

付注

付注1 ICTによる経済成長加速に向けた課題と解決方法に関する調査研究（アンケート概要）

企業におけるICT利活用状況、ICT導入に伴う取組、ICT化による効果等について、対象産業の就業者へウェブアンケートを実施した。調査の概要は以下の通り。

調査方法	ウェブアンケート調査																																				
調査期間	平成26年3月																																				
対象地域	全国																																				
対象産業	(1) 農林水産、(2) 製造、(3) 建設、(4) 電力・ガス・水道等、(5) 商業、(6) 金融・保険、(7) 不動産、(8) 運輸、(9) 情報通信、(10) サービス																																				
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から、対象産業に就業中のモニターを抽出。																																				
回収数および回答者属性	4,147（有効回答数 4,016） 産業別・企業規模別回収割合（n=4,016） <table border="1"> <caption>産業別・企業規模別回収割合 (n=4,016)</caption> <thead> <tr> <th>産業</th> <th>大企業 (%)</th> <th>中小企業 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>全体 (n=4,016)</td><td>25.1</td><td>74.9</td></tr> <tr><td>農林水産業 (n=100)</td><td>4.0</td><td>96.0</td></tr> <tr><td>製造業 (n=738)</td><td>33.9</td><td>66.1</td></tr> <tr><td>建設業 (n=452)</td><td>15.7</td><td>84.3</td></tr> <tr><td>電力・ガス・水道業 (n=125)</td><td>30.4</td><td>69.6</td></tr> <tr><td>商業 (n=512)</td><td>26.4</td><td>73.6</td></tr> <tr><td>金融・保険業 (n=364)</td><td>29.1</td><td>70.9</td></tr> <tr><td>不動産業 (n=238)</td><td>8.0</td><td>92.0</td></tr> <tr><td>運輸 (n=300)</td><td>18.3</td><td>81.7</td></tr> <tr><td>情報通信業 (n=369)</td><td>30.4</td><td>69.6</td></tr> <tr><td>サービス業 (n=818)</td><td>26.5</td><td>73.5</td></tr> </tbody> </table>	産業	大企業 (%)	中小企業 (%)	全体 (n=4,016)	25.1	74.9	農林水産業 (n=100)	4.0	96.0	製造業 (n=738)	33.9	66.1	建設業 (n=452)	15.7	84.3	電力・ガス・水道業 (n=125)	30.4	69.6	商業 (n=512)	26.4	73.6	金融・保険業 (n=364)	29.1	70.9	不動産業 (n=238)	8.0	92.0	運輸 (n=300)	18.3	81.7	情報通信業 (n=369)	30.4	69.6	サービス業 (n=818)	26.5	73.5
産業	大企業 (%)	中小企業 (%)																																			
全体 (n=4,016)	25.1	74.9																																			
農林水産業 (n=100)	4.0	96.0																																			
製造業 (n=738)	33.9	66.1																																			
建設業 (n=452)	15.7	84.3																																			
電力・ガス・水道業 (n=125)	30.4	69.6																																			
商業 (n=512)	26.4	73.6																																			
金融・保険業 (n=364)	29.1	70.9																																			
不動産業 (n=238)	8.0	92.0																																			
運輸 (n=300)	18.3	81.7																																			
情報通信業 (n=369)	30.4	69.6																																			
サービス業 (n=818)	26.5	73.5																																			
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットワーク化の状況やICTツールの利活用状況（導入や利活用の有無等） ・ICT導入に伴う企業の取組状況（ICT化による組織改革や人材資本への取組の有無、CIO設置の有無等） ・ICT導入に伴う効果（経営の迅速化効果、売上向上効果、顧客満足度向上効果等） ・企業属性（創業時期、従業員数、事業所数等） 																																				

(注) 中小企業庁の分類を参考に企業分類。「農林水産業」、「製造業」、「建設業」、「電力・ガス・水道業等」、「金融・保険業」、「不動産業」、「運輸」、「情報通信業」は従業員数が300人以上の企業を「大企業」、同300人未満の企業を「中小企業」として分類。「商業」、「サービス業」は、従業員数が100人以上の企業を「大企業」、同100人未満の企業を「中小企業」として分類。なお、従業員数は常勤のアルバイト、派遣スタッフ、外国人スタッフを含む。

付注2-1 ICT産業のグローバル戦略に係る成功要因及び今後の方向性に関する調査研究（アンケート概要）

1) 調査概要

本アンケート調査は、我が国の情報通信産業・企業に係るグローバル展開の実態や海外展開が見込まれる有望地域、今後の展開や投資に係る目標・見通しについて把握するとともに、我が国情報通信産業のグローバル展開における有望分野や我が国が必要とする国際競争力強化施策に対する考え方について明らかにすることを目的として実施した。調査の概要は以下の通り。

