

平成18年5月19日

平成17年「通信利用動向調査」の結果

総務省では、この度、平成17年末時点の世帯、企業及び事業所における情報通信サービスの利用状況、情報通信機器の保有状況等について調査した「通信利用動向調査」の結果を取りまとめました。

今回の調査結果のポイントは下記のとおりであり、また、概要は別添のとおりです。

【調査結果のポイント】

○ インターネット利用におけるモバイル化が更に進展。移動端末からのインターネット利用者数がパソコンからの利用者数をはじめて逆転。

個人のインターネット利用端末については、携帯電話等の移動端末の利用者数が前年末から1,098万人増加(18.8%増)して推計6,923万人に達し、パソコン利用者数(推計6,601万人)をはじめて逆転するなど、モバイル化が更に進展。[別添の1(3)(p2)]

インターネット利用者(推計8,529万人)の過半数(57.0%。推計4,862万人)は、パソコンと移動端末を併用。[1(3)(p2)]

○ ブロードバンド化が引き続き進展。光回線の利用率が伸びる一方、DSL回線の利用率ははじめて減少。

ブロードバンド回線の利用者数は、前年末と比べて460万人増加(10.8%増)して推計4,707万人となり、インターネット利用者に占める割合も55.2%に達するなど、ブロードバンド化が引き続き進展。[2(2)(p8)]

自宅パソコンをインターネットに接続している世帯の約3分の2(65.0%)が、またインターネット利用企業の68.1%が、ブロードバンド回線を使用。[2(1)(p8)、2(3)(p9)]

自宅パソコンに接続するブロードバンド回線の種類については、光回線の利用率が6.1%から14.8%に倍増した一方、DSL回線の利用率は39.2%から34.2%へと、はじめて減少。企業・事業所においても、同様の傾向。[2(1)(p8)、2(3)(p9)、2(4)(p9)]

○ インターネット利用者は引き続き増加

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8,529万人に達し、前年末から581万人増(7.3%増)と、引き続き増加。それに伴い、人口普及率も推計66.8%となり、4.5ポイント増加。[1(2)(p1)]

○ 世代間のデジタル・ディバイドは依然顕著

世代別、世帯年収別、男女別及び都市規模別によるインターネット利用率の差はそれぞれ前年末より縮小したものの、60歳以上の世代と他の世代の利用率の差は依然顕著(例えば、50代と60代前半で20ポイントの差)。[1(4)(p3)]

○ **携帯電話とパソコンの利用率の比較では、携帯電話が上位。パソコン利用率は、世代間での差異が携帯電話以上に顕著**

携帯電話利用率（71.9%）がパソコン利用率（56.7%）を約15ポイント上回っており、世代別に見てもほぼ同様であるが、「6～12歳」のみ約37ポイントの大差でパソコンが携帯電話より上位。

携帯電話利用率は、20代～40代では9割を超えており、60代後半でも約5割の高い利用率。一方、パソコン利用率は、20代～40代では7割を超えていたものが、50代で55%、60代後半で22.7%に落ち込んでおり、操作に相応の知識が必要なパソコンは、携帯電話以上に世代別デジタル・ディバイドが存在。[3(1)(p10)]

○ **IP電話は企業への普及が進む一方、世帯への普及は鈍化**

IP電話の企業普及率は、前年末から11.6ポイント増の39.4%と、約4割の企業に普及する一方、世帯普及率は2.3ポイント増の15.0%にとどまり、前回調査の伸び（5.4ポイント増）よりも鈍化。[3(4)(p13)]

○ **企業の個人情報保護の取組が一層進展**

情報通信ネットワーク利用企業のうち何らかの個人情報保護対策を実施しているところは、前年末から16.7ポイント増加して73.2%となり、企業の個人情報保護の取組が一層進展。対策内容は、「社内教育の充実」（45.7%）が最も多く、次いで「個人情報保護管理責任者の設置」（41.4%）の順。[5(4)(p25)]

【調査概要】

通信利用動向調査は、世帯（全体・構成員）、企業及び事業所を対象とし、統計報告調整法に基づく承認統計として平成2年から毎年実施（企業調査は、平成5年に追加し、平成6年を除き毎年実施。世帯構成員調査は、平成13年から実施）。

	世帯調査	企業調査	事業所調査
調査時期	平成18年1月		
対象地域	全 国	全 国	全 国
属性範囲・調査の単位数	世帯主が20歳以上（平成17年4月1日現在）である世帯及びその構成員	常用雇用者規模100人以上の企業（農業、林業、漁業及び鉱業を除く。）	常用雇用者規模5人以上の事業所（郵便業及び電気通信業を除く。）
サンプル数	6,400世帯	3,000企業	5,600事業所
有効回答数（率）	3,982世帯（12,879人） （62.2%）	1,406企業 （46.9%）	2,821事業所 （50.4%）
調査事項	情報通信サービスの利用状況、情報通信機器の保有状況等		
対象の選定方法	無作為抽出 （都市規模を層化基準とした層化二段抽出）	無作為抽出 （業種及び常用雇用者数を層化基準とした系統抽出）	無作為抽出 （業種及び常用雇用者数を層化基準とした系統抽出）
調査方法	郵送による調査票の配布及び回収		

連絡先：情報通信政策局総合政策課情報通信経済室
（担当：西垣課長補佐、鈴木官）
電 話：（直通）03-5253-5744
（FAX）03-5253-5721

平成17年通信利用動向調査の結果

目 次

1 インターネットの利用状況

(1) インターネット普及率（世帯、企業及び事業所）	1
(2) インターネット利用者数及び人口普及率（世帯構成員）	1
(3) インターネット利用端末の種類（世帯構成員）	2
(4) 属性別のインターネット利用率（世帯構成員）	3
(5) インターネット利用に関する属性別影響度（世帯構成員）	4
(6) インターネットの利用頻度（世帯構成員）	5
(7) インターネットの利用目的（世帯構成員）	6
(8) 電子商取引の実施状況（企業）	7
(9) ホームページの開設率（企業）	7

2 ブロードバンドの普及状況

(1) 自宅パソコンのインターネット接続回線の種類（世帯）	8
(2) ブロードバンド回線利用者数（世帯構成員）	8
(3) インターネット接続回線の種類（企業）	9
(4) インターネット接続回線の種類（事業所）	9

3 情報通信機器の利用状況

(1) 携帯電話及びパソコンの利用率（世帯構成員）	10
(2) 携帯電話及びパソコンの利用に関する属性別影響度（世帯構成員）	11
(3) 情報通信機器の保有状況（世帯）	12
(4) IP電話の普及状況（企業・世帯）	13
(5) ユビキタス関連ツールの普及率（企業）	14
(6) 端末配備状況（企業）	16
(7) 情報通信機器の保有状況（事業所）	16

4 ネットワークの構築状況

(1) 家庭内LANの構築率（世帯）	17
(2) 企業内通信網の構築状況（企業）	18
(3) 企業間通信網の構築状況（企業）	19
(4) 企業通信網の構築方法（企業）	20
(5) 企業通信網に使用する通信サービスの種類（企業）	21

5 安心・安全への取組状況

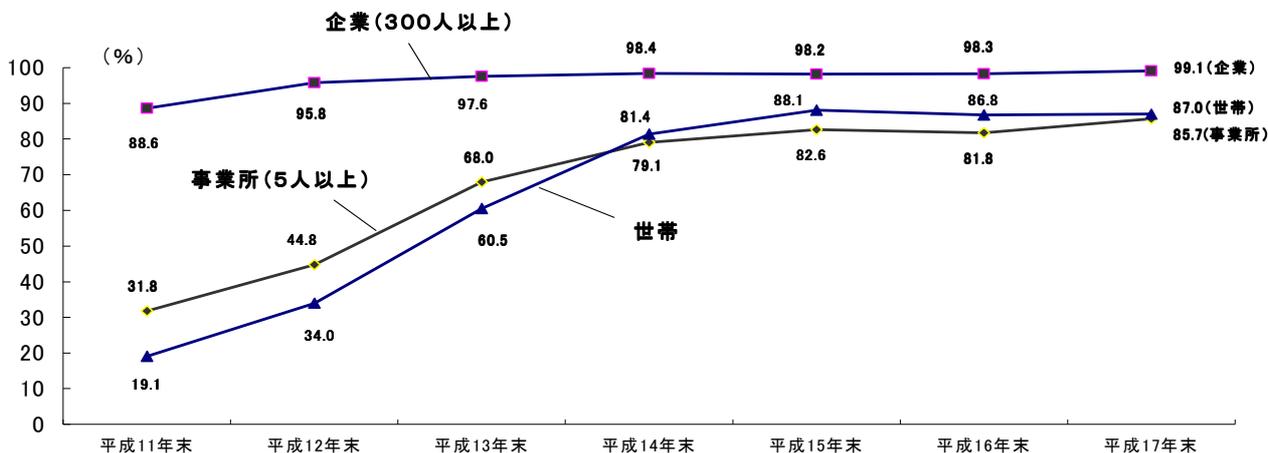
(1) インターネット利用上の不安・不満（15歳以上の世帯構成員）	22
(2) 個人情報保護対策の実施状況（世帯構成員）	23
(3) 情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）	24
(4) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	25
(5) 情報戦略統括役員(CIO)の設置状況（企業）	26

1 インターネットの利用状況

(1) インターネット普及率（世帯、企業及び事業所）

インターネットの世帯普及率は87.0%、企業普及率は99.1%に達しており最近は横ばい状態が継続。事業所普及率は85.7%と若干上昇。

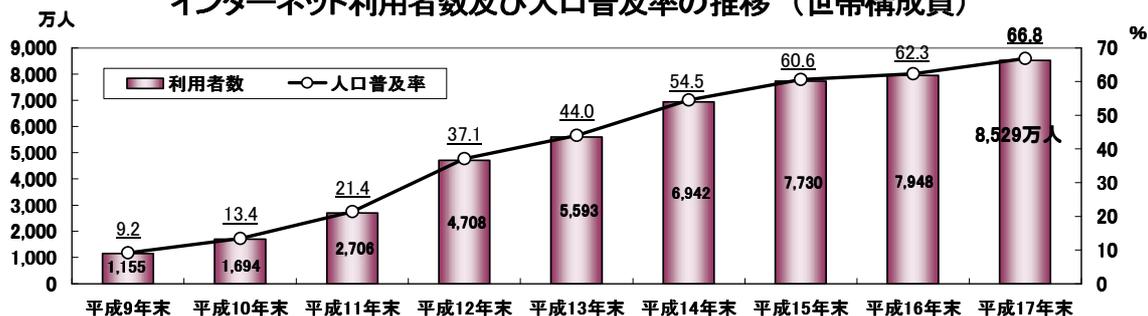
世帯、企業及び事業所におけるインターネット普及率



(2) インターネット利用者数及び人口普及率（世帯構成員）

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8,529万人に達し、前年末から581万人増(7.3%増)と、引き続き増加。それに伴い、人口普及率も推計66.8%となり、4.5ポイント増加。

インターネット利用者数及び人口普及率の推移（世帯構成員）



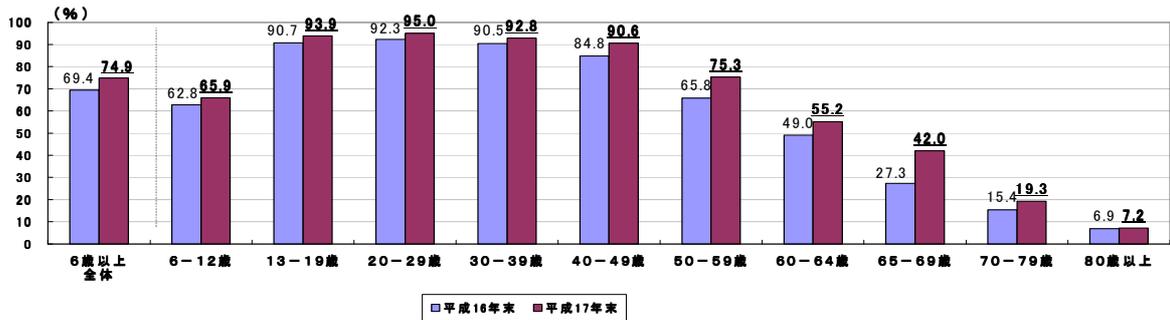
- (注) ① インターネット利用者数(推計)は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム機等あらゆるものを含み(当該機器を所有しているか否かは問わない。)、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
- ② 人口普及率(推計)は、本調査で推計したインターネット利用人口8,529万人を、平成17年10月の全人口推計値1億2,771万人(国立社会保障・人口問題研究所「我が国の将来人口推計(中位推計)」)で除したものである。
- ③ 平成9～12年末までの数値は「通信白書」から抜粋。平成13～17年末の数値は、通信利用動向調査における推計値。
- ④ 調査対象年齢については、平成11年調査までは15歳～69歳であったが、その後の高齢者及び小中学生の利用増加を踏まえ、平成12年調査は15歳～79歳、平成13年調査以降は6歳以上に拡大したため、これらの調査結果相互間では厳密な比較はできない。

(4) 属性別のインターネット利用率（世帯構成員）

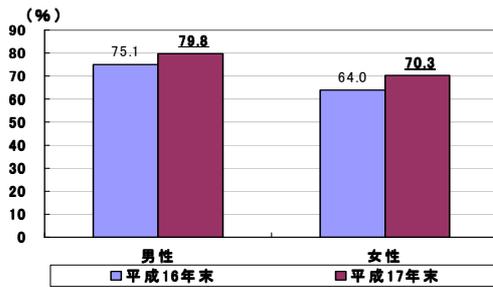
世代別、男女別、都市規模別及び所属世帯年収別によるインターネット利用率の差はそれぞれ前年末より縮小したものの、60歳以上の世代と他の世代の利用率の差は依然顕著(例えば、50代と60代前半で20ポイントの差)。

