

平成 27 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

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	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) ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況	11
(5) 映像・音声コンテンツの利用状況	12

3 企業におけるICT利用の現状

(1) ソーシャルメディアサービスの活用状況	13
(2) 電子商取引の実施状況	14
(3) インターネットを利用した広告の実施状況	15
(4) 無線通信技術を利用したICT関連ツールの導入状況	16
(5) クラウドコンピューティングサービスの利用状況	17
(6) テレワークの導入状況	19

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）	21
(2) インターネット利用で感じる不安（世帯）	22
(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）	23
(4) 標的型メールの被害状況と対策の状況（企業）	24
(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）	25
(6) 個人情報保護対策の実施状況（企業）	25

5 デジタルテレビ放送の利用状況

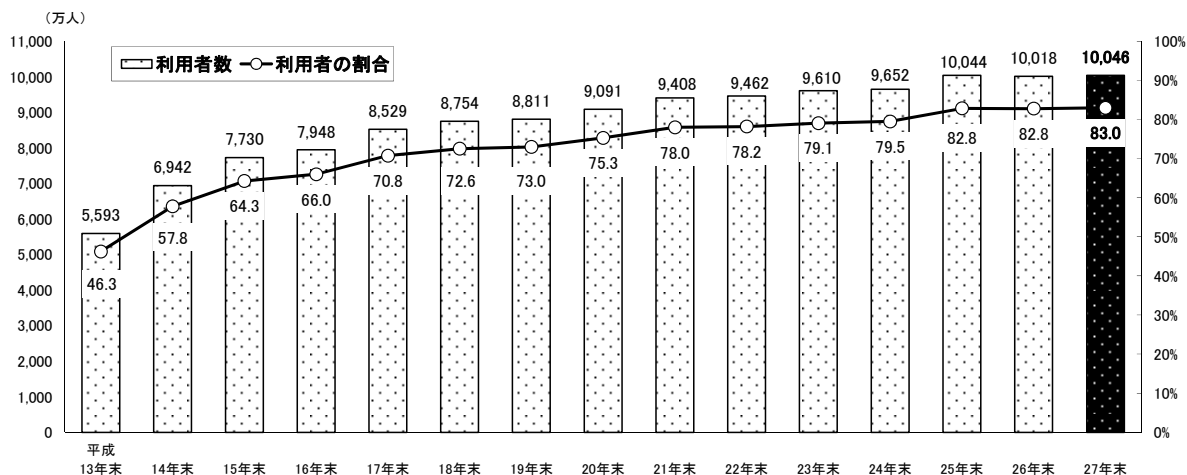
(1) デジタルテレビ等のインターネットとの接続状況（世帯）	26
(2) デジタルテレビ等のインターネット接続機能の利用目的（世帯）	26

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 27 年の 1 年間にインターネットを利用したことのある人は(インターネット利用者(推計))1 億 46 万人となり、インターネット利用者の割合は 83.0%となっている。

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)



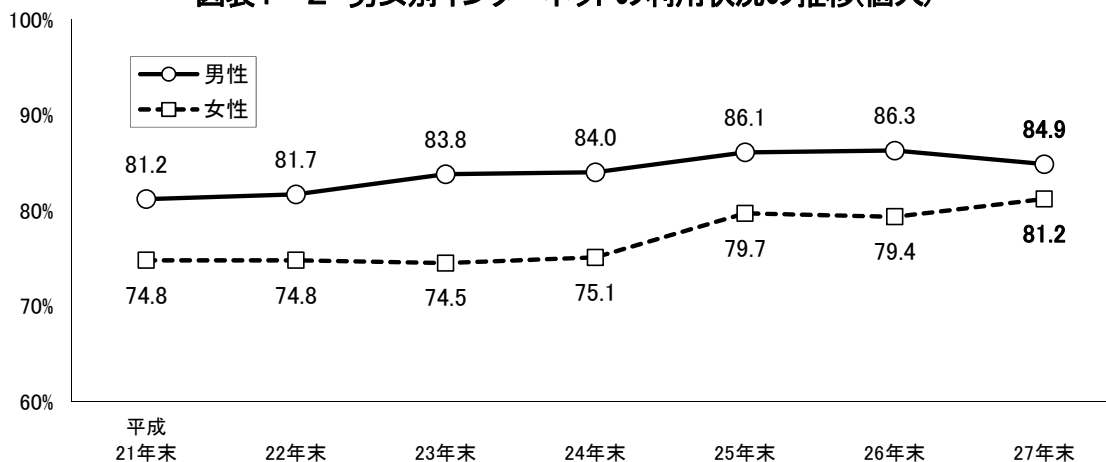
- (注)
1. 調査対象年齢は6歳以上。
 2. インターネット利用者数(推計)は、6歳以上で、調査対象年の1年間に、インターネットを利用したことのある者を対象として行った本調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、スマートフォン、タブレット端末、ゲーム機等あらゆるものを含み(当該機器を保有しているか否かは問わない)、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む。
 3. インターネット利用者数は、6歳以上の推計人口(国勢調査結果及び生命表等を用いて推計)に本調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて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

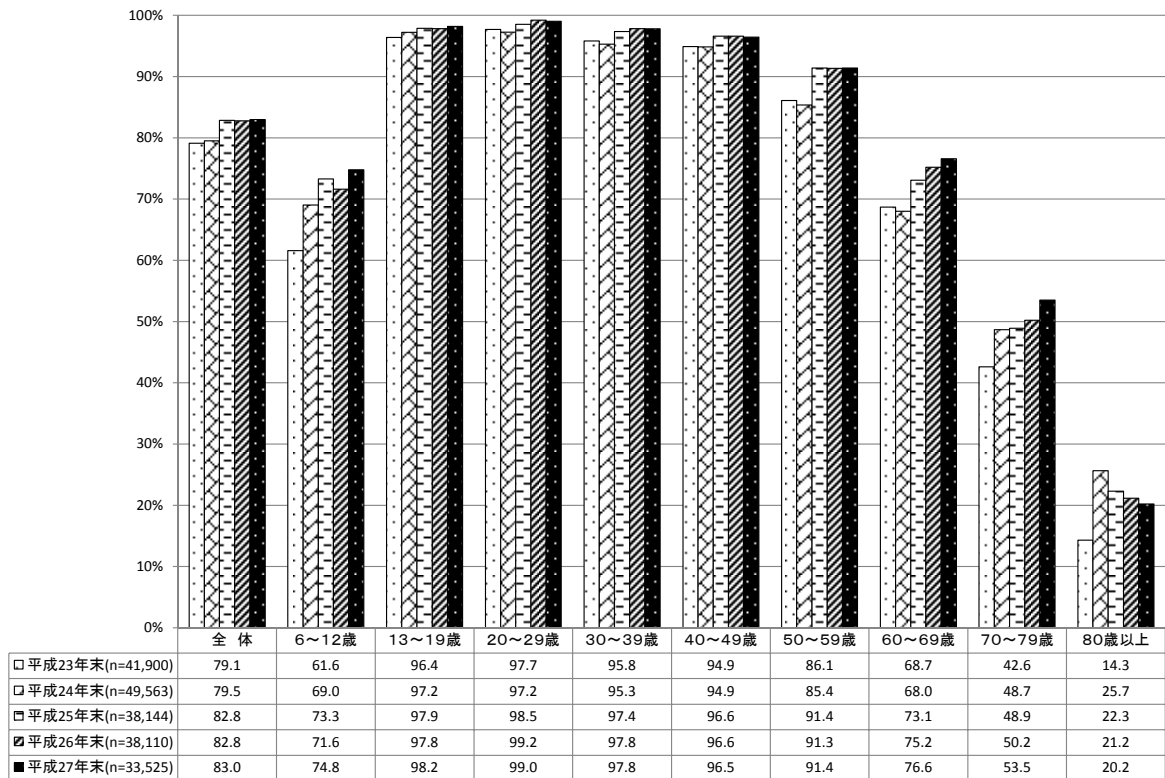
インターネット利用者の割合を男女別にみると、男性は 84.9%、女性は 81.2%となっており、男女間の差は 3.7 ポイントと、前年の 6.9 ポイントから縮小している。

年齢階層別にみると、13~59 歳の各年齢階層で9割を上回っている。

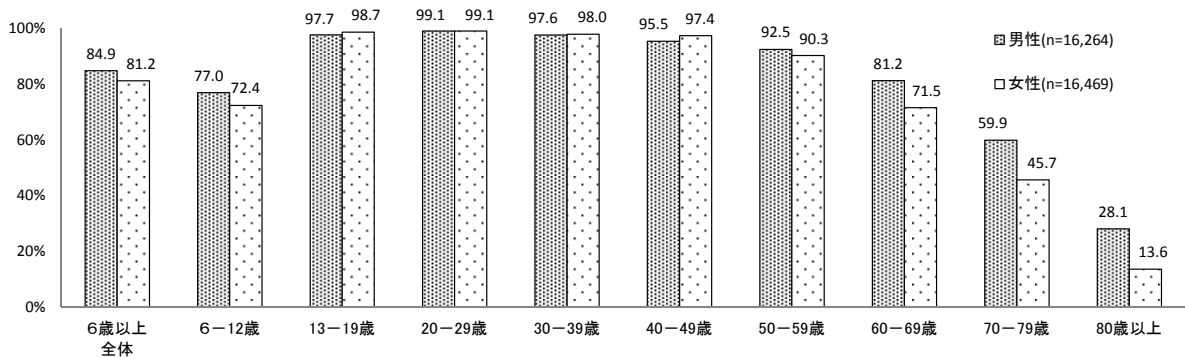
図表1-2 男女別インターネットの利用状況の推移(個人)



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27年末)

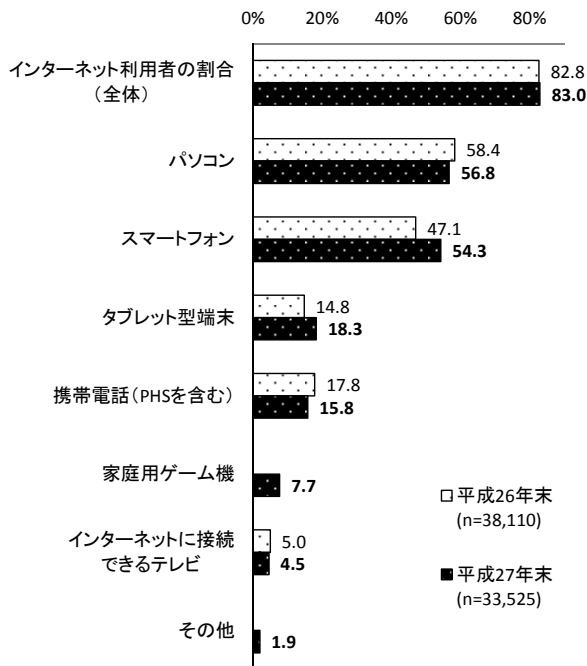


(3) 端末別インターネットの利用状況（個人）

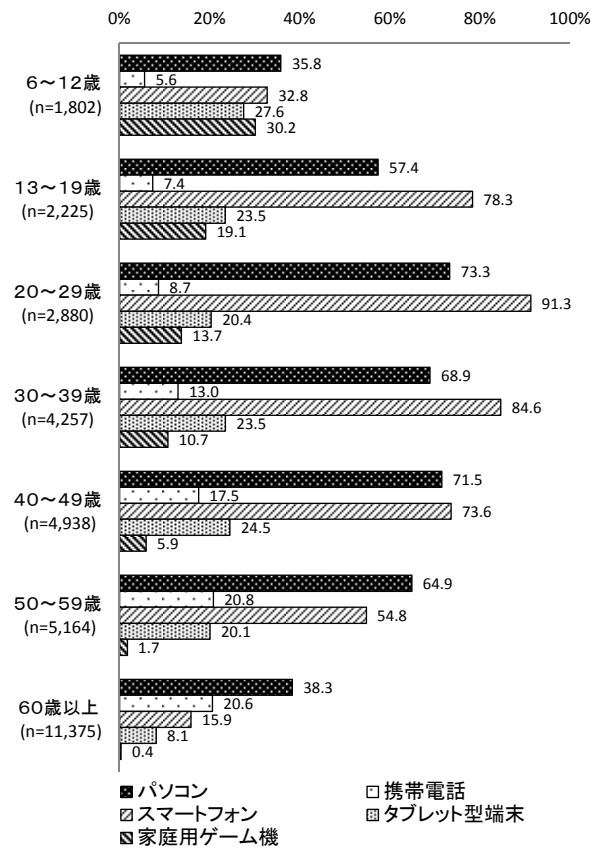
インターネットの利用状況を端末別にみると、「パソコン」が 56.8%と最も高く、次いで「スマートフォン」(54.3%)となっており、「パソコン」と「スマートフォン」の差は2.4ポイントと、前年の11.3ポイントから縮小している。

年齢階層別にみると、「スマートフォン」は 13～49 歳の各年齢階層で7割以上が利用し、「パソコン」を上回っている。

図表1-5 インターネットの端末別利用状況（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27年末）



(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、首都圏を中心に利用者の割合が高く、茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、石川県、静岡県、滋賀県、京都府、大阪府、福岡県、沖縄県の12都府県で、全国平均を上回っている。

図表1-7 都道府県別インターネットの利用状況及び
インターネットの端末別利用状況(個人)(平成27年末)