表. 調査設計

項	目	概要												
調査方法		アンケート調査会社の法人モニターへのウェブアンケート												
本調査の調査対象		国内の情報通信関連企業（海外展開有無を問わない）に勤める役員・社員												
抽出方法		1. 法人モニターのうち情報通信関連企業に属する企業(注1)または情報通信関連事業を展開する企業(注2)に勤める人(8,114人)をスクリーニング。 注1： 放送業、出版・印刷業、広告・調査業、情報サービス業、ソフトウェア業、システムコンサルファーム業、SIer/Nier・ベンダー、通信業、情報通信機器業、電気機器業、精密機器業、電気機器卸業、												
		注2： <table border="1"> <thead> <tr> <th>レイヤー・分野</th> <th>事業</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>放送</td> <td>放送関連事業</td> </tr> <tr> <td>上位レイヤー</td> <td>ソフトウェア事業（SNS／ゲーム関連含む）、コンテンツ等情報配信事業、電子商取引事業、その他コンテンツ・アプリケーション関連事業、その他プラットフォーム関連事業</td> </tr> <tr> <td>ICTサービス</td> <td>クラウドサービス事業、SI（システムインテグレーション）事業、データセンター事業、その他ICTサービス事業</td> </tr> <tr> <td>通信</td> <td>通信・ネットワークサービス事業、通信・ネットワーク機器事業（端末除く）、その他通信・ネットワーク関連事業</td> </tr> <tr> <td>端末</td> <td>通信端末事業（製造・販売等）、テレビ端末事業（製造・販売等）、部材供給事業（材料系含む）、その他端末関連事業</td> </tr> </tbody> </table>	レイヤー・分野	事業	放送	放送関連事業	上位レイヤー	ソフトウェア事業（SNS／ゲーム関連含む）、コンテンツ等情報配信事業、電子商取引事業、その他コンテンツ・アプリケーション関連事業、その他プラットフォーム関連事業	ICTサービス	クラウドサービス事業、SI（システムインテグレーション）事業、データセンター事業、その他ICTサービス事業	通信	通信・ネットワークサービス事業、通信・ネットワーク機器事業（端末除く）、その他通信・ネットワーク関連事業	端末	通信端末事業（製造・販売等）、テレビ端末事業（製造・販売等）、部材供給事業（材料系含む）、その他端末関連事業
	レイヤー・分野	事業												
	放送	放送関連事業												
	上位レイヤー	ソフトウェア事業（SNS／ゲーム関連含む）、コンテンツ等情報配信事業、電子商取引事業、その他コンテンツ・アプリケーション関連事業、その他プラットフォーム関連事業												
ICTサービス	クラウドサービス事業、SI（システムインテグレーション）事業、データセンター事業、その他ICTサービス事業													
通信	通信・ネットワークサービス事業、通信・ネットワーク機器事業（端末除く）、その他通信・ネットワーク関連事業													
端末	通信端末事業（製造・販売等）、テレビ端末事業（製造・販売等）、部材供給事業（材料系含む）、その他端末関連事業													
		2. 上記の対象者のうち、「経営者、もしくは海外展開等を含む経営企画レベルに携わっている」または「直接的に経営企画等には携わっていないが、海外展開の実態や方向性については一定程度理解している（販売・生産・企画部門等の事業レベルで海外展開に携わっている等）」と回答した人を本調査対象とした。												
調査期間		2014年3月												
発送数		1,006人												
主な調査項目		<ul style="list-style-type: none"> ・基本的属性（海外売上高比率、営業利益、） ・グローバル展開の実態（事業内容、進出国、参入形態等） ・競合・協調国、今後の事業展開や投資等の見直し ・有望な地域・分野、施策に対するニーズ 												

2) 回答社が所属する企業の概要

図. 営業収益

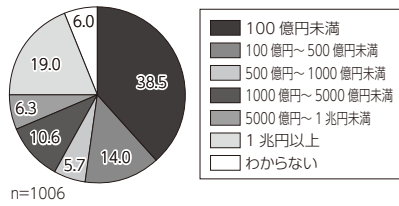


図. 従業員

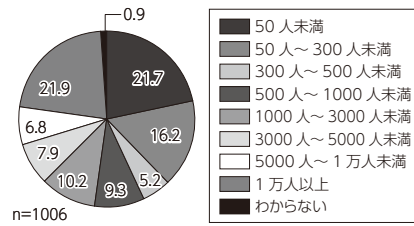
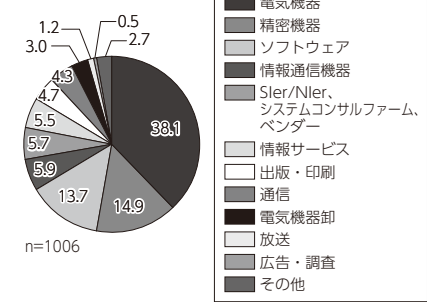


図. 業種



付注 2-2 ICT 産業のグローバル戦略に係る成功要因及び今後の方向性に関する調査研究 (第 2 章第 2 節及び第 2 章第 3 節における掲載データに関する補足) 第 2 章第 2 節及び第 2 章第 3 節における分析に際しては、個別に記したデータ以外に、次の表に記すデータを用いた。

1) 分析に用いたデータ一覧 (第 2 章第 2 節)

