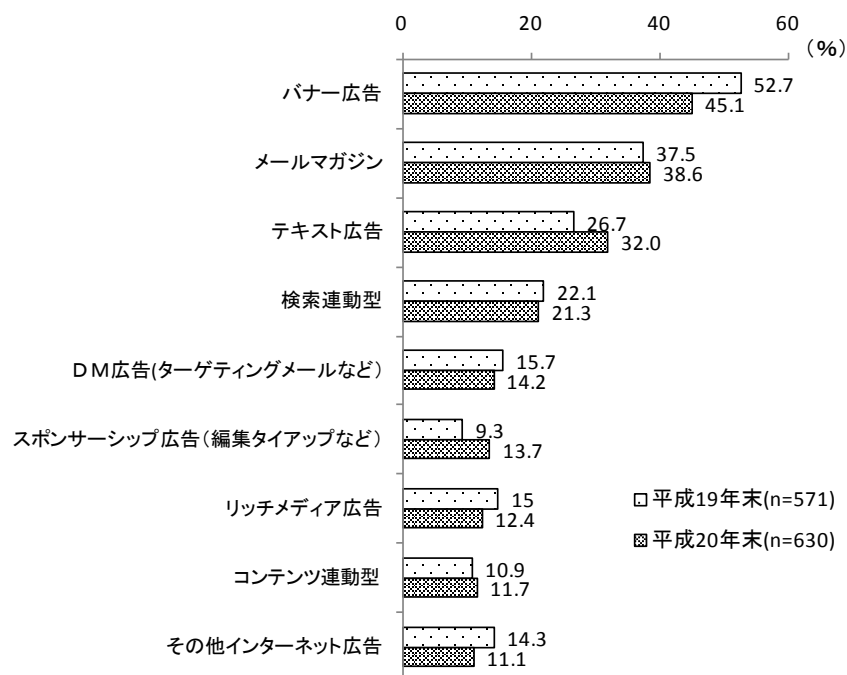
○インターネット広告の実施率



○産業別インターネット広告の実施率



実施したインターネット広告の種類（企業）（複数回答）



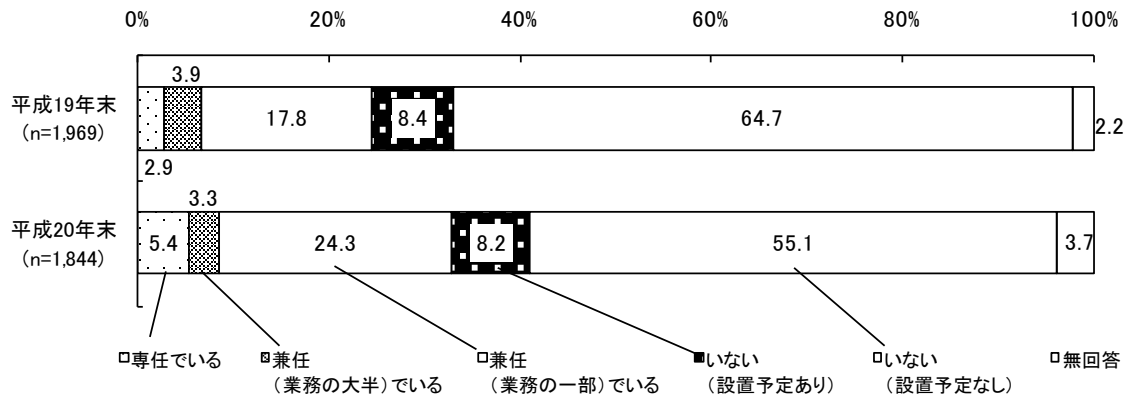
(※)リッチメディア広告: マウスの動きに合わせて表示が動いたり、ストリーミング技術で動画を表示したりするような音声や映像を活用しているもの。