属性別のインターネット利用率（世帯構成員）

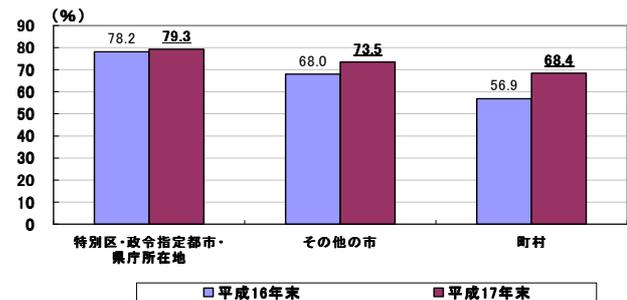
① 世代別



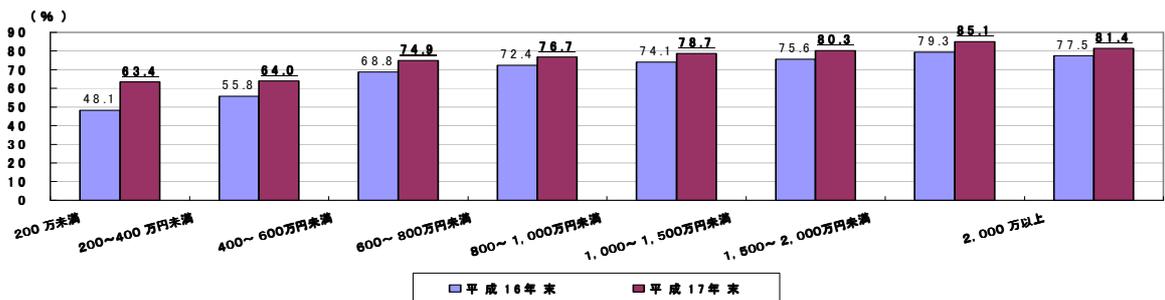
② 男女別



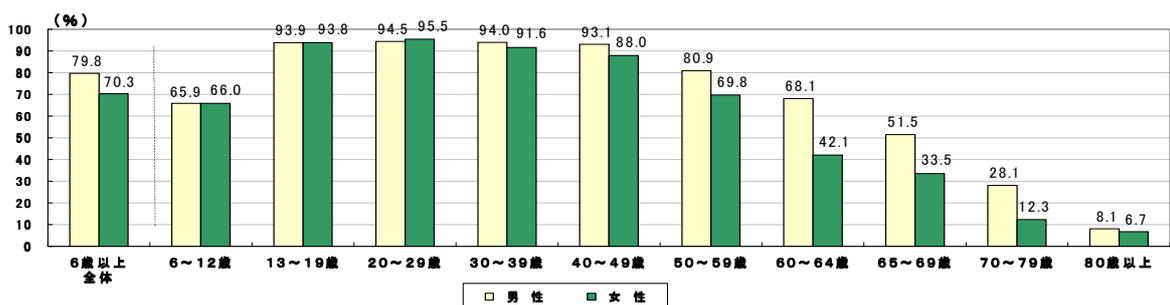
③ 都市規模別



④ 所属世帯年収別



⑤ 男女・世代別（平成17年末）

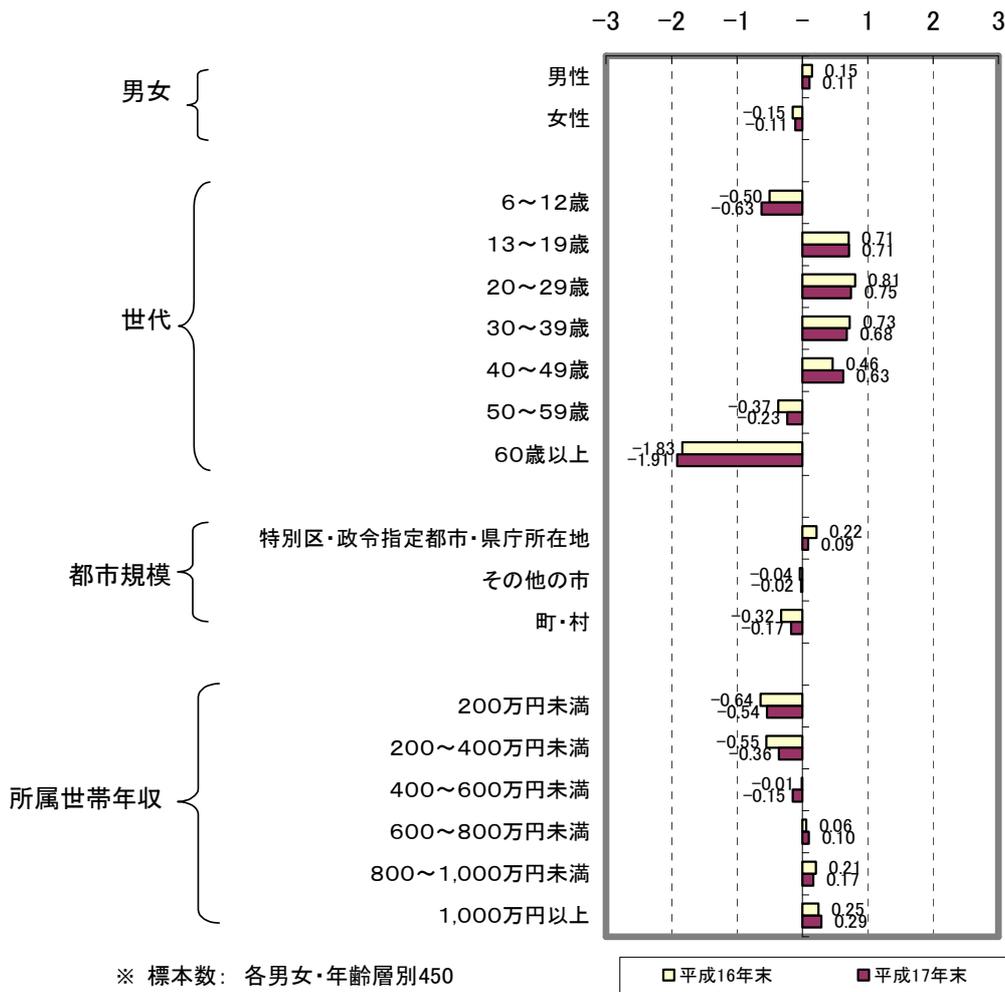


(5) インターネット利用に関する属性別影響度（世帯構成員）

インターネット利用に関する属性別影響度については、「世代」が最も大きく、次いで「所属世帯年収」であるが、「都市規模」及び「男女」の影響度は比較的小。

「世代」については、「12歳以下」及び「50歳以上」では影響度はマイナス(利用阻害要因)となっており、特に「60歳以上」の影響が顕著。「所属世帯年収」では、「年収600万円未満」では影響度がマイナスであるが、「600万円以上」ではプラス(利用促進要因)。

インターネット利用に関する属性別影響度（世帯構成員）



レンジ

	平成16年末	平成17年末
男女	0.30	0.22
世代	2.64	2.66
都市規模	0.54	0.26
所属世帯年収	0.88	0.84

(注) 影響度は、数量化Ⅱ類(※)を用いた多変量解析結果による。数値がプラスの場合はインターネットの利用促進要因、マイナスの場合は利用阻害要因であることを示し、数値が大きいほど影響度が大きくなる。

※ 数量化Ⅱ類：被説明変数・説明変数とも質的データで与えられている場合の多変量解析手法。ここでは、インターネットの利用の有無を被説明変数、各属性を説明変数として、属性のカテゴリごとの影響度(カテゴリースコア)を求めている。

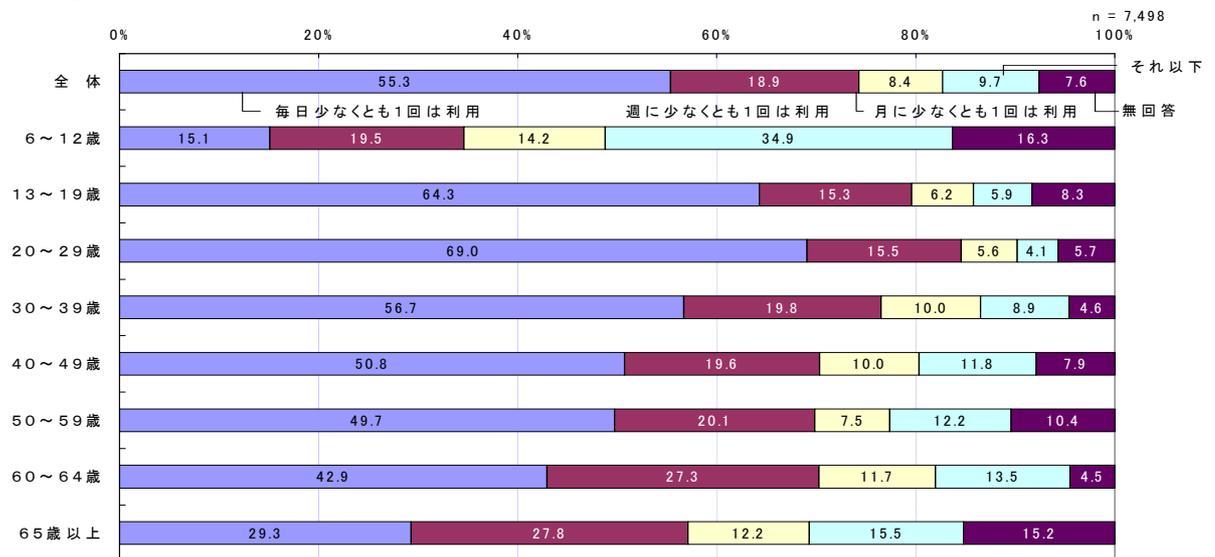
(6) インターネットの利用頻度（世帯構成員）

インターネット利用者(世帯構成員)のうち「毎日少なくとも1回は利用」する者の割合を見ると、携帯電話(55.3%)がパソコン(43.9%)より多く、11.4ポイントの差。

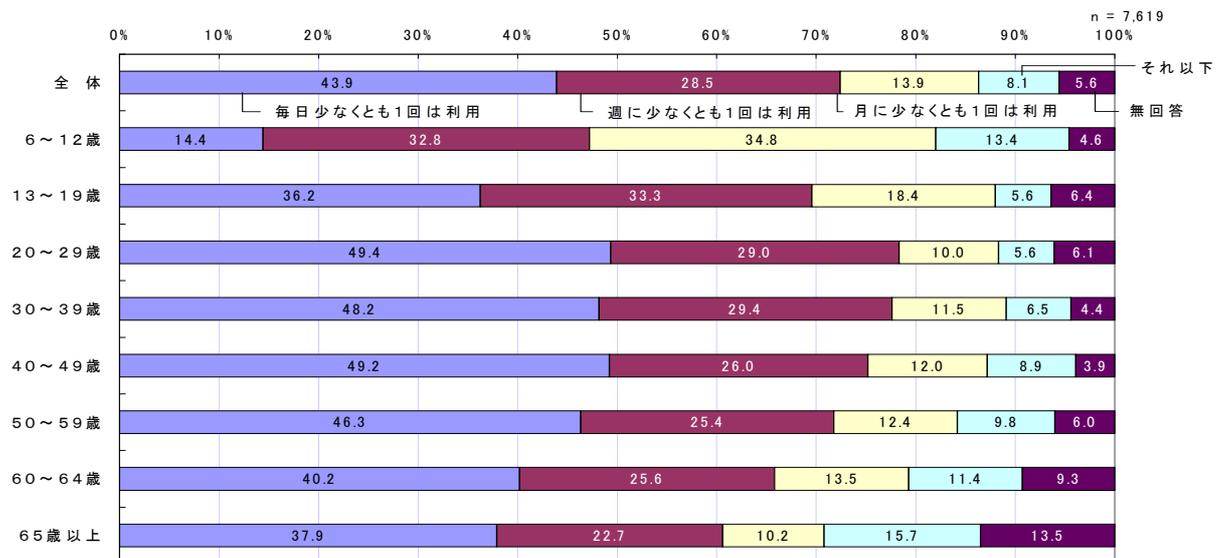
世代別に見ると、各世代とも携帯電話がパソコンを上回っているが、携帯電話では「13～19歳」及び20代の若年層が6割を超え、他の世代よりやや突出しているのに対し、パソコンでは、「13～19歳」が36.2%と他の年代より低い一方、20代から50代までは40%台後半で推移。また、「6～12歳」では、携帯電話、パソコンとも14～5%と、毎日利用する者は少数。