図表番号・タイトル	出典	指標の説明 (採用データの加工・推計等)
1. 世界の ICT 産業構造の変化		
図表 2-2-1-3 世界における時価総額の構成比 (分野別及び企業国籍別)	・ Financial Times 「Global 500」 (※) (2007 年、2013 年) より、一般産業、メディア、ソフトウェアおよびコンピュータサービス、移動体通信、固定通信、ハードウェア及び機器、電気電子機器の各業種 (以下、ICT 産業) の時価総額を抽出。 ※ Financial Times 紙が年 1 回発表している全世界上位 500 社の時価総額をランキングしたリスト。	・左図: ICT 産業に該当する企業の株主時価総額の合計 ・右図: ICT 産業に該当する企業の本社所在国・地域の別による株主時価総額の合計
図表 2-2-1-4 世界・米国・EU・日本の ICT 産業の時価総額	・ Financial Times, 「Global 500」 「US 500」 「EU 500」 「Japan 500」 (全て 2013 年) ※ US 500・EU 500・Japan 500 はそれぞれ米・EU・日本における上位 500 社の時価総額をランキングしたリスト	・左図: ICT 産業比率は、500 社の時価総額合計に、ICT 産業・企業の時価総額合計が占める割合。 ・右図: 世界・米国・EU・日本それぞれにおける ICT 産業の時価総額合計の業種別内訳
図表 2-2-1-5 各国の ICT 企業数と売上高の比率	・ Mergent Inc. 「Mergent Online Database」 (※) ※ Mergent Inc. 社が提供する NYSE、AMEX、および NASDAQ 株式市場に上場されている 13,000 社以上の株式公開企業や、24,000 社以上の米国以外の株式公開している上場企業を対象に集計された有料オンラインデータベース。 同データベースより、出版・ソフトウェア・コンテンツ制作、インターネット情報サービス、ISP・検索サービス、データ処理・ホスティング・関連サービス、固定通信、移動体通信、その他の通信、通信機器製造、コンピュータ関連機器製造、AV 機器製造、セミコン・部品製造、その他電子・精密製造の各業種の企業数及び各社業績を抽出 (ただし、指標によってはデータが揃わないため、分析結果によって対象企業数は一部異なる)	・左記業種を以下のように分類 コンテンツレイヤー: 出版・ソフトウェア・コンテンツ制作 プラットフォームレイヤー: インターネット情報サービス、ISP・検索サービス、データ処理・ホスティング・関連サービス 通信レイヤー: 固定通信、移動体通信、その他の通信 通信機器レイヤー: 通信機器製造 デバイス製造レイヤー: コンピュータ関連機器製造、AV 機器製造、セミコン・部品製造、その他電子・精密製造 ・左図: 各レイヤーに属する企業数を各国 (本社所在国) 企業数合計で除した値。 ・右図: 各レイヤーに属する企業の売上高合計を各国 (本社所在国) 企業数合計で除した。売上高は 2010 年～2013 年で参照可能な最新年の値。
図表 2-2-1-6 各国の事業規模別 ICT 企業数の比率と例	・ Mergent Inc. 「Mergent Online Database」 抽出企業は前述のとおり。	・図表 2-2-1-5 で対象とした企業を事業規模 (売上高) 別に分け比率を算出。
図表 2-2-1-7 各国の産業レイヤー別利益率の比較	・ Mergent Inc. 「Mergent Online Database」	・各レイヤーに属する企業の営業利益合計を売上高合計で除した値。2010 年～2013 年で参照可能な最新年の値で揃えた。
図表 2-2-1-8 各国の業種別利益率と成長率	・ Mergent Inc. 「Mergent Online Database」	・各レイヤーに属する企業の 2013 年 / 2011 年の売上高より成長率を算出。営業利益率は 2010 年～2013 年で参照可能な最新年の値。
図表 2-2-1-9 世界の検索エンジンのシェア	・ StatCounter ウェブサイトより抽出。2014 年は 3 月時点の値。	—
図表 2-2-1-10 世界のソーシャルメディアのシェア	・ StatCounter ウェブサイトより抽出。2014 年は 3 月時点の値。	—
図表 2-2-1-12 世界の各地域における固定ブロードバンドと移動体の契約者数推移	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・地域別に、各国のブロードバンド及び携帯電話の契約数の合計をそれぞれ算出。
図表 2-2-1-13 世界各国における音声契約の固定・移動の成長率	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・地域別に、各国の固定電話契約数及び携帯電話契約数について、2013 年 / 2011 年または 2012 年 / 2011 年の年平均成長率を算出。
図表 2-2-1-14 世界各国通信事業者における移動体の音声 ARPU とデータ ARPU	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・地域別に、各国の音声 ARPU (平均) とデータ ARPU (平均) の 2013 年 / 2011 年の年平均成長率を算出。
図表 2-2-1-15 固定ブロードバンドと移動体契約数の成長率比較	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・データ ARPU の値が参照可能な国 (53 ヶ国) について単純平均値を算出。

付注

図表 2-2-1-18 世界の固定電話回線の成長率	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・ 左図：地域別に、PSTN / ISDN 回線数及び VoIP (IP 電話) 回線数について、2013 年 / 2011 年の年平均成長率、回線数合計に占める VoIP 回線数を算出。 ・ 右図：主要国別に、同様の値を算出。
図表 2-2-1-19 世界における携帯電話生産台数推移 図表 2-2-1-20 世界における PC の生産台数推移 図表 2-2-1-21 世界における TV の生産台数推移	・ 株式会社富士キメラ総研「ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」の 2000、2003、2007、2010、2012、2014 年版から、製品別市場規模推移・予測から実績部分のデータを抽出。	・ 各製品区分の対応関係は以下のとおり。 携帯電話：「フィーチャーフォン」と「スマートフォン」 PC：「デスクトップ PC」と「ノート PC」と「タブレット」 TV：「CRT-TV」(ブラウン管テレビ)、「LCD-TV」(液晶テレビ)「PDP-TV」(プラズマテレビ)の生産台数を抽出。 ※記載がない場合は生産台数 0 台として集計。
図表 2-2-1-22 世界における端末及びパネル等の生産台数	・ 株式会社富士キメラ総研「ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」の 2007、2010、2012、2014 年版から、製品別市場規模推移・予測から実績部分のデータを抽出。	・ 年平均成長率は、スマートフォン、タブレット、有機 EL、タッチパネルについては 2013 / 2011 を算出。他は 2013 / 2005 を算出。
図表 2-2-1-23 テレビとノートパソコンの単価推移	・ 経済産業省生産動態統計年報 機械統計編 (旧機械統計年報) から、ノートパソコン (生産) の数量と金額、液晶テレビ (出荷) の数量と金額を抽出。	・ 単価は出荷金額を生産数量で除して算出。
2. ICT 市場における我が国のポジションとグローバル市場の動向		
図表 2-2-2-2 上位レイヤーにおける海外利益率と営業利益率	・ 諸外国の上位レイヤーの主要事業者の海外売上比率について、各社財務諸表等の公表資料より算出、又は必要に応じて推計。 ・ 売上高及び営業利益率は、各社の財務諸表より採用。	・ 海外売上比率については、原則国内市場での売上高を除いた売上比率を算出。国・地域別売上が不明な事業者については、グローバル関連事業の売上が占める割合等、最も近いと想定される売上構成比を算出又は推計 (以降の図においても同様)
図表 2-2-2-3 上位レイヤーにおける時価総額推移	・ YCharts.Com より作成	—
図表 2-2-2-6 ICT サービスレイヤーにおける海外利益率と営業利益率	・ 諸外国の ICT サービスレイヤーの主要事業者の海外売上比率について、各社財務諸表等の公表資料より算出、又は必要に応じて推計。 ・ 売上高及び営業利益率は、各社の財務諸表より採用。	・ 海外売上比率の導出は前述のとおり。
図表 2-2-2-7 通信レイヤーにおける海外利益率と営業利益率	・ 諸外国の主要通信事業者の海外売上比率について、各社財務諸表等の公表資料より算出、又は必要に応じて推計。 ・ 売上高及び営業利益率は、各社の財務諸表より採用。	・ 海外売上比率の導出は前述のとおり。
図表 2-2-2-8 世界における通信事業者のポジション変化	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」	・ 地域別に、各事業者の売上高の 2013 年 / 2011 年または 2012 年 / 2011 年の年平均成長率を算出。営業利益率は 2013 年または 2012 年で参照可能な最新年の値で揃えた。
図表 2-2-2-9 通信機器レイヤーにおける海外利益率と営業利益率	・ 諸外国の通信機器レイヤーの主要事業者の海外売上比率について、各社財務諸表等の公表資料より算出、又は必要に応じて推計。 ・ 売上高及び営業利益率は、各社の財務諸表より採用。	・ 海外売上比率の導出は前述のとおり。
図表 2-2-2-11 端末レイヤーにおける海外利益率と営業利益率	・ 諸外国の端末レイヤーの主要事業者の海外売上比率について、各社財務諸表等の公表資料より算出、又は必要に応じて推計。 ・ 売上高及び営業利益率は、各社の財務諸表より採用。	・ 海外売上比率の導出は前述のとおり。
図表 2-2-2-15 プリンターの世界シェアと需要地域 図表 2-2-2-16 カメラの世界シェアと需要地域	・ 製造メーカー国籍については、国籍株式会社富士キメラ総研「2014 ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」の「生産メーカーシェア」から、生産台数を企業本籍地別に集計。 ・ 地域別需要について、同調査より各製品の「仕向け地別動向」の 2013 年実績を採用。	—
図表 2-2-2-18 液晶テレビ市場シェアと端末分野における生産性	・ 左：Display Search 資料より 2010 年、2013 年ともに液晶テレビの生産台数の多いメーカーを抽出し、2010、2013 年の生産台数を採用。 ・ 右：株式会社富士キメラ総研「2014 ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」より「主要セット機器のブランドメーカー生産委託状況」から各製品の自社生産台数と EMS 台数 (2013 年実績) を抽出。	—
図表 2-2-2-19 端末分野におけるメーカー別生産量	・ 株式会社富士キメラ総研「2014 ワールドワイドエレクトロニクス市場総調査」中の「メーカー URL リスト」から、注に示した製品のうち各メーカーが製造している製品数を集計。各製品について「生産メーカーシェア」から生産台数を抽出し、総和を算出。	—

