

# 平成 26 年通信利用動向調査の結果（概要）

## 目次

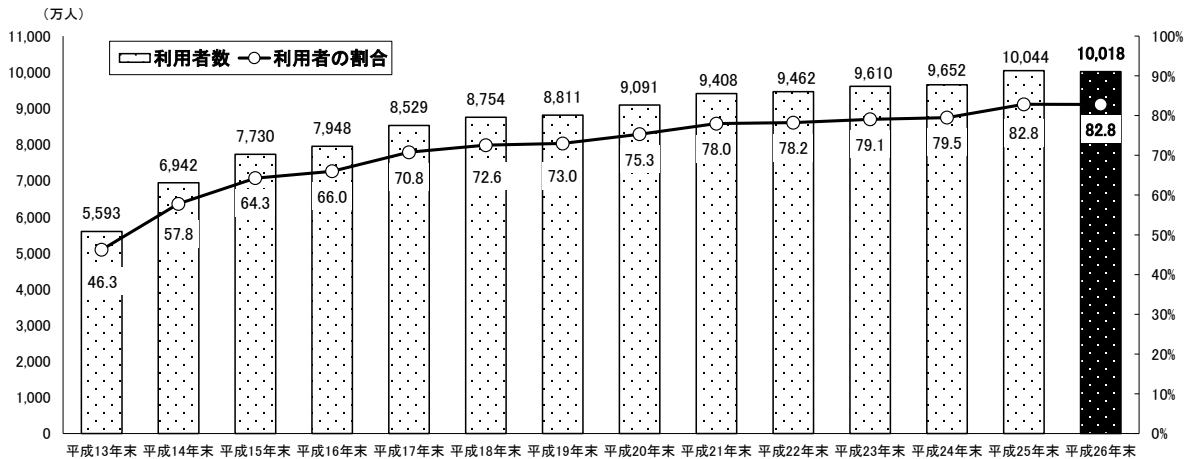
<b>1 インターネット等の普及状況</b>	
(1) インターネットの利用者数の推移（個人）	1
(2) インターネットの利用状況（個人）	1
(3) 端末別インターネットの利用状況（個人）	3
(4) 都道府県別インターネットの利用状況（個人）	4
(5) インターネットの利用頻度（個人）	5
(6) インターネットの利用状況（企業）	5
(7) インターネット接続回線の種類（企業）	6
(8) インターネット接続回線の種類（世帯）	6
(9) 情報通信機器の保有状況（世帯）	7
(10) 主な情報通信機器の保有状況（個人）	8
<b>2 個人におけるICT利用の現状</b>	
(1) インターネットの利用目的・用途	9
(2) インターネットにより購入・取引した商品・サービス	10
(3) インターネットで購入する際の決済方法	10
(4) ソーシャルメディアの利用状況	11
(5) 映像・音声コンテンツの利用状況	12
<b>3 企業におけるICT利用の現状</b>	
(1) 企業通信網の構築状況	13
(2) ソーシャルメディアサービスの活用状況	15
(3) 電子商取引の実施状況	16
(4) インターネットを利用した広告の実施状況	17
(5) 無線通信技術を利用したICT関連ツールの導入状況	18
(6) クラウドコンピューティングサービスの利用状況	19
(7) テレワークの導入状況	21
<b>4 安心・安全への取組状況</b>	
(1) セキュリティ対策の実施状況（世帯）	23
(2) インターネット利用で感じる不安（世帯）	24
(3) 企業通信網に対するセキュリティ侵害と対策の状況（企業）	25
(4) 標的型メールの被害状況と対策の状況（企業）	26
(5) 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）	27
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	27
<b>5 デジタルテレビ放送の利用状況</b>	
(1) インターネット接続されているデジタルテレビ放送受信機器の保有状況（世帯）	28
(2) デジタルテレビのインターネット接続機能の利用状況（世帯）	28
(3) デジタルテレビのインターネット接続機能の利用意向（世帯）	29

# 1 インターネット等の普及状況

## (1) インターネットの利用者数の推移（個人）

平成 26 年の 1 年間にインターネットを利用したことがある人は(インターネット利用者(推計))1 億 18 万人となり、インターネット利用者の割合は前年と同じ 82.8%となった。

図表1-1 インターネットの利用者数及び利用者の割合の推移(個人)



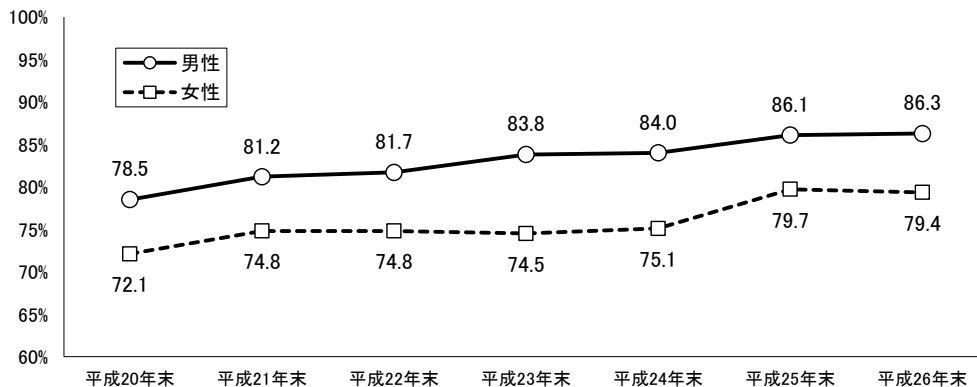
- (注) ① 調査対象年齢は6歳以上。  
 ② インターネット利用者数(推計)は、6歳以上で、調査対象年の1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、スマートフォン、タブレット端末、ゲーム機等あらゆるものを含む(当該機器を保有しているか否かは問わない)、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。  
 ③ インターネット利用者数は、6歳以上の推計人口(国勢調査結果及び生命表等を用いて推計)に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出。  
 ④ 無回答については除いて算出している。(以下、本資料に記載した結果につき同じ。)

## (2) インターネットの利用状況（個人）

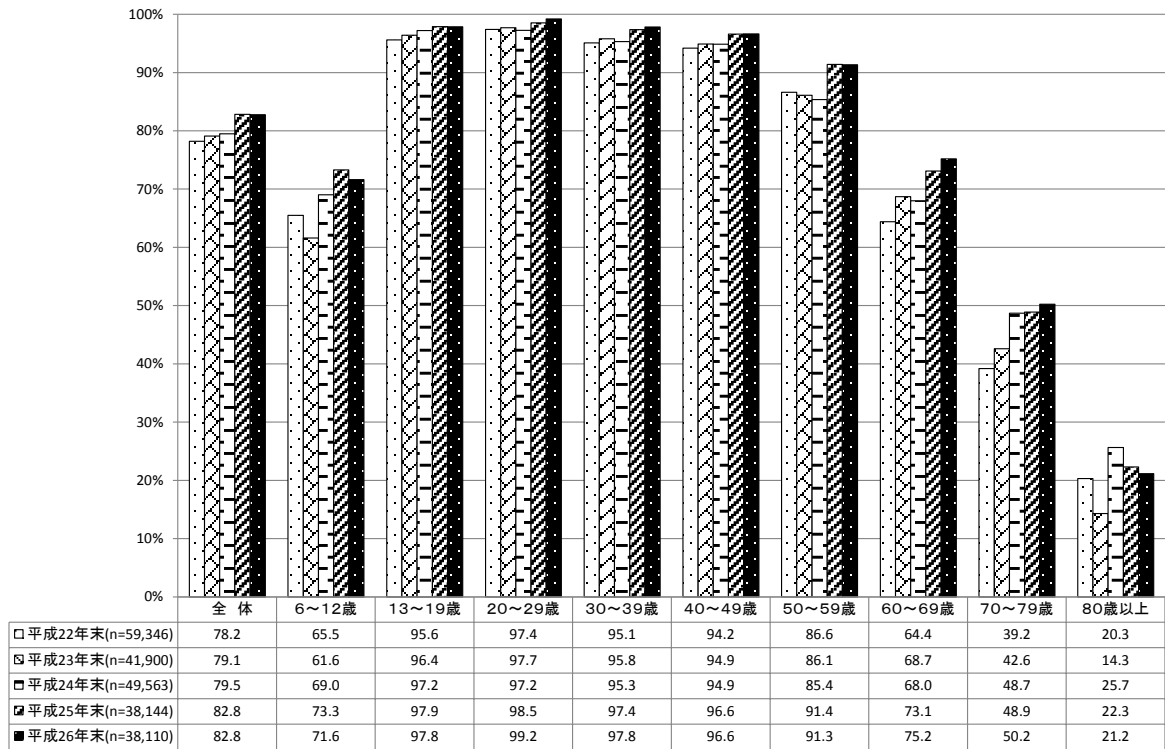
インターネット利用者の割合を男女別にみると、男性は 86.3%、女性は 79.4%となり、ともに前年からほぼ横ばいとなっている。

年齢階層別にみると、13～59 歳までの各年齢階層で9割を上回っている。

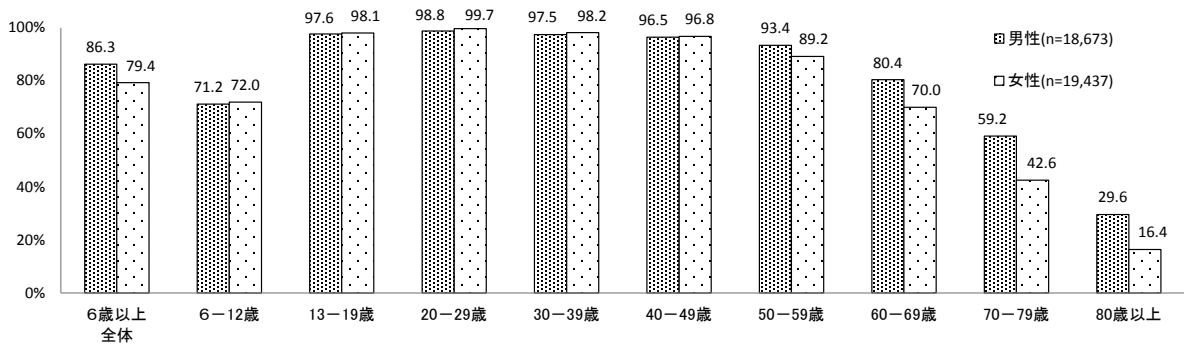
図表1-2 男女別インターネットの利用状況の推移(個人)



図表1-3 年齢階層別インターネットの利用状況の推移(個人)



図表1-4 男女、年齢階層別インターネットの利用状況(個人)(平成26年末)

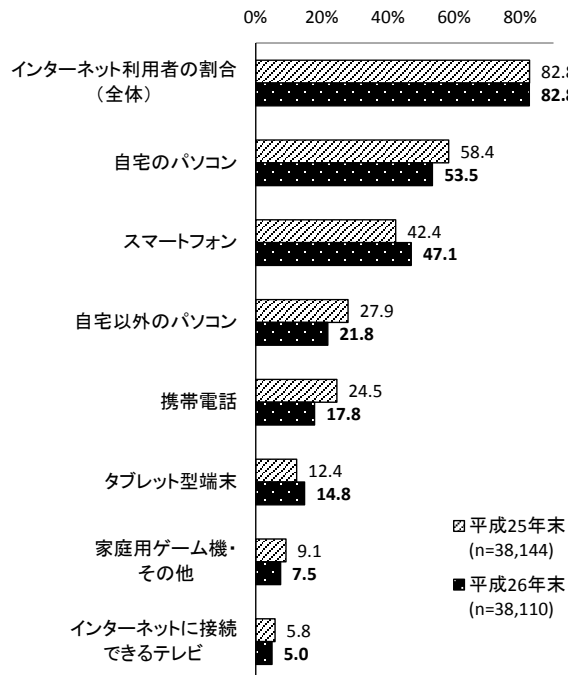


### (3) 端末別インターネットの利用状況（個人）

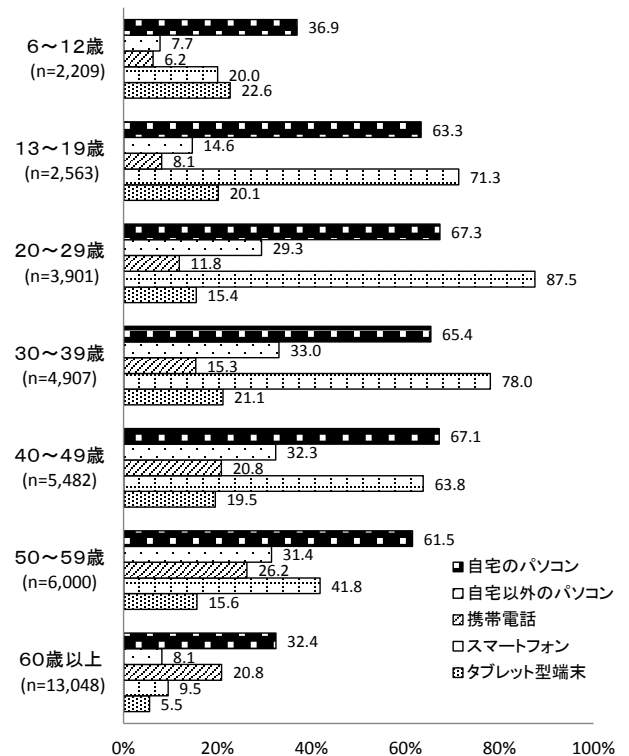
平成 26 年の 1 年間のインターネットの利用状況を端末別にみると、「自宅のパソコン」が 53.5%と最も多く、次いで「スマートフォン」(47.1%)、「自宅以外のパソコン」(21.8%)となっている。

年齢階層別にみると、「スマートフォン」は 13～39 歳の各年齢階層で7割以上が利用し、「自宅のパソコン」を上回っている。

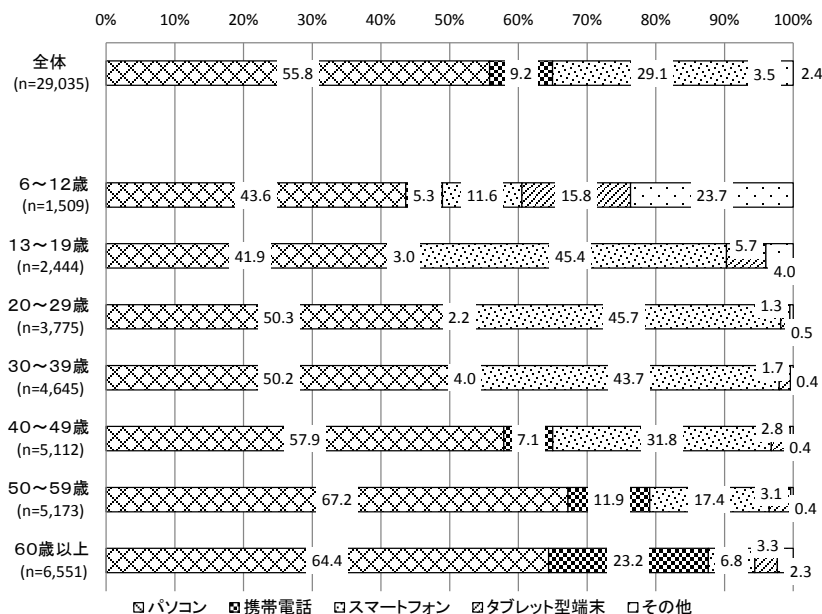
図表1-5 端末別インターネット利用状況（個人）



図表1-6 年齢階層別インターネット端末の利用状況（個人）（平成 26 年末）



図表1-7 年齢階層別主に利用するインターネット端末（個人）（平成 26 年末）



(注) インターネット利用者に占める割合

#### (4) 都道府県別インターネットの利用状況（個人）

インターネット利用者の割合を都道府県別にみると、大都市のある都道府県を中心に利用者の割合が高く、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、石川県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、福岡県の12都府県で、全国平均を上回っている。