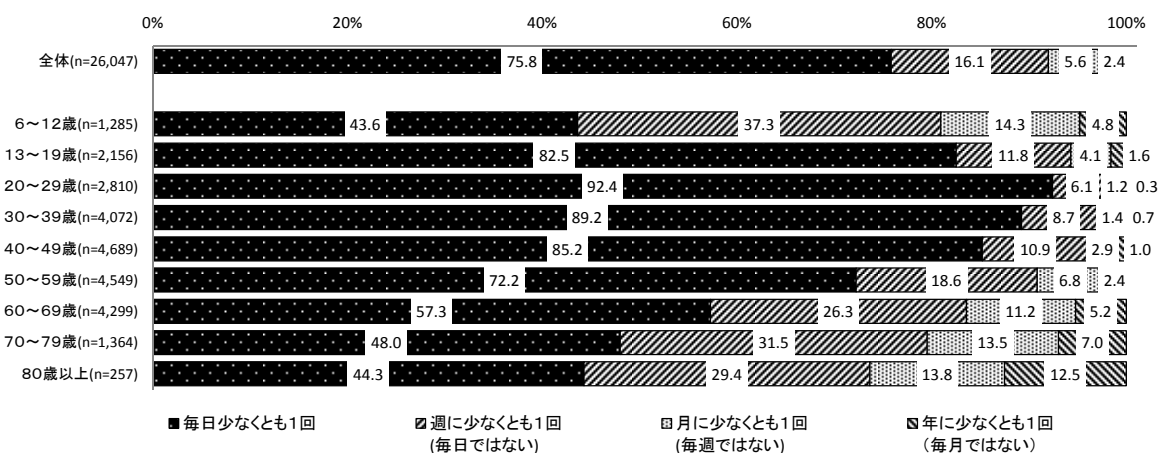
都道府県(n)	インターネット利用者の割合				
	総数	パソコン	携帯電話 (PHSを含む)	スマートフォン	タブレット型端末
北海道 (545)	81.9	54.7	25.2	46.9	17.1
青森県 (517)	72.2	43.7	21.8	42.7	12.8
岩手県 (766)	72.8	45.0	22.9	45.3	13.6
宮城県 (685)	82.9	52.8	19.0	54.6	15.6
秋田県 (755)	78.8	49.8	23.2	46.5	13.0
山形県 (862)	78.5	47.9	21.7	49.9	13.6
福島県 (919)	79.0	45.8	19.1	47.2	16.0
茨城県 (555)	83.3	52.4	16.7	55.2	16.4
栃木県 (788)	79.3	52.2	17.0	51.0	15.4
群馬県 (731)	82.8	53.4	21.2	51.1	14.8
埼玉県 (874)	87.7	59.5	23.1	54.9	17.1
千葉県 (827)	85.6	62.4	16.9	58.0	22.0
東京都 (872)	89.7	70.0	19.2	62.1	21.4
神奈川県 (638)	86.1	61.8	19.9	60.7	23.6
新潟県 (1,087)	77.5	45.4	22.1	47.1	17.6
富山県 (885)	81.9	57.0	17.4	50.4	16.3
石川県 (677)	84.4	56.9	15.1	53.8	14.0
福井県 (970)	79.4	54.0	18.5	50.9	17.7
山梨県 (714)	80.7	51.4	21.9	52.2	18.9
長野県 (887)	81.2	57.2	19.6	48.6	16.9
岐阜県 (812)	79.8	55.1	18.7	49.1	16.2
静岡県 (732)	83.3	58.5	18.4	54.0	18.6
愛知県 (824)	82.2	57.9	18.1	56.0	20.0
三重県 (732)	82.1	52.4	18.6	52.4	17.4
滋賀県 (795)	83.9	55.2	18.7	56.6	16.9
京都府 (648)	85.6	60.3	19.2	56.1	17.4
大阪府 (396)	83.8	60.7	16.2	56.7	17.8
兵庫県 (758)	82.8	56.2	17.5	56.4	18.6
奈良県 (712)	82.9	60.5	14.9	52.8	18.5
和歌山県 (781)	78.0	51.3	18.0	51.4	17.8
鳥取県 (876)	74.1	47.7	23.5	44.7	14.1
島根県 (641)	76.3	48.2	16.8	47.3	14.1
岡山県 (780)	80.1	51.5	21.8	50.1	12.1
広島県 (748)	82.4	55.0	17.9	54.9	19.4
山口県 (778)	78.3	50.5	21.9	44.5	19.2
徳島県 (571)	78.9	49.9	15.0	51.4	16.4
香川県 (718)	76.5	48.1	16.3	50.6	18.6
愛媛県 (749)	80.7	47.1	22.5	48.9	18.5
高知県 (573)	74.0	50.1	18.5	43.7	16.5
福岡県 (641)	83.5	55.8	16.0	56.0	19.5
佐賀県 (680)	80.6	50.2	16.9	50.2	17.7
長崎県 (535)	77.9	48.4	20.6	51.0	17.1
熊本県 (422)	75.4	38.7	21.2	49.0	16.3
大分県 (543)	77.8	46.6	16.4	50.4	12.6
宮崎県 (625)	79.3	49.3	14.1	47.0	14.6
鹿児島県 (458)	74.9	42.7	17.3	52.9	13.4
沖縄県 (443)	83.1	51.4	15.0	50.6	18.8
全体 (33,525)	83.0	56.8	15.8	54.3	18.3

(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1-8 年齢階層別インターネットの利用頻度(個人)(平成27年末)



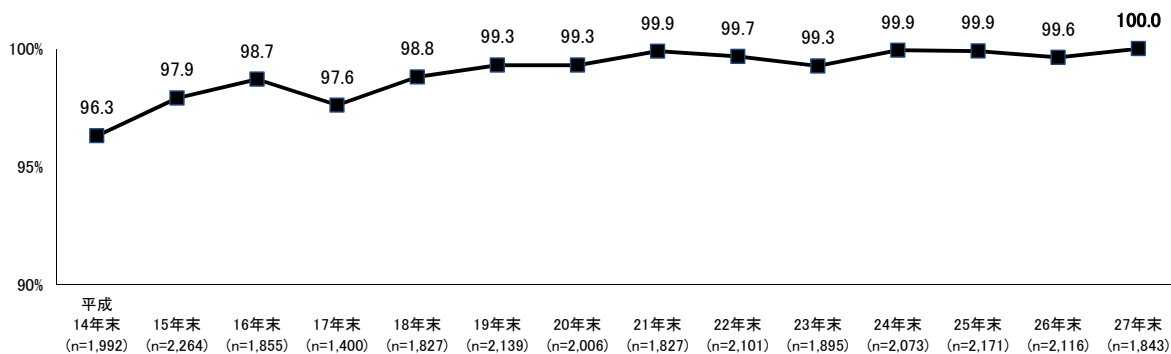
(注)インターネット利用者に占める割合

(6) インターネットの利用状況（企業）

インターネットを利用している企業の割合は100%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%以上で横ばいとなっている。

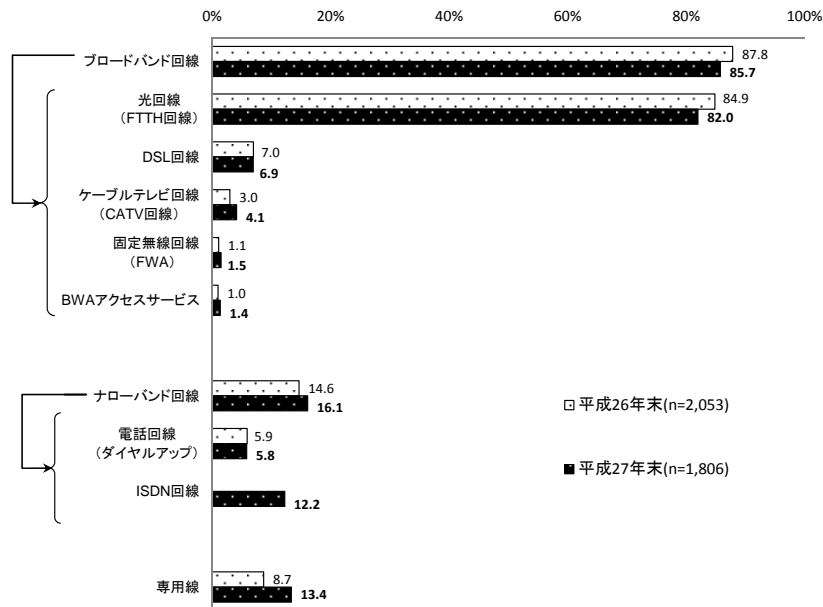
図表1-9 インターネットの利用状況の推移(企業)



(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85.7%、「光回線」を利用している企業の割合は82.0%となっており、「光回線」を利用している企業が「ブロードバンド回線」を利用している企業の大半を占めている。

図表1-10 インターネット接続回線の種類(企業)(複数回答)

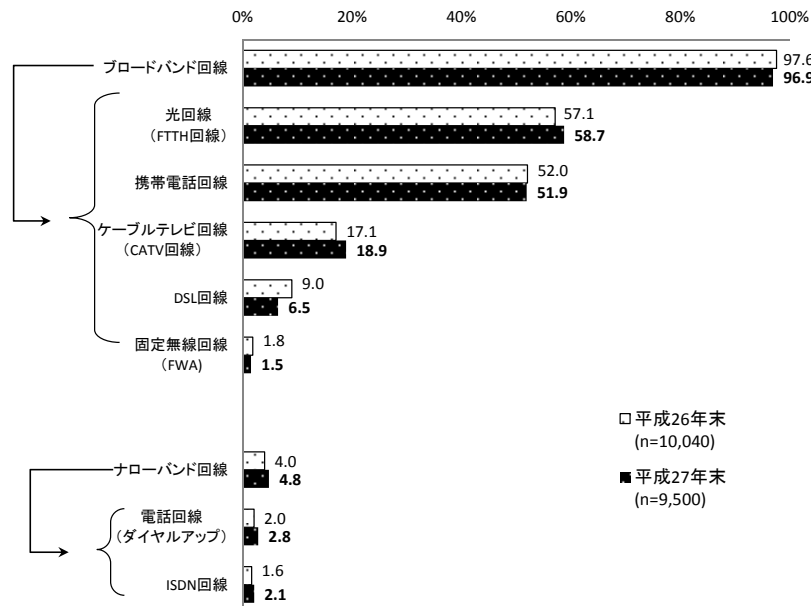


(注) インターネット利用企業に占める割合

(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96.9%となっており、「光回線」を利用している世帯の割合は58.7%、「携帯電話回線」は51.9%となっている。

図表1-11 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)

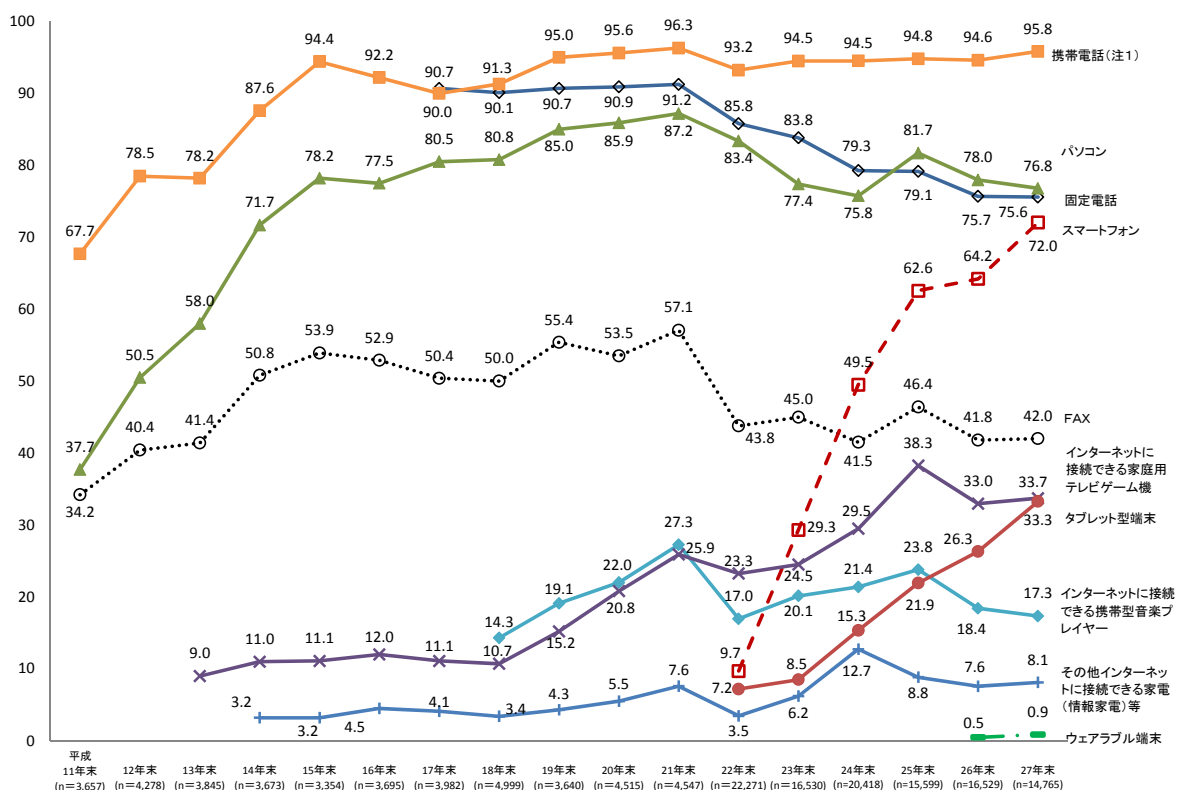


(注) 自宅のパソコン等からインターネットを利用する世帯に占める割合

(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」を保有する世帯の割合は95.8%となっている。また、「携帯電話」の内数である「スマートフォン」は72.0%と引き続き上昇し、「パソコン」(76.8%)との差が前年の13.7ポイントから4.8ポイントに縮小している。なお、「タブレット型端末」の割合も33.3%と、前年の26.3%から7.0ポイント上昇している。

図表1-12 情報通信機器の保有状況の推移(世帯)