2) 分析に用いたデータ一覧 (第 2 章第 3 節)

図表番号・タイトル	出典	指標の説明 (採用データの加工・推計等)
1. 我が国における国際競争力の現状と課題		
図表 2-3-1-3 主な ICT 企業の時価総額ランキング	・ Financial Times「Global 500」(2007 年、2013 年) より、一般産業、メディア、ソフトウェアおよびコンピュータサービス、移動体通信、固定通信、ハードウェア及び機器、電気電子機器の各業種 (以下、ICT 産業) の時価総額を抽出。	—
図表 2-3-1-7 世界の ICT 企業の上場数推移 (企業国籍別) 図表 2-3-1-8 世界の ICT 企業の上場数推移 (企業国籍別・レイヤー別)	・ Mergent Inc. 「Mergent Online Database」 (抽出企業は前述のとおり)	・ 設立年と本社所在地によって抽出した企業を分類し、集計。
図表 2-3-1-9 ICT 企業の設立時期の分布 (FT500)	・ Financial Times「US 2013」「Japan 2013」「EU 2013」(抽出企業は前述のとおり) の上位企業の時価総額を抽出。	・ 各社財務諸表より企業の設立年を整理して企業数を集計。

2. ICT 国際競争力強化の方向性		
図表 2-3-2-1 上位レイヤーの市場見込	・ Pricewaterhouse Coopers, "Global entertainment and media outlook 2013-2018" より、関連市場の市場規模を抽出。	—
図表 2-3-2-2 主要上位レイヤーの実績	・ 諸外国の上位レイヤーの主要事業者における営業利益率（直近 12 ヶ月）及び売上高成長率（直近四半期／前期同期比）を各社財務諸表等より抽出。	—
図表 2-3-2-18 各キャリアの売上高及び携帯電話契約数	・ （左）各社財務諸表より、2013 年の移動体事業売上を抽出。 ・ （右）Telegeography より海外の移動体通信事業者の契約数を抽出。TCA より国内 3 社の携帯電話契約数を抽出。	・ 海外移動体通信事業者の一部は移動体事業売上を公表していないため推計。 ・ NTT ドコモは営業収益を採用。ソフトバンクは移動体通信事業（スプリント事業含まない）の営業収益を採用。KDDI については、パーソナルセグメントのモバイル及び端末販売収入（全額）、バリューセグメント付加価値売上、ビジネスセグメントのモバイル事業分の推計を合計。
図表 2-3-2-24 端末市場の見通し 図表 2-3-2-25 端末市場の地域別見通し	・ 端末市場の主要製品を選定 ・ 株式会社富士キメラ総研「デジタル AV 機器市場マーケティング調査要覧（2014 年版）」より各製品について 2012 年～2017 年の市場規模と 2013 年、2017 年における数量ベースの地域別市場シェアを抽出。	・ 市場規模については、より各年の為替相場から単位を米ドルに変換。 ・ 市場規模、シェアそれぞれについて 2017 年予測、2013 年実績の値を用いて年平均成長率を算出。
コラム：日本は 100 ドルスマホを作れるか		
図表 4 各地域におけるプリペイド比率及び APRU	・ TeleGeography, 「GlobalComms Database」より、世界の通信事業者について、それぞれ国名と 2013 年 12 月の総契約者数と同年同月のプリペイド契約比率、同年同月の平均 ARPU を採用。	・ 左図：事業者別に 2013 年 12 月のプリペイド契約者数を算出し、地域毎に足し合わせて地域ごとの総契約者数で除し、プリペイド契約比率とした。 ・ 右図：事業者別別に 2013 年 12 月時点の総契約者数と平均 ARPU の加重平均値を算出。
3. インフラ展開等の官民一体による国際競争力強化		
図表 2-3-3-1 世界におけるインフラ市場の推移	・ ENR Top 225 International Contractor より、1994 年～2012 年までの各地域におけるインフラの企業国籍別シェアを抽出	—
図表 2-3-3-2 世界における海外受注のインフラ市場（地域別・分野別成長率）	・ 同上	—
図表 2-3-3-3 世界におけるインフラ市場（地域別シェア：2012）	・ 同上	—
図表 2-3-3-4 世界におけるインフラ市場（企業国籍別シェア推移）	・ 同上	—

付注 2-3 ICT 産業のグローバル戦略に係る成功要因及び今後の方向性に関する調査研究（第 2 章第 3 節 2 項（6）「ICT 産業のグローバル化に伴う KFS」に関する補足）