図表1-8 都道府県別インターネットの利用状況及び  
端末別インターネットの利用状況(個人)(平成26年末)

都道府県(n)	インターネット利用者の割合 (％)				
	総数	自宅のパソコン	自宅以外のパソコン	携帯電話	スマートフォン
北海道 (668)	82.4	46.7	19.0	19.5	42.0
青森県 (732)	74.4	43.9	18.8	18.1	37.1
岩手県 (950)	73.1	38.4	19.1	15.9	39.1
宮城県 (744)	80.2	47.4	19.7	22.4	40.5
秋田県 (797)	74.4	44.8	18.7	17.5	39.3
山形県 (1,076)	74.2	43.7	16.7	13.9	40.2
福島県 (900)	80.8	47.0	17.7	19.2	39.5
茨城県 (726)	80.5	46.5	22.5	18.3	44.9
栃木県 (914)	78.4	49.5	18.9	16.2	42.0
群馬県 (770)	81.8	47.9	23.8	17.1	45.7
埼玉県 (750)	85.7	55.7	21.4	18.7	52.1
千葉県 (802)	84.7	55.8	22.6	19.3	47.0
東京都 (777)	88.9	63.0	30.8	21.0	55.3
神奈川県 (556)	88.1	61.6	27.0	20.3	54.9
新潟県 (1,076)	72.6	42.1	15.1	16.3	38.9
富山県 (1,164)	81.7	53.8	20.5	16.7	43.3
石川県 (941)	83.5	53.8	21.7	18.0	42.9
福井県 (957)	78.5	49.3	20.7	13.3	44.8
山梨県 (859)	78.9	52.4	21.7	16.5	45.8
長野県 (870)	77.0	54.4	20.3	17.1	40.2
岐阜県 (1,000)	80.0	53.5	19.1	16.1	44.2
静岡県 (857)	82.0	58.8	19.8	16.2	43.2
愛知県 (773)	81.6	56.2	20.7	15.7	46.7
三重県 (879)	83.8	55.9	20.5	19.2	46.0
滋賀県 (983)	84.6	57.0	19.9	17.0	51.3
京都府 (755)	85.5	57.3	23.1	15.7	50.7
大阪府 (838)	86.2	56.5	20.4	16.5	52.8
兵庫県 (969)	85.2	56.8	19.1	15.4	47.8
奈良県 (881)	83.4	59.7	18.7	17.0	45.4
和歌山県 (682)	78.1	46.1	18.3	16.2	41.2
鳥取県 (884)	75.7	44.7	17.3	16.6	37.1
島根県 (985)	75.6	45.3	20.7	15.3	38.7
岡山県 (888)	81.5	49.6	22.2	16.5	45.5
広島県 (695)	82.5	54.8	22.4	17.5	46.7
山口県 (803)	75.7	43.9	18.5	15.8	39.9
徳島県 (755)	78.9	50.9	18.4	15.7	43.8
香川県 (761)	81.5	52.9	21.6	17.0	43.3
愛媛県 (822)	75.1	44.5	14.3	14.0	40.3
高知県 (641)	75.1	43.2	19.1	14.8	41.6
福岡県 (715)	82.8	49.0	22.4	19.6	43.7
佐賀県 (816)	79.3	42.1	18.3	13.4	49.1
長崎県 (697)	77.7	42.8	17.5	17.6	41.6
熊本県 (698)	78.8	46.4	14.9	14.2	42.4
大分県 (618)	80.3	45.2	20.0	16.2	45.6
宮崎県 (628)	76.6	43.0	17.5	16.3	40.1
鹿児島県 (601)	73.6	42.7	17.1	15.2	40.5
沖縄県 (457)	76.6	38.0	19.1	16.8	40.3
全体 (38,110)	82.8	53.5	21.8	17.8	47.1

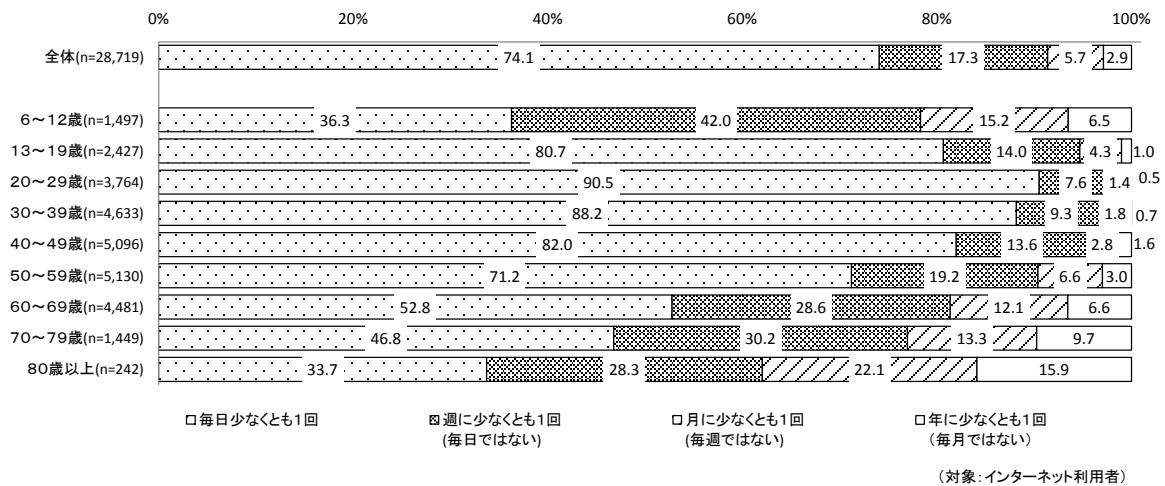
(注) 携帯電話にはPHSなども含む。

### (5) インターネットの利用頻度（個人）

インターネット利用者の利用頻度をみると、「毎日少なくとも1回」の割合が7割以上となっている。

年齢階層別にみると、13～49歳までの各年齢階層で、「毎日少なくとも1回」の割合が8割以上となっている。

図表1-9 年齢階層別インターネットの利用頻度(個人)(平成26年末)

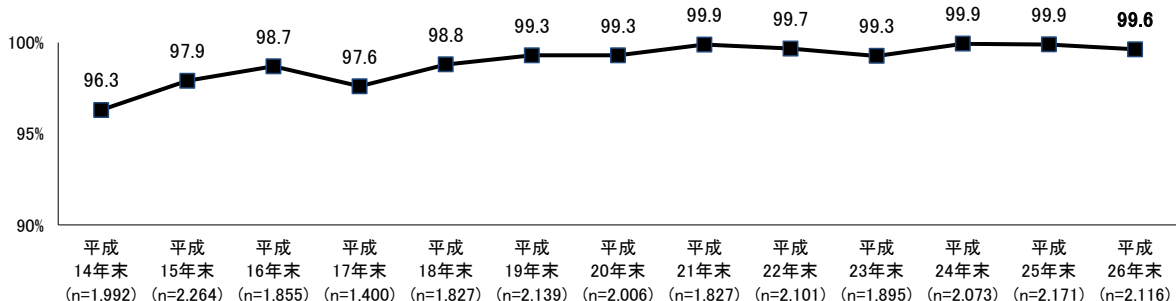


### (6) インターネットの利用状況（企業）

企業のインターネット利用企業の割合は99.6%となっている。

利用企業の割合の推移をみると、平成19年末以降は99%台で横ばいとなっており、企業ではインターネット利用が十分に普及していることがうかがわれる。

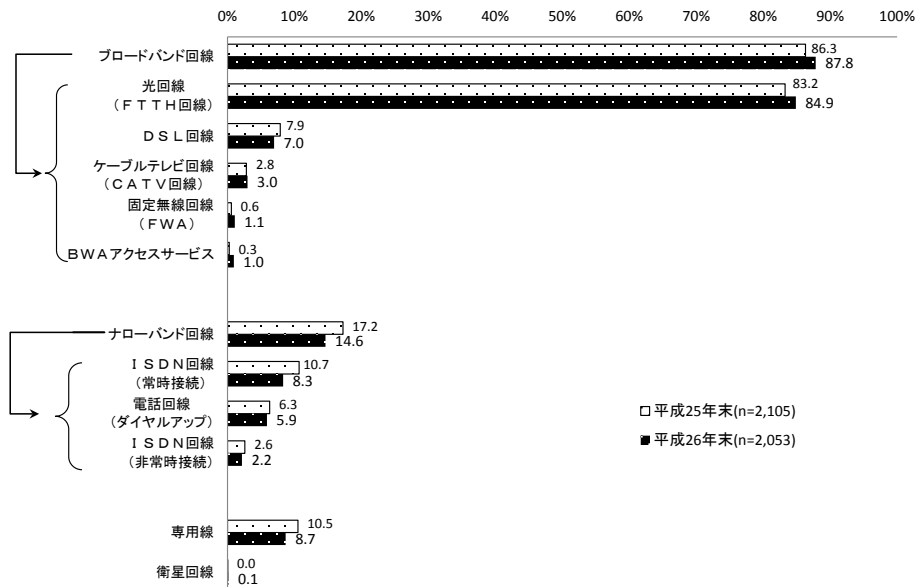
図表1-10 インターネットの利用状況の推移(企業)



### (7) インターネット接続回線の種類（企業）

自社からのインターネット接続にブロードバンド回線を利用している企業の割合は 87.8%で、前年の 86.3%から 1.5 ポイント増加している。また、光回線を利用している企業の割合も 1.7 ポイント増の 84.9%となり、企業における光回線によるブロードバンド化が着実に進展していることがうかがわれる。

図表1-11 インターネット接続回線の種類(企業) (複数回答)

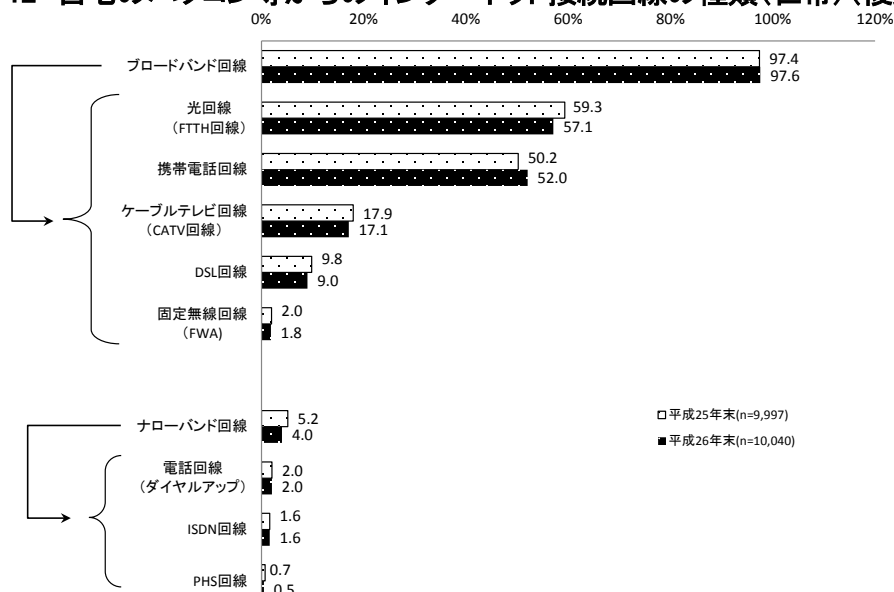


(注) インターネット利用企業に占める割合

### (8) インターネット接続回線の種類（世帯）

自宅のパソコンやタブレット型端末等からのインターネット接続している世帯のうち、「ブロードバンド回線」を利用している世帯の割合は 97.6%で、前年の 97.4%からほぼ横ばいとなっている。「光回線」を利用している世帯の割合は 57.1%、「携帯電話回線」は 52.0%となっている。

図表1-12 自宅のパソコン等からのインターネット接続回線の種類(世帯) (複数回答)

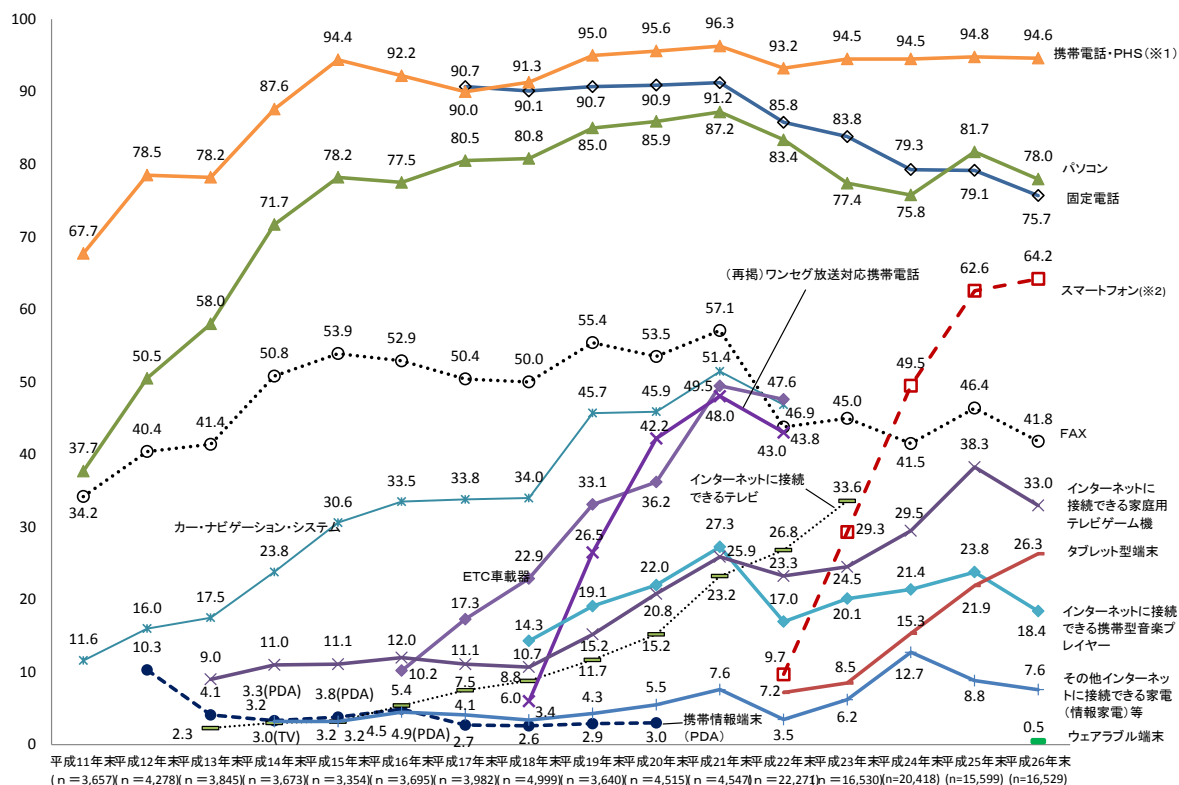


(注) 自宅パソコン等からインターネットを利用する世帯に占める割合

### (9) 情報通信機器の保有状況（世帯）

世帯の情報通信機器の保有状況を機器別にみると、「携帯電話・PHS」を保有世帯の割合は、94.6%となっている。また、「携帯電話・PHS」の内数である「スマートフォン」は、64.2%と保有世帯の割合が引き続き上昇しているのに対し、「パソコン」、「固定電話」はそれぞれ78.0%、75.7%と、前年より3～4ポイント低下している。

図表1-13 情報通信機器の保有状況の推移(世帯)



(注) 1. 「携帯電話・PHS」には、平成21年末から平成24年末までは携帯情報端末(PDA)も含めて調査し、平成22年末以降はスマートフォンを内数として含む。なお、スマートフォンを除いた場合の保有する世帯の割合は、平成25年末76.5%、平成26年末は68.6%である。  
 2. 「スマートフォン」は、「携帯電話・PHS」の再掲である。  
 3. 経年比較のため、この図表のみ無回答を含む形で集計。