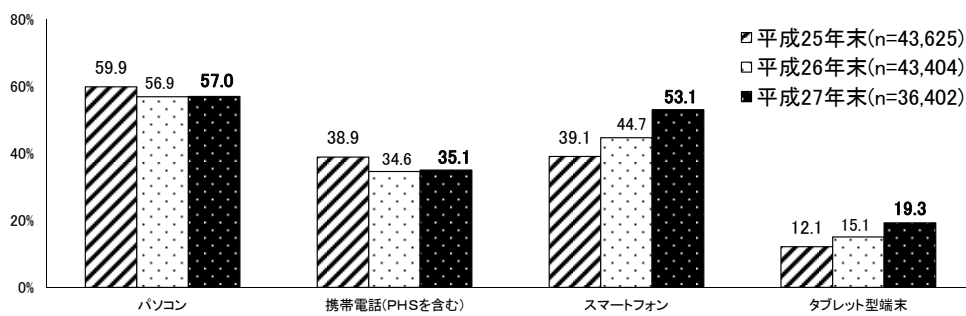
(注) 1. 「携帯電話」には PHS を含み、平成 21 年末から平成 24 年末までは携帯情報端末(PDA)も含めて調査し、平成 22 年末以降はスマートフォンを内数として含めている。
 2. 経年比較のため、この図表のみ無回答を含む形で集計。

(10) 主な情報通信機器の保有状況（個人）

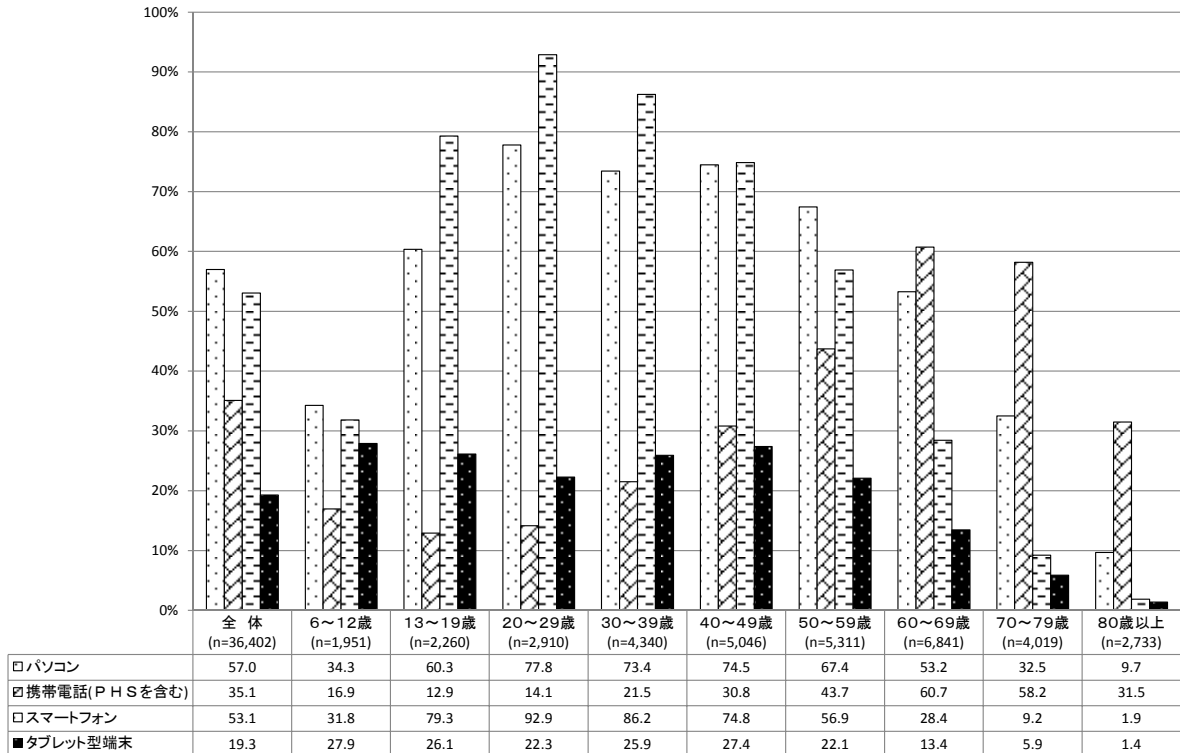
個人の情報通信機器の保有状況を見ると、「パソコン」の保有者の割合が 57.0%と最も高く、次いで「スマートフォン」(53.1%)、「携帯電話(PHS を含む)」(35.1%)となっており、「パソコン」の保有者の割合が前年から横ばいとなっているのに対して「スマートフォン」は 8.4 ポイント上昇していることから、その差が縮小している。

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、13～49 歳の各年齢階層では「スマートフォン」が「パソコン」も上回って保有者の割合が最も高くなっている。

図表1－13 主な情報通信機器の保有状況の推移(個人)



図表1－14 年齢階層別主な情報通信機器の保有状況(個人)(平成 27 年末)



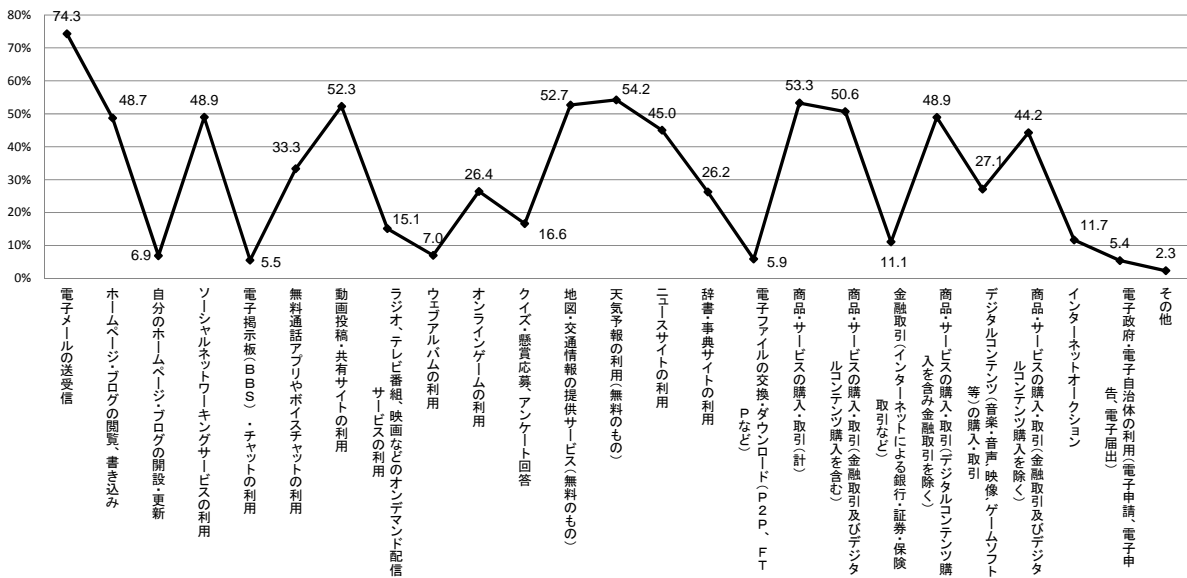
2 個人におけるICT利用の現状

(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74.3%と最も高く、次いで「天気予報の利用(無料のもの)」(54.2%)、「商品・サービスの購入・取引」(53.3%)となっている。

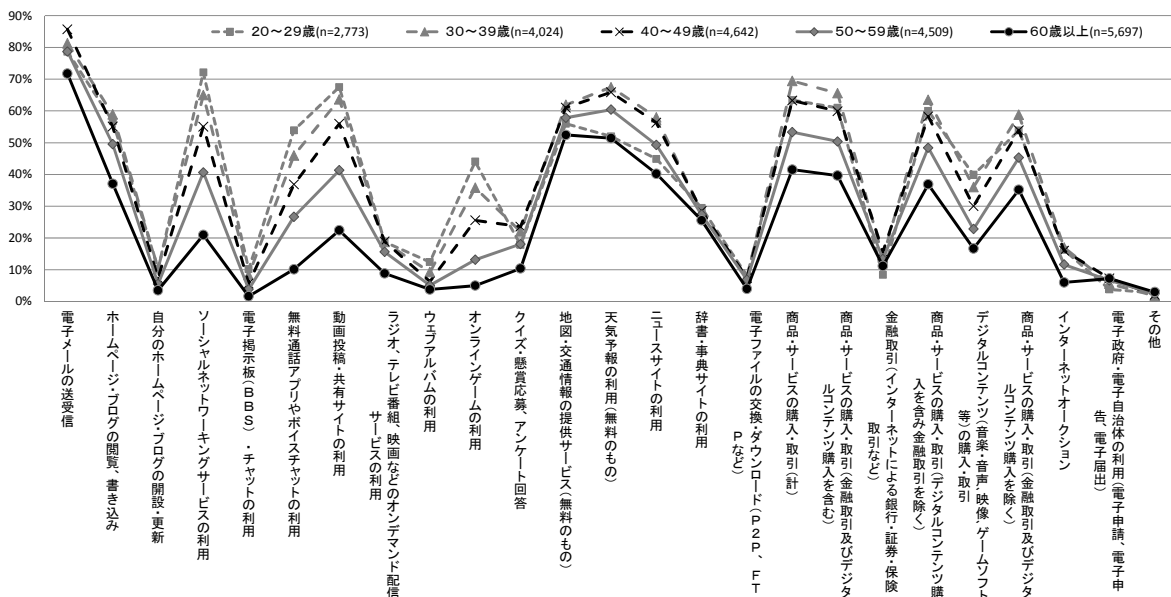
年齢階層別にみると、「電子メールの送受信」、「地図・交通情報の提供サービス」、「天気予報の利用(無料のもの)」及び「商品・サービスの購入・取引」については、20～59歳の各年齢階層での利用者の割合が5割を上回っている。

図表2-1 インターネットの利用目的・用途(複数回答)(平成27年末)



(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27年末)



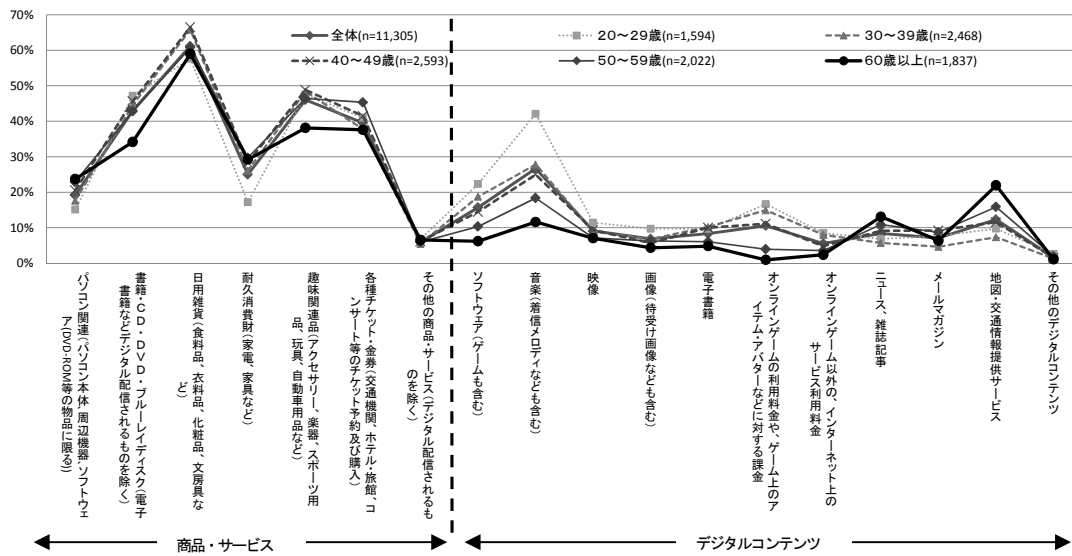
(注) インターネット利用者に占める割合

(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 61.2%と最も高く、次いで「趣味関連品」(46.1%)、「書籍・CD・DVD・ブルーレイディスク」(43.0%)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。一方で、60 歳以上は、他の年齢階層と比較して全体的に低い傾向にあるが、「地図・交通情報提供サービス」は最も割合の高い年齢階層となっている。

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 27 年末)

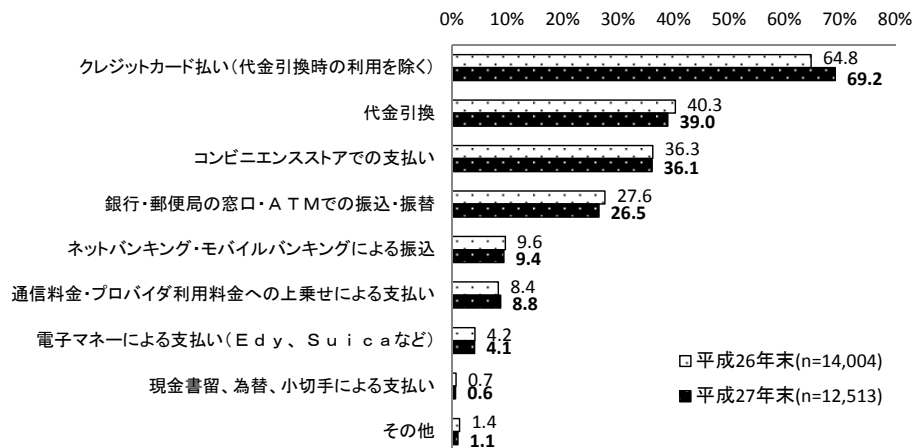


(注)15 歳以上のインターネットでの購入経験者に占める割合

(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 69.2%と最も高く、次いで「代金引換」(39.0%)、「コンビニエンスストアでの支払い」(36.1%)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)