第 2 章第 3 節 2 項（6）「ICT 産業のグローバル化に伴う KFS」の分析においては、ICT 産業の各レイヤーにおける主要なグローバル展開企業を対象に、文献調査及びインタビュー調査を実施し、経営・事業戦略や組織論などの複数の観点から、グローバル化に寄与した成功要因について分析を実施した。

表. 調査・分析対象企業

レイヤー	企業（下線はインタビュー調査を実施）
上位レイヤー	Google、Netflix、 <u>Rhapsody</u> / <u>Napster</u> 、 <u>Vivendi</u>
ICT サービスレイヤー	IBM、Oracle、 <u>Equinix</u>
通信レイヤー	AT&T、Vodafone、 <u>BT</u> 、 <u>Liberty Global</u>
通信機器レイヤー	Huawei、Alcatel-Lucent、 <u>Nokia</u> / <u>NSN</u>
端末レイヤー	Apple、Samsung

表. 調査・分析項目

調査手法	主な項目
文献調査	・ 各社財務諸表（売上高、営業利益、海外売上比率等） ・ グローバル展開状況（時系列、地域等）・戦略 ・ グローバル展開に係る周辺動向（政策的背景、その他外的要因）等
インタビュー調査	・ グローバル展開の背景、目的・ターゲット、現状評価・課題 ・ グローバル戦略に関する成功要因の評価、事例（自社、自社が所属するレイヤー・分野） ・ 今後の ICT のグローバルトレンド、有望領域に対する見方 等

付注 3-1 ビッグデータ時代における情報量の計測に係る調査研究（アンケート概要）

本アンケート調査は、企業におけるICTサービスおよびメディアの利用状況、電子化の状況、利用頻度、1単位あたりのデータ量、利用サーバの総容量・使用率等について、対象産業の就業者へウェブアンケートを実施した。調査の概要は以下のとおり

調査方法	ウェブアンケート調査																																										
調査期間	平成26年2月																																										
対象地域	全国																																										
対象産業	(1) 農林水産業、(2) 鉱業、(3) 製造業、(4) 建設業、(5) 電力・ガス・水道業、(6) 商業、(7) 金融・保険業、(8) 不動産業、(9) 運輸業、(10) 情報通信業、(11) サービス業（医療分野以外）(12) 医療分野																																										
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から、対象産業に就業中のモニターを抽出。																																										
回収数および回答者属性	<p>有効回答数 5,003</p> <p style="text-align: center;">産業別・企業規模別回収割合 (n=5,003)</p> <table border="1"> <caption>産業別・企業規模別回収割合 (n=5,003)</caption> <thead> <tr> <th>産業</th> <th>大企業 (%)</th> <th>中小企業 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>全体 (n=5,003)</td><td>47.2</td><td>52.8</td></tr> <tr><td>農林水産業 (n=37)</td><td>18.9</td><td>81.1</td></tr> <tr><td>鉱業 (n=11)</td><td>54.5</td><td>45.5</td></tr> <tr><td>製造業 (n=940)</td><td>62.0</td><td>38.0</td></tr> <tr><td>建設業 (n=533)</td><td>44.1</td><td>55.9</td></tr> <tr><td>電力・ガス・水道業 (n=142)</td><td>69.0</td><td>31.0</td></tr> <tr><td>商業 (n=547)</td><td>54.3</td><td>45.7</td></tr> <tr><td>金融・保険業 (n=444)</td><td>75.0</td><td>25.0</td></tr> <tr><td>不動産業 (n=211)</td><td>32.2</td><td>67.8</td></tr> <tr><td>運輸業 (n=372)</td><td>65.1</td><td>34.9</td></tr> <tr><td>情報通信業 (n=538)</td><td>53.9</td><td>46.1</td></tr> <tr><td>サービス業 (医療分野以外) (n=741)</td><td>53.2</td><td>46.8</td></tr> <tr><td>医療分野 (n=487)</td><td>49.1</td><td>50.9</td></tr> </tbody> </table>	産業	大企業 (%)	中小企業 (%)	全体 (n=5,003)	47.2	52.8	農林水産業 (n=37)	18.9	81.1	鉱業 (n=11)	54.5	45.5	製造業 (n=940)	62.0	38.0	建設業 (n=533)	44.1	55.9	電力・ガス・水道業 (n=142)	69.0	31.0	商業 (n=547)	54.3	45.7	金融・保険業 (n=444)	75.0	25.0	不動産業 (n=211)	32.2	67.8	運輸業 (n=372)	65.1	34.9	情報通信業 (n=538)	53.9	46.1	サービス業 (医療分野以外) (n=741)	53.2	46.8	医療分野 (n=487)	49.1	50.9
産業	大企業 (%)	中小企業 (%)																																									
全体 (n=5,003)	47.2	52.8																																									
農林水産業 (n=37)	18.9	81.1																																									
鉱業 (n=11)	54.5	45.5																																									
製造業 (n=940)	62.0	38.0																																									
建設業 (n=533)	44.1	55.9																																									
電力・ガス・水道業 (n=142)	69.0	31.0																																									
商業 (n=547)	54.3	45.7																																									
金融・保険業 (n=444)	75.0	25.0																																									
不動産業 (n=211)	32.2	67.8																																									
運輸業 (n=372)	65.1	34.9																																									
情報通信業 (n=538)	53.9	46.1																																									
サービス業 (医療分野以外) (n=741)	53.2	46.8																																									
医療分野 (n=487)	49.1	50.9																																									
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ICT サービスおよびメディアの利用状況（過去からの利用状況や電子化の有無等） ICT サービスおよびメディアの利用頻度（利用回数、利用時間、利用箇所数、営業日数等） ICT サービスおよびメディアの単位あたりデータ量 サーバの利用状況（保有の有無、総容量、使用率等） 企業属性（従業員数、資本金、売上高等） 																																										