インターネットの利用頻度（世帯構成員）

① 携帯電話



② パソコン

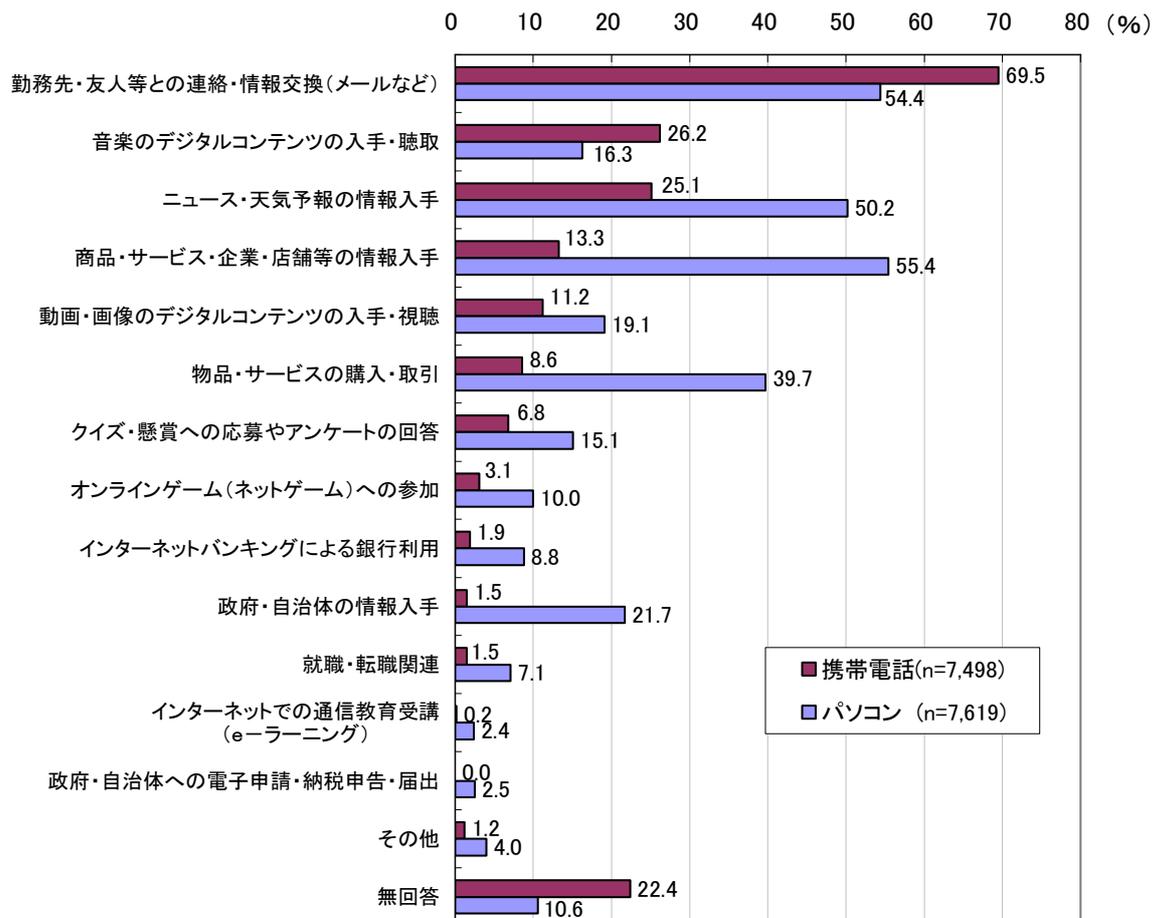


(7) インターネットの利用目的（世帯構成員）

インターネットの利用目的については、携帯電話では、「勤務先・友人等との連絡・情報交換（メールなど）」が69.5%と突出して多く、次に「音楽のデジタルコンテンツの入手・聴取」（26.2%）、「ニュース・天気予報の情報入手」（25.1%）が続いており、移動中の情報交換・入手が可能という携帯電話の特性を活かした利用目的となっていることがうかがわれるのに対して、パソコンでは、「商品・サービス・企業・店舗等の情報入手」（55.4%）、「勤務先・友人等との連絡・情報交換（メールなど）」（54.4%）、「ニュース・天気予報の情報入手」（50.2%）がいずれも50%台で並んでおり、携帯電話のような突出した目的はなし。

両者を比較すると、携帯電話がパソコンを上回っているのは、「勤務先・友人等との連絡・情報交換（メールなど）」及び「音楽のデジタルコンテンツの入手・聴取」のみであり、それ以外はパソコン利用の方が多いが、特に、「商品・サービス・企業・店舗等の情報入手」、「物品・サービスの購入・取引」及び「ニュース・天気予報の情報入手」における相違が顕著。

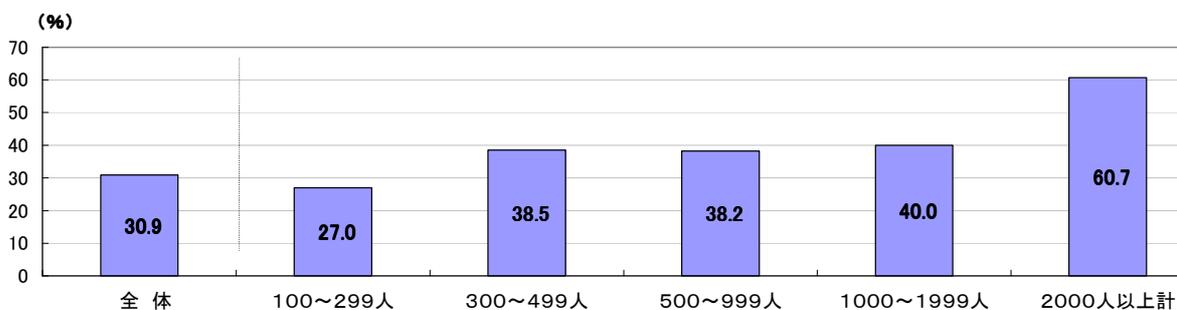
インターネットの利用目的（世帯構成員）



(8) 電子商取引の実施状況（企業）

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30.9%であるが、「100～299人」の27.0%に対し、「2000人以上」では60.7%と倍以上になっており、従業員規模による差が顕著。

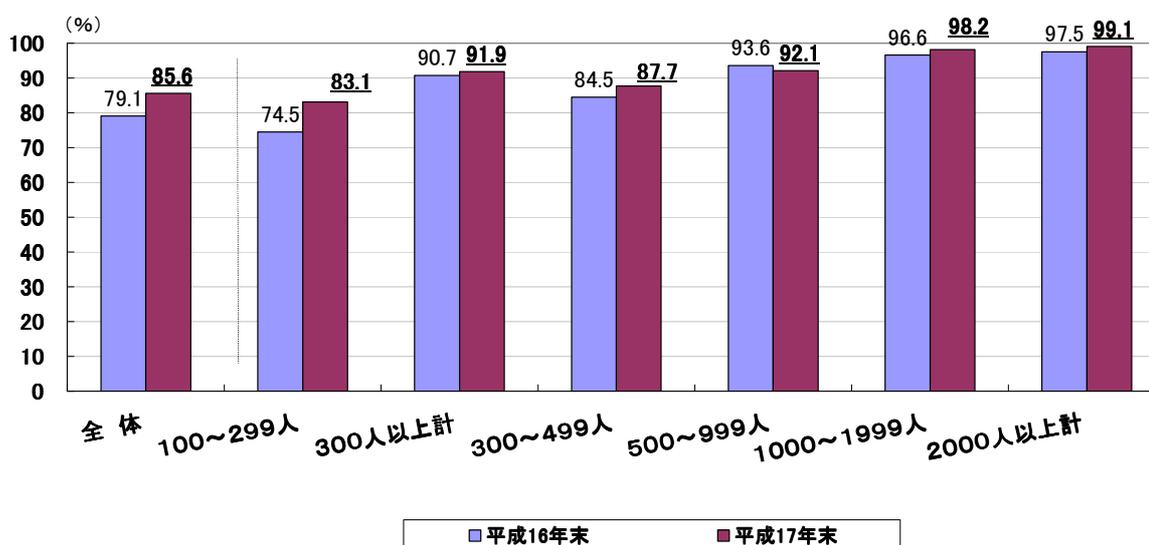
電子商取引の実施状況（企業）(従業員規模別)



(9) ホームページの開設率（企業）

大多数(85.6%)の企業がホームページを開設しており、情報発信手段として相当に普及。従業員規模別では、大企業ほど開設率が高く、2000人以上の企業ではほぼ100%であるが、中小企業の開設率も上がってきており、格差は徐々に縮小傾向。

ホームページの開設率（企業）

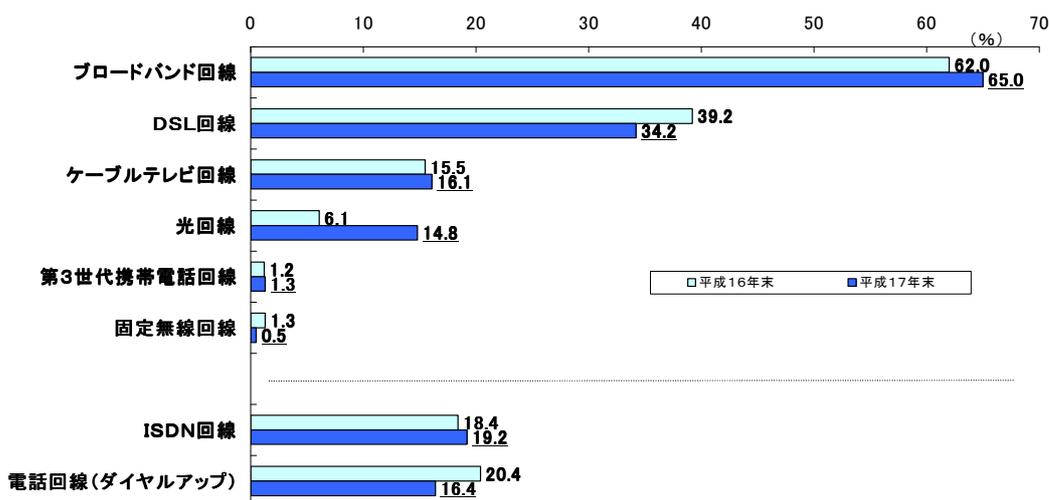


2 ブロードバンドの普及状況

(1) 自宅パソコンのインターネット接続回線の種類（世帯）

ブロードバンド回線の割合は、65.0%と約3分の2に達したが、前年末からの伸びは僅少（3.0ポイント）。光回線の利用率が6.1%から14.8%に倍増した一方、DSL回線の利用率は39.2%から34.2%へと、はじめて減少。

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）

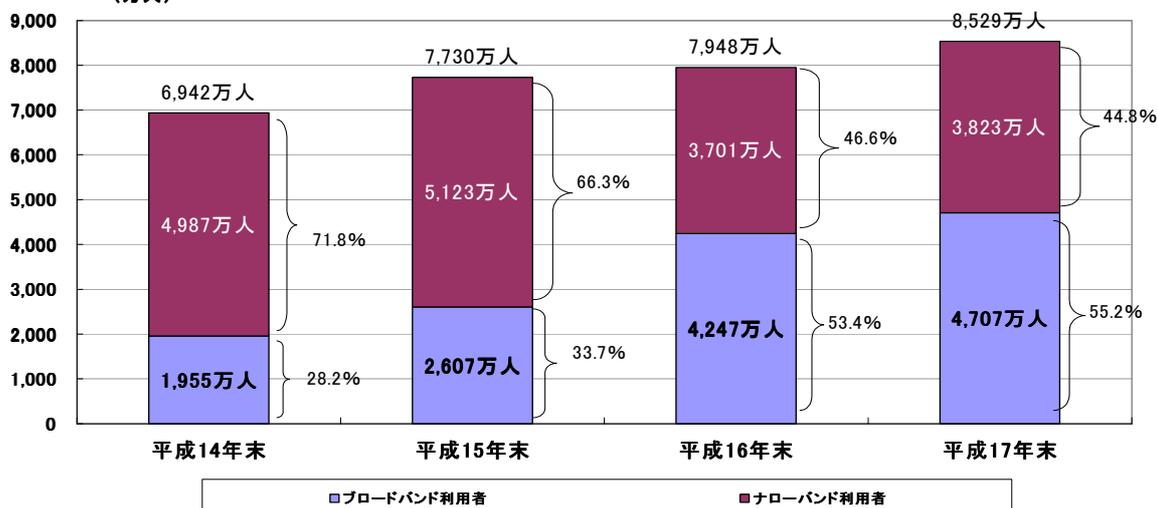


- (注) ① 集計対象は、「自宅」の「パソコン」からのインターネット利用世帯。
 ② 「ブロードバンド回線」は、DSL回線、ケーブルテレビ回線（CATV回線）、光回線（FTTH回線）、第3世代携帯電話回線（パソコンに接続して使う場合のみ）及び固定無線回線
 ③ 「ナローバンド回線」には、上記以外に携帯電話回線、PHS回線等がある。

(2) ブロードバンド回線利用者数（世帯構成員）

ブロードバンド回線の利用者は推計4,707万人に達し、前年末から460万人増加（10.8%増）と、引き続き増加。インターネット利用者に占める割合は55.2%であり、前年末から1.8ポイント増加。

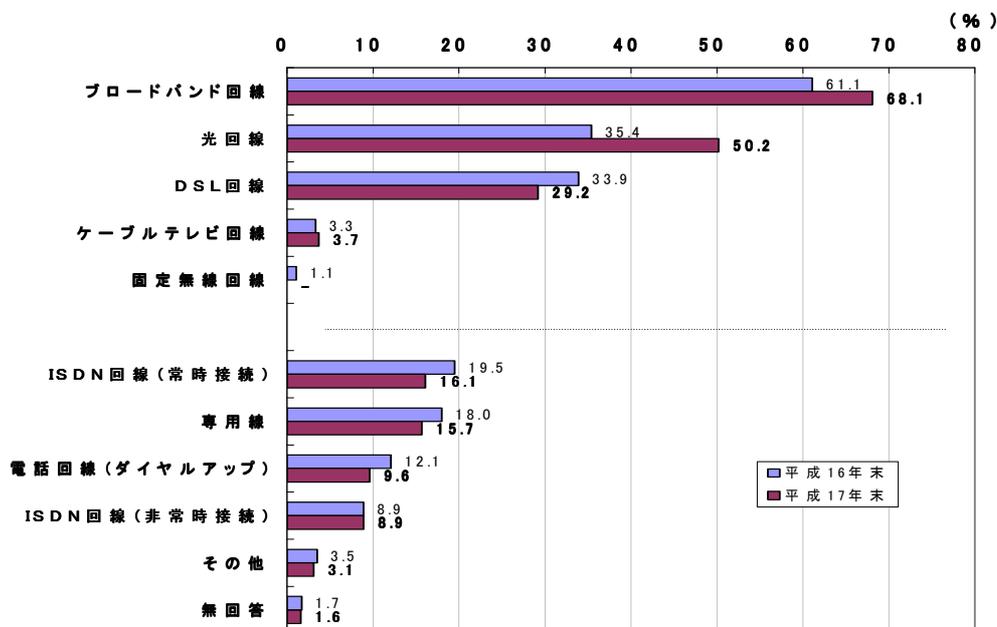
ブロードバンド回線及びナローバンド回線の利用者数（推計）の推移（世帯構成員）
 (万人)