(※)コンテンツ連動型: Webコンテンツの内容を解析し、内容と関連のある広告を配信するもの。

(6) 情報戦略統括役員(CIO*)の設置状況

「専任」のCIOを設置している企業は、5.4%と前年に比べて2.5ポイントの増加。兼任も含めると33.0%(対前年8.4ポイント増)と、3割の企業が設置。

情報戦略統括役員 (C I O) の設置状況 (企業)



対象: 企業通信網構築企業

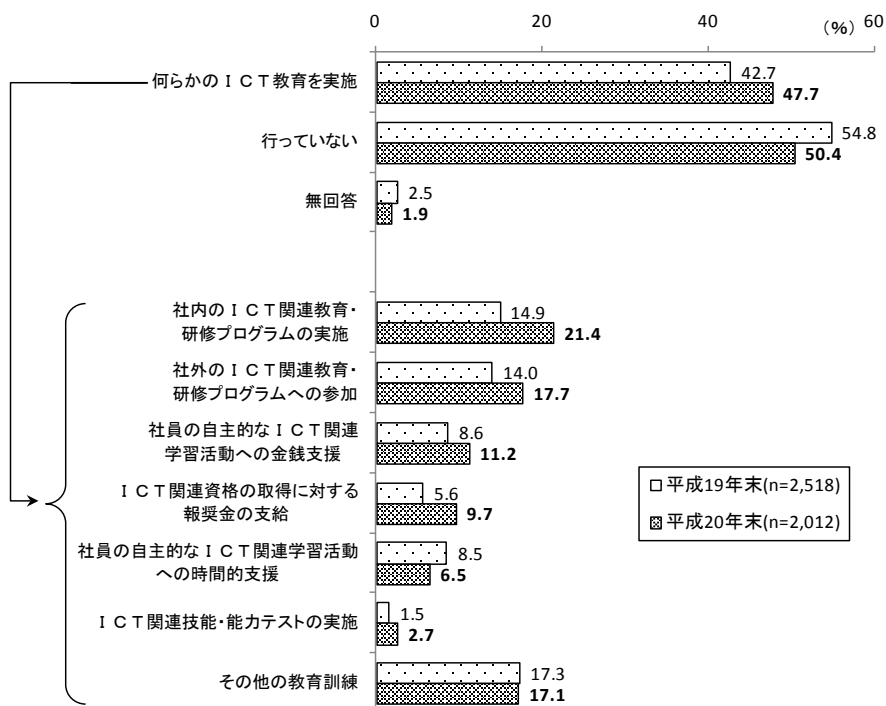
(※) CIOとは、情報通信戦略と経営戦略を調整・統括する役員(Chief Information Officer)

(7) 従業員に対するICT教育の実施状況

従業員に対するICT教育を実施している企業は、47.7%と前年と比べて5.0ポイント増加した。教育内容を見ると、「社内のICT関連教育・研修プログラムの実施」(21.4%)が最も多く、次いで「社外のICT関連教育・研修プログラムへの参加」(17.7%)となっている。

一方、「行っていない」と回答した企業も5割あり、企業内における ICT 教育が必ずしも十分でないことをうかがわせている。

従業員に対する I C T 教育の実施状況 (企業) (複数回答)