付注 3-2 ビッグデータ時代における情報量の計測に係る調査研究（データ流通量の推計概要）

本調査研究におけるデータ流通量の推計には、次のモデルに基づき推計を行った。

No.	データソース	種別 構造化	対象指標	算出式										
1	顧客DB	構造	推計式	総企業数	×	顧客情報電子化率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	顧客登録数 (1社1日平均、人)	×	1顧客あたりデータ量 (MB)		
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査						
2	経理データ	構造	推計式	総企業数	×	企業の経理処理電子化率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	経理データ作成件数 (1社1日平均、件)	×	1経理データあたりのデータ量 (MB)		
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査						
3	POSデータ	構造	推計式	総企業数	×	POSシステム利用率 (%)	×	POSシステム導入店舗数 (1社平均、店)	×	年間営業日数 (日)	×	購買顧客数 (1店舗1日平均、人)	×	1購買客1人あたりデータ量 (MB)
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査						
4	[医療]レセプトデータ	構造	推計式	総医療機関数	×	電子レセプト利用率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	電子レセプト発行件数 (1機関1日平均、件)	×	1電子レセプトあたりのデータ量 (MB)		
			データ出所	厚生労働省「医療施設調査」(大企業、中小企業の内訳は「経済センサス」※(平成21年、24年)データを用いて推計)	厚生労働省「医療施設調査」(平成17年、20年、23年)とアンケート調査より推計	アンケート調査	アンケート調査							
5	業務日誌	非構造	推計式	総企業数	×	企業の業務日誌作成率 (%)	×	企業の業務日誌電子化率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	業務日誌作成件数 (1日平均、件)	×	1業務日誌あたりのデータ量 (MB)
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査	アンケート調査						
6	[医療]電子カルテ	非構造	推計式	総医療機関数	×	電子カルテ利用率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	電子カルテ作成数 (1機関1日平均、件)	×	1電子カルテあたりのデータ量 (MB)		
			データ出所	厚生労働省「医療施設調査」(大企業、中小企業の内訳は「経済センサス」※(平成21年、24年)データを用いて推計)	厚生労働省「医療施設調査」(平成17年、20年、23年)とアンケート調査より推計	アンケート調査	アンケート調査							

7	非構造	[医療] 画像診断	推計式	総医療機関数	×	画像診断利用率 (%)	×	年間営業日数 (日)	×	画像診断撮影数 (1 機関 1 日平均、枚)	×	1 画像診断あたりのデータ量 (MB)			
			データ出所	厚生労働省「医療施設調査」(大企業、中小企業の内訳は「経済センサス」※(平成21年、24年)データを用いて推計)		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査					
8	非構造	CTI 音声ログデータ	推計式	総企業数	×	CTI 音声ログデータ利用率 (%)	×	着信回数 (1 社、1 日平均、回)	×	年間コールセンター営業日数 (日)	×	通話時間 (1 通話平均、秒)	×	通話 1 秒あたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査		総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)情報流通インデックスの計量」の固定電話の値	
9	業務システム	非構造	固定 IP 電話 (音声)	推計式	総企業数	×	企業の固定 IP 電話利用率 (%)	×	従業員数 (1 社平均、人)	×	年間営業日数 (日)	×	通話時間【受信のみ】(1 人 1 日平均、秒)	×	通話 1 秒あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		総務省「平成21年経済センサス」、2009年以外は内閣府「国民経済計算」の伸び率を用いて推計(総数を左記総企業数で除して計算)		アンケート調査		アンケート調査		総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)情報流通インデックスの計量」の固定電話の値
10	非構造	携帯電話 (PHS 含む、音声)	推計式	総企業数	×	企業の携帯電話利用率 (%)	×	従業員数 (1 社平均、人)	×	年間営業日数 (日)	×	通話時間【受信のみ】(1 人 1 日平均、秒)	×	通話 1 秒あたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		総務省「平成21年経済センサス」、2009年以外は内閣府「国民経済計算」の伸び率を用いて推計(総数を左記総企業数で除して計算)		アンケート調査		アンケート調査		総務省「我が国の情報通信市場の実態と情報流通量の計量に関する調査研究結果(平成21年度)情報流通インデックスの計量」の携帯電話の値	
11	WEB サービス	構造	E コマースにおける販売ログ	推計式	総企業数	×	企業の E コマース利用率 (%)	×	企業の販売ログ利用率 (%)	×	年間日数 (日)	×	販売件数 (1 社 1 日平均、件)	×	1 購買ログあたりのデータ量 (MB)
				データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査				365 日		アンケート調査		
12	構造	GPS データ	推計式	総企業数	×	企業の GPS データ利用率 (%)	×	GPS 受信端末数 (1 社平均、台)	×	年間営業日数 (日)	×	GPS データ受信回数 (1 台 1 日平均、回)	×	1 通信あたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		総務省「通信利用動向調査」における GPS、携帯電話などの位置確認機能の導入率、最新年の値はアンケート調査を用いて推計		アンケート調査		365 日		アンケート調査		アンケート調査	
13	センサー GPS M2M	構造	RFID データ	推計式	総企業数	×	RFID リーダー・ライター設置率 (%)	×	RFID リーダー設置数 (1 社平均、台)	×	年間営業日数 (日)	×	通信回数 (1 台 1 日平均、回)	×	1 通信あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		総務省「通信利用動向調査」における非接触型 IC カードの導入率、最新年の値はアンケート調査を用いて推計		アンケート調査		365 日		アンケート調査		アンケート調査
14	構造	気象 データ	推計式	総企業数	×	企業の気象データ利用率 (%)	×		×	年間営業日数 (日)	×	気象データ受信回数 (1 社 1 日平均、回)	×	1 気象データあたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査				アンケート調査		アンケート調査			
15	非構造	電子メール	推計式	総企業数	×	企業の電子メール利用率 (%)	×	従業員数 (1 社平均、人)	×	年間営業日数 (日)	×	メール受信数 (1 人 1 日平均、通)	×	1 電子メールあたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		総務省「平成21年経済センサス」、2009年以外は内閣府「国民経済計算」の伸び率を用いて推計(総数を左記総企業数で除して計算)		アンケート調査		アンケート調査		NTT 東日本ウェブサイトの HTML メール の値	
16	パーソナルメディア ソーシャルメディア	非構造	Blog、SNS 等 記事	推計式	総企業数	×	企業の Blog、SNS の記事活利用率 (%)	×		×	年間営業日数 (日)	×	Blog、SNS の記事収集数 (1 社 1 日平均、件)	×	1 記事あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査				アンケート調査		アンケート調査		
17	非構造	アクセス ログ	推計式	総企業数	×	企業 HP、WEB サイトの開設率 (%)	×	企業のアクセスログ活利用率 (%)	×	年間日数 (日)	×	アクセスログの件数 (1 社 1 日平均、件)	×	アクセスログ 1 件あたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査				アンケート調査		アンケート調査			
18	センサー GPS M2M	非構造	交通量・渋滞情報	推計式	総企業数	×	企業の交通量・渋滞情報データ利用率 (%)	×	交通量・渋滞情報データ受信端末数 (1 社平均、台)	×	年間営業日数 (日)	×	交通量・渋滞情報データ受信回数 (1 台 1 日平均、回)	×	1 通信あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査		アンケート調査
19	非構造	防犯・遠隔監視カメラ	推計式	総企業数	×	企業の防犯・遠隔監視カメラ利用率 (%)	×	防犯・遠隔監視カメラ設置数 (1 社平均、台)	×	年間日数 (日)	×	防犯・遠隔監視カメラのデータ受信回数 (1 台 1 日平均、回)	×	1 通信あたりのデータ量 (MB)	
			データ出所	「経済センサス」※(平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標本調査」より推計		アンケート調査		アンケート調査		365 日		アンケート調査		アンケート調査	