(3) インターネット接続回線の種類（企業）

インターネット利用企業のうちブロードバンド回線利用は68.1%に達し、ブロードバンド化が更に進展。光回線の利用率が35.4%から50.2%に増加した一方、DSL回線の利用率は33.9%から29.2%へと、はじめて減少。

インターネット接続回線の種類（企業）（複数回答）

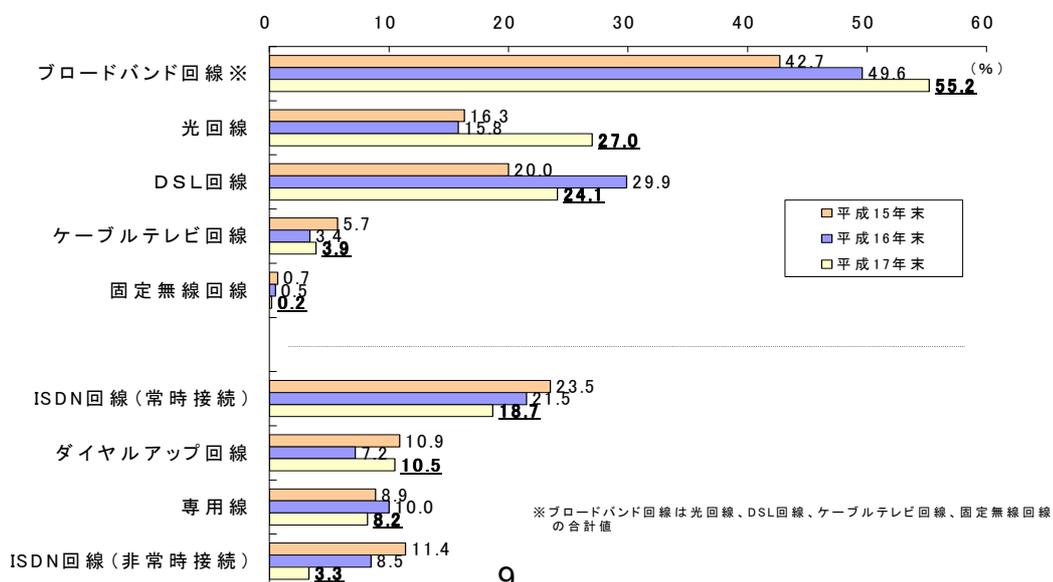


(注)「ブロードバンド回線」:光回線、DSL回線、ケーブルテレビ回線、固定無線回線

(4) インターネット接続回線の種類（事業所）

インターネット利用事業所のブロードバンド回線利用率は前年末の49.6%から55.2%へ5.6ポイント増加。光回線の利用率が15.8%から27.0%に増加した一方、DSL回線の利用率は29.9%から24.1%へと、はじめて減少。

インターネット接続回線の種類別の推移（事業所）



3 情報通信機器の利用状況

(1) 携帯電話及びパソコンの利用率（世帯構成員）

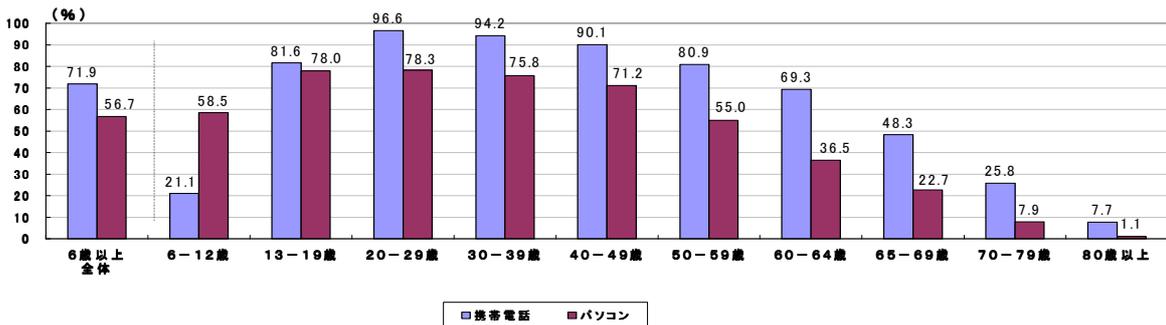
全体では、携帯電話利用率(71.9%)がパソコン利用率(56.7%)を約15ポイント上回っており、世代別に見てもほぼ同様であるが、「6～12歳」のみ約37ポイントの大差でパソコン利用率が上位。

携帯電話利用率は、20代～40代では9割を超えており、60代後半でも約5割の高い利用率。一方、パソコン利用率は、20代～40代では7割を超えていたものが、50代で55%、60代後半で22.7%に落ち込んでおり、操作に相応の知識が必要なパソコンは、携帯電話以上に世代別デジタル・ディバイドが存在。

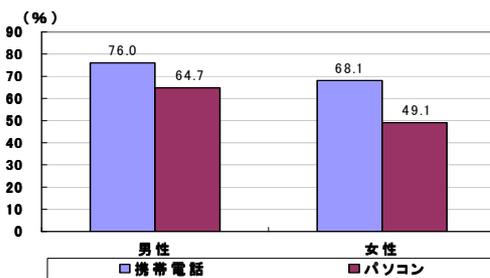
男女別、都市規模別及び所属世帯年収別でも、携帯電話よりもパソコンの方が利用率の差が顕著。所属世帯年収別では、年収が上がるに連れて携帯電話との差が縮小傾向。

携帯電話及びパソコンの利用率（世帯構成員）

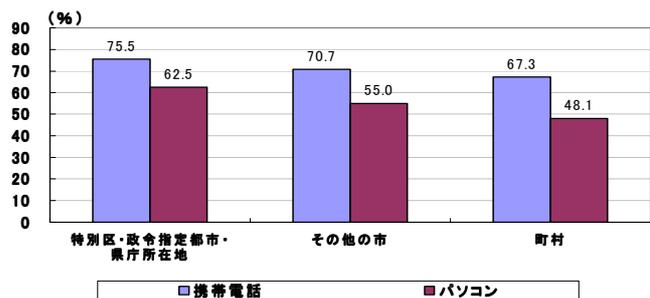
① 世代別



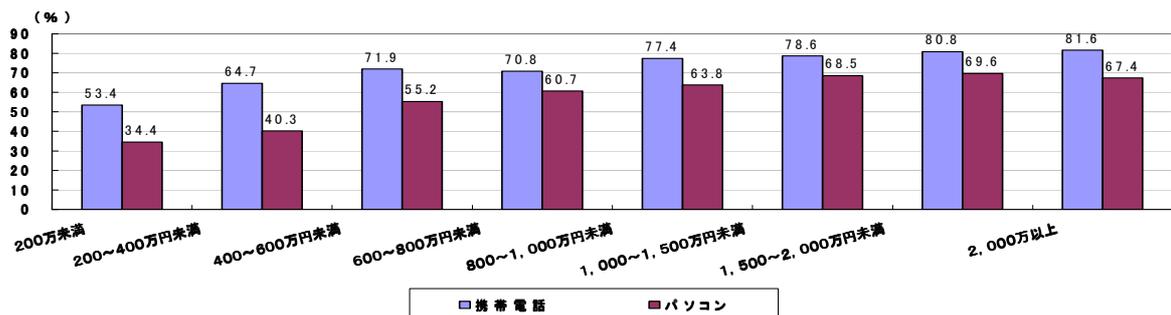
② 男女別



③ 都市規模別



④ 所属世帯年収別

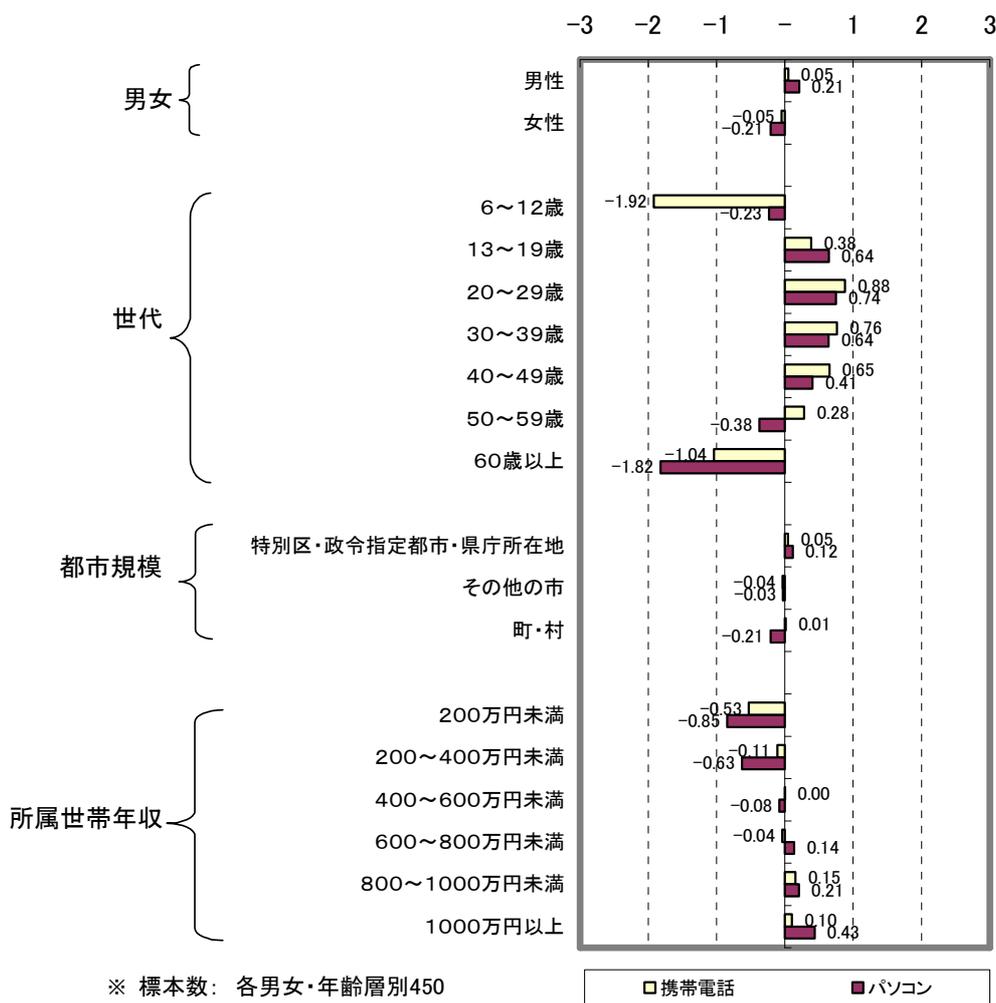


(2) 携帯電話及びパソコンの利用に関する属性別影響度（世帯構成員）

携帯電話及びパソコンの利用に関する属性別影響度については、携帯電話及びパソコンとも「世代」が最も大きく、次いで「所属世帯年収」であるが、総じて携帯電話よりもパソコンの方が影響度は大。

「世代」については、「12歳以下」及び「50歳以上」（パソコン）では影響度はマイナス（利用阻害要因）で、特に「60歳以上」の影響が顕著であること、「所属世帯年収」については特に「年収600万円未満」では影響度がマイナスであることなど、インターネット利用率と同様の傾向。