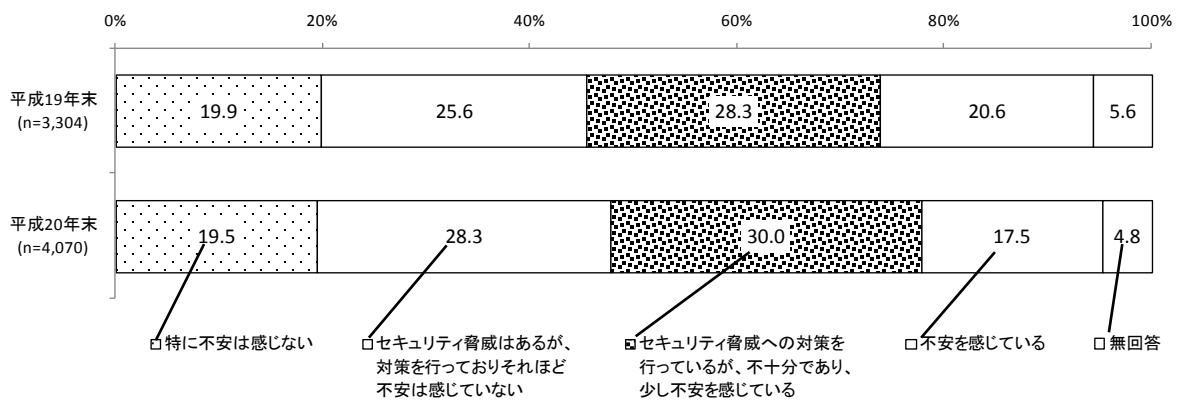
4 安全・安心への取組状況

(1) インターネット利用で感じる不安（世帯）

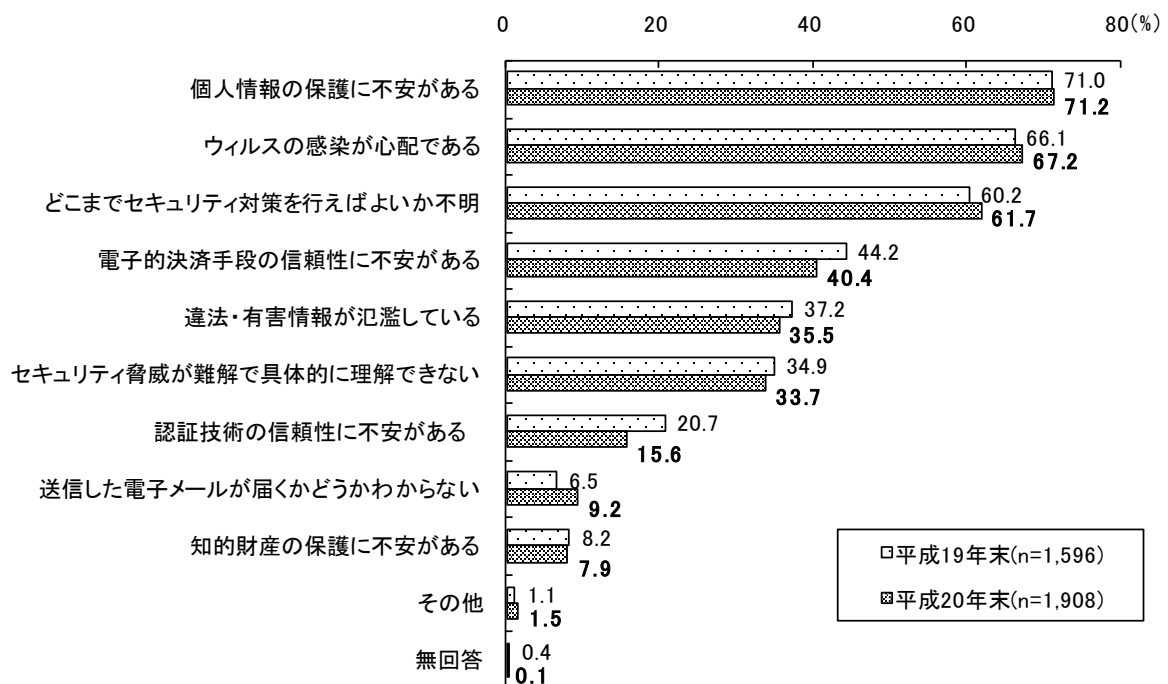
インターネットを利用して感じる不安の有無について、「不安を感じている」「少し不安を感じている」を合わせると47.5%、「不安は感じない」「それほど不安は感じていない」を合わせると47.8%と、不安と安心が拮抗している。