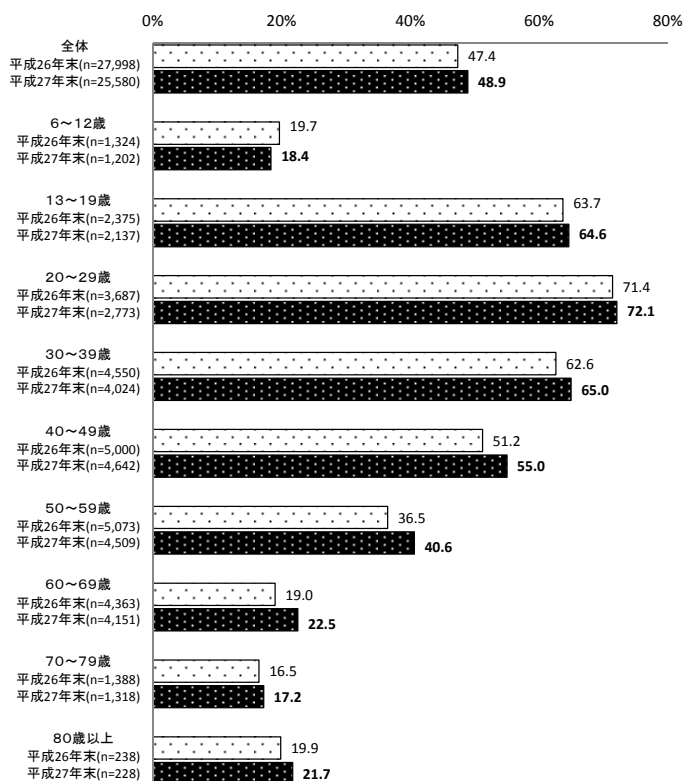
(注)15 歳以上のインターネットでの購入経験者に占める割合

(4) ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況

インターネット利用者に占めるソーシャルネットワーキングサービスの利用者の割合は48.9%となっている。

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86.4%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」(39.3%)、「ひまつぶしのため」(27.6%)となっている。

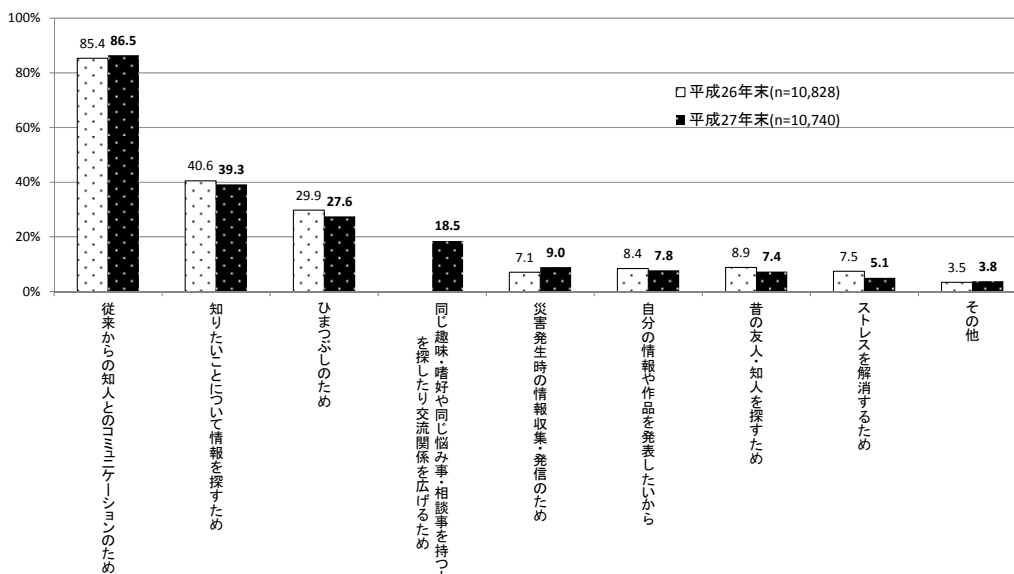
図表2-5 年齢階層別ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況



(注) インターネット利用者に占める割合

平成26年末の数値はソーシャルメディアの利用者の割合

図表2-6 ソーシャルネットワーキングサービスの利用目的(複数回答)



(注) ソーシャルネットワーキングサービス利用者に占める割合

平成26年末の数値は、ソーシャルメディア利用者に占める割合

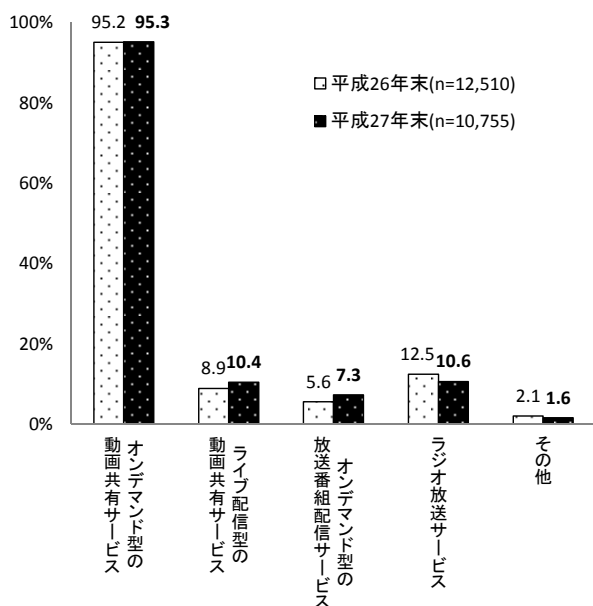
(5) 映像・音声コンテンツの利用状況

映像・音声コンテンツ利用者の利用するサービスをみると、「オンデマンド型の動画共有サービス」の割合が95.3%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69.6%と最も高く、パソコン(48.5%)を上回っている。

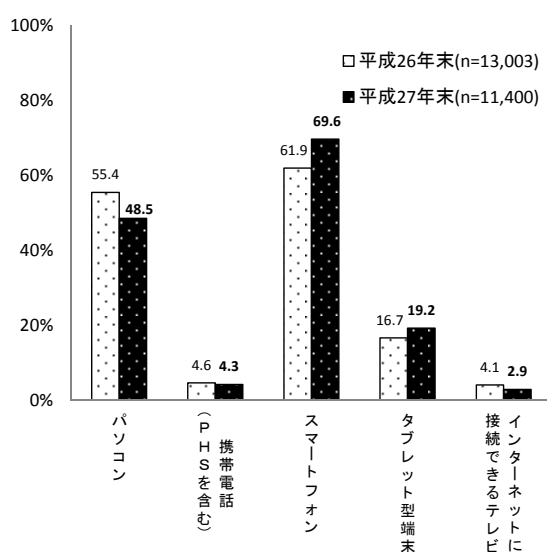
利用目的については、「自分の好きなアーティストなどの動画等を視聴するため」が62.3%と最も高く、次いで「話題になっている動画・番組を視聴するため」(46.2%)となっている。

図表2-7 映像・音声コンテンツの利用サービス（複数回答）



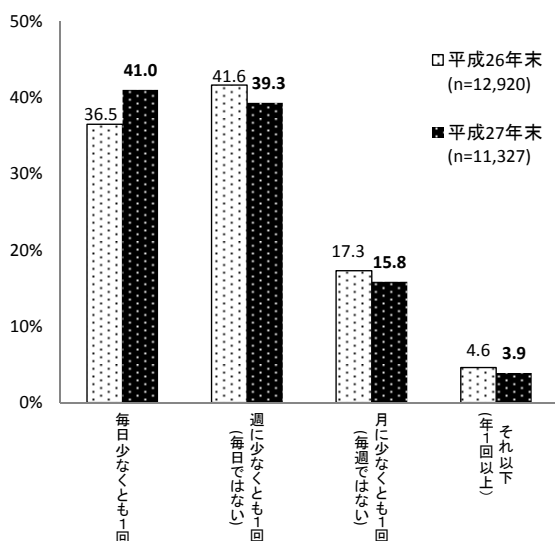
(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

図表2-8 映像・音声コンテンツの利用端末（複数回答）



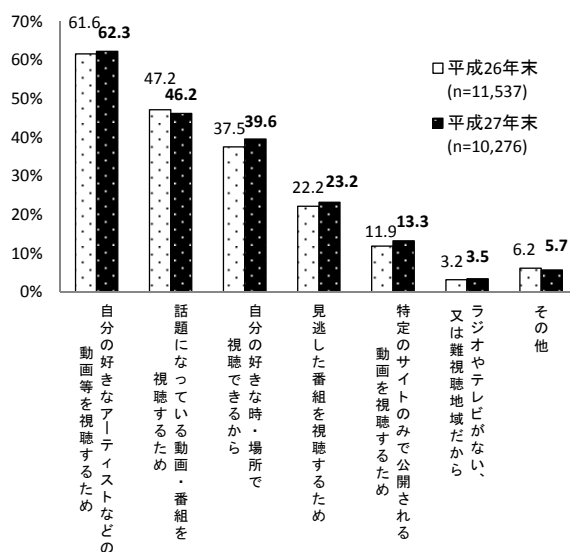
(注)映像・音声コンテンツ利用者に占める割合

図表2-9 映像・音声コンテンツの利用頻度



(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

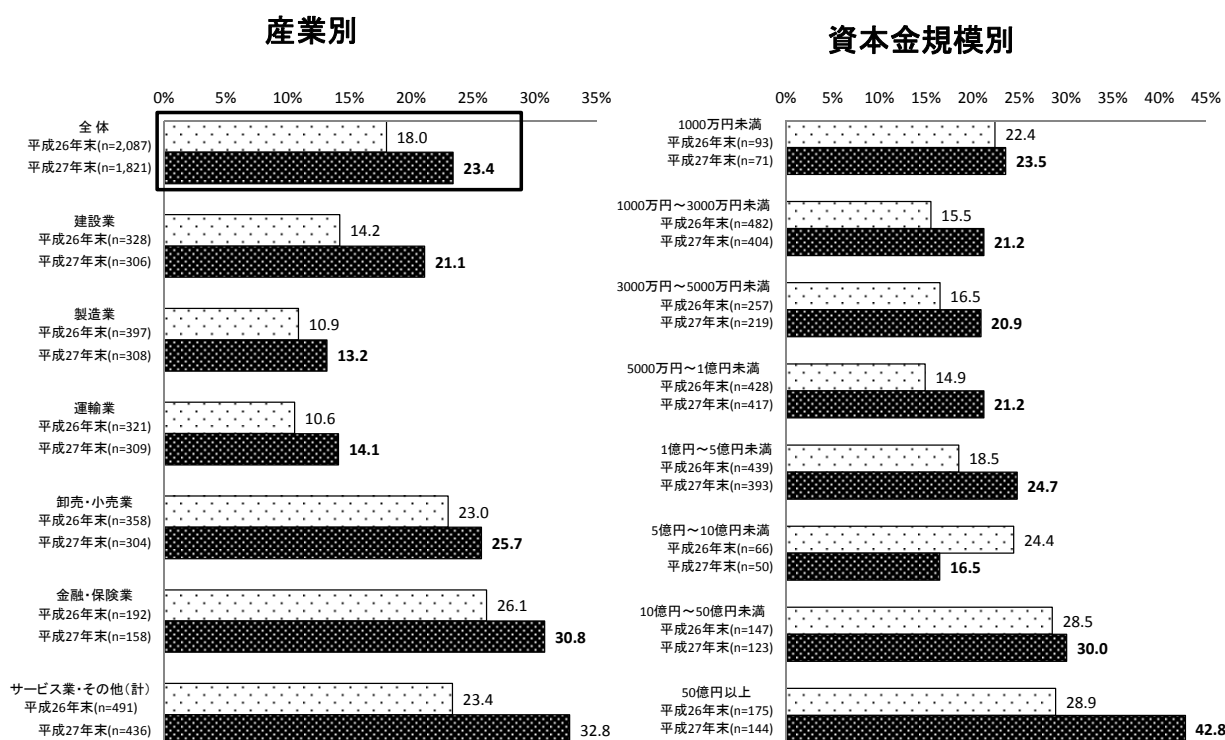
(1) ソーシャルメディアサービスの活用状況

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23.4%と前年の18.0%から5.4ポイント上昇している。

産業別にみると、「サービス業・その他」が32.8%と最も高く、次いで「金融・保険業」(30.8%)、「卸売・小売業」(25.7%)となっている。

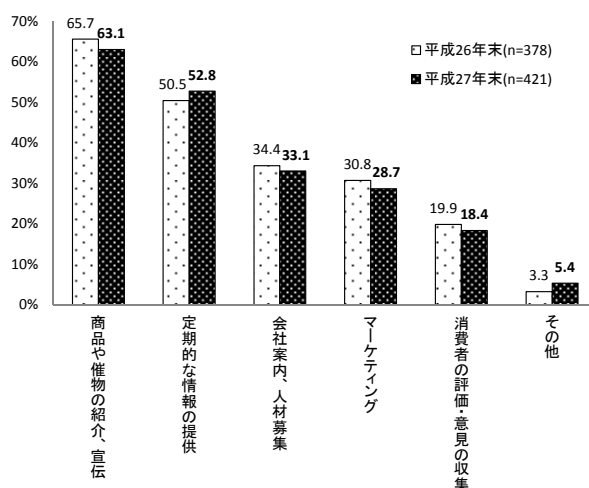
資本金規模別にみると、「50億円以上」が42.8%と最も高く、前年の28.9%から13.9ポイント上昇している。

図表3-1 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3-2 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活用企業に占める割合