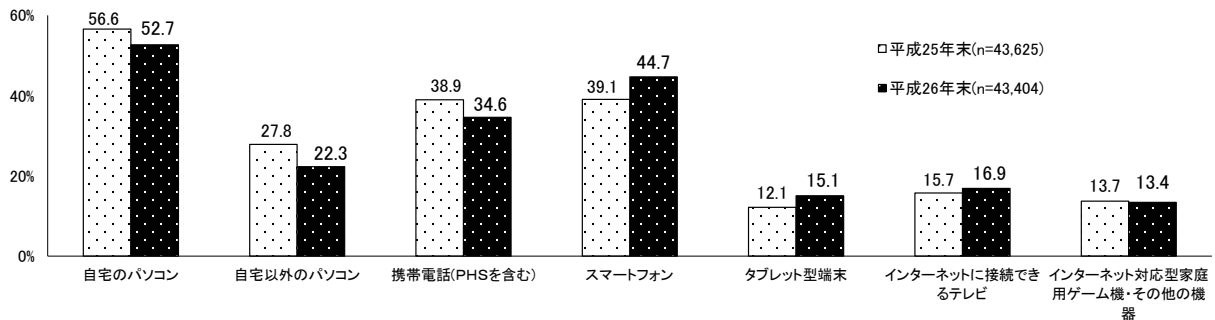


### (10) 主な情報通信機器の保有状況（個人）

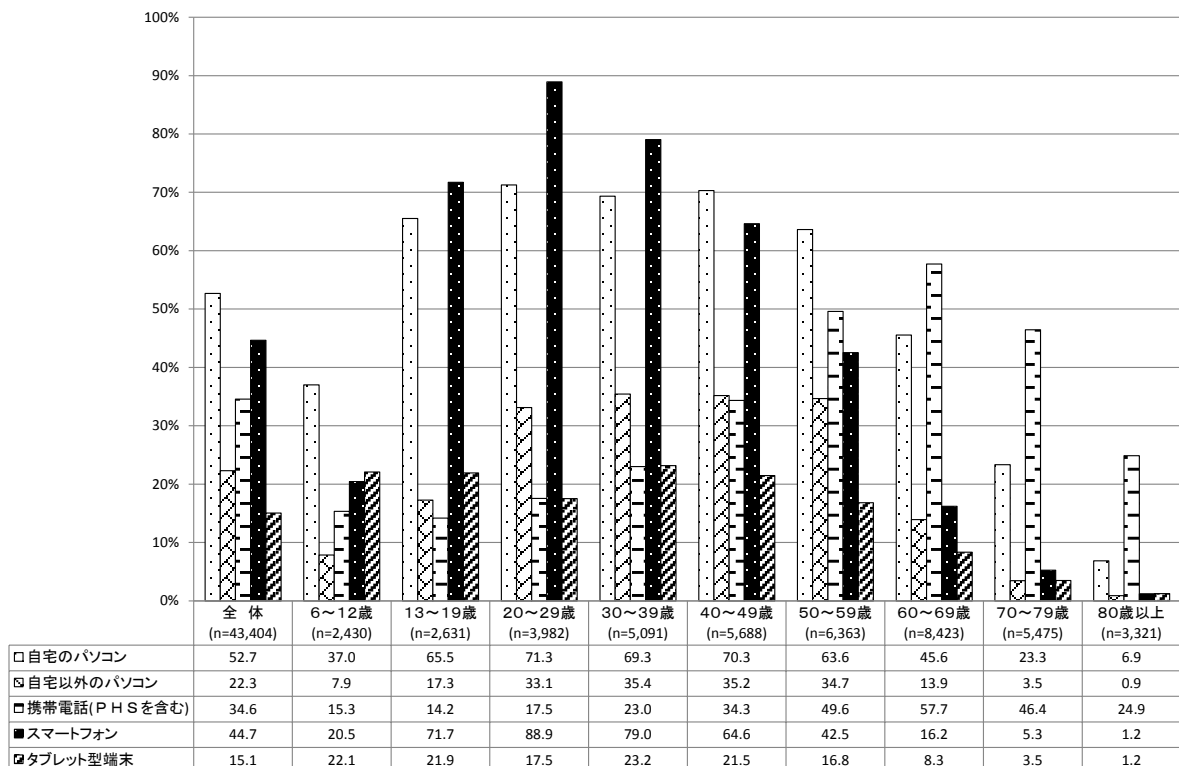
個人の情報通信機器の保有状況を見ると、「パソコン」の保有者の割合が 52.7%と最も高く、次いで「スマートフォン」(44.7%)、「携帯電話(PHS を含む)」(34.6%)となっており、「パソコン」の保有者の割合が3.9ポイント低下しているのに対し、「スマートフォン」は5.6ポイント上昇している。

年齢階層別にみると、6～49 歳の各年齢階層では「スマートフォン」の保有者の割合が「携帯電話」を上回っており、13～39 歳の各年齢階層では「スマートフォン」が「自宅のパソコン」を上回っている。

図表1-14 主な情報通信機器の保有状況(個人)



図表1-15 年齢階層別主な情報通信機器の保有状況(個人)(平成26年末)



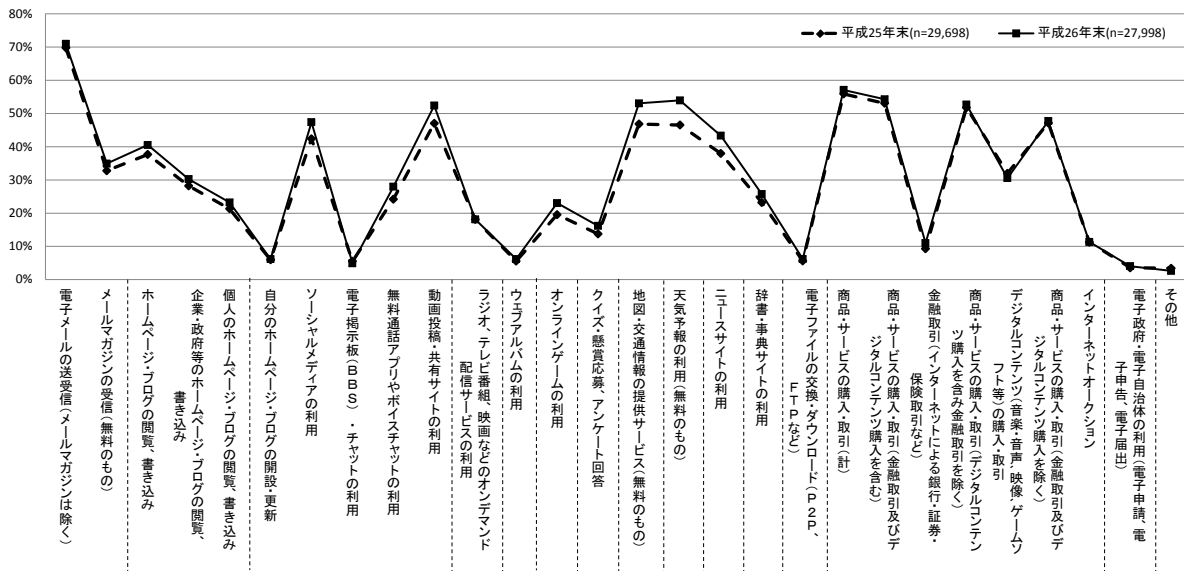
## 2 個人におけるICT利用の現状

### (1) インターネットの利用目的・用途

インターネット利用者のインターネットの利用目的・用途をみると、「電子メールの送受信」の割合が71.0%と最も高く、次いで「商品・サービスの購入・取引」(54.3%)、「天気予報の利用(無料のもの)」(53.9%)となっている。

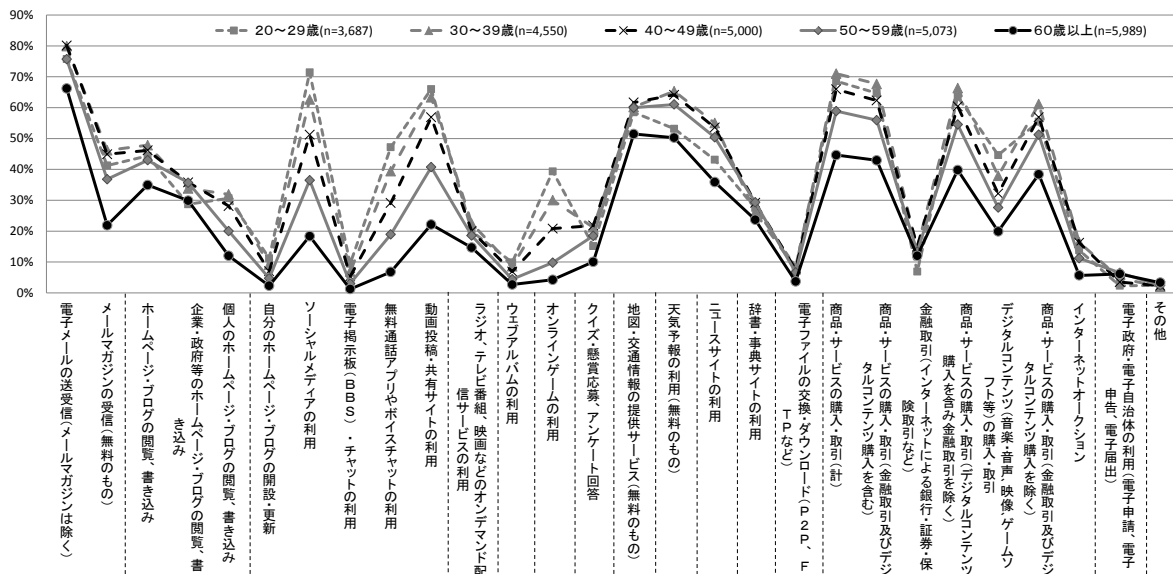
年齢階層別にみると、「電子メールの送受信」、「地図・交通情報の提供サービス」、「天気予報の利用(無料のもの)」及び「商品・サービスの購入・取引」については、20~59歳の各年齢階層での利用者の割合が5割を上回っている。

図表2-1 インターネットの利用目的・用途(複数回答)



(注) インターネット利用者に占める割合

図表2-2 年齢階層別インターネットの利用目的・用途(複数回答)(平成26年末)



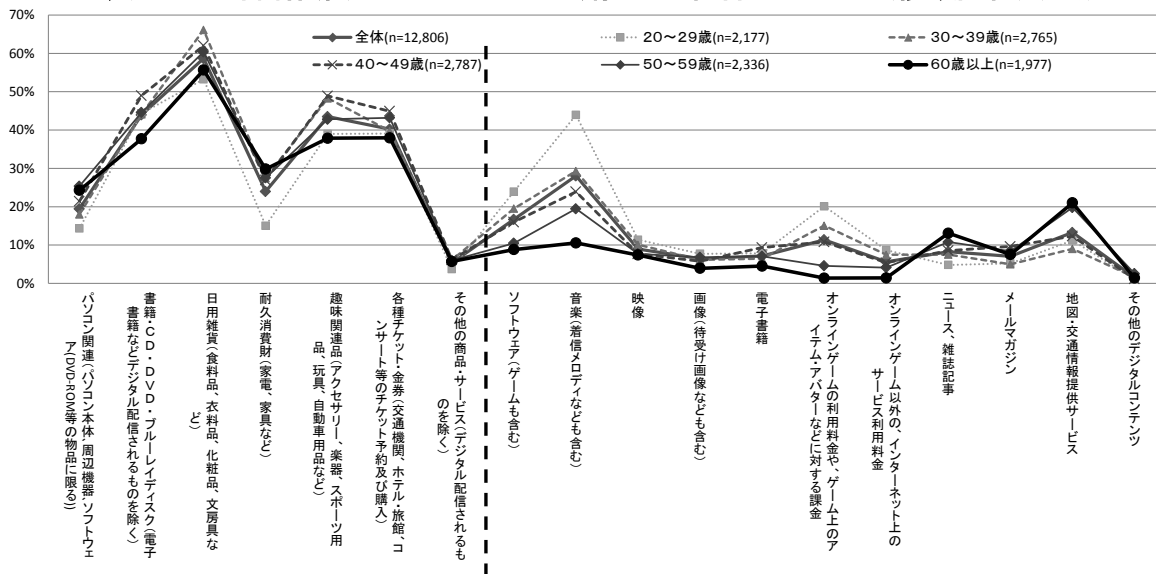
(注) インターネット利用者に占める割合

## (2) インターネットにより購入・取引した商品・サービス

インターネットでの購入経験者のその商品・サービスの購入・取引内容をみると、「日用雑貨」の割合が 58.6%と最も高く、次いで「書籍・CD・DVD・ブルーレイディスク」(44.0%)、「趣味関連品」(43.5%)となっている。

年齢階層別にみると、20～29 歳での「音楽(着信メロディなども含む)」の割合が他の年齢階層と比較して高くなっているのに対し、「耐久消費財(家電、家具など)」は低くなっている。

図表2-3 年齢階層別インターネットで購入した商品・サービス(複数回答)(平成 26 年末)

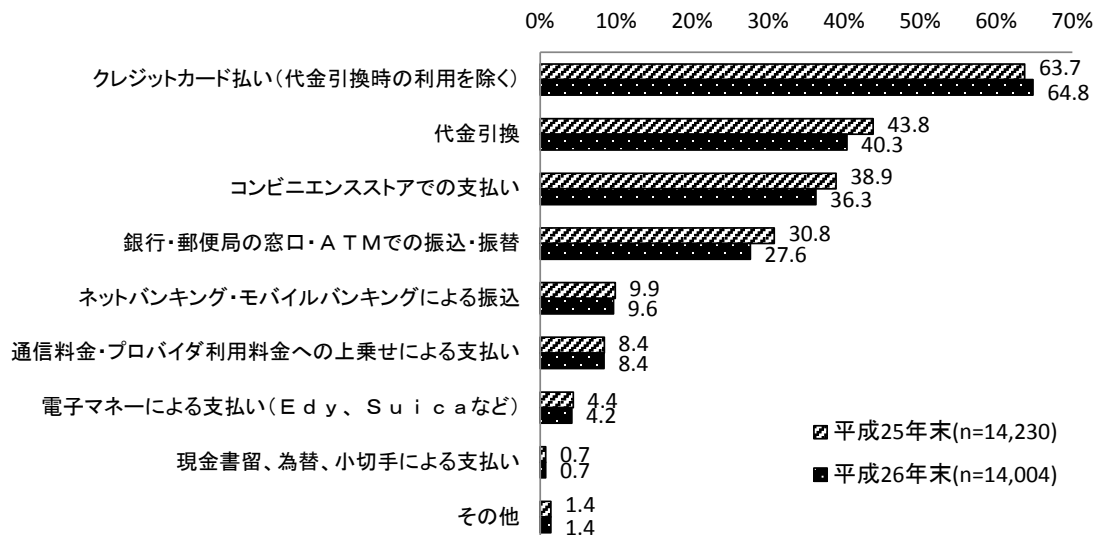


(注) インターネットでの購入経験者に占める割合

## (3) インターネットで購入する際の決済方法

インターネットでの購入経験者の購入の際の決済方法をみると、「クレジットカード払い(代金引換時の利用を除く)」での決済の割合が 64.8%と最も高く、次いで「代金引換」(40.3%)、「コンビニエンスストアでの支払い」(36.3%)となっている。

図表2-4 インターネットで購入する際の決済方法(複数回答)