不安の内容としては、約7割の世帯が、「個人情報の保護に不安がある」(71.2%)、「ウィルスの感染が心配である」(67.2%)を挙げている。

インターネット利用上の不安の有無（世帯）



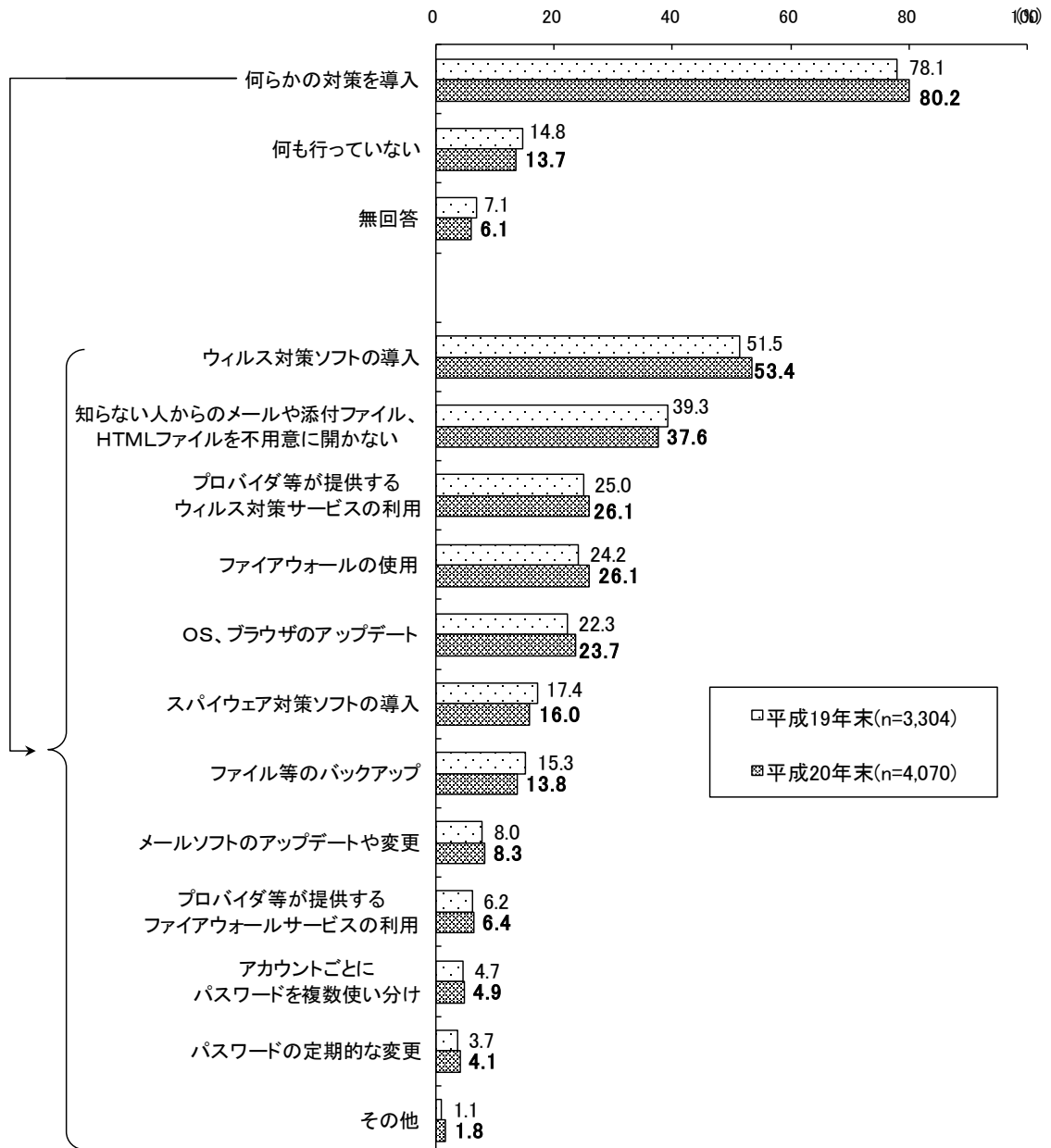
インターネット利用で感じる不安の内容（世帯）（複数回答）



(2) セキュリティ対策の実施状況（世帯）

何らかのセキュリティ対策を実施している世帯の割合は、80.2%となった。対策内容を見ると、5割を超える世帯が「ウイルス対策ソフトの導入」(53.4%)を挙げており、次いで、「知らない人からのメールや添付ファイル、HTMLファイルを不用意に開かない」(37.6%)などとなっている。