20	センサー GPS M2M	非構造	センサー	推計式	総企業数	×	センサーを利用したシステムの利用率 (%)	×	センサーの設置台数 (1社平均、台)	×	年間日数 (日)	×	センサーより取得したデータの受信回数 (1社1日平均、回)	×	1通信あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	[経済センサス] ※ (平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査	アンケート調査	365日	アンケート調査	アンケート調査					
21	メディアコンテンツ	非構造	動画・映像視聴ログ	推計式	総企業数	×	企業の視聴ログ活用率 (%)	×		×	年間日数 (日)	×	視聴ログの件数 (1社1日平均、件)	×	視聴ログ1件あたりのデータ量 (MB)
				データ出所	[経済センサス] ※ (平成21年、24年)、財務省「法人企業統計」、国税庁「会社標準調査」より推計	アンケート調査		365日	アンケート調査						

※平成21年は総務省「経済センサス-基礎調査」、平成24年は総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」の数値を使用

付注 4-1 データの高度な利活用による業務・サービス革新が我が国経済および社会に与える波及効果に係る調査研究 (アンケート概要)

本調査は、企業におけるデータの利活用状況等を調査するため、「データ利用の有無」、「利用するデータの種類」、「データ利用による効果」を主な調査項目として、対象産業の就業者へ2種類のウェブアンケートを実施した。調査の概要は以下のとおり

1) 全産業アンケート

- ・調査方法：ウェブアンケート調査
- ・対象者の選定方法：ウェブアンケート会社が保有するモニターから以下の条件で対象者を抽出。
- ・モニターの抽出条件：
 - 職業：公務員、会社役員、会社員（正社員）、自営業、自由業
 - 業種：全ての業種
 - データ活用：勤務先（所属部署）でデータを取り扱っている
- ・回収数：1,000（内訳は下記の通り）

業種	回答数
1. 農林・水産業	12
2. 建設・土木・鉱業	77
3. 製造業	330
4. 電気・ガス・熱供給・水道業	29
5. 情報通信業	90
6. 運輸・郵便業	30
7. 卸売業	0
8. 小売業	5
9. 金融・保険業	68
10. 不動産・物品賃貸業	54

業種	回答数
11. 学術研究・専門技術者	5
12. 宿泊・飲食サービス業	21
13. 生活関連サービス・娯楽業	19
14. 教育・学習支援業	23
15. 医療・福祉	38
16. 複合サービス業	10
17. その他サービス業	159
18. 上記以外の業種	30
合計値 (N 値)	1,000

- ・実施期間：2014年2月7日～10日
- ・今後の分析、業種ごとの特徴の分析、企業属性ごとの特徴の分析、データ利用と業績、効果の分析

2) 流通業アンケート

- ・調査方法：ウェブアンケート調査
- ・対象者の選定方法：ウェブアンケート会社が保有するモニターから以下の条件で対象者を抽出。
- ・モニターの抽出条件：
 - 職業：会社役員、会社員（正社員）、自営業
 - 業種：卸売業、小売業
 - データ活用：勤務先（所属部署）でデータを取り扱っている
- ・回収数：500
- ・実施期間：2014年2月7日～12日

付注 4-2 データの高度な利活用による業務・サービス革新が我が国経済および社会に与える波及効果に係る調査研究 (ビッグデータ効果の推計概要)

ビッグデータ利用による効果を売上向上効果について、以下のモデルによって推計を行った。

1) 推計式

ビッグデータ利用による売上向上効果 = (①売上高 × ②データ利用率 × ③利用企業の売上向上効果) の和

2) 推計に用いたデータ

- ①産業別売上高：総務省・経済産業省平成24年経済センサス・活動調査（確報）
- ②産業別データ利用率及び③産業別利用企業の売上向上効果：
 - －卸売業・小売業：付注4-1「2）流通業アンケート」より推計（以下、アンケート（A））
 - －その他の産業：付注4-1「1）全産業アンケート」より推計（以下、アンケート（B））

3) 推計の概要

(1) 卸売業・小売業

①売上高

上記平成24年経済センサス・活動調査より、従業員規模別に以下のように示される。

(単位：百万円)

従業員規模	卸売業*	小売業
0～4人	8,123,003	12,816,305
5～9人	6,964,074	6,537,646
10～19人	8,197,505	8,411,517
20～29人	6,015,923	4,730,718
30～49人	8,537,389	5,262,932
50～99人	11,805,090	6,414,168
100人～	81,704,897	85,006,872
総計	131,347,881	129,180,158

*卸売業の売上高は 53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業、54 機械器具卸売業を除く

②データ利用率

アンケート(A)から、卸売業・小売業においてデータ活用が売上向上に貢献すると考えられる次の6つの業務のいずれかでデータを利用している回答の比率を、従業員規模別に集計した。

PB 商品開発、商品調達・在庫管理、販売促進、売場動線最適化、立地分析、その他

従業員規模	卸売業	小売業
0～4人	33.3%	28.6%
5～9人	28.6%	42.4%
10～19人	53.3%	71.4%
20～29人	53.8%	57.1%
30～49人	42.9%	76.9%
50～99人	54.5%	61.5%
100人～	56.9%	79.3%
総計	47.8%	55.0%