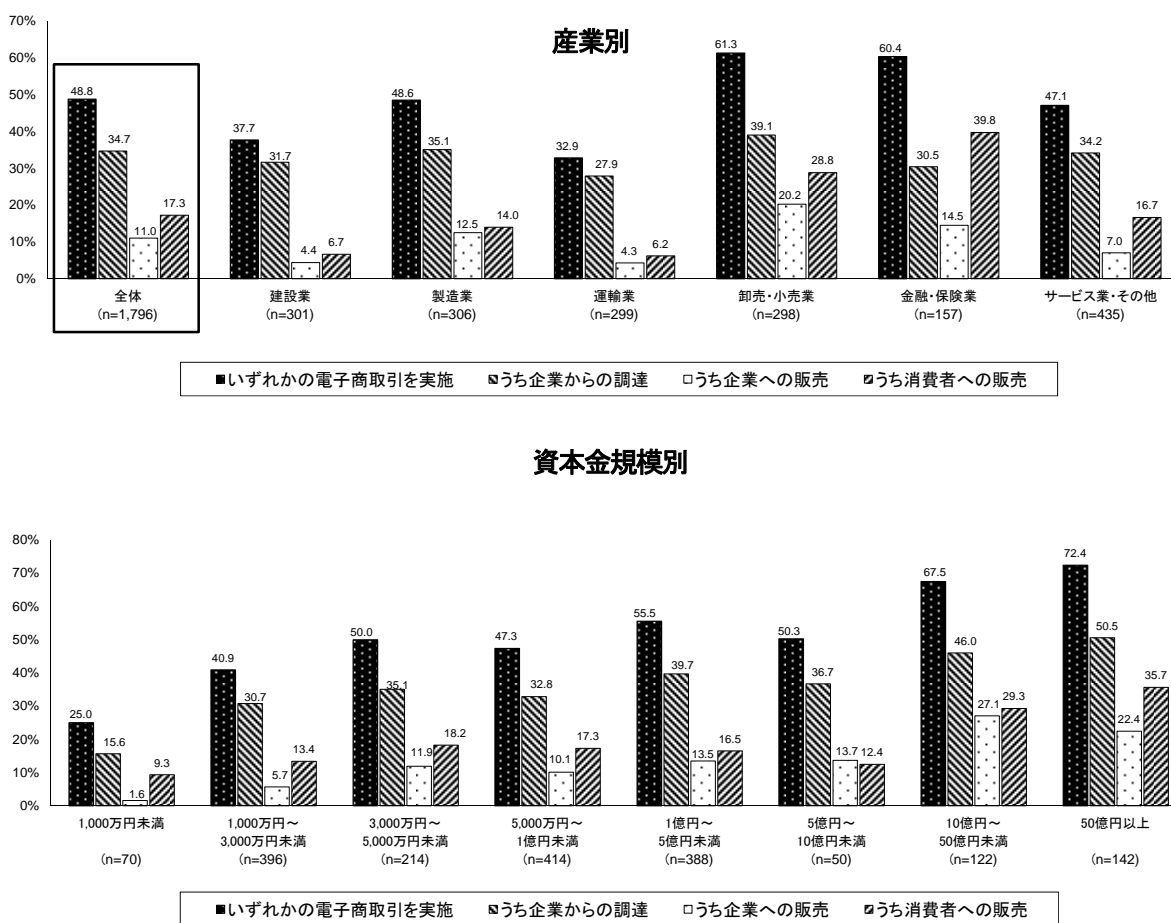
(2) 電子商取引の実施状況

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48.8%となっている。

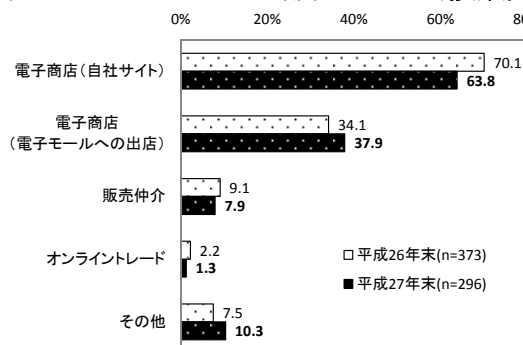
産業別にみると、「卸売・小売業」が61.3%と最も高く、次いで「金融・保険業」(60.4%)、「製造業」(48.6%)となっている。

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63.8%と最も高く、次いで「電子商店(電子モールへの出店)」(37.9%)となっている。

図表3-3 産業・資本金規模別電子商取引の実施状況(平成27年末)



図表3-4 インターネット販売モデル(複数回答)



(注)インターネットを利用した販売を行っている企業に占める割合

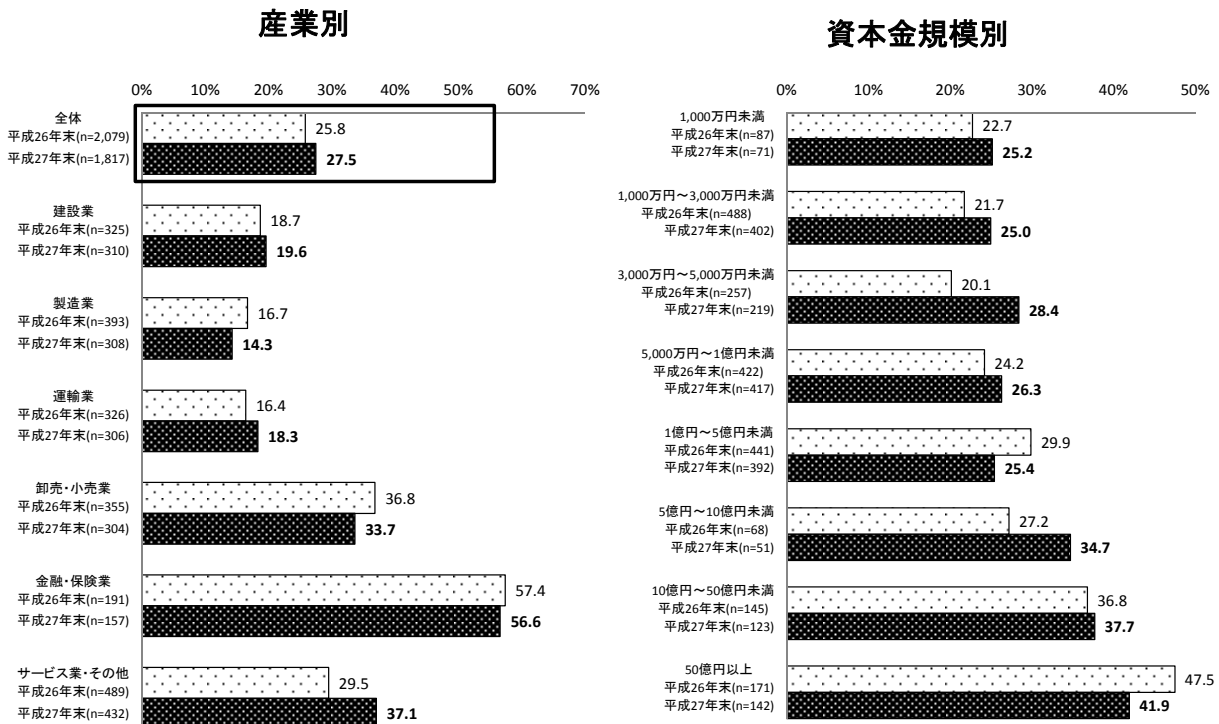
(3) インターネットを利用した広告の実施状況

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 27.5%となっている。

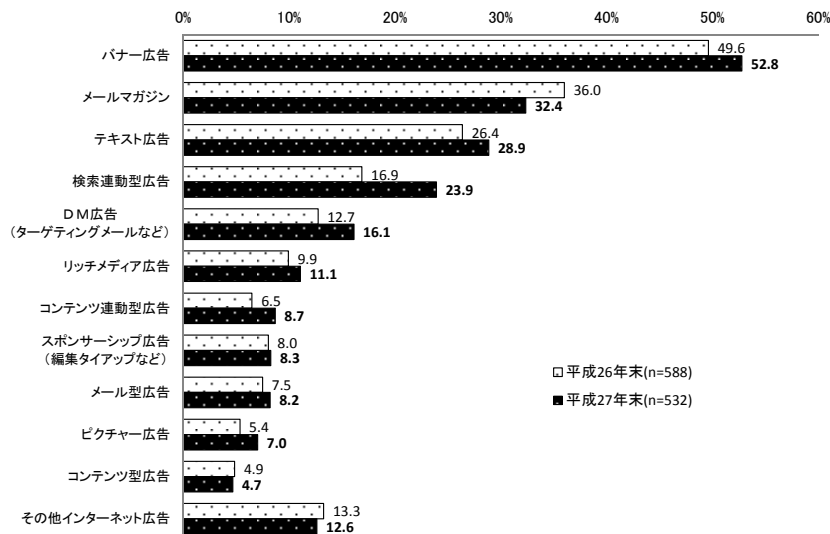
産業別にみると、「金融・保険業」が 57.4%と最も高く、次いで「サービス業・その他」(37.1%)、「卸売・小売業」(33.7%)となっている。

行った広告の種類については、「バナー広告」の割合が 52.8%と最も高く、次いで「メールマガジン」(32.4%)、「テキスト広告」(28.9%)となっている。

図表3-5 産業・資本金規模別インターネット広告の実施状況



図表3-6 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実施企業に占める割合

- 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。

(4) 無線通信技術を利用したICT関連ツール^(注)の導入状況

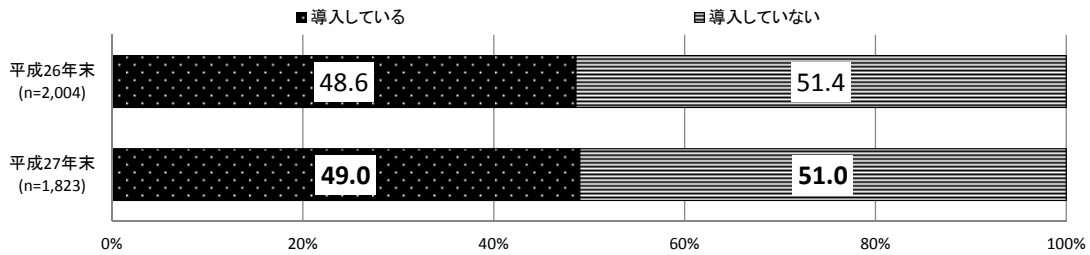
無線通信技術を利用したICT関連ツールを導入している企業の割合は 49.0%で、ツールの種類別にみると、「非接触型 IC カード」が 29.9%と最も高くなっている。

産業別にみると、「非接触型 IC カード」が「金融・保険業」が約6割と高くなっている。

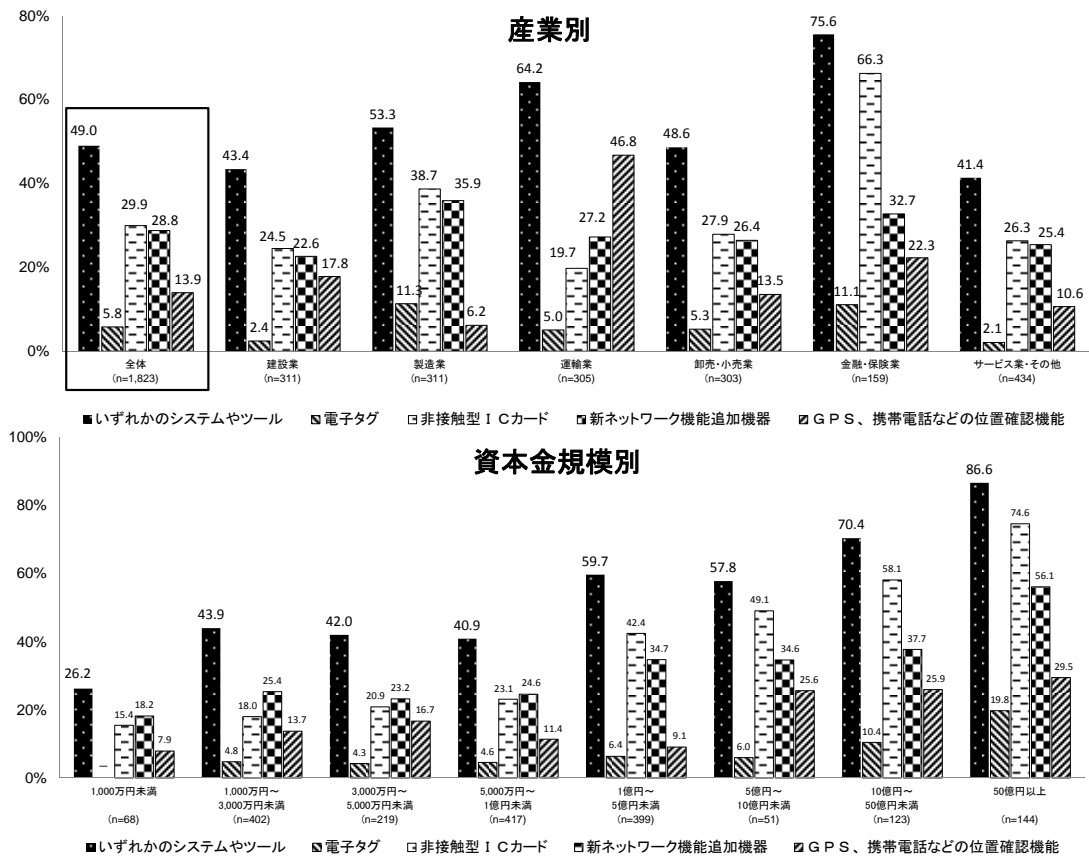
各ICT関連ツールの導入について、「活用していないし、今後も活用する予定もない」企業は 69.7%となっている。

(注) 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3-7 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

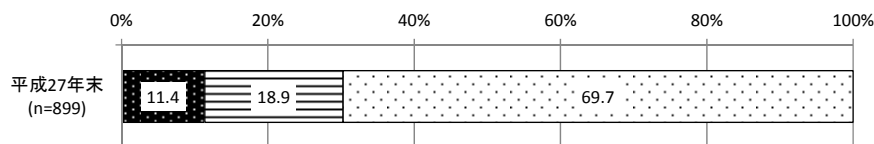


図表3-8 産業・資本金規模別ICT関連ツールの種類別導入状況(平成27年末)



図表3-9 ICT関連ツールで収集した情報の活用状況(平成27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) ICT関連ツールの導入企業に占める割合