セキュリティ対策の実施状況（世帯）（複数回答）

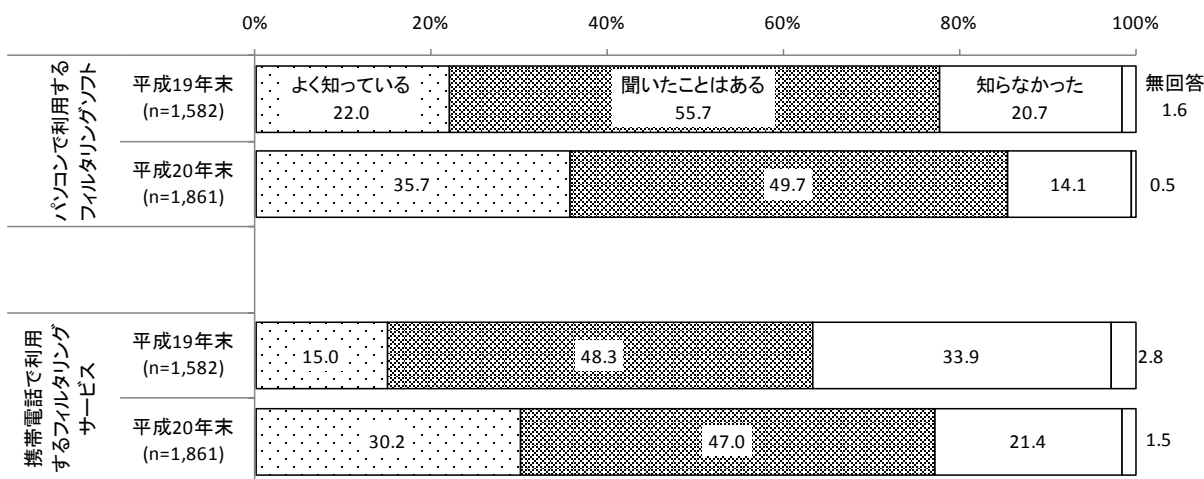


(3) フィルタリングソフト・サービスの認知状況、利用状況（世帯）

18歳未満の子供がいる世帯におけるフィルタリングソフト・サービスについて、「よく知っている」「聞いたことはある」を合わせると、パソコンでは85.4%（対前年7.7ポイント増）、携帯電話では、77.2%（対前年13.9ポイント増）となり、フィルタリングソフト・サービスの認知が拡大している。

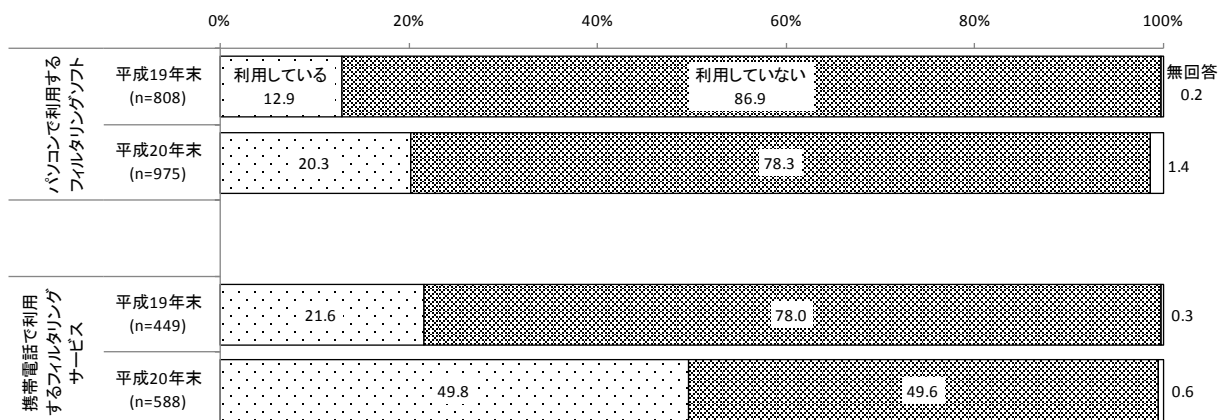
フィルタリングソフト・サービスの利用状況については、利用している世帯の割合がパソコンでは7.4ポイント増の20.3%となったのに対し、携帯電話では28.2ポイント増の49.8%となっており、携帯電話におけるフィルタリングサービスの利用が急速に拡大している。