(注) インターネットでの購入経験者に占める割合

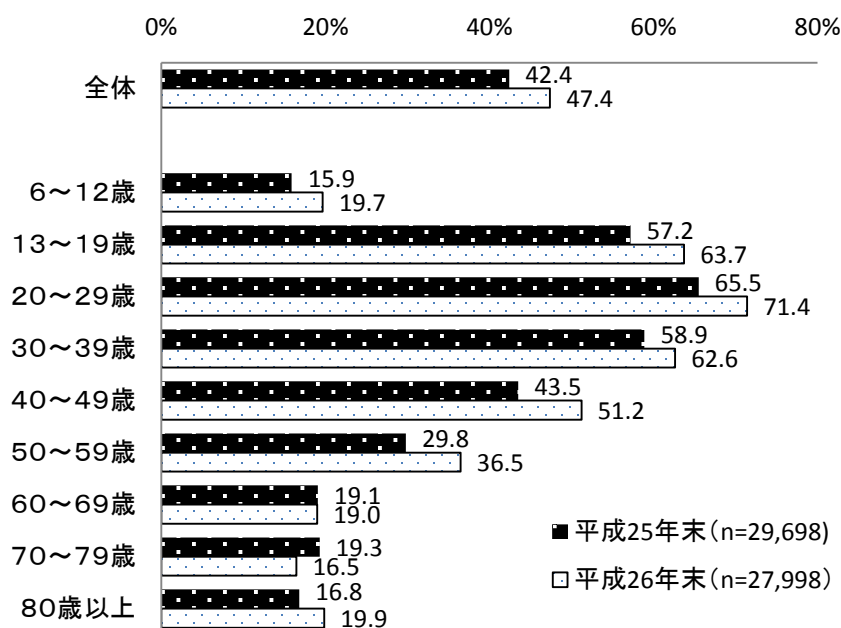
#### (4) ソーシャルメディア<sup>(注)</sup>の利用状況

インターネット利用者に占めるソーシャルメディアの利用者の割合は 47.4%と前年の 42.4%から 5.0 ポイント上昇している。

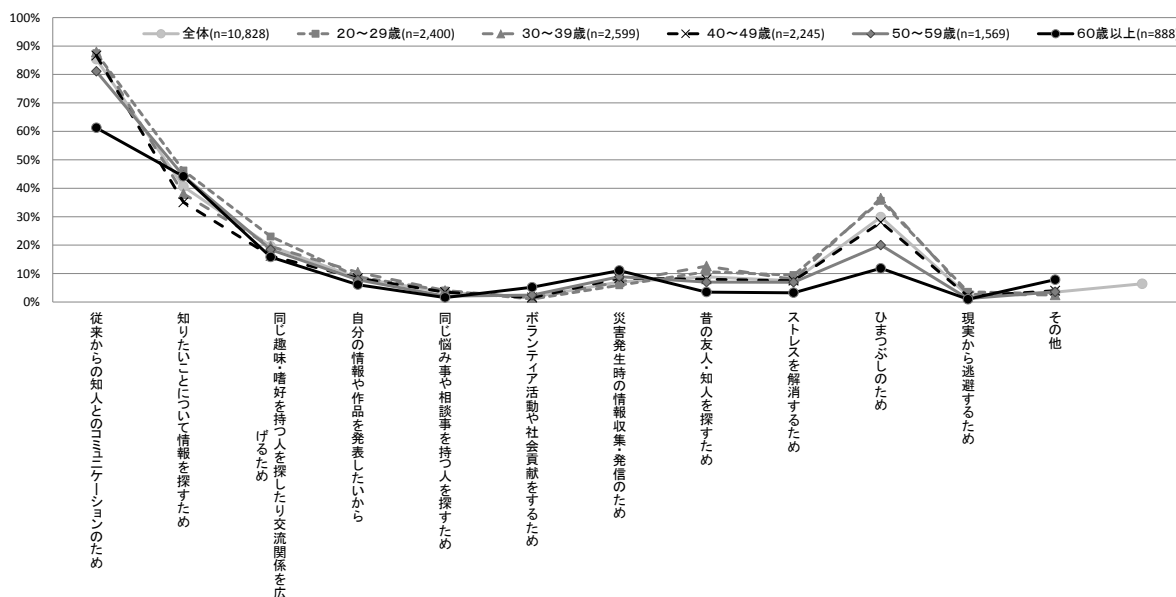
利用目的については、「従来からの知人とのコミュニケーションのため」の割合が 85.4%と最も高く、次いで「知りたいことについて情報を探すため」(40.6%)、「ひまつぶしのため」(29.9%)となっている。

(注)ソーシャルメディアとは、複数の人とインターネットでやりとりできる情報サービスのこと

図表2-5 年齢階層別ソーシャルメディアの利用状況



図表2-6 年齢階層別ソーシャルメディアの利用目的(複数回答)(平成26年末)



(注)ソーシャルメディアの利用者に占める割合

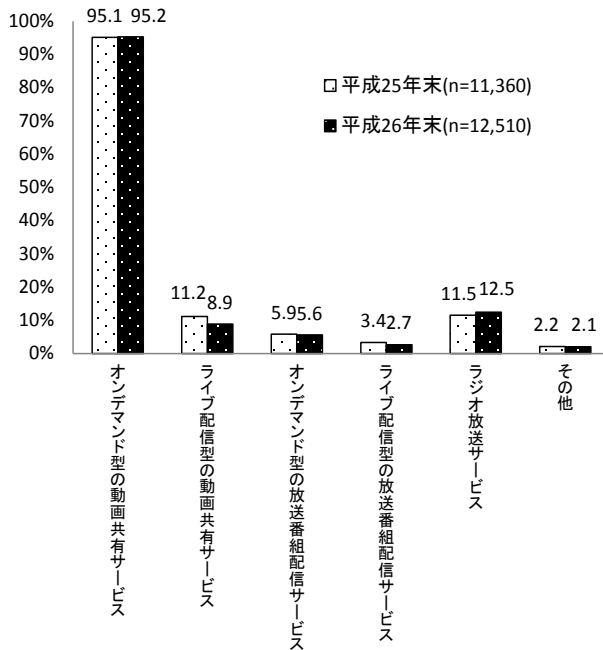
### (5) 映像・音声コンテンツの利用状況

映像・音声コンテンツ利用者の利用するサービスを見ると、「オンデマンド型の動画共有サービス」の割合が95.2%と最も高くなっている。

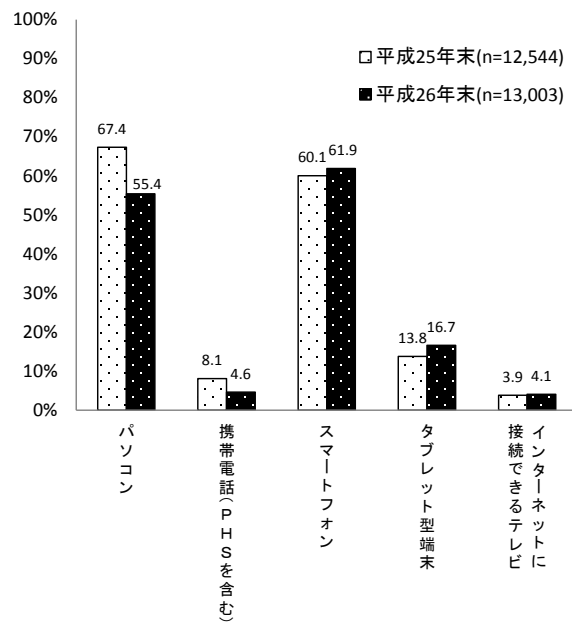
映像・音声コンテンツに利用する端末については、「スマートフォン」の割合が61.9%と最も高く、パソコン(55.4%)を上回っている。

利用目的については、「自分の好きなアーティストなどの動画等を視聴するため」が61.6%と最も高く、次いで「話題になっている動画・番組を視聴するため」(47.2%)となっている。

図表2-7 映像・音声コンテンツの利用サービス（複数回答）

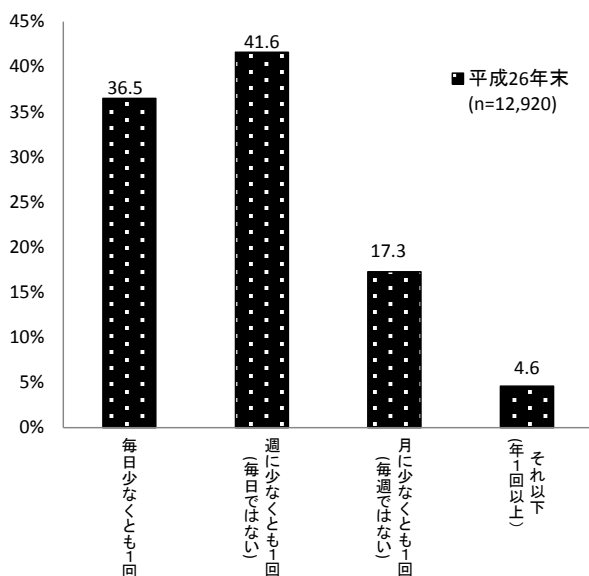


図表2-8 映像・音声コンテンツの利用端末（複数回答）



(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

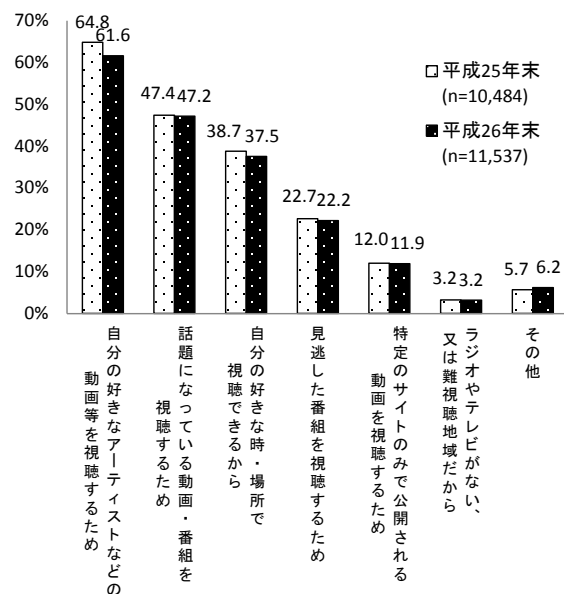
図表2-9 映像・音声コンテンツの利用頻度（平成26年末）



(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

図表2-10 映像・音声コンテンツの利用目的（複数回答）



(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

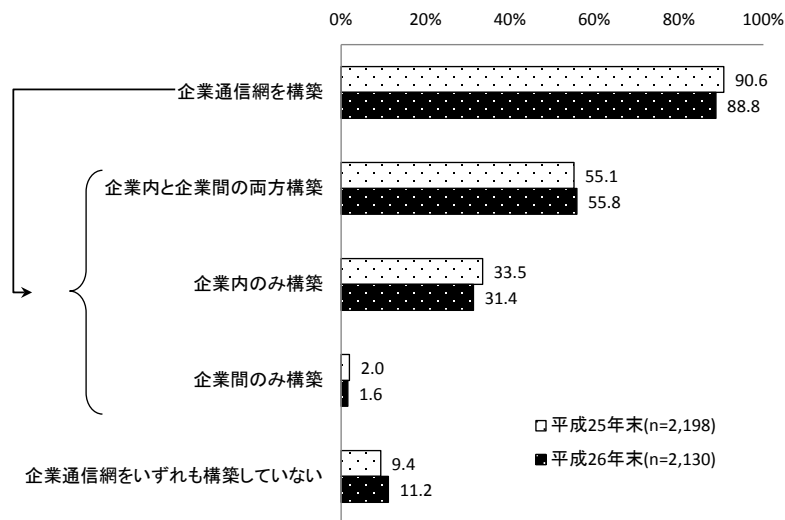
### 3 企業におけるICT利用の現状

#### (1) 企業通信網の構築状況

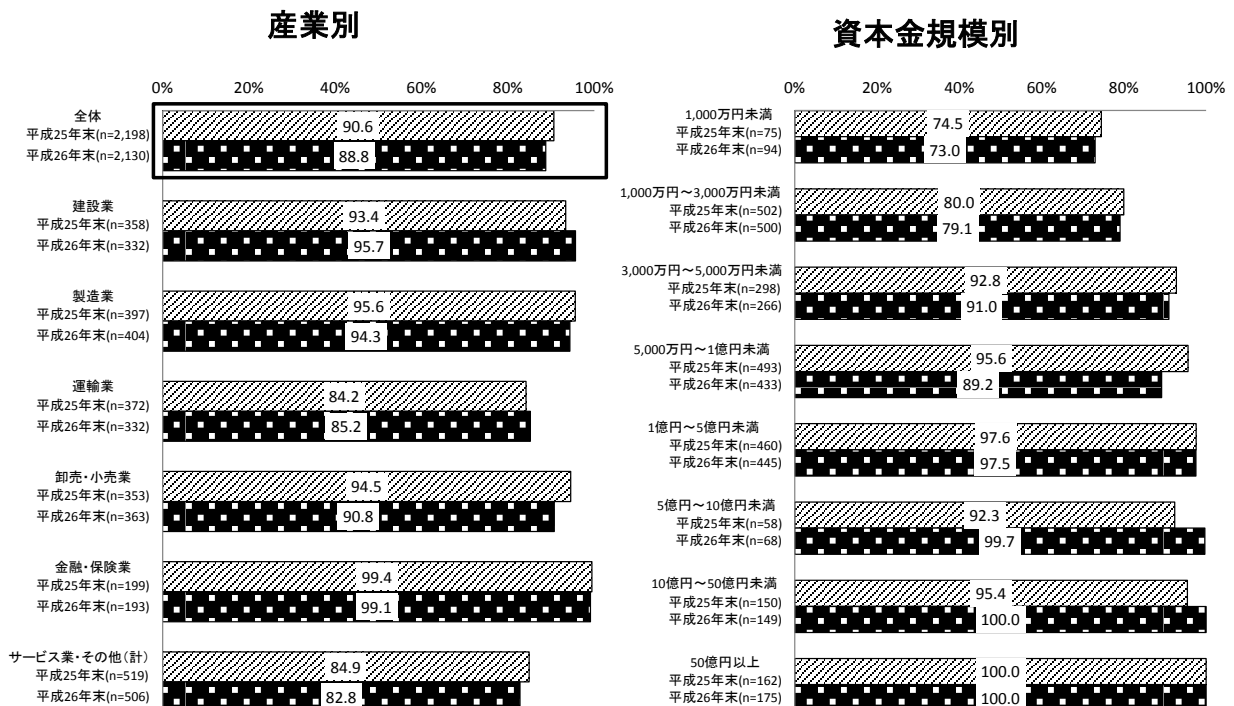
企業通信網(企業内・企業間)の構築状況を見ると、企業通信網を構築している企業の割合は88.8%となっている。

企業通信網において主に使われている通信サービスについては、「インターネット VPN」の割合が51.0%で最も高く、次いで「IP-VPN」(39.8%)、「広域イーサネット」(34.0%)となっている。