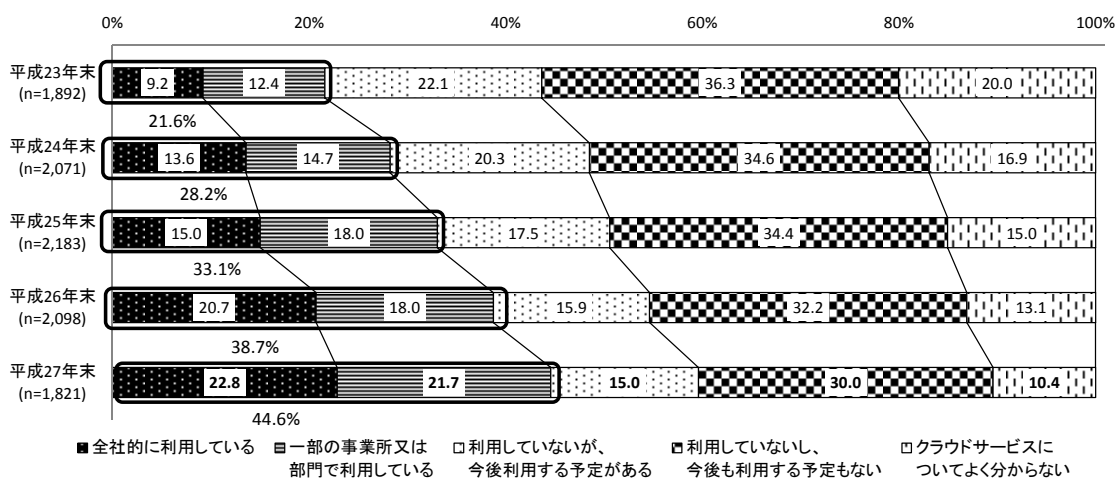
(5) クラウドコンピューティングサービスの利用状況

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44.6%と前年の38.7%から5.9ポイント上昇している。

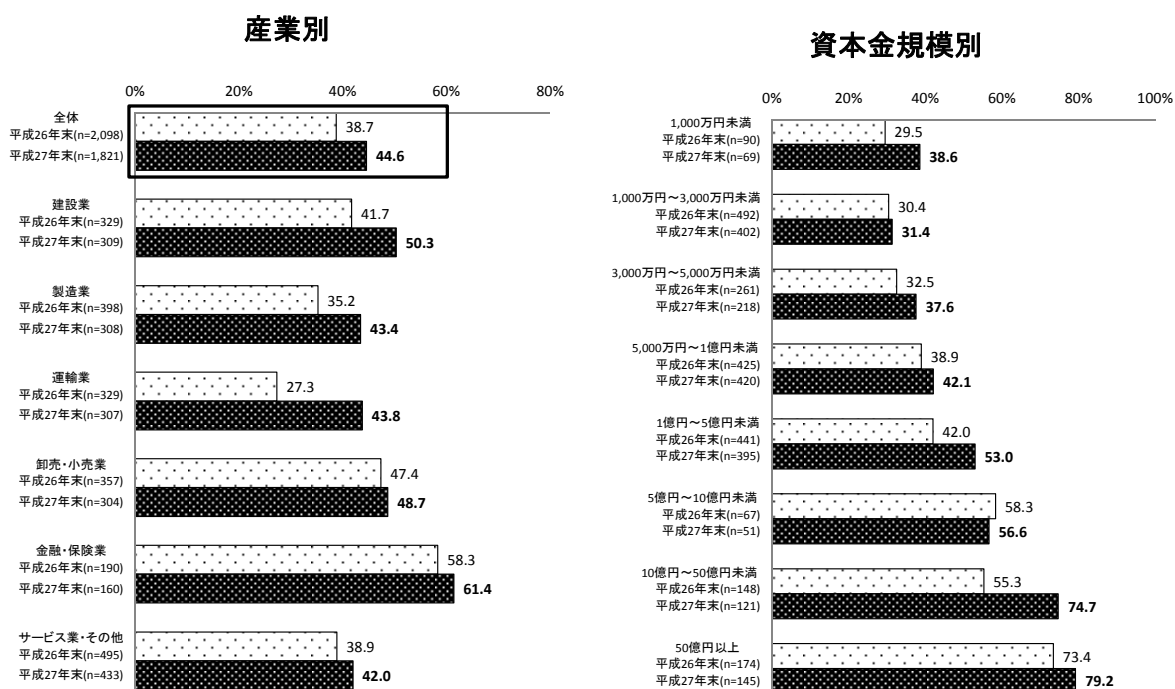
利用したサービスの内容については、「電子メール」の割合が51.9%と最も高く、次いで「ファイル管理・データ保有」(51.3%)、「サーバ利用」(42.9%)となっている。

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83.1%となっている。

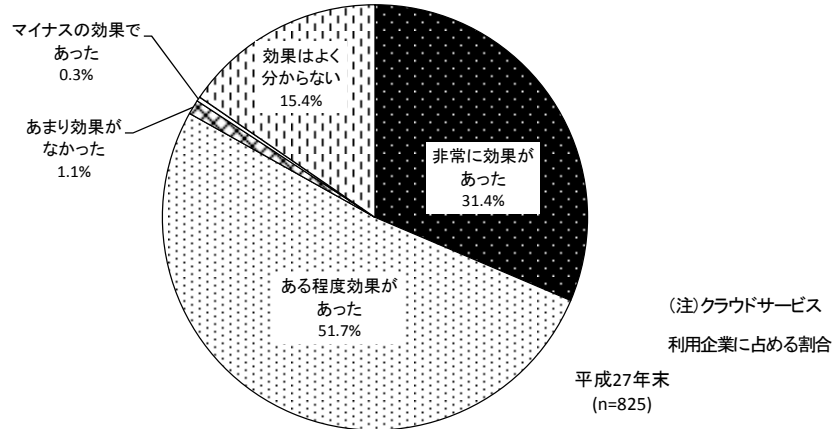
図表3-10 クラウドサービスの利用状況の推移



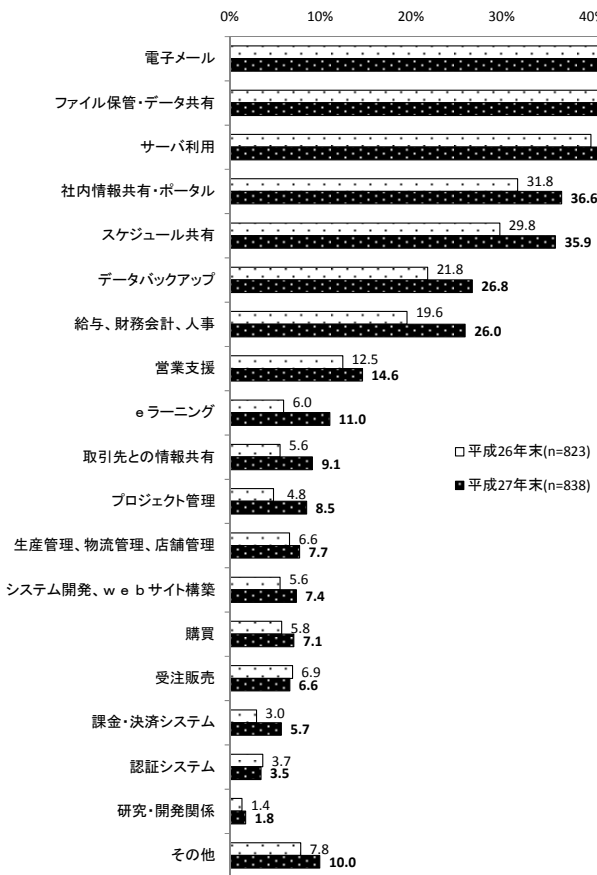
図表3-11 産業・資本金規模別クラウドサービスの利用状況



図表3-12 クラウドサービスの効果(平成27年末)

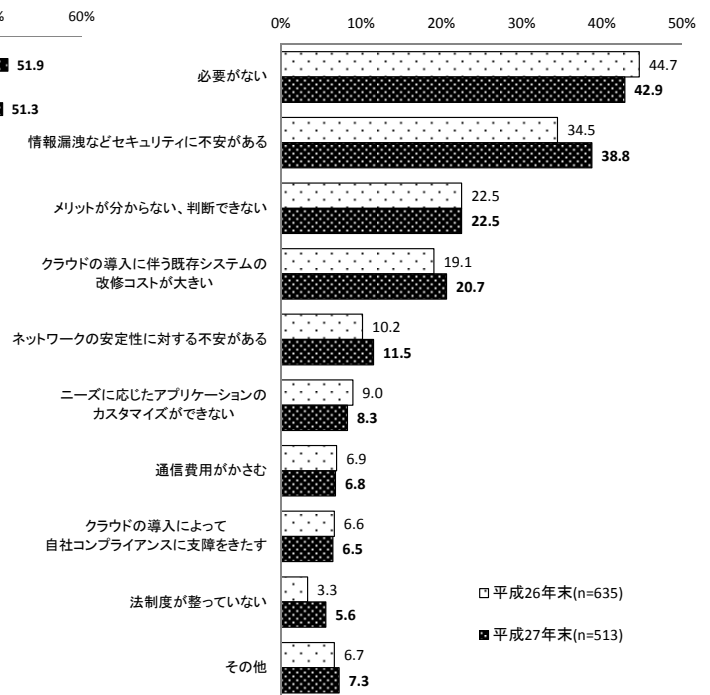


図表3-13 利用したクラウドサービス内容(複数回答)



(注)クラウドサービス利用企業に占める割合

図表3-14 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

(6) テレワーク^(注)の導入状況

テレワークを導入している企業の割合は16.2%と前年の11.5%から4.7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4割を上回っている。

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60.3%と最も高くなっている。

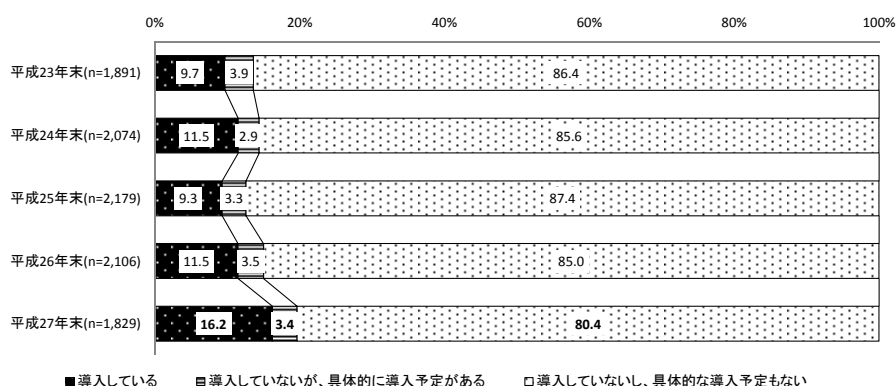
テレワークの主な導入目的については、「定型的業務の効率性(生産性)の向上」の割合が49.5%と最も高く、次いで「勤務者の移動時間の短縮」(45.8%)、「非常時(地震、新型インフルエンザ等)の事業継続に備えて」(21.3%)となっている。

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41.7%と最も高いものの前年の49.9%から8.1ポイント低下しており、代わりに「10%~30%未満」が32.7%と前年の22.1%から10.6ポイント上昇している。

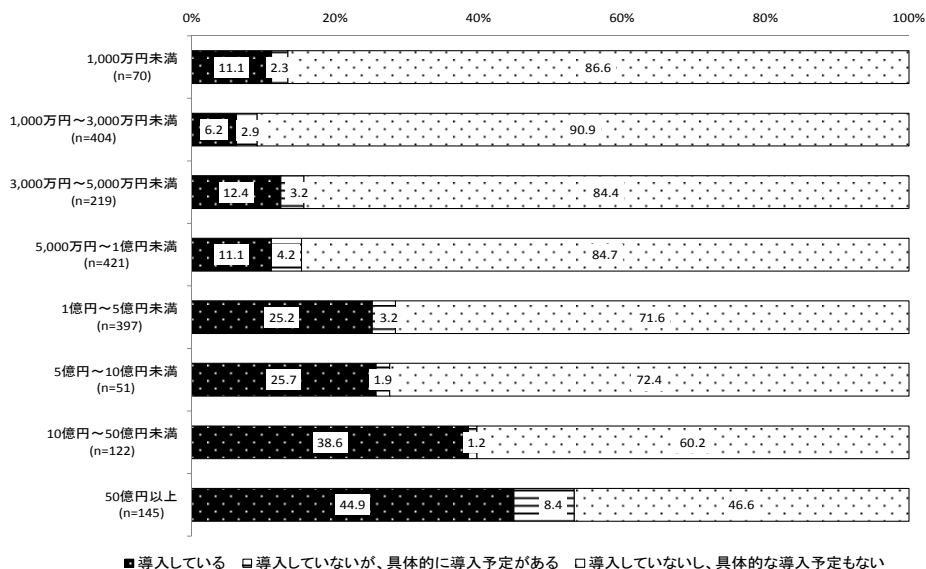
導入目的に対するテレワークの効果については、「非常に効果はあった」または「ある程度効果はあった」と回答した企業の割合が82.5%となり、導入した8割以上の企業がその効果を認めている。