携帯電話及びパソコンの利用に関する属性別影響度（世帯構成員）



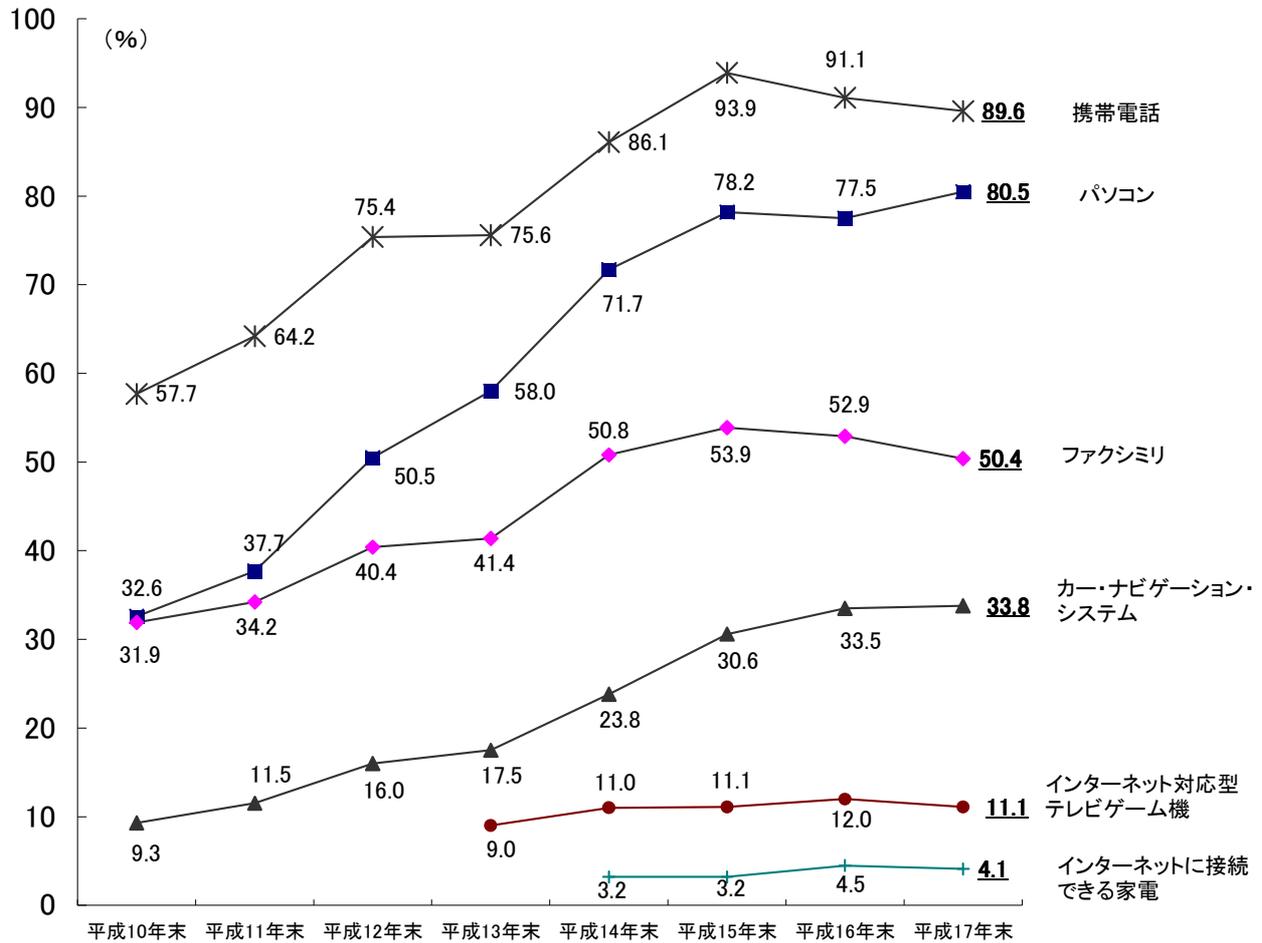
レンジ

	携帯電話	パソコン
男女	0.10	0.41
世代	2.80	2.57
都市規模	0.09	0.33
所属世帯年収	0.68	1.28

(3) 情報通信機器の保有状況（世帯）

携帯電話の世帯保有率は89.6%、パソコンは80.5%と既に大半の世帯に普及し、最近はやばい状態。ファクシミリも約5割の世帯に普及した後、横ばい状態で推移。

情報通信機器の世帯保有率の推移



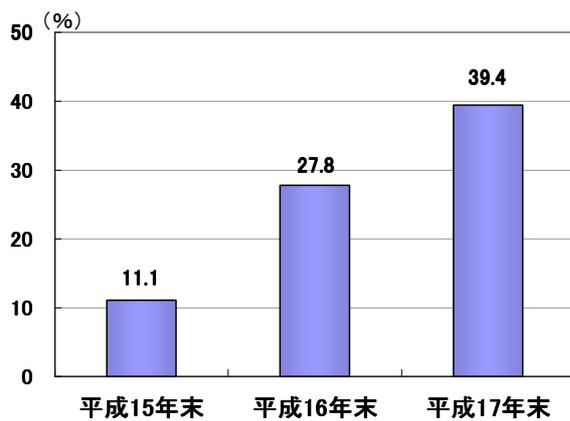
(注) インターネット対応型テレビゲーム機は平成13年から、インターネットに接続できる家電は平成14年からの調査項目。

(4) IP電話の普及状況（企業・世帯）

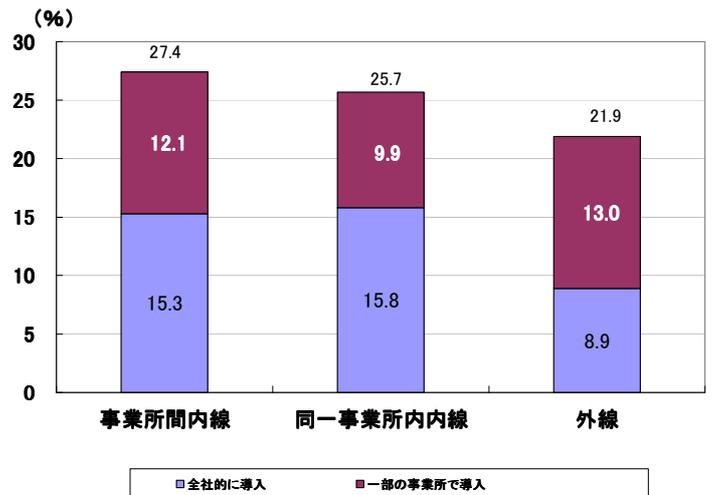
IP電話の企業普及率は前年末から11.6ポイント増の39.4%と約4割の企業に普及。企業の利用用途は、事業所間内線での導入率(27.4%)が最も高く、次いで同一事業所内内線(25.7%)、外線(21.9%)の順。

IP電話の世帯普及率は前年末から2.3ポイント増の15.0%にとどまり、前回調査の伸び(5.4ポイント増)よりも鈍化。

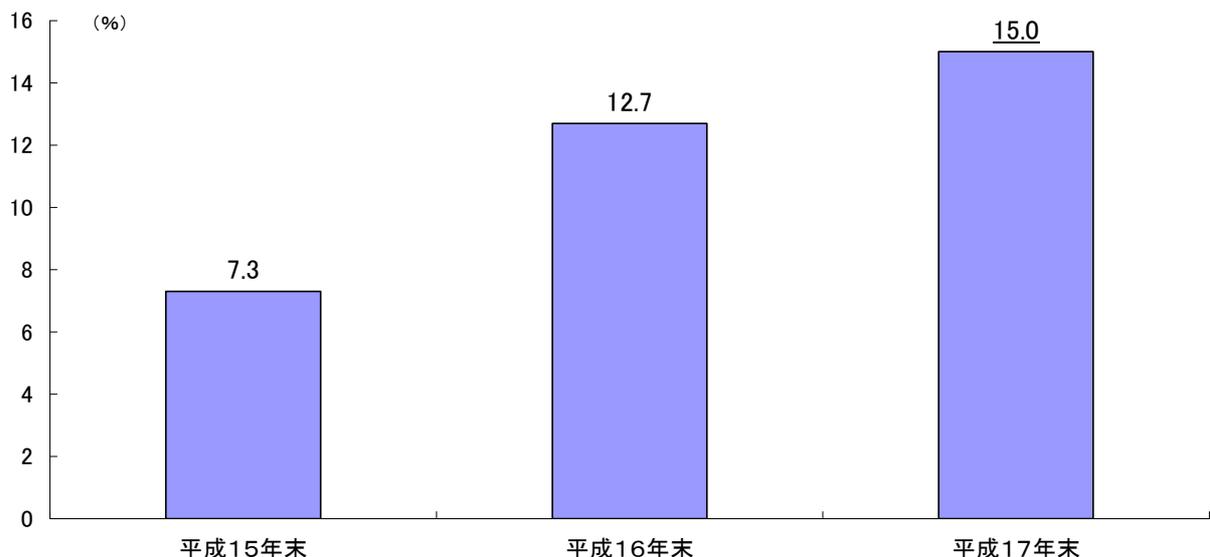
① IP電話の企業普及率



② IP電話の利用用途（企業）



③ IP電話の世帯普及率

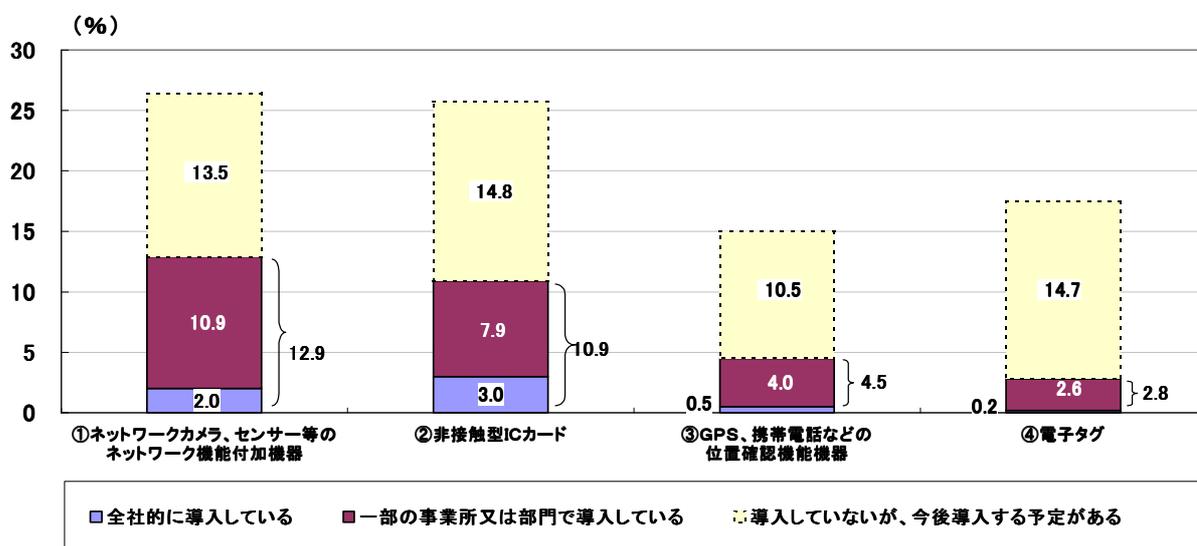


(5) ユビキタス関連ツール[※]の普及率（企業）

ユビキタス関連ツールの普及率は、多い順に、ネットワーク機能付加機器（ネットワークカメラ、センサー等。12.9%）、非接触型ICカード（10.9%）、位置確認機能機器（GPS、携帯電話等。4.5%）、電子タグ（2.8%）とまだ低い状況にあるが、いずれも、今後導入予定の企業が1割を超えており、今後の普及に期待。

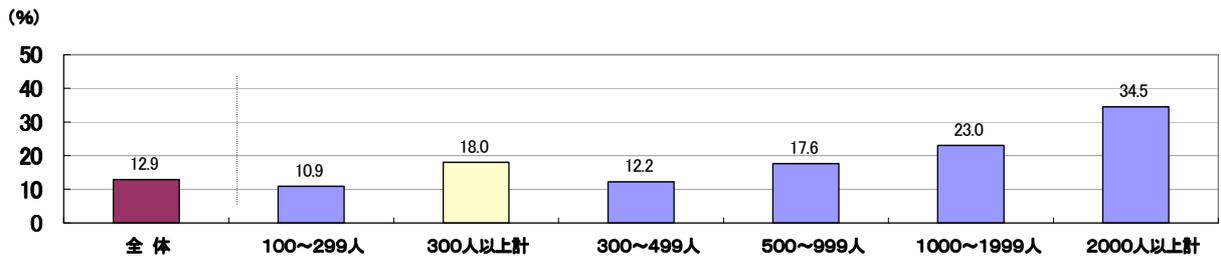
企業規模別に比較すると、「2000人以上」の企業の利用率がネットワーク機能付加機器の場合で34.5%、非接触型ICカードの場合で44.5%と相当普及しているのに対し、「100人～299人」の企業の場合はそれぞれ10.9%、7.3%にとどまっており、企業規模による差が顕著。

ユビキタス関連ツールの普及率（企業）

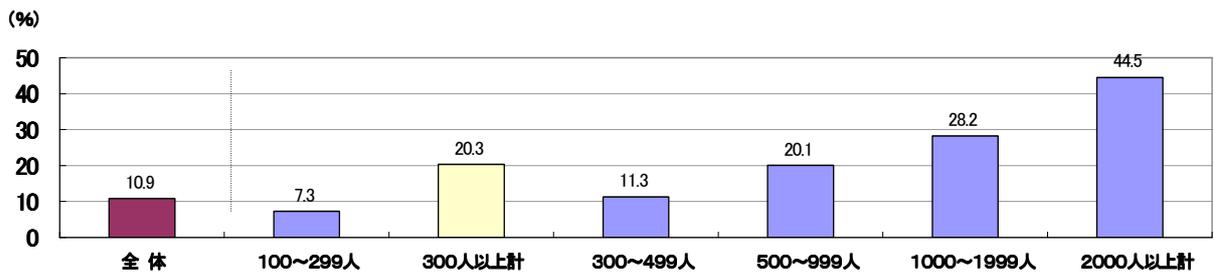


(※) ここでは、電子タグ(RFIDタグ)、非接触型ICカード、ネットワークカメラ、センサー、携帯電話などの位置確認機能など、次世代の通信機能を備えたビジネスツールの総称を「ユビキタス関連ツール」としている。