フィルタリングソフト・サービスの認知状況（世帯）



（対象は、18歳未満の子供がいる世帯）

フィルタリングソフト・サービスの利用状況（世帯）



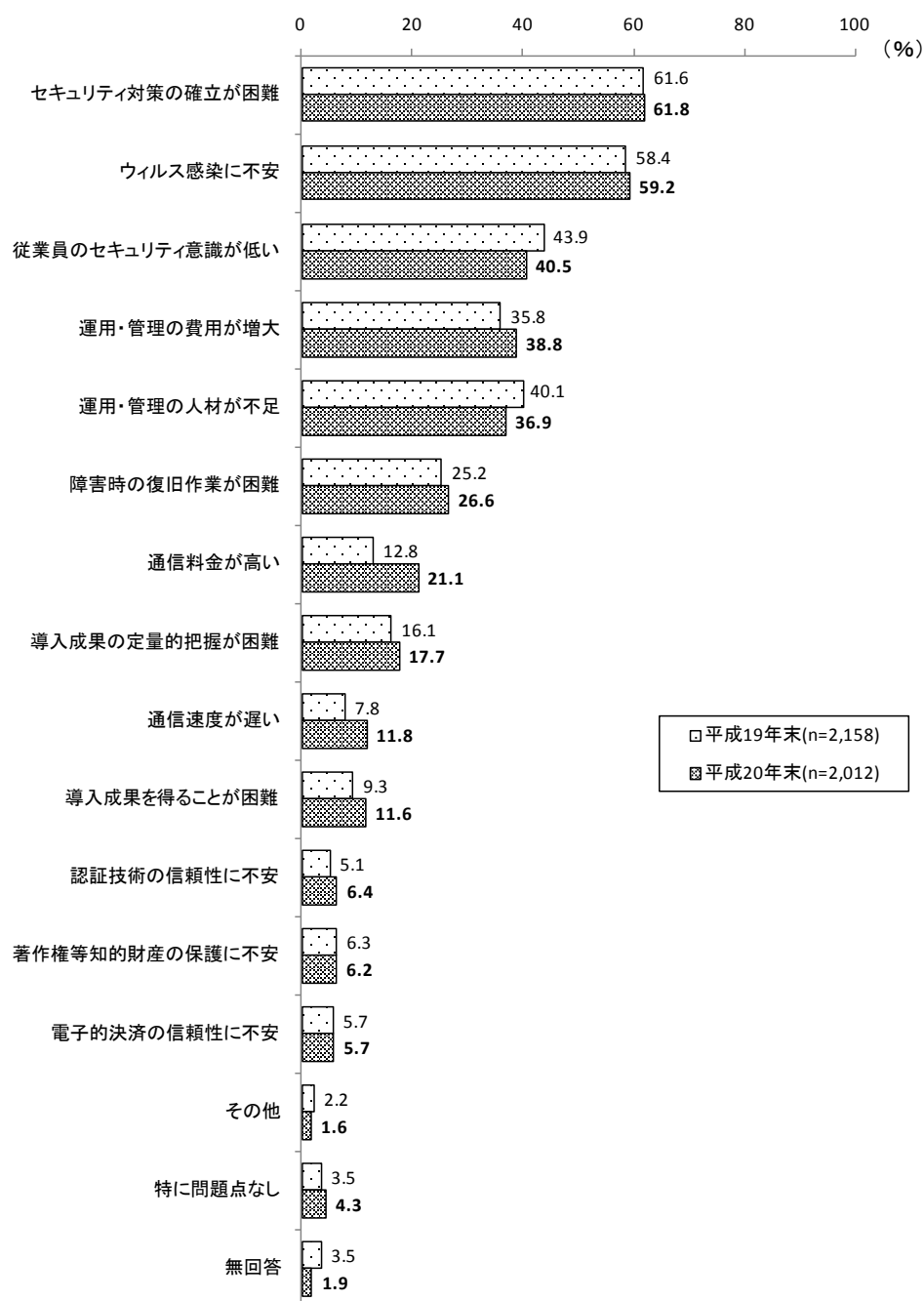
（対象は、パソコンまたは携帯電話でインターネットを利用する18歳未満の子供がいる世帯。）