(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。

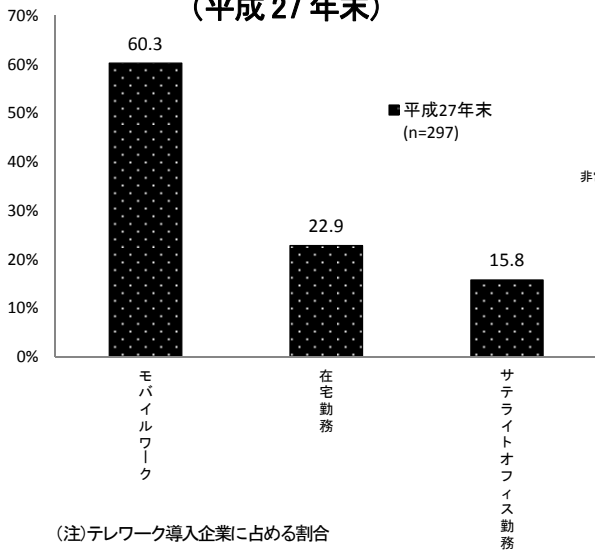
図表3-18 テレワークの導入状況の推移



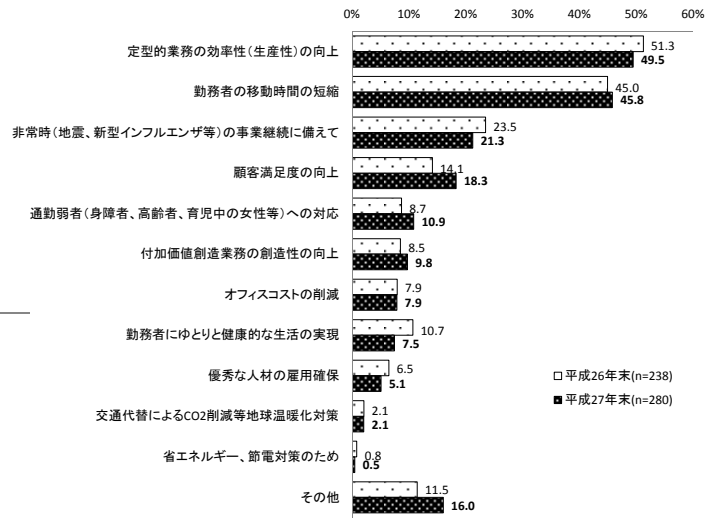
図表3-19 資本金規模別テレワークの導入状況(平成27年末)



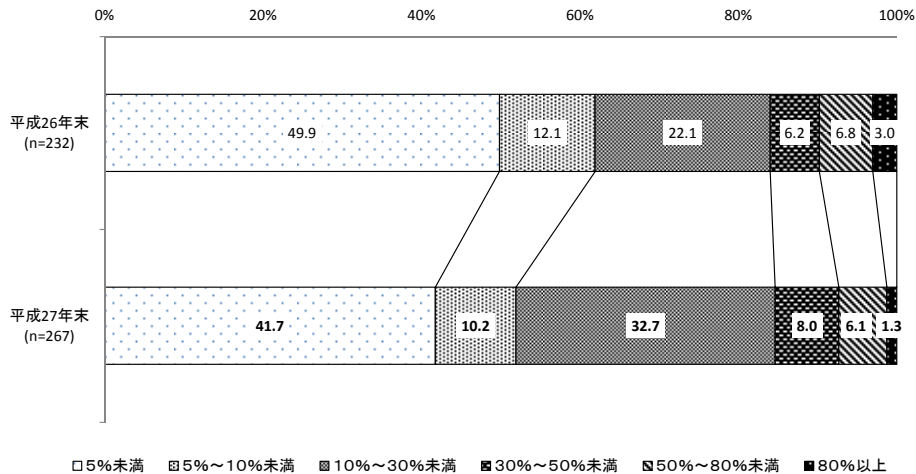
図表3-20 導入しているテレワークの形態
(平成27年末)



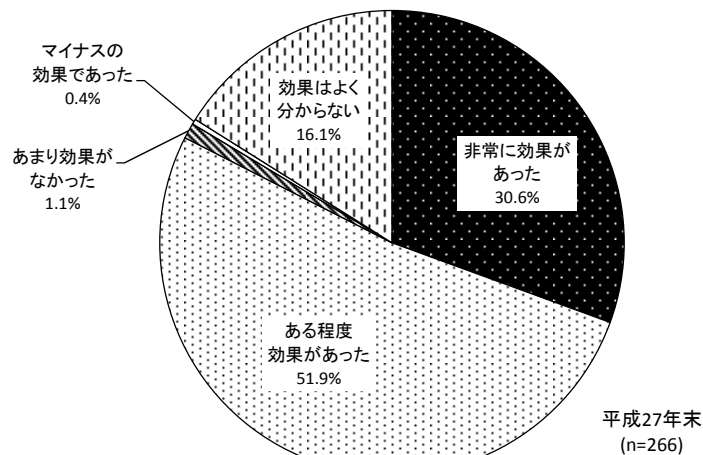
図表3-21 テレワークの導入目的
(複数回答)



図表3-22 テレワークを利用する従業員の割合



図表3-23 テレワークの効果(平成27年末)

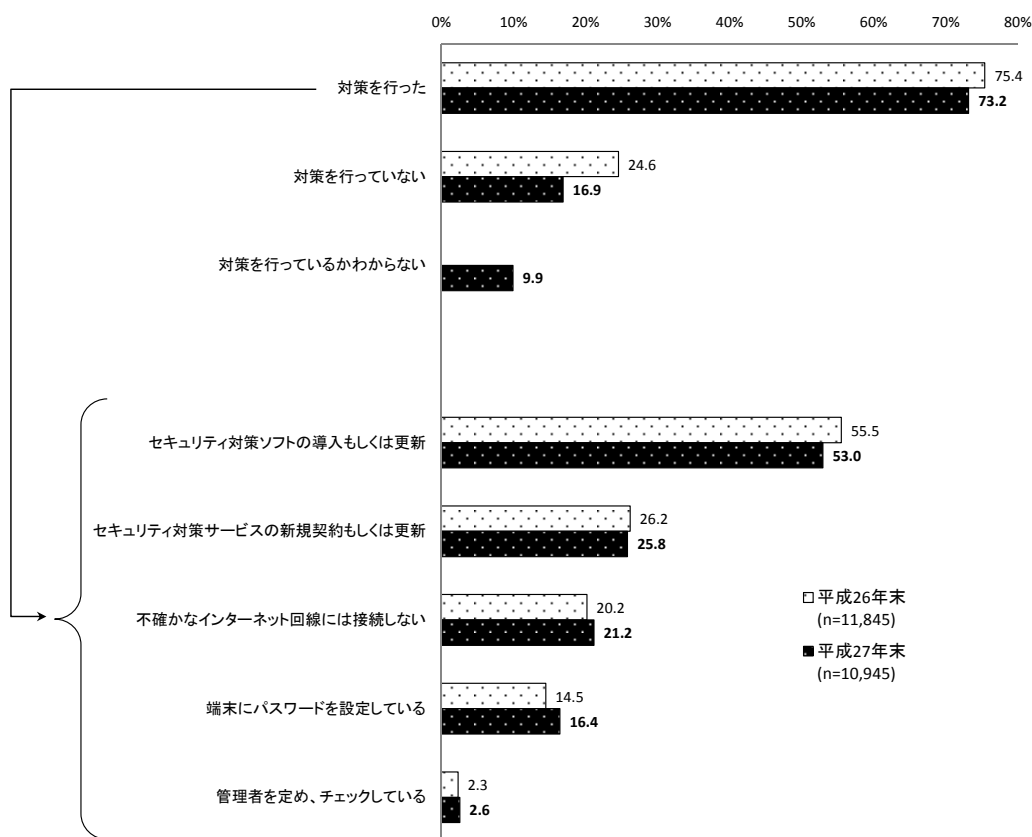


4 安心・安全への取組状況

(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73.2%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53.0%と最も高く、次いで「セキュリティ対策サービスの新規契約もしくは更新」(25.8%)、「不確かなインターネット回線には接続しない」(21.2%)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

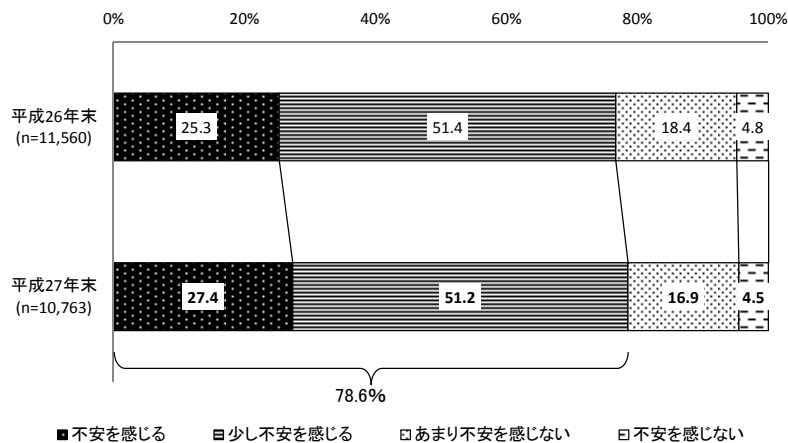
前年の調査では「対策を行っているかわからない」の選択肢がなかったことから、比較を行う際は要注意

(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「少し不安を感じる」、「不安を感じる」と回答した世帯の割合が合わせて 78.6%となり、8割近くの世帯が不安を感じている。

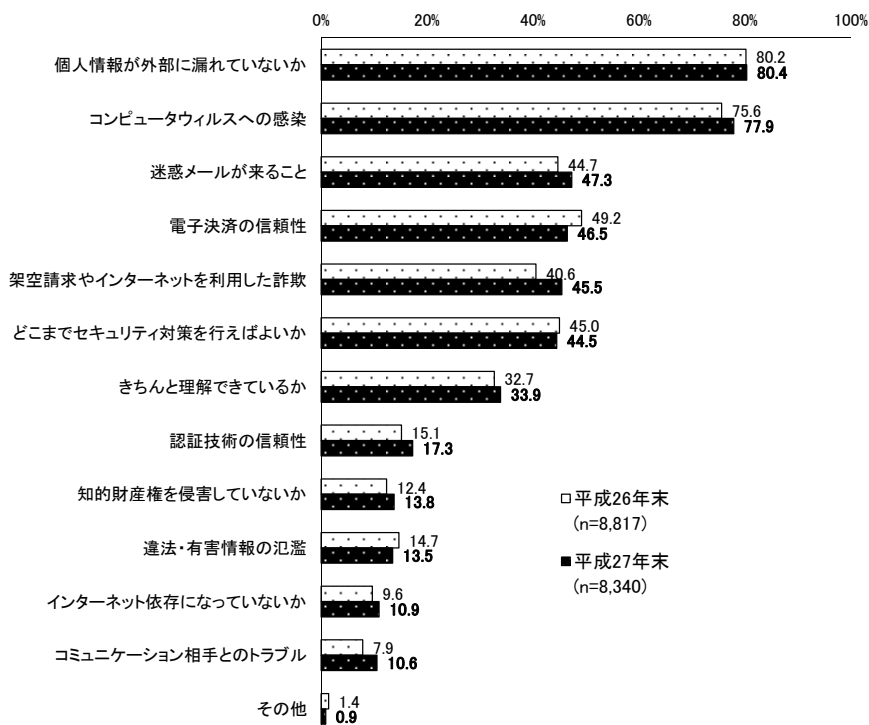
不安を感じている世帯が感じている不安の内容については、「個人情報外部に漏れていないか」の割合が 80.4%と最も高く、次いで「コンピュータウイルスへの感染」(77.9%)、「迷惑メールが来ること」(47.3%)となっている。

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）



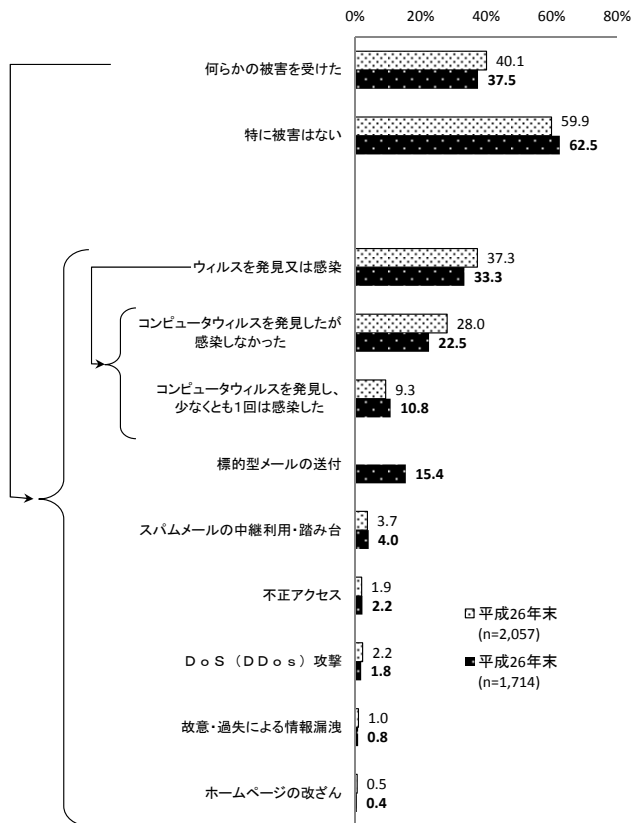
(注) インターネットを利用して「不安を感じる」又は「少し不安を感じる」と回答した世帯に占める割合

(3) 企業通信網に対するセキュリティ侵害と対応の状況（企業）

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 37.5%となり、被害内容は、「ウイルスを発見又は感染」が 33.3%、「標的型メールの送付」が 15.4%となっている。