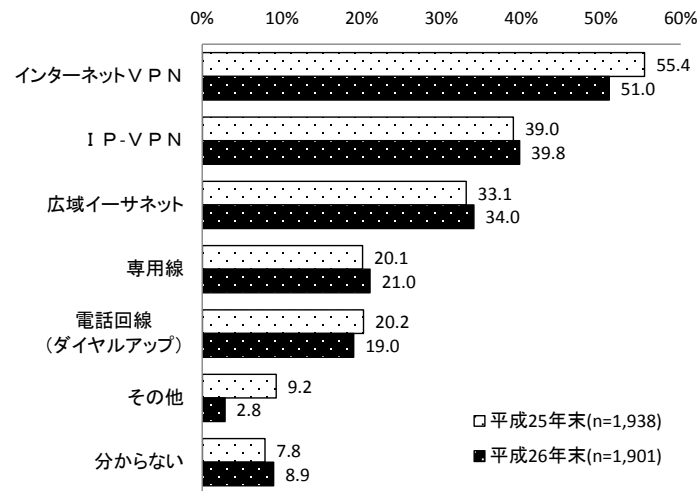
図表3-1 企業通信網の構築状況



図表3-2 産業・資本金規模別企業通信網の構築状況



図表3-3 企業通信網において主に使われている通信サービス（複数回答）



(注) 企業通信網を構築している企業に占める割合

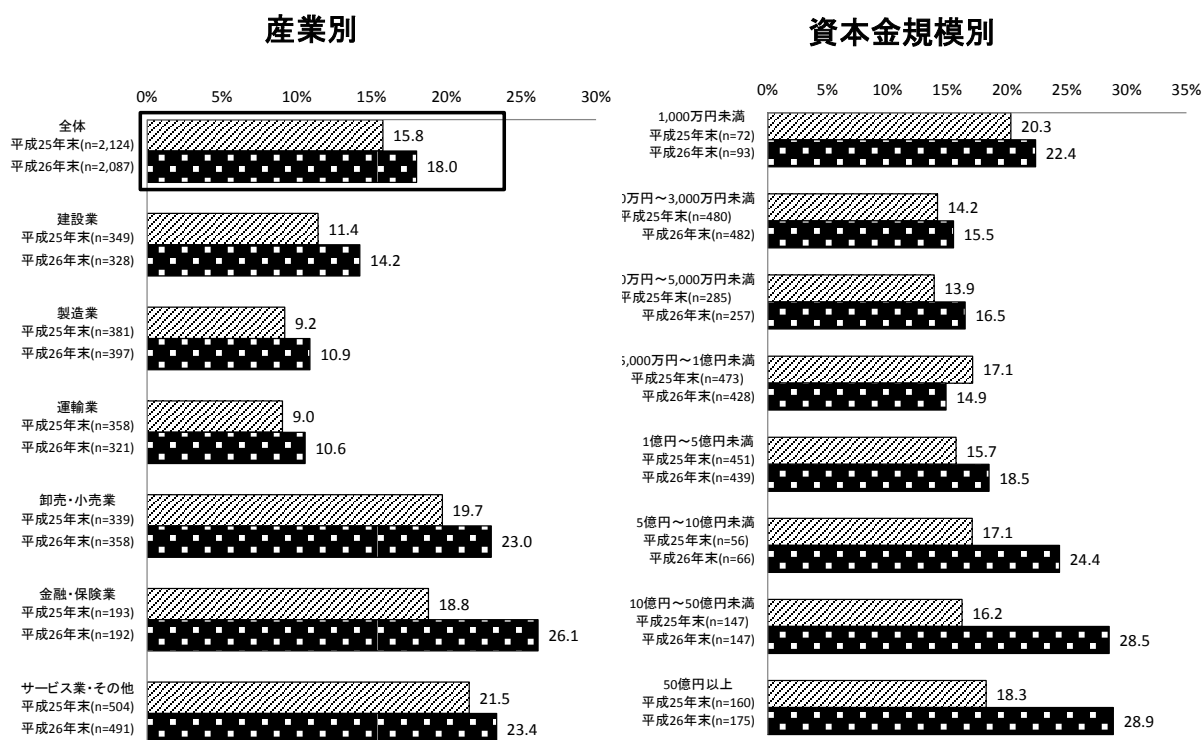
## (2) ソーシャルメディアサービスの活用状況

インターネットを利用している企業のうち、ソーシャルメディアサービスを一部でも活用している企業の割合は18.0%と前年の15.8%から2.3ポイント上昇している。

産業別にみると、「金融・保険業」が26.1%と最も高く、次いで「サービス業・その他」(23.4%)、「卸売・小売業」(23.0%)となっている。

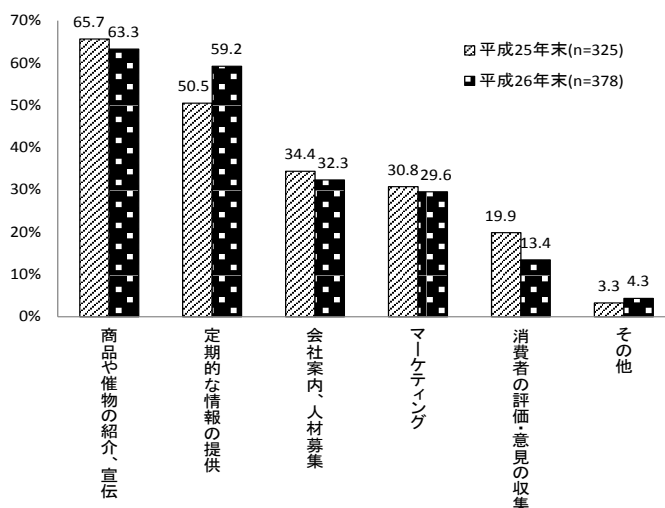
ソーシャルメディアサービスを利用している企業の活用目的・用途については、「商品や催物の紹介、宣伝」の割合が63.3%と最も高く、次いで「定期的な情報の提供」(59.2%)、「会社案内、人材募集」(32.3%)となっている。

図表3-4 産業・資本金規模別ソーシャルメディアサービスの活用状況



(注) インターネット利用企業に占める割合

図表3-5 ソーシャルメディアサービスの活用目的・用途（複数回答）



(注) ソーシャルメディアサービスを活用している企業に占める割合



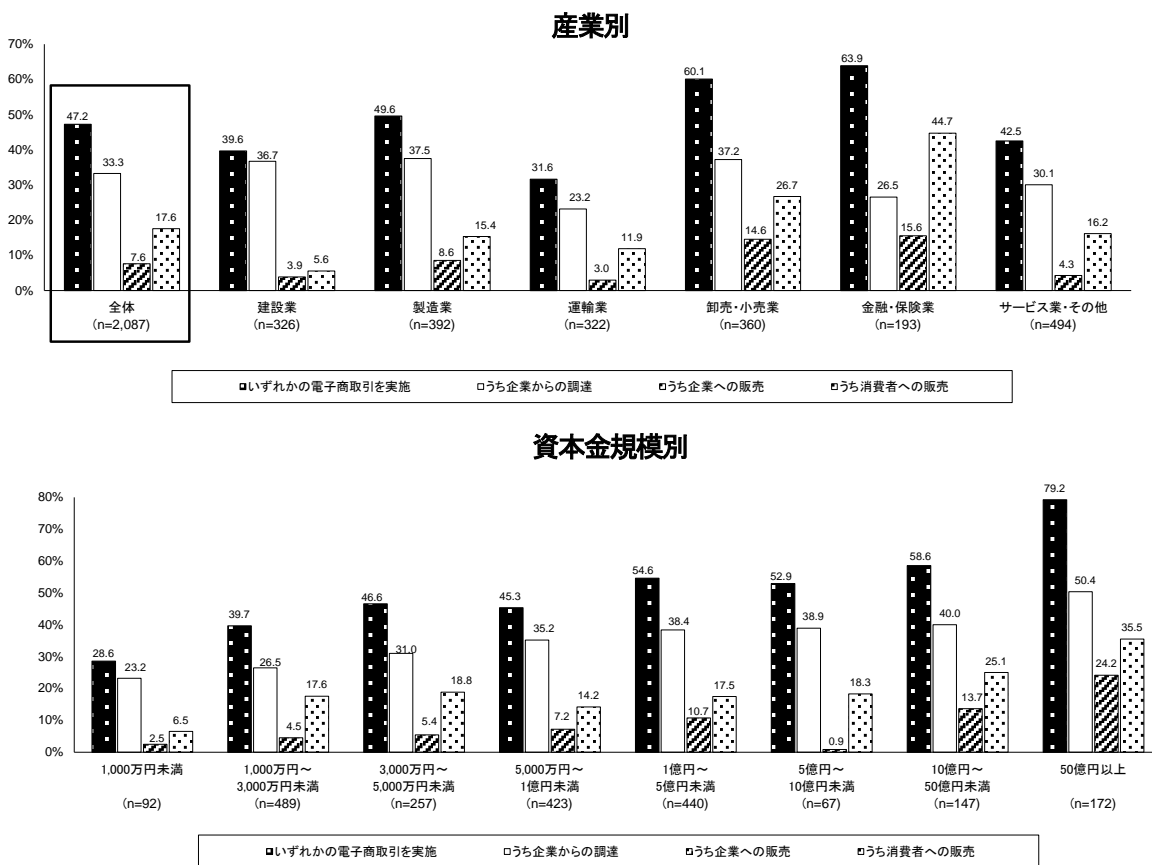
### (3) 電子商取引の実施状況

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47.2%となっている。

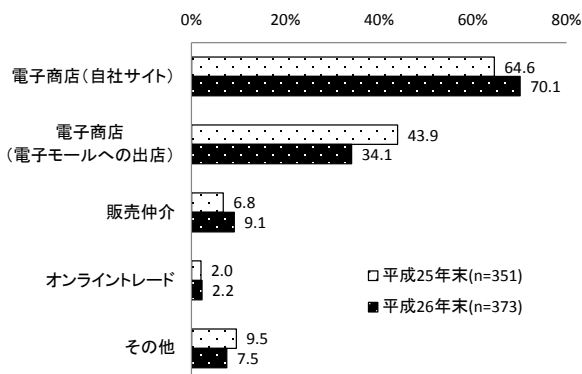
産業別にみると、「金融・保険業」が63.9%と最も高く、次いで「卸売・小売業」(60.1%)、「製造業」(49.6%)となっている。

インターネットを利用した販売を行っている企業のインターネット販売モデルについては、「電子商店(自社サイト)」の割合が70.1%と最も高く、次いで「電子商店(電子モールへの出店)」(34.1%)となっている。

図表3-6 産業・資本金規模別電子商取引の実施状況(平成26年末)



図表3-7 インターネット販売モデル(複数回答)



(注)ソーシャルメディアサービスを活用している企業に占める割合

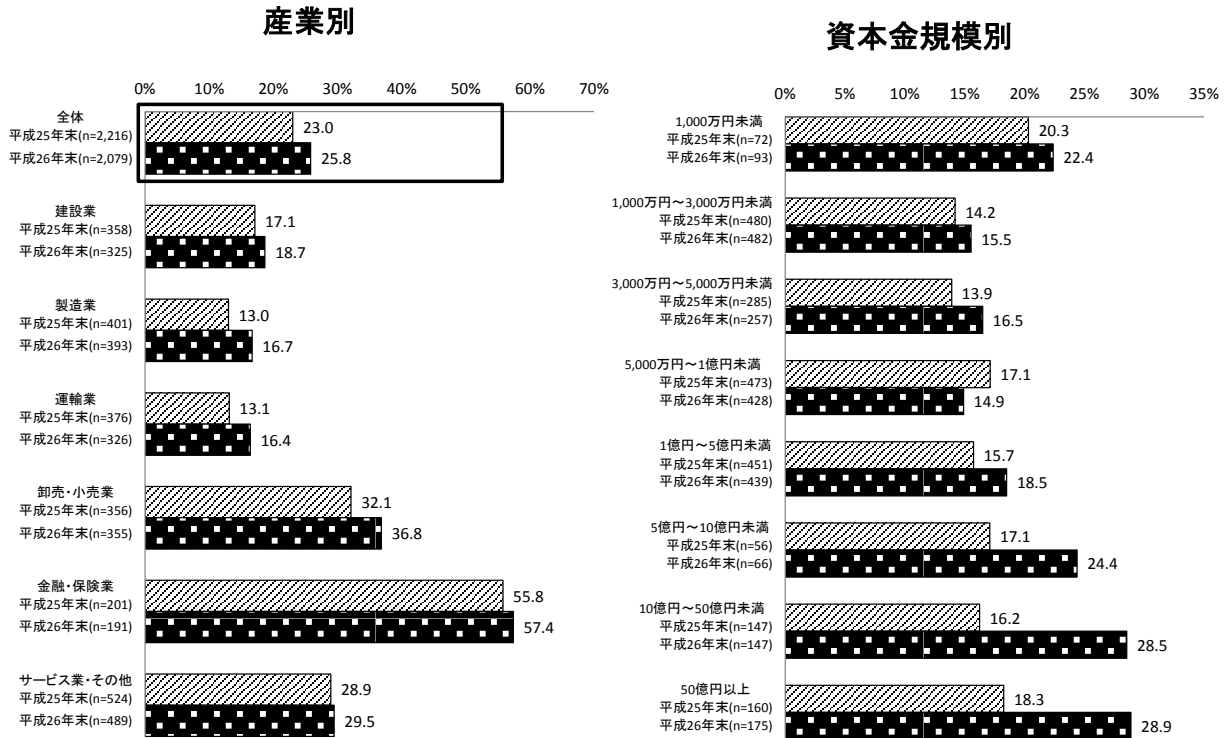
#### (4) インターネットを利用した広告の実施状況

インターネットを利用した広告(インターネット広告)を実施している企業の割合は 25.8%となっている。

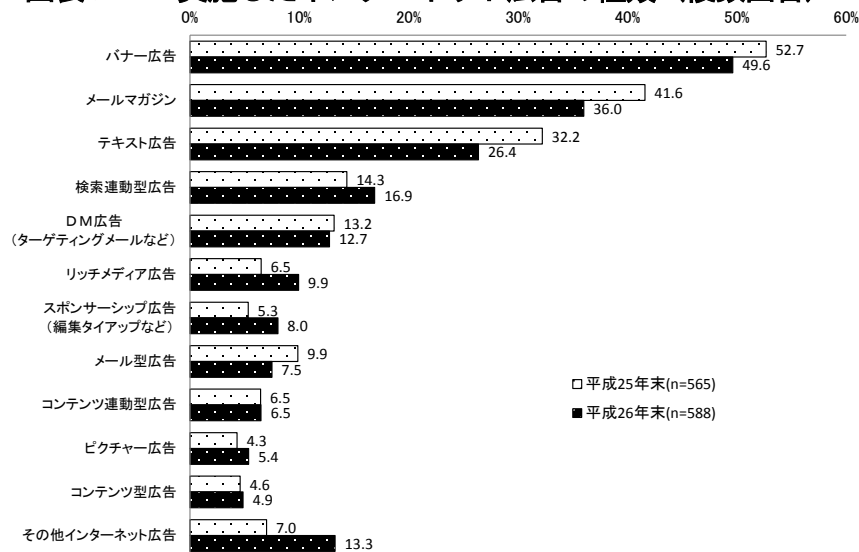
産業別にみると、「金融・保険業」が 57.4%と最も高く、次いで「卸売・小売業」(36.8%)、「サービス業・その他」(29.5%)となっている。

行った広告の種類については、「バナー広告」の割合が 49.6%と最も高く、次いで「メールマガジン」(36.0%)、「テキスト広告」(26.4%)となっている。

図表3-8 産業・資本金規模別インターネット広告の実施状況



図表3-9 実施したインターネット広告の種類(複数回答)



(注)インターネット広告を実施している企業に占める割合

- ① テキスト広告:文字のみで構成されているもの。
- ② バナー広告:ウェブページ上で他のウェブサイトを紹介する機能を持つ画像で、クリックするとそのバナーのウェブサイトへリンクするもの。
- ③ 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。
- ④ コンテンツ連動型:Webコンテンツの文脈やキーワードを解析し、内容と関連性の高い広告を表示するもの。

### (5) 無線通信技術を利用したICT関連ツール<sup>(注)</sup>の導入状況

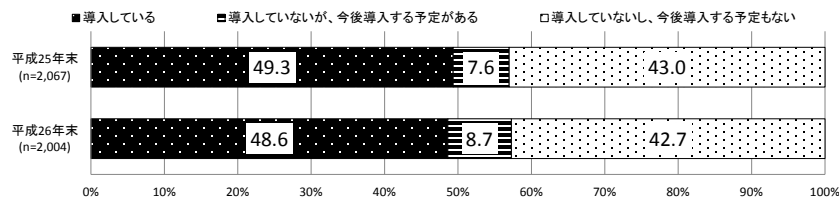
無線通信技術を利用したICT関連ツールを用いたサービス、システムやツールを導入している企業の割合は48.6%で、システム・ツール別にみると、「非接触型ICカード」が28.8%と最も高くなっている。