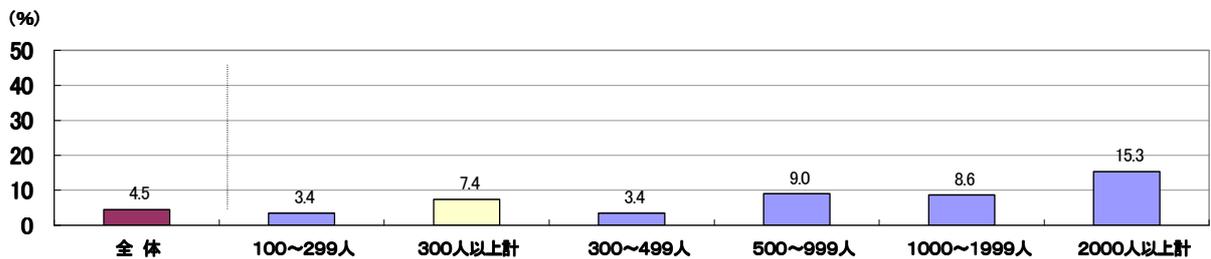
① ネットワークカメラ、センサー等のネットワーク機能付加機器の普及率



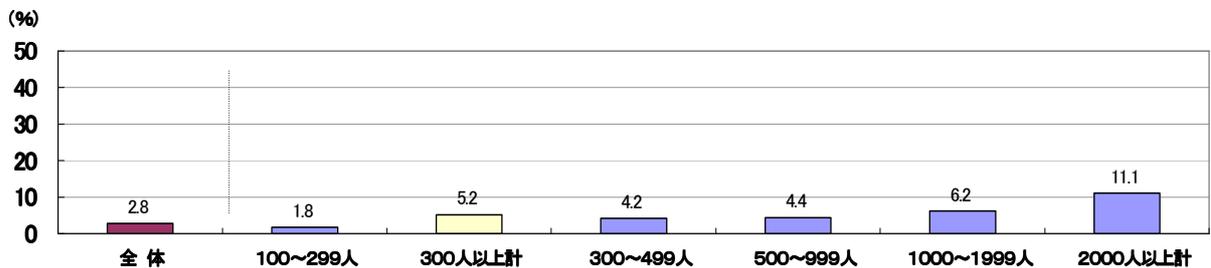
② 非接触型ICカードの普及率



③ GPS、携帯電話などの位置確認機能機器の普及率



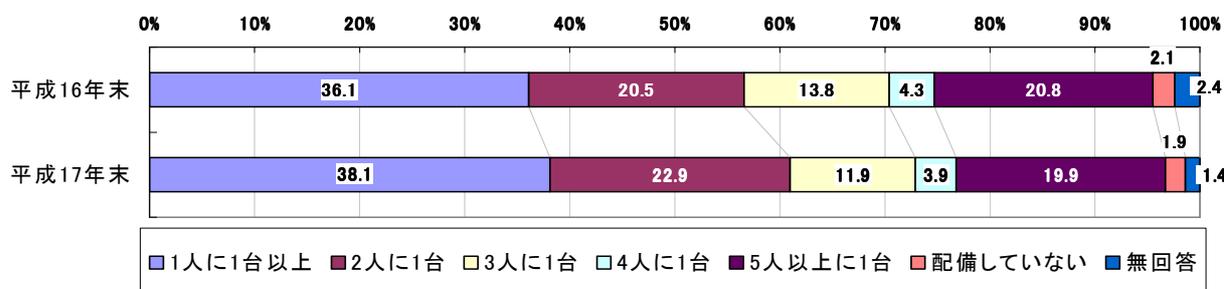
④ 電子タグの普及率



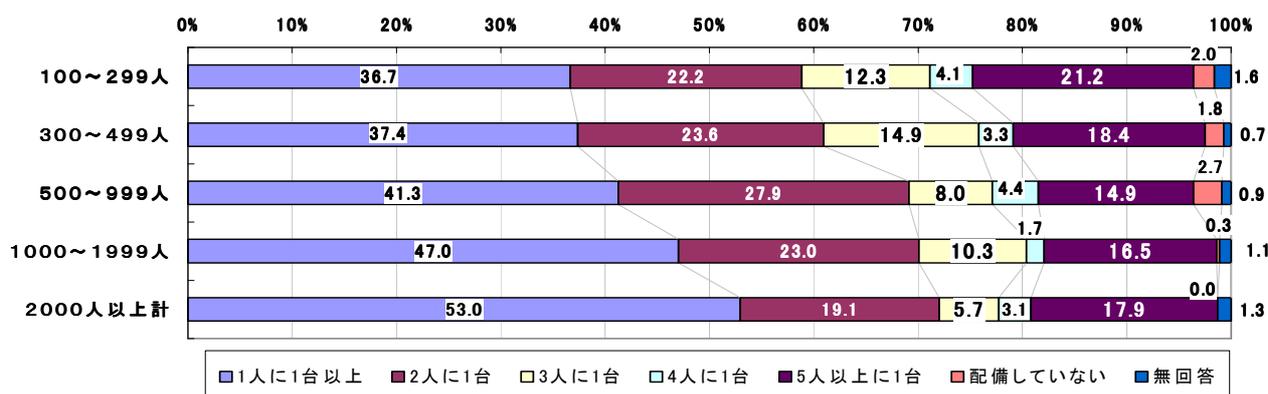
(6) 端末配備状況（企業）

企業内・企業間通信網又はインターネットに接続している端末の配備状況については、「1人に1台以上」が38.1%と最も多く、次いで「2人に1台」が22.9%となっており、「2人に1台」以上の企業は6割。従業員規模が大きい程、「1人に1台以上」の率が上昇。

端末配備状況（企業）



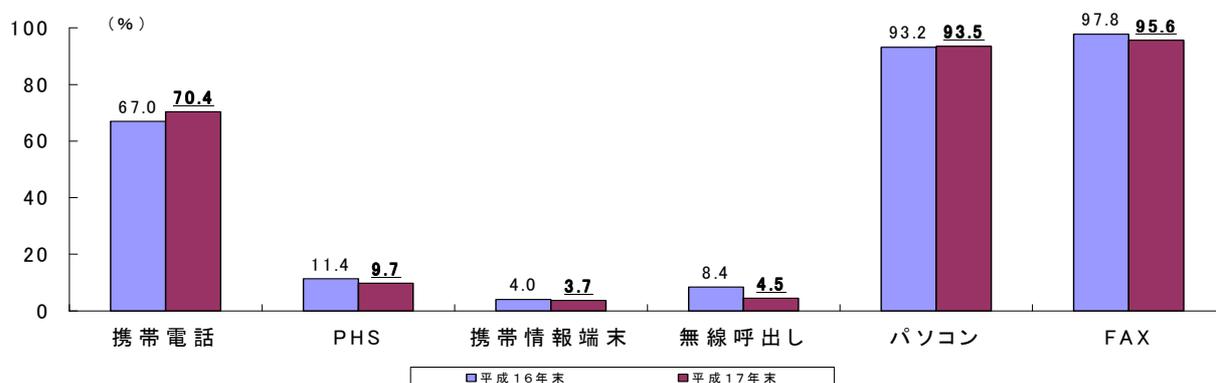
端末配備状況（企業）（従業員規模別）



(7) 情報通信機器の保有状況（事業所）

携帯電話の保有率が70.4%、パソコンが93.5%、FAXが95.6%と高率を維持しているのに対し、無線呼出しは前年末から3.9ポイント減の4.5%とほぼ半減。

情報通信機器の保有状況（事業所）



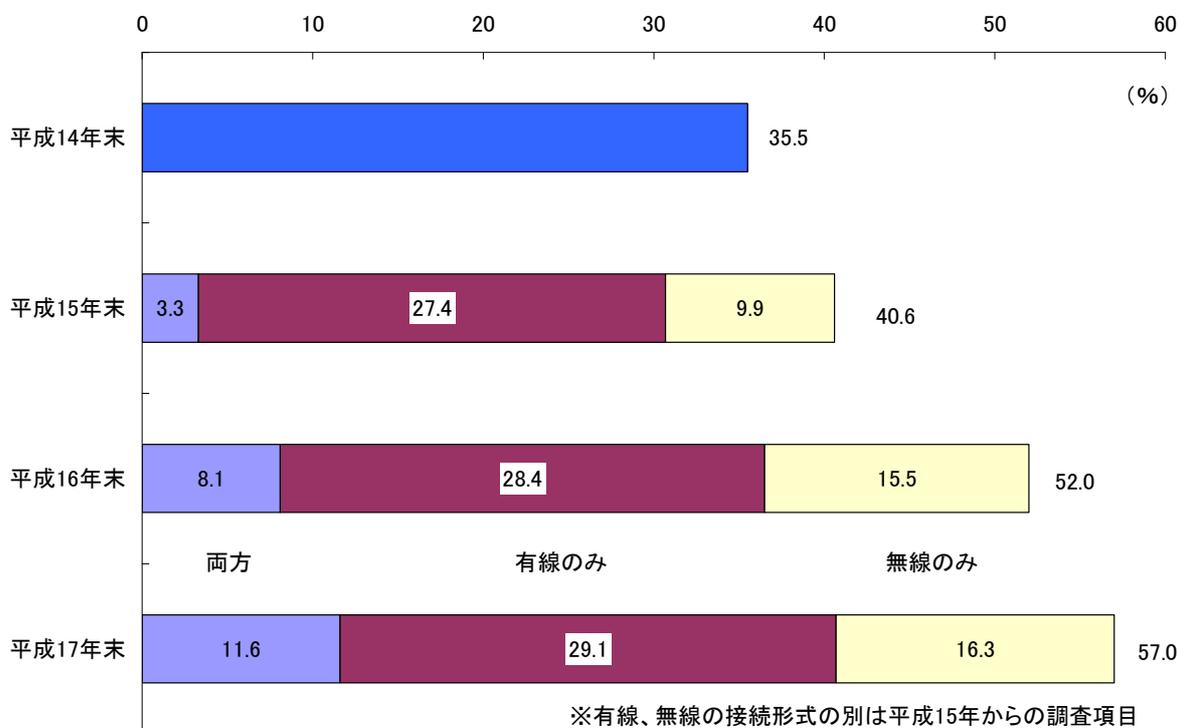
4 ネットワークの構築状況

(1) 家庭内LANの構築率（世帯）

パソコンを2台以上保有している世帯における家庭内LANの構築率は57.0%であり、前年末から5.0ポイント増加したが、前回の11.4ポイント増に比べ、伸び率が半分以下に鈍化。

家庭内LANの接続方法を見ると、全体の約半分は「有線のみ」であるが、伸び率を見ると0.7ポイント増にとどまっており、前回(1.0ポイント増)に引き続き、横ばい状態。「無線のみ」の伸び率は前回の5.6ポイント増から0.8ポイント増に急減したが、「有線・無線両方」は、3.5ポイント増と相対的に伸び率が大。

家庭内LANの構築率の推移（世帯）

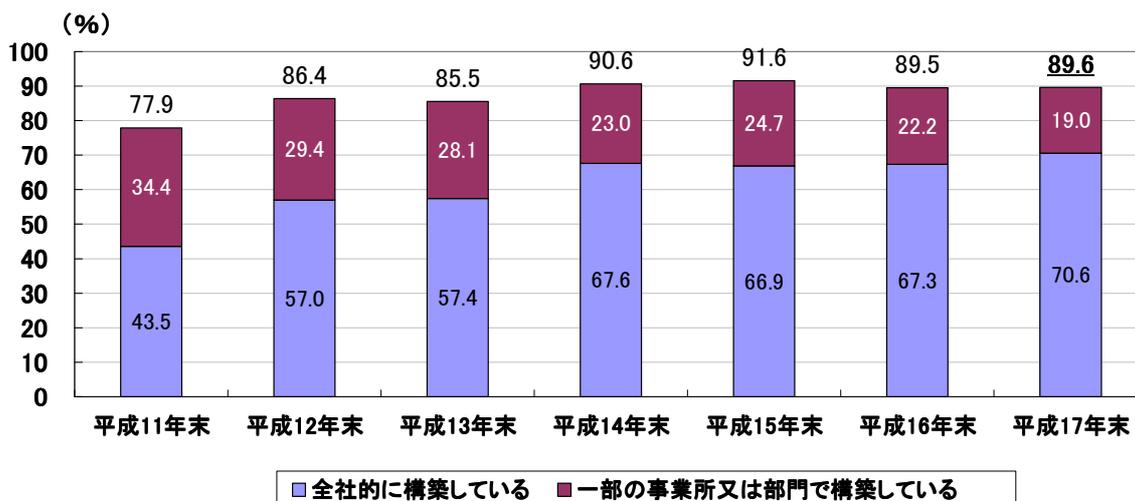


(2) 企業内通信網の構築状況（企業）

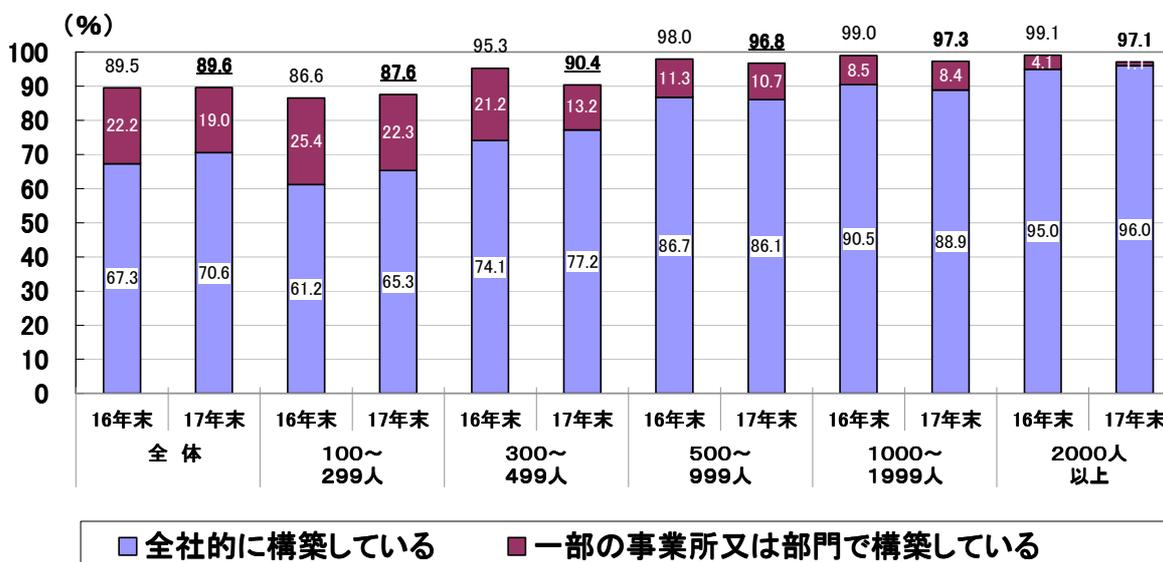
企業内通信網を構築している企業は89.6%に達しており、最近はほぼ横ばい状態で推移。

従業員規模別で見ると、「全社的に構築している」割合は、「100～299人」の65.3%に対し、「2000人以上」では96.0%に達し、従業員規模が大きいほど高率。一方、「一部の事業所又は部門で構築している」割合は、従業員規模が小さいほど高くなっており、「全社的に構築している」割合についての差を埋める形。