(4) インターネット、企業内 LAN 等を利用する上での問題点(企業)

インターネットや企業内 LAN 等を利用する上での問題点は、「セキュリティ対策の確立が困難」が61.8%と最も多く、次いで「ウイルス感染に不安」(59.2%)、「従業員のセキュリティ意識が低い」(40.5%)となっており、セキュリティに関連するものが上位を占めている。

また、「運用・管理の費用が増大」(38.8%)、「運用・管理の人材が不足」(36.9%)などの運用に係るコスト、人材面での問題点を挙げる企業も少なくない。

インターネット、企業内 LAN 等を利用する上での問題点 (企業) (複数回答)

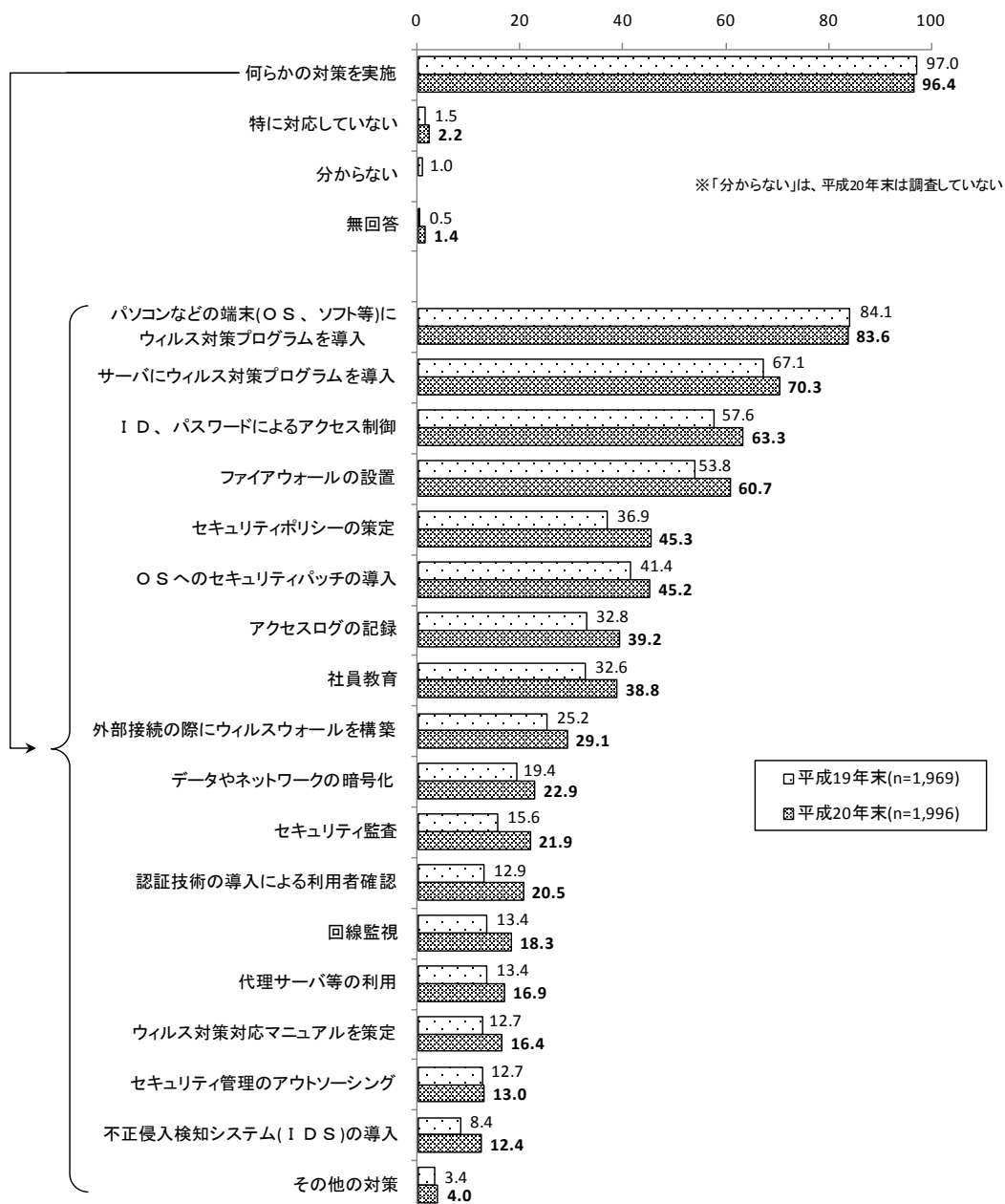


(5) セキュリティ対策の実施状況（企業）

インターネット、企業内 LAN 等を利用する企業のうち何らかのセキュリティ対策を実施している企業の割合は、96.4%に達している。