産業別にみると、「GPS、携帯電話などの位置確認機能」を除く関連ツールで「金融・保険業」が最も高くなっている。

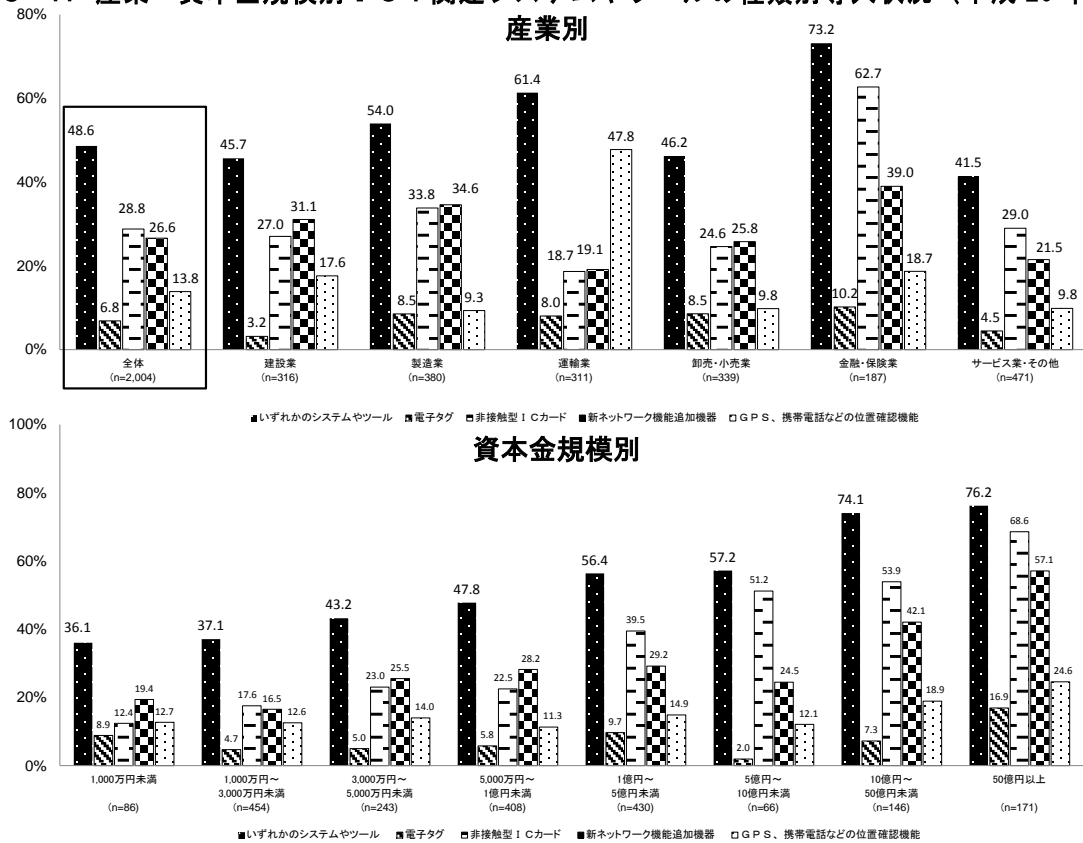
各ICT関連ツールを導入について、「活用していないし、今後も活用する予定もない」企業は72.5%となっている。

(注) ここでは、電子タグ(RFDタグ)、非接触型ICカード、ネットワークカメラやセンサー等のネットワーク機能付加機器、GPS、携帯電話等の位置確認機能など、次世代の通信機器を備えたビジネスツールの総称を「ICT関連ツール」としている。

図表3-10 ICT関連ツールを利用したシステムやサービスの導入状況

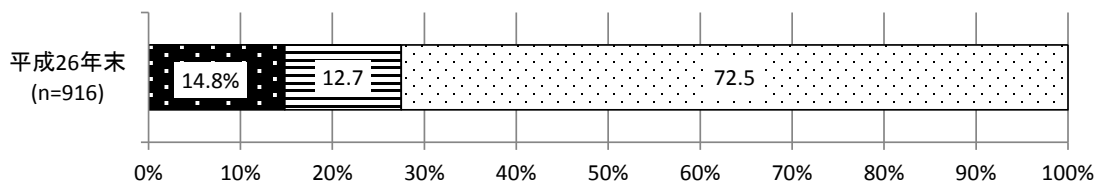


図表3-11 産業・資本金規模別ICT関連システムやツールの種類別導入状況(平成26年末)



図表3-12 システム・ツールで収集した情報の活用状況(平成26年末)

■ 活用している □ 活用していないが、今後活用する予定がある ○ 活用していないし、今後活用する予定もない



(注) 無線通信技術を利用したシステムやツールを導入している企業に占める割合

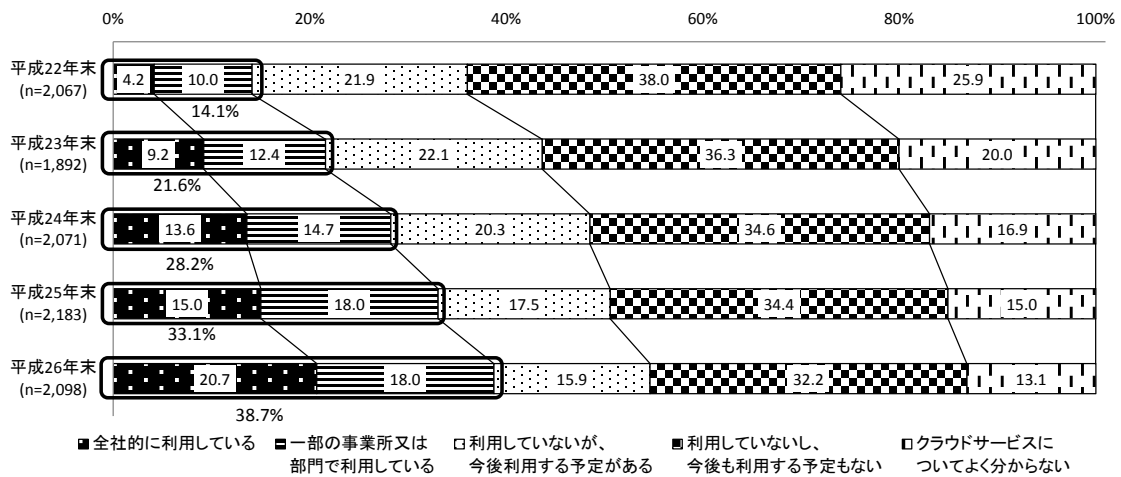
## (6) クラウドコンピューティングサービスの利用状況

クラウドコンピューティングサービス(以下「クラウドサービス」という。)を利用している企業の割合は38.7%と前年の33.1%から5.7ポイント上昇している。

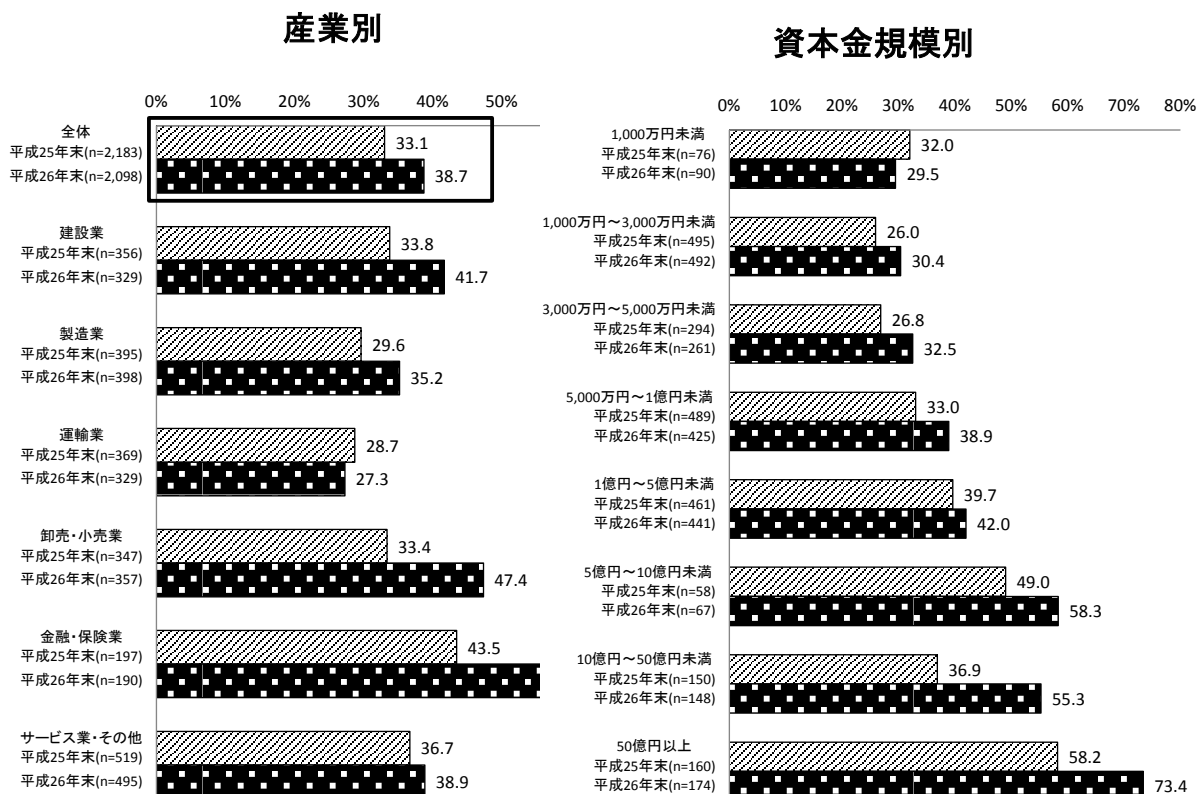
クラウドサービスの利用サービスについては、「ファイル管理・データ保有」の割合が46.3%と最も高く、次いで「電子メール」(44.4%)、「サーバー利用」(39.9%)となっている。

クラウドサービスの効果については、「非常に効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した企業の割合は82.7%となっている。

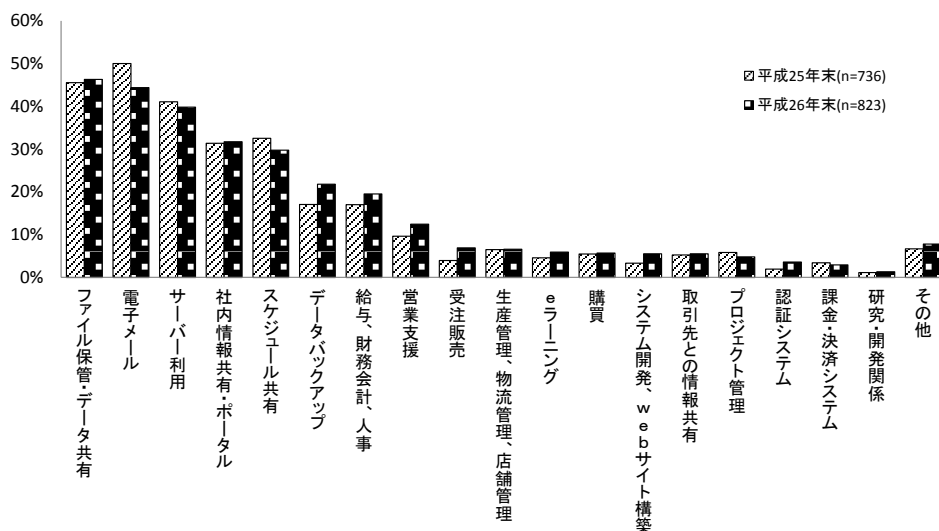
### 図表3-13 クラウドサービスの利用状況の推移



### 図表3-14 産業・資本金規模別クラウドサービスの利用状況

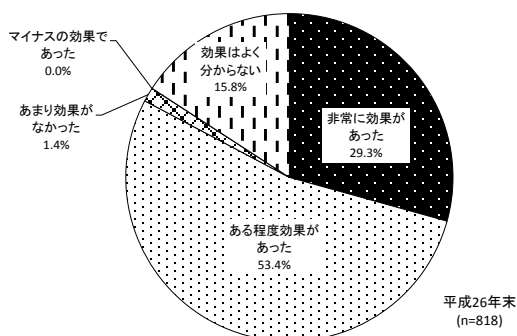


図表3-15 利用したクラウドサービスの内容(複数回答)



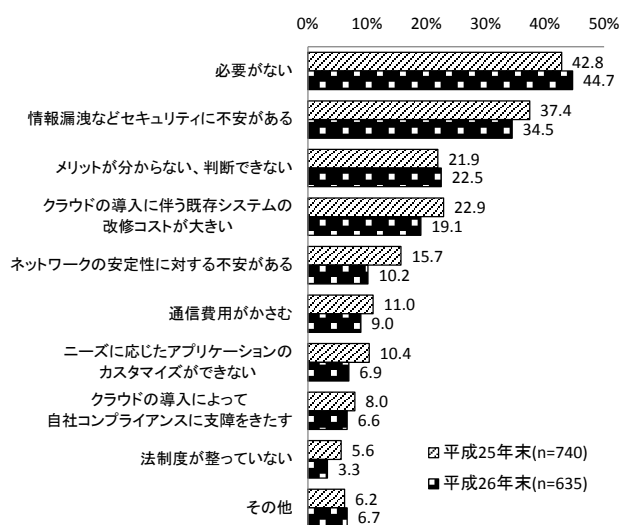
(注)クラウドサービスを利用している企業に占める割合

図表3-16 クラウドサービスの効果(平成26年末)



(注)クラウドサービスを利用している企業に占める割合

図表3-17 クラウドサービスを利用しない理由(複数回答)



(注)クラウドサービスを利用しておらず、今後も利用する予定もない企業に占める割合

### (7) テレワーク<sup>(注)</sup>の導入状況

テレワークを導入している企業の割合は11.5%と前年の9.3%から2.2ポイント上昇している。

資本金規模別にみると、資本金50億円以上で導入している企業の割合が5割を超えている。

導入しているテレワークの形態については、「モバイルワーク」の割合が66.8%と最も高くなっている。

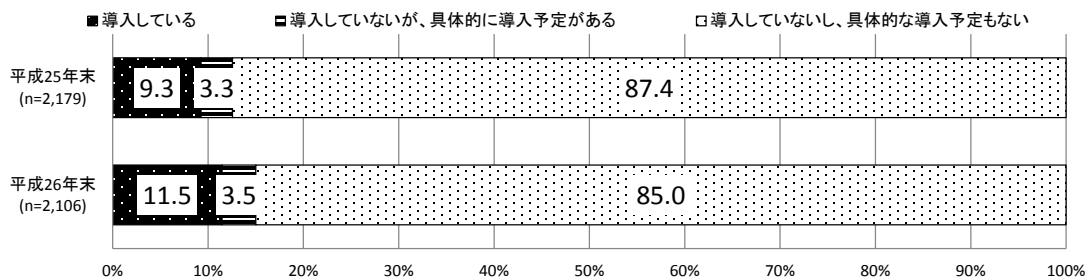
テレワークを利用する従業員の割合については、「5%未満」の割合が49.9%と最も高くなっている。

テレワークの主な導入目的については、「定型的業務の効率性(生産性)の向上」の割合が51.3%と最も高く、次いで「勤務者の移動時間の短縮」(45.0%)、「非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて」(23.5%)となっている。