企業内通信網の構築率の推移（企業）



企業内通信網の構築率（企業）（従業員規模別）

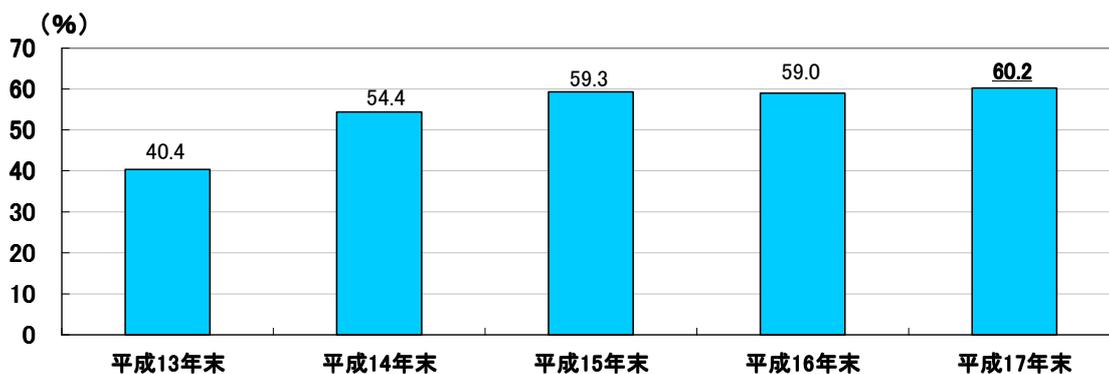


(3) 企業間通信網の構築状況（企業）

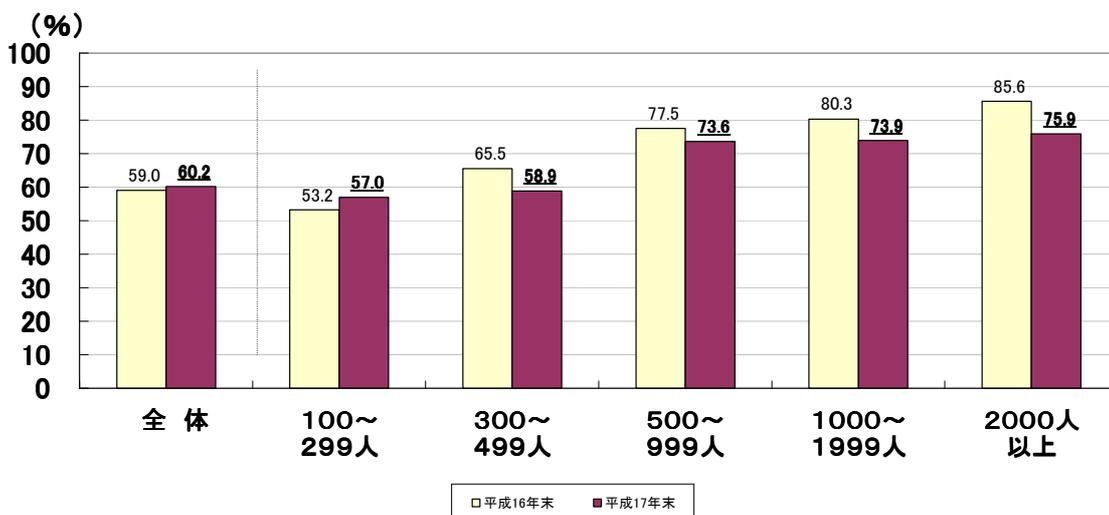
企業間通信網を構築している企業は60.2%であり、企業内通信網と同様、横ばい状態。

従業員規模別で見ると、規模が大きいほど構築率が高くなっており、「2000人以上」(75.9%)と「100～299人」(57.0%)を比較すると18.9ポイントもの差が存在。

企業間通信網の構築率の推移（企業）



企業間通信網の構築率（企業）(従業員規模別)

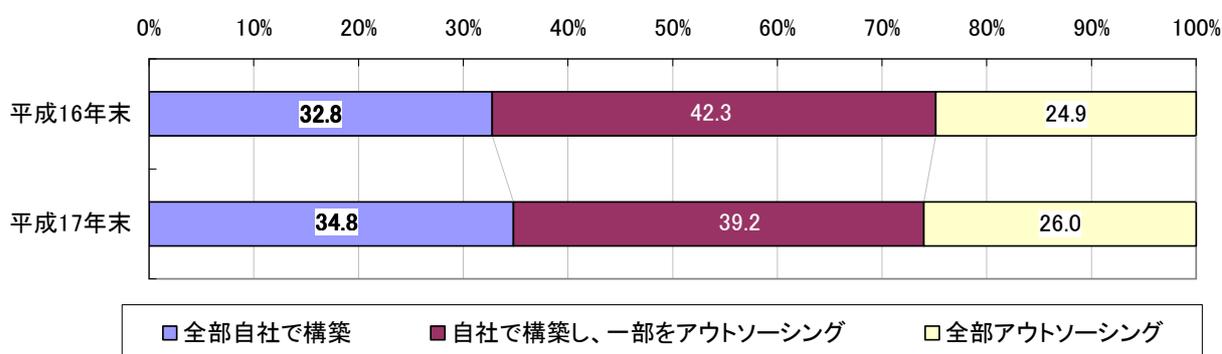


(4) 企業通信網の構築方法（企業）

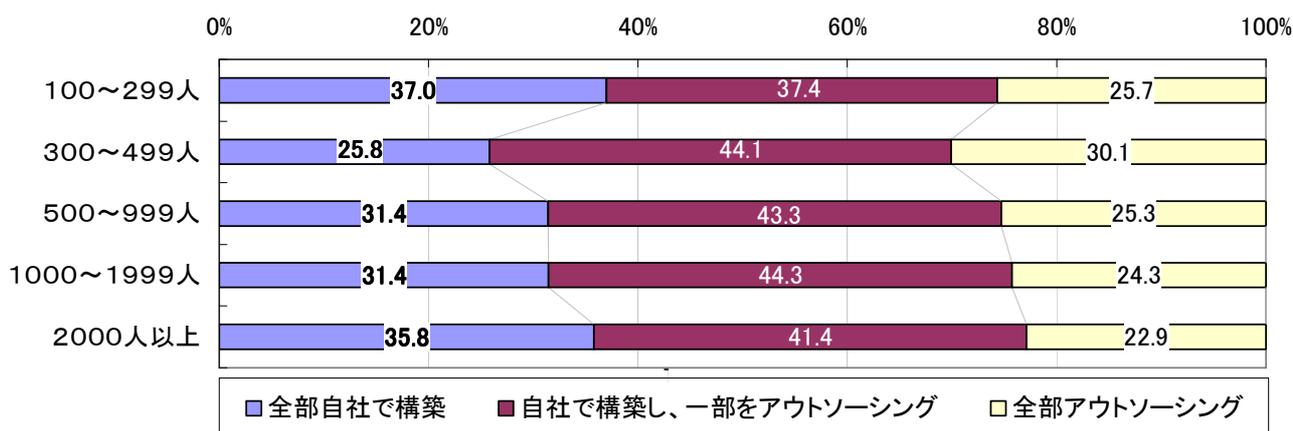
企業通信網の構築の際に、全部又は一部をアウトソーシングしている企業は65.2%であり、3社中2社がアウトソーシングを活用。

アウトソーシングの状況を従業員規模別で見ると、「100～299人」では63%の企業が全部又は一部をアウトソーシングしており、「300～499人」では74.2%に高まるものの、その後は従業員規模が大きくなるに連れて徐々に下がり、「2000人以上」では64.2%に低下し、その分「全部自社で構築」の割合が上昇。

企業通信網の構築方法（企業）



企業通信網の構築方法（企業）（従業員規模別）



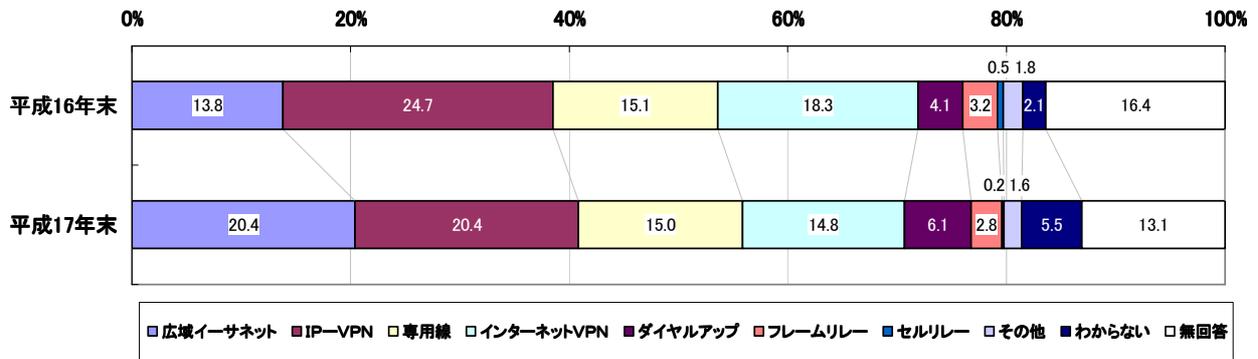
(注)四捨五入の関係で内訳の数値の合計は必ずしも100%とはならない。

(5) 企業通信網に使用する通信サービスの種類（企業）

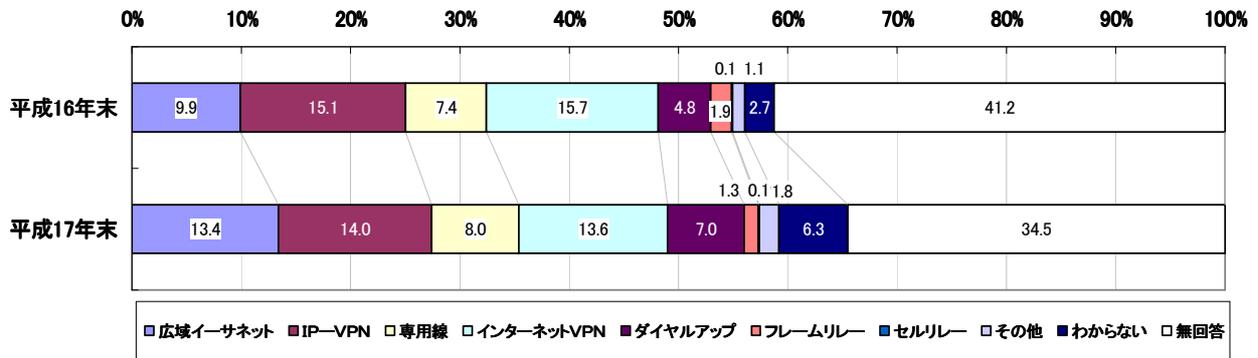
幹線系では「広域イーサネット」と「IP-VPN」が最も多く（ともに20.4%）、支線系では「IP-VPN」（14.0%）。

幹線系及び支線系とも「広域イーサネット」が伸びる一方、「IP-VPN」が減少。

企業通信網に使用する通信サービス <幹線系>（企業）



企業通信網に使用する通信サービス <支線系>（企業）



(注) ①「幹線系」: 主要拠点同士やコンピュータセンターを結ぶネットワーク。

②「支線系」: 中小規模の拠点を接続するネットワーク。

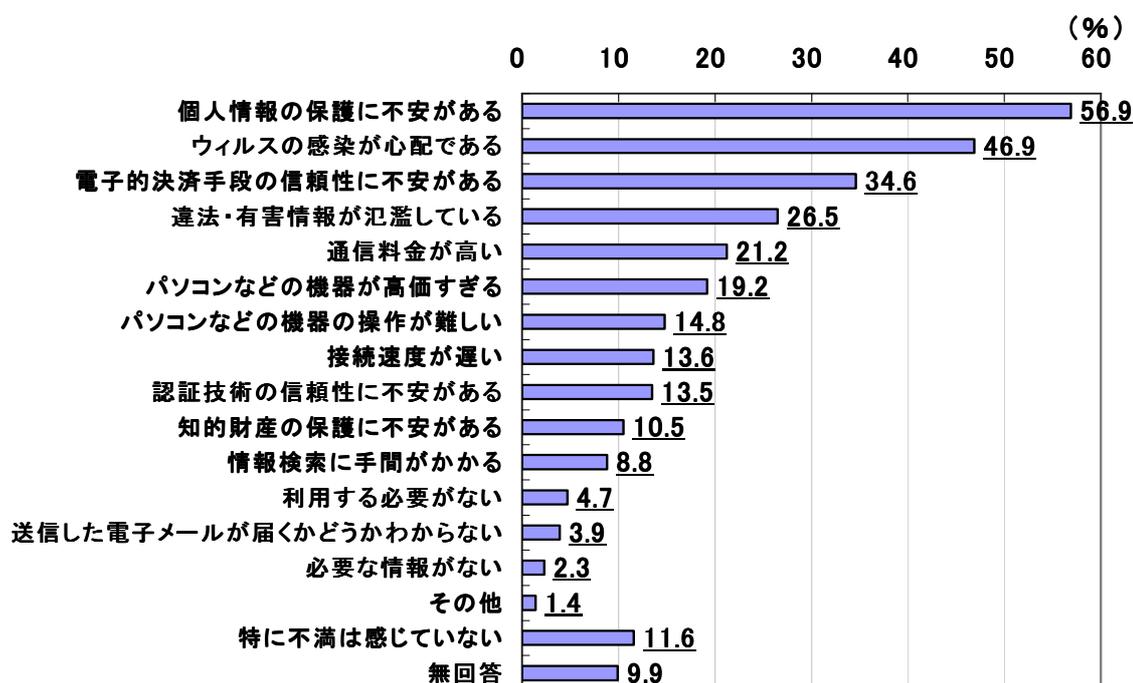
5 安心・安全への取組状況

(1) インターネット利用上の不安・不満（15歳以上の世帯構成員）

インターネット利用上の不安・不満については、「個人情報の保護に不安がある」が56.9%と最も多く、次いで「ウィルスの感染が心配である」(46.9%)、「電子的決済手段の信頼性に不安がある」(34.6%)の順。