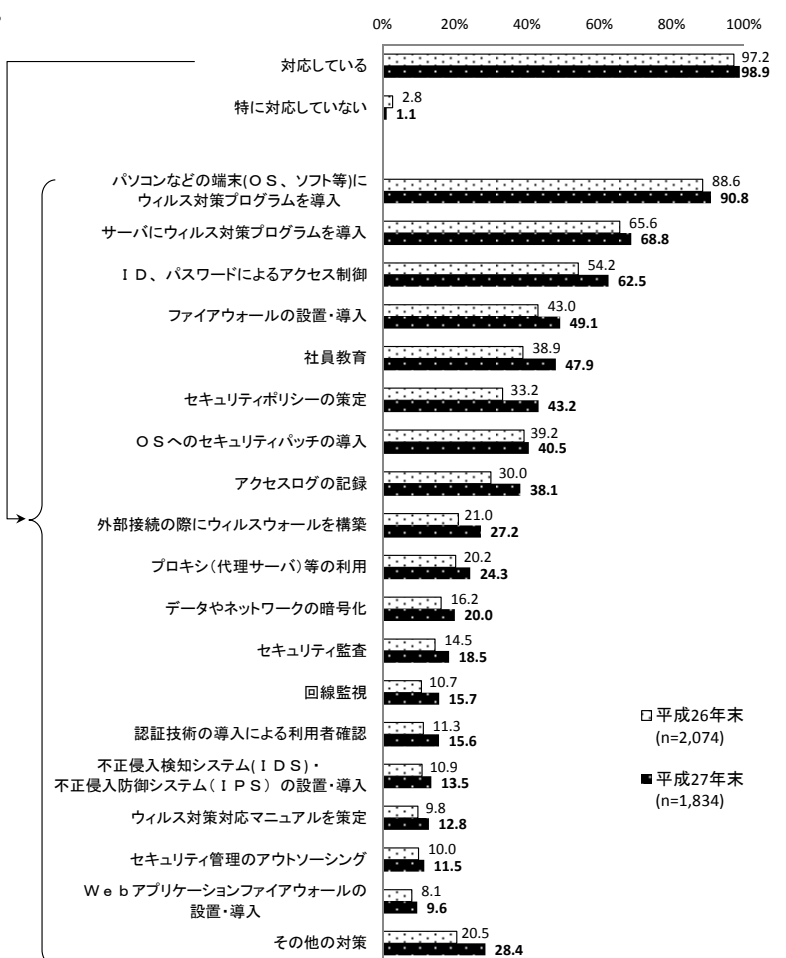
セキュリティについて、何らかの対応をしている企業の割合は 98.9%となり、対応内容は「パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」が90.8%と最も高く、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」(68.8%)、「ID、パスワードによるアクセス制御」(62.5%)となっている。

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)情報通信ネットワーク(企業内・企業間通信網やインターネット)
利用企業に占める割合

図表4-5 セキュリティへの対応状況（企業）（複数回答）



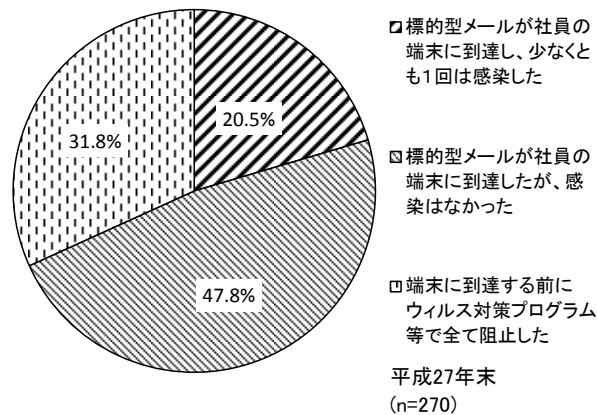
(注)情報通信ネットワーク(企業内・企業間通信網やインターネット)
利用企業に占める割合

(4) 標的型メールの被害状況と対策の状況（企業）

標的型メールを送付された企業の被害状況を見ると、「標的型メールが社員の端末に到達したが、感染はなかった」企業の割合は 47.8%、「標的型メールが社員の端末に到達し、少なくとも1回は感染した」企業の割合は 20.5%となっている。

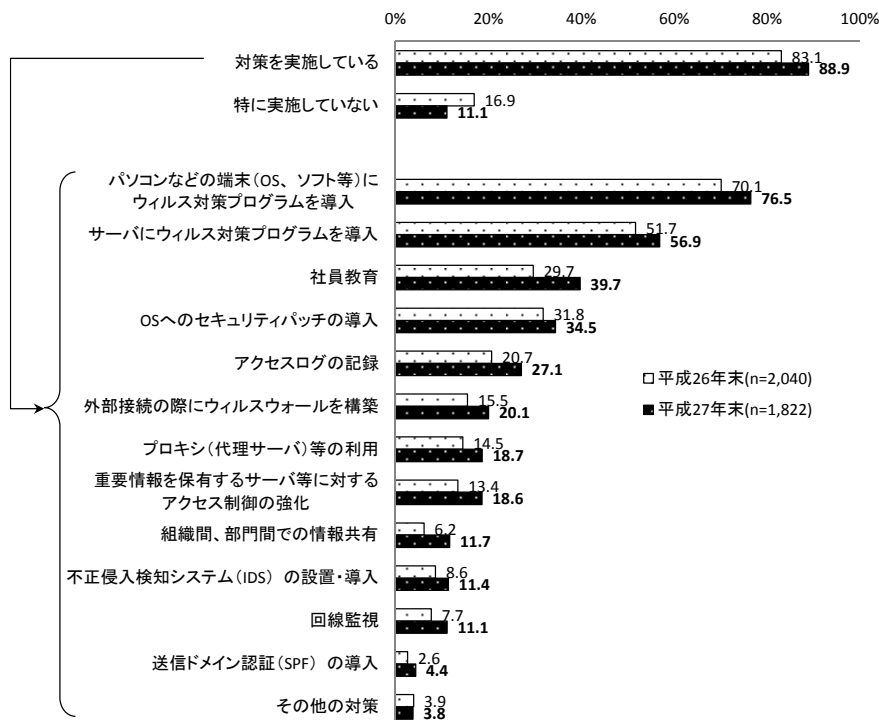
標的型メールへの対策状況については、対策を行っている企業の割合は 88.9%となり、前年の 83.1%から 5.9 ポイント上昇している。対策内容は「パソコンなどの端末(OS、ソフト等)にウイルス対策プログラムを導入」を行っている企業の割合が 76.5%と最も高く、次いで「サーバにウイルス対策プログラムを導入」(56.9%)、「社員教育」(39.7%)となっており、いずれも前年と比較して5ポイント以上上昇している。

図表4-6 標的型メールの被害の有無（企業）（平成27年末）



(注) 標的型メールが送付された企業に占める割合

図表4-7 標的型メールへの対策内容（企業）（複数回答）

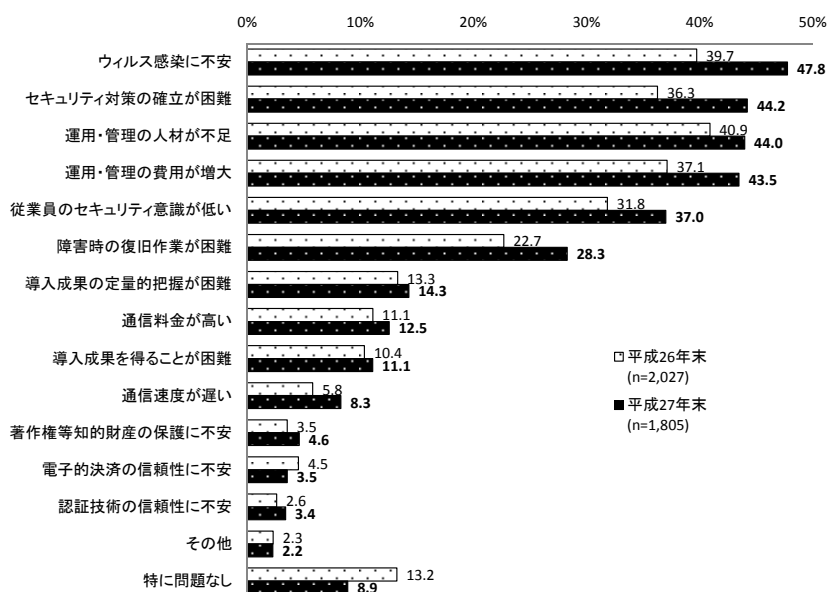


(注) 情報通信ネットワーク(企業内・企業間通信網やインターネット)利用企業に占める割合

(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、「ウイルス感染に不安」と回答した企業の割合が 47.8%と最も高く、前年の 39.7%から 8.0 ポイント上昇している。次いで「セキュリティ対策の確立が困難」(44.2%)、「運用・管理の人材が不足」(44.0%)となっており、ほぼすべての選択肢で回答した企業の割合が前年から上昇している。

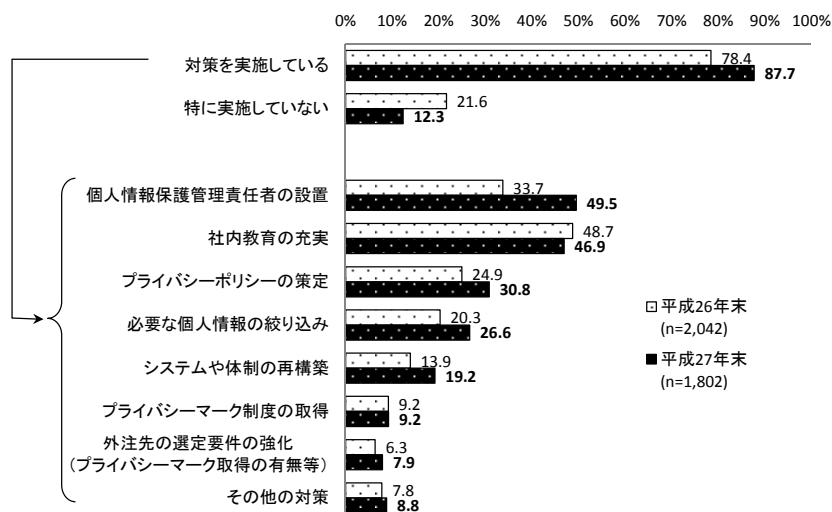
図表4-8 インターネット、企業内 LAN 等を利用する上での問題点(企業)(複数回答)



(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 87.7%となり、前年の 78.4%から 9.3 ポイント上昇している。対策内容は「個人情報保護管理責任者の設置」が 49.5%と最も高く、前年の 33.7%から 15.8 ポイント上昇している。次いで「社内教育の充実」(46.9%)、「プライバシーポリシーの策定」(30.8%)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)

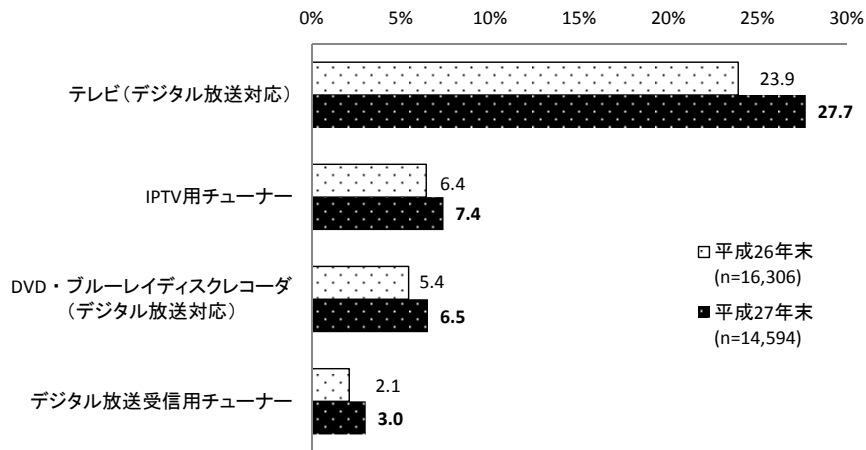


5 デジタルテレビ放送の利用状況

(1) デジタルテレビ等のインターネットとの接続状況(世帯)

テレビ(デジタル対応放送)をインターネット接続して利用している世帯の割合は 27.7%、IPTV 用チューナーを接続して利用している世帯は 7.4%となっている。

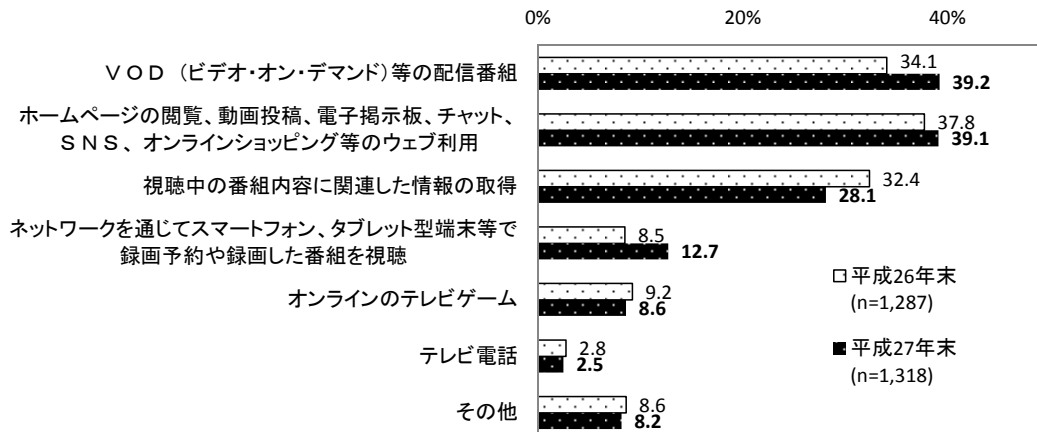
図表5-1 デジタルテレビ等のインターネットへの接続状況(世帯)



(2) デジタルテレビ等のインターネット接続機能の利用目的(世帯)

デジタルテレビ等を保有している世帯のインターネット接続機能の利用目的をみると、「VOD等の配信番組」の割合が39.2%と最も高く、前年の34.1%から5.1ポイント上昇している。次いで「ウェブ利用」(39.1%)、「番組内容に関連した情報の取得」(28.1%)となっている。

図表5-2 インターネット接続機能の利用目的(世帯)(複数回答)



(注) デジタルテレビ放送受信機器のインターネット接続機能を利用している世帯に占める割合