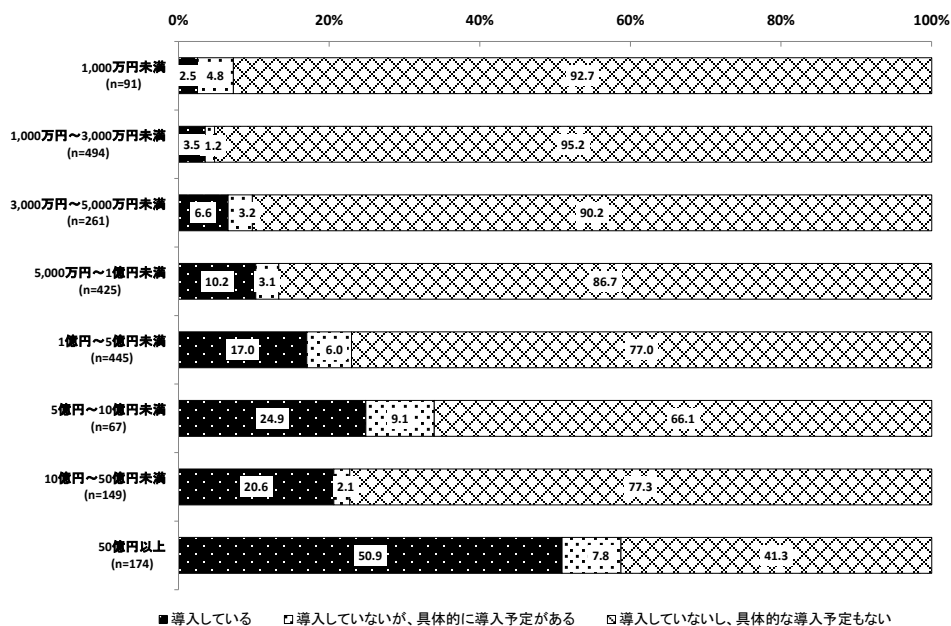
テレワークの効果については、「非常に効果はあった」または「ある程度効果はあった」と回答した企業の割合が84.2%となり、導入した8割以上の企業がその効果を認めている。

(注)テレワークには、在宅勤務、サテライトオフィス勤務、モバイルワークを含む。

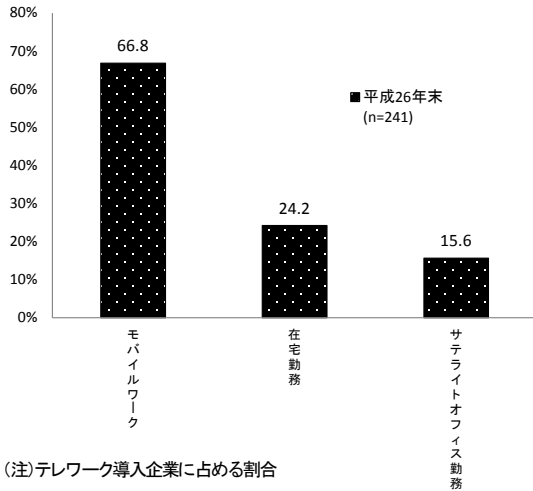
図表3-18 テレワークの導入状況



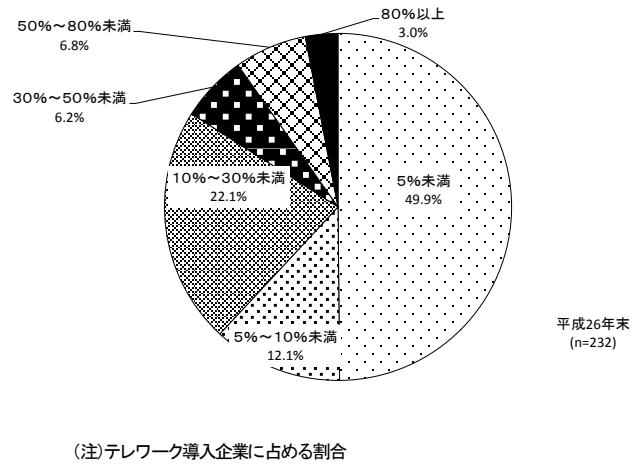
図表3-19 資本金規模別テレワークの導入状況(平成26年末)



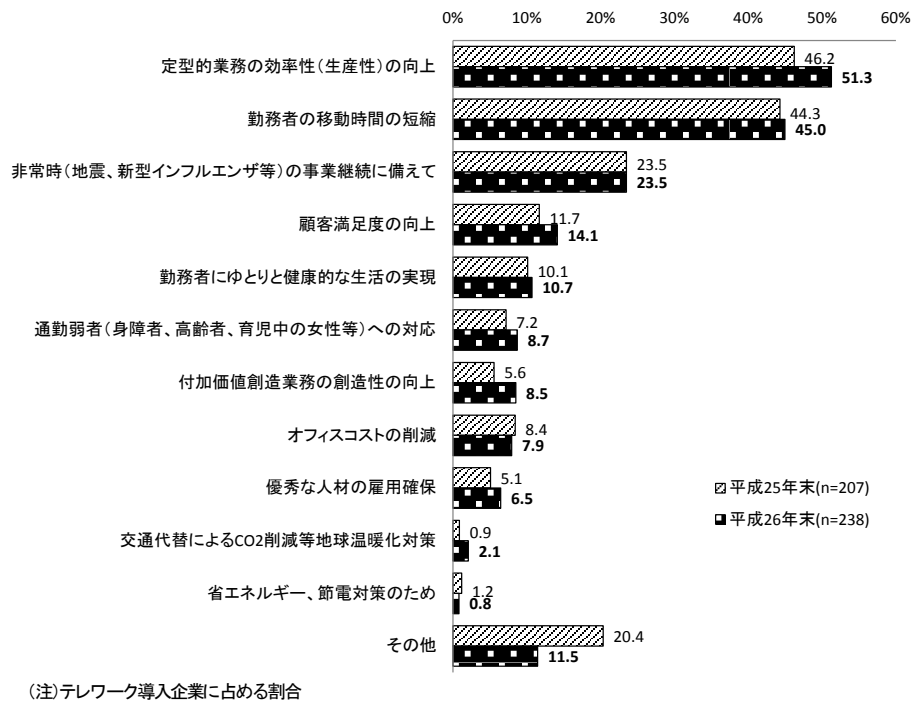
図表3-20 導入しているテレワークの形態  
(平成26年末)



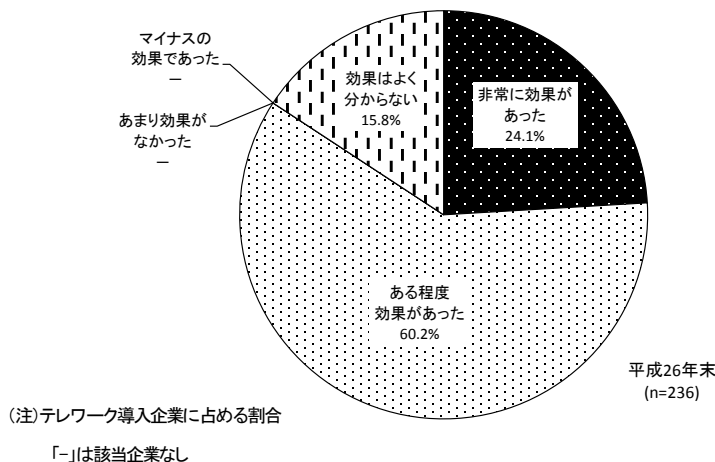
図表3-21 テレワークを利用する  
従業員の割合(平成26年末)



図表3-22 テレワークの導入目的(複数回答)



図表3-23 テレワークの効果(平成26年末)

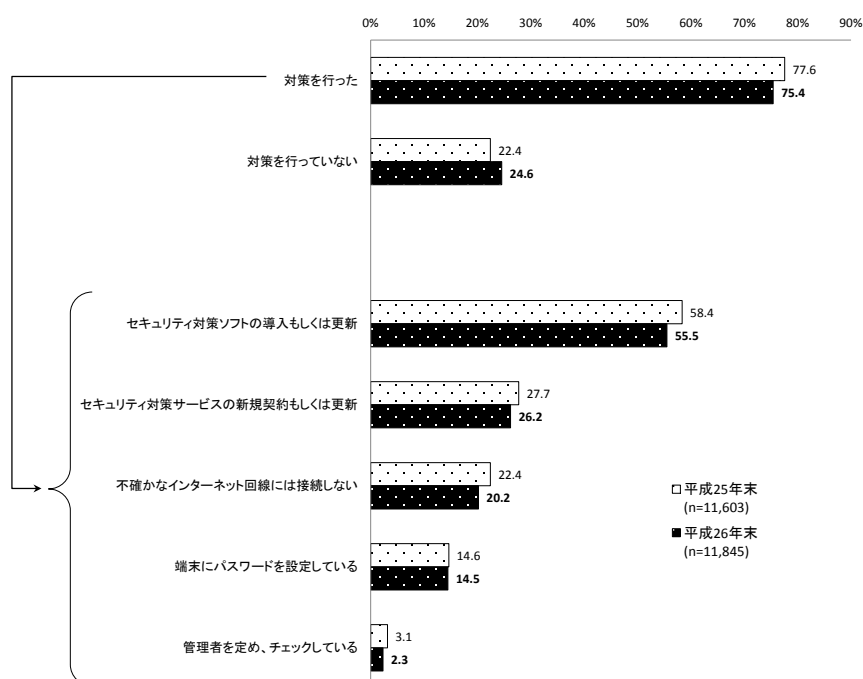


## 4 安心・安全への取組状況

### (1) セキュリティ対策の実施状況（世帯）

インターネットを利用している世帯のうち、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75.4%となり、実施しているセキュリティ対策は「セキュリティ対策ソフトの導入もしくは更新」が55.5%、「セキュリティ対策サービスの新規契約もしくは更新」が26.2%、「不確かなインターネット回線には接続しない」が20.2%となっている。

図表4-1 セキュリティ対策の実施状況(世帯)(複数回答)



(注) 過去1年間に少なくとも1人はインターネットを利用したことのある世帯に占める割合

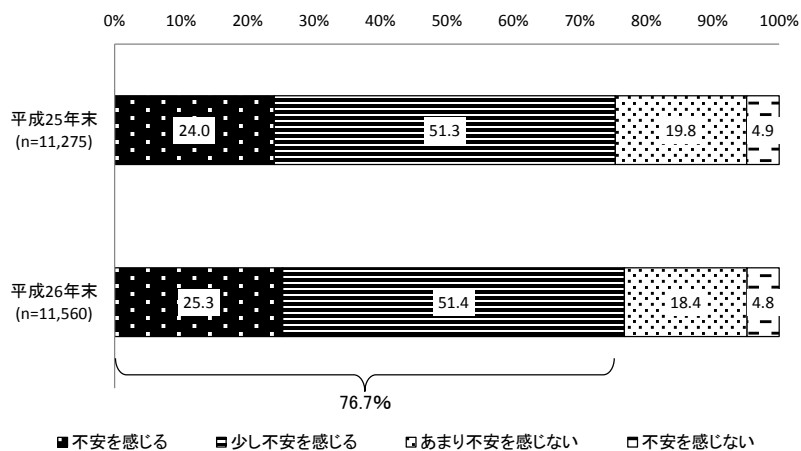


## (2) インターネット利用で感じる不安（世帯）

インターネットを利用している世帯のうち、インターネットを利用して「少し不安を感じている」、「不安を感じている」と回答した世帯の割合が合わせて76.7%となり、7割以上の世帯が不安を感じている。

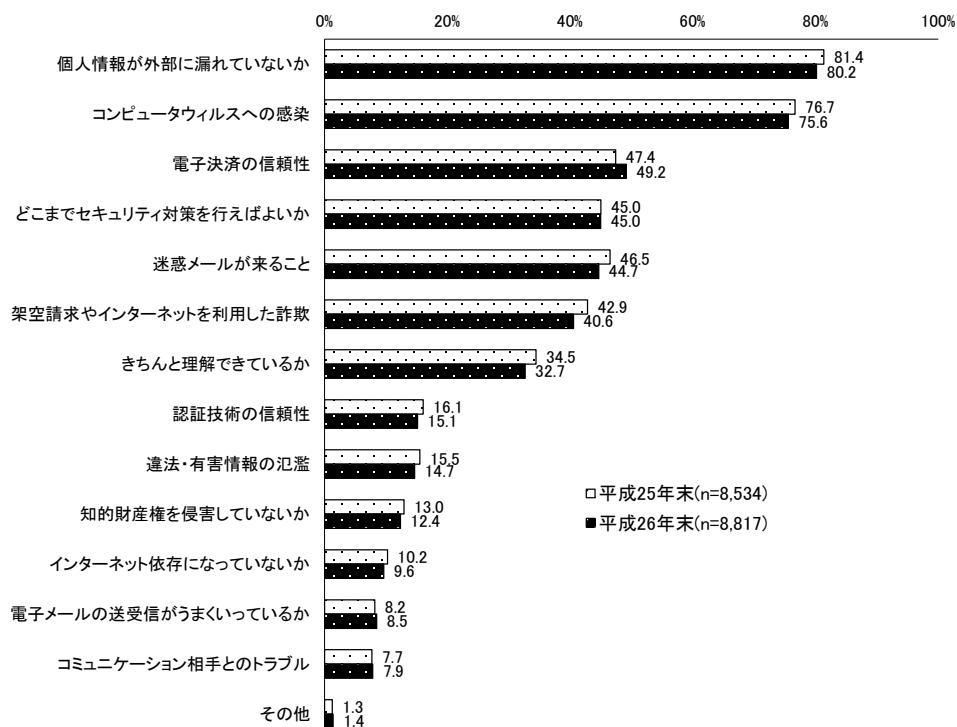
インターネットを利用して不安を感じている世帯の不安の内容については、「個人情報が外部に漏れていないか」の割合が80.2%と最も高く、次いで「コンピュータウイルスへの感染」(75.6%)、「電子決済の信頼性」(49.2%)となっており、情報セキュリティに関する不安を抱えていることがうかがえる。

図表4-2 インターネット利用上の不安の有無（世帯）



(注) 過去1年間に少なくとも1人はインターネットを利用したことのある世帯に占める割合

図表4-3 インターネット利用で感じる不安の内容（世帯）（複数回答）



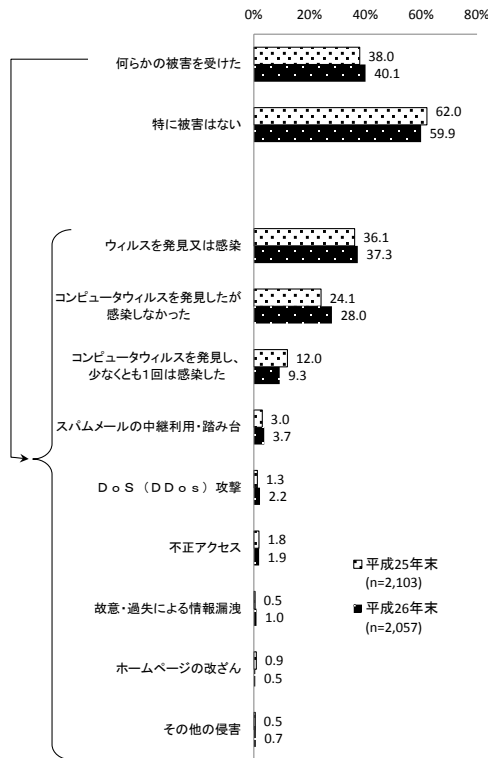
(注) インターネットを利用して「不安を感じる」又は「少し不安を感じる」と回答した世帯に占める割合

### (3) 企業通信網に対するセキュリティ侵害と対策の状況（企業）

企業通信網又はインターネットを利用している企業の過去1年間の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をみると、「何らかの被害を受けた」企業が40.1%となり、「ウイルスを発見又は感染」した企業の割合は37.3%となっている。