なお、「特に不満は感じていない」は11.6%にとどまっており、インターネット利用者の多くは、何らかの不安・不満を感じながら利用。

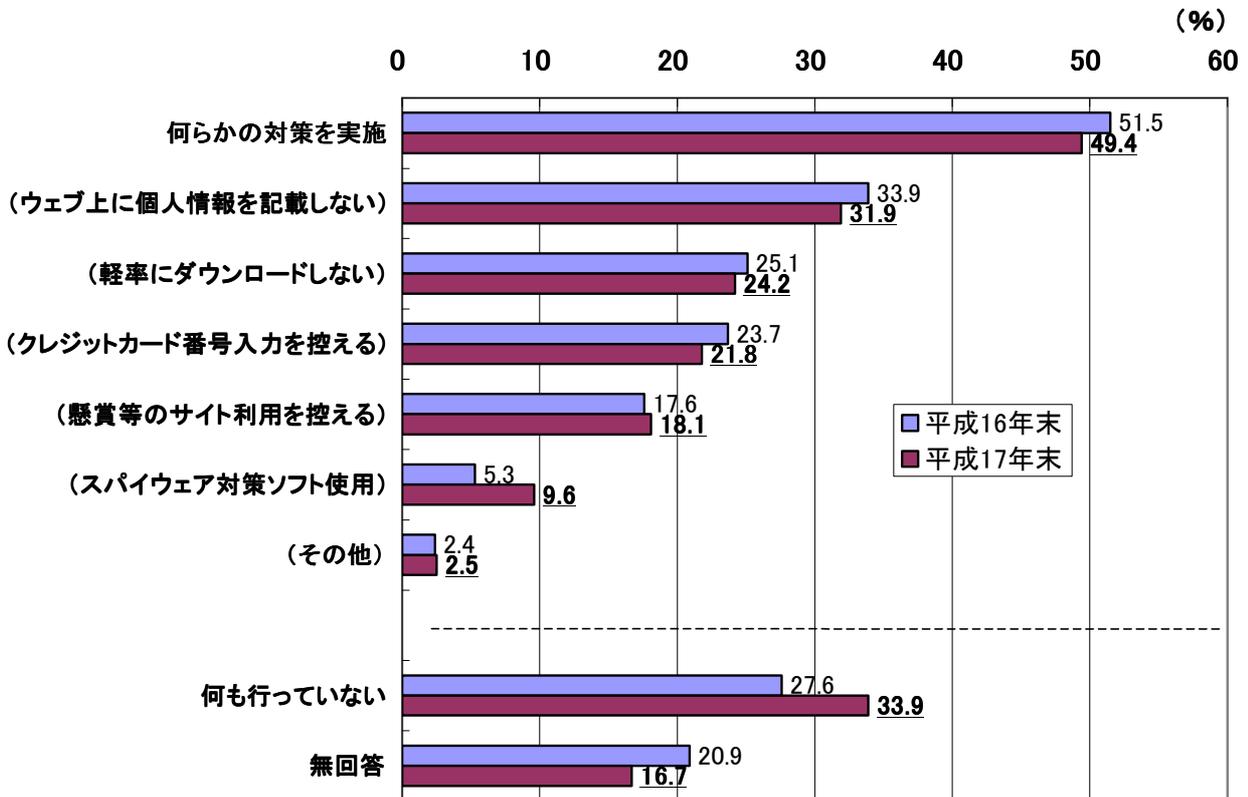
インターネット利用上の不安・不満（15歳以上の世帯構成員）(複数回答)



(2) 個人情報保護対策の実施状況（世帯構成員）

インターネット利用者のうち、2人に1人(49.4%)が何らかの個人情報保護対策を実施しているが、実施率は前年末に比べてほとんど変化なし。対策として最も多いのは、「ウェブ上に個人情報を記載しない」(31.9%)、次いで「軽率にダウンロードしない」(24.2%)の順。

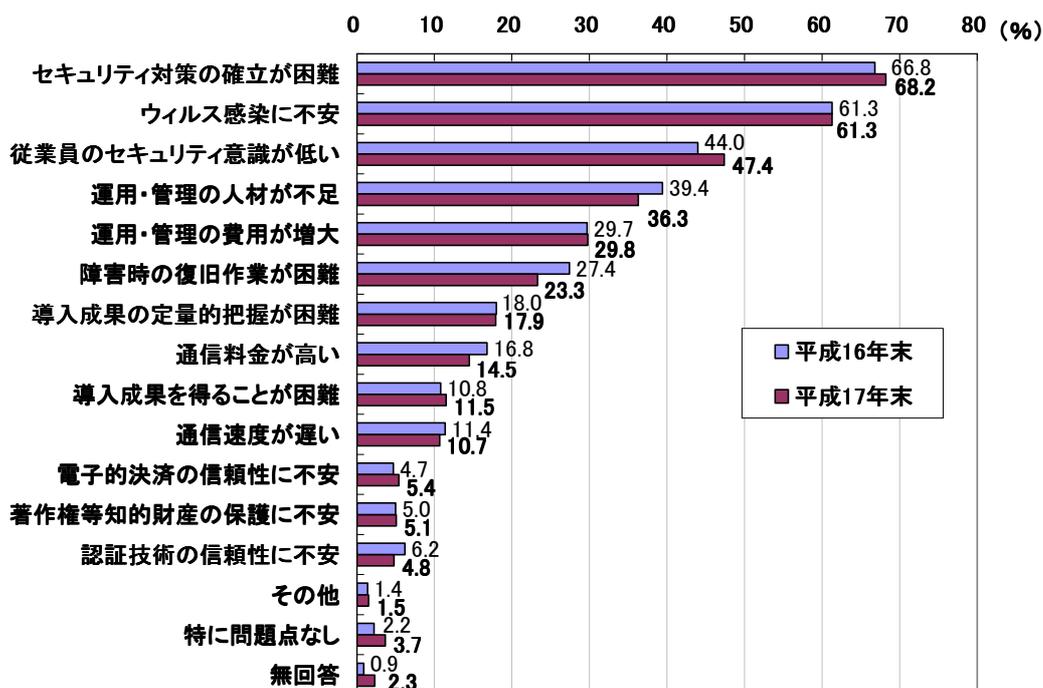
個人情報保護対策の実施状況（世帯構成員）(複数回答)



(3) 情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）

企業通信網、インターネットなどの情報通信ネットワークの利用上の問題点として、「セキュリティ対策の確立が困難」が68.2%と最多。次いで「ウイルス感染に不安」が61.3%と、前年同様に「セキュリティ関連」が上位を占め、また「従業員の意識」、「運用・管理の人材が不足」など、人材面の問題を挙げる企業も多数。

情報通信ネットワーク利用上の問題点（企業）(複数回答)



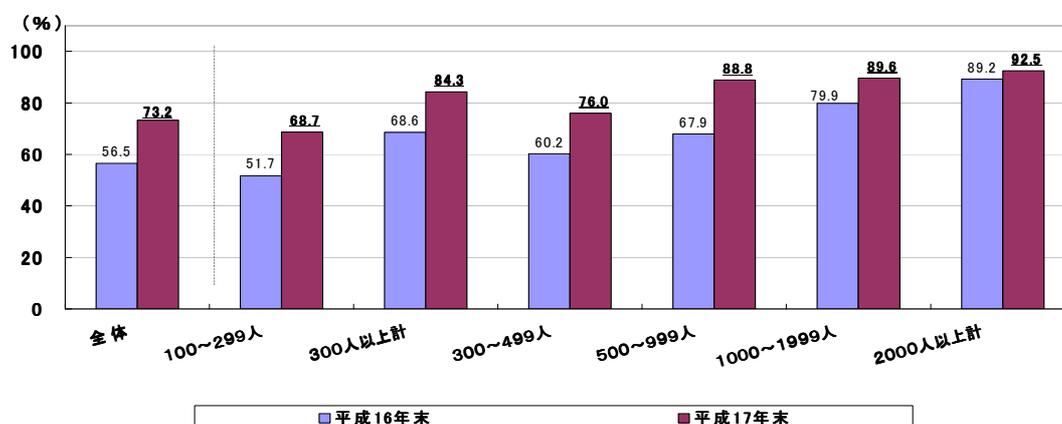
(4) 個人情報保護対策の実施状況（企業）

個人情報保護法の施行(H17. 4. 1)を受けて、企業通信網やインターネットなどの情報通信ネットワーク利用企業のうち何らかの個人情報保護対策を実施しているところが前年末から16.7ポイント増加して73.2%と、7割以上となる一方、特に対策を講じていない企業が34.5%から18.0%に減少しており、企業の個人情報保護対策への取組は一層進展。

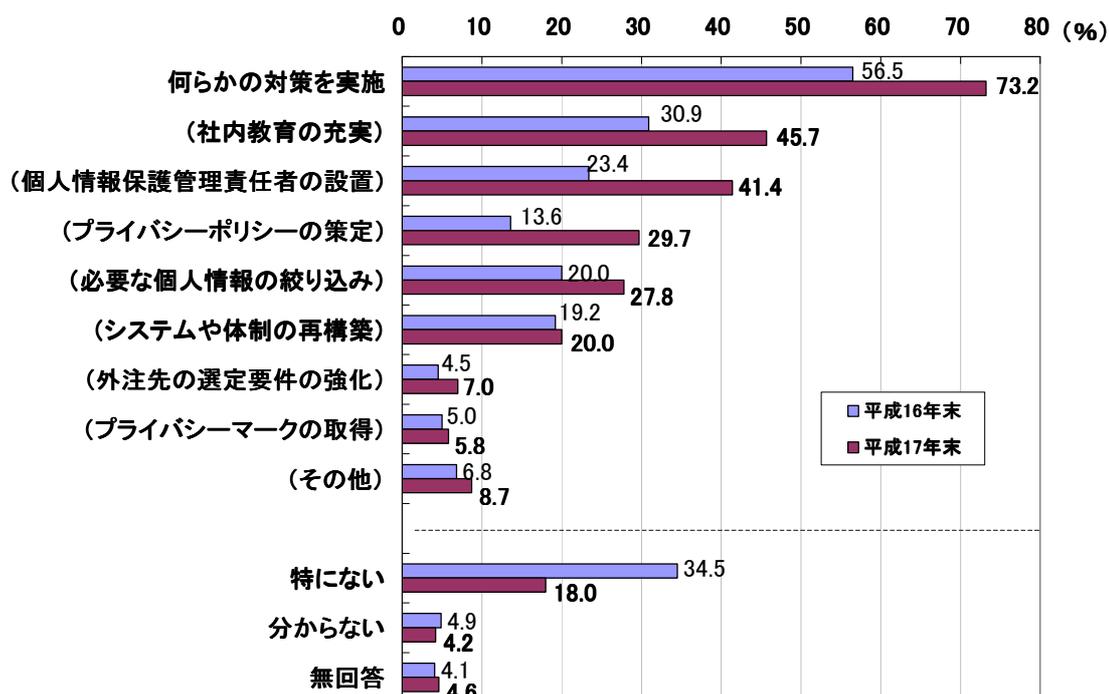
大企業ほど実施率が高く、従業員500人以上の企業の約9割が実施している一方、100～299人では7割程度。

主な対策は、「社内教育の充実」(45.7%)が最も多く、次いで「個人情報保護管理責任者の設置」(41.4%)、「プライバシーポリシーの策定」(29.7%)及び「必要な個人情報の絞り込み」(27.8%)であり、これらは前年末から大幅に増加。

従業員規模別の個人情報保護対策の実施率（企業）



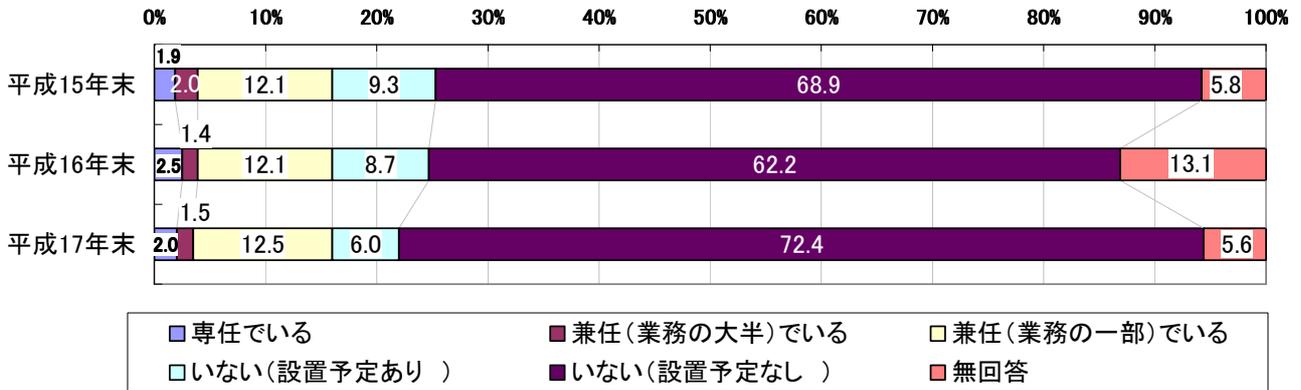
個人情報保護対策の実施状況（企業）(複数回答)



(5) 情報戦略統括役員(CIO*)の設置状況 (企業)

「専任」のCIOを設置している企業は2.0%と非常に少なく、「兼任」を含めても16.0%にとどまっており、設置予定もないところが大半(72.4%)。

情報戦略統括役員(CIO)の設置状況の推移 (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)。