③利用企業の売上向上効果

アンケート(A)の集計結果は下表の通りである。

従業員規模	卸売業	小売業
0～4人	7.3%	6.6%
5～9人	6.7%	33.1%
10～19人	11.3%	28.7%
20～29人	10.8%	7.5%
30～49人	9.6%	6.1%
50～99人	78.0%	10.0%
100人～	13.9%	16.8%

(2) 卸売業・小売業以外の産業

①売上高

上記平成24年経済センサス活動調査より、卸売業・小売業を除く全産業売上高：920.4兆円

②データ利用率

アンケート(B)にて事前調査を行い、データを業務利用している回答者を抽出し、その比率を適応する。

事前調査回答数：4,012

本調査へ進んだ回答数：1,243 (このうち、先着1,000サンプルを有効回答として採用)

1,243 ÷ 4,012 により、31.0%

③売上向上効果

アンケート(B)より、回答サンプルごとの直近決算期売上と売上向上効果比率より推計した結果は下表の通りである。これらの総和である11.5%を推計パラメータとして採用した。

産業	売上向上率
農林・水産・鉱業	2.8%
建設・土木	11.5%
製造業	9.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	7.8%
情報通信業	18.4%
運輸・郵便業	21.4%
金融・保険業	14.5%
不動産・物品賃貸業	10.2%
学術研究・専門技術者	17.9%

産業	売上向上率
宿泊・飲食サービス業	11.3%
生活関連サービス・娯楽業	25.3%
教育・学習支援業	13.2%
医療・福祉	24.7%
複合サービス業	20.3%
その他サービス業	9.3%
上記以外の業種	27.5%
総計	11.5%

付注5 地域におけるICT利活用の現状に関する調査研究（アンケート概要）

地域におけるICT利活用の推進状況の把握等のため地方自治体（市区町村及び都道府県）あてにアンケート調査を行った。調査の概要は以下の通り。

- ・調査方法：電子メールによる調査依頼の後、調査票（電子ファイル）のダウンロード、回答記入票の電子メール添付による返信により調査を実施した。
- ・調査期間：2014年2-3月
- ・調査対象：全国地方自治体（都道府県、市、特別区、町、村）計1,789団体
地域ICT管掌部門、関係部門（企画・防災など）の回答。（地域ICT管掌部門により配布・とりまとめ）
- ・回収数：有効回収数 733（有効回収率 41.0%）
- ・回答団体の属性（母数は調査時点）：都道府県 32/47団体（68.1%）／市・特別区 407/813団体（52.5%）／町村 274/929団体（29.5%）

付注6-1 ICTの進化がもたらす社会へのインパクトに関する調査研究（アンケート概要）

ICTの進化に伴う消費行動・利用意向および、インターネット上における消費・利用の変化がもたらす新たな課題を把握・比較することを目的に日本と諸外国を対象としたインターネットアンケート調査を実施した。調査の概要を下記の通り。

調査方法	インターネットアンケート調査						
調査時期	平成26年3月						
対象	10代以上の男女						
調査地域	日本、米国、英国、フランス、韓国、シンガポール						
対象の選定方法	アンケート調査会社が保有する調査モニターから、世代（10代、20代、30代、40代、50代以上）と男女比が均等になるように抽出・割付。						
回収数	各国1,000件、6か国計6,000件。 各国の世代、性別ごとの回収数は下記の通りである。						
		10代	20代	30代	40代	50代以上	合計
	男性	100	100	100	100	100	500
	女性	100	100	100	100	100	500
	合計	200	200	200	200	200	1,000
	※10代は16歳以上						
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本属性（年齢・性別等） ・通信・接続環境 ・インターネット上の各種サービスの利用状況 ・インターネット依存 ・SNS利用状況 ・インターネットリテラシー ・情報セキュリティ ・パーソナルデータに関する意識 ・新たなワークスタイルに関する意向 						

付注6-2 ICTの進化がもたらす社会へのインパクトに関する調査研究（ネット依存調査におけるYoung20判定手法）

第4章第3節におけるネット依存のアンケート調査については、下記に示すYoung20の設問を使用して分析を行った。

1. 気がつくど、思っていたより長い時間ネットをしていることがありますか
2. ネットを長く利用していたために、家庭での役割や家事（炊事、掃除、洗濯など）をおろそかにすることがありますか
3. 配偶者や友だちと過ごすよりも、ネットを利用したいと思うことがありますか
4. ネットで新しく知り合いを作ることがありますか
5. 周りの人から、ネットを利用する時間や頻度について文句を言われたことがありますか
6. ネットをしている時間が長くて、学校の成績や学業に支障をきたすことがありますか
7. 他にやらなければならないことがあっても、まず先に電子メールやSNSなどをチェックすることがありますか
8. ネットが原因で、仕事の能率や成果に悪影響が出ることがありますか
9. 人にネットで何をしているのか聞かれたとき、いいわけをしたり、隠そうとしたりすることがありますか
10. 日々の生活の問題から気をそらすために、ネットで時間を過ごすことがありますか
11. 気がつけば、また次のネット利用を楽しみにしていることがありますか
12. ネットのない生活は、退屈で、むなしく、わびしいだろうと不安に思うことがありますか
13. ネットをしている最中に誰かに邪魔をされると、いらいらしたり、怒ったり、言い返したりすることがありますか
14. 夜遅くまでネットをすることが原因で、睡眠時間が短くなっていますか
15. ネットをしていないときでも、ネットのことを考えてぼんやりしたり、ネットをしているところを空想したりすることがありますか
16. ネットをしているとき「あと数分だけ」と自分で言い訳していることがありますか
17. ネットをする時間や頻度を減らそうとしても、できないことがありますか
18. ネットをしている時間や頻度を、人に隠そうとすることがありますか
19. 誰かと外出するより、ネットを利用することを選ぶことがありますか
20. ネットをしていないと憂うつになったり、いらいらしたりしても、再開すると嫌な気持ちが消えてしまうことがありますか

選択肢：いつもある（5点）、よくある（4点）、ときどきある（3点）、まれにある（2点）、まったくない（1点）

20-39点＝ネット依存的傾向低、40-69点＝ネット依存的傾向中、70-100点＝ネット依存的傾向高