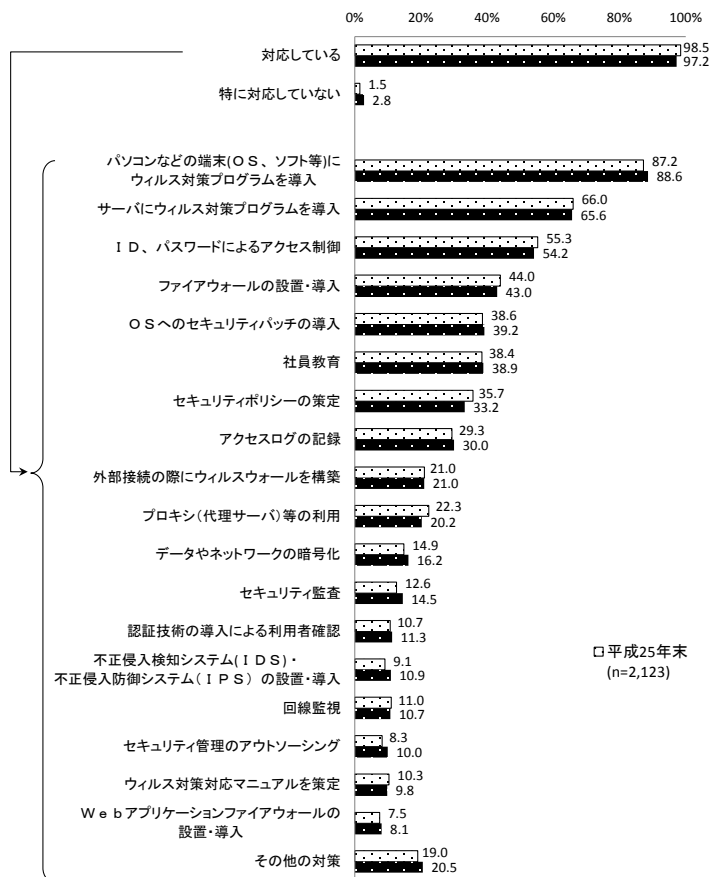
セキュリティ対策について、何らかの対策を実施している企業の割合は97.2%となり、対策内容は「パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」が88.6%、「サーバにウイルス対策プログラムを導入」が65.6%、「ID、パスワードによるアクセス制御」が54.2%となっている。

図表4-4 情報通信ネットワークの利用の際に発生した過去1年間のセキュリティ侵害の状況（企業）（複数回答）



(注)企業通信網構築企業又はインターネット利用企業に占める割合

図表4-5 セキュリティ対策の実施状況（企業）（複数回答）



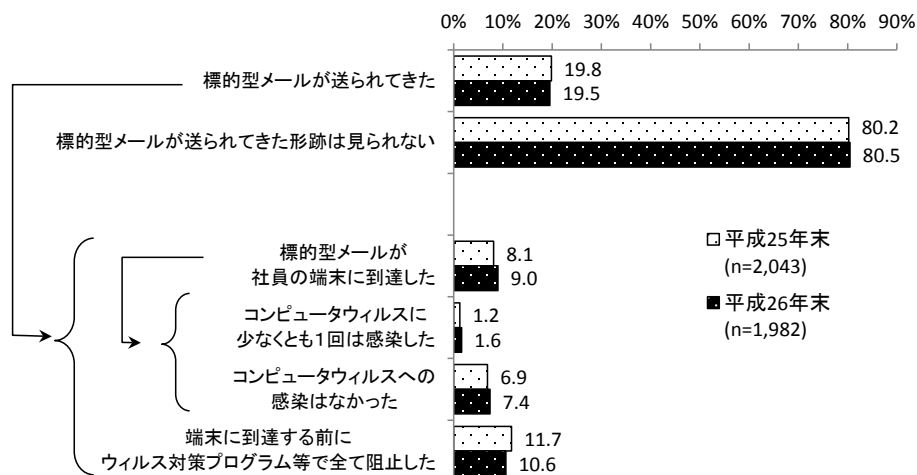
(注)企業通信網構築企業又はインターネット利用企業に占める割合

#### (4) 標的型メールの被害状況と対策の状況（企業）

企業通信網又はインターネットを利用している企業の過去1年間の標的型メールの被害をみると、標的型メールが送られた形跡があった企業の割合は19.5%となり、「コンピュータウイルスに少なくとも1回は感染した」企業の割合は1.6%となっている。

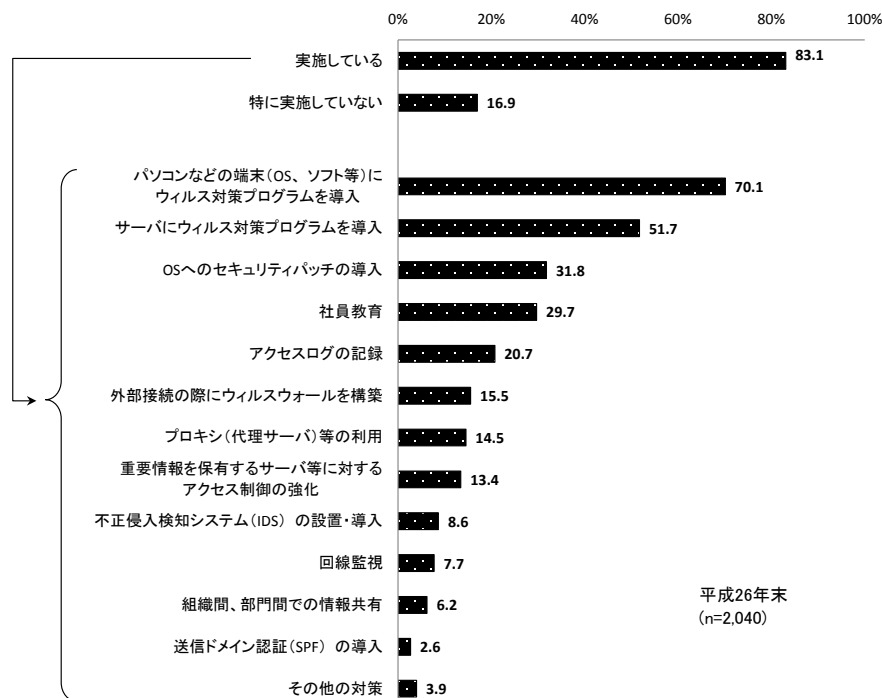
標的型メールへの対策状況については、対策を行っている企業の割合は83.1%となり、対策内容は「パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」が70.1%、「サーバにウイルス対策プログラムを導入」が51.7%、「OSへのセキュリティパッチの導入」が31.8%となっている。

図表4-6 標的型メールの被害の有無（企業）



(注) 企業通信網構築企業又はインターネット利用企業に占める割合

図表4-7 標的型メールへの対策内容（企業）（複数回答）（平成26年末）

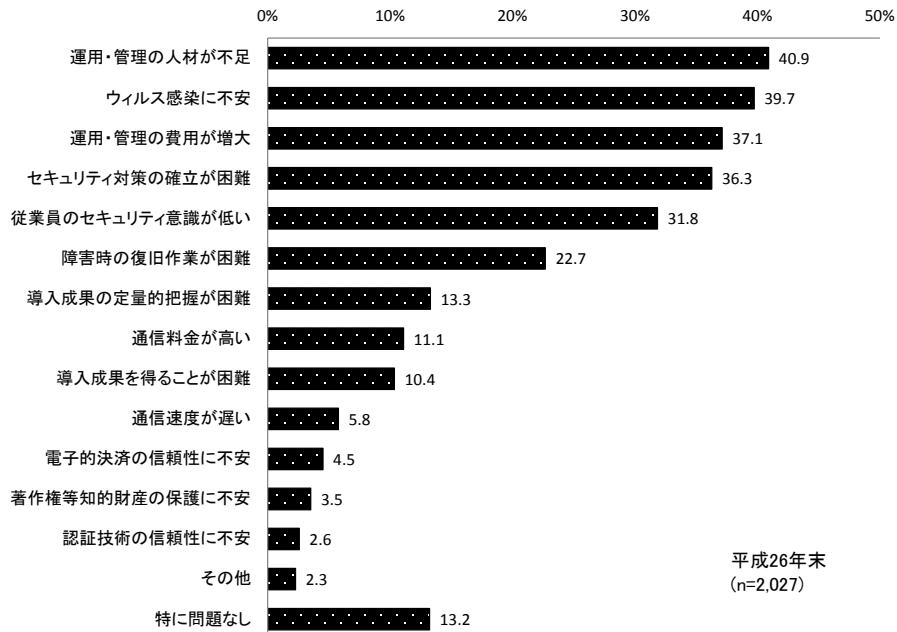


(注) 企業通信網構築企業又はインターネット利用企業に占める割合

### (5) 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をみると、「運用・管理の人材が不足」と回答した企業の割合が 40.9%と最も高く、次いで「ウイルス感染に不安」(39.7%)、「運用・管理の費用が増大」(37.1%)となっている。

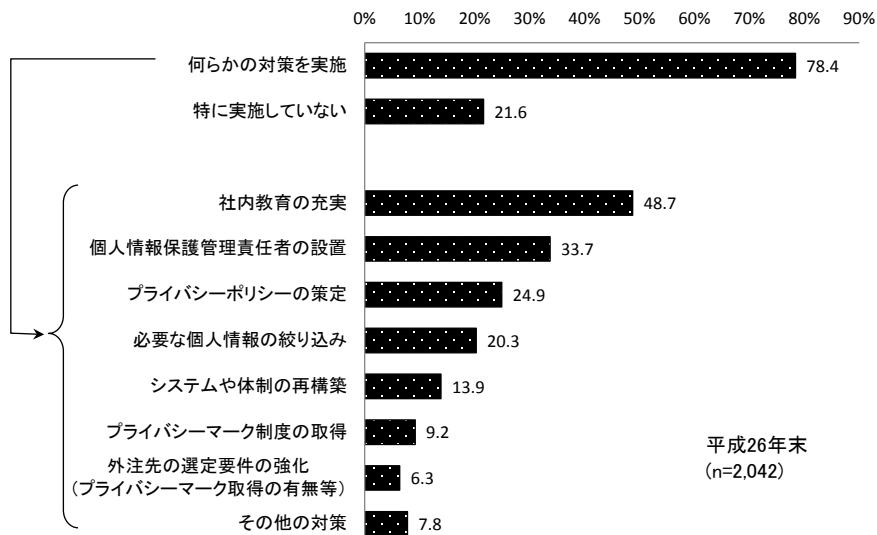
図表4-8 インターネット、企業内 LAN 等を利用する上での問題点(企業)  
(複数回答)(平成 26 年末)



### (6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）

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 78.4%となり、対策内容は「社内教育の充実」が 48.7%、「個人情報保護管理責任者の設置」が 33.7%、「プライバシーポリシーの策定」が 24.9%となっている。

図表4-9 個人情報保護対策の実施状況(企業)(複数回答)(平成 26 年末)

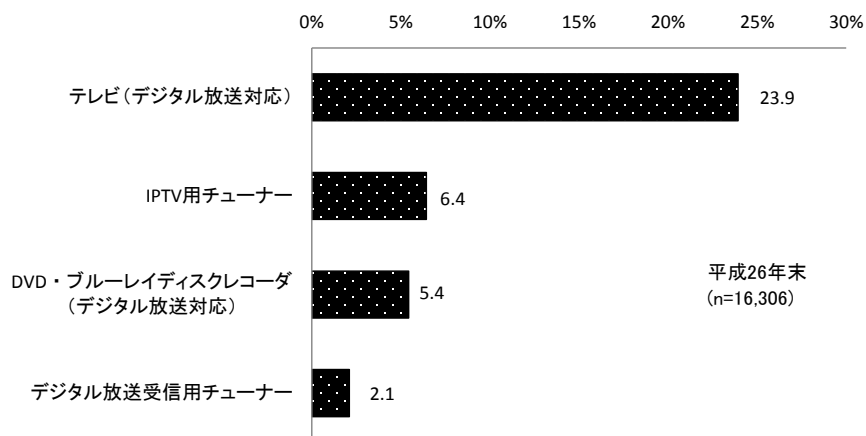


## 5 デジタルテレビ放送の利用状況

### (1) インターネット接続されているデジタルテレビ放送受信機器の保有状況（世帯）

インターネット接続されているテレビ（デジタル対応放送）を保有している世帯の割合は23.9%、IPTV用チューナーを保有している世帯は6.4%となっている。

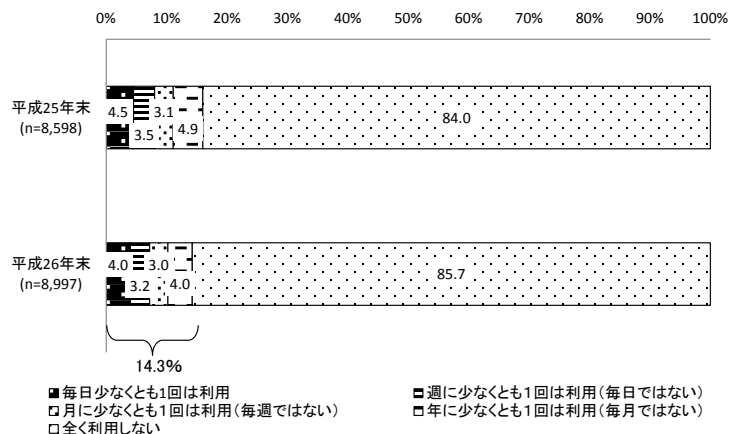
図表5-1 インターネット接続されているデジタルテレビ放送受信機器の保有状況（世帯）（平成26年末）



### (2) デジタルテレビのインターネット接続機能の利用状況（世帯）

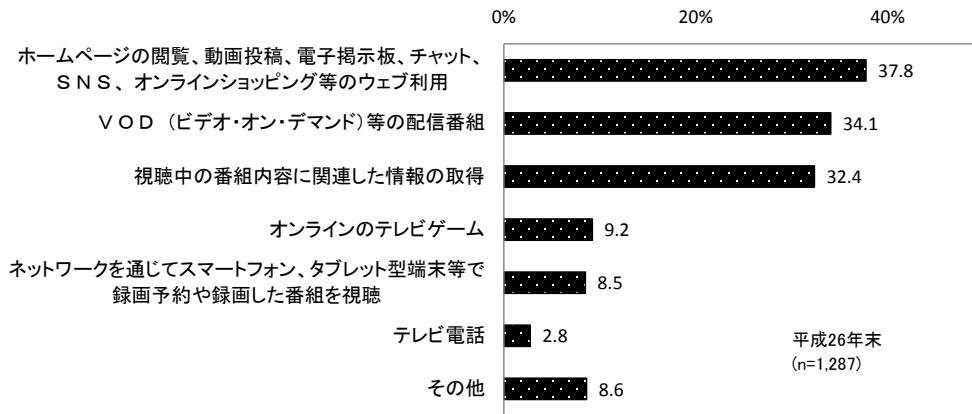
デジタルテレビ放送受信機器を保有している世帯の過去1年間にデジタルテレビのインターネット接続機能を利用した世帯の割合は14.3%となっている。インターネット接続機能の利用目的については、「ウェブ利用」の割合が37.8%と最も高く、次いで「VOD等の配信番組」(34.1%)となっている。

図表5-2 デジタルテレビのインターネット接続機能の利用状況（世帯）



(注) デジタルテレビ放送受信機器を保有している世帯に占める割合

図表5-3 インターネット接続機能の利用目的(世帯)(複数回答)(平成26年末)



(注) デジタルテレビ放送受信機器を保有している世帯に占める割合

(3) デジタルテレビのインターネット接続機能の利用意向 (世帯)

インターネット接続機能について、「利用してみたい」と回答した世帯の割合は 58.1%となり、利用目的は「VOD等の配信番組」が 27.1%、「テレビ電話」が 22.5%、「録画予約や録画した番組の視聴」が 21.6%となっている。

図表5-4 デジタルテレビのインターネット接続機能の利用意向(世帯)(複数回答)