対策内容としては、8割を超える企業が「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」(83.6%)を挙げている。

セキュリティ対策の実施状況（企業）（複数回答）



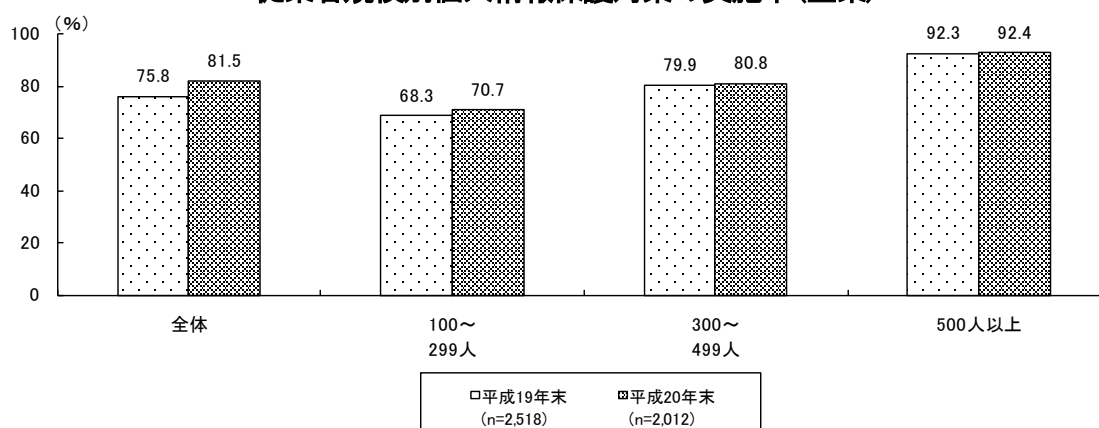
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）

インターネット、企業内LANを利用する企業のうち何らかの個人情報保護対策を実施している企業の割合は、前年より5.7ポイント増加して81.5%となった。また、従業員規模が大きいほど実施率が高い。

対策内容としては、過半数の企業が、「社内教育の充実」(50.5%)と回答している。

また、「個人情報保護管理責任者の設置」が前年と比べて5.6ポイント増の44.8%となり、「個人情報保護管理責任者」の設置が進んでいる。

従業員規模別個人情報保護対策の実施率（企業）



個人情報保護対策の実施状況（企業）（複数回答）

